

スペイン広報73

日西間の商取引における知的財産権(1)

日西間の商取引における知的財産権の重要性について

Propiedad industrial e intelectual en las relaciones comerciales entre Japón y España (1)

カルロス・ロベス(弁護士)・真覚久美子

リーガルスタジオはスペインと日本間の知的財産権を専門に扱う法律サービス会社です。日系企業にはスペインにおける知的財産権(以下知財)の登録や管理・侵害訴訟、日本に輸出するスペイン企業には日本における各種権利の出願、またホームページ等の情報保護やライセンスなどをスペイン人の経験豊かな弁護士と日本人スタッフが代行します。今月から連載で、日西間の商業・文化・組織などの交流の基礎ともいえるこの権利の詳細と、その必要性などを具体的に説明していきます。

はじめに二国間の法律の違いです。スペインはイギリスを除く主要なヨーロッパ諸国同様、常に知的財産権と産業財産権(以下産財)を区別していて、この場合の知財とは著作権と著作隣接権を表し、その他を産財としています。日本ではイギリス・アメリカなどのアングロサクソン系同様、知財とは産財と著作権と著作隣接権を合わせた総称であるという点が異なります。産財とは、発明・商標・特許・意匠・実用新案・原産地表示をいい、著作権とは、文芸・演劇・コンピューターソフト・映画・美術作品・音楽・写真・学術などの著作物をその著作者が独創的な作品を創作することによって自動的に派生する権利で、著作物の複製・上演・演奏・放送・翻訳などの権利を含みます。一方著作隣接権とは、ある

著作物を演奏する演奏者やそれを録音するレコード製作者、またその録音物をテレビなどで放送する放送事業者に生ずる権利です。

例えば自社製品やサービスを販売する場合にまず重要なことは差別化でしょう。オリジナリティを持つと

同時に、良いイメージとコミュニケーションを持つこと。特に

ネーミングやロゴの登録

は大切ですが、車の

PajeroやアニメのLaputa

のように日本で使っ

ていたローマ字表

記をスペイン語で

読んだ時、イメー

ジダウンにな

るようなケース

は避けたいもの

です。また、日本

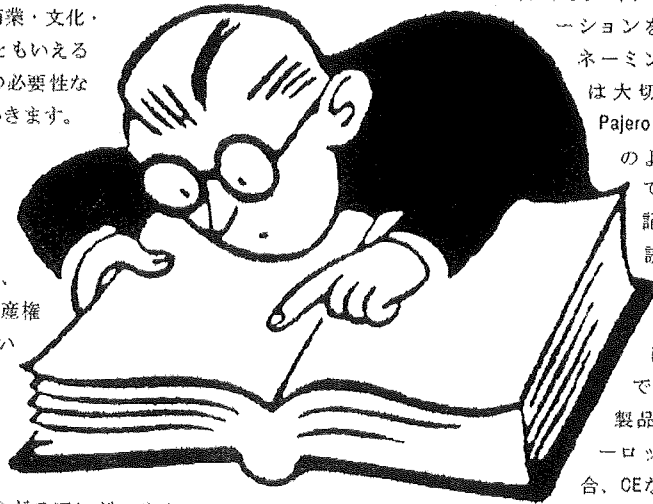
製品をスペインやヨ

ーロッパで販売する場

合、CEなどヨーロッパ対

応の品質保証も必要です。

デザインや仕組みが独自のものであれば、意匠権や特許を登録する必要もあります。またスペインには17の自治州があり、この中には4つの異なった言語で学校教育の全ての授業を行う地方もあり、それぞれが個性的で、当然のことながら細かなマーケティングが必要でしょう。次号では個々の目的に応じた各権利の出願方法や、スペイン・EU・国際権利取得の各々の利点などを紹介します。



Legal Studio ●
Spain & Japan

リーガル・スタジオは日西間の知的財産所有権専門の法律サービス会社です。侵害並びに市場調査・民事裁判・知的財産の有効利用・講習など日本語でお気軽にご相談ください。

ASESORÍA HISPANO - JAPONESA DE PROPIEDAD INTELECTUAL



スペイン広報 74

2008年冬季号

経済、商業、観光、文化情報季刊誌

発行・編集：日西商業会議所

配布先：日本、スペイン、ヨーロッパ各国

日西間の商取引における知的財産権 (2)

日西間の商取引における知的財産権の重要性について

Propiedad industrial e intelectual en las relaciones comerciales entre Japón y España (2)

カルロス・ロベス(弁護士)・真覚久美子

日本は食糧の60%を輸入に頼る世界でもまれな国ですが、昨今の日本食ブームで海外における日本食材の需要が増えているのも事実です。マグロを生で食べる人が世界中に増えて価格が急激に上がったたり、スペインで行われる国際的な食のイベントMadrid Fusiónにおける日本食材の注目ぶりを見てもそのブームの程が垣間見られます。

今回はフードテックスにちなんで、日本の食材やアルコール飲料を輸出する例を挙げてスペインで行うべき各権利の登録やその特徴についてご説明します。

まずは商標登録。市場をスペインに絞る場合や商品名をスペイン語に訳したならば必ずスペインの国内商標に登録すべきです。会社名やブランド名の場合、アルファベット表記とロゴに日本語表記がある場合はその表記を加えましょう。有効期間は10年間で延長も可能です。

EUという今では27加盟国の市場をターゲットにする場合は1件の登録で欧州連合(European Union)加盟国全体をカバーする欧州共同体商標(Community Trade Mark/CTM)、OHIM(欧州共同体商標意匠庁)における商標登録が適切です。本部はスペインのアリカンテにあり、この商標は一旦登録されると、その商標権の所有者は欧州連合の何処でもそれを自由に使用できるという、全く画期的で前代未聞の広域的な商標制度です。また新たな加盟国が増えても自動的にその国でも使えるようになります。EU間では国境なく自由に商品が行き来する今日、これはとても有益な権利になります。有効期間はスペイン商標と同様10年間です。EU・パリ条約加盟国に出願する企業の事務所や個人では住所が無い場合は代理人を立てて申請する必要があります。またEU内のどこか一国でも登録が認められない場合は登録できないので、その場合はできる国で一つずつ登録する必要があります。

国際商標は日本の特許庁からも出願できる商標で、前述の2つに比べると費用は嵩みますが、取ることができれば一度で多くの国を網羅できる利点がありますが、範囲が広域なだけに国によってはその商標が登録したい分類で抑えられている場合があったり、中には出願してから18ヶ月間登録できるかどうか分からないという時間的なデメリットがあります。また国際商標とは言え、EUのように全国を網羅するのではなく、マドリッド協定加盟国に限られます。

意匠権の登録。商品の形状やパッケージの形状やデザインがその商品の差別化を図れるような独創的なものである場合、登録すべき権利です。

スペインの国内登録は特許庁の管轄で、5年単位で最高25年まで延長することができます。興味深いのは最初の12ヶ月に限り、そのデザイナーもしくは権利者がこの商品を市場流通しても登録の必要無しに権利が守られるという点です。市場流通に乗ったら改めて登録できるのは合理的です。

欧州の場合、OHIM(欧州共同体商標意匠庁)の管轄で、5年ずつ最高25年まで登録することができます。興味深いのは3年間に限り保護を申請することができる点です。これはファッションのように移り変わりが激しいセクターに適した制度です。

国際・国際的の制度を構築するための制度としてヘーグ協定を使っているため、加盟している国がこの協定を使用する国に該当しているか事前に確認すべきです。ちなみに日本と米国は加入していません。

ヨーロッパの場合は特にすべては権利ありきです。用途に応じて適切な権利を取得し、確実に市場導入をされることをお勧めします。

Legal Studio
Spain & Japan

リーガル・スタジオは日西間の知的財産所有権専門の法律サービス会社です。侵害並びに市場調査・民事裁判・知的財産の有効利用・講習など日本語でお気軽にご相談ください。

ASESORÍA HISPANO - JAPONESA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

スペイン広報75

日西間の商取引における知的財産権(3)

日西間の商取引における知的財産権の重要性について

Propiedad industrial e intelectual en las relaciones comerciales entre Japón y España (3)

カルロス・ロベス(弁護士)・真覚久美子

最近日本でも見かけられるようになって来た「原産地呼称制度」とは、ヨーロッパで古くからその地域に根ざした、ゴルゴンゾーラやシャンパンのような特有の食品や酒類の品質認証のために作られた制度である。また特にあまり恵まれていない地域の生産方法や原産地がより知られ、評価されるようにプロモーションをし、名称の不正使用から保護し、消費者に正しい情報を提供するために設けられた。

5月13日から15日までシウダ・レアルで開催される第三回エスパーニャ・オリヒナルは、そんな原産地呼称制度で認定されたスペイン各地の厳選された品質の製品が一同に集まる見本市。ワインやオリーブオイルはもちろんのこと、生ハム、チーズ、蜂蜜、果物、酢、米、変わったところではチュファアやトロンなど幅広い製品が展示される。

スペインの法律では、18世紀にワインの品質保持のための特別立法、1932年のワイン協定で原産地規制が決められ、それに伴いリオハ、ヘレス、マラガでワインの代表者たちが委員会を立ち上げ、今日ではワインだけでも60を超える原産地呼称委員会がある。1970年には「ぶどう畑、ワインおよびアルコールに関する法令」が制定され、品質管理やプロモーションを行う機関として原産地呼称省(INDO)が設けられた。

このような商品を扱う場合、スペインでは以下のような規則に注意すべき。

- 2003年ワイン法改正の、新たなワインの産地と品質を保護するシステム。
- 1991年の不正競争防止法では、タイプ・分類・クラス・モデルなどの言葉を使った偽の原産地呼称表示は不正だとしている。
- 2001年の商標法では、製品の産地に関して消費者が

混乱するような名称の登録を禁じている。

- 1989年の勅令では、商業登記規則で原産地呼称は「呼称」部門で登録できるが、企業呼称としては登録できないとしている。

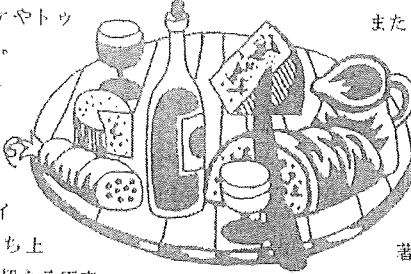
一方スペインの法律とは別にヨーロッパでは、2006年のEU規制510条で「原産地名保護」(PDO)と「地理的表示保護」(PGI)を区別していることが重要である。PDOとは製品の品質と特徴が、本質的または独占的に自然と人的要因を含めた地理的なものであることとしており、これはその地域の気候や地質が関係しており、一方PGIで重要としているのは自然と人的要因とは別に、名声、特定の品質またはその他のあらゆる特徴がその地域に帰属すると考えられるものとしている。

またこの他にも次のような規則に注意すべき。1999年ワイン規則、2006年農産物と食品に関する地域表示の規則、1883年パリ連合協定による工業製品とサービスに使用する表示規制。

このような「原産地呼称」が著名になると侵害行為も行われるが、その内容によって管轄は異なる。例えばス

ペインで原産地とは異なる地域の企業が侵害した場合は、農業・漁業・食品省の管轄で、流通や消費者に販売する時に行われた不法行為は州政府または市役所の消費部門の担当になる。また無許可の「原産地呼称」製品が輸出されようとした場合は税関の管轄。

日本の輸入業者がこのような「原産地呼称制度」で保護された商品を扱う場合、該当する制度について事前に詳しく知り、そしてその表示がスペインやヨーロッパの法律に従った合法的なものかを見分け、またこれらの規則は消費者に製品の高い品質を保証するためのものなので、表示内容を日本の消費者にわかりやすく、正しく伝えることが大切であろう。



Legal Studio
Spain & Japan

リーガル・スタジオは日西間の知的財産所有権専門の法律サービス会社です。侵害並びに市場調査・民事裁判・知的財産の有効利用・講習など日本語でお気軽にご相談ください。

ASESORÍA HISPANO - JAPONESA DE PROPIEDAD INTELECTUAL