

インドネシアにおける顧客に好まれない商標および顧客に好まれる商標



PT Rouse Consulting International

ユリオ・アスタリー
プリンシパル・商標グループ
責任者

ユリオ・アスタリー氏は Rouse のプリンシパルであり、商標グループの責任者である。2000 年 6 月に Rouse インドネシアに入所。商標の調査および実務に豊富な経験を有し、パーソナルケア、金融サービス、タバコ、高級品、製菓分野のクライアントの商標ポートフォリオを管理してきた。2004 年、商標出願業務の責任者に任命された。ユリオ・アスタリー氏のクライアントには、大手 e コマース・プラットフォームやフォーチュン 500 企業が含まれる。

【概要】

商標の選定に関しては、法規定、宗教、文化、民族的習慣、需要者の認識および使用される商品や役務との関係などを総合的に考慮しなければならない。インドネシアでは、特定の宗教、文化、民族に関連する用語は微妙な意味を持ち、現地の人々に強く信奉されている用語を商標に使用することは、消費者に好まれない可能性がある。一方、インドネシアの出願人は、英語表記を含む商標を好む傾向が顕著であり、この傾向は、英語表記が消費者にとって魅力的であるという認識によるものと考えられる。本稿では、インドネシアに進出しようとする実務者が、消費者に好まれない商標を避けて、消費者に好印象を与える商標を選定できるように、これらの商標の特徴を解説する。

【詳細及び留意点】

1. 顧客が好まない、または慣習に反する商標の特徴

法律に基づき、国家理念、法律、道徳、宗教、良識、公序良俗に反する商標は、インドネシアで登録することができない（インドネシア商標法第 20 条(a)）。

法律で定められた形状、色彩、大きさの比率に合わない国家シンボルの使用は禁止されている。例えば、ガルト地域（西ジャワ州）では、ある協会による国家シンボルの使用違反が疑われた事件があった。同協会はガルーダ（国章）のシンボルを、本来右を向くべき頭部を、正面に向けた状態で使用していた。国家のシンボルを改

変することは禁じられており、地域団体は、ロゴに国家のシンボル、国旗、その他の象徴を使用することはできない（インドネシア国旗、国語、国章および国歌に関する法律第 57 条）。

特定の宗教、文化、民族に関連するものを含め、微妙な意味を持ち、現地の人々に強く信奉されている用語を使用することは、顧客や出願人に好まれない可能性がある。以下の商標の例は、顧客から好まれないとされる可能性のある商標、または慣習に従っていない可能性のある商標と考えられる。

(1) 宗教的シンボルや用語を含む商標

インドネシアでは、宗教は私的な領域と考えられているため、宗教的なシンボルや用語を商標として使用することは、デリケートな問題であるため好ましくない場合がある。

イスラム教のシンボルや預言者ムハンマドの名前、キリスト教のシンボル、ヒンドゥー教のオームのシンボル、仏教の菩薩や卍のシンボルの使用も避けるべきである。神やその宗教で尊敬されている人物名などの宗教的なシンボルは、明文で禁じられているわけではないが、信奉している人々の感情を害さないように、直接言及しないなどの慎重な使用が求められる。

例えば、2009 年の「ブッダ・バー」商標事件（ジャカルタ商務行政裁判所 97/G/2009/PTUN JKT、ジャカルタ州行政高等裁判所 253/B/2009/PT.TUN.JKT、最高裁判所 213 K/TUN/2010）^{*1}では、バーにおいてサービスを提供するビジネスに、ブッダという言葉を使用したことが、冒瀆的であるとしてインドネシアの仏教徒の感情を害したことが問題とされた。その後、インドネシア知的財産総局（DGIP）は最終的にブッダ・バーの商標登録を取り消した。

- * 1 本件訴訟は、出願人である George V Restauration（原告）が取消を不服として裁判所に提訴したが、一審および控訴審は商標局長による取消を支持し、最終的に最高裁で商標登録の取消が確定した。

(2) 否定的な意味を含む商標

インドネシアは、良識を守る東洋の習慣を遵守している。インドネシア語、地方語、外国語による否定的な俗語や悪口など、否定的な言葉を商標として使用することは、上品とは言えないため避けるべきである。

性的なニュアンスを含む商標も、そのような発言がタブー視されているため、嫌悪される。例えば、過去にインドネシアのある女性芸能人が「Ko & ThoL」というブランド名で新しいコーヒー事業を開始した。当該芸能人は、このブランドは「kopi rasa mentol（コピ・ラサ・メントール）」の略称で、メントール風味のコーヒーという意味だと主張した。当該商標の発音が性的イメージを連想させることから、この事件は世間に激しい議論を巻き起こし、当該芸能人の事業に対する憤りにつながった。

(3) 人種・民族・性別に関する差別的表現を含む商標

インドネシアは多民族国家であり、人種・民族・性別による差別は強く禁止されている。商標に人種や民族に関する差別的な表現が含まれていると、社会的な批判や問題につながるおそれがある。例えば、インドネシアの特定の地域の人々を不快にさせる商標は、社会的批判の対象とされる可能性がある。

(4) 伝統や文化に対する無礼な態度を示唆する商標

インドネシアの伝統と文化は人々の誇りであり、非常に尊重されている。伝統的な衣服、祭り、文化的シンボルを商標として無礼な態様で使用することは推奨されない。例えば、インドネシアの先住民のシンボルを模倣した商標、インドネシアの衣服を不敬に使用した商標、インドネシアの食文化や食材を軽視するようなシンボルや図形を使用した商標は、社会的な批判の対象とされる可能性がある。

例えば、人口の 98%がイスラム教徒である西スマトラ州の州都パダンに、「バビ・アボ」という名称のレストランがあった。このレストランでは、豚肉を主原料としたノン・ハラール・メニューのナシ・パダン（パダン・ライス）料理を提供していた。他のメニューには、ポーク・レンダン、ポーク・カレー、ロースト・ポークなどがあった。当地の多くの人々にとって、ナシ・パダン料理は、ハラールであることで知られる典型的なミナンカバウ料理に欠かせないものであるため、イスラム教でタブーとされる豚肉を主原料としたナシ・パダン等の豚肉料理の提供には反感が持たれた。さらに、この習慣や文化に根差した反感は、料理に関するものだけでなく、使用されたレストランの名称が有する意味によるものでもあった。すなわち、パダン／ミナン語で「アンボ」は「私」を、「バビ」は「豚」を意味する。そのため、多くの人がこのレストラン名の「バビ・アボ」を「私は豚だ」と解釈したのである。

2. 顧客に好まれる商標

インドネシアでは、一般的に顧客に好まれる商標として、以下のような例が考えられる。

(1) 英語表記を使用した商標

興味深いことに、インドネシアの出願人は、英語表記を使用したり、英語表記の一部を商標に取り入れたりすることを好む傾向が顕著である。この傾向は、インドネシアのトップ 100 ブランドの 25%以上が英語表記を使用していることから裏付けられる。このような傾向は、英語表記が顧客にとってより魅力的であるという認識によるものと考えられる。

(2) 自然や花の要素を取り入れた商標

インドネシアの自然環境は、インドネシアの文化や人々のライフスタイルに大きな影響を与えている。自然や花の名前を商標に取り入れることで、インドネシアの自然の美しさを表現することができ、好まれることもある。例えば、Mawar（バ

ラ)、Melati (ジャスミン)、Anggrek (ラン) など、インドネシアの花の名前は化粧品や香水などに好まれ、人々に親しまれている。

(3) 美と健康的なライフスタイルへの関心を反映した商標

インドネシアは若者の人口が多く、その多くの人々は美と健康的なライフスタイルに強い関心を持っている。この傾向は、若者の生活様式や消費行動にも表れている。美と健康に関連する要素やシンボルや鮮やかでエネルギッシュな色彩を商標に取り入れることで、そのアピール力を大幅に高めることができる。

(4) ミニマルでストレートな商標

ミニマルでわかりやすい商標は、顧客の記憶に残りやすくなる傾向にある。例えば、インドネシアでは現在コーヒー・ショップが流行しており、「TUKU」(英語で「to buy」の意味)、「KENANGAN」(英語で「Memory」の意味)、「JAGO」(英語で「Champion」の意味)など、その意味を想起しやすい単一単語の商標が多く使われている。

(5) 伝統文化を表す商標

インドネシアの文化や伝統は、社会に深く根付いている。伝統的な文化を体現したり、想起させる商標は、信憑性や文化的なつながりを感じさせることができ、文化的な意義の深い商品を求める消費者にアピールすることができ、顧客に好まれると考えられる。

【ソース】

- ・インドネシア商標法 (2016 年第 20 号) (インドネシア語)

https://jdih.dgip.go.id/produk_hukum/view/id/24/t/undangundang+nomor+20+tahun+2016+tentang+merek+dan+indikasi+geografis

※インドネシアのサイトへは、接続に時間がかかるか接続できない場合があるので注意が必要である。以下のサイトも同様である。

- ・インドネシア商標法 (2016 年第 20 号) (日本語)

https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/indonesia-shouhyou_2016.pdf

- ・ インドネシア国旗、国語、国章及び国歌に関する法律（2009 年第 24 号）（インドネシア語）

<https://jdih.mahkamahagung.go.id/legal-product/uu-nomor-24-tahun-2009/detail>

- ・ 「ブダ・バー」商標事件（最高裁判所 213 K/TUN/2010）

<https://putusan3.mahkamahagung.go.id/direktori/putusan/8b0060529c380627b2a0f3ae492425e4.html>

（編集協力：日本国際知的財産保護協会）