

## 商品・パッケージのデザインの保護 (2)

### ～不正競争防止法～

朝陽特許事務所  
所長 砂川恵一

商品やそのパッケージのデザインは、それ自体にも顧客誘引力があります。  
模倣された場合に、直接売上に影響があるだけでなく、そのデザインに伴って顧客に蓄積された信用の毀損も招きます。

このデザインをどのように守っていくか、多角的な視点から考えてみましょう。

前回の意匠権に続き、今回は不正競争防止法による保護について、述べたいと思います。

#### 1. iMac の模倣品への対応

前回は、意匠権に基づき、類似品を排除する方法について述べました。

しかし、意匠権がなければ、まったくデザインの模倣に対抗することができないのでしょうか。

今回テーマにする不正競争防止法は、意匠権のように事前に権利を取得しておいて、模倣品を排除することはできませんが、何らかの事情で事前に意匠権を取得していなかった場合に、利用することができます。

1999年に、アップルコンピュータ株式会社が、株式会社ソーテックを訴えた事件を見てみましょう。

アップル iMac

ソーテック eOne 443



スタイリッシュなデザインで人気を博していた一体型パソコン「iMac」は、当時人気が高まっていた「スケルトン」を採用した半透明ボディと流線型のデザインを特徴とし、「インテリアにも最適」と話題になりました。

iMac の人気に便乗した、半透明ボディの一体型パソコンは数社から発表されたのですがその内の一つ、ソーテック社の「eOne」が、訴訟の対象となりました。

アップル社が、iMac についての意匠権を事前に取得しておけば、意匠権の侵害で訴えることができたでしょう。

しかし、何らかの理由で、意匠権の取得を行っていなかったアップル社は、苦肉の策として、不正競争防止法により、販売の差し止めを求めることにしました。

#### 2. 不正競争行為の定義

iMac 事件当時から、不正競争防止法は多少改正されていますが、商品・サービスの表示の模倣についての規定の内容は変わっていません。

不正競争行為は、2条1項の1～3号で、以下のように定義されています。

1号（周知表示混同惹起行為）

- ①他人の**商品等表示**（人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器、包装等）であって、
- ②需要者の間に**周知**なものと、
- ③同一または類似の商品等表示を使用した商品の、
- ④使用、譲渡、引渡し等を行って、
- ⑤他人の商品又は営業と**混同**を生じさせる行為

2号（著名表示冒用行為）

- ①他人の**商品等表示**（同上）であって、
  - ②**著名**なものと、
  - ③同一または類似の商品等表示を使用した商品を、
  - ④使用、譲渡、引渡し等する行為
- \*混同の発生は不要です。

3号（商品形態模倣行為）

- ①他人の**商品の形態**を
- ②**模倣**（同一または類似）した商品を、
- ③使用、譲渡、引渡し等する行為

\*日本国内において最初に販売された日から起算して3年を経過した商品は、適用除外となります。

3. 裁判所の判断

上記の行為のうち、1号（周知表示混同惹起行為）の適用が求められたので、その要件について判断されました。

(1) 商品表示であるかどうか

iMacの形状そのものが、「商品等表示」に該当しなければ、適用は行われません。

裁判所の判断は、以下の通りです。

**商品の形態は、必ずしも商品の出所を表示することを目的として選択されるものではないが、商品の形態が他の商品と識別し得る独特の特徴を有し、かつ、商品の形態が、長期間継続的かつ独占的に使用されるか、又は、短期間であっても商品形態について強力な宣伝等が伴って使用されたような場合には、商品の形態が商品表示として需要者の間で広く認識されることがあり得る。（中略）**

①全体に曲線を多く用いた丸みを帯びた形態が選択されていること、

②外装に、半透明の白色と半透明の青色のツートンカラーのプラスチック素材が使用されていること、

③上面及び側面が穏やかな三角形状で、背面に向けて絞られた形態、上面及び側面の半透明青色の部分が連続的な意匠が選択されていること、

④上面に半透明白色の持ち手があることを挙げることができる。

以上の点を総合すると、債権者商品（iMac）は、パーソナルコンピュータとしては、従前、類似の形態を有する商品がなく、形態上、極めて独創性の高い商品ということが出来る。

そして、債権者商品について、その形態に重点を置いた強力な宣伝がされたこと、債権者商品は、その形態の独自性に高い評価が集まり、マスコミにも注目され、販売実績も上がり、いわゆるヒット商品になっていることが一応認められる。

以上によれば、債権者商品の形態は、債権者らの商品表示として需要者の間に広く認識されている（周知商品表示性を獲得している）ものというべきである。

(2) 需要者の間に周知であるかどうか

上記の、「**商品の独創性**」、「**強力な宣伝**」、「**マスコミの注目**」、「**ヒット商品**」という点で、該当します。

(3) 同一または類似であるかどうか

**債務者商品（e0ne）と債権者商品は、いずれも、青色と白色のツートンカラーの半透明の外装部材で覆われた全体的に丸味を帯びた一体型のパーソナルコンピュータであり、曲線を多用したデザイン構成、色彩の選択、素材の選択において共通するのみならず、細部の形状においても多くの共通点を有することに照らすならば、少なくとも類似の外観を備えたものと解すべきであって、両者は類似しているというべきである。**

(4) 使用、譲渡、引渡し等を行ったかどうか

これは、ソーテックも否認していませんので、該当します。

(5) 他人の商品又は営業と混同を生じさせたかどうか

**債務者商品の形態が債権者商品の形態と類似していることに照らせば、需要者が、両者を誤認混同したり、少なくとも債務者商品を製造販売する債務者が債権者らと何らかの資本関係、提携関係等を有するのではないかと誤認混同するおそれがあると認められる。**

以上の通り、不正競争防止法の2条1項1号の要件をすべて満たしたので、ソーテック社の行為は不正競争行為であるとして、製造・販売等が差し止められました。

#### 4. 「類似」の範囲

ところで、現在の視点で両商品を見ると、実はあまり類似していないようにも思えます。

「類似」の範囲は、常に不変なものなのでしょうか。

iMac は、パソコンとしては、従前、類似の形態を有する商品がなく、形態上、極めて独創性の高い商品とされています。

従来のデザインに対し斬新なものほど類似の幅を広げて判断される傾向にあります。

同種類の物品が少ないうちは、斬新な特徴の方が目を引き、小さな相違までは見分けられないからです。

同種の商品の市場が成熟して来れば、需要者の差別化ポイントに対する理解が進むので、だんだん類似範囲が狭くなっていくのです。

これは、意匠法と不正競争防止法に共通な判断と言ってよいと思います。

このように、意匠登録がなくても、不正競争防止法によって、模倣品の排除は可能です。

とはいえ、裁判で認められなくては権利の存在が確定しませんし、裁判は出願に比べれば、手間も費用もはるかにかかります。

事前に安全を確保しておきたければ、意匠登録を検討することをお勧めします。

また、もし拒絶されるようなものであれば、のちに模倣品が出てきたとしても、不正競争防止法で排除することもできないのが普通ですので、デザインを改めて検討するための資料となります。

意匠登録出願を弁理士にご依頼いただく場合、必ず先行意匠を調査しますので、デザインの検討にはさらにお役に立つと思います。

以上