

『ファッションデザインの保護の難しさ：不競法・商標法・意匠法』

骨董通り法律事務所
弁護士 中川隆太郎

前提：Fashion Lawについて

1. Fashion Lawとは？

- ・ Fashion Law = ファッションビジネスに関連する法律全般
- ➔ 今回の講義（中川担当パート）では、その中心である**ファッションデザインの法律問題**にフォーカスを絞り、不正競争防止法、商標法及び意匠法について「難しさ」を紹介する。

2. 関心の高まりの背景

- ・ 従来、ファッション業界は他の業界と比べデザインの類似・流用に寛容的な傾向
理由：流行・トレンドの重要性 → ある程度似るのはやむを得ないとの考え。
- ・ しかし、特にこの10年は世界的にこの分野への関心が高まっている。
- ・ 主な時代背景：①テクノロジーの進化、②ファストファッションの台頭、③コングロマリットの巨大化

本題：ファッションデザインの保護の「難しさ」

※著作権については、長塚先生のご報告のとおり。

1. ファッションデザインとデッドコピー

- ・ 「販売」から**3年以内**の新商品について、そのデザインを「**模倣**」した商品を販売したり輸出入するなどの行為は、不正競争行為に該当すると定められている（不正競争防止法2条1項3号、2条5項、19条1項5号イ）。
- ・ なぜ「難しい」のか？
 - ① 柄・模様は「対象外」
 - ② 「模倣」か否かの判断の「難しさ」
 - ③ 「3年」の持つ意味

2. なぜ意匠法はファッションビジネスと相性が悪いのか

- ・ 意匠法により、「新しい」「デザイン」を意匠登録することで（特許庁による出願審査）、登録デザインを出願より25年間独占することができる。
- ・ しかし、ファッションビジネスとの相性の悪さがかねてから指摘されており、意匠法によるファッションデザインの保護も「難しい」。
- ・ なぜ「難しい」のか？
 - ① 出願・登録の費用・手続コスト
 - ② 時間のズレ
 - ③ 新規性喪失とグレースピリオド

3. 商標法によるファッションデザインの保護 — 立体商標・地模様商標

- ・ 商標法が中心的に保護しているのはブランドロゴやブランドネームだが、ファッションデザインについても、立体商標や地模様の商標などの形で、例外的に保護している（登録を必要とする）。
- ・ なぜ「難しい」のか？
 - ▶ ファッションデザインがブランドの「顔」になるほど「有名」になるハードルの高さが壁となる。

4. 不競法2条1項1号/2号によるファッションデザインの保護 — 周知・著名商品等表示

- ・ 「このデザインといえばあのブランド」というデザインとして広く知られたデザインと同一または類似するデザインを無断で使用して、需要者に誤認混同のおそれを生じさせる行為は、不正競争行為と定められている（2条1項1号）。
- ・ また、上記のうち、知名度が「誰でも知っている」レベル（=著名）となっていれば、誤認混同のおそれを問うことなく、不正競争となる（2条1項2号）。
- ・ なぜ「難しい」のか？
 - ▶ 商標法同様、ファッションデザインがブランドの「顔」になるほど「有名」になるハードルの高さが壁となる。

以上

参考文献：

- ▶ 金井倫之「ファッション・ロー概論：ファッション・ビジネスと法的保護」IPマネジメントレビュー15号25頁
- ▶ 関真也「ニューフロンティアとしてのファッションロー」法学セミナー2019年11月号40頁
- ▶ 蘭蘭「商品形態の実質的同一性判断における評価基準の構築：近時の裁判例を素材として」知的財産法政策学研究25巻67頁
- ▶ 関真也「アパレルデザインの不正競争防止法2条1項3号による保護：『流行』の生成プロセスから見た商品形態の実質的同一性の捉え方の検討」特許研究68巻51頁
- ▶ 山本真祐子「ファッションデザインの法的保護：不正競争防止法2条1項3号」発明2019年4月号55頁
- ▶ 中川隆太郎「ファッションデザインと意匠法の『距離』」日本工業所有権法学会年報43号99頁