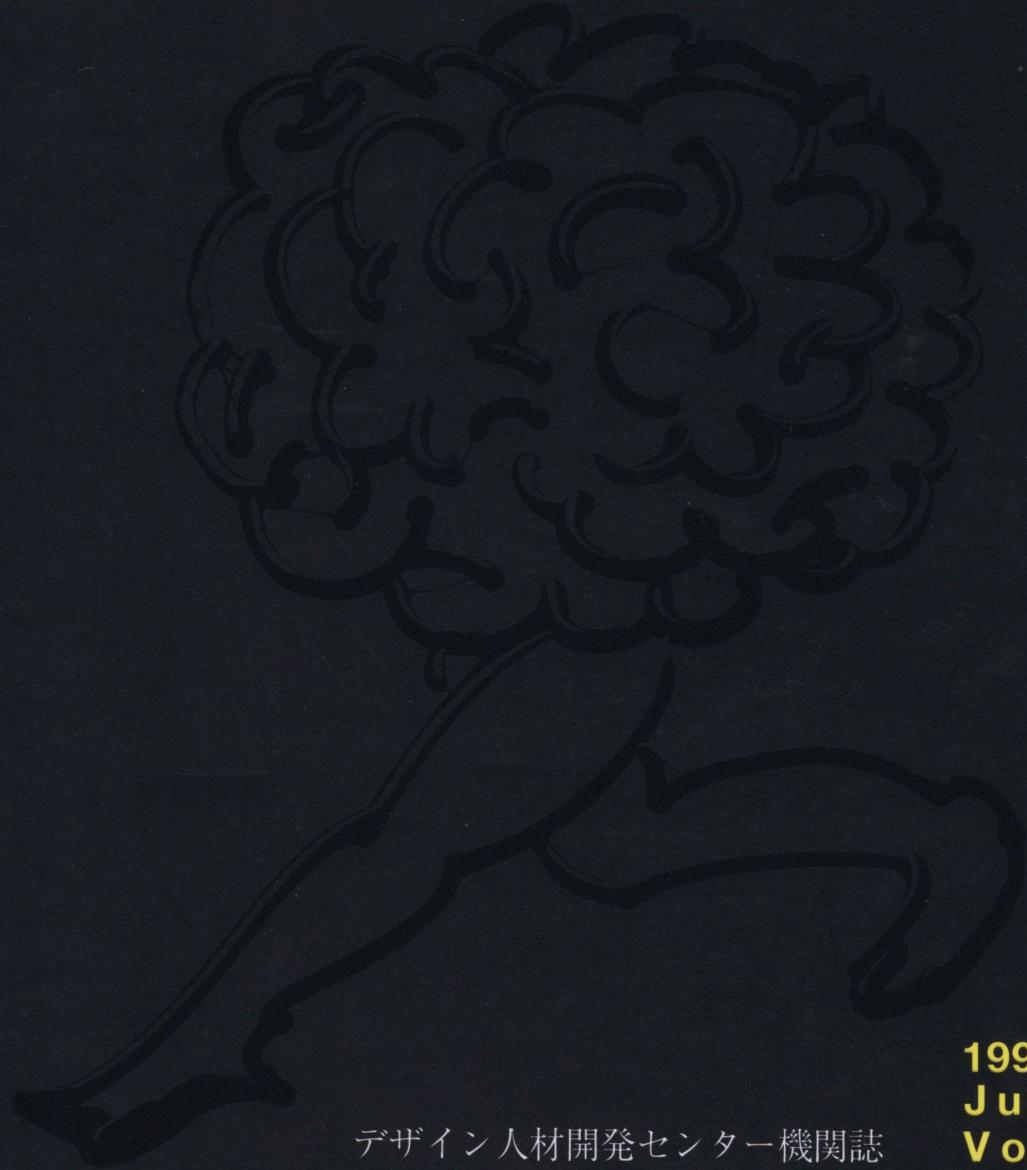


Design and designers



デザイン人材開発センター機関誌

1998
Jun.
Vol. 5

Design and Designers

もくじ

「デザイン人材開発センター」活動報告

1.知的財産権としてのデザインに関する取り組み方について 5

仮説—「デザイン権」—その主張と考え方

デザイン権研究委員会・第1回資料（1997年7月22日）

2.デザインを巡る権利保護について

2-1.デザイン事業所にとっての知的財産権保護 8

株式会社コーザー・デザインスタジオ 代表取締役 佐藤 康三

2-2.企業におけるデザイン活動とその保護 12

ミサワホーム株式会社 知的財産室室長 堀次 浩／商品開発部主査 紋谷 幹男

2-3.「デザイン保護研究会」の活動 16

株式会社デザインオフィスケイ 代表取締役 黒部 洋瑠

2-4.平成10年 改正意匠法の概要 21

社団法人日本デザイン保護協会 顧問研究員 池田 和美

2-5.英国の「デザイン権」調査報告 28

デザイン人材開発センター 調査室室長代理 真鍋 武志

3.デザインの権利保護に関する諸問題について

3-1.非登録型の知的財産法制設計の際の留意点 33

北海道大学 法学部 助教授 田村 善之

3-2.先進諸国のデザイン保護法制から得られる教訓 57

中央大学 法学部 助教授 佐藤 恵太

4.デザインの権利保護に関する諸課題 62

財団法人日本産業デザイン振興会 顧問 村野 啓一郎

「デザイン人材開発センター」活動報告

平成9年度、デザイン人材開発センターでは、下記委員からなる研究委員会を組織し、デザイナーの創作行為に伴う知的財産の権利に関する研究を行なった。

池田 和美 社団法人日本デザイン保護協会 顧問研究員

黒部 洋瑠 株式会社デザインオフィースケイ 代表取締役

佐藤 康三 株式会社コーポーデザインスタジオ 代表取締役

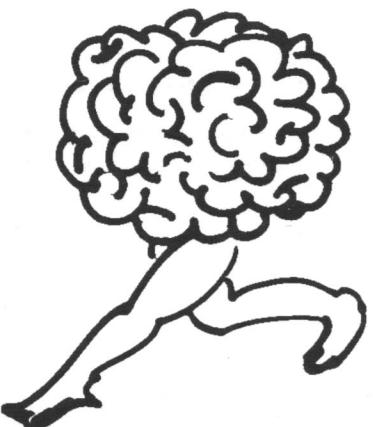
堀次 浩 ミサワホーム株式会社 知的財産室室長

各委員の経験からのご討論をいただく中で、必要に応じヨーロッパにおける権利保護の実態調査を行ない、また学識経験者からのご講演もいただいた。

田村 善之 北海道大学 法学部助教授

佐藤 恵太 中央大学 法学部助教授

ここでは、本研究活動の動機や各委員のご意見、学識経験者のご講演内容をまとめ、今後の指針としたい。



1.知的財産権としてのデザインに関する取り組み方について 仮説－「デザイン権」－その主張と考え方

デザイン権研究委員会・第1回資料(1997年7月22日)

●何故「デザイン権」か

従来、デザイナーの創作活動とその成果物は必ずしも権利・資産として正当に認められてきておらず、これがデザイナーの社会的地位の向上、企業内部での地位の確立を阻んできた一因と言える。その正当な評価と権利化が、デザイナーという職能の自立とその社会的評価の確立、デザイナー及びデザイン文化を担っている企業の自覚を促すこととなろう。

また、これまで我が国における知的財産の管理は、意匠権等の工業所有権による権利保護と、営業の公正を維持する不正競争防止法によって行われてきた。近年、企業間の商品開発競争の激化などにより、このような諸制度の一層の整備・充実が必要とされてきている。他方、デザイナーの創作行為あるいは創作物に関する権利については、なお無防護かつ無関心のままに置かれた状態に近い。

しかし、最近知的財産権の思想の進歩と、現実の紛争処理の必要とが相まって、工業所有権各法の改正や運用改善が行なわれ、特に意匠法について審査の迅速化等を内容とする改正が行なわれようとしており、また先般行われた不正競争防止法の改正は、企業間の紛争解決のための有効な手段を提

供してきている。

他方、海外においては1989年に英国において「工業デザイン法」の立法がなされた他、近くEUの統一意匠法の制定がなされるなどの進展が見られている。このような内外の趨勢から見て、デザインに関する固有の、かつ効率的な権利保護の方法を考える状況が熟しつつある。

●何をどのように保護すべきか

法的な権利発生の方法には、登録という客観的な手続きを要するものと、創作に伴って自動的に発生するものとがある。従来、日本においてデザインに関する工業的権利の保護を担ってきた工業所有権は、一定期間の審査を要する「登録主義」であり、審査精度や保護効果が高い一方、申請から登録に至るまでの期間が無保護であるのに対し、文芸、学術、美術および音楽等に関する文化的権利の保護を担ってきた著作権は、「無方式主義」であって、即効性が高い。しかし、我が国の現状では、これらの一品生産的制作物に限定され、デザインの多くはその対象とされていない。

また、デザインに関する権利保護には、デザインを商品化して生産販売を行なう企業に対する保護と、デザインの創造に直接関

わるデザイナーの保護の二つの側面があり、企業に対しては排他的享受を許す「工業所有権」的権利と、紛争解決のための「不正競争防止法」が整備されているが、デザイナーの保護はこれでは必ずしも有効ではなく、それには登録を待たずして創作の段階で権利の発生する著作権的な無方式主義の考え方を探る必要がある。また、登録の方式による権利保護の場合も、その登録がなされるまでの段階における保護を求めようとすれば、無審査または無方式の権利発生を考えざるを得ない。

このように、今後デザインを正面から権利化していくとすれば、この両面にわたる重複的または段階的な保護手段を容認することが必要となろう。

考えられる方策の一つとしては、現行著作権法を改正して、デザインを明確にその対象とする方向がある。かねてから現行法を改正して「応用美術」をその対象に加えようという動きがそれである。ただし、「応用美術」の定義から見て、デザイン全体を含めることができるかは問題であり、また現行の著作権の保護方法をそのまま適用することで十分かどうかも問題となろう。

今一つの方策としては、無方式によるデザイン固有の権利保護を(立法、慣習等により

)制度化する方向がある。デザイン保護の本質は、その「オリジナル・コンセプト」の保護であるが、その意味では今日のデザインによる創作は「美術」の範疇を超え、システム、ストーリー等、無形的なものをも対象としている。これらをも十分に保護対象としようとするならば、従来の著作権法によらない新しい創作権保護の方法が検討されるべきであろう。さらに、デザイン以外でも無形の制作物が今後増加することが考えられ(例:各種イベントのパフォーマンス)、これらの保護手段としても必要性が生じる。他方、権利保護の方法も必ずしも一律でなく、創作時点で発生する権利の保護、次いでその後の所定の手続きによってより上位の権利保護制度に登録されれば、それによる保護という、多段階の方法も考えられる。

●「デザイン権」の提唱

方向としては、このような保護対象の全体を「デザイン権」という一つの権利の異なった諸相と考え、かつその相に応じてそれらの保護対象を客観的に把握するに足りる制度的技術を確立することであろう。それは実定法、法の適用・解釈、商慣習、行政措置等の様々な形があり得る。そして、それに

応じて保護の内容、効果等もそれぞれ異なるし、また重複・補完等の様相も生じよう。しかし、いずれにしても「デザイン権」として総合的に考えることによって、現実に即した有効な権利保護が可能となる。このことは、単に制度の問題にとどまらず、従来必ずしも正当に評価されてこなかったデザイン等の創作活動及びその成果の、社会的・文化的価値としての意義を明確化し、確立することになると思われる。

他方、デザインによる文化的価値創造の促進と、デザイナーの社会的地位の向上を目的とする上では、権利化による独占と同時にその普及や流通の方法をも権利内容に応じて適切な形で考慮しておく必要がある。

2. デザインを巡る権利保護について

2-1. デザイン事務所にとっての知的財産と保護

株式会社コーボーデザインスタジオ 代表取締役

佐藤 康三



さとう こうぞう

1951年生まれ。'73年より Scuola Politecnica di Design di Milan (ミラノデザイン工科大学) にてブルーノムナーリ氏に師事、'76年インダストリアルデザイン科卒業。ミラノ、ロドルフォボネットスタジオを経て、'83年に(株)コーボーデザインスタジオ設立。プロダクトデザイン開発を中心に都市環境、商業施設等のトータルプランニング／クリエイティブディレクションの領域で活動。府中南口再開発第二地区空間サインで、'96年度SDAサインデザイン優秀賞受賞。

ここでは、デザイン事務所にとっての知的財産に関する捉え方が様々な形で存在することを承知の上で、あえて一つの意見としてデザインの開発の現場から見た知的財産の在り方について考えてみる。

●情報化するデザインと知的財産権

現在、デザイン開発は極めて情報化し、デザインの新たな発案は非常に高度で創造性の高いことが要求されている。プロダクトデザインの場合、結果として立体的具体(ここでは製品、商品等)となって生活の場に広く存在しているが、具体化に至るまでには非常に多くの情報などから、デザインの根幹となるデザイナーの思想を機軸として多くのプロセスを経て生まれてくる。デザインをもはや単なる「色、モノ、形」と言えないのは、このような多岐にわたる複雑で高度なデザイン開発の背景があるからである。

今日のデザイン開発の状況は、この国が過去30年近く欧米のキャッチアップ型指向の中でデザイン開発を遂行していた時代とは全く違っており、新たなデザインに対する思考を持たなくては成り立たなくなっている。この国のデザインに関する時代認識は、大きく変わって行かなくてはならな

い時期になってきており、旧態依然としたデザインの枠組みの中では、新たなデザイン開発はもはやできないことを認識すべきである。

このような情報性の高い環境下でのデザイン開発であっても、最終的には「個の創造性」、「個の感性」をもってなされるという「デザイン」の特性は、見識あるデザイナーにとってはあまりにも当然過ぎることである。「個の創造性」こそ、デザイン開発にとっての「キー」であることに、国も行政も企業も気付かなくてはならない。例えそれが組織によるデザインであっても、原則は「個」の集合であり、「個」無くしてデザインクリエーションは存在し得ない。つまり、クリエイティブな人間を中心据えて初めて成り立つものである。

デザイン事務所、フリーランスデザイナーは、まさに個の個性、創造性をもって、より自由な立場で活動していくことを前提として存在している。多くの「個の創造性」から生まれた多くのモノが、使用者側へ多くの選択肢を提供することは重要なことであるから、デザイン事務所は今後ますます増えていく必要がある。当然デザイン事務所、フリーランスデザイナーは、クリエーターとしての存在証明のためにも激しい競

争を強いられ、その能力の高度化を図るであろう。また、それらのモノは、その社会、生活者の中から新たに生まれる情報をもってさらに切磋琢磨され、さらに高度なデザイン開発へと進化していくことになるだろう。また時には淘汰されていくこともあるだろう。それが人間社会における豊かな社会を作り上げていく自然な開発の自由競争原理の姿だと思われる。その時初めて、この国のデザインの現場も、より活発で健康な状態になると考えられる。

ただしこれは、あくまでも「デザイナー固有の哲学」、「個の創造性」を中心に活動するデザイナーに対するこの国のかつて保護の意識改革を前提とした場合である。デザインにとって新たな枠組みの一つに、「知的財産」に対する関心がある。成果物であるデザインの具体（製品、商品等）を取り巻く「知的財産」である工業所有権、著作権に関し、意識あるデザイン事務所は現在高い関心を払っている。また、創造性を持てなかつた社会や企業も、知的財産（ソフトウェア）の経済的重要性に国際的な課題として直面し始め、改めてデザイン開発から発生する知的財産（ソフトウェア）に関心を高めはじめている。これはまさに、今日のデザインの持つソフトウェアの重要性

に対する社会の認識が大きく変化してきていることによる。この問題が国際社会の中でももはや避けられない大きな課題となつてきていることを、デザインに関与する全ての機関は知らないではならない。

●著作権の不適用と工業所有権の限界

前述のようにデザインが「個の創造性」の産物であり、人間社会にとって極めて重要な発案、創作行為であることが明白な事実にも関わらず、今日の産業立法の枠にあるデザインには、何故か著作権的人格権は認められていない。デザイン事務所、フリーランスデザイナーの知的財産に関する最大の関心事の一つはここにあるものと思われる。美的経験性豊かな社会を創り出すことは、この国にとっても当然重要な課題であり、都市を含め生活の全ての場で、身体性ある美的環境は人間形成上必要不可欠である。日本のアイデンティティを形成する上で重要な役割を果たすにも関わらず、著作権的人格権を持たされないデザインは、果たしてどのようにこの問題に対峙していくべきなのか。

現在の知的財産権の一つ、工業所有権に関しては、産業立法として国家利益の確保というマクロ経済的な視点においてはその効

果を達成しているのかもしれないが、デザインの発案者であるデザイナーへの尊厳、利益はどこにあるのか疑問を感じる。

デザインの発案者であるデザイナーは、当然開発現場の人間である。デザインの重要性に対し、プロフェッショナルとして真摯に活動している。この創造性に対する尊重はどうなっているのか、つまり企業にとって有利な現在の工業所有権の在り方自体が、今日のデザインにおける知的財産権への不信感となっていると考えられる。なぜなら、工業所有権を企業に譲渡した後、そのデザインは発案者の許諾無くして、企業が量産の名の下に都合の良いように改良することが可能となっているからである。これはデザインに人格権が無いからであり、まさに企業サイドのみに立った一方的な考え方から来ている。このような状況では、デザイナーはデザイン開発にどこまで情熱を傾けることができるだろうか、また、どこまで魅力を感じることができるだろうか。デザインを活用する企業も、改めてこの件を見直す必要があると思われる。

企業にとってのデザインは、「利益の追求」の枠組みの中に組み込まれている。しかし「利益の追求」の意味もまた、時代の要請の中で大きく変わってきた。単なる

企業エゴの「利益の追求」の形は過去のものであり、企業もまた社会市民として、エコロジー問題、高齢化社会、バリアフリー等に対する利益の社会還元を必要とされる時代となってきている。このような時代にデザイナーとの間に見られる現状の知的財産権の問題の見直しは、重要な課題となってしかるべきことと考える。

加えて、行政機関のデザインに対する認識もまた低い。行政機関がデザインを含む知的財産権保護を一生懸命唱えているのは、「デザイナー」に対してではなく「デザイン」に対してである。この考えも是正する必要があると思われる。

このままでは、デザイナーは魅力のない職業とも言われかねない状態にまでなっている。このことは、この国から人文的、または工学的ソフトウェア等が欠落していくことを指している。デザインを生み出すデザイナーを軽視する国は、いずれにせよ文化国家などには成り得ない。デザイン開発の中には、認知工学的視点、人間工学的視点、その国の生活文化背景等から発案される、これからの人間にとって必要な道具の使用形態等の発案があることを忘れてはならない。デザイナーは、そのことを仮説化し、予測し、また具体化するための「源

泉」に立つ職能者であることを知らしめなくてはならない。デザインに人格権が与えられていないことを、デザイナーはもっと声を大にして国家に抗議すべきである。

●デザイナー自身による権利保護

最後に、このような状況に置かれているデザイン事務所、フリーランスデザイナー側からの知的財産権保護に関して触れておく。一般的に少人数で運営し、法務部等知財に関する専門部署を持たない各デザイン事務所、フリーランスデザイナーの知的財産に関する権利保護に関しては、業務受託契約内容等を中心に、その専門である弁理士、弁護士との連携を図ることが重要と思われる。トラブルを未然に防ぐ契約書の取り交わしを習慣化することが、第一に重要な知的財産権の当面の保護に繋がっていくものであり、まずはデザイン事務所が知的財産権に関する最低限の知識を自身のプロフェッショナルとして身につけることが大切だと考える。

2-2. ミサワホームにおけるデザイン活動とその保護

ミサワホーム株式会社

知的財産室 室長 堀次 浩 / 商品開発部 主査 紋谷 幹男



ほりつぐ ひろし
1952年生まれ。'77年京都府立大学生活科学学部住居学科卒業、同年ミサワホーム（株）入社。'91年技術管理部部長、「95年ミサワパン（株）出向、情報事業部長、現職を兼務。



もんや みきお
1958年生まれ。'81年武蔵野美術大学造形学部建築学科卒業、同年六角鬼計画工房入社、「87年ミサワホーム（株）入社、愛知ミサワホーム出向を経て現職。代表作「'96年「GENIUS藏のある家」（'96年Gマーク大賞受賞）。

●工業化住宅開発の流れ

商品開発の流れに沿って、当社のデザイン活動について述べる。まず商品化構想の段階だが、ここでは考慮すべき前提がいくつかある。まず一番目が「開発スケジュール」である。発売日が半年後であるならば、既存商品に手を加えるといったマイナーチェンジ的開発の域を出ない程度のものとなるし、5年後のものということならば、近未来素材や技術的な進歩、環境の変化、家族の在り方の予想という長期の広角的な視点に立った開発となる。

二番目は「開発のねらい」である。環境共生型の住宅なのか、収納をとことん追求するのか、健康をテーマとするのかといった開発の核となるコンセプトの策定がある。

三番目は「狙いの市場」である。どこに建てるのか、都市密集地なのか、郊外なのか、リゾート地なのか。また、誰のための家なのか、一次取得者なのか、建て替え層なのか。あるいは子育て中の家族なのか、リタイア後の夫婦なのか。

それらの細かい条件の設定により、目標販売棟数や販売価格、規模とともに規格型住宅なのか自由設計型の住宅なのかという開発の方向性を定めていく。

この一連の流れの中で、最も関わりが深く

最も重要なものが「開発のねらい」の策定への参加である。今、世の中では住宅に何が求められているのか、今の住宅に何が欠けているのか。醜悪と言われ続けている日本の街並みの改善のために何をすべきなのか。また、開発担当者が長年暖めている夢やテーマ、問題意識の具現化はどのような開発コンセプトの基で可能となるのか。次期商品の骨格となるコンセプトの策定のために様々な育ち方をした色々な価値観を持つ、多種多様な役割を担う各部門の担当者が、時間や立場を忘れ非常に活発な議論を繰り返す。方向を間違えたレールが一旦敷かれてしまうと、その後の努力が全く無駄となってしまうので、納得のいくまで、それこそ発売時期に影響が及ぼうとも、粘り強くこれを繰り返す。企業活動である以上当然のこととして「いかにしたら売れるのか」が参画する者全員の価値観であるのは言うまでもないが、前述した、各々の持つ新商品にかける夢と相まって、かなり刺激的な内容の議論が続く。

商品化構想の次の段階である「基本設計」について話を進めなければならないが、その前に「住宅という商品」に対する私どもの考え方について触れていただきたい。

住宅は言うまでもなく非常に多くの素材や

色、柄、形状を持つ部品の集合体であり、個体としての物理的性能はそれらに深く影響される。ただし住宅そのものに求められる真の性能と言える、例えば「居心地の良さー明るさ、風通しなどー」、「使いやすさ」、「家族同士のバランスのとれた交流と独立」、「美しいインテリアと外観」などの性能は、個々の商品によって図られるものではなく、多くの部品の関係のさせ方（間取りも含まれる）によって図られると考える。その考え方を私どもなりに発展させると、私どもの狙いは、住宅というハードな器をお客様に提供するのではなく、そこで実現する理想の生活を提供することにあるのではないかということになる。

「シンプル イズ ベスト」、「個性的だが主張しない」といった当社のデザインポリシーは、住宅そのものを全面に出すのではなく、住む人が美しく快適な生活を送るための舞台に徹するという思想から導き出されている。

さて「基本設計」だが、ほとんどの場合、新しい生活提案を実現するプランニングと新しいデザインを表現する外観デザインがほぼ同時並行で行われる。インテリアデザインの構築は、正面プランがある程度固まった段階でスタートする。

外観デザインは、お客様に対する新商品としてのインパクト上極めて重要な要素となるため、新しさ、美しさ、シンプルさ、普遍性とともに、お客様のニーズに合わせるために仮に変更が加わってもプロトタイプのデザイン、生活提案の具現化を可能とするデザインの再現を担保するシステムのどれ一つ欠けることなく検討が重ねられる。本当にゴールが待っているのか、ゴールのないレースをひたすら走っているのか。根源的な不安に悩まされながらも、全く新しいデザインをゼロから構築していくこのプロセスは全体の流れの中で最もクオリティの求められるプロセスの一つである。三ヶ月から半年に及ぶこの作業によって、3DCGによりプリントアウトされた外観デザインの紙数は40～50ミリのボリュームとなる。同時に、新しい生活提案を実現するプランニング及びそのシステムの構築が行われる。単に表面上のデザインではなく、生活の在り方のデザインとなるため、ここでも同様の検討が繰り返されるのは言うまでもない。

●社内におけるデザイン保護

ここで話を転じ、デザインの保護について触れさせていただく。

当社では毎月定期的に「特許相談会」が開催されている。技術の開発に携わった者はもとより、私ども商品開発に携わった者もその対象となる。言うまでもなくデザインの保護は、著作権や意匠権、また時に不正競争防止法により守られるが、加えて特許法により私どものデザイン活動の保護が試みられている。活動のプロセスにより生まれた部品や構法とともに、技術的な裏付けと効果を元にプランをもとの保護対象とする試みである。第一回目の保護のフィルターはこの段階でかかる形となる。

基本設計終了後の実施設計（各種詳細設計）に話を戻す。これは実際に試行建設という形を通し、「思い」と「実際の姿」から修正を加えていくプロセスが主となる。試行棟が着工した前後、プラン集の作成に取りかかる。プロトタイプにおいて具現化したデザインポリシーを、異なる様々な条件（敷地形状、接道、家族構成）を想定した上で、それぞれについて同じように具現化を図り、100～200プランにまとめていく。バリエーションプランの考え方には、一般的なプロダクトデザインに対する工業化住宅の特異性を示すものである。敷地や住む方が特定されて初めて実現するという一品生産的（オーダーメイド）な面と、大量

供給を前提とした工業化（プロダクト）の面を併せ持っている特徴を示している。

さて試行棟が完成し、様々の検証が繰り返されると、それらを踏まえ、発売、納品に向けての各部品の量産設計や新商品の販売方法、建設方法の確立、カタログをはじめとする販売ツールの作成が併行して進められる。

次に、発売日前に全国の住宅展示場や分譲地においてプロトタイプの建物が竣工するべく、建設が一斉に始まる。

お客様が、購入前に現物を実際に見て確認、検討するという、工業製品では当たり前の行為も、こと住宅となると難しい面があるが、プロトタイプの展示場を通して単に外観やプランだけでなく、生活提案そのものを体験していただけるこのような仕組みは、今後も積極的に活用していきたいと考えている。

また、この時期に二回目の保護のフィルターがかかる。試行棟はもとより、タイプによっては各地の展示場へ特許の担当者が出向き、現物チェックを通じて出願の抜け漏れの確認とフォローを繰り返す。商品のネーミングに関して、商標調査、商標出願という保護活動が行われるのもこの時期である。

最後に、このような商品開発業務と併行して、各地のディーラー設計支援という形で直接お客様のご相談に乗っていることを付け加えさせていただく。主業務とのやりくりに苦慮することもあるが、私ども作り手側とユーザーのニーズや感性、価値観のズレを予防するため、今後もこのような機会を活用し商品開発に活かしていきたい。

2-3. 「デザイン保護研究会」の活動

株式会社デザインオフィースケイ 代表取締役

黒部 洋瑠



くろべ こうよう

1951年生まれ。東京造形大学造形学部デザイン学科ビジュアルデザイン専攻卒業、伊奈製陶株式会社（現株式会社INAX）入社。総合開発室および営業企画部公報課でデザイン管理・製品開発・広告宣伝に携わった後退社、デザインオフィースK設立、現在に至る。（社）日本グラフィックデザイナー協会会員創作保全委員会著作権部会リーダー、日本美術写真グラフィックデザイン著作権機構理事(APG)、日本美術著作権連合理事、日本複写権センター理事、文化庁「マルチメディア問題に関する著作権連絡協議委員会」委員。

●デザイン保護研究会

近年のデザインを取り巻く環境の変化は、マルチメディア時代の到来と共にデザイン活動の様々な場面で顕著になってきていく。そこで、1993年6月、日本デザイン団体協議会はデザインの法的保護について研究会を設け、デザインの知的所有権問題の研究に入った。日本デザイン団体協議会は、1996年に発足した任意団体で、通商産業省所轄のデザイン関連団体によって構成されており、構成団体は以下の8社団法人で会員は現在約6,000名である。

日本グラフィックデザイナー協会(JAGDA)
日本パッケージデザイン協会(JPDA)
日本サインデザイン協会(SDA)
日本ディスプレイデザイン協会(DDA)
日本インテリアデザイナー協会(JID)
日本クラフトデザイン協会(JCDA)
日本ジュウリーデザイナー協会(IJDA)
日本インダストリアルデザイナー協会(JIDA)

●デザイン保護研究会の活動

日本デザイン団体協議会は「デザインの法的保護」について、各団体の創作保全関係委員会担当理事、委員が中心となり1993年6月から1995年8月まで21回の研究会を開催し討議を重ねた。同時期に著作権法改正の動

きが始まり、その一環として、文化庁著作権審議会第1小委員会が、美術・写真関係団体等から現行著作権法への意見や要望の聴取を行うという話が入ってきたため、デザインの創作物が「著作物」として公認されていない弊害を実感していた日本デザイン団体協議会は、美術・写真関係団体とは別に、日本デザイン団体協議会としての要望書提出を申し入れ、認められた。しかしながら、提出期日が迫っていたため、充分な研究検討ができなかったため、再度要望書を提出すべく、本格的にデザインの著作権問題について、専門家との懇談会、事例研究会、実態調査研究を重ね、第二次要望書（案）を作成し、日本デザイン団体協議会としての一つの見解に達した。それは「デザインの創作物の中には、著作権法によらなければ保護され得ないものが多く含まれている。」ということである。これは、デザインの創作物が置かれている実態が明らかになったものと捉えている。

また、1996年10月から1997年11月までの期間に、8回の研究会を開催した。この8回の研究会は、特許庁が意匠制度の見直しを進める中で、1996年10月に（社）日本デザイン保護協会内に「意匠制度検討特別委員会」を発足させ関係者から幅広く意見を聴

取し、報告書が作成され1998年の意匠法改正に向け、「工業所有権審議会法制部会小委員会」において検討されるのに伴って開催されたものである。日本デザイン団体協議会はこの研究会を「意匠制度研究会」とし、(社)日本デザイン保護協会「意匠制度検討特別委員会」の進行に合わせ、作成される報告書にデザイナーの意見を反映させるべく「意匠制度によるデザイン保護」の研究を重ねた。

○1993年10月7日提出要望書（原文のまま）
著作権法改正のための要望書
応用美術の著作物について、次のことを要望いたします。

前回の著作権法改正時に「将来の課題」となった「応用美術の保護の問題」を検討し、解決していただくこと。

理由

応用美術の著作物について、美術工芸品のみを例示に掲げるに留めた現行法の制定時、衆参両院の文教委員会は、応用美術の保護の問題を将来の課題にするという附帯決議を付けました。

今回の法改正は、その課題解決のための重要な機会だと思いますので、是非その機会を逃すことなく、当該課題の検討・解決を

要望する次第です。

○第2次要望書（案）の要点

1993年10月に急遽提出した「著作権法改正のための要望書」を補整する意味で第2次要望書提出を前提に研究会を重ね、第2次要望書案作成にあたり本会議とは別に要望書案作成グループを編成し、文案を検討した。その際に中心となった意見は以下の通りである。

- ・第10条に「応用美術の著作物」を加え、第2条2項を削除、または第10条をそのままにして第2条2項の「美術工芸品」を「応用美術工芸品等」に修正するよう要望すべきである。
 - ・あくまでも第10条に「デザインの著作物」の例示を要望すべきである。
 - ・本来美術に「純粹」と「応用」の区別はないので、デザインは「美術の著作物」として保護されるよう要望すべきである。
- これらによる主文3案を検討し、以下の3点を骨子とする第2次要望書（案）の作成を行った。
- 1.現行法制定から25年を経て内外の諸情勢が変化しているので早急に改正されるべきである。

2.意匠権と著作権を所謂「ダブル保護」であっても競合することなく存在しうる。

3.意匠権と著作権の間には権利の空白が存在するが、この空白を埋めるのは著作権が適当である。

このようにして作成された第2次要望書（案）は、今現在も提出できてはいない。その全文はデザイン保護研究会報告書「デザインと著作権」（平成7年10月刊）を見ていただくこととさせていただき、ここでは第2次要望書（案）の「デザインは美術の著作物として保護されるべきである」と考えた理由の項目を記す。

1.現行法制定から25年を経て内外の諸情勢が変化していること

2.意匠権と著作権は次元の違う概念であること

3.デザインの保護には権利の空白が存在し、その空白を埋めるのは著作権が有効であること

4.美術に「純粹」と「応用」の区別はないこと

5.現行著作権法にも「応用美術」という文言は使われていないこと

6.ダブル保護への対処について

○デザイン創作物の著作権法による保護に関する日本デザイン団体協議会の共同見解
従来デザインの知的所有権は、意匠法等の工業所有権法によって保護されてきたが、それらによる保護が事実上困難な場合が少なからずある。その背景には、デザインする者（創作者）の創作的手法によって生み出されるデザイン創作物の大半が、最終的には商品・製品・広告等として社会へ送り出されるといったデザインの本質に関わる問題がある。デザインを創作する中心的主体としてのデザイナーと、デザインを社会（市場）へ送り出す主体、すなわちデザインの使用・実施者（多くの場合、企業・公共団体等の法人である）との間に権利保護の目的や必要性に関する認識の差異が生じ、そのため「出願されないデザイン」が多数残されるといった状況がある。
意匠権法等は「産業の発達に寄与すること」という法の目的に即し、企業中心とするデザインの使用・実施者の出願に対応して排他的権利を付与するかたちで知的所有権を保護してきた。このため例えば、デザイン創作者が制作を完了してはいるが、商品・製品・広告等になる前の段階にあるようなデザインの創作物の多くが、デザイナーがその全てを出願登録しない限り、工

業所有権法の保護対象外に置かれるということになる。しかもその出願方法そのものにも制約や限界があるのである。

今日、デザイン創作物の文化的役割が広く認められ、デザイナーの「個展」でデザイン創作物が「作品」として発表されることが日常化した時代の中で、デザインの創作物がデザインの「思想または感情を創作的に表現したもの」、即ち著作物である場合が多くあることは明白である。

日本デザイン団体協議会としては、デザイン創作物の知的所有権が主として工業所有権法によって保護されるべきことに異存はないが、創作行為に力点を置くために、またデザインの創作物を社会（市場）に送り出すまでの課程を保護するために、工業所有権の成立していない、あるいは工業所有権の成立しにくいデザイン創作物については、著作権法による保護の対象として公認されることを求めるものである。そして工業所有権が成立したデザインの創作物の著作権は、デザイン創作者とデザイン使用権者との契約関係の中で権利処理を行う形になればよいと考える。

○「意匠制度によるデザイン保護」の研究
日本デザイン団体協議会は意匠制度の見直

しに伴い、「意匠制度研究会」を設け通商産業省デザイン政策室の協力を得ながら、「意匠制度検討特別委員会」での討議にデザイナーの立場からの検討結果を反映すべく、以下について研究を行った。

1.部分意匠等保護客体の見直しについて

2.出願公開制度について

3.保護用権・権利範囲の見直しについて

4.無審査制度について

5.権利期間の延長について

6.創作の特徴記載制度について

7.願書、図面記載要件の見直しについて

8.手数料・登録料について

しかしながら、「意匠制度検討特別委員会」で作成され「工業所有権審議会法制部会小委員会」で検討された報告書は、デザイン団体が強く望んだ「無審査登録制度の併設」を始めとして、デザインを実際に創作する者であるデザイナーの意見はあまり盛り込まれず、作成されてしまった。

●今後のデザインの法的保護について

私は「著作権法」も「意匠法」も、本来はデザインの創作物と創作したデザイナーを保護すべきものと考える。しかしながら、現状「意匠法」では創作者であるデザイナーの保護ではなく、製品とそれを送り出

した企業を保護していると言わざるを得ない。不当競争防止法も同じである。改正「意匠法」においても、審査や出願などにおいて馴染みづらいデザイン分野が存在することも現実である。法学者や実務家の多くの方は、「著作権」「意匠権」それぞれの領域の中での理解、学問としての理解でしかなく現実的な両方向からの理解に立っておられないようと思われる。日本において、今までになかった「デザイン権」であっても、現在ある「著作権」「工業意匠権」であってもかまわないが、「デザインの保護」を考えたとき、デザインの創作物およびデザインの創作者の保護という観点で、各法律をデザインの置かれている諸条件に合わせ、組み合わせるようなことは不可能なことなのだろうか。例えば、産業上利用されている期間は「意匠法」で、また意匠法で保護しない、保護し得ない場合は「著作権法」による保護を行うなどは、非現実的だと一笑されてしまうのだろうか。デザイン環境の急速な変革が起きている今、考えなければならない時期に来ていると思われてならない。

2-4.平成10年 改正意匠法の概要

社団法人日本デザイン保護協会 顧問研究員
池田 和美



いけだ かずみ
1959年東京芸術大学美術学部卒業、同年特許庁入庁。'77年審査長、'82年意匠課長、'86年審判長を経て、'88年より社団法人日本デザイン保護協会常務理事、'97年より現職。

今国会に上程されていた改正意匠法は、4月7日衆議院、4月24日参議院において可決・成立し、5月6日に公布された。昭和34年以来、約40年ぶりの大改正である。

●意匠法改正の趣旨

現行法制定以後、我が国の産業は欧米からの技術、コンセプトの導入、大量生産、大量消費による効率化、低価格化、品質管理等によるキャッチアップ型の発展を遂げてきた。この間、わが国におけるデザイン開発力は大きくレベルアップしたが、低レベルの出願も依然として多く、アジア諸国も急速にデザイン力を付けてきている中で、さらなる全体的なレベルアップが急務となっている。また、現行制度では、デザインの開発実態の多様化、巧妙な模倣への実態に対応できない場合があり、デザイン開発への投資のインセンティブを維持するために、広く強い意匠権によるデザイン保護の強化を図る必要性が高まっている。

このような国内外の経済状況等の変化を背景とすれば、レベルの高い創作の競争を促す仕組みの構築、経済活動のグローバル化の進展に応じた制度的対応が重要であり、また、多様なデザインを簡便な手続きにより、幅広く保護し、強い権利を容易に行使

することができる仕組みの構築が必要となっている。

このような情勢から、今回の意匠制度の在り方については、内外経済環境の変化、国際的な整合性を勘案しつつ、手続きの簡素化を含め幅広い観点から調査・検討がなされた。

●意匠制度の見直しに関する経緯

1.意匠制度検討委員会

今般の制度見直しの契機は、昭和63年に庁内に「意匠制度検討委員会」が設置されたことに遡る。この委員会の検討成果は、『意匠登録制度改正に関する中間報告書』にまとめられたが、具体的な見直しの動きにはつながらなかった。

2.不正競争防止法

平成5年に公布され、翌年に施行された「不正競争防止法」に不正競争の行為類型として「他人の商品の形態の模倣」が加えられたが、これはデザインの法的保護に関しての大きな動きであり、意匠制度の見直しを再会する契機となった。

3.意匠制度ラウンドテーブル

平成6年には、特許庁に審査第一部長を委員

長とし、「意匠制度ラウンドテーブル」が設置され、魅力ある意匠制度のあり方、及び今後の意匠行政の方向性について検討がされ、報告書『魅力ある意匠制度の確立に向けて』にまとめられた。

4.意匠制度検討特別委員会

平成8年10月には、(社)日本デザイン保護協会に「意匠制度検討特別委員会」が設置された。中山信弘東京大学教授を委員長とし、産業界、デザイン界、法曹界、弁護士界、弁理士界、学会等の有識者24名により構成された。平成8年10月より全9回の委員会を開催するとともに、意匠制度のユーザーを対象としたアンケート（調査対象数2,303、回答数743、回収率32.3%）を行い、制度利用者の声を検討内容に反映させた。この委員会における調査・検討の結果は、平成9年3月26日に公表された報告書『国際化時代に対応した創造的デザインの保護強化』にとりまとめられた。この報告書は「意匠法改正に向けての提言」とも言えるものであり、特許庁はこの検討結果をベースとして工業所有権審議会に意匠法改正案を国会に上程することを目標とした検討を諮問した。

5.工業所有権審議会意匠小委員会

意匠制度の在り方に関し、内外経済環境の変化、国際的な整合性を勘案しつつ、手続きの簡素化を含め、幅広い観点から調査、検討を行うため、平成9年4月24日に開催された第33回工業所有権審議会総会において法制部会の下に「工業所有権審議会小委員会」が設置された。

以降、中山信弘東京大学法学部教授を委員長として、産業界、デザイン界、法曹界、弁護士界、弁理士界、学会、マスコミ等の各界から選ばれた24名の委員により7回の会合を開催し、多数の検討項目について審議を行い、報告書『デザイン創造時代に向けて』がとりまとめられた。

6.意匠制度検討ワーキンググループ

平成9年4月には、(社)日本デザイン保護協会に「意匠制度検討ワーキンググループ」が設置され、「意匠制度検討特別委員会」の報告書の内容を個別にさらに深めるため、中山信弘東京大学教授を委員長とし、学会、法曹界の有識者10名によって構成され、全9回の会合を開催した。

●改正意匠法の概要

1. 創造的デザインの保護（広く強い権利）の実現

1-1. 創作容易水準の引き上げ

我が国産業界におけるデザイン力は、昭和34年の現行法制時に比較すると大幅に向上しており、産業構造の変化に伴い、企業経営においても、デザインの重要性がより強く認識されはじめている。

しかし、現状においては、登録される意匠に創作のレベルの低いものが混在しているため、一つの意匠権の周りには多くの意匠権が設定される場合があり、他社の意匠権の成立に対抗するため、自己の創作の周辺を固める防衛的出願に能力を割くことが余儀なくされているとの指摘がある。今後、日本の産業が世界市場においても製品競争力の優位性を保つためには、向上してきたデザイン力をより高いレベルの意匠の開発にふりむけるような新しい高度な競争環境を創出することが求められている。

そのために、我が国産業の発展に資する創作性の高いデザインを適切に保護し、創作性の高い意匠の創作を促すような新たな保護制度の確立が必要となってきている。

今時改正において、第3条第2項に規定している創作容易性の要件を引き上げ、公然知

られた意匠やモチーフに基づいて当業者が容易に創作できた意匠も拒絶、無効の対象となるように規程の明文化を図り、創作性の高い意匠を的確に保護するものとした。

1-2. 部分意匠等の保護

近年のデザイン開発においては、商品の高付加価値・差別化を図るために、デザイン創作の重点を物品の部分に移行する新たな傾向が顕著となってきている。一方では、独創的で特徴のある部分を取り入れつつ意匠全体での模倣を避ける巧妙な模倣も増加しており、現行制度の下では充分にその投資を保護することができないものとなっている。このような実態に対し、独創的な創作がなされた物品の部分に係る意匠を保護することの必要性が高まってきていく。

よって、今時改正において、物品の概念にその部分が含まれることを意匠の定義に明文化し、物品の部分について、独創性が高く特徴のある創作をした場合は、その部分を意匠として保護することとし、部分意匠の意匠権の効力は当該部分を含む意匠に対して及ぶものとした。模様については、部分意匠の形状に模様が結合したものとして保護をする。

1-3.類似意匠制度の廃止と関連意匠制度の創設
デザイン開発においては、一つのデザイン・コンセプトから多くのバリエーションの意匠が同時期に創作されるという実態がある。

旧意匠制度においては、バリエーションの意匠群を登録意匠（本意匠）とその登録意匠に類似する意匠（類似意匠）として保護する類似意匠制度が設けられているが、侵害訴訟の場では、類似意匠は本意匠の効力範囲を定める際に参酌されるものに止まっており、侵害のおそれのある意匠が本意匠よりも類似意匠に類似している場合でも類似意匠に基づく侵害の成否は訴訟の対象とはならず、本意匠の意匠権の侵害の成否としてのみ訴訟が進められていた。

バリエーションの意匠群は、創作の観点からは同等の価値を有するものであるにも関わらず、類似意匠として登録されたバリエーションの意匠を的確に保護するものとはなっていなかった。

今時改正では、かかる問題点を有する類似意匠制度を廃止し、デザイン開発の課程で、一つのデザイン・コンセプトから創出された多数のバリエーションの意匠については、同日に同一出願人から出願された場合に限り、同等の価値を有するものとして

保護し、各々の意匠について権利行使することを可能とする関連意匠制度を導入するものとした。

具体的には自己の意匠登録出願に係る意匠の内から選択した一つの意匠（本意匠）に類似する意匠（関連意匠）については、本意匠の意匠登録出願の日とその関連意匠の意匠登録出願の日が同日である場合に限り登録することができる旨を意匠法第10条に規定し、関連意匠の意匠権も、通常の意匠権と同様に意匠法第23条に基づき登録意匠に類似する範囲まで独占的排他性、物権的請求権を有するものとし、本意匠とその関連意匠の意匠権が相互に重なり合う部分については、同一意匠権者のもとに成立する権利であるとの観点から調整を行うものとした。

1-4.システムデザイン等の保護

近年の製品開発の多様化、高度化に伴い、特定目的のために供される複数の物品群について、それらの自由な組み合わせを可能としつつ、全体的に統一感を持たせるように個々の物品のデザインを行う「システムデザイン」がデザイン創作活動の実態としてよく見られるようになっているが、「組物の意匠」の保護対象が限定的なものとなっ

ていることから、産業活動の実態との乖離が生じており、「システムデザイン」のような新たなデザイン傾向を有した創作について適切な保護がなされていない現状となっている。

このように、「組物の意匠」の保護対象が産業活動の実態と乖離している現状を踏まえ、「システムデザイン」の保護対象を拡大するために、今時改正においては「組物の意匠」の要件を改めることとした。

具体的には、「組物の意匠」の要件の内、保護対象を機動的に見直すことができるようにするために「慣習上組物として販売され」の規程を削除し、同種物品により構成されるシステムデザインを保護するために「二種以上の物品」を「二以上の物品」とした。

2.国際化時代への対応

2-1. 物品の機能を確保するために不可欠な形状のみからなる意匠の保護除外

工業所有権法の内、特許法、実用新案法が「技術的思想の創作」の保護を目的とするのに対し、意匠法は「物品の形状、模様もしくは色彩又はこれらの結合であって視覚を通じて美感を起こさせるもの」の保護を目的とする法律である。

技術的、機能的観点から必然的に導かれた形状であって、実質的に美的な創作がなされていない創作が意匠法により保護されることになると、意匠法が保護を予定しない技術的思想の創作に対して排他的独占権を付与することと同様の結果を招く可能性がある。また、JIS等により規格が定められている形状・寸法が意匠法によって保護され、意匠権が設定されると、第三者がその規格等に基づく物品を実施しようとする場合、この意匠権の侵害になってしまっため、経済活動を不当に制限し、かえって産業発展を阻害する要因になりかねない。

このような弊害は、物品の部分に係る意匠を保護対象とすることにより一層顕在化する可能性があるため、物品の機能を確保するために不可欠な形状のみからなる意匠は、意匠登録を受けることができないとした。

2-2.拒絶確定出願の先願の地位の見直し

旧意匠制度においては、特許庁になされた出願の内、そもそも正式な出願と認められず、最初から出願がなかったものとして取り扱われる取り下げられた出願、却下された出願及び冒認出願については、先願の地位がない旨規定している。

これに対して、拒絶査定・審決が確定した出願に先願の地位が認められていることについて、次のような問題が指摘されている。第一に、拒絶査定・審決が確定した出願については公報に掲載されないため、制度上秘密状態に置かれることとなるが、後願の登録を排除する効果を有しているため、後願者は見えない先願で拒絶されるいわゆる「ブラックボックス」の問題を生じている。

第二に、意匠権は登録された意匠と同一又は類似する意匠にまで及ぶことから、先後願の判断においても類似する後願まで拒絶することから、一旦ある出願が拒絶されると、最初の出願に類似していないとも類似する後願が次々と拒絶されることとなる拒絶の連鎖の問題が生じている。

このような問題に対応するために、拒絶査定または審決が確定した出願、放棄された出願についても、当該出願がはじめからなかったものと見なすこととし、先願の地位を認めず、これらの出願により、これと同一または類似する後の意匠登録出願が拒絶されないようにするものである。

3.使いやすい制度への改良

3-1.願書・図面記載要件の多様化・簡素化

現行法に規定されている意匠の記載方法は、記載すべき図が容易に把握できる点、第三者が誤解なく確実に意匠の理解ができる点において客観的なものである反面、容認されている図法や図面の表現方法が画一的・限定列举的であることから、創作された意匠の要旨や特徴を充分表現するためには、多くの図面を開示する必要があり、あるいは、意匠の要部の認定に関しては、不必要と考えられる図面までも、画一的に提示しなければならない等の不都合が生じている。

近年のコンピューターを用いたデザイン・設計手法などの急速な発展に伴って多様な作図表現が可能となっていることも鑑み、現行法の記載要件を見直し、記載された意匠の明確性を担保しつつ、柔軟で多様な記載方法を容認すべきとの要請がある。

正投象図法により同一縮尺で作成した一組の図面により意匠を表すべきとしている願書・図面の記載要件を見直し、多様な図法・図面表現を容認するとともに、意匠を充分かつ明確に表わすために必要な図面数を減少させることにより、要件の簡素化を図る。

3-2.特徴記載制度の導入

実態審査の適正化・迅速化を図るため、及び権利範囲解釈の一助とするため、出願人自ら主張できる、意匠の創作の特徴記載制度を導入する。

意匠登録出願に関する特徴記載は、その内容を意匠公報に掲載する。

な問題点があり適切でない。

- ・出願公開制度導入のニーズは大きくなく、審査を経た安定した意匠権を早期に取得することが強く望まれている。
- ・設定登録前に公開のみで模倣排除権のような強い権利を認めることは、意匠権との関係でバランスを失する。

4. 無審査登録制度の併設、出願公開制度の導入についての検討

4-1.従来の審査による登録制度に加えて、無審査登録制度を併設することについては、以下の諸点を考慮するとその必要性は小さく適切でない。

- ・無審査登録制度併設については、デザイナー団体からの要望はあるものの、産業界全体としてのニーズは小さく、審査を経た上での安定した意匠権を早期に取得することが強く望まれている。
- ・不正競争防止法によって無審査での意匠保護は既に実質的にはほぼ実現されており、さらなる制度の構築は基本的に不要であると思われる。

4-2.出願早期に任意公開し、公開警告後直ちに模倣排除権又は金銭的請求権の行使が可能となる制度の導入については、次のように

4-3.DR1計画の推進、早期審査制度の拡充を前提とし、無審査登録制度の併設、出願公開制度の導入等の法改正については、何れも見送ることとした。

2-1. 英国の「デザイン権」調査報告

デザイン人材開発センター 調整室 室長代理

真鍋 武志

まなべ たけし
1961年生まれ。九州芸術工科大学卒業。Gマーク事業部を経て、'95年デザイン人材開発センター開設時より担当。

※1：芸術工学研究所の主任研究員、谷貞夫氏とともに、'97年10月26日から11月4日にかけて調査を実施した。

※2：British Leyland Motor Corporation and Others v.s. Armstrong Patents Company Limited 事件：それまで、部品図面の著作権をもって部品の複製製造を禁止してきた自動車会社(British Leyland Motor Corporation and Others)の、自動車部品メーカー(Armstrong Patents Company Limited)を相手取った訴訟に対して上院は、純正品以外の安価な部品の提供によって消費者の利益が守られる事を理由に、著作権による部品製造の制限はできないとの判決を下し、同時に法の改正が課題であると明言した。

本来、デザインに関する権利保護の制度としては、文化的価値の創作者であるデザイナーに対してまず「著作権」的権利が認められた上で、企業の独占的実践のための「工業所有権」、紛争解決のための「不正競争防止法」と整備されるべきであろう。ところが、日本での産業に関する知的財産管理は、デザインを応用美術として著作権の対象からはずしたままに、工業所有権と不正競争防止法によってのみ行われており、デザイナーの創作行為あるいは創作物に関する権利については未だ無防備かつ無関心の状態である。これでは、この国でデザインを生業としている以上、クライアントに対して強い提案力を持つ「業」としての自立には、非常に大きな困難が付きまとうことになる。ならば、デザイン先進国ではどうなのか。イギリスに無審査・非登録という極めて「著作権」的な権利制度があることを知り、入手可能な文献等では知り得ない実態を把握するため、また、法制度とデザインビジネスの関係を知るため、イギリス、ドイツを訪ねた(※1)。

●「デザイン・ライト」

イギリスでは過去、デザインは著作権と日本同様の工業的意匠権であるレジスター・

デザインズ(=登録意匠権)の2つの制度によって保護されてきたが、1989年の改正によって新設されたのが、著作権的意匠権である「デザイン・ライト(Design Right)」である。

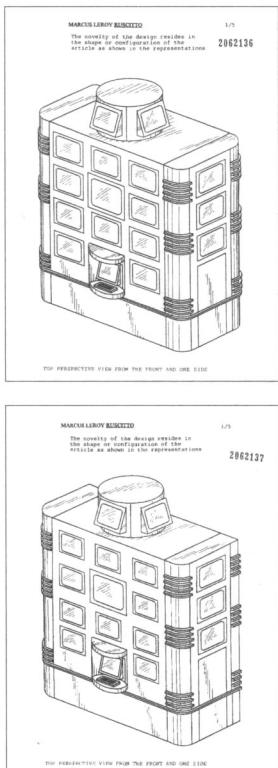
英国特許庁(The Patent Office)では、ステイブン・ローワン氏からデザイン・ライトについて、またスチュアート・ゴドフリー氏からレジスター・デザインズについて伺う事ができた。

1983年の British Leyland Motor Corporation and Others v.s. Armstrong Patents Company Limited 事件(※2)をきっかけに、著作権によるデザインの過大な保護を適正化する受け皿として生まれたデザイン・ライトは、作者の死後50年も権利が維持する著作権と、美的価値の有無を問うレジスター・デザインズの中間に位置付けられている。著作権同様の自然発生的権利として、デザインが開発されると自動的に発生し、そのデザインが最初に商用目的に使われてから10年間から15年間の有効期間を持つ。この権利が表面化するのは、権利者が侵害に対する異議申し立てを特許庁に対して行なった際である。65ポンドの費用を必要とする異議申し立てから決定までは最長10.5ヶ月で処理され、年間10件程度の申請がある。

果たしてこの法制度は、デザイナーの強い

※3：類似した法制度の採用は
ニュージーランドのみ。

※4：図は同一申請者による登
録事例。前面の窓の大きさ、背
面の角の取り方が異なるのみ。



味方として機能しているのか。残念ながら期待していた程にはデザイナーの権利保護には寄与していないようである。BEDA (Beaulow of European Designers Association)でデザインの権利保護に関するアドバイザーを務めるジェフリー・アダムズ氏は、ヨーロッパのデザイン権利保護の状況を説明してくれた。氏はあくまで私見と前置きし、自動車関連企業からの圧力によって法改正を余儀なくされた政府は、レジスター・デザインズへの申請件数低減の怖れもあって、デザイン・ライトに異議申し立てから解決までの時間や証拠書類の提示の手間、あるいは法律家への報酬など、デザイナーにとってあまり魅力的でない性格を持たせて誕生させたため、新制度はうまく機能していないと語った。これを裏付けるようにイギリスのデザイン事務所では、本制度が複雑で機能していないという理由で、多くの場合レジスター・デザインズを活用している。また、英国内でしか通用しないこの制度^(※3)は、登録意匠制度の方向で揃っているEUにおいて今後整備される統一のルールに関しても、馴染みにくいものとならざるを得ない。

一方、レジスター・デザインズについても、その運用には日本とは大きく異なる点

があった。60ポンドの申請料で5年(25年まで更新可能、ただし最大450ポンドと高額)の有効期間を持つ権利が得られる本制度では、審査を経ても同一以外の意匠は残らず登録されている^(※4)。この運用方針は明文化されたものではなく、裁判で特許庁の判断を覆えず判例が出たため、その後慣例とされているものである。英国特許庁は、レジスター・デザインズへの申請件数がこの10数年来、年間8,000~9,000件で推移しており、89年のデザイン・ライトの導入による件数低減はないばかりかむしろ増加傾向にあり、かつ登録拒絶に対する異議申し立ても年間1~2件であると説明するが、この審査・登録状況ではそれも当然であろう。なお、当然のことながら著作権は、法改正後の現在、デザインには適用されない。著作権と登録意匠権による過大な保護、業界圧力による新しいが使いにくい制度の制定、登録意匠制度の審査水準の低下、イギリスにもデザイン保護に関する紛余曲折があり、今日でもまだデザイナー自身の権利保護を満たしてはいない。

●イギリス、ドイツのデザインビジネス比較
これらの法制度の実際の活用状況を含めたデザインビジネスの様子を把握するため、

※5 : TKO PRODUCT DESIGN (英)では、クライアントとの業務開始に先駆けて次のような書面を提示し、合意形成のための充分なコミュニケーションを図っている。

●TERMS OF BUSINESS

(業務規定)

- ・機密事項の取り扱い
- ・権利の所有と譲渡
- ・報酬
- ・原価
- ・別途必要となる費用
- ・請求と支払
- ・納品物へのクレーム等に関する責任
- ・納期
- ・デザイン事業所名の公表
- ・業務の終結

両国のデザイン事業所とクライアントを訪ねた。イギリスでは、PRIESTMAN GOODE のポール・プリーストマン氏と、TKO PRODUCT DESIGNのアンディ・ディビー氏、および日立ホームエレクトロニクス・ヨーロッパ(株)のチーフ・デザイナー、加藤文人氏、ドイツでは、Concept 360° の田中恒充氏と、ヨーロッパ松下電器(株)欧州商品デザインセンターのデザイナー、松本厚一氏の、3つのデザイン事務所と日系2企業である。3名のデザイン事業所経営者は皆若く、日本企業とのプロジェクトも経験している。また、日本企業から遠くヨーロッパへ派遣されたデザイナーは、2名とも若くして単独でそれぞれの企業のヨーロッパにおけるキーパーソンとしてデザインをコントロールしている。

○デザイン教育

両国間で最も大きな違いがあったのが、デザイン教育の中に権利保護や契約に関するカリキュラムが組み込まれているか否かであった。

イギリスのデザイナー達は異口同音に、イギリスのデザイン教育の不備のため、一般的にデザイナー自身に知識や意識が欠けていることを残念がり、一方の田中恒充氏は

ドイツでのデザイン教育には権利保護や契約、デザイン料、そして自らのアピールに関するカリキュラムが含まれているため、それぞれのデザイナーの意識や知識が高いことを誇らしげに語った。

○デザイン契約

逆に共通していることは、少なくとも意識の高いデザイナーは、デザインビジネスの開始にあたっては、クライアントとの充分なコミュニケーションを図った上で、しっかりとした契約書なり覚書を交わしていることであり、同時にその中に権利保護に関する取り扱いについても明確化していることである。アンディ・ディビー氏の厚意でTKO PRODUCT DESIGNの「業務規定」を見ることができたが、その内容はクライアントとの間に想定されるあらゆる項目について、予め責任の所在を明らかにする明解なものだった(※5)。また、企業側のデザイナーへの対応は紳士的で、「水臭い」の一言に象徴される日本の慣れ合いもないため、デザイナーからのクライアントに対する不対等感等の不満は感じられなかった。

○デザイン事業所による権利保護

イギリスのデザイン事業所では、権利保護の具体的な手続きについて、簡単な手続きは内部で行うが、複雑なものについては法律家に任せている。一方、ドイツのデザイン権利保護制度は、もともと日本の法制度がドイツのそれを範としたものであるため両国の法体系は酷似しており、我々にも理解しやすいものである。日本の特許権に相当するパテントは費用が高額なため、デザイナーは活用していない。デザイナーが活用するのはもっぱら、DM800と費用が安いであるゲブラウクスマスター(Gebrauchsmuster=Registration of Useability)とゲシュマックスマスター(Geschmacksmuster=Registration of Taste)である。前者は実用新案権に当たり使い勝手やユーザーインターフェイスを対象とし、意匠権に当たる後者は形状を対象とする。どちらも手続きが複雑であるためすべてを法律家に任せており、デザイナー団体のVDID(Verband Deutscher Industrie-Designer e.v.=ドイツインダストリアルデザイナー協会)を通じて、法律家への協同依頼も行われている。なお、ドイツにおいても著作権は高い芸術性が条件であるため、デザイン分野での取得はほぼ不可能である。

いずれの国でもクライアント任せでなくデ

ザイン事務所自身で活用しており、日本で多くの場合、各制度が企業のために活用されているのとは大きく異なる。

○デザイン料

デザイン先進国でのデザイン行為に対する対価の算出の仕方について、実は勝手に期待していたイメージがあった。デザインの成果が何らかの形で権利化され、それが商財として流通しているのではないか、とうものである。それが可能ならば、受注産業的質という指摘を避けられない日本のデザイン産業を提案型産業へと転換し、「業」としての自立を促進することもできると考えていた。しかし、ここまで報告にあるように、各国の法制度はそれを可能とするものではなかった。どちらの国の算出方法も日本同様、作業単価とかかった時間や日数との積算であった。

イギリスでは、関わるデザインスタッフの経験等によって一日当たり400~600ポンドで、デザイナー団体(The Chartered Society of Designers=英国デザイナー協会、Design Business Association=デザインビジネス協会)がDTI(通産省)と協力して、積算のガイドラインを提供している。ドイツでは、時間、困難さ、使用するツールおよび関わるスタッ

フの熟達度により1時間当たり60~300DMで積算し、一般的には一日当たり1,000~2,000DMになると言うから、イギリスと大きな違いはない。イギリス同様、前出のデザイナー団体が提供するデザイン料のガイドラインを活用することによって、クライアントの理解も得やすいものとなっている。

●デザイナーの意識改革の必要性

彼の地でもまた法制度はデザイナーのために作られたものではなかった。しかし、デザイナーやクライアントの意識、そして日々のデザインビジネスの進め方の中に、日本との違いは確かにあった。イギリスの決して恵まれない法制度の中での強い意志と努力の成果、ドイツに見た日本同様の法制度の中での意識の力、これらを見逃すことはできない。

法制度の整備の方向性をにわかに明らかにしてくれる調査結果は得られなかつたものの、日本の状況に照らし合わせると、以下の課題が浮かび上がってくる。

まず、デザイン教育の場での情報提供が不足していることを含め、これら権利に関してデザイナー自身の意識、関心が低過ぎはしないだろうか。その国の法制度がデザイナーに対してどれ程手厚いものであるかは

デザイナー自身がそれを認識しているか否か程には重要な事ではない。使いこなす気のないところでは優れた法制度も意味がないし、まして改正など望むべくもないからである。

さらに、制度改善に対する要望や、実際の活用に足るデザイン料の基準の作成、あるいは法律家への協同依頼など、業界として必要な事を現実のものとしていくための強いしきみが必要であろう。もちろん、これまで諸先輩がぶつかってこられた日本特有の商慣習やモラルの低さなど、独特の障害は依然として存在する。しかし、かと言つて権利というものは待っていて与えられるものではない。日々のビジネスの中で権利を主張していく努力の力という点で学ぶところの多い調査だった。

折しもあらゆる分野にデジタル化が波及する中にあって、デザインにとっての新領域あるいは他領域との境界でも、従来から強い権利意識をもって活動してきた職能との協同・競合が始まっており、すでにこの問題は避けて通れない状況になっている。これを好機として逃すことなく、まずはデザイン全体の意識水準を上げることが重要である。

3. デザインの権利保護に関する諸問題について

2-2. 無審査型の知的財産法制設計の際の留意点

北海道大学 法学部助教授

田村 善之

たむら よしゆき

1987年東京大学法学部卒業、'87年同大学法学部助手、'91年より現職。

'94年著作権審議会専門委員(権利の執行・罰則関係)、'94~'95年工業所有権制度審議会臨時委員(商標小委員会)、'97年工業所有権制度審議会臨時委員(意匠小委員会)。

著作「知的財産権と損害賠償」(1993年・弘文堂)、「不正競争法概説」(1994年・有斐閣)、「特許判例ガイド」(1996年・有斐閣・増井和夫氏と共に著)、「機能的知的財産法の理論」(1996年・信山社)、「著作権法概説」(近刊・有斐閣)

第1章 知的財産法のあり方

I. 知的財産法の役割

1.序

新しい商品(ex. てり焼きバーガー)や新しい営業方法(ex. コンビニエンス・ストア、ピザの宅配、新種の雑誌)を思いついた者は、それを用いた新規事業に着手するであろう。もっとも、新しい商品、営業もいったんこれを実行に移すと、儲かると見た者がこれを模倣して市場に参入することになり、競争に晒されることになる。新商品の開発に掛かるコストを節約することができ、加えて、利益が上がる商売と分かったもののみを模倣すれば足りるためにビジネス・リスクを追わない分、セカンド・ランナーの方が有利であるようにも思われるのだが、現実の世の中では、確かに模倣者も後を絶たないが、他方で、新種の商品や営業の出現も途切れることはない。これは、ファースト・ランナーになることに、相応の意味があると考えられているからである。すなわち、新商品、新営業を最初に開始した者は、模倣者が出現するまでの間、新規事業を独占的に展開し、投下資本を有利に回収することができることに加えて、さらに、その間に獲得した販路や顧客を用いたり、最初にこの商品や営業を始

めた者だということに対する世間の評判や信用を活用することにより、模倣者が出現し競合が生じた後も、有利に競争できる場合がある(市場先行の利益というインセンティヴ)。

もちろん、新商品等の事業開始の直前、直後に、他者に出し抜かれたり、模倣されたりしてしまうと、市場先行の利益を十分に享受し得なくなるので、企業としては、事業に移すまでのタイム・ラグの間、自己のアイディアが外部に漏れることのないよう秘密を管理するであろうし、事業展開後も、蓄積されたノウハウを他者に知られることのないよう努めることになろう(秘密管理というインセンティヴ)。また、最初に市場に出た商品、営業であることを需要者に知らせるために、同じ商品、営業には引き続き同じ表示を付して販売、提供するであろうし、取得した評判、信用を他の商品や営業にも活用するために、同じ企業の商品、営業であることを分からせる表示を付すであろう。しかも、こうした出所の分かれる商品や営業を付している以上は、評判が落ちることを防ぎ、さらなる信用を得るために、企業は、(古くなったものも含めて)商品や営業の質の維持、向上に努めることであろう(信用というインセンティ

ヴ)。

商品の販売や営業の提供は、物理的には、誰もが何処でも何時でも自由に得る行為である。社会に事実として存在するインセンティヴがきちんと機能しているのであれば、あえて模倣による販売、提供行為を禁止しなくとも、新しい商品、営業は開発されるのであろう。その場合には、むしろ、そのまま企業に自由に活動させた方が、競争により価格が低下するなどの便益を社会にもたらすことになろう（e.g. コンビニエンス・ストア、ピザの宅配事業が一社の独占となってしまう状態を想起されたい）。新商品や営業を開発済み企業にとっても、競争に晒されるということであれば、安穏とすることができないことになるから、さらなる新商品、営業の開発に本腰を入れて取り組むことであろう。

2. 社会に存在するインセンティヴの支援

しかし、社会に存在するインセンティヴも、法の助けなしには自律的に機能し得ない場合がある。

例えば、模倣者が、ファースト・ランナーの新商品の形態をそっくりそのままデッド・コピーした商品までもが自由に販売し得るとすれば、セカンド・ランナーの出現

までのタイム・ラグ自体が短くなり、市場先行の利益の大半が失われてしまうであろう。そこで、市場先行の利益というインセンティヴを保証するためには、物理的には誰もがなし得る商品の形態のデッド・コピーを法的に禁止するという応援が必要となるのである（不正競争防止法2条1項3号の商品形態のデッド・コピー規制）。

秘密管理体制にしても、金庫等に保管した資料を盗取されたり、秘密を知る従業員が買収される危険性を完全に払拭することができない。秘密管理というインセンティヴを保証するためには、やはり法的な支援が必要となろう（不正競争防止法2条1項4～7号の営業秘密の不正利用行為に対する規律）。

また、似たような表示を模倣者に使われてしまうと、せっかく築き上げた信用の維持、活用が困難となる。信用というインセンティヴを守るためにには、類似表示を用いて出所の混同を起こさせるような行為を禁止する必要があることは明らかである。

（不正競争防止法2条1項1号の商品等混同行為の規律、同2条1項2号の著名表示不正使用行為の規律、商標法による登録商標制度）。

3.人工的なインセンティヴの創出

さらに、社会に存在するインセンティヴでは、新しい商品等の開発のインセンティヴに不足が生じる場合がある。

例えば、ラーメン屋のスープの作り方や、コカ・コーラや香水の製法などは、市場に出ていたり製品をいかに解説しようとも、最終的なところはよく分からぬものが残るそうである。そのような場合には、秘密管理体制さえ万全にしておけば、模倣を防ぐことかできるから、企業としては莫大な資本を成果の開発に投下することができる。しかし、一般には、市場で入手し得る製品の成分や構造を分析することにより、その製法が知れてしまうことが多いであろう。しかし、薬品の開発などを考えれば、市場先行の利益だけでは、投下資本の回収に不足してしまうことが明らかな場合があることは、容易に察しが付く。そのような場合に模倣を放置しておいたのでは、ファースト・ランナーになろうとする者が過度に不足することになりかねない。

そのような場合には、成果開発へのインセンティヴを作り出すために、人工的に模倣行為を禁止する等、何らかの方策を講じる必要性が生じる。もっとも、技術というものが積み重ねで発展していく性格を有して

いることを考えると、技術に関して過度に模倣を禁止することは、かえって産業の停滞を招きかねない。禁止権に存続期間を設けたり、対価を支払えば模倣も可能とする制度の選択肢も視野に入れるなど、模倣に対する制約が過大なものとならないよう配慮が必要となる。

このようにインセンティヴを法的に作り出すことを自己目的とするものとして、現行法上は、産業に関するものとして、特許権、実用新案権、意匠権などがあり、さらに文化の発展に資するものとして、著作権、著作隣接権などの法制度がある。法的な禁止がなければ、発明の実施行為や著作物等の利用行為は誰でも何処でも何時でも行えるところ、それでは成果開発のインセンティヴが損なわれることに鑑み、あえて禁止権を設定して特許権等の人工的なインセンティヴを創出したのである。これらの中には権利の移転ばかりではなく（著作権）、権利の発生にまで登録を必要とするのか（実用新案権）、さらに登録前に審査を要するのか（特許権、意匠権）等々、種々のバリエイションがある。

II. 知的財産法の制度設計（機能的知的財産法の理論）

1. 法的な規律の必要性の有無の判断

知的財産の利用行為は、物理的に自由なので、特別に法制度を設けないと利用自由である。こうした場合、法制度の在り方にはさまざまな選択肢があり得る。

まず肝に銘すべきは、模倣により他人の成果にフリー・ライドする行為、即禁止すべき行為となるわけではないということである。我々は日々エジソンの発明の恩恵に与り、ベートーベン作曲の音楽を楽しみ、孔子の論語に接するが、彼らの子孫にその対価を払うべきだなどと思う者は殆どいないであろう。世の中はフリー・ライドで発展し、豊かになるのである。したがって、フリー・ライドは原則自由と考えるべきである。ただし、例外的に何らかの規律を設けることを考えるべき場合がある。それは、フリー・ライドにより成果開発者に損害が生じており、その損害があるために成果開発のインセンティヴが損なわれているという実態があり、さらにそれだけではなくて、そうした場合にフリー・ライドを禁止してまで成果開発のインセンティヴを確保する必要があるという価値判断が介在する場合である。逆に言えば、こうした場合に

初めて、フリー・ライドを規制すべきであるという命題が導かれることになる。その際には、必要以上にフリー・ライドを規制することによりかえって社会の発展を妨げることのないように留意しなければならない。

さらに、法が介入すべきか否かということの分岐点を探る際には、法の外で社会に存在する事実上の成果開発のインセンティヴと法との役割分担に留意する必要がある。特に必要もなければ、社会に存在するインセンティヴに全て委ねてしまえばよいからである。例えば、現行法上は新種の営業等の模倣行為自体は特に法で規制されておらずフリー・ライドが可能であるが（ex. ピザの宅配、コンビニエンス・ストア、新種の雑誌）、これは社会に事実として存在する市場先行の利益が新種営業の開発のインセンティヴとなっているために、特に法でフリー・ライドを規制する必要はないとの判断されているためである。

2. 目的の設定（インセンティヴ支援型とインセンティヴ創出型）

法的な規律が必要とされる場合でも、基本的には社会に存在するインセンティヴの作用に委ねることにし、例外的に、それが自

律的に機能しなくなる場合に限り、法的な助けて、自律作用を回復してやるという規律の仕方があり得る（インセンティヴ支援型）。

支援型においては、成果開発に対する社会の自律作用の回復が当面の課題となるから、どのような成果を保護するのかという問題に関して、ある程度、無関心でいることができる。その決定を、社会の自律作用に委ねるという選択肢が存在するからである。例えば、そもそも規律する対象が成果の利用行為自体ではないために、どのような商品や営業の質の維持、改善が行われているかということに無頓着でいられる表示の使用に対する規律はその最たるものであるが、商品形態のデッド・コピー規制や営業秘密不正利用行為の規律においても、商品の創作的価値や、秘密とされている情報の価値をそれほど詮索することなく、インセンティヴを毀損する行為を禁止することができる。

他方、社会に存在するインセンティヴでは不足がある場合、成果開発のインセンティヴを人工的に創出するために制度設計をするという形の介入の仕方もあり得る。

この創出型では、どのような成果を保護するのかということを人工的に決定しなけれ

ばならないために、成果に関する要件が相対的に厳しいものとなる。例えば、特許法であれば、自然法則に関わる発明で新規であり進歩性を有している発明でなければならぬとか、著作権法では、アイデアではなく創造的な表現が著作物として保護対象となるなど。その審査が裁判所に相応しくないということであれば、特許庁など、別の専門機関を介在させる必要性も生じてこよう。

3. 規律手法の選択（行為規制と登録型・審査機関の介在の有無）

また、インセンティヴ支援型であれ、インセンティヴ創出型であれ、法制度設計の仕方としては、幾つかの選択肢がある。

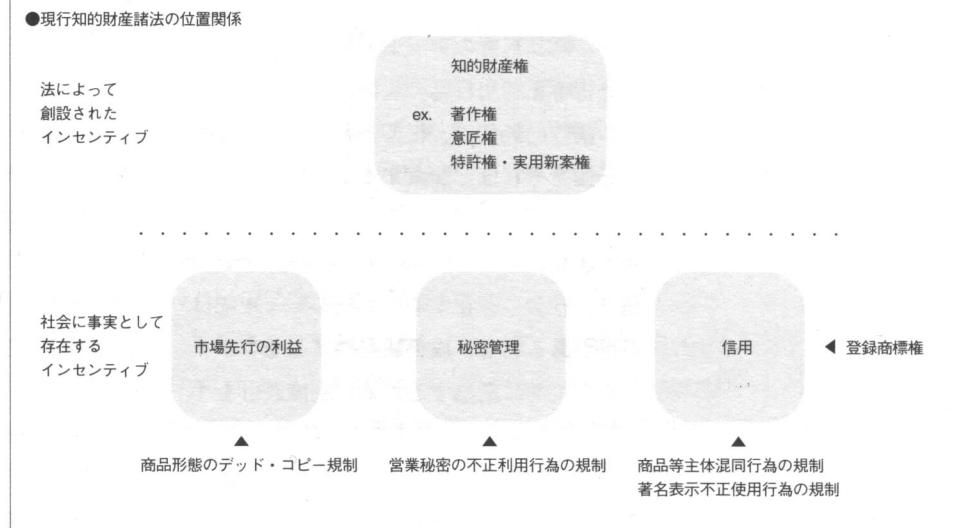
まず、Step1として、法的規律が必要であっても、特別に法制度を設けない方策があり得よう。そのような制度下においても、有体物に対する権利（所有権等）に引っ掛け、利用を制限する状況が作出され、対価が請求される場合があり得る。例えば、博物館や美術館では、著作物でないものや、とっくに著作権が切れたものを展示しているにも関わらず、中に入らなければ鑑賞することができないように仕組むことで、入場料という形で対価を取得している（田村

善之「機能的知的財産法の理念」、同「機能的知的財産法の理論」（1996年・信山社）7~12頁）。それがうまく行かないという場合にも、個別的に民法709条の不法行為法で対処するという方策がある。例えば、覆いを掛けることができない花火大会の独占中継を保護するために、主催者に無断で特別番組を組んで放映する行為を民法709条により違法とすることなどが考えられる（田村／前掲10~12頁）。

次に、Step2として、無体物の利用行為を直接、法的に規制する方策があり得る（行為規制）。無体物の利用行為を違法とする規制を設けることになるが、そうした法制の

メリットは違法行為類型が明確化され、民法709条の一般条項によるよりも法的な安定がもたらされることにある。もちろん、民法709条の伝統的理解では認められることのない差止請求を規定することが可能であるというメリットも見逃せない。いずれにせよ、安定して違法となる類型の抽出が可能である場合に用いることになる。例えば、いずれも不正競争防止法上の制度であるが、商品形態のデッド・コピー、営業秘密の不正利用行為や商品等主体混同行為、著名表示不正利用行為の規律がその例である。

最後に、Step3として、行為規制を物権化す



る方策がある。これがまさに知的財産権制度にはかならない。従来は不正競争防止法（行為規制）と知的財産権（物権）との間には大きな隔たりがあると考える向きが多かったようであるが、知的財産権と言えども特定の行為を禁止する点で、行為規制と根本的な違いはない。知的財産権に関する権利を物権化するメリットには制度の設計の仕方で様々なものがあるが、最低限共通していることは、登録制度により譲渡を可能にすることで資金回収手段を豊富化するところにある。したがって、登録という社会的なコストをかけてまで権利者を保護する必要がある場合に用いることになる（ex.著作権）。この他、登録を権利の発生要件とする場合には、権利の存否を明確化するというメリットがある（ex.実用新案権）。さらに審査して初めて登録されるという制度を採用する場合には、権利として保護すべきものと保護すべきものでないものを予め振り分けることができるというメリットもある（ex.特許権、意匠権、商標権）。裁判所の他に審査機関（ex.特許庁）を設けることで、裁判所の負担を軽減し、専門機関による安定して高度の判断を期待することもできる。

4.制度設計の際の留意点

知的財産法という制度は、事実上誰もが可能である知的財産の利用に関して、産業や文化の発展という政策目的のために行為規制を創設したものである。

一つしかない有体物は一人の者の占有に服しているために、例え所有権というような法制度がなかったとしても、有体物を利用しようとする者は、有体物を占有している者と交渉することになる。ところが、知的財産法が対象としている著作物や発明などの無体物は有体物と異なり何処でも誰でも利用可能である。法により特許発明の実施行行為が法的に禁止されていなければ、利用可能な技術についてあえて技術開発者と交渉して対価を払うような者はいない。知的財産権によって作出される行為規制＝禁止権は、あくまで法的に創設されたものである。

このようにあえて人工的に禁止権を設けたその目的は、文化の発展あるいは産業の発展のためには成果開発のインセンティヴに不足が生じないようにするというところにある。したがって、政策目的や知的財産の特質に応じて、権利の内容を違えることが可能であり、またそれが望ましい。例えば、過度に創作者を保護しその権利行使を

広く認めない場合には、技術というものが積み重ねで発展していくものである以上、かえって技術革新を阻害することになり、また、革新された技術の広範な利用を妨げ、産業の発展を停滞せしめることにもなりかねず、知的財産法の趣旨に反する。

例えば、同じく著作物の利用行為と言うにしても、複製行為は著作権に服しているが、読書行為は服していない。もともと自由に利用され得るものである以上、初めから著作物の利用行為全てについて排他権が存すべきだなどというテーゼは存在しないのであって、制度目的に応じて、どのような行為を排他権に服せしめるのかということを自由に決定してよいのである。貸しレコード業の発展に伴い、新たに貸与行為が著作権に服すことになったことはその一例である。

さらに、知的財産権であれば必ず禁止権であって差し止め請求を認めなければならぬという理由はない。有体物を同時に使用、収益することができるのは物理的に一人に限られるから、複数の者に同時に使用、収益する権利を付与することははなから不可能である（一物一権主義の一つの説明）。しかし、知的財産は同時に複数の者が利用することが本来は可能なのである

(ex.同じ時刻に何人もの人間が様々な場所で音楽を録音、演奏することができる)。目的に応じて対価徴収権に止まるような権利があつてもよい、いずれにせよもっと柔軟に考える必要がある。実演家やレコード製作者の放送事業者に対する商業用レコードの二次使用料請求権(95条1項、97条1項)、期間経過後の商業用レコードの貸与に対しては、著作権者と異なり、実演家やレコード製作者の相当な額の報酬請求権はその例である(95条の2第1項～第3項、97条の2第1項～第3項)。1992年改正で設けられたデジタル方式による私的使用目的の録音録画に対する相当な額の補償金の請求権もこの部類に属する(30条2項、102条1項)。さらにこれらの権利は、指定管理団体がある場合にはその団体のみがこれを行使し得るに過ぎず、著作権者や著作隣接権者自らもこれを行使することができなくなるという意味でも特殊である。この他、排他権ではなく金銭の請求権に止めた方が良いと提唱される権利として、幅広く利用させた方が良いが、開発に費用がかかる財産に関する権利が挙げられる。

また、禁止権にするとしても、知的財産の利用行為に付与された排他性はあくまで人工的に設けられた排他性であるから、これ

を法的に担保するような制度を設ける必要がある。利用者をして侵害をなすよりも権利者に許諾を求めるように仕向ける制度とするために、例えば侵害が行われた場合の損害賠償額の算定制度などを効果的に設計する必要があるということになる。不正競争防止法5条、著作権法114条、特許法102条がその例である。また排他性を担保するために、権利侵害の範囲を予備的な行為に拡大したり（特許法101条の間接侵害）、あるいは侵害によって作成された物や侵害に使用された機械等の廃棄を認める（不正競争防止法3条2項、著作権法112条2項、特許法100条2項）必要がある。

III.自然権論とインセンティブ論

知的財産の利用行為を規制する根拠としては、既述したような、成果開発を適度に促進するために必要だからだというインセンティブ論以外にも、しばしば、人はその知的創作物に対して権利を主張することができるはずであるという自然権ないし正義論に求める立場が主張される。

しかし、人が何かを創作したという命題が、それだけで他者の自由を規制する積極的な根拠となるのか、疑問を覚えるものがある。規制の結果、権利を有することにな

る者が創作した者なのだから多少の不便は甘受しなさいという形で、言わば消極的に他者に対する自由の規制を正統化する役割を果たすに止まることがある命題を、積極的に他者に対する根拠付けと取り違えてはならないように思われる。

例えば、著作権法には、インセンティブ論で積極的に基礎付けられることのできる著作権を、個人の行動の自由を過度に規制することのないように制限する規定が幾つか設けられている。この場合、どの限度まで著作権者の利益を優先し、どの程度、個人の自由を確保するのかといった問題を検討する際には、インセンティブの付与と個人の自由という二つの価値のバランスを衡量しなければならず、さらに、その際には著作者が創作したものである以上、個人の自由がある程度拘束されることになっても仕方がないという考慮も働くであろう（その結果、例えば、複製行為はある程度拘束されるが、読書は完全に自由となるなどの落ちつき先が見つけられることになる）。しかし、このような形で著作者が創作したという命題に配慮することがあるからと言って、そのことと、インセンティブの付与に必要もないにも関わらず何らかの権利を著作権者に認めるべきだという発想との間に

は、依然としてかなりの隔たりが認められるであろう。

この場合に注意しなければならないことは、著作権制度を設けることにより社会全体の効用が増大するという仮定を探らずとも、インセンティヴ論に立脚することができるということである。著作権という制度が著作権者以外の者の著作物の利用行為を制限する性質を有しており、しかも、個々人の著作物の利用に対する効用を比較することが不可能である以上、著作権制度を授けることにより、社会全体の効用が増大すると仮定することはできない。しかし、それにも関わらず、著作権制度により著作物の創作に対しインセンティヴを与えるべきであるという民主的な決定をなすことは可能であると考えるべきであろう。その場合に、自然権や正義あるいは自由といったものは、これ以上、権利を剥奪してはならないとか、逆にこれ以上、権利者以外の人々の行動の自由を奪ってはならない等々の形で、かかる民主的な決定でも決して侵すことのできない領域を確定する際に必要となってくるものであろう。

したがって、解釈論を提唱する際にも、現行法の制度の内、それが設けられることとなった積極的な根拠がインセンティヴ論な

どの民主的な決定に求められるものに関しては、現行法の構造上、いかなる制度を設けようとする民主的な決定がなされていると認められるかということを探る手法で、現行法の合理的な趣旨を明らかにする必要があるが、他方で、法がその内実を具現化すべき価値（ex. 私人の行動の自由の確保）が存すると思われる領域に関しては、現行法の構造よりも、むしろ守るべき価値を重視してあり得べき解釈論を構築すべきであると考えられる。

第2章 審査型と無審査型知的財産法の役割分担

I. 工業所有権法と著作権法

1. 問題の所在

著作物となるためには、思想または感情を創意的に表現したものが、文芸、学術、美術または音楽の範囲に属することが必要である（2条1項1号）。四つのジャンルが示されているが、全て合わせて文化の範囲に属するものを指すと捉えれば足りる。

文芸、芸術、美術または音楽の範囲という要件は、主として実用品について問題となる。実用品の形態の模倣行為を禁止する法律としては、産業の発展を目的とする工業所有権法、特に意匠法が存在する。意匠法

は物品のデザイン（＝形状、色彩、模様（2条1項））について、出願、審査の上、新規で容易に創作できないものという一定の要件（3条）に到達したと認められるもののが意匠権の設定を受け得ることとし、これを登録して公示するとともに（20条）、保護期間を登録から15年と限定している（21条）。実用品一般について著作権法によって保護を与える場合には、出願、審査の上一定の要件を満たした物品のデザインに限って登録をなし、存続期間を短く限って保護を供与することとしている意匠法の趣旨が損なわれるとともに（実体的問題）、出願のインセンティヴが喪失する結果、面倒な手間をかけてまで意匠登録のために出願しようとする者か減少することにより意匠制度の機能が果たされなくなるおそれがある（手続的問題）。文化の範囲に属していないなければ著作物としないという要件は、これを防ぐために機能する。つまり、この要件は、著作権法の守備範囲はあくまでも文化の範囲に止まるべきであるという価値判断の現れなのである。

しかし、文化の領域は著作権法、産業の領域は意匠法といっただけでは、両者の交錯領域が残る。彫刻が本立てになるとか、絵画がポスターとして用いられるなど、美術

が実用品に用いられる例はいくらもある（いわゆる応用美術）。交錯領域について、意匠法に関しては、法文上、その立場は明確であり、産業上利用できる意匠である限り、すなわち、実用品である限り、美術を応用していようがいまいが、所定の要件を満たせば意匠権を取得することができるとされている（3条）。意匠権の保護がたまたま著作権の扱うべき文化の領域に進出してきたとしても、意匠権の方が要件が厳格で存続期間の短い権利であるから、実体的に著作権制度の趣旨が害されるという影響はなく、また、出願、審査、登録を要せず発生する著作権の取得のインセンティヴが損なわれるという問題も発生しない。意匠法がこの点に関して無頓着でいるのは、さしたる不都合が生じないと考えているからだろう。

これに対して、交錯領域について著作権法の保護も及ぶのかということについては争いがある。著作権法は、2条2項において美術の著作物には「美術工芸品」が含まれると定めるが、「美術工芸品」が一品製作のものに限られるのか否か、あるいは「美術工芸品」以外の応用美術が美術の著作物に含まれるのか否かということにつき明文がないために、解釈上の争いが生ずることに

なった。

2.裁判例

まず、量産品と言えども著作物に該当し得ることについては概ね一致を見ている（長崎地佐世保支決昭和48.2.7無体集5巻1号18頁「博多人形赤とんぼ」、神戸地姫路支判昭和54.7.9無体集11巻2号371頁「仏壇彫刻」）。

そして、「文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属する」創作物かどうかということを判断する際には、純粹美術と同視し得るか否かという基準がよく用いられている。

（前掲神戸地姫路支判「仏壇彫刻」、東京地判昭和56.4.20無体集13巻1号454頁「アメリカTシャツ」）。具体的の結論に目を向けても、博多人形（戸畠恵=青木仏著作：前掲長崎地佐世保支決「博多人形赤とんぼ」）、仏壇の彫刻（大西繁夫著作：前掲神戸地姫路支判）、Tシャツの図案（ワイズ・マニュファクチュアリング、デイビイエイ・カリフォルニア・ティーシャツ著作：東京地判昭和56.4.20無体集13巻1号454頁「アメリカTシャツ」）については著作物性が認められる一方で、木目化粧紙の木目模様（東京高判平成3.12.17知載集23巻3号808頁「木目化粧紙」（田村善之「判批」）

特許研究14号（1992年））、万年カレンダー、袋帯の図柄（京都地判平成1.6.15判時1327号123頁「佐賀錦袋帯」（田村善之「判批」ジュリスト1033号（1993年））については著作物性が否定されており、結局、純粹美術と同視し得るか否かということが決め手となっていると言えよう。

3.検討

第一に、2条1項1号の「文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属する物」ということを判定するに際しては、主観的な制作者の意図が量産目的にあったのか、それとも美の追求にあったのかということは斟酌すべきではないだろう（東京高判平成3.12.17知載集22巻3号303頁「木目化粧紙」）。例えば、意匠登録されていない創作物が外形的に見て量産品であるときは、第三者は、著作権法の保護が及ばず意匠登録もないから利用自由と考えるだろう。しかるに、制作者の主観的意図が美の追求にあったという外部からは窺い知れない事情により著作物に該当するとされてしまうのでは、右のような第三者は不測の損害を被ることになり、意匠登録制度の趣旨が没却されることになるからである。

第二に、創作後の創作物の現実の利用態様

というものを顧慮することにも疑問がある。同じ創作物が、あるところでは美術品として、他の所では量産品として利用されるということもある。当初は美術品として利用されたものが後に量産品として利用される、あるいはその逆ということもある。これらの場合に、いずれを基準として判断するのかということに窮する可能性があるからである。例えば、一旦美術品として利用された場合には著作権法の問題とする制度は、後発的に著作権が発生することを認めることになって、量産品について意匠登録がないから利用自由と考えた利用者に不測の損害を与えててしまうであろう。他方、一旦量産品として利用された場合には以降意匠法のみの問題とする制度は、利用自由と考えた者の予測可能性を奪わないと言う意味で、一つの割り切り方ではある。しかし、当初美術品として利用されていたために成立した著作権が後の利用態様の変化により消滅するのかという問題、仮にそうだとしたならば、著作権の周囲に形成された法律関係をいかに処理するのかという問題等々、立法もなく解釈論とし解決することが困難な問題を生ぜしめる。立法論として考えてみても、量産品を利用すると著作権が消滅するという法制では、著作物が量産

品に適していたとしても、著作権者が著作権を失うにも関わらず、意匠権を得られなかったり、保護の期間が著作権よりも減縮することを慮って、量産品への利用を必要に済るのではないか、という問題がある。

以上より、解釈論としてどのような判別基準を採用しようとも、その基準は、あくまで創作物自体から判断することができるものでなければならないということになる。そして、第三に、解釈論として意匠法と著作権法の適用領域を截然と区別する基準を打ち立てるに困難がある以上、ある程度、両者が重なることは是認しなければならないであろう。さもないと、境界線上に位置する創作物について、著作権の保護が及ぶと考えて意匠の出願をしなかった創作者に対して裁判所が意匠であって著作物に該当しないとして保護を否定する場合、あるいは、出願されてきた創作物について著作物であるとして特許庁が意匠登録を拒絶したところ、後の著作権侵害訴訟において裁判所が意匠であって著作物に該当しないと判断して保護を否定する場合など、振り分けの判断のリスクが創作者の負担に帰することになり、ともに創作者を保護する意匠法、著作権法の趣旨が、両者が共存する

ことによりかえって全うされないという矛盾を招くことになるからである。

こうしたことを考え合わせると、結果物である創作物を見て、それが純粹美術と同視し得るものであれば著作物とし、そうでなければ著作物としない裁判例の立場は、一つの割り切り方であると言えよう。美術の範囲に属するか否かを問題とする2条1項1号の文言にも沿う。実用品に関しては、この要件のクリアに困難を覚える商品の方が多いと思われるが、意匠制度の機能を失わせないためには、その方が妥当であると考えられる。

そもそも、模倣行為が著作権侵害であるとの主張は、模倣された商品に関して意匠権等、工業所有権が取得されていない場合の便方として持ち出される場合が多い。その種の商品の模倣行為を許容したとしても、新たな商品を他者に先駆けて市場に置くことに利益がある以上、新商品の開発意欲が失われることはないだろう。市場先行の利益が意匠権や著作権の枠外で、新商品の開発のインセンティヴとして機能している以上は、意匠制度の機能に支障を來してまで、登録もしていない商品のデザインを著作権で保護する必要はない。商品の販売開始後3年間に限り、デッド・コピーを抑える

不正競争防止法2条1項3号の保護で充分であろう。

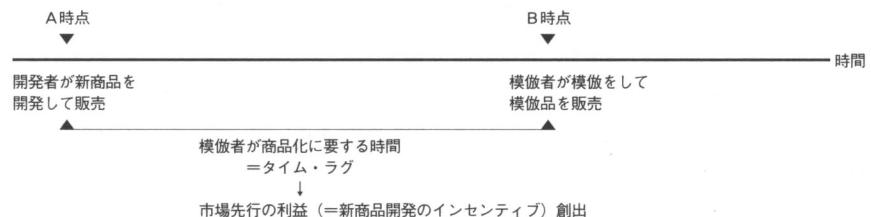
II. 工業所有権法と不正競争防止法によるデッド・コピー規制

不正競争防止法2条1項3号は、他人の商品の形態（模様を含む）を「模倣」（＝デッド・コピー）した商品を取引に置く行為を不正競争行為として規律する。同号は、1993年の不正競争防止法の全面改正の際に新設された。その趣旨を探求しておこう。

世の中には、知的財産権の保護対象にはならない創作物を扱った商品（タイプ・フェイスなど）、あるいは、審査期間に比してライフ・サイクルが短いために工業所有権の保護がそれほど大きな意義を持たない創作物を扱った商品（アパレル商品）、あるいは諸般の事情により出願をしていない等のために工業所有権の保護を享受しない創作物を扱った商品が多数存在する。知的財産権の保護とは無関係に、このような商品の開発活動が行われるのは、新たな商品を他者に先駆けて市場に置くことに利益があるからである。すなわち、市場に先行し得たタイム・ラグの期間中、新規開発部分に関して競合するものがいない状態で販売活動を行うことができ、また、他者が競合した

時点以降も、先行して販路や顧客を確保し
とができる。
ているために、競争上有利な地位に立つこ

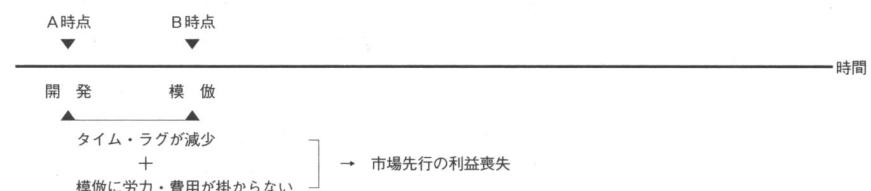
●通常の模倣行為の場合



ところが、仮に商品のデッドコピーが適法
ということになると、この市場先行の利益
の大半は失われることになる。他者は先行
者の商品をデッドコピーすることにより商
品化するための時間を節約できる結果、市
場先行の期間自体が短いものとなる。また、
デッドコピーによる模倣者は、商品化
のための労力、費用を節約できる結果、競
争後はこの点において模倣者の方が有利と
なる。さらに、新商品を市場に先行させる

者は、他方で新商品の販売がビジネスとし
て成立し得るか否かについてリスクを負っ
ているところ、ヒット商品のみを模倣する
ことが可能となる模倣者は、かかるビジネ
スリスクを負う必要もない。これを放置す
る場合には、模倣者の方が先行者より有利
となり、市場先行による利益というインセ
ンティヴが失われる結果、新商品の開発が
減退することになりかねない。

●デッド・コピーによる模倣の場合



したがって、新商品の開発を促進させるためには、商品のデッドコピー行為を禁止して市場先行の利益というインセンティヴを法的に保障し、商品化のためにかけた労力、時間、費用の回収を困難なものとしないようにする必要がある。規制行為は、商品のデッドコピーに限定することになるが、その代わりにデッドコピーであれば原則禁止とすべきであり、それ以上に商品の創意的価値は問うべきではなく、また不正競争の目的などの付加価値的事情も必要とすべきではない。

しかも、工業所有権の枠を越えて包括的に存在する新商品開発のインセンティヴを担保することがデッドコピーを禁止する理由であるのだから、その保護を享受するために出願、審査、登録という工業所有権のような手続きを必要とするとは制度の趣旨に反する。また、先行者と模倣者の商品の同一性のみを判断すれば、それ以上に商品の創意的要素を問うまでもなく模倣を禁止する制度であれば、あえて出願、審査、登録という手続きを経るまでもなく、裁判所の司法判断を受けさせても、裁判官にとつて荷が勝ち過ぎるということはない。逆に不正競争防止法内にこのような制度を採用しても、工業所有権の保護のインセンティ

ヴが失われることはない。デッドコピーに対するものに限らず、より広い保護を受けたければ工業所有権を受ける必要があるからである。なお、デッドコピーを禁止することで、工業所有権の保護が及ばない、あるいは意味をなさない分野について、一定の保護が与えられると言う反射的な効果があることも指摘できる。

これに対して、デッドコピーに限らず不当な模倣行為一般に対して保護を与えなければ意味が無いという議論もあるが、行為態様をデッドコピーに限定することにより、かえって商品の創意的価値を問わないことが可能となり、不正競争防止法の保護に適した制度を構築することができる。もちろん、デッドコピー規制に加えて、模倣者の害意等、行為態様に応じて成果の模倣行為を禁止するという類型を設けることも考えられるが、このような不当な模倣行為に対しては、民法709条による保護が与えられ得る。例えば、開発者である原告を欺罔して販売を控えさせた上で模倣品の開発を行っていたという点に着目して不正行為責任を肯定した東京地判昭和64.7.1判時1281号129頁「チェストロン」、他人が広告用として購入した気球を撮影した写真を広告に使用する行為について不法行為成立の余地を認

めた東京地判昭和52.3.17判時868号64頁「広告用ガス気球」がある。民法709条では認められないとされる差し止め請求を付与するために立法をなすという政策判断はあり得るが、行為態様を限定することに困難があるとすれば、むしろ不正競争行為を禁止する一般条項を導入することにより対処すべきであろう。

第3章 無審査型知的財産法における権利者の決め方

I. 不正競争防止法上のデッドコピー規制の請求権者

デッドコピーに対しては、営業上の利益を侵害された者または侵害されるおそれのある者が、差し止め請求や損害賠償請求をなすことができるとされている（3条1項、4条）から、ここに言う営業上の利益を侵害された者の意味が問題となる。結論として、デッドコピー禁止条項により保護すべきは、商品化した者であるから、この者が請求権者となるべきである。

これに対して、ある形態の商品を商品化した者ではなく、形態を創作した者、具体的にはデザイナーが請求権者となるという解釈は妥当ではないであろう。本制度により保護したいのは、創作活動を行った者では

なく、商品化のために労力、費用等の資本を投下することを決定した者である。すなわち、商品の製造販売業者である。もちろん、本条項による差し止めを請求し得る地位が特許権などのように譲渡可能であるならば、商品化した者は、予め定めた契約により一旦はデザイナーに帰属する権利を自己に譲渡すべき旨を定めることができるから、創作者に原始的に差し止めを請求する地位が帰属するような法制にしておいても不都合はない。しかし、不正競争防止法は、対抗要件その他の規定を置いておらず、差し止めを請求し得る地位の譲渡を予定していないのであって、その点についての改正が無い限りは、不正競争防止法は、不正競争防止法の差し止めを請求し得る地位というものを移転できない。そうだとすると、デザイナーを請求権者にしておくと、せっかく本制度を設けても、商品化に成功した商品の製造、販売業者は他人に対して指し止めを請求し得ないということになってしまい、本制度の趣旨が全うされないことになる。

ところで、前述したように、不正競争防止法の差し止め請求を行使しないというライセンス契約は自由にできる。このライセンス契約を円滑に行わせるためには、請求権

を行使する者が明確であり、また少なければ少ないほど良いということになる。ライセンス契約はあくまでも当事者間での契約であるから、他の者に効力が及ばないわけであるが、差し止め請求権を行使し得る者が多数ある場合、その一からライセンスを得たとしても、他の者から差し止めを請求されるということになり、結局、ライセンスされたものを利用できない可能性があることになるからである。投下資本回収のためにも、また価値のある商品形態の普及という観点からも商品形態に関するライセンス取引が円滑に行われるべきであるところ、そのためには請求権を行使する者を明確かつ単純化せしめる必要がある。請求権者をある形態の商品を商品化した者と解することにより、この要請に応えることができよう。

II.著作権法における著作者

著作物を創作した自然人が著作者となることが原則であるが、これには例外があり、法人等の業務に従事する者が職務上作成する著作物で、その法人等が自己の著作の名義の下に公表する者の著作者は、その法人等となる（15条1項）。例えば、記事に記者の名前が表示されている新聞記事はその記

者が著作者となるが、記者の名前が表示されていない新聞記事の著作者は新聞社となる。職務著作の場合、著作権ばかりでなく著作者人格権の享有主体も、表現を創作した個々の自然人ではなく、著作者たる法人等となる。

なお、職務著作の要件を満たさない場合でも、さらに例外的に映画の著作物の著作権は、原始的に著作者ではなく映画製作に帰属する（29条）。ただし、映画製作者は著作者と見なされるわけではないので、著作者人格権の享有主体にはならない。

15条の趣旨については、従業員を手足として用いる法人固有の著作活動を認めた規定であるという考え方がある。しかし、それならば、従業員が手足として創作活動を行った場合全てについて法人が著作者となるはずであるから、自己の著作の名義の下に公表するものに限る15条の説明には成功しない。

結局、第一に、法人等の中における著作活動にインセンティヴを与えるためには、資金を投下する法人等を保護する必要があること、第二に、法人内における著作の実態は外部の者には判然とせず、また多数の者が関与するために内部の者にとっても著作活動を行った者の特定が困難となることも

あるところ、著作者が不明確なままだと許諾を求める先が不明確となり、また仮に確定できたとしても多数の者が共同著作者となって権利行使する可能性があるために、著作物の円滑な利用に支障が生じかねないことに鑑みて、個別の創作者の権利行使を制限し、権利の所在を法人等に一元化することを図った規定であると理解するほかあるまい。もちろん、こと著作権の行使に関する限り、所期の目的は、法人等を著作者とせずとも、29条と同様、法人等を原始的に著作権者とすれば果たし得るから、現行法が著作権の原始的帰属の問題に止めず、法人等を著作者とする大胆な決断を採った背景には、従業員を著作者としたままでは著作者人格権が行使されるおそれがあり、これを防ぐ必要があるという判断が存するものと解される。

このような取り扱いは、元来、個別の創作者に帰属すべきはずの著作権、さらには、著作者人格権を奪う結果となるが、現行法は、職務上の作成者は労務に対する報酬の形で経済的な埋め合わせを受けていると考えられること、加えて、職務上、法人等の指揮監督下で創作される者は他の一般の著作物に比すれば愛着等の点で人格的利益の付着の度合いが相対的に低いと認められる

場合も少なくないと推察され、しかも、その著作物が個々の創作者名義ではなく法人等の名義で公表されるものは、当事者間の契約や就業規則、職務命令等により、従業者個人が人格的利益を主張しないことを予定されていると理解されることから、その著作者人格権までをも奪う帰結を採用してもあながち酷とも言えない、と判断したのであろう。それにも関わらず、当事者が個々の創作者に自己が著作者であると主張させる利益を認めたいと欲する場合に備えて、15条は契約その他あらかじめ別段の定めをなしておくことにより、法人等を著作者とすることを防ぐ余地を認めている。もっとも、以上の理をもってしても、個々の創作者から著作権及び著作者人格権を取り上げることの必要性（前々段落）とその正統化根拠（前段落）が示されただけであり、何故、取り上げた権利を使用者である法人等に帰属させなければならないのかということは、未だに明らかにされていない。もちろん、この内著作権に関しては、前述したように、著作物の創作活動を可能とする経済的な環境を整えている使用者に、著作権という見返りを与えることが著作物の創作活動を促すインセンティヴとなると説明し得る。だが、著作者人格権に関

討論：田村善之、池田和美、黒部洋瑠、佐藤康三、堀次浩、村野啓一郎

しては、これを法人等に与える必要性は見出し難い。法人等は著作権を原始的に取得することさえ認められれば、複製権や公の使用行為禁止権、翻案権を用いることにより、公表権や同一性保持権を有しているのと大差ない救済を享受することができる。しかも、感情を持たない法人等の団体に著作人格権を付与したとしても、おそらく、その権利は法人等の経済的利益を確保するために行使されることになろう。そうだとすれば、法人には、著作権という経済的利益を保護する権利を認めておけば足り、著作権譲渡後も行使し得る著作権人格権のようなものを残しておく必要はない。現行法の解釈論としても著作者人格権を制限する各条項等を乱用することにより、法人等が著作者と認められた場合の著作者人格権を大幅に制限することが許されると解される。特に翻案権とは独立して行使し得る同一性保持権を法人等に認める必要性は毛頭無い。公表権に関しても、一般に著作権とは別個に存在する意味に乏しい。法人等に行使させる意義が認められるのは、氏名表示権ぐらいであろう。

●討論

村野 著作権、意匠権、不正競争防止法によって権利を主張できるのは相当有力な企業であり、個人としては作家として名が売れている、あるいはグッドデザイン等の選定経験のあるデザイナー等であろうと思われる。

現実の問題点は、以下の3つに分類できるのではないか。

A. 意匠権に関して、時間やお金がないため意匠登録の手続きができない、あるいは審査中に模倣される。

B. 社会的な立場の問題。フリーランスデザイナーがクライアントに対して複数の案を提供した場合、採用されるのは一つであっても、残ったものまでクライアントのものになってしまう。

C. デザインの成果に、著作権が適用されない。

デザイナーがあまりに無保護である。企業活動にとっては意匠法が必要だが、同時に著作権的要素を含めた契約ができるようにするなど、デザイナーにも著作権的な権利を主張できないか。

田村 A タイプの問題は、裁判所の負担が増えるため非登録型への変更では無理であり、あくまで登録型で「審査期間を短くす

る」「無審査で登録を認知するから登録料は安くする」「一応登録だが事後審査」等の処置で解決する。諸外国はそうなっている。

B タイプは契約法理の問題である。これはデザイナーと企業の力関係が異なる場合に起こり得るので、契約の仕方だけで解決していく。

C タイプは自然権論とインセンティブ論との対立である。自然権論を採ったとしても、直ちに著作権というのは飛躍がある。産業に関する権利に比べて著作権は突出して長いので、産業型の知的財産権に合わせて短縮する等の必要があると考える。

池田 企業活動には意匠法が必要であるが、デザイナー保護という見地からすれば、意匠権と著作権がダブっても一向に差し支えない。現状は企業のための意匠法であって、デザイナーのためのものとは言えない。今の日本の中では、デザインに対する法制度が欠落している。

田村 意匠権そのものが骨抜きになることはないが、意匠権が切れた後も著作権がかかる問題は残ってしまう。

池田 デザイナーが企業と契約をするにあたって、著作権法的なものがあることによって契約を非常に有利に進めることができ

きるのではないか。

田村 理屈から行けば、確かに著作権法があった方が、契約時に人格的要素の配慮も厚くなると思うが、その為だけに使うには、著作権はあまりにも大きな権利であると理解している。

黒部 デザイナーが行う創作活動には、著作権や意匠権でカバーできない部分がある。契約で解決できることも理解できるが、製品化の中ではケースバイケースなので、実際の職務に合わせた検討をしていくたい。生産数という点にどう対処していくのか、契約上の話で終わってしまっていいのかという問題がある。

田村 今回の報告では、量産目的の基準が難しい場合は省いた。

黒田 家具類等、商品寿命が長い場合はどうするのか。

田村 保護期間より商品寿命が長いのが当然であって、逆の場合は過保護ということになる。また登録毎に保護期間を変えるのは、コストが大き過ぎる。

池田 著名な作家の椅子等には著作権があるのでないか。

田村 なぜ著作権の期間が長いかというと、無くとも困らないという判断があるからだ。積み重ねの要素があって、かつ創作

者の貢献が相対的に高いものは必要性がある。結局、画家や音楽家と同じように扱われるのは、世の中が利用しようとしている実用型（産業）のものであって、潤い型（文化）のものでないから。潤い型のものは権利が長くてもよく、それが著作権であり、無くて困るものは意匠権で存続期間を厳しくする。利用の必然性の度合いの問題である。

黒田 例えばティーカップでも、工芸家が作ったもの等で工業製品にならない場合はどうか。

田村 利用の必然性の度合であろう。工芸家が作ったもので、形に使い難い要素があればある程、純粋美術に近くなる。意匠法との切り分けは利用から見る。

佐藤 社会利益や経済などをマクロに見ていう限りは伺った話でよいが、日本国オリジナリティや創造力が欠けていくという問題が残る。

また、著作権と意匠権の領域が重なって不明解なため、契約自体が力関係で決まっていくおそれがある。創作物が法人の中の個人によるものであっても、クライアントが法人であるなら契約は法人同士になる。その時のガイドラインが必要になるのではないか。

著作という問題で言えば、デザイナーが画家として書いたスケッチをクライアントの名前で掲載されてしまった場合はどうなのか。

田村 個人というミクロからのアプローチと、社会というマクロからのアプローチのどちらを探るかは、どちらが相応しい分野であるかによる。工業所有権制度自体はマクロ政策問題だが人格権が問題になる。これは個別に考えていく政策であり、人格やプライバシーが奪われてはいけない。問題は、人格というミクロな問題で保護されたい領域はどこにあるのかである。

スケッチについては客観の問題である。写真や絵の場合ほとんど著作物になるが、権利範囲が狭い。絵の場合も背景を書けば著作物になる。

堀次 住宅の総合的なデザインについては、まず認知された歴史が浅く、実際の法律には、住まい方が原点であるので間取りを特許として申請している。

外部のデザイン事務所に委託する場合は、構造的な制約がある等から、当社のカラーを熟知している事務所でないとできない。部品開発部があり、コンセプトがあり、製造権等は当社が全部持つことになる。デザイナーという立場が弱いのであれば、契約

を満足させるにはどうしたらよいのか。大企業であっても中小企業であっても、基本的にはそれぞれが主張していくべき問題であろう。

田村 意匠の場合は同じデザインで模倣される危険がある以上、不動産、動産に関わらず登録するべきである。

小林 現状のデザインはプロセスが複雑になっているので、その間にどのようなドキュメントを作るかが問題になる。デザインプロセスの中で一つずつの形として具体化していく作業をどう考えるかを従来の契約の中でクライアントに認めさせたい。従来の工業所有権は排他的な独占権であったため、第3者が使用したいという場合でも、所有者が駄目と言えば使えない。意匠も基本的に同じ。ただし、標準化を前提とした権利のニーズがある。レベルによっては使用できる、経済報酬で使える、いいものであれば使っていくといった標準化を前提とした排他性のない権利がデザインにも欲しい。

田村 ドキュメンテーションに関しては絵ではなくとも著作物になる。なった上で権利の所在は同じ区別。契約の主旨に従って分けて行く。

標準化の問題については、機能を充実させ

るためにその形態にならざるを得ない場合は、意匠権ではなく、特許である。意匠から保護対象を除外しようとする動きもある。標準化はその中間の問題である。

池田 今回の意匠法改正の方針は、穿った見方をすれば審査主義の維持である。アンケートによると無審査への賛成は数少ない。その一番大きな原因は、実用新案の無審査化に対する企業のアレルギーである。

田村 実用新案は廃止したいが仕方ない状態で存在している。使いづらくしている訳ではないのだが。

佐藤 デザイナーの権利を主張していくことが本研究の根底にあるが、実態としては企業側は、経費を掛けたくないために外部に委託する。制作側としては、最初のアイデアを欲しいがためであり、メタの部分では保護がない。この問題はどうなのか。

田村 著作権や意匠権の範疇ではない。しかし合理的に解釈する方法もある。あるいは強弱がある場合、弱い側に向けて有利に再契約できるのが民法の契約である。裁判所の解釈の仕方で契約法理の問題も著作権法まで広げることもある。

佐藤 著作権としたいのは、手続きを簡素化したいからだ。手続き時間の間に様々な問題が生じる。

田村 明示の契約条項がない場合に弱者不利が一般である。問題は取り上げ条項があり、力関係があり過ぎる場合は無効にする場合がある。最初のアイデアの保護は、著作権としては及ばない。個別の主観的な状況、両者の利害関係などで権利が揺れる場合、契約法理で解決すべきである。

佐藤 著作権は文化ないし思想を対象としており、デザインも人間が作り出し感情も含まれる。しかし、コピー商品は違う。オリジナリティを企業は求めつつ、デザイナーを踏みにじるような状況であり、現実のマーケットではコピー商品が多い。

田村 幾つか手段があるから、法的効果に応じてやる。マクロで感情の無いものは権利は及ばないので、社会的風土で人格的なものがどこまで認められるかである。

黒部 基本的創作活動にそれぞれの意思が反映されている状態で、どのような保護を与えるかである。

村野 現行の著作権は文化的要素の強いものに限定されているが、見通しはどうなのか。イギリス式のデザイン権を履行したらいいのか。

田村 個人的には、デザイン保護には無審査登録型がよいと思う。著作権は使い難い。

佐藤 デザインプロセスが長く複雑になつたので、企業側はそこで生成される文章や考案等が契約上のものに含まれると解釈しがちである。これでは著作権が侵されていると思うが、ビジネスとしてはどう配慮すればよいのか。

田村 著作権を譲渡しても、特別に掲記しておかないと、翻案権までは移転しないというのが著作権法の建前である。権利があるということでライセンス用と譲渡用を取ることはできる。ただソフトは難解だ。

黒部 クラフト、ジュエリー、サイン、ディスプレイなど、契約という意識が薄い場合、どこまで著作権を主張できるか。

田村 デザイナー団体だけでは影響が少ない。契約の改良を必要としているかどうか、改良にドキュメンテーションが必要なのかの判断であろう。

いずれにしても雛型の作成の際には、デザイン業界のみでなく発注側も含めて検討すると強い。

3-2.先進諸国のデザイン保護法制から得られる教訓

中央大学法学部 助教授

佐藤 恵太

さとう けいた

中央大学法学部卒業。1988年

中央大学法部助手を経て、
'93年より現職。

担当科目は知的財産法、基礎演習、特殊講義（エンターテイメント法、デザインの法的保護、インターネットと法、バイオテクノロジーと法）、専門演習（商標法、知的財産法、著作権法、生命倫理と法）。

著作「意匠保護法制の再検討（1～4完）」（法学新報99巻1・2号57頁以下）、「イギリス特許法におけるクライム解釈」（比較法雑誌25巻3号）、「インダストリアルデザイン国際登録条約草案と日本法」（比較法雑誌26巻1号31頁）、「判例で見た意匠法」（発明誌連載中）等。

講演と討論：佐藤恵太、池田和美、黒部洋瑠、堀次浩、村野啓一郎

●他国の制度に見る登録制度の有無

○イギリスモデル

登録の無い方（アンレジスタードライト）をデザインライトと言っているので混乱を生じているが、それなりの役割を果たしている。デザイン活動全般についてデザインライトが発生するわけではなく、著作権法の中に機能的な製品のデザインが含まれていた事による弊害が大きかったため、美的な表現を著作権法で保護し、機能的なデザインは切り放そうという方向で生まれた。ただし、機能的という言葉自体が曖昧である。

この権利は、図面や写真に固定するか、市場に販売するかどちらかの時点で成立する。

イギリスにはデザインライトに関する事例が多数あるが、世界的にはデザインライトはほとんど導入されておらず、日本の法制を動かそうという際にイギリスの例を持ち出すのはかなり冒険的と言える。

○アメリカモデル

アメリカでは著作権の保護を得るために登録が必要である。登録していないと、差し止めはできるが損害賠償請求はできない。一方、デザインパテントでは創作物が

発明的なものでなければならぬと言われており、このハードルが高過ぎるために無審査登録の制度を新たに作ろうとしたところから、デザインコピーライト（著作権同様の登録に基づく模倣を禁止する権利）を導入するか否かの争いが長期間続いている。1975年の著作権法改正の時にデザインコピーライト（無審査登録制度）を入れようという法案が下院まで通過したが、損害保険会社（自動車のパーツに対して権利が与えられることで不利益を被る）が反対したため、一般的なデザインコピーライト制度法案は合意を得られなかった。その代わり、半導体チップについては独自のデザインコピーライトを認めることになった。

現在、船の形のデザインコピーライトが法案が上院に送られている等、アメリカでは一般的なデザインコピーライトに関して保護対象を細分化する方向にある。

また、一般的なデザイン保護に関する訴訟の数は、ラナム法（日本の立体商標権に相当、非登録）にシフトしており、アメリカでのデザイン保護の主流はこのように、登録制度の対象を拡充していく動きと登録がない立体商標権で保護する動きの二つに別れつつあるのが現状である。

○ECモデル

欧州共同体は、加盟国の国境を無くすことが最大の眼目であり、経済活動の障壁となるような知的財産権については早くからターゲットにされている。

検討案には、EC域内全域に及ぶ制度の提案と、各地域の制度のレベルの統一案の二つがある。ECの制度の特徴は登録制度と非登録制度のデザイン権がリンクしているという点である。創作者が図面を起こした時点で権利が発生するのではなく、商品化されているということが前提である。その代わり、マーケット調査のためのテスト期間を保障し、その間に模倣が起った場合はデザイン権を行使することができる。なお長期で権利が必要になった場合には、テスト期間終了後に登録へ移行できるシステムになっている。

しかし、自動車のパーツの保護について議論が続いているが、パーツについて意匠権を認める立場と、意匠権を認めるべきではない立場に別れている。コミッショナは、3年間は権利を使えるが、その後は強制実施という制度を提案している。

アメリカとECは、登録制度を中心に置いているという点で極めて近い。ただし、ア

メリカの不正競争に関する訴訟は長期間に亘るので小規模業者には向かない。

イギリスは登録の無い制度が積極的に活用されており、登録制度に関する紛争はあまり起きていない。

フランスにも登録意匠法は存在するが、著作権との保護対象の区別はしていない。場合に応じて使い易い方を使うという方法だが、訴訟件数は極めて多い。

●デジタル技術進展に伴う問題への対応

先進諸国のデザイン権、登録意匠権の改正に向けての努力は主として自動車のパーツが主戦場となっており、諸外国での議論がそこに集中しているため、アイコンを中心としたデジタル画面に関わる問題が抜け落ちていると思われる。

コンピュータプログラム自体は著作権法で保護しているが、許諾を得ないコピーに対してどこまで保護するのかについては決まった方向性はない。

そういった状況で、アメリカで画面上に出てくるアイコンの登録の認可をはじめることは極めて注目すべきことである。従来は商品やサービスを識別するためのものであった特定機能を表す絵柄にデザインパテントを認めるようにしたもので、日本では

意匠法改正作業の初期の段階で、アイコンの登録に関しては、「アイコンそのものは物品ではない」という理由から認めていない。

アイコンを作成するに作業は、特定の機能を制限されたドット数の中で他社と重ならないよう、いかに解かり易い絵柄で表すか工夫するといった点で、インダストリアルデザインと共通する。しかし、現状ではアメリカのデザインパテント以外にアイコンについて模倣を禁止する方策を持っているところはない。ただし、アメリカでも登録はできるが、実際の権利として機能するまでにはなっていない。

アイコン以外のデジタル技術でこれから議論を要すのは、バーチャルリアリティである。

例えば、商標権とは商品を指定する名称を独占させる制度であるが、インターネット上で商標を掲載する場合、商品そのものを指すのか、インターネット上のプロバイダーサービスとの関係がはっきりしなくなるという問題がある。実際、株価情報をインターネット上で掲載する場合、金融サービスなのか情報提供なのかの定義がついていない。

また、バーチャル環境の中で、実態は存在

しなくとも実物を見るのと全く同じように見える技術が進んだ時に、有体物を対象とした意匠権や商標権をどれだけ変容させる必要があるのか未だ検討されていない。

また、意匠登録をバーチャル環境の場で出願し、ネット上で特許庁に申請するといったように電子上で登録簿を管理する時代が来た時に、最先端のデジタル映像技術をどこまで応用させることができるかが問題になるだろう。ただし、デザイナーにとっては意匠登録だけのために必要な図面等を省略できるということで、望ましい方向ではある。

村野 実際トラブルはあったのか。

佐藤 知的財産で保護して欲しいという紛争はゲーム業界に多い。インベーダーゲームの画面のコピー問題を不正競争防止法で対処した例がある。おそらくバーチャル環境の問題もゲーム業界から出てくるだろう。アイコンについては無許諾コピーの問題は潜在的にはかなりある。

村野 アメリカのアイコンについてデザインパテントだが、コピーライトとして登録したらどうなのか。

佐藤 認められない。アイコンを絵として登録することはできるが、絵画としての扱

いとなるのでディスプレイ上に掲載することは権利上認められない。物品の絞りがないものに商標権を与えることになるので問題になる。

●既存制度の変容か、新権利の導入か

著作者人格権には公表権、氏名表示権、同一性保持権の3つがある。デザイナー団体が著作者人格権を要求する場合は、デザイナーの経済的利益を得るためのツールとして要求しているものと思われるが、すると人格権を要求する主張と本心が食い違うので別の方法を考えた方がいいと思う。

村野 現状の問題点は、以下の3点に整理できる。

1. クライアント企業がデザインを勝手に改編して商品化してしまう。
2. 多数デザインしても採用されるのは一つであり、採用された以外のデザインも企業に持っていくからてしまい、デザイン料は採用されたものに対してのみしか支払われない。
3. 末端の人の業績に対する保護がない。

佐藤 3の問題は、経済活動の中で金を持つか持たないかによるのなので、法律では如何ともしがたい。2の問題は契約の仕方を

工夫することで対処できる。1の問題は著作者人格権があれば対処できるという問題でもないと思われる。国際的に見ると、製品化するにあたっての若干の改編は許される範囲になるので、必ずしも人格権を導入すればいいというものでもない。

黒部 多くの場合、契約で対処できるが、デザインといつても幅が広く、一品製作の場合に著作権が必要になるケースがある。また、創作者の意図とかけ離れた改編があった場合、同一性保持権も必要であろう。

村野 口頭による契約しかしないという現状もある。

佐藤 解決への道としては、クライアントとデザイナーの両者で共有できる契約のひな形を作る方法、次にデザイナーにある種の権利があることを確立させる運動があるのでないか。

T V局と番組製作会社との契約の間に、製作会社が作った番組をT V局が強制的に吸い上げてしまうのは独占禁止法上よくないというガイドラインを公正取引委員会が公表した。こうした例をデザインに応用できるかもしれないが、デザイナー側に仕事をもらった時点でおよしとする風潮がある点にも問題があるのでないか。デザイナーに

権利があることを主張するには、権利を得る前の登録段階で手間やコストがかかり過ぎる登録に基づく権利ではなく、非登録の権利の方向へシフトした方がいい。登録の手続きに対するアレルギーも、デジタル化によって将来解決されていく可能性はある。

池田 デザインに登録制度は向かない。デジタル化されて出願し易くなったとしても登録しないだろう。デザインを使っている企業が登録するのは解かるが、デザイナーが商品化するかも解らないモノに対して権利化するとは考えられない。流通の保護とデザイナーの保護とは違う。意匠法や不正競争防止法でカバーされていないデザインに対する何らかの権利をデザインの地位向上のためにも必要である。ものを創作した時点で何の権利も発生しない方がおかしいのではないか。

佐藤 創作をしたら人格権だという議論は危険と考えている。著作者人格権を与える程のものを創作しないと著作権は得られないとも言えるので、人格権を与えることを前提とした著作権法には捕われない方がいい。特許法は元々インセンティブ論のみに立脚しているし、また自然権論もフランスで既に淘汰されてしまっている。

結論としては、著作権等の既存の法制への押し込みは避け、デザイン領域の職能を確立する意味でもデザイン一般の創作に基づく権利の確立が望ましいと思う。イギリス型の権利を日本で作ろうとする際には戦略的にどうすればいいか、検討する価値はある。デザイン権は制度の除外の範囲が不明確で広過ぎるところに問題があるため嫌われているが、日本ではガイドラインをある程度作った上で法律にするので、抵抗なく受け入れられるのかも知れない。

4. デザインの権利保護に関する諸課題

財団法人日本産業デザイン振興会 顧問

村野 啓一郎



むらの けいいちろう
1931年生まれ。'55年東京大学法学部卒、通商産業省入省。同省産業政策局調査課長、工業技術院総務部長、科学技術庁振興局長等を歴任。'90年財団法人日本産業デザイン振興会理事長を経て'98年より現職。

●問題の具体的な姿

平成5年10月7日、文部省の著作権審議会第1小委員会の場で、概略次のような問答が交わされ、それが記録されている。（出所は平成7年10月日本デザイン団体協議会刊行の「デザイン保護研究会報告書「デザインと著作権」」。ここでは便宜のため、発言順や措辞は適宜変更させて頂いてある）。

Q1. 改正後の不正競争防止法は、デザインの権利擁護に使えると思うが。

A1. 商品の形態をとっている場合は使える。
しかしそれでも洩れるものは多い。

Q2. 登録の手間さえあければ意匠権で守れるのではないか。

A2. 企業の場合はともかく、個々のデザイナーがいちいち登録手続きを取ることは期待し得ない。また、現在デザインで最も重要な部分である「テイスト」等の独自性（個性的表現）が意匠権の審査で認められないなど、十分な保護となっていられない場合がある。

Q3. インテリアなどのデザインで現実に争いはあるのか。

A3. インテリアは作品であって個展を開くことも少なくない。その折に盗用の問題が起こることもある。

Q4. デザイン分野での権利侵害の例は多いのか。また、デザイナー側や関係者に著作権の認識はあるのか。

A4. 侵害のケースは少なくない。またデザイナー側の著作権の認識はある。
ただ、一般的に見て認識の程度は高いとは言えず、その故に「侵害」の内容も不明確であることが多い。我々の希望どおり著作権法に明文化されれば、社会的な認識も高まると思われる。

この問答の質問者側は著作権審議会の委員であり、答える側は、デザインを著作物とするよう著作権法の改正を要望している日本デザイン団体協議会の代表メンバーである。ここに現れた問題意識が事の本質の大きな部分を反映しているので、これに即して考えていきたい。

●問題の整理と考え方の方向

問題は、次の三つに整理されよう。第一に、デザインも経済活動上の権利であり、この問答のQ1やQ2に言うように不正競争防止法や意匠法などの工業所有権法で保護されるはずであって、それで必要かつ十分であると言えるか。

第二に、登録によって成立する意匠権が

あっても、それでは権利保護が不十分な現状をどうするか。そこに著作権のような、創作と同時に成立する非登録の権利制度を考えることはできないか。またその際、どの様な立法となるか。

第三に、デザインとその成果を、法的な権利として制度的に確定するまでの社会的ニーズがあるか（Q3やQ4に現れているように、審議会委員という言わば専門領域にいる人ですら、その認識の水準は高いとは言えない状況において）。また関係者にそこまで権利意識が熟しているのか。

第一の問題は創作物としてのデザインの在り方である。デザインは経済的活動である前に、まず個々のデザイナーの行なう個人的創作活動であり、その所産である。それが商品化され、市場に流通するという形で商業化された段階では、不正競争防止法、意匠法などの適用があってその権利が保護されるが、それ以前の段階ではそれは不可能である。商品として採用されなかったデザインなど、商業化以前のデザインはいわゆる権利の空白状態に置かれる。また、商品化においての企業（クライアントとしての）とデザイナー（創作者としての）との関係にも、これらの法規の適用はない。この両者間の交渉・契約に際して、力関係で

はほとんど常にクライアント側が優位に立ち、しばしばデザイナー側が不利な条件に甘んじたり、作品を恣意的に変更されたりする例が多いのは、デザイナー側がその権益を主張すべき法的な根拠を持たないからである。

他方、著作権では、創作と同時に権利が発生し、作者は著作物の上に自己の氏名表示権、同一性の保持権利などのいわゆる人格権を主張できるのであって、立場上大きな落差がある。個人の創作者としては芸術家とデザイナーの間に差はないのであって、これは制度上の欠陥と言わねばならない。デザインにとってその権利化が要望される理由の第一は、このような人格権的な主張の根拠を求めるものであるといって過言でない。

第二の問題は立法論である。一般に無体財産権としての確実な構成と効力を維持する上では、明確な基準を設け、審査してこれに合致するものの登録する方法が最も目的に適うものであろう。各国とも工業所有権立法は多くこれによる。デザインについては、日本を含む多くの国で登録制の意匠法を置いている。しかし審査・登録の制度には、認識の程度、手続きの繁雑さ、所用期間の長さ、登録要件の厳しさなどの制

約が付いて回り、意識的・無意識的に出願・登録手続きが避けられる場合があり、またライフサイクルの極めて短いもの、量産されないものなどそもそも登録に馴染まない商品・創作物が多く存在する。このような登録制の短所については、審査期間の短縮化、要件の緩和、さらには無審査公開制の採用などで逐次改善されてきているが、自ら限度がある。

これに対し、創作の瞬間から作者に帰属し、特段の様式を要しない著作権のような無方式の権利が認められるのであれば、それに拠ろうとするのは当然である。特にデザインのようにその両者の錯綜する領域にあるものについてそれが強く現れるのであり、現実にもポスターの一部や繊維品のパターンなどが著作権法上の著作物とされたことがある。この場合、可能な限り登録上の権利と無方式の権利との併存を認め、利用者がいずれかを選び得るいわゆるダブルプロテクションが行われることもある。フランスの意匠権の保護は、著作権とほぼ並立している。

我が国の場合有力なのは、著作権法を改正して、デザインを全面的に同法上の著作物としようとする意見であって、これはデザイナー関係の8社団法人で構成する日本デザ

イン団体協議会の主張であり、冒頭に見たように、既にこの方向で所管官庁との折衝に入ろうとしている。主張の根拠としては、創作物の権利としてのデザインについては、他の芸術作品などと同じく、無方式の著作権によることが適切であるところ、従来の著作権立法の際にはこれはベルヌ条約上の「応用美術」の問題として検討を先送りされ、現行法（昭和45年制定）においても見送られてきたものである。現在の通念からすれば、今やデザインは従来「応用美術」と呼ばれてきたものを全て含んでこれと同義であり、さらに「純粹美術」と「応用美術」との差別は、そもそも歴史的な特殊事情によるものであって今日その意義を失っている。したがってデザインは、「美術の著作物」の一部と見てもよく、あるいはそれ自身「デザインの著作物」と認めるべきであって、その方向での法改正を要望しているのである（「デザイン（応用美術）の著作権保護に関する要望書」。前掲報告書67ページ）。この場合も、立法論上は意匠法の体系とは並立の形式を探ることになる。

デザインに関して登録上の権利と、著作権との間の調整のための立法を行ってきたのは英国の場合である。英国では、意匠権は

登録デザイン法で保護されてきたが、1968年の立法により、工業デザインについては著作権をも認めることとし、ただし権利の存続期間を一般より短縮した。しかしこの結果、機能性のみで美的な要素に欠ける商品、新規性の乏しい商品などが多く保護されるようになって著作権本来の目的が損なわれるようになり、かつ、登録がないために法的安定性に欠けるなどの問題が生じて、1988年の立法（コピーライト・デザインズ&パテンツ法）によって、商業的に制作されるデザインは、デザイン・ドキュメントによって記録され、または現実の物品として残されるものであれば「デザイン権」と認められ、通常の著作権とは別の権利として、保護されるようになった。これは、デザインに関する登録上の権利と無方式の権利との調整に関する試行錯誤の結果として、興味を呼ぶものである。その現実的な効果の程度は今後の趨勢を見ねばならないが、この「登録なきデザイン権」は、立法当初は国内からも、またEUとしての統一意匠法を定めようとの立場からも冷評を受けたにかかわらず、その後次第にその主張例、裁判例が増加している状況を見れば、制度造りとしては成功と評価できるのではないかと思われる。

第三のデザインの権利化を推進するに足る社会的必要性と、関係者の法的意識の点に関しては、現実に起こっているデザインを巡るトラブルとその解決の方向をいかに認識し評価するかにかかっている。ただそれを正しく評価するには、当然ながらデザインおよびデザイナーについて今後その活動をどのように期待し、どのように社会的に位置付けてゆくかの政策的な意識に立たねばならない。ましてこれを立法措置という明確な手段によって解決しようとする以上、その目指す方向を明確に決めなければならない。

知的財産権のような法的制度の創造は、それが創作者の持つ自然的権利であるとの主張と、それによってたらされる社会的な利益のインセンティブとなるという主張の二つの基礎があり得るのであって、まずデザイナー側の主体的な推進力としては、それが自然権たる意義を強く主張する必要があるが、これを支持する側としては、そのインセンティブをどう考えたらよいか。特許権、意匠権などが、人間のオリジナルな創造を保護することによって、社会により新しい、より優れた創作物をもたらす刺激となることを主眼としており、デザインの権利化もまた同じ目的に立つものだが、デ

ザインとデザイナーの現実を見るにつけて、それはさらに一歩進んで、個々のアイデアや作品を刺激するに留まらず、未だ確立していると言えないデザインという人への成果の生産的価値を確認し、また芸術家や技術者などと較べて未だ定まらないデザイナーの、職種としての社会的地位を認知する効果を持つこととなると思われる。さらにこれは、将来の産業構造を担うものがソフトウェアの開発、情報の高度利用等、付加価値の高い独創的なサービスを提供する業種であろうことを考えれば、それら新規産業の創造性を刺激し、その独創を権利として保障するという役割も出て来よう。

最後に、このような権利意識を現実に立法措置にまで結び付けることの可能性はどうか。一つにはそれは、当然ながら関係者の熱意と組織力の如何によると言えるが、最近の立法活動には新しい傾向が見えてきたことを考えなければならない。従来の制度創設的な立法は、まず行政による調査研究があり、次いで法制審議会などの専門家による長期の慎重検討と関係者全ての利害関係の調整の上で法案となり、何度かの国会審議を経て成立するのが通例であった。

これらは、海外の制度の移植など、旧来型の立法には適しているが、時代のニーズに

いち早く応じて新しい社会機能を採り入れるにはまた別のスタイルが必要であろう。この点最近の自民党の部会が、従来の法案作成過程によらずに独自で商法改正（ストックオプションの導入、自社株取得の要件緩和、特別背任罪の罰則強化など）の法案をまとめ、その責任で迅速に成立させたことは、社会の生のニーズを直截に立法に結び付け、効率ある民主政治の先例を開いたものとして注目される。



「行動する頭脳」

課題に関わる様々な要件を満たす解答
(=仮説)を提示する「デザイン」と、
それを担う人材をシンボライズし、
「デザイン人材開発センター」の目標と
して掲げたものです。

Illustration: クレコリー・タケゾウ・ヤマコフ

Design & Designers 05

財団法人 日本産業デザイン振興会 デザイン人材開発センター
〒105 東京都港区浜松町2-4-1 世界貿易センタービル別館 4F
Tel. 03-3435-5633 Fax. 03-3432-7346 <http://www.jidpo.or.jp/japandesign/>