

Season-7の最終回は、ブランドマーク、魅力ある工業製品、有名な建築物について考えてみます。ブランドマークは商標権を使って保護することに異議はないでしょうが、魅力ある工業製品や建築物を保護するためには少し工夫が必要です。現在の保護トレンドをみていきましょう。



最終回も全力で頑張ろう！

なかがわ

な)今回は、キャラクター以外の商品化権の対象となり得る他のカテゴリーについて検討しよう。

ち)この間、東京スカイツリーに上った時、関連商品がたくさん売られていたよ！ 建物がキャラクター並みに商品化されるなんて面白いよね。

東京スカイツリー、楽しかったなあ！



な)日本人は何でもキャラクター的に愛しちゃうからね。それにしてもチョッキー、展望台まで飛んでいかなかったの？

ち)空気薄いし寒いから！ それに建物の内部も面白いよ。 **チョッキー**

1. ブランドマーク

本稿は許可なく複製し、公衆伝達をしていただいて構いません。

<http://www.hanketsu.jiii.or.jp/kaiin/>

※1) 国鉄時代から、特急や急行の先頭車両や最後尾車両に取り付けられている列車名と、それにゆかりの絵柄を配してデザイン化した表示板のこと。特に、寝台特急(いわゆるブルートレイン)のヘッドマークは歴史のあるものが多く、懐かしさと感じる方も多いのではないだろうか。



※2) 実際にある組織のマークに限られない。例えば、「ウルトラマン」に登場する科学特捜隊の流星マークや「エヴァンゲリオン」のNERVマークも同じように考えられるであろう。

な)まず、ブランドマークから考えよう。ブランドマークといっても、ルイ・ヴィトン、エルメス、シャネルなど、いわゆる「ブランド品」のマークだけじゃないよ。

ち)Vol.1でセンセが言っていたように、JRが使用する図案だったり、プロスポーツのチームマークだったり、より広い意味のブランドマークってことだよな。

な)そのとおり。ここでいうブランドマークはJRの車両に付いているヘッドマーク^{※1}や阪神タイガースの虎の球団マークなどを含む概念だよ^{※2}。じゃあ、質問。これらのマークも人を惹きつけるけど、なぜだと思う？

ち)うーん、マーク自体がカッコイイとか、おしゃれという意味もあると思うけど……。それを身につけることで、自分の趣味やひいきを友人に示したいということかな？

な)そう。そのブランドマークが象徴する対象、つまり特定の列車や特定のスポーツチームなどが好きだからだね。ブランドマークは広義の品質表示機能を有するから、というのがその理由だね。

ち)なるほどー。言われてみれば、このカテゴリーの顧客吸引力は、とても商標的だね。じゃあ、ブランドマークを保護するための手段は、商標権ってことになるの？

な)ご名答！ ブランドマークが有する顧客吸引力の本質は、マーク自体に創作的価値が存在するというより、そのマークによって品質表示機能が発揮されることにあるんだよ。だから、こういったブランドマークは商標登録を行って、保護を受けることが自然な方法だね。

ち)著作権っていう手はないの？ 例えば、列車のヘッドマークはそれぞれ、とっても良いデザインだと思うんだけど。

な) そうだね。ある程度複雑な絵柄が付いたヘッドマークは著作物性を有する場合があります^{※3}。だけど、デザインレベルにとどまっているヘッドマークは、著作権による保護は期待できないと思うよ。参考に次の判決例を挙げておこう。

事例

「五輪マーク事件」 東京地判 S39.9.25

ところでいわゆる五輪マークが著作権法1条に規定する「美術の範囲に属する著作物」に該当するか否かは、はなはだ問題であるが、それが比較的簡単な図案模様過ぎないと認められるので、直ちにこれを肯定するに躊躇せざるを得ず当裁判所は消極に解するものである。いわゆる五輪マークがオリンピックのしるしとして一般に広く認識され、国際的に尊重されていることは周知の事実であるけれども、これはオリンピック行事が意義ある国際的行事として広く知られるようになるにつれて、その象徴として認識されるに至ったものと考えられ、五輪マークそれ自体の美術性によるものとは考えられないから、右事実によって著作物に該当するに至るとも認めがたいのである。

チ) わっ、知らなかった。オリンピックの五輪マークは著作物性を否定されていたんだね。

な) 著作権は頼りにならないけど、他に自らが業務に使用していたら不正競争防止法だって使えるよ^{※4}。

チ) そっか、自らの活動で価値が高まるのがブランドマークだもんね。

2. 魅力的な工業製品

な) じゃあ今度は、フェラーリ、ポルシェといった自動車や500系、E5系新幹線など、人を惹きつける工業製品について考えてみるよ。

チ) こういった工業製品は、魅力があるからミニカーや鉄道模型になるわけだよ。それに最近は、Tシャツやタオルなどに図柄が使われていたり、お菓子になっていたりするよね。十分な顧客吸引力を持っているのは分かるよ。

な) そういう顧客吸引力を守ろうと思ったら、どんな権利が使えるかな？

チ) 今度は図案じゃなくて立体形状の問題だよ。まず、Season-6で勉強したように、形を決めるうえで機能的な要素が大きいこれら工業製品は、著作権で保護されないもんね……やっぱり、意匠権かなあ。

な) では、質問。ある自動車の形を「自動車」で意匠登録したら、その意匠権の権利は「自動車おもちゃ」に及ぶかな？

チ) そうだった！「自動車」と「自動車おもちゃ」は非類似物品だから、権利は及ばないよね。意匠権が使えないとなると、不正競争防止法はどう？

な) 本物の銃のメーカーがそのモデルガンを作るメーカーを訴えた事件があるけど、不正競争行為にはならないと判断されているんだ。頼れるのはやはり意匠権だよ。

事例

「モデルガン事件」 東京高判 H15.10.29

その玩具銃が、控訴人ベレッタの業務に係るものと誤信されるおそれがないばかりでなく、同控訴人との間にいわゆる親子会社や系列会社等の緊密な業務上の関係又は同一の表示による商品化事業を営むグループに属する関係にある営業主の業務に係るものと誤信させるおそれがあるとも認め難いから、被控訴人らの上記行為は、不正競争防止法2条1項1号所定の広義の混同惹起行為に当たらないものというべきである。

※3) 列車名を表示するのが目的であるから、絵画のような複雑なヘッドマークは存在しない。私見であるが、筆者は、以下のように絵画的な要素を持つものが著作物性を有するボーダーラインではないかと考えている。



※4) 不正競争防止法2条1項1号の商品等表示の混同惹起行為となる可能性がある。

事例を見よう。



※5) ここではフェラーリの新型車、イタリアとランボルギーニの新型車、アヴェンタドールの例を挙げたが、多くの国内自動車メーカーも自社の新型車を物品「自動車おもちゃ」として意匠登録している（皆さんも、IPDLの意匠テキスト検索でぜひ、確認してください）。

※6) ガンプラなどキャラクター模型の場合と異なり、実物の模型の世界では、複数のメーカーが自由に商品化を競い、例えば、「タミヤの〇〇〇は、ドイツレベルの〇〇〇よりデフォルメされているが、実物の雰囲気をよく捉えている」というように、繊細なレベルでしごを削っている。

仮に、特定のモデルの製造が特定の模型メーカーに独占的に認められるようなことになると、その競争がなくなり、模型文化の伝統が失われる可能性がある。模型ファンの筆者としては、実物のメーカーはたとえ意匠権を取得したとしても、一つの模型会社に独占的な実施権を与えずに、模型メーカー間の競争の文化を残してほしいと願ってやまない。

チ)でも、自動車メーカーがおもちゃの分野でいちいち意匠登録しないんじゃないの？

な)いや、最近は自動車メーカーが物品「自動車おもちゃ」として、実物の自動車の形態を登録し始めているんだ。いくつか実例を見てみよう^{※5}。



意匠登録第1392168号
意匠に係る物品「自動車おもちゃ」



意匠登録第1448616号
意匠に係る物品「自動車おもちゃ」



フェラーリ 458イタリア



ランボルギーニ アヴェンタドール

チ)へー、知らなかった。ミニカーなどの模型を作るメーカーは、意匠権も気にしなくちゃならない時代になったんだね^{※6}。

3. 外観に特徴のある建築物

な)最後は東京スカイツリーのような建築物について考えてみよう。

チ)建築物すべてが著作物になるわけじゃないけど、思想感情を表現したような建築物は著作物だよ。

な)そう。だから、東京スカイツリーや東京ビッグサイトなどの外観に特徴のある建築物は著作物になるんだ。でも、建築物には特別な権利制限規定があるでしょ？

チ)あ、これだネ！

条文 著作権法46条（公開の美術の著作物等の利用）
美術の著作物でその原作品が前条第2項に規定する屋外の場所に恒常的に設置されているもの又は**建築の著作物は、次に掲げる場合を除き、いずれの方法によるかを問わず、利用することができる。**（2号以外省略）
2号 建築の著作物を建築により複製し、又はその複製物の譲渡により公衆に提供する場合

な)「いずれの方法によるかを問わず」って書いてあるでしょ。つまり、建築物は著作権法的には、建築する以外、写真を撮ろうと模型を作ろうとOKってことだね^{※7}。

チ)そうはいつでも、無許可で東京スカイツリーの模型を作ったり、東京スカイツリー型のお菓子を作ると警告が来そうでコワイよ。

な)そりゃ、ダメだよ（笑）。

チ)えーっ！ センセ、たった今、OKって言っていたじゃない。

な)著作権的にはね。でも、東京スカイツリーは、立体商標の登録を既に受けているんだよ。おもちゃの分類について、登録内容を見てみよう。

※7) 「逆に申しますと、建築の著作物については原則として模倣建築物及びその公衆への譲渡以外の行為に著作権は及ばないということでもあります」（加戸守行著『著作権法逐条講義（第4訂新版）』、公益社団法人著作権情報センター、p.300）。ただし、建築物の著作権は模型に及ぶという見解もある（田村善之著『著作権概説 第2版』、有斐閣、p.211）。

商標登録第5476769号・東京スカイツリー立体商標^{※8}、28類の指定商品

遊園地用機械器具（業務用テレビゲーム機を除く。）、人形、囲碁用具、歌がるた、将棋用具、さいころ、すごろく、ディスクップ、ダイヤモンドゲーム、チェス用具、チェッカー用具、手品用具、ドミノ用具、トランプ、花札、マージャン用具、遊戯用器具、ビリヤード用具、運動用具、釣り具、昆虫採集用具

「おもちゃ」ナシ！

チ)登録速ッ！ビックリ。……あれ？でも、今、問題にしている「おもちゃ」そのものが指定商品から抜けているね。

な)チョッキー、鋭い！実をいうと、形そのものが商品となる分野での立体商標は、ハードルがとても高いんだ。昨年の「ワイチエ事件 [H22(行ケ)10321]」^{※9}の知財高裁判決を見ても分かるように、こういった商品の立体商標は、3条2項の使用による識別性が吟味されるんだ。

チ)登録の迅速性を優先して、わざと外しているの？

な)多分ね。意識的に外したことで、非侵害の議論はできると思うけど、「おもちゃ」の類似群(24A01)に入っている商品があることを考えると、無断使用はやめたほうが無難だね。それに、これだけしっかりしたライセンスビジネスを展開していれば、不正競争防止法2条1項1号の商品等表示の混同惹起行為の論理も使える可能性があるよ。

チ)著作権的にはフリーでも、商業的利用には他の保護手段を講じることができるんだね。

な)そうなんだ。じゃあ、最後に、カテゴリー別の保護手段を整理してみよう。

カテゴリー	主たる利用可能権利	補助的な利用可能権利
自然人の肖像・名前	パブリシティ権	***
コンテンツキャラクター	著作権	商標権
マスコットキャラクター	商標権	著作権
ブランドマーク	商標権	不正競争防止法
魅力的な工業製品	意匠権	***
外観に特徴ある建築物	商標権(立体商標)	不正競争防止法

チ)どの対象に該当するかを判断して、適材適所で権利を使っていかなければならぬってことだね。

な)そのとおり。商品化権の取り扱い、薬局で薬剤師が病気の症状に合わせてどのような薬を処方するかに似ているね。保護したい対象がどのカテゴリーに属するのかを意識して保護計画を立てるべきだね。



2013年4月号で
お会いしましょう！

Season-8は、複製翻案の著作権侵害について説明します。

商標登録第5476769号



※8) ちなみに、東京タワーも6類、16類、20類の「置物」、28類の「おもちゃ」で立体商標の登録を得ている(商標登録第5302381号)。

※9) 知財高判H23.6.29

この「ワイチエ事件」の判決に代表されるように、商品そのものの形の立体商標の登録可否は、商標法3条1項3号に該当すると原則判断され、そのうえで同3条2項に規定する使用による識別性が獲得されているかが判断されることになっている。使用による識別性獲得の立証は、出願人にとって大きな負担となるため、立体商標が商品そのものであると判断される指定商品(東京スカイツリーの事例では「おもちゃ」や「キーホルダー」など)を除くことも、立体商標の早期登録を目指すうえでは重要な戦術となっている。



筆者：中川裕幸

中川国際特許事務所 所長・弁理士
〒105-0001
東京都港区虎ノ門3-7-8
ランディック第2虎ノ門ビル5階
Tel : 03-5472-2900



Illustrated by K. Sasaki
URL : <http://www.ks-df.com/>
E-mail : ksdesign55@hotmail.co.jp