

タイ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



S&I INTERNATIONAL BANGKOK OFFICE

クワチュア シン
ン 弁護士

井口 雅文 日本国弁
理士

S&I International Bangkok Co.は、1996年に井口雅文弁理士によって設立され、特許、小特許、意匠、商標、著作権に関する出願、訴訟、一般的なコンサルティングを含むサービスをタイ国内および海外で提供する知的財産法律事務所である。S&I Asia Co.Ltd.（バンコク）とS&I Japan Co.Ltd.（東京）で構成されている。井口雅文弁理士は、日本特許庁の特許審査官、特許審判部の審判官、タイ政府のJICA専門家として、知的財産を専門としてきた。

【概要】

良い商標とは、特徴的で、キャッチーで、記憶に残り、汎用性があり、時代を超越したものである。タイでビジネスを展開する上で良い商標を作るにはどうしたらよいか。本稿では、タイで使用する商標を選ぶ際に役立つ、タイの顧客が好む商標と好まない商標の例をいくつかご紹介する。

【詳細及び留意点】

商標は、自社の商品や役務を競合他社の商品等と識別するのに有益である。また、商標を使用することで、顧客の注目を集め、顧客との間でコミュニケーションを図ることもできる。したがって、商品や役務に適した商標は、ビジネスを成功させる鍵の一つである。

海外でビジネスを行う場合、ターゲットとする国の顧客がどのような商標を好むか、好まないかを十分研究する必要がある。政治、宗教、独自の文化、伝統、人々の生活様式等の違いにより、自国では好まれる商標が、他国では反対に好まれない商標になる可能性もある。

そこで、タイの人々の一般的な傾向を踏まえて、タイでビジネスを展開する際に避けるべき商標、使用すべき商標の特徴をご紹介します。

1. 顧客が好まない、または慣例的でない商標の特徴

(1) 法律、審査基準、ガイドラインに基づく理由

商標として使用できない標章や構成要素がある。タイ商標法（以下、「商標法」という。）第 8 条は、使用が禁止されている構成要素を含む商標は、登録できないと規定している。以下に、商標審査マニュアルにある禁止商標の概要を示す。

1) 国王の紋章等の特徴を有する標章と同一または類似する商標

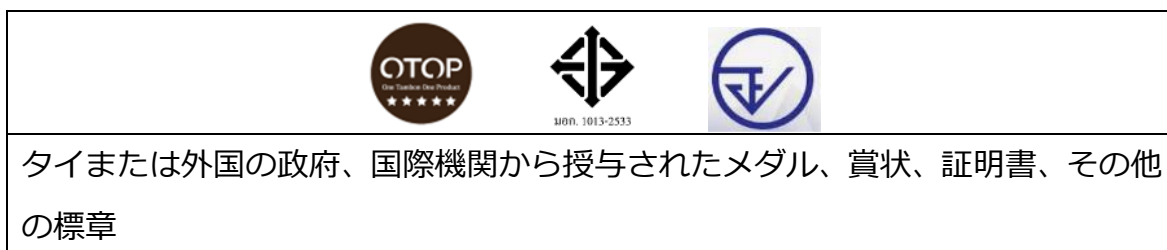
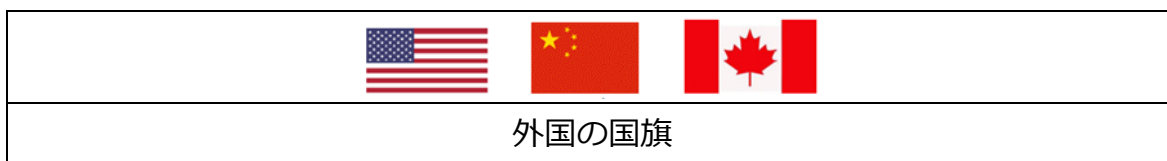
国王、王室メンバー、タイ政府、外国、国際機関に関連する標章、または国王、王室メンバー、タイ政府、外国、国際機関が使用する、紋章、印章、紋章、旗、名称、単語、用語の特徴を有する標章と同一または類似する商標は登録が禁止されている。以下に具体例を示す。

				
王家の紋章		王室の御璽		チャックリ王朝の印章

		
王室の勲章からなる印章		

			
職印	省の印章	県の印章	

				
タイ国の国旗			官旗	



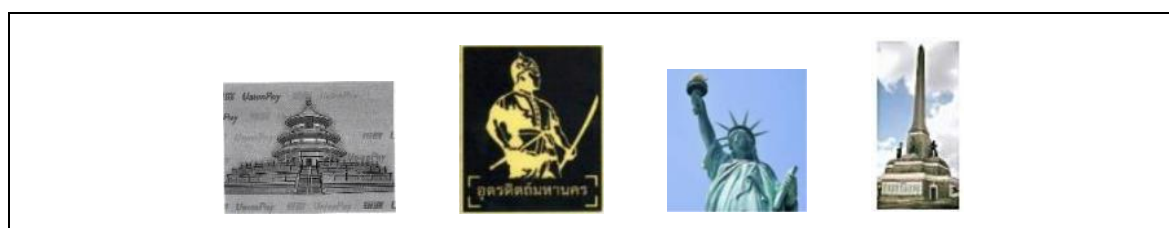


2) 公序良俗または国策に反する商標

公共のものまたは公共に影響を及ぼす可能性のあるものを商標の構成要素とすることを禁じている。ここで「国策」は、公共政策を意味する「public policy」に由来するもので、法律が実行または認識を否定して公衆に危険を及ぼし国の利益への害となり、公衆または国に損害を生じさせる傾向のある場合に用いる。また他の条項に該当しない悪意で登録する行為も含める。以下に具体例を示す。



- ・仏像のイラストは宗教的事項に該当するので、公序良俗に反し、登録が禁止される。
- ・梵字そのものは禁止されていないが、宗教に関連する梵字は禁止されている。例えば、梵字で表されるオームのシンボルは、ヒンドゥー教の重要なシンボルであり、登録できない。
- ・例示からわかるように、日本とは異なり、宗教関係は幅広く解釈され、宗教関係と判断されれば拒絶される可能性が高いと考えられる。



- ・世界遺産である米国の自由の女神や中国の天壇は、国家的シンボル（ランドマーク）であるため、登録が禁止される。
- ・国家的シンボルを使用する権利は誰にでもあり、いかなる出願人も排他的権利を持つべきではないため、国家的シンボルを商標出願する出願人は、悪意の出願人とみなされる。このような不誠実な出願人による商標出願は、公序良俗に反し、登録が禁止される。
- ・シンガポールのマーライオン像、世界遺産の都市名、世界の不思議に関する画像、記念碑の画像等が、国家的シンボルに該当する。
- ・宗教的事項か、および国家的シンボルに該当するかの審査にあたっての判断は、①商標における該当する構成要素のイメージの鮮明さ、および②審査官の裁量、によると考えられる。例えば、皇居、姫路城については、商標の構成要素が皇居（日本の国の象徴）、姫路城（世界遺産）であることを審査官が知っている場合、公序良俗に反するとして拒絶されることが考えられる。また、伊勢神宮については、商標の構成要素が神宮（宗教施設）であることを審査官が知っている場合、公序良俗に反するとして、これらを含む商標を拒絶することができると考えられる。



- ・共産党のシンボル、ナチス、旭日旗等、政治、統治に関するものは登録が禁止される。
- ・下の標章 1 は、タイ政府官吏制服の肩章に類似しているため公序良俗に反し、登録が禁止される。



標章 1



タイ政府官吏制服の肩章

タイの商標審査マニュアルは、【ソース】に URL を示しているため、そちらを参照されたい。タイ商標法第 8 条に規定される各商標の詳細と審査基準は、同マニュアルの 65 ページから 82 ページに記載されている。

(2) 政治、宗教、文化、伝統、生活習慣による理由

タイでは、以下のような商標が否定的あるいは消極的な印象を与え、タイの顧客から嫌われる可能性がある。

1) 宗教的シンボルや用語を含む商標

仏教はタイの国教であるが、タイの人々は開放的であり、他の宗教を歓迎する。他の宗教（キリスト教、イスラム教、ヒンドゥー教など）もタイの人々から大きな尊敬を集めている。仏教やその他の宗教に関連する名称、用語、シンボル、図形を商標の構成要素として使用することは、無礼な行為とみなされる可能性がある。したがって、商標を使用する場合、宗教に関連する構成要素を使用することは避けるべきである。例えば、仏陀、仏像、僧侶、イエス・キリストや預言者、キリスト教やイスラム教のシンボルの写真や漫画などがこれに該当する。

また、上述のように、宗教に関連する構成要素を含む商標は、タイ商標法第 8 条 (9) に基づき、公序良俗に反する可能性があるため、登録できない。

2) 差別的表現を含む商標

昨今、タイの人々の平等意識や人間の尊厳に対する意識は非常に高くなっている。年齢、人種、性別、身体、能力、社会的地位などに関する差別的な言葉や表現は、タイの顧客に、否定的な感情を与えやすいので避けるべきである。

3) タイ王室を連想させる要素を含む商標

タイは、国王を元首とする民主主義体制の下に統治されている。タイの人々は良き伝統にしたがい、王室に最大限の敬意を払っている。国王やタイ王室のメンバーを明示的、または暗黙的に指す名称、シンボル、図形、その他の関連要素は、商標の一部だとしても使用すべきではない。不敬かつ不適切とみなされるだけでなく、法的処罰を受ける可能性がある。

なお、上述のように、タイ王室に関連する要素を含む商標は、商標法第 8 条(1)～(5)、(9)、(11)により禁止され、登録できない可能性がある。

4) 性的表現を含む商標

タイの人々は、性的表現に関して比較的保守的である。公衆の面前でこれらの問題を表現することは、多くの人々にとって無礼で不適切な行為とみなされるため、避けるべきである。したがって、性的表現を連想させる構成要素を含む商標は、使用すべきではない。

なお、性的表現を含む商標は、タイ商標法第 8 条 (9) に基づき、公序良俗に反し、登録できない。

5) 最新の流行にのみ依存する商標

タイの顧客は、最新の流行を追いかけるのを好む傾向にある。しかし、その反面、飽きるのも早いといえる。タイの流行は、はやり廃りが激しい。よく考慮せずに流行を追うと、商標がすぐに陳腐化してしまう可能性がある。現代的ではあるが、時代の流れを超越した商標を選択することが望ましい。

2. 顧客に好まれる商標

タイの顧客に一般的に好まれる商標として、次のような例が考えられる。

(1) 読みやすい商標

読みやすい商標は、タイの人々の注意を即座に喚起することができる。タイの顧客は、短くて、スペルや発音が簡単な商標を好む傾向にある。複雑で、読み難く、あるいは発音しにくい商標、またはローマ字以外の外国語の文字が多すぎる商標は、顧客が想起し難いので避けるべきである。

ローマ字以外の外国語の文字のみから構成される商標は、タイの人々にとって非常に覚え難いといえる。したがって、商標に、タイ文字やローマ字を加えて顧客の記憶に残りやすくすることが望ましい。

(2) 背景に物語のある商標

タイの人々は、物語が好きなので、背景に物語のある商標は、タイの顧客の感情に訴え、記憶に残るといえる。例えば、ブランドの設立に関するストーリーにつな

がる商標や、創業者名や出身地を想起させる商標などがこれに該当する。

(3) 叙述や韻を踏んだ商標

タイの文化は、物語や口承を重視する。かつて、タイの人々は、即興で歌を劇として演じていた（これはラップバトルに類似しているといえる。）。韻を踏んだり、言葉遊びをしたりすることで、物語や歌、民話の覚えやすさやインパクトが高揚する。同じ韻を踏んだ言葉を使った商標は、顧客の心に残りやすい。これは、タイの顧客にとって、ブランドをより印象的でキャッチーなものにすることができる。

(4) ユーモアのある商標

タイは「微笑みの国」とも呼ばれ、タイの人々はユーモアのセンスがあり、明るく楽しい性格を反映した商標を好む。また、笑いを誘う商標は、タイ人に好印象を与えやすい。面白いスローガンやダジャレを使ったブランドは、タイ人の顧客の興味を引き、売上につながることが多い。

【ソース】

- ・2016年 タイ商標法（日本語）

<https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/thailand-shouhyou.pdf>

- ・2022年版 タイ商標審査マニュアル（日本語）

<https://www.siasia.co.th/jp/dll.php?id=38&t=Law&p=タイ商標審査マニュアル2022年和訳.pdf>

（編集協力：日本国際知的財産保護協会）