

特集《商標》

欧州における商標法の最新判例について (2016 年/2017 年)



フランス オート・アルザス大学専任講師 CEIPI フランス法部長 **Yann Basire**

要 約

2016 年 10 月～2017 年 10 月に、欧州連合司法裁判所及び欧州連合裁判所から 8 件の判決が下された。本稿では、各判決の紹介を行うものである。

目次

- I. 絶対的拒絶理由
 - A. 商品・役務の性質
 - B. 使用による識別性（顕著性）の獲得
 - C. 識別性の評価
- II. 商標権の行使
 - A. 商標権の侵害
 - B. 商標権の消尽
- III. 商標権の失効
 - A. 個別の商標と品質保証機能
- IV. 手続
 - A. 情報開示請求権
 - B. 管轄の規則－「施設」の概念

I. 絶対的拒絶理由

A. 商品・役務の性質

商標指令第 3 条第 1 項 c) の解釈に関する先決裁定の求めに対して⁽¹⁾、欧州連合司法裁判所（La Cour de justice de l'Union européenne, 仏文略称 CJUE, 欧州連合の司法制度では最高裁判所に相当する。）は 2017 年 7 月 6 日の判決において⁽²⁾、「商品・役務の性質」の概念にいくつかの興味深い定義を行った。

本件において、指定商品「ワイン」の登録商標「*La Milla de Oro*」の商標権者は、当該商標が地理的表示にあたるという理由で商標無効を請求する反訴を受けた。係争対象の商標は、極めて特定された地理的領域を示すものとして、商標権者と侵害訴訟の被告が事業を行っているワインの分野ではよく使用されていた。

一方、商標権者は、この商標は原産地表示には該当せず、特定の地理的領域には関係なく、高級ブランドに属するという特徴を備える商品を示す「造語」であると主張した。さらに、商標権者は、ワインの分野では、Haut-Douro の谷の「*milla de oro*」の名称は、リ

オハ（Rioja）の「*milla de oro*」と併存していると主張した。この商標は、スペインのマドリッド市内の、高品質を有することで有名な複数のブランドを扱う店がある通りの一部や、マドリッド市内で最も重要な美術館がある別の通りを表示するために使用されている。

第一審でスペインのブルゴス商業裁判所（Juzgado de lo Mercantil de Burgos）は、商標「*La Milla de Oro*」は原産地表示を構成すると判断したが、控訴審でブルゴス地方裁判所（Audiencia Provincial de Burgos）は、係争対象の商標を場所の表示又は地形的表示として認定しなかった。しかしながら、控訴審は、係争対象の商標には、高品質の商品が集まっていることを特徴とする特定の場所に関連する地理的表示としての性質もあることを指摘した。上記の状況で、ブルゴス地方裁判所は、欧州連合司法裁判所に対して、商品・役務の特性を示す「*La Milla de Oro*」のような商標は、同一の場所に高価値で高品質の商品・役務が豊富に存在する可能性がある場合に、当該商品・役務が特定の物理的空間に集められている限り、原産地表示とみなすことができるか否かを判断するように質問を付託した⁽³⁾。

欧州連合司法裁判所にとって、この質問に対する回答には疑問の余地がなかった。すなわち、このような標章が原産地表示とされるのは、地理的場所を示す名称と共に用いられるときだけである。そうでない場合には、指定商品・役務の原産地の同一性を確認することができないとして差し戻した⁽⁴⁾。

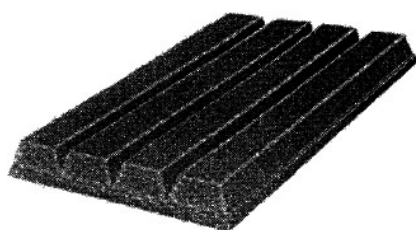
しかし、このような標章が地理的表示を構成しないとするれば、当該標章の識別性はどのように評価されるのか。同一の場所に高価値で高品質の同様の商品・役務が豊富に存在する可能性がある場合に、このような

商品・役務の性質を考慮すれば、当該標章を商標として使用することは商標指令第 3 条(1)(c)による無効理由を構成するだろうか。

この点について、欧州連合司法裁判所は、同一の場所に高価値で高品質の同様の商品が豊富に存在する可能性がある場合に、関連する公衆によってワイン等の商品を記述するものとして認識される可能性があるか否かは、関連するすべての事実及び状況の具体的な審理（examen in concreto）に基づいて、差し戻された管轄裁判所が決定すべきであるとして、判断を避ける姿勢を見せている⁽⁵⁾。

B. 使用による識別性の獲得

2002 年に、ネスレ（Nestlé）社は、第 30 類の商品を指定してチョコレートバー「Kit Kat」の形状のみの立体商標を出願した。



（出典：欧州連合司法裁判所 HP）

共同体商標庁（現在の欧州連合知的財産庁）は指定商品「チョコレート、チョコレート製品、菓子」についての商標出願を拒絶したが、2006 年に、指定商品「キャンデー；パン（produits de boulangerie）、菓子、ビスケット；ケーキ、ワッフル」について商標登録された。2007 年に、キャドベリー（Cadbury）社は、当該商標で指定された全商品について、共同体商標理事会規則（RMUE）の第 7 条第 1 項 b), c), d) 及び e) ii) による無効請求を行った。

共同体商標庁の無効部はその請求を認めた。一方、共同体商標庁の審判部は 2002 年に欧州連合を構成する 15 の加盟国のうち 10 か国に関する証拠に基づいて、欧州連合で立体商標を使用して識別性を獲得したことを認め、その決定を取り消した。

2016 年 12 月 15 日、欧州連合裁判所（Le Tribunal de l'Union européenne, 仏文略称 TUE, 欧州連合の司法制度では第一審裁判所に相当する。）は、非常に長く理由づけされた判決により、審判部の決定を取り消した⁽⁶⁾。この判決には、いくつかの点で議論を呼ぶような多数の判示事項がある。

欧州連合裁判所は、第一に、登録対象の商標が、一つの商品・役務のカテゴリとして十分に広く、独立して判断される多数のサブカテゴリを含むカテゴリに属している場合には、商品・役務の一部についての現実の使用の証明は、実際に商標が使用された一又は複数のサブカテゴリの商品・役務に関してのみ、保護を与えるものであるとした⁽⁷⁾。このルールは、現実の使用が証明されている商品と厳密には同一ではないが、本質的には相違せず、任意以外の方法では分割することができない同一のグループに属する商品の保護を、商標権者に独占させるという効果を与えるものではないが、過剰な使用の証明を求めるものでもない。商標権者に対して、登録に関して想像しうる全ての商品について、現実の使用の証拠を期待することは不可能だからである⁽⁸⁾。

欧州連合裁判所にとって、この理由付けは、商標の識別性を確立するための商標の使用にも完全に適用しうるものである⁽⁹⁾。その結果、特定の商品について、使用による識別性の獲得という枠組みで提出できる使用の証明は、これらの特定の商品に特に近い商品、すなわち同一のグループ及び同一のサブカテゴリに属する商品にも利益をもたらすものである。菓子類に関しては、キャンデー；パン、菓子、ビスケット；ケーキ、ワッフルという多数のサブカテゴリは独立して考えることができるように思われる⁽¹⁰⁾。しかし、欧州連合裁判所は、Kit Kat のチョコレートバーがキャンデーやビスケットと類似しうるとしても、パン、菓子、ケーキ、ワッフルなどの商品と類似するとは限らない点に注目した⁽¹¹⁾。したがって、審判部は、係争対象の商標の使用の証拠が、これらの商品についても商標の識別性を付与したと判断した点に誤りがあった⁽¹²⁾。

次に、欧州連合裁判所は、文字要素と組み合わせた立体商標の使用の問題について判断した。請求人は、立体商標が登録した形のまま使用されていないため、係争対象の商標の商標権者は、使用による識別性の獲得を主張できないと指摘した。実際に、チョコレートバーには文字要素 Kit Kat が常に付属していた。

この点について、別の Kit Kat 事件を振り返ってみると⁽¹³⁾、欧州連合司法裁判所は、先決裁定請求に対して、以下のように述べていた。「商標の使用後に識別性を獲得したことによって商標の登録を得るためには（中略）、他の登録商標の一部としてであっても、他の登録商標との組み合わせであっても、商標登録出願人

は、関連する需要者が、存在しうる他のあらゆる商標と対比して、その商標のみで指定商品・役務が特定の会社のものであると認識していることを証明しなければならない⁽¹⁴⁾。

欧州連合裁判所は、上記の主張に対して疑問を呈することなく、方針を若干変更しようとした。過去の判例で、欧州連合司法裁判所は、その有効性が争われた商標に関して、存在しうる他のあらゆる商標との「対比により」（par opposition）認識するのではなく、他の商標から「独立して」（indépendamment）認識すべきものであるとしていた。このルールを変更することにより、欧州連合司法裁判所は、使用による識別性の獲得の評価をより厳格化することにしたと思われる。Arnaud Folliard-Monguiral の言葉を借りれば、「『対比により』という文言は、製品の商品化に付随する他の標章を副次的役割に追いやる効果がなければならないという、使用の定性的な閾値を課しているように思われる⁽¹⁵⁾。欧州連合裁判所には、本件 *Kit Kat* 事件にこの判例法を適用し、欧州連合司法裁判所の視点をより明確にする機会が与えられていた。しかし、欧州連合裁判所はそうしなかった。これは、「対比」ルールに高い重要性を与えなくなかったものと思われる⁽¹⁶⁾。

欧州連合裁判所は、単に、標章が登録商標の一部として又は登録商標と組み合わせられて使用されているか否かという問題とは関係なく、本質的な判断基準は、登録を求める商標を使用した結果、関係者に対して特定の事業者由来の商品であることを示すことができるか否かということであると述べただけである⁽¹⁷⁾。この分析に関連して、欧州連合裁判所は、商標権者から提出された証拠によって商品の識別性を証明するという審判部のアプローチを確認した。

しかし、欧州連合裁判所は、使用により獲得された識別性を証明すべき領域の範囲の認定が厳格すぎるとして、審判部の決定を支持しなかった。商標の使用により得られた識別性は、当初は非加盟国だった欧州連合の一部の加盟国においても証明しなければならないことに留意する必要がある。一方、非文字商標の場合には、本質的な識別性の評価は欧州連合全域で同一であると推定される。

Lindt 事件で、欧州連合司法裁判所は、この点について、各加盟国それぞれに、識別性の獲得の証明を要求するのは行き過ぎであると述べた⁽¹⁸⁾。この分析を

考慮して、審判部は、欧州連合の全加盟国及び全地域において、関連する公衆の大部分が、商標を商業的出所表示として認識したことを示せば十分であり、関連する全加盟国において、商標の使用による識別性の獲得を証明する必要はないと判断した。そのため、*Lindt* 事件では、欧州連合司法裁判所は、2002年の時点で欧州連合を構成していた15の加盟国のうちの10の加盟国に関する証拠に基づいて、係争対象の商標が欧州連合での使用により識別性を獲得したと判断した。

一方、欧州連合裁判所はより厳格な立場を採用し、欧州連合全体において、関連する公衆の大部分が、その有効性が争われている標章を商標として認めていることが証明されたか否かが問題であると確認した。欧州連合の一部の領域でこのような認識が無いという事実は、欧州連合の他の領域では当該商標がより知られているという事実で補うことはできないとされた⁽¹⁹⁾。換言すれば、欧州連合裁判所は、全加盟国での識別性の獲得に至る使用の証明を要求している⁽²⁰⁾。欧州連合裁判所が提案した解決策は新しいものではなく⁽²¹⁾、欧州連合司法裁判所の解決策と完全に矛盾するものであり、さらに、国境や加盟国の概念から解放されることを求める欧州連合商標の精神とも矛盾する。現実の使用の概念に関する *Leno Marken* 判決において、欧州連合司法裁判所は、加盟国の領域に特別の重要性を与えることは欧州連合商標の統一的な性格を損なうと述べたのではなかったか⁽²²⁾。欧州連合司法裁判所によるこの立場の確認が待たれる。

C. 識別性の評価

結合商標である「SMARTER  TRAVEL」は、第35類、第38類、第39類及び第42類の旅行に関する役務について、出願された商標が記述的であり、識別性がないという理由で、欧州連合商標規則（EUTMR）第7条第1項（b）及び（c）により登録が拒絶された。

審判部は、この認定を維持し、関連する公衆（英語話者）は、この商標について、問題となった役務の種類、目的及びその他の特性の明確な記述的表示、すなわち、より抜け目なく、知的で、経験豊かに旅行することを可能にするという役務を消費者に直ちに認識させるものであると判断した⁽²³⁾。欧州連合裁判所はこの認定を認め、原告（出願人）によるあらゆる反論を認めなかった⁽²⁴⁾。

第一に、欧州連合裁判所は、商標の記述性の問題を検討した。欧州連合裁判所は、各単語の意味が明確であり、英語話者にとって、「smarter」という単語は「より知的」で、「より抜け目なく」、「より経験豊かである」ことを表わし、「travel」という単語は「旅行」という概念を表すことを確認した。その結果、英語の統語規則に照らして、関連する公衆は、文字要素「smart travel」を、全体として、より知的で、より抜け目なく、又はより経験豊かな方法で旅行するという意味を示す形容詞と名詞の組み合わせとして即座に認識するであろう⁽²⁵⁾。図形要素の存在は、それ自体が一般に旅行という観念に関連する付属物である「スーツケース」として捉えられ、（マンガ等の）「吹き出し」としては捉えられないので、上記の認識を変えることはできない。したがって、図形要素は、出願された商標によって伝えられる記述的メッセージを減衰させられない単純な装飾的要素を構成する⁽²⁶⁾。いずれにせよ、複合商標では、図形要素が文字要素に対して二次的な役割を果たすことに注意しなければならない⁽²⁷⁾。図形要素が商標の文字要素が伝える観念を単に図示するものであるときに、その役割は最小となる⁽²⁸⁾。したがって、出願書類に記載された役務に十分近い関係を示すものとして、商標を総合的に評価したことについて、審判部にはいかなる過誤もなかった⁽²⁹⁾。

次に、商標の識別性の欠如及び EUTMR 第7条(1)(b)で規定された要件に反する点に関しても、同様の理由が適用できる。欧州連合裁判所は、EUTMR 第7条(1)(c)で規定された記述的標章は、第7条(1)(b)が規定する識別性も欠如していると述べた⁽³⁰⁾。

さらに、欧州連合裁判所は、出願人が提起した「平等待遇原則」の違反に関する主張を検討した。出願人は欧州連合知的財産庁の判断実務を援用したが、それは審判部の判断から乖離したものだった⁽³¹⁾。具体的には、審判部は複数の同様の商標登録を具体的に検討することなく、これらの登録の存在を無視したというものだった。同様の出願に関する以前の決定を考慮に入れなければならないという原則が欧州連合知的財産庁に課されることは事実であるが、合法性を尊重するならば、本人又は他人の利益のために行われた偶発的な違法行為を自己都合で援用して同様の決定を得ることはできない⁽³²⁾。いずれにせよ、各案件の審査は、特に、偶発的な過誤を繰り返し、商標を不当に登録することがないように、厳格かつ完全であることを意図す

るものである⁽³³⁾。欧州連合裁判所は、審判部が厳密かつ徹底的な審査の結果、出願された商標に明確な識別性がないことを確認したと認定した。この判断は、審判部が欧州連合知的財産庁の決定の慣行に従わなかったという単なる事実が問題にされるべきではないというものである⁽³⁴⁾。さらに、出願人が依拠した複数の決定は、欧州連合知的財産庁の審査官が行った決定だった。審判部も欧州連合裁判所も、審査官が行った決定に拘束されるものではない⁽³⁵⁾。その理由は単純である。すなわち、欧州連合知的財産庁の第一審機関による複数の決定を尊重すると判断すれば、審判部の管轄権が減縮される可能性があるからである。

最後に、欧州連合裁判所は、出願された商標の図形要素自体が登録されていることも無関係であると指摘している。本件に見られるように、図形要素自体に識別性があったとしても、図形要素が統合された結合商標は、全体の印象において識別性が無いとされることがある⁽³⁶⁾。

II. 商標権の行使

A. 商標権の侵害

商標権は登録により生ずるものであり、使用から生ずるものではない。したがって、商標権者は、登録から5年間に商標が未使用であっても、同一又は類似の商品について同一又は類似の標章を許可なしに使用する第三者に対して権利を行使することができる。この基本的な原則は、2016年12月21日の判決において、欧州連合司法裁判所によって強く明確に確認されている⁽³⁷⁾。スウェーデン最高裁判所（Högsta domstolen）から先決裁定を求められたのは、係争の時点では未使用であるが権利は失効していない登録商標に基づく侵害訴訟に関する、欧州連合商標規則第9条1)b)の解釈である。欧州連合司法裁判所は、以下の質問に答える必要があった。商標登録後5年間、指定商品・役務について欧州連合域内で現実の使用が無い場合、商標権者の独占排他権に影響があるだろうか。

この質問に答えるために、欧州連合司法裁判所は、まず、第9条1)b)は、商標の使用の証明がどのようなものであっても、商標権者の独占排他権の適用を排除しないことを指摘した⁽³⁸⁾。次に、欧州連合司法裁判所は、商標権者は5年間の「猶予期間」を享受し、商標権者はこの「猶予期間」に、全ての商品・役務について、商標の現実の使用を証明しなくとも、独占排他

権の行使を開始できると述べた⁽³⁹⁾。したがって、商標権者が猶予期間中に商標を使用できたか否かではなく、登録された指定商品・役務を考慮して、独占排他権の範囲を評価すべきであるとされた⁽⁴⁰⁾。

この結論は商標法の精神に適うものであり、全く同感である。5 年が経過しない限り、商標権者は使用実績が無いという抗弁を受けることなく、自己の商標権を適法に実施することができる。また、商標権は登録によって得られるものであり、商標権に対する侵害は抽象的に評価されなければならない⁽⁴¹⁾。すなわち、登録された指定商品・役務に関して、登録された商標を評価するということである。したがって、先行商標の使用の有無は商標権の侵害の評価には無関係である⁽⁴²⁾。

欧州連合司法裁判所の決定は、フランス判例法のいくつかの誤りに終止符を打つ効果を実感にもたらさるう⁽⁴³⁾。2011 年の判決で、フランス破棄院商事部は、先行商標が使用されていないという理由で係争対象の商標との「混同のおそれ」を認めなかった控訴裁判所の判決を承認した⁽⁴⁴⁾。また、最近でも、2016 年 9 月 13 日の判決で、パリ控訴院は同様の立場をとっていた⁽⁴⁵⁾。したがって、より学説に近い伝統的な法解釈に回帰することになるだろう。

B. 商標権の消尽

2016 年 11 月 10 日の判決⁽⁴⁶⁾により、欧州連合司法裁判所は、商標権の消尽について、より具体的には、商標が付された商品を再包装した場合の消尽の条件について、指令 2008/95 第 7 条の解釈について新たな判断を下すことができた。欧州連合司法裁判所は、ある医薬品が市場に投入されている欧州経済圏のすべての国において、同一内容及び同一量の包装で商標権者がその医薬品を販売している場合に、並行輸入業者が当該医薬品を新たな包装で再包装して当該商標を付しているときに、並行輸入業者の医薬品の継続的な商業化に対して商標権者が対抗する権利について、先決裁定を求められた。

これに対して、欧州連合司法裁判所は、まず、伝統的な解決策を述べた。商標を付した商品に対して商標権者の許可なしに第三者が行なった再包装は、商標の特定の目的（商標の本質的機能）⁽⁴⁷⁾を損う可能性があるため、侵害を構成する⁽⁴⁸⁾。しかしながら、「商品移動の自由」の原則がある。商標権の消尽の原則に対す

るこの例外は、それが欧州経済領域（EEE）協定の加盟国間の市場を人為的に分割するものではない場合にのみ容認されなければならない⁽⁴⁹⁾。そのため、商標権者は、自らの法的利益を尊重するもので、かつ、並行輸入の対象となる商品の事業化を可能とするために必要な再包装に対しては、権利行使することができない⁽⁵⁰⁾。言い換えれば、再包装に対する商標権者の権利行使は、輸入市場への輸入製品の有効なアクセスを妨げる場合には正当化されない⁽⁵¹⁾。客観的に見て、再包装が必要となる場合が複数存在する。欧州連合司法裁判所は以下の仮説を検討した。たとえば、輸入者が製品を購入した欧州経済領域協定の加盟国において、特に、一定のサイズの包装のみ許可する規制や健康保険に関する規則があるため、商標権者が使用するサイズの包装では輸入国で販売できない場合である⁽⁵²⁾。さらに、輸入国で複数の異なるサイズの包装が使用されている場合に、輸出国でもそれらのサイズの 1 つが販売されていることは、再包装が不要と判断する条件として十分でない。輸入者が市場の限られた一部でしか製品を販売できない場合は、市場分割の状態にあると認定すべきである⁽⁵³⁾。いずれにせよ、商標権者が医薬品のその後の販売に対して適法に権利行使できない状況にあるという証明責任は、並行輸入業者側にある⁽⁵⁴⁾。

したがって、本件においては、再包装が必要だったか否かを判断しなければならなかった。争点は純粋に事実認定に関するものであるため、欧州連合司法裁判所が、原審裁判所に対して、係争対象の再包装が必要だったか否かを判断するために、輸入国における販売時の状況を考慮に入れるように求めたのは当然のことであった。

III. 商標権の失効

A. 個別の商標と品質保証機能

個別の商標の商標権者は、現実の使用の欠如又は誤認惹起による権利喪失という危険を冒すことなく、当該商標を高品質を示すラベルとして利用することができるだろうか。これは、欧州連合司法裁判所が 2017 年 6 月 8 日の判決で先決裁定を付託された質問である⁽⁵⁵⁾。

本件訴訟は、VBB（Verein Bremer Baumwollbörse プレーメン綿取引所）協会によって登録された、繊維製品を指定商品とする、「綿花」を表す個別の図形商標

の有効性に関するものだった。商標権者は、当該商標を自ら使用するのではなく、一定の品質の綿のみを使用することを約束する繊維製品の製造業者に使用権を許可していた。一方、稀なことではあったが、VBB協会にもこの枠組みで約束が順守されているかどうかを監督する可能性があった。この商標権の侵害訴訟に対して、被告は、「綿花」という図形商標が記述的で誤解を招くものであること、及び適切な使用が無いことによる権利の喪失を理由として、商標の無効を請求する反訴を提起した。実際に、商標権者による使用は、個別の商標の使用というよりも、団体商標の使用、より具体的には、高品質を表示するラベルの使用に近いものだった。

そこで、原審裁判所は、この点に関して、2つの質問を欧州連合司法裁判所に付託した。すなわち、個別の商標を品質保証ラベルとして使用することは、当該ラベルが使用されている商品についての商標の使用とみなすことができるか。商標の使用とみなすことができる場合に、公衆が当該商標に関連づけている品質の適合性を、商標権者が使用権者に対して定期的な品質チェックを行うことによって保証しない場合には、当該商標の無効又は取消を宣言すべきか。

第一の質問について、欧州連合司法裁判所は、商標の本質的機能と矛盾しない現実の使用のみが、商標権者の権利の喪失を妨げることを指摘した⁽⁵⁶⁾。さらに、商標は、品質表示、広告宣伝、情報伝達、投資等のその他の機能に合致した用途の対象となる場合もあるが⁽⁵⁷⁾、5年の間中断なしに商標の本質的機能に合致した使用を行わなかった商標権者は、権利が失効したと宣言されなければならないという事実は変わらない⁽⁵⁸⁾。しかし、個別の商標が、製品の品質ラベルという機能のみを目的として、使用権者によって製品に付されている場合には、出所表示機能に合致した使用がないことは明らかである⁽⁵⁹⁾。欧州連合司法裁判所は、使用権者が高品質の綿繊維のみを使用していることを確認する権利が使用許諾契約によって商標権者に与えられているという事実を、商標権者は利用できないと述べている。この事実は、使用される原材料の品質を商標権者が保証することを意味する。しかし、この事実は、商標で指定された製品が、品質に責任を有する単一の事業体の管理下で製造又は供給されたことを消費者に保証するものではない⁽⁶⁰⁾。言い換えれば、認証マークの伝統的な用途に適った使用は、個別の商標の

現実の使用を構成するものではない。

第二の質問について、欧州連合司法裁判所は、商標権者が当該商標をその後利用したことは、商標の誤認の評価において無関係の要素であると明確に述べたうえで、出願書類で指定された商品・役務について、「綿花」の商標の誤認惹起性を評価することを、先決裁定を付託した管轄裁判所に対して求めた。したがって、使用権者に対する定期的な品質検査により、公衆が当該商標に関連づける品質についての期待に合致することを商標権者が保証していないという理由で、商標が誤認を生じるものであって無効であると宣言することはできないとした⁽⁶¹⁾。欧州連合司法裁判所もこの質問を利用して、欧州連合商標規則に規定されている団体商標に関する規定は、個別の商標に類推適用されるべきものではないことを示している^(62,63)。

IV. 手続

A. 情報開示請求権

2017年1月18日の判決で⁽⁶⁴⁾、欧州連合司法裁判所は、知的財産権の執行に関する指令2004/48/ECの第8条第1項に言及されている情報開示請求権（Droit d'information）がどの時点で利用可能になるか、又はどの時点で義務となるかという問題について述べている。欧州連合司法裁判所は、侵害訴訟において情報開示請求権を必然的に取り上げる必要があるのか、逆に、侵害訴訟が完全に終了した後で申請の対象となり得るのかどうかについて先決裁定を付託された。欧州連合司法裁判所の回答は明白なものだった。情報開示請求権は、知的財産権侵害を確認するための訴訟とは無関係に要求することができる。この立場を正当化する理由は3つある。

第8条第1項は、加盟国が、知的財産権の侵害に関する訴訟において、原告の正当かつ適切な請求に応じて、管轄の司法当局が、侵害者及び／又はその他の者に対して、知的財産権を侵害する商品又は役務の出所及び流通ネットワークに関する情報を提供するように命ずることができる規定している。しかし、欧州連合司法裁判所にとって、「知的財産権に関連する訴訟において」という表現は、必ずしも侵害訴訟のみを指すのではなく、知的財産権侵害を確認するに到った訴訟の終結後に開始される自律的な手続を含む場合がある⁽⁶⁵⁾。このような解釈は、条文に明示されているように、情報開示請求権が被疑侵害者だけではなく、必ず

しも侵害訴訟の当事者ではない、あらゆる者に対して適用可能であるという事実によって確認される⁽⁶⁶⁾。

次に、欧州連合司法裁判所は、情報開示請求権の行使は侵害訴訟に限定されているとする条文の厳格な解釈は、条文の趣旨、すなわち知的財産の高度な保護に反するであろう、と付け加えている⁽⁶⁷⁾。

最後に、欧州連合司法裁判所は、侵害訴訟において、商標権者があらゆる関連情報を入手するための請求を行うことは、常に可能なわけではないと述べている。したがって、情報開示請求の手続は、侵害訴訟のみに限定することはできない⁽⁶⁸⁾。

B. 管轄の規則－「施設」の概念

欧州連合商標裁判所は、商標権者にとって特に有利な汎欧州的（欧州全域の）管轄権を付与される可能性がある。欧州連合商標裁判所は、国際訴訟管轄を規定する規則 207/2009（共同体商標理事会規則）第 97 条第 1 項により管轄権を有するべきであろうか。同条第 1 項は、侵害訴訟は、その領土に被告が居住しているか、被告が加盟国の 1 つに居住していない場合は、その領土内に施設を有している加盟国の裁判所に提起されるべきであると規定している。

2017 年 5 月 18 日の判決において欧州連合司法裁判所が解釈したのは、この規定、特に「施設」の概念である⁽⁶⁹⁾。EU 加盟国に施設を有する、適法に独立した会社であり、かつ EU 内に本社を有していない会社の孫会社（sous-filiale）は、この規定の意味で「施設」と見なされるべきかどうかを決定する必要があった。

欧州連合司法裁判所は、第一に、「施設」の概念は自律的かつ統一的なものであり、国内法とは別個に解釈されるべきであることを明確にした⁽⁷⁰⁾。この自治は、国内法だけでなく、規則第 44/2001 号にも関係している⁽⁷¹⁾。本規則で想定されている「施設」の概念は、これらの条文が追求する目的がそれぞれ異なることを考慮すれば、規則 207/2009 の枠組みと同じ範囲とはならない⁽⁷²⁾。

次に、欧州連合司法裁判所は、法務官の勧告に従い、「施設」の概念を広く解釈することを選択し⁽⁷³⁾、加盟国に施設を有し、適法に独立した会社は、EU に本社を持たない親会社の孫会社であっても、第 97 条第 1 項の意味において、親会社の「施設を有する」にあたると述べた。孫会社は、その所在国である加盟国において、商業活動を行うための現実かつ安定した存在を

有する事業の中心であり、外部に対して、持続的な形で親会社の延長として見られている⁽⁷⁴⁾。訴えを提起された管轄に属する加盟国に設立された会社は、本社が EU 外にある会社の孫会社であろうと、直接子会社でなかろうと、結果において違いはない⁽⁷⁵⁾。問題の施設が被疑侵害行為に関与したかどうかと同様に無関係である⁽⁷⁶⁾。

（監訳：会員 井出 麻衣子）

（注）

(1) 2008 年 10 月 22 日の欧州議会及び理事会の指令 2008/95/EC は、加盟国の商標に関する法律に近くなっている。

訳注：商標指令第 3 条第 1 項 c)

「第 3 条

1. 以下に該当する商標は、これを登録することができず、また登録された場合にも無効を宣言されるものとする：

(c) 商品または役務の種類、品質、数量、用途、価格、原産地、商品の生産時期または役務の提供時期、その他の特徴を表示するために取引上使用される標識または表示のみで構成される商標」（https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/europe/ip/pdf/TrademarkDirective.pdfから引用）

(2) CJUE, 6 juillet 2017, aff. C-139/16, Juan Moreno Marín, María Almudena Benavente Cárdaña, Rodrigo Moreno Benavente c. Abadía Retuerta SA. (欧州連合司法裁判所 2017 年 7 月 6 日判決, 事件番号 C-139/16 Juan Moreno Marín, María Almudena Benavente Cárdaña, Rodrigo Moreno Benavente 対 Abadía Retuerta SA.)

訳注：欧州連合商標の商標権侵害訴訟では、被告は欧州知的財産庁に対して無効又は取消を請求することもできるが、欧州連合商標裁判所に対して無効又は取消を請求する反訴を提起することもできる。https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/ec-rijikai_kisoku.pdfを参照されたい。

(3) 同 15

(4) 同 19

(5) 同 25

(6) TUE, 15 déc. 2016, aff. jointes T-112/13, Mondelez UK Holdings & Services Ltd c/ EUIPO, Société des produits Nestlé SA. (欧州連合裁判所 2016 年 12 月 15 日判決, 事件番号併合 T-112/13, Mondelez UK Holdings & Services Ltd 対 EUIPO, Société des produits Nestlé SA.)

訳注：本件の商標は、「Kit Kat」の文字要素が含まれていない菓子の形状のみの立体商標であり、文中に示す画像は判決文に記載されたものである。

共同体商標理事会規則（RMUE）の第 7 条第 1 項 b), c), d) 及び e) ii)

「第 7 条 絶対的拒絶理由

(1) 次のものは、登録することができない。

(b) 識別性を欠く商標

- (c) 商標であって、商品の種類、品質、数量、用途、価格、
原産地、生産時期、サービスの提供時期又は商品又は
サービスのその他の特徴を示すために取引上使用するこ
とができる記号又は表示のみによって構成されているも
の
- (d) 商標であって、通用語において、又は公正であり、か
つ、確立した商慣習において、常用されるようになって
いる記号又は表示のみによって構成されているもの
- (e) 次に記載する事項のみを構成要素としている記号
- (ii) 技術的成果を得るために必要な、商品の形状又はその
他の特徴」
- (https://www.jpo.go.jp/shiryou/s_sonota/fips/pdf/ec/rijikai_kisoku.pdfから引用)
- (7) 同 26。TPICE, 14 juill. 2005, aff. T-126/03, *Reckitt Benckiser c/ OHMI*, 45（共同体第 1 審裁判所 2005 年 7 月 14 日判決, 事件番号 T-126/03, *Reckitt Benckiser* 対 *OHMI*): *Propr. industr.* 2005, n° 10, comm. 74, obs. A. Folliard-Monguiral.
- (8) 同 27。TUE, 16 juin 2010, aff. T-487/08, *Kureha c/ OHMI, Sanofi-Aventis*, 57（欧州連合裁判所 2010 年 6 月 16 日判決, 事件番号 T-487/08, *Kureha* 対 *OHMI, Sanofi-Aventis*, 57)
- (9) 同 28
- (10) 同 37
- (11) 同 42
- (12) 同 44
- (13) CJUE, 16 sept. 2015, aff. C-215/14, *Société des Produits Nestlé SA c/ Cadbury UK Ltd*（欧州連合司法裁判所 2015 年 9 月 16 日判決, 事件番号 C-215/14, *Société des Produits Nestlé SA* 対 *Cadbury UK Ltd*): *Juris-Data* 2015-023008; *Propr. industr.* 2015, 10 et 11, comm. 66, et comm. 77, obs. A. Folliard-Monguiral; *LEPI* 2015, 11, 161, obs. J.-P. Clavier; *Europe* 2015, 11, comm. 450, obs. L. Idot.
- (14) CJUE, 16 sept. 2015, préc., 67（前記欧州連合司法裁判所 2015 年 9 月 16 日判決, 67）
- (15) A. Folliard-Monguiral, obs. ss. CJUE, 16 sept. 2015, préc.（前記欧州連合司法裁判所 2015 年 9 月 16 日判決）
- (16) 同様の意味で, A. Folliard-Monguiral, obs. ss. CJUE, 16 sept. 2015, préc.（前記欧州連合司法裁判所 2015 年 9 月 16 日判決）
- (17) 同 100。CJUE, 16 sept. 2015, préc., 65（前記欧州連合司法裁判所 2015 年 9 月 16 日判決, 65）
- (18) CJUE, 24 mai 2012, C-98/11 P, *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG c/ OHMI*（欧州連合司法裁判所 2012 年 5 月 24 日判決, 事件番号 C-98/11 P, *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG* 対 *OHMI*): *Propr. industr.* 2012, n° 9, comm. n° 66, nos obs. A. Folliard-Monguiral.
- (19) 同 142
- (20) 同 176
- (21) 例えば, TUE, 21 avr. 2015, aff. T-360/12, *Louis Vuitton Malletier c/ OHMI*. (欧州連合裁判所 2015 年 4 月 21 日判決,

- 事件番号 T-360/12, *Louis Vuitton Malletier* 対 *OHMI*.)
- (22) CJUE, 19 déc. 2012, aff. C-149/11, *Leno Merken*, 42. (欧州連合司法裁判所 2012 年 12 月 19 日判決, 事件番号 C-149/11, *Leno Merken* の 42).
- (23) 同 12
- (24) TUE, 9 nov. 2016, aff. T-290/15, *Smarter Travel Media c. EUIPO* (欧州連合裁判所 2016 年 11 月 9 日判決, 事件番号 T-290/15, *Smarter Travel Media* 対 EUIPO)
- 訳注: 欧州連合商標規則 (EUTMR) 第 7 条第 1 項 (b) 及び (c)
- 「第 7 条 絶対的拒絶理由
- (1) 次のものは、登録することができない。
- (b) 識別性を欠く商標
- (c) 商標であって、商品の種類、品質、数量、用途、価格、
原産地、生産時期、サービスの提供時期又は商品又はサー
ビスのその他の特徴を示すために取引上使用することがで
きる記号又は表示のみによって構成されているもの」
- (https://www.jpo.go.jp/shiryou/s_sonota/fips/pdf/ec/shouhyou_rijikai.pdfから引用)
- (25) 同 31
- (26) 同 39
- (27) 同 36
- (28) 同 39。また、以下を参照されたい。TUE, 28 avril 2016, aff. T-54/15, *Jääkiekon SM-liiga Oy c/ OHMI*: (欧州連合裁判所 2016 年 4 月 28 日判決, 事件番号 T-54/15, *Jääkiekon SM-liiga Oy* 対 *OHMI*) *Propr. intell.* 2016, n° 61, p. 489, obs. Y. Basire; TUE, 13 septembre 2016, aff. T-563/15, *Pagliari Sell System SpA c/ EUIPO* (欧州連合裁判所 2016 年 9 月 13 日判決, 事件番号 T-563/15, *Pagliari Sell System SpA* 対 *EUIPO*): *Propr. intell.* 2016, n° 61, p. 489, obs. Y. Basire. この問題に関して、識別性に関する共通の慣行、すなわち、記述的用語又は非記述的用語を含む図形商標に関する共通通知 2 oct. 2015, European tmdn, https://euiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_ohim/who_we_are/common_communication/common_communication_6/common_communication6_fr.pdf
- (29) 同 42
- (30) 同 58。引用された判決を参照されたい。TUE, 12 nov. 2015, aff. T-253/13, *Orthogen c/ OHMI, Arthrex*, 45 (欧州連合裁判所 2015 年 11 月 12 日判決, 事件番号 T-253/13, *Orthogen* 対 *OHMI, Arthrex*, 45); TUE, 17 déc. 2015, aff. T-79/15, *Olympus Medical Systems c/ OHMI*, 35 (欧州連合裁判所 2015 年 12 月 17 日判決, 事件番号 T-79/15, *Olympus Medical Systems* 対 *OHMI*, 35)
- (31) 同 62
- (32) 同 68。TPICE, 21 avr. 2004, aff. T-127/02, *Concept - Anlagen u. Geräte nach «GMP» für Produktion u. Labor GmbH c/ OHMI*, 71-72 (共同体第 1 審裁判所 2004 年 4 月 21 日判決, 事件番号 T-127/02, *Concept - Anlagen* 及び *Geräte nach «GMP» für Produktion* 及び *Labor GmbH* 対

OHMI, 71-72); TPICE, 8 juill. 2004, aff. T-289/02, *Telepharmacy Solutions, Inc. c/ OHMI*, 59 (共同体第1審裁判所 2004 年 7 月 8 日判決, 事件番号 T-289/02, *Telepharmacy Solutions, Inc. 対 OHMI*, 59.)

(33) 同 69

(34) 同 72

(35)同 73。TUE, 27 mars 2015, aff. T-554/12, *Oracle America c/ OHMI*, 65. (欧州連合裁判所 2015 年 3 月 27 日判決, 事件番号 T-554/12, *Oracle America* 対 *OHMI*, 65.)

(36) 同 85. TUE, 21 mai 2015, aff. T-203/14, *Mo Industries LLC c/ OHMI*, 32-33 (欧州連合裁判所 2015 年 5 月 21 日判決, 事件番号 T-203/14, *Mo Industries LLC* 対 *OHMI*, 32-33, 65); JurisData n° 2015-022992 参照

(37) CJUE, 21 décembre 2016, aff. C-654/15, *Länsförsäkringar AB c/ Matek A/S*, JCP G 2017, n° 10, p. 432 (欧州連合司法裁判所 2016 年 12 月 21 日判決, 事件番号 C-654/15, *Länsförsäkringar AB 対 Matek A/S*), note J. Passa ; CCE 2017, n° 3, comm. 21, obs. C. Caron ; D. 2017, n° 6, p. 318, J.-P. Clavier, N. Martial-Braz, C. Zolynski ; Prop. intell. 2017, n° 62, p. 54 ; Europe 2017, n° 2, comm. 92, obs. L. Idot.

訳注：欧州連合商標規則第9条1) b)

「第9条 EU 商標によって与えられる権利」

(1) EU 商標の登録はその所有者に対し、その商標についての排他的権利を与える。

(b) 記号であって、EU 商標と同一であるか、又は類似しており、かつ、EU 商標の登録対象である商品又はサービスと同一であるか、類似しているものに使用されるもの。ただし、公衆の側に混同が生じる虞があることを条件とし、その混同の虞には、それらの記号と商標の間における連想の虞を含む。」

(https://www.jpo.go.jp/shiryuu/s_sonota/fips/pdf/ec/riji_kai_kisoku.pdf#search=%27E7%90%86%E4%BA%8B%E4%BC%9A%E8%A6%8F%E5%89%87+207%2F2009%27から引用)

(38) 同 23, 24.

(39) 同 26

(40) 同 27

(41) J. Passa, L'appréciation abstraite du risque de confusion en matière de contrefaçon de marque, in *Le droit de la propriété intellectuelle dans un monde globalisé*, Mélanges en l'honneur du Professeur J. Schmidt-Szalewski, LexisNexis, Coll. CEIPI, 2014, n° 61, p.237; Y. Basire, Le risque de confusion en droit des marques: entre extension et évolution: *Légicom* 2014, n° 53, p. 109.

(42) しかし、若干異なる形で確認されることになるだろう。2013年7月18日の *Specsaver* 判決において、欧州連合司法裁判所は、使用する際に商標に加えられた変更は、独占排他権ではカバーされないが、混同のおそれを評価するためには使用できると述べた。CJUE, 18 juil. 2013, aff. C-252/12, *Specsavers* (欧州連合司法裁判所 2013年7月18日判決, 事

件番号 C-252/12, Specsavers), Légipresse 2013, n° 310, p. 637, obs. Y. Basire.

(43) 裁判所が第 9 条 (1) (b) EUTMR の解釈を導いた議論は、商標指令第 10 条 (2) (b) の文脈においても準用することができる。

訳注：商標指令第 10 条 (2) (b)

「第 10 条 商標により付与される権利」

(2) 登録商標の出願日又は優先日の前に取得された所有者の権利を害することなく、当該登録商標の所有者は、次の場合、自己の承諾を有さないすべての第三者が商品又はサービスに関して業として標章を使用することを防ぐ権限を有する。

(b) 標章が商標と同一又は類似であり、商標の登録対象である商品又はサービスと同一又は類似である商品又はサービスに関して使用されている場合であって、公衆に混同の虞が存在する場合。混同の虞には標章と商標の出所の連想の虞を含む。

(https://www.jpo.go.jp/shiryous/s_sonota/fips/pdf/ec/harmmo_shirei.pdfから引用)

(44) Cass. com., 8 févr. 2011, pourvoi n° 09-13610 (France
 破毀院商事部 2011 年 2 月 8 日判決, 上告番号 09-13610). C.
 de Haas, L'amorce de la révolution de notre droit des
 marques, Propr. industr. 2011, n° 11, étude 17.

(45) CA Paris, 13 sept. 2016, aff. Laurent Buob (パリ控訴院 2016 年 9 月 13 日, Laurent Buob).

(46) Cour de justice, 10 novembre 2016, Ferring Lægemedler A/S contre Orifarm A/S, aff. C-297/15 (欧州連合司法裁判所 2016 年 11 月 10 日判決, Ferring Lægemedler A/S 対 Orifarm A/S 事件番号 C-297/15), LEPI 2017, n° 1, p. 6, obs. S. Chatry; Propr. intell. n° 63, p. 94, obs. Y. Basire.

(47) ここで興味深いのは、(判決文では)裁判所が「商標の本質的機能」という用語ではなく「特定の目的」という用語を使用していることである。

(48) 同 14. CJCE, 11 juillet 1996, aff. jointes C-427/93, C-429/93, C-436/93, Bristol-Myers Squibb c/ Paranova, Boehringer, et Bayer, 49 (共同体司法裁判所 1996 年 7 月 11 日判決, 事件番号併合 C-427/93, C-429/93, C-436/93, Bristol-Myers Squibb 対 Paranova, Boehringer, 及び Bayer, 49), RTDE 1998, p. 117, obs. G. Bonet; CJCE, 26 avril 2007, aff. C-348/04, Boehringer Ingelheim e.a., 14 (共同体司法裁判所 2007 年 4 月 26 日判決, 事件番号 C-348/04, Boehringer Ingelheim, 14), PIBD 2007, n° 855, III, p. 429; Propr. Industr. 2007, n° 7-8, comm. 61, obs. A. Folliard-Monguiral; Propr. intell. 2008, n° 26, p. 138, obs. G. Bonet.

(49) 同 15-16. CJCE, 11 juillet 1996, préc., 56 (前記共同司法裁判所 1996 年 7 月 11 日判決, 56); CJCE, 26 avril 2007, préc., 16 (前記共同司法裁判所 2007 年 4 月 26 日判決, 16).

(50) 同 19

(51)同 20。CJCE, 12 octobre 1999, aff. C-379/97, Upjohn, 43
(共同体司法裁判所 1999 年 10 月 12 日判決, 事件番号

C-379/97, Upjohn, 43)

(52) 同 21. CJCE, 11 juillet 1996, préc., 53（前記共同体司法裁判所 1996 年 7 月 11 日判決, 53）

(53) 同 22. CJCE, 11 juillet 1996, préc., 54（前記共同体司法裁判所 1996 年 7 月 11 日判決, 54）

(54) 同 23. CJCE, 26 avril 2007, préc., 52（前記共同体司法裁判所 2007 年 4 月 26 日判決, 16）

(55) CJUE, 8 juin 2017, aff. C-689/15, W.F. Gözze Frottierweberei GmbH, Wolfgang Gözze c. Verein Bremer Baumwollbörse（欧州連合司法裁判所 2017 年 6 月 8 日, 事件番号 C-689/15, W.F. Gözze Frottierweberei GmbH, Wolfgang Gözze 対 Verein Bremer Baumwollbörse）, Propr. industr. 2017, n° 9, alerte 52, note A. Folliard-Monguiral.

(56) 同 40. CJCE, 11 mars 2003, aff. C-40/01, Ansul（共同体司法裁判所 2003 年 3 月 11 日判決, 事件番号 C-40/01, Ansul）, Propr. intell. 2003, n° 9, p. 429, obs. G. Bonet ; CCE 2003, n° 5, comm. 48, obs. C. Caron; Propr. ind. 2003, n° 5, comm. 43, obs. A. Folliard-Monguiral.

(57) CJCE, 18 juin 2009, aff. C-487/07, L'Oréal（共同体司法裁判所 2009 年 6 月 18 日判決, 事件番号 C-487/07, L'Oréal）たとえば C. Caron, CCE 2009, n° 12, comm. 111; Propr. industr. 2009, n° 9, comm. 51, obs. A. Folliard-Monguiral. Y. Reboul, L'arrêt de la Cour de justice du 18 juin 2009 – L'Oréal-Bellure: comment résister à la rançon de la gloire!, Legicom 2010, n° 44, p. 5; B. Humblot, Droit des marques: apports essentiels de la CJCE autour de la fonction essentielle de la marque – Regard sur les enseignements de l'arrêt «l'Oréal» du 18 juin 2009, RLDI 2009, n° 53, p. 8; G. Bonet, Droit des marques et autres signes distinctifs, Commentaire de la décision de la CJCE du 18 juin 2009, Propr. intell. 2010, n° 34, p. 655; L. Marino, L'affaire L'Oréal: le droit des marques et la publicité comparative sous le sceau du parasitisme, JCP G 2009, n° 31, 180.

訳注：日本では、商標には「出所表示機能」、「品質保証機能」、「広告宣伝機能」の 3 つの本質的機能があるとされている。一方、本稿筆者による「商標はなぜ保護されるのか？欧州と日本における商標の機能の問題についての比較研究（*）」（知的財産研究所，知財研紀要 2013, Vol.22, pp. 12-1-12-6）によれば、欧州では、商標の本質的機能として、「出所表示機能」が伝統的に認められ、「広告宣伝機能」についても学説・判例で支持されているが、「品質保証機能」については欧州連合司法裁判所で適用した判決がなかった

とされている。さらに、欧州のみで認められている商標の機能として、「投資機能」や「情報伝達機能」があるとされている。

(58) CJUE, 8 juin 2017, préc., 42（前記欧州連合司法裁判所 2017 年 6 月 8 日, 42）

(59) 同 46

(60) 同 50

(61) 同 57

(62) Règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil du 26 février 2009 sur la marque communautaire 共同体商標に関する 2009 年 2 月 26 日の理事会規則 (EC) 207/2009- 現在は、欧州連合商標規則 (EU) 2017/1001 である。

(63) 同 61

(64) CJUE, 18 janv. 2017, aff. C-427/15, New Wave c. Alltoys（欧州連合司法裁判所 2017 年 1 月 18 日, 事件番号 C-427/15, New Wave 対 Alltoys）, CCE 2017, n° 6, comm. 51, obs. C. Caron

(65) 同 20

(66) 同 22

(67) 同 24

(68) 同 26

(69) CJUE, 18 mai 2017, aff. C-617/15, Hummel Holding A/S c. Nike Inc., Nike Retail BV（欧州連合司法裁判所 2017 年 5 月 18 日, 事件番号 C-617/15, Hummel Holding A/S 対 Nike Inc., Nike Retail BV）, Dalloz IP/IT 2017, n° 9, p. 471, note E. Treppoz; Propr. industr. 2017, n° 7, comm. 44, obs. A. Folliard-Monguiral.

(70) 同 22-23.

(71) 民事及び商事問題の管轄，判決の承認と執行に関する，2000 年 12 月 22 日の理事会規則 (EC) No 44/2001。

(72) 同 27。この点について，E. Treppoz, préc., p. 472. 同様の意味で，CJUE 5 juin 2014, aff. C-360/12, Coty Germany GmbH c/ First Note Perfumes NV（欧州連合司法裁判所 2014 年 6 月 5 日, 事件番号 C-360/12, Coty Germany GmbH 対 First Note Perfumes NV）, D. 2015, p. 230, obs. J.-P. Clavier, N. Martial-Braz et C. Zolynski ; Rev. crit. DIP 2015, 190, note C. Laurichesse ; RTD eur. 2014, p. 953, obs. E. Treppoz.

(73) 同 34

(74) 同 41

(75) 同 39

(76) 同 40

（原稿受領 2019. 1. 28）