

開催報告／デザイン法研究会 第1回

日時：2012年10月23日（火） 19:00-21:20

参加者：11名

講師：大峰 勝士 氏（特許庁 国際課 意匠政策班長）

場所：金沢工業大学虎ノ門キャンパス1302会議室

議事次第：

研究会発足にあたっての挨拶の後、大峰勝士氏（特許庁国際課意匠政策班長）が講演を行い、参加者間での意見交換を行った。

1. 主要国の意匠保護
2. 意見交換

議事要旨：

1. 主要国の意匠保護

・国際的な意匠登録出願ルートの一つである、ハーグ協定ルートについて、加盟の検討が各国で進んでいる。現在の加盟国に加えて、法改正中（米国：上院で法案可決済み、韓国：立法改正予告中）国を含めると我が国出願人の海外出願の48.5%がハーグ協定ルートで出願できるようになる。さらに、関心表明（中国、ロシア、ASEAN（アクションプランに明記））国を含めると79.7%に至る。

・WIPO SCTにおいて意匠法条約の採択の議論がある。ただし、外交会議の開催を求める欧州と、開催は了承しているが更なる調査を求める途上国が対立し、開催自体の合意には至っていない。主たる対立点は、新規性喪失の例外、及び、公開遅延制度である。

・主要国の間では、米国、欧州、中国、韓国それぞれの意匠保護制度が異なっている。例えば保護客体（グラフィック・ユーザー・インターフェースやタイプフェイスが含まれるか否か）、保護期間、新規性の判断基準などが異なる。

・意匠保護制度に加えて、著作権によって保護がなされている国もあるが、その要件は様々である。

2. 意見交換

○意匠制度の利用状況について

・日本で意匠制度が利用されなくなってきたとの指摘があり、特にアパレルを中心としてライフサイクルの短い製品については実体審査の期間が登録の障壁となっているという指摘がある。しかし、実体審査を行わない欧州においても、アパレル等に関する登録はそれほど多くはない。そもそも登録出願を行うという行為自体が、これらの業界にとっては大きな負担感があるのではないか。

○中国での意匠登録について

・中国では極めて多数の意匠登録が行われており、権利の数を形成しているとの印象すらある。

・中国の意匠登録は、出願助成制度を受けて個人からの出願が多いことが特徴的である。知識産権局（中国特許庁）によると、中国国民に知的財産権意識を植えるために必要な取組であるとのことである。

○タイプフェイスの意匠制度による保護について

・タイプフェイスの保護について、そもそも日本を含む漢字文化圏では多数の字数を含むためデザインの統一性を図ることは困難であり、しかも、コンピューター上でのフォントが主であるなか、拡大・縮小に耐え得るフォントであることが必要であり新規の創作は容易でないとの指摘がデザイナーからなされている。このため実質的にはデッドコピーに近い複製が商業上生じ得るが、そうであるとデータベースの複製と考えられ著作権の保護が及ぶ。

・タイプフェイスについては、日本のように類似の範囲まで権利が及ぶ意匠制度の下では保護は強すぎる可能性がある。

開催報告／デザイン法研究会 第2回

日時：2012年12月20日（木） 19:00-21:00

参加者：7名

講師：杉光 一成 教授（金沢工業大学 教授）

場所：金沢工業大学虎ノ門キャンパス1302会議室

議事次第：

1. 意匠の保護にかかる公示制度の意義について

2. 意見交換
3. 今後の研究会の進め方

議事要旨：

1. 意匠の保護にかかる公示制度の意義について

・ビジネスの現場では、先行技術、意匠調査が重要な業務となっている。しかし、そのことは法制度の議論に反映されていない。登録制度は権利の移転を明確にする制度との理解はあるが、第三者の立場の安定性への配慮を欠く。権利の範囲、帰属は公示され、事前に調査ができるべきではないか。登録制度は公示するために行われていると理解するべきではないか。

2. 意見交換

○公示の必要性について

・公示されていないデザインの調査は大きな負担になっている。不正競争防止法対応は困難を極める。公示されていることは優れている。ただ、企業の知的財産関係予算が限られている中、意匠登録出願を減少させざるをえず、不正競争防止法に頼る傾向がある。また、意匠登録出願は必ずしも容易ではない。中でも新規性喪失の要件が厳しいことは課題である。出願時に、公開した事実を証明する必要がある。これを拒絶を受けたときに証明するようにしてはどうか。

・手続をとった人を保護すべきというのは、手続のための手続という位置づけになってしまうのではないか。
・公示されたとしてもそもそもデザインの調査が十分に出来ないという技術的な課題がある。もっとも、この点は将来解消され得る。

・不正競争防止法の形態模倣禁止（2条1項3号）は当初、意匠審査期間を考慮して3年の保護が与えられていたが、近年はその理由が明示されなくなってきた。当初の理由を考えれば短縮してもよいのではないか。

・応用美術の保護についても、公示を促進するような仕組みとすべき。公示することにより権利を強化することや、積極的に意匠登録の対象とすることが考えられる。

・著作権は登録されたとしても無審査であるため、濫用的な使われ方がなされるのではないか。

○応用美術でのデザインの保護と意匠制度の利用

・フランスは著作権で応用美術が保護されるが、意匠単位で見ると出願数が非常に多いことの要因は、産業財産権の侵害は無過失責任となっており、損害賠償を間違いなく得ることができる点にある。

3. 今後の進め方

・デザイン保護の存続期間は論点になり得るのではないか。ポルトガルは半永久であった。オーストラリアは機能的な形状を保護するため10年にしている。南アフリカは機能的な意匠で10年、非機能的な意匠は20年である。このように存続期間が国によりまちまちである。

開催報告／デザイン法研究会 第3回

日時：2013年2月25日（木）19:00-21:30

参加者：12名

講師：別所 弘和 氏（本田技研工業株式会社 知的財産部）、仲村 隆蔵氏（独立行政法人 工業所有権情報・研修館 広域知的財産アドバイザー）

場所：金沢工業大学虎ノ門キャンパス1302会議室

議事次第：

1. Hondaのデザイン戦略とブランド
2. 自動車分野のデザイン戦略とブランドに関する意見交換
3. キャラクタービジネスとデザイン保護について
4. キャラクタービジネスとデザイン保護に関する意見交換

議事要旨：

1. Hondaのデザイン戦略とブランド

・基本理念、社是などを基本とする、Honda Philosophyを設け、デザインの原則としている。この60年間は先進創造の開拓への挑戦を行ってきた。基本理念の中には「人間中心」がある。

・デザインのために技術要素を作り替える取組は1980年から進んでいた。

・ブランディングは、ビジュアルアイデンティティの一貫性・継続性を保つことを重視している。ショップ、ユーザーと

のコミュニケーション、プロダクト、広告が一貫するようにしている。商標の使い方にも配慮をしている。

- ・ブランドのために一貫したデザインを採用しているとモデルチェンジをしたデザインが意匠登録されないという課題に直面することがある。
- ・コンセプトの模倣については対処が難しい場合がある。

2.自動車分野のデザイン戦略とブランドに関する意見交換

- ・ゲーム化、おもちゃ化などにおいてもブランドの一貫性を守るために確認を行うことは重要であると考えられる。
- ・デザインがシンプルなものに向かっていくと、創作非容易性を求める意匠法上、登録されなくなる点が悩ましいように思う。

3.キャラクタービジネスとデザイン保護について

- ・サンリオでは、キャラクターの自社開発を行い、創立50年で450のキャラクターを生み出した。市場に出回っている商品は50,000種類以上である。
- ・キャラクターの著作権での保護は重視している。美術の著作物になると考えている。エンフォースメントのため、米国、中国をはじめ数カ国で著作権登録を実施。米国では商品カタログも著作権登録を行っている。また、商標による保護も積極的に行っている。キャラクター数が多く、かつ、商品分類が極めて広いため、商標登録が膨大になっている。
- ・ファブレスであり、しかも、商品サイクルが短いことから意匠制度の利用は限定的である。

4.キャラクタービジネスとデザイン保護に関する意見交換

- ・日本の著作権登録があるだけで、中国等の裁判官には効き目があったという話がある。登録証があると、権利があると認識してもらいやすくなるようである。法律的には効果がないと思われがちであるが、意匠登録が間に合わない時には実務上の効き目があるのではないか。
- ・商標登録は水際対策や刑事規制において強力な武器となる。

開催報告/デザイン法研究会 第4回

日時：2013年3月12日（火）19:00-21:30

参加者：15名

講師：田村 善之 教授（北海道大学 教授）

場所：金沢工業大学虎ノ門キャンパス1302会議室

議事次第：

1. 立体商標登録の要件論
2. 意見交換

議事要旨：

1. 立体商標登録の要件論

○立体商標登録の要件についての解釈の変化

- ・商品の立体的形状の商標登録要件については2つの争点が存在する。
 - 1)3条2項（特別顕著性）を獲得するために必要とされる要件は特別に高いバーが必要か？
 - 2)3条1項3号に該当する要件はどのようなものか？（特異なものであれば3号に該当しないのか、それとも、商品形状である以上3号に該当するのか）
- ・争点1について、初期の裁判例では特別顕著性の獲得を厳格に解する判例が続いていたが、平成19年にミニマグライト事件で知的財産高等裁判所が下した判決で独占にふさわしくない場合は4条1項18号で拒絶すればよく商品の形状について3条1項3号と3条2項で厳しい基準を設ける必要はないとの判断が示され、さらに、平成20年にコココーラ立体商標事件で知的財産高等裁判所が下した判決では特別顕著性について厳格には解さない判断が示された。以後、この判断基準は踏襲されている。
- ・争点2について、初期の裁判例ではいずれも傍論ながら需要者の予測を越える形状であるかが判断基準であるとされてきた。他方で、一部の裁判例では需要者の認識とは関係なく、商品の機能や美観と関係すれば3条1項3号に該当するとの判断基準も示されていた。この後、平成20年のコココーラ立体商標事件知的財産高等裁判所判決で後者の基準が採用され、以後、この判断基準が踏襲されている。

○不正競争防止法上の基準からの商標法への規律への示唆

- ・不正競争防止法2条1項1号は、顕著な特徴（＝特別顕著性。ただし、商標法3条2項とは異なり、セカンダリーミーニングに近い）、長期間独占的な使用又は強力な宣伝広告・販売実績等（周知性）が要件と説示されることが多い。
- ・しかし、需要者の混同を放置することの妥当性の無さ、独特の形状を要求しない立体商標制度との整合性を考えると、出所表示となる周知性を獲得したのであれば独特の形状を要求する必要は無いと考える。なお、実際の裁判例では特別顕著性が要件とされるものの、高い基準は課されていないとの指摘がある。
- ・不正競争防止法での保護に関して技術的形態除外説が存在するが、その論拠である工業所有権の価値判断を優先すべきとの立場は根拠が無く、またさらに仮に調整が必要ならば意匠法の保護がある以上すべての不正競争防止法上の形状に対する保護は否定されるべきであるところ、そのようになっていないことから妥当性を欠く。競争上不可避な形態を除外するとの解釈が適切である。
- ・このように理解すると、商品形状に対する不正競争防止法2条1項1号の規律は、周知性があれば商品の形態が保護される、ただし、商品の機能に由来する必然的な形態については保護が否定される、との構造であることが分かる。この規律を商標法に照らし合わせると、周知性の獲得（3条2項）、必然的形態の排除（3条1項3号）が対応する。
- ・3条2項で逆転できる要件については（3条1項3号～5号）は、先願というだけで登録を認めるべきものではなく、使用による特別顕著性が獲得できた場合は登録できる、ということ述べたものと理解すべきである。

○結論

- ・このように、商標法3条1項3号に該当する標章は独占適応性が弱い（この背景には登録意匠制度との兼ね合いがあることが指摘されている）ために登録主義が修正されていると考えるべきとの立場に立つと、3条2項を不正競争防止法の規律と整合的に解釈ができる。
- ・商品の機能と関係すれば、需要者の予測に関わり無く3条1項3号に該当するとの判断基準を採用することが妥当と考える。ただし、ある商標が特定の限られた製品の機能・美観に関係する場合については問題となり得しまうため、意図している用途をもってディスクレームする制度が求められるのではないか。

2. 意見交換

○商品と表示・包装の区別について

- ・商品の形状と容器の区別によって扱いを変えれば、解釈上の悩ましさは減るのではないか。
- ・両者の区別は必ずしも容易ではないのではないか。
- ・意匠登録制度との兼ね合いを言うのであれば、平面の意匠についても登録する制度の下では、商品の形状だけが問題になるとは限らない。

○結論について

- ・結論に従えば、商品の形状であればおよそ3条1項3号に該当することとならないか。
- ・たしかにそうであるが、およそあり得ない形状は除外するべきである。ただ、商品形状がどうか出願ではわからないため、ディスクレーム制度が必要であると考えている。

○公示される権利との優劣について

- ・近年、不競法事案が増えていることは、政策的に望ましくないのでは。登録を伴わない保護については、登録した場合に比べて弱い保護とした方がよいのではないか。
- ・非登録制度では公示に代わる要件が備わることでバランスを採っている。登録・公示型の排他権にも課題がある。多数権利が設定された場合、アンチコモنزの悲劇が生じることがある。
- ・不正競争防止法は登録制度があった中で必要が生じて登場した制度であることは見過ごすことができない。