

デザインと意匠

巻・頭・言

意匠課長 木本 直美

イノベーションを実現するためには、魔の川（基礎的な研究から製品化を目指す開発段階へと進めるか）、死の谷（開発段階へと進んだプロジェクトが、生産ラインや流通チャンネルの確保を行い事業化段階へ進めるか）、そして、ダーウィンの海（他企業との競争に勝ち、真の顧客ロイヤリティを確保できるか）を、着想・検証・実用化・競争というポイントを複雑に繰り返しながら超えることが必要であると言われています。

昨今、デザインは、このイノベーション実現の課題を有効に解決するものとして、再定義がなされています。人々の生活に深く関わり、共感のもとに課題を明確にし、その解決ためのアイデアをすばやく具体化、物質化してテストを繰り返す方法論を提唱する「デザイン思考」、「オスロ・マニュアル」におけるマーケティング・イノベーション（プロダクトのデザインや包装、プロダクトの配置、プロダクトの販売促進、あるいは価格設定を含む新しいマーケティングの方法の実施）での指標化、ロベルト・ベルガンティによって提唱された、利益、資産、投資、ステークホルダーの4つの価値を重視し、競争サイクルよりもライフサイクルが長い、強力で独特な個性を持った製品を生み出そうとする「デザイン・ドリブン・イノベーション」、そして、顧客ニーズ、機能、意味づけを重視して前例を打ち破るメッセージ発信を提案するジェイムズ・M・アンターバック等による「デザイン・インスパイアード・イノベーション」など、価値創造、利益創出に係る広範な使命を担うものとなっています。

意匠制度の始まりは、1580年、フィレンツェの織物組合の規則によって、新規の意匠創作者に2年間の専有を認めたものであると言われています。日本における意匠の保護は、明治21年（1888年）の意匠条例に始まり、以後数次の改正のうえ、昭和34年（1959年）に特許法等と同時に改正された意匠法が現行法となっています。

同法の第一条では、「この法律は、意匠の保護及び利用を図ることにより、意匠の創作を奨励し、もつて産業の発達に寄与することを目的とする」と規定されており、この法目的の精神は、一貫して守られてきています。

多様化、広範化するデザインの役割に関して、「意匠」という定義の中で、意匠制度はデザインに対してどのように貢献するのか、「保護及び利用」、「意匠の創作」、「産業の発達」、一つ一つの観点に、新たな解釈とチャレンジが求められています。

平成28年（2016年）3月には、機能のアップデートを行ったり、スマートフォンやタブレットコンピュータといった小型高性能な電子機器にソフトウェアを追加することで一台の機器を核として様々な機能を実現し得る時代に対応して、画像を含む意匠のより適切な保護と活用を図るため、意匠審査基準の改訂を行いました。また、4月に開催された第35回商標、意匠、地理的表示の法律に関する常設委員会（SCT）においては、我が国は、米国及びイスラエルとともに、画像デザインを含む新技術の意匠について、各国・地域における保護に関する調査を同委員会で行うことを提案いたしました。さらに昨年12月に立ち上げられたID5（意匠五庁会合）においても、意匠分野全域にわたり、様々なプロジェクトが活発に検討されています。

今後、ITやIoTの進展により、様々な製品がソリューションやシステムに組み込まれ、これまで関連がなかった企業が協業したり競合したりするようになっていきます。このような新たなイノベーションの現場を生み出し、支えるデザインの連結力、課題解決力、共感力そしてコミュニケーション力について、課金モデルを基本とし製品単体の先行投資、利益、資産価値を守ることを得意とする意匠法や他の知財法によって、今後どのような保護及び活用が可能であるのか、新たな課題となっています。