

先日(6月24日)、米国連邦最高裁判所は、ランハム法(Lanham Act、連邦商標法)が、恥じるべき、非道徳的な商標の登録を禁止しているのは、言論の自由を保障する米国憲法修正第1条に違反しているとの見解を明らかにしました(*Iancu v. Brunetti*, No. 18-302)。この見解は、軽蔑するような商標の登録をランハム法が禁止するのは同じく言論の自由違反とする判決(*Matal v. Tam*)に準じるものです。

*Brunetti*の事件で問題となったのは、Tシャツ等の衣類に「FUCT」(Fワードの過去形と同じ発音)を付した商標ですが、米国特許商標庁は、「俗悪」で「明らかに否定的な意味合い」の商標として登録を拒絶しました。審判では、「極めて攻撃的」な商標として拒絶が支持されていましたが、連邦巡回控訴裁判所ではそれは米国憲法修正第1条に違反であるとして決定を覆していました。

*Tam*の事件では、ミュージシャンであるTamがアジア系アメリカンロックバンドに商標「THE SLANTS」(つり目)を使用することで登録申請したのですが、アジア系アメリカ人を軽蔑するものだと登録が拒絶されていました。しかし、米国連邦最高裁は「観点(viewpoint)に基づく差別」であり、政府は、アイデアや意見に基づき言論を制限してはならないとして特許商標庁決定を覆していました。

なお、「卑猥な」マークはアイデアや意見に基づくものではないので、言論の自由により保護されません。また、商標ではありませんが、「虚偽の広告」は言論の自由では保護されずランハム法により禁止されています。ここで、虚偽の広告には、事実だとしても誤解を与える広告も含まれるのでご注意ください。

例えば、Miller Lite、Coors Lightのビールは、コーンシロップを発酵に使っているがBud Lightは使っていないことを大々的に宣伝するのは、Miller Lite、Coors Lightのビールは、コーンシロップを発酵に使っているのは事実としても、コーンシロップはビールには残存しておらず、従って、コーンシロップは含まれていないのに、Bud Lightの宣伝では、Miller Lite、Coors Lightのビールは、コーンシロップを含んでいるような誤解を与えるので、虚偽の宣伝となると判断されています。

また、あるケッチャップが高フルクトースコーンシロップを含んでいないことが事実としても、他のケッチャップより健康的であると宣伝をすること、また、あるチーズが成長ホルモンが入っていないことが事実としても、それが入っているチーズよりも健康的であると宣伝すること、また、あるヨーグルトがスクラロース(ゼロカロリー砂糖代替物)、ソルビン酸カリウム(保存剤)が含まれていないことが事実としても、それらが入っているヨーグルトよりも安全であると宣伝すること、等は虚偽の宣伝と扱われるので注意が必要です。

(上記は一般論又は個人的見解で、個々のケースでの法律アドバイスを目的としたものではありません。)