

Vol.52 「不採用案について 考察-1」

デザイン保護委員会では業務の受発注時の覚書フォーマットを作成しようとして検討を進めていますが、なかなか簡単にはいきません。提案デザインの取り扱いに関しても、難しい項目の一つに不採用案というものがあります。そもそも不採用案という概念も明確ではありません。該当するテーマの業務で成果物とならなかった提案デザインについて、委員会での検討からレポートします。
(2013年12月1日 編集・文責：デザイン保護委員会 委員長 丸山和子)

● 情報発信

「不採用案」ってなんでしょう？ JPDAデザイン保護委員会

我々が通常のデザイン作成業務において、初回のプレゼンテーションで提示した案が何の変更もなく、そのまま商品化に進むということは、まず無いと思います。しかも1案だけの提示ということも、ほぼありえず、与件に沿って複数の案を提示することが殆どです。依頼企業も社運を賭けて商品開発をしている訳ですから、重要な要素であるデザイン開発についても、慎重に、あらゆる可能性を追求していきます。そこで商品化に到るまでに創作・提示された数多くのデザイン案は、どのようになっているのでしょうか？

いわゆる不採用デザイン（ボツ案）が、どのようなポテンシャルを持っているのかを考えることも創造性と創作者の権利保護にとって、欠かすことのできない要素ではないかと思ひ、このような考察を試みました。

1. デザインプレゼンテーションに当たっては、基本的に複数案を提示することが一般的であり、そのなかでも不採用デザインの扱いについては、明確になっていないことが多いのではと思います。
2. いわゆるコンペティションにおいては、当初提示した案が選にもれた場合は、そこで業務が終了することが殆どかと思ひます。又、場合によっては、一度で選を決することが出来ず、当初提示した案に若干の修正や複数案の組み合わせによる新たな案の提示を求められることもあります。

これは大きく分けて、その案に「決定の可能性」がある場合と、デザインの「展開の可能性」を確認する意味を持つ場合の2種類です。

3. コンペティション・指名を問わずデザイン決定のプロセスに於いて、当初提案のものがそのまま商品化されることは稀であり、マーケティング的考察等により、さまざまな修正が加えられることが殆どです。又、修正やブラッシュアップの過程において、提示した案の折衷的なものを求められることも多々あります。

例えば「ロゴタイプについてはA案」が好ましいが、「シズル表現についてはB案」の方がインパクトが強いので、組み合わせた「案 F」を作成して欲しい等の事例です。

この場合、「A案・B案の両方の要素が採用された」と考えるか、デザイン表現において、どちらかの要素がより重要で、「A案の進化版」とみるか、「B案の進化版」とみるか判断が難しいところがあります。又、A案・B案いずれも不採用とみて、「新たに創造されたF案」が採用という考えもあり得るのではないのでしょうか。

4. 一般的にデザイン案の提示に当たっては、プレゼンテーション時に提示案全てを依頼者に預けることが殆どであり、不採用案が返却されることは少ないのではと思われれます。又、依頼者の特性によっては、提示時にA・B・Cの3案のみ受領して、選にもれたD・E・F案の受領を拒否される場合もあります。又、依頼者によっては「デザインストック」的な表現により、提示されたデザインを採用・不採用に拘らず一切返却されないこともあるかと思われれます。

5. ごく稀にはありますがコンペティションの場合に、参加した異なる制作者の案を折衷した案の作成を求められる例もあるのではと思ひます。

※この場合、正確な意味でのコンペティションとは言い難く、又、そのデザインの主体がどこに有るのが曖昧になりがちです。もっともコンプライアンスの意識の高まる中でこのような事例は減少しつつありますが。

6. 又、リニューアルデザインの作成に当たって、オリジナルデザインの要素を使用しつつも、オリジナルデザインの制作者ではなく、別の制作者に依頼することも稀にあるようです。

この場合オリジナルの要素を創作したデザイナーの立場はどうなのでしょう？

7. 一般的な制作委託契約には、不採用デザインの扱いに関して言及しているものは、少ないのではないのでしょうか？

日本的な商慣習では、一度提示したものを返せというのは馴染まない点も有ると共に、特にグラフィックデザインについては、「商品名」・「シズル」・「テーマカラー」等、依頼者企業の色合いが強く反映されており、もし返却されて仮に、そのデザインがフリーに使用できるような状況になったとしても、他に転用することはほぼ不可能と思われれます。

(依頼した企業の戦略が漏洩してしまう可能性があるとともに、契約の機密保持条項からいっても、これを遵守するのは制作者の義務でもあります。)

もちろん、そのジャンルにおける、かつて無かったような「斬新なレイアウト」・「想像もしなかったようなシズル表現」・「カラープラン」等は創作物として充分尊重されるものであり、所謂「コンストラクションデザイン」についても、基本的に普遍的なものであり、この限りではないと考えられます。

例えば「お菓子のパッケージ」等を例にとってみても、商品の特性・サイズが変わらない限り、A社の商品でもB社の商品でも展開が可能となります。もちろん各企業ごとのコンストラクションデザインに対するスタンスの特性は考慮する必要はありますが。

8. 指名で、尚且つ常態的にデザイン制作を行っているような環境では、一度提示したデザイン案の返却を求めることは難しいところがあります。長いお付き合いの中で築き上げた信頼関係の中での創作活動でありますので・・・常態的なデザインの受発注関係の場合、該当テーマには相応しくないが、デザイン表現として今後展開の可能性のあるものについては、依頼者が将来的な商品化に向けてストックしておく場合もあり得ます。

この場合、別の商品化にあたって採用された場合、これを採用と判断するか、当初のテーマと異なるので目的外使用とみるか。いずれにしても何らかの別途採用料的なものが発生するのが順当なのではと思ひます。

又、グローバル化のなかで、海外展開をしている依頼者企業も多く、日本では使用しないが海外の商品に展開される可能性もあります。これも、見過ごすことのできないことです。

以上、さまざまなデザイン作成プロセスに対応して考えてみました。

現在では、デザイン制作委託にあたって何らかの契約を締結しているのが殆どだと思われれますが、その中で「ボツデザイン」的に扱われがちな「不採用デザイン」が、どのような意味合いと可能性を秘めているのかを考え、契約を締結する時に、以上述べてきたようなパターンを認識されて臨まれることも一考に値するのではないのでしょうか。

断片的なレポートになりましたが、業務の取り決めに当たって、このような諸事情をチェック項目として受け止めていただけましたら幸いです。(委員一同)

● 活動報告

2013年度 第2回 D-8デザイン保護研究会

2013年10月31日(木) 18:30~20:30
東京ミッドタウン・デザインハブ5F 公益社団法人日本デザイン振興会 (JDP) 会議室にて開催された。
参加者：DSA 1名/JAGDA 1名/JCDA 1名/JID 2名/JIDA 2名/JJDA 3名/JPDA 1名/SDA 1名
/オブザーバーとして日本デザイン保護協会から 1名
議長：藤井委員長 (SDA)
議題：1. 「契約・報酬ガイドライン」について
2. 経済産業省「デザイナー・データベース」について
3. 意匠法勉強会「部分意匠の関連意匠登録事例集・その他」の実施に向けて

次回予定
2013年12月12日(木) 18:30~21:00
東京ミッドタウン・デザインハブ5F JAGDA 事務局会議室

◆このページに限らずVol.1~これまでに掲載した内容は著作権・他で保護されています。無断転用・引用はお断りいたします。