

商標の言語学的分析モデルの一例

言語学的分析から何が見えるか¹⁾

堀 田 秀 吾

1.1 目 的

本論では、株式会社エス・エス・アイ・トリスター（原告）とソースネクスト株式会社（被告）の間に生じた商標の類否に関する紛争の事例²⁾（以下、「携帯接楽」事件）を主な題材として、当該商標の言語分析にかかわる部分のみに着目し、形態論と呼ばれる語の内部構造の分析を扱う言語学の一分野から商標の分析を試みる。そして、「認知的負荷」という基準から定義した「有標・無標」の区別を用いて、商標における「要部」という概念を再定義し、ともすると直観的になりがちな商標の言語的側面に関する類否の分析を、より経験的・客観的、かつ体系的な基準で行うことを可能にする商標の言語構造の分析モデルの一例を提示することを目的とする。

1.2 商標と言語学

言語学は、ことばの使い方に精通することを目的とした学問ではない。人間の言語を通じた認知のメカニズムを研究対象とする。しかし、認知のメカニズムは直接観察できない。したがって、観察可能な言語データを分析の対象とし、その観察事実からモデル化という手段を通じて認知のメカニズムへの接近を試みる学問なのである。商標は言語表現を含むことが多

いため、言語学的分析の対象となるデータの宝庫である。また、商標という特殊なコンテキストにおいて用いられている言語の機能、構造を研究することは、通常の言語使用の観察からは表出し得ない言語の性質が発見されることが多々あるため、言語学にとっても非常に有益な分野なのである。この分野の第一人者であるアメリカのジョージタウン大学 Roger Shuy 名誉教授などは、2002年に *Linguistic Battles in Trademark Disputes* という彼自身が関わった数々の商標の類否判断をめぐる訴訟の言語学的分析を扱った本も出版している。

一方、商標の類否をめぐる訴訟においては、訴訟当事者、場合によっては裁判官も、争点が言語的側面を含む限り、少なからず言語の分析に関わる必要が生じるため、標識法³⁾の運用の中で独自に発達させられた手法・基準を用いて言語の分析を行っている。無論、言語学的観点から見た商標の類否判断が、そのまま実務上の商標の類否判断と一致するわけではないが、言語学の分析方法が、商標類否の判断を行うにあたり、更なる客観的・経験的な検証手段を多少なりとも提供するのであれば、商標に関する司法判断の明確性、安定性、および予測可能性を確保することにもつながるであろうから、そのような試みを行うのは無益ではないだろう。このように、商標は、言語学と商標の両分野で相互に貢献可能性を潜在的に秘めている分野だと言える。

しかしながら、アメリカでは上述の Shuy 教授のように言語学者が商標権をめぐる裁判において商標の分析に携わることも見受けられるが、日本では筆者の知る限り皆無である。そのような実情が故に、わが国で言語学の立場から商標の研究を行うには、実際に争われた事件を基に事後分析を行うことが中心とならざるを得ない。無論、本論もそのような試みのひとつである。本論はあくまでも商標の実務で用いられている分析と言語学者による分析の方法の類似点や相違点を示すことにより、お互いの検証方法の利点を利用しあい、双方の分野が相互に発展できる可能性を模索することを目的とするものであり、現在、商標の類否の判断に用いられている分

析の不備を指摘したり、裁判所の判断の批判や判例の批評をしたりする趣旨のものではないことを予め理解されたい。

2.1 商標の分析

2.1.1 事件の概要

「携帯接楽」事件において原告から被告に対してなされた数ある主張のうち、ここでは原告の株式会社エス・エス・アイ・トリスターの製品名「携帯接楽7」（以下、後述の判決文における裁判所の呼び方に倣い、「原告標章」と呼ぶ）と被告の商標である「常時接楽」（以下、「被告商標」と呼ぶ）が、言語学の観点から見て、類似しているかどうかということのみに焦点を当てる。裁判所は、これらの商標は全体として識別力発揮するものであるとして非類似であると判断した。以下に示すのは、当該商標類否における判断に関して、裁判所が示した見解のうち、言語分析に関わる部分のみを抜粋したものである。（下線部は筆者によるもので、本論で引用される部分を示す。）

まず、原告商品1を販売することが本件商標権の侵害に該当するか否かについて判断する。

(ア) 本件商標の要部

本件商標は、「常時接楽」という漢字4文字を横書きしたものである。そして、本件商標の指定商品の種類・内容等からその需要者の多くはインターネットの利用者であると認められること、「常時接続」という語は、インターネットに24時間接続できる（する）ことを意味する言葉として、インターネット利用者の間に広く知られていることを併せ考えれば、本件商標が指定商品に使用された場合、需要者は、本件商標の「常時接楽」を、「常時接続」の「続」の文字を「楽」に置き換えて作成した一体的な造語であると認識するもの

と認められる。そうすると、本件商標は、「常時接続」の全体が需要者の注意を惹くものと解される。

(イ) 原告標章の要部

原告標章は、「携帯接楽7」という漢字4文字とアラビア数字1字から構成される。「携帯接楽」の部分は4文字と比較的短く、一連に読み上げることが容易であること、「接楽」は造語であってその部分だけでは明確な観念を生じにくいこと、「7」の部分は単なる数字であること等に照らせば、原告標章は、「携帯接楽」の部分が需要者の注意を引く部分であると認められる。

(ウ) 対 比

以上を前提として、本件商標の要部と原告標章の要部とを対比する。

前記認定のとおり、本件商標の「常時接楽」は一体的な造語として認識されるから、「ジョージセツラク」との称呼を生じるのに対し、原告標章の要部からは「ケイタイセツラク」の称呼が生じるから、両者は、称呼において相違する。また、本件商標は「常時接続」という用語を想起させる言葉であるから、その連想から「常に接続して楽しい」といった観念が生じるのに対し、原告標章は原告商品の内容・用途等から「携帯電話に接続して楽しい」又は「携帯電話に接続して楽だ」との観念が生じるから、両者は、観念において相違する。さらに、両者は漢字4文字のうち2文字が共通するにすぎないから、両者は外観において相違する。

以上のとおり、本件商標の要部と原告標章の要部とは、称呼、観念、外観のいずれも異なるから、原告標章は本件商標に類似しない。

「携帯接楽7」と「常時接楽」は、上掲の裁判所の判断が示すように、両者とも漢字4文字を含むという点で共通している。前者の「7」の部分に関しては、この判決文でも単なる数字であることから特に注目していな

いが、本論でも、その識別機能を含め、問わないこととする。

2.1.2 出所の混同に関する実験

本稿の執筆に際して、21名（大学生9名，社会人9名，大学院生3名）の被験者を対象に問題の二つの商標の出所の混同に関する調査を行った。調査方法は、「携帯接楽7」と「常時接楽」という製品の商標名だけを見て判断した場合、「同じ会社の製品だと推測する（＝出所の混同を生じる）」かどうか答えてもらった。「商標名だけを見て」と条件を付けた理由は、商標の言語面だけに着目してもらう必要があったためである。結果、「同じ会社の製品だと推測する（＝出所の混同を生じる）」と回答した者が16名（76.2%）、「違う会社の製品だと推測する（＝出所の混同を生じない）」と回答したものが5名（23.8%）であった。この統計結果の有意性を判断するために、カイ2乗検定（計算にはMicrosoft Excel 2002を使用）を行った。その際、回答が「混同」と「非混同」の二通りであることから、それぞれの回答が偶然に得られる確率は1/2と考え、標本数（総回答数）の21を二等分した数値、すなわち10.5を期待値とし、自由度1で検定を行った。結果、カイ2乗値は、5.76（ $p=0.016$ ）であった。この数値が意味するのは、本調査に見られる結果が偶然生じる確率が、100回の同様の試行において1.6回程度でしかないということである。一般的に、 $p=0.05$ 、すなわちこの確率が5%以下であれば統計的に有意水準であると考えられるが、この0.016という値から鑑みて、この調査結果は統計的に十分に有意であると言える。言い換えれば、言語面からは、これらの商標は「同じ会社の製品だと推測する（＝出所の混同を生じる）」と判断する者が多いと言えよう。問題の二つの商標は、実際には裁判所によって非類似と判断された訳であるが、少なくとも言語面でこれだけの確率で出所の混同を生じるわけであるから、そのような混同を生じさせる原因、およびメカニズムをそれぞれの商標の言語構造から考察し、明らかにしていくことは、商標の言語面での出所の混同の生じる可能性を客観的に予測する手がかりを与えることにも

つながるし、また、商標の分析手法の発展にも寄与できるであろう。

2.1.3 文法の基礎概念

以下、上述の事件において争われた商標の言語構造に関して言語学的分析・比較を行い、後に分析モデルを提示するが、まず議論に入る前に、簡単に本論で用いられるいくつかの言語学の用語について簡単に説明しておきたい。言語学の諸分野の中でも、「語の内部構造」に関して扱う分野を「形態論 (morphology)」と呼ぶ。例えば、「あかむし」という語（この場合は名詞）は、「あか」と「むし」と言う二つの要素から構成される内部構造を有するが、このような語の内部の要素間の関係を扱う分野が形態論である。また、語と語の関係を扱う分野を「統語論 (syntax)」と呼ぶ。例えば、主語と目的語、名詞と形容詞の関係などはすべて統語論で扱われる。そして、「音韻論 (phonology)」という分野は、音の構造を扱う分野で、単なる音だけでなく、アクセントや抑揚なども扱う。言語学における「文法」という用語は、言語を介した認知に関わるあらゆるメカニズムのモデルを総合的に指すもので⁴⁾、本論で用いられる「文法部門」という用語は、上述の統語論、形態論、音韻論などのそれぞれの分野で扱う構造が現れる次元を指す。そして、それぞれの文法部門は、統語論で扱う構造が現れる文法部門は統語部門、形態論で扱う構造が現れる文法部門は形態部門といった具合に呼ばれる。本論では、形態論、すなわち語の構造を扱う分野を中心に議論を展開する。また、ここでは、形態構造、統語構造、音韻構造、および意味構造まで含めた構造を「言語構造」と呼ぶ。

2.2 構造的比較

2.2.1 形態素と意味単位

語を構成する様々な部品の中でも、それ以上分解すると意味をなさなくなってしまう最小の単位である要素を「形態素 (morpheme)」と呼ぶ。

形態素には大きく分けて二種類あり、それ自体で文の中で独立して機能できる形態素を「自由形態素 (free morpheme)」と呼び、接頭辞や接尾辞のように単独で機能することができない形態素を「拘束形態素 (bound morpheme)」と呼ぶ。例えば、「お札」という語において、「お-」と「札」は両方とも形態素であるが、「お-」は文中で単独で機能することができないので拘束形態素であり、札は単独でも文中で機能できる（この場合は名詞）ので自由形態素である。

では、問題の商標を考えてみたい。「携帯接楽」と「常時接楽」という表現は、すべて漢字から構成される。漢字は表意文字であるから、一文字ごとに意味を持つ。したがって、これらの漢字は、それぞれが最小の意味単位をなしているのだから、これらは全て形態素であり、かつ「楽」以外の全てが拘束形態素であることがわかる。これらの形態素は、Sino-Japanese と呼ばれる、もともとは中国語から輸入された語彙である。これらが、全ていわゆる「音読み」で発音されることからそのことが窺えよう。

形態素は、他の文字や語と結びつくことによって、しばしば本来の意味から発展・飛躍し、独立した意味を有するようになる。例えば、「正」と「座」は、それぞれ「正」は「正しい、正しく」、「座」は「座る、腰を下ろす」といった意味を持つが、これらが組み合わさって出来た語、すなわち「正座」が表す意味は、もはや原義の「正しく座る」という意味ではなく、(例えば「あぐら」という座り方に対して) 正座という特殊な座り方を意味する。正しく座るだけであれば、椅子に正しくすわることも正座と呼ぶことが可能なはずだが、実際にそう呼ぶことが不可能なのは、やはり「正座」という語の意味が、その語を形成するそれぞれの形態素の持つ意味ではなく、独自の意味を持ち、単一の語彙として日本語の中で確立されていることを示している。独立した語彙として確立することを、言語学では当該語彙が話者の頭の中の「辞書 (lexicon)」に記載されると捉える。このようにある語彙が辞書に記載されることを語彙化 (lexicalization) と呼ぶ。問題の商標と関連の深い「接続」という語も同様で、「接続」とい

う語も、「接」と「続」がそれぞれ持ち合わせる意味からの発展が起こっており、「接続」という一つの語彙として日本語の中で語彙化されている。したがって、「接続」が意味上のひとまとまりであると考えられる。

しかし、そうすると、先ほどの形態素の定義(「語を構成する、それ以上分解すると意味をなさなくなってしまう最小の単位、要素を形態素と呼ぶ」と、一見矛盾しているように感じられるかもしれないが、ここで重要なのは、形態構造と意味構造は分離して考える必要があるということである。確かに、形態構造から言えば、「正」と「座」、「接」と「続」はそれぞれが形態素であり、二つの要素からなる。一方、意味単位としては「正座」、または「接続」という一語であり、一つの独立した単位なのである。言語の構造は、このように「意味構造」、「語構造」、「文構造」、「音韻構造」などのそれぞれの文法部門間での不均衡をしばしば包含する。すなわち、ある文法部門で一つの要素であるものが、別の文法部門では三つの要素からなっていたりするということである。このような一見当たり前と思われるようなことでさえ、実はしっかりと注意していないと見落としてしまう。商標のことばに関わる部分で扱うのは、まさに言語の構造そのものであるから、これらの不均衡をしっかりと認識することが、商標の言語構造をより明確に理解するためには重要である。

さて、ここまでの分析では、「接続」は、「接」と「続」は形態的にはそれぞれが最小単位を構成するが、意味的には「接続」がひとまとまりで最小の単位を構成するということを見た。問題の商標と標章で言語学的に興味深いのは、「接楽」という語が、上掲の判決文の中にあるように、「接楽」は「接続して楽しい」、または「接続して楽だ」という意味を持つと解釈されていて、これは大方の日本語話者の解釈と一致する。すなわち、「接楽」の「接」という要素自体は「接続する」という意味を有せず、また「接」と「続」の組み合わせをもって初めて「接続(する)」という意味を有するようになるはずであるにもかかわらず、「接」しか現れていない「接楽」という組み合わせが、「接続する」という意味を有しているこ

とである。「接」だけでは「接続」という意味にはならないことを証明するために、まず、以下に参考として、「接する」と「接続（する）」辞書の定義を引用する。それぞれの定義を比較されたい。

表1.「接する」と「接続（する）」の定義（三省堂「大辞林 第二版」）

<p>せつ・する【接する】* (動サ変)[文]サ変 せつ・す [一](自動詞) (1) 二つの物が間をおかずに隣り合う。 「空と海とが ・する」 (2) 物事に出合う。でくわす。 「急報に ・する」 (3) 人に会う。また、つきあう。 「人に ・する作法」「一夜けしから ず ・して候ひしよ / 謡曲・鶺鴒」 (4) 数学で、線または面が、他の線・ 面とただ一つの点を共有する。 [二](他動詞) (1) 二つの物を隣り合わせてその一部 でつなぐ。 「両端を ・する」「境を ・する」 (2) くっつくほど近づける。近よせる。 「額(ひたい)を ・して相談する」</p>	<p>せつぞく【接続】 (名)スル (1) つなぐこと。つながること。 「二本のパイプを する」 (2) 列車・電車・バスなどの交通機関 が互いに連絡しあうこと。 「東京行きの特急に している電車」 「 が悪い」 *「接」は拘束形態素であるから、単 独では現れ得ないため、動詞としての 記載となるが、「接続」は名詞と動詞 の両形が存在し、その意味上の違いが ないため、慣例的に名詞での記載と なっているが、これらの品詞の違いが 意味の差異を示す際の障害にはならな いだろう。</p>
--	--

これらの辞書の定義からも明らかなように、「接する」と「接続（する）」は同義ではない。すなわち、「接」自体で「接続」という意味を表すことはできない。

さらに、以下の文を比較されたい。

- 1a. パソコンでインターネットに接続する。
- 1b. *パソコンでインターネットに接する。
- 2a. パソコンと携帯電話を接続する。
- 2b. *パソコンと携帯電話を接する。

文の前についているアスタリスクは、その文が当該目的での使用におい

て不適格な文であるということを示す。これらの例の場合は、動詞が「接続する」という意味を表すことを目的としているが、それぞれのペアにおけるbの例文が、不適格であるということは、「接続」という意味を表す文と解せない文であるということを表す。したがって、これらのペアの文の適格性の違いにより、「接」という要素自体は「接続する」という意味を持っていないことが示される⁵⁾。

以上、「接」という形態素だけでは本来、「接続」という意味が示せないことを示した。したがって、「接楽」という語が、「接」を使用することだけで「接続」という意味を有することを可能にしているのは、特殊であるということになる。また、この「接楽」という語は、「楽」という字を用いることで「楽に」、または「楽しい」という副詞的な意味を元来の語の意味に付加している。これらのことから、一語で、「接」と「続」と「楽」という三つの形態素、および「接続」と「楽に/楽しい」という二つの意味単位を認識させることに成功していることになる。すなわち、形態構造と意味構造の不均衡が存在しているのである。

この事実が、商標の類否の判断にどう影響を与えるかは後ほど議論することにして、次節では、この「接楽」という語が「接続」という意味を理解させるメカニズムについて考えてみる。

2.2.2 含意理解のメカニズム：協調の原理（Grice 1975）

前節では、「接」という形態素が、本来は単独で「接続」という意味までは担えないはずにもかかわらず、「接楽」という語の中では「接続」という意味まで担うことを見た。言い換えれば、「接」には「接続」という意味が「含意」されているということだが、この含意の理解のメカニズムは、実は「協調の原理の意図的な違反」というプロセスに基づいている。本節では、この「協調の原理の違反」について簡単に説明する。

「協調の原理」というのは、Grice（1975）によって唱えられた会話における最優先の原理で、人が会話の中で聞き手（達）と協力し、お互いが理

解するという活動の根本的原則を、「量」、「質」、「関係」、「様態」の4つの公理（maxim）として分析したものである。それぞれ簡単に説明したい。

まず、「量の公理（Maxim of Quantity）」であるが、これは「必要とされている情報を、多すぎず、少なすぎない適切な量で与えよ」というもので、例としては、一聞いて、十返してくるような答え方、または、同じ苗字の人が複数いる場合は当然フルネームを知る必要があるが、頑固として苗字だけしか言わないような答え方は、適切な情報量を提供しているとは言えないため、円滑なコミュニケーションの妨げになる。

次に「質の公理（Maxim of Quality）」であるが、これは、「間違っていると思うこと、確証がないことは言わないようにせよ」という原則で、例えば、何か品物を買って、500円を出して490円の品物を買ひ、10円のおつりをもらう際に、完全に嘘だとわかるような、「はい、75万円のおつり。」などと言われても、聞き手は困惑するだけで、円滑なコミュニケーションが成立しない。

続いて、「関連性の公理（Maxim of Relevance/Relation）」であるが、これは「会話の目的に関係のあること、話題に適切な発話をせよ」という原則である。例えば、今日の昼食に関する質問をしているのに、昨日のプロ野球の結果を答えるような場合、受信者が必要としている情報と関係ない情報を与えられてもコミュニケーションは成立しないわけであるから、その話題に適切な発言をしなければならないという原則である。

最後に、「様態の公理（Maxim of Manner）」であるが、「明確に、曖昧さを避け、簡潔に、順序良く話しなさい」という原則で、時に若者達の会話の中で耳にするような、「その黒い変なのをカチって鳴るまで伸ばしてから、レバーをちょいちょいって動かすの。っていうか、車の方のスイッチは入れた？」⁶⁾というような発言などは、不明確な代名詞的表現、擬声語、擬態語、および話の順序関係がはっきりしない接続表現等を多用しているため、非常に不明確で、簡潔に順序だてて話しているとは言い難く、伝えようとしている情報の理解に困難を伴う。

これらの公理はあくまでも原則であり、現実の会話ではこれらに違反することもまれではないが、実は、人はこれらの公理が意図的に違反された時に「含意」を理解しようとするため、これらの公理を考えることは重要なのである。では、なぜ公理の違反が含意の理解につながるのかを説明したい。公理の違反が生じた際に、聞き手は違反の理由を考える。すなわち、その違反にこめられた話者のメッセージ、つまり「含意」を探そうとするため、その含意が理解されるわけである。例えば、女性に年齢を聞いた時に、その女性がとつぜん「ところで、今日はとてもいい天気ですね。」などとほぐらかしたとしよう。これは、「関連性の公理」に違反した発話であるが、この違反が生じることで、聞き手はすぐにその女性がその話題には触れて欲しくない(のかもしれない)とわかる、すなわち、その公理の違反を含んだ発言に込められた含意を汲み取ることができるわけである。また商標の例で言えば、例えば、「プッチンプリン」というプリンは、需要者がこの商標を見た際に、「プッチン」という様態を表す擬態語と、「プリン」という語の関連性を考える。通常、やわらかいプリンに何か紐状のものが切れたり、小さい硬いものが折れたりする時に用いるプッチンという擬態語は結びつかないので、この語には「様態の公理」、および「関連性の公理」の違反があることに気づく。そして、この「プッチン」に込められた意味を理解しようと努力し、様々な周辺情報を得た後、最終的にプリンを容器から取り出すのを容易にするために設けられた、容器の裏にある小さな突起物を折った時の音をイメージしたものだとして理解することができるのである。

では、問題の「接染」に戻るが、「接染」という語は、元来日本語の語彙には存在しない。そこで、この言語情報の受信者は、この語の「含意」を探ろうとする。そこで、「常時」や「携帯」、またはその商品のパッケージ、当該商品が売られている店舗やセクション、隣り合っている製品の情報、Web や雑誌等に掲載されている情報や、その製品名が現れている環境等、あらゆる周辺情報を基にその語の含意を理解しようと努める。こう

して、「接続」という語のうち「接」しかないために、その語が不完全であること、すなわち、量の公理に違反していること、そして同時に、「続」の代わりに「楽」という本来必要ない文字を使っていること、すなわち関連性の公理に違反していることから、その理由として「楽に」、「楽しい」という意味を接続という語の意味に付加しようとしているという意図を汲み取り、最終的に製造者側が意図した「楽に接続」、「接続して楽しい」という含意を読み取ることができるのである。

このような付加的な認知的負担を含んだプロセスを経ることが意味することは、この「接楽」という語が「非一般的」な用法であり、次節で説明する「有標」な語であるということである。通常、商標権の争いにおいては、一般的でない語は、商標として保護される傾向にあるが、本事件の判決においては、両者に観念上の相違が見られるために、類似が認められないと述べられている。観念上の相違というのは、意味上の相違とほぼ同義と考えられるが、判決文では、終局的に「常時接楽」と「携帯接楽」は、語全体としての意味が異なるために類似しないと断言していると解釈される。しかし、「接楽」の部分だけに着目した場合、両者は同義である。また、さらに重要なのは、もともと一般性の低い表現を共有しているという点である。このような、部分的な意味の類似、特に「接楽」のように高い独自性、特殊性を有する部分の類似をもって類似商標とするかどうかは、結局、語全体または語の一部のどちらを要部と看做すかということに依拠するわけであるが、このような判断は、需要者に対して統計的な調査を行っているわけでもなく、また、確固とした経験的・客観的な判断基準が存在するわけでもないため、事実認定者の直観に頼らざるを得ないという状況である。

次節以降、このような語の部分的類似を含んだ商標の類否に関する分析をより経験的・客観的に行うことを可能にする分析モデルを提案する。2.2.3節では、本節で紹介した「協調の原理」と共にその分析モデルの理論的な礎となる「有標・無標」の概念を紹介し、2.2.4節で、具体的な分析モデルを提示する。2.2.5節では、語の一部や形態素をもって類似とす

るかどうかを争った海外の参考事例として、アメリカでの McSleep Inns という商標における Mc- という接頭辞の使用をめぐる事件を比較検討することとする。そして、日本での事件の中から、語の一部の使用をめぐって争った事件の例として、著名なフランチャイズ・チェーンである「小僧寿し」という称呼の一部が一致する「小僧」という登録商標が類似するかが争われた「小僧寿し」事件を 2.2.6 節で扱う。

2.2.3 有標・無標

さてここで、言語学上、非常に有益、かつ重要な「有標 (marked)」と「無標 (unmarked)」という概念に関して、簡単に説明をしておきたい。もともと有標・無標の区別は、一定の特性に関し、その特性を持つものが「有標」、持たないものが「無標」というところにある。すなわち、その特性を「標 (しるし: mark)」と解せば、その標がないものは無標、あれば有標というわけである。そこから発展し、「無標」な事物は、ある特性や特殊性がないわけであるから、「一般的 (general)」、「標準 (standard)」、「中立的 (neutral)」、または「デフォルト (default)」なものを指す。一方、「有標 (marked)」な事物は、その逆のことで、「非一般的 (non-general)」、「非標準的 (non-standard)」、「特殊 (idiosyncratic)」、または「特定の (specific)」なものを指す。例えば、とある野球部ではスポーツ刈りが標準の髪型だった場合、スポーツ刈りの部員達は標準なわけであるから、無標な存在であるが、長髪の部員は、非標準的であるから、有標な存在である。同様に、ことばに関する例から考えてみると、人に身長を聞くときに「背の高さはどれくらいですか?」と聞くのは、身長の高い人にも低い人にも聞ける。その意味で一般的で、中立的な聞き方であるから、無標な聞き方である。これに対し、「背の低さはどれくらいですか?」と聞くのは、非中立的、特定のであり聞き手の身長が低いことが前提になっているため、有標な聞き方である。後者は、認知的にも、前提・含意を理解する必要があり、負荷が大きい。実際、Harris (1973) の心理言語学的

研究に見られるように、このような質問の文言における有標・無標の違いが、聞き手の記憶に影響を与えたりすることが観察されている。Harrisが行った実験において、被験者達が見たバスケットボール選手の身長に関して、how tall という無標な表現を用いて質問された被験者と how short という有標な表現を用いて質問をされた被験者の間で平均10インチ（およそ30センチ）もの違いが見られた。当然、how short で質問された被験者の方が低く身長を見積もる傾向があった。このように、有標な質問をすることにより、聞き手の記憶を歪めることができるということから考えても、有標な表現は付加的な心理的、認知的負荷を聞き手に与えるということがわかる。そこで、商標の言語的分析をするにあたっては、このような有標と無標の区別を、特に認知的負荷と言う観点から捉えることで応用してみたい。

商標の要件としては、自他識別力が大変重要であるが、自他識別力は、付加的な認知的負荷を与えることによって高ぜられる。有標な語は、その使用が当該コンテキストにおいて特殊であるからこそ、その認識にあたり付加的な認知的負荷が生じる。そして、その特異性こそが、他者との識別を容易にする原理となるのである。一般的（generic）な語は、商標として認められない傾向にあるが、それは一般的な語は、付加的な認知的負荷が生じない無標なものであるため、特異性が生じず、自他識別力が低いためである。このように、この認知的負荷という観点から見た有標・無標の区別は、商標に用いられている表現の自他識別性の判断に一定の基準を与えてくれる。

では、問題の商標を観察してみたい。すでに上で説明したように、「携帯接楽」は、通常の日本語話者であれば、まず、最初のステップとして、「携」と「帯」を分離しては、意味を成さないため、「携帯」というまとまりで意味理解を行おうとする。「携帯」という語は、近年、それ自体で慣用的に「携帯電話」のことを指す場合があり、日本語の辞書の代表格である岩波書店発行・広辞苑第五版にもすでにこの語の項目に「携帯電話」という意味が掲載されているという事実から鑑みても、日本語の語彙として

確立していることに異論はあるまい。したがって、この「携帯」という部分に関しては、携帯電話を表す通常の形、用法であり、特異性は何もないため、「無標」な要素として認識、理解される。この時点で、とりあえず、意味単位のまとまりとして「携帯」と「接楽」は分離される。次に、後半の部分の理解を行おうとするが、「接」と「楽」は、それぞれの単独の形態素からだけでは意図された意味が理解できないため、「接楽」というまとまりで理解を行おうとする。しかし、この語も日本語話者の語彙には存在しないために意味をなさない。そこで、前節で論じた含意理解のメカニズムによって意図された意味が理解される。この含意理解のメカニズムは、当該表現、発話における「協調の原理の意図的な違反」によって行われるわけであり、通常表現、発話理解とは異なったエクストラな認知プロセス、文理解プロセスを要する。つまり、「接楽」という語は、「有標」な要素であると言える。したがって、「携帯接楽」という表現は、後者の部分のみが有標なのである。「常時接楽」の理解も同様のプロセスを経る。

「携帯接楽」事件の判決文で、「注意を引く」という文言が見られるが、「注意を引く」ということは、その対象に対する認知的な負荷が大きくなることであり、その結果、その対象が他の部分と識別されるということである。言い換えれば、その対象が他者との比較において特異性を有する、すなわち有標であるということである。問題の商標では、共に後半の「接楽」の部分が有標な要素である。したがって、問題商標を有標・無標の概念から捉えなおしてみると、「携帯接楽」という表現の中で需要者の「注意を引く」と部分は、後半の「接楽」という部分であると言える。

実際の「携帯接楽」事件の判決文では、原告標章「携帯接楽」の「接楽」は造語であり、この部分だけでは明確な観念を生じにくく、「携帯接楽」という語全体として需要者の注意を引く部分であるとされている。しかし、「注意を引く」部分と「理解をするために必要な」部分は必ずしも一致しない。確かに、「接楽」の意味を理解するには、語全体を考慮に入れる必要があるが、もともとすべての言語の意味理解のプロセスが、共起

する要素との前後関係、使用される状況等の、いわゆるコンテキストを理解することを必要とするわけであるから、それはこの語に限ったことではない。また、このような理由で商標の類似を否定してしまうと、結合商標を代表とした複数の意味要素からなる商標において、その一部さえ別の要素に替えれば、理解には語全体を見ることを必要とするため、非類似であるということになってしまいかねない。しかし、「注意を引く」かどうかというのは、「意味を理解するかどうか」ということではなく、先に説明したように、当該言語表現の理解を行う際に「どれだけ認知的負荷がかかっているか」ということである。このように、商標の「観念の理解に必要な部分」と「注意を引く部分」というのは、異種概念であるので、別々に捉えられる必要があるのである。

商標の類否判断において、当該商標における要部が何かということは、常に重要な要素となるが、要部が「商標の構成要素中の需要者の注意を引きやすい部分」⁷⁾と理解されるなら、本節で見たような認知的負荷の大小という観点から見た有標・無標の区別は、「需要者の注意を引きやすい部分」の分析に関して客観的・体系的な説明を可能にする。すなわち、有標な部分を要部と捉えることにより、より明確な判断基準が設定できるため、有用な分析ツールとなりうる。

以上、認知的負荷という観点からの有標・無標の区別により、商標の自己識別力を持つ要素、すなわち要部を検出する客観的基準が提供されうることを見た。次節では、この概念を応用し、アメリカで Mc- という接辞をめぐって争われた商標に関する判例を考察し、問題の「接染」という要素との類似性を論ずる。

2.2.4 米国 McSleep Inns 事件⁸⁾との比較

「接染」という表現の特殊性として、拘束形態素である「接」が、本来の「接続」という意味を連想させるというのがあった。全く同様のケースとはいえないが、類似例としてアメリカにおける Mc- という接辞をめぐ

る商標権紛争を考えてみたい。

アメリカの有名ホテル・チェーンである Quality Inns, International, Inc は、1987年秋、新しい安価なホテル・チェーンの設立を企画し、新しいブランド名として McSleep Inns という名前を打ち出し、3年間で200の新しいフランチャイズを展開する予定だった。しかし、発表の3日後、McDonald's Corporation から Quality Inns に McSleep Inns という名前は商標権の侵害であり、使用をやめるように求める文書が送られてきた。その後、両社はこの Mc- という接辞を含んだ商標の使用権をめくり訴訟に入った。実は、この裁判の数年前、McDonald's 社は New York で McBagel's というレストランを相手取って訴訟を起こし、勝訴している⁹⁾。McBagel's との訴訟において、判事は、Mc- という接頭辞と一般的な食べ物を表すことばを組み合わせた名前は McDonald's の商標権を侵害するとした。

この McSleep Inns の事件を、本論で展開されている分析法を用いて考えてみたい。McSleep Inns の Mc- という接頭辞は、スコットランド、アイルランドの人名に多く用いられる接辞(そして拘束形態素)で「～の息子」という意味を持つ。したがって、人名と共に起することが多い。McDonald's 社は、McFries や McShake などの自社の様々な商品に Mc- という接辞を用いているが、Mc- は通常、Fries や Shake などの食べ物を表す言葉と結びつかない拘束形態素であることから、需要者はこの Mc- に含意されている意味を探ろうという有標な認知プロセスが働く。そして、Mc- から McDonald's という本来の形が連想され、McDonalds 社が提供する商品であることが理解される。McSleep Inns の場合もほぼ同様に、拘束形態素 Mc- が人名と結びついていないため「関連性の違反」が生じる。したがって、そこからこの接頭辞の使用における含意が探られる。そして McDonald's という語、およびそのサービスの特性である「安い」、「手軽」、「便利」などの意味が必要者に連想される。拘束形態素のような語の一部から本来の語を連想させるという意味では、2.2.1-2.2.2節で見た、「接楽」と類似した構造、理解のメカニズムをしていると言えるだろう。そし

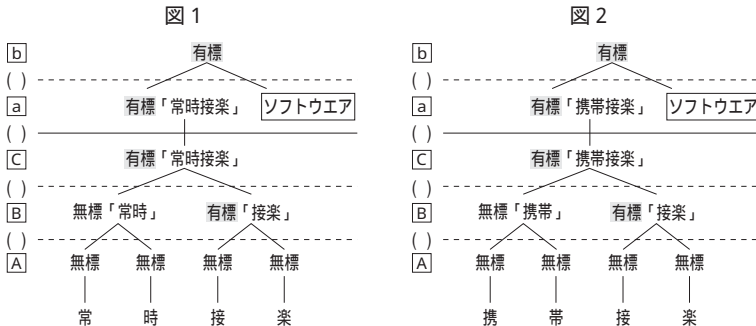
て、そのような通常よりも負荷の大きい認知プロセスを経るということは、当該表現が有標な表現であるということを示す。

ちなみに、実際の判決では、McSleep Inns の場合は、類似商標と判断され、「携帯接楽」事件の場合は非類似であると判断されている。もともと違う国、違う言語、違う法域における事例であるから、両者を直接比較することは困難と思われるかもしれないが、本論はあくまでも言語学的な議論であるから、国や法域、裁判結果は特に視野に入れない。したがって、このような比較も、商標の言語部分に関して、語の構造や認知のメカニズムを特定言語に囚われない普遍的な視点から探求できるので、その本質を解明するのに有用なのである。

次節では、ここまでの議論を基に、有標・無標の区別を中心とした商標の分析モデルを提案する。

2.2.5 分析モデル

では、前節で見た有標・無標の区別を取り入れた商標の類否の言語部分に関する分析を行うためのモデルを提示する。下の図1・図2は、前節までに観察したことを図に表したものである。



これら図は、要素動詞のつながりを表したものである。これらの例において、おおまかに[A] [C]までは形態構造の次元、[a] [b]からは語全体と

その指示対象，すなわち役務・商品との関連性を表す次元に相当すると考えていただきたい。点線ivより下のレベル[A]は，ここでは形態素同士のつながりに対応している。一語からなる語（単純語：例，テレビ，朝，etc.）は，このレベルで語が完成する。点線iiiと点線ivの間のレベル[B]は，複合語以外の語（派生語：接辞などを組み合わせて出来る語）のレベルに対応している。派生語などの複合語以外の合成語であれば，通常はこのレベルで語は完成する¹⁰⁾。また同時に，上記の例に限って言えば，意味単位はこのレベルでのまとまりとも一致している。点線iiと点線iiiの間のレベル[C]は，複合語としてのまとまりのレベルに対応し，いわゆる複合語の形態的な「一体性」はこのレベルで捉えられる。直線iiより上のレベル[a] [b]は，語全体（商標全体）とその語が差す指示対象との関連性のレベルとして捉えられ，特に点線iの下のレベル[D]では，各要素は形態的なまとまりとしての語とその指示対象，すなわち役務・商品をそれぞれ表し，iより上のレベル[B]は，それらの関連性を表す。[C]のレベルが形態構造としてのまとまりを表すと述べたが，そのまとまりが[D]のレベルにそのまま投射され，ひとつの構成要素として機能すると理解されたい。

「常時接楽」，「携帯接楽」の場合は，レベル[B]において，「接楽」という要素のみが共に有標である。つまり，この部分が「需要者の注意を引く部分」であると考えられる。なぜなら，2.2.3で説明したように，「接」と「楽」が結合することによって，付加的な認知プロセスを経るからである。「携帯接楽」事件の判決で用いられているような「一連に読み上げることが容易」というような音韻的な構造による「単位」を基準にすると，[C]より上の部分のみが対象になってしまうため，語全体のまとまりから判断をせざるをえなくなってしまう。すると語全体としては，確かに意味が違っているので観念（意味）においても，称呼（音韻構造）においても類似しないと言わざるをえなくなり，また全体が要部と判断しがちになってしまう。しかし，両商標は，「接楽」という部分に関しては全く同一の形態構造，意味構造，音韻構造を有しているわけであるが，[B]のレベルの構造を見れば

明らかなように、この部分のみが有標である。したがって、この部分こそが需要者の注意を引く部分、すなわち要部であるため、この部分に注目して類否判断の考察を行うことが重要であろう。

以上の事実を踏まえ、これらの商標の類否を考えてみると、これらの語は、同じレベルにおいて有標性を有し、かつ構造的に[A] [B]の全てのレベルにおいて類似している。さらに重要なことに、有標である要素（＝「接衆」）が、意味構造、形態構造、音韻構造のあらゆる面で同一であることに注意されたい。本事件の判決では、これらの商標は非類似とされているが、言語的には両者は非常に類似しているのである。

人間は、無意識のうちに「語の音韻構造、形態構造、意味構造は大筋一致している、均衡がある」という前提のもとに語を捉えがちになってしまう。しかし、例えば、図1-2の商標では、音韻的なまとまりが起こるレベル（＝ここではレベル[C]）と、形態的構造で有標性を有するまとまりが生じるレベル（＝ここではレベル[B]）が異なっている。このようなレベル間の構造的不均衡は、言語に関する間違っただけの前提を捨て去らなければ、なかなか認識することが困難である。しかし、商標の言語部分の正確な言語の分析には、これを認識することが不可欠なのである。

商標は、語とその指示対象との意味的関連性という観点から大きく分けると、次のように分類できるが、本論で展開された議論は、これらの区別に関しても有用な視座を提供する。

表2は、Shuy（2002）による商標の類別を基にして、筆者が構造、および語と指示対象の関連における有標・無標の区別を取り入れて作成したものであるが、表に向かって左に行くほど自他識別力が低くなり、右に行くほど自他識別力が高くなる。この分類を図1・2で提示した分析モデルとの関連から考える。ここでは、上掲1・2の図のレベル[C]までの言語構造のレベル（＝4）と、レベル[B]の語と指示対象との関連のレベル（＝5）における有標・無標の区別が重要になる。

まず、英語話者にとって「CAR」という語は、構造的にも指示対象と

表 2 . (Shuy 2002を基に, 「構造」と「指示対象との関連」における有標性の概念を付加し, 筆者が作成)

種 類	総 称 的	記 述 的	暗 示 的	恣 意 的	意 匠 的
1) 表現の性質	一般的な称呼	特性, 成分に 言及	特性, 成分を 暗示	商品との関連 性が薄い語	完全な造語
2) 呼称の例	CAR	TASTY BREAD	STRONGHOLD	APPLE	KODAK
3) 商品の種類	車	パン	ネイル関連商 品	パソコン	写真用品
4) 構造	無標	無標	無標	無標	有標
5) 指示対象との関連	無標	無標	有標	有標	有標

の関連においても, 特に理解のための努力を必要としないため, 認知的負荷がほとんどない, すなわち, 無標である。このような商標は, 自他識別力に欠けると言える。同様にパンを「TASTY BREAD」と名付けるのも, 語の構造, 語と指示対象との関連性の両方において無標である。したがって, やはり自他識別力に欠ける。一方, ネイル関連商品に「STRONG HOLD」という名称を用いるのは, 言語構造そのものは特に特異性はないため無標であるが, 指示対象との関連では, その語が指示対象そのものを指しているのではなく, その性質を“暗示”をしているわけであるから, 間接的になり, 認知的負荷が大きくなるために有標である。したがって, 自他識別力も前二者と比べて高くなる。また, パソコンを「APPLE」と呼ぶのは, 語自体は何の特異性も有しない無標なものであるが, 指示対象との関連性においては上述の「関連性の原理」に違反するため認知的負荷が大きく, したがって, 有標であり, 自他識別力も高くなる。最後に, 写真関連商品を販売する会社に「KODAK」という名称を使用するのは, まず言語構造的にこの語は明らかな造語であるから有標なものであり, 語と指示対象の関連性においても, もともと当該言語に存在しない語と関連商品を結びつけるのには付加的な認知プロセスを要するために有標である。実際の商標の類否の判断においても, Shuy によれば一般的に後の三者が

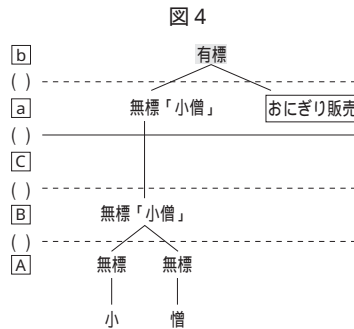
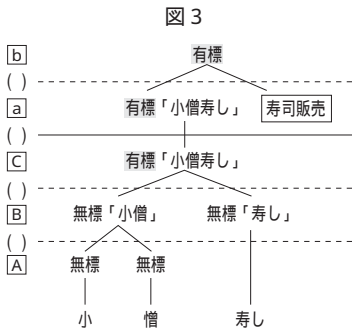
自他識別力を有するとされることから、ここで提示された語構造、および語と指示対象との関連における有標・無標の区別が正しい方向性を示していることは明白である。また、この有標・無標の区別に基づいた類別は、Shuy による表 2 の 1 - 3 で示されたような既存のモデルよりも単純、かつ明確な基準を持って類別や判別が可能であるというところに利点がある。

2.2.6. 「小僧寿し事件」¹¹⁾との比較

本節では、前節で提示された分析モデルを用いて、「小僧寿し事件」を振り返ってみる。この事件においては、持ち帰りのおにぎりを「小僧」という登録商標の下に販売していた商標権者と、持ち帰り寿司を販売している著名なフランチャイズ・チェーンの「小僧寿し」の商標が類似するかどうかという点が争われた。この事件と、本稿で中心に扱っている「接楽」をめぐる事件とは、語の一部の使用をめぐった争いであるという点で類似している。しかし、本論で展開されてきた判別法を用いると、これらの商標の言語上の性質の違いが明らかになる。

では、2.2.5 節で提示されたモデルを用いて、「小僧寿し」と「小僧」とを比較してみたい。

各レベルでのまとまりが意味するものと文法部門の関係は図 1 - 2 の場合と同様である。まず、両者のレベル [B] に示されるように、「小僧寿し」



という呼称は、「小僧」と「寿し」という二つの意味単位に分けられると
 いうことに関しては異論はないだろう。「小僧」を「小」と「僧」に分離
 した場合、もはやこの事件の判決文に示されている「少年、商家で使われ
 ている年少の男子店員」という意味を担うことはできない。加えて、広辞
 苑を代表とする一般の国語辞書の全てに「小僧」という語が記載されてい
 ることから明らかなように、「小僧」という語が一つの意味単位を構成
 していることは疑いないだろう。「小僧」という語は一般的な語であり、
 特に認知的負荷は大きくない、すなわち無標であると言える。同様に「寿
 し」という語も、通常の語であり、特に認知的負荷がないため、無標な語
 であることがわかる。「携帯接楽」や「常時接楽」が「無標 + 有標」な語
 の組み合わせであるが故に、レベル[C]でも「有標」な結合となっていたの
 に対し、「小僧寿し」は、レベル[B]では、「小僧」と「寿し」のそれぞれの
 要素が無標であったが、それらが、レベル[C]で「小僧寿し」という語にな
 ることによって有標なものとなる。なぜなら、「小僧」と「寿し」の関連
 性が薄いからである。「小僧」の「寿し」というのは、ただの寿司ではなく
 小僧と何らかの関連を持った寿司だということになるが、常識的な世界
 において、寿司は成人男性である職人が握るものであるから、「小僧」と
 の関連性は特殊だということになる。すなわち関連性の違反が生じるため、
 需要者は含意を探り、認知的負荷が大きくなるのである。したがって、
 「小僧寿し」は、「小僧」と「寿し」が組み合わせられて、すなわちレベル[C]
 に入って初めて有標な言語使用となり、自他識別力が高くなる。したがっ
 て、この点でも語の一部だけで、すなわちレベル[B]で有標な「接楽」とは
 異なるのである。次に「小僧寿し」は、構造のレベル、すなわちレベル[C]
 ですでに有標であるのに対し、商標「小僧」はレベル[B]、すなわち、語と
 指示対象の関係のレベルに入るまで有標にならない。また、「小僧寿し」
 は、語の構造自体が有標で、上掲の表2の分類で言うところの「意匠的」
 な商標であり、一般性が低い。一方、「小僧」の場合は、一般的な語であ
 り、言語構造自体はそれほど特殊性を有さず、図4の[A] [a]の全てのレベ

ルにおいて無標な語である。しかし、その指示対象、すなわち役務・商品との結びつく時点、すなわちレベル④で有標性が生じる。なぜなら、持ち帰り用のおにぎりと「小僧」という語の関連性から考えると、本来「小僧」と「おにぎり」は関係が深いとは言えず、したがって、「関連性の公理」に違反し、認知的負荷が大きくなる。これは、上掲の表2でいうところの「恣意的」な商標に分類されるもので、やはり一般性が低い。一般性が低いものは、識別機能が高いということにもつながる。このように、「小僧」と言う商標の場合、「小僧寿し」の場合と異なり、「小僧」という語だけで自他識別力が高くなるのである。

では、これらの例を従来の要部という概念で捉えなおしてみたい。例えば、従来の要部という概念だと、「小僧寿し」も「小僧」も、語全体が要部となってしまう。これは、ちょうど上掲の図の語全体と指示対象との結びつき、すなわちレベル④の傘の頂点の部分あただが、ここだけ見た限りでは両者は有標性を有しているわけであるから、両者の違いは今ひとつはっきりしない。従来の商標の分析方法で見ているのはこの部分であり、これでは、これらの商標の違いを十分に明確に表せ切れないように思われる。しかし、両者とも語全体が要部であるとしても、レベル④で比べて見ればわかるように、「小僧寿し」という商標の場合は、言語構造自体が有標なものであり、すでに④のレベルに入った時点で、有標な構造をしているのである。一方、「小僧」という商標は、レベル④を見れば明らかのように、構造自体は全く一般的、すなわち無標なものである。したがって、レベル④に入っても、その構造自体は無標のままであるが、その指示対象である役務・商品と結びついて段階、すなわちレベル④で初めて有標なものとなる。このように、言語構造を有標・無標という基準を導入し、上述のような方法で要部という概念を捉えることにより、これらの商標の違いが明確に捉え得るのである¹²⁾。

以上、本稿の議論では、大きく語構造、および語構造と指示対象の役務・商品との結びつきのレベルだけに分けて議論を行っているが、実際に

はもっと多元性を認めるべきであろう。例えば、先日、岐阜県で、ふぐ料理店で「関西」という店を見かけたが、この名称の場合、語と指示対象との結びつきにおける有標性もさることながら、「関西」という名称を岐阜県という「地域」で用いることで、上述の含意理解のメカニズム、「質の違反」が生じ、関西風の調理法等を用いることを連想させるという点で認知的負荷が高じる訳であるから、その面でも有標な結びつきが生じている訳である。上掲の図1-2のモデルで考えると、前者の「関西」という語と「ふぐ料理」を結びつけるレベルは、語と指示対象のレベルであるから、レベル[a] [b]でその有標性が捉えられるが、後者の次元は上のモデルでは捉えられない。したがって、レベル[a] [b]と平行して存在する次元を考える必要がある。また、他にも商標を用いる環境を、必要に応じてさまざまな次元で捉えていくが必要になるであろう。このような結びつきの多元性を認識し、有標性を考えていくことで、本モデルの精度をさらに高め、広範な事例に応用することが可能になるだろう。他にどのような次元が存在するかに関しては、今後の課題としたい。

2.3 語の一体性：「語」とは何か

2.1.1 に示した「携帯接楽」事件の判決文の中でも、「一体的な造語」、および「一連に読み上げることが容易」などという、語のまとまり、すなわち「語」という単位に言及した表現が見受けられる。また、商標法上の「結合商標」は、二つ以上の図形や「語」から構成される商標とされるが、ここでも「語」という単位が問題になっている。このように、商標における言語分析では、「語」という単位が重要な役割を担っている。しかし、この「語」という単位は、じつはかなりファジーなものであり、定義が難しい。特に、本論で扱っている商標に用いられているような Sino-Japanese と呼ばれる語彙を含んだ複合語は、「語」という単位から考えると、実に複雑な構造をしている。本節では、この「語」という概念を再考

する。

「携帯接楽」事件の判決文では、「一連に読み上げることが容易」といった音韻構造に基づいた基準が「一体性」、すなわち「全体で一語であること」の論拠の一部とされている。この基準が一体どのような意味で述べられているのかは定かではないが、実は、音韻構造的な根拠は、Sino-Japanese を含んだ複合語の場合、場合によっては不適切なものとなるため注意しなければならない。例えば、以下の 3a や 3c の表現は、全て二語からなる複合語であるが、一見、これらは同様の構造を持っているにもかかわらず、音韻構造的には、3c の複合語のみが一体性を有し、3a や 3b の複合語は一体性を有していない。以下の文を比較されたい。

3a. 全国漫遊（ぜんこく・まんゆう 高低低低・低高高高）

3b. 準備完了（じゅんび・かんりょう 高低低・低高高高）

3c. 健康診断（けんこう・しんだん 低高高高・高低低低）

日本語の音韻構造の一般的原則では、一語は「ひとつつながりのハイトーン・ピーク（高い音調）」を持つ¹³⁾。3c は典型的な例で、網掛けで示された部分がひとつつながりのハイトーン・ピークを示している。したがって、3c は音韻的に一語である（＝一体性を有している）と言える。しかし、3a、および 3b は、網掛けの部分が二箇所あるので、二つのハイトーン・ピークが存在することを示す。すなわち、音声的基準では二語なのである。しかし、これらのどの表現も、形態構造的には、複合語と分類されるので一語である。音韻構造と形態構造に「語」という単位の不均衡が存在するのである。しかも、Sino-Japanese の語彙には、このような例が豊富に存在する。（例、前首相 [ぜん・しゅしょう], 旧領事館「きゅう・りょうじかん」, etc.）したがって、音韻構造のみを基準に語の一体性を判断するのはあまり適切でない。

3 で見た複合語は、さらなる文法部門間の構造的な不均衡を含んでいる。次の例を比較されたい。

- 4a. * [この広い全国] 漫遊 (cf. [この広い全国] を漫遊する)
- 4b. [出発の準備] 完了 (cf. [出発の準備] が完了する)
- 4c. * [最近不調気味の健康] 診断 (cf. [最近不調気味の健康] を診断する / してもらう)

ここでは、それぞれの複合語の前半部分だけを修飾語を使って修飾しようとしている。すると、4aと4bは、不適格になってしまう。世界中の様々な言語に共通する一般的な言語の原則として、語の内部要素のみを修飾するのは不可能であるというのがある¹⁴⁾。これは、それほど不思議な原則ではない。3aであれば「全国漫遊」、4cであれば「健康診断」という複合語全体が一つの名詞として機能している。文の要素としては、名詞という単位はそれ以上不可分であり、したがって、その名詞の一部である「全国」や「健康」という要素は、それ自体で独立して名詞として機能しているわけではないため、修飾語によって修飾され得ないのである¹⁵⁾。では、4bはどうであろうか。語の内部要素のみを修飾するのは不可能であるという原則に違反しているにもかかわらず、全く適格な文である。しかし、実はこの現象は、先ほどの原則の違反をしているわけではなく、4bの「準備」という要素が、形態的には複合語の一部であるにもかかわらず、文構造 (= 統語構造) 的には一人前の独立した名詞として機能していることを示す。すなわち、統語的には「準備」と「完了」は二語でありつつも、形態的には一語なのである。このように、4bでは、統語構造と形態構造における「語」という単位、機能において不均衡が生じているわけである。

ところで、ここまで、3a-cの複合語は形態的に一語だと述べてきたが、その根拠は提示していなかった。そこで、これらの複合語が形態的に一語、すなわち複合語である根拠を説明したい。

- 5a. * 全国ゆっくりと漫遊 (cf. 全国をゆっくりと漫遊する)
- 5b. * 準備すでに完了 (cf. 準備がすでに完了する)
- 5c. * 健康じっくりと診断 (cf. 健康をじっくりと診断する)

5a-c において、それぞれの複合語は、その第一要素（＝複合語の先に来る要素）と第二要素の間に、副詞的表現を取り込んでいる。通常、形態的に結びついた要素は、統語的な要素の介入を許さない¹⁶⁾。これは当然の現象である。なぜなら、基本的に、統語構造では、形態構造で一つのまとまりにされた語と語の関係を扱う。例えば、「私は小学校に行く。」という文を考えていただきたい。この文の「小学校」という語は、分解された形で文の中に現れることはない。「小私は学に行校行く」などという形で現れれば、完全に不適格な文である。このように、形態的に一つにまとまったもの（形態的に一語）が、統語構造における最小単位となるのである。したがって、その統語的最小単位（5a-c では複合語）に別の統語的最小単位（副詞）が分け入るということは当然不可能である。原子という比喻を用いるなら、ある原子の内部に別の原子が入り込んで行くようなものである。この原則は、「形態的緊密性」と呼ばれ、世界の言語に共通の現象であり、形態構造的な「一体性」を主張する大きな根拠とされている。上の 5a-c の複合語は、全て別の統語要素（＝副詞）の介入を許さないことから、形態的に一語であることが証明される。

では、ここまでの観察を以下の表に簡単にまとめる。

表 3 . 三種類の複合語

	音韻的	形態的	統語的
(i) 全国漫遊	2 語	1 語	1 語
(ii) 準備完了	2 語	1 語	2 語
(iii) 健康診断	1 語	1 語	1 語

このように、日本語では、問題の語のような 2 つの Sino-Japanese の語彙からなる複合語には三種類ある¹⁷⁾。何をもって一体的と言うかは、どの文法部門において「語」であるかによる。「携帯接楽」事件の判決文中で、「一連に読み上げることが容易」という基準が挙げられているが、一連に読み上げることが容易な理由は、「携帯接楽 [けいたいせつらく] (低

高高高・高低低低)」と「常時接楽」[じょうじせつらく](低高高・高低低低)」は共に、ハイトーン・ピークを一つしか持たない、音韻的に一語の複合語だからである。そして、これらは共に、上記の表で言う(iii)の種類
の複合語に属する。音韻的に一語の複合語は、自動的に形態部門、統語部門等の他の文法部門でも一語であるので、あらゆる面で「一体性」がある
と言える。その意味で、裁判所の分析と言語学の分析は一致している。ただし、上でも述べたように、この「一連に読み上げることが容易」という
基準はいまひとつ明確でない。そこで、この「ひとつながりのハイトーン・ピーク」という概念で説明すれば、その基準はより明確になるだろう。
しかし、音韻的な基準だけでは、(i)や(iii)の種類に属する複合語を議論する際には問題が生じるということも見た。したがって、他の文法部門における
構造も考慮に入れなければならない。しかし、共通して言えるのは、どの複合語も、複合語である以上、最終的には形態的に必ずひとつのまとまりを成している、すなわち一体性があるということである。表現の形態的
一体性のテストに関しては、5で示したような形態的緊密性という基準が有効であろう。言語学的分析は、このように我々の言語に対する直観に客
観性を持った検証手段を提供することができるのである。

本節では、日本語の Sino-Japanese を用いた複合語は、文法部門間の構造的
不均衡を有するものが存在するため、「一体性」という概念が一筋縄では説明がつかないということを例示し、複合語の音韻的一体性に関する
言語学の知見の応用方法、および形態構造的な一体性を検証する手段の一端を紹介したが、他に商標の類否判断に関するどのような基準にどのような
言語学の分析手法が活用できるかについては、今後の課題としたい。

3. 結 語

以上、株式会社エス・エス・アイ・トリスターとソースネクスト株式会
社間の商標の類否をめぐる争いを基に、両社の商標の言語にかかわる部

分のみに着目して言語学的分析を行った。本論で示した例はごくわずかであったが、言語学的分析の一端をご覧いただけただのではないかと思う。2.2.1-2.2.6で議論されたように、商標における有標・無標の区別は、少なくとも形態素の組み合わせ、語の組み合わせ、語と指示対象との関連性の3つの側面において観察する必要があるが、本論で提示されたモデルはこれらを適格に捉え、当該商標の言語的性質・特質を客観的、かつ体系的に明らかにすることを可能にする。また、商標の要部の判別、および語の一体性に関し、より客観的・経験的基準に基づいた基準や検証方法を提示した。無論、本論での分析や分析モデルは、あくまでも言語的側面にのみ焦点を当てたものであり、言語的同一性・相違が、全体的な観察から行われる裁判所による最終的な類似・非類似の判断と必ずしも一致するわけではない。実際、「常時接楽」と「携帯接楽7」、および「小僧寿し」と「小僧」の商標権をめぐる訴訟の場合、前者のペアには言語構造的な差異が存在せず、後者のペアには存在したが、両事件とも裁判所は非類似と判断した。実際の商標の類否判断においては、「商標が使用される商品・役務の需要者層および取引の実情を考慮し、同一または類似の商品・役務に使用されれば、需要者の通常有する注意力を基準として、その商品・役務の出所について混同を生じさせる場合」¹⁸⁾に類似していると判断されるため、本論で触れた語の構造や要部観察のような部分的観察、個別特徴の観察だけでなく、当該商標の全体的・総合的な観察が必要とされる。しかし、このような言語学的分析が、今後の商標の類否判断をめぐる議論におけることばに関する部分の分析や基準の設定の際に多少なりとも新しい視座を与えるならば、このような試みを行うのは決して無益なことではないだろう。また、言語使用を研究対象とする言語学にとっても、商標は言語に関する部分に関しては、言語使用そのものであり、かつ豊富なデータを提供してくれるわけであるから、有益な研究対象である。このように商標は、社会科学と人文科学及び自然科学¹⁹⁾の接点、法と言語科学の接点を提供する。学際性が重視される今日の学問の風潮において、相互の分野の発展の

ためにも、このような試みの有益性は明白であろう。

アメリカ、イギリス、オーストラリアを中心とした世界中の様々な国々で、ことばに関わる証拠や争点をめぐって言語学者が専門家証人や鑑定人として証言を行うことや、それらの分析に協力することが多々見られるようになってきた²⁰⁾。このような言語学の分析手法の司法への応用を扱う分野は、言語学の分野の中でも、特に「法言語学」(Forensic Linguistics)と呼ばれる。この分野は、海外においては近年隆盛を見せているが、日本では残念ながらまだまだ認知度の低い分野である。日本では言語学者による鑑定、いわゆる言語学鑑定を用いた裁判は非常にまれ²¹⁾であり、音声学、方言学以外を専門とする言語学者が携わるケースは皆無である。このような実情には、さまざまな事情が起因しているであろうが、やはり、言語学、およびその分析手法自体の認知度の低さがもっとも大きな原因であろう。その認知度の低さが基で、二つの誤解が生じる。一つ目の誤解は、大抵の裁判においては、通常人としての認識が必要とされるのであるから、言語学分析のような専門的知見は必要ないと言うもの、二つ目は、ことばはわれわれに身近なものであり、自己の使用、および学校教育での学習を通して培った直観や知識で十分にその性質を判断し得るものであるから、わざわざ言語学の専門家による分析は必要ないというものである。

一つ目の誤解は、商標の問題にも言える。商標の類否判断において重要なのは、「通常人である需要者」が類似した商標に接した際に出所の混同を含め、どう認識するかということである。したがって、言語学分析は専門的な分析であり、通常人の認識の域を超えるために、商標権の類否判断においては必要ないと思われるかもしれない。しかし、言語学的分析は、上で見たように、多くの場合において(例えば、当該表現の文法性・適格性の判断)、専門家の言語直観ではなく、通常人の言語直観を必要とするものであり、その意味で通常人の認識の枠を超えるものではない。言語学的分析は、その直観を利用して、体系的な基準を作るための術を提供するのである。二つ目の誤解は、言語学という学問そのものの誤解から生じる

ものである。言語学の分析は、人々の言語に対する直観に経験的実証手段、客観的検証の手段を与えるものである。例えば、複合語の「一体性」に関して、直観的に「一体性」は感じ取れたとしても、これを証明するのは言語学を学んだ者以外には決して容易ではないだろう。司法判断を行うにあたっての客観的な証明の重要性はあえて言うまでもない。そのような客観的検証方法が確立されることにより、商標の言語にまつわる部分に関する司法判断の安定性、明確性、そして予測可能性が確保・保障される。また、言語理論、分析法は20世紀後半に飛躍的發展を遂げたが、残念ながらその成果は学校教育にはほとんど反映されていない。訴訟当事者にしろ、法曹にしろ、学校教育以上の言語教育を有していない者がほとんどであるわけであるから、その意味では、それらの人々が言語を分析し、その性質を判断するのに十分な知識、技能を有しているかは疑問が残る。したがって、現在の言語学の知見を取り入れることは、やはり無益ではないのである。

さらに、音声分析以外の言語分析の場合は、物理学、医学、化学等の分析とは異なり、大抵特殊な実験装置も必要なく、また結果に関しても専門的知識を持たない通常人でも十分に理解・検証が可能である。したがって、やり方さえ学べば、通常人であるわれわれも自ら手軽に利用できる。また、専門家による鑑定には常に虚偽の分析によって事実認定者が歪曲された事実を信用させられ、あやまった判断に導かれるという危険性がどこかに潜むが、言語学的分析の場合は、事実認定者本人による検証可能性も高い、すなわち、他者による分析結果をかなりの程度まで自分自身で検証できるため、そのような危険性が低くなる。このように、言語学の知見は、学際的研究の促進、客観的検証手段の提供に貢献し、ひいては司法判断の安定性、明確性、および予測可能性の向上にも資する可能性を秘めている。

最後に、マクロ社会言語学的観点から言うと、商標権は、ある特定の言語表現の使用(権)の独占である。そして、商標法や不正競争防止法は、法律や裁判所の判断を通して、一種の独立した「言語政策」を作り出していると言える。言語政策とは、権威集団による言語使用に関する制限のこと

である。例えば、国家による公用語の決定、標準使用文字の設定、学校教育において学習する語彙の決定はその代表的な例である。一般的に、言語政策が打ち出されると、その反対者によって異議が唱えられる。言語は、使用者のアイデンティティの一部であるからである。同様に、商標も使用者のアイデンティティを成すものである。しかし、法がその使用を制限・認可するのは、時としてその表現の一般的使用者の自由を奪うことにもなりかねない。(例、「阪神優勝」という表現の使用の問題)特に、接辞などの「造語力」(=他の語や形態素と結合することにより新しい語を作る能力)が高い要素の使用に制限がかかると、その要素を用いて作られる様々な他の語に制限をかけてしまうため、特に注意が必要である。法の力は甚大であり、ある言語表現の法による保護は、時に言語使用権の濫用の問題にもつながりかねない。したがって、商標に関する司法判断は常に言語権の問題と関わる訳であるから、商標権者、訴訟当事者の利益の保護はもちろんのこと、一般の言語使用権とのバランスを保つ必要がある。そのためにも明確な基準の設定はもちろんのこと、それらのバランスを考えた慎重な判断が重要なのである。

- 1) 本稿は、文部科学省科学研究費補助金・若手研究B(研究課題名:「裁判と言語の諸相」[課題番号:14710384])の助成金に基づいた研究調査の一環として書かれたものである。なお、本稿の執筆に際して、高崎経済大学の大河原真美教授より、大変有益なコメントをいただいた。また、実験結果の統計処理に関しては、立命館大学文学部の朝尾幸次郎教授よりご助言をいただいた。ここに改めて感謝の意を表したい。
- 2) 東京地判平成16年1月28日知的財産権判例速報 <http://courtdomino2.courts.go.jp/chizai.nsf/Listview01/4B4000779EB967BF49256E2900273C59/?OpenDocument>
- 3) 本論で標識法という用語を用いる場合、商標法、不正競争防止法等、商標に関連する様々な法律を含むこととする。
- 4) 物理現象を記述するのに規則を用いるが、その規則が物理現象そのものではないのと同様に、文法は現象、そして心理的実在であり、規則によって記述されるが、規則そのものが文法であるわけではない。
- 5) 言語学では、当該表現の特性を明らかにするために、このように適格な文と不適格な文を比較対照するという方法をしばしば用いる。このような方法を用いた検証は、一見簡単で当たり前のことのようにだが、実際には訓練を受けていないとなかなか思いつくことさえできないのではないだろうか。

- 6) この例文は、実際の学生達の間で行われた会話の中で、非常に小さなラジコンのおもちゃのコントローラの使い方に関しての発言の一部分を抜粋したものである。
- 7) 角田・辰巳（2000：P. 187）
- 8) 695 F. Supp. 198 (1988)
- 9) 649 F. Supp. 1268 (1986)
- 10) 例えば、後述する「小僧」という語は、複合語ではないため、このレベルで語が完成し、収束する。より具体的な分析に関しては、図4を参照。
- 11) 最判平成09年03月11日最高裁判所民事判例集第51巻3号1055頁
- 12) 「小僧寿し」事件における最高裁の判決も、分析法は異なるものの、これらの商標の類否の判断において、同様の見解を示している。すなわち、これらの商標は類似していないと判断している。
- 13) この基準は、Shibatani & Kageyama (1989) で用いられたものである。一般的に、日本語の複合語は、第一要素の第1モーラ目は低いピッチ、第2モーラ以降第二要素の第一モーラまで高いピッチ、そして第二要素の第二モーラ以降でまた低いピッチで発音される。例えば、祇園祭（ぎおんまつり）は「低高高・高低低」というピッチの構成になる。アクセント（強勢）は、第二要素の第1モーラ目におかれる。日本語の複合語の詳しいアクセント分析に関しては、Kubozono. (1987: Chapter 2) を参照。
- 14) Mithun (1984), Shibatani & Kageyama (1989), 影山（1993）
- 15) よりわかりやすくするために、数式に置き換えてみる。例えば、 $(3 - 2) \times 4$ という式において、括弧内の要素に働きかけるような計算、 2×4 という計算は許されない。 $(3 - 2)$ が一つの名詞で、3と2が複合語内部のそれぞれの要素、4が形容詞だとすれば、なぜ複合語内部の要素である2に4が作用できないかがわかるだろう。
- 16) Shibatani & Kageyama (1989), 影山（1993）
- 17) この分析は、Hotta (1999) を基にしている。
- 18) 角田・辰巳（2000：P. 186）
- 19) 言語は音声と言う物理的实在であり、意味を理解する仕組みは能の働きそのものであることから、近年のパラダイムでは、言語学は生体科学、自然科学と捉える考え方が主流である。
- 20) どのような裁判でどのような言語学的分析が行われているかについては、Levi (1994), Tiersma (1993), Eads (1994) を参照。
- 21) 東京地判平成2年7月26日判例時報1358号151頁。この事件の判決文において、「言語学鑑定は、アクセント、音韻、語法、語いなどの言語上の特徴点を比較して話者の出身や話者の同一性を鑑定するものであるが、従来、裁判例のない分野であり、証拠能力、証明力ともに初めての判断である。（下線は筆者による。）」と述べられている。この事件で用いられた言語学鑑定は、方言学を用いた人物特定という点で、本稿で扱われた分析とは趣旨を異にするが、言語学鑑定自体の利用のまれさは、判決文に書かれた文言から端的に示されていると言えよう。判例データベースによる検索の結果も、「言語学鑑定」に関連した事件は、上述の事件を含めて、わずか二件である。

参考文献

- Eads, Diana 1994. Forensic Linguistics in Australia: an overview. *The International Journal of Forensic Linguistics* 1: 2, pp. 113-132.
- Grice, H. Paul 1975. Logic and conversation. In Cole, P., and J. L. Morgan, eds. *Speech Acts*. pp. 41-58, New York: Academic Press.
- Harris, Richard. J. 1973. Answering questions containing marked and unmarked adjectives and adverbs. *Journal of Experimental Psychology*. 97, 399-401.
- Hotta, Syūgo 1999. Multi-dimensional Word Formation in Japanese. Doctoral Dissertation, the University of Chicago.
- 影山太郎 1993. 『文法と語形成』東京 ひつじ書房。
- Kubozono, Haruo 1987. The Organization of Japanese Prosody. Ph. D. dissertation, University of Edinburgh.
- Levi, Judith N. 1994. Language as Evidence: The Linguist as Expert Witness in North American Courts. *Forensic Linguistics: The International Journal of Speech, Language, and the Law* 1: 1, pp. 1-26.
- Mithun, Marianne 1984. The Evolution of Noun Incorporation. *Language* 60, 847-93.
- Shibatani, Masayoshi and Taro Kageyama 1989. Word Formation in a Modular Theory of Grammar: Postsyntactic Compounds in Japanese. *Language* 64, 451-484.
- Shuy, Roger 2002. *Linguistic Battles in Trademark Disputes*. New York: Palgrave.
- Tiersma, Peter M. 1993 The Judge as Linguist. *Loyola of Los Angeles Law Review* 27, pp. 269-283.
- 角田政芳, 辰巳直彦 2000. 『知的財産法』東京 有斐閣。
- Vance, Timothy J. 1987. *An Introduction to Japanese Phonology*. Albany: SUNY Press.