

商標の識別性に関する課題（「認証・証明マークの保護」及び「商標の定義」の観点から）についての調査研究（要約）

I. 本調査研究の目的

本調査研究は、商標の識別性に関する課題の整理として、我が国における特別な証明商標制度を導入する際の識別性等の課題、及び「商標」の定義に識別性を追加することに関する課題を調査、整理及び分析し、我が国の商標法における「認証・証明マーク」の保護の在り方及び「商標」の定義に識別性を追加する場合の制度の在り方の検討のための基礎資料を作成することを目的とする。

II. 本調査研究の内容

1. 「認証・証明マーク」の保護の観点からの識別性に関する課題

(1) 証明商標の識別性についての考え方

証明商標の識別性及び証明商標制度の制度設計を考えるに当たっては、議論の前提として、どのようなニーズがあり、何を保護しようとするのかという政策的判断について十分に議論する必要があることが、多くの委員及びヒアリングを行った学識経験者により指摘された。特に、地理的表示の保護を目的として地名のみからなる文字商標を保護し得る制度とするか、商標法の枠内において一定の品質保証能力を制度として担保するか等の是非により、識別性及び制度設計の考え方は大きく変わり得る。さらに、証明商標の識別性については、登録後の証明商標にかかる商標権が保護しているものの識別力と、登録の段階で要求する識別力は区別して議論する必要がある点に留意が必要である。

公開情報調査の結果、諸外国では、証明商標の識別性について、「証明されている商品等とそうでないものを識別するもの」として規定されている国が多数あり、あるいは、通常商標の識別性の規定（定義）を読替える規定を有する国（英国、シンガポール）も存在することから、証明商標の識別性は通常商標のそれとは異なるものと認識されていると思われる。また、証明商標の定義として、「品質・特性等を証明するために使用される商標である」旨が規定されている国も多く、証明商標の機能は通常商標と異なるものとして規定されていると考えられる。

委員会において、証明商標の保護対象、機能から見たその識別性については、前述のとおり、ニーズ及び政策的判断に基づいて議論をすべきであるが、諸外国型の証明商標制度の導入を念頭に置いた場合、その保護対象、機能及び識別性については、通常商標と同じ

出所表示機能に基づく識別性、あるいは、それとは異なる機能に基づく識別性であるといういずれの考え方も取り得るとする議論がなされた。

委員及びヒアリングを行った学識経験者からは、証明商標の識別性を通常商標と同じ出所表示機能に基づく識別性であるとする理由について、証明商標としての機能は、特定の者によって認証されているか否かということに基づいて発揮されるものであり、商標が付されている商品の品質のみに基づいているわけではないこと、すなわち証明商標は結局のところ品質を保証している出所を示しているものであることが挙げられている。

一方で、通常商標の有する出所表示機能とは異なる機能に基づく識別性であるとする理由について、商標権者が商品等の出所ではないということに加え、ある一定の品質基準をクリアした商品等とそうでないものとを識別できることが証明商標の基本的な識別性であると考えられること、そして、この証明商標が証明されている商品等とそうでないものを識別するという機能を十分に発揮している状態においては、一つの出所というより、商品群に対して使われるものであり、また、その主体もグループもしくはより広い概念からの出所を示すようになることが挙げられている。また、欧州共同体商標規則では、商標権者が一定の品質・特性を保証するもの、あるいは、品質そのものを識別するものである旨の規定あるいは解釈もなされているようであり、我が国に導入する証明商標についても同様の機能に基づく識別性を持つものすることも考えられる。

いずれにしても、これらの議論は、証明商標の保護対象をどうすべきか、あるいは既存の商標法に証明商標を導入する際の考え方の整理によって変わり得るものといえる。例えば、証明商標を商標法の枠組みに入れるためには、何らかの出所表示機能を有すると考えるべきであるという意見、現在の審査実務では出所に基づく識別性を前提とした審査が行われているという実態を考慮すべきという意見があった。

(2) 「商標」の定義との関係について

委員会においては、「商標」の定義に識別性の文言を入れるとした場合には、通常商標と証明商標の識別性について1つの定義規定で対応できるのか、あるいは、証明商標の定義規定を別に置いて、証明商標の識別性の問題を別途考えるのかどうかを、最初の議論として検討する必要があるという議論がなされた。

公開情報調査結果によれば、諸外国には、証明商標の定義中に、通常商標と異なる識別性が別途規定されている国（「証明されている商品等とそうでないものを識別するものである」）と、証明商標の識別性が証明商標の定義中には明確に示されていない国（「品質・特性等を証明するために使用される商標である」）がある。我が国においても証明商標の識別性の定義を、通常商標と別に設けるか否かは制度設計の考え方により、いずれも取り得るものである。

ただし、通常商標の識別性として厳格な定義を入れた場合、証明商標が商標法の枠内に収まらなくなることも考えられるという指摘があった。この点、「商標」の定義に「抽象的識別性」(特定の商品等に関わらない何らかの商品等の関係との関係で識別性を有し得ること)を入れる場合には、証明商標の識別性も、通常商標の「抽象的識別性」に含まれ得る概念であることから、証明商標の識別性に関する定義規定を別途置かずの一つの定義規定で対応することも可能ではないかという意見があった。

また、証明商標について、実際にその商品の品質を証明できるという品質保証の能力を制度として担保する制度設計にした場合、そのことを証明商標の定義に入れると商標の枠内に収まらないと考えられることから、それらは登録要件として規定するほうが望ましいのではないかという意見があり、また、この場合、目的規定(1条)を変える必要も生じ得る可能性が指摘された。なお、証明商標の識別性の定義を別途設けることが、「商標」の定義に識別性の規定を導入する議論に対して阻害的に働くことはないという意見があった。

(3) 今後の議論の方向性

証明商標の識別性及び証明商標制度の制度設計を考えるに当たっては、議論の前提として、どのようなニーズがあり、何を保護しようとするのかという政策的判断について、地理的表示の保護の在り方、一定の品質保証能力を商標制度として担保するか等の是非も含めて十分に議論する必要がある。また、証明商標の識別性をどのように考えるかは、商標そのものの識別性について考えることと不可分であり、「商標」の定義に識別性を入れる際の議論の中でも併せて検討していく必要がある。

証明商標制度の導入については、需要者(消費者)の保護の観点からのニーズ及びそれに基づいた制度設計の在り方についてより詳細な議論が必要である。証明商標制度は複雑化する商品表示の現状を背景に、需要者にとってわかりやすい品質等表示制度になり得ると考えられることから、制度導入の在り方について引き続きさらなる検討を行っていくことが望まれる。

2. 「商標」の定義の観点からの識別性に関する課題

(1) 「商標」の定義に識別性を追加する必要性について

「商標」の定義に識別性を追加することについて、産業界を中心に、商取引の現場や商標権侵害訴訟等の実務との関連において、定義に識別性に関する記載がないことによる問題を感じたことがなく、必要と考えないという意見が多数を占めた。一方、法曹界を中心に、国際ハーモナイゼーションや法理論の観点から識別性を追加すべきとの意見があった。

(2) 識別性の追加についての考え方

「商標」の定義への識別性の追加についてどのような立場であっても、これまでの解釈・運用を大きく変更することは望ましくないという点においては、共通の認識があった。その前提で、これまでの解釈、運用を大きく変えない形で「商標」の定義に識別性を追加することが可能かという点では、立場によって見解が分かれた。

「商標」の定義に識別性を追加する場合の他の条文への影響は、識別性の考え方によって大きく相違する。そのため、条文への影響の検討に先立って、追加する識別性の具体的な内容（規定文言）について検討しておく必要がある。

「商標」の定義に追加する識別性についてはいくつかの考え方があるが、代表的な考え方として、使用者の具体的な商品役務に関わらず、何らかの商品役務との関係で客観的に識別性があること（抽象的客観的識別性）と、具体的な商品役務との関係において自他商品役務を客観的に識別できること（具体的客観的識別性）がある。学識経験者ヒアリングや委員会においては、抽象的客観的識別性を要件とする考え方が、他の条文及び法律への影響も少ないとの積極的な意見があったが、日本は概念を厳格に規定する傾向があり、条文上で正確に表すことが難しい抽象的な識別性については、なじまないのではないかとの指摘もあった。他方、具体的客観的識別性を採用し、商標の機能の広がりに対応して複数の識別性の概念を定義に反映させるような商標法全体の考え方を整理を行う方法は、現行法の構成において導入する場合、条文への影響が大きいことが指摘された。

(3) 今後の議論の方向性

「商標」の定義に識別性を追加するに当たっては、議論の前提として、できる限り現状に影響を与えず、かつ理解しやすいものであること、また、条文だけでなく、解釈や運用への影響に配慮することが必要がある。そこで、追加する識別性について、抽象的客観的識別性又は具体的客観的識別性が考え得るものとされた。

今後の検討に当たっては、まず、識別性についての考え方を整理することが求められる。日本の法制度・実務や、立法の具体的な必要性や十分性を満たす識別性とは何かという議論が必要である。識別性は、伝統的な出所表示だけでなく、需要者とのブランド・イメージの情報交換を担うコミュニケーション機能を含むものに広がってきていると考えられており、このような商標の機能の拡大は、日本においても、地域ブランド育成を目的とした地域団体商標制度や新しいタイプの商標の保護制度を始めとして既に見受けられる。「商標」の定義に識別性を追加する課題については、その必要性に関する調査結果を踏まえた上で、

商標の識別性についての考え方の整理と併せ、引き続き、十分に検討を進めていくことが望ましい。

Ⅲ. まとめ

本調査研究では、「商標の識別性」に関する課題について「証明商標」及び「『商標』の定義」の観点から検討を行った。

証明商標における識別性については、証明商標の保護対象、制度の在り方によって変わり得るものであり、制度導入に際して政策的判断も含めたさらなる議論が必要であるが、これをどのように考えるかは、商標そのものの識別性について考えることと不可分であり、「商標」の定義に識別性を入れる際の議論の中でも併せて検討していく必要がある。

また、「商標」の定義に関しては、日本の法制度・実務や、立法の具体的な必要性や充分性を満たす識別性とは何かを十分に議論する必要がある。そして、「商標」の定義に識別性を入れる場合は、できる限り現状に影響を与えず、理解しやすいものが望ましい。

更に、商標の本質的な機能は、伝統的な出所表示機能だけでなく、需要者とのブランド・イメージの情報交換を担うコミュニケーション機能にも広がってきているといわれる。このような新たな機能や特別な証明商標制度を導入する際の品質保証機能への対応も含め、これらを商標法における識別性としていかに保護すべきかが重要な課題であり、引き続き、十分に検討を進めていくことが望ましい。

以上