

## 第3回 情報・意見交換部会レポート

■第3回情報・意見交換部会（ワイガヤ会）を2020年9月12日に開催しました。

テーマ「一連のフローを保護できるような制度の検討」

ご登壇頂いた方を含めて35名にご参加頂きました。

（参加者：デザイン関係者8名（企業勤務含む）、法関係者23名、企業関係者4名）

なお、第2部のグループディスカッションは30名で行いました。

### ■テーマ設定の背景

過去2回の開催の中で、成果物としてのデザインは保護できても、成果物が完成するまでのプロセスは保護されない、などといった声が聞かれました。

そこで、今回は成果物完成までのプロセスやデザインコンセプト、完成した成果物のコンセプトを承継してさらに発展させて生み出されるものなどを保護することの是非や手法を皆さんで考えることにしました。

### ◆第1部 スピーカーによるお話

デザイナーの宮島慎吾氏（武蔵野美術大学名誉教授）、川原学氏（セイコーエプソン株式会社Pデザイン部部长）から、それぞれのお立場で実践されてきたデザインプロセス、ご経験に基づく保護ニーズなどをお話頂き、それを受けた形で横山久芳氏（学習院大学法学部教授）からディスカッションのヒントとなる法律面の課題を概説して頂きました。

宮島氏からは、実際に取り組みされた地域ブランドの構築や町づくりを行う上で、成果物完成までのプロセスや成果物からさらに発展して生み出されたものについて、2つの事例（本別町（北海道、特産の黒豆のブランド化プロジェクト「キレイマメ」）と笠間市（茨木県、街の活性化プロジェクト））を紹介して頂きました。

川原氏からは、自社におけるデザインプロセスについてお話頂くと共に、そのデザインプロセスの保護の難しさ、デザインプロセスに関与した者を創作者として認定する際の課題などについてお話頂くと共に、自社らしさやコンセプトの保護の難しさなどについてお話頂きました。

横山氏からは、地域ブランド化を図るためのコンセプトやそこから派生する名称、成果物の法的保護や、物品意匠のデザインコンセプト及びその展開の保護、意匠の創作者決定方法について、現行法での保護の考え方や課題などについてお話頂くと共に、アイデア提供者などがある場合の創作者認定時の評価などについてお話頂きました。

## ◆第2部 ディスカッション

第2部では、6つのグループに分かれ、登壇頂いた方にもグループに入って頂き、第1部でお話頂いた内容について、事前配布していた「手元資料」を参考にしてディスカッションを行いました。

所要のために第1部から退席された方が数名いましたが、各グループには、デザイナー、企業、研究者、弁護士、弁理士が入るようにグルーピングを行って1時間の議論を行いました。

最後に、各グループのディスカッション内容を進行役の方にご紹介して頂き、第3回情報・意見交換部会を終えました。

※以下にグループ構成と手元資料、各グループからの発表内容を記します。当日の資料は呈示しておりませんが、議論の概要はご理解いただけるものと思います。

## ◆グループ構成

グループ	デザイナー	企業			法律関係			
		デザイン 関連	法務 ・知財	その他	学者	弁護士	弁理士	学生
A	1				1	2	1	
B		1	1				2	1
C	1			1	1	1	1	
D	1				1	1	2	
E	1				1	1	2	
F	1		1		1	1	1	

表欄内の数字は、グループ内の割り振り人数です。

## ※手元資料

当日は、以下の検討課題を記した手元資料を参考にディスカッションを行いました。

1. 地域ブランド化を図るためのコンセプトの法的保護は難しいとのお話があったが、保護する必要はあるか、不要か。また、保護の必要・不要の理由は。

※本別町のコンセプトは、女性に売るためにはどうすべきかからスタート

※笠間市のコンセプトは、「笠間稲荷」→「キツネ」をキーワードとした商店街の再構築

2. 保護すべきとした場合、どのような課題があるか、どのようにするのが良いか。また、

保護した場合に弊害はないか。

※周知であれば不競法で保護される余地はある（肯定、否定両説あり）

※対象の不特定性と独占適応性の問題

※特許のような制度を採用していない（技術的思想の保護、クレーム制度）

3. 地域ブランド化を図るためのコンセプトから派生する名称や成果物（商品名は商標、シールは意匠、イラストは著作物等）の冒用に対しては、各種知的財産権の行使で保護可能。しかし、著作権で保護されない図柄やイラストを商品展開にあわせて保護していくことは難しい。

①商品展開にあわせた保護は必要か。

②保護するにはどのような方策があるか。

4. 物品意匠のデザインコンセプトの法的保護は難しいとのお話があったが、保護する必要があるか、不要か。また、保護の必要・不要の理由は。

※問題点：独占適応性、保護対象・権利範囲の不特定性

5. 保護すべきとした場合、どのような課題があるか、どのようにするのが良いか。また、保護した場合に弊害はないか。

※関連意匠制度は、デザインコンセプトそのものの保護を図るものではない

※類似の解釈を広げてコンセプトを保護するのは難しい

6. 意匠（デザイン）の特徴は担当デザイナーだけでなく、複数のデザイナー、企画者／設計者／事業責任者等、多くの関係者で創られ、それぞれの言葉、議論の影響も大きい。創作者となりえるのか？

※単にアイデアを提供した者、単なる命令者や補助者は、創作者といえない

※美感に影響を及ぼさない程度の意匠の創作に関与しただけ、誰でも容易に創作できるようなありふれたデザインの修正を提案しただけでは、創作をしたというに足りない

※技術的観点から不可避免的にされたものであるなら、それをもって意匠の創作があったとはいえない

## ◆グループA

### ディスカッションの進め方

手元資料の検討課題 6 項目のうち、地域ブランド化に関係する1～3、またプロダクトデザインや一連の製品群からなる統一したデザインコンセプトに関係する4～6を、それぞれまとめて議論を行った（ただし、進行役の不手際により、検討課題のすべてについて検討ができたわけではない）。以下、検討課題1～3に関する検討を「前半の検討」、同4～6に関する検討を「後半の検討」という。

### 前半の検討

本別町の事例は、いわば商品化を推進するプロジェクトと位置付けられ、現行制度の枠内であっても、商標が有効な手段として活用できるのではないかとの指摘があった。他方で、笠間市の事例では、他の地域で類似の取り組みがあったとしても笠間市の商店街は「困らない」可能性も十分にあり、まず、そもそもデザインを行う人たちがどのような保護を求めるのか、という点に焦点が当てられた。

その際、笠間朱色という色彩と、キツネのイラストとの組み合わせ（色彩とイラストの組み合わせ）に特徴・特色があるのではないかとの意見が出された。そのうえで、形と色彩の組み合わせに対する法的保護は、不正競争防止法2条1項1号が、意匠・商標と比較しても、有力な手段ではないかとの指摘があった。また、意匠であれば意匠に係る物品、商標であれば指定商品役務の縛りがあると考えられるところ、意匠については笠間市の事例には現実的な手段とは言えないが、他方で、商標は区分の問題はあるものの、権利を取得するのは現実的に考え得るとの指摘があった。ただし、包装パッケージの場合には、意匠の活用も考えられるとの意見も出された。統一した包装パッケージの使用により、それぞれの商品の製造業者は違っても、全体としてのブランド力を高めることができるとの指摘もなされた（本別町の「キレイマメ」の事例）。

仮に商標を取得することを想定すると、権利化のために金銭的・手続的コストがかかり、笠間市の場合を念頭に置くとなかなか機運が高まらず、難しいのではないかとの指摘がある一方で、権利化のプロセスの中で関係者の一体感の醸成や、ブランドイメージの明確化が進むというメリットもあり得るとの指摘もあった。

また、笠間市の事例におけるキツネの図柄の包装紙やイラストを念頭に置きつつ、著作権で保護される可能性についても話題が展開したところ、それらについては著作物性は認められるであろうとのことで、おおむね見解の一致を見た。ただし、笠間市の事例を離れて、単純な図柄の場合に、ありふれた表現などとして創作性が認められないことや、また、実用品のための創作物であるとして応用美術として著作物性が否定される可能性が高まるこ

とも、十分に考えられるのではないかとの見解もあった。他方で、キツネの図柄の包装紙に著作物性があることを前提に地域ブランド化の活動を展開した場合、侵害訴訟の段階にならない限りは、著作物性の有無について確定的な判断を得ることができないことを考慮すると、安心材料として、商標を取得することも有力な選択肢であろうとの意見も出された。

その際、商標権の権利の主体はだれかという問題が生じることとなる（前述の不正競争防止法2条1項1号の周知商品表示保護の場合にも、商品等表示の主体はだれかという問題が生じるとの指摘がなされた）。商店街の組合や、自治体（その首長）が候補になり得るとの意見が出たところ、本別町の「キレイマメ」の事例においては町（自治体）が商標権の権利者となっているなど、自治体やその首長が権利主体となる方が無理なく、取り組みが進められるのではないかとの意見が出され、おおむね見解の一致を見た。自治体やその首長が権利者となることにより、実質的な管理能力を有する主体が権利の主体となり、勝手なアレンジを防止したり、ブランドイメージの維持を図ったりできるなどメリットがあるとの指摘もあった。また、デザイナーにとっては、何かイベントなどを行うに際しては、デザイナーに問い合わせ、相談があるというメリットがあるとの指摘もなされた。

#### 後半の検討

冒頭、そもそも「コンセプト」とは何か、という疑問が出された。関連して、デザインのコンセプトなどを保護する観点から、20年ほど前から、意匠も言語のクレームを導入する可能性が取りざたされており、従来から議論としては存在していたことも指摘された。

法律の観点に焦点が当たり、現行制度の枠内であれば、デザインコンセプトを願書に書き入れる、具体的には「意匠の説明」や「物品の説明」に記載することも実務的に一部では行われていることが紹介された（ただし、特徴記載書は、権利範囲に影響を及ぼすものではないとされているため、この意味では用いられないであろうとも言及があった）。ただし、例えば侵害訴訟において、こうした願書の記載がどれほどのウェートを置かれるものであるかについては、必ずしも明らかでないのではないかとの意見があった。コンセプトとの関係では、競合他社とは違う路線といった形で明確になり得るであろうことから、そもそも類否判断で他社製品や他社のデザインコンセプトといったものは、意匠の類否判断で考慮されるのかという趣旨の疑問が示された。類否判断のプロセスにおける公知意匠の参酌が、それに（一部）対応する部分もあるのではないかとの意見があった。

また、川原氏のご報告を題材として、エプソンの事例を手掛かりに、コンセプトとはいっても、例えば、タンクの出っ張りのように形に現れているものが一方の極にあり、他方の極には、過度のルールを大きくするという程度に抽象度の高いものも、他方の極にあり得

るところ、仮に後者のように抽象度の高いものであれば、そもそも権利を行使する際に、何を以てデザインコンセプトの「侵害」となるのかが不明瞭であろうとの意見があった。関連して创作者の認定において、コンセプトやアイデアを出した者が创作者となり得るかどうかについても、簡単に検討がなされた。「それを元にして、具体的な造形の方向付けができるかどうか」を基準として、言葉上の指示だけであれば具体的な造形が定まる可能性は低く、他方で、図面などであれば具体的な造形が定まる可能性は高いために、前者の创作者該当性は消極に、後者の同該当性は積極に、それぞれ傾くのではないかとの意見が出された。

#### ◆グループB

まずコンセプトとは何なのか、その定義をしっかりとしないと何を保護したいのか、どのように保護したいのか、等を検討する上で重要ではとの話が出た。この点については、

地域ブランド化のコンセプトについては、マーケティングが入ってくるため、知財で保護するのは難しいのではないかと、仮にマーケティング手法を保護できるとした場合、同じようなコンセプトであれば事業ができない（事業を阻害する、産業の発達に寄与しなくなる）ことにもなり兼ねないため、却って保護するのは良くないのではないかと、といった意見が出た。

では物品に落とし込んで保護することを考えるとした場合、横山先生のお話で出た物品群という考え方で意匠で考えてみると、組物の制度を上手く活用できるように変更することによって、物品群を保護することができないのか、との意見が出た。

コンセプトにはデザイナーの思い、成果物に至ったバックグラウンド等があるため、クレームを用いることで保護することはできないのか、という意見が出た。この意見は、現行の意匠法では、コンセプトやバックグラウンドを記載することが難しいため（記載されていないため）、特許庁での審査や侵害訴訟においてコンセプトやバックグラウンドが考慮してもらえない現状にある。形にはデザイナーの思いがあって、その形になっている意味があるため、クレームを用いてコンセプトやバックグラウンドを読み取れるようにすることによって、例えば、コンセプト等を汲み取った類否判断が行えることができ、コンセプトの保護にもつながるのではないかと、との考えに基づく。

#### ◆グループC

手元資料の（6）を中心的に議論を行った。どこまでが创作者として入ってくるのか、という点について、デザインというものは問題解決のための手段であって、美感との関係を見てみると、形の裏には解決手段が入っているというように捉えるべきで、そうすると、

そこに関与した人は創作者になり得るであろう。ではどこまでなのかという点が出てくる。企業の実例として、インハウスデザイナーとしての経験が豊富な参加者から、デザイナー、外部委託した場合は外部のデザイナー、設計者が創作者になり得るが、どの程度貢献していたのかということになる。この貢献度というのは、例えば、造形への貢献で考えると社内に基準があるわけではないが、色んな分野の人を創作者として拾い上げる体制を作っていた、という紹介をしてもらった。

コンセプトと造形に関係して、弁護士である参加者から、職務発明の場合、発明完成に実質的に寄与した者が発明者である、と定義付けられているが、化学分野と機械分野の発明では扱いが少し違っているとの紹介がされた。化学分野ではアイデアが出てきても実験や検証をしなければならぬため、すぐに発明には結び付かない。一方、機械分野でアイデアが出てくると、そこから仕組みの発明というものが近い（すぐ発明に結び付く）。そのため、発明者認定の際、化学ではアイデアの提供者は発明者と認定されず、機械では緩やかに認定されている傾向にある、といったことが紹介された。

では、意匠の場合、物品であるため機械に近いのか、近いとするとコンセプトの提案者が創作者として認められる可能性が広がってくる、というのも、コンセプトをどのレベルで捉えるのか、例えば、キレイマメで考えるとこのコンセプトは「若い女性に美と健康を」、ということで始まったわけだが、「若い女性に美と健康を」だけではまだ造形にはつながらない、もう少し落とし込んで具体的なものにしていかなければ、創作者を認定するためのコンセプトにはならないだろう。

あるクライアントから丸くしたいとの依頼を受け、依頼を受けたデザイナーがどういうことをするのかというと、付加価値を付けていくことをする。「丸くしたい」は色々解釈ができるため、そこにデザインとしての価値、デザインされた商品の発売時期（2年後かもしれない）を見据えた上で、デザインとしての味付けをしていくことになる。そのため、丸くしたいというだけでは形には繋がっていかない。コンセプトの提供者が創作者になるか、という議論ではなく、法的に守る価値のあるコンセプトとは何なのか、ということを探し出すことが必要になってくる、ということになった。

最後に小松先生から、改正意匠法との関係でもう少し攻めることはできないのだろうか、例えば、画像は物品から離れて保護されることとなった、組物は拡大された、ように意匠というものが物品から離れる方向に行っている。その流れに乗って何か提案できることはないだろうか、といった提言があった。

## ◆グループD



コンセプトの保護は意匠法でなくてはいけないのか、新たな制度を作っても良いのではないのか、コンセプト保護は不競法ではないか、コンセプトについての直接的な保護ではないがヨーロッパでは物品とは関係のないロゴデザインが意匠として保護されている、このようなロゴデザイン保護までは特に必要ではないのではないのか、といった意見が冒頭に出た。

その後、事例紹介として、デザイナーの方からスケッチブックが入るほど大きな登山用のバックの事例を紹介して頂いた。その事例についての議論の中では、スケッチブックが入るというコンセプトを保護することができるのか、逆に保護することが良いのか、コンセプト保護は難しいのではないのか、コンセプトの保護では差別化ができないのではないのか、意匠の保護で良いのでは、といった意見が出た。

置かれている環境でコンセプト保護の必要性は違うため、コンセプトの保護は必ずしも必要ではないのではないのかという印象を受けた。

創作者について、例えば、インクタンクの部分を前に出す出さない話の流れで、役員が最初の会議でアイデアを出して、最後の会議でOKを出した場合に創作者と言えるのか検討したが、形を含めてアイデア出しをしているので、デザイナーの立場ではこういったアイデア出すは刺激を受ける部分があるため、まったく形態に関与していないとも言えないのではないのか、という意見が出た。

そこから少し飛び火して、映画の著作物について、著作者ではないがエンドロールには関わった人がすべて出る、グッドデザイン賞では関わった人を公表するといったこともやって良いのではといった話になった。

創作者については意匠ではあまり議論されていないが、意匠の創作には多くの人に関与しているため、デザイナーだけではなく設計者などデザインに関与した者を創作者に含める考えで良いのではないのかとの印象を受けた。

#### ◆グループE

前半でコンセプトに基づく保護、後半で創作者の判断について議論した。なお、コンセプトについては、地域ブランディングに関するコンセプトとプロダクトデザインのコンセプトに基づいた形状の創作の仕方に分け、所々で行ったり戻ったりして議論を行った。

地域ブランディングの方は、本別町の黒豆を中心とした保護と、笠間市の観光的な街づくりとそこから派生する成果物に分けて話をしたが、結論としてはコンセプト自体を保護することは難しいし、独占適用性からあまりやりすぎるのは良くないのではないのか、といっ



た声が多かった。

町づくりであれば、どこもある程度同じようなやり方にならざるを得ない所がある。例えば、産物を中心にするだとか、観光的に街づくりを統一していく（通りの分かりやすさ、人の流れ、物の流れ等）ことになる。ただ、そこから生まれた成果物については保護の対象になり得るし、保護すべきものはしっかり保護していくべき（例えばロゴや商品パッケージなど）。

ただ、本別の「あなたのキレイ応援します」といったキャッチコピーを用いた手法は需要者に訴える部分は多分にあるが、商標法、著作権法で保護できるかは疑問があるところであり、実際に体现されているパッケージや商品を押さえていく。例えば、笠間であれば、「きつねまち」というキーワードをもとにして、コンセプト的なところから発展してマークやロゴ、笠間朱色等を保護したいんだろうけど、実際には難しいだろう。

コンセプトに端を発する商品展開をしていくときには段階があって、どの段階から保護できるか見極めながら戦略的に押さえていくのが重要ではないか、といった声があった。その具体的な背景としては、地域団体商標や不正競争防止法等があるが、識別力を持つまでが大変だったり、周知性を持つまでの努力が必要であるため、そこまで成果物として形になるものやパッケージを意匠法で保護できれば良いが、町づくりを経験した方の話では行政や予算的なものがあるため、知財にしっかり充当して押さえていくことは難しい実情があるようであり、その辺りを手当てしていくのが重要ではないか、といった議論がなされた。

きつね町の事例では、マークやきつねを模した図形があったが、著作物の期待はするが著作権法では保護範囲が厳しいため（依拠性）、実際に抑えることは厳しいだろうから実際には意匠法などの産業財産権で保護することになるだろうとの意見が出た。

横山先生の物品群という考え方が斬新であり、これであれば同じ模様をTシャツやかばん、コップといった意匠法でいう別物品に配したとしても、物品群として保護できれば効率的であり、予算的なところも考えればユーザーフレンドリーな保護方法ではないか、といった意見があった。

製品デザインのコンセプトの保護（プリンターの端を突部としたデザイン）について、特許のように文言を用いてアイデア的なところから保護することに期待する声と、文言を用いると曖昧な部分が残って分かり難くなるのではないかと懸念の声があった。ただ、意匠法では図面から登録意匠の類似範囲を推定していくため、分かり難い権利になるという点では同じではないか、この分かり難さが意匠を活用しない理由ではないか、であれば

特許的な考えを導入することで、創作保護にアプローチする考えをしても良いのではといった意見があった。

設計者、デザイナー、事業者等多くの者が関わった場合に誰を創作者と考えるかについては、具体的な美感を感得できるかどうか、この美感に影響を与える創作に携わった者であれば創作者たり得るのではないかと、という意見が主流であった。例えば、着想と具体化に分けたとして（意匠であるため視覚に訴える美感という点は最低限キープすべき点は大きい）、例えば、プリンターの端に突部を設けるという着想は、具体的な美感に強くアピールするポイントになると考えられるため、着想段階に寄与した者も十分創作者として考えられるのではないかと結論付けた。

#### ◆グループF

##### コンセプトの保護

コトがあってモノに具現化される。保護についてはセットじゃなければ意味がない？

最近のコトの創作に価値が置かれている。デザイン賞の審査もどちらかというとコンセプトやバックグラウンドに重きが置かれている。

社会情勢が変わってきているのであれば、創作の実態に合わせて保護制度も変化しても良いのではないかと？

第三者権利のクリアランスとの関係では粒度が問題。単にコンセプトを保護、だけではとても曖昧な範囲で怖い。商品との関係性や社会との関係性においてある程度具体性を帯びている必要があるのでは。

商標におけるキャッチフレーズとも似ており、関係性を特定するのは難しいが、いずれかの形で特定は必要。

##### 検討課題3について

商品展開に合わせた保護の本当の目的は、ブランドの保護にあるのではないかと。商品展開に合わせてつつも、共通する部分の保護。

どうやって実現している？商標や関連意匠制度により、事後的にみると共通部分が保護されている結果あるのではないかと。

商品展開とはいうものの、ものによってはシーズンでサイクルする被服等の製品もある。これを都度設権的な登録制度を使って保護しようとする、時期も費用も見合わない可能性が高く、実情としては何もしないとされているように思う。このような点も踏まえて保護できる制度があると良い。

#### 検討課題4・5について

物品意匠のコンセプトといっても表出するのは製品形状だけではない。パッケージやディスプレイ、宣伝広告態様にも影響を及ぼす。コンセプト自体の保護は先述の通り広きに失うので検討が必要。現状、関連意匠で結果としてある程度守られているという整理にはならないのか。複数の関連意匠で保護されることによって、製品本体の保護は可能であるため、重要なコンセプトを示す部分が保護できるのではないか。

#### 検討課題6について

デザイナー側では、具体的な提案はゼロなのに創作者はメーカーというケースが多い。パッケージの場合、印刷会社がメーカーへの営業に勝手に使うケースも有り、入稿データを工夫する程度というように、メーカーと揉める部分が多い（パワーバランス）。最終的にはデザインに責任を持つ人が創作者？

企業にいと事業部に基本的に任せており、発明届に記載してもらう。事業部の力の入れ具合によって事業部の担当者が創作者になっていたりするケースもある。当事者が納得していれば良いかも？実務的には詳細に検討されていない部分になっている。

創作物によっても範囲が変わる？画期的なものと飽和しているものだと、発案者レベルで創作車になりうるかどうかかわってくる？

これまで意匠における職務創作で大きな事件がないため、企業では今後もしかすると問題になるかも。

#### **◆参加者から寄せられた感想**

第1部では、地域ブランドに対する実際の取組など、ふだん聞くことができないお話をし頂き、地域おこしでのデザイン活用の実情について、会員の皆様が知る良い機会になったと思います。

また、デザインを重視されている企業の実際のデザインプロセスなどをお話して頂き、こちらもふだん中々聞くことできない商品完成までの流れや、デザインする現場での課題やコンセプトの保護といった実情について、会員の皆様にとって有益なお話であったと思います。

最後に、前2つのお話や課題などを踏まえて、現行制度におけるコンセプト保護の限界や課題、物品群の保護などといった新しい考え方、創作者を認定する場合の考え方など、法学者ならではの切り口でお話をし頂き、会員の皆様にとって興味深い内容であったと思います。

2月1日に第2回情報・意見公開部会を行ってから、コロナの影響で開催ができませんで

したが、今回、ZOOMを利用して初の開催を行いました。開催前はこれまでのようなグループディスカッションを行うことは難しいのでは、という懸念もありましたが無事開催することができ、参加頂いた方々からも好評を得ることができました。お話頂いた宮島様、川原様、横山様、参加頂いた皆様、ありがとうございました。頂いたご意見を踏まえて、次回開催に役立てたいと思います。

以上

(レポート作成 2020.10.6 野村 慎一)