

他人の氏名を含む商標の登録要件緩和

産業構造審議会知的財産分科会 第9回商標制度小委員会

令和4年9月29日



- 【参考】特許庁政策推進懇談会での議論
- **他人の氏名を含む商標をめぐる状況（現行制度の概要）**
- **問題の所在**

【参考】本規定の氏名に関する拒絶事例

- **調査研究の結果概要**
- **問題の所在と対応の方向性**
- **本規定の趣旨及び人格権（氏名権）との関係について**
- **対応の方向性と検討事項**
- **検討事項**

1. 「一定の知名度」に係る要件について

【参考】商標法における、周知性・著名性に関する条文

【参考】「一定の知名度」を有しない氏名の人格権（氏名権）について

2. 改正案から生じ得る課題について
3. 関連する規定について
4. 審査運用の見直しについて

【参考】特許庁政策推進懇談会での議論

- 本年4月に設置された特許庁政策推進懇談会において議論された、他人の氏名を含む商標の登録要件緩和について、懇談会メンバーからの意見及び同懇談会報告書における方向性は以下のとおり。

■ 主な意見

- 現在の解釈が厳格すぎるというのは賛同。方向性として他人に一定の知名度を求めることが良いかと思うが、無関係な者による出願に留意の必要があると考える。
- 法改正若しくは審査基準を見直してほしい。条文を厳格に適用するあまりに氏名ブランドが保護されていない状況が続いている。日本において基礎となる登録商標を持てないために、国際登録の制度も活用できない。世界的に展開するデザイナーズブランドも日本だけ登録できないこともあり、国際調和の観点からも見直してほしい。マツモトキヨシの音商標について、知財高裁の裁判例があって、特許庁においても調査研究を進められてきたところ、厳格すぎる運用の見直し等について迅速に進めてほしい。
- これが拒絶されるのか、というケースが目立ってきた。最近ではデザイナーやアーティストで著名な方の名前が商標的に使われ、定着していることが多い中で、変えないといけない。判断のばらつきは現在も当然生じるとされるが、事後的に他人が知名度を獲得した場合の取扱いが最も面倒である。
- 商標法第4条第1項第8号の「氏名」に著名性要件を付すことに賛成。（特定の他人の氏名と）1対1対応にならないローマ字、カタカナについても登録を認めない裁判例が広がっていることが問題と理解している。知名度をどの程度要求するかについては、同法第4条第1項第10号、第15号と同程度、同じ要件とすべき。

■ 以上の意見を踏まえた、検討の方向性

- ユーザーニーズ、他人の人格的利益と出願人の商標登録を受ける利益とのバランス、諸外国との制度調和等の観点から、本規定における他人の「氏名」に一定の知名度の要件を課す法改正が適当ではないか。
- 上記改正案から生じる課題の1つとして、商標に含まれる氏名と無関係な者による出願について、先取り出願を許容すべきでない場合には、現行の商標法における、使用について疑義がある旨の拒絶理由（商標法第3条第1項柱書）、公序良俗違反を理由に登録できないとする拒絶理由（同法第4条第1項第7号）等の活用可能性を検討していく必要がある。
- 法改正の具体的内容について検討を深めるとともに、求める知名度の程度、事後的に他人が知名度を獲得した場合の取扱い等、上記改正案に関連するその他の論点・課題についても、併せて検討を行う必要がある。

他人の氏名を含む商標をめぐる状況（現行制度の概要）

- 構成中に他人の氏名を含む商標は、当該他人の承諾がない限り登録することができない（商標法第4条第1項第8号（以下「本規定」という。））。
- 本規定の趣旨は、他人の人格的利益の保護にあるとされている（※）。

商標法（抜粋）

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。

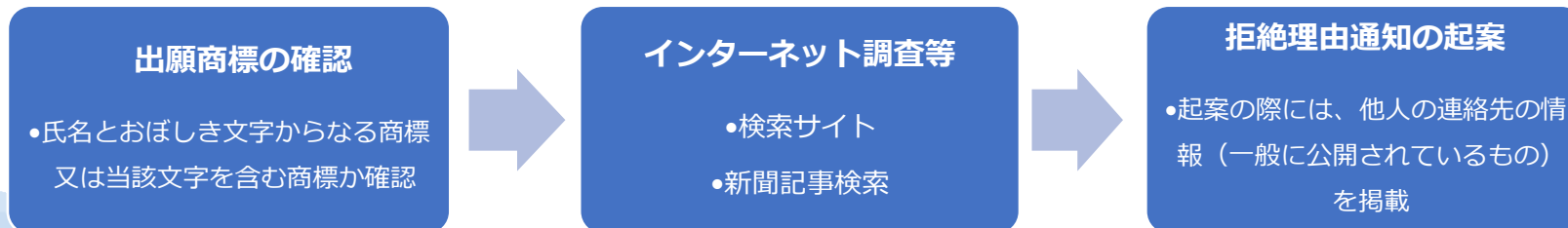
（中略）

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。）

- このような商標については、氏名を表す文字種（漢字、欧文字等）や「他人の氏名」の周知性・著名性、出願商標の周知性・著名性の有無等にかかわらず、当該他人の承諾がない限り、本規定に該当する。
- 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、当該他人への連絡先が一般に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。

※工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第21版〕1509頁

【参考】本規定の審査フロー



問題の所在

- 構成中に氏名を含む商標に関しては、ファッション業界等を中心に、創業者やデザイナーの氏名をブランド名として採用する傾向があるところ、近年の本規定の厳格な解釈（次頁参照）により、新興のブランドのみならず、広く一般に知られたブランドまで、同名の他人が存在すれば一律に出願を拒絶せざるを得ず（次頁参照）、このような状況は、氏名からなるブランドの商標としての保護に欠けるといった指摘がある。
- また、商標構成中の文字が意図せず他人の氏名を表すものとなった場合にも本規定を適用せざるを得ない場合がある。

例：商標「南実のかぼちゃ」（商願2012-31579、不服2013-5362）

出願人は「南の大地で豊かに実る」を意図した造語と主張したが、審査・審判では「南 実」（ミナミ ミノル）を氏名とする他人の存在を確認したため、本規定により拒絶。



氏名を含む商標を用いたブランド戦略についての産業界のニーズ等を踏まえると、制度の見直しの検討が必要。

検討の基礎資料とするため、令和3年度に調査研究を実施。
（参考資料1「他人の氏名等を含む商標に関する調査研究」報告書要約版）

※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）

また、氏名を含む商標が採用されることの多いファッションブランド（デザイナーズブランド）の多くはいわゆる中小企業であり、そのような中小企業、さらにはスタートアップ企業のブランド保護の観点からも、今回の制度見直しは有用なものとなるのではないかと考えられます。

【参考】本規定の氏名に関する拒絶事例

■ 近年の裁判例（いずれも拒絶査定維持）

	事件名／事件番号／訴訟に係る商標	説示要旨
1	LEONARD KAMHOUT事件 最高裁2004年6月8日判決（平成15（行ヒ）第265号） 争われた商標：商願平10-90342号 「LEONARD KAMHOUT」	（商標法第4条第1項第8号は）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、商標登録をできないとする規定である。 <u>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。</u>
2	山岸一雄大勝軒事件 知財高裁2016年8月10日判決（平成28（行ケ）第10065号） 争われた商標：商願2013-90519号「山岸一雄大勝軒」 山岸一雄事件 知財高裁2016年8月10日判決（平成28（行ケ）第10066号） 争われた商標：商願2013-90418号「山岸一雄」	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。 また、同号の趣旨は、上記のとおり、 <u>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、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。</u>
3	KEN KIKUCHI事件 知財高裁2019年8月7日判決（平成31（行ケ）第10037号） 争われた商標：商願2017-69467号 	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ふべきである。
4	The Soloist.事件 知財高裁2020年7月29日判決（令和2（行ケ）第10006号） 争われた商標：商願2017-126259号 「TAKAHIROMIYASHITATheSoloist.」	「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。

■ 本規定の解釈の厳格化が顕著になって以降、審査で拒絶した事例

	近年の拒絶事例	【参考】同一出願人の過去登録例
1	UNBUILT TAKEO KIKUCHI（商願2018-146014 2020年拒絶査定）	TAKEO KIKUCHI （登録第4293672号 1999年登録査定）等
2	「ヨウジヤマモト」（商願2019-23948 2020年拒絶査定）	YOHJI YAMAMOTO （登録第5178088号 2008年登録査定）等
3	「ジュン アシダ」（商願2020-160280 2021年拒絶査定）	<i>jun ashida</i> （登録第4258861号 1999年登録査定） ジュン アシダ（登録第4581301号 2002年登録査定）等

調査研究の結果概要

調査研究において、

- 氏名権等に関する学識経験者からは、他人の氏名の無断使用それ自体が当然に氏名権の侵害となる可能性は低いという見解や、本規定は、過度に他人の人格的利益を保護している印象があるとの見解が示された。
- ユーザーへのヒアリングでは、現行法の解釈・運用の厳格化が実務上障害となる場合が多いとの意見や、デザイナー・クリエイター名等の氏名を含む商標を登録するニーズが高く、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ある等、その重要性が確認された。
- 調査を実施した6か国・地域においては、我が国同様、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るところ、いずれの国・地域においても、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」に一定の知名度の要件が課されていることが確認された。

■各国における制度比較（調査研究報告書から抜粋・一部改変）

		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 ※1	該当なし ※1	該当なし ※1	○	○	○
	異議・ 無効理由	○	○	○	○	○	○	○
上記規定において、他人の氏名に一定の知名度は要求されるか。	拒絶理由	○	該当なし ※1	該当なし ※1	該当なし ※1	○	○	×
	異議・ 無効理由	○	※2	○	○	○	○	×

※1 欧州では、商標に識別力があるかどうか等（絶対的拒絶理由）のみ審査され、先行登録商標や同名の他人の有無等（相対的拒絶理由）は審査されない。

※2 規定はあるが、要件等は、各加盟国の法律による。

問題の所在と対応の方向性

- 現行制度に係る問題は、出願人の商標登録を受ける利益より他人の氏名に係る人格的利益が過度に優先された結果、生じているものと考えられるのではないか。
 - ・ 本規定の趣旨が他人の人格的利益の保護にあることは、2004年6月8日付最高裁判決（前掲p5. 1. 「LEONARD KAMHOUT」事件）において確認されているところ、2021年8月30日付知財高裁判決（「マツモトキヨシ音商標」事件（後掲p16））において、本規定は「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」である旨判示されている。
 - ・ 有識者からは、当該高裁判決は前述の最高裁判決を踏まえ一歩進んだ解釈を示したものであり、両者は矛盾するものではないという見解が示されているところ（下記【参考】参照）、本規定の趣旨が他人の人格的利益の保護にあることに変わりはないが、出願人の商標登録を受ける利益と調整を図ることは許容されているといえる。
- 現行制度の問題を解決するに当たっては、本規定の趣旨を変えることなく、出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名に係る人格的利益との調整方法を見直すことが妥当ではないか。
 - ・ 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、他人の「氏名」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。
- 新興ブランドや中小企業・スタートアップ企業の氏名ブランドの保護、各国の氏名を含む商標の保護状況等を踏まえれば、他人の「氏名」側に何らかの要件を課す方向で検討すべきではないか。

【参考】最高裁判決（「LEONARD KAMHOUT」事件）と「マツモトキヨシ音商標」事件高裁判決との整合について有識者へのヒアリング結果（主な意見）

- ・ 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、上記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。
- ・ 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ではなく、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。

本規定の趣旨及び人格権（氏名権）との関係について

- 他人側の要件を検討するに当たっては、前述のユーザーニーズや国際的な制度調和を踏まえ、商標の使用が人格権（氏名権）侵害となる蓋然性の高いものを対象とし、かつ、審査の予見可能性の観点も鑑みれば、その判断要素として他人側の知名度を考慮する方向で検討すべきところ、その前提となる、本規定で保護すべき人格権（氏名権）について整理しておくべきではないか。
- 本規定の趣旨が人格権保護とされていることや、氏名権等に知見を有する学識経験者へのヒアリングや調査研究の結果等を踏まえれば、これを「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受けない権利」と整理できるのではないか。
- 上記の前提において、例えば、他人の氏名の知名度が高ければ、特定の商品・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が大きくなるのではないか。すなわち、人格権（氏名権）侵害の蓋然性が高くなるのではないか。一方で、知名度が低ければ、その弊害又は不利益は小さく、人格権（氏名権）侵害の蓋然性は低いといえるのではないか。
- なお、知名度に関する要件が採用された場合でも、登録された商標の使用に氏名権等の侵害があれば（※）、改正前と同様に、民法上、行為が規制され得るため、法的な救済が可能ではないか。
※例えば、知名度を有しない者であっても、登録商標が使用された結果、自己の氏名と特定の商品・役務とが結びつけられることにより精神的苦痛を受けた場合や、自己の評判が下がり損害が実際に発生した場合に、民法に基づく請求が妨げられるものではない。
（後掲「【参考】「一定の知名度」を有しない氏名の人格権（氏名権）について」参照）

【参考】氏名権等に関する学識経験者へのヒアリング結果（主な意見）

- ・（氏名権について）日本においては明文の規定が存在しないうえ、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、他人の氏名の無断使用が必ずしも氏名権の侵害とはならず、本規定は、過度に他人の人格的利益を保護している印象がある。
- ・（氏名権について）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。
- ・（氏名権の侵害について）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るが、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。
- ・「他人の氏名等を含む商標に関する調査研究」の報告書にある、他人の氏名に一定の知名度を求める法改正案について、憲法学的見地からの違和感はない。

対応の方向性と検討事項

- ユーザーニーズ、国際制度調和を踏まえ、本規定の趣旨等を鑑みれば、出願人の商標登録を受ける利益と他人の氏名に係る人格的利益とのバランスを調整し、本規定における他人の「氏名」に一定の知名度の要件を課す方向での法改正（以下「改正案」という。）を検討すべきではないか。

■ 検討に当たっては、次の1～4に留意する必要がある。

1. 「一定の知名度」に係る要件について
2. 改正案から生じ得る課題について
3. 関連する規定について
4. 審査運用の見直しについて

検討事項 1. 「一定の知名度」に係る要件について

- 本規定の「他人」について知名度の要件を設けるに当たり、下記の観点に留意し、具体的な条文等について検討を進めてはどうか。

■求める知名度の程度について

- ・ 商標法における、知名度に関する他の条文（次頁参照）との関係、特に、本規定における「雅号」等に係る「著名」との区別の要否、そして、本規定の趣旨である人格権保護の観点を踏まえ、恣意的に選択できる「雅号」等と選択の幅が少ない「氏名」の性質を考慮しつつ、氏名権が侵害される蓋然性が高いケースに該当する「知名度」についての検討をしていきたい。
- ・ 例えば、求める知名度の程度を、本規定の「雅号」等と同様の「著名」又は一般にはそれよりも一段階求めるレベルが低いとされる「需要者の間に広く認識されている」（商標法第4条第1項第10号等に規定する、いわゆる「周知」）とするのはどうか。

■知名度の判断基準となる需要者の範囲について

- ・ 他人の氏名に一定の知名度の要件を設けることは、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するものと考えられるところ、その判断基準となる需要者の範囲は、指定商品・役務の需要者に厳密に限定せず、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してはどうか。

【参考】調査研究において設置した委員会において委員から得た意見

- ・ 「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」との関係については、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。
- ・ 「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。

【参考】商標法における、周知性・著名性に関する条文例

条文	条文の文言	解釈
3条2項	「需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるもの」	「需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるもの」とは、何人かの出所表示として、その商品又は役務の需要者の間で全国的に認識されているものをいう。（商標審査基準第2、2（1））
4条1項3号イ	「需要者の間に広く認識されている」	需要者の範囲は、最終需要者まで広く認識されている場合のみならず、取引者の間に広く認識されている場合を含む。「需要者の間に広く認識されている」か否かの判断における考慮事由及び証拠方法は、この基準第2（第3条第2項）の2、（2）及び（3）を準用する。（商標審査基準第3、三、3、（2）（ア）（イ））
同6号	「著名」	「著名」の程度については、国等の権威、信用の尊重や国等との出所の混同を防いで需要者の利益を保護するという公益保護の趣旨に鑑み、必ずしも全国的な需要者の間に認識されていることを要しない。（商標審査基準第3、五、5、）
同8号	「著名」	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。（商標審査基準第3、七、3、）
同10号	「需要者の間に広く認識されている」	「需要者の間に広く認識されている商標」には、最終消費者まで広く認識されている商標のみならず、取引者の間に広く認識されている商標を含み、また、全国的に認識されている商標のみならず、ある一地方で広く認識されている商標をも含む。（商標審査基準第3、九、1、（1）） 「需要者の間に広く認識されている」か否かの判断に当たっては、この基準第2（第3条第2項）の2、（2）及び（3）を準用する。（商標審査基準第3、九、1、（2））
同15号	—	本号に該当するか否かは、例えば、次のような事実を総合勘案して判断する。 （略） ②その他の標章の周知度 （略） なお、②の周知度の判断に当たっては、この基準第2（第3条第2項）の2、（2）及び（3）を準用し、また、必ずしも全国的に認識されていることを要しない。（商標審査基準第3、一三、1、（2））
同19号	「需要者の間に広く認識されている」	需要者の間に広く認識されているか否かの判断については、この基準第3の九（第4条第1項第10号）の1、を準用する。（商標審査基準第3、一七、1、（1））
7条の2第1項	「需要者の間に広く認識されている」	商品又は役務の種類、需要者層、取引の実情等の個別事情によるが、全国的な需要者の間に認識されるには至っていないととも、例えば、商品又は役務の種類及び流通経路等に応じた次の（ア）から（エ）の類型における一定範囲の需要者に認識されている場合を含むものとする。（商標審査基準第7、一、6、）
32条	「需要者の間に広く認識されている」	ここに「広く認識された」範囲は、4条1項10号の範囲と同様であると考えられるが、これを要件としたのは、相当程度周知でなければ保護に値する財産権的価値が生じないものとみられるからである。（工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第21版〕1624頁）

【参考】「一定の知名度」を有しない氏名の人格権（氏名権）について

- 今回の改正案では、他人の氏名に「一定の知名度」の要件を課すことを想定しているところ、仮にこの案に沿った法改正が行われた場合、一定の知名度を有しない他人の氏名を含む商標がこれまでよりも登録されやすくなることについて、他人の側から見て懸念を生じさせないか。



- 現行制度では、必ずしも人格権（氏名権）の侵害とならないようなケースにおいても出願を拒絶せざるを得ないが、今回の改正案は、本規定に基づく拒絶の対象を、一般に氏名権の侵害が起きる蓋然性が高い、一定の知名度を有する他人に限定するもの。
- また、一定の知名度を有しない他人の氏名を含む商標出願についても、何らかの拒絶理由を有するもの（その出願経緯に不正の目的があると推認されるものや、具体的な使用の予定のないもの）については、他の条文に基づき拒絶する可能性がある。
- 仮にそのような氏名が第三者によって商標登録された場合であっても、当該他人が自己の氏名として使用することが禁止されるものではない。また、登録された商標の使用に氏名権等の侵害があれば（※）、改正前と同様に、民法上、行為が規制され得る。

※例えば、一定の知名度を有しない者であっても、登録商標が使用された結果、自己の氏名と特定の商品・役務が結びつけられることにより精神的苦痛を受けた場合や、自己の評判が下がり実際に損害が発生した場合に、民法に基づく請求が妨げられるものではない。

- 加えて、氏名を含む商標（本規定との関係で登録が困難なもの）を現在使用している者の利益が、改正法施行により不当に害されない措置等の要否も検討する。

【参考】「一定の知名度」を有しない氏名の人格権（氏名権）について

現状（見直し前）

現行の第4条第1項第8号（他人の氏名）の対象範囲

あまり知られていない

- ・著名な氏名ブランドと同名の個人が存在した場合にも適用せざるを得ない。
- ・ほとんどが氏名権侵害の蓋然性が低いケースだが一律で適用せざるを得ない。

→氏名権の過剰な保護

需要者の間に
広く認識
されている

全国的に
知られている

本規定で保護すべき人格権（氏名権）：

「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受けない権利」と整理

低

氏名の知名度の度合い（＝自己の氏名と特定の商品・役務との結びつきの強さ）

登録商標が使用された結果、自己の氏名と特定の商品・役務が結びつけられることにより、精神的苦痛を受けたり、自己の評判が下がり損害が発生したりする度合い

≡ 氏名権侵害の蓋然性

高

見直し後

出願人側の商標登録を受ける権利を保護

あまり知られていない

- ・登録されても、自己の氏名を不正競争の目的なく普通に用いられる方法で表示して使用する限り、その氏名の知名度にかかわらず商標権の効力は及ばない（第26条第1項第1号・同条第2項）。
- ・改正法施行前から不正目的なく商標として使用していた者は継続的に使用可能（経過措置を検討）
- ・仮に、精神的苦痛・損害が発生した場合にあって、民法に基づく請求は妨げられない。

例えば、使用意思が不明 or 不正の目的が認められる場合には
第4条第1項第8号以外の拒絶理由が適用される

改正案の第4条第1項第8号（他人の氏名）の対象範囲（※）

※本規定の趣旨から保護すべき範囲（具体的な範囲は検討課題）

需要者の間に
広く認識
されている

全国的に
知られている

本規定における商標登録を受ける利益と人格的利益のバランス点（国際調和にも整合）

検討事項 2. 改正案から生じ得る課題について

- 改正案が採用された場合、以下の①～⑤の課題が生じ得るところ、それぞれ下記の点に留意して、検討を進めてはどうか。

①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

商標法第3条第1項柱書、第4条第1項第7号、第10号、第15号、第19号に基づく拒絶理由、商標法施行規則第19条に基づく情報提供等、現行の商標制度においてどの程度対応可能か。

②先取り出願について

商標の先取り自体は先願主義により許容されているところ、先取りを許容すべきでない場合については、商標法第3条第1項柱書等の現行の拒絶理由を活用し対応することが可能か。

③事後的に他人が知名度を獲得した場合について

事後的に他人が知名度を獲得することについては、他人の氏名を含む商標に限らず、商標一般について、現行法下でも問題となり得るところ、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。

④判断のばらつきについて

現行法においても複数存在する知名度に係る要件を含む規定を考慮し、これらを参考とした審査基準の策定が可能ではないか。

⑤その他の措置について

現在、氏名を含む商標（本規定との関係で登録が困難なもの）を使用している者の利益が不当に害されないよう、継続的使用権等の措置も設ける必要があるか。

検討事項 3. 関連する規定について

- 本規定中の別規定及び関連する規定について、改正案に伴う見直しの要否については、下記の考えの下、検討を進めてはどうか。

- 本規定において「氏名」と同列に規定されている「肖像」及び「名称」の見直しの要否について

- ・ 肖像については、個人との結びつきの強さ（氏名のような偶然の一致が考えにくいこと）から、氏名と同様の緩和の必要性は低いといえる。
- ・ 名称については、その選択の幅があることといった氏名との性質の違いから、自然人の氏名と同様の保護を認める必要性は低いといえる。

- 商標法第26条第1項第1号及び同第2項の見直しの要否について

【参考】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

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。

- ・ 上記規定の趣旨が後発的な事情等を考慮して商標権の効力を制限すること¹であるところ、自己の氏名を、不正競争の目的なく普通に用いられる方法で表示して使用する場合は、その氏名の知名度にかかわらず商標権の効力を及ぼすべきでないことから、上記規定の改正が必要とはいえない。

- 商標法第47条の見直しの要否について

【参考】第四十七条 商標登録が第三条、第四条第一項第八号若しくは第十一号から第十四号まで若しくは第八条第一項、第二項若しくは第五項の規定に違反してされたとき、商標登録が第四条第一項第十号若しくは第十七号の規定に違反してされたとき（不正競争の目的で商標登録を受けた場合を除く。）、商標登録が同項第十五号の規定に違反してされたとき（不正の目的で商標登録を受けた場合を除く。）又は商標登録が第四十六条第一項第四号に該当するときは、その商標登録についての同項の審判は、商標権の設定の登録の日から五年を経過した後は、請求することができない。

- ・ 上記規定が第4条第1項第8号に違反してされた商標登録を対象としている趣旨は、過誤登録から一定期間経過により瑕疵が治癒したものとして既存の法律状態を維持することであるところ²、改正案が採用された場合でも、その過誤登録について公益的な見地から既存の法律状態を覆してまでも無効とすべきものとはいえず、同規定の趣旨を変更すべきではない。また、自己氏名の使用については、別途過誤登録後の救済規定が存在していることから（上記、商標法第26条第1項第1号参照。）、上記規定の改正が必要とはいえない。

¹ 工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第21版〕1604頁

² 工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第21版〕1692頁

検討事項 4. 審査運用の見直しについて

➤ マツモトキヨシ音商標事件判決（下記参考）を踏まえた審査運用の見直しを行うべきか。

- 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。
- 現行制度下で、出願商標の構成・態様、取引の実情を考慮して、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審査運用見直しを法改正の検討と併せて検討する余地はあるか。

➤ 審査運用の見直しについては、法改正による検討を前提としながら、そのタイミング及び要否について慎重に検討を進めてはどうか。

【参考】調査研究において設置した委員会において委員から得た意見

- 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。

【参考】マツモトキヨシ音商標事件判決（知財高判2021年8月30日（令和2年（行ケ）第10126号））

【裁判所の判断】

「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。

…『マツモトキヨシ』の表示は、本願商標の出願当時、ドラッグストア『マツモトキヨシ』の店名や…を示すものとして全国的に著名であり、『マツモトキヨシ』という言葉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…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という取引の実情を踏まえると、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』という言葉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』…であって、普通は、『マツモトキヨシ』と読まれる『松本清』…等の人の氏名を連想、想起するものと認められない。」（第4条第1項第8号非該当）