

平成 8 年度
中小企業庁委託調査



デザイン産業における取引契約約款に関する調査研究報告書

平成 9 年 3 月

 三和総合研究所
SRIC Corporation

報 告 書 目 次

調査の概要	1
1． 調査研究の背景	1
2． 調査の目的.....	1
3． 調査研究の実施方法.....	2
(1) 委員会.....	2
(2) 文献調査	3
(3) インタビュー調査	3
I. デザイン産業における取引契約の実態	4
1． デザイン産業の実態	4
(1) 事業所数の概要.....	4
(2) デザイナー数・従業者数	6
(3) 事業所の売上高	9
2． デザイン業務取引の流れ・取引当事者.....	10
(1) グラフィックデザインの場合.....	10
(2) インダストリアルデザインの場合	11
(3) パッケージデザインの場合	12
3． デザイン産業における取引構造の整理	13
(1) グラフィックデザインの場合の取引構造	13
(2) インダストリアルデザインの場合の取引構造	14
4． デザインの法的保護の現状	15
(1) デザインの法的保護体系	15
(2) デザイン業務プロセスにおける権利の発生	16
II. デザイン取引契約の現状	18
1． デザイン取引契約の性格.....	18
(1) デザイン取引契約の性格	18
(2) デザイン取引契約の現状（契約書の有無）	22
2． デザイン取引契約の現状.....	23
(1) 取引契約項目等の実態.....	23
(2) 契約書以外の書類（見積書等）の役割	23
(3) デザイン料算定の実態（方法、算定項目）	25
(4) 権利帰属関係の実態	28

III. デザイン取引における一般的課題	29
1. デザイン料算定に関する課題	29
(1) デザイン料算定基準	29
(2) 算定基準の受け入れ	29
2. 権利の帰属関係に関する課題	29
(1) 権利の認識不足	29
(2) 責任の転嫁の問題	29
3. その他の課題	30
(1) 契約の解除・停止の場合の扱い	30
(2) デザイン業務範囲の明確化	30
4. デザイナーとクライアント間でのトラブルの実態	31
(1) クライアント側が考えるデザイン取引におけるトラブル・問題点	31
(2) デザイナー側が考えるデザイン取引におけるトラブル・問題点の内容	32
IV. デジタル化がデザイン取引契約に与える影響	33
1. デジタル化の性質の整理	33
2. デジタル化によるデザイン業務・取引への影響	33
(1) デザイン業務（プロセス）における影響	33
(2) デザイン管理上の問題	34
(3) デジタル化されたデザインの権利保護の問題	34
(4) 流通・取引構造等への影響	35
V. デザイン取引契約約款策定による課題解決の方向性	37
1. 一般的な課題への対応の視点	37
2. デジタル化による影響への対応の方向性	37
(1) 現行の取引契約約款のデジタル化への対応性	37
(2) デジタル化への取引契約における対応性	37
VI. デザイン取引契約約款のあり方	39
1. 本デザイン取引契約約款の位置づけ・性格	39
2. 本デザイン取引契約約款案の構成	39
3. デザイン取引契約約款案	41
(1) 基本的な取引契約約款案	41
(2) オプション条項案	71
(3) デジタル化を踏まえた成果物の利用に関する条項（案）	76

調査の概要

1. 調査研究の背景

国民経済におけるサービス産業の比重の高まりの中、サービス産業のいくつかの部門では、市場規模が大きく拡大している。それに伴い、こうした分野にもいわゆる「下請分業構造」が広がり始めている。

下請分業構造は、長期継続的取引関係の持つメリットが確保され、かつ専門分野に特化した優秀な下請け企業等の育成等が適切に行われるのであれば、当該産業の発展に貢献するものである。しかし、デザイン業をはじめ、サービス産業の取引形態等は、製造業と比較して以下のような特徴を有している。

- ・取引方式の定型化が比較的進んでおらず、個々の取引において方式にバラツキがある
- ・業界における取引慣行が未成熟である

現在、サービス産業は下請代金法・下請振興法の対象外であるため、サービス業分野における適切な分業構造の育成を図るため、平成5年6月に、中小企業庁は「情報財産業」を対象とした適正な取引形態確立のためのガイドラインとしての「振興指針」を策定するなど、積極的な施策の展開を開始している。

当通達は、情報財産業一般についてのものであり、必ずしもデザイン産業を対象としたものではないが、基本的な考え方はデザイン産業にも適用可能であると考えられる。しかし、デザイン産業において 適正な取引慣行が育成されるには、本通達の考えに基づく指導に加えて、デザイン産業の特性を踏まえた標準的な契約形態を提示することが必要である。

一方、最近のデジタル技術・情報通信ネットワークの進展による、デザインのデジタル化が急速に進んでいる。デジタル化は、劣化のない複製や無断改変、ネットワークを通じての成果物の流通が可能であるなど、デザインの保護や流通形態に大きな影響を及ぼすことが考えられる。取引契約においてもデジタル化への対応が必要とされ、標準取引契約検討の際の重要な視点のひとつとなっている。

2. 調査の目的

以上の背景を踏まえ、本調査研究は、新たな価値を創造し、商品価値を高め、産業の活性化に大きな役割を果たすことが期待されているデザイン産業において、下請分業構造及び下請取引契約の実態を把握、課題の抽出を行うと共に、デジタル化など、デザイン産業をとりまく環境の変化を踏まえた標準約款の作成を目的とした調査研究を実施した。

3. 調査研究の実施方法

(1) 委員会

本調査研究の実施にあたって、「デジタル化時代におけるデザイン取引契約のあり方にに関する研究委員会」を設置し、委員会を計4回開催した。

【委員】

(五十音順 敬称略)

	氏名	所属・役職名
委員長	井原 哲夫	慶應義塾大学 商学部 教授
委員	市川 和重	大日本印刷株式会社知的財産権部 副部長
委員	岩城 陸奥	株式会社資生堂 宣伝部 コンピュータデザイングループ 主幹アートディレクター
委員	黒部 洋瑠	デザインオフィースK 代表取締役社長 JAGDA著作権部会リーダー
委員	小泉 直樹	神戸大学 法学部 助教授
委員	鈴木 誠一郎	株式会社 アレフゼロ 代表取締役会長 社団法人広告制作協会(OAC) 理事
委員	田代 貞之	株式会社電通 法務室 法務部 部長
委員	土橋 雄三	下請中小企業アドバイザー
委員	内藤 篤	内藤・清水法律事務所 弁護士
委員	野一色 真	阪南大学 経済学部 教授
委員	日高 一樹	日高国際特許事務所 弁理士
委員	平野 哲行	株式会社平野デザイン設計 代表取締役社長

【オブザーバー】

氏名	所属・役職名
青木 史郎	財団法人日本産業デザイン振興会 Gマーク事業部次長兼プロジェクト推進部長
清水 喬雄	通商産業省 産業政策局 デザイン政策室 室長
小林 裕和	通商産業省 産業政策局 デザイン政策室 振興班長
藤井 弓子	通商産業省 産業政策局 デザイン政策室 振興係長
大島 和宏	通商産業省 中小企業庁 下請企業課 企画第一係長

【事務局】

氏名	所属・役職名
亘理 正雄	株式会社三和総合研究所 常務取締役研究開発本部長(主査)
石田 雅之	株式会社三和総合研究所 主任研究員
荒川 潤	株式会社三和総合研究所 主任研究員
鳥井 静夫	株式会社三和総合研究所 研究員

(2) 文献調査

デザイン産業に関する各種文献・資料等を収集し、情報収集を行った。

(3) インタビュー調査

デザイン産業における契約実態をより反映させるべく、クライアント企業、広告会社やデザイナー、デザイン事務所等の事業者に対して、必要に応じてインタビュー調査を実施した。

I. デザイン産業における取引契約の実態

1. デザイン産業の実態

(1) 事業所数の概要

デザイン産業におけるデザイン事務所等の事業所の概要

- ・デザイン事務所などの事業所数は
- 2,605 事業所（平成7年度特定サービス産業実態調査報告書速報値より）
- 10,169 事業所（平成6年事業所統計調査報告「事業所名簿整備調査報告」より）
- ・特定サービス産業実態調査報告書において、事業所数が前回調査時点と比較して減少
- ・全事業所の約6割強が従業員1~4人規模の零細事業所である。（特定サービス産業実態調査報告書より）

表1 各統計調査による事業所数

出所統計	調査年	事業所数	内訳等
特定サービス産業実態調査報告書 デザイン業編	1973年	1,534	—
	1974年	2,723	—
	1979年	2,212	個人事業者：1,116 法人事業者：1,089 その他：7
	1982年	2,005	個人事業者：976 法人事業者：1,027 その他：2
	1985年	2,437	個人事業者：1,171 法人事業者：1,222 その他：3
	1990年	2,933	個人事業者：1,234 法人事業者：1,694 その他：5
	1992年	2,935	個人事業者：1,127 法人事業者：1,804 その他：4
	1995年	2,605	個人事業者：959 法人事業者：1,642 その他：4
事業所統計調査報告「デザイン業」	1981年	5,781	個人事業者：3,297 法人事業者：2,415 その他：69
	1986年	7,801	個人事業者：4,019 法人事業者：3,773 その他：9
	1991年	10,075	個人事業者：4,182 法人事業者：5,884 その他：9
事業所名簿整備調査報告「デザイン業」	1994年	10,169	

(注1) 「その他」の項目は「法人でない団体」「国・地方公共団体」等の事業所である。

(注2) 平成7年度の特定サービス産業実態調査報告書の数値は速報値である。

図1 特定サービス産業実態調査報告書によるデザイン事業所数の推移

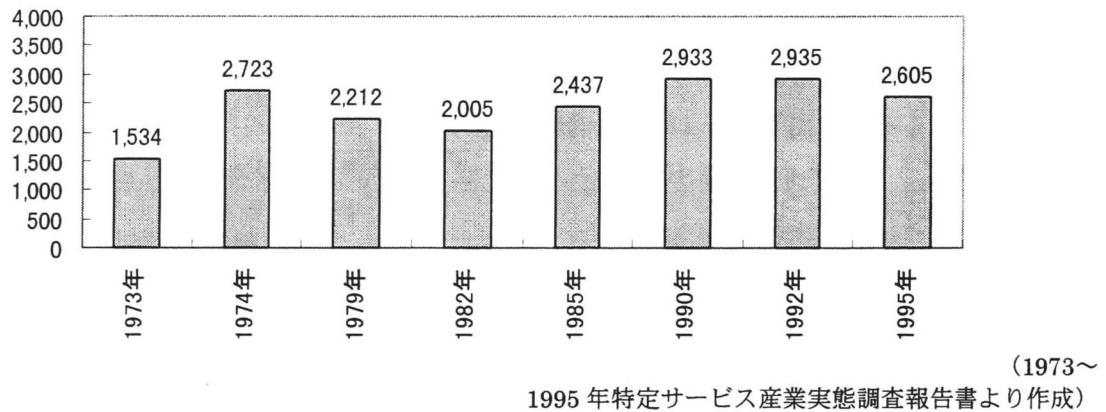


表 1 事業所統計調査によるデザイン事業所数

	1976年	1981年	1986年	1991年	1994年
事業所数	4,231	5,781	7,801	10,075	10,196
増減事業所数		1,550	2,020	2,274	121
年率伸率		6.4%	6.2%	5.2%	0.4%

表 2 特定サービス産業実態調査報告書によるデザイン事業所の従業者規模別数

調査年	1～4人		5～9人		10～29人		30人以上		合 計
		構成比		構成比		構成比		構成比	
1973年	1,024	66.8%	347	22.6%	133	8.7%	30	2.0%	1,534
1974年	1,704	62.6%	686	25.2%	292	10.7%	41	1.5%	2,723
1979年	1,408	63.7%	523	23.6%	244	11.0%	37	1.7%	2,212
1982年	1,279	63.8%	467	23.3%	212	10.6%	47	2.3%	2,005
1985年	1,557	63.9%	553	22.7%	285	11.7%	42	1.7%	2,437
1990年	1,954	66.6%	667	22.7%	264	9.0%	48	1.6%	2,933
1992年	1,818	61.9%	732	24.9%	331	11.3%	54	1.8%	2,935
1995年	1,706	65.4%	586	22.5%	271	10.4%	42	1.6%	2,935

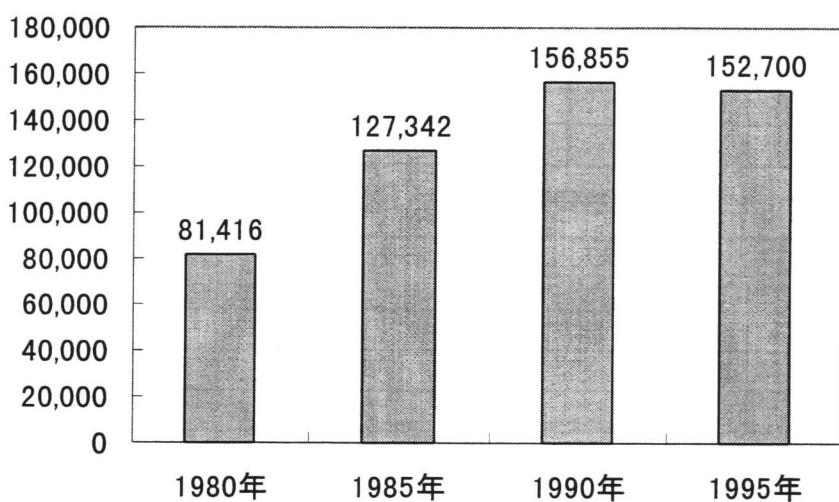
(2) デザイナー数・従業者数

①わが国のデザイナー数・従業者数

わが国のデザイナー数の概要

- ・わが国のデザイナー数は、
 - 152,700人（1995年国勢調査1%抽出結果速報値より）
 - 13,898人（うちデザイナーは10,262人）（平成7年特定サービス産業実態調査報告書速報値より）
 - 46,435人（従業員数）（平成6年事業所統計調査「事業所名簿整備調査」より）
- ・国勢調査、特定サービス産業実態調査報告書、事業所統計調査報告のいずれにおいても1995年（事業所統計調査は1994年）のデザイナー数が前回調査時と比較して減少

図2 国勢調査によるデザイナー数の推移



(1980, 1985, 1990, 1995年国勢調査より作成、ただし、1995年は1%抽出速報値による)

表 3 各統計によるデザイナー数・従業員数

出所統計	調査年	従業者数	内訳等
国勢調査	1980年	81,416	(デザイナー数のみ)
	1985年	127,342	
	1990年	156,855	
	1995年	152,700	
特定サービス産業実態調査報告書 デザイン業編	1973年	8,242	・うちデザイナー：7,061人* ・1事業所あたりの人数：5.6人
	1974年	14,769	・うちデザイナー：10,401人* ・1事業所あたりの人数：5.4人
	1979年	12,282	・うちデザイナー：8,409人* ・1事業所あたりの人数：5.6人
	1982年	11,636	・うちデザイナー：7,860人* ・1事業所あたりの人数：5.6人
	1985年	13,640	・うちデザイナー：9,392人 ・1事業所あたりの人数：5.6人
	1990年	15,196	・うちデザイナー：12,074人 (男8,106人 女3,968人) ・1事業所あたりの人数：5.2人
	1992年	16,861	・うちデザイナー：12,649人 (男8,245人 女4,404人) ・1事業所あたりの人数：5.7人
	1995年	13,898	・うちデザイナー：10,262人 (男6,911人 女3,351人) ・1事業所あたりの人数：5.3人
事業所統計調査 デザイン業	1981年	28,053	・1事業所あたりの人数：4.8人
	1986年	36,719	・1事業所あたりの人数：4.7人
	1991年	51,003	・1事業所あたりの人数：5.1人
	1994年	46,435	・1事業所あたりの人数：4.6人
「にっけいでざいん」 デザイン実態調査	1994年 N=571	・1事業所の平均 従業員数 9.0人 (1994年4月)	・うちデザイナー数：6.2人
	1995年 N=380	・1事業所の平均 従業員数 12.3人 (1995年4月)	・うちデザイナー数：6.9人

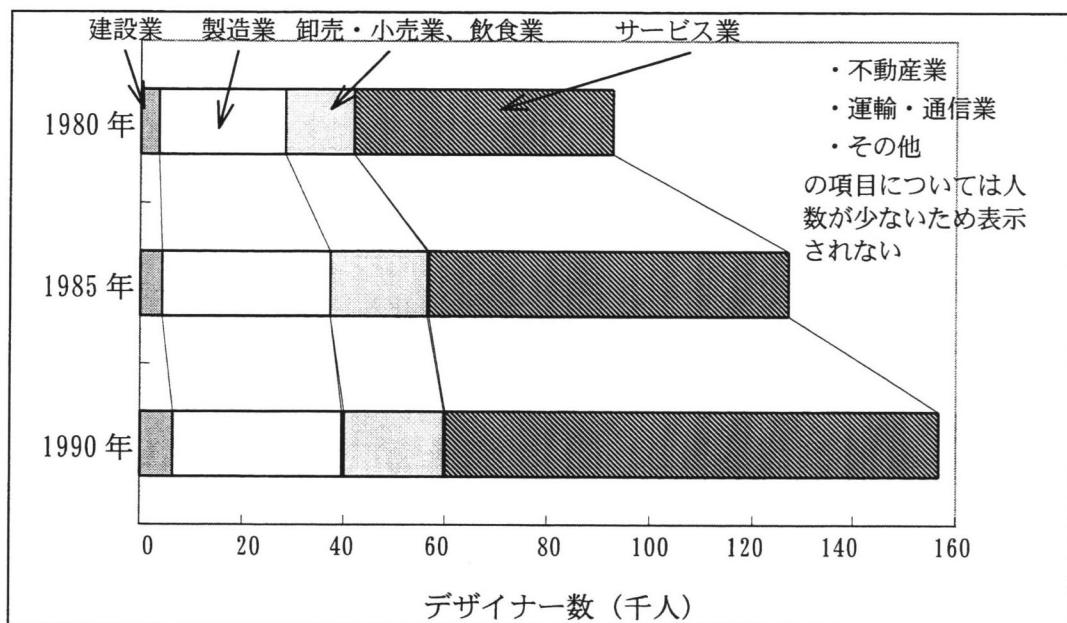
*：特定サービス産業実態調査報告書中にデザイナー数が明示されていない場合、従業者数から「管理部門」、「その他」に分類される従業者数を差し引いた数をデザイナー数としている。

②各産業におけるデザイナー数（1995年国勢調査による最新データによるものではないことに留意）

表 4 主な産業におけるデザイナー数

調査年	建設業	製造業	運輸・通信業	卸売・小売業、飲食業	不動産業	サービス業	その他	合計
1980年	3,545	24,788	51	13,618	69	50,788	72	92,936
1985年	4,159	33,091	50	19,187	172	70,622	61	127,342
1990年	6,607	33,313	118	19,522	493	96,730	77	156,855

図 3 主な産業におけるデザイナー数の推移



(1980,1985,1990年国勢調査より作成)

(3) 事業所の売上高

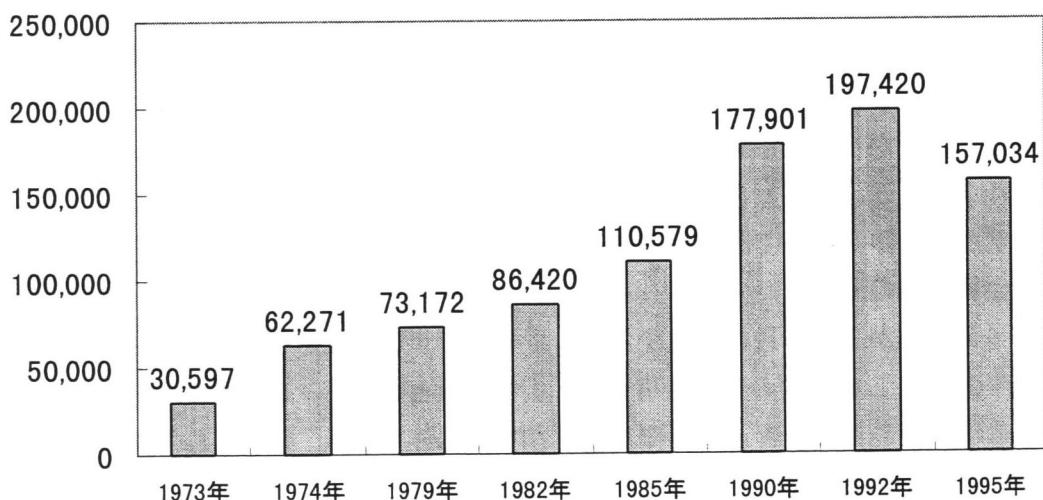
わが国のデザイン事業所の売上高等の概要

- ・デザイン事業所全体の年間売上高：約 1570 億円
- ・1 事業所あたりの年間売上高：6,028 万円
- ・デザイナー一人あたりの売上高：1,530 万円
- ・平成 7 年速報値は前回調査時点（平成 4 年）と比較して初めて減少
(いずれの数値も平成 7 年特定サービス産業実態調査報告書速報値より)

表 5 デザイン業の売上高

出所統計名	調査年度	デザイン業の年間売上高(百万円)	1 事業所あたりの年間売上高(万円)	従業員一人当たりの売上高(万円)	デザイナー一人あたりの年間売上高(万円)
特定サービス産業実態調査報告書 デザイン業編	1973年	30,597	1,995	371	433
	1974年	62,271	2,287	422	599
	1979年	73,172	3,308	596	870
	1982年	86,420	4,310	743	1,099
	1985年	110,579	4,538	811	1,177
	1990年	177,901	6,065	1,171	1,473
	1992年	197,420	6,726	1,171	1,561
	1995年	157,034	6,028	1,129	1,530
「につけいでざいん」 デザイン実態調査	1994年度 (1993年度 のデータ (N=571)	—	17,765	1,974	2,865

図 4 デザイン業の売上高（名目）の推移（単位：百万円）



(1973～1995 年特定サービス産業実態調査報告書より作成)

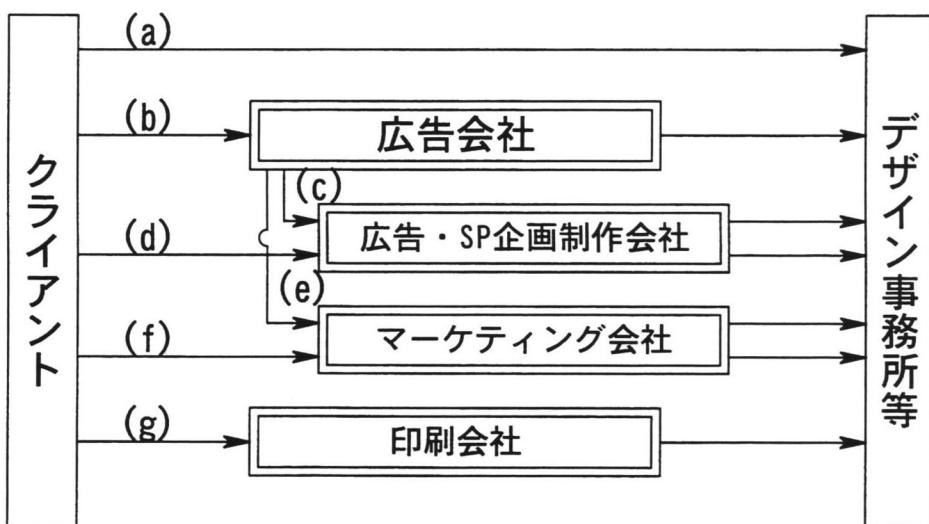
2. デザイン業務取引の流れ・取引当事者

(1) グラフィックデザインの場合

グラフィックデザインの場合、クライアントからデザイン事務所等に発注されるまでの流れとしては、一般的に以下のように考えられる。

どの流れによってデザイン事務所に発注されるかについては、クライアント企業の業種による明確な違いはないようである。一般的に比較的高い能力・評価を有するデザイン事務所ほど、クライアントとの直接取引が多くなる。一方、絶対的な傾向ではないが、広告会社や印刷会社など中間事業者を経由して発注されるほど、下請的な色彩が強くなる傾向にあるといわれる。

図5 クライアントからデザイン事務所等への取引の流れ



(資料：日経BP社「デザイン情報源'94」より三和総合研究所作成)

①クライアントからの直接発注

クライアントから直接発注される場合である。この場合、契約当事者は、クライアント企業とデザイン事務所等である（図中(a)）。

②広告会社経由の発注

クライアントから広告会社に発注され、さらにデザイン事務所等に発注される場合である（図中(b)）。この場合の契約当事者は、広告会社とデザイン事務所等である。なお、広告会社の場合、内部にデザイン制作部門を有する場合もあり、必ずしも外部のデザイン事務所等に委託されるとは限らない。

また、クライアントから広告会社に発注され、さらに広告・SP (Sales Promotion) 企画制作会社、マーケティング会社・PR会社に発注され、そこからデザイン事務所等に発注されるような場合もある（図中(c)および(e)）。この場合の契約当事者は、広告・SP企画制作会社もしくはマーケティング会社・PR会社とデザイン事務所等である。

③広告・SP企画制作会社経由の発注

クライアントから広告・SP企画制作会社に発注され、さらにデザイン事務所等に発注される場合である（図中(d)）。この場合の契約当事者は、広告・SP企画制作会社とデザイン事務所等である。なお、広告会社と同様に、広告・SP企画制作会社の場合、内部にデザイン制作部門を有する場合もあり、必ずしも外部のデザイン事務所等に委託されるとは限らない。

④マーケティング会社・PR会社経由の発注

クライアントからマーケティング会社・PR会社に発注され、さらにデザイン事務所等に発注される場合である（図中(f)）。この場合の契約当事者は、マーケティング会社・PR会社とデザイン事務所等である。

⑤印刷会社経由の発注

クライアントから印刷会社に発注され、さらにデザイン事務所等に発注される場合である（図中(g)）。この場合の契約当事者は、印刷会社とデザイン事務所等である。なお、印刷会社の場合も、内部にデザイン制作部門を有する場合もあり、必ずしも外部のデザイン事務所等に委託されるとは限らない。

（2）インダストリアルデザインの場合

インダストリアルデザインの場合、クライアントからの直接の依頼に基づき、デザイン業務を行うことが一般的であるといわれている。この場合、契約当事者は、クライアント企業とデザイン事務所等である。

インダストリアルデザインの場合、クライアント企業が内部にデザイン部門を有していることもあり、その場合には、製品等のデザイン全てを外部に委託する例は少なく、デザイン作業等の一部工程についての外部委託が多いといわれている。

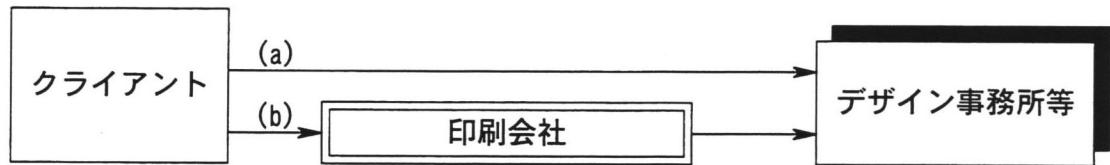
図6 インダストリアルデザインの場合の取引の流れ



(3) パッケージデザインの場合

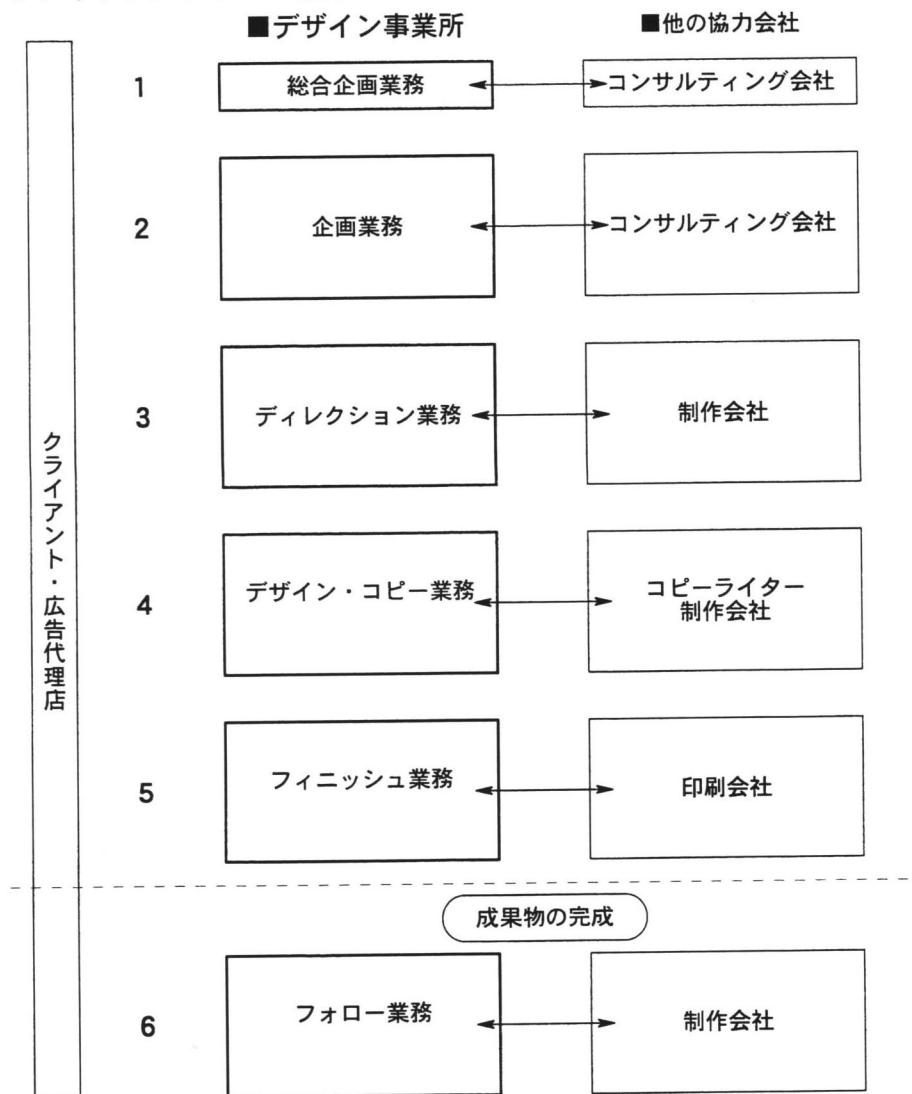
パッケージデザインの場合には、クライアントから直接デザイン事務所等に発注される場合もあるが、印刷会社を経由して発注される場合がそのような際には、多いといわれている。なお、印刷会社が内部にデザイン部門を有している場合もあり、必ずしも全ての場合について、外部に委託されるとは限らない。また場合によっては、印刷会社ではなく、広告会社を介して発注されることもある。

図7 パッケージデザインの場合の取引の流れ



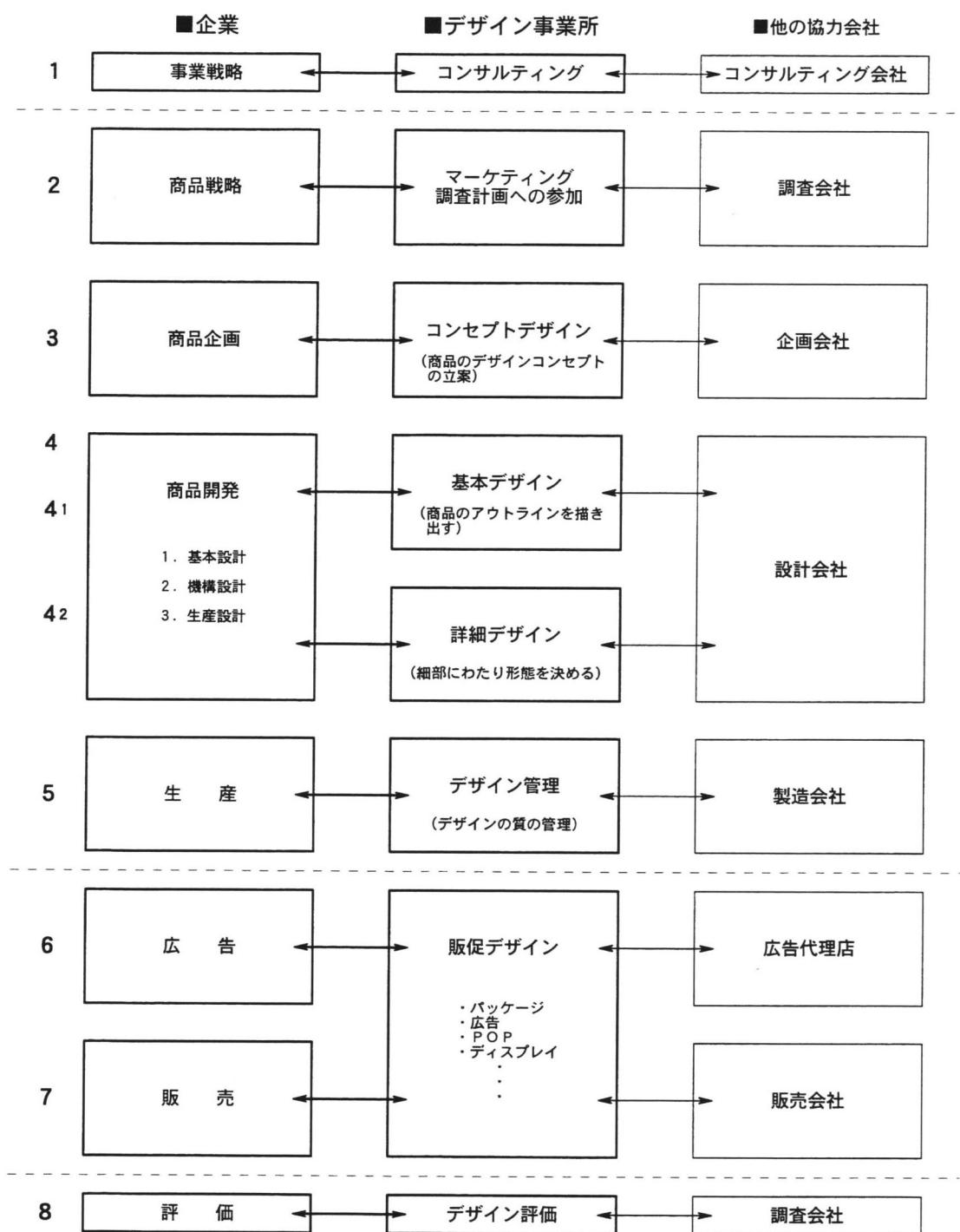
3. デザイン産業における取引構造の整理

(1) グラフィックデザインの場合の取引構造



(資料：日経 BP 社「日本のデザイン会社 1000 社」より三和総合研究所作成)

(2) インダストリアルデザインの場合の取引構造



(資料：(財)日本産業デザイン振興会「デザイン契約マニュアル」より引用)

4. デザインの法的保護の現状

(1) デザインの法的保護体系

- デザインの成果物を保護する現行の法律としては、工業所有権四法（特許・実用新案・意匠・商標法）、著作権法、不正競争防止法などが中心である。
- 現行法によるデザインの保護は、原則的に有体物（物品など）に固定されたものを対象としている。
- 現行の法体系においては、アイデア（技術的思想を除く）／コンセプトなどのレベルに対する保護はできない。
- デジタルデータのような形態については、極めて限定された条件下でしか保護されない。

表6 デザインの法的保護体系

デザインの表現形態		デザインの保護に関する現行法					
		特許法	実用 新案法	意匠法	商標法	著作権法	不正競争 防止法
無 体 物	アイデア／ コンセプト	○(1)	△(3)	×	×	×	×
	プログラム	△(2)	×	×	×	○	△(8)
	データ	×	×	×	×	△(7)	△(9)
	文字	×	×	△(4)	×	○	△(10)
有 体 物	物品の形状等	○(1)	○	○	△(6)	○	○
	マーク（標章）	×	×	△(5)	○	○	○

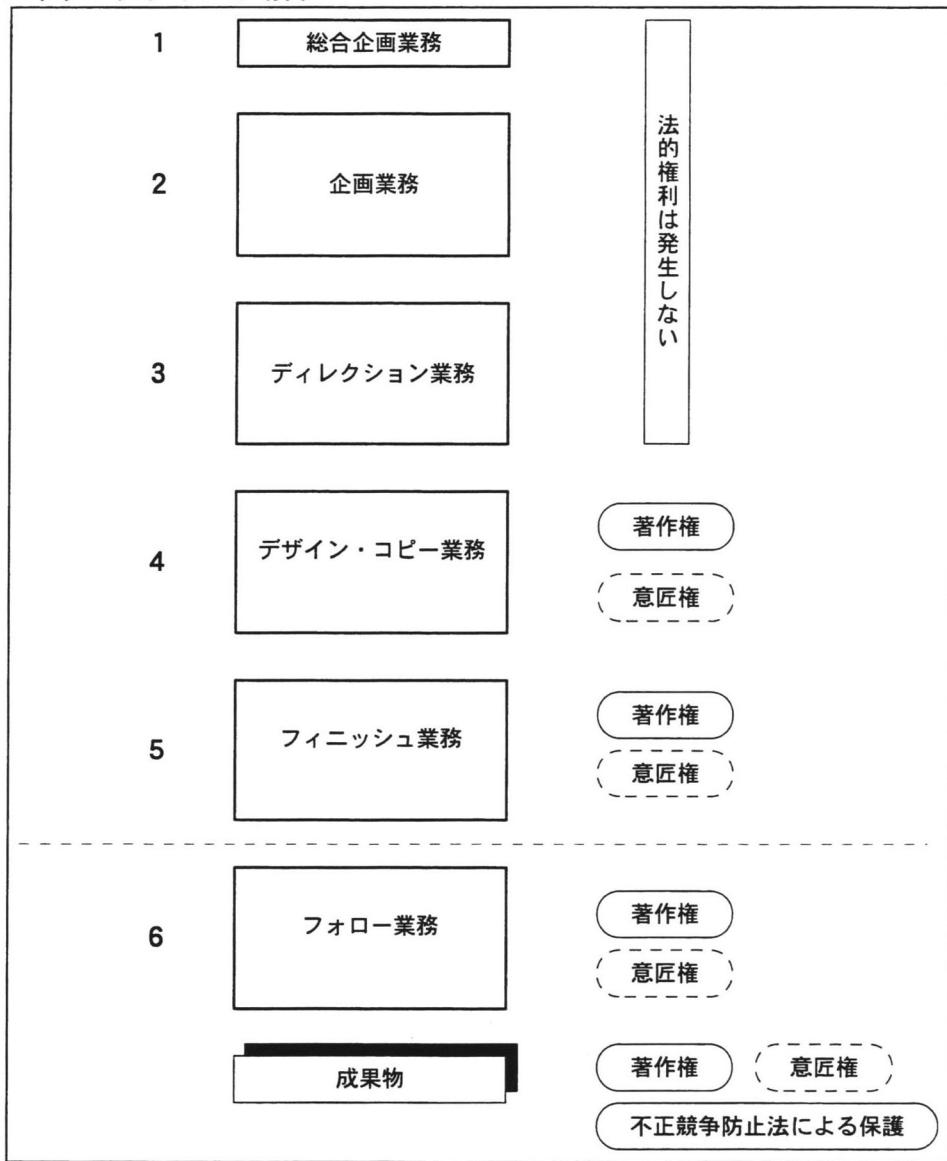
凡例 ○：保護が可能 △：場合によっては保護が可能 ×：保護不可能

(資料：三和総合研究所作成)

- (1)自然法則を利用し、技術的思想（アイデア）に基づくものに限られる。
- (2)自然法則の利用が原則
- (3)物品の形状・構造に関する技術的思想（アイデア）に限定される。
- (4)タイプグラフィの意匠法による保護については見解が分かれている。
- (5)工業上利用できるものに限定（せっけんの立体的標章など）
- (6)立体商標に該当するものが保護対象となる。
- (7)文字の配列に置き換えられた場合には保護が可能であるが、現実的ではない。
- (8)営業秘密に該当する場合には保護が可能
- (9)顧客データなどの営業秘密に該当するデータの場合には保護が可能
- (10)無体物であるタイプフェイスについても、不正競争防止法1条1項の規定に該当するとの判決（平成5年(う)第594号）がある。

(2) デザイン業務プロセスにおける権利の発生

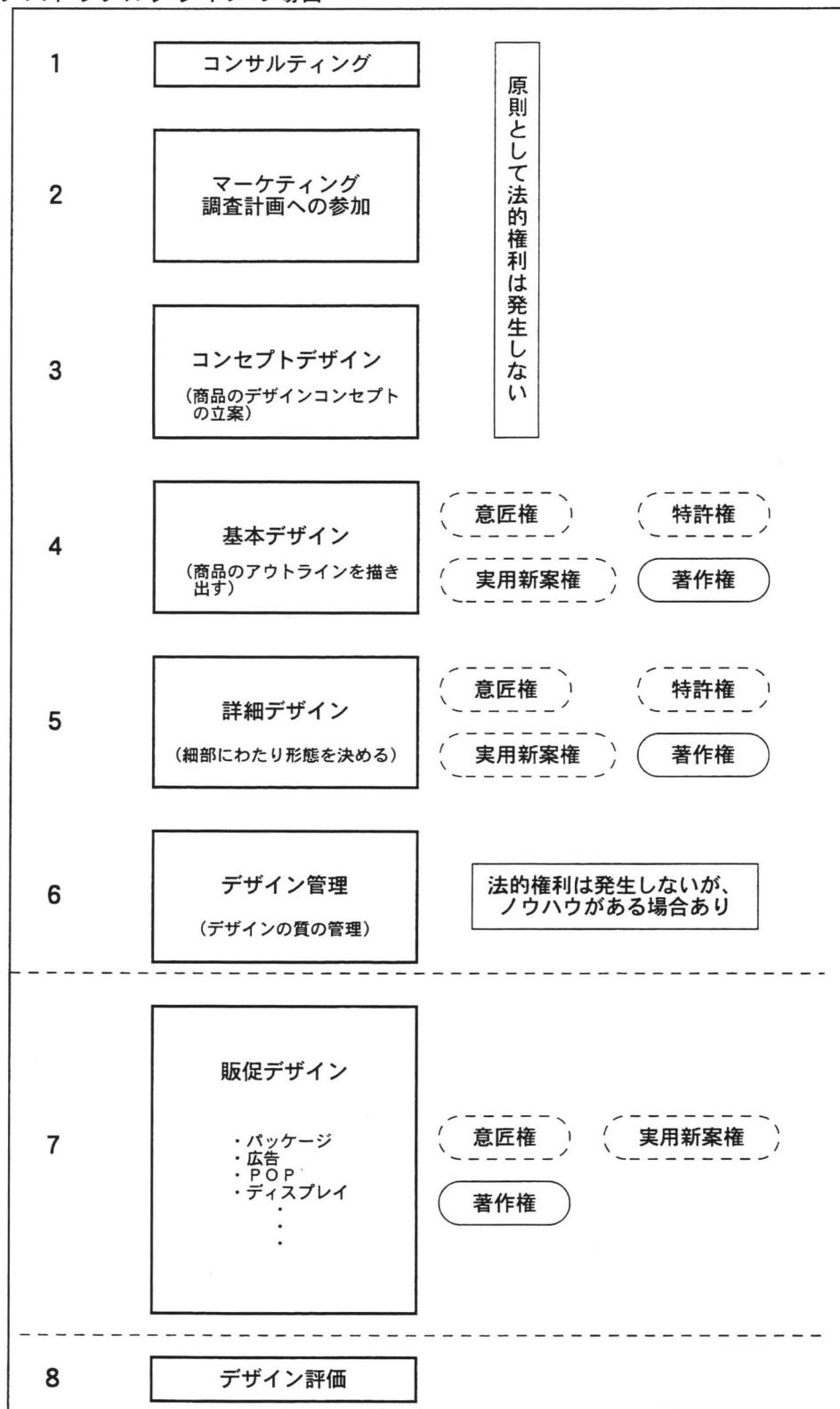
①グラフィックデザインの場合



(資料：三和総合研究所作成)

(注) 意匠権は意匠登録出願→方式審査→実体審査→査定→設定登録の手続を経て発生

②インダストリアルデザインの場合



(資料：三和総合研究所作成)

(注 1) 特許権、意匠権は出願→方式審査→実体審査→査定→設定登録の手続を経て発生

(注 2) 実用新案権は登録出願→方式審査→設定登録の手続を経て発生する。

II. デザイン取引契約の現状

1. デザイン取引契約の性格

(1) デザイン取引契約の性格

①デザイン取引契約の特徴

デザイン取引契約は、クライアント側からデザイン事務所に対して発注される業務委託契約であるが、これに意匠権、著作権などの知的財産権の譲渡契約もしくは使用許諾（ライセンス）契約が加わっていることが大きな特徴であり、他のサービス業における取引契約と大きく異なるところである。

こうした知的財産権の譲渡・使用許諾契約の側面を有することが、契約に際しての専門的知識を要求するなど、適正な取引契約を結ぶことを難しくしている一因とも考えられる。

②取引の下請け性の有無

取引契約適正化の観点から、デザイン産業における取引契約が下請的な性格を有するものであるかどうかについて特定することが必要である。

a) 「外注（下請）取引基本契約書の見方・作り方」における下請取引の定義

製造業においては、財団法人全国下請企業振興協会が平成6年9月に作成した「外注（下請）取引基本契約書の見方・作り方」に下請取引の定義がある。それによると、下請取引とは、親事業者から指示された一定の条件のもとで行われる製造・修理等の委託が一定期間内に何回か行われるような取引であるとされている《参考1》。

《参考1：外注（下請）取引基本契約書の意義における外注（下請）取引の定義》

(1) 外注（下請）取引とは、親事業者が継続的に下請事業者に対して、仕様、図面、規格等で特定した物品（若しくはその半製品、部品、附属品、原材料）を製造させたり、物品の修理、加工、組立等を委託する取引をいう。

仕事の内容若しくは品名と数量、単価についての合意が成立すれば、その取引は成立することになるが、取引が円滑に行われるためには、その他に種々の取引条件が加えられる。一定の期間内に何回か行われる具体的な個々の外注（下請）取引を以後個別取引（又は個別契約）と呼ぶこととする。

（資料：（財）全国下請企業振興協会「外注（下請）取引基本契約書の見方・作り方」）

b) 「下請代金支払遅延等防止法」における定義

下請関係にある企業の保護を目的として制定された「下請代金支払遅延等防止法」がある。「同法第4条第1項に関する運用基準」に示されているような、親事業者による「買いたたき」「強制購入」等の行為は、独占禁止法における「不公正な取引方法（優越的地位の濫用）」に該当する可能性があり、場合によっては、公正取引委員会により、親事業者に対して「勧告」がなされる。

同法では下請関係にある取引における「委託」「親事業者」「下請事業者」を《参考2》のように定義している。

《参考2：下請代金支払遅延等防止法 第2条における用語の定義》

第2条 この法律で「製造委託」とは、事業者が業として行う販売若しくは業として請け負う製造（加工を含む。以下同じ）の目的物たる物品若しくはその半製品、部品、附属品もしくは原材料又は業として行う物品の修理に必要な部品若しくは原材料の製造を他の事業者に委託すること及びその事業者がその使用し又は消費する物品の製造を業として行う場合にその物品又はその半製品、部品、附属品若しくは原材料の製造を他の事業者に委託することをいう。

2 この法律で「修理委託」とは、事業者が業として請け負う物品の修理の行為を他の事業者に委託すること及び事業者が使用する物品の修理を業として行う場合にその修理の行為の一部を他の事業者に委託することをいう。

3 この法律で「親事業者」とは、次の各号の一に該当する者をいう。

(1)資本の額又は出資の総額が1億円をこえる法人たる事業者（政府契約の支払遅延防止等に関する法律（昭和24年法律第256号）第14条に規定する者を除く。）であって、個人又は資本の額若しくは出資の総額が1億円以下の法人たる事業者に対し製造委託又は修理委託をするもの

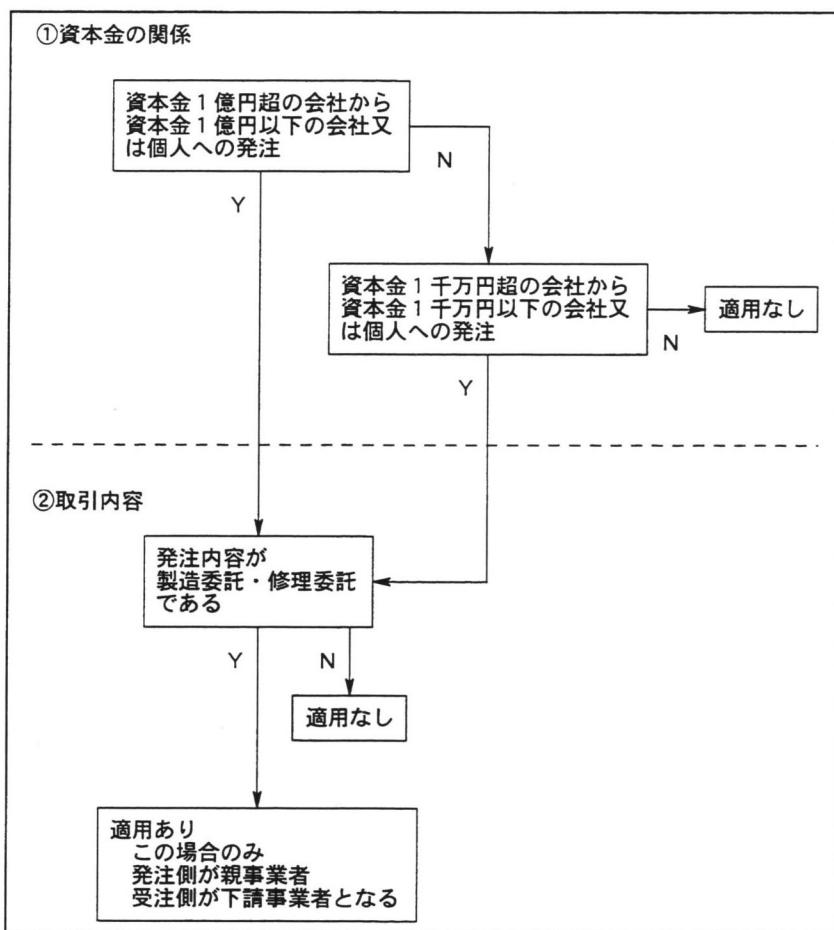
(2)資本の額又は出資の総額が1千万円をこえ1億円以下の法人たる事業者（政府契約の支払遅延防止等に関する法律第14条に規定する者を除く。）であって、個人又は資本の額若しくは出資の総額が1千万円以下の法人たる事業者に対し製造委託又は修理委託をするもの

4 この法律で「下請事業者」とは、次の各号の一に該当する者をいう。

(1)個人又は資本の額若しくは出資の総額が1億円以下の法人たる事業者であって、前項第1号に規定する親事業者から製造委託又は修理委託を受けるもの

(2)個人又は資本の額若しくは出資の総額が1千万円以下の法人たる事業者であって、前項第2号に規定する親事業者から製造委託又は修理委託を受けるもの

図8 下請代金支払遅延等防止法の適用範囲



デザイン産業はサービス業であるため、製造業を対象とした同法を直接適用することはできないが、下請構造の有無を同法の考え方に基づいて整理すると以下の通りである。

- ・デザイン産業における取引の当事者双方であるクライアント企業、広告会社およびデザイン事務所は、「業務委託契約」における発注者と受注者の関係にあり、両者が対等の関係にある取引は少ないといわれている。多くの場合、両者間には相対的な上下関係が発生している。
- ・しかしながら、親事業者に相当するクライアント企業、広告会社等は、創作行為を伴わない作業委託の場合、作業のスペックを詳細に示す場合もあるが、創造的な行為を伴う場合には、デザイン事務所側とクライアント側が共同して作業を進めていくこともあり、必ずしも製造業における下請取引と同様の性格を有する「取引」であるとはいえない。

上記を総合すれば、デザイン産業における取引についても、発注者側は親事業者として、受注者側は下請事業者としての側面が強く、一部の取引において下請性があるものの、全般的に取引の下請性が認められるわけではない。

(注) その他の例として、他のサービス産業（映画産業、翻訳産業）における取引の下請性については、

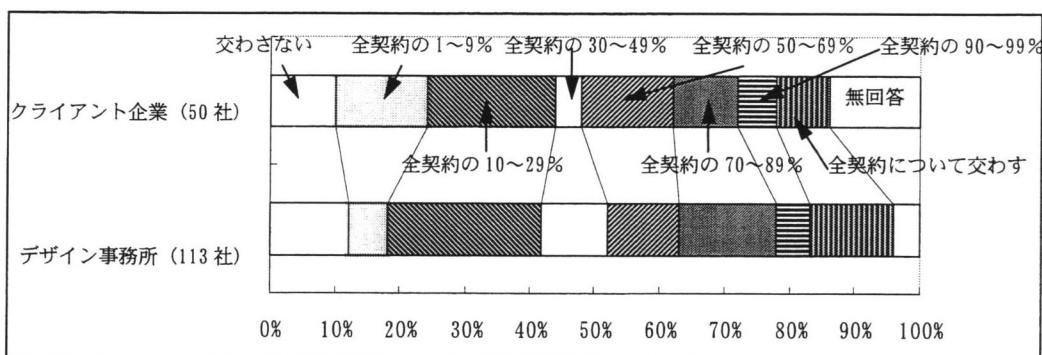
以下のように考えられている。

- 映画産業においては、制作会社、制作関連スタッフ等は下請取引と認識していない場合も多いが、「製作請負に関する契約（製作委託契約）」および「制作関連スタッフとの契約」については、製造業と同様の側面を有することから、取引契約に下請性を有すると判断される。
- 翻訳産業においては、発注者と受注者の取引関係は、製造業における下請取引と類似する部分も多く、取引契約の多くは下請性を有すると判断される。

(2) デザイン取引契約の現状（契約書の有無）

（財）日本産業デザイン振興会が 1994 年に行った調査によると、デザイン取引契約のうち、書面による取引契約を交わすクライアント企業、デザイン事務所は、クライアント企業の 8 割弱、デザイン事務所の 8 割強である。しかし、すべての契約に占める書面による契約の割合が 5 割を超えている企業は、クライアント企業で 4 割弱、デザイン事務所で 4 割強と、半数に満たないことがわかり、依然として口頭による契約が多いことをうかがわせる。

図9 書面による契約を交わす割合



注) この図は各クライアント企業、デザイン事務所における全契約に占める書面契約の割合を示している。例えば、クライアント企業において全契約の 10～29%が書面による契約である全体に占める割合は、約 2 割強であることを示している。

（資料：日本産業デザイン振興会調査結果、「にっけいでざいん」1995.5 号より引用）

2. デザイン取引契約の現状

(1) 取引契約項目等の実態

(財)日本産業デザイン振興会のアンケート調査によると、デザイン取引契約において定める項目としては、クライアント側、デザイン事務所側による差異がみられるものの、以下の項目については、回答企業の半数以上が契約項目としてあげており、ほぼ必須的に含まれているものであることがわかる。

《契約書の項目として比較的回答の多かった項目》

- ・支払い条件
- ・契約期間
- ・デザイン料
- ・デザイン業務範囲の明確化
- ・守秘義務
- ・知的財産権の取り扱い

しかし、「同業他社へのデザインサービスの禁止」や「解約条件」、「成果物の内容・数量」、「損害賠償」などの、デザイナーとクライアントにおける重要な権利義務に関する規定がなされていない場合も多いことがわかる（P.21 表 7 参照）。

(2) 契約書以外の書類（見積書等）の役割

書面による契約を交わさない場合においても、見積書などの契約書以外の書類が取引に際して、契約書に代わる大きな役割を果たしているとみられる。

①見積書

取引に際してデザイン料について協議するために、見積書をクライアント側に提出することは、極めて一般的であると思われる。

見積書の役割としては、デザイン料金の算定根拠を明確にするほか、多くの取引契約において、発注があったことを記録する書類として機能していることも考えられる。

②発注確認書

見積書以外にも、発注確認書をデザイン事務所側がクライアント側に発送し、発注があった旨を記入・返送してもらうことで、取引契約があった事実を書面にし、契約書の代行をしているようなケースもみられる。

表7 契約書の項目

デザイン事務所(N=113)				クライアント企業(N=50)		
	契約書の項目	回答数	割合	契約書の項目	回答数	割合
1	支払条件	94	83.2%	契約期間及び更新	31	62.0%
2	デザイン料	91	80.5%	デザイン料	31	62.0%
3	契約期間及び更新	88	77.9%	支払条件	30	60.0%
4	デザイン作業のプロセス、業務範囲	80	70.8%	デザイン作業のプロセス、業務範囲	27	54.0%
5	守秘義務	79	69.9%	守秘義務	23	46.0%
6	知的財産権	73	64.6%	知的財産権	22	44.0%
7	実費精算	53	46.9%	同業他社へのデザインの禁止	13	26.0%
8	デザイン条件	52	46.0%	デザイン条件	12	24.0%
9	解約条件	47	41.6%	解約条件	11	22.0%
10	成果物の内容・数量	41	36.3%	成果物の内容・数量	9	18.0%
11	損害賠償	35	31.0%	実費精算	8	16.0%
12	同業他社へのデザインの禁止	31	27.4%	損害賠償	7	14.0%
13	違約金	24	21.2%	所轄裁判所	5	10.0%
14	成果発表	24	21.2%	違約金	5	10.0%
15	デザインした商品の販売権	23	20.4%	成果発表	4	8.0%
16	外注の禁止	14	12.4%	責任分担	2	4.0%
17	所轄裁判所	7	6.2%	外注の禁止	1	2.0%
18	相続	6	5.3%	相続	1	2.0%
19	PL関連の損害賠償	2	1.8%	PL関連の損害賠償	0	0.0%
20	その他	4	3.5%	その他	0	0.0%

(資料：日本産業デザイン振興会調査結果、「にっけいでざいん」1995.5号より引用)

(3) デザイン料算定の実態（方法、算定項目）

①デザイン料金の構成

デザイン料を構成する項目としては、一般的には以下に示した項目が考えられるが、現実には、これらの一部により構成される場合も少なくない。デザイン料は、創作活動に対する対価とみる場合と、特殊技能に対する対価とみる場合の2つの要素により構成されているといえよう。

《デザイン料金を構成する項目の例》

a)コンサルタント料

デザインの専門家の立場から企業活動や商品に対して助言をしたり、指導を行うことに対する対価である。

b)企画料

デザイナーが情報や感性に基づき、アイデアやイメージなどを発想し、論理的に組み上げ、企画や構想として総合的にまとめあげていく創造行為に対する対価である。

c)制作料

デザインの過程で必要となる版画原稿やスケッチ、図面、模型などを制作する作業の対価である。

d)権利料

デザイナーの創作物に対する権利を使用したり買い取ったりするための対価である。

e)デザイン管理料

デザインしたものの生産化や商品化に当たっての管理業務に対する対価である。

f)資料等の使用料

デザイン開発、及びコンサルティングなどのために各種データ、写真、イラストレーション等を必要とした場合に発生する費用である。

g)拘束料

デザイン事業所に対し、発注者の同業他社に対するデザイン業務を禁止し、かつデザインの実務が発生しない場合や、相対的に大きなデザイン業務を依頼したにも係らず業務を待機させた場合は、事務所設備や人員の拘束・維持のための費用が必要になることがあり、そのための費用である。

h)実費

デザイン業務を行うための必要な出張経費や、デザイン事業所から外注したモデル制作などの費用である。

（資料：（財）日本産業デザイン振興会「デザイン契約マニュアル」1995年2月を基に作成）

②デザイン料金の支払方法

クライアントからデザイン事務所に支払われる方法は、契約により様々であるが、概ね以下の方法による。

《デザイン料金の支払い方法》

a)一括払い

業務開始から終了時までの契約期間中に、一括して支払う方法である。

b)分割払い

業務開始から終了時まで分割して支払う方法である。分割方法としては月々の均等払いが一般的であるが、着手時・中間・終了時に 1/3 づつ支払うなどの方法がある。

c)段階払い（フロー方式）

分割払いの一種で、デザイン業務の各段階の終了毎にデザイン料を支払う方式である。

d)年間契約方式

長期間にわたりデザインコンサルティングなどの業務協力関係をもつ場合、通常双方の経営の安定を図るため、前述の支払い方式の個別業務契約と併せて年間契約を締結することがある。

e)ロイヤルティ方式

通常、前述の契約（支払い方式）と併用され、ロイヤルティの契約をもとにデザイン料の一部を商品の販売に従い、売り上に対する一定の比率でデザイン事業所の支払っていく方法である。

（資料：（財）日本産業デザイン振興会「デザイン契約マニュアル」1995年2月を基に作成）

③デザイン料の算定方法

デザイン業務の内容が契約により千差万別であるため、一般的な算定方法は存在しないが、デザイン料算出の考え方として、一般的に用いられているものとして、以下の方があげられる。

実際の算定方法では、以下の方式の一つにより計算する場合や、複数組み合わせる場合などがある。

しかしながら、デザイン事務所等へのインタビュー調査によると、クライアント側に提示した料金が全額認められることは少なく、相場感やクライアントの予算を反映して、見積り金額をもとにした交渉によりデザイン料が決められるのが実態のようである。

表8 デザイン料の決定要素についてのアンケート回答結果（複数回答）

デザイン料の決定要素	回答事務所数(N=50)
見積をもとに話し合って決める	39 (78.0%)
自社の基準によって決める	16 (32.0%)
第三者の基準を参考にする	5 (10.0%)

（資料：（財）日本産業デザイン振興会の1994年実施のアンケート調査による）

a) 人工方式（マンパワー方式）

デザイナー一人当たりの単位時間単価を設定し、受注業務に必要な時間を単価に乘じることによって算出する方法である。この方式では、デザイナー側は質を単価に反映させることができるが、クライアント側にとっては、デザインの質を評価することが困難なため、単価の妥当性について判断することが難しいといった問題点がある。また、受注業務に必要な時間数についても、明確な根拠がないといったことから、この方式により算定されたデザイン料がクライアント側には受け入れられにくいといった側面がある。

b) 指数・点数方式

作業内容を詳細に分類した表により、項目毎に重要度等に基づき、指数・点数が設定されている。この指数・点数にデザイナーのランク等を考慮して、単価を乗じたものをデザイン料とする方法である。

この方式では、デザイン業務に必要な工程や作業量をクライアント側に明確に示すことができるといったメリットがある反面、人工方式と同様に、必要とされる時間数の根拠が不明確であるなど、問題点も併せ持っている。

この方式の例としては、（社）日本グラフィックデザイナー協会（JAGDA）の算定基準や1968年に工業デザイン事務所20数社で結成された「FDデザイン機構」により提示された「FD書式」といわれる料金算定法もこの方法に分類される。

《参考3：JAGDAの料金算定の考え方》

デザイン料金は基本的には、次の計算式により表現されている。

$$X = (a Y + b) + a Y Z + C$$

X：デザイン料金の合計

a：クリエイティブワークの作業料

Y：デザイナーの能力や知名度を示す指数

b：カンプ、フィニッシュ等の作業量

Z：媒体・露出数量に関する指数（媒体、対象地域により変動する）

C：支出経費

この計算式の中で、 $(a Y + b)$ はデザイン制作者の作業料を示し、 $(a Y Z)$ は制作物の効果（付加価値）を示しており、これに経費を加えた料金が、デザイン料金の合計になるという考え方である。

《参考 4 : FD 書式によるデザイン料金算出の考え方》

FD 書式によるデザイン料金は、①基本料、②デザインワーク料、③立替金の 3 つの料金により構成され、それらを合算した料金をデザイン料金としている。

①基本料

基本料は以下の式によって算出される。

$$\text{基本料} = \text{FD 単価} (\text{¥}600) \times (\text{基本点数}) \times (\text{日数}) \times (\text{担当チーフデザイナー数}) \\ \times (\text{標準を } 1 \text{ とする適合度係数})$$

②デザインワーク料

デザインワークの基本点数に、ワークに要した時間数をかけ、1 点を ¥600 として計算した金額である。

③立替金

外注費、遠距離交通費、宿泊費、長距離電話代、荷造運賃費など、クライアントが承認・指示した項目の金額である。

c) 費用対効果

デザインの効果によりもたらされる経済効果を推定し、その効果に基づき、デザイン料を算定する方法である。この算定方法では、デザインによる明確な経済効果の推定が可能な場合のみ用いることができるものであり、多くの場合、経済効果の推定が困難なことから、あまり一般的な方法ではないと考えられる。

(4) 権利帰属関係の実態

デザイン取引契約において、(1) で述べたように知的財産権の取り扱いを定めているケースが多い。しかし、その内容についてみると、多くの場合、著作権、意匠権などの成果物に関する一切の権利がクライアントに帰属するような内容であり、デザイナー側に権利を帰属させ、所定の成果物についてのみ、クライアントに使用権を設定しているような場合は少数である。

また、採用されたデザインだけでなく、不採用となったデザインを含めて、全てのデザインの権利を譲渡もしくは無償で使用する権利をクライアント側に設定している場合もある。

III. デザイン取引における一般的課題

1. デザイン料算定に関する課題

(1) デザイン料算定基準

(財)日本産業デザイン振興会の調査によると、デザイン料の決定の要素として、見積をもとに話し合うという割合が全体の約8割と、非常に多いことが特徴的である（表8参照）。

こうしたものの中には、一応自社の算定基準により算出されたデザイン料を、その後の話し合いにより、調整する場合も含まれるが、明確な自社算定基準をもたず、話し合いのみで決められる場合もかなりあると考えられる。

このような、クライアント側との話し合いにおいて、通常、両当事者間に上下関係（力関係）があり、相対的にクライアント側が有利な場合が多いことから、デザイン事務所側に不利なデザイン料になりやすいといった問題がある。

(2) 算定基準の受け入れ

一方、デザイン事務所等に対して三和総合研究所が実施したインタビュー調査によると、自社算定基準、JAGDA算定方式等の第三者基準など明確な基準をもってデザイン料を算定した場合においても、クライアント側との話し合いにより決定される要素が大きいといわれ、デザイン事務所側が用いようとしている算定基準がクライアント側になかなか受入られていないといったことが指摘されている。

すなわち、この問題についても当事者間の力関係に起因する問題であり、デザイン事務所側が相対的に弱い立場であることが多いことが浮き彫りにされた結果である。（但し、この点は上記（1）を含めて、あくまで一般論であり、実際には、デザイン事務所がクライアントと対等もしくは有利な立場に立つこともあり得る。）

2. 権利の帰属関係に関する課題

(1) 権利の認識不足

多くの取引契約において、意匠権、著作権などの成果物の権利は、不採用案も含めクライアント側に帰属するような契約が多いのが実態であるといわれている。

この問題についても、当事者間の契約上の力関係によるところが大きく、デザイナー側に一方的に不利な契約が押し付けられているという問題があるが、デザイナー側も、権利に対する認識が希薄であり、契約上の力関係に加え、こうした意識が不利な契約とされる要因のひとつであると考えられる。

(2) 責任の転嫁の問題

成果物に関する全ての権利がクライアント側に一方的に譲渡されるにもかかわらず、成果物が第三者の権利を侵害した場合や、PL法（製造物責任法）に関連する製造者側の責任が問われた場合に、デザイナー側に責任が転嫁されている契約が多いといわれている。

この問題についても、デザイン料の問題と同様に両当事者間の力関係、デザイナー側の

権利に対する認識の希薄さが問題の要因であると考えられる。

3. その他の課題

(1) 契約の解除・停止の場合の扱い

デザイン取引契約が、クライアント側によって、一方的に停止・解除された場合においては、それまでの業務に対するデザイン料の支払額は双方で協議して精算することになるが、クライアント側にとっては、業務の目的が消滅したり、目的とする成果物が完成されていないという理由で、デザイン事務所に対して、十分な料金が支払われない場合がある。

(2) デザイン業務範囲の明確化

デザイン取引契約において、デザイン業務範囲についての規定がなかった場合、もしくは契約書等においてデザイン業務範囲については規定されているものの、その業務内容が詳細に規定されていないなど、あいまいな規定であったような場合に、当初の契約内容より、結果的に業務が大幅に増大したり、度重なる修正やアフターフォローが要求されることがある。

また、業務範囲を明確に特定しないことは、その業務によって生じる知的財産権の帰属や、対価の支払い義務についても不明確となり、当事者間におけるトラブルが発生する要因となる可能性が大きく、業務範囲の明確化は契約における大きな課題である。

《参考事例：クライアント企業による業務の中止、非採用案が利用された事例》

- ・デザイン事務所A社は、クライアント企業から一方的に業務を中断されたが、それまでの業務に対する対価すら支払われず、多大な損害を受けた経験がある。
- ・デザイン事務所B社は、クライアントに提案した案（作品）が不採用となつたが、クライアント側はこれを無断で利用し、わずかな変更を加えたものを製品化している。
- ・デザイン事務所C社は、不採用になった案を含めて、委託業務に係わる全ての成果物の権利がクライアント側に帰属するような契約を結ばれている。

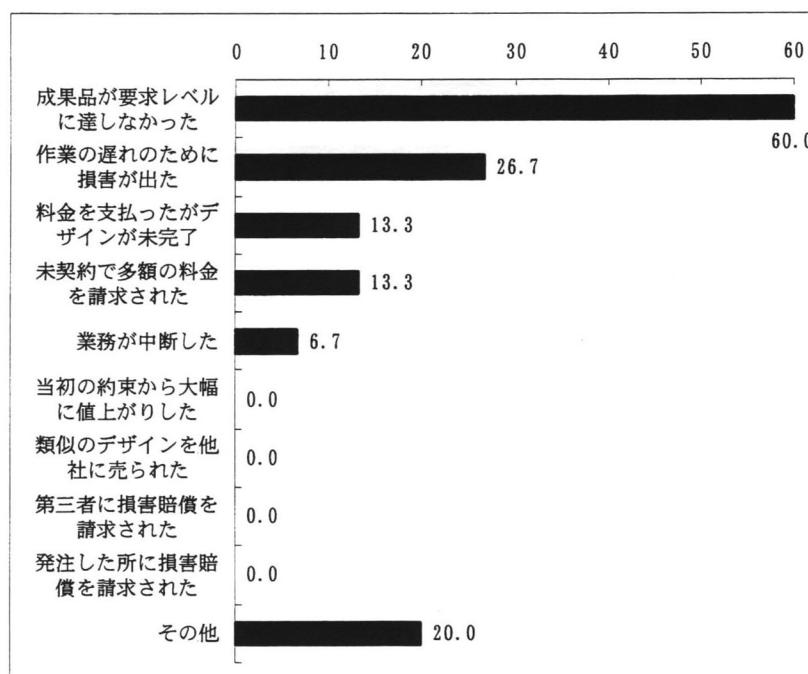
4. デザイナーとクライアント間でのトラブルの実態

(1) クライアント側が考えるデザイン取引におけるトラブル・問題点

- ・成果品が要求レベルに達していない (60%)
- ・納期遵守されないための作業遅延 (26.7%)
- ・デザインの未完了 (13.3%)
- ・未契約で多額の料金の請求 (13.3%)
- ・取引契約自体の安全性 (契約破棄の危険性などデザイナーに対する信頼性の問題)
- ・製品の安全性の確保 (PL 法に対する配慮の有無)
- ・他者の知的財産権等の権利処理 (他者権利の尊重)
- ・料金体系が不明確
- ・デザイナーの能力評価が困難

(注) () 内の数字は 1994 年の秋期に日本産業デザイン振興会が実施したアンケート調査によるクライアント側の回答企業の割合である (以下のグラフ参照)。

図10 業務上のトラブルの内容 (クライアント企業、回答数 15 社)



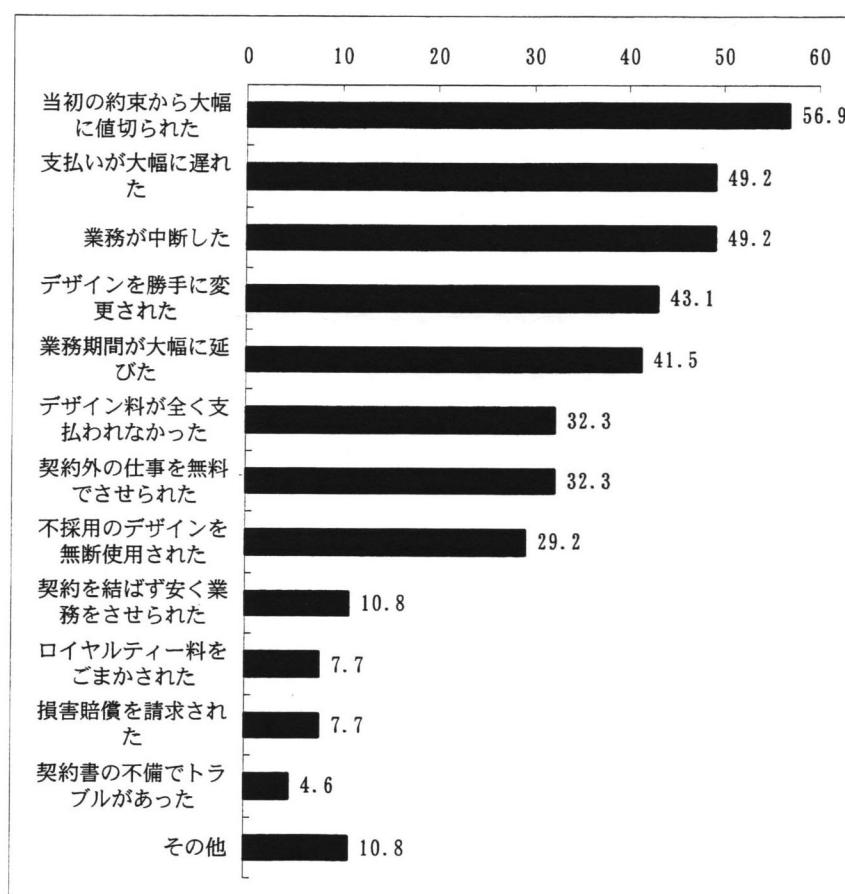
(日本産業デザイン振興会調査結果、「にっけいでざいん」1995.5 号より引用)

(2) デザイナー側が考えるデザイン取引におけるトラブル・問題点の内容

- ・デザイン料の大幅な値引き要求 (56.9%)、大幅な支払遅延 (49.2%)、不払い (32.3%)
- ・業務の中止 (49.2%)
- ・デザインの無断変更・変更 (43.1%)
- ・業務契約期間の延長 (41.5%) など

(注) () 内の数字は 1994 年の秋期に日本産業デザイン振興会が実施したアンケート調査によるクライアント側の回答企業の割合である（以下のグラフ参照）。

図11 業務上のトラブルの内容（デザイン事務所、回答数 65 社）



(日本産業デザイン振興会調査結果、「につけいでざいん」1995.5 号より引用)

IV. デジタル化がデザイン取引契約に与える影響

1. デジタル化の性質の整理

デザイン分野に限らず、ツール、コンテンツのデジタル化によって、従来のアナログとは異なる性質として、一般的に以下のような事項があげられる。こうしたデジタル化特有の性質は、利便性をもたらす一方で、様々な問題を引き起こす要因ともなっている。

《デジタル化の特性》

○劣化のないコピーが可能

- ・オリジナルと全く同等のコピーの作成が可能であり、コンピュータを利用することにより、コピー作成にほとんど労力を要しないことも特徴的である。

○蓄積が容易

- ・デジタル化された成果物の蓄積には、スペースを必要とせず、大量の成果物の半永久的な蓄積が可能である。

○改変が容易

- ・デジタル化されたコンテンツは、コンピュータ等を用いることにより、比較的容易に改変が可能である。

○ネットワークによる流通が可能

- ・デジタルデータは、通信ネットワークにより流通が可能であり、流通に要するコストは極めて小さい。また、同時に複数の場所に流通させることも可能である。

2. デジタル化によるデザイン業務・取引への影響

デザインの分野におけるデジタル化の進展は、業務効率化や新たな分野の開拓など、デザインに計り知れないメリットをもたらす一方で、以下にあげるような問題が懸念されている。

(1) デザイン業務（プロセス）における影響

- ・デザイン作業の全部または一部がデジタル化されると、通信ネットワークによる中間成果物のやりとりが可能となることから、共同での作業展開が容易になる。また、納品についてもネットワークにより、伝送するような方法が今後、主流となる可能性がある。
- ・蓄積された過去の成果物を流用し、それらに改変を加えたものを新たな成果物とするような場合が生じてくる。
- ・デジタル化により作業効率が向上し、コスト削減に寄与するが、一方で見積単価の引き下げなどの影響がある。

《デザイン業務プロセスにおける影響》

- ・共同作業の場合における権利者、権利発生行為の特定が困難になる。
→現在の共同作業と同様の解釈が可能か？（共同著作物、権利の共有）
- ・従来の成果物の結合、改変等により創作されたデザインの場合、オリジナルとの関係はどうなるのか。
→オリジナルの権利侵害に該当する可能性がある。
- ・経済的価値の対象となる行為の特定が困難になる。また、デジタル環境下における創作行為である「デザイン」とは何かといった根本的な問題がある。
→絵はコンピュータが描くので、クライアントはアイデアの部分に対価を支払うのか？そもそもデジタル環境下では何がデザインという行為なのか？
- ・クライアントからの、業務効率化を理由とした見積単価引き下げの要求がある。
→デジタル化はデザイン料を低くみなされる要因となるのか？

（2）デザイン管理上の問題

- ・クライアントに納品した、もしくはネットワークにより流通したデジタルデータ形式の成果物は、無断コピー、改変、模倣される危険性がある。

《デザイン管理上の問題》

- ・取引当事者、第三者による無断複製、改変、蓄積、再利用などの行為への対応
- ・インターネット等のグローバルなネットワークにおいて公開されたデザインの成果物は、複製、再流通によって際限なく流通する可能性があり、創作者の管理範囲を越えた状況が生じ得る。

（3）デジタル化されたデザインの権利保護の問題

- ・デザインの対象領域としてコンピュータのアイコンなどのGUI、インターネット上のWWWデザインなど、成果物が従来の紙や物品に表現されない場合が数多くみられるようになっている。
- ・デザインの成果物がフロッピーディスクなどによる納品など、デジタルデータの形態のまま取引される場合が多くなっている。
- ・アナログ素材のデジタル化など、特殊な技術・ノウハウが必要な工程が必要とされ、その経済的価値を担保しようとする動きがある。

《デザインの権利保護に関する問題》

- ・紙・物品により表現されないデザインは法的保護の枠組みが不十分であり、権利保護が十分になされない可能性が生じている。
→現行意匠法による保護の限界から、「意匠制度検討委員会」において、物品を離れたデザインの保護を含め意匠法の見直しについて検討が行われている。
- ・データという形態のままでは、保護対象として物品性を要求している現行法体系での保護は難しい。デジタルデータの形での十分な権利保護が必要である。
- ・デジタル化権、ディスプレイ権など新たな権利の創設への対応はいかにあるべきか？

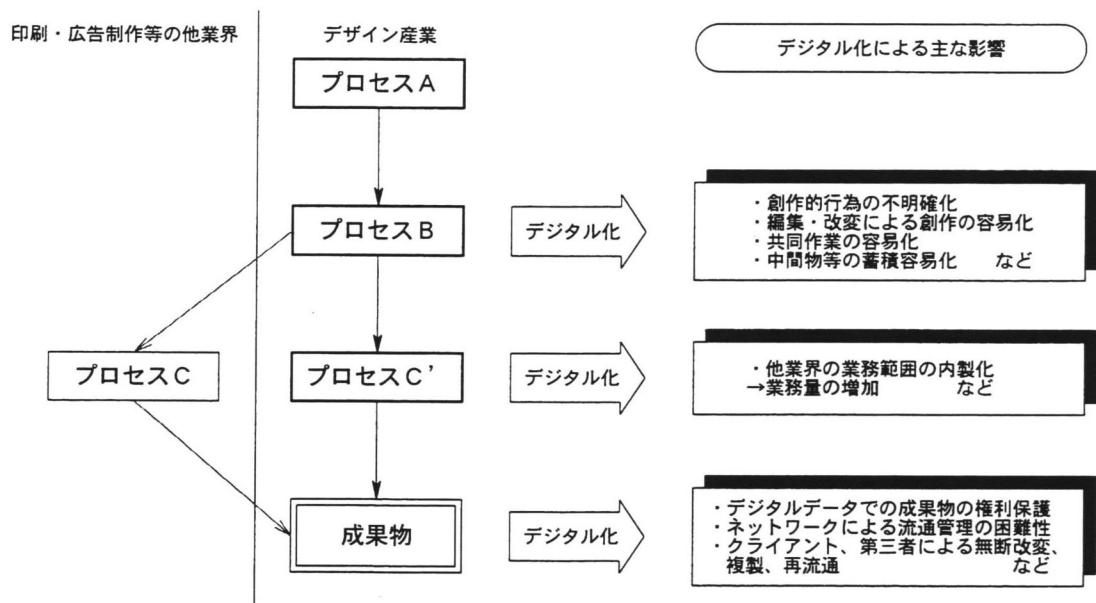
(4) 流通・取引構造等への影響

- ・素材のデジタル化、作業工程におけるコンピュータの利用により、印刷原稿の色校正など、従来は印刷業界の作業と考えられていた作業についても、デザイン事務所で比較的容易にできるようになった。
- ・デザインの造形・描画的な作業については、高度に専門的な技術がなくても、コンピュータにより比較的容易に作成可能である。
- ・ネットワークを通じての業務に関するやりとり、成果物の流通が可能であり、1対1、もしくは1対多数のコミュニケーションが容易になる。

《流通・取引構造等に関する問題》

- ・デジタル化によりデザイン業務範囲が拡大し、印刷業、広告制作業などの分野に拡大するとともに、その反対に印刷・広告制作業がデザインの分野に参入するなど、関連事業者間の業務上の境界が不明瞭になっている。
→デザイン業務範囲の拡大による業務量の増加（デザイン料は増加しないが、業務量だけが増加するような状況。）
- 印刷・広告制作業などの他業界のデザイン分野への参入による仕事量の減少
- ・ネットワークを通じてのやりとりによって、広告会社、印刷会社等を経由しないクラウドとデザイナーの直接取引が増加する可能性があり、取引構造に変化を及ぼす可能性がある。

図12 デジタル化によるデザインへの影響



V. デザイン取引契約約款策定による課題解決の方向性

1. 一般的な課題への対応の視点

クライアント、デザイナー間の取引における課題を本取引契約約款により解決するため、以下の視点に基づき、業界内の取引において「標準約款」として活用されるような取引契約約款を策定することが必要である。

《取引契約約款策定の視点》

- ・クライアント側、デザイナー側の双方のバランスを考慮し検討する。
- ・デザイン分野、当事者間の関係を考慮して、必要に応じて複数の選択肢を用意し、選択可能な取引契約約款とする。

2. デジタル化による影響への対応の方向性

(1) 現行の取引契約約款のデジタル化への対応性

現行のデザイン取引契約約款として、(財)日本産業デザイン振興会、(社)日本グラフィックデザイナー協会による約款があるが、いずれの約款についても部分的には、デジタル化に対応することが可能であるが、デジタル化特有の目的外利用の容易性に伴う、範囲外利用への対応など、必ずしも十分でない点もある。

(2) デジタル化への取引契約における対応性

デジタル化に伴う最大の懸念は、クライアントに提出された成果物の複製・改変・蓄積等の容易化に伴う、デザイナー側の権利、さらには利益への悪影響をいかに防ぐかという点にある。

こうしたクライアントによる複製・改変等への対応としては、以下の三つの方向性に基づく契約条項による対応が考えられる。

これらの中でいずれの方向性が適切かについては、「標準約款」としての活用が期待される取引契約約款において画一的に決定できるものではなく、各方向性のメリット、デメリットを踏まえた上で、取引契約約款を利用するクライアントおよびデザイナーが選択すべきものであると考えられる。

こうしたことから、デジタル化に伴う複製・改変の容易化による問題に対しては、それぞれの方向性に基づいた契約条項を選択肢として用意した取引契約約款とすることが適切であると考えられる。

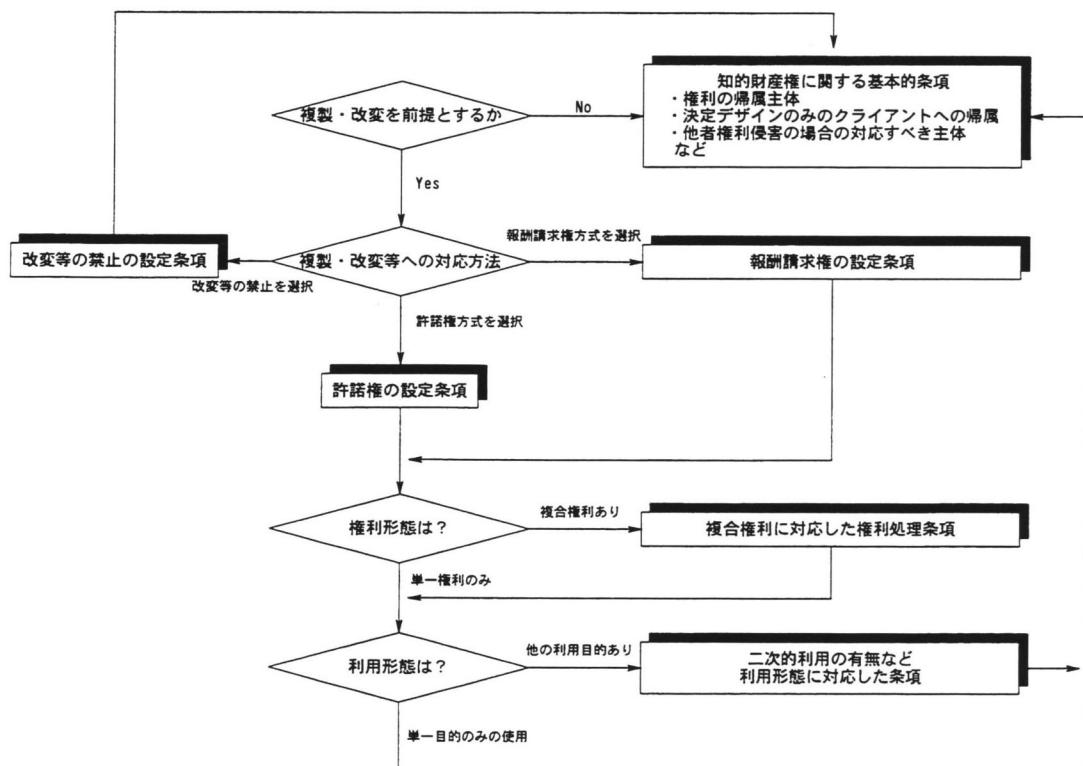
【デジタル化に伴う複製・改変への対応の方向性】

- ①複製・改変等を全面的に認めない
- ②報酬請求権的な考え方に基づく契約条項を設定
- ③許諾権を設定し対応しようとする考え方に基づく契約条項を設定

表9 デジタル化に伴う複製・改変への対応の方向性の比較

	メリット	デメリット
複製・改変等を全面的に認めない	契約の単純化	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル化が進展する環境では契約遵守は困難 ・クライアント側が拒絶する可能性有り
報酬請求権条項を設定	<ul style="list-style-type: none"> ・成果物の他目的への利用等（二次的利用）が促進 ・権利者の経済的利益が担保 	<ul style="list-style-type: none"> ・意図しない改変への対応ができないなど、人格権の担保が困難
許諾権条項を設定	・人格権の担保が可能	・利用に関する権利処理の煩雑化

図13 デジタル化に対応した契約条項選択フローのイメージ



VI. デザイン取引契約約款のあり方

1. 本デザイン取引契約約款の位置づけ・性格

これまで検討してきたように、デザイン取引は分野、当事者間の関係等により様々な契約形態が存在し、画一的な取引契約約款によって全ての取引に適用することは事実上不可能である。

ここで提案される取引契約約款の位置づけとしては、全てのデザイン取引に共通して用いるものを策定するのではなく、デザイン取引における契約の考え方を提示することで、本取引契約約款における考え方を、今後の個別取引における契約策定において参考とすることが可能となるようにすることである。すなわち、個別のデザイン取引の状況に応じて、本取引契約約款の条項全部もしくは一部を活用することが考えられよう。（同時に、具体的な事例における適用（活用）を通じて、より適応力のある約款に発展させていくことも可能となる。）

また、これまでの取引契約約款において、十分な対応がなされてこなかった、デジタル化への対応について、取引契約における対応のあり方の一例を示すものとしての活用も期待される。

2. 本デザイン取引契約約款案の構成

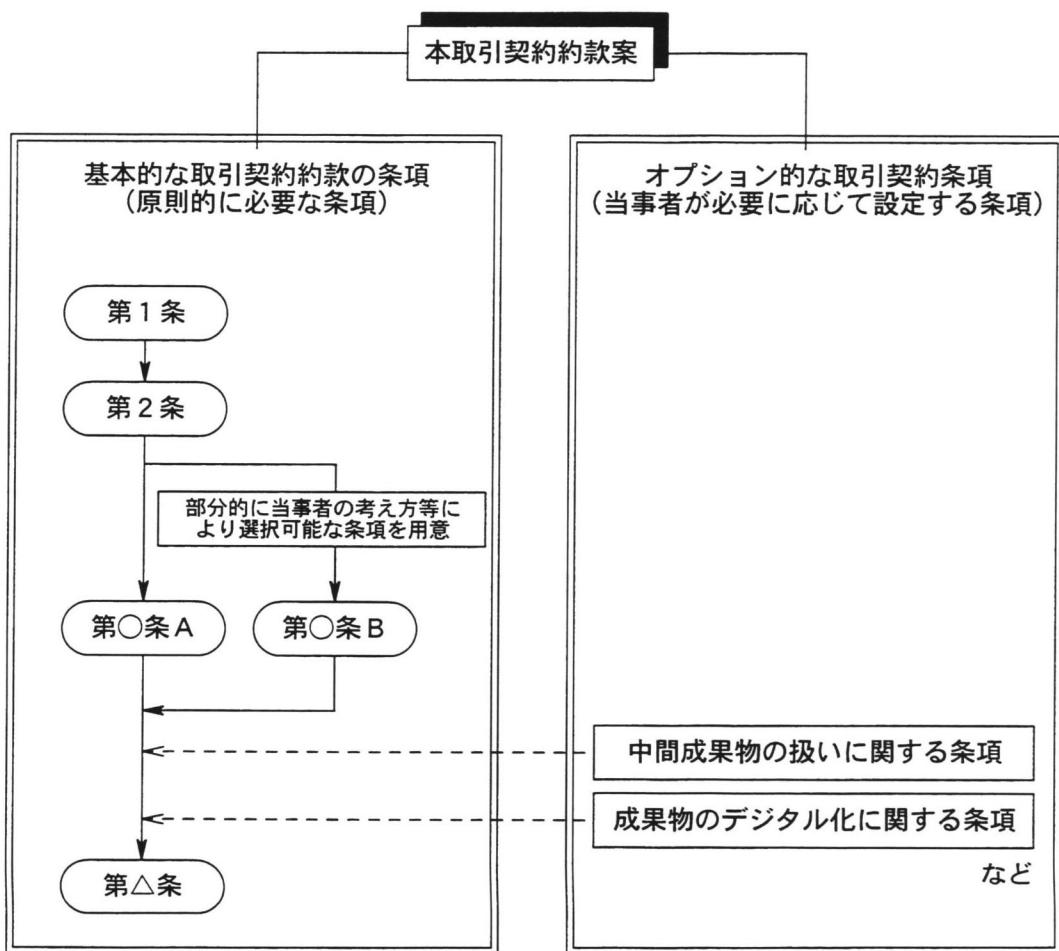
本デザイン取引契約約款は、基本的な契約条項案の他に、グラフィック、インダストリアル等、デザイン業務の分野や当事者間の関係等に応じて、選択可能な条項案を用意している。

本取引契約約款案における基本的な契約条項案とは、デザイン業務取引に原則的に必要と考えられるもので、それだけで取引契約約款を最低限構成することができるものである。

しかしながら、基本的な契約条項と位置づけられる契約条項においても、デザイン分野や取引当事者の考え方等により、画一的に規定できない場合もあり、そのような場合には、選択が可能な条項案を設定している。

また、デザイン業務分野や契約条件等により、必要に応じて設定できる「オプション条項」を設け、全ての取引に必ずしも必要とはされないが、契約当事者が必要に応じて設定すべき条項として位置づけている。デジタル化への対応についてもオプション契約条項のひとつとして整理している。

図14 デザイン取引契約約款の構成



3. デザイン取引契約約款案

(1) 基本的な取引契約約款案

①取引契約約款の全体構成（基本的条項による構成）

本取引契約約款は、以下の条項により構成されている。（☆）は選択可能な条項が設定されている条項である。

取引契約約款の全体構成

- ・前文
- ・業務の委託
- ・定義
- ・基本仕様書
- ・成果物の納品
- ・対価の支払い（☆）
- ・契約期間（☆）
- ・守秘義務
- ・知的財産権（☆）
- ・最終成果物以外の成果物の利用
- ・製造物責任
- ・納期遅延
- ・契約の解除
- ・業務の変更・中止
- ・成果物の公表
- ・相互協議

デザイン取引契約書（基本的な契約条項による）

（クライアント企業名）（以下、甲という）と、デザイナー名（もしくはデザイン事務所名）（以下、乙という）は、 年 月 日付けでデザイン業務委託について、次の各条項により、契約書を締結する。

＜業務の委託＞

第1条 甲は乙に対してデザイン業務を委託し、乙はこれを受託する。

＜定義＞

第2条 本契約書において「デザイン業務」とは、第3条に規定する仕様書に規定されたデザイン業務を指す（以下「本件業務」とする）。

＜基本仕様書＞

第3条 本件業務は、以下の事項が可能な範囲で記載された甲乙双方により作成された「基本仕様書」に基づき実施されなければならない。

- 1) デザイン業務の範囲に関する事項
 - 2) 成果物の納品に関する事項
 - 3) 成果物の利用形態（目的・範囲など）に関する事項
- 2 前項に規定する基本仕様書は発注後甲乙の協議に基づき、双方合意の上、記載内容について変更することができる。

＜成果物の納品＞

第4条 乙は基本仕様書に定める事項に従い、成果物を納品期日までに甲に提出しなければならない。

- 2 甲は乙により納品された成果物について、成果物が納品されてから〇〇日以内に検収を行い、その結果を乙に通知しなければならない。
- 3 前項に規定する検収の通知をもって成果物が納品されたものとする。ただし、第2項に指定された期間を経過した後も、甲より検収結果の通知なき場合は、甲により検収がなされたものとみなす。
- 4 検収の結果、成果物の再提出が必要な場合、甲は再提出が必要な理由を乙に説明し、乙の合意の上、再提出を要求することができる。ただし、8条に規定する契約期間が終了している場合はこの限りではない。

- 5 前項により、甲が再提出を要求した場合、乙は、甲乙双方により協議した結果定められた期日に従い、成果物を再提出するものとする。
- 6 第3項に規定する再提出に要する費用は、甲により提示された理由が、基本仕様書に規定する要件を満たすものでないとして、甲乙双方がそれに合意した場合は乙の負担とし、それ以外の再提出に要する費用は甲の負担とする。

＜対価の支払い＞

第5条（甲は本契約締結日より〇〇日以内に契約金額のA/Xの金_____円を支払うものとする。）

2 成果物の納品後、甲より第4条第2項に規定する検収結果の通知がなされた日より〇〇日以内に契約金額のB/Xの金_____円

（選択可能な条項）

＜対価の支払い＞（イニシャル+ロイヤルティ方式）

- 第5条 甲は本契約締結日より〇〇日以内に金_____円を支払うものとする。
- 2 甲は成果物を利用した製品の売上金額の〇%にあたる金額を、△△ごとに乙に支払うものとする。
- 3 前項に規定する「売上金額」とは、（以下例示）甲の製品出荷額（卸売価格）（以上例示終了）を指すものとする。

＜契約期間＞

第6条 本契約は、冒頭記載年月日に発効し、第4条に定める検収により甲に承認された日もしくは、仕様書に記載された最終納品期日より〇〇日を経過した日のいずれか早い日に終了するものとする。但し、第7条、第8条、第9条、第10条に関しては、契約期間終了後も、当事者を拘束するものとする。

（選択可能な条項）

- 第6条 本契約は、冒頭記載年月日に発効し、年 月 日に終了するものとする。但し、第7条、第8条、第9条、第10条に関しては、契約期間終了後も、当事者を拘束するものとする。

<守秘義務>

第 7 条 本契約の両当事者は、本契約期間中および本契約終了後も、本契約により知り得た相手方の営業上、事務上および技術上の情報をいかなる第三者に故意過失を問わずに開示、漏洩しない義務を負う。ただし、相手方の書面による事前の承認を得た場合にはこの限りではない。

2 前項の規定にかかわらず、次の各号に該当する情報は、秘密情報とはみなさないものとする。

- 1) 本件業務時に、既に乙が自ら所有していた情報
- 2) 本件業務時に、既に公知公用であった情報
- 3) 本件業務後に、甲乙の責に因らず公知又は公用となった情報
- 4) 本件業務後に、乙が正当な権限を有する第三者から適法に入手した情報

3 乙は、本契約終了時点で、甲から提示された有形の情報については、契約終了時に甲に返却するものとする。

<知的財産権>

第 8 条 乙は別段の定めがなき場合、最終成果物についての意匠権を受ける権利を甲に譲渡するものとする。その対価は、第 5 条により甲より乙に支払われる対価に含まれるものとする。

2 最終成果物以外の成果物の意匠権を受ける権利については、乙に帰属するものとする。

3 甲は、本契約終了後、前項により乙に帰属された成果物を業として使用する必要が生じた場合、当該成果物に関する意匠権を受ける権利を、本契約により支払われる対価とは別途相当の対価の支払をもって乙より譲り受けることができる。

4 本件業務により創出された発明、考案、商標の各々特許権、実用新案権、商標権を受ける権利の帰属については、甲乙協議の上定めるものとする。

5 最終成果物に関して乙の著作権が発生している場合、甲は仕様書に定める利用目的・範囲の利用については、通常の範囲である限り、乙により当該著作権に基づく独占的な許諾がなされたものとみなす。最終成果物に関する、乙の同一性保持権については、基本仕様書に規定された利用形態において利用される場合に限り、行使しないものとする。

6 乙は本件業務に関する第三者の工業所有権、著作権などの権利の状況について

十分調査し、本件業務により制作された成果物が、第三者の工業所有権、著作権等の権利を有する素材により構成される場合、乙は当該素材の利用について素材の権利者である第三者より仕様書記載の利用範囲における適切な権利処理を行うものとする。権利調査、権利処理に要する費用については甲が負担するものとする。

7 本契約終了後、成果物を利用した製品等が、第三者より当該第三者の工業所有権を侵害したとして警告または訴訟の提起をうけたときは、甲の責任において当該侵害事件を解決するものとする。ただし、乙により成果物を構成する素材等の工業所有権、著作権の処理が適切になされていなかった場合、当該権利の侵害に對しては乙の責任において当該侵害事件を解決するものとする。

8 本条は本契約期間終了後も適用される。

(第5項の基本条項に代えて選択可能な条項)

5 最終成果物に関して乙の著作権が発生している場合、乙は甲に当該著作権を譲渡するものとする。その対価は第5条により甲より乙に支払われる対価に含まれるものとする。乙の同一性保持権については、基本仕様書に規定された利用形態についてのみ、行使しないものとする。

(第6項の基本条項に代えて選択可能な条項)

6 甲は本件業務に関する第三者の工業所有権、著作権の権利の状況について十分調査し、本件業務により制作された成果物が、第三者の工業所有権、著作権等の権利を有する素材により構成される場合、甲は当該素材の利用について素材の権利者である第三者より仕様書記載の利用範囲における適切な権利処理を行うものとする。

(第6項において基本条項に代えて選択条項を選択した場合の第7項)

7 本契約終了後、成果物を利用した製品等が、第三者より当該第三者の工業所有権を侵害したとして警告または訴訟の提起をうけたときは、甲の責任において当該侵害事件を解決するものとする。

<最終成果物以外の成果物の利用>

第9条 最終成果物以外の成果物の乙による利用は、本契約終了後3年間は行うことができない。

＜製造物責任＞

第 10 条 成果物を利用した製品等に起因して生じた問題については甲が自己の責任において対応するものとする。

＜納期遅延＞

第 11 条 乙の責めに帰すべき事由により、仕様書に明記する納期内に業務が完了しない危険が生じた場合には、乙は速やかにその旨を甲に通知し、とるべき措置（完了のために採るべき方法、必要性に応じては甲の経済的損失に対する乙の補償など）については、甲、乙協議するものとする。なお、協議により合意が得られない場合、乙に生じ得べき本契約上の責任が免除されるものではない。

＜契約の解除＞

第 12 条 甲または乙は、それぞれ相手方が本契約に違反したとき、通知催告の上、この契約を解除することができる。この場合、相手方の違約によって生じた損害を請求することができる。ただし、甲乙とも本条を濫用してはならず、相互信頼関係の醸成、円滑な取引関係の維持につとめるものとする。

2 前項による解約の場合、当該相手方は当該不履行方に対して、当該不履行により被った損害の賠償を請求することができる。

＜業務の変更・中止＞

第 13 条 第 3 条に規定する基本仕様書に基づき乙が本件業務を開始した後に、甲が委託内容の変更を行った際には、甲乙双方は、当該変更内容、納期、対価等に関して再度協議を行い、改めて仕様書を作成するものとする。

2 甲は、本件業務を中止する必要が生じた場合は速やかに乙に通知し、当該中止までの対価の支払および成果物の知的財産権の扱い等について乙と協議するものとする。

＜成果物の公表＞

第 14 条 乙は本件業務による成果物（中間成果物を含む）およびその内容が理解できる文献等を公表する場合、予め甲による了承を必要とするものとする。

2 本件業務による成果物を利用した製品等が発売・公表された日以降、成果物等

を公表する場合、以下の場合に限り甲の了承を得る必要がないものとする。

- 1)成果物の展示会等における公開
- 2)……

＜相互協議＞

第 15 条 本契約の解釈に疑義が生じた場合、または本契約に規定する以外の事情が生じた場合には、甲及び乙は協議の上、誠意をもってこれを解決するものとする。

②各条項の解説（条項設定の目的・考え方）

＜前文＞

（クライアント企業名）（以下、甲という）と、デザイナー名（もしくはデザイン事務所名）（以下、乙という）は、 年 月 日付けでデザイン業務委託について、次の各条項により、契約書を締結する。

《本条項設定の目的》

前文において、当該取引契約の取引主体（クライアント企業：甲、デザイナー：乙）、契約日（契約期間の始期）を明らかにするため、設定されるものである。

《参照約款・法令等》

（産業振策定約款）

本契約は、平成 年 月 日に、株式会社企業（以下、甲という）と、株式会社デザイン事業所（以下、乙という）との間で締結され、以下のことを証する。

〈業務の委託〉

第1条 甲は乙に対してデザイン業務を委託し、乙はこれを受託する。

《本条項設定の目的》

当該取引契約における業務委託の関係、すなわち発注者と受託者を明確にするために設定される。

《本条項の考え方》

デザイン取引契約も通常の契約と同様に、申し込みと承諾によって成立する諾成契約であることを明記している。

《参照約款・法令等》

(産デ振策定約款)

本契約により、甲は乙に対し、[]（以下、本件製品という）の開発に関する以下のデザイン業務（以下、本件デザイン業務という）を委託し、乙はこれを受託する。

- ①デザイン調査
- ②デザインコンセプト開発
- ③デザイン方向性開発
- ④実施デザイン開発
- ⑤デザイン管理

〈定義〉

第2条 本契約書において「デザイン業務」とは、第3条に規定する基本仕様書に規定されたデザイン業務を指す（以下「本件業務」とする）。

《本条項設定の目的》

当該契約に用いられる「デザイン業務」という言葉の意味を定義し、一般的な用語との混同を防止するために設定されている。

《本条項の考え方》

当該契約によって規定される業務については、「デザイン」という言葉から想定される一般的な観念による範囲ではなく、本取引契約においては、基本仕様書に規定するデザイン業務のみが該当することを明記している。

＜基本仕様書＞

第3条 本件業務は、以下の事項が可能な範囲で記載された甲乙双方により作成された「基本仕様書」に基づき実施されなければならない。

1) デザイン業務の範囲に関する事項

2) 成果物の納品に関する事項

3) 成果物の利用形態（目的・範囲など）に関する事項

2 前項に規定する基本仕様書は発注後甲乙の協議に基づき、双方合意の上、記載内容について変更することができる。

《本条項設定の目的》

当該契約によって規定される業務内容を規定する書面としての「基本仕様書」の位置づけを明確化するため、設定したものである。

《本条項の考え方》

業務内容の書面による記載を定着化させる目的で、本取引契約約款においては、「基本仕様書」を作成し、それに基づき業務を実施する旨を規定した。

「基本仕様書」に記載される事項については、当事者間の事情により異なるものであるが、最低限規定すべき内容として、

- ・業務範囲
- ・納品条件
- ・利用形態（目的・範囲など）

を規定している。具体的な記載内容については当事者間に委ね、必要に応じてこの他の事項を追加することも可能とした。

第2項においては、基本仕様書の内容が業務の実施後、変更されることが多いといった実状を踏まえ、業務開始後においても基本仕様書の記載内容について、変更できるものとし、柔軟な対応を可能としている。ただし、甲乙どちらかの一方的な変更ではなく、甲乙双方の合意による変更を条件としている。

＜成果物の納品＞

第4条 乙は基本仕様書に定める事項に従い、成果物を納品期日までに甲に提出しなければならない。

- 2 甲は乙により納品された成果物について、成果物が納品されてから〇〇日以内に検収を行い、その結果を乙に通知しなければならない。
- 3 前項に規定する検収の通知をもって成果物が納品されたものとする。ただし、第2項に指定された期間を経過した後も、甲より検収結果の通知なき場合は、甲により検収がなされたものとみなす。
- 4 検収の結果、成果物の再提出が必要な場合、甲は再提出が必要な理由を乙に説明し、乙の合意の上、再提出を要求することができる。ただし、8条に規定する契約期間が終了している場合はこの限りではない。
- 5 前項により、甲が再提出を要求した場合、乙は、甲乙双方により協議した結果定められた期日に従い、成果物を再提出するものとする。
- 6 第3項に規定する再提出に要する費用は、甲により提示された理由が、基本仕様書に規定する要件を満たすものでないとして、甲乙双方がそれに合意した場合は乙の負担とし、それ以外の再提出に要する費用は甲の負担とする。

《本条項設定の目的》

（最終）成果物納品における手続および再提出等の対応について規定している。

《本条項の考え方》

乙が基本仕様書に定められた期日までに成果物を納品する義務を明記するとともに、成果物が甲による検収によって承認されることの必要性を規定している。また、甲に対しては、検収を行うことを義務づけ、検収がなされない場合は、一定期間経過後、検収がなされたものとみなす規定とし、成果物の納品・受領についての甲乙の責任を明確化している。

第3項以下では、甲が提示した理由に基づき、乙の合意のもと修正に応じることを規定している。ただし、契約終了後は、再提出の要求ができないものとし、度重なる再提出の要求など、デザイナーの負担軽減を図るような内容としている。

再提出に要する費用については、仕様書に合致していない品質であったとする理由の場合、乙の負担とするが、甲による新たな要求であったような場合は、甲による負担としている。

《参照約款・法令等》

(産デ振策定約款)

第3条《デザインコンセプト開発及び決定》

- 1) 乙は、本件製品の製品分野におけるデザインの現状及び動向に関する調査・分析を行い、当該調査・分析調査を基に本件製品のデザインコンセプト検討のためのコンセプトスケッチ_案を、甲乙協議の上定められた期日に従い、甲に提出するものとする。
- 2) 甲は、前項によるコンセプトスケッチ_案のいずれを採用するかを決定し、付加条件があればそれとともに当該決定内容を乙に通知するものとする。
- 3) 甲は、第1)項によるコンセプトスケッチ_案のいずれも採用できないと判断した場合には、理由を付してコンセプトスケッチの再提出を乙に要求することができる。
- 4) 前項により甲が再提出を要求した場合、乙は、甲乙協議の上定められた期日に従いコンセプトスケッチを再提出するものとする。
- 5) 前項の場合、当該再提出の対価を、甲は乙に追加して支払うものとする。

〈対価の支払い〉

第5条 甲は本契約締結日より〇〇日以内に契約金額の A/X の金_____円を支払うものとする。

2 成果物の納品後、甲より第4条第2項に規定する検収結果の通知がなされた日より〇〇日以内に契約金額の B/X の金_____円を支払うものとする。

《本条項設定の目的》

対価の額と支払期日を規定し、対価の支払いにおけるトラブルを防止するため、設定されている。

《本条項の考え方》

本案においては、契約時（イニシャル）に一定金額を受け取るものとし、第2項において、残金を受け取るような対価の支払い方法を規定している。特に第2項において、対価の支払い時点が不明確とならないよう、検収により甲によって承認された時点から一定の期間内としている。

支払期限については、当事者間の事情により様々であるため、期限の設定の必要性のみ示すに留まり、具体的な期日については、提示していない。

また、上記のような、ステップ毎の支払い方法の他に、ロイヤルティ方式の対価の支払い方法も選択し得ることから、基本条項に代えて、当事者間の考え方により以下のような条項とすることもできる。

（選択可能な条項）

〈対価の支払い〉（イニシャル+ロイヤルティ方式）

第5条 甲は本契約締結日より〇〇日以内に金_____円を支払うものとする。

2 甲は成果物を利用した製品の売上金額の〇%にあたる金額を、△△ごとに乙に支払うものとする。

3 前項に規定する「売上金額」とは、（以下例示）甲の製品出荷額（卸売価格）
（以上例示終了）を指すものとする。

この対価の支払方法は、契約締結時に受け取るイニシャル（契約金）の他に、成功報酬的な考え方として、製品の売上げの一部を受け取るロイヤルティ方式による対価の支払を規定した例である。

ただし、このような規定については、成果物の利用形態が画一的でなく、様々な利用が

なされる場合など、この方法による支払方法は適していないことに留意する必要がある。

また、第3項に規定されているように、「売上金額」については、卸売価格であるのか、小売価格であるのか、どのような価格を基準とするものなのかを明確に規定しておく必要がある。

《参照約款・法令等》

(産テ振策定約款)

第8条 《対価および支払い》

- 1) 甲は、第3条による業務の対価として、_____万円（消費税含まず）を、当該提出日の翌月末迄に、乙の指定する銀行口座に振り込むものとする。
- 2) 甲は、第4条による業務の対価として、_____万円（消費税含まず）を、当該提出日の翌月末迄に、乙の指定する銀行口座に振り込むものとする。
- 3) 甲は、第5条による業務の対価として、_____万円（消費税含まず）を、当該提出日の翌月末迄に、乙の指定する銀行口座に振り込むものとする。
- 4) 甲は、第5条によるモックアップモデル製作にかかる実費を前項の対価とは別途、業務完了日の翌月末迄に、乙の指定する銀行口座に振り込むものとする。
- 5) 甲は、第6条による業務の対価として日当_____万円（消費税含まず）を、当該業務完了日の翌月末迄に、乙の指定する銀行口座に振り込むものとする。
- 6) 甲は、本件デザイン業務による乙の旅費、材料費等の実費を前項の対価とは別途、業務完了日の翌月末までに、乙の指定する銀行口座に振り込むものとする。

〈契約期間〉

第6条 本契約は、冒頭記載年月日に発効し、第4条に定める検収により甲に承認された日もしくは、仕様書に記載された最終納品期日より〇〇日を経過した日のいずれか早い日に終了するものとする。但し、第7条、第8条、第9条、第10条に関しては、契約期間終了後も、当事者を拘束するものとする。

《本条項設定の目的》

デザイン取引契約により拘束される期間を明確化し、契約終了後の業務については、別の取引契約に基づくべきものであるという認識を明確にするために設定されたものである。

《本条項の考え方》

デザイン業務委託契約は、不確定期限の契約となりがちであるといわれ、そのためにデザイナー側が過去の契約によって拘束されるといった事態が生じており、解決すべき課題のひとつとされている。

本案では、第4条に規定した甲による検収によって承認された時点もしくは納品期日より一定期間経過時点において契約が終了するものとして明確に規定し、これ以降は原則的に当該契約には拘束されないこととした。

そして但し書きにおいて、契約期間終了後も当事者を拘束する条項を明示した。

また、契約期間の終期については、本条項案のような時期ではなく、以下に示した条項案のように明確な期日をもって終了するような内容とすることも考えられ、当事者の考え方により適切な条項を選択できるものとした。

第6条 本契約は、冒頭記載年月日に発効し、年 月 日に終了するものとする。但し、
第7条、第8条、第9条、第10条に関しては、契約期間終了後も、当事者を拘束するものとする。

《参照約款・法令等》

(産デ振策定約款)

第7条 《契約期間》

本契約は、冒頭記載年月日に発効し、平成 年 月 日を以て終了するものとする。

<守秘義務>

第7条 本契約の両当事者は、本契約期間中および本契約終了後も、本契約により知り得た相手方の営業上、事務上および技術上の情報をいかなる第三者に故意過失を問わずに開示、漏洩しない義務を負う。ただし、相手方の書面による事前の承認を得た場合にはこの限りではない。

2 前項の規定にかかわらず、次の各号に該当する情報は、秘密情報とはみなさないものとする。

- 1) 本件業務時に、既に乙が自ら所有していた情報
- 2) 本件業務時に、既に公知公用であった情報
- 3) 本件業務後に、甲乙の責に因らず公知又は公用となった情報
- 4) 本件業務後に、乙が正当な権限を有する第三者から適法に入手した情報

3 乙は、本契約終了時点で、甲から提示された有形の情報については、契約終了時に甲に返却するものとする。

《本条項設定の目的》

デザイン業務委託では、甲自身のもしくは甲が関連する企業・取引等の社内文書、秘密文書等について、必要に応じて甲から乙に開示されることも多いことを踏まえ、甲の利益を確保するため、当該条項を設定している。

《本条項の考え方》

甲より開示された情報について、原則としてすべての情報が守秘義務の対象となるが、第2項に規定したように、甲から開示された情報であっても、すでに公となっている情報や、すでに乙が有していた情報を適用除外とする必要がある。

また、甲より提供された有形情報（資料、サンプルなど）については、契約終了時に甲に返却することを乙に義務づけ、守秘義務を徹底している。

《参照約款・法令等》

第12条 《守秘義務》

- 1) 甲および乙は、本契約の遂行に際して本契約期間中および本契約終了後も相手方から得た情報、資料その他の一切の秘密を要すると認められる事項を第三者に開示または漏洩してはならない。ただし、次に該当する事項はこの限りではない。
 - ①相手方から取得する前に、既に公知であるもの。
 - ②相手方から取得した後に、自らの責によらず公知となったもの。
 - ③相手方から取得する前に、既に自らが所有していたもので、かかる事実が立証できるも

の。

④正当な権限を有する第三者から合法的な手段により取得したもの。

2) 乙は、本契約終了時点で、甲から提示された有形の情報については甲に返却するものとする。

<知的財産権>

第 8 条 乙は別段の定めがなき場合、最終成果物についての意匠権を受ける権利を甲に譲渡するものとする。その対価は、第 5 条により甲より乙に支払われる対価に含まれるものとする。

2 最終成果物以外の成果物の意匠権を受ける権利については、乙に帰属するものとする。

3 甲は、本契約終了後、前項により乙に帰属された成果物を業として使用する必要が生じた場合、当該成果物に関する意匠権を受ける権利を、本契約により支払われる対価とは別途相当の対価の支払をもって乙より譲り受けができる。

4 本件業務により創出された発明、考案、商標の各々特許権、実用新案権、商標権を受ける権利の帰属については、甲乙協議の上定めるものとする。

5 最終成果物に関して乙の著作権が発生している場合、甲は仕様書に定める利用目的・範囲の利用については、通常の範囲である限り、乙により当該著作権に基づく独占的な許諾がなされたものとみなす。最終成果物に関する乙の同一性保持権については、基本仕様書に規定された利用形態において利用される場合に限り、行使しないものとする。

6 乙は本件業務に関する第三者の工業所有権、著作権などの権利の状況について十分調査し、本件業務により制作された成果物が、第三者の工業所有権、著作権等の権利を有する素材により構成される場合、乙は当該素材の利用について素材の権利者である第三者より仕様書記載の利用範囲における適切な権利処理を行うものとする。権利調査、権利処理に要する費用については甲が負担するものとする。

7 本契約終了後、成果物を利用した製品等が、第三者より当該第三者の工業所有権を侵害したとして警告または訴訟の提起をうけたときは、甲の責任において当該侵害事件を解決するものとする。ただし、乙により成果物を構成する素材等の工業所有権、著作権の処理が適切になされていなかった場合、当該権利の侵害に対しては乙の責任において当該侵害事件を解決するものとする。

8 本条は本契約期間終了後も適用される。

《本条項設定の目的》

本条は知的財産権の取扱いに関する規定であり、成果物に係わる知的財産権の帰属主体、素材の権利調査、権利処理の責任などについて規定し、甲乙双方の知的財産権に関する権利と義務を明確化するため、設定されている。

《本条項の考え方》

第1項では、成果物に対する意匠権を受ける権利は、原始的には創作者である乙に帰属するが、成果物の円滑な利用の観点から、最終成果物に関してのみ、原則として甲に帰属させることとしている。

また、第5項により、著作権についても、甲は乙より追加の対価を支払うことなく、成果物の著作権についての独占的な使用許諾を得ることとしている。甲に著作権を譲渡しないのは、当初に定められた利用範囲を越えるなど、甲によるの不本意な成果物の利用等に対応できるようにしたためである。乙の同一性保持権については、譲渡できない権利（著作者人格権）であるため、当初の定めた利用形態における利用に関しては、乙は甲に対して行使しないことを明確に規定し、甲による成果物利用の便宜をはかっている。

ただし、著作権については、甲の成果物の発展的な利用形態を含め、乙が予め承諾している場合など、甲の成果物利用の便宜を考慮し、権利譲渡するような場合もあることから、第5項については以下のような条項を選択することも考えられる。

(第5項の基本条項に代えて選択可能な条項)

5 最終成果物に関して乙の著作権が発生している場合、乙は甲に当該著作権を譲渡するものとする。その対価は第5条により甲より乙に支払われる対価に含まれるものとする。乙の同一性保持権については、基本仕様書に規定された利用形態についてのみ、行使しないものとする。

第2項においては、最終成果物以外の成果物については、乙に権利を受ける権利を帰属させ、第3項において、甲が必要に応じて、別途対価を支払うことによって利用できる可能性を示している。

第4項では、意匠権以外の工業所有権（特許・実用新案、商標権）については、特許などのように、成果物の利用目的外にも利用できる汎用性を有している場合があるため、双方の協議により帰属を定めるものとした。これは、デザインの成果物が発明となり、特許で保護されるような場合には、当初予定していた以外の範囲での利用が可能となり、権利の経済的価値が高くなるようなことがあるため、デザイナー側にも権利を留保できる可能性を示したものである。

この条項は、必ずしも甲（クライアント）に不利な条項ではなく、デザイナーにも権利取得の機会を与えることによって、よりよい創作のインセンティブとなり得ることから、

第4項において、双方協議の上、帰属主体を決定する内容とした。

第6項は、デジタル化に伴い、第三者が権利者であるような素材を成果物の構成要素として利用するような場合（例えば、CD-ROM等に収められた音楽、動画、静止画、テキストが一体となったマルチメディアコンテンツ）が増大しつつあることを踏まえ、設定されたものである。

こうした成果物の権利の複合化に対応するため、第6項では、乙による事前の権利調査義務を明確に規定し、基本仕様書に記載されている利用範囲内についての権利処理は、乙によって行うべき旨を規定している。ただし、その場合の費用は甲による負担としている。

なお、権利調査は、利用する素材だけでなく、成果物が第三者の権利に抵触しないことを確認することも含まれている。

しかし、一般的に乙が十分な権利関係の調査をすることは困難であり、甲が権利調査を行い、第三者との権利処理（調整）等を行う場合も存在するとされていることから、以下の条項案のように甲による権利調査・権利処理を規定した条項を選択することもできる。

(第6項の基本条項に代えて選択可能な条項)

- 6 甲は本件業務に関する第三者の工業所有権、著作権の権利の状況について十分調査し、本件業務により制作された成果物が、第三者の工業所有権、著作権等の権利を有する素材により構成される場合、甲は当該素材の利用について素材の権利者である第三者より仕様書記載の利用範囲における適切な権利処理を行うものとする。

いずれにしても、デザイナーが成果物を制作しクライアントがその成果を利用するに關して、第三者の知的財産権との関係で、どのような調査や権利処理が必要であるのかを明らかにしたうえで、両者のバランスがとれる形で調査・権利処理の責任主体を取り決めることが重要である。

第7項では、成果物が第三者の工業所有権を侵害した場合の責任主体についての規定である。第1項により甲に意匠権を受ける権利が移転されているので、意匠権侵害における被請求人の立場にあるのは甲となり、侵害事件等に対応する義務があると考えられ、甲が原則的に対応するものとした。

ただし、著作権の侵害については、成果物の著作権は乙独自の創作の成果であることから、本来的に権利侵害が想定されないと考えられ、成果物の第三者の著作権侵害への対応については特段規定していない。

また、第5項に規定した乙による素材等の権利処理が十分に行わなかった結果生じた侵害事件については、乙の責任により解決すべきことを規定しているが、第6項において、甲が権利調査・処理を行うような条項を選択した場合、権利調査・権利処理が不十分なことによって第三者の権利を侵害した場合の対応の責任は甲のみとなり、第7項は以下のよ

うになることに留意する必要がある。

(第6項において基本条項に代えて選択条項を選択した場合の第7項)

- 7 本契約終了後、成果物を利用した製品等が、第三者より当該第三者の工業所有権を侵害したとして警告または訴訟の提起をうけたときは、甲の責任において当該侵害事件を解決するものとする。

第8項では、第三者の権利侵害等が契約期間終了後においても発生するという実状を考慮し、知的財産権に関する本条については、契約期間終了後も有効である旨を規定している。

《参照約款・法令等》

(産デ振策定約款)

第10条《知的財産権》

- 1) 乙は、第5条による決定デザインの意匠権を受ける権利を、甲に譲渡するものとする。
- 2) 第5条による決定デザイン以外の、本件デザイン業務により乙が創作したデザインの意匠権を受ける権利については、乙に帰属する。
- 3) 甲は、本契約終了後、前項による乙に帰属されたデザインを業として実施する必要が生じた場合、当該意匠権を受ける権利を、本契約に定める対価とは別途相当の対価の支払いをもって乙より譲り受けることができる。
- 4) 本件デザイン業務により創出された発明、考案、商標の各々特許権、実用新案権、商標権を受ける権利の帰属については、甲乙協議の上定めるものとする。
- 5) 本契約終了後、本件製品が、第三者から当該第三者の工業所有権を侵害したとして警告または訴訟の提起を受けたときは、甲は、自己の責任において当該侵害事件を解決するものとする。
- 6) 甲は、本件デザイン業務より乙が創出した著作物の利用を乙に求めることができる。

(意匠法第15条2項)

- 2 特許法第三十三条並びに第三四条第一項、第二項及び第四項から第七項まで（特許を受ける権利）の規定は、意匠登録を受ける権利に準用する。

(特許法33条)

特許を受ける権利は、移転することができる。

- 2 特許を受ける権利は、質権の目的とすることができない。
- 3 特許を受ける権利が共有に係るときは、各共有者は、他の共有者の同意を得なければ、その持分を譲渡することができない。

＜最終成果物以外の成果物の利用＞

第9条 最終成果物以外の成果物の乙による利用は、本契約終了後3年間は行うことができない。

《本条項設定の目的》

乙による最終成果物以外の成果物の利用（例えば、他の業務において活用することなど）についての制限を設け、乙の業務への活用と甲の利益のバランスを保つ観点から、設定されている。

《本条項の考え方》

乙による最終成果物以外の成果物、すなわち、乙による本件業務の過程で創作された成果物（中間成果物）や、最終成果物として採用されなかった成果物等は、最終成果物と類似したものがあり、これらの成果物の乙による利用を自由にすることは、甲の利益を損なう可能性がある。

そのため、本条において、乙による最終成果物以外の成果物の利用を一定期間禁止する旨を規定した。

しかしながら、期間を無制限とすることや、長期間にわたり利用を禁止することは、デザイナーの既存創作物の有効活用を阻害し、デザイナーの利益を損なう可能性があることから、禁止期間については今後の議論が必要な問題であるが、ここでは3年と設定した。

〈製造物責任〉

第10条 成果物を利用した製品等に起因して生じた問題については甲が自己の責任において対応するものとする。

《本条項設定の目的》

近年、対応が懸念される製造物責任問題の責任主体を明確化することにより、デザイナー側への不合理な責任転嫁等を未然に防止する観点から、設定されている。

《本条項の考え方》

本条においては、成果物を利用した製品等が製造物責任（PL）についての問題が生じた場合の責任主体については、甲が責任を負うことを明確に規定した。

製造物責任法では、サービス業であるデザイン業を責任を問える対象としてはいないため、PL法に基づく賠償等の責任はないが、相対的な力関係等から、クライアント側がPL法に基づく責任が問われた場合、乙への責任転嫁が懸念されるため、甲に全ての責任がある旨を明確にしたものである。

こうした規定とした背景としては、乙側の製造物責任に伴う賠償能力の問題の他に、デザイン事務所等がPL保険の対象とされていないことなど、周辺環境が製造業に比べて未整備なこともあります、現時点でのデザイナーの責任を規定することは時期尚早との判断に基づくものである。

《参照約款・法令等》

（産デ振策定約款）

第13条 《製造物責任》

本契約終了後、本件製品に起因して生じた問題の責任は全て甲が追うものとする。

（製造物責任法第2条、第3条）

第2条

この法律において「製造物」とは、製造又は加工された動産をいう。

2 この法律において「欠陥」とは、当該製造物の特性、その通常予見される使用形態、その製造業者等が当該製造物を引き渡した時期その他の当該製造物に係る事情を考慮して、当該製造物が通常有すべき安全性を欠いていることをいう。

3 この法律において「製造業者等」とは、次のいずれかに該当する者をいう。

- 一 当該製造物を業として製造、加工又は輸入した者（以下単に「製造業者」という。）
- 二 自ら当該製造物の製造業者として当該製造物にその氏名、商号、商標その他の表示（以下「氏名等の表示」という。）をした者又は当該製造物にその製造業者と誤認させるような氏名等の表示をした者

三 前号に掲げる者のほか、当該製造物の製造、加工、輸入又は販売に係る形態その他の事情からみて、当該製造物にその実質的な製造業者と認めることができる氏名等の表示をした者

第3条

製造業者等は、その製造、加工、輸入又は前条第3項第2号若しくは第3号の氏名等の表示をした製造物であって、その引き渡ししたものの欠陥により他人の生命、身体又は財産を侵害したときは、これによって生じた損害を賠償する責めに任ずる。ただし、その損害が当該製造物についてのみ生じたときは、この限りではない。

＜納期遅延＞

第 11 条 乙の責めに帰すべき事由により、仕様書に明記する納期内に業務が完了しない危険が生じた場合には、乙は速やかにその旨を甲に通知し、とるべき措置（完了のために採るべき方法、必要性に応じては甲の経済的損失に対する乙の補償など）については、甲、乙協議するものとする。なお、協議により合意が得られない場合、乙に生じ得べき本契約上の責任が免除されるものではない。

《本条項の目的》

本条項では乙の責めに帰すべき納期遅延に対する対応方法について規定し、納期遅延に対する乙の責任を明確することによって、納期遵守を側面的に促進するために設定されている。

《本条項の考え方》

本条では乙の責めに帰すべき納期遅延に対する対応方法について規定しているが、具体的な対応については、採られるべき方法が個々の具体的取引により異なる、との判断により、双方協議とした。

ただし、協議により双方が合意に達しない場合にも、乙が本契約上で果たすべき責任が減免される訳ではないことを、尚書きにおいて確認している。

＜契約の解除＞

第 12 条 甲または乙は、それぞれ相手方が本契約に違反したとき、通知催告の上、この契約を解除することができる。この場合、相手方の違約によって生じた損害を請求することができる。ただし、甲乙とも本条を濫用してはならず、相互信頼関係の醸成、円滑な取引関係の維持につとめるものとする。

- 2 前項による解約の場合、当該相手方は当該不履行方に対して、当該不履行により被った損害の賠償を請求することができる。

《本条項の目的》

本条項では相手方の契約違反への対応方法について規定し、契約遵守を側面的に促進するためには設定されている。

《本条項の考え方》

本条では、契約の解除について規定し、「両当事者の対等な立場での契約」であることを前提に、甲乙どちらの違約によっても、相手方は本契約を解除することとした。

なお、その際に被った損害については、乙の現実的な責任能力の限度が問題となるが、契約の誠意履行を促す観点から、無制限の損害賠償責任を規定している

《参照約款・法令等》

(産デ振策定約款)

第 14 条 《解約》

- 1) 甲乙いずれか一方について、破産宣告、会社整理開始命令、和議開始決定、会社更生手続開始決定または解散の決議がなされた場合には、直ちに本契約を解約するものとし、善後策について甲乙協議するものとする。
- 2) 甲乙いずれか一方について、その責に期すべき自由により、本契約で定める義務を履行しないときは、履行の催告をした上で本契約を解約することができる。ただし、当該不履行方が、上記催告受領の日から 30 日以内に不履行の、事実を完全に除去したときはこの限りではない。
- 3) 前項による解約の場合、当該相手方は当該不履行型に、当該不履行により被った損害の賠償請求することができる。

<業務の変更・中止>

第13条 第3条に規定する基本仕様書に基づき乙が本件業務を開始した後に、甲が委託内容の変更を行った際には、甲乙双方は、当該変更内容、納期、対価等に関して再度協議を行い、改めて仕様書を作成するものとする。

2 甲は、本件業務を中止する必要が生じた場合は速やかに乙に通知し、当該中止までの対価の支払および成果物の知的財産権の扱い等について乙と協議するものとする。

《本条項の目的》

本条項では業務内容変更に必要な手続について規定し、甲による一方的な業務内容変更により、乙が不利益を被らないようにするために、設定されている。

《本条項の考え方》

甲が委託した業務内容を途中で変更した際に、既に交わされている仕様書の諸条件がそのままであれば、乙に不当な負担がかかるおそれがあることから、諸条件を見直して、再度仕様書を作成することの必要性を規定した（仕様書の変更については、第3条2項において可能である旨が規定されている）。

また、甲が委託内容を中止するような場合は、それまでの業務に対する対価の支払いと、成果物がある場合の知的財産権の扱いについて協議すべき旨を規定した。ただし、対価に関しては、クライアントがデザイナーの作業量に見合う対価を支払う方向で検討・協議すべきであろう。

《参照約款・法令等》

(産デ振策定約款)

第9条 《業務変更等》

- 1) 甲は、本件デザイン業務に変更の必要が生じた場合は速やかに乙に通知し、当該変更内容及び対価変更などについて乙と協議するものとする。
- 2) 甲は、本件デザイン業務を中止する必要が生じた場合は速やかに乙に通知し、当該中止までの対価支払いおよび成果物に関する知的財産権などの取扱いについて乙と協議するものとする。

＜成果物の公表＞

第 14 条 乙は本件業務による成果物（中間成果物を含む）およびその内容が理解できる文献等を公表する場合、予め甲による了承を必要とするものとする。

2 本件業務による成果物を利用した製品等が発売・公表された日以降、成果物等を公表する場合、以下の場合に限り甲の了承を得る必要がないものとする。

1) 成果物の展示会等における公開

2) ……

《本条項の目的》

本条では、成果物の早期公表による模倣の危険性があることから、甲の利益確保の観点から、乙による成果物の公開についての制限を規定するために設定されている条項である。

《本条項の考え方》

デザインは公開され、公知になると模倣される可能性が極めて高いため、甲の製品等の発表、発売前の乙による公表を制限する必要があるとの考えに基づき、乙による成果物の公表は甲による了承（口頭もしくは書面による）を条件としている。

これは、乙の著作者人格権のうち、公表権の不行使特約であるが、甲の利益を確保する観点から必要な条項である。

しかしながら、第 2 項においては、第 1 項の例外規定として、製品等の発売日以降については、当該日以降の乙の公表については、甲による了承を必要としない旨を規定した。

これは、乙による公表全てを制限するのではなく、展示会出展など、乙の便宜を考慮し、一定の例外事項を設ける必要があることによるものである。

《参照約款・法令等》

(産業振策定約款)

第 11 条 《著作物発表》

乙は、本件製品の市場における発表または発売日までは、本件デザイン業務により乙が創出した著作物を発表しないものとし、当該日以降において発表する場合は、予め甲の了承を得るものとする。

(著作権法第 18 条)

(公表権)

第十八条 著作者は、その著作物でまだ公表されていないもの（その同意を得ないで公表された著作物を含む。次項において同じ。）を公衆に提供し、又は提示する権利を有する。当該著作物を原著作物とする二次的著作物についても、同様とする。

2 著作者は、次の各号に掲げる場合には、当該各号に掲げる行為について同意したものと推定する。

一 その著作物でまだ公表されていないものの著作権を譲渡した場合 当該著作物をその著作権の行使により公衆に提供し、又は提示すること。

二 その美術の著作物又は写真の著作物でまだ公表されていないものの原作品を譲渡した場合 これらの著作物をその原作品による展示の方法で公衆に提示すること。

三 第二十九条の規定によりその映画の著作物の著作権が映画製作者に帰属した場合 当該著作物をその著作権の行使により公衆に提供し、又は提示すること。

〈相互協議〉

第15条 本契約の解釈に疑義が生じた場合、または本契約に規定する以外の事情が生じた場合には、甲及び乙は協議の上、誠意をもってこれを解決するものとする。

《本条項の考え方》

本契約に規定されていること以外の事項への対応方法についての規定であるが、具体的な対応方法を定めたものではなく、誠意解決義務のみを定める紳士的条項としている。

《参照約款・法令等》

(産デ振策定約款)

第16条 《本契約に定めのない事項》

本契約の条項について疑義が生じた時、または本契約に定めのない事項については、甲乙、双方互譲協調の精神をもって協議の上誠実に解決に当たるものとする。

(2) オプション条項案

① 中間成果物の提出についての条項

デザイン業務プロセスにおいては、ある業務段階が終了した時点で、乙より中間成果物を複数提出させ、その中からひとつを選択した上で、最終的な成果物を創作するといったことが一般的であるといわれている（しかし、中間成果物の提出については、必ずしも全てのデザイン取引に共通な事項ではないため、オプション条項としている）。

ここでは、中間成果物の納品、中間成果物の選択、再提出に係わる事項について規定した条項案を以下に示した。

《中間成果物の提出》

第〇条 「基本仕様書」に記載された納品に関する事項に従い、乙は甲に中間成果物を提出しなければならない。

2 提出すべき中間成果物が複数指定されており、その中から成果物の一を選択する場合は、甲がそれを決定し、中間成果物とする。なお、選択されなかった中間成果物については乙に返却するものとする。

3 前項の場合において、甲が仕様書に記載した本件業務委託の目的を満たす成果物でないと判断したとき、乙に対してその理由を説明し、甲乙双方の合意により再度成果物の提出を要求することができる。

4 前項により、甲が再提出を要求した場合、乙は、甲乙双方により協議した結果定められた期日に従い、成果物を再提出するものとする。

5 第3項に規定する再提出に要する費用については乙が負担する。

《本条項の考え方》

第1項において、「基本仕様書」に中間成果物の提出が規定されている場合、乙に中間成果物の提出義務を規定している。

第2項においては、基本仕様書により、乙が甲によって成果物を複数納品（複数提案）し、その中から、ひとつを選択するような場合の最終決定権については、甲に帰属する旨を規定している。なお、選択されなかった中間成果物については、乙への返却義務を規定している。

第3項においては、乙により提出された中間成果物が、業務委託の目的を満たしていない場合、甲が一方的に再提出を要求するのではなく、乙にその理由を説明し、双方合意の上で再提出を要求できる旨を規定している。これにより、乙が納得した上で再提出することで、より甲の意図する成果物に近づくことになり、よりよい成果を創作するための過程となることが期待される。

再提出については、本来的に乙が納得した上で行うべき性格のものであると考え、甲の一方的な理由によるものであったり、再提出の濫用を制限するといった理由と併せて、双方合意を再提出の条件とした。

しかしながら、当事者間の関係や業務委託に対する考え方多様であるとの実態を踏まえ、再提出においては、乙の合意を必要とせず、甲により要求できるとした規定とし、仕様書に合致しない内容については、クライアントである甲が当然の処置として、再提出の要求ができるという規定も考えられる。こうした考え方に基づく、選択条項として、第3項については以下のような条項案も考えられる。

(第3項における基本条項に代わる選択条項案)

3 前項の場合において、甲が仕様書に記載した本件業務委託の目的を満たす成果物でないと判断したとき、再度成果物の提出を要求することができる。

再提出の期日については、第4項によって、双方の協議により決定した期日でなければならない。

第5項においては、再提出に係わる必要負担について規定しているが、基本条項案の場合、乙の合意（納得）による再提出であるので、原則として乙がその費用を負担することになる。

しかしながら、第3項において選択条項案を選択した場合には、成果物再提出の費用について、原則的には乙が負担すべきものと考えられるが、甲による再提出の濫用を制限するため、甲が乙に対して追加の対価を支払うべき旨を規定している。

(第3項における基本条項に代わり選択条項案を選択した場合の第5項)

5 第3項に規定する再提出に要する費用については、甲が乙に対価を追加して支払うものとする。対価の額については、甲乙双方の協議により定めるものとする。

《挿入する場所》

成果物の納品に関する条項（第4条）の直前に挿入することが考えられる。

《参照約款・法令等》

(産業振策定約款)

第3条 《デザインコンセプト開発及び決定》

- 1) 乙は、本件製品の製品分野におけるデザインの現状及び動向に関する調査・分析を行い、当該調査・分析調査を基に本件製品のデザインコンセプト検討のためのコンセプトスケッチ案を、甲乙協議の上定められた期日に従い、甲に提出するものとする。
- 2) 甲は、前項によるコンセプトスケッチ案のいずれを採用するかを決定し、付加条件

があればそれとともに当該決定内容を乙に通知するものとする。

- 3) 甲は、第1)項によるコンセプトスケッチ_案のいずれも採用できないと判断した場合には、理由を付してコンセプトスケッチの再提出を乙に要求することができる。
- 4) 前項により甲が再提出を要求した場合、乙は、甲乙協議の上定められた期日に従いコンセプトスケッチを再提出するものとする。
- 5) 前項の場合、当該再提出の対価を、甲は乙に追加して支払うものとする。

第4条《デザイン方向性開発および決定》

- 1) 乙は、第3条により採用されたコンセプトスケッチを付加条件により展開した本件製品のデザイン方向性検討のためのアイデアスケッチ_案を、甲乙協議の上定められた期日に従い、甲に提出するものとする。
- 2) 乙は、前項によるアイデアスケッチ_案のいずれを採用するかを決定し、付加条件があればそれとともに当該決定内容を乙に通知するものとする。

第5条《詳細デザイン開発および決定》

乙は、第4条により採用されたアイデアスケッチを付加条件により展開した本件製品の詳細デザインの外観意匠図面とモックアップモデルを各_点、甲乙協議の上定められた期日に従い、甲に提出するものとする。

②その他のオプション条項案

a)費用に関する条項

甲より支払われる対価の他に甲が負担すべき業務に要する費用について、明確な取り決めが必要な場合に利用する。

<費用>

第〇条 甲は乙に支払う対価以外に次にあげる費用のうち、事前に承認したものについて負担する。

- 1)出張旅費費用
- 2)出張に伴う宿泊費
- 3)参考資料購入費
- 4)……

《本条項の考え方》

甲が判断した上で負担すべき業務に要する最小限の費用のみ限定的に列挙する。他の費用については、対価の中に含められるものとして、原則、乙の負担とする。

b)本契約書の位置づけに関する条項

甲乙双方において取り交わされる本契約書が唯一の合意事項を示すものとしての位置づけを明確にしたいような場合に利用する条項である。解釈の基準を明確化し、解釈上のトラブルを未然に防ぐ意味がある。

<完全合意>

第 17 条 本契約の前日までに、甲乙間でなされた口頭または書面による合意は、本契約内容と相違する限り、全てなかったものとみなされる。

c)第三者への業務の譲渡・承継についての条項

本件業務を乙が第三者に譲渡・承継する可能性がある場合には、設定する必要のある条項である。

<第三者への譲渡・継承の禁止>

第 18 条 甲及び乙は、相手方の事前の文書による合意なしに、本契約に基づく権利義務関係を、第三者に譲渡・継承しないものとする。

《本条項の考え方》

業務が第三者に譲渡・承継されることによって、秘密保持等の観点から、甲が不測の不利益を被る可能性があることから、第三者への権利義務関係の譲渡・承継は、甲による文書による合意を条件としている。

このことは、乙による第三者への全部もしくは部分的な業務委託等について適用されるものである。

d) 不可抗力についての条項

災害等の不可抗力により業務実施が困難となり、履行できないような場合を想定した条項であり、必要に応じて利用する。

<不可抗力>

第 20 条 甲乙が不可抗力により、本契約上の義務を履行できない場合には、とるべき措置については、甲、乙協議するものとする。

《本条項の考え方》

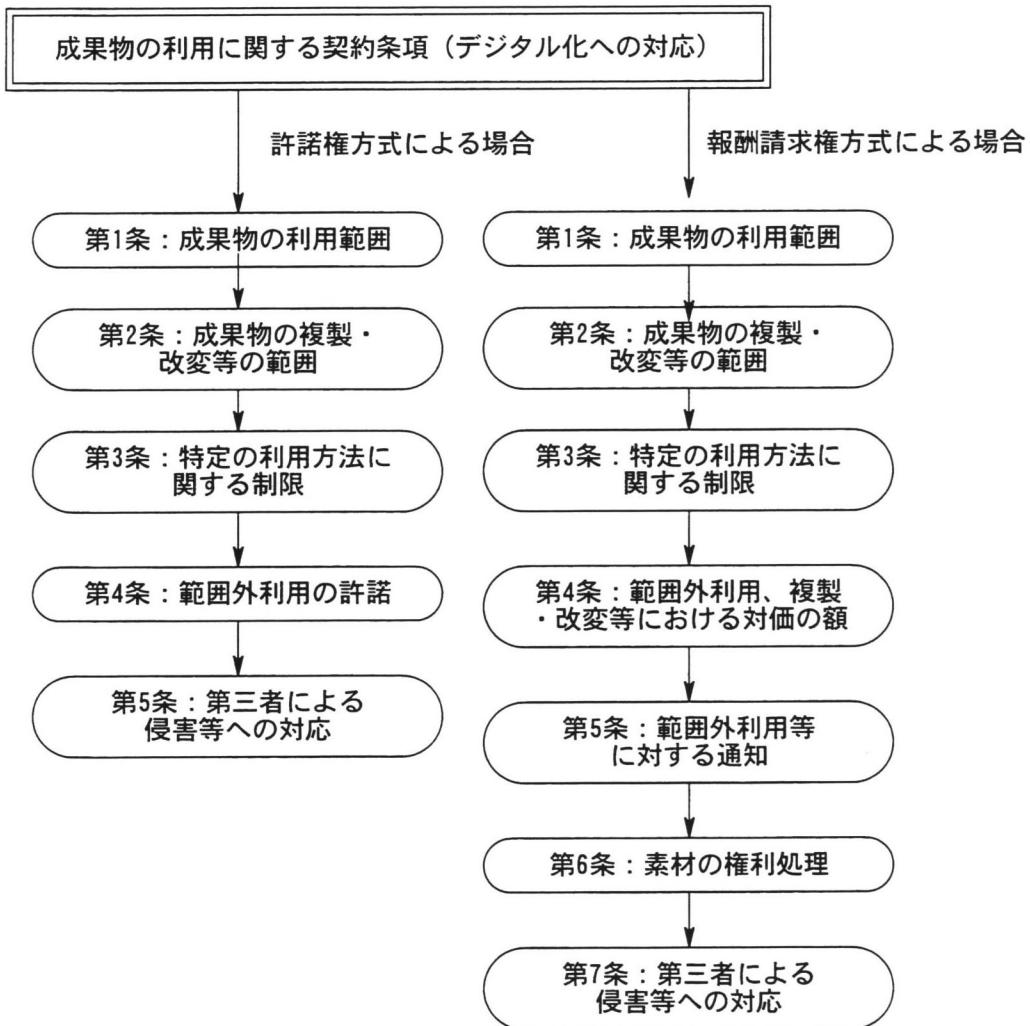
本条項では、災害等の不可抗力による業務履行困難な場合の対応について規定しているが、双方の協議を規定したのみに留まり、具体的な責任分担等については、不可抗力の内容等にもより、異なることが考えられるため、規定していない。

なお、不可抗力の内容についてもどのようなものが該当するのか、必要に応じて設定しておくことも考えられる。

(3) デジタル化を踏まえた成果物の利用に関する条項（案）

デザイン業務プロセス、成果物自体がデジタル化されることにより、IV.において、デザイン取引契約にどのような影響があるのかを整理してきた。

ここでは、デジタル化による影響が最も大きく、かつ取引契約約款で対応が可能な分野である「成果物の利用」に関する条項について、「許諾権方式」と「報酬請求権方式」による2つの条項案を提示する。



①許諾権方式による契約条項案

成果物の利用については、基本仕様書等において当初の取り決めた範囲に限定し、範囲外の利用については、デザイナー（乙）による許諾を得るとともに、必要に応じて相当の対価を支払うべき旨を規定する条項案である。

「許諾権方式」条項は、以下の各条項によって構成されている。

- ・成果物の利用範囲
- ・成果物の複製・改変等の範囲
- ・特定の利用方法に関する制限
- ・範囲外利用の許諾
- ・第三者による侵害等への対応

以下の条項案では、整理の都合上、第1条から第5条という名称を用いているが、実際の利用に際しては、適切な条項番号をあてるものとする。

<成果物の利用範囲>

第1条 甲は本件業務による成果物を原則として次にあげる範囲においてのみ利用することができる。

- 1)基本仕様書に記載された製品等の生産・販売における利用
- 2)当該製品等の生産上必要な場合における利用

《本条項設定の目的》

甲による成果物の利用範囲を明確化し、限定するための条項である。

《本条項の考え方》

成果物の利用範囲は原則として、契約締結前、もしくは業務開始後双方の合意により変更された基本仕様書に記載した範囲に限定することを明確化し、第4条との関係で、この範囲を超える利用（範囲外利用）については、乙による許諾が必要としている。

具体的に許容される利用範囲としては、基本仕様書に規定されている利用形態の他に、甲の製品生産上の便宜を考慮して、生産・設計等に必要な場合（例えば、金型作成、試作品の制作など）についても含まれている内容としている。

〈成果物の複製・改変等の範囲〉

第2条 甲は次にあげる場合を除き、原則として成果物の全部もしくは一部について複製・翻案・変更・修正等を行うことができない。

- 1)甲による成果物の利用上必要な複製
- 2)仕様書に記載された製品等の生産技術上必要な軽微な変更・修正
- 3)甲が当該製品の生産のために必要な第三者による利用を目的とした複製

製

《本条項設定の目的》

デジタル化の進展に伴う成果物の複製・改変等の容易化に伴い、甲による成果物の複製・改変等の範囲をあらかじめ明確化し、限定するための条項である。

《本条項の考え方》

成果物の複製・改変（翻案・修正・変更等）ができる範囲は、原則として、甲の成果物利用の便宜を考慮して、

- ・甲による利用上必要な複製（社内資料、生産機器へのデータ入力など）
- ・生産技術上やむを得ない場合における微修正
- ・製品生産を甲が第三者に委託するような場合における利用

に限定し、第4条との関係でこれ以外の複製・改変等の行為については、乙による許諾を必要としている。

<特定の利用方法に関する制限>

第3条 甲は成果物もしくは成果物を利用した製品等の販売および広告宣伝のための手段・方法などについての特定の利用方法に関して、次にあげる手段・方法に限定するものとする。

1)……

2)……

《本条項設定の目的》

デジタルネットワーク上の広告宣伝など、甲による成果物の特定の利用について、予め範囲を明確化し、限定するための条項である。

《本条項の考え方》

成果物もしくは成果物を利用した製品等の流通や広告宣伝などについて、ネットワークの利用など、流通段階、広告宣伝方法によっては、第三者による模倣・改変等の可能性を増大する危険性があることから、デザイナー側の人格権保護の観点、もしくは素材の権利処理等の責任の範囲から、必要に応じて、このような利用方法を限定しておくことが考えられる。

ここであげている広告・宣伝、流通については、あくまでも特定利用方法の例であり、こうした方法が全て、この条項の対象となるものではなく、当事者が必要に応じて規定すべき利用方法とすることができますよう、本条項案では限定すべき利用方法については空欄にしている。

この条項は、すべての場合に必要な条項ではなく、成果物の特定利用について何らかの事態が想定されるような場合に利用すべきものであると考えられる。

〈範囲外利用の許諾〉

第4条 第1条から第3条に規定した目的、範囲、制限等を越えた成果物の利用をしようとする場合（以下「範囲外利用」とする）、甲は乙に対して、具体的な利用範囲、複製・改変等の範囲・程度、流通、広告宣伝手段など特定の利用方法等について文書により通知し、乙の文書による許諾を得なければならない。

2 前項に規定する甲による範囲外利用の場合、乙は甲に対して別途対価の支払を要求することができる。対価の額については、甲乙双方の協議にて決定するものとする。

《本条項設定の目的》

甲による成果物の範囲外利用を行う場合の手続を規定するための条項である。

《本条項の考え方》

第1条から第3条に規定されている甲による利用範囲、複製・改変等の範囲、流通・広告宣伝の手段・方法の制限を越えて、甲が成果物の利用をしようとする場合には、範囲外利用の内容を明確にした上で、乙による許諾が必要な仕組みとした。

なお、範囲外利用の明確化、許諾に際しては、口頭了承によるトラブルを未然に防止するため、文書によることを義務づけている。

また、第2項において、乙は範囲外利用の許諾に対して、甲に別途対価の支払を要求できるものとしているが、甲に対価の支払を義務とはしていない。範囲外利用の対価については、契約当事者間の関係等を考慮し、乙の裁量範囲とし、対価の額についても双方協議による決定とした。

<第三者による侵害等への対応>

第5条 成果物に伴う権利（甲の有する意匠権、乙の有する著作権、その他甲乙の協議により帰属が定められた権利）が第三者により侵害された場合、甲乙双方により対応するものとする。

2 前項における対応に要する費用については、当該侵害に対処しようとする者が負担するものとする。

《本条項設定の目的》

成果物の権利が侵害された場合の対応方法について規定するための条項である。

《本条項の考え方》

成果物の第三者による侵害は、デジタルネットワークによる流通等によって、生じる可能性が極めて高く、こうした侵害に対しては、製品等の販売によって利益を得ている甲だけでなく、乙にとっても経済権および人格権の侵害であるとの観点から、甲乙双方による対応を規定した。

また、著作物の独自創作性などについての主張は、創作者である乙にしかできないことであり、甲のみの対応では不十分となることが考えられるため、甲乙双方による対応を義務づけている。

ただし、対応に要する費用負担については、成果物の権利が侵害されたことにより、その利益を害されている者が負担する考え方に基づき、第三者の侵害に対抗しようとした者の負担としている。契約の相手方にまで負担を求めるのは合理的でないとの考えによるものである。

②報酬請求権方式による契約条項案

成果物の利用については、基本仕様書等において当初の取り決めた範囲に限定されず、原則的に範囲外の利用を含め、デザイナーに対して相当の対価を支払うべきことを条件として、予め許諾する方法である。

この方法による条項は、以下の条項によって構成されている。

- ・成果物の利用範囲
- ・成果物の複製・改変等の範囲
- ・特定の利用方法に関する制限
- ・範囲外利用、複製・改変等に対する対価
- ・範囲外利用等の通知
- ・素材の権利処理
- ・第三者による侵害等への対応

以下の条項案では、整理の都合上、第1条から第7条という名称を用いているが、実際の利用に際しては、適切な条項番号をあてるものとする。

<成果物の利用範囲>

第1条 甲は本件業務による成果物を第4条に定める乙への対価の支払および第5条に定める乙への通知により、基本仕様書記載以外の製品等への利用（以下「範囲外利用」とする）ができる。

《本条項設定の目的》

成果物の利用範囲について、原則的に対価の支払を条件として、甲の裁量による利用が可能とするための条項である。

《本条項の考え方》

成果物の利用範囲は乙への対価の支払を条件として、当初仕様書記載以外の製品等についての「範囲外利用」を原則的に許諾するものであり、甲は成果物を範囲外においても利用できることとしている。

この規定は、基本仕様書記載以外の利用範囲をある程度限定することにより、その範囲において甲による利用可能とする考え方もあり、乙の利用範囲の許諾についての考え方に基づき、適切な範囲を設定することも可能である。

<成果物の複製・改変等の範囲>

第2条 甲は成果物の全部もしくは一部について第4条第2項に定める乙への対価の支払により、複製・翻案・変更・修正等を行うことができる。

《本条項設定の目的》

成果物の複製・改変等の行為を原則的に制限しない旨を規定するための条項である。

《本条項の考え方》

成果物の複製・改変（翻案・修正・変更等）について、乙への対価の支払を条件に認めるものであるが、第4条に規定するように、第1条、第3条とは異なり、甲による乙への通知を義務づけていない。

これは、甲による通知を義務づけた場合、甲の業務において頻繁になされる複製・改変の都度、通知する必要性が生じ、甲の負担軽減の観点から、複製・改変については、対価の支払いのみとしている。

この規定は対価の支払による著作者人格権の同一性保持権の不行使特約として位置づけられるものである。

また、この規定は、第1条と同様に、複製・改変等の範囲を予め限定することにより、その範囲において甲による複製・改変を可能とする考え方もある。

<特定の利用方法に関する制限>（当事者間の必要性に応じて設定する条項）

第3条 甲は成果物もしくは成果物を利用した製品等の販売および広告宣伝のためなどに用いる特定の利用方法については、次にあげる方法による場合を除き、利用することができる。

1)……

2)……

《本条項設定の目的》

特定の利用方法について、乙が利用を制限する方法を除き、甲による自由な利用を可能とするための条項である。

《本条項の考え方》

成果物もしくは成果物を利用した製品等の流通・広告宣伝の方法について、ネットワークの利用など、流通段階、広告宣伝方法によっては、第三者による模倣・改変等の可能性を増大する危険性がある場合など、乙が予め利用を制限したい方法のみを規定しておき、それ以外の方法については原則的に甲による自由な利用を可能とするものである。

〈範囲外利用、複製・改変等における対価の額〉

第4条 第1条による成果物の利用をしようとする場合、甲は乙に対して、本件業務に係わる対価とは別途、第5条に定める通知のあった日から30日以内に通知1件につき金_____円を支払うものとする。

2 第2条に定める成果物の複製・改変等を行う予定のある場合、甲は乙に対して、本件業務に係わる対価とは別途、本契約締結日より30日以内に金_____円を支払うものとする。

3 第3条に定めた特定の手段・方法等以外による製品等の流通・広告宣伝を行う場合、甲は乙に対して、本件業務に係わる対価とは別に当該利用1件につき金_____円を支払うものとする。

《本条項の目的》

範囲外利用における対価の額、支払時期について規定した条項である。

《本条項の考え方》

第1項では、当初仕様書規定の利用範囲外の利用に対する対価の額および支払期日を定めたものである。対価は原則として、1件の範囲外利用につき、定額としている。

第2項は、甲による成果物の複製・改変を原則的に自由に認める場合の対価の額を定めている。成果物の複製・改変は甲により頻繁に実施される可能性が強く、該当する行為の度に対価を課すことは事実上不可能であり、人格権（同一性保持権）不行使の対価として、契約時に一括で支払うことを規定している。

第3項は、予め禁止した方法以外での特定の流通・広告宣伝以外の方法・手段を利用する場合の対価の額を規定している。この対価は、その方法・手段の利用ごとに支払うものとしている。

<範囲外利用等に対する通知>

第5条 第1条による成果物の利用をしようとする場合、甲は乙に対して、範囲外利用を行う前速やかに文書により通知しなければならない。

《本条項の目的》

当初の基本仕様書に規定された利用形態以外での利用（範囲外利用）を行う場合の手続について規定した条項である。

《本条項の考え方》

乙が甲による「範囲外利用」の実態を把握・確認し、利用に伴う対価を徴収するために、甲が「範囲外利用」を行う前の通知を義務づけている。

通知時期については、明確な時期を特定せず、甲の便宜を考慮し、「行う前速やかに」という規定に留めている。

手続面では、甲による範囲外利用行為を特定・確認するために文書による通知としている。

第2条で規定している複製・改変等の行為は、通知義務を課すことによる甲の負担軽減の観点から、通知不要とし、第3条に規定されている特定の流通・広告等の方法以外の利用については、広告・流通は製品販売と密接不可分であるというデザインの成果物利用の実状を踏まえ、通知不要としている。

〈素材の権利処理〉

第 6 条 甲が第 4 条による乙による許諾に基づき成果物の利用をする場合、本件業務による成果物が第三者が権利を有する素材により構成されている場合、甲は自己の利用態様に応じ、第三者の素材の権利処理を行うものとする。

2 甲が前項による権利処理を十分に行わなかったため、第三者の権利を侵害した場合、甲の責任において当該侵害事件を解決しなければならない。

《本条項の目的》

当初の基本仕様書に規定された利用形態以外での利用については、範囲外利用における素材の権利処理がなされていない場合があるため、その責任主体を明確にするための条項である。

《本条項の考え方》

範囲外利用における成果物の素材の権利処理義務が甲にあることを明記している。乙(もしくは甲)は、事前に全ての利用態様を想定して素材の権利処理を行っている場合は別として、範囲外利用における権利処理義務を乙に課すのは酷であるとの考え方から、甲により素材等の権利処理を行うべき規定している。

当然のことながら、甲が第 1 項に定める権利処理を実施しなかった結果、第三者より当該第三者の権利を侵害するものとして、侵害事件に発展した場合、甲がそれを解決すべき旨を確認的に規定している。

〈第三者による侵害等への対応〉

第7条 成果物に伴う権利（甲の有する意匠権、乙の有する著作権、その他甲乙の協議により帰属が定められた権利）が第三者により侵害された場合、甲乙双方により対応するものとする。

2 前項における対応に要する費用については、当該侵害に対処しようとする者が負担するものとする。

《本条項設定の目的》

成果物の権利が侵害された場合の対応方法について規定するための条項である。

《本条項の考え方》

成果物の第三者による侵害は、デジタルネットワークによる流通等によって、生じる可能性が極めて高く、こうした侵害に対しては、製品等の販売によって利益を得ている甲だけでなく、乙にとっても経済権および人格権の侵害であるとの観点から、甲乙双方による対応を規定した。

また、著作物の独自創作性などについての主張は、創作者である乙にしかできないことであり、甲のみの対応では不十分となることが考えられるため、甲乙双方による対応を義務づけている。

ただし、対応に要する費用負担については、成果物の権利が侵害されたことにより、その利益を害されている者が負担する考え方に基づき、第三者の侵害に対抗しようとした者の負担としている。契約の相手方にまで負担を求めるのは合理的でないとの考えによるものである。

