

平成 26 年 6 月 3 日現在

機関番号：14401

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2011～2013

課題番号：23653032

研究課題名(和文) 知的財産法と消費者法の交錯領域に関する研究

研究課題名(英文) An Aspect of Intellectual Property Law and Consumer Law Amalgamation

研究代表者

勝久 晴夫 (KATSUHI SA, Haruo)

大阪大学・知的財産センター・特任助教(常勤)

研究者番号：00597958

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,200,000円、(間接経費) 660,000円

研究成果の概要(和文)：知的財産法の消費者法アプローチの可能性を検証することを主眼として、知的財産法と消費者法が交錯する領域に関する基礎的な研究を行った。知的財産法の中でも、商標法においては需要者保護を法目的とすることから、消費者法のアプローチによるいくつかの新しい解釈の可能性が存在することを指摘することができた。また、知的財産法全体について、消費者法による一定の正当化が要求する場面が想定されることも明らかとなった。

研究成果の概要(英文)：I researched an Aspect of Intellectual Property Law and Consumer Law Amalgamation. The object of this study is to check the influence that the consumers Law gives to Intellectual Property Law.

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：法学・新領域法学

キーワード：知的財産法 消費者法 民法

1. 研究開始当初の背景

知的財産法と消費者法はいずれも近年重大な関心をもって議論されている法領域であるが、両者の交錯領域についての研究はまだ行われていない。

しかし、市場に流通している商品の多くは何らかの知的財産が利用されているほか、商品にはほぼ例外なく商標が表示されており、それらを消費者が「取引」により購入することは、「消費者取引」の場面である一方で、特許製品等の「譲渡」や商標の「使用」の一場面でもある。

また、近年急速に普及した電子書籍などのデジタルコンテンツ取引では、従来の書籍販売では行われていなかった、プロバイダとユーザーの間に使用許諾契約等のコンテンツ利用に関する契約が締結され、かつ、それらは通常包括的契約として、プロバイダ側から提示されている。かかる契約は、定型的契約文言による付合契約と位置づけられ、典型的な消費者問題を生じさせる一場面であるとも考えられる。

以上のような視点を持つと、知的財産法と消費者法が交錯する領域が存在するものと考えられるが、本研究開始当初において、この問題についての議論が行われていなかった。

2. 研究の目的

本研究では、商品の表示を巡る知的財産法と消費者法の交錯、消費者保護論の台頭が知的財産法へ及ぼす影響を中心に研究を行うことを目的とした。

これらの領域において、知的財産法による知的財産権の保護が、消費者保護の要請と衝突する場面が存在した場合、両者の理論的正当性、保護の必要性等を分析しつつ、適切な利益調整が図られるような規範を提示することが本研究の目的となる。

また、本研究では知的財産権と市場の関係を、消費者保護法的機能を有することが指摘されている独占禁止法や各種商品表示法からの視点を加えた考察も試みる。

この研究を通じて、知的財産法と消費者法の交錯領域が存在することを指摘するとともに、この問題が公法と私法の融合現象の一つであることを指摘する。

3. 研究の方法

先行研究調査を内外の文献を調査することにより行う。また、本研究においては、これまで交錯すると考えられていなかった知的財産法と消費者法の交錯領域を指摘することを行い、その上で、知的財産法、特に商標法の具体的な条文解釈の場面で、消費者法的アプローチによるいくつかの新しい解釈のあり方を指摘することを試みる。

また、多くの専門家が集まる研究会において研究成果を報告するとともに、意見交換会を実施することによって、最新の知見を反映

させるとともに議論の方向性を定める。

さらに、研究成果が確認できれば、その成果をまとめた論文を執筆し公表する。公表の媒体は雑誌、図書を問わず、広く国民に知られる方法による。

4. 研究成果

(1)

知的財産法と消費者法の交錯領域研究の一つとして、消費者契約法における集団的消費者利益概念及び消費者契約法に基づく適格消費者団体による差止請求を商標法・不正競争防止法との交錯領域として検討を行い、市場における商標権侵害製品の流通が商標権者の利益を侵害するのみならず集団的消費者利益侵害という消費者利益をも侵害する点がある点を指摘した。

(2)

消費者法制の中で重要な地位を占める品質規制について、商標法の品質誤認概念等の新しい解釈を試みることにより、商標法が一定の役割を果たしうるとの研究成果が得られた。係る研究成果は、商標法に対する消費者法的アプローチによって可能となるものであり、近年の消費者保護論から導かれる実定法への解釈論的影響を知的財産法の中においても確認するものとなった。

(3)

商品表示に関しては、不当景品類及び不当表示防止法、不正競争防止法、家庭用品品質表示法、食品衛生法など多岐にわたり、これらの法律を管轄する官庁や研究を行う研究者の専門分野も異なっていたため、既存の議論では、消費者の視点からの分析は充分ではなく、例えば、1つの商品パッケージに多数存在する商標、生産地、材料等の「表示」から、通常の消費者が何を重視し、そこから何を読み取り、何を信頼するのかについては検討されてこなかった。

本研究では、かかる問題点を指摘した上で、商標の品質表示機能などが、あたかも商標だけによってもたらされる機能という前提で議論がなされていたこと踏まえて、通常の商品においては品質に関する成分表示等が義務づけられているものも少なくなく、これらの表示と相まって消費者は品質の判断を行っていると考えられることを指摘するとともに、商標の品質表示機能について、商品表示全体を総合的横断的に把握した上で、商品表示の一つである商標の機能と役割について再検討を行った。

(4)

従来、権利侵害からの防衛目的で権利者によって行われる技術的権利保護手段が、利用者の正当な著作物の利用行為を妨げることがある点や権利保護に名を借りて利用者の困

い込みを行う手段とされている問題が指摘されてきたところであるが、かかる問題が生じてきている背景として、デジタル技術による消費者のコンテンツ利用形態の変化が存在があることを指摘し、さらに、近年著作権法分野において、注目を集めた、最判平成23年1月20日民集65巻1号399頁〔ロクラク事件〕、最判平成23年1月18日民集65巻1号121頁〔まねきTV事件〕、東京地判平成25年9月30日（平成24年(ワ)第33525号）〔自炊代行事件〕等の一連の判決を、著作権者とコンテンツ提供サービス業者との利益対立という視点からだけではなく、消費者のデジタルコンテンツの利用形態の変化とその変化から生じた消費者が知的財産製品・サービスから享受できる利益という観点が必要である点を指摘した。

(5)

デジタルコンテンツに関する消尽論の議論（例えば、松川実「オンライン配信と消尽 アメリカ、ドイツ、日本の法比較的研究」青山法学論集49巻2号（2007年）1頁、島並良「デジタル著作物のダウンロードと著作権の消尽」高林龍＝三村量一＝竹中俊子編集代表『現代的財産法講座 知的財産法の国際的交錯』（日本評論社2012年）209頁、谷川和幸「デジタルコンテンツの中古販売と消尽の原則」同志社大学知的財産法研究会編『知的財産法の挑戦』（弘文堂2013年）420頁）の中において、消費者の保護ないしは消費者のプライバシー保護を、権利消尽の一つの論拠とする見解が台頭してきているが、これらの研究から知的財産制度全体における消費者の地位及びその役割が従前の議論の再考を迫るものであり、本研究の方向性と同じくするものであることを確認した。

(6)

諸外国の法制度と学説の状況を調査するため、海外調査を実施した。これによって得られた知見から、消費者の地位及び役割が知的財産法の中でどのように捉えられているのかの観点を中心に分析を行った。例えば、Quality Control 条項及び Naked License に関する実務の状況（Xuan-Thao N. Nguyen, Robert W. Gomulkiewicz, Danielle Conway-Jones, INTELLECTUAL PROPERTY, SOFTWARE, and INFORMATION LICENSING (2006) など）あるいは、デジタルコンテンツ取引をめぐる著作権者と消費者との利益調整についての議論の状況（Matthew Rimmer, DIGITAL COPYRIGHT and the CONSUMER REVOLUTION (2007)、Carmen Kulpe, Der Erschöpfungsgrundsatz nach Europäischem Urheberrecht (2012) など）さらに、知的財産法分野の中で消費者像の変容をもたらす議論の状況（Petra Hoffmann, Die Vergütungsansprüche des Urhebers im reformierten Urhebervertragsrecht (2012)、

Joseph P.Liu, Copyright Law 's Theory of the Consumer, 44 Boston Collage L.Rev.397, 406(2003)などについて、議論が行われていた。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔雑誌論文〕(計 0 件)

〔学会発表〕(計 4 件)

2014年3月28日大阪大学

大阪大学 IPPrism 研究会

発表者：勝久 晴夫

「知的財産法と消費者法の交錯領域の研究」

2013年01月24日大阪大学

大阪大学知的財産センター研究報告会

発表者：勝久 晴夫

「商標法の消費者法的機能について 品質の問題を中心に」

2012年12月22日同志社大学

第27回同志社知的財産法研究会

発表者：勝久 晴夫

「品質に関する商標法上の制度について 53条1項を中心に」

2012年3月26日大阪大学

大阪大学知的財産センター研究報告会

発表者：勝久 晴夫

「消費者法学の進展と知的財産法－競争秩序論と知的財産法の交錯－」

〔図書〕(計 1 件)

同志社大学知的財産法研究会編

『知的財産法の挑戦』（弘文堂、2013年）

勝久 晴夫

「商標法の消費者法的役割-品質誤認概念を中心に-」212頁-234頁

〔産業財産権〕

出願状況(計 0 件)

名称：

発明者：

権利者：

種類：

番号：

出願年月日：

国内外の別：

取得状況(計 0 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕
ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究代表者

勝久 晴夫 (KATSUHISA, Haruo)
大阪大学・知的財産センター・特任助教(常勤)
研究者番号：00597958

(2) 研究分担者

()

研究者番号：

(3) 連携研究者

茶園 成樹 (CHAEN, Shigeki)
大阪大学・高等司法研究科・教授
研究者番号：30217252