



Title	家具デザインの模倣規制について：商標法、不正競争防止法を中心に
Author(s)	多田羅, 景太
Citation	デザイン理論. 2012, 60, p. 88-89
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53508
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

家具デザインの模倣規制について — 商標法、不正競争防止法を中心に —

多田羅景太／京都工芸繊維大学

はじめに

近年インターネットや雑誌などのメディアを通して、20世紀初頭から中頃にかけて著名な建築家やデザイナーらによってデザインされた家具（以下デザイナーズ家具と称する）の模倣品を目にする機会が増加している。

一般的に工業製品は新製品への人気が高く、発売から数年後にはその製品に対する需要は著しく低下する傾向にある。最長保護期間が20年の意匠法はこのような工業製品のデザインを保護するためには有効であるといえよう。しかしながらデザイナーズ家具のようなロングライフデザインにとってその効力は限定的であるといわざるを得ない。

本発表ではこのような意匠法の限定的効力を補完する手法として、立体商標と不正競争防止法に着目し、今後デザイナーズ家具のデザインをいかにして保護するかを展望したい。

1. 家具デザインと立体商標

日本国内において意匠法あるいは著作権法によって、デザイナーズ家具のデザインを保護することは難しい。しかしながら近年、柳宗理（1915–2011）が1954年にデザインしたバタフライツールやハンス・J・ウェグナー（1914–2007）が1950年にデザインしたYチェアの立体的形状が商標として認められ、結果的にそのデザインが模倣から保護される例がみられるようになった。

バタフライツールは、2008年6月20日に立体商標として登録されているが、申請されたバタフライツールの側面に、「バタフライツール」および「Butterfly Stool」と印

されている。これは、バタフライツールの立体商標が、その立体的形状のみにより認められたのではなく、文字標識を含めて複合的に認可されたことを意味している。つまり文字標識の付加がなければ、バタフライツールの立体商標は登録商標として成立しない。

これに対し、Yチェアの立体商標には文字標識が印されていない。これは家具の立体的形状そのものが立体商標として認められた国内初の例である。2011年6月29日に知的財産高等裁判所（以下知財高裁と称する）において、特許庁の判断を覆してYチェアの立体的形状を商標として登録することを認める判決がなされた。

裁判での主な争点は「Yチェアの立体的形状が需要者の間で十分な周知性を獲得しており、他の肘掛け椅子と識別することができ、一定の出所を認識することができるか否か（商標法3条2項）。」という点であるが、知財高裁はその周知性による自他識別力を認めたのである。

なお、周知性を立証する要点については概ね次のような項目が中心となった。①商標の使用開始時期及び使用期間、②商標の使用地域、③販売実績、④広告宣伝のされた期間、⑤地域及び規模、⑥当該形状に類似した他の商品等の存否、⑦商標認知度の調査、⑧専門家の評価

知財高裁における審判において、これらの項目は徹底して調査、審理された。そして、総合的に考慮した上で十分な周知性が認められたのである。それぞれの項目について明確な基準を設定するのは難しいが、今後、デザ

イナーズ家具の立体商標登録に関してはYチェアの判例がひとつの指標になるであろう。

2. 家具デザインと不正競争防止法

不正競争防止法とは、業者間において正当な営業活動を遵守させることにより、適正な競争を確保するための法律である。

2000年11月18日に、アップリカ・チルドレンズプロダクツ株式会社に対し、子供用木製椅子マミーズカドルの製造販売を停止する判決が東京地方裁判所（以下東京地裁と称する）にて言い渡された。

原告であるノルウェーのストッケ AS は、1972年以来、原告製品の子供用木製椅子トリップ・トラップを製造販売し続けており、日本においても1974年以降、百貨店や原告を通じて継続的に輸入販売している。

本件で争われた主な争点は、「原告製品の形態と類似する形態を有する被告製品を製造販売する被告の行為が、出所の混同を生じさせる恐れがある行為として、不正競争防止法2条1項1号の不正競争行為に該当するか否か」という点であるが、東京地裁は、原告製品の形態と被告製品の形態が類似することを認めた上で混同の恐れがあるとし、不正競争防止法2条1項1号の不正競争行為に該当すると判断した。

3. 模倣規制の今後の在り方

今後デザイナーズ家具の模倣を規制していく上で、商標法と不正競争防止法はいずれも重要な法律であることは間違いないだろう。商標法と不正競争防止法のそれぞれの法の性質を考慮すると、既に模倣品が存在する場合は両法を活用するのが望ましい。

なぜなら商標は登録後に効力を発揮する権利であるのに対し、不正競争防止法はある特定の業者が既に行つた不正競争行為に対して

有効な法律であり、何らかの権利が発生するものではないからである。つまり模倣品業者が行ったこれまでの不正競争行為に対して不正競争防止法で対処し、それ以後は立体商標によって同じような模倣行為が起きるのを抑制する手法が合理的と手段だと考えられる。

おわりに

日本での意匠法によるデザインの保護期間は最長20年である。また、家具など工業製品のデザインを著作権によって保護するのは難しい。

これに対しYチェアの製造国であるデンマークでの意匠法によるデザインの保護期間は25年である。さらに、著作権の保護期間は著作者の死後70年であり、工業製品のデザインも著作権の保護範疇に含まれている。

このように国によってその保護期間が異なるため、製造国では保護されているデザインが日本では保護対象外となり、国際間の混乱を招く原因となっている。今後国際的なルールの一元化が進められる可能性もあるが、各国の産業政策に関わる問題でもあり、決して容易ではないだろう。

ところで意匠権、著作権などの知的財産権を永久的な権利としないのは、市場の自由競争を維持するとともに、権利が失効した先人の創作活動の成果を活用することで産業や文化を発展させるという考えに基づく。しかしながら、意匠権が失効した過去の著名なデザインをただ模倣して利益を上げる行為は、この考えに則したものといえるだろうか。過去の優れたデザインを応用してさらによいデザインを生み出すリ・デザインという考え方があるが、これこそ上記の考えに則した文化的活動ではないだろうか。