



令和3年 12月15日(水)  
(2021年)

No. 15557 1部377円(税込み)

発行所

一般財団法人 経済産業調査会  
東京都中央区銀座2-8-9 (木挽館銀座ビル)  
郵便番号 104-0061  
[電話] 03-3535-3052 [FAX] 03-3535-5347

近畿支部 〒540-0012 大阪市中央区谷町1-7-4  
(MF天満橋ビル8階) [電話] 06-6941-8971

経済産業調査会ポータルサイト <https://www.chosakai.or.jp/>

特許ニュースは

●知的財産中心の法律、判決、行政および技術開発、技術予測等の専門情報紙です。

定期購読料 1カ年61,560円 6カ月32,400円  
(税込み・配送料実費)

本紙内容の全部又は一部の無断複写・複製・転載及び  
入力を禁じます(著作権法上の例外を除きます)。

目次

☆知財の常識・非常識 ③⑤  
商標の先使用权の成立要件…………… (1)

知財の常識・非常識 ③⑤

# 商標の先使用权の成立要件

— 「需要者の間に広く認識された」の意義 —

桜坂法律事務所

弁護士 古城 春実

## 1 はじめに

特許法をはじめとする知的財産権には、先使用权という制度があります(特許法79条、意匠法29条、商標法32条)。今回は、商標法32条1項の先使用权を取り上げ、その成立要件の一つである先使用商標の周知性、すなわち「需要者の間に広く認識された」という要件について考えてみることにします。

という要件について考えてみることにします。

## 2 商標法32条1項

### (1) 条文

商標法32条1項の規定を適宜分説して以下に示します(商品又は(若しくは)役務は「商品」)

官公庁、公益法人、国立大学、自治体等の契約実務・監査事務の担当者必携!  
「財務省会計制度研究会報告の論点」など新たな動きを加筆。

# 官公庁契約法精義

日本大学総合科学研究所客員教授 有川 博 著  
元会計検査院第四局長

A5 版上製箱入 本体 13,000+ 税

※お申し込みは…各都道府県官報販売所及び政府刊行物センターへ!

# 2020



役務」と簡略表記)。

(商標法32条1項)

- ①他人の商標登録出願前から日本国内において、
- ②不正競争の目的でなく
- ③その商標登録出願に係る指定商品/指定役務又はこれらに類似する商品/役務についてその商標又はこれに類似する商標の使用をしてきた結果、
- ④その商標登録出願の際(中略)現にその商標が自己の業務に係る商品/役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されているときは、
- ⑤その者は、継続してその商品/役務についてその商標を使用する場合は、その商品/役務についてその商標を使用する権利を有する。

(2) 商標の先使用権の性質

まず、条文の文理ですが、①の「他人の商標登録出願」にいう商標が、出願人・商標権者(甲)の商標(「商標A」とします)を指していることは明らかです。また、③の前半部分の「その商標登録出願」にいう商標が甲の「商標A」であり、「指定商品/指定役務」が商標Aについてのものであることも疑いありません。他方、③の後半部分の「使用をしていた結果」が指している商標は、権利行使を受ける側(乙)の商標(以下「商標B」)であるはずですが、そう考えないと、続く④の「その商標が…自己の商品/役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されているとき」という文言と平仄が合いませんし、「これらに類似する商標」は、登録された商標Aそのものではなく、商標Aと類似すると評価される商標ですから、乙が使用する商標Bでしかありえません。そうすると、⑤の「その商標を使用する権利を有する」との規定文言にいう「その商標」は、乙の使用する商標Bであることが明らかです。

こうしてみると、条文の内容は、結局のところ、商標Aの登録出願前から乙が商標Bを使用した結果、商標Bが乙の商品/役務を表示

するものとして需要者に広く認識されるようになっていたときは(商標Bが商標権の成立した商標Aと同一又は類似であっても)、乙はその商標Bを使用し続ける権利(法的地位)を有する、という単純なことだといえます。商標法32条1項の規定する使用する権利は、「先使用権」と呼ばれますが、この権利が商標Aの商標権に由来する使用権ではないこと(少なくとも商標法31条の規定する「使用権」とは全く性質の異なる権利であること)は、条文の構造上明らかです。

ちなみに、32条1項の前身である旧商標法9条1項は、「他人の登録商標の登録出願前より同一又は類似の商品につき取引者又は需要者の間に広く認識せられたる同一又は類似の標章を善意に使用する者はその他人の商標の登録に拘わらずその使用を継続することを得」(平仮名表記に変更)と規定していました。筆者には旧法の方が先使用権の性質を過不足なく明快に表現していたと思われますが、先使用権は単なる事実状態の保護か権利を認めただけのものか、という論議があったため、権利性を明確にするために「使用する権利を有する」という現行法の文言になったといわれています。

もっとも「使用する権利を有する」といっても、これは商標権者以外の他人に対して主張できる権利ではなく、商標Aの商標権に対する関係においてのみ意味を持つものにすぎません。これを「権利」と呼ぶかどうかは言葉の問題ですが、いずれにしても、商標法32条1項所定の先使用権は、商標権に基づく侵害の主張がされた場合に、侵害の成立を阻止する抗弁として機能するにすぎず、商標権との関係が問題になったときのみ権利性が顕在化するという点において積極的な請求権を内容とする「権利」とはかなり性質の異なるものであるといえます。

(3) 商標の先使用権ではなぜ「需要者に広く認識された」ことが必要か

ア 特許法の先使用権との比較

特許法79条は、先使用権について、「特許権についての通常実施権を有する」と規定し

ています。特許法79条も考えてみると不思議な内容で、条文中の「その発明」が指しているものが、「特許権者甲の発明A」であるのか、先使用者乙が独自開発した技術Bに関わる「発明B」なのかが、よく分からないところがあるのですが、少なくとも規定上は、発明Aと発明Bが同一である(発明Aに発明Bが包含される)ことを前提に、乙は発明Aの特許権について実施権を有するという内容になっています。つまり、先使用者にとっては自らの実施又は準備している事業が「その発明」(=特許発明)の実施に該当することを自認しないと先使用権の主張ができないという、きわめて使いにくい規定になっているわけです。これは制度本来の趣旨から外れるように思いますが、その点は措くとして、特許法の先使用権については、なぜ、実施の事業又はその準備が要求されているのでしょうか。

特許法の先使用権の趣旨については、先願主義の下、特許権者の出願前に既にその発明を実施していた者の利益の公平を図る制度である(公平説)、善意に実施している事業を廃止させることは国民経済上の不利益になる(経済説)といった説明がされています。それらを勘案すると、実施の事業又はその準備が要件とされているのは、①先に出願して特許権を得た者がその発明について排他権を取得するという先願主義の下での例外規定であることから、例外を認めるためには先行(未登録)発明者の側に保護に値する利益状態が形成されていることを客観的に示すものが必要である、②製造設備など一定の投資をした先行(未登録)発明者の既存利益状態の保護、③社会的見地からみた損失の回避、といった理由によるものであらうと考えられます。

イ 商標の先使用権ではなぜ「需要者に広く認識された」ことが必要か

ここで、話を戻しますと、商標法も特許法と同様に、先に出願して商標登録をした者が、その登録商標と同一・類似の商標について、他人の使用を排除する排他権を得るという制度になっています(先願主義・登録主義)。また、

未使用の商標でも登録が許されている(使用主義を採用していない)ことも特許法と共通しています。しかし、商標の先使用権については、単に商標を使用して事業を営んでいるだけでは足りず、その使用の結果「需要者の間で広く認識される」状態に達していることが要求されています。これはなぜなのでしょうか？

この点に関係すると思われるのは、商標法の保護法益です。すなわち、商標法は、「商標の使用する者の業務上の信用の維持を図る」(1条)ことを法目的としています。もとも商標は自らの業務を他と識別するために採用される標章であって、その標章自体に価値があるわけではなく<sup>1</sup>、使用を通じて業務上の信用を積み重ねることによってはじめて価値を持つに至るものです(この点は特許法や意匠法が発明や意匠そのものに創作的価値や経済的価値があることを前提としていると異なる点です)。それでも商標法が未使用商標にも登録を認めているのは、商標権者がその排他権の下で登録商標の使用を通じて業務上の信用を獲得していくことを可能にする、つまり、商標の上に信用を形成していく基盤を提供するためであると考えられます。

このように考えてくると、先使用権の成立に「その商標が自己の業務に係る商品/役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されている」ことが要件とされているのは、将来にわたる信用形成を保証するものとして登録を認められた登録商標に対して、先使用(未登録)商標の使用継続を許す以上は、その商標に客観的に認識できるだけの業務上の信用が形成されていなければならない、ということなのだろうと思います。

なお、登録商標が使用されていない場合や、登録商標の使用されている商品/役務が先使用商標に係る商品/役務とまったく競合していない場合(例えば、登録商標が現に使用されている商品/役務が先使用の商標と異なるとか、商圏(特に役務商標の場合)が重ならないなど)であっても、登録商標が優先

され、使用の事実があっても「需要者の間で広く知られた」状態とまでは言えないと判定されるとその商標の使用継続は認められないというのは、利益較量として妥当なのかと疑問に思うところではあります。この点については、商標法が先願・登録主義を採用している以上は仕方がないと割り切ってしまうという考えもあるかもしれません。このあたりをどう考えるかは、商標法の先願・登録主義をどの程度重視するのか、先使権の制度趣旨をどうとらえるのかといったところに関わってくるのだと思います。

商標の先使用権については、かつては、他人の周知商標であることを看過してなされた過誤登録の救済規定（特に無効審判の除籍期間5年が経過してしまった場合の未登録商標使用者の保護）であると説明されていました。しかし、侵害訴訟における商標登録無効の抗弁が認められた現在では、過誤登録に対する救済制度という意義は薄れています。したがって、先使用権については、端的に、先願登録主義法制の下における、信用を蓄積した商標使用者の保護の規定である、あるいは、未登録であっても使用の結果として一定の利益状態を築きあげて営業の信用を凝縮させたものを保護する制度であると考えれば足りると思います。そうであれば、「需要者の間に広く認識された」か否かの判断においては、先使用商標に保護に値する営業上の信用が形成されているか否かという観点を中心に考えれば足りるのではないのでしょうか。

### 3 「需要者の間に広く認識された」の具体的判断基準

#### (1) 商標法4条1項10号の周知性要件との関係

商標法32条1項が定める「需要者に広く認識されている」との要件については、その沿革もあって、同法4条1項10号（商標登録阻却事由）にいう周知性、すなわち、他人の商品/役務を表示するものとして「需要者の間に広く認識されている」と同じと考えるべきか、という点が盛んに議論されてきました。

しかし、結論からいうと、近年の判例は、両者が同じである必要はないという立場をとっています。

東京高判平成5年7月22日（「ゼルダ」商標控訴事件）は、この問題に正面から言及して次のように判示しています。

「商標法32条1項書所定の先使用権の制度の趣旨は、識別性を備えるに至った商標の先使用者による使用状態の保護という点にあり、しかも、その適用は、使用に係る商標が登録商標出願前に使用していたと同一の構成であり、かつこれが使用される商品も同一である場合に限られるのに対し、登録商標権者又は専用使用権者の指定商品全般についての独占的使用権は右の限度で制限されるにすぎない。そして、両商標の併存状態を認めることにより、登録商標権者、その専用使用権者の受ける不利益とこれを認めないことによる先使用者の不利益を対比すれば、後者の場合にあっては、先使用者は全く商標を使用することを得ないのであるから、後者の不利益が前者に比して大きいものと推認される。かような事実に鑑みれば、同項所定の周知性、すなわち「需要者間に広く認識され」との要件は、同一文言により登録障害事由として規定されている同法4条1項10号と同一に解釈する必要はなく、その要件は右の登録障害事由に比し緩やかに解し、取引の実情に応じ、具体的に判断するのが相当というべきである。」

判決は、まず、①商標の先使用権の制度趣旨は「識別力を備えるに至った商標の先使用者による使用状態の保護」にあることを指摘し、次いで、②先使用者と商標権者の利益較量論として、先使用の権利は限定されたものであること、商標権者はその限定された範囲で先使用者による使用を受忍するだけであるのに対し、使用してきた商標の使用を禁止されることによる先使用者の不利益は大きいことなどを指摘したうえで、③先使用権における「需要者の間に広く認識され」は登録障害事由に比し緩やかに解してよいとの解釈を示し、④先使用権の要件（先使用権の成否）については「取引の実情に応じ、

具体的に判断するのが相当」としています。

判旨は、その制度趣旨論及び利益較量論を含めて、誠に正当なものと思われまゝ(ちなみに、同判決は、被告標章が使用されたデザイナーブランドの婦人服に関しては、需要者は一般消費者ではなく流通段階におけるバイヤー(問屋、一般小売業者)であるとし、使用商標(「ゼルダ」)はバイヤーの間に広く認識されていたと認定して、先使用権を認めています。)

## (2) 「需要者の間に広く認識された」との要件の意義

先使用商標が「需要者の間に広く認識され」ていたかどうかは、「取引の実情に応じ、具体的に判断」すべきものとされています。そこで次に、取引の実情の下での「需要者」とは具体的に誰なのか、また、その需要者の間で「広く認識された」と認められるためにどの程度の認知が必要なのか、ということを考えてみたいと思います。

ここで、すこし横道にそれますが、「需要者の間に広く認識された」の意義について論じた論文を一つ紹介します。以下に紹介するのは、滝井朋子先生が書かれた論文<sup>2</sup>の中の先使用権制度の趣旨や「周知性」に関わる部分の要旨です(平成3年改正商標法(平成4年4月1日施行)による役務商標の導入前に執筆されたため、商品商標のみを論じていますが、論旨は役務商標にも当てはまると思われます。)

- ・商標法は、商標権者の業務上の信用を維持することを法目的として明記している。商標権が保護しようとする本来の対象である実体は、商標の使用によって初めてその商標の上に形成される一種の占有と評し得る事実状態である。
- ・商品提供者の業務上の信用は、①まず取引界の需要者に対して、常に自己の提供商品と他社の提供商品と明確に区別されたものとして確実に認識させることを第1段階の前提的な事実とし、②このようにして形成された事実状態の上に、初めて、信用を形成成立させることができる。③特定商標を自己の商品のた

めのみ使用できる者は、その使用の続行により、他とは区別された自己商品の認識という事実の形成を容易に行うことができ、その結果として、業務上の信用の構築及びその維持が確実容易にできることになる。需要者間の商品出所認識の定着という事実状態は、その取引界における一種的事実的な占有状態である。商標権とは、その商標を使用してこの占有状態を形成しようとする者に対して、予め、地域的外延である全国域において、その占有状態形成の領域の確保を承認する制度であると考えられる。

- ・このような全国域の予約を承認する権利である商標権を成立させるに当たって、特定の商標に先に他人の「占有状態」が成立している場合には、同一の後発商標は認められない。これが4条1項10号の登録阻止事由である。
- ・先使用権は、使用によって商標の上に事実的な占有状態が形成されていた場合に、後から成立した商標権によってこの占有状態が否定されないことを保証された法的地位である。その要件としては、上記の事実的な占有状態の成立をもって足りる。
- ・商標法32条1項の「広く認識されている」は一般に「周知性」の要件と呼ばれており、その用語から「地域的広さ」と結びつけて考えられがちであるが、先使用権の成否については、上記のような事実上の占有状態の成立の有無だけが問題であり、「広く認識されている」に「地域的広さ」を要求することは理論的に不要であるし、条文の文言にも反する。滝井朋子先生が言われる「事実的な占有状態」という概念にはいろいろな論議があるところかとは思いますが、商標制度の本質論に遡って先使用権の性質・要件が論じられているという点で、滝井論文はきわめて示唆に富んだものだと思います。

## (3) 「広く認識されている」の意味

「需要者の間に広く認識されている」は、商品・役務の「需要者」と目される一定の人的範囲の中で、その商標が「広く」認識されている

ことを要求しています。先の滝井論文の指摘にもあるように、この「広く」は地域的拡がりではなく、商標に信用が形成されているか否かを判断する指標としての、需要者の中における認知度の拡がりを意味していると考えべきでしょう。

なお、需要者の地域的属性は、需要者の間における使用商標の認識の地域的な拡がりに反映されますので、その限りでは、地域的な範囲の広狭は、需要者における認知の度合いを示すバロメーターとして、先使用権の成否に関連する要素となります。しかし、これを「周知性の地理的範囲」と呼んで、使用地域の広狭が先使用権の成立のための独立の要件のように考えるのは誤りだろうと思います。

#### (4) 「広く」の前提としての需要者の範囲

さて、商標法32条1項にいう「需要者」は、登録商標の側から見た需要者なのか、使用商標の側からみた需要者なのでしょう(判決の中にはそこを明確に区別していないように読めるものがあります)。

この点については、「使用の結果として需要者の間に広く知られている」という条文の文言からしても、信用を形成した商標の使用状態を保護するという先使用制度の趣旨からしても、後者、すなわち使用されている商標を基準にした需要者であると考えられます。

実際、多くの裁判例は、需要者について先使用者側の使用商標を基準にしており、例えば、前掲「ゼルダ」商標事件判決も被告商標の使用された商品(衣服)がデザイナーブランドであることを理由に、需要者は流通段階のバイヤーであると認定しています。その他、商品商標については、商標を付した被告商品に関わる被告の営業地域、顧客層などを考慮して需要者を認定している例が多数あります。また、サービスに使用された商標についても、美容サロンやネイルサロン、介護施設、飲食店、歯科医院といった業態において、被告の店舗の商圈、顧客層などを考慮して需要者が認定されています。

#### (5) 「需要者の間に広く認識された」の判断における考慮要素

需要者にどの程度知られていたか「広く知られた」といえるのかは、一般に先使用権の成立に必要な「周知性の程度」という形で論じられます。この点はまさに「取引の実情に応じ」「具体的に判断」されるべき内容なので、一言で言い表すことは困難です。

ただ一般論としては、「周知の程度については、営業努力に基づき、商標の信用を形成した状態が客観的に認識できる程度に把握され得ることが必要である。そのためには、商品の種類による取引状況(販売高、販売数量など)、商標自体の性質(顕著性のある指標力の強い商標か否か)、商標に係る宣伝広告状況、使用期間、取引の地域的範囲、商標に与えられた評価の内容などを総合して相対的に判断することになる。」(松尾和子論文<sup>3</sup>)とされているとおриだと思えます。

## 4 役務商標の先使用権について

### (1) 解釈論の現状

「役務について使用するもの」(サービス・マーク)を商標に含める役務商標制度は、平成3年改正法で導入されました。その施行後、約30年を経て、裁判例には役務商標の先使用権を扱ったものも相当数存在する状況になっています。しかし、役務商標の先使用権について、学説の多くは、裁判例の後追的な解説・評釈が主で、役務商標における先使用権のあり方について役務商標の特質に即した掘り下げた議論をしているものは少ないように思います。また、裁判例も、商品商標における先使用権の判断に用いられた文言を踏襲し、「取引の実情」を加味しつつ、具体的事実当てはめて結論を出すというスタイルのものが多いように感じます。

### (2) 役務商標の特質を考慮した解釈論の必要性

しかし、商品商標と役務商標とはかなり異なった点がありますので、先願・登録主義との調節点をどこに求めるか、先使用商標についての既存の事実状態をどのような要件の下にどの

程度保護するかといった点について、役務商標に固有の事情を考慮した掘り下げた議論がもう少しされてもよいように思います。

商品と役務の違いの一つは、商品の場合は商標を付された商品が(現にどの商圏に流通しているかは別として)全国的流通の抽象的可能性を持ったものとして存在しているのに対し、役務は、それを提供する主体や場所と密接不可分のものとして存在している場合が多いということです。もちろん、役務の中にはインターネットを通じて全国に提供される性質のものや、チェーン店として全国一律に展開されるものなどもありますが、その一方で、ある特定の地域、需要者のみを対象とし、商圏として比較的狭い地域しか考えられないものも存在します。特に、顧客が来店することによってはじめて役務の提供が成り立つ業種(例えば、地域密着型の学習塾、介護施設、美容サロン、医院、中小の飲食店、パチンコ遊戯施設、ゲームセンターなど、いろいろなものと考えられます。)においては、使用された商標と役務提供主体との結びつきが需要者にとって認識されやすく、使用されている商標だけからサービスの提供主体についての誤認混同が生ずるという事態が比較的生じにくいという面があると思います。このような業態については、既存の事実状態の保護という先使用制度の趣旨に照らして、「需要者の間に広く認識された」の要件を緩く解釈して、当該先使用商標が営業主体と一体のものとして認識され、そこに一定程度の信用が形成されているといえる程度の実態があれば、先使用権の成立を認めてよいのではないのでしょうか。

また、上記のような緩やかな要件のもとに先使用権を認めても、実質的な弊害は生じないと思われま。すなわち、先使用の商標の使用継続をする権利は限られた範囲(営業実態がある限度)でしか認められず(特に、地域的には既存の商圏から地域的拡大は認められないというのが判例です。)、登録商標権の信用形成機能を実質的に阻害するとも考えられないからです。もし問題があるなら、商標権者は、32条2項の混同防止表示を要求することで、自らの登録商

標の信用棄損を防止し、将来の信用形成機能を守ることもできます。

さらに、利益較量の問題として「ゼルダ」事件高裁判決が指摘しているとおり、一定期間商標を使用してきた者に対して、その継続使用を禁止することは、それまでに投じた営業努力を無にし、既存顧客の信用を失わせることすら生じ得るという酷な結果をもたらすのに対し、役務商標の商標権者の被る不都合は(仮にあったとしても)限定的なものであって、先使用者の商標使用継続を受忍するというにとどまります。

このように考えると、来店によって初めて役務の提供が可能となるような業態やこれに準ずるような比較的狭い需要者・商圏しか想定し得ないタイプの役務に使用されている商標については、先使用商標について保護すべき使用の実体があるかどうかという観点で判断して、先使用権の成立を緩やかに認めてよいのではないかと思います。とりわけ、比較的狭い地域的範囲でしか役務の提供を予定していないような業態においては、狙う商圏以外の広い地域で宣伝広告をするとか、雑誌、放送その他の媒体に大々的な宣伝をするとかといったこと自体が想定できません。地域や宣伝広告の回数、費用等といった点のみを重視して「周知度」を認定すると、先使用者にとって酷な結果となる場合が多いと思います。そのあたりの事情は「取引の実情」という調節弁を駆使して十分に考慮すべきではないでしょうか。

なお、平成3年のサービス・マーク制度導入時には、改正法施行(平成4年4月1日)後、6か月を経過する際に不正競争の目的ではなく商標を使用していた者に、その商標を使用している業務の範囲内で商標の継続使用を可能とする「継続使用権」が認められました(平成3年改正法附則3条1項)。この継続使用権は、新たな排他権の創設に対して既存の商標の使用状態を保護する趣旨で設けられたもので、使用されてきた商標が周知であることは要件になっていません。筆者の間隔では、立法で新たな排他権が成立した場合と、使用者が知らないうち

に商標登録によって他人の排他権が成立してしまつた場合とで、既存の商標使用者の使用状態の保護の必要性はさして変わらないはずなので、役務商標の導入時に、役務商標の先使用権についても、既存状態の保護を念頭において、何らかの立法的考慮がなされてもよかつたのではないかと思われるのです。

もっとも、先使用については「取引の実情を応じて」「具体的な判断」をするわけですから、抽象的な規範自体を変えなくても、実情に即した妥当な結論を導くことは可能であろうと思われます。

サービス・マークの導入直前に書かれた松尾和子先生の論文(前掲)は、商標の先使用権における周知性は、商標法4条1項10号の周知性より緩やかに認められるべきであるという立場を表明し、同論文で取り上げた判決における周知性の基準は厳しすぎるとしたうえで、「近い将来、サービス・マークの登録制度が採用された場合に、特に周知先使用サービスの保護に配慮する必要が生じるが、右のような緩やかな解釈・運用によるならば、登録主義は使用主義により適切に修正されるであろう。」として、サービス・マークを視野に入れた所感を述べておられます。傾聴すべき見解であると思います。

### (3) その他の問題

このほかにも、役務商標の先使用権については、その制度趣旨と、利益較量という観点から、考えてみるべき問題が多々あると思います。例えば、あまり正面切って論じられていませんが、不使用の登録商標との関係でも「広く認識された」程度は一律のものと解釈されるべきか、登録商標を付した商品やサービスとの間に現実の競合が存在しないことは「広く認識された」の判断において考慮すべきか、差止の場面と被告が既に商標使用を停止しており過去分の損害賠償だけが問題になる場面とで判断基準は同じでよいか、といった問題です。これらについては、機会があればまた考えてみたいと思います。

## 5 むすびに代えて

なお、今回は、女性執筆陣による「知的財産権訴訟の煌めき」(高部退官記念論文集)が本年末に刊行予定ということもあって、この分野における女性の先達の論稿の一部を紹介させていただきました。

<sup>1</sup> 小僧寿し最高裁判決(最三判平成9年3月11日民集51巻3号1055頁)

<sup>2</sup> 滝井朋子「商標の先使用権と周知性、商標権行使と権利濫用」・村林還暦「判例商標法」(平成3年)

<sup>3</sup> 松尾和子「先使用権の要件である「広く認識せられたる」の意義」・村林還暦「判例商標法」(平成3年)

—つづく—

㊤10月21日付掲載※次回は2022年2月掲載予定