

特集 《欧州における知財実務の最前線》

# 「Jägermeister」の事件から学ぶ 著名商標の保護及びパッケージ 模倣による不正な使用に関する考察



欧州: Case 4Ob55/23a Mast-Jägermeister SE v SPAR International B.V.<sup>(1)</sup>

(2023年5月31日判決)

令和6年度 国際活動センター 欧州・アフリカ部 商標意匠グループ

遠藤 華英

## 要 約

オーストリアには、日本法と同様に「著名商標」の保護制度は存在する。しかし、商標の「識別力」の基準や不正競争防止法における「競争の公平性」の基準について、違いがある。また、裁判所のアプローチの違いにおいても、オーストリアの裁判所は、「商標法と不正競争防止法を総合的に適用し、著名商標の保護と競争の公平性の維持を強調する」のに対し、日本の裁判所は、「商標法と不正競争防止法を個別に適用する傾向があり、著名商標の保護や模倣行為の規制についても、それぞれの法の範囲内で判断を行う」傾向がある。

本稿では、オーストリア最高裁判所（OGH）が2023年5月31日に下した「Jägermeister」に関する判決を基に、著名な商標「Jägermeister」をめぐる商標保護の範囲や不正競争防止法上の保護について裁判所がどのように判断するかを分析する。また、日本法との比較を通じて各法制度の違いを明確化し、判決の意義と留意点を考察する。

## 目次

1. はじめに
  1. 1 重要条文
    - (1) オーストリア商標法
    - (2) オーストリア不正競争防止法
    - (3) オーストリア民事訴訟法
  1. 2 著名商標保護の範囲
    - (1) オーストリア商標法（§ 10 Abs 2 MSchG）における著名商標の保護
2. 事件紹介
  2. 1 事件概要
    - (1) 原告と被告
    - (2) 事件関係
    - (3) 事件の流れ
    - (4) 判断概要
  2. 2 原告商標と被告商標
  2. 3 争点及び事件の詳細
    - (1) 争点
    - (2) 事件の詳細
  2. 4 裁判所の判断における商標法について
  2. 5 裁判所の判断における不正競争防止法について
3. 日本との判断の違い
  3. 1 商標法における違い
  3. 2 不正競争防止法における違い

### 3. 3 裁判所のアプローチの違い

### 4. まとめ

## 1. はじめに

本稿では、オーストリア商標法に基づく著名商標の保護および、不正競争の観点から被告が原告の製品パッケージを模倣した行為が不正な評判の利用に該当するか否かを判断した裁判例を通じて、世界的に有名な商標がどのように保護されるのか、さらに日本との判断基準の違いについて検討する。

### 1. 1 重要条文

#### (1) オーストリア商標法 (Markenschutzgesetz、MSchG)

##### 第10条第2項

登録商標の所有者は、その同意を得ていない全ての第三者が、商標と同一又は類似の標章を、商標の登録に係わる商品又はサービスと同一であるか類似しているかにかかわらず、商品又はサービスについて業として使用すること（第10a条）を禁止する権利も有する。ただし、この規定は、その商標がオーストリアにおいて名声を得ており（①）、また、前記の標章を使用することが、正当な理由なく、当該商標の識別性又は名声を不正に利用するか又は毀損すること（②）を条件とする。先に出願された標章の名声は、遅くとも後の商標の出願日又は該当する場合は優先日若しくは先順位日又は何らかの後の識別性のある標章が出現するときまでに確立していかなければならない。

条文原文（§ 10 Abs 2 MSchG）

Absatz 2 Der Inhaber einer eingetragenen Marke hat auch das Recht, Dritten zu verbieten, ohne seine Zustimmung im geschäftlichen Verkehr ein mit der Marke gleiches oder ihr ähnliches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen (§ 10a), unabhängig davon, ob diese Waren oder Dienstleistungen gleich oder ähnlich oder nicht ähnlich sind mit denjenigen, für die die Marke eingetragen ist, wenn diese im Inland bekannt ist und die Benutzung des Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt. Die Bekanntheit der älteren Marke muss spätestens am Tag der Anmeldung der jüngeren Marke, gegebenenfalls am prioritäts- oder zeitrangbegründenden Tag, oder im Entstehungszeitpunkt des jüngeren sonstigen Kennzeichenrechts vorgelegen sein.<sup>(2)</sup>

#### (2) オーストリア不正競争防止法 (Österreichisches Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb)

##### 第1条

第1項：商取引において、1) 事業者に損害を与えるような競争に重大な影響を及ぼすおそれのある不公正な商慣行その他の不公正な行為を行った者（①）、または、2) 業務上の注意義務に反し、かつ、当該商品に関し、その行為が及ぶ、または当該行為が向けられる平均的な消費者の経済行動に重大な影響を及ぼすおそれのある不公正な商慣行を行った者（②）に対して、差止請求、および過失があった場合には、第16条に規定する損害賠償請求を提訴することができる。

条文原文（Z 1 UWG）

##### Absatz eins Wer im geschäftlichen Verkehr

1. Ziffer: eine unlautere Geschäftspraktik oder sonstige unlautere Handlung anwendet, die geeignet ist, den Wettbewerb zum Nachteil von Unternehmen nicht nur unerheblich zu beeinflussen, oder

2. Ziffer: eine unlautere Geschäftspraktik anwendet, die den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt widerspricht und in Bezug auf das jeweilige Produkt geeignet ist, das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers, den sie erreicht oder an den sie sich richtet, wesentlich zu beeinflussen, kann auf Unterlassung und bei Verschulden auf Schadenersatz im Sinne des § 16 in Anspruch genommen werden.<sup>(3)</sup>

### (3) オーストリア民事訴訟法 (Österreichische Zivilprozessordnung)

#### 第 528 条

第 1 項：控訴院の決定に対して法律上の控訴が認められるのは、その決定が実体法または手続法上の法律問題の解決に依存しており、その問題が法的統一性、法的安定性、または法的発展の維持にとって重要な意味を持つ場合に限られる。たとえば、控訴院が最高裁判所の判例から逸脱している場合、またはそのような判例が存在しない、あるいは判例が不統一である場合が該当する。

条文原文 (§ 528 Abs 1 ZPO)

Absatz eins: Gegen den Beschuß des Rekursgerichts ist der Revisionsrekurs nur zulässig, wenn die Entscheidung von der Lösung einer Rechtsfrage des materiellen Rechts oder des Verfahrensrechts abhängt, der zur Wahrung der Rechtseinheit, Rechtssicherheit oder Rechtsentwicklung erhebliche Bedeutung zukommt, etwa weil das Rekursgericht von der Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofs abweicht oder eine solche Rechtsprechung fehlt oder uneinheitlich ist.<sup>(4)</sup>

## 1. 2 著名商標の保護の範囲

### (1) オーストリア商標法 (§ 10 Abs 2 MSchG) における著名商標の保護

オーストリアの商標法 (Markenschutzgesetz, MSchG) の第 10 条第 2 項 (§ 10 Abs 2) に基づく著名商標及び標章の保護は、『広く知られた商標に対して特別な保護を与えること』を目的としている。具体的には、以下のような保護が提供される。

#### ① 他の商品やサービスに対する保護の拡大：

著名商標及び標章は、その商標が登録されている商品やサービスだけでなく、他の商品やサービスに対しても保護が及ぶ場合がある。これは、商標の名声や信用が他の分野にも及んでいる場合に適用される。

#### ② 混同の可能性の防止：

著名商標及び標章の所有者は、他の事業者が同一または類似の商標を使用することで消費者に混同を招く可能性がある場合、その使用を禁止することができる。

#### ③ 商標の希釈化の防止：

著名商標及び標章の名声や信用を損なう行為、例えば商標の希釈化 (dilution) を防止することができる。これは、他の事業者が著名商標に似た商標を使用して、その商標の独自性や識別力を弱める行為を禁じることを含む。例えば、オーストリアで「Red Bull」が著名商標として認められている場合、他の企業が「Red Bull」に類似した商標を使用してエナジードリンク以外の商品（例えば、スポーツ用品や衣料品）を販売しようとする場合でも、Red Bull 社はその使用を禁止することができる。

オーストリアの商標法第 10 条第 2 項に基づく著名商標及び標章の保護は、商標が持つ名声や信用を守るために特別な措置である。この保護により、著名商標の所有者は、商標の評判や信頼性を損なう可能性のある不正使用から商標を守ることができる。

このように、著名商標は通常の商標よりも広範囲な保護が与えられ、商標の希釈化や不正使用から商標の価値を守ることができる。

## 2. 事件紹介

### 2. 1 事件概要

#### (1) 原告と被告

原告：Mast-Jägermeister SE (商標権利者)

被告：SPAR Österreichische Warenhandels-Aktiengesellschaft / SPAR International B.V. (商標権利者)

## (2) 事件関係

原告「Jägermeister」は、オーストリアにおいて著名な商標権を有し、長年にわたり市場で広く認知されている。被告は、原告の商標に類似したデザインを使用して商品を販売していた。

## (3) 事件の流れ

原告は、被告の行為が商標権侵害および不正競争防止法違反に該当するとして訴訟を提起。裁判所は、商標法および不正競争防止法の観点から判断を行った。

## (4) 判断概要

オーストリア最高裁判所は、被告による上告を棄却し、原告の商標権侵害を認めた下級審の決定を支持した。よって、被告の商品のデザインが原告の商標に類似しており、商標権侵害および不正競争防止法違反に該当すると認定した。

## 2. 2 原告商標と被告商標

### (1) 原告商標

NO.1	権利種類	商標
NO.1	EUIPO	
	登録番号	
	UM000368282	
	登録日	
	1996.09.24	
	NO.2	商標
NO.2	WIPO	
	登録番号	
	IR1580896	
	登録日	
	2020.12.01	
	NO.3	商標
NO.3	EUIPO	
	登録番号	
	UM002747129	
	登録日	
	2002.06.21	
	NO.4	商標
NO.4	WIPO	
	登録番号	
	IR1291858	
	登録日	
	2015.11.17	

NO.5	権利種類 WIPO 登録番号 IR1287599 登録日 2015.11.17	商標 
NO.6	権利種類 WIPO 登録番号 IR1311081 登録日 2015.11.17	商標 
NO.7	権利種類 EUIPO 登録番号 UM015185424 登録日 2016.03.07	商標 
NO.8	権利種類 WIPO 登録番号 IR565905 登録日 1990.12.10	商標 
NO.9	権利種類 EUIPO 登録番号 UM002662443 登録日 2002.04.02	商標 
NO.10	権利種類 WIPO 登録番号 IR1292280 登録日 2015.11.17	商標 
NO.11	権利種類 EUIPO 登録番号 UM003289626 登録日 2003.07.28	商標 

## (2) 被告商標

NO.1	権利種類	商標
	EUIPO	
	登録番号	
	UM018657048	
	登録日	
	2022.02.18	
NO.2	権利種類	商標
	WIPO	
	登録番号	
	IR565539	
	登録日	
	1990.10.09	

## 2. 3 争点及び事件の詳細

## (1) 争点

- 商標法第10条に規定するとおり原告商標が、オーストリアにおいて名声を得ているか (①)、また、原告商標を使用することが、正当な理由なく、当該商標の識別性又は名声を不正に利用するか又は毀損すること (②) に該当するか
- 被告が不正競争防止法に基づく事業者に損害を与えるような競争に重大な影響を及ぼすおそれのある不公正な商慣行その他の不公正な行為を行った者 (①)、または、専門的注意義務に反し、かつ、当該商品に関し、その行為が及ぶ、または当該行為が向けられる平均的な消費者の経済行動に重大な影響を及ぼすおそれのある不公正な商慣行を行った者 (②) に該当するか

## (2) 事件の詳細

## 判決文

原告は、1937年以来、オーストリアの商標『Jägermeister』の権利者であり、また前述に記載のとおり、商標の権利者でもある。これらの商標を用いて、何十年にもわたって非常に有名で人気のあるハーブリキュールを販売しており、このリキュールは定期的にオフライン及びオンライン、あるいはソーシャルメディアで宣伝されている。この製品は、オーストリアのハーブビター市場において約4分の1の市場シェアをもち、20mlから3Lのサイズで全国的に販売されている。

『Jägermeister (イエーガーマイスター)』は、「ドイツの世紀のブランド」という本の中で「世紀のブランド」の1つとして挙げられている。Impact Databank が発表した「世界のプレミアムスピリットブランドトップ100」の年次ランキングでは、イエーガーマイスターは2021年に14位、2022年には10位にランクされた。原告によるさまざまな広告施策は、たとえばコマーシャルに関連した鹿の頭（イエーガーマイスター標章に記載のある鹿のルディとラルフ）は、1999年からドイツのテレビで放送され、オーストリアでも受信できた。原告はまた、実物よりも大きな木製の鹿のレプリカを持って多くの祭りに参加した。イエーガーマイスターは、人気のミックスドリンク「フライング・ヒルシュ」を通じて、若者向けのパーティードリンクとしてのイメージを高めた。

よって、下級裁判所は被告に対して以下の使用1、2について仮差止命令を出した。また、判決文において下記のとおり述べた。

## 使用1

欧州連合領域内の貿易において、以下に示す製品パッケージのハーブリキュール広告、提供、市場への投入、

紹介、輸出および／または配布する行為。

## 使用 2

オーストリアにおけるハーブリキュールの取引において、以下に示す原告の商品特徴に対応する商品特徴を使用した。特に以下に示す製品の特徴において模倣され、広告、提供、市場への投入、紹介、実行および／または配布する行為。

### 使用商標

原告商品	被告商品
<p>ハーブリキュール [注：9 × 20ml]</p> 	<p>ハーブリキュール [注：9 × 20ml]</p> 

オーストリア商標法第 10 条第 2 項によると、よく知られた商標及び標章の保護には、混同のリスクは必要とされず、公衆が頭の中で記号を互いに連想させるような類似性のみが必要とされる<sup>(5)</sup>。したがって、被告側の商標は原告商標及び標章と同じまたは類似している必要がある。通常、これが評判を悪用したり、評判を傷つけたり、有名な商標を弱体化させる唯一の方法<sup>(6)</sup>だからである。

このために必要な類似度は、混同の可能性に対して必要な類似度よりも低く設定する必要があり、また、商標が不当な侵害や特有の性格や評判の悪用から保護されるように、外観、称呼、観念の 3 点のうちの 1 つに類似性が存在すれば十分である<sup>(7)</sup>。

商品およびサービスの類似性の分野における保護の拡大は、後者の標章の使用が不公平であること（有名な商標に類似した標章を使用する場合には明らかである）、およびこれを正当化する理由がないことを前提<sup>(8)</sup>としている；不公平がないこと、または正当化する状況が存在することの立証責任は通常、侵害者にある<sup>(9)</sup>。不公平の証拠には、同一標章の使用、問題となっている商品／サービス分野における商標所有者自身の商標の経済的利用の妨害、そして何よりも、特に反駁されていなくても通常は明白である他人の標章にフリーライドする目的が含まれる。評判<sup>(10)</sup>に関して、特に不公平となる可能性があるのは、図形商標やロゴ、特徴的なレタリング、色、または比喩的なデザインから特別なデザイン要素を採用するアプローチである。

大衆が 2 つのブランドの間に精神的なつながりを持っているかどうかを調べる際に考慮しなければならない要素<sup>(11)</sup>は、さらに次のとおりである。

標章の類似性の程度、競合する商標が登録されている商品およびサービスの性質（それらの商品およびサービスと関連する公衆の類似性または非類似性の程度を含む）、以前の商標の評判の程度、以前の商標に固有の、または使用を通じて獲得された識別性の程度、および公衆に対する混同の可能性の存在<sup>(12)</sup>。

この場合、商品が同一であることを考慮すると、混同の危険性は標章の類似性に基づいてのみチェックできる。この目的のために、使用される標章は、外観、称呼、観念の観点から総合的に評価される必要<sup>(13)</sup>がある。通常、これらの側面のいずれかによる混同のリスク<sup>(14)</sup>は十分である。商品が同一の場合、混同のリスクを排除するためには、商品間の距離が離れている場合よりも、キャラクター間の明確な距離<sup>(15)</sup>が必要である。使用される標章が競合他社のブランドと外観、称呼、観念が似ているかどうかは、ブランドと標章が生み出す全体的な印象によって決まる。それらを区別し支配する要素を考慮する必要がある。決定的な要因は、定期的にブランドを全体として認識し、細部には注意を払わない、問題の商品またはサービスの、十分な情報を持ち、注意力があり賢明な平均的な消費者に対する影響<sup>(16)</sup>である。

これらすべての質問に対する答えは、通常、個々のケースの状況によって異なる<sup>(17)</sup>。

特別な法的保護を主張できない製品については、一般に模倣の自由<sup>(18)</sup>がある。ただし、不正競争防止法の判例<sup>(19)</sup>では、不正競争防止法の第1条第1項に基づき、公正に関する特別な事情が加われば、商品の模倣は不当となり得ると認められている。特別な事情とは、サービスの卑劣な模倣または完全な譲渡<sup>(20)</sup>、回避可能な原産地偽装<sup>(21)</sup>、または模倣された製品の評判の不適切な使用<sup>(22)</sup>が含まれる。

評判のフリーライドの場合、不正競争防止法に基づく模倣からの保護も、第三者へのサービスへの不当な言及により公衆を誤解させることなく必要となる可能性がある。これには、競合他社またはその製品への言及が必要である。評価は模倣品の類似度や評判の強さによって決まる。したがって、同一または類似の製品の場合、単に第三者製品との関連性を喚起するだけでなく、被告が製品の顯著な価値やフリーライダーとしての特別な評価を利用するために、その製品を模倣するに陥った場合、不当な搾取が発生する可能性がある。

これは、第三者自身が模倣品に標章を使用するためのフリーライド的な方法<sup>(23)</sup>を、著名商標の評判の客観的な悪用に加えて、何か攻撃的な目的を有している場合が多い。そのため、この保護は、有名な商標の保護と同様、間接的に、この評判を築くために必要な投資を保護する役割を果たす。競合他社が不公平であるかどうかを判断するには、競合他社の行動をすべて考慮する必要<sup>(24)</sup>がある。

全体像に基づいて、評判の悪用につながる特別な状況があるかどうかの評価は、通常、個々のケースに基づいてのみ行うことができ、修正が必要な誤った評価の場合は別として、重要なことではない。法的問題<sup>(25)</sup>、これは不正競争防止評価<sup>(26)</sup>にも当てはまる。

下級裁判所の判決は、依然として控訴手続きの対象である限りにおいて、商標法と公正取引法の両方にに基づく担保権の主張を肯定しており、訴訟の枠組み内にある。提示された法律と、個々の事件において裁判所が必然的に有する裁量権があり、したがって最高裁判所によるいかなる修正も必要としない。ハーブリキュールが、被告が選択した特定の色の組み合わせ、オレンジ色の帯に黒の文字、および絵（鹿の頭）が描かれた形で装飾およびラベルを貼らなければならない正当な理由はない。これは明らかに原告の有名な商標に基づいており、精神的なつながりや評判の搾取につながるという下級裁判所の評価は少なくとも正当である。また、被告は、この評価について疑問を引き起こす可能性のあるいかなる状況も指摘していない。

特に、ハーブリキュールの市場環境では、パッケージやラベルのデザインが「一般的に」、あるいは「典型的に」さえ一致していると主張することで、（多数の競合製品の画像を通じて確立された）事実から距離を置いている。「原告のブランドを使用」、これは、同様に「ただ乗り」している他の数社の競合他社にも当てはまる可能性があるが、被告の看板デザインを正当化するには適切ではない。さらに、被告が、自社のよく知られた商標（またはその一部）を貼付することに言及したことにも根拠がない。

特に、被告の商標がその製品に対して目を引く方法で適用され、評判を不当に利用していないという主張には説得力がない。下級裁判所の見解によれば、被告の製品ラインのラベル表示（調査では売上全体の40%を占めるとされている）は、支配的な地位にあるとは言えず、全体的な視点から見ても適切ではないとされた。また、他のデザイン要素によって原告の商標とのイメージ的なつながりが生じている点については、いずれにせよ、そのような関連性を排除する判断は正当といえる。

さらに、被告が自社製品を原告製品の競合品として位置づけようとしている事実は、被告自身の主張と矛盾している。なぜ被告は、独立した「プレミアムブランド」として、明確な「デザインスキーム」を選択しなかったのか疑問が残る。これは、商標の定義を利用せずとも意味のあるデザインであったため、被告自身の主張を強調する材料としても活用できたはずである。原告の商標や製品表現の特徴を十分に理解しないままの主張は説得力に欠ける。特に、原告が「プレミアムブランド」として位置づけられている一方で、被告が割引商品を扱うという立場を背景に考えると、被告の発言はなおさら矛盾している。

原告の製品は、特に若いパーティー参加者の間で人気が高い。控訴裁判所は、被告が原告のデザイン要素を利用したことが、単なる評判の客観的利用を超えて、攻撃的な行為にあたると判断した。また、鹿の頭のデザインについては、たとえその歪曲が意図的ではなかったとしても、漫画的に変形させられ、目立つ形で使用されている点が

問題視された。これにより、原告が若いパーティー参加者の間で築き上げた評判が損なわれる結果となったとされる。

さらに、そのような傾向に対する被告の反論は具体的な主張がなく、明確ではなかった。また、被告がその製品を「S-Budget-Jägermeister」と表現する場合にのみ、評判の不当な利用が発生すると主張することは、真剣には受け取れない。そのため、全体として、控訴裁判所が原告の評判が不当に利用されたと認定した判断は、この観点からも少なくとも正当であるといえる。

## 2. 4 裁判所の判断における商標法について

裁判所は、以上の判断から、商標法に基づき、原告の商標が「著名な商標」として保護されるべきであると認定した。また、類似性の基準として「視覚的」「称呼的」「概念的」な要素を総合的に判断し、被告の商品が原告の商標の識別力を侵害しているとした。

争点について

- ① 原告商標が、オーストリアにおいて名声を得ているか  
→著名な商標であり、十分な名声を得ている
- ② 原告標章を使用することが、正当な理由なく、当該商標の識別性又は名声を不正に利用するか又は毀損すること  
→被告は正当な理由なくフリーライドとみられる使用をしている。

## 2. 5 裁判所の判断における不正競争防止法について

裁判所は、以上の判断から、不正競争防止法に基づき、被告の商品が原告の商標の評判を不当に利用していると認定した。特に、「Jägermeister」のブランドイメージを模倣することで競争の公平性を侵害している点が判断の中心となった。

争点について

- ① 被告が不正競争防止法に基づく事業者に損害を与えるような競争に重大な影響を及ぼすおそれのある不公正な商慣行その他の不公正な行為を行った者に該当するか。  
→被告は原告と同業者であり、その原告の著名商標を知っておきながら、リキュール販売時に当該商標に類似商標を付して使用をしていたため、損害を与えることは十分にできる状態であった者であると認定
- ② 専門的注意義務に反し、かつ、当該商品に関し、その行為が及ぶ、または当該行為が向けられる平均的な消費者の経済行動に重大な影響を及ぼすおそれのある不公正な商慣行を行った者に該当するか。  
→消費者が混同するおそれがあり、また意図的にその商標に触れた消費者（需要者）が間違えて購入する状況を作り出しており、不公正な商慣行を行った者に該当すると認定

## 3. 日本との判断の違い

### 3. 1 商標法における違い

日本の商標法（第4条第1項第15号・第19号など）において、著名商標とは「広く知られている商標を指し、商品やサービスの出所を示す標識として、日本国内で高い認知度を持つもの」である。

また、その保護範囲は、同一・類似の商品・サービスだけでなく、非類似の商品・サービスについても保護される（いわゆる「ダイリューション防止」）。

そして、商標の顯著性（識別力）や類似性については、消費者の認識に基づき判断され、識別力が弱い商標であっても、使用実績等による周知性を獲得していれば保護の対象となる。さらに、審査及び侵害判断においても同様である。

これは、著名商標の保護の目的として、著名商標の信用・名声を守ること、消費者の混同防止、ブランド価値の毀損防止があるからである。

一方で、オーストリア商標法（Markenschutzgesetz）およびEU商標規則において、著名商標とは「広く知られた商標であり、オーストリア国内またはEU域内で高い認知度を持つもの」という点及び同一・類似の商品・サービスだけでなく、非類似の商品・サービスについても保護される点は日本と同様である。

しかし、オーストリアにおいて商標の類似性は「外観」「称呼」「観念」のいずれか一つでも認められれば侵害と判断される可能性が高く、日本のように「外観」「称呼」「観念」を総合的に商標全体として類似するか否かという判断とは異なる。また、識別力の認定も厳格で、特に立体商標や形状については日本国よりも登録・保護のハードルが高い。それは、オーストリアでの著名商標の保護目的が、商標の信用・名声の強固な保護、第三者による不正利用・評判の寄生的搾取の防止であるからであると思料する。

項目	日本	オーストリア
保護範囲	非類似商品・サービスにも及ぶ	非類似商品・サービスにも及ぶ
識別力の基準	一定の著名性を有していれば、識別力の基準は低く、使用実績等の証明により保護される	厳格
立体商標・形状	一定の識別力を有していれば登録・保護されやすい	登録・保護のハードルが高い
類似性判断	消費者認識を重視	視覚・音響・意味のいずれかで類似と判断
保護目的	信用・名声の保護、混同防止	信用・名声の強固な保護、不正利用防止

### 3. 2 不正競争防止法における違い

日本の不正競争防止法では、「商品形状の模倣」や「著名商標の不正使用」に対する保護が認められているが、オーストリア法と比較すると競争の公平性を強調する側面がやや薄いといえる。オーストリアでは、不正競争防止法に基づく「競争の公平性」や「評判の不当利用」の概念が判決の重要なポイントとなっている。具体的には、被告の行為が原告のブランドイメージを利用して消費者に混同を生じさせる場合、商標未登録や意匠未登録であっても公開されていることで自動的に不正競争防止法の適用が認められることが多い。また、オーストリアでは「競争相手の評判を利用して利益を得る行為」が厳しく規制されており、これが不正競争と判断される背景となっている。一方、日本では不正競争防止法上の判断において消費者の混同や模倣行為の有無が重視されるものの、競争の公平性を直接保護する要素は比較的少ない傾向がある。

### 3. 3 裁判所のアプローチの違い

オーストリアの裁判所は、商標法と不正競争防止法を総合的に適用し、著名商標の保護と競争の公平性の維持を強調している。特に、著名商標が持つ「築き上げた信用」や「評判」を侵害する行為について、厳格な基準を設けることで市場の健全性を保つことを目指している。一方、日本の裁判所は、商標法と不正競争防止法を個別に適用する傾向があり、著名商標の保護や模倣行為の規制についても、それぞれの法の範囲内で判断を行う。このため、オーストリアのように両法を統合的に適用して判断するケースは少なく、結果として商標の保護範囲や競争法の適用範囲に違いが生じることがある。

## 4. まとめ

オーストリアと日本の商標法および不正競争防止法の違いは、法的基準の厳しさや裁判所の判断アプローチに起因している。オーストリアでは、著名商標の保護がより強調されており、競争法の観点から模倣行為に対する規制が厳格に行われている。一方、日本では、消費者の混同や模倣行為そのものに焦点を当てた判断が多く、競争の公平性を直接保護する側面が薄いことが特徴である。これらの違いは、各国の法制度の目的や市場環境の違いを反映していると考えられる。

以上である。本稿がEUにおける著名商標の保護及びパッケージ模倣による不正な使用等の防止活動の参考にな

れば幸いである。

(注)

(1) 連邦法情報システム (RIS) [www.ris.bka.gv.at](http://www.ris.bka.gv.at)

European Case Law Identifier 「Jägermeister」事件判決例

ECI : AT : OGH0002 : 2023 : 0040OB00055.23A.0531.000 (2025年5月1日閲覧)

(2) オーストリア商標保護法第10条第2項

<https://www.jusline.at/gesetz/markenschg/paragraf/10> (2025年5月1日閲覧)

(3) オーストリア不正競争防止法第1条第1項

<https://www.jusline.at/gesetz/uwg/paragraf/1> (2025年5月1日閲覧)

オーストリア民事訴訟法第528条第1項

(4) <https://www.jusline.at/gesetz/zpo/paragraf/528> (2025年5月1日閲覧)

(5) 「オーストリア商標法第10条第2項における類似性の程度の判断基準を示した判決例」

法定判決番号 RS0133145

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0133145&x=4&y=10&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(6) 「著名商標の保護における混同の可能性の必要性について示した判決例」

法定判決番号 RS0120364

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0120364&x=16&y=8&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(7) 「不当性を認めるには客観的に判断できる実情であるかについて示した判決例」

法定判決番号 RS0118990

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0118990&x=10&y=6&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(8) 「保護の拡大は後者の標章の使用が不公平であること及び正当化する理由がないことについて示した判決例」

法定判決番号 RS0115930

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0115930&x=8&y=9&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(9) 「評判の悪用、評判の損毀、および有名な商標の希薄化における違法性を示した判決例」

法定判決番号 RS0120365 (判例文・解釈・要約)、オーストリア共和国最高裁判所判例データベース、

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0120365&x=9&y=7&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(10) 「不当性が認められるためには、様々な客観的事情が必要であることを示した判決例」

法定判決番号 RS0118990

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0118990&x=0&y=0&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(11) 「ゼネラルモーターズコーポレーション対イプロン SA、商標－保護－類似していない製品またはサービス－評判のある商標における欧州裁判所判決例」

欧州裁判所報告書 1999 I-05421、文書 61997CJ0375

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:61997CJ0375> (2025年5月1日閲覧)

(12) ECJ C 252/07、インテル、パラグラフ 42 (判例文、解釈、略)

「評判のある商標－後の同一または類似の商標の使用に対する保護－以前の商標の特徴的な特性または評判を不当に利用する、または不当に利用する、または有害である、または有害となる使用における欧州裁判所判決例」

欧州裁判所報告書 2008 I-08823、文書 62007CJ0252

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:62007CJ0252> (2025年5月1日閲覧)

(13) 「商標や標識の類似性は、全体的な印象や支配的要素を考慮し、平均的な消費者が商標全体を通常の注意で認識するかどうかを示した判決例」

法定判決番号 RS0117324

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0117324&x=8&y=10&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(14) 「単語と画像からなる標識については、商取引において特徴的な単語要素が主に記憶されるため、通常は単語要素が全体的な印象を決定づけることについて示した判決例」

法定判決番号 RS0066779

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0066779&x=10&y=6&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(15) 「商品の類似性が低い場合は標識の類似性が高いことで補われることがあり、その逆も同様で、特に商品が高度に類似している場合には、混同を避けるため両商標により明確な差異が必要とされることを示した判決例」

法定判決番号 RS0116294

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0116294&x=9&y=15&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(16)「商標や標識の類似性は、全体的な印象や支配的な要素を基準とし、平均的な消費者が商標全体を通常の注意で認識するかどうかによって判断することを示した判決例」

法定判決番号 RS0117324

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0117324&x=0&y=0&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(17)「模倣は個々のケースで混同の可能性があるかどうか判断することを示した判決例」

法定判決番号 RS0042805

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0042805&x=9&y=11&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(18)「それ自体に特別な法的保護を主張できない製品については、原則として模倣の自由があることを示した判決例」

法定判決番号 RS0132651

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0132651&x=2&y=2&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(19)「知的財産権などで保護されていない商品を真似すること自体は違法ではないが、模倣の際に道徳的に問題がある事情があれば、不正競争防止法の違反として扱われる可能性があることを示した判決例」

法定判決番号 RS0078188

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0078188&x=12&y=4&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(20)「他人の保護されていない成果物を自らの創造的努力なしに利用して競争することは、他人の成果に寄生する搾取であり、不正競争防止法(UWG)第1条の道徳に反する行為とされることを示した判決例」

法定判決番号 RS0078341

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0078341&x=10&y=8&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(21)「模倣者が自らの創造的工夫ではなく第三者製品のデザインをそのまま用いて一般消費者に混同を生じさせる場合、その行為は不道徳とされることを示した判決例」

法定判決番号 RS0078156

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0078156&x=2&y=4&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(22)「第三者のサービスの不道徳性は、欺瞞や不正取得、組織的模倣、評判の悪用など特別な事情がある場合に、行為全体を総合して判断されることを示した判決例」

法定判決番号 RS0078130

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0078130&x=9&y=9&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(23)「第三者の評判の利用は必ずしも非難されるわけではなく、不快な要素や他人の評判にフリーライドする意図が明確な場合のみ問題となることを示した判決例」

法定判決番号 RS0118990

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0118990&x=13&y=9&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(24)「第三者のサービスの不道徳性は、欺瞞や不正取得、組織的模倣、評判の悪用など特別な事情がある場合に、行為全体を総合して判断されることを示した判決例」

法定判決番号 RS0078130

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=RS0078130&x=5&y=6&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(25)「イメージや評判の保護は、正当な理由なく不公平かつ後発的に商標が利用された特別な状況がある場合のみ認められることを示した判決例」

法定判決番号 RS0115930

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=4+Ob+228%2F06t&x=8&y=14&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

(26)「第三者のサービスの利用が不道徳とされるのは、欺瞞、不正取得、組織的模倣、評判の悪用など特別な事情があり、行為全体を総合して判断する場合であることを示した判決例」

法定判決番号 RS0115930

<https://www.ris.bka.gv.at/Ergebnis.wxe?Suchworte=4+Ob+94%2F13x&x=5&y=8&Abfrage=Gesamtabfrage> (2025年5月1日閲覧)

## (参考文献)

1)オーストリア最高裁判所判決(OGH)4Ob55/23a、オーストリア最高裁判所公式サイト

<https://www.ogh.gv.at/entscheidungen/> (2025年8月1日アクセス)

2)オーストリア商標法、日本特許庁

<https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokujii/austria-shouhyou.pdf> (2025年8月1日アクセス)

3)オーストリア不正競争法、JUSLINE

<https://www.jusline.at/gesetz/uwg> (2025年8月1日アクセス)

4) オーストリア民事訴訟法、JUSLINE

<https://www.jusline.at/gesetz/zpo> (2025年8月1日アクセス)

5) オーストリア共和国連邦首相府・連邦法情報システム (RIS) サイト <https://www.ris.bka.gv.at/> (2025年8月1日アクセス)

6) オーストリア最高裁判所判決 4Ob19/21d、オーストリア最高裁判所公式サイト

<https://www.ogh.gv.at/entscheidungen/> (2025年8月1日アクセス)

7) Global Brand Database グローバルブランドデータベース (WIPO: 世界知的所有権機関)

<https://branddb.wipo.int/en/similarname> (2025年8月1日アクセス)

(原稿受領 2025.7.25)