

欧州商標法の改正に関する最近の状況

モンルワ 幸希*
パトリック ボイル**

抄 録 欧州商標法が改正に向かっている。制度の導入から約20年経過する中で、最初の大掛かりな改正であり、実体的な側面及び手続的な側面の両面を含む、数々の改正が行われることが予想されている。その目的は、近年蓄積された判例や実務に則するよう法制度をアップデートし、法的安定性を高め、欧州加盟国の国内法を調和するとともに、各加盟国の商標庁と欧州共同体商標意匠庁との間の協力を促進することである。本改正の動きは、欧州の産業界から歓迎されており、日本の産業界にとっても、欧州における商標戦略を見直すための良い機会となるだろう。

目 次

1. 法改正の背景
2. 法改正の実態
 2. 1 実体的な改正点
 2. 2 手続的な改正点
3. 今後の見通し

1. 法改正の背景

欧州は、広大な市場だ。欧州連合（以下、EUという）は28カ国から成り、5億6百万人を擁する。この人口数は、中国とインドに次いで世界で三番目の規模である。EUのGDPは、12兆ユーロで米国よりも大きい。更に、EUは、世界の貿易の20%を占める、輸出入業界の最大のプレーヤーである。

この経済力に支えられて、共同体商標（Community Trademark。以下、CTMという）の出願件数は、1996年に制度が導入されて以来増加し続けており、2011年には10万件を超えている。

欧州商標法は、CTM制度を定めるCTM規則（Regulation 207/2009/EC）と、商標に関する加盟各国法の接近・統一を図るための指令

（Directive 2008/95/EC）（以下、商標ハーモ指令という）から構成されている。

CTM規則は、制度成立以来約20年もの間、既存制度の大掛かりな改正は無かったため、蓄積された判例や実務に沿うような近代化が求められてきた。

そして、商標ハーモ指令については、これによってEU加盟国の国内法の調和が図られてきたが、その調和は不完全なままであり、その促進が求められてきた。

なお、「指令」は、各加盟国の国内議会において国内法として採択されなければ執行されないという点で、全ての加盟国において特別な手続き無しにそのまま執行される「規則」と異なる。指令は、立法目的という枠組みを定めるものであるため、該目的を達成するための方法、即ち手続的側面については、各加盟国に一定の

* キャビネ・プラスロー特許商標事務所（Cabinet Plasseraud）法務部門、パリ政治学院 法科大学院修士（知財法専攻） Miyuki MONROIG

** キャビネ・プラスロー特許商標事務所（Cabinet Plasseraud）パートナー、英国、フランス及び欧州商標意匠弁理士 Patrick BOYLE

裁量を残していることもある。

これら二つの要請－法制度のアップデート及び国内法調和の必要性－に加え、更に、グローバル化した市場に蔓延するブランドの模倣品問題について、より効果的な対策が求められてきた。

これら及びその他諸々の理由¹⁾から、EUの執行機関に当たる欧州委員会は、2009年、マックス・プランク知的財産法・競争法研究所に、欧州商標制度の全般的な調査研究を委託するなどして、現行法改正に向けて歩んできた。そして、2011年2月付けで公表されたマックス・プランク研究所の研究結果をはじめとする各種の調査に基づき、2013年3月、ついに待ち望まれていた欧州商標制度の改正案が、欧州委員会により提出された。

その後、改正案は、EUの二つの立法機関－EUの市民を代表する欧州議会、及び各加盟国を代表する欧州理事会－に提出された。

このうち、欧州議会は、2014年2月、修正を加えた改正案（以下、改正案という）を採択する立法決議を行っており、現在は欧州理事会の改正案についての審議が待たれている。

このような状況を背景として、本稿では、主に欧州議会を通過した改正案について分析し、必要に応じ、当初の欧州委員会の改正案に言及していく。

なお、欧州委員会の域内市場・サービス委員であるMichel Barnierが「大掛かりな見直しは不必要だ。現行制度は完全に有効であり続ける。我々が狙っているのは、商標保護をより容易で、安価で、効果的なものにするための、対象を絞り込んだ近代化なのだ」²⁾と述べたように、改正案は現行制度を根底から覆そうというのではなく、むしろ、その近代化を意図したものである。

従って、改正案は、現行制度の原則をそのまま受け継いだものとなっている。即ち、法改正

後も、各加盟国における国内商標とCTMとが、従来どおり並存する構造に変更は無いものと考えられる。国内レベル及びEUレベルにおける重複保護制度は、企業にとっては、各自のビジネス戦略に最適な形で商標保護を選択できることになり、ニーズに合致していると考えられている。

2. 法改正の実態

最も主要な現行法との改正点につき、実体的な改正点について解説した後、手続法的な改正点について見ていくこととする。

2. 1 実体的な改正点

(1) 商標の定義

現行のCTM規則及び商標ハーモ指令は、「商標は、写實的に表現できるあらゆる標識、特に人名を含む言葉、デザイン、文字、数字、商品の形状又はその包装によって構成することができる。ただし、これらの様式は、ある企業の商品や役務と他の企業の商品や役務を識別できるものでなければならない」³⁾と定めている。

改正案では、「明確、正確、自立的、アクセスが容易、耐久性があり、かつ客観的であれば、写實的な形である必要は必ずしも無く、他のいかなる適切な形によっても表現されうる」とし、写實的表現に関する要件を商標の定義から削除することが提案されている。この要件は、欧州司法裁判所の2002年の判例を統合したものだ⁴⁾。

本改正が実現すれば、商標の定義が拡大され、「権限のある機関及び公衆が、保護の対象を明確かつ正確に決定できる、一般的に入手可能な技術を考慮」したものであれば、商標は、「いかなる形でも」保護されうることになる。

この改正は、「非伝統的な商標」、即ち既存の商標タイプに属さない、いわゆる新しいタイプの商標に関する、いくつかの近年の判例に則したものである。非伝統的な商標には、例えば音

に関する商標が含まれるが、こうした商標が写実的表現の要件を満たすのは難しいため、現行制度はこうした商標の保護について法的安全性を欠いていると言われてきた。

例えば、ターザン事件と呼ばれる一連の判例⁵⁾において、欧州共同体商標意匠庁（Office for Harmonization in the Internal Market。以下、OHIMという）は、有名な映画のキャラクターであるターザンの叫び声に関する、三件の商標出願を受けた。第一件目は2004年に出願され、問題となった叫び声を、ソノグラムにより写実的に表現したものであった。しかし、該写実的表現は「明確、正確、自立的、アクセスが容易、耐久性がありかつ客観的」であるという要件を満たさないとの理由から、OHIMは登録を拒絶した。

その一方で、ターザンの叫び声を楽譜にして示した第二件目の2004年の出願は、同要件を満たすと判断され、登録が認められた。また、2006年に出願された第三件目の商標は、ソノグラムとMP3両者を含んでおり、これについても登録が認められている。

このように、OHIMの実務上、非伝統的な商標は既に保護されてきたが、非伝統的な商標に対してより柔軟に保護を与えるとともに、法的安全性を高めることが改正の狙いである。

ただし、非伝統的な商標の中でも、特に香りの商標については、登録が困難な状況がなお残るかもしれない。香りは化学式によって表現されうるが、一般の公衆にとっては非常に理解しにくく、調査するのも困難であるだろう。それに加え、表現は、「アクセスが容易」であり、「耐久性」がなくてはならない。登録された商標に対して一般公衆がアクセスしにくいこと、また、香りは時間の経過とともに変化する可能性があることを考慮すると、改正案は、香りの商標保護には必ずしもそぐわないものであるかもしれない。香りの商標がどこまで保護されるかを知

るためには、技術状況の進歩を含め、今後の行方を見守る必要があると言えるだろう。

なお、非伝統的な商標に対して保護を与える傾向は、世界的なものであることに触れておく。例えば、2014年5月1日から、中国の商標法は音の商標を保護することになった。また、日本でも、音や色の商標を保護するよう改正された商標法が、2014年5月に公布されたことは記憶に新しい。

(2) 絶対的拒絶理由

改正案ではCTM規則及び商標ハーモ指令の両方において、スピリッツ、ワイン及び伝統的産物に対する伝統的用語及び地理的表示も保護するよう、登録の絶対的拒絶理由が拡大されている。地理的表示等は、既に関連する欧州法により保護されているが、現行のCTM規則及び商標ハーモ指令では、その保護が明確にされていなかったため、対応する条項を設けて欧州商標制度と欧州法との統一性を高め、法的安定性を向上させることがこの改正の意図である。

この他に商標保護レベルの向上と各国の国内法調和の促進を目的として、特に下記二点について商標ハーモ指令を変更することが改正案に盛り込まれている。

① 悪意の出願

改正案では、悪意の出願は、各国の国内法で、絶対的拒絶理由として義務的に認められなければならないとしている。OHIM及びいくつかの加盟国で既に悪意の出願が絶対的拒絶理由として認められているが、現行の商標ハーモ指令では、国内法での定めは各加盟国の任意とされている。該改正案は、欧州司法裁判所の2009年のLindt事件判決⁶⁾に則したものであるが、各国の実務上、悪意がどのように適用されていくかについては見守っていく必要がある。なお、上述の欧州司法裁判所の判例では、悪意の存在を評価する際に、下記の点を考慮するべきことが

明らかにされている。

- ・登録が求められている商標と混同のおそれを生じうる、同一又は類似の商品又は役務に関する同一又は類似の商標を、第三者が、少なくとも1カ国以上の加盟国において使用していると、出願人が知っているか知っているに違いないという事実
- ・出願人の、第三者によるこうした商標の使用継続を妨げようとする意図
- ・第三者の商標及び登録が求められている商標が享受する法的保護の程度

② 識別力のない商標が識別力を獲得する時期

現行制度では、商標が識別力を「出願日以前」に獲得した場合、絶対的拒絶理由によって拒絶されないことになっている。これに対し、改正案では、識別力を「登録日以降（無効申請を受ける日以前）」に獲得した場合にも拡大することが提案されている。

一方で、欧州議会によって却下された欧州委員会による改正提案もいくつかある。例えば、欧州委員会は、複数の加盟国に各国出願された商標が、そのうちの1カ国において絶対的拒絶理由により拒絶・無効とされた場合、他の出願国においても該商標につき保護を受けることができないとする商標ハーモ指令に関する改正を提案していたが、欧州議会は該案を削除した。同様に、CTM規則及び商標ハーモ指令の両方に関わる改正案として、欧州委員会は、外国語の商標出願であっても、加盟国の公用語に翻訳等されると、記述的で識別力を持たないと判断される場合や、公共の福祉に反する場合については、登録が拒絶されることを提案していたが、この提案も欧州議会によって削除されている。

(3) 侵害

侵害についても、近年の判例や実務を盛り込み、法的な曖昧さを取り除くことを目的として、CTM規則及び商標ハーモ指令の両方に対する

いくつかの変更が改正案に含まれている。本稿では三つの改正点につき取り上げる。

① 名声を得ている商標

名声を得ている商標に関し、関連する商品又は役務が同一又は類似している場合だけでなく、非類似の場合も保護するよう改正案では拡大されている。これは、欧州司法裁判所による2003年のADIDAS事件判決⁷⁾に則したものである。該判決において、裁判所は、「名声を得ている登録商標と、同一又は類似している後願商標を第三者が使用する場合、加盟国は、該商標によって保護されている商品又は役務と非類似の商品又は役務、及び同一又は類似の商品又は役務について、特別な保護を与えなくてはならない」と述べている。

② 社号、社名としての使用

改正案では先願商標と同一・類似する標章を商号又は会社名として使用することの禁止が明確化されている。これは、欧州司法裁判所の2007年のCéline事件判決⁸⁾に則したものである。該判決の中で、裁判所は、「先願商標権者は、第三者が、先願商標が保護するのと同じ商品のマーケティングの観点から、先願商標と同一の商号又は会社名を、同意を得ずに使用する行為を妨げる権利を有する」と述べている。

③ 比較広告

「比較広告」とは明示的にせよ暗示的にせよ、競合他社又は競合他社の商品又は役務を、特定・比較した上で、自社の方が良いと主張する広告のことである。比較広告については、既に誇大広告及び比較広告に関する欧州指令(2006/114/EC)によって、許容要件が規定されている⁹⁾ところ、改正案では、欧州法と欧州商標法との統一性を高め、法的安定性を向上させることを意図して、商標ハーモ指令でも、該許容要件を満たさない限り、比較広告における使用を禁止する。なお、現行のCTM規則及び商標ハーモ指令には、比較広告に関する規定は無い。

一方で、欧州委員会の当初改正案にあった、所謂「二重の同一性」に関する提案、つまり同一の商標を同一の商品又は役務に使用する場合（二重の同一性）、後願商標の保護は、先願商標の出所表示機能に影響を与える場合にのみ拒絶されるという提案は議論を呼び、結局欧州議会によって採択されなかった。

なお、該欧州委員会の提案は、2009年の欧州司法裁判所によるL'Oréal事件判決¹⁰⁾を否定するものであった。当該判決において、裁判所は、「第三者がその商標と同一の商標を、登録商標の指定する商品又は役務と同一の商品又は役務に使用することを禁止することができる。これは、たとえ、当該使用が、商標の主たる機能である商品又は役務の出所表示機能を害しえない場合であっても、当該使用が商標の他の諸機能のうちの一つを害するか、そのおそれがあるときにも可能である」と述べた。該判決は、商標の機能として、出所表示機能及び品質保証機能のほか、製品販売促進機能を認めたことで知られている。

(4) 模倣品対策

模倣品対策についても、CTM規則及び商標ハーモ指令の両方に対していくつかの変更が改正案に盛り込まれている。本稿では最も重要と思われる三点について触れる。

① EU域内を通過する模倣品

欧州委員会は、商標権者は、第三者が、商業的活動の目的で、同意なく同一商標を付した関連商品をEU域外から域内に持ち込む場合、該商品がEUの自由貿易圏内で発売されるか否かにかかわらず、これを阻止できる旨の条文を改正案に盛り込んだ。

この改正案は、欧州司法裁判所による2011年のPhilips/Nokia事件判決¹¹⁾によって生じた法的な曖昧さを、明確化することを狙ったものであった。該判決において、裁判所は、問題となっ

ている商品が、EUの消費者向けの商業活動の対象となっていたことが証明されて初めて、該商品は模倣品とみなされうる旨を述べ、立証責任を商標権者に課した。この判決は、関係者から強い批判を受けていた。これに対し、欧州委員会は、立証責任は商標権者ではなく、商標侵害を行った可能性のある第三者にあるとともに、商標権者に、例え商品がEUを単に通過するに留まるとしても、第三者が該商品をEU域内に持ち込むのを阻止する権利を与えた。

この改正は、商標権者にとって、大きな利益となると考えられる。例えば、模倣品が香港から輸出され、オランダを通過してブラジルで販売されるというケースを想定してみよう。現行制度上、EUにおける商標権者は、該模倣品がEU域内で販売予定であることを証明しない限り、該模倣品をオランダで食い止めることはできない。しかし、欧州委員会の改正案によれば、商標権者はそうできる可能性がある。

そして、欧州議会は、上記欧州委員会の改正案に、基本的に賛成の立場をとったが、商標権者の権利を、世界貿易機関（WTO）によって保障された、商品通過の自由¹²⁾及びジェネリック医薬品の円滑な移動¹³⁾を損なわない範囲に限定修正している。

この点について、模倣品に対するより厳格なアプローチが、自由貿易及びジェネリック医薬品製造者の利益を損なう可能性があるというおそれがあったことから、欧州委員会の改正案は、欧州議会において議論をもたらしたとされている。その懸念は既に現実のものとなっており、オランダ税関が南アメリカに向かう途中だったインド発のジェネリック医薬品を摘発したことが、WTOにおいて紛争となっている。欧州議会が欧州委員会の当初の改正案を修正したのは、こうした懸念に配慮するためのものであった。

② インターネット上のBtoC取引に対する規制強化

改正案によれば、たとえ送り主である業者のみが商業的目的で行動している場合であっても、EU域内又は域外からEU域内への商標権者の同意のない輸入を、商標権者が阻止できるようになる。これには、特に、インターネット取引を通じて個人の消費者に対し荷送される、模倣品のBtoC取引を規制する狙いがある。こうした問題は、欧州司法裁判所で2014年に取り上げられた¹⁴⁾。該事件は、ロレックス社製品のコピー商品が、中国からオランダの個人消費者に輸出されたというもので、裁判所は、税関が偽の時計を差止めた上で破壊するために十分な消費者の「業としての使用」を認めている。

なお、輸入が阻止された場合、商品の受取人は、該措置が取られた理由、及び荷送人に対する受取人の法的権利について知らされる。

③ 侵害準備行為

侵害準備行為、即ち、商標権者の同意なく商標の付された包装ラベルやタグ等を提供、販売、保管又は輸入したり、商品に商標を付したりする行為は、たとえ該商品が市場に投入される前であったとしても、禁止されると改正案ではされている。これは、模倣品対策を強化するため、商標権者に、後に不法な商品と組み合わせられる可能性のあるもの（包装やラベル等）の流通や販売を防ぐ権利を与えたものである。

(5) 商標の制限

商標の保護の制限に関しても、いくつか改正が提案された。

まず、商標権の限界は、第三者による商標の使用が「産業又は商業分野の誠実な慣行に則している場合にのみ適用される」とされた。特に、「第三者と商標権者との間に商業的関連性があるという印象を与える場合」や、「正当な理由無く、商標の識別力又は名声の不正な利益を取得したり、商標の識別力又は名声を損なう場合」は、誠実な慣行に則していないとみなされる。

「誠実な慣行」は、既に判例上また実務上適用されている原則であったところ、この度、法令として明確化したものである。その上で、特に次の三点について改正提案がなされている。以下、該三点について説明する。

① 自己の氏名の使用の抗弁

「自己の氏名 (own name)」であるという理由から商標使用の許可を求める抗弁は、個人名の使用の場合に限られ、商号の使用の場合には及ばない旨が改正案では明確化されている。現行のCTM規則及び商標ハーモ指令には、商標の保護は氏名の使用には及ばないことが規定されており、立法当時、これは個人名の使用の場合を意図していた。ところが、いくつかの欧州司法裁判所の判例によって、商号の使用の場合の是非について不明確な状況もたらされたことから、法的な曖昧さを排除する目的で、個人の氏名を含まない商号については、該抗弁の対象とはならない旨を明確にすることを意図とした改正である。

② 記述的標識や表示の使用

改正案では、識別力が無い記述的な標識や表示の使用に対しても、商標の効力は及ばないことが明記されている。

③ パロディ、芸術的表現、批評又は論評

「パロディ、芸術的表現、批評又は論評」にも、商標権の影響は限定されるとする改正が提案されている。この提案は、欧州委員会の当初の改正案にはなかったが、表現の自由と商標権とをどのように均衡させるべきかという問題に向き合い、欧州議会が改正案に盛り込んだものである。欧州司法裁判所による商標権者に好都合な判例が、表現の自由を損なう影響をもたらしたと主張する学説が以前から存在しており、改正案はこうした批判を反映した結果と言えるかもしれない。

問題となったのは、既出のL'Oréal事件判決である。該事件においては、安価な香水の製造

者が、自身の製品とロレアル社の香水製品の価格差等を比較したリストを使用し、該リストにロレアル社の文字商標が表示されていた。これに対し、欧州司法裁判所は、商品の起源について消費者が混同を生じるおそれが全くない場合であっても、不正なただ乗り（フリーライド）に当たるとして、該商標使用を違法であるとした。

L'Oréal事件に基づけば、商標のパロディは違法とみなされうるため、商標の保護範囲が広きに過ぎるとの批判があった。こうした批判の中では、商標の保護範囲を限定するための方法の一つとして、表現の自由を定めた欧州人権条約第10条が主張された。この他、欧州商標法の中で、より広く一般的に公共の利益を促進する必要性があるとの観点から、消費者や競合相手と商標権者の利益とを均衡させようとする意見もあった。

(6) 不使用

ある登録商標を、その登録された形の識別力を変更しない程度に改変した形で使用することは、たとえ、改変版自体が別途商標として登録されていたとしても、原商標の真正な使用を構成することが改正案で提案されている。現行の制度上は、改変された形自体も商標として登録されていた場合について、特に明確になっていなかったところ、この度、欧州司法裁判所の2012年のRintisch事件判決¹⁵⁾を受け、CTM規則及び商標ハーモ指令に上記内容を盛り込むこととなった。該判決は、ある商標の改変版が商標として登録されているならば、原商標と改変版は各々真正に使用されている必要があり、従って、ある商標の使用は他の商標の使用に供することはできない、とした2007年のBainbridge事件判決¹⁶⁾を覆すものであった。

一方、真正な使用の「共同体における」使用条件については、欧州司法裁判所による2012年

のOneI事件判決¹⁷⁾があるが、欧州委員会も欧州議会も、該判例を提案に盛り込むことはなかった。該判例において、裁判所は、「共同体における真正な使用を評価する際に、加盟国の国境は無視されるべき」としつつも、「ある共同体商標の使用が真正な性質のものかどうか判断するために、いかなる領域的な範囲が必要とされるべきかを、前もって一般的に決めておくことは不可能である。従って、各国の裁判所が状況を総合して勘案するのを妨げるような最小限の規範を定立することはできない」とし、「特に、問題となる市場の特徴、該商標によって保護されている商品又は役務の性質、使用の領域的及び数量的な範囲ならびに頻度及び規則性、等のあらゆる事実関係及び関連性のある状況を総合的に勘案し、（真正な使用の）条件が満たされるかどうかを評価するのは、各国の裁判所の権限である」とした。

この判例が示唆するように、共同体商標の「真正な使用」については、今後も事案ごとに、事実と状況を総合的に勘案して検討していく必要があるだろう。

2. 2 手続的な改正点

(1) 用語

これまでEUにおける商標(及び意匠)を登録する商標庁は、Office of Harmonization of Internal Marketの頭文字を取ってOHIMと略称されてきた。欧州委員会は、これをIntellectual Property Agencyに、欧州議会はEuropean Union Intellectual Property Agencyに改称し、略称をIPAとすることを提案している。

また、共同体商標Community Trade Mark (CTM) 及び共同体商標裁判所Community Trade Mark Courtsは、それぞれ欧州連合商標European Union Trade Mark及び欧州連合商標裁判所European Union Trade Mark Courtsと改称されることが提案されている。

本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

これらの変更は、2007年のリスボン条約により欧州共同体がEUと成ったことに則している。その上、IPAという用語は、機関の機能をより適切に表していると考えられる。

(2) 料 金

現行制度では、3区分までのCTM出願手数料は均一であるため、一つの区分のみについて出願をする場合でも、3区分出願するのと同額を支払わなければならなかった。これに対し、新たに提案されている料金体系では均一料金が撤廃されたので、出願者は、より安い値段で、1～2区分の出願をすることができる。当該改正の主要な目的は、中小企業による商標出願を促すことである。

更に、新料金体系では、出願者は、より安価な費用で商標更新をすることができる。

現行と新料金体系の比較を表1に示す。

表1 現行と新法案における料金体系の比較

		現行 (ユーロ)	新法案 (ユーロ)
出願	1区分目	900	775
	2区分目	900	825
	3区分目	900	900
更新	1区分目	1,350	1,000
	2区分目	1,350	1,100
	3区分目	1,350	1,250

(3) 商品・役務の指定

2012年の欧州司法裁判所によるIP Translator事件判決¹⁸⁾を受け、商品・役務の記載に係るCTM規則の修正が改正案に盛り込まれた。該判決において、裁判所は、「商標の保護が求められる商品及び役務を特定するため、ニース分類の類見出しの一般的記載が十分に明確である場合には、その一般的記載の使用を排除しない」とした。

この原則を反映して、改正案では、明確かつ正確の要件を満たす限り、ニース分類類見出しの一般的記載を用いることが可能である旨を明記し、その場合には、文言の文字通りの意味に明確に含まれる商品又は役務を全て含むと解釈されることを明確化した。

更に、ニース分類の類見出し全体を用いて、2012年6月22日以前(OHIMの類見出し使用に対する態度を明確化したOHIM長官の書状が発効した翌日)に出願されたCTMの権利者は、「その類見出しの文字通りの意味を超えた保護を求める意図が出願時にあったことを」宣言することができる。ただし、指定された商品又は役務がその類のアルファベット順一覧表に含まれていた場合に限られる。

(4) EU域外で保護されている商標に基づく異議申立

CTM規則及び商標ハーモ指令の両方について、EU域外の国・地域で保護されている先願商標につき、該商標が該国・地域で真正に使用されていること、及び後願商標の出願者が悪意であったことを条件に、該商標に基づきCTMまたは各国出願で加盟国に出願された後願に対して異議申立を行うことができる旨の改正が提案されている。こうした悪意に基づく議論は、現行制度では、EU域内で保護された商標に限られているため、該改正案は、EU域外で保護された商標に対する保護を実質的に高めることになる。

一方で、悪意は定義しにくい曖昧な要件であり、出願者にとっては、出願が正当な理由無く攻撃されるリスクがあることから、該改正案に対しては、法的安定性を損なうおそれがあるのではとの批判がある。

だが、日本の商標を保持する権利者にとっては、EUで商標を有していなくとも日本の商標権に基づいて、後願のEUにおける商標に対し

異議を申し立てることが可能となることから、有益な改正案であると言えるだろう。

(5) 証明商標

証明商標 (Certified mark) は、既にいくつかの加盟国の国内法レベルで保護を与えられているが、この度、EUレベルでも登録を可能にする新しい定めが提案された。立法決議によれば、欧州証明商標は、「該商標の権利者によって、地理的な起源、材料、商品の製造方法や役務の仕様、性質、正確性やその他の性質について証明されている商品・役務に適用され、またそれらを他の商品・役務から識別することができる商標」と定義される。

法人（公的機関を含む）であれば誰でも出願者となりうるが、出願者は、商品・役務を提供する事業に携わっている必要は無いものの、商品・役務を証明する権限を持っていないといけない。また、規則に関する立法決議において、出願者は「出願後2ヶ月以内に証明商標の使用について定めた規則を提出」することとされている。

(6) その他の主な手続的な改正点及び各国法の調和に関する提案

上述以外の、主な手続的な改正点は表2に記載の通りである。主に手続きの迅速化を狙ったものが多い。

これに加え、加盟国の国内法の更なる調和を図るため、例えば下記の点が、新たな商標ハーモ指令案として提案されている。

- ・相対的審査を行うか否かは加盟国の裁量に委ねる。
- ・クーリングオフ期間、複数の先行権利に基づく申立、不使用の抗弁（5年間）、使用同意書等を含む一連の異議申立手続を義務化する。
- ・無効・取消手続は裁判所ではなく行政手続として行うことを義務化する。

表2 その他の主な手続的な改正点

	現行	新法案
CTM出願	OHIM及び各国商標庁で受付	OHIMでのみ受付
CTM出願費用	出願後1ヶ月以内に支払	出願と同時に支払
OHIM及び各国商標庁による調査	有	廃止
CTMによる公告	OHIMの調査報告書送付から1ヶ月後	調査制度が廃止になることから、1ヶ月の期間を廃止（出願後、迅速に公告）
第三者による意見提出	公告後受付	公告を待たずに受付可
EUを指定する国際登録に対する異議申立期間	公告から6ヶ月後以降	公告から1ヶ月後以降

- ・無効手続における不使用の抗弁（5年間）を可能とするよう義務化する。
- ・名声のある商標の保護の向上を義務化する。

3. 今後の見通し

本稿冒頭で述べたとおり、欧州議会を通過した改正案は欧州理事会に渡り、現在、同理事会の審議を待っている状況である。EU加盟国の各国を代表する同理事会では、例えば庁費用や、OHIMの意思決定に関するガバナンスの問題のような、政治的な性質の論点を含め議論が進むものと予想される。

欧州議会の選挙が5月末に実施され、法案は新欧州立法府に持ち越しとなった。最も楽観的なシナリオでも、新法採択までに今後半年から一年弱程度かかると予想される。具体的なプロセスは次の通りだ。欧州理事会が、欧州議会の改正案を採択せずに修正した場合、法案は欧州議会に戻って検討される。欧州議会は3ヶ月以内に、欧州理事会の修正案を拒否、採択又は修正する必要がある。欧州議会が修正のオプショ

ンを選んだ場合、法案は再び欧州理事会に戻って検討される。欧州理事会が欧州議会の修正を3ヶ月以内に採択しない場合、欧州理事会と欧州議会による共同委員会が組織され、そこで最終的な議論が行われ、6週間以内に共同法案が採択されるか拒絶されることとなる。ただし、法案採択に産業界が期待を寄せていることを考えると、廃案という、最悪のシナリオが現実のものとなる可能性は、余り高くないと考えられる。

実際に、EUの主要な関連団体である、ビジネスヨーロッパ、AIM（欧州ブランド協会）、ECTA（欧州共同体商標協会）、ICC-BASCAP（国際商工会議所 模倣品・海賊版防止ビジネス・アクション）、INTA（国際商標協会）及び欧州の商標権者協会であるMARQUESは、2014年2月に発表した共同意見書の中で、欧州委員会及び欧州議会による努力を評価し、「商標制度の実体的及び手続的な両側面における近代化と調和という目的」を大いに支持するとともに、今後も「積極的に支えていく」と述べている¹⁹⁾。

一方で、これらの関係団体は、商標権者にとって懸念すべき点として、新法案に対し以下の事項を指摘している。

① EU域内を通過する模倣品取締りの甘さ

模倣商品の偽又は架空の目的地を記載することによって、侵害者が責任を逃れることを可能にしてしまう法的「抜け穴」の存在がある。

② OHIMのガバナンスに関する問題

OHIMが権利者の支払料金によって賄われていることから、権利者がOHIMの意思決定プロセスに関わっていく旨を明確にする必要がある。

③ 商標権と表現の自由とのバランス

商標権をより尊重する方向に修正すべき必要性がある。

上記のような指摘もあるが、関連団体が新法

案を概ね支持していることに変わりはない。

該法改正は、EUの産業界からだけでなく、わが国の産業界からも歓迎すべきものと考えられる。本稿冒頭で述べたように、EUは広大な成熟した市場を抱えており、このことを背景として、CTMの出願件数は急速に伸びている。

しかし、日本からの出願件数は限られており、全体の出願件数のわずか2.42%（9位）を占めるのみである。日本からの出願件数は、米国が全体の出願件数の17.32%（2位）を占めていることと比較すると、非常に限られていると言わざるを得ない²⁰⁾。欧州商標法の改正は、日本企業にとって、EUにおける商標戦略を見直すための良い機会となることだろう。

新法採択後、新CTM規則は即時的に発効する一方、加盟国は、新商標ハーモ指令を国内法に置換するため、2年間の過渡期を与えられることとなる。

注 記

- 1) 2013年3月27日付けで発表された、欧州委員会によるプレス・リリース
(http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-287_en.htm 参照日は2014年5月20日)、によれば、欧州委員会の改正案の目的は下記の通りである。
 - ・CTM制度を基準として、各加盟国での商標登録手続きを合理化し、調和させる
 - ・旧式の条項を修正し、曖昧さを取り除き、商標権の範囲と制限を明確化し、欧州司法裁判所の判例を取り込むことにより、現行の条項を近代化させ、法的安定性を向上させる
 - ・欧州連合内を通過する模倣品対策の手段の改善
 - ・各国の商標庁とOHIMとの間で、実務の調和と共通のツール開発を促進するために、協力を容易にする
- 2) 同上
- 3) CTM規則第4条及びCTM指令第2条
- 4) CJEU C-273/00
- 5) OHIM Board of Appeal R 708/2006-4

- 6) CJEU C-529/07。なお、この判決はその後、2012年に欧州司法裁判所の下級審にあたる欧州裁判所によっても確認された (T-293/10 Rubik's cube事件)。
- 7) CJEU C-408/01
- 8) CJEU C-17/06
- 9) 比較広告に関する欧州指令2006/114/EC第4条は、比較広告が許容される要件について下記の通り定めている。
“Comparative advertising shall, as far as the comparison is concerned, be permitted when the following conditions are met:
(a) it is not misleading within the meaning of Articles 2(b), 3 and 8(1) of this Directive or Articles 6 and 7 of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market (‘Unfair Commercial Practices Directive’);
(b) it compares goods or services meeting the same needs or intended for the same purpose;
(c) it objectively compares one or more material, relevant, verifiable and representative features of those goods and services, which may include price;
(d) it does not discredit or denigrate the trade marks, trade names, other distinguishing marks, goods, services, activities or circumstances of a competitor;
(e) for products with designation of origin, it

relates in each case to products with the same designation;

(f) it does not take unfair advantage of the reputation of a trade mark, trade name or other distinguishing marks of a competitor or of the designation of origin of competing products;

(g) it does not present goods or services as imitations or replicas of goods or services bearing a protected trade mark or trade name;

(h) it does not create confusion among traders, between the advertiser and a competitor or between the advertiser's trade marks, trade names, other distinguishing marks, goods or services and those of a competitor.”

- 10) CJEU C-487/07
- 11) CJEU C-446/09 及びC-495/09
- 12) GATT第5条
- 13) 特に、2001年11月14日にドーハにおけるWTO閣僚会議で採択された、TRIPS協定と公衆衛生に関する宣言
- 14) CJEU C-98/13
- 15) CJEU C-553/11
- 16) CJEU C-234/06
- 17) CJEU C-149/11
- 18) CJEU C-307/10
- 19) 欧州商標法改正法案パッケージに関する共同意見書、2014年2月
- 20) OHIM, CTMに関する2013年統計

(原稿受領日 2014年5月7日)