

## はじめに

令和元年に意匠法が大幅に改正され、令和2年4月より一部を除いて施行されました。

改正意匠法及び改訂審査基準の詳細、解説等については特許庁からの情報やテキストが多数公開されていますのでそちらを参照していただくこととし、本稿では、改正法及び改訂審査基準の解説というよりはむしろ、実際の出願、意匠管理の実務上の留意点を中心に解説することを主眼としていきたいと思っています。

もちろん、まだ、改正法も施行されたばかりで、実際の審査はこれからということで、今後いろいろな事例や判例が出ることにより明確になる部分が多いとは思いますが、現時点で筆者の考え得る範囲で検討をしていきたいと思っています。

筆者の理解不足、特許庁の運用の確認が済んでいない部分もあるかと思いますが、新たな意匠法を利用する際の参考としていただければ幸いです。

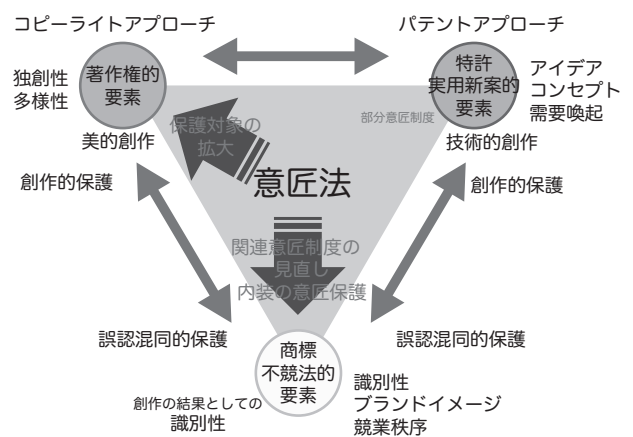
## I. 主な改正項目

1. 意匠法の保護対象の拡充物品の形状等に加え、建築物の形状等、画像も保護対象とする
2. 内装の意匠の導入
3. 関連意匠制度の見直し
4. 意匠権の存続期間の見直し  
登録から20年 ⇒ 出願日から25年

今回の改正は、「意匠」の定義が見直され保護対象に初めて物品以外のものが含まれるという非常に画期的なものとなっています。また、関連意匠制度

が大幅に拡張され、実質的に新規性の例外が10年に延長され、創作保護法としての意匠法も大きく舵を切った感もあります。

### ●図1 ブランドによる美的創作やブランドイメージ強化を支援



そもそも意匠法は、その保護の内容や手法において、特許的な側面、著作権的な側面、商標的な側面を併せ持った法律であると考えますが、今回の改正では、より著作権的な側面、商標的な側面が強くなったものであると整理できます。

今回の改正では、「デザイン」と名の付くものはできるだけ意匠法の保護対象に組み込み、デザインのインセンティブを高め、企業や事業の顔としてデザインを位置づけ、ブランドイメージを維持、拡張する方向に強化されたものと言えます【図1】。

したがって、今まで意匠法の保護対象となっていなかった分野の意匠保護が図られ、新規のユーザーを獲得する契機となると同時に、継続的なデザインの活用、保護が可能になり、従来の実務に慣れた人たちも大きく発想を転換する必要に迫られています。