

## 特集2 《主要国の不正競争防止法（前）》

ドイツ不正競争防止法及び  
その模倣品からの保護ドイツ弁護士 Anja Barabas<sup>(1)</sup>

## 要約

ある会社の重要な顧客が出席するドイツの国際見本市で、その会社の製品の模倣品を競合会社が著しく廉価で提供している。しかし、その会社は対応する知的財産権がない。そのような状況で、その会社ができることは何だろうか。その会社や顧客に効果的で迅速な法的支援を与えてくれる法的手段はあるだろうか。実は、そのような手段が一つある。それはドイツ不正競争防止法において補完的保護と呼ばれるものである。以下では、上記の会社や顧客がこのような法的機会の恩恵を受けることができるかどうか、またそのためにはどのような法的基準を満たしていなければならないかについて説明していく。

## 目次

1. 序文
2. 模倣自由の原則
3. 不競法に基づく商品の形態及び外観の保護の条件
4. 救済措置 (Remedies)
5. 法的請求権の行使
6. 判例
7. ドイツ不競法の一般条項
8. 結論

## 1. 序文

ドイツ不正競争防止法（ドイツ語では「Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb」, 略称「UWG」）。以下「不競法」という）は、商品の形態や外観の保護において有効であり、しばしば法的根拠として利用されている。不競法に基づくいわゆる補完的保護は、不競法第4条第3号<sup>(2)</sup>に規定されている。

この法規定は、1940 / 41年に「ライヒ裁判所 (Reichsgericht)」によって初めて展開された<sup>(3)</sup>。ライヒ裁判所は現ドイツ連邦最高裁判所（ドイツ語では「Bundesgerichtshof」, 略称「BGH」）の前身である。「ライヒ裁判所」は、不正な慣行の要素が認められる場合には、競争者による製品の模倣は違法であると判示した。このような不正な慣行は歪みのない競争とは両立し得ないとみなされ、したがって違法であると判断された。連邦最高裁は、長年にわたり、この判決を明確化しようとしてきた。ようやく2004年に議会は不正競争防止法の一規定としてこれを取り込んだ。この

規定により、周知の（つまり、その外観のために周知となっている）製品を模倣する行為は一定の状況下においては不法行為の一形態であることが定められた。第4条第9号には判決によって確立された基準が具体化され、不正な慣行として三つの典型的類型が挙げられた。それは、①製品の出所についての回避可能な欺瞞、②名声の利用、③不誠実手段によるひな型の取得、である。2015年の法改正を経て、これらの規定は現在、第4条第3号に規定されている。

この（判例）法の趣旨及び目的は、昔も今も競争者による生産者の成果の不当な利用から生産者を保護することである。このような背景から、この法規は、自由かつ歪みのない市場と競争の保護を全般的な目的とするドイツ不正競争防止法の枠組みにうまく組み込まれている。

## 2. 模倣自由の原則

ドイツ法では、実は、知的財産権により保護されている場合を除いて、製品の形態及び外観を模倣することは許容されている。

もっとも、製品が知的財産権により保護されていない場合であっても、競争者が不正な慣行により模倣品を提供するときには、ドイツにおいて当該商品の提供販売は禁止される。これは、不競法が歪みのない競争を確保するためのものだからである。つまり、商品の保護は不競法の第一の目的ではなく、一種の反射なのである。不競法による保護の恩恵を享受するために充

足しなければならない法的要件は、不競法のこの目的に即して解釈されるので、この点が重要となる。

不競法（歪みのない市場と競争の保護）と知的財産権制度（知的財産権は製品、その技術又はその外観を保護する）のそれぞれの目的に鑑みれば、周知の製品の生産者は、知的財産権と不競法の両方を法的請求権の根拠とすることができる。利用できる法的請求権は相互に排他的なものではない。

### 3. 不競法に基づく商品の形態及び外観の保護の条件

#### (1) 原告

不正競争に係る請求の原告は、不正競争に係る製品の生産者及び／又はその独占販売代理店である。製造委託により生産された製品を提供販売する企業も「生産者」に分類される。

#### (2) 被告

被告とは、製品の模倣品を提供販売する全ての者のことである。

もっとも、模倣品の生産というだけの場合には、生産だけではまだ市場の歪みは生じていないので、不競法を根拠として法的請求が裏付けられることはない点を強調する必要がある。問題となるのは、模倣品が市場に流通された場合のみである。したがって、関連する不法行為は模倣品の宣伝、提供及び／又は販売のそれぞれが行われて初めて開始されることになる。つまり、法的請求の対象となるのは、模倣品の提供販売と宣伝であり、生産は除外される。

#### (3) 模倣

あらゆる種類の商品が模倣の対象となり得る。それは技術製品であったり、非技術製品であったりする。また広告キャンペーンやテレビフォーマット（tv-formats）などの役務も該当することができる。

#### (4) 競争力のある独自性（Competitive originality）

最も重要な法的要件は、独自の商品又は役務がいわゆる「競争力のある独自性」を示すかどうかの問題である。製品又は役務がその形態及び外観のみによって製品の商業的出所を示すことができる場合に、競争力のある独自性が存在することになる。

したがって、商品は、その形式、色彩、形態、提供方法などの特別な（デザイン）要素であって、需要者の目から見て、商業的出所の表示となるものを示している必要がある。需要者が製品の形態又は外観のみから製品の出所を認識する場合に、ここで求められる独自性は存在する。ただし、需要者が生産者の名称・氏名を明確に挙げられる必要はなく、商品により一定の生産者を連想すれば十分である。

そのような競争力のある独自性を示す製品の実例を以下に示す。



ドイツの裁判所は、これらの製品について、需要者がその外観だけを見て特定のメーカーと製品を関連づけることから、一定の独自性を有するものであると認めた。

子供用のウォーキングバイクはただの普通の自転車ではなく、特にハンドルバーと後輪が結合している点が傑出している。ハイチェアに関しては、この椅子の形態の伝統的ラインが「普通の」ハイチェアに比べて特殊なものである。非常に巧みなデザインであり、特定の生産者を指し示すことができる。靴に関しても同様である。この靴を模倣する行為は、意匠権が存在するにかかわらず、靴がその形態によって周知となっているとの理由から、不正な競争行為に該当すると判断される。

原告は、自己の製品がそのような独自性を有するかの評価にあたっては、市場の俯瞰のようなことを行ってみる必要がある。自身の独自の製品と競争者の製品のデザインの主要要素を比較分析するために、原告は市場において比較可能な製品についての材料、資料、冊子、インターネットのスクリーンショットなどを集める必要がある。この分析をもとに、原告は市場での自分の地位を明確にすることができる。市場調査は問題の商品がその形状、形態、外見や外観だけから需要

者に認識されるかどうかを証明する上で役に立つと考えられるが、必須ではない。

自己の製品について原告がその形態、色彩などにより（ある程度）傑出しているとの結論にたどり着いた場合には、一定の競争力のある独自性が存在すると推定される。

必要とされる法律上の条件が存在することを証明する別の手段としては、例えば、当該製品の市場シェアや原告が市場のリーダーだという事実のような数値、製品の年間販売数、製品価格、原告が最初に製品開発とその市場への導入を行ったのかどうか、当該製品の広告キャンペーンの詳細などがある。

技術製品もまた、競争力のある独自性を有することがある。しかし、この問題は、現在までしばしば裁判手続上の対象となっている。これに関して最も議論されている問題は、技術上必要とされる形状が一定の独自性をもたらし得るかというものである。この問題に対して裁判所は次のように回答している：特定の形状要素が、その技術的効果を得るためにのみ存在する場合には、独自性の判断において考慮されない。ただし、形状、形態又は色彩が実際に技術上必要ではあるが、技術的機能を変えずに変更できるものである場合には、競争力のある独自性の一部となり得る。これは、生産者には形状を選択する自由があり、技術のみによって決定づけられるものではないからである。

したがって、技術的機能がデザインの要素の影響を受けるか否かという問題が重要となる。

## (5) 不正な慣行

製品が一定の独自性を有していると判断された後は、不正な慣行があったのかの分析を行う必要がある。上記のとおり、判例により三つの類型が確立されている。

### a. 製品の出所についての回避可能な欺瞞

この類型が最も該当する場合の多いグループである。事件の90%で、不正な慣行は誤認惹起行為である。

通常、模倣品が真正品と同一である場合に、回避可能な欺瞞であるとされる。この場合、需要者は大抵、本当に真正品が提供されていると考える。関連行為は、模倣品の提供、つまり、購買前の混同である<sup>(7)</sup>。

購買後の混同も不競法第4条第3号の対象となるのかについては、裁判所はまだ判断していない<sup>(8)</sup>。

需要者に誤認を生じさせないために、被告は次に挙げるような措置を講じることができる。

- 競争力のある独自性に関する一又は複数の要素を変更する：例えば、色彩が重要なデザイン要素の一つである場合に別の色彩を選ぶ、真正品の特徴である形状を変更する、など
- 真正品とは別の材料にする
- 真正品とは別の包装にする
- 真正品とは別の商標にする

もっとも、ここに挙げた手段はただの例に過ぎない。需要者に誤認を生じさせないためにはどの手段が適切であるのか、各事件において個別に分析する必要がある。この判断には、通常、真正品と模倣品の類似度や製品の種類が影響を与える。誤認のリスクを避ける方法に適用できる一般的なルールは存在しない。全体的な利益の均衡が取られなければならない<sup>(9)</sup>。

これについて、商標法の原則や「混同のおそれ」という用語を参考にすることもできる<sup>(10)</sup>。真正品の生産者の商品を連想させるというだけでは、混同のおそれや誤認を生じさせるには不十分である。ただし、需要者が模倣品を真正品の生産者の新製品ラインの一部又はセカンドラベル（訳注：廉価な製品ライン）だと考える場合は、製品の出所について混同のおそれ及び誤認が存在することとなる<sup>(11)</sup>。

### b. 名声の利用

不正な慣行の2つ目のグループは、名声の利用である。

名声の利用では、真正品が一定の著名性を有していることが要求される<sup>(12)</sup>。真正品のイメージが模倣品に容易に移転される場合、つまり、不正競争行為に該当する場合に、名声の利用が行われたことになる<sup>(13)</sup>。これは、模倣品の提供及び販売が、その製品自体や独自の広告キャンペーンによって促進されたのではなく、周知な真正品の有する優れた評判によって促進されたに過ぎないからである。そのような場合、被告は、他の市場参



加者の事業実績から利益を得ることになり、不法行為であると判断される。

#### c. 不誠実手段によるひな型 (patterns) の取得

不正な慣行の3つ目の類型は、真正品の生産者と模倣者が一定の関係にあり、模倣者が真正品の生産のためのひな型を入手できる場合にのみ適用される。このため、この類型が適用されるのは稀であり、本稿では無視することができる。

### 4. 救済措置 (Remedies)

模倣品の提供が不正競争行為となる場合には、原告には次の救済措置が認められる。

#### (1) 差止救済

主要な請求は、差止救済を得ることを目標とされている。原告は、模倣品の提供、販売、引渡し及び宣伝の即時停止を請求する権利を有する。その結果、被告はそれ以上の提供又は引渡しが行われなくするために、迅速に社内体制を整えなければならなくなる。そこで、例えば、ウェブサイトやオンラインショップを直ちに修正したり、チラシや冊子の配布をすぐに停止させる等をする必要がでてくる。

差止救済の請求権は、模倣品の生産については存在しない<sup>(14)</sup>。これは、不競法による保護の対象が製品自体ではなく、自由かつ歪みのない市場及び競争だからである。競争が関係してくるのは、模倣品が提供される場合だけである。

差止救済の請求権を終了させるには、被告は、侵害行為の停止宣言書に署名する必要がある。違法行為を実際に停止するだけでは、不正競争行為が反復して生じる法的危険性を排除するのに十分とはいえない。このため、侵害者による正式な宣言書が必要とされるのである。

停止宣言書の重要な要素は、該当する模倣品の提供及び販売を直ちに停止する義務である。停止宣言書の解釈に際して非常に重要なことは、宣言書が可能な限り具体的に書かれており、該当する模倣品を、写真や最重要デザイン要素の補完的説明書を利用して明確に特定することである<sup>(15)</sup>。

#### (2) 模倣品の除去及び回収

更に、真正品の生産者は、全ての模倣品を市場から

除去するように請求することができる。しかし、模倣品の廃棄を請求することはできない。これもやはり、製品が存在するだけでは不正競争行為は発生しないという不競法の目的のためである。

しかし、模倣品の除去については、ドイツ連邦最高裁判所がやや新しい展開を見せている。2015/2016年にドイツ連邦最高裁判所が「Hot Sox」判決<sup>(16)</sup>及び「Rescue products」判決<sup>(17)</sup>を下すまでは、模倣品の除去を請求することができるのは、被告が処分権を有しているもののみであった。この2つの比較的新しい「Hot Sox」及び「Rescue products」の判決によって、被告の模倣品を回収する義務の範囲が根本的に拡大された。今後、原告は、企業顧客及び／又は個人顧客に既に引き渡された模倣品についても回収を請求することができる。この結果、除去に関する権利の効力は著しく増強された。

#### (3) 損害賠償

更に、被告は原告に損害賠償金を支払わなければならない。もっとも、差止救済の請求権とは対照的に、損害賠償の請求が可能であるのは、被告が悪意をもって (in bad faith) 行動した場合に限られる。被告の責任は、原告が立証しなければならない。

損害賠償額の算定方法は三つある<sup>(1)</sup>。

- (a) 第一に、原告は逸失利益の賠償を請求できる。これに関しては、模倣品の提供と真正品生産者の逸失利益との間の因果関係を証明することが重要となる。
- (b) 第二に、真正品生産者は、被告が提供販売された模倣品により得た利益を請求できる。この場合にも、因果関係の証明が重視されなければならない。
- (c) 第三に、当事者間で関連商品についてのライセンス契約が締結されているものと仮定される。この場合、被告は原告に対して仮想のライセンス料を支払わなければならない。

#### (4) 情報提供及び計算書類 (accounting)

原告は、損害賠償請求権を行使する準備のために、売上高に関する情報及び提供販売された模倣品の点数、模倣品が提供販売された期間、模倣品の引渡先、

被告の法人顧客、模倣品の生産者、価格（購入価格および販売価格）等その他の情報を請求することができる。

## 5. 法的請求権の行使

上記の法的請求権の行使に関して、原告にはいくつかの選択肢が与えられている。原告は、裁判手続又は裁判外手続のいずれかを開始することができる。一般的には、最初に裁判外手続が開始される。大抵の事件では、警告書を利用して始めるので、原告には十分な時間と証拠がある。

しかし、裁判所において法的請求権を直ちに行使しなければ、証拠隠滅のリスクがある場合には、真正品生産者は裁判手続を開始させる必要がある。このとき通常行われるのは、予備的な差止救済を得るための仮差止手続である。これが多くなされるのは、外国の侵害者が数日間のみ開催されるドイツでの国際見本市において模倣品の提供を行う場合である。

### (1) 立証責任

ドイツ民事訴訟法によれば、原告は、自身の法的主張を正当化する全ての事実を立証し証明しなければならない。これとは対照的に、被告は、自身の潔白を証明する全ての状況について立証責任を負う。

このような制度となっているため、原告は、何らかの法的手段に訴える前に、あらゆる証拠を集めておくのが賢明である。そうしなければ、被告を警戒させ、証拠を隠滅又は廃棄されてしまう危険を冒すことになる。例えば、オンラインショップで模倣品が提供されているとすれば、該当する行為を証明する関連ページのスクリーンショットを撮っておく必要がある。自分以外に、同僚や家族の誰かを証人として確保しておくことが妥当である場合もある。

更に、訴訟を開始する前に、市場に関する全ての情報と証拠、関連市場における自身の製品の地位、模倣品に関する全ての情報を集めておくべきである。訴訟に勝訴する可能性を判断するために、この情報が必要となる。

### (2) 警告書 (Warning letter)

裁判外手続を開始する選択肢の一つ目は、警告書を送ることである。警告書には、次の要素を含める必要がある。

- 侵害行為、つまり、真正品の模倣行為の説明
- 自身の製品の競争力のある独自性の説明
- 警告書の根拠となる法的請求権の立証
- 一定期間内の停止宣言書への署名の要求
- 所定期間内に宣言書への署名がなされなかった場合には訴訟を提起する旨の警告
- 発生した全費用の支払いの要求

必要とされる全ての法的要件を満たす停止宣言書に被告が署名すれば、手続は終了される。署名しない場合には、原告は自身の権利を行使するために更なる法的措置に訴える必要がある。

### (3) 仮差止手続

仮差止手続を開始して、仮差止救済を得ることを選択することもできる。仮差止手続の開始には、特別な緊急性の存在が要求される。これは、不正競争行為を知ったことが原告にとってかなり新しいということの意味する。模倣について知ったときから、仮差止手続の開始までは、4週間以内でなければならない。それを超えると、本案訴訟を開始するしかなくなる。

もっとも、仮差止手続のメリットは、証言をすべて宣誓供述書により取ることができるということである。事実を信用できるものにする必要があるだけで、実際に事実を証明する必要はない。更に、裁判所から決定が出されるまでに1~2日しかかからない。しかし、この裁判所の決定は仮の決定に過ぎないので、本案判決によって確認される必要がある。仮差止命令は、命令の通告日から6ヶ月間のみ効力を有する。

仮差止命令がよく利用され、非常に効果的な手段であるのは、外国の競争者がドイツに数日間だけ滞在する場合、例えば、ドイツの見本市で模倣品を提供する場合である。仮差止手続を利用することによって、ドイツでの見本市の開催期間中にこの競争者が模倣品を提供販売することを阻止することが可能であり、当然ながらこれこそが真正品生産者の狙いである。本案訴訟では、時間がかかりすぎる。本案訴訟において口頭審理が行われる頃には、被告はすでにドイツを離れてしまっている。

もっとも、仮差止命令は、差止救済の請求権を行使するためだけの法的手段である。損害賠償及び情報提供の請求権は、本案訴訟によって行使されねばならない。除去又は回収の法的請求権は、仮差止手続又は本

案訴訟のいずれかによって主張することができる。どの法的措置に訴えるべきかは、最終的に訴訟で勝つ可能性に左右される。本案訴訟で勝つ可能性が明らかに高いのであれば、すでに仮差止手続で求めている回収についての請求権を行使するのが良いだろう。それ以外の場合には、本案訴訟を利用してこの請求権を行使するだけにするのが良いだろう。これは、原告の差止救済の請求権が訴訟の最後に取り消しになった場合に、原告には被告への損害賠償義務が課されるからである（損害賠償責任）。

#### （４） 本案訴訟

原告が不正競争行為について数ヶ月前から知っている場合には、本案訴訟を開始する必要がある。本案訴訟では、全ての法的請求権を行使することができる。考慮すべき事項として特記しなければならないことはない。

#### （５） 出訴期間

上記の手續に関して念頭に置いておかなければならないのは、差止救済、回収及び除去、情報提供に関する法的請求権には、6ヶ月のみという出訴期間が適用されるということである。出訴期間は、原告が不正競争行為について関連情報を受領した時から開始する。

損害賠償金の支払いを求める法的請求権では、出訴期間は、関連事実について知ったときから起算して3年である。

### 6. 判例

上記の問題に関する多くの判決のうち、1件又は複数の判決を最も重要なものとして選び出すことは難しい。しかし、以下に挙げる3件の判決は、ある程度、模倣の問題が懸念される製品の範囲を明らかにしている。

#### （１） Femur-Teil 判決<sup>(19)</sup>

ドイツ連邦最高裁判所の「Femur-Teil」判決は、技術的事項に関する判決である。Femur-Teilは股関節内部人工器官であり、ある専門家集団の使用する工業製品である。連邦最高裁によると、Femur-Teilは競争力のある独自性を十分に備えている。

裁判所は、技術要素の競争力のある独自性について考慮し、技術及び製品の品質を劣化させずにこの技術

要素を変更することができる場合には、この技術要素は競争力のある独自性の一部であると考えられると述べた。

更に裁判所は、（専門家集団である）関連使用者が、ラベルの違いから模倣品が真正品とは異なる出所を有することを知っていたので、関連使用者に誤認は生じなかったと判断した。

しかし、裁判所は最後に、模倣品の品質が悪い場合には、工業製品の模倣により評判の毀損が生じる可能性があるとして述べた。そこで、最終的には、Femur-Teilの模倣品の提供は不法であると判断した。

#### （２） Gartenliege 判決<sup>(20)</sup>

同様に、連邦最高裁の2つ目の判決も、工業製品（サンベッド、ドイツ語でGartenliege）に言及している。工業製品とその競争力のある独自性が取り上げられる場合に、この判決が引用されることが多い。そのために、本稿でもこれに言及することにした。

この判決に関連して、製品の形態及び外観の保護に関する法的議論の重要な判断基準となる、競争力のある独自性は、製品を使用するとき（つまり、ここで言うサンベッドを広げ、組み立てるとき）にしか見えない要素に由来することもあり得ると述べられた。競争力のある独自性の評価にあたっては、この事実を考慮することも重要となる。

#### （３） Jeans (G-star) 判決<sup>(21)</sup>

3つ目の事例は、衣服（G-starというブランドのジーンズ）に関するものである。これらのジーンズには、一定の形を示す特殊な継ぎ目がある。この継ぎ目は、ズボンの脚の真ん中から始まり中心に向かっていくという非常に特殊なものであり、競争力のある独自性を有する。このような意匠の要素は製品の出所を表示するのに適している。

更に連邦最高裁は、ジーンズの生産者が無登録共同体意匠の利益を受けることができた（が、そうしなかった）という事実は、この生産者が不競法に依拠することを妨げるものではないと指摘した。被告は、無登録共同体意匠の保護期間は3年に限定されるが（訳注：共同体意匠規則11条（1）によれば、無登録共同体意匠は、EU域内において、当該意匠が最初に公衆に利用可能になった日から3年間保護される）、対照的に不競法による保護には時間の制限はない。した



がって、無登録共同体意匠として認められ得ることから、原告が不競法に依拠することは禁じられる、と主張した。

しかし、裁判所は、共同体意匠の保護の目的と歪みのない市場及び競争の保護とでは大きく異なっており、不競法に基づいて申立てられた請求について、期間の問題は全く重要ではないと述べた。したがって、裁判所は真正品生産者が不競法に基づいて行った差止救済の請求を支持した。

## 7. ドイツ不競法の一般条項

ドイツ不競法第3条には、不正競争行為の禁止についての一般条項が定められている<sup>(22)</sup>。この一般条項は、判例を通じた発展を経て、最初は1909年にドイツ不競法第1条に定められた。2004年の法改正により、現在では、この一般条項は同法第3条に置かれている。

一般条項は、すべての不正な商慣行が違法である旨を定めている。この規定のメリットとデメリットは明らかである。メリットは、不正競争に該当すると判断され得る一連の事実がこの規定により捉えられているという点である。もっとも、文言を漠然としたものにすれば、明確性及び予測可能性の欠落というリスクを負うことになる。とはいえ、この一般条項が適用される場合をより予測可能なものとするために、判例により事例群が確立されてきた。

第4条第3号に基づき保護が与えられない場合に、第3条の一般条項を適用することができるのかの問題に、裁判所はまだ答えを出していない。連邦最高裁は、この問題をHartplatzhelden.de判決で取り上げているが、現在も未決定のままとなっている<sup>(23)</sup>。

学術文献では、追加的に一般条項に依拠する選択肢があると主張されている。この文献は、知的財産権制度に意図しない不備が存在し、利益の一般的な均衡に鑑みて保護が必要とされる場合には、一般条項を適用すべきであるとの意見を示している。ただし、この法律上の選択肢への反対派は、知的財産権を出願した後には、その権利が認められるか、またはその利益が全く保護されないかであるので、知的財産権制度に意図されない不備がある可能性はないと主張している。

## 8. 結論

要約すれば、依頼人が訴訟に勝てるかを判断する上での最重要手段として、次のものなどがある。

依頼人が模倣を懸念している場合には、まず何らかの知的財産権が存在するかどうかを確認する。存在しない場合には、依頼人の製品が競争力のある独自性を有するかを確認するべきである。これに関しては、真正品の競争力のある環境について上記のツール（市場シェア、真正品生産者の市場における地位など）を利用して分析する。更に、誰に何を請求できるかも確認すると良いだろう。不正な慣行の問題とどの事例群に該当するのかに着目するようにする。

法定要件がすべて満たされている場合には、ドイツ不正競争防止法は非常に有効な法的手段となる。

以上

(英文原稿受領 2018.1.27)

(和訳監修者 鷲 健志)

### (注)

(1) Taxhet IP パートナー

(2) T 第4条第3号の翻訳：

#### 第4条

#### 競争者の保護

次に掲げる場合には、不正が行われたものとする。

...

3. ある者が、競争者の商品又は役務の模倣である商品又は役務を提供し、その者が次に掲げる場合のいずれかに該当するとき。

a) 商品又は役務の商業的出所について購入者に回避可能な欺瞞をもたらす場合

b) 模倣された商品又は役務の評価を不当に搾取又は毀損する場合

c) 模倣に必要な知識又は文書を不誠実に取得した場合

...

出典：[http://www.gesetze-im-internet.de/englisch\\_uwg/englisch\\_uwsg.html#p0037](http://www.gesetze-im-internet.de/englisch_uwg/englisch_uwsg.html#p0037)

(3) TRG GRUR 1941, 116 – Torpedofreilauf

(4) TBGH GRUR 2010, 80 – Like a Bike

(5) TBGH judgement 14/05/2009, ref. I ZR 98/06- Tripp Trapp

(6) TOLG Köln judgement 18/12/2015, ref. 6 U 44/15

(7) TBGH GRUR 2005, 349, 353 – Klemmbausteine III

(8) TLeft open in: BGH GRUR 2010, 1125, ref. 35- Femur-Teil

(9) TBGH WRP 2013, 1189, ref. 35 – Regalsystem

(10) TBGH GRUR 2001, 251, 253 – Messerkennzeichnung

(11) TOLG Köln GRUR-RR 2015, 441, 445

(12) TOLG Frankfurt GRUR-RR 2011, 182, 183

(13) TBGH GRUR 2000, 1125, Rn. 42 – Femur-Teil

(14) TOLG Köln GRUR-RR 2008, 166, 169

(15) TBGH GRUR 2002, 86 ff. – Laubhefter

(16) TBGH GRUR 2016, 27 ref. 34 – Hot Sox

- (17) TBGH GRUR 2017, 208 ref. 24 - Rückruf von Rescue Produkten  
(18) TBGH GRUR 2007, 431 ref. 21 - Steckbindergehäuse  
(19) TBGH GRUR 2010, 1125, Rn. 22 - Femur-Teil  
(20) TBGH GRUR 2007, 984 (987) - Gartenliege  
(21) TBGH Urteil I ZR 151/02 vom 15. September 2005 - Jeans  
(22) T 第3条第1項の翻訳:

### 第3条

#### 不正な商慣行の禁止

(1) 不正な商慣行は違法である。

...

出典：[http://www.gesetze-im-internet.de/englisch\\_uwg/englisch\\_uwg.html#p0016](http://www.gesetze-im-internet.de/englisch_uwg/englisch_uwg.html#p0016)

(23) TBGH GRUR 2011, 436 Rn. 19 ff.

(原稿受領 2018. 9. 21)

## パンフレット「弁理士Info」のご案内

### 内容

知的財産権制度と弁理士の業務について、イラストや図を使ってわかりやすく解説しています。  
一般向き。A4判30頁。

### 価格

一般の方は原則として無料です。  
(送料は当会で負担します。)

### 問い合わせ/申込先

日本弁理士会 広報室  
e-mail: panf@jpaa.or.jp  
〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-4-2  
電話: 03(3519)2361(直)  
FAX: 03(3519)2706

