

大学業務に着目した商標出願スキームの検討

会員・国立大学法人愛媛大学 中川 勝吾
国立大学法人三重大学 八神 寿徳
会員 久我 貴洋

要 約

大学は、法律により大学業務が定められているが、大学業務のみならず、非大学業務に該当する指定商品・指定役務についても商標権を取得しており、一方で、大学名称の使用に係る訴訟が存在する。2019年に商標法が改正され、大学名称を含む公益著名商標について、通常使用権の許諾が可能となった。今後は大学商標のライセンスが増加すると予想されるとともに、大学は、自己の大学名称を保護するために、大学商標に係る商標権の行使や大学名称の著名性を主張すべき場面が生じることが想定される。そこで、大学業務の特殊性に鑑み、指定商品・指定役務が大学業務の場合と非大学業務の場合にわけた商標出願スキームを検討する。

目次

1. はじめに
2. 大学を取り巻く環境
 - 2.1 商標法の改正
 - 2.2 大学名称に係る争い
 - (1) 呉青山学院中学校事件（東京地裁平成13年（ワ）第967号）
 - (2) 京都芸術大学事件（大阪地裁令和元年（ワ）第7786号）
3. 先行研究
 - 3.1 大学業務
 - 3.2 大学名称等の著名性
 - 3.3 不正使用取消審判
 - 3.4 大学商標の取得について
4. 大学商標の出願スキーム
 - 4.1 大学業務についての大学商標の出願スキーム
 - (1) 自己使用
 - (2) ライセンス
 - (3) 他者排除
 - (4) 著名性
 - 4.2 非大学業務についての大学商標の出願スキーム
 - (1) 自己使用
 - (2) ライセンス
 - (3) 他者排除
 - (4) 著名性
5. まとめ

の民間事業者への移転の促進に関する法律」が制定され、1999年に国の委託研究開発に関する知的財産権について、受託者にその利益を帰属させるための措置として「産業活力再生特別措置法」（日本版バイ・ドール制度）が制定され、大学は産学連携活動に注力している。中央教育審議会の答申『我が国の高等教育の将来像』⁽¹⁾において、「社会貢献」が教育・研究と並び、大学の「第三の使命」と位置付けられ、2006年の教育基本法の改正により、大学の役割として「成果を広く社会に提供すること」及び「社会の発展に寄与」が規定された。産学連携活動や社会貢献活動と並行して、少子化の影響により大学の活動をステークホルダーにアピールする必要性の高まりから大学ブランドの活用が注目されている⁽²⁾⁽³⁾⁽⁴⁾。田中⁽⁵⁾は、受験生など関係者の判断に重要な役割を果たすためブランドが重要であるとしており、中村⁽²⁾は、選ばれる大学になるために必要となってくるのが大学のブランド力としている。宮脇⁽⁶⁾は、ブランド戦略を基礎付けているのは、主として商標権であり、商標権を利用することでブランドを強化又は保護することができるとしている。そこで、本稿では、大学商標の特殊性を検討した上で、商標出願スキームを検討する。

1. はじめに

1998年に「大学等における技術に関する研究成果

2. 大学を取り巻く環境

2.1 商標法の改正

従来商標法では、大学名称を含む公益著名商標について、通常使用権を許諾することが認められていなかった（改正前商標法31条1項ただし書）。しかしながら、近年、地域のブランディングや自身の広報活動の一環として、地方公共団体や大学等が関連グッズを販売することや、公的研究機関が開発に携わった商品を企業が販売するケースが増え、事実上、公益団体等を表示する商標が使用許諾されているケースも見受けられていた⁷⁾。そこで、2019年5月17日に公布された改正商標法により、公益著名商標に係る商標権について、通常使用権の許諾を制限していた商標法31条1項ただし書が削除され、公益団体等は自身の公益著名商標に係る商標権について、通常使用権の許諾が可能となった。これにより、大学は、大学を表示する大学商標が著名であっても第三者に通常使用権を許諾できることとなった⁸⁾。本稿において、大学商標とは、大学の名称、略称、校章など、大学を直接想起させる商標とする。改正商標法により、今後は、大学による大学商標のライセンスを検討又は実施するケースが増加すると予想される。

2.2 大学名称に係る争い

「教育」、「研究」、「産学連携」、「社会貢献」といった大学活動に関連して、大学名称の使用に係る訴訟（東京地裁平成13年（ワ）第967号、大阪地裁令和元年（ワ）第7786号）が存在する。大学名称に関し、大学が原告又は被告となるケースが存在するため、大学は大学商標を取得するに際して、大学名称に係るリスクを勘案しておく必要があるといえる。そこで、大学名称の使用に係る訴訟を概観する。

（1） 呉青山学院中学校事件（東京地裁平成13年（ワ）第967号）

原告の学校法人青山学院（以下、青山学院）は、「青山学院大学」「青山学院高等部」等の学校を運営しており、第41類「大学における教授、高等学校における教育」等を指定役務として「青山学院」および「AOYAMA GAKUIN」等の商標権を有している。被告の学校法人清水ヶ丘学園（以下、清水ヶ丘学園）は、平成12（2000）年4月に広島県呉市青山町に「呉青山学院中学校」なる名称の中学校を設置し、「呉青

山学院中学校」の名称を用いて入学希望者の募集を行った。これに対して、青山学院が、不正競争防止法2条1項1号（周知表示混同惹起行為）・同2号（著名表示冒用行為）又は商標法36条1項に基づき、「呉青山学院中学校」なる名称使用の差止および損害賠償を求めた事案である。

判決は、清水ヶ丘学園による「青山学院」等を含む「呉青山学院中学校」なる名称の使用が、著名表示冒用行為（不正競争防止法2条1項2号）に該当するとして、青山学院の請求のうち、「呉青山学院中学校」なる名称の使用差止の請求を認容したが、損害賠償請求については、青山学院に損害が具体的に発生したとまでは認められないとして、請求を棄却している⁹⁾。

（2） 京都芸術大学事件（大阪地裁令和元年（ワ）第7786号）

原告は、京都市立芸術大学を設置する公立大学法人（以下、公立大学）であり、被告は、京都芸術大学（令和2年4月1日以降の名称。旧称は「京都造形芸術大学」である。）を設置する学校法人（以下、私立大学）である。

公立大学が、その営業表示として著名又は需要者の間に広く認識されている公立大学の名称や略称に類似する営業表示である「京都芸術大学」を私立大学が使用し、公立大学の営業と混同を生じさせ、その営業上の利益を侵害し又は侵害するおそれがあるとして、私立大学に対し、不正競争防止法2条1項1号又は同2号の適用を主張して、「京都芸術大学」なる表示の使用差止めを求めた事案である。

判決は、「京都市立芸術大学」をもって、公立大学の営業表示として「著名」なものということとはできないとし、さらに、「京都芸術大学」、「京都芸大」、「京芸」、「Kyoto City University of Arts」をもって、公立大学の商品等表示として「著名」なものということとはできないとしている。

また、「京都市立芸術大学」についてのみ周知性を肯定しているが、「京都芸術大学」、「京都芸大」、「京芸」、「Kyoto City University of Arts」については、周知性を否定している。周知性を肯定した「京都市立芸術大学」については、自他識別機能又は出所表示機能を生ずる特徴的部分すなわち要部は「京都市立芸術大学」全体であり、「市立」の有無により、「京都芸術大学」と区別されるとして、類似性を否定している。

以上より、公立大学の請求を棄却している⁽¹⁰⁾。

3. 先行研究

3. 1 大学業務

登録商標を取得するためには、マーク、ロゴ、文字等の商標だけでなく、どのような商品又は役務に対して商標を取得するかを決定する必要がある⁽¹¹⁾。

教育、研究、附属病院等に関する大学の業務（以下、大学業務）は、国立大学法人法や私立学校法で定められており⁽¹²⁾⁽¹³⁾⁽¹⁴⁾、大学は大学業務以外の業務（以下、非大学業務）を行うことができない。

商標法では、業務上の信用は商標を使用することによってその商標に蓄積されるのであるから、使用されない商標を保護することは商標法の目的に貢献しない。そこで、使用主義の思想に基づく登録主義の是正として不使用取消審判（商標法 50 条）が設けられている⁽¹⁵⁾。大学業務は企業と異なり法律で制限されているため、大学は自己の業務との関係で、商標を使用できないケースが生じうる。大学は、非大学業務について商標権を取得した場合であって、自ら非大学業務について商標を使用していない場合は、取得した商標権が取り消される可能性を有することとなる⁽¹⁶⁾。大学は、大学商標を取得するために商標登録出願を行う際には、商標権の取消のリスクの観点から大学業務又は非大学業務のいずれについて出願するのかを把握する必要がある。

3. 2 大学名称等の著名性

2019 年の改正商標法により、大学は、大学商標が著名であっても第三者に通常使用権を許諾できることとなった。しかし、大学商標が著名な場合、当該大学商標の第三者への譲渡及び専用使用権の設定が制限されている点については従来と変わらない。このため、大学は、大学商標の著名性が当該大学商標の譲渡やライセンスに影響を及ぼすことを認識する必要がある。なお、大学が使用する商標であっても、商品名やプロジェクト名等、大学を想起させない商標は、商標法によって譲渡やライセンスが制限されることはない。

出願した商標が商標権として登録されるためには（商標法 18 条 1 項）、商標法に定められた所定の要件を満たさなければならない。その要件の一つとして、商標法 4 条 1 項 6 号には、「国若しくは地方公共団体若しくはこれらの機関、公益に関する団体であって営

利を目的としないもの又は公益に関する事業であって営利を目的としないものを表示する標章であって著名なものと同一又は類似の商標」は登録されない旨が規定されている。大学を表示する標章は、本規定の「公益に関する団体であって営利を目的としないもの又は公益に関する事業であって営利を目的としないものを表示する標章」に該当する⁽¹⁷⁾。大学の略称等（例えば「東大」、「早大」等）も本規定の「公益に関する団体であって営利を目的としないもの又は公益に関する事業であって営利を目的としないものを表示する標章」に該当することになる⁽¹⁸⁾。

第三者が大学名称を無断使用している場合、大学名称が著名であれば、著名表示冒用行為（不正競争防止法 2 条 1 項 2 号）として使用を差止めることができる⁽⁹⁾が、大学名称の著名性が認められない場合は、著名表示冒用行為として使用を差止めることができない⁽¹⁹⁾。また、大学名称が全国的に著名であれば、防護標章登録を受けることができる⁽²⁰⁾⁽²¹⁾。防護標章登録を受けることにより、当該登録商標は、特許庁から一定の著名性を認定されたといえる。不正競争防止法に定める不正競争行為である著名表示冒用行為又は周知表示混同惹起行為に該当することに基づいて、使用差止等を求めた裁判において、著名性の立証のために防護標章登録を積極的に活用した事例が存在する⁽²²⁾。例えば、「ラヴォーグ南青山」事件（東京地裁平成 15 年（ワ）27434 号）、「マクセル」事件（大阪地裁平成 15 年（ワ）6624 号）、「ELLEGARDEN」事件（東京地裁平成 18 年（ワ）4029 号）である。これらは、いずれも不正競争行為が認定されている。

大学商標の著名性は、大学商標の譲渡、専用使用権の設定、並びに防護標章登録に影響を及ぼすため、著名性を認識しておくことは重要であると考えられる。

3. 3 不正使用取消審判

大学が大学商標をライセンスした場合に、①使用権者が指定商品・指定役務と同一又は類似の商品・役務について大学商標と同一又は類似の商標を使用し、②商品の品質・役務の質の誤認又は他人の業務に係る商品・役務と混同を生じさせた場合、不正使用取消審判（商標法 53 条）により大学商標が取消されるリスクがある。

商標権者は、使用権者に対して一定の管理監督義務があると考えられ、使用権者がその使用により商品の

品質や役務の質の誤認を生ずるような使用をしていたり、他人の業務に係る商品・役務と混同を生ずるような使用をしている場合には、商標権者にはそのような使用を防止する義務があると考えられる⁽²³⁾。そのような商標権者の管理監督義務の違反に対する制裁規定として、不正使用取消審判が設けられている。不正使用取消審判において、取消審決が確定したときは、商標権はその後消滅することとなる(商標法 54 条 1 項)。

3. 4 大学商標の取得について

中川・八神⁽²⁴⁾は、積極的に大学商標を取得している大学を対象としてアンケート調査を実施し、大学による大学商標の取得目的及び活用は、「自己使用」、「他者排除」、「第三者へのライセンス」の3つが存在することを明らかにした上で、指定商品・指定役務が大学業務と非大学業務の場合では、大学商標の取得目的及び活用に有意な差があることを示している。具体的には、「自己使用」は、大学業務については有意に多く、非大学業務については有意に少なく、「第三者へのライセンス」は、大学業務については有意に少なく、非大学業務については有意に多いことを示している。「他者排除」については、有意な差は認められていない。

以上から、大学は、大学商標の取得に際しては、指定商品・指定役務が大学業務の場合と、非大学業務の場合とに分けて取得目的及び活用を勘案することが有益であると考えられる。また、大学商標に及ぼす影響として、不使用取消審判(商標法 50 条)、大学商標のライセンス、不正使用取消審判(商標法 53 条)、大学商標の著名性についても検討することが重要である。

4. 大学商標の出願スキーム

大学が行うことができる大学業務は法律で定められており、大学は非大学業務を行うことができない。しかし、多くの大学は、非大学業務に該当する指定商品・指定役務について大学商標を取得している⁽²⁵⁾。この場合、大学は、非大学業務に係る大学商標をライセンスしなければ、不使用取消審判により取消される可能性を有することとなる。

大学商標の指定商品・指定役務が大学業務の場合と非大学業務の場合とでは、大学商標の取得目的及び活用が異なることから⁽²⁴⁾、指定商品・指定役務が大学業務の場合と非大学業務の場合について、不使用取消

審判、ライセンス、不正使用取消審判、大学商標の著名性を勘案した大学商標の出願スキームを検討する。

本稿における大学業務は、中川・八神⁽²⁶⁾が定義した大学業務とする。この大学業務は、類似商品・役務審査基準〔国際分類第 11-2019 版〕に基づき、第 41 類「技芸・スポーツ又は知識の教授、セミナーの企画・運営又は開催、図書及び記録の供覧、図書の貸与」、第 42 類「医薬品・化粧品又は食品の試験・検査又は研究、建築又は都市計画に関する研究、公害の防止に関する試験又は研究、電気に関する試験又は研究、土木に関する試験又は研究、農業・畜産又は水産に関する試験・検査又は研究、機械器具に関する試験又は研究、科学に関する実験及び研究」、第 44 類「医療、医療情報の提供、健康診断、歯科医療、調剤、栄養の指導、介護」と定義されている。大学業務以外の指定商品・指定役務を非大学業務とする。

4. 1 大学業務についての大学商標の出願スキーム

図 1 は、大学業務についての大学商標の出願スキームのフローチャートである。

(1) 自己使用

大学は、日常的に大学商標を大学業務について使用している(S101)。大学は、大学名称等について商標権を取得していなくても大学名称等を使用することは可能である。しかしながら、第三者から商標権を侵害しているとの警告や訴訟を提起されるおそれや、不正競争防止法に定める不正競争行為に該当するとして使用の差止を請求されるリスクがある。そこで、商標権侵害や不正競争行為に該当するとして大学名称等の使用差止のリスクを事前に回避する措置を講じることについて検討することが望ましい(S102)。

使用差止のリスクを事前に回避する措置を講じる場合(S102でYes)、大学は大学業務について商標権を取得する(S103)。これにより、大学は、他者から商標権侵害であるとして、商標の使用ができなくなることを防止し、自己が安心してその商標を使用できる⁽²⁷⁾。商標権を取得(S103)したときは、続いて、後述するS111を検討する。

(2) ライセンス

S102において、これらのリスクを事前に回避する措置を講じない場合(S102でNo)、大学商標をライ

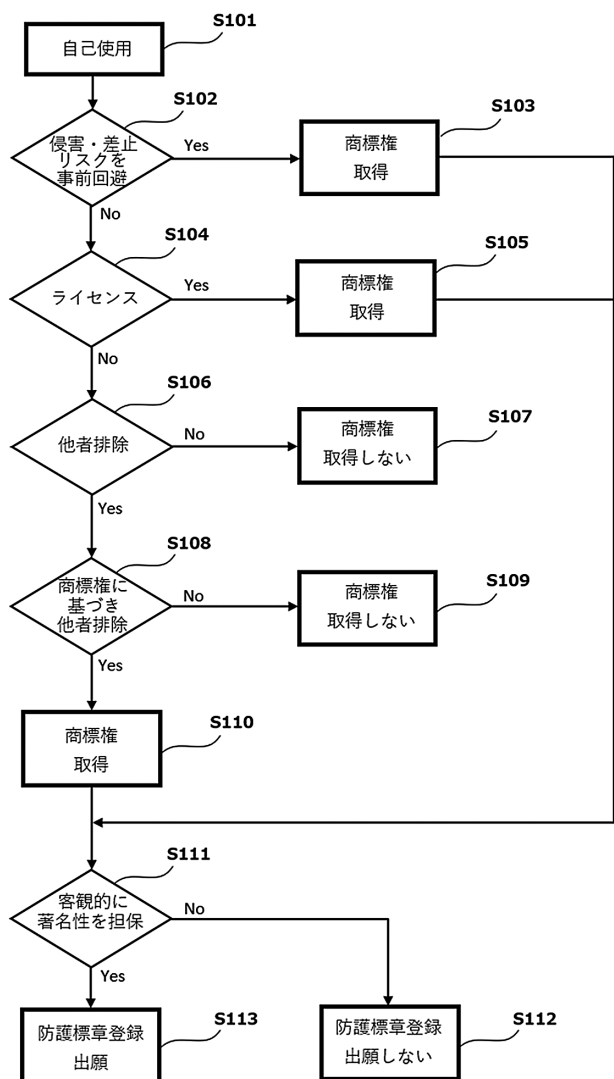


図1 大学商標の出願スキームのフローチャート（大学業務）

センスするか否かについて検討する（S104）。大学業務について大学商標をライセンスする例としては、一般市民などを対象としたセミナーや講習会において、主催者などにライセンスする場合などが考えられる。大学商標をライセンスする場合（S104でYes）、大学は大学業務について商標権を取得する（S105）。商標権がなければライセンスできないからである。商標権を取得（S105）したときは、続いて、後述するS111を検討する。なお、大学は、大学商標をライセンスした者が大学商標を商品の品質や役務の質の誤認を生ずるような使用や他人の業務に係る商品・役務と混同を生ずるような使用をした場合には、第三者から不正使用取消審判を請求されるリスクがあることに留意が必要である。

（3） 他者排除

S104において、大学商標をライセンスしない場合（S104でNo）、第三者による無断使用や不正使用を排

除する必要性について検討する（S106）。大学業務における第三者の使用を排除する必要がない場合（S106でNo）、大学は大学業務について商標権を取得する必要はない（S107）。商標権侵害や不正競争行為に該当するとして大学名称等の使用差止のリスクを事前に回避する必要がなく、大学商標をライセンスする意図がなく、かつ他者排除する必要がないからである。

S106において、大学業務について第三者の使用を排除する必要がある場合（S106でYes）、商標権に基づいて他者排除するか否かを検討する（S108）。商標権に基づいて他者排除しない場合（S108でNo）、大学は大学業務について商標権を取得する必要はない（S109）。この場合、大学は、不正競争防止法に定める著名表示冒用行為や周知表示混同惹起行為を根拠として他者排除することとなる。なお、不正競争防止法に基づいて他者排除する場合、大学名称等の「著名性」、又は「周知性」及び「混同を生じさせること」について立証しなければならない。京都芸術大学事件（大阪地裁令和元年（ワ）第7786号）のように、著名表示冒用行為及び周知表示混同惹起行為が認定されなかった事案が存在することから、商標権に基づく他者排除に比べてハードルが高くなることに留意が必要である。

S108において、商標権に基づいて他者排除する場合（S108でYes）、大学は大学業務について商標権を取得する（S110）。

（4） 著名性

S103, S105, S110において商標権を取得したときは、続いて、大学名称等について客観的に著名性を担保することについて検討する（S111）。ここで、客観的に著名性を担保する手段は防護標章登録である。

土肥⁽²⁸⁾は、防護標章制度の意味は、登録商標が非類似の商品（役務）についても混同が生じるほどに、需要者の間に広く認識されていることを監督官庁により承認されることにあり、著名性の立証の負担を軽減することにつながるとしている。中山⁽²⁰⁾は、防護標章登録を受けていることは登録商標の周知・著名性を裏付けるものと考えられると指摘している。著名性の立証のために防護標章登録を積極的に活用した事例が存在する⁽²²⁾ことから、大学が防護標章登録を活用することは有用であると考えられる。防護標章登録の権利者の多くは企業であるが、大学としては、国立大学

法人京都大学と国立大学法人愛媛大学が防護標章登録を受けている。

国立大学法人京都大学は、「Kyoto University」(第5369280号防護01号)、「京大」(第5369281号防護01号)、及び「文字と図形からなる校章」(第5369282号防護01号)の3件を取得しており、国立大学法人愛媛大学は、「愛媛大学」(第6223111号防護第01号)の1件を取得している。

S111において、大学名称等について、客観的に著名性を担保しない場合(S111でNo)、大学は防護標章登録出願をしない(S112)。この場合、大学業務については、商標権に基づいて他者排除が可能となるが、商標権を取得していない商品・役務については、不正競争防止法に定める著名表示冒用行為や周知表示混同惹起行為を根拠として他者排除を行うこととなる。商標権を取得していない商品・役務の多くは、非大学業務に該当すると考えられる。

S111において、大学名称等について、客観的に著名性を担保する場合(S111でYes)、大学は防護標章

登録出願を行い(S113)、防護標章登録を受ける。大学は防護標章登録を受けることにより、著名性を客観的に立証することが可能となる。これにより、大学は、大学商標に係る商標権を取得していない商品・役務について、第三者が無断で大学名称等を使用した場合には、不正競争防止法に定める著名表示冒用行為や周知表示混同惹起行為を根拠として他者排除する際に、防護標章登録を受けている事実が著名性や周知性の立証に資することとなる。また、大学商標に係る商標権を取得していない商品・役務について、防護標章登録を受けていれば、防護標章登録に基づく権利に基づいて、当該商品・役務についての第三者の使用を排除することができる(商標法67条)。

4.2 非大学業務についての大学商標の出願スキーム

図2は、非大学業務についての大学商標の出願スキームのフローチャートである。

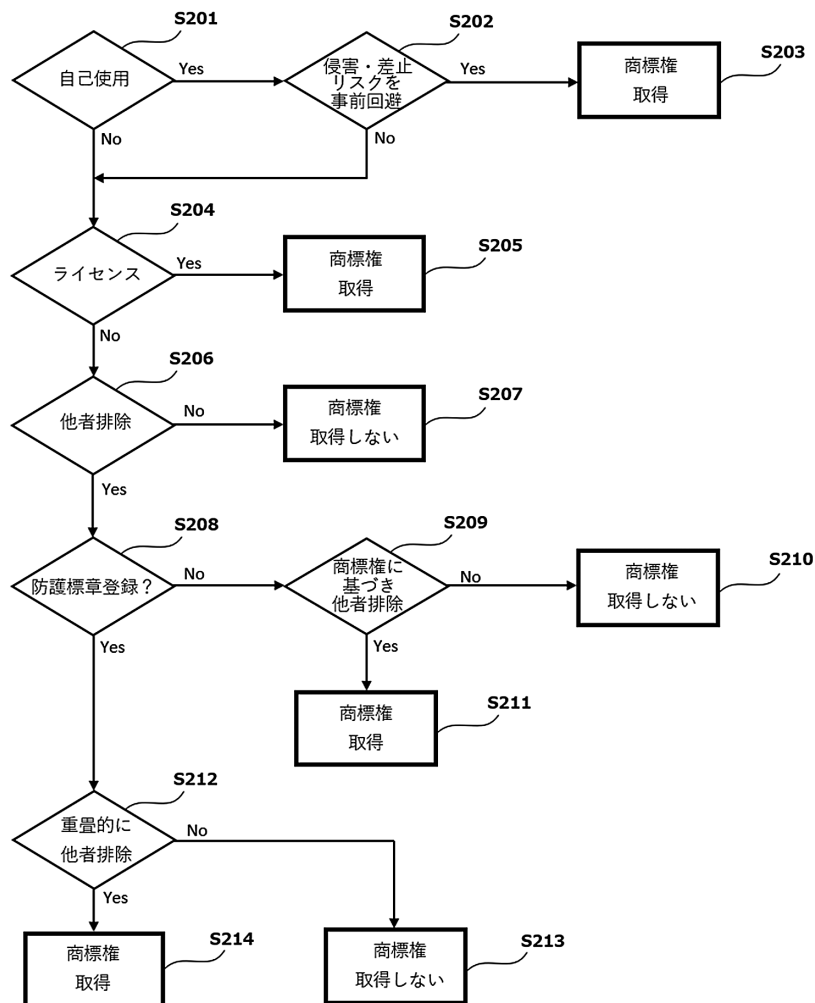


図2 大学商標の出願スキームのフローチャート (非大学業務)

(1) 自己使用

法律によって大学業務は制限されていることから、通常、大学は、非大学業務について大学商標を使用しないと考えられる。しかしながら、大学商標を非大学業務に該当する商品に付して、ノベルティグッズとして使用する事例がある。そこで、大学は、このような使用を視野に入れ、大学商標を非大学業務について使用することについて検討する (S201)。なお、BOSS 事件 (大阪地裁昭和 61 (ワ) 7518) では、ノベルティグッズそれ自体が独立の商取引の目的物たる商品ではない等の理由から、商標権侵害に当たらないとの判断がなされている。このことから、ノベルティグッズに大学商標を付すことは、非大学業務における自己使用に該当しないと解する余地がある。

大学商標を非大学業務について使用する場合 (S201 で Yes)、大学は、商標権侵害や不正競争行為に該当するとして大学名称等の使用差止のリスクを事前に回避する措置を講じることにについて検討することが望まれる (S202)。使用差止のリスクを事前に回避する措置を講じる場合 (S202 で Yes)、大学は非大学業務について商標権を取得する (S203)。

(2) ライセンス

S201 において、非大学業務について大学商標を使用しない場合 (S201 で No)、又は、S202 において、使用差止のリスクを事前に回避する措置を講じない場合 (S202 で No)、大学商標をライセンスするか否かについて検討する (S204)。非大学業務についての大学商標のライセンス例とは、例えば、企業に対して、文房具や衣料等の他、研究成果を活用した菓子、飲料、酒、又は工業製品等について大学商標の使用を許諾する場合や、大学発ベンチャーに大学商標の使用を許諾する場合である。大学商標をライセンスする場合 (S204 で Yes)、大学は非大学業務について商標権を取得する (S205)。なお、大学は、大学商標をライセンスした者が大学商標を商品の品質や役務の質の誤認を生ずるような使用や他人の業務に係る商品・役務と混同を生ずるような使用をした場合には、第三者から不正使用取消審判を請求されるリスクがあることに留意が必要である。また、大学は、継続して 3 年以上日本国内においてライセンスできなかつた場合は、非大学業務については大学自ら業務を行えないことから、不使用取消審判を請求されるリスクがあることにも留

意が必要である。

(3) 他者排除

S204 において、大学商標をライセンスしない場合 (S204 で No)、第三者による無断使用や不正使用を排除する必要性について検討する (S206)。非大学業務における第三者の使用を排除する必要がない場合 (S206 で No)、大学は非大学業務について商標権を取得する必要はない (S207)。商標権侵害や不正競争行為に該当するとして大学名称等の使用差止のリスクを事前に回避する必要がなく、大学商標をライセンスする意図がなく、かつ他者排除する必要がないからである。

S206 において、非大学業務について第三者の使用を排除する必要がある場合 (S206 で Yes)、防護標章登録を受けているか否かを確認する (S208)。防護標章登録を受けている場合、登録商標の周知・著名性を裏付けるものと考えられるからである⁽²⁰⁾。S208 において、防護標章登録を受けていない場合 (S208 で No)、商標権に基づいて他者排除するか否かを検討する (S209)。商標権に基づいて他者排除しない場合 (S209 で No)、大学は非大学業務について商標権を取得する必要はない (S210)。この場合、大学は、不正競争防止法に定める著名表示冒用行為や周知表示混同惹起行為を根拠として他者排除することとなるが、商標権に基づく他者排除に比べてハードルが高くなることに留意が必要である。

S209 において、商標権に基づいて他者排除する場合 (S209 で Yes)、大学は非大学業務について商標権を取得する (S211)。

(4) 著名性

S208 において大学が防護標章登録を受けている場合 (S208 で Yes)、大学は、大学名称等や大学商標について著名性を有していると考えられるため、不正競争防止法に定める著名表示冒用行為や周知表示混同惹起行為を根拠として他者排除できる可能性が高いと考えられる。しかしながら、不正競争防止法に基づく他者排除は、登録された商標権に基づく他者排除に比べて、使用差止等が認められる予見性が低いという側面がある。そこで、大学は、防護標章登録を受けていることによる著名性を根拠とする不正競争防止法に基づく他者排除に加えて、重畳的に商標権に基づいて他者

排除するか否かを検討する (S212)。商標権に基づいて他者排除しない場合 (S212 で No), 大学は非大学業務について商標権を取得しない (S213)。この場合, 大学は, 大学名称等や大学商標の著名性を根拠として不正競争防止法に基づいて他者排除することとなる。

S212 において, 重疊的に商標権に基づいて他者排除する場合 (S212 で Yes), 大学は非大学業務について商標権を取得する (S214)。これにより, 大学は, 不正競争防止法に基づいて, 又は商標権に基づいて, あるいは不正競争防止法及び商標権の両方に基づいて他者を排除することが可能となる。

5. まとめ

大学は, 法律により大学業務が定められているが, 大学業務のみならず, 非大学業務に該当する指定商品・指定役務についても大学商標を取得しており, 一方で, 大学名称の使用に係る訴訟 (東京地裁平成 13 年 (ワ) 第 967 号, 大阪地裁令和元年 (ワ) 第 7786 号) が存在する。2019 年に商標法が改正され, 大学名称を含む公益著名商標について, 通常使用権の許諾が可能となった。今後は大学商標のライセンスが増加すると予想されるとともに, 大学は, 自己の大学名称を保護するために, 大学商標に係る商標権の行使や大学名称の著名性を主張すべき場面が生じることが想定される。そこで, 本稿では, 大学業務の特殊性に鑑み, 指定商品・指定役務が大学業務の場合と非大学業務の場合について, 大学商標の出願スキームを検討した。当該出願スキームは, 大学商標の取得目的, 活用, ライセンス予定, 大学名称等の著名性を勘案しているため, 大学の事情に応じた大学商標の取得を実現することが可能となる。本稿で検討した商標出願スキームが, それぞれの大学の特性や目的に適した大学商標を取得する上で, 部分的にでも参考となれば幸いである。

(参考文献)

- (1) 中央教育審議会, 答申「我が国の高等教育の将来像」, https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/05013101.htm, 2020 年 3 月 10 日
- (2) 中村美穂, 大学時報, No.355, pp.40-43 (2014).

- (3) 酒井文也 (巻頭監修), 学校ブランディング-大学案内に学ぶ, 募集広告のコンテンツ&デザイン事例集, (2017), BNN 新社
- (4) 日経 BP コンサルティング, 大学ブランド・イメージ調査 2018-2019, <https://consult.nikkeibp.co.jp/branding/solutions/university-brand/>, 2020 年 3 月 26 日
- (5) 田中洋, 大学にとってブランドとは何か, 大学時報, No.355 pp.32-39 (2014).
- (6) 宮脇正晴, 国際公共政策研究, 5 (1), pp.275-290 (2000).
- (7) 田辺恵, 最先端技術関連法研究, 第 18 号, pp.127-131 (2019)
- (8) 特許庁, 特許行政年次報告書 [2019 年版]
- (9) 永井紀昭, 別冊ジュリスト 商標・意匠・不正競争判例百選, No.188, pp.162-163 (2007), 有斐閣
- (10) 小泉直樹, 知財判例速報 ジュリスト 2021 年 1 月号, No.1553, pp.8-9 (2021), 有斐閣
- (11) 小野昌延・三山峻司 編, 新・注解 商標法【上巻】 (2016), 青林書院
- (12) 齊藤徹史, 国立大学財務・経営センター 大学財務経営研究, 第 7 号, pp.137-153 (2010).
- (13) 国立大学法人法制研究会, 国立大学法人法コンメンタール [改訂版], (2017), ジアース教育新社
- (14) 俵正市, 解説私立学校法 (新訂三版), (2018), 法友社
- (15) 網野誠, 商標 [第 6 版], (2002), 有斐閣
- (16) 中川勝吾, 日本知財学会誌, Vol.12, No.2, pp.60-80 (2015).
- (17) 金井重彦・鈴木将文・松嶋隆弘 編著, 商標法コンメンタール, (2015), レクシスネクシス・ジャパン
- (18) 工藤莞司, 商標審査基準の解説 [第七版], (2012), 発明推進協会
- (19) 京都市立芸術大学, 【令和 2 年 9 月 8 日付】控訴についての理事長コメント, <https://www.kcu.ac.jp/litigation/>, 2020 年 10 月 25 日
- (20) 中山真理子, 別冊パテント, Vol.21, pp.53-66 (2019).
- (21) 宮脇正晴, 特許研究, No.51, pp.33-38 (2011).
- (22) 日本知的財産協会, 知財管理, Vol.70, No.9, pp.1319-1329 (2020).
- (23) 茶園茂樹, 商標法 [第 2 版], (2018), 有斐閣
- (24) 中川勝吾・八神寿徳, 第 66 回 日本経営システム学会 全国研究発表大会講演論文集, pp.116-119 (2021).
- (25) 八神寿徳・狩野幹人・辻誠三, 日本知財学会第 13 回年次学術研究発表会講演予稿集, (2015)
- (26) 中川勝吾・八神寿徳, 日本知財学会誌, Vol.16, No.3, pp.83-93 (2020).
- (27) 時田稔, パテント, Vol.69, No.13, pp.24-34 (2016)
- (28) 土肥一史, 商標法の研究, (2016), 中央経済社

(原稿受領 2021.10.7)