

# ファッション

## ～ファッション分野に関する知的財産権～

### 1. 流行のファッション

(1) 流行物の衣服やアクセサリ等は、①商品のライフスパンが短いため、出願から登録まで、ある程度の時間と費用を要する意匠権や商標権よりも不正競争防止法（特に同法2条1項1号、3号）に基づく請求が重視される場合が多いと言えます。特に不正競争防止法2条1項1号に基づく差止請求や損害賠償請求を行う場合には、その名称や形がいかにかに広く知られているか、どの点が似ていると主張するか、消費者が間違えやすいことをいかに証明するか、そのためにどのような証拠をどのくらい、どこから集めればよいのか、が重要なポイントになり、弊所では多数の実績がございます。

(2) また、流行のファッションでライフスパンが短い商品について、他社から侵害である旨の警告状が届いた場合、販売して間もない段階の場合や在庫数が少ない場合には、真正面から争うよりも、早い段階で宣伝広告、販売を中止し、大きくない金額を解決金として支払い、事件を終了させるビジネス判断を重視したいというご要望も多く、弊所では、依頼者の皆様が重視するポイントを基に解決に努めています。

### 2. ブランドのアイコン的商品

(1) ブランドのアイコンとなる商品は、ライフスパンが長いいため、商標権（立体商標を含みます）や意匠権等の知的財産権を取得することをお薦めしています。また、機能の特徴とする商品の場合、特許権の取得も有効です。

(2) 知的財産権を取得しておくこと、侵害品に対して、宣伝広告や販売の中止を求めたり、損害賠償請求を行う権利行使の際には有効です。この権利行使には、侵害品を製造、販売等を行う相手方だけではなく、インターネットのショッピングサイトにネットのショッピングサイトに削除要請を行ったり、税関での差止を求める場合も含まれます。

### 3. 海外ブランド

海外の有名なファッションデザイナーからライセンスを受けて、日本国内で販売を行う場合、海外企業と

の契約には細心の検討が必要です。

ファッションデザイナーの氏名や写真をウェブサイト等で宣伝広告に使用できる範囲、シーズン毎のサンプル商品の取り扱い、ライセンス料に含まれる項目、日本における商標登録の取得の可否等弊所の実績を活かして幅広くサポートいたします。



文責 飯田 圭 弁護士

[k\_iida☆nakapat.gr.jp]



外村 玲子 弁護士

[r\_tonomura☆nakapat.gr.jp]



北原 絵梨子 弁理士

[tm☆nakapat.gr.jp]

注) メールアドレスは、☆を@に読み替えてください