

インドネシアにおける物品デザインの 商標的保護



Yenny Halim

ACEMARK Intellectual Property

(パートナー/弁護士)

ACEMARK 事務所は 1984 年に設立したジャカルタにある知的財産専門事務所、6 名のパートナー弁護士をはじめ現在総勢約 50 名のスタッフを擁している。Yenny Halim は、ACEMARK 事務所のパートナー弁護士で常務取締役であり、知的財産手続において広範、豊富な経験を有する。

基礎情報

商標は情報を伝達する媒体であり、人間の五感のいずれかを通じて認識することができる。消費者の要求の発達とともに、事業者または製造者はより大きな創造性を発揮することを要求されており、自らの商標の文言を考案するだけでなく、製品パッケージの意匠の開発を重視せざるを得なくなっている。製品パッケージの意匠は、より独創的でそれ自体が特別な特徴を持っていない。そうしたパッケージデザインは、しばしば立体商標と呼ばれる。

立体商標の保護を求める動きは、この問題に関係する多くの判例の結果として生じたものである。それらの判例が示された当時は、立体商標はインドネシア商標法によって保護されていなかった。それらの判例は、同一もしくは類似の意匠の製品に異なる商標が表示されている場合に関する慣習法となっている。立体商標保護の法的枠組が既に存在している一部の国（米国、欧州諸国、日本など）とは異なり、インドネシアは現行商標法（2016 年法律第 20 号）が 2016 年 11 月 25 日に施行された時点で立体商標の保護に関する法的枠組みを手にしたばかりである。それゆえ、本稿に示すことができるような、伝統的な商標以外の商標を問題とした判例は、インドネシアではまだ知られていない。

**パッケージデザイン（立体）に対する商標保護：現行商標法第 1 条が適用される
前の時代**

現行商標法（2016年法律第20号）が制定されるまで、インドネシアにおける商標保護は旧商標法（2001年法律第15号）によって規定されていた。旧商標法は伝統的な商標保護を定めており、旧商標法の下で保護の対象となる商標は「図形、名称、語、文字、数字、色の構成またはこれらの構成要素の組合せから成る標識であって、識別力を有し、かつ、商品および役務の取引に使用されるもの」と定義されていた。

その一方で、テクノロジーの発展と消費者の成熟により、生産者はある程度の識別力を備えた製品を製造するために、従来以上の創造性を要求されるようになってきている。そうしないと、製品が商取引のために上市された時点で消費者にはっきりと認知してもらえないからである。商標の役割はもはや単なる言葉や文字による情報伝達だけではなく、ひとつの組合せを構成する図形、語、文字、数字および色の外観が不可欠な要素となるまでに発達し、特別な特徴を備えた平面もしくは立体のパッケージが商標の役割を担うに至った。さらに、商標はいっそう発達して製品の固有の形態と同一視されるようになってきている。商品やサービスに関して多彩な製品パッケージを作り出そうとする競争から見て取れるように、事業者間の企業競争が次第に激化するにつれて、当然ながら事業者間の不正競争という問題が発生する。そのような問題が起こった場合、インドネシアの事業者は、商標以外の知的財産保護制度として著作権または工業意匠権を利用するのが普通である。インドネシアにおける商標紛争ではしばしば起こることであるが、同一のパッケージ（線、色、図形の配置の構成や組合せが同じ）で、商標だけが異なるものが使用されることもある。このようなことが起こるのは、通常、事業者が文字商標を登録しただけで製品全体の意匠を登録していない場合である。競業者は、同一の意匠の製品を製造して異なる商標を付すことができる。そのような例を以下に示す。



上記写真左の製品 A は、文字商標 A は登録されているが、パッケージデザインの意匠は登録されていない。上記写真右の製品 B は、文字商標 B の登録とともに、パッケージデザイン全体の意匠も登録されている。この状況を想定して、商標権者のための提言を以下に示しておく。

1. 主要な要素をパッケージと同じように表示した図を加えた、商標 A を再登録する。
2. パッケージのグラフィックデザインに関する著作権を示す証拠を保管する。
著作権発生の日付が確認できることが重要である。
3. 色と線の形状および配置を保護する工業意匠権に基づいて、製品のパッケージデザインを保護する。工業意匠権の保護期間は短く、10 年を超えて延長することはできない上、類似性が認められる範囲が非常に狭いが、工業意匠権は侵害が発生した場合に商標登録以外の対抗手段を提供してくれる。
4. 上記以外に登録商標の権利者が利用しうる法的救済は、不法行為に基づく民事訴訟を裁判所に提起することである。ただし、実際問題として、違法行為

と損害の立証に伴う複雑さを考えると、原告の請求が裁判所によって認められることは稀である。

製品のパッケージデザインを保護する手段としての立体商標

現行商標法第1条は、商標を以下のように規定している。

『商標とは、図形、ロゴ、名称、語、文字、数字、二次元または三次元の色の構成、音、ホログラム、またはこれらのうち複数の構成要素の組合せ等の図形表示可能な標識であって、識別力を有し、かつ、個人もしくは法人が生産する商品または役務の取引に使用されるものをいう。』

この第1条の規定が施行されたため、インドネシアの商標制度は、立体商標、特に製品パッケージの特徴が持つ識別力に対する保護範囲を従来よりも拡大することとなった。商標の識別力とは、当該商標を別の商標から識別させる機能である。基本的に、立体商標は、製品の形状と結びついた製品の同一性を示すものとして利用され、その同一性によって当該製品が認識されることになる。立体商標という語は、通常、製品もしくはそのパッケージの物理的な形状もしくは曲線を指すものである。コカコーラやスプライトのボトルなどを見れば分かるように、立体的な製品の登録においては識別力が重要な役割を果たす。消費者が目隠しをした状態でボトルを掴んだだけでも、それぞれのボトルの特徴を認識することができる。この例により、商標としての機能に関わる立体形状の特別な特徴もしくは識別性を理解することができる。

では、簡単に識別できる形状の立体商標は、どのような保護をもたらすのだろうか。球、正方形、円筒形、楕円形、三角形は、単純で一般的な標章の例である。これらの形状は識別力を有する標章ではないため、立体商標として登録することはできない。専ら一般的な機能しか持たない形状やパッケージについても同様のことが言える。

通常、伝統的な商標に関する登録要件は、伝統的でない商標についても適用される。非伝統的な商標は、普通は商標として用いられない標章であるとしても、商標とは図形による表示が可能で識別力を有するものでなければならないという現行商標法の商標の定義を満たしていなければならない。登録不能として拒絶される商標に関する登録適格性のメカニズムは、現行商標法第20条および第21条に規定されているが、これらは非伝統的な商標にも適用される。これらの規定によれば、国家のイデオロギー、法、倫理、宗教、公序良俗に反する商標は登録できないとされている。さらに、既に登録されている商品または役務に関係している商標や記述的な商標は登録を拒絶される。第21条は、他の登録商標と同一もしくは類似の商標は登録を拒絶されると規定している。一般に、非伝統的な商標の場合も伝統的な商標の場合も、登録要件は同じである。

これまでのところ、商標登録の公告を見る限り、2016年12月から2017年10月までにインドネシア商標局に提出された立体商標の出願はおよそ数百件であるが、以下に一例を示す。



No. Agenda
D002017030153



No. Agenda
D002017009760



No. Agenda
D002017017888

現行商標法の規定に従って、商標保護の範囲が伝統的な商標から非伝統的な商標まで拡大されたことは、インドネシアの商標法においては革新的な一歩である。とはいえ、実際には非伝統的な商標の登録には、伝統的な商標に比べて技術的な要件が多く、商標登録が非伝統的な商標としての保護要件を満たしているか否かの判断にあたっては、行政側の精査が要求される。

非伝統的な商標の保護、特に製品デザインの保護に関しては、今後の展開を見守る必要がある。

(編集協力：日本技術貿易株式会社)