

「たまごっち」デザイン進化と 意匠による知財保護の取り組み

株式会社バンダイ 法務・知的財産部 商標・著作権チーム スペシャリスト・弁理士 岡崎高之

I はじめに

たまごっちは1996年11月に株式会社バンダイより発売されたボールチェーン型の液晶玩具です。「仮想のペットを育てる」という斬新なコンセプトから生まれたたまごっちは、当時、社会現象と呼ばれるほどの大ヒットを記録しました。

最初のたまごっちブームは1998年にいったん収束しますが、2004年に「かえってきた！たまごっちプラス」として復活。2008年には画面が初めてフルカラーとなった「たまごっちプラスカラー」が誕生、その後も定期的に新機種が発売されています。全世界での販売数は累計9100万個を突破（2023年3月末時点）、世界中で愛されるロングラン商品シリーズとなりました。

今年に誕生28周年を迎えるたまごっちですが、その背景には知財による保護と、模倣品との闘いの歴史もあります。そこで本稿では、たまごっちシリーズのデザイン進化と意匠権による保護の取り組みについて、誕生期から現在まで、時代を追いながら紹介していきます。

II 誕生期（1996～1998年）

たまごっちは、生命を連想する「たまご(Tamago)」型であることと、時計、時間を想起する「ウォッチ(Watch)」の造語として命名されました。開発初期は腕時計型として企画案が上がっていましたが、最終的には様々な場所に取り付けやすいボールチェーン型での発売になっています。[図1・2]

たまごっちの一番の魅力は、手のひらに収まる液晶玩具の中で「仮想生命体」のキャラクターたちが、まるで生きているかのように赤ちゃんから成体まで育てていくことでしょう。プレイヤーは、「仮想生命体」の生命維持に責任を持ち、お腹が空いたらご飯、うんちをしたら清掃、病気になったら注射と、様々な世話を焼くこととなります。放置し続ければ死んでしまいますが、一方で成長にも分岐があり、上手に「お世話」や「しつけ」をすれば、普段見かけないレアなキャラクターに育てることもできます。

この「生命育成の疑似体験」というコンセプトは斬新で、社内では売れるかどうか疑問視する声もありましたが、発売直後から大ブームを引き起こし、



●図1 初代「たまごっち」

●図2
初代「たまごっち」
商品形状

