

デザインと知的財産権

●中小企業の知的財産の取組とデザイン

最近、企業において知的財産権への関心が高まっています。特に特許については、「日亜化学工業(株)の青色LED特許訴訟」等が話題になり、中堅、中小企業でも特許戦略の重要性の認識が高まっており、法務や特許の部署を設け、技術管理・戦略の一環として知的財産に取り組む企業が増えています。

しかしながら、これらの企業においても、意匠や商標にまで視野に入れ、目を配っている企業はまだ少ない状況です。元来、顧客が抱える問題解決を図るために新しい造形を産みだしてきたデザインも当然、知的財産権として登録される対象となっています。また、最近、地域活性化の手段として声高にいわれているブランドも、商標として登録されれば立派な知的財産です。

これらの意匠、商標等の知的財産権は、特許と比較すると曖昧で、企業にとっては価値の低い知的財産のような印象をもたれている方々が多いようですが、実際はそうではありません。顧客にとってデザインやブランドが、製品購入の決め手となるように、知的財産戦略においてもデザインやブランドが決め手となる場合もあります。たとえば、昭和43年にホンダが、スーパーカブの意匠権侵害でスズキに勝訴し、7億6100万円の支払い判決を受けています。30年以上も前にこのような高額の判決が出たことから推察できるように、決してデザインの知的財産は軽いものでないといえます。

●意匠権、商標権について

意匠権、商標権については、いずれも産業財産権で、特許と同様に特許庁への出願、登録によって権利が生じ、侵害された場合には、差止請求、損害賠償請求をすることができます。

まず、工業デザインについては、「意匠権」で登録できます。中小企業の場合、製品の中の一部を担当し製造

している企業が多いですが、これらの部品についても、独創的な意匠がある場合、登録が可能です。たとえば、数珠のフサ留め具やはさみの留め具について、創作的な新しい形状を考案、制作したようなものは、新しい意匠として、申請できます。また、デザイナーの領域となりつつある、コピー機やデジタルカメラ、携帯電話の操作上の画面のインターフェイスデザインについても、平成19年の法改正により意匠登録が可能となっています。このように、一つの製品でなくても、創意工夫がなされ、美的な形状、模様、色彩が施されていれば、部品、製品の一部分も意匠登録できる可能性があるため、多くの企業で検討する必要があるのではないのでしょうか。

次にブランドですが、「文字、図形、記号もしくは立体形状もしくはこれらの結合や色彩との結合」は、「商標」で登録できます。最近話題となっているのが、平成17年の商標法の改正によって条文化された地域ブランドといわれる地域団体商標です。京都府では既に53件(平成20年7月29日現在)が登録され、全国トップの登録になっています。これは、京都という地域の強みを活かすチャンスといえます。商標による権利化と合わせて品質向上や顧客に訴求できるデザインの強化を図ることによって、相乗的な効果が期待できます。

●経営資源、知的財産としてデザインを考える

デザインは、ヒト、モノ、カネ、情報に続く第5の経営資源といわれています。これまで、特許に結びつくような新技術開発には縁遠く、知的財産なんてと思われるれていた伝統産業に携わる中小企業においても、デザインやブランドの価値を再認識し、知的資源として戦略的にとらえ、その知的財産を権利化し保持することによって、より強固でオリジナルな事業戦略を計画立案することができ、さらに京都にふさわしい「知恵の経営」を図ることが可能となります。

【お問い合わせ先】

京都府中小企業技術センター
 企画連携課 情報・デザイン担当

TEL:075-315-9506 FAX:075-315-9497
 E-mail:design@mtc.pref.kyoto.lg.jp