

意匠公報によるデザイン開発手法の提案

平野 聖

A Proposal for a Method of Design Development by Using the Design Gazette

Kiyoshi HIRANO

キーワード：意匠法，意匠公報，デザイン開発，意匠マップ

概 要

40年ぶりに改正された意匠法の内容を理解した上で，登録意匠公報を利用した「意匠マップ」の作成による，有効な権利形成に結び付くようなデザイン開発の方向性に関するサジェスションとその手法について提案する。

1. はじめに

1999年1月1日，40年ぶりに意匠法が改正された。改正前の意匠法は，日本経済が戦後の壊滅的な打撃からようやく立ち直りかけた1959年に制定され，いわば先進諸国に追い付くための法律という側面を持っていた。その性格が端的に表われていたのが「世界公知制度」の採用である。これはある意匠に対してその意匠が出願される以前に世界のどこかで同一または類似の意匠が存在した場合は，それを理由に登録しないというものであって，輸出立国たらしめた日本にとって「模倣盗用天国」というイメージを払拭しようとの意気込みを感じさせる条項であった。これに対して今回の改正では，「日本国内又は外国において公然知られた」形状等に基づき容易に創作された意匠は登録されないとの「創作容易性水準の引き上げ」がなされたことから分かるように，いわばデザインで世界をリードするための基盤作りとしての法律に生まれ変わった。また，1999年3月31日から特許庁ホームページ(www.ipdl.jpo-miti.go.jp/indexj.htm)上にある特許電子図書館より「登録意匠公報」が自由に閲覧可能となった。今回の意匠法改正を織り込んだ上で，この意匠公報を利用した「意匠マップ（意匠の類似関係をマップ化したもの）」の作成によるデザイン開発支援システムの構築の

可能性を探ることがこの小論の目的である。

2. 改正意匠法の概要

今回の意匠法改正では，以下の8項目が盛り込まれた。

- ① 創作容易性水準の引き上げ：「周知形態」に基づき容易に創作できた意匠は登録しないという旧法の創作容易性の水準を，「公知意匠」にまで拡大した。すなわち，公になったA意匠の一部分とB意匠の一部分を合体させて新しくC意匠を生み出したとしてもそれは創作が容易であったとして，登録されないこととなった。
- ② 部分意匠制度の導入：旧法では認められていなかった部分意匠（例えば陶磁器製コーヒーカップの取っ手のように，部品とは認定できない完成品の一部であって独立して取り引きの対象と認められないもの）を保護の対象とした。旧法では，部分に特徴のある意匠の場合，当該部分のみを出願する訳にはいかず全体で登録されたため，特徴的な部分を真似されたとしても，意匠全体で観察すると非類似と判断され，権利侵害を主張できないケースがままあったが，今回の改正はこれを是正できるものと期待される。
- ③ 類似意匠制度の廃止と関連意匠制度の導入：類似範囲の確認を主旨とした制度のはずが，権利範囲の拡大に資すると解釈され，行政と司法との判断のずれとも相まって，特に本意匠よりかなり後になって出願された類似意匠の権利範囲を巡って

(平成11年9月9日受理)

川崎医療短期大学 医用デザイン科

Department of Medical Illustration and Designing, Kawasaki College of Allied Health Professions

論争の絶えなかった類似意匠制度を廃止し、代わりに同日の出願でしか効果を認めない、関連意匠制度を導入した。

- ④ システムデザイン等の保護：従来「一物品一意匠の原則」の例外として認めていた「組物」の意匠の中に、複数の物品が集合して一つの意匠を構成しているシステムデザイン等を保護対象に加えた。
- ⑤ 機能のみに基づく意匠の保護除外：機能的考慮のみに基づく形態は、特許・実用新案の範疇であり、意匠法では保護しないものとした。
- ⑥ 拒絶確定出願の先願の地位の喪失：拒絶の確定した出願については、初めから出願がなかったものとして扱う。なお、旧法では、拒絶された意匠にも先願の地位があり、後願に同一又は類似の意匠のある場合はその拒絶理由（引例）となり得た。
- ⑦ 願書・図面記載要件の多様化・簡素化：図法として従来認められていた正投影図法以外にも、等角投影図法、斜投影図法を認めた。曲面や凹凸等の形状を特定するために必要な場合、線、点等を図形中に表わすことを認めた。
- ⑧ 特徴記載制度の導入：出願人が意匠の特徴を記載する自由を認めた。

これらのうち、出願上特に重要かつ注意を要するのが、「部分意匠制度の導入」及び「類似意匠制度の廃止と関連意匠制度の導入」である。なぜならば、本人の出願でも、先に出願した意匠全体に含まれる部分やそれに類似する後日出願は排除されるからである。

(1) 部分意匠制度の導入（先願の地位の拡大）

改正法によれば、意匠の定義（意匠法第2条）に「物品の部分」を意匠に含む旨が明示され、先願意匠の一部と同一又は類似の後願は登録されない旨規定されている（意匠法第3条の2）。これはすなわち、全体意匠が先に出願されており、後日その全体意匠に含まれる部分意匠を出願した場合、（出願人の異同に拘わらず）全体意匠の一部を引例に拒絶されるという意味である。したがって、出願する順番としては、「先に部分意匠を、後で全体意匠を（せめて同時に）」ということになる。なお、部分意匠を先に登録され、後日それを含む全体意匠が出願された場合は登録の可能性があるが、他人が実施すれば利用契約を結んでいない限り、権利侵害となり得る。

(2) 類似意匠制度の廃止と関連意匠制度の導入（「類似する意匠」同日出願のみ許容）

旧法の類似意匠制度にあっては先に出願した本意匠に対して、本意匠の権利が存続している限り、後日いつでも類似意匠登録出願が可能であった。しかし、関連意匠は本意匠と同時に登録しなければならない（意匠法第10条）。すなわち、先に出願した自己の意匠に類似する意匠を後日出願した場合、先の自己の出願を引例され（本人であるにも拘わらず）拒絶されることとなる。これは従来の大方の出願方法に、大幅な修正を迫る改正である。例えば、自動車のようにマイナーチェンジを繰り返すデザインの場合、旧法の類似意匠制度を利用すればオリジナルデザインを本意匠で登録しておき、マイナーチェンジ毎にそれを類似意匠出願しておけば済んでいた。ところが、今回導入された関連意匠制度では類似する意匠も、一括して同時に出願しておかなくてはならない。したがって、マイナーチェンジデザインについてもあらかじめ準備し、オリジナルデザインと同時に登録しなくてはならないため、かなりの長期的視野でデザイン開発を見通す必要が生じる。

3. 意匠マップの概要

特許庁意匠審査官は、審査の必要上「意匠マップ」を作成することがある。これは担当分類の意匠の類似関係を把握し、審査の類否判断（類似しているか否かの判断）に過誤を生じないようにすることが主たる目的である。作成に当たっては、該当分類に関係する本意匠（または独立の意匠）、（類似意匠制度もしくは関連意匠制度上の）類似意匠、（引例ありとして）拒絶された意匠、引例の意匠、（引例とまでは行かないがかなり類似度の高い）参考意匠、（引例拒絶を不服として）審判請求された意匠、上記審判請求後審決に記載された（引例あるいは参考）意匠、場合によっては意匠権侵害訴訟等の判決で示された意匠といった広い意味での「類似関係」にある各意匠を網羅し、その関係を一目瞭然に理解可能とすることに傾注しなくてはならない。同時に、類否判断に重要な役割を果たす「意匠の要部」がどこかを明確に表わす必要もある。そのために、通常各意匠を模造紙等に時系列で配列し貼り込んだ上で、マーカー利用による色分け識別、類似関係を表わす実線、参考関係を表わす破線その他矢印、記号等の工夫が各自でなされる。理想的には該当分類の最古の意匠から最新の意匠までを網羅すべきであろうが、

分類によっては量が膨大になりすぎるし、費用の面からも過去数年分の意匠マップの作成で済ませることが多い。それでも時間と手間がかかるが、いきなり該当意匠の審査に入るよりは、類似関係情報が整理された状態で頭に入っているため、審査官に課せられた最重要使命たる「迅速・的確」な審査に資すること大である。また、技術革新等に伴い意匠的にもドラスティックな変化が生じ、過去の流れとの断絶が見られるケースも多い。そういう場合は、それ以上古いものは代表的なものをいくつかピックアップするだけで十分である。なおここにいう「引例ありとして拒絶された意匠」を含め、「拒絶が確定した出願」及び「放棄された出願」については、一般には公開されていない秘密情報のため、特許庁審査官以外の者が意匠マップを作成しても全部の情報を網羅することはできない。ただし、前述したように現在は拒絶が確定した出願等については、その「先願の地位」が剥奪されたことにより、引例として使用されることがなくなったため、出願前の調査を念入りに行っておけば、不意打ちのような拒絶理由

通知を受け取る確率はかなり減少した。と同時に、「拒絶確定先願に類似した後願意匠」も登録の可能性があるため、特許庁外から類似関係を調査する場合でもブラックボックス部分は将来的に縮小方向にあるといえる。

4. 意匠マップによる分析手法

前述した意匠マップにはバリエーションとして以下のカテゴリーが挙げられ、類否判断のみならずさまざまな意匠情報分析に利用が可能である。

(1) 時系列マップ

対象とする分野のデザインの変遷を網羅的・全体的に把握するために、年表のように時間軸に沿って、出願順に類似意匠群を模造紙等に並べて行く(図1)。この際注意しなくてはならないのは、登録順ではなくあくまでも出願順に並べるということである。これは、出願から登録までの時間は一定ではないため、登録日を基準にすると前後関係がでたらめになる危険性が高いからである。また、後で出版物等の公知資料を追加

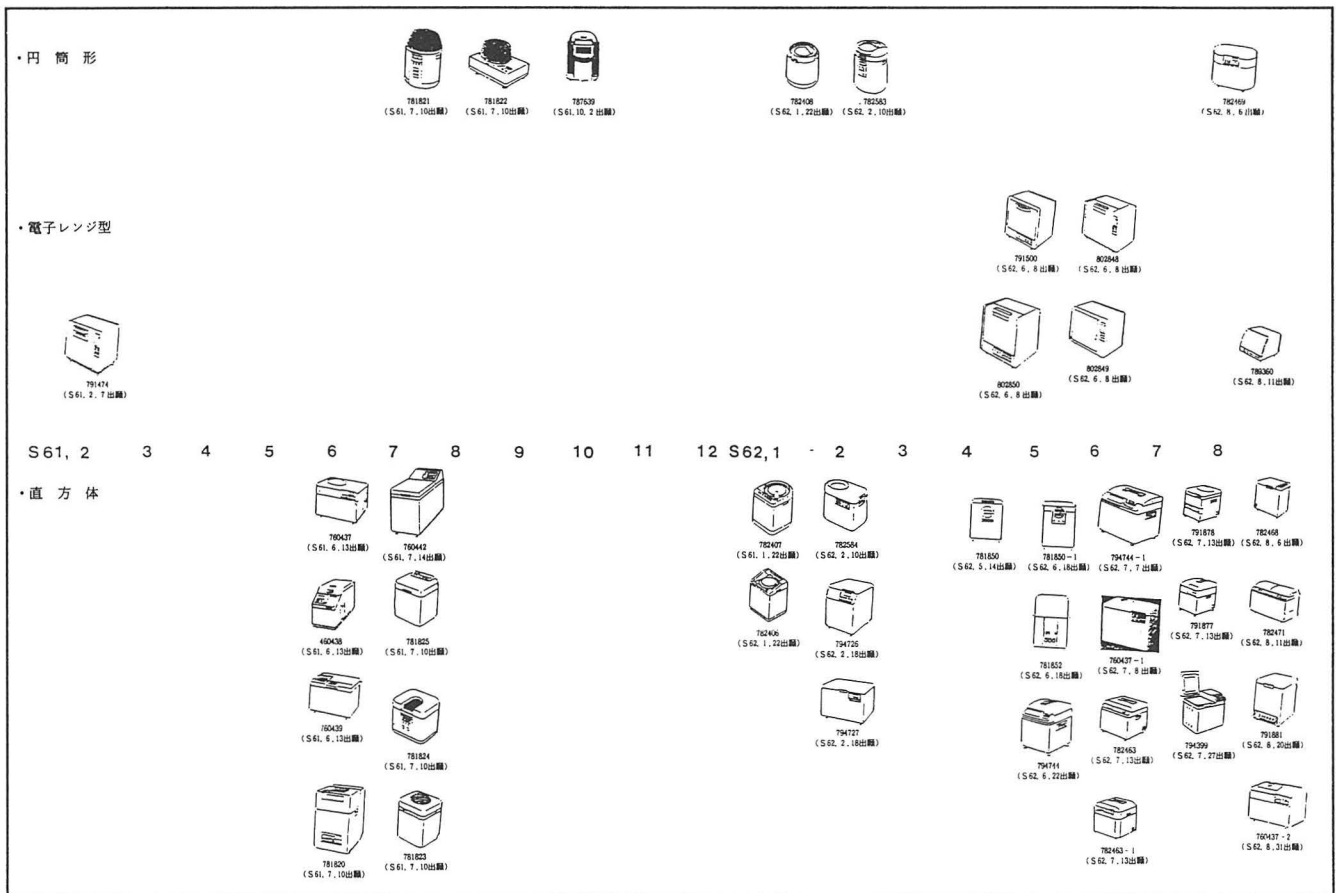


図1 時系列マップ

で貼り込んだり、全体を一目で把握したりする都合上、なるべく面積的に余裕のある模造紙の利用が便利である。したがって、何葉にも渡る、本のような体裁は好ましくない。企業等では秘密保持の観点からも、複写のしにくい特大マップが安全であろう。貼り込んだ意匠群には類似関係、競合関係、突然変異的なドラスティックチェンジ等分析に必要な情報を分かりやすくマークしておく（例えば、類似するものがまったくない孤高の存在、あるいは類似意匠がたくさん付き一大グループを成しているものを大きな円で囲む等）。マップ作成による効果としては、相互影響等も含んだデザイン変遷という「流れ」の可視化、一覧化による一目瞭然性（コンピュータにはない特質）、時間軸単位の意匠群の粗密から推し測れる統計性、デザイン上の空白地帯の発見及び意味付け（経済的価値の有無等検討）等を挙げることができる。分析・評価に当たっては、例えば以下のような観点から検討することが可能である。5W1H（出願人、出願時、国籍、分類等）、類似関係、参考関係、「流れ」のどの時点、技術開発や周辺意匠の影響、どこがオリジネーターか、現在どこが主導権を握っているか、分野全体として伸びるか、ドラスティ

ックチェンジは起きたか（起きるか）、経済の影響を受けているか、デザインは収束しているか、拡散しているか、乱立しているか、空白地帯は使えるか等。

(2) 各社別マップ

時系列マップから出願人をキーに並び変える。出願人別に上記と同様の検討をすることで、各社の動向（今までの流れ、今後の方向性等）を掴むことができる（図2）。

(3) 形態別マップ

時系列マップから形態あるいは部分に着目して並び変える（図3）。細部にはとらわれず全体の形状が共通するもののみを抽出し検討を加えると、どのタイプが主流となっているか、どのタイプが異端か、あるいはマップ上にはまったく見えない架空の基本形が想定し得るかといった、大きな流れをつかむことができる。逆に全体形状は無視し、特徴ある部分に着目してマップを再編してみると、「部分」の影響力が浮かび上がる。旧法では部分の模倣は野放し状態であったので、例えばノートブックパソコンにおけるトラックボールやトラックパッドに着目して分析してみれば、その普及の仕方が一目瞭然である。

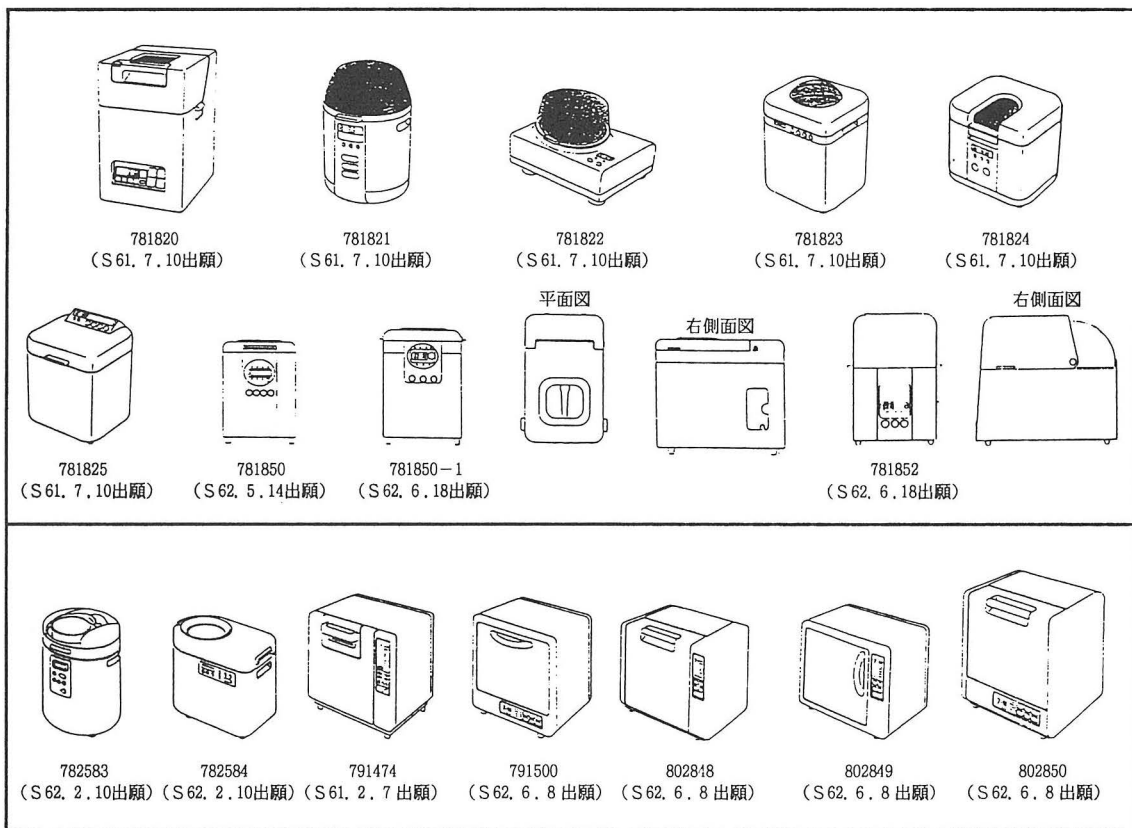


図2 各社別マップ

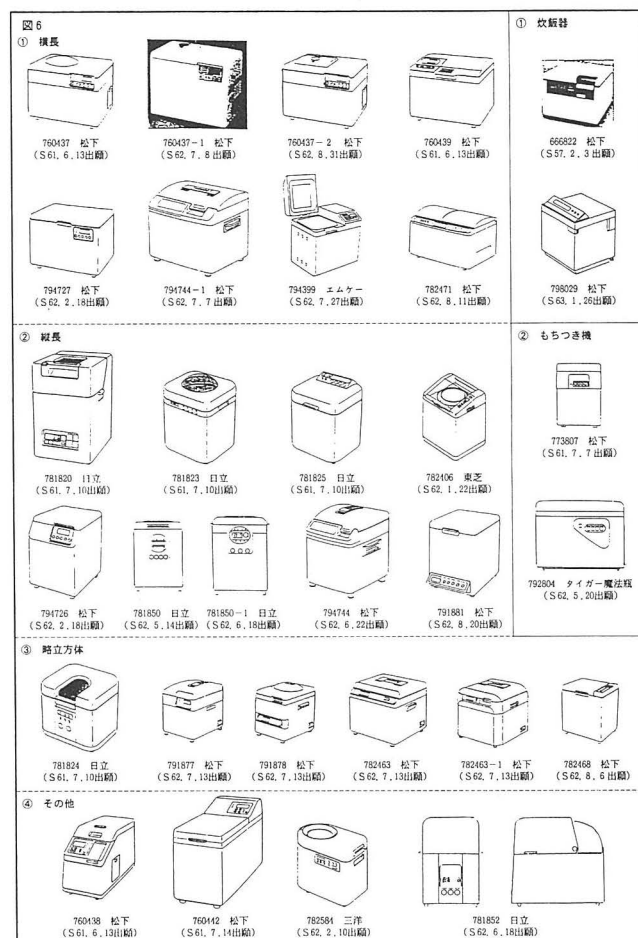


図3 形態別マップ

(4) 関連物品との相関関係

関連物品のマップも作成し、重ねて考察してみる(図4)。例えば対象分野がホームベーカリーであれば、その関連物品である炊飯器や餅付き器も同時に検討し、相関関係を探る。これはラジオとカセットレコーダーを合体させ、ラジカセを創造するような多機能製品の開発のデザイン開発にもヒントを与え得る。

5. 戦略的意匠管理

以上見てきたように、意匠マップは審査上の便宜に供する以外にも、役立つものである。さらに有効に利用すれば、意匠管理を戦略的に行うことができ、ひいてはデザイン開発上の海図の役割を果たすことも可能となる。ただし、海図のみでコンパスがなくては航海はできない。大方針は経営理念に基づく経営方針等に表われるはずであるが、それをかみ砕いた上で、今までの自社の方向は正しいか、他社は何を狙っているか、今後の方向はどうなるかといった観点から海図(=マップ)を読み取り、舵取り(=デザイン開発)をしなく

てはならない。すなわち、単なる「分析」を超えた「予測」が可能な情報加工でなければ価値は小さい。以上の視点に立って、マップ作成上考慮すべき観点をもう少し詳しく説明すれば以下ようになる。

- ① 自己の意匠が占める意匠的位置、権利面での位置、大きさ・強さ：デザイン的な流れの中で自己の意匠がどこに位置しているのか、また、権利的にはオリジネーターなのかフォロワーなのか、権利の大きさ・強さはどうかに留意する。
- ② 意匠相互の権利上の優劣/強弱、未開拓領域の提示、係争の状況と対策の明示：自社と他社との、あるいは他社同士の相互の意匠上の権利の優劣/強弱を検証し、マップ上の空白地帯に表われ得る未開拓領域を発見し、それを意味を持たせたものとして提示しなくてはならない。また、権利関係で最重要視しなくてはならない係争の状況とできれば見通し・対策を明示できれば望ましい。
- ③ 現在目的とするデザイン開発方向と意匠情報との関連の明示：現在目的とするデザイン開発の方

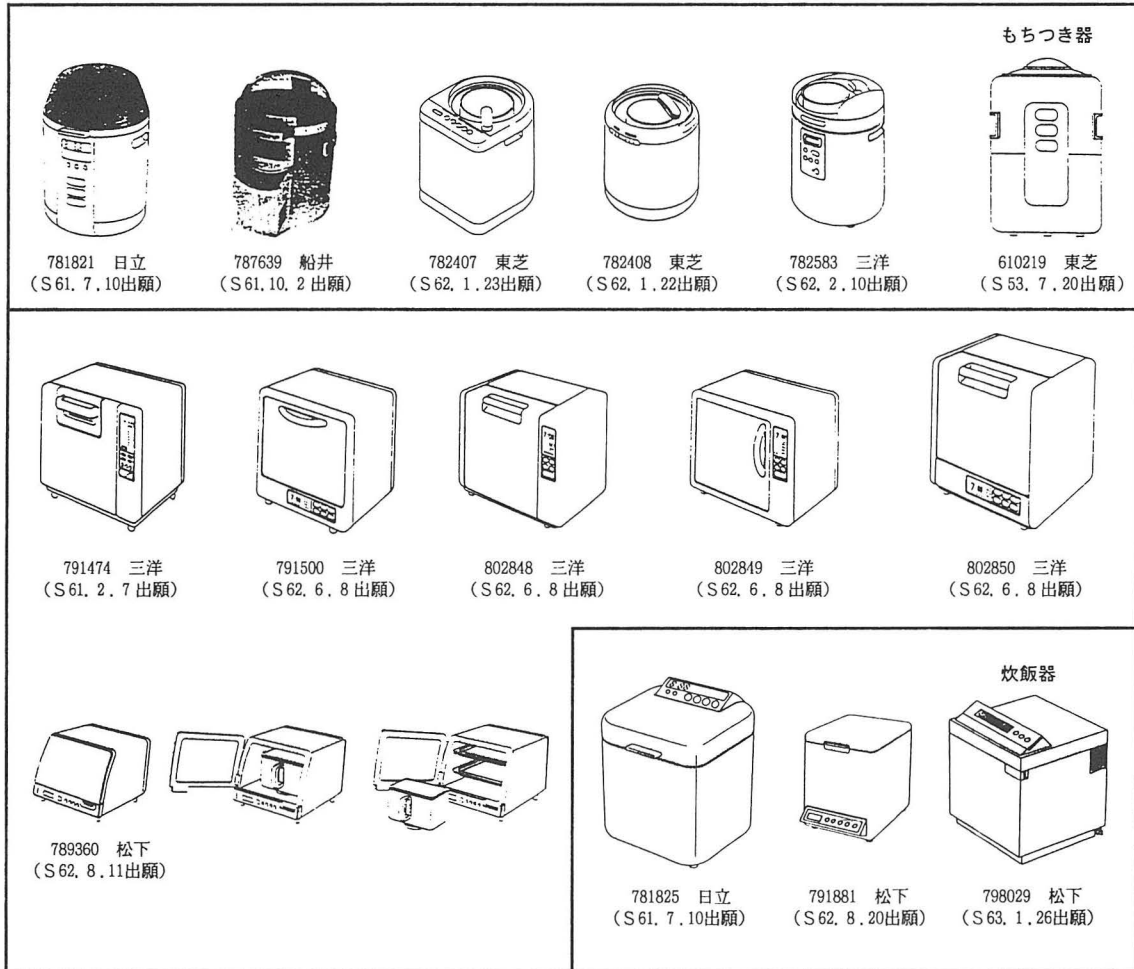


図4 関連物品との相関関係

向性と、関連ある意匠情報は明示しておかなくてはならない。すなわち、過去の出願例（登録例）の中から関連ある意匠をピックアップするのはもちろん、今後の開発デザイン/出願意匠をどこに位置付けるのかをマップ上に明示する必要がある。そして、当該意匠に査定が下った段階で自分の予測が正しかったかどうかを検証することが重要である。特に引例で拒絶された場合は、その妥当性も含めて子細に検討する必要がある。

- ④ 意匠とデザインの相違を認識する：意匠とデザインには概念上、若干の相違がある。デザインを権利範囲の観点からとらえ直したものが意匠である。デザインが最初にあり、出願という手続きを経て意匠に変身するとも言える。デザインは創作者が問題となるが、意匠はむしろ出願人が重要な項目となる。意匠上オリジナルかフォロワーかというのは、あくまでも現象的に見た場合、後願が類似しているか否かということであり、デザイン

ーが実際にオリジナルを参考にしたかどうかは関係ない。偶然の一致で類似したものを開発することは、当然起こり得るが、場合によっては無駄な重複開発にもなりかねないこうした現象をなるべく回避するに際しても、マップの有効利用が考えられる訳である。次に、戦略的意匠管理につなげるマップ作成の基本的考え方について述べる。

(1) デザインの流れ

デザインもマクロな視点でとらえると技術同様「誕生、発展、衰退、消滅」といった一連の流れがある。ただ、リバイバルやレトロブームのように過去に戻ったような回顧的なデザインも存在するが、オリジナルと雰囲気は似せていても技術の進展を反映させている部分が必ずあるので、過去と同一のレベルではとられない場合が多い。また、一般論としては当該意匠分野がある程度飽和状態にあり、新規なデザインが生まれにくい状況で回顧的なデザインが受け入れられるようである。イメージ的には、技術が垂直に発達をす

るととらえるならば、デザインはらせんを描いて少しずつ上昇しているのであるが、現象的には行きつ戻りつしているようにも観察される。いずれにせよ、当該意匠が現在「流れ」のどの時点にいるのかを正確に把握することは、自分の位置を知ることであり、極めて重要である。

(2) 現状分析

当該意匠分野に属する意匠公報を網羅し、個別的に観察した現象面から原理・原則等の結論を導くことが多い現状分析は帰納法的手法となる。

(3) デザイン予測

現状分析により得られた原理・原則（法則）から、今後のデザイン動向を予測するのは、演繹法的手法である。ただし、そこから新しいデザイン開発を打ち出す段階になると、優れたインスピレーションが必要となる。

(4) 布石（部分意匠の活用）

今回の改正意匠法で導入された「部分意匠」を利用して、デザイン開発の上でいち早く布石を打ことが可能となった。つまり、特徴的な「部分」がデザイン開発中に出現したら、デザインマップで確認した上で、すかさず出願しておくのである。全体のデザインが完成していなくとも部分のみで出願できるのであるから（しかも前述したように、全体意匠を出願した後ではそれに含まれる「部分意匠」は拒絶されてしまうのであるから）、早め早めに出願し権利化しておくことが肝要である。そして、その中から需要者にアピールできたり、購買意欲をかきたてる部分を発見した場合には、それを全体意匠の変化に拘わらず常に嵌め込んでおく。うまく行けば、トレードマークのように機能させることが可能である。なお「部分意匠」は、利用の仕方によっては、特許における「多項制」と同様の効果を得ることも可能と思われる。一つのデザインの中に権利化された部分をちりばめることによって、権利の束として機能させることが想定できるからである。複数の「部分意匠権」を包含する全体意匠の権利となれば、非常に強い権利として機能し、フォロワーを排除できるはずである。

(5) 囲い込み（関連意匠の活用）

部分意匠を早めに出願し布石を打った後は、バリエーション展開した全体意匠（当該部分意匠を含む）を関連意匠制度を利用し、権利上なるべく広い面積をカバーできるよう複数出願しておく。これは、部分意匠のみの権利よりもそれを含む全体意匠の方が権利が大

きく、しかもそれが複数有機的に構成できる関連意匠で押さえておけば、権利範囲をより一層強化・明確化でき、フォロワーを振り切ることが可能だからである。ただし、これを可能とするにはデザイン開発をかなり計画的にできる必要があり、旧法時代のように、モデルチェンジ毎に類似意匠出願をしてこと足れりとしていたような場当たりの対処の仕方では対応できない。また、従来あまり出願されることのなかったドリムデザインのなもの、今後はふるいにかけ確実に自らの目指す方向性と合致する、あるいは将来トレンドになる可能性があると踏んだなら、より現実的なデザインと同時に関連意匠出願しておく必要がある。似たようなデザインが現実となった時には、もう登録できないのであるから。

(6) 拒絶確定出願の先願の地位剥奪に伴うブラックボックス部分の縮小

旧法時代には、非公開の拒絶確定先願意匠による引例が認められていたため、出願前にいくら念入りに調査しても、このブラックボックスに引っかかって拒絶されることがおもうにしていた。しかも、拒絶確定先願意匠を引例として拒絶された意匠がさらに次の類似する出願の引例として引かれるという、いわゆる「拒絶の連鎖」が延々と続く可能性があった。この連鎖が起きると、意匠マップを作成しても、マップ上に表われる空白部がだれも参入していない未開拓の領域なのか「拒絶の連鎖」に伴う立ち入り禁止区域なのか判然としなかった。拒絶確定先願意匠自体は未だに非公開ではあるけれど、引例として使用されなくなり、「拒絶の連鎖」が断ち切られたことにより、マップ作成に障害となるブラックボックスは随分小さくなったと言える。

(7) 発展期をながらえさせるために

従来の我が国デザイン開発の在り方は、ヒット商品が生まれるや否やライバル各社も我勝ちにその市場に参入し、短期間で陳腐化を招き、オリジネーターもフォロワーも共倒れという轍を踏み続けて来た。これを防ぐには、デザインの流れにおける誕生から発展まで、特に発展期をながらえさせることに努めなくてはならない。それには、意匠権を効果的に利用した他社参入の阻止（例えば富士フィルムの「写ルンです」は、発売以前に類似意匠群を大量に出願し、権利のバリアを広く張っていた）、効果的モデルチェンジ（例えば、ソニーの「ウォークマン」は、魅力的な新製品を繰り出すことによって、追従する他社を振り切ることに成功

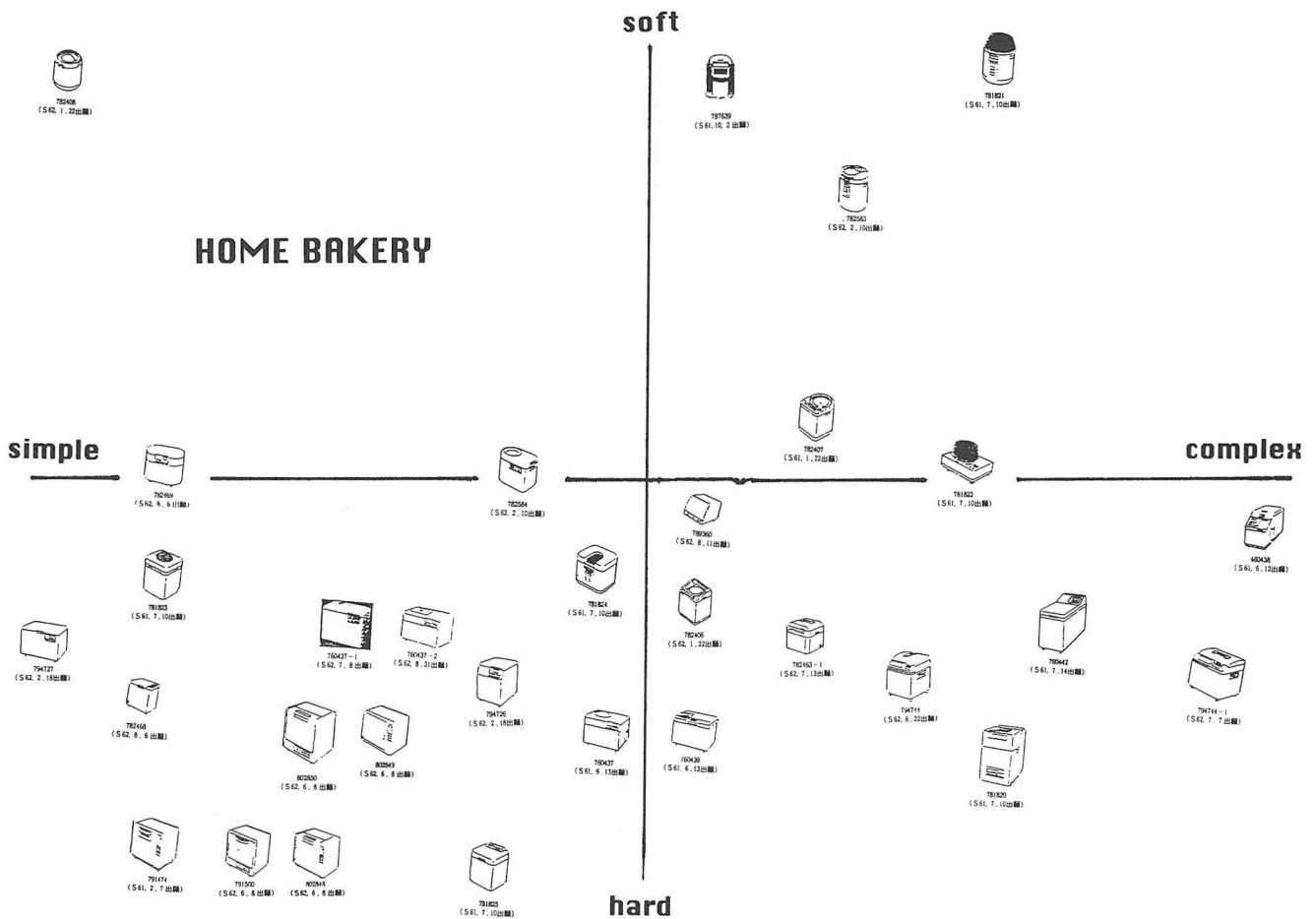


図5 戦略的意匠マップの例

した), 技術開発等に伴うドラスティックチェンジのデザインへの反映 (例えば, シャープの「液晶ビューカム」は, コンパクトビデオカメラに高度な技術を必要とする超小型モニター用液晶画面をドッキングすることにより, 新たな需要を掘り起こした) といった戦略的手法が必要になる。

6. 戦略的意匠マップ作成の手順

(1) 調査目的の決定

単純に時系列で意匠を並べたマップを作成しただけでも, 現状把握にはある程度の効果を期待できるが, 目的を明確にしておかないと将来予測等に役立てることは難しい。ここで言う目的とは, 例えば新しい市場を開拓したいのか, 権利の空白地帯を発見したいのか, 権利のせめぎ合いの起こる可能性を探りたいのか, といったことである。市場観測には, 対照的なキーワード(ソフト↔ハード, シンプル↔コンプレックス, 等)を両端に置き, 水平軸, 垂直軸で区切った4つのスペ

ースに対応する意匠を貼り込んで行くデザインマーケティング手法の応用が有効である (図5)。その際, 目的に合致したキーワードの選定が成功への第一歩である。

(2) 対象意匠分野の選択

対象分野を選定する。その際考慮しなくてはならなかったのが, 「部分」に着目する必要性の検討である。従来の意匠を構成する「部分」に, 特徴的なものがなければ (例えば運動用具類のように比較的単純な道具類) 考慮する必要も少ないが, 操作部, 表示部等に特徴的な部分の表われやすいもの (例えば家電製品, コンピュータ, 自動車用計器パネルといった機器類) については, 注意しなくてはならない。

(3) 意匠情報の検索・調査, 公報抽出

意匠分類(Dターム), 出願時, 登録番号等をキーにコンピュータ上で検索する。画面上で閲覧できるのみならず, 意匠公報抽出, ダウンロード, プリントアウトも可能となった。ところで, 改正法に対応するため

には、「部分」での検索も自由にできることが必要である。コンピュータ検索により抽出した意匠について特徴ある「部分」に着目し、全体意匠とは別の独自の検索タームを付与し、必要に応じて「部分」から抽出できる仕組みを整えると、非常に有効である。

(4) 評価基準選定, キーワード選択, マップの体裁決定, 意匠公報貼り込み

例えば「年齢層」という評価基準を設ければ、「ヤング→オールド」といったキーワードが選択されよう。今後のデザイン開発に役立たせるためには、なるべく新たなアイデア創出可能性の高いものを評価基準に選定することが重要である。マップの体裁は評価基準、キーワードが決まれば、自然と決まる。評価軸が1本の場合は絵巻物のように横に長くなり、2本の場合は正方形が十文字で4等分されたような形式となる。そこに、抽出した意匠公報を貼り込んで行く。

(5) 分 析

マップが完成したら、気の付いたことを書き込みながら分析して行く。権利関係（権利に関する表現…強い、広い、侵害している、カバーしている、回避している等）、マーケティング関係（ヒット、ロングラン、不発、リバイバル等）以外にも技術関係、経済関係といった視点からの分析、書き込みが有効である。なお、頻繁に使用される用語等については記号化し、統一して運用することが作業効率の観点からも望ましい。

7. 戦略的意匠マップの実例

特許庁審査官の作成する意匠マップは、通常「図」のみあるいはせいぜい「記号」を付加するくらいで極めてシンプルなものであるが、個人のメモ代わりと考えばそれで十分用が足りる。しかし、戦略的意匠マップの場合は、デザイン開発、意匠管理等関係部署あるいは経営スタッフといった第三者に理解可能でなくてはならない。そこで「図」、「記号」「文章」等を駆使して、関係部署当事者間で意匠マップを媒介とした共通認識を持たせる、すなわち情報を共有できる方策を取る必要がある。そこで分析用語、記号等を参考までに括弧内に例示しておく。

(1) 目的の設定

意匠マップは目的に応じた情報加工に利用が可能である。どの部分要素に着目すべきか、またその目的を明確にしなくてはならない（例：「用途」に着目し、市場開拓を目的とする）。以下に実例を挙げて解説する。

(2) 用途分析マッピング（例：公共↔個人、女性↔男性、アマチュア↔プロ）

用途に着目して分析を行う。例えば同じ「はさみ」でも、裁縫用、文房具用、理美容用、料理用、医療用といった用途によってデザイン開発の方向性は異なる。

(3) 機能分析マッピング（例：単純↔複雑、単機能↔多機能、高級↔貧弱）

機能に着目して分析を行う。例えば、「切る」という機能に着目すれば、上述した「はさみ」は全て含まれるし、ナイフ、のこぎり、レーザーカッターといった広範なものがその対象となろう。また図のみでは判別しにくい「操作、表示」といった機能を司る部分と単なる模様とは区別しなくては、正しい分析・評価は行えない。

操作部（例：オン/オフ、ボリューム、チャンネル、風量、温度設定、前進/後退）、表示部（例：点灯、点滅、反射）

(4) 形態分析マッピング（例：ソフト↔ハード、ウォーム↔クール）

形態的特徴の観点から分析を行う。例えば、丸みを帯びている、角張っているといった全体のおおまかな印象から、円柱、角柱といった基本形の相違、あるいは、模様の有無、相違といった細かい部分まで、着目する要素は幅広い。分析にあたっては、用途、機能と比較して、ことばに置き換えにくい感覚の領域だけに、個人差によるブレの出にくいように意思統一を図ることが肝要である。

面（例：丸、角、アール、面取り、平面）、立体（例：円柱、角柱、円錐、角錐、球）

(5) 権利範囲検討マッピング

権利範囲の観点から、各意匠の関係を表わす。どのようなマッピングを行うにしても、権利に関する情報を盛り込んでおかななくては、ほとんど価値がない。単なる市場調査なら、カタログ等の公知資料のみで十分だからである。

権利関係（例：侵害×、類似ー、参考…、非類似↔）

(6) 多重分析マッピング

例えば、時系列で並べた意匠マップに上記複数種類の分析をそれぞれトレーシングペーパーで行い、それを重ねて検討したり、水平軸、垂直軸に各々別ジャンルの評価項目を置くことも可能である。

8. おわりに

以前は、特許庁外からの意匠情報の収集には、多大

な労力と時間それに費用がかかった。それが今や、特許庁ホームページを利用し、居ながらにして(無料で)情報提供を受けることが可能となった。情報収集に掛けていた精力を、情報加工にシフトすべき時代となった訳である。ここで重要なことは、創造へのステップに役立つ情報加工としなくてはならない点である。単なる現状分析に終わらせないためには、上述したようにマップ作成の目的をはっきりさせることが第一である。今回の試案をもとに、今後実際例を展開して行き、より実践に役立つデザイン開発支援システムの構築を

目指したい。

文 献

- 1) 平野 聖：意匠公報に見るデザイン開発, 特許166：52-60, 1992.
- 2) 中村茂弘：攻めの特許とパテントマップ, 東京：(株)発明協会, 1993.
- 3) 日経デザイン編：デザインの紛争と判例, 東京：日経 BP 社, 1998.
- 4) 加藤恒久：改正意匠法のすべて, 東京：日本法令, 1999.