

第2回 商標法 – 商標の基礎 –

弁護士
森田 博貴



今回からは商標法について連載で解説させていただきます。
まず、今月は商標の基礎についてご説明致します。

1. 商標法とは

まず、商標法とは、商標の使用する者に独占的な使用权（商標権）を与えることにより、業務上の信用の維持を図って産業の発達と受益者の利益の保護を図ることを目的とする法律です。

2. 商標とは

商標とは、商品を購入し、あるいは役務（サービス）の提供を受ける需要者が、その商品や役務の出所（誰が提供しているか）を認識可能とするために使用される標識（文字、図形、記号、立体的形状など）であり、業として用いられるものをいいます。

3. 商標の機能

一般に、商標には3つの機能があるとされています。すなわち、①出所表示機能、②品質保証機能、③広告宣伝機能の3つです。

(1) 出所表示機能

出所表示機能とは、その商標が付された商品、役務の出所（生産者、販売者など）を需要者に認識させる機能をいいます。たとえば、かの有名なモノグラムパターンのついた商品を見て人々は当該商品がルイ・ヴィトン製であることを認識します。これは、当該商標が当該商品の出所がどこであるか（誰によって作られたものか）を認識させているのです。

この出所表示機能は商標の本質的機能であり、これを欠いた場合は後述する品質保証機能や広告宣伝機能も発揮することができないとされています。

(2) 品質保証機能

品質保証機能とは、その商標が付された商品、役務であれば、一定の品質を有するものと需要者に期待させる機能です。たとえば、特定の商標が付された医薬品であれば「効き目が早い」、電子計算機であれば「処理が高

速である」、旅客の輸送役務であれば「安全である」といった需要者の期待を抱かせる機能が、品質保証機能に当たります。

(3) 広告宣伝機能

広告宣伝機能とは、その商標が使用されている商品や役務を選択することを需要者に促す機能であり、需要者の好感度を向上させるような広告宣伝活動を通して獲得される機能をいいます。

4. 商標の使用方法

上で述べた出所表示機能により、需要者は商品自体や商品の包装に付された商標を目にすることによって希望する商品を購入し、逆に希望しない商品の購入を避けることができます。

他方、役務（サービス）の場合はその本質が他人のために行う労務または便益であるためそれ自体は無形物です。したがって、役務自体に商標を表示することはできないため、役務の提供に際して使用される物に付することで商標を使用することになります。たとえば、飛行場に行くとき数多くの商標（鶴のマークをしたJALのロゴや「ANA」と青字で描かれた全日空のロゴ）を付された航空機が存在しますが、JALやANAは航空機自体を売買の目的物（商品）としているわけではありません。彼らはあくまで運輸という役務を提供しているのであり、商品ではなく役務の出所を明示し、当該航空機内で提供されるのが自己の業務にかかわる役務であることを周囲に認識させるために当該商標を付しているのです。

なお、商品に関する商標と役務に関する商標といったように2つに商標を分類した場合、前者の商標を「トレードマーク」、後者の商標を「サービスマーク」と呼びます。