

平成28年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書

大学をはじめとする公益に関する団体等を
表示する商標のライセンスに関する
調査研究報告書

平成29年2月

株式会社サンビジネス

要約

背景

近時、大学においては自身のブランドの向上が重要視されており、大学を表す標章又は商標の使用や今後の活用に対するニーズがうかがえる。また大学以外の公益団体等においても団体を表す標章の使用がうかがえる。

目的

大学をはじめとする公益団体等における商標の使用実態及びニーズの把握並びに諸外国の事例及び制度調査を行い、今後の公益団体を表す商標についての制度・運用の在り方の検討のための資料とすることを目的とする。



国内公開情報調査

国内の関連規定とその保護法益等について整理を行った。

海外公開情報調査

米・加・豪・EU・英・仏・独・ベネルクス・露・中・韓の11か国・地域を対象として、公益団体等を表示する商標に関する制度、運用、活用事例等について整理を行った。

国内アンケート調査

公益団体の現状とニーズの把握を行った。
【回答数／送付数】
491件／1,047件
(回収率 46.9%)



国内ヒアリング調査

公益団体23者、企業6者、有識者1者を対象に具体的事例やニーズ等の把握を行った。

海外現地ヒアリング調査

米・英・独・中・韓の5か国を対象として、各国の公益団体等を表示する商標に関する制度とその運用の詳細、公益団体等における取組みの事例等の把握を行った。



有識者による調査研究委員会

学識経験者3名、産学連携関係者2名、弁理士1名で構成される委員会を全5回開催し、調査結果を踏まえた検討を行った。

I . 序

1 . 本調査研究の背景・目的

昨今、大学を取り巻く環境は、少子化やそれに伴う大学同士の統合など大きく変化しており、様々な改革が求められているところ、改革の一手法として大学ブランドの向上が重要視されている。

また、大学においては、大学の保有する資産を活用した、業務の範囲内と捉えられる事業に取り組むことが求められているところ、その取組の一環として、大学や大学の事業を表す商標を活用することが一部の大学において行われている。大学を表示する商標の活用については、大学ブランドの毀損リスクを懸念して慎重な意見もあるが、大学に対して幅広い取組が求められている現状を鑑み、今後の商標の活用に対するニーズがうかがえる。

大学等を表す標章の使用事例としては、大学を表示する標章を使用した大学関連商品の製作・販売や、大学発ベンチャーや共同研究先企業等との連携により創生された研究成果製品に対して、研究成果の周知を目的に、大学を表示する標章を使用させる例などが存在する。

本調査研究では、大学をはじめとする公益に関する団体等が、団体等を表す標章をどのように使用しているかを調査し、併せて今後の商標の活用についての具体的なニーズの実態把握を行う。また、諸外国の事例や制度を調査し、今後の大学をはじめとする公益団体等を表す商標について、我が国の制度・運用の在り方の検討のための資料とする。

2 . 本調査研究の実施方法

本調査研究では、公益団体等を表示する商標に関して、公開情報調査（文献調査）、国内アンケート調査、国内ヒアリング調査（国内の公益団体及び企業対象）、海外現地ヒアリング調査（海外の公益団体、企業及び法律事務所対象）及び有識者による調査研究委員会を行った。

（1）国内公開情報調査

国内における公益団体等を表示する商標に関して、書籍、論文、調査研究報告書、裁判例、審議会報告書及びインターネット資料等を収集し、それらの内容の分析・整理を行った。

(2) 国内アンケート調査

国内の公益団体等を表示する商標の活用に関する現状把握、ニーズの収集等を行うため、大学等及び地方公共団体を中心とした公益団体等 1,060 者を対象にアンケート調査を行った。

調査項目は以下のとおりである。

- ・ 公益団体等を表示する標章の商標登録出願状況について
- ・ 公益団体等を表示する標章の使用状況について

(3) 国内ヒアリング調査

公益団体等を表示する標章からなる商標の活用の実態をより具体的に把握するため、前記(1)、(2)の調査結果等を踏まえ、前記(2)のアンケート調査先より抽出した23者、(1)の国内公開情報調査において公益団体等を表示する標章を活用していることがわかった企業等より抽出した6者及び有識者1名を対象にヒアリング調査を行った。

調査項目は以下のとおりである。

- ・ 商標登録出願・管理状況
- ・ 公益団体等を表示する標章の使用事例
- ・ 公益団体等を表示する標章の使用の効果

(4) 海外公開情報・現地ヒアリング調査

米国、カナダ、オーストラリア、EU、英国、フランス、ドイツ、ベネルクス、ロシア、中国、韓国の11か国・地域について、各国・地域の制度資料等の収集や現地の代理人への質問表の送付を行うことで、公益団体等を表示する商標に関する制度、運用、活用事例等について調査、整理及び分析した。

さらに、海外における商標を活用したブランド向上の取組の事例収集と法制度上の整理をするため、大学と、商標の活用や法制度に詳しい法律事務所等に対しヒアリング調査を行った。

ヒアリング調査の項目は以下のとおりである。

- ・ 商標登録出願・管理状況
- ・ ブランド活用（ライセンス）の事例
- ・ ブランド活用（ライセンス）の効果
- ・ 各国の状況
- ・ 日本との関係・海外展開

（５）有識者による調査研究委員会

調査研究に関して専門的な視点からの検討、分析、助言を得るため、本調査研究に関して専門的な知見を有する者 6 名で構成される調査研究委員会を設置した。委員会は、全 5 回実施した。

II . 国内公開情報調査

商標法第 4 条第 1 項第 6 号において、公益団体等を表示する標章であって、著名なものと同じ又は類似の商標については、商標登録を受けることができない旨規定されているが、商標法第 4 条第 2 項において、その公益団体等自身が商標登録出願をするときは、上記の規定は適用されず、登録を受けることができる旨規定されている。

商標法第 4 条第 2 項の規定により登録を受けた商標の商標権については、第 24 条の 2 第 2 項、第 3 項において、移転について、制限を受ける旨規定されており、また、商標法第 30 条第 1 項ただし書及び第 31 条第 1 項ただし書においては、専用使用权の設定又は通常使用权の許諾について、制限を受ける旨規定されている。

商標法第 4 条第 1 項第 6 号の趣旨について、特許庁（編）『工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第 19 版〕』において、権威の尊重や国際信義といった公益保護の規定である旨の解説がある¹。裁判例においては、同号の趣旨として、権威の尊重に加えて需要者の利益の保護（出所の混同の防止）について言及するものもある。権威の尊重と、需要者の利益の保護（出所の混同の防止）の 2 点は、商標審査基準〔改訂第 12 版〕にも盛り込まれている。

商標法第 4 条第 2 項については、前述の第 4 条第 1 項第 6 号の趣旨から、その者自身が商標登録を受けることは可能である旨が解説されている。商標法第 24

¹ 特許庁（編）『工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第 19 版〕』1286 頁（発明推進協会、2012 年）https://www.jpo.go.jp/shiryou/hourei/kakokai/pdf/cikujyoukaisetu19/syouhyou_all.pdf [最終アクセス日：2017 年 1 月 11 日]

条の2第2項、第3項、第30条第1項ただし書及び第31条第1項ただし書については、商標法第4条第2項の、団体自身であれば登録を受けられる趣旨による旨の解説がある。

III . 国内アンケート調査

調査対象の公益団体等において、商標管理担当部署が存在するのは半数程度であった。また、3分の1の団体においては、商標・団体名称等の活用に関する規制やガイドラインを有し、その中には団体を表示する商標についての定めを置く団体もあり、団体内での管理体制が整っている実情がうかがえた。

商標登録出願については、直接の事業に係る商品・役務以外にも、記念品等として販売、配布される文房具、被服等の商品において出願が行われている実情がうかがえた。商標登録出願の理由は、防衛目的が最も多かったが、広報活動のために商標権を活用することを挙げる回答も一定数存在した。他方、商標出登録願を行わない団体もあり、その理由として、商標法第4条第1項第6号により第三者が商標登録をすることはできないため、という同号の規定を踏まえた意見が挙げられた。

団体を表示する商標の使用状況については、自身でのみ使用しているとの回答と、関連団体等の他者へも使用させているという回答が、同数程度であった。自身の使用としては、広告物やウェブサイト等があり、関連団体等に対しては、共同開発を行った商品への使用等の例が挙げられた。

また、大学の回答のみを、国立、公立、私立の種別ごとに、また、ブランド力ごとに分析した。種別ごとの分析において、国立大学の商標登録出願に対する意識及び商標権の活用についての意識の高さがうかがえた。

IV . 国内ヒアリング調査

国内アンケートの回答に基づき、公益団体等が、団体等を表す標章をどのように使用しているか、また、今後の商標の活用に対するニーズをヒアリング調査した。

大学については、大学名等を使用した文房具等の商品を広報活動の目的で製作し、販売している複数の事例があった。また、産学連携活動の成果としての製品に大学名を付す場合には、説明的な表現とすることが一般的であり、商標の使用ではないものと理解される事例があった。そして、多くの団体では、団体の権威が毀損されることがないように努めており、実際の商品への標章の付され方や商

品の品質を確認する体制を有していることがうかがえた。

団体等を表す商標の活用に対するニーズとしては、特に、国立大学から、大学の資産の有効活用が求められていること、附帯業務として行う収益事業の範囲が広がっていることから、大学の所有する商標権を活用したライセンスについてのニーズがあることがうかがえた。

商標のライセンスを望む場合の手法としては、団体等を表示する標章として著名でないものを登録し、商標法第4条第1項第6号に該当しない標章としてライセンスを行うという団体の事例が紹介された。

地方公共団体においては、広く地域住民に使用してもらうことを目的とすることから、商標のライセンスという形は取らず、無償で、申請をすることで使用が認められる事例や、申請も不要で自由に使用することができる事例が紹介された。

V . 海外公開情報・現地ヒアリング調査

公開情報調査の対象とした11か国・地域のうち、4か国（米国、カナダ、ドイツ及び韓国）においては国を表示する標章の、5か国（米国、カナダ、フランス、ドイツ及び韓国）においては地方自治体を表示する標章の、他人による登録が禁止されている。また、カナダ、韓国においては公的機関を表示する標章も他人による登録が禁止されており、EUでは「紋章又は紋章入りの盾を含む商標であって、特定の公共の利益のためのもの」について、英国ではオリンピックシンボルについて、他人による登録が禁止されている。大学・学校に関する標章の他人による登録が禁止されているのはカナダのみであった。

また、韓国においては、通常の商標制度の他に、営利を目的としない業務を営む者のみが登録を受けることができる「業務標章制度」が存在し、業務標章に関してのみ、専用使用権及び通常使用権の設定が禁止されている。その他の国・地域においては、公益に関する団体等を表示する商標のライセンスを制限する規定はなかった。

VI . まとめ

上記の国内アンケート及び国内ヒアリング調査結果によれば、公益団体等は、団体を表示する商標について、使用するマークや、使用態様、契約の形態等に配慮しつつ使用を行っている実態がうかがえる。団体においては、商標の使用については適切な管理等が必要であると認識されており、特に大学においては、自身の権威の尊重に留意しながらも、商標の活用による大学ブランドの向上や多方面

への事業の取組を図りたいという意識がうかがえた。

現行の商標法第4条第1項第6号は、公益団体等を表示する標章であって、著名なものと同一又は類似の商標については、商標登録を受けることができない旨が規定されており、その趣旨は、団体自身の権威の尊重と、需要者の利益の保護と理解されている。諸外国の法制度の調査によれば、公益的な標章について、我が国と同様に他人による登録が禁止されている国が多く存在したが、ライセンスの規定については、公益的な標章について別の取扱いを規定する国は、韓国における業務標章以外には見られなかった。

本調査による公益団体等を表す標章の使用状況等を踏まえ、仮に制度を見直す場合には、現行の規定の趣旨である権威の尊重と需要者保護とのバランスを考慮しつつ、公益団体を取り巻く環境変化に合わせた広い視点からの慎重な検討が必要である。

また、商標権のライセンスを望む場合には、公益団体等を表示する標章について、著名になる前の段階で早期に商標登録出願を行い、商標法第4条第1項第6号に該当しないものとして商標権を取得することが、一つの方策となると考え得るところである。





はじめに

昨今、大学を取り巻く環境は、少子化やそれに伴う大学同士の統合など大きく変化しており、様々な改革が求められているところ、改革の一手法として大学ブランドの向上が重要視されている。

また、大学においては、大学の保有する資産を活用した、業務の範囲内と捉えられる事業に取り組むことが求められているところ、その取組の一環として、大学や大学の事業を表す商標を活用することが一部の大学において行われている。大学を表示する商標の活用については、大学ブランドの毀損リスクを懸念して慎重な意見もあるが、大学に対して幅広い取組が求められている現状を鑑み、今後の商標の活用に対するニーズがうかがえる。

大学等を表す標章の使用事例としては、大学を表示する標章を使用した大学関連商品の製作・販売や、大学発ベンチャーや共同研究先企業等との連携により創生された研究成果製品に対して、研究成果の周知を目的に、大学を表示する標章を使用させる例などが存在する。

こうした状況を踏まえ、1) 公益団体における実態及びニーズ、2) 現行商標法の趣旨、3) 諸外国の事例や制度について、それぞれ調査、整理を行った。また、調査の方針、内容、進め方及びまとめ方について、専門的な視点からの助言を受けるため、有識者による調査研究委員会を設置・開催した。

本報告書は、上記調査の結果を集約したものである。本報告書が、今後、公益団体等を表示する商標についての制度・運用の在り方の検討の際に参考となれば幸いである。

最後に、アンケート調査及びヒアリング調査にご協力いただいた国内外の公益団体、企業及び有識者の皆様、闊達なご議論及び貴重なご意見・ご指導を賜った委員の皆様へ深く感謝申し上げます。

平成 29 年 2 月
株式会社サンビジネス





「大学をはじめとする公益に関する団体等を表示する商標の
ライセンスに関する調査研究」委員会名簿

委員長

島並 良 神戸大学大学院 科学技術イノベーション研究科・
法学研究科 教授

委員

金澤 良弘 日本大学大学院 知的財産研究科 教授
日本大学産官学連携知財センター 副センター長
金子 敏哉 明治大学 法学部 准教授
寺内 伊久郎 北海道大学 産学・地域協働推進機構 特任教授 弁理士
淵 麻依子 明治大学 知的財産法政策研究所 客員研究員
神戸大学大学院 法学研究科 博士課程後期課程
松嶋 さやか 日本弁理士会 商標委員会 委員長
芦田・木村国際特許事務所 弁理士

(敬称略、五十音順)

オブザーバー

木村 一弘	審査業務部 商標課 商標制度企画室長
且 克昌	審査業務部 一般役務 先任上席審査官
	審査業務部 商標課 商標審査企画官（前）
根岸 克弘	審査業務部 商標課 課長補佐
浦辺 淑絵	審査業務部 商標課 課長補佐
田村 祐一	審査業務部 商標課 法制専門官
目黒 潤	審査業務部 商標課 商標制度企画室 室員
加藤 百宇	審査業務部 商標課 商標制度企画室 室員
浜岸 広明	総務部 企画調査課 知的財産活用企画調整官
大谷 純	総務部 企画調査課 研究班長
安西 周平	総務部 企画調査課 研究班
宮川 元	総務部 企画調査課 商標動向係長
今田 富久香	総務部 総務課 制度審議室 法制専門官
中尾 真由美	審査業務部 一般役務 審査官
	総務部 総務課 制度審議室 商標制度係長（前）

事務局

川上 和秀	株式会社サンビジネス 取締役 弁理士
石崎 めぐみ	株式会社サンビジネス 研究員
鶴岡 直樹	株式会社サンビジネス 研究員
佐藤 剛平	株式会社サンビジネス 研究員
鈴木 強	株式会社サンビジネス 研究員
小松崎 里恵	株式会社サンビジネス 研究員
尾高 彰一郎	株式会社サンビジネス 研究補助員



目 次

要約

はじめに

委員会名簿

I .	序	1
1 .	本調査研究の背景・目的	1
2 .	本調査研究の実施内容	1
(1)	国内公開情報調査	1
(2)	国内アンケート調査	2
(3)	国内ヒアリング調査	2
(4)	海外公開情報・現地ヒアリング調査	2
(5)	有識者による調査研究委員会	3
II .	国内公開情報調査	4
1 .	国内公開情報調査の目的	4
2 .	国内公開情報調査の手法	4
3 .	公益に関する団体等を示す商標に関する制度	4
(1)	商標法・商標審査基準	4
(i)	商標法第4条第1項第6号	4
(ii)	商標法第4条第2項	7
(iii)	商標法第24条の2第2項、第3項	7
(iv)	商標法第30条第1項ただし書、商標法第31条第1項ただし書	8
(2)	制度趣旨	9
(i)	商標法第4条第1項第6号	9
(ii)	商標法第4条第2項	11
(iii)	商標法第24条の2第2項、第3項	11
(iv)	商標法第30条第1項ただし書、商標法第31条第1項ただし書	12
4 .	公益に関する団体等を示す商標の活用事例	12
(1)	団体自身のウェブサイト等	13
(2)	団体グッズ	13
(i)	大学生協で販売するグッズ	13
(ii)	大学生協以外の大学オフィシャルグッズ	13

(3)	共同開発商品	13
(4)	団体発ベンチャー企業	14
III	国内アンケート調査	15
1.	国内アンケート調査の目的	15
2.	国内アンケート調査の手法	15
(1)	アンケート調査対象の設定	15
(2)	アンケート調査項目の設定	16
(3)	アンケート調査の実施	16
(i)	実施期間	16
(ii)	回答状況	17
3.	国内アンケート調査の結果	17
(1)	回答者の基本情報	17
(i)	団体種別	17
(ii)	商標登録出願状況	18
(iii)	商標登録出願担当部署・商標管理担当部署の有無	19
(iv)	商標・団体名称等の活用に関する規則・ガイドラインの有無	20
(2)	団体を表示する標章の登録出願状況について	21
(i)	団体を表示する標章の商標登録出願の有無	21
(ii)	商標登録出願を行っている商品・役務の範囲	22
(iii)	直接の事業ではない分野について団体を表示する標章の商標登録出 願を行う理由	23
(iv)	団体を表示する標章の商標登録出願を行わない主な理由	24
(3)	団体を表示する標章の使用状況について	24
(i)	団体を表示する標章の使用者	24
(ii)	団体を表示する標章の自分以外の使用者	25
(iii)	自身でのみ使用している具体例	26
(iv)	関連団体又は関連団体以外の団体に使用させている具体例	26
4.	国内アンケート調査の結果（大学のみの分析）	27
(1)	回答者の基本情報	27
(i)	団体種別	27
(ii)	商標登録出願状況	28
(iii)	商標登録出願担当部署・商標管理担当部署の有無	29
(iv)	商標・団体名称等の活用に関する規則・ガイドラインの有無	31
(2)	団体を表示する標章の登録出願状況について	32

(i)	団体を表示する標章の商標登録出願の有無	32
(ii)	直接の事業ではない分野について団体を表示する標章の商標登録出願を行う理由	34
(3)	団体を表示する標章の使用状況について	36
(i)	団体を表示する標章の使用者	36
(ii)	団体を表示する標章の自分以外の使用者	37
IV	国内ヒアリング調査	41
1.	国内ヒアリング調査の目的	41
2.	国内ヒアリング調査の手法	41
(1)	ヒアリング対象の設定	41
(2)	ヒアリング項目の設定	42
3.	国内ヒアリング調査の結果	43
(1)	団体を表示する標章の使用に関する実態	43
(i)	使用する商品等	43
(ii)	契約や取り決めの形態	43
(iii)	有償か無償か、有償の場合何についての対価か	45
(iv)	品質管理	46
(v)	海外での使用事例又は予定	46
(2)	団体を表示する標章を他者に使用させるメリット・デメリット	47
(i)	メリット	47
(ii)	デメリット	48
(3)	主に大学における今後のライセンス活動の可能性	49
V	海外公開情報・現地ヒアリング調査	51
1.	海外公開情報・現地ヒアリング調査の目的	51
2.	海外公開情報・現地ヒアリング調査の手法	51
(1)	調査対象国・地域の設定	51
(2)	調査項目の設定	52
3.	各国の法制度	54
(1)	対象国・地域ごとの調査結果	54
(i)	米国	54
(ii)	カナダ	55
(iii)	オーストラリア	55
(iv)	EU（欧州連合）	55

(v) 英国	56
(vi) フランス	56
(vii) ドイツ	56
(viii) ベネルクス	56
(ix) ロシア	57
(x) 中国	57
(xi) 韓国	57
(2) 対象国・地域ごとの調査結果の比較	58
4. 各国の公益団体における商標活用状況	60
(1) 各国における公益団体のライセンス状況	60
(i) 米国	60
(ii) 英国	61
(iii) ドイツ	61
(iv) 中国	62
(v) 韓国	62
(2) 各国における大学のライセンス活動のメリット	62
(3) 各国における大学のライセンス活動に関するトラブル事例	63
(4) 各国におけるライセンシング・エージェントの活動状況	63
VI. まとめ	65

資料編

資料 I 海外公開情報調査

資料 I - 1 各国・地域の公益団体等を表示する商標に関する規定

資料 I - 2 各国・地域の公益団体等を表示する商標に関する規定 一覧表





I . 序

1 . 本調査研究の背景・目的

昨今、大学を取り巻く環境は、少子化やそれに伴う大学同士の統合など大きく変化しており、様々な改革が求められているところ、改革の一手法として大学ブランドの向上が重要視されている。

また、大学においては、大学の保有する資産を活用した、業務の範囲内と捉えられる事業に取り組むことが求められているところ、その取組の一環として、大学や大学の事業を表す商標を活用することが一部の大学において行われている。大学を表示する商標の活用については、大学ブランドの毀損リスクを懸念して慎重な意見もあるが、大学に対して幅広い取組が求められている現状を鑑み、今後の商標の活用に対するニーズがうかがえる。

大学等を表す標章の使用事例としては、大学を表示する標章を使用した大学関連商品の製作・販売や、大学発ベンチャーや共同研究先企業等との連携により創生された研究成果製品に対して、研究成果の周知を目的に、大学を表示する標章を使用させる例などが存在する。

本調査研究では、大学をはじめとする公益に関する団体等が、団体等表す標章をどのように使用しているかを調査し、併せて今後の商標の活用についての具体的なニーズの実態把握を行う。また、諸外国の事例や制度を調査し、今後の大学をはじめとする公益団体等を表す商標について、我が国の制度・運用の在り方の検討のための資料とする。

2 . 本調査研究の実施内容

本調査研究では、大学をはじめとする公益に関する団体等を表示する商標のライセンスについて、国内公開情報調査、国内アンケート調査、国内ヒアリング調査、海外公開情報調査、海外現地ヒアリング調査を実施した。

(1) 国内公開情報調査

国内における公益団体等を表示する商標に関して、書籍、論文、調査研究報告書、審判・裁判例、審議会報告書及びインターネット資料等を収集し、それらの内容の分析・整理を行った。

(2) 国内アンケート調査

国内の公益に関する団体等を表示する商標の活用に関する現状把握、ニーズの収集等を行うため、公益に関する団体等 1,060 者を対象にアンケート調査票を送付した。アンケート調査票の送付は、2016 年 8 月 10 日、回答の締切りは、2016 年 9 月 16 日と設定した。調査項目は以下のとおりである。

- ・ 団体を表示する標章の商標登録出願状況
- ・ 団体を表示する標章の使用状況

(3) 国内ヒアリング調査

公益団体等及び公益団体等と共同開発等を行う企業における、公益団体等を表示する商標の活用の実情及びニーズをより具体的に把握するため、公開情報調査及びアンケート調査の調査結果等を踏まえ、前記アンケート調査先より抽出した公益団体等 23 者、(1) の国内公開情報調査において公益団体等を表示する標章を活用していることがわかった企業等より抽出した 6 者及び有識者 1 名を対象にヒアリング調査を行った。調査項目は以下のとおりである。

- ・ 商標登録出願・管理状況
- ・ 公益団体等を表示する標章の使用事例
- ・ 公益団体等を表示する標章の使用の効果

(4) 海外公開情報・現地ヒアリング調査

各国の公益団体等を表示する商標に関する制度、運用、活用事例等について、制度資料、書籍、論文、調査研究報告書及びインターネット資料等を収集し、また、必要に応じて現地の代理人への質問表の送付を行い、それらの内容の分析・整理を行った。調査対象国・地域は、米国、カナダ、オーストラリア、EU、英国、フランス、ドイツ、ベネルクス、ロシア、中国、韓国の 11 か国・地域とした。

さらに、公開情報調査及び国内アンケート調査、委員会における検討結果を踏まえて深掘りし、海外における商標を活用したブランド向上の取組の事例収集と法制度上の整理を行うため、商標を活用したブランド向上の取組が盛んな大学と、商標の活用や法制度に詳しい法律事務所等の 18 者を対象にヒアリング調査を行った。調査対象国は、米国、英国、ドイツ、中国、韓国の 5 か国とした。

海外ヒアリング調査の調査項目は以下のとおりである。

- ・ 商標登録出願・管理状況
- ・ ブランド活用（ライセンス）の事例
- ・ ブランド活用（ライセンス）の効果
- ・ 各国の状況
- ・ 日本との関係・海外展開

（５）有識者による調査研究委員会

調査研究に関して専門的な視点からの検討、分析、助言を得るために、本調査研究に関して専門的な知見を有する者（学識経験者、産学連携担当者、弁理士）6名（1名を委員長とする）で構成される調査研究委員会を設置した。委員会は全5回実施した。

II . 国内公開情報調査

1 . 国内公開情報調査の目的

公益に関する団体等を表示する商標の実態を把握するに当たり、現行制度の整理及び実情の把握が必要である。国内アンケート・国内ヒアリング調査の基礎調査も兼ねた情報収集を行った。

2 . 国内公開情報調査の手法

国内における公益団体等を表示する商標に関する、書籍、論文、調査研究報告書、裁判例、審議会報告書及びインターネット資料等を収集し、それらの内容を分析した。これにより、公益団体等を表示する商標に関する制度の保護法益等の整理を行った。

3 . 公益に関する団体等を示す商標に関する制度

(1) 商標法・商標審査基準

(i) 商標法第4条第1項第6号

商標法第4条第1項第6号においては、公益に関する団体等を表示する標章であつて、著名なものと同一又は類似の商標について、商標登録を受けることができない旨が規定されている。

商標法第4条第1項

(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。

一～五 (略)

六 国若しくは地方公共団体若しくはこれらの機関、公益に関する団体であつて営利を目的としないもの又は公益に関する事業であつて営利を目的としないものを表示する標章であつて著名なものと同一又は類似の商標

七～十九 (略)

商標審査基準〔改訂第12版〕第3 五、第4条第1項第6号では、同号の対象となる公益に関する団体等の例が示されている。

商標審査基準〔改訂第12版〕第3 第4条第1項及び第3項

第3 第4条第1項及び第3項（不登録事由）

一～四 （略）

五、第4条第1項第6号（国、地方公共団体等の著名な標章）

1. 「国、地方公共団体若しくはこれらの機関」について

（1） 「国」とは日本国をいう。

（2） 「地方公共団体」とは、地方自治法一条の三 にいう普通地方公共団体（都道府県及び市町村）及び特別地方公共団体（特別区、地方公共団体の組合及び財産区）をいう。

（3） 「これらの機関」とは、国については立法、司法、行政の各機関をいい、地方公共団体については、これらに相当する機関（司法を除く。）をいう。

2. 「公益に関する団体であって営利を目的としないもの」について

「公益に関する団体であって営利を目的としないもの」であるか否かについては、当該団体の設立目的、組織及び公益的な事業の実施状況等を勘案して判断する。この場合、国内若しくは海外の団体であるか又は法人格を有する団体であるか否かを問わない。

（例）

- ① 公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律による認定を受けた公益社団法人又は公益財団法人（例：日本オリンピック委員会）
- ② 特別法に基づき設立された社会福祉法人、学校法人、医療法人、宗教法人、特定非営利活動法人、独立行政法人（例：日本貿易振興機構）など
- ③ 政党
- ④ 国際オリンピック委員会
- ⑤ 国際パラリンピック委員会及び日本パラリンピック委員会
- ⑥ キリスト教青年会

3. 「公益に関する事業であって営利を目的としないもの」について

「公益に関する事業であって営利を目的としないもの」であるか否かについ

ては、当該事業の目的及びその内容並びに事業主体となっている団体の設立目的及び組織等を勘案して判断する。この場合、事業が国内又は海外のいずれにおいて行われているかを問わない。

(例)

- ① 地方公共団体や地方公営企業等が行う水道事業、交通事業、ガス事業
- ② 国や地方公共団体が実施する事業（施策）
- ③ 国際オリンピック委員会や日本オリンピック委員会が行う競技大会であるオリンピック
- ④ 国際パラリンピック委員会や日本パラリンピック委員会が行う競技大会であるパラリンピック

4. 「表示する標章」について

国若しくは地方公共団体若しくはこれらの機関、公益に関する団体であって営利を目的としないもの又は公益に関する事業であって営利を目的としないもの（以下、「国等」という。）を「表示する標章」には、国等の正式名称のみならず、略称、俗称、シンボルマークその他需要者に国等を想起させる表示を含む。

(例 1) 公益に関する団体であって営利を目的としないものを表示する標章

- ① 国際オリンピック委員会の略称である「I O C」
- ② 日本オリンピック委員会の略称である「J O C」

(例 2) 公益に関する事業であって営利を目的としないものを表示する標章

- ① 国際オリンピック委員会や日本オリンピック委員会が行う競技大会であるオリンピックを表示する標章としての「オリンピック」及び「O L Y M P I C」、その俗称としての「『五輪』の文字」、そのシンボルマークとしての「五輪を表した図形（オリンピックシンボル）」
- ② 国や地方公共団体が実施する事業（施策）の略称

5. 「著名なもの」について

(1) 「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。

(2) 「著名なもの」に該当するか否かについては、使用に関する事実、例えば、次の①から④までの事実を総合勘案して判断する。この場合、標章によっては、短期間で著名となる蓋然性が高いと認められる場合があるこ

とに留意する。

- ① 実際に使用されている標章
- ② 標章の使用開始時期、使用期間、使用地域
- ③ 標章の広告又は告知の方法、回数及び内容
- ④ 一般紙、業界紙、雑誌又は他者のウェブサイト等における紹介記事の掲載回数及び内容

6. 「同一又は類似の商標」について

本号における類否は、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観点から、これら国等を表示する標章と紛らわしいか否かにより判断する。

六～十八 (略)

(ii) 商標法第4条第2項

商標法第4条第2項では、上記第4条第1項第6号の規定は、その公益に関する団体等自身が商標登録出願をするときは適用されず、登録を受けることができる旨規定されている。

商標法第4条第2項

2 国若しくは地方公共団体若しくはこれらの機関、公益に関する団体であつて営利を目的としないもの又は公益に関する事業であつて営利を目的としないものを行つている者が前項第六号の商標について商標登録出願をするときは、同号の規定は、適用しない。

(iii) 商標法第24条の2第2項、第3項

商標法第24条の2第2項及び第3項には、商標法第4条第2項の規定により登録を受けた商標権は、譲渡又は移転について制限を受ける旨が規定されている。

商標法第 24 条の 2

(商標権の移転)

第二十四条の二 商標権の移転は、その指定商品又は指定役務が二以上あるときは、指定商品又は指定役務ごとに分割してすることができる。

2 国若しくは地方公共団体若しくはこれらの機関又は公益に関する団体であつて営利を目的としないものの商標登録出願であつて、第四条第二項に規定するものに係る商標権は、譲渡することができない。

3 公益に関する事業であつて営利を目的としないものを行つている者の商標登録出願であつて、第四条第二項に規定するものに係る商標権は、その事業とともにする場合を除き、移転することができない。

4 地域団体商標に係る商標権は、譲渡することができない。

(iv) 商標法第 30 条第 1 項ただし書、商標法第 31 条第 1 項ただし書

商標法第 30 条及び第 31 条第 1 項ただし書には、商標法第 4 条第 2 項の規定により登録を受けた商標権について、専用使用权の設定及び通常使用权の許諾について制限を受ける旨が規定されている。

商標法第 30 条第 1 項

(専用使用权)

第三十条 商標権者は、その商標権について専用使用权を設定することができる。ただし、第四条第二項に規定する商標登録出願に係る商標権及び地域団体商標に係る商標権については、この限りでない。

商標法第 31 条第 1 項

(通常使用权)

第三十一条 商標権者は、その商標権について他人に通常使用权を許諾することができる。ただし、第四条第二項に規定する商標登録出願に係る商標権については、この限りでない。

(2) 制度趣旨

(i) 商標法第4条第1項第6号

商標法第4条第1項第6号の立法趣旨について、特許庁（編）『工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第19版〕』において、権威の尊重や国際信義といった公益保護の規定である旨の解説がある²。

六号の立法趣旨はここに掲げる標章を一私人に独占させることは、本号に掲げるものの権威を尊重することや国際信義の上から好ましくないという点にある。なお、本号は八号と異なり、その承諾を得た場合でも登録しないのであるから単純な人格権保護の規定ではなく、公益保護の規定として理解されるのである。本号の例としては、YMCA、JETRO、NHK、結核予防会のダブルクロス、大学を表示する標章、都市の紋章等がある。また、国とは日本国を、地方公共団体とは地方自治法一条の三にいう都道府県及び市町村並びに特別区、地方公共団体の組合及び財産区並びに地方開発事業団を、これらの機関とは、立法、司法、行政についての国又は地方公共団体の機関をいう。公益に関する団体であって営利を目的としないものの代表的な例は公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律二条三号の公益法人である。公益に関する事業であって営利を目的としないものの例は地方公共団体の営む水道事業その他がある。

裁判例においては、同号の趣旨として、権威の尊重に加えて需要者の利益の保護（出所の混同の防止）について言及するものもある。

知財高判平成21年5月28日（平成20年（行ケ）第10351号）

商標法4条1項6号の規定は、同号に掲げる団体の公共性にかんがみ、その権威を尊重するとともに、出所の混同を防いで需要者の利益を保護しようとの趣旨に出たものであり、同号の規定に該当する商標、すなわち、これらの団体を表示する著名な標章と同一又は類似の商標については、これらの団体の権威を損ない、また、出所の混同を生ずるものとみなして、無関係の私人による商標登録を排斥するものであると解するのが相当である。

² 特許庁（編）『工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第19版〕』1286頁（発明推進協会、2012年）

知財高判平成 26 年 9 月 17 日（平成 26 年（行ケ）第 10090 号）

商標法 4 条 1 項 6 号の趣旨は、同号所定の公的機関、非営利公益団体及び非営利公益事業（以下「公的機関等」という。）を表示する標章であって著名なものと同一又は類似の商標が商標登録を受けると、当該商標の使用状況等によっては、公的機関等の権威や信用が損なわれたり、また、当該商標に関する業務が公的機関等に関わるものであるなどの誤解を招き、需要者・取引者に損害を与えるという弊害が生じ得ることから、そのような商標の登録を禁じることによって、上記弊害の発生を阻止し、公的機関等の権威及び信用を保持するとともに、出所混同の防止により需要者・取引者の利益を保護するものと解される。

権威の尊重と、需要者の利益の保護（出所の混同の防止）の 2 点は、前述の商標審査基準〔改訂第 12 版〕にも盛り込まれている。

商標審査基準〔改訂第 12 版〕第 3 第 4 条第 1 項及び第 3 項

第 3 第 4 条第 1 項及び第 3 項（不登録事由）

一～四 （略）

五、第 4 条第 1 項第 6 号（国、地方公共団体等の著名な標章）

1～4 （略）

5. 「著名なもの」について

(1) 「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。

(2) （略）

6. 「同一又は類似の商標」について

本号における類否は、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観点から、これら国等を表示する標章と紛らわしいか否かにより判断する。

六～十八 （略）

本基準の改訂の検討を行った、産業構造審議会知的財産分科会商標制度小委員会商標審査基準ワーキンググループにおいては、ここでいう「出所の混同」につ

いては、商品・役務、商標同士における「出所の混同」とは意味が異なり、当該団体との関係の有無という意味で誤解を生ずるかという問題である旨指摘があった³。

この点につき、工藤莞司『実例で見る商標審査基準の解説 第八版』においても、「『出所の混同』とあるが、第6号は、商品や役務の取引きとは無関係に適用されるため、『誤信』が妥当であろう。」との指摘が見られる⁴。

(ii) 商標法第4条第2項

商標法第4条第2項の趣旨について、特許庁（編）『工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第19版〕』において、前述の商標法第4条第1項第6号の趣旨から、その者自身が商標登録をすることは可能である旨が解説されている⁵。

二項は、一項六号に掲げる商標について当該団体自身が出願した場合には、他の商標登録要件が充たされる限り商標登録を受けられるという規定である。その理由は、一項六号の立法趣旨がその者の権威の尊重といった意味なのであるから団体自身を使用するのならば商標登録をしても一向に差し支えないばかりか、逆に団体が業務を行う場合には未登録のものであれ他人のその商標の使用を排除する必要があるから、商標登録を受けられるようにすることが必要だからである。なお、本項については、その者自身を表示する標章についてのみ商標登録を受けられるのであり、例えば、国を表示する標章について地方公共団体が商標登録を受けられると解釈することはできない。また「公益に関する事業であつて営利を目的としないものを行っている者」については、その者自身は公益的なものでなくても、事業そのものが公益を目的とするならばよい。

(iii) 商標法第24条の2第2項、第3項

商標法第24条の2第2項、第3項は、前述の商標法第4条第2項の趣旨より、移転についても制限が加えられたものである旨、特許庁（編）『工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第19版〕』において解説されている⁶。

³ 産業構造審議会知的財産政策部会 商標制度小委員会 第11回商標審査基準ワーキンググループ議事録 35頁（特許庁、2015年） https://www.jpo.go.jp/shiryoku/toushin/shingikai/pdf/t_mark_sinsakijunwg_menu/new11_gjiroku.pdf [最終アクセス日：2017年1月4日]

⁴ 工藤莞司『実例で見る商標審査基準の解説 第八版』203頁（発明推進協会、2015年）

⁵ 特許庁（編）『工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第19版〕』1293頁（発明推進協会、2012年）

⁶ 特許庁（編）『工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第19版〕』1368頁（発明推進協会、2012年）

二項及び三項はともに四条二項の規定によって商標登録出願をし商標登録を受けた商標権は、四条二項のその者自身の出願に対してのみ商標登録をするという趣旨を貫くために移転に対しても制限を加えたものである。また、二項で「譲渡」としたのは一般承継の場合には移転ができる趣旨であり、これに対して三項については「その事業とともにする場合を除き」一切移転はできない。

(iv) 商標法第 30 条第 1 項ただし書、商標法第 31 条第 1 項ただし書

商標法第 30 条・第 31 条第 1 項ただし書については、特許庁（編）『工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第 19 版〕』において、前述の商標法第 4 条第 2 項の趣旨より、使用許諾は認められない旨の解説がある⁷。

本条は、商標権についての専用使用权の規定である。商標の使用によりその商標に化体された信用が大きくなれば、その商標の使用をしたいという希望をもつ者が多いただろうし、商標権者としても特定の関係、たとえば、資本関係、人的関係について密接な関係があるような場合にはその他人に商標の使用をさせたい場合も多いと考えられる。かかる場合に商標権の譲渡以外の方法で登録商標の使用をすることができる制度が必要となる。こうしたことから、使用許諾制度を新たに創設し、その内容として専用使用权及び通常使用权の二つの種類を規定したのである。

（略）

なお、四条二項に規定する商標登録出願に係る商標権については、その立法趣旨から、使用許諾を認めない。

4. 公益に関する団体等を示す商標の活用事例

日外アソシエーツ（編）『事典 日本の大学ブランド商品—開発商品からキャラクターグッズまで』⁸では、大学と企業の共同開発商品や、大学グッズ等、約 200 大学における、約 900 件の事例が紹介されている。

大学を中心に、団体を表示する商標を含めたブランド活用を行う事例には、次のようなものがある。

年)

⁷ 『工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第 19 版〕』 1382～1383 頁（特許庁、2012 年）

⁸ 日外アソシエーツ（編）『事典 日本の大学ブランド商品—開発商品からキャラクターグッズまで』（日外アソシエーツ、2010 年）

(1) 団体自身のウェブサイト等

シンボルマークやロゴタイプが、ウェブサイトのヘッダー等に使用されているだけでなく、シンボルマークの成り立ちを紹介するページを有する団体も多数ある。また、団体によっては、シンボルマークやロゴタイプ等の使用規定や、使用のための申請書等が公開されているものもある。

(2) 団体グッズ

(i) 大学生協で販売するグッズ

各大学生協の実店舗にて確認、購入が可能である他、各大学生協のウェブサイトにおいて、多数のオリジナルグッズが確認できる。オンラインでのグッズ販売を行っている大学生協もあるが、組合員を対象とした販売である旨の表示がある。

販売されるグッズは、文房具、被服、食品等が多く、商品自体又はパッケージに、大学の名称やシンボルマーク、キャラクター、大学の風景写真等が使用されている。

(ii) 大学生協以外の大学オフィシャルグッズ

大学生協がない大学に多いが、一部の生協を有する大学においても、企業が運営するオフィシャルショップを持つ場合がある。運営企業は、大学の関連会社であることが多い。オンラインでの販売を行っている場合は、誰でも購入することが可能である。

販売されるグッズは、大学生協で製造・販売されているものとおおむね似ており、文房具、被服、食品等が多い。

他に、後援会や同窓会組織がグッズを作っている場合もある。

(3) 共同開発商品

平成 24 年度特許庁大学知財研究推進事業「大学ブランドを活用した産学連携成果の普及に関する研究報告書」⁹によれば、産学連携成果へ活用された大学ブ

⁹ 平成 24 年度特許庁大学知財研究推進事業「大学ブランドを活用した産学連携成果の普及に関する研究報告書」47-52 頁（株式会社三菱化学テクノリサーチ、2013 年）http://www.jpo.go.jp/sesaku/pdf/daigaku_shien/renkeiseika_all.pdf [最終アクセス日：2017 年 1 月 11 日]

ランドの表示例として、①大学名等を商標的に使用した事例、②大学名等を（主にパッケージの表面で）簡略化された説明とともに使用した事例、③大学名等を（主にパッケージの裏面で）説明文の中で使用した事例の3つに分類され、紹介されている。

また、大学のウェブサイトで、産学連携成果を確認することができる。商品化されているものの中には、大学のシンボルマーク等が付されているものや、「コミュニケーションマーク」等と呼ばれる、大学のシンボルマークとは別のマークが付されているものもある。

（４） 団体発ベンチャー企業

大学の研究成果等を活用して起業したベンチャー企業等、大学と関わりの深いベンチャー企業は、「大学発ベンチャー」と呼ばれ、イノベーションの担い手として、その成長・推進が期待されているところである。

大学発ベンチャーでは、大学名称や大学のシンボルマーク、ロゴタイプ等を使用していることは少ないが、ウェブサイト等で「〇〇大学発ベンチャー」といった表示を行う場合がある。また、大学と共同研究・開発を行っている場合も多く、その旨の説明文が記述されているものも見られる。

大学によっては、条件を設けて大学発ベンチャーの認定制度を有する大学もあるが、一方で、そのような認定を行っていないことを明言している大学もある。

大学以外でも、国立研究開発法人の研究成果を基にするベンチャー企業も確認できた¹⁰。

¹⁰ 科学技術振興機構が実施する「大学発ベンチャー表彰」では、「国公立大学、高等専門学校、国立試験研究機関、公立試験研究機関、国立研究開発法人、公益法人等の非営利法人」の成果を活用して起業したベンチャー企業を「大学発ベンチャー」として表彰の対象としている。

III . 国内アンケート調査

1 . 国内アンケート調査の目的

公益に関する団体等を表示する商標の活用に関する現状の把握等を行うため、公益に関する団体等による、自身を表示する標章の活用によるブランド向上の取組等に関して国内アンケート調査を実施し、公益に関する団体等の意見の収集・分析を行った。

2 . 国内アンケート調査の手法

(1) アンケート調査対象の設定

公益に関する団体等を法人種別で分類し、本調査研究の目的に従い、大学等及び地方公共団体を中心に、計 1,060 者を選定した。

選定の方法は、国立大学法人・大学共同利用法人・公立大学法人・独立行政法人・都道府県・政令指定都市についてはその全てを対象とした。学校法人については、商標登録出願件数が 3 件以上の法人を選定し、学生数 1 万人以上の私立大学を運営している法人で、先の基準で選定されなかったものを追加した。公益財団法人・公益社団法人・特定非営利活動法人・商工会議所と市区町村については、商標登録出願件数が 5 件以上の団体を選定した。また、参考文献に例として記載がある団体を追加した。

図表 1 調査対象内訳

種別	選定条件	発送数	有効発送数
国立大学法人・ 大学共同利用法人	全国立大学法人 全大学共同利用法人	88	88
公立大学法人	全公立大学法人	57	57
学校法人	出願件数 3 件以上 大規模私立大学	314	313
独立行政法人	全独立行政法人	88	88
公益財団／社団法人	出願件数 5 件以上 参考文献に記載	137	137
特定非営利活動法人	出願件数 5 件以上	131	120
商工会議所	出願件数 5 件以上	35	35
地方公共団体	全都道府県 全政令指定都市 出願件数 5 件以上	198	198
特殊法人	参考文献に記載	1	1
合計		1,060	1,047

(2) アンケート調査項目の設定

公益に関する団体等を表示する商標の活用に関する実態と具体的なニーズを把握するため、調査の大項目として以下を設定した。

- ・ 団体を表示する標章の商標登録出願状況
- ・ 団体を表示する標章の使用状況

(3) アンケート調査の実施

(i) 実施期間

アンケート調査の実施期間は以下のとおりである。

- ・ 発送：2016年8月10日
- ・ 締切：2016年9月16日

(ii) 回答状況

アンケートを送付した 1,060 者のうち、491 者より回答を得た（有効回答率 46.9%）。

図表 2 アンケート調査発送・回答状況

発送数	1,060
うち宛先不明等	13
有効発送数	1,047
有効回答数	491
有効回答率	46.9%

3. 国内アンケート調査の結果

(1) 回答者の基本情報

(i) 団体種別

種別毎の有効回答率は以下のとおりである。

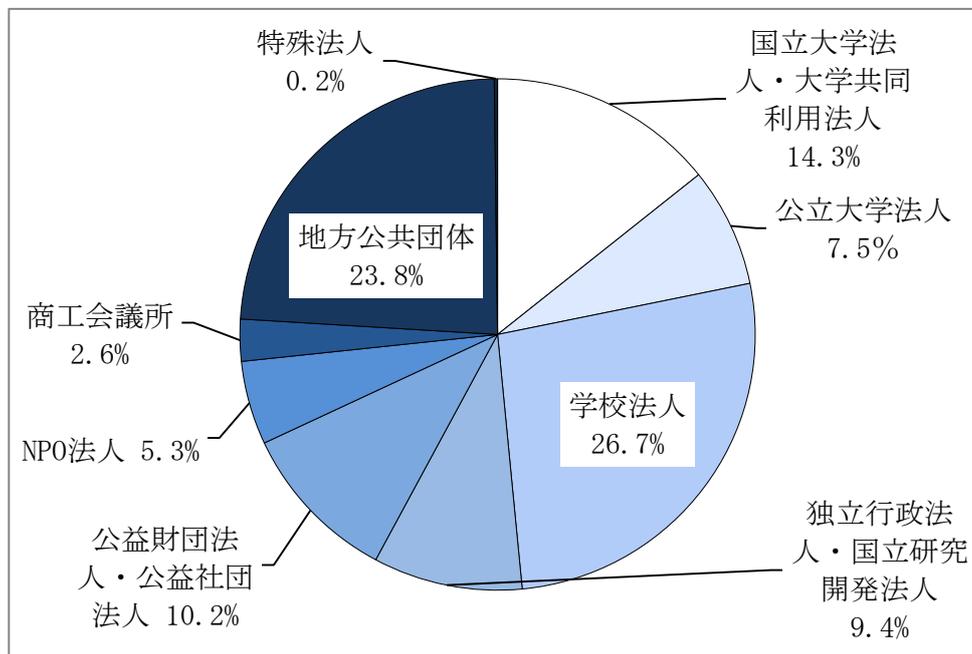
図表 3 回答率

種別	有効発送数	有効回答数	有効回答率
国立大学法人・大学共同利用法人	88	70	79.5%
公立大学法人	67	37	55.2%
学校法人	313	131	41.9%
独立行政法人	88	46	52.3%
公益財団法人・公益社団法人	137	50	36.5%
特定非営利活動法人	120	26	21.7%
商工会議所	35	13	37.1%
地方公共団体	198	117	59.1%
特殊法人	1	1	100.0%

回答者の内訳を見ると、最も回答数が多いのは「学校法人」の 26.7%であり、「地方公共団体」の 23.8%が続く。「国立大学法人・大学共同利用法人」、「公立

大学法人」、「学校法人」を合わせると、48.5%とおよそ半数を占めている。

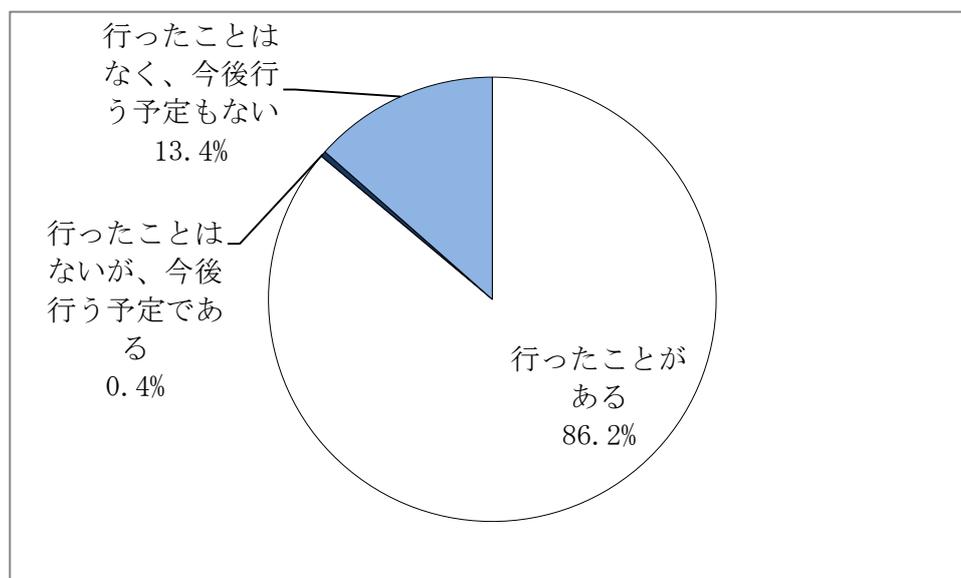
図表 4 回答者の種別



(ii) 商標登録出願状況

選定基準の一つとして商標出願件数を採用したため、86.2%は出願を「行ったことがある」との回答であった。

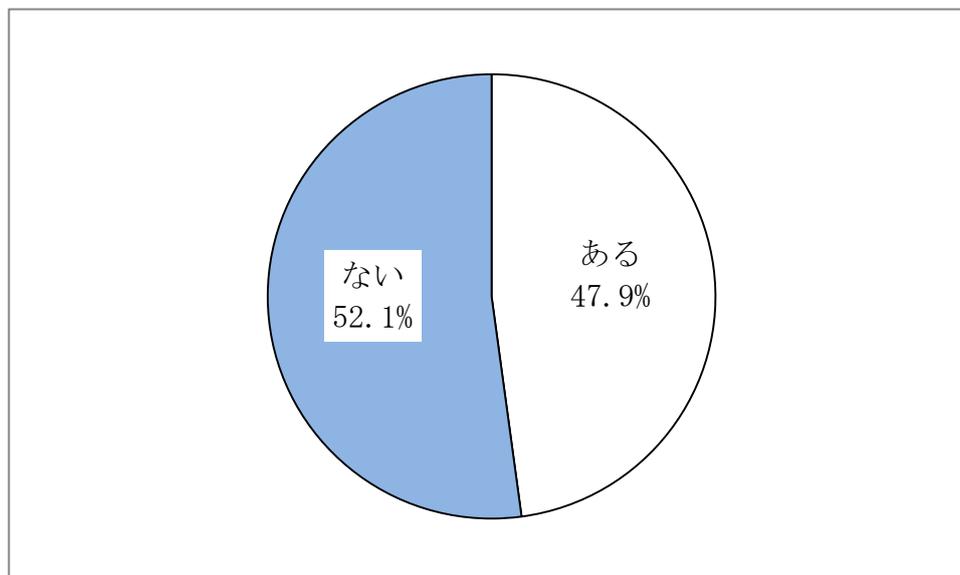
図表 5 商標登録出願状況



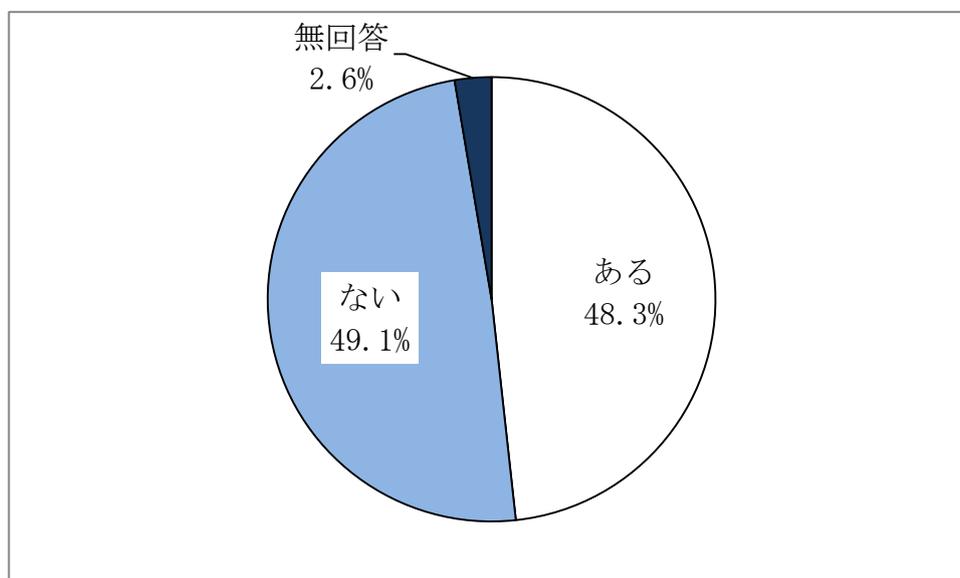
(iii) 商標登録出願担当部署・商標管理担当部署の有無

商標出願担当部署が「ある」との回答が 47.9%、商標管理担当部署が「ある」との回答が 48.3%と、いずれも半数弱であった。

図表 6 商標登録出願担当部署の有無



図表 7 商標管理担当部署の有無



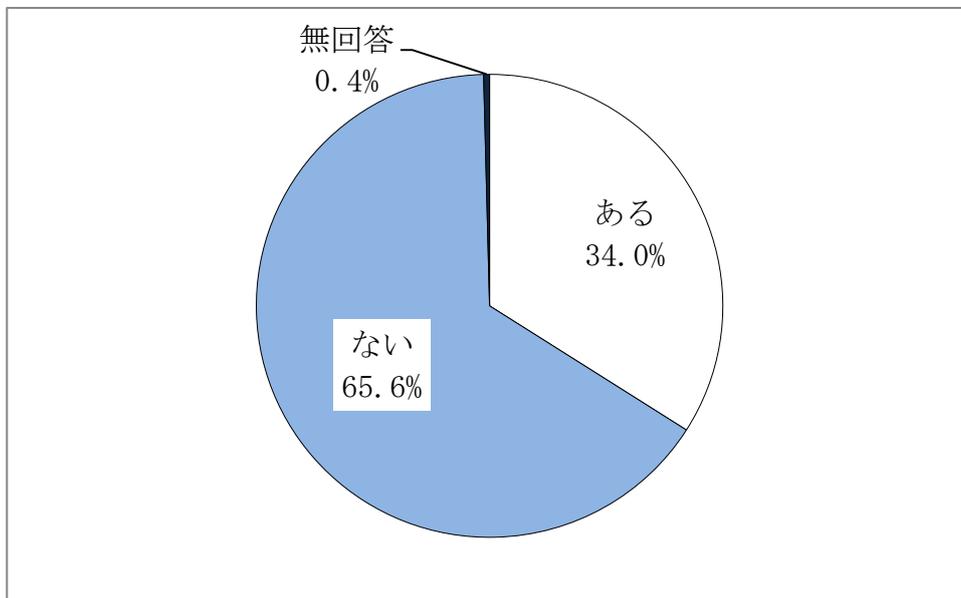
出願又は管理担当部署が「ある」と回答した団体に、具体的に部署名を聞いた。総務部門と知的財産部門が多かったが、複数の部門で出願や管理を担当している団体もあった。

- ・ 総務部門（出願担当 72 者、管理担当 74 者）
- ・ 知的財産部門（出願担当 50 者、管理担当 44 者）
- ・ 産学連携部門（出願担当 20 者、管理担当 20 者）
- ・ 広報部門（出願担当 12 者、管理担当 18 者）

(iv) 商標・団体名称等の活用に関する規則・ガイドラインの有無

商標・団体名称等の活用に関する規則・ガイドラインが「ある」と回答した団体は 34.0%と、回答者全体の 3 分の 1 程度であった。

図表 8 商標・団体名称等の活用に関する規則・ガイドラインの有無



「ある」と回答した団体の規則・ガイドラインの詳細としては、名称、ロゴタイプ、シンボルマーク等それぞれの標章に関する個別の規定を持つ団体が多かったが、商標権や知的財産に関する規則の中に、団体を表示する標章に関する定めがある団体もあった。

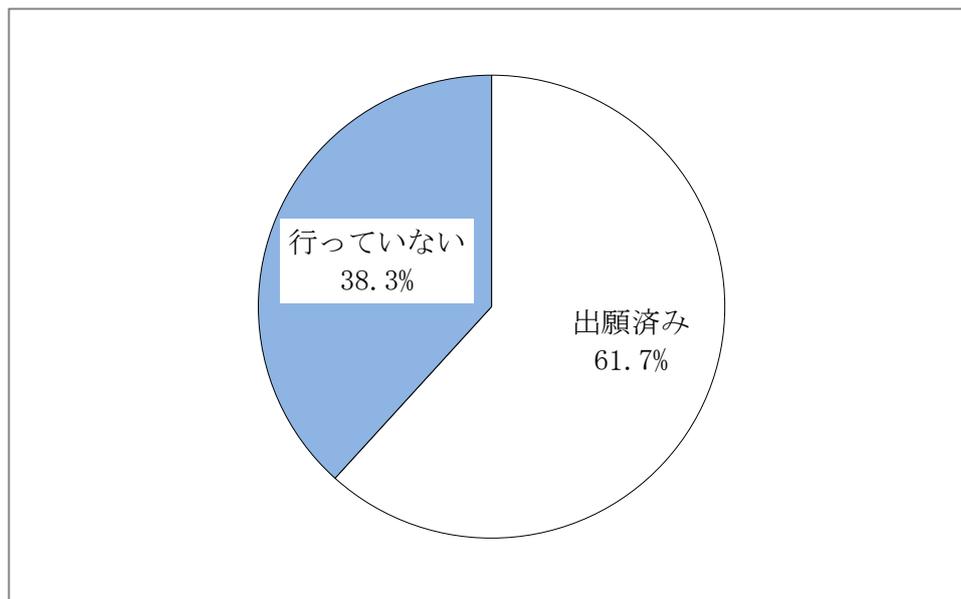
- ・ 名称／ロゴタイプ／シンボルマーク／キャラクター等に関する規則（110 者）
- ・ 商標権に関する規則（23 者）
- ・ 知的財産権に関する規則（16 者）
- ・ 職務発明に関する規則（6 者）

(2) 団体を表示する標章の登録出願状況について

(i) 団体を表示する標章の商標登録出願の有無

「出願済み」との回答が61.7%と6割強であった。一方で、4割近くは団体を表示する標章の商標登録出願を行っておらず、商標登録出願の経験はあるが、団体を表示する標章の商標登録出願を行っていない団体もあることがわかった。

図表9 団体を表示する標章の商標登録出願の有無



(ii) 商標登録出願を行っている商品・役務の範囲

① 直接の事業の範囲とみられるもの

知識等の教授が最も多く、次いでセミナーの企画・運営又は開催が多かった。また、書籍や印刷物に関連する商品・役務も多く挙げられた。

- ・ 技芸・スポーツ又は知識の教授（97者）
- ・ セミナーの企画・運営または開催（66者）
- ・ 美術品の展示、映画・演芸・演劇又は音楽の演奏の興行の企画又は運営、映画の上映・製作又は配給、演芸の上演、演劇の演出又は上演（36者）
- ・ 図書及び記録の供覧、図書の貸与、電子出版物（29者）
- ・ 書籍の制作（29者）
- ・ 印刷物（25者）
- ・ 運動施設の提供、娯楽施設の提供（19者）
- ・ 医業、健康診断、調剤（17者）

② 直接の事業ではないもの

文房具や被服を始め、記念品やノベルティとして販売又は配布されると思われるものが多くあった。

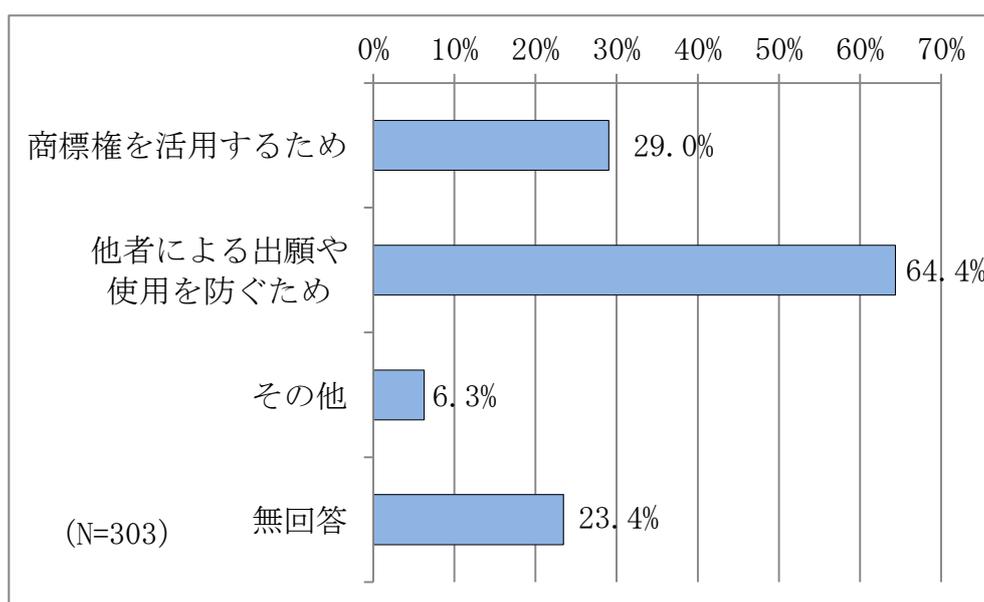
- ・ 文房具（71者）
- ・ 被服（46者）
- ・ 印刷物、書画、写真、写真たて（36者）
- ・ キーホルダー（21者）
- ・ 菓子（19者）
- ・ かばん（16者）
- ・ 飲料、酒（15者）
- ・ タオル（11者）
- ・ 食器（7者）
- ・ 記念カップ、記念たて（6者）

(iii) 直接の事業ではない分野について団体を表示する標章の商標登録出願を行う理由

(i) で「出願済み」と回答した団体のみを対象とした設問である。

「他者による出願や使用を防ぐため」との回答が 64.4%と 6割以上に上り、「商標権を活用するため」との回答（29.0%）の 2倍以上であった。

図表 10 直接の事業の範囲外について団体を表示する標章の商標登録出願を行う理由（複数回答）



「商標権を活用するため」と回答した団体が想定する活用方法としては、広報活動に用いるという回答が多かった。

- 広報活動のため。(19者)
- 産学連携等の研究成果物に使用するため。(6者)

「他者による出願や使用を防ぐため」の具体的な内容としては、商標の防衛に留まらず、団体の信用の保護を挙げる者もあった。

- 模倣や混同の防止のため。(17者)
- 信用の毀損防止のため。(17者)

(iv) 団体を表示する標章の商標登録出願を行わない主な理由

(i) で「行っていない」と回答した団体のみを対象とした設問である。

「必要性を感じない」、「検討していない」といった回答が大多数であったが、その他には以下のような回答が複数見られた。

- ・ 商標法第4条第1項第6号により第三者が商標登録することはできないため。(10者)
- ・ コストに見合わないため。(8者)

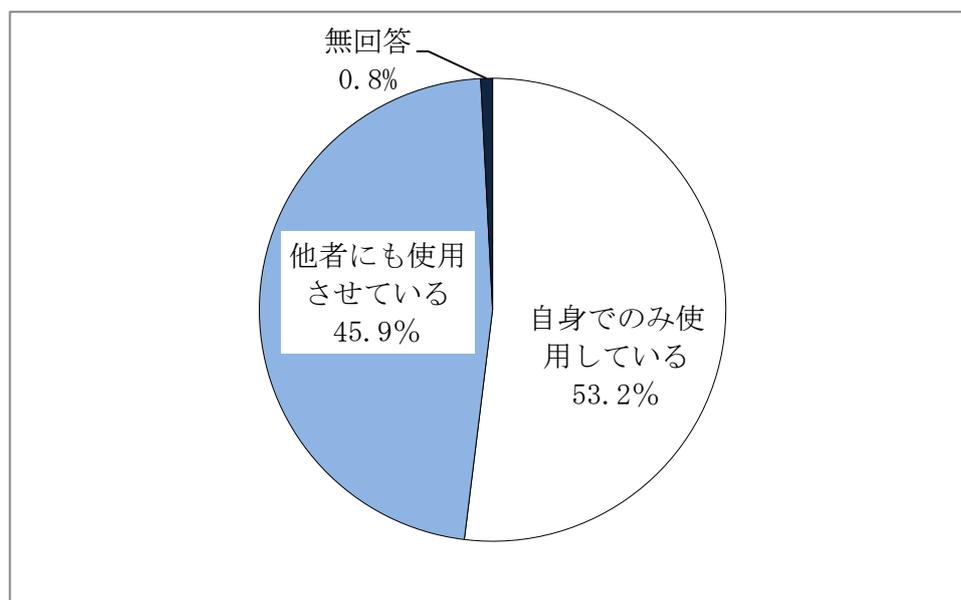
(3) 団体を表示する標章の使用状況について

(i) 団体を表示する標章の使用者

商標登録の有無に関わらず、団体を表示する標章（団体の正式名称、団体の略称、シンボルマーク等）の使用状況を調査した。

使用者については、「自身でのみ使用」との回答が53.2%と半数を若干上回った。

図表 11 団体を表示する標章の使用者

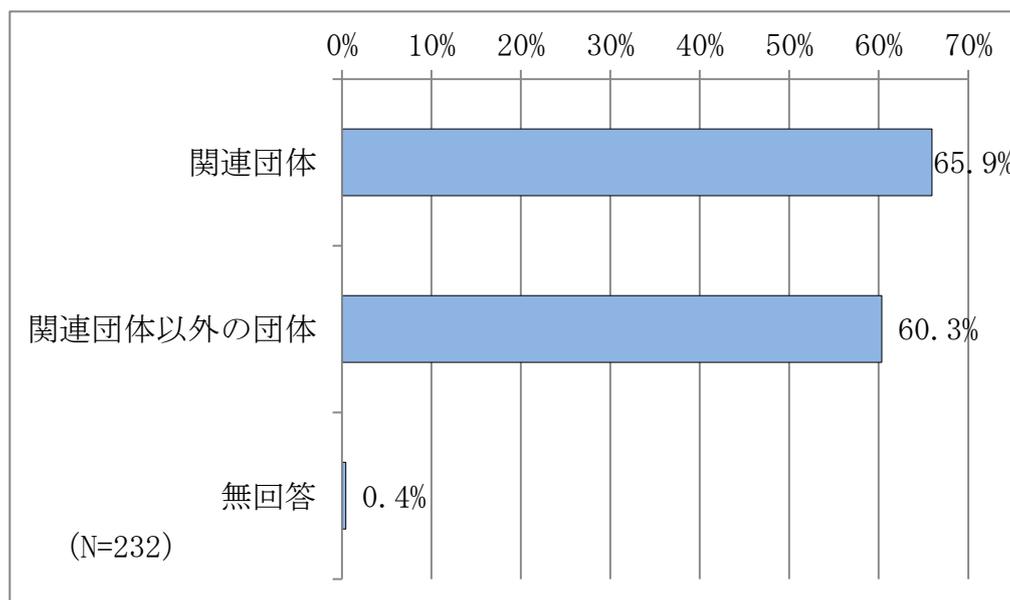


(ii) 団体を表示する標章の自分以外の使用者

(i) で「他者にも使用させている」と回答した団体のみを対象とした設問である。

使用者はどのような団体かを尋ねたところ、「関連団体¹¹」との回答が 65.9%、「関連団体以外の団体¹²」との回答が 60.3%と、いずれも 6 割強で大きな差は見られなかった。

図表 12 団体を表示する標章の自身以外の使用者（複数回答）



¹¹ アンケート調査票においては、「大学生協・研究所の事業会社等の実態としては同じでも法人格が異なる団体、出資しているベンチャー企業等」を例示した。

¹² アンケート調査票においては、「資本関係等のないベンチャー企業、その他使用許諾を与えた個人・企業」を例示した。

(iii) 自身でのみ使用している具体例

広報物を始め、掲示して使用するものや、配布するものが多く挙げられた。

- ・ 広報物（チラシ、パンフレット、ポスター、広報誌）（99 者）
- ・ ウェブサイト（54 者）
- ・ 名刺（42 者）
- ・ 封筒（42 者）
- ・ 旗、垂れ幕、のぼり（15 者）
- ・ 看板（13 者）
- ・ クリアファイル（12 者）
- ・ かばん類（12 者）
- ・ 文房具（11 者）
- ・ 刊行物、発行書籍（11 者）
- ・ 社章、バッジ（11 者）

(iv) 関連団体又は関連団体以外の団体に使用させている具体例

(iii) とは対照的に、商品に使用するという回答が多く見られた。外部の企業に製造委託した商品や、外部の企業と共同開発を行った商品のように、団体が直接関わっている商品だけではなく、関連団体が企画・製造・販売を行う商品にも団体を表示する標章が使用されることが多いことがわかった。

- ・ 関連団体が企画・製造・販売する商品等に使用（58 者）
- ・ 資本関係等のない外部の企業と共同開発を行った商品等のパッケージに使用（22 者）
- ・ 他者の開催するイベント等の後援・協賛名義として使用（20 者）
- ・ 資本関係等のない外部の企業に製造を委託している商品等に使用（12 者）

4. 国内アンケート調査の結果（大学のみ分析）

（1）回答者の基本情報

（i）団体種別

国立大学法人、公立大学法人及び学校法人のうち私立大学を運営する法人について集計・分析を行った。全回答数 491 のうち 41.3%にあたる 203 者が大学を運営する法人であった。

以下において、国立大学法人については「国立大学」、公立大学法人については「公立大学」、私立大学を運営する学校法人については「私立大学」と記述する。

大学を運営する法人 203 者の内訳は、国立大学が 3 割弱、公立大学が 2 割弱、私立大学が半数弱であった。

また、「大学ブランド・イメージ調査 2015-2016」の大学ブランド力ランキング（ビジネスパーソンベース）¹³において、地域ごとの大学ブランド力偏差値が 60 以上である大学を「ブランド力上位の大学」とし、それ以外の大学を運営する法人と分けて集計を行った。

本アンケート調査の回答者のうち、31 法人が「ブランド力上位の大学」を運営する法人であった。そのうち半数強が国立大学、半数弱が私立大学であり、公立大学はなかった。

「ブランド力上位の大学」以外の、その他の大学を運営する法人 172 者の内訳は、国立大学が 3 割強、公立大学が 2 割強、私立大学が半数弱であった。

¹³ 「大学ブランド・イメージ調査 2015-2016」（株式会社日経 BP コンサルティング、2015 年）
地域に居住する有職者（ビジネスパーソン）を対象に、一般的なイメージ（例：「いま注目されている」「知名度がある」）・大学（組織）に対するイメージ（例：「教育機関としてのビジョンがある」「各界に多数の人材を輩出する」）・学生に対するイメージ（例：「個性的である」「勉強、研究に熱心である」）の計 49 項目を測定し、それらをまとめた大学ブランド力（偏差値）を算出、ランキング化したもの。

【東日本編（北海道/東北/北関東/甲信越）】

https://consult.nikkeibp.co.jp/info/news/2015/1127ubj_1/

【首都圏編】 https://consult.nikkeibp.co.jp/info/news/2015/1127ubj_2/

【北陸・東海編】 https://consult.nikkeibp.co.jp/info/news/2015/1127ubj_3/

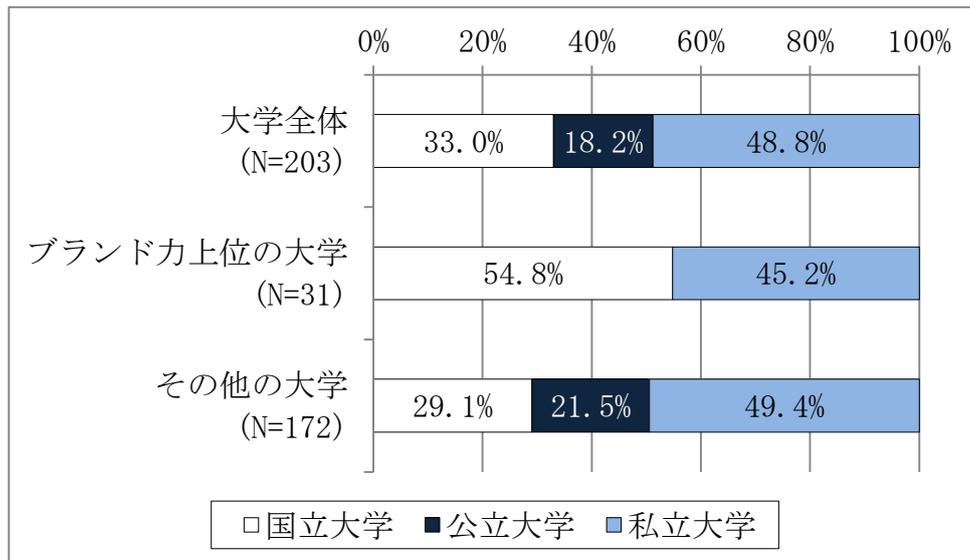
【近畿編】 https://consult.nikkeibp.co.jp/info/news/2015/1127ubj_4/

【中国・四国編】 https://consult.nikkeibp.co.jp/info/news/2015/1127ubj_5/

【九州・沖縄・山口編】 https://consult.nikkeibp.co.jp/info/news/2015/1127ubj_6/

[最終アクセス日：2017 年 1 月 17 日]

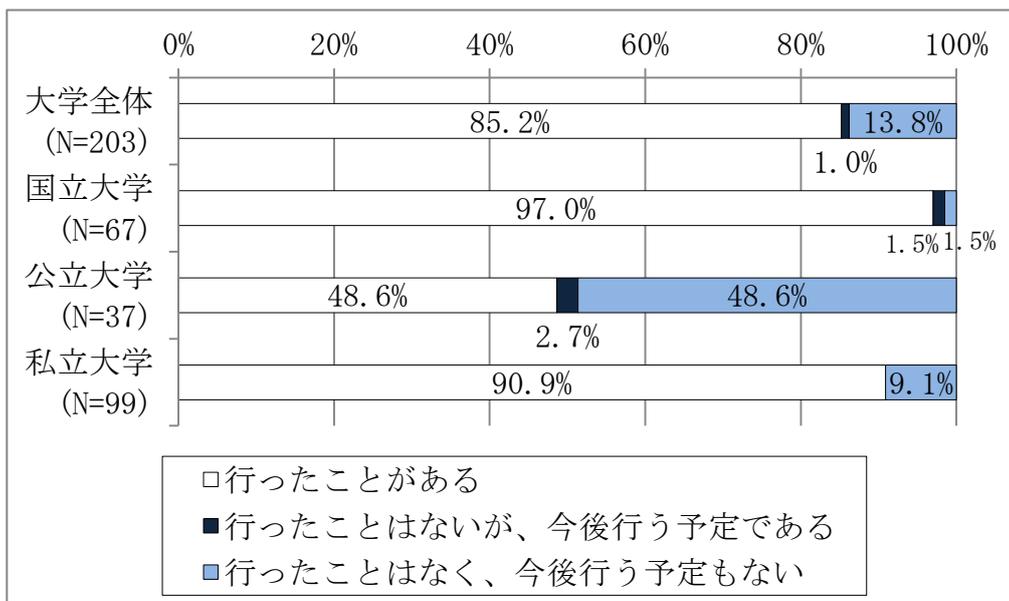
図表 13 種別（ブランドカごと）



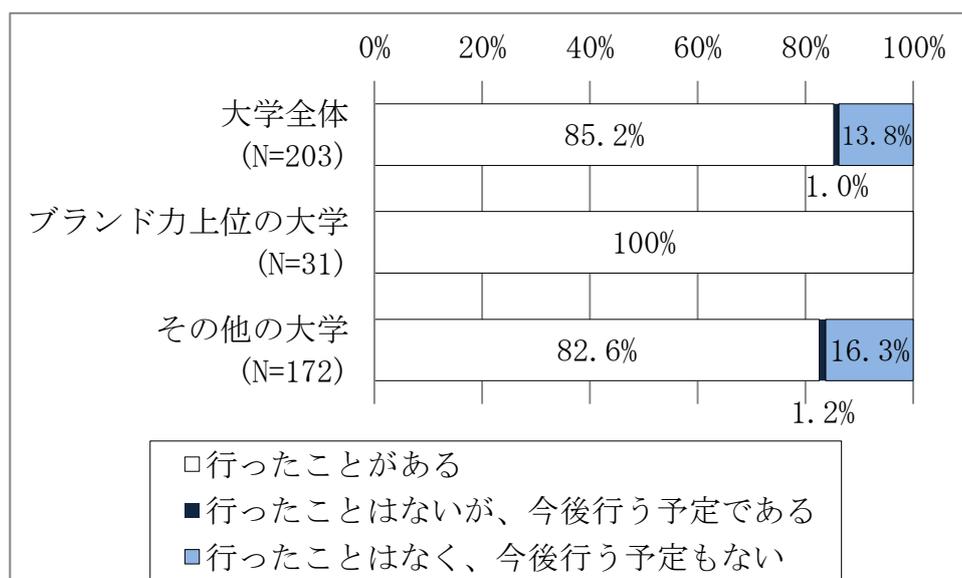
(ii) 商標登録出願状況

全体の結果と同様、「行ったことがある」との回答が 85.2%と 9 割に迫ったが、種別で見ると、国立大学と私立大学では 9 割を超える一方、公立大学では半分弱にとどまった。ブランドカで見ると、ブランドカ上位の大学の 100%が「行ったことがある」と回答した。

図表 14 商標登録出願状況（種別ごと）



図表 15 商標登録出願状況（ブランド力ごと）



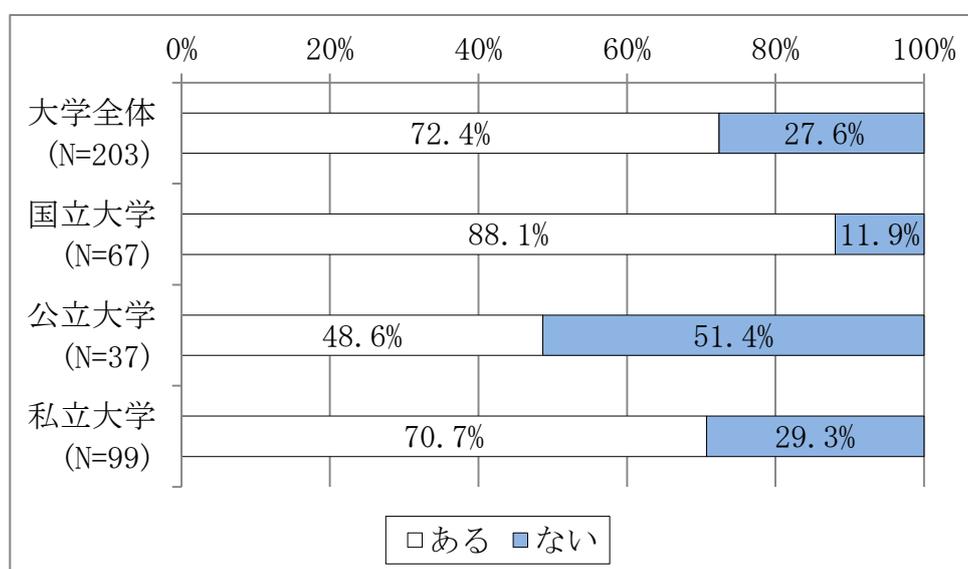
(iii) 商標登録出願担当部署・商標管理担当部署の有無

商標出願担当部署が「ある」との回答が 72.4%、商標管理担当部署が「ある」との回答が 72.3%と、いずれも 7 割を超えており、半数を切っていた全体の結果を上回った。

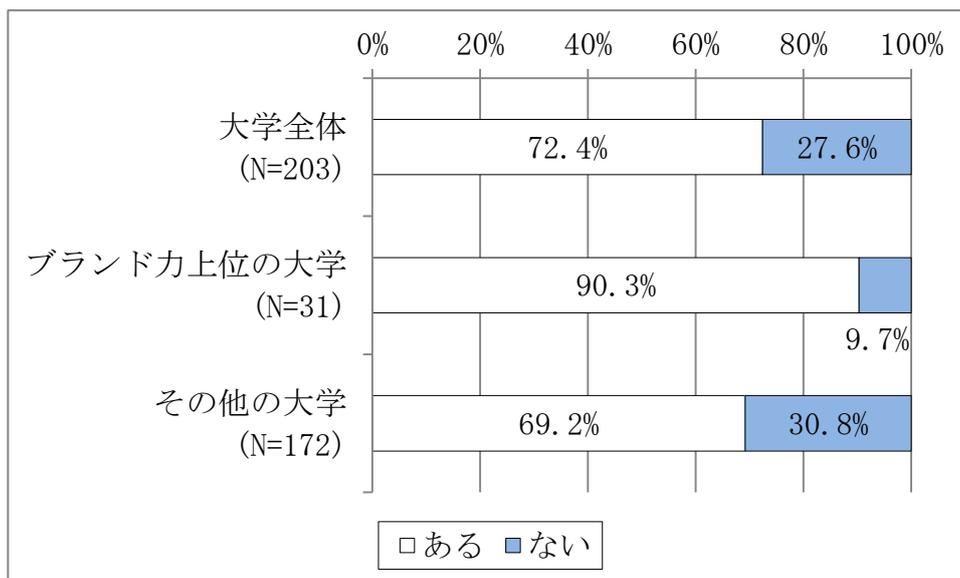
種別で見ると、国立大学はいずれも 9 割に迫り、私立大学も約 7 割が「ある」と回答する一方、公立大学ではいずれも半数前後にとどまった。

ブランド力で見ると、ブランド力上位の大学ではいずれも 9 割を超えているが、その他の大学ではいずれも 7 割弱にとどまった。

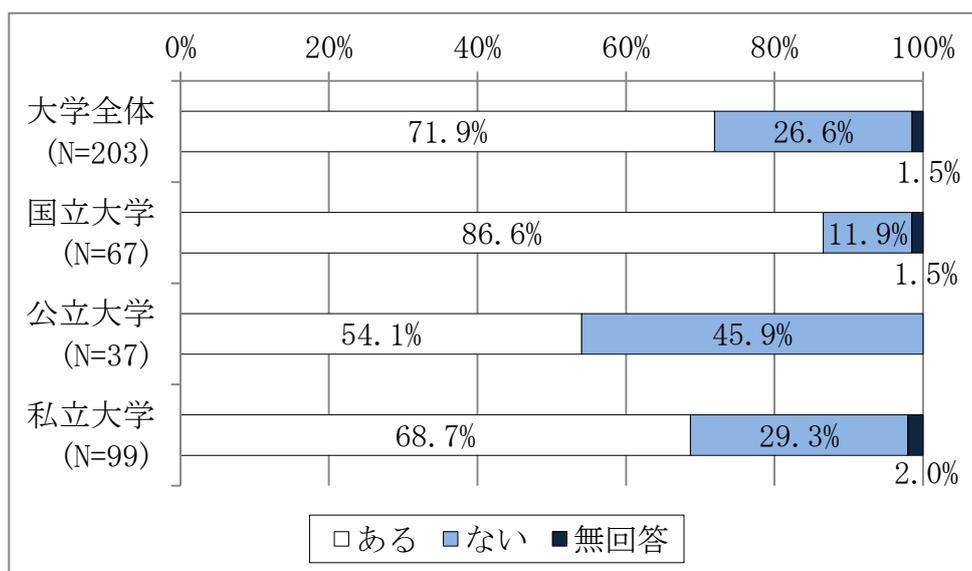
図表 16 商標出願担当部署の有無（種別ごと）



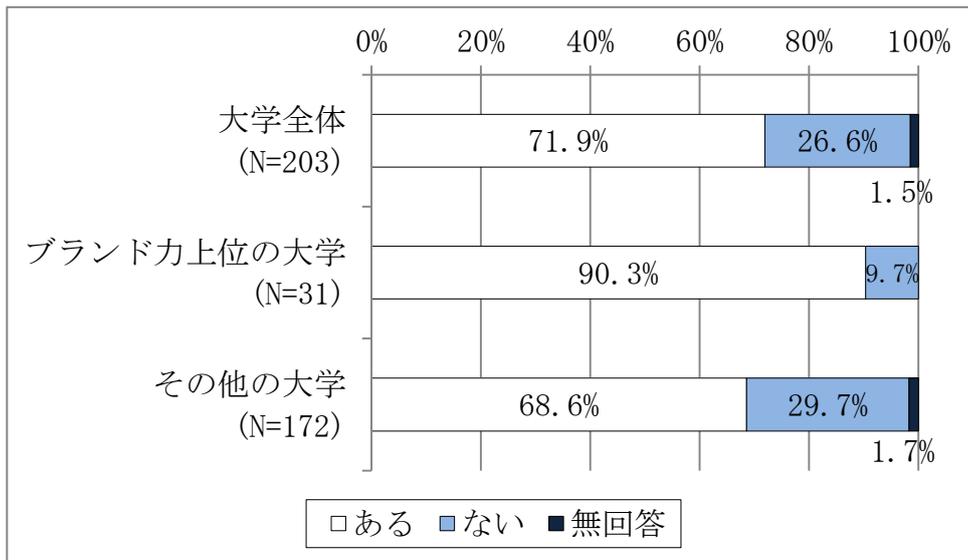
図表 17 商標出願担当部署の有無（ブランドカごと）



図表 18 商標管理担当部署の有無（種別ごと）



図表 19 商標管理担当部署の有無（ブランドカごと）



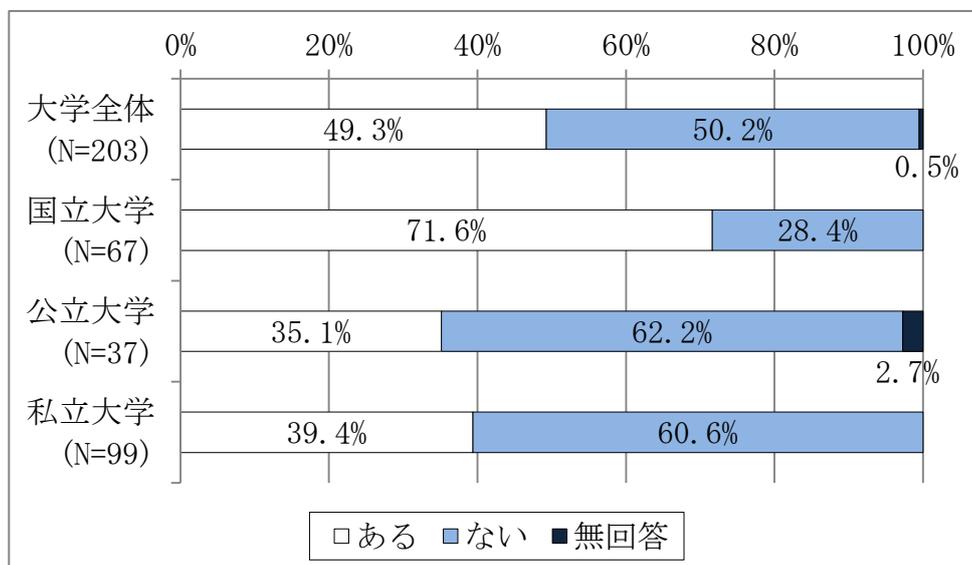
(iv) 商標・団体名称等の活用に関する規則・ガイドラインの有無

商標・団体名称等の活用に関する規則・ガイドラインが「ある」と回答した団体は 49.3%と半分弱であり、全体の結果を上回った。

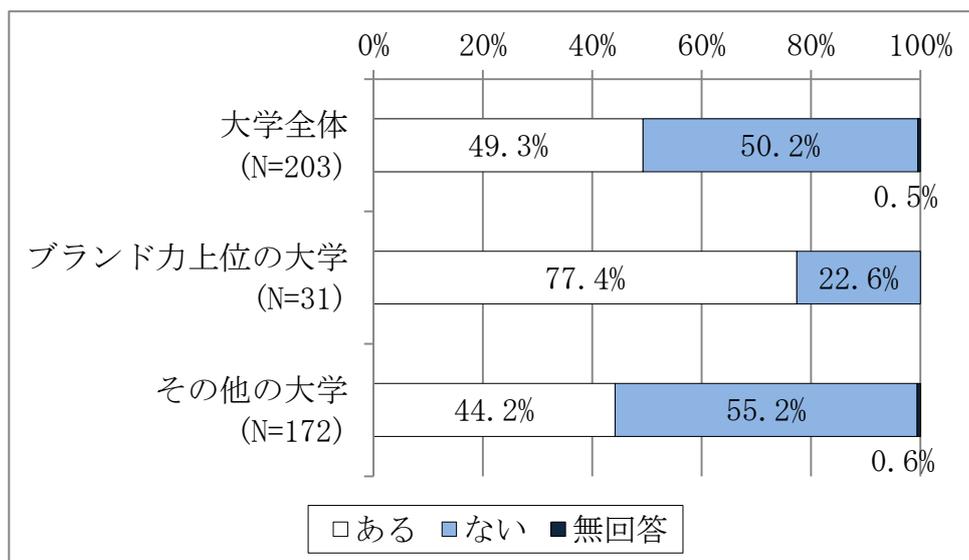
種別で見ると、国立大学は 71.6%と著しく多い一方、公立・私立大学では全体の結果より若干多い程度にとどまった。

ブランドカで見ると、ブランドカ上位の大学では 77.4%と大部分が「ある」と回答している一方、その他の大学では 44.2%と 4 割強にとどまった。

図表 20 商標・団体名称等の活用に関する規則・ガイドラインの有無（種別ごと）



図表 21 商標・団体名称等の活用に関する規則・ガイドラインの有無
(ブランドカごと)



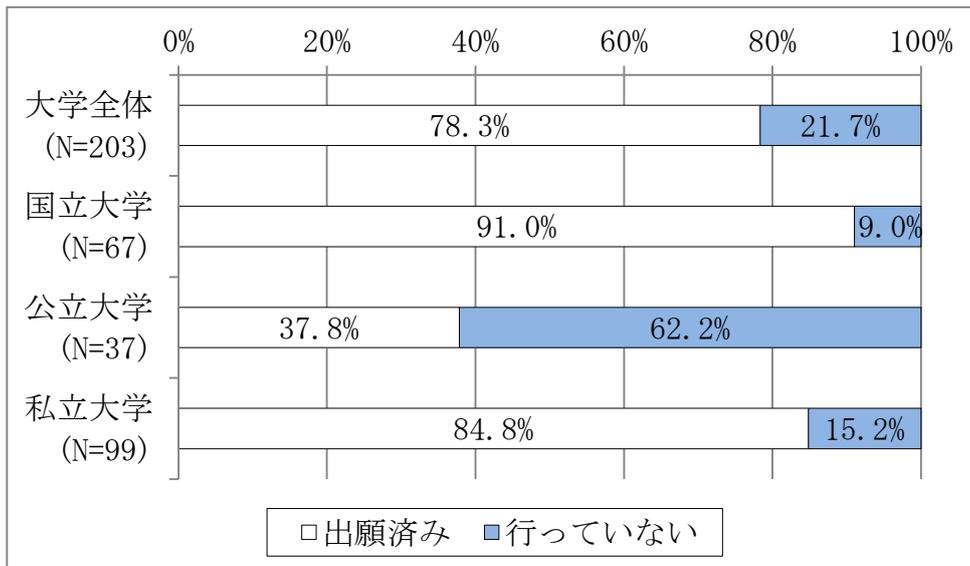
(2) 団体を表示する標章の登録出願状況について

(i) 団体を表示する標章の商標登録出願の有無

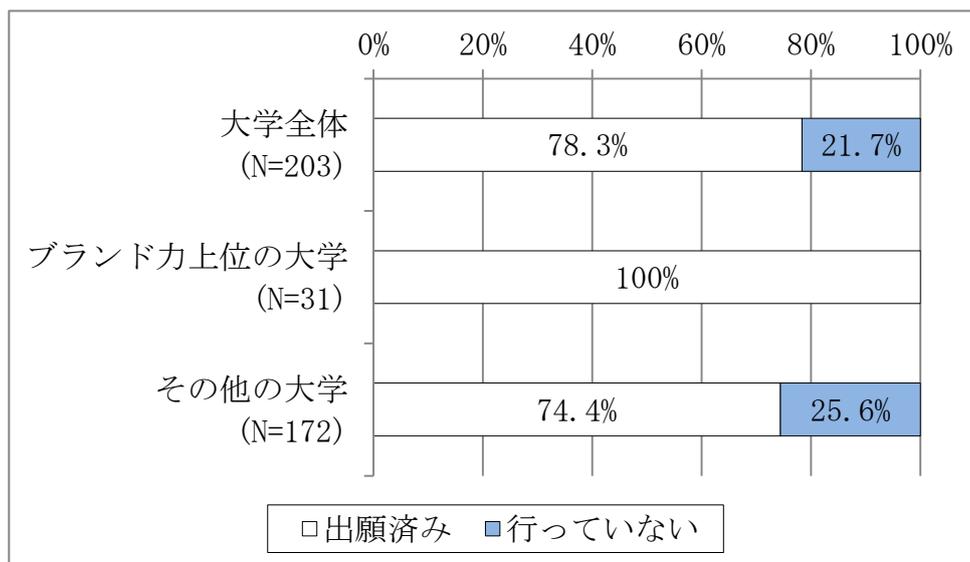
「出願済み」との回答が 78.3%と 8 割に迫り、全体の結果を上回ったが、種別で見ると、国立大学は 91.0%、私立大学も 84.8%と極めて多数を占める一方、公立大学は 37.8%と全体の結果を大きく下回った。

ブランド力で見ると、ブランド力上位の大学の 100%が「出願済み」と回答した。

図表 22 団体を表示する標章の商標登録出願の有無（種別ごと）



図表 23 団体を表示する標章の商標登録出願の有無（ブランドカごと）



(ii) 直接の事業ではない分野について団体を表示する標章の商標登録出願を行う理由

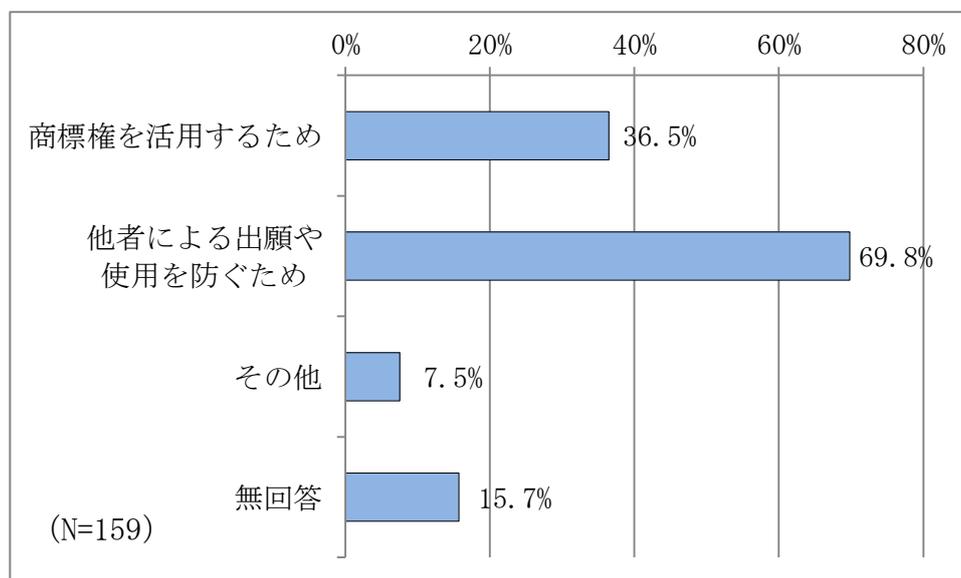
(i) で「出願済み」と回答した団体のみを対象とした設問である。

「商標権を活用するため」との回答が 36.5%、「他者による出願や使用を防ぐため」との回答が 69.8%と、いずれも全体の結果を上回った。

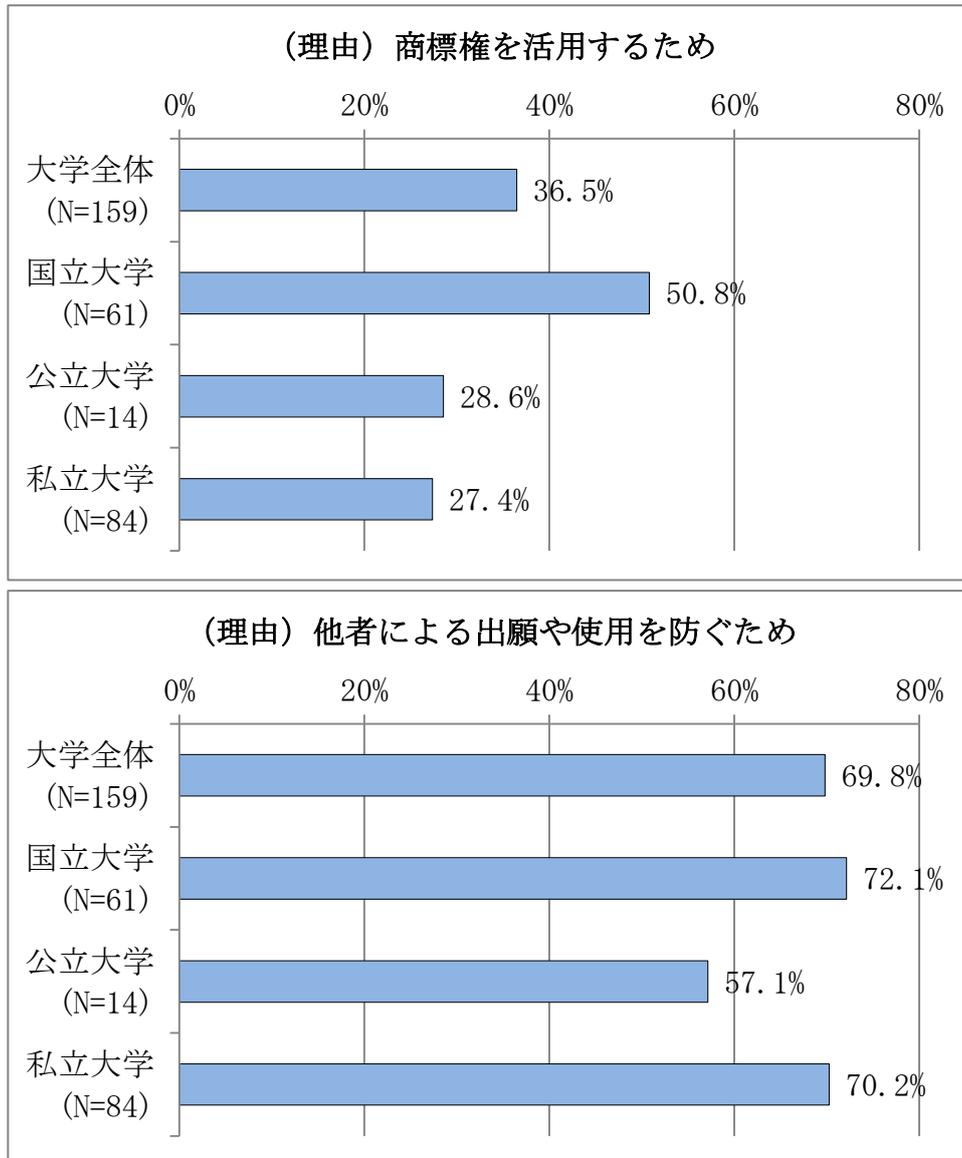
種別で見ると、国立大学は「商標権を活用するため」との回答が 5 割を超え、公立大学・私立大学の 2 倍近くとなった。一方、「他者による出願や使用を防ぐため」との回答は、公立大学が 6 割弱であったが、国立大学と私立大学は共に 7 割強で、大きな差はなかった。

ブランド力で見ると、ブランド力上位の大学は「商標権を活用するため」との回答が 45.2%であり、種別ごとの国立大学よりも低い結果となったが、その他の大学の約 1.5 倍であった。「他者による出願や使用を防ぐため」と回答した割合は、ブランド力上位の大学の方が若干多いものの、こちらも大きな差は見られなかった。

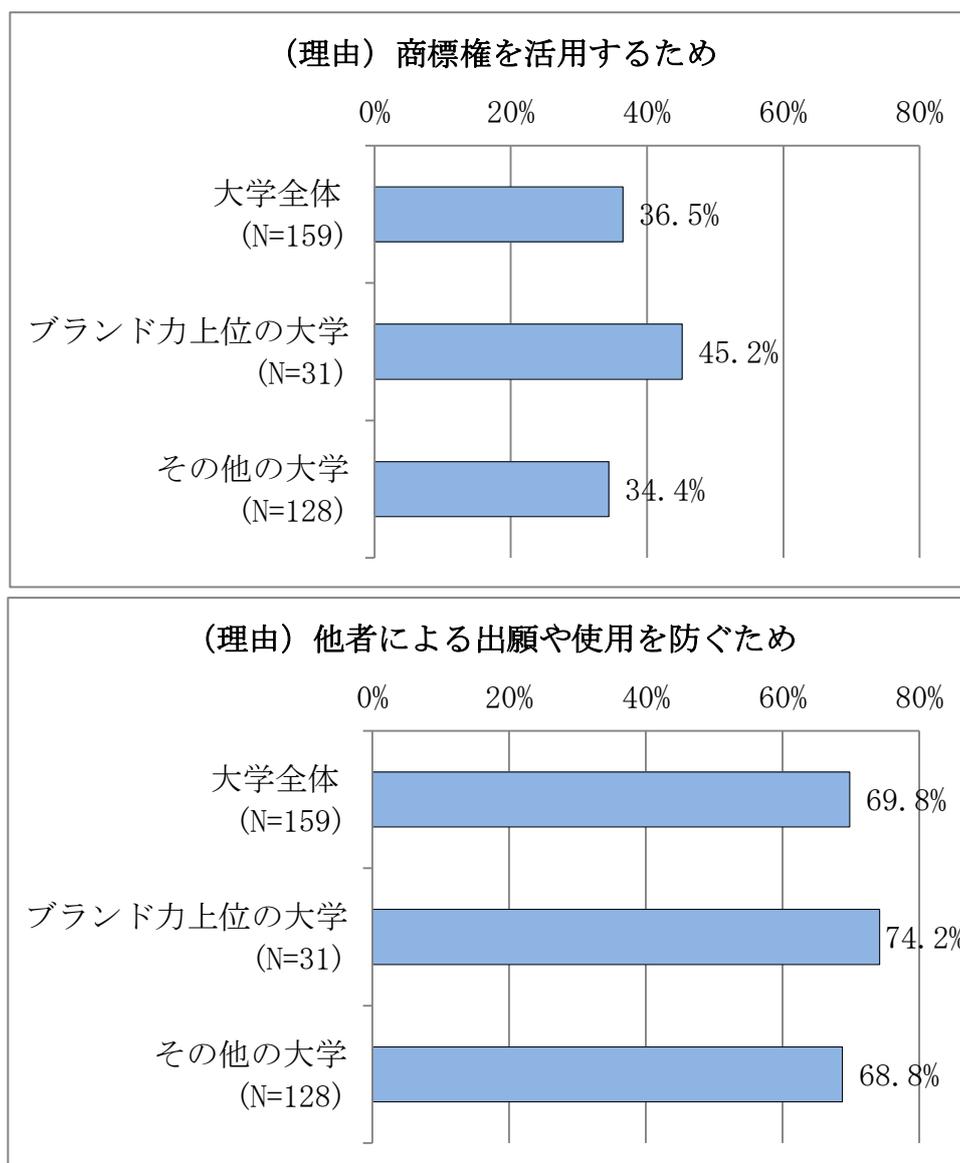
図表 24 直接の事業の範囲外について団体を表示する標章の商標登録出願を行う理由（複数回答）



図表 25 直接の事業の範囲外について団体を表示する標章の
商標登録出願を行う理由（種別ごと）（複数回答）



図表 26 直接の事業の範囲外について団体を表示する標章の
商標登録出願を行う理由（ブランドカごと）（複数回答）



(3) 団体を表示する標章の使用状況について

(i) 団体を表示する標章の使用者

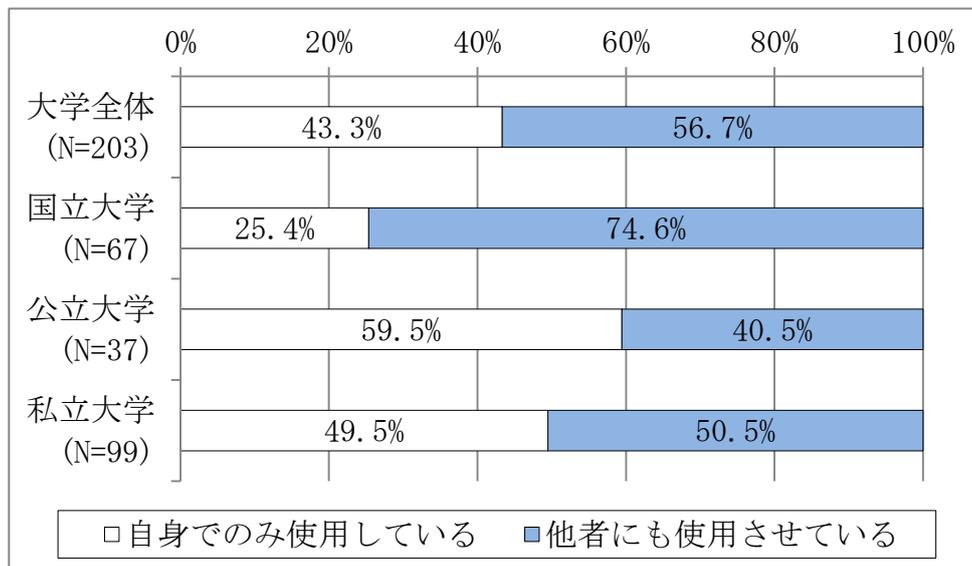
全体の結果では「自身でのみ使用」が過半数であったが、大学に関しては逆に「他者にも使用させている」が 56.7%と過半数である。

種別で見ると、公立大学は全体の結果と同様に「自身でのみ使用している」が多かったが、私立大学では「他者にも使用させている」が過半数であり、国立大学では7割超に上った。

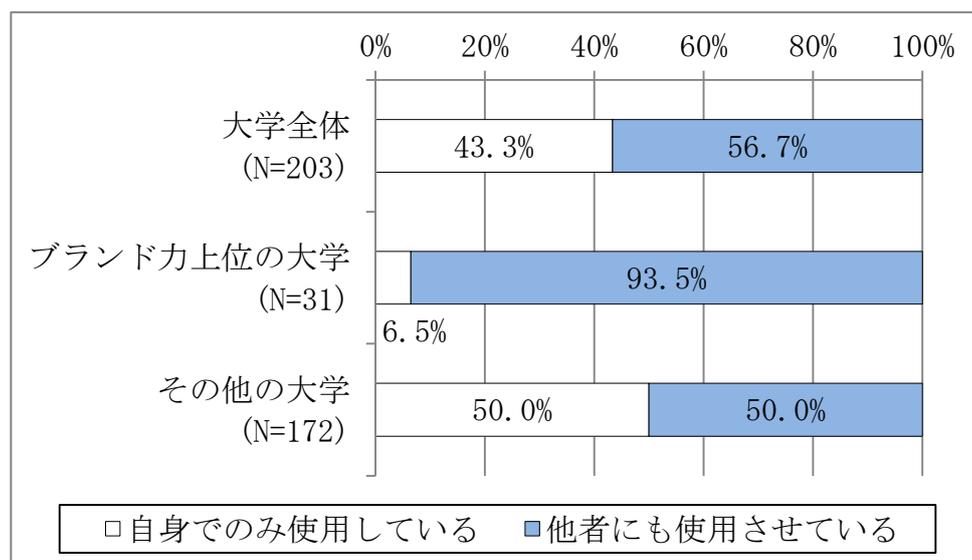
ブランド力で見ると、ブランド力上位の大学は 93.5%とほとんどが「他者に

も使用させている」と回答する一方、その他の大学では50%にとどまった。

図表 27 団体を表示する標章の使用者（種別ごと）



図表 28 団体を表示する標章の使用者（ブランドカごと）



(ii) 団体を表示する標章の自分以外の使用者

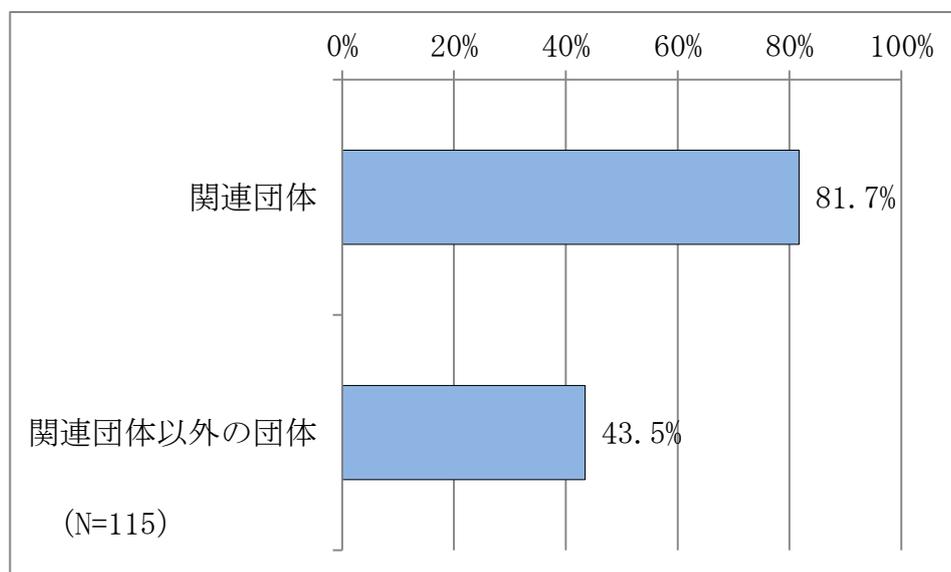
(i) で「他者にも使用させている」と回答した団体のみを対象とした設問である。

全体の結果では両選択肢に大きな差は見られなかったが、大学に関しては「関連団体」が81.7%と8割を超える一方、「関連団体以外の団体」は43.5%と半数未満にとどまった。

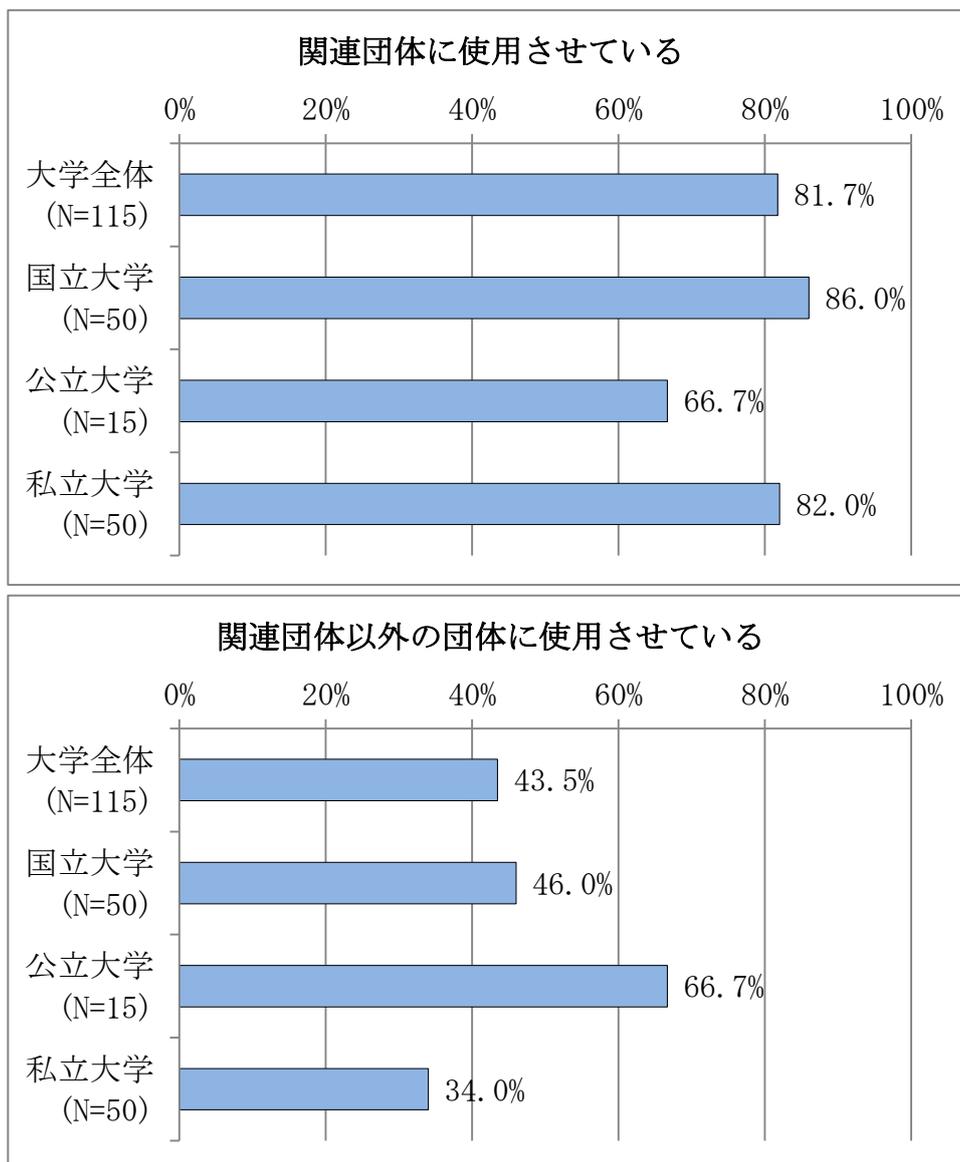
種別で見ると、公立大学は、「関連団体」も「関連団体以外の団体」も差がなかったが、国立大学と私立大学では、「関連団体」に使用させている割合が高く、「関連団体以外の団体」に使用させている割合は低かった。特に私立大学では「関連団体以外の団体」に使用させている割合が低いが、資本関係のある事業会社を持つ場合があるため、関連団体において種々の事業を行うことが可能であることも一因ではないかと考えられる。

ブランド力で見ると、ブランド力上位の大学は、関連団体以外の団体に使用させている割合は低かった。

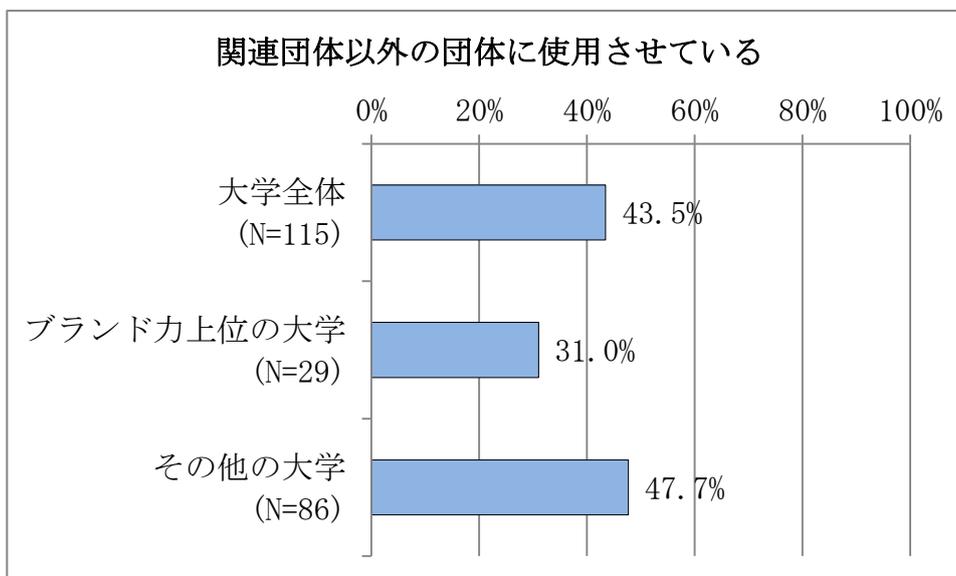
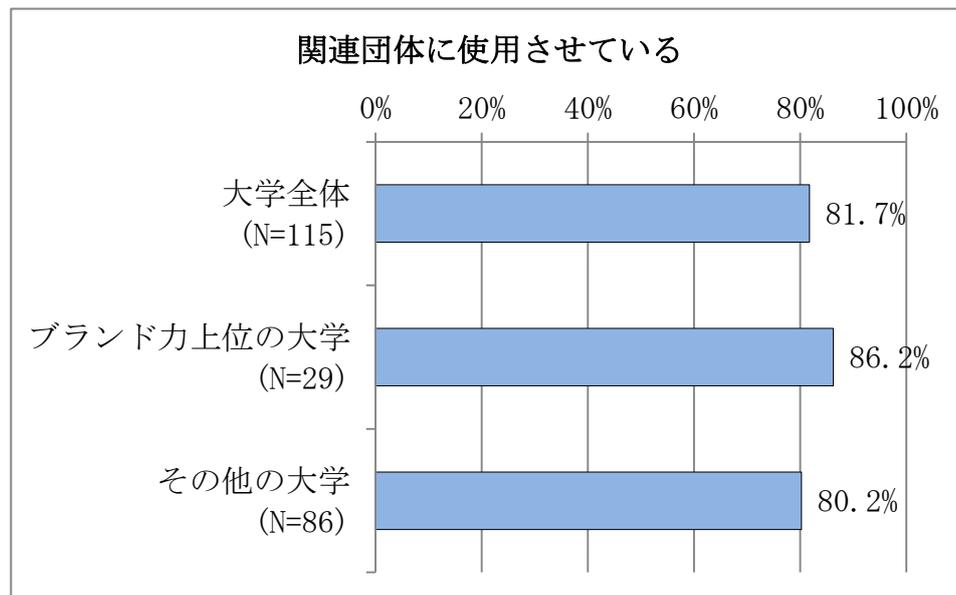
図表 29 団体を表示する標章の自身以外の使用者（複数回答）



図表 30 団体を表示する標章の自身以外の使用者（種別ごと）（複数回答）



図表 31 団体を表示する標章の自身以外の使用者（ブランドカごと）（複数回答）



IV . 国内ヒアリング調査

1 . 国内ヒアリング調査の目的

公益団体等における商標の活用に関する実情及びニーズをより具体的に把握するために、公開情報調査及び国内アンケート調査の内容をさらに深掘りすべく、国内アンケート調査対象より、様々な意見を持つ団体を選定し、意見を収集した。

また、公益団体等と共同開発等を行う企業における実情及びニーズを把握するため、公益団体等を表示する標章を活用している企業を選定し、意見を収集した。

2 . 国内ヒアリング調査の手法

(1) ヒアリング対象の設定

国内アンケート調査に回答した公益団体等のうち、23者を選定した。団体種別については、国内アンケート調査と同様に、本調査研究の目的に従い、大学等及び地方公共団体を中心とした。

また、公開情報調査において調査した、公益団体等を表示する標章を活用している企業等から6者を選定した。

さらに、国内アンケート調査結果からわかった公益団体等における商標権活用の現状の整理について、契約法等の観点からの知見を得るために、有識者を1名選定した。

ヒアリング調査実施団体は、公益団体等、企業等及び有識者を合わせて30者であり、内訳は以下のとおりである。

図表 32 国内ヒアリング対象者一覧

種別	対象者数
国立大学法人	9 者
公立大学法人	1 者
学校法人	3 者（私立大学）
独立行政法人	2 者
公益財団／社団法人	1 者
特定非営利活動法人	1 者
地方公共団体	6 者（都道府県 4 者、市区町村 2 者）
企業等	6 者（大学関連団体 1 者、共同企画・開発等実施団体 3 者、大学発ベンチャー 2 者）
有識者	1 者（学習院大学法学部 小塚荘一郎教授）

（２）ヒアリング項目の設定

ヒアリング項目は、「公益団体等を表示する標章の使用事例」「公益団体等を表示する標章の使用の効果」等の観点を大項目として設定した。

「公益団体等を表示する標章の使用事例」「公益団体等を表示する標章の使用の効果」は、現状の詳細を把握することを目的としたものである。

図表 33 国内ヒアリング項目

大項目	小項目
1) 公益団体等を表示する標章の使用事例	使用する標章と商品・役務
	連携の形態（共同研究・開発／製造委託／販売委託）
	契約や取り決めの形態
	有償か無償か、有償の場合何についての対価か
	（公益団体等のみ）使用者や品質等の管理の方法
	（公益団体等のみ）海外での使用事例、又は予定
2) 公益団体等を表示する標章の使用の効果	標章を使用させて／して得られた効果は何か
	期待していたが得られなかった効果はあるか
	標章を使用させる／するデメリット、トラブル事例
3) 今後のライセンス活動の可能性	

3. 国内ヒアリング調査の結果

(1) 団体を表示する標章の使用に関する実態

(i) 使用する商品等

団体を表示する標章を使用する対象としては、まず団体のウェブサイトやパンフレット、職員の名刺、封筒やレターヘッド等が挙げられた。

配布・販売する品としては、ボールペンやクリアファイル等の文房具、お菓子を始めた食品、Tシャツ等の被服が多かった。

一方、共同研究成果を活用した商品や、団体発ベンチャーに対しては、団体を表示する標章を使用する機会は少なく、説明文の中に大学名称等を使用することや、プレスリリースにシンボルマークやロゴを付すことが多いようだった。

(ii) 契約や取り決めの形態

団体の正式名称やシンボルマークを使用している場合であって、団体自身を使用する形を取っている団体があることがわかった。

- ・ 校章は、大学が主体となって行うイベント等で使用している。学生やOBであっても、原則使用を許可しない。大学名称や校章は、象徴的・伝統的なもので、基本的には他大学でもあまり他者に使用させることがない。(私立大学)
- ・ 大学名やシンボルマークを付した文房具等を、広報のために大学自身が製造し、生協・オフィシャルショップに販売を委託している。(私立大学)
- ・ 団体グッズの製造や売店の運営は委託しているが、販売者は原則として団体自身としている。(独立行政法人)
- ・ 団体のロゴはライセンスしておらず、団体自身が無償で配布するノベルティグッズのみに使用している。(独立行政法人)

また、他者に商標を使用させたい場合、商標の使用について契約や取り決めを結ぶ団体があることがわかった。

- ・ 正式名称等を使用する際には、大学名称の使用に関する契約を締結する。(国立大学・私立大学)

- 大学によっては、名称やシンボルマークの使用について、申請書の提出を求めてくる場合がある。申請の内容としては、使用する標章、使用期間、使用方法等が挙げられるが、商標権の使用許諾契約を締結したことはない。(共同企画・開発等実施団体)

団体の正式名称やシンボルマークについて、自他商品識別機能又は出所表示機能を有する態様ではない使用について、許可している場合もあることがわかった。

- 産学連携商品としての認定を受けたものについて、大学のシンボルマークや名称を使用できるとする規定を設けている。表示内容に関しては、大学が製造・販売しているように消費者から誤解を招く表示となっていないか(企業名を大学名より大きく表示する、製造・販売元を明記する)等、いくつかのポイントに注意するよう依頼している。(国立大学)
- 原則として、団体のロゴは他者にライセンスすることはないが、例外的に、デザインの一部としての使用や、写りこみと解釈して、団体のロゴが商品に含まれるものを許可している。(独立行政法人)
- 後援するイベントで、団体名称やシンボルマークを表示することを承諾している。(市区町村・特定非営利活動法人)

著名でない新しいシンボルマークを商標登録し、ライセンスをしている団体があることがわかった。

- 商標法第4条第1項第6号に該当しないと考えるシンボルマークと正式な英語略称を生協にライセンスしており、生協がそれらを用いた文房具等を企画・製造・販売している。(国立大学)
- 使用しているシンボルマークは著名でないものと判断してライセンスをしている。(国立大学)

地方公共団体では、広く地域住民に使用してもらうことを目的に、新しいシンボルマーク等を作成する場合もあった。この場合、基本的に契約が結ばれることはなく、申請して承認を得る場合や、申請も不要という場合があることがわかった。

- ・ ブランドメッセージとロゴは、市でも用いるが、市民とともに街を作ってきたというコンセプトがあり、市民に使ってもらうことを想定している。非営利利用の場合、個人であれば届出不要で利用でき、団体であれば届出を出すことで利用できる。営利利用の場合は、申請の上、承認を受けて利用者登録することが必要。(市区町村)
- ・ キャンペーンマークは、広く使ってもらい普及させることが目的である。そのため、使用上の注意を設けているものの、承認制度は取っておらず、営利目的であっても自由に利用できる。商品のパッケージや、名刺への利用が見られる。(都道府県)

(iii) 有償か無償か、有償の場合何についての対価か

著名でない団体の正式名称やシンボルマークについて、商標のライセンス料を得ている団体があることがわかった。

- ・ 企業との商標ライセンス契約では、販売金額の一定割合をライセンス料として受け取る。(私立大学)
- ・ 生協との商標のライセンス契約は有料で、ライセンス料は売り上げの一定割合。(国立大学)
- ・ 新たに作成したシンボルマークのライセンス料は売り上げの一定割合。ただし、団体の持つ技術を活用している場合は、技術料に含めており、ライセンス料として別途の金銭は受け取っていない。(独立行政法人)

商標に対するライセンス料ではない形で対価を得ている団体があることがわかった。

- ・ 大学のシンボルマークの使用料については、売上高に応じた規定がある。どちらかといえば大学の名前をPRしてもらうことに重きをおいている。(国立大学)
- ・ 生協からは、寄付金という形で、マークが付されている商品の販売に対して一定割合の金額を受け取っている。(国立大学)
- ・ 名義使用・大学発ベンチャーの称号の使用は無償だが、同時に特許権のライセンスを有償で行っている場合が多い。(国立大学)

(iv) 品質管理

商品の品質を管理するために、製造を委託する業者や、共同開発商品の製造業者を、十分に検討して選定するという取り組みを行っている団体があることがわかった。

- ・ 製造業者の選定時には、委員会により選定を行い、品質等に問題が生じることを極力防止するような体制をとっている。(国立大学)
- ・ 企業が使用を希望する場合は、委員会で検討の上、許可されれば使用できる。検討の項目としては、製造所の体制、PL 保険への加入等の条件がある。(公立大学)

また、商品の製造・販売時の団体名等の表示に関しては、ガイドラインを設け、基準を満たしているかチェックしている団体があることがわかった。

- ・ 学外の使用希望者には、使用デザイン案等を含めた商標等使用許可申請書の提出を求めており、申請書に記載された許可条件の遵守を条件に、使用を許可する。特に、大学の品位を損ねないか、宗教的・政治的でないか、公序良俗を害さないか、大学の運営に支障がないかの4点を重視している。使用を許可しないケースは少ないが、表示が不適切な場合は修正を要請する。(私立大学)
- ・ 共同開発等で大学名を表示するときは、表示ガイドラインを遵守するように依頼している。使用例をチェックし、誇大表示にならないよう、問題があるときは修正してもらっている。(国立大学)

(v) 海外での使用事例又は予定

現在のところ、海外で商標権を活用しているという事例は少なかった。

- ・ アジア圏の国を中心に登録商標を保有しているが、ライセンス事例はない。受験生獲得のための大学説明会や、研究成果発表のためのシンポジウム、広報活動、校友との懇親、留学業務のサポート等で使用。(私立大学)
- ・ いくつかのアジア圏の国では大学の略称の商標権を取得しており、商品を輸出する業者にライセンスしている。(私立大学)

(2) 団体を表示する標章を他者に使用させるメリット・デメリット

(i) メリット

金銭的なメリットよりも、広告効果にメリットを感じている団体が多いことがわかった。

- ・ 観光等で地域外から訪問してくる交流人口が増加した。(市区町村)
- ・ 研究開発の成果が何の役に立っているかを示すことができる。ライセンス料も受け取っているが、それよりも、研究開発成果の認知を高めるために使用している。(独立行政法人)
- ・ 大学ブランドの新商品が出ると、新聞等の媒体で取り上げてもらいやすくなった。(国立大学)
- ・ 共同研究・開発成果を活用した商品が流通することで、新たな企業から共同研究・開発の申請がなされるきっかけとなる。(国立大学・公立大学)

逆に、団体を表示する商標を利用する直接的なメリットは、ライセンシー¹⁴である企業側にあるのではないかと回答する団体があった。

- ・ 企業側は、製品の性能保証や広告効果といった点でメリットを感じて使っているのではないか。(私立大学)
- ・ 企業からは、他社商品と差別化するために公認を受けたいとの要望が多い。(独立行政法人)
- ・ 研究成果の実用化や普及を周知していくことは、団体の信頼を高める上で重要ではあるが、現状では、団体の名称を使用することで、むしろ企業側に、顧客の信頼を得られるというメリットがあるものと思う。(公益財団法人)
- ・ 企業へは、共同研究を始める前に、共同研究の成果を活かした商品であれば大学の名称やシンボルマークを使用できる旨を伝え、他の商品との差別化や、エビデンスがあることで信頼性の向上に繋がることをアピールしている。(公立大学)
- ・ 企業は、自社ブランドの商標価値を構築していきたいと考えており、他者のブランドの力を借りて、それを強化したい。大学等のシンボルマークだけがついていても、顧客には伝わらない。むしろ、説明文の方が、信頼性を高めるのに役立つ。(共同企画・開発等実施団体)

¹⁴ 商標権者から商標のライセンスを受け、当該商標を使用する者。

企業からは、特に創業直後の大学発ベンチャーにおいて、大学を表示する商標を用いるメリットがあるとの回答があった。

- ベンチャー企業にとって、信用を得ることは、起業して1~2年目で非常に重要であり、かつ難しい。企業が創業後3年までで倒産する確率は非常に高いといわれており、そこまでの間に信用を得るための材料になる。(大学発ベンチャー)
- BtoBの取引では、優れた技術であることが価値を持ち、共同研究を行う大学のシンボルマークを付すことが大きなメリットになるわけではない。ただし、資料やカタログにおいては、文章よりもシンボルマークを付した方がビジュアル的にわかりやすくなるので、使えると有難い。(大学発ベンチャー)
- 中小企業やスタートアップ企業が、BtoCの、消費者向けの商品を売るなら、大学のシンボルマークを使いたいだろう。(大学発ベンチャー)

一方で、産学連携商品については、団体を表示する標章を使用したいというニーズがあまりないとの回答があった。

- 企業から団体の名前を使いたいとの要望はほとんどない。技術が優れており、商品が良いものであるということが重要で、宣伝効果には期待されていないのではないかと。熱心な企業は、自身でブランドを作り、商標登録をして使用している。(独立行政法人)
- 共同研究成果が商品化された際に、中小企業は大学の名前を全面的に掲載することが多いが、大企業は全く載せないことが多い。(公立大学)
- 大学発ベンチャーは、大学と共同研究を行ったことをアピールしたいのであって、商標権のみを使いたいというものではない。現在も、共同で出すプレスリリース以外に大学のシンボルマークは用いていない。(国立大学)

(ii) デメリット

名称使用等を含め、許諾を行ったことによるデメリットやトラブルの事例は聞かれなかったが、無断使用の問題を挙げる複数の団体があった。

- 使用を許可しているケースでは、トラブル事例はない。無断で登録商標や類似商標を使用している例があり、必要に応じて取りやめてもらうよう対応す

る。(私立大学・独立行政法人)

- ・ 無断使用の監視はしていないが、無断使用を見つけた人から連絡を受けることがある。(私立大学・都道府県)

(3) 主に大学における今後のライセンス活動の可能性

特に、国立大学からは、自身で収益を上げていくべきという社会の要請があり、収益を得るための手段の一つとして、商標権を活用したいという回答があった。

- ・ 大学としては、活用できるのであれば特許でも商標でも、広くライセンスの要請を受け入れ、それにより資金を獲得していきたいと考えている。名義使用は無償で許可しているが、商標権であれば有償でのライセンスを行うことができる。(国立大学)
- ・ 国立大学は、国立大学法人法が制定されて法人化し、当該規定制定時から変化している。法人化した現在では、国立大学の自立が求められているため、商標権を活用して収入を得たい。(国立大学)
- ・ 大学にとって、運営費交付金が削減されている中、商標のライセンスが可能であれば、ライセンス収入を得ることができる。(大学発ベンチャー)
- ・ 商標ライセンスによる収益を大学に還元して大学運営に役立たせたい。(国立大学)

また、広報活動のための団体グッズを、現在よりも幅広く展開したいという団体があることがわかった。

- ・ 大学に日々多数の観光客が訪れており、おみやげ品のニーズはあり得る。生協も、大学名を使ってはいけないということで苦慮しているようなので、ライセンスが可能となれば、生協から要望によってはライセンスをする可能性はある。(国立大学)
- ・ 寄付金をより集めるために、寄付する対象として選んでもらえるよう、周辺のグッズ等も含めて、大学のアイデンティティ・ブランドの確立を目指したい。寄付をしてもらうには、直接的な対価を提供する場合と違い、大学自身の価値を高め、寄付の対象として納得してもらえる必要がある。(国立大学)

企業からは、名称やシンボルマークが付された商品を利用したり、大学とコラボレーションした商品を製造したいという回答があった。

- 大学が酒造メーカーと提携して大学生協で販売している日本酒を、よく土産品として利用している。大学発ベンチャーであることや共同研究をしていることを伝えるきっかけになり、記憶に残るので、大学名の付された商品には価値があると思う。(大学発ベンチャー)
- 大学スポーツは、日本で企業が近年力を入れている分野といえる。箱根駅伝を始め、人気の競技はブランドが目立つことのできるよい機会である。米国に比べればマーケットは大きくないが、部活動が盛んであったり、オリンピック選手を輩出していたりする大学は高いブランド力を有する。(共同企画・開発等実施団体)
- 自社でも大学等との共同開発は2~3件しかなく、もっとビジネスチャンスはあるはずである。(共同企画・開発等実施団体)

産学連携を行っていることや、大学発ベンチャーであることを示すためには、記述的な表現で足りているとの声が多く、商標のライセンスを積極的に行うニーズは多くなかった。他方、今後、研究成果と共に商標をライセンスしたいというニーズもあることがわかった。

- レシピのような、特許等の権利化ができないものは、企業に提供しても料金を請求することが難しく、また、特許や論文でないので、学内での評価対象にもなっていない。そのため、教員のモチベーションにつながるものがほしいと考えている。レシピ提供時に商標権をライセンスすることでライセンス料を受け取ることができれば、レシピ等の開発による産学連携のモチベーションになると思われる。(公立大学)

V . 海外公開情報・現地ヒアリング調査

1 . 海外公開情報・現地ヒアリング調査の目的

我が国における公益に関する団体等を表示する商標のライセンスに関する検討を行うに当たり、諸外国における制度、運用、活用事例等について情報の収集及び整理を行うことが有用であると考えられる。そこで、海外公開情報調査を実施し、諸外国における公益に関する団体等を表示する商標のライセンスに関する制度、運用及び活用の実態について、資料を収集、整理、分析を行った。

また、公開情報調査及び国内アンケート調査、委員会における検討結果を踏まえてさらに深掘りし、海外における商標を活用したブランド向上の取組の事例収集と法制度上の整理をするため、海外ヒアリング調査を実施した。商標を活用したブランド向上の取組が盛んな大学と、商標の活用や法制度に詳しい法律事務所等を選定し、より詳細に実態を把握した。

2 . 海外公開情報・現地ヒアリング調査の手法

(1) 調査対象国・地域の設定

公開情報調査対象国・地域は、地域のバランス等を考慮して、米国、カナダ、オーストラリア、EU（欧州連合）、英国、フランス、ドイツ、ベネルクス、ロシア、中国、韓国の11か国・地域とした。

また、その中から、米国、英国、ドイツ、中国、韓国の5か国について、ヒアリング調査を行った。調査対象機関は、公益団体等を表示する商標の活用の実態を知るために、各国の大学を選定した。さらに、公開情報調査において調査した各国の制度について、より詳細な情報を得るために、商標制度に詳しい、もしくは知的財産分野に強みを持つ現地の法律事務所を選定した。

国ごとの、ヒアリング対象者の内訳は次のとおりである。

図表 34 海外現地ヒアリング対象者一覧

国	種別	対象者数
米国	大学	2 者
	法律事務所	1 者
英国	大学	2 者
	法律事務所	2 者
	有識者（大学教授）	1 者
ドイツ	大学	1 者
	法律事務所	2 者
中国	大学	3 者
	法律事務所	1 者
韓国	大学	2 者
	法律事務所	1 者

（2）調査項目の設定

公開情報調査では、調査対象国・地域における、国、地方自治体、公的機関、大学・学校のそれぞれにつき、その団体を表示する標章の他人による商標登録を禁止する規定及びこれらの団体を表示する商標のライセンスを禁止する規定の有無について、法令、審査基準及びインターネット資料等を収集し、また、必要に応じて現地代理人に質問状を送付し回答を得て、それらの内容を整理・分析した。

併せて、大学を表示する商標の活用状況について、商標活用事例、ライセンス・プログラム及びライセンシング・エージェント¹⁵のライセンサー¹⁶となっている大学について、各大学のウェブサイト及びライセンシング・エージェントのウェブサイトを中心に調査を行った。

また、ヒアリング調査では、対象団体の種別ごとに調査項目を設定した。

公益団体等へのヒアリング調査項目は、図表 35 のとおり設定した。

「ブランド活用（ライセンス）の事例」「ブランド活用（ライセンス）の効果」は、ヒアリング対象機関における現状の詳細を把握することを目的としたものである。

「各国の状況」は、ヒアリング対象機関を含む、当該対象国全体において、

¹⁵ ライセンスを仲介する業者。

¹⁶ 商標権を保有し、他者にライセンスをして当該商標を使用させる者。

一般に公益団体等の商標のライセンスがどの程度活発に行われているかを把握することを目的としたものである。

「日本との関係」は、公益団体等の日本における商標のライセンス活動について把握することを目的としたものである。

図表 35 海外現地ヒアリング項目（公益団体等）

大項目	小項目
1) 公益団体等のブランド活用（ライセンス）の事例	ライセンスを行う商標と商品・役務
	ライセンスを行う目的
	連携の形態（共同研究・開発／製造委託／販売委託）
	ライセンスの内容（許諾範囲等）
	商品・役務の販売・提供状況（地域、期間、売り上げ）
	商品・役務の需要者層
	（公益団体等のみ）ライセンシーはどこか
	（公益団体等のみ）ライセンシーの管理の方法
2) 公益団体等のブランド活用（ライセンス）の効果	（公益団体等のみ）ライセンス収入はどの程度か
	（公益団体等のみ）ライセンス収入以外のメリットはあるか
	期待していたが得られなかった効果はあるか
	ライセンスによるデメリット、トラブル事例はあるか
3) 各国の状況	公益団体等の商標ライセンスは盛んに行われているか
	公益団体等の商標ライセンスにより発生している問題はあるか
4) 日本との関係	日本でライセンス活動をしているか

法律事務所へのヒアリング調査項目は、図表 36 のとおり設定した。

「各国の制度・状況」の項目は、諸外国における商標登録・ライセンスに関する規定及び裁判例等を把握することを目的としたものである。

「公益団体等のブランド活用（ライセンス）の事例」の項目は、諸外国において公益団体等の商標のライセンスがどの程度活発に行われているかを把握することを目的としたものである。

図表 36 海外現地ヒアリング項目（法律事務所）

大項目	小項目
1) 各国の制度・状況	公益団体等の商標登録・ライセンスに関する規定の有無
	公益団体等に限らず商標ライセンスを制限する規定の有無
	公益団体等の商標登録・ライセンスに関する裁判例等
2) 公益団体等のブランド活用（ライセンス）の事例	ライセンス活動が活発なのは、どのような団体、商品・役務に関してか
	（ライセンスの代理をしている場合）ライセンシーへのプロモーションは行っているか
	公益団体等の商標ライセンスにより発生している問題はあるか

3. 各国の法制度

(1) 対象国・地域ごとの調査結果

調査対象国・地域ごとに、国、地方自治体、公的機関、大学・学校のそれぞれについて、その団体を表示する標章の他人による商標登録を禁止する規定及びこれらの団体を表示する商標のライセンスを禁止する規定の有無について、以下のとおり取りまとめた。具体的な根拠法令や審査基準等については、資料編に掲載した。

(i) 米国

米国では、商標登録の絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由について、商標法第2条（ランハム法第1052条）で規定している。第2条(b)では、合衆国、州もしくは地方公共団体の標章に関する拒絶理由について規定されているが、大学等を表示する標章についての規定はない。商標審査便覧(TMEP)803.03(f)においては、出願人として承認可能な法主体として、政府機関及び大学法主体の例を挙げている。

米国商標法ではライセンスに関する規定がなく、コモンローに基づいている。商標のライセンスに関して、大学をはじめとする公益に関する団体等を表示する

標章であることを理由に、制約されることはない。

(ii) カナダ

カナダでは、商標法第 9 条、第 10 条、第 10.1 条、第 11 条、第 11.1 条で禁止標章を、第 12 条と第 13 条で登録可能な場合を規定している。カナダ又はカナダの州又は自治体の紋章等については第 9 条(1)(e)で、大学及び公的機関の公式標章については第 9 条(1)(n)(ii)及び(iii)で、禁止標章と定められている。ただし、大学及び公的機関の公式標章のライセンスについては、制約を設けていない(第 50 条)。

(iii) オーストラリア

オーストラリアでは、商標法第 39 条から第 44 条において、登録を拒絶する商標について規定している。大学をはじめとする公益に関する団体等を表示する標章についての規定はなく、登録商標の使用許諾の設定に関する制約も受けない(第 26 条)。

(iv) EU (欧州連合)

EU では、欧州連合商標に関する理事会規則の第 7 条で商標登録の絶対的拒絶理由を、第 8 条で商標登録の相対的拒絶理由を規定している。大学等を表示する標章についての規定はなく、登録商標のライセンスに関する制約もない(第 22 条)。第 7 条(1)(i)の規定には、「パリ条約第 6 条の 3 に規定するもの以外の記章、紋章又は紋章入りの盾を含む商標であって、特定の公共の利益のためのもの。ただし、その登録について権限を有する当局の同意がある場合は、この限りでない。」とあり、日本国商標法第 4 条第 1 項第 6 号にやや類似していると言える。ただし、著名性は求めている。

また、2019 年までに各国の立法手続きを求めている EU 指令 2015/2436 には、登録できない又は無効な商標として、日本国商標法第 4 条第 1 項第 6 号に類似する規定(第 4 条(1)(h)¹⁷と第 4 条(3)(c)¹⁸)が設けられている。しかし、こちら

¹⁷ Art 4(1)(h) 権限を有する当局に認可されていない商標またはパリ条約第 6 条によって登録を拒絶または無効にされる商標

¹⁸ Art 4(3)(c) パリ条約第 6 条に規定するもの以外の記章、エンブレム、紋章の盾形などを含む商標で公共の利益となるもの。ただし、その登録が EU 加盟国の国内法に準拠するもので、権限を有する当局の合意あるものは除く。

についても、著名性がある場合に限定していない。

(v) 英国

英国では、商標法第 3 条で商標登録の絶対的拒絶理由を、第 5 条で商標登録の相対的拒絶理由を、第 4 条で特別に保護される記章について規定している。オリンピックシンボルに関する規定があるが、その他には、公益団体等を表示する標章についての規定はなく、登録商標のライセンス許諾（第 28 条）、排他的ライセンス許諾（第 29 条）に関する制約もない。

(vi) フランス

フランスでは、知的財産法第 L711 条 2、第 L711 条 3、第 L711 条 4 で標章及び標章の要素とは認められないものを規定している。大学等を表示する標章についての規定はないが、第 L711 条 4 (h) で「地方当局の名称」を侵害する場合は標章として認めないとしている。標章に基づく質権やライセンスに関する制約も受けない（第 L714 条 1）。

(vii) ドイツ

ドイツでは、商標法第 8 条で商標登録の絶対的拒絶理由を、第 9 条で商標登録の相対的拒絶理由を、第 10 条で周知商標に関する規定をしている。大学等を表示する標章についての規定はないが、第 8 条(2)6 で、「国の紋章，旗章若しくはその他の記章又は国内の地方，地域団体若しくはその他の共同体的団体の紋章を含む商標」は登録されないとしている。また、ライセンスに関する制約の規定はない（第 30 条）。また、ドイツ民法第 12 条には名称の使用に関する権利が規定されている。

(viii) ベネルクス

ベネルクスでは、知的財産条約第 2.4 条で取得できない商標について、第 2.11 条で絶対的理由に基づく拒絶について規定しているが、大学をはじめとする公益に関する団体等を表示する標章についての規定はない。ライセンス許諾に関する制約も受けない（第 2.32 条）。

(ix) ロシア

ロシア連邦民法には、公的表象、公的名称及び公的識別標章に関する規定（第1231.1条）があり、これらには法的保護を与えないとされている。また、第1483条に、商標の拒絶理由に関する規定がある。このどちらにも大学等を表示する標章に関する規定はない。また、ライセンスについても制約の規定はない（第1489条）。

(x) 中国

中国では、商標法第10条で商標として使用できないもの、第11条で商標として登録できないものを規定しているが、大学等を表示する標章に関しては、使用又は登録できない商標として定める規定はない。また、大学をはじめ、公益に関する団体等を表示する標章に関するライセンスの制約もない（第40条）。ライセンス契約の際には、使用許諾者が商品の品質を監督しなければならないことが規定されている。

(xi) 韓国

1949年に成立した韓国商標法は日本の商標法が基になっており、商標法第6条で商標登録の要件を、第7条で商標登録を受けることができない商標に関して規定している。第7条第1項第3号で、「国家・公共団体又はこれらの機関と公益法人の営利を目的としない業務又は営利を目的としない公益事業を表示する標章として、著名なものと同一又は類似の商標。ただし、国家・公共団体又はこれらの機関と公益法人又は公益事業体で自己の標章を商標登録出願したときには、この限りでない」とあり、これは日本国商標法第4条第1項第6号及び第4条第2項と同様のものである。

しかし、韓国の場合、これらの商標が登録された場合に、ライセンスを制限する規定はない。使用权の設定に関しては、専用使用权を第55条に、通常使用权を第57条にそれぞれ規定している。

一方、韓国では1973年度より業務標章制度が導入されており、商標法第4条で「国内で営利を目的としない業務を営為する者は、自己の業務標章の登録を受けることができる」と規定している。業務標章は、特別に規定のない限り、商標法中の商標の規定が適用される（第2条）が、質権（第54条第7項）、専用使用权（第55条）、通常使用权（第57条）の設定が制限されている。また、業務標

章の出願において、業務標章が表象する指定業務の範囲には、その付帯業務としての商品やサービスの提供は含まれないと規定している（商標審査基準第 50 条第 2 項）。この制度の設立経緯は不明だが、現在約 5,000 件の業務標章登録がある。しかし、2003 年に改正された「産業教育振興及び産学協力促進法」によって「産学協力団」が設立され、その後、知識経済部（現、産業通商資源部）と教育科学部（現、教育部、2013 年に教育科学部の科学技術と知識経済部の一部業務は未来創造科学部へ統合された）が共同で大学と企業間の協力による企画が促進されるようになった。大学による営利事業が認められて以降大学では業務標章ではなく、通常の商標を登録するようになった。現在、大学は業務標章の登録を検討することなく通常の商標出願をしており、大学における業務標章制度の必要性に疑問がもたれている。なお、業務標章と通常の商標は、同じ分野で重複登録が可能である。

（２）対象国・地域ごとの調査結果の比較

各国の制度の比較結果を一覧として示したものを、図表 37 に掲載する。

図表 37 各国制度概要

	国	地方自治体	公共、公益・ 公的・非営利 (団体・機関)	大学・学校	ライセンスの 可否
日本	他人の登録 は禁止	他人の登録 は禁止	他人の登録 は禁止	他人の登録は 禁止	不可
米国	他人の登録 は禁止	他人の登録 は禁止	—	—	—
カナダ	他人の登録 は禁止	他人の登録 は禁止	他人の登録 は禁止	他人の登録は 禁止	—
オーストラリア	—	—	—	—	—
EU (EUTM)	—	—	— ¹⁹	—	—
英国	—	—	— ²⁰	—	—
フランス	—	他人の登録 は禁止	—	—	—
ドイツ	他人の登録 は禁止	他人の登録 は禁止	—	—	—
ベネルクス	—	—	—	—	—
ロシア	—	—	—	—	—
中国	—	—	—	—	—
韓国	通常の 商標	他人の登録 は禁止	他人の登録 は禁止	他人の登録 は禁止	—
	業務 標章	—	—	—	不可

表中の「—」は、明示的な規定がないことを示す。

¹⁹ 第7条(1)(i) パリ条約第6条の3に規定するもの以外の記章、紋章又は紋章入りの盾を含む商標であって、特定の公共の利益のためのもの。ただし、その登録について権限を有する当局の同意がある場合は、この限りでない。

²⁰ 第4条(5) 1995年オリンピックシンボル等(保護)法にいう管理された表現からなる又はその表現を含む商標は、登録されない。ただし、登録官が次の何れかにあたると認める場合は、この限りでない。

4. 各国の公益団体における商標活用状況

(1) 各国における公益団体のライセンス状況

(i) 米国

米国では大学商標のライセンスが盛んに行われている。ハーバード大学やオハイオ州立大学のように自校で商標ライセンス活動を促進・管理をしている大学もあるが、ライセンシング・エージェントに委託して商標ライセンス活動を行っている大学も多い。ライセンシング・エージェントの大手には Leaffield (約 40 年の経験を持ち、全米 560 以上の大学等ライセンシーを持つ)、CLC (Collegiate Licensing Company: 約 35 年の経験を持ち、総合メディア大手 IMG の 1 部門でライセンシーは 200 以上)、Fermata (約 5 年前の参入と比較的新規、大手エージェント CAA の 1 部門でライセンシーは 125 以上) がある。ライセンシング・エージェントは、ライセンス料回収等、ライセンシー管理とマーケット情報に精通していることのほか、海外の場合は言語的なサポートも期待できる。

フォーブス誌インターネット版によると、大学スポーツ関連商品の販売の年間ライセンス料は全体で 2.09 億米ドル、関連商品の年間売上は 38.8 億米ドルに達し、双方共に年々増加している²¹。グローバルにライセンスを行っている大学の事例では、ライセンス商品の売上が 5,400 万米ドル、ライセンス料収入が約 200 万米ドルあり、収入は大学の予算として使われる。

ライセンスの目的は、ブランド価値向上とライセンス収入だが、大学スポーツや大学そのものの認知度アップにより世界中に大学ファンを増やすこともできる。大手の生産者との戦略的なライセンス契約もあり、競技クラブとのスポンサー契約や製品開発の提携につながることもある。多くの大学はライセンシーに対し、大学の倫理規定順守や公正労働協会 (Fair Labor Association = FLA) への加盟を義務付けており、大学ブランドが毀損しないよう注意を払っている。最近のネット利用の拡大により、模倣品や無許可の大学ブランド品が広く流通しており対策が追いついていない。

²¹ Sports Licensing Soars To \$698 Million In Royalty Revenue (Forbes, 2014)
<http://www.forbes.com/sites/darrenheitner/2014/06/17/sports-licensing-soars-to-698-million-in-royalty-revenue/> [最終アクセス日：2017年1月30日]

(ii) 英国

大学商標を商品販売で利用している大学は比較的が多い。広くグローバルに大学商標のライセンスを活用している大学の事例では、特許のライセンスに比べて商標のライセンス収入は約7%、年間約100万英ポンド程度であるが、その収益をすべて大学に寄付している。

地域別にライセンシング・エージェントと契約し、ライセンシー開拓、ブランド保護、マーケティング戦略、ライセンス料の回収等を任せている。新規のライセンシーには大学もデューデリジェンス(ライセンシーの収益性やリスク等を総合的かつ詳細に調査)を行う。直営店や直営のオンライン・ショップのある大学もある。

ライセンスの目的は、ライセンス料による寄付やサービスを通じて、大学、部門、クラブ、学生をサポートすること、大学のイメージアップを図ることと、世界各地にある商標権の不使用取消を防ぐことであり、大学の権威を毀損しないよう、ライセンス契約にはブランドの使用形態、販売エリア、使用商品、契約期間、ライセンス料のレート、倫理条項(生産工場や従業員、労働条件等)、違反時の罰則等を定めている。ライセンス料のレートはライセンシーや商品のマージンにもよるが約5~15%程度である。また、ライセンス商品には商標権や著作権に関する記載を求めている。

(iii) ドイツ

基本的に、大学商標のライセンスは産学連携と商品の販売で利用しているが、産学連携では求めに応じてライセンスすることが多い。通常、商標のライセンス契約は特許のライセンス契約とは別に締結している。

商品の販売を行っているライセンシーは、20~25の大学と契約して大学商標を付した商品を販売している。販売地域はドイツ国内に限っていない。日本で販売促進活動はしていないが、オンラインなら日本の消費者も購入できる。ライセンス料は1商品の販売で1ユーロ程度だが、収入はそれほど大きくない。品質管理はライセンシーの責任に行っているが、子供を雇用するような生産業者を禁止するなど、大学の倫理規定の順守を求めている。

大学商標ライセンスは、無形資産としての大学ブランド価値向上を目的としている。ドイツ国内における大学の商標ライセンス・マーケットは米国や英国に比べて大きくはない。

(iv) 中国

大学は大学名称、略称、英文名称、ロゴを比較的広い指定区分範囲で商標登録することが多いが、商標出願をしていない大学も多数みられる。

一部の大学を除いて商標ライセンスは行われていない。商標ライセンスを行っている大学でも、大学の記念品、文房具等の生活用品や、非営利のイベントに限るなどライセンスの規模は小さい。安全性を第一に、食品・薬品への商標ライセンスを禁止している大学もある。

1 店舗あたりのライセンス料は、店舗の広さ等によって年間 20～50 万元、品質に問題があることもある。ライセンシーには商標使用規定の順守を求めているが管理はしていない。使用許諾していない第三者の使用が散見されるものの、状況把握も難しく、取締りは困難であり、管理には問題も多い。

(v) 韓国

基本的に大学が教育、研究を行い、収益活動は、大学の特別目的会社としての産学協力団が担っている。一部の大学を除いて商標ライセンスは行われていない。商標ライセンスを行っている大学も、ライセンシーは国内に限られ、一部の商品を除いては需要者も国内に限られる。

ライセンスによって収益を上げることと、大学ブランドの向上を目的としているが、ライセンス商品は文房具、衣料品のほか、産学連携で共同研究・開発されたもので食品や日用品等があるものの、ライセンス料への期待はそれほど大きくはない。

(2) 各国における大学のライセンス活動のメリット

ライセンスを実施している大学からは、まずライセンス料収入が挙げられた。収入は、大学の運営に充てられる。

また、収入以外の面でも、大学のイメージアップ認知度の向上が図れる点や、ライセンシーの企業との間で、例えばインターンシップの受け入れ等、別のプログラムにおいても協力を得られる関係を築ける点が挙げられた。

- 大学のイメージアップにつながる。(英国・大学、ドイツ・大学、韓国・大学)
- 大学名を付した品質の良い商品を提供することで、大学のイメージと高い教

育レベル、芸術性、スポーツ、研究、社会貢献の評判を一体的に高めることができる。(米国・大学)

- ・ 大学ブランドのライセンスにより大学の認知度が上がり、大学やその地域のファンも増えることで観光客の誘致にも繋がる。(米国・大学)
- ・ スポンサー契約やインターンシップ・プログラムの協力等。(米国・大学)

(3) 各国における大学のライセンス活動に関するトラブル事例

商標の不正な使用や、ライセンス契約の範囲を超えた使用といった事例のほか、ライセンス料の未払いや労働環境基準に関する違反といった問題も挙げられた。

- ・ 広告や商品・サービス等への大学等公益団体名称の不正な使用。(米国・大学、英国・大学、英国・有識者、英国・法律事務所、ドイツ・大学、中国・大学、韓国・大学)
- ・ 再許諾等ライセンス契約の範囲を逸脱した使用。(中国・大学)
- ・ 頻繁ではないが、ライセンス料の未払い。(英国・大学)
- ・ ライセンシーが労働環境の悪い工場に生産委託をしていた。(米国・大学、米国・法律事務所)

(4) 各国におけるライセンシング・エージェントの活動状況

米国ではほとんどの大学が商標ライセンスを活用しており、自校で管理するケースとライセンシング・エージェントと契約するケースがある。

英国ではライセンシング・エージェントが活用されており、地域によってライセンシング・エージェントを使い分けている事例もあった。

- ・ 全米で大手ライセンシング・エージェントが3社ある。海外へのライセンス活動のみ、代理店を利用してライセンシーと直接契約する大学もある。(米国・大学)
- ・ 英国では、ライセンシーが海外にいる大学が積極的にライセンシング・エージェントを利用している。地域毎にライセンシング・エージェント6社と契約している。(英国・大学)

一方、ドイツ、中国、韓国の大学はライセンス活動があまり活発ではなく、ラ

イセンシング・エージェントの利用は見られない。どの大学も海外にライセンスはないとのことだった。

VI . まとめ

国内アンケート及び国内ヒアリング調査結果によれば、公益団体等は、団体を表示する商標について、使用するマークや、使用態様、契約の形態等に配慮しつつ使用を行っている実態がうかがえる。団体においては、商標の使用については適切な管理等が必要であると認識されており、特に大学においては、自身の権威の尊重に留意しながらも、商標の活用による大学ブランドの向上や多方面への事業の取組を図りたいという意識がうかがえた。

現行の商標法第4条第1項第6号は、公益団体等を表示する標章であって、著名なものと同一又は類似の商標については、商標登録を受けることができない旨が規定されており、その趣旨は、団体自身の権威の尊重と、需要者の利益の保護と理解されている。諸外国の法制度の調査によれば、公益的な標章について、我が国と同様に他人による登録が禁止されている国が多く存在したが、ライセンスの規定については、公益的な標章について別の取扱いを規定する国は、韓国における業務標章以外には見られなかった。

本調査による公益団体等を表す標章の使用状況等を踏まえ、仮に制度を見直す場合には、現行の規定の趣旨である権威の尊重と需要者保護とのバランスを考慮しつつ、公益団体を取り巻く環境変化に合わせた広い視点からの慎重な検討が必要である。

また、商標権のライセンスを望む場合には、公益団体等を表示する標章について、著名になる前の段階で早期に商標登録出願を行い、商標法第4条第1項第6号に該当しないものとして商標権を取得することが、一つの方策となると考え得るところである。

資料編



資料 I

各国・地域の公益団体等を表示する商標に関する規定

調査対象国・地域における、商標の登録及びライセンスに関する規定について、以下に掲載する。下線は、公益団体等を表示する商標に関する個所を示すものである。

なお、各規程の翻訳は、特許庁 WEB サイトの「外国産業財産権制度情報¹」に掲載のあるものは、当該翻訳を利用した。

1. 米国

(1) 商標法 (ランハム法) : 2011 年 9 月 16 日改正

第 2 条 (15 U. 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、信仰若しくは国民的な象徴を軽蔑し、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評判を落とす虞のある事項 ; 又は地理的表示であって、ぶどう酒若しくは蒸留酒に付して又は関連して使用される場合に、その商品の原産地以外の場所を特定するものであり、かつ、出願人によって、(第 19 卷第 3501 条 (9) に定義されている) WTO 協定が合衆国に対して効力を生ずる日から 1 年以後に初めてぶどう酒若しくは蒸留酒に付して又は関連して使用されているもの

(b) 合衆国、何れかの州若しくは地方公共団体、又は何れかの外国の旗章、紋章若しくはその他の記章又はそれらの擬態から成り、又はそれらを含むこと
(略)

(2) 商標審査便覧 (TMEP) 第 800 章 : 第 8 版, 2011 年 10 月

出願要件

803.03(f) 政府機関及び大学

政府機関に係る法主体を指定するための厳密な指針を策定することは困難で

¹ 外国産業財産権制度情報 http://www.jpo.go.jp/shiryous/s_sonota/fips/mokuji.htm [最終アクセス日 : 2017 年 1 月 16 日]

ある。これらの法主体の形態は多様であるので、各々の事例を個別的基準に基づいて検討しなければならない。次のものは、承認可能な政府系法主体のごく少数の例に過ぎない。

Department of the Air Force, an agency of the United States.
Maryland State Lottery Agency, an Agency of the State of Maryland.
City of Richmond, Virginia, a municipal corporation organized under the laws of the Commonwealth of Virginia.

これらの例は、承認可能な法主体表示を網羅したものではない。

教育機関の構造には著しい相違がある。次のものは承認可能な大学法主体の例である。

Board of Regents, University of Texas System, a Texas governing body.
University of New Hampshire, a nonprofit corporation of New Hampshire.
Auburn University, State University, Alabama.

これらの例は承認可能な法主体表示を網羅しているものではない。

「教育機関」及び「教育組織」という表示は承認されない。出願人がこれらの表示の何れかをその法主体を確認するために使用した場合は、審査官は出願人に対し、その法主体表示を法的に認知されている法律上の法主体に修正するように要求しなければならない。

2. カナダ

(1) 商標法：2012年10月31日施行

第9条 禁止標章

(1) 何人も、次のものからなる標章又はこれと誤認を生じる虞がある程に類似する標章を、商標その他として、その業務に関連して採用してはならない。

(a) 女王陛下の紋章，頂飾又は旗章

(b) 王室一員の紋章又は頂飾

(c) 総督の旗章，紋章又は頂飾

(d) 商品又はサービスに付随して使用される語又は標識であって、その商品又はサービスが、国王、総督若しくは政府の支援、承認又は許可を受けたものであるか、又はそれらに基づいて生産され、販売され若しくは提供されていると信じさせる虞のあるもの

(e) カナダ又はカナダの州又は自治体が常時採用及び使用する紋章，頂飾又は旗章であって、カナダ政府又は当該の州若しくは自治体からの要請で、登録官がその採用及び使用を公示したもの

- (f) スイス連邦の旗章の色使いを逆にした白地に赤十字の記章であって、1949年の戦争犠牲者の保護に関するジュネーヴ条約により、軍隊の医療班の記章であって識別性ある標識とされ、かつ、カナダ赤十字で使用されているもの、又は「赤十字」若しくは「ジュネーヴ十字」の表現
- (g) 多数のイスラム教国内で(f)に規定の目的と同一の目的で採用された、白地に赤新月の記章
 - (g. 1) 第3議定書の記章—通常「赤いひし形」と称する—ジュネーヴ条約法の附則 VII 第2条(2)にいい、(f)に規定の目的と同一の目的で採用された、白地に赤枠のひし形からなるもの
- (h) イランで(f)に規定の目的と同一の目的で使用される、赤のライオン及び太陽と同等の標識
 - (h. 1) ジュネーヴ条約法の附則 V 第66条(4)にいう(オレンジ地に青の正三角形の)民間防衛対策活動の国際的な識別性ある標識
- (i) 同盟国の1の何れかの地域若しくは都市の旗章、又は国家、地域若しくは都市の紋章、頂飾又は記章であって、その旗章、紋章、頂飾又は記章が、条約第6条の3に基づいて伝達され、又は同条に基づくWTO協定の付属書類1Cに記載された知的所有権の貿易関連の側面に関する協定に基づく義務により伝達された一覧に記載されたものであり、登録官が当該伝達について公示したもの
 - (i. 1) 同盟国の1で採用された、管理又は保証を示す何れかの公式標識若しくは刻印であって、その標識若しくは刻印が、条約第6条の3に基づいて伝達され、又は同条に基づくWTO協定の付属書類1Cに記載された知的所有権の貿易関連の側面に関する協定に基づく義務により伝達された一覧に記載されたものであり、登録官が当該伝達について公示したもの
 - (i. 2) 同盟国の何れか1の国旗
 - (i. 3) 何れかの国際的な政府間組織の何れかの紋章、旗章若しくは他の記章、又は名称の略称であって、その紋章、旗章、記章又は略称が、条約第6条の3に基づいて伝達され、又は同条に基づくWTO協定の付属書類1Cに記載された知的所有権の貿易関連の側面に関する協定に基づく義務により伝達された一覧に記載されたものであり、登録官が当該伝達について公示したもの
- (j) 中傷的、猥雑又は非道徳的な何らかの語又は図形
- (k) 現存する個人との関連を虚偽的に示唆する虞がある何らかの事項
- (l) 現存する若しくは過去30年以内に死亡した個人の肖像又は署名
- (m) 「国際連合」という語、若しくは国際連合の公式の印章又は記章
- (n) 何れかの徽章、頂飾、記章又は標章であって、
 - (i) 国防法に則って、カナダ国軍により採用若しくは使用されるもの、

- (ii) 何れかの大学のもの、又は
- (iii) 商品又はサービスの公式標章としてカナダの何れかの公的機関により採用若しくは使用されるものであり、登録官が、国、大学又は場合により公的機関からの請求により前記の採用又は使用を公示したもの
- (n. 1) 紋章の授与に関して総督により行使される女王陛下の大権に基づいて授与、記録又は被授与者による使用を許可された紋章であって、総督の要請により登録官がその授与、記録又は使用を公示したもの、又は
- (o) 「カナダ王立騎馬警察」の名称又は「R. C. M. P.」若しくはその他カナダ王立騎馬警察に関する文字の何らかの組合せ、又はその制服を着た隊員の図形表示
- (略)

第 10 条 追加禁止事項

何らかの標章が、通常かつ善意の商業的慣行により、何らかの商品又はサービスの種類、品質、数量、用途、価格、原産地又は生産日を指定するとカナダで認められるに至った場合は、何人もこれを、その商品若しくはサービス又は同一の一般分類に属する他の商品若しくはサービスに付随する商標として採用し又はこれを誤認させる虞がある方法で使用してはならず、また、何人も、その商標と誤認を生じる虞がある程に類似する標章をそのように採用又は使用してはならない。

第 10.1 条 追加禁止事項

ある名称が、植物育成者権法に基づく植物品種を指定する名称である場合は、何人もこれを、その植物品種又はこれと同種の他の植物品種に付随する商標として採用し又はこれを誤認させる虞がある方法で使用してはならず、また、何人も、その名称と誤認を生じさせる程に類似する標章をそのように採用又は使用してはならない。

第 11 条 追加禁止事項

何人も、本法第 9 条若しくは第 10 条、又は 1952 年カナダ改正法律第 274 章である不公正競争法第 13 条又は第 14 条に反して採用された何らかの標章を、業務に関連して、商標その他として使用してはならない。

第 11.1 条 追加禁止事項

何人も、第 10.1 条に反して採用された名称を、業務に関連して、商標その他として使用してはならない。

第 12 条 商標登録可能な場合

- (1) 第 13 条に従うことを条件として、商標は次のものを除き、登録することができる。
- (a) 現存する個人又は過去 30 年以内に死亡した個人の姓名に過ぎない語
 - (b) 商品又はサービスに付随して使用され若しくは使用される予定のある記述であって、商品又はサービスの特性若しくは品質、又は生産及び提供の条件若しくは生産及び提供に従事する者、又はそれらの出所について、描写、手書き又は発音の何れによるかを問わず、英語又はフランス語で明示した記述又はそれらと誤認を生じさせる不備な記述
 - (c) 何れかの言語での商品又はサービスの名称であって、その商品又はサービスに付随して使用され若しくは使用される予定のあるもの
 - (d) 登録商標と混同を生じるもの
 - (e) 第 9 条又は第 10 条により採用が禁止されている標章
 - (f) 第 10.1 条により採用が禁止されている名称
 - (g) 保護された地理的表示の全体又は一部であって、商標が地理的表示により示された地域を原産地としないぶどう酒について登録されようとしている場合のもの
 - (h) 保護される地理的表示の全体又は一部であって、商標が地理的表示により示された領域を原産地としない蒸留酒について登録されようとしている場合のもの、及び
 - (i) オリンピック及びパラリンピック標章法第 3 条(3)及び第 3 条(4)(a)に従うことを条件として、同法第 3 条(1)により採用が禁止されている標章

同前

- (2) (1) (a) 又は (b) の理由により登録されない商標であっても、それがカナダでその出願人又はその前権利者により使用された結果、その登録出願の日に識別性を有するものとなっていたときは、登録することができる。

第 50 条 商標使用のライセンス

- (1) 本法律の適用上、ある法主体が、商標所有者により又はその許可を得て、ある国内で商標を使用するライセンス許諾を受け、かつ、その所有者が当該ライセンスに基づいてその商品若しくはサービスの特性又は品質を直接的若しくは間接的に管理するときは、当該法主体による同国内での商標、商号若しくはその他としての又はそれらにおける当該商標の使用、広告若しくは展示は、その所有者による同国内での商標の使用、広告又は展示と同一効果を有するものとし、かつ、常に同一効果を有していたものとみなす。

同前

(2) 本法律の適用上、ある商標の使用がライセンス許諾によるものである事実及びその所有者の特定が公示される範囲内で、別段の事実が証明されない限り、当該使用はその商標所有者によりライセンス許諾されたものであり、その商品若しくはサービスの特性又は品質はその所有者に管理されているものと推定される。

所有者に対し訴訟提起を要求することができる

(3) ある商標の所有者とその商標のライセンシーとの間に存在する何らかの契約に従うことを条件として、ライセンシーは所有者に、その商標の侵害に対して訴訟を提起することを要求することができ、また、所有者がその要求後 2 月以内に、その要求を拒絶又は無視した場合は、ライセンシーは自らが所有者であるものとして自己名義で、所有者を被告にして、当該侵害に対し提訴することができる。

3. オーストラリア

(1) 商標法：2015 年法律 No. 59 まで改正された 2015 年 7 月 1 日編集の 1995 年 No. 119

第 26 条 登録商標の許諾使用者が有する権限

(1) 登録商標の登録所有者とその商標の許諾使用者との間の契約に従うことを条件として、許諾使用者は、次の事項を行うことができる。

(a) 許諾使用者は、登録に際して付された条件又は制限に従うことを条件として、商標を商標登録に係わる商品及び／又はサービスに関して使用することができる。

(b) 許諾使用者は((2)に従うことを条件として)、次の時期に商標についての侵害訴訟を提起することができる。

(i) 登録所有者の同意がある場合は、いつでも、又は

(ii) 登録所有者が所定の期間内の特定の機会に侵害訴訟を提起することを拒絶した場合は、当該所定の期間内、又は

(iii) 登録所有者が所定の期間内に侵害訴訟の提起をしなかった場合は、当該所定期間の終了後

(c) 許諾使用者は、商標登録に係わる商品又は公衆に提供されるその包装若しくは容器に、第 121 条(2)に基づいて商品に関する禁止行為とされている行為を禁止する旨の通知を表示させるようにすることができる。

(d) 許諾使用者は、

- (i) 第 132 条に基づく通知を関税庁長官に提出して、商標を侵害する商品の輸入に対して異論申立をすることができ、又は
 - (ii) その通知を取り消すことができる。
 - (e) 許諾使用者は、何人に対しても、商標登録に係わる商品に対して又は商標登録に係わる商品若しくはサービスに関して利用されている登録商標について、次の行為を行うことを許可することができる。
 - (i) 変更し又は摩損すること、又は
 - (ii) 追加すること、又は
 - (iii) その全部又は一部を抹消し、消去し又は隠蔽すること
 - (f) 許諾使用者は、何人に対しても、商標登録に係わる商品に対して又は商標登録に係わる商品若しくはサービスに関して、その商標を利用する許可を与えることができる。
- (略)

第 39 条 一定の標識を含んでいる等の事情にある商標

- (1) 商標が、第 18 条の適用上制定された規則によって、商標として使用することが禁じられている標識を含んでいるか、又はその標識で構成されている場合は、その商標登録出願は拒絶しなければならない。
- (2) 商標が次のものを含んでいるか、又はそれで構成されている場合は、その商標登録出願は拒絶することができる。
 - (a) 本項の適用上規定されている標識、又は
 - (b) 次のものに著しく類似しており、その標識であるとみなされる虞がある標識
 - (i) (a)にいう標識、又は
 - (ii) (1)にいう標識

第 40 条 視覚的に表示することができない商標

商標登録出願は、その商標が視覚的に表示することができないものである場合は、拒絶しなければならない。

第 41 条 出願人の商品又はサービスを識別しない商標

- (1) 商標登録出願は、当該商標がその登録を求める出願人の商品又はサービス（「指定商品又はサービス」）を他人の商品又はサービスから識別することができない場合は、拒絶されなければならない。
- (略)

第 42 条 中傷的な商標又はその使用が法律に反する商標

商標登録出願が次に該当する場合は、その出願は拒絶しなければならない。

- (a) その商標が中傷的事項を含んでいるか又はそれで構成されていること、又は
- (b) その商標を使用したならば法律違反になること

第 43 条 欺瞞又は混同を生じる虞がある商標

商標又は商標に含まれている標識が有する暗示的意味のために、その商標を特定の商品又はサービスについて使用することが欺瞞又は混同を生じる虞がある場合は、当該の商品又はサービスについての商標登録出願は拒絶しなければならない。

第 44 条 同一等の商標

(1) (3)及び(4)に従うことを条件として、商品(「出願人の商品」)について商標(「出願人の商標」)の登録を求める出願は、次の場合は拒絶しなければならない。

- (a) 出願人の商標が、
 - (i) 類似商品又は密接に関連するサービスについて他人が登録している商標、又は
 - (ii) 類似商品又は密接に関連するサービスについて他人が登録を求めている商標、と実質的に同一であるか又は欺瞞的に類似しており、かつ
- (b) 出願人の商品に係わる出願人の商標登録の優先日が、類似商品又は密接に関連するサービスに係わる他の商標登録の優先日よりも先でない場合
(略)

4. EU (欧州連合)

(1) 欧州連合商標に関する理事会規則：2016年3月23日施行

第 7 条 絶対的拒絶理由

- (1) 次のものは、登録することができない。
 - (a) 第 4 条 (共同体商標を構成することができる標識) の要件に従わない標識
 - (b) 識別性を欠く商標
 - (c) 商品の種類、品質、数量、用途、価格、原産地、生産時期、サービスの提供時期、又は商品又はサービスのその他の特徴を示すために取引上使用されることがある標識又は表示のみからなる商標

- (d) 通用語において又は善意のかつ確立した商慣習において常用されるようになっている標識又は表示のみからなる商標
 - (e) 次の形状のみからなる標識
 - (i) 商品そのものの性質から生じる形状又は他の特性
 - (ii) 技術的成果を得るために必要な商品の形状又は他の特性
 - (iii) 商品に本質的価値を与える形状又は他の特性
 - (f) 公共政策又は一般に是認された道德規範に反する商標
 - (g) 公衆を、たとえば、商品若しくはサービスの性質、品質又は原産地について欺瞞するような性質の商標
 - (h) 権限を有する当局によって許可されていない商標であって、工業所有権の保護に関するパリ条約(以下「パリ条約」という)第 6 条の 3 に従い拒絶されるべきもの
 - (i) パリ条約第 6 条の 3 に規定するもの以外の記章、紋章又は紋章入りの盾を含む商標であって、特定の公共の利益のためのもの。ただし、その登録について権限を有する当局の同意がある場合は、この限りでない。
- (略)

第 8 条 相対的拒絶理由

- (1) 先の商標の所有者による異議申立に基づいて、次の場合は、出願商標は登録されないものとする。
 - (a) その商標が先の商標と同一であって、登録出願の対象である商品又はサービスと保護されている先の商標の対象である商品又はサービスとが同一である場合
 - (b) その商標と先の商標との同一性又は類似性及びこれらの商標により包含された商品若しくはサービスの同一性又は類似性のために、先の商標が保護されている領域において公衆の側に混同を生じる虞が存在する場合。この場合の混同の虞は、先の商標との連想を生じる虞を含む。
- (略)

第 22 条 ライセンス許諾

- (1) 欧州連合商標は、登録されているその対象である商品若しくはサービスの一部又は全部について及び連合の全域又は一部についてライセンス許諾をすることができる。ライセンス許諾は、排他的又は非排他的とすることができる。
- (略)

5. 英国

(1) 商標法：2010年1月1日施行

第3条 登録の絶対的拒絶理由

(1) 次のものは登録されない。

(a) 第1条(1)の要件を満たさない標識

(略)

(2) 標識は、それが次のもののみからなる場合は、商標として登録されない。

(a) 商品自体の性質に由来する形状

(b) 技術的成果を達成するために必要とされる商品の形状、又は

(c) 商品に実質的価値を与える形状

(3) 商標は、次の場合は登録されない。

(a) 公の秩序又は一般に容認された道徳原理に反する場合、又は

(b) 公衆を(たとえば、商品又はサービスの内容、品質又は原産地について)欺瞞するような内容である場合

(4) 商標は、その使用が連合王国において制定法若しくは法規則により又は共同体法の規定により禁止されている場合は、その禁止の範囲において、登録されない。

(5) 商標は、第4条(特別に保護される記章)に明記又は言及されているものについては登録されない。

(6) 商標は、不誠実で出願された場合は、その範囲において登録されない。

第4条 特別に保護される記章

(1) 次のものからなる又は次のものを含む商標は、登録されない。ただし、登録官が、女王陛下により若しくは女王陛下の代理により、又は場合に応じて、関係する王室の一員により同意が与えられているものと認める場合は、この限りでない。

(a) 王室紋章、王室紋章の主要な紋地の何れか、又は王室紋章若しくは前記紋地と誤認する虞がある程にこれらに酷似する記章又は図案

(b) 王冠又は王室の旗章の何れかを表現したもの

(c) 女王陛下若しくは王室の一員の何れかを表現したもの又はこれらのもっともらしい模倣、又は

(d) 出願人が王室の後援又は許可を受けている又は最近受けたものと人々に信じさせる虞のある語、文字又は図案

(2) 次のものの表現からなる又は当該表現を含む商標は、その使用が誤認を生

じさせるか又は著しく侮辱的であると登録官が認める場合は、登録されない。

(a) 連合王国の国旗(一般にユニオン・ジャックとして知られている)、又は
(b) イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランド又はマン島の旗章

(3) 商標は、次に明記されているものについては、登録されない。

第 57 条(条約国の国章等)、又は

第 58 条(一定の国際機関の記章等)

(4) 規則において、次のものからなる又は次のものを含む商標の登録を禁止する規定を定めることができる。ただし、当該人により又は当該人の代理により同意が与えられているものと登録官が認める場合は、この限りでない。

(a) 政府が付与した紋章について権限を有する者の紋章、又は

(b) 当該紋章と誤認する虞がある程に当該紋章に酷似する記章

規則において、(b)が適用される旗章を特定する規定を定めることができる。

このような商標が登録された場合は、本法においては、紋章に関する法律に反する方法でその商標を使用することを許可しているものとは解さない。

(5) 1995 年オリンピックシンボル等(保護)法にいう管理された表現からなる又はその表現を含む商標は、登録されない。ただし、登録官が次の何れかにあたると認める場合は、この限りでない。

(a) 出願が 1995 年オリンピックシンボル等(保護)法第 1 条(2)(オリンピックアソシエーション権の所有者としてある者を任命する国務大臣の権限)に基づいて現に任命されている者によりなされていること、又は(b) (a)にいう者により又はその者の代理により同意が与えられていること

第 5 条 登録の相対的拒絶理由

(1) 商標は、それが先の商標と同一であり、かつ、その出願に係る商品又はサービスが先の商標の保護の対象である商品又はサービスと同一である場合は、登録されない。

(2) 商標は、次の何れかの理由により、先の商標を連想させる虞がある場合を含め、公衆の側に混同を生じさせる虞がある場合は、登録されない。

(a) その商標が先の商標と同一であって、先の商標の保護の対象である商品又はサービスと類似の商品又はサービスについて登録が求められている場合、又は

(b) その商標が先の商標と類似するものであって、先の商標の保護の対象である商品又はサービスと同一又は類似の商品又はサービスについて登録が求められている場合

(3) 先の商標と同一又は類似の商標は、先の商標が連合王国において(又は共

同体商標若しくは国際商標 (EC) の場合は欧州共同体において) 名声を得ており、かつ、正当な理由なく後の商標を使用することが先の商標の識別性又は名声を不正に利用し又は害することになる場合は、その範囲において登録されない。

(4) 商標は、次の何れかの理由により、その使用が連合王国において妨げられる虞がある場合は、その範囲において登録されない。

(a) 未登録商標又は業として使用されるその他の標識の保護に関する法規 (特に詐称通用に関する法律) による場合、又は

(b) (1) から (3) まで又は (a) にいうもの以外の先の権利による場合、特に、著作権、意匠権又は登録意匠に関する法律による場合
(略)

第 28 条 登録商標のライセンス許諾

(1) 登録商標の使用のライセンスは、全般的又は限定的とすることができる。限定的ライセンスは、特に、次の何れかについて適用することができる。

(a) 商標が登録されている商品又はサービスの全部ではなく一部、又は

(b) 特定の態様による又は特定の地方における商標の使用

(2) ライセンスは、許諾者により又はその代理により署名された書面によるものでない限り、効力を有さない。

スコットランドを除き、ライセンサーが法人である場合は、その印章を押捺することによりこの要件を満たすことができる。

(3) ライセンスに別段の定めがない限り、ライセンスは、許諾者の権原承継人を拘束する。本法において、登録商標の所有者の同意を得て又は得ないで行うというときは、相応に解釈される。

(4) ライセンスでその旨定める場合は、ライセンシーはサブライセンスを与えることができる。本法において、ライセンス又はライセンシーというときはサブライセンス又は再ライセンシーを含む。

第 29 条 排他的ライセンス

(1) 本法において、「排他的ライセンス」とは、ライセンスを与えた者を含む他のすべての者を排除して、ライセンスにより認められる方法で登録商標を使用する権利をライセンシーに認めるライセンス (全般的か限定的かを問わない) をいう。

「排他的ライセンシー」の表現は、相応に解釈される。

(2) 排他的ライセンシーは、ライセンスにより拘束される権原承継人に対し、ライセンスを与えた者に対して自己が有していたのと同様の権利を有する。

6. フランス

(1) 知的財産法：2006年3月1日法律第2006-236号による改正

第 L711 条 3

次のものは、標章又は標章の要素とは認められない。

- (a) 工業所有権の保護に関する1883年3月20日のパリ条約(改正)第6条の3又は世界貿易機関を設立する協定の付属書1C第23条(2)によって除外されている標識
- (b) 公序良俗に反する標識、又は法律によって使用を禁じられている標識
- (c) 商品又はサービスの特に内容、品質又は出所に関し、公衆に誤認を生じさせる虞がある標識

第 L711 条 4

標識は、それが先の権利、特に次のものを侵害する場合は、標章として認められない。

- (a) 既に登録されており、又は工業所有権の保護に関するパリ条約第6条の2の意味において周知である先の標章
- (b) 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
- (c) 国土全域において知られている商号又は看板であって、公衆に混同を生じさせる虞があるもの
- (d) 保護された原産地名称
- (e) 著作者の権利
- (f) 保護された意匠に由来する権利
- (g) 他人の人格権、特にその姓、筆名又は肖像
- (h) 地方当局の名称、イメージ又は世評

第 L714 条 1

標章に基づく権利は、それを利用し、又は他人に利用させている会社とは無関係に、その全部又は一部を移転することができる。移転には、たとえそれが一部に関するものであっても、地域的制限を付してはならない。

標章に基づく権利は、その全部又は一部を、排他的若しくは非排他的ライセンスの付与又は質権設定の対象とすることができる。

非排他的ライセンスは、使用についての書面によらない契約によって付与することができる。標章の登録出願又は標章によって付与される権利は、ライセンスの有効期間、登録に従っての標章の使用形態、ライセンスが付与された製品若し

くはサービスの内容、標章を表示することができる地域、又は使用権者が製造した製品若しくは提供したサービスの質に関して、ライセンスの制限を守らない使用権者に対抗することができる。

所有権の移転又は質権の設定は、書面で記録しなければならない、そうしない場合は無効とする。

7. ドイツ

(1) 商標法：2013年10月19日の法3830により改正

第8条 絶対的拒絶理由

(1) 第3条に規定する商標として保護を受けることのできる記号であっても、視覚により認識できるように表現することができないものは、登録されないものとする。

(2) 次の商標は登録されないものとする。

1. 商品又はサービスについての識別性を有していない商標
 2. 商品若しくはサービスの種類、品質、数量、用途、価格、原産地、生産若しくは提供の時期又はその他の特徴を示すために取引上使用されることがある記号又は表示のみをもって構成された商標
 3. 指定する商品又はサービスについて、通用語において又は誠実なかつ確立した商慣習において常用されるようになっている記号又は表示のみをもって構成された商標
 4. 特に、商品若しくはサービスの種類、品質又は原産地について、公衆を欺くようなものである商標
 5. 公の秩序又は一般に容認された道徳原理に反する商標
 6. 国の紋章、旗章若しくはその他の記章又は国内の地方、地域団体若しくはその他の共同体的団体の紋章を含む商標
 7. 連邦法律官報(BGBl.)における連邦法務省の告示により商標として有効に登録することができない監督用及び証明用の公の記号及び印章を含む商標
 8. 連邦法律官報における連邦法務省の告示により商標として有効に登録することができない国際政府間機関の紋章、旗章若しくはその他の標識、印章又は表示を含む商標
 9. 公益に関するその他の規定によりその使用を禁止し得ることが明白である商標、又は
 10. 不正に出願された商標
- (略)

第 9 条 相対的拒絶理由としての出願商標又は登録商標

(1) 次の場合は、商標の登録は取り消すことができる。

1. 当該登録商標が先に出願又は登録された商標と同一であって、当該商標の登録に係る商品又はサービスが先の商標の出願又は登録に係る商品又はサービスと同一である場合
2. 当該登録商標が先に出願又は登録された商標と同一又は類似であり、かつ、両商標によって指定される商品又はサービスが同一又は類似である故に、他の商標との関連性を想起させる虞を含め、公衆の側に混同を生じさせる虞がある場合
3. 当該登録商標が、先に出願又は登録された商標と同一又は類似であって、そのような先の商標の出願又は登録に係る商品又はサービスと類似しない商品又はサービスについて登録されている場合において、先の商標がドイツ連邦共和国において名声を得ており、かつ、正当な理由なく当該登録商標を使用することが名声を得ている商標の識別性又は名声を不当に利用し又は害するものであるとき

(2) 商標出願は、それらが登録された場合にのみ、(1)に基づく取消理由を構成する。

第 10 条 周知商標

(1) 商標が、パリ条約第 6 条の 2 に規定する意味でドイツ連邦共和国において周知の先の商標と同一又は類似のものである場合及び第 9 条(1)1., 2.又は 3.に基づく追加の要件が満たされている場合は、その商標は登録されないものとする。

(2) 出願人が周知商標の所有者から出願の許可を得ている場合は、(1)は適用されないものとする。

第 30 条 ライセンス

(1) 商標の登録、使用又は周知性により与えられる権利は、商標が保護されている商品又はサービスの一部又は全部について、及びドイツ連邦共和国の全域又は一部地域について排他的若しくは非排他的ライセンスの対象とすることができる。

(2) 商標の所有者は、次の事項に関して、そのライセンス契約の規定に違反するライセンシーに対し、当該商標に基づく権利を主張することができる。

1. ライセンスの期間
2. 商標を使用することができる登録による形態
3. ライセンスが与えられる商品又はサービスの種類

4. 商標を使用することができる地域，又は
 5. ライセンシーが製造する商品又は提供するサービスの品質
- (3) ライセンシーは，商標の所有者が同意した場合に限り，商標の侵害に対する訴訟を提起することができる。
- (4) 何れのライセンシーも，自己が被った損害について賠償を受けるために，商標の所有者によって提起された侵害訴訟に参加することができる。
- (5) 第 27 条に基づく権利の移転又は(1)に基づくライセンスの付与は，それ以前に第三者に与えられているライセンスに影響を及ぼさないものとする。

(2) 民法²

第 12 条 名称権

名称の使用に関する権利が、権利者に対して他人によって争われているとき、又は他人が無権限で同じ名称を使用することにより権利者の利益が害されているときは、権利者は当該他の者に対して、侵害の除去を求めることができる。侵害が更に行われることが懸念されるときは、権利者は、訴えにより、その差止めを求めることができる。

8. ベネルクス

(1) 知的財産条約：2013 年 10 月 1 日施行

第 2.4 条 制限

商標に関する権利は，次のものによっては取得されない。

- (a) 商標の登録であって，その商標が，それについてされている使用にかかわらずなく，ベネルクス諸国の 1 における公序又は良俗に反しているもの，又はその商標に関し，パリ条約第 6 条の 3 により拒絶又は無効が規定されているもの
- (b) 商標の登録であって，その商標が，例えば，商品又はサービスの性質，品質又は原産地に関して公衆を誤認させる虞のあるもの
- (c) 商標の登録であって，その商標が類似の商品又はサービスに関して登録され，出願前 3 年の間に消滅した権利を享受していた団体商標に類似しているもの

² 山口和人『ドイツ民法 I（総則）』（国立国会図書館調査及び立法考査局、2015 年）

- (d) 商標の登録であって、その商標が類似の商品又はサービスに関して第三者によって登録され、出願前 2 年以内に登録満了の結果により消滅した権利を享受していた個別商標に類似しているもの。ただし、第三者が同意したとき、又は第 2.26 条(2)(a)に定める、商標使用の不履行があったときは、この限りでない。
- (e) 商標の登録であって、その商標がパリ条約第 6 条の 2 の意味における周知商標であり、不承諾の第三者が所有しているものと混同を生じる虞のあるもの
- (f) 商標の登録であって、その商標が不正に出願されたもの。これには特に、次のものが含まれる。
- 1) 出願であって、不承諾の第三者によりベネルクス領域において過去 3 年の間にされた、類似の商品又はサービスに関する類似商標の誠実な正規の使用を知らず、又はそれについての免責できない無知によってされるもの
 - 2) 出願であって、第三者によりベネルクス領域外において過去 3 年の間にされた、類似の商品又はサービスに関する類似商標の誠実な正規の使用について、直接の関係から生じる知識を有しながらされた出願。ただし、その第三者が同意している場合又は当該知識が、出願人がベネルクス領域においてしたであろうその商標の使用開始より後になって初めて取得されていた場合は、この限りでない。
- (g) ぶどう酒についての商標の登録であって、その商標がぶどう酒を特定する地理的表示を含んでいるか、又は当該表示をその一部としており、又は蒸留酒についての商標の登録であって、その商標が蒸留酒を特定する地理的表示を含んでいるか、又は当該表示をその一部としており、それらが、そこを原産地としていないぶどう酒又は蒸留酒に係わっているもの。

ただし、その登録を生じさせた出願が、2000 年 1 月 1 日より前又は原産国若しくは共同体に関する当該地理的表示についての保護の開始より前に善意でされていたときは、この限りでない。

第 2.11 条 絶対的理由に基づく拒絶

- (1) 庁が次の判断をしたときは、庁はその商標の登録を拒絶する。
- (a) それに係る標章が、第 2.1 条(1)及び(2)に定義されている商標を構成することができない。
 - (b) 商標が識別性を欠いている。
 - (c) 商標が、標章又は表示であって、製品又はサービスに関する種類、品質、数量、用途、価格、原産地又は製造若しくは提供の時期又はそれに関する他

の特徴を表示するために業として使用できるもののみによって構成されている。

- (d) 商標が、標章又は表示であって、日常の言語又は誠実かつ確立した取引慣行において慣習的となっているもののみによって構成されている。
- (e) その商標は、第 2.4 条(a), (b)又は(g)において言及されている商標である。
- (2) 登録の拒絶は、商標の全体を構成している標章に関するものでなければならない。拒絶は、その商標の使用が予定されている商品又はサービスの 1 又は 2 以上に限定することができる。
- (3) 庁は出願人に対して書面をもって遅滞なく、一部又は全部を拒絶する意図を通知し、その理由を述べ、また、出願人に対し、施行規則に規定されている期間内に応答する機会を与える。
- (4) 登録に対する庁の異議が所定の期間内に解除されない場合は、その商標の登録は、一部又は全部において拒絶される。庁は出願人に対し、書面をもって遅滞なく通知するものとし、その際、拒絶理由を指摘し、また、第 2.12 条にいう、その決定に対する救済について通知する。
- (5) 拒絶は、その決定が最早、上訴の対象とはならなくなった、又は該当する場合は上訴当局の決定が最早、高等控訴裁判所に対する付託の対象とならなくなった後に限り確定する。

第 2.32 条 ライセンス

- (1) 商標は、その出願又は登録の対象とした商品又はサービスの全部又は一部に関してライセンスの主題とすることができる。
- (2) 商標所有者は、ライセンス契約の内の存続期間、その商標の使用が可能である登録された形態、ライセンスの対象である商品又はサービス、商標を付すことができる領域又は販売する商品又はサービスの品質に関する規定に違反するライセンシーに対し、商標に関する排他権を行使することができる。
- (3) 登録簿におけるライセンスの登録は、商標所有者及びライセンシーからの共同請求によってのみ取り消すことができる。
- (4) 直接に生じた損害についての賠償を得るために、又は被告が得た利益の一部を配分させるために、ライセンシーは第 2.21 条(1)から(4)までにおいて言及されている、商標所有者が提起する訴訟に参加する権利を有する。
- (5) ライセンシーは、前項にいう訴訟を独立して提起することができる、ただし、同人がそのために商標所有者からの許可を得ていることを条件とする。
- (6) ライセンシーは、第 2.22 条(1)にいう権限を行使することを許可されるものとする、ただし、それが、行使することを許可されている権利を保護する

ためのものであることを条件とし、かつ同人がその目的で商標所有者の許可を得ていることを条件とする。

9. ロシア

(1) ロシア連邦民法第 4 法典：2014 年 3 月 12 日改正

第 7 編 知的活動の成果及び識別手段に対する権利

第 1231.1 条 公的表象，公的名称及び公的識別標章を含む物件

1. 公的表象，公的名称及び公的識別標章の複製物又は模倣を含む意匠又は識別手段である物件には法的保護を与えないものとし，これには次に掲げるものが含まれる。

(1) 国の表象及び標識(旗，国の紋章，国の勲章，紙幣等)

(2) 国際組織及び政府間組織の略称又は完全名称，その旗，紋章，標章及びその他の標識

(3) 公的管理印，保証印又は品質証明印，褒章及びその他の国の荣誉章

2. 本条第 1 段落にいう公的な表象，名称及び荣誉章又はそれらの認識可能な部分若しくは複製品を，保護されない要素として意匠又は識別手段に含めることができるが，ただし，権限を有する国の組織若しくは機関，国際組織又は政府間組織の同意があることを条件とする。

第 2 節 商標に係る権利及びサービスマークに係る権利

第 1483 条 商標の公式登録の拒絶理由

1. 識別性を有さないか又は次に掲げる要素のみから構成される標識は，商標としての国家登録を受けられない。

(1) ありふれており，特定の種類の商品を指示しない要素

(2) 一般に受け入れられた表象及び用語

(3) 商品の特徴付ける要素であって，当該商品の種類，品質，数量，特性及び価額並びに当該商品の製造又は販売の時期，場所若しくは方法を含むもの

(4) 商品の形状であって，もっぱら又は主として商品の特性又は用途により決定されるものを表示する要素

これらの要素は，保護されない要素として商標に含めることができる。ただし，これらが支配的な位置を占めないことを条件とする。

1.1 本条第 1 段落の規定は，次に掲げることに該当する表示には適用されない。

(1) その使用を通じて，識別性を有する特性を取得するに至ったこと

(2) 本条第 1 段落第 1 副段落から第 4 副段落にいう要素のみから構成され，か

- つ、識別性を有する特性の組合せを形成していること
2. 本法第 1231.1 条に従って法的保護の対象とならないものに係る標識又はこれと混同を生じる程にこれに類似する標識は、商標としての国家登録を受けられない。
 3. 次に掲げることに該当する要素を提示するか又は含む表示は、商標としての国家登録を受けられない。
 - (1) 商品又はその製造者に関して虚偽であるか又は消費者に誤認を生じさせる虞があること
 - (2) 公益並びに人間性及び道徳の原則に反すること
 4. ロシア連邦国民の文化遺産又世界の文化及び自然遺産の特に貴重な客体の公式名称又は絵並びにコレクション及び基金に所在する文化的価値の有る像と同一であるか又は混同を生じる程に類似する商標は、国家登録を受けられない。ただしこのことは、前記の客体の所有者でない者であって、所有者又は所有者により明示的に授権された者の同意を得てないものの名義で登録が求められている場合に限る。
 5. ロシア連邦が締約国である国際条約に基づき、締約国の 1 により保護されている要素を構成するか又はかかる要素を含む商標について商標の国家登録が認められない場合、かかる国際協定の加盟国は、かかる商標を、ぶどう酒又は蒸留酒がその領域を原産地とし(すなわち当該国の国境内で生産され)かつ(主として原産地により決定される)特定の品質、評判又はその他の特性を有するものとして特定する標識として使用することができる。ただし、当該商標が、前記地理的領域の領域を原産地としないぶどう酒又は蒸留酒に言及することを意図している場合に限る。
 6. 次に掲げるものと同一であるか又は混同を生じる程に類似するものを商標として登録してはならない。
 - (1) 類似の商品に関して登録を出願した者の商標(第 1492 条)であって先の優先日を有するもの。ただし、国家商標登録に係る出願が、取り下げられていない、取り消されていない、又は国家登録が未決定もしくは拒絶決定が確認されていない場合。
 - (2) 他人の商標であって、類似の商品に関する、先の優先権を有するもので、ロシア連邦において保護されている(ロシア連邦が締約国である国際条約に基づく場合を含む)もの
 - (3) 本法に基づいてロシア連邦において一般的に知られている商標として認められた他人の商標であって、類似の商品に関する、請求されている表示よりも先の優先権を有するもの 同一の名称の商品に係る商標であって、本段落第 1 副段落及び第 2 副段落にいう商標と混同を生じる程に類似するものの登録

は、権利所有者の同意があれば認められる。ただし、かかる登録が消費者に誤認を生じさせる目的でないことを条件とする。権利所有者は、一度与えた同意を撤回することはできない。本段落第 5 副段落の規定は、団体標章と混同を生じる程に類似する標識には適用されない。

7. 本法に従って保護されている原産地名称及び当該商標の優先日前に商標としての登録出願がなされている表示と同一であるか又は混同を生じる程に類似する商標は、如何なる商品 128 に関しても(当該名称又は表示が、これらに係る排他権を有する者の名義で登録されている商標に混同を生じる程に類似しているか又はかかる商標中に保護されていない要素として含まれているときを除く)登録してはならない。ただし、識別のために原産地名称が登録されている商品と同一の商品に関して商標登録が完了していることを条件とする。
8. 標示が、ロシア連邦領域内で保護される商号若しくは取引名(又はかかる商号又は取引名の個別要素)又は保護品種国家登録簿に登録された新品種の名称と同一又は混同を生ずるほど類似しており、当該商号、取引名若しくは名称に係る権利が、登録を求める商標の優先日より先にロシア連邦において発生していた場合、当該標示は類似商品について登録されないものとする。
9. 表示が次に掲げるものと同一である場合は、登録できない。
 - (1) 権利所有者の同意がない、商標の国家登録出願(第 1492 条)の提出日にロシア連邦において知られている科学、文学又は芸術の著作物、かかる著作物からの文学上の人物又は引用、芸術の著作物又はその断片の標題／名称であって、各著作物に係る権利が、出願されている商標の優先日より先に生じたもの
 - (2) 名称(第 19 条)、変名(第 1265 条第 1 段落及び第 1315 条第 1 段落第 3 副段落)若しくはその派生名称又はロシア連邦の有名な肖像の模写であって、出願の提出日において当該者又はその相続人の同意がないもの
 - (3) 意匠、適合標章であってこれらに係る権利が登録商標の優先日前に生じたもの本段落の規定は、本段落にいうものと混同を生じる程に類似する表示にも適用される。
10. 同一の名称の商品に関する商標であって、その要素が本法に従って保護されているものは、同一の表示の商品に関する商標としての登録ができない。他のものの識別手段がそれら及び本条第 9 段落にいうものと混同を生じる程に類似するかかる標識の商標としての国家登録は、本条第 6 段落並びに第 9 段落第 1 副段落及び第 2 副段落にいう所要の同意の取得可能性にかかる。
11. 本条に掲げる理由により、ロシア連邦が締結した国際条約に従って登録された商標には法的保護は付与されない。

第 1489 条 商標の使用権の付与に係るライセンス契約

1. ライセンス許諾契約に基づき、一方当事者すなわち商標に係る排他権の所有者(使用許諾者)は、他方当事者(使用権者)に対し、一定の契約上の制限内で商標を使用する権利を、商標登録の対象である商品の全部又は一部に関して使用が許容される区域を明示して又は明示しないで付与するか又は付与することに合意する。
 - 1.1 商標を使用する権利を付与するライセンス許諾契約には、本法第 1235 条第 6 段落に規定する条件のほかに、当該商標を使用する権利が認められる商品の一覧を含めるものとする。
2. 使用権者は、自己が生産又は販売しかつライセンスを付与された商標を付した商品の品質が使用許諾者により定められた品質要件を満たすことを確保する義務を負う。使用許諾者は、自己の条件の遵守を監視する権利を有する。使用権者及び使用許諾者は、商品の製造者としての使用権者に対して行われた請求について連帯で責任を負う。
3. ロシア連邦の領域内で法的保護が付与されている原産地名称(第 1483 条第 7 段落)中の保護されない要素を組み込んでいる商標を使用する権利の付与は、使用権者が当該名称を使用する排他権を有する場合にのみ認められる。

10. 中国

(1) 商標法：2001 年 12 月 1 日施行

第 10 条

次に掲げる標識を商標として使用してはならない。

- (1) 中華人民共和国の国名、国旗、国章、軍旗、又は勳章と同一若しくは類似のもの、及び中央国家機関所在地の特定地名又は代表的な建築物の名称及び設計と同一のもの
- (2) 外国の国名、国旗、国章、又は軍旗と同一若しくは類似のもの。ただし、当該国政府が使用に同意する場合はこの限りでない。
- (3) 政府間で組織する国際組織の名称、旗、又は徽章と同一若しくは類似のもの。ただし、当該組織が使用に同意する場合、又は公衆に容易に誤認させない場合はこの限りでない。
- (4) 監督用又は保証用の政府標識又は検査印と同一若しくは類似のもの。ただし、使用の権限が付与された場合はこの限りでない。
- (5) 「赤十字」、「赤新月」の名称、又は標識と同一若しくは類似のもの
- (6) 民族差別扱いの性格を帯びたもの

- (7) 商品の宣伝において、誇大性及び欺瞞性を帯びたもの
- (8) 社会主義道徳風習を害し、又はその他の有害な影響を及ぼすもの

県又はそれ以上のクラスの行政区画の地名及び一般に知られた外国地名は、商標とすることができない。ただし、その地名が別の意味を有する場合、又は団体標章、証明標章の一部とする場合はこの限りでない。地名を商標として既に登録された商標は引き続き有効である。

第 11 条

次に掲げる標識を商標として登録してはならない。

- (1) 当該商品の普通に用いられる名称、意匠、ひな形のみからなるもの
- (2) 商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接に表示したもの
- (3) 顕著な特徴に欠けるもの

前段落に掲げる標識は、使用により顕著な特徴を取得し、容易に識別可能となった場合は、商標として登録することができる。

第 40 条

商標登録人は、商標ライセンス契約を締結することによって他の者がその登録商標を使用することを許諾することができる。使用許諾者はその登録商標を使用する使用権者の商品の品質を監督しなければならない。使用権者は当該登録商標を使用する商品の品質を保証しなければならない。

他の者の登録商標を使用する許諾を受けたものは、その登録商標を使用する商品に使用権者の名称及び商品の産地を明記しなければならない。

商標ライセンス契約は商標局に提出の上記録される。

1 1 . 韓国

- (1) 商標法：全文改正 2016.02.29 法律第 14033 号³

第 2 条（定義）

- ① この法で使用する用語の意味は次の通りである。

（略）

- 9. “業務標章”とは、営利を目的としない業務をする者がその業務を現すために使用する標章をいう。

³ 商標法 崔達龍国際特許法律事務所 <http://www.choipat.com/menu31.php?id=26> [最終アクセス日：2017年2月3日]

(略)

- ③ 団体標章・証明標章又は業務標章に関しては、この法で特別に規定したことを除いては商標に関する規定を適用する。

(略)

第 3 条 (商標登録を受けることができる者)

(略)

- ③ 商品の品質、原産地、生産方法又はその他の特性を証明し管理することを業とすることができる者は、他人の商品に対しその商品が定められた品質、原産地、生産方法又はその他の特性を満たすことを証明するのに使用するためにのみ証明標章の登録を受けることができる。
- ④ 第 3 項にもかかわらず、商標・団体標章又は業務標章を出願するか登録を受けた者は、その商標等と同一・類似した標章を証明標章として登録を受けることができない。
- ⑤ 証明標章を出願するか登録を受けた者は、その証明標章と同一・類似した標章を商標・団体標章又は業務標章として登録を受けることができない。
- ⑥ 国内で営利を目的としない業務をする者は、自己の業務標章の登録を受けることができる。

第 33 条 (商標登録の要件)

- ① 次の各号のいずれか一つに該当する商標を除いては、商標登録を受けることができる。
1. その商品の普通名称を普通に使用する方法で表示した標章のみからなる商標
 2. その商品に対して慣用する商標
 3. その商品に産地・品質・原材料・効能・用途・数量・形状・価格・生産方法・加工方法・使用方法又は時期を普通に使用する方法で表示した標章のみからなる商標
 4. 顕著な地理的名称若しくはその略語又は地図のみからなる商標
 5. ありふれた姓又は名称を普通に使用する方法で表示した標章のみからなる商標
 6. 簡単でありふれた標章のみからなる商標
 7. 第 1 号から第 6 号までに該当する商標以外に需要者が誰の業務に関連された商品を表示するのかを識別することができない商標
- ② 第 1 項第 3 号から第 6 号までに該当する商標であっても商標登録出願前からその商標を使用した結果、需要者間に特定人の商品に関する出所を表示す

ることで識別できるようになった場合には、その商標を使用した商品に限定して商標登録を受けることができる。

- ③ 第 1 項第 3 号(産地に限定する)または第 4 号に該当する標章であっても、その標章が特定商品に対する地理的表示である場合には、その地理的表示を使用した商品を指定商品(第 38 条第 1 項により指定した商品及び第 86 条第 1 項により追加で指定した商品のことをいう。以下同じ)として地理的表示団体標章登録を受けることができる。

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一つ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。

1. 国家の国旗及び国際機構の記章等として次の各目のいずれか一つ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。

イ. 大韓民国の国旗、国章、軍旗、勲章、褒章、記章、大韓民国若しくは公共機関の監督用又は証明用印章・記号と同一・類似した商標

ロ. 「工業所有権の保護のためのパリ協約」(以下“パリ協約”という)同盟国、世界貿易機構会員国又は「商標法条約」締約国(以下この項で“同盟国等”という)の国旗と同一・類似した商標

ハ. 国際赤十字、国際オリンピック委員会または著名な国際機関の名称、略称、標章と同一な商標。ただし、その機関が自己の名称、略称又は標章を商標登録出願した場合には、商標登録を受けることができる。

エ. パリ協約第 6 条の 3 により世界知識財産機構から通知を受けて特許庁長が指定した同盟国等の紋章、旗、勲章、褒章、記章若しくは同盟国等が加入した政府間国際機関の名称、略称、紋章、旗、勲章、褒章又は記章と同一・類似した商標。ただし、その同盟国等が加入した政府間国際機構が、自己の名称・略称、標章を商標登録出願した場合には、商標登録を受けることができる。

オ. パリ協約第 6 条の 3 により世界知識財産機構から通知を受けて特許庁長が指定した同盟国等若しくはその公共機関の監督用又は証明用印章・記号と同一・類似した商標であって、その印章又は記号が使用されている商品と同一・類似した商品に対し使用する商標

2. 国家・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するかこれらを誹謗又は侮辱するかこれらに対して評判を悪くするおそれがある商標

3. 国家・公共団体又はこれらの機関と公益法人の非営利業務若しくは公益事業を表示する標章として、著名なものと同一・類似した商標。但し、その国家等が自己の標章を商標登録出願した場合には、商標登録を受けることができる。

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と内容等が一般人の通常的な道徳観念である善良な風俗に合わないなど、公共の秩序を害するおそれがある商標
5. 政府が開催するか政府の承認を受けて開催する博覧会又は外国政府が開催するか外国政府の承認を受けて開催する博覧会の賞牌・賞状又は褒章と同一・類似した標章がある商標。ただし、その博覧会で受賞した者がその受賞した商品に関して商標の一部としてその標章を使用する場合には、商標登録を受けることができる。
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。但し、その他人の承諾を受けた場合には、商標登録を受けることができる。
7. 先出願による他人の登録商標（登録された地理的表示団体標章を除く）と同一・類似した商標として、その指定商品と同一・類似した商品に使用する商標
8. 先出願による他人の登録された地理的表示団体標章と同一・類似した商標として、その指定商品と同一であるとして認識されている商品に使用する商標
9. 他人の商品を表示するものであると需要者らに広く認識されている商標（地理的表示は除く）と同一・類似した商標として、その他人の商品と同一・類似した商品に使用する商標
10. 特定地域の商品を表示するものであると需要者らに広く認識されている他人の地理的表示と同一・類似した商標として、その地理的表示を使用する商品と同一であるとして認識されている商品に使用する商標
11. 需要者らに顕著に認識されている他人の商品若しくは営業と混同を起こさせるかその識別力または名声を損傷させる恐れがある商標
12. 商品の品質を誤認させるか需要者を欺瞞する恐れがある商標
13. 国内又は外国の需要者らに特定人の商品を表示するものであるとして認識されている商標（地理的表示は除く）と同一・類似した商標として、不当な利益を得ようとするか、その特定人に損害を負わそうとする等、不正な目的で使用する商標
14. 国内または外国の需要者らに特定地域の商品を表示するものであるとして認識されている地理的表示と同一・類似した商標として、不当な利益を得ようとするか、その地理的表示の正当な使用者に損害を負わそうとする等、不正な目的で使用する商標
15. 商標登録を受けようとする商品又はその商品の包装の機能を確保するのに必ず必要な（サービス業の場合にはその利用と目的に必ず必要な場合をいう）立体的形状、色彩、色彩の組合、音又はにおいのみからなつた商標
16. 世界貿易機構会員国内の葡萄酒又は蒸留酒の産地に関する地理的表示とし

て構成されるかその地理的表示を含む商標として、葡萄酒又は蒸留酒に使用しようとする商標。ただし、地理的表示の正当な使用者がその該当商品を指定商品として第 36 条第 5 項よる地理的表示団体標章登録出願をした場合には、商標登録を受けることができる。

17. 「植物新品種保護法」第 109 条により登録された品種名称と同一・類似した商標であって、その品種名称と同一・類似した商品に対して使用する商標
18. 「農水産物品質管理法」第 32 条によって登録された他人の地理的表示と同一・類似した商標であって、その地理的表示を使用する商品と同一であると認められる商品に使用する商標
19. 大韓民国が外国と両者間又は多者間で締結して発効された自由貿易協定によって保護する他人の地理的表示と同一・類似した商標又はその地理的表示で構成されるか、その地理的表示を含む商標であって、地理的表示を使用する商品と同一であると認められる商品に使用する商標
20. 同業・雇用等の契約関係若しくは業務上の取引関係またはその他の関係を通じて他人が使用するか使用を準備中の商標であることを知りながらその商標と同一・類似した商標を同一・類似した商品に登録出願した商標
21. 条約当事国に登録された商標と同一・類似した商標であって、その登録された商標に関する権利を有した者との同業・雇用等の契約関係若しくは業務上取引関係又はその他の関係にあるかあった者がその商標に関する権利を有した者の同意を受けずにその商標の指定商品と同一・類似した商品を指定商品として登録出願した商標
(略)

第 93 条（商標権等の移転及び共有）

(略)

- ④ 業務標章権は、これを譲渡することができない。但し、その業務と共に譲渡する場合には、この限りでない。

(略)

- ⑧ 業務標章権、第 34 条第 1 項第 1 号ハ目ただし書き、同じ号ニ目ただし書き又は同じ項第 3 号ただし書きによる商標権、団体標章権又は証明標章権を目的とする質権は、設定することができない。

第 95 条（専用使用権）

- ① 商標権者は、その商標権に関して他人に専用使用権を設定することができる。
- ② 業務標章権、団体標章権又は証明標章権に関しては、専用使用権を設定す

ることができない。

- ③ 第 1 項による専用使用権の設定を受けた専用使用権者は、その設定行為に定めた範囲で指定商品に関して登録商標を使用する権利を独占する。
- ④ 専用使用権者は、その商品に自己の氏名又は名称を表示しなければならない。
- ⑤ 専用使用権者は、相続若しくはその他の一般承継の場合を除いては、商標権者の同意を受けなければその専用使用権を移転することができない。
- ⑥ 専用使用権者は、商標権者の同意を受けなければその専用使用権を目的とする質権を設定するか通常使用権を設定することができない。
- ⑦ 専用使用権の移転及び共有に関しては、第 92 条第 2 項及び第 3 項を準用する。

第 97 条（通常使用権）

- ① 商標権者は、その商標権に関して他人に通常使用権を設定することができる。
- ② 第 1 項による通常使用権の設定を受けた通常使用権者は、その設定行為に定めた範囲で指定商品に関して登録商標を使用する権利を有する。
- ③ 通常使用権は、相続若しくはその他の一般承継の場合を除いては、商標権者(専用使用権に関する通常使用権の場合には、商標権者及び専用使用権者をいう)の同意を受けなければ、移転することができない。
- ④ 通常使用権は、商標権者(専用使用権に関する通常使用権の場合には、商標権者及び専用使用権者)の同意を受けなければ、その通常使用権を目的とする質権を設定することができない。
- ⑤ 通常使用権の共有及び設定の制限等に関しては、第 93 条第 2 項及び第 95 条第 2 項・第 4 項を準用する。

(2) 商標審査基準：改訂 2016 年 8 月 29 日特許庁例規第 90 号

第 7 部 商標以外の権利についての審査

第 1 章 業務標章

1. 業務標章の意義

- 1.1 「業務標章」とは韓国消費者院、大韓弁護士協会、YMCA、ボーイスカウトなどの非営利業務を行う者がその非営利業務について使用する標章をいう。

図表 1 業務標章の例⁴



上段：大韓民国（特許庁長）、大韓民国（雇用労働部長官）、ソウル特別市
 下段：韓国障害者雇用公団、社団法人国際テコンドー連盟、国民年金公団

1.2 業務標章は、その標章と同一・類似の標章を商品に使用することにより、需要者が出所の誤認・混同を起こすことを防止し、業務者自身の信用を構築・維持するようにするために、独占権を認める標章であるため、一般的に商標に関する規定が準用される。ただし、業務標章の公益性により商標法は、次のように別の制限規定を設けている。

- i) 業務標章登録出願は、非営利の業務を指定業務とするため、法第 44 条第 1 項による出願の変更（商標）が許可されていない。
 - ii) 業務標章登録出願及び業務標章権は業務と共に譲渡する場合を除いては、移転することができない（法 § 48⑥1、§法 93④）。
 - iii) 業務標章権について専用使用权や通常使用权を設定することができない（法 § 95②、法 § 97⑤）。
 - iv) 業務標章権を目的とする質権の設定は認められない（法 § 93⑧）。
- *業務標章登録出願が、登録に関する制限規定に違反した場合は、拒絶の理由と登録無効事由に該当し、（法 § 54-3、法 § 117①1）、業務標章権の移転制限規定に違反した場合には、登録取消事由に該当する（法 § 119①4）

⁴ 商標審査基準（韓国特許庁、2016 年）348 頁

http://www.kipo.go.kr/kpo/user.tdf?a=user.html.HtmlApp&c=30731&catmenu=m06_03_02 [最終アクセス日：2017 年 2 月 16 日]

各国・地域の公益団体等を表示する商標に関する規定一覧表

国	適用法	施行日または改正日	商標登録の制限について	ライセンスについて
米国	商標法	2011年9月16日 改正	第2条 (15U. S. C. § 1052) 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。 (b) 合衆国、何れかの州若しくは地方公共団体、又は何れかの外国の旗章、紋章若しくはその他の記章又はそれらの擬態から成り、又はそれらを含むこと	※該当条文なし
カナダ	商標法	2012年10月31日 施行	第9条 (禁止標章) (1) 何人も、次のものからなる標章又はこれと誤認を生じる虞がある程に類似する標章を、商標その他として、その業務に関連して採用してはならない。 (e) カナダ又はカナダの州又は自治体が常時採用及び使用する紋章、頂飾又は旗章であって、カナダ政府又は当該の州若しくは自治体からの要請で、登録官がその採用及び使用を公示したもの (n) 何れかの徽章、頂飾、記章又は標章であって、 (ii) 何れかの大学のもの、又は (iii) 商品又はサービスの公式標章としてカナダの何れかの公的機関により採用若しくは使用されるものであり、登録官が、国、大学又は場合により公的機関からの請求により前記の採用又は使用を公示したもの 第12条 (商標登録可能な場合) (1) 第13条に従うことを条件として、商標は次のものを除き、登録することができる。 (i) オリンピック及びパラリンピック標章法第3条(3)及び第3条(4)(a)に従うことを条件として、同法第3条(1)により採用が禁止されている標章	第50条 (商標使用のライセンス) (1) 本法律の適用上、ある法主体が、商標所有者により又はその許可を得て、ある国内で商標を使用するライセンス許諾を受け、かつ、その所有者が当該ライセンスに基づいてその商品若しくはサービスの特性又は品質を直接的若しくは間接的に管理するときは、当該法主体による同国内での商標、商号若しくはその他としての又はそれらにおいての当該商標の使用、広告若しくは展示は、その所有者による同国内での商標の使用、広告又は展示と同一効果を有するものとし、かつ、常に同一効果を有していたものとみなす。 ※公益に関する団体等を表示する商標のライセンスに関する規定なし
オーストラリア	商標法	2015年法律No. 59 まで改正された 2015年7月1日編集の 1995年No. 119	第39条 (一定の標識を含んでいる等の事情にある商標) 第40条 (視覚的に表示することができない商標) 第41条 (出願人の商品又はサービスを識別しない商標) 第42条 (中傷的な商標又はその使用が法律に反する商標) 第43条 (欺瞞又は混同を生じる虞がある商標) 第44条 (同一等の商標) ※公益に関する団体等を表示する商標の登録に関する規定なし	第26条 (登録商標の許諾使用者が有する権限) (1) 登録商標の登録所有者とその商標の許諾使用者との間の契約に従うことを条件として、許諾使用者は、次の事項を行うことができる。 ※公益に関する団体等を表示する商標のライセンスに関する規定なし
EU	欧州連合 商標に関する 理事会規則	2016年3月23日 施行	第7条 (絶対的拒絶理由) (1) 次のものは、登録することができない。 (i) パリ条約第6条の3に規定するもの以外の記章、紋章又は紋章入りの盾を含む商標であって、特定の公共の利益のためのもの。ただし、その登録について権限を有する当局の同意がある場合は、この限りでない。	第22条 (ライセンス許諾) (1) 欧州連合商標は、登録されているその対象である商品若しくはサービスの一部又は全部について及び連合の全域又は一部についてライセンス許諾をすることができる。ライセンス許諾は、排他的又は非排他的とすることができる。 ※公益に関する団体等を表示する商標のライセンスに関する規定なし
英国	商標法	2010年1月1日 施行	第4条 (特別に保護される記章) (5) 1995年オリンピックシンボル等(保護)法にいう管理された表現からなる又はその表現を含む商標は、登録されない。ただし、登録官が次の何れかにあたることを認める場合は、この限りでない。	第28条 (登録商標のライセンス許諾) (1) 登録商標の使用のライセンスは、全般的又は限定的とすることができる。限定的ライセンスは、特に、次の何れかについて適用することができる 第29条 排他的ライセンス (1) 本法において、「排他的ライセンス」とは、ライセンスを与えた者を含む他のすべての者を排除して、ライセンスにより認められる方法で登録商標を使用する権利をライセンスに認めるライセンス(全般的か限定的かを問わない)をいう。 ※公益に関する団体等を表示する商標のライセンスに関する規定なし
フランス	知的財産法	2006年3月1日 法律第2006-236号 による改正	第L711条第4項 標識は、それが先の権利、特に次のものを侵害する場合は、標章として認められない。 (h) 地方当局の名称	第L714条1 標章に基づく権利は、それを利用し、又は他人に利用させている会社とは無関係に、その全部又は一部を移転することができる。移転には、たとえそれが一部に関するものであっても、地域的制限を付してはならない。 標章に基づく権利は、その全部又は一部を、排他的若しくは非排他的ライセンスの付与又は質権設定の対象とすることができる。 ※公益に関する団体等を表示する商標のライセンスに関する規定なし

国	適用法	施行日または改正日	商標登録の制限について	ライセンスについて
ドイツ	商標法	2013年10月19日の法3830により改正	第8条（絶対的拒絶理由） (2) 次の商標は登録されないものとする。 6. 国の紋章、旗章若しくはその他の記章又は国内の地方、地域団体若しくはその他の共同体的団体の紋章を含む商標	第30条（ライセンス） (1) 商標の登録、使用又は周知性により与えられる権利は、商標が保護されている商品又はサービスの一部又は全部について、及びドイツ連邦共和国の全域又は一部地域について排他的若しくは非排他的ライセンスの対象とすることができる。 ※公益に関する団体等を表示する商標のライセンスに関する規定なし
ベネルクス	知的財産条約	2013年10月1日施行	第2.4条（制限） 商標に関する権利は、次のものによっては取得されない。 第2.11条（絶対的理由に基づく拒絶） (1) 庁が次の判断をしたときは、庁はその商標の登録を拒絶する。 ※公益に関する団体等を表示する商標の登録に関する規定なし	第2.32条（ライセンス） (1) 商標は、その出願又は登録の対象とした商品又はサービスの全部又は一部に関してライセンスの主題とすることができる。 ※公益に関する団体等を表示する商標のライセンスに関する規定なし
ロシア	民法第4法典	2014年3月12日改正	第1483条（商標の公式登録の拒絶理由） 1. 識別性を有さないか又は次に掲げる要素のみから構成される標識は、商標としての国家登録を受けられない。 ※公益に関する団体等を表示する商標の登録に関する規定なし	第1489条（商標の使用権の付与に係るライセンス契約） 1. ライセンス許諾契約に基づき、一方当事者すなわち商標に係る排他権の所有者(使用許諾者)は、他方当事者(使用権者)に対し、一定の契約上の制限内で商標を使用する権利を、商標登録の対象である商品の全部又は一部に関して使用が許容される区域を明示して又は明示しないで付与するか又は付与することに合意する。 ※公益に関する団体等を表示する商標のライセンスに関する規定なし
中国	商標法	2001年12月1日施行	第11条 次に掲げる標識を商標として登録してはならない。 ※公益に関する団体等を表示する商標の登録に関する規定なし	第40条 商標登録人は、商標ライセンス契約を締結することによって他の者がその登録商標を使用することを許諾することができる。使用許諾者はその登録商標を使用する使用権者の商品の品質を監督しなければならない。使用権者は当該登録商標を使用する商品の品質を保証しなければならない。 他の者の登録商標を使用する許諾を受けたものは、その登録商標を使用する商品に使用権者の名称及び商品の産地を明記しなければならない。 商標ライセンス契約は商標局に提出の上記録される。 ※公益に関する団体等を表示する商標のライセンスに関する規定なし
韓国	商標法	2016年9月1日施行	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一つ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。 1. 国家の国旗及び国際機構の記章等として次の各目のいずれか一つ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。 ハ、国際赤十字、国際オリンピック委員会または著名な国際機関の名称、略称、標章と同一な商標。ただし、その機関が自己の名称、略称又は標章を商標登録出願した場合には、商標登録を受けることができる。 3. 国家・公共団体又はこれらの機関と公益法人の非営利業務若しくは公益事業を表示する標章として、著名なものと同一・類似した商標。但し、その国家等が自己の標章を商標登録出願した場合には、商標登録を受けることができる。	第95条（専用使用権） ②業務標章権、団体標章権又は証明標章権に関しては、専用使用権を設定することができない。 第97条（通常使用権） ⑤通常使用権の共有及び設定の制限等に関しては、第93条第2項及び第95条第2項・第4項を準用する。 ※業務標章について第2条（定義） ①この法で使用用語の意味は次の通りである。 9. “業務標章”とは、営利を目的としない業務をする者がその業務を現すために使用する標章をいう。

禁 無 断 転 載

平成 28 年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書

大学をはじめとする公益に関する団体等を
表示する商標のライセンスに関する
調査研究報告書

平成 29 年 2 月

請負先 株式会社 サンビジネス

〒105-0014 東京都港区芝一丁目 10 番 11 号

コスモ金杉橋ビル

電話 03-3455-5294

FAX 03-3455-8909

URL [http:// www.sunbi.co.jp](http://www.sunbi.co.jp)

E-mail info@sunbi.co.jp