

## ◎著者にきく 『へんな商標?』

友利 昂

「シャツを着たケーキ」!? 毎年数多く出願される商標のなかには、ひと目見ただけでは商品・役務の内容が分からないものや、はたまた、思わず拍手を送りたくなる名商標がある。そんな愛すべき商標たちを紹介したのが本書である。著者の友利昂氏に話を伺った。



### Profile

慶應義塾大学環境情報学部卒業。某有名企業の知財部員として働く傍ら、知的財産権やコミュニケーション論等をテーマに文筆活動を行っている。

#### ●主な著書

『ホメ術入門』（グラフ社）、『日本人はなぜ黒ブチ丸メガネなのか』（ごま書房新社）他。

※川守田昂の名で本誌「知財部さん、いらっしゃ〜い。」を好評連載中。

#### ※1) 和田ラヂヲ先生

青年誌などで執筆活動をしている人気漫画家。その独特なタッチとシュールなギャグで、世代を問わず幅広い人気を博している。代表作に「和田ラヂヲのここにいます」「和田ラヂヲの嫁に来ないか?」他多数。

——本書を執筆されることになったそもそものきっかけを教えてください。

私は企業の知財業務をしているのですが、物書きとしてのキャリアもあります。以前から、知財の面白さや奥深さを、業界外の一般の方々に伝えられるような読み物を作りたいと考えていまして、いくつか企画を持っていました。本書はそのなかの一つだったんです。

企画を練りつつ、知り合いの編集者に見せていたんですが、ひょんなことから本誌「知財部さん、いらっしゃ〜い。」の担当編集者にその話をしたところ、「テーマが知財? だったらなぜウチに話をしないんだ」と、若干キレ気味に言われまして……（笑）。一般向けで娯楽要素もある企画なので、発明協会のカラーとは違うと思っていたんですが、意外にも面白がっていただいたので、今回の刊行にいたったというのが経緯です。

——なるほど。では、本書の特徴について教えてください。

ネーミング開発や商標実務、ブランド管理の職に就いている方ならお分かりだと思いますが、商標の考案、権利化、ブランドマネジメントにあたっては、実にさまざまな試行錯誤をしなければなりません。例えば、「商品や役務の魅力をきちんと伝達できる商標か」「権利化する

際の登録可能性や、権利化して独占することの適切性はどうか」「権利の効力はどの程度か」「普通名称化やポリューションを起こしていないか」など、こういうところに配慮が行き届いている商標は、往々にして名商標たり得ます。

一方で、それがどこか抜けていたり、逆に考えすぎちゃったりすると、商標として、あるいは権利化された登録商標としてみたときに、可笑しさを伴って映ることがあります。例えば「草刈機まさお」「シャツを着たケーキ」「1・2・3・ダァーッ」など。そういった76の商標を厳選し、アレコレと考察していったのが本書です。

また、和田ラヂヲ先生<sup>※1</sup>のイラストも大きな見どころですね。先生のイラストとこれらの商標が見事に調和して、絶妙なユルさと独特の世界観を体現できていると思います。

——そうですね。この雰囲気は読んでみないと分からないですよ。ところで、本書で最も工夫された点はどこですか?

先ほどお話ししましたが、本書の目的は、商標の面白さと同時に奥深さを読者に伝えることです。そのため、単に面白い商品名をちゃかして紹介するような、表層的な娯楽本にとどまらないようなるべく意識して執筆しました。

「何なんだコレは?」というような商標について、出願人がなぜその商標を採用し、権利化して独占を目指すにいたったのか、権利化されたことが、権利者自身にとってどのような意味を持ち、競合他社や消費者にはどのように映るのか、審判や裁判で展開される主張にはどのような心情や思惑が込められていたのか……。このように、権利者やその他の利害関係者に感情移入しながら書き上げていきました。

——意外とまじめに取り組んでいたんですね(笑)。では、本書をどのように活用していただきたいですか?

もう、楽しんで、面白がっていただければ本望です。もっといえば、書き手としても、出願や裁判にいたった背景や、権利者や利害関係者の思惑にフォーカスを置いたつもりですので、読者の方にも、その商標が出願された事情や争われた背景、人間模様、ブランドマネジメントの難しさや奥深さなどに思いを馳せながら読んでいただきたいですね。

そして、商標制度について必ずしも正しい認識がないという方も一般には少なくないので、本書を用いて、楽しみながら正しい商標概説に触れていただけたらと思っています。

——最後に本誌の読者にメッセージをお願いします。

本書は一般向けを意識しており、難しいことは書いていません。しかし、本誌読者をはじめとする知財実務家の方々に

も楽しんでいただけるように、平易ながらも、注目すべき審決や判例、商標のポリシーション、公序良俗性、模倣品問題などについて、決してまじめな専門書では読めない切り口で迫っています。

キャッチコピーの商標性について判示した画期的な判例ながら、その商標のインパクトから真剣に論じられてこなかった「本当にあったHな話」事件<sup>※2</sup>や、歌詞の一節を含む出願の公序良俗性が争われた「お魚くわえたら猫」審判<sup>※3</sup>、パロディー商標の是非をめぐる「BUTA」審判<sup>※4</sup>などについての記事は、あるいは知財実務家のほうが楽しんで読んでいただけられるかもしれません。

最後に、読者のなかには、本書で取り上げた商標の権利者や代理人の方がいらっしゃるかもしれませんが、愛情と問題提起の意識を持って書いておりますので、どうかご容赦のほど、お願い申し上げます。

※2)「本当にあったHな話」事件  
「本当にあったHな話」の題号から成る成人向け雑誌を発行し、当該商標について商標権を有する出版社と、「本当にあったHな話」などのキャッチコピーを用いた類似雑誌を発行した別の出版社が商標権侵害をめぐり争った裁判〔東京地裁平成16年(ワ)8092号〕。

※3)「お魚くわえたら猫」審判  
構成中に「お魚くわえたら猫」の文字を有する商標出願が、アニメ「サザエさん」の主題歌からの剽窃であり、その顧客吸引力への便乗の目的が認められるとして拒絶され(商標法4条1項7号違反)、この査定をめぐり争われた審判(不服2008-13799号/審判不成立)。本書では、どんな曲のどんなフレーズまでなら登録可能なかを論じている。

※4)「BUTA」審判  
ドイツの著名なスポーツ用品メーカー「PUMA」のロゴのパロディーと目される商標出願が、公正な取引秩序を乱し国際信義に反するなどして拒絶され(商標法4条1項7号)、この査定をめぐり争われた審判(不服2008-10902号/審判不成立)。パロディー商標の適法性についての法概念は商標法にはなく、同出願人の同様の態様から成るパロディー商標「KUMA」は登録査定を受けているなど、審査・審判の逡巡を感じる一例。

## 書籍紹介

### へんな商標?



- 第1章 あの人意外な商標  
デヴィ夫人、新・民主党 他
- 第2章 その商標を取る意味は?  
へっ、ルナヨシナ、何天堂 他
- 第3章 それどんな商品だよ!  
腹筋崩壊、シャツを着たケーキ 他
- 第4章 勘違いされちゃうだろう!  
まるでヌード、切腹最中 他
- 第5章 その商標に逸話あり  
朝バナナ、iPhone 他

四六判 192頁 定価1500円(税込み) 送料290円

<http://www.jiii.or.jp/> 発明協会ホームページ  
特許電子図書目録からお買い求めいただけます。