

著名商標の希釈化

1. 意義

他人の著名商標と同一・類似の商標をその使用商品と競業関係乃至経済的類縁関係のない非類似の商品及び営業に使用するようになれば、たとえ商標権の侵害でないとしても、著名商標主が多くの費用と努力を投入して構築した著名商標に関するイメージ・顧客吸引力等が分散され、場合によっては著名商標に化体された商品の品質や営業者の信用に対する良質感が弱体化され得るが、こうした現象を希釈化(dilution)という。

希釈化理論は、商標自体に化体された財産的価値を保護するためのものであり、最近の変化する商品取引現実を考慮して、韓国をはじめとして世界各国では、希釈化理論を立法化している。

2. 希釈化の種類

希釈化には、「商標弱体化」と「商標損傷」の二つの種類がある。「商標弱体化」による希釈化とは、他人の著名商標を混同可能性のない非類似の商品に使用して、著名商標の識別力を弱体化させる行為を意味する。「商標損傷」による希釈化とは、他人の著名商標を否定的イメージの商品に使用したり、不健全な方法で使用したりすることによって、著名商標の名声や信用を損傷する行為を意味する。

3. 韓国商標法上の希釈化理論の適用

商標が登録された場合でも、使用禁止効においては、商品及び標章が同一・類似の場合に限る。2014年改正法は、第34条第1項第11号の後段に「著名商標の識別力又は名声を損傷させる恐れがある商標」を不登録事由として新設することによって、「登録段階」において著名商標の希釈化防止のための規定を別途に設けた。また、著名商標の希釈化を目的とする出願は、第34条第1項第13号の不正な目的が認められる可能性もあるので、第34条第1項第13号も、登録段階において著名商標の希釈化防止のための間接的規定とみることができる。