

意匠法の問題圏 第2回

—— 意匠法の目的 II

京橋知財事務所 弁理士 梅澤 修

はじめに

I. 意匠情報の質

1. 創作法と標識法
2. 意匠情報の価値(美的造形性)
3. 意匠とブランド

II. 保護と利用(競業秩序)

1. 狭義の競業秩序(模倣禁止)
2. 広義の競業秩序(等価交換維持)
3. 保護と利用
4. 意匠の文献的利用

(以上92号)

III. 意匠創作の奨励

意匠法は、意匠の保護及び利用を図ることによって、「意匠創作の奨励」を直接的な目的としている。すなわち、デザイナーや企業に対して意匠創作へのインセンティブを与えるための制度である。だが、デザインの分野は広大であり、デザインの何を保護し、どのようなインセンティブを与えるかという点は議論の余地がある*¹。

*¹ 知的財産法の全体においてみると、デザイン創作は意匠法のみならず、特許法、著作権法及び不正競争防止法2条1項3号(商品形態模倣)等によっても保護されている。さらに、ブランド化した物品の形態は、不正競争防止法2条1項1号(周知商品等表示)や立体商標としての保護も可能である(前記「1.意匠情報の質」参照)。デザインは、いろいろな制度によって保護が図られており、意匠法はデザイン分野の一部を特定の目的で保護しているにすぎない。

1. 保護対象

意匠法が保護するデザインは、まず、「意匠の定義」

に顕われている。それは、デザイン全体の中から、意匠法で保護するデザインを意匠法上の「意匠」として定義している(意2条)。さらに、保護する意匠は、登録要件として、「工業上利用することができる意匠」に限定されている(意3条柱書)。

この定義や登録要件によって、デザインの多くの部分が除かれている。例えば、デザイン創作の内容・質の面では、製品の質感や触感等、そのデザインの評価を決める要素であっても、「形状・模様・色彩」でないものや視覚的に認識できない要素は、この「意匠」の定義に該当しない*²。また、デザインの分野の面では、庭園やインテリアデザイン等の空間デザインは、意匠法上の「物品」と認められないものが多く、これらの分野のデザインは意匠法で保護されない*³。

意匠権は、「業として」登録意匠及びこれに類似する意匠の実施をする権利であるから、経済活動の場において有効な権利でなければ意味がない。保護対象を客観的に明確にして、権利行使を容易にし、意匠権による保護効果を確実にする必要がある。また、一方、意匠権は、排他的独占権であり、第三者の経済活動を大きく制限するものであるから、保護対象は、第三者にとっても分かりやすいものでなければならない。保護対象が、曖昧で、不明確では、権利侵害か否かの判断が困難となり、権利者にも第三者の経済活動にも弊害が生ずると解される。

*² この意匠法の意匠の定義に対して、不正競争防止法2条1項3号の「商品の形態」については、「需要者が通常の用法に従った使用に際して知覚によって認識することができる商品の外部及び内部の形状並びにその形状に結合した模様、色彩、光

沢及び質感をいう」(不競法2条4項)と定義されている。意匠にはない「光沢及び質感」も商品の形態と定義されている。これは、実在の商品の形態についての定義と、アイデア(情報)としての意匠の定義の相違であると思われる。

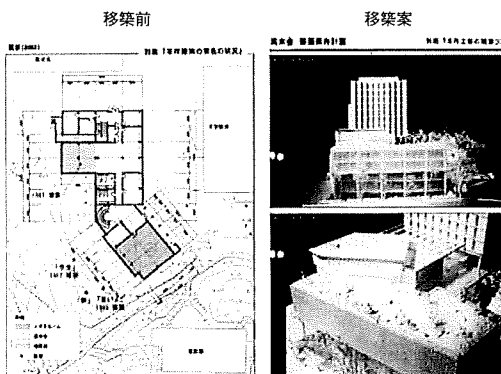
*3『意匠審査基準』によれば、「土地及びその定着物であるいわゆる不動産は物品とは認められない(21.1.1.1)ので、空間デザインの多くは、「意匠」ではなく、また、「工業的技術を利用して同一物を反復して多量に生産し得るものではないことから、工業上利用することができるものに該当しない」(21.1.3)ので、「工業上利用することができるもの」と認められず、意匠登録を受けることができないと思われる。

なお、空間デザインについては著作権の保護の可能性がある。例えば、庭園については、「建物全体と庭園は一体として、一個の建築の著作物を構成する」とされた事例がある。しかし、建築物の増築、改築等であるため著作人格権の同一性保持権の規定は適用されなかった(著20条2項2号参照)(東京地判平成15・6・11「ノグチ・ルーム移築事件」)。また、実用的な建築については、「通常加味される程度の美的要素を超えて、建築家・設計者の思想又は感情といった文化的精神性を感得せしめるような芸術性ないし美術性」を備えることが必要であり、それがないとして、一般住宅の著作物性が否定された裁判例がある(大阪地判平成15.10.30「ダニエル・ダイン事件」)。ただし、一般住宅の一部は、意匠法で「組立家屋」として保護される可能性もある。

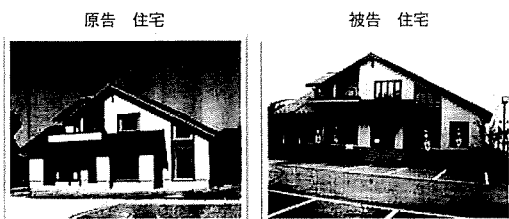
2. 保護要件(新規性・創作非容易性等)

意匠の主たる登録要件は、「新規性」(意3条1項)と「創作非容易性」(意3条2項)である。これは、

●東京地判平成15.6.11「ノグチ・ルーム移築事件」



●東京地判平成15.10.30「ダニエル・ダイン事件」



意匠の「客観的な創作性」を2つの面から評価するものである。「可撓伸縮ホース」事件*4の最高裁説示等を参酌すると、意匠法3条1項各号(新規性)は、「創作された意匠(創作結果)」について評価する登録要件の規定であり、意匠法3条2項(創作非容易性)は、「意匠の創作行為」について評価する登録要件の規定であるといえる*5。

*4 最判昭和49.3.19民集28巻2号 308頁

*5 詳しくは、拙論『意匠法3条2項(創作非容易性)についてI』(DESIGN PROTECT 2011 No.89 Vol.24-1) 9頁参照。

1) 新規性

意匠創作の奨励は、意匠情報の豊富化をもたらし、それによって産業の発達を実現するためである。したがって、情報の豊富化のため、これまでにない新規な意匠の創作を奨励する必要がある。意匠権によって独占が許されるのは、新規な意匠を創作し、新規な意匠情報を社会に提供したことに対する代償とも解される。

また、意匠権の独占排他的効力は、権利の有効性を高めるために、登録意匠に類似する意匠の範囲にまで及ぶとされている(意23条)。したがって、このような強力な権利を付与することに対応して、公知意匠と類似する意匠は新規性がないものとして意匠登録を受けることができない。

2) 創作非容易性

意匠法3条2項「創作非容易性」の登録要件は、出願の意匠について、創作者を基準として、創作行為の容易・非容易のレベルを問題としている。

意匠法は、創作を奨励するために意匠を保護するのであるが、新規な意匠であっても、誰でもが容易に創作できるような意匠は保護するに値しないとした。より創作非容易で高度な意匠創作を奨励するためである*6。

なお、各国法を見ると、米国特許法においては、意匠特許についても「非自明性」(第103条)の特許要件があり(第171条)、中国専利法では、2009年改

正で、意匠専利について創作非容易性と同趣旨の保護要件の規定が導入された（中国専利法23条）。ただし、欧州共同体意匠理事会規則には、創作非容易性のような保護要件の規定はない*7。

*6 例えば、平成10年の一部改正は、「創作性の高いデザインを適切に保護し、創作性の高い意匠の創作を促すことが必要である」との認識で行われた（特許庁編『工業所有権法逐条解説〔第18版〕〕1012頁）。

*7 欧州共同体意匠の保護要件として新規性（第5条）の他に「独自性」（第6条）が規定されている。だが、独自性とは「意匠が情報に通じた使用者に与える全体的印象」が異なっていることであり、独自性が認められない範囲は、共同体意匠の保護範囲である「事情に通じた使用者に対して異なる全体的印象を与えない意匠を含めた」（第10条）範囲と実質的に同一である。日本の「創作非容易性」は、保護範囲（類似する意匠の範囲）と次元が異なり、保護範囲と重ならない部分もある（前掲「可撓伸縮ホース」事件の説示参照）。一方、欧州の「独自性」は保護範囲と一致する概念となっているのである。なお、「意匠規則は、保護範囲の定義及び独自性の定義に同一の文言を使用することによって適切な衡平性を保っている。すなわち、独自性の程度が高くなければ、保護範囲にも広い余地が与えられる。その反対に、独自性がほとんどなければ、保護範囲も小さくなる。」と解されている（Maier/Schlötelburg『欧州共同体意匠マニュアル』（AIPPI・JAPAN 2003年）15頁）。

3. 意匠権の効力

1) 排他的独占権

意匠権は、特許権や実用新案権と同様に、排他的独占権であり絶対権として構成されている。権利行使にあたって、著作権のように「依拠性」を要件としていない。すなわち、登録意匠を知って、それを模倣したということを立証する必要はない。第三者は、独自に創作した意匠を実施したとしても、その意匠が他人の登録意匠に類似する場合、意匠権侵害を構成する可能性がある。このように、意匠権は、権利行使がしやすい、強力な権利とされている。したがって、意匠の創作者及び開発企業に対して、強いインセンティブが期待できる。

また、最先出願人にのみ意匠権が付与されることから（意9条）、意匠権の利益を享受するために、また、他者から意匠権行使をされないためにも、同一又は類似のデザインについて他に先んじて、でき

るだけ早くデザイン創作をする必要がある。意匠権が排他的独占権であることは、単に「客観的創作性」がある意匠を保護する以上に、意匠創作を加速させるインセンティブとなる。

2) 効力範囲と保護範囲

意匠権の効力範囲については、「意匠権者は、業として登録意匠及びこれに類似する意匠の実施をする権利を専有する。」（意23条）と規定される。

大正10年法以前は、意匠を「専用する」（明治32年法1条）権利、すなわち専有権は登録意匠と同一の意匠に限られていたが、昭和34年法改正によって、類似する意匠の範囲まで専有権と改正されたものである。しかし、刑事告訴による禁止権としての保護範囲は、「登録意匠を模倣」すること（明治32年法17条）、「登録意匠と類似の意匠」（明治42年法24条）、又は、「登録意匠に係る物品と類似の物品」（大正10年法26条）を含むものであり、登録意匠と同一ではなく、「類似」という幅をもった保護範囲であった。また、自己の登録意匠について「類似意匠」の登録制度もあり、本意匠登録後に、類似する意匠について専有権の確保が可能であった*8。

昭和34年法改正において、意匠の保護範囲を禁止権から専有権に改正した点について特別な意義を論ずるものもある*9。しかし、一般的には、特許権や意匠権について、専有権（独占権）であるか禁止権（排他権）であるかによって、保護対象や保護内容が変わるものではない。その違いは単に意匠を保護するための形式的な方法の問題である*10。むしろ、意匠情報の性格から、同一ではなく類似の意匠についても保護する必要があると評価されてきたのであり、禁止権としてではあるが、昭和34年法改正以前から、「登録意匠の創作性を根拠として」（森本）、あるいは「本質的価値を共通にする範囲」（斎藤）として、登録意匠に類似の意匠についても保護範囲とされていたといえよう。意匠を保護するについては、著作権のように同一の範囲ではなく、類似の意匠までを保護範囲として、より強力な保護をすべき

ものと解されていたのである*11。

工業的に利用される意匠という産業的な財産については、短期間の権利ではあるが、排他的独占権であって保護範囲が広い強力な意匠権によって保護することが適切と解される。

*8 特許庁意匠課『意匠制度120年の歩み』第4部資料参照（特許庁HP）。

*9 森本氏は、「昭和34年法改正によって類似の範囲は、禁止権ではなく意匠権者の専有権に属するとする改正が為されたことにより、類似する意匠の範囲も登録意匠の創作性を根拠として認められるものとして専有権に属するものであるとの解釈が前面に登場することとなった」と指摘する（満田=松尾 前掲書 23条意匠権の効力〔森本啓司〕392頁）。

*10 中山氏は、「比較法的に見て、特許権の効力は、積極的効力か消極的効力かのどちらかの形で規定されている。わが国現行法では、「業として特許発明の実施をする権利を専有する」（特68条）と規定されており、形式的には積極的効力として規定されている。これに対して、わが国の明治21年特許条例においては禁止権として規定されており（1条2項）、またアメリカ特許法でも禁止権として規定されている（アメリカ特許法154条）（2）。」と述べている（中山信弘『工業所有権法（上）〔第2版増補版〕』（弘文堂 2000年）309頁）。また、最近では、「特許権の効力は消極的効力として規定されている国が多い。」と記している（中山信弘『特許法』（弘文堂 2010年）295頁）。そして、「特許権は、独占権であるのか排他権であるのか、という点をめぐって古くから論争がある。特許権の対象は技術的情報であり、情報というものの性格からして、その本質は基本的には排他権と解すれば足りると思われる。ただ、この議論はそれほど実益のある議論とも思えない。」と指摘する（中山『工業所有権法（上）〔第2版増補版〕』310頁、『特許法』295頁）。

また、無体財産という情報であることから、「元来独占ということができないものにつき、法が特別に第三者の使用行為を禁止することにより、独占性が保たれているにすぎず、その意味から、特許権者だけが実施できる権原とは、第三者の実施を止めることができる権原と考えれば十分である。第三者の実施を止めることによって、特許権の円満性は確保される。本条は、そのことを実施する権利の専有という表現を用いているにすぎない。」と述べている（中山編著『注解特許法〔第3版〕』（青林書院 2000年）68条（中山信弘）662-663頁）。

*11 斎藤氏は、「意匠権の効力を類似する意匠にまで及ぼすのは、権利の目的物、意匠の性質による。（改行）意匠権は、その意匠の創作を根拠として成立する権利であるから、理屈の上でいえば、その権利は創作された意匠そのものの上にあるというべきであろう。ところが法は、創作の所産たる意匠を一定の広がりをもつ意匠としてではなく、具体的な物品の形態として観念するものであるから、ここにおいて、特許法や実用新案法における技術的思想と同様に、同一性によって把握されるところによって、これを保護すること

とすれば、その範囲は極めて狭いものとなり、創作の所産を実質的に保護することとなり得ない。（改行）そこで、法は、個別具体的にあらわされた意匠と本質的価値を共通にする範囲を「類似」という概念をもって、この範囲に属する意匠をも支配の対象とし、保護を完全ならしめたものである。」と述べている（斎藤瞭二『意匠法概説』（有斐閣 1991年）298頁）。

4. 保護期間

意匠創作へのインセンティブ効果を高めるためには、長期の保護期間が有効かもしれない。しかし、前回述べたとおり、意匠権消滅後の自由利用も意匠制度における重要な意匠の利用のためのシステムと理解すべきである。また、意匠の利用については、第三者による文献的利用も重要な利用の態様として捉えられるべきである。

所有権と異なり、無体財産権が一定の権利期間を有するのは「無体財産権の客体の性質に発する」といわれる*12。その性質とは、全ての創造は何らかの模倣を伴い、他人の創作を下敷きとしその積み上げの上に成立しているということであろう。特許についていわれていることに習って、「あらゆる意匠は、先人の業績の上に成立するものであり、意匠権の永久性を認めるということは、たまたま当該意匠を創作した者に先人の業績分までも永久に独占権を与えてしまうことになり、不当である。」と解される*13。

したがって、意匠権の権利期間は、「保護によるインセンティブ効果」と「利用による制度目的実現可能性」とのバランスを衡量して決定すべきものとする*14。

従来、意匠法における利用は、意匠権者による独占的实施や使用許諾等、いわば「意匠権に基づく利用」のみが重視されてきた傾向があった*15。平成18年一部改正において、意匠権の権利期間を15年から20年に延長する改正が行われたが、権利期間について検討する場合にも、第三者による自由利用や文献的利用等の「意匠権に基づかない利用」についても十分考慮すべきものとする。一般的に、「情報」を保護対象とする知的財産法、すなわち、特許法や

著作権法等の創作法においては、創作された情報を「保護」するだけでなく、「公開・利用」を促すための制度設計がされているといえよう*16。蓼氏は、権利期間満了後の「公産(Public domain)として自由に使用させること」に加えて、意匠登録無効審判制度も、「意匠の利用」の概念に包含されるものであると指摘している。そして、意匠の保護と利用は「二律背反的な背景をもつもの」であるが、「二者のいずれが過重されてもならない」のであり、「意匠制度は二者の調和のうえに」成立するものであると指摘している*17。「意匠の保護及び利用」は、蓼氏が指摘するように、「二律背反的な」二者を調和させつつ運用する必要があると解される。

*12 斎藤 前掲302頁

*13 中山氏は、「あらゆる発明は、先人の業績の上に成立するものであり、特許権の永久性を認めるということは、たまたま当該発明をした者に先人の業績分までも永久に独占権を与えてしまうことになり、不当である。発明者には研究開発費と適当な利潤を獲得するに足る期間だけ独占権を認めれば充分であり、それゆえ、世界各国の特許法は、例外なく一定の期間を定めている。」と述べている(中山 前掲『工業所有権法(上) [第2版増補版]』299頁、『特許法』285頁)。

*14 高田氏は、著作権法の保護期間(死後50年)に比べて、意匠法の保護期間(登録後20年)が短い理由について、「著作権法が創作者保護に重きをおく法律であり、意匠法が産業立法であって、創作者と企業との間、企業と一般大衆との間の調和をはかっているためであると答える他はない。」(高田忠『意匠』(有斐閣1969年)2頁)とし、「意匠は創作する人とこれを製造する人とは原則として別人であり、創作者の権利があまり長くなることは企業者にとっては必ずしも有利なことではない。また製造の手段方法も日進月歩であり、製造手段が変われば意匠も当然変わってくるので一つの意匠がいつまでもその価値を維持することは少ないからである。」(同上3頁)とその理由を説明している。すなわち、第一に、意匠の保護期間は、創作者(権利者)と製造者(利用者)との調和を計るためであり、第二に、意匠の価値の持続性を考えるとインセンティブを与える期間は長くなくても良いと解される。なお、加えるに、第三に、意匠の自由利用を考慮すると、余りに長い期間は妥当ではなく、創作のインセンティブ効果があり、開発コストが回収できる程度の適当な期間とすべきである。

*15 例えば、加藤氏は、「意匠法における「利用」を考える限り、文献的利用を積極的に盛り込むことは不可能である。「その「利用」は、意匠権者側の意匠権の運用(独占的実施、使用許諾、処分)と解すべきであり、第三者の利用とは、無関係である。いい換えれば、「意匠の保護」を敷衍しているも

のと解すべきである。」と述べている(加藤恒久『意匠法要説』(ぎょうせい1981年)41頁)。

*16 中山氏は、特許法も著作権法も「情報の豊富化」を目的とし保護を図っているが、「情報というものは、従来は自由利用が原則であったし、また情報の自由利用は社会全体の厚生を増大をもたらす面もあり、表現の自由等の理念にも合致する面もあるので、情報を特定の者の独占的利用に服せしめる立法政策はなるべく謙抑的になされるべきである。」と述べている(中山信弘『著作権法』(有斐閣2007年)13頁)

*17 蓼氏は、「元来意匠の保護と利用は二律背反的な背景をもつものである。二者のいずれが過重されてもならない。故に、意匠制度は二者の調和のうえに、われわれの文化的生活の向上、ひいては産業の発達を意図するものであらねばならない。この考え方こそ、あらゆる場合において意匠法に盛られる諸制度の解釈と運営のうえでの根本理念とされねばならないものと確信する。」と指摘する(蓼優美『意匠法解説(増訂)』(蓼工業所有権研究所出版部1974年)6~7頁)。

IV. 産業の発達

1. 意匠の需要増大機能

意匠の創作奨励と産業の発達の関係については、意匠は、進歩するものではなく、公開・利用することの意義が少ないため、特許と同様には説明できないといわれることがある*18。しかし、意匠についても、特許の場合と同様な論理構成で、創作奨励と産業の発達は説明されるべきものと思われる。

特許法については、次のように説明されている。

「優れた発明の創作と社会への公開が活性化することに伴って、イノベーションが発生して、新規なる生産手段、新規なる製品、新規なるサービス等々が実現され、それをもって市場自体の拡大、新規なる市場の創生といった現象が生じるといった波及的効果が生じることの総体として産業発達の実現を期することを意味しているもの、とまずは理解することができるであろう。さらに、発明の公開、利用に伴って、新規なる発明創作のための知識基盤の充実化による効果、換言すれば知的インフラストラクチャー整備による産業発達も期待されると考えられる。」*19

この説明は、意匠法にもそのまま当てはまる。特

に、前段については、そのまま意匠についても妥当する。すなわち、意匠制度においても、「優れた意匠の創作と社会への公開が活性化することに伴って、イノベーションが発生して、新規なる製品等々が実現され、それをもって市場自体の拡大、新規なる市場の創生といった現象が生じるといった波及的効果が生じることの総体として産業発達の実現を期する」と解される。意匠の創作の活性化は、新規な意匠に係る物品、すなわち「新規なる製品」を実現することができる。また、「新規なる生産手段」や「新規なるサービス」を実現することは直接的には少ないが、製品を通じて間接的にはそれらも実現しているといえる。そして、「それをもって市場自体の拡大、新規なる市場の創生といった現象が生じるといった波及的効果が生じる」との説明は、意匠法における通説である「需要増大」による産業発達という説明と同趣旨である。また、後段の積極的な「公開、利用」については、デザイン創作の現実において、デザイン情報の公開・利用の意義は大きい。

意匠法については、意匠の「需要増大機能」によって「産業の発達」という法の究極目的が実現されるという説明が通説といえる。その説明は、以下とおりである。

「物品の美的形態である意匠は、人びとが意匠に惹かれて物品を購入することがあるように、購買意欲を喚起し、需要を増大させる機能を有する。そして、新たに創作された意匠が利用されることによって生じる需要の増大は、物品の生産流通活動を拡大させ、産業の発達に貢献することになる。しかしながら、意匠は物品の外観であるために模倣され易く、創作者が模倣から保護されないならば、意匠の創作活動は活発に行われないことになる。そこで、意匠法は、意匠を保護することによって、産業の発展に貢献する意匠の創作を奨励しようとしている。」

と説明される^{*20}。

意匠による「購買意欲の喚起」(茶園)と言って、一般に想定されることは、例えば椅子を購入しようとする需要者が、A製品の意匠が優れているため、B製品ではなくA製品を購入するという効果と思われる。だが、それではA社にとっての需要増大であって、B社にとっては需要減少である。しかしながら、意匠法において、目的とされるのは社会全体としての産業の発達である。したがって、意匠法において求められる需要増大とは、社会全体としてより多くの製品が購入されることであり、単にB社製品の代わりにA社製品が購入されることではない。すなわち、従来に比べて優れた意匠に係る製品によって需要者の購買意欲が新たに喚起され、社会全体としてより多くの製品が購入されることが、意匠法が求める需要増大機能と解される。

例えば、新機能のスマートフォンが発売されるとまだ使用可能である携帯電話をスマートフォンに買い替えること、あるいは、新デザインに惹かれて自動車を乗り換えることが、発明や意匠に制度上期待されている需要増大機能の効果である。このようなサイクルがどんどん回転することで、物品の生産流通活動が拡大し、わが国産業の発達がもたらされると解される。

しかし、このような需要増大機能を重視することは、人工的に流行を作り出して生活に不必要なものまで購入させるためのデザインに堕してしまう可能性もあり、疑問を呈するものもある^{*21}。

だが、需要者は、新機能のスマートフォンによって、便利な生活を手に入れ、新デザインの自動車によって豊かな生活を実現することができる。需要者は、新デザインによって購買意欲を喚起されるという受動的な立場のようであるが、しかし、新デザインが自らの生活を豊かにすると感じなければ購入しないのであって、優れた意匠でなければ需要増大機能は発揮されない。需要増大機能は、優れた意匠の効果(美感を起こさせること)に裏付けられており、斎藤氏が指摘するとおり、需要増大機能は「意匠の使用価値」から「流出する」ものである^{*22}。

- *18 加藤 同上41頁。
- *19 中山=小泉編『新注解特許法』（青林書院 2011年）1条目的【平嶋竜太】7頁）
- *20 茶園成樹「意匠法での意匠・デザインの保護」・小谷悦司・小松陽一郎編『意匠・デザインの法律相談』（青林書院 2004年）154頁）。同旨の説明として、渋谷氏は、「意匠法は、意匠の多彩さを保障することにより、市場における製品差別化競争の秩序を維持すると共に、需要を喚起することを目的としている。」と述べている（渋谷達紀『知的財産法講義Ⅱ 〔第2版〕』（有斐閣 2007年）542頁）。
- 田村氏は、「需要者は、機能ばかりではなく、そのデザインにより製品を購入するかしないかということを決定する場合が少なくなく、その意味で、デザインには需要を増大させるという機能がある。反面、デザインは製品の外観であるだけに模倣に晒されやすく、それを放置する場合には、特にその創作にコストがかかるデザインの開発が過少となるおそれがある。そこで、意匠法は、新規で創作容易ではないデザインについて創作者に特許庁長官に対して出願させ、審査のうえ登録意匠権の保護を与えることで、デザインの創作を奨励しようとした。」と述べている（田村善之『知的財産法 〔第5版〕』（有斐閣 2010年）360頁）
- 松尾氏は、「意匠として産業の発達に寄与する根源は、端的に、意匠が有する需要の増大ないし促進機能にあるとみてよいと考える。経済社会における「意匠」の産業財産的価値が競争力の強化の観点からも再確認されている今日、これが最も説得力のある明快な見解であると考えられる。」と述べている（満田=松尾 前掲書 1条目的【松尾和子】104頁）。
- *21 例えば、峯氏は、「新しい意匠が需要を増大させそれによって産業が発達するということを重視すると、常にモデルチェンジを繰り返すことを奨励する、言い換えると意匠の寿命は短い方がよいということにもなりかねない。「消費されるデザイン」である。」と指摘する（寒河江・峯・金井編著『意匠法コンメンタール』（レクシスネクシス・ジャパン 平19年）1条目的【峯唯夫】12頁、同 〔第2版〕12頁）。
- *22 斎藤 前掲書39頁

2. 需要増大機能（経済的価値）と意匠的效果（使用価値）

需要者は、製品が有する使用価値に着目して製品を購入する。製品の使用価値の一つが「美的造形としての意匠的效果（美感をおこさせること）」である。意匠の需要増大機能という経済的価値は、この製品の使用価値としての意匠的效果に基礎付けられている。意匠に係る物品の経済的価値（需要増大機能）と使用価値（意匠的效果）という両価値は表裏一体のものである。前記のように、斎藤氏は、需要増大機能という意匠の経済的価値は、意匠の「形態的価値」

から「流出」するものであると指摘している*23。

そして、斎藤氏は、「個々の企業にとってはそれが競争の武器であるとしても、一方、その創造の総体が国、社会全体の富となることが予定されたものである。」と述べる*24。また、蓼氏は、「意匠制度は、意匠の創作者に大いなる利益をもたらす。しかし、その本来の目的は決して創作者に利益を与えることにはなく、むしろ創作者の労作を通じて、われわれの文化的生活の内容を豊富にし、意匠を工業的に生産させることによって産業の発達に寄与させることにあるものといわねばならない。」と指摘する*25。これらの指摘を踏まえると、意匠の創作の奨励や、需要増大機能に基づく企業の経済活動の活発化によって、産業の発達と並行的に社会全体の利益（富）が増大することが最終的な目標と解される。

この関係をより具体的にいえば、需要者は、すぐれた意匠に係る物品について、その意匠的效果（使用価値）に着目して購入を決定するのに対し、企業は、その意匠的效果に基づき需要が増大すること、すなわち、需要増大機能（経済的価値）に着目して新たな意匠の創作を企図する。その企業活動の結果、社会全体としては、新たな意匠が創作され、意匠という無体財産の情報が豊富化し、ひいては社会全体の利益（富）が増大することになる。いわば、意匠の需要増大機能は企業活動を活性化させるための価値であって、意匠制度は、企業がその価値を追求することによって、結果的に社会全体の使用価値（意匠的效果）が豊富化し、全体の利益（富）となることを企図している。

また、意匠法は自由主義経済社会においてその法目的を実現しなければならないのであり*26、経済的価値（需要増大機能）を視野に入れた、制度設計をする必要がある。その意味で、意匠の使用価値のみならず経済的価値も併せ、両価値の役割を踏まえた理解が必要であろう。社会生活において需要者にとっては使用価値が問題であり、その使用価値の故に購入する。しかし、自由主義経済社会においては、購入するためには対価を支払う必要があり、購入に

当たっては、その物品の商品としての経済的価値が問題となる。そのような対価（経済的価値）のシステムにおいて意匠に係る物品が商品として分配されている。したがって、産業の発達のためには、この社会システム全体の活性化が必要である。

以上のように、意匠法は、意匠の保護及び利用を図ることで意匠の創作を奨励し、意匠の需要増大機能（経済的価値）によって新たな需要を創出して産業経済システムを活性化し、同時に、新たな意匠的效果（使用価値）を創出して社会全体の利益を増大し、この両面同時的な全体的発展を「産業の発達」として期待するものと解される。

なお、物品の形態について、需要増大機能の面から捉えるということは、物品の形態を経済的価値（商品価値）として捉えることである。これに対して、物品の形態を意匠的效果の面から捉えるということは、物品の形態を使用価値（意匠的效果＝美感を起こさせること）として捉えることである。したがって、物品の形態を需要増大機能の面から評価する場合は、経済的価値（商品価値）として、価格（貨幣価値）としてしか評価しえない。この面から捉えられた価値内容は経済的価値（貨幣価値）でしかない。経済的価値にとって、物品形態の使用価値は経済的価値を基礎づけるために必要であるが、その使用価値の種類や実質的内容が何であるかは問題とならない。すなわち、物品の形態を需要増大機能の面からのみ捉えていては、意匠の使用価値（意匠的效果）を評価することはできないのである。意匠は「美感を起こさせるもの」であるが、需要増大機能の面からのみ物品の形態を捉えるかぎり、美感を起こさせるものとしての「意匠」は捉えられない。

したがって、意匠制度が産業の発達を実現する構図においては、需要増大機能がその要をなしているといえるが、その需要増大機能を基礎付けている使用価値である意匠的效果（美感を起こさせること）にも着目する必要がある。意匠の保護範囲を画する「意匠の類似」の判断は、「需要者の視覚を通じて起こさせる美感に基づいて行うものとする」とされて

いる（意24条2項）。また、意匠の登録要件では、意3条1項（新規性）、意匠法3条の2、及び、意匠法9条（先願）の判断等において、意匠の類否判断がポイントとなっている。この意匠の類否判断については、物品の形態を使用価値である意匠的效果の面から捉えて行う必要がある。需要増大機能の面から物品の形態を捉えても、「美感」は認識できないのであり、意匠の類否判断を行うことはできない。

ただし、意匠の需要増大機能を基礎付ける使用価値（意匠的效果）は、単に物品の使用において発揮される意匠的效果のみを意味するものではない。デザイン創作には、商品販売時のプレゼンテーションのデザイン等も含まれる。したがって、意匠的效果には、使用時のみならず販売時も含めて、需要増大機能を基礎付けるトータルな意匠的效果（美感を起こさせること）が含まれると解される。

*23 斎藤氏は、「デザイン・意匠による競争力——競争上の優位性という財産的価値は、すぐれた形態そのもの——物質的・機能的価値と共にある（法的観念において個別的に、現実の物品の形態にあっては融合一体として）形態価値そのものから流出するものなのである。」と指摘する（斎藤 前掲38頁）。

*24 斎藤 前掲書39頁

*25 蓼 前掲書6頁

*26 斎藤氏も、「意匠法における保護の法益、意匠実施の独占、すなわち競争の優位性とその果実の取得も市場において達成されるものであることも厳然たる事実である」と指摘している（斎藤 前掲書38頁）。

3. 産業発達

意匠法における「産業の発達」については、単純に特許法と同列には論じられないとする論者が多い。蓼氏は、意匠法の究極目的を産業の発達とする意匠法の規定に疑問を呈し、意匠法の目的が「生活文化の向上」にもあると指摘する*27。

また、杉林氏は、「優れた実体物が競争で生産され、それらを使用して豊かな生活が営める」ようになったという関係を指摘し、意匠を「保護することにより、その意匠に基づいた実体物＝物品が大量に生産されることを促進する一方、その意匠や実施をした物品すなわち実体物を利用して、より優れた物

を創造する競争が進展するように期待しているのである。」と指摘する*28。

斎藤氏は、「この法においていう「物品」は、単に物品の流通過程における状態、すなわち「商品」についていうに止まらないものであり、また「産業」も、単に商品の交換過程をいうに止まらず、人為によって財を生産し、富を増大する社会的活動の総体をいう」と述べている*29。斎藤氏は、需要増大機能は使用価値から流出するものであることを踏まえ、「産業」を「経済的活動」に止まらないより大きな「社会的活動の総体」として捉える*30。

上記の論者が述べるように、一般論として、「生活文化の向上」や「豊かな生活」が、産業経済システムの活性化という「産業の発達」と並んで、意匠法の目標とすべきものであり、「豊かな生活」の実現を含む「社会的活動の総体」としての産業の発達が目的と解される。だが、意匠法における「豊かな生活」の内容が問題であり、それと「産業の発達」との関係も説明されなければならない。

まず、意匠法に関する「豊かな生活」とは、端的に優れた意匠に係る物品が生活のなかに豊富化することである。意匠の保護及び利用を図り、意匠の創作を奨励することは、優れた意匠に係る物品が豊富化するための前提条件である。意匠に係る物品の豊富化のために、まず物品を作り出す基となる「意匠情報の豊富化」を実現するために創作奨励が必要である（なお、意匠の利用のうち、権利消滅後の自由利用は、自由競争によって安価に優れた意匠に係る物品が公衆に提供される可能性があり、直接的に「豊かな生活」を実現する制度と解される）。

だが、意匠情報の豊富化で終わりではない。豊富化された意匠情報を現実利用・活用して、すなわち、意匠が実施され、優れた意匠に係る物品が製造・販売等されて、意匠に係る物品が豊富化されることで、生活文化の向上がある。そして、その製造・販売等は、企業による生産であり、自由主義経済社会における商品販売として実現される。翻って考えるに、意匠の創作も経済活動としての企業活動の中で

行われており、企業活動としての意匠の創作に対してインセンティブが働くような保護及び利用のシステムでなければ意味がない。また、意匠法は、新規な意匠情報の豊富化を促進するが、情報の評価、すなわち、デザインの善し悪しの評価はせず、その評価は、意匠を実施した後の市場原理に委ねている。つまり、「意匠法における保護の法益、意匠実施の独占、すなわち競争の優位性とその果実の取得も市場において達成されるものであることも厳然たる事実である」*31ことを忘れてはならない。「豊かな生活」を実現するためのシステムは、企業による産業経済活動である。したがって、意匠による豊かな生活の実現も、産業経済活動の活発化という産業の発達と一体のものといえよう。

そうすると、前記のように、意匠の価値の二面性に着目する必要がある。意匠は、需要増大機能（経済的価値）とともに意匠的效果（使用価値）を有するものである。意匠法は、意匠の保護及び利用を図ることで、企業活動としての意匠の創作を奨励して意匠情報を豊富化し、意匠の需要増大機能（経済的価値）によって新たな需要を創出して産業経済の活性化を企図し、同時に、その産業経済活動の活性化によって新たな意匠的效果（使用価値）を製品として創出し、生活において意匠に係る物品の豊富化を実現し、社会全体の利益増大をも企図している。意匠法は、この両面同時的な全体的発展を「産業の発達」として期待するものと解される。

*27 蓼氏は、「意匠の創作を奨励するということは、意匠創作者の才能を通じて、われわれの文化生活を向上させる有力な手段となるであろうことも見逃すことができない事実である。意匠が工業的に量産されその市場が拡大されれば一国産業の発達に寄与するに至るであろうことは明らかであるが、意匠法の目的を第1条にうたいあげるについては、もう少しうまいのある作文がされてもよかったのではないかと悔まれる。」と述べている（蓼 前掲書6頁）。

*28 杉林信義『改訂 工業所有権法』（学陽書房1988年）98-99頁

*29 斎藤 前掲書38～39頁

*30 同様の指摘は他にもある。峯氏は、「産業の発達」のみならず「国民の幸福」に着目する。すなわち、「国家政策の最終目的は国民の幸福である。産業立法である意匠法においても同様であり、製造業が幸福になれば国民（生活者）はど

うでもよい、ということではない。」とし（寒河江・峯・金井編著 前掲〔峯唯夫〕12頁、同〔第2版〕12頁）、「製造業の発達のみを目的として意識している」見解は、「法目的の捉え方として狭きに失する」……「需要者（生活者）がその商品を使用することにより快適性、利便性を得られる商品が市場に供給されることが好ましい。そして、そのような商品の開発にはデザインが不可欠であり、かつそのような商品開発が活発に行われることにより産業が発達するであろう。」と解している（同上13頁、同〔第2版〕13頁）。

また、田邊氏は、意匠法は、「終局的には、実生活において真に豊かで意味のある人間的な物質的・精神的・生活の到来を期待し得る、健全な産業の発達を目的とし、福祉の向上に資するために制定されたものである。」と述べている（田邊隆「意匠法の目的」、牧野利秋編『特許・意匠・商標の基礎知識〔第4版〕』（青林書院 2003年）253頁）

*31 斎藤 前掲書38頁

V. まとめ

（意匠法における法目的達成の構造）

意匠法の保護対象である意匠は、物理的対象としては「物品の形態」であるが、物品の形態であって、「視覚を通じて美感を起こさせるもの」である（意2条1項）。「物品の形態」は、技術的效果を有することもあり、自他商品識別力や出所表示機能を有することもあるが、意匠法は、物品の形態における「視覚を通じて美感を起こさせる」という「意匠的效果」に着目して、意匠を保護する。意匠の保護価値は、物品の美的造形性、すなわち、「形態であって、視覚を通じて美感を起こさせること」である。意匠法で保護されるのは、物品に係る「意匠というアイディア」であり、意匠情報である。

意匠法は、上記のような意匠について、「保護及び利用を図る」ための制度である。そして、直接的には「意匠の創作を奨励すること」を目的とし、究極的には「産業の発達に寄与すること」を目的とする。単純にいうと、意匠の創作奨励により、意匠創作活動が活性化し、結果として社会的に意匠情報が豊富化すれば、産業の発達に寄与することになるといえる。

意匠法は、意匠を保護する制度であるから、模倣防止のための制度であり、「模倣禁止」の秩序を確立するための制度との解釈もある。しかし、意匠法

は、一定期間を限って意匠を保護するのであり、特許法や著作権法と同様、創作の奨励のために必要な限度で独占的排他権を認める制度である。すなわち、意匠権等による独占は、自由競争による等価交換の競争秩序を歪めることを容認するものであり、むしろ、意匠法等は、特例として競争秩序を乱す独占を許しているのである。したがって、権利期間の長短に差はあるが、特許法や著作権法と同様、意匠法も、意匠権消滅後の自由利用を企図した制度である。また、デザイン創作が一人の天才によって行われるものではなく、社会的・産業的な協働作業であることを考えると、意匠情報の公開による利用という面も重要な制度内容であると理解すべきである。以上のような、意匠の自由利用や意匠情報の利用という側面を包含する制度理解が必要である。

通説では、意匠の保護価値は「需要増大機能」にあるといわれる。確かに、企業にとっての意匠の価値は、需要増大機能という経済的価値にある。だが、同時に需要者にとっての意匠の価値は、意匠的效果（美感を起こさせること）という使用価値にある。企業にとっての価値である需要増大機能は、意匠的效果という使用価値に基礎付けられたものである。一方、使用価値が製品として実現されるのは、経済的価値が支配する産業経済のシステムの中においてである。したがって、この両価値の相関的・相補的な関係を踏まえて検討する必要がある。そうすると、意匠法は、意匠の保護及び利用を図ることで、企業活動を通じた意匠の創作を奨励して意匠情報を豊富化し、意匠の需要増大機能（経済的価値）によって新たな需要を創出して産業経済の活性化を企図し、同時に、その産業経済活動の活性化によって意匠に係る物品の豊富化をもたらし社会全体の利益増大を企図しており、この両面同時的な全体的発展としての産業の発達に寄与することを目的とすると解される。

（つづく）