

欧州意匠登録—それは日本企業に有用か？（その1）

ヴェーディク・フォン・デア・オステン・ザッケン*

相澤良明（訳）**

抄録 欧州共同体意匠制度は欧州連合全域を保護する統一意匠制度として2002年に登場し、その後2004年5月には新たに10カ国が加盟し現在25カ国を保護する意匠制度として拡大しつつある。共同体意匠の主な特徴として、特許のPCTやEPCとは異なり、登録後に各国個別の権利となる制度ではなく、ひとつの権利で全加盟国を保護するという点と、登録制度で運用する一方で、登録がなくとも意匠が保護される、非登録制度を有する二重構造となっている点があげられる。また、共同体意匠は実体審査が無い無審査登録であり、その手軽さ、早い権利化、費用対効果の面から共同体意匠の利用は増加している。本稿では、本制度における権利取得及び権利行使上のさまざまな特長や課題、最近の審決例や企業の活用例などをあげて、実務者が日々気になる権利化上の留意点を具体的に説明する。

目次

1. 序—欧州共同体意匠登録の強さ—
2. 概要
 - 2.1 保護の種類
 - 2.2 保護対象（建物、包装、ロゴなど）
 - 2.3 地理的範囲
 - 2.4 保護期間
 - 2.5 保護要件
 - 2.6 無審査登録（新規性及び個別性）
3. 統計データ
 - 3.1 2005年7月末までの出願及び登録件数
 - 3.2 出願上位各国
 - 3.3 2004年度年間出願上位企業
 - 3.4 製品分野
4. 出願及び登録手続きにおけるヒント
 - 4.1 適切な出願書類
 - 4.2 製品の部品の保護
 - 4.3 ユーロロカルノ分類の利用とその効果
 - 4.4 多意匠出願
 - 4.5 公報発行の延期（繰り延べ）

（以上、本号掲載）
5. 興味を引く問題
 - 5.1 登録対象外の品目
 - 5.2 先行権

- 5.3 非登録共同体意匠権の脅威
 - 5.4 登録意匠としてのロゴ
 - 5.5 登録意匠としての立体商標
 - 5.6 無効部における審決例
- （以上、2月号掲載）

1. 序—欧州共同体意匠登録の強さ—

欧州連合加盟各国はそれぞれ独自の意匠制度を制定しているが、ここでの疑問は日本企業にとって欧州共同体意匠制度が制定されたことだけを理由に出願戦略を再検討する必要があるかどうかである。答えは—Yesであり、出願戦略の再検討をするに十分な理由が確かにある。

欧州連合の各国隔々まで保護する意匠法の改正にはめざましいものがあり、欧州連合は現在加盟各国の国内法との調整を終え、欧州連合全体に効果を及ぼす統一の共同体意匠登録制度

* HOFFMANN・EITL LL. M. Partner 弁護士
Dr. Wedig von der Osten-Sacken

** 日本技術貿易株式会社 意匠商標部 部長
Yoshiakira AIZAWA

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

(a uniform Community Design Registration)を発展させている。

さて、では実際どのような変化が日本企業の出願戦略に対する再検討を促す理由となるだろうか？

- ・ 共同体意匠登録制度は統一の制度であり、ひとつの登録意匠が欧州連合全域を保護するのに十分である。
- ・ さらに、登録手続においては実体審査がないので、取得が容易で費用がかからない。
- ・ 有効性の要件は緩和されている。

以前のドイツ意匠法にあったような創作性と審美性に対する立証の必要はなく、先行意匠 (prior art) との 差異 (different from) が唯一必要である。

- ・ 非常に強い権利であり、権利者が侵害訴訟手続において有効性を証明する必要はない。むしろ、共同体意匠の有効性は推定されており、影響を与える先行意匠を立証するのは侵害者の義務である。
- ・ また、登録共同体意匠は阻止効果 (blocking effect) を有する知的財産権である。これは、以前のドイツ意匠法のように、意図的に模倣 (copy) された場合、単に意匠が侵害されたことだけではすまされないことを意味する。

これらすべての長所が欧州共同体意匠登録制度の広範な利用につながる結果となり、将来に向けてさらに継続すると考えられる。したがって、この制度を活用する企業は欧州市場での競争に相当有利になり、一方、この制度の有効な活用を失う企業は不利となるだろう。

2. 概要

2.1 保護の種類

共同体意匠規則は二重構造からなる保護制度

を提供するものである。すなわち、登録共同体意匠 (registered Community Designs) 及び非登録共同体意匠 (unregistered Community Designs) の2つの保護の形態を認めている。

登録共同体意匠の保護は、スペインのアリカンテにある共同体商標意匠庁 (Office for Harmonization in the Internal Market Trade Marks & Designs (以下略して、OHIMとする)) に登録共同体意匠出願をすることで受けることができる。そして、非登録共同体意匠による保護は、数多くの加盟国にとって新しい制度であり、そうした国々は意匠法を実質的に変更している。

この2つの保護形態には、保護期間 (登録意匠は最大25年、非登録意匠は3年間のみ) に加えて、その権利行使にも差がある。非登録共同体意匠は模倣による使用に対してのみ権利者の保護を認めている。これに対し、登録共同体意匠は後にデザイナーにより独自に創作された場合でもその創作を同様に禁止する権限を権利者に与えている。

こうした差異が存在しなければならない理由は、登録手続にかかる時間とコストを誰も喜んで受け入れないからである。

2.2 保護対象 (建物、包装、ロゴなど)

共同体意匠は製品若しくはその部品のいくつかの視覚的外観 (visual appearance)、例えば製品の形状、それらの包装、ロゴ、建物などを保護する。



図1 プラスチック製食品箱



図2 建物

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

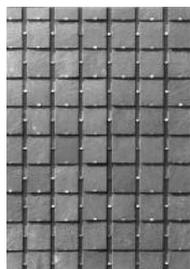


図3 建物の外壁



図4 ネクタイ



図5 パソコンの画面



図6 アイコン

2.3 地理的範囲

共同体意匠規則は、共同体商標制度と同様に欧州連合全域を保護する意匠権を取得するための統一制度を導入している。これは、単一の共同体意匠権が現在4億人強からなる25カ国を保護することを意味しており、欧州連合は現在2004年5月に加盟した東欧諸国も含んでいる。(オーストリア、ベルギー、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、ギリシャ、アイルランド、イタリア、ルクセンブルク、オランダ、ポルトガル、スペイン、スウェーデン、イギリス、キプロス、チェコ、エストニア、ハンガリー、ラトビア、リトアニア、マルタ、ポーランド、スロバキア、スロベニア)

欧州連合全域を保護する単一の登録は一つの出願を一つの事務局、アリカンテにあるOHIMに行うことで取得できる。そして、共同体意匠の統合的性格が欧州連合の隅々まで平等にその効果をもたらすのである。つまり、登録、譲渡、放棄若しくは無効宣言の決定は同様にその結果としての効果が欧州連合全域に及ぶのである。

こうした統一による特長は、欧州連合の加盟

各国毎の個別の意匠制度間に存在する障壁とは対照的である。

2.4 保護期間

5年毎に4回の更新年金費用を支払うだけで、登録共同体意匠は出願日から最大25年の保護期間を有する。

2.5 保護要件

登録共同体意匠では、その意匠が「新規(new)」で「個性(individual)」を有する場合、その保護を受けることができる。

1) 新規性(Novelty)

意匠は、いわゆる対応する製品分野の特定な範囲(the specialist circles of the relevant product area)において、先行意匠が公衆の利用(available to the public)に供せられていなければ、新規である。

図7に示すような、古い形状のものの新規な利用は新規性を認められない。



図7 共同体意匠登録 3066

つまり、このバイオリンの形状の携帯電話への利用は、たとえ特定製品分野でのそうした形状の利用は新規であっても、意匠権保護に必要な新規性の意味からは新規とは言えないのである。

原則的に、先行意匠にその意匠のすべての重要な特徴が表現されている場合には、新規性は

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

ないとされる。つまり、個別の特徴を観察することで判断することができる。



図8 共同体登録意匠 62005-0001

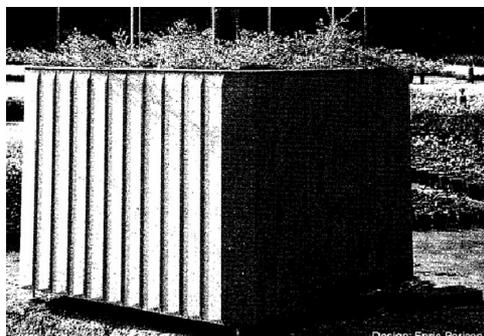


図9 先行意匠

プランターコンテナの登録意匠（図8）は先行意匠（図9）とは同一とは判断されなかった。なぜなら、プランターコンテナの角とパネルに違いがあると考慮されたからである。具体的には、登録意匠の円錐形の角と先行意匠の直角の角、左右対称のパネルと非対称のパネルという点が相違する。

それぞれの特徴における、こうした小さな違いが新規性を構成する。（ところで、図8、図9のケースでは、新規性は認められたものの、次に説明する「個別性」がないとの理由で最終的に無効が宣言されている。）

2) 個別性 (Individual Character)

その意匠が他の先行意匠とは異なる全体の印象 (overall impression)を実現している場合、その意匠は個別性を有していると言える。

したがって、個別的、非本質的な特徴における差異だけでは、全体の印象を変えるものでないので、十分とは言えないだろう。しかし、異なる全体の印象が実現されているのであれば良く、独創性（以前のドイツ意匠法では要求されている）までは要求されていない。これは“情報に通じた利用者 (informed user)”の視点から判断されるが、“情報に通じた利用者”とはその分野に精通した人物 (someone skilled in the art) を指しているのではなく、関連する産業界 (concerned sector) であり、小売業者やコレクターなどがその例である。

回転いすの登録意匠の事例では、登録意匠（図10）における全体の印象が明らかにされた先行意匠（図11）と比べて十分な違いがないという理由で独特の全体の印象が無効部 (Invalidity Division) により否定された。



図10 共同体登録意匠 3595

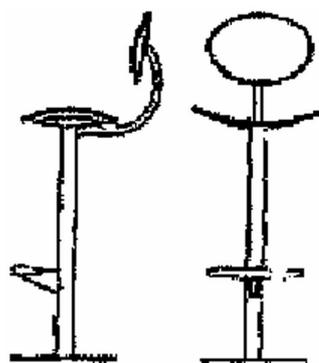


図11 先行意匠

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

したがって、この登録意匠は取消された。

しかし、天井灯の登録意匠（図12）の事例では、全体の印象における十分な差異、そしてそれによる統一した個性があることを無効部は確認している。無効宣言請求を行った当事者は先行意匠（図13）を提出している。

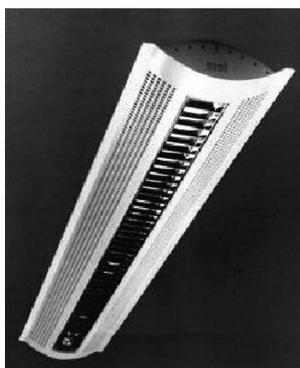


図12 共同体登録意匠
18148



図13 先行意匠

上記事例から判るように、たとえその意匠ではわずかに限られた新規な創作工夫のみしかなくとも、個性が確認されることもある。技術的機能の側面や広範にわたる先行意匠の存在があつて新規な意匠の範囲が限定される場合、いわゆる創作者の“自由度 (degree of freedom)”は制限され、個性はより容易に確認されることになる。瓶の意匠がその良い例であり、瓶の創作者は少なくとも開口部と容積に対する提案を行わなければならない。瓶をデザインする場合、創作者の自由度は瓶の容器としての機能に限られる。加えて、瓶の先行意匠は非常に広範囲に渡っているので、新規の意匠にかかる創作の範囲は限られた余地にのみ及ぶ。

したがって、非常に小さな工夫のみからなるものであっても、その新規の瓶の意匠には個性を認めることができるのである。

3) 開示 (Disclosure)

もちろん同一 (identical) 若しくは同等 (equivalent) の意匠がすでに公衆の利用に供されている (available to the public) のであれ

ば、その意匠は新規でなく、そして個性もないと見做される。

こうした開示の要件は、共同体域内で業を営んでいる関連業界 (the circles concerned) が通常の業務において、そうした先行意匠が既に知られていることである。また同様に、その業界で通常の業務において欧州連合域外で供給されている製品を知ることがあれば、欧州連合域外での開示もまた登録共同体意匠による保護を妨げることになる。

例えば、パソコンの筐体に関して、ドイツ連邦最高裁判所はドイツの関連業界が外国市場での開発状況も同様に調査していることを確認した¹⁾。これは台湾での開示が登録共同体意匠に対応する先行意匠となり、有効性が否定された事例であり、日本での開示も有効な無効資料となり得るだろう。

4) 猶予期間 (Grace period)

自身の意匠を公衆へ開示し新規性を阻害しないためには、その開示がなされてから12ヶ月の猶予期間内に出願することが必要である。しかし、この猶予期間に依存しないでいただきたい。図14で猶予期間の弱点を説明しよう。

2005年1月1日、創作者は自身の意匠を開示する。この時点では、2005年1月1日に存在している先行意匠と比べて、この意匠は新規であり、個性を有している。ところが猶予期間内に他の意匠が発表されたので、その後先行意匠との関係が変更された。つまり、創作者が最終的に自身の意匠を出願する時、例えば2005年12月24日には、全体の外観においては、新しい先行意匠に対して十分な距離がもはやないのである。また、創作者の開示により非登録共同体意匠権 (an unregistered Community Design) があるものの、残念ながら後の意匠が意図的模倣 (a willful copy) でない限り何の助けにもならないのである。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

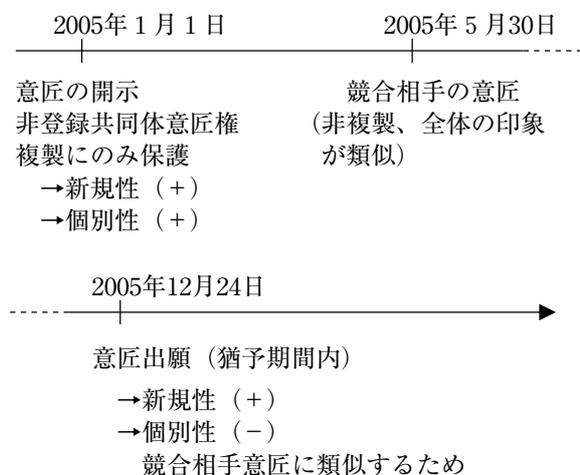


図14 猶予期間 (Grace period) の例

このように、出願が遅れても「新規性」を阻害するものではないが、その意匠の「出願時点では個別性」を有することが追認されないことがある。

なお、この猶予期間は優先権と混同してはならない。優先権が主張された場合、後の出願日ではなく、優先権主張日 (priority date)を基準に先行意匠と個別性の判断がされる。つまり、優先権主張期間内の先行意匠は障害とはならない。したがって、優先権主張期間内に共同体意匠出願されることを、是非忘れないでいただきたい。

5) 優先権 (Priority)

前述のように、共同体意匠規則は優先権条項も規定している。優先権は、WTOによる協定、もしくはパリ条約加盟国の何人も先の意匠 (design) もしくは実用新案 (utility model) の出願日から6ヶ月以内に主張することができる。

加えて、国際展覧会に関する条約の条件に合致する国際的な展覧会として公式に認められている場合は、その展示会 (exhibition) への出展による優先権を主張することも可能である。

2.6 無審査登録 (新規性及び個別性)

共同体意匠出願の審査は形式的な出願要件に

限られる。これは、庁が出願意匠が新規であるか、個別性を有するかの審査を行わないことを意味する。つまり、方式要件上の不備に加えて、非登録事由、出願の主題が共同体意匠規則の意図する意匠の範疇に含まれるか (例えば単なる言葉 (simply a word))、もしくは社会秩序や社会規範に触れるかどうかのみが審査される。

したがって、実質的な認可手続きもなく、意匠は多額の手続き費用の負担なく、概ね3ヶ月以内という短期間に登録となる。新規性及び個別性にかかる審査は侵害訴訟及び無効宣言手続きにおいてのみなされるのである。

3. 統計データ

3.1 2005年7月末までの出願及び登録件数

表1の統計データが示すように、非常に大量な出願と登録件数が共同体意匠の成功を示している。

表1 2005年7月末までの出願及び登録件数

項目	件数
欧州共同体商標意匠庁 (OHIM) の意匠出願受理件数	32,845件
単一意匠出願件数	16,022件
多意匠出願件数	16,823件
出願当たりの平均意匠数	3.83件
欧州共同体商標意匠庁 (OHIM) の出願受理意匠数	125,703件
登録意匠数	116,564件

2005年7月末までに、12.5万件を超える意匠数を含む、3万件以上の意匠出願を欧州共同体商標意匠庁 (OHIM) は受理している。こうした意匠出願の半数以上が平均3.83個以上の意匠数を持つ多意匠出願であるが、一方で数百の意匠からなる意匠出願もある。

現在までの総件数を見ると、2003年4月1日に制度が開始して以来、11.6万件を超える共同

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

体意匠が登録されたことがわかる。このように欧州共同体商標意匠庁がこの新しく生まれた赤ん坊に自信を見せるのは当然であろう。

3. 2 出願上位各国

どの国から大量な共同体意匠出願がなされているのを見るのは楽しみでもある。

図15は、ドイツが共同体意匠を一番利用していることを示しており、2005年7月末までに3万件以上の意匠出願がある。欧州連合加盟国以外では、アメリカと日本が上位を占める。日本からは、同期間に4,789件の共同体意匠出願を申請している。

3. 3 2004年度年間出願上位企業

表2は出願ランキング上位の企業を示している。上位23社の中には、日本企業が2社含まれており、ソニー（3位）とカシオ計算機（23位）である。

3. 4 製品分野

最後に、共同体意匠出願がなされている主要な製品分野を概観してみよう。表3からわかるように、家具、包装や衣類など古くからの分野が上位を占めている。

表2 2004年企業別上位出願件数表

順位	出願人	意匠数	出願数
1	Nike International, Ltd., US	368	26
2	J. Choo (Jersey) Ltd., IC	352	10
3	ソニー株式会社, JP	338	92
4	Mars, Inc., US	294	50
5	Rehau AG + Co, DE	284	55
6	Kurz Natursteine, DE	281	13
7	Louis Vuitton Malletier S.A., FR	263	21
8	Villeroy & Boch AG, DE	250	37
9	Westfälische Textil-Gesellschaft Klingenthal & Co. mbH, DE	249	11
10	MASSIVE NV, BE	245	18
11	DaimlerChrysler AG, DE	222	76
12	Nokia Corporation, FI	206	42
13	TRUDI S.P.A., IT	203	10
14	Street One GmbH, DE	201	16
15	Arte Espina B.V., NL	200	28
16	Schwinn GmbH, DE	197	15
17	INTERIOR'S SAS, FR	183	26
18	MERZ & KRELL GmbH & Co. KgaA, DE	176	8
18	Siemens Aktiengesellschaft, DE	176	44
20	Heidelberger Druckmaschinen AG, DE	171	14
21	BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, DE	169	14
21	SWAROVSKI AKTIENGESELLSCHAFT, LI	169	55
23	カシオ計算機株式会社, JP	168	36

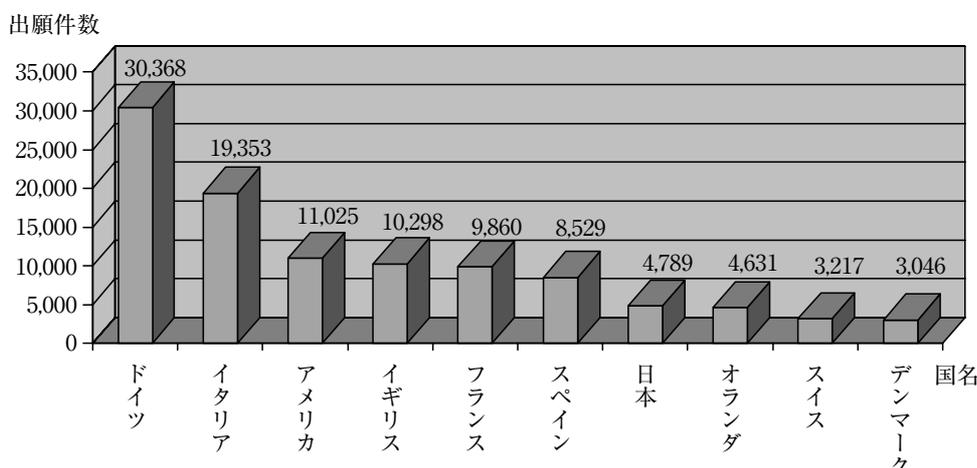


図15 2005年7月末までの累積出願件数上位国件数表

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

表3 分野別出願件数表

分類	製品分野	出願数	構成比
06	家具	15,971件	12.59%
09	パッケージ及び容器	10,254件	8.08%
02	衣料品及び小間物類	9,579件	7.55%
23	流体供給装置, 衛生・暖房・換気・空調用機器	8,300件	6.54%
26	照明機器	7,348件	5.79%
07	家庭用品	7,002件	5.52%
14	記録, 通信又は情報検索の機器	6,739件	5.31%
08	工具及び金物類	5,804件	4.57%
25	建築ユニット及び建設部材	5,754件	4.53%
11	装飾用品	5,523件	4.35%

ところで、提出写真のサイズは8 cm×16 cm でなければならない。そうでない場合、その写真が拡大もしくは縮小されていたりすると、意匠の誤った印象を与えることになるかもしれないので注意が必要である。

一方、描画が好ましい場合がしばしばある。

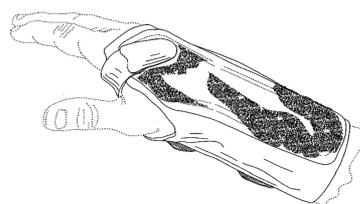


図16 描画による出願図面例

4. 出願及び登録手続きにおけるヒント

4.1 適切な出願書類

共同体意匠を出願する時には、その意匠の出願図面について十分な注意を払うべきである。

願書から明らかに視認できる特徴部についてのみ保護がなされるのであり、その他の視認できない特徴部分は、たとえ説明文にあっても、その意匠の一部とはなり得ない。万一、出願図面に主要な特徴部が何も開示されていなければ、その共同体意匠の保護の範囲は非常に限定されているか、ともすれば無効であるかもしれない。同様に、無関係な物品や特徴部が図面描写に記載されるべきではない。

出願図面は写真若しくは図面（線画）でよい。出願人が特別な外観や色彩を目立たせたいときには、しばしば写真の方が良い場合がある。

その色彩がその意匠の決定的部分を構成している場合は、カラー写真がより好ましく、一方その意匠の形状を強調したいような場合はモノクロの写真が好ましいだろう。また、両方の関連性があるときは、保護の範囲を可能な限り広くなるよう両方の出願を行う方法もある。

図16はバンデージの例で、主要な特徴部、つまり特別のストラップ（革帯）、ホック（留め具）とループ・ファスナー（輪絞め具）は写真では見ても良くわからないだろう。その上、描画では意匠権を請求する出願をよりわかりやすく説明することが可能となる。例えば、バンデージをつけた人の手を図16のように破線で示す方法などがある。

4.2 製品の部品の保護

製品の意匠の特定な部分のみだけが保護されるようにするためには、出願に部分放棄（disclaimer）の声明を含めるだけでは不十分である。つまり、その部分放棄は、その部分の無効判決があり、その結果として、その登録意匠に反映されることになるからである。

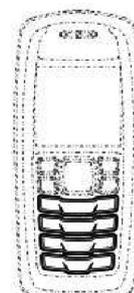


図17 共同体意匠登録 113428

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

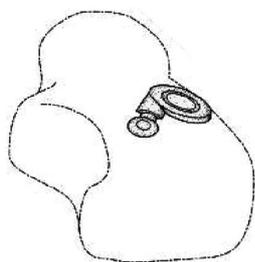


図18 共同体意匠登録 14915

しかし、出願図面に下記のような手法で特徴を付けることで、希望する部分意匠の保護が推定されるようになる。

- ・希望する部分以外の破線表示
- ・色付けによる強調
- ・縁取り（枠）

保護の範囲は、こうした強調づけ（emphasized）により表現された部分に限定される。このように、部分放棄の効果は意匠図面の特定の画像表現（Particular graphic representation tools）によって達成することができる。

4. 3 ユーロカルノ分類の利用とその効果

共同体意匠出願をする場合、意匠の製品の名称をつける必要がある。できれば、この名称は多言語ユーロカルノ分類（Multilingual Eurolocarno list）²⁾ から採用すべきである。これに準じなければ、OHIMは名称を欧州連合でのその他の公用語に翻訳しなければならず、登録手続きにおいてさらに2～3ヶ月の遅れが生ずることになる。

4. 4 多意匠出願

共同体意匠における多意匠出願（a multiple

application）では、一度にまとめて同一分類に一出願として提出することにより、希望するだけ多数の意匠を含めることができる。

これは意匠の数については何の制限もないことを意味しており、出願費用の実質的な削減につながる。なお、多意匠出願には300以上の意匠数からなるものもある。

4. 5 公報発行の延期（繰り延べ）

出願人が製品の商品化まで意匠を秘密にしたい意向がある場合、認可済みの公報の発行を出願日、もしくは優先権主張日から30ヶ月の間、延期（deferment of publication）をすることができる。

しかし、未発行の登録共同体意匠の権利は制限されており、権利者は模倣による非承認の利用（unauthorized use）を防止することのみ限られる。加えて、未発行の期間に対する損害の補償金（compensation）を請求することはできない。

なお、出願人は公報発行の請求と発行料金の支払いを行えば、いつでも発行の延期期間を終了させることができる。

注 記

- 1) I ZR 163/01, the Federal Supreme Court of January 29, 2004
- 2) ロカルノ国際意匠分類。日本では、これとは別に独自の意匠分類を採用している。それぞれの分類については特許電子図書館（<http://www.ipdl.ncipi.go.jp/homepg.ipdl>）より参照出来る。

（原稿受領日 2005年9月22日）