

序 文

本報告書は、「周知・著名商標の保護」研究部会の、平成29年9月から平成30年10月までの合計13回に渡る研究会の成果をまとめたものである。

研究テーマである「周知・著名商標の保護」については、わが国の商標法の下、商標権の効力との関係で語ることは難しい。著名という語句は商標法4条1項8号で「著名な雅号、芸名若しくはこれらの著名な略称」という形で登場するのみである。また、周知については「需要者の間に広く認識されている」商標という形で、同4条1項10号及び19号で消極的登録要件として、同7条の2第1項で地域団体商標の登録要件として、同32条1項で商標権の消極的効力の制限として、さらには同64条1項で防護標章の登録要件として登場するに止まる。他方、商標権の効力を定める商標法25条をみても、みなし侵害を定める商標法37条1号をみても、商標の著名性あるいは周知性が権利の効力との関係で機能することは定められていない。

これに対して、米国や欧州の商標制度では、商標権の効力と著名性ないしは名声との関連性が認められる。米国連邦商標法43条(c)は、混同のおそれなくとも、さらに競争関係の存在あるいは現実の経済的損害の発生がなくとも、当該商標が著名性を取得している場合、希釈化行為に因る商標権侵害に対する保護が認められている。

ドイツ商標法14条2項3号は、著名商標(die bekannte Marke)の価値評価や識別力を正当な理由なく、不正な方法で利用し又は毀損する行為を商標権の侵害と規定しているし、フランス知的財産法713-5条でも、名声を享受している商標(une marque jouissant d'une renommée)を指定商品役務とは類似しない商品役務での使用からの保護が規定されている。

比較法的にはこのような状況にあるところ、本報告書は、周知・著名商標がわが国の商標法及び不正競争防止法さらには商標関係条約の中で制度上どのように位置づけられているのかを明らかにしつつ、審査段階での登録要件との関係で、地域団体商標制度との関係で、先使用権との関係で、防護標章制度との関係で、混同のおそれとの相関性の関係で、パロディ行為との関係で、希釈化行為との関係で、アンブッシュ・マーケティングとの関係で、比較広告との関係で、さらにはサイバー空間における使用との関係等で、それぞれの解釈論の限界を検討するものである。収載されている論説はいずれも各回の討議に基づく充実した内容になっており、アカデミアにおいても、実務においても有益なものと確信している。

平成30年12月

日本弁理士会中央知的財産財研究所
「周知・著名商標の保護」研究部会
主任研究員 土肥 一史