

Client Alert

17 November 2025

本アラートに関する
お問い合わせ先：



Julia Dickenson
Of Counsel
+44 20 7919 1237
Julia.Dickenson@bakermckenzie.com



Kathy Harford
Lead Knowledge Lawyer
+44 20 7072 5940
Kathy.Harford@bakermckenzie.com



Marie De Combles De Nayves
Associate, Intellectual Property
+33 1 44 17 59 52
Marie.DeComblesDeNayves@bakermckenzie.com



竹中 陽輔
パートナー
03 6271 9548
Yosuke.Takenaka@bakermckenzie.com

欧州：Lookalikes（ルックアライク）と Dupes（デュープス） — 国境を越えた成功戦略

欧州では、Lookalikes（ルックアライク）や Dupes（デュープス）は、長年にわたりブランドオーナーにとって課題となってきた。ルックアライクやデュープスとは、ロゴ・商標等はコピーをしないが、有名ブランドの見た目や外観の雰囲気、全体構成を意図的に模倣したものである。例えば、スーパーマーケット等が自社ブランドを有名ブランドの“ルックアライク／デュープス”として展開し、既存ブランドの評判に便乗するような事例がこれにあたる。商標権等を侵害しないようにデザインされたものが多いため、このルックアライクやデュープスに対するブランド保護は容易ではなく、ブランドオーナーの保護戦略も進化する必要があると言われている。

ルックアライクやデュープスは、ソーシャルメディアや電子商取引の進化と普及、そして低価格の代替品を求める消費者の欲求の高まりを理由に大幅に増加している。また、地政学的な不確実性による物価上昇が、低価格代替品の需要を押し上げ、ルックアライクやデュープスの数をさらに押し上げているという悪循環に陥っている。

同時に、判例法や法制度の進展に伴い、新たな法的主張や執行手段が登場しており、実務的な執行戦略もデジタル世界の規模と現実に合わせて適応する必要がある。

ルックアライク／デュープスは、ソーシャルメディア主導の環境において特に厄介な課題である。というのも、元の製品と模倣品との関連性が、模倣品の製造者によって明示されるのではなく、一見無関係なインフルエンサーによって示されることがあるからである。

本記事では、この長年の課題に国境を越えて取り組むための実践的なポイントを提示し、EU、フランス、ドイツ、スペインにおける成功戦略について詳しく掘り下げる。

なお、ルックアライクやデュープスという用語には統一された定義はなく、それぞれに異なる意味が与えられる場合もあるが、本記事ではこれらの用語を、「著名な製品の特徴や外観を模倣した製品」を意味する言葉として使用する。

今すぐ取るべき具体的な行動

- 複数の国を視野に入れたリスクの見直し：法的環境、商品の価格、消費者の態度等が、実務上のリスクを高める可能性があるのはどこか、そしてブランドがそれに対してどのように能動的に対応し、最善の保護を図ることができるかを検討すべきである。
- 最近の EU 意匠制度改革の活用：異なるロカルノ分類に対して単一の出願で登録出願が可能となったことや、簡素化された料金体系は、複数の法域における効果的な保護構築を促進する可能性がある。したがって、新しい意匠制度を活用できるか否かを検討すべきである。

- 
- ルックアライク／デュース対策のための法的手段の見直し：意匠権、商標権、著作権等、複数の知的財産権を不正競争防止法やその他の不法行為と組み合わせた多層的な戦略を展開することが有益な場合がある。各国で成功している戦術の違いを考慮に入れたうえで、効果的な保護戦略を検討すべきである。
 - 実務的な執行を念頭に置いたブランド保護：例えば、商標登録等の「登録された知的財産権」は、あくまで防御手段の一つではあるものの、大量のルックアライクやデュースに対しては、オンラインプラットフォームへ通知・削除要請等を行う際の根拠として簡単に利用することができ、実務的に有効な手段となることを考慮した保護戦略を立てるべきである。
 - ルックアライクやデュースを製造・販売する者だけでなく、製品のマーケティングやプロモーションに関与する者（例えば、ソーシャルメディアのインフルエンサー）を標的にする等、通常の侵害対策とは異なる対策・手段についても検討すべきである。

欧州連合：登録意匠への注目の高まりと著作権の拡張

これまでの EU 判例法では、ルックアライク／デュースに対しては、商標権侵害、そしてその根拠として「フリーライディング（free-riding）」が重視されてきた。近年では注目度の高い紛争が意匠権に焦点を当てるようになっており、また、著作権法も機能的製品を含む「より広範な製品群」を対象とする方向へと発展している。

2025 年に施行された EU 意匠法の改正は、ルックアライク／デュース対策としての意匠の価値をさらに高めるものである。主な改正点は以下の通りである：

- 簡素化された料金体系と出願手続
- 単一の出願で異なるロカルノ分類への登録出願が可能
- 「意匠」及び「製品」の定義の近代化による保護範囲の明確化

登録意匠の効果的な執行には、慎重な出願が不可欠である。製品やそのパッケージの形状を保護する意匠は、ルックアライク／デュース対策において有効な武器となり得るため、可能な限り強固かつ執行可能な内容となるよう注意深く出願する必要がある。

さらに、EU における複数の判決により、著作権の適用範囲が拡張され、機能的か否かを問わず、製品が著作者の知的創作の表現である限り著作権の対象となることが認められている。これにより、多くの EU 加盟国が製品に対する著作権の認定に前向きとなり、類似品に対する保護が強化されつつある。

フランス：不正競争及びパラサイト行為が成功への道

フランスにおいてルックアライク／デュースに対する最も効果的な法的手段は、不正競争及びパラサイト行為（寄生的行為）に関する主張である。パラサイト行為の主張には、以下の 2 つの要件が必要とされる：

- 主張される製品に個別化された経済的価値があること
- 被告側に、対価を支払うことなく利益を得ようとする意図があること



近年の判例では、フランスの裁判所はこれらの要件に対する立証責任を強化しており、特に「利益を得ようとする意図」の立証に用いられる証拠を厳密に精査している。成功した原告は、自身の製品の発売と類似品の登場との間に関連性があることを示すことができている。フランスの裁判所は、証拠を市場の特性に照らして評価している。たとえば、新製品の投入が頻繁でトレンドの移り変わりが激しい業界では、主張された製品の意図的な利用を立証することは困難な傾向がある。

不正競争やパラサイト行為の主張を評価する際、製品のデザインプロセス等の実務的な証拠も考慮される。外観の違いを指摘するだけでは、主張を退けるには通常不十分である。特定の製品特性が個別化された経済的価値を有することを原告が示すことができれば、主張が認められる可能性が高まる。

さらに、現在フランスでは「ファストファッション法案」が議会で審議されている。この法案は、環境保護の目的に加え、ルックアライク／デュプスの増加を抑制することを目的として、ウルトラ・ファストファッション製品（環境負荷の極めて高いファストファッションブランド）の広告（ソーシャルメディア上のインフルエンサーによる広告を含む）を禁止する内容となっている。（この法案は、SHEINやTemuといった極端なファストファッションがターゲットとされており、ZARA、H&M、ユニクロ、Primark等は対象外と考えられている。）

スペイン：知的財産権者に有利な最近の動向

スペインの裁判所において

は、ルックアライク／デュプスへの対応として、商標権・意匠権・著作権・不正競争法を組み合わせる傾向にある。

従来は、明確な商標権または意匠権の侵害が認められない場合、ルックアライク／デュプスの存在が容認される傾向があった。

しかし、最近の判決では、スペインの裁判所が知的財産権の保護に積極的な姿勢を示している。あるルックアライク／デュプス訴訟においては、原告の商標がスペインの消費者の間で高い評価を得ていたこと、そして被告が使用した標章と原告の著名な商標との間に視覚的・概念的類似性が認められたことが、重要な要因となった。両製品のパッケージに類似した製品が描かれていたことや、標章のグラフィック表現に顕著な類似性があったことが、関連性の根拠とされた。

市場調査は、スペインの裁判所が頻繁に依拠する重要な証拠である。また、意匠権侵害が争点となる場合には、技術専門家による専門的な報告書が重要な役割を果たすことがある。

したがって、訴訟を成功に導くためには、あらゆる障害や反論、相手方が主張し得る異議を予測し、それらに対応できる強固な証拠群を準備することが極めて重要である。

ドイツ：不正競争と「模倣の自由」

ドイツでは、「模倣の自由」という基本原則が存在するため、ルックアライク／デュプスに対する法的対応は容易ではない。判例法では、製品の「アイデア」自体は独占されるべきものではなく、商標権、意匠権、著作権を侵害しない限り模倣が許容されるとされている。



実務上、ドイツの不正競争法は、出所の混同、不正な評判の利用、または評判の毀損を根拠とし、類似品に対抗するための最も有効な手段となっている。重要な要件は、元の製品が競争上の識別力（競争的識別性）を有していることであり、これは特別なデザインや特徴によって競合製品と差別化されている必要がある。ただし、その特徴が純粋に技術的な必要性に基づくものであってはならない。

ルックアライク／デュープスに対して法的措置を講じる際、ブランドオーナーは以下を証明する必要がある：

- 自社製品が、通常の競合製品とは異なる非技術的な特徴を有していること
- ルックアライク／デュープスがその特徴を模倣しており、結果として以下のいずれかを引き起こしていること：
 - 製品の出所に関する混乱を生じさせている
 - 元の製品の評判を不当に利用または毀損している

実際の市場での混乱（例：ソーシャルメディア投稿等）を証明することは必須ではないが、それは説得力のある証拠となり得る。

他の法域と同様に、製品のデザインが独自性を持つほど、ルックアライク／デュープスに対する権利行使は容易になる。そのため、製品設計の段階でルックアライク／デュープスの存在を想定し、デザインチームが将来的な保護を見据えて独自の特徴や特徴の組み合わせを意図的に盛り込むことが勧められている。

英語版は[こちら](#)。