

「知的財産推進計画2008」の見直しに関する意見募集
 <法人・団体用>

法人・団体名	在日米国商工会議所（ACCJ） 知的財産委員会
担当者氏名	在日米国商工会議所 渉外室 日本政府担当 伊地知 徳子
住所	東京都港区麻布台2-4-5 メソニック39MTビル10階
電話番号	(03) 3433-8451
ファックス番号	(03) 3433-8454
電子メールアドレス	nijichi@accj.or.jp
御意見の概要 (150字以内)	<p>米国商工会議所は、次の事項について要請いたします。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新しいタイプの商標及び意匠への保護 ・インターネットを用いたコンテンツ利用市場の促進 ・登録インセンティブを伴う自主的な著作権登録システムの導入 ・課税システムの再構成 ・法的規制から産業別自主規制への移行
御意見の全文	<p>内閣官房知的財産戦略推進事務局による「知的財産推進計画2008」の見直しに関し、意見を述べさせて頂く機会を設けて頂きありがとうございます。ここに、2009年3月25日付にて、私どもの意見を提出致します。</p> <p>1. 商標法の下での「新しいタイプの商標」の保護</p> <p>在日米国商工会議所（ACCJ）は知的財産戦略本部に対し、動き、ホログラム、明確な外形を持たない色、配置及び音の商標を保護する目的で、日本の商標法の下での「新しいタイプの商標」の保護の保証を要請致します。これは新しいタイプの商標の保護を支持する国際的な流れに合致するものであり、これら新しいタイプの商標の作成者からの要求に供するものでもあります。上記に分類される商標は識別力を有するものとなり得るもので、本質的に識別力を有するものとして、または必要な場合では、使用の程度及び期間により識別力を有するものとして、商標として効果的に機能するものと私どもは考えております。</p> <p>また私どもは、「トレードドレス」の保護について日本特許庁にご検討頂きたいと考えております。「トレードドレス」は多数の要素の「複合物」であり、個別の状態では識別力を有するものはほとんどありませんが、全体として識別性のある「外観」を消費者に対して表し得るものであり、日本においても保護されるべきと考えられます。例えば、レストランの内装や外装及び様々なソフトウェア・プラットフォーム及びアプリケーションのグラフィカル・ユーザー・インターフェース（GUI）の全体的な「外観」等です。「トレードドレス」が消費者にとって識別力を有するものとなり得て、すなわち、商標としての意義を持ち得るということに関しては、相当の証拠が存在します。ACCJとしましては、日本特許庁においてこの要素の「複合物」が日本の商標法下の登録に適格なものであるとご認識頂けますと幸いです。</p> <p>2. 意匠法の下での「汎用コンピュータにおける画面デザイン」の保護</p> <p>ACCJは知的財産戦略本部に対し、日本の意匠法の下での「汎用コンピュータにおける画</p>

面デザイン」の保護の保証を要請致します。現在、意匠保護は、一定の条件下において消費者用機器（携帯電話や携帯情報端末等）の画面デザイン（ユーザー・インターフェース等）について行われています。そもそも、意匠法が平成18年に改正される前から、携帯電話、携帯情報端末およびその他一定の消費者用機器の初期画面デザインおよびメニュー画面デザインは同物品の使用に必要不可欠かつ本質的であると認められる為、意匠法の下で保護されていました。その一方で、汎用コンピュータの画面に表示されるデザインは保護対象から除外されていて、現在も除外されています。携帯電話や携帯情報端末の画面デザインと汎用コンピュータの画面に表示されるデザインに違いはなく、また、汎用コンピュータ及び消費者用機器の境界は明確なものではなくなってきました。かつてはデザイン保護の目的においてそれら二つの機器を区別することが合理的であったとしても、かかる区別は現在においてはもはや合理的ではありません。汎用コンピュータの画面に表示される画面デザインの保護は、米国、欧州及び韓国を含め、世界中でますます適用可能になっています。私どもは、日本が自国の意匠法と重要な貿易相手国の意匠法との調和を図ることを提案致します。ACCJとしましては、デザイナー及びエンジニアの努力によって創作された知的財産の重要形式である汎用コンピュータの画面デザインの保護について、日本特許庁にご認識頂ければ幸いです。

3. コンテンツの活発な二次市場の発展促進

ACCJは知的財産戦略本部に対し、独立系放送番組等、特にインターネットを經由したコンテンツの共有及び再利用を促進する機構を通じた、コンテンツのための活発な二次市場の促進を要請致します。日本がこの新たなコンテンツ伝達技術の利益を最大限に享受するためには、日本においてインターネット上で利用可能な放送コンテンツの量が依然限定的であることが緊急の対応を要する問題であり、また、この問題が規制及び市場開放基準の双方を必要とすることは間違いありません。

米国においては、これまで、音楽産業がさまざまな取組みを行ったため、映像コンテンツ所有者及び配布者は、コンテンツ配布についてのより柔軟な取組みの検討に徐々に前向きになっています。今日では、米国の主要スタジオが封切りコンテンツを日常的にオンラインで利用可能としているだけでなく、多くのスタジオが既に日本においても同様としています。ACCJは、放送会社と独立のプロデューサーとの関係の透明性及び公正性を促進するような産業内での商慣行についての自主規制の創設等、日本においても上記と同様のビジネス環境の促進を日本政府に行って頂きたいと考えております。

4. 自主的な著作権登録及び著作権データベース

ACCJは、自主的な著作権登録システムの導入は、コンテンツの配布を促進する効果的な政策手段であると考えております。現行の著作権法は、著作権の取得に登録を要件としておらず、権利保持者による自主的登録を促進するインセンティブがありません。例えば米国においては、著作物を登録した者は、侵害者に対して一定の追加的救済を請求することができます。すべての著作権保持者にあてはまる問題ではないにせよ、結果として、著作権の確認を行う法人が、各著作権保持者を発見し、個別にライセンス付与規定の交渉を行うことができず、確認の過程が困難で費用を要するものとなり得ます。ACCJは、登録及び著作権データベースの創設を奨励する自主的な著作権システムの確立に反対している訳ではありませんが、透明性、コスト効率が高く、そして日本の国際条約義務と整合性の保たれたものであるべきと考えます。

5. 課税システムの再構成

ACCJは、現行の課税システムは根本的に再構成されるべきと考え、場合によっては同シ

システムを廃止し、発展した技術及び適切な契約によって対価の適格な算出が可能である新たな配布慣行に基づき、権利保持者に適切な報酬を与える新しい手段を検討すべきとも考えております。これにより、透明かつ公正なシステムの確立が可能となり、かかるシステムの下での義務は、消費者、権利保持者及び装置プロバイダー等の利害関係者にとって予測可能なものとなります。

6. 自主規制の拡大

著作権の行使に関する新たな規制構造の重要要素は、可能な限り、法的規制ではなく産業別の自主規制によって行うべきと考えられます。近時における米国でのこの種の例は、ユーザー生成コンテンツ（UGC）原則であり、これは主要なコンテンツ及びISP利害関係者によって同意された法的拘束力のない原則であり、UGC原則の遵守の誓約及び利益を促進し、また権利保持者の権利を保護するオンライン環境を育成することになります。

ACCJは日本政府に対し、可能な限り、産業別の自主規制を追求することを要請致します。