

常識から法律常識へ (10)

－日本法の基層の理解のために－

影山法律特許事務所
弁護士・弁理士 影山 光太郎

第4章 幾つかの法制度を通じて日本法の基層の理解のために(2)

日本法の基層の理解に役立つと思われる法制度の項目について、前月号で述べた、(イ)調停制度、(ロ)企業の再建と清算、(ハ)自由な競争と独占、(ニ)消費者保護のための不当表示の規制、(ホ)債務不履行と背任罪、ホワイトカラー犯罪、に続いて述べる。今回の項目は、広義で知的財産権に関するものである。取り上げる項目は、①知的財産権制度と、特にその権利を実効あらしめる請求について、②著作権制度、③キャラクター、パブリシティの法的権利、④営業秘密の保護について述べる。上記②～④では、身近に生ずる問題を説明できるように努め、③では、法的な権利といえるか否かという点についての考察も行う。

6、知的財産権と知的財産権に基づく請求

(1) 知的財産権

商品が市場を支配する力(いわば商品力)は、技術、デザイン、ネーミングで成り立つといわれる。良い技術を持った商品、良いデザインの商品、ネーミング(名付け)の良い商品は売れる。この技術、デザイン、ネーミングについても、例えば、機械装置では技術がほとんどのウェイトを占め、服飾ではデザインが大きなウェイトを占め、書籍でネーミングは極めて重要という。自動車は技術、デザインの順であろうか。

この新しい技術(発明・考案)に対応する権利として特許・実用新案権が用意され、技術の開示を条件に特許権で20年間、実用新案権で10年間、その技術の実施(製造・販売・使用等)の独占を認める。考案は、いわば「小発明」といえる。新しいデザイン(意匠の創作)に対応する権利として意匠権が用意され、創作した意匠の開示を条件に20年間の独占を認める。商品・サービスの表示(ネーミングもその一)に対応する権利として商標権が用意され、存続期間は10年間だが更新が認められる。商標は、「もの言わぬセールスマン」ともいふべき経済機能をもつ(「ソニー」「EXXON」などは優れた造語による商標。ソニー(SONY)はラテン語のSONUS(音に関連)と英語のSONNY(坊や)から。EXXONは、アルファベットを組み合わせで作られた全くの造語)。これらを総称して産業財産権((旧)工業所有権)という。

産業財産権のうち、特許権、意匠権、商標権は、特許庁に出願をして各権利の要件の審査がなされ(特許であれば、a. 産業上の利用可能性、b. 新規性があり(公知でないこと。自分で発表してしまっても公知となるので注意)、c. 進歩性があること(容易に考えつくものでないこと)等)、これら要件を充たしていると、登録料を支払い登録される。

著作権は、著作物、すなわち文化的所産の創作的表現を保護する権利である。著作物の例は、小説、論文、音楽、絵画、映画、写真、プログラムなどで、多様である。著作権の存続期間は著作者の生存中及び死後50年である。ほぼ産業財産権と著作権とを併せたものを知的

財産権(知的所有権 intellectual property right)という。

著作権は、著作によって直ちに発生する。著作物に、従来より、条約上の理由から、「©、著作権者名及び最初の発行年」を、「©K. Kageyama2015」のように表示されることがあるが、この方式は必ずしも必要ない。

知的財産権制度の、より詳しいアウトラインは次表のとおりである。

	保護の対象(権利の客体)	法 律	権 利
知的創作			
①	発明	特許法	特許権
②	考案	実用新案法	実用新案権
③	意匠	意匠法	意匠権
④	半導体チップ	半導体集積回路の回路配置に関する法律(半導体チップ法)	回路配置利用権
⑤	植物新品種	種苗法	育成者権
⑥	営業秘密、新商品の形態	不正競争防止法	
標識・取引秩序			
⑦	商品商標、サービスマーク	商標法	商標権
⑧	商品・営業表示、品質表示、営業上の信用等	不正競争防止法	
⑨	商号	商法、会社法	商号権
著作等			
⑩	著作物	著作権法	著作権、著作隣接権
⑪	キャラクター		商品化権

(2) 特許権

産業財産権の中心である特許権は、①発明(新技術)について、②出願後20年間の排他独占的な実施をなしうる権利である。したがって、特許権を所有することにより、

- ① 技術の創作の結果、製品の品質が高度であることが示される。また、その技術からさらに新しい技術の開発が可能になる。
- ② 新技術分野への他企業の参入が防止され、販売量が増え、高品質とも合わせて価額の維持が図られる。

①②合わせて、継続的安定的に利益を得ることが期待できることになる。特に、中小企業において、その得意分野における特許権の取得により、大企業にも対抗してゆくことが考えられる。

従来から、中小企業にとっては、ニッチ(隙間)産業がねらい目だということがいわれる。ニッチ産業とは、新しい発想で、既存の企業が進出しない分野(隙間、ニッチ(壁のくぼみの意))を見出し、そこを事業対象とする産業である。極く概念的には、「隙間」であれば幅は狭いので、そこを有力な特許で抑えてしまえば、市場を独占できることになる。

(3) 著作権

著作権は、知的財産権の中で、最も我々の日常生活に関係する分野である。最近のメディア技術の発展とともにそのコンテンツ(内容、中身)は著作権法によって保護されるので、同法の重要性は増している。著作権は複製権等の支分権の集った「権利の束」といわれる。

著作権の最も基本的な効力は、複製の禁止ということであるが(複製権)、日常、コピー機、パソコン等によって頻繁にコピーがなされている。上記の日常生活に関係するという意味は、