

分科会 3

「建築物・内装の意匠の創作者の認定に関するガイドライン案 2022.6.27」

弁護士・弁理士 山田 威一郎

第1 はじめに

近年、企業が店舗の外観や内装に特徴的な工夫を凝らしてブランド価値を創出し、サービスの提供や製品の販売を行う事例が増えてきている。また、オフィス家具・関連機器を扱う企業が、自社の製品を用いつつ、特徴的なオフィスデザインを設計し、顧客に提供する事例も生じている。こうした実情について、意匠法改正の背景となったデザイン経営宣言では、「デザインは企業が大切にしている価値、それを実現しようとする意志を表現する営みである。それは、個々の製品の外見を好感度の高いものにするだけではない。顧客が企業と接点を持つあらゆる体験に、その価値や意志を徹底させ、それが一貫したメッセージとして伝わることで、他の企業では代替できない顧客が思うブランド価値が生まれる。」としている。

こうした実情を踏まえ、令和元年の意匠法改正により、建築物の外観の意匠が意匠法の保護対象となったほか、机や椅子等の複数の物品等の組み合わせや配置、壁や床等の装飾により構成される内装の意匠も、一つの意匠として意匠権で保護することが可能となった。

これは、それまで大量生産品として流通する物品（動産）の意匠を保護の対象としていた意匠法が、大量生産品とはいえない建築、内装（不動産そのもの又は不動産をその一部として含むもの）の意匠を保護の対象として加えたという点において、画期的なものであるといえる。

その結果、意匠法の保護の対象となり得るデザインについて、物品に対象化されたデザインだけではなく、物品販売の場所となる店舗（外観、内装）のデザインも含めた総合的デザインが企業のブランド価値を高めるものとして、意匠法の視野の範囲に入ってくることとなった。

もともと、意匠法は、改正後も、建築物の意匠を物品の意匠と同じ条文（意匠法2条1項）の中に位置づけ、また、内装の意匠については、組物の意匠の延長として位置づけているから（意匠法8条の2）、意匠法上の創作者を検討するについては、このような法律の仕組みを前提にする必要があり、創作者の認定についても、物品の意匠と大幅に異なっていることは難しく、物品の意匠に準じて考える必要があるものと考えられる。

このような視点から、かかる建築物や内装の意匠に関しても、従前から意匠法で保護されてきた物品の意匠の場合と同様、創作者の認定方法が問題になり、また、創作者を認定するに当たって、創作のプロセスを重視する必要があるが、他方、建築物や内装の意匠は、意匠の創作に至るプロセスに物品の意匠とは異なる点が存在するため、創作者の認定方法に関しても、物品の意匠とは異なる特有の留意点が存在する。

本ガイドラインは、当協会（デザインと法協会）の創作者分科会において、知的財産法の専門家（弁護士、弁理士、学者）、建築・内装、物品のデザインの専門家（企業及びデザイン事務所のデザイナー、建築士等）及び企業の知的財産担当者が、令和3年4月から令和4年5月までの間、以下の通り、計12回にわたって議論をした内容に基づき、建築物の意匠、内装の意匠の創作者の認定方法に関する一定の指針を示すこととする。

- 第1～3回 建築物の現場の実態の紹介
- 第4回 建築物の意匠登録の創作者の分析
- 第5回 建築デザインの諸類型の整理
- 第6回 内装の意匠登録の創作者の分析
- 第7回 内装の現場の実態の紹介
- 第8回 内装の法律上の位置づけの整理
- 第9～12回 まとめ議論

なお、意匠の創作者の認定方法の総論的な議論や物品の意匠の創作者の認定に係る個別的な論点に関しては、昨年度、作成したガイドライン案（以下、「第1ガイドライン」という。）で整理されているため、本ガイドラインでは、意匠の創作者の認定を適切に行うことの意義を説明した上で、建築物の意匠、内装の意匠に特有の問題点に絞った形で整理を行うものとする。

第2 意匠の創作者の認定の重要性

1 意匠登録を受ける権利の譲渡の前提としての意義

意匠登録を受ける権利は、契約、勤務規則等で使用者に原始的に帰属すると定められた場合以外には、意匠の創作者に原始的に帰属するため、企業が意匠出願を行う際には、意匠の創作者から意匠登録を受ける権利を、漏れなく譲り受けた上で、出願を行う必要があり、意匠の創作者から、意匠登録を受ける権利の譲り受けができていない場合、意匠登録が無効理由を包含するだけでなく、真の権利者から移転請求を受けるリスクが残存することになる。

かかる権利処理を適切に行うためには、権利の譲り受けを漏れなく行うことが必須であり、その前提として、創作者の認定を適切に行うことが必要となる。

2 職務意匠の報償金の分配の基準

企業の従業員が意匠の創作をした場合には、職務意匠規程に基づいて、権利が企業の帰属になる場合が大半ではあるが、誰を意匠の創作者と認定するかによって、職務意匠の報償金の分配比率が変わってくる。そのため、企業の社内の従業員が創作をした意匠に関し、報償金の適切な分配を行うためにも、意匠の創作者の認定を適切に行うことが

必須となる。

3 外部の関係者に委託した場合の意義

外部のデザイン事務所や設計事務所にデザインの製作や建築物の設計の委託がなされる事案では、発注者と受注者との間の契約によって、意匠登録を受ける権利の帰属が決められることになるが、その前提として、意匠の創作者が誰かを確定することが必要になる。

事前に締結される契約で意匠登録を受ける権利が発注者に帰属すると規定されている場合、受注者の立場からすると、意匠の創作者として認められるか否かが、名誉権的な意味しか持たないともいえるが、意匠登録を受ける権利の譲渡の事実の有無は、将来的な委託料の設定に影響を及ぼす可能性のある事項であるといえるし、事前に明確な契約を締結していない場合には、意匠登録を受ける権利の譲渡に関し、別途、対価が発生する場合も考えられる。

また、意匠の創作者として意匠公報に掲載されることは、デザイナーとしての実績の評価にも関連し、その後のデザインの受託のプロモーションにつながる可能性もある。

そのため、外部の関係者にデザインや設計の委託をする場合においても、意匠の創作者の認定は重要な意味を持つ。

第3 建築物の意匠の創作者の認定

1 「建築物」の定義と出願状況

令和元年の意匠法改正によって、「建築物」の形状、模様若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が、意匠法の保護対象に加えられた（意匠法第2条第1項）。

意匠法上は、「建築物」の定義規定は設けられていないが、令和元年法律改正（令和元年法律第3号）解説書によると、「建築物は、建築基準法の定義等における用語の意よりも広く、建設される物体を指し、土木構造物を含む」とされているため、戸建住宅やビルのほか、橋梁や大型商業施設などの形状等も「建築物」の意匠として保護されることになる。

なお、令和2年4月1日の制度導入以降、令和4年3月末までの2年間に意匠公報が発行された建築物の意匠は、計296件存在し、その用途の内訳は以下の通りである。これを見ると、「住宅」の形状等に関する登録意匠の数が圧倒的に多いが、オフィスビルや店舗、橋梁、駅舎等の意匠登録も一定数存在していることが分かる。

建築物の用途	登録件数
橋梁	5件
小屋	1件

駅舎・旅客搭乗橋	4件
住宅	186件
店舗	3件
建物（オフィス等）	85件
倉庫	5件
変電所	2件
合計	296件

このように、建築物の意匠についての出願及び登録は順調に進められており、法改正の意義が実現されているものと考えられる。

なお、四会連合協定建築設計・監理等業務委託契約約款では、2020年の改正により、委託者又は受託者が意匠登録をしようとする場合に相手方に通知すべきことや（9条の2）、第三者の登録意匠の利用についての委託者、受託者間の協議について定められるなど（10条の2）、建築物の意匠についての配慮を求める条項が新たに追加されており、建築物の意匠の意匠登録が認められるようになったことが、契約実務にも影響を及ぼしていることが分かる。

2 「建築物」のデザイン創作の基本的事項

一般に「建築物」のデザインが確定するまでの過程としては、「企画」、「計画」、「設計」の3段階があるとされている（建築計画教材研究会編「改訂版建築計画を学ぶ」15頁）。

ここで「企画」の後にいきなり「設計」を行わずに、「計画」という中間的なプロセスが介在するのは、設計の途中で試作品を作って、駄目なら取り壊し、設計を修正することがコストと時間の面からできないためであるとされている（前掲書16頁）。

また、「設計」は、その段階に応じて、骨格的な形態を定める「基本設計」、具体的な形態を定める「実施設計」に分類される場合がある。また、「設計」は、その内容に応じて、「意匠設計」、「構造設計」、「設備設計」の3つに大別され、それぞれ専門技術者が担当し、意匠設計者が全体を統括することが一般的である（前掲書10頁）。

意匠設計・・・間取り、立体的な形、仕上げ、材料・色の設計

構造設計・・・力学的な解析をして主要構造体を設計

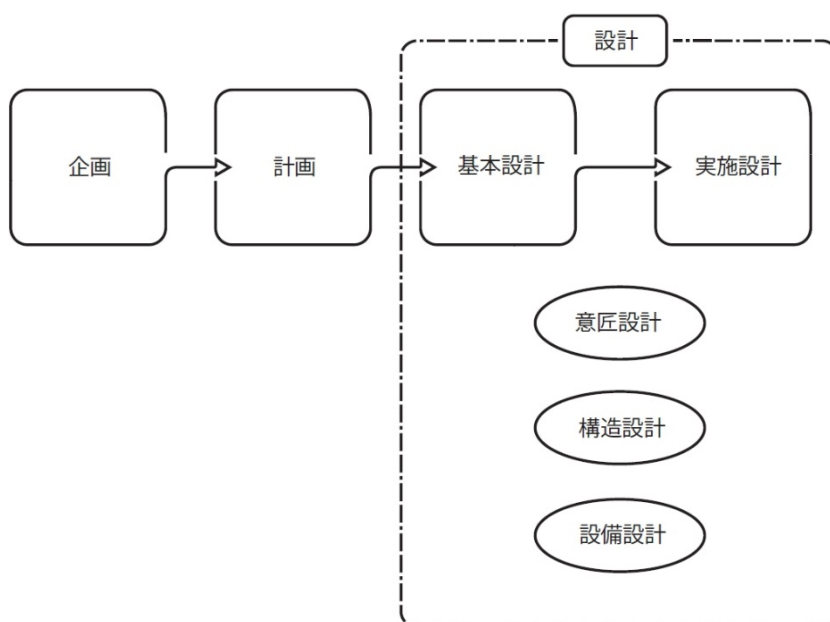
設備設計・・・空調・電気・給排水設備の設計

なお、建築の分野では試作品の作成はなされないものの、基本設計が終了した段階で模型を作成することがままあるようである。それによって、設計者のみならず施主も完成した建物のイメージを具体的に把握することができ、模型で確認できた内容を基に

実施設計をまとめていくことが可能となる。

このように、現実の建築物のデザインをするについては、建築設計という特有の技術的事項が介在するため、デザインに対する技術的制約の程度も問題となり得るが、意匠登録される建築物のデザインについては、反復継続して建築できる可能性が認められる限り「工業上利用することができる意匠」（意匠法3条1項柱書）に当たると解されるため、設計技術からの制約を考慮する必要性は低いものと考えられる。加えて、現実の建築物についても、最近の建築技術や素材の進歩により、設計上の技術的要素がデザイナーのデザインを制約する程度は低くなっているものと思われる。

●建築物のデザイン（設計）が確定するまでの過程



3 「建築物」のデザインの分類と傾向

本分科会において、建築物のデザイン実態をヒアリングした結果、建築物の創作の進め方には多種多様のパターンが存在するが、建築物の種類に応じて、一定の傾向があることが分かった。

すなわち、前記のとおり、企業のブランド価値の向上ということが建築物の意匠を認める立法の背景となっているものの、立法技術上、保護の対象となるのはブランド価値の向上とは関係性の薄い建築物も「建築物」として含まれることとなるため、デザイナーの関与の程度も様々である。

以下では、「建築物」の用途の応じ、建築物のデザインを、便宜上、住宅のデザイン、店舗の外観のデザイン、その他の大型建築物のデザインの3つの類型に分類した上、それぞれの創作のプロセスの特徴を整理する。

なお、実際の建築物には、以下の3つの分類には厳密には当てはめにくい建築物（オフィスビル、マンション、商業施設付きのマンション等）も存在するが、上記の3分類は、議論を整理するための便宜上の分類であるをご理解いただきたい。

（1）住宅

建築物の意匠の典型的な類型の1つが、「住宅」の意匠であり、現時点で意匠登録が認められている登録意匠の大半を占めている。

個人が居住するための「住宅」のデザインは、施主が設計事務所やハウスメーカーと協議しながら行われることが多いが、「住宅」の完成に至るまでには、敷地の調査、施主との打合せ、複数のスケッチ提案、基本設計・確認申請、詳細設計、業者選定、施工・監理との過程を経ることが通常である。

そのため、住宅の形状等が決定するまでの過程では、施主と受注者（設計事務所、ハウスメーカー）との間で相談や協議が行われることになり、その過程におけるやりとりを踏まえて、意匠創作者を確定する必要が生じる。

この点、工務店が直接施主から依頼を受ける個人住宅の場合には、施主の関心の中心が内部の間取り等に置かれ、外観のデザインは定型的なものになる場合があり、設計士が外観のデザインまで行うこともあるようである。

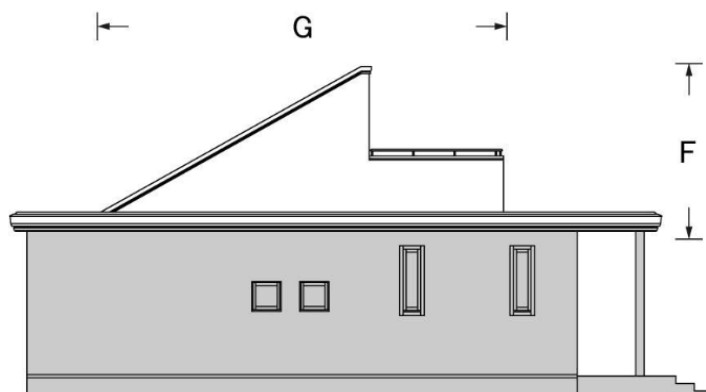
これに対し、大手ハウスメーカーの場合、特に建物外観について、各メーカーに固有のデザインのパターンがある場合が多く、そのパターンを施主の希望に応じて当てはめて、個々の住宅の設計をしていく手法がとられることが一般的である。そして、このように複数の施主の住宅に共通して適用可能なパーツのデザインは、各ハウスメーカーの住宅に固有の特徴となっており、このようなデザインこそ意匠登録を行う価値があると考えられる。この場合の創作の過程は、いわば大量販売を前提とした建物外観のデザインを創作するものであり、物品意匠の創作の過程に類似するものと考えられる。

令和2年4月1日の制度導入以降、現時点までに意匠登録が認められた「住宅」の意匠の事例を見ると、部分意匠の比率が高くなっているが、これは、敷地の形状や面積等も異なる施主の希望に応じて設計を行った際にも、汎用的に利用可能な部分のデザインに関し、各社が権利化をしているためであると考えられる。

【住宅の意匠の例】

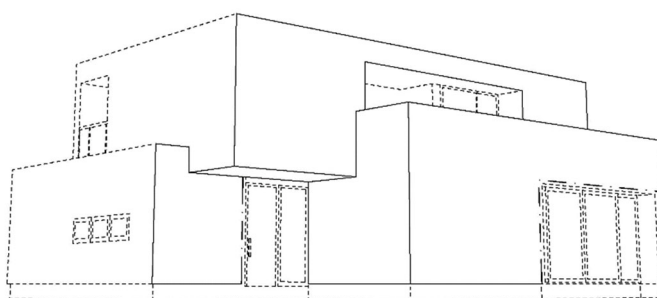
積水化学工業 意匠登録第 1680405 号

(薄墨色で着色した部分以外の部分の部分意匠)



旭化成ホームズ 意匠登録第 1680006 号

(実線で表された部分の部分意匠)



(2) 店舗の外観

住宅と並ぶ「建築物」の意匠のもう 1 つの典型的な類型が、店舗の外観の意匠である。

店舗の建築物は、「住宅」の意匠とは異なり、建築物自体を販売対象とするものではなく、店舗に顧客を誘引し、顧客に商品の購入やサービスの提供を受けてもらうためのものである。

そのため、店舗の外観は、店舗への顧客の誘引を意識してデザインされ、C I (コーポレート・アイデンティティ)、すなわち、企業のブランド価値の向上やブランドが定着するまでのプロモーション効果に注目したデザインがなされる傾向が強くなる。

そこで、店舗の外観の意匠については、ブランディングを意識したデザインが重視される傾向が生じ、ブランド価値の向上を目指して、デザイナーが活躍する場面が増

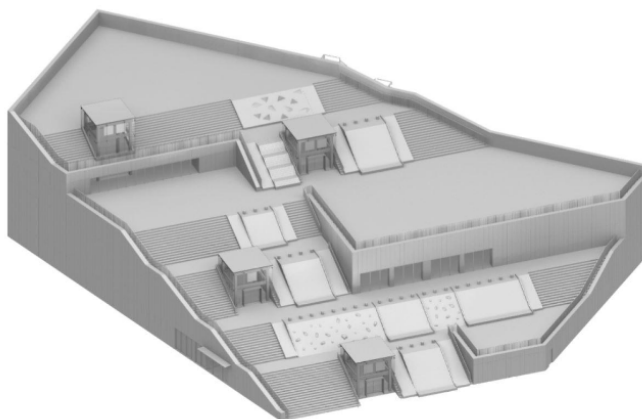
加し、その結果、社外のデザイナーが意匠の創作者となるが増えてくると思われる。下記ファーストリテイリングの例では、社外のデザイナーと建築士が創作者として登録されており、創作の実態を反映していると考えられる。中部薬品の例も、デザイン重視の創作であり、社外のデザイナーが意匠の創作者として登録されているものと解される。

また、住宅の意匠はそこに居住する個人が施主になることが一般的であるのに対し、店舗の外観は、店舗を経営する事業主が施主になるため、施主の側の要望や意向が外観のデザインに与える影響が大きくなる傾向がある。

そこで、施主を創作者と認めるべきかが、問題となるが、この点は後に検討する。

【店舗の外観の意匠の例】

ファーストリテイリング 意匠登録第 1671773 号



中部薬品 意匠登録第 1686396 号





(3) その他の大型建築物

建築物の意匠の3つ目の類型は、住宅でも店舗でもない大型建築物（橋梁、スタジアムなどの大型施設等）の意匠である。

このような大型建築物は、建築物自体が販売の対象になるものではない点では、店舗の外観に近い類型ではあるが、顧客の誘引やブランディングとの目的が比較的小さく、逆に建築技術を対外的に示すことを意図してデザインがなされる傾向があると考えられるため、第3の類型として整理することとした。

このタイプでは、建築家がデザインも主導し、建築家を中心とするグループが意匠の創作者となる例が多いものと理解される。

大和ハウス・フジタ研修センター 意匠登録第 1684283 号



4 建築のデザインに関与する者

住宅のデザイン、店舗の外観のデザイン、その他の大型建築物のデザインのいずれの類型においても、建築物の意匠は、施主と受託者（設計事務所、施工業者）との協議を経て、最終決定される場合が多い。

また、受託者側が企業の場合、社内において、複数の従業員が設計に関与する場合があります。また、外部のデザイン事務所、設計事務所に委託をしてデザインを行う場合もある。

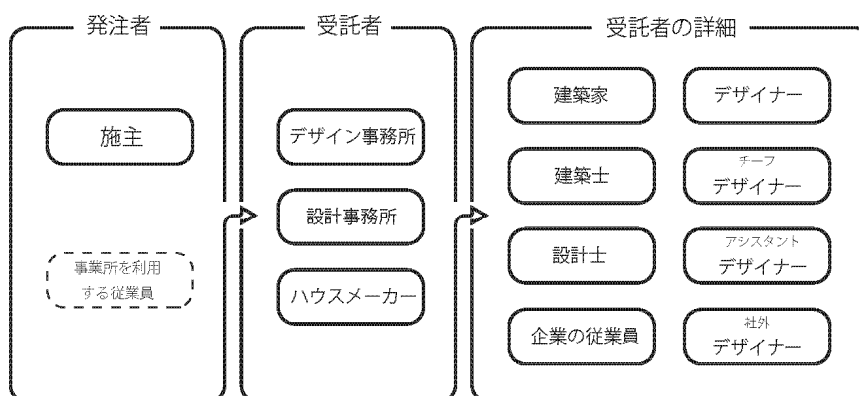
また、外部のデザイン事務所、設計事務所の組織内においても、チーフデザイナー、アシスタントデザイナー等の複数のデザイナーや設計者が創作に関与する場合があります。また、デザイン事務所、設計事務所内の誰を創作者として認定すべきかの判断も悩ましい場合があります。

このような多数の関与者の中でどの範囲の者を意匠の創作者と位置付けるかは、

物品の意匠の場合と同様、建築物の意匠の場合にも問題になり得る。

以下、物品の創作者の検討に対応させて、建築物の創作者を認定する際の留意点について検討する。

● 「建築物」のデザインが確定するまでの過程



5 建築物の意匠の創作者認定における留意点

(1) 意匠の創作者認定における論点

第1ガイドラインにおいて、物品の意匠の創作者の認定の留意点として、①デザインコンセプトの発案者を創作者として認めることができるかとの点、②意匠の特徴点とはいえない形態の創作に関与したに過ぎない者を創作者と認めることができるかとの点を主として検討したが、かかる問題は建築物の意匠の場合にも同様に生じる。

(2) デザインコンセプトの発案者を意匠の創作者として認めることができるか

物品の意匠の場合と同様、建築物の意匠においても、一定のデザインコンセプトの発案がデザインのスタートとなる場合があり、デザインコンセプトがスケッチのような形で視覚化され、それをもとに議論が進められ、具体的な設計がなされることがある。

ここで、最初に作成されたスケッチの内容がある程度具体的なものとなっており、最終的に完成した意匠の特徴的な部分が十分に表現されている場合には、当初のデザインコンセプトの発案及びスケッチの作成をした者を意匠の創作者として認定することに異論は生じにくいと考えられる。また、スケッチの作成者がその後のデザインの変更にも関与している場合には、その後のデザインの変遷への関与を含めて、意匠の創作者にあたることの認定をすることも可能である。

建築物のデザインにおいては、通常、当初のスケッチを作成した者が基本設計を

行い、その後も責任を持って、実施設計を含めた最終設計の確定、及び、その後の施工の監理まで責任を持つことが一般的であり、そのような場合には、デザインコンセプトの発案及びスケッチの作成をし、それに基づいて完成まで見届けた者が建築物の意匠の主たる創作者になることは間違いない。

これに対し、スケッチの作成のみに関与した者が存在していた事案で、作成されたスケッチの内容がラフなものである場合や、スケッチと最終的な設計図面との間に、デザイン上の差異が生じている場合に、デザインコンセプトを発案し、スケッチを作成した者を意匠の創作者として認めるべきかに関しては、案件ごとの微妙な判断が生じる可能性がある。

特に、ブランド価値の向上を目指す店舗外観のデザインや大がかりな商業施設のデザインのような場合には、デザインコンセプト自体にデザインの価値が大きく依存する場合があります、このような場合には、デザインコンセプトの発案をし、当初のスケッチを描いた者に関しても、意匠の創作者として認める余地が大きくなるように思われる。

もっとも、意匠法2条1項が建築物の意匠の内容をその「形状、模様若しくは色彩」という具体的なレベルで捉えていることに鑑みると、デザインコンセプトの発案者が意匠の創作者に当たるといえるかを考える上では、デザイン価値の問題をコンセプトの抽象度、具体度を考慮することなく、直接的に創作者の認定に反映させることは難しいものと考えられる。

そこで、このような事案において、当初のスケッチを作成した者が意匠の創作者になるかを考える上では、当初のスケッチと最終的に完成した意匠の図面を対比するだけではなく、意匠が完成するまでの創作の過程も考慮しながら、最終的に完成した意匠と当初のスケッチのデザインとの間に相当因果関係があるか否かを検討する必要がある。

この相当因果関係を認めるためには、条件関係と相当関係が必要になるが、前提となる条件関係（AなければBなしの関係）を認めるためには、スケッチの提供がなければ意匠は完成しなかったとの関係があることが必要になる。また、相当関係を認めるためには、スケッチがあったからこそ、デザインが完成したとの関係、より具体的には、スケッチに具現化されたデザインコンセプトが創作過程をリードし、常にそれを念頭に置いて具体的な創作がされていったという関係が必要になると考えられる。

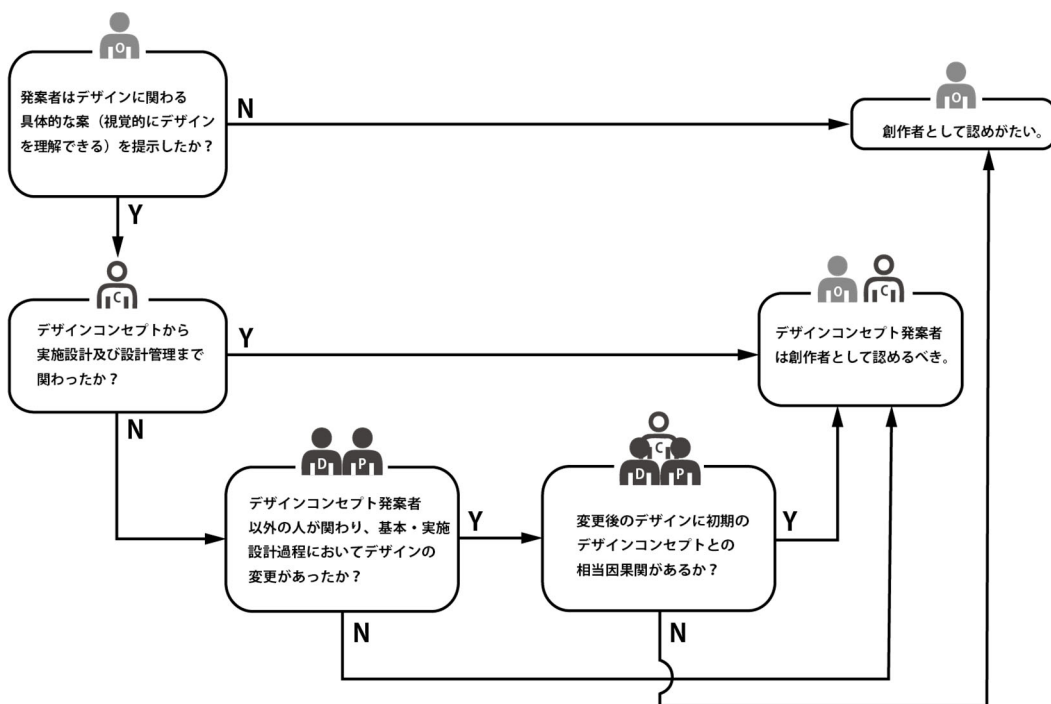
これをより意匠法のレベルで表現すると、最終意匠の基本的構成態様等（ある程度抽象的構成）が新規な創作部分であり、それと実質同一の基本的構成態様等が当初スケッチ（アイデア提案）に表現されている場合等であるといえる。

なお、「建築物」の形状等は、施主と受託者（設計事務所、ハウスメーカー）との間のやりとりの過程で定まっていくことが多いと考えられるところ、施主がある程

度具体的なデザインコンセプトを提示していた場合には、施主又は施主の会社の従業員が意匠の創作者になるかが問題となる。

このような事案で、施主を創作者の1人として認めるべきかどうかは、施主がどの程度、具体的なデザインコンセプトを提示したか、施主の側で具体的なスケッチを提示したかによって変わってくるが、施主を創作者の1人と認めるためには、少なくとも、建築物の造形を具体的に特定可能な程度のデザインコンセプトを提示したことが必要であり、抽象的なアイデアや建築物が満たすべき条件を提示した程度では、建築物の意匠の創作者にはあたらないと考えるのが妥当である。

●デザインコンセプト発案者と創作者認定における確認プロセス



(3) 意匠の特徴点とはいえない部分の作成者を意匠の創作者として認めることができるか

上述した通り、「建築物」のデザインが確定するまでの過程としては、「企画」、「計画」、「設計」の3段階があるとされており、「設計」は、その段階によって、基本設計、実施設計に大別され、また、その内容に応じて、意匠設計、構造設計、設備設計の3つに区分される。

建築物の設計の過程では、最初に作成されたスケッチに具現化された意匠の内容が、構造設計、設備設計の観点や美感やコスト的な面を考慮して修正される場合があり、その過程で多くの関係者が意見を出すケースやそれを踏まえて設計図面の作成がなされるケースがある。そして、このような変更がなされた場合、基本設計が

完了した際の形態と実施設計まで完了した際の形態に差異が生じる場合がある。

このような場合に、建築物の形状等の変更に関与した者を意匠の創作者と認定すべきかどうかに関しては、変更された箇所デザイン上の重みによって決するほかないが、変更された箇所が、意匠の形態の特徴的部分に関するものであり、意匠の類似範囲に影響を及ぼすような変更であった場合には、かかる変更に関与した者も、意匠の創作者にあたるべきである。

一方、形状等の変更がなされた箇所が意匠の特徴的部分とはいえない場合や主として機能面からの設計変更であり、建物の外観に与える影響が軽微であるような場合には、かかる変更に関与しただけの者を、意匠の創作者と認定することは妥当でないように思われる。

なお、複数の者が物品の意匠の創作に関与した場合の意匠の創作者の認定に関しては、大阪地判平成29年7月21日（平成27年（ワ）第8271号）（物干し器事件）が、①当該物品の部分の意匠の改変にとどまっていて物品全体から起こされる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の者、②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の者、③製品化のための設計段階において、既提案のデザインを製品化するための強度確保や機構組込みのための技術的観点からの不可避的な改変をしたにすぎない者は、意匠の創作者には当たらないとの判断基準を示している。また、知財高判令和4年2月9日（令和3年（ネ）第10077号）（入れ歯入れ容器事件）では、意匠の創作者の認定基準としては、控訴人（一審原告）が「入れ歯入れ容器」の意匠のヒンジ部分の構造の提案をしていた点の評価に関し、「ヒンジ部分は、本件製品全体の形状のごく一部を占めるにすぎず、本件製品の形状の全体により視覚を通じて起こさせる美観には大きな影響を及ぼさないものであるから、控訴人は、本件意匠の創作に実質的に関与した者ということとはできない。」と判示しており、意匠の美感に影響を及ぼさない部分の創作に関与したとしても、意匠の創作者にはならないとの考え方が示されている。これらの裁判例は物品の意匠の創作者の認定に関するものではあるが、これらの判決の考え方は、建築物の意匠に関しても適用可能なものであると考えられる。

●過去の裁判例における意匠の創作者と認定されるための要件

- ① 意匠の創作過程において、単にアイデアを提供しただけではなく、補助者、助言者にとどまらない立場で創作に現実に加担したことが必要。

[意匠創作者に当たらない者の例]

- ・単にアイデアを提供したにすぎない者
- ・補助者、助言者にとどまる者
- ・提案したデザインの修正が完成した本件意匠の構成に残されていない者

② 意匠創作の内容、程度が、当該意匠を登録意匠たり得ることに寄与するものでなければならない。

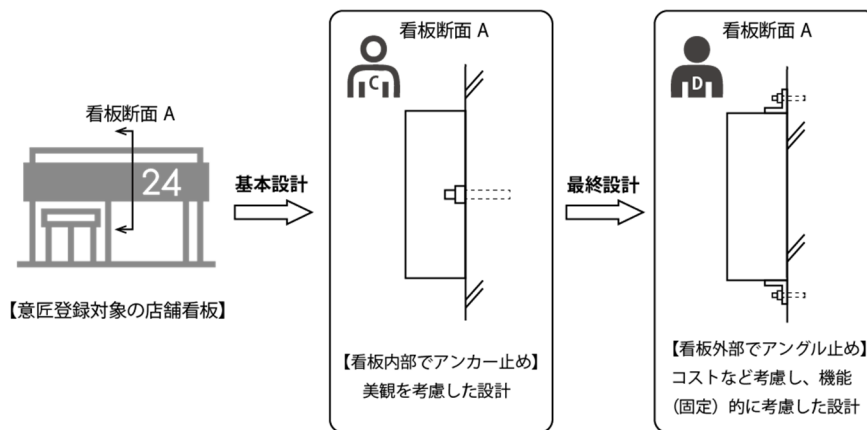
[意匠創作者に当たらない者の例]

意匠の部分的な改変にとどまっていて物品全体から起こされる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の者

例えば、

- ・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の者
- ・既提案のデザインを製品化するための強度確保や機構組込みのための技術的観点からの不可避的な改変をしたにすぎない者

●意匠の特徴とは言えない部分の例



は、創作者として認定できるか？

第4 内装の意匠の創作者の認定

1 「内装」の意匠

意匠法は、「一意匠一出願の原則」を採用し、一つの物品について一つの意匠が成立するという考え方をとっているため、原則として複数物品に一つの意匠を成立させることはできないが、令和元年意匠法改正により、一意匠一出願の原則の例外として、意匠法第8条の2の規定が新設され、複数物品を組み合わせた内装の意匠の登録が認められるようになった。

意匠法第8条の2は、「店舗、事務所その他の施設の内部の設備及び装飾（以下「内装」という。）を構成する物品、建築物又は画像に係る意匠は、内装全体として統一的な美感を起こさせるときは、一意匠として出願をし、意匠登録を受けることができる。」という規定であり、店舗や事務所の内装のほか、住宅等のその他の施設の内装も保護対

象となっている。

また、令和元年法律改正（令和元年法律第3号）解説書によると、統一的な美感の要件に関し、「内装における『統一的な美感』が認められる例としては、①家具や什器壁や床等に共通の材質や模様等を用いている場合、②壁や床等の装飾、家具や什器を共通するコンセプトに基づいて構成している場合等が想定される。」との説明がなされている。

2 「内装」のデザインの分類と傾向

上述した通り、「内装」の意匠には、店舗の内装の意匠、事務所の内装の意匠、その他の施設（住宅等）の内装の意匠がある。

（1）店舗の内装

意匠法第8条の2にも明示されている「内装」の意匠の典型的な類型の1つは、店舗の内装の意匠である。

店舗の内装は、店舗の外観と同様、店舗に顧客を誘引し、顧客に商品の購入やサービスの提供を受けたもらうためのものであるため、店舗への顧客の誘引を意識してデザインされ、企業のブランド価値の向上に注目したデザインがなされる傾向も強い。

したがって、デザイナーの関与が大きくなる場面であり、以下のくら寿司や中部薬品の例でも、社外のデザイナーが創作者として登録されており、創作の実態を反映していると考えられる。

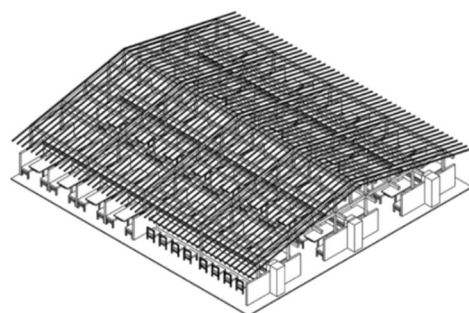
また、店舗の外観の場合と同様、店舗を経営する事業主が施主になるため、施主の側の要望や意向が外観のデザインに与える影響が大きくなる傾向がある。

施主が創作者になるかどうかについての考え方は、前記の建築物の創作者において述べたのと同様である。

【店舗の内装の意匠の例】

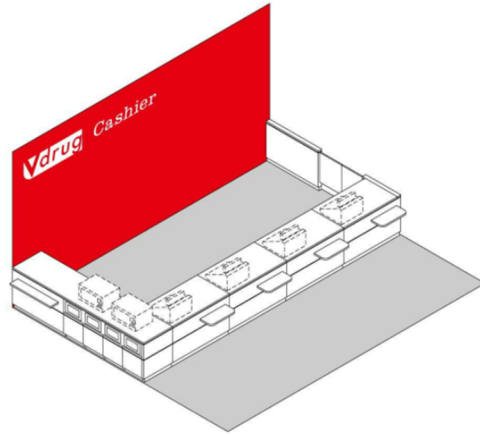
くら寿司 意匠登録第1671153号（回転寿司店の内装）

【斜視図】



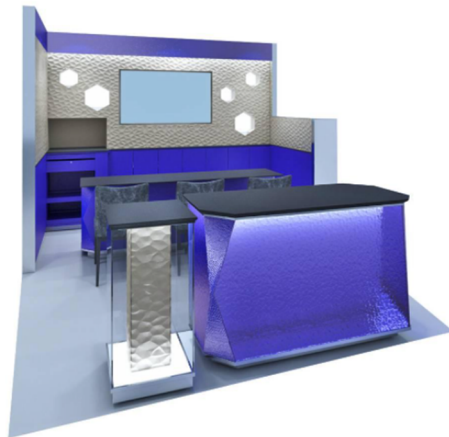
中部薬品 意匠登録第 1693229 号（ドラッグストアの内装）

【天井部分を除いた縮小斜視図 1】



コーセー 意匠登録第 1690192 号（化粧品売り場の内装）

【左方斜視図】



（2）事務所の内装

意匠法第 8 条の 2 にも明示されている「内装」の意匠の 2 つ目の典型的な類型は、事務所（オフィス）の内装の意匠である。

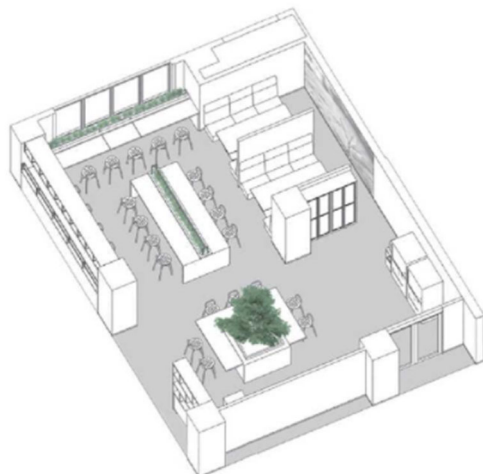
オフィスの内装は、事務所を利用する事業者が独自にレイアウトをする場合と、机、椅子、什器等を販売する事業者がレイアウトをする場合、両方で共同してレイアウトをする場合があると考えられるが、什器等を販売する事業者がレイアウトをする場合には、什器を含む内装自体が販売の対象になる。

事務所の内装については、事務所を利用する従業員の利用しやすさについての希望が重視される場合があると考えられるが、このような場合に希望を出した者が創作者となり得るかについては、施主の場合と同様に考えてよいものと考えられる。

【事務所の内装の意匠の例】

明豊ファシリティワークス 意匠登録第 1688246 号

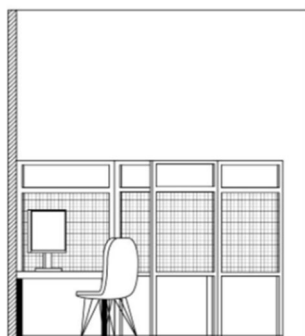
(オフィスの多目的スペースの内装)



日立システムズ 意匠登録第 1695796 号

(オフィスのオンライン会議スペースの内装)

【正面図】



(3) その他の施設の内装

意匠法第8条の2は、「その他の施設」の内装も保護対象としているため、店舗や事務所以外の内装も保護対象になる。

現時点までの登録例でみると、住宅や瞑想室の内装等の意匠登録もなされているが、これらの内装の意匠も施主と受注者とのやりとりを経て創作されると考えられる。施主を創作者とするかどうかは、建築物の場合と同様に考えられる。

また、下記のみさわホームの例のように住宅メーカーがデザインする場合には、企業による大量販売を想定した意匠として物品の意匠の創作に準じて考えてよいものと思われる。

【その他の施設の内装の意匠の例】

ミサワホーム、ウッドワン 意匠登録第 1681118 号（住宅の内装）

【彩色を施した室内から見た参考斜視図】



三菱地所 意匠登録第 1680695 号（瞑想室の内装）



3 内装の意匠の創作者認定における留意点

内装の意匠は、一意匠一出願の例外であり、内装を構成する複数の物品等の組み合わせを一意匠として保護するものであるが、複数の物品等の配置がその構成要素となっている。

そのため、誰が内装の意匠の創作者になるのかを考えるにあたっては、内装を構成する個々の構成物品の形態の創作、当該構成物品の配置の創作のいずれを重視すべきかが問題になるが、この問題は、判断対象となる内装の意匠の特徴的部分がどこにあるのかによって個別に判断するほかない。

例えば、出願前に公知になっていた机、椅子、什器等を従来にないレイアウトで配列したことを特徴とする内装の意匠の場合には、レイアウトを創作した者が意匠の創作者となり、出願前に公知になっていた構成物品のデザインをした者が、内装

の意匠の創作者になるといえないことは明らかである。

一方、内装の意匠を構成する個々の構成物品のデザインも、出願前には存在しない新規なものであった場合、個々の構成物品の形態とレイアウトの組み合わせが内装の意匠の特徴的部分であるとも考えられ、そのように考えた場合には、個々の構成物品の形態を創作したものと、レイアウトを創作した者の双方が意匠の創作者にあたりとえられる。

なお、デザインコンセプトの発案者を創作者と認めるかとの点及び意匠の特徴部分以外の作成者を意匠の創作者と認めるかとの点に関しては、物品の意匠、建築物の意匠で検討したのと同様の問題が、内装の意匠の場合にも生じ得るため、第1ガイドライン及び本ガイドラインの第2の項で論じた点を踏まえ、創作者の認定を行う必要がある。

以上