

## 目次

## 序 3つの視点

## I. 一般に類似とは

## II. 認知科学

## III. 社会的・経済的意義(以上前号)

## IV. 意匠の類似(以下本号)

おわりに

## IV. 意匠の類似

前号での検討を踏まえ、意匠の類似について検討してみたい。

第24条2項の規定するところに従い、類否判断の主体である「需要者」について検討し、その後に「美感」を、最後に「意匠の類否」について述べてみたい。

## 1. 需要者

創作非容易性の判断主体が、当業者であると規定されているのに対し、類否の判断主体については特に明記されていないことから、第24条2項は、その判断主体を需要者と定めたものと理解される。

## 1) 概念的区分け

意匠の需要者とは、文字通り、意匠——市場においては商品デザイン——を求める者であり、商品デザインと共に商品を求める者のことである。需要者とは供給者に対する用語であるから、意匠を創作するデザイナー等の開発者側の者を除外する趣旨と考えられる。市場で需要者の選択に適うことを目指す意匠の性質を鑑みれば、意匠の市場への投入を境に需要と供給に大きく二分することができると思われる。

すなわち、デザイン、設計、加工、組立等により市場に意匠を供給することを目指す期間を、意匠の生成ないし供給過程と位置づけ、市場に供給され意匠が需要の対象となる以降を、意匠が流通または消費される需要過程と捉え、前者に携わる者を供給者とし、後者に関わる者を需要者と見なすことができると思われる。デザイナー、技術者、開発、製造メーカーやその従業員、また、組立・加工などの中間加工業者等はすべて供給者であり、市場投入後に関わる流通、販売、消費等に関わる者は、すべて需要者であると整理することができよう。一般的用法としても、需要者は最終消費者のみでなく、商取引をする業者を含むとされている（Weblio辞書「需要者」の項）。意匠審査基準22.1.3.1.1も、需要者は取引者を含むとし、「物品の取引、流通の実態に応じた適切な者」とする。

## 2) 購入者、使用者および受益者、流通者

上記はごく概括的な整理である。需要者による美感は人間の心理的側面であり、デザインに対する知識や感受性、また、商品の購入、使用、所有等の目的やニーズ等により影響を受けると考えられる。一口に需要者と言っても、その対象は、商品の購入者、使用者、受益者、流通者が考えられ、物品によってはそれぞれが異なる場合がある。

例えば、家庭電化製品、衣服などは、主たる需要者は最終消費者であり、自らの使用等を目的として購入し、その利益をも享受する関係にある。購入者、使用者、受益者がほぼ一致し、流通者が他に存在する。パソコン等のOA機器や工場等の設備機械類なども、法人等が購入してその従業員が使用し、その