

知財担当者が知っておきたい企業法務 企業担当者が知っておきたい知財法務

景表法と知的財産法

TMI総合法律事務所
弁護士 瀬戸 一希

第1. はじめに

企業広告に関しては、コンプライアンス意識の高まりから、企業の法務担当者が、関連法規の様々な制約を踏まえ、問題がないか審査を求められる場面が存在してきた。こうした審査においては、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景表法」という。）上の論点のように、規制当局との関係での問題が想定される場面が少なくない。しかし、競合他社との関係で、広告をはじめとする活動が法務上のリスクを生じることはあるのだろうか。

○ 法務担当者の疑問

当社は、新製品を販売する際に広告を出すときは、知的財産法上のコンプライアンスを十分に対応するように心掛けてきました。例えば、競合他社のキャッチコピーやロゴマークと似たような名者を使ってしまっていないか、という点は、広告を打ち出す前に、外部専門家も交えて検討をしています。その上で、自社で特許も取った技術に基づいて性能を書く分には、自社の特許の話ですし、特許を取れているのも事実ですので、問題はないと思いますが、いかがでしょうか。

反対に知的財産法の実務に目を移すと、商標登録が地名・国名に関連する形で取得されることは少なくない。もっとも、「出所」を識別させる商標の機能との関係上、「地名」や「国名」に係る問題が生じることは考えられないだろうか。

○ 知財担当者の疑問

当社は、販売している商品の産地を意識した商標〇〇を取得しました。商標〇〇を今後使用していく上で、商標法上の注意点としてライセンス契約上のポイント等はなんとなく分かるのですが、商品の産地というと何か関係する規制がありそうで心配です。取得した商標〇〇を使っていく上で何か注意しないといけない点はあるのでしょうか。

以下では、知的財産法や知的財産権を用いたビジネスに接点を有すると考えられる、景表法上の論点を概観し、上記の疑問への簡単なコメントをしてみたい。

第2. 特許法と景表法

1. 交錯する場面と背景

ある被疑侵害製品が特許発明の技術的範囲に属するか否かを検討する際に、ウェブページ、プレスリリース、又はその他の宣伝広告等に用いられている画像や記載を検討の初期に確認することは実務上、少なくない。この場合、被疑侵害製品の販売元が、ウェブページの宣伝文言を虚偽であったと弁明することは、販売時の宣伝・広告に関する各種の消費者法や関連する規制、コンプライアンス上の観点からは難しい。こうした場面で特許権と、商品及び役務に関する表示に対する規制は関連し得る。もっとも、他の側面でも交錯の背景は存在する。具体的には、特許を取得又は出願することが、当該特許の実施品に関して、一般消費者に対して、好意的な受け止められ方をするという事情が存在する¹。

その結果、消費者に対する自社製品の広告という場面において、景表法と特許法が交錯する場面が散見されてきた。例えば、東京地判令和5年7月18日（令和3年(ワ)第31761号）では、次のような景表法上の処分を契機として、転売目的で購入した企業と販売元の間において損害賠償が請求されている。本件では、被告が自社の製品に対して行っていた表示について、消費者庁が合理的根拠が存在しないと判断し、優良誤認表示であるとして処分をしたことを契機に、被告の製品を購入していた原告が、契約不適合を理由とする損害賠償を請求したという被告製品の機能に関して、被告が「特許出願中」との表示を付していたことが認定されている。

景表法上の規制は様々に存在している²が、不当な表示に関しては、上記で問題となったような「商品又は役務の品質、規格その他の内容」に関する5条1号の優良誤認表示に加え、「価格その他の取引条件」に関する5条2号の有利誤認表示が規制の対象とされている。さらに、同法5条3号では、「取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認めて内閣総理大臣が指定するもの」が規制の対象とされている。例えば昭和48年10月16日公正取引委員会告示第34号に基づく「商品の原産国に関する不当な表示」は3号に基づき指定された表示である。

以上のとおり、商品に関する表示に対しては一定の規制が存在しているところ、特許出願等に関係するという点は、広告等の場面で消費者に対して訴求力を持つ狙いで組み込まれることが少なくない。もっとも、特許法はその趣旨との関係上、あくまで特許に関する内容を有する広告の表示に対しては、基本的に中立である。

ただし、特許法においても、特許表示について定める187条、及び虚偽表示についての188条といった表示に関する規定が存在している³。侵害予防や、他商品との区別を通じた一般公衆の保

1 例えば山中伸一郎「特許情報を営業活動に役立てる特許紹介ハンドブックの試みと特許表示」パテントVol. 73, No. 3, 93頁（2021年）。

2 例えば知的財産法との直接の関連性の低さから本稿では省略するが、例えば消費者庁のウェブページ（https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/faq/（2026年1月21日・最終閲覧））では、表示に関する規制に加え、過大な景品類の提供についても、不当な顧客誘引の禁止の規制と整理されている。