

力士の四股名と商標権 —著名性の客観的な判断基準に関する考察—

企画調査課 商標動向係・人材育成係 宮川 元¹⁾

抄録

商標法において「著名性」は重要な概念である。そこで本稿では、力士の四股名を例にとり、著名性の客観的な判断基準について考察する。

1. はじめに

知的財産権に関連する法律による著名な名称の保護の現状としては、著名な商品等表示(商標を含む)を保護する不正競争防止法や、著名商標を保護する商標法などが挙げられる。商標法に基づく保護については、登録主義のもと防護標章登録を受けることにより、著名商標の保護を図ることができるほか、未登録の著名商標についても、商標登録出願の不登録事由を定めた商標法第4条第1項第15号により保護される可能性がある。

不正競争防止法に基づく保護については、同法第2条第1項第2号で不正競争として著名表示冒用行為が規定されている。行為態様としては、フリーライド(ただ乗り)、ダイリューション(稀釈化)、ポリューション(汚染)が挙げられる。

具体的な事例として、平成4年(ワ)19111号(いわゆるスナックシャネル事件)では、中目黒近くのガード下のスナックの営業表示として、著名な服飾ブランドと同一又は類似の「シャネル」を用いることが不正競争行為とされた。

同法第2条第1項第2号における著名性の客観的な判断基準を考えるにあたり参考となる事例が、平

成13(ワ)967号(いわゆる呉青山学院事件)である。この事例では、原告側が著名性を立証するために、学校や在校生に対して実施したイメージに関するアンケート調査、入学者が全国から集まっている点、卒業生の進路の多様性、全国規模で広報活動を行っている点を挙げている。一方、被告側は、偏差値や国家試験の合格者数の他大学との比較データを用いて反証している。

裁判所は原告側の主張を認め、原告商標が著名であると判示した。こうした事例において証拠資料としてアンケート調査の結果などを用いる場合は、客観的なデータ収集の手法を用いること、データ解析に恣意的な判断が入らないようにすることなどが求められる。(例として「Toys "R" Us, Inc. v. Canarsie Kiddie Shop, Inc.」 March 17, 1983が挙げられる。)一方、呉青山学院事件では著名性を否定する主張としては認められていないが、被告側が主張している偏差値や国家試験の合格者数の他大学との比較は、恣意的な判断が介在しない客観的な数値データであると考えられる。判決文において、こうした要素は「(中略)これらの点が著名性を基礎付ける要素のひとつとなるとしても、これらは著名性の必須の要件ではなく……」と判示されているが、「必須の要件」

1) 本稿は筆者個人の考えを述べるものであり、筆者が所属する組織の考えを示すものではないこと、また本稿における見解及び内容に関する誤りは、全て筆者の責任であることを申し添える。

とは何かについては事例毎に異なる。この点について客観的な判断を下すためには事例の蓄積を待たなければならない。

こうした著名性の判断について一定の客観的な判断基準が存在すれば、著名な名称の保護を求める者の予見可能性向上に寄与し、適切に著名な名称の保護が図られると思慮する。そこで本稿では、力士の四股名を例にとり、商標法の観点から力士の四股名の適切な保護のあり方を検討し、著名性の客観的な判断基準について考察することで、今後の著名性の判断基準の活発な議論に向けて一石を投じたい。

2. 力士の四股名を取り巻く環境

(1) スポーツの世界における登録名

スポーツの世界においては、競技大会における選手の識別や記録の一貫性を保つ目的から、統括団体に名前を登録することが多い。例えば、日本のプロ野球では、多くの選手が自分の本名を日本野球機構に登録する一方で、「イチロー」や「パンチ佐藤」のように、本名以外の表記を登録することもある。

相撲の世界でも、各力士は公益財団法人日本相撲協会（以下、「日本相撲協会」という）に「四股名」に登録する。例えば「魁皇」のように本名とは別の名前を登録する力士が多いが、2013年に引退した「垣添」は、入門から引退まで本名である「垣添」の四股名で土俵に上がっていた。

また、力士が引退した後、親方として日本相撲協会に残る場合は、「年寄名跡」を取得することが必要となるが、年寄名跡は四股名と異なり誰でも取得できるものではない。現役時代、関取として長く土俵をつとめた力士については、年寄名跡を取得することができ、年寄名跡を取得した者は、親方として相撲部屋を継承したり、自分の相撲部屋を興すことができる。例として、九重（元横綱千代の富士）、尾車（元大関琴風）、片男波（元関脇玉春日）などがある。年寄名跡は代々受け継がれるものである。

また、現役時代、横綱として優勝回数を重ね、名実共に相撲界を代表する力士については、「一代年寄」を名乗ることが認められ、現役時代の四股名をその

まま相撲部屋の名前として用いることができる。過去にこの一代年寄の資格が与えられた力士は大鵬、北の湖、千代の富士、貴乃花の4人である。このうち大鵬、北の湖、貴乃花は現役時代の四股名を冠した相撲部屋を創設した。なお、大鵬部屋については大鵬親方の定年に伴い実質的に消滅し、所属していた力士は他の部屋に移籍した。また、千代の富士については、「千代の富士部屋」は創設せず、現在は「九重」の年寄名跡を取得し九重部屋を継承している。

この一代年寄の名跡を冠した相撲部屋については、現役時代の輝かしい実績からブランドイメージが良く、知名度は全国区である。その一方で、該親方の定年に伴いその名称を名乗ることが出来なくなるため、部屋の継続性という意味では難しいところがある。

(2) 四股名と年寄名跡

四股名については、テレビで大相撲が放映されることもあり、引退後もその四股名を使って芸能界などで活動する者も多い。相撲解説やスポーツ番組のキャスターを務める、元小結の「舞の海」氏や、元大関の「KONISHIKI（小錦）」氏が有名である。引退後の四股名の使用については、所属していた相撲部屋との関係なども考慮されるようで、独特の風習や歴史による不文律が存在しているところも、相撲特有の点であると言える。

四股名はあくまで日本相撲協会に登録する「芸名」のようなものであり、明確に所有権が定まっているわけではない。それに対し、年寄名跡については、四股名と異なり「名跡証書」という形で管理され、以前は各親方が所有していたが、現在は日本相撲協会が一括で管理している。日本相撲協会は、2014

図1 日本相撲協会定款²⁾

第47条

第1項 年寄名跡は、この法人が管理するものとする。
第4項 何人も、年寄名跡の襲名及び年寄名跡を襲名する者の推薦に関して金銭等の授受をしてはならない。

2) 公益財団法人日本相撲協会ホームページ (<http://www.sumo.or.jp/pdf/kyokai/zaimu/h2601teikan.pdf>)

年1月28日に、内閣府から公益財団法人への移行の認定を受けた。この組織改革のきっかけとなったのが、力士らによる野球賭博問題などの不祥事や、年寄名跡の高額売買である。そのため、年寄名跡を協会で一括管理することが定款に記載された。

また、近年、芸能人の芸名が、本人以外の者によって商標登録出願（以下、「出願」とする。）されたり、芸能人が所属する芸能事務所が芸名にかかる商標権を取得していることに伴う移籍トラブルなどが報道されている。このように、所有権が明確に定まっている名称については、しばしばその使用をめぐるトラブルが発生し、相撲における四股名も例外ではない。

(3) 相撲の営業活動

日本相撲協会が主催する相撲の興行については、年6回（東京場所3回、大阪・名古屋・九州場所各1回）行われる本場所と、年間を通じて行われる地方巡業とがある。本場所は隔月で開催されるので、本場所の合間を縫って地方巡業が行われる。地方巡業では、本場所では見られない企画が行われる。例えば、相撲の禁じ手をわかりやすく説明する初切（しょっきり）、相撲甚句や櫓太鼓の披露、子供たちとの取り組みなどである³⁾。そうした相撲の主な収入源としては、①チケットの販売、②相撲グッズ（人形、手形、キーホルダー、飲食料品等）の販売が挙げられる。特に②相撲グッズの販売においては、ブランド力のある人気力士の四股名が商品に付されることが多い。

また、幕内力士の取組には、協賛する企業や団体から懸賞がかけられることがある。懸賞を出すと、その日の大相撲会場入場者全員に配られる取組表に印刷されるとともに、土俵上で呼び出しによって懸賞幕が掲げられ、場内放送で読み上げがある⁴⁾。人気力士同士の取組には懸賞も多くかけられ、この懸賞も大きな収入源となっている。さらに力士自身も、後援会から四股名の入った化粧まわしや祝儀を

受けることがあることから⁵⁾、力士の四股名は、相撲にかかる営業活動に大きな影響を及ぼすものである。

3. 権利の客体としての四股名

(1) 「商品等表示」としての四股名

不正競争防止法では「商品等表示」について、「人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するものをいう（不正競争防止法第2条第1項第1号）」と規定している。そして、そうした商品等表示が著名な場合、他人による商品等表示としての使用は不正競争に該当する（不正競争防止法第2条第1項第2号）。また、下記の判例では、芸名の使用は企業名の使用と共通の側面を有していると判示しており、力士の四股名で相撲の興行や引退後の芸能活動を行うことについても、経済活動の一環と捉えられると考えられる。つまり、力士と関係のない第三者が著名な四股名を商品等表示として使用する場合は、不正競争とされる可能性がある。

図2 東京地判平成9年（ワ）3024号⁶⁾

（抜粋）芸能活動は、俳優等の精神的活動としての側面を有し、芸名は、そのような精神的活動の主体を表示する機能を有する点で企業名等と異なることは否定することができないけれども、芸能活動もまた、経済的対価を得ることを目的とする経済活動の一環として行われる継続的活動の側面を有し、芸名は、そのような経済活動の主体を表示し、他から識別するという機能をも有しており、これによって経済的利益ないし価値を有するに至る場合もあるから、この点では企業名等と共通の側面を有する。

(2) 商標法の保護客体としての四股名

(i) 商標としての四股名

商標法における商標の定義については、「文字、

3) 公益財団法人日本相撲協会ホームページ (<http://www.sumo.or.jp/jungyo/timetable>)

4) 公益財団法人日本相撲協会ホームページ (<http://www.sumo.or.jp/honbasho/kensho>)

5) 力士等の所得についての詳細は、国税庁の昭和34年3月11日付直所5-4「力士等に対する課税について」通達がある。

6) 株式会社判例時報社（1998）『判例時報1639号』p.121

図形、記号若しくは立体的形状若しくはこれらの結合又はこれらと色彩との結合であって、業として商品を生産し、証明し、又は譲渡する者がその商品について使用をするもの(商標法第2条第1項第1号)と規定されている。これを力士の四股名にあてはめると、商品・役務について四股名を使用した場合に、四股名が商標として扱われる。日本相撲協会が「相撲の興行の企画・運営又は開催」をはじめとする商品・役務で商標権を取得しているように(商標登録第4171732号等)、相撲の興行や、力士の四股名を付した服飾品や土産品等の販売をしていることから、必然的に業として力士の四股名を使用する場面が出てくる。つまり、力士の四股名についても、悪意の第三者による冒認出願のリスク、善意の第三者の保有する商標権の侵害にあたらぬようにする調査コストなどを考慮する必要があると言える。

四股名は力士の人柄や相撲の取り口などが化体する客体である。これは商品名に事業者の営業努力に伴う信用が化体することと似ている。つまり四股名も、出所表示(誰の四股名か)や、品質表示(どういった個性を持つ力士か)、広告宣伝(四股名を使った経営活動)といった、商標の持つ伝統的な3機能と似た性格を有すると考えられる。

(ii) 四股名にかかる商標調査の必要性

力士の四股名を用いた事業活動を円滑に行っていくためにも、商標調査は必要不可欠である。商標権の効力とは、商標権者が指定商品又は指定役務について、登録商標の使用をする権利を専有し(商標法第25条)、また、その類似の範囲で第三者の使用を排除することができることをいう(商標法第37条第1号)。これは、出所の混同を防止し、商品・役務の取引秩序の確立・維持という商標法の目的を達成するためには、指定商品・役務について登録商標の使用をする権利の専有を認めるだけでは足りず、類似の範囲を出所混同が生じる範囲であると擬制し、かかる範囲での第三者に使用を排除し、その予備的行為についても商標権の効力を及ぼしている(商標法第37条第2号～第8号)。そのため、事業活

動を予定している商品・役務の範囲に応じて、使用予定の四股名と同一又は類似の先願先登録商標を調査する必要がある。

(iii) 人格権保護の観点からの商標法の規定

商標法では人格権の保護の規定として商標法第4条第1項第8号が規定されている。その中で、他人の著名な芸名を含む商標は不登録事由に該当する旨が定められている。なお、工業所有権法逐条解説では、芸名について「著名な」ものに限った経緯について以下のような記載がある。

図3 商標法第4条第1項第8号について⁷⁾

(抜粋)「著名な雅号、芸名若しくは筆名若しくはこれらの著名な略称」を加えたことである。その理由はこれらも氏名と同様に特定人の同一性を認識させる機能があるからであり、人格権保護の規定としてはこれらを保護することが妥当だからである。ただ、肖像あるいは戸籍簿で確定される氏名、登記簿に登録される名称と異なり、雅号等はある程度恣意的なものだからすべてを保護するのは行き過ぎなので、「著名な」ものに限ったのである。

仮に関係のない第三者によって、四股名が出願され、商標登録がなされたとする。その場合、力士の四股名が著名な芸名にあたる場合は、その商標権の効力は及ばずに芸名として使用することはできる。しかし、芸名は選択の幅が広いことから、商標権の効力の及ばない範囲は「著名な」芸名に限られており(商標法第26条第1項第1号)、その著名性が認められない場合は、商標権の効力が及ぶ。また、力士の四股名について、相撲の興行や引退後の芸能活動以外の営業活動(物品の販売など)を行う場合には、商標権の効力が及ぶこととなる。関係のない第三者による商標登録により、日本相撲協会の事業運営や、力士の四股名を用いた物品の販売活動などに支障が出る場合が想定されることから、適切な商標権の取得が必要であると言える。

7) 特許庁『工業所有権法(産業財産権法)逐条解説(第19版)』(2013) p.1287

4. 四股名に関する商標審査例

(1) 第三者による出願

(i) 出願当時、現役の力士であった四股名に関する出願について

図4 出願当時、現役の力士であった四股名に関する出願

四股名	最高位	審査結果	引退年	出願時
武蔵丸	横綱	登録査定	2003年	現役
高見盛	小結	拒絶査定	2013年	現役
十文字	前頭6	登録査定	2011年	現役

2013年に引退した「高見盛」は、取組前の所作やテレビCMへの出演など、好角家以外でも人気のある力士のひとりであった。一方、「十文字」は腰の重さが特徴の力士であり、最高位は東前頭6枚目。出願当時は現役であった。指定商品は「高見盛」の出願に係る指定商品「日本酒」と類似する同じ第33類の「清酒」を含んでいるが、「高見盛」と「十文字」では最終的な審査判断が分かれている。「高見盛」の著名性は言うまでもないが、「十文字」については好角家でないと力士の四股名と認識できない可能性も考えられる。結果として、「高見盛」については、他人の著名な芸名を含むとして、商標法第4条第1項第8号が適用された(◆(著名性の判断に関する例))。

一方、「武蔵丸」については、出願当時は現役の力士であり、「小結」として活躍していた。武蔵丸はハワイ出身で、第67代横綱に上り詰めた力士である。引退後は親方として後進の指導に当たり、2013年に年寄名跡「武蔵川」を取得し、同年4月に武蔵川部屋として独立した。当時は、商標法第4条第1項第8号が適用された「高見盛」と同じ「小結」であり、人気実力とも高いものがあったが、この出願については指定商品として「自動車並びにその部品及び附属品」が指定されていることもあり、登録となっている(◆)。

(ii) 出願当時、引退していた力士の四股名に関する出願について

(図5)の案件は、それぞれの力士の引退後に

図5 出願当時、引退していた力士の四股名に関する出願

四股名	最高位	審査結果	引退年	出願時
朝潮	大関	登録査定	1989年	引退
柏戸	横綱	登録査定	1969年	引退
若乃花	横綱	拒絶査定	2000年	引退
栃東	大関	登録査定	2007年	引退
旭富士	横綱	登録査定	1992年	引退

査定時においては、日本相撲協会に登録はされておらず、「現存」しているとは言い切れない。商標法第4条第1項第8号の商標審査基準では、本号でいう「他人」は現存している者である旨が記載されており、他人の著名な芸名を含むという商標法第4条第1項第8号を適用するためには、引退後も積極的に四股名を使用して、現存していることを示さなければならないと考えられる。実際、引退後に年寄名跡を取得して、現役時代とは異なる名称を使用する、「柏戸(鏡山親方)」、「朝潮(高砂親方)」、「栃東(玉ノ井親方)」、「旭富士(伊勢ヶ浜親方)」については、相撲の営業活動となじみの深い「飲食物の提供」や、「白酒」などを指定商品・指定役務としているが、商標法第4条第1項第8号は適用されずに登録となっている。

また、「若乃花」については、「過去に複数の力士によって受け継がれている伝統のある四股名(中略)正当な権限を有する者とも解し難い出願人が、本願商標を自己の商標として採択し、権利取得して使用することは、健全な競争秩序の法目的に反し、穏当ではありません。(拒絶理由通知より抜粋)」として、商標法第4条第1項第7号が適用されている。「若乃花」については計3代にわたって使用されており、特定の者の芸名として特定できないことから、このような判断がなされていると考えられる。

(2) 本人及び本人の承諾を得た出願

図6 本人の承諾を得た出願

四股名	最高位	審査結果	引退年	出願時
千代の富士	横綱	登録査定	1991年	引退
大鵬	横綱	登録査定	1971年	引退
小錦	大関	登録査定	1997年	引退

「小錦」については、「KONISHIKI」氏の所属する芸能事務所による出願である。出願当時、既に小

錦は現役を引退し、「KONISHIKI」の芸名で芸能活動を行っていた。小錦はハワイオアフ島出身で、現役時代、当時の史上最重量の力士であった。そして1987年に外国出身力士としては史上初めての大関誕生となった。相撲の実力だけでなく、小兵の舞の海との体重差対決や、そのキャラクターなど、押しも押されぬ人気力士であり、その四股名は著名なものであったと言える。現役引退後、「小錦」の表記での使用はしていなかったが、「KONISHIKI」との類似性を考慮して、他人の著名な芸名を含む商標に該当し、指定商品も「日本酒」を含んでいることから、承諾書が提出されていない段階で商標法第4条第1項第8号を適用した判断はうなずける(◆)。

「千代の富士」は現役時代の輝かしい実績から「一代年寄」の襲名が認められていたが、現在は年寄名跡である「九重」を襲名して親方として活動している。この出願については、出願人が一企業であり商標法第4条第1項第8号が適用され、本人の承諾書が提出され登録となっている(◆)。

一方、「大鵬」については、引退後に本人から出願がなされている。大鵬についても現役時代の輝かしい実績から「一代年寄」の襲名が認められ、2005年5月の定年に先立ち、2004年1月1日に部屋を継承するまで、大鵬部屋で後進の指導にあたった。2005年6月22日の出願だが、本人たる納谷幸喜氏の出願であることは明らかであり、登録という判断がされている。

以下では、上記商標審査例でみられた「◆著名性の判断」について検討する。

5. 著名性の客観的な判断基準

(1) 四股名の著名性

スポーツの世界の選手の登録名については、そのスポーツに詳しい者とそうでない者によって、著名性の判断に差が生じてしまう可能性は否定できない。相撲の四股名についても、四股名という商品等表示が著名なものなのか、また出願された商標が四股名に該当するものであるか否かを判断することさえ難しいといえる(「高見盛」と「十文字」の例)。

(2) 著名性の基準となる指標

力士の四股名の著名性を測る指標として、使用する商品・役務の範囲、一代年寄の資格の有無、最高位、獲得した懸賞の数、テレビ番組やCMへの出演の有無が考えられる。一代年寄の資格の有無は、上述したとおり相撲界に多大なる貢献をした大横綱に与えられる資格であり、そのブランドイメージ、知名度とも全国区である。最高位については、年寄名跡の取得要件に「最高位が小結以上」という要件があるように、客観的にその力士の実力や知名度を測る指標となる。また獲得した懸賞の数は、対戦する力士が人気力士である場合も考えられるが、毎日人気力士との対戦があるわけではなく、自分にも多くの懸賞がかけられていなければ獲得する懸賞の数は増えないと考えられる。さらに、テレビ番組やCMは、まさにその力士の知名度が色濃く反映される広告媒体であり、著名性を測る指標としては明確であると言える。

(3) 使用する商品・役務の範囲(現役力士, 引退力士 共通)

不正競争防止法及び商標法の「著名性の判断」については、商品等表示や商標を使用する商品・役務の範囲や取引の実情との関係が重要となる。不正競争防止法の「類似」について下記のような判例がある。また、商標法第4条第1項第8号の商標審査基準にも「本号でいう『著名』の程度の判断については、商品又は役務との関係を考慮するものとする。」との記載がある。

図7 昭和57年(オ)658号⁸⁾

(抜粋) ある営業表示が不正競争防止法一条一項二号にいう他人の営業表示と類似のものか否かを判断するに当たっては、取引の実情のもとにおいて、取引者、需要者が、両者の外観、称呼、又は觀念に基づく印象、記憶、連想等から両者を全体的に類似のものとして受け取るおそれがあるか否かを基準として判断するのを相当とする。

そこで、本稿で取り上げた出願で、力士の四股名であることを理由に出願が拒絶されている出願の指

8) 裁判所HP参照

定商品・指定役務（「高見盛」）、本人及び本人の承諾を得た出願（「千代の富士」、「大鵬」、「小錦」）の指定商品・指定役務を考察し、2以上の案件で指定されている区分及び該区分に属する商品・役務の一例を下記に掲げる。なお、区分の表記については「国際分類第10-2014版」に対応した区分、また、「飲食物の提供」と「ちゃんこの提供」のように、上位概念と下位概念の関係にあるものについては、上位概念（「飲食物の提供」）として整理する。指定された商品・役務との関係性から考察することで、「高見盛」と「武蔵丸」のケースのように、明確に著名性の判断に線引きをすることが出来る。

図8 四股名が付される可能性の高い商品・役務

- 【第21類】食器類（貴金属製のものを除く。）
- 【第25類】被服
- 【第33類】日本酒
- 【第41類】スポーツの興行の企画・運営又は開催
- 【第43類】飲食物の提供

(4) 一代年寄の資格の有無(現役力士,引退力士共通)

図9 一代年寄の資格の有無

現役時代の四股名	優勝回数	引退年
大鵬	32回	1971年
北の湖	24回	1985年
千代の富士	31回	1991年
貴乃花	22回	2003年

一代年寄の資格を有する力士については、上述したとおり名実共に相撲界を代表する力士である。そのため高い著名性を有し、その名称は公共性が高いものである。そのことから、「千代の富士」や「大鵬」といった一代年寄の資格を有している者の名称を当該力士と関係の無い第三者がその名称を無断で使用することについては社会的妥当性を欠くものであり、商標法第4条第1項第8号の適用が想定される。

(5) 最高位(現役力士,引退力士共通)

好角家であれば、最高位が小結以上の力士の四股名であれば必ず認識しているであろうが、好角家以外の者にはなじみが薄い力士も多いだろう。まず著名性の判断基準として、現役当時の最高位が「小結」以上とすることで、上述した「高見盛」と「十文字」のケースのように、明確に著名性の判断に線引きをすることが出来る。

図10 相撲の番付と力士の例⁹⁾

最高位	力士の例
横綱	大鵬、柏戸、貴乃花、白鵬(現役)など
大関	千代大海、魁皇、稀勢の里(現役)など
関脇	土佐ノ海、若の里、栃煌山(現役)など
小結	高見盛、豊真将、千代鳳(現役)など

(6) 獲得した懸賞の数(現役力士)

現役力士について、(図11)に獲得した懸賞の数をまとめる。

図11 懸賞獲得数¹⁰⁾と最高位

2014年1月場所及び3月場所の懸賞獲得数と最高位				
順位	力士名	本数	番付	最高位
1	白鵬	318	横綱	横綱
2	日馬富士	161	横綱	横綱
3	稀勢の里	128	大関	大関
4	鶴竜	104	横綱	横綱
5	遠藤	85	前頭4枚目	前頭筆頭
6	栃煌山	55	関脇	関脇
7	豪栄道	49	大関	大関
8	大砂嵐	32	前頭筆頭	前頭筆頭
9	千代鳳	30	前頭15枚目	小結
10	安美錦	28	前頭3枚目	関脇

「最高位が小結以上」かつ「懸賞の獲得数が上位10傑」の条件を満たす現役力士をまとめると、上記のような結果となった(遠藤と大砂嵐については最高位が小結未満)。どの力士もニュースなどで取り上げられることが多く、著名な四股名であると言えるであろう。

9) 番付及び最高位については、2015年11月場所当時のもの。以下同じ。

10) 株式会社ベースボール・マガジン社(2014)『相撲(5月号)』

(7) テレビ番組やCMへの出演の有無(現役力士, 引退力士共通)

力士は現役であってもテレビ番組の出演やCMへの出演を行っている力士もいる。また, 現役引退後, 現役時代の四股名や年寄名跡の名称で, 相撲の解説やテレビ番組への出演を行っている力士もいる。特にCMへの出演などは, 力士の四股名のブランドイメージに期待されるところが大きく, 四股名の著名性の指標になると考えられる。下記は, テレビ番組やCMに出演する主な力士の一覧である。

図12 テレビ番組に出演している力士(一部)¹¹⁾

四股名	出演番組(CM)	最高位	現在
北の富士	大相撲中継(NHK)	横綱	解説者
舞の海	大相撲中継(NHK)	小結	解説者・スポーツキャスター
高見盛	永谷園など	小結	現 振分親方
白鵬	住友林業など	横綱	現役
遠藤	永谷園	前頭筆頭	現役
大砂嵐	スモウスピリット(NHK(BS))	前頭筆頭	現役

(8) 四股名の著名性の客観的な判断基準

現役力士について, 5. (5) 及び(6) で考察した「最高位が小結以上かつ懸賞の獲得数が上位10傑」に該当する力士(基準A)と, 5. (7) で考察した「テレビ番組に出演している力士」の一覧にある力士(基準B)をまとめると(図13)のようになる。なお, 現役力士で一代年寄の資格を与えられている力士(基準C)はいない。

図13 四股名の著名性の客観的な判断基準の適用結果(現役力士)

基準	力士名	懸賞本数	番付	最高位
A	白鵬	318	横綱	横綱
A	日馬富士	161	横綱	横綱
A	稀勢の里	128	大関	大関
A	鶴竜	104	横綱	横綱
B	遠藤	85	前頭4枚目	前頭筆頭
A	栃煌山	55	関脇	関脇
A	豪栄道	49	大関	大関
B	大砂嵐	32	前頭筆頭	前頭筆頭
A	千代鳳	30	前頭15枚目	小結
A	安美錦	28	前頭3枚目	関脇

次に, 引退力士について, 5. (4) で考察した一代年寄の資格の有する力士(基準C)と, 5. (5) で考察した「最高位が小結以上」かつ5. (7) で考察した「テレビ番組に出演している力士」に該当する力士(基準D)をまとめると(図14)のようになる。なお貴乃花については, 著名性は申し分ないが, 上述した若乃花のケースのように, 計3代にわたって使用されており, 特定の者の芸名として特定できないことから, 他者の出願に対しては商標法第4条第1項第7号が適用されると考えられる。

図14 四股名の著名性の客観的な判断基準の適用結果(引退力士)

基準	力士名	備考
C	大鵬	一代年寄
C	北の湖	一代年寄
C	千代の富士	一代年寄
C	貴乃花	一代年寄
D	北の富士	大相撲中継(NHK)
D	高見盛	永谷園など
D	舞の海	大相撲中継(NHK)

以下に, 商標法における, 四股名の著名性の客観的な判断基準についてまとめる。

図15 四股名の著名性の客観的な判断基準の一案

使用する商品・役務の範囲

【第21類】食器類(貴金属製のものを除く。)

【第25類】被覆

【第33類】日本酒

【第41類】スポーツの興行の企画・運営又は開催

【第43類】飲食物の提供

著名性の判断

【現役力士】

- A. 最高位が小結以上であること, かつ, 獲得した懸賞の数が上位10傑に入ること
- B. テレビ番組やCMへの出演がある力士

【現役力士, 引退力士共通】

- C. 一代年寄の資格を有していること

【引退力士】

- D. 最高位が小結以上であること, かつ, 現役時代の四股名でテレビ番組に出演

11) 各社ホームページやTV放送より。

6. おわりに(四股名を適切に保護するために)

引退後その四股名を使って芸能活動などをする場合は、本人がその四股名について商標権を取得しておくことが望ましい。また、当該四股名を用いた土産物品などを販売する場合、現役時代であれば日本相撲協会が商標権を管理して権利行使を一括して行うことも合理的である。しかし、引退後はその四股名の所有権は明確ではなくなることから、日本相撲協会が商標権を取得する場合、力士としては引退後の商標権の所在等について契約で明確に定めておくことが必要であるといえる。

一方、年寄名跡については、名跡証書が日本相撲協会によって一括で管理されており、所有権が明確に定められていることから、別の者への年寄名跡譲渡後は、その年寄名跡を使用する権限は有しない。したがって、年寄名跡を取得した者が個別に商標権を取得する以外にも、日本相撲協会が商標権を取得して、その時々々の年寄名跡取得者に専用使用権を与えるような商標管理も考えられる。

本稿では商標法や不正競争防止法の観点から力士の四股名について考察したが、商標制度は名称の保護を通じて、相撲をはじめとする日本の貴重な文化の発展にも寄与する存在であるように感じた。本稿が相撲人気の向上のきっかけになること、また、不正競争防止法及び商標法における著名性の客観的な判断基準について活発な議論が行われることの一助になることを祈願して結びとする。

profile

宮川 元 (みやかわ はじめ)

平成21年4月 特許庁入庁 (審査業務部産業役務)

平成25年4月 審査官昇任 (審査業務部一般役務)

平成25年7月 総務部情報技術統括室商標検索システム係

平成27年7月 審査業務部国際商標登録出願

平成28年4月 企画調査課商標動向係・人材育成係 (現職)