

INTA 年次総会 2017 Barcelona に参加して

本年度の INTA（国際商標協会、本部 NY）年次総会は、地中海沿岸に位置するバルセロナ（スペイン・カタルーニャ州）にて5月20日から24日まで開催された。これは商標に従事する実務家や政府関係者、企業、学者が年に一度集う国際会議で、参加者総数は昨年の記録を更新し、10,668人だったとのことである。INTA 発表の内訳人数は下記のとおり。

北米	2 5 3 3
南米	1 1 8 9
ヨーロッパ諸国	3 0 9 5
アジア太平洋	1 7 8 1

ヨーロッパでの開催は、2008年のベルリン以来である。バルセロナは風光明媚な観光地として人気がある。主要都市からのフライト時間が短いからなのか、ヨーロッパ諸国から、あるいは上記数字にはないがアフリカからの参加者が多かったようだ。スペイン語を母国語とする南米（メキシコ、アルゼンチンなど）からの参加者も多いと感じた。なお、彼らによれば、同じスペイン語でもカタラン（カタルーニャ語）はわからないそうである。アジアからの参加国中では中国・韓国あるいはインド系が目立っており、日本人は地味な印象だった。

今年会場となった **Fira Gran Via** は、空港近くの辺鄙な場所にあり、中心部の繁華街からは地下鉄を乗り継いで移動し、最寄駅からも炎天下を20分程度歩かねばならない。参加者の多くは（場所にもよるが）一時間程度の通勤を強いられた。22日月曜朝には地下鉄ストライキのため間引き運転が行われ、さらに苦勞した。そのような中で、参加費の中に会期中乗り放題の公共交通機関用パスが含まれていたのはありがたかった。

大規模事務所は市内の観光地を借り切って事前招待型レセプションを開催し、盛り上がった様子だが、不特定多数向けレセプションの数や規模は減少傾向にあるように感じた。開催側が参加者増を見越したのか、会場内で座って話ができる場所が増設されていた。目新しかったのは、周囲をパネルで囲った特設ミーティング場が設けられていたことだ。後から聞いて知ったが、特設ミーティング場は世界の名だたる企業（amazon.com, Apple Inc., Bulgari SpA, Facebook Inc., GUCCI, Microsoft Corporation, Pepsi, Twitter, Inc., Philip Morris International Management SA, Rolls-Royce plc など）が現場会議に利用したそうである。会期中、参加者は飲み物や簡単なスナックのサービスを受けられるのだが、概ね好評だった。一部の場所では、給仕がスペイン独特のタパスや温かいスープを供してくれた。

以下は、WIPO 主催のセミナーで得たマドプロ並びにハーグシステム関連の情報である。

- ・現時点で98カ国（地域）が加盟、年内にタイの加盟が見込まれること
- ・マドプロ利用者トップにはヨーロッパの大企業（L’Oreal, BMW, Nestlé, GlaxoSmithKline 等）が多いこと（多数のブランドを保有する彼らにとって、管理を含めたメリットが大きいと推測される。）
- ・基礎登録出願が必要な点から、WIPO 段階で指定商品役務の不備を調整する手間がかかる。2016年には5万件以上。特に区分違いのミスが多く、この手間を減らすために、WIPO では93500項目にわたる商品役務を18カ国語で表すリストを作成中とのことである。

JP と KR の類似群コードにも対応するので、整備されたら活用してほしいとのこと

- ・登録後の状況を調査しやすいよう、オンラインで使えるものを整備するとのこと
- ・ハーグシステムの利用状況については、2016年度は5233件登録、2015年より倍増したこと 先にハーグで出願しておけば、JP、KR などで拒絶されるリスクを減じられること

解説に続けて行われたパネルディスカッションでは、CN のパネリストへの質問が集中した。

拒絶通報への応答期間が『通報を受け取った日から15日以内』と厳しい点について改正できないのかと聞かれ、CN のパネリストは理由を述べず、オンラインサーチを事前に行っておくことで拒絶通報の内容が予想できるとのみ回答した。例年同じ指摘を受けても改正しないのは、おそらく国策によるのだろう。

US 用の様式 MM18 について、署名は出願人あるいは「権限ある」米国代理人が行うことができ、オンラインで提出できるようになったことも紹介された。

また、地理的表示の保護に関するセミナーにも参加したが、スイスやコロンビアコーヒーの取り組みが紹介された。特に、**Made in Swiss** ブランドがもたらす付加価値は非常に大きいらしく、スイス国旗の十字の不正使用・商標登録について積極的に取り締まりをしているとのことである。**Made in Japan** ブランドの付加価値はスイスに勝るとも劣らないものであり、既に EPA 等を通じた GI の相互保護等も検討されているが、日本の地理的表示の保護は一層急がなければならないと感じた。

なお、近年インバウンドマーケットが拡大していることもあり、海外に向けた商標の表示が各国における商標の使用とみなされるかについて、幾人かの代理人にインタビューを試みた。具体的には、外国人向けに日本の観光情報を英語・中国語で提供し、日本でのオプションツアーを海外から申し込める仕組みのウェブサイトのタイトルは外国での商標の使用に該当するかという質問を試みた。あくまでも、ツアーというサービスは日本で提供されるということを強調したので、意見は分かれるかと思ったが、予想に反して何れも各国

での使用に該当するという回答であった。実際どこまで海外をケアするのかとなると予算的にも悩ましい問題ではあるが、インバウンドマーケットを狙うなら、少なくとも外国での商標保護も視野に入れることは必要そうである。

イギリス：使用となる。

アメリカ：使用となる。

ベトナム：使用となり得る。ベトナム語での記載がなければベトナムでの使用とはみなされないという見解とベトナムでも英語は通用するので英語の記載でもベトナムでの使用に当たるという見解の相違はあった。

台湾：使用となる。ただし、繁体字の中国語でなければ、台湾での使用とはみなされないかもしれない。

インド：使用となる。

最後に、バルセロナはスリが多いことでも有名である。幸い我々は被害には合わなかったが、不幸にしてスマートフォンを盗まれたという話やスーツケースごと置き引きにあったという話も聞いた。決して危険な都市ではないが、もしも訪れることがあれば、くれぐれも荷物からは目を離さないように注意されたい。

以上

土生 真之
矢野 公子

ⁱ 2017年11月7日発効予定。