

平成 2 1 年度 意匠動向調査報告書

ーマクロ調査ー (要約版)

<目次>

第 1 章	調査概要……………	1
第 2 章	意匠動向調査……………	4
第 3 章	グローバルな展開を行っていると思われる企業の意匠動向……………	18
第 4 章	意匠出願動向に影響を与えられられる経済・産業状況の調査…	24
第 5 章	総合分析……………	27

平成 2 2 年 2 月

特 許 庁

問い合わせ先

特許庁総務部企画調査課 技術動向班

電話：03-3592-2910（内 2155）

第 1 章 調査概要

第 1 節 事業目的

我が国が国家戦略として目指す「知的財産立国」の実現に向けて、デザインが果たすべき役割への期待は年々高まっており、価値あるデザインを法的に保護する意匠制度に対する期待が大きくなっている。

また、経済活動のグローバル化に伴い、今後は日本国内だけでなく世界規模での意匠出願動向等を視野にいれる必要があり、意匠に関する主要国である米国、欧州はもとより、中国、韓国などのアジアを視野にいれた出願が重要となっている。また、各産業分野ごとの状況に応じた個別具体的な対応を図ることも重要である。

本調査は、日本、米国、欧州¹、中国、韓国の登録意匠数、日本意匠分類等を基準にした各国分野別の登録意匠数を抽出することで、それぞれの国における意匠動向の特徴を分析すると共に、グローバルに活動する企業の意匠登録状況を分析するものであり、本調査の結果は特許庁における審査・審判の際の基礎資料、施策の企画立案のための基礎資料となるのみならず、企業等においても研究開発デザイン開発戦略の策定に役立つものである。

第 2 節 調査目的

本調査においては、以下の項目について調査・分析を行った。

- 日本、米国、欧州（OHIM）、中国、韓国（以下、4 カ国 1 機関を日米欧中韓と称する。）の全体及び日本意匠分類毎等の登録意匠数の調査・分析を行う
- グローバルな展開を行っていると思われる企業の意匠出願動向調査等を調査する。その企業について、主要各国・機関で登録されている意匠の状況を調査し、国際的な意匠登録の現状を調査・分析する
- 日米欧中韓における意匠動向に影響を与えると考えられる経済及び産業の状況を調査し、それが意匠動向に与えている影響について分析する。
- これらの調査・分析結果に基づき日米欧中韓の各国・機関への意匠出願等に関連する課題や出願するに当たっての留意点を整理する

¹ 欧州とは特に記述がない限りは EU 加盟 27 カ国を指す。ただし、一昨年度までの調査結果に基づく場合は、EU 加盟 25 カ国を指す。

※欧州連合（EU）加盟 27 カ国（2009 年 12 月現在）：オーストリア、ベルギー、キプロス、チェコ、デンマーク、エストニア、ドイツ、ギリシャ、フィンランド、フランス、ブルガリア、ハンガリー、アイルランド、イタリア、ラトビア、リトアニア、ルーマニア、ルクセンブルク、マルタ、ポーランド、ポルトガル、スロバキア、スロベニア、スペイン、スウェーデン、オランダ、英国

第3節 調査分析内容

各項目についての調査内容は以下のとおりである。

1. 意匠動向調査（第2部）

（1）日米欧中韓全体意匠登録状況

日米欧中韓全体の登録意匠について、以下の事項の調査を行った。

- ・ 出願先国別登録意匠数
- ・ 出願人国籍別登録意匠数
- ・ 日米欧中韓間の登録意匠数の相関関係
- ・ 日本意匠分類グループ別登録意匠数
- ・ 日本意匠分類グループ別－出願先国別登録意匠数
- ・ 日本意匠分類グループ別－出願人国籍別登録意匠数
- ・ その他、日米欧中韓全体の出願傾向を把握するのに有効な事項

（2）出願先国別意匠登録状況

日米欧中韓の各国・機関それぞれにおける登録意匠について、以下の事項をそれぞれ調査した。

- ・ 日本意匠分類グループ別－出願人国籍別登録意匠数
- ・ 意匠登録上位20者のランキング
- ・ 意匠登録上位20者の日本意匠分類大分類別意匠登録件数
- ・ その他、出願先別の出願動向を把握するのに有効な事項

（3）ロカルノ分類別意匠登録状況調査

日米欧中韓における2004～2008年のロカルノ分類毎（クラス01～33、99）の登録件数推移の調査を行った。

- ・ 出願先国別意匠登録件数推移
- ・ 出願先国別出願人国籍別意匠登録件数推移
- ・ その他、ロカルノ分類別意匠登録動向を把握するのに有効な事項

2. グローバルな展開を行っていると思われる企業の意匠動向（第3部）

外国（自国籍以外の国）で意匠登録がある企業（以下、グローバル企業と称す）の主要各国・機関への意匠登録状況等について調査を行った。グローバル企業の選定については、世界的なブランド力を有する企業、および、世界的に意匠権を活用している企業から抽出を行った。なお、調査にあたっては、定量的な調査だけでなく、世界的に意匠権を活用している企業の一部（ただし分析対象の企業に限らない）にヒアリング調査を行い、その背景と考え方を詳細に把握した。

- ・ グローバル企業における日米欧中韓での意匠制度利用状況とその背景
- ・ グローバル企業における日米韓での部分意匠制度利用状況
- ・ グローバル企業の国籍による日米欧中韓での意匠制度利用状況の差異
- ・ グローバル企業の業種による日米欧中韓での意匠制度利用状況の差異

3. 意匠動向に影響を与えられとされる経済・産業状況の調査（第4部）

日米欧中韓における意匠動向に影響を与えられとされる、経済・産業状況や、社会状況（とりわけデザインに関する状況）、商慣習、デザインに関する各国の政策を整理し、意匠動向との関係の分析（第5部）の基礎とした。

4. 総合分析（第5部）

これまでの調査・分析結果を勘案し、意匠動向に関する総合的な分析を試みた。具体的には、意匠動向の特徴と経済・産業状況や商習慣等の関係の分析、日米欧中韓の将来の出願予測を行った。また、併せて、意匠出願人に対する示唆などを整理した。

第2章 意匠動向調査

第1節 調査概要

1. 対象とする機関

日本（JPO：日本国特許庁）、米国（USPTO：米国特許商標庁）、欧州（OHIM：欧州共同体商標意匠庁）、中国（SIPO：中国国家知識産権局）、韓国（KIPO：韓国特許庁）の4か国1機関。

2. 調査項目

登録番号・公報発行日・出願日・優先権主張日・出願人・意匠分類・部分意匠の利用。

3. 調査対象

2008年1月1日～2008年12月31日に意匠公報が発行された意匠。過去数年の経年推移を見るために、各庁のデータベースを利用した検索データ、および「平成18年度意匠出願動向調査－マクロ調査－」、「平成19年度意匠出願動向調査－マクロ調査－」、「平成20年度意匠出願動向調査－マクロ調査－」のデータを利用した。

日本意匠分類においてはA～Nグループ、ロカルノ分類（第8版）においてはクラス01～31および99を対象とした。

欧州での登録件数は出願の件数ではなく、登録された個々の意匠数を単位とした（つまり、枝番ごとに1件と数える）。

4. 出願人の定義

筆頭出願人を集計の対象とした。

米国登録意匠については、「Assignee」を出願人とし、「Assignee」の記述がない場合は「Inventor」を出願人とした。

欧州については、欧州連合（EU：European Union）27か国（ルーマニア・ブルガリア含む）を対象とした。欧州連合加盟国の海外領土は含まない。ただし、2006年以前に意匠公報が発行された登録意匠数については、過去の調査の条件に従いルーマニア・ブルガリアを除く25か国とした。「Owner」を出願人とし、「Owner」の記述がない場合は「Representative」を出願人とした。

中国には、香港・マカオを含む。中国登録意匠は申請人を出願人とした。

5. 分類の付与

（1）日本意匠分類

以下の情報を用いて付与した。

- ① 特許庁によりあらかじめ付与されていたもの
- ② ロカルノ分類＋物品名から推定（欧州・中国登録意匠のみ）
- ③ 個別の登録意匠から推定（欧州・中国登録意匠のみ）

（２） ロカルノ分類

日本意匠分類－ロカルノ分類第 8 版コンコーダンスを利用して付与した。

（３） 部分意匠制度の利用状況

日本・米国・韓国登録意匠について部分意匠制度の利用件数を調査した。日本登録意匠については公報に記載された情報を参照した。米国・韓国登録意匠については公報に記載された意匠の詳細な説明に記載された文言から機械的に判断した。

第2節 調査結果

1. 出願先国別登録意匠数

図 2-1 に、出願先国別登録意匠数を示す。

日米欧中韓全体での 2008 年公報発行の登録意匠数は 313,352 件である。このうち最も多いのが中国での登録 (142,860 件、45.6%) であり、以降、欧州 (76,215 件、24.3%)、韓国 (39,685 件、12.7%)、日本 (29,031 件、9.3%)、米国 (25,561 件、8.2%) と続いている。

日本での登録は 2007 年には前年比 7.6% 減少したが、2008 年には 4% 増加した。米国・欧州・中国での登録は、2008 年には前年比 8% 前後の増加であった。一方 2007 年に前年比 31.1% の伸びを示した韓国での登録が 2008 年には前年比 1.7% と伸び率が鈍化した。

2008 年公報発行の意匠がいつごろ出願されたものかを把握するために、図 2-2 に、日米欧中韓それぞれにおける出願日－公報発行日までの期間の分布を示す。

日本での登録は、6 ヶ月～1 年前に出願されたものが全体の 75% を占めている。一方米国での登録は、非常に広い時期の出願から構成されている。欧州での登録は 40% を超える出願が 30 日以内に登録されている一方で、6 ヶ月以上前の出願はほとんど見られない。中国での登録はおおよそ 1 年前に出願された意匠の割合が高い。韓国での登録日までの日数の分布は日本と類似しているが、日本に比べて 2 ヶ月程度早い時期にピークが見られる。

図 2-1 出願先国別登録意匠数

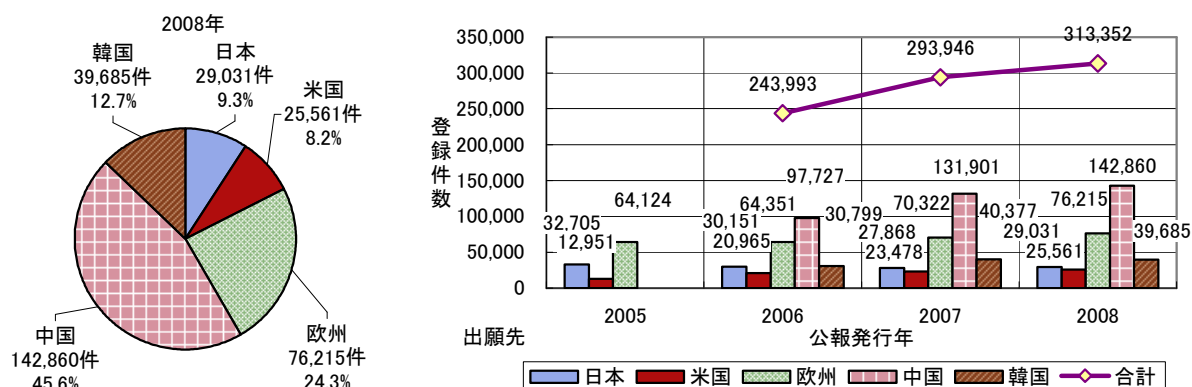
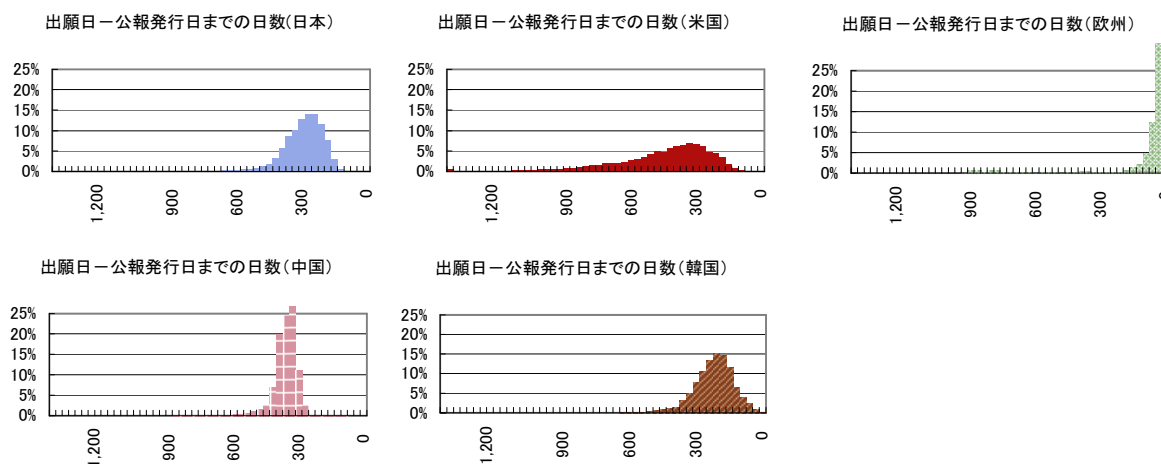


図 2-2 出願日－公報発行日までの日数



2. 出願人国籍別登録意匠数

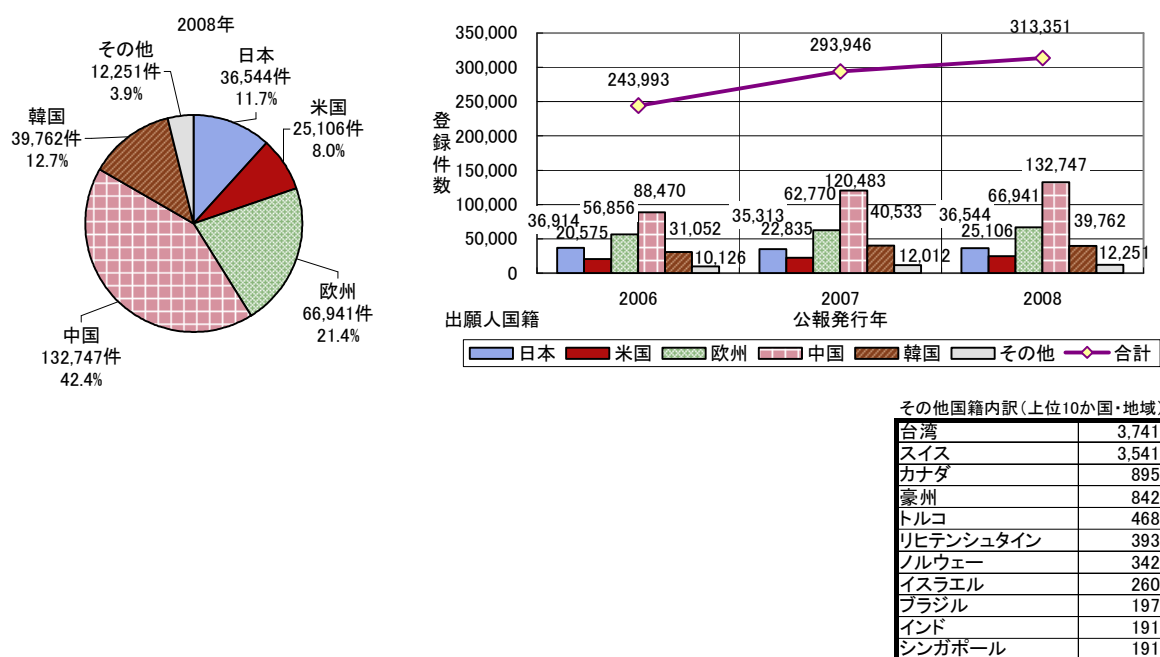
図 2-3 に出願人国籍別登録意匠数を示す²。

国籍別の登録意匠数は、中国籍（132,747 件、42.4%）、欧州国籍（66,941 件、21.4%）、韓国籍（39,762 件、12.7%）、日本国籍（36,544 件、11.7%）、米国籍（25,106 件、8.0%）、その他国籍（12,251 件、2.9%）と続いている。

米国籍出願人と中国籍出願人による登録件数は前年から 10%前後増加している。日本国籍、欧州国籍、その他の国籍出願人による登録も前年より微増している。韓国籍出願人による登録は、2006 年から 2007 年には+30.5%と大幅な伸びを示したが、2008 年には 1.9%減少した。

その他国籍については、昨年度の調査と同様に、台湾国籍（3,741 件）とスイス国籍（3,541 件）が上位に並び、以降、カナダ国籍（895 件）、豪州国籍（842 件）と続いている。2008 年の特徴として、トルコ国籍（468 件）、ブラジル国籍（197 件）、インド国籍（191 件）が順位を上げている点が挙げられる。

図 2-3 出願人国籍別登録意匠数



² 2008 年公報発行の登録意匠について出願人が国籍と住所を秘匿している例が一件あった。これを出願人国籍別の集計から除外したため、出願人国籍別の登録意匠数の総数（313,351 件）は全体の登録意匠数（313,352 件）よりも一件少ない結果となっている。

3. 日米欧中韓間の登録意匠数の相関関係

図 2-4 に、2008 年の日米欧中韓間の登録意匠数の相関関係を示す。

出願先国別に見ると、日本・中国・韓国では約 90% が自国籍出願人による登録である。

欧州でも 76.8% が欧州国籍出願人による登録である。それに対し、米国では自国籍出願人は 55.7% に過ぎない。欧州国籍 12.8%、日本国籍 11.0%、その他国籍 12.6% と続く。

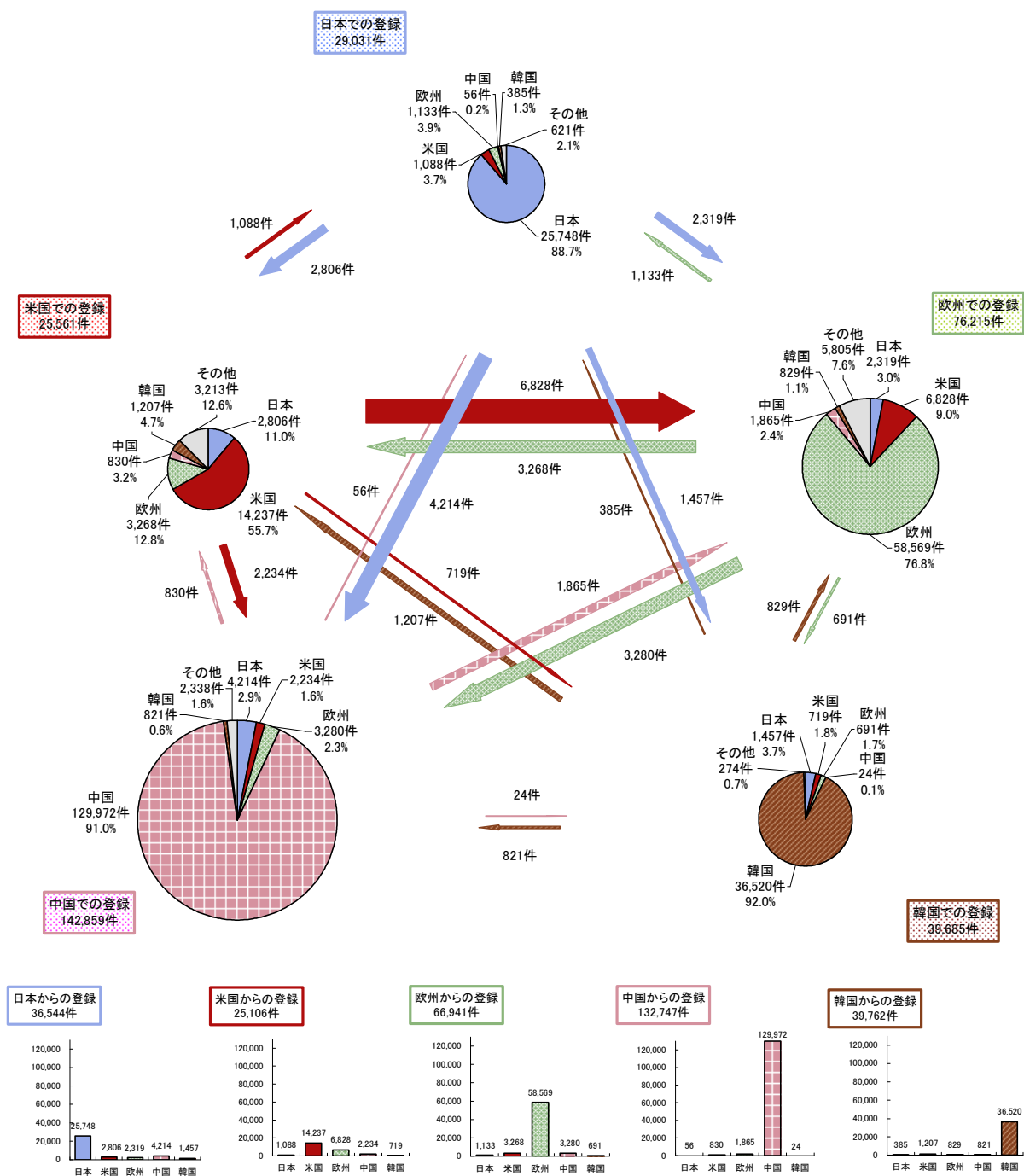
出願人国籍別に見ると、日本国籍出願人による自国での登録件数は 25,748 件である。日本国籍出願人による登録は、日本以外の米国・欧州・中国・韓国のいずれにも年間 1,000 件以上あり、自国外でも意匠登録を積極的に進めていることがうかがえる。特に中国での登録は年間 4,214 件あり、登録件数は中国籍出願人に次いで第 2 位となっている。日本国籍出願人による登録件数（「出」）と日本での登録件数（「入」）とを比較すると、「入」よりも「出」のほうが多い状況である。

米国籍出願人は、自国での登録が 14,237 件に対し、欧州での登録が 6,828 件ある。また、米国籍出願人による登録件数は、日本、中国、韓国での登録件数に比べ、欧州での登録件数が特に多い。

中国籍出願人は自国での登録がほとんど（129,972 件、97.9%）である。欧州での登録は 1,865 件あり、日本（56 件）・米国（830 件）・韓国（24 件）での登録を合計したものより 2 倍以上上回っている。

韓国籍出願人による自国での登録件数は 36,520 件である。韓国籍出願人の自国外での登録件数は 3,242 件であり、他の国、地域での登録件数はいずれも少なく、米国での登録 1,207 件を除くと、いずれも 1,000 件未満である。

図 2-4 日米欧中韓間の登録意匠数の相関関係



4. 日本意匠分類グループ別―出願先国別登録意匠数

図 2-5 に、日本意匠分類グループ別―出願先国別登録意匠数を示す。

日本意匠分類グループ別では以下の特徴がある。

A グループ（製造食品及び嗜好品）は、欧州での登録件数が多く 52.7%を占めている。次に中国での 23.9%、韓国での 13.5%、米国での 6.6%、日本での 3.2%と続く。

B グループ（衣服及び身の回り品）は、欧州と中国での登録が多く、全体の 76%を占めている。

C グループ（生活用品）は、中国での登録件数が 46.3%を占めている。次いで欧州 28.1%・韓国 11.8%・米国 7.2%・日本 6.6%の順である。

D グループ（住宅設備用品）は、中国での登録件数が 46.4%を占めている。次いで欧州 28.4%・韓国 13.0%・米国 6.1%・日本 6.0%の順である。

E グループ（趣味娯楽用品及び運動競技用品）の中国での登録件数が 42.0%を占め、以降は欧州 25.1%、米国 12.8%、日本 10.5%、韓国 9.7%の順となっている。

F グループ（事務用品及び販売用品）は、中国での登録が半数（51.9%）を占める。次いで欧州 19.9%、韓国 12.3%、日本 9.0%、米国 6.9%である。

G グループ（運輸又は運搬機械）は、中国での登録が 44.8%を占めている。次いで欧州 21.3%・日本 12.2%・米国 11.6%・韓国 10.1%である。

H グループ（電気電子機械器具及び通信機械器具）は、中国での登録が 48.2%を占めている。次いで欧州 15.0%・日本 13.5%・米国 12.3%・韓国 10.9%である。

J グループ（一般機械器具）は、中国での登録が 38.2%を占めている。次いで欧州 24.2%・日本 15.1%・米国 13.6%・韓国 8.9%である。

K グループ（産業機械器具）は、中国での登録が 45.6%を占めている。次いで欧州 20.6%・日本 12.1%・韓国 11.5%・米国 10.2%である。

L グループ（土木建築用品）は、中国での登録が最も多く 35.0%である。韓国での登録も 28.4%と多い。次いで、欧州 18.6%・日本 15.0%・米国 3.1%の順である。

M グループ（A～L に属さないその他の基礎製品）は、中国での登録が 59.2%と顕著に多い。次いで、欧州 15.5%・韓国 14.0%・日本 7.0%・米国 4.3%の順である。

出願先国別では以下の特徴がある。

日米欧中韓全体の中での日本での登録意匠数の比率を日本意匠分類グループ別に見たときに相対的に比率が高いものは J グループ（一般機械器具）の 15.1%であり、次いで L グループ（土木建築用品）の 15.0%となっている。また日本での登録件数が最も多いものは H グループ（電気電子機械器具及び通信機械器具）の 5,634 件である。

日米欧中韓全体の中での米国での登録意匠数の比率を日本意匠分類グループ別に見たときに相対的に比率が高いものは J グループ（一般機械器具）の 13.6%であり、次いで E グループ（趣味娯楽用品及び運動競技用品）の 12.8%となっている。米国での登録件数が最も多いものは H グループ（電気電子機械器具及び通信機械器具）の 5,130 件である。

日米欧中韓全体の中での欧州での登録意匠数の比率を日本意匠分類グループ別に見たときに相対的に比率が高いものは A グループ（製造食品及び嗜好品）の 52.7%と顕著な傾向を示しており、次いで B グループ（衣服及び身の回り品）の 36.1%である。なお、欧州での B グループ（衣服及び身の回り品）の登録件数は、12,030 件であり、D グループ（住宅設備用品）

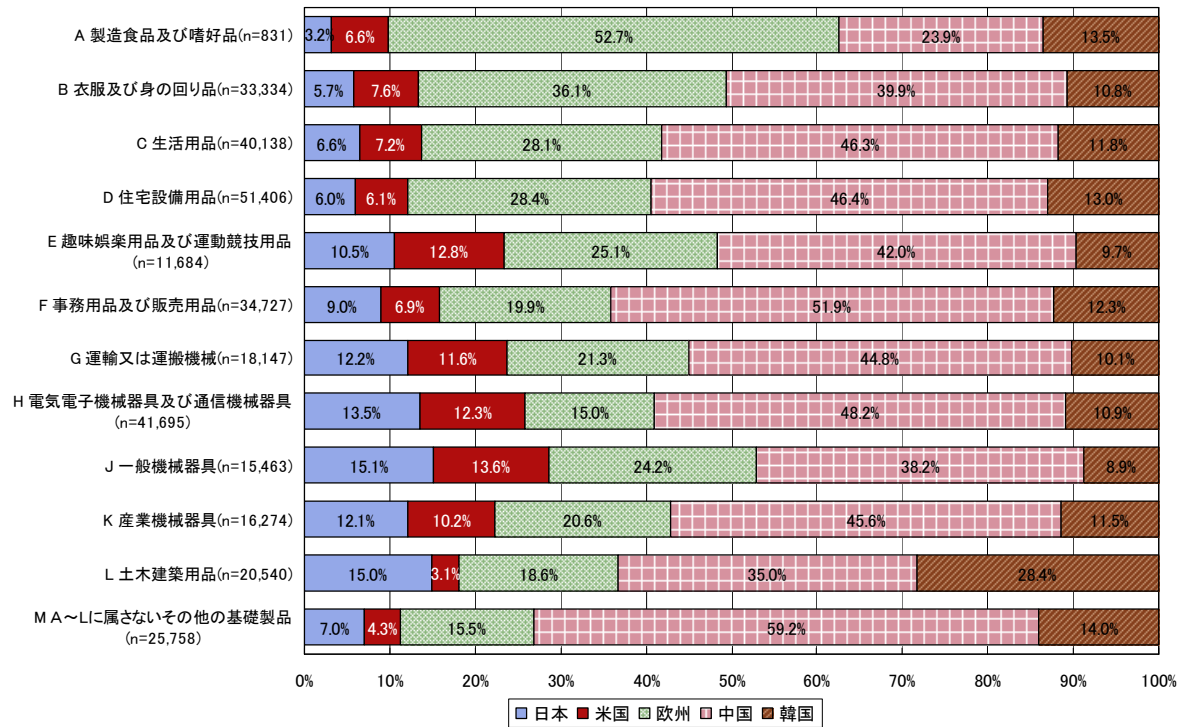
の 14,612 件に次いで多い。

日米欧中韓全体の中での中国での登録意匠数の比率を日本意匠分類グループ別に見たときに相対的に比率が高いものは M グループ（A～L に属さないその他の基礎製品）の 59.2%、次いで F グループ（事務用品及び販売用品）の 51.9%である。中国での登録件数が最も多いものは D グループ（住宅設備用品）の 23,867 件である。

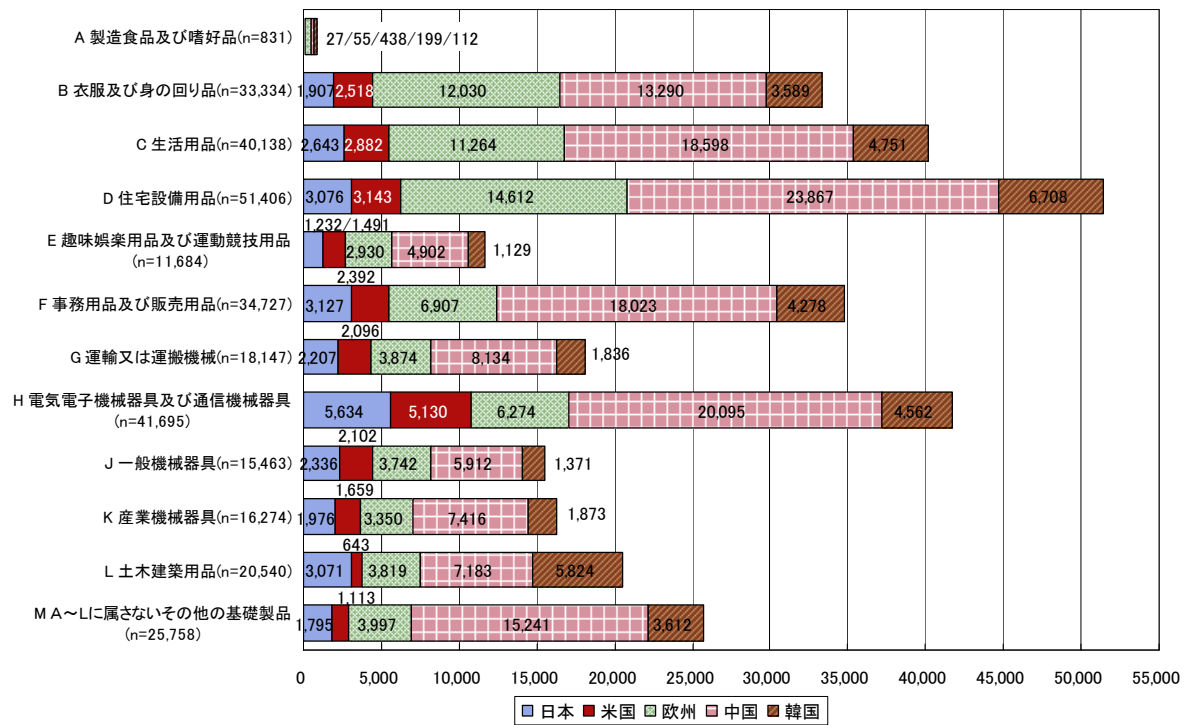
日米欧中韓全体の中での韓国での登録意匠数の比率を日本意匠分類グループ別に見たときに相対的に比率が高いものは L グループ（土木建築用品）の 28.4%であり、顕著な傾向を示している。なお、韓国での L グループ（土木建築用品）の登録件数は 5,824 件であり、D グループ（住宅設備用品）の 6,708 件に次いで多い。

図 2-5 日本意匠分類グループ別―出願先国別登録意匠数

(a)出願先国別の登録意匠数の比率



(b)出願先国別登録意匠数



5. 日本意匠分類グループ別一出願人国籍別登録意匠

図 2-6 に、2008 年の日米欧中韓全体での日本意匠分類グループ別一出願人国籍別登録意匠数の内訳を示す。

日本意匠分類グループ別では以下の特徴がある。

A グループ（製造食品及び嗜好品）は、欧州国籍出願人による登録件数が多く 42.5%を占めている。次に中国籍出願人の 23.2%、韓国籍出願人の 13.5%、その他国籍出願人の 10.3%、米国籍出願人の 7.3%、日本国籍出願人の 3.1%と続く。

B グループ（衣服及び身の回り品）は、中国籍出願人による登録が 38.4%を占め、次いで欧州国籍出願人による登録も 30.9%と多い。次に韓国籍出願人の 10.3%、米国籍出願人の 9.4%、日本国籍出願人の 5.6%と続く。

C グループ（生活用品）は、中国籍出願人による登録が 43.7%、欧州国籍出願人が 26.7%を占めている。次いで韓国籍出願人の 11.7%、米国籍出願人の 7.5%、日本国籍出願人の 6.9%の順になっている。

D グループ（住宅設備用品）は、中国籍出願人による登録が 44.7%、欧州国籍出願人が 26.6%を占めている。次いで韓国籍出願人の 13.0%、日本国籍出願人の 6.9%、米国籍出願人の 5.6%の順になっている。

E グループ（趣味娯楽用品及び運動競技用品）は、中国籍出願人による登録が 40.2%、欧州国籍出願人が 20.6%を占めている。次いで、米国籍出願人の 14.0%、日本国籍出願人の 12.4%、韓国籍出願人の 8.6%の順になっている。

F グループ（事務用品及び販売用品）は、中国籍出願人による登録が多く 49.6%を占めている。次いで、欧州国籍出願人の 16.3%、韓国籍出願人の 11.8%、日本国籍出願人の 9.7%、米国籍出願人の 9.6%の順になっている。

G グループ（運輸又は運搬機械）は、中国籍出願人による登録が 37.4%を占め、次いで日本国籍出願人の 21.2%、欧州国籍出願人の 18.6%、韓国籍出願人の 9.2%、米国籍出願人の 9.0%の順になっている。

H グループ（電気電子機械器具及び通信機械器具）は、中国籍出願人による登録が 41.7%を占め、次いで日本国籍出願人の 19.7%、韓国籍出願人の 14.0%、欧州国籍出願人の 11.6%、米国籍出願人の 8.3%の順になっている。

J グループ（一般機械器具）は、中国籍出願人による登録が 32.1%を占めている。次いで、欧州国籍出願人の 20.7%、日本国籍出願人の 20.3%、米国籍出願人の 10.2%、韓国籍出願人の 7.5%の順になっている。

K グループ（産業機械器具）は、中国籍出願人による登録が 39.4%を占めている。次いで、欧州国籍出願人の 18.6%、日本国籍出願人の 17.4%、韓国籍出願人の 10.3%、米国籍出願人の 9.8%の順になっている。

L グループ（土木建築用品）は、中国籍出願人による登録が 33.9%、韓国籍出願人による登録が 28.4%を占めている。次いで欧州国籍出願人の 17.9%、日本国籍出願人の 15.5%、米国籍出願人の 2.8%の順になっている。

M グループ（A～L に属さないその他の基礎製品）は、中国籍出願人による登録が 57.2%と顕著に多い。次いで欧州国籍出願人の 14.8%、韓国籍出願人の 13.7%、日本国籍出願人の 8.8%、米国籍出願人の 3.6%の順になっている。

出願先国別では以下の特徴がある。

日米欧中韓全体の中での日本国籍出願人による登録意匠数の比率を日本意匠分類グループ別に見たときに相対的に比率が高いものは G グループ（運輸又は運搬機械）の 21.2%であり、次いで J グループ（一般機械器具）の 20.3%である。また、日本国籍出願人による登録意匠数が最も多いものは H グループ（電気電子機械器具及び通信機械器具）の 8,201 件である。

日米欧中韓全体の中での米国籍出願人による登録意匠数の比率を日本意匠分類グループ別に見たときに相対的に比率が高いものは E グループ（趣味娯楽用品及び運動競技用品）の 14.0%であり、次いで J グループ（一般機械器具）の 10.2%である。また、米国籍出願人による登録意匠数が最も多いものは H グループ（電気電子機械器具及び通信機械器具）の 3,465 件である。

日米欧中韓全体の中での欧州国籍出願人による登録意匠数の比率を日本意匠分類グループ別に見たときに相対的に比率が高いものは A グループ（製造食品及び嗜好品）の 42.5%と顕著な傾向を示しており、次いで B グループ（衣服及び身の回り品）の 30.9%である。また、欧州国籍出願人による登録意匠数が最も多いものは D グループ（住宅設備用品）の 13,695 件である。

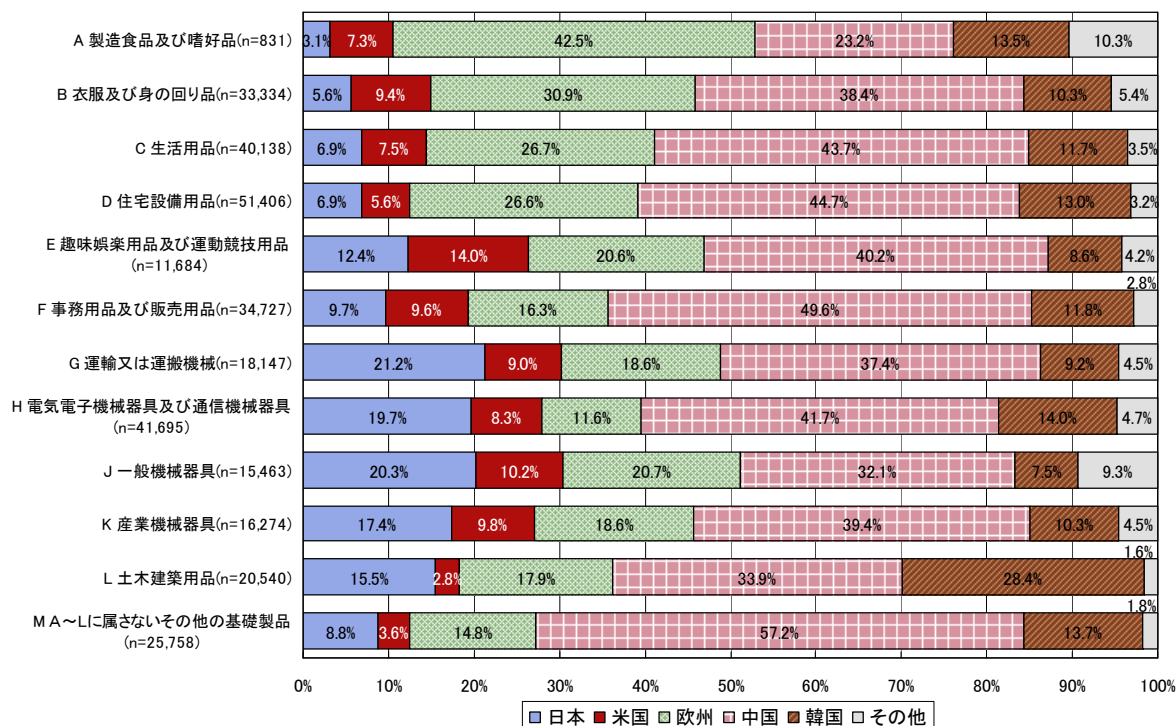
日米欧中韓全体の中での中国籍出願人による登録意匠数の比率を日本意匠分類グループ別に見たときに相対的に比率が高いものは M グループ（A～L に属さないその他の基礎製品）の 57.2%であり、次いで F グループ（事務用品及び販売用品）の 49.6%である。また、中国籍出願人による登録意匠数が最も多いものは D グループ（住宅設備用品）の 22,982 件である。

日米欧中韓全体の中での韓国籍出願人による登録意匠数の比率を日本意匠分類グループ別に見たときに相対的に比率が高いものは L グループ（土木建築用品）の 28.4%であり、顕著な傾向を示している。なお、韓国籍出願人による L グループ（土木建築用品）の登録意匠数は 5,828 件であり、D グループ（住宅設備用品）の 6,670 件に次いで多い。

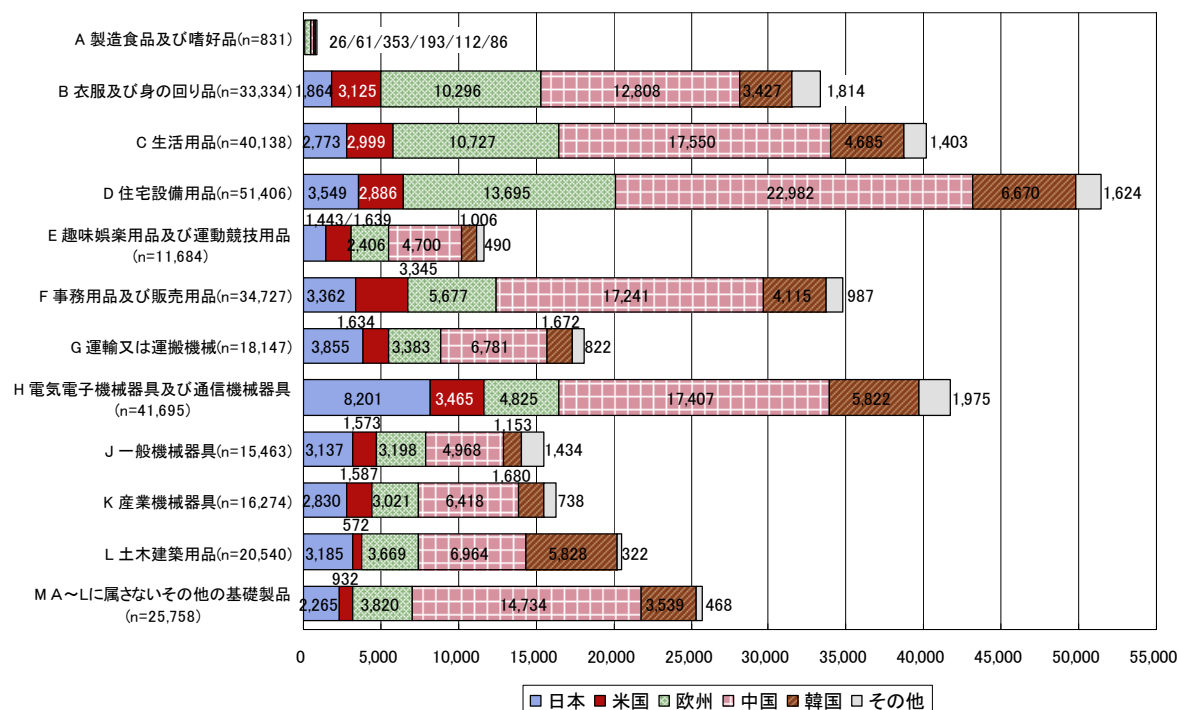
日米欧中韓全体の中でのその他国籍出願人による登録意匠数の比率を日本意匠分類グループ別に見たときに相対的に比率が高いものは A グループ（製造食品及び嗜好品）の 10.3%であり、次いで J グループ（一般機械器具）の 9.3%である。また、その他国籍出願人による登録意匠数が最も多いものは H グループ（電気電子機械器具及び通信機械器具）の 1,975 件である。

図 2-6 日本意匠分類グループ別－出願人国籍別登録意匠数内訳（日米欧中韓全体）

(a)出願人国籍別の登録意匠数の比率



(b)出願人国籍別登録意匠数



6. 意匠登録上位 20 者

日本・米国・欧州における 2008 年の登録意匠数上位 20 者のランキングを表 2-1 に、中国・韓国におけるランキングを表 2-1 に示す。

日本での登録は、19 位まですべて日本企業が占めている。

米国での登録は、上位 20 者のうち米国企業は 9 社に過ぎず、日本企業 4 社、欧州と韓国企業がそれぞれ 2 社など、自国外の企業が 11 社を占めていることが特徴である。

欧州での登録は、欧州域内の企業が 14 社を占めている。そのなかで、米国企業のザ・プロテクター・アンド・ギャンブル・カンパニー（一般消費財）が第 1 位、アップル・インコーポレイテッド（PC）が第 4 位と上位に位置している。

中国での登録は、20 者中 17 者が中国企業または中国籍出願人である。また、個人が 20 者中 8 者を占めている。外国籍企業では、の第 5 位には韓国のサムスン・エレクトロニクス・カンパニーリミテッド（家電）、第 10 位には日本の松下電器産業株式会社（現：パナソニック株式会社）がある。

韓国での登録は、14 位のトヨタ自動車を除き、すべて韓国企業・韓国籍出願人が占めている。個人である出願人は 2 者である。

表 2-1 意匠登録上位 20 者

順位	日本での登録		米国での登録		欧州での登録		中国での登録		韓国での登録	
	出願人名	件数	出願人名	件数	出願人名	件数	出願人名	件数	出願人名	件数
1	松下電器産業株式会社(パナソニック株式会社)(日)	703	サムスン エレクトロニクスカンパニー リミテッド(Samsung Electronics Co., Ltd.)(韓)	750	ザ プロクター アンド ギャンブル カンパニー(The Procter & Gamble Company)(米)	1,043	社団法人浦东新区工程師協会(Shanghai Pudong Engineers Association)(中)	510	サムスン エレクトロニクスカンパニー リミテッド(Samsung Electronics Co., Ltd.)(韓)	904
2	シャープ株式会社(日)	377	マイクロソフト コーポレーション(Microsoft Corporation)(米)	285	ボッシュ ウント ジーメンス ハウスグラーテ ゲーエムベーハー(BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH)(独)	958	呉江市天龍日用金属製品廠(Wujiang Tianlong Daily Metal Product Factory)(中)	473	株式会社エルジー化学(LG Chem)(韓)	742
3	松下電工株式会社(パナソニック電工株式会社)(日)	333	ウォルバリン ワールドワイド インコーポレイテッド(Wolverine World Wide, Inc.)(米)	251	リーカー シュー アーゲー(Rieker Schuh AG)(スイス)	786	個人(中)	446	エルジー エレクトロニクス インコーポレイテッド(LG Electronics Inc.)(韓)	729
4	三洋電機株式会社(日)	328	ソニー株式会社(日)	229	アップル インコーポレイテッド(Apple Inc.)(米)	759	呉江市凌志紡績有限公司(Wujiang Lingzhi Textile Co., Ltd.)(中)	374	株式会社アモレパシフィック(AMOREPACIFIC CORP.)(韓)	464
5	株式会社岡村製作所(日)	312	松下電器産業株式会社(パナソニック株式会社)(日)	222	トゥーン ソチエタ ベル アツチオーニ(THUN SPA)(伊)	758	サムスン エレクトロニクスカンパニー リミテッド(Samsung Electronics Co., Ltd.)(韓)	359	株式会社ベクサン商社(Baeksan Trading Co., Ltd.)(韓)	326
6	三菱電機株式会社(日)	274	エルジー エレクトロニクス インコーポレイテッド(LG Electronics Inc.)(韓)	200	クレアシオン ネルソン(CREATION NELSON)(仏)	599	個人(中)	311	シージェイ第一製糖株式会社(CJ CheilJedang Corporation)(韓)	271
7	未来工業株式会社(日)	274	トヨタ自動車株式会社(日)	170	サムスン エレクトロニクスカンパニー リミテッド(Samsung Electronics Co., Ltd.)(韓)	451	個人(中)	310	株式会社エルジー生活健康(LG Household & Healthcare Ltd.)(韓)	258
8	本田技研工業株式会社(日)	272	ザ プロクター アンド ギャンブル カンパニー(The Procter & Gamble Company)(米)	168	エグロ ロイヒテン ゲーエムベーハー(EGLO LEUCHTEN GMBH)(独)	397	好孩子児童用品有限公司(Goodbaby Child Products Co., Ltd.)(中)	292	個人(韓)	236
9	ソニー株式会社(日)	225	ノキア コーポレーション(Nokia Corporation)(フィンランド)	165	インテリアス エスアールエス(INTERIOR'S SAS)(仏)	326	個人(中)	291	現代自動車株式会社(Hyundai Motors Company)(韓)	207
10	積水樹脂株式会社(日)	224	本田技研工業株式会社(日)	134	ブランコ ゲーエムベーハー ウント ツェーオー カーゲー(BLANCO GmbH + Co. KG)(独)	303	松下電器産業株式会社(パナソニック株式会社)(日)	275	株式会社ウジュユーアンドビー(Uju U&B Co., Ltd.)(韓)	193
11	株式会社イトーキ(日)	206	ナイキ インコーポレイテッド(Nike, Inc.)(米)	133	ノキア コーポレーション(Nokia Corporation)(フィンランド)	296	呉江市永利工藝製品有限責任公司(Wujiang Yongli Craft Product Co., Ltd.)(中)	274	株式会社デーウー エレクトロニクス(Daewoo Electronics Corp.)(韓)	178
12	トヨタ自動車株式会社(日)	190	ブラック アンド デッカー インク(Black & Decker Inc.)(米)	127	コーニンクレッカ フィリップス エレクトロニクス エスグイ(Koninklijke Philips Electronics N.V.)(蘭)	293	個人(中)	262	株式会社生活楽園(Living Paradise Co., Ltd.)(韓)	174
13	株式会社タカラトミー(日)	186	グッドイヤー タイヤ アンド ラバー カンパニー(The Goodyear Tire & Rubber Company)(米)	126	ミニコンフ エス アール エル(MINICONF S.r.l.)(伊)	272	美的集団(ミデア)有限公司(Midea Group)(中)	255	株式会社デザインメソ(Design Mexo Co., Ltd.)(韓)	171
14	新日軽株式会社(日)	179	コーラー カンパニー(Kohler Co.)(米)	100	スワロフスキー アクツィエンゲゼルシャフト(SWAROVSKI AKTIENGESELLSCHAFT)(リヒテンシュタイン)	257	呉江市金農工藝製品有限責任公司(Wujiang Jin Cheng Crafts Products Co., Ltd.)(中)	255	トヨタ自動車株式会社(日)	143
15	宮城レース株式会社(日)	177	ジェー チュー リミテッド(J. Choo Limited)(英)	97	マーズ インコーポレイテッド(Mars, Incorporated)(米)	256	奇瑞自動車有限公司(Chery Inc.)(中)	253	株式会社ユニオンランド(UNION LAND CO., LTD.)(韓)	129
16	コクヨ株式会社(日)	176	カーステン マニファクチャリング コーポレーション(Karsten Manufacturing Corporation)(米)	89	リドル スティフツング ウント ツェーオー カーゲー(Lidl Stiftung & Co. KG)(独)	240	トヨタ自動車株式会社(日)	252	起亚自動車株式会社(Kia Motors Corporation)(韓)	126
17	ダイキン工業株式会社(日)	175	フォード グローバル テクノロジーズ エルエルシー(Ford Global Technologies, LLC)(米)	89	ダイムラー アーゲー(Daimler AG)(独)	230	個人(中)	248	ルノーサムスン自動車株式会社(Renault Samsung Motors Corporation)(韓)	118
18	YKK AP株式会社(日)	172	ホンハイ プレシジョン インダストリー カンパニー リミテッド(Hon Hai Precision Industry Co., Ltd.)(台湾)	87	ガボール フットウェア ゲーエムベーハー(Gabor Footwear GmbH)(独)	227	個人(中)	244	個人(韓)	115
19	株式会社東芝(日)	167	チェンウェイ プレシジョン インダストリー カンパニー リミテッド(Cheng Wei Precision Industry Co., Ltd.)(台湾)	85	エッコ(ECCO SKO A/S)(デンマーク)	226	激賞流行服飾(上海)有限公司(Jishang Lihang Apparel (Shanghai) Co., Ltd.)(中)	236	株式会社エルエム(Luxmate Co., Ltd.)(韓)	114
20	三星電子株式会社(Samsung Electronics Co., Ltd.)(韓)	156	ベイファ グループ カンパニー リミテッド(Beifa Group Co., Ltd.)(中)	85	アトランタ コンポーネント エルディーエー(ATLANTA - Componentes para Calçado, LDA)(ポルトガル)	225	個人(中)	230	大林自動車工業株式会社(Daelim Motors Co., Ltd.)(韓)	107

第3章 グローバルな展開を行っていると思われる企業の意匠動向

マクロ的な意匠動向の分析の参考とするほか、意匠出願において有益な戦略・戦術を検討する参考情報とするため、グローバルな展開を行っていると思われる企業の意匠動向に着目し、その特徴を分析した。

第1節 世界的なブランド力を有するグローバル企業の意匠動向分析

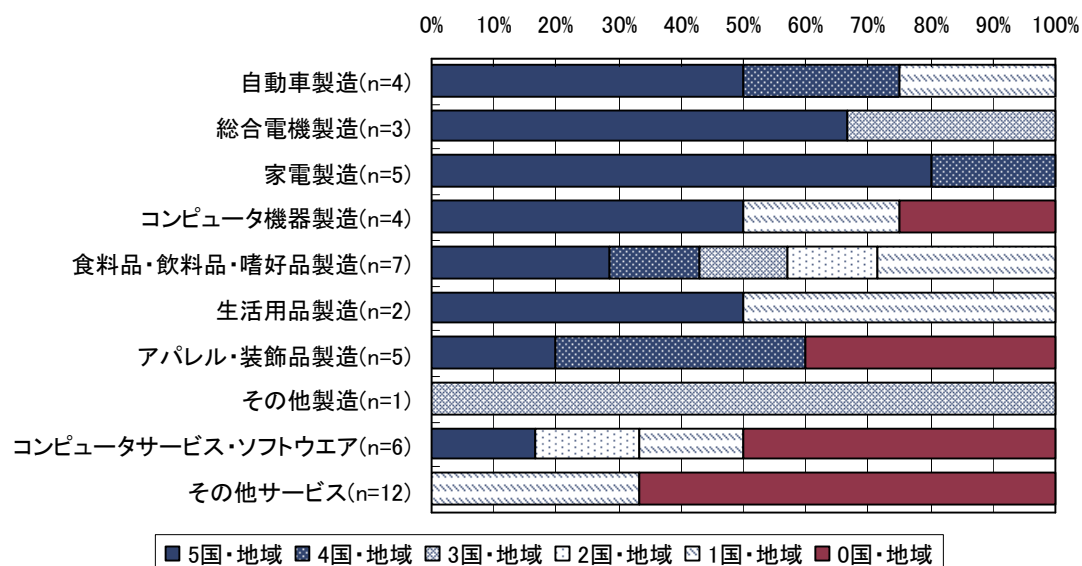
米国 Interbrand 社が作成・公表する、「The Best Global Brand 100」2009 年版に掲載されている世界的なブランド、上位 50 ブランドを保有する企業グループの中から、その中核に位置づけられる企業を企業グループごとに 1 社（計 50 社）抽出し、この中から大規模な合併の影響を受けた 1 社を除く 49 社について、分析を行った。その結果、主に以下の 3 点が示唆された。

- 自動車製造、家電製造においてグローバルに意匠制度を積極的に利用している
- サービス業においても意匠制度を活用している
- 技術力への注力が意匠制度の利用につながる

1. 自動車製造、家電製造においてグローバルに意匠制度を積極的に利用

業種別に見ると、特定の業種（自動車製造、家電製造）においては積極的に活用される傾向があることが示唆された（図 3-1）。

図 3-1 分析対象グローバル企業のうち、日米欧中韓での意匠登録国・地域数別割合（業種別）



2. サービス業においても意匠制度を活用

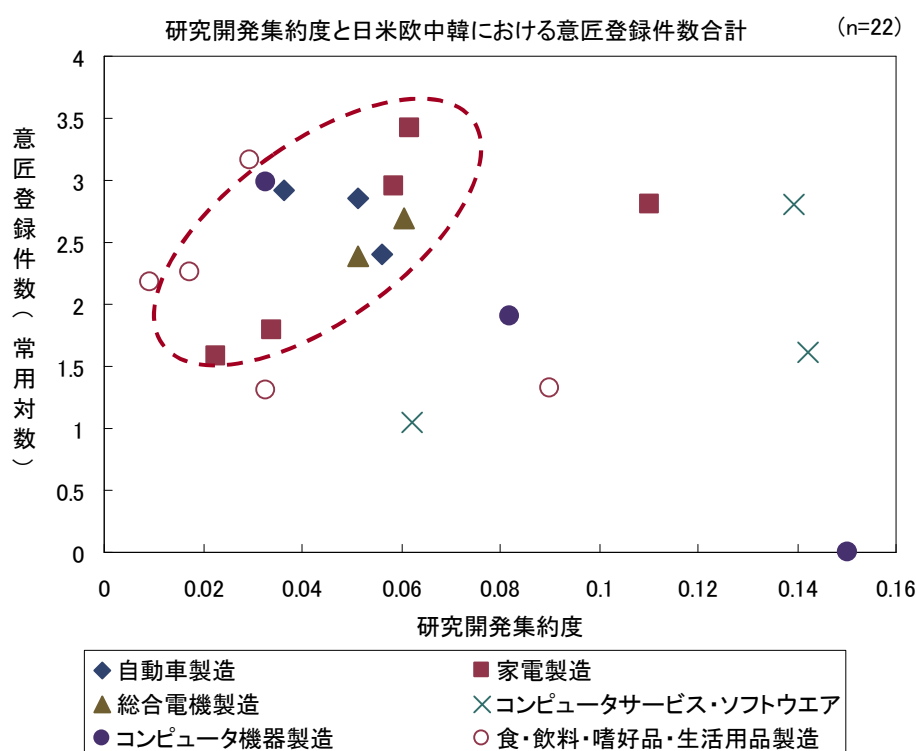
世界的なブランド力を有する企業の中に、サービス業であってもサービスの提供に用いる物のデザインなどに関して意匠制度の利用が見られる企業があることが特徴であった。

3. 技術力への注力が意匠制度の利用につながる

世界的なブランド力を有するグローバル企業における意匠制度の利用の活発さの違いを説明する因子として、技術力への注力を表す研究開発集約度（＝研究開発費／売上高）に注目し、分析対象となった世界的なブランド力を有するグローバル企業 49 社のうち、研究開発集約度のデータが取得できた 22 社について分析を行った。

サンプルが少ない点に留意が必要であるが、結果からは、総合電機製造、家電製造の 2 業種については、ほぼ共通して研究開発集約度が高いほど意匠登録件数が多い傾向をうかがうことが出来た（図 3-2）。

図 3-2 研究開発集約度と日米欧中韓における意匠登録件数合計数（常用対数）の関係



第2節 グローバル企業における国籍・業種の違いと意匠動向の関係分析

グローバルに展開をする企業において活発な意匠制度の活用がみられる、自動車製造、総合電機製造、家電製造、コンピュータ機器製造、一般・産業機械製造、生活用品製造、アパレル・装飾品製造の業種の中で、少なくとも 2 国・地域以上で意匠登録を行い、1 国・地域当たり平均 10 件の意匠登録が見られる企業など、積極的な意匠動向が見られる企業を任意に 35 社選定し、国籍、業種による傾向の違いについて分析を行った。その結果、主に以下の 4 点が示唆された。

³ 研究開発集約度のデータは、財務諸表より取得した研究開発費を同年の売上高で除して得た。意匠登録までのタイムラグを考慮して 2007 年度（各企業会計年度）のデータを用いている（もっとも、企業により決算期が異なり、厳密に 2007 年 1 月～12 月までの値を反映したものではない）。なお、財務諸表において全ての研究開発費が明示されているわけではないことには留意が必要である。

- 企業国籍により意匠制度を利用する国・地域について差異がある
- 欧州域内国籍企業では共通して日本、韓国での部分意匠制度の利用が見られず、米国企業では日本、韓国での積極的な部分意匠制度の利用が見られる
- 自動車製造業では国籍に関わらず日本、欧州、中国、韓国の4国・地域において概ね広く意匠制度利用を行う傾向がうかがわれ、生活用品製造業では国籍に関わらず欧州での積極的な意匠制度利用が行われている傾向がうかがわれた
- 生活用品製造業では欧州で包装容器・ロゴの登録が多く、商標の補完的制度として意匠制度を活用している傾向がうかがわれた

1. 企業国籍による意匠動向の違い

(1) 国・地域により意匠制度利用傾向に差異

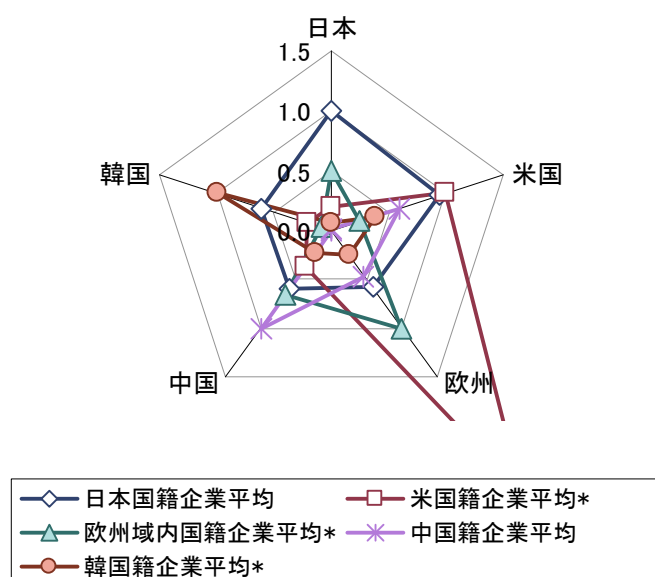
まず、企業毎に2008年公報発行分の意匠登録件数のうち、自国・地域での件数を1とし、それに対する他の国・地域での登録件数の比率を求め、各企業が自国・地域での意匠制度利用状況に比べて他の国・地域で意匠制度をどの程度積極的に利用しているかを整理した⁴。その上で、企業国籍毎に算出したその単純な平均値（各企業の意匠登録件数に関わりなく、平均値を求めたもの）を求め、企業国籍と意匠制度を利用している国・地域の関係性を分析した。その結果、以下の傾向が示唆された。

表 3-1 企業国籍別の自国・地域および他の国・地域での意匠制度の利用傾向

企業国籍	国・地域による意匠制度利用傾向の差異
日本国籍企業	自国・地域での登録数と他国・地域での登録数の差が小さく、広く権利取得を行う。
米国籍企業	欧州での意匠制度利用状況が企業により大きく異なる。
欧州域内国籍企業	日本・中国での意匠制度利用状況が企業により大きく異なる。 日本での意匠制度利用はグローバル企業ではマクロ的な傾向に比べてやや積極的な傾向がある。
中国籍企業	米国・欧州での意匠制度利用状況が企業により大きく異なる。
韓国籍企業	他国・地域に比べて自国で多数の意匠登録を行う。

⁴ ただし、公報発行分で集計しているため、優先権主張を伴って行われた意匠出願のタイムラグや、国・地域による審査期間の差によるタイムラグは考慮できていない。この点は解釈上注意が必要である。

図 3-3 企業国籍による意匠制度を利用している国・地域の差異（国籍別平均値）



注 1: 自国・地域での 2008 年公報発行分の意匠登録件数を 1 とした、他の国・地域での 2008 年公報発行分の意匠登録件数の比率を示す。

注 2: 米国籍企業、欧州域内国籍企業、韓国籍企業の平均値は、それぞれ極端な傾向を示す 1 社を除外した値。

（２） 部分意匠制度を欧州域内国籍企業は利用せず、米国籍企業は積極的に利用

各企業について全体の意匠登録件数に占める部分意匠の件数の割合を求め、それを企業国籍でまとめ単純に平均を求めた。その結果、以下の傾向が示唆された。

- 欧州域内国籍企業では共通して部分意匠制度の利用が見られない。
- 米国籍企業は企業による戦略の差もあるものの（日本での部分意匠制度利用割合の分散がやや大きい）、積極的な部分意匠制度の活用が見られる。

図 3-4 企業国籍による日本での意匠登録件数のうち部分意匠制度利用が占める割合の平均値

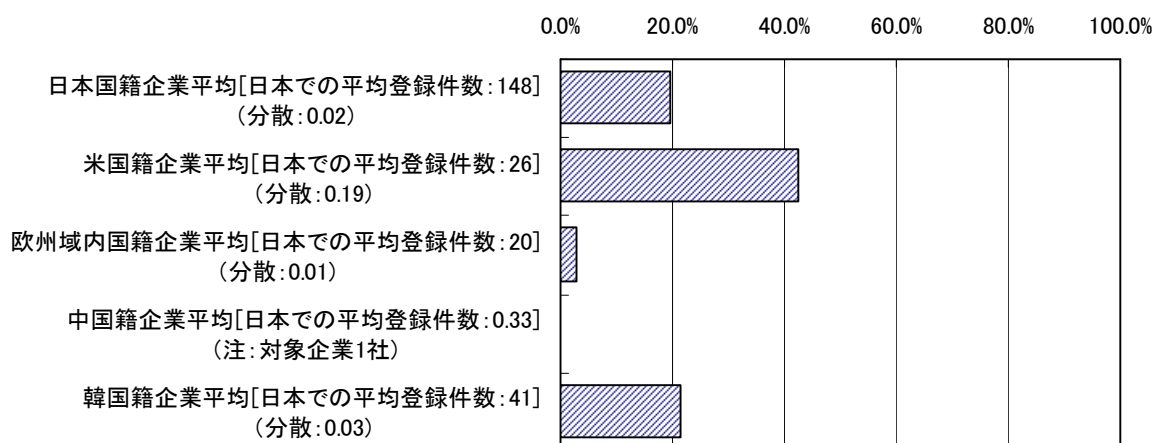
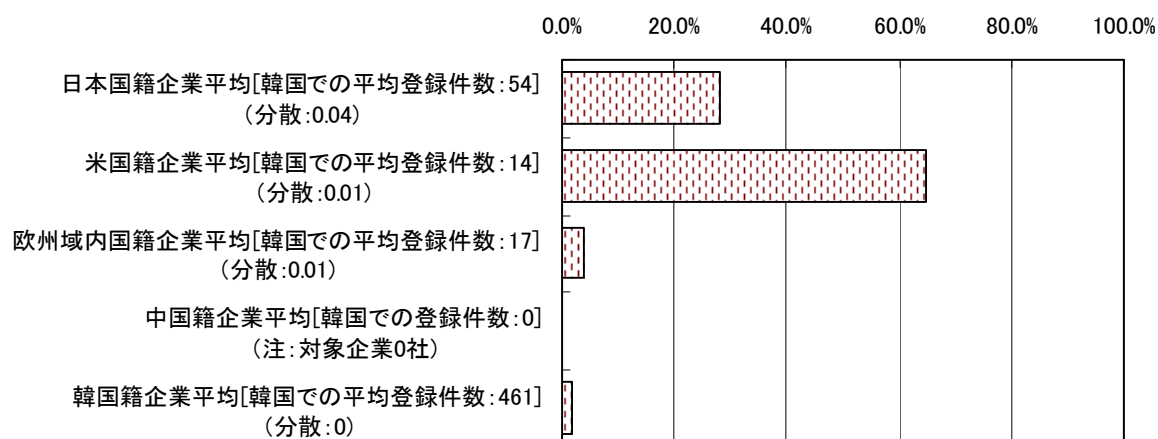


図 3-5 企業国籍による韓国での意匠登録件数のうち部分意匠制度利用が占める割合の平均値



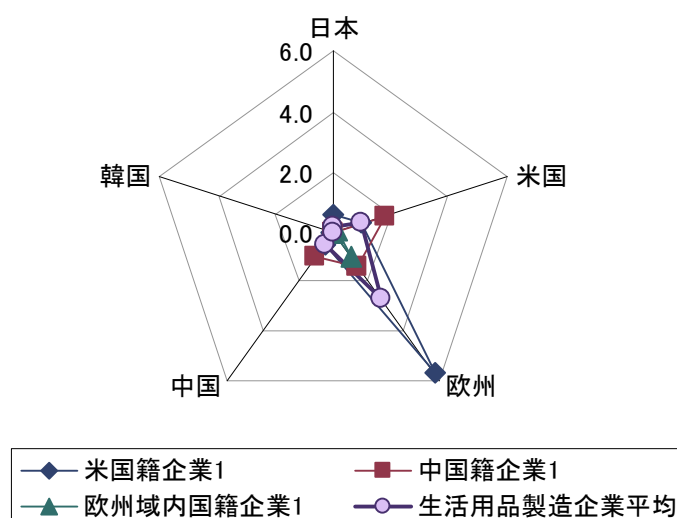
2. 業種による意匠動向の違い

(1) 自動車製造業・生活用品製造業では国・地域による意匠制度利用傾向に特徴がある

企業国籍の分析同様、企業毎に 2008 年公報発行分の意匠登録件数のうち、自国・地域での件数を 1 とし、それに対する他の国・地域での登録件数の比率を求め、各企業が自国・地域での意匠制度利用状況に比べて他の国・地域で意匠制度をどの程度積極的に利用しているかを整理・分析した。その結果、以下の傾向が示唆された。

- 自動車製造業では国籍に関わらず日本、欧州、中国、韓国の 4 国・地域において概ね広く意匠制度利用を行う傾向がうかがわれる
- 生活用品製造業では国籍に関わらず欧州での積極的な意匠制度利用が行われている傾向がうかがわれる (図 3-6)

図 3-6 業種による意匠制度を利用している国・地域の差異 (生活用品製造業)

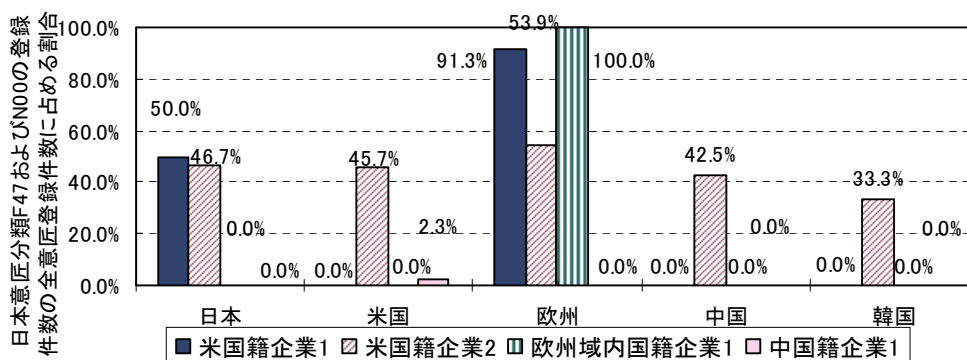


注： 自国・地域での 2008 年公報発行分の意匠登録件数を 1 とした、他の国・地域での 2008 年公報発行分の意匠登録件数の比率を示す。

（２） 生活用品製造業では欧州で包装容器・ロゴの登録が多い

生活用品製造業のうち分析対象となった４社の中でスキンケア・化粧品事業を主力事業の一つとする３社に着目すると、いずれも欧州において日本意匠分類 F47（包装用具）および日本意匠分類上では N00（その他）⁵に区分されるロゴ等の抽象的な標識等について積極的に意匠登録を行っている。2008 年公報発行分の全意匠登録件数に占める日本意匠分類 F47 および N00 の割合で見ると、上記の３社は 50%以上が包装用具またはロゴとなっている。

図 3-7 全意匠登録件数に占める日本意匠分類 F47 および N00 の割合（2008 年）
（生活用品製造業）



注： 欧州域内国籍企業 1 は日本、中国、韓国で意匠制度を利用していない。
中国籍企業 1 は日本、韓国で意匠制度を利用していない。

第３節 国際的なデザイン賞受賞状況の分析

グローバルに展開する企業のデザインに関する活動の活発さを把握するため、主な国際的デザイン賞うち、IDEA（米国）、iF デザイン賞（ドイツ）、グッドデザイン賞（日本）についての 2009 年度の受賞状況を整理した。

その結果、以下の点が 2009 年度の特徴として浮かび上がった。

- 韓国の家電製造企業が上記の３つの賞を全て受賞している
- 欧州で住宅用設備具のうち厨房用の設備具、照明器具に関する受賞がやや多い

⁵ ただし、日本意匠分類 N00 に区分されるものは常にロゴ等の標識ではないが、調査対象企業の 2008 年公報発行分登録意匠に限ってみると、ロゴがほとんどを占めている。

第4章 意匠出願動向に影響を与えられとされる経済・産業状況の調査

意匠動向に影響を与えられとされる、経済・産業状況や、社会状況（とりわけデザインに関する状況）、商慣習、デザインに関する各国の政策を整理し、意匠動向との関係を分析の基礎とする。

第1節 日米欧中韓全体の状況

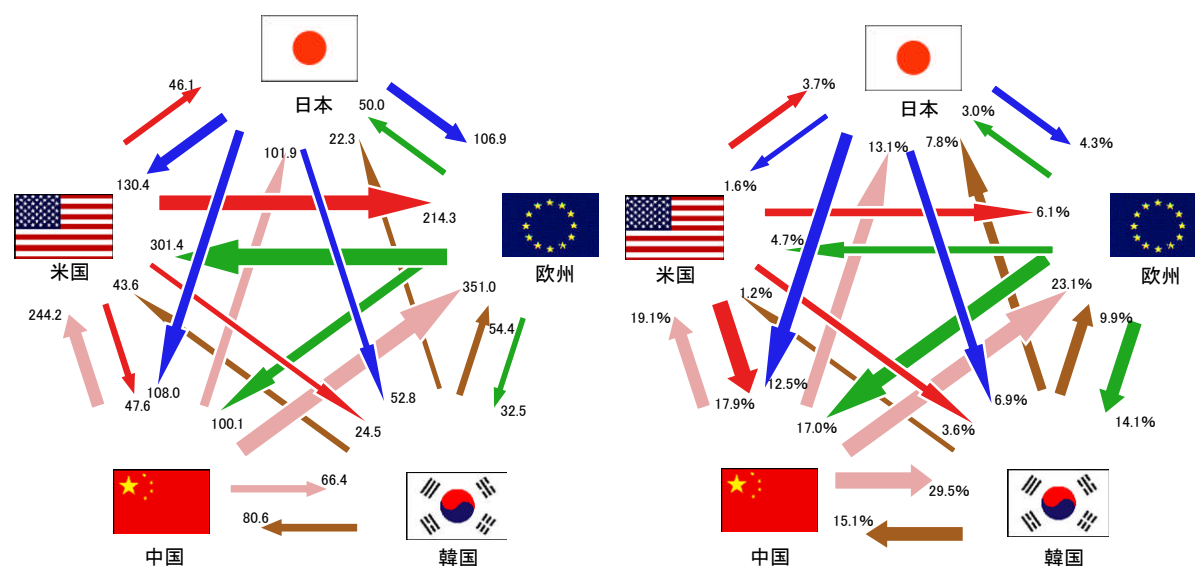
日米欧中韓各国・地域の実質 GDP 成長率は 2007 年から 2008 年では軒並み減少しており、特に日本の成長率は-0.7%であった。中国の経済成長は著しく、世界不況の影響を受けてもなお高成長を続けている。

日米欧中韓の輸出入額に着目すると、いずれも輸出入が増加傾向にある。米国、欧州は輸入超過となっており、両国・地域が他の国・地域にとって極めて大きな市場であることが明らかである。とりわけ、2008 年に欧州の輸入額は米国の輸入額を上回っており、欧州市場が世界的に影響力を有していることがうかがえる。

日米欧中韓の研究開発費に着目すると、日本の研究開発費は漸減傾向にあるのに比べ、欧州、中国、韓国は漸増傾向にあるほか、米国は 2004 年以降持ち直している。

製造物品の日米欧中韓相互の輸出関係に着目すると、中国から欧州への輸出が 3,510 億ドルと最も多く、次いで欧州から米国の 3,014 億ドル、中国から米国の 2,442 億ドル、米国から欧州の 2,143 億ドルが続く。これらの間では密接な経済関係があることがうかがわれる。2008 年から直近 5 カ年の平均的な輸出額の伸びに着目すると、輸出額の最も多い中国から欧州への輸出が 23.2%増と急激に成長をしているほか、輸出額の上位である中国から米国も 19.4%増と成長が著しい。また、伸び率が最大のものは中国から韓国への輸出（29.6%増）である（下図参照）。

図 4-1 日米欧中韓間輸出額相関（2008 年）（左）・年平均伸び率（2004 年-2008 年）（右）



第2節 日本の状況

日本での平成 20 年度のデザイン産業の全体の年間売上高は 2,820 億円（前年比 1.2%）であった（経済産業省「平成 20 年特定サービス産業実態調査」による）。近年、デザインに関する政府、産業界の取り組みが進行している。

政府では、2007 年、経済産業省が「感性価値創造イニシアティブ」を取りまとめている。これは、生活者の感性に働きかけ共感・感動を得ることで顕在化する商品・サービスの価値を高める重要な要素を「感性価値」として着目し、日本の強みを活かしながら、我が国産業の競争力の強化と生活の向上のために産学官が一体となり取り組んでいくべき事項を、今後の産業政策の柱とすべく検討したものである。

産業界では、例えば企業等のブランド形成を目指した戦略的な取組や、五感を満足させる生活環境の提案、サステイナブルデザイン・エコロジーデザインなど視覚では見えないデザイン開発が取り組まれている。

第3節 米国の状況

米国では、業界が主体となった国家レベルの職能団体によるデザイン振興がポイントとなっている。44,300 人（2008 年）を数えるインダストリアルデザイナーと業界が結びつきを強めている。デザインに関するマネジメントについての取り組みなど、経済成長につなげるのがデザイン政策において意識されている様子がうかがえる。

製造業の構成では、化学製品（15.4%）、食品・飲料・タバコ製品（10.8%）、コンピュータ・電子製品（9.1%）が主な業種となっているが、国際見本市は、自動車、家具、家電など多岐にわたっている。

第4節 欧州の状況

欧州での製造業の種別ごとの付加価値額の構成に注目すると、金属・組立金属製品 14.3%、電気・光学機器 11.8%、輸送機器 11.4%、その他の機械・設備が 11.2%となっているが、衣料品、家具などの産業も盛んであり、とくにこれらのデザイン開発が活発である。著名な国際的見本市の開催もインテリア分野を中心に多い。

デザインに関する取り組みも進展しており、たとえばイギリスでは 1997 年に「クールブリタニカ」のスローガンを掲げ、創造産業戦略を積極展開した。この結果、デザイン産業においては、116 億ポンド（約 2.7 兆円）、雇用者 18 万人が達成されている。フランスでは、パリと周辺地域で 9,000 人以上のデザイナーがおり、約 20,000 人がデザイン産業に従事しているなど、デザイン関連の人的基盤が充実している。

また、近年 LED 照明を巡るデザイン関連が活発になるなど、環境配慮デザインの発展も見られる。

第5節 中国の状況

中国の主要な製造業の主要業務収入構成を見ると、鉄鋼・非鉄金属精錬・圧延加工業、電子・通信設備製造業、化学・医薬工業の順に多い。いわゆるハイテク産業（航空・宇宙、事務機器・電子計算機、通信機器、医薬品、精密機器、電気機械）の中では、電子・通信設備製造業、化学・医薬工業、電気機械器材製造業が構成の上位を占めており、中国におけるハ

イテック産業の成長を窺うことが出来る。

デザイン振興にも取り組んでおり、2003年にはデザイン産業を国家戦略として位置づけて、多くの国家予算を投入している。また、自動車、家具について国際的な見本市が開催されている。

このようなデザイン振興の現れの一例として、衣料品分野でフランスやイタリアの高級品の生産を引き受けることで得た技術やデザイン能力を生かし、デザインの発信地へと転換しつつあることが報告されている。

第6節 韓国の状況

韓国は近年、生産・内需・輸出等の不振から景気が萎縮している。外需に大きく依存する経済構造で、輸出入の合計が名目GDPに占める割合は70%強（日本は30%弱）である。製造業は電子部品産業に強みを有している。

デザイン振興には積極的であり、1997年に工業デザイン促進法を定め、大統領の直轄で韓国デザイン振興院（KIDP：Korea Institute of Design Promotion）を設立している。家具、ギフト、日用品の国際見本市も開催されている。

第5章 総合分析

これまでに行った分析を踏まえて、登録動向の特徴に関する考察と、今後の出願動向の予測）を行い、これらから示唆される出願人が留意すべき事項について整理した。

第1節 日米欧中韓でのマクロ的な意匠制度利用状況の特徴

経済・産業状況と意匠動向の関連を明らかにするため、マクロ経済指標とマクロ的な意匠動向（日米欧中韓各庁での意匠登録件数の全数）との関連性を定量的に分析した。その結果、主に以下の特徴・関係性が示唆された。

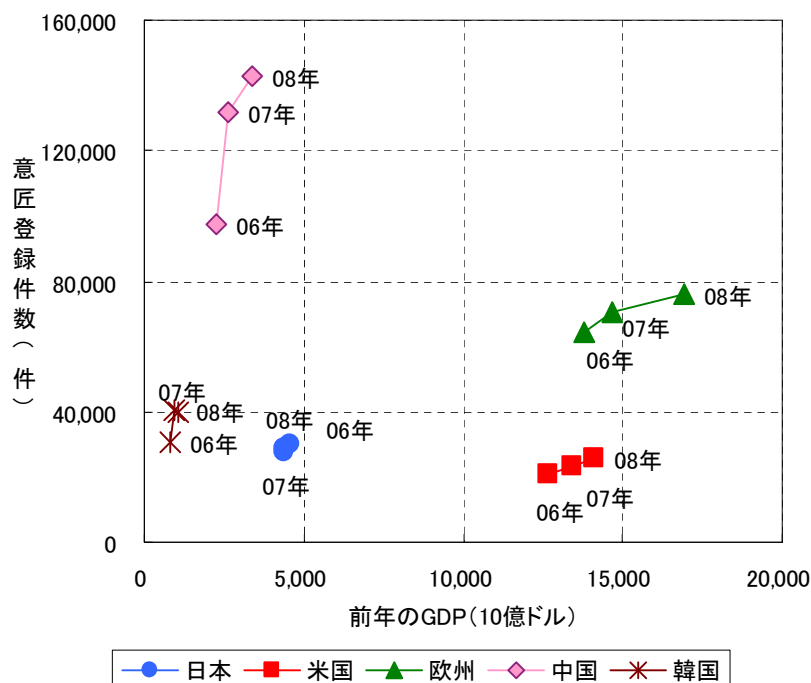
- 中国・韓国では経済活動の活発に比べ積極的に意匠制度が利用されており、米国・欧州では経済活動の活発に比べ意匠制度の利用が乏しい
- 原則として輸出額の伸びに合わせて輸出先での意匠登録件数も伸びている（例外的に、韓国籍出願人は異なる傾向を示していない。また、中国籍出願人は、日本・韓国では輸出の伸びに応じて意匠登録件数を伸ばしていない）
- 日本での産業別の売上額／付加価値額あたりの意匠登録件数を元に、日本と同じ制度・意匠制度利用傾向であれば米国・欧州・中国・韓国でどの程度の意匠登録があり得るかを推計すると、米国・中国・韓国で大きなギャップがある
- 経済活動の活発さに比べ米国で意匠制度が利用されていない理由は、審査期間の長さ、代理人を含めたコストの高さが制度を使いにくいものとして認識させているところある可能性が考えられるが、日本企業における米国での意匠制度の利用に対する認識とやや差がある
- 経済活動の活発さに比べ韓国で意匠制度が利用されている理由は、産業構造に由来するものでなく、デザインに対する意識の活発さが要因の一つであると考えられる

1. 中国・韓国では経済活動の活発に比べ積極的に意匠制度が利用されており、米国・欧州では経済活動の活発に比べ意匠制度の利用が乏しい

各国・地域内での経済活動の活発さを代理する指標として GDP を用い、それと各国・地域での意匠登録件数との関係に着目したところ、主に以下の結論が示唆された。なお、定量的分析に当たっては登録までのタイムラグがおおよそ 1 年であることを考慮し、経済指標は 1 年前の値を用いた。

- 中国・韓国では経済活動の活発に比べ積極的に意匠制度が利用されており、米国・欧州では経済活動の活発に比べ意匠制度の利用が乏しい
- 上記の傾向は 2006 年以降より顕著に推移している

図 5-1 日米欧中韓各庁での意匠登録件数（2006 年-2008 年）と前年の GDP との関係



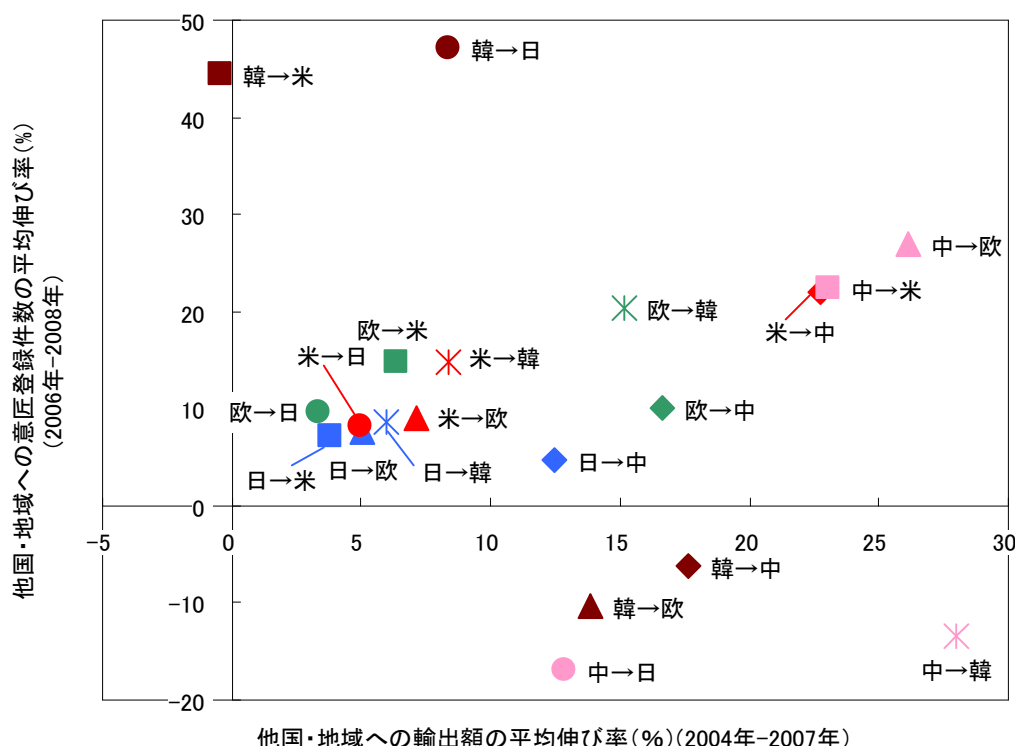
注: GDP は International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2009 による。

2. 原則として輸出額の伸びに合わせて輸出先での意匠登録件数も伸びている

各国・地域籍出願人の他国・地域への意匠登録件数の伸び率と輸出額伸び率の関係を分析した。その結果、以下の示唆が得られた。

- 各国・地域籍出願人の他国・地域への意匠登録件数の伸び率と輸出額伸び率は概ね正の相関がある。
- ただし、韓国籍出願人については例外であり、輸出額も相対的に少なくその伸びも乏しい日本、米国での意匠登録件数を伸ばしている。
- 中国籍出願人については、日本、韓国に対してのみその輸出額の増加に比べて意匠登録件数を増やしていない。

図 5-2 各国・地域籍出願人の他国・地域への意匠登録件数の伸び率（2006 年-2008 年平均）
と輸出額伸び率（2004 年-2007 年平均）の関係



注 1: グラフ中、「○→○」と表示されたものは、(輸出元)→(輸出先)を意味する。

注 2: 輸出額は、United Nations, UNComtrade に収録された SITC Rev.3 での化学製品、製造物品、機械・輸送機器、その他製造物の輸出額の合計値。ただし、EU-27 への輸出額は、EU-27 の輸入額で代用。

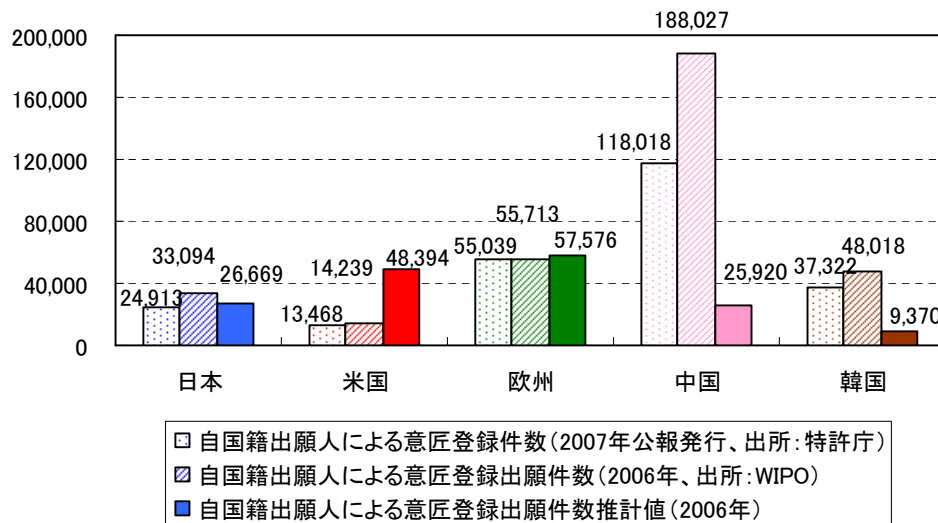
3. 日本での産業別の売上額／付加価値額あたりの意匠登録件数を元に、日本と同じ制度・意匠制度利用傾向であれば米国・欧州・中国・韓国でどの程度の意匠登録があり得るかを推計すると、米国・中国・韓国で大きなギャップがある

産業により意匠制度の利用傾向には差が見られる。そのため、産業構造が違うために国・地域として意匠制度の利用傾向が異なる可能性がある。その点を明らかにするため、日本国籍出願人の日本での製品出荷額または付加価値額あたりの意匠登録出願件数を産業分野別に求め、他の国・地域での自国籍出願人による自国・地域の特許庁への意匠出願傾向が日本国籍出願人と同一である（その前提として制度も日本と同一であることが仮定される）と仮定した場合の、当該国・地域での自国籍出願人による意匠登録出願件数を推計した。

その結果、以下の傾向が示唆された。

- 経済活動の活発さとの関係分析で浮かび上がった、米国では経済規模と比較して日本に比べて意匠制度の利用が進んでいない、中国、韓国では経済規模に比較して日本より意匠制度の利用が進んでいる、とのこれら 2 点の傾向の要因は、産業構造の違いによるものだけではない。

図 5-3 自国籍出願人による国内意匠登録出願件数推計値（2006 年）



注： 自国籍出願人による意匠登録件数(2007 年公報発行)は特許庁「平成 20 年度 意匠出願動向調査—マクロ調査—」(2009 年)、自国籍出願人による意匠登録出願件数(2006 年)は WIPO, WIPO Statistics Database の値。

4. 米国・韓国での意匠制度利用傾向の特徴の背景に関する考察

(1) 米国では審査期間の長さやコスト、制度認識が要因の可能性

米国はその経済活動の活発さに比べて意匠登録件数が顕著に少ない。これは、登録までの期間が長く製品ライフサイクルの比較的短い製品では保護を行う意味が損なわれることや製品開発から発売までの期間が短い製品では即効性のある模倣品排除が出来ないこと、これに加えて、コスト（主に代理人費用、および、権利行使費用）が高いとの認識があること、の 2 点によるものである可能性がある。

もっとも、グローバルに展開している企業のうち日米欧中韓での意匠登録件数の多い企業を対象に実施したヒアリング調査からは、米国に対して意識的に意匠登録出願件数を抑制しているとの回答は得られなかった。

少なくとも、日本の企業においては米国での意匠登録件数の比率は日本での意匠登録件数に比べ際だって小さいものではない。また、過去に日本企業に対して行ったアンケート調査（特許庁「デザインの開発・管理・保護・出願戦略に関する調査報告書」（2006 年）71 頁）では、米国での意匠出願の効果は他の地域に比べ「高い」「まあまあ高い」と答えた割合は 78% (=40/51) であり、効果の認識としては比較的高い部類に属している。

米国での意匠登録に占める米国籍出願人の割合が相対的に低い（55.7%に留まる）ことから、米国内での意匠特許制度に対する認識が影響している可能性がある。ただし、米国籍出願人は、製造物品の輸出額との対比において比較的多数の意匠登録を輸出先で行っている傾向があり、意匠制度の利用に消極的ではない。

(2) 韓国ではデザインへの注力が積極的な意匠制度利用の背景である可能性

韓国はその経済活動の活発さに比べて意匠登録件数が多く、とりわけ、近年その傾向が顕著である。韓国での意匠登録の約 15% (=5,824/39,685) を占める日本意匠分類 L グループ（土

木建築用品）に関する登録が急増するなどの影響がその要因として第一に考えられる。

これに加えて、韓国政府が 1997 年以降デザイン振興策に力を入れてきたことも要因になっているものと思われる。これと前後してマクロ的な意匠出願件数も 1999 年ごろから増加の一途をたどっていることから、意匠動向への影響が示唆される。

また、韓国籍企業の中にはデザインに極めて注力をしている企業も見られる。例えば、ある韓国籍企業が主要な国際的デザイン賞である IDEA、iF デザイン賞、グッドデザイン賞いずれもの受賞状況においても上位に位置づけられている。開発した自社のデザインを守るため幅広く世界で意匠制度を活用しているとする企業も見られる（ヒアリング調査による）ことから、デザインへの注力が意匠出願に結びついている可能性がある。

これに加えて、先に行った分析の結果（図 5-3）からわかるように、意匠制度が日本と似通っているにもかかわらず、産業構造に基づく意匠出願件数の推計値と実際の出願件数が大きく乖離していることは、韓国籍出願人の積極的な意匠出願をうかがわせる。

第 2 節 出願予測

1. 概要

本調査では、意匠出願件数の予測を行った。予測対象年次は 2009～2011 年の 3 年間、予測対象国・地域は日本・米国・欧州・中国・韓国である。日本については、試行的に回帰分析による予測を行った。日本以外（米国・欧州・中国・韓国）については、これまでの出願傾向を延長することで予測を行った。

2. 日本における意匠出願予測モデルの構築

（1）回帰分析の背景

日本における意匠出願予測については、以下を説明変数候補として、回帰モデルの構築を試行した。

また、これら変数の相関係数を求めると、変数に強い相関関係が見られる。特に GDP や研究開発費は意匠出願件数と強い負の相関関係にある。このため、仮に回帰分析を実行したとしても、例えば「GDP や研究開発費が増加する（減少する）と、意匠出願件数が減る（増える）」というような、常識的な結果の解釈はできない可能性が高い。

表 5-1 分析対象とした説明変数候補

変数		データ出典	備考
GDP		Annual National Accounts (OECD)	経済活動（企業活動）の活発さが、製品開発・デザイン開発に影響する可能性を考慮。
研究開発費	総額	Main Science and Technology Indicators (OECD)	デザイン開発が技術・製品開発と連動して実施されている可能性を考慮。
	民間企業投資分		
知的財産権	特許出願件数	日本特許庁公表データ	特許・商標と意匠との補完性などを考慮。
	商標出願件数		
	日本国籍出願人による海外出願件数	Industrial Design applications by Origin and Office (WIPO Statistics Database)	日本国籍の出願人が、海外の特許庁に出願した件数を示す。意匠出願の海外進出状況を考慮。

変数		データ出典	備考
知的財産制度	特許法等改正ダミー	各種行政関連資料	1999 年の以下に関する制度変更を考慮し、ダミー変数として導入。 部分意匠制度の導入 組物意匠制度の拡充 類似意匠制度の廃止・関連意匠制度の導入
	意匠法等改正ダミー		2007 年の以下に関する制度変更を考慮し、ダミー変数として導入。 関連意匠の出願期間の延長 画面に係る意匠を保護対象に拡大
特許 1 件当たりの研究開発費		※以下の式から算出 研究開発費(民間企業投資分)／特許出願件数	1 つの成果(≒特許)に必要な研究開発コストの影響を考慮。

表 5-2 変数間の相関係数

	意匠出願件数	GDP	研究開発費(総額)	研究開発費(民間)	特許出願件数	商標出願件数	日本国籍出願人による海外出願件数	特許1件当たりの研究開発費
意匠出願件数	<u>1.00</u>	<u>-0.98</u>	<u>-0.96</u>	<u>-0.94</u>	<u>-0.87</u>	0.35	-0.01	<u>-0.93</u>
GDP	<u>-0.98</u>	<u>1.00</u>	<u>0.97</u>	<u>0.94</u>	<u>0.89</u>	-0.33	0.03	<u>0.92</u>
研究開発費(総額)	<u>-0.96</u>	<u>0.97</u>	<u>1.00</u>	<u>0.99</u>	<u>0.92</u>	-0.46	<u>0.81</u>	<u>0.96</u>
研究開発費(民間)	<u>-0.94</u>	<u>0.94</u>	<u>0.99</u>	<u>1.00</u>	<u>0.91</u>	-0.49	<u>0.88</u>	<u>0.97</u>
特許出願件数	<u>-0.87</u>	<u>0.89</u>	<u>0.92</u>	<u>0.91</u>	<u>1.00</u>	-0.57	0.12	<u>0.80</u>
商標出願件数	0.35	-0.33	-0.46	-0.49	-0.57	<u>1.00</u>	0.40	-0.34
日本国籍出願人による海外出願件数	-0.01	0.03	<u>0.81</u>	<u>0.88</u>	0.12	0.40	<u>1.00</u>	<u>0.78</u>
特許1件当たりの研究開発費	<u>-0.93</u>	<u>0.92</u>	<u>0.96</u>	<u>0.97</u>	<u>0.80</u>	-0.34	<u>0.78</u>	<u>1.00</u>

注 1: 相関係数の絶対値が 0.8 以上の場合は下線斜体、0.6 以上の場合には斜体になっている。

注 2: 「日本国籍出願人による海外出願件数」以外の変数間での相関係数は 1983～2007 年データ、「日本国籍出願人による海外出願件数」と他変数間での相関係数は 1997～2007 年データにより算出している。

上記の理由から、本調査では GDP や研究開発費などの変数を説明変数から除外し、特に以下の変数に着目した。

- ・ 特許 1 件当たりの民間研究開発費

【研究開発費(民間企業投資分)／特許出願件数】

民間企業における「研究開発成果の量」の代理変数として特許出願件数を想定すれば、この指標は、「1 つの研究開発成果に必要な研究開発コスト」と解釈することができる。研究開発成果を得るのに必要なコストが増加すれば、企業内での製品化に至るコストも増加するものと考えられ、製品に関係した意匠出願件数を抑制する要因となり得る。

- ・ 日本国籍出願人による海外出願件数

近年、日本企業は輸出や海外現地生産など海外との関係が益々強くなっている。また、2003 年の欧州共同体商標意匠庁(OHIM)設置もあり、日本国籍出願人による海外出願件数は大きく増加しており、こうした海外出願動向の変化が日本での出願動向にも影響する可能性は十分考えられる。

（２） 回帰分析結果

（「特許 1 件当たりの民間研究開発費」「日本国籍出願人による海外出願件数」を説明変数とした場合）

自由度補正済み決定係数は 0.688 とあまり大きくはないが、2 つの説明変数はいずれも 1% 水準で有意である。また、上記で得られた回帰式から過去のデータを再現し、実績値との比較をすると、ある程度変動を再現できていることが分かる。

表 5-3 回帰分析結果

（説明変数：「特許 1 件当たりの民間研究開発費」「日本国籍出願人による海外出願件数」）

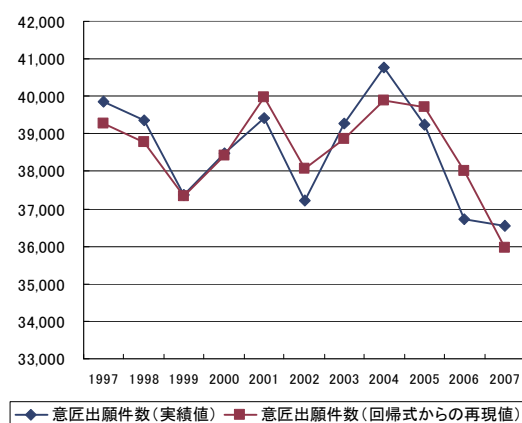
回帰統計	
重相関係数	0.866
決定係数	0.750
自由度補正済み決定係数	0.688
標準誤差	779.986
観測数	11

	係数	標準誤差	t	P-値
定数項	55,495	3,523	15.752	0.000
特許1件当たりの民間研究開発費	-791	161	-4.905	0.001
日本国籍出願人による海外出願件数	0.435	0.114	3.804	0.005

注： 「日本国籍出願人による海外出願件数」のデータ入手の制約上、上記回帰分析は 1997～2007 年データのみを分析対象としている。

図 5-4 日本における意匠出願件数の実績値と予測値の比較

（「特許 1 件当たりの民間研究開発費」「日本国籍出願人による海外出願件数」を説明変数とした回帰モデルの場合）



(3) 回帰分析結果

(「特許 1 件当たりの民間研究開発費」のみを説明変数とした場合)

自由度補正済み決定係数は 0.858 とかなり高い値を示しており、係数も 1%水準で有意である。また、下図の通り、このモデルは過去の長期的な傾向を良く表している。

表 5-4 回帰分析結果

(説明変数：「特許 1 件当たりの民間研究開発費」)

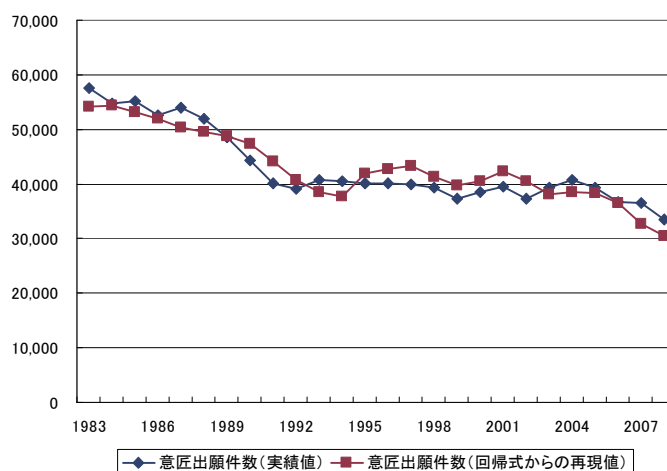
回帰統計	
重相関係数	0.929
決定係数	0.864
自由度補正済み決定係数	0.858
標準誤差	2,610.017
観測数	26

	係数	標準誤差	t	P-値
定数項	71,517	2,367	30.2	0.000
特許1件当たりの民間研究開発費	-1,205	98	-12.3	0.000

注： 本回帰分析は、1983～2008 年データを分析対象としている。

図 5-5 日本における意匠出願件数の実績値と予測値の比較

(「特許 1 件当たりの民間研究開発費」のみを説明変数とした回帰モデルの場合)



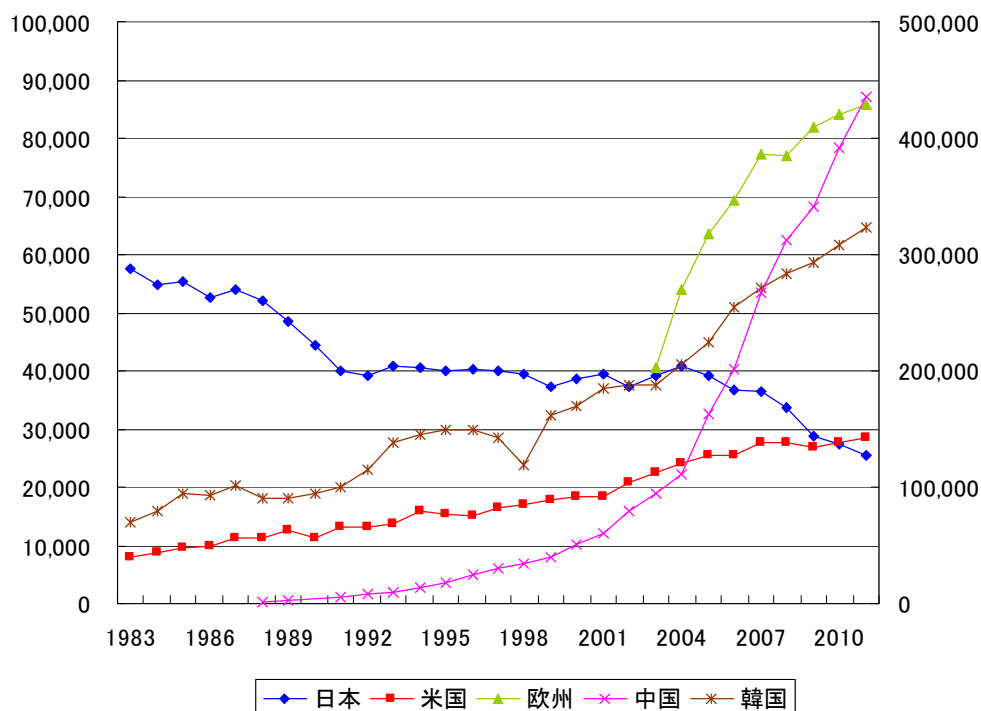
3. 各国・地域に意匠出願予測結果

日本については「特許 1 件当たりの民間研究開発費」のみを説明変数とした回帰モデルにより予測を行った。日本以外の各国・地域については、過去トレンドを延長することで予測を行った。

日本を含めた各国・地域の予測結果を以下に示す。日本における意匠出願件数は、ここ数年間の落ち込みが続くことで、米国と出願件数が逆転してしまう可能性が示唆されている。

本調査では、「特許 1 件当たりの民間研究開発費」が意匠出願件数に対して負の影響を及ぼすことが示唆された。特許を「研究開発成果の量」を表す代理変数とすれば、「特許 1 件当たりの民間研究開発費」は「1 つの研究開発成果に必要な研究開発コスト」と解釈することができる。この結果は、研究開発 1 件当たりの研究開発コストの増加により新製品開発が困難となることで、製品に関する意匠出願も抑制される、という構造で解釈できる。この分析からは、研究開発の効率化を促す施策により、製品開発がより活発になり、ひいては意匠出願につながることを示唆される。

図 5-6 各国・地域における意匠出願予測結果



注 1: 中国以外は 2009 年以降、中国は 2010 年以降が予測値(点線部分)。

注 2: 中国のみは右軸のスケールでグラフ化している。

第3節 出願人への示唆

1. 米国への出願

米国の意匠制度に関しては、以下の点に留意が必要である。

- ・ 本年度調査対象とした他の国・地域（日本、欧州、中国、韓国）と異なり、先発明（創作）主義を採用している。また、意匠権の保護期間が登録から14年間であり、欧州（登録から最長25年間）、日本（登録から20年間）と比較すると短いため、知的財産管理の点で留意すべきである。

米国意匠制度の利用状況等の現状には、以下の特徴がある。

- ・ 日本国籍出願人の米国での登録件数は、中国での登録に次いで多い（日本での登録を除く）。米国での登録に占める日本国籍出願人の登録割合も11.0%と、日本国籍出願人の他の国・地域での登録が占める割合と比較して最も高い（日本での登録を除く）。
- ・ 米国では出願から公報発行までの期間に広ばらつきがある。出願に当たっては公報発行まで時間を要する可能性に留意すべきである。
- ・ 韓国籍出願人の米国での登録件数の伸びが、韓国から米国への輸出額の伸びに比べて著しい。韓国企業と競合している場合、米国での意匠動向に留意するべきである。

2. 欧州への出願

欧州の意匠制度に関しては、以下の点に留意が必要である。

- ・ 方式審査のみで登録に至るため、審査制度を有する国・地域（日本、米国、韓国（一部除く））と比較すると、権利が相対的に不安定となることが懸念される。
- ・ 日本と異なり、無体物のデザインも保護対象である。例えば書体（タイプフェイス）、ロゴ、アイコンにも意匠権の効力が及ぶ。

欧州の意匠制度の利用状況等の現状には、以下の特徴がある。

- ・ 日本国籍出願人の欧州での登録は、中国での登録、米国での登録に次ぐ件数であり、それほど多くはない。また、日本国籍出願人の登録が占める割合も3.0%と、米中韓での登録に比べて最も低い。
- ・ 出願から公報発行までの期間は一般的に短い。
- ・ 米国籍出願人（米国籍企業）の欧州での意匠登録が多いことが特徴である。米国の競合他社がある場合には、欧州での意匠登録を確認することも重要と考えられる。
- ・ グローバルに展開し意匠制度を活発に利用する主要な企業のうち、化粧品・ヘルスケア製品を取り扱う企業では、欧州においてロゴに係る意匠登録を積極的に活用している。商標登録と合わせた活用も有効である。

3. 中国への出願

中国の意匠制度に関しては、以下の点に留意が必要である。

- ・ 欧州と同様、方式審査のみで登録に至るため、審査制度を有する国・地域（日本、米国、韓国（一部除く））と比較すると、権利が相対的に不安定となる。ただし、意匠保護を規定する専利法の改正によって、登録要件に世界公知公用基準（絶対的新規性）が導入されたこと、「創作非容易性」が追加されたことにより、登録要件が厳格化され、権利の不安定性は低減する方向である。

- ・ 意匠権の保護期間が出願から 10 年であり、日米欧中韓の中で最も短いため、知的財産管理の点で留意すべきである。

中国の意匠制度の利用状況等の現状には、以下の特徴がある。

- ・ 日本国籍出願人の中国での意匠登録は他の国・地域（中国を除く）からの登録と比較して最も件数が多く、日本国籍出願人の意匠登録件数も他の国・地域（日本を除く）での登録と比較して中国での意匠登録件数が最も多い。
- ・ 中国では出願に対して方式審査のみ行うにも関わらず、出願から公報発行までに約 1 年程度要している。出願に当たっては公報発行まで時間を要する可能性に留意すべきである。
- ・ 中国では、他の国・地域での意匠登録と比較して、個人の出願人が登録件数上位に占める割合が高い。しかし、実体上は個人で出願しているものの、関連する意匠はその個人が関係する企業の製品に係わるケースも散見されている。日本の出願人が中国意匠を調査する際には注意が必要である。
- ・ これ加えて、2009 年 10 月 1 日より、もっぱら標識として用いられる平面の模様について意匠権が取得できなくなった。これまで、中国ではパッケージ・包装容器の登録が多かったが、商標権の代替としての意匠制度の活用ができなる可能性がある（ただし審査方針の動向による）ため、意匠動向は変化するものと考えられる。
- ・ 中国籍出願人は、米国、欧州での意匠登録件数を輸出額の増加に比例させて増やしている。米国、欧州の市場で中国企業と競合している場合、今後の意匠動向に留意すべきである。

4. 韓国への出願

韓国の意匠制度に関しては、以下の点に留意が必要である。

- ・ 日本、米国と同様の審査制度を有しているが、一部の分野については限定的な実体審査のみ行うとされている。出願する分野によって登録までの期間や権利の安定性に差があるため、出願の際には留意が必要である。また、一部物品についての多意匠一出願が認められている点も留意すべきである。

韓国の意匠制度の利用状況等の現状には、以下の特徴がある。

- ・ 日本国籍出願人の韓国での意匠登録は米欧中での登録と比較して最も件数が少ない。韓国での登録に占める日本国籍出願人の登録割合は 3.7%に留まっているが、韓国は自国以外からの登録が日米欧中と比較して少ないため、日本国籍出願人の登録割合は米欧中からの登録と比較して最も高い。
- ・ 1997 年の工業デザイン促進法等が契機となり、デザインに対する政府および企業の関心が高い。国際的な競争力を持つ韓国企業ではデザイン開発に注力し、国際的にも評価が高まっている。政府もデザイン振興院を立ち上げるなど、積極的な展開をしている。