

Hội thảo tăng cường JSIP Giải thích về luật nội dung như là biện pháp đối phó hàng giả ở Nhật Bản

Ngày 6 tháng 12 năm 2022 Việt Nam / Nhật Bản

Phát biểu của phía Nhật Bản: Luật sư Matsumoto Kota

Biên soạn tài liệu: Luật sư Hirano Shigetoshi, Luật sư Kimura Kotaro,
Luật sư Inoue Shuichi, Luật sư Matsumoto Kota

Bức tranh tổng thể

- (1) Bảo hộ biểu tượng Bảo hộ uy tín của nguồn gốc
- (2) Bảo hộ sáng tạo Bảo hộ các ý tưởng và cách thể hiện
- (3) Khác Bảo hộ cơ hội cho các nhà phát triển thu hồi vốn đầu tư
 Bảo hộ thông tin bí mật

Bảo hộ biểu tượng Lịch sử Luật nhãn hiệu

- 1960 Luật nhãn hiệu (luật hiện hành)
 Nhãn hiệu chữ, nhãn hiệu hình, nhãn hiệu ký hiệu, nhãn hiệu kết hợp
- 1991 Nhãn hiệu dịch vụ
- 1997 Nhãn hiệu lập thể
- 2006 Nhãn hiệu tập thể khu vực
- 2007 Nhãn hiệu dịch vụ bán lẻ v.v.
- 2014 Nhãn hiệu chuyển động, nhãn hiệu ảnh ba chiều, nhãn hiệu màu, nhãn hiệu vị trí, nhãn hiệu âm thanh
- 2020 Nhãn hiệu nội thất, ngoại quan
- 2021 Quy định chặt chẽ hơn về nhập khẩu cá nhân từ các doanh nghiệp nước ngoài

Loại nhãn hiệu

Nhãn hiệu kết hợp (chữ, hình)

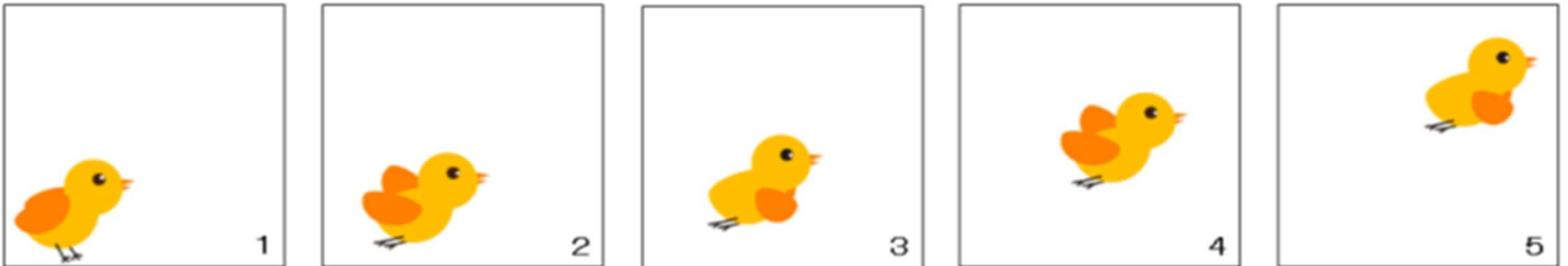


Nhãn hiệu hình (Miraitowa)



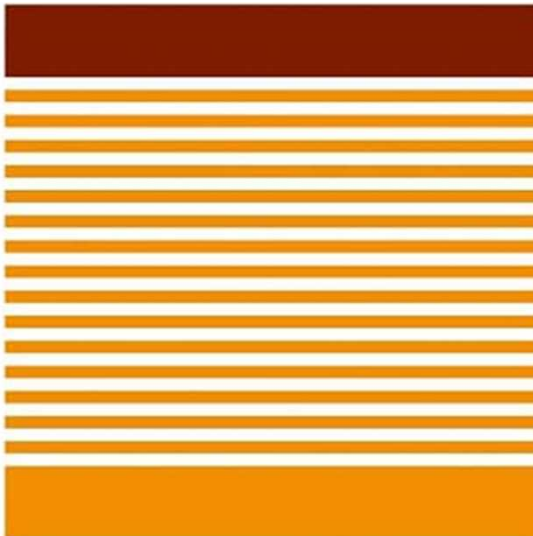
Nhãn hiệu kiểu mới (2014 ~)

- Nhãn hiệu chuyển động
- Ví dụ về tiêu chí thẩm tra



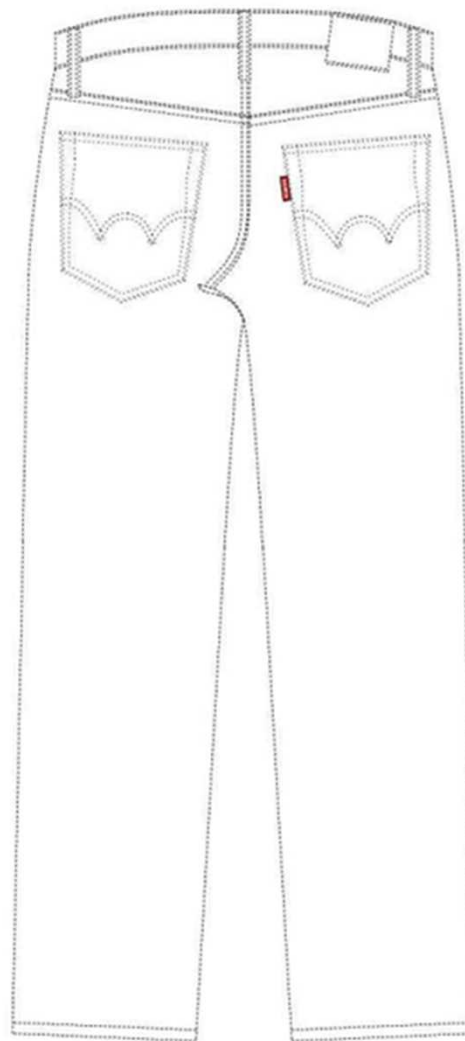
Nhãn hiệu màu sắc

- Nissin Foods Co., Ltd. Đăng ký nhãn hiệu số 6534071
Túi mì ăn liền Sản phẩm thực tế



Nhãn hiệu vị trí

- Edwin Co., Ltd
- Đăng ký nhãn hiệu số 5807881
- Mác túi quần jean



Vụ án xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu (Vụ án hình sự)

Nhãn hiệu đăng ký

Chủ sở hữu quyền: Shueisha Inc.
Số 6428602



Mặt hàng xâm phạm (Khẩu trang)

Hình ảnh mặt hàng xâm phạm nhãn hiệu được đưa tin



Ngày 21 tháng 4 năm 2022 báo Kahoku Shimpō
(<https://kahoku.news/articles/20220421khn000008.html>)

Vụ án xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu (Vụ án dân sự)

(Sự thật được khẳng định / chứng minh khi yêu cầu lệnh cấm Khoản 1 Điều 36 Luật Nhãn hiệu)

1. Nguyên đơn sở hữu quyền đối với nhãn hiệu
2. Bị đơn đang sử dụng biểu tượng giống hoặc tương tự với nhãn hiệu đã đăng ký của nguyên đơn trên sản phẩm của mình trong quá trình kinh doanh.
3. Sản phẩm của bị đơn giống hoặc tương tự với sản phẩm được chỉ định của nhãn hiệu đã đăng ký của nguyên đơn.

(Sự thật được khẳng định / chứng minh khi yêu cầu bồi thường thiệt hại Điều 709 Luật Dân sự)

4. Nguyên đơn bị thiệt hại số tiền ○○ yên do việc bán sản phẩm của bị đơn (được cho là sơ suất theo Điều 39 của Luật Nhãn hiệu)

5. Quy định tính toán mức thiệt hại của nguyên đơn

- ① Mức lợi nhuận trên một đơn vị sản phẩm của nguyên đơn x số lượng mặt hàng xâm phạm được bán ra (Khoản 1, Điều 38, Luật nhãn hiệu)
- ② Mức lợi nhuận mà bị đơn thu được (Khoản 2 Điều 38 Luật Nhãn hiệu)
- ③ Số tiền tương đương với phí sử dụng (Khoản 3 Điều 38 Luật Nhãn hiệu)

* Tính tương tự của nhãn hiệu: Xem xét toàn diện về ngoại quan, quan niệm, cách đọc và hoàn cảnh thực tế của các giao dịch.

* Tính tương tự của sản phẩm: Liệu các sản phẩm có thường được cung cấp bởi cùng một doanh nghiệp hay không, mục đích sử dụng có trùng khớp hay không và địa điểm cung cấp có trùng khớp hay không, phạm vi của người tiêu dùng có trùng khớp hay không, v.v.

Vụ án xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu (Vụ án dân sự)

(Phản biện được dự tính của bị đơn)

1. Biểu tượng mà bị đơn sử dụng không giống với nhãn hiệu đã đăng ký của nguyên đơn
2. Không sử dụng làm nhãn hiệu (Mục 6 Khoản 1 Điều 26 Luật Nhãn hiệu)
3. Sử dụng trong phạm vi mà quyền đối với nhãn hiệu không có hiệu lực

(Mục 1 ~ 5 Khoản 1 Điều 26 Luật Nhãn hiệu)

- ① Họ tên, danh xưng của mình
- ② Tên gọi thông thường
- ③ Nhãn hiệu phổ biến v.v.

4. Biện hộ giới hạn thực hiện quyền (tồn tại lý do vô hiệu)

(Điều 104-3 của Luật Sáng chế được áp dụng theo Điều 39 Luật Nhãn hiệu)

5. Nhập khẩu song song hợp pháp

Sử dụng làm nhãn hiệu

- Trường hợp không được sử dụng như là hiển thị phân biệt nguồn gốc thì không phải là “sử dụng” làm nhãn hiệu.

Vụ án UNDER THE SUN

(Phán quyết của Tòa án Địa phương Tokyo
ngày 22 tháng 2 năm 1995)

Bản sao bề mặt đĩa CD vụ án

Quyền đối với nhãn hiệu của nguyên đơn

UNDER THE SUN



Vụ án UNDER THE SUN

(Phán quyết của Tòa án Địa phương Tokyo ngày 22 tháng 2 năm 1995)

- Về trường hợp đĩa CD có bài hát "UNDER THE SUN" được bán với tựa đề "UNDER THE SUN", các chữ "UNDER THE SUN" là tiêu đề đính kèm album (tên album) và phủ nhận xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu.

Vụ án xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu (Vụ án dân sự) Tính tương tự của nhãn hiệu

- Vụ án Daishinrin (Phán quyết tối cao, ngày 22 tháng 9 năm 1992)

Nhãn hiệu của nguyên đơn

大 森 林

Biểu tượng của bị đơn

本林森

Vụ án xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu (Vụ án dân sự)

- Tòa án cấp cao Tokyo đã phán quyết không tương tự vì người tiêu dùng sử dụng thuốc mọc tóc dùng cho da đầu v.v. là nam giới rất mong muốn mọc tóc và tăng số lượng tóc, nên những người tiêu dùng như vậy có sự quan tâm sâu sắc đến nhãn hiệu gắn trên sản phẩm đó và lựa chọn cẩn thận sản phẩm mà mình quyết định.

Cách đọc "Daishinrin" ⇔ "Mokurinshin" "Kihayashimori"

→ Không giống nhau

(* Trong tiếng Nhật, một chữ kanji có thể có nhiều cách đọc.)

Ngoại quan: Không giống nhau khi nhìn cẩn thận

Kết luận: Các nhãn hiệu không giống nhau

Vụ án xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu (dân sự)

Tuy nhiên, Tòa án Tối cao đã cho rằng có khả năng giống nhau vì không phải tất cả người tiêu dùng đều cẩn thận và người có quyền sử dụng thông thường của chủ sở hữu nhãn hiệu đang bán một loại thuốc mọc tóc dùng cho da đầu.

Ngoại quan: Giống nhau do không phải lúc nào cũng nhìn kỹ

Kết luận: Có khả năng tương tự (trả về tòa án cấp cao)

Vụ án xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu (Vụ án dân sự) Tính tương tự của nhãn hiệu

- Vụ án Birkin

(Phán quyết của Tòa án địa phương Tokyo ngày 21/5/2014)

- Quyền đối với nhãn hiệu của nguyên đơn (nhãn hiệu lập thể) Sản phẩm của bị đơn



Vụ án xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu (Vụ án dân sự)

- Nhãn hiệu của nguyên đơn có hình dạng lập thể, nhưng sản phẩm của bị đơn là loại hai chiều in một mặt bức ảnh thể hiện lập thể cảm giác của hình dạng lập thể trong nhãn hiệu của nguyên đơn.
- Sau khi trình bày các tiêu chí đánh giá tính tương tự của nhãn hiệu lập thể và nhãn hiệu hai chiều (so sánh hình thức phản ánh lên thị giác khi nhìn từ một hướng xác định) thì tòa phán quyết chúng tương tự nhau.

Hành vi xâm phạm trên Internet

- Mục 2 Khoản 3 Điều 2 Luật Nhãn hiệu

Sử dụng nhãn hiệu = "Hành vi cung cấp thông qua các đường dây viễn thông"

- Hành vi bán hàng "như kinh doanh" (nhiều lần và liên tục) trên các trung tâm mua sắm Internet, các trang web đấu giá, mạng xã hội v.v. là một hành vi xâm phạm.

Hành vi xâm phạm trên Internet

- Trách nhiệm của trung tâm mua sắm

(Phán quyết của Tòa án cấp cao về sở hữu trí tuệ ngày 14 tháng 2 năm 2012)

- Nếu một trung tâm mua sắm biết có mặt hàng xâm phạm đang được người dùng trưng bày mà vẫn bỏ mặc thì người điều hành trung tâm mua sắm đó có thể phải chịu trách nhiệm.
- Vì lý do này, các trung tâm mua sắm lớn (Yahoo Auction, Rakuten Ichiba, Amazon, v.v.) hiện đã thiết lập các quy tắc cấm trưng bày mặt hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ (không chỉ mặt hàng xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu mà cả sản phẩm xâm phạm bản quyền v.v.). Khi nạn nhân thông báo cho nhà điều hành cho rằng mặt hàng xâm phạm đang được trưng bày, nhà điều hành thường áp dụng các biện pháp như hủy trưng bày sản phẩm.

Hành vi xâm phạm trên Internet

- Hạn chế nhập khẩu cá nhân (từ năm 2022)
- Đã không thể ngăn chặn việc nhập khẩu của cá nhân ở Nhật Bản khi cá nhân ở Nhật Bản mua và nhập khẩu mặt hàng xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu từ doanh nghiệp ở nước ngoài, vì nó không được thực hiện "như một hành vi kinh doanh".
- Tuy nhiên, hành vi gửi cho cá nhân ở Nhật Bản qua đường bưu điện v.v. của doanh nghiệp ở nước ngoài được định nghĩa là hành vi "nhập khẩu", và nay hành vi của doanh nghiệp ở nước ngoài được thực hiện như là hành vi "kinh doanh" đã có thể kiểm soát.
- Nhưng nếu cá nhân mua một mặt hàng xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu ở nước ngoài và mang vào Nhật Bản theo hành lý xách tay sẽ không thuộc đối tượng kiểm soát.

Nhãn hiệu tập thể khu vực

- Là chế độ mà nếu nhãn hiệu bao gồm tên khu vực và tên sản phẩm (dịch vụ) trở nên nổi tiếng ở một mức độ nhất định thì các đoàn thể hợp tác xã kinh doanh, hợp tác xã nông nghiệp v.v. có thể được đăng ký thành nhãn hiệu tập thể khu vực.
- Ví dụ đăng ký: Edo Kiriko (Tokyo)
Kyoto Yuzen, Uji Matcha (Kyoto)
Thịt bò Kobe, thịt Kobe, Kobe Beef (Hyogo)
Búp bê Hakata (Fukuoka)

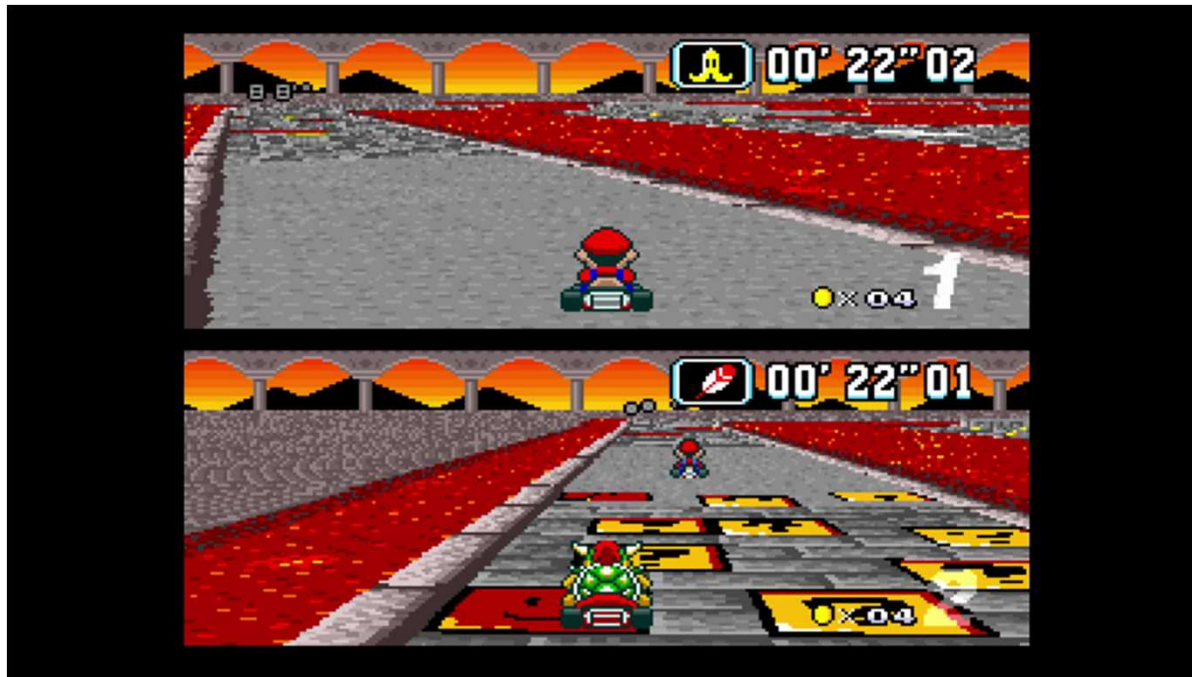
Bảo hộ biểu tượng Lịch sử Luật phòng chống cạnh tranh không lành mạnh

- 1935 Hành vi gây nhầm lẫn với nhãn mác của các sản phẩm nổi tiếng, hiển thị nhãn giả mạo xuất xứ
- 1938 Bổ sung hiển thị nhãn mác kinh doanh nổi tiếng
- 1950 Bổ sung các hành vi ngộ nhận về chất lượng / nội dung / số lượng
- 1990 Bảo hộ bí mật kinh doanh
- 1993 Bảo hộ hiển thị được nhiều người biết đến, cấm bắt chước hình thức
- 2019 Bảo hộ dữ liệu cung cấp hạn chế

Hiển thị của các sản phẩm nổi tiếng, được nhiều người biết đến v.v.

- Vụ án Marika (Phán quyết giữa kỳ của Tòa án cấp cao về sở hữu trí tuệ ngày 30 tháng 5 năm 2019)

Là vụ việc trong đó một dịch vụ được cung cấp trong đó người dùng hóa trang thành một nhân vật (Mario, v.v.) xuất hiện trong trò chơi "Mario Kart" và lái xe trên đường công cộng.



Nintendo Co., Ltd

Hình ảnh chơi trò chơi "Super Mario Kart"

<https://www.nintendo.co.jp/titles/20010000001004>

Hiển thị của các sản phẩm nổi tiếng, được nhiều người biết đến v.v.

- Vật hiển thị của nguyên đơn (Mario) Trang phục của bị đơn



Hiển thị của các sản phẩm nổi tiếng, được nhiều người biết đến v.v.

- Bị đơn cho người dùng lái xe ô tô trên đường công cộng mượn v.v. trang phục của bị đơn.
- Vật hiển thị của nguyên đơn được nhiều người biết đến, trang phục của bị đơn có các đặc trưng của vật hiển thị của nguyên đơn.
- Hành vi cho mượn trang phục của bị đơn cấu thành hành vi sử dụng hiển thị của sản phẩm v.v. được nhiều người biết đến.

Hiển thị của các sản phẩm nổi tiếng, được nhiều người biết đến v.v.

- Vụ án BAOBAO

(Phán quyết của Tòa án địa phương Tokyo ngày 18 tháng 6 năm 2019)

- Sản phẩm của nguyên đơn



- Sản phẩm của bị đơn



Hiển thị của các sản phẩm nổi tiếng, được nhiều người biết đến v.v.

- Sản phẩm của nguyên đơn được đặc trưng bởi hình dạng của chúng, và bản thân hình thức của sản phẩm trở nên nổi tiếng như là vật thể hiện nguồn gốc của nguyên đơn.
- Sản phẩm của bị đơn giống với sản phẩm của nguyên đơn và có nguy cơ gây nhầm lẫn nên tòa đã đưa ra lệnh cấm bán v.v. sản phẩm của bị đơn và công nhận yêu cầu bồi thường thiệt hại.

Hiển thị gây ngộ nhận về nơi xuất xứ v.v.

- Vụ án thể hiện bảng xếp hạng trang web đánh giá của người tiêu dùng

(Phán quyết của Tòa án địa phương Osaka ngày 11 tháng 4 năm 2019)

- Thứ hạng của các trang web đánh giá của người tiêu dùng có ảnh hưởng nhất định đến việc lựa chọn nhà kinh doanh của người tiêu dùng. Việc hiển thị xếp hạng đánh giá của người tiêu dùng là số 1 tương ứng với hiển thị về chất lượng.
- Nếu hiển thị đó sai lệch so với nội dung thực tế của bài đăng thì tương ứng với hiển thị gây ngộ nhận về chất lượng.

Bảo hộ Sáng tạo Lịch sử Luật Sáng chế, Luật Giải pháp hữu ích

- 1905 Luật giải pháp hữu ích được ban hành (bảo hộ các phát minh nhỏ)
- 1959 Sửa đổi toàn diện (luật hiện hành)
 (Quy định về ước tính mức thiệt hại, sơ suất và phương pháp sản xuất)
- 1993 Sửa đổi Luật giải pháp hữu ích (chủ nghĩa không thẩm tra)

Bảo hộ Sáng tạo Lịch sử Luật Kiểu dáng Công nghiệp

- 1959 Sửa đổi toàn diện (luật hiện hành)
- 1988 Áp dụng kiểu dáng công nghiệp từng phần
- 2006 Áp dụng thiết kế màn hình
- 2019 Áp dụng kiểu dáng công nghiệp của hình ảnh, thiết kế kiến trúc và nội thất

Vụ án xâm phạm quyền kiểu dáng công nghiệp

- Vụ án máy Nagashi Somen

(Phán quyết của Tòa án địa phương Osaka ngày 29 tháng 8 năm 2019)

Giống nhau

Kiểu dáng công nghiệp của nguyên đơn



Sản phẩm của bị đơn



Vụ án xâm phạm quyền kiểu dáng công nghiệp

- Hai kiểu dáng công nghiệp được cho là khác nhau về ① hình dạng bên ngoài của phần khay, ② hình dạng của phần vòi nước, và ③ sự hiện diện của phần lắp vật liệu dạng khối.
- Tuy nhiên, cả hai kiểu dáng công nghiệp đều có những bộ phận thiết yếu giống nhau, khiến người tiêu dùng có ấn tượng rằng chúng là một loại máy Nagashi Somen mới, gây ấn tượng mạnh là chúng có hình dáng tổng thể giống nhau nên tòa án phán quyết là giống nhau.

Bảo hộ Sáng tạo Lịch sử Luật Bản quyền

- 1970 Sửa đổi hoàn chỉnh (luật hiện hành)
- 1985 Bảo hộ các chương trình máy tính
- 1986 Bảo hộ cơ sở dữ liệu
- 2018 Gia hạn thời gian bảo hộ (50 năm → 70 năm)

Vụ án xâm phạm bản quyền

- Vụ án trò chơi câu cá

(Phán quyết của Tòa án cấp cao về sở hữu trí tuệ ngày 8 tháng 8 năm 2012)

Màn hình thu hút cá trong game điện thoại di động

Tác phẩm của nguyên đơn



Tác phẩm của bị đơn



Phiên tòa ban đầu (Tòa án địa phương Tokyo phán quyết ngày 23 tháng 2 năm 2012) khẳng định hành vi xâm phạm quyền chuyển thể, nhưng tòa phúc thẩm đã bác bỏ vì có nhiều tác phẩm tương tự trước tác phẩm của nguyên đơn.

Các vụ án khác Hình thức sản phẩm

- Bảo hộ sức lao động và cơ hội thu hồi chi phí để sản phẩm hóa
- Vụ án Tamagotchi

(Phán quyết của Tòa án địa phương Tokyo ngày 25 tháng 2 năm 1998) Có xâm phạm



<https://toy.bandai.co.jp/series/tamagotchi/smart/history/>

Các vụ án khác Hình thức sản phẩm

- Sản phẩm của nguyên đơn Sản phẩm của bị đơn



Các vụ án khác Hình thức sản phẩm

- Sản phẩm của bị đơn có hình thức giống hệt và bắt chước hình thức của sản phẩm của nguyên đơn, ngoại trừ việc không có các hốc lõm hoa văn răng cưa xung quanh màn hình tinh thể lỏng.

Các trường hợp khác Bí mật kinh doanh

Yêu cầu

- ① Quản lý tính bí mật Phải được quản lý như một bí mật
- ② Tính hữu ích Phải hữu ích
- ③ Tính không công khai Những điều không được công chúng biết đến

Ví dụ cụ thể

Bí quyết sản xuất, dữ liệu thí nghiệm, báo cáo nghiên cứu
Danh sách khách hàng, hướng dẫn bán hàng, danh sách nhà cung cấp,
Danh sách chi phí mua hàng

Cám ơn quý vị đã lắng nghe.

[Lý lịch giảng viên]

Luật sư Matsumoto Kota

Văn phòng luật tổng hợp TMI Văn phòng Fukuoka

komatsumoto@tmi.gr.jp