令和３年度　産業財産権制度各国比較調査研究等事業

他人の氏名等を含む商標に関する調査研究報告書

令和４年３月

一般社団法人　日本国際知的財産保護協会

AIPPI・JAPAN

要約

【調査研究の背景及び目的】

商標法第４条第１項第８号（以下「本規定」という。）においては、構成中に他人の氏名等を含む商標は、人格権（人格的利益）の保護の観点から当該他人の承諾がなければ商標登録できないとされている。近時の審査・審判・裁判においては、本規定が厳格に解釈され、氏名商標の出願が拒絶される傾向にあるところ、氏名を含むブランド名の保護に欠けるとの指摘がある。そこで、国内外における他人の氏名を含む商標に関する制度及び氏名等に係る人格権について調査し、我が国における他人の氏名を含む商標に関する制度の見直しの要否検討の基礎資料とする。

【公開情報調査】

・他人の氏名を含む商標に関する法令・審査基準・裁判例その他の有用な情報を、書籍、論文、審査例・審決例、判例・裁判例、調査研究報告書、審議会報告書、データベース情報及びインターネット情報等を利用して調査。
・国内は、本規定の立法の沿革、商標法第 26 条第１項第１号及び同条第２項を踏まえた自己の氏名を使用できる範囲、故人の氏名を含む商標の取扱いを含め調査。また、氏名権等に関する主要な学説、判例・裁判例を調査。
・海外は、米国、欧州、ドイツ、フランス、中国及び韓国について調査。

【国内ヒアリング調査】

・商標に関する学識経験者又は弁護士・弁理士への調査（４者）。
・氏名権等に関する学識経験者への調査（３者）。
・企業等（ファッション、化粧品及び洋菓子の分野）への調査（４者）。

【海外ヒアリング調査】

・米国、欧州、ドイツ、フランス、中国及び韓国において、氏名商標の実務に豊富な知見・経験を有する弁護士・弁理士が所属している法律事務所への調査。

【委員会による検討】

・学識経験者、弁護士、弁理士の計５名（うち１名は委員長）で構成される調査研究委員会を設置（全三回開催）。
・調査結果を分析、課題を整理し、我が国における他人の氏名を含む商標の制度の在り方を検討。

【まとめ】

・近年、我が国では、ブランド戦略に活用できる商標法を目指して制度の改正が行われてきており、他人の氏名等を含む商標に関する制度についても、見直しの検討が必要となる段階に来ている。
・制度見直しの方向性としては、本規定に係る人格的利益と商標登録を受ける利益との調整、商標法の法目的、本規定の課題の解決、審査の実現可能性、諸外国との制度調和等を考慮し、本規定における「他人の氏名」に一定の知名度に係る要件を設けることが適当ではないか。

調査研究委員会の構成

調査に当たっては、当該分野に精通した学識経験者、弁護士、弁理士による委員会を構成した。委員会では、本調査研究を実施するに当たり、専門家としての知見に基づく各種意見を得た。委員会の弁理士、学識経験者、弁護士、弁理士及びオブザーバの方々及び事務局は以下のとおりである。

【委員(五十音順)】

	石井 美緒	日本大学商学部 准教授 弁護士
	大西 育子	オリナス特許事務所 弁理士
	金子 敏哉	明治大学法学部　教授
(委員長)	小塚 荘一郎	学習院大学法学部 教授
	中川 隆太郎	シティライツ法律事務所 弁護士

【オブザーバ】

川上 一郎	経済産業省 特許庁 審査業務部 部長
髙野 和行	経済産業省 特許庁 審査業務部 商標課 課長
根岸 克弘	経済産業省 特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 室長
石戸 拓郎	経済産業省 特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 課長補佐
神前 博斗	経済産業省 特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 審査官
坂本 明子	経済産業省 特許庁 審査業務部 商標課 法務調査員
松村 智佐登	経済産業省 特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 資料分類調査員
福田 洋子	経済産業省 特許庁 審査業務部 商標課 商標審査基準室 課長補佐
綾 郁奈子	経済産業省 特許庁 審判部 審判課 審判企画室 課長補佐
藤村 浩二	経済産業省 特許庁 審判部 審判課 審判企画室 課長補佐
吉田 昌史	経済産業省 特許庁 総務部 総務課 制度審議室 商標制度係長

【事務局】

樋口 信宏	一般社団法人 日本国際知的財産保護協会 国際法制研究所長
岩本 東志之	一般社団法人 日本国際知的財産保護協会 国際法制研究所　主任研究員（主担当）
澁谷 浩司	一般社団法人 日本国際知的財産保護協会 国際法制研究所　主任研究員（副担当）

謝　辞

調査に当たっては、次の関係者（敬称略）に多大なる御協力・御助言を頂いた。ここに改めて感謝の意を表する。

【国内学識経験者・弁護士・弁理士（五十音順）】

原田雅章知財事務所	金井 倫之　弁理士・ニューヨーク州弁護士
関西大学法学部 法学研究科	隈元 利佳　准教授
大阪大学大学院 高等司法研究科 法務専攻	茶園 成樹　教授
三村小松山縣法律事務所	三村 量一　弁護士
立命館大学法学部	宮脇 正晴　教授
京都大学大学院 法学研究科	山本 敬三　教授
東京大学法学部	米村 滋人　教授

【国内企業及び協会】

国内の企業・協会の方々に多大な御協力を頂いた。社名及び協会名の公表は差し控えるが、改めてここに深く感謝の意を表する。

【海外法律事務所】

Fitch Even Tabin ＆ Flannery, LLP（米国）
Hoffmann Eitle（ドイツ・欧州）
Cabinet Beau de Loménie（フランス）
CCPIT Patent and Trademark Law office（中国）
Kim & Chang（韓国）

目　次

第Ⅰ部　本調査研究の概要 …… 1
第Ⅱ部　調査研究結果の概要 …… 9
第Ⅲ部　日本における他人の氏名等を含む商標に関する制度及び氏名等に係る人格権 …… 37
１．　他人の氏名等を含む商標に関する制度 …… 39
１．１　商標法第４条第１項第８号 …… 39
１．１．１　商標法第４条第１項第８号の制定経緯 …… 39
１．１．２　商標法第４条第１項第８号の審査フロー及び審査実態 …… 46
１．１．３　商標法第４条第１項第８号に関する学説 …… 49
１．１．４　他人の氏名等を含む商標に関する審査例、審決例、裁判例 …… 51
１．２　商標法第 26 条第１項１号及び第２項 …… 88
１．２．１　法律及び制定趣旨 …… 88
１．２．２　商標法第 26 条第１項１号及び第２項に関する裁判例 …… 90
１．３　他人の氏名等を含む商標に関する制度に関するヒアリング結果…… 96
１．３．１　有識者へのヒアリング結果 …… 96
１．３．２　ユーザー（企業等）へのヒアリング結果 ……118
２．氏名等に係る人格権……132
２．１　学説 ……132
２．１．１　氏名に係る人格権（氏名権）……132
２．１．２　肖像に係る人格権（肖像権）……135
２．１．３　名称に係る人格権（名称権）……136
２．１．４ 故人について ……137
２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例 …… 138
２．２．１　最高裁判所の判決 ……138
２．２．２　下級審の判決 ……143
２．２．３　判決の総括的分析 ……153
２．３　氏名等に係る人格権に関するヒアリング結果 ……159
２．３．１　ヒアリング対象者 ……159
２．３．２　ヒアリング結果 ……159
第Ⅳ部　各国・地域における他人の氏名等を含む商標に関する制度及び氏名等に係る人格権 ……189
１．　米国 ……191
１．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度 ……191
１．１．１　氏名を含む商標のニーズ等 ……191
１．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態 ……192
１．１．３　肖像の取扱い ……209
１．１．４　法人等の名称の取扱い ……210

１．１．５　故人の取扱い　……210
１．１．６　他人の氏名等を含む商標の審決例、裁判例　……211
１．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し　……213
１．２　氏名等に係る人格権　……214
１．２．１　氏名等に係る人格権の保護　……214
１．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例……215
２．　欧州　……216
２．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度　……216
２．１．１　氏名を含む商標のニーズ等　……216
２．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態　……216
２．１．３　肖像の取扱い　……223
２．１．４　法人等の名称の取扱い　……224
２．１．５　故人の取扱い　……224
２．１．６　他人の氏名等を含む商標の審決例、裁判例　……224
２．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し　……227
２．２　氏名等に係る人格権　……227
２．２．１　氏名等に係る人格権の保護　……227
２．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例……227
３．　ドイツ　……229
３．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度　……229
３．１．１　氏名を含む商標のニーズ等　……229
３．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態　……229
３．１．３　肖像の取扱い　……239
３．１．４　法人等の名称の取扱い　……241
３．１．５　故人の取扱い　……241
３．１．６　他人の氏名等を含む商標の裁判例　……242
３．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し　……243
３．２　氏名等に係る人格権　……244
３．２．１　氏名等に係る人格権の保護　……244
３．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例……244
４．　フランス　……245
４．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度　……245
４．１．１　氏名を含む商標のニーズ等　……245
４．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態　……245
４．１．３　肖像の取扱い　……250
４．１．４　法人等の名称の取扱い　……251
４．１．５　故人の取扱い　……252
４．１．６　他人の氏名等を含む商標の裁判例　……252
４．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し　……254

４．２　氏名等に係る人格権 ……255
４．２．１　氏名等に係る人格権の保護 ……255
４．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例……256
５．　中国 ……257
５．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度 ……257
５．１．１　氏名を含む商標のニーズ等 ……257
５．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態 ……257
５．１．３　肖像の取扱い ……267
５．１．４　法人等の名称の取扱い ……268
５．１．５　故人の取扱い ……268
５．１．６　他人の氏名等を含む商標の審決例、裁判例 ……269
５．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し ……273
５．２　氏名等に係る人格権 ……274
５．２．１　氏名等に係る人格権の保護 ……274
５．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例 ……277
６．　韓国 ……278
６．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度 ……278
６．１．１　氏名を含む商標のニーズ等 ……278
６．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態 ……278
６．１．３　肖像の取扱い ……288
６．１．４　法人等の名称の取扱い ……288
６．１．５　故人の取扱い ……289
６．１．６　他人の氏名等を含む商標の審決例、裁判例 ……289
６．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し ……299
６．２　氏名等に係る人格権 ……300
６．２．１　氏名等に係る人格権の保護 ……300
６．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例 ……301
第Ⅴ部　他人の氏名等を含む商標に関する制度の在り方についての委員会での検討結果 ……303
１．　他人の氏名等を含む商標に関する検討事項の整理 ……305
１．１　現行制度について ……305
１．１．１　我が国における状況 ……305
１．１．２　他国・地域における状況 ……307
１．２　現行制度の問題点 ……316
１．３　問題解決の選択肢 ……317
１．４　分析 ……318
１．４．１　審査における運用変更 ……318
１．４．２　法改正 ……324
１．４．３　各選択肢についてのまとめ ……332

２．　他人の氏名等を含む商標に関する制度の在り方（本委員会での検討）……334
２．１　制度見直しの方向性　……334
２．２　法改正（案７）について　……337
２．２．１　条文について　……337
２．２．２　主要な課題の検討　……338
２．２．３　法改正におけるその他の留意事項　……341
２．３　運用の見直しについて　……342
２．３．１　運用の見直しの可能性　……342
２．４　まとめ　……344

第Ⅰ部　本調査研究の概要

１．調査研究の背景及び目的

他人の氏名等を含む商標は、商標法第４条第１項第８号（以下、特段の断りのない限り「本規定」という。）に該当し、当該他人の承諾を得ない限り商標登録を受けることができない。本規定は、人格権（人格的利益）保護のための規定とされており、裁判例において、他人の周知性や出願商標の周知性の有無にかかわらず、また、氏名の漢字表記のみならず欧文字表記やカタカナ表記も含めて、その他人（他人が複数存在する場合にはその全員）の承諾がなければ商標登録できないものとして厳格に解されている。

一方、ファッション業界等を中心に、デザイナーの氏名をブランド名として採用する傾向にあるところ、同姓同名の者が複数存在する場合や、氏名の漢字は相違するものの欧文字表記が同一となる他人が複数存在する場合に、全ての他人から承諾を得ない限り商標登録をすることができないとする現行の規定・解釈は、氏名からなるブランド名の保護に欠けるとの指摘もある。

そこで、本調査研究では、国内外における他人の氏名を含む商標に関する制度及び氏名等に係る人格権について、文献及び裁判例等の調査、並びに関係者へのヒアリングを実施するとともに、委員会形式での検討を行い、我が国における他人の氏名を含む商標に関する制度の見直しの要否検討の基礎資料として、本報告書を取りまとめた。

２．調査研究の内容

２．１　調査の内容及び手法

他人の氏名を含む商標について、国内外のニーズ、諸外国の制度及び制度上の課題、並びに氏名等に係る人格権（人格的利益）（以下「氏名権等」という。）の内容、保護対象、侵害成立の要件等を調査した。上記の内容について、次の２．１．１ないし２．１．３の手法により調査を実施した。

２．１．１　公開情報調査

（１）他人の氏名を含む商標に関する法令・審査基準・裁判例その他の有用な情報（ニーズの把握及び国内ヒアリング調査において考慮すべき情報等）を調査するため、公開情報調査を実施した。

（２）調査には、書籍、論文、審査例・審決例、判例・裁判例、調査研究報告書、審議会報告書、データベース情報及びインターネット情報等を利用した。

（３）海外の調査対象は、米国、欧州、ドイツ、フランス、中国及び韓国とした。

（４）国内の調査においては、本規定の立法の沿革、商標法第 26 条第１項第１号及び同条第２項を踏まえた自己の氏名を使用できる範囲、故人の氏名を含む商標の取扱いを含め、調査した。また、氏名権等に関する主要な学説、判例・裁判例を調査した。

（５）調査結果は、これを踏まえて行う国内外ヒアリング調査（下記２．１．２及び２．１．３）及び委員会（下記２．２）における検討資料として利用できるように、可能な範囲で整理・類型化して分析した。

２．１．２　国内ヒアリング調査

公開情報調査（上記２．１．１）の結果を踏まえ、より詳細な調査を行うため、国内ヒアリング調査を実施した。

（1）ヒアリング対象者

（ⅰ）商標に関する学識経験者又は弁護士・弁理士への調査

本規定に関する課題の整理及び分析に対する専門的な視点からの助言を得るため、これらに関連する法令、学説、判例・裁判例等に精通した学識経験者、弁護士又は弁理士（計４者）に対し、ヒアリング調査を実施した。

（ⅱ）氏名権等に関する学識経験者への調査

氏名権等に関する課題の整理及び分析に対する専門的な視点からの助言を得るため、これらに関連する法令、学説、判例・裁判例等に精通した学識経験者（計３者）に対し、ヒアリング調査を実施した。

（ⅲ）企業等への調査

デザイナー・クリエータ等の人名の保護に関する要望及び課題を把握するため、ファッション、化粧品及び洋菓子の分野の企業等（計４者）に対し、ヒアリング調査を実施した。

ヒアリング対象者の内訳は以下のとおりである。

表１．国内ヒアリング対象者

対象者			数
学識経験者・弁護士・弁理士	商標	学識経験者	2
		弁護士	1
		弁理士	1
	氏名権等	学識経験者	3
企業等		ファッション関連	2
		化粧品関連	1
		洋菓子関連	1
		計	11

（2）ヒアリング内容

現行制度及の課題、改正の必要性等について幅広く意見を収集するために、ヒアリング対象者ごとに下記の質問内容を設定して、ヒアリングを実施した。

表２．商標に関する学識経験者又は弁護士・弁理士へのヒアリング項目

項目分類	質問内容
１．現行制度について	氏名を含む商標に係る現行法の解釈・運用に対する意見と要

	件の緩和の必要性
	実務における氏名を含む商標登録のニーズ
２．本規定の解釈について	本規定において問題とされる「他人」の（不）利益の具体的内容
	本規定に係る人格的利益とパブリシティ権（〔ピンク・レディー事件〕）との関係
	本規定における「他人」の範囲
３．マツモトキヨシ音商標事件[1]について	本規定の趣旨に関する最高裁判決との関係
	氏名を含む商標に関する従来の知財高裁判決との関係
	今後の実務に与える影響（文字のみからなる商標への影響等）
４．現行制度の見直しについて	氏名を含む商標の登録要件の緩和の在り方（制度見直し案への意見）
	「肖像」、「名称」の取扱い（氏名を含む商標同様に本規定の要件を緩和すべきか）
	故人の「氏名」の取扱い（現状は商標法第４条第１項第７号で考慮）
	氏名を含む商標の登録要件の緩和により想定される問題点

表３．氏名権等に関する学識経験者へのヒアリング項目

項目分類	質問内容
１．氏名権について	学説・判例上の整理（権利の内容、保護対象、侵害の成立要件、救済手段等）
	氏名を有する者の知名度と氏名権の関係
	「氏名を他人に冒用されない権利・利益」（〔NHK 日本語読み訴訟事件〕）とパブリシティ権（〔ピンク・レディー事件〕）との関係
	故人の「氏名」の取扱い（氏名権の対象となるか）
	法人等の「名称」の取扱い（「氏名権」のような権利は認められるか）
２．氏名権と本規定の氏名等に係る人格的利益との関係について	氏名権と本規定に係る人格的利益の関係
	氏名を有する者の知名度と本規定に係る人格的利益の関係
	自らの承諾なしにその氏名を商標に使われる者（本規定の「他人」）が被る（不）利益の具体的内容
	本規定に係る人格的利益の侵害成立の要件（氏名の無断使用は当然に本規定に係る人格的利益の侵害となるのか）
３．氏名権と他の権利との調整の在り方について	氏名権と他の権利との調整についての学説・判例上の整理
	本規定に係る人格的利益と、氏名を含む商標について登録を受ける利益との調整の在り方（制度見直し案への意見）
	故人の「氏名」の取扱い（生存する個人の「氏名」と同様に扱うべきか）
	「肖像」、「名称」の取扱い（「氏名」と同様に扱うべきか）

[1] 知財高判令和３年８月 30 日（令和２年(行ケ)第 10126 号）〔マツモトキヨシ音商標事件〕。

表４．企業等へのヒアリング項目

項目分類	質問内容
１．デザイナー等の氏名を含む商標を登録するニーズについて	デザイナー･クリエータ等の氏名を含む商標の登録ニーズ
	登録を希望する氏名を含む商標の構成・態様等
	デザイナー等の氏名を含む商標のブランド戦略における位置付け
２．デザイナー等の氏名を含む商標を出願した経験等について	デザイナー等の氏名を含む商標についての出願等の経験
	現行制度における事業上の不利益の有無
３．デザイナー等の氏名を含む商標の保護に関する要望・課題について	氏名を含む商標の登録要件の緩和への要望
	氏名を含む商標の登録要件の緩和により想定される不利益

２．１．３　海外ヒアリング調査

公開情報調査（上記２．１．１）の結果を踏まえ、より詳細な調査を行うため、海外ヒアリング調査を実施した。

（1）ヒアリング対象者

米国、欧州、ドイツ、フランス、中国及び韓国を対象とし、当該国・地域の制度、課題等に関して詳細な情報を入手するために、氏名商標の実務に豊富な知見・経験を有する弁護士・弁理士が所属している法律事務所にヒアリングを実施した。

（2）ヒアリング内容

現地の法律・運用の実情を入手するために以下の質問内容を設定して、オンライン会議形式によりヒアリングを実施した。

表５．海外法律事務所へのヒアリング項目

項目分類	質問内容
１．氏名を含む商標が採用される分野について	氏名を含む商標が多く使用される商品又はサービス分野
２．氏名を含む商標に関する制度の実態について	他人の氏名を含む商標について、規定する法令、基準、ガイドライン、マニュアル（以下「法令等」）の有無
	上記法令等の趣旨、及び上記規定における他人の氏名権等の考慮の在り方
	上記法令等における下記の要素の判断への影響の有無 （ａ）出願商標に含まれる氏名が、「他人」のフルネームか、姓又は名のみか （ｂ）「他人」が現存する者か、故人か （ｃ）氏名の一致について害意があるか、そうでないか（偶然の一致か） （ｄ）出願商標に含まれる氏名が出願人の自己の氏名か、そうでないか （ｅ）「他人」が知名度を有する者か、そうでない者か （ｆ）「他人」が顧客吸引力を有する者か、そうでない者か

	（g）出願商標が「他人」の名声を汚すものか、そうでないか （h）出願商標が出願人の業務に係る商品又は役務の出所を示すものとして知名度を有するか、そうでないか
	上記項目（e）、（f）、（g）、（h）の判断方法
	姓又は名のみからなる商標の登録による保護可能性
	普通に用いられる表記による氏名商標の登録による保護可能性
	肖像、名称を含む商標に関する法令等の有無
	各国・地域の制度に関する質問（各国及び地域ごとに質問を設定）
3．現行制度の課題・見直しについて	氏名商標の保護の課題、制度についての改正等のニーズ、見直しの議論の有無
4．氏名を含む商標に関する事例について	他人の氏名を含む商標についての審査例、審決例、判例、裁判例
5．日本の制度について	日本への出願経験、日本の制度等への意見

２．２　委員会による検討

専門家による委員会を設置し、上記（２．１）の調査結果を分析、課題を整理し、我が国における他人の氏名を含む商標の制度の在り方を検討した。

２．２．１　委員会の構成

上記（２．１）の調査結果を踏まえ、本調査研究の課題について専門的な視点からの検討、分析、助言を得るため、学識経験者、弁護士、弁理士の計５名（うち１名は委員長）で構成される調査研究委員会を設置した。

委員会の委員は次のとおりである。

表６．委員会委員（五十音順）

	石井 美緒	日本大学商学部 准教授／弁護士
	大西 育子	オリナス特許事務所 弁理士
	金子 敏哉	明治大学法学部 教授
（委員長）	小塚 荘一郎	学習院大学法学部 教授
	中川 隆太郎	シティライツ法律事務所 弁護士

２．２．２　委員会の開催

委員会は１回２時間とし、全三回開催した。委員会の開催日及び検討内容は、次のとおりである。

【第１回】2021（令和３）年９月 15 日（水）
調査方針の確認、公開情報調査の結果報告、国内外の法制度の整理、ヒアリング先及びヒアリング調査項目の決定、現行制度に関する課題の確認

【第２回】2021（令和３）年 11 月 26 日（金）
ヒアリング調査の結果報告、現行制度に関する課題の整理及び分析・検討、他人の氏名を含む商標の制度の在り方の検討

【第３回】2022（令和４）年２月８日（火）
他人の氏名を含む商標の制度の在り方の検討、報告書（案）の提示及び検討

以上の調査内容及び手法に基づいて実施した調査の結果及び委員会での検討結果を第Ⅱ部以降にとりまとめ、委員会における検討結果とあわせて本報告書を取りまとめた。

第Ⅱ部　調査研究結果の概要

１．日本における他人の氏名等を含む商標に関する制度及び氏名等に係る人格権

１．１　商標制度

１．１．１　商標法第４条第１項第８号の制定経緯、審査実態、学説

（１）制定経緯

商標法第４条第１項第８号（本規定）は、「他人の肖像又は他人の氏名若しくは名称若しくは著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称を含む商標（その他人の承諾を得ているものを除く。）」は商標登録を受けることができないと規定している（不登録事由）。

「他人の氏名」について、本規定に相当する条文が商標法に初めて規定されたのは、明治 42 年商標法とされる。明治 42 年商標法制定当時の条文の趣旨は、「不正手段を防遮するため」と説明されていたが、現行法においては、人格権保護の規定と解釈されている。

（２）審査実態

現在、特許庁では、構成中に他人の氏名を含む商標が確認された場合、氏名を表す文字の種類（漢字、欧文字等）、「他人」の知名度、出願商標の知名度の有無等に関わらず、当該他人の承諾がない限り、本規定により拒絶するという審査を行っている。

審査における他人の氏名の調査は、出願商標に含まれる氏名について、一般的な検索サイト等により、当該氏名の使用状況を確認することにより行われており、当該氏名が他人の氏名を表すものと認められ、かつ、当該他人が現存することが推認できる場合は、本規定に該当する旨の拒絶理由を通知している。上記の運用は、出願商標が出願人の自己の氏名等に係る商標であっても同様であり、「他人の氏名」に該当する場合には承諾が必要となる。また、他人が複数存在する場合には、その全員の承諾が必要となる。

（３）学説

学説では、本規定で保護される人格権について議論があり、例えば、第三者に排他的に自己の氏名を使用されることによる嫌悪、羞恥、不快等の精神的な苦痛を問題としていると理解する見解が確認された。

本規定の「他人」の範囲については、「他人」に限定を付す立場、限定を付さない立場が存在する。「他人」に限定を付す立場は、本規定を文言通り理解すると、適用対象が広くなり、不当な結果となることを踏まえ、解釈により著名性等の限定を付す見解である。他方で、「他人」に限定を付さない立場は、本規定の文理解釈の限界を指摘し、解釈で限定を付すことは困難とする見解である。

（４）審査例・審判例・裁判例

（ｉ）審査例・審判例

（Ａ）「氏名」を含む商標

（ａ）出願人

株式会社等の法人である場合がほとんどであった。出願人が個人である場合、出願人の氏名と商標に含まれる氏名が一致しており、出願人の自己氏名に係る商標とみられるもの

が多いが、これに該当しない事例も存在した。

（ｂ）指定商品・役務

ファッション関係、玩具関係、広告・小売等関係、教育サービス関係が比較的多い。

（ｃ）文字の種類

欧文字表記のみからなる商標、又は欧文字表記を含む商標が比較的多く確認された。

近年の審査例・審決例では、日本人の氏名の欧文字表記も、本規定の「氏名」に含まれるという解釈が採用されている。

（ｄ）構成・態様

氏名の表記における姓と名の区切りの有無については、区切りのあるものの方が多く確認された。近年の審査例・審決例では、姓と名の区切りの有無にかかわらず、本規定の該当性を認め、拒絶される事例が多いものと考えられる。

氏名以外の要素の有無については、氏名のみからなるものの方が多く確認された。

（ｅ）その他の考慮要素

近年の審査例・審決例では、「他人」の周知・著名性、出願商標の周知・著名性、出願人と他人との間の競業事業の有無といった条文にない要件を考慮することなく、本規定の該当性を認め、拒絶される事例が多いものと考えられる。

（Ｂ）「肖像」を含む商標

（ａ）出願人

スポーツ選手のマネジメントを行う株式会社等、法人である場合がほとんどであった。

（ｂ）指定商品・役務

ファッション関係、広告・小売等関係、教育サービス関係が比較的多い。

（ｃ）肖像の対象等

肖像の対象については、芸能人やスポーツ選手といった著名な者が比較的多い。

肖像の態様については、写真、イラスト又はシルエットからなるものが確認された。

（ｄ）構成・態様

肖像のみからなるもののほか、肖像を有する者の氏名や関連する文字、数字等を含むものが複数確認された。

（ｅ）拒絶理由の内容

氏名のように、一つの対象（肖像）につき複数人の「他人」が拒絶理由において示される例は確認できなかった。この点で、氏名を含む商標と比較すると、承諾書を得て登録を

得ることが容易である場合が多いものと考えられる。

（C）「名称」を含む商標

（ａ）出願人

調査対象とした事例は、いずれも法人（株式会社）であった。

（ｂ）指定商品・役務

特段の傾向を見いだせなかった。

（ｃ）文字の種類

欧文字のみからなるものと比較し、漢字、カタカナを用いるものが比較的多い。

（ｄ）構成・態様

名称以外の要素を含む商標は、氏名を含む商標の場合と比較して少ない。

審査例及び審決例いずれにおいても、名称の認定に関して、文字の種類や商標の構成・態様が争点となるものは確認できず、この点は氏名を含む商標と異なっていた。名称を含む商標において比較的多く見られた争点は、商標に含まれる名称の「略称」の著名性であった。

（ⅱ）裁判例

最高裁判所の判決においては、本規定の趣旨は、氏名等に関する他人の人格的利益を保護することであると確認されている（最判平成 16 年６月８日（平成 15 年（行ヒ）第 265 号）〔LEONARD KAMHOUT 事件〕、最判平成 17 年７月 22 日（平成 16 年（行ヒ）第 343 号）〔国際自由学園事件〕）。また、他人の人格的利益の内容について、「人は、自らの承諾なしにその氏名、名称等を商標に使われることがない利益を保護されているのである」と判示されている（最判平成 17 年７月 22 日（平成 16 年（行ヒ）第 343 号）〔国際自由学園事件〕）。

高等裁判所の判決においても、本規定の趣旨は「他人の人格的利益の保護」であることが繰り返し確認されている。「氏名」の認定については、商標の外観や我が国における一般的な氏名の表記方法等により、人の氏名と客観的に把握されるものであるか否かを基準として行われることが一般的である。「他人」については、ハローページやウェブページ等を根拠として、本願商標に含まれる氏名と同一氏名を有する他人の有無が認定されており、当該他人（複数存在する場合にはその全員）の承諾を得ない限り、登録を認めないという立場が採用されている。本規定の考慮要素については、本規定を文言どおりに解釈し、「他人の氏名」の知名度、出願商標の知名度、出願人と他人との競業関係の有無等は通常考慮されない。

近時の高等裁判所の判決（知財高判令和３年８月 30 日（令和２年（行ケ）第 10126 号）〔マツモトキヨシ音商標事件〕）は、本規定が「出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名、名称等に係る人格的利益の調整を図る趣旨の規定」であるとし、「取引の実情に照らし、…音商標に接した者が、普通は、音商標を構成する音から人の氏名を連想、想起するもの

と認められないとき」は、当該音商標は本規定に該当しないと判示した。

１．１．２　商標法第 26 条第１項第１号及び第２項の法律及び制定趣旨、裁判例

（１）法律及び制定趣旨

商標法第 26 条第１項第１号は、「自己の肖像又は自己の氏名若しくは名称若しくは著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称を普通に用いられる方法で表示する商標」には、商標権の効力は及ばないと規定している。ただし、「不正競争の目的」がある場合はこの限りでない（同条第２項）。

なお、商標法上、「商標」とは、業として商品等を譲渡等する者（事業者）が、その商品等に使用するものをいうことから、事業者でない者の立場で氏名を使用する場合は「商標」に該当しない。したがって、第 26 条の適用が問題となるのは、事業者の立場で氏名を使用する場合である。

（２）裁判例

最高裁判所の判決では、略称が問題となった事案において、略称を示す文字が「図形標章と一体的に組み合わせて」用いられる場合は、「普通に用いられる方法で表示するもの」に該当しないと判断されている（最判平成９年３月 11 日（平成６年（オ）第 1102 号）〔小僧寿し事件〕）。

下級審の判決では、名称が問題となった事案において、ビール瓶の正面に貼られたラベルの下部に小さな活字一行で記載された文字は、「普通に用いられる方法で表示するもの」に該当すると判断された事例が一件存在する。他方で、需要者の注意を引くような字体による場合や、装飾が施された場合は、「普通に用いられる方法で表示するもの」に該当しないと判断されている。

１．１．３　知財の有識者及びユーザーヒアリング結果

（１）知財の有識者へのヒアリング結果

（ⅰ）本規定に係る現行法の解釈・運用

近年の解釈・運用の厳格化により本規定が実務上障害となる場合が多いとの意見や、他人の利益はそれほど強いものではなく出願人側の利益を優先すべき場合があるとし、解釈論として出願人側の利益を折り込んでもよいのではないかとの意見があった。

一方で、立法の在り方として不合理とはいえず、現在のままでも問題はないという意見もあったが、この意見においても、現行法の解釈・運用について他人の人格的利益をやや保護し過ぎているという面が指摘でき、改正するという意見も理解はできるとのことであった。運用がまちまちである点に問題があるとし、冒認出願の増加を防ぐため、運用を一律に厳しくすべきではないかとの意見もあった。

（ⅱ）本規定に係る人格的利益の内容

承諾なく氏名を商標として使用等されることに伴う精神的な苦痛を意味するとのことで、おおむね意見が一致していた。

（ⅲ）現行法における「他人」の範囲の解釈

「他人」の範囲は限定されない（全ての「他人」が含まれる）との意見が多かった。その理由としては、「他人」が無名でも、出願人にその氏名を使う正当な理由がなければ「他人」の利益を優先することはあり得ること、著名な者に限定すると先物買いのように他人の氏名を出願する人が必ず出てくることなどが挙げられた。

一方、国際調和の観点から、社会通念上、特定できる「他人」に限定してもよいのではないか、という意見もあった。

（ⅳ）〔マツモトキヨシ音商標事件〕の評価

（Ａ）最高裁判決との関係

マツモトキヨシ音商標事件の判決が、本規定を出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名等に係る人格的利益の「調整を図る趣旨の規定であ」るとしたことについて、本規定の趣旨を氏名等に関する「人格的利益を保護することにあると解される」とした最高裁判決（〔LEONARD KAMHOUT 事件〕、〔国際自由学園事件〕）との関係は矛盾していないと考えるとの意見が複数得られた。その理由としては、最高裁判決も出願人の利益と他人の人格的利益の調整を図ったものであって利益衡量をしているものと考えられること、マツモトキヨシ音商標事件判決の言及する「調整」は最高裁判決から一歩進んだ解釈を示したものであることが挙げられた。

なお、マツモトキヨシ音商標判決が「氏名･･･認識されるものとはいえない」とした点について疑問を呈する意見があった。

（Ｂ）高裁判決との関係

マツモトキヨシ音商標事件と他人の氏名に係る従来の知財高裁判決（知財高裁平成 28 年８月 10 日判決（平成 28 年（行ケ）第 10065 号）〔山岸一雄大勝軒事件〕、知財高裁令和元年８月７日判決（平成 31 年（行ケ）第 10037 号）〔KEN KIKUCHI 事件〕、知財高裁令和２年７月 29 日判決（令和２年（行ケ）第 10006 号）〔The Soloist.事件〕）との関係は「整合しづらい」とする意見がある一方で、整合的に理解しようとする立場から、マツモトキヨシ音商標事件は、出願商標の著名性を市場における一般的な事情（「この音（出願商標）を聞いたら普通は人名とは思わない」）として考慮したものとする意見、音商標であることが影響して従来の文字商標の事例とは違う整理がなされたという意見があった。

（Ｃ）今後の出願に与える影響

マツモトキヨシ音商標事件の考え方が適用できるのは、音商標に限定されるとの意見がある一方で、音商標に限定されないという意見も複数あった。後者として、商標が極めて著名な場合にも適用可能であるとする意見、デザイン化された文字商標や図形を伴う文字商標にも適用可能であるとする意見があった。

（ⅴ）本規定の登録要件緩和の在り方

本規定の登録要件緩和の在り方について、例えば、①出願商標に含まれる氏名が出願人

の「自己氏名」である場合には、「他人」の承諾がなくとも、商標登録を認める制度、②出願商標が出願人の業務に係る商品・役務の出所を示すものとして周知である場合には、「他人」の承諾がなくとも商標登録を認める制度、③「他人」が周知・著名である場合に限って、「他人」の承諾を必要とし、これに該当しない場合には、「他人」の承諾がなくとも、商標登録を認める制度の各案について以下のような意見が得られた。

①については、反対する意見が多かった。その理由としては、なぜ自己の氏名であれば本規定が適用されないのか合理的に説明することが難しいこと、同姓同名の（周知な）他人がいる場合に早い者勝ちを認めてよいか問題となり得ること、氏名商標を使う場面は自己氏名である場合に限定されないこと、権利移転の制限を付さないと制度の悪用のおそれがあること（他人に自己氏名を含む商標を出願させ、登録後に別の者に移転させるおそれ等）が挙げられた。

②については、譲渡を禁止する等の手当を行うことを前提に、賛成する意見があった。また、不正競争防止法との整合性の観点から、商品・役務との関係がなくなったり、周知性が失われたりしたときは、登録が取り消される制度が望ましいとの指摘があった。

③については、「他人」が周知・著名な場合であれば、人格的利益の侵害が起こる蓋然性が高く、審査の観点を踏まえた簡便な方法として賛成する意見があった。他方で、「他人」が無名でも「他人」の利益を優先することはあると考えられることや、事後的に著名になった他人との関係への懸念を指摘する意見もあった。

②、③については、審査においてばらつきが出ることへの懸念も指摘された。

（vi）故人の取扱い

本規定の「他人」に故人を含める必要はないとのことで、意見が一致していた。

その理由としては、構成中に故人の氏名を含む商標については、商標法第４条第１項第７号等で拒絶することが可能であり、その方が適切（故人の場合は生存する者以上に個別具体的な判断が必要になるため）であること、不正競争防止法でも保護できる場合があること等が挙げられた。

（vii）肖像、名称に関する要件緩和の必要性

本規定の「肖像」、「名称」いずれも、現時点では、「氏名」と同様の要件緩和を行う必要はないという意見が多かった。その理由としては、「肖像」、「名称」いずれも、「氏名」とは性質が異なるため、要件緩和を行う必要性（ニーズ）がないことが指摘された。

「肖像」については、個人の特定性が高く、偶然の一致は考え難いため「氏名」と同様の要件緩和の必要性は低いとの意見が主であった。「名称」については、その対象が広く「氏名」以上に選択の幅も広いこと、人格的利益の保護とは関係がないと考えられることから、そもそも本規定に含まれていることが疑問であるとの意見もみられた。

他方で、「氏名」と「肖像」及び「名称」を区別して扱うことについて、説明がつかない可能性があり、この点を重視するなら、同様に緩和せざるを得ないのではないかとの指摘もあった。

（２）ユーザー（企業等）へのヒアリング結果

（ｉ）氏名を含む商標を登録するニーズ

デザイナー・クリエータ等の氏名商標を登録するニーズについては、これを肯定する意見が大半であった。とりわけ、ハイファッション、ラグジュアリーファッションのような業界では氏名商標はニーズがあるというよりも必須であるとの意見があり、業界によっては、強いニーズがあることが確認された。氏名商標のブランド戦略における位置付けとしては、特に、ファッション業界については、ブランド戦略上、氏名商標は必要不可欠で、一番大事なものである、事業において必須であるといった意見があり、氏名商標の重要性が確認された。

（ⅱ）登録を希望する商標の構成・態様等

氏名のみからなる文字商標の登録を基本として、これに加えて図形等を付した文字商標の登録を希望する意見が多かった。氏名を表記する文字の種類については、グローバルな事業展開の必要性から、欧文字表記を希望する意見が多かった。商標のタイプについては、氏名商標との関係において、文字商標以外の登録を希望する意見は確認できなかった。

（ⅲ）氏名を含む商標出願の経験等

商標出願を担当する弁理士からは、中小企業や個人事業者がある程度ビジネスが進んだ後で氏名商標を取得する場合の困難性や、第三者から承諾書を得ることの難しさが指摘された。また、過去に同種の商標について登録を認められたにもかかわらず、近年は拒絶となり対応に苦慮しているとの意見が複数あった。過去に登録がある氏名商標であっても、グローバル戦略等を考えていく中で、複数の区分で複数の登録を持っていたものについて、マドプロ制度を利用した一括管理、効率的運用のため、新たに出願する必要があるとの指摘もあった。

（ⅳ）本規定の登録要件緩和の在り方

企業の商標担当者からは、出願人の著名性、あるいはブランドの認知度、周知性によって氏名商標の登録を認めるという意見が多かった。登録に関するレギュレーションを決めて欲しいという意見、冒認出願を防止できるような制度にして欲しいという意見、事業の実体のない者についてまで登録を認める必要はないという意見もあった。

商標出願を担当する弁理士からは、氏名商標に関する現在の基準及びその解釈を緩和して、従来の解釈に戻してほしいという意見、インターネットに載っていなければ登録でき、載っていたら登録できないということになっており、審査の平等性からも問題があるとの指摘があった。また、ブランドの知名度を考慮して本規定の適用がなされるべきとの意見もあったが、この意見に対しては出願人がまだ周知・著名でない段階でブランドとして自己の氏名を出願する場合に対応できないのが問題であるとの指摘もあった。

「他人」が周知・著名な場合に限り本規定の拒絶事由とする考え方については、他人に一定の限定が付され本規定の引用対象が縮小することになりよいという意見、第三者はデザイナー等の氏名が著名であるという前提で冒認出願をするので、そこに対しては登録を

認めないということであれば理解ができ、また、新興デザイナーの氏名商標についても登録が認められる可能性がある点はよいとの意見があった。「他人」の周知・著名性の判断については、特定の分野で著名・周知な名前があるときに、その人の名前で、他の分野の氏名商標が拒絶されるとことになると影響が大きいことから、何らかの限定を付してほしいとの意見もあった。

１．２　氏名等に係る人格権

１．２．１　学説及び裁判例

（１）学説

（ⅰ）氏名権

氏名権は、明文の規定はないものの、人格権の一内容を構成するものとして、学説・判例によって承認されている。氏名権の内容については、複数の学説において、氏名を他人に冒用されない権利（氏名専用権）、氏名を正確に呼称される権利・利益（氏名呼称権）が挙げられている。また、氏名に係るパブリシティ権を挙げる学説も複数見られるが、その法的性質については議論がある。その他に、通称等の使用を妨害されない権利・利益、氏名を正確に表記される権利・利益、氏名の表示・公表に関する権利・利益、氏名の秘匿に関する権利・利益、敬称の使用に関する権利・利益を挙げるものがある。

氏名権の保護対象については、戸籍上の氏名が含まれることは争いがないと考えられるが、その他にどのような氏名や名称が保護の対象となるかについては議論がある。例えば、作家、芸能人の芸名などの変名（通称）、婚姻前の旧姓からなる通称、家元の名称、法人・団体の名称（後述）等を挙げる学説がある。

氏名権の侵害が成立する要件については、通説的見解はないものと考えられる。もっとも、氏名権のうち、氏名専用権の侵害については、氏名の使用のみでは足りず、権利者の利益を害することを必要とする見解がある。また、小説などの著作物における架空の名称が、実在する人の氏名と一致する場合（偶然の一致）についても、氏名の使用のみで侵害を認めるのではなく、実在する人が不利益を受ける場合に侵害を認めるとする見解があり、さらに、このような偶然の一致については、作者に違法性がないことから、特殊な氏名の場合を除き、実在の人はその氏名使用を原則として甘受するほかないとする見解も確認された。

氏名権が侵害された場合の救済手段については、差止め及び損害賠償が考えられる。

（ⅱ）肖像権

肖像権についても、明文の規定はないが、学説・判例上、承認されているものと考えられる。肖像権の保護の根拠、法的権利性（不法行為法上保護される「利益」にとどまるか、法的権利性を有する「権利」であるか）等については、議論がある。

肖像権の保護対象は人（自然人）であり、物（動物、事物等）は対象とならないと解されている。

肖像権の侵害が成立する要件についても、通説的見解はないものと考えられる。もっとも、自己の肖像の作成・公表を禁止する権利に関しては、承諾、同意のある場合又は承諾

なしに撮影、公表できる場合（目的、態様等を考慮）には、侵害に該当しないとする見解が複数確認された。

肖像権が侵害された場合の救済手段については、差止め及び損害賠償が考えられる。

（iii）名称権

法人や団体の名称が人格権による保護の対象となるかについては、学説上、議論がある。具体的には、人格権としての氏名権とは別の問題として考察すべきとする見解、性質上自然人しか享有し得ない生命、身体に係る利益は別として、法人・団体にも人格権の保護は及ぶと解する見解がある。法人や団体の名称に人格権が認められる場合、その内容や保護対象が問題となるが、これらの点についても通説はないものと考えられる。

（２）裁判例

（ｉ）最高裁判所の判決

（Ａ）氏名権

最高裁が氏名権について初めて判断したのは、最判昭和 63 年２月 16 日（昭和 58 年（オ）第 1311 号）〔NHK 日本語読み訴訟事件〕であり、この判決は、氏名に関する権利・利益が人格権の一内容を構成するものであることを明らかにした。もっとも、直接的には「氏名を正確に呼称される利益」（氏名呼称権）が問題となった事案であるため、氏名専用権について、その内容・対象、侵害の成立要件について明らかにするものではない。

氏名、肖像等に係るパブリシティ権について、最高裁として初めて判断したのは、最判平成 24 年２月２日（平成 21 年（受）第 2056 号）〔ピンク・レディー事件〕であり、氏名、肖像等の顧客吸引力を排他的に利用する権利をパブリシティ権とし、人格権に由来する権利と位置付けた。また、同判決は、パブリシティ権の侵害の判断について、「専ら」基準説を採用した上、パブリシティ権侵害が成立する三類型を明らかにした。

（Ｂ）肖像権

最高裁として、初めて肖像に関連する判断をしたのは、刑事事件であり、警察官によるデモ隊員の写真撮影に関する最判昭和 44 年 12 月 24 日（昭和 40 年（あ）第 1187 号）〔京都府学連事件〕である。この判決は、権利や利益ではなく「自由」という表現を用い、また「これを肖像権と称するかどうかは別として」という留保を付しているが、実質的に肖像権を肯定したものと評価されている。最高裁の民事事件として、初めて肖像に関連する判断をしたのは、最判平成 17 年 11 年 10 日（平成 15 年（受）第 281 号）〔和歌山毒入りカレー事件〕である。この判決は、〔京都府学連事件〕を引用して「人は、みだりに自己の容ぼう等を撮影されないということについて法律上保護されるべき人格的利益を有する」と述べるとともに、「人は、自己の容ぼう等を撮影された写真をみだりに公表されない人格的利益も有する」と判示し、人がみだりに自己の容ぼう等を撮影されないこと及び自己の容ぼう等を撮影された写真をみだりに公表されないことについて、人格的利益を有することを明らかにした。

また、同判決は、人が、自己の容ぼう等を描写したイラスト画についても、これをみだ

りに公表されない人格的利益を有することを明らかにしている。肖像権の侵害の成否の判断については、「被撮影者の社会的地位、撮影された被撮影者の活動内容、撮影の場所、撮影の目的、撮影の態様、撮影の必要性等を総合考慮して、被撮影者の上記人格的利益の侵害が社会生活上受忍の限度を超えるものといえるかどうかを判断して決すべきである」と述べ、総合考慮によることとしている。

（C）名称権

最高裁として初めて団体（宗教法人）の名称権について判断をしたのは、最判平成 18 年 1 月 20 日（平成 17 年（受）第 575 号）〔天理教豊文教会事件〕であり、「宗教法人の名称を他の宗教法人等に冒用されない権利」を認めた。侵害の成否の判断については、「乙宗教法人の名称使用の自由に配慮し、両者の名称の同一性又は類似性だけでなく、甲宗教法人の名称の周知性の有無、程度、双方の名称の識別可能性、乙宗教法人において当該名称を使用するに至った経緯、その使用態様等の諸事情を総合考慮して判断されなければならない」と述べ、総合考慮によることとしている。

（ii）下級審の判決

（A）氏名権

下級審の判決において問題となった行為は、氏名の冒用行為、戸籍上の氏名（氏）の使用を求めた行為、ネームプレートの着用を義務づけた行為、無断で氏名を広告等に利用した行為が挙げられる。

氏名の冒用行為は、いずれも冒用者が被冒用者の存在を知っていた事案であり、使用される氏名と第三者の氏名の偶然の一致が問題となった事案は見当たらなかった。

問題となった行為が不法行為法上違法となるか否かの判断においては、例えば、氏名の冒用行為との関係では、承諾の有無、冒用者による氏名の態様、氏名の使用された文書の性質等が考慮されていた。

（B）肖像権

下級審の判決において問題となった行為は、無断で写真撮影により肖像を作成した行為、無断で図画により肖像を作成した行為、無断で作成した肖像を第三者に提供した行為、無断で作成した肖像を公表した行為、無断で顔写真を利用してインターネット上の掲示板において第三者に対する中傷等を行った行為、無断で肖像を広告等に利用した行為が挙げられる。

問題となった行為が不法行為法上違法となるか否かの判断においては、例えば、無断で写真撮影により肖像を作成した行為との関係では、承諾の有無、撮影の目的・態様・必要性、社会の正当な関心の対象である事実との密接関連性等が考慮されていた。

（C）名称権

下級審の判決において問題となった行為は、著名な宗教法人と同一の名称を冒用した行為が挙げられる。問題となった行為が不法行為法上違法となるか否かの判断においては、

名称の冒用行為との関係で、冒用者による名称使用の目的・態様、名称の冒用により被冒用者が被る損害、差止めを認めることにより冒用者が被る不利益等が考慮されていた。

１.２.２　人格権の有識者へのヒアリング結果

（１）氏名権の内容、保護対象、侵害成立要件について

氏名権については、日本において、明文の規定が存在しない上、判例・裁判例が少なく、学説上も十分な議論がないことを前提に、次のような意見があった。

氏名権の内容については、学説上、一つではなくいくつかに分類されるという意見が複数あった（他人にその氏名を冒用されない権利・利益、氏名を正確に呼称される利益、氏名に係るパブリシティ権等)。なお、本規定に係る人格的利益と関連性が認められるのは、他人にその氏名を冒用されない権利・利益ではないかとの指摘があった。

保護対象については、戸籍上の氏名が保護されることについて争いはないが、通称も本名同様に保護を受けるとされており、戸籍名、通称以外の保護対象としては、家元の名称や法人の名称等も問題になり得ると理解されているとの指摘があった。

侵害の成立要件については、「具体的な線引きは明らかではないが、氏名を勝手に用いた場合の一部に限られると考えられている」といった意見があった。「他人にその氏名を冒用されない権利・利益」との関係では、「冒用といえるかどうかで判断されている」という意見、氏名権が絶対権と非絶対権のどちらに該当するのかが問題となり、学説上は両論あり得るとしたうえで、絶対権の侵害であれば、氏名の冒用が形式的に認定されれば基本的に侵害となるが、非絶対権の侵害であれば、氏名がどのような氏名なのか、その侵害行為の主観的、客観的態様を総合判断した上で侵害の成否を決することになるという意見があった。

（２）氏名を有する者の周知・著名性等と氏名権の保護対象該当性、侵害の成否との関係

氏名を有する者が、（ａ）周知・著名性を有すること、（ｂ）済的利益を得る見込みがあることは、いずれも氏名権の保護の対象となるか否かに影響を与えないという意見があった。

また、上記（ａ)、（ｂ）は、「他人にその氏名を冒用されない権利・利益」との関係では、いずれも氏名権の侵害の成否に影響を与えないという意見があった。他方で、氏名権を絶対権と捉えるか、非絶対権と捉えるかで結論が異なり、非絶対権と捉える場合には、総合判断の考慮要素として、上記（ａ)、（ｂ）いずれも影響を与える可能性があるとする意見もあった。

（３）氏名の無断使用は当然に氏名権の侵害となるか

氏名の承諾のない使用が、（ｃ）冒用ではなく偶然「他人の氏名」を含む場合、（ｄ）他人の氏名を含む商標が自己の氏名を含む商標でもある場合について、いずれも氏名権の侵害行為とならないか又は侵害行為があったとしても違法性が阻却されて最終的には侵害としては扱われなくなる可能性が高いとの意見があった。他方で、民法上、侵害の有無につ

いては上記（ｃ）、（ｄ）は影響を与えないが、故意・過失の要件との関係では上記（ｃ）が、差止めの要件等との関係では上記（ｃ）、（ｄ）が考慮される可能性があることを指摘する意見もあった。

（４）民法上の氏名権と本規定に係る人格的利益との関係

日本における氏名権の整理において、本規定に係る人格的利益の位置付けは、氏名権のうち、少なくとも「他人にその氏名を冒用されない権利・利益」が含まれていると見るべきとの意見があった。

他方で、本規定に係る人格的利益と民法上の氏名権との関係は明らかでないとした上で、本規定は民法の氏名権の権利行使可能な範囲を超えて他人の人格的利益を保護している可能性があること、他人の氏名を使われない利益を保護し過ぎの印象があることを指摘する意見もあった。この立場からは、本規定に係る人格的利益について、保護対象や侵害要件をどう考えるかは、人格権の問題ではなく商標制度の問題であるとの指摘があった。

なお、近時の高等裁判所の判決（〔マツモトキヨシ音商標事件判決〕）の言及した「調整」について、氏名権を非絶対権と捉えるのであれば「調整」が必要になると述べつつ、前提として、本規定に係る人格的利益が民法上の人格権と同一なのか議論する必要があることを指摘するものもあった。

（５）民法上の氏名権と他の権利との調整の在り方

民法上の氏名権と他の権利との調整の在り方について、学説・判例上調整が必要であると理解されてはいるが、具体的にどう調整するかは全く議論がない状態であり、現状ではどう調整されるかはわからないとの意見があった。他方で、調整の対象となる「他の権利」として、表現の自由、雇用関係にある被用者を識別するために戸籍上の氏名のみを用いるというようなルールを挙げる意見もあった。

（６）本規定の登録要件緩和の在り方

本規定の登録要件緩和の在り方について、例えば、①出願商標に含まれる氏名が出願人の「自己氏名」である場合には、「他人」の承諾がなくとも、商標登録を認める制度、②出願商標が出願人の業務に係る商品・役務の出所を示すものとして周知である場合には、「他人」の承諾がなくとも商標登録を認める制度、③「他人」が周知・著名である場合に限って、「他人」の承諾を必要とし、これに該当しない場合には、「他人」の承諾がなくとも、商標登録を認める制度の各案について以下のような意見が得られた。

一般的な意見として、上記①～③のように登録要件が法定されていた方が、権利範囲が明確になり、制度の運用がし易くなるということはあるが、個別的な事例を挙げていくのは好ましくないので、条文の規定としては一般化して、例外事由にあたる場合が記述できればよいとの意見があった。

各案に対する具体的な意見として、①については、出願人の自己氏名を使用する権利・利益が他人の権利・利益に当然に優先するというのは認めることは出来ないという指摘、また、他人の側の事情を考慮していないので難しいとの指摘があった。

②については、これが、マツモトキヨシ音商標事件判決が行った判断に一番近く、このような場合は他人のアイデンティティに係る権利は侵害されないとみる余地があるという指摘があった。

③については、周知・著名でない限り、他人の側の権利・利益が考慮されなくなる点を懸念する指摘があった。なお、③の制度とともに、出願人における出願商標の使用予定等を考慮する運用を行う場合には、出願人の利用態様を考慮する点で、③のみの場合より良いとの意見があった。ただし、社会的なイメージが良くない商品又は役務に氏名を使われたような場合、氏名を使われた者が嫌悪感を覚えることがあると考えられ、運用でどこまで対応できるのか、別途問題となり得るとの指摘があった。

（７）故人の取扱い

一般論として、民法では故人に人格権はなく、故人の氏名は保護の対象とならないことを前提としつつ、本規定の「他人」についても故人を含む必要はないが、故人を含むとしても問題はないとする意見が複数みられた。

（８）肖像、名称に関する要件緩和の必要性

肖像については、個人の特定性が高く、氏名と同じ課題が生じるケースはほとんどないと考えられることから、要件を緩和する必要がないという意見で一致した。

名称については、自然人の氏名と同様の保護を認めるべきか民法上も議論があるところ、自然人より保護の範囲を限定することも正当化されるという意見があった。

また、肖像及び名称いずれについても、ニーズが高くないのであれば、現状のままでよいのではないかという意見もあった。

２．調査対象国・地域における他人の氏名等を含む商標に関する制度及び人格権及び氏名権

米国、欧州、ドイツ、フランス、中国及び韓国の現地法律事務所の弁護士・弁理士に対してヒアリングを行い、以下の結果を得た。

２．１　米国

２．１．１　他人の氏名に関する拒絶理由

生存中の特定の個人を示す名称（以下「個人名」という。）を含む商標は、商標法第２条（ｃ）により拒絶される。また、個人の生存の有無を問わず、ある者の名誉を毀損する又はその者との関連性を虚偽的に想起させる商標は、商標法第２条（ａ）により拒絶される。

２．１．２　異議・無効理由

異議申立て及び取消請求については、それぞれ商標法第 13 条（ａ）及び第 14 条(３)に規定されている。ここで、商標法第２条（ａ）及び第２条（ｃ）のいずれもが、商標出願の異議理由又は無効理由となり得る。

２．１．３　他人の知名度の要件

商標法第２条（ｃ）では、個人名について特定性の要件を付しており、他人の承諾が必要となるのは、同一の個人名を有する全ての者ではなく、特定性の要件を満たす者（一定の知名度を有する者）に限られる。

特定性の要件が満たされる場合は、具体的には、（１）著名であり、その者と商品又は役務との関連性を公衆が合理的に想起するものと考えられる場合又は（２）その個人が、商標の使用対象である業務と公然の関係性を有している場合である（TMEP§1206.02)。

商標法第２条（ｃ）の知名度の判断は、一部の商品又は役務に限り周知性を獲得している場合と、米国の公衆を対象に広く周知性を獲得している場合のいずれの場合であっても、商標法の保護の対象となり得る。

２．１．４　自己氏名の出願である場合「他人」の承諾

上述の特定性の要件を満たす者（一定の知名度を有する者）が存在する場合には、その者の承諾が必要となる。

２．１．５　出願人側の事情

出願人側の事情（出願商標の著名性、出願人が氏名商標を使用する必要性等）は、考慮されない。

２．１．６　「他人」による自己氏名の使用の制限

登録された氏名商標が、同一の氏名を有する他人が、氏名を個人的用途で使用することは可能である。ただし、登録商標と混同を生じさせるような方法で使用することは、制限される可能性がある。

２．１．７　民法上の氏名権

氏名権については、各州が独立して人格権に関する法律を有しており、氏名権に係る規定の有無及び内容は州により様々である。また、知名度を有しない者が氏名権の保護対象となるかについても、各州法による。

２．２　欧州

２．２．１　他人の氏名に関する拒絶理由

審査においては、識別力等に関する、いわゆる「絶対的拒絶理由」についてのみ審査されるほか、他人の商標等の権利者から異議申立てがあった場合に考慮される、いわゆる「相対的拒絶理由」に関しても、他人の氏名に関する規定は設けられていない。

２．２．２　異議・無効理由

欧州連合 EU 商標に関する 2017 年６月 14 日の欧州議会及び理事会の規則(以下「EUTMR」という。）では、「その使用が他の先行権利の保護を規制する欧州連合立法又は国内法に従って禁止することができる場合」に無効理由となり得るところ、その先行権利の一つとして、個人名に係る氏名権を含む名称についての権利（a right to a name）が挙げられている（EUTMR 第 60 条（２）（ａ））。

２．２．３　他人の知名度の要件

EUTMR 上は、他人の知名度に関する特定の法的枠組みは存在しない。他人の知名度が考慮されるか否かは、加盟国の国内法による。

２．２．４　自己氏名の出願である場合「他人」の承諾

上述のとおり、他人の氏名に関する拒絶理由を受けることがないことから、他人の承諾は不要である。

２．２．５　出願人側の事情

出願人側の事情（出願商標の著名性、出願人が氏名商標を使用する必要性等）が考慮されるかは、加盟国の国内法による。

２．２．６　「他人」による自己氏名の使用の制限

EUTMR 第 14 条には、登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」が自然人である場合、当該他人は自己の名称を業として使用することができるものの、「産業又は商業的事項における誠実な慣行」に反して使用することはできない旨が規定されている。

２．２．７　民法上の氏名権

氏名権の保護の有無、保護対象、要件等は各加盟国の法律よって異なり、欧州の統一的な法律等は存在しない。

２．３　ドイツ

２．３．１　他人の氏名に関する拒絶理由

審査においては、相対的拒絶理由は審査されない。また、構成中に氏名を含むことのみをもって拒絶理由となる規定もない。

２．３．２　異議・無効理由

個人名に係る氏名権を含む名称権は「ドイツ連邦共和国の全領域において当該登録商標の使用を差し止める権限を有する」場合に、無効理由となる（商標法第 13 条)。なお、この場合に保護される個人名は、フルネーム及び姓である。

２．３．３　他人の周知・著名性の要件

商標法第 13 条の「ドイツ連邦共和国の全領域において当該登録商標の使用を差し止める権原を有するとき」とは、その者が周知である場合（ドイツ全域で氏名が認知されている場合）又は個人名が商業的環境で使用されている場合に限定されるのが一般的とされている。

氏名については、通常、ドイツ全域で認知されていることが必要となるが、その氏名が商業的環境で使用されている場合には、その氏名は原則ドイツ全域で効力を有すると認められる（Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, § 5 Rn.68 参照)。

知名度の判断は、指定商品・役務とは無関係に広く知られている必要があると解されている。ただし、需要者に認知されている場合は、通常、企業名権（商標法第５条、民法第 12 条）を有することになるため、この場合は、商標法第 12 条に基づき当該権利が無効理由となる。

２．３．４　自己氏名の出願である場合「他人」の承諾

上述のとおり、他人の氏名に関する拒絶理由を受けることがないことから、他人の承諾は不要である。

２．３．５　出願人側の事情

出願人側の事情（出願商標の著名性、出願人が氏名商標を使用する必要性等）は考慮されない。

２．３．６　「他人」による自己氏名の使用の制限

第 23 条には、登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」は、自己の名称を取引上使用することができるものの、誠実な取引又は商業慣行に反して使用することはできない旨が規定されている。

２．３．７　民法上の氏名権

個人の氏名は、ドイツ民法典第 12 条に基づき保護される。また、知名度を有しない者であっても当該規定の保護対象となる。

２．４　フランス

２．４．１　他人の氏名に関する拒絶理由

審査においては、相対的拒絶理由は審査されない。また、構成中に氏名を含むことのみをもって拒絶理由となる規定もない。

２．４．２　異議・無効理由

他人の人格権を侵害することが無効理由となっており、ここでの人格権には氏名権が含まれると解されている（知的財産法第L711条３（Ｉ）（８）、L714条３）。

２．４．３　他人の周知・著名性の要件

知的財産法第L711条３（Ｉ）（８）の条文上は、他人が知名度に関して何ら規定されていないが、人格権侵害は、混同のおそれ等が要件とされており、実務上は、この規定の影響を受けるのは周知な氏名又は珍しい氏名に限定されると考えられている。

知名度の判断は、指定商品・役務の需要者に限定されないと考えられている。

２．４．４　自己氏名の出願である場合「他人」の承諾

上述のとおり、他人の氏名に関する拒絶理由を受けることがないことから、他人の承諾は不要である。

２．４．５　出願人側の事情

出願人側の事情（出願商標の著名性、出願人が氏名商標を使用する必要性等）は考慮されない。

２．４．６　「他人」による自己氏名の使用の制限

登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」が自然人である場合、当該他人の「氏名」については、業として使用することができない。また、当該他人は、自己の「姓」又は「宛先」については、業として使用することができるものの「公正な取引慣行」に反して使用することはできない（知的財産法第L713条６（１））。

２．１．７　民法上の氏名権

個人の氏名は、フランス民法第９条に基づき保護される。また、知名度を有しない者であっても当該規定の保護対象となる。

２．５　中国

２．５．１　他人の氏名に関する拒絶理由

著名な芸能人・政治家等の氏名は、商標として使用できない旨が規定されており、また、拒絶理由となっている（商標法第10条第１項第７号、第８号、商標審査審理指南　下編　第３章第３部分３．７及び３．８）。

２．５．２　異議・無効理由

商標法第 10 条第１項第７号及び第８号は異議理由（商標法第 33 条）及び無効理由（商標法第 44 条）となり得る。加えて、第 32 条において、先行する他人の権利を侵害してはならない旨が無効理由として規定されており、当該先行権利には、氏名権が含まれるとされている（商標審査審理指南　下編　第 14 章第３部分３．４）。

２．５．３　他人の知名度の要件

商標法第 10 条第１項において求められる知名度は「著名性」であり、この著名性は一般需要者を基準に判断され、商品・役務の需要者に限定されない。これに対して、商標法第 32 条において求められる知名度は「一定の知名度」であり、この知名度は、関連公衆（商品・役務の需要者）を基準に判断される（最高裁判所による商標の権利付与・権利確定に係わる行政事件の審理における若干問題に関する規定第 20 条）。

２．５．４　自己氏名の出願である場合「他人」の承諾

商標法第 10 条第１号第７号に規定される著名な他人が存在する場合には、承諾が必要となる。８号の場合には、たとえ本人からの承諾があっても登録できない（第３章第３部分３．７）。

２．５．５　出願人側の事情

出願人側の事情（出願商標の著名性、出願人が氏名商標を使用する必要性等）は考慮されない。

２．５．６　「他人」による自己氏名の使用の制限

民法典を根拠にして、他人は自己の氏名を引き続き使用することができるが、商標法により、業として使用することはできないとされている。民法典で保護を受ける氏名権と、商標法で保護を受ける氏名権は、別の権利と考えることができる。

２．５．７　民法上の氏名権

民法典には、氏名権に関する規定があり（第 1012 条、第 1014 条、第 1017 条）、知名度を有しない者であっても当該規定の保護対象となる。また、フルネームのみでなく、姓のみ、名のみで有名なペンネーム、芸名等の場合も氏名権を主張することができる（最高裁判所による商標の権利付与・権利確定に係わる行政事件の審理における若干問題に関する規定第 20 条）。

２．６　韓国

２．６．１　他人の氏名に関する拒絶理由

著名な他人の氏名を含む商標は、原則、商標登録できないが、当該他人の承諾があった場合は登録することができる旨が規定されている（商標法第 34 条第１項第６号）。

なお、「著名な」の文言は、1974 年の改正により導入されたものであり、それ以前は単

に「他人の氏名」であった。

２．６．２　異議・無効理由

上記の拒絶理由は、異議・無効の理由にもなっている（商標法第 60 条、第 117 条）。

２．６．３　他人の知名度の要件

商標法第 34 条第１項第６号において求められる著名性は、社会通念上、国内の一般需要者又は関連取引業界において、一般的に広く認知され得る程度である（審査基準第５部第６章１．１．１）。したがって、一般に広く認知されている者及び需要者を基準に認知されている者は、いずれも保護の対象となる。

２．６．４　自己氏名の出願である場合「他人」の承諾

上述の要件を満たす者（著名な他人）が存在する場合には、承諾が必要となる。

２．６．５　出願人側の事情

出願人側の事情（出願商標の著名性、出願人が氏名商標を使用する必要性等）は、考慮されない。

２．６．６　「他人」による自己氏名の使用の制限

氏名商標が登録された場合、当該氏名と同一の氏名を有する「他人」は、自己の氏名を商取引慣行に反して使用することができない（商標法第 90 条第１項第１号、第 99 条第２項）。

商標法第 90 条について、従前は、「普通に用いられる方法」で使用することを要件としていた。しかしながら、これを悪用して警告を送り、和解金を取る事例が多く出てきたため、2016 年に「普通に用いられる方法」という要件を「商取引の慣行により使用する」に変更する改正が行われた。

２．６．７　民法上の氏名権

氏名権は民法に明文の規定はないが、判例によって認められており、知名度を有しない者であっても当該規定の保護対象となる。また、自己の氏名を使用することは人格権の一つとされており、権利者の使用を妨害する者又は不当にこれを使用する者に対しては、妨害排除又は損害賠償等の請求権が発生する。ここで、「不当にこれを使用する者」とは、本人の許諾なく勝手に使われることを指し、報道などで認められる正当な範囲を越えて、許諾なく使用する場合などがこれに該当する。

３．　他人の氏名等を含む商標に関する制度の在り方についての委員会での検討結果

３．１　現行制度の問題点及び調査研究委員会の設置

他人の氏名を含む商標の権利取得に関して国内企業及び有識者に対してヒアリングを実施したところ、近年、本規定との関係で新規の商標登録ができず、ビジネスに支障が生じている企業が一定数存在することが確認された。このような状況においては、商標の保護により商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることや商標権の保護により需要者の利益を保護することといった、商標法第１条に定められた法の目的を達することができないことが懸念される。

そこで、これまでの調査結果及び本調査研究の課題について専門的な視点からの検討、分析、助言を得るため、学識経験者、弁護士、弁理士の計５名で構成される調査研究委員会を設置し、全三回にわたり議論を行った。

３．２　問題解決の選択肢

本規定に係る問題を解決するためには、出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名等に係る人格的利益のバランスのとり方を見直すことが必要と考えられる。本調査研究においては、その在り方について、過去に有識者が論文等に記載した見直し案等も参考にしながら、以下のとおり複数の選択肢を設け、それぞれについて具体的な検討を行った。

表７．　他人の氏名等を含む商標の運用変更案及び法改正案の整理

運用変更	案１	【審査における拒絶理由としない運用】
		審査において本規定の拒絶理由を通知しないことにより、他人の氏名を含む商標について商標登録を可能とする運用である。なお、商標に含まれる氏名と同一の氏名を有する他人は、登録異議の申立てをするか、商標登録を無効にすることについて審判を請求することができる。
	案２	【他人の氏名が一定の知名度を有する場合のみ拒絶理由とする運用】
		審査において、一定の知名度を有する他人が発見された場合のみ本規定の拒絶理由を通知することにより、一定の知名度を有する他人が存在する場合を除き、他人の氏名を含む商標について商標登録を可能とする運用である。
	案３	【出願商標が周知又は著名である場合は適用しないとする運用】
		出願商標が氏名を含むものであっても、当該商標が出願人（又はこれに準ずる者）の出所表示として周知又は著名である場合は､本規定を適用しないとする運用である。
	案４	【利益衡量を行う運用】
		審査において利益衡量を行い、出願人において氏名を商標として使用する必要性の程度が高い場合、かつ、出願商標の態様、指定商品・役務に鑑みて、他人の利益を侵害する可能性が低い場合は、本規定を適用しないとする運用である。
	案５	【文字種まで完全一致である場合のみ拒絶理由とする運用】
		出願商標に含まれる氏名と「他人の氏名」が文字種まで完全に一致する場合のみ、審査の拒絶理由とする運用である。
法改正	案６	【本規定から「他人の氏名」を削除する法改正】
		案１の法改正版。本規定のうち「他人の氏名」を拒絶理由の対象から除外しつつ、他人による登録異議の申立てや無効審判の請求については可能とする法改正である。
	案７	【他人の氏名に一定の知名度に係る要件を付す法改正】
		本規定の「他人の氏名」に、一定の知名度の要件を付す法改正である。案７は、審

		査に関しては案２の法改正版であるが、一定の知名度を有しない他人は、商標登録を取消す又は商標権を無効にすることができなくなる点で、案２と相違する。
	案８	【出願商標が周知又は著名である場合は本規定を適用しないとする法改正】
		案３の法改正版。出願商標が出願人（又はこれに準ずる者）の出所表示として周知・著名である場合は、本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。
	案９	【利益衡量の規定を設ける法改正】
		案４の法改正版。出願人において氏名を商標として使用する必要性の程度が高い場合、かつ、出願商標の態様、指定商品・役務に鑑みて、他人の利益を侵害する可能性が低い場合は本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。
	案 10	【自己氏名を含む商標の場合は本規定を適用しないとする法改正】
		出願商標が出願人の自己氏名を含む商標である場合には、本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。
	案 11	【案７と案 10 を組み合わせた法改正】
		案７と案 10 を組み合わせた法改正であり、具体的には、出願商標が出願人の自己氏名を含む商標であって、一定の知名度を有する他人が存在しない場合には、本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。
	案 12	【「含む」を「普通に用いられる方法で表示する」等に変える法改正】
		本規定の「含む」を、「普通に用いられる方法で表示する」等に変更する法改正である。これによって、「普通に用いられる方法で表示する」ものでない商標は、本規定に該当しないものとなる。

３．３　各選択肢に関する評価

これらの選択肢について検討し、①本規定の趣旨との関係、②法目的・本規定の課題との関係、③その他の懸念点、④他国の制度との比較の観点から整理すると、以下のとおりとなった。

運用変更案

表８．他人の氏名等を含む商標の運用変更案の評価

対策案			本規定の趣旨との関係（他人の氏名権の保護）	法目的や本規定の課題（ニーズ）との関係		その他の懸念点	他国の制度との比較
				商標登録を受ける利益	需要者の利益		
審査の運用見直し	1	審査における拒絶理由としない。（異議申立/無効審判請求を待って判断）	×	△	×	×	－
			他人の氏名権は考慮されない。	容易に登録は得られるが、法的安定性に欠ける。	氏名商標が自由に登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれが高い。	・商標法第４条の不登録事由としての位置付けに反する。 ・「他人」の監視等の負担が大きい。 ・知財高裁判決（「なお」書で、上記の二点に言及したものあり）に整合しない。	該当なし。
	2	「他人の氏名」が一定の知名度を有する場合のみ審査の拒絶理由とする。	△	△	○	×	－
			「他人」が一定の知名度を有する場合を除き、考慮されない。	・一定の知名度を有する「他人」が存在しない限り登録可能。新興デザイナーの氏名商標も保護。	一定の知名度を有する他人との関係で登録を認めないことにより、取引秩序の維持に資する。	・「他人の氏名」に条文にない要件（一定の知名度）を付加している。 ・知財高裁判決（複数あり）に整合しない。	該当なし。（米国・韓国・中国に類似の制度はあるが、基本的には条文

				・法的安定性に欠ける。			上の根拠あり。）
	3	出願商標が氏名を含むものであっても、当該商標が出願人（又はこれに準じる者）の出所表示として周知・著名である場合には、4条1項8号を適用しない。	△	△	○	△	―
			出願商標が周知・著名である場合、考慮されない。	・法的安定性に欠ける（マツモトキヨシ音商標判決の評価による）。 ・新興デザイナーの氏名商標等、周知・著名でないものは保護対象外。	商標の出所表示機能に着目した要件であり、取引秩序の維持に資する。	権利移転の場合、事後的に周知性が失われた場合の取扱いの問題。	該当なし。
	4	運用見直しとして、利益衡量を行う。	◎	△	○	×	―
			出願人と「他人」との利益衡量を図るという点は理想的。	・法的安定性に欠ける（マツモトキヨシ音商標判決の評価による）。 ・個別具体的に判断されるため予見可能性を欠く。	出願人の商標を使用する必要性や他人の知名度の衡量が適切になされる場合には、案2・3に準じ、取引秩序の維持に資する。	審査が困難。	該当なし。
	5	出願商標に含まれる氏名と「他人の氏名」が文字種まで完全に一致する場合のみ、審査の拒絶理由とする。	△	△	△	×	―
			文字種の一致しない商標については、考慮されない。	容易に登録は得られるが、法的安定性に欠ける。	アルファベット等の表記により、氏名商標を比較的容易に登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれあり。	・「他人の氏名」に条文にない要件（文字種の一致）を付加している。 ・知財高裁判決（複数あり）に整合しない。	該当なし。

法改正案

表9．他人の氏名等を含む商標の法改正案の評価

対策案			本規定の趣旨との関係（他人の氏名権の保護）	法目的や本規定の課題（ニーズ）との関係		その他の懸念点	他国の制度との比較
				商標登録を受ける利益	需要者の利益		
法改正	6	4条1項8号から「氏名」を削除する。（異議申立事由/無効事由追加）	×	△	×	×	△
			他人の氏名権は考慮されない。	容易に登録は得られるが、法的安定性に欠ける。	氏名商標が自由に登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれが高い。	・審査主義を原則とする日本の制度と整合しない。 ・「他人」の監視等の負担が大きい。 ・氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念。	異議・無効で「他人」の一定の知名度を要件とする場合、ドイツ・フランス（※）に類似の制度があり、大きな問題なく、運用されている。 ※審査段階では、絶対的拒絶理由のみ審査
	7	4条1項8号の「他人の氏名」に一定の知名度に係る要件を付す。	△	○	○	△	◎
			「他人」が一定の知名度を有する場合を除き、考慮されない。	・一定の知名度を有する「他人」が存在しない限り登録可能。新興デザイナーの氏名商標も保護。 ・予見可能性に	一定の知名度を有する他人との関係で登録を認めないことにより、取引秩序の維持に寄与。	・氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念。 ・事後的に他人の氏名が知名度を獲得した場合の取扱いの問題。	米国・韓国・中国において、類似の制度が採用され、大きな問題なく、運用されている。

				資する。			
	8	出願商標が出願人（又はこれに準じる者）の出所表示として周知・著名である場合には、４条１項８号を適用しないと規定する。	△	△	○	△	－
			出願商標が周知・著名である場合、考慮されない。	新興デザイナーの氏名商標等、周知・著名でないものは保護対象外。	商標の出所表示機能に着目した要件であり、取引秩序の維持に寄与。	権利移転の場合、事後的に周知性が失われた場合の取扱いの問題。	該当なし。
	9	利益衡量の規定を置く。	◎	△	○	×	－
			出願人と「他人」との利益衡量を図るという点は理想的。	個別具体的に判断されるため予見可能性を欠く。	出願人の商標を使用する必要性や他人の知名度の衡量が適切になされる場合には、案７・８に準じ、取引秩序の維持に寄与。	審査が困難。	該当なし。
	10	出願商標が出願人の自己氏名を含む商標である場合には、4条1項8号を適用しないと規定する。	△	△	△	△	－
			出願商標が自己氏名を含む商標である場合、考慮されない。	「自己氏名」の解釈によっては、ニーズを満たせない可能性。	自己氏名であれば、容易に氏名商標を登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれあり。	・先取りの問題。 ・権利移転の場合の取扱いの問題。 ・自己氏名を含む場合、「他人」の人格権を考慮しなくていいことについて、合理的説明が困難な可能性。	該当なし。
	11	７と10との組合せ	△ （上記７・10参照）	△ （上記７・10参照）	○ （上記７・10参照）	△ （上記７・10参照）	－
	12	氏名を「含む」の文言を「普通に用いられる方法で表示する」等に変更する。	△	○	△	×	－
			「普通に用いられる方法で表示」されていない商標については、考慮されない。	デザイン化等することで容易に登録を得られる。	デザイン化等することで容易に氏名商標を登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれあり。	・商標法第４条の法体系に整合しない。 ・氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念。	該当なし。

３．４　制度見直しの方向性

運用変更に関する案１から案５までについて見ると、これらの案ではユーザーニーズを十分には満たすことが出来ず、また、案３以外については、審査が困難、法律や裁判例に整合しない等の懸念が存在することが指摘できる。

また、法改正に関する案６から案12までについて見ると、案７及び案８以外は、審査が困難、我が国の法制度・体系と合致しない、ビジネス上の使い勝手が悪い等の、何らかの大きな懸念が存在することが指摘でき、更に案７の方がユーザーニーズを満たすことができる案と考えられる。

委員会においても、案７に賛同する意見が多く挙がった。ここでいう「一定の知名度」については、著名性までは要求せず、指定商品・役務から一定の広がりを考慮した範囲の需要者ではあればよいのではないかとの意見があった。なお、案９及び案10を踏まえた見直し案を支持する意見もあったものの、これらでは審査の困難性や「自己の氏名」の範囲が問題となり得ることが指摘された。

３．５　主要な課題の検討

委員会において最も賛同の多かった案７に対しては、以下の課題が指摘できる。

１．一定の知名度を有しない他人の氏名を含む商標を、当該他人と無関係な者（赤の他人）が出願する行為は問題とならないか（「他人の氏名」の先物買い的な商標出願）。
２．（前記１と関連して）出願の時点で一定の知名度を有しない他人の氏名であっても、赤の他人に商標登録されることで人格権（人格的利益）が侵害されるケースは存在しないか。存在する場合、商標法上の他の条文で手当ての余地はあるか（特に第４条第１項第７号）。
３．構成中に氏名を有する商標の登録が先取りとなることに問題はないか。
４．商標登録後に、その構成中に含まれる他人の氏名が一定の知名度を得た場合にはどのような扱いとすべきか。
５．一定の知名度の判断について、審査官によってばらつきが生じるおそれはないか。
６．自身の氏名を含む商標が他人に商標登録されたことで不快感を抱く者が、事後的に商標登録を取り消す仕組みを導入する必要はあるか。

これらの課題について、委員からの指摘も踏まえ整理すると、

・　（１、２に関連して）いわゆる悪意の出願については、現行の商標制度に基づきある程度の対応が可能であると考えられる。
・　（３に関連して）我が国商標法では先願主義を採用しており、商標の先取りそれ自体は法が予定しているところであるが、もし、これを許容すべきでない場合には、同法第３条第１項柱書を根拠として出願人による商標の使用の意思等を確認することが可能である。
・　（４に関連して）事後的に他人が知名度を獲得した場合については、氏名商標のみならず商標一般について現行法下でも問題となり得るものであるが、現状、商標法において特段の救済は予定されていない。
　この点については、諸外国でも考え方が異なるところ、我が国においても、商標登録後に著名性を獲得した他人について、氏名権等に基づく権利の行使の可能性があるのか、検討の余地がある。
・　（５に関連して）知名度に係る要件を含む規定は現行法においても複数存在しているところ、それらの審査基準を参考にすることで、判断のばらつきが生じないような基準の策定が可能であると考えられる。
・　（６に関連して）我が国における民事上の氏名権は、明文の規定が存在しないうえ、判例・裁判例が少なく、学説においても十分な議論がない状況であるところ、知名度を有しない他人の氏名を含む商標が登録された場合、それが直ちに当該他人の氏名権の侵害に当たるか否かは明らかでない。本件で商標法の改正が行われるとしても、人格権、氏名権等の侵害の成否について基準を変更するものではなく、登録された商標の使用に氏名権等の侵害があれば、民事法上、行為を規制できる可能性がある。

３．６　その他の留意事項

上記案７を採用する場合には、登録商標と同一の氏名を有する者が自己氏名を使用する際の制限（商標法第 26 条の見直しの要否）や、本規定に氏名と並んで規定されている肖像・名称の取扱い、故人の氏名の取扱いなどについても検討が行われたが、いずれも現時点において見直しをすべきとの意見は見られなかった。

３．７　まとめ

全三回の委員会における議論を通じて委員から得た意見は、おおむね以下のとおりにまとめられる。

（１）ブランド戦略を促進していく上での氏名商標に係る現行制度への認識

・　近年、我が国では、ブランド戦略に活用できる商標法を目指して制度の改正が行われてきており、他人の氏名等を含む商標に関する商標制度についても、見直しの検討が必要となる段階に来ている。

（２）見直しの方向性について

・　制度見直しの方向性としては、本規定に係る人格的利益と商標登録を受ける利益との調整、商標法の法目的、本規定の課題の解決、審査の実現可能性、諸外国との制度調和等を考慮し、本規定における「他人の氏名」に一定の知名度に係る要件を設けることが適当ではないか。

・　「一定の知名度」に係る要件については、商標法の他の規定を参照し、知名度の内容や程度、条文の規定の在り方を検討する必要がある。

・　日本における民事法上の氏名権は、明文の規定が存在しない上、判例・裁判例が少なく、学説においても十分な議論がない状況であるところ、氏名権と本規定に係る人格的利益との関係は、明らかとはいえない。もっとも、ある人の氏名と同一の氏名を使用することのみで直ちに違法性を問われることはないとも考えられるのではないか。

・　本規定によって保護される人格的利益についても、氏名を含む商標の登録や使用のみで直ちに違法となるものではなく、本規定は、商標出願に係る指定商品・役務と氏名とを結びつけられることによる弊害又は不利益を保護しようとしていると理解することができるのではないか。

・　「一定の知名度」については、出願商標の指定商品・役務と結びつけられる危険性のある他人が存在するか否かという観点から判断することが適切ではないか。判断基準となる需要者は、指定商品・役務を中心として、ある程度幅をもった需要者を対象とすべきであり、指定商品・役務の需要者に厳密に限定されるものではないと考えられる。

（３）制度の見直しに伴い想定される課題について

・　上記の見直しに当たっては、商標に含まれる氏名と無関係な者による出願、無関係とまではいえない者による出願、氏名商標の冒認出願、氏名商標の先取り（早い者勝ち）等の課題があり、慎重な検討が必要であることが確認された。これらの課題に対する対応案として、委員会では、上記３．５のような考えが示された。

（４）現行法下における運用の見直しによる対応について

・　現行法の下で本規定に関する審査運用を見直すとした場合、「マツモトキヨシ音商標事件」の判旨なども参考に、出願商標の構成・態様、周知・著名性等を考慮して、一般に「他人の氏名」と認識することができないと判断される場合には本規定を適用しな

いとの運用見直しについても、上記の制度見直しと併せて検討する余地があると考えられるが、このような運用見直しにより新たに商標登録が認められるケースは、かなり限定的な範囲にとどまるのではないか。

第Ⅲ部　日本における他人の氏名等を含む商標に関する制度及び氏名等に係る人格権

１　他人の氏名等を含む商標に関する制度

１．１　商標法第４条第１項第８号

１．１．１　商標法第４条第１項第８号の制定経緯

（１）氏名を含む商標に関する改正経緯（明治 17 年商標條例から昭和 34 年商標法（現行法）までの変遷）

氏名を含む商標に関する規定は、明治 17 年商標條例[2]第５条第２号に「人名のみをもってする」ものが「登錄を願出づることを得」ないとされたことに始まる。

明治 32 年商標法[3]第２条第６号においても「普通に使用せらるる氏名･･･を普通の書體に依り記載するもの」は「商標の登錄を受くることを得」ないと規定されていた。

もっとも、これらの規定は、現行法[4]第４条第１項第８号（以下「本規定」という。）と異なり、「他人の」という文言がなく、承諾による適用除外も定められていない。

「他人の氏名」について、本規定に相当する条文が初めて規定されたのは、明治 42 年商標法[5]第２条第８号と理解されており[6]、旧法[7]第２条第１項第５号を経て、本規定に至る。

以下、表 10 において、氏名を含む商標に関する規定の変遷を示す。

表 10.　氏名を含む商標に関する規定の変遷

明治 17 年	商標條例（太政官布告第 19 号）	第５条	左の商標は登錄を願出づることを得ず	「人名」のみをもってする商標は登録不可。
		第２号	地名人名家號會社名のみを以てするもの又は商品普通の名稱或は内外國の旗章のみを以てするもの	
明治 21 年	商標條例（勅令第 86 号）	第２条	左に掲ぐる商標は登錄を受くることを得ざるものとす	「氏名」に関する規定、見当たらず。
		第２号	商品普通の名稱若くは内外國の國旗章のみを以て要部と爲すもの	
明治 32 年	商標法（法律第 38 号）	第２条	文字、図形又は記號にして左の場合に該当するものは商標の登錄を受くることを得ず	普通に使用される「氏名」を「普通の書體に依り記載する」商標は登録不可。
		第６号	商品の普通名稱、産地を表彰するもの又は其の品位、品質、形状を商業上慣用の文字、圖形若は記號に依り表彰するもの及普通に使用せらるる氏名、商號、會社名若は組合名を普通の書體に依り記載するもの	

[2] 明治 17 年太政官布告第 19 号。
[3] 明治 32 年法律第 38 号。
[4] 昭和 34 年法律第 127 号。
[5] 明治 42 年法律第 25 号。
[6] 三宅正雄『商標法雑感』97 頁（冨山房、1973）、松尾和子「判批」民商法雑誌 89 巻２号 253 頁（1983）、金井重彦＝鈴木將文＝松嶋隆弘『商標法コンメンタール』101 頁〔茶園成樹〕（レクシスネクシス・ジャパン、2015）、渕麻依子「自然人の名称と商標　私の氏名は私のブランドとなり得るか」同志社大学知的財産法研究会編『知的財産法の挑戦Ⅱ』292 頁（弘文堂、2020）。
[7] 大正 10 年法律第 99 号。

明治 42 年	商標法 (法律第 25 号)	第２条	左に掲ぐる商標に付ては之を登錄せず	「他人の･･･氏名」を含む商標は、承諾なき限り、登録不可。 ↓ 氏名に係る現行法第４条第１項第８号に相当する規定。
		第８号	他人の肖像、氏名、商號又は法人若は組合の名稱を有するもの但し其の承諾を得たるものは此の限に在らず	
大正 10 年 (旧法)	商標法 (法律第 99 号)	第２条	左に掲ぐる商標に付ては之を登錄せず	上記と同じ。
		第５号	他人の肖像、氏名、名稱又は商號を有するもの但し其の他人の承諾を得たるものは此の限に在らず	
昭和 34 年 (現行法)	商標法 (法律第 127 号)	第４条	次に掲げる商標については、前条の規定にかかわらず、商標登録を受けることができない。	「著名な略称」等を含む商標の追加。
		第８号	八　他人の肖像又は他人の氏名若しくは名称若しくは著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称を含む商標（その他人の承諾を得ているものを除く。）	

（２）明治 42 年商標法第２条第８号

明治 42 年商標法では、第２条第８号に他人の氏名に関する不登録事由が規定されている。

【明治 42 年商標法[8]】
第二條　左に掲ぐる商標に付ては之を登錄せず
（第一～七号省略）
八　他人の肖像、氏名、商號又は法人若は組合の名稱を有するもの但し其の承諾を得たるものは此の限に在らず

明治 42 年商標法において、不登録事由を定める第２条に、上記第８号を含む複数の不登録事由が追加された。この追加に係る改正の趣旨は、下記のとおり、「不正手段を防遮するため」であると説明されている。文献においても、同様の趣旨の説明がなされている[9]。

[8] 明治 42 年商標法「国立国会図書館デジタルコレクション法令全書. 明治 42 年」 https://dl.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/788064/79（最終アクセス日：2021 年 12 月 17 日）。

[9] 田中鐵次郎『商標法要論』40、41 頁（巌松堂、1911）では、明治 42 年商標法第 2 条第 8 号について「他人の肖像、氏名･･･はこれを尊重すべく、みだりにこれを営業上に利用することを認容すべからず」との説明が付されており、「他人の氏名･･･を商標又はその一部として使用することは世人を欺瞞するのおそれあることあり、例えば名声ある同業者の氏名…を商標として使用するときはその商品に関し世人をして錯誤に陥るに至らしむることあるがごとき是なり」とした審判の事例（明治 41 年９月２日特許局審決･審判第 1213 号）が引用されている。

【第 25 回貴族院特許法改正法律案外三件特別委員会議事速記録　政府委員による説明[10]】

登録を受けることを得ざる商標を増加しました。現行法に於きましては先願主義を採りまして先きに願って来る者に対して登録を与える、是は特許法と違いまして願が先きにあれば登録を与えると云うようになって居ります。然るに是が往々不正の徒がありまして人の商標を横取りして登録を受ける、受けた登録を以て正当なる商標の名に於て他に対すると云うことがありまして随分弊害がありました。殊に商業道徳の上について外国人から非難を受けるようになりましたから、そう云う不正手段を防遮する為に、登録の条件を多く加えましてそう云う弊害を防遮することに努めました。即ち先願主義から生ずる弊害を矯めることに付いて力を用いたのであります。

（3）大正 10 年商標法（旧法）第２条第１項第５号

大正 10 年商標法では、第２条第１項第５号に他人の氏名に関する不登録事由が規定されている。

【大正 10 年商標法（旧法）[11]】

第二條　左に掲ぐる商標に付ては之を登錄せず

（第一～四号省略）

五　他人の肖像、氏名、名稱又は商號を有するもの但し其の他人の承諾を得たるものは此の限に在らず

第２条第１項第５号の規定の趣旨については、他人の氏名等が無断で商標に使われることによって商標権者とその他人の営業の誤認混同が生じることを目的としたものと理解する立場（混同防止説）と、氏名等に対する人の人格的利益の保護を目的としたものと理解する立場（人格権保護説）で説が分かれていた[12]。

大審院は、当初、混同防止説を採用していたが（大判大正８年５月 27 日民録 25 輯 913 頁、大判大正 13 年 12 月 19 日民集３巻 531 頁）[13]、その後、人格権保護説を採用し、出所の混同のおそれがなくとも本規定の保護が認められることを明らかにしたとされる（大判昭和 17 年６月 19 日（昭和 16 年（オ）第 1176 号））[14]。

---

[10] 第 25 回帝国議会貴族院特許法改正法律案外三件特別委員会議事速記録第１号４頁（明治 42 年３月 22 日）政府委員（中松盛雄君）による改正案の説明。

[11] 大正 10 年商標法「国立国会図書館デジタルコレクション商標法改正・御署名原本・大正十年・法律第九十九号」 https://www.digital.archives.go.jp/DAS/meta/listPhoto?LANG=default&BID=F0000000000000027088&ID=&NO=&TYPE=JPEG&DL_TYPE=pdf（最終アクセス日：2021 年 12 月 17 日）。

[12] 三宅發士郎『商標法講話』76 頁（早稲田大学出版部、1922）、三宅發士郎『日本商標法』125-127 頁（巌松堂、1931）、兼子一＝染野義信『特許・商標』422、423 頁（青林書院、1955）、横山久芳「判批」判例時報 1962 号、189 頁（2007）。なお、三宅・『日本商標法』においては、前者を不正競争防止目的説、後者を個人的法益保護目的説と呼んでいる。

[13] 横山・前掲注 12）193 頁、島並良「判批」小野昌延喜寿『知的財産法最高裁判例評釈体系＜２＞意匠法・商標法・不正競争防止法』505 頁（青林書院、2009）。

[14] 横山・前掲注 12）193 頁。

（４）昭和 34 年商標法（現行法）第４条第１項第８号

現行法では、第４条第１項第８号（本規定）に他人の氏名に関する不登録事由が規定されている。

【昭和 34 年商標法（現行法）】
（商標登録を受けることができない商標）
第四条　次に掲げる商標については、前条の規定にかかわらず、商標登録を受けることができない。
（中略）
八　他人の肖像又は他人の氏名若しくは名称若しくは著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称を含む商標（その他人の承諾を得ているものを除く。）
（以下略）

現行法において、他人の氏名を含む商標に関する不登録事由に、「著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称を含む商標」が追加された。

現行法の改正に当たっては、昭和 25 年 12 月以降、審議会に設けられた商標部会において審議が重ねられ、昭和 31 年 12 月正式な答申[15]がなされた[16]。

商標部会における審議の経過について、次のような記録が残っている[17]。なお、下記の「現行法」は旧法を示しており、「第二条第一項第五号」は旧法の本規定に相当する条文を指している。

【商標法】

問題とその趣旨	審議会における意見	今後の処理方法
五、商標登録を受けることを得ない商標、標章		
（イ）第二条第一項第五号の趣旨を明にすること	立法趣旨は人格権と不正競争防止の二面で考えられたものである。 判例を見るに不正競争防止の為というのが通説であるが但書をみると人格権の保護の規定の如き感じもする。 従って本問において人格権が不正競争防止の保護規定なりやを明かにする必要あり。 人格権保護の規定とすれば	現行法通りとする方針を決定すること。

[15] 特許庁『工業所有権制度・改正審議会答申説明書』〔荒玉義人文庫十五〕77、78 頁。
[16] 特許庁『工業所有権制度百年史（下巻）』307 頁（発明協会、1985）。
[17] 特許庁『工業所有権制度改正審議会商標部会議事要録（第四読会）昭和二十九年十月二十日～昭和三十一年十二月五日第九十二回～第百会』〔荒玉文庫四十二〕。

	１．但書をとってよいかどうか ２．外国人も含めて他人の氏名は使えないとすることにしてよいか ３．どの程度まで承諾を求めねばならぬか 等の問題があるが結局不正競争の観念を入れないと本条の説明がつかぬ等の議論があった。	
（ロ）第二条第一項第五号を削除して民事問題とすること	第五号は削除することはよくないが明確にする必要あり且つ但書を削除することは出来ないかどの程度の他人まで必要なのか不明だからこの際明確にする必要がある。	外国立法例にも商標法中に規定しているから現行法通りとする方針を決定すること。
（ハ）雅号、芸名は名称に入るか否かを明確にすること	雅号、芸名は現行法には入らぬというのが通説であるが雅号を氏名に入れた判例もありそこまで行くのは行き過ぎるとの批判もあった。	案文作成の際入れることを明記すること。

上記のような商標部会での議論を経てなされた昭和31年12月の答申では、次のとおり、本規定の基礎となった旧法第２条第１項第５号について、「他人の人格権保護の規定」であるとの記載がある。

なお、答申の時点では、本規定と条文番号が異なっており、雅号、芸名、筆名及び略称に関して、著名性の要件は付されていなかったが、内閣法制局の審査を経て、現在の規定となった。

【工業所有権制度・改正審議会答申説明書[18]】

第五、　第二条第一項について次のように改める。

（一）（省略）

（二）第二条第一項第五号に他人の雅号、芸名又は氏名、名称、商号、雅号、芸名の略称を加え、他人の雅号、芸名又は氏名、名称、商号、雅号、芸名の略称を含む商標は登録しないこととする。

（三）（四）（省略）

【説明】（一）（省略）

（二）第二条第五号は、他人の人格権保護の規定と考えられている。本号の「氏名名称」のうちに他人の雅号、芸名は含まれないと一応解釈されているが、これらについても他の「氏名」以上にその特定人の同一性を認識せしむる機能があり得ることは当然考えら

[18] 特許庁・前掲注 15）76-78 頁。

れるから。この改正によってこれらのものの保護を考慮したのである。
（注）氏名、名称の略称は現在も「直ちにその人なることを直感せしめる」ものは登録しないこととしているが、事例としては「特別顕著性」なしとして拒絶する例が多いようである。
併せて問題となったのは本号ただし書の削除如何である。すなわち本号は人格権保護の趣旨ではなくて不正競争防止の規定であるからただし書を削除すべきであるという考え方もあるけれども結論としては賛同せられなかったのである。
（三）、（四）（省略）

また、本規定の検討過程においては、次のような記録が残っている。他人の氏名、肖像、名称についても、著名性の要件を付すことが検討されたが、条文の趣旨との関係等を考慮し、当時は採用されなかった旨の記載がある。

【商標法案（第一読会）総務課審議用[19]】
・氏名等は自由に本人に使用さすことにするというのが立法の建前である。氏名権の保護というのは民法であって商標法ではない。
雅号、芸名を入れたのは、それらを将来商標として選択する余地を残しておくというのであるが、第二十五に氏名とならんで雅号、号を入れなければならないであろう（新井）。

・雅号、芸名をいれると、氏名と異なり自由に選択することができる。有名商標が世の中にあらわれてから後で雅号等があらわれたのであるが、立法上出願時にそのようなものがあったということになり許可を無効にすることも考えられる（斎藤）。

・使用による顕著性が生ずるようなときには、商標権者に商標権を与えた方がよい（杉山）。
全部を著名にしたらどうか。― ― ―全部を著名とすると（８）は不正競争を防止する意味となり、(11)（14）と重複することになる[20]。

・私案　著名は雅号、芸名に限定する（氏名著名なその他の名称（著名なものに限る。）―名称とすると～の名称が困る。
理由　①乱用防止　筆名を加えるか　略称は著名なものはいるか　②氏名等と同等なもの

[19] 特許庁『商標法案（第一読会）』〔荒玉義人文庫四十六〕６頁（1958）。
[20] 「(８)」「(11)（14)」は昭和 33 年５月 19 日時点における商標法第４条第１項の号数を示していると考えられる。特許庁・前掲注 19）６、７頁によれば、上記時点における商標法第４条第１項第８号は本規定、11 号は現行法の第 10 号、14 号は現行法の第 15 号に相当する規定とみられる。

現行法の逐条解説[21]では、本規定は「人格権保護の規定」とされている。

「氏名」はフルネームを意味しており、氏又は名のいずれか一方のときには本規定の適用はない。外国人の氏名も、本規定の「氏名」に含まれる。

商標に含まれる氏名が、自己の氏名である場合も、同姓同名の他人が存在する場合には、本規定の適用があり、当該他人の承諾がない限り登録できない。

【工業所有権法逐条解説　商標法第４条第１項第８号】

八号は旧法二条一項五号に相当する規定である。旧法との相違は「著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称」を加えたことである。その理由はこれらも氏名と同様に特定人の同一性を認識させる機能があるからであり、人格権保護の規定としてはこれらを保護することが妥当だからである。ただ、肖像あるいは戸籍簿で確定される氏名、登記簿に登記される名称と異なり、雅号等はある程度恣意的なものだからすべてを保護するのは行き過ぎなので、「著名な」ものに限ったのである。「氏名」はフルネームを意味する。したがって、氏又は名のうちいずれか一方のときは本号の適用はない。「これらの著名な略称」とは、氏名、名称、雅号、芸名及び筆名の略称の意味である。また、例えば、自己の名称と他人の名称とが同一の場合は、自己の名称についても本号の適用があり、したがって、不登録になる。なお、本号に関して、これは不正競争防止の規定であるから「その他人の承諾云々」の括弧書は不要であるとの説もあるが、立法の沿革としては前述のように人格権保護の規定と考えるべきであろう。本号には外国人の氏名、名称も含まれる。

[21] 特許庁「工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第21版〕」商標法1508、1509頁。
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/kaisetu/kogyoshoyu/document/chikujokaisetsu21/shouhyou.pdf（最終アクセス日：2021年12月17日）

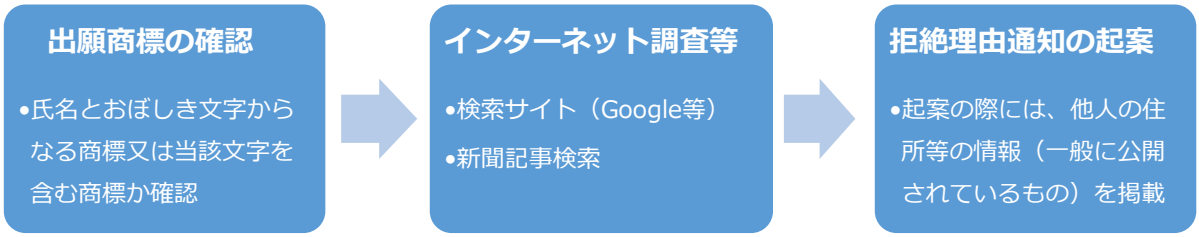
１．１．２　商標法第４条第１項第８号の審査フロー及び審査実態

（１）本規定に係る特許庁の審査

特許庁においては、構成中に他人の氏名を含む商標については、氏名を表す文字種（漢字、欧文字等）や「他人」の周知性・著名性、出願商標の周知性・著名性の有無等に関わらず、当該他人の承諾がない限り、本規定により拒絶するという審査を行っている。

審査においては、出願商標に含まれる氏名について、一般的な検索サイト、新聞記事検索等により、当該氏名の使用状況を調査した上で、当該氏名が他人の氏名を表すものと認められ、かつ、当該他人が現存することが推認できる場合（審査時において、当該他人への連絡が可能な程度に適切に情報公開されている場合）は、本規定に該当する旨の拒絶理由を通知している。

図１．　商標法第４条第１項第８号についての審査フロー



（２）現行の審査基準及び審査便覧

商標審査基準における本規定の考え方は次のとおりである[22、23]。

本規定の「他人」とは、自己以外の現存する者をいい（下記商標審査基準「１.」）、故人は本規定の対象ではない[24]。

また、自己の氏名等に係る商標であっても、「他人の氏名」にも該当する場合には、本規定の対象となる（下記商標審査基準「５.」）。

【商標審査基準　第３　七、第４条第１項第８号（他人の氏名又は名称等）】

１.「他人」について

「他人」とは、自己以外の現存する者をいい、自然人（外国人を含む。）、法人のみならず、権利能力なき社団を含む。

---

[22] 特許庁「商標審査基準〔改訂第15版〕令和２年４月１日適用」73頁（発明推進協会、2020）。

[23] 本規定に関する承諾書の取扱いについては、特許庁「商標審査便覧」42.108.01（令和２年 12 月改訂）https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/binran/document/index/42_108_01.pdf（最終アクセス日：2021年12月23日）を参照。

[24] 故人の氏名について、周知・著名な歴史上の人物名であって、当該人物に関連する公益的な施策に便乗し、その遂行を阻害する等公共の利益を損なうおそれがあると判断される場合には、商標法第４条第１項第７号（公序良俗違反）に該当する（商標審査基準・前掲注22）71頁）。特許庁「商標審査便覧」42.107.04「歴史上の人物名（周知・著名な故人の人物名）からなる商標登録出願の取扱いについて」（平成21年10月新設）https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/binran/document/index/42_107_04.pdf（最終アクセス日：2021年12月23日）。

２．「略称」について
（１）法人の「名称」から、株式会社、一般社団法人等の法人の種類を除いた場合には、「略称」に該当する。なお、権利能力なき社団の名称については、法人等の種類を含まないため、「略称」に準じて取り扱うこととする。
（２）外国人の「氏名」について、ミドルネームを含まない場合には、「略称」に該当する。

３．「著名な」略称等について
他人の「著名な」雅号、芸名、筆名又はこれら及び他人の氏名、名称の「著名な」略称に該当するか否かの判断にあたっては、人格権保護の見地から、必ずしも、当該商標の指定商品又は指定役務の需要者のみを基準とすることは要しない。

４．「含む」について
他人の名称等を「含む」商標であるかは、当該部分が他人の名称等として客観的に把握され、当該他人を想起・連想させるものであるか否かにより判断する。
（例）商標「ＴＯＳＨＩＨＩＫＯ」から他人の著名な略称「ＩＨＩ」を想起・連想させない。

５．自己の氏名等に係る商標について
自己の氏名、名称、雅号、芸名、若しくは筆名又はこれらの略称に係る商標であったとしても、「他人の氏名若しくは名称若しくは著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称」にも該当する場合には、当該他人の人格的利益を損なうものとして、本号に該当する。

６．「他人の承諾」について
「他人の承諾」は、査定時においてあることを要する。

上記審査基準のとおり、本規定には外国人の氏名も含まれるところ、ミドルネームを含まない場合には、「略称」に該当する旨が規定されている。また、商標審査便覧では[25]、本規定に関する外国の人名等の審査について、次のとおり規定している。

【商標審査便覧　41.103.01 外国の地名等に関する商標について】
５．人名等（商第４条第１項第８号関係）
外国の個人、法人等もすべて対象とすることはいうまでもないが、外国の場合は不明な場合が多いから、審査にあたってはできるだけ資料を整備すること及び業界とのコンタクト等により情報を収集するように努め、また、情報提供があれば、それも審査資料として判断する。

[25] 特許庁「商標審査便覧」41.103.01「外国の地名等に関する商標について」（平成29年４月改訂）
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/binran/document/index/41_103_01.pdf
（最終アクセス日：2021年12月17日）。

「一般財団法人」「株式会社」「ＣＯ.」「ＣＯ.，ＬＴＤ」等を除いた部分が一見して特定人の名称として理解されるものは、商標法第４条第１項第８号に該当するものとして拒絶する。

（注）「一般社団法人及び一般財団法人に関する法律」（平成 18 年法律第 48 号）によれば、「一般社団法人又は一般財団法人は、その種類に従い、その名称中に一般社団法人又は一般財団法人という文字を用いなければならない。」となっているが、移行手続がなされていない場合、経過措置として、法律の施行（平成 20 年 12 月１日施行）から５年間の移行期間においては、通常の名称はこれまでどおり「社団法人○○」「財団法人○○」の名称でかまわないとされていた。

１．１．３　商標法第４条第１項第８号に関する学説

本規定の主な論点について、学説の状況は以下のとおりである。

（１）本規定に係る人格権（人格的利益）の内容

本規定の趣旨は、１．１．１で述べたように他人の人格権（人格的利益）の保護とされているところ、ここでいう人格権の具体的内容が問題となる。

この点については、本規定が第三者に排他的に自己の氏名を使用されることによる嫌悪、羞恥、不快等の精神的な苦痛を問題としていると理解する見解[26]、[27]、商標権の庇護を与えることで登録商標の使用が促進され、人格的利益の毀損が拡大することを防ぐと解する見解[28]等がある。

また、後述する国際自由学園事件が本規定の人格的利益の内容を「自らの承諾なしにその氏名等を商標に使われない利益」とした点については、本規定は不登録事由を定めるものにすぎず、たとえ本規定違反を理由として商標登録を阻止できたとしても、その使用を禁ずることはできないことから、国際自由学園事件のいう利益を本規定の保護法益と捉えることには無理があるとする見解がある[29]。一方で、本規定が不登録事由を定めていることを踏まえるならば、国際自由学園事件判決は、自己の氏名や名称を含む商標が商標として使用されない利益を論じているのではなく、まさに他人による商標登録の場面で、自己の氏名や名称を商標に使用されない利益について論じていると解すべきであるとする見解もある[30]。

（２）「他人」の範囲（本規定が適用される範囲）

次に、本規定が適用される「他人」の範囲について、学説では、「他人」に限定を付す立場、限定を付さない立場が存在する。

「他人」に限定を付す立場としては、本規定に該当するためには、他人の氏名等について、承諾を得ないことにより人格権の毀損が客観的に認められるに足る程度の著名性・希少性等を必要であるとする見解[31]、商標によって他人を特定できる場合や、出願人が悪意や不正意図をもって他人の氏名等を商標として選択した場合等の他人が不快感を覚える客観

---

[26] 横山・前掲注 12）189 頁。

[27] 松尾・前掲注６）225 頁、宮脇正晴「商標法４条１項８号の解釈における基礎的問題の考察」L&T49 号（2010）55 頁。

[28] 宮脇・前掲注 27）52-54 頁、茶園成樹「商標法４条１項８号による人格的利益の保護―氏名権を中心に―」パテント Vol.67 No.４（No.11）46 頁（2014）。

[29] 島並・前掲注 13）507 頁。この見解は、本規定の制度趣旨について「意に反して、あたかも自己が排他的財産権の主体であるかのように他人に振る舞われてしまうことを未然に防ぐ点にある」と説明する。

[30] 横山・前掲注 12）194 頁。

[31] 網野誠『商標（第６版）』337、338 頁（有斐閣、2002）。この見解では、本規定の趣旨を、自己の氏名等が他人により商品又は役務の商標として使用されることによって、世人がそれらの氏名等と商品又は役務との間に何らかの関係があるように認識し、そのために氏名等を有する者がこれを不快としその人格権を毀損されたものであると感じるであろうことが、社会通念上、客観的に明らかであると認められるような場合において、人格権保護の建前から事前に承諾を必要としたと捉えている。

的事情がある場合に限定する見解[32]、著名性のある者の氏名からなる保護価値のある商標登録ができなくなり、不当な結果となることへの懸念から、他人の氏名等がある程度の著名性を有する場合に限定する見解[33]等がある。

「他人」に限定を付さない立場としては、氏名・名称が知られておらず、その氏名・名称を含む商標が使用されても本人と商標や商品・役務との関係性が認識されないような場合に、本規定を肯定することには疑問があるとしながら、本規定の文理解釈として、限定を付すことは困難とする見解[34]、上記のような本規定の適用場面を限定する考え方は立法論としては傾聴に値する議論としつつも、本規定の文理解釈として採用することは困難とする見解[35]、本規定が問題とする人格的利益の内容を上記の精神的苦痛（自己の氏名が無断で商標に使用されることによる精神的苦痛）であると解する立場から、人格的利益が害されるおそれを肯定するためには本規定の文言が充足されていれば足り、解釈論により要件を付加するのは困難であるとする見解[36]がある。

以上のほかに、本規定を形式的に適用し、争いがあれば他人の人格権保護の必要性、他人の人格権の毀損状態、権利濫用の存否といったことについて実質的に審査・審理することが望まれるとする見解もある[37]。

[32] 平尾正樹『商標法（第２次改訂版）』163 頁（学陽書房、2015）。
[33] 西村雅子『商標法講義』191-192 頁（発明協会、2010）。
[34] 茶園成樹「商標法４条１項８号による人格的利益の保護―氏名権を中心に―」パテント 67 巻４号 48 頁（2014）。
[35] 横山・前掲注 12）195 頁。
[36] 宮脇・前掲注 27）55 頁。
[37] 篠田四郎「判批」判例時報 1779 号 43 頁（2002）。

１．１．４　他人の氏名等を含む商標に関する審査例、審決例、裁判例

（１）第４条第１項第８号〔氏名を含む商標〕の審査例・審決例

他人の氏名等を含む商標の利用状況及び本規定に係る運用の状況を把握するために、過去の審査例及び審決例を出願人、指定商品・役務、文字の種類（欧文字、漢字、カタカナ、ひらがな）、構成・態様（姓と名の区切り、氏名以外の要素の有無）の観点で時系列に並べ、整理した[38]。

また、判断の理由が示されている拒絶査定例及び審決例については、その要旨を記載し、考慮要素を抽出した。

審査例（登録）

番号	登録日	登録番号	本願商標 （標準文字の場合はその旨記載）	出願人 （権利者）	指定商品・役務	文字の種類	姓と名の区切り	氏名以外の要素
1	1990年 8月30日	2260983	HIROKO KOSHINO	株式会社 ヒロココシノ	第7、8、9、10、11、12、17、21類	欧文字	あり	なし
2	2002年 5月24日	4571767	芦田 淳	株式会社 ジュンアシダ	第14類	漢字	あり	なし
3	2007年 4月20日	5042201	モカサン　ジュンコ　シマダ MOCASSIN JUNKO SHIMADA	ジュンコ シマダインターナショナル 株式会社	第18、25類	カタカナ・ 欧文字	あり	あり
4	2014年 11月21日	5719810	TAKAHASHIHIROKO	高橋理子 株式会社	第18、21、24、25類	欧文字	なし	あり （図形）
5	2015年 6月5日	5769764	yoshiokubo （標準文字）	株式会社 ｇｒｏｕｎｄｆｌｏ	第25類	欧文字	なし	なし
6	2020年 2月6日	6223257	前澤友作 （標準文字）	前澤　友作	第25類	漢字	なし	なし

※　番号１、４、６は、本規定に関する拒絶理由（他人の氏名）の通知なし。

※　番号２、３は、本規定に関する拒絶理由（他人の氏名）が通知されたが、承諾を得るべき対象はファッションデザイナーとして著名な「芦田淳」氏又は「島田順子」氏の各１名とされており、各デザイナーの承諾を得て登録となった事例である。

※　番号５は、本規定に関する拒絶理由通知において、インターネット調査等に基づく６名の「他人」の存在が示されたが、意見書において、本願商標は姓と名の区切りなく表記されており、氏名を欧文字で表したものと直ちに把握、認識するとは言い難いこと等が主張された結果、登録となった事例である。

[38] 本調査は、他人の氏名等を含む商標の審査・審決例の一部を列挙したものであり、全ての審査・審決例を網羅的に記載したものではない。

審査例（拒絶）

番号	査定日	出願番号	本願商標 （標準文字の場合はその旨記載）	出願人	指定商品・役務	文字の種類	姓と名の区切り	氏名以外の要素
1	2004年 7月13日	2004- 64673	原田隆史式 （標準文字）	株式会社 原田総合教育研究所	第9、16、35、41類	漢字	なし	あり
	【拒絶査定の要旨】 本願商標は人名を表したものと容易に理解し得るものであり、当該人名の「原田隆史」が東京都のハローページに数名存在することが確認され、かつ、それらの者の承諾を得ているものとは認められない。							
2	2007年 3月17日	2007- 23550	ユウキイトウ （標準文字）	吉田　尊生	第41類	カタカナ	なし	なし
	【拒絶査定の要旨】 「ユウキイトウ」の文字は、日本大学２年在学のアマチュアゴルファーとして著名な「伊藤勇気」を直ちに認識させるものであり、かつ、その者の承諾を得ているものとは認められない。							
3	2009年 3月16日	2009- 18758	A kira Elegance Osaki	株式会社 ブティック オーサキ インターナショナル	第25類	欧文字	あり	あり
	【拒絶査定の要旨】 ドイツ文字の「A」を使った縦書きの「AkiraOsaki」の文字について、「大崎　明」、「大崎　昭」等の他人の氏名に通ずる表記であり、本願商標は、他人の氏名を含む商標と認められる。							
4	2012年 9月20日	2012- 79759	いわさみさき	株式会社長良プロダクション	第41類	ひらがな	なし	なし
	【拒絶査定の要旨】 「いわさみさき」の文字は、出願人が商標登録願いに添付した承諾書に係る人物以外の「岩佐美咲」等の他人の氏名のひらがな表記と同一であり、かつ、それらの者の承諾を得たものとは認められない。							
5	2016年 7月29日	2016- 81548	森　定	森定興商 株式会社	第6、11、19、35、37、40類	漢字	あり	なし
	【拒絶査定の要旨】 本願商標は、他人の氏名である「森　定」の文字からなるものであり、かつ、これらの他人の承諾を得ているものとは認められない。							
6	2019年 3月29日	2017- 140980	小坂英子 （標準文字）	小坂　英子	第25類	漢字	なし	なし
	【拒絶査定の要旨】 商標法第４条第１項第８号の趣旨からすると、「他人の氏名」が、著名又は周知なものに限られるとは解し難く、他人の氏名を含む商標については、そのこと自体によって、人格的利益の侵害のおそれを認め、その他人の承諾を得た場合でなければ、商標登録を受けることができないとしているものと解される以上、「小坂英子」を氏名とする者からの承諾のない本願商標にあっては、商標法第４条第１項第８号に該当すると判断するのが相当。							
7	2019年 9月17日	2018- 4394	あべりょう （標準文字）	株式会社 ディ・アイ・	第4、9、14、18、	ひらがな	なし	なし

				ワイ	21、24、25、26、28、41類			
	【拒絶査定の要旨】 「あべりょう」のひらがな表記であるとしても、「あべ（氏）りょう（名）」を読みとする人の氏名を客観的に把握されるものであるから、「阿部稜」氏を指し示すため、本願商標は、「阿部稜」氏の人格的利益を害するものである。また、商標法第４条第１項第８号は、「他人の氏名を・・・含む商標」と規定されているので、「他人」は著名性を有する者に限られるものではない。							
8	2019年 10月８日	2018- 88868	小松 弥助	森田　一夫	第43類	漢字	あり	なし
	【拒絶査定の要旨】 大きさの異なる「小松」及び「弥助」の文字を、二列に配する構成からなるものだが、指定役務を取り扱う分野をはじめとして、商標の構成する文字のデザイン化や斜体化、ありふれた枠の使用等が一般的に行われていることからすれば、格別特殊な態様とはいえず、普通に用いられる方法の範囲で表してなるものとみるのが相当。そして、拒絶理由で述べたとおり、本願商標中の「小松」の文字は、我が国で多く使用される姓の一つとして知られているものであり、また、本願商標を構成する「小松」及び「弥助」の文字からなる「小松弥助」の氏名の者は、複数の存在が認められる。本願商標は、上記のとおりの構成であって、それぞれの文字が複数の意味を有する語であるとしても、これに接する取引者、需要者をして、その構成全体をもって「小松弥助」という氏名を表したものと容易に認識し得るというのが相当。本願商標は、他人の氏名からなるものというべきであり、かつ、それらの他人全ての承諾を得たものとは認められないもののため、商標法第４条第１項第８号に該当する。							
9	2019年 12月３日	2018- 93839	NAOTO SATOH	佐藤　直人	第18類	欧文字	あり	なし
	【拒絶査定の要旨】 本願商標は「ＮＡＯＴＯ　ＳＡＴＯＨ」の文字を普通に用いられる方法で表してなるところ、これと同一の氏名の他人が存在している。そして、「商標法第４条第１項第８号該当性を判断するに当たっては、出願人と他人との間で事業内容が競合するかとか、いずれが著名あるいは周知であるといったことは、考慮する必要がない」（平成21年２月26日　知的財産高等裁判所平成20年（行ケ）第10309号判決参照）旨判示しているとおり、本号の適用にあたっては、他人の人格的利益を保護するにあたっての周知性、著名性の存否については考慮する必要がないと解すべきものである。そうすると、本願商標は、他人の氏名を含む商標であって、かつ、当該他人の承諾を得ているものとは認められないため、商標法第４条第１項第８号に該当する。							
10	2020年 １月21日	2018- 113903	本間睦 （標準文字）	株式会社 ダイヤパン	第25、28類	漢字	あり	なし
	【拒絶査定の要旨】 商標法第４条１項８号は、「他人の肖像又は他人の氏名若しくは名称」を含む商標をもって商標登録を受けることは、そのこと自体によって、その氏名・名称等を有する他人の人格的利益を害するおそれがあるものとみなし、その他人の承諾を得ている場合を除き、商標登録を受けることができないとする趣旨に解されるべき（参考：知財高裁平成21年（行ケ）第100005号判決）。 出願人の挙げる登録例は、関係する商標の態様が本件とは異なり、その審査時期も異なることから、本件とは事案を異にし、同一には論じられないものであって、またそもそも具体的事案の判断においては、過去の判断に拘束されることなく検討されるべきものである。							
11	2020　年１月６日	2018- 127160	ＫＥＩＴＡ　ＫＡＷＡＳＡＫＩ （標準文字）	株式会社 ケーション	第14、16類	欧文字	あり	なし
	【拒絶査定の要旨】 本願商標は「ＫＥＩＴＡ　ＫＡＷＡＳＡＫＩ」を標準文字であらわしてなるところ、その構成中の「ＫＥＩＴＡ」の文字が、日本人の男性名（出願人が意見書において挙げた例でいえば「景太」「啓太」「圭太」など）として容							

	易に認識され得ることや、同構成中の「ＫＡＷＡＳＡＫＩ」の文字が想起させ得る「川崎」が「姓氏の一つ」（出典：岩波書店「広辞苑　第六版」）として我が国の国語辞典に掲載されるほどありふれたものであること、同「ＫＥＩＴＡ」と「ＫＡＷＡＳＡＫＩ」との間に１文字分のスペースがあること、氏名をローマ字表記する場合に「名」「氏」の順で記載することが広く行われていることからすれば、たとえ「ＫＡＷＡＳＡＫＩ」の文字のみを見た場合に行政区画名の「川崎」等も認識させ得るとしても、本願商標全体として考察した場合には、「かわさき　けいた」という日本人男性の氏名をローマ字表記したものと容易に認識できるものというのが相当。 また、商標法第４条第１項第８号に規定する「氏名」が戸籍上の氏名の表記に限定される旨の規定はなく、海外旅行に必要なパスポートの氏名や商品等の代金の支払手段の一つであるクレジットカードの氏名はローマ字で表記されているなど、我が国では氏名をローマ字表記することが社会全般において広く行われている実情がある。 加えて、仮に、商標法上の「氏名」が戸籍上の氏名に限定されるとすると、著名性を有しない限り、他人による商標登録がなされた場合は、その効力が及ぶこととなるが（商標法第 26 条第１項第１号参照）、氏名をローマ字表記することは一般的に行われているのであり、氏名の漢字等が異なるとしても、そのローマ字表記は選択の余地がないにもかかわらず、その使用が制限されることとなるから、この点からみても、商標法における「氏名」は戸籍上の氏名の表記に限定されるべきものではない。 そして、パスポートの氏名やクレジットカードの氏名などにおいては、すべて大文字のローマ字表記をすることが珍しくなく、また、氏名のローマ字表記に対応する漢字等による表記が一通りでないとしても、呼び方を同じくする氏名は、これをローマ字表記する場合、同一のローマ字で表記せざるを得ないものであり、雅号・芸名等とは異なり、恣意的に選択する余地がないものであるから、氏名のローマ字表記であっても、他人がそれを商標として、採択使用することは、そのローマ字表記された氏名の者の人格的利益を害するものといわなければならず、人格的利益の保護という商標法第４条第１項第８号の趣旨からも、氏名のローマ字表記も同号に規定する「氏名」に該当するものというべきである。 出願人の挙げる登録例は、関係する商標の態様や、指定商品・指定役務が異なるものがあり、審査時期も異なることから、本件とは事案を異にし、同一には論じられないものであって、また、そもそも、具体的事案の判断においては、過去の判断に拘束されることなく検討されるべきものである。 以上のとおり、出願人の主張はいずれも採用することはできず、また、「ＫＥＩＴＡ　ＫＡＷＡＳＡＫＩ」に相応する氏名の人物が存在しており、かつ、出願人が本願商標について登録をうけることにつき、それらの者の承諾を得ているものとはいえないことから、本願商標が商標法第４条第１項第８号に該当する。							
12	2020 年 ６月 19 日	2019- 061578	MIGLIORARE by KIYOKO HATA	株式会社クラウディアホールディングス	第 25 類	欧文字	あり	あり
	【拒絶査定の要旨】 本願商標は、その構成中に、他人の氏名を欧文字で表したものと認められる「ＫＩＹＯＫＯ　ＨＡＴＡ」の文字を有してなるものであって、本願商標の取得に際し、当該他人の承諾書が提出されていることが確認できないことから、他人の承諾を得ているものとは認められない。 したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当するものと判断するのが相当。							
13	2020 年 ７月１日	2018- 146014	UNBUILT TAKEO KIKUCHI	株式会社ワールド	第 35 類	欧文字	あり	あり
	【拒絶査定の要旨】 出願人とは認められない、映画監督の「菊地健雄（きくちたけお）」氏が存することが把握できる。 そうすると、本願商標は、他人の氏名を含む商標といえ、その者の承諾書の提出がないことから、その者の承諾を得ているものとは認められない。 　商標法第４条第１項第８号の趣旨は、他人が自らの承諾なしにその氏名を商標に使われることがないという人格的利益を保護することにあるのであって、「他人の氏名」について、商標法第４条第１項第８号を適用することは、その氏名の著名性が要件とされているものでもなく、本願商標は、「他人の氏名」を表す商標である以上、同条同号に該当するものである。							

14	2020年 12月10日	2019- 134626		三原　康裕	第18、25類	欧文字 カタカナ	あり	あり （文字、図形）
	【拒絶査定の要旨】 本願商標は、長方形の枠内に、上段に図形を配し、その下から、「Ｍａｉｓｏｎ」、「ＭＩＨＡＲＡ」及び「ＹＡＳＵＨＩＲＯ」の欧文字を３段書きしてなり、その下に横線を配し、該横線の下に、「メゾン　ミハラヤスヒロ」の片仮名文字を横書きしてなるもの。下段の片仮名文字は、上段の欧文字の読みを表したものと容易に看取されるものといえる。 また、その構成中、「Ｍａｉｓｏｎ」及び「メゾン」の文字は、「家。住居。多く、集合住宅の名に付けて用いる。」（広辞苑 第七版）の意味の語として、ごく親しまれた語といえるものである。 　欧文字表記の氏名の記載は、パスポートやクレジットカード等に表示されているように、社会全般において広く行われているものというのが相当。そうすると、本願商標に接する取引者、需要者は、その構成中の「ＭＩＨＡＲＡ」、「ＹＡＳＵＨＩＲＯ」及び「「ミハラヤスヒロ」の文字からは、氏名を表記したものと、容易に認識できるというのが相当。 そして、「ＭＩＨＡＲＡ」、「ＹＡＳＵＨＩＲＯ」及び「ミハラヤスヒロ」の文字に相当する氏名を有する者が現存することが認められる。してみれば、本願商標は、その構成中に他人の氏名を含む商標といわなければならず、その他人の承諾を得ていることを確認できる書面等の提出もない。したがって、本願商標は商標法第４条第１項第８号に該当する。					
15	2021年 ４月28日	2020- 120640		原田　陽子	第25類	欧文字	あり	あり
	【拒絶査定の要旨】 本願商標中には「Ｙｏｋｏ　ＨＡＲＡＤＡ」の文字が存在するところ、４条１項８号の趣旨が、人又は法人等の団体の肖像、氏名、名称等に対する人格的利益を保護すること、すなわち、自らの承諾なしにその氏名・名称等を商標に使われることがないという利益を保護することにあるとすれば、商標構成中に他人の氏名を含む商標についても、人格的利益を害するおそれのあるものであって、商標登録にはなじまない。							

審決例（登録）

番号	審決日	登録番号 （審判番号）	本願商標 （標準文字の場合はその旨記載）	出願人 （権利者）	指定商品・役務	文字の種類	姓と名の区切り	氏名以外の要素
1	2002年 ９月26日	4625330 （不服2002-7626）		田原　英明	第25類	欧文字 カタカナ	あり	あり （図形）

	【審決の要旨】 本願商標は、その構成中に「ＨＩＤＥＡＫＩ」及び「ＴＡＨＡＲＡ」の欧文字を二段に併記してなるところ、一段目と二段目の文字の大きさが同一でなく、かつ、薄くぼかしたデザインが施された「H」様の文字部分は、黒く明瞭に表わされた「ＩＤＥＡＫＩ」及び「ＴＡＡＲＡ」の欧文字と比べると、かすれて「H」の文字とは明瞭に認識できず、あたかも「ＩＤＥＡＫＩ」及び「ＴＡＡＲＡ」の如く看取させるものである。 そのうえ、下段に一段と大きく、目を引くように一連に表された「イデアキ　ターラ」の文字が、上段の「ＩＤＥＡＫＩ」及び「ＴＡＡＲＡ」の文字の読みを特定するものとして無理なく認識できるため、かかる構成においては原審説示の如く、当該欧文字部分をもって、他人の氏名を表した商標とはいえないものとみるのが相当である。 そうすると、本願商標が商標法第４条第１項第８号に該当するとして、本願を拒絶した原査定は、妥当でなく、取消しを免れない。							
2	2005年 ４月20日	4877581 （不服2002-21530）	AK COLLECTION AK COLLECTION AYANO KANAZAWA	東京貴宝株式会社	第14類	欧文字	あり	あり
	【審決の要旨】 人格権を保護する規定である商標法第４条第１項第８号が、他人の「略称」については著名性を要件としているのに対し、他人の「氏名」については、これを要件としていないのは、これを使用する者がある程度恣意的に選択する余地のある「略称」と異なり、「氏名」は、特定人を指し示すものであり、戸籍によって通常確定され、使用する者が恣意的に選択する余地のないものであることによるといえる。これを本願商標についてみるに、本願商標は、その構成中に「ＡＹＡＮＯ　ＫＡＮＡＺＡＷＡ」の文字を有してなるところ、ローマ文字は戸籍の氏名に使用できないものであり、該文字は戸籍上の氏名にはあたらないということができる。なお、氏名をローマ字で表記することは日常一般的に行われているところ、該文字が原査定で示した「金沢あやの」という特定人を指し示すものであるか否かについてみるに、該文字中の「ＫＡＮＡＺＡＷＡ」の文字部分が氏の「金沢」を表したものと認め得るとしても、「ＡＹＡＮＯ」の文字部分は、「あやの」「アヤノ」「あや乃」「綾乃」「彩乃」などが相当するものと考えられる。そうとすれば、「ＡＹＡＮＯ　ＫＡＮＡＺＡＷＡ」の文字は、原査定で示した「金沢あやの」をはじめ特定人を表したと特定し得るものとは認められないから、本願商標をその指定商品に使用しても、特定の者の人格権が侵害されることにはならないといわなければならない。							
3	2015年 １月８日	5738507 （不服2014-16939）	junhashimoto	株式会社COMITAS	第25、35類	欧文字	なし	なし
	【審決の要旨】 本願商標は、前記１のとおり、「ｊｕｎｈａｓｈｉｍｏｔｏ」の欧文字を書してなるところ、その構成文字は、同書、同大で外観上まとまりよく一体的に表わされており、これより生ずる「ジュンハシモト」の称呼も、一連に称呼できるものである。ところで、日本人の氏名の読みを、ローマ字で表記することは広く行われているところ、その表し方は、氏と名の第１文字目をそれぞれ大文字で表し、また、その間にスペースを設ける等の表示が一般的といえる。そうすると、本願商標は、全ての文字が小文字で、かつ、スペース等も設けずに表されていることから、かかる構成においては、これに接する取引者、需要者に、いずれの部分をもって「氏」又は「名」を表したものと、直ちに、把握、認識させるとはいい難く、その構成全体をもって、一種の造語を表したものとみるのが自然である。 そして、請求人が提出した資料によれば、本願商標は、デザイナーである「橋本淳」氏がデザインする被服等の商品の出所を表示するブランドとして使用されており、該商品は、デパート等で多数取り扱われている事実が認められ、一定程度の周知性を有するものというのが相当である。そうとすれば、本願商標は、これに接する取引者、需要者が、通常、ローマ字で表す「氏名」を普通に表示したものとは認識し得ないものというべきである。							
4	2017年 12月14日	商願2015-060972 ［出願却下（登	ＭＩＹＡＴＡＣＨＩＫＡ （標準文字）	豊島株式会社	第18、25類	欧文字	なし	なし

		録）］ （不服 2017-13410）						
	【審決の要旨】 本願商標「ＭＩＹＡＴＡＣＨＩＫＡ」は、日本人の氏名としては、姓と名に相当する部分の区切りが必ずしも明らかではなく、このような欧文字表記により直ちに特定の人物の氏名が特定されるような特段の事情も見いだせないことよりすれば、本願商標をして、直ちに、特定の日本人の氏名を表したものということはできない。また、当審において職権をもって調査したが、本願商標の登録出願時において、本願商標の構成文字である「ＭＩＹＡＴＡＣＨＩＫＡ」と一連に表記された欧文字が、原審が説示する「ミヤタチカ」氏を含めても、他人の氏名の著名な略称又は他人の著名な雅号、芸名、筆名若しくはこれらの著名な略称として一般に受け入れられていたことを認めるに足りる事実も見いだすことはできなかった。 以上のとおり、本願商標は、商標法第４条第１項第８号にいう「他人の氏名」を表したものとはいえず、他人の「著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称」を表したものとはいえないのだから、商標法第４条第１項第８号に該当しない。						

審決例（拒絶維持／登録無効）

番号	審決日	出願番号 （審判番号）	本願商標 （標準文字の場合はその旨記載）	出願人 （権利者）	指定商品・役務	文字の種類	姓と名の区切り	氏名以外の要素
1	1999 年 ９月 21 日	H06-100674 （無効 H10-035005）	CATHERINE MALANTRINO	有限会社ダダリミテッド	第 25 類	欧文字	あり	なし
	【審決の要旨】 請求人の提出に係る証拠によれば、フランス、パリ在住の女性デザイナーである「ＣＡＴＨＥＲＩＮＥ　ＭＡＲＡＮＤＲＩＮＯ」（カトリーヌ・マランドリノ）が、本件商標の登録出願前より、外国雑誌等において紹介され、我が国においても紹介されていることが認められる。また、「ＣＡＴＨＥＲＩＮＥ　ＭＡＲＡＮＤＲＩＮＯ」ブランドの衣服が 1994 年及び 1995 年に我が国に輸入・販売されていることが認められる。してみると、「ＣＡＴＨＥＲＩＮＥ　ＭＡＲＡＮＤＲＩＮＯ」の文字は、本件商標の出願時には既に、上記デザイナーの氏名を表すものとして本件商標の指定商品を取り扱う業界において知られていたものといわなければならない。しかして、本件商標は、「ＣＡＴＨＥＲＩＮＥ　ＭＡＲＡＮＴＲＩＮＯ」の文字からなるものであり、上記デザイナーの氏名である「ＣＡＴＨＥＲＩＮＥ　ＭＡＲＡＮＤＲＩＮＯ」とは、決して短い構成とはいえない 19 文字中の１字が「Ｔ」と「Ｄ」において異なるのみで、しかも、相違する両文字は共に後半部の綴り中の中央に位置するものであるため、本件商標と上記デザイナーの氏名の全体の綴りは、一見して直ちに区別が付け難い程に酷似したものである。両者から生ずると認められる「カトリーヌマラントリノ」と「カトリーヌ・マランドリノ」の称呼にしても、比較的長い構成中の中間において清音「ト」と濁音「ド」の差異にすぎない酷似したものである。かかる事情の下において、本件商標をその指定商品に使用するときは、これに接する取引者、需要者は上記デザイナーの氏名を表したものとしか認識し得ないというのが相当である。そうすると、本件商標は、商標法第４条第１項第８号にいう他人の氏名を含む商標といわなければならず、かつ、上記デザイナーの承諾を得ているものとは認められない。							
2	2010 年 ６月 21 日	2008-45494 （不服 2009-009262）		田中恵子	第９、41 類	欧文字	あり	あり
	【審決の要旨】 本願商標は、大きく緑色に着色された「Ｇ」と思しき文字にピアノのけん盤を思わせるデザインを施した図形とその下に「Ｋｅｉｋｏ　Ｔａｎａｋａ」との欧文字を横書きした構成からなり、その構成態様から図形部分及び文字部分は、それぞれ独立して自他商品・役務の識別標識としての機能を果たし得るものである。ところで、海							

	外旅行に必要なパスポートの氏名や商品等の代金の支払手段の一つであるクレジットカードの氏名は、日本人の氏名を名及び氏の順にローマ字で表記（以下、「ローマ字表記」という。）されている。また、例えば、上記（1）及び（3）のウェブサイトには「Ｋｅｉｋｏ　Ｔａｎａｋａ」及び「Ｋｅｉｋｏ　TANAKA」の記載があるように、氏名をローマ字表記することが社会全般において広く行われている。そうとすると、上記のとおりの構成からなる本願商標は、これに接する取引者、需要者は、本願商標の構成中の「Ｋｅｉｋｏ　Ｔａｎａｋａ」の文字部分を容易に氏名をローマ字表記したものと認識するものと判断するのが相当である。してみれば、本願商標は、その構成中に他人の氏名を含むものといわなければならず、かつ、前記の拒絶の理由で示された者の承諾を得たものとは認められない。したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。 請求人は、ローマ字の表記は、日本人の氏名として戸籍上も認められておらず、商標法第４条第１項第８号にいう「氏名」に該当しない旨主張し、また、氏名のローマ字表記は、多様な漢字の氏名と結び付き得るものであって、いずれか一つの氏名には結び付かないものであるから、特定の氏名とは結び付かない以上、それらの氏名を有する者の人格的利益を害することにはならない旨主張している。しかしながら、同号に規定する「氏名」が戸籍上の氏名の表記に限定される旨の規定はない。							
3	2011 年 ８月 16 日	2009-68620 （不服 2010-15068）	村上隆 Takashi Murakami	有限会社カイカイキキ	第 41 類	漢字・欧文字	漢字：なし 欧文字：あり	なし
	【審決の要旨】 本願商標は、「村上隆」の文字と「Ｔａｋａｓｈｉ　Ｍｕｒａｋａｍｉ」の文字からなるところ、これらの文字からは、氏名の一つを漢字と欧文字とで表示したものと認められるものである。そして、「村上隆」の氏名を有する者は、50 音別個人名／ハローページ（2003 年 11 月 25 日現在）によれば、東京都杉並区在の「村上隆」をはじめ、東京都区内だけでも、11 名の存在が認められる。しかしながら、請求人は、本願商標を登録することについて、当該他人である者からの承諾を得ているものとは認められない。 請求人は、「自己の氏名を承諾なく商標登録されることが何故に人格的利益の毀損に繋がるのかが不明であり、抽象的な人格権侵害の蓋然性が必要以上に強調されているようにも見える。」旨主張し、さらに、「一般論として、ある法条を解釈・適用するに当たって、その目的・趣旨を汲むことや対立する保護利益を比較考量することは当然に許される」旨主張する。しかしながら、商標法第４条第１項第８号（以下、「本号」という。）の趣旨は、「人は、自らの承諾なしにその氏名、名称等を商標に使われることがない利益を保護されている」（最高裁判所平成 16 年（行ヒ）第 343 号判決（判決日平成 17 年７月 22 日））と判示されているとおり、その他人の人格権保護にあるというほかないものであり、請求人の主張する「対立する保護利益」等を考量することは、前記法趣旨に照らし、適切なものとはいえない。 請求人は、「著名な人物の氏名を含む商標については、巨大な顧客吸引力を有するが故に保護価値が極めて大きい一方で、たとえ同姓同名の他人（一般人）が実在していても、商標中に含まれる氏名が当該他人（一般人）を特定すると見る余地は皆無に等しいから、当該他人（一般人）が不快感を覚えたり迷惑を被ったりする事態はなく、当該他人の人格的利益が毀損される実質的な蓋然性は微塵もない。」旨主張する。しかし、他人の人格的利益を保護するにあたっての周知性、著名性の存否ついては、「出願人と他人との間で事業内容が競合するかとか、いずれが著名あるいは周知であるといったことは、考慮する必要がない」（知的財産高等裁判所平成 20 年（行ケ）第 10309 号判決（判決日平成 21 年２月 26 日）旨判示しているとおり、たとえ、「村上隆」が、現代美術家として著名であるとしても、本号の適用にあたっては、他人の存在がある以上、これを考慮する必要がないと解すべきものである。							
4	2014 年 ３月 25 日	2011-91684 （不服 2013-013053）	AKIKO OGAWA.	小川章子	第 25 類	欧文字	あり	あり （記号）
	【審決の要旨】 本願商標は、「ＡＫＩＫＯ　ＯＧＡＷＡ.」の欧文字を書してなるものである。 ところで、クレジットカードに表示されている氏名は、日本人の氏名を名及び氏の順にローマ字で表記（以下「ローマ字表記」という。）されている。また、氏名をローマ字表記することが社会全般において広く行われている。そうとすると、「ＡＫＩＫＯ　ＯＧＡＷＡ.」の文字からなる本願商標は、これに接する取引者、需要者は、その構成中「ＡＫＩＫＯ　ＯＧＡＷＡ」の文字部分について、氏名をローマ字表記したものと容易に認識するものと判断するのが相当である。 そして、「ＡＫＩＫＯ　ＯＧＡＷＡ」に相当する者が次の存在することが認められる。（５名引用）							

	してみれば、本願商標は、その構成中に他人の氏名を含む商標といわなければならず、かつ、その他人の承諾を得ているものとは認められない。 したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当するものである。 （本願商標は指定商品の業界において周知性を獲得しているとの主張、本願商標は、「.」（ドット）を含んだ構成であり、本願商標が登録された場合の権利対象は「.」（ドット）を含めた構成全体であって、「.」（ドット）を含まない「ＡＫＩＫＯ　ＯＧＡＷＡ」の語には権利は及ばず、本願商標を登録することについて第三者に不利益は生じないとの主張、戸籍簿で確定される氏名が本規定の「(他人の）氏名」に当たり、ローマ字で表記された名前は該当しないとの主張、本規定の他人の対象としては、保護される程度の営業（業務上の信用）が実在していることが必要であり、全ての他人を無差別に対象として取り込むべきではないとの主張、同姓同名の第三者が存在したとしても、商標法第 26 条によって、登録商標の権利の及ばない範囲として第三者の自由な使用は容認されているので、第三者の存在を理由に登録を拒絶されるべきものでないとの主張については、いずれも採用できないとした。）							
5	2015 年 12 月 15 日	2013-83282 （不服 2014-017545）	Saori Mochizuki	谷　沙織	第３、11、14、16、18、20、24、25、26、27、35 類	欧文字	あり	あり （点線図形）
	【審決の要旨】 本願商標は、点線図形と、「Ｓａｏｒｉ　Ｍｏｃｈｉｚｕｋｉ」のローマ字からなるものである。 ところで、海外旅行に必要なパスポートの「姓」及び「名」の欄や、商品等の代金の支払手段の一つであるクレジットカードには、「名」及び「氏」の順に本人の氏名の読みがローマ字で表記（以下「ローマ字表記」という。）されており、氏名の読みをローマ字表記することが社会全般において広く行われているといえる。 そして、日本人の氏姓については、「日本人の氏姓も、日常これを表現する手段として、漢字、片仮名、平仮名、ローマ字等種々な文字を使用することは顕著な事実である。」（昭和 41 年（行ケ）第 49 号昭和 48 年２月 23 日判決言い渡し　東京高裁）旨、示されているものである。 そうとすると、本願商標に接する、取引者、需要者は、その構成中の「Ｓａｏｒｉ　Ｍｏｃｈｉｚｕｋｉ」の文字部分が、氏名をローマ字表記したものと、容易に認識するものと判断するのが相当であり、当該欧文字の読みに照応する「サオリ　モチヅキ」、すなわち「モチヅキ　サオリ」の氏名の者は、少なくとも５人の者が存在するといえるものであるから、本願商標は、その構成中に、該他人の氏名を含むものである。 また、本願商標を登録するためには、これらの者からの承諾を要するものであるところ、当審において審尋し承諾書の提出を求めたが、相当期間を経過するも該書面の提出はない。 してみれば、本願商標は、その構成中に、上記した氏名に係る、他人の氏名を含むものであって、かつ、これ者の承諾を得たものとは認められない。 したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。							
6	2018 年 ７月 17 日	2016-35197 （不服 2017-8311）	PART2 BY JUNKO SHIMADA	ジュンコシマダインターナショナル株式会社	第　18 、21、25 類	欧文字	あり	あり
	【審決の要旨】 本願商標は、赤色の図形と文字との組み合わせからなるものであるところ、その構成中の文字部分についてみると、「ＰＡＲＴ２」の文字部分と「ＢＹ　ＪＵＮＫＯ　ＳＨＩＭＡＤＡ」の文字部分とは、その文字の大きさ及び書体を異にしており、視覚上、分離して看取し得るものである。ところで、我が国においては、クレジットカードや名刺等に見られるとおり、氏名をローマ字表記すること及び氏名をローマ字表記するに当たって、欧米の語順に合わせ、名及び氏の順に表すことが、氏名の表記方法として一般に広く親しまれている。上記の我が国における氏名表記の実情に加え、氏名をローマ字表記したときに、「ＪＵＮＫＯ」に照応する名及び「ＳＨＩＭＡＤＡ」に照応する氏の者が少なからず存在することに照らせば、本願商標の看者をして、その構成中の「ＢＹ　ＪＵＮＫＯ　ＳＨＩＭＡＤＡ」の文字部分のうち、「ＪＵＮＫＯ　ＳＨＩＭＡＤＡ」の文字部分は、「ＪＵＮＫＯ」が名を表し、「ＳＨＩＭＡＤＡ」が氏を表し、その全体が「ＪＵＮＫＯ　ＳＨＩＭＡＤＡ」という氏名を表したも							

	のとして認識するというのが相当である。ファッションデザイナーの島田順子氏とは別に、「ＪＵＮＫＯ　ＳＨＩＭＡＤＡ」に照応する者が複数現存しているといえるところ、これらの者による承諾書は提出されていないから、ファッションデザイナーの島田順子氏以外の、「ＪＵＮＫＯ　ＳＨＩＭＡＤＡ」に照応する者が、本件商標登録出願について、請求人が商標登録を受けることを承諾しているとは認められない。 請求人は、請求人のブランドを表示するものとして長年使用している「ＪＵＮＫＯ　ＳＨＩＭＡＤＡ」の文字が本願の指定商品について使用された場合は、これに接する需要者は、著名なファッションデザイナーである「島田順子」を想起、連想するものであるし、原審で示された他人は、請求人とは全く異なる事業に関連する者であるから、これらの者が本願商標に接したとしても、自己の氏名を表したものと考えないから、不快に感じることもないとして、本願商標が登録されたとしても、他人の人格権を毀損するおそれはない旨主張する。しかしながら、商標法第４条第１項第８号について、「他人の名称を含む商標については、・・・出願人と他人との間で事業内容が競合するかとか、いずれが著名あるいは周知であるといったことは、考慮する必要がないというべきである。」旨判示されていることに照らせば、たとえファッションデザイナーの「島田順子」が、著名あるいは周知であったり、他人が請求人とは異なる事業に関連する者であったりしたとしても、同号の適用に当たっては、これを考慮する必要がないというべきである。							
7	2018年 12月５日	2016-137104 （不服2018-6450）	YUICHI TOYAMA.	株式会社 アトリエサンク	第９類	欧文字	あり	なし
	【審決の要旨】 本願商標は、長方形の枠内に「ＹＵＩＣＨＩ」及び「ＴＯＹＡＭＡ.」の欧文字並びにピリオドを、上下２段に横書きしてなるものである。ところで、欧文字表記の名刺の氏名の記載や、クレジットカードに表示されている氏名の欄には、「名」及び「氏」の順に本人の氏名の読みがローマ字表記されているように、氏名をローマ字表記することが社会全般において広く行われている。そうすると、本願商標に接する取引者、需要者は、その構成中の文字を全体として把握し、氏名を「ＹＵＩＣＨＩ　ＴＯＹＡＭＡ」とローマ字表記したものと、容易に認識するというのが相当である。そして、「ＹＵＩＣＨＩ　ＴＯＹＡＭＡ」のローマ字表記に相当する氏名を有する者、「外山雄一」、「外山裕一」、「外山有一」らが現存することが認められる。そうすると、本願商標は、その構成中に他人の氏名を含む商標といわなければならず、かつ請求人「株式会社アトリエサンク」の代表取締役である、外山雄一氏以外の他人の承諾を得ていることを確認できる書面等の提出はない。請求人は、請求人会社の代表取締役である外山雄一氏は、眼鏡のデザインの分野において国内外で広く知られたデザイナーであるため、本願の指定商品との関連において、「ＹＵＩＣＨＩ　ＴＯＹＡＭＡ.」の文字を含む本願商標が用いられた場合には、眼鏡で広く知られたデザイナーの「外山雄一」氏を需要者が想起することがあったとしても、眼鏡とは全く関係のない業務等に携わる「外山裕一」氏等を想起することはありえない旨を主張している。しかしながら、商標法第４条第１項第８号の趣旨は、他人の氏名を含む商標について商標登録を受けることは、そのこと自体が、その氏名を有する他人の人格的利益の保護を害するおそれがあるものと考えられるのであり、この場合、請求人と他人との間で事業内容が競合するかとか、いずれが著名あるいは周知であるといったことは、考慮する必要がないものである。							
8	2019年 ７月23日	2017-49870 （不服2018-15721）	ＹａｍａＫａｗａＭｉｔｓｕＯ （標準文字）	株式会社 小嶋 総本店他	第33類	欧文字	なし	なし
	【審決の要旨】 本願商標は、「ＹａｍａＫａｗａＭｉｔｓｕＯ」の文字を標準文字で表してなるところ、その構成中の「Ｙ」、「Ｋ」、「Ｍ」及び「Ｏ」の文字が大文字で表されていることから、「Ｙａｍａ」、「Ｋａｗａ」、「Ｍｉｔｓｕ」及び「Ｏ」の各文字を組み合わせたものと看取、把握され、そして、本願商標に接する取引者、需要者は、これを「ヤマ」「カワ」「ミツ」「オ」といった語をローマ字で表記したと容易に理解するとみるのが相当である。ところで、氏名の読みを、ローマ字で表記することは、パスポート、クレジットカードや名刺等にみられるとおり、我が国において広く行われている。してみれば、本願商標は、「ヤマカワミツオ」を読みとする氏名を、ローマ字で表記したものと容易に認識されると判断するのが相当である。そして、「ヤマカワミツオ」という氏名の者は、原審において示した者の他にも、「山川満夫」、「山川充夫」らが存在する。そうすると、本願商標は、他人の氏名を表記したものといわなければならず、かつ、他人の承諾を得たものとは認められない。 請求人は、本願商標は、姓と名の間にスペースやカンマを設けることなく、各欧文字を同書、同大、同間隔に並							

	べて一体不可分のものとして一連に表記しているから、姓と名を直ちに区別できないものである上、本願商標から生じる称呼「ヤマカワミツオ」における、「ヤ」、「カ」、「ミ」、「オ」の子音である「Y」、「K」、「M」、「O」だけを大文字で表記する、一般的な氏名の欧文字表記には使用されていない特異な表記手法であるから、より一層、取引者、需要者をして、直ちに、氏名を表したものと把握し、認識するとはいい難いものである旨主張する。しかしながら、本願商標は、氏名をローマ字で表記したと看取されるものであって、「山川光男」などの氏名の者が存在する事実があり、氏名の読みをローマ字で表記することは我が国において広く行われているから、本願商標は、姓と名の間にスペースやカンマがなく、一部を大文字で表記している構成であるとしても、氏名を構成する漢字それぞれの文字に照応するローマ字の先頭を単に大文字で表したものと認識、理解されるものであって、これが特異な表記手法であるとはいえず、これに接する取引者、需要者をして、例えば、「山川光男」などの氏名をローマ字で表記したものと認識されると判断するのが相当である。							
9	2019年 12月10日	2017-52718 （不服2018-15972）	ｋｏｊｉｆｕｊｉｔａ （標準文字）	クール ジャパン 株式会社	第30類	欧文字	なし	なし
	【審決の要旨】 本願商標は、「ｋｏｊｉｆｕｊｉｔａ」の文字を標準文字で表してなるものである。ところで、我が国においては、例えば、パスポートやクレジットカードなどには、本人の氏名がローマ字表記されるなど、氏名をローマ字表記することは少なくない。さらに、氏名を英語で表記する場合は通常「名」「氏」の順で表記し、クレジットカードなどにおいては「名」「氏」の順で表記されているものが少なくないなど、氏名をローマ字表記する場合、「名」「氏」の順で記載することは、社会一般に行われているといえる。そうすると、上記のとおりの構成からなる本願商標は、これに接する取引者、需要者をして、その構成中「ｋｏｊｉｆｕｊｉｔａ」の文字部分を、「フジタ（氏）コウジ（名）」を読みとする氏名を「名」「氏」の順にローマ字表記したものと容易に認識するものと判断するのが相当である。そして、「フジタ・コウジ」と読まれる「藤田　孝治」等の氏名の者が、少なくとも、インターネット及び各地域のハローページに掲載されていることからすれば、これらの者は、いずれも本願商標の出願時から現在に至るまで現存している者であると推認できる。また、請求人と上記の者とは他人であると認められるから、本願商標は、他人の氏名を表記したものといわなければならず、かつ、少なくとも上記他人の承諾を得たものとは認められない。 請求人は、（ア）本願商標「ｋｏｊｉｆｕｊｉｔａ」は、雅号等又はブランド名として使用され、把握されるものであり、人の氏名として客観的に把握されるものではない、（イ）「藤田浩司」等の氏名を有する他人が存在する事実は認めるが、本願商標を菓子等に使用する行為が、医学・法曹界の「藤田浩司」等の人格権を毀損するおそれがあるとは到底考えられない、（ウ）過去の審査・審決例を挙げて、本願商標も同様に取り扱われるべきである旨主張し、本願商標は商標法第４条第１項第８号に該当しない旨述べている。しかしながら、（ア）については、「藤田　孝治」等の氏名の者が存在する事実があること、我が国において、氏名の読みをローマ字で表記することは少なくないこと、氏名を英語で表記する場合は通常「名」「氏」の順で表記することが社会一般に行われていることからすれば、ブランド名等を表すといった使用の目的にかかわらず、名と氏の間にスペースを設けずに小文字のローマ字で表記したとしても、人の氏名として客観的に把握されて、氏名をローマ字で表記したものと認識されるとみるのが自然であり、加えて、このように表記することにより、氏名とは認識させないといった特別な事情は見いだせない。また、（イ）については、「他人の名称を含む商標については、他人の承諾を得ているものを除いては、商標登録を受けることができないというべきであって、出願人と他人との間で事業内容が競合するかとか、いずれが著名あるいは周知であるといったことは、考慮する必要がないというべきである。」（知財高裁平成20年（行ケ）第10309号同21年２月26日判決）と判示されていることからすれば、商標法第４条第１項第８号該当性の判断において、請求人と他人との間で菓子業界と医学・法曹界というように事業内容が異なることは考慮する必要がないと解釈すべきであるから、本願商標を登録することは、他人の人格的利益を損なうおそれがあるといわざるを得ない。さらに、（ウ）については、請求人が挙げる過去の審査・審決例は、本願商標とは商標の構成態様が異なり事案を異にするものであり、かつ、具体的事案の判断においては、過去の判断に拘束されることなく個別に判断されるべきであるから、上記判断を左右するものではない。							

（２）第４条第１項第８号〔肖像を含む商標〕の審査・審決例

審査例（登録）

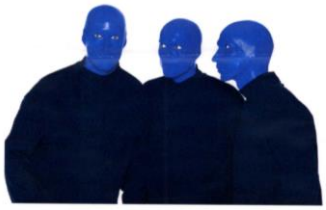
番号	登録日	登録番号	本願商標	出願人（権利者）	指定商品・役務	構成・態様	肖像以外の要素
1	2002年11月22日	4623043		キス カタログ リミテッド	第25類	ロックミュージシャンである「KISS」のメンバーの肖像	なし
2	2004年２月20日	4748528		株式会社アンバランス	第14、16、21、24、25、30、33、34類	元大関である「KONISHIKI」（日本名：塩田八十吉）氏の肖像	あり（「K」の文字）
3	2005年４月22日	4859168		ウォントイク ウッド ロック オイントメント リミテッド	第５類	リウマチ、関節炎、捻挫等を専門とする中国の医師「黄道益」氏の肖像	あり（「黄道益活路」の文字）
4	2007年３月９日	5031168		石田　亘	第29、30類	「オスカー石田」氏と思われる肖像	あり（「Oscar Ishida」の文字）
5	2007年８月24日	5073129		河合製薬株式会社	第５、29類	女性の肖像	あり（「ビタミンEC カワイ」の文字）

6	2007年 11月9日	5089784		有限会社 城島企画	第25類	元プロ野球選手である「城島健司」と思われる背番号２、「JOHJIMA」のユニフォームを着用したバットを持った人物のシルエット	あり （背番号２、「JOHJIMA」の数字と文字）
7	2019年 11月29日	6202367		株式会社 バウ企画	第９、14、18、21、24、25、28類	元プロ野球選手である「イチロー」がバッターボックスに入った際に行う仕草の一つと同一・類似の特徴を有するシルエット	なし
8	2020年 ３月３日	6231686		株式会社 パワープレイミュージック	第９、14、16、18、24、25、28、35、41類	ロックバンド「聖飢魔II」の主宰・ボーカリストであり、個人としても音楽活動を行っている「デーモン閣下」氏の肖像	なし

※　いずれも本規定に関する拒絶理由（他人の肖像）が通知されたが、承諾書の提出により解消された事例。

審査例（拒絶）

番号	査定日	出願番号	本願商標	出願人	指定商品・役務	構成・態様	肖像以外の要素
1	2004年 ２月９日	2003-32865		石垣食品 株式会社	第29類	女優である「松島トモ子」氏の肖像	あり （「牛肉３倍銀座のカレー」等の文字）
	【拒絶査定の要旨】 商標登録出願に係る商標は、その構成中に女優として著名な「松島トモ子」の肖像を有してなるものであり、か						

	つ、その者の承諾を得ているものとは認められない。したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。						
2	2007年 ２月８日	2006-46107		株式会社 愛企画	第９、16、25、35、 41類	元プロ野球選手、監督である「星野仙一」氏の肖像	なし
	【拒絶査定の要旨】 商標登録出願に係る商標は、元プロ野球選手で現阪神タイガースシニア・ディレクタである星野仙一氏の肖像写真よりなるものであり、かつ、その者の承諾を得ているものとは認められない。したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。						
3	2009年 ３月９日	2007-24509		エイベックス・ライヴ・クリエイティヴ株式会社	第41類	パフォーマンスグループである「Blue Man Group」の肖像	なし
	【拒絶査定の要旨】 商標登録出願に係る商標は、ニューヨークの路上から生まれたパフォーマンスグループである「Blue Man Group」の肖像よりなるものであり、かつ、その者の承諾を得ているものとは認められない。したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。						
4	2012年 ９月13日	2012-9508		株式会社 沖縄ドリームファクトリー	第35、41類	元プロボクサーで現在は芸能タレントの「具志堅用高」氏の肖像	あり （数字）
	【拒絶査定の要旨】 商標登録出願に係る商標は、元プロボクサーで現在は芸能タレントの具志堅用高氏の肖像からなるものであり、かつ、その者の承諾を得ているものとは認められない。したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。						

5	2013年 5月23日	2012-81643		株式会社 スマート	第35、41、42類	教育評論家である「尾木直樹」氏の肖像	なし
	【拒絶査定の要旨】 商標登録出願に係る商標は、「法政大学キャリアデザイン学部教授、早稲田大学大学院教育学研究科客員教授、臨床教育研究所『虹』所長、教育評論家」で、「尾木ママ」の愛称で親しまれ、著名な「尾木直樹」氏の似顔絵を認識させる図を書してなるものであり、かつ、その者の承諾を得ているものとは認められない。したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。						
6	2013年 5月28日	2012-26703		佐田山有史	第35類	元プロ野球選手、野球解説者・野球評論家である「張本勲」氏の肖像	あり （「あっぱれ」の文字）
	【拒絶査定の要旨】 商標登録出願に係る商標の図形は、野球解説者・野球評論家として著名な張本勲氏の肖像を表したと容易に認識させるものであり、かつ、その者の承諾を得ているものとは認められない。したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。						
7	2019年 11月6日	2018-087857		塩崎裕也	第25類	滝川第二高等学校サッカー部の元主将「中西隆裕」氏の肖像	あり （「OSAKO」等の文字）
	【拒絶査定の要旨】 本願商標は、縦長の四角形内に、人物の顔を中央に描き、その上部の四角内に「ＯＳＡＫＯ」の白い文字を、その下部の四角内に「ＨＡＮＰＡ」及び「ＮＡＩＴＴＥ」の白い文字を２段に配し、それらの周囲を線などでデザインしてなるものである。そして、その構成中の「ＯＳＡＫＯ」「ＨＡＮＰＡ」「ＮＡＩＴＴＥ」に通ずる「大迫半端ないって」の語は、2009年に開催された全国高等学校サッカー選手権大会準々決勝の試合後に、負けてしまった滝川第二高等学校の中西隆裕主将が、対戦相手の鹿児島城西高等学校の大迫勇也選手についてインタビューで話した表現であり、その後2018年のＦＩＦＡワールドカップロシア大会のコロンビア戦での大迫選手の決勝ゴールをきっかけに、2018年のユーキャンの新語・流行語大賞のトップテン入りもした流行語である。また、当該語が広く知られたことにより、上記のインタビューの映像も注目を集めているところ、その映像によれば、本願商標に描かれている人物の顔は、多少デフォルメされているとしても、中西隆宏氏の肖像を表すものと認められる。 本願商標は他人の肖像を含む商標であり、かつ、その者の承諾を得たものとは認められない。						

	したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。						
８	2021 年６月 17 日	2020-110385		阿部酒造株式会社	第 33 類	６名の男性の肖像	あり（「あべ」の文字）
	【拒絶査定の要旨】 商標登録出願に係る商標は、その構成中に６名の肖像を含む商標であり、かつ、その者の承諾を得ているものとは認められない。したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。						

※　いずれも本規定に関する拒絶理由（「他人の肖像」）が通知されたが、番号１、２、４、５、６、７、８は、承諾書の提出及び意見書等による反論なく拒絶査定となった事例。

審決例（登録）

該当する審決例なし。

審決例（拒絶維持／登録無効）

該当する審決例なし。

（３）第４条第１項第８号〔名称等を含む商標〕の審査・審判事例

審査例（登録）

番号	登録日	登録番号	本願商標（標準文字の場合はその旨記載）	出願人（権利者）	指定商品・役務	文字の種類	名称以外の要素
１	2020 年１月９日	6214888	株式会社高陽社（標準文字）	株式会社高陽社	第３、５、10、11、32、35 類	漢字	なし
２	2020 年２月 14 日	6225931	日本パレットレンタル（標準文字）	日本パレットレンタル株式会社	第９、17、35、37、39、40、42 類	漢字、カタカナ	なし
３	2020 年２月５日	6222732	株式会社ＲｅａｃｔＯｎ（標準文字）	株式会社ReactOn	第 35、37 類	漢字、欧文字	なし

※　番号１は本規定の拒絶理由（「他人の名称」）の通知なし。番号２は、審査官の提示した名称が自己の名称である旨を主張して拒絶理由が解消。番号３は、出願人が名義変更を行い拒絶理由が解消。

審査例（拒絶）

番号	査定日	出願番号	本願商標（標準文字の場合はその旨記載）	出願人	指定商品・役務	文字の種類	名称以外の要素
１	2019 年７月 17 日	2018-33331	HMP ハイランドMP株式会社	高島株式会社	第９、10、11、16、17、19、20、21、22、24、39 類	欧文字、漢字、カタカナ	あり
	【拒絶査定の要旨】 この商標登録出願に係る商標は、図案化された「ＨＭＰ」を配し、その右部に法人の名称を表示したものと認め						

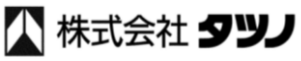
	られる「ハイランドMP株式会社」の文字を書してなるところ、その構成中「ハイランドMP株式会社」の文字は、他人の名称と同一であり、かつ、その他人の承諾を得ているものとは認められない。						
2	2019年 7月30日	2018-072122	株式会社エムエステック (標準文字)	株式会社 エムエス テック	第37類	漢字、 カタカナ	なし
	【拒絶査定の要旨】 この商標登録出願に係る商標は、「株式会社エムエステック」を標準文字で表してなるものであるが、この文字は、他人の名称と同一であり、かつ、その他人の承諾を得ているものとは認められない。						
3	2019年 8月14日	2018-076954	株式会社ペンタス PENTAS CO.,LTD.	株式会社 ペンタス	第3類	漢字、 カタカナ、 欧文字	なし
	【拒絶査定の要旨】 この商標登録出願に係る商標は、「株式会社ペンタス」の文字と「ＰＥＮＴＡＳ　ＣＯ.、ＬＴＤ.」の文字を上下二段に横書きしてなるものである。そして、その構成中に「株式会社ペンタス」の文字を有してなるものであるが、これは、他人の名称と同一であり、かつ、その他人の承諾を得ているものとは認められない。						
4	2020年 1月8日	2018-144887	関東自動車株式会社	関東自動車 株式会社	第39類	漢字	あり
	【拒絶査定の要旨】 本願商標は、図形及び「関東自動車株式会社」の文字からなるところ、本願商標構成中の「関東自動車株式会社」の文字と同一の名称である法人が、多数存在し、かつ、出願人は、当該法人から承諾を得たことを証明する書面を提出していない。したがって、本願商標は、他人の名称を含む商標であり、かつ、本願商標を登録することについて、当該他人の承諾を得ているものとは認められないため、商標法第４条第１項第８号に該当する。 出願人は、意見書において、本願商標は、出願人が所有する登録商標と同一の文字にマークを付加したにすぎないものであり、商標法第４条第１項第８号に該当しない旨主張する。しかしながら、商標法第４条第１項第８号の該当性は、出願時及び査定時において、個別具体的に判断されるべきものであって、出願人が提示する、出願人が所有する登録商標は、本願商標と判断時期を異にすることから、当該登録商標例が、本願商標の判断について、そのまま当てはまるものではないので、出願人の主張は採用できない。						
5	2020年 2月7日	2018-146609	完全味つけ 旭ポンズ 喰べてびっくり旭ポンズ ㈱旭食品謹製	株式会社 旭食品	第30類	漢字、 カタカナ、 ひらがな	あり
	【拒絶査定の要旨】 商標登録出願に係る商標は、その構成中に、「(株) 旭食品」の文字を含んでいるところ、これは、山梨県南巨摩郡富士川町最勝寺 1317 所在の「株式会社旭食品」の他人の名称と同一であり、かつ、その他人の承諾を得ているものとは認められない。したがって、本願商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。						

審決例（登録）

番号	審決日	登録番号 (審判番号)	本願商標 (標準文字の場合はその旨記載)	出願人 (権利者)	指定商品 ・役務	文字の種類	名称以外の要素
1	2012年 10月29日	5426646 (無効2012-890036)	ワールドビジョン WORLD VISION	株式会社 青山プランニングアーツ	第35、38、41類	欧文字、 カタカナ	なし

	【審決の要旨】 「ワールド・ビジョン」「Ｗｏｒｌｄ　Ｖｉｓｉｏｎ」が、請求人の略称として本件商標の指定役務に係る一般的な需要者の間で広く認識されているとはいえず、請求人を指し示すものとして一般に受け入れられているとまでは認められないというのが相当であるから、本件商標は商標法第４条第１項第８号に該当するものとはいえない。						
2	2013 年 ８月 21 日	5079261 （無効 2012-890082）		水野株式会社	第 25 類	欧文字、 漢字	あり
	【審決の要旨】 本件商標は、その構成中の「ＭＩＺＵＮＯ」の欧文字部分に注目したとしても、該文字が請求人の略称として観念されない以上、請求人の著名な略称を表したものということができない。してみれば、本件商標の構成文字から「ＭＩＺＵＮＯ」の欧文字部分のみが殊更に分離、抽出され、請求人の略称を表すものとして認識されるとはいうことができない。したがって、本件商標は、商標法第４条第１項第８号に違反して登録されたものではない。						
	2016 年 12 月６日	5641300 （無効 2015-890045）	Design Thinking	株式会社ＴＢＷＡＨＡＫＵＨＯＤＯ	第９、11、19、35、36、37、41、42 類	欧文字	なし
	【審決の要旨】 商標法第４条第１項第８号は、「他人の肖像又は他人の氏名若しくは名称若しくは著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称を含む商標（その他人の承諾を得ているものを除く。）」と規定するものであるところ、本件商標「Ｄｅｓｉｇｎ　Ｔｈｉｎｋｉｎｇ」は、請求人の名称とは認められない。また、請求人は、「デザイン思考」及び英語表記の「Ｄｅｓｉｇｎ　Ｔｈｉｎｋｉｎｇ　Ｉｎｓｔｉｔｕｔｅ」を請求人の商標として使用しており、本件商標と類似している旨述べるが、本号が適用されるのは、その名称や著名な略称等を含むものであり、請求人の提出に係る証拠によっては、請求人の略称として「デザイン思考」の文字が使用されているとは認められないし、「Ｄｅｓｉｇｎ　Ｔｈｉｎｋｉｎｇ　Ｉｎｓｔｉｔｕｔｅ」の文字が、請求人の略称として著名となっていることも認めることはできず、これらの表示が、本件商標に含まれているとも認められない。よって、本件商標は、商標法第４条第１項第８号に該当しない。						
4	2019 年 ８月 16 日	5571602 （無効 2018-890018）	大成コーポレーション	株式会社大成コーポレーション	第 37 類	漢字、 カタカナ	なし
	【審決の要旨】 請求人は、本件商標を構成する「大成コーポレーション」の文字も、本件商標の語頭部に位置する「大成」の文字も、いずれも「大成建設株式会社」を指し示すものとして一般に受け入れられているものであり、本件商標は、請求人商号の著名な略称である「大成」及び「大成コーポレーション」を含むものであるから、商標法第４条第１項第８号に該当する旨主張している。そこで、「大成」及び「大成コーポレーション」の文字が請求人の著名な略称といえるかについてみるに、「大成」の文字は、単独で使用されたことが認められるのは、数件にとどまっており、本件商標の登録出願時及び登録査定時において、請求人又は請求人の業務に係る役務表示として、需要者の間に広く認識されていたと認めることはできないものであり、請求人の略称として広く認識されていたものということはできない。また、「大成コーポレーション」の文字は、請求人による使用実績を示す証拠はなく、請求人の社名を指し示す略称として一般に受け入れられていたとはいい難いものであり、かつ、その英文表記である「ＴＡＩＳＥＩ　ＣＯＲＰＯＲＡＴＩＯＮ」の文字も、本件商標の登録出願時及び登録査定時において、請求人又は請求人の業務に係る役務を表示するものとして、需要者の間に広く認識されていたものと認めることはできないものである。してみれば、「大成」が請求人の商号の一部であり、また、「ＴＡＩＳＥＩ　ＣＯＲＰＯＲＡＴＩＯＮ」が請求人の商号の英語表記であるとしても、「大成」及び「大成コーポレーション」の文字は、請求人の著名な略称ということはできない。したがって、本件商標は、商標法第４条第１項第８号に該当しない。						

審決例（拒絶維持／登録無効）

番号	審決日	出願番号 （審判番号）	本願商標 （標準文字の場合はその旨記載）	出願人 （権利者）	指定商品 ・役務	文字の種類	名称以外 の要素
1	2012 年 12 月 26 日	2011-80930 （不服 2012-16762）		株式会社 秋山工務店	第 37、42 類	漢字	あり （図形）
	【審決の要旨】 本願商標は、その構成中左側には、のれんに記す商家の屋号に使用される記号の一類型と解される、円輪郭内に「昌」の文字を書してなる図形部分（以下「のれん記号」という。）と、その中央には、「株式」「會社」の文字を二段に書し（以下「株式會社」という。）、その右側に、「秋山工務店」の文字を書した、のれん記号と文字部分との組合せからなるものである。 そうすると、本願商標は、「株式會社秋山工務店」の文字を含むものであり、その文字部分の表示態様からして、これは法人の名称を表示したものであること明らかである。 しかして、当該「株式會社秋山工務店」の文字部分のうち、「會」の文字は「会」の異体文字と認められるから、「株式會社秋山工務店」の文字部分は実質的に「株式会社秋山工務店」と書されているのと同じというべきである。 そして、「株式會社秋山工務店」と実質的に同一の名称からなる法人は、出願人以外にも原審が拒絶の理由で通知した引用会社が実在するところであるが、請求人は、当該他人である引用会社から、何ら承諾を得ていない。 したがって、本願商標は、他人の名称が含まれることは明らかであって、かつ、当該他人の承諾を得ているものとは認められないものであるから、商標法第４条第１項第８号に該当するものといわざるを得ない。					
2	2013 年 ９月 12 日	2012-4180 （不服 2013-9655）		株式会社 タツノ	第６、７、９、 20、37 類	漢字、 カタカナ	あり （図形）
	【審決の要旨】 本願商標は、矢羽根図形と「株式会社タツノ」（「タツノ」の文字部分は、「株式会社」の文字に比べ、太く書されている。以下「タツノ」と記載する。）の文字との組合せからなるものである。 そして、その構成中、「株式会社」の文字部分は、「資本金が株式という均等な形式に分割され、出資者すなわち株主が組織する有限責任会社。」（広辞苑第六版）を意味することから、「株式会社タツノ」の文字部分は、株式会社の商号を表示するものと認められ、最高裁判所昭和 57 年（行ツ）第 15 号判決（判決日　昭和 57 年 11 月 12 日）からすれば、商標法第４条第１項第８号における「他人の名称」に該当する。 請求人は、原審において拒絶理由に示され、当審においてもその存在が確認できる「東京都千代田区三番町３－２」、「東京都新宿区箪笥町 13 番地　グローバル新神楽坂 11Ｆ」、「埼玉県吉川市中島１丁目 35」、「長野県上田市踏入２－19－34」、「静岡県三島市旭ヶ丘９－18」及び「大阪府大阪市生野区巽西２丁目３－15」に所在する「株式会社タツノ」から、本願商標を登録することについて、承諾を得たことを証明する書面を提出していない。 したがって、最高裁判所平成 15 年（行ヒ）第 265 号判決（判決日　平成 16 年６月８日））からすれば、本願商標は、これを登録することについて、他人の承諾を得たものと認めることができない。 本願商標は、他人の名称を含む商標であり、かつ、当該他人の承諾を得ているとは認められないものであるから、商標法第４条第１項第８号に該当する。					
3	2016 年 ９月６日	2012-98286 （無効 2016-890003）	紅　花　王 ルージュ ファ ワン	株式会社 アキシオン	第３類	漢字、 カタカナ	なし
	【審決の要旨】 本件商標は、上段に「紅花王」の漢字を大きく、下段に「ルージュ　ファ　ワン」の片仮名を小さく表してなるものである。商標法第４条第１項第８号は、他人の「著名な略称を含む商標」は商標登録を受けることができないとしているところ、「花王」の文字は、本件商標の登録出願の日前及び登録査定日において、請求人の著名な略称として、我が国の取引者、需要者の間に認識されていることからすれば、本件商標は、「紅花王」の文字が上段に大きく表されていることと相まって、これに接する者に、該文字中の上記著名な略称と同一の文字である「花王」の文字部分に着目し、請求人を連想、想起させるものといえる。そうすると、本件商標は、他人（請求人）の著名な略称を含む商標といえるものであり、かつ、商標登録を受けることについて、その他人					

	の承諾を得ているものということができない。したがって、本件商標は、商標法第４条第１項第８号に該当する。

（４）他人の氏名等を含む商標の登録・拒絶事例の傾向／分析

上記のような他人の氏名等を含む商標の審査例・審決例について、出願人、指定商品・役務、商標の文字の種類（欧文字、漢字、カタカナ等）、構成・態様（姓と名の区切り、氏名以外の要素の有無）の観点から分析を行った。

（ｉ）「氏名」を含む商標

（Ａ）出願人について

出願人については、商標に含まれる氏名を有する個人（本人）ではなく、株式会社等の法人である場合がほとんどである。

出願人が個人である場合については、出願人の氏名と商標に含まれる氏名が一致しており、出願人の自己氏名に係る商標とみられるものが多いが（「審査例（登録）」No.６、「審査例（拒絶）」No.６、９、14、15、「審決例（登録）」No.１、「審決例（拒絶維持・登録無効）」No.２、４）[39]、これに該当しない事例も存在した（「審査例（拒絶）」No.２、８、「審決例（拒絶維持・登録無効）」No.５）。

（Ｂ）指定商品又は役務について

出願に係る指定商品・役務として比較的多くの出願・登録例が見られたのは、下記のとおり、ファッション関係、玩具関係、広告・小売等関係、教育サービス関係であった。

表 11. 氏名を含む商標の出願に多く指定される商品・役務

ファッション関係	第 14 類	身飾品・アクセサリー、貴金属、宝飾品、時計等
	第 18 類	かばん、財布、傘、皮革等
	第 25 類	洋服や靴等
玩具関係	第 28 類	おもちゃ、人形、運動用具
広告・小売等関係	第 35 類	広告業、ビジネスコンサルティング、事業支援、小売サービス
教育サービス関係	第 41 類	教育、スポーツ・文化・娯楽サービス等

（Ｃ）文字の種類（欧文字、漢字、カタカナ、ひらがな）について

氏名の表記に係る文字の種類については、欧文字表記のみからなる商標、又は欧文字表記を含む商標が比較的多く見受けられた。漢字又はひらがな表記のみからなる商標も少数ではあるが確認された。

[39] 出願人の氏名の漢字表記に対して、商標は欧文字、カタカナ等の表記による違いがあっても、称呼は一致するものと考えられるものが大半であった。

（ａ）審査例の傾向

漢字表記からなる商標について、漢字表記のみからなるものについて登録となった事例（「審査例（登録）」No.６[40]）、拒絶となった事例（「審査例（拒絶）」No.１、５、６、８、10）いずれも確認された。

欧文字表記からなる商標については、欧文字表記のみからなるものについて、拒絶理由の通知なく登録となった事例（「審査例（登録）」No.１）、拒絶理由の通知はあったが、意見書において、本願商標は姓と名の区切りなく表記されており、氏名を欧文字で表したものと直ちに把握、認識するとは言い難いこと等が主張された結果、登録となった事例（「審査例（登録）」No.５）が存在した。欧文字表記のみからなるもので拒絶となった事例は、後述する姓と名の区切りのあるものが多い（「審査例（拒絶）」No.３、９、11～15）。

（ｂ）審決例の傾向

漢字表記からなる商標については、欧文字表記と併記された事案であるが、2011 年に拒絶維持となった審決例が確認された（「審決例（拒絶維持／登録無効）」No.３）。

欧文字表記からなる商標については、1999 年、審査において登録となった外国人の氏名からなる商標について、本規定該当性が認められ登録が無効となった事案がある（同 No.１）。2000 年代初期には、氏名を構成する文字がデザイン化されていること（「審決例（登録）」No.１）、欧文字表記の氏名が戸籍上の氏名に当たらないこと（同 No.２）等を理由に、登録となった事例が確認された。後者の点（本規定の氏名は戸籍上の氏名に限定されるか）については、2010 年、日本人の氏名について「氏名をローマ字表記することが社会全般において広く行われている」として、欧文字表記の日本人の氏名について本規定該当性を肯定した審決があり（「審決例（拒絶維持／登録無効）」No.２）、その後の審決では一貫してこの判断を維持している（「審決例（拒絶維持／登録無効）」No.３～９）。

なお、日本人の氏名の欧文字表記も、本規定の「氏名」に含まれるという解釈は、後述の知財高裁判決でも確認されている（知財高判令和元年（2019 年）８月７日（平成 31（行ケ）第 10037 号）〔KEN KIKUCHI 事件〕）。

（Ｄ）構成・態様（姓と名の区切り、氏名以外の要素の有無）

氏名の表記における姓と名の区切りの有無については、区切りのある表記の方が多く確認された。後述のとおり姓と名の区切りのある商標は、近年、審査・審決例いずれにおいても本規定に基づき拒絶となる事例が多い。

氏名以外の要素の有無については、これらの要素がないものの方が多く確認された。

（ａ）審査例の傾向

2000 年代初期の頃までは、姓と名の区切りのある商標について、審査で登録となる例が複数確認された（「審査例（登録）」No.１、２、３）が、近年は、拒絶となる事例が続いて

[40] 「審査例（登録）」No.６は漢字のみからなる商標であり、審査において登録となっているが、本規定に関する拒絶理由が通知されておらず、審査において現存する「他人」が確認されなかった事例と考えられる。

いる（「審査例（拒絶）」No.５、８、９、10、11、12、13、14、15）。

姓と名の区切りのない商標については、2015年、意見書において、本願商標は姓と名の区切りなく表記されており、氏名を欧文字で表したものと直ちに把握、認識するとは言い難いこと等が主張された結果、登録となった事例が確認された（「審査例（登録）」No.５）が、拒絶となる事例も複数確認された（「審査例（拒絶）」No.１、２、４、６、７）。

（ｂ）審決例の傾向

姓と名の区切りのある商標について、2002年の審決例では、氏名を構成する文字がデザイン化されていること等を理由に登録となったものが確認された（「審決例（登録）」No.１）が、2010年代以降は、拒絶が維持される事例が複数あり（「審決例（拒絶維持／登録無効）」No.２、３、４、５）、その傾向は近年においても変わりがないものと思われる（同No.６、７）。

姓と名の区切りのない商標については、2015年及び2017年に、通常、氏名を表示したものとは認識し得ない（「審決例（登録）」No.３）、直ちに特定の日本人の氏名を表したものということはできない（「審決例（登録）」No.４）として、登録となった事例が確認されたが、2019年以降は拒絶となる事例が続いている（「審決例（拒絶維持／登録無効）」No.８、９）。

この点については、後述する姓と名の区切りのない商標について、本規定該当性を肯定した知財高裁判決（知財高判平成28年（2016年）８月10日（平成28年（行ケ）第10065号）〔山岸一雄大勝軒事件〕、知財高判平成28年（2016年）８月10日（平成28年（行ケ）第10066号）〔山岸一雄事件〕）の判断が影響しているものと考えられる。

（Ｅ）その他の考慮要素について

（ａ）審査例の傾向

「他人」の周知・著名性については、2000年代初期において、これを考慮しない事例も存在する（「審査例（拒絶）」No１～４）ものの、拒絶理由において著名なファッションデザイナーである個人１名が「他人」として示され、その承諾を得て登録となった事例が確認されており（「審査例（登録）」No.２、３）、本規定の「他人」についてある程度の著名性の有無が考慮されていた可能性も否定できない[41]。もっとも、近年は「他人」の周知・著名性を考慮する事例は見当らない（「審査例（拒絶）」No.５～15）。

また、近年、出願商標の周知・著名性及び出願人と他人との間の競業事業の有無についても、考慮する必要がないとした審査例が確認された（「審査例（拒絶）」No.９）。

（ｂ）審決例の傾向

「他人」の周知・著名性については、上記1999年の無効審決において、「本件商標の出

[41] 工藤莞司『商標審査基準の解説（第八版）』224頁（発明推進協会、2015）では、「嘗ての実務上は、自己の氏名等と一致する全ての他人の承諾を必要とするのではなくて、他人にはある程度の著名性が考慮され、また、登録異議申立てなどにより積極的に人格権の保護を主張した場合にその者の承諾を必要とすることとしていた」との記載がある。

願時には既に、上記デザイナーの氏名を表すものとして本件商標の指定商品を取り扱う業界において知られていたものといわなければならない」との認定を行い「他人」の周知性を考慮したとも理解できる事例が確認された（「審決例（拒絶維持／登録無効）」No.１）。

もっとも、2010 年代以降においては、「他人」の周知・著名性は考慮されることなく、拒絶となる事例が続いている（「審決例（拒絶維持／登録無効）」No.２～９）。

出願商標の周知・著名性については、2015 年の審決において「本願商標は、デザイナーである『橋本淳』氏がデザインする被服等の商品の出所を表示するブランドとして使用されており、該商品は、デパート等で多数取り扱われている事実が認められ、一定程度の周知性を有するものというのが相当である」として、出願商標の周知性を考慮したとも理解できる事例が確認されたが（「審決例（登録）」No.３）、これを考慮しないとした審決例が複数確認された（「審決例（拒絶維持／登録無効）」No.３、４、６、７、９）。

出願人と他人との間の競業事業の有無についても、本規定の考慮要素となることを否定する審決例が複数確認された（「審決例（拒絶維持／登録無効）」No.３、６、９）。

以上のような審査・審決例における考慮要素の採否についても、後述の裁判例の判断が影響を与えているものと考えられる。

（ⅱ）「肖像」を含む商標

出願人については、スポーツ選手のマネジメントを行う株式会社や、音楽芸能プロダクションである株式会社等、法人による出願が多く確認された。

出願に係る指定商品・役務は、第 25 類、第 35 類、第 41 類が比較的多く見られた。

肖像の対象については、芸能人やスポーツ選手といった著名な者が多く確認された。また、肖像の態様については、写真、イラスト又はシルエットからなるものが確認され、イラストやシルエットであってもその著名人の特徴的な部分を認定して他人の肖像を含む商標と判断されている。商標の構成・態様については、肖像のみからなるもののほか、肖像を有する者の氏名や関連する文字、数字等を含むものが複数確認された。

拒絶理由の内容については、氏名のように、一つの対象（肖像）につき複数人の「他人」が示される例は確認できなかった。この点で、氏名を含む商標と比較すると、承諾書を得て登録を得ることが容易である場合が多いものと考えられる（「審査例(登録)」No.１～８）。

拒絶とされた審査事例については、出願人が引用された肖像の者からの承諾書の提出がなく、意見書等による反論もなく拒絶査定となったものが多く確認された（「審査例(拒絶)」No.１、２、４～８）。

（ⅲ）「名称」を含む商標

出願人は、いずれも法人（株式会社）であった。

出願に係る指定商品又は役務については、特段の傾向を見いだせなかった。

名称を表記する文字の種類については、欧文字のみからなるものと比較し、漢字、カタカナを用いるものが多かった。名称以外の要素を含む商標は、氏名を含む商標の場合と比較して少なかった。

審査例及び審決例いずれにおいても、名称の認定に関して、文字の種類や商標の構成・

態様が争点となるものは確認できず、この点は氏名を含む商標と異なっていた。名称を含む商標において比較的多く見られた争点は、商標に含まれる名称の「略称」の著名性であった（「審決例（登録）」No.１～４、「審決例（拒絶維持／登録無効）」No.３）。

（５）裁判例

（ｉ）第４条第１項第８号に関する裁判例

（Ａ）最高裁判所の判決

本規定に関する最高裁判所の判決は３件あるが、そのうち１件は氏名を含む商標に関する訴訟であり、本規定の他人の承諾の有無を判断する基準時が争われた事案である（最判平成16年６月８日（平成15年（行ヒ）第265号）〔LEONARD KAMHOUT事件〕）。

他の２件は、名称を含む商標に関する訴訟であり、「著名な略称」の解釈が争われた事案である（最判昭和57年11月12日（昭和57年（行ツ）第15号）〔月の友の会事件〕、最判平成17年７月22日（平成16年（行ヒ）第343号）〔国際自由学園事件〕）。

<table>
<tr><th>番号</th><th>判決日・事件番号</th><th>本件商標（登録番号）
（標準文字の場合はその旨記載）</th><th>結論</th><th>登録商標の権利者／出願人（訴訟当時）</th><th>指定商品・役務</th><th>文字の種類</th><th>氏名以外の要素</th></tr>
<tr><td rowspan="3">1</td><td>最判昭和57年11月12日（昭和57年(行ツ)第15号）〔月の友の会事件〕</td><td>登録第664346号
 </td><td>上告棄却</td><td>株式会社京都西川</td><td>第17類</td><td>漢字、ひらがな</td><td>なし</td></tr>
<tr><td colspan="7">【事件の概要】
株式会社の商号から株式会社の文字を除いた部分は商標法第４条第１項第８号所定の「他人の名称の略称」に当たるかが争われた事案。</td></tr>
<tr><td colspan="7">【判決の要旨】
株式会社の商号は商標法第４条第１項第８号にいう「他人の略称」に該当し、株式会社の商号から株式会社なる文字を除いた部分は同号にいう「他人の名称の略称」に該当するものと解すべきであって、登録を受けようとする商標が他人たる株式会社の商号から株式会社なる文字を除いた略称を含むものである場合には、その商標は、右略称が他人たる株式会社を表示するものとして「著名」であるときに限り登録を受けることができないものと解するのが相当である。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">2</td><td>最判平成16年６月８日(平成15年(行ヒ)第265号)〔LEONARD KAMHOUT事件〕</td><td>商願平10-90342
LEONARD KAMHOUT</td><td>上告棄却</td><td>株式会社マツ・インターナショナル</td><td>第14、18、25類</td><td>欧文字</td><td>なし</td></tr>
<tr><td colspan="7">【事件の概要】商標法第４条第１項第８号の他人の承諾の有無を判断する基準時が争われた事案。</td></tr>
<tr><td colspan="7">【判決の要旨】
８号は、その括弧書以外の部分に列挙された他人の肖像又は他人の氏名、名称、その著名な略称等を含む商標は、括弧書にいう当該他人の承諾を得ているものを除き、商標登録を受けることができないとする規定である。その趣旨は、肖像、氏名等に関する他人の人格的利益を保護することにあると解される。したがって、８号本文に該当する商標につき商標登録を受けようとする者は、他人の人格的利益を害することがないよう、自らの責任において当該他人の承諾を確保しておくべきものである。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td colspan="7">出願時に８号本文に該当する商標について商標登録を受けるためには、査定時において８号括弧書の承諾があることを要するのであり、出願時に上記承諾があったとしても、査定時にこれを欠くときは、商標登録を受けることができないと解するのが相当である。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">３</td><td>最判平成 17 年７月 22 日（平成 16 年（行ヒ）第 343 号）〔国際自由学園事件〕</td><td>登録第 4153893 号
国際自由学園</td><td>破棄差戻</td><td>学校法人神戸創志学園</td><td>第 41 類</td><td>漢字</td><td>なし</td></tr>
<tr><td colspan="7">【事件の概要】商標法第４条第１項第８号所定の他人の名称の「著名な略称」を含む商標に当たるかが争われた事案。</td></tr>
<tr><td colspan="7">【判決の要旨】
商標法４条１項は、商標登録を受けることができない商標を各号で列記しているが、需要者の間に広く認識されている商標との関係で商品又は役務の出所の混同の防止を図ろうとする同項 10 号、15 号等の規定とは別に、８号の規定が定められていることからみると、８号が、他人の肖像又は他人の氏名、名称、著名な略称等を含む商標は、その他人の承諾を得ているものを除き、商標登録を受けることができないと規定した趣旨は、人（法人等の団体を含む。以下同じ。）の肖像、氏名、名称等に対する人格的利益を保護することにあると解される。すなわち、人は、自らの承諾なしにその氏名、名称等を商標に使われることがない利益を保護されているのである。略称についても、一般に氏名、名称と同様に本人を指し示すものとして受け入れられている場合には、本人の氏名、名称と同様に保護に値すると考えられる。
人の名称等の略称が８号にいう「著名な略称」に該当するか否かを判断するについても、常に、問題とされた商標の指定商品又は指定役務の需要者のみを基準とすることは相当でなく、その略称が本人を指し示すものとして一般に受け入れられているか否かを基準として判断されるべきものということができる。本件においては、上告人は、上告人略称を教育及びこれに関連する役務に長期間にわたり使用し続け、その間、書籍、新聞等で度々取り上げられており、上告人略称は、教育機関者を始めとする知識人の間で、よく知られているというのである。これによれば、上告人略称は、上告人を指し示すものとして一般に受け入れられていたと解する余地もあるということができる。そうであるとすれば、上告人略称が本件商標の指定役務の需要者である学生等の間で広く認識されていないことを主たる理由として本件商標登録が８号の規定に違反するものでないとした原審の判断には、８号の規定の解釈適用を誤った違法があるといわざるを得ない。</td></tr>
</table>

（Ｂ）最高裁判決の分析

本規定の趣旨に関しては、上記最高裁判決 No. ２（最判平成 16 年６月８日（平成 15 年（行ヒ）第 265 号）〔LEONARD KAMHOUT 事件〕）、No. ３（最判平成 17 年７月 22 日（平成 16（行ヒ）第 343 号）〔国際自由学園事件〕）いずれにおいても、氏名等に関する他人の人格的利益を保護することであると確認されている。

No. ３（最判平成 17 年７月 22 日（平成 16（行ヒ）第 343 号）〔国際自由学園事件〕）では、他人の人格的利益の内容について、「人は、自らの承諾なしにその氏名、名称等を商標に使われることがない利益を保護されているのである」と述べている。

（C）高等裁判所の判決

（a）「他人の氏名」の著名性等の考慮

番号	判決日・事件番号・事件名	本件商標（標準文字の場合はその旨記載）	結論	出願人（訴訟当時）	個人の氏名／法人等の名称	指定商品・役務	文字の種類	氏名以外の要素
1	知財高判平成28年8月10日（平成28年（行ケ）第10065号）〔山岸一雄大勝軒事件〕	商願2013-90519 山岸一雄大勝軒 （標準文字）	請求棄却	株式会社大勝軒	個人の氏名	第30、43類	漢字	あり（文字）

【事件の概要】
商標法第４条第１項第８号所定の他人の氏名が著名又は周知なものに限られるか等が争われた事案。

【判決の要旨】
商標法第４条第１項は、商標登録を受けることができない商標を各号で列記しているが、需要者の間に広く認識されている商標との関係で商品又は役務の出所の混同の防止を図ろうとする同項10号、15号等の規定とは別に、８号の規定が定められていることからみると、８号が、他人の肖像又は他人の氏名、名称、著名な略称等を含む商標は、その他人の承諾を得ているものを除き、商標登録を受けることができないと規定した趣旨は、人（法人等の団体を含む。以下同じ。）の肖像、氏名、名称等に対する人格的利益を保護すること、すなわち、自らの承諾なしにその氏名、名称等を商標に使われることがないという利益を保護することにあると解される（最高裁平成15年（行ヒ）第265号同16年６月８日第三小法廷判決・裁判集民事214号373頁、最高裁平成16年（行ヒ）第343号同17年７月22日第二小法廷判決・裁判集民事217号595頁参照）。そうすると、ある氏名を有する他人にとって、その氏名を同人の承諾なく商標登録されることは、同人の人格的利益を害されることになると考えられる。
商標法第４条第１項第８号の趣旨やその規定ぶりからすると、同号にいう「他人の氏名」が、著名又は周知なものに限られるとは解し難く、また、同号の適用が、他人の氏名を含む商標の登録により、当該他人の人格的利益が侵害され、又はそのおそれがあるとすべき具体的事情の証明があったことを要件とするものであるとも解し難い。すなわち、同号は、他人の氏名を含む商標については、そのこと自体によって、上記人格的利益の侵害のおそれを認め、その他人の承諾を得た場合でなければ、商標登録を受けることができないとしているものと解される。
原告の…主張は、商標法第４条第１項第８号が、その規定上、他人の氏名については「著名な」ものであることを要するとはしていないこと、他人の人格的利益を侵害し、又はそのおそれがあるとすべき具体的事情の証明があったことを要件としているとも解し難いことに照らし、文理解釈の範囲を超えるものといわざるを得ない。また、同号の趣旨は、上記のとおり、人の氏名に対する人格的利益の保護にあるところ、この人格的利益の保護の要否を、顧客吸引力の有無（周知性や著名性の有無）により分けるというのも、同号が商品又は役務の出所の混同のおそれを要件としていないことに照らし、相当でない。さらに、自己の氏名を含む商標が登録されることにより氏名保持者が精神的苦痛や不快感を覚えるか否かを商標出願の願書の記載のみから判断すれば足りるというのも、氏名保持者ごとに人格的利益に係る事情は異なるにもかかわらず、その個別的事情を一切捨象するものであって、相当でない。なお、他人の氏名を含む商標について、当該氏名を有する他人から登録異議の申立てや無効審判請求がされたときに初めて、当該商標の商標法４条１項８号該当性を判断すれば足りるとするのは、同号が商標の不登録事由として規定されていることにそぐわないのみならず、登録異議の申立期間が商標掲載公報の発行の日から２月以内に限られ（同法43条の２）、同項８号に違反してされたこ

<table>
<tr><td></td><td colspan="8">とを理由とする無効審判は商標権の設定の登録の日から５年を経過した後は請求することができないとされていることから（同法 47 条１項）、人は、自らの承諾なしにその氏名を商標に使われることがないという利益を確保するために、自己の氏名が含まれる商標の登録の有無を常に確認しなければならないことになる。かかる解釈は、商標に含まれる氏名を有する他人に負担を強いるものであって、相当でないといわざるを得ない。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">２</td><td>知財高判平成 28 年８月 10 日（平成 28 年（行ケ）第 10066 号）〔山岸一雄事件〕</td><td>商願 2013-90418 号

山岸一雄
（標準文字）</td><td>請求棄却</td><td>株式会社大勝軒</td><td>個人の氏名</td><td>第30、43類</td><td>漢字</td><td>なし</td></tr>
<tr><td colspan="8">【事件の概要】
平成 28 年（行ケ）第 10065 号の判決と同様。</td></tr>
<tr><td colspan="8">【判決の要旨】
平成 28 年（行ケ）第 10065 号の判決と同旨。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">３</td><td>知財高判令和元年８月７日（平成 31 年（行ケ）第 10037 号）〔 KEN KIKUCHI 事件〕</td><td>商願 2017-69467 号

</td><td>請求棄却</td><td>菊地 健</td><td>個人の氏名</td><td>第14、18
25類</td><td>欧文字</td><td>あり（デザイン化された文字＋図形）</td></tr>
<tr><td colspan="8">【事件の概要】
商標法第４条第１項第８号所定の「氏名」にローマ字表記された氏名が含まれるか、同規定の「他人の氏名」が著名性・希少性を有するものに限られるか、同規定の該当性の判断において出願商標のブランドとしての一定の周知性が考慮されるか等が争われた事案。</td></tr>
<tr><td colspan="8">【判決の要旨】
（「ＫＥＮＫＩＫＵＣＨＩ」の文字部分の意味について）本願商標の外観、我が国における一般的な氏名の表記方法等によれば、本願商標の構成中「ＫＥＮＫＩＫＵＣＨＩ」部分は、「キクチ（氏）ケン（名）」を読みとする人の氏名として客観的に把握されるものであることが認められ、この氏名は、原告の氏名に限定されるものではない。仮に、本願商標がブランド「ケンキクチ」のロゴとして一定の周知性を有しているとしても、かかる事実は上記認定を左右するものではない。（中略）
（商標法４条１項８号の「他人の氏名」について）同号は、「他人の氏名…を含む商標」と規定するものであり、当該「氏名」の表記方法に特段限定を付すものではない。また、同号の趣旨は、自らの承諾なしにその氏名、名称等を商標に使われることがないという人格的利益を保護することにあると解される（最高裁平成 15 年（行ヒ）第 265 号同 16 年６月８日第三小法廷判決・裁判集民事 214 号 373 頁、最高裁平成 16 年（行ヒ）第 343 号同 17 年７月 22 日第二小法廷判決・裁判集民事 217 号 595 頁参照）ところ、自己の「氏名」であれば、それがローマ字表記されたものであるとしても、本人を指し示すものとして受け入れられている以上、その「氏名」を承諾なしに商標登録されることは、同人の人格的利益を害されることになると考えられる。したがって、同号の「氏名」には、ローマ字表記された氏名も含まれると解される。（中略）
商標法第４条第１項第８号の趣旨は、自らの承諾なしにその氏名、名称等を商標に使われることがないという人格的利益を保護することにある。そして、同号は、その規定上、雅号、芸名、筆名、略称については、「著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称」として、著名なものを含む商標のみを不登録とする一方で、「他人の肖像又は他人の氏名若しくは名称」については、著名又は周知なものであることを要するとはしていない。また、同号は、人格的利益の侵害のおそれがあること</td></tr>
</table>

	それ自体を要件として規定するものでもない。したがって、同号の趣旨やその規定ぶりからすると、同号の「他人の氏名」が、著名性・希少性を有するものに限られるとは解し難く、また、「他人の氏名」を含む商標である以上、当該商標がブランドとして一定の周知性を有するといったことは、考慮する必要がないというべきである。							
4	知財高判令和２年７月 29 日（令和２年（行ケ）第 10006 号）〔The Soloist. 事件〕	商願 2017-126259 号 TAKAHIROMIYASHITATheSoloist. (標準文字)	請求棄却	株式会社ソロイスト	個人の氏名	第９、14、18、25 類	欧文字	あり
	【事件の概要】 商標法第４条第１項第８号所定の「他人の氏名」は著名性や希少性を要件とするか等が争われた事案。							
	【判決の要旨】 （本願商標が人の氏名を含む態様のものであるか否かについて） 「ＴＡＫＡＨＩＲＯＭＩＹＡＳＨＩＴＡ」の文字部分は、無理なく一連に発語することができ、「タカヒロミヤシタ」という称呼が自然に生じるところ、証拠（略）によると「タカヒロ」を読みとする名前（「孝大」、「孝弘」、「隆広」、「貴大」、「貴弘」等）が、証拠（略）によると「ミヤシタ」を読みとする姓氏（「宮下」）が、それぞれ日本人にとってありふれたものであることが認められる。以上に加え、証拠（略）及び弁論の全趣旨によると、我が国では、パスポートやクレジットカードなどに本人の氏名がローマ字表記されるなど、氏名をローマ字表記することが少なくなく、全ての文字を欧文字の大文字で記載することも少なくなく、また、その場合、従来、名前、姓氏の順で記載することが広く行われていたと認められることを考慮すると、本願商標の構成のうち「ＴＡＫＡＨＩＲＯＭＩＹＡＳＨＩＴＡ」の文字部分は、「ミヤシタ（氏）タカヒロ（名）」を読みとする人の氏名として客観的に把握されるものであり、本願商標は「人の氏名」を含む商標であると認められる。（中略）姓氏と名前を２段に分けて表記したり、姓氏と名前との間に空白を入れて表記したりする例が存在し、それらがパスポートやクレジットカードの例であること（略）から直ちに、そのような表記でなければ人の氏名であると理解されないとはいえず、また、姓氏と名前の頭文字のみを大文字で記載する例があること（略）から直ちに、そのような表記でなければ人の氏名であると理解されないとはいえないのであって、これらの表記の存在は、前記（１）の認定判断を左右するものではない。（中略） （商標法４条１項８号該当性について） 証拠（略）によると、①「宮下孝洋」という者が 2018 年 12 月版（掲載情報は同年９月５日現在）及び 2016 年 12 月版（掲載情報は同年９月７日現在）の「ハローページ（新潟県上越版）」に（中略）それぞれ掲載されていることが認められ、上記各事実からすると、上記の者は、いずれも本願商標の登録出願時から本件審決時まで現存しているものと推認できる。そして、上記の者は、いずれもその氏名の読みを「ミヤシタタカヒロ」とすると考えられる。その他、ウェブページ（略）からも、氏名の読みを「ミヤシタタカヒロ」とする「宮下貴博」、「宮下敬宏」、「宮下孝洋」、「宮下孝広」又は「宮下貴浩」という者及び氏名の読みを「ミヤシタタカヒロ」とすると考えられる「宮下隆裕」又は「宮下隆博」という者が存することが認められ、これらの者も、本願商標の登録出願時から本件審決時まで現存しているものと推認できる。 商標法第４条第１項第８号は、自らの承諾なしに、その氏名、名称等を商標に使われることがないという人格的利益を保護するものである（最高裁平成 15 年（行ヒ）第 265 号同 16 年６月８日第三小法廷判決・裁判集民事 214 号 373 頁、最高裁平成 16 年（行ヒ）第 343 号同 17 年７月 22 日第二小法廷判決・裁判集民事 217 号 595 頁参照）ところ、その規定上、「雅号」、「芸名」、「筆名」及び「略称」については、「著名な」という限定が付されている一方で、「他人の氏名」及び「名称」についてはそのような限定が付されていない。同号は、氏名及び名称については著名でなくとも当然にその主体である他人を指すと認識されることから、当該他人の氏名や名称の著名性や希少性等を要件とすることなく、当該他人の人格的利益を保護したものと解される。							

（ｂ）出願人と他人との商品又は役務の混同／競業事業の有無の考慮

番号	判決日・事件番号・事件名	本願商標 （標準文字の場合はその旨記載）	結論	出願人 （訴訟当時）	個人の氏名／法人等の名称	指定商品・役務	文字の種類	氏名以外の要素
5	知財高判平成21年2月26日（平成20年（行ケ）第10309号）〔オプト事件〕	商願2006-027632号 株式会社オプト （標準文字）	請求棄却	株式会社オプト	法人等の名称	第35類	漢字、カタカナ	なし
	【事件の概要】 商標法第４条第１項第８号の該当性の判断において、出願人と他人との間での事業内容の競合の有無、いずれが著名あるいは周知であるということが考慮されるか等が争われた事案。							
	【判決の要旨】 商標法第４条第１項第８号の趣旨については、次のように解される。すなわち、商標法４条１項は、商標登録を受けることができない商標を各号で列記しているが、需要者の間に広く認識されている商標との関係で商品又は役務の出所の混同の防止を図ろうとする同項10号、15号等の規定とは別に、８号の規定が定められていることからすると、８号が、他人の肖像又は他人の氏名、名称、著名な略称等を含む商標は、その他人の承諾を得ているものを除き、商標登録を受けることができないと規定した趣旨は、人（法人等の団体を含む。）の肖像、氏名、名称等に対する人格的利益を保護することにあると解されるのであって、商品又は役務の出所の混同の防止を図る規定であるとは解されない（最高裁平成15年（行ヒ）第265号平成16年６月８日第三小法廷判決・判例時報1867号108頁、最高裁平成16年（行ヒ）第343号平成17年７月22日第二小法廷判決・判例時報1908号164頁参照）。したがって、ある名称を有する他人にとって、その名称を同人の承諾なく商標登録されることは、同人の人格的利益を害されることになるものと考えられるのであり、この場合、出願人と他人との間で事業内容が競合するかとか、いずれが著名あるいは周知であるといったことは、考慮する必要がないことになる。 さらに、具体的な株式会社の商号（例えば「株式会社オプト」）から株式会社の文字を除いた部分（例えば「オプト」）は、商標法４条１項８号にいう「他人の名称の略称」に当たる（最高裁昭和57年（行ツ）第15号昭和57年11月12日第二小法廷判決・民集36巻11号2233頁参照）。したがって、それが著名なものでない限り、他人の株式会社なる文字を除いた部分と同一の名称の商標登録を受けることは、商標法４条１項８号によって妨げられることはない。 以上のような諸点を考慮すると、他人の名称を含む商標については、他人の承諾を得ているものを除いては、商標登録を受けることができないというべきであって、出願人と他人との間で事業内容が競合するかとか、いずれが著名あるいは周知であるといったことは、考慮する必要がないというべきである。							
6	知財高判平成21年5月26日（平成21年（行ケ）第10005号）〔末廣精工事件〕	商願2007-63965号 末廣精工株式会社	請求棄却	末廣精工株式会社	法人等の名称	第７類	漢字	なし

	【事件の概要】 商標法第４条第１項第８号の該当性の判断において、出願人と他人との間での商品又は役務の混同のおそれの有無、いずれかが周知・著名であるということが考慮されるか否か等が争われた事案。
	【判決の要旨】 原告は、商標法４条１項８号の立法趣旨などにかんがみると、本願商標が引用会社の名称を含むものであって、かつ、原告が同社の承諾を得ていないとしても、同社の人格的利益を侵害しない場合には、同号に違反するものではなく、本願商標の登録が認められるべきであると主張するが、同号は「その括弧書以外の部分に列挙された他人の肖像又は他人の氏名名称その著名な略称等を含む商標は括弧書にいう当該他人の承諾を得ているものを除き、商標登録を受けることができないとする規定である。その趣旨は、肖像、氏名等に関する他人の人格的利益を保護することにあると解される（最高裁平成15年（行ヒ）第265号平成16年６月８日第三小法廷判決・裁判集民事214号373頁）上、また「法４条１項は、商標登録を受けることができない商標を各号で列記しているが、需要者の間に広く認識されている商標との関係で商品又は役務の出所の混同の防止を図ろうとする同項10号、15号等の規定とは別に、８号の規定が定められていることからみると、８号が、他人の肖像又は他人の氏名、名称、著名な略称等を含む商標は、その他人の承諾を得ているものを除き、商標登録を受けることができないと規定した趣旨は、人（法人等の団体を含む。以下同じ）の肖像、氏名、名称等に対する人格的利益を保護することにあると解される。すなわち、人は、自らの承諾なしにその氏名、名称等を商標に使われることがない利益を保護されているのである。略称についても、一般に氏名、名称と同様に本人を指し示すものとして受け入れられている場合には、本人の氏名、名称と同様に保護に値すると考えられる。」（前掲最高裁平成17年７月22日第二小法廷判決）のである。法４条１項８号は「他人の肖像又は他人の氏名若しくは名称」を含む商標については、括弧書きによる「その他人の承諾を得ているもの」を除き、商標登録を受けることができないと規定するにとどまるが、そこには、前記最高裁判例に判示されているとおりの意味があるのであって、原告の主張するように、同号の規定上、人格的利益の侵害のおそれがあることなどのその他の要件を加味して、その適否を考える余地はないというべきである。要するに、同号は、出願人と他人との間での商品又は役務の出所の混同のおそれの有無、いずれかが周知著名であるということなどは考慮せず「他人の肖像又は、他人の氏名若しくは名称」を含む商標をもって商標登録を受けることは、そのこと自体によって、その氏名、名称等を有する他人の人格的利益の保護を害するおそれがあるものとみなし、その他人の承諾を得ている場合を除き、商標登録を受けることができないとする趣旨に解されるべきものなのである。

（ｃ）「他人」に故人が含まれるかの判断

番号	判決日・事件番号・事件名	本願商標（標準文字の場合はその旨記載）	結論	登録商標の権利者（訴訟当時）	個人の氏名／法人等の名称	指定商品・役務	文字の種類	氏名以外の要素
7	知財高判平成17年６月30日（平成17年（行ケ）第10336号）〔Ana Aslan事件〕	登録第4658466号 アナ アスラン Ana Aslan	請求棄却	株式会社ジーエイチスリールーマニア	個人の氏名	第３類	欧文字、カタカナ	なし
	【事件の概要】 商標法第４条第１項第８号所定の「他人」に故人が含まれるか否かが争われた事案。							
	【判決の要旨】							

	原告は、商標法第４条１項８号の立法趣旨は、人格権の保護であって、同号にいう「他人」は、故人であっても、特にその氏名が著名であり、かつ、故人に対する強い敬愛追慕の情があるときには、保護されるべきであるとして、アナ・アスラン博士が同号にいう「他人」に含まれると解釈すべきであると主張する。しかし、人格権は、一身専属的な権利であって、例えば著作権法 60 条のような個別の規定がある場合を除き、その者の死亡により消滅するというべきであるから、商標法第４条第１項第８号の立法趣旨が人格権の保護であるからといって、そのことから、同号にいう「他人」に故人が含まれるということにはならない。そして、原告は、裁判例（東京高等裁判所昭和 54 年３月 14 日判決・判例時報 918 号 21 頁、大阪地裁堺支部昭和 58 年３月 23 日判決・判例時報 1071 号 33 頁）を引用するが（平成 16 年 11 月 30 日付け原告準備書面１の 17 頁）、これらの裁判例は、いずれも死者の名誉が毀損された場合における不法行為の成否が問題となった事案であるから、本件とは事案を異にする。 なお、故人の業績等を継承した団体等が当該氏名を著名なものとして表示しているなどの事実関係が認められるときは、この団体等の名称について、商標法第４条第１項第８号の該当性が考えられることのあることは別論であるが、本件において、この点に関する主張立証はない。

（ｄ）ミドルネームを有する外国人名における「他人の氏名」

番号	判決日・事件番号・事件名	本願商標（標準文字の場合はその旨記載）	結論	登録商標の権利者（訴訟当時）	個人の氏名／法人等の名称	指定商品・役務	文字の種類	氏名以外の要素
８	東京高判平成 14 年 12 月 26 日（平成 14 年（行ケ）第 151 号）〔 CECIL McBEE 事件〕	登録第 4136718 号 CECIL McBEE セシル マクビー	審決取消	株式会社ジャパンイマジネーション	個人の氏名	第 25 類	欧文字、カタカナ	なし
	【事件の概要】 ミドルネームを欠く氏名の表記について、商標法第４条第１項第８号所定の「他人の氏名」（フルネーム）該当性が争われた事案。							
	【判決の要旨】 被告は、ここにいう「リーガルネーム」が商標法第４条第１項第８号の「他人の氏名」に当たるフルネームである、と主張する。しかしながら、上記の「リーガルネーム」に関する記載が、我が国の商標法４条１項８号との関係で記載されたものでないことは、明らかである。のみならず、商標法第４条第１項第８号の「他人の氏名」に当たるか否かということは、もともと、我が国の法律の条項号である上記条項号に固有の解釈の問題であり、米国において名前が法律上どのように扱われているか、ということによって決められるべき性質のものではない。まして、上記文献においても、人物のフルネームには、ファーストネームとラストネームだけでなく、ミドルネームも含まれるとされており、現に、前記パスポートには、被告のミドルネームも含めた氏名が記載されているのである。上記書籍の「リーガルネーム」に関する記載からは、せいぜい、米国の法律上、ある人物を特定するために必要な名前の要素がファーストネームとラストネームである、ということが読み取れるにとどまり、それ以上の意味を読み取ることはできない。 商標法第４条第１項第８号の「他人の氏名」がフルネームでなければならないとされているのは、他人の氏名については、芸名や略称等と異なり、著名性が要件とされていないため、氏又は名だけでよいとすると、同号による保護の範囲が広がりすぎ、商標権の取得が過度に妨げられる結果を招くと考えられるからである。このような見地からすると、「他人の氏名」であるフルネームに当たるか否かの判断に当たっては、厳格な取扱いをすべきであり、外国人について、ミドルネームがある場合には、これもフルネームに含まれる、と解するのが相当である。							

（Ｄ）高等裁判所の判決の分析

高等裁判所の判決では、本規定の趣旨について「他人の人格的利益の保護」であることが繰り返し確認されている。

「氏名」の認定については、商標の外観や我が国における一般的な氏名の表記方法等により、人の氏名と客観的に把握されるものであるか否かを基準として行われることが一般的である。「他人」については、ハローページやウェブページ等を根拠として、本願商標に含まれる氏名と同一氏名を有する他人の有無が認定されており、当該他人（複数存在する場合にはその全員）の承諾を得ない限り、登録を認めないという立場が採用されている。

（ａ）考慮要素について

考慮要素については、下記のとおり、本規定を文言どおりに解釈し、「他人の氏名」の周知・著名性、出願商標の周知・著名性、出願人と他人との競業関係の有無等は通常考慮されていない。

（ａ－１）「他人の氏名」の周知・著名性の考慮

2009 年以降の高等裁判所の判決では、本規定において他人の周知・著名性は考慮しないとしたものが複数確認された。

No. ５（知財高判平成 21 年２月 26 日（平成 20 年（行ケ）第 10309 号）〔オプト事件〕）においては法人の名称を含む商標について、「出願人と他人との間で･･･、いずれが著名あるいは周知であるといったことは、考慮する必要がないというべきである」とされ、その後 No. ６（知財高判平成 21 年５月 26 日（平成 21 年（行ケ）第 10005 号）〔末廣精工事件〕）においても「出願人と他人との間で･･･いずれかが周知著名であるということなどは考慮せず」とされた。

No. １（知財高判平成 28 年８月 10 日（平成 28 年（行ケ）第 10065 号）〔山岸一雄大勝軒事件〕）及び No. ２（知財高判平成 28 年８月 10 日（平成 28 年（行ケ）第 10066 号）〔山岸一雄事件〕）は、氏名を含む商標について「『他人の氏名』が、著名又は周知なものに限られるとは解し難く」、本規定に係る他人の人格的利益の保護の要否を「顧客吸引力の有無（周知性や著名性の有無）により分けるというのも、同号が商品又は役務の出所の混同のおそれを要件としていないことに照らし、相当でない」としている。No. ３（知財高判令和元年８月７日（平成 31 年（行ケ）第 10037 号）〔KEN KIKUCHI 事件〕）では、「『他人の氏名』が、著名性・希少性を有するものに限られるとは解し難」いとの言及が、No. ４（知財高判令和２年７月 29 日（令和２年（行ケ）第 10006 号）〔The Soloist. 事件〕）では「当該他人の氏名や名称の著名性や希少性等を要件とすることなく、当該他人の人格的利益を保護したものと解される」との言及がある。

（ａ－２）出願商標の周知・著名性の考慮

出願商標の周知・著名性についても、本規定の考慮要素としないと明示した判決がある。

すなわち、No. ３（知財高判令和元年８月７日（平成 31 年（行ケ）第 10037 号）〔KEN

KIKUCHI 事件〕）においては「『他人の氏名』を含む商標である以上、当該商標がブランドとして一定の周知性を有するといったことは、考慮する必要がないというべき」とされている。

なお、出願商標ではなく、出願人に関するものであるが、上記No. ５（知財高判平成21年２月26日（平成20年（行ケ）第10309号）〔オプト事件〕）における「出願人と他人との間で･･･、いずれが著名あるいは周知であるといったことは、考慮する必要がないというべきである」との言及、No. ６（知財高判平成21年５月26日（平成21年（行ケ）第10005号）〔末廣精工事件〕）における「出願人と他人との間で･･･いずれかが周知著名であるということなどは考慮せず」との言及も、出願人側の周知性を考慮しないという点でNo. ３（知財高判令和元年８月７日（平成31年（行ケ）第10037号）〔KEN KIKUCHI 事件〕）と共通点を有する。

（ａ－３）商品・役務の混同／競業事業の有無の考慮

「他人の氏名」の周知・著名性と同様に、商品・役務の混同の有無及び競業事業の有無についても、これを考慮しないことを明示した判決がある。

No. ６（知財高判平成21年５月26日（平成21年（行ケ）第10005号）〔末廣精工事件〕）では「出願人と他人との間で商品又は役務の混同のおそれの有無、…、などは考慮せず」とし、No. ５（知財高判平成21年２月26日（平成20年（行ケ）第10309号）〔オプト事件〕）では「出願人と他人との間で事業内容が競合するかとか…は考慮する必要がない」としている。

（ｂ）その他

（ｂ－１）故人の「他人」該当性

本規定の「他人」に、故人が含まれるかについては、No. ７（知財高判平成17年６月30日（平成17年（行ケ）第10336号）〔Ana Aslan 事件〕）において「人格権は、一身専属的な権利であって、例えば著作権法第60条のような個別の規定がある場合を除き、その者の死亡により消滅するというべきであるから、商標法第４条第１項第８号の立法趣旨が人格権の保護であるからといって、そのことから、同号にいう「他人」に故人が含まれるということにはならない」として、本規定の「他人」から故人を除外している。

（ｂ－２）ミドルネームを有する外国人の氏名の「他人の氏名」該当性

ミドルネームを有する外国人の氏名の「他人の氏名」該当性については、No. ８（東京高判平成14年12月26日（平成14年（行ケ）第151号）〔CECIL McBEE 事件〕）において「他人の氏名」であるフルネームに当たるか否かの判断に当たっては、厳格な取扱いをすべきであり、外国人について、ミドルネームがある場合には、これもフルネームに含まれる、と解するのが相当である」として、ミドルネームも氏名の一部であることが示されている。

したがって、ミドルネームを欠く氏名の表記については、氏名の「略称」となり、著名性が認められる場合に限り本規定が適用されることになる。

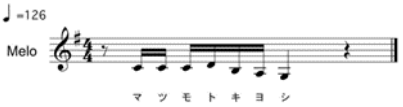
（E）「マツモトキヨシ」音商標事件判決

近時、本規定に関する判断がなされた事例として、知財高判令和３年８月 30 日（令和２年（行ケ）第 10126 号）〔マツモトキヨシ音商標事件〕を紹介する。

本判決は、「マツモトキヨシ」という言語的要素を含む音商標について、本規定の該当性が争われた事件である。本願商標について、特許庁は、他人の氏名（出願人以外にも「マツモトキヨシ」を氏名の読みとする個人が存在）を含む商標であり、その承諾を得ていないことから本規定に該当するとして拒絶査定を行い、審判でも拒絶査定が維持されたため、当該審決の取消しを求めて本件訴訟が提起された。

知財高裁は、本規定が「出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名、名称等に係る人格的利益の調整を図る趣旨の規定」であるとし、「取引の実情に照らし、…音商標に接した者が、普通は、音商標を構成する音から人の氏名を連想、想起するものと認められないとき」は、当該音商標は本規定に該当しないと判示した。

そのうえで、本願商標については、取引の実情として「マツモトキヨシ」の表示の著名性及び本願商標の音の CM ソングとしての周知性を認定し、本願商標の言語的要素を含む音は、一般に人の氏名を指し示すものとして認識されるものとはいえないことから、本規定に該当しないとした。

判決日・事件番号・事件名	本願商標（標準文字の場合はその旨記載）	結論	登録商標の権利者	個人の氏名／法人等の名称	指定商品・役務	文字の種類	氏名以外の要素
知財高判令和３年８月 30 日（令和２（行ケ）第 10126 号）〔マツモトキヨシ音商標事件〕	商願 2017-007811 号 	審決取消	株式会社マツモトキヨシホールディングス	個人の氏名	第 35、44 類	―	なし
【事件の概要】 「マツモトキヨシ」という言語的要素を含む音商標について、商標法第４条第１項第８号の該当性を認める拒絶査定を維持した審決[42]の取消しを求めた事案。							

[42] 審決の理由の要旨は以下のとおりである。

1. 本願商標は、･･･音楽的要素及び「マツモトキヨシ」という言語的要素からなる音商標･･･であるところ、ウェブサイトやNTT 東日本及び西日本の「ハローページ」には、「マツモト」を読みとする姓氏及び「キヨシ」を読みとする名前の氏名の者が多数掲載されている実情があることからすると、本願商標を構成する「マツモトキヨシ」という言語的要素は、「マツモトキヨシ」を読みとする人の氏名として客観的に把握されるものであるから、本願商標は、

【判決の要旨】[43]

商標法４条１項８号が、他人の肖像又は他人の氏名、名称、著名な略称等を含む商標は、その承諾を得ているものを除き、商標登録を受けることができないと規定した趣旨は、人は、自らの承諾なしに、その氏名、名称等を商標に使われることがないという人格的利益を保護することにあるものと解される（最高裁平成15年（行ヒ）第265号同16年６月８日第三小法廷判決・裁判集民事214号373頁、最高裁平成16年（行ヒ）第343号同17年７月22日第二小法廷判決・裁判集民事217号595頁参照）。

このような同号の趣旨に照らせば、音商標を構成する音が、一般に人の氏名を指し示すものとして認識される場合には、当該音商標は、「他人の氏名」を含む商標として、その承諾を得ているものを除き、同号により商標登録を受けることができないと解される。

また、同号は、出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名、名称等に係る人格的利益の調整を図る趣旨の規定であり、音商標を構成する音と同一の称呼の氏名の者が存在するとしても、当該音が一般に人の氏名を指し示すものとして認識されない場合にまで、他人の氏名に係る人格的利益を常に優先させることを規定したものと解することはできない。

そうすると、音商標を構成する音と同一の称呼の氏名の者が存在するとしても、取引の実情に照らし、商標登録出願時において、音商標に接した者が、普通は、音商標を構成する音から人の氏名を連想、想起するものと認められないときは、当該音は一般に人の氏名を指し示すものとして認識されるものといえないから、当該音商標は、同号の「他人の氏名」を含む商標に当たるものと認めることはできないというべきである。

これらの認定事実によれば、本願商標に関する取引の実情として、「マツモトキヨシ」の表示は、本願商標の出願当時（出願日平成29年１月30日）、ドラッグストア「マツモトキヨシ」の店名や株式会社マツモトキヨシ、原告又は原告のグループ会社を示すものとして全国的に著名であったこと、「マツモトキヨシ」という言語的要素を含む本願商標と同一又は類似の音は、テレビコマーシャル及びドラッグストア「マツモトキヨシ」の各小売店の店舗内において使用された結果、ドラッグストア「マツモトキヨシ」の広告宣伝（ＣＭソングのフレーズ）として広く知られていたことが認められる。

前記…の取引の実情の下においては、本願商標の登録出願当時（出願日平成29年１月30日）、本願商標に接した者が、本願商標の構成中の「マツモトキヨシ」という言語的要素からなる音から、通常、容易に連想、想起するのは、ドラッグストアの店名としての「マツモトキヨシ」、企業名としての株式会社マツモトキヨ

人の「氏名」を含む商標である。

２．上記ウェブサイト及び「ハローページ」に示された「マツモトキヨシ」を読みとする氏名の者は、原告（請求人）と他人であると認められるが、原告は、当該他人の承諾を得ているものとは認められない。

３．したがって、本願商標は、「他人の氏名」を含む商標であり、かつ、その他人の承諾を得ているとは認められないものであるから、商標法４条１項８号に該当し、登録することができない。

４．仮に本願商標が原告又はその子会社の商号の略称及び同子会社が経営するドラッグストア、スーパーマーケット及びホームセンターの店舗名を表すものとして一定の著名性があったとしても、かかる事実は本願商標の同号該当性の判断を左右するものではない。

[43] 当事者の主張は以下のとおりである。

・原告の主張

本願商標の構成中の「マツモトキヨシ」という言語的要素からなる音から容易に連想、想起されるのは、ドラッグストアの店名としての「マツモトキヨシ」又は企業名としての株式会社マツモトキヨシ、株式会社マツモトキヨシホールディングス（原告）であり、上記言語的要素からなる音は、「マツモトキヨシ」と読まれる人の氏名として客観的に把握されるものとはいえない。したがって、本願商標は、「他人の氏名」を含む商標であるとはいえないから、商標法４条１項８号に該当しない。

・被告の主張

商標法４条１項８号の「氏名」には、音で表された氏名も含まれるというべきである。

そして、①ウェブサイトにおいて、原告とは他人の「松本清」等の氏名表示のひとつとして、「マツモトキヨシ」の片仮名表記がされていること、かつ、これらの者は現存していると推認できること、②各地域のハローページには「マツモトキヨシ」と読まれる人の氏名として、原告とは他人の「松本清」等が掲載されており、かつ、これらの者は、いずれも･･･現在まで存在している者であると推認できること、③例えばＩＣキャッシュカード、定期券などに所有者本人の氏名を片仮名表記するなど、氏名を片仮名表記することは、各種の商取引において社会一般に行われていることからすると、本願商標の構成中の「マツモトキヨシ」の言語的要素からなる音は、人の氏名を容易に連想、想起させるものであり、かつ、「マツモトキヨシ」と読まれる氏名の者は、これを自己の氏名と認識するものであるから、･･･人の氏名として客観的に把握されるものである。また、上記の者は、いずれも原告と他人であると認められるが、･･･上記の者の承諾を得ている事実は確認できない。原告の主張する言語的要素からなる音が原告等を指し示すものとして一定程度知られていることや、特定の者の略称として一定の著名性を有すること等は、同号該当性を左右するものではない。

シ、原告又は原告のグループ会社であって、普通は、「マツモトキヨシ」と読まれる「松本清」、「松本潔」、「松本清司」等の人の氏名を連想、想起するものと認められないから、当該音は一般に人の氏名を指し示すものとして認識されるものとはいえない。 したがって、本願商標は、商標法４条１項８号の「他人の氏名」を含む商標に当たるものと認めることはできないというべきである。

１．２　第 26 条第１項第１号及び第２項

１．２．１　法律及び制定趣旨

現行法第 26 条は、商標権の効力の及ばない範囲を規定している。

同条により、自己の氏名等を「普通に用いられる方法で表示する商標」について、商標権の効力は制限される（同条第１項第１号）。

また、上記のとおり、他人の氏名を含む商標は本規定により他人の承諾を得ない限り登録できないが、誤って商標登録がなされても、他人はこの規定に基づき自己の氏名を商標として使用することができる。ただし、「不正競争の目的」がある場合はこの限りでない（同条第２項）。

【商標法 第 26 条】

（商標権の効力が及ばない範囲）

第二十六条　商標権の効力は、次に掲げる商標（他の商標の一部となつているものを含む。）には、及ばない。

一　自己の肖像又は自己の氏名若しくは名称若しくは著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称を普通に用いられる方法で表示する商標

（二号以下省略）

２　前項第一号の規定は、商標権の設定の登録があつた後、不正競争の目的で、自己の肖像又は自己の氏名若しくは名称若しくは著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称を用いた場合は、適用しない。

現行法第 26 条第１項第１号に関する工業所有権法逐条解説は次のとおりである[44]。

すなわち、商標法上、「商標」とは業として商品等を譲渡等する者（事業者）が、その商品等に使用するものをいうところ（商標法第２条第１項第１号・第２号）、事業者でない者の立場で氏名を使用する場合は、そもそも「商標」に該当せず、（第 26 条を適用するまでもなく）氏名等の使用は制限されない。したがって、事業者の立場で氏名を使用する場合に、第 26 条の適用が問題となる。

【工業所有権法逐条解説　商標法第 26 条】

本条第１項は、商標権の効力が制限される場合を規定する。すなわち、業務を行う者がその商品又は役務について本項各号に掲げる商標を普通に用いられる方法で使用する場合にまで商標権の効力を及ぼすのは妥当でないと考えられるからである。本項の立法趣旨は三つある。第一に過誤登録に対する第三者の救済規定であると考えられる。すなわち、他人の肖像等については四条一項八号で、また商品又は役務の普通名称等は三条一項一号から三号までによって特別顕著性がないものとして登録されないのであるが、誤って商標登録があった場合でも商標登録の無効審判手続によるまでもなく、他人に商標権の効力を及ぼすべきではないとの趣旨によるのである。この点はとくに四七条の除

[44] 特許庁・逐条解説・前掲注 21）1604 頁。

斥期間が経過して無効審判の請求ができなくなった後に実益がある。（中略）
　なお、平成八年の一部改正では、一項柱書において、同項各号に掲げる商標が商標の全体の構成となっている場合だけでなく、商標の一部の構成となっている場合にも、商標権の効力は、その商標の部分には及ばないとする趣旨を明らかにするために、商標権の効力が及ばないとされる同項各号に掲げる商標には「他の商標の一部となっているものを含む」旨をカッコ書きで明記した。（以下省略）

１．２．２　商標法第 26 条第１項第１号及び第２項に関する裁判例

（１）最高裁判所判決

番号	判決日・事件番号・事件名	登録商標（登録番号）（標準文字の場合はその旨記載）	先登録／使用商標	結論	登録商標の権利者	指定商品・役務	文字の種類	装飾・名称以外の要素
1	最判平成９年３月 11 日（平成６年(オ)第1102号）〔小僧寿し事件〕	登録第505891号 小 僧	「小僧寿し」、「KOZO SUSHI」、図形標章	上告棄却	株式会社入船	第 45 類	漢字	なし
	【事件の概要】 フランチャイズチェーンの名称について、商標法第 26 条第１項第１号の「自己の名称」該当性等が争われた事案。							
	【判決の要旨】 原審は、被上告人標章三（５）の前掛け部分の「小僧寿し」の文字についても、略称を普通に用いられる方法で表示するものとするが、右標章における「小僧寿し」の文字は、図形標章と一体的に組み合わせて、商標を構成する一部として用いているものであるから、略称を普通に用いられる方法で表示するものということはできない。 … フランチャイズ契約により結合した企業グループは共通の目的の下に一体として経済活動を行うものであるから、右のような企業グループに属することの表示は、主体の同一性を認識させる機能を有するものというべきである。したがって、右企業グループの名称もまた、商標法 26 条１項１号にいう自己の名称に該当するものと解するのが相当である。							

（２）高等裁判所／地方裁判所判決

（ｉ）「普通に用いられる方法」の態様

番号	判決日･事件番号･事件名	登録商標（登録番号）（標準文字の場合はその旨記載）	先登録／使用商標	結論	登録商標の権利者	指定商品・役務	文字の種類	装飾・名称以外の要素
1	東京地判平成 25 年 11 月 21 日（平成 24 年（ワ）第 25470 号）〔スターデンタル事件〕	登録第 5472614 号 スターデンタル	「赤坂スターデンタルクリニック」等	請求認容（差止等）	医療法人社団スタデン	第 44 類	カタカナ	なし
	【事件の概要】 商標法第 26 条第１項第１号所定の「普通に用いられる方法」該当性等が争われた事案。							
	【判決の要旨】 被告診療所の名称である「赤坂スターデンタルクリニック」が被告の「氏名若しくは名称」等にあたるとしても、その使用に対して本件商標権の効力が及ばないのは、「普通に用いられる方法で表示する」場合に限られる。商標法 26 条１項の趣旨は、自己の名称等と同一又は類似の商標につき商標登録がされたことによって自己の名称等それ自体を表示することが妨げられるのは相当と言えないことにあるから、自己の名称等であっても特に需要者の注意を引くように記載したり、宣伝広告等に積極的に用							

	いたりした場合には、「普通に用いられる方法」に当たらないと解すべきである。 これを本件についてみると、… 被告標章１及び被告標章２はオレンジ色の長方形の中に白抜きで配置され、また、被告標章２及び被告標章４はフォント等に工夫が施された欧文字と組み合わされている。また、被告標章３は、本件ビルの敷地内に設置された看板の一部であり、その下にはオレンジ色及び白色で「歯科」等の大きな文字等が表示されている。そして、これらはいずれも被告診療所のホームページ、看板、チラシ等に宣伝広告の目的で掲載されたものと認められる。そうすると、被告による被告各標章の使用が「普通に用いられる方法」にあたるということはできない。							
2	東京地判平成 14 年 10 月 15 日（平成 12 年（ワ）第 7930 号 ）〔Budweiser 事件第一審〕	第 403923 号 Budweiser 第 1595383 号 BUD	被告標章４「BUDWEISER BUDVAR, NATIONAL CORPORATION」	一部認容（差止等）	アンホイザー・ブッシュ・インコーポレイテッド	第 32 類	欧文字	なし
	【事件の概要】 商標法第 26 条第１項第１号所定の「普通に用いられる方法で表示される商標」該当性等が争われた事案。							
	【判決の要旨】 被告標章４の使用態様を見ると、瓶の正面に貼られたラベルの下部に小さな活字で横書き一行で記載されているものであり、しかも、その上下には、さらに小さな活字でそれぞれ横書き一行の文字が記載されおり、上部の行には「BREWED AND BOTTLED BY THE BREWERY」（○○醸造所により醸造及び瓶詰め）と、下部に「CESKE BUDEJOVICE (BUDWISE) CZECH REPUBLIC」（チェコ共和国チェスケ・プジェヨビチェ（バトワイス））とそれぞれ記載されているものである。上記によれば、被告標章４は、自己の名称を普通に用いられる方法で表示するものというべきであるから、原告登録商標の商標権の効力が及ぶものではない。							
3	大阪高判平成４年 10 月 28 日判決(平成２年(ネ)第 669 号)〔小僧寿し事件〕	登録第 505891 号 小僧	「小僧寿し」、「KOZO」、図形標章	控訴棄却	株式会社入船	第 45 類	漢字	なし
	【事件の概要】 企業グループを表す名称ないしその略称の表示態様について、商標法第 26 条第１項第１号所定の「普通に用いられる方法で表示するもの」該当性等が争われた事案。							
	【判決の要旨】 商標法 26 条１項１号にいう「普通に用いられる方法」とは、氏名、名称（法人組合等の名称であって、商号も含まれる。）若しくはその著名な略称等の表示方法について規定したものであり、その表示方法が普通に用いられる方法であるか否かは、当該商品の取引社会の実情を基準にして判断されるべきものと解される。							
4	名古屋地判昭和 60 年７月 26 日(昭和 59 年（ワ）第 2088 号)〔東天紅事件第一審〕	登録第 600001 号 東天紅	「東天紅」「東天紅本店」	請求認容（差止等）	株式会社東天紅	第29、30 、31、32 類	漢字	なし

	【事件の概要】 商号及びその著名な略称の使用について、商標法第 26 条第１項第１号所定の「普通に用いられる方法」該当性等が争われた事案。							
	【判決の要旨】 商標法 26 条１項１号は、自己の氏名、名称若しくはその著名な略称を普通に用いられる方法で表示する商標には商標権の効力が及ばない旨規定しているが、イ一号標章、イ二号標章が被告の商号そのものを表示したものでないことは明らかであり、また、イ一号標章、イ二号標章が被告の商号の略称であるとしても右略称が著名であることを認めるに足りる証拠は何ら存しないし、更に、イ一号標章は、一般需要者の注意を引くような特別な字体が用いられているから、被告の各行為は、被告が自己の商号若しくはその著名な略称を普通に用いられる方法で表示したものとは認め難い。							
5	名古屋高判昭和 61 年５月 14 日(昭和 60 年(ネ)第 531 号)〔東天紅第二審〕	登録第 600001 号 東天紅	「東天紅」 「東天紅本店」	控訴棄却	株式会社東天紅	第 29、30 、31、32 類	漢字	なし
	【事件の概要】 商号及びその著名な略称の使用について、商標法第 26 条第１項第１号所定の「普通に用いられる方法」該当性等が争われた事案。							
	【判決の要旨】 当裁判所も被控訴人の本訴請求は理由があり、これを認容すべきものと判断するが、その理由は以下に付加、訂正するほか、原判決の理由説示と同一であるから、ここにこれを引用する。 原判決 … の末尾に「控訴人は、右は控訴人の商号を使用するに過ぎないもので、被控訴人の商標権により制限されるものではない旨主張するが、これは単なる自己の名称の表示以外に意味をもたないものと解し得ないことは、前認定のとおりであり、控訴人の主張は採用できない。」を加える。							
6	大阪地判昭和 59 年２月 28 日(昭和 57 年(ワ)第 7951 号)〔千鳥屋事件〕	登録第 410105 号 千鳥屋	「千鳥屋」 「チドリヤ」 「chidoriya」図形標章等	請求認容（差止等)	個人	第 43 類	漢字	なし
	【事件の概要】 商号の使用について、商標法第 26 条１項第１号所定の「普通に用いられる方法」該当性等が争われた事案。							
	【判決の要旨】 被告は、標章の使用が被告商号の普通使用にあたると主張するところ、右各標章が、みる者の注意を惹くに足る装飾的な漢字、欧文字、片仮名で表示されており、普通使用に当たらないことは…で認定したところより明らかである。							
7	大阪地判昭和 58 年４月 27 日(昭和 57 年(ワ)第 6710 号) 〔曽呂利事件〕	登録第 498827 号 曽呂利	「曽呂利」	請求棄却	個人	第 30 類	漢字	なし

	【事件の概要】 商号の使用について、商標法第 26 条第１項第１号所定の「普通に用いられる方法」該当性等が争われた事案。							
	【判決の要旨】 原告は、(有) 曽呂利の商標が原告の商号を表示するものであるから、商標法第 26 条第１項第１号に該当する旨主張するところ、右条項によって商標権の効力の範囲外とされる自己の名称は普通に用いられる方法で表示されていることを要し、この普通に用いられる方法とは、商標中における右名称の表示態様が普通一般に行われる方法によることを要し、自己の名称といえども、特殊な態様の表示、すなわち一般の注意を惹くような字体のように特別顕著性を備えている場合は、右の普通に用いられる方法で表示されていないものとして、商標権の効力を受けるものといわなければならない。 これを本件につきみるに、原告が包装紙等に表示していた「(有) 曽呂利」のうち本件執行の際抹消された「曽呂利」の部分は、一般需要者の目を惹くに足る特殊な字体で記載されているから、原告の商号が有限会社曽呂利であり、(有) が有限会社の略称であるとしても、「(有) 曽呂利」をもって、原告が自己の商号を普通に用いられる方法で表示したものとは認められない。							
8	東京地判昭和 57 年６月 16 日(昭和 54 年 (モ) 第 2068 号)〔山形屋海苔店事件〕	登録第 624297 号 株式会社 山形屋海苔店	「山形屋」	請求認容 (仮処分許可)	株式会社山形屋海苔店	第29、31 類	漢字	なし
	【事件の概要】 名称を表示する商標の使用について、商標法第 26 条第１項第１号所定の「普通に用いられる方法」該当性等が争われた事案。							
	【決定の要旨】 債務者標章３は…記載の大きさで缶の正面下方に表示されるものであることが認められ、債務者標章５はほぼ…記載の大きさで包装箱の正面及び背面下方、プラスチック製瓶の側面に貼布されたラベル等に表示されるものであることが認められる。これらの事実によれば、これらの標章は、これらが附される缶、瓶又は箱の大きさとの対比において相当程度大きく、かつ、需要者の注意をひきやすい場所に表示されているということができ、このことと、標章目録の表示より明らかなようにこれらの標章は特徴のある崩し書きの書体により書かれたものであることを考慮すれば、商標法第 26 条１項１号の規定の「普通に用いられる方法で表示する商標」にあたるとは認められないといわなければならない。							
9	岐阜地判昭和 40 年５月 10 日(昭和 39 年 (ワ) 第 484 号 〔赤札堂事件〕	登録第 448667 号、428661 号、428664 号、428662 号、428667 号、428669 号、422812 号、404028 号、427422 号 赤札堂	「赤札堂」 「大アカフダ堂」	請求認容 (差止等)	株式会社赤札堂	旧第 28、30、31、32、33、34、35、36、37 類	漢字	なし
	【事件の概要】 被告の商標の使用について、商標法第 26 条第１項第１号所定の「普通に用いられる方法」該当性等が争われた事案。							

	【判決の要旨】 被告の商標たる「赤札堂」又は「大アカフダ堂」が被告の名称を普通に用いられる方法で表示したものであるか否かであるが、右「赤札堂」なる商標は真正に成立した…に照らしても被告が自己の名称を普通に用いられる方法で単純に表示したとは認めがたく、又「大アカフダ堂」なる商標については、…によればそこに表示されている「大アカフダ堂」なる文字は多分に図案化され特に一般の注意を惹くべく表示されていると認められ、これをもって被告が自己の名称普通に用いられる方法で表示したとは認めがたく、右認定を左右するに足る証拠はない。したがって、原告の商標権の効力が被告の使用にする右の如き商標に及ばないということはできない。

（３）裁判例の総括的分析

最高裁判所の判決（最判平成９年３月 11 日（平成６年（オ）第 1102 号）〔小僧寿し事件〕）は、被上告人標章の前掛け部分の「小僧寿し」の文字について、略称を普通に用いられる方法で表示するものとした高裁の判断を否定し、当該標章における「小僧寿し」の文字は、図形標章と一体的に組み合わせて、商標を構成する一部として用いているものであるから､略称を普通に用いられる方法で表示するものということはできないと判断された。また、フランチャイズ契約により結合した企業グループの名称も商標法第 26 条第１項第１号にいう自己の名称に該当すると判断されている。

下級審の判決は、「普通に用いられる方法」であるかが争われた事例がほとんどである。

No. ３（大阪高判平成４年 10 月 28 日判決（平成２年（ネ）第 669 号）〔小僧寿し事件〕）では、商標法第 26 条第１項第１号所定の「普通に用いられる方法」に関する判断手法として「当該商品の取引社会の実情を基準にして判断されるべきものと解される」と判示された点が注目に値する。

「普通に用いられる方法」に該当して、第 26 条第１項第１号の適用の肯定が確認できたものは１件であった。すなわち、No. ２（東京地判平成 14 年 10 月 15 日（平成 12 年（ワ）第 7930 号）〔Budweiser 事件第一審〕）では「瓶の正面に貼られたラベルの下部に小さな活字で、横書き一行で記載されているものであり、しかも、その上下には、さらに小さな活字でそれぞれ横書き一行の文字が記載されおり、上部の行には『BREWED AND BOTTLED BY THE BREWERY』(○○醸造所により醸造及び瓶詰め)と､下部に『CESKE BUDEJOVICE(BUDWISE) CZECH REPUBLIC』(チェコ共和国チェスケ・プジェヨビチェ（バトワイス)) とそれぞれ記載されているものである。上記によれば、被告標章４は、自己の名称を普通に用いられる方法で表示するものというべきであるから、原告登録商標の商標権の効力が及ぶものではない」と判断された。

一方､「普通に用いられる方法」に該当しないとして第 26 条第１項第１号の適用が否定されたものは複数存在する。No１．（平成 25 年 11 月 21 日（平成 24 年（ワ）第 25470 号）〔スターデンタル事件〕）では「特に需要者の注意を引くように記載したり、宣伝広告等に積極的に用いたりした場合」、No. ４（昭和 60 年７月 26 日（昭和 59 年（ワ）第 2088 号）〔東天紅事件第一審〕)では｢一般需要者の注意を引くような特別な字体が用いられている」場合、No. ６（昭和 59 年２月 28 日（昭和 57 年（ワ）第 7951 号）〔千鳥屋事件〕）では「みる者の注意を惹くに足る装飾的な漢字、欧文字、片仮名で表示され」る場合、No. ７（昭和

58 年４月 27 日（昭和 57 年（ワ）第 6710 号）〔曽呂利事件〕）では、「特殊な態様の表示、すなわち一般の注意を惹くような字体のように特別顕著性を備えている場合」が、商標的な使用態様に該当することが具体的に示されている。

１．３　他人の氏名等を含む商標に関する制度に関するヒアリング結果

１．３．１　有識者へのヒアリング結果

（１）ヒアリング対象者

次の商標に関する学識経験者又は弁護士・弁理士への調査へヒアリングを行った。

原田雅章知財事務所	金井　倫之　弁理士・ニューヨーク州弁護士
大阪大学大学院 高等司法研究科 法務専攻	茶園　成樹　教授
三村小松山縣法律事務所	三村　量一　弁護士
立命館大学法学部	宮脇　正晴　教授

（氏名は 50 音順に記載[45]）

（２）ヒアリング結果

（ｉ）商標法第４条第１項第８号について

（ａ）現行法の解釈・運用に関する意見

氏名を含む商標に係る現行法（商標法第４条第１項第８号）の解釈・運用について、一般論として意見を聴き、回答を得た。

近年の解釈・運用の厳格化により本規定が実務上障害となる場合が多いとの意見や、他人の利益はそれほど強いものではなく出願人側の利益を優先すべき場合があるとし、解釈論として出願人側の利益を折り込んでもよいのではないかとの意見があった。これらの意見は、本規定の解釈・運用について、これを緩和する方向で一定の見直しの必要性を認めるものと考えられる。

一方で、立法の在り方として不合理とはいえず、現在のままでも問題はないという意見もあったが、この意見においても、現行法の解釈・運用について他人の人格的利益をやや保護し過ぎているという面が指摘でき、改正するという意見も理解はできるとのことであった。また、運用がまちまちである点に問題があるとし、冒認出願の増加を防ぐため、運用を一律に厳しくすべきではないかとの意見もあった。

具体的には次の意見があった。

・ここ数年厳格になってきて、正直、障害となる場合が多いという印象である。４～５年前は「他人」の周知性が要件になっていたようだったが、最近はなかなか厳しい判決が多かった。クライアントの９割はデザイナーの方で、とくに駆け出しの方が多く、また自分の名前のローマ字表記をブランドとしてビジネスをやっている方も多いため、そのような方々は商標法第４条第１項第８号との関係でなかなか商標が取得できない現状にある。デザイナーは氏名商標のニーズが高いものの、事業を立ち上げて、ある程度目途が立ってから商標を取りたいという方が多い。そうなったときに相談に来られ、氏名商標登録できないとなるとブランド名の変更をせざるを得なくなる場合

[45] 具体的な意見（枠囲い内）については順不同に記載した。

があり、そうすると新しいブランドの信用をまた一から蓄積していかなければならなくなる。

最近だと、フルネームでの商標出願の相談を受ける際は、運用が厳格であるから自らの名前が周知であっても同姓同名の他者がいる限りは商標を取ることができないと伝えるので、出願に至らず表立って拒絶になるケースは少ないのではないか。審査で問題となるもの以上に、氏名商標の登録を希望する実件数は多いと思う。相談段階で、フルネームが駄目となれば、ファーストネームをローマ字表記で出すとか、又は漢字で出すことを検討する等の場合はあるものの、漢字は英語圏では通用しないなどから、採用に至らないケースが多い。

・以前は、この規定は、商標法の外にある利益をどう考えるかの問題であり、氏名を含む商標は極力出願するなという趣旨の規定であると考えていた。効力制限規定により、自己の氏名を使うことには商標権の効力は及ばず、他人による氏名の使用自体は止められないのであって、氏名商標の識別力もさほど強くなることはないと考えられることから、人格的利益の保護の観点からこの規定の運用にそれほど問題はないと思っていた。しかし、ここ 10 年ほどで氏名を商標として使いたいニーズのあることが分かってきて、自分の氏名を商標登録してビジネスをする、出願人側の利益を解釈論の中に折り込んでもよいと考えるようになってきた。

この規定は、氏名を商標として使われない他人の利益と、出願人側の利益の比較衡量の問題であると考えている。他人の利益というのは「氏名を商標として使われるとなんとなく嫌だ」というもので、一応そのような利益は認めるが、さほど強いものではなく、氏名を使われたことにより不法行為が成立する場合はほとんどないだろうから、出願人側の利益を優先すべき場合があると考える。

また、出願人側の利益について、以前は、予見可能性であろうと考えていたが、最近では、出願人側の利益として、この予見可能性以外にも、自分の氏名でビジネスをする利益があるだろうと考えている。

・現行の商標法第４条第１項第８号が他人の人格的利益をやや保護し過ぎているという面を指摘できると思うが、一つの合理性をもって説明できるので、立法の在り方としてはそれほど不合理なものではなく、個人的には現行制度に変更の必要ないという考えを持っている。とりわけ日本は氏名を商標として使うことが基本的にはあまりない社会なので、改正するという意見も理解はできるが、現在の解釈・運用のままでも合理性を見出し得るのではないか。

・この規定自体には反対でないが、運用がまちまちで分からないところがある。運用について、個人的には一律に厳しくするのがよいと思っている。そうしなければ、他人の邪魔をする目的で氏名商標を出願し、制度を濫用する者が現れる。出願時には実在しない氏名でも、近い将来に有名人の氏名として成立することが予想されるものであれば拒絶してほしい。

（ｂ）実務におけるニーズ

実務における氏名を含む商標登録のニーズについて質問し回答を得た。

ファッション、化粧品、アクセサリー、洋菓子、芸能・アーティスト関連の分野について、ニーズがあるとの意見があった。

具体的には次の意見があった。

・ニーズのある分野としては、ファッション以外に、デザイナーと親和性の高い化粧品、アクセサリーなどもあると思う。その他にショコラティエなどもニーズがあるのではないか。

・実務を経験している特許庁や弁理士のほうが詳しいと思うが、一番よく言われているのはデザイナー関係である。その他は、芸能人、アーティスト等、自分の氏名でビジネスをしている人達のニーズが大きいと思う。

・当事務所には具体的な事案での相談はない。

・特段把握していない。

（ⅱ）商標法第４条第１項第８号の解釈について

（Ａ）他人の人格的利益の内容について

（ａ）「他人」のどのような利益あるいは不利益を問題とするか

本規定に係る他人の人格的利益[46]は、具体的には「他人」のどのような利益あるいは不利益を問題とするものと考えるか[47]質問し、回答を得た。

承諾なく氏名を商標として使用等されることに伴う精神的な苦痛を意味するとのことで、おおむね意見が一致していた。

具体的には次の意見があった。

・「他人」の不利益というのは、氏名を商標として使用されると何となく嫌だという精神的苦痛だと考えている。商標登録されること自体が嫌だとする学説もあるが、主には使用されるのが嫌だということであろう。

[46] 「自らの承諾なしにその氏名、名称等を商標に使われることがない利益」（最判平成 17 年７月 22 日（平成 16 年（行ヒ）第 343 号）〔国際自由学園事件〕）。

[47] 学説においては、自己の氏名が第三者によって承諾なく商標登録されることにより、氏名を有する者が受けることとなる嫌悪、羞恥、不快等の「精神的苦痛」を問題とするものと解する説（松尾和子「判批」民商法雑誌 89 巻２号 255 頁（1983 年））や、商標権の庇護を与えることで登録商標の使用が促進され、人格的利益の毀損が拡大することを防ぐと解する説（茶園成樹「商標法４条１項８号による人格的利益の保護―氏名権を中心に―」パテント 67 巻４号 48-49 頁（2014 年））があることを提示した。

・自己の氏名を含む商標を他人に登録されると、慰謝的な意味で気分が悪いというのはあるかもしれないが、一番問題となるのは、自分の名前をビジネスで使おうとしたときに商標権侵害として訴えられることの不利益であろう。商標登録はできなくても、自分の名前を使える状態を守る必要がある。商標法第 26 条第１項第１号は、「普通に用いられる方法で表示する」という要件があるのがネックである。例えば、ファッションショーにおいて「山本寛斎」の表示を用いた場合、「山本寛斎」という氏名を普通に用いられる方法で表示したものと認められるのだろうか。ただし、上記のような不利益への懸念については、この規定でなく不正競争防止法で対応する方がすっきりするかもしれない。

・他人が得る不利益としては自分の氏名が商標として使われることによって、商業的に利用されていることで嫌悪感、不快感を抱くことがあるだろうし、とりわけ自分にとって望ましくない商品・役務に使用される場合には、嫌悪感が生じることがあるだろう。そのような精神的苦痛が、８号の想定する不利益であると考えている。

・人格的利益説から、人格的生存に必要かという点からすれば、人格的利益が害される場合とは、嫌悪、羞恥、不快等の「精神的苦痛」を受けることとするのが妥当かと考えている。ただ、人格的利益の毀損が拡大することを防ぐとまでいうのは広すぎると思う。

（ｂ）他人の人格的利益は常に出願人の商標登録を受ける利益に優先するか

本規定に係る他人の人格的利益は、常に出願人の商標登録を受ける利益に優先するものと考えるか質問し、回答を得た。

他人の人格的利益が常に優先するものではないとの意見が多かった。

また、現行規定の説明として、規定の趣旨に最も適合するのは、商標登録により人格的利益が現実に毀損される又はそのおそれがあると認められる場合に拒絶するという制度であるが、現行規定は他人の人格的利益を毀損する可能性があれば足りるとしているので、他人の人格的利益の保護を優先しているのではないか、との指摘もあった。

具体的には次の意見があった。

・本規定に係る人格的利益はさほど強いものではないと思う。商品・役務によっては、氏名を商標として使用されることで精神的苦痛が生じることもあるかもしれないが（例えば、指定商品「殺虫剤」の商標に氏名を使用された場合等)、わざわざ氏名を商標として使用するとき、精神的苦痛を生じさせるような態様で使用するケースは考えにくく、「なんとなく嫌」というレベルにとどまるのではないか。したがって、出願人の利益が優先される場合はあるだろう。

・人格的利益は、常に出願人の商標登録を受ける利益に優先するものかという点については、８号は人格的利益の保護を考えているものであるところ、趣旨に最も適合するやり方は、商標が登録されることによって、人格的利益が現実に毀損される又はそのおそれがあると認められる場合に拒絶するというものであると思う。一方、現行では、具体的にどのような問題が生じるか自体は問題にせず、人格的利益が毀損される可能性に基づいて規制を行っているものと理解している。現行の８号はそのような可能性があれば足りるとしているので、その意味においては他人の人格的利益の保護を優先しているという言い方もできる。
このように可能性に基づいて保護することについては、保護し過ぎである（やり過ぎである）と評価される面があると思う。しかし、人間の氏名は簡単に変えることができず、原則的に生まれてから死ぬまで一生変わらずに続くものであり、商標も長年使用されることが前提となるため、商標登録された段階では何ら問題がなくても、その後に問題が起こる可能性もある。そのような将来に起こる可能性のある問題を未然に防止することが現在の８号であり、制度の一つの在り方だと思っている。
実際に人格的利益が毀損される場合とは、その商標を見たときに特定の人を思い浮かべることによって、当該氏名の者が精神的苦痛を受けるという状況である。商標の登録後にその商標と同一の氏名を持つ人が有名になる可能性もあり、そのときに後者の人が不快な思いをしても問題の商標をどうすることもできない。そのようなことが起こらないように、現行では商標登録をさせていないのだと思う。

・人格的利益が常に出願人の商標登録を受ける利益に優先するかについては、個人的には常に優先するものではないと思っている。氏名の選択には多くの制限があるので、同じ氏名の方が複数存在することは大前提となる。こうした一定の制限の中で（いわば限定的に）定まる氏名による過度な制限は控えてもよいかと思う。氏名が同一の「他人」が存在するからといって、その人格的利益が常に商標を取得する権利に優先するというのは過保護のような気がする。基本的にはそれだけ（組合せ等の選択に）制限のある氏名について、一律に保護するというよりは、社会通念上個人を特定できる段階までいった場合に初めて人格的利益を認めて保護するという考え方もあるのではないか。

（Ｂ）人格的利益とパブリシティ権との関係

本規定に係る人格的利益とパブリシティ権[48]の関係をどのように考えるか質問し、回答を得た。

本規定の人格的利益の中にパブリシティ権が含まれるという意見が多かった。また、この意見を前提に、本規定に係る人格的利益の侵害と別にパブリシティ権の侵害を考える必要はないとの指摘があった。

[48] 最判平成24年２月２日（平成21年（受）第2056号）〔ピンク・レディー事件〕。

パブリシティ権の考え方を本規定に持ち込むことは、本規定の解釈について混乱を招くことに繋がるとの指摘もあった。

具体的には次の意見があった。

・判例を素直に読めば、パブリシティ権も人格権の一つと考えられ、「自分の氏名を商品に使われたら嫌だ」という人格的利益を保護対象としている点では本規定と共通する。本規定の人格的利益の中にパブリシティ権も含まれるという関係ではないか。

・パブリシティ権はそれなりに周知・著名な者でなければ認められない。その観点からは、本規定による人格的利益の保護によって、パブリシティ権を使えるように保障できているからよいのではないか。商標を取っているだけの人が、パブリシティ権のあるような人に対して、その氏名の使用を邪魔するのは社会的におかしい。パブリシティ権があるような著名な他人の氏名を含む商標に限り登録を認めないとするよりも、パブリシティ権を持っている本人にしか登録を認めないとした方が立法的にはよい。

・他人の氏名の商標登録がパブリシティ権の侵害になる場合はあると思うが、人格的利益とは別に、パブリシティ権を考える必要はないと思う。ある商標登録が他人のパブリシティ権を侵害する場面は、当該他人の人格的利益を侵害する場面に包含されると考える。パブリシティ権はそもそも顧客吸引力の利用という場面なので、通常は広く知られていることが前提となり、そのような場合は人格的利益の侵害にもなる。つまり、パブリシティ権の侵害になる場面は常に人格的利益の侵害になると思うため、人格的利益の侵害だけを考えていれば足り、それを阻止することを考えれば、結果的に常にパブリシティ権の侵害も防止することができ、パブリシティ権の保護につながると思う。そのため、２つの権利は別個に考えてもよいが、規制が行われる場合としては、あえて、パブリシティ権の侵害を考える必要はないであろう。

・前提として問題の発端は商標制度と人格的利益の保護の不調和にあるのではないかと考えているが、パブリシティ権は人に付随する顧客吸引力であると理解している。８号自体が人格的利益を商標法に持ち込み調和に苦慮しているところに、パブリシティ権まで持ち込んでしまうと、更に混乱するのではないか。現状では商標の出所識別機能の保護と人格的利益の調和をとるのに苦労していると考えているが、パブリシティ権まで８号に持ち込むとすぐには思いつかないものの整理が難しい場面がでてくるのではないか。ファッション業界においては、顧客吸引力は、氏名や肖像よりも、商品である服に化体するものだと思う。「この人が好き」というよりも、「この人が作った服だから好き」という、商標的な発想が強いので、ここにパブリシティ権を持ち込まれると整理の仕方が悩ましい気はする。

（C）他人の範囲について

本規定に係る「他人」の範囲について質問し、回答を得た。

また、「他人」を限定する解釈として、次の①及び②を例示して質問し、回答を得た。

①周知・著名な者に限ると解釈する
②特定の者を想起させる場合に限ると解釈する

「他人」の範囲は限定されない（全ての「他人」が含まれる）との意見が多かった。その理由としては、「他人」が無名でも、出願人にその氏名を使う正当な理由がなければ「他人」の利益を優先することはあり得ること、著名な者に限定すると先物買いのように他人の氏名を出願する人が必ず出てくることなどが挙げられた。

一方、国際調和の観点から、社会通念上、特定できる「他人」に限定してもよいのではないか、という意見もあった。

具体的には次の意見があった。

・「他人」の範囲は周知・著名であるとかで限定しない方がよい。解釈で厳しくする必要はない。「他人」が無名でも、出願人に当該氏名を使うべき正当な理由がなければ、「他人」の利益を優先することはあるのではないか。これから自分の名前でビジネスを始めようという人もいるであろうから、ここでの「他人」は広く考えておいてよいだろう。

・「他人」の解釈は、現行の方式（著名な者に限定しない方式）でよいと考えている。そうしないと先物買いのように他人の氏名を出願する人が必ず出てくるためである。

・現行の解釈・運用を維持して問題ないと考えており、その立場であれば現在のように特に制限なく全ての他人が含まれると考える。仮に狭く考えるとすると、現実に人格的利益が侵害されるような場面に限定することも一つの考え方であろう。その場合には、②の特定の者を想起させる場合に限ることになると考えられる。

・①②のいずれも、社会通念上、個人が特定できなければ、商標登録を認めてもよいという考えもある気がする。実務上、嫌悪感を抱く方がいることも承知しており、人格的利益の保護についても理解できるが、①については、米国や中国のような海外の例もあり国際調和の観点からもよいのではないか。①でも②でも社会通念上、個人（「他人」）が特定できるかできないかを判断基準としてもよいのではないかと考える。

（iii）マツモトキヨシ音商標事件について

（A）最高裁判決との関係

近時の知財高裁判決〔マツモトキヨシ音商標事件〕[49]に関して、本規定に係る最高裁判所の判決[50]との関係[51]について質問し、回答を得た。

これらは矛盾していないと考えるとの意見が複数得られた。その理由としては、最高裁判決も出願人の利益と他人の人格的利益の調整を図ったものであって利益衡量をしているものと考えられること、マツモトキヨシ音商標事件の判決の言及する「調整」は最高裁判決から一歩進んだ解釈を示したものであることが挙げられた。

具体的には次の意見があった。

・マツモトキヨシ音商標事件判決とこれらの最高裁判例は矛盾していないと考える。なお、LEONARD KAMHOUT 事件判決は、査定時にまで他人の承諾を求めるという点で他人の人格的利益を重く考え過ぎており、個人的には賛同できない。商標法第４条第１項第８号において、略称について著名性の要件を課したのは、出願人の利益と他人の人格的利益の調整を図ったものであって、利益衡量をしているものと考えられる。国際自由学園判決はこのような理解を前提に著名性について判断したものと考えれば、マツモトキヨシ音商標事件判決と矛盾していない。

・最高裁の判決と矛盾するものではないと思っている。人格的利益保護のための調整を図ると言っているので、最高裁の判決から一歩進んだ解釈を示したものといえるのではないか。整合するとまで言っていいのかはわからないが、少なくとも矛盾するものではないと理解している。人格的利益の“保護”から“調整”へと氏名についての商標法による保護を拡大する方向へ踏み出したことは評価に値すると思う。

以上の他に、マツモトキヨシ音商標事件の判決が「氏名･･･認識されるものとはいえない」とした点及び「調整」という文言について、次のような意見があった。

・「マツモトキヨシ」を氏名と解さないというのは腑に落ちない。「マツモトキヨシ」は氏名として捉えられるであろう。今回は知財高裁判決が確定したが、上告すれば違った判断も出たのではないかと思う。背景の価値判断として、出願人自身の周知商標であれば認めてもよいという考えがあると思う。マツモトキヨシ以外の人が出願していたらさすがに認めなかったであろう。

---

[49] 知財高判令和３年８月 30 日（令和２（行ケ）第 10126 号）〔マツモトキヨシ音商標事件〕。

[50] 最判平成 16 年６月８日（平成 15 年（行ヒ）第 265 号）〔LEONARD KAMHOUT 事件〕、最判平成 17 年７月 22 日（平成 16 年（行ヒ）第 343 号）〔国際自由学園事件〕。

[51] マツモトキヨシ音商標事件の判決が、本規定を出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名等に係る人格的利益の「調整を図る趣旨の規定であ」るとしたことについて、本規定の趣旨を氏名等に関する「人格的利益を保護することにあると解される」とした最高裁判所の判決（〔LEONARD KAMHOUT 事件〕、〔国際自由学園事件〕）との関係をどのように理解すべきかについて質問した。

・この判決は、よく分からないところがある。調整を図っていると抽象的に言われると、それはそうだろうということになる。人格的利益の保護といってもどんな場面でも保護するわけではなく、例えば、商標が登録された後に生まれた人の氏名が登録商標に含まれる氏名と同じであったとしても、その商標は無効になることはない。どのような規定であっても、一方の利益だけが考慮され、他方の利益が全く無視されるということはなく、調整を図ることは必要になるから、抽象論として「調整」ということは問題ないと思う。ただ、この判決は、問題となる音商標について、氏名を思い浮かべないで店名を想起すると言っているが、これ自体は非現実的であると思っている。この判決の意図は、この商標の音を聴けば「マツモトキヨシ」というドラッグストアの店名であることが最初に想起され、それが周知・著名になっている場合は、８号該当性は否定するということであり、その帰結を導くために「調整」という言い方をしているのではないか。「調整」という言葉については様々な解釈があり得ると思うが、それはこの判決をどう理解するかによるものである。「調整」という言葉自体には特に違和感はない。

（Ｂ）知財高裁判決との関係

マツモトキヨシ音商標事件の判決と他人の氏名に係る従来の知的財産高等裁判所の判決[52]との関係[53]をどのように理解すべきか質問し、回答を得た。

これらは「整合しづらい」とする意見がある一方で、整合的に理解しようとする立場から、マツモトキヨシ音商標事件の判決は、出願商標の著名性を市場における一般的な事情（「この音（出願商標）を聞いたら普通は人名とは思わない」）として考慮したものとする意見、音商標であることが影響して従来の文字商標の事例とは違う整理がなされたという意見があった。

また、上記（ａ）と同様に、マツモトキヨシ音商標判決が「氏名･･･認識されるものとはいえない」とした点について疑問を呈する意見があった。

具体的には次の意見があった。

・従来の知財高裁の判決は、今回の事件とは整合しづらいとの印象を受けた。知財高裁判決には悩まされることが多く、「TAKEO KIKUCHI」のような著名なケースや「KEN KIKUCHI」のようなイラスト化されたケースでも登録できないとするのは厳しすぎると

[52] 知財高判平成28年8月10日（平成28年（行ケ）第10065号）〔山岸一雄大勝軒事件〕、知財高判令和元年8月7日（平成31年(行ケ)第10037号）〔KEN KIKUCHI事件〕、知財高判令和2年7月29日（令和2年(行ケ)第10006号）〔The Soloist.事件〕。

[53] 他人の氏名に関連し、本規定該当性を否定したマツモトキヨシ音商標事件の判決と、本規定該当性を肯定した従来の知的財産高等裁判所の判決（前掲脚注51）との関係（例えば、いずれの判決においても「他人の氏名」の著名性等は要件でないとされている点や、〔KEN KIKUCHI事件〕において、出願商標のブランドとしての周知性は考慮する必要がないとされている点について）をどのように理解すべきかについて質問した。

思う。ただ、条文上は、氏名を「含む」という要件であり、それ以外を考慮しないという従来の判決の考え方はやむを得ないか。これらの判決では著名性は考慮しないと言っているので、本判決と矛盾しているかもしれないが、人格的利益の保護という観点では共通している。マツモトキヨシ事件では「人格的利益保護」の「調整」というところまで一歩踏み込んでおり、調整という観点から周知・著名性を求めたと考えれば、従来の判決から少し逸れつつも同じ方向を目指していると考えたい。

・一般論として、商標登録要件の審査において、出願商標の著名性を考慮する場面はないと思っている。商標権が半永久的に存続し得ることからすれば、ある一時点における状況を考慮要素とすることは適さないと考えられるためである。ただし、商標を見て需要者が何を想起するかについては、需要者の認識を基準にして考えざるを得ず、市場でどうなっているかが問題となるため、その限りでは、出願商標の著名性が実質的に考慮されることはあると思う。マツモトキヨシ音商標事件においても、出願商標の著名性は、「この音（出願商標）を聞いたら普通は人名とは思わない」という、市場における一般的な事情として考慮されたのだと思う。この考慮の在り方は、極端にいえば、出願人がマツモトキヨシじゃなくても同じことになる。「市場で一般的にこうだ」というところまで至っている事情については考慮され、そうでなければ考慮されないということではないか。

・知財高裁の判決において整合性が取れていないことはあると思うが、マツモトキヨシ音商標判決は、音商標であるから従来の文字商標の事例とは少し違うという整理で判決したのではないか。あの音に乗せなければ、他人が使用しても侵害にならないということが考慮されたように思う。

・マツモトキヨシの事件では、当該商標の音を聞いて、何を最初に想起するかを問題にしていると思う。マツモトキヨシ事件の場合は、「マツモトキヨシ」というドラッグストアの店名が圧倒的に想起される。これは音商標の特殊性にもよると思うが、一方で、これによって音商標のマツモトキヨシが氏名として認識されないという言い方は、いかがなものかと思う。実際は、人の氏名としての認識が（ドラッグストアの店名という認識に）極めて劣後するということを問題にしているように思う。それと比べると、「KEN KIKUCHI」については、デザイナーとして有名でも、「マツモトキヨシ」の場合のように、人の氏名としての認識が極めて劣後することにはならないのではないか。この点で、マツモトキヨシ事件は従来の判決と異なるのではないか。

（C）マツモトキヨシ音商標判決が今後の出願に与える影響

今後の出願に与える影響[54]について、どのように考えるかを質問し、回答を得た。

マツモトキヨシ音商標判決の考え方が適用できるのは、音商標に限定されるとの意見がある一方で、音商標に限定されないという意見も複数あった。後者として、商標が極めて著名な場合にも適用可能であるとする意見、デザイン化された文字商標や図形を伴う文字商標にも適用可能であるとする意見があった。

具体的には次の意見があった。

・判決は音に限定はしていないが、「普通は氏名とは認識されない」という認定は、当該事案に即して音商標に限ったものと考えることはできるし、そのように限定して考えた方がよいと思う。射程範囲を文字商標まで拡げるのかどうかは、慎重に考えた方がよい。したがって、この判決が出たからといって運用を変えなくてもよいと個人的には思っている。

・現行の８号をどのように評価するかによると思うが、８号は今のままで良いと考えていて、その立場からは判決は現実的ではなく、どのような場合に適用できるのか曖昧であると思う。本判決の判断が適用できるのは、せいぜい音商標のような特殊な商標であるとか、商標が極めて著名であるとか、限定的な場面に限られるように思う。一方で、従来の８号の解釈はあまりにも他人の人格的利益を保護しすぎであるという考え方のもとでは、（この判決の射程を）非常に広くとらえて、出願商標が有名であれば８号には該当しないとして、「KEN KIKUCHI」のようなケースも含めるという考え方もあり得るだろう。もっとも、もし現行の解釈が本当におかしいと考えるのであれば法改正すべきと思う。その立場からすると、この判決の射程は限定的に考えられ、音商標ぐらいにしか適用できないということになる。文字商標（例えば、文字の「マツモトキヨシ」）の場合はこの判決があるからといって８号該当性を否定して登録を認めることはできないし、する必要もないと考えている。

・この判決は、音商標に限定的なものとして解釈することも、そうでない解釈も可能と考える。他の判決と整合的に理解しようとした場合、「実質的に他人の氏名を含まない（市場において、他人の氏名を含む商標として理解されない）商標ならば８号に該当しない」と考えることができる。ただ、このように考えても、The Soloist.事件判決と整合させるのは難しい。一方で、この判決は出願人の利益を考慮するとも言っているので、これまでの解釈を改めたと考えることも可能である。個人的には、こちらの考え方ではないかと理解している。従来の判決のように、電話帳に載っている氏名であれば登録できないというのは、あまりにも他人の利益を重視しすぎであったと思

[54] 音商標以外の商標、例えば、文字のみからなる商標、文字と図形の結合からなる商標における判断への影響等を例示して質問した。

う。判決の影響については、一番限定的に考えると、判決は「音に接した者は」といっていることから、音の商標に特化した判決と理解でき、その考え方が無難かもしれない。ただ、本規定の趣旨への言及を踏まえると、カタカナでの表記といった文字商標であっても、「他人の人格的利益が常に優先されるとは限らない」と整理して、登録しやすくすることもできるのではないか。
（文字商標に適用する場合の限界について）指定商品との関係で非常に有名であれば、マツモトキヨシ音商標判決と同じく「実質的に氏名を含まない」として登録することもあり得るかもしれない。ただし、標準文字商標の場合、よほど著名なら別かもしれないが、「氏名が含まれていない」とはいいにくいのではないか。基本的には、デザイン化された文字商標や、図形を伴っているもので、見た者がこれはこの会社だと思えるものであることが必要だろう。

・音商標に限定されるという意見があるのも承知しているが、判決文を読む限り、音商標に限定する必要はないと思っている。商標を保護したい側の意見なのでそう読んでしまうのかもしれないが、判決は「言語＋音程＋著名性」の要素の結合からは一般の社会の人は、人の氏名を連想しないという流れであると理解するので、ここで足される要素によっては（音程以外の他の要素でも）人の氏名を連想しないことに結び付けられるのではないかと思って読んでいた。したがって、例えばKEN KIKUCHIの事件ではないけれども、あのようにイラスト化したりすることによって（言語に他の要素が付加された結果）、一般の社会通念上、人の氏名を連想しないというマツモトキヨシ事件と同じ結論までもっていける余地はあるのではないか。文字のみでは正直ちょっと難しいかもしれないが、図形とかロゴ化したものについては今回の判決の射程に入ると考えられるかもしれない。

マツモトキヨシ音商標事件の判決の考え方がデザイン化された文字商標や図形を伴う文字商標にも適用できるとした場合について、出願人のニーズや本規定の見直しの方向性との関係で、以下の意見があった。

・結論としては、そうすると出願人が助かる場面がかなり増えると思う。通常のフォントで氏名を表した場合は人格的利益保護との調和を図ることは止むを得ないと思うが、ロゴ化したりイラストを付したりしたものであれば８号がクリアできるのであれば選択の余地は大きく広がり出願人のニーズも多く満たされると思う。このように第３条第１項のような要件（「のみからなる」や「普通に用いられる方法で表示する」）で判断されると助かるが、そうするには法改正が必要かと思われる。

（ⅳ）現行制度の見直しについて

（Ａ）第４条第１項第８号の登録要件の緩和

氏名を含む商標の登録要件を緩和するとした場合、どのような要件とすることが適切か、法改正と運用見直しのいずれが適切か、次の①から③を例示して質問し、回答を得た。

①出願商標に含まれる氏名が出願人の「自己氏名」である場合には、「他人」の承諾がなくとも、商標登録を認める制度

②出願商標が出願人の業務に係る商品・役務の出所を示すものとして周知である場合には、「他人」の承諾がなくとも商標登録を認める制度

③「他人」が周知・著名である場合（例えば「他人」のパブリシティ権と抵触する場合）に限って「他人」の承諾を必要とし、これに該当しない場合には「他人」の承諾がなくとも商標登録を認める制度

①については、賛成する意見もあったものの、反対する意見の方が多かった。その理由としては、なぜ自己の氏名であれば本規定が適用されないのか合理的に説明することが難しいこと、同姓同名の（周知な）他人がいる場合に商標の先取りを認めてよいか問題となり得ること、氏名商標を使う場面は自己氏名である場合に限定されないこと、権利移転の制限を付さないと制度の悪用のおそれがあること（他人に自己氏名を含む商標を出願させ、登録後に別の者に移転させるおそれ等）が挙げられた。

②については、譲渡を禁止する等の手当を行うことを前提に、賛成する意見があった（法改正）。また、不正競争防止法との整合性の観点から、商品・役務との関係がなくなったり、周知性が失われたりしたときは、登録が取り消される制度が望ましいとの指摘があった。

③については、「他人」が無名でも、出願人に当該氏名を使うべき正当な理由がなければ、「他人」の利益を優先することはあると考えられることや事後的に著名になった他人との関係への懸念から反対する意見がある一方で、「他人」が周知・著名な場合であれば、人格的利益の侵害が起こる蓋然性が高く、審査の観点を踏まえた簡便な方法として賛成する意見もあった（法改正）。

具体的には次の意見があった。

・①の自己氏名については、同姓同名の周知の他人がいる場合にどうするのかという問題があるが、案としては賛成である。③は商標を取得する立場からは、よいと思うところはあるが、赤の他人が氏名商標を取得することは問題があるように思うので、①と③を足した形がよいのではないかと思う。つまり、自己氏名であって周知の他人がいなければ、他人の承諾なく商標を取得できるとしてはどうか。自己氏名であっても周知の他人がいる場合は、承諾書を必要とする。会社がデザイナーを雇っている場合もあるので、そのような場合は自己氏名者の承諾書や関係を説明する説明文を要求して、会社名義で商標登録できるようにしてもよい。自己氏名＋周知の他人という形にすればいろいろ整理がつき、この案である程度、解決するのではないかと思う。クライアントにしても、自分と同じ氏名で他に有名な人がいれば、それを商標として使いたいとは思わず、自分の世界観を打ち立てるために、他の言葉や造語を使用すると思う。

・①については、氏名を商標として使うのはいろんなパターンがあると思うので、自分と全く関係ない氏名を出願してくる場合も一応考えないといけないだろう。③について、(「他人」が無名でも、出願人に当該氏名を使うべき正当な理由がなければ、「他人」の利益を優先することはあると考えられるため) 他人に限定を付すべきでない。

・本来、不正競争防止法やパブリシティ権で対応すべき問題と思われるが、どれか選ぶなら②である[55]。自分の周知な氏名を出願する場合は保護されるとする。譲渡は禁止するが、相続などで業務を引き継ぐ場合は認める。ただし、相続人が多数いるような場合、相続人なら誰でも出願してよいということになるのかは問題。相続人間で争いが起こることも考えられる。さらに、不正競争防止法の周知表示やパブリシティ権との棲み分けや整合性を考える必要がある。規定が重なるぐらいなら法改正しない方がよいという考え方もある。不正競争防止法との整合性を考えるのであれば、商品・役務との関係がなくなったり、周知性が失われたりしたときは、登録が取り消されるような制度にした方がよいのではないか。

・①は同姓同名の人がいた場合に出願の早い者勝ちになる点が問題ではないか。また、①の場合、権利移転の制限など手当を考えないと、他人に自己氏名を含む商標を出願させ、登録後に別の者に移転させるようなことが横行してしまう。②であれば、自己の商品・役務として周知ということなので、軽々に譲渡することや使い方に問題が生じることもあまり想定されないのではないか。③については、事後的に他人が著名になった場合に問題が生じる。②や③については、周知・著名性に関する特許庁の判断にばらつきが生じる点も問題ではないか。

・現行の規定は、非常に抽象的に、氏名権が侵害される可能性のある場面を予防的に阻止していると理解しているので、緩和するとすれば、より具体的に氏名に関する人格的利益の侵害が起こる蓋然性がある場合に、拒絶するよう、変更するのが適切ではないか。ただし、現実に、人格的利益の侵害が起こる蓋然性が高い場合というのを特許庁で判断することは極めて困難であろう。そうだとすると、もう少し判断のし易い方

[55] 当該有識者からは、別のヒアリング項目においても、立法論につき次のようなコメントがあった。
(ⅰ)(a)(解釈・運用に関す意見)「もし氏名を含む商標の登録をどうしても認めるなら、周知な自己の氏名に限り認めるとするのが立法論としては良いと考える。早めに商標権で保護できない点より、早めに邪魔をする出願人が出てくる点を懸念する。冒認出願の増加を防ぐため、８号の運用は厳しくしてほしい。デザイナーが売れてきたから商標を取ろうと思ったら、別の人に既に登録されているという状態が蔓延するのは避けるべきだ。業界では賞を取りそうな人が分かるから、その氏名で先に商標を取ろうという人が必ず出てくる。」
(ⅱ)(c)(「他人」の範囲についての意見)「(立法論としては) 著名な本人が出願した場合に限って登録を認めることにして、登録後の譲渡禁止とするぐらいがよい。そうしないと、例えば芸能事務所は、将来著名になるであろう所属タレントの氏名の商標を取り放題になってしまうし、事後的に他人が著名になった場合に問題が生じ得る。」

法がよい。人格的利益の侵害が起こりそうな場面で特許庁が判断し易いものを考えると、問題となる商標から「他人を想起する場合」が考えられる。それでも特許庁で判断がしづらいということであれば、「他人が周知・著名である場合」であれば人格的利益の侵害が起こるであろうから、緩和策の一つとなり得るのではないか。本来はもっと具体的に判断すべきとは思うが、それはなかなかできないと思うので、簡便な方法として③ではないかと思う。

（①の案について）自己の氏名であれば８号に該当しないとするのは、個人的には賛成しづらい。なぜ自己の氏名であればよいのかということの合理的な説明をつけることが難しいと思う。

また、上記①から③の案以外のものとして、法改正により以下のような要件を定め、利益衡量を可能とする制度について意見があった。

・基本的には運用変更で対応できるだろう。出願人側の事情との比較衡量が重要なのであって、定式化は難しい。現行法の運用変更でも相当できることはあると思う。法改正するのであれば、①～③以外の要件として、「『他人』の承諾がある場合」又は「出願商標の態様や指定商品に鑑みて『他人』の利益を害しないと考えられる場合」には商標登録を認める制度が考えられる。

（過去の裁判例で本規定について「他人の人格的利益が侵害され、又はそのおそれがあるとすべき具体的事情の証明があったことを要件とするものであるとも解し難い」との指摘がなされた点について）裁判所がそのように述べているのは、８号の現行の規定ぶりが「他人の氏名を含んでいたら登録を認めない」というようになっていて、他人の利益を相当重視しているように思われるからだと思う。他人の利益がそこまで絶対的なものではないということが規定上明確になれば、裁判所の言い方も変わってくるのではないか。

（Ｂ）①案における出願人の「自己氏名」の範囲

①の案（出願人の自己氏名に係る商標を本規定の拒絶理由から除外する案）に関し、次の（イ）～（ニ）の場合に出願人の「自己氏名」（に準ずるもの）であるとして商標登録を認めることについて、どのように考えるか、質問し、回答を得た。

（イ）出願人は法人であり、出願商標に含まれる氏名は当該法人の取締役の氏名である場合

（ロ）出願人は法人であり、出願商標に含まれる氏名は当該法人の従業員の氏名である場合

（ハ）出願人は法人であり、出願商標に含まれる氏名は当該法人の創業者（故人

[56]）の氏名である場合
（ニ）出願人は個人であり、出願商標に含まれる氏名を有する者（故人）の相続人による出願である場合

上記（iv）（A）のとおり、①の案（出願人の自己氏名に係る商標を本規定の拒絶理由から除外する案）に反対の立場が多く、「自己氏名」の範囲を解釈で拡げることについてもおおむね消極的な意見であった。具体的には、上記（イ）～（ニ）のような定式化は困難とする意見、「自己氏名」は「自然人である自分の氏名」くらいに限るのがよいとする意見、認められるとしても会社が本人と同視できる場合として（イ）のみとする意見があった。

また、（ハ）（ニ）の故人については、人格的利益は一身専属的で消滅しており、本規定で考慮する必要はないとの意見があった。

具体的には次の意見があった。

・一律に運用を定めるのはよくないというのが基本的な考えである。出願人側がその氏名を使う必要性がどこにあるかが重要だと考えるが、これは場合によって様々であると思われるため、定式化は難しい。出願人側の利益を考慮して、ケースバイケースで判断すべき。ただし、審査段階では形式的にやらざるを得ないので、同じ氏名の他人があればまずは拒絶理由を通知し、出願人から、当該氏名を使用する理由の説明を受け、その内容によって登録の可否を決めるとするのがよいのではないか。審査基準としてはもう少し具体的に書く必要があるかもしれない。審査においては、よほどのことがなければ登録は認めないものとし、審判や裁判で争ってもらうという判断もあり得るかもしれない。

・どこまで「自己氏名」と考えるかには問題が多い。（イ）や（ロ）の場合、その役員や社員が辞めたらどうなるのかという問題がある。（ハ）に関していえば、創業者と認められるか否かの判断も、関与の程度は様々であり線引きが難しい「自己氏名」は「自然人である自分の氏名」くらいに限るのがよいのではないか。それでも旧姓の氏名の場合はどうなるのかなど、昨今話題になっている夫婦別姓の論点とも関係し、議論が難しくなるかもしれない。

・仮に、この案を採用するなら、自分が人格的利益を有する氏名を実現する、あるいは当該氏名に係る権利を行使することを尊重する考えに立つという説明をすることになると思うので、それであれば、何とか認められそうなものは（イ）くらいではないか。本人ではないが会社が本人と同視できる場合、法的には別人格だが実質的には本人のものといえるような場合であれば、本人の人格的利益の実施であるとしてもおかしくないと思う。会社と（出願された商標に係る氏名の）本人との関係はいろいろあって、

[56] 現状、故人については、本規定の「他人」の対象ではなく、周知・著名な歴史上の人物名に限り、商標法第４条第１項第７号（公序良俗違反）の拒絶理由の対象となる場合があることを注記した（商標審査基準（改訂第 15 版）第３.六.第２③、商標審査便覧 42.107.04）。

（ロ）～（ハ）でも正当性を見いだすことができる場合はあるだろう。しかし、一律に認めるとしたら（イ）、とくに法人の代表者のような本人と同視できるレベルぐらいではないかと思うし、これぐらいであればあまり変なことにはならないだろう。

・自己の氏名に含めてもよいのは、（イ）（ロ）であろうか。証明するために、承諾書か関係を説明する書面を要求してもよいのではないか。（ハ）（ニ）の故人の方であるが、人格的利益は一身専属的で消滅していると考え考慮しなくてもよいのではないか。ここまでやってしまうと承諾書をもらうにしても、どうやってもらったらよいのかわからないし、７号の公序良俗違反で整理がつく範囲と考える。

（C）③案における「他人」の周知・著名性の判断

（a）周知・著名性の判断における需要者基準

③の案（「他人」が周知・著名である場合に限り本規定の拒絶理由とする案）について、「他人」の「周知・著名」性は、問題とされた商標の指定商品又は指定役務の需要者のみを基準（以下「需要者基準」という。）として判断するべきか否か[57]という点について、質問し、回答を得た。

「需要者基準」に賛成の意見、反対（積極的に賛成しない意見を含む。）の意見が同程度見られた。

賛成の理由としては、指定商品・役務を離れて著名というと誰でも知っているほど相当著名でなければならなくなってしまうこと、現実の人格的利益の侵害が問題となる場面として商標の指定商品・役務の需要者を基準に判断するのが自然であることが挙げられた。

また「需要者基準」を採用する場合、一般的に著名な人（政治家等）の氏名をどのように扱うかについては、指定商品・役務の需要者といっても、その者は一般人の一部であるから、一般的に極めて有名な人も本規定の対象に含まれるとの意見があった。

一方、反対の理由としては、「需要者基準」で判断される周知・著名な「他人」との関係は商標法第４条第１項の他の号で拒絶できること、マツモトキヨシ音商標事件を踏まえると世間一般の人の認識が重要となることが挙げられた。

具体的には次の意見があった。

・指定商品・役務の業界において著名であれば拒絶するのがよいのではないか。指定商品・役務を離れて著名というと、誰でも知っているほど相当著名でなければならなくなってしまう。

[57] 最判平成17年7月22日（平成16年（行ヒ）第343号）〔国際自由学園事件〕において、本規定の「著名な略称」に該当するか否かは、「常に、問題とされた商標の指定商品又は指定役務の需要者のみを基準とすることは相当でなく、その略称が本人を指し示すものとして一般に受け入れられているか否かを基準として判断されるべきもの」とされていることを示して質問した。

・人格的利益が害される蓋然性が高い場合に限定しようという立場からすれば、実際の人格的利益が害される場合を判断するのは難しいから、それに代替する措置として他人が周知・著名であることにすると考える。この立場では、現実の人格的利益の侵害の問題を考えているので、問題とされた商標の指定商品・役務の需要者を基準に判断することになると思う。指定商品・役務の需要者が思い浮かべて、その需要者の間で有名な人の氏名だから人格的利益の侵害が起こるだろうと考える。
（政治家のように指定商品・役務を問わず、一般的に著名な人の氏名について）ある人を思い浮かべて、思い浮かべられた人が不利益を受ける、すなわち嫌悪感を抱くときに８号で拒絶するものと考える。ここでは、具体的に考える人を想定するから、その人は指定商品・役務の需要者だろう。指定商品・役務の需要者といっても、その者は一般人の一部であるから、一般的に極めて有名な人も含まれるし、他の分野では知られていなくてもその分野で有名な人も、いずれも含まれると解すべきではないか。

・問題とされた商標の指定商品又は指定役務の需要者のみを基準とした場合、第４条第１項第 15 号等で拒絶できるケースが多いのではないかと思う。

・人格的利益の保護が前提なので、そこに今回のマツモトキヨシ音商標事件判決の「調整」という考えを持ち込むのであれば、世間一般の人がどう思うかという世間一般基準でよいのではないか。

（ｂ）周知・著名性と「顧客吸引力」の関係

③の案（「他人」が周知・著名である場合に限り本規定の拒絶理由とする案）について、「他人」に「周知・著名」性が認められるのは「他人」の氏名等が「商品の販売等を促進する顧客吸引力を有する場合」[58]に限定するべきか、それとも「顧客吸引力」を有しない者（一般人）も含むべきか質問し、回答を得た。

結果としては、顧客吸引力を有する場合に限定すべきでないという意見が多かった。その理由としては、営業はしていないが著名な人（政治家や学者）の氏名について安易に登録を認めるべきでないこと、「他人」が周知・著名の場合は、人格的利益の侵害が起こる場合と考えるから、パブリシティ権との関連を考える必要はないこと、他人が顧客吸引力を有する場合は商標法第４条第１項第 15 号で対応できるとも考えられ、本規定との関係でこれを要求する必要はないこと等が挙げられた。

なお、ピンク・レディー事件の判決の解釈について、同判決は「顧客吸引力を有する者」と言っているのみで、その主体を限定したものではなく、一般人も含まれる解釈は可能との指摘があった。

具体的には次の意見があった。

[58] 前掲注 48）〔ピンク・レディー事件〕。

・顧客吸引力に関しては、営業はしていないが著名な人の顧客吸引力をどう考えるかという点が問題となる。営業をしていなくても著名な人の氏名（例えば政治家や学者の氏名）ならば、顧客吸引力があるとはいえないかもしれないが、安易に他人による登録を認めるべきではないだろう。

・「他人」が周知・著名の場合は、人格的利益の侵害が起こる場合と考えるから、パブリシティ権との関連を考える必要はないのではないか。むしろこのようにパブリシティ権を有する場合に限定すると、15 号と重複するのではないかという気がする。あくまで人格的利益の保護という趣旨を維持するのであれば、顧客吸引力を有するかどうかはあまり考えない方がよいのではないか、また、考える必要もないだろう。

・「顧客吸引力」については、周知であると捉えるのであれば、限定する必要はないのではないか。デザイナーが周知であるといった場合、人に顧客吸引力がついているのか、服についているのかわからない面があるので、パブリシティ権を有しない場合でも、服が有名ということで商標としての出所識別機能が備わっているのであればこれをパブリシティ権相当の顧客吸引力や世間一般基準の特定力と捉え登録を認め（他人の場合は承諾）、顧客吸引力を有しない一般の人も含まれると考えてよいのではないか。

・ピンク・レディー事件も「顧客吸引力を有する者は」と言っているのみであり、商業的に利用する限りは、顧客吸引力を有することが前提になるので、そもそも主体を限定した判決ではないと思う。一般人も含まれる解釈は可能ではないか。本規定が問題となるのは、氏名を商標として利用する場面であるため、当該氏名には顧客吸引力があるといえるであろう。

（D）登録要件の緩和により想定される問題点

氏名を含む商標の登録要件を緩和した場合に想定される問題点（第三者の不利益等）について質問し、回答を得た。

「他人」が被る不利益としては、登録の後に周知・著名になった場合など、登録後の事情変更が生じた場合、他人の人格的利益の保護に欠けることがあり得るとの意見があった。

一方で、氏名を含む商標の登録要件の緩和がなされても「他人」は自己の氏名を商標として使用すること自体は禁止されていないため「他人」の人格的利益が損なわれる場合はあまり想定できないとの意見もあった。

出願人が被る不利益としては、①の案（出願人の自己氏名に係る商標を本規定の拒絶理由から除外する案）は出願が早い者勝ちのようになるという点が、複数の有識者から指摘された。

以上に加え、デザイナー等が商標権者である法人等から独立・退職した場合の対応の問題や、死亡した場合、他人の氏名を騙った虚偽による出願への対応の問題が考えられるが、他の条文においてもある程度のリスクはあるため、商標の保護を優先してもよいのではな

いかとの指摘もあった。

具体的には次の意見があった。

・早い者勝ちになる点及び登録の後に周知著名になった他人の保護に欠ける点が懸念点である。

・登録要件の緩和により、実際に問題が起きている場合（査定時に他人の人格的利益を害する場合）に限り、商標出願が拒絶されるということになれば、その後に事情変更が生じた場合が問題となるのではないか。商標登録後にその商標と同一の氏名の人が有名になったとしても、その商標を無効にすることはできないであろうから、その場合は、その人は辛い精神的な苦痛を受けたとしてもやむを得ないということになる。自分の氏名を含む他人の商標と一緒に生きていくしかないだろうと思う。
（上記のような事情変更が生じた場合に事後的に取り消す制度を設けるかについて）登録を受けた商標権者は何も悪いことはしていないから難しいと思う。例えば、後から有名になった人の人格的利益を害するような商標の使用の仕方をすれば別であるが、商標を普通に使っている場合に有名になった人が同じ名前を商標に使われては辛いことがあるかもしれないが、その場合に商標を取消されるのは商標権者にあまりに酷ではないだろうか。査定時に他人の人格的利益を害することがなければ登録して有効なものにすると割り切っていると思うから、事後的に取り消すのは難しいのではないだろうか。

・商標に含まれる氏名が自己氏名ならば登録を認めるとした場合（①の案）、出願が早い者勝ちのようになる点を懸念する。

・自己の氏名を商標として使う自由は第 26 条第 1 項第 1 号で保障されているため、例えば、同姓同名の人が多い場合、商標として識別力が強くなることはないと思われる。氏名商標について、早い者勝ちとして未使用段階から保護を認める必要まではなく、ある程度市場で認知されてからの保護でよいのではないか。新興のデザイナー等であれば早い者勝ちの方がありがたいのかもしれないが、早い者勝ちで登録を認める必要はあまりないのではないか。早い者勝ちになった場合、自分の名前で出願することができず不利益を被る人が出てくることも想定される。他方、氏名を含む商標の登録要件の緩和によって、当該氏名を有する「他人」の人格的利益が損なわれる場合はあまり想定できない。現行法上、商標登録ができないとしても、自己の氏名を商標として使用すること自体は禁止されていないためである。

・独立・退職した場合や亡くなられた場合に加えて、虚偽による出願、例えば他人が自分の会社の従業員であると嘘をついて出願した場合などの不正取得（もちろん無効事由になるのであろうが）が考えられる。ただ、他の条文においてもある程度のリスクはあるので、できれば商標の保護を優先してもよいのではないか。ただし、自己氏名

のフィルターはかけるべきである。

（E）③案における故人の取り扱い

③の案（「他人」が周知・著名である場合に拒絶理由を限定する案）について「他人」に故人を含むとすることについて、どのように考えるか、質問し、回答を得た。

本規定の「他人」に故人を含める必要はないとの意見で一致した。

その理由としては、構成中に故人の氏名を含む商標については、商標法第４条第１項第７号等で拒絶することが可能であり、その方が適切（故人の場合は生存する者以上に個別具体的な判断が必要になるため）であること、不正競争防止法でも保護できる場合があること等が挙げられた。

具体的には次の意見があった。

・「他人」側の利益を人格的利益と考えるなら、「他人」に故人は含めなくてもよいだろう。故人の遺族が傷つくということはあるかもしれないが、大半は７号、15 号などで対応可能なのではないか。

・故人まで含めて要件を緩和するよりも、今のままでよいのではないか。故人の氏名は、不正競争防止法の要件を充たすものは同法で保護するのが適切と考える。

・故人については７号で判断するのがよいのではないか。８号を改正すると現在よりも個別具体的に判断することになるが、故人の場合は生存している者以上に、細かな個別的な判断を要することになる。具体的に故人がどのような人か、何年前に亡くなったか、戦国時代まで遡れば問題にならない場合が多いであろうし、平成に亡くなった人はその人の人格的利益の保護を考える必要があるかもしれない。このように個別具体的に考えなければならないから、８号ではなく、７号でいろいろ検討する方がよいのではないかと思う。

・死後に有名になる場合はあるかもしれないが、亡くなった場合には人格的利益は失われるものとして、そこまで何もしなかった人に利益を認める必要は無いのではないか。

（F）肖像、名称に関する要件緩和の必要性

氏名を含む商標の登録要件を緩和するとした場合、本規定において「氏名」と列記されている他人の「肖像」、「名称」についても、同様の要件緩和を行うべきか、質問し、回答を得た。

「肖像」、「名称」のいずれも、現時点では「氏名」と同様の要件緩和を行う必要はないという意見が多かった。

その理由としては、「肖像」、「名称」いずれも、「氏名」とは性質が異なるため、要件緩和を行う必要性（ニーズ）がないことが指摘された。

「肖像」については、個人の特定性が高く、偶然の一致は考え難いため「氏名」と同様の要件緩和の必要性は低いとの意見が主であった。

「名称」については、その対象が広く「氏名」以上に選択の幅も広いこと、人格的利益の保護とは関係がないと考えられることから、そもそも本規定に含まれているのか疑問であるとの意見もみられた。

他方で、「氏名」と「肖像」及び「名称」を区別して扱うことについて、説明がつかない可能性があり、この点を重視するなら、同様に緩和せざるを得ないのではないかとの指摘もあった。

具体的には次の意見があった。

・肖像の場合、偶然一致はほぼ考えられないため、要件を緩和する必要はない。名称はそもそも８号に含める必要があるのか疑問に感じている。世の中に無数にある団体の名称とたまたま同じであったら８号に該当とするのは出願人に酷である。人格的利益と関係のない団体の名称については、８号に含めず７号、15 号で対処すればよいのではないか。「氏名」、「肖像」及び「名称」を並列に考える必要はないと思う。

・「肖像」は、パブリシティ権で保護されている点で「氏名」と共通する。「名称」については、「氏名」と異なり、他人に商標を取られた場合であっても、自分で出願していないのがいけないという言い方ができるかもしれない。「雅号」、「芸名」、「筆名」は個人と結びついているから「氏名」と同じに考えてもよいが、「名称」に法人の名称も含まれ、対象が広いことから、条文の構造上、「名称」を切り離してもよいのではないか。法人名称は人格的利益の保護とは関係がないと思われるため、そもそもなぜ「氏名」等と同じ第４条第１項第８号に規定されているのか、少し違和感がある。

・「肖像」については個人の特定性が高いものなので、緩和することなく、周知性は必要としないで、自己の肖像に限定して（他人の肖像であれば他人の承諾を要件）よいのではないかと思う。「名称」については、さらに選択の幅が広いので氏名と同様に周知性を要求してもよいと思う。

・登録要件の緩和について、「氏名」についてはデザイナーの氏名の保護などの必要性があると思うが、「肖像」や「名称」についてはその必要性もないので現行のやり方を維持してもよいと思う。しかし、「氏名」だけを緩和して「肖像」、「名称」については緩和しないというアンバランスが生じた場合に、説明がつかないようにも思われる。この点を重視するなら、同様に緩和せざるを得ないのではないか。他方で、そもそも、「名称」は８号から除外した方がよいと思っている。法人の人格的利益には違和感があり、少なくとも商標登録の場面でその保護を考える必要はないであろう。そして、商人とか会社の場合は 15 号があり、会社以外の場合も６号などいろいろ規定で対応できると思うので、むしろ「名称」は８号から除外した方がよいのではないか。

１．３．２　ユーザー（企業等）へのヒアリング結果

（１）ヒアリング対象者

ファッション業界（２者)、化粧品業界（１者)、洋菓子業界（１者）の企業又は団体、合計４者に対してヒアリングを行った。

（２）ヒアリング結果[59]

（ｉ）氏名を含む商標の登録ニーズ

（Ａ）デザイナー等の氏名商標の登録ニーズ

デザイナー・クリエータ等の氏名商標を登録するニーズはあるか、また、それはどのような商品あるいはサービスに関する商標か質問し、回答を得た。

氏名商標を登録するニーズがあるとの意見が大半であった。

とりわけ、ハイファッション、ラグジュアリーファッションのような業界では氏名商標はニーズがあるというよりも必須であるとの意見があり、業界によっては、強いニーズがあることが確認された。

１者のみ、現時点では登録のニーズがないとの意見があったが、既に登録された氏名商標を有しており、それを用いて現在も障害なく商品の販売を継続しているとのことであった。

氏名商標が用いられる商品は、被服、化粧品、化粧用具、食品（洋菓子)、サービスは、小売・広告、美容・理容に関するものが挙げられた。また、当該企業の事業分野の全てについて必要であるとの意見もあり、氏名商標の登録を必要とする商品・役務は幅広い分野に及んでいることが確認された。

具体的には次の意見があった。

【企業内商標担当者の意見】

・当社では氏名商標を登録することはニーズがあるというよりも、事業において必須である。ファッションビジネスの中で、当社のようなハイファッション、ラグジュアリーファッションのような業界では、個人の傑出した才能が服飾デザインの新しい価値を創造する。その傑出した才能を持つ個人の名前に付加価値があり、世界でブランド名として周知される。たとえば、ブランド名として周知されている「グッチ」、「シャネル」、「プラダ」は全て人名である。洋服のみならず、香水・眼鏡等、様々な商品に氏名商標を使用している。また、様々な事業提携やデザインの依頼を頂くことがあるが、その際にも、やはり氏名商標によるブランド名が付加価値の一つとして基本となっていることから、氏名商標を登録することは事業を営む上で必須であるという認識を持っている。

[59] ヒアリングにおいて、企業等の商標出願を担当する弁理士が同席した場合は、当該弁理士の意見（商標出願担当弁理士意見）と、当該企業等の商標担当者の意見（企業内商標担当者意見）とは分けて整理し、記載した。

・既に登録出願を行っているので、もちろん氏名商標を登録するニーズはある。基本的には事業に関するすべての商品・役務分野。洋服はもちろん、イベントなどの役務で使用している。例えば、バイヤー向けのファッションショーなどである。さらに、自社の EC サイト上でも、氏名商標を使用して事業を行っている。

・国内では有名なパティシエの場合、氏名は展開しているブランドと紐づいているので、氏名の商標がどうしても必要かというとそうではないが、海外に進出する際はブランド名よりも個人の名前が必要になることがある。海外ではブランド名よりも、大会での受賞歴などの観点で個人の名前が前面に出るので、個人名の商標登録が必要になると感じている。

・弊社においては、現時点で、デザイナーやクリエータの名前を商標登録したいというニーズはない。ただ、非常に古い登録商標を持っており、これはフランスのクリエータの名前を冠にしたフレグランスのブランドである。古いからなのか、又は外国人の名前だからなのか、登録になって特に障害なく現在も使用し、商品の販売を継続している。もし、弊社で氏名を含む商標のニーズが仮にあるとしたら、どちらかというと日本人よりも海外の人の名前と思われるが、外国人の氏名の方が登録になりやすいといった事情はあるのか。商標をどこに使うかにもよるが、メインは３類の化粧品であるが、他には、21 類の化粧用具、35 類の小売・広告の役務、41 類の美容の教授、44 類の美容・理容を指定する場合が多い。

【商標出願担当弁理士の意見】

・外国出願に関しては、約 40 か国には出願している。国によっては個人名であることを理由に拒絶される場合があるが、創業者本人の同意書を提出することで登録を受けている。出願の区分については、被服に限らず、香水・バッグなどの周辺のアイテムの分野まで出願している。また、海外では、冒認出願、登録も多く、そのたびに取消しの対応をとっている。

（B）氏名を含む商標の構成・態様

（A）においてニーズがある場合には、どのような構成・態様での商標登録を希望するか等[60]質問し、回答を得た。

氏名のみからなる文字商標の登録を基本として、これに加えて図形等を付した文字商標の登録を希望する意見が多かった。

氏名を表記する文字の種類については、グローバルな事業展開の必要性から、欧文字表記を希望する意見が多かった。また、使用する国に応じて、漢字等、欧文字以外の登録が

[60] 氏名（文字）のみか、付加的要素（図形、記号）を含むものか、氏名を表記する文字の種類（漢字・ひらがな・カタカナ・欧文字）はどのようなものかに加えて、登録を希望する商標のタイプ（平面・立体・音等）についても質問した。

必要になる場合もあるとの意見があった。
商標のタイプについては、氏名商標との関係において、現時点で文字商標以外の登録を希望する意見は確認できなかった。

具体的には次の意見があった。
【企業内商標担当者の意見】

・世界的にアルファベットで展開し、商標登録をしている。あとは、様々な字体でフォントを変えてゴシック体にしたものや、中国では漢字でも登録している。創業者の氏名商標に関連するもの、想起させるものについて、登録が必要と考えている。名前を商品に付することによってブランドの付加価値が上がるので、まずは名前の文字を登録する。あとはサインや、名前の文字だけゴシック体で表したものなど、様々な形で名前を表したものを登録している。ロゴはクリエイティブの一環でもあるので、文字以外のロゴも、デザインとして作成している。したがって、文字であったり図形であったり、多岐にわたる形で名前を表したものが事業上必須であるという認識を持っている。

・基本的には、氏名（文字）のみが一番よい。漢字、カタカナ、ローマ字など、すべての態様で氏名を使用している。それに加えて、図形のロゴを使用しており、氏名と図形を組み合わせたり、片方だけで使用したり色々な使い方をしているが、基本的には、氏名（文字）のみを第一で考えている。商標登録出願する分野は、基本的には洋服の分野を考えている。例えば、現在は婦人服のみであるが、紳士服へも参入している。あとは、バッグ等の身の回りの商品にも拡げている。また、ルームフレグランス（部屋に置くと部屋の中にいい匂いがするような商品）がある。コロナの関係で巣篭もり需要から、家で快適に過ごすための商品として、そういったものを制作して販売をするというのを最近始めた。今後、商標の使用を拡大していくような分野が出てくる可能性は十分にある。マスク、例えば、布マスクやファッションマスクの販売も始めている。

・名前だけで商標が取れればそれが一番よい。それが厳しい場合はロゴやマークを付けている。氏名商標の表記については、海外に展開するからといって必ずしもブランド名をアルファベットにするわけではないが、地域によってはアルファベット表記が必要である。香港の場合は、店舗も香港にあるが、現地の人と話をすると、正確な日本語で表現されているものの方が、英語やフランス語で表現されているものより高品位でお洒落な感じがするらしい。したがって、香港の場合は敢えて英語にする必要はない。他方で、タイのバンコクでは、どちらかというと日本語よりも英語の方が、特に富裕層向けにはよい感じがする。このような国へはアルファベット表記での商標登録のニーズがあると思う。

・実際はニーズが出てきたときに検討することになるが、汎用性という観点から言うと、

氏名だけの文字商標が登録できればベストである。文字種については、当社は、商標登録が日本だけということはなく、グローバル展開が基本になるので、アルファベット表記は必須である。

（C）氏名商標のブランド戦略における位置付け

（A）においてニーズがある場合、デザイナー等の氏名商標は、会社のブランド戦略においてどのような位置付けにあるか、例えば、他のブランド（氏名商標以外の商標）よりも重要なものとして扱われている等の実情があるか質問し、回答を得た。

ファッション業界については、ブランド戦略上、氏名商標は必要不可欠で、一番大事なものである、事業において必須であるといった意見があり、氏名商標の重要性が確認された。

洋菓子業界については、海外において氏名商標が重要であること、国内においてもパティシエ等氏名を冠した専門学校の事業との関係で氏名商標の必要性が高く、本人の他界後にも引き継いでいきたいとの意見があった。

また､氏名商標の特徴として､氏名商標は当該氏名に係る人物の世界観にかかわるため、単なる氏名とは異なり、保護する価値は非常に高いという意見や、その世界観が崩れることのないよう、商標管理をしていくことになるという意見もあった。

具体的には次の意見があった。

【企業内商標担当者の意見】

・当社はデザイナーの名前を社名にしている。商品にブランド名を付けているが、そのお客様自体が、デザイナー名の入った商品を見て、もちろん洋服が素敵だと思って買っていただける方もいるが、このデザイナーがデザインした服だからということで、購入することも非常に多い。そのような方は、そのデザイナーの持つ世界観のようなものを共有することで、益々ブランドのファンになっていくことが多々ある。したがって、当社のブランド戦略においては、氏名商標は必要不可欠で、一番大事なものとして考えている。当社の売上げの 99%は日本の売上げにより構成されているので、日本において商標登録が取得できないことを理由に日本での販売を諦めるという選択肢は、社内の事情として許されない。なおさら日本でしっかりと商標権を取得することが重要であり、取得できなければ、商売が成り立たないという認識である。

・当社では氏名商標を登録することはニーズがあるというよりも、事業において必須である。

・海外との関係では、個人の氏名の商標が重要となる場合がある。長期的にはパティシエ本人が引退や他界しても、商標登録できるなら、その権利を保有する者（主に会社）又は遺族が商標を引き継いでいきたいと考えている。

・現在のところニーズがないので具体的には言えないが、デザイナー・クリエータの氏名を冠にするブランドなので、当然その人物の世界観などを大切にしていくと思われる。そのため、商標のデザイン、カラー、使用方法などを社内で厳しく管理していくことになるかと思う。間違った使い方をすると大切なデザイナーやクリエータの世界観が崩れるので、そうならないような商標管理をしていくことになる。

【商標出願担当弁理士の意見】

・デザイナー名は、そのデザイナーの持つ世界観がブランドとして認識されるというところでは、単なる氏名とは異なり、保護する価値は非常に高いと思う。今回、ファッションデザイナーの話ではあるが、最近では、例えば、パティシエや料理人が、自分の創作ブランド、世界観を料理もしくはスイーツ等に表して、それを自己の名前で売っていくという、氏名ブランドというものは増えていると思う。それもやはり、名前を持つその人の世界観をブランドとして自己の名前に託しているという意味では、保護すべきものになっているケースが増えているのではないか。

（ⅱ）氏名を含む商標の出願経験

（A）氏名を含む商標出願の拒絶に対する対応

デザイナー等の氏名商標を登録したこと又は登録しようとしたこと（出願経験）はあるか、その際、構成中に他人の氏名を含む（本規定に該当する）として拒絶されたことはあるか質問し、回答を得た。また、そのような拒絶理由を受けたことがある場合には、どのような対応をとったかも質問し、回答を得た。

商標出願担当弁理士からは、中小企業や個人事業者がある程度ビジネスが進んだ後で氏名商標を取得する場合の困難性や、第三者から承諾書を得ることの難しさが指摘された。

また、氏名商標の登録及び出願経験があることを前提に、過去に同種の商標について登録を認められたにもかかわらず、近年は拒絶となり対応に苦慮しているとの意見が複数あった。

過去に登録がある氏名商標であっても、グローバル戦略等を考えていく中で、複数の区分で複数の登録を持っていたものについて、マドプロ制度を利用した一括管理、効率的運用のため、新たに出願する必要があるとの指摘があった。

具体的には次の意見があった。

【企業内商標担当者の意見】

・現在、意見書を提出している案件があるが、その商標は、過去認められていた商標登録を更新せずに、マドプロを使用して区分をまとめて、新規で出願することにより効率よく運用しようとしているものである。

「A」と「B」という主に二つのブランドを展開している。両方とも新規の出願を行ったが、そのうち「B」については、同姓同名の者がいないということで問題なく登録されたが、「A」の方は、同姓同名者がたまたま検索で発見できたということで、

現在拒絶になっている。同じ会社で同じように二つのブランドを所有しているにもかかわらず、双方の結果が異なったものになるということも、会社の戦略上、難しい問題と感じている。

・氏名については商標登録出願したことはないが、ブランド名は商標登録しているし、商品一個でも商標を取る場合がある。

・デザイナーの名前で出願して登録されているという経験はある。しかし、かなり古い商標出願で、拒絶を受けたなどの詳細経緯についてはよくわからない。

【商標出願担当弁理士の意見】

・すでに 20 件ぐらい創業者の氏名商標の登録がある。また、出願中のものが５件くらいあり、そのうちのうち２件は拒絶査定不服審判を請求しているところであり、残り３件は審査中である。

・既に 50 年以上ビジネスをしており、過去に登録になっているので、商標登録が一応生きており、それに基づいて事業を継続はできている。ただ、海外においても複数区分について複数の商標登録を有している国があるので、海外を含めてポートフォリオを整理している。グローバル戦略、ブランド戦略を考えていく中で、複数の区分で複数の登録を持っていたものを一元化して、マドプロ出願による一括管理を目指すべく、マドプロへの乗り換え作業を行っているが、その基礎となる日本での基礎出願について、運用が変わり、基準が厳しくなったことで拒絶されており、グローバルなブランド戦略にも影響が出てきているのが実情である。出願しているのは長年使用しているハウスマークでコアブランドなので、変更は考えていない。既存の取得できているブランド名で事業展開を行っているので、そういう意味では、ビジネスを阻害するまでにはなっていないが、海外を含めた商標ポートフォリオの再構築戦略において、問題となっている。運よく既存の登録があるので、現状のところは問題ない。新たに同じ形で、世界戦略や新しいデザイナーを展開していこうとすると、ビジネスにおいては自分の名前のブランドの商標が取れないということは非常に障害になってきている。他のクライアントでもそのような状況が起きている。

・承諾書を取得できれば商標登録の一つの解決方法になることは十分承知している。しかし、いきなり弁理士や弁護士がどこにいるかもわからない個人に連絡を取ることは非常に大変である。弁護士や弁理士に接したことがないような個人の方が、法律事務所から承諾書の依頼や協力のお願いのような手紙がいきなり届いた場合、どうしたらよいかわからず、逆に怖がってしまうというのが普通の感覚だと思う。会社ではなく個人に対してなので特にそう感じる。したがって、承諾書を取得することは、実務上難しい。一人や二人であれば、何かしらの伝手があり、そういう話ができるというような状況であれば、可能なのかもしれない。しかし、複数名の個人に弁護士からお願

いの手紙を送付したり、コンタクトしたりすることは、非常にやり難く、困難な部分があると感じている。そういった形でのコンタクトをしたことはないし、同業の弁理士でも、そこまで行っているということは、ほとんど聞いたことがない。
したがって、商標法第４条第１項第８号の拒絶理由が、審査官から出されたからといって承諾書を取得するという流れには実際にはならない場合が多い。拒絶理由において、個人を特定する情報をもう少し細かく書いて欲しい。現状、インターネット情報だと思うが、問い合わせたら本当にいるかわからない人だったり、もしくは、亡くなっていたりしているかもしれないということがある。したがって、代理人としては承諾書の取得という動きがとり難い場合がある。どこか他県の水泳大会の記録に出ていた人の名前を引用され、しかもその名前の漢字は出願商標と異なるという事例があったが、コンタクトしようとしても、説明が非常に難しい。名前そのものは違うが、読み方が一緒だからという理由でアプローチするのは、その調査を行うのも非常に困難であり、また、一般人が、弁護士事務所からの意味がよくわからない手紙を受け取ったら、どう対応してよいか分からなくなるだろう。したがって、そういう方法での対応はまず行わない。

・例えば、個人のシェフやパティシエは、中小企業や個人事業であったりするので、既にビジネスを始めて、それがある程度うまく行ってから、商標出願を行うという流れになっている。名前で出店する前に商標調査までして、自分の名前で商標が取れないから、出店を止めようとは考えない。代理人も相談を受けるのは、ある程度ビジネスがうまく行った後であり、保護しようとする時に、個人名なので、現在は、少し厳しい審査が出るということを話すことになる。そのような個人は、まず調査、次に出願という通常のフローをとらない場合が多く、ある程度ビジネスが進んだ後での調査と出願になる。その段階で、商標取得が厳しくなったからといって、名前を変えると、それまで培ってきたブランドの価値、信用というものが無駄になるため、名前を変えることができず、結局出願を諦めて、店を続けるというように説得をせざるを得ないと思う。

（Ｂ）（出願経験が無い場合）想定される現行制度の事業上の不利益

（Ａ）において過去の事例がない場合、現行の厳格な解釈・運用（デザイナー等の氏名についての商標登録出願をしても、当該氏名と同姓同名の他人の存在が確認される場合、当該他人の承諾を得ない限り、商標登録は原則として認められない。）に関して、事業上の不利益を被る場合はあり得るか質問し、回答を得た。

同姓同名の全員に承諾を得なければならないのは、それ自体が不利益であるとする意見がある一方、氏名という観点から考えると一定の制限は仕方ないとも考えられるとの意見もあった。

具体的には次の意見があった。

【企業商標担当者の意見】

・お互い様の面はあると思うが、同姓同名の全員に承諾を得なければならないのは、それ自体が不利益である。同姓同名のいずれかが著名で片方が無名であっても、自分の名前を使用するというのはどちらにとっても重要であり、その点では難しい部分もある。

・登録ができないと独占排他性がないということになり、その点では若干不利益はあるかと思うが､氏名という観点から考えると一定の制限は仕方ないのかとも考えられる。著名人、例えば「大谷翔平」という名前が野球関係で登録されるのはあり得るかと思うが、一般人の氏名が登録されて、それがたまたま自分と同じ名前だと気分的によくないと思う。したがって、氏名商標は著名性と関係があると考えている。模倣品が出たときは、商標権に基づく権利行使できないとなれば、不正競争防止法での対応になると思うが、その場合であっても、商標権があった方がやり易いので、この点は事業上の不利益になるかもしれない。事業戦略との関係では、調査して大丈夫なことを確認してから商標出願をして、登録を待たずに事業展開している。出願から登録してまで時間がかかるし、新製品の開発のタイミングや物によってはサイクルが短いため、登録まで待っていられないという事情がある。一方、物によっては登録されてから販売する場合がある。グローバルに出願すると、国によっては登録まで長い期間が掛かるところもあるので、どうしても世界的にみて全て登録になってから販売するというのは難しい状況である。

（iii）氏名を含む商標の保護に関する要望・課題

（A）適切と考える登録要件の緩和

氏名等を含む商標の登録要件を緩和するとした場合、どのような要件とすることが適切と考えるか質問し、回答を得た。

企業内商標担当者からは、出願人の著名性、あるいはブランドの認知度、周知性によって氏名商標の登録を認める、という意見が多かった。登録に関するレギュレーションを決めて欲しいという意見、冒認出願を防止できるような制度にして欲しいという意見、事業の実体のない者についてまで登録を認める必要はないという意見もあった。

商標出願担当弁理士からは、氏名商標に関する現在の基準及びその解釈を緩和して、従来の解釈に戻してほしいという意見、現行の審査は他人の氏名がインターネットに載っていなければ登録でき、載っていたら登録できないということになっており、審査の平等性からも問題があるとの意見があった。また、ブランドの知名度を考慮して商標法第４条第１項第８号の適用がなされるべきとの意見もあったが、この意見に対しては出願人がまだ周知・著名でない段階でブランドとして自己の氏名を出願する場合に対応できないのが問題であるとの指摘もあった。

「他人」が周知・著名な場合に限り本規定の拒絶理由とする考え方については、他人に一定の限定が付され本規定の引用対象が縮小することになりよいという意見、第三者はデ

ザイナー等の氏名が著名であるという前提で冒認出願をするので、そこに対しては登録を認めないということであれば理解ができ、また新興デザイナーの氏名商標についても登録が認められる可能性がある点は良いとの意見があった。「他人」の周知・著名性の判断については、特定の分野で著名・周知な名前があるときに、その人の名前で、他の分野の氏名商標が拒絶されるとことになると影響が大きいことから、何らかの限定を付してほしいとの意見があった。

具体的には次の意見があった。

【企業内商標担当者の意見】

・要件の一つとして、出願人の著名性というのは考えられる。商標出願する人が、その指定商品・役務について著名であれば、他人の承諾がなくても登録されてよいのではないか。著名な人が取得した氏名商標と同じ名前の他人は、それだけ著名であれば許せるという納得感もあるだろう。その他人に不利益があったら困るとは思うが、商標法第 26 条で普通に使用する場合に侵害にならないのであればよいのではないか。もちろん冒認出願は除く必要はあり、著名な本人かその本人から許諾を受けたものが出願した場合に限ってよい。

・大切なのはそのブランドの認知度だと思う。当社事業においては、ブランド名というのが付加価値の源泉になるので、氏名商標は必須であると思っている。例えば、「シャネル」というブランド名が使えなくなるとか、「ジョルジオ・アルマーニ」というブランド名が使えなくなるということを想像すれば、事業に著しい影響を及ぼすことは明らかである。むしろ事業として存続できない可能性も出てくると思う。そこで、登録要件を緩和するうえでは、自己の認知度がどの程度あるのか、価値がどの程度認められているかという、実績ベースを重視するというのが一つの形ではないかと思う。実際に新しくブランドを作る場合でも、独自性があることや、きちんと事業が成立していることが重要である。中国などでは、創業者の名前をいろんな形で商標出願、登録する会社や個人が非常に多くあって、常に審判で対応している。そういう事業の実体のない場合にまで登録を認めることは、適切ではないと思う。少なくとも実体のあること、これに加えてある程度実績が認知されているというのも一つの基準になると思う。

・一つは、以前は本人の同意を得ていれば、日本でも、氏名商標はそれで登録できた。その名前の者が確実に会社におり、そしてその同意を得ているという確認をとることが必要だと考えている。また、海外でも、氏名商標の場合は、本人のサインというものを求められるので、必ず本人がその商標を認めるということ、本人が許可するということは必要だと思う。二つ目は、やはり世間からの認知度、周知性、個人の著名性のようなものを、登録の際の要件として考慮しないと、誰でも自分の名前を登録できるようなことになると、かえってビジネスの妨げになると考えている。そうした意味で、世間からはある程度、周知されていることが必要と考える。

・一番は、登録に関するレギュレーションを決めてもらえるとありがたい。また、名前を商標登録するときに、その人が何のために登録をするのか一緒にセットで登録できるとよい。この人はパティシエなので製菓に対するものだけにとりますよということが分かるようになるといい。加えて、本人又はその権利を保有する者以外は登録できないようにして欲しい。違った人が勝手に出願するのは困るのでブロックしたい。日本ではそのようなことはないと思うが、話をきくと海外では勝手に出願されているケースがある。登録するに当たっては、本当にその商標を使うのかをはっきりさせた方がよいだろう。つまり、登録を受けた商標に係る業界がわかるよう、外から見て区別ができるようにして欲しいという趣旨である。また、氏名商標については、本当に事業展開しないような人にまで登録を認める必要はないと思う。

【商標出願担当弁理士の意見】

・要件としては、現在の基準及びその解釈を緩和して、従来の解釈に戻してほしい。著名性のところをどの程度考慮するのかということは、いろいろ議論があるところだと思うが、現在のように拒絶になっている流れとして、最高裁判決からの人格的利益というのが、少し金科玉条のように一人歩きして、影響している部分があると考えている。やはり、商標法第１条の趣旨、法目的である、業務上の信用と需要者の利益の保護というのが、商標法において一番重視されるべき部分であるため、その範疇で人格的利益のバランスを考慮するような形で、うまく落ち着けないかと思う。
どのような要件にすればベストなのかはわからない。ただ、現状のバランスが悪いことは否めない。第 26 条第１項第１号もあるので、少なくとも、不利益になる人格権とは、本当にどのようなものなのか不明確なまま拒絶されることは、出願人、もしくは需要者の利益にはならないと思う。もし人格的利益が本当に侵害されるのであれば、そこは審査の段階で、しっかりと立証した上で拒絶をしていく形がよいと思う。現状は、インターネットに載っていなければ登録でき、水泳大会の参加者の氏名でもインターネットに載っていたら登録できないというようなところがあり、審査の平等性からもいかがなものかと思う。したがって、その辺も含め、行政の審査というところでの、バランスも考えていくような運用がよいのではないか。
出願人の著名性が要件となることは、プラスになるのでそれはよいと思う。ただ、出願人がまだ著名でない場合に、その個人が、ブランドで自分の名前を出していくような場合、まだ周知になっていないような場合に対応できないのが問題である。少なくとも周知になるまで登録できないような状況もあるかもしれず、その点はどうかというところはある。著名な他人がいた場合に拒絶されることについて、他人の著名性がレイヤーになることで、他に著名な人がいたとしても著名性のある分野でふるいにかけられて８号の引用とならないことになる場合もあり、運用としては良いかもしれない。
同じ名前、すなわち同姓同名で、出願人とは異なる分野で著名な他人がいる場合がある。今回の氏名商標出願の拒絶で引用されたのは、弁護士と学者だった。ネットであ

がってくるような、特定の分野で著名・周知な名前であるときに、その人の名前で、アパレルの商標が拒絶されるということになると、その名声の全分野に与える影響が非常に広くなるので、そこは何かしらのレイヤーをかける必要があると感じる。例えば、その分野で混同のおそれがあるかどうかということは、混同のおそれまで８号で読み込んでよいのかは分からないが、レイヤーとしての一つの基準としてあってもいいと思う。

・この質問は非常に重要と理解している。創業当時から、ブランドの知名度が上がってきて、現在に至っている。途中で使用を中止したことは全くなく、非常に継続性のある商標である。最初の出願以来、創業者の氏名商標は、支障なく登録になってきたが、急に知財高裁があのような判断をして、流れが変わってしまった。これだけ実績のあるデザイナー価値の高い、ましてやパリコレに毎年出ているようなブランドが、急に登録がだめだと、それも他人の氏名に該当することが拒絶理由だと言われて、非常に残念な判断が出たと思い、理解に苦しんでいる。実態を見ていただいて、商標法第４条第１項第８号の適用を慎重にやっていただきたい。
それと、どのような要件が必要であるかということであるが、むしろ法律は変える必要はない。変えると大変であるから、解釈において対応できるのではないかと思う。特に、デザイナーの名前は、氏名としての性質を超えて、長年の使用においてグッドウィルが化体し一つのブランドとして形成されている事実がある。昨今の「マツモトキヨシ」の判決でもそのようなことを言っていると思うが、商標法第４条第１項第８号は、その人の人格権の毀損を懸念する趣旨であり、著名な学者であるとか、経済界の人の名前、そういう方々の名前を、あるいは芸能人の名前もあるかと思うが、そのような名前の悪用、ただ乗りしようという人の行為を防ぐ目的があるのではないか。実体があるデザイナーの氏名の商標は、もう単なる氏名ではなくてブランドとしての価値が乗っていて経済的価値のあるものである。第三者の名誉を毀損するようなことがなければ、実績をしっかり見て、氏名ではなくてブランドとして捉えるような審査の運用を期待したい。

・「他人」に周知・著名性の要件を課すというのは、一つの考え方としてはあると思う。当社が創業者氏名というブランドを商標登録し事業を営んでいる状況で、第三者が同じ名前の商標を出願し、登録されたら、我々の事業としては著しい弊害になる。他人の著名性を見るという考え方は、創業者氏名が著名であるという前提で第三者は出願をするので、そこに対しては登録することは基本的には認めないという選択肢の話であれば理解ができる。
他人に許諾を得ることについて、例えば、現在創業者氏名の商標出願は、出願人が創業者氏名の株式会社、商標が創業者氏名であるが、「他人」に著名性の要件を付す案の場合でも、創業者本人の承諾は必要になるということかと思う。承諾を求めるのは、承諾なく当該他人の氏名を使うことが、その人の人格権を毀損するからということが前提になると思うが、出願人の株式会社が創業者の名前をブランド名として使用する

ことは、人格権を毀損するものではなく、出願の都度承諾を要求する理由がよくわからない。他人の側に周知著名性を求めるのは良いことだとは思われ、特に新興デザイナーの名前の商標出願について、他人が周知・著名でないという判断であれば、商標登録が認められることとなり、その点は良いと思う。ただ、審査の中で、もし著名かの判断がつかない場合は、当該他人の承諾書が必要になるのか。考え方としては理解するが、実務家の視点からすると、承諾をとるのは非常に大変なことで、なぜ承諾書が必要なのかの説明など、承諾を得るまでのステップが非常に負担となる。承諾書を取ることの負担軽減や、その負担をかけてまで他人の人格権なり氏名を保護する必要があるのか疑問であり、その辺りのバランスはよく考えてほしい。

（B）登録要件を緩和した場合に想定される不利益

氏名等を含む商標の登録要件を緩和するとした場合、想定される不利益はあるか質問し、回答を得た。

登録要件を緩和して他人に氏名商標を取られることが不利益ではあるという意見がある一方で、自己の氏名商標が取得できない不利益が非常に大きいため、要件緩和による弊害はないとの意見があった。

商標出願担当弁理士からは、他人の周知・著名性の要件が付された場合でも、周知・著名な他人が確認された場合に同意を取ることの負担が指摘された。

具体的には次の意見があった。

【企業内商標担当者の意見】

・この不利益という点については、現状、当社としてはないと思う。いろんな不利益よりもその利益の方が、不利益を凌駕するほど大きい。今のところ、特に不利益というのは思いつかない。さらに二点申し上げると、まず一つは、以前できていたことが、その解釈の変更によって急にできなくなるというのは、やはり当社としては非常に困るという認識がある。今までは、氏名商標は取れていたが、今回、35 類と 41 類のような区分を新たに加えて出願したところ、今までなら登録できていたものが、急にその解釈が厳格になったということで拒絶されるのは、ビジネスをする上で、非常に困る。もう一点は、商標の権利というのは、もちろん、そのメーカー、販売する側の権利を守るということに加えて、購入する消費者も、そのブランド名がついていることで、ブランド名を信じて購入している。もし商標権が取れないということになると、同じような名前のついた違う商品が世の中に出てきた際に、消費者がそれを購入してしまうという事態になりかねない。顧客が間違って購入してしまうかもしれないということになると、商標審査を厳格化することで、私たちメーカー側にも利益はないし、購入する顧客にとっても、何の利益もなく、誰にとってもメリットがないと率直に思う。

・第三者から同名の出願がなされて、登録される場合には不利益になる。当社のケース

では、氏名商標の取得に関し、第三者が障害になることがあると、事業に対し著しいマイナスの影響があると思う。氏名が事業的なものであり、単なる個人の氏名とは違うという認識を持ってもらいたい。特に日本の価値、ブランドを世界に発信していって日本への貢献になったらということを強く思っているので、アート的な付加価値ビジネスの障害になるような制度は、国力のためにも考えてもらえればと思う。

・（ⅲ）（ａ）の逆が不利益になる。いろんな人が氏名商標を取れるようになると、弊害も生じるように思う。こちらが出すパティシエの氏名と、例えば、ロボットの製作に関する他人が出す同氏名が違う人物であるとわかるようにしておくのがお互いのためである。皆がそれを調べるすべがないと不利益になってしまう。

・緩和される内容によって変わってくるので現時点では何とも言えないところがある。緩和されたとしても、例えば、shu uemura の登録については違和感がない。化粧品分野の他社がある程度著名なクリエータの名前を冠にした商標を登録したとしても、仕方ないと考える。「他人」の著名性を要件とする緩和をすると、著名な他人がいなければ誰の名前でも登録できてしまうので、個人的には嫌な気がする。しかし、会社として考えた場合は、現時点では個人の名前を商標として使用するということを予定しておらず、クリエータとのコラボレーションによるイベントはあるが、クリエータの氏名を冠したブランドは現在計画もないのでさほど不利益になるとは思わない。

【商標出願担当弁理士の意見】

・権利を保護したい者にとっては、権利取得の利益は大きなものなので、権利を取得できないことに対する不利益は、その反対で非常に大きいものになる。権利取得できないという不利益というより、権利取得できないことにより、自らの氏名ブランドが守れなくなるという不利益の方がはるかに大きいと思う。

・他人の周知性の要件が付された場合でも、周知な他人が確認された場合に同意をとるという負担という観点での不利益はある。なお、例えば、被服、化粧品、香水と全く関係ない分野で、創業者氏名と紛らわしい商標があるときに、商標法第４条第１項第８号ではなく、むしろ、10 号であるとか、15 号の条文で周知著名商標を保護というところでやってもらうのが有難いと思う。補足であるが、ビジネス環境も変わっているので、洋服の販売だけではなく、e コマースの分野でも商標が必要になってきている。また、ブロックチェーンの技術を用いたデジタルアート（NFT[61]）、創業者氏名のデザインしたコート等を無断で真似して販売しているサイトもあり、その対策として、今まで商標登録をしていなかった区分での登録が必要になってきている。したがって、既に複数の商標を登録しているが、まだまだ登録する必要があるということを理解して

[61] NFT：Non Fungible Token（非代替性トークン）の略称であり、代替の効かない一点ものアートやアイテムなどに対して付与されるブロックチェーン（分散型台帳）技術を活用したデジタルデータのこと https://www.nikkei.com/telecom/theme/41385（最終アクセス日：2021 年 11 月 15 日）。

ほしい。e コマースに関しては、現在出願中の日本出願があり、それを基礎にしてマドプロを使って 20 数か国を指定して外国出願している。ブランディングの一つとしてはクラシカルな手法であるが、日本でこれだけのブランディングの成果があるので、それを海外に展開していくのは自然なことである。ただし、日本での基礎出願の登録が滞ると、グローバル展開に今後支障が出てくるおそれがある。

２．　氏名等に係る人格権

２．１　学説

２．１．１　氏名に係る人格権（氏名権）

（１）権利の内容

日本において、氏名権は、明文の規定はないものの[62]、人格権の一内容を構成するものとして、学説・判例によって承認されている[63]。

氏名権の内容については諸説あるが、複数の学説において、氏名を他人に冒用されない権利（氏名専用権）[64]、氏名を正確に呼称される権利・利益（氏名呼称権）[65]が挙げられている。また、氏名に係るパブリシティ権を挙げる学説も複数見られるが、その法的性質については議論がある[66]。

その他に、通称等の使用を妨害されない権利・利益[67]、氏名を正確に表記される権利・利益[68]、氏名の表示・公表に関する権利・利益[69]、氏名の秘匿に関する権利・利益[70]、敬称の使用に関する権利・利益[71]を挙げるものがある。

なお、後述のとおり、最高裁として、初めて氏名権について判断をしたとされるのは最判昭和 63 年２月 16 日（昭和 58 年（オ）第 1311 号）〔NHK 日本語読み訴訟事件〕であり、氏名を含めたパブリシティ権について、最高裁として初めて判断をしたとされるのは最判平成 24 年２月２日（平成 21 年（受）第 2056 号）〔ピンク・レディー事件〕である。

（２）保護対象

氏名権の保護対象として、戸籍上の氏名が含まれることは争いがないと考えられる。もっとも、その他にどのような氏名や名称が保護の対象となるかについては議論があり[72]、例

---

[62] 民法典第 12 条等、民法上、氏名権が規定されている国もある（後掲第Ⅳ部）。

[63] 鳩山秀夫『日本債権各論（下）』880 頁（岩波書店、1924）、三浦正広「情報社会における氏名権の現代的展開」紋谷暢男還暦『知的財産権法の現代的課題』819 頁（発明協会、1998）、田中通裕「氏名権の法理」民商法雑誌 120 巻第４・５号 704 頁（1999）、菅原崇「氏名権の侵害」竹田稔＝堀部政男『新・裁判実務大系第９巻名誉・プライバシー保護関係訴訟法』303、304 頁（青林書院、2001）、五十嵐清『人格権法概説』149、150 頁（有斐閣、2003）。

[64] 三浦・前掲注 63）829 頁、五十嵐・前掲注 63）154 頁。「専用使用権」（菅原・前掲注 63）305 頁）、「専用権」（塚原朋一「判解」最判解民事篇昭和 63 年度 35 頁（1990））と呼ばれる場合もある。

[65] 三浦・前掲注 63）830 頁、五十嵐・前掲注 63）160 頁。

[66] パブリシティ権の法的性質についての学説は、人格権の一種と捉える説（五十嵐・前掲注 63）186 頁等）、人格権とは独立した財産権と捉える説（田中・前掲注 63）715 頁等）に大別される（中島基至「判解」最判解民事篇平成 24 年度（上）26 頁（2015））。

[67] 菅原・前掲注 63）306 頁、五十嵐・前掲注 63）158 頁。

[68] 塚原・前掲注 64）37、39 頁。

[69] 三浦・前掲注 63）825 頁、菅原・前掲注 63）308 頁。

[70] 三浦・前掲注 63）827 頁、五十嵐・前掲注 63）162 頁。

[71] 五十嵐・前掲注 63）161 頁。

[72] 五十嵐・前掲注 63）150 頁。

えば、作家、芸能人の芸名などの変名（通称）[73]、婚姻前の旧姓からなる通称[74]、家元の名称[75]、法人・団体の名称（後述）等を挙げる学説がある。

また、氏名権の権利主体について、パブリシティ権においては、知名度を有する者に限定されるか否かにつき議論がある[76]。

他方で、氏名専用権や氏名称呼権については、権利主体を限定する議論は確認できず、知名度のない者も含めて、権利の主体になり得ることが前提になっているものと考えられる。

（3）侵害が成立する要件

氏名権の侵害が成立する要件について、通説的見解はないものと考えられる。

もっとも、氏名権のうち、氏名専用権の侵害については、氏名の使用のみでは足りず、権利者の利益を害することを必要とする見解がある[77]。例えば、ある学説は、「自然人の場合、同姓同名の事例は、少なからずありうると考えられるが、氏名の使用だけで専用使用権の侵害となるのではなく、･･･ドイツ民法第 12 条のように、他人が特定の氏名を権限なく使用することによって権利者の利益を害するという事情の存在が必要である」と述べる[78]。

また、小説などの著作物における架空名が、実在する人の氏名と一致する場合（偶然の一致）についても、氏名の使用のみで侵害を認めるのではなく、実在する人が不利益を受ける場合に侵害を認めるとする見解があり[79]、さらに、このような偶然の一致については、

---

[73] 三浦・前掲注 63）823 頁は「本人とその変名が一致する場合には、アイデンティティが認められ、その変名にも氏名権が認められる」とする。また、菅原・前掲注 63）304 頁は「変名も、その分野において周知されるに至れば、戸籍上の氏名と同様の保護を受けると解される」とし、五十嵐・前掲注 63）150 頁は「通称がひろく世間で通用しているときは、それは本名と同様に氏名権として保護を受ける」とする。

[74] 後述の東京地判平成５年 11 月 19 日（昭和 63 年（ワ）第 16648 号）は、国立大学の教授である女性が、旧姓使用を制限する大学の処置に対して、旧姓名の使用するよう国に義務付けること等を求めた事案において、公務員の同一性を把握するためにその氏名を戸籍名で取り扱うことには合理性がある等として、請求を棄却した。五十嵐・前掲注 63）159 頁は、同判決について「通称使用については、戸籍名の使用にくらべ若干の制約があることを認める余地はあるが、本件は、夫婦別姓がいつまでも実現しない状況のもとで、研究の一貫性が重要視される研究者によって提起されたものなので、別の結論のあり得た判決である」とする。

[75] 五十嵐・前掲注 63）151 頁は、裁判例の中には家元の名称についても氏名権による保護を認めたものもあるが（弓道界における日置当流師家につき、岡山地判昭和 38 年３月 26 日・下民集 14 巻３号 473 頁）、「裁判例は一定していない」と述べる。

[76] 三浦・前掲注 63）834 頁は、パブリシティ権について、「権利主体を『有名人』に限定する見解もあるが、妥当とはいえない。だれしもがパブリシティの権利の主体となりうるのであり、ただその氏名、肖像に顧客吸引力があるか否か、その程度によって経済的効果を生じさせるパブリシティの価値に差があるにすぎない」とする。五十嵐・前掲注 63）187 頁は「パブリシティ権は、人のもつ顧客吸引力を基礎としているので、その主体は芸能人やスポーツ選手のような有名人が中心であることはいうまでもない」としつつ、パブリシティ権は有名人に限らないという見解も有力であると紹介する。

[77] 川井健「氏名権の侵害」伊藤正己編『現代損害賠償法講座 2』226 頁（日本評論社、1972）、菅原・前掲注 63）304 頁。

[78] 菅原・前掲注 63）304 頁。

[79] 川井・前掲注 77）240 頁。

作者に違法性がないことから、特殊な氏名の場合を除き、実在の人はその氏名使用を原則として甘受するほかないとする見解も確認された[80]。

パブリシティ権の侵害については、学説上、氏名や肖像の利用態様に着目し、これらを商品として利用する場合（商品化利用型）、及び広告宣伝として利用する場合（宣伝広告利用型）におおむね限定して侵害を認める見解が多数を占めるとされる[81]。

なお、裁判例では、「専ら」基準説、「商品化又は広告」基準説、「商業的利用」基準説、「総合考慮」説の４種の判断基準[82]等が採用されてきたが、最判平成 24 年２月２日（平成 21 年（受）第 2056 号）〔ピンク・レディー事件〕は、「専ら」基準説を採用した上、パブリシティ権侵害が成立する３類型を明らかにしたとされている[83]。

（４）救済手段

上記のとおり、氏名権には明文の規定がないところ、その救済は、民法上の不法行為などの法理によることとされる[84]。具体的には、氏名権が侵害された場合の救済手段としては、差止め及び損害賠償が考えられる[85]。

差止めの要件について、氏名権のうち氏名専用権との関係では、表現の自由との調整をする必要はなく、排他的な権利であることから、侵害という事実のみで足り、侵害者の故意・過失がなくとも、差止めを認めるのが通説とされる[86]。

他方で、損害賠償の要件については、侵害という事実のみでは足りず、民法上の不法行為の要件（侵害者の故意・過失の存在の要件を含む）が備わることにより認められると解されている[87]。

---

[80] 五十嵐・前掲注 63）156 頁。

[81] 中島・前掲注 66）32 頁。同書は学説として、大家重夫「判批」判例時報 2042 号 170 頁、田村善之『不正競争法概説（第２版）』517 頁（有斐閣、2004）、高林龍『標準著作権法』289 頁（有斐閣、2010）、奥邨弘司「判批」判例時報 2078 号 191 頁、作花文雄『著作権法　制度と政策（第３版）』538 頁（発明協会、2008）等を挙げる。

[82] 「専ら」基準説は、専ら顧客吸引力の利用を目的とするものであるか否かを基準とするもの、「商品化又は広告」基準説は、肖像等の利用態様に着目し、肖像等の有するキャラクター価値を商品化し、又は広告として利用するものであるか否かを基準とするもの、「商業的利用」基準説は、肖像等が商業的に利用されているか否かを基準とするもの、「総合考慮」説は、利用の目的、態様等を総合的に判断するものである（中島・前掲注 66）30-32 頁）。

[83] 中島・前掲注 66）37 頁。

[84] 川井・前掲注 77）223 頁。

[85] 川井・前掲注 77）241 頁、菅原・前掲注 63）311 頁。斉藤博『人格権法の発展』298-303 頁（弘文堂、2021）は、（氏名権に限らず）人格権の救済として、差止め及び損害賠償の各請求のほか、人格権を侵害する情報の削除請求、反論権等に言及する。また、五十嵐・前掲注 63）190-192 頁は、（氏名に係るものを含む）パブリシティ権の救済手段として、差止め及び損害賠償のほか、不当利得・準事務管理に言及する。謝罪広告（訂正広告）については、川井・前掲注 77）242 頁は「氏名権侵害が同時に名誉毀損の要件を備えるときにはもとより謝罪広告を認めうるが、氏名権侵害だけでは、謝罪広告を否定すべき」と指摘し、田村・前掲注 81）534 頁も「社会的な名誉の毀損が必要」と指摘する。

[86] 菅原・前掲注 63）311 頁。川井・前掲注 77）241 頁も、氏名権の侵害に基づく差止請求の要件について「ドイツ法と同じく、侵害の事実があれば足り、侵害者の故意・過失は不要と解し得る」とする。

[87] 川井・前掲注 77）241 頁、菅原・前掲注 63）312 頁は、この場合の保護法益について、氏名権のうち、氏名専用権のみならず、氏名呼称権等も含むと解するのが相当とする。

２．１．２　肖像に係る人格権（肖像権）

（１）権利の内容

肖像権についても、明文の規定はないが[88]、学説・判例上、承認されているものと考えられる[89]。もっとも、肖像権の保護の根拠[90]、法的権利性（不法行為法上保護される「利益」にとどまるか、法的権利性を有する「権利」であるか）[91]等については、議論がある。

肖像権の内容について通説はないものと考えられるが、学説上、自己の肖像の作成（とくに写真撮影）を禁止する権利、作成された肖像の公表を禁止する権利、肖像を営利目的で利用する行為を禁止する権利（肖像に関するパブリシティ権）を挙げるものがある[92]。

なお、パブリシティ権の法的性質について議論がある点は、上述のとおりである。

（２）保護対象

肖像権は人の肖像の保護に係る権利であるところ、保護対象は人（自然人）であり、物（動物、事物等）は対象とならないと解されている[93]。

肖像権の議論の中心は写真撮影により作成された肖像であるが、写真以外の手段で作成された肖像（絵画、彫刻等）が保護の対象となるかについては、学説上、議論がある[94]。なお、後述のとおり、最高裁は、イラスト画による肖像権の侵害を肯定している（最判平成17年11年10日民集59巻9号2998頁〔和歌山毒入りカレー事件〕）。

（３）侵害が成立する要件

肖像権の侵害が成立する要件についても、通説的見解はないものと考えられる。

---

[88] 旧著作権法には、肖像写真の著作権の規定（肖像写真について、その著作権は、撮影者だけでなく、肖像本人が保有するという規定）が存在し、肖像本人に著作権を与えることで肖像の保護を図っていたが、1970年（昭和45年）の著作権法全面改正を機に廃止され、肖像の保護は民法に拠ることとなったとされる（斉藤・前掲注85）286頁）。

[89] 五十嵐・前掲注63）164、165頁、大家重夫『肖像権（改訂新版）』18頁（太田出版、2011）。太田晃詳「判解」法曹時報58巻８号195頁（2006）には、「民法709条の解釈として、肖像写真について肖像本人の人格的利益が不法行為法上の保護に値することについてはほぼ異論がないと思われる」との記載がある。

[90] 肖像権の保護の根拠についての学説として、プライバシー権の一環として認められるとする説（松井茂記「肖像権侵害と表現の自由（二・完）」民商法雑誌127巻３号326頁等）、プライバシー権とは別の人格権として独立した一部分としての権利として認められるとする説（五十嵐・前掲注63）167頁等）がある（太田・前掲注89）198頁）。

[91] 太田・前掲注89）199頁。肖像権を権利として承認するのが相当であるとする見解として、竹田稔『プライバシー侵害と民事責任（増補改訂版）』264頁（判例時報社、1998）。

[92] 五十嵐・前掲注63）166頁。大家・前掲注89）25頁も上記三つの形態を挙げ、1つ目を撮影拒絶権、2つ目を利用拒絶権と呼ぶ。

[93] 五十嵐・前掲注63）168、169頁。物のパブリシティ権を否定したとされる最高裁判決として、最判平成16年２月13日（平成13年（受）第866号等）〔ギャロップ・レーサー事件〕。

[94] 例えば、絵画・彫刻によるものについて、一概に合法、違法といえないとする見解（大家・前掲注89）25、26頁）、少なくとも有名人に関して、イラストは原則として肖像権を侵害しないと解すべきとする見解（五十嵐・前掲注63）168頁）がある。

もっとも、自己の肖像の作成・公表を禁止する権利に関しては、承諾、同意のある場合、又は承諾なしに作成・公表できる場合（目的、態様等を考慮）には、侵害に該当しないとする見解が複数確認された[95]。

パブリシティ権の侵害についての議論がある点は、上述のとおりである。

（4）救済手段

肖像権が侵害された場合の救済手段については、差止め及び損害賠償が考えられる[96]。

差止めの要件については、表現の自由との調整を考慮して要件を付加し、適用場面を限定する見解もあるが[97]、不法行為法上違法となる要件と同一とする見解もある[98]。

損害賠償の要件については、特段の議論は見当たらず、民法上の不法行為の要件と同一と考えられる。

２．１．３　名称に係る人格権（名称権）

上述のとおり、法人や団体の名称が人格権による保護の対象となるかについて、学説上、議論がある。

具体的には、人格権としての氏名権とは別の問題として考察すべきとする見解[99]、性質上自然人しか享有し得ない生命、身体に係る利益は別として、法人・団体にも人格権の保護は及ぶと解する見解[100]がある[101]。

法人や団体の名称に人格権が認められる場合、その内容や保護対象が問題となるが、これらの点についても通説はないものと考えられる。もっとも、パブリシティ権について、個人の尊厳を源泉としてプライバシー権から分化、発展した権利概念であって、自然人のみに認められ、法人には認められないとする見解が確認された[102]。

---

[95] 大家・前掲注 89）27 頁以下、五十嵐・前掲注 63）172 頁以下、村上孝止「肖像権とその周辺―写真の撮影・公表をめぐる法律問題と判例の展開―」久留米大学法学 39 号 25 頁以下（2000）。

[96] 大家重夫「肖像権侵害」竹田稔＝堀部政男編『新・裁判実務大系第９巻名誉・プライバシー保護関係訴訟法』298 頁（青林書院、2001）、大家前掲注 89）137、138 頁。謝罪広告について、大家・前掲注 89）137、138 頁は、民法第 723 条が肖像権の侵害の場合に類推適用できるとする。斉藤・前掲注 85）298-303 頁が、（氏名権に限らず）人格権の救済として、差止め及び損害賠償の各請求のほか、人格権を侵害する情報の削除請求、反論権等に言及する点、五十嵐・前掲注 63）190-192 頁が、（氏名に係るものを含む）パブリシティ権の救済手段として、差止め及び損害賠償のほか、不当利得・準事務管理に言及する点は上記注 86）記載のとおり。

[97] 竹田・前掲注 91）275 頁。

[98] 中島基至「スナップ写真等と肖像権をめぐる法律問題について」判例タイムズ 1433 号７頁（2017）。

[99] 竹田・前掲注 91）277 頁、三浦・前掲注 63）822、823 頁（同 829、830 頁も参照）。

[100] 森泉章「法人・集団の人格権」伊藤正己編『名誉・プライバシー』116 頁、（日本評論社、1995）、五十嵐・前掲注 63）151 頁等。

[101] 宮坂昌利「判解」法曹時報 60 巻３号 270 頁（2008）では、後者が多数説であり、このような考え方に基づき、自然人の氏名権を法人・団体に及ぼしたものが名称権であると説明されている。

[102] 中島・前掲注 66）41 頁。同 41、42 頁は、〔ピンク・レディー事件〕が氏名権に関する説示において、宗教法人に人格権由来の名称権を認めた〔天理教豊文教会事件〕を引用していないのは、このような解釈を踏まえたことによるものと思われると指摘する。また、法人の名称の無断使用については、不正競争防止法の「商品等表示」の規制による救済がなされ得ることも上記の限定的解釈の理由となると述べる。

なお、後述のとおり、最高裁として、初めて団体の名称権について判断をしたのは、最判平成 18 年 1 月 20 日（平成 17 年（受）第 575 号）〔天理教豊文教会事件〕であり、「宗教法人の名称を他の宗教法人等に冒用されない権利」を認めている[103]。

２．１．４　故人について

人格権の主体は自然人であり、権利の一身専属性から、人格権はその主体の死亡とともに消滅し、故人は人格権による保護の対象とならないと理解するのが通説と考えられる[104]。もっとも、パブリシティ権については、相続性について議論があり、パブリシティ権の財産的部分については相続の対象となり得るとの見解[105]、相続性について今後の議論の発展に委ねられているとする見解[106]が確認された。

[103] 宮坂・前掲注 101）273 頁。
[104] 斉藤・前掲注 85）297 頁。
[105] 五十嵐・前掲注 63）190 頁。
[106] 中島・前掲注 66）59 頁。

２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例

２．２．１　最高裁判所の判決

最高裁判所の判決は、氏名呼称権に関するもの（前提として氏名専用権にも言及）が 1 件（最判昭和 63 年２月 16 日（昭和 58 年（オ）第 1311 号）〔NHK 日本語読み訴訟事件〕）、団体の名称権に関するものが１件（最判平成 18 年１月 20 日（平成 17 年（受）第 575 号）〔天理教豊文教会事件〕）、肖像の撮影等を禁止する権利に関するものが２件（最判昭和 44 年 12 月 24 日（昭和 40 年（あ）第 1187 号）〔京都府学連事件〕、最判平成 17 年 11 月 10 日（平成 15 年（受）第 281 号）〔和歌山毒入りカレー事件〕）、パブリシティ権に関するものが１件（最判平成 24 年２月２日（平成 21 年（受）第 2056 号）〔ピンク・レディー事件〕）確認された。

<table>
<tr><th>番号</th><th>判決日・事件番号</th><th>問題となった行為</th><th>問題となった人格権・人格的利益の内容</th><th>侵害の判断における考慮要素</th><th>侵害の成否</th></tr>
<tr><td rowspan="3">1</td><td>最判昭和 44 年 12 月 24 日（昭和 40 年(あ)第 1187 号）〔京都府学連事件〕</td><td>警察官が証拠保全のため、デモ行進する個人の容ぼう、姿態を撮影した行為</td><td>「承諾なしに、みだりにその容ぼう・姿態を撮影されない自由」</td><td>現行犯性、証拠保全の必要性・緊急性、撮影方法の相当性</td><td>侵害不成立</td></tr>
<tr><td colspan="5">【事件の概要】
警察官がデモ行進の許可条件違反の疑いのある個人の容ぼう、姿態を、証拠保全のために撮影した行為は、憲法第 13 条等に違反するものではないとされた事例。</td></tr>
<tr><td colspan="5">【判決の要旨】
憲法一三条は、「すべて国民は、個人として尊重される。生命、自由及び幸福追求に対する国民の権利については、公共の福祉に反しない限り、立法その他の国政の上で、最大の尊重を必要とする。」と規定しているのであつて、これは、国民の私生活上の自由が、警察権等の国家権力の行使に対しても保護されるべきことを規定しているものということができる。そして、個人の私生活上の自由の一つとして、何人も、その承諾なしに、みだりにその容ぼう・姿態（以下「容ぼう等」という。）を撮影されない自由を有するものというべきである。
これを肖像権と称するかどうかは別として、少なくとも、警察官が、正当な理由もないのに、個人の容ぼう等を撮影することは、憲法一三条の趣旨に反し、許されないものといわなければならない。しかしながら、個人の有する右自由も、国家権力の行使から無制限に保護されるわけでなく、公共の福祉のため必要のある場合には相当の制限を受けることは同条の規定に照らして明らかである。そして、犯罪を捜査することは、公共の福祉のため警察に与えられた国家作用の一つであり、警察にはこれを遂行すべき責務があるのであるから（警察法二条一項参照）、警察官が犯罪捜査の必要上写真を撮影する際、その対象の中に犯人のみならず第三者である個人の容ぼう等が含まれても、これが許容される場合がありうるものといわなければならない。
そこで、その許容される限度について考察すると、身体の拘束を受けている被疑者の写真撮影を規定した刑訴法二一八条二項のような場合のほか、次のような場合には、撮影される本人の同意がなく、また裁判官の令状がなくても、警察官による個人の容ぼう等の撮影が許容されるものと解すべきである。すなわち、現に犯罪が行なわれもしくは行なわれたのち間がないと認められる場合であつて、しかも証拠保全の必要性及び緊急性があり、かつその撮影が一般的に許容される限度をこえない相当な方法をもつて行なわれるときである。このような場合に行なわれる警察官による写真撮影は、その対象の中に、犯人の容ぼう等のほか、犯人の身辺又は被写体とされた物件の近くにいたためこれを除外できない状況にある第三者である個人の容ぼう等を含むことになつても、憲法一三条、三五条に違反しないものと解すべきである。</td></tr>
</table>

	右事実によれば、D巡査の右写真撮影は、現に犯罪が行なわれていると認められる場合になされたものであつて、しかも多数の者が参加し刻々と状況が変化する集団行動の性質からいつて、証拠保全の必要性及び緊急性が認められ、その方法も一般的に許容される限度をこえない相当なものであつたと認められるから、たとえそれが被告人ら集団行進者の同意もなく、その意思に反して行なわれたとしても、適法な職務執行行為であつたといわなければならない。 そうすると、これを刑法九五条一項によつて保護されるべき職務行為にあたるとした第一審判決及びこれを是認した原判決の判断には、所論のように、憲法一三条、三五条に違反する点は認められないから、論旨は理由がない。				
2	最判昭和 63 年2月 16 日（昭和 58 年(オ)第 1311 号）〔NHK 日本語読み訴訟事件〕	外国人の氏名を日本語読みによって呼称した行為	「氏名を正確に呼称される利益」	外国人の氏名を民族語読みによらず日本語読みで呼称する慣用的な方法、当該慣用的な方法における社会一般の認識	侵害不成立
	【事件の概要】 NHK がテレビ放送のニュース番組において在日韓国人の氏名を日本語読みによって呼称した行為は、当該氏名を有する個人の明示的な意思に反したとしても、不法行為法上、違法とはいえないとされた事例。				
	【判決の要旨】 氏名は、社会的にみれば、個人を他人から識別し特定する機能を有するものであるが、同時に、その個人からみれば、人が個人として尊重される基礎であり、その個人の人格の象徴であって、人格権の一内容を構成するものというべきであるから、人は、他人からその氏名を正確に呼称されることについて、不法行為法上の保護を受けうる人格的な利益を有するものというべきである。しかしながら、氏名を正確に呼称される利益は、氏名を他人に冒用されない権利・利益と異なり、その性質上不法行為法上の利益として必ずしも十分に強固なものとはいえないから、他人に不正確な呼称をされたからといつて、直ちに不法行為が成立するというべきではない。 不正確な呼称が明らかな蔑称である場合はともかくとして、不正確に呼称したすべての行為が違法性のあるものとして不法行為を構成するというべきではなく、むしろ、不正確に呼称した行為であつても、当該個人の明示的な意思に反してことさらに不正確な呼称をしたか、又は害意をもつて不正確な呼称をしたなどの特段の事情がない限り、違法性のない行為として容認されるものというべきである。 社会的にある程度氏名の知れた外国人の氏名をテレビ放送などにおいて呼称する場合には、民族語音によらない慣用的な方法が存在し、かつ、右の慣用的な方法が社会一般の認識として是認されたものであるときには、氏名の有する社会的な側面を重視し、我が国における大部分の視聴者の理解を容易にする目的で、右の慣用的な方法によつて呼称することは、たとえ当該個人の明示的な意思に反したとしても、違法性のない行為として容認されるものというべきである。 漢字による表記とその発音に関する我が国の歴史的な経緯、右の放送当時における社会的な状況など原審確定の諸事情を総合的に考慮すると、在日韓国人の氏名を民族語読みによらず日本語読みで呼称する慣用的な方法は、右当時においては我が国の社会一般の認識として是認されていたものということができる。				
3	最判平成 17 年 11 月 10 日（平成 15 年（受）第 281 号）〔和歌山毒入りカレー事件〕	・刑事事件の法廷において被疑者の容ぼう等を撮影した行為 ・刑事事件の法廷において被告人の容ぼう等	・「みだりに自己の容ぼう等を撮影されない人格的利益」 ・「自己の容ぼう等を撮影された写真をみ	被撮影者の社会的地位、撮影された被撮影者の活動内容、撮影の場所、	侵害成立

		を描いたイラスト画を写真週刊誌に掲載した行為	だりに公表されない人格的利益」 ・「自己の容ぼう等を描写したイラスト画･･･をみだりに公表されない人格的利益」	撮影の目的、撮影の態様、撮影の必要性等	

【事件の概要】
写真週刊誌のカメラマンが、刑事事件の法廷において被疑者の容ぼう、姿態を撮影し、また同法廷における被告人の容ぼう、姿態を描いたイラスト画を写真週刊誌に掲載して公表した行為について、当該撮影行為及び一部のイラスト画（身体の拘束を受けている状態のもの）の公表行為は、撮影・公表に係る人格的利益を侵害するものとして、不法行為法上、違法であるとされた事例。

【判決の要旨】
人は、みだりに自己の容ぼう等を撮影されないということについて法律上保護されるべき人格的利益を有する（最高裁昭和 40 年（あ）第 1187 号同 44 年 12 月 24 日大法廷判決・刑集 23 巻 12 号 1625 頁参照）。もっとも、人の容ぼう等の撮影が正当な取材行為等として許されるべき場合もあるのであって、ある者の容ぼう等をその承諾なく撮影することが不法行為法上違法となるかどうかは、被撮影者の社会的地位、撮影された被撮影者の活動内容、撮影の場所、撮影の目的、撮影の態様、撮影の必要性等を総合考慮して、被撮影者の上記人格的利益の侵害が社会生活上受忍の限度を超えるものといえるかどうかを判断して決すべきである。また、人は、自己の容ぼう等を撮影された写真をみだりに公表されない人格的利益も有すると解するのが相当であり、人の容ぼう等の撮影が違法と評価される場合には、その容ぼう等が撮影された写真を公表する行為は、被撮影者の上記人格的利益を侵害するものとして、違法性を有するものというべきである。

前記のとおり、被上告人は、本件写真の撮影当時、社会の耳目を集めた本件刑事事件の被疑者として拘束中の者であり、本件写真は、本件刑事事件の手続での被上告人の動静を報道する目的で撮影されたものである。しかしながら、本件写真週刊誌のカメラマンは、刑訴規則 215 条所定の裁判所の許可を受けることなく、小型カメラを法廷に持ち込み、被上告人の動静を隠し撮りしたというのであり、その撮影の態様は相当なものとはいえない。また、被上告人は、手錠をされ、腰縄を付けられた状態の容ぼう等を撮影されたものであり、このような被上告人の様子をあえて撮影することの必要性も認め難い。本件写真が撮影された法廷は傍聴人に公開された場所であったとはいえ、被上告人は、被疑者として出頭し在廷していたのであり、写真撮影が予想される状況の下に任意に公衆の前に姿を現したものではない。以上の事情を総合考慮すると、本件写真の撮影行為は、社会生活上受忍すべき限度を超えて、被上告人の人格的利益を侵害するものであり、不法行為法上違法であるとの評価を免れない。

人は、自己の容ぼう等を描写したイラスト画についても、これをみだりに公表されない人格的利益を有すると解するのが相当である。しかしながら、人の容ぼう等を撮影した写真は、カメラのレンズがとらえた被撮影者の容ぼう等を化学的方法等により再現したものであり、それが公表された場合は、被撮影者の容ぼう等をありのままに示したものであることを前提とした受け取り方をされるものである。これに対し、人の容ぼう等を描写したイラスト画は、その描写に作者の主観や技術が反映するものであり、それが公表された場合も、作者の主観や技術を反映したものであることを前提とした受け取り方をされるものである。したがって、人の容ぼう等を描写したイラスト画を公表する行為が社会生活上受忍の限度を超えて不法行為法上違法と評価されるか否かの判断に当たっては、写真とは異なるイラスト画の上記特質が参酌されなければならない。
前記のとおり、本件イラスト画のうち下段のイラスト画２点は、法廷において、被上告人が訴訟関係人から資料を見せられている状態及び手振りを交えて話しているような状態が描かれたものである。現在の我が国において、一般に、法廷内における被告人の動静を報道するためにその容ぼう等をイラスト画により描写し、これを新聞、雑誌等に掲載することは社会的に是認された行為であると解するのが相当であり、上記のような表現内容のイラスト画を公表する行為は、社会生活上受忍すべき限度を超えて被上告人の人格的利益を侵害するものとはいえないというべきである。したがって、上記イラスト画２点を本件第２記事に組み込み、本件写真週刊誌に掲載して公表した行為については、不法

	行為法上違法であると評価することはできない。 しかしながら、本件イラスト画のうち上段のものは、前記のとおり、被上告人が手錠、腰縄により身体の拘束を受けている状態が描かれたものであり、そのような表現内容のイラスト画を公表する行為は、被上告人を侮辱し、被上告人の名誉感情を侵害するものというべきであり、同イラスト画を、本件第２記事に組み込み、本件写真週刊誌に掲載して公表した行為は、社会生活上受忍すべき限度を超えて、被上告人の人格的利益を侵害するものであり、不法行為法上違法と評価すべきである。				
4	最判平成 18 年１月 20 日（平成 17 年（受）第 575 号）〔天理教豊文教会事件〕	宗教法人の名称を冒用した行為	「宗教法人･･･の名称を他の宗教法人等に冒用されない権利」	被冒用者の名称の周知性、名称の類似性、冒用者による名称使用の状況、使用の目的、社会一般の認識等	侵害不成立
	【事件の概要】 「天理教」という名称の宗教法人 X と被包括関係を設定していた宗教法人 Y が、被包括関係の廃止に伴い、その名称を「天理教豊文分教会」から「天理教豊文教会」に変更し、当該名称を使用する行為は、宗教法人 X の名称を冒用されない権利を侵害するものでなく、不法行為法上、違法とはいえないとされた事例				
	【判決の要旨】 氏名は、その個人の人格の象徴であり、人格権の一内容を構成するものというべきであるから、人は、その氏名を他人に冒用されない権利を有する（最高裁昭和 58 年（オ）第 1311 号同 63 年２月 16 日第三小法廷判決・民集 42 巻２号 427 頁参照）ところ、これを違法に侵害された者は、加害者に対し、損害賠償を求めることができるほか、現に行われている侵害行為を排除し、又は将来生ずべき侵害を予防するため、侵害行為の差止めを求めることもできると解するのが相当である（最高裁昭和 56 年（オ）第 609 号同 61 年６月 11 日大法廷判決・民集 40 巻４号 872 頁参照）。宗教法人も人格的利益を有しており、その名称がその宗教法人を象徴するものとして保護されるべきことは、個人の氏名と同様であるから、宗教法人は、その名称を他の宗教法人等に冒用されない権利を有し、これを違法に侵害されたときは、加害者に対し、侵害行為の差止めを求めることができると解すべきである。 これを本件についてみると、上告人の「天理教」との名称が周知であることは前記のとおりであり、その名称を冒用された場合には、上告人に少なからぬ不利益が生ずるものと解される。また、上告人のように、統一的な名称を有する多数の教会と被包括関係を設定している宗教法人にあっては、その名称を冒用されない権利は、上告人と被包括関係にある一般教会の「天理教･･･大教会」又は「天理教･･･分教会」という名称を冒用されない権利も含むものと解されるが、これらの名称と、被上告人の「天理教豊文教会」との名称が類似性を有し、紛らわしいものであることは明らかである。 しかしながら、…被上告人は、宗教法人法に基づく宗教法人となってから約 50 年にわたり「天理教豊文分教会」の名称で宗教活動を行ってきたのであり、その前身において「天理教豊文宣教所」等の名称を使用してきた時期も含めれば 80 年にもわたってその教義を示す「天理教」の語を冠した名称を使用していること、このような中で、被上告人が従前の名称と連続性を有し、かつ、その教義も明らかにする名称を選定しようとすれば、現在の名称と大同小異のものとならざるを得ないと解されること、被上告人は、上告人との被包括関係の廃止により上告人と一線を画することになったとはいえ、中山みきを教祖と仰ぎ、その教えを記した教典に基づいて宗教活動を行う宗教団体であり、その信奉する教義は、社会一般の認識においては、「天理教」にほかならないと解されること、被上告人において、上告人の名称の周知性を殊更に利用しようとするような不正な目的をうかがわせる事情もないこと等が明らかである。そうすると、被上告人がその名称にその教義を示す「天理教」の語を冠したことには相当性があり、また、そのような名称の使用ができなくなった場合、被上告人の宗教活動に支障が生ずることは明らかであり、その不利益は重大というべきである。「天理教」の語が教義を示すものである以上、教義の普及と拡散に伴い、上告人において「天理教」の語を含む名称を独占することができなくなったとしても、宗教法人の性格上やむを得ない面があることも認めざるを得ない。 以上の諸点を総合考慮すると、本件においては、被上告人が上告人の名称と類似性のある名称を使用				

	することによって、上告人に少なからぬ不利益が生ずるとしても、上告人の名称を冒用されない権利が違法に侵害されたということはできない。				
5	最判平成 24 年２月２日（平成 21 年（受）第 2056 号）〔ピンク・レディー事件〕	歌手の写真を無断で週刊誌に掲載した行為	「肖像等（の）･･･顧客吸引力を排他的に利用する権利」	写真の掲載された記事の内容、写真掲載の態様	侵害不成立
	【事件の概要】 歌手を被写体とする 14 枚の写真を無断で週刊誌に掲載する行為は、写真の掲載された記事の内容、写真掲載の態様から、専ら当該歌手の肖像の有する顧客吸引力の利用を目的とするものとはいえず、パブリシティ権を侵害するものではないことから、不法行為法上、違法とはいえないとされた事例。				
	【判決の要旨】 人の氏名、肖像等（以下、併せて「肖像等」という。）は、個人の人格の象徴であるから、当該個人は、人格権に由来するものとして、これをみだりに利用されない権利を有すると解される（氏名につき、最高裁昭和 58 年（オ）第 1311 号同 63 年２月 16 日第三小法廷判決・民集 42 巻２号 27 頁、肖像につき、最高裁昭和 40 年（あ）第 1187 号同 44 年 12 月 24 日大法廷判決・刑集 23 巻 12 号 1625 頁、最高裁平成 15 年（受）第 281 号同 17 年 11 月 10 日第一小法廷判決・民集 59 巻９号 2428 頁各参照）。そして、肖像等は、商品の販売等を促進する顧客吸引力を有する場合があり、このような顧客吸引力を排他的に利用する権利（以下「パブリシティ権」という。）は、肖像等それ自体の商業的価値に基づくものであるから、上記の人格権に由来する権利の一内容を構成するものということができる。他方、肖像等に顧客吸引力を有する者は、社会の耳目を集めるなどして、その肖像等を時事報道、論説、創作物等に使用されることもあるのであって、その使用を正当な表現行為等として受忍すべき場合もあるというべきである。そうすると、肖像等を無断で使用する行為は、①肖像等それ自体を独立して鑑賞の対象となる商品等として使用し、②商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付し、③肖像等を商品等の広告として使用するなど、専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするといえる場合に、パブリシティ権を侵害するものとして、不法行為法上違法となると解するのが相当である。 これを本件についてみると、前記事実関係によれば、上告人らは、昭和 50 年代に子供から大人に至るまで幅広く支持を受け、その当時、その曲の振り付けをまねることが全国的に流行したというのであるから、本件各写真の上告人らの肖像は、顧客吸引力を有するものといえる。しかしながら、前記事実関係によれば、本件記事の内容は、ピンク・レディーそのものを紹介するものではなく、前年秋頃に流行していたピンク・レディーの曲の振り付けを利用したダイエット法につき、その効果を見出しに掲げ、イラストと文字によって、これを解説するとともに、子供の頃にピンク・レディーの曲の振り付けをまねていたタレントの思い出等を紹介するというものである。そして、本件記事に使用された本件各写真は、約 200 頁の本件雑誌全体の３頁の中で使用されたにすぎない上、いずれも白黒写真であって、その大きさも、縦２．８㎝、横３．６㎝ないし縦８㎝、横 10 ㎝程度のものであったというのである。これらの事情に照らせば、本件各写真は、上記振り付けを利用したダイエット法を解説し、これに付随して子供の頃に上記振り付けをまねていたタレントの思い出等を紹介するに当たって、読者の記憶を喚起するなど、本件記事の内容を補足する目的で使用されたものというべきである。したがって、被上告人が本件各写真を上告人らに無断で本件雑誌に掲載する行為は、専ら上告人らの肖像の有する顧客吸引力の利用を目的とするものとはいえず、不法行為法上違法であるということはできない。				

２．２．２　下級審の判決

氏名等に係る人格権についての下級審の判決としては、例えば次のものが挙げられる。

番号	裁判所・判決日・事件番号・事件名	問題となった行為	問題となった人格権の内容	侵害の判断における考慮要素	侵害の成否
1	東京地判昭和 51 年6月 29 日(昭和 46 年（ワ）第 9609 号)〔マーク・レスター事件〕	著名人の肖像・氏名を無断で宣伝に用いた行為	「俳優等（が）･･･自己の氏名や肖像を対価を得て第三者に専属的に利用させうる利益」	冒用者による肖像・氏名の利用の態様、承諾の範囲	侵害成立

【事件の概要】
映画の上映権、宣伝権を有する者が、世界的に著名な映画俳優に無断で、映画中の同人の肖像・氏名を宣伝用のテレビコマーシャルに用いた行為は、不法行為法上、違法であるとされた事例。

【判決の要旨】
通常人の感受性を基準として考えるかぎり、人が濫りにその氏名を第三者に使用されたり、又はその肖像を他人の眼にさらされることは、その人に嫌悪、羞恥、不快等の精神的苦痛を与えるものということができる。したがって、人がかかる精神的苦痛を受けることなく生きることは、当然に保護を受けるべき生活上の利益であるといわなければならない。
そして、この利益は、今日においては、単に倫理、道徳の領域において保護すれば足りる性質のものではなく、法の領域においてその保護が図られるまでに高められた人格的利益（それを氏名権、肖像権と称するか否かは別論として。）というべきである。

ところで、右に述べたような人格的利益に関する一般理論は、その主体が映画・舞台の俳優、歌手その他の芸能人、プロスポーツ選手等（以下「俳優等」という。）大衆との接触を職業とする者である場合には多少の修正を要するものと考えられる。･･･俳優等が自己の氏名や肖像の権限なき使用により精神的苦痛を被ったことを理由として損害賠償を求め得るのは、その使用の方法、態様、目的等からみて、彼の俳優等としての評価、名声、印象等を毀損若しくは低下させるような場合、その他特段の事情が存する場合（例えば、自己の氏名や肖像を商品宣伝に利用させないことを信念としているような場合）に限定されるものというべきである。

しかしながら、俳優等は、右のような人格的利益の保護が減縮される一方で、一般市井人がその氏名及び肖像について通常有していない利益を保持しているといいうる。すなわち、俳優等の氏名や肖像を商品等の宣伝に利用することにより、俳優等の社会的評価、名声、印象等が、その商品等の宣伝、販売促進に望ましい効果を収め得る場合があるのであって、これを俳優等の側からみれば、俳優等は、自らかち得た名声の故に、自己の氏名や肖像を対価を得て第三者に専属的に利用させうる利益を有しているのである。ここでは、氏名や肖像が･･･で述べたような人格的利益とは異質の、独立した経済的利益を有することになり（右利益は、当然に不法行為によって保護されるべき利益である。）、俳優等は、その氏名や肖像の権限なき使用によって精神的苦痛を被らない場合でも、右経済的利益の侵害を理由として法的救済を受けられる場合が多いといわなければならない。

ところで、本件全証拠によっても、本件コマーシャルの放映に関与した関係者のいずれかが、その放映につき黙示的にせよ、原告マーク・レスター（又はその代理人）の承諾を得たことを認めるに足りる証拠はない。･･･原告マーク・レスターは前記認定に係る本件映画への出演契約により、自己の氏名及び肖像が一般に公開されることを予め承諾したものと解されるが、右承諾の範囲は、それが同映画の上映又は宣伝目的に使用される場合にとどまるものと解すべきであって、現に、･･･同契約において、その書面による承諾がない限り同原告の氏名及び肖像の複製（映画の画面）を他の商品の宣伝のために利用されることのない権利を明確に留保していることが認められる。そうすると、本件コマーシャルの放映は、･･･承諾の範囲を超えて、違法に同原告の氏名及び肖像を被告ロッテの製品の宣伝に利用したものであって、･･･不法行為を構成するものと解すべきである。

2	東京地判昭和 62 年 10 月 21 日（昭和 58 年（ワ）第 9422 号）〔謝罪広告等請求事件〕	氏名類似の名称を著作者名とする書籍を無断で出版した行為	「氏名･･･を他人に冒用されない法律上の利益」	氏名の類似性、冒用者による氏名の使用の態様、承諾の有無	侵害成立
	【事件の概要】 議員秘書本人に無断で、当該秘書の氏名類似の名称を著作者名として政界の内幕本を出版する行為は、氏名権を侵害するものであり、不法行為法上、違法であるとされた事例。				
	【判決の要旨】 氏名は人の同一性を示すものとして人格と密着しており、各人は人格権の一種としてこれを他人に冒用されない法律上の利益を有している。 ･･･本件書籍の著作者名は原告の氏名と表示上完全に一致しているとはいえない。しかしながら、右著作者名は原告の氏名と類似しており、･･･略歴は、原告の経歴と一部は一致し、一部は類似していることが認められ、･･･本件書籍のブックカバー及び表紙には「元参議院議員秘書･･･」と表示されていることが認められること、また、･･･この記述内容から、本件書籍の著作者が秘書を務めた元参議院議員は原告が実際に秘書を務めた福島議員であると了解し得ることを合わせ考えれば、本件書籍の著作者名･･･は、社会通念上原告本人を表示するものと認めるのが相当である。 ･･･原告において･･･原告を著作者と表示して本件書籍のような政界の内幕本を出版することを承諾したことはなかったことが認められる。 したがって、本件書籍は、原告に無断で原告の氏名を冒用し、原告の氏名権を侵害するものであるといわざるを得ない。				
3	東京地判平成５年５月 25 日(平成４年(ワ)第 1718 号)	護送中の刑事被告人の容ぼう等を無断で撮影し、写真週刊誌に掲載した行為	「みだりに自己の容貌や姿態を撮影され、撮影された肖像写真を公表されない人格的な権利」（肖像権）	承諾の有無、撮影･掲載の態様、公衆が関心を持つであろう相当な範囲	侵害成立
	【事件の概要】 出版社が、殺人被告事件等の刑事被告人が未決勾留中の拘置所から裁判所に護送される途中の写真を無断で撮影し、写真週刊誌に掲載した行為は、不法行為法上、違法であるとされた事例。				
	【判決の要旨】 何人も、みだりに自己の容貌や姿態を撮影され、撮影された肖像写真を公表されない人格的な権利、すなわち肖像権を有している。 ･･･、本件写真は、東京都足立区千住曙町付近の一般道路において、東京地方裁判所に向かう途上にある護送車の鉄格子のはまった窓から見える原告の上半身部分を撮影したものであり、原告が刑務官三人に前後を囲まれて窓の外を眺めながら座っている姿を撮影されている。 　被告が本件写真の撮影及び本件週刊誌への掲載について原告の承諾を得ていないことは、当事者間に争いがなく、しかも、本件写真は、それが原告の容貌及び姿態を捉えたものであると容易に判明するような形で本件週刊誌に掲載されたのであるから、本件写真の掲載及び頒布が原告の肖像権を侵害することは明らかである。 ･･･有名人の法理の抗弁について ･･･確かに、自己の業績、名声、生活方法等により公的存在となった者、又は公衆がその行為や性格に対して関心を持つであろう職業を選択することにより公的存在となった者は、公衆が関心を持つであろう相当な範囲で写真の撮影及び公表を承諾していると評価されることがあり、権利侵害を主張できないこともあるとする被告の主張は、一般論としては必ずしも妥当性を欠くものということはできない。 しかしながら、有名人といえども肖像権を有しているのであり、全面的に肖像権が保護されないわけではない。むしろ、被写体が有名人であることから、公衆が関心を持つのが相当であるとして肖像権の享受が制限される範囲は、その公的な存在及び活動に付随した範囲並びに公的な存在及び活動に対				

	する評価を下すに必要又は有益と認められる範囲に限定されると解すべきである。 ･･･右各刑事事件について原告の関与を疑わせる数多くの報道（いわゆる「ロス疑惑」報道）がされたことが認められる。したがって、原告は、･･･有名人に直接当たるか否かはともかくとして、本件写真の掲載当時、･･･右各刑事事件の公判の帰趨については、公共の関心事となっていたことが認められる。しかしながら、本件写真は･･･右各刑事事件の帰趨には全く関係のないものである。したがって、たとえ原告が有名人に当たるとしても、公衆が関心を持つであろう相当な範囲、すなわち右各刑事事件の帰趨に対する評価を下すに必要又は有益と認められる範囲には属さないというべきである。 したがって、原告が有名人であるということを理由とする被告の抗弁は理由がない。				
4	東京地判平成５年11月19日（昭和63年(ワ)第16648号)〔国立大学夫婦別姓通称使用事件〕	結婚前の旧姓名を用いて研究活動を行う者の氏名を、人事記録その他の文書において戸籍上の氏名で記載する行為（取扱文書の策定）	「通称名ないし婚姻による変動前の氏名を使用する権利」（氏名保持権）	取扱文書の目的（公務員の同一性の把握）及び手段の合理性	侵害不成立
	【事件の概要】 国立大学が、結婚前の旧姓名を用いて研究活動を行う同大学教授の氏名を人事記録その他の文書において戸籍上の氏名で記載することとした取扱文書の定める基準は、目的及び手段として合理性が認められ何ら違法なものではなく、また氏名保持権が憲法十三条によって保障されているものと断定することはできず、同法条に違反するものと認めることはできないことから、当該教授が国に対し、人事記録等において旧姓名の使用するよう義務づけを求める訴えは不適法であるとされた事例。				
	【判決の要旨】 ･･･国家公務員の任用関係においては、･･･、現実に公務遂行の外観を呈する行為を行っている者が、真実、国家公務員として任用されたものであり、かつ、当該公務を担当すべき地位、権限を有しているのかの問題を適正、確実、迅速に解決するためには、公務員の同一性を把握することが必要不可欠である。 ･･･個人の同一性を識別する機能において戸籍名より優れたものは存在しないものというべきであるから、公務員の同一性を把握する方法としてその氏名を戸籍名で取り扱うことは極めて合理的なことというべきである。 そうであれば、本件取扱文書に定める基準は公務員の同一性を把握するという目的に配慮しながらも、他方、研究、教育活動においては原告が以前から使用してきた氏名である「関口礼子」を表示することができるようにも配慮されたものであり、その目的及び手段として合理性が認められ、何ら違法なものではないというべきである。 なるほど、通称名であっても、個人がそれを一定期間専用し続けることによって当該個人を他人から識別し特定する機能を有するようになれば、人が個人として尊重される基礎となる法的保護の対象たる名称として、その個人の人格の象徴ともなりうる可能性を有する。しかしながら、本件全証拠をもってしても、公務員の服務及び勤務関係において、婚姻届出に伴う変動前の氏名が通称名として戸籍名のように個人の名称として長期的にわたり国民生活における基本的なものとして根付いているものであるとは認めることができず、また、右通称名を専用することは未だ普遍的とはいえず、個人の人格的生存に不可欠なものということはできないものというべきである。 したがって、立法論としてはともかく、原告主張に係る氏名保持権（右通称名ないし婚姻による変動前の氏名を使用する権利）が憲法一三条によって保障されているものと断定することはできないから、被告藤川らの所為が同法条に違反するものと認めることはできない。				
5	仙台地判平成７年12月７日（平成２年（行ウ）第６号）	郵便職員にネームプレートの着用を義務づける行為	「氏名を表示するかしないかを決定する法律上の利益」	氏名表示の目的、必要性、氏名表示の態様、氏名を表示することによる不利益の程度	侵害不成立

	【事件の概要】 郵政職員に対し、ネームプレートの着用を義務付けることは、当該職員の氏名権等を侵害するものでなく、不法行為法上、違法とはいえないとされた事例。				
	【判決の要旨】 氏名は、社会的にみれば、個人を他人から識別し特定する機能を有するものであるが、同時に、その個人からみれば、人が個人として尊重される基礎であり、その個人の人格の象徴であるから、各個人は、氏名を表示するかしないかを決定する法律上の利益を有するものであり、これを氏名権と称するかはともかく、何ら正当な理由がないのに氏名の表示を強制された場合には、不法行為が成立する場合もあるというべきであろう。そして、右正当な理由の有無は、氏名表示の目的、必要性、氏名表示の態様、氏名を表示することによる不利益の程度を総合して判断すべきである。 ･･･以上の事実及び前記ネームプレート着用の目的に照らせば、一方では公共性をその特質としながら、他方、民間企業と異ならない事業体制の下で、それらと競争して利益を上げていかなければならないという特質に鑑みて、民間企業と同等のサービスを要求される郵政事業においては、他の民間企業が実施しているのと同様に、本件ネームプレートの着用を実施する必要性が否定できないことは明らかである。 ･･･右によれば、本件ネームプレートは、勤務中という限られた時間中に、原則として姓のみ表示し、またその表示も過度に大きなものとは認められないから、氏名表示の態様が、前記ネームプレート着用の目的に照らして不相当であるということはできない。 ･･･（証拠省略）及び弁論の全趣旨によれば、現在の東北郵政局管内のネームプレート着用状況は、ほぼ一〇〇パーセントとなっており、そのほとんどが何らの不利益の意識なく着用していることが認められるのであって、これによれば、ネームプレート着用者に、着用による精神的な不利益はほとんど認められないものと推認することができる。 ･･･以上、氏名表示の目的、必要性、氏名表示の態様、氏名を表示することによる不利益の程度を総合すると、本件ネームプレート着用を義務付けることにより、氏名の表示を強制することに正当な理由がないとはいえない				
6	東京高判平成８年７月 24 日（平成６年(ネ)第 4848 号）〔泉岳寺事件〕	著名な宗教法人の名称を無断で地下鉄の駅名に使用する行為	名称を冒用されない権利・利益	名称を使用した目的、名称使用行為の態様、当該宗教法人が被る損害、及び、差止めを認めることにより相手方が被る不利益等	侵害不成立
	【事件の概要】 東京都が、著名な宗教法人である泉岳寺と同一の名称を地下鉄の駅名に使用する行為は、宗教法人がその名称について持つ氏名権に準ずる個別的人格権を違法に侵害しているものと認めることはできないとされた事案。				
	【判決の要旨】 宗教法人の名称も、社会的にみれば、法人を他から識別し特定する機能を有し、同時に、当該法人が宗教法人として尊重される基礎であり、その宗教法人の人格的なものの象徴であって、法人について認めることができる個別的人格権の一つとして、これを自然人の氏名権に準ずるものとして保護されるべきであるから、他人がその名称を無断で使用して、当該宗教法人の人格的利益を違法に侵害するものと認められるときは、人格権である自然人の氏名権に準ずる権利として、その侵害行為の差止めを求めることができると解すべきである。そして、この場合の名称使用行為の違法性については、他人が当該名称を使用した目的、名称使用行為の態様、当該宗教法人が被る損害、及び、差止めを認めることにより相手方が被る不利益等を全体的に考察して判断すべきである。 ･･･以上によれば、宗教法人の名称は、当該法人が宗教法人として尊重される基礎であり、その宗教法人の人格的なものの象徴であって、法人について認めることができる個別的人格権の一つとして、これを自然人の氏名権に準ずるものとして保護されるべきであるから、本件のように宗教法人の名称を				

	地方公営企業の鉄道の駅名に採用する場合であっても、その名称の採用については宗教法人の意向について十分配慮されなければならないというべきである。 しかし、本件の場合は、私人が他人の氏名を私利のために冒用した場合とは異なり、前示のとおり、公衆の便宜のために公共的存在である著名な寺院の名称を公共的な地方公営企業の鉄道の駅名として採用し、これを使用する場合であって、被控訴人の本件駅名使用行為には公益性が認められること、著名な宗教法人であれば、その名称は広く世人の承知しているところであり、控訴人が主張しているような駅名として使用されること自体によってその名称の著名性が希釈化されるということはなく、宗教法人としての控訴人の有する人格的利益が損なわれているとは認められないこと、また、前記のような本件駅名決定の経緯及び長期間にわたり控訴人からの明確な異議がなかったこと、及び、本件駅名使用行為を差止めることにより被控訴人等が被る不利益を全体的に考察すれば、被控訴人の本件駅名使用行為は、控訴人がその名称について持つ氏名権に準ずる個別的人格権を違法に侵害しているものと認めることはできないものといわざるをえず、したがって、控訴人の氏名権に基づく本件駅名使用行為の差止請求は認められない。				
7	東京地判平成 12 年 10 月 27 日((平成 10 年（ワ）第 14652 号)	逮捕された者の氏名を無断で報道し、その映像を放映した行為	「みだりに自己の容貌や姿態をその意に反して撮影され、撮影された肖像写真や映像を公表されない人格的な権利」（肖像権）	社会の正当な関心の対象である事実との密接関連性、公表内容及び方法の目的との関係における相当性	侵害成立
	【事件の概要】 元弁護士である者が偽造有価証券行使・詐欺未遂の容疑で逮捕されたことについて、テレビ局が逮捕された被疑者の氏名を報道し、その映像を放映した行為のうち、当該被疑者を自宅付近において普段着姿のまま隠し撮りにより撮影した映像を用いた行為は、肖像権を侵害するものであり、不法行為法上、違法であるとされた事例。				
	【判決の要旨】 何人も、みだりに自己の容貌や姿態をその意に反して撮影され、撮影された肖像写真や映像を公表されない人格的な権利、すなわち肖像権を有しているものと解するのが相当であり、これを侵害した場合には原則として不法行為が成立するものというべきである。 そして、被告日本テレビによる報道における映像の使用が原告の許諾を得ずにされたものであることは、当事者間で争いがない。 もっとも、他人の肖像権を侵害する行為であっても、それが表現の自由の行使として相当と認められる範囲内においては、違法性を欠き、不法行為は成立しないものと解すべきである。そして、他人の肖像権を侵害する行為が表現の自由の行使として相当と認められるためには、その表現行為が、公共の利害に関する事実その他社会の正当な関心の対象である事実と密接に関係するものであり、かつ、その公表内容及び方法がその表現目的に照らして相当なものであることを要するものというべきである。 ･･･そして、右映像が、本件事件についての報道に用いることを予定して撮影されたものではなく、また、原告がそのような用途に用いることを許諾したものでもないことは前示のとおりであるが、少なくともテレビ放送に用いられることを前提として原告が撮影に応じたものであって、その映像の内容もこれがテレビで放映されることにより原告が格別の不快感等を覚えるようなものではない。そうであるとすれば、右映像の公表された内容及び公表の方法は、本件事件の被疑者として原告が逮捕されたとの事実を報道するために使用するという公表の目的に照らし、相当なものであると解されるところである。したがって、被告日本テレビによる報道における右の原告の映像の使用は表現の自由の行使として相当と認められる範囲内にあるものというべきであり、違法性を欠くから不法行為を構成するものではない。･･･右のとおりであるから、原告の肖像権侵害を理由とする被告日本テレビに関する主張は、理由がない。 ･･･被告東京放送による報道･･･はいずれも原告の映像を用いており、･･･。そして、右二通りの映像は、いずれも原告を隠し撮りにより撮影したものである。 ところで、右の報道において原告の映像を使用すること自体は、･･･被告日本テレビによる報道における映像の使用と同様、公共の利害に関する事実である原告の逮捕という事実の報道と密接に関係しこ				

	れと一体となっているということができる。 しかし、その放映の内容及び方法についてみると、これが撮影された場所は、原告の自宅付近であると窺われ、未だに原告の私的生活における行動の領域に属する場所であると評価できること、これらの映像上、一見して原告がその姿を報道機関によって撮影されることを望んでいない様子が明らかであること、原告が他人との接触を前提としない普段着のまま撮影されているなど、これが一般に放映されることで原告が不快感を抱くものと容易に予測できる映像であること、「去年除名となった元弁護士」との音声部分と一体のものとして一般の視聴者の視覚に止まることにより、原告の右のような属性を必要以上に視聴者に強く印象付けかねないものであること、一方、本件事件は未だ捜査段階にあり、原告は被疑者として勾留されているにすぎないこと、等の諸事情を考慮すると、原告の映像の放映内容及び放映方法は、原告が本件事件の被疑者として逮捕されたとの事実を報道するとの放映の目的に照らせば、映像使用として、相当と認められる範囲を逸脱したものといわざるを得ない。 したがって、被告東京放送の報道における右の原告の映像の使用は、表現の自由の行使として相当と認められる範囲を逸脱し、原告の肖像権を侵害するものとして不法行為を構成するものというべきである。				
8	千葉地判平成 13 年2月 14 日(平成 11 年(ワ)第 2768 号)	交通事故の被害者の氏名を無断で使用し、同人名義の供述調書を作成(偽造)した行為	氏名を冒用されない権利・利益	偽造された文書の性質、利用方法、その他具体的諸事情	侵害成立
	【事件の概要】 警察署の巡査部長が、交通事故の被害者に無断で、自己が安全確認を怠って横断したため事故が発生したことを内容とする当該被害者名義の供述調書を作成(偽造)した行為は、氏名権を侵害するものであり、不法行為法上、違法であるとされた事例。				
	【判決の要旨】 文書の署名や押印は、当該文書に表示された意思又は観念の主体が当該名義人であることを示す手段として社会生活上重要な意義を有しているのであるから、署名・押印を偽造された文書が行使されたことによって具体的な財産的損害が生じた場合はもちろんのこと、そうでない場合であっても、署名・押印の偽造による名義の冒用により、当該名義人が、社会生活上の特定の場面において自己が関知しない事項につき、あたかも表示の主体であるかのように取り扱われ、それによって、当該名義人が精神的苦痛を被る場合があることは否定できない。 右のような場合を「氏名権の侵害」と称するか否かはともかく、このような名義の冒用により当該名義人に精神的苦痛を与えた場合には、それが当該名義人の人格権を侵害するものであることは明らかであり、名義の冒用者は損害賠償の支払義務を免れない。 そして署名・押印の偽造による名義の冒用が、当該名義人に精神的苦痛を与えたといえるか否かについては、当該文書の性質、利用方法、その他具体的諸事情を総合して判断すべきであると解される。 ･･･認定事実からすれば、本件事故に関して作成された、被害者たる原告名義の供述調書は本件供述調書のみであるところ、交通事故の加害者の処分は、その過失の有無・程度に応じてなされるものであるし、被害者の利益の保護をも一つの目的としてなされるものであるから、その処分を決めるにあたって被害者の供述は必要不可欠で重要なものである。 それにもかかわらず、本件供述調書の偽造によって、加害者たる丙野の過失の有無・程度及びそれに基づく処分内容が、被害者たる原告の正しい供述に基づかずに決せられる結果となったこと、また、本件事故の客観的態様が、本件供述調書記載のようなものであったか、それとも丙野との間の民事訴訟において原告が主張しているようなものであるかはともかく、本件事故については加害者たる丙野も事故状況について明確な記憶がない状態であったのであるから、本件供述調書の偽造という事態がなければ、本件事故の態様を解明するべく、さらに必要な捜査が尽くされた可能性があったが、右偽造によってそれもなされないままになり、現在に至るも、本件事故の客観的状況は必ずしも明らかになっておらず、それが右民事訴訟の進行にも影響を及ぼしていることなどからすれば、本件供述調書の偽造が、その名義人たる原告に看過しがたい精神的苦痛を及ぼしたことは明らかであり、本件供述調書の偽造は原告の人格権を違法に侵害するものというべきである。				

9	札幌地判平成 17 年８月 18 日(平成 16 年（ワ）第 155 号)	氏名を無断で使用し、虚偽の事実を記載した公文書を作成した行為	氏名を冒用されない権利・利益	捜査用報償費に係る支払精算書の性質、虚偽の事実の記載の有無	侵害成立
	【事件の概要】 警察署の警部補が、公文書である捜査用報償費に係る支払精算書中に、原告が窃盗に関する捜査情報を提供し、謝礼として現金１万円の支払を受け、かつ、領収書の発行を拒否した旨の虚偽の本件事実を記載した行為は、氏名権を侵害するものであり、不法行為法上、違法であるとされた事例。				
	【判決の要旨】 氏名は、社会的にみれば、個人を他人から識別し特定する機能を有するものであるが、同時に、その個人からみれば、人が個人として尊重される基礎であり、その個人の人格の象徴であって、人格権の一内容を構成するものというべきである（最高裁昭和 63 年２月 16 日第三小法廷判決・民集 42 巻２号 27 頁)。そして、他人の氏名を無断で使用し、真実に反する事実を記載することは、日記等の他人の閲覧を予定しない個人的なものにされる場合を除き、原則として、それ自体で氏名権を侵害するものと解するのが相当である。 本件についてこれをみると、･･･支払精算書は、捜査員が取扱者である警察署長等に自らが執行した捜査用報償費の精算をするために提出する書類であって、その後、捜査用報償費の証拠書類等の一部として証明責任者によって保管されるという特別の取扱いが認められた公文書であるところ、本件支払精算書に記載された氏名は、原告と同一であり、住所も、平成９年９月当時の原告の住所と同一であり、何人も、本件支払精算書に記載された「C」は原告を指すと理解するものと認められる。そうすると、本件支払精算書は、閲覧の対象者が職員の一部などに限定されはするものの、複数の者が目にする可能性のある文書であり、このような性質を有する本件支払精算書中に、原告がAに対し窃盗に関する捜査情報を提供し、同人から謝礼として現金１万円の支払を受け、かつ、領収書の発行を拒否した旨の虚偽の本件事実が記載されたというのであるから、このような態様による原告の氏名の無断使用は、原告の氏名権を侵害するものというべきである。				
10	東京高判平成 22 年４月７日（平成 21 年（ネ）第 4093 号)	氏名を無断で使用し、銀行口座等の開設、生命保険契約の締結等を行った行為	「氏名を他人に無断使用されない利益」	氏名を無断使用して行った行為の内容・態様	侵害成立
	【事件の概要】 義妹・義弟が、原告らの名義を無断で使用して、同名義の銀行預金口座の開設・解約、証券顧客口座の開設、生命保険契約の締結をし、預金の預入と引出、有価証券の運用、保険金の払込等をした行為は、氏名権を侵害するものであり、不法行為法上、違法であるとされた事例。				
	【判決の要旨】 ところで、氏名は、人が個人として尊重される基礎であり、その個人にとって人格の一部になっているものであるから、人格権の一内容として、人は他人に自己の氏名を無断で使用されないことについて不法行為法上の保護を受ける人格的な利益を有するものというべきである。 本件事実関係の下においては、･･･控訴人らに無断でその承諾なく控訴人らの氏名を用い、控訴人らの名義での銀行口座及び証券顧客口座を開設し、同口座等を控訴人ら名義で利用し、また控訴人らの名義で生命保険契約を締結したものであるから、被控訴人の上記行為は、控訴人らの人格的利益の一内容たる氏名を他人に無断使用されない利益を侵害する不法行為に当たるものと解される。そして、被控訴人らは、氏名を無断で使用されたことにより、不快の念を抱いたことは明らかであるから、被控訴人は慰謝料の支払いをもってこれを償うべきである。 ･･･被控訴人は、被侵害利益が小さい場合に被控訴人による上記行為が違法性を有するとされるためには、社会的に不相当な目的、手段を持つ等の悪質性が相当程度大きいことを要するが、本件では強い不法性は認められないから、被控訴人の上記行為は違法性を有しない旨主張する。しかし、人格権の一内容として、人が他人に自己の氏名を無断で使用されないことについて不法行為上の保護を受けう				

	る人格的な利益は、これを侵害する側の目的や意図によって、保護を受けられなくなるという性質のものではない。したがって、侵害者側の不法性が強くないときには氏名の無断使用に違法性を生じる余地がない旨の主張も失当である。				
11	東京地判平成 22 年7月 28 日(平成 21 年(ワ)第 46933 号)	無断で雑誌掲載の写真に基づき作画された漫画を週刊漫画雑誌に掲載した行為	「自己の容ぼう等を描写した図画をみだりに公表されない人格的利益（肖像権)」	描写された人物の社会的地位、活動内容等、図画の表現方法、内容等、公表の目的､態様､必要性等	侵害成立
	【事件の概要】 出版社が、ファッション情報誌に掲載されていた写真に基づき登場人物が作画された漫画を週刊漫画雑誌に掲載した行為は、肖像権を侵害するものであり、不法行為法上、違法であるとされた事例。				
	【判決の要旨】 人は、自己の容ぼう等を描写した図画をみだりに公表されない人格的利益（肖像権）を有すると解するのが相当であり、人の容ぼう等を描写した図画を公表する行為は、描写された人物の社会的地位、活動内容等、図画の表現方法、内容等、公表の目的、態様、必要性等を総合考慮し、写真と異なり作者の主観や技術が反映されるという図画の特質を参酌して、描写された人物の上記人格的利益の侵害が社会生活上受忍すべき限度を超えたものと認められるときは、不法行為法上違法と評価されるものと解される（前掲平成 17 年最高裁判決参照)。 前記３のとおり、本件登場人物は、乙山が本件写真に基づいて作画したものであり、一見して本件写真の原告と極めて似ている上、その属性が原告の属性を連想させるものであるところ、本件描写１、２は、原告の外観、人物像を侮辱するものであって、原告の名誉感情を侵害するものと認められる。 そして、前記争いのない事実等及び上記１認定事実によれば、原告は、不良系ファッションのファッションリーダーとして会社を経営し同ファッションを特集する雑誌のモデルとなっているものではあるが、一般私人にすぎず、公的な立場にあるものでも公的な活動をするものでもないこと、本件登場人物は、本件単行本においては異なる特徴を有する人物に描き変えられており、本件描写１、２において、殊更本件写真の原告と似せて描く必要が全くなかったことが明らかであることなどの事情も認められる。 そうすると、本件描写１、２の公表は、原告の自己の容ぼう等を描写した漫画をみだりに公表されない人格的利益（肖像権）を侵害するものであって、図画の特質を参酌しても、その侵害の程度が社会通念上受忍すべき限度を超えたものというべきであり、不法行為法上違法と評価するのが相当である。				
12	東京地判平成 22 年９月 27 日(平成 20 年(ワ)第 13227 号)	①監視カメラで店舗内の客を撮影し、当該映像を報道機関に提供した行為 ②当該映像を含むテレビ番組を抜粋・編集した DVD を作成し、展示会等で放映、配布等した行為	「みだりに自己の容ぼう等を撮影されないこと及び自己の容ぼう等を撮影された画像をみだりに公表されないことについて法律上保護されるべき人格的利益」	撮影の目的、撮影の必要性、撮影の方法及び撮影された画像の管理方法並びに提供の目的、提供の必要性及び提供の方法等	①侵害不成立 ②侵害成立
	【事件の概要】 ①コンビニエンスストアを経営する会社が、店舗内の客を撮影した行為及び当該撮影に係る映像を報道機関に提供した行為は、肖像権等を侵害するものとして不法行為法上、違法であるということはできないが、②当該店舗に監視カメラに接続するレコーダー本体等を納入・設置した会社が、当該映像を含むテレビ番組を抜粋・編集した DVD を作成し、展示会等で放映、配布等した行為は、肖像権等を侵害するものであり、不法行為法上、違法であるとされた事例。				
	【判決の要旨】 人は、みだりに自己の容ぼう等を撮影されないこと及び自己の容ぼう等を撮影された画像をみだりに				

	公表されないことについて法律上保護されるべき人格的利益を有するものと解される（最高裁昭和44年12月24日大法廷判決・刑集23巻12号1625頁、最高裁平成17年11月10日第一小法廷判決・民集59巻9号2428頁等参照）。･･･もっとも、ある者の私生活上の姿を撮影し、その撮影に係る画像を公表等した場合であっても、諸般の事情を総合考慮し、上記姿を撮影され撮影に係る画像を公表等されない利益と上記姿を撮影し撮影に係る画像を公表等する利益とを比較衡量して、上記人格的利益及びプライバシー権の侵害が社会生活上受忍限度内にあると判断される場合などには、不法行為法上違法であるとはいえないと解すべきである。 そこでこれを本件に即して検討すると、本件監視カメラは、本件店舗を訪れた客の個別的承諾を得ることなく、商品を選定したり、これを購入する姿を無差別に撮影するものであり、客の上記人格的利益及びプライバシー権が侵害されるおそれを内包するものであるということができる。したがって、本件監視カメラにおいて、本件店舗内の客を撮影し、その撮影に係る画像を報道機関に提供することによりこれを公表等することが不法行為法上違法といえるか否かは、撮影の目的、撮影の必要性、撮影の方法及び撮影された画像の管理方法並びに提供の目的、提供の必要性及び提供の方法等諸般の事情を総合考慮して、上記姿を撮影され撮影に係る画像を公表等されない利益と上記姿を撮影し撮影に係る画像を公表等する利益とを比較衡量して、上記人格的利益及びプライバシー権の侵害が社会生活上受忍限度を超えるものかどうかを基準にして決すべきである。 ･･･本件監視カメラを設置し本件店舗内を撮影をする目的は、万引きや強盗等の犯罪の発生に対処するとともに、本件監視カメラが作動していることを知らせることにより万引き等の犯罪の発生を予防することにあると認められる。また、万引き等の犯罪が発生した場合には、本件監視カメラの映像が重要な証拠となり得ることから、これを録画した上、相当程度の期間、保管する必要もあるものと認められる。以上によれば、被告Ｃカンパニーが、本件店舗内に本件監視カメラを設置し、本件店舗内の様子を撮影し、これを録画する行為は、その目的において相当であり、必要性も認められるというべきである。また、撮影の方法についてみると、･･･、本件店舗に来店する者は、本件監視カメラにより撮影されることを承諾しているものと推定する余地すらあるのであり、本件監視カメラの撮影方法は相当性を有するものというべきである。さらに、撮影された画像の管理方法についてみると、･･･撮影された画像の管理方法も相当であるというべきである･･･。 以上の諸事情を総合考慮すれば、被告Ｃカンパニーが、本件監視カメラにより、亡Ａを撮影したことは、社会生活上受忍限度を超えるもではなく、同人の肖像に係る人格的利益及びプライバシー権を侵害するものとして不法行為法上違法であるということはできないと解するのが相当である。 ･･･被告Ｃカンパニーが万引きの増加に警鐘を鳴らす番組のために、報道機関に対し、万引きの映像を提供することは、こうした犯罪の抑止につながり得るものであり、その意味で公益を図る目的があるということができるし、本件監視カメラの設置目的等に間接的ながらも沿うものである。 また、･･･本件動画ファイルに係る映像の内容を考慮すれば、被告Ｃカンパニーにおいて、少なくとも亡Ａが本件店舗内の商品を万引きしたものと信ずる相当の理由があったものと認められるのであり、同被告が、Ｋに対し、亡Ａが万引きをした映像が映されているものとして、本件動画ファイルを提供したことは、上記目的に沿うものであり、その必要性があったというべきである。 さらに、･･･映像については慎重に取り扱うよう依頼したところ、これを受けて、Ｋは、亡Ａが逮捕等されない限り、当該映像を報道に利用しないことを約したものであり、事実、本件動画ファイルに係る映像は、亡Ａが逮捕された後、初めて放映されたものである。･･･したがって、本件動画ファイルの提供の方法も相当であったということができる。 加えて、被告Ｃカンパニーにおいて、Ｇテレビが他局に対し本件動画ファイルに係る映像を配信することを承諾したことについても、亡Ａが逮捕された後のことであり、事件報道という公益に資するものであった上、これら報道機関が、･･･映像を放映することが違法であることをうかがわせる事情もない。 ･･･以上の諸事情を総合考慮すれば、被告Ｃカンパニーが本件動画ファイルを報道機関に提供することによりこれを公表等したことは、社会生活上受忍限度を超えるものではなく、亡Ａの肖像に係る人格的利益及びプライバシー権を侵害するものとして不法行為法上違法であるということはできないと解するのが相当である。 ･･･上記認定事実によれば、本件ＤＶＤには、亡Ａが本件店舗において商品を選定し、これを購入しようとする姿等が映っている上、これを見た者に対し、亡Ａが本件店舗内において万引きをしたとの印象をも与えるものであり、前記説示によれば、被告Ｅは、本件ＤＶＤを作成し、これを放映、配布することにより、亡Ａの肖像に係る人格的利益及びプライバシー権を侵害したものである。そして、前記前提となる事実及び証拠（証拠省略）によれば、被告Ｅは、自社製品の販売促進を目的として、本

	件ＤＶＤの放映及び配布をしたものと認められ、同被告に専ら公益を図る目的があったとは認められないし、他に亡Ａの肖像に係る人格的利益及びプライバシー権の侵害が社会生活上受忍限度内であるとすべき事情も認められないから、同被告の上記行為は、不法行為法上違法であると認めるのが相当である。				
13	東京地判平成 28 年 10 月 11 日（平成 27 年（ワ）第 5802 号）〔学校法人日本大学第三学園事件〕	職場において戸籍上の氏を使用することを求めた行為	「通称として婚姻前の氏を使用する利益」	職場において戸籍上の氏名の使用を求めることの合理性・必要性、社会における婚姻前の氏の使用の状況	侵害不成立
	【事件の概要】 学校法人が、教員である女性が、業務にあたり通称として婚姻前の氏の使用を希望したにもかかわらず、戸籍上の氏の使用を求めた行為は、不法行為法上、違法であるということはできないとされた事例。				
	【判決の要旨】 ･･･氏名は、社会的にみれば、個人を他人から識別し特定する機能を有するものであるが、同時に、その個人からみれば、人が個人として尊重される基礎であり、その個人の人格の象徴であって、人格権の一内容を構成するというべきものである（最高裁判所昭和 63 年２月 16 日第三小法廷判決・民集 42 巻２号 27 頁参照）。また、人は、その氏名を他人に冒用されない権利を有し、これを違法に侵害された者は、加害者に対し、損害賠償を求めることができるほか、現に行われている侵害行為を排除し、又は将来生ずべき侵害を予防するため、侵害行為の差止めを求めることができると解される（最高裁判所昭和 61 年６月 11 日大法廷判決・民集 40 巻４号 872 頁参照）。 そして、氏名が上記の識別特定機能、個人の人格の象徴等の性質を有することに照らせば、氏名を自ら使用することが、いかなる場面で、いかなる目的から、いかなる態様で妨害されたとしても法的な救済が一切与えられないとすることは相当ではなく、その意味で、氏名を自ら使用する利益は、民法 709 条に規定する法律上保護される利益であるというべきである。 また、氏は、氏名を構成する要素であり、それを自ら使用する利益についても、上記と同様の意味で、法律上保護される利益ということができる。 以上の議論は、まずは戸籍上の氏名、氏について当てはまるところ、婚姻前の氏についても、同様にそれを使用する利益が法律上保護される利益といえるか否かについて検討する。 婚姻前の氏は、婚姻時まで個人を他人から識別し特定する機能を有し、個人として尊重される基礎、個人の人格の象徴となってきた氏名の一部であり、個人が婚姻前に築いた信用、評価、名誉感情等の基礎ともなるものであることに照らせば、その利益がおよそ法的保護に値せず、上記で見たように、いかなる場合においてもその使用の妨害に対して何らの法的救済が与えられないと解するのは相当ではない。 したがって、通称として婚姻前の氏を使用する利益は、人格権の一内容にまでなるか否かは措くとしても、少なくとも、上記の意味で、法律上保護される利益であるということができ、これを違法に侵害した場合には不法行為が成立し得ると解するのが相当である･･･。 ･･･婚姻によって氏を改めた場合には、新たな戸籍上の氏を有することとなる。この戸籍上の氏は、婚姻前に使用した実績がないものであるが、出生の直後に付与された人の戸籍上の氏名が直ちに個人の識別特定機能を有し、個人として尊重される基礎となり、個人の人格の象徴となるのと同様に、氏の変更後直ちにその名とあいまって上記の機能を有し、個人として尊重される基礎、人格の象徴となるものと解される。 そして、個人の識別特定機能は、社会的な機能であるところ、戸籍上の氏は戸籍制度という公証制度に支えられているものであり、その点で、婚姻前の使用実績という事実関係を基礎とする婚姻前の氏に比して、より高い個人の識別特定機能を有しているというべきである。 したがって、本件のように職場という集団が関わる場面において職員を識別し、特定するものとして戸籍上の氏の使用を求めることには合理性、必要性が認められるということができる。 また、婚姻後に通称として婚姻前の氏を使用する利益は、上記のとおり婚姻により新たな戸籍上の氏を有することとなることに照らせば、婚姻前に戸籍上の氏のみを自己を特定するものとして使用して				

	きた期間における当該氏を使用する利益と比して、それと同程度に大きなものであるとはいえない。 ･･･上記のように婚姻前の氏の使用が広がっていることを踏まえてもなお、いまだ、婚姻前の氏による氏名が個人の名称として、戸籍上の氏名と同じように使用されることが社会において根付いているとまでは認められない。 以上に照らせば、上記のとおり、通称として婚姻前の氏を使用する利益は一般的には法律上保護される利益であるということができるが、本件のように職場が関わる場面において戸籍上の氏の使用を求めることは、その結果として婚姻前の氏を使用することができなくなるとしても、現時点でそれをもって違法な侵害であると評価することはできないというべきである。				
14	大阪地判平成 29 年８月 30 日(平成 29 年（ワ）第 1649 号)	他人の顔写真やアカウント名を利用して、インターネット上の掲示板において、第三者に対する中傷等を行った行為	「肖像･･･をみだりに利用されない権利」	使用の目的、被侵害利益の程度や侵害行為の態様等	侵害成立
	【事件の概要】 SNS の掲示板において原告の顔写真やアカウント名を使用して、原告になりすまし、第三者を罵倒するような投稿等を行ったことは、肖像権を侵害するものであり、不法行為法上、違法であるとされた事例。				
	【判決の要旨】 肖像は、個人の人格の象徴であるから、当該個人は、人格権に由来するものとして、これをみだりに利用されない権利を有すると解される（最高裁平成 24 年２月２日判決・民集 66 巻２号 89 頁参照)。 他方、他人の肖像の使用が正当な表現行為等として許容されるべき場合もあるというべきであるから、他人の肖像の使用が違法となるかどうかは、使用の目的、被侵害利益の程度や侵害行為の態様等を総合考慮して、その侵害が社会生活上受忍の限度を超えるかどうかを判断して決すべきである（最高裁平成 17 年 11 月 10 日判決・民集 59 巻９号 2428 頁参照)。 前記１及び（１）で認定説示したとおり、被告は、原告の顔写真を本件アカウントのプロフィール画像として使用し、原告の社会的評価を低下させるような投稿を行ったことが認められ、被告による原告の肖像の使用について、その目的に正当性を認めることはできない。そして、前記争いのない事実等（３）のとおり、被告が、原告の社会的評価を低下させる投稿をするために原告の肖像を使用するとともに、「わたしの顔どうですか？w」（平成 27 年５月 18 日午前 10 時 39 分)、「こんな顔でHさんを罵っていました。ごめんなさい」（同日午前 10 時 54 分）などと投稿したことは、原告を侮辱し、原告の肖像権に結びつけられた利益のうち名誉感情に関する利益を侵害したと認めるのが相当である。そうすると、被告による原告の肖像の使用は、その目的や原告に生じた不利益等に照らし、社会生活上受忍すべき限度を超えて、原告の肖像権を違法に侵害したものと認められる。 したがって、原告の前記（１）の主張のうち原告の肖像権が違法に侵害されたことを認めることができる。				

２．２．３　判決の総括的分析

（１）最高裁判所の判決

（ｉ）氏名に係る人格権・人格的利益（氏名権）

氏名権について、最高裁として初めて判断したのは、最判昭和 63 年２月 16 日（昭和 58 年（オ）第 1311 号）〔NHK 日本語読み訴訟事件〕である。

この判決は、「氏名は、社会的に見れば、個人を他人から識別し特定する機能を有するものであるが、同時に、その個人から見れば人が個人として尊重される基礎であり、その個人の人格の象徴であって、人格権の一内容を構成する」と判示し、氏名に関する権利・利益が人格権の一内容を構成するものであることを明らかにした。

氏名に関する権利・利益の内容としては、「氏名を他人に冒用されない権利・利益」（氏

名専用権）及び「氏名を正確に呼称される利益」（氏名呼称権）に言及している[107]。

もっとも、直接的には「氏名を正確に呼称される利益」（氏名呼称権）が問題となった事案であるため、氏名専用権について、その内容・対象、侵害の成立要件について明らかにするものではない。

氏名、肖像等に係るパブリシティ権について、最高裁として初めて判断したのは、最判平成 24 年２月２日（平成 21 年（受）第 2056 号）〔ピンク・レディー事件〕である。

この判決は、「人の氏名、肖像等（以下、併せて「肖像等」という。）は、個人の人格の象徴であるから、当該個人は、人格権に由来するものとして、これをみだりに利用されない権利を有すると解される･･･。そして、肖像等は、商品の販売等を促進する顧客吸引力を有する場合があり、このような顧客吸引力を排他的に利用する権利（以下「パブリシティ権」という。）は、肖像等それ自体の商業的価値に基づくものであるから、上記の人格権に由来する権利の一内容を構成するものということができる」と述べ、氏名、肖像等の顧客吸引力を排他的に利用する権利をパブリシティ権とし、人格権に由来する権利と位置付けた[108]。

また、同判決は「肖像等を無断で使用する行為は、①肖像等それ自体を独立して鑑賞の対象となる商品等として使用し、②商品等の差別化を図る目的で肖像等を商品等に付し、③肖像等を商品等の広告として使用するなど、専ら肖像等の有する顧客吸引力の利用を目的とするといえる場合に、パブリシティ権を侵害するものとして、不法行為法上違法となると解するのが相当である」とし、「専ら」基準説を採用した上、パブリシティ権侵害が成立する３類型を明らかにした[109]。

（ⅱ）肖像に係る人格権・人格的利益（肖像権）

最高裁として、初めて肖像に関連する判断をしたのは、刑事事件であり、警察官によるデモ隊員の写真撮影に関する最判昭和 44 年 12 月 24 日（昭和 40 年（あ）第 1187 号）〔京都府学連事件〕である[110]。

この判決は、「憲法一三条は、･･･国民の私生活上の自由が、警察権等の国家権力の行使に対しても保護されるべきことを規定しているものということができる。そして、個人の

---

[107] 「氏名を正確に称呼される利益は、氏名を他人に冒用されない権利・利益と異なり、･･･」と判示して、「氏名を他人に冒用されない権利・利益」、すなわち氏名専用権としての氏名権の存在を最高裁として初めて承認したと理解されている（塚原・前掲注 64）34、35 頁）。

[108] 本判決の調査官解説である中島・前掲注 66）26 頁は「本判決は、パブリシティ権が人格権に由来するものであるとして、人格権説を採用することを明らかにしている」としつつ、同 29 頁において「肖像等には、『人格財』としての側面と、商業的価値を構成する『経済財』としての側面があり、本判決は、･･･『人格財』と『経済財』を性質の相容れない相互に独立したものとして二元的に捉えた上、『経済財』を保護する権利としてパブリシティ権を構成するものである」と説明する。なお、本判決の示したパブリシティ権の法的性質については、論者によって理解に相違があることを指摘する見解がある（上野達弘「人のパブリシティ権」吉田克己＝片山直也編『財の多様化と民法学』411-413 頁（商事法務、2014））。

[109] 中島・前掲注 66）37 頁。

[110] 五十嵐・前掲注 63）165 頁、大家・前掲注 89）19 頁。

私生活上の自由の一つとして、何人も、その承諾なしに、みだりにその容ぼう・姿態（以下「容ぼう等」という。）を撮影されない自由を有するものというべきである」と判示した。

判決は、権利や利益ではなく「自由」という表現を用い、また「これを肖像権と称するかどうかは別として」という留保を付しているが、実質的に肖像権を肯定した判決と評価されている[111]。

最高裁の民事事件として、初めて肖像に関連する判断をしたのは、最判平成17年11年10日（平成15年（受）第281号）〔和歌山毒入りカレー事件〕[112]である。

この判決は、〔京都府学連事件〕を引用して「人は、みだりに自己の容ぼう等を撮影されないということについて法律上保護されるべき人格的利益を有する」と述べるとともに、「人は、自己の容ぼう等を撮影された写真をみだりに公表されない人格的利益も有する」と判示し、人がこれらの肖像の撮影・公表に関する人格的利益を有することを明らかにした。

また、同判決は、「人は、自己の容ぼう等を描写したイラスト画についても、これをみだりに公表されない人格的利益を有する」ことも明らかにしている。

さらに、同判決は、肖像権の侵害の成否の判断について、「もっとも、人の容ぼう等の撮影が正当な取材行為等として許されるべき場合もあるのであって、ある者の容ぼう等をその承諾なく撮影することが不法行為法上違法となるかどうかは、被撮影者の社会的地位、撮影された被撮影者の活動内容、撮影の場所、撮影の目的、撮影の態様、撮影の必要性等を総合考慮して、被撮影者の上記人格的利益の侵害が社会生活上受忍の限度を超えるものといえるかどうかを判断して決すべきである」と判示した。

肖像等のパブリシティ権に関する最高裁判決については、上述のとおりである（最判平成24年2月2日（平成21年（受）第2056号）〔ピンク・レディー事件〕）。

（iii）名称に係る人格権・人格的利益（名称権）

最高裁として、初めて団体（宗教法人）の名称権について判断をしたのは、最判平成18年1月20日（平成17年（受）第575号）〔天理教豊文教会事件〕である。

この判決では「宗教法人も人格的利益を有しており、その名称がその宗教法人を象徴するものとして保護されるべきことは、個人の氏名と同様であるから、宗教法人は、その名称を他の宗教法人等に冒用されない権利を有し、これを違法に侵害されたときは、加害者に対し、侵害行為の差止めを求めることができると解すべきである」とし、「宗教法人の名称を他の宗教法人等に冒用されない権利」を認めた。侵害の成否の判断については、「乙宗教法人の名称使用の自由に配慮し、両者の名称の同一性又は類似性だけでなく、甲宗教法人の名称の周知性の有無、程度、双方の名称の識別可能性、乙宗教法人において当該名称を使用するに至った経緯、その使用態様等の諸事情を総合考慮して判断されなければならない」と述べ、総合考慮のアプローチを採用した[113]。結論としては名称権が違法に侵害されたとはいえないとして、差止請求を棄却している。

---

111 五十嵐・前掲注63）165頁、大家・前掲注96）272頁。

112 太田・前掲注89）194、195頁。

113 宮坂・前掲注101）273頁。

（２）下級審の判決

（ｉ）氏名に係る人格権・人格的利益（氏名権）

（Ａ）訴訟上問題となった行為

氏名権について、訴訟上問題となった行為は、氏名の冒用行為、戸籍上の氏名（氏）の使用を求めた行為、ネームプレートの着用を義務づけた行為、無断で氏名を広告等に利用した行為が挙げられる。

氏名の冒用行為は、いずれも冒用者が被冒用者の存在を知っていた事案であり、使用される氏名と第三者の氏名の偶然の一致が問題となった事案は見当たらなかった。

（Ｂ）考慮要素

問題となった行為が不法行為法上違法となるか否かの判断においては、例えば下記のような事情が考慮されていた。

＜氏名の冒用行為＞

・承諾の有無
・冒用者による氏名の使用の態様
・氏名の使用された文書等の性質
・被冒用者の氏名と冒用者の使用する氏名の同一性・類似性

＜戸籍上の氏名（氏）の使用を求めた行為＞

・戸籍上の氏名の使用を求める目的の合理性、必要性
・手段の合理性

＜ネームプレートの着用を義務づけた行為＞

・氏名表示の目的の合理性、必要性
・氏名の表示の態様
・氏名を表示することによる不利益の程度

＜無断で氏名を広告等に利用した行為＞

・冒用者による氏名の利用の態様
・承諾の範囲

（ⅱ）肖像に係る人格権・人格的利益（肖像権）

（Ａ）訴訟上問題となった行為

肖像権について、訴訟上問題となった行為としては、無断で写真撮影により肖像を作成した行為、無断で図画により肖像を作成した行為、無断で作成した肖像を第三者に提供した行為、無断で作成した肖像を公表した行為、無断で顔写真を利用してインターネット上の掲示板において第三者に対する中傷等を行った行為、無断で肖像を広告等に利用した行為が挙げられる。

（B）考慮要素

問題となった行為が不法行為法上違法となるか否かの判断においては、例えば下記のような事情が考慮されていた。

＜無断で写真撮影により肖像を作成した行為＞

・承諾の有無
・写真撮影の目的、態様、必要性
・社会の正当な関心の対象である事実との密接関連性
・写真撮影された画像の管理方法

＜無断で図画により肖像を作成した行為＞

・描写された人物の社会的地位、活動内容
・図画の表現方法、内容

＜無断で作成した肖像を第三者に提供した行為＞

・提供の目的、方法、必要性

＜無断で作成した肖像を公表した行為＞

・承諾の範囲
・公表の目的、態様、必要性
・社会の正当な関心の対象である事実との密接関連性
・公表内容及び方法の目的との関係における相当性

＜無断で顔写真を利用してインターネット上の掲示板において第三者に対する中傷等を行った行為＞

・顔写真の使用の目的、態様
・被侵害利益の程度

＜無断で肖像を広告等に利用した行為＞

・冒用者による肖像の利用の態様
・承諾の範囲

（iii）名称に係る人格権・人格的利益（名称権）

（A）訴訟上問題となった行為

名称権について、訴訟上問題となった行為は、著名な宗教法人と同一の名称を冒用した行為があった。

（B）考慮要素

問題となった行為が不法行為法上違法となるか否かの判断においては、例えば下記のような事情が考慮されていた。

＜名称の冒用行為＞

・冒用者による名称使用の目的、態様
・名称の冒用により被冒用者が被る損害
・差止めを認めることにより冒用者が被る不利益

２．３　氏名等に係る人格権に関するヒアリング結果

２．３．１　ヒアリング対象者

次の有識者へヒアリングを行った。

関西大学法学部 法学研究科	隈元　利佳　准教授
京都大学大学院 法学研究科	山本　敬三　教授
東京大学法学部	米村　滋人　教授

（氏名は五十音順に記載[114]）

２．３．２　ヒアリング結果

（１）氏名権について

（ｉ）学説・判例の整理（権利内容、保護対象、侵害成立要件、救済手段）

日本においては、氏名権は、学説・判例上どのように整理されているか、特に、権利の内容、保護対象、侵害が成立する要件、救済手段等について質問し、回答を得た。

氏名権については、日本において、明文の規定が存在しない上、判例・裁判例が少なく、学説上も十分な議論がないことを前提に、次の意見があった。

まず、氏名権の内容については、学説上、一つではなくいくつかに分類されるという意見が複数あった。例えば、下記のような分類について言及があった。

> １　他人にその氏名を冒用されない権利・利益
> ２　氏名を正確に呼称される利益
> ３　戸籍上の氏名を使用又は呼称されることを強制されることによる社会生活上の不利益に係るもの
> ４　氏名にも顧客吸引力がある場合にそれを利用する権利・利益（パブリシティ権）

なお、上記の分類のうち、本規定に係る人格的利益と関連性が認められるのは、上記１（他人にその氏名を冒用されない権利・利益）ではないかとの指摘があった。

保護対象については、戸籍上の氏名が保護されることについて争いはないが、通称も本名同様に保護を受けるとされており、戸籍名、通称以外の保護対象としては、家元の名称や法人の名称等も問題になり得ると理解されているとの指摘があった。

侵害の成立要件については、「具体的な線引きは明らかではないが、氏名を勝手に用いた場合の一部に限られると考えられている」といった意見があった。他方で、上記１の権利・利益に関して、「冒用といえるかどうかで判断されている」という意見や、氏名権の侵害が

[114] 具体的な意見（枠囲い内）については順不同に記載した。

「絶対権の侵害、あるいは非絶対権の侵害のどちらに該当するのかが問題とな」り、学説上は両論あり得るとした上で、「絶対権侵害とするのであれば、氏名の冒用が形式的に認定されれば基本的に侵害ということになるし、非絶対権侵害とするのであれば、氏名がどのような氏名なのか、その侵害行為の主観的、客観的態様を総合判断した上で違法性を判断することになる」という意見があった。

救済手段については、差止め及び損害賠償であるとの指摘があった。

具体的には次の意見があった。

日本の民法を中心とする学説では、氏名権についてのはっきりした議論はほとんどなされていないと言ってよい。

日本では氏名権に関する明文の規定が全く存在しない[115]。判例があればまだ議論が進むところ、一般に氏名権の判例と言われているのが、NHK 日本語読み訴訟事件[116]である。これは、ニュース番組の中で韓国人の方の名前を日本語の漢字読みしたことが人格権の侵害に当たるのではないかが問われた訴訟である。ただし、最高裁は氏名が人格的利益の客体として保護される旨は述べたものの、当該事案では結論として不法行為責任の成立を否定しているため、本当に氏名権を保護したものであると言えるのかは微妙である。最高裁判決としてはこれしかないため、一応、この判決が、氏名権が保護されることを示した判決であると言われている。しかし、具体的な権利範囲やどのような場合に侵害が成立するのかは明らかでなく、学説上もその点に関する議論はされずに今に至っている。

氏名権の典型的な侵害場面として通常想定されていると思われるのが、他人の氏名を勝手に無断で用いる場合であろうが、その場合にどれぐらい著名性が必要であるのか、全く無名の一般人の名前を勝手に使ったケースでも侵害になるのかは議論されていない。

一般論としては、ドラマやアニメで、登場人物がフルネームで登場する場合に、日本のどこかに同姓同名の人がいることはあり得る。だからといって、それで氏名権侵害になるとは言い難いであろう。他方で、実在する有名人の名前をそのまま本人の同意なしにドラマや小説で使った場合は、氏名権の侵害となり得ると解されているのではないか。

議論がないので確たることは言えないが、氏名権の侵害場面にあたるものは、具体的な線引きは明らかではないが、氏名を勝手に用いた場合の一部に限られると考えられている。侵害に当たる場面がどこなのかを今後詰めていかなければならないのが、民法側の課題として残っている状況である。

そうだとすると、商標の問題に関しても、氏名権の保護が必要となるのはこういう場合であり、こういう場合は保護の対象外だというようなことをはっきり言うのは難しい状況になっている。

---

[115] 民法第 710 条・第 711 条に、生命・身体・自由・名誉の侵害の場合に損害賠償請求をなしうる旨の規定があり、これが唯一、人格権・人格的利益に関する明文規定である。

[116] 最判昭和 63 年２月 16 日（昭和 58 年（オ）第 1311 号）〔NHK 日本語読み訴訟事件〕）

商標法第４条第１項第８号の規定は、現行法の制定された昭和 34 年から改正なく現在に至っているが、民法上の氏名権の議論について、変遷はあるかという質問に対して、昭和 34 年からの議論の変遷については、NHK 日本語読み訴訟事件判決[117]は請求棄却の判断ということもありどれぐらいの影響があったかは分からないが、少ないながらも議論はされてきた。特に、この間に比較法研究が進んでおり、ドイツやフランスに関する氏名権の紹介論文が出てきたことから、ある程度問題意識は醸成されてきていると思うので、（現行商標法が成立した）昭和 30 年代当時と全く同じではないだろう。

ただ、商標法に関係した事案でなくても、世の中に同姓同名の人は沢山いるので、そのような人たちがお互いに名前を使うなと主張し合うケースは十分あり得て、そのときに、どうやって調整していくのかはまだ全く議論されていない。実務的に活用可能な結論が出ている段階ではない。商標法の議論に載せるに適した民法の議論が出てきているわけでもない。

このような、商標法の問題を踏まえて民法の側がもっと議論して、いろいろと有益なアイデアや考え方を提示していかなければと思う。

前提として、最高裁判例の昭和 63 年判決[118]において、氏名権の概括的なことは述べられている。同判決では「社会的機能」と言われていたかと思うが、それはつまり、氏名は、人の識別特定のためのものであるということを前提に、この氏名と何かが結びついて、その人と何らかの人格的利益との結びつけ役になっているというのが、氏名の役割ではないかと思う。もっとも、氏名と結びつき得る人格的利益には、多様なものがあるので、これが議論を複雑にしているのではないかと思う。

ここで言う多様なものとは、大きく２つに分けることができると思う。１つが、個人、とりわけ自然人の場合に当てはまるが、氏名が、その人を特定することによって、その個人のアイデンティティに係る人格的利益と結合することである。しかし、氏名と結びつく人格的利益はそれだけではなく、特定されたその人の人格的権利、例えば、名誉、信用、あるいはプライバシー、さらに、最近では平穏生活権のようなものや、パブリシティ権などが個人の人格的権利の利益としてあり、それが氏名によって、その人の持っている人格的利益と結合している。

上記前提を踏まえて、（１）について回答すると、一般に氏名権の権利内容、あるいは保護対象と言われているものは、学説文献上、大きく分けると４つ挙げられる。１つ目が、他人にその氏名を冒用されない権利・利益である。２つ目が、昭和 63 年判決で述べられている、他人から氏名、特に外国籍の氏名を正確に呼称される利益である。３つ目が、女性の場合に問題となることが多いが、戸籍上の氏名を使用又は呼称されることを強制されることによる社会生活上の不利益に係るものである。４つ目が、肖像のみではなく、氏名にも顧客吸引力がある場合に、それを利用する権利・利益である。ただし、

[117] 前掲注 116）と同じ判決。
[118] 前掲注 116）と同じ判決。

一般的な分類は以上のとおりだが、私の理解によると、このような分類では、その後の議論展開が難しいと思う。個人的には、上記の１つ目が、アイデンティティに係る人格的利益であり、それ以外がその他の人格的利益ではないかと思う。

侵害が成立する要件については、私の理解では、いずれも特定の人の人格的権利・利益と、他の人の権利・利益、表現の自由や、経済活動の自由等との比較衡量の問題になるという点では変わらないが、従来の判例や文献を見ている限りでは、先程の４つのうちの１つ目、氏名を冒用されない権利・利益の侵害成立要件というのは、冒用といえるかどうかで判断されているのではないか。この点について直接扱った判例自体も、傍論であるが、おそらく冒用という評価を含む要件に該当するかを考慮しながら、氏名権の侵害について判断しているのだと考える。２つ目の外国籍の氏名を正確に呼称される権利・利益は、昭和 63 年判決で示されており、一応、受忍限度のような考え方で衡量されているが、環境問題などでみられる受忍限度論とは違った衡量をしている。氏名を正確に呼称される権利・利益は、原則として弱い権利・利益だという評価を前提にして、被害者の意思に違背する場合と害意がある場合に限って、受忍限度を超えているとされる。ただし、外国人の氏名の場合、我が国における慣用的な方法で呼称することは正当化されるという例外も説示されているが、これは昭和 63 年当時の話であり、現在もそのまま認められるかは別問題だろうと思う。また、３つ目の戸籍上の氏名の使用を強制されることに係る不利益ついては、確立した判例法の有無はわからないが、受忍限度論に当たるような枠組みで考えるのではないかと思う。４つ目のパブリシティに相当するものは、最高裁の平成 24 年判決（ピンク・レディー事件）[119]において「専ら」基準で判断されており、おそらく氏名と結びついたパブリシティ権についても、同様の判断がされるのではないかと推測する。

救済手段は、差止め、損害賠償である。

氏名権の４類型のうち、「氏名を正確に呼称される利益」及び「戸籍上の氏名の使用等の強制に係る不利益」は、アイデンティティに係る権利・利益とその他の権利・利益のどちらに分類されるのかという質問に対して、実際に紛争になっているのは、（前者については）外国人の氏名の呼び方であり、また、（後者については）特に国ないしは国に類する機関において、戸籍上の氏名をその人の氏名として使い、通称を認めていなかったような時代の話になるのかもしれないが、戸籍上の氏名の使用を強要されることに対する反対があった場合であると理解している。

これらは、個人のアイデンティティにかかわる事柄として、少なくとも、アイデンティティに係る権利・利益の側面と結びつくものと思われる。また、アイデンティティに係る権利・利益のみならず、その他の権利・利益も、名誉がまさにそうであり、プライバシーもあり得るかと思うが、結びつき得ると考えられる。そして紛争形態に応じて、どちらの権利・利益がより一層問題になっているのか、それに応じて侵害の有無、その責任の成否、あるいは考慮要素や消極要件のあり方に影響を及ぼしてくるのではないか

[119] 最判平成 24 年２月２日（平成 21 年（受）第 2056 号）〔ピンク・レディー事件〕。

と考えられる。

広い意味で「氏名権」という言葉を使用する時には、大きく次の３つがある[120]。１）氏名専用権（氏名を他人に冒用されない権利）、２）氏名を正確に呼称される利益、３）氏名のパブリシティ権。

このヒアリングで問題になるのは、氏名を他人に冒用されない権利としての氏名専用権と思われるため、以下は氏名専用権を念頭において説明する。

この点に関する判例としては、氏名権が承認された昭和 63 年の NHK 日本語読み訴訟事件がある。ただし、本判決は、2）氏名を正確に呼称される利益が直接の争点となった判決であり、それについて論じるための前提として氏名権を承認した形になっている。そのため、本判決において氏名権が承認されてはいるが、当該判決において、氏名専用権の定義や侵害判断基準などについて詳しく示されたわけではないため、今回の質問の内容について、本判決を手がかりに考えることは難しいと思う。

そこで、学説からその権利の内容等について考察すると[121]、権利の内容については、自己の氏名使用を争われない権利、そして他人が権限なしに自己の氏名を使用することを禁止する権利ということができる。保護対象については、戸籍上の氏名が保護されることについて争いはないが、五十嵐先生の『人格権法概説』などでは、その通称も本名同様に保護を受けるとされており、戸籍名、通称以外の保護対象としては、家元の名称や法人の名称等も問題になり得ると理解している。ただ、法人の名称については、保護対象になり得るというだけであって、結論をどちらと解するかは問題であり、議論がある。

次に、氏名専用権の侵害判断については、昭和 63 年判決は侵害判断基準を示していない。学説を参考にして考えると、侵害判断の考え方の枠組みとして、氏名権に限らず人格権侵害においては、絶対権の侵害、あるいは非絶対権・相対権の侵害のどちらに該当するのかが問題となる。絶対権侵害の場合、権利侵害の事実を形式的に認定できれば、それがどのような態様かを問わずに違法評価を受けるのに対して、非絶対権・相対権の侵害の場合には、侵害行為に対して絶対的な保護を受けるわけではなく、特定の行為態様による侵害に対してのみ保護される。そのため、非絶対権侵害の場合には、加害者側に存在する利益、代表的なものとしては名誉毀損における表現の自由などとの比較衡量という侵害判断プロセスを辿る。

氏名権がその絶対権侵害又は非絶対権侵害いずれに該当するのかという点については、名誉や肖像などは非絶対権侵害とされているが、氏名権のうちの氏名専用権については、基本書などを確認したところでは、その両方の立場を見つけることができた。あ

120 （回答者注）この他にも、婚姻後も旧姓を通称として使用する権利などがある。

121 （回答者注）以下、この段落の内容は、五十嵐・前掲注 63）148 頁以下に依拠している。148 頁の注１には氏名権に関する論文が複数挙がっているものの、それらの内容を確認することまではできなかった。本ヒアリングにおいて十分な回答ができなかった点について、それらの論文に記載されている可能性がある。

る基本書では、氏名専用権については絶対権侵害型とされており[122]、またある基本書では、氏名専用権及び氏名を正確に呼称される利益の侵害については非絶対権侵害・相対権侵害の方に位置づけられていた[123]。侵害判断基準は、氏名権侵害を絶対権侵害とするか、非絶対権侵害とするのかによって、変わってくるのではないかと思う。絶対権侵害とするのであれば、氏名の冒用が形式的に認定されれば基本的に侵害ということになるし、非絶対権侵害とするのであれば、氏名がどのような氏名なのか、その侵害行為の主観的、客観的態様を総合判断した上で違法性を判断することになる。

救済手段については、損害賠償と差止めの双方が考えられる。

侵害判断を考える際の、氏名専用権及び氏名を正確に呼称される利益の侵害を絶対権侵害と非絶対権侵害のどちらとして考えるのかという点について、学説ではどちらが有力ということまでは確証を得ることができなかった。他方、下級審裁判例では、東京高判平22・4・7判タ1344号169頁が、冒用者の目的や意図を考慮しながら違法性の有無を判断するという判断枠組みを否定している[124]。この東京高裁判決は、氏名の冒用を絶対権侵害型と捉えているようにも見える。ただ、この東京高裁判決に見られるスタンスがその後の下級審裁判例の傾向として定着しているかどうかまでは確証が得られなかった。

（ii）故人の氏名権

故人の氏名は氏名権による保護の対象となるのか質問し、回答を得た。

一般論として、人格権（氏名権を含む）は一身専属的なものであって、死亡すれば消滅すると考えられていることから、故人の人格権は否定されるという点で、意見は共通していた。

もっとも、死者のパブリシティ権については、故人を保護対象とするかは今後の課題であるとする意見や、遺族が固有の権利・利益を有する可能性があるという意見があった。死者の名誉権についても、遺族が固有の権利・利益を有する可能性があるという意見があった。

具体的には次の意見があった。

普通は、亡くなると氏名権に限らずあらゆる人格権は消滅すると考えられており、一般的には相続性も否定されている。したがって、故人の氏名権は基本的には保護対象にならないと考えられてきた。

---

122 （回答者注）橋本佳幸ほか著『民法Ⅴ　事務管理・不当利得・不法行為　第２版』（有斐閣、2020年）131頁。

123 （回答者注）加藤雅信『新民法大系Ⅴ　事務管理・不当利得・不法行為（第２版）』（有斐閣、2005年）224頁。189頁及び229頁も参照。

124 （回答者注）木村和成「近時の裁判例にみる「人格権」概念の諸相」立命館法学363・364号1434頁による分析も参照。

ただ、この原則の適用については問題がある。パブリシティ権も氏名権・肖像権の一環であると捉える考え方が有力になっている。ピンク・レディー事件の最高裁判決では、氏名・肖像の有する顧客吸引力を排他的に利用する権利がパブリシティ権であるとの定義がされており、人格権に関連する権利としてパブリシティ権が位置づけられている。もっとも、この判決では正確には「人格権に由来する権利の一内容を構成する」と書かれており、パブリシティ権が完全に人格権と同じ性質を有するものであるかは明確になっていない。仮に人格権から派生する別の権利であるという位置づけになるのなら、死者の権利性を認めることができる可能性もある。パブリシティ権に関しては、故人についても問題とされるケースが実際に起こっており、故人について保護対象とするかについては今後の課題となっている。

整理すると、従来の原則論では氏名権は故人には認められていないのに対して、今後の議論次第では、少なくともパブリシティ権との関係では故人の氏名権が保護対象となる可能性が残されていると考えられる。

名誉権などについて議論があるが、氏名権そのものに関しては、議論があるのかよくわからない。人格権の一般論でいうと、人格権そのものは一身専属的なものであって、死亡すれば消滅すると考えられており、その枠内で考えるのであれば、同様であると考えられる。しかし、死者の名誉権については、議論のあるところであり、その人自身の人格権は死亡によって消滅するが、遺族が固有の権利・利益を有する可能性があり、それが侵害されていれば差止めなり損害賠償なりが認められる余地があると考えられていると思う。そうだとすると、同じようなことが氏名権についても当てはまる可能性がある。ただ、その場合の問題は、そこでいう「遺族固有の権利・利益」とは一体何であるのかということで、よく言われるのは、故人に対する追慕の念だとか、また、故人の人格が経済的利益に結びついている場合は、その経済的利益を指しているとか、あるいは死者そのものの名誉に相当するものを遺族固有の権利・利益としてみなすのかとか、いろいろな議論があり得ると思う。少なくとも氏名権について、この点が議論されているのかもしれないが、私は承知していないので、従来の議論からの推測になるが、よく検討する必要があるだろう。

氏名権は人格権の一内容となるので、人格権の一般的な理解からすれば、一身専属権であり、その死亡と共に消滅しその故人の氏名がその人格権として保護の対象になることはないというのが今日の基本的な理解である。しかし、人格権にも譲渡性・相続性を認めるような見解を示している先生もいるので、今後この人格権の基本的な理解が変われば、先の考え方も変わる可能性がある。

なお、その先生が念頭に置かれているのは、パブリシティ権のような人格権の財産価値的構成部分だと考えられる。これに対し、氏名権については財産的利益に特化しているものではないため、その先生のような学説が出てきていることを考えても、財産的価値を有しない故人の氏名権が人格権として保護対象になることはないのではないか。ただし、故人の氏名の冒用については、遺族の名誉感情や精神的な利益を害する場合には、

別の法律構成での救済が別途問題になり得ると考える。

（iii）氏名を有する者の周知・著名性の影響

氏名を有する者の周知・著名性は、氏名権の保護対象該当性、侵害の成立に影響するか質問し、回答を得た。また、氏名を有する者が、自己の氏名により経済的利益を得る見込みがあるか否かは、氏名権の保護対象該当性、侵害の成立に影響するか[125]も質問し、回答を得た。

氏名権の保護対象該当性との関係については、【氏名を有する者の周知・著名性】、【氏名を有する者の経済的利益を得る見込み】いずれも、影響を与えないという意見があった。

侵害の成立との関係については、氏名権のうち、「他人にその氏名を冒用されない権利・利益」に関して、【氏名を有する者の周知・著名性】、【氏名を有する者の経済的利益を得る見込み】いずれも影響を与える可能性があるという意見があった。

他方で、「他人にその氏名を冒用されない権利・利益」は、アイデンティティに係る人格的利益であるからいずれも影響を与えないという意見[126]もあった。

また、【氏名を有する者の経済的利益を得る見込み】が侵害の成立に影響を与えるかについて、パブリシティ権と氏名権との関係をどう捉えるかにより結論が異なるとし、前者が後者に吸収されると考える場合には影響を与える可能性があるが、両者を全く別の権利と考える場合には影響しない可能性が高いとの意見もあった。

具体的には次の意見があった。

保護対象該当性等の問題と侵害判断の問題に分けて説明する。保護対象該当性との関係では、周知・著名性、それから得られる経済的利益見込み、このどちらも影響しない。昭和 63 年判決において、氏名は「人が個人として尊重されるという基礎であり、その個人の人格の象徴」であるというような根拠によって人権の一内容と認められたため、人であれば周知・著名性等を問わず、保護対象に入る。ただし、侵害判断の問題においては、周知・著名性や経済的利益を得る見込みが、その判断に影響を及ぼす可能性はある。仮に氏名権を非絶対権（相対権）侵害のように捉えて、対抗利益も含めた総合考慮の中で、侵害判断をするのであれば、その総合判断の考慮要素の一つとして、周知・著名性や経済的利益を得る見込みという事情を違法の評価に傾く事情として考慮することはあり得る。ただし、私見では、周知・著名性の有無が侵害を判断する上での必要条件には

[125] 氏名を有する者が、自己の氏名により経済的利益を得る見込みがなく、（他人により経済的利益を得る態様で氏名を使われることに対し、）嫌悪感等を有するのみであっても、氏名権の保護対象となり、又は侵害の成立が認められるのか、という点も含めて、質問をした。

[126] この意見においても、氏名権のうち、アイデンティティに係る人格的利益に該当しないもの（名誉、信用、プライバシー、平穏生活権、パブリシティ権）に関しては、【氏名を有する者の周知・著名性】、【氏名を有する者の経済的利益を得る見込みの有無】が、侵害の成立に影響し得るとの指摘があった。

ならないと思う。

氏名そのものは識別特定のための記号であって、それ自体が何か固有の権利・利益であるというように見るべきではないと思う。人が持っている人格的権利・利益と氏名が結びつくことによって、氏名権が成立していると考える。その人が持っている人格的権利・利益は、大きく２つに分けられる。１つが自己同一性、個人のアイデンティティに係る権利・利益。もう１つが、その他の人格的な利益。例えば、名誉、信用、プライバシー、平穏生活権、パブリシティというようなものである。この問いに関して言うと、氏名を有する者の周知・著名性というのは、少なくとも、アイデンティティに係る権利・利益には関係がないと思うし、影響もしない。経済的利益を得る見込みがあるかどうかということも影響しない。

しかし、その他の人格的利益、つまり、名誉、信用、プライバシー、平穏生活権、パブリシティなどについては、周知・著名性が影響し得る。特にパブリシティについては、経済的利益を得る見込みというのがもちろん関係し得る。だから、氏名権を少し整理しておかないと、この問いにはきちんと答えられないのではないかと思っている。

アイデンティティ、その人が自分はこういうものだと、自己同一性を自分自身がそう思うというだけではなく、社会においても、自己をそのようなものと受けとめてもらうようにすることが出来るという意味でのアイデンティティに係る権利・利益が侵害されれば、権利侵害になると思う。しかし、この問いの最後から３つ目の文に書かれている「嫌悪感等を有する」というのは、精神的利益の損害を指していると思われ、精神的損害が生ずる前提にある、アイデンティティに係る権利・利益の侵害という意味ではないと思う。

このようなことから、文献等には書かれていないが、どの権利・利益の侵害が問題になっているかに応じて、その侵害の成否及びその侵害の成否を判断するために考慮される要素が変わってくると思う。

氏名権とパブリシティ権の関係をどう捉えるかによる。一つ目の考え方として、パブリシティ権が氏名権や肖像権に吸収される、すなわち、パブリシティ権は氏名権・肖像権の一環としてのみ権利化されると考える場合には、パブリシティ権の保護範囲は原則として氏名権の保護範囲と一致することになる。少なくとも、氏名権等の範囲にない客体がパブリシティ権によって保護されることは考えにくい。そうであれば、パブリシティ権侵害で問題となるような経済的利益の取得目的なども氏名権の権利範囲に影響を及ぼす可能性がある（そのように考えないと、経済的利益の取得場面でパブリシティ権侵害を肯定しにくくなる)。二つ目の考え方として、二つの権利を全く別の権利であると切り離してしまうとの考えもあり得る。従来言われていたパブリシティ権の財産権構成はそのような考え方である。パブリシティ権とは財産権的な権利、経済的利益を保護するための権利であり、人格権である氏名権、肖像権とは区別する立場である。上記の通り、ピンク・レディー事件最高裁判決がそこをどう判断したのかはわからないが、後者の立場に立つならば経済的利益を得る見込み自体は人格権である氏名権の保護範囲には影響

しない可能性が高い。
最後の質問（経済的利益を得る込みがなくとも、他人により経済的利益を得る態様で氏名を使われることに対し、当該氏名を有する者が嫌悪感等を有する場合に侵害が成立し得るか）については、成立することもあり得ると思う。特に、上記の２つ目の考え方（パブリシティ権と氏名権を切り離して考える考え方）では、そのように考える可能性が高まる。この場合には、他人が経済的利益を得る目的で使うかと無関係に、そもそも他人が自分と同じ名前を使うことが不愉快であることが氏名権の侵害であるとする考えが全くあり得ないでもない。
デザイナーの氏名について考えてみると、デザイナー自身の本名を使っている限りにおいては、侵害としない、又は違法性はないと考えることは十分あり得る。他方で、デザイナーが亡くなった後にブランドだけが残っている場合や、本人が離脱して別の事業を立ち上げたが、当初のブランド名で会社が残っていて同じ名前で事業を継続したい場合などは、侵害になる場合があり得る。

創業者の氏名を同人の死後も使うことについてはどうかという質問に対して、そのような場合でも、上記２つ目の考え方のように、氏名権を独立に考えるのであれば侵害となり得るが、侵害となる可能性が高いとまではいえないように思う。同姓同名の人はたくさんおり、たまたま他の人が自分の名前で商業活動していることがあった場合に全部侵害とはならないだろう。
これはお互いの問題で、商標登録を認めてしまうと商標権者が他人の使用を差し止めることができる一方で､他人は人格権で差し止めることができるという状況はおかしい。そのような差し止め合いの状況を防ぐという意味で、そもそも商標登録を認めないという従来の規定は理解できる。

（ⅳ）「氏名を他人に冒用されない権利・利益」（最高裁昭和 63 年２月 16 日判決）とパブリシティ権（最高裁平成 24 年２月２日判決）との関係

最判昭和 63 年２月 16 日（昭和 58 年（オ）第 1311 号）〔NHK 日本語読み訴訟事件〕において言及されている「氏名を他人に冒用されない権利・利益」と、パブリシティ権（最判平成 24 年２月２日（平成 21 年（受）第 2056 号）〔ピンク・レディー事件〕）との関係について質問し、回答を得た。

前者が後者に吸収されるとする立場と、二つを別の権利として切り離して考える立場に分かれることを指摘する意見があった。

「氏名を他人に冒用されない権利・利益」とパブリシティ権では、権利主体が異なることを指摘し、その理由として前者は全ての自然人が持つ権利であるが、後者は氏名が顧客吸引力を有する人物しか有しない権利であることを指摘する意見があった。

両者の性質について、「氏名を他人に冒用されない権利・利益」はアイデンティティに係

る権利・利益であることを前提に、パブリシティ権は、アイデンティティに係る権利・利益ではないことを指摘する意見があった。

具体的には次の意見があった。

パブリシティ権は氏名権・肖像権に吸収されるとする立場と、二つを切り離して考える立場とがある。

「氏名を他人に冒用されない権利・利益」（氏名専用権）と「パブリシティ権」では、権利主体が異なる。氏名専用権は全ての自然人が持つ権利だが、パブリシティ権は顧客吸引力を排他的に利用する権利であるため、氏名肖像が顧客吸引力を有する人物しか有しない。ただし、顧客吸引力を有することが周知・著名（有名人・著名人）であるとは限らない。最近のパブリシティ権の主体論に関する議論の動向をみると、必ずしも著名人とはいえないものでも顧客吸引力があればパブリシティ権の主体となるという論調が出てきている。後者（有名・著名であること）が前者（顧客吸引力を有すること）より狭いともいえる。

また、侵害判断基準についても、パブリシティ権には侵害者の主観的要件として、無断使用行為が顧客吸引力を専ら利用する目的といえる場合のみ違法という基準が存在する。そのため、氏名権の侵害判断基準は、少なくともパブリシティ権の侵害判断基準と内容は異なる。

パブリシティ権は、人格的権利・利益の２つの種類（アイデンティティに係る権利・利益、その他の人格的権利・利益）のうちの後者の１つであるというのは明らかだと思う。

（ｖ）名称に関する権利

法人等の名称について、１（ｉ）と同種の名称に関する権利は認められるか。認められる場合は、権利の内容、保護対象、侵害が成立する要件、救済手段等についてどのように考えるかを質問し、回答を得た。

人格権は個人の権利であるため、法人等の名称と自然人の氏名では、法的な枠組みや権利のタイプが異なるとの意見が複数みられた。

また、氏名権の性質から場合分けをし、アイデンティティに係る権利・利益については法人等に同様の権利・利益を認めるか議論の余地があるが、その他の権利・利益については、本質的に自然人の場合と同様に考えられるのではないかとの意見があった。

具体的には次の意見があった。

基本的には氏名権、人格権は個人の権利なので、法人等の「名称」については氏名権と同じタイプの権利の対象にはなっていないと考えられる。他人の「名称」を使うと、

不正競争防止法など別の法律の関係で問題とされる可能性があるが、その限度で保護されるものであり、氏名権との関係では保護範囲に入らないと言ってよい。

裁判例において法人の名称の使用が争われた例は複数あるが、法人の名称が、自然人の氏名と同様の氏名権という法的枠組みに入るかどうかは別問題である。法人の名称の使用は、自然人の氏名権と区別されるべきだという見解がいくつかあるようだが、個人的にも法人等の名称は少なくとも自然人の氏名権と同一の法的枠組みとして保護されないと考えている。こう考える根本には、人格権はあくまで自然人の人格についての権利だということがある。

これも権利・利益を２つに分けたことと結びつく。まず、その他の権利・利益、特に名誉、信用、パブリシティのような権利・利益は法人等の名称についても認められる。プライバシーや平穏生活権が認められるかについては、名称の場合、疑問がある。侵害成立要件や救済手段等については、考慮すべきことが若干変わる可能性はあるが、本質的には自然人の場合と同じように考えられるのではないかと思う。

これに対して、アイデンティティに係る権利・利益ついて、これは人権の枠内の話なのかもしれず、また個人の尊厳の範囲内の問題かもしれないが、自然人について認められることには異論の余地はないと思うが、法人あるいは団体にこのようなアイデンティティに係る権利・利益を認めるかという点については、議論の余地がかなりあるのではないかと思う。人権論でも法人に対して非常に消極的な立場をとっている憲法学者は多いが、そのような立場からすると、やはり両者は違う、つまり個人の尊厳の問題であり、個人の人格権の問題と、法人とは同視すべきではないというように区別されて、両者は異なるものとみる余地はある。しかし、アイデンティティに係る権利・利益についても、自分がこう思う、こうありたいと思うことだけではなく、社会において自分はこういう者だという存在を示していきたいというものを権利・利益として評価することはできるし、おそらくそのように評価すべきであろうと思う。その意味において、名誉と重なってくる面があるのだが、そういうものだと見ると、法人についてもかなり限定した要件の下ではあるかもしれないが、個人と同じようなアイデンティティについての権利・利益の保障というのを認める余地はあるのではないかと思う。こういう議論が既に行われているかもしれないし、法人の名誉との関係では、現になされていると思うのだが、いずれにせよ立場が分かれる可能性があると思う。

（２）氏名権と商標法第４条第１項第８号の氏名に係る人格的利益との関係

（ｉ）本規定に係る人格的利益の位置付け

本規定に係る人格的利益（「自らの承諾なしにその氏名、名称等を商標に使われることがない利益」[127]）は、日本における氏名権の整理において、どのように位置付けられるのか。

特に、保護対象、侵害が成立する要件、救済手段等についてどうのように考えるか質問

[127] 最判平成17年7月22日（平成16年（行ヒ）第343号）〔国際自由学園事件〕。

し、回答を得た。

本規定は、商標法第４条第１項の他の号との関係から、承諾なしに氏名・名称等を商標に使用されない権利・利益を保護するものと理解され、氏名権のうち、少なくとも人のアイデンティティに係る権利・利益が含まれていると見るべきとの意見があった。

他方で、本規定は民法の氏名権の権利行使可能な範囲を超えて他人の人格的利益を保護している可能性があること、他人の氏名を使われない利益を保護し過ぎの印象があることを指摘し、本規定に係る氏名を使われない利益について、保護対象や侵害要件をどう考えるかは、人格権の問題ではなく商標制度の問題であるとの意見もあった。

具体的には次の意見があった。

概括的な答えになるが、商標法第４条第１項には第１号から第 19 号まであって、その中の８号であるということから、その他の権利・利益のうちの信用だとか、パブリシティそのものではないかもしれないが、そういった権利・利益に関しては第４条第１項の他の号で同一性を誤信させるようなタイプのものが挙がっていたかと思うので、そのようなものでカバーされているとすると、８号は、そういったものを除いた意味での氏名に関して、特に承諾なしに氏名・名称等を商標に使用されない権利・利益であって、人格権に含まれるものであるというような理解がされているのではないかと思う。そうすると、商標法第４条第１項第８号の権利・利益は、私の理解によると、氏名権として語られているもののうち、少なくとも、人のアイデンティティに係る権利・利益がそこに含まれていると見なければいけないと思う。それだけかと言われると、信用や名誉、あるいはパブリシティに相当するようなもの、平穏生活権に当たるようなもの、必ずしもアイデンティティに係る権利・利益に限られない、その他の「人格的利益」と結びついた氏名権と呼ばれているものも含まれ得ると思う。氏名と結びつく権利・利益に応じて、救済手段は変わらないと思うが、侵害成立要件は変わってくるのではないか。

あくまで平成 17 年判決（国際自由学園事件、以下同じ）が言っているのは、商標法第４条第１項第８号の中に反映されている氏名保護の趣旨がこうだ、ということだと思う。ここで言われている「自らの承諾なしにその氏名、名称等を商標に使われることがない利益」が直接氏名権の中に含まれるかどうかは（民法の立場からは）はっきりしない。部分的には含まれるが全部ではないような気がする。商標法が本来の氏名権の権利行使可能な範囲を超えて保護している可能性は十分にある。

世の中に「マツモトキヨシ」さんという一般人がいたとして、その人が「マツモトキヨシ」という名前で営業している企業に対して、それを使うなという権利があるかというと、普通の氏名権の議論からするとそれはないであろう。いろいろな考え方があり得るので結論はどちらでもあり得なくもないが、普通の感覚からすると全くの一般人が他者の営業活動に対してそれを止める権利があるかというと、経済的利益の侵害や名誉毀損（例えば、ヘイト活動をしていて社会的非難を浴びているなど）が全く無くて、単に営業活動をしているだけでは氏名権の侵害とは言いにくいように思われる。

そのこととの関係では、商標法の規定は他人の氏名を使われない利益を保護し過ぎの印象がある。平成17年判決は、このような利益についても商標法は保護すると述べているのだろうから、いわゆる氏名権の保護を超えた保護をしているということになると思う。

そのため、商標法の規定に係る氏名を使われない利益について保護対象や侵害要件をどう考えるかについては、商標制度の問題ということになる。一つ考えられるのは、商標制度を定める上ではある程度の画一性が必要で、あまりにケースバイケースで結論が違ったり、商標の使用目的、使用者によって大きく判断が違ったりすると、運用上問題になる。そのような観点から、画一的な運用をせざるを得ないところで、他人の氏名を一律に登録できない規定を置いたのではないか。保護対象や侵害要件は厳密な形で議論されてこなかった可能性があるが、制度の位置づけとの関係では、一般的にこう言ったものは使わせない（商標権を付与しない）ことが望ましいという運用が今までなされてきたのだと思う。

なお、別のヒアリング項目についての回答であるが、本規定の人格的利益と民法上の氏名権との関係について、両者が同一か議論の余地があるとのコメントがあった。[128]

一点補足すると、マツモトキヨシ事件等で調整が求められるとされた人格的利益が民法上の人格権と同一なのかという点については、慎重に考えなければいけない。例えば、最判平成16年6月8日のLEONARD KAMHOUT事件に関して、商標・意匠・不正競争判例百選（初版）の島並先生の評釈では、商標法第４条第１項第８号の趣旨として保護される人格的利益は「一般民事法上保護される人格権（とりわけここでは氏名権・肖像権）にみられるような、」「氏名主体の人格的生存に直結したものではない」とされている。調整に関する議論の前提として商標法第４条第１項第８号で保護される人格的利益が一般民事法上の人格権と同一なのかという前提を議論する必要がある。

商標法第４条第１項第８号の人格的利益と民事一般法上の氏名権の関係（同一又は別のものか）についてどのように考えるかという質問に対して、全く別のものとは考えていない。一つの可能性としては、民事一般法上の氏名権のその氏名を冒用されない権利は、どのような冒用かを問わず、広く冒用されない権利という守備範囲を有する権利であるが、その一部として、氏名が勝手に商標登録されない利益が含まれているという捉え方は可能であろう。そのため、商標法第４条第１項第８号が保護している人格的利益は、民事一般法上の氏名権の一部であり、氏名権のすべてを指しているわけではないと考えるのが穏当ではないか。

（ⅱ）他人の周知・著名性の影響

本規定に係る人格的利益について、氏名を有する者（他人）の周知・著名性は、保護対

[128] （3）（ⅰ） のヒアリング項目に対する回答であるが、本項目と関連するため、掲載した。

象該当性、侵害の成立等に影響するか質問し、回答を得た。また、他人が、自己の氏名により経済的利益を得る見込みがあるか否かは、保護対象該当性や侵害の成立に影響するか[129]質問し、回答を得た。

保護対象該当性については、【他人の周知・著名性】、【他人の経済的利益を得る見込み】いずれも影響を与える可能性はあるという意見がある一方で、本規定に係る人格的利益には少なくともアイデンティティに係る人格的利益が含まれることから、いずれも影響を与えないという意見もあった。

侵害の成立については、【他人の周知・著名性】、【他人の経済的利益を得る見込み】いずれについても、侵害の成立のため絶対に不可欠ではない可能性が高いものの、これら（周知･著名性等）があった方が侵害が認められ易いという関係性があるという意見があった。
一方で、本規定に係る人格的利益には、アイデンティティに係る権利・利益が含まれると考えられることから、【他人の周知・著名性】、【他人の経済的利益を得る見込み】はいずれも影響しないと見るべきであるとした意見もあった。

また、侵害の成立について、他人が嫌悪感等を有するのみでは足りず、本人に実質的な不利益が生じうるような事情、経済的利益がなかったとしても不利益が及ぶようなおそれがあることを証明しないと侵害だとは言えないという印象があるとの意見があった。

具体的には次の意見があった。

難しい問題ではある。一般論としては著名性のある他人の方が侵害だと主張し易いのは確かだと思う。ただ、そこで侵害されているのが何なのかというと、難しい。中立的な答え方としては、他人の周知・著名性というのは一定の影響はあるけれども、絶対に不可欠ではない可能性が高い、ということになろう。したがって、他人に周知・著名性が無くとも侵害が成立する可能性はあり、周知・著名性があった方が、侵害が認められ易いという関係性があると言えるのは確かである。
２つ目の点（氏名を有する者が、自己の氏名により経済的利益を得る見込みがあるか否かは、保護対象該当性や侵害の成立に影響するか）についても、経済的利益を得る見込みがなくても侵害が成立する余地があるが、認められやすいのは見込みがある場合だろう。
また、３つ目の点（保護対象該当性や侵害の成立について、氏名を有する者の嫌悪感等で足りるか。）については、自己の経済的利益の見込みが無くとも、他人により経済的利益を得る態様で氏名を使われることに対し、氏名を有する者が嫌悪感等を有することで足りるとする立場はなくはないと思うが、多くの人はそれだけでは足りないと考えていると思われる。

[129] 氏名を有する者が、自己の氏名により経済的利益を得る見込みがなく、（他人により経済的利益を得る態様で氏名を使われることに対し、）嫌悪感等を有するのみであっても、氏名権の保護対象となり、又は侵害の成立が認められるのか、という点も含めて、質問をした。

単に嫌悪感を有するというだけでは足りず、もう少しその本人に実質的な不利益が生じうるような事情、経済的利益がなかったとしても不利益が及ぶようなおそれがあることを証明しないと侵害だとは言えないという印象がある。

ただ、その人がたまたま嫌悪感を抱いただけでは足りないということであって、(指定商品・役務で）少なからぬ割合の人が嫌悪感を抱くであろう物（例えば、商品「便器」など）に関しては認められる場合があるかもしれない。このような微妙な事情については、改正の要否を検討する大上段での議論ではなく、別の手続で手当することもよいかもしれない。

本規定の氏名に関わる人格的利益に、アイデンティティに係る権利・利益が含まれることは間違いないだろうと思う。アイデンティティに係る権利・利益との関係では、周知・著名性や経済的利益を得る見込みは影響しないとみるべきであるが、同じことが商標法のなかでいえるのかどうかはわからない。

その他の人格的利益として、何が問題になるかによって、周知・著名性、あるいは経済的利益を得る見込みの影響が変わってくる余地があるのではないか。

（iii）承諾なく登録された氏名商標と氏名権の侵害

本規定に係る人格的利益について、他人の氏名を含む商標が「他人」の承諾なく登録されると直ちに侵害となるか（氏名の無断使用は当然に氏名権の侵害となるか)、次の①及び②を例示して質問し、回答を得た。

①他人の氏名の冒用ではなく、偶然「他人」の氏名を含むこととなった場合
②他人の氏名を含む商標が、出願人の自己の氏名を含む商標である場合

民法上の氏名権の侵害との関係については、①②いずれも侵害行為とならないか又は侵害行為があったとしても違法性が阻却されて最終的には侵害としては扱われなくなる可能性が高いとの意見があった。また、民法上、侵害の有無については①②の事情があっても変わらないが、故意・過失の要件との関係では①が、差止めの要件等との関係では①②が考慮される可能性があることを指摘する意見もあった。

商標法（本規定）の人格的利益の侵害との関係については、確たることは言えないという前提で、現行法では承諾なく登録されると①②のどちらも氏名権の侵害になるのではないか、という意見で一致した。

このような現行法の解釈により、普通にありそうな名前は「マツモトキヨシ」を含めて、およそ一切商標登録できないこととなっているところ、手当をして、①②いずれも商標登録可能としてもよいかもしれないが、その点は純粋に商標法の問題であるとの指摘もあった。

具体的には次の意見があった。

民法上の氏名権の侵害になるかということと、平成 17 年判決で明らかにされているような商標法第４条第１項第８号の背景になっている人格的利益の侵害になるかどうかは分けて考えた方がよい。

民法の氏名権の侵害になるかどうかと言うことでは、①②はいずれも、侵害行為とならないか又は侵害行為があったとしても違法性が阻却されて最終的な侵害としては扱われなくなる位置づけとなる可能性が高い。①は事前に調査してもわからなかった同姓同名の他人がいてその人が後から出てきて私の名前を勝手に使うなということを言ってきたとしても、一定の調査をしていればどうしようも無いので仕方がないということで、違法性ないし過失が否定され、責任は発生しないことになるであろう。②の自分の氏名を使っている場合は、自分の氏名の当然の利用の範囲であるということで違法性阻却になる可能性は高い。

一方、商標法の中で①②がどう扱われるかは別問題である。これは商標法第４条の解釈の問題になる。商標法の専門家ではないので確たることは申し上げられないが、商標法の趣旨からすると、承諾なく登録されると、①②のどちらも氏名権の侵害になると考えているのではないか。そのために、今の商標法の解釈では、普通にありそうな名前は、マツモトキヨシを含めて、およそ一切商標にできないことになっているのだと思われる。

それはおかしいということで、解釈論上、そこは手当をすべきと考えて、①②のケースは商標登録可能であるとしていいかもしれない。ただ、それは純粋に商標法の問題であると思う。

確たることは言えず、非常に難しい問題である。本規定に係る人格的利益に少なくとも特定された人のアイデンティティに係る権利・利益の保障が含まれるとすると、他人の承諾なく登録された場合、人のアイデンティティに係る権利・利益の侵害に当たることになるのではないかと思う。その意味では、侵害の有無については、上記①と②で変わらないのではないかと思う。民法上、故意・過失の要件との関係では①の事情が考慮される可能性があり、差止めの要件や、他の権利・利益、表現の自由や経済活動の自由等との衡量を行う際には、①②の事情が考慮される可能性はある。しかし、侵害の有無自体については①②の事情があっても変わらないと思う。

（ⅳ）本規定における他人の利益／不利益

本規定に係る人格的利益が、具体的には「他人」のどのような利益又は不利益を問題とするか質問し、回答を得た。その際、学説において、自己の氏名が第三者によって承諾なく商標登録されることにより、氏名を有する者が受けることとなる嫌悪、羞恥、不快等の「精神的苦痛」を問題とするものと解する説[130]や、商標権の庇護を与えることで登録商標の使用が促進され、人格的利益の毀損が拡大することを防ぐと解する説[131]があることを示

[130] 前掲注 26)、同 27）参照。
[131] 前掲注 28）参照。

した。

各学説について、「権利・利益」と「損害」は区別して考えるべきだが、学説はいずれも権利・利益を整理せずに、損害の側から説明している見解ではないかとの意見があった。

一方で、各学説は、実務にも考慮した解釈としてあり得るものであるとしつつ、嫌悪、羞恥、不快等の「精神的苦痛」が起こるかどうかは人によって違うので、現実の認定の際に苦労するのではないかとの意見があった。

また、本規定の負荷を大きくしないために、商標登録できるマーク等の範囲は、他人の人格的利益との権利調整を図った特例的な制度を設けるなどして、ある程度明確化されている方が、運用上は良いのではないかとの意見があった。

具体的には次の意見があった。

この学説について承知していないが、実務にも考慮した解釈としてあり得るものだとは思う。ただし、現実の認定の際に苦労するのではないかというのが直感的な印象である。嫌悪、羞恥、不快等の「精神的苦痛」が起こるかどうかは人によって違うであろう。便器に名前を使われるときに、それを嫌だと思う人と思わない人がいると思うが、それを一般的に、どちらに寄せて考えるかは難しい。それを全て商標法第４条第１項第８号の問題として処理するのは、８号の負荷が大き過ぎる気がする。商標登録できるマーク、ブランドの範囲は、ある程度明確化されている方が運用上は良いのではないかという気がする。

「明確化」とは具体的にどのような意味かという質問に対して、今の商標制度のもとでは、他人の氏名を含む商標について、お互いに差止め合いになってしまっては困るということがあってそもそも商標制度に乗せない、というのが商標法第４条第１項第８号の基本的な考え方ではないかと思う。ただ現実に名前を商標として活用したいという人が増えてきているし、実際トラブルも起こってきているという状況の中でどうするかということが今の問題であろう。そうすると、今の商標制度において、そのまま、氏名を含む商標の登録を認めるとするのはちょっと無理があるように思う。つまり、氏名を含む商標の登録を認めるとしても、他の人が使うこともある程度認める、自分の名前を使うのはいいであろうということがあるので、登録商標と同じ名前でもその人が使った場合は商標権侵害にならない、あるいは差止の対象とはしないとするなど、権利調整を図った特例的な制度としての「氏名商標」のような別制度を作り、そちらで保護するようにした方がよいだろう。

民法第 709 条の条文もそうなっているのだが、「権利又は法律上保護される利益」と「損害」というのは、一応別のものだと考える。権利・利益が何かということと、その権利・利益が侵害されて生ずる損害が何かというのは、別のものである考えられ、条文もそのようにできている。私自身、その点はきちんと区別して考えるべきだという立場をとっているので、この質問の中の「精神的苦痛」と呼ばれているものは、損害に分類される話ではないかと思う。要するに、財産的損害と精神的損害を区別して、精神的損害は慰謝料でカバーするというような話ではないか。慰謝料は少し多義的になるが、慰

謝料において精神的損害と言っているのは、精神的苦痛を感じることであり、それを損害と呼んでいる。これを前提にしてこの見解を見ると、精神的苦痛を問題にしていることについて、あえてそこで考えているであろう権利・利益を推察するとすれば、アイデンティティに係る権利･利益が少なくとも含まれていることは間違いないだろうと思う。しかし、それだけではなく、名誉だとか信用だとか、あるいはプライバシーだとか、平穏生活権だとか、そういったものとも結びつき得る可能性もあると思う。権利・利益を整理せずに、損害の側から説明している見解ではないかと思う。

後半の見解も、商標法第４条第１項第８号の規定が置かれている説明を、あるいはそれを正当化する際に述べられている見解だろうと推察するが、人格的利益が何かということを説明していない。ここでは、アイデンティティに係る権利・利益とともにその他の権利・利益も含めて考えているのではないかと思う。その他の権利・利益に関して言うと、パブリシティなどが典型例であるが、それらに固有の判例・学説を踏まえた侵害要件なりを検討することになっており、それと重なってくると思うが、アイデンティティに係る権利・利益も、ここで関わり得ることをしっかり理解しておく必要があるのではないかと思う。おそらくこの見解（後半の見解）には、人の人格的利益の毀損が拡大することを防ぐということが含まれてくるのだろうと思うし、そうすれば、他人の氏名が含まれている場合について、商標法第４条第１項第８号で規定されていることの意味が理解できると思う。

（３）氏名権と他の権利との調整の在り方

（ｉ）マツモトキヨシ音商標事件判決を踏まえた氏名権と他の権利との調整

マツモトキヨシ音商標事件判決は､氏名権と出願人の商標登録を受ける利益との｢調整｣に言及しているが、氏名権と他の権利との調整の在り方について、学説・判例上どのように整理されているか、質問し、回答を得た。

民法の立場からは、氏名権と他の権利との調整が必要であると理解されてはいるが、具体的にどう調整するかは全く議論がない状態であり、現状ではどう調整されるかは分からない状況であるとの意見があった。

他方で、調整の対象となる「他の権利」として、表現の自由、雇用関係にある被用者を識別するために戸籍上の氏名のみを用いるというようなルールなどが従来から議論されてきたとの意見もあった。

氏名権と出願人の商標登録を受ける利益を調整する必要があるのかという点については、一つの論点になり得ることを指摘し、氏名権を非絶対的権利として捉えるのであれば、マツモトキヨシ音商標事件の判決のいう「調整」が必要になるとの意見があった。

具体的には次の意見があった。

氏名権との調整を一応考えてこのような判決にしているのだろうけど、具体的にどういう形で調整するかはこの判決自体は述べていなかったと思う。

民法の中では、氏名権と他の権利との調整が必要であると理解されてはいるが、具体的にどう調整するかは全く議論がない状態だと思う。民法の学説はあくまで外国の制度の紹介に留まるものがほとんどで、日本の解釈論としてどうすべきかといった議論はほぼ全くないと言ってよい。民法における適用判例が出てくれば議論は進むであろうが、現状ではどう調整されるかは全くわからない状況である。

他方で、民法における氏名権の考え方としては、架空の名前を使ったら同じ名前の実在の人がいる場合でも、目的が正当であれば侵害にならないといった場合はあり得る。ドラマの中で、極悪人役として描かれている場合はまた違ってくる場合はあるが、普通のドラマの設定ならば誰かの名前を付けないとドラマにならないので、たまたまそれと同じ名前の人がいたからといって、直ちに氏名権の侵害になるかというとそうではない。いろいろ例外的に侵害とならない場合、違法性が阻却されるケースはかなりあるだろうから、それらをきちんと検討していかなければならないと思う。

調整の在り方については、「他の権利」について補足するとすれば、少なくとも民法で、判例を踏まえて従来検討されてきた典型的な例としては、表現の自由が挙げられる。あるいは、雇用関係にある被用者を識別するために、戸籍上の氏名のみを用いるというようなルール、これが何らかの権利・利益にあたるのかよく分からないが、そういうルールとの調整は、従来から議論があるところである。これらの権利・利益との調整は、非常に大きい意味では、受忍限度論の枠内で語られているけれども、環境問題などで見られる受忍限度や、プライバシーで出てくる話とは少し判断の仕組みが違ってはいるが、議論されてはいる。もっとも、商標法で問題となる「他の権利」とは、少し性格が違っているのではないかと思う。

まず初めに、氏名権と出願人の商標登録を受ける利益を調整する必要があるのかという点が一つの論点になる。この点については、氏名権が絶対的権利なのか、それとも非絶対的権利・相対的権利なのか、という問題と深く関わってくる。氏名専用権を絶対的権利として捉えるのであれば、その無断使用が形式的にあればその使用は違法とされて氏名権の方が保護されるので、調整という発想自体にならない。調整なしで氏名権優先ということになる。

一方、氏名権を非絶対的権利・相対的権利として捉えるのであれば、今回マツモトキヨシ判決が言っているような調整ということが必要になる。調整のあり方と、どのような判断方法で調整するかについては、対象となる氏名の持つ重要性、侵害行為の主観的・客観的態様を総合判断するとする加藤先生の基本書[132]もあるので、調整のあり方の一つの可能性として総合考慮型の方法が考えられる。ただし、一点補足すると、マツモトキヨシ事件等で調整が求められるとされた人格的利益が民法上の人格権と同一なのかという点については、慎重に考えなければいけない。例えば、最判平成 16 年６月８日の LEONARD KAMHOUT 事件に関して、商標・意匠・不正競争判例百選（初版）の島並先生の評

[132] 加藤雅信『新民法大系 第２版 ５ 事務管理・不当利得・不法行為』有斐閣、2005 年４月、224 頁

釈では、商標法第４条第１項第８号の趣旨として保護される人格的利益は「一般民事法上保護される人格権（とりわけここでは氏名権・肖像権）にみられるような、」「氏名主体の人格的生存に直結したものではない」とされている。調整に関する議論の前提として商標法第４条第１項第８号で保護される人格的利益が一般民事法上の人格権と同一なのかという前提を議論する必要がある。

商標法第４条第１項第８号の人格的利益と民事一般法上の氏名権の関係（同一又は別のものか）についてどのように考えるかという質問に対して、全く別のものとは考えていない。一つの可能性としては、民事一般法上の氏名権のその氏名を冒用されない権利は、どのような冒用かを問わず、広く冒用されない権利という守備範囲を有する権利であるが、その一部として、氏名が勝手に商標登録されない利益が含まれているという捉え方は可能であろう。そのため、商標法第４条第１項第８号が保護している人格的利益は、民事一般法上の氏名権の一部であり、氏名権のすべてを指しているわけではないと考えるのが穏当ではないか。

（ⅱ）登録要件の緩和案（案①～③）における商標登録を受ける利益と氏名権との調整

氏名権は、常に他の権利に優先して認められるものか。例えば、次の①～③のような場合に、出願人の商標登録を受ける利益を優先させ、登録を認める制度について、どのように考えるか、質問し、回答を得た。

①出願商標に含まれる氏名が出願人の「自己氏名」である場合には、「他人」の承諾がなくとも、商標登録を認める制度
②出願商標が出願人の業務に係る商品・役務の出所を示すものとして周知である場合には、「他人」の承諾がなくとも商標登録を認める制度
③「他人」が周知・著名である場合（例えば他人のパブリシティ権と抵触する場合）に限って、「他人」の承諾を必要とし、これに該当しない場合には、「他人」の承諾がなくとも、商標登録を認める制度

一般的な意見として、上記①～③のように登録要件が法定されていた方が、権利範囲が明確になり、制度の運用がし易くなるということはあるが、個別的な事例を挙げていくのは好ましくないので、条文の規定としては一般化して、例外事由に当たる場合が記述できればよいとの意見があった。

各案に対する具体的な意見としては、①について、出願人の自己氏名を使用する権利・利益が他人の権利・利益に当然に優先するというのは認めることは出来ないという指摘、また、他人の側の事情を考慮していないので難しいとの指摘があった。

②について、これが、マツモトキヨシ音商標事件判決が行った判断に一番近く、このような場合は他人のアイデンティティに係る権利は侵害されないとみる余地があるという指

摘があった。
③について、周知・著名でない限り、他人の側の権利・利益が考慮されなくなる点を懸念する指摘があった。

なお、③の案の制度とともに、出願人における出願商標の使用予定等を考慮する運用を行うことについて、出願人の利用態様を考慮する点で、③のみの案より良いとの意見があった。

具体的には次の意見があった。

このようなものがあらかじめきちんと定められていれば、その方が、権利範囲が明確になり、制度の運用がし易くなるということはあるだろう。ただ、上記の例は限定的であり、実際にはもっといろいろなケースがありそうなので、それらを想定して、それぞれの場合に保護の範囲に含まれるのかを検討する必要がある。条文の規定として、あまり個別的な事例を挙げていくのも好ましくない気がするので、可能であればもう少し一般化して、例外事由にあたる場合が記述できればその方がよいと思う。

アイデンティティに係る権利・利益との関係に絞って説明する。問題となるのは、氏名権と結びついている人格的利益、それと比較衡量される出願人側の権利・利益は何かということだろうと思う。 まず①（出願人の自己氏名である場合は登録を認める案）であるが、出願人は自己氏名を排他的に利用する権利・利益は有していない。したがって、他人のアイデンティティに係る権利・利益に対して、出願人の自己氏名を使用する権利・利益が当然に優先するというのは認めることは出来ないのではないかと考えられる。これは教条的な見解かもしれない。 ②（出願商標が周知である場合は登録を認める案）は、出願人側の周知性を考慮する案であるが、出願人の利益として、出願人のアイデンティティあるいは経済的利益との結合を保障するのか、これを権利・利益として保障するのかという点が問題になる。②の案を認めると、結局、他人のアイデンティティに係る権利・利益を当然に劣後させるという判断をすることになる。これは先に申し上げたことに関連するが、出願人側の周知性が高い場合は、当該商標はその出願人の氏名や名称のみに結合していると社会から受け止められやすいということからすると、②の場合は他人の方のアイデンティティは侵害されないとみる余地があるのではないかと思う。 ③（「他人」に周知・著名性の要件を付す案）は、他人の人格的利益のうち、パブリシティ権などを優先させるという考えだと思うが、③は、これに該当しない場合、他人のアイデンティティに係る権利・利益は無視することになり、これが正当化できるのかという点で問題があるのではないかと思う。アイデンティティに係る権利・利益と他のパブリシティなどの人格的利益を区別して要件設定するというのは、個人的にはあってよいことだと思うが、その際のポイントは他人のアイデンティティに係る権利・利益を無視するようなことができるかどうかという点が、大きな問題になると思う。

落としどころとして、②については、他人の権利を侵害しているものではないという整理ができるのではないかとは思う。

氏名を含む商標登録出願において、出願経緯に悪意があることが推認されるのであれば、商標法第４条第１項第８号ではなく、同７号、公序良俗の規定の違反等の他の条文で手当ができるのではないかと考えている。このような商標法第４条第１項第８号以外の規定での手当の可能性を考慮する場合、③の案についてどう考えるかという質問に対して、考えなければならないポイントは、他人のアイデンティティに係る権利・利益を無視するようなことができるかどうかという点である。具体的な例で言うと、社会的にみると問題があると考えられる商品等について、その名前を使った商標が広まると、ある名前について当該商品に係る良くないイメージが世の中で形成されしまうおそれがある。こうした場合に、当該商品とは無関係の他人の意思や社会における評価形成を妨げることについてどう考えるか。その点について説明できるのであればよいと思う。

氏名権が絶対的権利とした場合、上記質問で提示されているすべての制度は不可となる。ただし、肖像権とパブリシティ権において一定の侵害態様の場合にのみ違法となる相対的保護が採られていることを踏まえると、氏名権も一定の侵害態様の場合にのみ違法となる非絶対的権利としての保護としても差し支えないと考えている。

氏名権を非絶対的権利と捉え、商標出願人の利益との調整問題を考えた場合、①の制度は、②や③の制度とは異なり、その他人の側の事情を考慮していないので難しい。③も他人の側が周知・著名でさえなければ、すべて登録になる可能性があるので、事案の実情を総合考慮した妥当な結論の導き方から外れてしまう可能性があり、難しい。②については、結果として②のような結論になることはあり得る。マツモトキヨシ音商標事件の判決が行った判断に一番近いのは②なのではないかという印象を持った。同判決は、「マツモトキヨシ」という音を聴いたときに誰もが「あのマツモトキヨシのことだ」と思い浮かべるのであれば、その音は、もはや松本清さんや松本潔さんなどの他人を想起させることはない、ということを示しているように読める。つまり、「まつもときよし」という音は「松本清」や「松本潔」などの「他人の氏名」を示すものではない、ということである。この考えをさらに進めれば、「マツモトキヨシ」という音の使用は、そもそも他人の氏名の冒用行為を構成しないことになり、そのような商標は許容される、という捉え方も可能になるように思う。同判決は、判旨において「調整」を持ち出しているものの、事案自体は、調整以前の段階として侵害行為がないと捉えることも可能な事案のように感じた。

ただ、いずれにせよ、訴訟であれば、個別の訴訟の事案毎に応じた総合考慮によって調整を図ることを、条文であらかじめ規定してしまうと、総合判断的な考慮はできなくなるおそれがある。

③の案（他人が周知・著名である場合に限る）に加えて、例えば、出願人の側の商標の使用予定といったことを運用で考慮するとした場合にはどうかという質問について

は、出願人の利用態様を考慮することになるため、実質的な考慮としては③の原案よりは良い。ただし、③案の懸念点として、実際に使用又は実際に使用予定のある商標の出願ということより、出願人がどのような業務の種類で使用するのかとういことがある。例えば、あまり社会的なイメージが良くない業種に使われたような場合、そういう業種に自分の名前が使われることについて嫌悪感を覚えると考えられ、より人格権侵害の度合いが大きくなり得るのではないか。そういった点も含め総合考慮とした方がいい。運用でどこまでできるのか、という点は問題となるだろう。

（iii）①案における自己氏名の範囲と他人の氏名権との関係

（3）（ⅱ）①の案（出願人の自己氏名に係る商標を本規定の拒絶理由から除外する案）において、次の場合に出願人の「自己氏名」（に準ずるもの）であるとして商標登録を認めることについて、「他人」の氏名権との関係で問題があるか質問し、回答を得た。

（a）出願人は法人であり、出願商標に含まれる氏名は当該法人の取締役の氏名である場合
（b）出願人は法人であり、出願商標に含まれる氏名は当該法人の従業員の氏名である場合
（c）出願人は法人であり、出願商標に含まれる氏名は当該法人の創業者（故人）の氏名である場合
（d）出願人は個人であり、出願商標に含まれる氏名を有する者（故人）の相続人による出願である場合

上記（3）（ⅱ）のとおり、①の案（出願人の自己氏名を拒絶理由から除外する案）には反対の立場が多く、「自己氏名」の範囲を解釈で拡げることについても消極的な意見が多かった。

①の案を検討する立場の意見としては、（a）～（d）のどれも含まれる可能性があるが、どの案が適切かという点については、氏名商標を認めたときの効果とセットで検討していかないといけないとの意見があった。

具体的には次の意見があった。

①の案については、出願人に自己の氏名を排他的に使用する権利が認められるか否かかが前提問題となっており、そのため懐疑的であると申し上げた。この問いについては、それをもし認める場合に、どの範囲で認めるか、認めるための基準は何かということがおそらく問われていると思う。仮にここで基準らしきものを出すのであれば、出願人側の周知性の問題と結び付けて、どこまでであれば許容されるかというのが決まってくると思うが、やはり前提問題がかなり大きく、難しいように思う。

出願人の自己の氏名であるという理由のみで他人側の氏名権に優越させることは難しいと考えるので、いずれの場合であっても、①の案は難しい。

（ａ）～（ｄ）のどれも含まれる可能性がある。自己の名前だからというよりは、正当な理由があるから例外的に認められるという位置づけの方が、規定として取り込み易いのではないかと思う。法人の役員の氏名、社員の氏名どちらの場合も認めてもよい場合はあるが、常に認められるものでもないであろう。ある種の必然性やそれを使うことの合理性がある場合でないと、影響が大きいので認めない方がよいことになろうという判断もあり得る。どの案が適切かについては氏名商標を認めたときの効果とセットで検討していかないといけないと思う。氏名商標を認めたときの効果として、普通の商標制度に比して他人の使用をあまり阻害しないのであれば、商標に含まれる氏名の由来となる人物の範囲を広くとったとしても、悪影響がないということもあるかもしれない（もっとも他人の使用を全く阻害しないのであればそもそも登録する意味がなってしまうので、全く登録しないのと同じというのは制度設計上無理だと思うが)。効果としてどれぐらい強い権利性を認めるかが、出願要件にかかわってくるのではないか。この議論は、民法の氏名権から当然導かれるとかいったものではなく、政策的に商標制度の運用の在り方から決めていく問題であると考える。

（ⅳ）③案において故人を含める場合の他人の氏名権との関係

（３）（ⅱ）③の案（「他人」が周知・著名である場合に限り本規定の拒絶理由とする案）において、「他人」に故人を含む場合、「他人」の氏名権との関係で問題があるか質問し、回答を得た。

一般論として、民法では故人に人格権はなく、故人の氏名は保護の対象とならないことを前提としつつ、本規定の「他人」についても故人を含む必要はないが、故人を含むとしても問題はないとする意見が複数みられた。

具体的には次の意見があった。

故人に人格権はないとする原則に基づき、故人の氏名は保護されないため、その氏名専用権との関係で、拒絶理由として「他人」に故人を含ませる必要はないと考える。もっとも、故人を含んではいけないという論理的必要性があるわけではないので、含むべき理由があれば故人も含み得るのではないか。一方、パブリシティ権との関係からすると、もしパブリシティ権の相続性を認めるとすれば、他人に故人を含めるという案は整合性があるので、その観点からは望ましいことになるかもしれない。

民法では故人は含まれないとの理解が一般的である。商標権の拡張された氏名に関する利益との関係では、故人の氏名も保護範囲に含むとすることは問題があるとは思わない。個人的な意見としては、民法においても故人の氏名権も認めてよいと考えている。

③の案については、パブリシティ権などを優先させるという考えとアイデンティティ

に係る権利・利益を無視できるかという考えの２つの側面がある。パブリシティ権などの優先を認めるという考え方がこの案では前提にされており、問題はそこに故人を含めることの当否であって、氏名権そのものの問題ではないと思う。要するに、故人のパブリシティ権に当たるようなものを認めるか、どこまで認めるかということと繋がった問題なのかと思う。ただ、③の案は、もうひとつの側面があって、他人のアイデンティティに係る権利・利益を当然に劣後させ、あるいは無視するという問題が残っているということを一応申し上げておきたい。

（ｖ）肖像、名称に関する要件緩和の必要性

氏名を含む商標の登録要件を緩和するとした場合、本規定において氏名と列記されている他人の「肖像」、「名称」についても、同様の要件緩和を行うべきか、質問し、回答を得た。

肖像については、個人の特定性が高く、氏名と同じ課題が生じるケースはほとんどないと考えられることから、要件を緩和する必要がないという意見で一致した。

名称については、自然人の氏名と同様の保護を認めるべきか民法上も議論があるところ、自然人より保護の範囲を限定することも正当化されるという意見があった。

また、肖像及び名称いずれについても、ニーズが高くないのであれば、現状のままでよいのではないかという意見があった。

具体的には次の意見があった。

どれぐらいニーズがあるかも関係してくるであろう。商標法の制度設計の問題としてどこまで認めたらよいかは、商標に関する社会的な運用状況や背景事情の如何によって変わってくる。肖像に関しては瓜二つの人がいて使用が制限されるという問題は少ないとも思われるので、肖像は特殊な問題として扱ってもそれほどおかしくないのではないか。氏名は一般化した制度として確立した方がよいが、他のものについては現実の問題が発生したり、利用ニーズが高かったりするわけではなければ、現状でもよいかと思われる。

少なくとも肖像に関しては、氏名よりも個人の特定性が高く、アイデンティティに係る権利・利益の保障の必要性はより高いものではないかと思う。その意味では、氏名は記号であるから、ある程度の緩和を考える余地があるかもしれないが、肖像の方はより一層アイデンティティに係る権利・利益の保障について配慮しないといけない。その意味では、両者を区別して扱ってもおかしくないと思う。

名称の方は、団体の名称に関して既に言及したように、団体のアイデンティティに係る権利・利益の保障を認めるか、認めるとしてもどこまで認めるかということが問題なのだろうと思う。この点について、立場が分かれるということはあり得て、自然人よりもさらに限定するということは十分あり得ると思う。どこまで限定するかという点については、名誉だとか、信用だとか、あるいはパブリシティに相当するようなものについ

ては、本質的には自然人と変わらないだろうと考え、他方でアイデンティティに係る権利・利益については自然人よりも限定するという考え方は、正当化可能だろうと思う。

（肖像についてのみ回答）肖像について、肖像と氏名が決定的に異なるのは、氏名は多数の同姓同名の人が日本中に存在する可能性があるが、肖像については一卵性双生児の場合はあるものの、同じ肖像を複数人が有することはあまりないという点である。今回の氏名についての商標登録制度の見直しの検討は、ファッションデザイナー等が自分の名前を同姓同名の人が他にもいるからという理由で自分のブランドに使えないという不便を解消するためという大義の下で行われていると考えると、肖像は同一肖像の他人というケースがあまりないので、氏名と同じ課題が生じるケースはほとんどないと考えられる。したがって、肖像に関する要件を緩和するという理由はないのではないか。個人的には肖像の要件を緩和するとあらゆる人が持つ肖像権の保護が後退する可能性があり、望ましくないと考える。

氏名や肖像に関して他人によって勝手に商標登録されてしまうのではないかとの懸念について言及。氏名については職権調査でも同姓同名の者全てが把握できているわけではなく、また、肖像については氏名以上に「他人」を特定することが難しく、周知・著名である等、特定可能な他人の肖像である場合に、商標法第４条第１項第８号を適用しているのが実情。現在、氏名との関係で検討しているのは上記③である。世界的なトレンドに合わせる形で対応を検討している。これに加えて、先述したような商標の使用意思の確認を行ったり、出願自体に不正の目的があることが推認される場合には他の条文を適用して拒絶したりすれば、ある程度の手当てはできると考えているが、それについてはどう考えるかという質問に対して、商標法第４条第１項第８号の条文に規定されていなくても、他の条文や運用において上記で述べたような総合考慮的な判断が実質上できるということになるのであればよいと思う。

第Ⅳ部　各国・地域における他人の氏名等を含む商標に関する制度及び氏名等に係る人格権

米国、欧州、ドイツ、フランス、中国、韓国の現地法律事務所の弁護士・弁理士に対してヒアリングを行った。以下、順に、各国の詳細を記載する。

１．　米国

１．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度

１．１．１　氏名を含む商標のニーズ等

（1）氏名を含む商標が採用される分野

米国特許商標庁に出願される商標に「個人の名称」が含まれている分野は、件数の多い順に、主として次の商品又はサービスに関するものである[133]。

（以下、ヒアリング結果。）

1）娯楽サービス（第 41 類）
2）被服及び履物類（第 25 類）
3）デジタルメディア及び電子機器（第９類）
4）小売業（第 35 類）
5）化粧品及び香水（第３類）
6）食品、アルコール飲料（第 29、30、32、33 類）
7）印刷物（第 16 類）
8）宝石類、腕時計（第 14 類）
9）家具、家庭用品（第 20、21 類）
10）飲食業（第 43 類）
なお、第 41 類の娯楽サービスについては、おそらく大部分がセレブリティ（有名人）に関するものである。ミュージシャン、映画俳優などの氏名は、音楽サービスについて登録できるので、その登録が多い。また、カジノやゲームコンテストも含まれる。

（2）氏名の用いられ方

米国における氏名の用いられ方は、社交的な場面と職務的な場面で異なるが、一般的には、初対面でない限り、フルネームで呼び合うことはない。

（以下、ヒアリング結果。）

特定の人を指す場合にどのような称呼を用いるのが一般的であるかについては、米国で人々が互いに話し掛けるために採用する態様は、概して非公式な社交的場面であるのか、職務的な場面であるのかによって異なる。社交的な場面において米国人は、互いに名前（first names）で呼び合うことが一

[133] （米国法律事務所による注）これは網羅的なリストではなく、米国特許商標庁のデータベースを利用して、同意書が与えられたものにつき区分毎にシンプルな調査を行った結果である。これ以外で美容サービス（第 44 類）、法律サービス（第 45 類）なども個人の名称の使用が多いカテゴリである。例えば、国際分類の第 41 類において、同意書に基づく登録が何件あるのか等を調査し、それに続き、全区分について同様の調査をした。そのうえで、最も同意書が得られている区分はどれなのかを単純に比較し作成した。

般的である。米国人は、初対面で紹介される場合を除き、その者のフルネームで互いに呼び合うことはない。「Mr.」「Mrs.」「Ms.」「Miss」などの敬称は、職場での管理者又は教師を含めて、年長者又は権威者に話し掛けるための会話で使用される。「Mr.」「Mrs.」「Ms.」「Miss」などの敬称は、e メール又は書簡などの書面において、他人をフォーマルに呼ぶために使用されることもある。また米国の人々は、各個人の具体的な学位又は専門的地位に従い、互いに呼び合うことにもある。たとえばフォーマルな場面において、「Ph.D.」「MD」など研究又は医学の博士号を有する個人であれば、「Mr.」「Mrs.」「Ms.」「Miss」などの敬称に代えて「Dr.」と呼ばれる。さらに、大学レベルで教鞭を執る個人であれば「Professor」と呼ばれることもある。

１．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態

（１）拒絶理由に関する規定

（ｉ）基本的事項

米国では、他人の氏名を含む商標に関する拒絶理由として、生存中の特定の個人を示す名称（a name identifying a particular living individual）（以下「個人名」という。）を含む商標について規定した商標法第２条（ｃ）（以下「第２条（ｃ）」という。）が存在する[134]。

また、個人の生存の有無を問わず、ある者の名誉を毀損する又はその者との関連性を虚偽的に想起させる商標について規定する拒絶理由として、商標法第２条（ａ）（以下「第２条（ａ）」という。）が存在する。

商標法[135]

合衆国法典第 15 巻（15 U.S.C.） 第 22 章 商標（2013 年 11 月 25 日改正）

第２条（15U.S.C.§1052）商標は主登録簿に登録することができる；同時登録

出願人の商品を他人の商品から識別することを可能にする商標は、その性質を理由として、主登録簿に登録することを拒絶されることはない。ただし、その商標が次に該当するときはこの限りでない。

（ａ）次のものから成り又はそれらを含むこと。不道徳的、欺瞞的若しくは中傷的な事項；又はある者（生存しているか死亡しているかを問わない）、団体、信仰若しくは

[134] （米国法律事務所による注）第２条（ｃ）は、「逝去した」合衆国の大統領の氏名、署名又は肖像についても規定している。その理由は、大統領の家族に対する優遇と解される。これにより、大統領夫人は、彼女の生存中、（夫である亡くなった元大統領の氏名を）商標出願する人に対抗するアクションを提起する必要性がなくなる。亡くなった大統領の氏名を使用した商標は、きわめて多数存在している。AbrahamLincoln は商標として非常に人気がある。米国では、歴代大統領に由来する商標はよく目にすることがある。

[135] USPTO「U. S. TRADEMARK LAW FEDERAL STATUTES」
https://www.uspto.gov/sites/default/files/trademarks/law/Trademark_Statutes.pdf（最終アクセス日：2021 年 8 月 16 日）／特許庁「諸外国・地域・機関の制度概要及び法令条約等、米国商標法、合衆国法典第 15 巻（15 U.S.C.）第 22 章」
https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/usa-shouhyou.pdf（最終アクセス日：2021 年 12 月 26 日）。

国民的な象徴を侮辱し、若しくはそれらとの関係を偽って示唆し、又はそれらを侮辱し若しくはそれらの名声を汚す虞のある事項；(以下省略)
((b) 省略)
(c) 生存中の特定の個人を示す名称、肖像又は署名から成り、又はそれらを含み（ただし、当該生存者からの書面による承諾を得ている場合を除く)、又は死去した合衆国の大統領の氏名、署名又は肖像であって、その未亡人が生存している期間におけるものであること（ただし、未亡人の書面による承認を得ている場合を除く）
((d) 以下省略)

商標法第２条（ａ）を補完するものとして、アメリカ合衆国商標審査便覧[136]（以下「TMEP」という。）1203 では、「ある者（生存しているか死亡しているかを問わない)、団体…との関係を偽って示唆」するおそれのある事項について規定している。

TMEP
1203.03 関係を偽って示唆する虞のある事項
商標法第２条（ａ）(合衆国法典第 15 編第 1052 条（ａ)) は、人物、制度、信条、又は国の象徴に関して、それらとの関係を偽って示唆する事項からなるか又はそれらからなる名称の主登録又は補助登録のいずれへの登録も禁止している。(中略)

プライバシー権は、自己のアイデンティティ又は「人格 (persona)」の当事者による使用の管理を保護する。当事者は、名称又は称呼が当事者の人格又は「人格」と誤りなく関係しユニークな場合、第２条（ａ）に基づく名称又は同等の称呼に対する保護の利益を有する。名称又は称呼に対する当事者の利益は、法上の商標又は商号として採用され使用されるかに関わらない。Univ. of Notre Dame du Lac, 703 F. 2 d at 1375-77, 217 USPQ at 508-09; Buffett v. Chi-Chi's, Inc., 226 USPQ 428, 429 (TTAB1985)。第２条（ａ）の保護は、個人又は機関の「人格」の不正使用を防止することを目的としており、公衆を保護するためのものではない。In re MC MC S.r.l., 88 USPQ 2 d 1378, 1380 (TTAB2008) (Bridgestone/Firestone Research Inc. v. Auto. Club De L'Ouest De La France, 245 F. 3 d 1359, 58 USPQ 2 d 1460 (Fed. Cir. 2001) を引用している)。
さらに、商標が登録できないのは、人のフルネーム又は正しい名前である必要はなく、人が一般に知られているニックネームやその他の名称も、この法律の規定に基づいて登録できない場合がある。

商標法第２条（ｃ）を補完するものとして、TMEP1206 では、「生存中の特定の個人を示す名称 (a name identifying a particular living individual)」の意味、商品又はサービスとの関係、審査官からの質問等について、規定している。

[136] USPTO「TRADEMARK MANUAL OF EXAMINING PROCEDURE (TMEP)」(当協会にて翻訳) https://tmep.uspto.gov/RDMS/TMEP/current#/current/TMEP-1200d1e1.html (最終アクセス日：2021 年 12 月 26 日)。

TMEP

1206 具体的な生存中の個人、又は逝去している米国大統領の、名、肖像、署名であって、承諾を得ていない場合に基づく拒絶

第２条（ｃ）（§1052（ｃ））はこれらの標章について、主登録簿又は補助登録簿のいずれにおける登録も絶対的に禁止している。15U.S.C.§1052（ｃ）、§1052（ｆ）、§1091（ａ）を参照されたい。

生存中の個人の名（名前又は氏名）、署名若しくは肖像の登録に関して、その者の承諾を要求する目的は、その生存中の者が有する、自身を特定する表示におけるプライバシー権及びパブリシティ権（rights of privacy and publicity）を保護するためである。（中略）

1206.01 具体的な生存中の個人の名、肖像若しくは署名

第２条（ｃ）は、具体的な生存中の個人を特定する、又は、逝去した米国大統領（その大統領の未亡人が生存中である場合）を特定する、すべての名、肖像若しくは署名と明確に関係する規定である。

フルネームである必要はない。第２条（ｃ）に関して、「名（name）」は個人のフルネームである必要はない。第２条（ｃ）はフルネームだけでなく、標章の使用対象であるビジネスと公然の関係性を有している（publicly connected）、又はきわめて周知であり（so well known）、そのような関係性の存在が推定される、具体的な生存中の個人を特定する証拠が存在するのであれば、ファーストネーム、氏姓、略称、雅号、芸名、称号、愛称にも適用される。（中略）

名は複数の者を示す可能性がある。ある標章が、周知である又はその標章の使用対象であるビジネスと公然の関係性を有する具体的な生存中の個人、又は、配偶者が生存中である、逝去した米国大統領を、関係する公衆に対して特定する場合には、その標章に表されている名が、複数の者の名である可能性があるという事実によって、登録のために書面による承諾を受けるという要件が否定されるものではない。

1206.02 商品又はサービスとの関係

登録のために承諾が必要であるのか否かは、公衆がその標章を、具体的な生存中の個人を特定するものとして認識及び理解するのか否かによって異なる。その標章において名が付されている個人が、次のいずれかの理由によって、商品又はサービスの使用対象である標章と関連づけられることが予測される場合に限り、承諾が要求される。（１）その者がきわめて周知（so well known）であり、その者と商品又はサービスとの間の関係性を公衆が合理的に推定するものと考えられる。（２）その個人が、標章の使用対象であるビジネスと公然の関係性を有している（publicly connected）。In re Hoefflin, 97 USPQ２d 1174, 1175-76 （TTAB2010）; Krause v. Krause Publ'ns, Inc., 76 USPQ２d 1904, 1909-10（TTAB2005）を参照されたい。第２条（ｃ）において、「公然の関係性を有している」とは、名が付されている個人が出願人と何らかの重要な方法で関係しているか、問題となっている商品又はサービスに実際に関連しているか、商品又はサービスの関連分野でよ

く知られており、その結果として、関連公衆がその名前を特定の個人を識別すると認識又は理解することを意味する。(中略)

標章で特定された名を有する者がいずれも、実際には出願人又は標章の使用対象であるビジネスと関係性を有しておらず、その標章における名を有する者がいずれも、何らかの関係性が推定される程度まで一般的に知られていない場合、その標章は概して、第２条（ｃ）に基づき具体的な者を特定するものとみなされず、承諾は要求されないであろう。(中略)

出願された特定の区分を第２条（ｃ）により拒絶するに際して、個人が区分に挙げられたすべての商品又はサービスと公然の関係性を有していることを証明する必要はない。個人が区分内の商品又はサービスの少なくとも一部と公然の関係性を有していることを示すだけで十分である。

1206.03 質問が要求される場合

一般的に標章が、具体的な生存中の個人を特定するものと合理的に理解される可能性がある、名、肖像若しくは署名からなるが、出願人が、その名又は絵姿が実際に生存中の個人を特定するものであるのか否かについて述べていない場合、審査官は、その具体的な生存中の個人の名又は絵姿であるのか質問し、これに該当するのであれば、その名又は絵姿を商標登録のために、その個人の書面による承諾の提出が必要である旨を出願人にアドバイスしなければならない。対象とされる名、肖像若しくは署名が、ある具体的な生存中の個人を特定する十分な証拠が存在する場合、審査官は質問に代えて、第２条（c）に基づく拒絶理由を発出するのか否かに関する裁量権を行使することができる。

フルネームの場合。ある標章に、ファーストネーム／頭文字及び氏姓で構成されるフルネームが含まれている場合、審査官は、その名が生存中の個人ではない旨が記録から明らかな場合を除き、その標章が生存中の個人の名からなるのか否かについて質問しなければならない。質問を行う前に、その個人が一般的に知られているのか否か、又は標章の使用対象であるビジネスと公然の関係性を有しているのか否かを確定させる必要はない。その個人が一般的に知られている又は標章の使用対象であるビジネスと公然の関係性を有している旨の十分な証拠が存在する場合、審査官は自己の裁量で、質問に代えて第２条（c）に基づく拒絶理由を発出することができる。(中略)

ファーストネーム、雅号、芸名、氏姓、愛称又は称号の場合。ある標章が、ファーストネーム、雅号、芸名、愛称、氏姓又は称号からなる場合（たとえば「Mrs. Johnson」，「The Amazing Jeffrey」，「Aunt Sally」)、審査官は、その名が一般的に知られている個人又は標章の使用対象であるビジネスと公然の関係性を有する個人を特定する旨の証拠が存在するのか否か、及びその結果として関係する公衆が、その名を具体的な生存中の個人を特定するものと理解するのか否かについて判断しなければならない。(中略)

通常であれば、あるファーストネーム、雅号、芸名、氏姓、愛称又は称号を、具体的な生存中の個人を特定するものと関係する公衆が理解するのか否かは、その具体的な個人が、一般的に、又は該当する産業、ビジネス主体、商品、サービスとの関係で（たとえば商品若しくはサービスの発明者として、企業の看板的役割として、又は製品の著名な利用者として)、その名に基づき、公衆から何らかの認識を獲得しているのか否かによって異なる。(中略)

多くの場合、著名性又は公衆の認識がなければ、ファーストネーム、雅号、芸名、氏姓、愛称、称号は、常に具体的な個人と関連づけられるものではない。したがって標章中の名がファーストネーム、雅号、芸名、氏姓、愛称若しくは称号であっても、その名が具体的な個人を特定するものとして関係する公衆が認識又は理解する旨が、利用可能な情報に示されている場合を除き、通常であれば質問は不要である。(中略)

1206.04（ａ）同意書は書面による登録への同意書でなければならない

直筆の署名があること。商標に含まれる名前、肖像、署名が、特定の存命中の個人又は未亡人の存命中である故米国大統領を示す場合、その商標は、その個人又は大統領の未亡人の書面による同意がある場合に限り登録可能である。合衆国法典第 15 編第 1052 条（c)。

1206.04（ｂ）同意は出願の署名から推定される

商標に含まれる特定の個人が出願書類に署名した人物でもある場合、その人物の登録への同意は推定される。(中略)

署名者の名前。登録の同意は、商標に含まれる名前の個人の署名がある場合に推定され、例えば、商標が「GEORGE SMITH」であり、申請書が George Smith 氏によって個人的に署名されている場合、登録への同意が推定される。審査官は問い合わせをしたり、同意書を要求したりすべきでない。

1206.04（ｃ）出願人の有効な登録に同意の記録があれば新たな同意は必要ない

同じ商品・サービス又は後続出願の商品・サービスを包含するような、同じ名称、肖像、署名の全部又は一部からなる商標の有効な登録のファイルの記録の一部として、登録への同意が既にある場合、出願人は新たな同意を提出する必要はない。In re McKee Baking Co.,218 USPQ 287,288 (TTAB1983) を参照。この状況において、出願人は以下のことを行うだけでよい。（１）既存の登録の所有権を主張し、（２）同意の記録があることを審査官に通知する。

（ii）規定の趣旨

商標法第２条（ｃ）が生存中の個人名等の登録に関して、その者の承諾を要求する目的は、その生存中の者が有する自身を特定する表示におけるプライバシー権及びパブリシテ

ィ権（rights of privacy and publicity）を保護するためである（TMEP§1206）。

（以下、ヒアリング結果。）

第２条（ｃ）の目的は、ある者のプライバシー及び人格権について、その本人による管理を容易にすることである。生存中の特定の個人を示す氏名、肖像若しくは署名によって構成される商標を登録するための承諾を要求することによって、その個人が自身の名称の使用及び登録を管理し、更にその名称が使用される態様について管理するための、法的枠組みを有することになる。

（iii）規定の内容と考慮要素

本規定の見直しの参考とするため、米国における他人（商標に含まれる個人名を有する者）の氏名を含む商標に関する拒絶理由である商標法第２条（ｃ）（及び第２条（ａ））について、その判断における考慮要素をヒアリングにより確認した。

（Ａ）氏名を有する「他人」に関する事情の考慮

（ａ）「他人」の知名度

（ａ－１）特定性の要件と他人の知名度

商標法第２条（ｃ）は、個人名について特定性の要件を付している（「生存中の特定の個人を示す名称（a name identifying a particular living individual)」）。

そのため、同条に基づき、承諾が必要となるのは、同一の個人名を有する全ての者ではなく、特定性の要件を満たす者（一定の知名度を有する者）に限られる。

具体的には、（１）著名であり、その者と商品又は役務との関連性を公衆が合理的に想起するものと考えられる場合、又は、（２）その個人が、商標の使用対象である業務と公然の関係性を有している場合となる（TMEP§1206.02[137]）。

（以下、ヒアリング結果。）

第２条（ｃ）の「生存中の特定の個人」とは、氏名商標とその使用分野が特定の商品又はサービスに関連しているただ一人の者を指す。このような「生存中の特定の個人」が存在する場合には、同意書が必要となる。他の多くの人は「生存中の特定の個人」に該当することなく、同じ名前を持つことができる。もっとも、このような同姓同名の人々からの異議申立ての根拠は限られている。 例外はTMEP§1206.02に記載されており、他の人が（１）その者と商品又は役務との間の関連性を公衆が合理的に想起するほど良く知られている場合、又は（２）その個人が、商標の使用対象である業務と公然の関係性を有している場合である。 このように、承諾を得るべき場合が限定されるのは、第２条（ｃ）の特定性の要件（“identifying a particular living individual”）に基づく解釈による。

TMEP§1206.02（及び§1206.01）の規定する「きわめて周知である（so well known)」と

[137] なお、TMEP§1206.01においても「…きわめて周知であり（so well known)」及び「公然の関係性を有する（publicly connected)」の記載がある。

「公然の関係性を有する（publicly connected)」は、文言上は区別されるものの、非常に近い用語として理解されている。そのため、商標法第２条（ｃ）に基づき承諾を要求される個人名は、一定の知名度を有するものに限られると考えられる。

（以下、ヒアリング結果。）

TMEP§1206.01 のガイドラインの「公然の関係性（publicily connected)」の正確な意味は、著名性又は周知性ではないが、著名又は周知な人、製品などは、第２条（ｃ）の対象とされる可能性が高くなると解されている。審査官がその人物を良く知っていることが重要である。審査官がその人をまったく知らなければ、基本的に審査官はオフィスアクションを出さないし、他人の氏名に関するものとはならないであろう。異議申立書が提出されると、出願に異議を唱えている者は、自分がよく知られている又は有名であることを証明するよう求められ、証拠を提出する。それが認められるかは不明であるが、例えば、Tiger Woods であれば彼が有名だという十分な証拠を提出でき、広い保護を得られると考えられる。

Krause v. Krause Publications 事件は、狭いビジネス分野で評判を得ている人が、すべての分野保護されるわけではなく、評判を得ている分野についてのみ保護されるという良い例である。重要な点は、米国では複数の人が同じマークを使用することを、たとえそれが名前であっても、使用において区別できる限り認めているということである[138]。

TMEP§1206.01 の「公然の関係性を有する（publicly connected)」とは、その者が米国で知られているかどうかが重要である。その人は米国に住んでいないかもしれないが、審査において問われるのは、その人と製品とが関係を有するものとアメリカ人が確信するかどうかである。このことについては、Kate Middleton を扱った事例がある。この人は、ダイアナ妃、Princess Diana の息子の１人と結婚した人である。誰かが「Royal Kate」を商標出願したが、Kate Middleton は英国に住んでいたとしても、彼女は米国で名声を得ており、保護されるので、出願は拒絶されている。

（ａ－２）知名度の判断基準（知名度を獲得する範囲）

TMEP§1206.02 の規定する「きわめて周知（so well known)」については、TMEP§1206.02 で列挙された事例が参考になる。周知性獲得の範囲については、一部の商品又は役務に限り周知性を獲得している場合[139]、米国の公衆を対象に広く周知性を獲得している場合、いずれも商標法の保護の対象となり得ると考えられる。

[138] （米国法律事務所による注）例えば、米国特許商標庁のデータベースで「George Smith」の商標を検索すると、複数の検索結果が得られる。このことから、「George Smith」のような一般的な名前の場合、多くの人が「George Smith」を商標として、異なる分野、無関係な分野で使用していることがわかる。

[139] 商標登録の取消しの場面では、取消しの対象となる商品又は役務が、周知性を獲得した範囲に限定される可能性がある（上記 Krause v. Krause Publ’ns 参照)。もっとも、登録の場面では、出願人は出願に係る区分内の商品又はサービスについて、少なくとも一部と公的な関連性を示すことで十分とされる（TMEP§1206.02 最終段落の解説参照)。

（以下、ヒアリング結果。）

TMEP1206.２において、承諾が必要となる個人に「きわめて周知（so well known)」であることの要件が付されている点については、TMEP§1206.02に引用されている事例が参考になる。TMEP§1206.02に引用されている裁判例では、他人からの承諾が必要であると決定する目的で、著名な者に要求される認識度について全体的なガイダンスを示している。

TMEP§1206.02ではMartin v. Carter Hawley Hale Stores, Inc.に追加して、Krause v. Krause Publ’ns, Inc., 76 USPQ２d 1904 (TTAB2005) も引用している。この当事者対立手続では、個人であるChester L. Krauseは、彼がコインコレクション及び自動車コレクションの分野で名声を確立していることを根拠として、これらの分野の一部を指定する商品及び役務について、KRAUSE PUBLICATIONSの登録商標の一部取消が認められた。しかし、Chester L. Krauseが先行して名声を獲得していなかった分野であるナイフ・フォーク類の品評会及び褒賞に関する役務においては登録が維持された。

特定の分野のみにおいて周知である状況とは別に、一部の人々は米国の公衆に広く知られている場合がある。審査官は、出願商標が周知である他人の名称に該当するものと認識し、第２条（ａ）及び第２条（ｃ）に基づく審査上の問題点を提起する場合がある。この参考例としては、第２条（ａ）及び第２条（ｃ）がオフィスアクションにおいて適用され、出願が拒絶された「TIGER’S WOOD」商標（米国商標出願第77913521号）がある。

（ａ－３）商標法第２条（ａ）及び第２条（ｃ）の関係

商標法第２条（ａ）及び第２条（ｃ）の関係について、第２条（ａ）は、他人の生存の有無を問わないが、「不道徳的、欺瞞的若しくは中傷的な事項；又はある者･･･を侮辱し、若しくはそれらとの関係を偽って示唆し、又はそれらを侮辱し若しくはそれらの名声を汚す虞のある事項」からなる又はこれらを含むことが要件となっており、実際の適用は有名人と関連するものに限られるとのことである。

商標法第２条（ｃ）は、他人の生存が要件となっており（未亡人が生存中の逝去した大統領の名称を除く。)、上記のとおり承諾が必要となるのは、対象となる個人名が一定の知名度を有する場合である。

（以下、ヒアリング結果。）

第２条（ａ）及び第２条（ｃ）の関係について、審査官が氏名商標について「生存しているのか否かを問わず、ある者の名誉を毀損する、又はその者との関連性を虚偽的に想起させるもの」と主張して出願を拒絶する場合には、第２条（ａ）が適用される。一般的に第２条（ａ）は、氏名商標が、セレブリティ又はスポーツ選手などの有名人と関連性を有するものと審査官が認識する場合に限り、審査において引用されるであろう。出願人はたとえば、その有名人から承諾を得ることによって拒絶理由を克服することができる。

審査官が氏名商標の審査において「生存中の特定の個人」を示すものであるのか否かを検討し、それを出願人に質問する場合に限り、第２条（ｃ）が適用される。出願人から該当するとの回答があれ

ば、承諾が要求される。該当しないとの回答であれば、出願人は「商標に示される氏名は生存中の特定の個人を示すものではない」旨の陳述書を提出する。氏名商標の審査において、第２条（ｃ）は常に適用される問題点となる。第２条（ａ）は、氏名商標が有名人のものと思われる場合に限り適用される。

（ｂ）「他人」の顧客吸引力

他人の顧客吸引力の有無の考慮については、商標法第２条（ｃ）の条文上、規定されていない。もっとも、上記のとおり、商標法第２条（ｃ）に基づき承諾が必要となる名称は一定の知名度を有するものに限られることから、この知名度の点と関連して、顧客吸引力の有無も同規定の判断に影響を与える可能性があると考えられる[140]。

（以下、ヒアリング結果。）

「他人」が顧客吸引力を有する者か、そうでない者かが、第２条（ｃ）の判断に影響を与えるかについては、他人が著名又は周知でない場合において問題になると考えられる。
これに関して TMEP§1206.02 及び同セクションで引用されている裁判例によると、他人が著名若しくは周知でない場合、又は商標の使用対象である業務分野と公然の関係性を有していない場合には、自身の名称が商標として登録される状況を阻止することができない。

なお、上記の「他人が著名若しくは周知でない場合、又は商標の使用対象である業務分野と公然の関係性を有していない場合には、自身の名称が商標として登録される状況を阻止することができない。」とは、他人が著名・周知である場合、又は氏名商標の対象である業務分野と公然の関係性を有している場合を除き、その他人は出願人の氏名商標の登録を排除することを期待できないという意味である。審査において、例えば出願人が生存中の特定の個人である場合など、商標が生存中の特定の個人を示すものであれば、出願人は同意書を提示する必要が生じる場合がある。商標中の氏名が「生存中の特定の個人」を示すものでなければ、それに代えて出願人は「その氏名が生存中の特定の個人を示すものではない」旨の陳述書を提出することができる。出願人の陳述書は、同一の氏名を有するすべての者が、商標と関連性を有していないことを意味するに過ぎないと考えられる。

（ｃ）「他人」の名声への影響

他人の名声への影響の考慮については、商標法第２条（ｃ）の条文上、規定されていない。もっとも、上記の顧客吸引力の有無と同様に、商標法第２条（ｃ）に基づき承諾が必要となる個人を示す名称は一定の知名度を有する場合に限られることから、この知名度の点と関連して、名声への影響の有無も同規定の判断に影響を与える可能性があると考えられる。

商標法第２条（ａ）は、条文上、ある者を「侮辱し･･･名声を汚すおそれがある事項」から成り又はそれらを含むこと等を要件としていることから、これらの要件との関係で他人の名声への影響が判断に影響を与える可能性があると考えられる。

[140] 商標法第２条（ａ）については回答がなかった。

（以下、ヒアリング結果。）

出願商標が「他人」の名声を汚すものかそうでないかが第２条（ａ）及び第２条（ｃ）の判断に影響するかについては、他人が著名又は周知でない場合において問題になると考えられる。第２条（ａ）は次のように規定している。「出願人の商品を他人の商品から識別可能な商標は、次に該当しない限り、その性質を理由として主登録簿への登録が拒絶されることはない…（ａ）不道徳的、欺瞞的若しくは中傷的な事項、ある者（生存中であるのか否かを問わない）、団体、信仰若しくは国民的な象徴を侮辱し、若しくはそれらとの関係を偽って示唆し、又は、それらを侮辱し若しくはそれらの名声を汚す虞のある事項…によって構成されるもの、又はそれを含むもの」。
この第２条（ａ）及び第２条（ｃ）は、他人が商標出願に反対し、それを潜在的に阻止する根拠を提供しているものと考えられる。
また、冒認出願については、第２条（ａ）に基づく拒絶理由が審査又は当事者対立手続中に提起される可能性がある。もっとも、審査又は対審手続のいずれにおいても、第２条(a)の主張について現行で具体的な問題が生じているものと認識していない。

（ｄ）「他人」の知名度等の判断方法

審査官は、ウェブ検索に基づき、他人の知名度等を判断するのが一般的である。

その結果、出願商標に含まれる個人名が一定の知名度を有する場合（「きわめて周知である（so well known）」又は「公然の関係性を有する（publicly connected）」に該当すると考えられる場合）には、審査官は、当該名称を有する者からの承諾書面[141]を提出するよう、出願人に要求する（TMEP§1206.02）。

もっとも、米国においては、出願商標に含まれる個人名について、審査官が即座に人名であると認識できるような有名な人物がいない場合、職権による調査を行わないとのことである。この場合、出願商標が「生存中の特定の個人を示す名称」を含む可能性があれば、審査官は出願人に対し質問を行うが（TMEP§1206.03）、出願人の回答が「生存中の特定の個人を示す名称」該当しないとのことであれば、審査官は詳細な調査を行うことなく認容する。出願人の回答が「生存中の特定の個人を示す名称」に該当するとのことであれば、審査官は出願人に対し、当該個人の承諾を求めることになる。

（以下、ヒアリング結果）

第２条（ｃ）を補完するTMEP§1206も、個人名として認識される可能性がある商標の審査要件を解説している。TMEP§1206に概要が示されているガイドラインによると、商標が生存中の特定の個人を示す名称と思われる場合、審査官は質問を行うべきとされる。

他人が「著名である場合」、「顧客吸引力を有する場合（商標の使用対象である業務との関連性を公衆が想起する場合）」については、TMEP§1206.02によると、審査官は、当該他人からの承諾書面を提出するよう出願人に要求すべきである。

[141] （米国法律事務所による注）承諾については、個人を示す名称を有する者として特定された者が直接的に署名した、書面による承諾を得なければならない（TMEP§1206.04（a））。

他人が「名声を汚されるおそれがある場合」に関して、第２条（ａ）及び第２条（ｃ）は、他人が商標出願に反対し、それを潜在的に阻止する根拠を提供しているものと考えられる。
「出願商標が著名である場合」に関しては、TMEP§1206.02 を適用して、承諾書が要求されるものと考えられる。

審査官が使用する証拠について、審査官はどのような方法で、その人が有名であると定義するのかについては、氏名に関する情報を通常はウェブにて検索している。審査官が何か疑問を持てば氏名について調査して、新聞記事も調べるが、そのすべてはインターネットで見つけるが一般的とされている。

「商標の使用対象である業務と公然の関係性を有する（publicly connected）生存中の特定の個人を示す旨の証拠」とは具体的には、生存中の特定の個人を示すものとして審査中にチェックされると想定される証拠であって、ある人物とビジネスとの間の関係を示す、インターネットベースの情報と考えられる。審査官が実際に調査した場合、出願商標に係る氏名と同一の氏名を有する人物、そのビジネス分野の会社の社長などが存在することに気付くことがある。例えば、Tesla 創業者の Elon Musk など、彼は有名で、人々は彼が誰なのか知っている。しかし、もし、彼が有名ではなく、他の誰かが異なる分野、例えば、トラックやワゴン車について商標出願した場合、ある人が有名ではなくアメリカ人に認知されていない場合、審査官はこれが生存中の特定の個人を指す商標なのか単純に訊ねることになるであろう。該当するとの回答であれば、同意書が必要になる。これは標準的な場合である。米国では、審査官が即座に人名であると認識できるような有名な人物がいない場合、その審査官が詳細な調査を行わないのが一般的である。審査官は、これが特定の個人であるのか単純に質問することになる。そして、出願人が、「これは生存中の特定の個人ではない」と回答したら、実際に詳細な調査を実施することなく、おそらく認容されることになる。ただし、この状況では異議申立てが行われる可能性がある。再度の確認となるが、TMEP§1206.02 の Krause 氏が Krause Publications の登録を阻止できた事例が参考になり、これは異議申立て又は取消審判によるものである。これ以外の人物として Neil Martin がいるが、これは登録を阻止できる程度まで十分な名声を得ていることを証明できなかった事例である。

（Ｂ）出願人に係る事情の考慮

（ａ）出願人の害意の有無（偶然の一致）

出願人の害意の有無の考慮については、商標法第２条（ｃ）の条文上、規定されていない。もっとも、上記のとおり、出願商標に含まれる個人名に一定の知名度が認められる場合には商標法第２条（ｃ）に基づき承諾書の提出が必要となるところ、承諾書については、特定された個人が自ら(personally)署名することが要求されている(TMEP §1206.4(ａ))。このような手続的な要件との関係で、出願人の害意の有無は、商標法第２条（ｃ）の判断に影響を与える可能性があると考えられる。

（以下、ヒアリング結果。）

氏名の一致について害意があるか、そうでないか（偶然の一致か）についても、TMEP §1206.４（ａ）

では、特定された個人が直接的に（personally）署名した承諾書を要求しており、これは害意による出願に対処することを想定しているものと考えられる。

（b）出願人の自己氏名該当性

商標に含まれる個人名が出願人の自己氏名であるかの考慮については、商標法第２条（ｃ）の条文上、規定されておらず、このような場合にも、一定の知名度を有する他人がいる場合には、当該他人の承諾書が必要になる可能性が高いと考えられている。

したがって、商標に含まれる個人名が出願人の自己氏名であるかについては、商標法第２条（ｃ）の判断に影響を与えるものではないと考えられる[142]。

（以下、ヒアリング結果。）

第２条（ａ）又は第２条（ｃ）の判断において、自己氏名の出願について、同姓同名の他人から承諾を得る必要があるかについては、周知な他人がいる場合には、当該他人の承諾が必要になる可能性が高いと考えられる。

したがって、出願商標に含まれる氏名が出願人の氏名であっても、同性同名の「他人」がいる場合には、常に、この「他人」の承諾も必要になるということを意味しない。出願人が自己の氏名を商標として出願する場合、同一の氏名を有する他人から承諾を得る必要はない。審査官が要求した場合、出願人は自ら作成した同意書を提示することができる。

商標と他人との関係性が証拠から示されている場合、審査官は審査において第２条（ａ）又は第２条（ｃ）に基づく拒絶理由を別個に提起する可能性がある。

なお、TMEP §1206.04（ｂ）によると、商標に示された特定の個人が出願書類に署名した者でもある場合には、登録について本人が承諾したものと推定される。

（c）出願人の商品・役務に係る出願商標の知名度

出願人の商品・役務に係る出願商標の知名度の考慮については、第２条（ｃ）の条文上、規定されていない。ヒアリング結果を考慮すると、審査官の意向に影響を与える可能性は否定できないものの、基本的には第２条（ｃ）の判断に影響を与えるものではないと考えられる。

（以下、ヒアリング結果。）

氏名商標の審査において、出願人の事情、例えば、出願商標が著名であることや氏名商標を使用する必要があることが考慮されるかについて、特定の要因が、審査手続中の審査官の意向に影響を与える可能性はあり得る。審査官は商標取得を希望する出願人に対して同情的になるかもしれないが、氏名商標の承諾手続は商標法及びガイドラインに準拠する必要性が生じると考えられる。

---

142 （米国法律事務所による注）なお、一定の知名度を有する他人が存在しない場合、商標法第２条（ｃ）に関し、審査官から「生存中の特定の個人を示す名称」該当性について質問がなされた際、出願人はこれに該当するとして自ら作成した承諾書を提出することが認められており、手続上の利便性は認められる。

（ｄ）出願人が氏名商標を使用する必要性の有無

出願人が氏名商標を使用する必要性の考慮については、商標法第２条（ｃ）の条文上、規定されておらず、審査官の意向に影響を与える可能性は否定できないものの、基本的には第２条（ｃ）の判断に影響を与えるものではないと考えられる。（上記（ｃ）のヒアリング結果参照。）

（Ｃ）出願商標の構成・態様の考慮

（ａ）フルネームか、姓又は名のみか

商標法第２条（ｃ）の個人名（name）には、フルネームのみならず、名、姓、略称、雅号、芸名等も含まれる。

（以下、ヒアリング結果。）

第２条（ｃ）によると、商標中の名称、肖像若しくは署名が、生存中の特定の個人を示すものと思われる場合、その商標は、当該個人の承諾を得た場合に限り登録することができる。商標の審査に関して TMEP §1206.01 によると、フルネーム、名、氏姓、略称、雅号、芸名、称号、愛称を有する商標について、商標の使用対象である業務と公然の関係性を有する（publicly connected）生存中の特定の個人を示す旨の証拠、又は生存中の特定の個人が著名であり、その業務との関連性が想起される旨の証拠が存在する場合には、承諾が要求される。これとは別に、主としてフルネームではなく単なる氏姓であると判断される商標については、その氏姓が識別力を取得している旨を出願人が証明することによって、主登録簿に登録可能である。

第２条（ｃ）（15U.S.C.§1052（ｃ））「生存中の特定の個人を示す名称（a name identifying a particular living individual)」には、どのような名称が該当するかについて、米国特許商標庁は、「商標における生存中の特定の個人の名称／肖像／署名及びこの要件を充足する方法に関する質問集：『ガイド』」と呼ばれるガイドを発行している。このガイドは生存中の特定の個人を示す名称のタイプを例示しており、これにはフルネーム（たとえば BOB JONES)、雅号（たとえば作家 J. K. Rowling の雅号（ペンネーム）である ROBERT GALBRAITH)、芸名（たとえば CHER)、称号（たとえば PRINCE CHARLES)、愛称（たとえば Bruce Springsteen についての THE BOSS)、氏名の署名（たとえば Jane Smith)、及び個人の肖像又は絵姿（たとえば Obama 元大統領の肖像）が含まれる。

（ｂ）普通に用いられる表記による文字のみの商標であるか

米国においては、個人名を含む商標が、普通に用いられる表記による文字のみからなる場合であっても、商標登録が可能である。

（以下、ヒアリング結果。）

氏名が普通に用いられる表記、すなわち、装飾や音などの要素が含まれない、文字だけの場合にも商標登録をすることは登録可能である。米国特許商標庁は、標準書体による個人名のみによって構成される商標を登録する。

（ｃ）文字の種類

米国においては、個人名を含む商標が、欧文字以外の文字種（漢字等）からなる場合であっても、欧文字で表記された氏名商標と同様に、商標法第２条（ｃ）の対象となり得る。

（以下、ヒアリング結果。）

審査官は審査において、漢字（又はその他の欧文字以外の文字）で表記された個人を示す名称の登録可能性については、欧文字で表記された個人を示す名称と同様の方法で検討すべきである。漢字で書された商標の場合、審査官は英語以外の文言の表音訳及び翻訳に関する情報を要求することができる。漢字商標が何らかの個人を示す名称であると判断された場合には、第２条（ｃ）及び TMEP §1206 を審査に適用すべきとされる。

生存中の特定の個人を示す、欧文字以外で表記された商標について、米国特許商標庁は第２条（ｃ）を適用する。審査官は TMEP §809 及び各サブセクションに基づき、欧文字以外の文字を有する商標について質問を行うべきとされる。審査官は用語の意味について質問し、欧文字以外の文字の表音訳を要求する。審査官は、商標中の文字が個人名の文字の可能性があると判断した場合、第２条（ｃ）及び TMEP §1206 に基づき更なる質問を行う。審査官は欧文字以外の商標について、予測される意味及び表音訳を提示する場合もあるが、通常であれば出願人に質問を行い、欧文字以外の商標の意味及び表音訳の情報について出願人から回答があることを期待するのが一般的である。

英語以外の文言の意味に関しては、別個の質問を行う必要があり、審査官は翻訳又は表音訳を記載するための正確なフォーマットを出願人に提供する。概して、商標中の英語以外の文言は英語に翻訳することが要求され、その翻訳（及び該当する場合には表音訳）を商標公報に公告し、登録証に記載する必要がある。

第２条（ｃ）は外国人の氏名を対象にしているかについては、第２条（ｃ）は米国外の者の氏名に適用される。氏名が欧文字形式で表示されている場合、米国の公衆はその氏名商標が特定の個人を示すものと、より容易に判断することができると考えられる。しかし、外国との同等性に基づき、漢字、ひらがな、カタカナ、その他の欧文字以外の書体による商標にも第２条（ｃ）の規定を同様に適用すべきであると考えられる。

（２）異議・無効（取消）理由に関する規定

（ｉ）基本的事項

商標登録に対する異議申立て及び取消請求については、それぞれ商標法第 13 条及び第 14 条に規定されている。

商標法第２条（ａ）及び第２条（ｃ）のいずれも、商標出願の異議理由又は無効理由となり得る。

商標法

第 13 条（15U.S.C.§1063）異議申立

（ａ）何人も、本巻第 1125 条（ｃ）に基づく、不鮮明化による希釈化又は質の低下による希釈化を生ずる虞のある標章の登録を含め、ある標章の主登録簿への登録によって同人が損害を受けると考えるときは、登録が求められているその標章についての本巻第 1062 条（ａ）に基づく公告から 30 日以内に、所定の手数料を納付して、理由を付した異議申立を特許商標庁に提出することができる。前記 30 日の期間の満了前に書面による請求があったときは、異議申立期間は、更に 30 日延長されるものとし、また、延長期間の満了前に請求され、正当な理由があるときは、長官は、異議申立提出期間の再延長を許可することができる。長官は、異議申立期間に関する個々の延長を申立人に通知しなければならない。異議申立は、長官が定める条件に基づいて補正することができる。

（（ｂ）省略）

第 14 条（15U.S.C.§1064）取消

依拠する理由を記載した、商標の登録を取り消すための請願書は、所定の手数料の納付を条件とし、何人も、この章によって設定される主登録簿への又は 1881 年３月３日の法律若しくは 1905 年２月 20 日の法律に基づく標章の登録によって、同人が、本巻第 1125 条（ｃ）に基づく不鮮明化による希釈化又は質の低下による希釈化の虞の結果であるものを含め、損害を受けており又は受けることになると考えるときは、次の時期に提出することができる。

（（１）（２）省略）

（３）次に該当するときはいつでも。すなわち、登録標章が、その登録に係る商品若しくはサービス、又はその一部に関して一般名称となるとき、又は機能的であるとき、又は放棄されているとき、又はその登録が詐欺により、若しくはこの章に基づく登録についての本巻第 1054 条又は第 1052 条（ａ）、（ｂ）若しくは（ｃ）の規定に違反して又は前記諸法に基づく登録に関する該当先行法の類似の禁止規定に違反して取得されたとき、又は登録商標が、商品若しくはサービスであって、それに付して若しくは関連してその標章が使用されているものの出所を不実表示する結果となるように、登録人によって若しくはその許可を得て使用されているとき。登録標章が、その登録に係る商品又はサービスの全部ではないものについて一般名称となっている場合は、対象をそれらの商品又はサービスに限定した登録取消請願書を提出することができる。登録標章は、当該標章が独特の製品又はサービスの名称として又はそれを特定するためにも使用されているという理由のみによっては、商品又はサービスの一般名称であるとはみなされない。購入者誘導よりは、関連する公衆に対する登録標章の第一義的意義を、登録標章が、商品又はサービスであって、それに付して又は関連してその標章が使用されているものの一般名称となっているか否を判断する上での基準とする。

（（４）（５）省略）

（ⅱ）規定の趣旨・内容

米国では、審査と異議申立てという２つの異なる制度が連携することで、氏名権が保護されているとの指摘があった。商標法第２条（ｃ）に係る異議申立ての判断については、TMEP§1206.02 に掲載された事例が参考になる。

（以下、ヒアリング結果。）

当事者対立手続（異議申立て及び取消請求）においては、第２条（ａ）及び第２条（ｃ）のいずれも、商標出願の異議又は無効の根拠・理由となり得る。

米国では、商標出願、登録は公開され、その後に商標に対する異議申立てが可能になる。審査官が商標出願の審査中に調査を実施し、その後に商標が公開され、異議申立ての対象とされる。これらの２つの異なる制度がうまく連携して氏名権を保護していると考えられている。

Krause v. Krause Publications 事件では、異議申立人の Chester Krause が出願に対して異議申立て（あるいは取消請求）を行い、Krause Publications 商標の対象と考えられる分野において「Krause」という自分の姓が名声を得ていたことを証明している。そして商標審判部は、Krause Publications 商標について彼が名声を得ていたものと判断して、商標登出願を拒絶している。

さらに TMEP§1206.02 には、異なる結果となった事例がいくつか掲載されている。Martin v. Carter Hawley Hale Stores, Inc.事件では、「NEIL MARTIN」という商標について、「Neil Martin」という男性が存在しており、この人は男性用シャツについての商標出願「Neil Martin」とは無関係であった。彼はシャツ製造業に関して名声を得ていたことが証明できず、一般的にも、人々が彼と被服とを関連づけるほど著名ではなかった。これと同様の判断が認められた Brand v. Fairchester Packing Co.事件では、「Arnold Brand」という人物について扱ったもので、弁理士である彼は、トマトを対象とする「ARNOLD BRAND」商標について異議申立てを行った。米国特許商標庁での審査、そして商標審判部においても、彼がトマト分野について名声を得ておらず、一般的にも彼が保護されるものと認識されないことから、異議は認められなかった。

商標法第 13 条（ａ）の「登録によって損害を受けると考えるとき」については、TMEP§1206.02 に掲載された事例が参考になる。

商標法第 13 条（ａ）は知名度を有しない個人を示す名称についても適用される可能性があるとのことだが、一方で、同規定の「損害」は、商標登録によって損害を受ける可能性があると信じる合理的な根拠を伴う、現実かつ適法な個人的利益を有する者が受ける損害であり、商標における自己の収益性・顧客吸引力の損失に関するものと解されている。

（以下、ヒアリング結果。）

商標法第 13 条（ａ）（15U.S.C.§1063（ａ））「登録によって損害を受けると考えるとき」とは、具体的にどのような状況を指すのかについて、TMEP §1206.02 は、生存中の特定の個人を示す名称で構成される商標に関して損害を受けた場合についてのガイダンスを提供している。このセクションは

Martin v Carter Hawley Hale Stores, Inc., 206 USPQ 931 (TTAB 1979) を引用している。

第２条（ｃ）は、自身の名称が他人の商標の使用によって損害を受けることが、有効な理由によって予測される者を保護することを意図している。問題とされる名称が付された特定の個人が著名であって、商標の使用対象である商品との関係性を公衆が合理的に想起するために、又はその個人が、商標の使用対象である業務と公然の関係性を有しているために、その個人が、商品が使用されている商標と関連づけられるものと判断される場合には、損害が生じる。

TMEP §1206.02 は、個人名に関する当事者対立手続において損害が争点とされた裁判例を紹介している。さらに、商標審判部手続マニュアル（Trademark Trial and Appeal Board Manual of Procedure：「TBMP」）は「損害」の意味について、商標登録によって損害を受ける可能性があると信じる合理的な根拠を伴う、現実かつ適法な個人的利益を有する者が受ける損害であると述べている。

一部の状況においては、商標登録の結果として個人又は企業に損害を与える可能性がある。商標法第 13 条（ａ）（15 U.S.C. §1063（ａ））が想定している損害は、商標における自己の収益性・顧客吸引力の損失に関するものである。このような損失は、ある者の著名商標の希釈化又は弱体化から発生し、その商標が有する出所識別機能を低下させるおそれもある。また商標は出所識別機能を有することから、ある者の商標に誹謗的又は中傷的な事項が伴われている場合には、特定のセットの商品及びサービスの出所として、消費者がその商標から受ける認識にマイナスの影響を与える可能性もある。

第 13 条（ａ）で想定されている損害は、周知な氏名商標だけでなく、その他の個人すべてに適用可能である。TMEP §1206.02 は、Krause v. Krause Publications など、いくつかの事例を提供している。

（３）「他人」による自己氏名の使用の制限

登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」は、自己の氏名を個人的用途で使用することは可能と考えられるが、登録商標と混同を生じさせるような方法で使用することは制限される可能性がある。

（以下、ヒアリング結果。）

氏名商標が登録された場合、当該氏名と同一の氏名を有する「他人」の自己の氏名の使用について、は、自己の名前を登録商標と混同させるような方法で使用することについては、制限される可能性があると考えられる。

個人名を含む登録商標についても、商標権者は米国登録に伴うすべての権利を有する。特に、登録商標と混同が生じるおそれがある商標の後発使用に対しては商標権の行使が可能である。登録商標の保護範囲はさまざまであるが、一般論として、無関係の分野であれば類似標章の後発使用者は、通常のリスクを伴い、商業的用途で標章を使用する資格、又は商標として使用する資格を有するものと考えられる。

他人が同一の氏名を有する場合には、自己の氏名を個人的用途で使用可能であるものと推測する。

現状の制度では、氏名商標の登録後、著名になった「他人」の氏名については、氏名の商標登録や氏名の使用が制限されることになるが、問題は生じていないかについては、米国特許商標庁の当事者対立手続データベースによれば、第２条（ａ）及び／又は第２条（ｃ）を争点とする手続件数は限定的である。この結果は、これらの争点が紛争において高い比率を占めるものではないという一般的な評価と整合している。

先行する氏名商標の権利者によって、後発の氏名商標が排除されるという現在の公共政策に対して議論が交わされているものとは認識していない。米国司法制度及び米国特許商標庁は長きにわたり、個人名が保護可能な商標となり得るのであって、たとえば混同のおそれなど、一定状況においては後発使用者を排除できることを認めている。

（４）その他の規定

(回答なし)

１．１．３　肖像の取扱い

他人の「肖像」を含む商標は、他人の個人名を含む商標同様に、商標法第２条（ａ）及び第２条（ｃ）の拒絶理由の対象となり得る。

また、商標法第２条（ｃ）に基づき承諾を要求される肖像についても、他人の個人名を含む商標同様に、一定の知名度を有するものに限られると考えられる。

（以下、ヒアリング結果。）

第２条（ｃ）(15 U.S.C. §1052) 及び TMEP §1206 は、他人の「肖像」を含む商標をカバーしている。

「出願人の商品を他人の商品から識別可能な商標は、次に該当しない限り、その性質を理由として主登録簿における登録が拒絶されない…（ｃ）生存中の特定の個人を示す名称、肖像若しくは署名によって構成される又はそれからなるもの、ただし、その者の書面による承諾を得ている場合を除く、又は、逝去した米国大統領の名称、署名若しくは肖像によって構成される又はそれからなるものであって、その未亡人が生存中の期間におけるもの、ただし当該未亡人の書面による承諾を得ている場合を除く」。

他人の肖像は、他人の氏名と同様に、第２条（ａ）及び第２条（ｃ）に基づき拒絶理由又は異議・無効理由になる。「他人の肖像」は、第２条（ａ）に基づく「生存しているのか否かを問わず、ある者との関連性を虚偽的に想起させる事項（matter)」とみなすべきである。

他人の肖像を含む商標について第２条（ｃ）に基づき、他人の承諾が必要となるのは、他人の氏名の場合と同様に、TMEP §1206.02 にある次の場合である。

TMEP1206.02「その標章において名が付されている個人が、次のいずれかの理由によって、商品又はサービスの使用対象である標章と関連づけられることが予測される場合に限り、承諾が要求される。（１）その者が、その者と商品又はサービスとの間の関係性を公衆が合理的に推定するものと考えられほど良く知られている。（２）その個人が、標章の使用対象であるビジネスと公然の関係性を有している。」

１．１．４　法人等の名称の取扱い

法人等の名称については、その名称に個人名を含む場合でない限り、商標法第２条（ａ）及び第２条（ｃ）の拒絶理由の対象とならない。

（以下、ヒアリング結果。）

事務所、企業、連合、組合、その他の組織など、他の「法人」の名称は商号（trade name）とみなされる。商標法第 45 条（15 U.S.C. §1127）及び TMEP §1202.01 によると、単なる商号である標章の出願は、登録適格性を有していない。第 45 条及び TMEP §1202.01 によると、商号が商標として取引で使用されている旨を証明する使用見本を出願人が提出した場合、その商号は登録適格性を有する可能性がある。この判断は、提出された使用見本が、たとえば大型の書体、異なる印刷形式、デザイン的特徴などによって商号の使用を証明しているのか否かなど、商号の使用態様によって結果が異なってくる。審査官は、これらの追加的な識別的特徴が、消費者が出所を特定する商標として商号を認識する蓋然的な影響を与えるのか検討する。商号が商標として機能するものと審査官が判断した場合には、主登録簿又は補助登録簿における登録が許可されると考えられる。

すなわち、法人等の名称については、商標法第 45 条（15 U.S.C. §1127）で登録できない可能性はあるが、「他人の」名称であることを理由にして拒絶されることはない。ただし、法人には人名を含む場合がある。出願人が個人名を含む法人名の登録を求める場合には、審査において第２条（ａ）及び第２条（c）に基づく拒絶理由が提起されるおそれがある。出願商標が出所表示商標としての機能を発揮するのか否かについて問題が生じる場合には、審査において商標法第 45 条に基づく拒絶理由が提起される。

また、法人名及び個人名の両方に同一のガイダンスが適用される。法人名及び個人名は、いずれもその名称が出所表示商標として使用されている場合に限り登録適格性を有する。商標としての機能が示されない限り、商号は登録できないため、商標法第 45 条は一般的に法人名の商標の審査で問題となる。

１．１．５　故人の取扱い

故人は、商標法第２条（ｃ）の「生存中の個人（living individual)」の要件を満たさず、同規定の対象とならない[143]。

他方で、ある者の名誉を毀損する又はその者との関連性を虚偽的に想起させる商標について規定する商標法第２条（ａ）は、当該者の生存の有無を問わないことから、対象となり得る。

[143] （米国法律事務所による注）商標に示されている者が特定の生存者であるか否かについて審査官は質問を行うべきであり、特定の生存者であれば、その者からの承諾書面を提出するよう要求すべきである（TMEP §1206.03)。商標が著名な故人若しくは歴史上の人物の名称又は絵姿からなるものと思われる場合、審査官は、その者が実際に故人であるのか確認すべきであり、商標に示されている名称又は絵姿が生存中の個人を特定するものでない旨の陳述書を提出するよう出願人に要求することができる。

（以下、ヒアリング結果。）

第２条（ｃ）については、誰かが死亡すると、原則、その故人の氏名の保護は期待できなくなる。ただし、その人が生存中に名声を得ていて、氏名を商標として使用していた場合は例外となる。この典型例は「John Wayne」（映画俳優）である。彼のビジネスに属する商標は多数存在しており、ビジネスも依然として継続中である。「John Wayne」グッズも売られている。

第２条の柱書及び第２条（ｃ）を併せて読むと、生存中の特定の個人の氏名に該当しない限り、商標出願は拒絶されないということになる。大統領の氏名ではないなど、もちろんそれ以外の制限も伴うが、故人は、（要件である「生存している個人」には該当しないので、）第２条（ｃ）ではカバーされていないということになる。また、故人に関する条文は存在しない。したがって、生存中の特定の個人の氏名に該当しない限り、商標出願は拒絶されないということになる。大統領の氏名ではないなど、それ以外の制限も伴うが、故人は、（要件である「生存している個人」には該当しないので、）第２条（ｃ）ではカバーされていないということになる。また、故人に関する条文は存在しない。

他人が生存中に著名であった場合でも、亡くなった場合には保護されない。一般論として、生存中に商標を使用していた場合には、死亡した後にも、所有していた資産又はビジネスについて、それを商標として使用でき、それは保護される。この例となるものが「John Wayne」であり、「Groucho Marx」（コメディアン、俳優）である。もっとも、ある人が自分の氏名を商標として使用しないまま、その人が死亡したときは、その氏名を他人が商標として自由に使用できる状況となる。偽装表示に係る商標登録に対しては第２条（ａ）に基づく保護が検討できる可能性がある。

１．１．６　他人の氏名等を含む商標の審決例、裁判例

TMEP §1206.02 では、以下のような事例が引用されている。

（１）審決例

No. 1

【事件名】

Martin v. Carter Hawley Hale Stores, Inc., 206 USPQ 931, 933 (TTAB 1979)

【事件の概要】

男性用シャツを対象とする「NEIL MARTIN」について、その個人が、自身の専門的及び社会的部門において周知であったとしても、本人がきわめて著名であると公衆一般に認識されていること、又は、本人が被服分野と公然の関係性若しくは関連性を有している又は過去に有していたことを証明しなかった場合には、第２条（c）によって商標登録が禁止されないと判断した。

No. 2

【事件名】

Krause v. Krause Publ'ns, Inc.、76 USPQ２d 1904, 1909-10 (TTAB 2005)

【事件の概要】

登録のために承諾が必要であるのか否かは、公衆がその標章を、具体的な存命生存中の個人を特定するものとして認識及び理解するのか否かによって異なる。その標章において名が付されている個人が、次のいずれかの理由によって、商品又はサービスの使用対象である標章と関連づけられることが予測される場合に限り、承諾が要求される。(1)その者がきわめて周知であり、その者と商品又はサービスとの間の関係性を公衆が合理的に推定するものと考えられる。(2)その個人が、標章の使用対象であるビジネスと公然の関係性を有している。

出願における特定の区分について第２条（ｃ）に基づく拒絶を裏付ける目的で、その個人が対象とされる区分の商品又はサービスすべてと公然の関係性を有することを証明する必要はない。その個人が、その区分の商品・サービスの少なくとも一部と公然の関係性を有する旨を証明すれば十分である。

No. 3

【事件名】

In re Sauer, 27 USPQ２d 1073, 1075 (TTAB 1993)

【事件の概要】

第２条（ｃ）に関して「公然の関係性 (publicly connected)」とは、その名が記載された個人が、出願人と何らかの顕著な態様で関連づけられていること、問題とされる商品又はサービスと現実に関係性を有していること、又は、商品若しくはサービスが関係する分野において周知であるために、その名が、その具体的な個人を特定するものとして関係する公衆に認識又は理解されることを意味する。

運動用ボールに関して使用される、「BO」を含む標章について、「BO」は周知な運動選手の愛称であるから、この標章を使用した場合、その運動選手と本願商品との関連性が推定されるおそれがあるが、商標登録の承諾を得ていないことから、第２条（ｃ）に基づき登録無効と判断した。

No. 4

【事件名】

In re Morrison & Foerster LLP, 110 USPQ２d 1423, 1428 (TTAB 2014)

【事件の概要】

出願人の標章「FRANKNDODD」に関して、関係する公衆である消費者は、これを Barney Frank 下院議員及び Chris Dodd 上院議員を具体的に特定するものと理解せず、むしろ Dodd-Frank 法（ドッド・フランク法：消費者保護法）を引用及びコメントするものと理解することを理由として、承諾が要求されないと判断した。

No. 5

【事件名】

Brand v. Fairchester Packing Co., 84 USPQ 97 (TTAB 1950)

【事件の概要】
生トマトを使用対象とする標章「ARNOLD BRAND」について、この標章が取消申請人であるArnold Brand、すなわち特許及び商標事案を専門とする弁護士を、トマト業界において特定する旨、又はこの標章の使用によって公衆がそのような関係性を想起するおそれがある旨を示す記録はまったく存在していないことを理由として、取消申請の棄却を支持した。

No. 6

【事件名】
In re Sloppy Joe's Int'l, Inc., 43 U.S.P.Q. 2d 1350 (TTAB 1997)

【事件の概要】
かつてヘミングウェイの行きつけの店であったKey Westのバー・レストランが、彼の肖像を含むこの商標登録を出願したが、TTABは、想定される購買者であれば、出願人のバー・レストランの役務について所有者としての利害関係を有していたなど、商業的な関連性の存在を推測するであろうと理由を述べた。レストランの所有者は、この作家がレストランの長きにわたる常連客であり、彼はここで多くの執筆を行い、レストランの元所有者をモチーフとした登場人物まで存在することから、真実の関連性を想起させるものであると主張した。しかし、TTAB は、「彼が好んでいたバーで多大な時間を過ごしたことは、その著名な常連客の肖像（絵姿）における商標の権利を確定可能な程度まで、法的に十分な『関連性（connection)』を示すものではない」と理由を述べた、審査官の判断を支持した。

（２）裁判例

No. 1

【事件名】
In Re Debbie Sauer, 26 F. 3d 140 (Fed. Cir. 1994)

【事件の概要】
商標「REED REEL OVEN」について、オーブンのデザイナーであり構築者でもあるPaul N. Reedから商標登録についての書面による承諾を得ていないことから、第２条（c）に基づき登録無効と判断した。

１．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し

他人の氏名等を含む商標について、現行制度の課題の議論や制度の見直しの議論の存在は、認識していないとのことである。

例えば、現状の制度では、氏名商標の登録後、著名になった「他人」の氏名については、氏名の商標登録や氏名の使用が制限されることになるが、この点についても議論がなされているという状況にはないようである。

また、冒認出願について、商標法第２条（ａ）が適用される可能性があるものの、現状具体的な問題が生じているものと認識されていない点は上述のとおりである（１．１．２

（1）（iii）（A）（c）ヒアリング結果及び脚注参照)。

（以下、ヒアリング結果。）

現在、個人名を含む商標について、現状の制度の問題等、実質的な法律上又は政策上の議論が展開されているものとは認識していない。

ある有効な氏名商標が、他人が周知又は著名となる前から使用されていた場合、その有効な氏名商標は、後発的に氏名が商標として使用される他人に対して先行するものとみなされ、これは後発の者が周知となった場合であっても同様である。

現状の制度では、氏名商標の登録後、著名になった「他人」の氏名については、氏名の商標登録や氏名の使用が制限されることになるが、問題は生じていないかについては、米国特許商標庁の当事者対立手続データベースによれば、第２条（a）及び／又は第２条（c）を争点とする手続件数は限定的である。この結果は、これらの争点が紛争において高い比率を占めるものではないという一般的な評価と整合している。

先行する氏名商標の権利者によって、後発の氏名商標が排除されるという現在の公共政策に対して議論が交わされているものとは認識していない。米国司法制度及び米国特許商標庁は長きにわたり、個人名が保護可能な商標となり得るのであって、たとえば混同のおそれなど、一定状況においては後発使用者を排除できることを認めている。

１．２　氏名等に係る人格権

１．２．１　氏名等に係る人格権の保護

米国では、各州が独立して人格権に関する法律を有しているため、民法上の氏名権の保護の有無は各州法によるとのことである[144]。

また、知名度を有しない者が氏名権の保護の対象となるかについても、同様に、各州法の規定によるが、特に問題は生じていないとのことである。

（以下、ヒアリング結果。）

（氏名等に係る人格権の保護に関する）Civil Code（民事実体法）については、商標法第２条、さらに州法も考慮する必要がある。全米の 50 州は人格権を扱う別個の法律を有している。例えば、カリフォルニア州、ニューヨーク州の人格権はきわめて強力である。これらの州はエンターテインメントが豊富にあり、セレブリティが住んでいるので、人格権を厳しく保護している。したがって、チェッ

144 （米国法律事務所による注）人格権の概要及び代表的な事例に関するものとして「Anne Gilson LaLonde, “Giving the Wrong Impression: Section 2 (A)’s False Suggestion of a Connection”,110 TMR 877 (2020), “B. Rights of Publicity and Privacy”,P891」がある。

この文献は、「第２条（a）の関連性の虚偽的な想起（false suggestion of connection）から見出される各種の保護は、パブリシティ権（right of publicity）と、それに関連するプライバシー権（right to privacy）とが渾然一体となったものであ」り、「パブリシティ権は、自身の氏名、愛称、絵姿、音声、その他の個人的特徴の商業的使用を管理するための個人的権利である。これは州法の解釈であり、一部の州では判例法を通じて、またその他の州では制定法を通じて解釈」される、と説明する。

クすべき点は２箇所ある。ここで重要な点は、商標を登録することと、自分の氏名を登録なしで単に氏名として使用することとは異なるということである。州法ベースで規定される人格権は、登録や商標出願を必要としないが、(登録がある場合には) 人格権の侵害行為を阻止し又は阻止するために用いることが可能である。

ドイツには、氏名権に関する規定が民法において存在しているが、そのような氏名権に関する法令や判例は米国に存在しないと考えられている。これとは別の行政機関である連邦取引委員会（Federal Trade Commission）か、これが公正取引を扱う規則を有していたように理解されているが、他人になりすまして特定の商品の出所を偽る行為に関する規定である考えられる。

１．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例

(回答なし)

２．　欧州

２．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度

２．１．１　氏名を含む商標のニーズ等

（１）氏名を含む商標が採用される分野

欧州において、氏名を含む商標が多く用いられると考えられるのは、服飾（被服、腕時計、靴類など）、香水、自動車などである。

（２）氏名の用いられ方

EU の各加盟国によって異なる。

２．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態

構成中に「個人名」を含む商標に対する扱いは、その他の EU 商標と同様であり、この個人名には「他人の氏名」も含まれる。これらの出願は、その他の商標出願と同様に審査される。欧州連合 EU 商標に関する 2017 年６月 14 日の欧州議会及び理事会の規則（以下「EUTMR」という。）第４条は次のように規定し、商標を構成する要素の一つとして個人名（personal names）に言及している。

EUTMR[145]（2017 年 10 月１日施行）

第４条 ＥＵ商標を構成することができる記号

EU 商標は、次に掲げることが可能な何らかの記号、特に、個人の名称を含む語又は意匠、文字、数字、色彩、商品若しくはその包装の形状又は音により構成することができる。

（ａ）企業の商品又はサービスを他の企業のそれらと識別すること、及び

（ｂ）権限を有する当局及び公衆が、その所有者に付与される保護の明確、かつ、正確な主題を判断することができる態様で EU 商標登録簿（以下「登録簿」という。）に表示されること

「個人名」又は「他人の氏名」を含む商標に関する EU の統一的な法律等は存在しない。

（１）拒絶理由に関する規定

EUIPO においては、原則として、EUTMR 第７条に基づき、出願商標の識別力等に関する拒絶理由（いわゆる「絶対的拒絶理由」）についてのみ審査されるほか、同第８条に基づき他人の商標等の権利者から異議申立があった場合に考慮される拒絶理由（いわゆる「相対

[145] EUR-Lex「REGULATION (EU) 2017/1001 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 14 June 2017 on the European Union trade mark」https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32017R1001&from=EN（最終アクセス日：2021 年 12 月 26 日）／特許庁「諸外国・地域・機関の制度概要及び法令条約等、欧州連合知的財産庁 商標理事会規則」https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/ec-shouhyou_rijikai.pdf（最終アクセス日：2021 年 12 月 26 日）。

的拒絶理由」）にも、氏名権等に関する規定は設けられていない。

（２）異議・無効（取消）理由に関する規定

（ｉ）基本的事項

名称についての権利（a right to a name）（個人名に係る氏名権を含む。）は、その「権利の保護を規制する欧州連合立法又は国内法に従って禁止することができる場合」、EU 商標の無効理由となり得る（EUTMR 第 60 条（２）（ａ））[146]。

氏名権が存在する時期的要件及びその効力に関する詳細は、各国の国内法によって管理される。また、EU のすべての加盟国の法律において、明文で氏名権が規定されているかは定かではない[147]。

EUTMR

第 60 条 無効の相対的理由

（（１）省略）

（２）EU 商標は、その使用が他の先の権利、特に、次の権利の保護を規制する欧州連合立法又は国内法に従って禁止することができる場合には、EU 知財庁に対する申請に基づいて又は侵害訴訟における反訴の基礎として、無効を宣言される。

（ａ）名称権

（ｂ）個人の肖像権

（ｃ）著作権

（ｄ）工業所有権

（（３）以下省略）

また、欧州連合商標審査ガイドラインでは、EUTMR 第 60 条（２）（ａ）の規定について、名称についての権利が無効理由となり得ること、権利の保護範囲等は加盟国の国内法に従うことを確認し、同規定が適用された複数の事例を紹介している。

---

146 （EU 法律事務所による注）年にどの程度の登録商標が氏名権の存在を根拠として取り消されているか、統計上は明らかになっていない。もっとも、この点に関する判例が多くないことから、氏名権の存在を根拠として取り消される件数はあまり多くないものと推察される。

147 （EU 法律事務所による注）EU 加盟各国における氏名権の管理傾向については、文献等から得られる情報も極めて少なく、詳細は不明である。

欧州連合商標審査ガイドライン
取消（無効）セクション２（１/３/2021、Version １.０）[148]
４.３ EUTMR 第60条（２）に基づく無効理由－その他の先行権利

商標保護を管理する EU 法又は国内法に基づき商標の使用を禁止できる場合には、下記の権利を根拠としてEU 商標の無効が宣言されるおそれがある。これは、そのような先行権利の包括的リストではない。

EUTMR 第60条（２）は、主張された権利が、EUTMR 第60条（１）に基づく取消手続で主張される典型的な権利とみなされない性質である場合に限り適用される（2011 年 12 月 13 日、4033C、§12)。

４.３.１ 名称についての権利（A right to a name）／個人的肖像権

加盟国すべてが個人の名称又は肖像の権利を保護しているわけではない。この権利の正確な範囲（たとえば、争点とされる標章が対象とする商品及びサービスと無関係に権利が保護されるのか否か）は、その国内法に従う。

無効申請人は、必要とされる有効な国内法制度を提示し、その具体的な国内法に基づき争点とされる標章の使用を禁止できる理由について、説得力を伴う主張を行わなければならない。国内法を単に引用するだけでは十分なものとみなされない。EUIPO は、無効申請人に代わり、そのような主張を行うものではない（2011 年７月５日、C-263/09 P、Elio Fiorucci、EU:C:2011:452)。

先行権利	争点とされた標章	事件番号
TELESIS	TELESIS	2011 年３月８日、 R 134/2009-２
オーストリア法に基づく、個人の名称についての権利 オーストリア法（Section43 AGBG）によると、「自身の名を使用する権利について争われている者、又は、自身の名が正当な理由なく使用されることによって被害を受け、自身の保護可能な利益が侵害されている者は、その行為の中止及び差止並びに損害賠償を侵害者に請求することができる。この保護は取引者の識別名称まで対象とされ、その個人の名称が、その取引者の公民的な名（civil name）であっても同様である...Section43 AGBG が取引者の名にも適用可能であるとはいえ、その保護範囲は、その標章が使用されている活動分野を超えるものではない。争点とされるサービスのうち、残りの部分は先行権利のサービスとは非類似である...これらの部分は活動の異なる枝葉に関するものである」。こうして、オーストリア法に基づく要件が充足されていないことから、オーストリア法を伴う、規則No. 207/2009 第53条（２）（ａ）（現在の EUTMR 第60条（２）（ａ））を基礎とする無効請求は拒絶された。		

148 EUIPO「Guidelines for Examination of European Union Trade Marks_Part D Cancellation (Section2) 1/3/2021、Version: 1.0」https://guidelines.euipo.europa.eu/1922895/1789812/trade-mark-guidelines/4-3-1-a-right-to-a-name-right-of-personal-portrayal（最終アクセス日：2021 年 12 月 26 日)。

先行権利	争点とされた標章	事件番号
'MARQUÉS DE BALLESTAR' 爵位（título nobiliario）		2009年12月3日、 R 1288/2008-1

スペイン法に基づく、個人の名称についての権利

スペインにおいて、爵位は、個人名の場合と同様に法律1/1982に基づき保護される。取消申請人は、この爵位が存在しており、それを彼女自身が所有していることを証明した。この欧州連合商標は、小さな紋章及び大文字による「MARQUÉS DE BALLESTAR」の言葉からなる。本件のワインは、「MARQUÉS DE BALLESTAR」の言葉の表記を伴わなければ、業務上の取引において正確に特定することができない。EU商標によって与えられる権利は、この商標を次の方法で使用することによって構成される：製品容器に商標を付す行為；商標を付した製品を市場に投下する行為；広告で（publicity）使用する行為（EUTMR第9条）。この結果として商標の使用は、法律1/1982第7条（6）で意味する「広告、商取引又は類似する目的での」使用である。この法律に基づき、これらの使用は「不法な取込み行為（intromission）」であるから、同法第9条（2）で規定する保護が認められるものと考えられる。この規定は「不法な取込み行為に終止符を打つ」ための手段を講じることを認めている。名誉、人格、家族のプライバシー及び自身の画像についての権利の保護に関するスペイン法制度によって、個人の名称についての権利が保護される結果として、このEU商標の使用を禁止できるのであるから、このEU商標は無効であると宣言しなければならない。

先行権利	争点とされた標章	事件番号
DEF-TEC	DEF-TEC	2009年8月11日、 R 871/2007-4

ドイツ法に基づく、名称についての権利

審判部は次の考えを述べた。「結果的に§12BGBに基づき保護可能なものは、取消申請人の名称、すなわち『DEF-TEC Defense Technology GmbH』であって、『DEF-TEC』の標章は取消申請人の名称ではないのであるから、保護されないものと考える…唐辛子スプレー（自衛用催涙スプレー）について『DEF-TEC』の名称を登録し、結果的にこれを商標として使用する行為は、取消申請人の名称についての権利を侵害するものといえない…§12BGBは実体的な個人（physical person）の名称を保護するのであって、他人の名称と類似する名称を付す行為を絶対的に禁止する規定は存在しないことから、その保護範囲は、他人の名称についての権利が否定又は濫用される場合に限定される…また、§12BGBの規定の範囲を法人の名称まで拡張するために適用される規定は、それ以外にもまったく存在しない…本件の無効宣言の請求は、引用された先行権利すべてを考慮しても認められない」。

先行権利	争点とされた標章	事件番号
マイケル・ジャクソン氏の人格権		2013年7月17日、 R 944/20012-２
マイケル・ジャクソン氏の人格権		2013年7月17日、 R 878/2012/２

ドイツ法に基づく、画像についての権利

本件の無効宣言の請求は、ドイツ国内法、すなわちドイツ憲法第１条、第２条を伴うドイツ民事法典（BGB）第823条及び第1004条の規定による、ドイツにおける個人の肖像についての権利を基礎とするものであった。

審判部は、著名な個人（マイケル・ジャクソン氏）に特有の画像及びそれに伴われている文言から結果的に生じる特徴のために、争点とされるEU商標において、この著名な個人が認識可能であると判断した。これはドイツ判例法による画像権（image right）の使用、すなわち、ドイツ法によって保護される一般的な人格権の、特別な形態の１つである権利の使用とみなされる。審判部は、ある者自身の画像についての権利が、ドイツ法に基づき保護される人格権の特別な形態の１つであって、争点とされるEU商標を、そのEU商標の所有者が使用した場合には、マイケル・ジャクソン氏の画像を権利侵害することになり、ドイツ先例の確立によって発展してきたドイツ法に従い、取消申請人はその使用を禁止する資格を有する旨を、取消申請人は十分に証明しているものと判断した。この結果、争点とされるEU商標の無効宣言の請求については、その全体を支持しなければならない。

（ⅱ）規定の趣旨

人格権については、各加盟国の国内法を基礎としている。

EU加盟国のうち、個人名の権利を認めている国（例えばドイツ）においては、EUIPOが職権で「個人名」又は「他人の氏名」について審査しないことから、これらについて権利を所有する者が審判・裁判等を提起し、その者が自己の氏名の保護について利害関係を有する旨を証明した場合に限り、その問題が表面化するという事実によって、商標権と人格権とのバランスが維持されているものと考えられる。

基本的に、EUTMRには、このような権利のバランスを取るための特定の法的枠組みは存

在しない。

（iii）規定の内容

（A）氏名を有する「他人」に関する事情の考慮

（a）「他人」の知名度

EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定に関し、「他人」の知名度が考慮されるかについては、加盟国の国内法によって異なる。

すべての商標を対象とする標準的なルールが適用される。したがって、例えば、商標が悪意を持って出願された場合には、その商標が「個人名」「他人の氏名」又はそれ以外の商標であるのかを問わず、悪意の商標出願とみなされる。EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定による取消手続に関して、下記（a）から（h）までの効力は、いずれも各加盟国の国内法によって異なる。

（a）出願商標に含まれる氏名が、「他人」のフルネームか、姓（surname）又は名（given name）のみか
（b）「他人」が現存する者か、故人か
（c）氏名の一致について害意（bad faith）があるか、そうでないか（偶然の一致か）
（d）出願商標に含まれる氏名が出願人の自己の氏名か、そうでないか
（e）「他人」が著名な者か、そうでない者か
（f）「他人」が顧客吸引力（goodwill）を有する者か、そうでない者か
（g）出願商標が「他人」の名声（reputation）を汚すものか、そうでないか
（h）出願商標が出願人の業務に係る商品又は役務の出所を示すものとして周知であるか、そうでないか

氏名が著名又は世界的な名声を得ている場合であっても、それだけでは拒絶理由とならない。著名性又は世界的な名声の確立が要求されるのかについても、上述のとおり、EU には氏名権についての統一規則が存在していないことから、加盟国の国内法によって管理されている。

（b）「他人」の顧客吸引力

EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定に関し、「他人」の顧客吸引力が考慮されるかは、加盟国の国内法によって異なる。

（c）「他人」の名声への影響

EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定に関し、「他人」の名声への影響が考慮されるかは、加盟国の国内法によって異なる。

（d）「他人」の知名度等の判断方法

EUTMR 第 60 条（2）（a）における「他人」の知名度等の判断方法については、加盟国

の国内法によって異なる。

（B）出願人に係る事情の考慮

（a）出願人の害意の有無（偶然の一致）

EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定に関し、出願人の害意の有無が考慮されるかは、加盟国の国内法によって異なる。

（b）出願人の自己氏名該当性

EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定に関し、出願人の自己氏名該当性（商標に含まれる個人名が出願人の自己氏名か）が考慮されるかは、加盟国の国内法によって異なる。

（c）出願人の商品・役務としての出願商標の知名度

EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定に関し、出願人の商品・役務に係る出願商標の知名度が考慮されるかは、加盟国の国内法によって異なる。

（d）出願人の氏名商標を使用する必要性の有無

EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定に関し、出願人の氏名商標を使用する必要性の有無が考慮されるかは、加盟国の国内法によって異なる。

（C）出願商標の構成・態様の考慮

（a）フルネームか姓又は名のみか

EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定に関し、商標に含まれる個人名の構成（フルネームか姓又は名のみか）が考慮されるかは、加盟国の国内法によって異なる。

（b）普通に用いられる表記による文字のみの商標か

EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定との関係については、回答がなかった。

なお、構成中に「個人名」を含む商標についても、すべての商標を対象とする標準的なルールが適用されるところ、氏名が普通に用いられる表記、すなわち、装飾や音などの要素が含まれない、文字のみの場合であっても商標登録は可能である。

（c）文字の種類

回答なし。

（3）「他人」による自己氏名の使用の制限

EUTMR 第 14 条の規定により、登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」が自然人である場合、当該他人は自己の名称を業として使用することができるものの、「産業又は

商業的事項における誠実な慣行」に反して使用することはできない[149]。

EUTMR
第 14 条 ＥＵ商標の効力の制限
（１）EU 商標はその所有者に対し、第三者が業として次のものを使用することを禁止する権利を与えるものではない。
（ａ）第三者が自然人である場合には、当該第三者の名称又は宛名
（（ｂ）（ｃ）省略）
（２）（１）は、第三者による使用が産業又は商業的事項における誠実な慣行に従っている場合に限り適用する。

（４）その他の規定

（回答なし）

２．１．３　肖像の取扱い

個人の肖像権（a right of personal portrayal）は、その「権利の保護を規制する欧州連合立法又は国内法に従って禁止することができる場合」、EU 商標の無効理由となり得る（EUTMR 第 60 条（２）（ｂ））。

個人の肖像権が存在する時期的要件及びその効力に関する詳細は、各国の国内法によって管理される。また、EU のすべての加盟国の法律において、明文で個人の肖像権が規定されているかは定かではない。

EUTMR
第 60 条 無効の相対的理由
（（１）省略）
（２）EU 商標は、その使用が他の先の権利、特に、次の権利の保護を規制する欧州連合立法又は国内法に従って禁止することができる場合には、EU 知財庁に対する申請に基づいて又は侵害訴訟における反訴の基礎として、無効を宣言される。
（ａ）名称権
（ｂ）個人の肖像権

[149] ANNETE KUR, EUROPIAN TRADE MARK LAW A COMMENTARY, 409-410（OXFORD UNIVERSITY PRESS, 2017）には、自然人が自己の氏名・住所を識別標識として使用する背景及びその制限について次のように説明されている。「ビジネスを行う者が、自己の氏名及び住所を識別標識として使用することによって、自分自身を特定する資格を有することは、一般的に妥当な原則と考えられる。いかなる起業家も、自己の氏名又は住所が既に他人のために保護されている標識と一致することを理由として、異なる氏名によって自己を『隠す』こと、又は所在地を隠匿することを強制されるものではない。しかしこのルールには適格性を伴う。自己の氏名を使用する者は、本人と先行する同一又は類似の商標の所有者とを消費者が混同しないよう、自己の身元を誠実に開示しなければならない。さらに、先行商標の識別力又は名声を利用するための単なる口実に過ぎない場合、自己の氏名又は住所を使用する許可には制限が加えられる。」

（ｃ）著作権 （ｄ）工業所有権 （（３）以下省略）

２．１．４　法人等の名称の取扱い

名称についての権利（a right to a name）は、その「権利の保護を規制する欧州連合立法又は国内法に従って禁止することができる場合」、EU 商標の無効理由となり得る（EUTMR 第 60 条（２）（ａ））。

法人等の名称についての権利が存在する時期的要件及びその効力に関する詳細は、各国の国内法によって管理される。また、EU のすべての加盟国の法律において、明文で法人等の名称についての権利が規定されているかは定かではない。

２．１．５　故人の取扱い

EUTMR 第 60 条（２）（ａ）の規定に関して、故人の取扱いは、各加盟国の国内法によって異なる。

２．１．６　他人の氏名等を含む商標の審決例、裁判例

（１）審決例

（ｉ）氏名を含む商標の審決例

EUTMR 第 60 条（２）に基づく無効理由では、氏名が保護される範囲について、各加盟国の国内法に基づいて判断されている。例えば、オーストリア法では「保護範囲は、その標章が使用されている活動分野を超えるものではない」と判断され、ドイツ法では「保護範囲は、他人の名称についての権利が否定又は濫用される場合に限定される」としている。

No. 1
【審決日・事件番号】[150] 2011 年３月８日、R 134/2009-２
【事件の概要】 オーストリア法に基づく、個人の名称についての権利 オーストリア法（Section 43 AGBG）によると、「自身の名を使用する権利について争われている者、又は、自身の名が正当な（理由）なく使用されることによって被害を受け、自身の保護可能な利益が侵害されている者は、その行為の中止及び差止並びに損害賠償を侵害者に請求することができる。この保護は取引者の識別名称まで対象とされ、その名称が、その取引者の公民的な名（civil name）であっても同様である…Section 43 AGBG が取引者の名にも適用可能であるとはいえ、その保護範囲は、その標章が使用されている活動分野を超えるものではない。争点とされるサービスのうち、残りの部分は先行権利のサービスとは非類似である…これらの部分は活動の異なる枝葉に関するものであ

[150] 前掲注 148）欧州連合商標審査ガイドライン、No. ２から No. ４も同じ。

る」。こうして、オーストリア法に基づく要件が充足されていないことから、オーストリア法を伴う、規則No.207/2009第53条（２）（ａ）(現在のEUTMR第60条（２）（ａ））を基礎とする無効請求は拒絶された。

No. 2
【審決日・事件番号】 2009年12月３日、R 1288/2008-１
【事件の概要】 スペイン法に基づく、個人の名称についての権利 スペインにおいて爵位は、個人名の場合と同様に法律１/1982 に基づき保護される。取消申請人は、この爵位が存在しており、それを彼女自身が所有していることを証明した。この欧州連合商標は、小さな紋章及び大文字による「MARQUÉS DE BALLESTAR」の文字からなる。本件のワインは、「MARQUÉS DE BALLESTAR」の文字の表記を伴わなければ、業務上の取引において正確に特定することができない。EU商標によって与えられる権利は、この商標を次の方法で使用することによって構成される：製品容器に商標を付す行為；商標を付した製品を市場に投下する行為；広告で（publicity）使用する行為（EUTMR第９条)。この結果として商標の使用は、法律１/1982第７条（６）で意味する「広告、商取引又は類似する目的での」使用である。この法律に基づき、これらの使用は「不法な取込み行為（intromission)」であるから、同法第９条（２）で規定する保護が認められるものと考えられる。この規定は「不法な取込み行為に終止符を打つ」ための手段を講じることを認めている。名誉、人格、家族のプライバシー及び自身の画像についての権利の保護に関するスペイン法制度によって、名称についての権利が保護される結果として、このEU商標の使用を禁止できるのであるから、このEU商標は無効であると宣言しなければならない。

No. 3
【審決日・事件番号】 1999年10月11日審決、R 298/1999-３
【事件の概要】 個人名は原則として登録可能である。ただし、個人名が（偶発的に）商品・サービスについて欺瞞的なものとなった場合には､登録可能性に関する標準的なルールが適用され、この商標は拒絶されるものとなる。

（ⅱ）肖像を含む商標の審決例

No. 1
【審決日・事件番号】 2013年７月17日、R 944/20012-２／2013年７月17日、R 878/2012/２
【事件の概要】 ドイツ法に基づく、画像についての権利

本件の無効宣言の請求は、ドイツ国内法、すなわちドイツ憲法第１条、第２条を伴うドイツ民事法典（BGB）第823条及び第1004条の規定による、ドイツにおける個人の肖像についての権利を基礎とするものであった。

審判部は、著名な個人（マイケル・ジャクソン氏）に特有の画像及びそれに伴われている文言から結果的に生じる特徴のために、争点とされるEU商標において、この著名な個人が認識可能であると判断した。これはドイツ判例法による画像権（image right）の使用、すなわち、ドイツ法によって保護される一般的な人格権の、特別な形態の１つである権利の使用とみなされる。審判部は、ある者自身の画像についての権利が、ドイツ法に基づき保護される人格権の特別な形態の１つであって、争点とされるEU商標を、そのEU商標の所有者が使用した場合には、マイケル・ジャクソン氏の画像を権利侵害することになり、ドイツ先例の確立によって発展してきたドイツ法に従い、取消申請人はその使用を禁止する資格を有する旨を、取消申請人は十分に証明しているものと判断した。この結果、争点とされるEU商標の無効宣言の請求については、その全体を支持しなければならない…。

（iii）法人等の名称を含む商標の審決例

No. 1

【審決日・事件番号】

2009年８月11日、R 871/2007-４

【事件の概要】

ドイツ法に基づく、名称についての権利

審判部は次の考えを述べた。「結果的に§12 BGBに基づき保護可能なものは、取消申請人の名称、すなわち『DEF-TEC Defense Technology GmbH』であって、『DEF-TEC』の標章は取消申請人の名称ではないのであるから、保護されないものと考える…唐辛子スプレー（自衛用催涙スプレー）について『DEF-TEC』の名称を登録し、結果的にこれを商標として使用する行為は、取消申請人の名称についての権利を侵害するものといえない…§12BGBは実体的な個人（physical person）の名称を保護するのであって、他人の名称と類似する名称を付す行為を絶対的に禁止する規定は存在しないことから、その保護範囲は、他人の名称についての権利が否定又は濫用される場合に限定される…また、§12BGBの規定の範囲を法人の名称まで拡張するために適用される規定は、それ以外にもまったく存在しない…本件の無効宣言の請求は、引用された先行権利すべてを考慮しても認められない」（パラグラフ38以降）。

（２）裁判例

No. 1

【事件名】

欧州連合司法裁判所、2011年７月５日判決、C-263/09

【事件の概要】

EUTMR第60条（２）（ａ）の規定による氏名権の主張は、EU商標の登録が、関係する個

人の氏名を人格権として保護する目的のみで行使される権利と抵触する状況に限定されるものではなく、更に広く解釈され、その氏名の経済活動における使用も含まれる。

No. 2
【事件名】 欧州一般裁判所、2019 年 1 月 16 日判決、T-160/18
【事件の概要】 EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定によって氏名が保護されるのか否かについては、各加盟国の国内法によって判断が異なる。

２．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し

EU において統一的な氏名権を導入するための制度改革について、何らかの議論が進められているという事実は認められない[151]。

２．２　氏名等に係る人格権

２．２．１　氏名等に係る人格権の保護

（1）氏名

EU 加盟国の国内法による。

（2）肖像

EU 各加盟国の国内法による。

（3）法人等の名称

EU 各加盟国の国内法による。

２．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例

（ｉ）氏名を含む商標の裁判例

No. 1
【事件名】 欧州連合司法裁判所、2011 年 7 月 5 日判決、C-263/09
【事件の概要】 EUTMR 第 60 条（2）（a）の規定による氏名権の主張は、EU 商標の登録が、関係する個人の氏名を人格権として保護する目的のみで行使される権利と抵触する状況に限定されるものではなく、更に広く解釈され、その氏名の経済活動における使用も含まれる。

[151] （EU 法律事務所による注）これまで、EU 域内において、氏名権の存在を根拠とする EUTMR 第 60 条（2）（a）により特段問題が生じているといった意見は認識していない。また、先行する氏名権の侵害又はそのような者の存在を理由として商標登録が取り消されたことに関する事例は見当たらなかった。

（ⅱ）肖像を含む商標の裁判例

（回答なし）

（ⅲ）法人等の名称を含む商標の裁判例

（回答なし）

３．　ドイツ

３．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度

３．１．１　氏名を含む商標のニーズ等

（１）氏名を含む商標が採用される分野

ドイツにおいて、氏名を含む商標は、服飾（例えば、被服、腕時計、靴類）、香水類、自動車の分野で多く使用されている。

（２）氏名の用いられ方

ドイツにおける氏名の用いられ方は、公的な場面、職場、プライベートな場面で異なり、公的な場面では「敬称＋姓」だが、職場及びプライベートな場面では親密度に応じてファーストネームで呼びかける場合もある。

（以下、ヒアリング結果。）

公的な場面では敬称（男性は「Herr」、女性は「Frau」）＋姓の使用が一般的であり、該当すれば「Dr.」などの学位が含まれる。職場の親密な同僚に対しても、同様に「敬称＋姓」が一般的であるが、ここ数年は、敬称なしでファーストネームによって同僚に呼び掛けることも一般的になっている。プライベートな場面では、それぞれの者を互いにどの程度まで知っているのかによって状況は異なる。親しい知人又は友人であれば、相手を敬称なしでファーストネーム又はニックネームで呼び掛けることが一般的である。これは書面又は口頭のいずれの相互交流でも変わりはない。

３．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態

「個人名」を含む商標は、他の商標と同様に扱われ審査される。商標法第３条（１）は、商標として保護可能なものの一つとして「個人名」に言及している。

商標法[152]（2017 年７月 17 日 法 2541 による改正） 第３条 商標として保護することができる記号 （１）如何なる記号も、特に個人名を含む語、図案、文字、数字、音響標章、商品若しくはその包装その他梱包の形状を含む立体形状、色彩及び色彩の組み合わせを含むものであって、ある事業に係る商品又はサービスを他の事業に係る商品又はサービスから識別することができるものは、商標として保護することができる。 （（２）省略）

（以下、ヒアリング結果。）

[152] DPMA「Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen」http://www.gesetze-im-internet.de/markeng/index.html（最終アクセス日：2021 年 12 月 26 日）／特許庁「諸外国・地域・機関の制度概要及び法令条約等、商標法」https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/germany-shouhyou.pdf（最終アクセス日：2021 年 12 月 26 日）。

「個人名」を含む商標に対する扱いは、通常の商標と同様であり、この個人名には「他人の氏名」も含まれる。「個人名」又は「他人の氏名」に特別な要件は存在しない。これらの出願は、その他の商標出願と同一の審査を受け、同一の要件が課される。氏名であるというだけでは拒絶理由とならない。商標法第３条（１）は、商標として登録可能であるものとして「個人名」を具体的に定義している。

商標法第３条（１）の「如何なる記号…特に」に続くリストは包括的なものでなく、すなわち、これに続く各例示は、明確化を目的とするものである。換言すれば、ドイツ法の立法者は、原則的に「個人名」は商標として使用可能であると、具体的に判断しているものといえる。

商標法第３条（１）には、「個人名を含む」標章は、「識別可能であれば商標として保護される」とある。しかしながら、個人名を含む商標について、商標法３条（１）の「識別可能」性は審査されており、登録のためには必須であるため、その他の商標と同じルールが適用されているといえる。ある者の氏名が一定の商品又は役務について識別力を持たない状況を想定した場合、例えば、コンピュータ氏（Mr. Computer）は、商品「コンピュータ」について、氏名であるコンピュータを商標登録できないであろう。つまり、氏名であっても商標の識別力は審査される。ここで要求される識別力は氏名を含まない商標と同レベルである。したがって、いわゆる最低限のレベルの識別力が要求されることから、登録を得るためには低レベルの識別力で十分であろう。

（１）拒絶理由に関する規定

ドイツにおいては、審査段階で相対的拒絶理由が審査されないため、商標中に他人の氏名を含むことによる拒絶理由の規定は存在しない。

（２）異議・無効（取消）理由に関する規定

（ｉ）基本的事項

名称に対する権利（個人名に係る氏名権を含む。）は、それが「ドイツ連邦共和国の全領域において当該登録商標の使用を差し止める権原を有するときは」、商標の取消理由となり得る（商標法第 13 条（１）、（２）１）。

「ドイツ連邦共和国の全領域において当該登録商標の使用を差し止める権原を有するとき」（商標法第 13 条（１））とは、個人名との関係では、その者が周知である場合（ドイツ全域で氏名が認知されている場合）又は個人名が商業的環境で使用されている場合に限定されることが一般的である。

なお、名称に対する権利を保有する者が、その名称について商標権も有している場合には、第三者の登録商標に対する異議又は取消の理由として、人格権を行使することはできず、商標権を行使しなければならない。

商標法

第 13 条 その他の先の権利

（１）登録商標の先順位に関係する日前に、第９条から第 12 条までに定める権利以外の権利を他の者が取得した場合であって、当該人がドイツ連邦共和国の全領域におい

て当該登録商標の使用を差し止める権原を有するときは、当該商標の登録は取り消すことができる。

（2）（1）にいう他の権利には、特に、次の権利が含まれる。

1．名称権
2．個人の肖像権
3．著作権
4．植物の品種名
5．原産地表示
6．他の工業所有権

（以下、ヒアリング結果。）

氏名権は、商標取消手続において、商標法第13条（2）に基づく商標登録に対する先順位の権利として使用することができる（異議手続ではなく、また特許庁は職権による審査を行わない）。

ただし、この規定が適用されるためには、氏名権がドイツ全域で効力を有する必要があるために（「この場合に当該他人は、ドイツ連邦共和国全域における登録商標の使用を禁止する資格を有する」）、この要件のハードルは高い。これに該当する状況は、判例法及び法律解説書などによる。発展の余地は残されているとはいえ[153]、その者が周知である場合又は個人名が商業的環境で使用されている場合に限定されることが一般的である[154]。

氏名権の所有者が（企業名権について）同一の商標権を所有している場合、その商標権（又は企業名権）に関しては特別法（Lex specialis）が適用され、氏名権を基礎として商標登録を取り消すことはできず、商標権（又は企業名権）を基礎としなければならない。例えば、ある者が自己の氏名について商標を登録した場合、その商標権は、特別法（Lex specialis）の意味において、氏名権に対して法的に優先される。その者が民法第 12 条[155]の規定による氏名権及びドイツの登録商標の両方を所有している場合、その者は氏名権を行使することができない。商標に対する異議又は取消の理由として民法第12条による人格権を行使することはできず、商標権を行使しなければならない。

商標法第51条（1）は、無効の手続に関する規定であり、同（2）は第13条の規定により定められた要件に関する例外規定である。

商標法

第51条 先の権利による無効

（1）商標の登録は、それが第９条から第13条までによる先順位の権利によって損なわ

[153] BeckOK MarkenR/Weiler, MarkenG §13 Rn. 42-44。

[154] Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, §13 Rn. 25。

[155] （ドイツ法律事務所による注）民法第12条は氏名権に関する規定であり、他人により名称が無許可で使用され利益が侵害された場合等には、侵害の是正や差し止めを求めることができるとしている。ただし、この権利は生存者が有するものであり、故人については別途、死後人格権が認められている。死後人格権は、人間の尊厳が不可侵であることを規定したドイツ基本法第１条第１項を根拠とする。

れる場合には、無効事由による訴訟の提起により、取り消される。
（2）先の登録商標の所有者が、後の商標がその登録に係る商品又はサービスについて使用されていることを知りながら、その使用を継続して５年間黙認していた場合は、先の商標の登録を理由として、登録を取り消すことはできない。ただし、後の商標の登録が不正で出願されたものである場合は、この限りでない。（中略）更に、第９条から第 13 条までに規定する先順位を有する権利の所有者が、取消請求の提出前に商標の登録に同意していた場合は、商標の登録は取り消すことができない。
（（3）以下省略）

商標登録の無効の効果は商標法第 52 条に規定があり、同法 13 条（2）に違反することを無効理由として取り消された商標登録は、最初から無効であったものとみなされることになる。

商標法
第 52 条 取消又は無効を理由とする取消の効果
（1）商標登録が取消事由の存在により何らかの範囲で取り消された場合、登録の効果は取消訴訟の提起の時点から当該の範囲において消滅したものとみなされる。ただし、関係当事者の１が請求する場合、取消事由の１が生じた先の日を決定において定めることができる。
（2）商標登録が無効事由の存在により何らかの範囲で取り消される場合、登録は当該の範囲において最初から無効であったものとみなされる。
（（3）以下省略）

（ii）規定の趣旨

以上の商標法の規定及びヒアリング結果を踏まえ検討するに、ドイツにおいては、特許商標庁が職権で「個人名」又は「他人の氏名」について審査しないことから、「他人の氏名」について権利を所有する第三者が異議申立て・無効審判を提起し、その者が自己の氏名の保護について利害関係を有する旨を証明した場合に限り、「個人名」又は「他人の氏名」の問題が表面化するという事実によって、商標権と人格権との間のバランスが維持されているものと考えられる。

（iii）規定の内容
（A）氏名を有する「他人」に関する事情の考慮
（a）「他人」の知名度
（a－1）商標法 13 条の要件と「他人」の知名度

上述のとおり、商標法第 13 条（1）の「ドイツ連邦共和国の全領域において当該登録商標の使用を差し止める権原を有するとき」とは、個人名との関係では、その者が周知である場合（ドイツ全域で氏名が認知されている場合）又は個人名が商業的環境で使用されて

いる場合に限定されることが一般的である[156]。

「その者が周知である場合（ドイツ全域で氏名が認知されている場合)」について、著名な映画で重要な役割を果たしたドイツ人俳優の氏名等が著名であるとして、商標法第13条（２）の適用を認めた裁判例が存在する[157、158]。

また、「商業的環境で使用」とは、具体的には、ビジネス間の取引で個人名が使用されていればその要件を満たすとされており、その例外として、ビジネスの拡大を意図しないことが明白である場合は無効理由にならないと解されている。したがって、周知・著名であることまでは求められないものの、小規模のビジネスにとどまらない一定の知名度は必要とされているものと考えられる。

（以下、ヒアリング結果。）

商標法第13条（２）の規定によると、いずれかの者が、ドイツ連邦共和国全域で商標の使用を禁止できる先行知的財産権を有している場合、その者は先行権利（氏名権も含まれる）に基づき、そのような商標に対して登録取消を請求することができる。その条件は次のとおりであり、これら３つすべてを満たすことが必要である。

１）氏名権

２）シニオリティ又は優先権（すなわち先行権利)

３）その者がドイツ全域で登録商標の使用を禁止する資格

条件１）については、民法第12条が、いかなる者であっても氏名権を有すると規定している。

条件２）については、商業的環境で氏名が使用されていた場合、ドイツでは企業名権が氏名権に対して優越する。氏名権は依然として存在するが、それはもはや先行権利ではない。

条件３）については、ドイツ全域で氏名が認知されている場合に限り、ドイツ連邦共和国全域で商標の使用を禁止する権利を有する。すなわち、氏名権につき商標法第13条（２）の規定が適用されるためには、原則「ドイツ全域での認知度（周知性)」が必要になると理解される。

ただし、一般的に、その人物が周知である場合に限り該当するが、ここでの「周知（well-known)」

---

156 （ドイツ法律事務所による注）無名の者が商標法第13条（２）に基づき自己の氏名権の侵害を訴えた場合、訴えは認められるかについては、著名でない人が誰かを権利侵害で提訴した場合、そのような訴訟は認められるが、根拠がないものとされる。ドイツにおいて提訴が認められるためには２つの要件をチェックする必要がある。最初は認容性（admissibility）である。この用語は少し異なる意味で使われている。認容性とは方式要件であり、これに対して、根拠がある、根拠がないは実体要件である。したがって、この質問に対する回答として、方式要件は同じであるから、提訴は可能であるが、実体要件は充足されず、この提訴は根拠がないものとされると考えられる。

157 （ドイツ法律事務所による注）以下の裁判例は商標法第13条（２）の適用に関するものであり、ある氏名がドイツ連邦共和国全域で周知とみなされるのか否かが問題とされた事件である。

１．ミュンヘン高等裁判所　1997年10月９日判決　６Ｕ 3476/97〔著名な映画で重要な役割を果たしたドイツ人俳優の氏名について〕

２．ミュンヘン地方裁判所　2007年３月８日判決 4 HK O 12806/06〔ドイツ代表チームのメンバーであったサッカー選手の愛称について〕

158 （ドイツ法律事務所による注）裁判所は専門家の意見、アンケート、新聞、広告などを参考にするであろう。そして裁判所は、単にその人が周知なスポーツ選手又は政治家であり、周囲の人から知られているという理由によって、その人を認識するであろう。

は商標における「周知」と同一ではないものの、極めて密接に関係している。その違いとは、商標で意味する「周知」とは、基本的に、多数の人々がある者の商標を、特定の商品又は役務の出所として認識することであるが、その一方で、個人についての「周知」は、ある人物が商品又は役務をまったく販売又は提供していない場合であっても、個人的に良く知られているという理由だけで、その人物は「周知」となり得る。

「商業的環境で（in a commercial setting）使用される個人名」とは、これは商業的な意味（commercial sense）で行為する者の識別標識として、自己の氏名を使用している場合であって、この「商業的な意味」とは、ビジネス上の取引（B to B）という意味である。したがって、ある人が自己の氏名を消費者として使用する場合には不十分であり、これは商業的環境といえない。「商業的環境」とは、ビジネス上の取引を意味する。これは商業的環境における個人名の使用が確認されていれば十分であり、会社を保有している必要はない。例えば、商工会議所に自己の氏名を登録する必要はなく、当局の公的証明を受ける必要もない。自分がそれを使用している旨が証明されていれば十分であり、例えば、その人が自己の氏名を使用して商業的環境でビジネスを行っていることを示す文書又は証人の供述書などで証明することができる。これを裁判所で証明可能であれば十分である。

「個人名が商業的環境で使用されている場合」が適用要件とされるのは、氏名が商業環境で使用されている場合、その氏名はドイツ連邦共和国全域で有効なものと概して受け取られるからである[159]。ただし、ある企業のビジネスが地域内にとどまっており、拡張を意図していないことが明白である場合（たとえば小規模なレストランなどの場合）には、例外が適用される可能性はある。

（ａ－２）知名度を獲得する範囲

商標法第13条（２）に関し、知名度を獲得する範囲については、指定商品・役務と無関係に、その氏名が広く知られている必要があると解されている。

もっとも、指定商品等の需要者に認知されている場合、通常であれば、商標法第５条[160]（及び民法第12条）の規定による企業名権を有することになり、当該権利が取消理由となり得る。企業名権としての保護を確立するためには、その名称を、その企業を特定する標識として取引過程で使用していることが必要とされる。また、「商業的環境における最初の使用」の時点から保護が発生し、例えば、納品書、請求書、価格表、カタログなどの業務書類における商標の使用が商業的環境における使用とみなされる。

---

[159] 前掲注154）§5Rn.68。

[160] 商標法

第５条　取引上の表示

（１）会社の象徴及び著作物の標題は、取引上の表示として保護されるものとする。

（２）会社の象徴とは、名称、会社名、又は営業施設又は事業の特別な名称として取引上使用される標識をいう。ある営業を他のものから識別することを意図された営業の象徴及びその他の標識であって、関係取引業界において営業施設の識別標識とみなされているものは、営業施設の特別な名称に該当するものとする。

（３）著作物の標題とは、印刷物、映画作品、音楽作品、演劇又はその他これらに相応する作品の名称又は特別な表示をいう。

（以下、ヒアリング結果。）

商標法第13条（2）が適用されるのは、「その者が周知である場合、又は個人名が商業的環境で使用されている場合に限定されることが一般的」である。「周知」性は、（ⅰ）登録商標の指定商品・役務との関係で周知であれば足りるのか、又は（ⅱ）指定商品・役務等に関わらず広く知られている必要があるのかについては、次のとおりである。

すなわち、ここでいう「周知」とは、民法第12条を組み合わせた商標法第13条（2）を基礎としており、基本的に（ⅱ）が該当することとなる。指定商品・役務と無関係に、その氏名が広く知られている必要がある。これに関して、その人物は商品又は役務との関連性なしで周知となり得る。

ドイツにおける「他人」の認知度は、それを商標として使用することは要求されないのであるから、商標の使用対象の商品の顧客に限定されない。

氏名権は一定の商品又は役務に限定されず、単に有名なだけであっても良い。例えば、政治家の氏名がこの好例である。

その指定商品の顧客に認知されている必要はない。しかしながら、指定商品の顧客に認知されている場合、通常であれば、商標法第５条の規定による企業名権を有することになる。商品の販売、役務の提供に自己の氏名を使用する場合には、通常、企業名権を有することになる。これは商標法第５条の規定だけでなく、氏名権を規定する民法第12条にも基づくものである。

企業名（商標法第５条）は、民法第12条で意味する氏名権でもあり、他人の商標登録を取り消す権利が与えられる可能性がある。しかし企業名を基礎とする商標登録の取消は商標法第 12 条に基づくものであり、これは第13条（2）（a）の特別法（lex specialis）である。

企業名としての保護を確立するためには、その名称を、その企業を特定する標識として取引過程で使用していることが要求される。

保護が発生する時間的なポイントは、概して「商業的環境における最初の使用」の時点によって定められる。たとえば、納品書、請求書、価格表、カタログなどの業務書類における商標の使用は、このような使用とみなされる。高レベルの認識性は要求されない。

（ａ－３）「他人」の顧客吸引力

商標法第13条（2）の規定に関し、「他人」の顧客吸引力が考慮されるかについて、特別なルールはない。

（ａ－４）「他人」の名声への影響

商標法第13条（2）の規定に関し、「他人」の名声への影響が考慮されるかについて、特別なルールはない。

（ａ－５）「他人」の知名度等の判断方法

商標法第 13 条（２）の規定における「他人」の知名度等の判断は裁判所において行われることとなる。効果的な証拠としては、（公衆アンケートなどを利用した）専門家による意見、新聞、雑誌等において第三者がその氏名を使用している状況を示す資料又はその者に著名な受賞歴がある旨を示す資料が挙げられる。

（以下、ヒアリング結果。）

裁判所に対する手続における証拠は、次の５種類の形式で提出することができる。

１）専門家の意見（民事訴訟法第 402 条）及び当事者専門家の意見：専門家証言は、事実の評価に必要な専門性を伴う判断を提供することを意図している。

２）目視検査（民事訴訟法第 371 条）：裁判所は証拠請求又は自己の裁量権に基づき、目視検査を命令し、これを附託又は請求された裁判官に自由裁量で送付することができる。

３）文書（民事訴訟法第 415 条）：訴訟手続の意味における文書とは、書面によって思考を具現化した宣言すべてをいう。このように広い範囲での解釈に基づき、テレファックス又はｅメールのプリントアウト（いずれも送付者の情報を伴うもの）も訴訟手続上の文書とされる。

４）証人（民事訴訟法第 373 条）：裁判官にとって、証人による陳述の評価は常に容易とはいえないが、証人は証拠手段としてきわめて重要である。当事者審問が認められなかった者だけが、証人として審問を受けることができる。

５）当事者審問（民事訴訟法第 445 条）：これは補助的な機能のみを有しており、一部では相手方当事者の承諾にも関係している。これは正式な証拠としての評価が最も低いものとみなされており、したがって更に良好な証拠が挙げられるのであれば、後方支援と位置づけるべきである。ドイツ特許商標庁に対する手続においても、同一規定が原則として適用される（商標法第 60 条（１））。

「他人」の認知度の判断方法としてドイツには、何かを証明するための証拠ルールが存在する。この場合には次のような手段が考えられる。

１）専門家の意見

２）ドイツ全域レベルの広範囲による一定グループの認知度アンケート

例えば、ある氏名を知っているのか尋ね、イエス又はノーと回答するアンケートを行い、これによって一定のパーセンテージが出た場合、その氏名について一定の認知度が存在していれば、１つの証拠となり得る。）

３）発行部数が多い新聞

その人物が発行部数の多い新聞に頻繁に掲載されている場合、その人物は他人から周知であると認識されるであろう。

４）その人物が広告を出していること、又はその他の理由

例えば、誰もが口ずさむ音楽の歌手である、いくつもの表彰を受けたスポーツ選手であるなどの理由で、誰でもその人物の氏名を知っていること。

氏名の著名性を証明する目的で最も効果的な証拠形式は、（たとえば公衆アンケートなどを利用し

た）専門家による意見と考えられ、さらに、たとえば新聞、雑誌などにおいて第三者がその氏名を使用している状況を示す資料、又はその者に著名な受賞歴がある旨を示す資料なども効果的であろう。

（B）出願人に係る事情の考慮

（a）出願人の害意の有無（偶然の一致）

商標法第13条（2）の規定に関し、出願人の害意の有無、害意の一般的なルールが適用される。

したがって、たとえば商標が害意によって出願された場合には、その商標が「個人名」「他人の氏名」又はそれ以外の商標であるかを問わず、害意で出願された商標とみなされる。

害意のない場合（偶然の一致）については、上記のとおり審査段階で相対的拒絶理由が審査されないため、他人の承諾を必要としない。

（b）出願人の自己氏名該当性

商標法第13条（2）の規定に関し、出願人の自己氏名該当性（商標に含まれる個人名が出願人の自己氏名か）の考慮について、特別なルールはない。

したがって、自己氏名と同一氏名の他人が存在したとしても、上記のとおり審査段階で相対的拒絶理由が審査されないため、当該他人の承諾を必要としない。

（c）出願人の商品・役務としての出願商標の知名度

商標法第13条（2）の規定に関し、出願人の商品・役務に係る出願商標の知名度の考慮については、特別なルールはない。

（d）出願人が氏名商標を使用する必要性の有無

商標法第13条（2）の規定に関し、出願人の氏名商標を使用する必要性の有無については、通常、考慮されない。

（C）出願商標の構成・態様の考慮

（a）フルネームか姓又は名のみか

商標法第13条（2）の規定に関し、商標に含まれる個人名の構成（フルネームか姓又は名のみか）については、フルネーム及び姓は保護されるが、名（given name）は保護されない。

（b）普通に用いられる表記による文字のみの商標か

商標法第13条（2）の規定との関係については、回答なし。

なお、「個人名」を含む商標についても、標準的なルールが適用されるところ、氏名が普通に用いられる表記、すなわち、装飾や音などの要素が含まれない、文字だけの場合にも商標登録をすることは可能である。

（ｃ）文字の種類

個人名を含む商標が、アルファベット以外の文字種（漢字等）からなる場合であっても、アルファベットで表記された氏名商標と同様に、商標法第13条（２）の対象となり得る。

（以下、ヒアリング結果。）

商標法第13条で意味する「名称（namen）」は、自然人の名称、法人の名称、複数の個人の組合（たとえば組合、政党、労働連合、大学など）の名称が含まれる。その名称がアルファベットで書されている場合、その扱いが言語によって変わることはない。

中国語又は日本語の書体による名称については、ドイツ人はこのような文字を読むことができないので、どのように扱われるのか明らかではない。ただし、中国語又は日本語による名称の表音訳・ローマ字表記については、ドイツ語による名称と概して同様に扱われるものと思われる。

商標規則[161]第 15 条には、商標の表現物にラテンアルファベット以外の書体が含まれている場合には、ラテンアルファベット以外の商標の文言部分のドイツ語翻訳、表音訳及び字訳を添付しなければならないと規定されている。ドイツ特許商標庁は合理的な期間を指定して、弁護士若しくは弁理士が証明した、又は公認翻訳者が作成した、翻訳、表音訳及び字訳を提出するよう出願人に要求することができる。期間内に翻訳、表音訳又は字訳が提出されない場合、出願は拒絶される。

外国の文字（たとえば漢字、仮名文字）のみを含む商標については、ドイツの公衆は概してこれらを読む又は理解することが不可能であるために、意味を持たない図形商標として扱われるであろう。これは商標が「個人名」である場合も同様であり、したがって、このような商標は意味を持たない図形商標として扱われるであろう（換言すれば、この商標は「個人名」を有する商標と同様には扱われない）。

（３）「他人」による自己氏名の使用の制限

商標法第23条の規定により、登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」は、自己の名称を取引上使用することができるものの、誠実な取引又は商業慣行に反して使用することはできない。

商標法

第23条 名称及び記述的表示の使用、部品の取引

（１）商標又は取引上の表示の所有者は、第三者が次の各号に掲げるものを取引上使用することを差し止めることができない。ただし、その使用が容認された道徳原理に反さない場合に限る。

１．自己の名称又は住所

（２.及び３.省略）

[161] Das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz「Verordnung zur Ausführung des Markengesetzes」https://www.gesetze-im-internet.de/markenv_2004/（最終アクセス日：2022年１月４日）。

（2）第１項は、第三者による使用が貿易又は産業における適切な慣習に対応する場合にのみ適用される。

商標法第 23 条（1）第１号は、自己の名称又は住所を、道徳原理に反さない場合に限り、取引上使用することができるという一般原則を示したものであるが、同（2）により、使用の範囲は、貿易又は産業における適切な慣習に対応する場合に狭められている。

（以下、ヒアリング結果。）

商標法 23 条（1）第１号及び（2）によると誠実な取引又は商業慣行に反する使用はできない。

商標法第 23 条「第三者が自己の名称又は住所を取引上使用すること」とは、具体的にどのような使用を指すかについては次のとおりである。

商標法第 23 条（1）第１号は、いずれの者であっても自己の名称を公正な取引過程で使用することが妨げられないという一般原則を表現した規定である。これは、第三者が商標又は会社名として自己の名称を取引過程で使用する状況が該当する。この場合の第三者による使用は概して認められる。しかし、これは自然人の名称のみに適用される（法人の名称などには適用されない）。これが姓のみに適用されるのか、フルネームであるのか、名（given name）であるのかに関しては、法律解説書などによってもまったく明らかにされていない。しかし、商標法第 23 条（2）は上述した原則について重要な修正を加えていることに留意が必要である。「（2）パラグラフ（1）の規定は、第三者による使用が、誠実な取引又は商業慣行に従う場合に限り適用される」。すなわち、第三者が自己の個人名又は住所を、取引過程で商標又は会社名として使用できない状況が存在する可能性もある。この状況がいつ発生するのか、その判断は困難であり、各事案の具体性によって異なる。第三者が自己の名称を誠実な取引又は商業慣行に従わずに使用している状況の例として、第三者が使用している商標が著名であり、その著名性を濫用している場合、又は第三者が商標法第 23 条（1）第１号の要件を充足する目的で、自己の個人名を変更する場合などが挙げられる。

ドイツには、同一氏名を有する人の権利が存在する。２人が同一の氏名の場合には、原則として、それぞれが他方の氏名を尊重し、他方に迷惑を掛けない方法で自己の氏名を使用しなければならない。例えば、２人の人物がいて、そのうち１人が商標を登録した場合、この商標登録は原則として、他人が商業的環境で自己の氏名を使用する行為を禁止することを認める権利となる。このバランスを取る目的で、商標法第 23 条は氏名権について、商標権を持たない他人による一定の使用を容認しているが、その使用は誠実な方法である場合に限られる。すなわち、他人が商標権者と混同するおそれがある態様で（氏名を）使用した場合、その使用は禁止されることになる。

（4）その他の規定

（回答なし）

３．１．３　肖像の取扱い

肖像権は「1907 年１月９日の造形美術の著作物及び写真の著作物の著作権に関する法律」

[162]（以下「芸術に対する著作権法」という。）の第 22 条に規定されている。

芸術に対する著作権法
第 22 条（自己の肖像に関する権利）
画像は、描写された人物の同意がある場合にのみ、配布又は公開することができる。疑義がある場合は、描写された人物が描写を許可したことに対して支払いを受けた場合、同意が得られたと見なされる。描かれた人物の死亡後は、描かれた人物の親族の同意が 10 年間必要である。この法律の意味の範囲内での親族とは、生き残った配偶者又はパートナーと描かれた人の子供であり、配偶者又はパートナーも子供もいない場合は、描かれた人の両親である。

他人の「肖像」を含む商標は、個人名を含む商標同様に、商標法第 13 条（２）に基づく無効理由の対象となり得る。

商標法
第 13 条 その他の先の権利
（１）登録商標の先順位に関係する日前に、第９条から第 12 条までに定める権利以外の権利を他の者が取得した場合であって、当該人がドイツ連邦共和国の全領域において当該登録商標の使用を差し止める権原を有するときは、当該商標の登録は取り消すことができる。
（２）（１）にいう他の権利には、特に、次の権利が含まれる。
１．名称権
２．個人の肖像権
（３～６省略）

もっとも、肖像の場合には、個人名と異なり、特定性が高いことから、周知であることは必要ないと解されている。

（以下、ヒアリング結果。）

商標法第 13 条（２）は、個人の肖像権の所有者に対して、原則として「個人名」と同一のルールを規定している。

他人の肖像は、他人の氏名と同様に、商標法第 13 条（２）に基づき無効理由になる。他人の肖像は拒絶理由ではなく、商標法第 13 条に基づく正当な無効理由となり得る。他人の氏名の場合と完全に同一ではないが、基本的には同じである。

[162] CRIC「1907 年１月９日の造形美術の著作物及び写真の著作物の著作権に関する法律（ライヒ法律広報第７頁〔連邦法律広報第 III 部分類番号第 440-３号に公表された修正版〕）」
https://www.cric.or.jp/db/world/germany/germany_c2.html（最終アクセス日 2022 年２月 10 日）。

個人の肖像に関するルールは個人名のルールとは異なる。個人の肖像の場合、周知であることは要求されない。その肖像に描かれた者であれば誰でも、芸術に対する著作権法第 22 条を伴う商標法第 13 条に基づき取消請求を行うことができる。この法律は個人の肖像権について規定しているが、この規定の根拠は、個人の肖像が、個人名と比較して身元を特定する効力が高いことにある。したがって、ドイツでは、写真、絵画、肖像などは明確かつ容易に身元を特定できるが、氏名はそれと同様ではないことから、個人名と比較して、個人の肖像は強力に保護される。そのため、肖像の保護レベルは高くなる。

３．１．４　法人等の名称の取扱い

法人等の名称を含む商標についても、個人名を含む商標同様に、商標法第 13 条（２）に基づく無効理由の対象となり得る。

商標法第 13 条（２）の規定する「ドイツ連邦共和国の全領域において当該登録商標の使用を差し止める権原を有するとき」を満たすのは、一般的に、その者が周知である場合、又は個人名が商業的環境で使用されている場合に限定されると解されている点も同様である。

（以下、ヒアリング結果。）

原則として「法人」の名称は、民法第 12 条に基づき個人名と同様に保護される。

他人の名称は、他人の氏名と同様に、商標法第 13 条（２）に基づき無効理由になる。これは他の個人名と同じ扱いである。個人名と法人名に大きな違いはないが、多少の相違点はある。自然人の場合には誕生して名前を持つことで権利を取得する。これに対して、法人の場合には設立し、その名称を使うことによって権利を取得する。設立とは自然人の誕生と同じことであるから極めて類似しているが、自然人の場合には何もすることなく、自動的に権利を取得する。法人の場合には、名称についていくらか異なる点を考える必要があるが、基本的には同じである。

例えば、青年クラブ、政治クラブなどであれば、商標法第 13 条で意味する取消申請を可能とするための権利を取得するためには、そのクラブがドイツ連邦共和国全域で認知されている、又は周知であることが要求される。したがって、個人名と同様のルールとなる。

３．１．５　故人の取扱い

故人についても、商標法第 13 条（２）の対象となる場合がある。この場合の基礎となる人格権は、民法第 12 条ではなく、死後人格権である。

（以下、ヒアリング結果。）

形式的に言えば、民法第 12 条に基づく権利は生存者のみが有する。生存者だけが民法第 12 条の権利を有するのであって、その人が死亡した時点で氏名権は消滅する。しかし、民法第 12 条とは異なる法規範が存在しており、故人ではなく、家族がその故人の氏名を保護する権利を認めている。これは死後人格権（post mortem right of personality）と呼ばれる。これは現行の民法第 12 条では規定さ

れていない。その大部分は判例法に基づくものであるが、ドイツには人格権を認める長い歴史があり、裁判所の判例によって確立されたものといえる。これは正式な法律として制定されておらず、このような法規範を発展させるのはいつも裁判所であり、それが制定法となるケースはきわめて少ない。この死後人格権の一部を構成するのが、その者の死亡後の氏名権である。したがって、民法第12条ではないが、実質的に、故人の氏名権を規制するための異なるタイプの文書（writing）[163]が存在する。

故人についての商標法13条（2）第1号は、民法第12条を基礎とするのではなく、死後人格権を基礎とするのであって、この権利がどれほどの期間について存続するのかまったく明らかにされていない。もっとも、法律のコンメンタールによると、個人の肖像についての死後人格権は10年後に消滅するので、同様に10年とされている。したがって、死後人格権の存続期間については死後10年が最も正確であると考えられる。

３．１．６　他人の氏名等を含む商標の裁判例

（ｉ）氏名を含む商標の裁判例

商標法第13条（2）に関連した裁判例は、いずれも氏名あるいは愛称が著名であることを認定して、当該規定により保護されるとしている。また、他の１件は著名な名称の識別力等が争われている。

No１
【事件番号】 ドイツ連邦特許裁判所、2020年４月22日判決、29 W (pat) 508/20
【事件の概要】 1950年代のサッカー選手の氏名「Helmut Rahn」なる商標出願に対して、ドイツ特許商標庁は２つの理由でこの登録を拒絶した。第一の理由は、この氏名がいずれの商品又は役務についても識別力を有していなく、民衆はこの氏名を著名な人物と関連付けるだけであり、商品及び役務とは関連付けない。第二の理由は、出願人が著名な人物の本人でも、著名な人物の家族でもない場合、その著名な人物の氏名の商標登録は悪意を構成することである。これに対して、ドイツ連邦特許裁判所は、次の理由から登録を認めた。すなわち、単純に著名であるという理由だけで識別力が欠如していると言うことはできない。著名であるかとは無関係に、標準的なルールを適用しなければならない。また、商標が著名な人物の氏名と同一であるという理由だけでは、その商標の登録対象である商品について悪意があったと自動的に推測するためには不十分である。

No. 2
【事件番号】 ミュンヘン高等裁判所　1997年10月９日判決　６ U 3476/97

[163]（ドイツ法律事務所による注）死後人格権に関する明文上の規定が文書（writing）として存在するわけではない。ただし、民法第１条第１項を根拠とした判例の積み重ねにより、生存者に対する民法第12条の規定に対応する、故人に対応する規定が存在するとみなされる状態にある。

【事件の概要】
裁判所は、有名な映画で重要な役割を果たしたドイツの俳優の氏名が、商標法第 13 条（2）の意味においてよく知られていることを認めた。また、裁判所は、当該俳優は裁判所のメンバー自身にも知られていると述べた。

No. 3

【事件番号】
ミュンヘン地方裁判所　2007 年 3 月 8 日判決　4　HK　0　12806/06

【事件の概要】
裁判所は、ドイツ代表サッカーチームのメンバーでもあったドイツのサッカー選手の愛称は、民法第 12 条法第２項によって保護されるとした。さらに、サッカー選手はよく知られているので、裁判所は、愛称である「シュヴァイニ」は、商標法第 13（2）に基づく保護を享受できるものであるとし、当該愛称の保護は、ドイツ連邦共和国全体に有効であり、それ以上の議論は必要ではないとした。

（ii）法人等の名称を含む商標の裁判例[164]

No. 1

【事件番号】
デュッセルドルフ地方裁判所　2001 年 3 月 15 日判決 40 357/99

【事件の概要】
裁判所は、架空の建物の名称は、民法第 12 条で保護することが可能であるが、建物の名前はフランクフルト市でのみ保護されているため（裁判所は理由を正確に説明していない）、ドイツ全土に影響を与える権利ではないため、商標法第 13（2）は適用されないとした。

３．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し

商標法第 13 条（2）を伴う民法第 12 条と商標権との関係は、きわめて粗雑に規定されているだけである。さらに、たとえば氏名権の効力がドイツ全域に及ぶのか、第三者による自己の名称の使用が誠実な取引又は商業慣行に従わない状況であるのか、死後人格権がどの程度の影響力で商標に関係するのかなど、判断の余地が残されている問題は数多く存在する。しかし、ドイツにおいてこの問題を改善するための何らかの努力又は議論がされているとは考えられない。

[164] 他に登録ドメインの取消に関する裁判例が２件ある。
1．ドイツ連邦高等裁判所、2013 年 11 月 6 日判決、I ZR 153/12〔登録した他人のドメインに係る権利について、企業のドイツ民法第 12 条に基づいた氏名権によってドメインネームの取消が争われた裁判例〕
2．ドイツ連邦高等裁判所、2001 年 11 月 22 日判決、I ZR 138/99〔著名な企業の名称と同じ自己の氏名を登録したドメインに係る権利について、当該企業によるドメインネームの取消が争われた事件〕

３．２　氏名等に係る人格権

３．２．１　氏名等に係る人格権の保護

（１）氏名

個人の氏名権は、民法第 12 条[165]に基づき保護される。

知名度を有しない者についても、民法第 12 条の氏名権の保護の対象となる。

民法 第 12 条 ある者が氏名を使用する権利について他人との紛争が生じた場合、又はその者が氏名について資格を有する利益が、他人による同一氏名の無断使用によって損なわれた場合、当該資格を有する者は、当該他人に対して侵害行為の除去を要求することができる。更なる侵害のおそれがある場合、当該資格を有する者は行為を禁止するための差止命令を求めることができる。

（以下、ヒアリング結果。）

民法第 12 条は、自己の氏名に２つの側面からの保護を提供することを意図している。この規定は、精神的利益及び実体的利益の両方を保護している。１つの側面は氏名の主観的利益であり、これは人格権が意味するところの、個人の主体性及び独自性を確立することを意図している。もう１つの側面は、氏名が譲渡された場合における経済的利益であり、これも同様に保護を受ける資格を有する。

（２）肖像

個人の肖像権は、芸術に対する著作権法第 22 条に基づき保護される（上記３．１．３参照)。

（３）法人等の名称

「法人」の名称は、民法第 12 条に基づき個人名と同様に保護される。

３．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例

（回答なし）

[165] Das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz「Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)，§ 12 Namensrecht」https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/__12.html（最終アクセス日：2021 年 12 月 26 日）当協会にて仮翻訳。

４．　フランス

４．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度

４．１．１　氏名を含む商標のニーズ等

（１）氏名を含む商標が採用される分野

フランスにおいて「個人の氏名」を含む商標は、服飾（被服、靴類等）、デザイン系（家具等）、食品類に多く使用されている。

（２）氏名の用いられ方

フランスにおける氏名の用いられ方は、ビジネス上は、「Mrs./Mr.＋姓」、同僚又は友人の間ではファーストネームを用いるのが一般的とされている。

（以下、ヒアリング結果。）

フランスでは、人々がビジネスにおいて書面及び口頭で使用するのは「Mrs./Mr.＋姓」であろう。これが同僚又は友人の間であれば、書面又は口頭で使用するのはファーストネームであり、これが一般的に使用されるであろう。他の人を口頭で呼び掛けるときに、ファーストネーム＋姓の組合せは絶対に使用しない。

４．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態

（１）拒絶理由に関する規定

フランスにおいては、審査段階で相対的拒絶理由が審査されないため、商標中に他人の氏名を含むことによる拒絶理由の規定は存在しない。

（２）異議・無効（取消）理由に関する規定

（ｉ）基本的事項

商標による他人の人格権の侵害は、当該商標の無効理由となり得る（フランス知的財産法（以下「知的財産法」という。）第L711条３（Ｉ）（８）、第L714条３）。ここでいう人格権には氏名権が含まれると解されている。

知的財産法[166]（2021年６月25日改正） 第L711条３ （Ｉ）商標は、それがフランスにおいて効力を有する先の権利、特に次のものを侵害する場合は、登録を受けることができず、登録されたときは、無効を宣言される可能性がある。

[166] Légifrance「Code de la propriété intellectuelle (Dernière modification: 2021-06-25,Edition:2021-07-08)」https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGITEXT000006069414/（最終アクセス日：2021年12月27日）／特許庁「諸外国・地域・機関の制度概要及び法令条約等、フランス知的財産法」https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/france-chiteki_zaisan.pdf（最終アクセス日：2021年12月27日）。

（（１）～（７）省略）
（８）他人の人格権、特にその姓、筆名又は肖像
（以下省略）

第 L714 条３
商標が第 L711 条２、第 L711 条３、第 L715 条４及び第 L715 条９によって定められた条件を遵守していない場合は、商標登録は、第 L411 条４に従って、裁判所の判決又は産業財産権庁長官の決定によって無効を宣言される。

（ii）規定の趣旨

知的財産法第 L711 条３（Ⅰ）（８）の趣旨は、他人の名称等が商標として登録される状況につき、当該他人の人格権を保護することにあると解されている。

（以下、ヒアリング結果。）

L711 条３の目的は、他人の名称・ペンネームが商標として登録される状況から、第三者の人格権を保護することである。この規定は、たとえば姓、名、ペンネームなどを対象としている。

（iii）規定の内容

（A）氏名を有する「他人」に関する事情の考慮

（a）「他人」の知名度

「他人」の知名度の考慮について、知的財産法第 L711 条３（Ⅰ）（８）の条文上には何ら規定されておらず、知名度を有することは要件と解されていない。もっとも、人格権侵害は混同のおそれ等が要件とされるところ、実務上、この規定の影響を受けるのは周知・著名な氏名又は珍しい氏名に限定されると考えられる。なお、後者についても、（周知・著名であることまでは求められないものの）商標及びその使用と氏名との間に関連性が生じる可能性がある氏名とされていることから、商標と氏名とを結びつける一定の知名度は必要とされているものと考えられる。

また、知名度の判断基準について、指定商品・役務の需要者に限定されず、商品・役務の需要者に当該氏名が知られているかどうかという観点で判断され、極めて著名な氏名であれば、あらゆる分野において無効が認められる可能性がある。

（以下、ヒアリング結果。）

第 L711 条３及び第 L711 条６のいずれの規定も、先行権利が著名な者の氏名関するものであれば、商標出願が害意で行われた旨、又は自然人の人格権に影響を与える旨の証明は容易と考えられる。人格権侵害は混同のおそれが要件とされることから、実際のところ、この規定の影響を受けるのは周知の氏名又は珍しい氏名に限定される。したがって、実務上、著名な者であって、自己の氏名が顧客吸引力又は名声を有する場合には、その氏名の権利侵害を受けることに対して、この法律の規定による恩恵が受けられると考えられる。

第 L711 条３に関して、商標の所有者が著名又は珍しい氏名を使用しており、公衆がその氏名から何ら

かの個人又は家族を関連づける場合には、混同のおそれが生じる。この状況において、姓の希少性及び著名性を考慮した場合、登録商標の使用によって、その氏名を正当に有する者が、自身が希望していない商業活動に関与しているものと思われる状況が発生するのであれば、その氏名が著名である商品及び役務だけでなく、その他のすべての商品についても商標登録の無効が宣言されるであろう。

前述の「珍しい氏名」とは、一般的でなく、商標及びその商標の使用と、その氏名との間に関連性が生じる可能性がある氏名である。珍しい氏名について権利を有していない者が商標としてその氏名を登録した場合、その珍しい氏名の所有者は、氏名の平凡化、又は損害が生じるおそれがある分野での氏名の使用など、氏名に影響を与える試みが存在する場合、商標登録の無効を請求することができる。

極めて著名な氏名であるPierre de Coubertin（クーベルタン男爵）の相続人が、商標出願人を提訴した事例がある。Coubertinは、スポーツ及び健康と関連性を有しており、アルコールとは関連性を持たず、Pierre de Coubertinのイメージを損なうと主張して、当該商標の使用禁止を求めた事例がある。Pierre de Coubertinは著名であったが、必ずしも飲料分野で知られている訳ではなく、単なるスポーツ選手であったが、彼の氏名を商標で使用することは、すべての指定区分で禁止されている。

（ｂ）「他人」の顧客吸引力

（回答なし）

（ｃ）「他人」の名声への影響

（回答なし）

（ｄ）「他人」の知名度等の判断方法

「他人」の知名度を証明する目的で、報道記事、市場調査、取引書類、宣誓供述書、アンケート結果、証明書、受賞記録など、すべての種類の文献を提出することができる。

（Ｂ）出願人に係る事情の考慮

（ａ）出願人の害意の有無（偶然の一致）

知的財産法第L711条３（Ｉ）（８）の規定に関し、出願人の害意の有無が考慮されるかについては、同一条文（同法第L711条２）との関係から、害意で出願されたか否かに影響されると考えられ、また、他人が生存しているか否かにも影響されると考えられる。

（以下、ヒアリング結果。）

氏名商標の出願において、偶然に同姓同名の他人がいる（偶然の一致の）場合に、その他人の承諾は必要としない。フランスでは優先性を審査しない。日本と異なり、商標が氏名である場合、その氏名を有する人たちの承諾は必要としていない。

第L711条３の規定が適用されるのか否かは、同一条文に含まれる第L711条２では害意による商標出願を禁止していることから、「『他人の氏名』を含む商標が害意で出願されたのか否か」によって影響を受ける。さらに、この規定は、自己の姓及び名の権利侵害を受けている他人が生存中であるのか

否かの事実によっても影響を受ける。この他人は、本人が自己の氏名の商業的使用について同意していない限り、アクションを提起できる唯一の者となるからである（相続人もアクション提起が可能と考えられる）。人格権侵害は混同のおそれが要件とされることから、実務上、この規定の影響を受けるのは周知の氏名又は珍しい氏名に限定される。

第L713条6に関しては、商標出願は対象とされず、業としての使用のみが対象とされるが、この使用は姓及び宛先に限定されており、この使用は公正な取引慣行に従うことが要求されるために、登録商標権を害する使用は認められない。

（b）出願人の自己氏名該当性

知的財産法第L711条3（I）（8）の規定に関し、出願人の自己氏名該当性（商標に含まれる個人名が出願人の自己氏名か）は、考慮されない。

（以下、ヒアリング結果。）

自己氏名の出願について、同姓同名の他人から承諾書は必要ない。フランスでは優先性について審査しない。誰かが氏名を含む商標を出願しても、審査段階でそれを検討する状況は存在しない。その氏名を有しているものが、自分のイメージが損なわれていると考える場合、商標登録の公告後、異議申立てが可能。審査官は出願に対して上記を理由として拒絶理由を出さない

（c）出願人の商品・役務としての出願商標の知名度

（回答なし）

（d）出願人が氏名商標を使用する必要性の有無

知的財産法第L711条3（I）（8）の規定に関し、審査において、出願人の氏名商標を使用する必要性の有無は、考慮されない。

（以下、ヒアリング結果。）

氏名商標の審査において、出願人の事情（氏名商標を使用する必要性等）は考慮されない。商標登録後、訴訟が提起された場合、その氏名の持ち主が、その氏名の使用によって自分のイメージが損なわれたと考えた場合、裁判官は、その使用が黙認されていたのか、その使用がかなり昔から続いていたのか等を考慮する。この場合、商標権者の状況、商標権者による使用状況も考慮される。

（C）出願商標の構成・態様の考慮

（a）フルネームか姓又は名のみか

知的財産法第L711条3（I）（8）の規定に関し、商標に含まれる個人名の構成（フルネームか姓又は名のみか）については、フルネームは保護され、また、姓のみでも保護可能である。

（以下、ヒアリング結果）

第L711条３（Ⅰ）（８）の法律規定における「nom de famille」（「姓」の意味）は例示的なものであるが、この規定は人格権を保護するものであり、したがってフルネームに関する規定である。
第L711条３（Ⅰ）（８）にあるように、フルネームのみならず、姓のみでも人格権として保護されるかについては、この法律規定は人格権について例示するものであり、姓は人格権の重要な部分とみなされ、姓のみであっても、フルネームと同様に保護可能である。フランスには極めて多様な姓が存在しており、自然人同士を互いに識別することから、姓は重要なものとされる。

（ｂ）普通に用いられる表記による文字のみの商標か

知的財産法第L711条３（Ⅰ）（８）の規定との関係については、回答なし。

なお、「個人名」を含む商標について、氏名が普通に用いられる表記、すなわち、装飾や音などの要素が含まれない、文字だけの場合にも商標登録をすることは可能である。

（ｃ）文字の種類

個人名を含む商標が、欧文字以外の文字種（漢字等）からなる場合であっても、欧文字で表記された氏名商標と同様に、知的財産法第L711条３（Ⅰ）（８）の対象となり得るかについては、文字種に区別は設けられていないものの、漢字で出願された場合には図形商標として扱われる。

（以下、ヒアリング結果。）

第L711条３（Ⅰ）（８）における氏名は個人名であり、その字体は問われない。欧文字又は言語について区別を設けておらず、異なる文字又は異なる言語による氏名であっても保護されるものと考えられる。

第L713条６（１）における姓についても、言語に基づき異なる扱いを受けることはない。

外国語の出願であっても、姓の意味を説明する翻訳文の提出は必要ない。フランスでは姓が意味を有する場合もあるが、常に有するわけではない。最も重要な点は、姓は個人に属するということである。出願人が希望すれば、出願した姓の説明は可能である。ただし、その場合、商標が弱くなるかもしれない。なお、表音訳は要求されないが、名称が異なる欧文字で書き出されている場合には、それが氏名であることを証明する必要が生じるかもしれない。漢字（ゴシック体等）で出願をした場合は、そのまま理解をすることになり、その意味を理解できるのかということ以上に、それが読めるのかが問題となる。実際のところは、例えば、漢字、カタカナによる名前を出願した場合には、図形商標として登録されるであろう。もし出願人がそれについて人々を理解させる、読むことができるように希望するのであれば、その名前の音訳を記載することはできる。そうでなければ図形商標として登録されるであろう。

（3）「他人」による自己氏名の使用の制限

知的財産法第 L713 条６の規定により、登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」が自然人である場合、当該他人は、自己の姓又は宛先を業として使用することができるものの、「公正な取引慣行」に反して使用することはできない（知的財産法第 L713 条６（１））。また、当該「他人」の「氏名」については、業として使用することができない。

知的財産法 第 L713 条６（１） 商標の所有は、その所有者に、第三者が業として公正な取引慣行に従い次を使用する行為に対して、その使用の禁止を認めるものではない。 （１）その第三者が自然人である場合における、その姓又は宛先。

（以下、ヒアリング結果。）

第 L713 条６の目的は、ある意味で同音異義語を保護することであるといえる。誰かがある氏名を商標として登録した場合、それと同一の氏名を有する自然人は、仮に自己の氏名が商標として登録されないとしても、商標権の存在に基づき自己の氏名を業務において使用できない状況が存在してはならない。この条項は姓及び宛先のみに適用される。 第 L713 条６（１）の「第三者が自然人である場合は自己の姓又は宛先を、公正な取引慣行に従って業として使用すること」とは、具体的にどのような使用を指すのかについて次に例示する。 すなわち、商標が登録済であり、その商標の所有者が、他の自然人が自己の姓又は宛先であることを理由として商標を使用している状況を発見した場合、商標の所有者は、その使用に対してアクションを提起することができない。したがって、ある自然人が自己の姓又は宛先を事業として使用している場合には、この法律規定が適用され、商標によって与えられる保護の効力は及ばない。 第 L713 条６の適用について、自己の姓及び宛先のみに限定されているのはなぜか、自己の名、ペンネーム等には適用されない理由については次のとおりである。 すなわち、第 L713 条６は、先行商標と、個人が業として使用する姓又は宛先との間で抵触する状況に関する規定である。これは業としての使用であるから、これらの２つの要素が日常的に業として使用されている場合に限り、姓又は宛先が関係してくる。ここで業としての使用が認められるためには、公正な使用であることが要求される。

（4）その他の規定

（回答なし）

４．１．３　肖像の取扱い

他人の「肖像」を含む商標は、個人名を含む商標同様に、知的財産法第 L711 条３（Ｉ）（８）に基づく無効理由の対象となり得る。もっとも、肖像の場合には、個人名と異なり、一定の知名度があることは必要ないと解される。

知的財産法
第L711条３
（Ｉ）商標は、それがフランスにおいて効力を有する先の権利、特に次のものを侵害する場合は、登録を受けることができず、登録されたときは、無効を宣言される可能性がある。
（(１）～（７）省略）
（８）他人の人格権、特にその姓、筆名又は肖像
（以下省略）

（以下、ヒアリング結果。）

フランスでは、商標の態様について制限は存在しない。肖像など、すべてのものが商標となり得る。ただし肖像の場合には例外的に、人は自己の肖像についての権利を有しているのであるから、自己の肖像の登録は可能であるが、他人の肖像についての権利はその他人が有しているのであるから、他人の肖像を登録することはできない。この権利はフランス民法第９条で保護されており、そこでは「いずれの者であっても、自身の私的な生活が尊重される権利を有する」と規定している。フランスでは自然人だけが自己の氏名について人格権を有するものとみなされていることから、法人の名称について特定の法律は存在しない。

理論的には、他人の肖像は、他人の氏名と同様に、フランス知的財産法第L711条３に基づき拒絶理由又は無効理由となり得る。ただし、個人の肖像に関する判例は存在していない。他人の肖像について第L711条３が適用されるのは、他人の氏名の場合と同様に、周知の他人の肖像には限定されず、個人が有名であるのか否かに関わらず人格権は保護されるのであるから、有名でない人も対象となるであろう。

４．１．４　法人等の名称の取扱い

法人等の名称のうち、会社名又は会社の商号については、知的財産法第L711条３（Ｉ）（３）及び（４）に基づき、異議理由又は無効理由となり得る。

知的財産法
第L711条３
（Ｉ）商標は、それがフランスにおいて効力を有する先の権利、特に次のものを侵害する場合は、登録を受けることができず、登録されたときは、無効を宣言される可能性がある。
（(１）～（４）省略）
（３）会社の名称であって、公衆に混同を生じさせる虞があるもの
（４）単なる地方的重要性を超える重要性を有する商号、看板又はドメイン名であって、公衆に混同を生じさせる虞があるもの
（以下省略）

第L714条３
商標が第L711条２、第L711条３、第L715条４及び第L715条９によって定められた条件を遵守していない場合は、商標登録は、第L411条４に従って、裁判所の判決又は産業財産権庁長官の決定によって無効を宣言される。

（以下、ヒアリング結果。）

会社名又は会社の商号も保護され、L711 条３（Ｉ）（３）及び（４）の規定に従うことを条件として、市場において混同のおそれが存在する場合には後発商標の無効又は異議理由として主張可能である。

４．１．５　故人の取扱い

知的財産法第L711条３（Ｉ）（８）の規定に関し、「他人」に故人が含まれるかについては、氏名権は死亡により消滅することから、原則として含まれないとのことである。

（以下、ヒアリング結果。）

第 L711 条３の規定の適用については、自己の姓及び名の権利侵害を受けている他人が生存中であるのか否かの事実によっても影響を受ける。これは、この他人は、本人が自己の氏名の商業的使用について同意していない限り、アクションを提起できる唯一の者となるからである（相続人もアクション提起が可能と考えられる）。

上記の「自己の姓及び名の権利侵害を受けている他人が生存中であるのか否かの事実によっても影響を受ける」という点について、氏名権は、その氏名を有する者に属し、その者に付随することから、死亡時に消滅する。この例外として、故人を偲ぶための事業などが挙げられる。

第L711条３（８）の「他人」に故人は含まれるか、それとも現存する者に限られるかについては、死亡した場合、氏名権は消滅するが、例外はある。氏名が著名である場合、「Pierre de Coubertin」を指定商品「アルコール飲料」について登録した例がまさにこの事例といえる。Pierre de Coubertin は本件出願の時点で故人となっているが、彼の相続人が、故人のイメージに対して企てがあったことを理由として、商標権者に対して訴訟を提起できた。したがって、彼のイメージ又は名声に対して何らかの企てがあった時点で、その人物が故人であったとしても、相続人が提訴できる。

４．１．６　他人の氏名等を含む商標の裁判例

氏名を含む商標に関する裁判例では、著名な故人の氏名に関する商標出願が名声を棄損していると裁判所が判断した事例や、氏名の著名性が識別性（混同のおそれ）に与える影響について判断された事例があった。他の２件は氏名を含む商標の譲渡に関する事例であった。

No. 1

【事件名】

Ines de la Fressange 事件（破毀院（最高民事裁判所）2006 年 1 月 31 日、No. 05-10116）

【事件の概要】

本件では、モデルが自己の氏名を使用した商標を創作し、それを雇用先の法人に売却した。当該モデルはこの企業から解雇された後、商標が欺瞞的であることを主張して、自己の氏名を商業的に使用する権利の回復を試みた。彼女は、自身がデザインした被服を購入したものと消費者が誤認するおそれがあると主張した。裁判所は取引法に基づき、彼女は売却者として、譲渡した権利を保証する義務を負うことから、その権利について司法手続で争うことはできないと判断した。

No. 2

【事件名】

Virginie Taittinger 事件（パリ控訴院、2020 年 3 月 3 日、No.18/28501）

【事件の概要】

TAITTINGER 社の株主である Virginie Taittinger は、彼女の持ち株を売却するための代理権を父親に贈与した。売却契約書には特に、Taittinger 家の構成員が、今後はシャンパンの名称として自己の名称を使用できないことが規定されていた。しかし Mrs Virginie Taittinger は自己の氏名を付したシャンパンの製造を再開した。その後、TAITTINGER 商標を取得した企業は、移転契約違反、周知である TAITTINGER 商標の権利侵害、及びフリーライドを主張して彼女を提訴した。

裁判所は最初に、Mrs Virginie Taittinger は全権を贈与しており、Taittinger 家の名称の使用が制限される旨を父親が受諾することを許可する特定の者ではないことから、契約条項は彼女に適用されないと判断した。侵害に関して裁判所は、Mrs Virginie Taittinger は彼女のシャンパンと Taittinger Champagne との提携による利益を受けておらず、そのような提携の原因を有しているに過ぎないと判断した。実際のところ、彼女の家業における技量及び卓越した専門性を考慮すると、彼女は自己のシャンパン事業において、彼女の氏名、彼女の家庭の由緒、彼女の職歴を名乗る正当性を有しており、それによって彼女が TAITTINGER シャンパンを名乗る正当性も有している。さらに裁判所は、彼女が自己の業務において、自己のファーストネームを伴う氏名を常に使用していたと述べた。

No. 3

【事件名】

GUSTAVE EIFFEL 事件（パリ控訴院判決、2006 年 6 月 14 日、No.05/07214）

【事件の概要】

GEL 社は「Gustave EIFFEL」の商標出願を行った。著名な人物である Gustave Eiffel の相続人を代表する組合は、自己の姓が権利侵害されていると主張して、この企業を提訴した。裁判所は、Gustave Eiffel の氏名が周知であり、この企業は Gustave Eiffel の

氏名を濫用し、彼の名声を毀損したと判断した。

No. 4
【事件名】 FROMENT MEURICE 事件（パリ破毀院、2015 年 12 月 1 日、No. 2014/18043）
【事件の概要】 混同のおそれが証明された場合、姓の希少性及び著名性を考慮して、登録商標の使用によって、その氏名を正当に有する者が、自身が希望していない商業活動に関与しているものと思われる状況が発生するのであれば、その氏名が著名である商品及び役務だけでなく、その他のすべての商品についても商標登録の無効が宣言されると判断した。

４．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し

他人の氏名等を含む商標について、商標権の譲渡に伴う問題、冒認出願の問題がある。

（以下、ヒアリング結果。）

ある自然人が所有する、姓を含む商標が企業に売却され、その商標の前所有者である自然人が、自己の姓を伴い他の業務の開始を希望する場合には、同一の姓を有することから問題が生じている。 １）商標権の譲渡 商標権の譲渡の問題は、姓を含む商標のみならず、氏名を含む商標においても生じているかについては、ファーストネームが識別力・公衆における名声を獲得した場合には起こり得る。 ２）冒認出願等の問題 冒認出願や、登録後に周知な同姓同名の「他人」が現れた場合に問題は生じていないかについては、次のとおりである。 第 L711 条３に関する事例があり、この規定によると、ある個人は、自己の姓、愛称、イメージを損なう商標に対して争うことができる。すなわち、この法律は、商標が人の個人的な人格権、人格権の中でも姓、愛称、イメージを損なう場合、あなたはその商標に対して争うことができるという規定である。この状況において商標は適法な登録が認められず、この商標登録の無効を求めることができる。さらに、個人の人格権が損なわれているのであるから、姓の不正使用を主張できる。 ３）冒認出願の態様 氏名の冒認出願については、例えば、Marie という名前ではない人が、Marie という名前を商標出願した場合に、常に氏名の冒認出願となるわけではない。Marie は普通の氏名であり、現時点では著名でもない。したがって、個人的なイメージ又は名声を損なうような呼び方をする人がいない限り、冒認出願とはいえないと考えられる。この場合、登録無効を請求できるかは、イメージ又は名声を損なうものと考えられるか否かによって異なる。すなわち、名声が害されない、損なわれない限り、登録無効は不可能である。さらに、混同のおそれがあるのかによっても登録無効の可能性は変わる。

4）登録後に著名となった第三者

氏名を含む商標の登録後に、同姓同名の第三者が極めて著名になった場合には、問題が生じるかについては、問題が生じる可能性はある。しかし、通常であれば、出願日を考慮する。ここでは商標登録の有効性が問題となる。商標登録の有効性は、出願日で判断される。したがって、ここで問題となるのは、出願日の時点で、冒認による出願であったのか否かだと思う。この状況では、出願日の時点でその氏名が著名であった必要がある。

４．２　氏名等に係る人格権

４．２．１　氏名等に係る人格権の保護

（1）氏名

個人の氏名権は、民法第９条の人格権の一つとして保護される[167]。知名度を有しない者についても、民法第９条に基づく氏名権の保護の対象となる。

民法
第９条
誰もがプライバシーが尊重される権利を有する。
裁判官は、被った損害に対する補償とは別に、プライバシーの侵害を防止又は阻止するために、隔離、差押えその他の措置を定めることができる。これらの措置は、緊急の場合、略式手続において命ずることができる。

（以下、ヒアリング結果。）

フランスにおいて個人の名称は人格権を構成する。その基礎となるのは、私生活を保護するフランス民法第９条である。欧州人権裁判所における 1994 年２月 22 日及び 1996 年 10 月 24 日の２件の判決[168]では、個人名は、誰かを特定し、その者と家族との関係を築くための手段であるから、氏名はその個人及び家族の私生活に関係するものであると判断している。

著名人又は有名人でなくても、誰でも自分の私生活について尊重される権利を有する。著名でない人の氏名も、その私生活が保護されることから、同様に氏名権は保護される（民法第９条）。

（2）肖像

個人の肖像権も、民法第９条の人格権の一つとして保護される 。知名度を有しない者についても、民法第９条に基づく肖像権の保護の対象となると考えられる。

---

[167] Legifrance「Code civil, Article 9」
https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006070721/LEGISCTA000006117610?init=true&page=1&query=Code+civil&searchField=ALL&tab_selection=all&anchor=LEGIARTI000006419316#LEGIARTI000006419316（最終アクセス日：2022 年２月 15 日）。

[168] 次の２件の判決をいう。
ECHR, 22/02/1994, Case no. 16213/90, Burghartz v. Switzerland
ECHR, 24/10/1996, Case no. 22500/93, Guillot v. France

（以下、ヒアリング結果。）

民法第９条は、私生活を保護している。私生活には多くのものが含まれる。肖像もこれに含まれる。ある人が良く知られた人であり、例えば雑誌にその人の写真が掲載された場合、その人は自分の私生活が保護される権利があるので、提訴可能である。ある人が公人である場合には状況が少し異なるが、著名人（俳優、歌手など）について、雑誌における写真の使用に関する事例は数多く存在する。したがって、民法第９条の範囲は広いものとなる。これは、姓を含む、私生活一般を保護する。

（３）法人等の名称

法人等の名称は、人格権としては保護されない。

（以下、ヒアリング結果。）

フランスでは自然人だけが自己の氏名について人格権を有するものとみなされていることから、法人の名称について特定の法律は存在しない。

４．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例

（回答なし）

５．　中国

５．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度

５．１．１　氏名を含む商標のニーズ等

（1）氏名を含む商標が採用される分野

中国において、構成中に氏名を含む商標が比較的集中している区分は、第 25 類の被服、第 28 類の体育・運動用品、第 29 類の食品などの商品、第 35 類の広告、第 43 類のレストランなどに関する役務である。

（以下、ヒアリング結果。）

一部の老舗の商号は、もともとは氏名商標である。長期的な使用・宣伝を経て関連公衆の間で比較的に高い知名度を獲得し、その業界における著名なブランドとなるものである。例えば、300 年以上の歴史のある「王致和」（第 29 類「腐乳」などの商品に使用）、400 年もの歴史のある「张小泉」（第８類「はさみ」等の商品に使用）などが挙げられる。 ここ数十年、有名人が自己の氏名を関連する商品分野で商標出願・登録する傾向がある。例えば、スポーツ選手の「李宁」は、自己の氏名をスポーツウェアやスポーツ用品に商標登録・使用している。服装・ファッション業界においてもデザイナーの氏名からなる商標が多々ある。例えば、ファッションブランドの「CHANEL」「ALEXANDER WANG」「三宅一生」「Pierre Cardin」などがある。

中国人の氏名は二文字又は三文字の漢字からなる場合が多いが、このような漢字を組み合わせた商標が氏名であるか、それとも単なる漢字の組合せであるのか、通常、審査官には判断がつかない。そこで、出願に係る商標を構成する漢字が有名人等の氏名と同じ場合に限り、商標法第 10 条第１項第７号又は第８号に基づき拒絶されることになる。出願時に著名でない人の氏名と同じ氏名の商標については、登録後に商標法第 32 条を根拠に異議申立てや無効審判を請求することで、登録が取り消される余地がある。

（2）氏名の用いられ方

中国においては、特定の人を指す場合、法律文書、正式な場合や書類の中で、フルネーム又は「フルネーム＋職務」のような称呼を用いるが、それ以外の場面や日常生活では具体的なこだわりがなく、フルネーム又は姓（親しい呼び方）、名で人を呼ぶことも多い。

５．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態

（1）拒絶理由に関する規定

（ｉ）基本的事項

中国において、他人の氏名を含む商標に関連し得る規定としては、以下の法令、基準、ガイドラインによるものが想定される。

他人の氏名を含む商標に関する拒絶理由として、通常用いられる規定は、商標法第 10 条第１項第７号、第８号であり、同法第 32 条は、登録された後に、異議申立や無効審判を請

求する際の根拠とされる場合が多いとのことである[169]。

中華人民共和国民法典[170]（2021年１月１日より施行）

第1012条　自然人は氏名権を有し、法に基づいて決定・使用・変更、又は他人に自分の名前を使用することを許可する権利を有するが、公序良俗に違反してはならない。

第1014条　いかなる組織や個人は干渉・盗用・偽造などの方法で他人の氏名権を侵害してはならない。

第1017条　一定の社会的知名度を有し、他人に使用されたら、公衆の混淆を引き起こすに至るペンネーム、芸名、ネットID、訳名、商号、氏名と名称の略称などについて、氏名権と名称権保護に関する規定の適用に参照する。

中華人民共和国商標法[171]（2019年４月23日改正）[172]

第十条 次に掲げる標章は、商標として使用してはならない。

（七）欺瞞性を帯び、公衆に商品の品質等の特徴又は産地について誤認を生じさせやすいもの。

（八）社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすもの。

---

169 （中国法律事務所による注）審査官が使用する拒絶理由は、商標法第10条第１項第７号と第８号である。商標法第32条は、登録された後に、異議申立や無効審判を請求する際の根拠とされる場合が多い。拒絶理由の根拠規定は商標法第30条であるところ（第32条は除外されていないが）、実務では出願商標が知名度の高い人物の氏名である場合に、審査官は同法第10条第１項第７号又は第８号で拒絶する。よって、商標法第10条第１項は絶対的拒絶理由、同法第32条は相対的拒絶理由の位置付けである。商標法第10条第１項第７号と第８号の明確な使い分けがあるわけではないが、「ジャッキー・チェン」など知名度の高い人物は第７号で拒絶し、国家主席など政治的な人物や、文化、宗教、民族など社会的に影響ある人物の名前と同じになる場合は第８号で拒絶することになる。

170 以下「民法典」という。
全国人大常委会办公厅「中华人民共和国民法典（2020年５月28日第十三届全国人民代表大会第三次会议通过）」https://flk.npc.gov.cn/detail.html?ZmY4MDgwODE3MjlkMWVmZTAxNzI5ZDUwYjVjNTAwYmY%3D（最終アクセス日：2022年２月９日）。

171 以下「商標法」という。
CNIPA「中华人民共和国商标法（2019年修正）」
http://sbj.cnipa.gov.cn/zcwj/202106/t20210609_330473.html（最終アクセス日：2021年12月26日）／JETRO「中国法令・法規、中華人民共和国商標法（2019年改正）日本語訳」
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20191101law_2_jp.pdf（最終アクセス日：2021年12月26日）。

172 （中国法律事務所による注）2016年12月施行の商標審査審理基準では、商標法第10条第１項第７号について知名度に関しては触れられていなかったが、改訂後の商標審査審理指南では、知名度についても判例を含めて詳しく解説されている。なお、商標法第32条を主張する際には氏名の知名度を立証する必要があるが、同法第10条第１項第７号及び第８号は絶対的拒絶理由なので、そもそも知名度の無い名前の人物は保護を受けることができない。したがって、（前提となっているので）審査基準では第７号と第８号において知名度を必要とすることはあえて記載されていない。第７号では、過去に知名度の要件が検討された経緯があるが、特徴、産地について誤認を生じさせやすいとあるから、適用に必要な知名度は高くなければならないという推測ができる。

第三十条
登録出願に係る商標が、この法律の関連規定を満たさないとき、又は他人の同一の商品若しくは類似の商品について既に登録若しくは初歩査定された商標と同一若しくは類似するときは、商標局は出願を拒絶し公告しない。

第三十二条
商標登録出願は、先に存在する他人の権利を侵害してはならない。他人が先に使用している一定の影響力のある商標を不正な手段で抜け駆け登録してはならない。

中華人民共和国反不正競争法[173]（2019年４月23日改正）
第二章　不正競争行為
第六条　事業者は、次の各号に掲げる混同行為を実施し、他人の商品である又は他人と特定の関連性があるとの誤認を関連公衆に生じさせてはならない。
…….
（二）他人の一定の影響力のある企業名称（略称、屋号等を含む）、社会組織名称（略称等を含む）、氏名（ペンネーム、芸名、訳名等を含む）を無断で使用する。

中華人民共和国英雄烈士保護法[174]（2018年５月１日より施行）
第二十二条　英雄烈士の氏名、肖像、名誉、栄誉は法律によって保護を受ける。いかなる組織と個人が英雄烈士の氏名、肖像を商標、商業広告に用いたり、英雄烈士の名誉、栄誉を損なったりしてはいけない。

最高裁判所による商標の権利付与・権利確定に係わる行政事件の審理における若干問題に関する規定[175]（2017年３月１日より施行）[176]
第五条[177]　商標標識自体又はその構成要素がわが国の社会公共利益と公共秩序に消極的

[173] 以下「反不正競争法」という。
国家市场监督管理总局「中华人民共和国反不正当竞争法」
https://gkml.samr.gov.cn/nsjg/fgs/201906/t20190625_302771.html（最終アクセス日：2022年２月９日）。

[174] 全国人大常委会办公厅「中华人民共和国英雄烈士保护法（2018年４月27日第十三届全国人民代表大会常务委员会第二次会议通过）」
https://flk.npc.gov.cn/detail.html?MmM5MDlmZGQ2NzhiZjE3OTAxNjc4YmY4YTM4YzBiNTk%3D（最終アクセス日：2022年２月９日）。

[175] 以下「最高裁規定」という。
CNIPA「最高人民法院关于审理商标授权确权行政案件若干问题的规定」
http://sbj.cnipa.gov.cn/zcwj/201806/t20180612_328516.html（最終アクセス日：2022年２月９日）。

[176] （中国法律事務所による注）行政事件における商標法の解釈を示したものである。

[177] （中国法律事務所による注）最高裁規定第５条は商標法第10条第１項第８号の解釈規定である。ここでいう「公衆人物」とは、例えば、国家主席等の中国の党と国家のリーダーの氏名、外国の首脳等の著名な外国の政治家等の氏名、テロ、邪教、暴力団などのリーダーの氏名、英雄烈士の氏名、政治・経済・文化・

又はマイナスの影響を与える場合、裁判所は、商標法第十条第一項第（八）号に規定している「その他の不良影響」に該当すると認定することができる。
政治、経済、文化、宗教、民族などの分野の公衆人物の氏名などを商標として出願する行為は、前項でいう「その他の不良影響」に属する。

第二十条[178]　当事者は係争商標がその氏名権を損害すると主張する場合、もし、関連公衆は、当該商標標識が当該自然人を指し、当該商標を付した商品が当該自然人の許諾を得たもの、もしくは、当該自然人と何らかの特定関係が存在するものであると見なしやすいのであれば、裁判所は当該商標が当該自然人の氏名権を損害すると認定すべきである。
　当事者はそのペンネーム、芸名、訳名などの特定名称に基づき氏名権を主張する場合、当該特定名称は一定の知名度があり、当該自然人と安定した対応関係を築き上げたようになり、関連公衆はこれで当該自然人を指すのであれば、裁判所は支持する。

北京市高級人民法院の「商標の権利付与・権利確定に係わる行政事件の審理ガイドライン」[179]（2014 年１月 22 日より施行）[180]
四、先行権利への保護について

（一）氏名権
14. 政治、宗教、歴史上などの公衆人物の氏名を商標として登録出願して、それが中国の政治、経済、文化、宗教、民族などの社会公共利益と公共秩序に否定的で、悪影響を与えた場合、『商標法』第 10 条第１項第８号の「その他の悪影響を及ぼす」規定に該当すると認定できる。
15. 自然人の氏名を商標として登録出願することにより、当該自然人の氏名権が損なわれた場合、『商標法』第 10 条第１項第８号の「その他の悪影響を及ぼす」規定に該当すると認定することが適当ではない。

民族・宗教など著名人物の氏名が含まれる。いずれも政治的・社会的に影響のある人物である。2013 年商標法改正前では、有名な歌手、ハリウッドスターが、ここでの「不良影響」（商標法第 10 条第１項第８号）で保護を受けたケースはあったが、改正されてからは商標法第 10 条第１項第７号と第８号がより明確に分けられて、著名な芸能人などは第７号で保護されることになったので、第８号の「公衆人物」には含まれなくなった。

178 （中国法律事務所による注）最高裁規定第 20 条は商標法第 32 条の解釈規定である。最高裁規定第 20 条には「当該自然人と何らかの特定関係が…見なしやすいのであれば」とあるが、実務上では「見なしやすさ」は、その人物の知名度と保護範囲にかかわってくる。例えば、スポーツスターであればスポーツ用品など、デザイナーであれば第 25 類の洋服のように、個別具体的な事情に沿って判断されることになる。したがって、「容易に認められる」という意味とは違うと考えられる。

179 北京市高级人民法院知识产权庭「北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南」https://file.chinacourt.org/f.php?id=37014&class=file（最終アクセス日：2022 年２月９日）。

180 （中国法律事務所による注）位置付けとしては、商標の行政事件の審理に関するガイドラインである。全国の商標行政事件は北京市高級人民法院で扱われるため、このガイドラインが重要となる。

16. 氏名には、戸籍登記に使用された氏名が含まれるほか、別名、筆名、芸名、雅号、あだ名なども含まれる。
17. 特定の自然人と対応関係を有する主体の識別符号は当該自然人の氏名とみなす。
18. 特定の自然人の氏名であることを知りながら、盗用、不正使用などの手段でそれを商標として登録出願した場合には、『商標法』第 32 条に規定される「特定の自然人の氏名権」を損なう行為に該当すると認定すべきである。
19. 自然人の名誉はその氏名権保護の前提とはならないが、その名誉は、関連公衆が某氏名と特定の自然人との間に対応関係を形成したのを判断する際に考察される要素となることができる。
20. 一般の状況において、自然人本人がその氏名権を主張しなければならない。マネジメント関係を有するモデル、俳優等の氏名権者の授権範囲を明確にした特別な授権書などを提出した特殊な場合には、被授権者であるマネージャーは利害関係者として当該モデル、俳優などの氏名権を主張できる。

商標審査審理指南（商標審査審判ガイドライン）[181]（2022 年１月１日より施行）

下編　第一章　概述

２審査審理範囲

２．１　絶対理由と相対理由

２．１．１　絶対理由「絶対理由、……、商標登録部門が職権によって主動的に審理する範囲に属され、……、第十条に規定される商標として使用できない標章、……、などが含まれる」。

２．１．２　相対理由「職権によって他人の先行商標権利を拒絶理由とする以外に、商標登録部門が通常、職権によって相対理由を主動的に審理することができない、……、第三十二条に規定される他人の先行権利……などが含まれる。」

２．２　商標登録実体審査「商標登録実体審査は商標法第十三条、第十五条、第三十二条の規定に適用しない。」

下編　第三章　商標標章にすることができない標識の審査

３．７　欺瞞性を帯びており、商品の品質などの特徴又は産地について公衆に誤認を生じさせやすいもの

３．７．２．６　公衆人物の氏名・肖像などと同一又は類似し、公衆に誤認を生じさせやすいもの

３．８　社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすもの

３．８．２．１　わが国の党と国家のリーダーの氏名と同一又は類似

[181] 以下「商標審査審理指南」という。
CNIPA「商标审查审理指南 2021 国家知识产权局制定」
https://www.cnipa.gov.cn/attach/0/123456011.pdf（最終アクセス日：2022 年２月９日）。

３．８．２．２　公衆に知られるその他の国・地域或いは政治性国際組織のリーダーの氏名と同一又は類似

下編　第十四章　他人の先行権利への損害に関する審査審理
３　具体的な先行権利への審査審理
３．４　氏名権
３．４．１　許諾を受けずに、他人の氏名を商標として登録出願することで、他人の氏名権を損なうおそれがある場合、係争商標の登録を認めず、又はその無効を宣告しなければならない。
　他人の氏名には、本名、筆名、芸名、訳名、別名などが含まれる。
「他人」とは、係争商標の登録出願時に存命中の自然人をいう。係争商標の登録時に自然人がなくなった場合、この規定に適用しない。
３．４．２　適用条件
（１）当該氏名が一定の知名度を有し、自然人との間に安定的な対応関係を確立し、当該公衆の認識において当該氏名権者を指すものであること。
（２）当該商標の登録により他人の氏名権に損害を与えるおそれがあるとき。
個々の事例では、氏名権者との関係で、氏名と係争商標の指定商品・役務の周知性の程度が考慮される。先登録名称権の保護範囲は、その商標が指定する商品又は役務と氏名権者の周知分野との関連性の程度を考慮して決定される。
他人の利益を害する目的で、その者の氏名であることを知りながら商標登録出願をしたときは、その者の氏名権を害するものとみなす。(係争商標の登録は、他人の氏名権に対する侵害とみなす。
（３）本件商標の登録出願が氏名権者の許諾を得ずに行われたものであること。
係争商標の登録者が、係争商標の登録出願が氏名権者の許諾を得ていると主張する場合、許諾の事実について立証責任を負うものとする。

（ⅱ）規定の趣旨

（商標法第 10 条第１項第７号、第８号については回答なし。）

商標法第 32 条の規定により、商標登録出願は、先に存在する他人の権利を侵害してはならないとされており、氏名権は一種の民事権利として当該「他人の権利」に該当する[182]。

[182] （中国法律事務所による注）他者の人格権の保護と氏名を含む商標の保護のバランスについて、北京市高級人民法院は（2021）京行終 2689 号行政判決において、次のように述べている。「氏名権の商標法における保護は、それ自体の人格権意味での保護とは区別すべきである。当該氏名と特定経営者が安定した対応関係に含まれる経済利益を形成し、関連公衆に当該氏名を特定経営者の提供した商品・役務と連結させるようになった場合に限って、他者が商標登録という方式で当該氏名権を損害することを阻止することができる。」（判決日：2021 年９月６日）これは、商標法第 32 条に関する判決であり、同法第 32 条では三つの要件を課すことで商標保護と人格権保護とのバランスをとっていると判断している。

ここでいう「氏名権」に該当するためには、以下の条件[183]をすべて満たす必要がある。商標法第 32 条はこれらの条件を課すことで商標保護と人格権保護とのバランスをとっているものと解されている。

①商標に含まれる特定の氏名を有する自然人が中国国内で一定の知名度を有し、関連公衆に知られている。

②関連公衆が当該特定の氏名を当該自然人のものと認識する。

③この特定の氏名は、当該自然人との間に安定した対応関係を確立している。

民法典には、自然人の氏名権が明確に規定されており、中国において氏名権は民事的な保護を受けられる権利であると解される。

また、中国における商標審査では、中国人と外国人の氏名とを分けて扱っていない。例えば、日本の総理大臣の氏名であれば拒絶されると考えられるが、一般人の氏名又は日本でのみ有名なデザイナーの氏名等になると、その要件を満たさず、結果として登録される可能性がある。

（iii）規定の内容

（A）氏名を有する「他人」に関する事情の考慮

（a）「他人」の知名度[184]

（a－1）商標法第 10 条及び第 32 条の要件と「他人」の知名度

上述のとおり、他人の知名度は、商標法第 10 条第１項第７号、第８号において要求される（商標法第 10 条第１項第７号及び第８号、英雄烈士保護法第 22 条、商標審査審理指南 下編 第３章第３部分３．７及び３．８）。商標法第 10 条第１項第７号においては著名性が必要であり、第８号は中国の党と国家のリーダーの氏名、テロ、邪教、暴力団などのリーダーの氏名、英雄烈士の氏名にかかる保護については著名性までは必要とされないと解釈されている。

また、商標法第 32 条においても一定程度の知名度が要求される（商標法第 32 条、最高裁規定第 20 条、商標審査審理指南 下編 第 14 章第３部分３．４）。商標法第 32 条に基づき商標出願に先行する氏名権を主張する場合、氏名権の対象となる自然人の氏名には一定の知名度があり、消費者に当該自然人を連想させることができる必要がある。

---

183 商標審査審理指南第 14 章第３部分３． ４。

184 （中国法律事務所による注）「知名度」と「周知」、「著名」の意味（レベル感）としては、日本における「著名」は、中国での「馳名」と考えられる。そのため、日本における著名商標は中国における馳名商標に該当すると考えられるが、定義が必ずしも一致するとは限らないため、ここでは「著名」という表現は使っていない。中国で商標法第 32 条の氏名権を主張する場合は、「知名度」という表現を使う。知名度が高ければ高いほど、氏名権の保護範囲が広くなる。例えば、同じ名前であっても、知名度によって商標法上における保護範囲が違ってくる。氏名の知名度が中程度である場合は、その人物に関連性の強い商品分野やサービス分野において保護を受けることができるが、知名度が非常に高い場合は、関連性がそれほど強くない商品まで保護範囲に含まれる可能性がある。「周知」、「著名」は日本における表現であるが、中国では、「周知」と「著名」の語を知名度の高さによって使い分けていない。「知名度が高い」「知名度がある程度ある」などの使い方をする。

（ａ－２）知名度の判断基準（知名度を獲得する範囲）

商標法第 10 条第１項第７号のように他人の著名性を必要とする場合には、指定商品等の需要者にとどまらず広く一般の需要者を基準にして判断されるものと解されている。

商標法第 32 条の知名度を獲得する範囲については、当該人物が有名となる領域の一般の需要者（関連公衆）を基準にして判断されるものと解されている（最高裁規定第 20 条、商標審査審理指南 下編 第 14 章第３部分３．４）。

具体的な当てはめにおいては、指定商品等の需要者に限らず、広く一般に認知されている他人（政治家等）が存在する場合は、商標法第 10 条第１項第７号、同第８号、第 32 条の拒絶理由、異議・無効理由の対象になるものと解されている。他方で、指定商品等の需要者を基準に知名度を有する他人が存在する場合は、上記商標法上の条文について指定商品等の需要者を基準にするとの明確な規定はないことから、拒絶理由等となるかは明らかでない。

（ａ－３）「他人」の顧客吸引力

（商標法第 10 条第１項第７号、第８号については回答なし。）

商標法第 32 条に基づき先行氏名権を主張する際には、係る氏名が一定の知名度を有することを証明する必要があるので、当該先行氏名権により保護される他人が業務上の信用（goodwill）を有する者であると考える余地はある。

（ａ－４）「他人」の名声への影響

他人の氏名を含む商標が、他人の名声（reputation）を必ず汚すものとは解されていない。

（ａ－５）「他人」の知名度等の判断方法

商標法第 10 条第１項第７号のいう「欺瞞性を帯び、公衆に商品の品質等の特徴又は産地について誤認を生じさせやすいもの」と同法第 10 条第１項第８号のいう「社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすもの」の該当性の判断においては、他人の著名性、顧客吸引力及び、名声、並びに出願商標の周知性といった要素は、要求されない。

商標法第 32 条の知名度の判断においては、他人の著名性、顧客吸引力及び名声、並びに出願商標の周知性が考慮される。「他人」の氏名が、商標の関連公衆に対して知名度を有することが、商標法第 32 条に定められる「氏名権」保護の適用のための必要条件である。

「知名度」に関わる判断基準については、具体的な規定がない。（審査ではなく裁判であるが）先行判例から見れば、一般的には、商標の知名度を認定する際の審査基準を参考にして[185]、裁判官が証拠書類について総合的に考察し、判断を行うものと考えられる。

---

[185] （中国法律事務所による注）氏名の知名度について特定の基準があるわけではない。商標法第 13 条「馳名商標」については具体的に明確な規定があるが、同法第 32 条の氏名の「知名度」については具体的な規定はない。

知名度の判断に関する証拠書類としては、次のようなものが挙げられるが、これに限るものではない[186]。

ａ）メディア報道
ｂ）名誉証書等
ｃ）調査報告書
ｄ）広告会計監査報告、広告契約、支払書類、広告投入報告などの広告宣伝に関する証拠。
ｅ）会計監査報告書
ｆ）参考判例
ｇ）先行判例によって保護を受けた事例

（Ｂ）出願人に係る事情の考慮

（ａ）出願人の害意の有無（偶然の一致）

中国においては、同姓同名の他人が存在するという現象は少なくない。しかし、自分の氏名を有名人の氏名と同じ氏名にわざと変名し[187]、それを商標として使用する場合、氏名一致について害意があると推定できる（商標法第 32 条）。

一定の知名度を有する他人がいる場合には、当該他人の承諾書が必要となる（商標法第 10 条第１項７号、第 32 条、商標審査審理指南 下編 第 14 章第３部分３．４）。ただし、商標法第 10 条第１項第８号に該当する氏名については、いずれの者（本人も含む）も商標出願できない。

（ｂ）出願人の自己氏名該当性

出願商標に含まれる氏名が、出願人の自己氏名に該当する場合であっても、一定の知名度を有する他人がいる場合には、当該他人の承諾書が必要となる（商標法第 10 条第１項７号、同法第 32 条、商標審査審理指南第３章第３部分３．７及び３．８、商標審査審理指南 下編 第 14 章第３部分３．４）。ただし、商標法第 10 条第１項第８号については、いずれの者（本人も含む）も商標出願できない。

民法典第 993 条によれば、民事主体は自分の氏名、名称、肖像などを他人に使用許可をすることができると規定している。民法典第 1012 条の規定により[188]、自然人は氏名権を有

商標法
第十三条　関連する公衆に熟知されている商標について、所有者がその権利を侵害されたと判断したときは、この法律の規定により馳名商標の保護を請求することができる。

186 （中国法律事務所による注）a）～g）の証拠書類において、実際に裁判で考慮される際に証拠能力が高いのは、a)、b）の二つとされている。ここでいう「メディア報道」とは、テレビ、新聞記事のことなどを指し、「名誉証書」とは、何かの賞を取った際にその名誉に対して政府などが発行する証明書類のことを指している。

187 （中国法律事務所による注）有名人の氏名と同じ氏名にわざと変名した件については裁判例がある。

188 （中国法律事務所による注）民法典第 1012 条の規定は、商標法第 32 条において考慮されることになる。氏名権者からの許諾の有無に関連する（下編　商標審理基準に記載あり）。

し、法により決定、使用、変更又は他人に自分の氏名を使用することを許可する権利があるが、同規定は公序良俗に違反してはならないと規定している。

（ｃ）出願人の商品・役務としての出願商標の知名度

出願商標の知名度は、氏名権に係る商標法の規定の適用に影響を与えるものではない。

（ｄ）出願人が氏名商標を使用する必要性の有無

氏名商標の審査において、出願人の事情（氏名商標を使用する必要性等）を考慮しない。

（Ｃ）出願商標の構成・態様の考慮

（ａ）フルネームか、姓又は名のみか

民法典第 1017 条には「一定の社会的知名度を有し、他人に使用されたら、公衆の混淆を引き起こすに至るペンネーム、芸名、ネット ID、訳名、商号、氏名と名称の略称などについて、氏名権と名称権保護に関する規定の適用に参照する。」と規定されている。

反不正競争法第二章第六条によれば、氏名にはペンネーム、芸名、訳名等が含まれる。最高裁規定によれば、当事者がそのペンネーム・芸名・訳名などの特定名称をもって氏名権を主張できる。

商標審査審理指南においても、氏名には、戸籍登記に使用された氏名が含まれ、別名・ペンネーム・芸名・雅号・あだ名なども含まれると規定している[189、190]。

（ｂ）普通に用いられる表記による文字のみの商標か

氏名が普通に用いられる表記、すなわち、装飾や音などの要素が含まれない、文字だけの場合にも商標登録をすることは可能である。

（ｃ）文字の種類

中国人の英語名はここでいう「他人の氏名」に含まれる。ほとんどの中国人は英語名を持っておらず、実際の生活でもあまり使わないが、中国人の英語名が一定の知名度を獲得し、他人に使用されると公衆の混淆を招くおそれがある場合には、氏名権の適用に関する規定を参照することができる（実例については、下記５．１．６の審決例１を参照。）。

（２）異議・無効理由に関する規定

（ｉ）基本的事項

商標登録に対する異議申立て及び無効請求については、商標法第 33 条、第 44 条及び第

---

189 （中国法律事務所による注）参考となる裁判例としては次のものがある。アメリカの有名なバスケットボール選手「Michael Jordan」は、中国で公衆に熟知され、「乔丹」はその姓の Jordan の訳名であると認識されている。よって、「乔丹」は商標法が保護する先行氏名権に当たると認定された。

190 （中国法律事務所による注）例えば、フルネームではなくて、姓だけで非常に有名な人物がいた場合で、それがペンネームとして有名であった場合に保護されるかについては、姓だけ、名だけのペンネームや芸名の場合は、その人物との対応関係が認識された場合に氏名権の保護の対象となる。

45 に規定されている。商標法第 32 条、第 10 条第１項第７号及び第８号のいずれも、異議理由又は無効理由となり得る。

ただし、商標法第 10 条違反を理由とする無効請求に除斥期間はないが、同法第 32 条を無効理由とする無効請求は、登録から５年の除斥期間が設けられている。なお、悪意による馳名商標[191]登録に対しては当該除斥期間の適用はない。

なお、商標法第 32 条が、主として異議理由又は無効理由として用いられる点については、上記のとおりである。

商標法

第三十三条 初歩査定され公告された商標について、公告の日から３ヶ月以内に、この法律の第十三条第二項及び第三項、第十五条、第十六条第一項、第三十条、第三十一条、第三十二条の規定に違反していると先行権利者、利害関係者が判断したとき、又はこの法律の第十条、第十一条、第十二条の規定に違反していると何人が判断したときは、商標局に異議を申し立てることができる。公告期間を満了しても異議申立がなかったときは、登録を許可し、商標登録証を交付し公告する。

第四十四条 登録された商標が、この法律の第十条、第十一条、第十二条の規定に違反している場合、又は欺瞞的な手段若しくはその他の不正な手段で登録を得た場合は、商標局は当該登録商標の無効宣告を行う。その他の単位又は個人は、商標評審委員会に当該登録商標の無効宣告を請求することができる。（以下省略）

第四十五条 既に登録された商標が、この法律の第十三条第二項及び第三項、第十五条、第十六条第一項、第三十条、第三十一条、第三十二条の規定に違反した場合、商標の登録日から５年以内に、先行権利者又は利害関係者は、商標評審委員会に当該登録商標の無効宣告を請求することができる。悪意のある登録であるときは、馳名商標所有者は、５年間の期間制限を受けない。（以下省略）

（３）「他人」による自己氏名の使用の制限

他人は自己の氏名を引き続き使用することができるが[192]、既に登録できた氏名を含む他人の商標の先行権利を損なってはいけない。商標登録された氏名と同一の氏名を有する他人は、商標法の関連規定を守らなければならず、業として使用することはできない。

（４）その他の規定

（回答なし）

５．１．３　肖像の取扱い

構成中に他人の「肖像（portrait）」を含む商標の取扱いは、他人の「氏名」を含む商標

[191] 前掲注 185）参照。

[192] 根拠条文は、氏名については民法典第 1012 条、第 1014 条、ニックネームについては第 1017 条である。

に関する法令、基準、ガイドライン、マニュアルと基本的に一致する[193]。

他人の「肖像」に商標法第 10 条第１項第７号、第８号が適用されるためには、他人の氏名の場合と同様に、当該肖像として描かれた他人の著名性（著名な芸能人や著名な政治家等の肖像であること）が必要となる。

また、他人の肖像について商標法第 32 条が適用されるのは、他人の氏名の場合と同様に、三つの条件（一定の知名度等）を満たす場合に限られる。商標審査審理指南 下編 第 14 章第３部分３．５は、以下の三つの条件を明確に規定している。

（１）商標に含まれる肖像に描かれた他人（自然人）が中国国内で一定の知名度を有し、関連公衆に知られている。

（２）係争商標の登録は当該他人の肖像権に侵害を生じさせる可能性がある。

（３）係争商標の登録は肖像権者の許諾を受けていない。

５．１．４　法人等の名称の取扱い

構成中に他人の「名称」（法人名称等）を含む商標の取扱いは、他人の「氏名」を含む商標に関する法令、基準、ガイドライン、マニュアルと基本的に一致する[194]。

また、他人の「名称」に商標法第 32 条が適用されるのは、他人の氏名の場合と同様に、三つの条件（一定の知名度等）を満たす場合に限られる。商標審査審理指南 下編 第 14 章第３部分３．１は以下の三つの条件を明確に規定している。

（１）係争商標の出願日以前に、他人が既にその屋号を先行登記又は先行使用した。

（２）係争商標の出願日以前に、当該屋号が関連公衆において既に一定の知名度があった。

（３）係争商標の登録と使用は、関連公衆に、その商品又は役務が当該屋号権者から由来すると誤認させ、あるいは、屋号権者と特定の関係があり、先行屋号権者の利益に損害を与える恐れがある。

５．１．５　故人の取扱い

商標法第 10 条第１項第７号でいう「欺瞞性を帯び、公衆に商品の品質等の特徴又は産地について誤認を生じさせやすいもの」と同第８号でいう「社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすもの」における他人の氏名については、現存する者か故人かは関係ない。例えば、商標法第 10 条第１項第７号で保護される氏名「顧景舟[195]」、第８号で保護される英雄烈士の氏名などは、いずれも故人である。

商標法第 32 条によって保護される他人の先行氏名権について、ここでいう「他人」は現存する者を指す。

---

193 （中国法律事務所による注）他人の「肖像」は、他人の氏名と同様に、拒絶理由及び異議・無効理由になる。また、自分の写真を商標の構成要素として商標出願したり、自分が描いた肖像を出願したりする場合は、身分証明書を併せて提出する必要がある。肖像に含まれる文字（例えば、肖像として描かれた人物が着用している服に付された文字）と類似の商標についても審査される。

194 （中国法律事務所による注）他人の「名称」（法人名称等）は、拒絶理由及び異議・無効理由となる。

195 Gu Jingzhou（1915-1996）中国の著名な陶芸家。

５．１．６　他人の氏名等を含む商標の審決例、裁判例

（１）審決例

（ｉ）氏名を含む商標の審決例

No. 1
【事件番号】 無効審判 第 13733662 号
【事件の概要】 係争商標は「JACK.MA」からなり、請求人「アリババグループ」の法人代表の馬雲（ジャック・マー）の英語名「JACK MA」と欧文字、称呼において同一する。被請求人は「JACK.MA」という氏名の商標登録について合理的な理由を陳述しなかった。係争商標は「電源材料（電線、ケーブル）」などの商品に使用されると、係争商標が請求人との間に特定の関係があると関連公衆に誤認を生じさせやすく、請求人の法人代表の氏名権を侵害することとなる。よって、商標法第 32 条の「他人の先行権利を侵害」に適用すると認定された。

（ⅱ）肖像を含む商標の審決例

（回答なし）

（ⅲ）法人等の名称を含む商標の審決例

（回答なし）

（２）裁判例

（ｉ）氏名を含む商標の裁判例

商標法第 32 条の適用が争われた裁判例においては、氏名商標の指定商品等への使用によって他人の氏名と商標との間に関連があると公衆が考えること、特定のつながりがあると公衆に誤認させやすいこと、悪意による出願であること等が認定されており、他人の氏名には一定の知名度が求められている。

No. 1
【事件番号】 （2020）最高法行申 11008 号（無効審判）
【事件の概要】 劉純燕は「金亀子（コガネムシ）」を芸名として使い、「七巧板」、「大風車」、「アニメ・シティ」などの少年番組の司会をして、「私は金亀子である」という自伝も出版した。係争商標は、指定役務の「教育、研修」などに使用されると、関連公衆は「金亀子」という商標がつけられた役務を見て、劉純燕の許可を得たか、又は劉純燕と特定のつながりがあるかと考えやすく、係争商標の登録は劉純燕の先行芸名「金亀子」の合法的権益を損なうことから、商標法第 32 条の規定に違反するとされた。

No. 2

【事件番号】

（2018）最高法行申 4179 号（無効審判）

【事件の概要】

登録商標第 5403953 号「林志玲 linzhiling」の出願人である鄭霊娥は、使用需要を超え、大量な商標をストックし、不正な利益を得ようとした。その行為は、商標の登録秩序を乱し、商標法第 41 条第１項に規定された「その他の不正手段」を構成する。林志玲は、係争商標がその氏名権の侵害を根拠としてではなく、係争商標の登録が商標の登録管理秩序を乱したと訴えた。

No. 3

【事件番号】

（2018）最高法行再 32 号（無効審判）

【事件の概要】

係争商標は上の図形と下の「乔丹（Jordan）」からなり、商標権者は再審申請人（Michael Jordan）が中国で長期的かつ広範な知名度を持っていることを知りながら、「乔丹」を使って係争商標を出願した。係争商標が付される商品と再審申請人との間に代理権又は使用許諾（ライセンス）などの特定関係があると関連公衆に誤認させやすく、再審申請人の氏名権を損なったとされた。

No. 4

【事件番号】

（2017）最高法行申 4312 号（異議不服審判）

【事件の概要】

黄守迎は「XAVIER-LOUISVUITTON」を商標として出願する行為が XavierLouisVuitton の授権を得たため、正当性があると主張したが、裁判所は、商標の出願人が氏名を使用して商標を出願する権利があるか否かとその出願行為が授権を得たか否かとは異なるレベルにおける問題であると考えた。つまり、氏名権の意味における正当性は、商標権の意味における正当性を導き出すには不十分であるとした。商標出願人は自分の名前を使用し、又は他人の授権を得て他人の名前を使用して商標出願する権利があるが、この出願は商標登録専用権の権利付与に関する商標法の諸条件を満たさなければならない。本件では、XavierLouisVitton の授権に基づき、被異議商標の出願が XavierLouisVitton の氏名権を侵害しないという結論しか得られない。すなわち、商標法第 13 条第２項を含む登録商標の授権条件を満たしたかどうかは、氏名権の授権行為から推測することはできず、別途審査が必要であるとされた。

No. 5

【事件番号】

（2015）知行字第 118 号（異議不服審判）

【事件の概要】
一、被異議商標の「婁多峰」は河南リウマチ病院の創立者である、漢方医の婁多峰教授の名前である。婁多峰は漢方医薬によるリウマチ治療分野で高い知名度を有しているが、引用商標「婁峰」は華峰会社の法定代表者の名前であり、婁峰は漢方医によるリウマチ治療の専門家で、この分野でも一定の知名度を有すると考えられる。婁多峰教授の漢方医薬によるリウマチ治療分野における知名度は商品に限定されておらず、引用商標の指定商品と区別できない。すなわち、婁多峰の知名度は商品の基本的な特徴に対する一般市民の認識を遮断しておらず、被異議商標と引用商標が同時に類似商品に使用されると、依然として消費者の混淆・誤認を招く恐れがあるとされた。
二、河南リウマチ病院は華峰会社と同じく河南省にあり、リウマチの治療に従事し、引用商標を知っているはずなので、被異議商標を出願した際に合理的な回避義務を果たすべきであるが、依然として引用商標に類似する商標を出願し、被異議商標が付される商品の提供者と引用商標が付される商品の提供者が同一、又は特定のつながりがあると消費者に誤認させたことから、引用商標の区別機能を損なうのに十分であるとされた。

No. 6

【事件番号】
（2012）知行字第 11 号（無効審判）

【事件の概要】
係争商標は「李興法及び図形」からなる。「李興法」は生前、茅台酒工場の副工場長として酒業界で一定の知名度と影響力を有しており、その氏名を商標として指定商品「アルコール飲料（ビールを除く）」に登録することは、商品の品質・特徴と李興発本人又は茅台酒の生産技術を結び付け、関連消費者に誤解させやすいことから、係争商標の登録は商標法第 10 条第１項第８号の規定に違反するとされた。

No. 7

【事件番号】（2021）北京市高級人民法院 京行終 2689 号 行政判決

【事件の概要】
氏名権の商標法における保護は、それ自体の人格権的な意味での保護とは区別すべきである。当該氏名と特定経営者が安定した対応関係の経済的利益を形成し、関連公衆に当該氏名を特定経営者の提供した商品・役務と連結させるようになった場合に限って、他者が商標登録という方式で当該氏名権を損害することを阻止することができる。

No. 8

【事件番号】
（2020）京行終 1169 号（拒絶査定不服審判）

【事件の概要】
係争商標は中国語の「黄渤」からなり、黄渤の氏名と同じである。黄渤が映画・テレビ俳優として社会公衆における知名度と影響力、そして黄渤とその氏名が関係公衆で既に

対応関係を形成していることを考慮し、出願人はこの事実を知っていたはずであったにも関わらず、黄渤の許可を得ずに「ネクタイ；ベルト；靴」などの商品に黄渤の名前と同一の係争商標を出願した。また、係争商標の指定商品「ネクタイ；ベルト；靴」などは黄渤が従事する映画・娯楽・ファッション・メディア分野と大きく関連しているため、係争商標が黄渤本人を指し、さらに係争商標の指定商品は黄渤の許可を得たり、黄渤と特定の関係を持ったりしていると関連公衆に誤認させやすく、黄渤の氏名権を損なう恐れがあるとされた。

No. 9
【事件番号】 （2019）京行終 5954 号（無効審判）
【事件の概要】 許家印は商標権者の取締役であるところ、係争商標「許家印」は第 25 類の「服装」などを指定し、商標権者と特定のつながりがあるかと関連公衆に誤認させやすいものとした。被申請人が商標行政段階と訴訟段階に参加せず、「許家印」で商標出願したことに対して合理的な説明をしなかったことから、被申請人が係争商標を出願した際に、許家印が商標権者の取締役である事実を知っており、明らかな主観的悪意を持っていると推定できる。そのため、係争商標の出願は許氏の氏名権を侵害し、商標法第 32 条の規定に違反するとされた。

No. 10
【事件番号】 （2019）京行終 1179 号（無効審判）
【事件の概要】 フランソワ・デマッシーが提出した証拠は、その氏名の英語表記が「FrancoisDemachy」に対応し、その本人がディオール社の最高の香料調合技術者であり、その氏名は香水などの商品の消費者にも一定の知名度を持っていると証明できるが、その氏名の知名度のカバー範囲が中国本土で係争商標が指定する光学機器や機器、眼鏡などの商品にまで及んでいるとは証明できなかった。また、係争商標の登録・使用は、その商品がフランソワ・デマッシーから由来し、又はフランソワ・デマッシーと特定のつながりがあると証明するには不十分であることから、氏名権を損なう可能性はないとされた。

（ⅱ）肖像を含む商標の裁判例

（回答なし）

（ⅲ）法人等の名称を含む商標の裁判例[196]

[196] 商標権と企業名称権との関係については、次の論文に説明がある。

No. 1
【事件番号】 （2016）最高法民再 238 号（商標権侵害と不正競争紛争）
【事件の概要】 「慶豊飲食会社」は、「慶豊」の使用は企業商号の一部を使用することであり、また、会社の法定代表者である徐慶豊の名前を合理的に使用することであると主張した。これに対して裁判所は、慶豊飲食会社の法定代表者は徐慶豊であり、その名前には「慶豊」という文字が含まれており、徐慶豊は合法的な氏名権を有しており、当然自分の名前を合理的に使用できるが､徐慶豊はその名前を商標や企業商号として商業的に使用する場合、誠実信用の原則に違反したり、他人の先行権利を侵害したりしてはならないとした。徐慶豊は北京の飲食業に勤務していたことがあり、慶豊包子店の商標の知名度と影響力を知っていたはずであるが、依然としてそのウェブサイト、経営場所で慶豊包子店の登録商標と同一又は類似する商標を強調して使用することは、明らかに慶豊包子店の登録商標の知名度を不正に利用しようとする悪意があり、関係公衆に誤認を生じさせやすく、他人の登録商標専用権に他の損害を与える行為に該当する。よって、当該行為は同社の法定代表者の名前に対する合理的な使用には属さないと認定された。

５．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し

2020 年の民法典人格権編の氏名権についての条項は、中国で初めて、自然人には「他人に自分の氏名の使用を許可する」権利があると規定した。立法の背景に詳しい有識者の意見によると、この規定は氏名商品化権[197]を氏名権の枠組みに正式に組み入れたとされる。他人の氏名を含む商標の保護には、一定の条件が必要である。一般的には、自然人が特定名称について氏名の権利保護を主張する場合、上述の三つの条件を満たさなければならない。

自然人が氏名商品化権を享有する場合に、一定の知名度を前提条件とされるかどうかについては、見解が分かれている。例えば、自然人の氏名を利用して商品・役務を販売・提供することは現代の商取引においてよく見られることであるところ、氏名商品化権はこのような商取引を規範する制度的なツールであり、インターネット社会において商取引は急速に発展していることからすれば、知名度の要件によって普通の自然人が氏名商品化権を享受する障害となってはならないと主張する意見もある。しかし、現在有力なのは、他人の氏名を含む商標の保護には、やはり知名度を前提条件とすべきとの意見である。

著名性を有しない氏名を含む商標については、悪意の商標出願の問題がある。

宮原貴洋「中国での『傍名牌』行為に関わる諸問題への対応について」パテント 61 巻６号 44 頁（2008）https://system.jpaa.or.jp/patents_files_old/200806/jpaapatent200806_044-056.pdf（最終アクセス日：2022 年２月９日）。

邓思涵「司法事件からの企業名と登録商標の間の競合を処理するための規則」http://www.lungtinlegal.com/UpLoadFile/Files/2020/12/17/946443301a8382b-6.pdf（最終アクセス日：2022 年２月９日）。

[197] （中国法律事務所による注）現行の商標法で明確に定義された権利ではないが、先行権利として商標法第 32 条の保護を受ける氏名権は「氏名商品化権」（merchandising right）であるという見解がある。

また、理論上は、早い者勝ちで登録できてしまうことが問題となり得る。もっとも、同一の氏名を有する他人が商標として自己の氏名を使用できなくなる可能性はあるが、商標権は具体的な商品又は役務との関係で権利範囲が画定されるため、使用に係る商品又は役務と登録商標に係る指定商品又は役務が類似していなければ当該登録商標の権利の抵触とは認められないことから、理論上は問題となり得る可能性はあるものの、実際には問題とはなっていないとされる。

商標登録された当時は同一の氏名を有する著名な他人が存在しなかったとしても、その後、非常に著名な他人が現れ、問題となることもあり得る。中国では、1980 年代からある人が氏名をレストランの商標として登録し、使用していたところ、その後、1990 年代になって同姓同名の他人が著名になったケースがある[198]。このような場合、登録後に有名になった者の名前を後から出願するような冒認出願は認められないが、当初から認められている権利の範囲で使用することは容認される。

５．２　氏名等に係る人格権

５．２．１　氏名等に係る人格権の保護

（１）氏名[199,200]

氏名権については、民法典に規定されている。

知名度を有しない者についても、氏名権の保護の対象となる（民法典第 1012 条、第 1014 条）。

民法典 **第一編 総則** **第五章　民事権利** **第 110 条（人格権）** 自然人は、生命権、身体権、健康権、氏名権、肖像権、名誉権、栄誉権、プライバシー権、婚姻自主権等の権利を有する。法人、非法人組織は、名称権、名誉権、栄誉権を有する。 **第四編 人格権** **第一章 一般規定** **第 991 条（人格権の保護）**民事主体の人格権は、法的保護を受け、いかなる組織又は個

198 （中国法律事務所による注）四川省出身の「劉德華」は、1980 年代から「劉德華板鴨」という店を経営しており、現地では知られる店であった。2004 年に指定商品「塩干ししたアヒル肉」等について商標出願し、2007 年に登録された（商標登録第 4365340 号）。他方で、1990 年代以降に著名となった歌手の「劉德華」（Andy Lau）は、2010 年に当該登録商標に対して無効審判を請求したが、当該請求は取り下げられ、登録商標は現在も有効に存続している。

199 前掲注 169）民法典。

200 小田美佐子＝朱曄（共訳）「中華人民共和国民法典（１）中国における「民法典」の誕生」立命館法学 390 号 412 頁（2020）http://www.ritsumei.ac.jp/acd/cg/law/lex/20-2/010odaandzhu.pdf（最終アクセス日：2022 年２月９日）。

人も侵害してはならない。
第 993 条（他人による使用）民事主体は他人に自己の氏名・名称・肖像等の使用を許可することができる。但し、法律の規定により、又はその性質により許可してはならないものを除く。
第 996 条（違約責任と精神的損害賠償との併存）一方の当事者の違約行為により、相手方の人格権を害し、かつ重大な精神的な損害をもたらしたとき、損害を受けた方がその違約責任を負うよう請求することを選択した場合、損害を受けた方による精神的損害賠償の請求に影響を与えない。
第 997 条（差止請求権）民事主体は、その人格権を侵害する違法行為を行為者が実施し、又は実施しようとしており、これを直ちに阻止しなければ、その合法的な権利・利益に回復不能な損害をもたらすことを証明する証拠があるときは、行為者による関連行為の停止を命じるよう措置を講じることを、法に従い人民法院に申請する権利を有する。

第三章　氏名権と名称権
第 1012 条　自然人は氏名権を有し、法に基づいて決定・使用・変更又は他人に自分の名前を使用することを許可する権利を有するが、公序良俗に違反してはならない。
第 1014 条　いかなる組織や個人は干渉・盗用・偽造などの方法で他人の氏名権を侵害してはならない。
第 1017 条　一定の社会的知名度を有し、他人に使用されたら、公衆の混淆を引き起こすに至るペンネーム、芸名、ネット ID、訳名、商号、氏名と名称の略称などについて、氏名権と名称権保護に関する規定の適用に参照する。

（２）肖像[201]

肖像権については、民法典に規定されている。

民法典
第四編 人格権
第四章　肖像権
第 1018 条　自然人は肖像権を有し、法に従い作成・使用・公開し、又は他人による自己の肖像の使用を許可する権利を有する。
肖像とは、映像・彫刻・絵画等の方式により、一定の媒体上に反映させた特定の自然人を識別できる外在的形象である。
第 1019 条　いかなる組織又は個人も醜悪化、汚損又は情報技術の手段による偽造等の方式によって他人の肖像権を侵害してはならない。肖像権者の同意を得なければ、肖像権者の肖像を作成・使用・公開をしてはならない。但し、法律に別段の定めがある場合を除く。肖像権者の同意を得なければ、肖像作品の権利者は発表、複製、発行、賃貸、

[201] 小田美佐子＝朱曄（共訳）「中華人民共和国民法典（２・完)」立命館法学 391 号 436 頁（2020）http://www.ritsumei.ac.jp/acd/cg/law/lex/20-3/013odaandzhu.pdf（最終アクセス日：2022 年２月９日)。

展示等の方式によって肖像権者の肖像を使用又は公開してはならない。

第 1020 条　次に掲げる行為を合理的に行うときは、肖像権者の同意を得る必要がない。

（1）個人学習、芸術鑑賞、教室での講義又は科学研究のために、肖像権者がすでに公開している肖像を必要な範囲内において使用すること。

（2）新聞報道を行うために、不可避的に肖像権者の肖像を作成・使用・公開すること。

（3）法に従い職務を履行するために、国家機関が肖像権者の肖像を必要な範囲内において作成・使用・公開すること。

（4）特定の公共環境を展示するために、不可避的に肖像権者の肖像を作成・使用・公開すること。

（5）公共の利益又は肖像権者の合法的な権利利益を維持するために、肖像権者の肖像を作成・使用・公開するその他の行為。

（3）法人等の名称 [202、203、204]

法人等の名称に係る人格権や財産権の保護は、一つの法典のみでは不十分である。

中国では、企業名称権を保護する主な法令として、民法典、反不正競争法、企業法人登記管理弁法、企業名称登記管理弁法等があり、企業名称権を異なる観点から保護する場合、その保護のための完全かつ包括的な法制度を構成している。その基本となる法律として民法典がある。

民法典

第四編 人格権

第三章 氏名権と名称権

第 1013 条（名称権）法人・非法人組織は名称権を享有し、法に従い決定、使用・変更・譲渡し、又は他人による自己の名称の使用を許可する権利を有する。

第 1014 条（氏名権・名称権の保護）いかなる組織又は個人も干渉・盗用・なりすまし等の方式によって他人の氏名権又は名称権を侵害してはならない。

第 1016 条（氏名・名称の登記）自然人が氏名を決定・変更し、又は法人・非法人組織が名称を決定・変更・譲渡するときは、法に従い関係する機関で登記手続を行わなければならない。但し、法律に別段の定めがある場合を除く。民事主体が氏名・名称を変更したときは、変更前に行った民事法律行為は本人に対し法的拘束力を有する。

第 1017 条（知名度の高いペンネーム等の保護）一定の社会的知名度を有するペンネーム、芸名、ハンドルネーム、訳名、屋号、氏名と名称の略称等について、他人による使

[202] 前掲注 201）小田＝朱。

[203] 企業名称権については、次の記事に説明がある。
Baidu 百科「法律百科 企業名称権」
https://baike.baidu.com/item/%E4%BC%81%E4%B8%9A%E5%90%8D%E7%A7%B0%E6%9D%83/2998580（最終アクセス日：2022 年２月９日）

[204] INPIT「新興国等知財情報データバンク（中国）商号と商標との関係」
https://www.globalipdb.inpit.go.jp/license/3098/（最終アクセス日：2022 年２月４日）

用が民衆に十分に混同をもたらすときは、氏名権及び名称権保護の関連規定を参照し適用する。

民法典上の氏名権の保護は、それが侵害された場合にのみ適用される。企業は、その形態や法人格の有無に関わらず、個人よりも重要な市場取引の主体であり、他の事業者と区別するために名称を持つ権利を享受している。国民の氏名権の保護に関する民法典の法理は、企業にも適用される。企業名称権は企業の人格の象徴であり、他の企業の名称の流用、偽造、名誉毀損を法律で禁止している。

５．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例[205、206、207]

地方裁判所の判決であるが、著名な人物の肖像の商業的使用が、肖像権の侵害であると認定された事件がある。

No. 1[208]
【事件番号】 (2019) 陝西 (陝西省西安市新城区人民法院) 0102 民中 No. 6313
【事件の概要】 秦皇島西安市の飲料店が、著名な俳優の肖像画、写真をブランドの広告として使用したところ、俳優個人の肖像画は商業的価値が高く、飲料店の行為は肖像権を著しく侵害しているとして、当該俳優は裁判所に訴訟を提起した。陝西省西安市新城区人民法院は、店内での飲料店による俳優の肖像画の使用は肖像権の侵害であると判断した。被告である飲料店は、侵害を停止し、原告である俳優に書面で謝罪したため、原告の申立ての一部が認容される結果となった。また、原告が一定の社会的名声を有することや、被告による原告の肖像の使用数量、使用目的、使用時期及等の状況から、損害額は 10,000 元と判断された。肖像画の使用には、侮辱、誹謗中傷、中傷などの行動がないことを考慮して、精神的傷害についての賠償は認められなかった。当該判決に対して両当事者は控訴せず判決は確定した。

[205] 氏名権に関する裁判例については、次の文献で論じられている。
石冠彬「姓名权侵权纠纷的裁判规则研究』当代法学 2018 年第 3 期 12 頁
https://www.civillaw.com.cn/uploadfile/lmpic/20180710/20180710234254764.pdf（最終アクセス日：2022 年２月９日)。

[206] 肖像権については、次の記事に説明がある。
Baidu 百科「法律百科 肖像権」https://baike.baidu.com/item/%E8%82%96%E5%83%8F%E6%9D%83/1910174（最終アクセス日：2022 年２月９日)。

[207] 肖像権の侵害に関する訴訟については、次の文献で論じられている。
小口彦太「中国における肖像権侵害をめぐる一訴訟 映画「秋菊の物語」撮影事件をもとにして」早稲田法学 75 巻１号 49 頁 (1999))
https://waseda.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=8612&file_id=162&file_no=1（最終アクセス日：2022 年２月９日)。

[208] 前掲注 206) Baidu 百科。

６．　韓国

６．１　他人の氏名等を含む商標に関する制度

６．１．１　氏名を含む商標のニーズ等

（１）氏名を含む商標が採用される分野

韓国特許庁の 2020 年の報道資料によれば、2020 年９月末基準 1,188 件であり、商品の種類別（業種を含む）では飲食業 1,109 件（19.0%）、企業経営業 663 件（11.3%）、教育業・芸能娯楽業 424 件（7.23%）[209]、の順であった。韓国では主に飲食業と関連して氏名商標が活発に出願され使用されていると推測されるとのことであった[210]。

（２）氏名の用いられ方

公的な席の場合は、文書又は口頭を問わず主に「姓＋名＋さん」、「名＋さん」、「姓＋名＋様」、「名＋様」又は「姓＋肩書＋様」、「姓＋肩書」を用いる。私的な席の場合は、文書又は口頭を問わず主に「名＋さん」、「名＋様」を用い、親しい間柄のときは「名」だけで呼ぶことや「フルネーム」で呼ぶこともある。

６．１．２　他人の氏名を含む商標に関する制度の実態

（１）拒絶理由に関する規定

（ｉ）基本的事項

韓国では、他人の氏名を含む商標に関する拒絶理由として、著名な他人の氏名を含む商標について規定した韓国商標法（以下「商標法」という。）第 34 条第１項第６号が存在する。

また、他人の氏名を含む商標に関連しうる拒絶理由として、著名な故人との関係を虚偽に表示するおそれがある商標等について商標法第 34 条第１項第２号、公序良俗等に反する商標等について商標法第 34 条第１項第４号が存在する。

商標法[211] 第 34 条［商標登録を受けることができない商標］ ①第 33 条にもかかわらず次の各号のいずれかに該当する商標に対しては、商標登録を受けることができない。

[209] （韓国法律事務所による注）エンターテインメント関係のアイドルグループやアーティストグループの名前の出願が多く出されており、一つの会社（SM エンタテインメント）が、K-POP アイドル関係の出願の 45%を占めているという情報もあった。

[210] （韓国法律事務所による注）氏名を含む商標が採用される分野について、過去の記事でも飲食物の提供等に関する出願が多いと考えられるが、特に傾向について変化はない。韓国はもともと氏名を含む商標の出願が多く、出願依頼としてはアパレル関連の分野を扱うことが多いが、韓国特許庁全体としては個人オーナーのレストランなどの飲食物の提供に関する出願が一番多い。

[211] KIPO「商標法（実施 2021.6.23）法律第 17728 号, 2020.12.22 一部改正」https://www.law.go.kr/LSW/lsSc.do?y=0&x=0&p1=&menuId=1&query=%EC%83%81%ED%91%9C%EB%B2%95#undefined（最終アクセス日：2021 年 12 月 26 日）／崔達龍国際特許法律事務所「法令関連資料,商標法（一部改正 2020.12.22 法律第 17728 号）」http://www.choipat.com/menu31.php?id=26&category=0&keyword=（最終アクセス日：2021 年 12 月 26 日）。

１．（省略）
２．国・人種・民族・公共団体・宗教又は著名な故人との関係を虚偽に表示し、又はこれらを誹謗若しくは侮辱し、又はこれらに対する評判を悪くするおそれがある商標
３．（省略）
４．商標それ自体又は商標が商品に使用される場合、需要者に与える意味及び内容等が一般人の通常の道徳観念である善良な風俗に反する等、公共の秩序を害するおそれがある商標
５．（省略）
６．著名な他人の氏名・名称又は商号・肖像・署名・印章・雅号・芸名・筆名又はこれらの略称を含む商標。ただし、その他人の承諾を得た場合には、商標登録を受けることができる。
７．～21.（省略）
③、④（省略）

第 54 条（商標登録拒絶決定）

審査官は、商標登録出願が次の各号のいずれか一つに該当する場合には、
商標登録拒絶決定をしなければならない。
（１．～２．省略）
３．第３条、第 27 条、第 33 条から第 35 条まで、第 38 条第１項、第 48 条第２項後段、同条第４項又は第６項から第８項までの規定により商標登録をすることができない場合
（４．以下省略）

韓国商標審査基準（以下「商標審査基準」という。）は、商標法第 34 条第１項第２号の「著名な故人」の文言の解釈等について、次のとおり規定している。

商標審査基準[212]
第５部　商標登録を受けることができない商標
第２章　国家等との関係を偽って表示し、又は誹謗する商標
１．１．３　「著名な故人」とは、一般需要者に概して認識されている故人はもちろん、指定商品と関連して取引社会で一般的に認識されている故人をいい、外国人も含む[213]。

[212] KIPO「商標審査基準 2021.01.01（상표심사기준 2021.01.01）
https://www.kipo.go.kr/ko/kpoContentView.do?menuCd=SCD0200155（最終アクセス日 2022 年２月 10 日）／JETRO「商標審査基準 2021．１．１．基準」
https://www.jetro.go.jp/world/asia/kr/ip/notice/2021/210216a.html（最終アクセス日：2022 年３月４日）。

[213] （韓国法律事務所による注）著名な故人の具体例としては、裁判例によると、韓国で有名な LG グループの創業者の名前（「具仁会」）がこれに当たる。判決（特許法院 2021 年７月６日言渡し 2020 ホ 2192）では、

１．２．１　虚偽表示又は誹謗、侮辱、評判を悪くするおそれは、商標の構成自体もしくは指定商品との関係を考慮して顕著に否定的な影響を与え、又は与えるおそれがある場合にこれに該当するものとみなす。

１．２．２　虚偽表示や誹謗、侮辱、評判を悪くするおそれは、出願人のこのような目的又は意志の有無を問わず、社会通念上このような結果を誘発するおそれがあると認められるときにはこれに該当するものとみなす。

１．２．３　著名な故人の氏名それ自体を商標として使用したことだけでは、故人との関係を虚偽に表示したとはいえないため本号を適用しない。

商標審査基準は、商標法第 34 条第１項第４号の「その他公序良俗を害するおそれ」の文言の解釈等について、次のとおり規定している。

商標審査基準
第５部　商標登録を受けることができない商標
第４章　公序良俗を害するおそれがある商標
２．３．２　著名な故人の氏名などを盗用して出願した商標は「その他公序良俗を害するおそれ」がある商標とみなす。ただし、著名な故人の氏名などの場合、故人と関連する記念事業会、記念財団、後援研究所もしくは団体などの同意があり、又は故人の氏名を管理している記念財団、記念事業会などがあるかを確認することができず、又は存在する可能性がないほど昔の故人の場合には異なって判断することができる。

商標審査基準は、商標法第 34 条第１項第６号の趣旨や「著名」等の文言の解釈等について、次のとおり規定している。

商標審査基準
第５部 商標登録を受けることができない商標
第６章 著名な他人の姓名・名称等を含む商標
【制度の趣旨】
法第 34 条第１項第６号（以下、この章において「本号」という。）は、商品の出処の誤認・混同を防止するための規定というよりは、著名な他人の姓名・名称等を保護することにより、他人の人格権を保護するための規定である。

LG グループの創業者の名前であり、起業したときの店と同じ屋号である「具仁會商店」という商標を、LG グループと関係のない他人が出願することは、著名な故人との関係があるものと消費者を誤認させ、又は著名な故人の名誉を毀損し、善良な風俗を害するおそれがあるという理由で、商標条第 34 条第１項第４号に該当するとしている。

1　適用要件

1.1　「著名」であること

1.1.1　「著名」とは、社会通念上、国内の一般需要者又は関連取引業界において一般的に広く認知され得る程度をいう。ただし、著名性の要件は、広く知られている芸能人やスポーツ選手の氏名、国内外の有名人等の氏名として直感することができれば足りるものとみなす。

1.1.2　本号は、姓名・名称若しくは商号・肖像・署名・印章・雅号・芸名・筆名又はこれらの略称が著名でなければならないという意味であり、他人自体が著名でなければならないという意味ではない。

1.2　他人の‘姓名・名称若しくは商号・肖像・署名・印章・雅号・芸名・筆名又はこれらの略称を含む’商標であること

1.2.1　「他人」とは、現存する自然人はもちろん、法人（法人格のない団体を含む。）や外国人も含まれる。この場合、「外国人」とは、国内の一般需要者又は関連取引業界[214]で一般的に広く認識されている現存する外国の自然人又は法人をいう。

1.2.2　「略称」は、その他人自らが略称を定めていないとしても、国内の一般需要者又は関連取引業界において、その他人として略称されていれば足りると見る。

《略称の例》

◦国立科学捜査研究院＝国科捜	◦韓国銀行＝韓銀
◦韓国電力公社＝韓電	◦陸軍士官学校＝陸士

1.2.3　著名な芸能人の氏名、芸能人グループの名称、スポーツ選手の氏名、その他国内外の有名人等の氏名やこれらの略称、カリカチュアなどを含む商標は、本号に該当するものとみなす。

《著名な芸能人の名称と判断した事例》

商標（指定商品）	判断内容	関連判例
2NE1 （スキン、ミルクローション等）	「２NE１」という女性アイドルグループが、出願日まで約２か月余りの活動に過ぎないとしても、音楽について一般人の接近が容易であるという点を考慮した場合、出願日頃に国内の需要者の間で広く知られていて著名性を獲得したと認められる。	大法院 2012 フ 1033

2．　判断時の留意事項

2.1　著名な他人の姓名・名称若しくは商号・肖像・署名・印章・雅号・芸名・筆名又はこれらの略称が商標の付記的な部分に含まれている場合にも、本号に該当するも

[214] （韓国法律事務所による注）「関連取引業界」とは、指定商品・役務関係の取引業界のことをいう。したがって、指定商品・役務と全く関係ない業界において著名であっても、指定商品・役務に関連して需要者に対して著名とはいえない場合は、「外国人」の氏名等が登録される可能性がある。

のとみなす。

2.2　著名な他人の氏名、名称等であっても、その他人の承諾を得た場合には、本号を適用せず、自己の氏名又は名称と著名な他人の氏名又は名称が同一の場合には、その他人の承諾を要する。

2.2.3[215]　未成年者は法定代理人を通じてのみ商標に関する手続きを踏むことができ、未成年者の法律行為は法定代理人の同意を得なければならないため、著名な他人が未成年者である場合、承諾書に法定代理人（承諾を必要とする未成年者が２人以上である場合、各承諾者の法定代理人）の同意があるか確認する。

2.3　著名な他人の姓名、名称等を商標として使用したときには、他人自身の不快感の有無、又は社会通念上他人の人格権を侵害したと判断されるかどうかを問わず、本号を適用する[216]。

3．　他の条文との関係

著名な他人の姓名、名称、商号等が商標として使用されて有名になった場合には、その他人の承諾があったとしても、第三者が商標として使用した場合、一般需要者に出処の誤認・混同を引き起こさせるおそれがあるため、法第 34 条第１項第９号、第 11 号又は第 12 号を適用し、不正な目的を持ったものと認められる場合には、法第 34 条第１項第 13 号を併せて適用する。

4．　判断時点

本号の該否は、商標登録可否の決定をする時を基準として判断する。

（ii）規定の趣旨

前述のとおり、商標法第 34 条第１項第６号は、商品の出処の誤認・混同を防止するための規定というよりは、著名な他人の姓名・名称等を保護することにより、他人の人格権を保護するための規定である。

ここで、人格権と商標権はそれぞれ個別に保護される権利である。ただし、個人の氏名と同一・類似の標章が商標として登録される場合には、氏名権と商標権の間に抵触が発生する可能性があるが、このような抵触関係を調整するために商標法には商標登録を禁止す

[215] （韓国法律事務所による注）「６．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し」の脚注に記載した「H.O.T.事件」に関連。

[216] （韓国法律事務所による注）このように審査基準が記載された背景は、明確ではないが、裁判例を根拠にしているというよりも、このような議論、すなわち他人の不快感、その人の考え、気分まで考慮すべきかどうかという議論があったのではないかと考えられる。2007 年度の特許庁の審査基準、商標法解説書にも著名な他人の不快感は考慮しないという記述がある。その理由として、この条文は人の人格権を守るための条文ではあるが、その他人の人格権を有する者の承諾がない場合については、その人の不快感が生じない、人格権を侵害するリスクが低い場合であっても、商標を登録させないことは、商取引秩序を守るという商標法の本来の趣旨に反するため、著名な他人の氏名と同じ商標はこの条文を適用して拒絶すべきという趣旨を審査基準に取り入れたものであるという解説がある。したがって、審査官の異なる判断を防ぐための注意的な記載ではないかと考えられる。

る規定（商標法第 34 条第１項第６号等）と、他人の商標登録にも関わらず、自己の氏名などに対し商標権の効力が及ばないようにし、安定的に継続して使用することができるように許容する措置（自己の氏名などに対する商標権効力制限規定及び先使用権規定）が設けられている。当該規定は商取引秩序の保護という商標法の目的も考慮されたものであろうとは思われるが、人格権の一種である氏名権との調和を考慮した規定とも理解される。

（iii）規定の内容

（A）氏名を有する「他人」に関する事情の考慮

（a）「他人」の知名度

（a－１）商標法の規定の要件と「他人」の知名度

拒絶理由について定めた条文のうち、商標法第 34 条第１項第２号、第４号[217]、第６号においては「著名性」が要求される[218]。

（a－２）知名度の判断基準（知名度を獲得する範囲）

商標法第 36 条第１項第６号に関し、知名度の判断基準となるのは、一般需要者又は指定商品の需要者である[219]。また、商標法第 34 条第１項第２号、第４号についても、同様に一般需要者又は指定商品の需要者である[220]。

（a－３）「他人」の顧客吸引力

商標法第 34 条１項２号、第４号、第６号に関して、他人の顧客吸引力は、それらの判断に影響しない。

（a－４）「他人」の名声への影響

商標法第 34 条第１項第４号、第６号の判断においては、他人の名声を毀損するかは要件とされないが、同条第１項第２号では他人の名声を毀損することが要件となる。

（a－５）「他人」の知名度等の判断方法

商標法第 34 条第１項第６号における著名性の判断に関しては、審査基準[221]において「『著名』とは、社会通念上、国内の一般需要者又は関連取引業界において一般的に広く認知され得る程度をいう。ただし、著名性の要件は、広く知られている芸能人やスポーツ選手の氏名、国内外の有名人等の氏名として直感することができれば足りるものとみなす」とさ

---

[217] 商標法第 34 条第１項４号で著名性が要件となることについては審査基準第５部第４章２．３．２に記載されている。

[218] 著名性が要件となることについては審査基準第５部第４章２．３．２に記載されている。

[219] 商標審査基準第５部第６章１．１．１を根拠とする。

[220] （韓国法律事務所による注）商標法第 34 条第１項２号については、標審査基準第５部第２章１．１．３を根拠とし、４号については、明文の規定はないが、同法 34 条１項２号に係る商標審査基準第５部第２章１．１．３と同じ基準で判断される。

[221] 商標審査基準第５部第６章１．１．１。

れている。また、裁判例[222]では「他人の名称などが著名か否かは、その使用期間、方法、態様、使用量及び取引の範囲と商品取引の実情などを考慮して、社会通念上又は指定商品と関連した取引社会において他人の名称などが広く認識されることができる程度に達したかかにより判断しなければならない」とされている。

また、商標法第 34 条第１項第２号、第４号については、審査基準又は裁判例によって著名性の判断についての考え方が示されている[223]。

（Ｂ）出願人に係る事情の考慮

（ａ）出願人の害意の有無（偶然の一致）

商標法第 34 条第１項第２号、第４号、第６号のいずれに関しても、害意（不正の目的）の有無は、それらの判断に影響しない。

（ｂ）出願人の自己氏名該当性

出願に係る商標に含まれる氏名が出願人の氏名であるかは、商標法第 34 条第１項第６号の判断の際に考慮されない。

出願に係る商標に含まれる氏名が出願人の氏名であるが、フルネームで同じ名前の他人が存在する場合でも、著名な人の名前と抵触しない限りは、他に拒絶理由がなければ登録される。裁判例（特許法院 2000 年８月 18 日言渡し 99 ホ 8714、9496、9502、9519、2000 ホ 389、1160、3913 判決）では、自分の名前を出願した場合でも、第三者の先登録商標と類似関係にあるのであれば、自らの人格権を主張しても登録は認められないとされた[224]。

（ｃ）出願人の商品・役務としての出願商標の知名度

出願商標が出所表示として周知であるかは考慮されない。

（ｄ）出願人が氏名商標を使用する必要性の有無

氏名商標の審査において、氏名商標を使用する必要性の有無といった出願人の事情は考

---

222 大法院 2013.10.31 言渡し 2012 フ 1033 判決。

223 （韓国法律事務所による注）商標法第 34 条第１項第２号及び第４号に関しても、第６号に関する審査基準第５部第６章１．１．１の著名性に関する考え方が適用される。第２号（「著名な故人」）に関連した裁判例として、アメリカの映画俳優「JAMES DEAN」（大法院 1997.7.11 言渡し 96 フ 2173 判決）、世界的な音楽家「MOZART」（大法院 1998.2.13 言渡し 97 フ 938 判決）に対し著名性を認めた裁判例が、世界的な美術家「ピカソ」（大法院 2000.4.21 言渡し 97 フ 860 判決）、韓国朝鮮時代の韓方医学最高権威者「ホ・ジュン」（特許法院 2011.11.9 言渡し 2011 ホ 7560 判決）、及び韓国のビデオアート芸術家「ペク・ナムジュン」（大法院 2010.7.22 言渡し 2010 フ 456 判決）に対し著名性を認めた裁判例がある。

224 （韓国法律事務所による注）特許法院は「自然人の氏名は人間の同一性とその尊厳性の認識の基礎であるから、人格権行使の一側面から見れば、できるだけ広い範囲内で自由な使用が保障されなければならないはずであるが、それが取引界で自他商品を識別する標識としての商標として使用され財産権的な性格を併せ持つ場合には、商標法が商標使用者の業務上の信用維持とともに保護しようとするまた別の法益、すなわち需要者の利益保護のために一定の範囲内でその使用が制限されることもあるといえる。（したがって出願人の氏名商標であっても他人の商標と混同のおそれがある場合には登録不可）」として氏名権と商標登録要件について扱った（特許法院 2000 年 8 月 18 日言渡し 99 ホ 8714,9496,9502,9519,2000 ホ 389,1160,3913 判決）。

慮されない。

（C）出願商標の構成・態様の考慮

（a）フルネームか姓又は名のみか

商標法第 34 条第１項第６号拒絶理由は、著名な他人の氏名のほか、著名な氏名の略称も対象となる。また、商標法第 34 条第１項第２号、第４号についても、必ずしもフルネームの必要はなく、姓又は名のみでも該当する。

（b）普通に用いられる表記による文字のみの商標か

他人の氏名を含む商標に関する規定及び審査基準に抵触しない限り、文字のみの氏名商標も登録が可能である。

（c）文字の種類

外国語で表記された氏名に関する直接的な審査基準はないが、外国語からなる商標に関する審査基準として、以下のものがある。英語、欧文字表記言語、中国語、日本語等で表記される外国語は、取引業界又は一般需要者が、その音訳又は翻訳された意味に認識することができるかを基準として、文字商標として取り扱われるかが判断され、上記以外の外国語は原則として記号・図形商標とみなされる。

商標審査基準
第 10 部　補則
第２章　外国語商標の審査

２．１　外国語（外国文字単独で表記され、又はハングルと混用表記された場合を含む）からなる商標については、韓国語に音訳又は翻訳し、その音訳・翻訳された韓国語に対しても商標法の各条文の該当有無を検討することを原則とする。

２．２　外国語からなる商標が商標法の各条文に該当するか否かは、取引業界又は一般需要者がその音訳又は翻訳された意味に認識することができるかを基準として判断しなければならない。

２．３　２．１で規定する外国語の範囲は、一般的に英語、ローマ字表記言語（フランス語、ドイツ語、スペイン語など)、中国語（繁体字、簡体字)、日本語（ひらがな、カタカナ）等で表記される文字をいい、このような文字からなる商標は文字商標として取り扱い審査する。

２．４　２．３で規定する範囲外の外国語は、原則的に記号や図形商標とみなす。ただし、一般消費者に広く知られその称呼又は観念が認識される場合は、文字商標として取り扱い審査することができる。

（２）異議・無効理由に関する規定

（ｉ）基本的事項

拒絶理由の違反[225]が異議理由及び無効理由となる（商標法第 60 条第１項第１号（異議）、同第 117 条第１項第１号（無効））。拒絶理由である商標法第 34 条第１項第２号、第４号、第６号の違反は、いずれも異議理由及び無効理由となる。

商標法

第 60 条（異議申立）

①出願公告がある場合には、誰でも出願公告日から２か月以内に第次の各号のいずれか一つに該当するということを理由に特許庁長に異議申立をすることができる。

１．第 54 条による商標登録拒絶決定の拒絶理由に該当するということ

２．第 87 条第１項による追加登録拒絶決定の拒絶理由に該当するということ

②第１項により異議申立をしようとする者は、次の各号の事項を記した異議申立書に必要な証拠を添付して特許庁長に提出しなければならない。

１．申立人の氏名及び住所（法人の場合には、その名称及び営業所の所在地をいう）

２．申立人の代理人がいる場合には、その代理人の氏名及び住所若しくは営業所の所在地（代理人が特許法人・特許法人（有限）である場合にはその名称、事務所の所在地及び指定された弁理士の氏名をいう）

３．異議申立の対象

４．異議申立事項

５．異議申立の理由及び必要な証拠の表示

第 117 条（商標登録の無効審判）

①利害関係人又は審査官は、商標登録又は指定商品の追加登録が次の各号のいずれか一つに該当する場合には、無効審判を請求することができる。この場合、登録商標の指定商品が２以上ある場合には、指定商品ごとに請求することができる。

１．商標登録又は指定商品の追加登録が第３条、第 27 条、第 33 条から第 35 条まで、第 48 条第２項後段、同条第４項及び第６項から第８項まで、第 54 条第１項･第２号及び第４号から第７号までの規定に違反した場合

（２．～７．省略）

②第１項による無効審判は、商標権が消滅された後にもこれを請求することができる。

③商標登録を無効にするという審決が確定された場合には、その商標権は最初からなか

[225] 拒絶理由は第 54 条に規定されている。

第 54 条（商標登録拒絶決定）

審査官は、商標登録出願が次の各号のいずれか一つに該当する場合には、商標登録拒絶決定をしなければならない。

（１．～２．省略）

３．第３条、第 27 条、第 33 条から第 35 条まで、第 38 条第１項、第 48 条第２項後段、同条第４項又は第６項から第８項までの規定により商標登録をすることができない場合

（４．以下省略）

ったものと見なす。但し、第１項第５号から第７号までの規定によって商標登録を無効にするという審決が確定された場合には、商標権はその登録商標が同号に該当するようになったときからなかったものと見なす。

④第３項のただし書きを適用する場合に登録商標が第１項第５号から第７号までの規定に該当するようになったときを特定することができない場合には、該当商標権は第１項による無効審判が請求され、その請求内容が登録原簿に公示されたときからなかったものと見なす。

⑤審判長は、第１項の無効審判が請求された場合には、その旨を該当商標権の専用使用権者とその他商標に関する権利を登録した者に通知しなければならない。

（３）「他人」による自己氏名の使用の制限

氏名商標が登録された場合、当該氏名と同一の氏名を有する「他人」の自己の氏名の使用について、「商取引慣行に」反する使用はできない（商標法第 90 条第１項第１号、第 99 条第２項）。

商標法第 90 条では「自己の氏名・名称又は商号・肖像・署名・印章又は著名な雅号・芸名・筆名及びこれらの著名な略称を商取引慣行に従って使用する商標」と明示しているため、「ビジネス上の使用」であっても商取引慣行に従って使用する自己の氏名などには商標権の効力が及ばないと規定されている。また、自己の氏名などを個人的に、すなわち業としてではない態様で使用することに対しては、そもそも商標法が適用される余地はないといえる。

2016 年９月１日改正法により旧法上の「普通に用いられる方法」が「商取引慣行」という要件に変更され[226]、普通に用いられる方法ではなくても商取引慣行に従う使用態様であれば商標権に抵触しないこととされ、その自由使用の範囲が拡大した。ただし「商取引慣行に従って使用」する場合にも、商標法第 90 条第３項[227]により「不正競争の目的で使用」する場合には第 90 条の適用を受けることができない[228]。

---

[226] （韓国法律事務所による注）商標法第 90 条についての改正理由は、制度の悪用の防止である。商標法第 90 条の改正前は「普通に用いられる方法」で使用されることが要件であったところ、これを悪用して警告状を送付して儲けようする者が現れたことが改正の契機となった。具体的には、商標登録をしておいて「普通に用いられる方法」に該当しない使用をしている全国の零細企業・個人事業主に警告を多発して少額の和解金をとる被害が発生したため、そのような悪用をなくす目的で、商標法第 90 条第１項第１号の「普通に用いられる方法」という要件が「商取引慣行に従って」という要件に改正された。

[227] （韓国法律事務所による注）第 90 条第１項第１号は、商標権の設定登録があった後に不正競争の目的で自己の氏名・名称又は商号・肖像・署名・印章又は著名な雅号・芸名・筆名及びこれらの著名な略称を使用する場合には、適用しない。

[228] （韓国法律事務所による注）「不正競争の目的」であるか否かは「単に登録された商標又はサービスマークであることを知っていたという事情だけでそのような目的があると認めるには不足し、商標権など侵害者側の商標などの選定の動機、被侵害商標などを知っていたかなどの主観的事情と、商標の類似性、被侵害商標の信用状態、営業目的の類似性及び営業活動の地域的隣接性、商標権侵害者側の現実の使用状態などの客観的事情を考慮して判断」される（大法院 2012 年５月 10 日言渡し 2010 フ 3387 判決）。

商標法
第 90 条（商標権の効力の制限）
①商標権（地理的表示団体標章権は除く）は、次の各号のいずれか一つに該当する場合には、その効力が及ばない。
１.自己の氏名・名称又は商号・肖像・署名・印章又は著名な雅名・芸名・筆名とこれらの著名な略称を商取引の慣行により使用する商標
２．～５．（省略）
②、③（省略）

第 99 条（先使用による商標を継続して使用する権利）
①（省略）
②自己の氏名・商号等人格の同一性を表示する手段を商取引の慣行に従って商標として使用する者であって、第１項第１号の要件を備えた者は、該当商標をその使用する商品に対して継続して使用する権利を有する。
③（省略）

（４）その他の規定

（該当事項なし）

６．１．３　肖像の取扱い

他人の肖像の取扱いについては、商標法第 34 条第１項第２号、第４号、第６号のいずれに関しても、他人の氏名と同様であり、拒絶理由及び異議・無効理由となる[229]。他人の「肖像」に関しても、他人の氏名の場合と同様に、当該他人の著名性（著名な者の肖像であること）が、拒絶理由及び無効理由のいずれにおいても必要となる。

また、肖像を含む商標が登録された場合、当該肖像と同一の肖像の使用について「商取引慣行に」反する使用はできない（商標法第 90 条第１項第１号、第 99 条第２項）。

６．１．４　法人等の名称の取扱い

他人の名称の取扱いについては、商標法第 34 条第１項第２号、第６号では他人の氏名と同様であり、拒絶理由及び異議・無効理由となる。他方で、商標法第 34 条第１項第４号では、名称は対象とならない。

他人の「名称」に商標法第 34 条第１項第２号、第６号が適用されるためには、他人の氏名の場合と同様に、当該他人の著名性（著名な法人等の名称であること）が必要である。

[229] （韓国法律事務所による注）肖像についても解釈上、人格権が認められることを前提としている。民法上、肖像権についての成文はないが、憲法に人格は守られるべきであるという、幸福追求権に関する条文があるため、人間としての人格的尊厳を守られる権利があるということになり、その中に自己の肖像を勝手に使われない権利としての肖像権や、自己の氏名を使用し続けられ、勝手に使われない権利としての氏名権も含まれるものと解されている。したがって、一般人でも自分の顔を写真に撮られてニュースに出た場合、報道のための引用としての正当な範囲に入らないものであるときは、肖像権を侵したとして損害賠償の訴えを起こすことができる。

６．１．５　故人の取扱い

商標法第 34 条第１項第６号においては、他人は存命する者に限られて、故人は対象とならない。他方で、第 34 条第１項第２号、第４号は、故人の氏名等を対象として保護する規定である。

６．１．６　他人の氏名等を含む商標の審決例、裁判例

（１）審決例

（ｉ）氏名を含む商標の審決例

No. 1
【事件番号】 特許審判院　2002. ３. 29 付　2001 ウォン 3150 特許審判院　2002. ８. ２付　2002 ウォン 1655
【事件の概要】著名な他人の氏名非該当 商標：「ヒョリ[230]ヒョリメディア」 指定商品：第 16 類「ポスター」など 著名な他人の氏名などの当否は、その他人の人格権が毀損される可能性があると客観的に認められるほどの社会通念上の著名性が認められるかを、出願時を基準として判断しなければならないといえるが、本件出願商標はすべてそれ自体が一般的な氏名の全体でもなく、社会通念上著名な他人の芸名などであるとも認められないので、商標法第 34 条第１項第６号に該当しない。

No. 2
【事件番号】 特許審判院　2008. ８. 12 付　2007 ウォン 12148
【事件の概要】著名な他人の氏名非該当[231、232]

[230] （韓国法律事務所による注）イ・ヒョリ（1979～）：1998 年にアイドルグループ「ピンクル」でデビューした韓国の人気女性歌手。

[231] （韓国法律事務所による注）「BoA」は有名なアイドルなのでこの判断になったのか疑問を生じかねないが、2001 年当時の特許庁や裁判所の芸能人に対する著名性の認定が少し厳しかったことが理由として推測できる。審判院の判断だったので諸々の立証の関係もあり、特許庁の審判官がすぐに芸能人の著名性を認めるのにためらったとも考えられる。また、芸名の「BoA」のような文字列は必ずしも氏名を表すものとは認識されないとして、商標の構成が判断に影響した可能性がある。したがって「BoA」のような文字列ではなく、一般的な普通の名前とみられる芸名については、著名になった歌手、俳優であれば、「著名な他人の氏名」という認定を受ける可能性は高くなる。

[232] （韓国法律事務所による注）著名性を認定する際の証拠については、多様な資料が提出されると考えられるが、歌手などの著名人の場合と企業の場合とはアプローチが違う可能性がある。歌手であればチャートでの順位などの客観的な数値が分かるもの、新聞、雑誌、ブログなどのコメント、世界的に有名なマスコミでどういう風に取り上げられているのかなどの評判、どのような賞を獲得したか、企業であれば売上、マーケットシェア、などについての証拠を提出する。例えば、LG 創業者の著名性のケースは、LG グループの前身となる会社（財閥）の時代も含め、グループの歴史の中でどのように自社のブランドを一般の人に広める活動をしてきたか、などの企業の広報活動も重視して、著名性について判断がされている。

商標：「BOA[233]」 指定商品：第６類「針金」など、第 26 類「靴用ファスナー」など 「BOA」は本願商標の出願当時、国内で大部分の一般需要者の誰もが知っているほどに広く知られた、長い間の伝統と名声を持つ他人の名称として著名性を取得したとは認め難いとして、商標法第 34 条第１項第６号に該当しないと判示した。

（ⅱ）肖像を含む商標の審決例

（回答なし）

（ⅲ）法人等の名称を含む商標の審決例

（回答なし）

（２）裁判例

（ｉ）氏名を含む商標の裁判例

商標法第 34 条第１項第６号における著名な他人の氏名に関連する裁判例では、出願に係る氏名が自己の氏名であるとの主張が認められなかった裁判例や、指定商品と関連してその需要者や取引者などが著名な他人の氏名と関連するものと誤認・混同すると認定された裁判例がある。

No. 1
【事件番号】 大法院　1997. 7. 11 言渡し　96 フ 2173 判決
【事件の概要】故人との関係の虚偽表示非該当 商標：「JAMES DEAN」 指定商品：第 25 類「下着」など 本願商標（JAMES DEAN）は故人の氏名それ自体を商標として使用したものに過ぎず、同人との関連性に関する何らの表示もないため、これを指して商標法第 34 条第１項第２号所定の故人との関係を虚偽に表示した商標に該当すると認めることはできない。

No. 2
【事件番号】 大法院　2000. 4. 21 言渡し　97 フ 860 判決
【事件の概要】善良な風俗違反該当 商標：「Picaso」 指定商品：第 33 類「ラム酒」など 世界的に周知・著名なスペインで生まれ、主にフランスで活動した画家であるパブロ・

[233] （韓国法律事務所による注）ボア（BOA）（1986～）：本名「クォン・ボア」。2000 年にデビューした韓国の人気女性ソロ歌手。

ルイス・ピカソが彼の作品に表示して広く知られた署名と同一・類似の商標を無断で出願登録して使用する行為は、著名な画家としての名声を毀損しその画家の著作物に対する評価はもちろんその画家の名誉を傷つけるものとして、社会一般の道徳観念である善良な風俗に反するだけでなく、著名な故人の名声に便乗して需要者の購買を不公正に吸引しようとするものとして商標法第34条第１項第４号に該当する。

No. 3
【事件番号】 大法院　1998. 2. 13 言渡し　97 フ 938 判決
【事件の概要】故人との関係の虚偽表示非該当 商標：「MOZART」 指定商品：第25類「登山靴」など 本願商標は黒地に白い五線を引き、その上に単純に故人の氏名自体を記載して商標として使用したものに過ぎないだけで、故人との関連性に関する何らの表示もないため、これを指して商標法第 34 条第１項第２号所定の故人との関係を虚偽に表示した商標に該当すると認めることはできず、また、本願商標自体の意味から善良な道徳観念や国際信義に反する内容が導出されないところ、商標法第34条第１項第４号にも該当しない。

No. 4
【事件番号】 大法院　2010. 7. 22 言渡し　2010 フ 456 判決
【事件の概要】善良な風俗違反該当 商標：「ペク・ナムジュン[234]美術館」: 指定商品：第９類「光ディスク」など 本件登録商標を出願・登録して使用する行為は、著名なビデオアート芸術家としてのペク・ナムジュンの名声を毀損しその名誉を傷つけるおそれがあるため社会一般人の道徳観念である善良な風俗に反するだけでなく、著名なペク・ナムジュンの氏名の名声に便乗して需要者の購買を不公正に吸引しようとするものとして公正な商品流通秩序や商道徳など善良な風俗を紊乱するおそれがあるので、本件登録商標は商標法第 34 条第１項第４号に該当する。

No. 5
【事件番号】 特許法院　2011. 11. 9 言渡し　2011 ホ 7560 判決
【事件の概要】故人との関係の虚偽表示及び善良な風俗違反該当

[234] （韓国法律事務所による注）ペク・ナムジュン（1932～2006）：韓国出身の世界的ビデオアート芸術家兼作曲家であり前衛芸術家。

商標：「ホ・ジュン[235]本家」

指定商品：第29類「健康補助食品」など

「ホ・ジュン」と「本家」とが結合した本件登録商標は、著名な故人である「ホ・ジュン」の本家を意味するものと認識されるといえるところ、本件登録商標の登録権者は「ホ・ジュン」の本家と関連がないため、本件登録商標は著名な故人との関係を虚偽に表示した商標として商標法第34条第１項第２号に該当し、「ホ・ジュン」は朝鮮時代の韓方医学の最高権威者であり、当人と関連がない者が本件登録商標を独占的に使用する意図により無断で出願登録して使用することは著名な故人であるホ・ジュンの名声を毀損し当人の名誉を傷つけるおそれがあるため善良な風俗に反するだけでなく、本件登録商標の指定商品も韓医学と少なからず関連があるため、本件登録商標はホ・ジュンの名声に便乗して需要者の購買を不公正に吸引しようとするものとして善良な風俗を紊乱するおそれがあるといえるので、本件登録商標は商標法第34第１項第４号に該当する。

No. 6

【事件番号】

特許法院　2012. 4. 13言渡し　2011ホ9511

【事件の概要】著名な他人の氏名該当

商標：「チャン・ミヒ[236]かつら JANG MI HEE」

指定商品：第26類「かつら」など

芸能人「チャン・ミヒ」が、本件出願商標の出願時点である2008年12月11日頃にも韓国の一般人の間に広く知られた人物で、自身の実名も「チャン・ミヒ」であるという原告の主張は理由がなく、商標法第 34 条第１項第６号の趣旨に反する主張に過ぎないので、本件出願商標は同号によって拒絶されるべきである。

No. 7

【事件番号】

大法院　1999年11月26日言渡し　99フ901判決

【事件の概要】類似

本願商標：「MARIE-CLAIRE 마 리 끌 레 르」、

先登録/使用商標：「Madame Marie」

指定商品：第３類「化粧品」

本願商標の前半部は夫人、奥様の意を有しており、後半部は女性の名前として使用されるところ、「Madame」及び「Marie」に分離観察されることができ、先登録商標は「MARIE」と後半部の「CLAIRE」とがハイフン（-）で連結されているため外観上互いに分離されて

[235] （韓国法律事務所による注）ホ・ジュン（1539～1615）：朝鮮中期の医学者であり医学書『東医宝鑑』の著者で韓国韓方医学の最高権威者。

[236] （韓国法律事務所による注）チャン・ミヒ（1958～）：1976年にデビューした1970～1980年代の韓国の映画女優。

おり、これらの結合によって新たな観念を生じるものでもないので、たとえその英文字の下にハングルで連続して「マリクレール」と表記されているとしても、一般需要者に「MARIE」と「CLAIRE」の２つの文字部分に分離観察されることができるため、両商標がどちらも「マリ」と称呼される場合、その称呼及び観念が同一で需要者の出所の混同を引き起こすことができるところ、両商標は類似する。

No. 8

【事件番号】
大法院　2000 年２月 25 日言渡し　98 フ 2627 判決

【事件の概要】類似

本願商標：上段が「보　　비」(「BOBBY」のハングル音訳) で下段が「FUNKY BROWN」、先登録／使用商標は「BOBBI BROWN essentials」

指定商品：第３類「化粧品」

商標が外国で有名な人物の氏名に由来し、又は外国でその人物の姓と名を合わせて構成した標章で商標登録され、又は外国で商品に対する広告時に姓と名を含む全体標章だけで使用され、外国の新聞、雑誌などの記事でも商品やそのブランドを指称する際に姓と名が含まれた全体名称だけを使用し、姓や名を分離して使用したことがないという事情だけをもって、ただちに国内に出願された商標も姓と名の部分が分離観察されないと断定することはできず、本願商標は「BOBBY」部分だけで分離観察されると認めることができるところ、両商標は類似する。

No. 9

【事件番号】
特許法院　2005 年６月９日言渡し　2005 ホ 1783 判決

【事件の概要】類似

本願商標：「YUKI」及び「YOOKI」(「유키 (ユキ)」は「YOOKI」のハングル音訳)、先登録商標：「YUKI TORII」

指定商品：第 25 類「靴、衣類」

本願商標と先登録商標１及び２はその外観においてはそれぞれ異なるものの、本願商標の図形部分と文字部分はその結合によって特別な観念を生じるものでもなく、不可分に結合されたとも認められないため、図形部分と文字部分とに分離認識されることができ、文字部分も英文字「yuki」部分と「torii」部分が分けて記されていて、二つの文字部分を分離して観察するのが取引上自然ではないと感じられるほどに不可分に結合したものとも認められないため、そのうち一部分だけに分離して認識されることができるといえるところ、本願商標が文字部分の最初の部分である「yuki」だけで認識され「유키 (ユ

キ)」又は「유끼（ユッキ)」と称呼される場合、先登録商標の称呼と同一である。したがって本願商標と先登録商標１及び２は類似する。

No.10

【事件番号】

大法院　2003 年１月 10 日言渡し　2001 フ 2986 判決

【事件の概要】非類似

本願商標：「robertoricci」、先登録商標：「nina ricci」

指定商品：第 25 類「ベルト」

先登録商標「nina ricci」は「nina」と「ricci」部分とが一連不可分的に結びついているものではないものの、本願商標及び先登録商標の指定商品と関連して国内の需要者間に広く認識されている商標として、実際の取引社会で常に全体としてのみ使用され認識されてきた。「ricci」のみに分離略称されて使用された例は見出せず、「ricci」は特別に識別力が強い部分でもないため、普通の注意力を持つ国内の一般需要者や取引者などが取引状況において商標を見て受ける直観的認識を基準として、先登録商標を「ricci」だけに略称して称呼すると認めるのは非常に不自然といえるため、結局、このような具体的取引実情を勘案すれば引用商標は「ricci」だけで略称されるとはいいがたく、本願商標とは類似しないと認めるのが相当である。

No.11

【事件番号】

大法院　2006 年８月 25 日言渡し　2005 フ 2908 判決

【事件の概要】非類似

本願商標：「JIMMY CHOO」、先登録商標：「

」

指定商品：第 18 類「かばん」

たとえ本願商標と先登録商標の構成のうち「JIMMY」部分が互いに同一であるとしても、「JIMMY」部分がこれらの商標に占める割合と、異なる構成要素と結びついている程度及び位置、ならびにこれらの商標の全体的な構成、形態及び観念などに照らしてみるとき、その指定商品である「トランク、ハンドバッグ、財布、傘」等の取引において一般需要者や取引者が本願商標と先登録商標をどちらも「JIMMY」部分だけで称呼・観念することによりその指定商品の出所に関して誤認・混同を引き起こすおそれがあるとは認めがたい。

No.12

【事件番号】

ソウル東部地方法院　2006 年４月 28 日言渡し　2005 ガ合 4992 判決

【事件の概要】類似

原告商標：「GIANNI VERSACE」、被告商標：「ALFREDO VERSACE」

指定商品：第25類「衣類」

原告商標はイタリアのデザイナーである「ジャンニ・ヴェルサーチ」の名に該当する「gianni」と姓に該当する「versace」との結合からなり、被告商標はアメリカのデザイナーである「アルフレッド・ベルサーチ」の姓に該当する「versace」とその名に該当する「alfredo」との結合からなるが、これらの各部分が互いに分離観察すれば取引上自然でないと感じられるほど不可分的に結びついてはいないため、より簡易な方法で商標を称呼し記憶しようとする一般消費者の傾向、及び欧文字で構成された外国人の氏名は名（いわゆるfirst及びmiddle name）よりは姓（いわゆるlast name又はsurname）だけで記憶して略称する我が国民の言語習慣を考慮すれば、原告商標及び被告商標はどちらも「ベルサーチ」だけで称呼され観念できると認めるのが相当である。

No.13

【事件番号】

特許法院　2007年8月31日言渡し　2007ホ3097判決

【事件の概要】類似

本願商標：「**STELLA MCCARTNEY**」、先登録商標：「STELLAR」

指定商品：第３類「化粧品」

本願商標と先登録商標の外観は相違するが、本願商標の「stella」の部分と「mccartney」の部分はそれぞれ自他商品識別力がある構成部分として、標章全体によって「ステラ・マッカートニー」と称呼されるか、「ステラ」又は「マッカートニー」だけで分離して略称されるはずである。このように本願商標が「ステラ」だけで略称されて観念される場合には、先登録商標の称呼である「ステラ」とはその称呼が同一で、想起される観念もまたステラという女性の名前などのように類似に形成される。したがって両商標は全体的に類似する。

No.14

【事件番号】

特許法院　2009年10月23日言渡し　2009ホ5820判決

【事件の概要】非類似

本願商標：「Loro Piana」、先登録商標：「ROLO」

指定商品：第35類「衣類卸売業」

両商標の外観は非類似で、本願商標は全体の称呼が「ロロピアーナ」で五音節に過ぎず比較的短い方である点、「Loro Piana」はイタリアで毛織物供給業を営んでいた「ロロピアーナ」一族の姓である事実を認めることができ、我が国の英語普及水準や国際交流の程度及びインターネット使用が普遍化した現実などに照らし、国内の一般需要者や取引者は本願商標の文字部分の標章を西洋人の姓等に容易に認識することができ、衣類製品やそのサービス業などにおいて本願商標の出願日当時、すでにデザイナーの姓又は氏名全体からなる商標の使用が一般化される傾向にあったため、一般需要者や取引者間で

も姓､名が含まれた商標全体として商品の出所を認識する傾向が強く現れている点から、本願商標は全体として称呼・観念されるのが自然であるので、先登録商標と比較して称呼及び観念も非類似であるところ、両標章は非類似である。

No. 15

【事件番号】
特許法院　2015 年 11 月 5 日言渡し　2015 ホ 2150 判決

【事件の概要】類似

本願商標：「 」、先使用商標：「ROBERTA DI CAMERINO」

指定商品：第３類「自動車用芳香剤」

本願商標の文字部分において「Roberta」部分を要部として分離ないし抽出して観察することが取引上自然でないと感じられるほど文字部分が不可分的に結びついているとか、取引実情上、文字部分が指定商品に関連した取引社会で常に全体としてのみ認識され通用されたと認めるほどの資料がないため、本願商標は文字部分全体（Roberta Sports）でも取引に供されることができるだけでなく、要部である「Roberta」だけでも取引に供されると認めるのが相当であり、先使用商標もまた「ROBERTA」部分を要部として分離ないし抽出して観察するのが取引上自然でないとみなされるほど不可分的に結びついているとか、取引実情上、先使用標章が使用商品に関連した取引社会で常に全体としてのみ認識されて通用されたと認めるほどの資料がない。したがって、両商標の要部は「ROBERTA」だけでも取引に供されると認めるのが相当であり、この場合、両標章は類似する標章に該当する。

No. 16

【事件番号】
特許法院　2015 年 12 月 29 日言渡し　2015 ホ 6688 判決

【事件の概要】故人の名声毀損に該当

本件／本願商標：「이순신[237]」（イ・スンシンのハングル）

指定役務：第 45 類「私設探偵業、法律諮問業」

国民から聖雄とあがめられている著名な故人の氏名と同じ本願商標が相当数の国民によって否定的に認識されている私立探偵業などに商業的に使われる場合、著名な故人が悪い評判を受けることになるおそれが十分といえるため、本願商標は少なくとも私立探偵業などとの関係で商標法第７条第１項第２号に該当し登録することができない。

[237] （韓国法律事務所による注）イ・スンシン（1545～1598）：朝鮮中期の武神。16 世紀に朝鮮水軍を統率していた提督であり、韓国では救国の英雄とされている。

No. 17

【事件番号】

特許審判院　2020 年３月 13 日　2018 ダン 4076 審決

【事件の概要】非類似

本願商標：「

」、先登録商標１：「MANOLO BLAHNIK」、先登録商標２：「BLAHNIK」

指定商品：第 14 類「宝石」、第 18 類「かばん」、第 25 類「衣類」

本願商標は文字部分「BLAMINK」だけで分離することができ、「ブラミンク」などと称呼することができる。一方、先登録商標１はスペインのファッションデザイナーの氏名である「MANOLO BLAHNIK」からなるものとして、全体として識別機能をするといえ、全体として称呼するのに不都合なほど音節数が多いともいえず、さらに最近デザイナーの氏名全体からなる商標の使用が一般化される趨勢にあるため、一般需要者や取引者間でも姓と名が含まれた商標全体として商品出所を認識する傾向がある点などを考慮してみると、先登録商標１は「マノロ・ブラニク」、「マノロ・ブラニク」等と称呼されることができる。また、先登録商標２はスペインの姓である「BLAHNIK」からなるものとして「ブラニク」、「ブラニク」などと称呼されることができる。したがって両商標は全体的にみるとき称呼が相違する。

No. 18

【事件番号】

特許法院　2019 年１月 10 日言渡し　2018 ホ 5785 判決

【事件の概要】性質表示標章該当

本願商標：「오케타니」（「Oketani」のハングル音訳）

指定商品：第 10 類「妊婦用マッサージ器」

指定役務：第 35 類「母乳授乳用品販売斡旋業」

本願商標は「오케타니（オケタニ）」というハングル文字のみからなる標章であるが、「オケタニ」は「桶谷乳房管理法」を創案した日本の助産師の名前に由来するもので、「桶谷乳房管理法」は日本で始まった乳房管理法の一つとして授乳婦が痛みなしに母乳授乳ができるように助ける乳房管理手技をいい、被告も自身が運営する「オケタニモール」ホームページで「オケタニ」が日本の「桶谷乳房管理法」に由来する用語であることを表示しているため、本願商標は「日本の助産師により創案された産婦健康管理及び母乳授乳関連乳房管理法」という観念を有するものとして、その指定商品及び指定役務である乳房管理及びマッサージ、母乳授乳などと関連した商品及びサービスとの関係においてその品質、効能、用途などの性質を直接的に記述するものであるといえるため、商標法第 33 条第１項第３号のその指定商品／指定役務の性質を普通に用いられる方法により表示した標章に該当する。

No. 19

【事件番号】

特許法院　2020 年 7 月 23 日言渡し　2019 ホ 8873 判決

【事件の概要】非類似

本願商標：「

」、先登録／使用商標：「

」（「징기스（チンギス）」は「CHINGIZ」のハングル音訳）

指定役務：第 43 類「飲食物提供業」

本願商標のうち「ヤンニョム」（調味料の意）、「トンタク」（鶏の丸焼きの意）及び鶏の図形は、その指定商品と関連して識別力がないか微弱であるため、「CHINGIZ KHAN」部分が要部になるといえ、確認対象標章の場合は「チンギス」が要部であるといえるところ、「チンギス」はモンゴル帝国第１代王の称号として知られた「チンギス・カン」から最後の音節が省略されたとみなす余地もあるが、「カン（KHAN）」部分は君主を意味する単語として、「カン」が省略された「チンギス」だけで略称されるとみなすだけの資料を見出せないという点、最後の音節である「カン」部分は強音で明確に強く発音されるという点で本願商標とは称呼が相違する。したがって、両商標は外観、称呼及び観念がいずれも相違する非類似の標章に該当する。

No. 20

【事件番号】

特許法院　2020 年２月 21 日言渡し　2019 ホ 6600 判決

【事件の概要】善良な風俗違反非該当

本願商標：「

」（「하포크라」は「HIPPOCRA」のハングル音訳）

指定役務：第 45 類「弁護士業」

本願商標が古代ギリシャの医師「ヒポクラテス」の「ヒポクラ」のみからなる商標であるとしても、その構成自体、又は商標が商品に使われる場合に需要者に与える意味と内容などが善良な風俗又は公共の秩序に反する場合ではないことが明白な点、本願商標の出願・登録過程に社会的妥当性が顕著に欠如してその登録を認めることが商標法の秩序に反するものとして到底容認できないと認めるほどの証拠がない点を考慮すれば、善良な風俗に反する商標に該当するとは認めがたい。

No. 21

【事件番号】

特許法院　2021 年７月６日言渡し　2020 ホ 2192 判決

【事件の概要】善良な風俗違反該当

구인회상점
具仁會商店

本件／本願商標：「具仁會商店」（「구인회[238]상점」は「具仁會商店」のハングル音訳）

指定役務：第35類「衣類小売業」

本願商標は韓国を代表するグループの中の一つである「LGグループ」の創業者として知られており、「具仁會商店」はLGグループの創業者である故人が使用した先使用商標の名称として、LGグループと関連がない出願人が「具仁會商店」が営んだ事業に関する先使用商標を模倣して本件出願商標を独占的に使用する意図で、無断で出願・登録する行為は、結局著名な故人であるLGグループの創業者「具仁會」と関連があるものと消費者を誤認させ、又はLGグループの「具仁會」に対する追慕を妨害するなどの方法で著名な故人「具仁會」の名声を毀損しその名誉を傷つけるおそれがあるため、一般人の通常の道徳観念である善良な風俗に反するだけでなく、著名な故人の氏名や著名な故人が使用した商号の名声に便乗して需要者の購買を不公正に吸引しようとするものとして、公正な商品流通秩序や商道徳など善良な風俗を害するおそれがある商標に該当する。

（ⅱ）肖像を含む商標の裁判例

（回答なし）

（ⅲ）法人等の名称を含む商標の裁判例

No. 1
【事件番号】 大法院　2013.10.31言渡し　2012フ1033判決
【事件の概要】著名な他人の氏名該当 商標：「２NE１[239]」 指定商品：第３類「リップスティック、マニキュア」など 「２NE１」は音楽業界で有名な芸能企画会社所属の女性アイドルグループ歌手の名称で、それと同じ標章を持つ出願商標の登録を認める場合には指定商品と関連してその需要者や取引者などが上記女性グループ歌手と関連するものと誤認・混同するおそれが相当であり、他人の人格権を侵害するおそれがある点などの事情を総合してみれば、出願商標は商標法第34条第１項第６号に該当する。

６．１．７　他人の氏名等を含む商標に関する現行制度の課題・見直し

氏名を含む商標について特に問題は生じていないが、氏名等に関連した最近の事例が２

[238]（韓国法律事務所による注）具仁會（1907～1969）：韓国の企業家でLGグループの創業者。

[239]（韓国法律事務所による注）2NE1（2009～2016）：2009年にデビューした韓国の人気４人組女性グループ。

件存在する[240、241]。

他人の氏名を含む商標が登録になった後に、同じ氏名の他人が非常に有名になって事情が変わった場合の問題については、逆混同の問題として、理論的にはあり得るが、現状、それに基づく改正の議論はない。現行法では、後から有名になった人がいる場合であっても、先登録商標を持っている人は自分の商標権を使うことができる。もっとも、他の人が有名になった後にこれと同一の名前をビジネスとして使う場合は、当該使用者が商標権を有していなければ不正競争防止法の違反となるか、新たな商標登録はできなくなる可能性がある。

また、上記のとおり、商標に含まれる氏名が出願人の氏名であり、フルネームで同じ名前の他人が存在いる場合でも、著名な人の名前と抵触しない限りは、他に拒絶理由がなければ登録されるが、この運用により問題が生じているとの認識はない。

６．２　氏名等に係る人格権

６．２．１　氏名等に係る人格権の保護

（1）氏名

韓国において氏名権（人格権）は、著名な他人か否かを問わず一般人にもすべて認められている権利である。氏名権は民法などに明文の規定はないものの、判例によって認められており、自己の氏名を使用することを内容とする私権である人格権の一つとして支配権の性質を有し、権利者の使用を妨害する者又は不当にこれを使用する者に対しては妨害排除又は損害賠償等の請求権が発生することになる。

上述の「不当にこれを使用する者」とは、具体的には、本人の許諾なく氏名が勝手に使用される場合である。例えば、報道などで認められる正当な範囲を越えて、許諾なく使用する場合などがこれに該当する。一方、自分の名前の使用は、ビジネスに使用する場合でも、偶然一致した同性同名の人の氏名権を侵害する可能性は低いと考えられる。

---

240 （韓国法律事務所による注）H.O.T 事件
第34条第１項第６号の同意書の取扱いに関する事件である。未成年者であったアイドルグループ「H.O.T.」のメンバーから同意書を受けて所属会社の代表理事が、本人名義で同グループの名称を商標登録した事案で、グループ構成員が当時未成年者であった点等も考慮され同商標登録を無効にした。当該事件以降 、特許庁は第34条第１項第６号の著名な他人の名称などに関する同意と関連し未成年者の同意書に対しては、法定代理人の同意があるかを確認するように審査基準第５部第６章２．２．３の規定を新設した。

241 （韓国法律事務所による注）フランチャイズ業者の商標事件
商標に名称を含むがゆえに生じている実態的な側面の事件である。フランチャイズの名称と関連した商標権の場合、創業者一族が創業者の氏名商標等に関する商標権を個人所有していることが多く、法人化に伴いロイヤリティの支払いを受けてライセンスを与えたり法人に有償譲渡したりする場合が多くあった。このような企業のうち、一部創業者に対し、創業者などの個人名義で商標権を保有し、多額のロイヤリティを受け取ったり、高額の対価を受けて法人に商標権を譲渡したりする者があった。法院は、これらは私益を得る行為として背任罪に該当すると判断した。その後、韓国特許庁は、商標法第３条（商標登録を受けることができる者）関連審査基準（審査基準第２部第２章２．３．４）にて「加盟本部（法人）のフランチャイズ商標を法人の代表者など個人が出願する場合」を「商標を使用する意志なしに商標先行獲得や他人の商標登録を排除する目的などで出願するものと疑われる場合のうちの一つ」とみなし拒絶できるように改訂した。

（2）肖像

民法上、肖像権についての成文はないが、憲法に、人格は守られるべきであるという、幸福追求権に関する条文がある。その中には、自己の肖像を勝手に使われない権利としての肖像権も含まれるものと解されている。

一般の人でも自分の顔を写真に撮られてニュースに出た場合、報道のための引用としての正当な範囲に入らないものであるときは、肖像権を侵したとして損害賠償の訴えを起こすことができる。

（3）法人等の名称

肖像と同様、名称権についても民法上の成文はないが、憲法に規定された幸福追求権には、名称を勝手に使われない権利としての名称権も含まれるものと解されている。

６．２．２　氏名等に係る人格権に関する裁判例

No. 1
【事件番号】 ソウル中央地方法院 2013 年 12 月 13 日言渡し 2013 ガ合 23230 判決
【事件の概要】 氏名は個人を他人から識別して特定する機能を有するもので、人が人として尊重される基礎となるものであり、それに基づく氏名権は憲法上の幸福追求権と人格権の一内容をなす権利として、自己の氏名の表示可否について自ら決定する権利及び社会通念上特定人であることが分かる方法で氏名がむやみに使用・公表されない権利、氏名がむやみに営利に利用されない権利等を含み、法人の場合も自然人と同様に憲法上の幸福追求権を基にして自己を特定することができる名称に関してこれを他人の妨害を受けずに使用し、自己の名称が他人によって冒用され、又は商業目的、名誉毀損的方法などで無断使用されない権利を有する」と判示した。

第Ｖ部　他人の氏名等を含む商標に関する制度の在り方についての委員会での検討結果

１．　他人の氏名等を含む商標に関する検討事項の整理

１．１　現行制度について

１．１．１　我が国における状況

（１）氏名等を含む商標に関する制度について

（ｉ）他人の氏名

（Ａ）拒絶理由・異議理由・無効理由

商標の構成中に他人の氏名を含むことは、本規定に基づき、当該他人の承諾を得ている場合を除き、拒絶理由となり得る。また、本規定の違反は、異議理由（商標法第 43 条の２第１号）及び無効理由（商標法第 46 条第１項第１号）となり得る。

本規定の趣旨は、人格権（人格的利益）の保護にあると解されている[242]。本規定の氏名はフルネームを意味し、氏又は名のいずれか一方のときは適用されない[243]。

（Ｂ）考慮要素等

本規定に基づき承諾を得るべき「他人」は、出願時及び査定時において現存する者であり[244]、「他人」が複数存在する場合にはその全員の承諾を得る必要がある。商標に含まれる氏名が出願人の自己氏名である場合でも「他人」が存在する場合には、その承諾を得る必要がある[245]。

裁判例において、本規定は厳格に解釈されており、商標の構成・態様については、①「他人の氏名」の戸籍名と異なる表記（日本人の氏名の欧文字表記等）の商標、②姓と名の間に区切りのない商標であっても本規定に該当するものと解されている[246]。

また、本規定の文言は他人の氏名を「含む」商標であることから、③氏名以外の文字や図形と結合した商標も本規定に該当する[247]。

本規定の考慮要素については、④出願人と他人の事業内容の競合の有無、⑤他人の氏名の周知性、⑥出願商標の周知性等、条文にない要件については考慮しないとする裁判例が存在する[248]。

---

242 最判平成 16 年６月８日（平成 15 年（行ヒ）第 265 号）〔LEONARD KAMHOUT 事件〕、最判平成 17 年７月 22 日（平成 16 年（行ヒ）第 343 号）〔国際自由学園事件〕。

243 前掲注 21）特許庁・逐条解説 1509 頁。

244 前掲注 22）特許庁・商標審査基準「第３」「七」「１.」及び同「十八」「１.」。

245 前掲注 21）特許庁・逐条解説 1508、1509 頁、前掲注 22）特許庁・商標審査基準「第３」「七」「５.」。

246 ①及び②について知財高判令和２年７月 29 日（令和２年（行ケ）第 10006 号）〔The Soloist.事件〕、①について知財高判令和元年８月７日（平成 31 年（行ケ）第 10037 号）〔KEN KIKUCHI 事件〕、②について知財高判平成 28 年８月 10 日（平成 28 年（行ケ）第 10065 号）〔山岸一雄大勝軒事件〕。

247 知財高判令和２年７月 29 日（令和２年（行ケ）第 10006 号）〔The Soloist.事件〕、知財高判令和元年８月７日（平成 31 年（行ケ）第 10037 号）〔KEN KIKUCHI 事件〕、知財高判平成 28 年８月 10 日（平成 28 年（行ケ））第 10065 号）〔山岸一雄大勝軒事件〕。

248 ④、⑤及び⑥について知財高判平成 21 年２月 26 日（平成 20 年（行ケ）第 10309 号）〔オプト事件〕、知財高判平成 21 年５月 26 日（平成 21 年（行ケ）第 10005 号）〔末廣精工事件〕、⑤について知財高判平成 28 年８月 10 日（平成 28 年（行ケ）第 10065 号）〔山岸一雄大勝軒事件〕、知財高判平成 28 年８月 10 日（平成 28 年（行ケ）第 10066 号）〔山岸一雄事件〕、⑤及び⑥について知財高判令和元年８月７日（平成 31 年（行ケ）第 10037 号）〔KEN KIKUCHI 事件〕、⑤について知財高判令和２年７月 29 日（令和２年（行ケ）第 10006 号）〔The Soloist.事件〕。

このような状況から、我が国の現行制度においては、現存する他人の氏名に係る人格権が、商標登録を受ける利益に優先することが原則となっているものと考えられる。

もっとも、近時、音商標の事案において、本規定を「出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名、名称等に係る人格的利益の調整を図る趣旨の規定」とし、氏名を認識させるか否かの検討において、上記⑥（出願商標の周知性）を考慮したと考えられる裁判例が登場した[249]。この裁判例の射程について、有識者のヒアリングでは、あくまで音商標に限定されるとの意見がある一方で、これに限定されないという意見も複数あった（第Ⅲ部知財の有識者ヒアリング結果）。当委員会においても、後者に賛同する意見が見られた。

（C）登録商標と同一の氏名を有する他人の自己氏名の使用の制限

構成中に氏名を含む商標が登録された場合、当該氏名と同一の氏名を有する第三者は、事業者として、自己の氏名を「普通に用いられる方法で表示する」以外の方法で使用することが制限される（商標法第26条第１項第１号）。また、自己の氏名を「普通に用いられる方法で表示する」場合も「不正競争の目的で」使用することは認められない（同条第２項）。

（ⅱ）肖像、法人等の名称の取扱い

構成中に他人の肖像又は法人等の名称を含む商標が出願された場合も、本規定の対象となり、その取扱いは上記他人の氏名を含む場合と基本的に同じである。

なお、株式会社の商号から「株式会社」の文字を除いたものは他人の名称の「略称」に該当し[250]、著名性が要件となる。

（ⅲ）故人の取扱い

本規定の対象となる「他人」は、現存する者であり、故人は対象とならない[251]。ただし、周知・著名な歴史上の人物名を含む商標であって、当該人物に関連する公益的な施策に便乗し、その遂行を阻害する等公共の利益を損なうおそれがあると判断される場合には、商標法第４条第１項第７号（公序良俗違反）の対象となり得る[252]。

（２）氏名等に係る人格権・人格的利益（氏名権）について

日本において、氏名権は、明文の規定はないものの、人格権の一内容を構成するものとして、認められている[253]。

氏名権の内容について通説はないが、本規定と関連すると考えられるものとして、他人にその氏名を冒用されない権利（氏名専用権）を挙げる意見があった（第Ⅲ部人格権の有識者ヒアリング結果）。

---

[249] 知財高判令和３年８月30日（令和２年（行ケ）第10126号）〔マツモトキヨシ音商標事件〕。
[250] 最判昭和57年11月12日（昭和57年（行ツ）第15号）〔月の友の会事件〕。
[251] 知財高判平成17年６月30日（平成17年（行ケ）10336号）〔Ana Aslan事件〕。
[252] 前掲注22）特許庁・商標審査基準「第３」「六」「２.」③及び商標審査便覧42.107.04。
[253] 最判昭和63年２月16日（昭和58年（オ）第1311号）〔NHK日本語読み訴訟事件〕。

氏名権の保護対象該当性については、氏名を有する者の周知・著名性は影響を与えないという意見が多く（第Ⅲ部人格権の有識者ヒアリング結果）、知名度を有しない者も含め、氏名権の保護の対象になるものと考えられる。

氏名権の侵害が成立する要件についても通説はないものと考えられる。もっとも、氏名を冒用されない権利の侵害については、冒用といえるかどうかで判断されているのではないかという意見、氏名権が絶対権と非絶対権のどちらに該当するのかが問題となり、学説上は両論あり得るとした上で、絶対権の侵害であれば、氏名の冒用が形式的に認定されれば基本的に侵害となるが、非絶対権の侵害であれば、氏名がどのような氏名なのか、その侵害行為の主観的、客観的態様を総合判断した上で違法性を判断することになるという意見があった。また、使用される氏名と第三者の氏名が偶然一致した場合については、侵害行為とならないか又は侵害行為があったとしても違法性が阻却されて最終的な侵害としては扱われなくなる可能性が高いとの意見があった（第Ⅲ部人格権の有識者ヒアリング結果）。

訴訟において氏名権の侵害が問題となった行為としては、氏名の冒用、氏名の不正確な呼称、意に反した氏名の使用の強要等が挙げられる。氏名の冒用の事案は、いずれも冒用者が被冒用者の存在を知っていた事案であり、使用される氏名と第三者の氏名の偶然の一致が問題となった事案は見当たらなかった（第Ⅲ部氏名等に係る人格権に関する裁判例）。

１．１．２　他国・地域における状況

他国・地域においても、日本の本規定に類似する規定が設けられている場合がある。そこで、米国、欧州、ドイツ、フランス、中国及び韓国の商標法について、公開情報調査を行うとともに、現地法律事務所に所属する弁護士又は弁理士に対して、ヒアリングを行った。その結果は以下のとおりである。

（１）米国

（ｉ）氏名等を含む商標に関する制度について

（Ａ）他人の氏名

（ａ）商標法上の規定

商標の構成中に他人の氏名を含むことは、当該他人の承諾を得ている場合を除き、拒絶理由となり得る（商標法第２条（ｃ））。また、同規定の違反は、異議理由（商標法第 13 条（ａ））及び無効理由（商標法第 14 条（３））となり得る。

商標法第２条（ｃ）の趣旨は、プライバシー権及びパブリシティ権の保護にあるとされている（TMEP §1206.02）。氏名は、フルネームである必要はなく、姓、名、ペンネーム、ニックネーム等も含まれる（TMEP §1206.02）。

以上に加え、個人の生存の有無を問わず、個人との関係を偽って示唆するおそれのある商標は、商標法第２条（ａ）に基づく拒絶理由、異議理由（商標法第 13 条（ａ））及び無効理由（商標法第 14 条（３））となり得る。

（ｂ）考慮要素等

商標法第２条（ｃ）は「生存中の特定の個人」と規定していることから、かかる特定性

の要件との関係で、承諾が必要となる他人は、一定の知名度を有する場合（著名であり、その者と商品又は役務との関連性を公衆が合理的に想起するものと考えられる場合又はその個人が商標の使用対象である業務と公然の関係性を有している場合）に限られると解されている（TMEP§1206.02)。また、「公然の関係性を有する（publicly connected)」とは、著名（famous）又は周知（well-known）と本質的に同一の意味と解されている（第Ⅳ部米国のヒアリング結果)。

（ｃ）登録商標と同一の氏名を有する他人の自己氏名の使用の制限

登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」は、自己の氏名を個人的用途で使用することは可能と考えられるが、登録商標と混同を生じさせるような方法で使用することは制限される可能性がある（第Ⅳ部米国のヒアリング結果)。

（Ｂ）肖像、法人等の名称の取扱い

他人の「肖像」を含む商標は、第２条（ａ）及び第２条（ｃ）の対象となり得る。また、第２条（ｃ）に基づき承諾を要求される肖像は、他人の氏名を含む商標同様に、一定の知名度を有するものに限られると考えられる（第Ⅳ部米国のヒアリング結果)。

他方で、法人等の名称については、その名称に個人名を含む場合でない限り、第２条（ａ）及び第２条（ｃ）の対象とならない（第Ⅳ部米国のヒアリング結果)。

（Ｃ）故人の取扱い

故人は、第２条（ｃ）の「生存中の･･･個人（living individual)」の要件を満たさず、同規定の対象とならない。他方で、第２条（ａ）は、当該者の生存の有無を問わないことから、対象となり得る。

（ⅱ）氏名等に係る人格権について

氏名権を含む人格権については、各州において別個の法律を有しており、氏名権が保護されるか否か、及び知名度を有しない者の氏名権が保護されるか否かについては、いずれも各州の法律によることとなる（第Ⅳ部米国のヒアリング結果)。

州法により氏名権が保護される者が存在するとしても、上記（ｉ）のとおり、商標法において考慮の対象となるのは、一定の知名度を有する者の氏名に限られ、常に氏名権が商標登録を受ける利益に優先するわけではない。

（２）欧州（ＥＵ）

（ｉ）氏名等を含む商標に関する制度について

（Ａ）他人の氏名

（ａ）商標法上の規定

商標の構成中に他人の氏名を含むことは、拒絶理由とならない。

もっとも、氏名権等の先行権利は、各加盟国の法律に従ってEU商標の使用を禁止することができる場合、無効理由となり得る（EUTMR第60条（２）（ａ))。

（ｂ）考慮要素等

EUTMR 第 60 条（２）（ａ）の先行権利の解釈については、各加盟国の法律による。

（ｃ）登録商標と同一の氏名を有する他人の自己氏名の使用の制限

EU 商標については、登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」が自然人である場合、当該他人は自己の名称を業として使用することができるものの「産業又は商業的事項における誠実な慣行」に反して使用することはできない（EUTMR 第 14 条)。

（Ｂ）肖像、法人等の名称の取扱い

個人の肖像権（a right of personal portrayal）は、各加盟国の法律に従って EU 商標の使用を禁止することができる場合には、無効理由となり得る(EUTMR 第 60 条(２)(ｂ))。

名称についての権利（a right to a name）についても同様である（EUTMR 第 60 条（２）（ａ))。

（Ｃ）故人の取扱い

EUTMR 第 60 条（２）（ａ）の規定における故人の取扱いは、各加盟国の法律による。

（ⅱ）氏名等に係る人格権について

氏名権を含む人格権について、欧州では統一的な法律は存在せず、各加盟国の法律による。

（３）ドイツ

（ｉ）氏名等を含む商標に関する制度について

（Ａ）他人の氏名

（ａ）商標法上の規定

商標の構成中に他人の氏名を含むことは、拒絶理由とならない。

もっとも、氏名を有する他人が氏名権等の先行権利を有し、当該権利について「ドイツ連邦共和国の全領域において当該登録商標の使用を差し止める権原を有するときは」、無効理由となり得る（商標法第 13 条（１)、（２） １)。その趣旨は氏名権の保護にあり、保護対象は、フルネーム又は姓である。他方、名は保護されない（第Ⅳ部ドイツのヒアリング結果)。

（ｂ）考慮要素等

商標法第 13 条（１)「ドイツ連邦共和国の全領域において当該登録商標の使用を差し止める権原を有するときは」の要件を満たすのは、その者が周知である場合又は個人名が商業的環境で使用されている場合に限定されることが一般的であると解釈されている（Ströbele/Hacker/Thiering、「商標法」（コンメンタール)、§13)。

「商業的環境で使用」とは、ビジネス間の取引で個人名が使用されている場合であり（消費者としての個人名の使用は対象外)、その使用が確認できれば要件を満たすと解されている。もっとも、個人名で行われるビジネスが地域内にとどまっており、拡大を意図して

いないことが明白である場合（たとえば小規模なレストランなどの場合）には、例外的に無効理由とならないと解されている。「商業的環境で使用」される場合も、周知・著名であることまでは求められないものの、小規模のビジネスにとどまらない一定の知名度は必要となるものと考えられる。

（ｃ）登録商標と同一の氏名を有する他人の自己氏名の使用の制限

登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」は、自己の氏名を取引上使用することができるが､誠実な取引又は商業慣行に反して使用することはできない(商標法第 23 条)。

（Ｂ）肖像、法人等の名称の取扱い

「肖像」を含む商標は、無効理由となり得る（商標法第 13 条（１)、(２) ２)。もっとも、肖像の場合には、個人名と異なり、特定性が高いことから、周知であることは必要ないと解されている。

法人等の名称を含む商標についても、個人名を含む商標同様に、無効理由の対象となり得る（商標法第 13 条（１)、(２) １、企業名権（商標法第５条等）を有する場合には同法第 12 条)。商標法第 13 条（１)「ドイツ連邦共和国の全領域において当該登録商標の使用を差し止める権原を有するとき」を満たすのは、一般的に、その者が周知である場合又は個人名が商業的環境で使用されている場合に限定されると解されている点も、個人名の場合と同様である。

（Ｃ）故人の取扱い

故人についても、商標法第 13 条（２）の対象となる場合がある。この場合の基礎となる人格権は、民法第 12 条ではなく、死後人格権である（第Ⅳ部ドイツのヒアリング結果)。

（ⅱ）氏名等に係る人格権について

氏名権は、民法第 12 条により、知名度を有しない者も含め、保護される。

もっとも、上記（ｉ）のとおり、商標法においては、他人の氏名権は審査段階では考慮されず、無効理由として考慮される場面も限定的であることから、常に氏名権が商標登録を受ける利益に優先するわけではない。

（４）フランス

（ｉ）氏名等を含む商標に関する制度について

（Ａ）他人の氏名

（ａ）商標法上の規定

商標の構成中に他人の氏名を含むことは、拒絶理由とならない。

もっとも、商標がフランスにおいて効力を有する氏名権等の先行権利を侵害する場合には、無効理由となり得る（知的財産法第 L711 条３（Ｉ）（８))。その趣旨は人格権の保護にあり、保護対象としては、姓、ペンネームが挙げられるが、これらに限定されるものではない。

（ｂ）考慮要素等

人格権の侵害は混同のおそれが要件とされることから、実際に知的財産法第 L711 条３（Ｉ）（８）の影響を受けるのは周知の氏名又は珍しい氏名に限定されると解釈されている（第Ⅳ部フランスのヒアリング結果）。

「珍しい氏名」とは、一般的でなく、商標及びその商標の使用とその氏名との間に関連性が生じる可能性がある氏名を意味する。珍しい氏名の所有者は、氏名の平凡化又は損害が生じるおそれがある分野での氏名の使用など、氏名に影響を与える試みが存在する場合、商標登録の無効を請求することができると解されている（第Ⅳ部フランスのヒアリング結果）。そのため、「珍しい氏名」である場合も、周知・著名であることまでは求められていないものの、商標と氏名を結びつける一定の知名度は必要となるものと考えられる。

（ｃ）登録商標と同一の氏名を有する他人の自己氏名の使用の制限

登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」が自然人である場合、当該他人の「氏名」については、業として使用することができない（第Ⅳ部フランスのヒアリング結果）。

当該他人は、自己の「姓」又は「宛先」については、業として使用することができるものの「公正な取引慣行」に反して使用することはできない（知的財産法第 L713 条６（１））。

（Ｂ）肖像、法人等の名称の取扱い

「肖像」を含む商標は、知的財産法第 L711 条３（I）（８）に基づく無効理由の対象となり得る。もっとも、肖像の場合には、個人名と異なり、周知であることは必要ないと解される。

「名称」を含む商標は、会社名又は会社の商号については、知的財産法第 L711 条３（Ｉ）（３）及び（４）に基づき異議理由又は無効理由となり得る。個人名の場合と同様に、混同のおそれが要件とされる。

（Ｃ）故人の取扱い

知的財産法第 L711 条３は、原則として故人は含まないが、氏名が著名である場合は適用が認められる場合がある（第Ⅳ部フランスのヒアリング結果）。

（ⅱ）氏名等に係る人格権について

氏名権を含む人格権は、民法第９条に基づき、知名度を有しない者も含め、保護される。

もっとも、上記（ｉ）のとおり、商標法においては、他人の氏名権は審査段階では考慮されず、無効理由として考慮される場面も限定的であることから、常に氏名権が商標登録を受ける利益に優先するわけではない。

（５）中国

（ｉ）氏名等を含む商標に関する制度について

（Ａ）他人の氏名

（ａ）商標法上の規定

商標の構成中に他人の氏名を含むことは、その氏名が著名な芸能人等の氏名である場合、当該者の承諾を得ている場合を除き「欺瞞性を帯び、公衆に商品の品質等の特徴又は産地について誤認を生じさせやすいもの」として拒絶理由となり得る（商標法第 10 条第１項第７号)。

また、中国の党と国家のリーダーの氏名、著名な外国の政治家等の氏名、テロ、邪教、暴力団などのリーダーの氏名、英雄烈士の氏名、政治・経済・文化・民族・宗教など著名人物の氏名を含む場合は、「社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすもの」として、拒絶理由となり得る（商標法第 10 条第１項第８号)。商標法第 10 条第１項第８号については、承諾の有無に関わらず登録できない（商標審査審理指南下編第３章第３部分３．８)。

上記第７号及び第８号の違反は、異議理由（商標法第 33 条）及び無効理由（同法第 44 条）となり得る。第７号の氏名には、戸籍名、別名、筆名、芸名、雅号、あだ名などが含まれる（北京市高級人民法院の「商標の権利付与・権利確定に係わる行政事件の審理ガイドライン」)。

加えて、先行する他人の氏名権を侵害する場合についても規定があり、これは異議申立や無効審判の根拠とされるのが一般的である（商標法第 32 条、同法第 33 条（異議）、同法第 45 条（無効））。商標法第 32 条の氏名には、本名、筆名、芸名、別名などが含まれる（商標審査審理指南下編第 14 章第３部分３．４）。

商標法第 10 条第１項第７号及び第８号の趣旨は、規定からみて公の秩序の維持にあると考えられる。商標法第 32 条の趣旨は、商標保護と人格権保護とのバランスを図った規定と考えられる（第Ⅳ部中国のヒアリング結果)。

（ｂ）考慮要素等

商標法第 10 条第１項第７号及び第８号の対象となるのは上記（ａ）のような氏名であり、基本的には他人の氏名に著名性が要求される（第Ⅳ部中国のヒアリング結果)。

商標法第 32 条については、その適用の条件として、他人の氏名が一定の知名度を有すること（①商標に含まれる特定の氏名を有する自然人が中国国内で一定の知名度を有し、関連公衆に知られていること、②関連公衆が当該特定の氏名を当該自然人を指すものと認識すること、③当該特定の氏名が当該自然人との間に安定した対応関係を確立していること）が必要となる（最高裁規定第 20 条、商標審査審理指南下編 第 14 章第３部分３．４)。

（ｃ）登録商標と同一の氏名を有する他人の自己氏名の使用の制限

登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」は、自己の氏名を引き続き使用することができる（民法典第 1012 条、第 1014 条）が、業として使用することはできない。

（Ｂ）肖像、法人等の名称の取扱い

「肖像」を含む商標及び法人等の「名称」を含む商標は、いずれも氏名の場合と同様に、商標法第 10 条第１項第７号、同第８号及び第 32 条の対象になる。著名性（商標法第 10 条第１項第７号及び同第８号)、一定の知名度（同法第 32 条）が要求される点も、氏名の場合と同様である。

（C）故人の取扱い

商標法第 10 条第１項第７号及び同第８号は、現存の有無を問わないため、故人も対象に含まれる。商標法第 32 条の「他人」は現存する者を指すため、故人は対象に含まれない。

（ii）氏名等に係る人格権について

氏名権は、民法典第 1012 条及び第 1014 条により、知名度を有しない者も含め、保護される。

もっとも、上記（ｉ）のとおり、商標法において考慮の対象となるのは、審査段階においては著名性を有する者の氏名、異議・無効段階においては著名性を有する者又は一定の知名度を有する者の氏名に限られ、常に氏名権が商標登録を受ける利益に優先するわけではない。

（６）韓国

（ｉ）氏名等を含む商標に関する制度について

（A） 他人の氏名

（ａ）商標法上の規定

商標の構成中に他人の氏名を含むことは、その他人の氏名が著名である場合、当該他人の承諾を得た場合を除き、拒絶理由となり得る（商標法第 34 条第１項第６号)。また、同規定の違反は、異議理由（商標法第 60 条）及び無効理由（商標法第 117 条）となり得る。

商標法第 34 条第１項第６号の趣旨は、人格権の保護にあり、著名な氏名のほか、著名な略称等も同規定の対象に含まれる（第Ⅳ部韓国のヒアリング結果)。

加えて、著名な故人との関係を虚偽に表示するおそれがある商標等は、商標法第 34 条第１項第２号に基づく拒絶理由となり得、さらに、公序良俗等に反する商標等についても、同法第 34 条第１項第４号に基づく拒絶理由となり得る。

商標法第 34 条第１項第２号、第４号及び第６号の違反は、異議理由（同法第 60 条第１項第１号）及び無効理由（同法第 117 条第１項第１号）にもなり得る。

（ｂ）考慮要素等

上記各規定の他人の氏名について、商標法第 34 条第１項第２号及び第６号については条文上、第４号については解釈上、著名性が求められる。

（ｃ）登録商標と同一の氏名を有する他人の自己氏名の使用の制限

登録された氏名商標と同一の氏名を有する「他人」は、自己の氏名を業として使用することも可能だが、「商取引慣行に」反する使用はできない（商標法第 90 条第１項第１号、同法第 99 条第２項）。

（B）肖像、法人等の名称の取扱い

「肖像」を含む商標は、氏名の場合と同様に、商標法第 34 条第１項第２号、第４号及び第６号の対象になる。著名性が要求される点も、氏名の場合と同様である。

法人等の「名称」を含む商標は、商標法第 34 条第１項第２号及び第６号の対象になり、氏名の場合同様に、名称の著名性が要求される。商標法第 34 条第１項第４号については、名称は対象とならない。

（C）故人の取扱い

商標法第 34 条第１項第２号及び同第４号は、故人のみが対象となる（第２号は条文の文言、第４号は審査基準第５部第４章２．３．２）。商標法第 34 条第１項第６号は現存する者のみが対象となり、故人は対象とならない（審査基準第５部第６章１．２．１）。

（ii）氏名等に係る人格権について

氏名権（人格権）について、民法などに明文の規定はないものの、判例により、知名度を有しない者も含め、認められている（第Ⅳ部韓国のヒアリング結果）。

もっとも、上記（ｉ）のとおり、商標法において考慮の対象となるのは、著名性を有する者の氏名に限られ、常に氏名権が商標登録を受ける利益に優先するわけではない。

（7）小括

（ｉ）氏名等を含む商標に関する制度と氏名権との関係について

氏名権については、ドイツ、フランス、中国及び韓国において、日本同様に、知名度を有しない者を含め保護されていることが判明した（米国においては州法により、欧州においては各加盟国の法律による）。

また、氏名等を含む商標に関する制度との関係では、本調査の対象国・地域のいずれにおいても、他人の氏名を含む商標について拒絶理由等の規定が存在していた。

しかしながら、商標制度について本調査の対象国・地域の制度と日本における制度を比較すると、日本以外の国においては、求められる知名度の高低は様々であるものの、拒絶理由等の対象となる「他人の氏名」が一定の知名度を有する場合に限られる点で、目立った相違があることが指摘できる。

本調査の対象国・地域についての調査・検討結果をまとめると、以下のとおりとなる。なお、比較のため、日本についても記載した。

表 12. 各国・地域の他人の氏名を含む商標の取扱い

		米国	欧州	ドイツ	フランス	中国	韓国	日本
商標法上、他人の氏名を含む商標に関する規定はあるか。	拒絶理由	○	― 該当なし	― 該当なし	― 該当なし	○	○	○
	異議・無効理由	○	○	○	○	○	○	○
上記の規定において、他人の氏名に	拒絶理由	○ 著名性／指定商品等と公然の関係性	― 該当なし	― 該当なし	― 該当なし	○ 著名性	○ 著名性	×

一定の知名度は要求されるか。	異議・無効理由	○ 著名性／指定商品等と公然の関係性	※1	○ 周知／個人名が商業的環境で使用されている場合に限定されることが一般的	○ 実務上、周知／珍しい氏名に限定される	○ 著名性／一定の知名度	○ 著名性	×
氏名権は、知名度を有しない者を含めて保護されるか。		※2	※3	○	○	○	○	○

※1　規定はあるが、要件等は、各加盟国の法律による。
※2　各州において別個の法律を有している。
※3　各加盟国の法律による。

（ii）登録商標と同一の氏名を有する他人の自己氏名の使用の制限

登録商標と同一の氏名を有する他人の自己氏名の使用については、調査対象国・地域の全てにおいて、何らかの制限が存在していた。

もっとも、その制限の程度は各国・地域によって異なっており、米国、フランス及び中国においては、業としての使用が広く制限されていたが、韓国、欧州及びドイツでは、業としての使用のうち、商慣行に反する使用のみが制限されていた。

なお、事業性のない私的な使用は、調査対象国・地域の全てにおいて許容されていた。

（iii）肖像・名称について

「肖像」を含む商標については、調査対象国・地域の全てにおいて、商標法上、拒絶理由等の規定が存在していた。米国、中国及び韓国では、氏名と同様に「肖像」にも一定の知名度等が要求されるが、ドイツ及びフランスでは「肖像」に一定の知名度は要求されない。

表 13. 各国・地域の他人の肖像を含む商標の取扱い

	米国	欧州	ドイツ	フランス	中国	韓国	日本
商標法上、他人の肖像を含む商標に関する規定はあるか。	○	○	○	○	○	○	○
（規定がある場合）肖像に一定の知名度は要求されるか。	○	※1	×	×	○	○	×

※1　各加盟国の法律による。

「名称」を含む商標については、米国を除く調査対象国・地域において、商標法上、拒絶理由等の規定が存在していた。ドイツ、フランス、中国及び韓国においては、氏名と同様に「名称」にも一定の知名度が要求されている。

表 14. 各国・地域の他人の名称を含む商標の取扱い

	米国	欧州	ドイツ	フランス	中国	韓国	日本
商標法上、他人の名称を含む商標に関する規定はあるか。	× ※1	○	○	○	○	○ ※3	○
（規定がある場合）名称に一定の知名度は要求されるか。	― 該当なし	※2	○	○	○	○	×

※1　「名称」に個人名を含む場合には、ランハム法第２条（ａ）及び第２条（ｃ）の対象となり得る。
※2　各加盟国の法律による。
※3　「名称」は商標法第 34 条第１項第２号及び同第６号の対象となるが、４号については対象外。

（ⅳ）故人との関係

他人の氏名を含む商標に関する規定の対象に故人が含まれるかについては、各国・地域によって結論が異なっており、特段の傾向は見いだせなかった。

表 15. 各国・地域の規定における故人の取扱い

他人の氏名を含む規定の対象	米国	欧州	ドイツ	フランス	中国	韓国	日本
現存する者のみ	○ 2条（c）	※1	― 該当なし	― 該当なし	○ 32 条	○ 34 条1項 6号	○ 4条1項 8号
故人のみ	― 該当なし	※1	― 該当なし	― 該当なし	― 該当なし	○ 34 条1項 2号、4 号	― 該当なし
双方を含む	○ 2条 （a）	※1	△ ※2	△ ※2	○ 10 条1項 7号、8 号	― 該当なし	△ 4条1項 7号 ※3

※1　各加盟国の法律による。
※2　現存する者を対象とするのが原則だが、故人も対象となる場合がある。
※3　条文上は現存する者又は故人のいずれかに限定されるものではないが、「他人の氏名」との関係で第４条第１項第７号が問題となるのは主として故人（周知・著名な歴史上の人物名であって、当該人物に関連する公益的な施策に便乗し、その遂行を阻害する等公共の利益を損なうおそれがあると判断される場合）である。

１．２　現行制度の問題点

他人の氏名を含む商標の権利取得に関して、国内企業及び有識者に対してヒアリングを実施したところ、ファッション分野のデザイナー等は、自分の氏名をブランド名として使用するケースが多いため、近年、本規定との関係で新規の商標登録ができず、既登録商標を有しない新興のデザイナーのビジネスに支障が生じていること、既登録商標を有する有名なデザイナーについても、過去に登録できていた自己の氏名を含む商標について新規の商標登録を受けることができず、ビジネスに支障が生じていることが確認された。

このような状況においては、商標の保護により商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることや、商標権の保護により需要者の利益を保護することに支障が生じ、商標法第１条に記載された法の目的を達することができないことが懸念される。

１．３　問題解決の選択肢

本規定の趣旨は人格権（人格的利益）の保護にあり、この点は最高裁の判決においても確認されているが、近時、本規定が「出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名、名称等に係る人格的利益の調整を図る趣旨の規定」であるとする知財高裁判決（マツモトキヨシ音商標事件の判決）が示された。同判決における「調整」への言及については、最高裁判決と矛盾するものではないとの意見が有識者から複数得られている（第Ⅲ部知財の有識者へのヒアリング結果）。

このような「調整」の観点で検討すると、上記の現行制度の問題は、前者（出願人の商標登録を受ける利益）より後者（他人の氏名等に係る人格的利益）を優先した結果、生じているものと理解される。

したがって、上記の問題を解決するためには、両者の調整点（バランスのとり方）を見直すことが必要と考えられる。

具体的な調整の在り方としては、出願人側の事情を考慮する方法、他人側に何らかの要件を課す方法、両者の利益を衡量する方法等が考えられる。また、技術的には、運用変更による方法と、法改正による方法が考えられる。

本調査研究では、本規定について、過去に有識者が論文等[254]に記載した見直し案等も参考にしながら、以下のとおり複数の選択肢を設け、それぞれについて具体的な検討を行った。

表 16. 他人の氏名等を含む商標の運用変更案及び法改正案の整理

運用変更	案１	【審査における拒絶理由としない運用】
		審査において本規定の拒絶理由を通知しないことにより、他人の氏名を含む商標について商標登録を可能とする運用である。なお、商標に含まれる氏名と同一の氏名を有する他人は、登録異議の申立てをするか、商標登録を無効にすることについて審判を請求することができる。
	案２	【他人の氏名が一定の知名度を有する場合のみ拒絶理由とする運用】
		審査において、一定の知名度を有する他人が発見された場合のみ本規定の拒絶理由を通知することにより、一定の知名度を有する他人が存在する場合を除き、他人の氏名を含む商標について商標登録を可能とする運用である。
	案３	【出願商標が周知又は著名である場合は本規定を適用しないとする運用】
		出願商標が氏名を含むものであっても、当該商標が出願人（又はこれに準ずる者）の出所表示として周知又は著名である場合は、本規定を適用しないとする運用である。
	案４	【利益衡量を行う運用】
		審査において利益衡量を行い、出願人において氏名を商標として使用する必要性の程度が高い場合、かつ、出願商標の態様、指定商品・役務に鑑みて、他人の利益を侵害する可能性が低い場合は、本規定を適用しないとする運用である。
	案５	【文字種まで完全一致である場合のみ拒絶理由とする運用】

[254] 茶園成樹「商標法４条１項８号による人格的利益の保護」パテント 67 巻４号 40 頁（2014）、西村雅子「ファッション分野での知財マネジメントに関する一考察」パテント 67 巻 15 号 52 頁（2014）、大西育子「商標法の下における著名人の名称の保護」パテント 69 巻４号 116 頁（2016）、石井美緒「商標法４条１項８号における『他人の氏名』」特許研究 66 号 22 頁（2018）、渕麻依子「自然人と名称と商標　私の氏名は私のブランドとなり得るか」同志社大学知的財産法研究会『知的財産法の挑戦Ⅱ』287 頁（弘文堂、2020）、中川隆太郎「自己氏名商標における「他人の氏名」の再検討」IP ジャーナル 16 号 21 頁（2021）。

		出願商標に含まれる氏名と「他人の氏名」が文字種まで完全に一致する場合のみ、審査における拒絶理由とする運用である。
法改正	案６	【本規定から「他人の氏名」を削除する法改正】
		案１の法改正版。本規定のうち「他人の氏名」を拒絶理由の対象から除外しつつ、他人による登録異議の申立てや無効審判の請求については可能とする法改正である。
	案７	【他人の氏名に一定の知名度に係る要件を付す法改正】
		本規定の「他人の氏名」に、一定の知名度の要件を付す法改正である。案７は、審査に関しては案２の法改正版であるが、一定の知名度を有しない他人は、商標登録を取消す又は商標権を無効にすることができなくなる点で、案２と相違する。
	案８	【出願商標が周知又は著名である場合は本規定を適用しないとする法改正】
		案３の法改正版。出願商標が出願人（又はこれに準ずる者）の出所表示として周知・著名である場合は、本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。
	案９	【利益衡量の規定を設ける法改正】
		案４の法改正版。出願人において氏名を商標として使用する必要性の程度が高い場合、かつ、出願商標の態様、指定商品・役務に鑑みて、他人の利益を侵害する可能性が低い場合は本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。
	案 10	【自己氏名を含む商標の場合は本規定を適用しないとする法改正】
		出願商標が出願人の自己氏名を含む商標である場合には、本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。
	案 11	【案７と案 10 を組み合わせた法改正】
		案７と案 10 を組み合わせた法改正であり、具体的には、出願商標が出願人の自己氏名を含む商標であって、一定の知名度を有する他人が存在しない場合には、本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。
	案 12	【「含む」を「普通に用いられる方法で表示する」等に変える法改正】
		本規定の「含む」を「普通に用いられる方法で表示する」等に変更する法改正である。これによって、「普通に用いられる方法で表示する」ものでない商標は、本規定に該当しないものとなる。

１．４　分析

１．４．１　審査における運用変更

（１）案１：審査における拒絶理由としない運用

案１は、審査において本規定の拒絶理由を通知しないことにより、他人の氏名を含む商標について商標登録を可能とする運用である。

（ｉ）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係

案１を採用した場合、人格権が損なわれたと感じた他人は、登録異議の申立てをするか、商標登録を無効にすることについて審判を請求することができることから、この点において、他人の人格権も保護され得ると考えられる。ただし、この案は、商標に含まれる氏名を有する他人に対し、自身の氏名を含む商標の出願の監視負担や、仮に商標登録された際の無効審判等を提起する負担を強いる点に問題がある。

（ⅱ）商標法の目的との関係

他人の氏名を含む商標であっても、商標登録が可能となることから、商標の使用をする

者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。

もっとも、氏名商標が容易に登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれがあり、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護には合致しない可能性がある。

（iii）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案１を採用した場合、デザイナー等の氏名を含む商標に対する商標登録のニーズに応えることが可能となる。ただし、この案では、「他人の氏名」について実質無審査となることで、氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念が大きい。また、法的安定性にも欠ける。

そのため、一般的な商標登録のニーズには応えたといえるものの、現行制度の問題点であるブランドの保護に的確に応えたといえるのかは疑問である。

（iv）その他の懸念点

商標法第 15 条では、「審査官は、商標登録出願が次の各号のいずれかに該当するときは、その商標登録出願について拒絶をすべき旨の査定をしなければならない」と規定されている。そして、「次の各号」（商標法第 15 条第１項第１号）の一つとして、「その商標登録出願に係る商標が第３条、第４条第１項、…の規定により商標登録をすることができないものであるとき」が規定されている。

案１の運用は、法律により拒絶しなければならないとされる本規定に係る商標を拒絶しないとするものであり、法律に反する運用といえる。

また、この案は、利益を得る側（出願人）の負担が軽くなる一方、利益を得る立場にない側（他人）の監視負担等が重くなるという点において、不合理な運用と考えられる。

案１のような運用について、上記のような懸念点に言及した知財高裁判決も存在する（知財高判平成 28 年８月 10 日（平成 28 年（行ケ）第 10065 号）〔山岸一雄大勝軒事件〕、知財高判平成 28 年８月 10 日（平成 28 年（行ケ）第 10066 号）〔山岸一雄事件〕）。

（v）他国・地域の制度との比較

調査対象国・地域において、案１のような制度を採用しているものは確認できなかった。

（vi）小括

上記の「先取り」の懸念点については、後の「２．２．２主要な課題の検討」において述べる既存の制度の活用及び運用等の改善により手当が可能と考えられるものの、法律に反する運用であること、また、このような運用は知財高裁判決において否定的に言及されていることを併せて考慮し、案１については検討対象から除外することとした。

（２）案２：他人の氏名が一定の知名度を有する場合のみ拒絶理由とする運用

案２は、審査において、一定の知名度を有する他人が発見された場合のみ本規定の拒絶理由を通知することにより、これに該当しない他人の氏名を含む商標について商標登録を

可能とする運用である。

（ｉ）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係

案２を採用した場合、商標登録により人格権が損なわれたと感じた他人は、登録異議の申立てをするか、商標登録を無効にすることについて審判を請求することができるから、この点において、他人の人格権も一定程度保護されると考えられる。

（ⅱ）商標法の目的との関係

構成中に他人の氏名を含む商標であっても、他人が一定の知名度を有しない場合、商標登録が可能となることから、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。

また、一定の知名度を有する他人との関係で登録を認めないことにより、取引秩序の維持に資するものといえ、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護にも合致すると考えられる。

（ⅲ）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案２を採用した場合、デザイナー等の氏名を含む商標に対する商標登録のニーズに応えることが可能となる。ただし、この案では、氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念がある。また、条文にない要件を課す運用であり、法的安定性にも欠ける。これらの点において、案２が現行制度の問題点であるブランドの保護に的確に応えたといえるのかは疑問である。

（ⅳ）その他の懸念点

案２のような解釈により条文にない要件を課すことは、裁判例において繰り返し否定されている（知財高判平成 28 年８月 10 日（平成 28 年（行ケ）第 10065 号）〔山岸一雄大勝軒事件〕、知財高判令和元年８月７日（平成 31 年（行ケ）第 10037 号）〔KEN KIKUCHI 事件〕、知財高判令和２年７月 29 日（令和２年（行ケ）第 10006 号）〔The Soloist 事件〕等）。

また、本規定の「他人の氏名」について、解釈により周知・著名の限定を付すことは、条文の構造に照らしても無理があるといえる。本規定は「雅号、芸名若しくは筆名」及び「略称」について「著名な」という要件を付す一方、「他人の氏名」については「著名な」という要件を付していないためである。

（ⅴ）他国・地域の制度との比較

調査対象国・地域において、条文の根拠なく、案２のような制度を採用しているものは確認できなかった。

（ⅵ）小括

案２は、知財高裁判決において繰り返し示されてきた解釈に反しており、条文構造に照らしても無理のある解釈といえることから、運用により実現することは困難と考えられる。

したがって、他人の氏名に一定の知名度に係る要件を付すならば、運用ではなく法改正によるべきと考えられる。

なお、上記の「先取り」の懸念点については、後の「２．２．２主要な課題の検討」において述べる既存の制度の活用及び運用等の改善により手当が可能と考えられる。

（３）案３：出願商標が周知又は著名である場合は本規定を適用しないとする運用

案３は、出願商標が氏名を含むものであっても、当該商標が出願人（又はこれに準ずる者）の出所表示として周知又は著名である場合は、本規定を適用しないとする運用である。

（ｉ）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係

案３を採用した場合、人格権が損なわれたと感じた他人は、登録異議の申立てをするか、商標登録を無効にすることについて審判を請求することができるから、この点において、他人の人格権も一定程度保護されると考えられる。もっとも、案３のような場合、そもそも人格権侵害に当たらないという解釈もあり得る（第Ⅲ部人格権の有識者ヒアリング結果）。

（ⅱ）商標法の目的との関係

他人の氏名を含む商標であっても、出願人の出所表示として周知又は著名な商標は登録可能となることから、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。

また、商標の出所表示機能に着目した要件を課すことにより、取引秩序の維持に資するものといえ、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護にも合致すると考えられる。

（ⅲ）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案３を採用した場合、周知又は著名な氏名商標（著名なデザイナーの氏名商標等）との関係では、商標登録のニーズに応えることが可能となる一方で、周知又は著名でない商標（新興のデザイナーの氏名商標等）のニーズに応えることができない。

また、案３は、次に述べるマツモトキヨシ音商標事件の判決を基礎として検討される案であるが、あくまで運用変更案であり法的安定性を欠く点で、周知又は著名な氏名商標との関係においても、ニーズを十分に満たすものとはいえない可能性がある。

（ⅳ）マツモトキヨシ音商標事件の判決について

（Ａ）案３とマツモトキヨシ音商標判決の関係

マツモトキヨシ音商標事件の判決では「音商標を構成する音と同一の称呼の氏名の者が存在するとしても、取引の実情に照らし、商標登録出願時において、音商標に接した者が、普通は、音商標を構成する音から人の氏名を連想、想起するものと認められないときは、当該音は一般に人の氏名を指し示すものとして認識されるものといえないから、当該音商標は、同号の「他人の氏名」を含む商標に当たるものと認めることはできない」とされた。

同判決では、上記「取引の実情」の考慮要素の一つとして、商標の周知性が考慮されて

いる。
案３は、マツモトキヨシ音商標事件の判決で示された「取引の実情」を勘案した運用であり、この点において、同判決と整合すると考えられる。

（Ｂ）マツモトキヨシ音商標事件の射程に関する有識者の意見
マツモトキヨシ音商標事件の射程について、有識者からは、音商標に限定されると解釈する意見､限定されないと解釈する意見が見られた(第Ⅲ部知財の有識者ヒアリング結果)。
音商標に限定されないと解釈する意見の中には、①商標が極めて著名な場合にも適用可能であるとする意見、②デザイン化された文字商標や図形を伴う文字商標にも適用可能であるとする意見があった。

（ⅴ）その他の懸念点
商標の出所表示機能に着目した要件を課す案であるところ、権利移転の場合や、事後的に周知・著名性が失われた場合の取扱いが問題となり得る。

（ⅵ）他国・地域の制度との比較
調査対象国･地域において､案３のような制度を採用しているものは確認できなかった。

（ⅶ）小括
案３は、周知又は著名な氏名商標（著名なデザイナーの氏名商標等）であっても商標を登録することができない場合があるという喫緊の課題の一つを解決することが可能な運用と考えられる。上記の有識者の意見も踏まえ、採用の可否、採用可能である場合には、その範囲について、慎重な議論が望まれる。
ただし、出願商標が周知又は著名なものに限り登録を認める運用であることから、周知又は著名に至っていない氏名ブランドの保護に欠け、現行制度の問題点への対応策としては不十分であるとも考えられる。

（４）案４：利益衡量を行う運用
案４は、出願人において氏名を商標として使用する必要性の程度が高い場合、かつ出願商標の態様、指定商品・役務に鑑みて、他人の利益を侵害する可能性が低い場合は、本規定を適用しないとする運用である。

（ⅰ）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係
案４を採用した場合、他人の利益を侵害する可能性が低いもののみが登録されることから、他人の人格権の保護に資する案と考えられる。

（ⅱ）商標法の目的との関係
他人の氏名を含む商標であっても、氏名商標を使用する必要性が認められ、かつ他人の利益を侵害する可能性が低い場合には商標が登録可能となることから、商標の使用をする

者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。

また、出願人の商標を使用する必要性や他人の知名度の衡量が適切になされる場合には、取引秩序の維持に資するものといえ、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護にも合致すると考えられる。

（iii）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案４を採用した場合、デザイナー等の氏名を含む商標に対する商標登録のニーズに応えることが可能となる。ただし、個別具体的に判断されるため、登録について予見可能性に乏しい。また、この案も運用変更案であることから、法的安定性に欠ける点は上記各案と同様である。

（iv）その他の懸念点

利益衡量を行うという考え方は、本規定を「出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名、名称等に係る人格的利益の調整を図る趣旨の規定」としたマツモトキヨシ音商標事件の考え方とも整合する。

しかしながら、案４を審査において実現することは困難と考えられる。なぜなら、案４の運用には、例えば「出願人において氏名を商標として使用する必要性の程度が高い場合、かつ、出願商標の態様、指定商品・役務に鑑みて、他人の利益を侵害する可能性が低い場合」の基準を具体的に定める必要があるが、そもそも「他人の人格的利益を侵害する可能性」の判断は、通常の商標審査とは考慮事項が著しく異なるものであり、画一性・迅速性の求められる商標審査に馴染まないと考えられるためである。

（v）他国・地域の制度との比較

調査対象国・地域において、案４のような制度を採用しているものは確認できなかった。

（vi）小括

案４は、出願人と「他人」との利益衡量を図るという点では理想的と考えられるものの、審査の困難性の問題は大きく、採用は難しいものと考えられる。

（５）案５：文字種まで完全一致である場合のみ拒絶理由とする運用

案５は、出願商標に含まれる氏名と「他人の氏名」が文字種まで完全に一致する場合のみ、審査の拒絶理由とする運用である。

（i）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係

案５を採用した場合、人格権が損なわれたと感じた他人は、登録異議の申立てをするか、商標登録を無効にすることについて審判を請求することができるため、この点において、他人の人格権も保護され得ると考えられる。ただし、この案は、商標に含まれる氏名を有する他人に監視負担や無効審判等を提起する負担を強いる点に問題がある。

（ⅱ）商標法の目的との関係

他人の氏名を含む商標であっても、文字種まで完全に一致する場合を除き商標が登録可能となることから、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。

もっとも、欧文字等の表記や図形を付す等することにより氏名商標を比較的容易に登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれがあり、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護には合致しない可能性がある。

（ⅲ）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案５を採用した場合、デザイナー等の氏名を含む商標に対する商標登録のニーズに応えることが、おおむね可能となる（同姓同名の他人がいた場合であっても、欧文字表記等で出願し登録を得られる可能性がある。）。ただし、この案では、比較的容易に商標登録が認められることから、氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念が大きい。また、法的安定性にも欠ける。これらの点において、デザイナー等のニーズに対し、案５が的確に応えたといえるのかは疑問である。

（ⅳ）その他の懸念点

案５の運用は、条文にない要件を付加するものであることに加え、欧文字表記の氏名も本規定の「氏名」に含まれることを前提とする近年の裁判例に反するものである（知財高判令和元年８月７日（平成 31 年（行ケ）第 10037 号）〔KEN KIKUCHI 事件〕、知財高判令和２年７月 29 日（令和２年（行ケ）第 10006 号）〔The Soloist 事件〕）。

また、この案は、利益を得る側（出願人）の負担が軽くなる一方、利益を得る立場にない側（他人）の監視負担が重くなるという点において、不合理な運用と考えられる。

（ⅴ）他国・地域の制度との比較

調査対象国・地域において、案５のような制度を採用しているものは確認できなかった。

（ⅵ）小括

上記の「先取り」の懸念点については、後の「２．２．２主要な課題の検討」において述べる既存の制度の活用及び運用等の改善により手当が可能と考えられるものの、案５は、条文にない要件を付加する運用であること、知財高裁判決において示された判断に反すること等を踏まえ、検討対象から除外することとした。

１．４．２　法改正

（１）案６：本規定から「他人の氏名」を削除する法改正

案６は、本規定のうち「他人の氏名」については拒絶理由の対象から除外する（他人による登録異議の申立てや無効審判の請求については可能とする）法改正である。

（ｉ）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係

案６を採用した場合、人格権が損なわれたと感じた他人は、登録異議の申立てをするか、商標登録を無効にすることについて審判を請求することができるから、この点において、他人の人格権も保護され得ると考えられる。ただし、この案は、商標に含まれる氏名を有する他人に監視負担や無効審判等を提起する負担を強いる点に問題がある。

（ii）商標法の目的との関係

他人の氏名を含む商標であっても、商標登録が可能となることから、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。

もっとも、氏名商標が容易に登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれがあり、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護には合致しない可能性がある。

（iii）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案６を採用した場合、デザイナー等の氏名を含む商標に対する商標登録のニーズに応えることが可能となる。ただし、この案は、「他人の氏名」について無審査となることで、氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念が大きい。この点において、デザイナー等のニーズに対し、案６が的確に応えたといえるのかは疑問である。

（iv）その他の懸念点

案６を採用した場合、「他人の氏名」について無審査となるが、異議申立てや無効審判請求は可能であるため、商標権の帰趨が不安定となる。そして、このような制度は、審査主義を原則とする日本の制度と整合しないと考えられる。また、案６は、利益を得る側（出願人）の負担が軽くなる一方、利益を得る立場にない側（他人）の監視負担等が重くなるという点において、不合理な制度と考えられる。

（v）他国・地域の制度との比較

ドイツ及びフランスの制度は、商標の構成中に他人の氏名を含むことは審査の拒絶理由とならず、無効理由として初めて他人の氏名権が争われる点で、案６と類似する。

もっとも、ドイツ及びフランスにおいて、氏名権の侵害に基づく無効が認められるのは、「他人の氏名」が一定の知名度を有する場合等に限定されている。

（vi）小括

上記の「先取り」の懸念点については、後の「２．２．２主要な課題の検討」において述べる既存の制度の活用及び運用等の改善により手当が可能と考えられるものの、その他の制度上の問題が大きいことから、案６については検討対象から除外することとした。

（２）案７：他人の氏名に一定の知名度に係る要件を付す法改正

案７は、本規定の「他人の氏名」に、一定の知名度に係る要件を付す法改正である。審

査に関しては案２の法改正版となるが、一定の知名度を有しない他人は、商標登録を取消す又は無効にすることができなくなる点で案２と相違する。

（ｉ）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係

案７を採用した場合、一定の知名度を有する他人の人格権は保護されるが、これに該当しない他人は、商標登録を取消す又は商標権を無効にすることができなくなるから、この点において、他人の人格権が保護されない可能性が生じる。

（ii）商標法の目的との関係

他人の氏名を含む商標であっても、他人が一定の知名度を有しない限り商標登録が可能となることから、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。

また、一定の知名度を有する他人との関係で登録を認めないことにより、取引秩序の維持に資するものといえ、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護にも合致すると考えられる。

（iii）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案７を採用した場合、一定の知名度を有する他人がいない限り、デザイナー等の氏名を含む商標に対する商標登録のニーズに応えることが可能となる。ただし、この案でも、氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念がある。

（iv）その他の懸念点

事後的に他人の氏名が知名度を獲得した場合の取扱いが問題となり得る。また、一定の知名度を有しない他人の人格権について配慮すべき場合がないか（例えば、社会的なイメージが良くない業種又は役務において氏名商標の登録を認める場合）、検討が必要となる（第Ⅲ部知財及び人格権の有識者ヒアリング結果）。

（ｖ）他国・地域の制度との比較

米国、中国及び韓国の商標制度は、商標の構成中に一定の知名度を有する「他人の氏名」を含むことが拒絶理由等となっており、案７と類似する。これらの国では、大きな問題なく当該制度が運用されている。

（vi）小括

案７は、他人の氏名を含む商標であっても、一定の知名度を有する他人がいない場合には、商標登録を可能とするものであるところ、新興のデザイナー等の氏名商標も含めて商標権による保護を受けることが可能となり、商標権取得のニーズに幅広く応えることができる案と考えられる。案３及び後述の案８とは異なり、周知又は著名でない氏名商標の商標権取得のニーズにも応えることができる点で、案７は現行制度の課題の解決に資する抜本的な改正案と考えられる。また、複数の国において類似の制度が大きな問題なく運用さ

れていることからも、案７は肯定的に評価できる。
なお、上記の懸念点については、後の「２．２．２主要な課題の検討」において述べる既存の制度の活用及び運用等の改善により手当が可能と考えられる。

（３）案８：出願商標が周知又は著名である場合は本規定を適用しないとする法改正

案８は、案３の法改正版であり、出願商標が出願人（又はこれに準ずる者）の出所表示として周知・著名である場合は、本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。

（ｉ）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係

案８を採用した場合、周知・著名な商標に含まれる氏名と同じ氏名の他人は、商標登録を取消す又は商標権を無効にすることができなくなるから、この点において、他人の人格権は保護されない（他人が周知・著名であっても保護されない。）。ただし、案８のような場合、そもそも人格権侵害に当たらないという解釈もあり得る（第Ⅲ部人格権の有識者ヒアリング結果）。

（ⅱ）商標法の目的との関係

他人の氏名を含む商標であっても、出願人の出所表示として周知又は著名な商標が保護されることから、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。
また、商標の出所表示機能に着目した要件を課すことにより、取引秩序の維持に資するものといえ、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護にも合致すると考えられる。

（ⅲ）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案８を採用した場合、周知又は著名な氏名商標（著名なデザイナーの氏名商標等）との関係では、商標登録のニーズに応えることが可能となる。他方で、周知又は著名でない氏名商標（新興デザイナーの氏名商標等）のニーズには応えることができない。

（ⅳ）その他の懸念点

商標の出所表示機能に着目し登録を認める制度であるところ、権利移転の場合や、事後的に周知・著名性が失われた場合の取扱いが問題となり得る（第Ⅲ部知財の有識者ヒアリング結果）。仮に権利移転の制限等の措置を設けた場合には商標としてのビジネス上の使い勝手が悪くなるとも考えられる。

（ⅴ）他国・地域の制度との比較

調査対象国･地域において､案８のような制度を採用しているものは確認できなかった。

（ⅵ）小括

案８は、周知又は著名な氏名商標（著名なデザイナーの氏名商標等）であっても商標を

登録することができない場合があるという喫緊の課題の一つを解決することが可能な運用と考えられる。

ただし、出願商標が周知又は著名な場合に限られることから、周知又は著名に至っていない氏名ブランドの保護に欠け、現行制度の問題点への対応策としては不十分であるとも考えられる。

（４）案９：利益衡量の規定を設ける法改正

案９は、案４の法改正版であり、出願人において氏名を商標として使用する必要性の程度が高い場合、かつ、出願商標の態様、指定商品・役務に鑑みて、他人の利益を侵害する可能性が低い場合は本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。

（ｉ）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係

案９を採用した場合、他人の利益を侵害する可能性が低いもののみが登録されることから、他人の人格権の保護に資する案と考えられる。

（ii）商標法の目的との関係

他人の氏名を含む商標であっても、氏名商標を使用する必要性が認められ、かつ他人の利益を侵害する可能性が低い場合には商標が保護されることから、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。

また、出願人の商標を使用する必要性や他人の知名度の衡量が適切になされる場合には、取引秩序の維持に資するものといえ、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護にも合致すると考えられる。

（iii）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案９を採用した場合、デザイナー等の氏名を含む商標に対する商標登録のニーズに応えることが可能となる。ただし、個別具体的に判断されるため、登録について予見可能性に乏しい。

（iv）その他の懸念点

上記案４同様に、案９を審査において実現することは困難と考えられる。

（ｖ）他国・地域の制度との比較

調査対象国・地域において、案９のような制度を採用しているものは確認できなかった。

（vi）小括

案９は、出願人と「他人」との利益衡量を図るという点では理想的と考えられるものの、審査の困難性の問題は大きく、採用は難しいものと考えられる。

（5）案 10：自己氏名を含む商標の場合は適用しないとする法改正

案 10 は、出願商標が出願人の自己氏名を含む商標である場合には、本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。

（ⅰ）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係

案 10 を採用した場合、出願人の自己氏名と同じ氏名の他人は、商標登録を取消す又は商標権を無効にすることができなくなるから、この点において、他人の人格権は保護されない。

（ⅱ）商標法の目的との関係

他人の氏名を含む商標であっても、出願商標が出願人の自己氏名を含む商標である場合は商標が保護されることから、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。

もっとも、自己氏名であれば、容易に氏名商標を登録できてしまうことから、既に一定の知名度を有する他人と同一の氏名を有する者が自己氏名を商標出願・登録する等、制度が濫用されることで、取引秩序を乱すおそれがあり、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護には合致しない可能性がある。

（ⅲ）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案 10 を採用した場合、デザイナー等の氏名を含む商標に対する商標登録のニーズに応えることが可能となる。ただし、「自己氏名」の解釈・運用によっては、氏名を有する本人しか登録できない（例：デザイナーが所属する企業は登録できない）といった問題が生じ得る。他方、どこまで「自己氏名」に含むかの線引きもまた容易ではない。また、同姓同名の者が存在する場合には商標登録出願の競争となり、先取りされてしまう可能性がある。

（ⅳ）その他の懸念点

出願人と商標に含まれる氏名との合致（関連性）に着目し登録を認める制度であるところ、権利が移転され、「自己氏名」に該当しなくなった場合の取扱いが問題となり得る（第Ⅲ部知財及び人格権の有識者ヒアリング結果）。仮に権利移転の制限等の措置を設けた場合には商標としてのビジネス上の使い勝手が悪くなるとも考えられる。

また、なぜ自己の氏名を含む商標であれば、他人の人格権を考慮することなく商標登録を認めてよいのかについて、合理的な説明が困難である可能性がある（第Ⅲ部知財及び人格権の有識者ヒアリング結果）。

（ⅴ）他国・地域の制度との比較

調査対象国・地域において、案 10 のような制度を採用しているものは確認できなかった。

（vi）小括

案 10 は、一見すると、自己の氏名をブランド化してビジネスを行おうとする者のニーズに応えることができる案のように見受けられるが、実際の出願状況に照らし、「自己氏名」の該当性に疑義が生じる可能性があり、現行制度の課題を抜本的に解決する案とはいえない。その他の懸念点も併せ考慮すると、案 10 の採用は困難と考えられる。

なお、上記の「先取り」の懸念点については、他の案同様に、後の「２．２．２主要な課題の検討」において述べる既存の制度の活用及び運用等の改善により手当が可能と考えられる。

（６）案 11：案７と案 10 を組み合わせた法改正

案 11 は、出願商標が出願人の自己氏名を含む商標であり、かつ、一定の知名度を有する他人がいない場合には、本規定を適用しないという規定を新たに設ける法改正である。

（ｉ）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係

案 11 を採用した場合、一定の知名度を有しない他人は、商標登録を取消す又は商標権を無効にすることができなくなるから、この点において、他人の人格権は保護されない。

（ii）商標法の目的との関係

他人の氏名を含む商標であっても、出願商標が出願人の自己氏名を含む商標であり、かつ一定の知名度を有する他人がいない場合は商標登録が可能となることから、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。

また、一定の知名度を有する他人との関係で登録を認めないことにより、取引秩序の維持に資するものといえ、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護にも合致すると考えられる。

（iii）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案 11 を採用した場合、デザイナー等の氏名を含む商標に対する商標登録のニーズに応えることが可能となる。ただし、「自己氏名」の解釈によっては、本人しか登録できない（例：デザイナーが所属する企業は登録できない）といった問題が生じ得る。他方、どこまで「自己氏名」に含むかの線引きもまた容易ではない。

（iv）その他の懸念点

上記案７及び案 10 と同様の懸念点が考えられる。

（ｖ）他国・地域の制度との比較

調査対象国・地域において、案 11 のような制度を採用しているものは確認できなかった。

（vi）小括

案７と共通する懸念点については、後の「２．２．２主要な課題の検討」において述べる既存の制度の活用及び運用等の改善により手当が可能と考えられるものの、その他の懸念点が多く、採用は困難と考えられる。

（７）案 12：「含む」を「普通に用いられる方法で表示する」等に変える法改正

案 12 は、本規定の「含む」を、「普通に用いられる方法で表示する」等に変更する法改正である。

（ｉ）本規定の趣旨（他人の人格権の保護）との関係

案 12 を採用した場合、他人は、図形を付す等された氏名商標については、商標登録を取消す又は商標権を無効にすることができなくなるから、この点において、他人の人格権は保護されない。

（ii）商標法の目的との関係

「普通に用いられる方法で表示する」ものでない商標（例：図形的要素と結合した商標）については、他人の氏名を含む商標であっても登録可能となることから、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることが可能となる点において、商標法の目的に合致すると考えられる。

もっとも、図形的要素を付す等することにより氏名商標を比較的容易に登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれがあり、商標法の目的のうち、需要者の利益の保護には合致しない可能性がある。

（iii）現行制度の問題点（ニーズ）との関係

案 12 を採用した場合、デザイナー等の氏名を含む商標に対する商標登録のニーズに応えることが可能となる。ただし、この案では、比較的容易に商標登録が認められることから、氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念が大きい。

（iv）その他の懸念点

「普通に用いられる方法で表示する」という用語は、商標法第３条第１項第１号、第３号及び第４号、第７条の２第１項第１号ないし第３号並びに第 26 条第１項第１号ないし第３号において、自他商品・自他役務の識別力あるいは出所表示機能を欠く場合に用いられている。氏名を含む商標は、現行法では識別力を有することが原則と解されることから（商標法第３条第１項第４号参照）、「普通に用いられる方法で表示する」という用語を商標法第４条で用いることは、現行の法体系に整合しない可能性がある。

（v）他国・地域の制度との比較

調査対象国・地域において、案 12 のような制度を採用しているものは確認できなかった。

（vi）小括

上記の「先取り」の懸念点については、後の「２．２．２主要な課題の検討」において述べる既存の制度の活用及び運用等の改善により手当が可能と考えられるものの、案 12 は、現行の法体系に整合しない可能性を含め懸念点が多いことから、採用は困難と考えられる。

１．４．３　各選択肢についてのまとめ

１．４．１及び１．４．２で述べた各案について、①本規定の趣旨との関係、②法目的・本規定の課題（ニーズ）との関係、③その他の懸念点、④他国の制度との比較の観点から整理すると、次のとおりとなる。

（1）運用変更案

表 17. 他人の氏名等を含む商標の運用変更案の評価

対策案			本規定の趣旨との関係（他人の氏名に係る人格的利益の保護）	法目的や本規定の課題（ニーズ）との関係		その他の懸念点	他国の制度との比較
				商標登録を受ける利益	需要者の利益		
審査の運用見直し	1	審査における拒絶理由としない。（異議申立/無効審判請求を待って判断）	×	△	×	×	ー
			他人の氏名に係る人格的利益は考慮されない。	容易に登録は得られるが、法的安定性に欠ける。	氏名商標が自由に登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれが高い。	・商標法第４条の不登録事由としての位置付けに反する。 ・「他人」の監視等の負担が大きい。 ・知財高裁判決（「なお」書で、上記の二点に言及したものあり）に整合しない。	該当なし。
	2	「他人の氏名」が一定の知名度を有する場合のみ審査の拒絶理由とする。	△	△	○	×	ー
			「他人」が一定の知名度を有する場合を除き、考慮されない。	・一定の知名度を有する「他人」が存在しない限り登録可能。新興デザイナーの氏名商標も保護。 ・法的安定性に欠ける。	一定の知名度を有する他人との関係で登録を認めないことにより、取引秩序の維持に資する。	・「他人の氏名」に条文にない要件（一定の知名度）を付加している。 ・知財高裁判決（複数あり）に整合しない。	該当なし。（米国・韓国・中国に類似の制度はあるが、基本的には条文上の根拠あり。）
	3	出願商標が氏名を含むものであっても、当該商標が出願人（又はこれに準じる者）の出所表示として周知・著名である場合には、4条1項８号を適用しない。	△	△	○	△	ー
			出願商標が周知・著名である場合、考慮されない。	・法的安定性に欠ける（マツモトキヨシ音商標事件の評価による）。 ・新興デザイナーの氏名商標等、周知・著名でないものは保護対象外。	商標の出所表示機能に着目した要件であり、取引秩序の維持に資する。	権利移転の場合、事後的に周知性が失われた場合の取扱いの問題。	該当なし。
	4	運用見直しとして、利益衡量を行う。	◎	△	○	×	ー
			出願人と「他人」との利益衡量を図るという点は理想的。	・法的安定性に欠ける（マツモトキヨシ音商標事件の評価による）。 ・個別具体的に判断されるため予見可能性を欠く。	出願人の商標を使用する必要性や他人の知名度の衡量が適切になされる場合には、案２・３に準じ、取引秩序の維持に資する。	審査が困難。	該当なし。

	5	出願商標に含まれる氏名と「他人の氏名」が文字種まで完全に一致する場合のみ、審査の拒絶理由とする。	△ 文字種の一致しない商標については、考慮されない。	△ 容易に登録は得られるが、法的安定性に欠ける。	△ アルファベット等の表記により、氏名商標を比較的容易に登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれあり。	× ・「他人の氏名」に条文にない要件（文字種の一致）を付加している。 ・知財高裁判決（複数あり）に整合しない。	－ 該当なし。

（2） 法改正案

表 18. 他人の氏名等を含む商標の法改正案の評価

対策案			本規定の趣旨との関係（他人の氏名に係る人格的利益の保護）	法目的や本規定の課題（ニーズ）との関係		その他の懸念点	他国の制度との比較
				商標登録を受ける利益	需要者の利益		
法改正	6	４条１項８号から「氏名」を削除する。（異議申立事由/無効事由追加）	× 他人の氏名に係る人格的利益は考慮されない。	△ 容易に登録は得られるが、法的安定性に欠ける。	× 氏名商標が自由に登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれが高い。	× ・審査主義を原則とする日本の制度と整合しない。 ・「他人」の監視等の負担が大きい。 ・氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念。	△ 異議・無効で「他人」の一定の知名度を要件とする場合、ドイツ・フランス（※）に類似の制度があり、大きな問題なく、運用されている。 ※審査段階では、絶対的拒絶理由のみ審査
	7	４条１項８号の「他人の氏名」に一定の知名度に係る要件を付す。	△ 「他人」が一定の知名度を有する場合を除き、考慮されない。	○ ・一定の知名度を有する「他人」が存在しない限り登録可能。新興デザイナーの氏名商標も保護。 ・予見可能性に資する。	○ 一定の知名度を有する他人との関係で登録を認めないことにより、取引秩序の維持に寄与。	△ ・氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念。 ・事後的に他人の氏名が知名度を獲得した場合の取扱いの問題。	◎ 米国・韓国・中国において、類似の制度が採用され、大きな問題なく、運用されている。
	8	出願商標が出願人（又はこれに準じる者）の出所表示として周知・著名である場合には、4条1項８号を適用しないと規定する。	△ 出願商標が周知・著名である場合、考慮されない。	△ 新興デザイナーの氏名商標等、周知・著名でないものは保護対象外。	○ 商標の出所表示機能に着目した要件であり、取引秩序の維持に寄与。	△ 権利移転の場合、事後的に周知性が失われた場合の取扱いの問題。	－ 該当なし。
	9	利益衡量の規定を置く。	◎ 出願人と「他人」との利益衡量を図るという点は理想的。	△ 個別具体的に判断されるため予見可能性を欠く。	○ 出願人の商標を使用する必要性や他人の知名度の衡量が適切になされる場合には、案７・８に準じ、取引秩序の維持に寄与。	× 審査が困難。	－ 該当なし。

	10	出願商標が出願人の自己氏名を含む商標である場合には、４条１項８号を適用しないと規定する。	△ 出願商標が自己氏名を含む商標である場合、考慮されない。	△ 「自己氏名」の解釈によっては、ニーズを満たせない可能性。	△ 自己氏名であれば、容易に氏名商標を登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれあり。	△ ・先取りの問題。 ・権利移転の場合の取扱いの問題。 ・自己氏名を含む場合、「他人」の人格権を考慮しなくていいことについて、合理的説明が困難な可能性。	－ 該当なし。
	11	７と10の組合せ	△ （上記７・10参照）	△ （上記７・10参照）	○ （上記７・10参照）	△ （上記７・10参照）	－
	12	氏名を「含む」の文言を「普通に用いられる方法で表示する」等に変更する。	△ 「普通に用いられる方法で表示」されていない商標については、考慮されない。	○ デザイン化等することで容易に登録を得られる。	△ デザイン化等することで容易に氏名商標を登録できてしまうことから、取引秩序を乱すおそれあり。	× ・商標法第４条の法体系に整合しない。 ・氏名と関連性を有しない者による商標先取りの懸念。	－ 該当なし。

２．　他人の氏名等を含む商標に関する制度の在り方（本委員会での検討）

２．１　制度見直しの方向性

まず、運用変更に関する案１から案５までについてみると、これらの案ではユーザーニーズを十分には満たすことができず、また、案３を除くと、審査が困難、法律や裁判例に整合しない等の何らかの大きな懸念が存在することが指摘できる。

次に、法改正に関する案６から案12までについて見ると、案７及び案８を除き、審査が困難、日本の法制度・法体系と合致しない、ビジネス上の使い勝手が悪い等の何らかの大きな懸念が存在することが指摘できる。また、案７と案８を比較すると、案７の方がユーザーニーズを満たすことができる案であるといえる。

以上を勘案すると、案１から案12までのうち、最も現実的かつ有効な案は、案７（他人の氏名に一定の知名度に係る要件を付す法改正案）と考えられる。

本委員会においても、案７に賛同する意見が多くみられた。また、一定の知名度については、著名までは要求されず、指定商品・役務から一定の広がりを考慮した範囲の需要者の間で周知であればよいのではないかとの意見が多かった。案９と案 10 を踏まえた見直し案を支持する意見もあったが、この案では審査の困難性や「自己の氏名」の範囲が問題となり得ることが付言された。

（石井委員）

出願人側の諸事情及び出願に係る商標と同一の氏名の保有者（他人）の保護すべき人格的利益には様々な状況が想定されるところ、その利益衡量の図り方としては、他人に周知性の限定を付すというのが、現実的で、客観性を持つというところでは妥当であると考える。

他人の氏名について周知性があれば足りるか著名性まで要求するかについては、雅号、

略称等が著名性を要求していることとのバランスを考えることが必要である。この点、これらの場合は、雅号等は他人によって基本的には自由に選択し恣意的に使われやすく、必ずしも雅号との結びつきが強いとも言い難いが、一方で、出願人側にとって、雅号等は同じく基本的には自由に選択できるため、必ずしもその雅号の出願・登録を認める必要性が高いとまではいえない。このような利益の対立の中で、他人側に著名性が要求されている。これに対して、氏名の場合、他人にとって氏名は容易に変更できるものでなく、本人との結びつきが雅号に比べてより強く、人格的利益を保護する必要性が高い。

一方で、出願人側にとっても、仮に自己の氏名を出願する場合には、その出願人にとっても自己の氏名そのものは容易に変えられないところ、他人の氏名と重複する場合には別の商標を選べばいいとは言っても、やはりデザイナー等であれば、自己氏名を出願したいという必要性がある。このように、出願人・他人ともに自己の氏名同士というのであれば出願する必要性も高いし、第三者（他人）の人格的利益も高く、その中でのせめぎ合いとして、他人の氏名について周知性で足りるのか著名性まで要求して、出願人の登録可能性を広げるのかというのは、より一層慎重な検討が必要になると考えられる。

これに対して、仮に他人の氏名の周知や著名性という要件のみを付し、出願人側にとっては自己氏名という限定を付さず他人の氏名であっても出願が認められ得るという制度設計（案７）にするのであれば、自己の氏名でない人でも出願する可能性がある。その場合は、当該他人側の人格的利益の保護の観点からすると、周囲が自己と結び付けて認識するような氏名を他人の商標として独占されたくないという利益を保護すべきであると考えられる。そういう意味では、８号について出願人側の事情を要件とすることなく他人側の氏名の状況のみで判断する場合には、どちらかといえば周知の方がバランスを取りやすく妥当ではないか。

今後検討すべき事項としては、有識者から指摘のあった問題点や、そのような取りこぼしが出るものを、第４条第１項第７号でどのようにフォローするか、同号に規定する「公序良俗」で拾える部分があるのか。現在は、歴史上の人物や故人は同号でかなり救われていると思われるが、今後は、８号での取りこぼしを７号なり自己使用の意思なり他の条項でフォローできるか、７号の適用範囲の肥大化への懸念に配慮しつつ詰めることと、上記のとおり「周知・著名」の中身を詰める作業が必要になってくるであろう。

（大西委員）

他人の人格権の保護を考えなければいけない場面というのは、本当をいうと、単に商標に他人の氏名が含まれているからではなくて、その他人を他の人が想起できるから、人格権の侵害が起こり得るかもしれないということではないか。そのような意味では、本当は認知されている程度を見ていくということが必要。ただ、その審査方法等を考えていくと、落としどころは周知もしくは著名ということであろう。「周知」と一言に言っても、規定に照らして捉え方が変わり得るので、８号での周知をどのように捉えるのかが、ポイントになると思う。

雅号、芸名、筆名では、著名性を求めているのは恣意的に選んだものだからということが理由であるところ、８号が人格権の保護を掲げていることになると、著名まで求め

てしまうと行き過ぎで、やはり周知ということになろうか。周知の範囲は、日本における類似群の運用を考慮すると、指定商品・役務を中心として、ある程度、広がりのある範囲の需要者でよいのではないか。

（中川委員）

今回のヒアリング結果や調査内容で示された他国の例や社会のニーズ、法制度上の課題を踏まえると、この法改正の対策案７で、他人の側に周知性要件を課していくという方向性が一番良いのではないか。

また、人格権の有識者からは、偶然に他人の氏名を含むことになった場合に、それが民法上の不法行為になるかどうかという質問に関して、民法上の人格権としての氏名権侵害の有無については､侵害とならないか又は侵害があったとしても違法性が阻却され、最終的に侵害としては扱われなくなる位置づけとなる可能性が高いとの指摘があった。

また、民法上の人格権の議論と、それを超えて商標法でどこまで人格的に利益を保護するかというのは､別の判断だということが明確に示されているところ､明治 42 年の商標法全面改正で現在の４条１項８号に相当する登録要件が導入された際に、あえて民法で保護されないものを商標法でカバーするのだといったような明示的な議論がなされていたという事情は特にないと理解しており、そのような観点からも、一定の線引きをするという意味で、対策案７の他人の周知性の要件は落としどころとして合理性を持つのではないか。

海外との比較等も含めた観点から､「需要者に広く知られた」という第４条第１項第 10 号と同程度の周知性という方向性も十分あり得るだろう。

（金子委員）

基本的には、氏名権やパブリシティ権の侵害の問題と商標を取得するという問題は分けて議論すべき。個人的には、何の利害関係も有していない明らかに無関係の他人の氏名については、それが氏名権の侵害にならないとしても、積極的に登録を認めるべきでないと考える。１つの立場として利益衡量の案（案９）と自己の氏名を除外する案（案 10）の合わせ技のような考え方で、例えば､「当該氏名が出願人自身の氏名である場合などの正当な利益を有する場合を除く」と規定し、あるいは商標法第４条第２項又は３項の次あたりに､「出願人自身の氏名であるなどの正当な利益を有する場合には、これを適用しない」等の条文を設け調整することが考えられる。ただ、やはり「正当な利益」を商標登録の要件としてしまうと、出願審査が大変になる点は問題。また、出願人自身の氏名であるという場合はよいとして、それ以外の場合にどこまで自己の氏名と同視してよいのかも問題。このように「正当な利益」の要件が運用に耐えられないということを踏まえ、何らの正当な利益なく出願しているようなものについて別の規定（商標法第４条第１項第７号、使用意思等）でも対応できるというのであれば、そういう形で対応するのも手であろう。

需要者がその商品の名称に接した場合にどのような認識をするかという点や、国際的な調和を考えると、立法趣旨における利益衡量の一つの線としては、他人の氏名につい

て一定の認識がされているというものであれば、承諾を得ていなければ登録を認めないというのは、一つの説明の方向性なのではないか。そのような立場から、周知・著名の程度についてどう考えるかは、基本的な要件としては、本規定の後段については現行の著名なという要件を残した上で、他人の氏名というところに、需要者の間に広く認識されているという、いわゆる周知に対応する文言を付加するような改正がよいのではないか。条文のあり方としては、指定商品・役務の需要者にとって特定の人を想起させるようなものという書き方もあり得るかもしれない。

２．２　法改正（案７）について

２．２．１　条文について

案７を採用する場合は、本規定の「他人」について、一定の知名度を有するものに限定する規定を置くこととなる。その際、現行法における知名度に関する文言や解釈を参照し、知名度の内容や程度、条文の規定の在り方について検討することが必要になると考えられる。

なお、調査対象国・地域では、他人の氏名を含む商標に係る規定（拒絶理由・異議理由・無効理由とする規定）において、「他人」の一定の知名度等の要件を次のとおり解釈している。

表 19. 各国・地域における他人の氏名の知名度の判断基準

		米国	欧州	ドイツ	フランス	中国	韓国
一定の知名度の判断する基準	指定商品等の需要者	―	※1	―	△ ※3	△ 32条 ※5	○
	一般需要者 （広く一般に認知されているかどうか）	―	※1	○	△ ※3	○ 10条1項 7号	○
右記の「他人」が存在する場合、拒絶理由又は無効理由の対象となるか。	指定商品等の需要者を基準に知名度を有する「他人」	○	※1	○ ※2	△ ※4	△ ※6	○
	一般需要者を基準に知名度を有する「他人」 （政治家等）	○	※1	○	△ ※4	○	○

※１　各加盟国の法律による。
※２　企業名権（商標法第５条、民法第 12 条）に基づく無効理由となる。
※３　状況による。需要者に限定されるわけではない。
※４　混同のおそれや、商標と氏名とが関連づけられる可能性の有無が問題となる。
※５　関連公衆（当該人物が知名となる領域の一般の需要者）を基準にして判断される。
※６　商標法上の条文では指定商品等の需要者を基準にするとの明確な規定がないことから、拒絶理由等となるかは明らかでない。

２．２．２　主要な課題の検討

（1）　主要な課題

有識者ヒアリングの結果等を踏まえると、案７に対しては、以下の課題が指摘できる。

1. 一定の知名度を有しない他人の氏名を含む商標を、当該他人と無関係な者（赤の他人）が出願する行為は問題とならないか（「他人の氏名」の先物買い的な商標出願）。
2. （前記１と関連して）出願の時点で一定の知名度を有しない他人の氏名であっても、赤の他人に商標登録されることで人格権（人格的利益）が侵害されるケースは存在しないか。存在する場合、商標法上の他の条文で手当ての余地はあるか（特に第４条第１項第７号）
3. 構成中に氏名を有する商標の登録が先取りとなることに問題はないか。
4. 商標登録後に、その構成中に含まれる他人の氏名が一定の知名度を得た場合にはどのような扱いとすべきか。
5. 一定の知名度の判断について、審査官によってばらつきが生じるおそれはないか。
6. 自身の氏名を含む商標が他人に商標登録されたことで不快感を抱く者が、事後的に商標登録を取り消す仕組みを導入する必要はあるか。

これらの課題に関しては、委員から、以下のような意見があった。

（石井委員）

４条１項 19 号が創設された中で同号の要件を一部満たさない事例のような私益（経済的利益）が問題となるものに関しては、広く４条１項７号を適用すべきではないという見解もある。課題１．について、今後４条１項８号の要件を限定することによって、他人の氏名権の保護の取りこぼしが生じ得ることは危惧するところであるが、その歯止めとして使用意思の要件充足の検討の他に、４条１項７号の適用がどの程度認められるか。上記の 19 号と７号との関係と同じように考えるのか、氏名権侵害等の人格的利益の問題等が含まれるので、19 号等との関係の問題とは別に考えるのかの検討も必要となるであろう。

他人側の氏名について一定の知名度を有しないが、契約締結交渉等の関係にあった者同士の場合には、基本的には契約違反や信義則違反の問題として検討するのが適切であろう。

（大西委員）

課題２．については、個人と提携する企業が、出願名義についての協議終了前に断りなく当該他人の氏名を商標出願した場合には、全く無関係な他人ではなく、悪意の出願とまで評価できるかが問題になり得る。７号は単純な私人間の争いでは適応されにくいという審決もあり、７号で救えるケースとそうでないケースが出てくるのではないかとの懸念があり。

（中川委員）

課題１．について、自己の氏名に限定はしないという前提だと、このような課題は排除できない問題だとは思われる。これについては従来、悪意の出願への対応で議論されてきており、７号違反あるいは３条１項柱書違反の使用意思による運用でカバーできるのではないか。特に害意を持った悪質な出願については、使用意思で対応できるケースも多いと思う。

（金子委員）

課題６．について、不快感を抱かせるような商標の使い方については、需要者を基準に認識されないようなものについては登録されるとなっても、その登録商標の使用についてパブリシティ権や氏名権の侵害が免責されるわけではないから、これらによって氏名に対する人格的利益の侵害として救済が可能なのではないか。

課題３．について、先取りの問題が生じることは考えられるが、26 条１項１号の改正までは必要なく、あくまで現行の「普通に用いられる方法」を柔軟に解釈して対応できるのではないか。

（小塚委員長）

課題３．の先取の問題については、経過措置が必要ではないか。８号が改正され、ある時点から施行されたときに、人の氏名を含む商標が出願できるとなると、それまで出願できないので登録せずに使っていた者の利益が害される問題も起こり得る。平成 18 年改正で小売等役務商標制度を導入したときもそのような経過措置で対応したのではないか。今まで使っていたものは継続的使用権という形で使用できる一方で、制度を周知して、権利化することもできるようになったことを積極的にユーザーに働きかけることが望ましい。

課題２．で、交渉等があって全くの赤の他人とまでは言えない者が、勝手に相手方の氏名を出願した場合は、７号をそのような事例に広く適用できるかの論点もあるが、むしろ、契約、交渉関係の中で信頼を裏切って行った行為は違法であって、民事の問題としての解決も一つの方向としてあり得るのではないか。民事の問題として解決が困難な場合は、７号を認めるという考え方もあり得る。

（２）検討

（ｉ）商標に含まれる氏名と無関係な者による出願（悪意の出願等）について（前記１、２に関連）

商標に含まれる氏名と無関係な者による出願（悪意の出願等）については、現行の商標制度に基づきある程度の対応が可能であるものと考えられる。

具体的には、日本国内で周知性がある場合、出所混同のおそれがある場合については、商標法第４条第１項第 10 号又は第 15 号が適用され、また、出所混同のおそれがない場合についても、不正の目的がある場合には同第 19 号が適用される。

日本国内で周知性がなくても、海外で周知性があり、かつ、不正の目的がある場合は、商標法第４条第１項第 19 号が適用される。

そして、周知性等の知名度の有無に関わらず、出願の経緯に不正がある等により、社会公共の利益に反し又は社会の一般的道徳観念に反する商標・国際信義に反する商標には商標法第４条第１項第７号が適用される。

さらに、民事の問題として取り扱うことが一つの考え方としてあり、例えば交渉相手が勝手に相手方の氏名を商標出願したような場合は、契約を締結していればそれに黙示の合意を読み込んで、履行請求の形で出願の撤回を請求でき、契約が無い場合に上記の商標法第４条第１項第７号の問題として取り扱うことも考えられる。

以上に加えて、商標の使用の意思がないものについては、商標法第３条第１項柱書が適用される。

また、出願商標が拒絶理由に該当する旨の情報提供を誰でも行うことができる[255]。

案７を採用する場合、一定の知名度を有する他人の氏名については、本規定に基づき引き続き拒絶されることから、案７の課題との関係で主として活用が期待されるのは、上記の各規定のうち、商標法第４条第１項第７号及び第３条第１項柱書であると考えられる。

（ⅱ）先取りについて（前記３に関連）

元来、商標法では先願主義を採用しており、先取りとなることそれ自体は法が予定しているところである。もっとも、先取りを許容すべきでない場合については、現行の拒絶理由を活用し対応することが考えられる。例えば、出願人による商標の使用の意思、出願人が商標を使用する正当性等については、商標法第３条第１項柱書を根拠として確認することが可能である。

（ⅲ）事後的に他人が知名度を獲得した場合について（前記４に関連）

事後的に他人が知名度を獲得することについては､氏名商標に限らず商標一般について、現行法下でも問題となり得るものであるが、現状、商標法において特段の救済は予定されていない。

本課題について海外ヒアリングで回答を求めたところ、登録商標の商標権が優先するが特段問題があるとは認識していないとの回答（第Ⅳ部米国ヒアリング結果)、出願日の時点での著名性が問題となる（したがって登録後に著名性を獲得した場合は商標権が優先すると考えられる）との回答（同フランスヒアリング結果）がある一方で、後から著名性を獲得した者について氏名商標の使用が認められる可能性を指摘する回答（同中国ヒアリング結果)、氏名権による権利行使の可能性を指摘する回答（同ドイツヒアリング結果)、不正競争防止法違反による権利行使の可能性を指摘する回答（同韓国ヒアリング結果）があった。

日本においても、商標の登録後に著名性を獲得した他人について、氏名権等に基づく権利の行使の可能性があるのか、商標権者から後発的に著名になった者に対する権利行使について権利濫用の抗弁が認められるか等、検討の余地がある。

[255] 商標法施行規則第 19 条

（ⅳ）判断のばらつきについて（前記５に関連）

知名度に係る要件を含む規定は、現行法においても複数存在しているところ（商標法第３条第２項、第４条第１項第６号等）、これらの要件の審査に当たっては、審査の基準を策定・公表し、審査運用の明確性・画一性が図られている。

案７を採用する場合には、これらの審査基準を参考として、判断のばらつきが生じないような基準の策定が可能であると考えられる。

（ⅴ）一定の知名度を有しない他人の人格権の保護について（前記６に対応）

日本における民事法上の氏名権は、明文の規定が存在しない上、判例・裁判例が少なく、学説においても十分な議論がない状況であるところ、知名度を有しない他人の氏名を含む商標が登録された場合、それが直ちに当該他人の氏名権の侵害にあたるか否かは明らかでない（第Ⅲ部人格権の有識者ヒアリング結果）。

本委員会においては、本件で商標法の改正が行われるとしても、人格権、氏名権等の侵害の成否について基準を変更するものではないこと、登録された商標の使用に氏名権等の侵害があれば、民事法上、行為を規制できる可能性があることについて指摘があった。

なお、欧州、ドイツ、フランスにおいては、他人の人格権を侵害する商標について、事後的に取り消すことのできる制度を有しているが、日本において、このような制度の導入が可能かどうかについては慎重な検討を要するものと考えられる。

２．２．３　法改正におけるその他の留意事項

案７を採用する場合、次の事項にも留意する必要がある。

（１）登録商標と同一の氏名を有する他人の自己氏名の使用の制限について（商標法第 26 条の見直しの要否）

有識者ヒアリングでは、登録商標に含まれる氏名と同一の氏名を有する他人について、自己氏名の使用が認められる範囲（商標法第 26 条第１項第１号）が限定的である点について懸念する指摘があった（第Ⅲ部 知財及び人格権の有識者ヒアリング結果）。

そこで、案７を採用するに当たり、商標法第 26 条に係る自己氏名の使用の範囲の見直しの要否が問題となる。

商標法第 26 条第１項は、過誤登録の救済や、後発的に当該規定に定めるものとなった場合の一般人による使用の保障等を趣旨とする規定である。

案７は氏名商標の登録要件を緩和するものであるから、これが採用された場合には、現行制度と比較して、上記規定による救済の対象者が増える可能性は否定できない。もっとも、かかる救済対象の増加により、直ちに商標法第 26 条の改正が必要となるかについては、慎重な議論を要するものと考えられる。

本委員会においても、現時点において直ちに商標法第 26 条第１項第１号の要件を見直すべきとの意見は見られなかった。

なお、案７と類似の制度を有する米国、中国及び韓国においては、米国及び中国が業としての使用一般を制限しているのに対し、韓国では業としての使用のうち「商取引慣行に」反する使用を禁止しているという状況であった。

（２）肖像・名称の取扱い

本規定には、他人の「氏名」と並んで他人の「肖像」、「名称」が規定されている。そのため、案７を採用する場合、他人の「氏名」と同様に、「肖像」と「名称」についても要件の見直しを行うべきかが問題となる。

有識者ヒアリングにおいては、「肖像」、「名称」いずれも、現時点では「氏名」と同様に要件の見直しを行う必要性はないという意見が主であったが、「氏名」と「肖像」及び「名称」を区別して扱うことについて、説明がつかない可能性があり、この点を重視するなら、同様に緩和せざるを得ないのではないかとの指摘もあった（第Ⅲ部知財及び人格権の有識者ヒアリング結果）。

なお、「名称」については、その対象が広く、「氏名」以上に選択の幅も広いこと、人格的利益の保護とは関係がないと考えられるところ、そもそも本規定に含まれていることについて疑問を呈する意見もあった（第Ⅲ部知財の有識者ヒアリング結果）。

本委員会では、「肖像」について、要件の見直しを行うべきとする意見はみられなかった。「名称」については、おおむね要件見直しの必要性はないとの意見であったが、「名称」には権利能力なき社団を含んでいるところ、「氏名」と同様に他人の範囲が広すぎるという問題が潜在的に存在し、「氏名」と同様の要件の見直しを検討する余地があるとの指摘があった。

（３）故人の取扱い

案７の採用に関連して、本規定の「他人」に故人を含めるべきかについても問題となり得る。

有識者ヒアリングにおいては、「他人」に故人を含める必要はないとの意見で一致した。その理由としては、商標法第４条第１項第７号等で対応可能であり、その方が適切であること、不正競争防止法でも保護できる場合があること等が挙げられた（第Ⅲ部知財の有識者ヒアリング結果）。

本委員会においても、商標法第４条第１項第７号等で対応可能であることから、現時点で本規定の「他人」に故人を含める必要はないという意見が複数あり、故人を含めるべきとの意見はなかった。

２．３　運用の見直しについて

２．３．１　運用の見直しの可能性

上記のとおり、案１から案 12 までのうち、他人の人格権と商標登録を受ける利益の調整、商標法の目的、現行制度の課題の解決、国際調和の観点を総合的に考慮すると、最も現実的かつ有効な案は、案７（他人の氏名に一定の知名度の要件を付す法改正）と考えられる。

もっとも、マツモトキヨシ音商標事件では、現行法を前提に本規定を「出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名、名称等に係る人格的利益の調整を図る趣旨の規定」とし、一定の場合に本規定を非該当とする考え方が示されたことを踏まえると、案３による一定

の運用見直しを行うことも検討できるのではないかと考えられる。
　案３に関しては、本委員会において、以下のような意見が得られた。

（金子委員）
　マツモトキヨシ音商標判決のいうように、問題となっている商標が氏名ではない、氏名と認識されないというふうにいえば、４条１項８号は適用されないというのは、解釈論としては十分成り立ち得るところではあるが、その「氏名と認識されない」といえるような場合が、果たしてどの程度あり、果たして、その場合だけで十分なのかどうかというのが、１つの問題点であると考える。
音商標以外でも、４条１項８号に当然には該当しない場合はあり、例えば「あい　うえお」さんがいたとして、「あいうえお」と書いてあっても通常は人の氏名とは認識されない、という議論は可能であるから、一般論としては音の商標に限らず妥当するであろう。

（中川委員）
　マツモトキヨシ音商標判決を踏まえての解釈変更ということであるとすると、現行法の解釈でも、出願人側が周知・著名な場合は救える余地が出てきたことになり、それ自体は良いことだと思う。他方でそもそも氏名を想起しないと本当に言えるのだろうかという点と、言えるとして、そのような出願人が一体どれくらいいるのだろうかという点で、救済する範囲はかなり限定的になるのではないか。
　今回のヒアリング結果でも、実務上のニーズがかなりあることが分かるので、その点とのバランスで、果たして無名な方々の氏名を商標に使われたくないという不快感をどこまで保護すべきかという議論をする中では、運用変更はもちろんファーストステップとしてあるほうが望ましいと思うが、やはりそこでとどまらず、法改正を目指してほしい。

（大西委員）
　出願人側からすると、このように対応できればありがたいと思う反面、やはり条文との絡みでみると、やりにくいところもあると考える。ただ、出願人側が困っているのは、無効審判請求がされたということよりも、拒絶理由が通知され、商標に他人の氏名が含まれているということで、いかなる反論をしようとも拒絶査定となる可能性が高いということであり、職権審査が是正されると、かなり違ってくるのではないか。考慮した審査が可能ならば、他人が生存することが条件であるので、生存していることが確実であることが確認できない場合や、一定の知名度が認められない場合は、その他人を８号に基づく拒絶理由で引用しない運用もあり得る。

（小塚委員長）
　マツモトキヨシ音商標判決が出たことで、運用で広げるような余地があるのではないか。もちろん、出願人の側、あるいは出願される商標の構成との関係の問題であるため、それには一定の限界があると考えられる。他人の側の要件を限定していくということは、

これはやはり立法でないと難しいが、運用でできることはあるのではないか。

（石井委員）
マツモトキヨシ判決が述べるように「氏名」として認識されないという解釈で救済する場合には、適用範囲が限定される可能性が高いが、「他人の氏名」として認識されないというのであれば、出願登録を広げる余地があろう。また、同判決は音商標に関するものであるが、周知性を認める理由の中には CM 等の音に関しないものも含まれていることもあり、必ずしも音商標に特化した判決とは言い切れないと思われる。

２．４　まとめ

全三回の委員会における議論を通じて委員から得た意見は、おおむね以下のとおりにまとめられる。

（１）ブランド戦略を促進していく上での氏名商標に係る現行制度への認識

・近年、我が国では、ブランド戦略に活用できる商標法を目指して制度の改正が行われてきた。すなわち、既にある信用を反映するにとどまらず、積極的なブランド価値の創出及びそれをいかした知財戦略の構築を促進することで、産業の担い手を後押ししていく法制度を目指してきた。このような流れの中で、氏名商標を用いたブランド戦略についての産業界のニーズを踏まえると、他人の氏名等を含む商標に関する商標制度についても、見直しの検討が必要となる段階に来ていると考えられる。

（２）見直しの方向性について

・本委員会においては、複数の対応の方向性について検討を試みた。それぞれの方向性については一長一短があるが、制度見直しの方向性としては、本規定に係る人格的利益と商標登録を受ける利益との調整、商標法の法目的、本規定の課題の解決、審査の実現可能性、諸外国との制度調和等を考慮し、本規定における「他人の氏名」に一定の知名度に係る要件を設けることが適当ではないか。

・「一定の知名度」に係る要件については、本規定の雅号、芸名等に係る「著名」の文言及びその解釈、商標法の他の規定における「著名」（第４条第１項第６号）や「需要者の間に広く認識されている」等の文言（第４条第１項第 10 号等）及びその解釈、更には解釈上、周知・著名性が要件とされる条文（第４条第１項第 15 号）を参照し、知名度の内容や程度、条文の規定の在り方を検討する必要がある。本規定の雅号、芸名等に係る「著名」との関係ついては、氏名が自由に選択・変更できないという点で違いがあることに留意すべきではないか。

・有識者のヒアリング結果を踏まえると、日本における民事法上の氏名権は、明文の規定が存在しない上、判例・裁判例が少なく、学説においても十分な議論がない状況であるところ、氏名権と本規定に係る人格的利益との関係は、明らかとはいえない。も

っとも、一般に、ドラマにおける役名としての氏名の使用等、ある人の氏名と同一の氏名を使用することのみで直ちに違法性を問われることはないとも考えられるのではないか。

・そうすると、本規定によって保護される人格的利益についても、氏名を含む商標の登録や使用のみで直ちに違法となるものではなく、本規定は、商標出願に係る指定商品・役務と氏名とを結びつけられることによる弊害又は不利益を保護しようとしていると理解することができるのではないか。

・この場合、「一定の知名度」については、出願商標の指定商品・役務と結びつけられる危険性のある他人が存在するか否かという観点から判断することが適切ではないか。氏名が商品・役務と結びつけられる危険性に着目することから、判断基準となる需要者は、指定商品・役務を中心として、ある程度幅をもった需要者を対象とすべきであり、指定商品・役務の需要者に厳密に限定されるものではないと考えられる。

（3）制度の見直しに伴い想定される課題について

・上記の見直しに当たっては、商標に含まれる氏名と無関係な者による出願、無関係とまではいえない者による出願、氏名商標の冒認出願、氏名商標の先取り（早い者勝ち）等の課題があり、慎重な検討が必要であることが確認された。これらの課題への対応案として、委員会では、次のような考えが示された。

・商標に含まれる氏名と無関係な者による出願への懸念については、いわゆる「悪意の商標出願」の一類型とみなし、同様の対応が可能ではないか。加えて、氏名商標の冒認出願を防ぐ観点から、構成中に他人の氏名を含む商標の審査に当たっては、当該商標の使用意思（商標法第３条第１項柱書）に関する審査を厳格に運用することも検討に値する。ただし、当該他人と無関係とまではいえない者による出願の場合（例えば、デザイナーが提携する会社が本人に無断でその氏名を含む商標を出願する場合）には、当該規定による対応は難しいことから、出願の経緯に着目して商標法第４条第１項第７号等による拒絶の可能性を検討すべきではないか。なお、このような場合には、契約違反等を理由として民事法上の請求の可能性がある点にも留意する必要がある。

・氏名商標の先取り（早い者勝ち）への懸念については、その対応として経過措置を設けることも検討すべきである。例えば、今まで自己の氏名を業務に使用していた者には特例的に継続的使用権を認めて使用できることとし、一方で、氏名商標の登録の活用を促進することが考えられるのではないか（過去には、立体商標制度等を導入した際にこのような経過措置を採用している。）。なお、登録商標に含まれる氏名と同じ氏名を業務に用いる他人が存在するとしても、指定商品・役務が同一又は類似でない場合にはそもそも商標権侵害には当たらず、仮に関連性が認められる指定商品・役務が同一又は類似である場合であっても、普通に用いられる方法で使用している場合には、商標法第 26 条第１項第１号により商標権の効力は及ばないから、継続して使用する

ことが可能であると整理されるところ、同号の規定のみで十分な措置がとれるかという点については、今後、必要に応じて検討するべきである。

・一定の知名度を有しない他人の人格権の保護については、本規定の改正がなされた場合にも、氏名権等の侵害の成否に影響を与えるものではなく、氏名権等の侵害に基づき、氏名を含む登録商標の使用が規制されることもあり得るのではないか。

（4）現行法下における運用の見直しによる対応について

・現行法の下で本規定に関する審査運用を見直すとした場合、「マツモトキヨシ音商標事件」の判旨なども参考に、出願商標の構成・態様、周知・著名性等を考慮して、一般に「他人の氏名」と認識することができないと判断される場合には本規定を適用しないとの運用見直しについても、上記の制度見直しと併せて検討する余地があると考えられるが、このような運用見直しにより新たに商標登録が認められるケースは、かなり限定的な範囲にとどまるのではないか。

令和４年３月

令和３年度　産業財産権制度各国比較調査研究等事業

他人の氏名等を含む商標に関する調査研究報告書

本調査研究報告書の著作権は特許庁に帰属します。

作成：　一般社団法人　日本国際知的財産保護協会

〒105-0001　東京都港区虎ノ門 1-14-1 郵政福祉琴平ﾋﾞﾙ４階
電話（03）3591−5315　FAX (03)3591-1510
http://www.aippi.or.jp/