



Title	家具の模造品が市場に及ぼす影響：ジェネリック家具を中心に
Author(s)	多田羅, 景太
Citation	デザイン理論. 2011, 57, p. 114-115
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53582
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

家具の模造品が市場に及ぼす影響 — ジェネリック家具を中心に —

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家具デザイナーによってデザインされた家具（以下、本稿ではデザイナーズ家具と称する）の模造品を目にする機会が増加している。これまで意匠法と著作権法による保護の重複問題の事例のひとつとして家具の模造品問題について言及された論究は見られるが、プロダクトデザインの見地からこの問題を扱ったものは管見の限り見当たらない。

本論稿では近年日本においてジェネリック製品（以下、本稿ではデザイナーズ家具の模造品をジェネリック製品と称する）が注目されるようになった要因を分析し、それが現在の家具市場に及ぼす影響について考察することを目的とする。それを通して、いまだ20世紀初頭から中頃にかけてデザインされた家具に消費者の人気が集中し、メーカーとしてもその遺産に依存しているという土壌を指摘したい。

1. ジェネリック製品

ジェネリック製品は、意匠法によるデザインの保護が失効したデザイナーズ家具の模造品であり、中国などの比較的人件費の安価な国々を中心に生産されている。そのほとんどが正規品の半分以下の価格で販売されており、種類は近年増加傾向にある。また、近年見られるようになったジェネリック製品は、写真などで一見しただけでは先発メーカーのものとの相違点を見出すのが困難になってきている。このように模造品メーカーが正規品に極めて近い外観をもつ製品を生産できるように

なった背景として、意匠権によるデザイン保護の失効が挙げられる。

2. 家具のデザインを保護する法律

日本国内において家具を含むいわゆる工業製品のデザインは一般的に意匠法で保護される。平成18年の意匠法の改正により、保護期間は15年から20年に延長された。ジェネリック製品として模造されているデザイナーズ家具は、半世紀以上前にデザインされたものが中心であり、仮に意匠登録されていても保護期間は過ぎているものばかりである。ジェネリック製品を製造・販売する企業はここに着目し、模造品を合法的に取り扱っていると主張している。

一方で工業製品のデザインが著作権法でも保護される例がまれに存在する。著作権法による保護期間は、著作者の死後50年と意匠法と比べて長く設定されているため、仮にジェネリック製品として販売されている家具のデザインを著作権法で保護することが可能であれば、それらを模造することは違法行為となる。しかしながら著作権法によるデザインの保護を争ったニーチェア事件の判例により、日本では家具のデザインを著作権法によって保護することは困難であるという見解が一般的である。

ただし、家具の立体的形状が立体商標として認められ、結果的にそのデザインが保護されている例がまれに存在する。商標とは、ある特定の商品またはサービスについて、他の商品やサービスと区別するために使用される標識のことである。権利の存続期間は登録日から10年間であるが、何度でも更新すること

が可能であるため永続的に権利を維持することができる。これは権利の存続期間が限定的である意匠権や著作権とは大きく異なる。そして1997年の商標法改正により、立体的形状も商標として認められるようになった。このような状況の下、柳宗理が1954年にデザインしたバタフライツールのもつ形状の特異性が認められ、2008年に立体商標として登録された。これによりバタフライツールのジェネリック製品を販売する国内企業が、その販売を取りやめている。これは家具のデザインを保護する新たな方法として注目に値するといえよう。

3. ジェネリック製品と正規品の比較

実際にジェネリック製品と正規品にはどのような差異があるのであろうか。まず「メーカーの考え方」であるが、ジェネリック製品を製造、販売する企業は、正規品には正規品としての価値があると考え、ジェネリック製品側には優れたデザインをより求めやすい価格で提供するという役割があると主張している。また、デザインを模倣することについて違法行為ではなく、むしろ公になった優れた家具のデザインを複数の企業が利用して競うことは産業の発展にとって望ましいとしている。これに対し正規品を製造するメーカーは、消費者に模造品を購入しないよう注意喚起するなど、模造品の存在に対して厳しい姿勢で望んでいる。つまり、正規品を製造するメーカーは自らのビジネスにとって好ましくない存在としてジェネリック製品を認識しており、対策を講じようとしているのだが、根本的な対策は見出せないままでいるのが現状である。また、正規品メーカーは、過去のデザイナーが遺した優れたデザインをその時代に合った技術で生産し、今後も長期間に亘り高い品質の製品を市場に提供し続けることが期待できる。これに対してジェネリック製品

メーカーは、ビジネスとして成立することが最優先事項であり、昨今のようなデザイナーズ家具ブームが終焉した暁には市場からすぐに撤退するのではないだろうか。

次に「顧客層」であるが、ジェネリック製品を購入する顧客層は、本来ならば正規品を購入したいが経済的な問題で購入が難しい層と、ヘアーサロンやショップの経営者などの購入当初から限られた期間だけ使用することを前提に購入する層を中心に成り立っていると考えられる。これに対し正規品の顧客層は、製品そのものだけではなく、充実したアフターサービスによる安心感や、その製品を所有する満足感を正規品に求めていると考えられる。

最後に「品質と価格」であるが、ジェネリック製品と正規品は写真で見ると一見同じように見えるが、ディテールやサイズは多くの点で異なっている。また、ジェネリック製品は正規品よりも大幅に安価である必要があるため、素材や加工法が正規品とは異なり、接合部の精度が低いものも見られた。

おわりに

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。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、近年発表されたデザインよりも過去のデザインに需要が集まるデザイナーズ家具にとってその効力は限定的であり、ここに正規品メーカーの優位性と苦悩が混在していると思われる。

今後の展望として、法的見地からは、立体商標登録による模造に対する抑止力の向上が注目される。また本論考では詳しく取り上げなかつたが、不正競争防止法による模造禁止の可能性も考えられ、法廷で争われた場合、デザイナーズ家具に対してどのような判断が下されるか非常に興味深い。