

平成24年度産業財産権制度各国比較調査研究等事業

視覚で認識することができない新しいタイプの商標に関する
各国の制度・運用についての調査研究報告書

平成24年6月

一般社団法人日本国際知的財産保護協会

はじめに

我が国企業の商業活動がグローバルな展開を拡大しつつある状況において、自己の商品・サービスのブランドを明確にし、他者商品との識別性を高める商標の重要性も拡大し、その形態も多様化してきている。すなわち、従来の文字、図形等の通常商標に加えて、色彩、音、におい、動き、位置、ホログラム、トレードドレス、触感、味等を利用した新しいタイプの商標が国際的に利用されるようになり、欧米等諸外国において既に商標法による保護対象とされている。

さらに、近年欧米を中心に活発化している自由貿易交渉において、知的財産権保護強化の一環として、「音、におい」などの視覚で認識することができない新しいタイプの商標の保護に関する議論が頻発しており、直近では、韓国が米国とのF T A締結を機に、音やにおいの商標を保護対象とするために商標法を改正したところである。

これら新しいタイプの商標について、我が国は現状、商標法の保護対象としていないが、上記国内外の状況の急速な変化を考慮し、国際的調和の観点で踏まえた新しいタイプの商標保護制度の設計、運用を速やかに検討する必要がある。

本調査研究は、このような状況を踏まえ、世界の商標保護制度及びその運用に精通し、経験豊富な研究員により、既に制度化され、運用されている欧米等海外諸国の新しいタイプの商標保護制度と当該制度の運用並びに新しいタイプの商標への保護拡大による我が国商標制度に与える影響、課題を網羅的かつ詳細に調査し、分析を行った。

本報告書は、研究員による各国・地域の法令、規則、基準、審査マニュアル及び文献、書籍、調査報告書等の調査、調査各国・地域の知的財産権官庁、現地法律事務所への調査票による情報収集並びに現地知的財産権官庁の訪問によるヒアリング調査の結果及びその分析をまとめたものである。今後、本調査結果が我が国における国際的調和の観点を踏まえた新しいタイプの商標保護制度の設計、運用を検討する際の一助になれば幸いである。

本報告書をまとめるに当たり、調査票による調査、現地ヒアリング調査及び本調査に関連する最新の法律、規則、基準、マニュアル、文献等の入手にご協力をいただいた調査対象国の知的財産権官庁や現地法律事務所の方々に厚く御礼申し上げます。

平成24年6月

一般社団法人 日本国際知的財産保護協会

ワーキンググループ名簿

(敬称略)

【客員研究員】

外川 奈美 青和特許法律事務所 弁理士
本多 敬子 本多国際特許事務所 弁理士
加藤 ちあき 中村合同特許法律事務所 弁理士
遠山 良樹 青和特許法律事務所 弁理士

【アドバイザー】

田村 善之 北海道大学法科大学院法学研究科 教授
青木 博通 ユアサハラ法律特許事務所 弁理士
江幡 奈歩 阿部・井窪・片山法律事務所 弁護士
ディビッド イーヴァン ケース ホワイト&ケース外国法事務弁護士事務所
ニューヨーク州弁護士 外国法事務弁護士

【オブザーバ】

青木 博文 特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室長
金子 尚人 特許庁 審査業務部 商標課 商標審査企画官
木村 一弘 特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 課長補佐
内藤 順子 特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 課長補佐

【事務局】

川上 溢喜 一般社団法人 日本国際知的財産保護協会 国際法制研究室 室長
横野 彰 一般社団法人 日本国際知的財産保護協会 国際法制研究室 主任研究員
澁谷 浩司 一般社団法人 日本国際知的財産保護協会 国際法制研究室 主任研究員
山田 邦博 一般社団法人 日本国際知的財産保護協会 総務部 企画調整課長

調査に協力していただいた方々

各国の調査にあたって、以下の知的財産庁、団体、法律事務所からご協力をいただいた（同意の確認が得られた方のみ氏名も掲載した：敬称略）。

イギリス

U.K Intellectual Property Office

Gill Jennings & Every LLP

Rowena Powell

Edward Carstairs

ドイツ

German Patent and Trade Mark Office

VOSSIUS & PARTNER

Christian Hufnagel

Simone Schafer

Paul Kretshmar

オーストラリア

IP Australia

John Braybrook

Kieran Power

Dustyn Taylor

Andrew Shannon

HODGKINSON McINNES PATENTS

Ken McInnes

Yumi Milan

Sonal Moore

シンガポール

Intellectual Property Office of Singapore

Drew & Napier

Dedar Singh Gill

Cecelia Girvin

Eileen Chong

台湾

Taiwan Intellectual Property Office

Liu, Chen-Chen

Ann, Yen-Chien Tung

公益財団法人 交流協会 台北事務所

Taiwan International Patent & Law Office

陳前呈

韓国

Korean Industrial Property Office

KBK & Associates

金良銀

チリ

Ministry of Economy / National Institute
for Industrial Property

Sargent & Krahn

José Luis Letelier

Alfredo Montaner

ペレ

Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) / Instituto Nacional de Defensa de la
Competencia y de la Protección
de la Propiedad Intelectual

Barreda Moler

Marcela Escobar

目次

はじめに

ワーキンググループ名簿

海外で調査に協力していただいた方々

1. 本調査研究の目的	1
2. 新しいタイプの商標の保護の動きと調査の必要性	1
3. 本調査研究の実施方法	2
(1) ワーキンググループの設置	2
(2) 調査研究対象国・地域	2
(3) 調査研究対象項目	2
(4) 調査内容	3
4. 我が国の現状	3
(1) 現行商標法における保護対象	3
(2) 新しいタイプの商標の保護制度導入に向けての動き	4
5. 各国・地域の新しいタイプの商標に関する保護	9
5-1. 各国・地域の法制度・運用、出願・審査・登録手続及び審査手法の概要	9
(1) 商標の定義	9
(2) 出願要件	11
(3) 登録要件	15
(4) 他の権利との調整	20
(5) 出願から登録までのフロー	21
(6) 出願の手続	21
5-2. 各国・地域別調査結果	40
5-2-1. ドイツ	40
(1) 商標の定義	40
(2) 出願要件	40
(3) 登録要件	49
(4) 他の権利との調整	55
(5) 出願から登録までのフロー	56
(6) 出願の手続	56
5-2-2. イギリス	81
(1) 商標の定義	82
(2) 出願要件	82
(3) 登録要件	87

(4) 他の権利との調整	9 1
(5) 出願から登録までのフロー	9 2
(6) 出願の手続	9 2
5-2-3. オーストラリア	1 1 8
(1) 商標の定義	1 1 8
(2) 出願要件	1 2 2
(3) 登録手続	1 2 4
(4) 他の権利との調整	1 2 8
(5) 出願から登録までのフロー	1 2 8
(6) 出願の手続	1 2 8
5-2-4. シンガポール	1 4 3
(1) 商標の定義	1 4 3
(2) 出願要件	1 4 4
(3) 登録要件	1 4 6
(4) 他の権利との調整	1 4 9
(5) 出願から登録までのフロー	1 5 0
(6) 出願の手続	1 5 0
5-2-5. 台湾	1 7 9
(1) 商標の定義	1 8 1
(2) 出願要件	1 8 3
(3) 登録要件	1 8 7
(4) 他の権利との調整	1 9 5
(5) 出願から登録までのフロー	1 9 7
(6) 出願の手続	1 9 7
5-2-6. 韓国	2 4 0
(1) 商標の定義	2 4 0
(2) 出願要件	2 4 1
(3) 登録要件	2 4 5
(4) 他の権利との調整	2 5 0
(5) 出願から登録までのフロー	2 5 1
(6) 出願の手続	2 5 2
5-2-7. チリ	2 6 7
(1) 商標の定義	2 6 7
(2) 出願要件	2 6 8
(3) 登録要件	2 6 8
(4) 他の権利との調整	2 7 0
(5) 出願から登録までのフロー	2 7 0
(6) 出願の手続	2 7 1
5-2-8. ペルー	2 8 2
(1) 商標の定義	2 8 2

(2) 出願要件	283
(3) 登録要件	284
(4) 他の権利との調整	287
(5) 出願から登録までのフロー	288
(6) 出願の手続	288

各国・地域別新しいタイプの商標の調査結果一覧（資料）

1. 本調査研究の目的

産業財産権制度を経済・社会の変化、特に国際化の急速な進展に適応させるために、一歩先を予測して制度に影響を与えると考えられる諸問題を取り上げ、これに関する世界の主要各国・地域の現状と動向を調査し、併せて、現在の世界の制度に対して、国際調和の観点からより望ましい制度を実現させるための施策作りの資料とすることを目的として、産業財産権制度各国比較調査研究を行う。

2. 新しいタイプの商標の保護の動きと調査の必要性

新しいタイプの商標（以下、「動き、輪郭のない色彩、音、におい、位置、ホログラム、味、触感、トレードドレス」などの商標を総称して「新しいタイプの商標」という。）の保護の可能性については、従来から産業構造審議会商標制度小委員会において検討を行っているが、同小委員会はワーキンググループを設置し、我が国商標制度における新しいタイプの商標の保護につき検討を行い、平成21年10月に報告書を取りまとめた。

その報告書では、諸外国・地域で保護されている例のある新しいタイプの商標のうち、「動き、ホログラム、輪郭のない色彩、位置、音については、新たに保護対象とすることが適切である」が、「におい、触感、味、トレードドレスについては、権利範囲の特定が困難なことから保護対象に追加しないことが適切である」という考え方が示された。

しかしながら、近年各国間で活発になっている自由貿易交渉では、知的財産権保護強化の一環として、「音、におい」などの視覚で認識することができない新しいタイプの商標の保護が議題に上がることが多くなっている。

例えば、米国が各国（韓国、バーレーン、オーストラリア、ペルー、シンガポール、チリ、コスタリカ、ドミニカ、エルサルバドル等）と締結した FTA 等には、①「視覚的に認識可能であることを商標登録の要件として要求しないこと」¹、②「音又はにおいからなるという理由のみで商標登録を拒否しないこと」²、③「音（義務規定）とにおい（努力規定）も商標として保護すること」³の条項が規定されている。直近では、韓国が米国との FTA 締結を機に、音やにおいの商標を保護対象とするために商標法を改正したところである。また、台湾では、国際的発展の動向と産業界のニーズに適合することを目指して平成 7 月 1 日より改正法が施行されることになっている。

また、商標出願手続の国際調和及び簡素化のための条約である商標法に関するシンガポール条約においては、新しいタイプの商標の特定方法についての規律が定められるとともに、それに基づく商標登録出願のモデル様式策定の検討が進められている。

このように、新しいタイプの商標の保護は国際的な趨勢となっており、特に視覚で認識できない商標をも保護する動きが広がりつつある。

¹ 韓国、オーストラリア、ペルー、シンガポール、バーレーン

² 韓国、オーストラリア、ペルー、バーレーン

³ チリ、コスタリカ、ドミニカ、エルサルバドル

これらの国際的な動向や我が国企業の新しいタイプの商標の保護に対するニーズの高まりを背景に商標制度の見直しの方向性を検討することが求められている。そのためには、諸外国・地域の新しいタイプの商標を保護する制度がどのように設計されているか、その制度に係る手続、審査実務など運用がどのように行われているかなどについて調査をする必要がある。特に、「音、におい」などの視覚で認識することができない商標については、従来の審査手法や電子出願システムを始めとする特許庁電子事務処理システムでの対応が困難であることから、出願手続、商標見本の保管、公報の発行、審査システムについての各国・地域の対応を比較研究し、その対応のメリット、デメリットを把握しておく必要がある。

そこで、これらの新しいタイプの商標に関する今後の制度設計や運用の検討に資するため、既に新しいタイプの商標について保護制度を有している知的財産権官庁の制度・運用、例えば、法令上の手当、審査体制、審査システム、権利範囲の特定、登録要件、出願手続等に関し、比較調査研究を行った。

3. 本調査研究の実施方法

(1) ワーキンググループの設置

本比較調査研究は、3ヶ月足らずという極めて短期間に8ヶ国・地域で詳細な制度・運用の調査を行わなければならないことから、商標に係る検討や実務に多くの実績を有する4人の弁理士を客員研究員とする以下のワーキンググループを設置して調査に当たるとともに、特許庁の方々からもさまざまなご助言をいただきながら調査を進めた。

また、効率良く調査研究を進めるためにワーキンググループ検討会を計4回開催して、進捗状況の確認・スケジュール調整及び調査手法の検討、調査結果の分析などを実施した。

(2) 調査研究対象国・地域

ドイツ、イギリス、オーストラリア、シンガポール、台湾、韓国、チリ、ペルーの8ヶ国・地域における新しいタイプの商標の保護制度（改正内容）及び各国知的財産権官庁の審査手法並びに各種手続の実態について調査した。調査結果は、本書「5.1 各国・地域の法制度・運用、出願・審査・登録手続及び審査手法の概要」において、各国・地域の比較検討を、また、本書「5.2」の各国・地域別調査結果において各国・地域毎に調査結果をまとめた。

(3) 調査研究対象項目

①各国の法制度(条文、規則、基準)

調査研究対象国の新しいタイプの商標に関連する法令の改正及び当該改正に伴う施行規則、審査基準、審査マニュアルあるいはガイドライン等の変更内容を調査した。調査に当たっては、特に「5.1 各国・地域の法制度・運用、出願・審査・登録手続及び審査手法の概要」総論に示した調査項目(1)～(8)に重点を置いた。

②各国知的財産権官庁の審査手法・業務形態

新しいタイプの商標は、通常商標と異なる取り扱い（審査手法、各種手続等）が必要といわれている。各国・地域の知的財産権官庁が当該課題についてどのように対処しているか、下記「5.1 各国・地域の法制度・運用、出願・審査・登録手続及び審査

手法の概要」総論に示した調査項目(9)～(16)について調査した。

(4) 調査内容

①国内外文献調査(判例調査を含む)

上記(3)調査研究対象項目①、②について、以下の調査を実施した。

- 調査研究対象国・地域の知的財産権官庁のウェブサイトに掲載されている法令、施行規則、審査基準、審査マニュアル、ガイドライン、統計、年次報告(Annual Report)、審判例等からの情報収集。
- 調査対象国・地域における論文、書籍、調査研究報告書、審議会報告書及びインターネット情報等からの情報収集を現地法律事務所を通じて入手。

②調査票による現地法律事務所調査及び知的財産権官庁調査

別紙調査質問項目一覧表を含む調査票を現地法律事務所、知的財産権官庁に送付し、上記(3)調査研究対象項目①、②に関する情報収集を実施した。

③知的財産権官庁へのヒアリング調査

ドイツ、イギリス、オーストラリア、シンガポール、台湾に関しては、上記①国内外文献調査、②調査票による現地法律事務所調査及び知的財産権官庁調査に加えて、審査の運用やユーザーからた制度の実情をより詳細に調査するため、現地知的財産権官庁及び法律事務所を訪問し、ヒアリングによる調査を実施した。

4. 我が国の現状

(1) 現行商標法における保護対象

昨今のインターネットの急速な普及、商取引のグローバル化・多様化などに伴い、現行法下において保護されるいわゆる通常商標に限らず、音や動きなどの新しいタイプの商標も商品等の識別標識としての機能を発揮している。特に、グローバルに事業展開を行っている我が国企業においては、①言語を超えたブランドメッセージの発信手段(例えば、今後巨大市場と見込まれる電気自動車の起動画面や起動音の差別化対策、インターネットにおける動く商標や音の商標の活用等)や、②グローバル市場における有効な模倣品対策(例えば、税関でのチェック対象としてのホログラム商標の活用や文字によらない特徴的な部分の模倣を防ぐための色彩の商標の活用等)として、海外において新しいタイプの商標の登録を得ている事例も少なくなく、新しいタイプの商標に対する保護のニーズが現実存在している。

一方で、わが国の商標法においては、「標章とは、文字、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」である旨が規定されているため(商標法第2条第1項)、現行法下において保護対象となりうる商標は、以下の特徴を持つものに限定される。すなわち、新しいタイプの商標は商標法上保護される商標とはされていない。

- ① 文字、図形、記号若しくは立体的形状若しくはこれらの結合は、視覚を媒体として認識されるものであるため、商標は視覚に訴えるものである必要がある。したがって、

現行法下では、視覚で認識できない音・におい・味などは、たとえ機能的に商標と同様に作用しても商標法上保護対象とはされていない。また同様に、見る角度によって動物が吼えたり動いたりしているような動く標章も、保護対象とはされていない。

- ② 色彩は、文字、図形又は記号などと合わさってはじめて商標の構成要素となる付随的構成要素である。このため、色彩のみからなる商標は、商標法上保護対象とはされていない。
- ③ 商標は平面的である必要はなく、商品等の「立体的形状」も商標の構成要素となりうる。立体商標制度は、商品の形状を「商品表示」として不正競争防止法上の保護を求めるといった現実の保護のニーズがあり、また商標制度の国際的な調和を図るといった観点から、平成8年の法改正により導入されたものである。

(2) 新しいタイプの商標の保護制度導入に向けての動き

上述のとおり、需要者において新しいタイプの商標導入のニーズがあり、また新しいタイプの商標の導入は国際的趨勢になっているものとはいえ、視覚で認識できないような新しいタイプの商標は、商標の特定方法、商標見本の要否及びその提出・保管方法、類否判断手法、他法域との権利調整などの点において、通常商標権とは異なる取扱いが必要となる場合があり、導入にあたって十分な検討を要する。また、通常商標の枠に収まらない新しいタイプの商標の保護については、不正競争防止法における保護でカバー可能であるといった論点もあり、不正競争防止法における保護と商標法における保護との整理も必要になってくるだろう。

以上のような観点から、新しいタイプの商標の保護制度導入に向けての法改正の論議が重ねられている。平成20年3月に財団法人知的財産研究所によって「新しいタイプの商標に関する調査研究報告書」が公表されたほか、産業構造審議会の商標制度小委員会において論議が積み重ねられている。ここで、産業構造審議会商標制度小委員会における新しいタイプの商標に関する論議の流れを以下簡単に紹介する。

産業構造審議会商標制度小委員会では、平成24年6月現在までに下記日程で開催された委員会において、新しいタイプの商標に関する論議が行われている。

日程		新タイプ商標に関する主な議題
第19回	平成20年 6月10日	新しいタイプの商標の導入について、「新しいタイプの商標に関する検討ワーキンググループ」の設置について 【議事次第・配布資料一覧】 http://www.jpo.go.jp/shiryoutoushin/shingikai/t_mark_paper19.htm
第20回	平成21年 10月5日	新しいタイプの商標に関する検討ワーキンググループ報告書について 【議事次第・配布資料一覧】 http://www.jpo.go.jp/shiryoutoushin/shingikai/t_mark_paper20.htm
第22回	平成22年 7月2日	新しいタイプの商標の登録要件について 【議事次第・配布資料一覧】

		http://www.jpo.go.jp/shiryoutoushin/shingikai/t_mark_paper22.htm
第 24 回	平成 23 年 2 月 2 日	新しいタイプの商標の特定方法及び出願日認定について 【議事次第・配布資料一覧】 http://www.jpo.go.jp/shiryoutoushin/shingikai/t_mark_paper24.htm
第 25 回	平成 24 年 2 月 20 日	新しいタイプの商標の保護の在り方に関するこれまでの議論と今後の方向性について 【議事次第・配布資料一覧】 http://www.jpo.go.jp/shiryoutoushin/shingikai/t_mark_paper25.htm
第 26 回	平成 24 年 4 月 27 日	新しいタイプの商標に関する海外主要国における実態について 【議事次第・配布資料一覧】 http://www.jpo.go.jp/shiryoutoushin/shingikai/t_mark_paper26.htm
第 27 回	平成 24 年 5 月 28 日	新しいタイプの商標の保護の導入に伴う「商標」の定義の見直し等について、新しいタイプの商標の登録要件について 【議事次第・配布資料一覧】 http://www.jpo.go.jp/shiryoutoushin/shingikai/t_mark_paper27.htm
第 28 回	平成 24 年 6 月 18 日	商標法の保護対象に追加する商標のタイプについて 【議事次第・配布資料一覧】 http://www.jpo.go.jp/shiryoutoushin/shingikai/t_mark_paper28.htm

① 新しいタイプの商標に関する検討ワーキンググループの発足及びその報告書

平成 20 年 6 月 10 日に行われた第 19 回商標制度小委員会では、商標の保護の在り方、効力範囲に関する検討項目の一つとして、「新しいタイプの商標の保護」が取り上げられ、同小委員会において、新しいタイプの商標に関する検討ワーキンググループが発足した。ワーキンググループでは、平成 20 年 7 月から平成 21 年 1 月にかけて 5 回にわたり検討が行われ、この検討結果が纏められた「新しいタイプの商標に関する検討ワーキンググループ報告書（以下、「新商標 WG 報告書」という。）が、第 20 回産業構造審議会商標制度小委員会（平成 21 年 10 月 5 日）において提出された。報告書の要旨は、以下のとおりである。

新しいタイプの商標については、(i) インターネットの普及等による商品・役務の販売戦略の多様化等を背景としてこのような商標が利用される場面が多くなり、(ii) 諸外国における保護の動きの広がりや国際的な議論の進展等の状況などがあるが、商標権は排他独占的な権利であり、その権利範囲が明確に特定される必要があることから、動きの商標、ホログラムの商標、輪郭のない色彩の商標、位置商標、音の商標については保護対象に追加することが適切とされた。一方で、香り・におい、触感、味等の商標は、権利範囲を明確に特定することが困難であること等の諸事情から、保護対象には追加しないことが適切であると判断された。

また、新タイプ商標の導入にあたっては、(i) 商標の定義やその他の関連条文（商標法 3 条、26 条等）の整備、(ii) 動きや音等の商標の追加に対応し、商標の特定方

法として、従来の紙による特定に加えて電子ファイルによる特定を可能とすること、
(iii) 視認できない商標を含む新しいタイプの商標の追加に対応した商標の登録要件等の変更等の所要の規定の整備を行うことが必要である旨が指摘された。

② 第22回商標制度小委員会

平成22年7月2日に行われた第22回商標制度小委員会では、新商標WG報告書を踏まえ、「新しいタイプの商標の登録要件について」、「新しいタイプの商標と一商標一出願の原則について」、「新しいタイプの商標の識別性について」、「新しいタイプの商標の類似について」及び「新しいタイプの商標とその他の拒絶理由について」に関する説明資料に沿って、新しいタイプの商標の登録要件に関し、(i) 一商標一出願の原則、(ii) 識別性、(iii) 商標の類似、(iv) その他の拒絶理由（公益的な音、著作権等他の権利との調整、機能性等）についての審議が行われた。

委員会での主な指摘としては、(i) 音の商標については企業の広告活動に支障を来さないという視点も重要、(ii) 仮に、使用により識別力を獲得した場合にだけ登録が認められるような制度とすると、それは従来の商標法の整理とは基本的に異なるのではないか、(iii) 真に保護されるべき商標のみが登録されるよう、法律だけでなく基準においても適切な手当が必要、などであった。

③ 第24回商標制度小委員会

平成23年2月2日に行われた第24回商標制度小委員会では、新商標WG報告書において示された新しいタイプの商標の特定方法や出願日認定の考え方に関し、諸外国の実態の調査並びにシンガポール条約規則における新たな規律及びマドリッド・プロトコルにおける運用との整合性の確保に留意したうえで、再度審議が行われた。

主な審議内容は、新商標WG報告書の考え方を一部修正し、(i) 新しいタイプの商標の特定方法に関しては、各商標のタイプの記載を求めることとすること、(ii) 商標記載欄とは別に商標の説明（音の商標については、説明文に代わり電子ファイル）を求めることとすること、(iii) 出願日の認定については、商標記載欄の商標登録を受けようとする商標の記載の有無により認定することとすることがそれぞれ適切ではないか、であった。

出願日認定後の商標の補正に関する根拠条文の検討の必要性等についての指摘もあったが、これら項目の検討の方向性については概ね了承が得られた。

以上の結果、現時点において、新しいタイプの商標については、その特定方法や出願日認定についての論点の整理を行い、また、識別性や商標の類似などの登録要件や不登録事由については、企業活動への影響に配慮しつつ更なる検討が必要であると結論付けられた。

④ 第25回商標制度小委員会

平成24年2月20日に行われた第25回商標制度小委員会では、新しいタイプの商標の保護の在り方に関するこれまでの審議内容を踏まえて、今後の方向性についての審議が行われた。

委員会においては、事務局より以後の方針として①新しいタイプの商標の保護が国際的趨勢となってきたこと、②我が国産業界においても、グローバルな事業展開の中で海外において新しいタイプの商標の登録を得ている事例も少なくなく、これらの事業展開を支援する必要があること等の状況を踏まえ、我が国においても、新しいタイプの商標を保護する仕組みの創設について早期の対応が必要であるといった観点から、新しいタイプの商標の保護制度を導入する方向で検討することとし、下記5項目を中心に、早急に論議を進めていくべきではないかとの提案がなされたところ、これが了承された。

以下、論議が必要とされた事項を、第25回商標制度小委員会配布資料の「新しいタイプの商標の保護の在り方に関するこれまでの議論と今後の方向性について(案)」から抜粋して引用する。

1) 商標法の保護対象に追加する商標のタイプについて

新商標WG報告書においては、香り・におい・触感・味等の商標は、権利範囲を明確に特定することが困難であること等を踏まえ、保護対象には追加しないことが適切としているところ、上記のような新たな国際情勢や今後の各国の制度・運用の進展の可能性を踏まえると、これらの商標についても、その保護の在り方について引き続き検証をしていく必要があるのではないかと。

2) 商標の定義の見直し

新しいタイプの商標を商標法の保護対象に追加する場合、商標の権利範囲を明確に特定できるタイプの商標に限定するため標章の構成要素を特定して規定する考え方と、標章の構成要素を特定せずに包括的に規定するという考え方がある。これらの規定の仕方については、新しいタイプの商標の保護対象の範囲の検討等を踏まえて、商標の定義を見直す必要があるのではないかと。

3) 商標の登録要件、不登録事由の見直し

新しいタイプの商標の登録要件(識別性)や不登録事由(類似の範囲、公益的事由等)については、上記のとおり、小委員会において審議継続しているところであるが、現行の商標の識別性や類否等に関する考え方をベースとし、企業活動への影響にも配慮しつつ更なる検討が必要ではないかと。

4) 効力の範囲

商標権の効力が制限される場合について、新しいタイプの商標のうち、色彩又は音等を指定商品・役務又は類似の商品・役務において普通に用いられる方法で表示する商標、商品等の機能を確保するために不可欠なもののみからなる商標も含まれるよう規定を整備することが適切ではないかと。

5) 著作権等の他の権利との調整

新しいタイプの商標について現行法における調整と異なる取扱いをする特段の事情がないため、商標権者等による登録商標の使用がその使用態様により他人の著作権、意匠権等と抵触するときは、これまでと同様に、その抵触する部分について当該登録商標の使用を制限すべきではないかと。

⑤ 第26回商標制度小委員会

平成24年4月27日に行われた第26回商標制度小委員会では、事務局から説明資料に沿って、「新しいタイプの商標に関する海外主要国における実態について」紹介し、議論が行われた。委員会からは「各国の拒絶例を把握し、裁判例の有無、内容や前提となっている議論について情報収集を行い、制度設計に役立ててもらいたい」「識別力の判断を法律の定義の部分で行うか、審査基準で行うか、具体的な制度設計について集中的に審議すべきではないか。」「識別性のほかに、機能性の観点から条文の整備が必要ではないか。」「登録後に識別力を喪失した商標を取消又は無効にできる制度を検討すべきではないか。また、無効審判の除斥期間も議論する必要があるのではないか。」「色彩のみからなる商標は、従来の商標とは異なり色彩の重要性が非常に大きいので、その点を踏まえ、色彩の特定方法を検討する必要がある。」「音の商標と文字商標をクロスサーチすることについて検討が必要ではないか。」等の提案・問題提起がなされた。

⑥ 第27回商標制度小委員会

平成24年5月28日に行われた第27回商標制度小委員会では、これまでの議論を背景に、新しいタイプの商標の保護の導入に伴う「商標」の定義の見直し、及び、新しいタイプの商標の登録要件について、説明資料に沿って議論が行われた。事務局からは、どのタイプの商標を保護の対象として追加するかについて、引き続き検討する必要があるとした上で、「商標」の定義の見直しに関しては、商標法第2条第1項の「商標」の定義を包括的な規定とし、その対象が広がりすぎることのないように識別性を追加する方向性が提示され、委員会においてその方向性について了承された。

⑦ 第28回商標制度小委員会

平成24年6月18日に行われた第28回商標制度小委員会では、商標法の保護対象に追加する商標のタイプについて、1)出願書類等における商標の明確な記載方法、2)登録された商標の範囲及びその適切な公示方法、3)新しいタイプの商標の登録要件（識別力等）、4)先行商標との類否判断について、これらの4つの観点から議論、検討された。

委員会では、国際的にも保護対象とされている動き、輪郭のない色彩、音、におい等の新しいタイプの商標については、出願方法や公示方法等について、諸外国の例を参考にしつつ、特に、視覚で認識することができない「におい」等の商標について、相当程度の使用の実績を考慮した審査運用や、その権利範囲を明確に特定できる方策を検討することを前提として、我が国商標法においても保護の対象に含めることについて了承された。

平成24年6月現在までの商標制度小委員会における新しいタイプの商標の論議は以上のとおりであるが、今後も更なる論議が重ねられることが期待される。

5. 各国・地域の新しいタイプの商標に関する保護

各国・地域の新しいタイプの商標保護に係る法律条文、規則、基準の最新内容(新設、改正、改訂)とその運用、出願・審査・登録手続及び審査手法を調査し、下記(1)～(13)の調査項目について調査結果をまとめた。

5-1. 各国の法制度・運用、出願・審査・登録手続及び審査手法の概要

(1) 商標の定義

商標の定義は、調査対象各国・地域の商標法に規定されており、その要点は以下のとおりである。

ドイツ

商標法第3条「商標として保護することができる標識」において「(1)如何なる標識も、特に個人名を含む語、図案、文字、数字、音標識、商品若しくはその包装、その他梱包の形状を含む立体形状、色彩及び色彩の組み合わせを含むものであって、ある事業に係る商品又はサービスを他の事業に係る商品又はサービスから識別することができるものは、商標として保護することができる」と規定され、第8条「絶対的拒絶理由」において「(1)第3条に規定する商標として保護を受けることのできる標識であっても、写實的に表現することができないものは登録されないものとする」と規定されている。

すなわち、ドイツは通常商標と新しいタイプの商標とに分けて定義されておらず、①商品又はサービスを他の事業に係る商品又はサービスから識別することができるもの、及び②写實的に表現できるもの、が商標として登録可能である。

イギリス

商標法第1条において、商標とは「写實的に表現されるすべての標識であって、ある事業の商品又はサービスを他の商品又はサービスから識別することができるもの」と定義されている。

すなわち、イギリスでは通常商標と新しいタイプの商標とに分けて定義されておらず、いずれも①写實的に表現できるもの、及び②ある事業の商品又はサービスを他の商品又はサービスから識別することができるもの(識別性を有する)、が商標として登録可能である。

オーストラリア

商標法第17条において「商標とは、ある者が業として取引又は提供する商品又はサービスを、他人が業として取引又は提供する商品又はサービスから識別するために使用する、または使用予定の標識である。」と定義し、同法第40条において「商標登録出願は、その商標が写實的に表現することができないものである場合は、拒絶しなければならない」と定義されている。

シンガポール

商標法第2条(1)において、商標とは「写実的な表現によって明瞭に表示できる標識であって、ある者が取引において取り扱い又は提供する商品またはサービスと、他人が取引において取り扱い又は提供する商品又はサービスを識別することができるものをいう」と定義されている。

台湾

商標法第18条において「商標とは、識別性を具えた標識で、文字や図形、記号、色彩、立体形状、動態、ホログラム、音など、又はその結合によって構成するものをいう。前項でいう識別性とは、商品又は役務の関連消費者に、指定商品又は役務の供給元を認識させ、他人の商品又は役務と区別できるものをいう。」と定義されており、また、同法第19条では「商標登録の出願には、出願人、商標図案及び使用する指定商品又は役務を明記した願書を備えて、商標受理官庁にこれを出願しなければならない。」と規定されている。

すなわち、台湾では他人の商品又は役務と区別できるものが商標として登録可能であり、この点において通常商標および新しいタイプの商標とで違いはない。

韓国

商標法第2条において、「商標とは、商品の生産・加工又は販売することを業として営為する者が自己の業務に関連した商品を他人の商品と識別されるようにするために使用する次のいずれか1つに該当するもの（以下「標章」という）

- イ. 記号・文字・図形・立体的形状又はこれらの結合、これらに色彩を付したもの
- ロ. 他と結合しない色彩又は色彩の組み合わせ、ホログラム、動作、その他視覚的に認識することができるもの
- ハ. 音・においなど視覚的に認識することができない物のうち、記号・文字・図形又はその外の視覚的な方法で写実的に表現したもの」

と定義されている。

すなわち、韓国では、自己の業務に関連した商品を他人の商品と識別することができるものであって、「他と結合しない色彩又は色彩の組み合わせ、ホログラム、動作、その他視覚的に認識することができるもの」、「音・においなど視覚的に認識することができない物のうち、記号・文字・図形又はその外の視覚的な方法で写実的に表現したもの」が新しいタイプの商標として、登録されうる。

チリ

商標法第19条において、「商標は、視覚的に表現することができ、商品、サービス又は工業上もしくは商業上の施設を識別することができる標章で構成される。そのような標章は、人名を含む文言、文字、数字、画像などの視覚的表現、グラフィックス、記号、色彩の組合せ、音、ならびにそれらの標識の組合せにより構成される。」と定義されている。

すなわち、チリは①写実的に表現することができる ②商品、サービス又は工業上もしくは商業上の施設を識別することができる ③人名を含む文言、文字、数字、画像などの視覚的表現、グラフィックス、記号、色彩の組合せ、音、ならびにそれらの標識の組合せ

標章で構成されるものが商標とされており、新しいタイプの商標としては現状、「音」のみが登録可能となっている。

ペルー

ペルーはアンデス共同体の加盟国であり、産業財産権については、共同体内の法制度を統一することを目的としたアンデス共同体決定第 486 号(2000 年 12 月 1 日施行) が適用されており、現行のペルー商標制度はこの決定に基づくものである。アンデス共同体決定第 486 号による商標の定義は以下のとおり。

(アンデス共同体決定第 486 号第 134 条)

市場において商品及び役務を識別することが可能であるいかなる標章も商標となりうる。写実表現が可能な標章は、商標登録を受けることが出来る。商標について用いられる商品もしくは役務の性質如何は、商標登録にあたり障壁とはならない。

特に以下の標章は、商標となりうるものである。

- (a) 単語もしくは単語の結合
- (b) 画像、造形、記号、視覚的要素、ロゴタイプ、モノグラム、肖像、ラベル、記章
- (c) 音、におい
- (d) 文字 (letter)、数字
- (e) 特定の形状を表すための色分け、もしくは色彩の結合
- (f) 商品の形状、容器、包装
- (g) 上記項目に記載された標章又は手段の結合

すなわち、ペルー商標法下において保護される商標とは、①市場において商品・役務の識別表示として機能しうるものであり、②写実的表現が可能なものであり、③アンデス共同体決定第 486 号第 134 条(a)乃至(g)に例示列挙されるものである。

(2) 出願要件

(2-1) 商標の特定方法と権利範囲

調査対象各国の新しいタイプの商標の特定方法を以下に示す。

ドイツ

商標法第 8 条「絶対的拒絶理由」において「(1)第 3 条に規定する商標として保護を受けることのできる標識であっても、写実的に表現することができないものは、登録されないものとする」と規定している。

従って、音商標は「見本[楽譜]」、色彩商標は「色見本」(色彩の「電子データ」が添付されているときはそれも写実的表現の一部を構成する)が「写実的表現」に該当し、これらが権利範囲を決定づけるものとなる。

「トレードドレス」、「動き」及び「ホログラム」各商標は、その静止像を最大 6 図面で

示したものが「写実的表現」に該当し、これらが権利範囲を決定づけるものとなる。

「触感」についても「写実的表現」ができる限り、保護される。一方「におい」、「味」については写実的表現が不可能なため保護されない。

イギリス

商標が、明確・正確・自己充足的・入手容易・理解容易・永続的・客観的である必要がある。そのため商標出願の願書で、色見本やカラーコード、音符等によって上記の要件を満たすような形で商標を特定しなければならない。これがすなわち権利範囲を構成するためである。

なお「音」の商標に関して、「音声ファイル」は「写実的表現」としての必須要件ではなく、権利範囲の認定においても、参考にされるに過ぎない。

オーストラリア

商標法第 40 条は、「商標登録出願は、その商標が写実的に表現できるものでない場合には、拒絶しなければならない」と規定しており、写実的に表現できることが法律上求められている。従って、新しいタイプの商標の場合、詳細な記述による明瞭な表示と明確な説明によって商標を特定する。

シンガポール

シンガポールにおいては、出願商標が新しいタイプの商標である場合、保護を求める標章の写実的表現および詳細な説明は、精密であることを要する。

なお、出願書類には、以下の追加的記載が必要となる。

- (a) 商標として又は新しいタイプの商標として、三次元形状、パッケージの外観、色彩の保護を求めている旨の記載（この記載は必須である）。
- (b) 権利を要求している特徴に関する詳細な説明

台湾

写実的に表現された商標の表示（商標図案）と当該商標図案を補完するための「見本」（音声ファイル、動画ファイル）及び／又は説明が必要である。

また、願書には、商標が新しいタイプの商標（色彩、音、動き、位置、ホログラム）である旨の記述を含める必要がある。

韓国

新しいタイプの商標は、商標記載欄の商標、説明文、商標のタイプの記載により特定される。

音の商標、においの商標は願書の「商標の写実的表現」欄の記述により特定される。音声、においの標本によって特定されるのではない。

チリ

チリでは、新しいタイプの商標としては、実質的に音商標のみ有効である。音商標は、商標名、写実的表示及び提出された商標見本（音声ファイル）によって特定される。

ペルー

通常商標と同様に基本的に写実的に表現された商標表示（商標図案）により特定される。。
加えてこの商標表示を補完するものとして音声ファイルや見本が必要となる。

(2-2) 出願日認定

ドイツ

①出願人を特定する情報②商標の写実的表現③指定商品・役務を特定することによって出願日が付与される（商標法第 32 条及び第 33 条）。

音声ファイルやカラーコードも出願の構成要件であるが、出願時に提出されない場合、知財庁より補正命令が発せられる。この補正を行った場合、その補正の内容によって出願日は、補正書提出日に繰り下がる場合（カラーコード）と、繰り下がることなくもとの出願日が維持される場合（音声ファイル）がある。

イギリス

出願日の認定のために必要な情報は、①商標登録の願書、②出願人の名称及び住所③商標登録を求める商品又はサービスの陳述、及び④商標の表示である（商標法第 32 条(2)及び第 33 条(1)）。

出願時に商標の「写実的表現」要件が満たされていない場合、2 ヶ月以内に欠けている要件を満たすよう要請する通知（実務上は「拒絶理由通知」が多い）が UK IPO から発行される。この通知に従った場合、出願日は補正(補充日)に繰り下がる。一方、この通知に従わなかった場合は、出願は初めからされなかったものとみなされる（「5-2 各国別調査結果・イギリス編」の添付資料：審査マニュアル1）

オーストラリア

新しいタイプの商標の場合、写実的表現と明確な説明によって商標を特定する。新しいタイプの商標の特定で、最も重要な要素は、書面による説明と商標の表現の組み合わせである。仮に、商標見本も商標の説明も提出されない場合には、出願日は認定されない。なぜなら、その出願は商標を特定するに十分な写実的表現を含んでいないからである。

シンガポール

新しいタイプの商標の出願日認定には、「写実的表現」の提出が必要である。写実的表現が含まれていない場合、登録官はその欠陥に関する通知書を出願人に送り、二か月（延長不可）を手續補正の期間として指定する。手續補正により詳細な記述による明瞭な表示が提出された場合には、出願日は、その提出日となる（出願日の繰り下げ）。

台湾

①出願人、②商標図案、③使用を指定する商品又は役務により出願日が認定される（商標法第19条）。

韓国

商標法第9条の2（出願日の認定等）には、以下のとおり規定されている。

特許庁長は、商標登録出願が次の各号のいずれか一つに該当する場合を除き、その商標登録出願に関する出願書が特許庁に到達された日を商標登録出願日と認めなければならない。

1. 商標登録をしようとする旨の表示が明確でない場合
2. 出願人の氏名若しくは名称の記載がない、又はその記載が出願人を特定することができないほど明確でない場合
3. 商標登録出願書に商標登録を受けようとする商標の記載がない、その記載が商標として認識することができないほど鮮明でない場合
- 3の2. 商標登録出願書に視覚的表現を記述しない場合（第2条1項第1号のハ目の標章に限る。）（ハ. 音・においなど視覚的に認識することができないもののうち、記号・文字・図形又はその外の視覚的な方法で写實的に表現したもの）
4. 指定商品の記載がない場合
5. 韓国語（ハングル）で記載されなかった場合

特許庁長は、第2項の規定により補完命令を受けた者が指定期間以内にその補完をした場合には、その手続補完書が特許庁に到達した日を商標登録出願日と認めなければならない。

チリ

回答なし。

ペルー

出願日認定のためには、以下の情報が必要である

1. 商標登録を受けたい旨の表示
2. 出願もしくは出願人を識別するためのデータ
3. 文字商標の場合は、商標登録を受けようとする商標、それ以外のタイプの商標の場合は商標の複製
4. 指定商品又は役務
5. 対庁手数料を支払った旨の証明

音声ファイルの提出がなかった場合、60営業日の補正期間が与えられ、期間内に補正されない場合、出願は放棄されたものとみなされる。なお、出願日の繰下げはない。

(3) 登録要件

(3-1) 識別性

ドイツ

商標法第3条に「抽象的識別性」(指定商品・役務が何であるかを問わず、商標自体に識別力があるか否かを判断)、第8条に「具体的識別性」(指定商品・役務との関係で商標の識別力を判断)の規定があり、実務上、識別力に欠ける商標については、第8条を根拠に拒絶する。

新しいタイプの商標は一般的に識別力に欠けると判断する傾向にあり、セカンダリーミーニングを獲得したことを立証しない限り登録は難しいとの判決がある(FSC、2009年7月9日判決)。つまり新しいタイプの商標については、識別力の判断が通常商標に比べて、厳格になされるとの基準を示している(ドイツ・「新しいタイプの商標に関する海外調査項目」の質問(20)の回答を参照)。

イギリス

商標法第3条に「登録の絶対的拒絶理由」として(1)(b)に「識別性を欠いている商標」を挙げている。一般論として、通常商標の審査と同様であるが、新しいタイプの商標については識別力が低いことから、使用によりセカンダリーミーニング獲得を立証することを求められる場合がある。

通常の見別力の審査においては、異議申立てがなされない限り、当該商標の使用実績やセカンダリーミーニング獲得状況は考慮しない。当該商標が特定の業界において慣用されているものである場合は、見別力なしとして拒絶する可能性がある。当該商標の出願人が当該商標の指定商品業界の寡占業者であったとしても、これは商標登録の理由にはならない⁴。

オーストラリア

オーストラリアにおいては、通常商標と新しいタイプの商標に適用される見別力の判断のテストに一般的な差異はない。ただし、新しいタイプの商標の中には、本来的に見別力を欠くものも含まれているため、オーストラリアでは、新しいタイプの商標に関する見別力の判断基準を別途有している

シンガポール

シンガポールにおいては、通常商標に関する判断基準と新しいタイプの商標に関する審査基準の間に違いはない。識別性に関しても同じテストが適用される。

台湾

新しいタイプの商標と通常商標とにおいて、見別性の判断に差異はない。ただし、新し

⁴ ECJ 判決 C-321/03 (Dyson Case)

いタイプの商標の中には、本来的に識別力を欠くものも含まれているため、審査基準に新しいタイプの商標に関する識別力の判断基準を別途有している。

韓国

通常商標と同様に新しいタイプの商標の識別力を判断するが、通常商標とは異なり、新しいタイプの商標については使用による識別力が必要とされる。

使用による識別力を有しているかどうかを判断するに当たっては新しいタイプの商標の使用実績、業界における寡占状況などが考慮される。

チリ

新しいタイプの商標用（音の商標）と通常商標とでは異なる取扱いはない。

ペルー

新しいタイプの商標と通常商標とにおいて、識別性の判断に差異は生じない。

(3-2) セカンダリーミーニング

ドイツ

商標法第8条「絶対的拒絶理由」中、第3パラグラフの規定によると、例外的に非常に高度な認知力を獲得した商標についてのみ登録が認められるということであり、出願商標の使用状況等を勘案しない審査段階で認められるものではない。

セカンダリーミーニング獲得の立証方法としてはアンケート結果が有用である。当該アンケートは審査マニュアルに示す標準フォームに則って行われなければならない。

アンケート調査の結果、関連する商取引業界の中で最低でも50%以上認知されていなければセカンダリーミーニングを獲得したとはいえない。商標が記述的である場合は、市場調査で85%以上、すなわち出所標識として満場一致に近い程度まで認知されていなければならないとされている。

イギリス

商標法第3条但書の規定により、使用の結果、後発的に識別力を獲得した商標については例外的に商標登録を認めている。基本的に通常商標の審査と同様であるが、新しいタイプの商標については識別力が低いことから、使用によるセカンダリーミーニング獲得を立証することを求められる場合が多い。

オーストラリア

識別力及び使用による識別力の獲得については、オーストラリア商標法第41条第5項と第6項に規定がある。セカンダリーミーニングの獲得は、オーストラリア国内での評判が重要である。ある商標が外国において高い名声を得ていたことが証明できれば、オース

トラリアでの評判にも寄与する可能性がある。しかし、オーストラリアではまったく使用されておらず、専ら外国のみで使用されているような場合には、登録を得ようとする商品・サービスを識別し得るとは認められない可能性が高い。その商標が著名か否かは、個々の事案における事実と関連する需要者層にかかっている。

シンガポール

セカンダリーミーニング獲得の立証としては、商標が、出願日前に、シンガポールの大衆の心理において、特定の取引者の商品又はサービスの出所として認識されるようになったことを示す証拠を提出しなければならない。

台湾

商標法第 29 条の第 2 項に規定されており、全てのタイプの商標に適用される。セカンダリーミーニングを示すための証拠は、自国の関連する消費者が商品/サービスの出所を示すものとして認識していることを示さなければならない。

韓国

商標法第 6 条第 2 項に規定されている。韓国における使用実績の証明が必要であり、認められるための必要要件は相当期間の使用実績、指定商品の生産・販売量、広告の実施期間・回数等の証明などである。

チリ

セカンダリーミーニングが認められる条件として、知的財産法に従い、国内市場における使用を通じて識別力を獲得するに至ることが挙げられる。この条件は通常商標と新しいタイプの商標共に適用される

ペルー

使用による識別性獲得を立証するにあたって必要となる証拠に関する規定や基準はないが、過去の行政裁判において、使用による識別性獲得主張にあたり、以下の証拠及び聞き取り調査結果が考慮された。

- (a) 市場占有率（需要者に対する聞き取り調査含む）
- (b) 使用による影響力・使用される地域の範囲・使用期間
- (c) 宣伝・広告量
- (d) 出所認識が可能な公衆の割合
- (e) その他、商工会議所・事業者等による宣誓など

(3-3) 機能性の判断

ドイツ

商標法第 3 条「商標として保護することができる標識」の(2)に「次の形状のみからなる

標識は、商標として保護することができない。(1)商品そのものの性質から生じる形状、(2)技術的成果を得るために必要な商品の形状、(3)商品に本質的価値を与える形状」と規定されている。従って機能的な商標は登録されない(FSC判決、2006年10月5日TASTMARKE事件)。当該商標法第3条はすべてのタイプの商標に対応するものであり、立体商標のみに適用される条文ではない。

イギリス

商標法第3条「絶対的登録拒絶理由」として(2)に「標識は、それが次のもののみからなる場合は、商標として登録されない」として「(a)商品自体の性質に由来する商標、(b)技術的成果を達成するために必要とされる商品の形状、(c)商品に実質的価値を与える形状」を挙げている。

実務上、機能性の要件は、立体商標についてのみ審査する。

オーストラリア

オーストラリア商標法には、機能性に関する直接の規定はない。ただし、商品・サービスとの関連において、特定の者に商標を独占させることが妥当か否かについて審査官が判断を行い、妥当でない場合(独占適応性が無い場合)には、機能的な商標として取り扱われ、識別力がない商標として登録を排除することとしている。

シンガポール

立体形状以外の新しいタイプの商標では、機能的商標は存在しないと考えられている。従って、機能的な商標の登録を排除する条文や審査基準は、立体形状を除けば特になく、例えば、あるホログラムが機能的であっても、通常の登録要件さえ満たしていれば商標となり得ると考えられている。

台湾

新しいタイプの商標にとって、機能性は通常、審査されるべき対象である。機能的な商標の登録を排除する条文は、商標法30条1項第1号にて規定されている。さらに、「新しいタイプの商標の審査基準」において、各タイプの詳細な規定が示されている(詳細は本書「5.2 各国別調査結果・台湾編」の(3)登録要件の欄を参照)。

韓国

機能的な商標の登録を排除する条文として商標法第7条①13がある。新しいタイプの商標のなかでも、立体的形状、色彩、色彩の組み合わせ、音、においの商標が対象となる。なお、審査基準27条に機能的な商標に関する判断規定が示されている。

チリ

音の商標について、機能的な商標に関する情報、判例はない。

ペルー

アンデス共同体決定第 486 号第 135 条(d)において、商品の形状のみからなる標章、あるいは指定商品もしくは役務の機能的・技術的特徴を發揮するための要素のみによって構成される標章は商標登録を受けることは出来ない旨が規定されている。

立体商標として保護を受けうる位置商標やトレードドレスについては、このような拒絶理由に該当して拒絶される可能性がある。

(3-4) 類否判断

ドイツ

商標法第 9 条「相対的拒絶理由としての出願商標又は登録商標」の「第 1 パラグラフ 次
の場合は、商標の登録を取り消すことができる」に類否判断に関する規定がある。

類否判断は通常の審査段階では審査されず、異議申立があった場合にはじめて審査官によって判断される事項である。

類否判断の規定は全てのタイプの商標に適用される。

イギリス

商標法第 5 条「登録の相対的拒絶理由」に規定されている。

新しいタイプの商標の類否判断は、通常商標と同じく、指定商品等の分野における需要者の通常の注意力をもとに、商標同士の外観・称呼・観念を比較し、全体の印象をもとに判断するのが原則である。

オーストラリア

商標法第 44 条(1)(b)及び(2)(a)に規定されている。

オーストラリアにおいては、通常商標と新しいタイプの商標とに適用される類否判断のテストに差異はない。審査官は、商品・サービスを扱う一般の需要者が受ける全体的な印象を想定して判断する。特に、対比される商標を直接比較することのないよう、離隔観察を大切にしているとのことである。

シンガポール

商標法第 8 条（登録拒絶の絶対的理由）に規定されている。

シンガポールでは、通常商標に関する判断基準と新しいタイプの商標に関する審査基準の間に違いはない。

台湾

商標法第 30 条第 1 項に規定されている。

通常商標と新しいタイプの商標において、類否判断に差異は生じない。

韓国

商標法第7条第1項第7号に規定がある。通常商標と新しいタイプの商標とで判断基準に差異はないが、新しいタイプの商標のうち、「音」と「におい」の商標に関しては、原則としてクロスサーチは行わない。詳細は「審査基準第21条（先登録商標との同一・類似）」を参照。

チリ

類否判断に関し、通常商標と新しいタイプの商標（音の商標）とでは異なる取扱いはない。

ペルー

通常商標に関する実体審査では、先行商標と出願商標の類否判断にあたり、チリ知的財産権庁のデータベースを用いたコンピュータ検索が行われる。

一方、新しいタイプの商標については、通常商標のようなデータベースが存在しないため、担当審査官が全ての先行登録商標と出願商標との類否判断を個別に行う。なお、異なるタイプの商標間で類否判断は行われないため、音の商標を始めとする新しいタイプの商標とそれ以外の商標との間でクロスサーチは行われない。

（4）他の権利との調整

ドイツ

商標法第13条「その他の先の権利」第2パラグラフに「(2)(1)にいう他の権利（先行権利）には、特に次の権利が含まれる。(3)著作権、(6)他の産業財産（略）」と規定されている。他人の周知な著作物を商標出願した場合は「不正目的(Bad Faith)」出願であることを理由に絶対的拒絶理由（商標法第8条(2)）で拒絶されるだろう。

登録になったとしてもドイツ著作権法第97条(1)に基づき、商標の使用について中止するよう著作権者から求められるだろう。

イギリス

商標法第5条(4)に規定されている。審査官が他の権利との抵触を理由に拒絶することはないが他の権利の権利者（例えば著作権法5条(4)(b)を根拠に）から異議申し立てされた場合、審査されることになる（相対的拒絶理由）

オーストラリア

誤認混同に基づく理由を含め、多くの理由で拒絶査定となる。出願人が著作権を持っていない場合、出願人はその商標の所有者でないとの理由により拒絶理由が発せられる。

シンガポール

他人の歌詞等を用いた楽曲など、明らかに著作権を侵害していると思われる音の商標や動きの商標については、シンガポール商標法第8条(7)(b)に基づき拒絶されることになる。

台湾

著作権、意匠権等他の権利との調整規定がある（商標法第 30 条 15 号）。

商標法の下で侵害の最終判決が裁判所によって下された場合、出願は審査の過程で拒絶される。審査過程において拒絶にならないにしても、他人の著作権を侵害していれば、相対的拒絶理由を有することになり、最終的な判断が裁判所より下された後、著作権者は異議申立又は無効審判を請求することができる。

韓国

商標法第 53 条（他人の意匠権等との関係）に規定されている。

出願された商標に他人の著作権が含まれている場合、通常商標と同様に審査段階では他人の著作権を考慮しないが、商標法第 53 条により規制される。

チリ

音の商標が他人の歌詞等を用いた楽曲など、明らかに著作権を侵害していると思われる場合は、その出願は他人の著作権のとの混同を理由に拒絶される。

出願された商標に他人の著作権が含まれていたときの取扱いにつき、運用や判例はなく、実際、審査において特別な取扱いはない。

ペルー

アンデス共同体決定 486 号第 136 条(f)において、他人の著作権等知的財産権を侵害する商標については、当該他人から同意を得ない限り、登録をすることが出来ないとされている。よって、音商標の実体審査において、出願商標が他人の著作物の一部であることが明らかとなった場合には、許諾書が要求される。出願は方式審査後に公告され、第三者は該期間内に異議申立が可能であるため、著作権者から異議申立を受ける可能性もある。

(5) 出願から登録までのフロー

調査対象 8 ヶ国の出願から登録までのフローチャートは「**5.2 各国別調査結果**」の別添資料を参照。

(6) 出願の手続

(6-1) 出願様式と添付できる資料

ドイツ

商標の出願願書様式は「**5.2.各国別調査結果・ドイツ編**」の別添資料を参照。当該願書様式は、電子出願と書面出願で共通に使用できる。また、通常商標及新しいタイプの商標の出願願書も当該願書様式を使用する。

電子出願の場合、強化署名カードと対応するカードリーダー及び特別な GPTO 出願ソフトが必要である。

音、画像見本の電子データの容量制限については「**5-2.各国別調査結果・ドイツ編**」の(6) 出願受付の欄を参照されたい。

なお、添付資料の取扱いについては商標規則に規定されており、新しいタイプの商標に関する取扱いは「**5-2.各国別調査結果・ドイツ編**」の(6) 出願受付の欄を参照。

イギリス

商標の出願願書様式(願書フォーム: TM4)は「**5-2.各国別調査結果・イギリス編**」の別添資料を参照。電子出願は UKIPO のウェブサイトにおいて、オンラインで出願を行う。

新しいタイプの商標の各タイプにおける願書の記載方法、添付資料の取扱いについては「**5-2.各国別調査結果・イギリス編**」(6) 出願受付の欄を参照。

オーストラリア

商標出願願書の様式(出願フォーム: TM3)は「**5-2.各国別調査結果・オーストラリア編**」の別添資料を参照。当該様式は書面出願及び電子出願の双方で使用される。

添付資料の容量制限は特にない。

シンガポール

書面出願の場合、商標出願願書様式は様式 TM4 を使用する。当該様式は通常商標及び新しいタイプの商標双方で使用される。なお、新しいタイプの商標のタイプ別記入方法については「**5-2.各国別調査結果・シンガポール編**」の(6) 出願受付の欄を参照。

電子出願には書類はなく、ウェブページにおいてオンライン出願を行う。

台湾

新しいタイプの商標の出願願書様式は「**5-2.各国別調査結果・台湾編**」の別添資料を参照(例:「音」商標出願願書)。電子出願と書面出願の願書形式は同一である。

韓国

出願願書様式は「**5-2.各国別調査結果・台湾編**」の別添資料を参照(第4書式)。当該様式は電子出願及び書面出願双方で使用できる。また、通常商標及び新しいタイプの商標出願も当該様式が使用できる。

チリ

商標の出願願書様式は「**5-2.各国別調査結果・チリ編**」の別添資料を参照。当該願書様式は書面出願及び電子出願双方で利用できる。

電子出願は、インターネットを用いたオンライン出願及び CD-ROM 及び磁気ディスクによる出願が認められている。インターネット出願の場合は、事前の登録が必要である。

ペルー

商標の出願願書様式は「**5-2.各国別調査結果・ペルー編**」の別添資料を参照。新しいタイプの商標の出願様式は、通常商標の出願様式と同じである。

電子出願の場合、電子データの添付資料は直接添付できないため、別途郵送で提出しなければならない。また、電子データファイルの容量制限はない。

(6-2) 補正許容範囲と補正があった場合の出願日

ドイツ

原則として、出願後の商標の変更は不可。商標の表現がフォームに合致しない場合は追加シートの提出が必要である。写実的表現の補正は不可。権利範囲に影響を与えるからである。

出願後に許容される補正は、原則として指定商品・役務の減縮補正のみである。場合によって GPTO より、音声ファイルやカラーコード等の補充提出を求められる場合があり、この場合、補充の内容によって出願日は補充日に繰り下がったり（カラーコードの場合）、繰り下がることなくもとの出願日が維持されることになる（音声ファイルの場合）。

イギリス

電子ファイル等を出願日の後、補正や追完可能である（権利範囲特定に有用であるため）。

出願時に「写実的表現」要件が満たされていない場合、2ヶ月以内に欠けている要件を満たすよう要請する通知（実務上は「拒絶理由通知」が多い）が UK IPO から発行される。この通知に従った場合、出願日は補正(補充日)に繰り下がる。一方、この通知に従わなかった場合は、出願は初めからされなかったものとみなされる（「**5-2 各国別調査結果・イギリス**」編の添付資料：審査マニュアル1）。

商標登録出願の指定商品・役務の限縮補正は認められるが、拡大補正は認められない。商標に関してはその同一性に実質的な影響を及ぼす補正は認められない(商標法第39条)。

オーストラリア

商標見本も商標の説明も提出されない場合には、出願日は認定されない。見本か説明のいずれかが提出されている場合には、出願日は認定されるが、出願日以後に説明を付加する補正は要件が厳しいため、そのような出願は拒絶になる可能性が高い。保護を求める範囲を明確にすることは極めて重要である

シンガポール

商標の詳細な記述及び文書による説明の補正は、以下の場合にのみ認められる。

- (1) 明らかなミスを訂正する場合、
- (2) 元の商標の同一性または重大な特徴に大きな影響を与えない場合

台湾

補正が商標の同一性に実質的に影響を与えず、又は対象である商品又はサービスを拡大

しない場合に限られる（商標法第 14 条(3)）。

韓国

出願人は、最初の商標登録出願の要旨を変更しない範囲内で...その商標登録出願に関する指定商品及び商標を補正することができる(商標法第 14 条第 1 項)。

出願公告決定謄本の送達前にした補正が要旨を変更するものと商標権の設定登録があった後に認められたときには、その商標登録出願はその補正書を提出したときに商標登録出願したものとみなす（商標法第 16 条第 2 項）。

チリ

出願の補正は査定通知の受領前までに実施することができる（例えば、商標のタイプ）。さらに、指定商品及びサービスの減縮はいつでも可能である。

方式に不備があった場合、出願人に通知され、30 営業日で補正の機会が与えられる。

ペルー

出願人は、審査期間中であればいつでも、商標について重要な変更を加えるような補正、あるいは当初の指定商品もしくは役務から新たな商品もしくは役務を加えるような補正を除いて、補正を行うことが可能である（アンデス共同体決定第 486 号第 144 条）。

音声ファイルの提出がなかった場合、あるいは方式審査により写実的表現と音声ファイルが不一致であると判断された場合、60 営業日の補正期間が与えられ、期間内に補正されない場合は出願は放棄されたものとみなされる。なお、出願日の繰下げはない。

(6-3) 商標見本

ドイツ

「音」の商標見本（音声ファイル）の保管について：
電子データキャリア（CD 等）は、出願の包袋の中に保管される。

イギリス

音声ファイルは出願の包袋に物理的に保管しておくのみ。出願時に「音声ファイル」の内容を確認することまではしない。

におい商標の標本は、出願自体が最近ないので現在保管しておらず、保管方法についての定めもない。

出願人が「ホログラム」そのものを願書に貼り付けて紙出願した場合は「写実的表現」でないことを理由に拒絶し、一般的に 2 か月の補正期間を与える。

出願人が各図面と説明を補完したら、その補完日が出願日になる。

オーストラリア

「におい」、「音」、「ホログラム」商標については商標の見本は要求されない。ただし、審査官より要求があった場合にはマニュアルの第 21 章を参照。

シンガポール

登録簿が電子的であることから、たとえ現物（ホログラム、においの標本、音声ファイル等）が見本として提出されたとしても保存しておく必要はない。シンガポールでは、登録官の裁量と保存スペースの余裕などの要因に応じて、証拠は保管される場合もあれば、登録後に出願人に返却される場合もある。

台湾

音商標は、WAVE形式の音声ファイルをデータ保存媒体（CD等）に保存して提出され、台湾知財庁のシステムに蓄積される。なお、音声ファイルは台湾知財庁のウェブサイトにて聴取できる。

韓国

音声ファイル、においの標本は、特許庁で保管され、それぞれ閲覧に供される。

チリ

商標見本の保管方法について、回答なし。

ペルー

音商標は、オーディオファイル形式（CD形式が一般的）で商標の複製の提出が必要である。商標局のコンピュータデータベースに保存される。

トレードドレス、位置商標は、現在立体商標として出願されており、立体商標と同様に6面図の提出が求められる。

(6-4) 方式・実体審査

ドイツ

「商品見本と説明文の整合性審査」:

説明と見本とが不一致の場合、出願人へその旨通知し、是正を求められる。

「審査手法」:

ドイツでは一般的に、全体観察で類否判断を行う。これは先述の通り、商標出願ガイドラインにおいて詳細に記載されている。

「識別力」を判断するための審査ツールとしては、辞書・技術用語辞典・インターネット等である。

「類否」判断を行う際、図形商標調査に関してはウィーン分類（ウェブサイトあり）を使用する。

「検索システム」:

商標審査の過程で審査官は、異なる種類のデータベース、辞書、参考資料、専門家の文献又は技術出版物を使用することができる。

「審査資料」:

通常商標と同じ。

「拒絶理由」：

拒絶理由については、詳細に通知はされない。また詳細な通知をオンラインデータベースで閲覧することはできない。

「拒絶事例」：

「5-2.各国別調査結果・ドイツ編」(7)方式・実体審査の欄を参照。

イギリス

「商品見本と説明文の整合性審査」：

商標見本と説明文が不一致である場合は、審査官より「拒絶理由通知」を出して相当の期間を与えて、是正を求める。是正された場合、原則として、是正された日が出願日になる。上記期間内に是正がされなかった場合は、出願はされなかったものとみなされる。

「審査体制」：新しいタイプの商標専門の審査官による審査体制

新しいタイプの商標専門の審査官はいない。必要に応じて、特許の審査に「機能性」等の質問を行うことはある。

「審査手法」：

特に通常商標と変わることはない。

特殊な、類否判断用検索手法や検索キーも特になければ、識別力を判断するための検索ツールもない。

審査に使用する統計情報は無い。

「検索システム」：

通常商標と同じである。

「審査資料」：

通常商標と同じである。

「拒絶理由」：

通常商標に同じだが、新しいタイプの商標は「写実的表現でない」、「識別力がない」等の拒絶理由が発せられる可能性が高い。

「拒絶事例」：

「5-2.各国別調査結果・イギリス編」(7)方式・実体審査の欄を参照。

「異議申立」：

通常商標と同じ。但し、色彩商標や音商標については識別力の欠如を理由に、立体商標やトレードドレス等については、機能性要件を根拠に第三者から異議申立が多くされるだろう。

オーストラリア

商品見本と説明文との間に不一致がある場合、拒絶理由通知が出されることになる。新しいタイプの商標専門の審査官はいない。

類否判断に使用している検索システムは、通常商標用のものと一体となっており、審査官用・ユーザー用それぞれ存在している。また、識別力の審査にあたっては、従来の商標

と同様にその商品・サービスに関連した刊行物とインターネットサイトで検索を行う。

新しいタイプの商標に関するデータベースの蓄積や管理方法は、通常商標の場合と差異はない。

シンガポール

商品見本と説明文と間に不一致がある場合、補正を要求される可能性が高い。

ただし、商標の詳細な記述及び文書による説明の補正は要旨を変更するものであってはならず、許容される補正の範囲は極めて軽微なものに限られる。

シンガポールでは、新しいタイプの商標を担当する決まった審査官のグループは存在しない。

新しいタイプの商標に関するデータ、あるいはその審査に関するやりとりを蓄積・管理するための特別な方法は、シンガポール知財庁には存在しない。

シンガポールでは、絶対的拒絶理由及び相対的拒絶理由について審査が行われる。

「拒絶事例」：

「**5-2.各国別調査結果・シンガポール編**」(7) 方式・実体審査の欄を参照。

台湾

「商品見本と説明文の整合性審査」：

不一致場合は、商標図案に合わせる補正は可能である。

補正が認められない場合につき、商標法第 23 条の規定を参照。

「審査体制」：

特に新しいタイプの商標専門の審査官によるものは予定していない。また、審査官が方式・実体審査の両方を行っている。

「審査手法」：

類否判断に使用している検索の具体的手法及び検索キーの種類の詳細は「**5-2.各国別調査結果・台湾編**」(7) 方式・実体審査の欄を参照。Google 及び Yahoo は、審査官が通常新しいタイプの商標の識別性を決定するために使用するサーチツールである。

「検索システム」：

台湾智慧財産局ウェブサイトにも商標検索システムがある。その詳細は「**5-2.各国別調査結果・台湾編**」(7) 方式・実体審査の欄を参照。

「審査資料」：

新しいタイプの商標について特別な扱いは特にしていない。

「拒絶理由」：

新しいタイプの商標出願の拒絶理由を通知する方法は通常商標と異なるものではない。引用商標の登録番号が確認され、拒絶の理由によりオフィスアクションが開始される。

「拒絶事例」：

「**5-2.各国別調査結果・台湾編**」(7) 方式・実体審査の欄を参照。

「異議申立」：

証拠提出の方法と証拠様式について新しいタイプの商標についての特別な規定はない。

補正の可否、補正の提出方式について新しいタイプの商標についての特別な規定はない。

韓国

「商品見本と説明文の整合性審査」：

整合していない場合は、出願書の要旨を変更しない範囲での補正が可能である。

「審査体制」：新しいタイプの商標専門の審査官による審査体制

韓国特許庁では、新しいタイプの商標の審査のため、別途審査官を選定しており、現在特に教育を行っていないが、新しいタイプの商標を既に導入して運用している外国との業務協議の時、研修又は教育を進める予定である。

「審査手法」：

通常商標と差異はない。

「検索システム」：

韓国特許庁が提供しているデータベース及び民間企業のデータベースにより通常商標と同様に調査を行うことができる。

「審査資料」：

音・におい等については、他のタイプの商標との間でのクロスサーチは行わない。

「拒絶理由」：

韓国では、絶対的拒絶理由及び相対的拒絶理由について審査が行われる。

(商標法第 23 条)

「拒絶事例」：

音・におい商標は 2012 年 3 月 15 日から施行されているため、まだ具体的拒絶例はない。音、においの商標についても通常商標と同様に識別力や類否を判断する。

「異議申立」：

証拠提出の方法と証拠様式について新しいタイプの商標について別段の規定はない。

補正の可否、補正の提出方式について通常商標と同様である。

チリ

「商品見本と説明文の整合性審査」：

商標見本と提出された音声ファイルが異なっていた場合は、オフィスアクションを発行し、出願人に上記の不一致を解消するよう要求する

「審査体制」：

音の商標の為の専門審査官はいない。また、音の商標に関し、業務の外部委託は行っていない。音の商標の審査を行うにあたり、音の商標が少ないことから統計資料はなかった。

「審査手法」：

検索ツール、検索キーワードに関する情報は未入手。

データベース蓄積については、CD、DVD やアナログメディアで保管している。商標局では MP3 と WAVE 形式を受け入れている。

「検索システム」：

審査のために特別に導入したソフトウェアや機器はない。

「審査資料」：

「5-2.各国別調査結果・チリ編」（7）方式・実体審査の欄を参照。

「拒絶理由」：

拒絶理由の通知方法は従来どおり、配達証明郵便を用いる。

商標見本と提出された音声ファイルが異なっていた場合は、オフィスアクションを発行し、出願人に上記の不一致を解消するよう要求する。

「拒絶事例」：

公開時に写実的な記述がなかったことにより拒絶された例がある（出願番号第715103号及び第715104号）。また、写実的な記述を提出しないことを理由に拒絶理由を受けたが、出願を取り下げた出願がある（出願番号第932228号）

「異議申立」：

音の商標に対する異議申立・審判において、証拠の形態及びその提出方法については、特段の規則はない。

拒絶理由通知や異議申立に対応する補正は、申請が受理される前に行うことが可能（例えば、商標の形式の変更）である。さらに、指定商品及び指定役務の減縮はいつでも可能である

ペルー

「商品見本と説明文の整合性審査」：

ペルーでは、公報掲載のために簡単な説明を記載する必要があるものの、説明文に不備があったとしても、拒絶理由あるいは補正命令の対象とはならない。

「審査体制」：

新しいタイプの商標専門の審査官はいない。なお、後述するように、音商標の方式審査にあたっては音楽大学などに外注をしている。

「審査手法」：（「検索システム」を含む）

新しいタイプの商標に関するデータベースがないため、先行商標との類否判断に関する審査では、登録された全ての商標と出願商標との類否判断を審査官がデータベースを用いずに行う。

「拒絶理由」：

ペルーでは、絶対的拒絶理由及び相対的拒絶理由について審査が行われる。

「拒絶事例」：

「5-2.各国別調査結果・ペルー編」（7）方式・実体審査の欄を参照。

「異議申立」：

利害関係人は公開日から30日以内に異議申立てをすることができる（アンデス共同体決定第486号第147条）。なお、異議申立があった場合、出願人はチリ知財局から異議申立があった旨の通知から30日以内に、意見書及び証拠の提出を求めることができる（アンデス共同体決定第486号第148条）。

(6-5) 登録

ドイツ

権利範囲は原則として商標の写実的表現のみによって決定。商標の説明文では決定しない。登録証については通常商標の場合と同一である。「5-2.各国別調査結果・ドイツ編」(8) 登録の欄を参照。

イギリス

権利範囲は、写実的表現が権利範囲を定める。

登録証については、通常商標と変わるところはない。

登録例については、「5-2.各国別調査結果・イギリス編」(8) 登録の欄を参照。

オーストラリア

オーストラリアの登録証は、商標、指定商品・サービス、Endorsementなどが記載されている。

シンガポール

権利範囲は、色彩商標を除いて、当該商標の詳細な記述による明瞭な表示及び詳細な文書による説明によって定められる。提出される見本やサンプルは、権利範囲の一部を構成しない。

登録証記載事項は、商標、分類、商品又はサービス、商標の詳細な記述による明瞭な表示である。

台湾

商標図案(商標の写実的表示)に基づいて定められる。

登録証は「5-2.各国別調査結果・台湾編」(8) 登録の欄を参照。

韓国

登録商標の保護範囲は、商標登録出願書に記載した商標の表示(音・においなど視覚で認識できない商標の場合には、視覚的表現)により定められる。

チリ

音の商標の権利範囲は、名称、写実的な記述、指定商品と指定役務、そして提出されたデジタルデータによる見本から決められる

登録証のサンプルは「5-2.各国別調査結果・チリ編」(8) 登録の欄を参照。

ペルー

権利範囲は、文字商標を除き、出願時に提出された商標の複製(アンデス共同体決定第486号第138条(b))により特定され、特定された商標及び指定商品・役務によって画される。

商標登録証には、以下の内容が記載される。

- (a) 商標権者の氏名・名称／住所・居所
- (b) 標章の簡単な説明
- (c) 指定商品・役務
- (d) 区分
- (e) 存続期間の満了日
- (f) 写実的表現

(6-6) 証明・閲覧

ドイツ

閲覧請求を行うことによって出願包袋全体の写しを入手可能。音声・動画ファイルを含むものについては MP3 ファイル等のデジタルデータを受け取る。登録データ（音声ファイルを除く）は商標ジャーナルによってオンラインで電子的に公開されており、誰でもアクセスが可能である。

イギリス

音声ファイル、動画ファイルの閲覧・聴取できるシステムはない。
原簿の認証謄本（様式、商標見本）は通常商標と同様。

オーストラリア

商標登録簿は、誰でも閲覧のために利用できる。音の商標のための MP3 ファイルや、動き商標のための MPEG ファイルは商標庁のウェブサイトで視聴・閲覧することが可能である。

また、オーストラリア知財庁では、音声及び映像のファイルを保管しており、これらは要求に応じて閲覧に供される。

シンガポール

音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法は特に定められていない。
原簿の認証謄本は、「5-2.各国別調査結果・シンガポール編」（9）証明・閲覧の欄を参照。

台湾

音声ファイルの閲覧が可能。登録された音商標の再生はオンライン官報のウェブサイトからダウンロード可能である。必要な場合は音商標の音声ファイルの閲覧を請求することができる。

原簿の認証謄本は通常商標と同様であり、新しいタイプの商標についての特別な扱いはない。

韓国

音声ファイル、動画ファイルの閲覧については、閲覧請求があった場合に、韓国特許庁

は、音声ファイルを KIPRIS データ(日本の IPDL のようなもの)にて提供する。動作商標については静止画面のイメージファイル (JPG) で提出することになっているので、KIPRIS データで提供しているが、KIPRIS データにては提供できないため、動画ファイルやにおいサンプルを閲覧したい者は特許庁ソウル事務所又は特許庁に直接訪問しなければならない。

原簿の認証謄本は複写できるが、音声ファイル又はにおいのサンプルの複写はできない。

チリ

チリ特許庁のデータベースから閲覧が可能である

登録原簿は特徴的な記載事項はない。

ペルー

CD・DVD 等の電子媒体に記録された音声ファイル、動画ファイルの閲覧は、ペルー知財庁の施設内で保管され、データベースにアップロードなどはされない。従って、閲覧をしたい場合には、ペルー知財庁の施設に行き、見本の閲覧、視聴をする必要がある。

音声ファイルの謄本複写は何人でも請求可能である。データ形式の見本謄本の認証は、証明担当者がペンでデータ媒体に直接サインをすることにより行う。

(6-7) 公報・情報提供

ドイツ

登録公報は電子公報として **trade mark journal** で公表される。

公報の掲載事項は原則として通常商標に同じ。文字商標以外は、商標の写実的表現を記載。公報の例は、「**5-2.各国別調査結果・ドイツ編**」(10) 公報・情報提供の欄を参照。

イギリス

登録公報は UKIPO のウェブサイトにおいて **trade mark journal** で公表される。公報の掲載事項は通常商標と同様。

オーストラリア

登録公報はオーストラリア知財庁のウェブサイトでは PDF 若しくは HTML フォーマットの電子ジャーナルで発行される。音やにおいといった視覚で認識できない商標については、商標の説明文と **Endorsement** を公報に掲載することで対応している。公報以外にオーストラリア知財庁のウェブサイトでは「出願書類」を閲覧することができ、音声ファイルの聴取が可能。

シンガポール

異議申立のために発行される登録公報と、発行された登録公報の変更公報とがあり、シンガポール知財庁のウェブサイトにおいて **Trade Marks eJournal** に掲載される。

公報以外の情報提供として、シンガポール知財庁に出願された商標については、コンピ

ユーザ検索が可能である。調査結果にはその商標の写実的表現が含まれる。登録庁は商標の見本を含む CD、DVD 又は電子ファイルの複写は行わない。

台湾

登録公報は紙及び電子形式の両方で有効である。しかし、紙公報は、もはや 2012 年 7 月 1 日から発行されない。公報の掲載事項は **5-2.各国別調査結果・台湾編** (10) 公報・情報提供の欄を参照。

公報以外の情報提供として、台湾知財庁に出願された商標については、コンピュータ検索が可能である。検索されたファイルには音声ファイル、動画ファイルが含まれており、視聴することができる。

韓国

出願公告公報は、韓国知財庁のウェブサイトにて発行される。添付されている音声ファイルも聴取することができる。

商標に関する公報のデータ形式はイメージファイル (PDF ファイル) の形式である。

公報以外の情報提供については、韓国知財庁が提供しているデータベース (KIPRIS データ) 及び民間企業のデータベースにより通常の商品と同様に調査を行うことができる。

チリ

登録公報は書面とデジタルの両様式がある。

公報に掲載される内容は、(a)出願番号、(b)出願人氏名又は名称及び国名、(c)種別、(d)商標、(e)国際分類、(f)写実的な記述 (可能であれば)

ペルー

出願が方式要件を満たす場合、以下の内容が公報に掲載されることになる (アンデス共同体決定第 486 号第 147 条)。

- (a) 出願番号
- (b) 出願人の名前／名称及び国籍
- (c) 商標の極めて簡単な説明
- (d) 写実的表現
- (e) 指定商品／役務

公報は、日刊紙「El Peruano (エル・ペルアノ)」に掲載されるとともに、インターネット版「El Peruano」にも公報掲載事項がアップロードされる。

公報掲載事項は、通常商標と同じであるが、文字商標以外については商標の写実的表現が掲載されるため、音の商標の場合には、譜面等が掲載される
なお、音声ファイル等は掲載されない。

公報以外での新しいタイプの商標に関する情報提供は行われていない。

(6-8) 統計

ドイツ

電子出願は全体の9%。2011年の新しいタイプの商標出願は全体の0.38%に過ぎない。国内出願(ドイツ国を指定した国際商標登録を除く)中、約60件の色彩商標約、500件の立体商標、約20件の音の商標、約182件のその他の商標を発見した。

イギリス

2009年9月から2010年9月までの全商標登録出願29,508件のうち、新しいタイプの商標に関する出願は41件のみで、全体の0.1%に満たない。今後も出願件数を増えないと考えている。

オーストラリア

タイプ別出願・登録件数の回答あり。下記一覧表を参照。

シンガポール

約9割は、電子出願である。

台湾

今後の出願件数の予測は、これまで調査をしておらず、予測できない。

韓国

今後の出願件数の予測について、外国例及び新しいタイプの商標(音・におい)の登録要件として使用による識別力を要求していること勘案すると、音の商標の出願件数は徐々に増えると思うが、においの商標の出願件数はそれほど多くはないと予想される。

チリ

新しいタイプの商標の出願・登録状況は、音商標の出願件数が23件で、うち4件が拒絶されている。12件が登録され、7件が係属中となっている。

異議申立件数及び審判件数については、2件が異議申立を受けた。さらに本件は異議申立人により審判が申請された。

今後の出願件数をどのように予想するかについては、将来について予想できないが、立体商標制度の導入により、出願人の関心は増加するのではないかと考えている

ペルー

2012年現在において、新しいタイプ商標については音商標15件の登録事例しかない。色彩商標の出願が過去にあったが、登録には至っておらず、他のタイプについては未だ出願すらされていない状況である(なお、位置商標及びトレードドレスは、立体商標として出願されている)。

新しいタイプの商標についての審査基準などは特に整備されておらず、様式等については出願があつてからその都度対応を行う予定とのことである。

現在までに新しいタイプの商標に関する審判等は請求されていない。

まとめ

各国の新しいタイプの商標について、タイプ別出願・登録件数、タイプ別異議申立件数及びタイプ別審判件数の各一覧表を次ページに示す。

各国の商標出願件数

		ドイツ*3、 *9	イギリス *4	オーストラ リア *5	シンガポー ル *6	台湾 *7	韓国	チリ *8	ペルー
新 し い タ イ プ の 商 標	動き		41		7		19(*1)		
	ホログ ラム				6		14(*1)		
	色彩	191		1039	234	297			
	位置								
	音	135		83	37	98	57(*2)	23	
	におい			10	0	0	0(*2)		
	触感								
	味								
	トレード ドレス					150			
通常商標		495181	29467						

各国の商標登録件数

		ドイツ	イギリス	オーストラ リア *5	シンガポー ル *6	台湾 *7	韓国	チリ *8	ペルー
新 し い タ イ プ の 商 標	動き				0				
	ホログラ ム				0				
	色彩			249		38			
	位置								
	音			39	26	39		12	15
	におい			1					
	触感								
	味								
	トレード ドレス								
通常商標									

各国の商標異議申立・査定不服審判件数

		ドイツ	イギリス	オーストラ リア	シンガポ ール	台湾 *7	韓国	チリ *8	ペルー
新 し い タ イ プ の 商 標	動き								
	ホログラ ム								
	色彩					1 (異議) 33 (審判)			
	位置								
	音					0(異議) 19(審判)		2 (異議) 2 (審判)	
	におい								
	触感								
	味								
	トレード ドレス								
通常商標									

*1 : 2007年～2011年12月合計件数

*2 : 2012年3月15日～4月合計件数

*3 : 2005年～2011年合計件数

*4 : 2009年9月～2010年9月合計件数

*5 : ～2012年5月15日合計件数

*6 : ～2012年4月18日合計件数

*7 : 2004年～2012年合計件数

*8 : ～2012年5月合計件数

*9 : その他の新しいタイプの商標の合計=692件がある。

(6-9) 審判

ドイツ

審判における証拠の形態およびその提出方法について特徴的な規則の有無と内容については、通常商標と同じ取り扱いである。

審査官は欧州司法裁判所やドイツ連邦最高裁判所等の判決を考慮に入れるべき旨が定められている（商標出願ガイドライン）。

イギリス

「審判における証拠の形態およびその提出方法について特徴的な規則の有無と内容」：

不使用取り消しに関して「商標の使用には、商標が登録された際の形態における商標の識別性を変更をしない要素についての異なる形態による使用が含まれる」との規定がされている（商標法第46条第2項）。

登録商標の不使用取消しを免れるための使用商標と登録商標の同一性の認定基準の詳細については、5-3. 事例研究を参照下さい。

「識別力や類否について審判や裁判で新たな判断が示された場合、その結果は、どのように審査にフィードバックされているか」：

例えば、先述のDysonの判決を受けて、Practice Amendment Notice PAN 7/07Gが2007年7月20日に出されており、ここで第3条第1項(a)「写実的表現」の要件について、詳細なガイドラインを規定している。

オーストラリア

識別力や類否について裁判所の判決によって新たな判断が示された場合、審査のプラクティスはそれに従って更新されることとなる。

シンガポール

シンガポール知財庁の内部では、審判や裁判で新たな判断が示されても、その結果が直接審査にフィードバックするような仕組みにはなっていないようである。

台湾

審判や裁判の決定が貴重、かつ確立された意見の場合は、審査実務は、当該決定に従うように修正される。

韓国

審判における証拠の形態およびその提出方法については、通常商標と差異はない。

識別力や類否について審判や裁判で新たな判断が示された場合、その結果は、どのように審査にフィードバックされているかについては、「音」「におい」の商標は2012年3月15日から施行されているため、審査例はもとより、審決例や裁判例がまだ出ていない。

チリ

裁判所の決定は、当該事件のみを拘束するものであるため、別の事件について審査官は裁判所と同じ判断をする必要はない

ペルー

新しいタイプの商標についての審査基準などは特に整備されておらず、様式等については出願があつてからその都度対応を行う予定との状況であるため、現時点において特に特徴的な規則はなく、審判が請求され、審判件数が多くなって初めて特徴的な規則などが定められるものと考えられる。

なお、行政裁判所による決定は、一部例外的な事例を除いて審査に拘束力はないとのことである。

(6-10) 侵害（現地法律事務所等より情報提供があつた場合）

ドイツ

侵害事例については、「5-2.各国別調査結果・ドイツ編」（13）侵害の欄を参照。

シンガポール

新しいタイプの商標の保護開始により、商標権者はその商標の権利行使がより容易になった。従来、そのような商標の権利者はコモン・ロー上の不法行為であるパッシング・オフに頼る必要があつたが、その救済は困難であつた。

イギリス、オーストラリア、台湾、韓国、チリ、ペルーについては情報提供なし。

5-2. 各国別調査結果

調査対象国において、「色彩」、「音」、「におい」、「動き」、「位置」、「ホログラム」、「トレードドレス」、「触感」、「味」について、法制度・運用、出願・審査・登録手続及び審査手法について調査を実施し、以下の結果を得た。

5-2-1. ドイツ

<<法制度>>

(1) 商標の定義

欧州における商標の保護は、各国の国内商標法が守るべきミニマムスタンダードである商標指令（First Council Directive 89/104/EEC）及びこれに由来する共同体商標規則（Community Trade Marks Regulation (CTMR) EC/40/94 of 20 December 20, 1993）⁵に基づいて、各国国内法で具体的に制定されている。

ドイツでは、1996年改正商標法にてこれらを反映し、新タイプ商標も保護対象に含められている。ドイツ特許庁（以下、GPTOとする。）長官指令⁶により、「音」の商標の写実的な表現については、ディスクやCD等の記録データが必要とされ、楽譜（musical notation）やソノグラムの使用も許容されたが、その後、別のGPTO長官指令⁷により「音」の商標の写実的な表現としてソノグラムが認められなくなり、楽譜の提出が義務付けられるようになった。従って「雑音」商標は認められなくなり、「メロディー」から構成される商標のみが認められるようになった。

現行商標法第3条「商標として保護することができる標識」において「(1)如何なる標識も、特に個人名を含む語、図案、文字、数字、音標識、商品若しくはその包装、その他梱包の形状を含む立体形状、色彩及び色彩の組み合わせを含むものであって、ある事業に係る商品又はサービスを他の事業に係る商品又はサービスから識別することができるものは、商標として保護することができる」と規定され、第8条「絶対的拒絶理由」において「(1)第3条に規定する商標として保護を受けることのできる標識であっても、写実的に表現することができないものは登録されないものとする」と規定している（別添D4参照）。

従って、新タイプ商標中、写実的に表現できる商標のみが登録可能であり、写実的な表現が困難な「におい」、「味」の商標の登録は事実上認められていない。

(2) 出願要件

①商標の特定方法と権利範囲

商標法第8条「絶対的拒絶理由」において「(1)第3条に規定する商標として保護を受けることのできる標識であっても、写実的に表現することができないものは、登録されないものとする」と規定している（別添D4参照）。

そして、商標を特定するために必要とされる「写実的な表現」について、欧州司法裁

⁵ 詳細はウェブサイト <http://oami.europa.eu/en/mark/aspects/reg/reg4094.htm> 参照。

⁶ ドイツ特許庁長官指令 No.15/96 (1996.8.12)

⁷ ドイツ特許庁長官指令 No. 8/03 (2003.09.03)

判所は、「明確・正確・自己充足的・入手容易・理解容易・永続的・客観的である (Clear, precise, self-contained, easily accessible, intelligible, durable and objective)」必要がある」との判断を示した⁸。

従って、商標登録出願の願書において、色見本（色彩の「電子データ」が添付されているときはそれも写実的な表現の一部を構成する）やカラーコード、楽譜等の上記要件を満たす写実的な表現によって商標を特定しなければならない。

これらが商標登録後における権利範囲を決定づけるものとなるからである。

「トレードドレス」、「動き」及び「ホログラム」の商標は、その静止像を最大6図で示したものが「写実的な表現」に該当し、これらが権利範囲を決定づけるものとなる。

「触感」についても「写実的な表現」ができる限り、保護される。一方「におい」、「味」については写実的な表現が不可能なため保護されない。

②出願日認定

出願日の認定のために必要な情報は、1)出願人を特定する情報 2)商標の写実的な表現 3)指定商品・役務である（商標法第32条及び第33条、別添D4参照）。

上記2)の「写実的な表現」は、上述の通り、例えば「音」及び「色彩」の商標については、商標見本（楽譜や色見本）の提出があれば出願日を認定する。

逆に、これらの提出がない場合、又は提出されていても誤っている場合、補正は許されず、出願を取り下げなければならない。

この場合当該商標の権利化を目指す場合は、再度あらためて出願し直す必要がある。

一方、「音」、「色彩」の商標について、それぞれ「音声ファイル」、「カラーコード」が出願時に提出されていない場合は、特許庁から通知が出され、所定の期間内（国内なら1か月、外国なら2か月等審査官の判断によって決定される）に補正をすることを命じられる。

これによって、「カラーコード」等が補充提出された場合、特許庁は当該補充提出日を出願日として認定する（商標法第36条第2項、別添D4参照）。

但し、「音声ファイル」を補充提出した場合でも、出願日は当該提出日に繰り下がることなく、もとの出願日が維持される。

特許庁からの通知にもかかわらず「カラーコード」や「音声ファイル」を提出しなかった場合、出願はされなかったものとみなされる（商標法第36条第2項、別添D4参照）。

以下、タイプ別に新タイプ商標の出願日認定のための必須要件及び任意要件について詳述する。

「音」の商標：

必須要件：

「音」の商標に関しては、欧州特許裁判所によって「音の商標については、音楽作品

⁸ Case C-273/00, Sieckmann v. Deutsches Patent-und Mrkenamt

を形成する楽譜よりなる標識との表示又は動物の鳴き声との表示のように文章の説明文を用いる方法、単純な擬音のみを用いる方法、音符の羅列のみを用いる方法で視覚的に標章を表示するときはこれらの要件を満たさない。他方、標章が小節に区切られた楽譜上に、特に音部記号、調子記号の音の長さ（relative value）を形作る音符・休符及び必要であれば臨時記号を示すことで、これらの要件は満たされる」と判断がなされた⁹。

ドイツでも、1996年のGPTO長官指令¹⁰により、「音」の商標の写実的な表現については、ディスクやCD等に録音されたデータの提出が認められ、楽譜やソノグラムの使用も許容されたが、その後2003年のGPTO長官指令¹¹により「音」の商標の写実的な表現としてソノグラムが認められなくなり、楽譜の提出が義務付けられるようになった（審査ガイドライン4.3.4、別添D1参照）。

従って「雑音」からなる商標は認められなくなり、「メロディー」から構成される商標のみが認められるようになった。

従って、猫の鳴き声等の自然音は、写実的な表現が難しいため、認められにくい状況にある。

(1) 「楽譜」について

「音」の商標出願においては、通常の楽譜からなる平面商標であって写実的な表現からなるものを2部提出する必要がある（商標規則¹²第11条第1項、第2項）。これが出願日認定要件になる（ドイツ商標法第33条第1項及び32条第2項、別添D4参照）。

(2) 「音声ファイル」について

「音」の商標出願においては、「音声ファイル」を1件提出する必要がある（商標規則第11条第3項、第5項）。これも出願日認定要件である。

任意要件：

「音の商標に関する説明」は必須ではない。

従って出願人は「音」の商標を構成する楽器や音色（ピアノ、ヴァイオリン等）を特定する必要はなく、速さについては、メトロノームマークを付すのみで登録を認めた例もある（以下は、2005年1月13日に登録された例である）。



上記の「音」商標の「写実的な表現」としての必須情報である、「楽譜」について誤りがある場合は、出願人はこれを追加提出ないし補正することはできず、当該出願自体

⁹ ECJ 判決、Shield Mark 判決、Case C-283/01, Shield Mark BV v Joost Kist h.o.d.n. Memex

¹⁰ ドイツ特許長官指令 No.15/96(1996.8.12)

¹¹ ドイツ特許長官指令 No. 8/03 (2003.09.03)

¹² 商標規則 2004年12月17日規則（連邦法律官報 I,3532 ページ）第1条により最終改正2004年5月11日商標規則（連邦法律官報 I,872 ページ）

を取り下げ、後日正しい「楽譜」をもってあらためて出願する必要がある。

これは法上、写実的な表現である商標の補正が不可能だからである。

これに対して、「音声ファイル」が不適切である場合やこれが「楽譜」と一致しない場合は、特許庁から指定された相当の期間内に正しい「音声ファイル」に出しなおせば救済される。

この場合、出願日はそのまま維持され、正しい「音声ファイル」の提出日に繰り下がることはない。

しかしながら、当該期間内に不備が是正されない場合は、特許庁は出願自体を拒絶する（商標法第 36 条第 4 項、別添 D4 参照）。

「色彩」の商標

必須要件：

平面上に記された「色彩」の商標の写実的な表現（色見本）2部を国際的に認められた色コード（Pantone, RAL, HKS 等）とともに提出しなければならない（商標規則 12）。

上記「写実的な表現」について、欧州司法裁判所が上述の Sieckman 判決¹³において「商標が、明確・正確・自己充足的・入手容易・理解容易・永続的・客観的である（Clear, precise, self-contained, easily accessible, intelligible, durable and objective）必要がある」としたことから、「色見本」の提出のみでは不十分であり、「国際的に認定されたカラーコード」が必要となる。

「色見本」のみ、又は「カラーコード」の記載のみでは、いずれも「写実的」要件を満たさない。この場合、詳細な説明で「色彩の説明」が必要であり、それは明瞭かつ精密で客観的に理解可能なものでなければならない。

色見本が 2 部提出され、国際的に認められたカラーコードの記載があれば、「色彩の説明」がなくても認められる。

色彩の組み合わせの場合、形も輪郭もない複数の色彩を単に並列させただけのものや、複数の色彩で「知覚可能なあらゆる形態」などの説明では精密に表現しているとは認められず、画一的かつ首尾一貫した方法で当該複数の色彩を関連付ける体系的な位置づけの説明が含まれていなければならない¹⁴。

¹³ Case C-273/00

¹⁴ Heidelberger Bauchemie 判決（2004 年 1 月 24 日 ECJ 判決 C-49/02 No.33-35）

以下に示すのは複数の色彩からなる色彩の商標の登録例である。



Deutsches
Patent- und Markenamt

Informationen

zur Marke 30033211, Stand 28.06.2012

Die Marke mit der Registernummer **30033211** ist mit den folgenden Angaben in das Register des Deutschen Patent- und Markenamts eingetragen.

Die Schutzdauer der Marke beginnt mit dem Anmeldetag und endet am 30.09.2019. Eine Verlängerung um jeweils 10 Jahre ist gemäß § 47 Markengesetz möglich.

Informationen zur Marke 30033211, Stand: 28.06.2012

[—] Datenbestand: DE

[111] Registernummer: 30033211

[210] Aktenzeichen: 300332114

[540] Wiedergabe der Marke



[550] Markenform: Sonstige Marke

[—] Eintragung farbig: ja

[591] Bezeichnung der Farben: brilliantblau, lichtgrau

[571] **Markenbeschreibung:** Die Marke ist eine Farbmarke bestehend aus einer Kombination der Farbe "Brilliantblau" entsprechend RAL 5007 und der Farbe "Lichtgrau" entsprechend RAL 7035. Die Kombination der beiden Farben brilliantblau und lichtgrau besteht aus einer Zusammenstellung zweier gleich breiter, ohne Zwischenraum aneinander gefügter Farbstreifen - der eine brilliantblau, der andere lichtgrau. Die beiden Farbstreifen sind vertikal angeordnet, grenzen unmittelbar aneinander und sind fest miteinander verbunden, so dass der äußere Umriss die Form eines Rechtecks hat. Das flächenmäßige Verhältnis der beiden Farben beträgt 1:1.

[220] Anmeldetag: 30.09.2009

[151] Tag der Eintragung im Register: 05.02.2010

[730] Inhaber: KOENIG & BAUER Aktiengesellschaft, 97080 Würzburg, DE

[740] Vertreter: Rechts- und Patentanwälte Lorenz Seidler Gossel, 80538 München, DE

[750] Zustellanschrift: Rechts- und Patentanwälte Lorenz Seidler Gossel, Widenmayerstr. 23, 80538 München

[511] Klasse(n) Nizza: 07, 09

[531] Bildklasse(n) (Wien): 26.04.07, 29.01.12

色彩の商標について、実務上稀ではあるが、優先権等の関係で、FAXで出願する場合は、当該FAX上に色彩の配置が明瞭に記載されている場合のみ出願日が認定される。

「位置」の商標

この商標の形態の対象は、常に同一の形で行われる、ある標識の商品への取り付け又は配置（たとえば、一足の靴の赤のストライプ）であって、必要に応じて説明により明確化されるものである（審査ガイドライン 4.3.6.3、別添 D1 参照）。

必須要件：

新しいタイプの商標の場合は、そのタイプを願書に記載する（Other Type になる）必要がある。

最高 6 枚の写真ないし図を提出し、「商標の説明」を記載することにより「写実的な表現」の要件を満たす必要がある（商標規則 12）。

商標の特定の際に、「実線」や「破線」を用いて特定することは義務ではないが、実務上、「実線」や「破線」を用いて「位置」商標を特定する場合は多い。

但し、特許庁は、写真や絵もサンプルとして許容している。

商品上における商標の位置を指定する説明書きが出願に含まれていなければならない。

例えば、以下の「位置」商標は「写実的な表現」要件を満たすとして登録されている。



Deutsches
Patent- und Markenamt

Informationen

zur Marke 302010059753, Stand 28.06.2012

Die Marke mit der Registernummer **302010059753** ist mit den folgenden Angaben in das Register des Deutschen Patent- und Markenamts eingetragen.

Die Schutzdauer der Marke beginnt mit dem Anmeldetag und endet am 31.10.2020. Eine Verlängerung um jeweils 10 Jahre ist gemäß § 47 Markengesetz möglich.

Informationen zur Marke 302010059753, Stand: 28.06.2012

[—] **Datenbestand:** DE

[111] **Registernummer:** 302010059753

[210] **Aktenzeichen:** 3020100597534

[540] **Wiedergabe der Marke**



[550] **Markenform:** Sonstige Marke

[571] **Markenbeschreibung:** Es handelt sich um eine Positionsmarke. Mit der Marke wird Schutz für einen rechteckiges, längliches Stofffähnchen beansprucht, welches durch einen glänzenden oder matten, runden Metallknopf im mittleren Bereich eines Stofftierohres angebracht ist. Das Fähnchen ist schmaler als das Ohr, ragt aber der Länge nach über dieses hinaus. Der Knopf ist schmaler als das Fähnchen, das an den Seiten hervorragt. Die Form und Größe des Stofftierohres sind dabei variabel und nicht Teil des Schutzanspruchs. Die gepunkteten Linien sind nicht Bestandteil der Marke und sollen lediglich die Position der Marke auf den Waren zeigen. Die durch die gepunkteten Linien dargestellte Form eines Tierkopfs ist lediglich beispielhaft und bezweckt nicht die Beschränkung des Schutzzumfangs der Marke auf diese Tierkopfform.

[220] **Anmeldetag:** 12.10.2010

[151] **Tag der Eintragung im Register:** 12.01.2011

[730] **Inhaber:** Margarete Steiff GmbH, 89537 Giengen, DE

[740] **Vertreter:** Gleiss Lutz, 70469 Stuttgart, DE

[750] **Zustellanschrift:** Rechtsanwälte Gleiss Lutz, Maybachstr. 6, 70469 Stuttgart

[—] **Version der Nizza-Klassifikation:** NCL9

[511] **Klasse(n) Nizza:** 28

「商標の説明」の欄には、「(仮訳) この商標は、おもちゃの (ぬいぐるみの) 耳に、

光沢をもった又はもたない丸い金属製のボタンによって貼り付けられた長四角の布製のバナレットに関する保護を求めるものである。当該バナレットは耳より幅が狭いが、長いものである。ボタンはバナレットよりも幅が狭い。ビロード製のおもちゃの（ぬいぐるみの）デザインや大きさは多様なものがあり、本商標の保護の対象ではない。点線で示された部分は、商標の一部ではないが、商品中、位置商標が付される位置を明確にする目的で書したものである。点線で示されたビロード製のおもちゃの（ぬいぐるみの）頭部は一例に過ぎず、本商標の保護範囲を限定するものではない。」と記載されている。



Deutsches
Patent- und Markenamt

Informationen

zur Marke 302010021888, Stand 28.06.2012

Informationen zur Marke 302010021888, Stand: 28.06.2012

[—] Datenbestand: DE

[111] Registernummer: 302010021888

[210] Aktenzeichen: 3020100218886

[540] Wiedergabe der Marke



[550] Markenform: Sonstige Marke

[571] **Markenbeschreibung:** Die Marke beansprucht Schutz als Positionsmarke. Die Marke besteht aus der Positionierung eines runden Metallclips, der im Schnittpunkt des Unterkaros an der Außenseite der Socke im Argyle (Karo-) Muster (gleich welcher Farbkombination) platziert ist; sonstige in der bildlichen Darstellung erkennbare Formgebungen und/oder Gestaltungsmerkmale sind nicht Bestandteil dieser Marke.

[220] Anmeldetag: 13.04.2010

[151] Tag der Eintragung im Register: 25.08.2010

[730] Inhaber: KÜNERT Fashion GmbH & Co. KG, 87509 Immenstadt, DE

[740] Vertreter: Rüger, Barthelt & Abel, 73728 Esslingen, DE

[750] Zustellschrift: Patentanwälte Rüger, Barthelt & Abel, Postfach 100461, 73704 Esslingen

[—] Version der Nizza-Klassifikation: NCL9

[511] Klasse(n) Nizza: 25

[531] Bildklasse(n) (Wien): 09.01.25, 09.05.13, 25.07.03

[141] Löschdatum: 10.04.2012

[—] Aktenzustand: Marke gelöscht

「商標の説明」の欄には、「(仮訳) この商標は位置商標としての保護を求めるものである。本商標は、靴下の外側のアーガイルチェックパターン（色彩は関係ない）の交差箇所最下部の交差部に配された丸い金属製のクリップの位置によって特徴付けられる。この図から認識され得るその他の形状や構成要素は、本商標の対象外である。」と記載されている。

「動き」の商標

「動き」の商標においては、運動として認識可能な表示図像の変化が標識の構成要素である。運動の視覚的表現が、必要に応じて説明の助けを受けて、数字による順番づけ及び所定の周期で、運動の経過又は表示される画像に発生する変化を認識させる図像の連続により行われることが可能であるという前提のもとで、「動き」の商標は登録可能となる（審査ガイドライン 4.3.6.2、別添 D1 参照）。

必須要件：

新しいタイプの商標の場合は、そのタイプを願書に記載する（Other Type になる）必要がある。

また最高 6 枚の写真ないし図を提出し、「商標の説明」を記載することにより「写実的な表現」の要件を満たす必要がある（商標規則 12）。

「ホログラム」の商標

必須要件：

新しいタイプの商標の場合は、そのタイプを願書に記載する（Other Type になる）必要がある。

また最高 6 枚の写真ないし図を提出し、「商標の説明」を記載することにより「写実的な表現」の要件を満たす必要がある（商標規則 12）。

この際、ホログラムを異なる角度から見た際のアングルを明確に記載しなければならない。

「トレードドレス」の商標

必須要件：

新しいタイプの商標の場合は、そのタイプを願書に記載する（Other Type になる）必要がある。

また最高 6 枚の写真ないし図を提出し、「商標の説明」を記載することにより「写実的な表現」の要件を満たす必要がある（商標規則 12）。

「におい」の商標：

欧州司法裁判所の前記 Sieckmann 判決¹⁵によれば、化学式は物質の香りを表現するものではない。香りのサンプルの寄託も写実的な表現を構成しない。香りの説明は写実的

¹⁵ ECJ 判決、Case C-273/00,

な表現に相当するがその説明は十分に明瞭，精密かつ客観的なものでなければならない。
それゆえ香りは現時点では登録し得ない。

「味」の商標：

「写実的な表現」等の商標の基本的要件を満たさないため、登録例はない。

「触感」の商標：

「写実的な表現」等の商標の基本的要件を満たせば登録可能である。特許連邦裁判所が、触感を明瞭な「図、絵」又は言葉による説明、もしくはこれらの組み合わせによって写実的な表現をできれば登録され得ると判断しているためである¹⁶。

一方「写実的な表現」要件を満たさないとして拒絶された例は後述の通りである。

触感の印象それ自体を表現・説明する必要はないが、触感にかかわる対象物の質等を明瞭に特定する必要がある。

「トレーサーマーク」：

着色された縞模様又は糸から構成され、大半はケーブルやワイヤーやホース等の製品に結び付けられるものであってドイツに特有のタイプの商標であって、最近は少ないが、かつて多く出願及び登録されたものである。

最高6枚の写真ないし図を提出して「写実的な表現」の要件を満たす必要がある。出願書類には、商標の説明と共にトレーサーの種類についての表示を含めることもできる（商標規則10）。

以下に具体的登録例を挙げる。



出願番号：DE00846842

出願日：1967年6月29日

登録日：1968年7月4日

指定商品：第9類 絶縁電気ケーブル及びワイヤー

(3) 登録要件

① 識別性

ドイツ商標法第3条に「・・・ある事業に係る指定商品又はサービスを他の事業に係る商品又はサービスから識別することができるものは、商標として保護することができる」と規定され、第8条絶対的拒絶理由の(2)に「次の商標は登録されないものとする」

¹⁶ FSC 判決、2006年10月5日判決、Case.No.1ZB 73/05, GRUR 2007, Page 148, paragraph 17

として「(1)商品又はサービスについての識別性を有していない商標、(2)商品若しくはサービスの種類、品質、数量、用途、価格、原産地、生産若しくは提供の時期又はその他の特徴を示すために取引上使用されることがある標識又は表示のみをもって構成される商標」と規定されている（別添 D4 参照）。

第 3 条の「抽象的識別性」は指定商品・役務が何であるかを問わず、商標として識別力があるか否かを判断するものであり、実務上この条文を適用して拒絶されることは殆どない。一方、第 8 条の「具体的識別性」は、指定商品・役務との関係で識別力の有無を具体的に判断するものであって、実務上はこれを適用して拒絶されるケースがほとんどである。

一般的に、審査官は商標の識別力を判断するにあたっては、当該商標が付された商品の業界における寡占状況や出願人から提出された使用証拠等を考慮に入れることはなく、通常の注意力を有する需要者・取引者（trade circle）の立場にたって、職権で判断する。

欧州司法裁判所（ECJ）やドイツ連邦最高裁判所（FSC）、連邦特許裁判所（FPC）等の裁判所実務においても、職権にて、商標が指定商品の出所標識として識別力があるか法的予測をもとに判断する。

したがって本来的識別力の判断にあたっては、実際の商標の使用状況や商標出願人の業界における寡占状況を判断に入れることはない。あくまで当該商標が当該指定商品・役務が属する業界において出所識別力があるかどうかを法的予測に基づいて判断する。

さらに、立体商標について欧州司法裁判所は「（需要者は立体形状よりも文字に注目しているから）立体商標は、文字商標等に比べ、立体形状自体にて識別力を獲得したことを立証することは難しい」という判断を示している¹⁷

ドイツ連邦最高裁判所（FSC）もこれに追随し「商品の立体形状は原則として識別力に欠ける」との前提にたち、立体形状についてはセカンダリーミーニングの獲得を十分に立証しない限り登録を認めない傾向にある¹⁸。

従って、ドイツ連邦最高裁判所（FSC）は新しいタイプの商標全般に関して、一般的に識別力に欠けると判断する傾向にあると考えられることから、セカンダリーミーニングを獲得したことを立証しない限り、登録は難しいのが実情である¹⁹。従って、新しいタイプの商標についての識別力の判断は、通常商標に比べて厳格になされる。

「色彩」の商標：

「色彩」の商標については、単一の色彩は、欧州司法裁判所によれば「通常、色彩それ自体が特定事業者の商品を他から区別することは本来的に不可能である。」ので、原則として「識別力なし」²⁰との判断が一般的である。但し「色彩それ自体の場合、特に

¹⁷ 2004 年 10 月 7 日 ECJ 判決。Case No.C-136/02 P. Paragraph 30, MAGLITE GRUR Int 2005,135Maglite Case

¹⁸ 2009 年 7 月 9 日 FSC 判決。Case No.I ZB 88/07, GRUR 2010, P.138 paragraph 24 and 25, ROCHER –Kugel)

¹⁹ 上記 16 に同じ。

²⁰ ECJ Case C-104/01 Libertel Groep BV v Benelux-Merkenbureau

商標出願の対象となる商品やサービスの数が非常に限られており、関連市場が極めて特定される場合には、例外的な状況を除けば、以前に何らかの使用実績がない限り、識別力があるとは到底考えられない」という同判決の判断を受けて、ドイツでも「色彩」の商標の識別力の判断にあたっては、特殊な市場のごく限定された数の商品役務の出所を表示するものとして当該色彩そのものが用いられているとの取引慣行を出願人が立証した場合は、考慮に入れなければならないとされている²¹。

理論上は「色彩の組合せ」の商標の方が登録されやすいと考えられる。

「音」の商標

「音」の商標については、「音の長さ」の制限はないが、長すぎる音の商標は識別力なしと判断される場合が多い。

審査ガイドラインでも、「音商標の音の長さについては、全体に適用される上限は存在しない。しかしながら、この音の長さは抽象的に識別性を有している必要があるため、商標の性格に適した長さを超えることは認められない（1994年12月16日付ドイツ特許商標庁長官通達第16/94号、ドイツ特許・意匠・商標公報特別号、180頁、及び2003年9月3日付ドイツ特許商標庁長官通達第8/03号、ドイツ特許・意匠・商標公報2003年号、320頁参照）」とされている（審査ガイドライン4.3.4、別添D1参照）。

従って、2~3分の曲でも、もし識別力があれば登録される可能性はある。実際の長い音の登録例として以下に掲載の楽譜（2003年の登録）があるが、これが今時点でも登録されるかは保証の限りではない。

Erdinger Weißbier-Walzer

The image shows a musical score for 'Erdinger Weißbier-Walzer'. It consists of five staves of music in 3/4 time, with a key signature of one flat (B-flat). The score includes various musical notations such as notes, rests, and dynamic markings. A specific measure in the second staff is circled and labeled with a circled 'A', indicating a long note. Other measures are labeled with circled letters B, C, D, E, F, G, and H. At the bottom of the score, there are instructions: 'D.S. al Fine', 'Bei Bedarf 2x D.S.', and 'LÄNDLER' with first and second endings. The score ends with a double bar line and a circled 'H'.

パブリックドメインになった音楽に関しては周知でありかつ独占適応性がないため「識別力なし」として拒絶される。

²¹ FSC 判決， Operative part of the Decision of Nov.19,2009. Case No.I ZB 76/08, Grur 2010,637, FARBE GELB

ちなみに、レオナルドダビンチの名作として世に知られた「モナリザ」の絵の写しからなる以下の商標は「識別力なし」として拒絶された²²。



「位置」の商標

「位置」の商標については、商標自体に識別力がある場合は登録が認められる。逆に「！」等のありふれた商標を「位置づけ」しても識別力は認められにくいだろう。

「トレードドレス」商標

「トレードドレス」商標については立体商標ないし図形商標と同様に商標法第3条の要件を満たすかどうかによって判断される（別添D4参照）。

②セカンダリーミーニング

商標法第8条「絶対的拒絶理由」中、第3パラグラフで「登録に関する決定がなされる前に使用していたことの結果として、商標の出願に係る商品又はサービスについてその商標自体が識別標識として関係取引業界において確立している場合は、第2パラグラフ(1)、(2)及び(3)の規定は適用しない」と規定されている（別添D4参照）。

これは、例外的に非常に高度な認知力を獲得した商標についてのみ登録が認められるということであって、出願商標の使用状況等を勘案しない審査段階で認められるものではない。

セカンダリーミーニング獲得の立証方法としてはアンケート結果が有用である。当該アンケートは審査マニュアルに示す標準フォームにのっとり行われなければならない。誘導的恣意的アンケートを排除するためである。

アンケート調査の結果、関連する商取引業界の中で最低でも50%以上認知されていなければセカンダリーミーニングを獲得したとはいえない。商標が記述的である場合は、市場調査で85%以上、すなわち出所標識として満場一致に近い程度まで認知されていなければならないとされている。

立体商標についてセカンダリーミーニングの獲得を認めるためには、商取引界で62%の認知度獲得を要する²³。

セカンダリーミーニングの立証には、あわせてドイツ国内における膨大な使用証拠を

²² FSC 判決、1997年11月25日；File No 24 W (pat) 188/96.

²³ FSC 判決、2009年7月9日 Case NO.1 ZB 88/07, GRUR 2010, P.138 Paragraph 36 and 38 ROCHER-kugel

提出し、現実取引で識別力獲得していることを立証する必要がある。外国登録例や外国における使用証拠の提出ではドイツにおける識別力獲得の証拠にはならないから認められない。

③機能性の判断

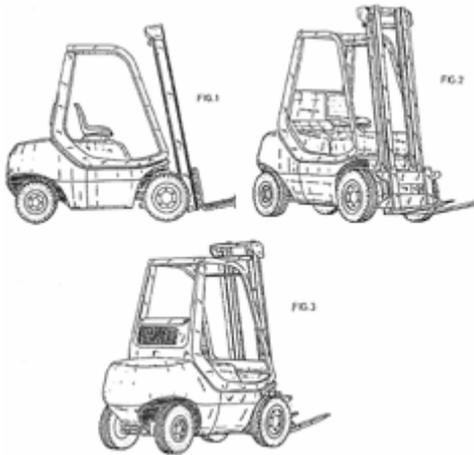
商標法第3条「商標として保護することができる標識」の第2パラグラフに「次の形状のみからなる標識は、商標として保護することができない。(1)商品そのものの性質から生じる形状、(2)技術的成果を得るために必要な商品の形状、(3)商品に本質的価値を与える形状」と規定されている(別添D4参照)。

ドイツ連邦最高裁判所(FSC)は、立体商標の識別力について争われた事件で「(仮訳)商標は、商品の機能面での必要要素であってはならず、商品の基本的形状を超え、かつそれとは分離された要素を備えることによって、出所識別機能を果たせるようにしなければならない」と判断し²⁴、以下の商標について登録を認めた。

登録商標例：

フォークリフトの立体商標：

これはフォークリフトのドライバー席の丸みを帯びた五角形の形状や後ろの丸みを帯びた部分が、フォークリフトの通常又は基本的形状から傑出しており、指定商品へ特定の特徴づけを与えるものだから出所識別機能を発揮すると判断して登録された。



従って、ドイツで新しいタイプの商標が登録されるためには、指定商品の通常または基本的な形状からなるものから突出した識別力の高い要素を包含していなければならない。

そして当該識別力の高い要素は、指定商品の基本的な機能要素であってはならない。さもなければ、他者製品と識別ができないからである。

これは商品の技術的特性に関する独占権付与を回避するためである(自律性の原則)。

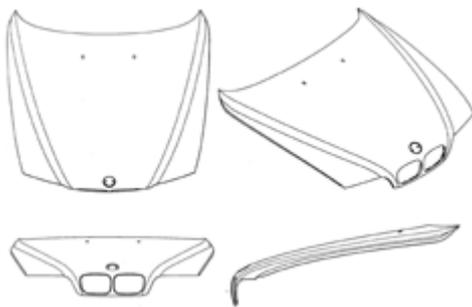
²⁴ 2006年10月5日判決 TASTMARKE 事件 Case No.I GB 73/05, GRUR 2007, 148, paragraph 12

一方、「機能的である商標」として、拒絶された立体商標に関する有名な事例として「レゴ」事件（但し、ECJ 判決²⁵）がある。この事例では、セカンダリーミーニングを獲得した立体商標であるにもかかわらず、機能的であることを理由に拒絶された。



(イメージ)

また、ドイツ連邦最高裁判所（FSC）でも、以下の「BMW 車のフロントカバー」が「(商品の) 技術的結果を得るために必要とされる形状」であるとして拒絶された²⁶。



機能性の判断は、立体商標やトレードドレスに限定されることなく、ホログラム商標についても、これが機能的であれば、第 8 条第 2 項で拒絶される (P.36)。これを克服するためには、ホログラムが一定の特定の出所を表示すると需要者 (Trade Circle) に認知されている証拠を提出しなければならない。

④類否判断

ドイツでは、「相対的拒絶理由」については、通常の審査段階では審査されず、第三者より異議申立てがあった場合にはじめて審査官によって判断される。

一般的に欧州共同体裁判所及びドイツ連邦最高裁判所は、両商標の全体観察によって類否判断を行い、その手法は 2005 年 6 月 13 日付発行の商標出願ガイドラインに詳述されており、ウェブサイトから閲覧できる²⁷。

商標法第 9 条「相対的拒絶理由としての出願商標又は登録商標」に「第 1 パラグラフ次の場合は、商標の登録を取り消すことができる」として「(1)当該登録商標が先に出願又は登録された商標と同一であって、当該商標の登録に係る商品又はサービスが先の商標の出願又は登録に係る商品又はサービスと同一である場合、(2)当該登録商標が、先に出願又は登録された商標と同一性又は類似性を有し、かつ、両商標によって指定される商

²⁵ ECJ 判決,2010 年 9 月 14 日、File-No. C-48/09 P

²⁶ FSC 判決、2007 年 5 月 24 日、File No. I ZB 37/04

²⁷ <http://www.dpma.de/docs/service/formulare/marke/w7735.pdf>

品又はサービスが同一性又は類似性を有する故に、他の商標との関連性を想起させる虞を含め、公衆の側に混同を生じさせる虞がある場合（略）」と規定され、第14条にも関連規定がある（別添D4参照）。

欧州司法裁判所の **Sabel/Puma** 判決²⁸以降、ドイツにおいても「先行商標の識別力が高いほど出所混同を生じる範囲（類似範囲）は広い」と判断される傾向にある。

従って、商標の一般的類否判断にあたり、審査官は先行商標の本来的識別力を考慮に入れなければならない。

ドイツ連邦最高裁判所も新タイプ商標に関して「審査官ないし侵害判断を行う裁判官は、先行商標の識別力を評価しなければならない」ものとし、「もし先行商標の識別力が指定商品との関係で低い場合は、当該商標の使用の蓄積の結果、平均的かそれ以上の識別力を獲得したかどうか評価しなければならない」とした²⁹。

従ってドイツでの類否判断実務では、先行商標の識別力がその指定商品等との関係で弱い場合は、出願商標の使用実績や独占適応性も考慮に入れることになる。

「音」の商標に関して、音階に歌詞がついている「音」の商標とその歌詞を表す「文字」の商標も類似すると判断される。

音階のみの「音」商標と音声付音階の「音」商標についても、全体観察の結果受ける印象が同じであれば類似と判断されるだろう。音階が同じものであって、音源が異なるものは、類似と判断される可能性があるだろう。同一の音階に音を追加したものについては、原則として類似となるだろうが、最終的には追加音の識別力の強さによって判断されるだろう。

「猫の鳴き声」の「ミャオ」が「**MEOW**」（文字商標）と類似と判断されるか否かについては、当該「猫の鳴き声」が「ソノグラム」の提出が許容されなくなったことから「写実的な表現」の要件を満たすことは困難であるが、もし登録された場合、当該「**MEOW**」（ミャオ）からなる音の商標は、文字商標「**MEOW**」（ミャオ）と類似することになる。

「色彩」の商標と文字商標の類否判断も、理論的にはあり得るが、「赤」という文字商標に基づいて「赤色」の商標の拒絶はしない。

（4）他の権利との調整

商標法第13条「その他の先の権利」第2パラグラフに「(2)(1)にいう他の権利（先行権利）には、特に次の権利が含まれる。(3)著作権、(6)他の産業財産（略）」と規定されている。他人の周知な著作物を商標出願した場合は「不正目的（Bad Faith）」出願であることを理由に拒絶されるだろう（別添D4参照）。

仮に登録になったとしてもドイツ著作権法第97条第1項³⁰に基づき、商標の使用につい

²⁸ ECJ 判決。1997年11月11日、C-251/95、GRUR1998, Page 387, Paragraph 24

²⁹ FSC 判決。2009年7月6日、GRUR-RR 2010, page 205, paragraph 45, HAUS& GRUND IV

³⁰ 著作権法第97条(1)の仮英訳：(1) The infringed party may assert a claim against any person who unlawfully infringes a copyright or another right protected by this Act for removal of the derogation or, in

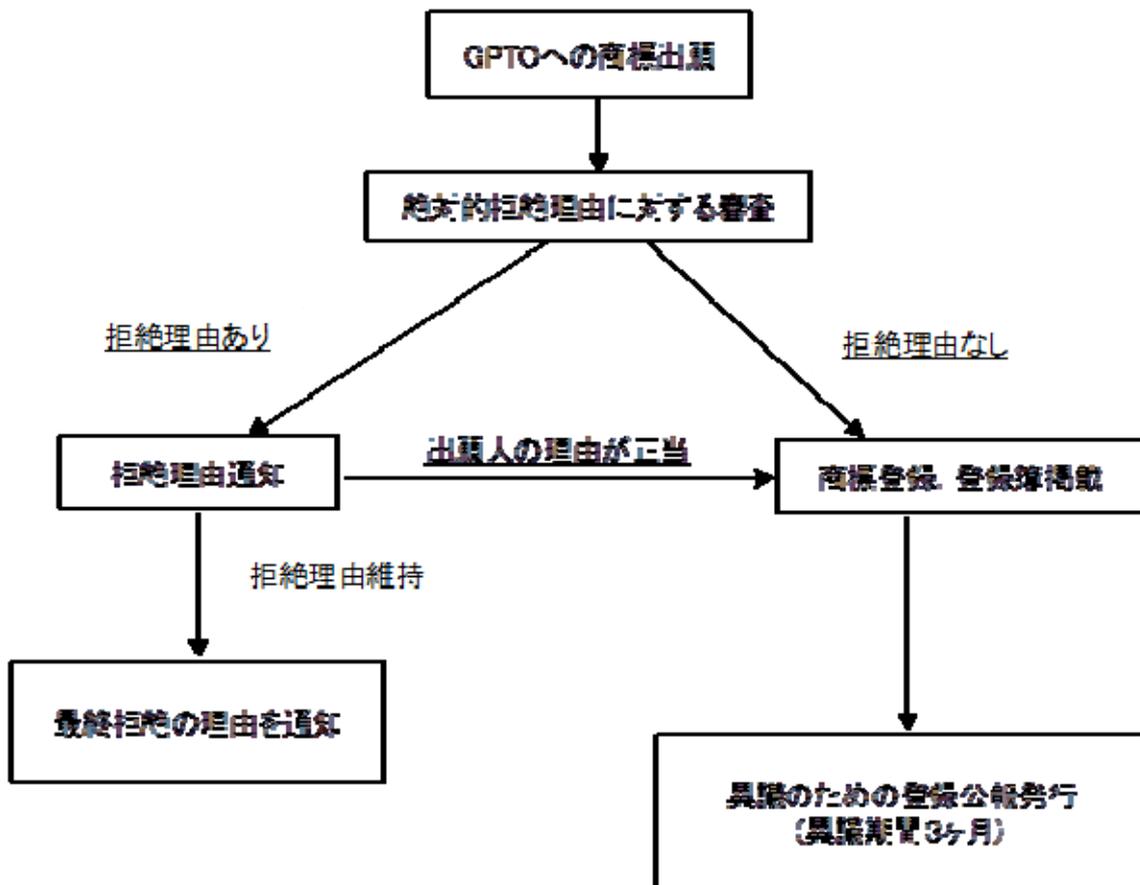
て中止するよう著作権者から求められるだろう。

さらに楽曲の著作権侵害を構成するような「音」の商標は理論上「不正目的 (Bad Faith)」出願として拒絶され得るだろう。但し、実際の判断例はまだない。

<<特許庁運用>>

(5) 出願から登録までのフロー

ドイツにおける商標登録出願のフローチャートは以下に示す通りである。



(6) 出願の手続

①電子出願の願書様式、添付資料 (電子ファイルの形式と容量制限)

電子出願する場合は、電子出願に特有アイテム (署名カード・カードリーダー・GPTO 直接出願ソフトウェア等) を用意する必要がある (別添 D2、3 参照)。

商標が付されている製品のひな形若しくは見本、又は新しいタイプの商標のひな形若しくは見本は (例えば立体商標にかかるボトル)、出願書類に添付してはならない (商標規則 13 条)。但し、「音」ファイルはこの限りでない (同)。

case of risk of recurrence, for injunctive relief. A claim for injunctive relief shall also exist where an infringement impends for the first time.

新しいタイプの商標も電子出願可能だが、一部の新しいタイプの商標（ホログラム商標、においの商標、触感の商標）は電子出願に適さない。

添付資料に関しては商標規則に定めるとおりであるが、新しいタイプの商標の主な留意点は以下の通りである。

(1) 「音」の商標について（商標規則第 11 条）：

音声データは、空の読み取り可能な記憶媒体のルートディレクトリーに保管しなければならない（商標規則第 11 条第 5 項）。音声データは、1MB を超えてはならない（準用商標規則第 8 条第 5 項）。

許容されるフォーマットは、WAVE format (*.wav) もしくは MP3 format (*.mp3) で、最小走査周波数は 44.1kHz でなければならず、最小解像度は 16 ビットとしなければならない³¹（同第 5 項）。従って MP3 フォーマットのほうが一般的である。

音の容量制限はないが、実務上、商標としての特徴を示す適切な長さを超えてはならない。

当該音声データは圧縮されてはならない（同第 5 項）。

電子媒体についてのより詳細な容量制限については、特許庁のウェブサイトに情報がある³²。

「音」ファイルを格納した電子媒体上には、以下の事項が明記されていなければならない。

1) 出願人名、2) 可能なら商標、3) 委任している場合は代理人名、4) 住所・電話番号・メールアドレス等の連絡先、5) あるなら整理番号、6) 出願日。

ラベルを用いてはならない。

上記電子媒体は読み込み可能なものでなければならず、ウィルスは含まれてはならない。読み込み不能は電子媒体に関しては提出されなかったものとして扱う（同(5)）。

(2) 「色彩」の商標について

平面の「色見本」を 2 通提出する必要がある。「カラーコード」の指定も必要である。

「色彩」の記載に関する詳細は、審査マニュアルに以下のように規定され、このマニュアルはウェブサイト³³からもダウンロードが可能である。

「抽象的な単一の色彩からなる商標は、国際的に認められたカラーコード（Pantone、RAL、HKS 等）とともに指定されなければならない（Libertel 判決³⁴より）。保護請求の対象である「色彩」について正確な番号が確認できない場合には、複数の色彩の混合率（それぞれの色の識別コードも提示して）を提示することも可能である（審査ガイドライン 4.3.6.1、別添 D1 参照）」。

³¹ 音声ファイルのフォーマット等の詳細は 2011 年 12 月 6 日改正商標規則（英文訳）に基づく情報

³² www.dpma.de

³³ <http://www.dpma.de/docs/service/formulare/marke/w7735.pdf>

³⁴ 2003 年 5 月 6 日 ECJ 判決 C-104/01 No.36

また、複数の色彩からなる抽象的な色彩商標の場合には、願書には、関係する色彩が事前に決定されたとおりにかつ変動しない形で関連づけられる体系的な配列が含まれる（審査ガイドライン 4.3.6.1、別添 D1 参照）。

「色見本」は、電子ファイルによって提出しても良い。この場合の「色彩」の電子ファイルの容量制限に関しては、2011年10月6日に改訂された商標規則では以下の通り規定されており、さらなる詳細については、特許庁のホームページ³⁵に記載がある。

（仮訳）

イメージフォーマット		JPEG
解像度	幅 フォーマット 幅	最小 945 ピクセル 最大 1890 ピクセル
	高さ フォーマット 高さ	最小 945 ピクセル 最大 1890 ピクセル
色彩スペース		sRGB
色彩の濃さ	色彩	24bpp
	黒及び白	8bpp
	グレースケール（濃淡）	8bpp

当該電子ファイルの容量は 1MB を超えてはならず、圧縮してはならない（商標規則 8 条第 5 項）。

「色彩」ファイルを格納した電子媒体上には、以下の事項が明記されていなければならない。

1)出願人名、2)可能なら商標、3)委任している場合は代理人名、4)住所・電話番号・メールアドレス等の連絡先、5)あるなら整理番号、6)出願日。

ラベルを用いてはならない（商標規則 8 条第 5 項）。

(3) 「動き」の商標について

「動き」の商標についても、写実的な表現である必要があることから、図（drawing）や写真を提出し、連続した絵で「動き」を表す必要がある。

図面(写真)の並びは、当該表現が変化していく様子を、その動き順に特定の時間間隔と共に完全に明確になるよう表示しなければならない。

実際には 6 枚以内の図面で特定しなければならないことから、テレビ CM で使用される動き全体をカバーするような商標は認められないだろう。

(4) 「位置」の商標について

位置商標に関しては、実線と破線で区別しなければならない旨の規定はないが、実務的には権利要求する部分が実線で、しない部分が破線で書かれる場合が多い。庁は、商

³⁵ www.dpma.de

標見本として「図面 (drawing)」と「写真」を許容している。具体例については前出参照。

② 書面出願の願書様式、添付資料

書面出願の願書様式については、別添 D2、3 をご参照下さい。

新しいタイプの商標について書面出願を行う場合、その添付資料として新しいタイプの商標の写実的な表現を提出する場合は、平面の写実的な表現の同一物を 2 通提出する必要がある (商標規則第 8 条第 1 項)。「色彩」も商標の構成要素である場合は、「色彩」も出願の中で特定しなければならない (同第 2 項)。

商標の表現は、耐久性のある方法で紙面に複製されていなければならないが、また (高さ及び幅について) 8 センチに縮小した場合でも、白黒で複製した場合でも、商標の要素を全ての全ての詳細にわたり明白に示すような色彩及び形状のものでなければならない。

当該表現は、糊付してはならず、かつ、消し跡がなく、かつ耐久性ある色彩で記されていないなければならない (商標規則第 8 条第 2 項)。

商標の表現に使用する用紙は、A4 サイズを超えてはならず、当該表現に利用する面積は、最小 8 センチ×8 センチで最大 26.2 センチ×17 センチを超えてはならない。用紙は片面のみ用いるものとし、各用紙の上側及び左側には、最低、5 センチの余白を残さなければならない (同第 3 項)。

商標の正しい位置については、それが自明でない限り、各表現の上に「上」、「下」等の語を加え、その間に十分な空白を残して示さなければならない (同第 4 項)。

③ 願書の補正：

原則として、出願後の商標の変更は不可である。従って、商標が写実的な表現の要件を満たさない場合は補正できない。権利範囲に影響を与えるからである。

「音」の商標について：

楽譜と音声ファイルとが不一致の場合、出願人へその旨通知し、是正を求められる。

写実的な表現 (楽譜) が誤っている場合は、出願人がこれを補正することは認められず、当該出願自体を取り下げ、後日正しい写実的な表現 (楽譜) をもって再度出願する必要がある。これは写実的な表現である商標の補正が認められないからである。

これに対して、音声ファイルが不適切であるや、不一致である場合は、庁から指定された期間内に正しいものに出しなおせば救済される。

この場合、出願日は「音声ファイル」の提出日に繰り下がることなく、そのまま維持される。

しかし、当該期間内に上記不備が是正されない場合は、当該出願自体が商標法第 36 条第 4 項に基づいて拒絶される (別添 D4 参照)。

その他

二次元商標を三次元商標へ変更するのも不可である。出願後に許容される補正は、指定商品・役務の減縮補正等の限られた範囲のみである。

④商標見本

「音」の商標見本（音声ファイル）の保管について：

電子データキャリア（CD等）は、出願の包袋の中に保管される。

ホログラム商標に関して、願書上「その他」の欄にチェックして「ホログラムの現物」が商標見本として提出された場合、これは「写実的な表現」として十分ではないことから、審査官から「商標の説明」や「写実的な表現の追加」を求められることになる。

蓋し、保護が求められる範囲が、願書上明確に特定されなければならない、見方によってどのように変化するかも明らかにされなければならないからである。

従って、ホログラム商標に関しては、複数の写実的な表現を添付する必要がある。

実際は、審査官によって、補充すべき対象が指示され、それに応じる内容によって、「出願日」が維持されたり、「出願日」が補充した日に繰り下がったりすることになる。なお、補充内容が当初の出願内容を拡張するものであってはならない。

(7) 方式・実体審査

①審査体制

新しいタイプの商標専門の審査官は存在せず、通常の商標と同様に、指定商品・役務別に担当分けされた審査官が審査を行う。但し、新しいタイプの商標の審査に関する経験を積んだ審査官がアドバイスを行うことはある。一方、楽譜を読めるかどうかの資質は問わない。審査に関していかなるアウトソーシングも行っていない。

②審査手法

通常の商標における審査と同様に、商標法および商標規則に則って、識別力や類否判断の審査を行う。その判断基準も通常の商標に関するものと同じである。

特別な統計情報や審査情報を勘案することはない。特殊な検索キーやキーワードも存在しない。民間のデータベースは使用していないし、データベースを民間に提供もしていない。

「識別力」を判断するための審査ツールとしては、辞書・技術用語辞典・インターネット等である。

「類否判断」に関しては、原則として全体観察で行う。これは先述の通り、商標出願ガイドラインにおいて詳細に記載されている（前出）。

図形商標の類否調査に関してはウィーン分類（ウェブサイトあり）を使用する。

③検索システム

新しいタイプの商標のための特殊なソフトウェアやシステム、ツール等はない。

④審査資料

通常の商標と同じである。

⑤拒絶理由

拒絶理由については、詳細に通知はされない。また詳細な通知をオンラインデータベースで閲覧することはできない。オンラインで拒絶理由を示した例として以下参照。これは「音」の商標に関する拒絶例だが、出願人の書誌事項や出願番号のほか、「現状」の欄で「登録は不可能」と示され、「拒絶理由」では「その他の形式的欠陥 (Sec.32(3))」と表示されるのみである。

Master data Close details			
INID	Criterion	Field	Content
	Data file	DB	DE
210	File number	AKZ	3020100305665
540	Reproduction of the trade mark	WM	
550	Type of mark	MF	Sound mark
220	Application date	AT	May 21, 2010
730	Applicant	ANM	Ernstino's familiy GmbH & Co. KG, 48653 Coesfeld, DE
740	Representative	VTR	Madi & Kollegen, Rechtsanwälte, 80333 München, DE
750	Address for service	ZAN	Rechtsanwälte Madi & Kollegen, Hartmannstr. 8, 80333 München
	Version of the Nice classification		WCL5
511	Class(es) Nice	KL	24, 3, 14, 16, 18, 25, 28, 35, 39, 41
531	Class(es) of the figurative elements of marks (Vienna Agreement)	WBK	24.17.13
	Status of file	AST	Registration not possible
	Legal status of the application		Application refused
	Ground for refusal of protection		Other formal defects (Sec. 32(3))
510	List of goods and services	WDV	---

⑥拒絶事例

「色彩」の商標：

「青灰色」のみからなる商標登録出願第 30703963 号商標が第 5 類の指定商品に関して出願されたが、「この色彩は指定商品の包装に用いられる色彩なので、識別力なし」として、連邦特許裁判所 (FPC) によって拒絶された。



「音」の商標：

東独で従前製造された伝説的車である「TRABANT」車に特有のエンジン音についての商標登録出願第 3941716 号が「第 9 類 電子ファイル、第 35 類 広告、第 41 類 娯楽サービス」を指定して出願されたが、その特徴的な音から一般の需要者はこれを「TRABANT」車に関する商品・役務と認識するに過ぎない、として「識別力なし」を

理由として第二審査官によって拒絶された。

「位置」の商標：

以下の「位置」商標出願第 30716663 号が「その他」の商標として、「第 25 類 スポーツ用レジャー靴」を指定して出願されたが、この位置商標は靴の装飾に過ぎず、特徴的な形状 (characteristic feature) を付加するものではないことを理由に、審査官によって「識別力なし」を理由として拒絶された。



「触感」の商標：

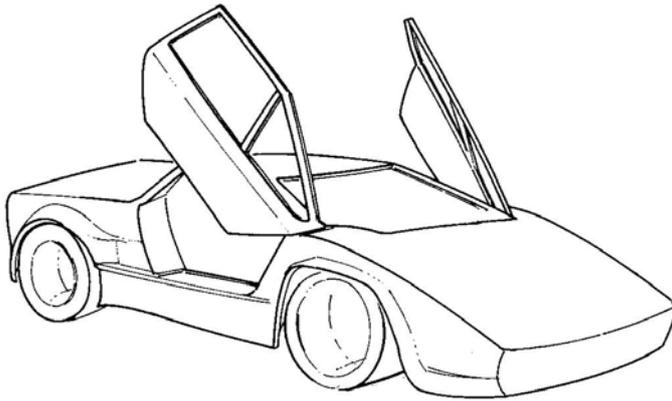
以下の「触感」商標出願第 30147108 号が、「その他」の商標として「第 9 類及び第 12 類 自動車部品」を指定し、「詳細な説明」で「この商標は触感に関するものである。商標の触覚デザインは添付の 3 枚の写真に示す通りである。最初の写真は、商標を前から見たものであり、2 番目の写真は正面図、3 番目の写真は後ろから見たものである。フレーミングは商標の保護範囲に含まれない」と記載して出願されたが、触感によって感じる特徴が十分な明確性をもって記載されていないため、「写実的な表現の要件を満たさない」として連邦特許裁判所によって拒絶された



従って、触感の要因となる特徴 (characteristics that trigger the sense of touch) を特定しない限り、登録は認められない。

「動き」の商標：

以下の「動き」商標出願第 39942129 号が「その他」の商標として 第 12 類「車」を指定して出願されたが、「車のドアが開く動きは指定商品の出所を表示することができないから識別力に欠ける」ことを理由に、第二審査官によって拒絶された。



(8) 登録

① 権利範囲 (例：商標見本のみ)

原則として商標の写実的な表現のみによって決定する。商標の説明文では決定しない。

② 登録証記載事項 (例：商標見本、説明文)

参考までに「立体商標」の登録証の例は以下の通り。



ドイツ特許庁が作成する登記簿への、商標としての標識の登録は、特に図、線又は文字を用いて視覚的に表現され得ることを前提とする（ドイツ商標法第8条第1項、別添D4参照）。

ここでの表現は、明確、自己完結、容易にアクセス可能、理解できる、耐久性がある、客観的であるものでなければならない³⁶。ドイツ商標法第8条第1項の目的での視覚的表現の可能性のためには、商標が確かに、ドイツ商標法第32条第1項第2号に従い複

³⁶ Case C-273/00

製可能であるものの、この形態では登記簿への登録のために複製可能ではないという状況では十分ではない（審査ガイドライン 5.2、別添 D1 参照）。

(9) 証明・閲覧

閲覧請求を行うことによって出願包袋全体の写しを入手可能。音声・画像ファイルを含むものについてはMP3 ファイル等のデジタルデータを受け取る。

登録データ（但し「楽譜」や「色見本」等の写実的な表現のみ。）は商標ジャーナルによってオンラインで電子的に公開されており、誰からもアクセスが可能である。以下はその一例である。

Master data Open details					
INID	Criterion	Field	Content		
	Data file	DB	DE		
111	Register number	RN	30600893		
210	File number	AKZ	306008939		
540	Reproduction of the trade mark	WM			
550	Type of mark	MF	Miscellaneous mark		
	Registration in colour		Yes		
591	Designation of colours	FA	...		
571	Description of the trade mark	BH	The trademark represents a motion mark, namely, the depiction of a series of moved pictures. The trademark shows the graphical representation in different perspectives of up to 10 moving dishwasher tablets. The trademark represents the course of movement of six pictures (figure 1 to figure 6 of the reproduction), being shown in numerical order without interruption. Each of the representations as shown in figure 1 to figure 6 are being shown for the following time periods: figure1 1 second, figure2 1 second, figure3 1 second, figure4 1 second, figure5 1 second, figure6 1 second		
220	Application date	AT	Jan 9, 2006		
151	Date of entry into the register	ET	Jun 13, 2006		
730	Proprietor	INH	Reckitt Benckiser N.V., Hoofddorp, NL		
740	Representative	VTR	Patent- und Rechtsanwälte Bardehle Pagenberg, 81675 München, DE		
750	Address for service	ZAN	Patent- und Rechtsanwälte Bardehle Pagenberg, Postfach 860620, 81633 München		
	Version of the Nice classification		NCL8		
511	Class(es) Nice	KL	3, 1, 2		
531	Class(es) of the figurative elements of marks (Vienna Agreement)	WEK	19.19, 29.01.15, 13.03.23		
	Status of file	AST	Trade mark registered		
180	Date of expiry of term of protection	VED	Jan 31, 2016		
450	Date of publication of the registration	VT	Jul 14, 2006		
	Start of opposition period	BWT	Jul 14, 2006		
	End of opposition period	EWT	Oct 16, 2006		
510	List of goods and services	WDV		
Position	Kind of procedure	Legal status	Date of capture in the IT system ²	Published in Markenblatt / Trade Mark Journal of	Display all details
1	Application procedure	Trade mark registered	Jun 13, 2006	Jul 14, 2006	Display details
2	Opposition proceedings	Trade mark registered without opposition	Nov 8, 2006	Dec 8, 2006	Display details
3	Application procedure	Trade mark registered	Jun 4, 2007		Display details
4	Correction Application procedure	Trade mark registered	Jun 4, 2007	Jul 6, 2007	Display details
5	Recording of changes - Appointment of	Recording of changes completed	Sep 13, 2011	Oct 14, 2011	Display details

データベース上「商標の種類」が記載されているが、新しいタイプの商標に特有の表示方法はない。さらに登録日、登録番号、指定商品・役務、審査の経過等が表示されている。

この登録例は「動き」の商標に関するものだが、「登録第 30600893 号」商標が、「その他の商標（商標の種類）」として 2006 年 1 月 9 日に「皿洗浄用タブレット」等を指定商品として出願され、同 6 月 13 日に登録されたが、それが商標ジャーナルで公告された後、異議申立てを受けていることが示されている。

商標登録中「商標の説明」には「商標は、動きの商標であって、動きを表す一連の図が 6 枚描かれている。このうち図 1 は 1 秒、図 2 は 1 秒、図 3 は 1 秒、図 4 は 1 秒、図 5 は 1 秒、図 6 は 1 秒、この順に休みなく表示される」と記載されている。

① 音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法

音声ファイルについて、ドイツ特許庁のホームページからアクセスすることはできない。そのような技術的設備が整っていないためである。一方、楽譜や色見本等に関しては、ドイツ特許庁のホームページ経由で閲覧することが可能である。これらは写実的な表現だからである。

(10) 公報・情報提供

① 公報

原則として通常商標と同じ。文字商標以外は、商標の写実的な表現を記載する。

音の商標の公報掲載例は以下の通り。

a)

[511] 32 [111] 300 22 635.7 / 32
33, 42
[220] 13.03.2001 [151] 06.02.2003 [450] 14.03.2003
[540]

Erdinger Weißbier-Walzer



- [732] ERDINGER Weißbräu Franz Brombach, Erding, DE
[740] RAU & RAU Rechtsanwälte, München
[750] RAU & RAU Rechtsanwälte, Geiselgasteigstr. 122,
81545 München
[510] Biere; Mineralwässer; kohlenstoffhaltige Wässer und
andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und
Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubere-
itung von Getränken; alkoholische Getränke (ausge-
nommen Biere); Verpflegung; Beherrbergung von Gäs-
ten.
[556] Hörmarke
-

b)

ts und deren Teile;

37: Bau und Installation von Energieanlagen; Installation von thermischen und photovoltaischen Solaranlagen und deren Steuerungssystemen; Bau und Installation von Kraftwerken, insbesondere Blockheizkraftwerken und Biogaskraftwerken; Reparaturwesen, nämlich Instandhaltung von Energieanlagen;

40: Erzeugung von elektrischer Energie und Wärme durch Betrieb von Kraftwerken, insbesondere Blockheizkraftwerken und Biogaskraftwerken; Erzeugung von Energie durch Betrieb von thermischen und photovoltaischen Solaranlagen;

42: technologische Dienstleistungen; technische Projektierung von Energieanlagen und Kraftwerken, insbesondere thermischen und photovoltaischen Solaranlagen.

[511] 11 [513] 307 08 102.8 / 11
37, 42
[520] 05.02.2007 [514] 02.04.2007 [540] 04.05.2007

[540] **LUTEC**

[730] Heinz Geesen, Westerstede, DE
[740] Kanzlei Ihr Anwalt 24 Rechtsanwalt-AG, München
[750] Ihr Anwalt 24 Rechtsanwalt-AG, Maximilianstr. 8, 80539 München

[510] 11: Klimageräte, Lüftungsgерäte; Befeuchtungsgерäte, Entfeuchtungsgерäte;

37: Reparaturen und Installationsarbeiten jeweils im Bereich Lüftungstechnik, Klimatechnik, Absaugtechnik, Filtertechnik, Befeuchtungstechnik, Entfeuchtungstechnik;

42: technische Projektplanung; technische Beratung; Dienstleistungen eines Ingenieurbüros; Bau- und Konstruktionsplanung und -beratung.

[511] 11 [513] 307 10 384.6 / 11
07, 09
[520] 13.02.2007 [514] 02.04.2007 [540] 04.05.2007

[540] **ELEKTIS**

[730] Alexander Burkle S.A., Wittenheim, FR
[740] Patentanwalt Tonio Reiser Dipl.-Ing., Weinheim

KLASSE 12

[511] 12 [513] 306 64 971.3 / 12
09, 35, 36, 37, 39, 41, 43

[520] 26.09.2006 [514] 02.04.2007 [540] 04.05.2007
[540]



[511] 24.17.13; 24.17.25; 26.11.03; 27.05.01; 27.07.01

[730] AUDI AG, Ingolstadt, DE

[750] AUDI AG Patentabteilung, 85045 Ingolstadt

[510] 09: Wissenschaftliche, Schiffahrts-, Vermessungs-, photographische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln und Kontrollieren von Elektrizität; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Feuerlöschgeräte;

12: Fahrzeuge; Apparate zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser;

35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung

36: Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen;

37: Reparatur und Instandhaltung von Kraftfahrzeugen;

39: Transportwesen; Verpackung und Lagerung von Waren; Veranstaltung von Reisen;

41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten;

43: Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen.

7922

DE Markenblatt Heft 18 vom 04.05.2007
Teil 1a – Klasse 12

[520] HÖmarke

28: Fahrzeugmodelle (verkleinert), insbesondere Modellautos; Spielkarten, Pflüchtere und sonstige Pflüchterspielzeugartikel, Spiele (einschließlich Videospiele)

「音」の商標が、いったん公報に掲載されると著作権の主張はできなくなる。

(11) 統計

電子出願は全体の9%(4)。2011年の新しいタイプの商標出願は全体の0.38%に過ぎない。国内出願(ドイツ国を指定した国際商標登録を除く)中、約60件の色彩商標、約500件の立体商標、約20件の音の商標、約182件のその他の商標を発見した。

ドイツ特許庁が公開している統計資料は以下の通り。

年	文字商標	図形商標	立体商標	音の商標	色彩の商標	その他の新しいタイプの商標	トレーサーマーク	出願の総数
2005	43508	27057	362	20	53	44	3	71047
2006	44807	27410	330	35	36	145	9	72772
2007	47045	28810	208	26	48	158	7	76302
2008	44165	29105	221	16	17	100	17	73643
2009	39617	29431	143	13	13	79	0	69296
2010	39600	29295	131	14	14	81	2	69137
2011	36398	27402	136	11	10	85	0	64042

最近の電子出願・紙出願の割合については、新しいタイプの商標と通常商標に分けて統計を取っていないので、その差異は明確ではない。

(12) 審判

- ① 審判における証拠の形態およびその提出方法について特徴的な規則の有無と内容
- ② 識別力や類否について審判や裁判で新たな判断が示された場合、その結果は、どのように審査にフィードバックされているか。

通常商標と同じ取り扱いである。2005年6月13日発行、2009年12月15日改訂の商標出願ガイドラインがあり（ドイツ特許庁のサイト³⁷でも閲覧可能）審査官は欧州司法裁判所やドイツ連邦最高裁判所等の判決を考慮に入れるべき旨が定められている。

<<その他>>

(13) 侵害

商標権の侵害事案については、商標法第14条に基づいて判断される（別添D4参照）。

・ LINDT チョコレート立体商標事件

スイスの有名なチョコレート会社である Lindt 社が、「イースター用のうさぎが座っている形状からなるチョコレートを金色のフォイルで包まれ、赤いネクタイ付の襟と金色のベルが付されている形状（立体商標）（下にイメージ図）」に関する CTM 登録を根拠に、ドイツのお菓子会社 Riegelein（イースター用のうさぎの座っている形状からなるチョコレートで金色のフォイルで包まれ、茶と赤のネクタイがプリントされているもの）へ警告

³⁷ <http://www.dpma.de/docs/service/formulare/marke/w7735.pdf>

状を送付した事案で、ドイツ連邦最高裁判所は、原告商標は「LindtCOLDHASE」の文字によって全体の印象が決定されるとは限らないと判断した。

これまで立体商標については、一般需要者は「形状部分よりも文字部分に注意を払う」という判例がある中、この判決は、「形状部分（赤いネクタイ付の襟と金色のベル）」も商標の類否判断時の全体観察に影響を与えるものという判断を示したもので注目に値する。現在、本事件は第二審に差戻しされている。



・MEDUSA 事件

「メデューサ」をモチーフにした商標（下記図1参照）の権利者が、家具にメデューサ標章（下記図2参照）を付した第三者に対して商標権侵害訴訟を提起した事件で、被告は「自己の使用商標はミュンヘン美術館所蔵のロンダーニの作品の複製に過ぎない」と反論した結果、裁判所は「メデューサ商標に対して登録は認められているものの、一般の需要者はそれを商品の出所標識として認識しない。被告のメデューサは装飾に過ぎない」とし「商標権侵害不成立」と判断した。



図1



図2

(別添 D1) 審査ガイドライン (日本語) (目次及び関連箇所抜粋)

ドイツ商標出願審査ガイドライン

(商標出願ガイドライン)

2005年6月13日付

2009年12月15日付、誤字等の修正版

目次

I.	事前注意事項	2
II.	審査手続の模式図/視覚的な表示.....	3
III.	受理審査.....	3
1.	願書提出.....	3
2.	分類.....	4
3.	受理確認.....	4
IV.	商標課での商標出願の審査.....	4
1.	一般的原則.....	4
1.1	審査手順.....	4
1.2	期限.....	5
1.3	聴聞.....	5
2.	出願/出願日の確定の最低要件.....	5
3.	料金.....	5
4.	その他出願要件.....	6
4.1	出願人.....	6
4.2	代理人.....	6
4.2.1	委任状.....	6
4.2.2	国内代理人.....	6
4.3	商標の形態と複製.....	7
4.3.1	文字商標 (ドイツ商標規則第7条)	7
4.3.2	図形商標 (ドイツ商標規則第8条)	7
4.3.3	立体商標 (ドイツ商標規則第9条)	7
4.3.4	音商標 (ドイツ商標規則第11条)	7
4.3.5	トレーサーマーク (ドイツ商標規則第10条)	8
4.3.6	その他の商標の形態 (ドイツ商標規則第12条)	8
4.3.6.1	抽象的な色彩商標.....	8
4.3.6.2	動く商標.....	8
4.3.6.3	位置商標.....	8
4.4	商品・役務名リスト.....	8
4.5	その他出願要件を満たしていない場合の法的結果.....	9
4.6	優先権.....	9
4.6.1	外国優先権.....	9

4.6.2	博覧会展示に基づく優先権.....	9
5.	保護の適格性の審査.....	9
5.1	商標としての適格性.....	9
5.2	視覚的表現の可能性.....	10
5.3	絶対的拒絶理由審査の原則.....	10
5.4	説明的な記載.....	10
5.5	外国語の単語.....	11
5.6	地理的な記載.....	11
5.7	識別性.....	11
5.8	常用されるようになっている標識.....	12
5.9	欺罔の可能性.....	12
5.10	悪意での出願.....	12
5.11	周知商標.....	12
5.12	公の秩序又は一般に容認された道徳原理の違反.....	12
5.13	記章.....	12
5.14	監督用及び証明用の標識.....	13
5.15	国際政府間機関の標識.....	13
5.16	上記以外の法規定による使用禁止.....	13
5.17	取引における確立.....	13
5.18	優先順位の調整.....	15
5.19	出願の分割.....	15
5.20	破産手続.....	15
6.	登録異議の決定.....	16
7.	決定.....	16
8.	不服申立手続及び救済.....	16
9.	審判及び救済.....	16
10.	権利回復及び手続続行.....	17
10.1	権利回復（ドイツ商標法第91条）.....	17
10.2	手続続行（ドイツ商標法第91条a）.....	17
11.	登録及び公開.....	17

4.3.4 音商標（ドイツ商標規則第 11 条）

音商標は、音色にとどまらず、視覚的に（二次元で）も複製されるものとする。出願人は、標章を、複数の小節に区分された音符のシステムで表現することとし、この音符のシステムには、音部記号と、音符及び休符（たとえば全音符、半音符、四分音符、八分音符）、さらに必要に応じて臨時記号（シャープ、フラット、ナチュラル）が含まれる（欧州司法裁判所、2003 年 11 月 27 日付決定、判例 C-283/01、第 62 号、Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, 2004, 54ff., 57, 58—「シールドマーク BV」）。

音商標の音色の複製は、データ媒体で提出すること（ドイツ商標規則第 11 条第 5 項第 1 号）。このデータ媒体には、商標及び所有権者に関する情報、並びに連絡先が提示されていること。さらに、このデータ媒体は、読み取り可能であり、ウイルスその他有害なプログラムを含んでいないこと（ドイツ商標規則第 11 条第 5 項第 2 号及び第 3 号）。

音商標の音の長さについては、全体に適用される上限は存在しない。しかしながら、この音の長さは抽象的に識別性を有している必要があるため、商標の性格に適した長さを超えることは認められない（1994 年 12 月 16 日付ドイツ特許商標庁長官通達第 16/94 号、ドイツ特許・意匠・商標公報特別号、180 頁、及び 2003 年 9 月 3 日付ドイツ特許商標庁長官通達第 8/03 号、ドイツ特許・意匠・商標公報 2003 年号、320 頁参照）。

ソノグラムを音色の複製として提出することは認められていない。

4.3.6 その他の商標の形態（ドイツ商標規則第 12 条）

その他の商標の形態に相当するのは、商標法及び商標規則に記載された商標の形態には割り当てられないか、又はこの形態のみには割り当てられない標章である。かかる商標の形態の願書は、説明も含むものとすることも可能である（ドイツ商標規則第 12 条第 3 項）。この説明は、必要とされる視覚的な（二次元での）表現に代わるものではなく、これを補完するにとどまる。

4.3.6.1 抽象的な色彩商標

抽象的な色彩商標は、空間的限定のない単一又は複数の色彩を有する。抽象的な単一の色彩の商標は、国際的に承認された識別コード（たとえば、RAL 又はパントン）の対応する番号で指定すること（欧州司法裁判所、2003 年 5 月 6 日付決定、判例 C-104/01、第 36 号、Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, 2003, 604ff., 606—「リベルテル」）。保護請求の対象である色彩について正確な番号が確認できない場合には、複数の色彩の混合率（それぞれの色の識別コードも提示して）を提示することも可能である。さらに、色見本を提出すること。

複数の色彩からなる抽象的な色彩商標の場合には、願書には、関係する色彩が事前に決定されたとおりにかつ変動しない形で関連づけられる体系的な配列が含まれる（欧州司法裁判所、2004 年 6 月 24 日付決定、判例 C-49/02、第 33—35 号、Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, 2004, 858ff., 859—「ハイデルベルガーバウヒェミー」）。

4.3.6.2 動く商標

動く商標においては、運動として認識可能な表示図像の変化が標識の構成要素である。運動の視覚的表現が、必要に応じて説明の助けを受けて、数字による順番づけ及び所定の周期で、運動の経過又は表示される画像に発生する変化を認識させる図像の連続により行われることが可能であるという前提のもとで、動く商標は登録可能となる。

4.3.6.3 位置商標

この商標の形態の対象は、常に同一の形で行われる、ある標識の商品への取り付け又は配置（たとえば、一足の靴の赤のストライプ）であって、必要に応じて説明により明確化されるものである。

5.2 視覚的表現の可能性

ドイツ特許商標庁が作成する登記簿への、商標としての標識の登録は、特に図、線又は文字を用いて視覚的に表現され得ることを前提とする（ドイツ商標法第8条第1項）。ここでの表現は、明確で、誤解の余地がなく、自己充足的、入手が容易で、理解しやすく、耐久性があり、客観的なものとする（欧州司法裁判所、2002年12月12日付決定、判例C-273/00、第47-55号、*Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht*, 2003, 145ff., 148-「ジークマン」）。ドイツ商標法第8条第1項の目的での視覚的表現の可能性のためには、商標が確かに、ドイツ商標法第32条第1項第2号に従い複製可能であるものの、この形態では登記簿への登録のために複製可能ではないという状況では十分ではない。

(別添 D2) 願書フロントページ (日本語)

宛先: ドイツ特許商標庁 商標部 81534 ミュンヘン		ドイツ特許商標庁 この様式の記入上の注意はウェブサイト (http://www.dpma.de)でも確認しておくこと。 網かけをつけた欄はドイツ特許商標庁が記入する	
(1) 名称/商号 通り/建物の番号 郵便番号/出町村 あれば私書箱も	ドイツ特許商標庁からの送付物は、以下に記載の住所宛に送達されることを 希望します。		商標登録出願
			3
		<input type="checkbox"/> ファックス 必ず次の番号に送付願います	出願番号
(2)	出願人代理人の内部整理番号 (最大文字 20 文字)	出願人代理人の電話番号	出願人/代理人のファックス 番号
(3) 名称/商号 通り/建物の番号 郵便番号/出町村 あれば私書箱も (1)欄と関連が ある場合に 記入すること	出願人 代理人 (該当ある場合)		
出願人コード		代理人コード	送付用住所コード
(4)	<input type="checkbox"/> 日本商標の国際登録出願の願書が添付されております (WIPO 様式)		
(5)	商標の複製 <input type="checkbox"/> 添付書類参照 <input type="checkbox"/> 次に示す色を用いたカラーでの登録: <input type="checkbox"/> 白黒での登録		
(6)	商標の種別については、次の申告を行います。(一つの種のみをチェックする) <input type="checkbox"/> 文字商標 (ドイツ特許商標庁が使用する刊行物中で) <input type="checkbox"/> 立体商標 <input type="checkbox"/> 図形商標: 文字・図形商標 (出願人が選択する図示による複製) <input type="checkbox"/> 音声商標 <input type="checkbox"/> その他の種類の商標 <input type="checkbox"/> 標本マーク		
(7)	<input type="checkbox"/> 商標法第 38 条に規定の早期審査を請求します (料金が別途かかる)		
(8)	商品/サービスの分類別の一覧 分類 概要	(分類の順に配列すること) <input type="checkbox"/> 添付書類参照 (2 部添付)	
出願人の主要分類案: この一覧とした分類はすでに次に示す出願番号で同一の形で登録済みです:			
(9)	<input type="checkbox"/> 団体標章としての登録 (商標法第 97 条以下) を請求します		
(10)	優先権 <input type="checkbox"/> 国外優先権 (日付、国、出願番号)	<input type="checkbox"/> 博覧会展示に基づく優先権 (展示会、見本市の 発表及び最初に展示した日)	
(11) 説明について は、裏面参照	<input type="checkbox"/> 日本願は一連の商標出願の構成要素です (様式-W 7002 参照) 本願は、 件の出願中 番目		
(12) 説明並びに費用 についての注意 は、裏面参照	手数料納付 ユーロ 出願料として (最大 3 区分の分類の積定料金も含む) ユーロ 個別分類手数料 (4 区分以上の場合、1 区分毎の積定料金) ユーロ 早期審査手数料 ユーロ 合計	<input type="checkbox"/> 国内口座から自動引落依頼書 (A9507) を 発行: 同封のもの <input type="checkbox"/> ヴァイデン連邦国庫の口座宛の振替 (3 ヶ月の支払期限を守ること) ヴァイデン連邦国庫の口座 ドイツ連邦銀行 ミュンヘン支店 700 010 54 (銀行本支店番号 700 600 00) 国外口座から振替を行う場合: 銀行識別コード (SWIFT コード): MARKDEF1700 IBAN コード: DE 84 7000 0000 0070 0010 54 手数料は、出願日から 3 ヶ月以内に納付されるものとする。(料金についての注意参照)	
添付書類 1. <input type="checkbox"/> 商標を 2 次元の図示により複製したものを 2 部; それぞれ 一枚するもの (文字商標出願の場合を除く) 5. <input type="checkbox"/> 商標使用規則 (団体標章の場合) 2. <input type="checkbox"/> 音声商標出願の場合、音声による表現 6. <input type="checkbox"/> 自動引落依頼書 3. <input type="checkbox"/> 商標の概要 7. <input type="checkbox"/> 優先権証明書 4. <input type="checkbox"/> 商品/サービスの概要: 文字サイズを 11 ポイントとし、行 間を 1.5 行とする (リストが欄 8 に再録済みでない場合に 限る) 8. <input type="checkbox"/> 代理人の委任状 9. <input type="checkbox"/>			
W 7005 11.08	署名 (単数又は複数) (あれば印鑑)		

An das Deutsche Patent- und Markenamt Markenabteilungen 80297 München		DEUTSCHES PATENT- UND MARKENAMT Bitte beachten Sie die Hinweise zum Ausfüllen dieses Formulars auch im Internet (http://www.dpma.de) Schattierte Felder werden vom Deutschen Patent- und Markenamt ausgefüllt.	
(1) Name/Firma Str./Haus-Nr. PLZ/Ort ggf. Post.	Sendungen des Deutschen Patent- und Markenamts sind zu richten an:		Anmeldung zur Eintragung einer Marke in das Register
			3
		<input type="checkbox"/> TELEFAX vorab am Abbrechezitpunkt	
(2)	Geschäftszeichen des Anmelders/Vertreters (max. 20 Stellen)	Telefon-Nr. des Anm./Vertr.	Telefax-Nr. des Anm./Vertr. Datum
(3) Name/Firma Str./Haus-Nr. PLZ/Ort ggf. Post., wenn abwei- chend von Feld (1)	Anmelder Vertreter (falls vorhanden) ggf. Nr. der Allgemeinen Vollmacht		
		Anmeldercode-Nr.	Vertretercode-Nr. Zuleitungscode-Nr.
(4)	<input type="checkbox"/> Ein Antrag auf internationale Registrierung dieser Markenmeldung liegt bei (Formblatt der WIPO)		
(5)	Wiedergabe der Marke <input type="checkbox"/> siehe Anlage <input type="checkbox"/> Farbige Eintragung mit folgenden Farben: <input type="checkbox"/> Eintragung schwarz/weiß		
(6)	Zur Markenform werden folgende Angaben gemacht (bitte nur ein Feld ankreuzen): <input type="checkbox"/> Wortmarke (in der vom Patent- und Markenamt verwendeten Druckschrift - verwendbare Zeichen) <input type="checkbox"/> Dreidimensionale Marke <input type="checkbox"/> Bildmarke; Wort-/Bildmarke (in der vom Anmelder gewählten graphischen Wiedergabe) <input type="checkbox"/> Hörmarke <input type="checkbox"/> Sonstige Markenform <input type="checkbox"/> Kennfadensmarke		
(7)	<input type="checkbox"/> Antrag auf beschleunigte Prüfung nach § 38 Markengesetz (gebührenpflichtig)		
(8)	Gruppiertes Verzeichnis der Waren/Dienstleistungen (in der Reihenfolge der Klasseneinteilung geordnet) <input type="checkbox"/> siehe Anlage (2fach beifügen) Klasse: Bezeichnung: Leilklassenvorschlag des Anmelders: Dieses Verzeichnis wurde in identischer Form bereits eingetragen unter Aktenzeichen:		
(9)	<input type="checkbox"/> Es wird die Eintragung als Kollektivmarke (§§ 97 ff. Markengesetz) beantragt		
(10)	Priorität <input type="checkbox"/> ausländische Priorität (Datum, Staat, Aktenzeichen) <input type="checkbox"/> Ausstellungspriorität (bitte Formular Ausstellungsbescheinigung ausfüllen und der Anmeldung beifügen)		
(11)	<input type="checkbox"/> Die Anmeldung ist Bestandteil einer Serie von Markenmeldungen (siehe Vorblatt - W 7002) Diese Anmeldung ist Nr. _____ von _____ Anmeldungen		
Erläuterung s. Rückseite	(12) Gebühreuzahlung		
	EUR	Anmeldegebühr (einschl. bis zu 3 Klassen)	<input type="checkbox"/> Erteilung einer Einzugsermächtigung von einem Inlandskonto (A 9507) ist beifügig <input type="checkbox"/> Überweisung auf das Konto der Bundeskasse Halle (Dreimonatige Zahlungsfrist beachten!) Konto der Bundeskasse Halle/DPMA: BBk München 700 010 54 (BLZ 700 000 00) Bei Überweisungen aus dem Ausland: BIC (SWIFT-Code): MARKDEF1700 IBAN: DE84 7000 0000 0070 0010 54
	EUR	Klassengebühren (für jede weitere ab der vierten Klasse)	
	EUR	Beschleunigungsgebühr	
EUR	Insgesamt		
Die Gebühren sind innerhalb von 3 Monaten nach Einreichung der Anmeldung zu zahlen (siehe Kostenhinweise)			
Anlagen			
1. <input type="checkbox"/> Zwei übereinstimmende zweidimensionale graphische Wiedergaben der Marke (außer bei der Anmeldung einer Wortmarke)		5. <input type="checkbox"/> Markensetzung (bei Kollektivmarke)	
2. <input type="checkbox"/> Klangliche Wiedergabe bei Anmeldung der Hörmarke		6. <input type="checkbox"/> Einzugsermächtigung	
3. <input type="checkbox"/> Beschreibung der Marke		7. <input type="checkbox"/> Prioritätsbescheinigung	
4. <input type="checkbox"/> Verzeichnis der Waren/Dienstleistungen; Schriftgröße 11 pt mit Zeilenabstand 1,5 (sofern die Aufzählung nicht bereits in Feld 8 wiedergegeben ist)		8. <input type="checkbox"/> Vertretervollmacht	
		9. <input type="checkbox"/>	
			Unterschrift(en) (ggf. Firmenstempel)

DEUTSCHES PATENT- UND MARKENAMT

Markenabteilungen
80297 München

Telefon: +49 89 2195-0
Telefax: +49 89 2195-4000
Telefonische Auskünfte: +49 89 2195-3402

Internet: <http://www.dpma.de>

Zahlungsempfänger:
Bundeskasse Halle/DPMA
BBk München 700 010 54 (BLZ 700 000 00)
BIC (SWIFT-Code): MARKDEF1700
IBAN: DE84 7000 0000 0070 0010 54

Dienststelle Jena
07738 Jena

Telefon: +49 3641 40-54
Telefax: +49 3641 40-5690
Telefonische Auskünfte: +49 3641 40-5555

Technisches Informationszentrum Berlin
10958 Berlin

Telefon: +49 30 25992-0
Telefax: +49 30 25992-404
Telefonische Auskünfte: +49 30 25992-220

Erläuterung zu Feld (4)

Bitte nur ankreuzen, wenn zutreffend. Vor Einreichung des Antrags auf internationale Registrierung wird dringend empfohlen, die Hinweise im Merkblatt über die internationale Registrierung nach dem MMA und PMMA ([M.894.0](#)) zu beachten!

Erläuterung zu Feld (8)

Klicken Sie in der elektronischen Fassung auf den mit einem Link hinterlegten Text "Gruppiertes Verzeichnis der Waren/Dienstleistungen", um direkt zur [Suchmaschine für Waren/Dienstleistungen](#) zu gelangen. Diese enthält zulässige Begriffe und Formulierungen für Ihr Verzeichnis. Das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen ist in **gruppiert**er Form einzureichen. Dies bedeutet, dass die Waren/Dienstleistungen **nach Klassen getrennt** und die **Klassen numerisch aufsteigend** aufgeführt werden müssen. Verzeichnisse, die vollständig ungruppiert eingereicht werden, haben eine erhebliche Verzögerung der Bearbeitung zur Folge und können zur **vollständigen Zurückweisung der Anmeldung** führen, wenn in der Folge kein gruppiertes Verzeichnis nachgereicht wird. Ausführliche Hinweise können Sie der Empfehlungsliste zur Klasseneinteilung der Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken ([W.7733](#)) entnehmen. Wird ein gesondertes Blatt genutzt, so ist eine Schriftgröße von 11 pt und ein Zeilenabstand von 1,5 zu verwenden. Der Verweis auf ein bereits in **identischer Form** eingetragenes Verzeichnis der **Waren und Dienstleistungen** begründet keinen Anspruch auf erneute Eintragung des Verzeichnisses in der gleichen Form.

Erläuterung zu Feld (11)

Als **Serie** können nur Markenmeldungen behandelt werden, die von einem Anmelder in einem gemeinsamen Poststück eingehen, eine identische Leitklasse aufweisen und zu denen das Formular W 7002 **vollständig** ausgefüllt ist. Bereits zwei Anmeldungen können eine Serie darstellen. Bitte beachten Sie: Es besteht kein Anspruch auf Behandlung als Serienanmeldung. Das DPMA behält sich vor, aus ablauforganisatorischen Gründen die Anmeldungen einzeln zu bearbeiten.

Erläuterung zu Feld (12)

Bei Erteilung einer Einzugsermächtigung wird dringend empfohlen, den amtlichen Vordruck ([A.9507](#)) zu verwenden, um Irrtümer und Verzögerungen bei der Verbuchung der Gebühr zu vermeiden.

Hinweis zur Datenweitergabe an Dritte

Das DPMA gibt veröffentlichte Daten auch an Dritte weiter; weitere Hinweise siehe unter http://www.dpma.de/service/e_dienstleistungen/datenabgabe/index.html.

Kostenhinweise

(Stand: 1. Juni 2016 - Die jeweils gültigen Gebühren finden Sie im Merkblatt [A.9510](#) oder im Internet – unter <http://www.dpma.de>)

Mit der Anmeldung einer Marke sind gemäß §§ 2 Abs. 1, 3 Abs. 1 Patentkostengesetz folgende Gebühren zu entrichten:

Anmeldegebühr bei Marken

einschließlich der Klassengebühr bis zu drei Klassen EUR 300 (Gebührennummer: 331 100)

Klassengebühr bei Anmeldung einer Marke für jede Klasse ab der vierten Klasse EUR 100 (Gebührennummer: 331 300)

Anmeldegebühr bei Kollektivmarken einschließlich der Klassengebühr bis zu drei Klassen EUR 900 (Gebührennummer: 331 200)

Klassengebühr bei Anmeldung einer Kollektivmarke für jede Klasse ab der vierten Klasse EUR 150 (Gebührennummer: 331 400)

Mit dem Antrag auf beschleunigte Prüfung ist gemäß § 38 Abs. 2 des Markengesetzes folgende Gebühr zu entrichten: EUR 200 (Gebührennummer: 331 500)

Werden die in der Empfangsbescheinigung ausgewiesenen Anmelde- und Klassengebühren nicht innerhalb von 3 Monaten nach der Einreichung der Anmeldung gezahlt, so gilt die Anmeldung ganz oder teilweise als zurückgenommen (§ 6 Patentkostengesetz, § 36 Abs. 3 Markengesetz). Wird die Gebühr für die beschleunigte Prüfung nicht innerhalb von 3 Monaten nach der Einreichung des Antrages gezahlt, so gilt der Antrag als zurückgenommen.

Zusätzlich zur Empfangsbescheinigung erfolgt keine weitere Gebührenbenachrichtigung.

Bei der Zahlung sind der Verwendungszweck in Form der o.g. Gebührennummer und soweit bekannt, das **Aktenzeichen** anzugeben. Die Zahlung der Gebühren bestimmt sich nach der Verordnung über die Zahlung der Kosten des Deutschen Patent- und Markenamts und des Bundespatentgerichts (PatKostZV). Danach können Gebühren wie folgt entrichtet werden:

1. durch Bareinzahlung (bei der Geldstelle des Deutschen Patent- und Markenamts in München oder bei den Geldannahmestellen in Jena und im Technischen Informationszentrum in Berlin),
2. durch Überweisung auf ein Konto der zuständigen Bundeskasse für das Deutsche Patent- und Markenamt,
3. durch (Bar-)Einzahlung bei einem inländischen oder ausländischen Geldinstitut auf ein Konto der zuständigen Bundeskasse für das Deutsche Patent- und Markenamt,
4. durch Erteilung einer Einzugsermächtigung von einem Inlandskonto.

(別添 D4) ドイツ商標法抜粋 (日本語)

第3条 商標として保護することができる標識

[1] 如何なる標識も、特に個人名を含む語、図案、文字、数字、音標識、商品若しくはその包装その他梱包の形状を含む立体形状、色彩及び色彩の組み合わせを含むものであって、ある事業に係る商品又はサービスを他の事業に係る商品又はサービスから識別することができるものは、商標として保護することができる。

[2] 次の形状のみからなる標識は、商標として保護することができない。

- (1) 商品自体の性質に由来する形状
- (2) 技術的結果を得るために必要とされる形状、又は
- (3) 商品に実質的価値を与える形状

第8条 絶対的拒絶理由

[1] 第3条に規定する商標として保護を受けることのできる標識であっても、視覚により認識できるように表現することができないものは、登録されないものとする。

[2] 次の商標は登録されないものとする。

- (1) 商品又はサービスについての識別性を有していない商標
- (2) 商品若しくはサービスの種類、品質、数量、用途、価格、原産地、生産若しくは提供の時期又はその他の特徴を示すために取引上使用されることがある標識又は表示のみをもって構成された商標
- (3) 指定する商品又はサービスについて、通用語において又は誠実なかつ確立した商慣習において常用されるようになっている標識又は表示のみをもって構成された商標
- (4) 特に、商品若しくはサービスの種類、品質又は原産地について、公衆を欺くようなものである商標
- (5) 公の秩序又は一般に容認された道德原理に反する商標
- (6) 国の紋章、旗章、若しくはその他の記章、又は国内の地方、地域団体若しくはその他の共同体的団体の紋章を含む商標
- (7) 連邦法律官報(Bundesgesetzblatt)における連邦法務省の告示により商標として有効に登録することができない監督用及び証明用の公の標識及び印章を含む商標
- (8) 連邦法律官報における連邦法務省の告示により商標として有効に登録することができない国際政府間機関の紋章、旗章若しくはその他の標識、印章又は表示を含む商標
- (9) 公益に関するその他の規定によりその使用を禁止し得ることが明白である商標

[3] 登録に関する決定がなされる前に使用されていたことの結果として、商標の出願に係る商品又はサービスについてその商標自体が識別標識として関係取引業界において確立している場合は、[2](1)、(2)及び(3)の規定は適用しない。

[4] 商標が[2](6)、(7)及び(8)に定める標識の模倣を含んでいる場合にも、[2](6)、(7)及び(8)の規定は適用される。出願人が[2](6)、(7)及び(8)に定める標識の1つを商標中に含ませる権利を有する場合は、それが前記標識のうちの他の標識との混同を生ずることがあるときであっても、[2](6)、(7)及び(8)の規定は適用しない。更に、商標の登録出願に係る商品又はサービスが監督用又は証明用の標識又は印章の採用されている商品又はサービスと同

一でなく類似もしない場合は、[2](7)の規定は、適用しない。また、出願に係る商標が、それと国際政府間機関と間に関係があるものと公衆に偽って示唆するようなものでない場合は、[2](8)の規定は適用しない。

第9条 相対的拒絶理由としての出願商標又は登録商標

[1] 次の場合は、商標の登録は取り消すことができる。

- (1) 当該登録商標が先に出願又は登録された商標と同一であって、当該商標の登録に係る商品又はサービスが先の商標の出願又は登録に係る商品又はサービスと同一である場合
- (2) 当該登録商標が先に出願又は登録された商標と同一性又は類似性を有し、かつ、両商標によって指定される商品又はサービスが同一性又は類似性を有する故に、他の商標との関連性を想起させる虞を含め、公衆の側に混同を生じさせる虞がある場合
- (3) 当該登録商標が、先に出願又は登録された商標と同一又は類似であって、そのような先の商標の出願又は登録に係る商品又はサービスと類似しない商品又はサービスについて登録されている場合において、先の商標がドイツ連邦共和国において名声を得ており、かつ、正当な理由なく当該登録商標を使用することが名声を得ている商標の識別性又は名声を不正に利用し又は害するものであるとき

[2] 商標出願は、それらが登録された場合にのみ、[1]に基づく取消理由を構成する。

第13条 その他の先の権利

[1] 登録商標の優先順位に関係する日より前に、第9条から第12条までに定める権利以外の権利を他の者が取得した場合であって、その者がドイツ連邦共和国の全領域において当該登録商標の使用を差し止める権限を有するときは、当該商標の登録は取り消すことができる。

[2] [1]にいう他の権利には、特に、次の権利が含まれる。

- (1) 名称に対する権利
- (2) 個人の肖像権
- (3) 著作権
- (4) 植物の品種名
- (5) 原産地表示
- (6) 他の産業財産

第14条 商標の所有者の排他的権利；差止命令による救済；損害賠償

[1] 第4条の規定に基づいて商標の保護を取得することにより、その商標の所有者には、その商標について排他的権利が与えられるものとする。

[2] 第三者は、商標の所有者の同意を得ないで次の標識を取引上を使用することを禁止されるものとする。

- (1) 商標が保護されている商品又はサービスと同一の商品又はサービスについて、当該商標と同一の標識
- (2) 標識と商標との同一性又は類似性並びにその商標及び標識が対象とする商品又はサービスの同一性又は類似性のために、その標識と商標が関連があるものと思わせる虞を含め、

公衆の側に混同を生じさせる虞がある場合における当該標識

(3) 保護商標の対象である商品又はサービスと類似しない商品又はサービスについて使用される当該商標と同一若しくは類似する標識の場合で、当該商標がドイツ連邦共和国において名声を得ており、かつ、正当な理由なくこのような標識を使用することが当該商標の識別性又は名声を不正に利用し又は害するものであるときにおける当該標識

[3] [2]に定める条件が満たされた場合は、特に、次のことが禁止されるものとする。

- (1) 商品又はその梱包若しくは包装に当該標識を付すこと
- (2) 当該標識の下に商品の提供を申出し、販売し又はこれらの目的のために商品を保管すること
- (3) 当該標識の下にサービスを申出又は提供すること
- (4) 当該標識の下に商品を輸入又は輸出すること
- (5) 営業書類又は広告に当該標識を使用すること

[4] 第三者が、商標所有者の同意を得ないで、取引の過程において、

- (1) 当該商標と同一若しくは類似する標識を梱包若しくは包装、又はラベル、値札、縫込ラベル若しくはこれに類する標識媒体に付すこと、
- (2) 当該商標と同一若しくは類似の標識を付した梱包、包装又は標識媒体の提供を申出し、それらを販売し、又はこれらの目的のためにそれらを保管すること、又は
- (3) 当該商標と同一若しくは類似の標識を付した梱包、包装又は標識媒体を輸入又は輸出することは、

そのような梱包若しくは包装が、[2]及び[3]の規定により第三者が当該標識を使用することが禁じられている商品若しくはサービスの梱包若しくは包装のために使用され、又は標識媒体がかかる商品若しくはサービスの識別のために使用される虞が存在する場合には、禁止される。

[5] 商標の所有者は、[2]から[4]までの規定に違反して標識を使用する者に対してその使用の差止命令を求める訴えを起こすことができる。

[6] 故意又は過失により侵害行為をした者は、その侵害行為により被った損害について商標の所有者に賠償する責を負うものとする。

[7] 従業者又は権限のある代表者が営業施設内で侵害行為をした場合は、商標の所有者はその営業施設の所有者に対してその使用の差止命令を求める訴えを起こすことができ、また、従業者又は権限のある代表者が故意又は過失によりその行為をした場合は、営業施設の所有者に対して損害賠償請求をすることもできる。

第 32 条 出願要件

[1] 登録簿への商標の登録出願は、特許庁に対して行わなければならない。

[2] 出願には、次のものが提出されなければならない。

- (1) 出願人を特定する情報
- (2) 商標の複製、及び
- (3) 登録が求められている商品又はサービスの一覧

[3] 出願は、第 65 条[1](2)の規定に基づく法令に定める他の出願要件を満たさなければならない。

[4] 出願とともに、料金表に規定する手数料を納付しなければならない。商品又はサービスの分類の3以上の類に分類される商品又はサービスについて登録が求められている場合は、料金表に規定する手数料を追加の各類毎に納付しなければならない。

第33条 出願日；登録に対する権利；出願の公告

[1] 商標の出願日は、第32条[2]の規定に規定する情報を含む書類が特許庁に受理された日とする。

[2] 出願日が付与された商標出願は、登録を受ける権利が生ずるものとする。登録出願は、出願要件が満たされていないか又は絶対的拒絶理由により登録が拒否されない限り、許可されるものとする。

[3] 出願日を付与された商標出願は、出願人を特定する情報と共に公告される。

第36条 出願要件の審査

[1] 特許庁は、次の事項について審査する。

(1) 商標出願が、第33条[1]の規定に従い出願日の付与についての要件を満たしているか否か

(2) 出願がその他の出願要件を満たしているか否か

(3) 第32条[4]の規定に基づく手数料が納付されているか否か、及び

(4) 出願人が第7条の規定に基づき商標の所有者となり得る者であるか否か

[2] 1の規定に基づき確認された欠陥が、特許庁が定める期間内に是正されない場合は、出願はされなかったものとみなされる。出願人が特許庁の要求に応じた場合は、特許庁は、確認された欠陥が是正された日を出願日として認定する。

[3] 手数料が納付されない場合は、特許庁は通知書を送達し、その送達日から1月以内に料金表に規定する手数料及び割増手数料が納付されない限り、出願が取り下げられたものとみなす旨を出願人に告知する。この期間内に、出願料及び割増手数料が納付されたが必要な分類手数料が納付されない場合、納付された手数料の額によって対象とされるべき商品又はサービスの類を出願人が表明したときは、第1文は適用しないものとする。かかる表明がない場合は、主な類が最初に考慮され、続いて類の区分に従って別の類が考慮されるものとする。

[4] 特許庁が定める期間内に他の欠陥が是正されない場合は、特許庁は出願を拒絶する。

[5] 出願人が第7条の規定に基づき商標の所有者となり得る者でない場合は、特許庁は出願を拒絶する。

5-2-2. イギリス

<<法制度>>

欧州における商標の保護は、各国の国内商標法が守るべきミニマムスタンダードである商標指令（First Council Directive 89/104/EEC）及びこれに由来する共同体商標規則（Community Trade Marks Regulation (CTMR) EC/40/94 of 20 December 20, 1993）³⁸に基づいて、各国国内法で具体的に制定されている。

イギリスでは、上記商標指令を受けて、1994年に、従来の1938年商標法を改正し³⁹、「写実的な表現で表せる商標」を登録の対象に加えた。すなわち新しいタイプの商標の保護を1994年法改正で導入したところ、多数の新しいタイプの商標出願がなされた。

当時は、苦いビールの香り（指定商品：ダーツの矢）⁴⁰やバラの花の香り（指定商品：タイヤ）⁴¹等「におい」の商標の登録を認めていたが、その後に欧州司法裁判所によって出された Sieckmann 判決⁴²で、「写実的な表現」について「明確・正確・自己充足的・入手容易・理解容易・永続的・客観的である（Clear, precise, self-contained, easily accessible, intelligible, durable and objective）」ことを要するとの判断が示され、また同裁判所の Libertel 判決⁴³で、通常の商標と比べて、新しいタイプの商標のセカンダリーミーニング獲得に対する高いバーが設定されるにつれて、出願人側も新しいタイプの商標については「商標の本来の識別力が原則として低いと判断される場所、セカンダリーミーニング立証のために膨大な労力と高額な費用をかけたわりには登録になってもその権利範囲は狭い」ことから、出願に対する意欲が減退しつつあり、現在では、新しいタイプの商標の出願は全体の出願の0.1%に満たない⁴⁴。

したがって、イギリス知的財産庁内でも、出願データ等管理の電子化を推進する（新電子出願システム TM10 が稼働開始したら HTML 現行バージョン、pdf バージョン、XML バージョンについてイギリス特許庁ウェブサイト経由で公報を閲覧できるようになる）中で、ウィーン分類以外の詳細な分類分け等をあらためて検討する必要性を感じている（現段階では、庁内部マニュアルで新しいタイプの商標は「29. 色彩」、「30. その他」に大まかに分類され、「30. その他」の中に「30.1 音」、「30.2 におい」、「30.3 その他」と細分類化されている）ものの日常業務の繁忙さに比して、上記必要性は高くないから存置されたままになっているのが現状である（イギリス知的財産庁の審査官から日本特許庁へのアドバイスとして「新しいタイプの商標を保護するには、最初から細かく分類した上でデータ入力をした方が後々困らなくてよい」）。

これまで新しいタイプの商標の多くは「図形」としてデータ入力されているが、昔のものはウィーンコード分類の入力も正確でなく、新しいタイプの商標の出願がされても、先行

³⁸ 詳細はウェブサイト <http://oami.europa.eu/en/mark/aspects/reg/reg4094.htm> 参照。

³⁹ 詳細はウェブサイト <http://www.ipo.gov.uk/tmact94.pdf> 参照。

⁴⁰ 登録番号 2000234 (1994)

⁴¹ 登録番号 2001416 (1994)

⁴² Case C-273/00, Sieckmann v. Deutsches Patent und Markenamt

⁴³ Case C-104/01, Libertel Groep BV v Benelux-Merkenbureau

⁴⁴ 2009年9月から2010年9月までの商標登録出願29,508件のうち新しいタイプの商標に関する出願は41件に過ぎない。

商標を的確に探し出すのは難しい。

イギリス知的財産庁の審査官としては、欧州司法裁判所（ECJ）の Shield Mark 事件⁴⁵で示された「音」の商標についての「(写実的な表現は) 標章が小節に区切られた楽譜上に、特に音部記号、調子記号の音の長さ (relative value) を形作る音符・休符及び必要であれば臨時記号を示すことで・満たされる」とした判断は、「音符」を誰しもが読めることの前提にたっているようだが、実際には読めない人が多数なので、「写実的な表現」の要件の一つである「理解できる (intelligible)」の要件を満たさないと考える。現にイギリス知的財産庁の審査官も実際は、楽譜を読めないので、類否判断等に困った場合は個人的な知り合いのミュージシャンに相談している。新しいタイプの商標の出願数はそもそも少ないので特別な対応や対策を検討する緊急度は低く、専用の審査官や審査体制を組む必要性に乏しい。

イギリスは、シンガポール条約に 2006 年に加盟し、新しい商標規則は 2008 年 10 月 1 日に発行した。すでにイギリス法はシンガポール条約に準拠した内容になっているので今後法改正等される予定はない。

なお、イギリスでは現在、出願から登録まで、最短 4 か月で登録される。

現地法律事務所からの情報によれば、2011 年 5 月にマックスプランク研究所 (Max Plank Institute) 等から、保護対象となる商標の範囲を拡張すべく、商標指令 (First Council Directive 89/104/EEC) 及び共同体商標規則 (Community Trade Marks Regulation (CTMR) EC/40/94 of 20 December 20, 1993) における「写実的な表現」の要件の取下げを求める報告書が提出されたとのことである。⁴⁶

(1) 商標の定義

現行 1994 年商標法⁴⁷上「商標」とは「写実的に表現されるすべての標識であって、ある事業の商品又はサービスを他の商品又はサービス識別することができるもの」(商標法第 1 条) と定義されている。

したがって新しいタイプの商標は「写実的な表現」ほか通常の商標の登録要件を満たす限り保護される。

(2) 出願要件

① 商標の特定方法と権利範囲

商標を特定するためには、それが「明確・正確・自己充足的・入手容易・理解容易・永続的・客観的 (Clear, precise, self-contained, easily accessible, intelligible, durable and objective)」である必要がある⁴⁸。

従って、商標登録出願の願書において、色見本や色コード、楽譜等によって上記の要件を満たすような形で商標を特定しなければならない。これが商標登録後における権利

⁴⁵ Case C-283/01, Shield Mark BV v Joost Kist h.o.d.n.Memox

⁴⁶ “The future for non-traditional trade marks in Europe” June 2011, Mr. Mark Devaney 著, Gill Jennings & Every LLP

⁴⁷ 2008 年 5 月 10 日の商標細則 (命令書 2008/1067) により改正された 1994 年法律

⁴⁸ Case C-273/00 (Sieckmann 判決)

範囲を構成するためである。

なお「音」の商標に関して、「音声ファイル」は「写実的な表現」としての必須要件ではなく、権利範囲の認定においても、参考にされるに過ぎない。

②出願日認定

出願日の認定のために必要な情報は、1)商標登録の願書、2)出願人の名称及び住所、3)商標登録を求める商品又はサービスの陳述、及び 4)商標の表示である（商標法第 32 条第 2 項及び第 33 条第 1 項）。

審査官は、登録のための要件が満たされていないと認める場合は、出願にその旨を通知し（実務上は「拒絶理由通知」）、かつ、登録官が定める期間内に説明又は出願の補正をする機会を与える（商標法第 37 条第 3 項）。

出願人が、上記期間内に補正ができない場合は、登録官は出願の受理を拒絶し（商標法第 37 条第 4 項）出願は最初からされなかったことになる（商標規則⁴⁹第 13 条）。

以下、タイプ別に新しいタイプの商標の出願日認定のための必須要件及び任意要件について詳述する。

「音」の商標：

必須要件：

- 1) 「音の商標である旨の表示」が必要。さもないと「楽譜」だけの商標は文字又は図形商標とみなされる可能性があるからである。
- 2) 「写実的な表現」の要件を満たすためには、欧州司法裁判所は「写実的な表現可能性（欧州商標指令第 2 条）について、同要件は標識そのものが視覚によって認識することができる（visually perceptible）ことまでは求めておらず、写実的に表現され得る（can be represented graphically）ものであればよい。ただし、その表現は、明確・正確・自己充足的・入手容易・理解容易・永続的・客観的である（Clear, precise, self-contained, easily accessible, intelligible, durable and objective）必要があると判じている。⁵⁰

これにより、「調子記号等が記載された五線譜に、小節ごとに区切られた音符、休符が音の長さ（relative value）と共に記載され、必要に応じてシャープやフラット、ナチュラル等の臨時記号が記載されたもの」が必要となる⁵¹。これらによってタイミングやピッチが明らかになるためである。従って、音の詳細な説明や動物の音はこの要件を満たさず、音符の単純な羅列はタイミングやピッチを示さない限り、この要件を満たさない（審査マニュアル 4、別添 E4 参照）。

ソノグラムやスペクトログラムは、公衆にとって明瞭ではないため、写実的要件を満

⁴⁹ 2008 年 7 月 7 日付命令書 2008 年 1797 号により改正され、2008 年 7 月 8 日に議会で提出された 2008 年規則、2008 年 10 月 1 日施行商標規則

⁵⁰ Case C-273/00 (Shieckmann 判決)

⁵¹ Case C-283/01, Shield Mark BV v Joost Kist h.o.d.n. Memex

たさないと考えられている。

したがって動物の鳴き声や救急車のサイレン等の自然音は「写実的な表現」が困難であるから、原則として登録は認められにくい。また「公序良俗に反する」、や「識別力がない」という理由で拒絶されることもあるだろう。

クラシック音楽の一部は理論的には登録可能である。

任意要件：

3)「詳細な説明」及び4)「CD等の電子媒体に格納された音声ファイル」は任意。従って、出願時に電子音声ファイルを提出しなくても、出願は受け付けられ、所定の要件を満たす限り、出願日が認定されることになる。

「色彩」の商標：

必須要件：

「写実的な表現」が必要。

従って1)「商標の説明」及びPantone等の2)「色コード」による特定が必要。「色コード」のかわりに「色見本」でも可。しかしながら「色見本」の提出のみでは満たされない。3)「色クレーム」もすべきである。

任意要件：

「色彩商標である旨の明示」は必須ではないが、これを書かないと「色彩商標」との推定が働くのみである為、商標の構成要件として必須であれば記載すべきである。

上記「写実的な表現」について 欧州司法裁判所は「商標が、明確・正確・自己充足的・入手容易・理解容易・永続的・客観的である（Clear, precise, self-contained, easily accessible, intelligible, durable and objective）必要がある」⁵²としたことから、イギリスでは「色彩」の商標の「写実的な表現」として「色見本」の提出のみでは不十分であるが、「国際的に認定された色コード」は「写実的な表現」になる可能性があるとした（審査マニュアル1、別添E4参照）。

(1)単一の色彩：

単一の色彩のみから構成される標章は、言葉による色彩の説明（例えばダークブルー）の形で提出され、国際的に認められた色コード（Pantone (R)、RAL,Focolton (R) 等）を添えれば写実的な表現とみなされる。色彩のみの商標を表現するために色見本の提出と商標の説明がされた場合、両者を統合した場合に出願された商標が明瞭（一義的）な形で開示されるようになっていなければならない。

例えば、示された色彩と色コードが矛盾してはならない。

電子出願の場合、出願時に色彩の電子画像に関連して、その色彩を定義するRGBプロファイルを使用することができる。当該出願に触れた第三者が理解容易でなければならぬところ、特殊な機器（スペクトロフォトメーター）を用いなければ解析できない

⁵² Case C-273/00 (Shieckmann 判決)

表現は不可とされている。⁵³

(2) 色彩の組合せ：

欧州司法裁判所（ECJ）は「輪郭もない複数の色彩からなる商標の場合、所定の画一的な方法でそれらに関連付ける体系的な配置付けの説明が必要である」と判断した⁵⁴。

欧州司法裁判所（ECJ）はどのような基準を満たせば「写実的な表現」になるか具体的には明示していないが、色彩の配色の割合や配色の態様等の特定を求める傾向にあり、例えば以下の CTM2177566 号（上に青色、下に赤色の水平のストライプ商標。商標の説明（Description of Mark）：The distribution and ratio of the colours to each other is 50-50, whereby the colour blue runs horizontally above the colour red, forming a stripe whole、色彩の表示（Indication of colour）：Blue:Ral 5015, red:RAL 2002）がこれを満たすと考えられる。

E2177566



Goods/services: Cl 6, 11, 19 and 20

「商標の説明」で「色彩は願書に示す通り」という表現は不適切である。これに代わり、商標の絵等の中に描かれた色彩の配置や位置の表現が求められる⁵⁵（審査マニュアル 1、別添 E4 参照）。

「動き」の商標：

必須要件：

「写実的な表現（詳細な要件は Sieckman Criteria 参照）」が必要である。

この「写実的な表現」要件を満たすためには、商標が動く画像であって、当該画像の動き方がどうみえるかを示し、動きの順序を示すとともにその順序に従って動きの商標を構成する複数の全ての画像を示す等しなければならない（審査マニュアル 5、別添 E4 参照）。

すなわち、どのような動画で、何を描写し、何が動き、何段階の動きがあり、その順序はどのようになっているかを明確にする必要がある。

単なる「動きのイメージ像」では商標法第 3 条(1)(a)の「表示 (sign)」に当たらない

⁵³ Heidelberger Bauchemie GmbH 判決 (C-49/02) にて Ty Nant Spring Water Ltd's Application (BL/241/99) において「厚みが 3mm である場合に、大気中における主な波長が 472~474 ナノメートル、純度が 44~48%、輝度が 28~32% という光学的特性を有する青色のボトル」は特殊な機器がないと理解できないため拒絶された

⁵⁴ 原文は“systematic arrangement associating the colours concerned in a predetermined and uniform way”, Heidelberger Bauchemie GmbH 判決 (C-49/02)

⁵⁵ Advocate General's Opinion in Case C-321/03 Dyson Ltd v Registrar of Trade marks (subsequently endorsed in the ECJ Judgment of 25th January, 2007)

ため、登録を受けることができない⁵⁶。

従って 1)「静止画と当該画像の数、順番、動きを表す単一の配列 (single sequence) が必要」であり、2)「動きの商標である」旨の表示も必要である (これがないと審査官から説明を求められることになるだろう)。上記 1)の記載が不十分と思われる場合 3)「商標の説明」にて詳細に説明する必要がある。

「動き」を示す電子媒体 (DVD 等) は出願時または出願後に提出可能であるが、これだけでは写実的な表現の要件を満たさない。

テレビコマーシャル中の特定の動きについても理論的には権利化が可能だが、それが長いものであればあるほど、第三者からの異議申立てがされやすくなるだろう。また、単純な「動き」の商標ほど登録可能性は向上する。

「ホログラム」の商標：

必須要件：

- 1)「写実的な表現」が必要である。ホログラムにより表示される多様な画像一つ一つの表現が含まれ、第三者が実質的に全ての特徴が分かるようにしなければ写実的な表現の要件を満たさない。見る角度によって様々な商標が現れる場合は全ての商標を表示しなければならない (審査マニュアル 5、別添 E4 参照) が、見る角度によって見える商標が基本的に同一であれば、1 枚の図面のみの提出でよい。
- 2)「ホログラム商標」である旨の表示も必要である (これがないと審査官から説明を求められることになるだろう)。上記 1)の記載が不十分と思われる場合 3)「商標の説明」にて詳細に説明する必要がある。

ここで問題になるのが複数の図面によってでない写実的な表現ができない「動き」の商標や「ホログラム」の商標と「一商標一出願の原則」との関係であるが、当該原則は新しいタイプの商標についても適用される。

参考までに、イギリス特有の制度としてシリーズ商標 (連続商標) 出願制度があるが、これは商標法第 41 条(2)において「その本質的部分が互いに類似しており、商標の同一性に実質的な変更を及ぼさない識別性のない部分のみが相違しているいくつかの商標」という要件を満たさなければならない。従って、シリーズ商標出願する場合は、商標の同一性に実質的に影響を与えないことが必要とされる。シリーズ (連続) 商標として出願する場合、最大 6 商標まで一つの出願に含めることが可能である。

しかしながら、「動き」の商標や「ホログラム」商標として保護を受ける際には、その権利範囲をより明確に特定すべく、より多くの商標を提出する必要があることから、連続商標としてではなく、通常の商標として出願することが望ましい。

「トレードドレス」の商標：

必須要件：

「写実的な表現」が必要。1)一以上の「図面」を提出する場合は、「前から見たもの」、

⁵⁶ Practice Amendment Notice PAN7/07-issued 20 July 2007

「上から見たもの」、「側面からみたもの」等の明示をすべきである。2)「トレードドレス」である旨の表示も必要（これがないと審査官から説明を求められることになるだろう）。上記 1)の記載が不十分と思われる場合 3)「商標の説明」にて詳細に説明する必要がある。

トレードドレスは写実的に表現可能であれば商標として容認され得る。しかし、出所識別機能を果たすためには過去の使用による識別性の獲得が必要である。形状・色彩・ロゴ・言葉等から構成される複合的なトレードドレスであっても一個の商標として保護され得る。

「におい」の商標：

「写実的要件」(Sieckmann 判決 (C-104/01) 57) を満たしていない限り認められない。

すなわち、化学式（これは *intelligible* ではない。また物質そのものであり、においではない）、言葉（明確性、正確性、客観性に欠ける）、サンプル提供（写実的な表現ではない。安定性・永続性を欠く）及びそれらの組み合わせは、いずれも写実的な表現の要件を満たさない。

従って欧州司法裁判所 (ECJ) は「においの商標」につき登録可能性を示唆したものの、実務的には写実的な表現が困難である（審査マニュアル 3、別添 E4 参照）。

「におい」の見本の寄託も写実的な表現を構成しない。

においの説明は十分に明瞭、精密かつ客観的なものでなければならぬため、「におい」の商標は現時点では登録し得ない。

「味」の商標：

写実的な表現の要件 (Sieckmann 判決参照) を満たしていないので認められていない。

「触感」の商標：

写実的な表現の要件 (Sieckmann 判決参照) を満たしていないので認められていない。

(3) 登録要件

① 識別性

商標法第 3 条に「登録の絶対的登録拒絶理由」として (1) (b) に「識別性を欠いている商標」を挙げている。一般論として、通常商標の審査と同様であるが、新しいタイプの商標については識別力が低いことから、使用によるセカンダリーミーニング獲得を立証することを求められる場合がある。

通常の見別力の審査においては、「識別性」等に基づく異議申立てがなされない限り、当該商標の使用実績やセカンダリーミーニング獲得状況は考慮しない。当該商標が特定の業界において慣用されているものである場合は、識別力なしとして拒絶する可能性が

⁵⁷ 「においについて出願する場合は、化学式（これは *Intelligible* ではない。また、物質そのものであり、においではない。）、言葉（明確性、正確性、客観性に欠ける。）、サンプル提供（*graphic* な表現ではない。安定性・永続性を欠く。）及びそれらの組合せは、いずれも写実的な表現の要件を満たさない。」と判じた。

ある。当該商標の出願人が当該商標の指定商品業界の寡占業者であったとしても、これは商標登録の理由にはならない⁵⁸。

「色彩」の商標：

(1) 単一の色彩のみからなる商標：

欧州司法裁判所は、Libertel 判決⁵⁹において、色彩のみの商標が本来的に出所識別力を有するのは「例外的な状況、特にかかる標識が主張されている商品又はサービスの数が非常に制限されており、関連する市場が非常に特定されている場合以外考えられない」と判じている。

従って、色彩は本来的に出所識別力が弱い（例えば、消火サービスに「赤」、環境関連商品役務に「緑」等）ため、商標法第3条第1項中(b)や(c)(d)を根拠に拒絶される場合が殆どである。但し、同じ「緑」でも、ビール瓶に付した場合は識別力がないが、ビール自体が緑の場合は識別力があると考えられる（審査マニュアル2、別添 E4 参照）。

(2) 色彩の組合せからなる商標：

配色の内容や指定商品等の関係で識別力を発揮する場合がある。例えば四角や円のような図形商標に複数の色彩が結合した商標は識別力があるとみなされる。しかしこれらが包装の色彩である場合は、色彩の組合せそのものが指定商品との関係でその出所標識するものとしてどの程度特殊なものか、関係する需要者に出所標識として認識されるものかを検討する必要がある。例えば、洗濯用錠剤について、独占的使用実績（extensive and exclusive use）がない限り、緑と白や黄色と白の組合せは、2種の成分の表示と認められ、識別力は認められない。このように識別力の低い色彩の組合せ商標は商標法第3条第1項(b)や(c)(d)を根拠に拒絶される（審査マニュアル2、別添 E4 参照）。

「音」の商標：

音の商標に接した一般の需要者が、それが指定商品の特定唯一の出所を表示するものと認識するか否かによって判断される。また、独占適応性（ほかの経済主体が商業上、当該音の使用を希望する可能性）の有無についても検討する（審査マニュアル4、別添 E4 参照）。

例えば、以下の楽譜は「金融サービス」に関して「識別力あり」として登録が認められている。



識別力の低い音と文字等の識別力高いものとの結合商標の識別力に関しては全体観察によって判断する（審査マニュアル4、別添 E4 参照）。

クラシック音楽の一部については登録され得るが、あまりに長い音楽は「商標」とし

⁵⁸ ECJ 判決 C-321/03 (Dyson Case)

⁵⁹ Case c-104/01

て認められず、識別力が低いため登録されないと考える。

「動き」の商標：

動きの商標に接した一般の需要者が、それが指定商品の特定唯一の出所を表示するものと認識するか否かによって判断される。また、独占適応性（ほかの経済主体が商業上、当該音の使用を希望する可能性）の有無についても検討する。

例えば、指定役務「喫茶サービス」について紅茶ポットから紅茶を注ぐ動きの商標は識別力がないと考えられる。しかし、当該役務に関して、スピンするジャイロスコープの動きの商標は識別力があると考えられる（審査マニュアル5、別添E4参照）。

「ホログラム」の商標：

ホログラムの商標に接した一般の需要者が、それが指定商品の特定唯一の出所を表示するものと認識するか否かによって判断される。また、独占適応性（ほかの経済主体が商業上、当該音の使用を希望する可能性）の有無についても検討する。

例えば、指定役務「喫茶サービス」について紅茶ポットから紅茶を注ぐホログラムの商標は識別力がないと考えられる。しかし、当該役務に関して、スピンするジャイロスコープのホログラムの商標は識別力があると考えられる（審査マニュアル5、別添E4参照）。

「におい」の商標：

洗剤、化粧品、柔軟剤等は使用時の快適性を高めるために香りが付されている場合が多い。ペンや紙、消しゴムに香りが付されることもある。このような香りつき製品に接した需要者は、香りに基づいて単一の出所を表示しているとは思わない。指定商品本来や自然的特性に基づかない「におい」の商標に関しては、それが出願人によって指定商品に付されたものであり、公衆に出所を表示するものと認識されている場合に限り登録され得る（審査マニュアル3、別添E4参照）。

②セカンダリーミーニング⁶⁰

商標法上、第3条但書にて「ただし、商標がその登録出願の日前に使用された結果実質的に識別性を有している場合は、(b)、(c)、(d)によっては登録を拒絶されない」と規定されており、使用の結果、後発的に識別力を獲得した商標については例外的に商標登録を認めている。

一般論として、通常商標の審査と同様であるが、新しいタイプの商標については識別力が低いことから、使用によるセカンダリーミーニング獲得を立証することを求められる場合が多い。通常の見別力の審査においては、「見別力」等に基づく異議申立てがなされない限り、当該商標の使用実績やセカンダリーミーニング獲得状況は考慮しない。当該商標が特定の業界において慣用されているものである場合は、見別力なしとして拒

⁶⁰ イギリスでは“Acquired distinctiveness”という。（イギリス知的財産庁の審査官より）

絶する可能性がある。当該商標の出願人が当該商標の指定商品業界の寡占業者であったとしても、これは商標登録の理由にはならない⁶¹。

Windsurfing Chemsee 判決では、以下の証拠の提出によって指定商品に関連する消費者が特定の出所を表示する商標として認識していることを立証し、セカンダリーミーニングの獲得が認められた。1)商標が付された商品の市場シェア、2)商標の使用の頻度(intensity)、3)商標が普及している地理的範囲、4)使用期間の長さ、5)宣伝広告投資額、6)商品の出所を認識している公衆の割合、7)商工会議所や専門家による客観的証言。

「音」の商標について：

以下の例は、「音」の商標として、使用によるセカンダリーミーニング獲得を立証しない限り登録され得ない例として審査マニュアルに列挙されたものである。

- 1)一つか二つの notes(音符)から構成されたもの、
 - 2)指定商品「アイスクリーム」に関してアイスクリーム販売車が慣例的に使用する歌(例えば、Glensleeves の歌)、
 - 3)指定商品「娯楽ゲーム機器」や指定役務「娯楽サービス」に関して、当該機器で慣用的に用いられているチリンチリンという音、
 - 4)指定役務「遊園地を含む娯楽サービス」について周知なポピュラーミュージック、
 - 5)子供向けの指定商品について童謡、
 - 6)特定の国や地方と強力に結び付けられている音楽を当該地域の産品に付す場合等。
- (審査マニュアル 4、別添 E4 参照)

アンケート調査は、セカンダリーミーニング立証の一つの有用な手段であるが、アンケートの内容や実施手法についても慎重に検討する必要がある。たとえある商標が高い認知度を示すアンケート結果を出してきたとしても、当該アンケートが誘導的なものである可能性もあるからである。

セカンダリーミーニングを獲得するための使用証拠における商標と出願商標の同一性の具体的判断基準については、5-3. 事例研究をご参照下さい。

③機能性の判断

商標法第3条「登録の絶対的登録拒絶理由」として(2)に「標識は、それが次のもののみからなる場合は、商標として登録されない」として「(a)商品自体の性質に由来する商標、(b)技術的成果を達成するために必要とされる商品の形状、(c)商品に実質的価値を与える形状」を挙げている。

実務上、機能性の要件は、立体商標についてのみ審査する。

識別性の要件が審査官によって判断されるのと違い、機能性の要件は審査官によって判断されるというより、むしろ第三者からの異議申立理由となるものである。

これは公益観点から独占的適応性のない商標の登録を排除するためのものである。

⁶¹ ECJ 判決 C-321/03 (Dyson Case)

商標の機能性の要件は識別性とは別に審査されるが、一般的に、機能的な商標は同時に識別力が低いことが多い。機能的商標として拒絶された場合はセカンダリーミーニングの獲得を立証してもこれを覆すことはできない。

④類否判断

商標法第5条「登録の相対的拒絶理由」において「(1)商標は、それが先の商標と同一であり、かつ、その出願に係る商品又はサービスが先の商標の保護対象である商品又はサービスと同一である場合は登録されない。(2)商標は、次の何れかの理由により、先の商標を連想させる虞がある場合も含め、公衆の側に混同を生じさせる虞がある場合は登録されない。(a)その商標が先の商標と同一であって、先の商標の保護の対象である商品又はサービスと類似の商品又はサービスについて登録が求められている場合、または(b)その商標が先の商標と類似するものであって、先の商標の保護の対象である商品又はサービスと同一または類似の商品又はサービスについて登録が求められている場合」と規定されている。

新しいタイプの商標の類否判断は、通常商標と同じく、指定商品等の分野における需要者の通常の注意力をもとに、商標同士の外観・称呼・観念を比較し、全体の印象をもとに判断するものが原則である。全体観察を行った上で類似する部分が、要部であって識別力が高いものである場合は、後願を拒絶する。また、先行商標の識別力も考慮する。識別力が高い商標ほど権利範囲は広いためである。

以下、各タイプ別に新しいタイプの商標について述べる。

「音」の商標

「写実的な表現」の中で楽器が特定されている場合はその範囲のみ権利が及ぶだろう。理論的に考えて、パイプオルガンとパーカッションでは同じ楽譜を演奏したとしても、その印象はずいぶん異なるのではないかと考えるから、非類似と判断することもあるだろう。

仮に、猫の鳴き声「ミャオ」という「音」商標が登録されたとしたら、文字商標「ミャオ」を称呼した場合は類似となって、侵害が成立する可能性が高いと考えられる。

一般に、識別力が強い商標ほど類似範囲が広がる。従って、動物等の鳴き声でもそれが「写実的な表現」が可能で、指定商品との関係で高い「識別力」を発揮するものであれば、その類似範囲は広いものとなるだろう。

また理論的には、音階に歌詞がついている音商標と当該歌詞の文字商標が類似と判断される可能性もある。

その他のタイプの商標の類否判断の詳細については、5-3. 事例研究をご参照下さい。

(4) 他の権利との調整

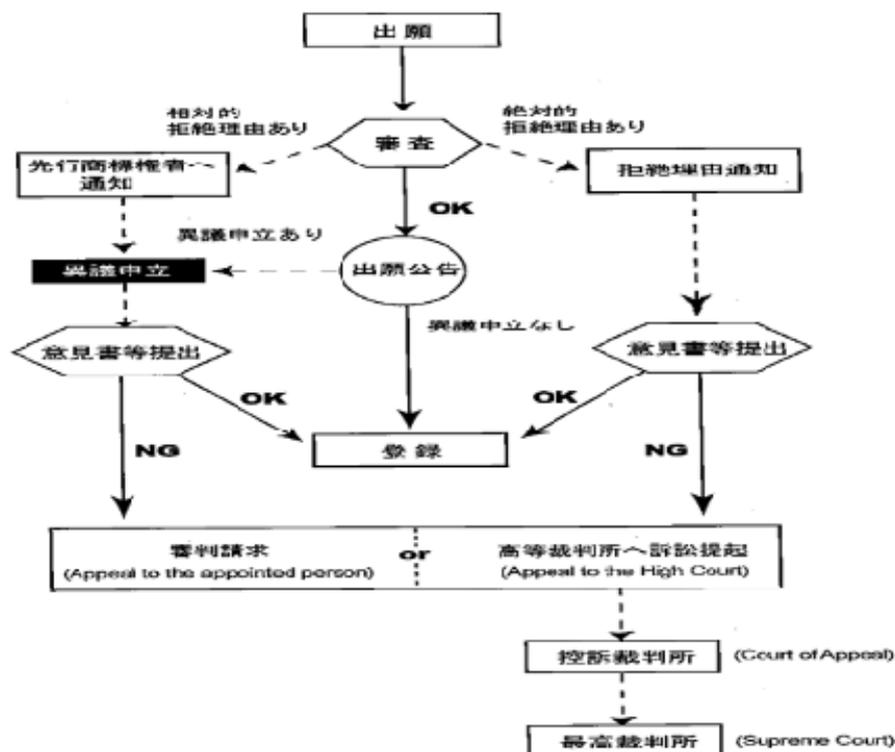
他の権利との関係については、商標法第5条「登録の相対的拒絶理由」の(4)において、「商標は、次の何れかの理由により、その使用が連合王国において妨げられる虞がある場

合は、その範囲において登録されない。(a)未登録商標又は業として使用されるその他の標識の保護に関する法規（特に詐称通用に関する法律）による場合、又は(b)(1)から(3)まで又は(a)にいうもの以外の先の権利による場合、特に、著作権、意匠権又は登録意匠に関する法律による場合・・・」と規定されている。

審査官が他の権利との抵触を理由に拒絶することはないが他の権利の権利者（例えば著作権法 5 第 4 項(b)を根拠に）から異議申立てされる可能性がある（審査マニュアル 4、別添 E4 参照）。

<<特許庁運用>>

(5) 出願から登録までのフロー



(6) 出願の手続

①電子出願の願書様式、添付資料（電子ファイルの形式と容量制限）

電子出願の願書様式については、別添 E3 をご参照下さい。

電子出願は、紙出願と同様に Official Fee が、30 ポンド Discount され、170 ポンド/区分となる。商標登録出願中、紙出願は全体の約 20%、電子出願は全体の約 80%である。イギリス知的財産庁の本部はロンドンから遠方にあるので、ロンドンに出願受付用の支部がある。

②書面出願の願書様式、添付資料

願書における「新しいタイプの商標」の記載方法は、書面出願を例にすれば、以下の通りである。

【願書フォーム(Form TM3)】

TM3 フォームについては、別添 E1、E2 をご参照下さい。

- (1) 「2. 商標の表示 (Illustration of your mark or marks)」において商標の写実的な表現をもって行う必要がある。

「音」商標であれば、この欄に「楽譜」、「色彩」商標であれば「色見本」を表示し、その下に色コードを記載しても良い。

「動き」や「ホログラム」についても「静止画」の連続画像等で特定する。

- (2) 「3. 詳細な説明 (If your mark is a three-dimensional shape or a sound or a repeating pattern, say here which it is)」

これは商標についての詳細な説明 (verbal description) を行うための欄であるが、ここの記載は出願日認定のための必須要件ではない。

ここで、「立体、音、連続パターン」とあるが、これは例示に過ぎないので、ここに「動き」、「ホログラム」、「におい」の商標である旨記載しても良い。また、「音」の商標が特定の楽器によって演奏される場合には、この欄に「楽器名」を特定しても良い。

- (3) 「4. 色彩について (If you have shown the mark in colour, we will assume you want the mark registered in these colours unless you tell us something different here)」

色彩が商標の必須構成要素である場合は、ここで色彩について説明する。

- (4) 「10. 限定について (List any limitation or disclaimers you want to record)」

「色彩」の商標の場合、ここに「色コード」を記載しても良い。

(5) 添付物について

出願に添付できるのは、JPEG と TIFF ファイル、すなわちイメージファイルのみである。従って、音声ファイルや動くイメージファイルは受け付けられない。

動きの商標は、各動きの図を商標見本で出せばよい。

音声ファイルについては、出願時の必須要件でないので紙出願した上で CD 等に格納して出願後から提出してもよい。この提出は出願日認定に影響を与えない。

参考までに、イギリス知的財産庁は、「音」の商標出願に伴って提出された CD 等の内容が、「楽譜」と一致しているかを確認することはない。また当該 CD 等を聞いて、すでに第三者の出願にかかる楽譜と照合して類否を審査することはしない。単に紙の出願の袋に CD 等を入れて、イギリス知的財産庁内で保管しておくのみである。第三者がこの CD 等を聞くのは不可能である。そのような設備や機器は用意されていないからである

③ 願書の補正：補正許容範囲、補正があった場合の出願日

電子ファイル等を出願日の後、追完可能 (権利範囲特定に有用であるため)。出願時

に「写実的な表現」の要件が満たされていない場合、商標法 32 条第 2 項(d)を根拠に、2 ヶ月以内に欠けている要件を満たすよう要請する通知がイギリス知的財産庁から発行される。この通知に従わなかった場合、出願は初めからされなかったものとみなされる（審査マニュアル 1、別添 E4 参照）。

商標登録出願の指定商品・役務の限縮補正は認められるが、拡大補正は認められない。商標に関してはその同一性に実質的な影響を及ぼす補正は認められない（商標法第 39 条）。

④商標見本

「音声ファイル」は出願の包袋に物理的に保管しておくのみ。出願時に「音声ファイル」を聞いてその具体的内容を確認することはない。

「におい」の標本は、出願自体が最近ないので現在保管しておらず、保管方法についての定めもない。

万が一出願人が「ホログラム」そのものを願書に貼り付けて紙出願した場合は「写実的な表現」でないことを理由に拒絶し、一般的に 2 か月の補正期間を与える。出願人が各図面と説明を補完したら、その補完日が出願日になる。

⑤優先権主張

優先権主張に関しては、商標法第 35 条に規定するとおり、原則として出願日や出願番号のみ特定すればよく、優先権証明書類の提出は必要ない。但し商標規則第 6 条第 1 項第 2 号に基づき、審査官が優先権の根拠となる資料を要求する場合もあり得るが可能性としては低い。

(7) 方式・実体審査

①商標見本と説明文の整合性審査

商標見本と説明文が不一致である場合は、審査官より「拒絶理由通知」を出して相当の期間を与えて、是正を求める。

是正された場合、原則として、是正された日が出願日になる。

上記期間内に是正がされなかった場合は、出願はされなかったものとみなされる（審査マニュアル 1、別添 E4 参照）。

②審査体制

新しいタイプの商標専門の審査官はいない。必要に応じて、商標審査官同士で協議したり、場合により特許の審査官と「機能性」等について議論を行うことがある。

③審査手法

特に通常商標と変わることはない。

新しいタイプの商標は、主に図形商標としてとらえてウィーン分類でコードづけしているが、古いものは誤ったコードが付されたものが多くあり、解決策を検討中である。

特殊な、類否判断用検索手法や検索キーも特になければ、識別力を判断するための検索ツールもない。

新しいタイプの商標に関するデータベース作成にあたっては、現段階では、庁内部マニュアルで新しいタイプの商標は「29. 色彩」、「30. その他」に大まかに分類され、「30. その他」の中に「30.1 音」、「30.2 におい」、「30.3 その他」と細分類化されている)ものの、実際の審査で類否判断を行うための先行商標検索にはあまり役に立っていない。しかしながら日常の審査業務の繁忙さに比して、データベースの改善の緊急性は高くないから存置されたままになっているのが現状である。

審査に使用する統計情報はない。

④ 検索システム

通常商標と同じ。

⑤ 審査資料

通常商標と同じ。

⑥ 拒絶理由

通常商標と同じだが、新しいタイプの商標は「写実的な表現でない」、「識別力がない」等の拒絶理由が発せられる可能性が高い。

例えば、「写実的な表現」要件を満たさない出願は「商標法第 32 条第 2 項(d)」を根拠に拒絶される（参考：審査マニュアル 1、別添 E4 参照）。

また、色彩の商標について、識別力がある色彩であったとしても指定商品・役務との関係で出所識別機能が弱い（例えば、消火サービスに「赤」、環境関連商品・役務に「緑」等）ため、商標法第 3 条第 1 項中(b)や(c)(d)を根拠に拒絶される場合が殆どである。但し、同じ「緑」でも、ビール瓶に付した場合は識別力がないが、ビール自体が緑の場合は識別力があると考えられる（審査マニュアル 2、別添 E4 参照）。

⑦ 拒絶事例

第 30 類の指定商品「チョコレート」に関して、以下の「色彩」商標が、「指定商品に関して通常用いられる色彩」であることを理由に拒絶された。



⑧ 異議申立

通常商標と同じ。

但し、「色彩」の商標や「音」の商標については識別力の欠如を理由に、立体商標やトレードドレス等については、機能性要件を根拠に第三者から異議申立が多くされるだろう。

Cadbury Limited (以下、C社) が2004年10月15日に第30類「棒やタブレット形状のチョコレート、チョコレート菓子、チョコレートの詰め合わせ、ココア飲料、チョコレート飲料、チョコレートケーキ」等を指定して行った以下の「色彩」商標(詳細な説明: 願書に示す通り、紫色(パントーン2685C)で指定商品の視覚可能な表面全面又は重要な部分に適用される)出願第2376879号に対して、2008年8月27日に Societe des Produits Nestle S. A. (以下、N社) が異議を申し立てた事件(異議申立第97819号)で、N社からのチョコケーキ等について第三者が包装等に紫色を用いている事実を示す証拠から本願商標は一部の指定商品について識別力がないことを認めつつ、ミルクチョコレートを中心としてチョコレート関連製品に関しては識別力を獲得していることを認めた結果「棒やタブレット形状のチョコレート、食用チョコレート、飲料用チョコレート、飲料用チョコレートのもと」について登録を認めた。



(8) 登録

①権利範囲

原則として、写実的な表現が権利範囲を構成する。

「商標の説明」も権利範囲を構成しうる。出願時に CD や DVD を提出できるが、それ自体は権利範囲を構成せず、審査の参考になるのみである。

「音」の商標:

写実的な表現が権利範囲を定める。従って、原則として願書に付された楽譜がこれを決定する。もし CD 等の電子媒体が提出されている場合は、これも参酌される可能性はある。

「色彩」の商標:

「商標の説明」及び Pantone 等の「色コード」(又は「色見本」)により決定される。

「動き」の商標:

一連の静止画等の写実的な表現(及び商標の説明)によって決められる。

「位置」の商標:

先述の写実的な表現(及び商標の説明)によって決定。

「ホログラム」の商標：

写実的な表現（及び商標の説明）によって決定。

②登録証記載事項（例：商標見本、説明文）

通常商標と変わるところはない。

③登録例

「色彩」の商標について：

商標第 2007850 号商標、第 9 類・第 38 類の指定商品・サービス（通信サービス等）について、「オレンジ PANTONE151」を指定して 1999 年 1 月 15 日に登録された。

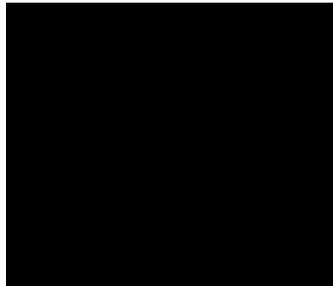


商標第 2360815-A 号商標、第 33 類指定商品「ウォッカ」について

(1)商標の説明：黒い色のウォッカからなる商標

(2)色コード：PANTONE BLACK

(3)色クレーム：下記黒色が商標の構成要素の一部である旨限定



コメント：ウォッカは通常無色であるところ、黒色のウォッカは通例ではないから登録された。

「音」の商標について：

商標第 2403063 号商標、第 9 類の指定商品に関して登録された。



また、登録例として



The mark is a sound as shown in the representation.

(商標は、上述の通り)

出願番号：2000778

出願日：1994年10月31日

登録日：1998年10月2日

指定役務：第36類 金融サービス等

(9) 証明・閲覧

①音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法

このようなファイルを閲覧・聴取できるシステムはない。

②原簿の認証謄本（様式、商標見本）

通常商標と同様。

(10) 公報・情報提供

①公報

通常商標と同様。

②情報提供

通常商標と同様。

(1 1) 統計

2009年9月から2010年9月までの全商標登録出願29,508件のうち、新しいタイプの商標に関する出願は41件のみで、全体の0.1%に満たない。

今後も出願件数を増えない可能性があると考えている。

(1 2) 審判

①審判における証拠の形態およびその提出方法について特徴的な規則の有無と内容

不使用取消に関して「商標の使用には、商標が登録された際の形態における商標の識別性を変更しない要素についての異なる形態による使用が含まれる」との規定がされている(商標法第46条第2項)。

登録商標の不使用取消しを免れるための使用商標と登録商標の同一性の認定基準の詳細については、5-3. 事例研究をご参照下さい。

②識別力や類否について審判や裁判で新たな判断が示された場合、その結果は、どのように審査にフィードバックされているか

例えば、先述のDysonの判決を受けて、Practice Amendment Notice PAN 7/07Gが2007年7月20日に出されており、ここで第3条第1項(a)「写実的な表現」の要件について、詳細なガイドラインを規定している。

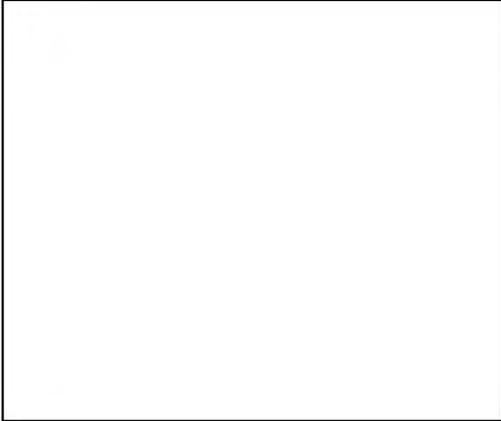
(別添 E1) 紙出願の願書 (日本語訳、フロントページ)



書式 TM3
公式料金がかかります
商標登録申請

商標登録所
Concept House
Cardiff Road
Newport
South Wales
NP10 8QQ

本書式の記入方法については下記案内を読んでください。

1. 貴殿の照会：				
2. マークのイラストレーション				
3. マークが三次元形状である場合、又は音である場合、又は反復パターンである場合は、どれに該当するかを教えてください。				
4. マークをカラーで表示した場合は、ここに別段の指示を記入しない限り、それらの色でマークが登録されることを貴殿が望んでいると仮定します。				
5. マークを白黒で表示した場合は、ここに別段の指示を記入しない限り、それらの色はマークの特徴とみなされません。				
6. 出願が一連のマークのためのものである場合、そのシリーズにはマークがいくつありますか? シリーズ出願は最大 6 マークまでです。				
7. 出願で優先権を主張する場合は詳細を記入してください。	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 33%;">優先日</td> <td style="width: 33%;">国</td> <td style="width: 33%;">番号</td> </tr> </table>	優先日	国	番号
優先日	国	番号		

(別添 E2) 紙出願の願書 (原文)

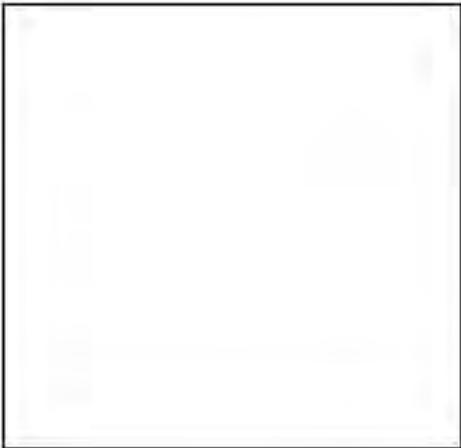


Form TM3
Official Fee Charged

Trade Marks Registry
Concept House
Cardiff Road
Newport
South Wales
NP10 8QQ

Application to register a trade mark

Please read the guidance notes about filling in this form.

1. Your reference							
2. Illustration of your mark or marks							
3. If your mark is a three-dimensional shape or a sound or a repeating pattern, say here which it is.							
4. If you have shown the mark in colour, we will assume you want the mark registered in these colours unless you tell us something different here.							
5. If you have shown the mark in black and white, we will not consider these colours are a feature of the mark unless you tell us something different here.							
6. If your application is for a series of marks, how many marks are in the series? Please note that series applications may only include a maximum of 6 marks.							
7. If your application claims priority, give these details.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Priority Date</th> <th style="width: 25%;">Country</th> <th style="width: 25%;">Number</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Priority Date	Country	Number			
Priority Date	Country	Number					

List the goods or services which you are using, or intend to use, your mark on.

Class number	List of goods or services

Form TM3

9. If you are applying for a certification or collective mark, say which type you want.	
10. List any limitations or disclaimers you want to record.	
<p>11. Full name and address (including postcode) of the person applying.</p> <p>The name and address details entered above will appear permanently on our web site shortly after we receive the form. If the application is accepted following examination, it will be published in our Trade Marks Journal after which the name details will be fully searchable on the Internet by the use of standard search engines. If you wish, you can provide us with a different address, for example a solicitor's address or a PO Box number.</p> <p>Trade marks ADP number (if you know it).</p> <p>If you are applying in the name of a company, where is it incorporated? If incorporated in the USA, in which state is it incorporated?</p>	
<p>12. Name and address (including postcode) of agent (if any); or your contact address (including postcode) if not the same as in section 11 above.</p> <p>Trade marks ADP number (if you know it).</p>	
<p>13. Declaration.</p> <p>Signature.</p>	<p>The trade mark is being used by the applicant, or with his or her consent, in relation to the goods or services shown, or there is a bona fide intention that it will be used in this way.</p>
<p>Name in BLOCK CAPITALS.</p>	
<p>Date.</p>	
<p>14. Name and daytime phone number of the person we should contact in case of query.</p>	
<p>Number of sheets attached to this form.</p>	

Fees It costs £200 to apply to register a trade mark in one class of goods or services, and £50 for each extra class.
Any application made for a series that exceeds two marks is subject to an additional fee of £50.00 per mark up to the maximum of six allowed.
We cannot refund this fee for any reason - it covers the cost of us examining your application and our other administrative costs. Please make cheques payable to 'Intellectual Property Office'.

Form TM3

(別添 E3) 電子出願の願書

Page 1



Search our website

Search

- Why use IP?
- Types of IP
- IP Enforcement
- News
- About us
- Online services

- IPO Home
- Types of IP
- Patents
- Trade marks
- About trade marks (brands)
- Applying for a TM
- TM forms and fees
- Online TM Services
 - Online TM Forms
 - On-line form TM3
 - On-line form TM6
 - On-line form TM7a
 - E-caveats
 - Find trade marks
 - Trade Marks Journal
 - Classification
 - Classification information request

IPO Home > Types of IP > Trade marks > Online TM Services > Online TM Forms > On-line form TM3 > Fill in form

*** Do not use the back/forward buttons on your browser. Please use the 'Previous' and 'Next' buttons at the bottom of the page. ***

Who is completing the form?

- the owner of the trade mark or authorised person within their business
 - Only tick here if you want us to send correspondence to someone else at a different address instead of to the owner or authorised person.
- an attorney, solicitor, in-house trade marks department or other third party representative

Correspondence
We can only correspond with someone in the UK or another country within the European Economic Area.

- IPO Home
- Types of IP
- Patents
- Trade marks
- About trade marks (brands)
- Applying for a TM
- TM forms and fees
- Online TM Services
 - Online TM Forms
 - On-line form TM3
 - On-line form TM6
 - On-line form TM7a
 - E-caveats
 - Find trade marks
 - Trade Marks Journal
 - Classification
 - Classification information request
 - Managing your trade marks
 - Other people's TMs
 - Designs
 - Copyright
 - Other protection
 - Hargreaves implementation
- Patents
- Trade marks
- Designs
- Copyright
- Other protection

IPO Home > Types of IP > Trade marks > Online TM Services > Online TM Forms > On-line form TM3 > Fill in form

*** Do not use the back/forward buttons on your browser. Please use the 'Previous' and 'Next' buttons at the bottom of the page. ***

Representative details

If you know the ADP number, enter it here to get the representative name and address details from our records

ADP number:

Or enter the representative name and address details here

Fields marked with (M) are mandatory

Name: (M)
House number or name:
Post code:
Address: (M)

Town or city:
County or region:
Post code:
Country: (M)
Contact name: (M)
Telephone number: (M)
Fax number:
E-mail address: (M)
Confirm e-mail address: (M)

Please note this email address will be used to send examination correspondence to you.

- Trade marks
 - About trade marks (brands)
 - Applying for a TM
 - TM forms and fees
 - Online TM Services
 - Online TM Forms
 - On-line form TM3**
 - On-line form TM6
 - On-line form TM7a
 - E-caveats
 - Find trade marks
 - Trade Marks Journal
 - Classification
 - Classification information request
 - Managing your trade marks
 - Other people's TMs
 - Designs
 - Copyright
 - Other protection
 - Hargreaves implementation
- Patents
- Trade marks

Applicant details

If you know the ADP number, enter it here to get the applicant name and address details from our records

ADP number:

Or enter the applicant name and address details here

Fields marked with (M) are mandatory

Name of applicant(s): (M)

House number or name:

Post code:

Address: (M)

Town or city:

County or region:

Post code:

Country: (M)

Incorporation country:

Incorporation state:

If you are applying in the name of a Trust, tick this box to confirm that the Trust is legally entitled to own a trade mark.

*** Do not use the back/forward buttons on your browser. Please use the 'Previous' and 'Next' buttons at the bottom of the page. ***

Our examination of the application

Please choose one of the following:

Standard examination

The standard fee for an application to register a trade mark for one class of goods/services is **GBP 200.00**. There is a charge of **GBP 50.00** for each additional class of goods/services. Where the full fee is paid at time of filing there is a **GBP 30.00** discount. We are currently issuing examination reports in around 5-10 business days.

Right Start examination

This costs **GBP 200.00** plus **GBP 50.00** for each additional class of goods or services. But you pay an initial fee of **GBP 100.00** plus **GBP 25.00** for each additional class.

Examination takes the same time as the Standard examination service. If there are any problems they can be discussed with the examiner. If you decide to proceed with your application you must pay us the outstanding balance of the application and any additional class fees. If you decide not to go ahead, you can let your application lapse and not pay any further fees.

Please note that the **GBP 30.00** discount does not apply to this service.

- Trade marks
- About trade marks (brands)
- Applying for a TM
- TM forms and fees
- Online TM Services
 - Online TM Forms
 - On-line form TM3**
 - On-line form TM6
 - On-line form TM7a
 - E-caveats
- Find trade marks
- Trade Marks Journal
- Classification
 - Classification information request
- Managing your trade marks
- Other people's TMs
- Designs

Type of mark

What type of mark are you applying for?

- Trade mark
- Certification mark
- Collective mark

Series of marks

Is your application for a series of marks?

Any application made for a series that exceeds 2 marks is subject to an additional fee of £50.00 per mark up to the maximum of 8 allowed.

- No
- Yes, and the number in the series is:

- Trade marks
- About trade marks (brands)
- Applying for a TM
- TM forms and fees
- Online TM Services
 - Online TM Forms
 - On-line form TM3**
 - On-line form TM6
 - On-line form TM7a
 - E-caveats
- Find trade marks
- Trade Marks Journal
- Classification

The trade mark being applied for

If the mark consists only of a word or words in plain type, enter it into box A.

A:

If the mark is a word or words shown in a particular style and/or a logo, press Browse and upload a JPEG or TIFF file into box B.

B:

Acceptable Images

To ensure your image is in a format that is acceptable for online filing, you can use our [online Image Converter](#) to convert your image to an acceptable format before uploading it as part of your application.

- Trade marks
- About trade marks (brands)
- Applying for a TM
- TM forms and fees
- Online TM Services
 - Online TM Forms
 - On-line form TM3**
 - On-line form TM6
 - On-line form TM7a
 - E-caveats
 - Find trade marks
 - Trade Marks Journal
 - Classification
 - Classification information request
- Managing your trade marks
- Other people's TMs
- Designs
- Copyright
- Other protection
- Hargreaves implementation

Goods and services

Select the class(es) that the goods and/or services belong to. Then, list all the goods and/or services that the mark is, or will be, used on (if they belong to different classes, enter the details one class at a time).

[Help finding the correct class\(es\) of goods and services \(opens in a new window\).](#)

Class: (M)

Goods or services: (M)

Goods and services

Goods and services can move from one class to another from time to time, under the international classification system. You need to bear this in mind when copying over goods/services from an earlier trade mark and ensure that they are listed in the correct class.

To copy over the goods and services details of another trade mark, enter its number here and select the correct jurisdiction.

Mark number:

Jurisdiction:

- Trade marks
- About trade marks (brands)
- Applying for a TM
- TM forms and fees
- Online TM Services
 - Online TM Forms
 - On-line form TM3**
 - On-line form TM6
 - On-line form TM7a
 - E-caveats
 - Find trade marks
 - Trade Marks Journal
 - Classification
 - Classification information request

Priority claims

Have you applied for this mark for the first time in another country outside the UK in the last 6 months?

If you are not claiming priority from an earlier application, leave this section blank and go to the next screen. If you want to claim priority from an earlier application, at least one item of goods or services must be the same.

Day: Month / Year:

Country:

Number:

- Trade marks
- ▾ About trade marks (brands)
- ▾ Applying for a TM
- ▾ TM forms and fees
- ▾ Online TM Services
 - Online TM Forms
 - On-line form TM3
 - On-line form TM6
 - On-line form TM7a
 - E-caveats
 - Find trade marks
 - Trade Marks Journal
 - Classification
 - Classification information request
- ▾ Managing your trade marks
- ▾ Other TM...

If you do not want to record any Limitations or Disclaimers leave this section blank and go to the next screen.

Limitations

If you want to limit the rights you are claiming under the mark in any way, say so here.

Disclaimers

If you want to disclaim the right to the exclusive use of a part of your mark, say so here.

- Trade marks
- ▾ About trade marks (brands)
- ▾ Applying for a TM
- ▾ TM forms and fees
- ▾ Online TM Services
 - Online TM Forms
 - On-line form TM3
 - On-line form TM6
 - On-line form TM7a
 - E-caveats
 - Find trade marks
 - Trade Marks Journal
 - Classification
 - Classification information request

Your reference

Your reference:

Your reference
If you give us a reference we will quote it on correspondence.

Declaration

Tick the box below to confirm the following declaration (if you are unable to confirm the declaration, you cannot submit an application):

I confirm that the trade mark is being used by the applicant, or with his or her consent, in relation to the goods or services stated, or there is a bona fide intention that it will be so used.

Name of declarant: (M)

- Trade marks
- ↳ About trade marks (brands)
- ↳ Applying for a TM
- ↳ TM forms and fees
- ↳ Online TM Services
 - ↳ Online TM Forms
 - ↳ **On-line form TM3**
 - ↳ On-line form TM6
 - ↳ On-line form TM7a
 - ↳ E-caveats
- ↳ Find trade marks
- ↳ Trade Marks Journal
- ↳ Classification
- ↳ Classification information request
- ↳ Managing your trade marks
- ↳ Other people's TMs
- ↳ Designs
- ↳ Copyright
- ↳ Other protection
- ↳ Hargreaves implementation

Submission confirmation

Breakdown of costs for your Standard application:

Description	Cost (GBP)	Total (GBP)
Application Fee	200.00	200.00
Discount for Prompt Payment		-30.00
Total fee		170.00



[View and print your completed application form \(opens in a new window\)](#)

Payment method

Please select the appropriate method of payment.

Payment method: (M)

No refund of fees

The fees cover our examination and other administrative costs. Therefore we cannot refund any fees if we raise an objection against the application, you withdraw it or its registration is opposed by a third party.

Please note that you cannot change your selection of Standard examination type once you have submitted the form to us.

[Previous](#)

[Save for later](#)

[Next](#)

(別添 E4) 商標審査マニュアル（「新しいタイプの商標」部分の抜粋）

新しいタイプの商標

1. 色彩の商標—色彩のみ—抽象的または商品や包装に利用

1.1 写実的な表現

Libertel (C-104/01)において、欧州司法裁判所(ECJ)は、写実的に表現されるためには、色彩の標章は「明確・正確・自己充足的・入手容易・理解容易・永続的・客観的」な方法で提示しなければならないという判断をした(Sieckmann 基準)(C273/00)。また、登録しようとする色見本を書類で提供すること自体は、標識の写実的表現の要件を満たすのに十分でないと判断したが、国際的に認知された色識別コードを使用して色彩を指定することで、Sieckmann 基準を満たすことは可能であるとした。

単一の色彩

以上を考慮すると、色彩のみからなる標章は、色彩を書面で説明する形式（例：ダークブルー）で出願し、国際的に認知された色識別システムの該当するコードを添付すれば、写実的に表現されているとみなされることになる。色識別システムとしては、例えば Pantone®、RAL、Focoltone®などが存在する。電子的な出願においても、その色彩の電子画像に関して、RGB プロファイルを使用して色彩を定義することができる。これは完全に網羅されたストではなく、どのシステムを使用するかは、出願人が選択する。色見本および言葉による色彩の説明で色彩の標章を表現する場合は、出願する標章が明白な方法で開示されるよう、この2つを組み合わせなければならない。例えば、示された色彩と、色コードが互いに矛盾してはならない。

写実的表現について、ある程度の解釈は許容される。例えば第三者に対し、特定の色コードに対応する色彩を調べるよう求めることは認められる。しかし、第三者に対して合理的に期待できることには限度がある。登録簿を調べる者や商標ジャーナルを読む者が、どのような商標かについて、その写実的表現を理解できるよう、合理的に実用可能なものでなければならない。

厳密だが、高価な専門的機材やサービスを使用しなければ解釈できない表現は、第三者へ過度の負担をかけ、「容易にアクセス可能」でないため、拒絶される可能性がある。したがって、「光学特性を有する青いビンであって、厚さ 3mm、主波長 472～474 ナノメートル、純度 44～48%、光学輝度 28～32%」と定義された標章は、Ty Nant Spring Water Ltd's Application (BL O/241/99)において「指名された人」によって拒絶され、その理由は、第三者が、記述された特定の色彩が含まれているか否かを確認するためには、分光光度計が必要であり、実際には、標識（コバルトブルー）のアイデンティティを覆い隠す働きを

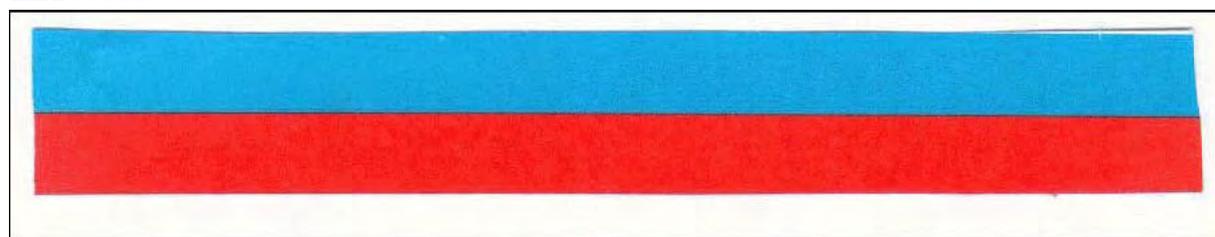
しているというものであった。

色彩の組み合わせ

Heidelberger Bauchemie GmbH, Case C-49/02において ECJ は、輪郭なしで抽象的に示された色彩の組み合わせからなる標章について、追加的な要件を取り入れた。この場合は、表現には「統一された所定の方法で色彩を関連づける体系的な配置」も含まれていなければならない、というものである。

残念ながら、現実にはこれが何を意味するのか、あまり明確ではない。ECJ は、この要件がどのように満たされるかについての例を示さなかったが、下記の CTM No. 2177566 は、明らかにこれに該当するものと思われる。

E2177566



商品／サービス：Cl 6、11、19、20

説明：色彩の分布および割合は 50－50 で、青色が赤色の上を水平に走り、全体として縞模様を形成している。

色彩の表示：青: Ral 5015、赤: Ral 2002

色彩の標章を写実的に表現する他の方法についても、上述の基準が満たされる限り認められるものと考えられる。

色彩を、商品やその包装への利用ではなく、抽象的に表現する場合

ECJ は、商品自体の外側や包装など、色彩の具体的な利用に対し、抽象的な形での登録は原則としてできないとする理由はないことを明確にしている。

「出願書類に示されているように」といった言い回しは、出願書類で図的表現によって示された厳密な形に標章を限定するには不十分な手段であることが判明している (C-321/03, Dyson Ltd v Registrar of Trade Marks (後に、2007年1月25日の ECJ 判決によって支持) における法務官の意見を参照)。そのため、この言い回しは、示された形に標章を限定するものとは認められなくなっている。その代りとして、色彩の標章の場合であれば、「標

章を図的表現で描写した[配置／位置]」のように、より明白な言い回しにすべきである。

出願人は、色彩を使用する方法が、商標の対象物の主要な部分を形成するかどうかを考慮すべきである。獲得した識別力の証拠により、特定の色彩を特定の方法で、例えば、ガソリンスタンドの張り出し屋根の壁面に使用することで商標として認知されるようになったことが証明できると考えられる場合は、最初からそのように標章を定義した方がよいであろう。標章のアイデンティティーに相当な影響を与える方法で行われた商標出願を、後から補正するのは不可能である。

商標の写実的表現の要件が満たされない場合

要件を満たしていない出願は、商標の写実的な表現が含まれていないため、法律第 32 条第 2 項(d)に基づくオブジェクション（形式違反通知）を受けることになる。規則 11 に基づき、出願人またはその代理人は、このことを書面で通知され、不備を是正するために 2 か月が与えられる。延長されない 2 か月の期間以内に、不備が是正されない場合は、出願は一切されなかったものとみなされることになる。

通知後、要件が満たされた場合、出願日は、第 32 条第 2 項で要求されるすべてのものが登録簿において受理された日付となる。

2 識別性の評価

単一の色彩

Libertel (C-104/01)において ECJ は、色彩自体には識別性があり、ある事業の商品やサービスを、他の事業の商品やサービスと区別することが可能と思われるという判断を下した。しかし、色彩自体は通常、言葉や絵（写真）のように、業者がブランド識別の手段として使用しないため、商品やその包装の色彩のみに基づいて、その商品やサービスについて、あれこれと推測する習慣はない。したがって、単一の色彩のみで商品やサービスの出所を示すことができるのは、例外的な状況のみに限られるということになる。単一の色彩のみからなる標章は、識別力がないため、通常は第 3 条第 1 項(b)に基づくオブジェクションを受けやすい。ある単一の色彩が説明的なメッセージを出す場合や、その色彩が業において慣例である場合（消防隊を表す「赤」、エコロジー関係の商品やサービスを表す「緑」など）は、第 3 条第 1 項(c)および(d)に基づく追加的なオブジェクションを受ける場合もある。また、商品そのものに色彩を利用した方が、その包装に色彩を利用した場合よりも、本質的に識別性が高くなる場合が考えられる。例えば、「緑」色のビールはかなり識別性があるが、ビールのビンや缶に「緑」色を利用しても、識別力はないであろう。

単一の色彩の標章の審査は、他の業者に対して色彩の利用を不当に制限しないという公共の利益もあるため、尚のこと注意深い分析が必要である。事案ごとに、個別に評価しなけ

ればならない。

2つ以上の色彩

色彩の組み合わせは登録可能性があるが、それらの色彩がどのように提示されているか、および何に利用されているかによって左右される。正方形や円のような図形的な標章であれば、わずか2色の色彩でも認められる可能性があるが、その2色の色彩が単に商品の包装の色彩であれば、出所を示している見られる可能性は低くなると思われる。商品またはその包装に利用されている色彩のみで出願が構成されている場合、その色彩の組み合わせが商品との関係でどのように特別か、およびその組み合わせが出所の表示として、対象の消費者に印象を与えると考えられるかどうかを考慮する必要がある。例えば、タブレット洗剤の平均的な消費者が、緑と白や、黄と白のような色彩の組み合わせを、広範囲かつ独占的な使用がない場合に、出所の表示と見るとは考えにくい。それらは、2種類の活性成分の存在を示すためのもので、商標についての考慮はされていないと考えるべきである。

色彩の組み合わせからなる標章が、単一の色彩の場合と同様、法律第3条第1項(b)に基づくオブジェクションを受けやすいかどうかに加え、第3条第1項(c)および(d)についても考慮すべきである。

3 においの商標

3.1 写実的な表現

Sieckmann (C-104/01) において ECJ は、においの標章は、化学式の形で提示された場合、書かれた言葉で説明された場合、またはにおいの見本の提出による場合、またはそれらの要素の組み合わせによる場合、写実的な表現の要件を満たさないと裁定した。ECJ によれば、においの標章は、基本的には登録可能だが、現実にはそのような標章を写実的に表現することは困難である。

3.2 識別性の評価

多くの製品にはにおいがあり、その目的は製品の使用をより楽しく魅力的なものにすることである。こうした商品には、洗浄用の製剤、化粧品や布地の柔軟剤などがある。より目立たないものではあるが、商品はその魅力を高めるために特定のにおいを付加して製造される、例えば鉛筆、紙、消しゴムなどである。こうした香りをつけた商品の消費者が、その香りに基づいて、商品の出所を単一の業者であると考えられる可能性は低い。

においは、商品やサービスの本質的あるいは天然の特性でなく、出願人により彼らの商品を識別するために加えられたもので、公衆により販売元を示すものとして認識されていれば、商標としての識別力を持つと考えられる。

される歌（「グリーンスリーブス」など）

- c) ゲームセンターの機器（そのような機器や娯楽サービスのため）に一般に関連づけられているジングル音
- d) 遊園地サービスを含む娯楽サービスに関するよく知られたポピュラー音楽
- e) 子供向けの商品やサービスのための童謡
- f) 特定の地域から発したまたはその地域で提供される商品／サービスのための、その地域や国に強く関連した音楽

クラシック音楽は受理可能と思われるかもしれないが、多くの小節からなるクラシック音楽が商標としてどのように機能するかを見ることは困難である。結果として、クラシック音楽の全体または大きな断片を登録する出願は、商標として扱われる可能性がないという理由でオブジェクション通知を受ける可能性がある。

標章が識別力のない音で構成されているが、他の識別力のある要素、例えば言葉を含んでいる場合、それは全体として考慮される。

著作権の問題は通常、解決するための証拠が必要とされるため、異議申立にゆだねられるべきである。

5 動きの標章とホログラム

動きの標章やホログラムが、商品またはサービスを、ある事業を他の事業から識別することが可能であり、写実的な表現が可能である限り、基本的には、それらが商標として機能することを禁止するものはない。

5.1 写実的な表現—動きの商標

動きの標章は他の出願と同程度の表現の明確さが要求される、すなわち表現は明確、正確、自己完結的、入手容易で、理解容易で、永続性があり、客観的である（Sieckmann 基準）必要がある。

高度なコンピューターグラフィックス技術はインターネットのウェブサイトでの動くロゴの使用を一般的にし、そして、もちろん、アニメーションは映画や漫画の形で古くから存在している。動きの標章は静止面の連続として写実的に表現することができる。個々の場合に個別の要件があるが、標章の表現には次のような一定の情報が含まなければならない：

- その標章が動く画像であること
- 画像が何を表現しているか、つまり、外観の変化はどのようなものか

- 一連の動きの中に何枚の画像が含まれるか
- 画像の連続の順番
- 単一の動きの連続であること（変動しないこと）

5.2 写実的な表現—ホログラム

複数の特徴があるホログラム標章が、写実的表現の要件を満たすには、出願様式はホログラムで描写されるそれぞれの表示を含む必要がある。これにより、第三者が標章のすべての重要な特徴を明確に見られるようになる。非常に単純な画像の場合であり、見る角度によって基本的な特徴が変化しない場合、複数の表示は必要なく、単一の表現で受理可能である。

5.3 識別性の評価

動きの商標とホログラムが受理されるかどうかは、言葉や他の種類の商標と同様に、識別力のある標識であるか、またはそうなったかによって左右される。つまり、平均的な消費者が動きの画像を、その商品やサービスがただ一つの事業に排他的に関連していると認識するか否かである。

さらに、他の事業者が、不適切な動機なしに、彼らの通常の事業の過程においてその音を使用したいと願うかどうかも考慮すべきである。例えば、ティーポットがカップにお茶を注ぐ動きの標章／ホログラムはカフェサービスやお茶の目的では識別力はないが、回転するジャイロスコープであれば、これらの商品やサービスについて識別力がある。

5-2-3. オーストラリア

オーストラリアでは、1995年1月1日のTRIPS加盟に伴い、商標法を改正した(Trademark Act:以下「オーストラリア商標法」という。)。その際、商標の定義規定を改定し、新しいタイプの商標を保護の対象に加えることとした(1996年1月1日施行。ただし、同日が祝日だったため、新しいタイプの商標の第一号の出願は、すべて1996年1月2日付となっている。)

導入の契機としては、当時すでに、新しいタイプの商標の保護が国際的な趨勢となっていたため、国際的な商取引を行っている企業側から保護のニーズがあったこと、また、オーストラリア企業のブランディング傾向から考えて自然の流れであったとも捉えられている。

なお、新しいタイプの商標の導入と制度設計にあたっては、TRIPS協定や欧州指令を参考にしたとのことである。

<<法制度>>

(1) 商標の定義

オーストラリア商標法は、いわゆる通常商標と新しいタイプの商標とを分けて定義するのではなく、同法第17条において「商標とは何か?」を定義し、同法第6条において「標識とは何か?」を定義することによって、すべての商標を区別なく保護することとしている。これらの定義規定により、単一の色彩、音、香り(におい)、動き、位置、ホログラム、トレードドレスといったほぼすべての種類の商標が保護されることになる。

第17条: 商標とは何か?

「商標」とは、ある者が業として取引又は提供する商品又はサービスを、他人が業として取引又は提供する商品又はサービスから識別するために使用する、または使用予定の標識である。

第6条: 標識とは何か?

「標識」とは、文字、語、名称、署名、数字、図形、銘柄、題号、表示、チケット⁶²、包装の外観、形状、色彩、音もしくは香り、又はそれらの結合を含む。

ここで、第17条の商標とは何か?という条文は、オーストラリア商標法もシンガポール商標法もほとんど変わりがなくともかかわらず、第6条の「標識とは何か?」という定義規定において、オーストラリアでは「音」と「香り」を特記していることが、シンガポールと比べ特徴的である。

⁶² ここでいう「チケット (ticket)」とは、文字通り電車の切符やコンサートの入場券のことを意味する。ただし、文字、ロゴ、色彩、形状等の結合によりそのチケットが商標として機能するほどにセカンダリーミーンングを獲得していなければならない。例えば、ある鉄道の電車の切符に緑色の縞模様が描かれていて、誰もがその緑色の縞模様を見ればその電鉄会社の切符だとわかるような場合には該当することになる。

なお、標識の定義には明示的に含まれていないものの「The Trade Marks Office Manual of Practice and Procedure」(マニュアル)には、「触感」もその定義に含まれることが示されており、他の登録要件が満たされれば、オーストラリアで「触感」の商標を登録することは可能である。

他方、「味」について、マニュアルは、米国や EU で出願されたことがあることを述べる一方、オーストラリア知財庁は、味 (taste or flavour) が出願人の商品の出所を識別するのにどのように役立つのか疑問をもっていると述べている。ほとんどの場合、商品は購入されるまで味わわれるものではないので、味は商品の出所を表示するものではなく、商標としての機能を有するものではない。また、例えば「薬剤」について、ある特定の「味」が不快な味覚を覆い隠すのに用いられることがあるが、この場合の「味」は機能的な目的のために用いられているのであるから、登録はできないことになる。

<新しいタイプの商標の保護は企業に何をもたらしたか?>

オーストラリアにおいて新しいタイプの商標の登録が可能になったことは、識別性のある商品やトレードドレスに対するもう1つの保護の観点をビジネス界にもたらした。例えば、チョコレート製造会社として有名なイギリスの Cadbury UK Ltd (注: キャドバリー) は、オーストラリアにおいて、下記のような紫色の商標の登録に成功した。



また、バーベキュー製品の製造会社 Weber-Stephen Products Co は、下記のようなアイコン形バーベキューの形を登録することができた。



このように、従来の商標登録による名前やロゴの保護だけでなく新しいタイプの商標も保護されるようになったことで、企業にとっては知的資産が増大し、商品・サービスを差別化している標識を事業に活用できるようになった。つまり、企業にとって、オーストラリアで新しいタイプの商標を登録するということは、侵害から標章を保護するための活動というよりもむしろブランディング活動ということができるように思われる。したがって、新たな保護の利点は、企業にとって彼らの商品・サービスを侵害から保護する能力を高め、

さらには、他社がそれを利用することを排除して新たなビジネスの観点から事業を促進することができることであるといえるだろう。

しかし一方で、新しいタイプの商標の保護制度は、以下のような問題も提起した。

- (a) まず、商標が写実的に表現できるものでなければならないことについてである。これは、色彩商標の場合にはさほど困難ではない。なぜなら、色彩は **Pantone scale** で表すことができるからである。しかしながら、においを詳細な記述によって明瞭に表示することは難解である。また、味と触感についても、写実的に表現することは困難を極めると思われる。
- (b) 次に、標章は、オーストラリア国内において、その商品又はサービスの出所を識別するものでなければならない。したがって、その標章が仮に海外で相当な周知性を獲得していたとしても、その事実だけではオーストラリアで登録を受けることはできない。実際に、オーストラリア知財庁での登録状況を見ると、新しいタイプの商標に関して、多くの出願があるものの、そのほとんどの出願が拒絶、取り下げ等に至っていることから、新しいタイプの商標の登録を得ることの困難性が窺われる。たとえば、**E. g. Guylian** 社は、下記のようなタツノオトシゴ型チョコレート登録に失敗した。



- (c) また、いったん登録された新しいタイプの商標の保護においてさらに困難なことがある。それは、侵害訴訟の場において対比される商標が「実質同一である」又は「誤認させるほどに類似している」とはどういうことなのか、ということである。これについては、オーストラリアの裁判所においてまさに検証されているところである。

オーストラリアにおいて、新しいタイプの商標で最も人気のあるタイプは、三次元形状と色彩（色彩の結合を含む）である。この種の商標の出願人の範囲は、大企業から零細企業にまで及ぶ。色彩商標や形状商標が登録できるかどうかは、その商品・サービスとの関係で識別性があるか、又は識別性を獲得する可能性があるかを示すことができるかにかかっている。したがって、たとえ零細企業であっても、その色彩商標もしくは形状商標が、当該企業の商品又はサービスの出所を表すものとして識別性を有することを証明できれば、登録は認められることになる。

一方、動きの商標は大企業による出願がほとんどである。登録数は非常に少ない。例えば、菓子で有名な Mars Australia Ltd の赤色キャラクターの動き（下記 a）参照）や、Microsoft 社の相対する 2 つのセグメントよりなるアニメーションの動きの商標（下記 b）参照）が登録されている。

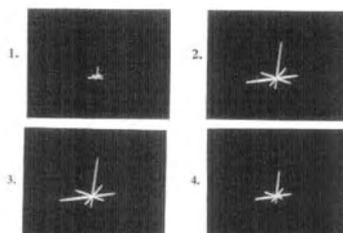


上記 a)は、音も言葉も音楽もなく、上記赤色キャラクターが歩いて登場してくるビデオクリップが願書に添付されて出願された。この映像はオーストラリア知財庁のウェブサイトで見ることができる。また、b)は、上記 5 枚のスライドによって、動きが描写されている。

参考までに、上記 a)の商標の説明は以下のとおりである。

「本件商標は、願書に添付されたビデオクリップに登場する赤い色をしたキャラクターの演技で構成される。願書に添付された二次元のキャラクターの描写は、そのビデオクリップからの一コマである。本件商標には文字や音は含まれない。」

次に例示するものは、オーストラリア知財庁のウェブサイトで「音」の商標として検索したところ抽出されたものだが、実際には、音と動きの結合商標である（オーストラリア企業 McCain Foods Pty.社所有）。



この商標の説明は、以下のとおりである。

「本件商標は音と動く画像の組み合わせからなる。音は約 2 秒間のかん高いピ

シツという音（ガラスなどに硬いものが当たったような音）であり、伴われる画像は、徐々に大きくなっていき、それから小さくなる星である。星の変化する様子は願書に添付された描写に例示されている。音とそれに伴う映像は、願書に添付したビデオテープに記録されている。」

（２）出願要件

①商標の特定方法と権利範囲

オーストラリア商標法第 40 条は、「商標登録出願は、その商標が写實的に表現できるものでない場合には、拒絶しなければならない」と規定しており、写實的に表現できることが法律上求められている。したがって、新しいタイプの商標の場合、写實的表現と明確な説明によって商標を特定する。新しいタイプの商標の特定で、最も重要な要素は、書面による説明と商標の表現の組み合わせである。

このため、出願人は、願書において、商標を詳細な記述によって明瞭に表示しなければならない。特に新しいタイプの商標の場合、出願には、審査が可能となる程度にその商標の特徴を明確かつ簡潔に説明することが求められる。オーストラリアの登録には「Endorsement⁶³」という項目があり、この「明確かつ簡潔な説明」が、後に、登録の「Endorsement」となる。

また、願書においては、商標のタイプを記載することが求められる。審査においては、さらなる説明の提出や説明の補正を求められることがあり、これらによっても商標は特定される。

なお、新しいタイプの商標同士を組み合わせることも、通常商標と新しいタイプの商標とを組み合わせることも、それを商標の説明に記載することにより、登録することは可能である。むしろ、新しいタイプの商標と他の要素との組み合わせは、個々の構成要素の商標より識別性が強くなる場合が多いため、登録はより容易となると考えられている。

説明は、商標の権利範囲を確定するのに最も重要である。説明と写實的表現の間に食い違いがあってはならない。説明は商標の表現に不可欠な要素であり、補正は商標の同一性を損なわない場合にのみ認められる。

<タイプ毎の特定方法>

[色彩]

色彩商標の場合には、その商標の明確で簡潔な説明が必要となる。請求した色彩と、その色彩が商品または包装にどのように適用されるのかを示す写實的表現および、請求した色彩または色彩の組み合わせの見本を出願時に一緒に提出しなければならない。また、商標の説明には国際的に認められた色コードの記載を認めている。

⁶³ Endorsement という語は、日本語に訳し難い言葉である。時として、手形の「裏書き」などと訳されることがあるが、オーストラリア知財庁の Mr. John Braybrooks 氏は、「無体財産である商標権を成立させるための裏付けとなる確固たるものという意味だ」と述べていた。

[動き]

動きの商標の場合にも、写実的表現及び商標の説明で特定する。オーストラリア知財庁では、動画を写実的表現として受理した例があるとのことである。

[音]

楽譜（音楽からなる場合）は「写実的表現」の要件を満たすが、特定の楽曲のタイトルのみでは、写実的に表現したものとはいえない。また、商標の説明文と音声ファイルの提出も要求される。なお、写実的表現としてのソノグラムの提出は認めていない。

[におい]

においについては、説明文だけで十分である。見本の提出は必要ない。但し、どのようなにおいで、指定商品・役務にどのように使用するのかの説明を記載する必要がある。

化学式やクロマトグラフ等を用いた表現は、「写実的表現」の要件を満たさず認められない。この点は、表現が「明確・正確・自己充足的・入手容易・理解容易・永続的かつ客観的（Clear, precise, self-contained, easily accessible, intelligible, durable and objective）である必要がある」と判示した欧州司法裁判所の Sieckmann 判決⁶⁴の影響を受けているように思われる。オーストラリア知財庁の審査官 Mr. John Braybrooks 氏は、化学式やクロマトグラフは intelligible＝理解容易ではない、と述べていた。オーストラリアも英連邦の一員であり、欧州の判例の流れについては、常に注視しているとのことであった。

[位置]

位置商標に関し、どのように権利を要求する部分を見定めるかという問題は、出願人の責任であると考えられている。もし、保護が求められている部分について疑問がある場合には、審査官はさらなる見本の提出を求めることになる。

[トレードドレス]

オーストラリア商標法には「トレードドレス」という言葉はない。しかしながら、そのコンセプトは、形状、色彩及び文字の結合として保護されることになる。

トレードドレスの出願にあたって出願人は、保護を求める範囲を明確に特定できる絵で表した見本を提出する必要がある。合わせて商標の説明の提出を求められることもある。必要であれば、商標でない部分は遮蔽し、どの部分が商標なのかを特定することが適切である。

写実的表現と説明によって、何を保護範囲として求めているかを明確にすることが肝要である。これには、色彩、形状、文字、その他の適切な要素の参照を含むべきであり、何が請求事項かについて疑問がないようにすることは、出願人の責任と考えられている。もし、疑問があれば、審査官はさらに情報や見本を要求することになる。

⁶⁴ Sieckmann v [German Patent Office](#) (case C-273/00) issued on December 12, 2002,

[ホログラム]

ホログラムの場合には、たとえ動くことによって異なる情報を提示するものであっても、1つの商標として受理され、「一商標一出願の原則」に反すると扱われることはない。このことは、例えば、異なる意味合いを持つ文字と図形とが一商標として受理されるのと同じ考えに基づいている。したがって、審査官が考慮すべき問題は、ホログラムが動くことによって異なった見え方をすることではなく、そこに現れる文字や図形が登録可能なものであるかどうかを判断することだと考えられている。

②出願日認定

仮に、写实的表現も商標の説明も提出されない場合には、出願日は認定されない。なぜなら、その出願は商標を特定するに十分な写实的表現を含んでいないからである。

しかし例えば、音の商標の出願の場合に、たとえ音声ファイルの添付がなくても、商標の合理的な説明が含まれていれば、出願日は与えられる。同様に、出願に音声ファイルが添付されている場合には、商標の説明が含まれていなくても出願日は認定される。ただし、出願日以後に、説明を付加する補正は、商標の特定に影響を与えるような（要旨を変更するような）実体的なものであってはならないから、実質的に補正は認められず、そのような出願は拒絶になる可能性が高い。

言い換えると、出願人には、例えば、商標が何たるかを特定するための追加的な情報を出願日以後に提供することが認められているが、仮にその追加の情報が、写实的表現の部分の変更を要求するような重要なものである場合には、そのような補正は要旨変更であるとして認められない。

これらの欠陥は、方式的要件を満たさない又は識別力が無いとして、拒絶理由となる。法が用意したこのような方式上の要求は、実際のところは、審査官に対しては識別力審査の支えとなり、公衆に対しては、登録商標の権利範囲を正確に理解させる手助けとなるものである。

(3) 登録要件

①識別性

オーストラリアにおいては、通常商標と新しいタイプの商標に適用される識別力の判断のテストに一般的な差異はない。ただし、新しいタイプの商標の中には、本来的に識別力を欠くものも含まれているため、オーストラリアでは、新しいタイプの商標に関する識別力の判断基準を別途有している⁶⁵。

例えば、商品の包装に使用される単色の色彩のみからなる商標には、後述する商標法第41条第6項という強力な拒絶理由が発せられる。この拒絶理由を克服するためには、出願人は、出願時に既に使用による識別力を獲得していた旨を示す証拠を提出しなければ

⁶⁵ 「Trade Marks Office Manual of Practice and Procedure Part 21」は、Non-traditional Signs の審査基準である。

ばならない⁶⁶。一方、単一の色彩を組み合わせた色彩の商標は、一定程度識別力を有する場合がある⁶⁷。

問題は、「通常のビジネスにおいて、他者がどの程度これらの色彩を使う必要があるか」という視点と、「関連した取引に対して、その色彩が、どの程度一般的であるか（普通に用いられているか）」という視点である。この点に関し、審査官はインターネットあるいは刊行物を使って徹底的に調査する必要はないが、その色彩が機能的なものか、あるいは取引で一般的に使用されているものでないかについては判断する必要がある。

音の商標については、他の同業者が、出願商標と同一又は類似の商標の使用を求めるか否か（何人かの独占になじむか？＝独占適応性）という観点が、識別力の判断で考慮される。

また、特定の位置のみで識別力を有する場合としては、所有者が、その商標の使用による識別力を証明しようとする際に、その商標が、ある特定の方法でのみ使用されている場合が考えられる。オーストラリア知財庁としては、そのような場合にのみ登録を認めるつもりだと述べていた。

②セカンダリーミーニング

セカンダリーミーニングの獲得に関しては、オーストラリア国内での評判が重要である。仮に、ある商標が外国において高い名声を得ていたことが証明できれば、オーストラリアでの評判にも寄与する可能性がある。しかし、オーストラリアではまったく使用されておらず、専ら外国のみで使用されているような場合には、そのマークが登録を得ようとする商品・サービスを識別し得るとは認められない可能性が高い。その商標が著名か否かは、個々の事案における事実と関連する需要者層にかかっている。

ここで、オーストラリア商標法には第41条第5項と第6項という興味深い条文が存在するのでここに紹介する。

第41条【出願人の商品又はサービスを識別しない商標】

(5) 登録官が、商標について、指定商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別するのにある程度は本質的に適していると認定したが、それのみを根拠として、商標が指定商品又はサービスについて、そのような識別力を有していると決定することができない場合は、

(a) 登録官は、次の事項、すなわち、

- (i) 商標が指定商品又はサービスを識別するのに本質的に適している程度、
- (ii) 出願人による商標の現実の使用又は使用の意図、
- (iii) その他のあらゆる状況

⁶⁶ 上記審査基準（Part21）の4.3.1. Single Color applied to the goods

⁶⁷ 上記審査基準（Part21）の4.5. Registrability of color as trademarks

を基にする総合的效果を理由として、商標が指定商品又はサービスを出願人の商品又はサービスとして識別する、又は識別することになるか否かを考慮しなければならず、また

(b) 登録官が、その際、商標は指定商品又はサービスを前述の通り識別する、又は識別することになると認められた場合—その商標は、出願人の商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別することができるものとみなし、また

(c) 登録官が、商標は指定商品又はサービスを前述の通り識別する、又は識別することになると認めなかった場合—その商標は、出願人の商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別することができないものとみなす。

(6) 登録官が、商標について、指定商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別するのに程度を問わず本質的に適していない⁶⁸と認められた場合は、次の規定を適用する。

(a) 出願人が当該出願の出願日前に当該商標を使用した程度を理由として、出願人が、当該商標は指定商品又はサービスを出願人の商品又はサービスとして識別している旨を証明した場合—当該商標は、指定商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別することができるものとみなす。

(b) それ以外の場合—商標は、指定商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別することができないものとみなす。

この第5項と第6項の違いについて、オーストラリア知財庁は、第6項は本質的（生来的）な識別力が「まったく」認められない場合に適用されると説明している⁶⁹。したがって、この拒絶理由を克服するために求められる証拠の量は、第5項に関して求められるものに比べると、はるかに多くなる。第6項の証拠では、「出願日の時点で」その商標が実際に識別力を獲得していたことを証拠によって示さなければならないが、第5項に関する証拠は、出願後のものであっても、また、将来に向けての使用の意思に基づいたであっても構わないので、この点が対照的である。

現在の日本の商標法で、上記第5項に該当する拒絶理由は、さしずめ、3条第1項第3号乃至第5号といったところであろうか。我が国の現行商標法は、本質的（生来的）に識別力がまったくない標章を商標登録するというを予定していないから、上記第6項に該当する条文は存在しないと考えられる。

⁶⁸ 商品又はサービスを識別するのに本質的に適していないとされる商標の大部分は、次の事項を表示する標識のみで構成されている商標である。

a 商品又はサービスの種類、品質、数量、用途、価格、原産地又はその他の特徴、又は

b 商品の生産時期又はサービスの提供時期

⁶⁹ 第5項と第6項の違いについて、オーストラリア知財庁の Mr. John Braybrooks 氏は「第5項が bad だとすると、第6項は very very bad ということだ」と述べていた。

③機能性の判断

オーストラリア商標法には、機能性に関する直接の規定はない。ただし、商品・サービスとの関連において、特定の者に商標を独占させることが妥当か否かについて審査官が判断を行い、妥当でない場合（独占適応性が無い場合）には、機能的な商標として取り扱われ、識別力がない商標として登録を排除することとしている。

例えば、審査基準には、モーターバイクから生ずる通常のエンジン音は、モーターバイクとの関係で機能的な音（識別力無し）と例示されている。

また、商品「サイレン」について「サイレンの音」の商標が出願された場合、これは機能的であるとされる。また同様に、商品「はさみ」について「はさみの形状」の商標が出願された場合や、商品「香水」について「香水の香り」の商標が出願された場合にも、機能的であると認定され、識別力なしとして拒絶する。

④類否判断

オーストラリアにおいては、通常商標と新しいタイプの商標とに適用される類否判断のテストに差異はない。審査官は、商品・サービスを扱う一般の需要者が受ける全体的な印象を想定して判断する。特に、対比される商標を直接比較することのないよう、離隔観察を大切にしているとのことである。

通常商標と新しいタイプの商標の類否判断において、観念上の類似性は、登録し得るかどうかに関連する重要な要因の1つである。例えば、赤色の色彩商標が出願された場合に、「RED」という文字商標が既に登録されていれば、後願の色彩商標は、先行商標と類似であるとして拒絶されることになる。また、ネコの「ミャオ」という鳴き声からなる音の商標と、文字商標「MEOW」とは、オーストラリアの類似基準では完全に類似であり、拒絶理由が通知される。同様に、他人の登録商標の文字部分を音の商標として使用した場合には、商標権の侵害となる。

一方、音階のみのもものと音声付のものとは（歌にもよると考えられるが）、その音楽が、明瞭でかつ明確に歌詞を思い起こさせる場合は、類似と判断されることになる。同様に、音階が同じものであって音源が異なる場合にも、二つの異なる音源からの二つの音が誤認混同するほど類似しているかどうかによると考えられる。また、同一の音階に音を追加したようなものは、従来の文字商標における結合商標の類否判断と同じである。すなわち、**TIGER** という商標と **TIGER LILY** という商標とが類似するか否かを考えることに似ている。仮に追加部分の存在によって、誤認混同のおそれがあるほどに標章同士の印象が全体として異なれば、非類似ということになる。

つまり、通常商標であるか新しいタイプの商標であるかを問わず、類否判断を行うにあたって重要なことは、潜在的な需要者にとって、誤認混同のおそれがあるか否かということに尽きる。

(4) 他の権利との調整

他人の権利との関係において、明らかに著作権の問題がある場合は、その商標は登録されない。誤認混同に基づく理由を含め、多くの理由で拒絶理由となる。出願人がある作品の著作権を持っていない場合は、出願人はその商標の所有者でないとの理由により拒絶理由が発せられる。しかし、オーストラリア知財庁は、第三者が所有する著作権について常に注意しているわけではないので、前記のような拒絶理由は、一般に、審査官にとって明らかな証拠があるときにのみ起こり得ることになる。ただし、もし明らかな証拠がなくても、第三者が関心のあるときには、商標登録異議申立てが行われることになる。

他方、仮に、音楽がパブリックドメインになっている場合（著作権が切れているクラシック音楽等）は、商標として扱うことは難しいかもしれない。しかし、他者が取引において使う必要がないある種の音楽で、不適切な動機がなければ、登録されることも考えられる。

<<特許庁運用>>

(5) 出願から登録までのフロー

出願から登録までのフローチャート紹介（別添 A1 参照）

(6) 出願の手続

①電子出願の願書様式、添付資料（電子ファイルの形式と容量制限）

例えば、音声ファイルに関し、形式及び容量とも現在のところ制限はなされていない。具体的には、MPEG 及びその他の形式が受け入れられているとのことである。それらの音声ファイルは、オーストラリア特許庁において MP3 に変換される。

②書面出願の願書様式（別添 A2 参照）

③願書の補正：補正許容範囲、補正があった場合の出願日

前記したとおり、仮に、写実的表現も商標の説明も提出されない場合には、出願日は認定されない。見本か説明のいずれかが提出されている場合には、出願日は認定されるが、出願日以後に説明を付加する補正は要件が厳しいため、そのような出願は拒絶になる可能性が高い。保護を求める範囲を明確にすることは極めて重要である

④商標見本

例えば、音声ファイル及びビデオは、電子的な方法で知財庁のデータシステムに保管されている。しかし、サンプルの提出は要件とはなっていないので、においの標本やホログラムの現物が提出されても保管はしない、とのことである。

(7) 方式・実体審査

①商品見本と説明文の整合性審査

それぞれは必ず対応していなければならない。もし、不一致がある場合、審査中に拒絶理由通知が出されることになる。不一致が小さい場合は、一致させるための補正は認められるが、もし、不一致が大きなものである場合、補正は認められないこととなる。

②審査体制：新しいタイプの商標専門の審査官による審査体制か

新しいタイプの商標専門の審査官を雇用しているわけではないが、初期段階では、審査は少数の審査官に限られていた。

仮に、音楽や美術の知識が必要になる場合等には、大学教授等の専門家に依頼するルートが確立しているとのことである。また、オーストラリア知財庁では、審査官のスキルアップのために、定期的に研修（拒絶理由の判断など）を行っている。また、新しいタイプの商標の審査は、できるだけスキルを有する審査官に割り振るとともに、上司にあたる審査官との協議を行わせる等の措置を取っている。

③審査手法

類否判断に使用している検索システムは、通常商標用のものと一体となっており、審査官用・ユーザー用それぞれ存在している。また、識別力の審査にあたっては、従来の商標と同様にその商品・サービスに関連した刊行物とインターネットサイトで検索を行う。

《新しいタイプの商標に関するデータベース蓄積と管理方法》

動きの商標や音の商標については、動画や音声ファイルを受け付けている。件数が少ないので、今のところ、容量制限やフォーマットの制限はない。しかしながら、音とビデオの蓄積のためのシステムとプロセスを開発する必要があるとのことである。

また、新しいタイプの商標に関するデータベースの蓄積や管理方法は、通常商標の場合と差異はない。これには、商標の登録可能性調査、審査官の判断、審査官の通知、出願人の応答の記録等が含まれる。

④検索システム

識別性の審査にあたっては、民間のデータベースを活用している。

(8) 登録

オーストラリアの登録証については、添付を参照のこと。記載事項としては、商標、指定商品・サービス、**Endorsement** 他である。

(9) 証明・閲覧

①音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法

商標登録簿は、誰でも閲覧のために利用できる。音の商標のための MP3 ファイルや、動き商標のための mpg ファイルは商標庁のウェブサイトで視聴・閲覧することが可能である。

また、オーストラリア知財庁では、音声及び映像のファイルを保管しており、これらは要求に応じて閲覧に供される。

②原簿の認証謄本（様式、商標見本）

オーストラリア知財庁においては、まだ、音声ファイルの認証は行われたことがないが、今後もしそのような要求があった場合には、おそらく何らかの形で公的に裏付けを与えるようなものを提供することになるだろうとのことであった。

(10) 公報・情報提供

①公報

オーストラリア知財庁は、毎月ウェブサイトで PDF 若しくは HTML フォーマットの電子ジャーナルを発行している。音やにおいとといった視覚で認識できない商標については、商標の説明文と endorsement を公報に掲載することで対応している。

新しいタイプの商標も従来の商標と同じ形式で公報が発行される。2005 年 1 月以降のすべての公報はオーストラリア特許庁のウェブサイト

(<http://pericles.ipaustralia.gov.au/ols/epublish/content/olsTrademarkPDFs.jsp>)

で利用可能である。

②情報提供

音の商標の場合には、音を聞きたい公衆のために、オーストラリア知財庁において URL が公開されており、出願書類にアクセスすることにより、一般に聴くことが可能となっている。ただし、においの商標に関して、においを嗅ぐことはできない。

オーストラリア企業は、通常商標と同様の方法で新しいタイプの商標のアップデートを行っている。すなわち、出願された商標の登録状況について興味のある商標の登録を継続的に監視している。新しいタイプの商標の導入は、企業にとって新しいタイプの商標の監視という新たな負担を生じさせることとなったが、現段階ではその負担は過度なものではないと考えられている。なぜなら、現段階では、新しいタイプの商標の出願件数や登録件数はそれほど多くないからである。

なお、オーストラリア知財庁が提供している調査ツールは、企業に対して、決められた期間内での新規出願件数、登録件数を検索することを可能にしている。

(1 1) 統計

- ・タイプ別出願・登録件数

新しいタイプの商標の出願と登録のタイプ別件数 (2012年5月15日の検索によるデータ)

Colour 色彩

Total number of applications 出願件数	Registered 登録件数	Still pending 係属中
1039	249	86

Scent におい

Total number of applications 出願件数	Registered 登録件数	Still pending 係属中
10	1	1

Shape 形

Total number of applications 出願件数	Registered 登録件数	Still pending 係属中
2397	742	187

Sound 音

Total number of applications 出願件数	Registered 登録件数	Still pending 係属中
83	39	6

(1 2) 審判

識別力や類否について裁判所の判決によって新たな判断が示された場合、審査のプラクティスはそれにしたがって更新されることとなる。これまでも審査実務を明確にし得る判決がいくつかなされたが、本質的な変動はない。

<<その他>>

(1 3) 裁判例の紹介

平成24年6月18日に開催された「産業構造審議会 知的財産政策部会 第28回商標制度小委員会」で配布された資料の中に「資料2-3 新しいタイプの商標の登録要件 (識別力等)」という資料がある。この資料の5頁に、(1)視覚で認識できる商標「①建築物の形状 (店舗の外観 (内装) 等)」という下記記述があるので抜粋する。

商品等の立体的形状は、多くの場合に、商品等の機能又は美観の向上に資することを目的として採用されるものであるといえる。そして、その商品等の需要

者においても、商品等の機能又は美観の向上に資するものとして認識されることから、通常、商品等の出所を表したものとして認識されないと考えられる（下線筆者）。

他方、興味深いことに、オーストラリアの審査便覧にはこれと正反対の解釈を示す基準が裁判例と共に示されていたので、以下に引用することとする⁷⁰。

3.5 形状と美

単に形状が魅力的で見た目にも美しく、延いては他の業者がその使用を望む可能性があるということから、その形状が反対される理由は何もない。ほとんどの業者は、自身の商標がその形状に関係なく、消費者にとって魅力的であることを望むであろう。形状標章に関する基準は、他の標章に適用される基準と同じもの、すなわち、当該形状を別の業者が不適切な動機なく使用することを望む可能性が高い形状であるのかどうか、でなければならない。美の問題は、まさにこの基準においては周知的なものであり、形状が識別に適しているかどうかの検討において比較的小さな役割を演じているはずである。

この見解は、Kenman Kandy における Stone 裁判官の説明によって支持されている。当該議論は、Tub Happy 判決 (Mark Foy's Limited v Davies Coop & company Limited (1956) 95 CLR 190) と Wella 判決 (Wella Aktengesellschaft v Registrar of Trade Marks (1995) 33 IPR 374) への参照を含んでいた。Stone 裁判官は第 156 頁で次のように述べている。

先の例で商標は、その魅力によってではなく、本質的に業者の商品を識別するための固有の機能を有していると認定された。なぜなら、それらの商標は、そう解釈することを排除させるような関連性も意味合いも有していなかったからである。

加えて、それらは、特に Mark Foy's 及び Wella においてなされた文字商標に関するコメントの中でも、商標が公衆に肯定的な感情をもたらすように設計されていることは本来的な識別性の障害とはならないと示されている。

それらの事例において、商標を構成している「標識」が二重の機能（筆者注：自他商品識別機能と美観を生じさせる機能）を有しているという事実は、ある商品について商標として機能していることと矛盾しているとはみなされなかった。

私には、形状が人々を魅了することがどうして別に考慮されなければならないのか理解できない。さらには、新しく作り出された形状が、他者の商品から識別する際の標識としての能力において、なぜ、新しく創作された造語と異なる扱いを受けなければならないのかも理解できない。

⁷⁰ 「Trade Marks Office Manual of Practice and Procedure Part 21」 (Non-traditional Signs の審査基準) 3.5 形状と美 (Shapes and aesthetics) 10 頁より。

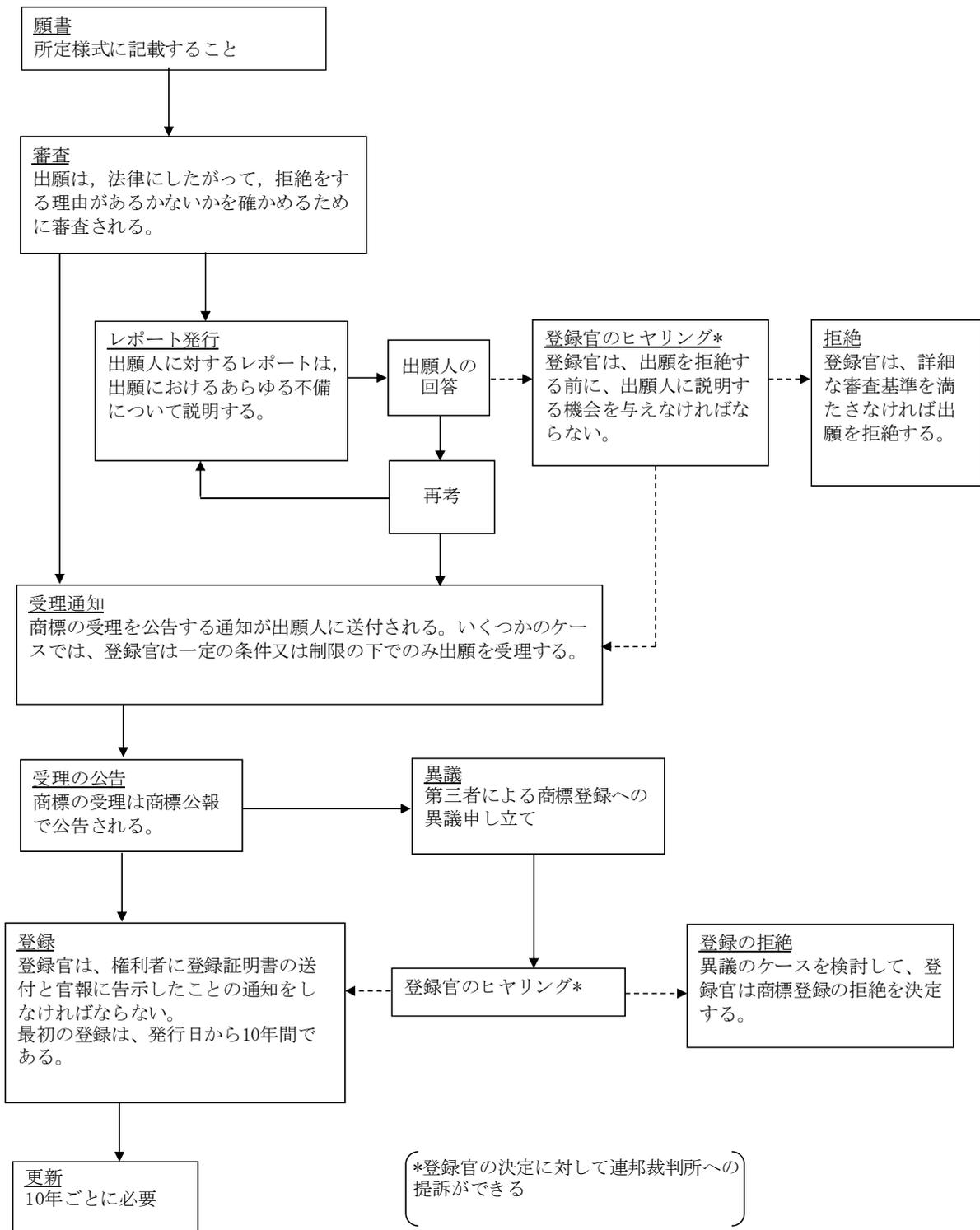
上記オーストラリアの審査基準が示唆するところは、今後の「産業構造審議会 知的財産政策部会 商標制度小委員会」等で議論されることになろう。

(別添 A1)

出願手続のフローチャート (IP Australia 商標出願ガイドより)

実線は最も一般的なフローを意味する。

注：料金と時期的制限はこのフローの様々な段階で適用される。



(別添 A2)

Application to Register a Trade Mark

Customer Information

Please note this is not an e-form

(Office use only)

1995年商標法
商標登録願書

Please note that much of this information will be published in our data base and will be available over the Internet.

Personal Details of Applicant(s) (* denotes mandatory fields)

*1. Name ACN/ARBN/ABN

*2. Address (can be a PO Box)
Country (if not Australia) State Postcode

2nd Applicant (if required) ACN/ARBN/ABN

Address (can be a PO Box)
Country (if not Australia) State Postcode

Additional applicant details attached

*3. Address for Service (if different from the above)
MUST BE AN ADDRESS IN AUSTRALIA (can be a PO Box)
Address
State Postcode

OR

Agent Details (only complete if you are being represented by an Agent authorised to act on your behalf)

Name
Address
State Postcode

Optional Details:

Telephone Fax Mobile Number
Email Address Customer Reference

Privacy Notice

IP Australia collects your personal information to provide our services to you. The [Trade Marks Act 1995](#) permits us to do this. The Trade Marks Act requires us to disclose and publish some of your personal information, including your name and address. We publish these details in the Trade Marks register, journals and databases, which are all available over the Internet. This information may be disclosed to foreign IP offices and recipients of our bulk data products. We may also use your personal information to contact you for our market research.

Please use a post office box or other valid Australian address as your address if you do not want your home address to be published.

Our [Privacy Policy](#) explains how we handle your personal information.

Submit completed form and payment (if applicable) to:

Post: IP Australia, PO Box 200, Woden ACT 2606

Fax: From Australia (02) 6283 7999 (secure fax line) From Overseas +61 2 6283 7999 (secure fax line)

Robust intellectual property rights delivered efficiently



Application to Register a Trade Mark

Before filling out the application form, please read the instructions carefully. The application may be considered as 'not filed' if you do not correctly complete this form or if insufficient fees are paid. Refunds are not provided for applications which do not gain registration. Current applicable fees can be found on our website: www.ipaustralia.gov.au

Instructions for filling in the Application Form

If there is not enough room provided to complete any part of the form please use the additional space provided on the last page of the form. You may firmly attach as many additional pages as necessary. Please keep a photocopy of the application form for your own records.

1 PERSONAL DETAILS OF APPLICANT(S)

Print the full name of the owner of the trade mark. The owner must have legal personality and may be an individual, a company, an incorporated association or a combination of these. A business name or trading name is not acceptable as the name of the owner. If a trade mark is owned by a corporation, the application should be made in the corporation's name and not in the name of directors or shareholders. A Trust is to apply in the names of the Trustees. An association, whether incorporated or not may apply for a collective trade mark. Please provide the company number (ACN), registered body number (ARBN) or Australian Business Number (ABN) if applicable.

More than one name?

If there is more than one owner, then all names should be provided. An application should not be filed in the name of more than one individual or company unless;

- * the use of the mark by one of them counts, at law, as a use by both or all of them **or**
- * the mark is used on goods/services with which both/all of them are connected in the course of trade - for example if both/all parties are involved in a joint venture or if both/all of them carry out work on the goods and/or services **or**
- * they are in business together **or**
- * have agreed to share ownership of the trade mark.

Joint owners are considered to be "in business together" if they intend to use the trade mark in relation to goods or services which the owners offer or provide for a shared business purpose. All joint owners should be aware that, for the purposes of the *Trade Marks Act 1995*, they will be considered co-owners of the trade mark.

2 FULL ADDRESS OF THE APPLICANT(S)

Print the address of your business. This may be a post office box. If there is more than one applicant and the applicants have different addresses, each address should be included. If you do not want your home address published online provide a PO Box.

3 OTHER

ADDRESSES Address

for Service

Print an address in Australia where all correspondence about this application should be sent. This may be a post office box. An address in Australia must be nominated for correspondence even if the owner's own address is not in Australia. This address will also be used for service of legal documents.

Agent Details

If you are being represented by an agent, those details can be provided in the Agent Details section after your own.

Telephone numbers, email addresses and fax numbers of the address for service are not compulsory but, if we need to contact you, they can be useful to confirm or speed up the resolution of a matter.

4 TRADE MARK

Write or place a copy of the trade mark in the box. Please ensure the trade mark is placed the right way up **AND** all details clear enough to reproduce (without retouching) for publication purposes.

If the trade mark(s) does not fit within the box provided, please try to reduce the size while clearly retaining all the features of the trade mark. If the trade mark(s) cannot be reduced to fit, please put a copy of your trade mark on an A4 sheet of paper attached to this form.

Note: If you think this trade mark application might become the basis for an international application the trade mark must not be greater than 8 cm x 8 cm. This is the preferable size for all representations. If too larger or too small the quality of the image of your trade mark may be affected.

A trade mark is usually taken to be registered for all colours. It is not essential to provide a coloured representation unless you are applying for colour as a trade mark or intend to restrict your registration to specific colours.

5 CONVENTION PRIORITY DETAILS

If the applicant applied for this trade mark in another convention country in the last 6 months and wants to claim the earlier filing date, then information about that convention application should be included on the application form.

If a different priority claim applies to different goods and/or services in an application and you claim multiple priority dates, please use the extra space provided on the last page. You **MUST** indicate which goods and/or services apply to the various priority dates.

6 NON-ENGLISH WORDS AND FOREIGN CHARACTERS

If your trade mark contains non-English words you are requested to provide a translation of those words into English. For example, “I advise that the English translation of the German word PFEIL appearing in the trade mark is ARROW”. Note that it is not compulsory to provide this information. However it may be requested during examination of your application. If your trade mark contains foreign (non-Roman) characters then you are required to provide a transliteration and translation of those characters.

7 GOODS AND/OR SERVICES COVERED BY THIS APPLICATION

Please list the goods and/or services for which you want to register your trade mark.

If your application covers goods or services in more than one class, please group them together by class in numerical order. When selecting your class/es consider the goods or services which your business sells under your trade mark. While you may use your mark on various items such as your stationery, uniforms and advertising material, you should list only the goods/services you sell.

Please note: The descriptions “*all goods*” or “*all services*” in the class or including “*all other goods*” or “*all other services*” are not acceptable.

It is important that you provide a clear, succinct description of your goods and services. The list of classes and a detailed list of goods and services in each class can be viewed on IP Australia’s website at www.ipaustralia.gov.au (go to the ATMOSS trade marks search and click on the Classifications tab available there).

If you need further help, please contact the **Customer Service Centre** by email at assist@ipaustralia.gov.au or during business hours on **1300 651 010**.

If you need more room to list the classes and your goods and/or services, please print them on an A4 sheet of paper and attach it to this form.

8 SERIES TRADE MARKS

A series application is made for two or more similar trade marks in the same application. However, not all similar trade marks will qualify as a series. In most cases, applicants with more than one trade mark to register will need to file multiple single-mark applications. Only in very limited circumstances will applicants be able to register an application for a series of trade marks. An application for a series is more costly with an additional fee charged at filing. If your series is found to be invalid, **this fee is not refundable**.

With narrow criteria and additional cost involved, *you should carefully consider whether your series of trade marks meets the requirements before filing the application*. If in doubt, consider filing multiple applications for single marks to ensure you secure your filing date for each trade mark.

The Trade Marks ACT (1995) sets very restricted criteria for what constitutes a valid series application. Trade marks can only form a valid series if the main feature of the trade marks closely resemble each other *and* that any differences between them are:

- a) statements or representations as to the goods or services that the trade mark is to be used upon, or
- b) statements or representations as to number, prices, quality or names of places, or
- c) the colour of any part of the trade marks

This means that even when trade marks appear very similar, if they have differences other than those listed in a), b), or c) above they will not form a valid series.

For example, similar marks will not form a valid series where the marks:

- are with and without spaces between words
- are with and without hyphenated words
- are with and without capital letters
- have different phonetic spellings
- have different positioning of identical elements within the mark
- have different fonts
- have different size ratios of representations

(Please note the above list is not exhaustive but it is illustrative of the highly restricted criteria for a valid series.)

To further illustrate, the following two trade marks vary only in font:

IDAK IDAK

If this example were filed, this would **not** be valid because the way in which they differ - the letter font - is not a difference mentioned in categories (a), (b) or (c). The applicant would have to delete one of the trade marks before the application could proceed, their series fee would not be refunded and they would lose the filing date for the mark that they deleted.

This particular example helps demonstrate that the range of trade marks that can qualify as series is narrow. Very few applicants will have a number of trade marks that vary in the ways specified. As such, series is **not** an option for undecided applicants to have a range of possible marks examined and reported on. Applications which are clearly not series will not receive a full report on registrability until the invalid series claim is resolved.

Example of a **valid** series of trade marks:

IDAK CLOTHING, IDAK FOOTWEAR, IDAK HEADGEAR

Class 25 claim for *Clothing, footwear, headgear*

In this example of a valid series, the trade marks resemble each other because the essential feature IDAK is common to each, and the words CLOTHING, FOOTWEAR, HEADGEAR are differences allowed under category (a) because they are statements as to the goods claimed.

9 SPECIAL KINDS OF SIGNS

A trade mark must be represented graphically. Where the sign is a shape, scent, sound or colour you need to give a clear description of the sign. If there is no other form of graphic representation of these kinds of trade marks, the description may also be used as the representation in section 4 of this form. Please indicate colour ONLY if you are applying for colour(s) as your trade mark.

10 OTHER THAN STANDARD TRADE MARKS

Trade mark (standard) - Most trade marks are standard trade marks. They distinguish the goods or services of one trader from the goods or services of any other trader. If your trade mark is not a standard trade mark and you are applying for a certification, collective or defensive trade mark, you need to complete this section.

Certification trade mark - This is a sign used to distinguish goods or services dealt with or provided in the course of trade and certified by the trade mark owner (or by another person approved by the owner) in relation to quality, accuracy or some other characteristic including origin, material or mode of manufacture. After examination of the application by the Trade Marks Office, the rules governing the use of a certification trade mark must be approved by the Australian Competition and Consumer Commission.

Collective trade mark - This is a sign used in the course of trade by members of an association. **The association may be a body corporate.** The trade mark cannot be assigned to a new owner at a future date.

Defensive trade mark - Such an application may be filed because a registered trade mark has become so well known in relation to some goods or services that its use by another trader in relation to other goods or services may be confusing to consumers. The owner is not required to use the trade mark on these goods or services. Evidence is required to support the application.

11 DIVISIONAL APPLICATION

Where an application for a trade mark has been made in Australia (referred to as the parent application), and that application is still pending, a divisional application may be made for the same trade mark in respect of some of the goods and/or services included in the parent application.

At the same time as you make the divisional application, you must also specify the goods and/or services that are to remain in the parent application. There is room on the application form to do this.

A valid divisional application is taken to have the filing date of the parent application on which it is based. If the parent application has a claim for convention priority, you must make that claim in the divisional application for the claim to be valid.

Please Note:

- **The earliest date a trade mark can be registered is 7.5 months after an application is filed. This is to fulfill our international obligations to allow 6 months for applications to claim a priority date based on an overseas filing.**
- **Checklist provided on page 8 of this application form.**
- **Payment Form for credit cards, cheques and money orders is accessible online at: www.ipaustralia.gov.au**

Application to Register a Trade Mark

Standard, certification, collective and defensive trade marks

Please note this is not an e-form



*4. Trade Mark

商標

Write or place a copy of your trade mark in the box.

Most trade marks contain words, letters, numbers or pictures / graphics or a combination of these things. If your trade mark is not one of these you should refer to **No.9. Special kinds of signs**

If your trade mark contains non-English words and/or foreign (non-Roman) characters complete **No. 6.**

条約に基づく優先権の詳細

5. Convention Priority Details

If you have filed an application for this trade mark, for some or all of the goods and/or services, in another convention country in the last six months, you may claim priority from the earlier application/s.

Country in which first filed	Date	Trade Mark No. <i>if available</i>

英語以外の言葉と外国語文字

6. Non-English Words and Foreign Characters

Complete (a) **ONLY** if your trade mark contains non-English word/s and/or (b) **ONLY** if your trade mark contains foreign (non-Roman) character/s

(a) I advise that the English translation of the word/s

(eg GERMAN) (eg PFEIL)

appearing in the trade mark is

(eg ARROW)

(b) I advise that the character/s appearing in the trade mark

(eg CHINESE) (eg 喜樂)

may be transliterated as which may be translated into English

(eg XI LE)

as

(eg JOY)

***7. Goods and/or services covered by this application**

Insert the class No. and then *list* the goods and/ or services for which you are seeking registration eg. Class No. 15 Violins, Class No. 25 Clothing, hats (If additional space is required please attach to the back of this form on an A4 sheet of paper)

If you need help deciding the class(es) or the goods or services for which you should apply, please contact IP Australia during business hours on 1300651 010 or at www.ipaustralia.gov.au

この出願でカバーする商品及び/又はサービス

 Add **追加**

11. Divisional Details

Please read carefully the information regarding divisional applications. If you are making a divisional application, please supply the following details:

Trade Mark number of parent Australian application

分割の詳細

Lodgement date of parent Australian Application

Convention priority details have been entered at Section 5

Goods/Services (including the class number) to remain in the parent application

Class No:	

Class No:	

Additional classes have been attached to back of form.

CHECKLIST

- Have you completed all the Customer Information?.....
- Have you attached your Trade Mark/s on page 5 or to the back of this form?
- Have you provided the goods and services to be covered by this application?
- Have you supplied any additional requirements, if relevant?.....
- Is a Payment Form and correct application fee attached?.....
- Have you attached any additional information to the form?.....

Payment Methods:

Credit Card, Money Orders or Cheque. Cash or EFTPOS if paying in person at an IP Lodgement Point.

Payment and completed form can be submitted:

By Fax for credit cards to our secure fax: 02 6283 7999

By Post for credit cards, money orders or cheques (made payable to IP Australia) to - IP Australia. PO Box 200, Woden, ACT, 2606.

At an IP Lodgement point in each state

5-2-4. シンガポール

シンガポールでは、2004年7月1日付で商標法が改正され、いわゆる新しいタイプの商標の保護は、この商標法改正によって導入された（但し、三次元形状及びトレードドレスについては1999年に保護が開始された。）。

2004年7月1日以前のシンガポール商標法では、商標とは「視覚で認識できるもの」でなければならず、登録は二次元の標識に限られていた。このため、いわゆる新しいタイプの商標に関する権利の救済は、コモン・ロー又はパッシング・オフに頼らざるを得なかった。しかしこの視認性の要件は、2003年5月7日に調印された米国とのFTAの結果、削除されることとなったため、標識が視覚的に認識できることは登録要件ではなくなった。その結果、動きや音といった新しい標識も通常の登録要件を満たせば登録できるようになった。

ただ実際のところ、シンガポールにおける新しいタイプの商標の保護の開始は、米国とのFTA締結が唯一無二の理由であり、国内企業から強い要請があったわけでも、企業の商標に対する考え方が変化したわけでもない。国土が狭く資源の少ない観光立国であるシンガポールという国の特徴がこの点に現れている。

なお、シンガポールは、日本にとって初めての自由貿易協定締結相手国である（JSEPA）⁷¹。

<<法制度>>

(1) 商標の定義

シンガポール商標法では、商標とは、「写實的に表現できる標識であつて、ある者が取引において取り扱い又は提供する商品またはサービスと、他人が取引において取り扱い又は提供する商品又はサービスとを識別することができるものをいう」と定義されており、標識とは、「文字、単語、名称、署名、数字、図形、銘柄、題号、表示、チケット、形状、色彩、パッケージの外観又はこれらの組み合わせを含む」と定義されている⁷²。

また、シンガポール商標法において「商標」というときは、ある者が取引において取り扱い又は提供する商品又はサービスに付随するサービス（当該サービスが有償又は金銭的価値をもって提供されるか否かを問わない）に関連する商標を含む（商標法2条第2項）とされている。これらの規定により、いわゆる新しいタイプの商標は、他の通常商標と異なることなく保護されるが、シンガポールで実際に出願・登録されたのは、「色彩」「音」「位置」「動き」「ホログラム」「三次元形状」「パッケージの外観」である。

「におい」の商標の登録可能性については、議論されたことはあるものの登録例はない。一方、「味」と「触感」については、登録は禁止されていないものの実際の登録例はなく、

⁷¹ 日本・シンガポール新時代経済連携協定（The Japan-Singapore Economic Partnership Agreement (JSEPA)、 「日星協定」とも略される）。日本政府による日本語の正式な名称・法令番号は「新たな時代における経済上の連携に関する日本国とシンガポール共和国との間の協定（平成14年条約第16号）」。発効は2002年12月。

⁷² シンガポール商標法2条(1) 及び Singapore Work Manual "WHAT IS A TRADE MARK?" 2-2-(1)

審査便覧でも考慮されていない。

(2) 出願要件

①商標の特定方法と権利範囲

シンガポールにおいては、通常商標と新しいタイプの商標に適用される登録手続に違いはなく、異なる取り扱いがされることもない。ただし、出願商標が新しいタイプの商標である場合、保護を求める標章の写実的表現および詳細な説明は、精密であることを要する。すなわち、写実的表現及び詳細な文書を合わせることで、当該商標を構成する詳細のすべてが明確に定義される必要がある。

なお、出願書類には、以下の追加的記載が必要となる。

(a) 商標として又は新しいタイプの商標として、三次元形状、パッケージの外観、色彩の保護を求めている旨の記載（この記載は必須である）。

(b) 権利を要求している特徴に関する詳細な説明

新しいタイプの商標に関する、写実的表現及び詳細な文書による説明に関するシンガポール知財庁のガイドライン一覧を以下に示す。

商標の種類	審査便覧 (WORK MANUAL) 第1章に定めるガイドライン
色彩	<p>商標が色彩のみからなる場合、その色彩の見本を願書に添付しなければならない。また当局は、その色彩や影に関する国際的に認められた色コードの指定を願書に含めるよう出願人に推奨する。但し、願書にこのような指定を含めない場合であっても、出願日は認定される。</p> <p>提出される色彩の見本は、当該商標が「写実的に表現」されたことを意味する。特定の色コードの指定は、当該商標の「詳細な文書による説明」を構成する。</p>
音	<p>音の商標は、小節に分かれた五線紙に示され、とりわけ相対的な（音の）長さや必要とあれば装飾音符を示すクレフ（ト音記号・ヘ音記号など）、音符、休符からなる場合、「写実的に表現」されたものとみなされる。</p> <p>その商標の音声部分を生み出すのに特定の楽器が使用される場合、その旨も記載する必要がある。</p> <p>当該商標の説明および表示は、当該商標を構成する詳細をすべて明確に定義する必要がある。</p>
動き	<p>動きの商標は、スチール写真のシークエンスを、使用される商標に対応するよう正しく並べたものとこれらのスチール写真によって示される商標の本質に関する詳細な説明とによって表示することができる。詳細な説明には以下の情報を含める必要がある。</p> <p>当該商標が動く画像であること</p>

	<p>その画像が何を表現しているか、すなわち外観の変化はどのようなものか</p> <p>いくつの画像が伴われるのか</p> <p>画像の連続的な動きはどのような順番で起こるか</p> <p>動きのシーケンスは1つであること</p> <p>(不定のシーケンスではないこと)</p>
位置	<p>…商標を構成する部分を実線で示し、保護を求めない部分がある場合には破線で示すこと。</p> <p>保護を求めない部分を破線で示してはいないが、図面で示されたいくつかの部分が保護対象ではないことが商標の説明から明白である場合には、認められる。</p>
トレードドレス	<p>トレードドレスの写実的表現及び詳細な文書による説明については、特段のガイドラインはない。</p>
におい	<p>においの商標の写実的表現及び詳細な文書による説明については、特段のガイドラインはない。</p>
ホログラム	<p>当該商標の重要な特徴がすべて示されるよう、ホログラムをさまざまな側面から見た態様をそれぞれ表示しなければならない。</p> <p>どの角度から見るかによって必須の要素が変わることのないほどシンプルなホログラムについては、複数の面から見た態様を示す必要はなく、1つの表示で認められる。</p>
味覚と触感	<p>審査便覧に味覚または触感の商標の扱いはない。</p>
三次元形状	<p>三次元形状の商標は、写真又は図面、及び、登録を求める対象を詳細な文章による説明で示す必要がある。</p>

<権利範囲の特定>

色彩商標以外については、権利範囲は、当該商標の写実的表現及び詳細な文書による説明によって定められる。提出される見本やサンプルは、権利範囲の一部を構成しない。

色彩商標については、権利範囲は、提出された色彩の見本および国際的に認められた色コードによる色彩の指定によって決まる（そのような指定があった場合）。これらは、色彩商標の写実的表現及び詳細な文書による説明を構成するからである。

保護範囲はまた、権利不要求（Disclaim）や、当該商標の特徴についての言及によっても制限される。

②出願日認定

商標出願は、その商標の写実的表現を含まなければならない。また、色彩商標の場合には、上記のとおり、色見本の提出が必須となる。これらが含まれていない場合には出願日は認定されない。出願に写実的表現が含まれていない場合、登録官はその欠陥に関する通知書を出願人に送り、二か月（延長不可）を手続補正の期間として指定する（別

添S3参照)。手続補正により写実的表現が提出された場合には、出願日は、その提出日となる。

なお、写実的表現が提出されている場合には、その表現が標識として求められる基準を満たしていない場合であっても、最初の写実的表現が提出された日が出願日として認定されるが、審査の段階において「補正指令」が発せられる。

また、登録官は、その商標の保護範囲の理解を助けるために、その商標が実際に使用されている状態の写真や実例の提出を要求することがある。しかしながら、これらのものは、商標の権利範囲を広げるものでも縮小するものでもない。したがって、たとえば、音の商標の場合に音声ファイルの提出がなくても、そのことのみによって出願が拒絶されることはない。

仮に登録官が願書に示された写実的表現によってはその商標の保護範囲を理解できない場合、音声ファイルの提出を求めたり、商標の保護範囲を的確に定義するための写実的表現の「補正指令」を出したりすることがある。

(3) 登録要件

① 識別性

シンガポールにおいては、いわゆる通常商標に関する判断基準と新しいタイプの商標に関する審査基準の間に違いはない。識別性に関しても同じテストが適用される。とはいえ、写実的な表現によって保護すべき商標を特定する必要があるから、例えば、音の商標の場合には、自然音（例：猫の鳴き声）を記述することは困難と考えられ、識別力が無いと判断されることになろう。ただし、音の商標として三分以上もある楽曲が出願された場合に、ただ単に長いからという理由のみによって識別力が否定されることは無い。

他方、色彩商標に関しては、生来的に識別力が無いと考えているようであり、セカンダリーミーニングの証明がない限り登録されないようである。

なお、機能性の問題として、シンガポール商標法第7条第3項は、三次元形状の商標について、以下に掲げるもののみから構成されるものであってはならないと定めている。

- (a) 商品そのものの性質に起因する形状
- (b) 技術的な結果を得るために必要不可欠な商品の形状、または
- (c) 商品に決定的な（重大な）価値を与える形状

また、一般的に、識別性を評価するうえで市場の独占（寡占）が存在しているか否かは重要な検討事項ではない。商標がその業界の取引において一般的に使用されているか否かの評価は、その取引が寡占的に行われているか否かによる影響を受けないからである。

②セカンダリーミーニング

新しいタイプの商標の識別性を判断するとき、審査官は当該商標が実際に市場において識別性を獲得しているか否かを判断するために、その商標の使用証拠を検討する。例えば、シンガポール商標登録 T9900525Z 号は、提出証拠によって使用による識別性を獲得していると認められ登録された。商標 T9900525Z 号は、以下のとおりである。



<セカンダリーミーニングが認められるための必要要件>

その商標が、出願日前に、シンガポールの大衆の心理において、特定の取引者の商品又はサービスの出所として認識されるようになったことを示す証拠を提出しなければならない。

ある商標がセカンダリーミーニングを獲得したことを立証するのに必要な証拠の範囲は、事案によって異なる。審査便覧には、「当該商標が、圧倒的な売り上げを伴って5年間先に使用されていることが一般的に求められる。もっと短期間でも幅広く使用されていれば（証拠として）足る可能性があるが、その使用期間が出願日以前の2年よりも短い場合には、使用が十分とみなされる可能性は極めて低い」と書かれている。

また、証拠はシンガポールにおいて当該商標が使用による識別力を獲得したことを示さなければならないから、海外での登録や使用は一般に限定的な有用性しかない。

審査便覧では、以下の通り「色彩商標」のセカンダリーミーニングの獲得について、具体的な手引きを示している。

単一の色彩また又は色の組み合わせが「商標」として認識されるためには、出願人は、通常、その色を商品又はそのパッケージとは切り離れた「何か」として宣伝広告する必要がある。商品とその色にした写真をカタログやパンフレットに掲載しても、またそのような使用を永年にわたり行ってきたことを示せたとしても、それ自体では不十分である。

ただし、出願人によるアンケート調査の結果や提供する情報により、当該色彩が、その商品に普通に用いられる通常の色とは、極めて異なるものであることが立証される場合には、説得力を持つ。

商品について、その色彩に具体的に言及した宣伝文句の例示は最も有用であろう。「オレンジ色に塗られた箱を探せ」とか「普通ではない色、特別な商品」といった宣伝文句は、当該色彩に識別力があることを出願人が示すうえで助けになる。色の認知についての消費者調査や、その色を出所表示として認識していることを証言する業界や消費者の供述宣誓書も有用である。

しかし、商標の識別性ある特徴部分が、色の特別な配置や商品への色の適用法など他の要因に一部依存する場合には、出願後に要旨を変更する補正を行うことは不可能である。

なお、商標の「著名性」は、シンガポール法では別個の概念であり、商標のセカンダリーミーニングの獲得とは関係がない。

③機能性の判断

シンガポールにおいては、三次元形状以外の新しいタイプの商標では、機能的商標は存在しないと考えられている。したがって、機能的な商標の登録を排除する条文や審査基準は、三次元形状を除けば特になく、例えば、あるホログラムが機能的であっても、通常の登録要件さえ満たしていれば商標となり得ると考えられている。

ここで、指定商品が「消火器」であって、出願商標が単一の赤色であった場合、識別力無しとして拒絶するのか？それとも、機能的であるという理由で拒絶するのか？という問題がある。シンガポールでは、機能的であるという理由で拒絶されるのではなく、生来的に識別力がなく使用によっても識別力は獲得できない（はずである）という理由で拒絶される。この考え方の背景には、何人かの独占に適さない（独占適応性が無い）という考えも存在するようではあるが、あくまで識別力のテストの結果で拒絶するという審査体制を取っているようである。

ただし、三次元形状の商標に関しては、前記したとおり、商標法7条第3項(b)により、商標が技術的結果を得るために必要な商品の形状のみからなる場合等には拒絶される⁷³。

④類否判断

シンガポールでは、いわゆる通常商標に関する判断基準と新しいタイプの商標に関する審査基準の間に違いはない。通常商標にも新しいタイプの商標にも同じ類似性判断のテストが適用される。とはいえ、新しいタイプの商標の審査においては、以下のような議論があると考えられる。

<色彩>

例えば、赤色の色彩商標が出願された場合に、「RED」という文字商標が既に登録されていれば、後願の色彩商標は、先行商標と類似であるとして拒絶されることになる。

これまでのところ、シンガポールで色彩商標同士の比較が扱われたケースはないが、色彩商標には幅広い独占権が付与されるため、観念類似よりも外観類似、すなわち視覚的なインパクトが重視されるかもしれない。

<音>

例えば、ネコの「ミャオ」という鳴き声からなる音の商標と、文字商標「MEOW」とは類似すると考えられる。外観は異なるものの称呼及び観念が類似しているからであ

⁷³ 三次元形状の商標について、以下に掲げるもののみからなるものであってはならないと定めている。

- (a) 商品そのものの性質に起因する形状
- (b) 技術的な結果を得るために必要不可欠な商品の形状、または
- (c) 商品に重要な（重大な）価値を与える形状

る。同様に、音楽に歌詞が付いている音の商標と、その歌詞を表す文字商標も類似と判断されることになるようである。

一方、先行商標がその商標の詳細として特定の楽器をクレームしている場合には、その音源が聴覚的・概念的に異なる印象を与えるか否か、そしておそらくその商標の音符の本質的識別力によって決まる。例えば、その商標が、「ミ」の次に「ド」が来るシンプルな「ピンポン」という音で、クレームされている音源がピアノである場合、バグパイプやアコーディオンなどきわめて異なる音源をクレームする商標とは非類似という議論はあると思われる。なお、特定の楽器をクレームすることは写実的表現の必須要件ではない。

(4) 他の権利との調整

シンガポールにおいて、他の権利（例：音楽著作権）と新しいタイプの商標（例：音の商標）との衝突が問題となった事例はまだない。ただし、他人の歌詞等を用いた楽曲など、明らかに著作権を侵害していると思われる音の商標や動きの商標については、シンガポール商標法第8条第7項(b)に基づき拒絶されることになる。

商標法第8条第7項(b) [登録拒絶の相対的理由]

8条

(7) 次の理由によりシンガポールにおいて禁止された場合又はその限りにおいては、当該商標は登録されない。

(a) 未登録商標又はその他の標章を業として使用することを保護する法律(特に詐称通用の法律)における規則による場合

(b) (1), (2), (3)及び(a)にいうもの以外の先の権利による場合、特に著作権法及びその他の意匠の保護に係る法律による場合

(8) (7)に基づく商標の使用を妨げる権利を有する者が、本法においては当該商標に関する先の商標の所有者とされる。

一方、作者不詳の楽曲で既にパブリックドメインに帰しているような広く知られた楽曲の場合には、原則として識別性の要件を満たすことは困難と考えられる。なぜなら、需要者は、その楽曲を出所表示標識としてではなく、単なる楽曲と認識するに過ぎないからである。

ここで、シンガポール特許庁の登録官に対し、オッフェンバッハのオペレッタで使用される「天国と地獄」という楽曲について、日本においては、永年に渡り、ある菓子メーカーによって「カステラ」の商業的ソングとして使用されていることを説明し、日本人であれば誰もこの楽曲（歌詞が付いているが）を聞けば「カステラ」を思い出すと述べた。このような状況下で、この菓子メーカーは、楽曲「天国と地獄」を利用した（歌詞付の）音の商標を登録できるか？と質問したところ、おそらく登録の可能性はあるだろうとの回答を得た。

したがって、たとえパブリックドメインに帰したと考えられる楽曲を利用したものであっても、使用による識別力を獲得したという証明が果たせれば、登録される可能性はあると考えられる。

<<特許庁運用>>

(5) 出願から登録までのフロー(別添 S1 参照)

シンガポール知財庁における手続は、すべてコンピュータ化されている。すべての商標は電子的に出願できる。電子的に出願することができない新しいタイプの商標はない。

出願（電子的であるか紙であるかを問わず）は、知財庁のコンピュータ化されたデータベースに入力される。システムは、自動的にその出願を、審査を行う登録補佐官に割り当てる。審査後、登録補佐官は、審査結果をコンピューターシステムに入力し、登録が認められた場合には、自動的に公告手続に移行する。

紙の出願では、出願人は「本商標は出願人により、または出願人の同意のもと、記載した商品または役務に関して取引の過程で使用されるか、そのように使用されるという善良な意図がある」との宣言に署名する必要がある。電子出願では、こうした要件はない。

印紙代が安いことから、9割程度の出願が電子的に提出されている。この割合は新しいタイプの商標にも当てはまる。

新しいタイプの商標特有の問題として、例えば、色彩商標の場合に、紙で提出した色見本の変色を防止する措置を取ることはない。しかし実務的な問題として、出願書類は提出後短時間のうちに登録局に送られスキャンされて電子システムに取り込まれることになっている。

(6) 出願の手続

①電子出願の願書様式、添付資料（電子ファイルの形式と容量制限）

出願は、紙の形で行うことも、シンガポール知財庁のウェブサイトから電子的に行うことも可能である。

②書面出願の願書様式

(FORM TM4) (別添 S2 参照)

③願書の補正：補正許容範囲、補正があった場合の出願日

商標の詳細な記述及び文書による説明の補正は、以下の場合にのみ認められる。

(1) 明らかなミスを訂正する場合、

(2) 元の商標の同一性または重大な特徴に大きな影響を与えない場合

④商標見本

以下に、シンガポールにおける各種の新しいタイプの商標の願書への記載例を示す。

色彩:

T9904253H



商標の特殊な特徴の説明: 本商標は、サービスの提供に使用される施設の外面に適用される緑色からなる。

T0301917C



商標の特殊な特徴の説明: 本商標は、願書に示す特殊な形で缶に適用される、濃い深緑色と明るい深緑色及び銀色の縁取りからなる。

T9900525Z



商標の特殊な特徴の説明: 本商標は、商品パッケージの視覚的表面に適用される、商標の図的表示に示される配置と赤と黄の色彩からなる。

T0626385G



商標の特殊な特徴の説明: 本商標は、国際登録の通知に示されるように、少しずつ混ざっていく白色、青色、ライトブルー、藍色、ツルニチソウ色、灰色、ターコイズ色、アクアマリン色、黄色、白目色、ライトグリーン、モグラ色、ライトブラウン、緑色、茶色、青、灰色の線からなる。

音:

T0500415G



商標の特殊な特徴の説明：本商標は、以下の音符からなる識別力ある音からなる：ミ、レ、ファのシャープ、ソのシャープ、ドのシャープ、シ、レ、ミ、シ、ラ、ド [、] シャープ、ミ、ラ。

T0422860D



商標の特殊な特徴の説明：本商標は、国際登録の通知に示される五線に書かれた旋律に基づき、「RICOLA」という単語を人間の声で歌った音からなる。

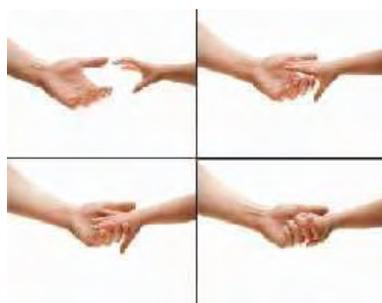
T0410590A



商標の特殊な特徴の説明：本商標は、願書に示す五線に書かれた旋律に従い、「YAHOO!」という単語をヨーデル調に歌う人間の声の音からなる。

動き：

T0501368G



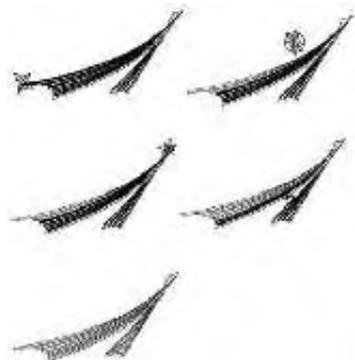
商標の特殊な特徴の説明：本商標は、出願書類に示される4つの連続写真にみられるように、男性の手と子供の手の間からなる動く商標であり、左上および右上の写真のように男性の手と子供の手が近づいていき、左下および右下の写真に示されるように男性の手と子供の手が触れあい、握りしめる。

T1004337H



商標の特殊な特徴の説明: 本商標は、7つの画像のシーケンスからなる動く商標であり、出願書類に示されるように、人間がTシャツを右から左に数字の「1」の形にたたんでいく。

T0618749B



商標の特殊な特徴の説明: 本商標は、出願書類に示されるように接合する2つの弓型のセグメントを伴う動画である。このシーケンスの継続時間は約3秒である。そのシーケンスで、星形の幾何学的オブジェクトが第一のセグメントの最外部の線を上昇していき、二つのセグメントの接合部分である頂点を超えて、第二のセグメントの最深部の線を下降していく。各セグメントの線は幾何学的オブジェクトの動きと共に色彩が変わる。出願書類に添付した平面図は、星形のオブジェクトの動きを示しており、動画のシーケンスから抜粋したスチールである。

ホログラム T0108194G



NITYA

商標の特殊な特徴の説明: ホログラムからなる商標

商標の項 (Mark clause): 本商標はシンプルなホログラムからなる。

注: 本商標は、当該ホログラムの特徴が見る角度によって異なることのないシンプルな画像からなることを出願人が確認した後に登録された。本商標の説明は、以下の通り補正された: 「本商標は、願書に添付された見本に示されるようにシンプルなホログラムからなる」。

トレード
ドレス

T0010088C



商標の特殊な特徴の説明: 本商標に見られる特徴は、包装の外観として保護が要求される。

T9914946D



商標の特殊な特徴の説明: 本商標は、ボトルのフロントパネル、ボトル内の透明な液体に浮かんでくるデザイン要素、及びボトル内部表面のデザイン要素からなり、それらすべてが立体効果をもたらす。

T0105335H



商標の特殊な特徴の説明: 本商標は、文字及び図形が表された包装の三次元形状からなる。

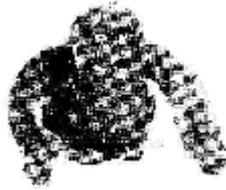
立体形状:

T0000002A



商標の特殊な特徴の説明: 本商標は、物品の立体形状からなり、願書に示されるように2つのバーが薄い基盤によって接続している。

T0005450D



商標の特殊な特徴の説明: 願書に示される霊長類の立体形状。

T0012763C



商標の特殊な特徴の説明: 本商標は、リンゴに似たボトルの立体形状からなる。このリンゴ型の表面には、さまざまなカエデの葉のデザインが示され、ボトルの最上部はリンゴの花柄表示が木の幹の表示の上に固定されている。木の幹の表示の上には、矢によって切られた心臓のデザインが彫られている。このボトルのデザインは、アダムとイブの図または神話を思い起こさせるよう意図されている。

なお、登録簿が電子的であることから、たとえ現物（ホログラム、においの標本、音声ファイル等）が見本として提出されたとしても保存しておく必要はない。シンガポールでは、登録官の裁量と保存スペースの余裕などの要因に応じて、証拠は保管される場合もあれば、登録後に出願人に返却される場合もある。

(7) 方式・実体審査

①商品見本と説明文の整合性審査

音、ホログラム、動き、形状又はパッケージの外観の商標に関して、見本の提出は法的義務ではない。ただし実務上は、登録官が当該標識を商標として使用していることを示す見本の提出を求める場合がある。しかし色彩のみからなる商標の場合には、願書とともに色彩の見本を提出しなければならない。

商標の使用見本は、出願商標の態様で使用されているものなければならない。例えば、動く商標の見本は、出願日が認定された出願に含まれている写実的表現により表された商標と一致している必要がある。つまりその動きを示すスチールとその説明である。例えば、動きの商標が携帯電話に関して登録されたと仮定し、電話を起動したときにその動く商標（登録された形で使用された）が動き始めるディスプレイであることを証拠が示している場合、シンガポールでその電話が売られていることを示す納品書が、当該商

標の使用を示す証拠となり得る。

音の商標において、楽譜と音声ファイルの内容が異なる場合には、楽譜が写実的表現とみなされることから楽譜が権利範囲を決めるのであり、その音に関連して提出されるオーディオファイルによって決まるのではない。この場合、審査官が食い違いを明らかにすることを求める可能性は高い。しかし何らかの補正が必要な場合、出願人は一般に出願後はその商標を補正できないことに留意しておく必要がある。前記したとおり、商標の詳細な記述及び文書による説明の補正は要旨を変更するものであってはならず、許容される補正の範囲は極めて軽微なものに限られる⁷⁴。

②審査体制：新しいタイプの商標専門の審査官による審査体制か

シンガポールでは、新しいタイプの商標を担当する決まった審査官のグループは存在しない。新しいタイプの商標に関するトレーニングは、登録局の全商標審査官を対象に行われる。

③審査手法

シンガポール知財庁の審査官は、審査をするにあたって、出願商標を説明する検索タームを検索エンジンに入力する。検索エンジンでは、商品ないしはサービスの分類も特定できる。

検索エンジンは、審査官に対して検索対象の新しいタイプの商標の種類をリストから選ばせる。すると、このカテゴリー内での類似商標の検索が、出願商標を説明する検索タームに基づき進められる。したがって、審査官は特定の種類の新しいタイプの商標を探すにあたり、「検索キーワード」自体を入力することは必要とされない。なお、シンガポールはウィーン協定には調印していない。

一方、識別力を判断するための検索ツールとして、シンガポール知財庁の審査官は、インターネットをよく利用しているようである。

<新しいタイプの商標に関するデータベース蓄積と管理方法>

新しいタイプの商標に関するデータ、あるいはその審査に関するやりとりを蓄積・管理するための特別な方法は、シンガポール知財庁には存在しない。

<審査に使用する統計情報、審査情報の有無と内容>

出願商標が写実的に表現されているか否かを判断するのに、特別な統計情報や審査データは必要ない。審査官は出願に示された情報に基づき、その商標を評価できるはずである。

⁷⁴ (1) 明らかなミスを訂正する場合、(2) 元の商標の同一性または重大な特徴に大きな影響を与えない場合

新しいタイプの商標の識別性を評価する際は、審査官が当該商標が関連する取引の実情について検討することが重要になる。ほとんどの場合、この情報はインターネットで入手できる。

相対的拒絶事由があるか否かを判断する際、審査官は電子化された商標登録簿（データベース）に依拠することとなる。

④検索システム

シンガポール知財庁においては、新しいタイプの商標の審査のために特別に導入している機器やソフトウェア等はない。また、政府以外の民間のデータベースは存在せず、アウトソースをしているものも（またその必要も）無い。

⑤審査資料

前記したとおり、新しいタイプの商標の識別性を審査する際には、審査官が当該商標が関連する取引の実情について検討することが重要であり。ほとんどの場合、この情報はインターネットで入手されることになる。また、相対的拒絶事由があるか否かを判断する際には、審査官は電子化された商標登録簿（データベース）に依拠する。

⑥拒絶理由（別添S 3参照）

シンガポールでは、絶対的拒絶理由及び相対的拒絶理由について審査が行われる。

⑦拒絶事例

シンガポールの審査便覧（WORK MANUAL）に掲載されている、拒絶理由通知が出された色彩および形状の商標の例は、以下のとおりである。

色彩

T00/10524I

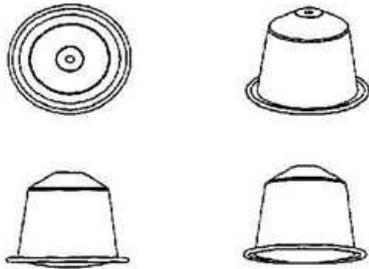
註：最終的には出願は放棄された。



商標の特徴の説明：本商標は、色彩商標である。表示された長方形と正方形の形状は、本商標の識別性を有する要素ではない。本商標は以下の色彩の組み合わせからなる：アイボリー：RAL 1015、パールブルー：パントーン 5435、およびジンクブラウン：パントーン 409

拒絶理由：消費者はこの色彩の組み合わせを見て、直ちに商品の出所を認識しない。本商標は本質的に識別力を有するものとは認められない。

形状 T0114770J



拒絶理由：審査便覧では、「取引の出所として認識されることが極めて考えにくい商標は登録できない」とされている。このパッケージは、ターゲットとなる大衆がその出所を示すものとしてではなく、特定の機能、例えばコーヒーミックスの容器として理解する。このパッケージには何ら顕著な特徴がない。登録官は、市場では剥離式のフタを持つ類似容器が別の商品、例えばクリームやフルーツゼリー、インスタント麺、アイスクリームなどに使用されている事実を考慮した、としている。

⑧異議申立

<証拠提出の方法と証拠様式>

シンガポールにおいては、新しいタイプの商標の登録出願について提出する証拠の形式について特別なルールは存在しない。

(8) 登録

①権利範囲

色彩商標以外については、権利範囲は、当該商標の写実的表現及び詳細な文書による説明によって定められる。提出される見本やサンプルは、権利範囲の一部を構成しない。

②登録証記載事項（別添 S4 参照）

商標、分類、商品又はサービス、商標の写実的表現

(9) 証明・閲覧

- ①音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法は特に定められていない。
- ②原簿の認証謄本（様式、商標見本：別添 S5 参照）

(10) 公報・情報提供

①公報

異議申立のために発行される出願公報と、発行された出願公報の変更公報とがあり、いずれも PDF で利用できる。
掲載事項としては、商標、分類、商品又はサービス、商標の写実的表現、他である。

音の商標公報の例を挙げると以下のとおりであり、公報自体から音を聞くことはできない。

Trade Marks Journal No. 009/2009 Page No. 96

T0609135E (36)
(International Registration No. S81231)

Date of International Registration: 15/02/2006
Date of Protection in Singapore: 15/02/2006



The mark consists of a sound mark comprising of a sequence of five notes and is an audio progression of the notes B flat, A flat, C sharp flat and E flat in the musical notation as shown in the representation on the international registration.

Class 36
Insurance; financial affairs; monetary affairs; real estate affairs.

Priority Claims:
Class 36
17/08/2005
GERMANY
All goods/services claimed in this application.

ALLIANZ SE
KONIGINSTRASSE 28, 80802 MUNCHEN, GERMANY.

AGENT: LEE & LEE, 5 SHENTON WAY, #07-00 UIC BUILDING, SINGAPORE 068808

②情報提供

- ・公報以外での新しいタイプの商標に関する情報提供

シンガポール知財庁に出願された商標については、コンピュータ検索が可能である。調査結果にはその商標の写実的表現が含まれる。登録庁は商標の見本を含む CD、DVD 又は電子ファイルの複写は行わない。

(1 1) 統計

Color (色彩)	計 234 件
3D shape (三次元的形状)	計 844 件
Aspect of packaging: (パッケージの外観)	計 150 件
Sound (音)	37 件のうち 26 件登録、4 件係属中、7 件放棄／取り下げ
Scent (におい)	0 件
Movement (動き)	7 件のうち 1 件係属中、6 件登録
Hologram (ホログラム)	6 件のうち、3 件係属中、3 件放棄

(1 2) 審判

①審判における証拠の形態及びその提出方法について特徴的な規則の有無と内容

ある商標が、不使用であるとして取り消されるか否かを確認する際、当該商標の使用には、登録された形での当該商標の顕著な特徴を変えないものの要素においては異なる使用（すなわち社会通念上同一の商標の使用）が含まれる（シンガポール商標法第 22 条第 2 項）。

ただし、この条項は極めて厳格な解釈がなされているようである。*Re Aloha Swanfu Trade Mark* 事件（[1993] 1 SLR 293）で、裁判所は、「判例は事実上、変更が当該商標の同一性に重大な影響を与えてはならないという要件は厳格に適用されてきた、そしてこのプラクティスは外観または称呼のいずれにも大きな変更は認められないことを示している」と判示した。

また、音の商標の場合、例えば、ノキアの携帯電話の電源を入れた時に鳴動するノキアの音のように、出願人が販売した商品で再生できる場合には、その商品の販売を示す送付状は、おそらく音商標の使用の証拠とすることができる。

同様に、においや味の商標も、その請求されたにおいや味を持つ商品の販売を示す送り状の提出によって、おそらくそのにおいや味の使用を実証することができると考えられる。

②識別力や類否について審判や裁判で新たな判断が示された場合、その結果は、どのように審査にフィードバックされているか？

シンガポール知財庁の内部では、審判や裁判で新たな判断が示されても、その結果が

直接審査にフィードバックするような仕組みにはなっていないようである。

ただし、シンガポールは、コモンウェルス（英連邦）の一員であるので、審査において、イギリス、オーストラリア、香港で、同じ商標について先になされた判断を審査官が踏襲することが多い。また、欧州司法裁判所の判断についても、常にその動向を注視しているようである。

<<その他>>

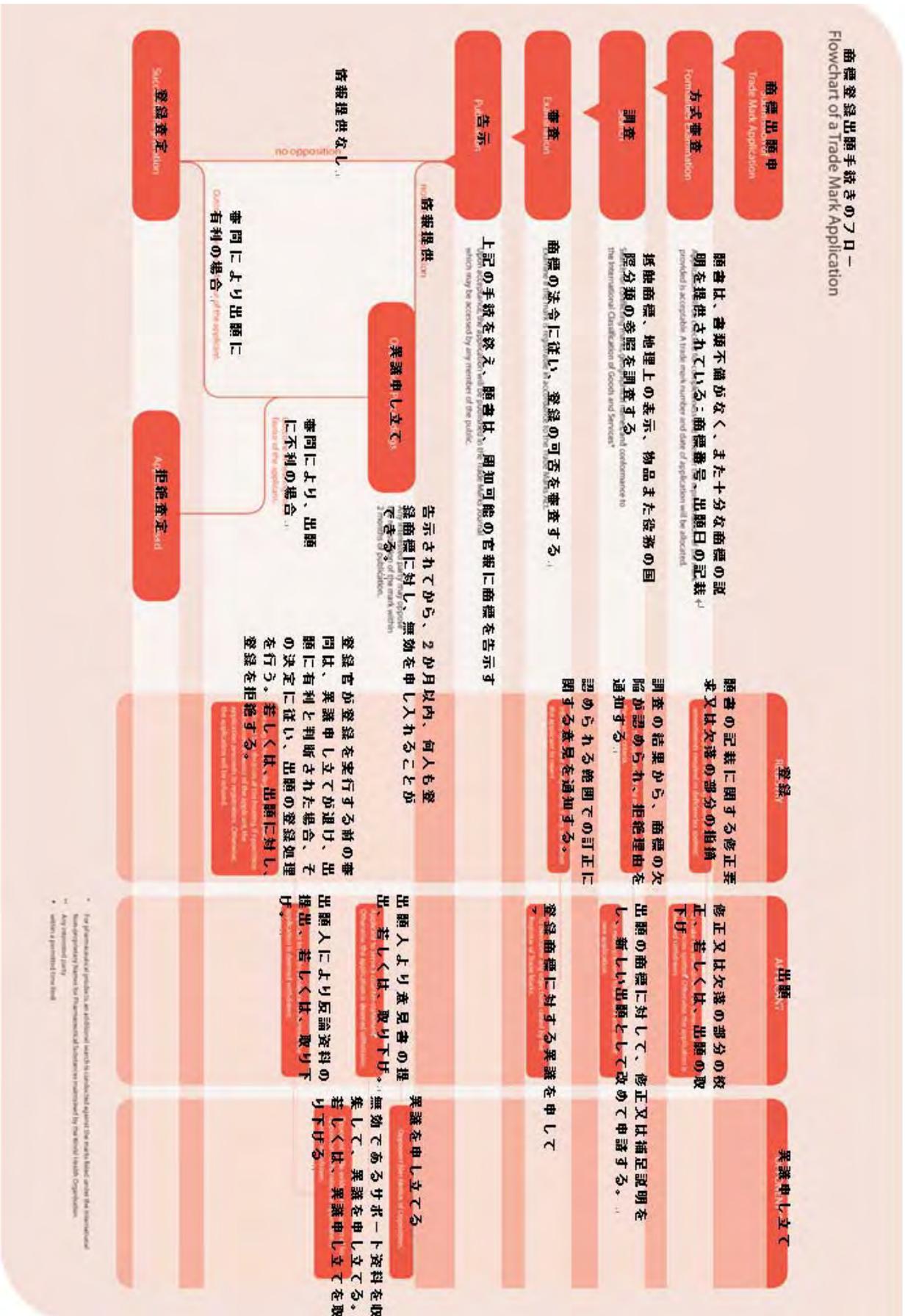
(13) 侵害

新しいタイプの商標の保護開始により、商標権者はその商標の権利行使がより容易になった。従来、そのような商標の権利者はコモン・ロー上の不法行為であるパッシング・オフに頼る必要があった。例えば 1979 年に、日本企業の関連会社であるシンガポールのヤクルト社が、類似の容器を使用する競業会社を訴えたパッシング・オフのケースがある⁷⁵。しかしながら、周知のとおり、パッシング・オフで原告側が勝訴することは大変困難であった。

一方で、新しいタイプの商標の保護は、場合によっては第三者に不利な広い独占権となることがあるかもしれない。特に、色彩の商標の登録は第三者が、登録の対象となっている指定商品・役務で同一又は類似の色彩を使うことを妨げることになるから、侵害の場面においても慎重な判断が求められることになろう。

⁷⁵ *Malaysia Dairy Industries Pte Ltd and another v Yakult (Singapore)*事件 ([1979] SGHC 18)

商標登録出願手続きのフロー
Flowchart of a Trade Mark Application



(別添S1)

(別添 S2)

SINGAPORE TRADE MARKS ACT (CHAPTER 332)
TRADE MARKS RULES

シンガポール商標法 (CHAPTER 332)
商標の規則

<p>FORM TM 4 様式 TM4</p> <p><i>This form may take 7-15 minutes to complete.</i></p>	<p>APPLICATION TO REGISTER A TRADE MARK, COLLECTIVE MARK OR CERTIFICATION MARK</p> <p>商標登録出願, 団体標章出願又は証明標章出願</p>				
<p><u>General Instructions</u></p> <p>a. Please fill in the application form carefully and note that only minimal changes to the application are allowed after you have filed the application. Amendments will also need to be accompanied by fees.</p> <p>b. Please read the guidelines for “Completing the Application Form” before filling in this form. c. If there is not enough space to fill in any part of this form, please use separate sheets.</p> <p>d. The fee for this form is payable on a per class basis.</p> <p>e. Please note that any fee paid is not refundable and this includes cases where the applications do not proceed to registration.</p>					
<p>1 Please indicate here if this application is for a trade mark, collective mark or certification mark. 下記の商標、団体標章または証明標章出願のチェック欄にチェックを入れてください。</p> <table><tr><td><input type="checkbox"/> Trade Mark 商標</td><td rowspan="3"><p><u>Note</u> Please submit the regulations for collective mark or certification mark on Form TM 10 within 9 months of making this application.</p></td></tr><tr><td><input type="checkbox"/> Collective Mark 団体標章</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/> Certification Mark 証明標章</td></tr></table> <p>(tick one box only)</p>		<input type="checkbox"/> Trade Mark 商標	<p><u>Note</u> Please submit the regulations for collective mark or certification mark on Form TM 10 within 9 months of making this application.</p>	<input type="checkbox"/> Collective Mark 団体標章	<input type="checkbox"/> Certification Mark 証明標章
<input type="checkbox"/> Trade Mark 商標	<p><u>Note</u> Please submit the regulations for collective mark or certification mark on Form TM 10 within 9 months of making this application.</p>				
<input type="checkbox"/> Collective Mark 団体標章					
<input type="checkbox"/> Certification Mark 証明標章					

2 Representation of the trade mark 商標の表現

Notes

- a. *If you use a separate sheet of paper, please ensure that the mark is no larger than A4.*
- b. *If your application is for a shape, please ensure that the shape is properly defined by providing all the relevant views depicting the shape.*
- c. *If you have affixed a representation of the mark in colour, please note that the mark will be registered in these colours. If you do not wish to register the mark in colours, please attach a black and white representation of the mark.*
- d. *If you have affixed a representation of the mark in black and white, please note that we will not consider these colours as features of the mark.*

3 If the mark contains or consists of a device, give a description of the device in words.

もし標章が図形からなるか、図形を含む場合、言葉でその図形を説明すること

4 If the application is for a series of marks, indicate the number of marks in the series applied for.

もしシリーズ標章の出願である場合、シリーズ標章の番号を示してください。

5 If the application claims priority, provide particulars of the claim at Annex A.

もし優先権主張出願である場合、付録Aの記載事項を記入してください。

6 Indicate whether any of the following is claimed. If yes, fill in Part 7 below.

下記のクレームのいずれかにチェックしてください。「はい」の場合、パート7に記入してください。

- 3-dimensional shape
- aspect of packaging
- colour(s) as a trade mark
- other non-conventional mark e.g. sound

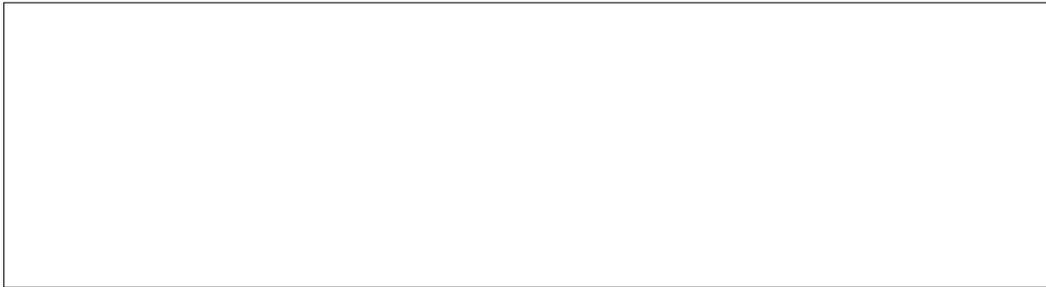
Note

Please tick colour(s) as a trade mark only if your trade mark consists solely of colours.

[Please specify]

7 If 3-dimensional shape, aspect of packaging, colour(s) as a trade mark or other non-conventional mark is claimed, provide a description of your claim to the particular feature in words.

立体、形状、包装形態、色彩で構成される商標、その他の新しいタイプの商標を請求する場合、その特徴を言葉によって説明してください。



8 If you wish to disclaim the right to the exclusive use of any part of the mark, or limit the rights that you are claiming under the mark in any way, please indicate the limitations (e.g. colour limitation) or disclaimers.

標章のどれかの独占使用権を放棄したい、またはクレームしている標章の権利を制限したいとき、限定する範囲（例：色彩の限定）または放棄する権利を示してください。



9 If the mark contains or consists of word(s) not being English word(s), provide the derivation of the word(s). If it is a coined word and does not have any meaning in the trade/industry, state so. If it can be translated, fill in Part 10 below.

英語でない文字を含む又は構成される標章である場合、文字の由来の説明をしてください。造語であって取引／産業において意味のない言葉はその旨を記載する。もし、翻訳が可能であれば、パート10に書いてください。

--

10 If the mark contains or consists of non-English word(s) and/or non-Roman character(s), provide the English translation and/or transliteration as follows:

英語でない文字が含まれるまたは構成される標章、ローマ字でない表記の場合、英語の訳文、文字転写を下記に記載してください。

Representation of the word(s)/ characters	
Language of word(s)/character(s)	
Translation of each word(s)/ character(s) and the word(s)/ character(s) taken together as a whole	
Transliteration of character(s)	

(Attach translation and/or transliteration either by a certified translator or from dictionary.)

11 Specification of goods/services*商品／役務の明細

Provide details at Annex

B.
付録Bに詳細を提供してください

12 Particulars of applicant for registration 登録のための出願人特記事項

Company Code
(if applicable)

Name

Address

Citizenship or
Country of
incorporation/
constitution

State of
incorporation
(for USA corporations)

Sole Proprietor or
Partners' name(s)
(if sole
proprietorship
or partnership)

13 Address for service 役務の住所

Note

The address for service must be a Singapore address.

Agent Code
(if applicable)

Name

Address

14 Declaration 陳述

Note

The declaration that is made here is not intended to overcome an objection under Rule 19(4) of the Trade Marks Rules.

The trade mark is used in the course of trade, by the applicant or with his consent, in relation to the goods or services stated, or there is a bona fide intention that it will be so used.

Signature _____

Date _____
Day Month Year

Name
(block letters) _____

Direct Tel No. _____

Total number of pages submitted.
(including Annex A and B but excluding any covering letter)

Fill in this annex only if priority is claimed優先権主張の場合に記入. **Annex A**

Notes

If the space provided is insufficient, please continue on separate sheets. Use one sheet for one priority claim.

Class Number

Name of country

Date claimed - -
Day Month Year

Goods/services*

Are you claiming priority in respect of all the goods or services claimed in this class ? Yes No

If "No", please state the goods or services in respect of which priority is claimed.

** delete where appropriate*

Notes

1. If the space provided is insufficient, please continue on separate sheets. Use one sheet for one class.
2. List the classes in consecutive numerical order and list below the class number the goods or services appropriate to that class in alphabetical order.
3. The goods and services listed here must conform to the International Classification of Goods and Services as prescribed by the Nice Agreement or the Registrar may require you to amend it with fees.
4. For information concerning the International Classification of Goods and Services, and to conduct a classification search on the goods and/or services that you intend to use in respect of your trade mark, please visit <http://tmsearch.ipos.gov.sg/eTMSearch/ICGS.jsp#>.

Class Number

Goods/services*

なお、願書の日本語版は、以下のHPに掲載されている。

http://www.iprsupport-jpo.go.jp/syutsugan/pdf/Singapore/SGP-T_form_jp.pdf

(別添 S3)



Your Ref : Our Ref : [REDACTED]

(Please quote correct ref no) Date : [REDACTED]

M/S [REDACTED]
c/o DREW AND NAPIER LLC
10 COLLYER QUAY
#10-01 OCEAN FINANCIAL CENTRE Singapore 049315

Dear Sirs

TRADE MARK NO [REDACTED] CLASS NO [REDACTED]
[REDACTED]

We refer to your letter dated [REDACTED]

2 Certified translation

(a) [REDACTED]

3 Representation and description of the mark

Intellectual Property Office of Singapore

51 Bras Basah Road #04-01

Manulife Centre Singapore 189554

Tel: (65) 6339 8616 Fax: (65) 6339 0252 <http://www.ipos.gov.sg>

(a) We note your submission on the front view and side views of the 3-D shape mark with the non-trademark elements removed. Please also submit the back, top and bottom views for completeness.

(b) We do not understand the term "lable packaging". Please consider rewording to "packaging" instead. The clause will then read as "The mark consists of a three-dimensional representation of a rectangular-shaped packaging with a round device in the front containing a picture of the tip of a piping bag and cream, with the mark " [REDACTED] ", the words "[REDACTED]" and the equivalent in Malay "[REDACTED]", the words "[REDACTED]" and "[REDACTED]", as shown in [REDACTED] ation on the form of application."

(c) Please note that the abovementioned have to be effected via Form TM27A after they have been confirmed.

../2

A statutory board of the Ministry of Law

4 We apologize for not raising an earlier query on the use of the mark on the goods

" [REDACTED] and " [REDACTED]
" in Class [REDACTED] Please clarify.

5 Specifications objections with respect to

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

6 Please let us hear from you in writing on the above within 4 months from the date hereof or the application shall be treated as withdrawn.

../3

Chan Pui Wan, Jasmine (Ms)
Assistant Registrar
for Registrar of Trade Marks
Singapore
(Tel: 63302769)

(Upon any change of your firm's/clients' address, please notify the registry by lodging the relevant form and fee)

(This is a computer generated letter. No signature is required)

(別添 S4) シンガポールの登録証



SINGAPORE
TRADE MARKS ACT
(CHAPTER 332)
CERTIFICATE ISSUED UNDER SECTION 15(5)



TRADE MARK NO : T0910904B

TO : MEDIACORP PTE. LTD.

I HEREBY CERTIFY that under the provisions of the Trade Marks Act 1998, your name has been entered in the Register as proprietor of the above numbered Trade Mark as from the 30th day of September, 2009 in Class 38 and 41 in respect of the following:

Class 38

Broadcasting; Television, music and radio broadcasting; Transmission of radio and television programmes; Communications and telecommunications; Communications by computer terminals; Electronic mail; Satellite transmission; Data transmission; Transmission of news and information by electronic means; Transmission of information via communications and computer networks; Provision of telecommunications information and display of information from a computer stored databank; Electronic display of information, messages, images and data; Information and advisory services relating to any of the aforesaid services; all included in Class 38.

Continued on next page.

Liew Woon Yin (Ms)
Registrar of Trade Marks
Singapore

Registration is for a period of 10 years and may be renewed at the expiration of this period and upon the expiration of each succeeding period of 10 years

Class 41

Entertainment services; Entertainment, education and instruction by or relating to radio and television; Film, music, arts, culture, news, sports, video and theater entertainment services; Production, preparation, presentation, distribution [other than transportation], syndication and rental of television and radio programs and films; Distribution [other than transportation], production and rental of animated films and sound and video recordings; Production of live entertainment features; Production of television features; Entertainment services in the form of motion pictures, television entertainment services and presentation and production of live performances and shows; Publication of books, magazines and periodicals, publication and rental of educational and instructional materials; Publishing services, organization, production and presentation of events for educational, cultural or entertainment purposes; Organization, production and presentations of competitions [education or entertainment], contests, games, quizzes, exhibitions for cultural, educational, entertainment, training, amusement or recreational purposes, sporting events, shows for education or entertainment purposes, road shows for education or entertainment purposes, staged events for education, cultural or entertainment purposes, theatrical performances, concerts, live performances and audience participation events; Provision of interactive video games; Provision of digital music [not downloadable] from a global computer network; Production and distribution [other than transportation] of entertainment publications; Providing on-line electronic publications [not downloadable]; Training of persons in radio and television entertainment; Education information; Education services; Educational seminars; Provision of information relating to any of the aforesaid services.

The mark consists of a three dimensional shape of a cartoon character with the device of a pacifier appearing thereon as shown in the representation on the form of application.

Application for a series of two marks.

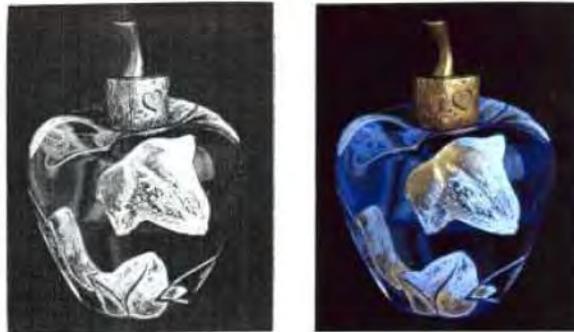


eTrademarks is an online service facilitating filings and searches on trade marks.

 [Printer-friendly](#)

Details of Mark

Trade Mark Number: T0012763C



National

Application Type
Class
Part
Converted Application
Application Date
Mark Lodged in Colour

Mark Status
Mark Status Date
Mark Previous Status
Status Update Date
Publication Status

More Details on Mark Status
Cert Issuance Date
Expiry Date
Publication of Acceptance

Claims for:-
colour(s) as a trade mark
3-dimensional shape
aspect of packaging

Description of Particular Feature(s) of Mark

The mark consists of a 3 dimensional shape of a bottle characterised by its resemblance to an apple; on the representation of the apple are various maple leaf designs; the top of the bottle represents the peduncle of an apple, fixed upon a representation of a tree trunk; on the representation of the tree trunk is engraved a design of a heart cut by an arrow; the design of the bottle is intended to conjure to the mind the image or myth of Adam and Eve.

Mark Index

Device Description : three-dimensional, bottle bottle leaves

Specification of Goods/Services

本商標は、リンゴに似たボトルの立体形状からなる。このリンゴ型の表面には、さまざまなカエデの葉のデザインが示され、ボトルの最上部はリンゴの花柄表示が木の幹の表示の上に固定されている。木の幹の表示の上には、矢によって切られた心臓のデザインが彫られている。このボトルのデザインは、アダムとイブの図または神話を思い起こさせるよう意図されている。

Class 03
Soaps; perfumery, essential oils, cosmetics.

Current Applicant/Proprietor Details

Code : CO225713B
Company : Pacific Creation
Constitution : A SIMPLIFIED JOINT STOCK COMPANY
Country : FRANCE

Address : 6/8, rue Caroline, 75017 Paris, France.

Mark Clauses

01 Application for a series of two marks.
02 The second mark in the series is limited to the colour(s) as shown in the representation on the form of application.

Agent/Address For Service (AFS)

S/No	Agent/AFS Details	Action Representing
01	DREW AND NAPIER LLC 10 COLLYER QUAY #10-01 OCEAN FINANCIAL CENTRE Singapore 049315	Application & registration
02	DREW AND NAPIER LLC 10 COLLYER QUAY #10-01 OCEAN FINANCIAL CENTRE Singapore 049315	Renewals

 [Amendment History](#)

5-2-5. 台湾

～2012年7月1日施行の商標法に基づく～

<<法制度>>

商業取引の多元化、マスコミュニケーションの発展に従い、企業イメージ・品質保持・出所表示・顧客吸引力等を有する無形資産—商標（ブランド）は、単純な視覚で認識できる平面・有形からなる通常商標のみならず、より一層消費者の注意を惹く音声・色彩・動態、ホログラム、更におい、触感等の新しい形態の商標に派生している。

台湾では2003年から立体、音、色彩商標の保護を開始した。これらの通常商標は長期かつ大量の使用により後発的に識別性を獲得すれば、登録を受けることができ、今迄既に500件以上の登録実例がある。しかしながら、各大手企業が相次いで商品自体の形状、包装容器の形状、立体形状の標識、サービスの提供場所の装飾設計等を立体商標として保護していることに比べ、音及び色彩のみの商標の登録件数は全体の5分の1に満たない。その理由としては、この形式の商標自体は、もともと識別力がない他、音声商標が一定の媒介による表現に限られること、また色彩商標（特に単一の色彩）が一般的に装飾のためのものと認識されているためその表現方式が困難であること、識別性の獲得は使用量・使用期間の長短・市販の状況・宣伝広告の多少等によって左右され、大量な時間及びコストを要することなどの理由が考えられる。そのため、通常商標の需要も会社の規模、経営の類別等によって異なっている。中小企業からの登録出願実例も見られるが、台湾の実務上登録を受けているものは殆ど相当規模の国際企業及び歴史がある会社である。

また、2012年7月に施行の新しいタイプの商標法には、動態時間周期に伴って連続性の動作や色彩・図形等が変化する動態（motion marks）、及びレーザー光線の反射が角度の変化によって図形や画面、色彩等を映すホログラム（hologram marks）という新たな形態の標識等の保護を導入した。また、限定列举の規定を採用していないので、定義規定に列举されていない位置、におい等も新しいタイプの商標として受理される可能性があり、関連の出願方法や審査基準を相次いで公布している現時点で、関連業界と各企業の間でも新しいタイプの商標の動きに注目している。しかし、商標の説明、使用証拠の取得、更に識別性有無の審査等が容易ではなく、それに対しては傍観的な態度をとっている者が少なくない。

しかし、新しいタイプの商標の保護は、もともと識別性を具えない色彩、音が長期にわたる大量の使用により関連する消費者に深いイメージを与えることにより、商品又は役務の出所を区別することができ、企業イメージ及び商品価値を向上する標識になるものである。よって、新しいタイプの商標の形態として権利を取得すると、第三者が商品の包装、色彩の組合せ等を使用したことにより出所の混同誤認を招来する場合、模倣品の排除、権利行使することができるというメリットがある。一方、商品の機能にかかわるもの又は独占適用性のないものを特定の人に独占させると、不正競争又は商業取引、社会秩序に影響を与える可能性もある。例えば救急車、消防車の音は救急と火事を知らせる音であり、台湾において黄色はタクシー車両の色、赤色は危険の警告とするものである。また、商標権

者は新しいタイプの商標の権利を過度に主張し、不要な社会争議を引き起したこともある。例えば、写真やはがきに「台北 101 ビル」(台北市のシンボリックなビル)を背景としたものは他人商標の権利侵害を構成するかどうか一時話題となっていた。

新しいタイプの商標の表現方法は容易ではないため、商標見本に係る描写の内容は商標権利の主張範囲と関係し、主務官庁の公示資料又は商標公報に注釈が加えられることにより同業者や第三者に認識させることができるように、出願時にはっきりとした明確な描写が必要となる。新しいタイプの商標の登録後の権利範囲の把握は通常商標と同様に、商標代理人や商標調査会社を通じて知財局発行の商標公報にて同一・類似商標の有無をウォッチングすることができる他、知財局のデータベース

(<http://tmsearch.tipo.gov.tw/RAVS/wfm20200.html>)を通じて特殊形態商標の登録出願状況を検索し、取引市場の動きと同業間の使用状況を留意することにより、企業は対応できると考える。企業は、第三者の紛らわしい登録商標を発見した場合、又は模倣品の流通がある場合、積極的に商標権利を主張して対応することができる。第三者又は同業者の出願状況などをウォッチングすることは企業自社の権利保護に必要な手段であり、または新しいタイプの商標の出願・登録件数はそれほど大きくないため、過剰な負担にならないと思われる。

2010年迄の統計数字によれば、音商標の出願総数は総じて90件未満であるが、登録率は最も高く45%に達している。このことから見れば、音声は媒介の制限があるが、文字や歌詞と結合したメロディーが繰り返しの放送によって人に強烈な印象をあたえることができ、音商標の保護制度の導入前に台湾企業は、“MR.BROWN コーヒー”(REG. NO.01152021)、“大同の歌”(REG. NO.01203273)、“新一点靈 B12”(REG. NO.01150436)、“緑油精音商標”(REG. NO.01135554)等のテレビ広告を定期的に放送し、制度導入後音商標として権利を取得している。また、外国企業ではコンピュータ、携帯電話を経由する“INTEL Sound Mark”(REG. NO.01158019)と“Nokia Tune”(REG. NO.01228260)、並びにレストランサービスにおける“5 NOTE REFRAIN (I'M LOVIN' IT SOUND MARK)”(REG. NO.01176529)等の登録例もある。

なお、色彩商標は2010年迄の出願数が300件以上と音商標を大幅に超えている一方で、その登録件数は少なく(10%以下)、消費者の色彩に対する認識が装飾用に過ぎなかったり、特定の色彩が既定のイメージ(例えば、緑色が環境保護をイメージさせるなど)を表すに過ぎなかったりするため、単一の色彩又は色彩の組合せの商標は後発的な識別性を獲得することが困難であり、高い登録率を期待できない。日常生活においてよく見られる色

彩商標とは各コンビニ店の看板に表示している“”(REG. NO.00165884)、



“” (REG. NO.00169459)、“” (REG. NO.01303126) である。

新しいタイプの商標に対する出願人からの評価は、出願手続きは一般の商標と大きく異なっていないが、願書に商標の態様、権利範囲を文字や図形又は記号による明確、客観的且つ容易に理解できる方式で示さなければならず、商標見本の提出数量、静止画面や角度の選択、組合せ商標(例えば、動態+音、立体+色彩、新しいタイプの商標+文字図形)の出願形態等が複雑であるというものである。

新しいタイプの商標は識別性を形成する上で、ある程度の時間とコストを要し、その商標権の取得が一般の通常商標より難しく、登録後の権利行使においても参考となる実例も少ないこともあり、その権利範囲、使用態様、又は保護上通常商標との差異等に対してわからない点が多いため、現時点で一般企業が新しいタイプの商標の登録出願に対して積極的な態度ではないことは今迄の出願状況及び登録件数からうかがい知ることができる。よって、今後のニーズについては、2012年7月施行後の出願状況を注意深く見守る必要がある。

(「調査票による調査結果」の回答より抜粋)

(1) 商標の定義

商標法 18 条に「商標の定義」につき規定する。この規定は、包括的規定であり、識別性を商標の構成要素としている。

18 条

商標とは、識別性を具えた標識で、文字や図形、記号、色彩、立体形状、動態、ホログラム、音など、又はその結合によって構成するものをいう。

前項でいう識別性とは、商品又は役務の関連消費者に、指示する商品又は役務の供給元を認識させ、他人の商品又は役務と区別できるものをいう。

また、各タイプ別の定義について、審査基準(別添 T1) において定められている。

「色彩」

審査基準 4. 色彩商標 4.1 定義

色彩商標は単純に色彩自体を標識とすることを指し、単一の色彩または複数の色彩を組み合わせることができる。しかもその単一の色彩または色彩の組み合わせ自体はすでに、商品または役務の出所を示す機能を具えている。文字や図形、記号と色彩が結合した商標は、単純に色彩をもって商品または役務の出所を識別するのではなく、図形商標または文字商標に属し、色彩商標ではない。

「音」

審査基準 5. 音の商標 5.1 定義

音の商標は、単純に音自体を標識とするもので、聴覚をもって商品または役務の出所を区別する方法である。音の商標では、音楽的な性質のものを商標とすることができる。例えば、曲の一節や歌の一節などがある。非音楽的な性質の音、例えば、人のせりふやライオンが吠える音声も可能である。しかも、その音自体はすでに商品または役務の出所を示す機能を具えている。

「におい」

基準において 単独の定義はない。

但し、18 条の定義規定は、例示列举であるため、定義されていないものも保護されうる。

審査基準 8.において、その他の新しいタイプの商標の項に次の言及がある。

その他の新しいタイプの商標 本法に例示していない新しいタイプの商標を出願するには、出願人は商標図案を添付しなければならない

「動き」

審査基準 6. 動きの商標 6.1 定義

動きの商標とは連続して変化する動的映像を指し、しかも、その動的画像自体はすでに商品または役務の出所を示す機能を具えている。動きの商標が保護しようとするものは、その動的映像が生み出す商業上のイメージ全体である。そこで、その動的映像全体に対して商標権を取得することになるが、その変化過程において現れる文字、図形、記号などの部分は単独で商標権を取得していない。もし、その文字や図形などの要素の商標権を取得しようとするならば、別途に一般的な文字や図形の商標を出願しなければならない。

「位置」

単独での定義はない。

但し、審査基準 8.において、その他の新しいタイプの商標の項に次の言及がある。

「位置商標を例にとると、通常、平面、文字や図形の商標、新たなタイプの色彩や立体の商標は全て、商品または役務の特定位置に使用することが可能である。もし、その位置が商標識別の重要な特徴であり、その文字や図形、色彩、立体的形状をその特定位置に用いないと、商品または役務の出所を示す機能を喪失する可能性があるならば、位置商標の性質を具えていることになる。」

*但し、位置商標については、従来から立体商標等として保護してきている。例えば、ジーンズのポケットについて、破線でジーンズを表し、ポケット部分を実線で表すことは従来から認めているので、特に、新しいタイプの商標としての認識はない (TIPO インタビュー)。

「ホログラム」

審査基準 7.7.1 定義

ホログラム商標とは、ホログラムを標識とするもので、しかも、そのホログラム自体がすでに、商品または役務の出所を示す機能を具えているものを指す。ホログラムは1枚のネガフィルムに同時に数枚の映像を収める技術 (ホログラフィー) を利用したものである。立体的な映像を表現することができる。幾つかの画面または一つの画面でもよく、しかも、見る角度の違いによって虹彩の変化が見られる。ホログラムは普通、紙幣やクレジットカード、その他、価値のある製品の安全、偽造防止に使用され、また、商品の包装や装飾にも利用される。

ホログラムには二種類の状況があり得る。一つは視角に合わせて変化するものではなく、単一の画像のみである。この画像は視角が変わると光と影が生じる。もう一つは視角の差異によって、画像が変化していくもので、これは複数の画像が生じる。

(2) 出願要件

①商標の特定方法と権利範囲

願書には、商標が新しいタイプの商標の特定のタイプ（すなわち、色彩、音、または立体商標）である旨の記述を含める必要がある。

色彩商標は、商標図案及び説明によって特定される。

音商標は、商標図案及び見本（すなわち、音を格納したデータ保持体（CD））によって特定される。ただし、音商標が楽譜又は数字譜による表記法で表される場合、説明も必要になる。

立体商標は、商標図案および説明によって特定される。

タイプ毎の特定方法

色彩 商標図案（破線を使用する場合は、説明文必須）

音 商標図案＋音声ファイル（楽譜の場合は説明文必須）

におい 未定

動き 商標図案＋説明文＋映像ファイル

位置 商標図案＋説明文

ホログラム 商標図案＋説明文

「色彩」

基準 4.2.1 商標図案

色彩商標の商標図案は商標の色彩を表示していなければならないが、また、破線をもって、その色彩を指定商品または役務に使用する方法、位置または内容を表示することができる（商施 14 I）。その際、破線部分は色彩商標の一部にはならず、これについては商標の記述において説明しなければならない（施行規則 13 II）。

基準 4.2.2 商標の記述

出願人が提出する商標の記述では、一般大衆が呼称している色彩の名称を用いて、指定商品または役務に使用する状況を説明しなければならない（施行規則 14 II）。



例：

商標の記述「本件の色彩商標は紫色であり、ナットの非金属の内円部分に使用する。図案中の破線部分は商品の形状を示し、本商標の一部ではない」

厳密な定義で色彩の登録保護を希望するならば、…国際的に通用する色見本コードをもってその色彩を定義して、出願した色彩商標が識別性およびその主張する権利の範囲を具えているか否かを具体的に認定してもらうことができる。

例：「本件は色彩商標であり、商標図案に示すように、緑色は色番号 **Pantone 348C** で、指定商品の小箱の蓋に使用する。破線部分の箱の形状は商標の一部ではない」

「音」

基準 5.2.1 商標図案

音楽的な性質からなる音の商標は、商標図案では五線譜または数字譜で表示しなければならない。

非音楽的な性質の商標は、…文字をもってその音を明確かつ完全に説明しなければならない。それには音の商標が有する特徴を含み、また、これを商標図案とする（施行規則 18 I）。

音楽的性質と非音楽的性質を具えた音の商標については、商標図案で音楽的な性質の部分を表示し、商標の記述ではその間には含まれるせりふやその他の非音楽的な性質の部分の説明しなければならない。

音の商標を五線譜または数字譜で表示する場合、出願人は商標の記述を提出し、文字で音に関する説明を行わなければならない（施行規則 18 II）

五線譜または数字譜で表示できない音の商標で、出願人が商標についてすでに文字で説明しており、その性質が商標の記述に類似しているときは、別途に商標の記述を提出する必要はない。

出願人は音を記憶させた電子媒体を添付しなければならない。その形式は商標の主務官庁の公告に符号させて（施行規則 18 III）、審査に利するようにならなければならない。

なお、音声ファイルは、WAVE 方式のみで、MP3 は認めていない。

「におい」

基準 8（参考）

におい、触覚、味などは視認できる商標ではない。その商標図案をいかにして明確かつ正確なものとし、完全で客観性、持久性のある分かりやすい方法で表示できるか、あるいは、文字による説明、商標見本の補充を助けとして、いかにして商標を明確かつ完全に表示できるかについては、単純に文字による描写をもって商標図案とするフイージビリティを排除しないにしても、審査および公告の作業技術面でなおも困難がある。…商標見本の添付を要求して、それと商標図案との間で相互参照できるようにし、それによって保護を求める対象を確認するか。…（中略）細かい規則を公告するまで、（中略）個別案件において…本基準の関連規定を準用して審査を行わなければならない。

専門外の業者は、ガスクロマトグラフィーデータ又は化学式による表示を認識することはできず、我々の意見では、におい商標はガスクロマトグラフィーデータ又は化学式を使用することによって十分に認識されない。

においは、においを示すために一般的に使用される用語を使用して示す必要があると考える。表示は（商標の詳細な説明等）、明確、正確、自己完結型、客観的、優れた耐久性、アクセスの簡易性及びわかり易さを兼ね備えた方法で表現されなければならない。特に、説明は、他の業者が商標としての権利範囲を明確に理解出来るよう記載しなければならない。

「動き」

基準 6.2.1

6 枚以下の静止画像を商標図案とし、その映像の変化過程を表示しなければならない。動きの商標の重要な特徴については、出願時に添付する商標図案中で明確かつ完全に表示しなければならない。

基準 6.2.2. 商標の記述および商標見本

出願人は商標の記述を提出して、順序に沿って動的映像の連続的な変化過程を説明しなければならない(施行規則 16Ⅱ)。(中略)このほか、動的映像を構成する静止画像の枚数を明示する必要がある。例：「(中略) 2 枚の画像からなり、人差し指と中指をハサミのように連続的に開閉させる動作で構成される」

出願人は動的映像を記憶させた電子媒体を添付し、そのファイル形式は商標の主務官庁の公告に符号させて(施行規則 16Ⅱ)、審査に利するようにならなければならない。なお、電子媒体は、MPEG や AVI ファイルを計画している。

「位置」

基準 8 (参考)

商標図案では破線を用いて商標を使用する商品または役務での位置を表示し、また、商標の記述では商標本体およびその使用方法、位置などを詳しく説明しなければならない。例：「本件は位置商標であり、靴のかかとの中央の位置から靴底に向かって表示された赤色の帯状のものによって構成される。破線部分は靴の形状を表し、商標の一部ではない」

「ホログラム」

基準 7.2.1

ホログラム商標の図案は、ホログラムを表示する透視図である。ホログラムが単一の画像の場合、1 枚の透視図を添付する。ホログラムが視覚の差異に伴って、異なる画像が生じ変化するときには、その画像の変化を表示する 4 枚以下の透視図を提出する。(中略)これらの画像は単一の商標的イメージを生み出すものでなければならない。

商標の記述および商標見本基準 7.2.2 ホログラム商標の図案は(中略)ホログラム効果を完全に表示することができない。それゆえ、出願人は商標の記述を提出して、そのホログラムを説明しなければならない。

例：「本件はホログラム商標であり、その画像は商標図案に示すように、見る角度の変化に伴い、ホログラム効果である虹彩の変化が現れる」など。

審査において必要と判断したときには、出願人に通知して、商標見本を提出することができる。

権利範囲

商標図案に基づいて権利範囲は定められる。

説明および/または見本は、表示を補完し、権利範囲を特定するのに役立つ。さらに、

楽譜又は数字譜で表示できない音商標は当該商標の説明と見本によって特定することができる。

説明と見本との間に矛盾がある場合、見本は説明と一致するように補正されなければならない（23条）

日本の商標法 27 条のような規定はないが、23 条その他の規定から解釈可能と考えられる。

なお、音については、基準に明記がある。

5.2.2.商標の記述および商標見本

商標図案は商標の権利範囲を決定する主体であり（略）。したがって、商標の記述および見本は商標図案と一致しなければならない。

②出願日認定

出願日認定に必要な要素

第 19 条 商標登録出願は、出願人、商標図案及び使用を指定する商品又は役務を明記した願書を備えて、商標主務官庁にこれを出願しなければならない。商標登録出願の出願は、前項の願書を提出した日を出願日とする。

音商標の出願には音声ファイルの提出が必要である。しかし、出願日認定のために要求される事項はない。楽譜あるいは数字譜で表現された音商標については、音声ファイルの添付又は音の説明がなくても、提出日が出願日として取り扱われる。

音商標が楽譜又は数字譜で表現されておらず、音の説明を提出する場合は、説明の提出日が出願日となる（音声ファイルが添付されていなくとも）。

- ・「説明」は出願日認定のための要求事項ではない。
- ・「見本」は出願日の後に提出を許される。
- ・補正手続を行う場合、「説明」と「見本」の提出が要求される。

「動き」

基準 6.2.1

動きの商標の重要な特徴については、出願時に添付する商標図案中で明確かつ完全に表示しなければならない。その後、出願人が補充するその他の静止画像は、出願時に提出した商標図案に包括されるので、その補充は出願日に影響しない。もし、その後に提出したその他の静止画像が原商標図案にない商標の特徴を表示しているならば、前に添付した商標図案とは同一の商標ではないので、商標図案を提出後に実質的変更を行うことはできないという規定に違反することになる（23条）。

「音」

基準 5.2.2 （略）商標の記述及び見本は商標図案と一致しなければならない。

出願人は出願時に、その商標図案と商標の記述の正確性に注意を払って、保護を得ようとする商標の内容を間違いなく表示することが望ましい。

「ホログラム」

基準 7.2.1 (所定の透視図を提出し、) その後、出願人が補充するその他の静止画像は、出願時に提出した商標図案に包括されるので、その補充は出願日に影響しない。もし、その後に提出したその他の静止画像が原商標図案にない商標の特徴を表示しているならば、前に添付した商標図案とは同一の商標ではないので、商標図案を提出後に実質的変更を行うことはできないという規定に違反することになる (23 条)。

「色彩」、「におい」、「位置」については特に規定はない。

(3) 登録要件

① 識別性

第 29 条第 1 項第 1 号～第 3 号に規定されている。

第 29 条第 1 項 次に掲げる、識別性を具えていない状況のいずれかに該当する商標は、登録することができない。

(1) 指定した商品又は役務の品質、用途、原料、産地又は関連する特性を描写する説明のみで構成されたもの

(2) 指定した商品又は役務の慣用標章又は名称のみで構成されたもの

(3) その他、識別性を具えていない標識のみで構成されたもの

尚、第 29 条第 3 項の規定により、識別力のない要素を含む商標については、その要素につき権利範囲からの除外の請求をしなければ商標登録を受けることはできない。

また、識別性については、新しいタイプの商標用に審査基準が定められている。

新しいタイプの商標と通常商標とにおいて、識別性と類否性の判断に差異は生じない。新しいタイプの商標の使用記録及び市場シェアは商標の識別性の考慮するための要因となる。商標の識別性に関する審査ガイドラインを参照。

識別性の評価に適用される判断基準は、全てのタイプの商標と同等である。しかし、一般的な認識では、新しいタイプの商標は、商業の起源について、通常商標よりも意図を伝える可能性が低いので、実際、新しいタイプの商標に関して識別性を確立することは、通常商標よりも、さらに困難である。

「色彩」

基準 4.2.3

単一の色彩： 通常は先天的識別性を具えていない。

色彩の組合せ： 組合せに先天的識別性があり、…出所を識別させることができるならば、後発的に識別性を獲得したことを挙証するまでも無く、登録することができる。但し…通常は、後発的に識別性を獲得したことを多くの証拠で立証しなければならず、証明してはじめて登録することができる。

基準 4.2.3.1 説明的な色彩

色彩が、使用を指定する商品または役務の品質や用途、原料、関連する特性を説明するもので、関連する消費者にそれが商品または役務の識別標識であると認識させることができないならば、登録することはできない(第 29 条第 1 項第 1 号)。

例：色彩が商品の味を説明するものとして、赤色はトマト味またはイチゴ味を代表し、黄色がレモン味、緑がペパーミント味などを代表することが可能ならば、赤色、黄色、緑色などをそれぞれ、トマトまたはイチゴ、レモン、ペパーミントの味に関連する商品に使用すると指定しても、当然ながら登録することはできない。また、例えば、色彩をヘアカラー製品に使用する場合、通常はヘアカラーリング後の髪の色について説明するものなので、黒色、褐色、金色をヘアカラー製品において登録することはできない。

基準 4.2.3.2 慣用されている色彩

慣用されている色彩の商標・・・後発的な識別性の獲得を証明する方式で登録することはできない(第 29 条第 2 項)。

例：「赤色」消火器、「白色」牛乳製品 など。

基準 4.2.3.3 その他、識別性を具えていない色彩

色彩は往々にして、文字や記号、図形などと結合して、提供する商品または役務に使用されるが、消費者は文字や記号、図形を抜き出して、単独で色彩を商品または役務の出所を示す識別標識とみなすことはあまりない。しかし、商品自体またはその包装の外観の色彩は通常、装飾的な美観を目的としており、業者が通常、あまり使用しない色彩が識別性を具えているというわけではない。例えば、デンタルフロス製品は清潔でさわやかなイメージを重視する。そのため、白色はこの種類の商品でよく使用される色彩である。黒色はたとえ、業者があまり使用しない、またはあまり目にする色彩でないとしても、これをデンタルフロス製品に使用するとして出願した場合、その黒色は商品自体の色彩なので、消費者は単独で、その色彩を商品の出所の識別標識とすることはなく、商標の先天的識別性を具えてはいない(第 29 条第 1 項第 3 号)。

「音」

基準 5.2.3

音の商標が先天的識別性を具えている可能性をありうる。

高度な識別性を有する商標の簡潔で短い音声は先天的識別性を具えていると判断される可能性がある。

例：男声で歌う「YAHOO」など 「YAHOO」が高度の識別性を具えている言葉なので、消費者はこの声を聴けば、すぐさま、その音声が特定の出所を伝えていると意識する。したがって(中略)先天的識別性を具えている。

基準 5.2.3.1 説明的な音声

音声の使用を指定した商品または役務の品質や用途、原料または関連する特性を説

明するもので、関連する消費者にそれが商品または役務の識別標識であると認識させることができないときには、登録することができない(29 条第 1 項第 1 号)。例えば、有名なクラシック音楽の一節を音楽演奏に使用する役務や、ありふれた犬や猫の鳴き声をペット用品やペット医療に用いる役務などである。

基準 5.2.3.2 慣用されている音

慣用されている音とは、業者が特定の商品または役務に対して広く使用している音で、すでに一般大衆が周知しているものを指す。消費者はこれによって出所を識別することができないばかりでなく、一人の人物が排他的な専用使用権を取得して公平な競争に影響を及ぼすことを避けなければならないので、その登録を許可すべきではない(第 29 条第 1 項第 2 号)。

例えば、デパートがしばしば、歌手の費玉清が歌う「晩安曲」で顧客に営業時間がまもなく終了するのを知らせるが、これはデパートの役務で慣用されている音声である。「乙女の祈り」はゴミ収集車が流して、ゴミ収集中であることを告げる曲で、清掃業務の役務で慣用されている音である。「結婚行進曲」は婚礼の際に流される曲で、結婚式場での役務で使用されたり、婚約時に招待客に配る菓子の「喜餅」にも利用されており、慣用されている音となる。

慣用されている音が一人の人物によって専用されたならば、公平な競争に深刻な影響を及ぼすので、後発的識別性の獲得を証明する方式で登録することはできない。

基準 5.2.3.3 その他、識別性を具えていない音声

機械の操作に合わせて設定した音、例えば、小売役務でのレジスターの精算処理時のチンという音、電子レンジで調理完了時のチンという合図音、携帯電話のベル音は原則として、全て先天的識別性を具えていない(第 30 条第 1 項第 3 号)。このほか、幼稚園に係る役務での子供の笑い声や、教育の場で、または娯楽や競技の際の歓呼の声や拍手の音など、消費者が出所を識別する標識とすることができないものも、先天的識別性を具えていない。一般の歌や長すぎる曲については原則として、商標が出所を示す機能を具えておらず、後発的識別性を獲得したことを証明する必要があり、証明後にはじめて登録することができる。

「におい」

基準 8 (参考) 本基準の規定を準用 (2.2 ; 2.3)

例: 商品自体のにおいとして香水製品に使用する花の香り、商品の香り付けのため、食器洗剤や衣服洗剤に添加されるレモンやかんきつ類の香り (識別性を具えていない)

「動き」

基準 6.2.3

動きの商標を登録できるようにするには、その他の形態の商標と同じく、その動きの商標が商品または役務の出所を示して、消費者が他人の商品または役務と区別することができるようにしなければならない。

動きの商標や、電子製品の特定のソフトまたは機能を起動し、開くとき、待ち時間に現れる動的画面、またはマルチメディアを利用した動画広告については、消費者は通常、それらの動的映像を商品または役務の出所を直接示す標識とみなすことはない。原則として先天的識別性を具えてはいない。但し、使用することによって、消費者がその動的映像を特定の商品または役務の出所と結びつけることはあり得る。そのときにはその動的映像にはじめて出所を示す機能が生じるので、後発的識別性を獲得することになる。

通常商標においては、単純な幾何学的図案（中略）は通常、識別性を具えていないという理由で登録を拒絶される（第 29 条第 1 項第 3 号）。但し、動きの商標においては、その動的変化の過程自体が一定の商業的イメージを伝えており、かつ、すでに消費者がそれを商用と認識したものでありさえすれば、識別性を具えていると認定することができる。例えば、動きの商標が一つの光環の動的変化の過程によって構成されるもので（中略）その光環は一つの単純な環だが、動的変化の過程を消費者が目にして出所を識別する標識であると認識したときには、登録することができる。

動的映像の時間の長さおよび複雑度を考慮する。時間が長すぎる、内容が多すぎる場合は、識別性を具えていると認定するのは難しい。

動的映像が、指定商品等の品質等のみから構成されている場合、例えば、商品の洗浄効果を展示するフィルムなど、識別標識であると認識させることができないので、登録することはできない（第 29 条第 1 項第 1 号）。

なお、上記において、単純な幾何学的図案については権利範囲からの除外の請求をする必要がある場合もある。

「位置」

商標自体や商品に付された商標の位置は、識別性を決定するために考慮される。特定の位置に配置されている商標が出所を表示するものとして関連する消費者によりみなされている場合には、識別力を有する。

基準 8（参考）

例を挙げると、靴のかかとの中央の位置から靴底に向かって表示された赤色の帯状の場合、その赤色の帯状のものはその特定の位置から離れると、その識別性を失う。

「ホログラム」

基準 7.2.3

原則：ホログラム審査の重点は通常の平面商標と異なる。

ホログラムは多くが偽造防止安全機能に用いられており、消費者の認識もまた、同様である。したがって、ホログラムを商標として登録するには、消費者がこれを商品又は役務の出所とみなしているのであって、偽造防止機能をもったラベルまたは商品の装飾にすぎないと見ているのではないことを証明しなければならない。

②セカンダリーミーニング

第 29 条第 2 項に規定されている。

第 29 条第 2 項 前項第 1 号又は第 3 号が規定する状況は、出願人が使用しており、しかも取引上すでに出願人の商品又は役務を識別する標識となっている場合に、これを適用しない。

外国での登録または使用は、セカダリーミーニングを示すための証拠の一部となるかもしれない。しかし、本質的な問題は、証拠が、我国の関連する消費者が商品/サービスの出所を示すものとして認識していることを示さなければならないことである。

識別力のある商標はよく知られた商標である必要性はないが、よく知られた商標は識別力を有していると容易に判断できる。

(TIPO インタビュー) あくまでも台湾で知られていることを立証できなければ認められない。証拠としてのアンケートの提出は経験がない。

新しいタイプの商標のタイプに特有の立証方法は基準に定めがある。

「色彩」

基準 4.2.3 識別性

色彩商標、特に単一の色彩は消費者の認識では多くが装飾的な性質のものなので、通常は先天的識別性を具えていない。色彩を組み合わせた商標は、二種類以上の色彩の組み合わせなので、色彩の選択または比率の配分などに独自性があるならば、先天的識別性を具えている可能性は単一の色彩より高くなる。そのため、色彩の組み合わせに先天的識別性があり、消費者に商品または役務の出所を識別させることができるならば、後発的識別性を獲得したことを挙証するまでもなく、登録することができる。但し、あえて言えば、色彩を組み合わせた商標は図形によってデザインされた一般の商標に比べて、先天的識別性を具えるのは容易でない。通常は後発的識別性を獲得したことを挙証しなければならず、証明してはじめて登録することができる。

後発的識別性の証明については、出願人が広告または販促のときに、特に特定の色彩を強調した場合、例えば、「この特別な色彩を見分けてください」「この素敵な色彩を探してください」「オレンジ色の小箱を探してください」「特別な色彩」などにより、消費者にその特定の色彩が商品または役務の出所を示す標識であると教え込むのであれば、商標の識別性を証明するのは、より容易になる。このほか、色彩を指定商品または役務に使用する際の使用量、使用期間の長短、販売状況、広告に対する支出、消費者調査レポートなどもまた、色彩が識別性を具えているか否かを判断する際の検討要素となる。通常、単一の色彩が使用によって後発的識別性を獲得するのは、色彩の組み合わせより難しい。そのため、出願人は、その単一の色彩を特定の商品または役務に用いるのは極めて例外である、または尋常な状況ではないことを証明するほかはない。

基準 4.2.3.2 慣用されている色彩

慣用されている色彩の商標が一人の人物によって専用されたなら、公平な競争に深刻な影響を及ぼすので、後発的識別性を証明する方式で登録することはできない(29 条第 2 項)。

「音」

基準 5.2.3

音の商標を登録できるようにするには、他の形態の商標と同じく、その音自体が商品または役務の出所を示して、消費者が他人の商品または役務と区別できるようにしなければならない。音の商標は普通、業者の経営理念や商品、役務の特色を表示し、または広告に流される背景音楽として、消費者の注意を引きつける。したがって、常日頃使用することで、消費者はその音を特定の出所と結びつけることになる。このとき、その音にはじめて、出所を示すという商標の機能が生まれるので、登録することができる。但し、音の商標が先天的識別性を具えている可能性はあり得る。通常は単純なメロディー、キャッチフレーズやスローガンを読み上げる方法で出願するが、往々にして使用により後発的識別性を獲得しなければならず、そうしてはじめて、登録許可を得ることができる。例えば、簡単な音符にのせた「通信のよき隣人」というフレーズを携帯電話に使用すると指定したり、または一般的な歌や長すぎる曲などは原則として、後発的識別性を証明しなければならず、証明してはじめて登録を許可される(第 29 条第 2 項)。

参考：慣用されている音は後発的識別性を証明する方式で登録することはできない
基準 5.2.3.1

基準 5.2.3.3 その他、識別性を具えていない音

機械の操作に合わせて設定した音、例えば、小売役務でのレジスターの精算処理時のチンという音、電子レンジで調理完了時のチンという合図音、携帯電話のベル音は原則として、全て先天的識別性を具えていない(第 30 条第 1 項第 3 号)。このほか、幼稚園に係る役務での子供の笑い声や、教育の場で、または娯楽や競技の際の歓呼の声や拍手の音など、消費者が出所を識別する標識とすることができないものも、先天的識別性を具えていない。一般の歌や長すぎる曲については原則として、商標が出所を示す機能を具えておらず、後発的識別性を獲得したことを証明する必要があり、証明後にはじめて登録することができる。

(TIPO インタビュー) 電子レンジのチンという合図音、携帯電話のベル音も、理論的には、後発的識別性を獲得したことを証明すれば登録可能か？

電子レンジの合図音は一定の音であると思うので、識別性の獲得は難しいと考えるが、携帯電話のベル音は色々な種類が考えられるので、識別性を獲得して登録する場合もあり得ると考える。

「におい」

基準 8 (参考)

識別性と機能性の審査については、本基準の規定を準用しなければならない(本基準 2.2 ; 2.3 を参照)。においを例にとると、商品自体のにおいとしては、香水製品に使用

を指定する花の香り、調味料またはフラワーティーに使用を指定するハーブの香り、そのほか、商品の香り付けによく使用するものとして、食器洗剤や衣服洗剤に添加されるレモンやかんきつ類の香りがあるが、全て識別性を具えていない。

「動き」

基準 6.2.3 識別性

動きの商標や、電子製品の特定のソフトまたは機能を起動し、開くとき、待ち時間に現れる動的画面、またはマルチメディアを利用した動画広告については、消費者は通常、それらの動的映像を商品または役務の出所を直接示す標識とみなすことはない。原則として先天的識別性を具えてはいない。但し、使用することによって、消費者がその動的映像を特定の商品または役務の出所と結びつけることはあり得る。そのときにはその動的映像にはじめて出所を示す機能が生じるので、後発的識別性を獲得することになる。

「位置」

特に規定はされていない。(参考として基準 8)

「ホログラム」

基準 7.2.3 識別性

原則として、ホログラム審査の重点は平面商標と異ならない。

③機能性の判断

原則的に、機能性は通常商標にとって判断基準ではない。しかしながら、新しいタイプの商標にとって、機能性は通常、審査されるべき対象である。

機能的な商標の登録を排除する条文は、第 30 条第 1 項第 1 号にて規定されている。

第 30 条第 1 項 次に掲げる各号のいずれかに該当する商標は、登録することができない。

1 号 商品又は役務の機能を発揮するためにのみ必要なもの。

審査基準に個別の規定が定められている。

「色彩」

基準 4.2.4

機能性を具えている色彩とは、使用を指定した商品または役務において、その使用目的や技術効果を達成するのに必要な色彩、商品または役務のコストや品質に影響を及ぼす色彩を指す。例えば、黒色を太陽エネルギー収集装置製品に使用すると指定したり、銀色を建築用断熱材製品に使用すると指定するのは、黒色は熱を吸収しやすく、銀色は太陽光を反射して物体自体のエネルギー吸収率を低めるからである。それぞれは太陽エネルギーの収集装置製品または建築用断熱材製品が機能を発揮するために必要な色彩なので、公益性を考慮して、登録できないとすべきである。そのほか、色彩は社会の一般通念によって、特定の意味を表し、機能性を具えていることがある。例

例えば、赤色やオレンジ色は一般に、危険または警告のメッセージを表すとされている。そのため、交通信号機製品などでは機能性を具えているので、登録を許可しない（第30条第1項第1号）。

「音」

基準 5.2.4 機能性

音が商品または役務の用途や使用目的にとって不可欠な場合、あるいは商品または役務のコストや品質に影響する場合は機能性を具えているので、登録することができない（第30条第1項第1号）。機能性に係る音には、機械設備が正常に操作されているとき、自然に発する音が含まれる。例えば、バイクやバイク用エンジンにおけるエンジンの音、カメラにおけるシャッターのカシャという音は全て、機能性を具えている。このほか、救急車が発するサイレンは救急車による搬送や救難支援の搬送に係る役務においては、警告の機能を具えている。車両をバックさせる際に運転手に注意を促すために発する周波数の異なるピッピッという音もまた、車両輸送製品では機能性を具えた音となる。

「におい」

基準 8. その他の新しいタイプの商標

参考的に基準 8. 識別性と機能性の審査については、本基準の規定を準用しなければならない（本基準 2.2 ; 2.3 を参照）。においを例にとると、商品自体のにおいとしては、香水製品に使用を指定する花の香り、調味料またはフラワーティーに使用を指定するハーブの香り、そのほか、商品の香り付けによく使用するものとして、食器洗剤や衣服洗剤に添加されるレモンやかんきつ類の香りがあるが、全て識別性を具えていない。商品自体の嫌なにおいや鼻を刺す臭いを隠すために用いるものについては、例えば、漂白剤の鼻を刺す臭いを隠すレモンやラベンダーの香りは機能性を具えており、全て商標として登録することはできない。

その識別性と機能性の審査については、本基準の規定を準用しなければならない（本基準 2.2 ; 2.3 を参照）。

例：商品自体の嫌なにおいや鼻を刺す臭いを隠すために用いるもの 例：漂白剤の鼻を刺す臭いを隠すレモンやラベンダーの香りは機能性を具えており、全て商標として登録することはできない。

「動き」

基準 6.2.4 機能性

動的映像が表現する内容が、商品または役務の用途や使用目的に不可欠である、または商品または役務のコストや品質に影響を及ぼすものならば、機能性を具えている。例えば、時を告げる時計における振り子の往復動作、自動車製品における車のドアの開閉方法などである。これらの動的映像は公益に基づいて考慮し、後発的識別性の獲得による登録を許可することはできない。

「位置」

基準 8. その他の新しいタイプの商標

その識別性と機能性の審査については、本基準の規定を準用しなければならない(本基準 2.2 ; 2.3 を参照)。

「ホログラム」

ホログラムは、模倣品・海賊版防止装置として使用することができる。しかし、模倣品・海賊版防止機能をゆえに機能的商標として拒絶されることはない。

基準 7.2.4 機能性

ホログラムはホログラフィー効果を具えた標識であり、その審査の重点は原則として、通常の平面商標と同じであることはすでに述べたとおりである。したがって、機能性はホログラムの審査の重点にはならない。もし、個別案件において機能性に関する疑義があるときには、機能性の定義によって判断しなければならない(本基準 2.3 を参照)。

具体的事例の紹介

色彩商標については、トラフィックコーンや緊急時の三角形キットのような交通安全の製品に関連して使用される赤やオレンジは、機能的である。

音商標については、装置の一部の通常動作によって発生する音は機能である。例えば、オートバイのエンジン音はオートバイに関して機能的である。

立体商標については、サークルの形状はタイヤに関して機能的である。

④類否判断

第 30 条第 1 項に定めがある。

第 30 条第 1 項 次に掲げる各号のいずれかに該当する商標は、登録することができない。

10 号 同一又は類似の商品又は役務について、他人が使用している登録商標、又は他人が先に出願した商標と同一又は類似のもので、関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれがあるもの。但し、該登録商標又は先に出願した商標の所有者が出願に同意し、且つ、明らかに不当でないものは、この限りでない。

通常商標における判断基準との差異

新しいタイプの商標と通常商標とにおいて、類否性の決定に差異は生じない。

具体的判断例については、「5-3. 事例研究」を参照

(4) 他の権利との調整

著作権、意匠権等他の権利との調整規定がある。

第 30 条第 15 号 商標が他人の著作権、特許権又はその他の権利を侵害し、判決によりそれが確定したもの。但し、その同意を得て登録出願した場合は、その限りでない。

商標法の下で侵害の最終判決が裁判所によって下された場合、出願は審査の過程で拒絶される。審査過程において拒絶にならないにしても、他人の著作権に侵害していれば、相対的拒絶理由を有することになり、最終的な判断が裁判所より下された後、著作権者は異議申立又は無効審判を請求することができる。

著名ではあるが、作者不詳の音楽断片は、商標として機能する限り登録されるであろう。審査中において、音又は動き商標が明らかに他者の著作権を侵害する場合、出願人は著作権者からの同意を得ていることを証明するよう求められる。

(TIPO インタビュー) 著作権に該当するかどうかの判断は裁判所で行うべきものであるので、原則として TIPO においては判断しない。

さらに基準において、他の権利との関係について次のように言及されている。

基準 10.新しいタイプの商標と意匠権および著作権との競合関係

基準 10.1 意匠権との競合関係

商標がその機能を発揮するために必要な場合は、登録することができない。主に、技術性および機能性を具えた創作においては専利制度によって保護しなければならず、特許権の存続期間が満了後は、何人であれ、その技術を自由に利用して、技術の発展を促進させることができる。一方、意匠権とは、物品の形状、模様、色彩またはそれらの組み合わせに関して、視覚を通して訴える創作を指し、技術や機能の創作には該当しない。市場の公平な競争に影響する可能性はあるが、実用新案権と特許権が具えている実用的な機能性と比べると、その影響力は低い。そのため、新しいタイプの商標、特に立体的形状は同時に、商標法と専利法の保護を得ることが可能である。但し、重要なことはその外観のデザインが商標による保護を受けるには、商品の出所を示す機能をもたなければならないことである。このほか、意匠権を取得した立体的形状の設計は、その権利期間中は排他的に使用することができるが、その立体的形状が識別性を具えていないならば、その排他的使用によって、本来、識別性を具えていない立体的形状の設計が識別性を獲得することはない。そもそも、立体的形状の設計が識別性を具えているか否かは意匠権を取得する要件ではない。すなわち、識別性を具えていない一つの立体的形状の設計は、その設計上の創作によって意匠権を取得するにすぎず、これによってさらに識別性および商標権を取得するのは不可能である。但し、以下の場合はこの限りではない。その意匠権者が挙証して、その先天的識別性を具えていない製品の形状設計を出願人が使用し、しかも、取引においてすでに出願人の商品を示す標識となって、他人の商品と区別できることを証明した場合、商標取得の別種の意義に基づいて、後発的識別性を具えているものは、その登録を許可する(第 29 条第 2 項)。

基準 10.2 著作権との競合関係

わが国の著作権法の立法目的は著作者の著作に係る権益を保障し、社会の公共利益

を調和させて、国の文化的発展を促すことである（著 1）。これは商標法の立法目的とは異なる。著作の使用は極めて広く、商品または役務の出所を識別する商標として使用する可能性がある。そのため、立体的形状や動的映像、ホログラムなどが同時に商標法と著作権法の保護要件を満たすならば、商標権と著作権を同時に取得することができる。

《特許庁運用》

（5）出願から登録までのフロー

出願から登録までのフローチャート（別添 T2）

（6）出願の手続

①願書様式（別添 T3）

音：WAVE 方式（MP3 は不可）

動き：MPEG、AVI ファイル

電子出願の容量制限を超えた出願については、出願人は書面出願に変更するように求められる。

新しいタイプの商標の願書は、電子出願と書面出願とで違いはない。

現在、色彩、音及び立体商標は、商標法 2003 年改正の下で商標登録を得ることができる。願書には、新しいタイプの商標の特定のタイプ（色彩、音、または立体商標）であること記述する必要がある。

色彩、音及び立体商標については、説明が必要となる。しかしながら、音の商標が楽譜や数値楽譜表記法で表現することができない場合は、再生音の記述説明があれば、説明する必要はない。

説明は、商標の説明が含まれており、商標が商品/役務に関連してどのように使われているかの説明を含めることができる。それは、説明を補完し、権利範囲を特定するのに役立つものでなければならない。説明の長さ（文字数、説明書枚数）に制限はない。色彩商標の具体的説明例は、次のとおり。

「本商標は、色彩商標である。色彩の組み合わせは赤、黄色及び赤の順で構成されており、商品の容器の先端から底にかけて 1 / 3 ずつ順に配色されている。容器の形状は破線で表示され、商標の一部ではない。」

色彩商標にとって、商標見本は、当該色彩を使用した指定商品であろう。

音の商標にとって、商標見本は、当該音を収容したデータキャリア（CD）である。

立体商標にとって、商標見本は、商標の実際の標本であろう。

商標の説明についての文字数・枚数制限はないが、商標図案は、375 台湾文字以内でなければならない。

②願書の補正

補正許容範囲は 23 条に規定されている。

③商標見本

においの標本については未定である。データはタイプ別に蓄積する。

(7) 方式・実体審査

①商標図案と説明文の整合性審査

- ・整合していない場合は、商標図案に合わせる補正は可能である。
補正が認められない場合につき、23 条に規定がある。

②審査体制

特に新しいタイプの商標専門の審査官によるものは予定していない。また、審査官が方式・実体審査の両方を行っている。実体審査過程において新しいタイプの商標の審査を担当する審査官の特定グループはない。しかしながら、審査官の意見により、出願が登録される可能性又は確定が困難な場合には、商標部門の部長、副部長、課長で構成される審議会の判断を受けなければならない。審議会は当該問題に対して最終的な決定をする。

③審査手法

- ・類否判断に使用している検索の具体的手法及び検索キーの種類

類似の判断について、音と文字、動きと静止図形、などクロスサーチを行う。それぞれ出願された商標図案に基づいてコード番号を付し、それに基づいてクロスサーチが行えるようなシステムとなっている。コード番号は、1 人の担当者が判断して付したものを各審査官がチェックして必要に応じて修正を行う。

例：ウイスキーボトルの立体商標

立体商標、平面図形商標、食器その他の台所用品（中略）など広くコードを付す。「色彩」、「音」、「動き」、「ホログラム」についても同様にコードを付してクロスサーチを行う予定である。

音商標については、検索キーワードは「サウンド・マーク」であり、係属中及び登録された音商標は類否判断のために検索される。音に歌詞が含まれる場合には、識別性を伴う歌詞も検索キーワードである。

立体商標については、形状それ自体は商標の各図面の図形要素と同様に分類される。図形及び図形要素における検索キーワードの分類は、最初の 3 つのレベル（すなわち、カテゴリー、ディビジョン及びセクション）において同一であり、図形要素の分類は第 4 レベル（サブセクション）を有する。TIPO は、分類の改正の参考にするため、ウィーン分類を用いているが、本分類とウィーン分類とは似てはいるものの、いまだに差異を有する。

- ・識別力を判断するための検索ツール

Google（登録商標）及び Yahoo（登録商標）は、審査官が通常新しいタイプの商標の識別性を決定するために使用するサーチツールである。

- ・新しいタイプの商標に関するデータベース蓄積と管理方法

新しいタイプの商標は、そのタイプ別にデータ蓄積されている。管理方法は、通常の商標と差異はない。

- ・審査に使用する統計情報、審査情報の有無と内容

特に統計情報は使用しない。

④検索システム

台湾智慧財産局 WEB サイトに商標検索システムがある。

下記 WEB サイトを開くと、14 の検索システムが、画面上部に、文字で現れ、新しいタイプの商標については、最後の「特殊型態商標查詢」をクリックすると、色彩、音、立体各商標の出願データ、登録データの検索が可能。その他、検索キーワードとして、出願人、商品／役務分類、登録番号、商標表示図形に基づく分類（大、中、小の3つの分類で構成されている）等があるが、フリーキーワードによる検索は出来ない。

→ http://210.69.13.192/TIPO_DR/index.jsp

「特殊型態商標查詢」検索は上から、商標タイプ選択（上から、音、立体、色彩の順）、出願検索、登録検索の選択（上から出願検索、登録検索・・・）、そして調査期間入力となる。一番下の、2つのボタンの左側を押すと、検索状態となり、一覧表による表示が現れる。その画面で、表の上に5個のボタンが表示されるが、一番右のボタンを押すと、商標の図案による表示となる。

⑤審査資料

新しいタイプの商標について特別な扱いは特にしていない。

⑥拒絶理由

新しいタイプの商標出願の拒絶理由を通知する方法は通常商標と異なるものではない。引用商標の登録番号が確認され、拒絶の理由によりオフィスアクションが開始される。

音の商標は、実際に識別性と類否性の理由に基づいて拒絶される。色彩商標は、実際に識別性の理由に基づいて拒絶される。立体商標は、実際に識別性、機能性及び類否性の理由に基づいて拒絶される

⑦拒絶事例

「色彩」靴の底部分を赤とした商標は、識別力なしとして拒絶。

理由：国内において広く知られているとは認められない。

「立体」集音器の形状（建築材料）は機能性を具えているため拒絶。

⑧異議申立

- ・証拠提出の方法と証拠様式
新しいタイプの商標についての特別な規定はない。
- ・補正の可否、補正の提出方式
新しいタイプの商標についての特別な規定はない。

(8) 登録

①権利範囲 商標図案に基づいて定められる。

商標の説明およびまたは見本は、商標図案を補完し、権利範囲を特定するのに役立つ。さらに、楽譜又は数字譜で表示できない音商標は当該商標の説明と見本によって特定することができる。

②登録証記載事項

(別添 T4 参照)

(9) 証明・閲覧

①音声ファイルの閲覧方法

音商標の場合、音声ファイルを **TIPO** に提出しなければならず、登録された音商標の再生は **TIPO** の電氣的商標検索システムの下で利用可能で、音声ファイルは、オンライン官報のウェブサイトからダウンロード可能である。必要な場合は音商標の音声ファイルの閲覧を請求することができる。音声ファイルは再生され、コピーされる場合がある。

②原簿の認証謄本

新しいタイプの商標についての特別な扱いはない。

(10) 公報・情報提供

①公報

種別（登録公報・公開公報）

音商標の公報のコピーを添付する(別添 T5)。

公報の仕様

商標公報は紙及び電子形式の両方で有効である。しかし、紙公報は、2012年7月1日から発行されない。XMLデータは商標公報に利用されている。

新しいタイプの商標特有の事項

音の商標を公表する方法は、**WAVE** 形式の音声ファイルを添付する。公表のために特別な媒体は使用しない。

掲載事項

○登録番号及び登録日（登録の公告日）

- 出願番号及び出願日
- 商標権者名および商標権者の住所（住所が国外の場合、商標権者の国籍のみ公報に表示される）
- 代表者名
- 商標の種類及びタイプ
- 商標図案は色彩付きかあるいは白黒か
- 商標図案及び説明
- 指定商品/役務の分類及び名称
- 基礎出願の優先日及び出願国または官庁
- 商標が識別性を得ていることを示す記述
- 権利不要求に関する宣言
- 権利有効期間

②商標閲覧

- ・公報以外での新しいタイプの商標に関する商標閲覧
 何人も知財庁において商標登録のコピーを請求することができる。音商標の見本のコピーを請求する場合は、TIPOはそのコピーを作成する。
 音はTIPOのウェブサイト再生、又はTIPOのウェブサイトよりダウンロードできるので、未だCDへのコピー要求はない。

(11) 統計

- ・タイプ別出願・登録件数（2004～2012.4）

	出願	登録
色彩	297	38
音	98	39
立体	1,175	463

- ・タイプ別異議申立件数（2004～2012.4）

	異議
色彩	1
音	0
立体	9

- ・タイプ別審判件数(2004～2012.4)

	拒絶査定不服審判
色彩	33
音	19

- ・今後の出願件数をどのように予想しているか。

新しいタイプの商標の保護は **TIPO** によって行われるが、**TIPO** は、取引現場における新しいタイプの商標の必要性についての調査を行っていない。したがって、今後予想される出願件数は提供できない。

(1 2) 審判

- ①審判における証拠形態およびその提出方法について特徴的な規則の有無と内容
通常の商品と差異はない。

②識別力や類否について審判や裁判から審査へのフィードバック

審判や裁判の決定が重要であり、かつ確立された意見の場合は、審査実務は、当該決定に従うように修正される。

ある音の商標はエアコン、換気扇、空気清浄機等において識別性を獲得していたので、登録された。その後、当該音の商標の権利者が人形類に関連して同じ音を商標出願したが、指定商品に関連して使用されていなかったとして当該出願は拒絶された。この **TIPO** の決定は査定不服審判等では支持されたが、**IP** 裁判所によって取り消された。**IP** 裁判所の意見は、当該音の商標が人形類との関係で使用されていないにもかかわらず、関連する消費者が権利者の人形や玩具などを他人のそれと区別できる可能性がある場合、出願は受け入れられなければならないということである。**TIPO** は、この裁判所の決定に従って当該出願を登録した。

(別添 T1)

非伝統的商標審査基準

目次

1. はじめに
2. 非伝統的商標
 - 2.1 商標図案、記述および見本
 - 2.1.1 商標図案
 - 2.1.2 商標の記述
 - 2.1.3 商標見本
 - 2.2 識別性
 - 2.3 機能性
3. 立体商標
 - 3.1 定義
 - 3.2 立体商標の審査
 - 3.2.1 商標図案
 - 3.2.2 商標の記述
 - 3.2.3 識別性
 - 3.2.3.1 説明的な立体的形状
 - 3.2.3.2 慣用されている立体的形状
 - 3.2.3.3 その他、識別性を具えていない立体的形状
 - 3.2.4 機能性
4. 色彩商標
 - 4.1 定義
 - 4.2 色彩商標の審査
 - 4.2.1 商標図案
 - 4.2.2 商標の記述
 - 4.2.3 識別性
 - 4.2.3.1 説明的な色彩
 - 4.2.3.2 慣用されている色彩
 - 4.2.3.3 その他、識別性を具えていない色彩
 - 4.2.4 機能性
5. 音の商標
 - 5.1 定義
 - 5.2 音の商標の審査
 - 5.2.1 商標図案
 - 5.2.2 商標の記述および商標見本
 - 5.2.3 識別性
 - 5.2.3.1 説明的な音
 - 5.2.3.2 慣用されている音

- 5.2.3.3 その他、識別性を具えていない音
- 5.2.4 機能性
- 6. 動きの商標
 - 6.1 定義
 - 6.2 動きの商標の審査
 - 6.2.1 商標図案
 - 6.2.2 商標の記述および商標見本
 - 6.2.3 識別性
 - 6.2.4 機能性
- 7. ホログラム商標
 - 7.1 定義
 - 7.2 ホログラム商標の審査
 - 7.2.1 商標図案
 - 7.2.2 商標の記述および商標見本
 - 7.2.3 識別性
 - 7.2.4 機能性
- 8. その他の非伝統的商標
- 9. 結合による非伝統的商標
- 10. 非伝統的商標と意匠権および著作権との競合関係
 - 10.1 意匠権との競合関係
 - 10.2 著作権との競合関係

1.はじめに

近年、商業活動の発展は多様化し、マスメディアおよび広告デザインが目覚ましい進歩を遂げ、それに伴い、伝統的な商標の形態は実際の取引市場の需要に応えられなくなってきた。そこで、商標の権益を保障し、不公平な競争が生じることのないよう、2003年11月28日に施行した商標法では、立体、単一の色彩および音の商標の保護に係る規定を増訂し、「立体、色彩および音の商標審査基準」を制定した。その後、世界各国は新たなタイプの商標登録に対して開放を進めて、さらに多くの新形態の商標を受理するようになった。この国際的な趨勢に対応し、業者の営業上の努力と成果を保護するため、2011年6月29日に改正・公布した商標法（以下、本法という）では、商品または役務の出所を識別できるいかなる標識に対しても開放し、全て本法に基づく登録の保護対象とすることができるとした。また、商標は文字、図形、記号、色彩、立体的形状、動き、ホログラム、音など、またはそれらの結合したものからなると例示したが(商18)、商標保護の対象は、今後は列挙されたものに限定するとはしなかった。そして、「立体、色彩および音の商標審査基準」の名称を「非伝統的商標審査基準」（以下、本基準という）に改めて、その内容を増訂、修正して適用するとした。

商品または役務の出所を識別できるいかなる標識も全て、本法が保護する対象となり得るので、非伝統的商標は当然ながら、条項に例示された色彩、立体的形状、動き、ホログラム、音の商標に限定はされない。その他、臭覚、触覚、味覚などによって感知できる標識は、本法の識別性に係る規定に符合するならば、全て商標登録を出願して、本法による保護を受けることができる。しかしながら、におい、触感、味などは視認できる商標ではない。その商標図案については、いかにして明確かつ正確なものとし、完全で客観性、持久性があり、分かりやすい方法で表示することができるか、または文字による説明もしくは商標見本の助けによって、いかにして商標権の範囲を確定できるか、また、第三者（特に同業の競争相手）が登録公告によって、その登録商標およびその権利範囲を明確に認識できるようにするかについては、現在のところ、なおも解決を要する技術的問題がある。しかも、世界でも登録され保護を受けている案件は極めて少ないので、本基準では本法で例示している非伝統的商標の形態についてのみ説明を加えた。本法で例示していないその他の非伝統的商標については、別途に節を設けて、その出願事項について概括的に説明する。本基準において引用する事例にはわが国および国外の商標登録案件が含まれているが、本基準の叙述に合わせるため、関連する事例は商標の記述内容におさめるので、実際の登録状況とは必ずしも一致しないことを予め述べておく。

2.非伝統的商標

商標発展の歴史に目を向けると、初期の商標の構成要素は文字や図形、記号またはそれらを結合させたもののみであり、出願の際に商標図案をもって、商標を明確かつ完全に表示できればよかった。しかし、商業活動が大いに発展し、市場競争が日増しに激化していくと、消費者を引きつけ、買わせるため、商品や役務の販売方法を新たに次々と生み出した。業者は商品の形態や包装容器に特殊な外観、音、色彩などを用いて消費者を引きつけ、その製品を認識させて購入を促していった。こうして、立体、音、色彩の商標へと発展を遂げ、今日では動的映像とホログラムもまた、商品や役務を識別する標識とすることが可能

になった。これらは、この数年の間に現れた新たなタイプの商標である。伝統的な商標とは形態が異なるだけでなく、出願時には商標図案のほかに、通常は助けとして商標の記述および商標見本を添付しなければならない。そうしてこそはじめて、消費者が実際に接する商標を真に表示することができる。各国では、この種の商標をいかに出願すべきかという問題を討論する際、これらを非伝統的商標（non-traditional marks）と称して、伝統的商標と区別することが多い。そこで、本基準もまたこれを援用する。

非伝統的商標の審査の重点には、商標の表現方式、識別性および非機能性などの分野を含むので、以下ではその基本概念について、それぞれ説明する。

2.1 商標図案、記述および見本

商標図案、商標の記述および商標見本は全て、商標を表示する方法に属する。そのうち、商標図案は商標を図形や文字によって表示するものである。その働きは商標を明確かつ完全なものとし、客観的なイメージを付与することであり、商標出願に係る権利範囲の主体を決定する。したがって、本法では、商標図案は明確かつ正確なものとし、完全で客観性、持久性のある分かりやすい方法で表示しなければならないと定める（商 19Ⅲ）。商標図案は平面の静止した図案で商標を表示するが、非伝統的商標ではこの制約条件によって、出願人がたとえ、力を尽くして商標図案を本法が規定する表示方法に符合させようとしても、その商標図案と実際の商標の間にはなおも隔たりがあるのは避けられない。例えば、音楽の性質を有する音の商標は五線譜を商標図案とするので、明確かつ完全で客観的な表示方法という規定に符合するが、聴覚で聞き分ける音の商標本体とはなおも隔たりがあるので、助けとして商標に関する説明（商標の記述）、およびその音声を記憶させた電子媒体（商標見本）を必要とする。したがって、非伝統的商標の出願では商標図案のほかに、出願人は通常、商標の記述および商標見本を添付する必要がある。それらによって、その商標を真に表示して、商標の権利範囲を確定する助けとし、審査に役立てる（商施 14～18）。商標の記述および商標見本の性質は商標図案の補充であり、その目的は商標図案の審査を助けることである。そのため、商標の記述および商標見本は商標図案と一致し、相互に参照できるものでなければならない。

2.1.1 商標図案

商標図案は商標の文字・図形による表示方法であり、願書の記載事項である。同時に、出願日取得の必須事項でもある（商 19Ⅰ、Ⅱ）。伝統的な商標の出願では通常、一個の商標図案のみで商標を明確、完全に表示することができる。非伝統的商標の場合、例えば見る角度によって顕著な差異が生じる立体的形状や、連続的に変化する画像による動きの商標、異なる視角によって異なる画像が生じ変化するホログラムなどは、全て 2 枚以上の図または画像を提出しなければ、前述の要件を満たすことができない可能性がある。このとき、その商標図案は幾つかの図または幾つかの静止した画像によって共同で構成される。

商標図案は商標本体を表示できるほか、商標の内容をより明確かつ正確なものにするために、商標を商品または役務に使用する方法、位置および様態なども商標図案に表記することができる。また、破線で表示する（商施 13Ⅱ）ものとしては、例えば、商標を商品に使用する際の位置⁷⁶、または色彩を商品に使用する際の方法⁷⁷などがある。そのほか、商標で

⁷⁶ 米国登録第 2851315 号(2004 年に登録)

機能性を具えている部分もまた、商標図案に破線の方式で表示することができる。靴用クリーニングスポンジボックスを例にとると、ボックス型の端にあるフックおよびボックス本体の弧状のくぼみはそれぞれ掛けやすい、つかみやすい機能となっており、出願人は商標図案でこれらの機能性の部分を破線で表示することができる⁷⁸。



商標の記述「The mark consists of a red stripe placed longitudinally along the middle of the heel of an item of footwear, partly covering the rear of the sole and partly the rear of the item of footwear. Any moulding seen on the sole or on the rear part of the item of footwear and/or production characteristic are not part of the mark. The mark is lined for the color red.」

OHIM 登録第 1027747 号(2004 年登録)

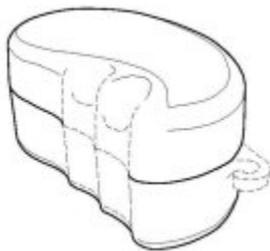


商標の記述「Red stripe placed longitudinally along an item of footwear partly covering the rear area of the sole and partly the rear area of the item of footwear. Any moulding seen on the sole or on the rear part of the item of footwear and/or production characteristics are not part of the trade mark.」

⁷⁷ 登録第 939882 号



⁷⁸ 米国補助登録第 4043502 号



商標の記述「本件は立体商標である。商標図案に示すごとく、靴用クリーニングスポンジで構成され、加工した水滴の形状をしている。透明の外箱を含み、シリコーンを充填したスポンジが固定された基座をなす。破線で示す弧状部分のくぼみおよび容器の端にあるフックは立体的形状になっており、機能性を具えている部分は商標の一部ではない」

原文”Color is not claimed as a feature of the mark. The mark consists of a three-dimensional configuration of the applicant's shoe-cleaning sponge packaging, comprising a modified tear-drop shape with a clear cover that lifts off the applicator base to which the silicone-implanted sponge is affixed. The broken lines depicting the curved indentations on the concave edge of the container and the hook

商標図案において破線を用いて、商標を商品または役務に使用する方**法**、位置および様態、商標が**具**えている機能性の部分を表示するときには、その破線の部分は商標の一部とはならない。そのため、商標が消費者に混同誤認させるおそれがあるか否かを判断する際には考慮する必要がなく、権利不要求の声明に関する規定も適用しない。

商標図案に含まれている、識別性または機能性を**具**えていない部分を破線を使用せず実線で表示して、商標全体が識別性を**具**えているときには、これら、識別性または機能性を**具**えていない部分については商標権の範囲に疑義が生じるおそれがあると判断すべきであり、そのときには、権利不要求を表記するか、破線に改めて表示する必要がある。例を挙げると、実線を用いて、業者が通常使用する立体的形状を表示し(商標図案には、細首、丸瓶で、ワイン製品に使用すると指定することを含む)、商標全体が識別性を**具**えているとき、その識別性を**具**えていない立体的形状も商標権の範囲に対して疑義が生じるおそれがある状況に該当すると判断されるので、権利不要求を表記するか、破線で表示しなければならない。

2.1.2 商標の記述

商標の記述は、商標本体およびそれを商品または役務に使用する際の状況についてなされる関連説明である(商施 13Ⅲ)。商標の記述の働きは、商標図案が商標を真に表示するのを助けることにある。例えば、連続した図案から構成される商標は商標の記述を通じて、その商標が指定商品に使用される**と**ころまで説明する。動きの商標は、商標が動的映像だが、商標図案は静止画像なので、商標の記述は商標の動的変化の過程について説明して、商標図案が表示できない連続的動作を補充しなければならない。

商標の記述は主に、文字をもって商標本体を明確かつ詳細に説明することなので、非伝統的商標の場合はその商標が属する形態を説明しなければならない。例えば、「本件は立体商標であり、……」「本件は音の商標であり、……」とする。もし、商標を商品または役務に使用する状況の説明で、商標の内容をさらに明確かつ正確に表示できるのであれば、商標の記述において商標の使用方法を併せて説明するのが望ましい。例えば、「本件は色彩の商標であり、赤、黄、赤がそれぞれ、三分の一の面積を占める色彩の組み合わせである。商品容器の表面を上から下に向かって密接して配置されており、破線部分の容器の形状は商標の一部とはならない⁷⁹⁾」とする。

2.1.3 商品見本

商標見本は商標本体のサンプルで、ホログラム商標のときは、商標見本はレーザー技術で製作されたホログラムである。音の商標または動きの商標の場合は、その商標を記憶した CD または DVD などの電子媒体となる(商施 13Ⅳ)。商標見本の働きは、商標図案および商標の記述を助け、商標を真に表示することにある。特に、動きの商標および音の商標では、実際の商標を再現して、商標を構成する全ての細部を明確にするために、出願人は商標見本を添付して審査に利するようしなければならない。その他の形態の非伝統的商標については審査上、必要と認めるときに、出願人に通知して商標見本を提出させることができる。例えば、ホログラムが視覚の差異によって画像の変化が生じるならば、商品見本

at the top of the container are to indicate the functional elements of the configuration, which are not a part of the mark.”

⁷⁹⁾ 同注 2

を添付して、審査の助けとするのが望ましい。

2.2 識別性

商標は、商品または役務の出所を示す機能をもたない限り、登録による保護を受けることができない。非伝統的商標も例外ではなく、商標の形態のいかんによらず、識別性の判断基準に相違点はない(商 18、29 I)。但し、色彩、立体的形状、動き、ホログラムおよび音などの非伝統的商標では、関連する消費者は通常、それを装飾用の色彩や商品本体、その包装、商品の実用的な機能または装飾形状の提供、ラベル偽造防止またはその他、商品または役務を売りさばくための方法などとみなし、それを目にしたとき直ちに商品または役務の出所を示す標識だと判断することはあまりない。当局は「商標の識別性審査基準」を定めてはいるが、非伝統的商標の審査においてもその識別性の判断では原則として、本基準を優先して適用する。

2.3 機能性

機能性をもった商品の形状または包装は産業全体の技術をアップさせ、また、社会に利便をもたらすことができる。その機能性の設計が一人の人物の所有に帰属するならば、市場を永続的に独占することになり、市場の公平な競争と技術進歩に不利益をもたらす。しかしながら、保護を全く与えないならば、技術革新しようとする動機を損ずることもあり得る。そこで、技術革新の奨励と公共利益の保護との衡平をはかるため、専利法は機能性の商品に限定した保護期間を付与する。期間が経過すると、その発明は公共財となり、何人も自由に利用できるようになる。商標法の主たる目的は、商品または役務の出所を示す機能をもった標識を保護することであり、その標識は更新によって永続的に保護を得ることができ、期間の制限を受けない。但し、機能性をもった商品の設計または特徴が商標として登録することができるならば、その永続的な保護は同業者との公平な競争および社会の進歩を阻害する。よって、このような状況が発生するのを避けるため、商標が商品または役務の機能を発揮させるためにのみ必要ならば、登録することはできないとする(商 30 I ①)。

機能性とは、特定の商品または役務の設計または特徴(例えば、商品の形状、商品の包装、音、色彩またはにおいなど)を指し、商品または役務の用途または使用目的にとって欠くべからざるもの、あるいは商品や役務のコストまたは品質に影響するものである⁸⁰。機能性には実用的な機能性と美的な機能性がある⁸¹。前者には商品の使用目的を達成する、または技術効果をあげるのに必要な特徴が含まれ、また、比較的安価に、もしくはより簡単な製造方法で製品を生産できるのが特徴である⁸²。後者は、実用的な機能性をもたず、商品または役務の機能を高めたり、そのコストを低減することはできないが、競争に

⁸⁰ The Supreme Court has stated “[i]n general terms, a product feature is functional,’ and cannot serve as a trademark, ‘if it is essential to the use or purpose of the article or if it affects the cost or quality of the article,’ that is, if exclusive use of the feature would put competitors at a significant non-reputation-related disadvantage.” *Qualitex v. Jacobson*, 34 USPQ2d at 1163-64, quoting *Inwood Laboratories, Inc. v. Ives Laboratories, Inc.*, 456 U.S. 844, 214 USPQ 1, 4 n.10 (1982). *In re Vertex Grp.LLC*, 89 USPQ2d 1694,1700 (TTAB 2009)からの抜粋。

⁸¹ 米国審査基準 1202.02(a)(vi) Aesthetic Functionality and Non-Traditional Marks

⁸² オーストラリア審査基準 Part 21 Non-traditional Signs 3.4 Shape and functionality

米国審査便覧 1202.02(a)(v)(D) Ease or Economy of Manufacture in Functionality Determinations

有利なその他の特徴を明らかに具えている。そのため、競争に有利なその特徴は同業者にも使用させるべきであり、一人が独占するのは望ましくない。例えば、黒く塗装した船尾外付けモーターがある⁸³。黒色はモーターの機能を高めるものではないが、どのような船舶とも組み合わせが容易である。同時にモーターを多少小さく見せることができるので、機能性も具えている。また、オレンジ味の薬⁸⁴は病気治療にさらなる効果をあげることはないが、薬本来の味を隠すことができるので、美的機能性に該当する。

美的機能性の概念はよく、商品または役務の装飾と混同されるが、実際のところ、両者の概念は異なるので、区別する必要がある。前者では、その設計の特徴を使用するのは、一定の機能を果たすのが目的である。後者では、純粋に装飾・美化のためにのみ用いるのであり、その他の働きはない。前者では、その商標は商品または役務の機能を発揮するのに必要である（商 30 I）ことをもって、その登録を拒絶する。後者では、その商標は識別性を具えていないその他の標識のみで構成されている（商 29 I ③）ことをもって、登録を拒絶する。前者では同時に公益に基づいて考慮するので、出願人が取引で使用し、しかもすでにその識別標識になっているからといって、後天的な識別性の適用を主張できるというものではない。たとえ、その登録がすでに 5 年を超えていても、商品または役務の機能を発揮するために確かに必要であるならば、やはり、登録を取り消される可能性がある。後者では、使用することによって後天的識別性を獲得できるので、登録を許可する（商 29 III）。

識別性と機能性は個別に判断を要する二つの事柄である。機能性を具えた商品の設計または特徴は、特許による保護を受けることによって市場で独占的に使用し、さらには後天的識別性を獲得したとしても、機能性を具えているので、やはり、商標として登録許可することはできない⁸⁵。商品の設計または特徴については機能性を具えていないが、先天的な識別性が欠けているので、後天的識別性を獲得したことを証明しなければならず、そうしてはじめて商標登録することができる。したがって、審査時にはこの二つの事柄に対してそれぞれ判断を下さなければならず、もし、個別案件でその二つの事柄を構成する疑いがあるときには、併せて出願人に通知して説明させなければならない。

以下では本法で例示した各種の非伝統的商標の審査事項について説明する。

3. 立体商標

3.1 定義

立体商標とは、三次元の空間で長さ、幅、高さによって形成された立体的な形状を指し、関連する消費者が異なる商品または役務の出所を区別できるようにする標識である。立体

⁸³ 同注 1

⁸⁴ 米国審査基準 1202.02(a)(viii) Functionality and Non-Traditional Marks

⁸⁵ 米国審査基準 1202.02(a)(ii) Purpose of Functionality Doctrine

...In *Traffix Devices, Inc. v. Mktg. Displays, Inc.*, 532 U.S. 23, 34-35, 58 USPQ2d 1001, 1007 (2001), the Supreme Court reiterated this rationale, also noting that the functionality doctrine is not affected by evidence of acquired distinctiveness.

Thus, even when the evidence establishes that consumers have come to associate a functional product feature with a single source, trademark protection will not be granted in light of the public policy reasons stated. *Id.*

商標として出願可能な様態には以下が含まれる。

- (1) 商品本体の形状。
- (2) 商品の包装容器の形状。
- (3) 立体的形状の標識（商品または商品の包装容器以外の立体的形状）。
- (4) 役務場所のインテリア設計。

3.2 立体商標の審査

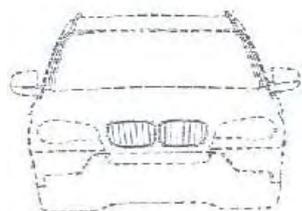
3.2.1 商標図案

立体商標の商標図案は立体的形状を表した図であり、立体的形状は六面体とする。簡単な立体的形状では、一つの角度からの図によって立体的形状の全ての特徴を表示することが可能である。このとき、商標図案はその単一の図となる。各角度によって外観の特徴が異なるときは、商標図案がその立体商標を完全に表示できるように、商標図案は角度の異なる何枚かの図となる可能性があるが、多くとも6枚までとする。出願後に、商標審査官が必要と判断したときは、出願人に通知して、その他の角度からの図を補充させることができる。出願人もまた、自発的に補充することができるが、補充後の商標図案の図は6枚を超えてはならない。しかも、本来の立体的形状の保護範囲を拡大することはできない。もし、補充したその他の角度からの図が本来の商標図案にない商標の特徴を表示しているならば、それは前に提出した商標図案とは同一の商標ではないので、商標図案は出願後、実質的な変更を行うことができないという規定に違反することになる（商23）。

立体商標の内容をさらに明確かつ正確に表示するため、立体的形状を商品または役務に使用する方法、位置および内容などもまた、商標図案のなかに破線で表示することができる（商施15Ⅱ）。例えば、車両用水タンクカバーの立体商標の場合、商標図案では破線を用いて車体の外観を描いて、その立体商標を商品に使用する際の位置を表示することができる⁸⁶。そのほか、商標において機能性を具えている部分は、商標権を取得できないので、商標図案のなかに破線の方式で表示することもできる。それら破線の部分は商標の一部とはならず、混同誤認のおそれを考慮に入れる必要はない。また、その際、その部分に対する権利不要求を表記する必要もない。

商標図案中に含まれる識別性または機能性を具えていない部分を破線ではなく実線で表示して、商標全体が識別性を具えているとき、これら識別性または機能性を具えていない部分は、商標権の範囲に疑義が生じるおそれのある状況と判断しなければならないので、権利不要求の表記、または破線での表示が必要となる。例えば、実線で業者が通常使用している円筒形のジャム用瓶を表示して、ジャム製品に使用すると指定し、商標全体が識別性を具えているとき、識別性を具えていないその立体的形状もまた、商標権の範囲に疑義が

⁸⁶ 登録第1304194号



生じるおそれのある状況と判断される。それゆえ、権利不要求を表記するか、破線に改めて表示しなければならない。

3.2.2 商標の記述

出願人は商標の記述を提出して、立体的形状を説明しなければならない(商施 15Ⅲ)。破線を用いて商標を商品または役務に使用する方法、位置または内容などを表示するときにも、説明を加えなければならない(商施 13Ⅱ)。例えば、次のように記述する。「本件は立体商標であり、商標図案に示すように、その外側全体は一つの八角形をなし、その八角形の外側は角を取り除き、わずかに丸みを帯びるようにしてある。内部は空洞になっており、内側は丸みを帯びている。上部先端は扁平になっており、八角形の 8 個の角には六角形のネジが 8 個配置されている。六角形のネジには全て、真ん中に一本の溝がある⁸⁷⁾」

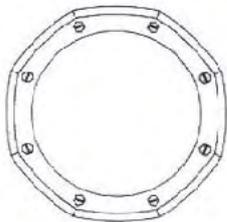
「本件は立体商標であり、商標図案に示すように自動車フロントキドニーグリル型水タンクのカバー一つである。破線部分は車両の形状であり、商標の一部とはならない⁸⁸⁾」

出願の立体商標に、文字、図形、記号などの組み合わせ部分が含まれている場合、併せて説明しなければならない(商施 15Ⅲ)。例えば、次のように記述する。「本件は立体商標であり、商標図案に示すように、上部に細い筋が波形に入っている曲線状の設計である。また、デザイン化された『D』という文字一つとの組み合わせである⁸⁹⁾」

「本件は立体商標であり、商標図案に示すように、香水またはオーデコロン用の瓶とキャップから構成されている。瓶本体は透明で、内部にポピーの花がデザインされており、色は赤、黒、緑の組み合わせ。瓶口に『KENZO』の文字が押圧されている⁹⁰⁾」

立体商標図案中の識別性または機能性を具えていない部分を実線で表示した場合、商標権

⁸⁷⁾ 登録第 1330698 号



⁸⁸⁾ 同注 10

⁸⁹⁾ 登録第 101430203 号



⁹⁰⁾ 登録第 1472525 号



の範囲に疑義が生じるおそれがあると判断しなければならないので、権利不要求を表記していない場合は登録することができない(商 29Ⅲ、30Ⅳ)。したがって、立体商標を出願するときは、権利不要求の表記については文字で明確に記述しなければならない。例えば、商標の記述では、「本件は立体商標であり、商標図案に示すように、雄鶏の立体的形状を自動車の頂部に使用して構成する。そのうち、自動車の形状の部分は商標権を主張しない」と記載し、また、「本件の商標は自動車の形状部分に対する商標権を主張しない」と表明する。しかし、前述の権利不要求を表記しなければならない立体的形状を破線で表示するのであれば、権利不要求を表記する必要はない。出願人が破線で表示した商標図案を補充するのは、商標図案の実質的変更にあたらないので、その出願日には影響しない(商施 24 I ④)。

商標の記述と各図によって構成される商標図案は一致しなければならない。しかも、相互に参照できるものでなければならない。商標の記述と商標図案に表示した立体的形状が一致しないときは、商標図案を基準とし、出願人に通知して、期限までに補正させなければならない。

3.2.3 識別性

立体商標を登録できるようにするには、他の形態の商標と同じく、立体商標が商品または役務の出所を示せるもので、消費者が他人の商品または役務と区別できるようにしなければならない。

立体的形状は従来の平面商標と比べると、識別性を具えるのは容易ではない。特に、立体的形状が商品本体の形状または商品の包装容器の形状の場合、立体的形状が商品と不可分であるか緊密な関連があるので、消費者の認識では通常、これを商品の機能を提供する形状または装飾性を具えた設計とみなし、その形状を商品の出所を伝える情報とは判断しない。そのため、立体的形状の識別性を証明するのは平面商標より難しい。

消費者の認識のほかに、商品の特性も考慮しなければならない。商品の特性により、その多様化した設計が本来、常態化したものであれば、例えば、おもちゃの人形、照明器具、衣服などの商品に関しては、消費者は通常、それを装飾的な造型であり、出所を区別する標識ではないと判断する。商品の特性が消費者のその種の商品の選択に影響するときにも、商標に対する注意度は一般的には、高価格、専門的または耐久財の商品であればあるほど、例えばハイテク、医薬品などに対しては注意度が高まる。したがって、これらの製品の立体的形状に対する注意度もまた、相対的に高まるので、商標が出所を区別する際の標識となる可能性はより高くなる。それに反し、消費者は低価格、日用品または非耐久財の商品、例えば、石鹸などの商品に対する注意度はわりあい低い。これらの商品の立体的形状が極めて独特なもので注目を集め、消費者の記憶に残りやすく、消費者の認識により、それがすでに商品または役務の出所を区別する標識になっているのでなければ、識別性を具えてはいない。

このほか、業界が使用する状況もまた、重要な検討要素となる。その立体的形状が関連する業者によって通常採用されているならば、出所を区別する機能を持っていないので、識別性を具えていないことになる。

(1) 商品本体の形状

一般に、商品本体の形状は商品の機能性を果たす設計になっているが、特殊な商品形状は

往々にして、商品への吸引力を高めるための装飾設計にすぎないことがある。そのため、消費者は通常、それを商品の出所識別標識とはみなさない⁹¹ので、先天的識別性を具えていない⁹¹。そこで、その商標が使用されることによって、すでに後天的識別性を獲得しているということを証明しなければならず、証明されてはじめて登録を許可することができる。但し、商品の形状が非常に特殊で、業界が通常採用している形状との相違が極めて顕著であり、消費者の予想を超えるほどその印象が強く、消費者にその顕著な差異が機能的または装飾的な設計ではないと判断させることができ、しかもその形状のみで商品または役務の出所を識別できるならば⁹²、その形状は商品の出所を示す機能⁹²を具えており、先天的識別性を具えていることになる。何らかの商品の区分において、多様化した商品の形状設計が本来常態化している場合、例えば、商品分類第 28 類の玩具商品、第 14 類の宝飾品および第 11 類の照明器具などの商品に関しては、消費者は一般に、その商品の形状設計を商品本体の形状の変化したもの、または装飾とみなして、商品の出所を識別する標識ではないと判断する。その商品の形状設計が業界の通常採用している形状と異なっているとしても、それが先天的識別性を具えていると判断するのは容易ではない。

(2) 商品の包装容器の形状

商品本体の形状と比べると、商品の包装容器の形状のほうが先天的識別性を具えている可能性がある。但し、その包装容器の形状がよく見かける形状と差異が顕著で、消費者に強い印象を残すほどでなければならず、消費者がこれを出所識別の標識とみなすことで、はじめて識別性を具えることになる。商標が、関連する消費市場で通常採用している商品の包装容器の形状のみで構成されているならば、商品の出所を識別する標識とすることができないので、識別性を具えていないことになる。

(3) 立体的形状による標識（商品または商品の包装容器以外の立体的形状）

商品または商品の包装容器以外の立体的形状による標識とは、商品または商品の包装容器と関連のない立体的形状の設計を指す。これらの立体的形状が、商品または役務の提供と密接な関連があるもの、例えば、ベンツのフロントに付けられたエンブレムの「」、マクドナルドの入口に置いてあるマスコットの دونالد・マクドナルド、または鼎泰豊の店先に置いてある小籠包型のマスコットキャラクターの場合、その識別性の判断基準は原則として、平面商標と同じく、消費者に商品または役務の出所を識別させることができさえすれば、識別性を具えていることになる。立体的形状と商品または役務の提供が緊密に関連していないもの、例えば、商品または役務の販促に単純に用いられる立体の人形やフィギュアは、そのデザインが多種多様で次々と新たな製品が作り出されている。この場合、指定する商品または役務の属性によって、消費者は通常、それを出所の識別標識とはしないので、後天的な識別性を獲得したことを挙証しなければならず、証明してはじめて登録することができる。

(4) 役務場所のインテリア設計

役務場所のインテリア設計とは、営業場所の全体的な外観と装飾のことである。その識別

⁹¹ 米国審査基準 1202.02(b)(i) Distinctiveness and Product Design Trade Dress

⁹² EU 審査基準 Part B Examination 7.6.2 Shape of the goods themselves

性の判断基準は商品の包装容器の形状と同じであり、平凡で新奇性のないインテリア設計で出願しても、識別性がなければ登録することはできない(商 29 I ③)。

3.2.3.1 説明的な立体的形状

立体的形状が、使用を指定する商品または役務の品質、用途、原料または関連する特性を説明するもので、関連する消費者にそれが商品または役務の識別標識であることを認識させることができなければ、登録することはできない(商 29 I ①)。例えば、立体的な歯または目の形をした形状を歯科医院または眼科医院の看板に使用して、その医院が歯または目の治療役務を提供することを説明するものとしても、登録することはできない。

3.2.3.2 慣用されている立体的形状

慣用されている立体的形状とは、業者が特定の商品または役務について広く使用している立体的形状で、すでに一般大衆がしばしば目にし、周知となっているものを指す。業界でも慣用され、広く知られているので、消費者が出所を識別できないということはなく、そればかりか、一人の人間が独占排他権を取得して、公平な競争に影響を及ぼすことは回避しなければならないので、その登録は許可しない(商 29 I ②)。例えば、よく見かける、ワイン類に使用する首の部分が細く、本体が丸みを帯びている瓶の形状、ジャムや漬物に使用する円筒型の瓶の形状、タバコに使用する長方形の箱の形状、チョコレートやキャンディ類に使用するハート形は全て、業界で通常使用する立体的形状である。

慣用している立体的形状が一人によって専用されるならば、公平な競争に深刻な影響を与える。よって、後天的識別性を証明する方式で登録することはできない(商 29 II)。

3.2.3.3 その他、識別性を具えていない立体的形状

簡単な幾何学的形状、営業場所の内装設計またはよく目にするディスプレイなどは、消費者の認識では通常、商品または役務の出所を区別する機能を具えていない。例えば、一般的なインテリア設計をレストランの役務に使用すると指定しても、また、営業場所がよく見かける富をもたらすという意味を具えた招き猫をさまざまな小売役務に使用すると指定しても、これらは識別性を具えていない。

3.2.4 機能性

立体的形状が商品または役務の用途もしくは使用目的にとって不可欠である場合、あるいは商品または役務のコスト、品質に影響を及ぼすのであれば、機能性を具えている。立体的形状が機能性を具えており、同種の商品または役務の競合で優位を占めるのであれば、全ての一般業者に自由に使用させて、公平な競争を促進する助けとすることが可能である。創始者が専利法によって一定期間、保護を受けることができるのを除き、特定の人物が商標登録することによって長期間にわたり専用することはできない。それゆえ、機能性を具えた立体的形状はたとえ、専利存続期間の独占使用によって、商品の出所を示す機能が生じても⁹³、やはり登録することはできない(商 30 I ①)。

機能性の具体的な検討要素は以下の通りである。

(1) その形状がその商品の使用または目的を果たすために必須か否か

「その形状がその商品の使用または目的を果たすために必須である」とは、その形状に代替できるその他の形状がなく、その商品の使用目的を発揮するために必要であることを指

⁹³ 同注 10

し、他の競争相手に供して選択させることができる。例えば、円形はタイヤの設計において唯一の選択である。それゆえ、円形の外観はタイヤの商標として登録して、特定の人物が独占使用することはできない。また、縫い針は一方の先端が尖っていなければならない、もう一方の先端は糸を通すことができる楕円形の穴からなるものでなければ、衣服を縫うという使用目的を果たすことができない。その形状は衣服の縫製または補修という目的を達成するために必須のものなので、その形状を出願して、特定の人物が独占使用したならば、公平な競争に深刻な影響を与えることになる。これは、その機能を発揮させるために必要なものなので、登録を許可しない。

(2) その形状がある種の技術効果をあげるのに必要か否か

立体的形状がある種の技術効果をあげるのに必要であるとは、その形状の主な機能の特徴がそれを用いて特定の技術効果をあげるのみであることを指す⁹⁴。例えば、扇風機の羽根の形状は、特定の空気の流れを起こす効果をあげるために必要な形状である。それゆえ、扇風機の羽根の形状は扇風機製品に使用すると指定して出願することはできない。そのほか、もし、特定の技術効果をあげるができる立体的形状の商標権を取得することで、競合する同業者がその形状を技術面での解決法として選択する自由を制限し⁹⁵、公平な競争を妨害しようとするならば、同じ技術効果をあげるが可能なその他の代替形状があるとしても、その形状が機能性を具えているという拒絶理由に対抗することができない。立体的形状がある種の技術効果をあげるのに必要か否かについては、その形状がすでに特許権または実用新案権を取得しているか否かを判断基準の一つとする。特許権または実用新案権が存在することによって、その形状の実用的機能を明確に示すことができる。そのため、その形状がある種の技術効果をあげるのに必要とする表面的な証拠となる。たとえ、特許権または実用新案権の存続期間が過ぎていても、その形状が機能性を具えていることを認定する妨げにはならない。もし、出願人が広告または販促キャンペーン中に、その立体的形状が特定の機能を具えている、またはその形状がある種の技術効果をあげることができることを明確に強調し、しかも、その説明が広告効果をあげるためだけに誇大に述べたのではないのなら、この事実をその立体的形状がある種の技術効果をあげるために必要か否かを判断する証拠とすることができる⁹⁶。このほか、競合する業者または業界の刊行物における、その特定の形状または技術の特徴と同一または類似に関する広告および報道なども、機能性を判断する際の参考とすることができる。

(3) その形状の製作コストまたは方法はより簡単、安価またはより良好か否か

その形状の製作コストまたは方法が比較的簡単、安価または比較的良好で、いったん、その形状を立体商標として登録することを許可したならば、商標の専用使用権を取得後、他の業者はその商標の侵害を避けるために、製造コストが増加し、より難しい、またはより劣る製造方法でその他の形状を製造しなければならなくなり、社会経済資源の浪費を招く

⁹⁴ the essential functional features of that shape are attributable only to the technical result

⁹⁵ 欧州裁判所 PHILIPS 案 C-299/99 ; 米国審査基準 1202.02(a)(v)(C) Availability of Alternative Designs in Functionality Determination

⁹⁶ 米国審査基準 1202.02(a)(v)(B) Advertising, Promotional, or Explanatory Material in Functionality Determinations

ことになる。このように、不公平な競争をもたらすことは明らかであり、公益にも深刻な影響を及ぼすので、その形状は機能性を具えており、登録することはできない。例えば、クッキー製造の過程における、簡単な押し切り用の円形または長方形の形状が挙げられる。

4. 色彩商標

4.1 定義

色彩商標は単純に色彩自体を標識とすることを指し、単一の色彩または複数の色彩を組み合わせることができる。しかもその単一の色彩または色彩の組み合わせ自体はすでに、商品または役務の出所を示す機能を具えている。文字や図形、記号と色彩が結合した商標は、単純に色彩をもって商品または役務の出所を識別するのではなく、図形商標または文字商標に属し、色彩商標ではない。

4.2 色彩商標の審査

4.2.1 商標図案

色彩商標の商標図案は商標の色彩を表示していなければならないが、また、破線をもって、その色彩を指定商品または役務に使用する方法、位置または内容を表示することができる(商施 14 I)。その際、破線部分は色彩商標の一部にはならず、これについては商標の記述において説明しなければならない(商施 13 II)。

4.2.2 商標の記述

出願人が提出する商標の記述では、一般大衆が呼称している色彩の名称を用いて、指定商品または役務に使用する状況を説明しなければならない(商施 14 II)。例えば、次のように記述する。「本件は色彩商標であり、商標図案に示すように、紫色はナットの非金属の内円部分に使用する。破線部分は商品の形状を表示するもので、商標の一部ではない」「本件は色彩商標であり、商標図案に示す色彩は、二種類の色調の緑色および三種類の色調の青色による帯状の組み合わせである。左から右へ順に浅緑、緑、濃い青、薄い青、青などの五種類の色彩によって構成されており、その比率は 20%、10%、15%、5%、50%となっている。固定した順序と比率を保つため、商品のサイズおよび使用スペースによって、図案の大きさが変動する⁹⁷」

厳密な定義で色彩の登録保護を希望するならば、出願人はさらに、商標の記述のなかで、特別に国際的に通用する色見本コードをもってその色彩を定義して、出願した色彩商標が識別性およびその主張する権利の範囲を具えているか否かを具体的に認定してもらうことができる。例えば、「本件は色彩商標であり、商標図案に示すように、緑色は色番号 Pantone 348C で、指定商品の小箱の蓋に使用する。破線部分の箱の形状は商標の一部ではない」

⁹⁷ 中華民国登録第 101420542 号



米国登録第 3510155 号



とする。

4.2.3 識別性⁹⁸

色彩商標を登録できるようにするには、他の形態の商標と同じく、その色彩商標が商品または役務の出所を示して、消費者が他人の商品または役務と区別できるようにしなければならない。

色彩商標、特に単一の色彩は消費者の認識では多くが装飾的な性質のものなので、通常は先天的識別性を具えていない。色彩を組み合わせた商標は、二種類以上の色彩の組み合わせなので、色彩の選択または比率の配分などに独自性があるならば、先天的識別性を具えている可能性は単一の色彩より高くなる。そのため、色彩の組み合わせに先天的識別性があり、消費者に商品または役務の出所を識別させることができるならば、後天的識別性を獲得したことを挙証するまでもなく、登録することができる。但し、あえて言えば、色彩を組み合わせた商標は図形によってデザインされた一般の商標に比べて、先天的識別性を具えるのは容易でない。通常は後天的識別性を獲得したことを挙証しなければならず、証明してはじめて登録することができる。

後天的識別性の証明については、出願人が広告または販促のときに、特に特定の色彩を強調した場合、例えば、「この特別な色彩を見分けてください」「この素敵な色彩を探してください」「オレンジ色の小箱を探してください」「特別な色彩」などにより、消費者にその特定の色彩が商品または役務の出所を示す標識であると教え込むのであれば、商標の識別性を証明するのは、より容易になる。このほか、色彩を指定商品または役務に使用する際の使用量、使用期間の長短、販売状況、広告に対する支出、消費者調査レポートなどもまた、色彩が識別性を具えているか否かを判断する際の検討要素となる。通常、単一の色彩が使用によって後天的識別性を獲得するのは、色彩の組み合わせより難しい⁹⁹。そのため、出願人は、その単一の色彩を特定の商品または役務に用いるのは極めて例外である、または尋常な状況ではないことを証明するほかはない。

4.2.3.1 説明的な色彩

色彩が、使用を指定する商品または役務の品質や用途、原料、関連する特性を説明するもので、関連する消費者にそれが商品または役務の識別標識であると認識させることができないならば、登録することはできない(商 29 I ①)。例えば、色彩が商品の味を説明するものとして、赤色はトマト味またはイチゴ味を代表し、黄色がレモン味、緑がペパーミント味などを代表することが可能ならば、赤色、黄色、緑色などをそれぞれ、トマトまたはイチゴ、レモン、ペパーミントの味に関連する商品に使用すると指定しても、当然ながら登録することはできない。また、例えば、色彩をヘアカラー製品に使用する場合、通常はヘアカラーリング後の髪の色について説明するものなので、黒色、褐色、金色をヘアカラー

⁹⁸ オーストラリア商標審査便覧 Part 21 Non-traditional Signs 4.5

The Courts have determined that a single colour is unlikely to be inherently adapted to distinguish, whereas a combination of colours may have at least some degree of inherent adaptation.

米国審査基準1202.05 Color as a Mark

Color marks are never inherently distinctive, and cannot be registered on the Principal Register without a showing of acquired distinctiveness under §2(f) of the Trademark Act, 15 U.S.C. §1052(f). *Wal-Mart Stores, Inc. v. Samara Bros.*, 529 U.S. 205, 211-12, 54 USPQ2d 1065, 1068 (2000). See TMEP §1202.05(a) and cases cited therein.

⁹⁹ EU 審査基準 Part B Examination 7.6.4.2 Single colours

製品において登録することはできない。

4.2.3.2 慣用されている色彩

慣用されている色彩には、業者が特定の商品または役務に対して広く使用している色彩が含まれている。一般大衆が周知している色彩および商品本体の自然色は全て登録することができない(商 29 I ②)。例えば、「赤色」は消火器に慣用されている色彩であり、消火器製品に使用すると指定されている。白色は牛乳製品本体の自然色であり、牛乳製品に使用すると指定されている。薄褐色は麻縄やゴザの自然色であり、縄やゴザ製品に使用すると指定されている¹⁰⁰。

慣用されている色彩の商標が一人の人物によって専用されたなら、公平な競争に深刻な影響を及ぼすので、後天的識別性を証明する方式で登録することはできない(商 29 II)。

4.2.3.3 その他、識別性を具えていない色彩

色彩は往々にして、文字や記号、図形などと結合して、提供する商品または役務に使用されるが、消費者は文字や記号、図形を抜き出して、単独で色彩を商品または役務の出所を示す識別標識とみなすことはあまりない。しかし、商品自体またはその包装の外観の色彩は通常、装飾的な美観を目的としており、業者が通常、あまり使用しない色彩が識別性を具えているというわけではない。例えば、デンタルフロス製品は清潔でさわやかなイメージを重視する。そのため、白色はこの種類の商品でよく使用される色彩である。黒色はたとえ、業者があまり使用しない、またはあまり目にする色彩でなくとも、これをデンタルフロス製品に使用するとして出願した場合、その黒色は商品自体の色彩なので、消費者は単独で、その色彩を商品の出所の識別標識とすることはなく、商標の先天的識別性を具えてはいない(商 29 I ③)。

4.2.4 機能性

機能性を具えている色彩とは、使用を指定した商品または役務において、その使用目的や技術効果を達成するのに必要な色彩、商品または役務のコストや品質に影響を及ぼす色彩を指す。例えば、黒色を太陽エネルギー収集装置製品に使用すると指定したり、銀色を建築用断熱材製品に使用すると指定するのは、黒色は熱を吸収しやすく、銀色は太陽光を反射して物体自体のエネルギー吸収率を低めるからである。それぞれは太陽エネルギーの収集装置製品または建築用断熱材製品が機能を発揮するために必要な色彩なので、公益性を考慮して、登録できないとすべきである。そのほか、色彩は社会の一般通念によって、特定の意味を表し、機能性を具えていることがある¹⁰¹。例えば、赤色やオレンジ色は一般に、危険または警告のメッセージを表すとされている。そのため、交通信号機製品などでは機能性を具えているので、登録を許可しない(商 30 I ①)。

5. 音の商標

5.1 定義

音の商標は、単純に音自体を標識とするもので、聴覚をもって商品または役務の出所を区別する方法である。音の商標では、音楽的な性質のものを商標とすることができる。例え

¹⁰⁰ オーストラリア商標審査便覧 Part 21 Non-traditional Signs 4.5.2

¹⁰¹ オーストラリア商標審査便覧 Part 21 Non-traditional Signs 4.5.1 Colours conveying a generally accepted meaning.

ば、曲の一節や歌の一節などがある。非音楽的な性質の音、例えば、人のせりふやライオンが吠える音声も可能である。しかも、その音自体はすでに商品または役務の出所を示す機能を具えている。

5.2 音の商標の審査

5.2.1 商標図案

音楽的な性質からなる音の商標は、商標図案では五線譜または数字譜で表示しなければならない。非音楽的な性質の商標は、五線譜や数字譜で表示することができないので、文字をもってその音を明確かつ完全に説明しなければならない。それには音の商標が有する特徴を含み、また、これを商標図案とする（商施 18 I）。例えば、「本件は音の商標であり、人が大声でいう『がんばるぞ』によって構成される」「本件は音の商標であり、牛が石畳の道を歩くひづめの音が二つと、その後に牛の鳴き声の一声（clip, clop, moo）から構成される」となる。音楽的性質と非音楽的な性質を具えた音の商標については、商標図案で音楽的な性質の部分を表示し、商標の記述ではその間にはさまれるせりふやその他の非音楽的な性質の部分の説明しなければならない。

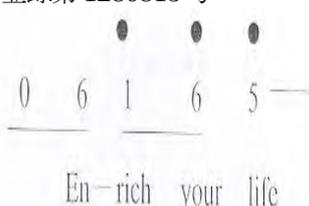
5.2.2 商標の記述および商標見本

音の商標を五線譜または数字譜で表示する場合、出願人は商標の記述を提出し、文字で音に関する説明を行わなければならない（商施 18 II）。商標が単純な楽音の場合、例えば、「Nokia Tune」という商標では、商標図案自体で明確かつ完全に商標を表示しているため、商標の記述では、「本件は音の商標であり、その音は商標図案に示す楽譜によって構成される¹⁰²」と簡単に説明するだけである。しかし、商標が楽音および歌詞以外に、せりふやその他の特徴がある場合は説明しなければならない。「Enrich your life 国泰世華銀行」という商標を例にとると、商標図案は楽譜からなる¹⁰³。商標の記述は「本件は音の商標であり、男声の重唱形式をもって共鳴感および豊かなイメージを表現する。商標図案に示す音符に沿って『ENRICH YOUR LIFE』と歌う」とある。また、「万応白花油の歌」¹⁰⁴の商標図案は楽譜からなり、商標の記述は「本件は音の商標であり、児童の声で願書に添付した音符のとおり歌い、それに合わせて唱えることから構成されている。本件の音の商標の歌

¹⁰² 登録第 1228260 号



¹⁰³ 登録第 1280813 号



¹⁰⁴ 登録第 1230329 号

詞は『僕には仲良しの友達がいる。いつでもどこでも僕のことを思っているよ。ララララ、万応白花油。元気をつけ、頭をすっきりさせ、頭痛もなくなる。(せりふ：白花油！ 蚊や虫にかまれても腫れないよ、イエー！)、ララララ、万応白花油』である」となっている。五線譜または数字譜で表示できない音の商標で、出願人が商標についてすでに文字で説明しており、その性質が商標の記述に類似しているときは、別途に商標の記述を提出する必要はない。

音の商標は聴覚を利用して認知するものなので、音楽的な性質の商標がたとえ、楽譜または数字譜で明確かつ完全に商標を表示できるとしても、審査においては直接にその音を聴くほうが容易である。非音楽的性質の商標においては、音見本による補充に頼ることになる。それゆえ、出願人は音を記憶させた電子媒体を添付しなければならない。その形式は商標の主務官庁の公告に符合させて（商施 18Ⅲ）、審査に利するようにしなければならない。

商標図案は商標の権利範囲を決定する主体であり、商標の記述（音楽的性質の商標の場合）と商標見本は商標図案を助けて、商標の権利範囲を確定するものである。したがって、商標の記述および見本は商標図案と一致しなければならない。出願人は出願時に、その商標図案と商標の記述の正確性に注意を払って、保護を得ようとする商標の内容を間違いなく表示することが望ましい。

5.2.3 識別性

音の商標を登録できるようにするには、他の形態の商標と同じく、その音自体が商品または役務の出所を示して、消費者が他人の商品または役務と区別できるようにしなければならない。音の商標は普通、業者の経営理念や商品、役務の特色を表示し、または広告に流される背景音楽として、消費者の注意を引きつける。したがって、常日頃使用することで、消費者はその音を特定の出所と結びつけることになる。このとき、その音にはじめて、出所を示すという商標の機能が生まれるので、登録することができる。但し、音の商標が先天的識別性を具えている可能性を排除しない。通常は単純なメロディー、キャッチフレーズやスローガンを読み上げる方法で出願するが、往々にして使用により後天的識別性を獲得しなければならず、そうしてはじめて、登録許可を得ることができる。例えば、簡単な音符にのせた「通信のよき隣人」というフレーズを携帯電話に使用すると指定したり、または一般的な歌や長すぎる曲などは原則として、後天的識別性を証明しなければならず、証明してはじめて登録を許可される（商 29Ⅱ）。但し、高度な識別性を有する商標の簡潔で短い音声は先天的識別性を具えていると判断される可能性がある。例えば、ソプラノで歌う「Hi life、Hi life 萊爾富」（コンビニエンスストア）、男声で歌う「YAHOO」などでは、「Hi life」、「萊爾富」および「YAHOO」が高度の識別性を具えている言葉なので、消費者はこの声を聴けば、すぐさま、その音声が特定の出所を伝えていると意識する。したがって、商品または役務の出所を示す機能があり、先天的識別性を具えている。

5.2.3.1 説明的な音

音が使用を指定した商品または役務の品質や用途、原料または関連する特性を説明するもので、関連する消費者にそれが商品または役務の識別標識であると認識させることができないときには、登録することができない（商 29Ⅰ①）。例えば、有名なクラシック音楽の一節を音楽演奏に使用する役務や、ありふれた犬や猫の鳴き声をペット用品やペット医療に

用いる役務などである。

5.2.3.2 慣用されている音

慣用されている音とは、業者が特定の商品または役務に対して広く使用している音で、すでに一般大衆が周知しているものを指す。消費者はこれによって出所を識別することができないばかりでなく、一人の人物が排他的な専用使用権を取得して公平な競争に影響を及ぼすことを避けなければならないので、その登録を許可すべきではない(商 29 I ②)。例えば、デパートがしばしば、歌手の費玉清が歌う「晩安曲」で顧客に営業時間がまもなく終了するのを知らせるが、これはデパートの役務で慣用されている音である。「乙女の祈り」はゴミ収集車が流して、ゴミ収集中であることを告げる曲で、清掃業務の役務で慣用されている音である。「結婚行進曲」は婚礼の際に流される曲で、結婚式場での役務で使用されたり、婚約時に招待客に配る菓子の「喜餅」にも利用されており、慣用されている音声となる。

慣用されている音が一人の人物によって専用されたならば、公平な競争に深刻な影響を及ぼすので、後天的識別性を証明する方式で登録することはできない。

5.2.3.3 その他、識別性を具えていない音

機械の操作に合わせて設定した音、例えば、小売役務でのレジスターの精算処理時のチンという音、電子レンジで調理完了時のチンという合図音、携帯電話のベル音は原則として、全て先天的識別性を具えていない¹⁰⁵(商 30 I ③)。このほか、幼稚園に係る役務での子供の笑い声や、教育の場で、または娯楽や競技の際の歓呼の声や拍手の音など、消費者が出所を識別する標識とすることができないものも、先天的識別性を具えていない。一般の歌や長すぎる曲については原則として、商標が出所を示す機能を具えておらず、後天的識別性を獲得したことを証明する必要がある、証明後にはじめて登録することができる。

5.2.4 機能性

音が商品または役務の用途や使用目的にとって不可欠である、または商品または役務のコストや品質に影響する場合は機能性を具えているので、登録することができない(商 30 I ①)。機能性に係る音には、機械設備が正常に操作されているとき、自然に発する音が含まれる¹⁰⁶。例えば、バイクやバイク用エンジンにおけるエンジンの音、カメラにおけるシャッターのカシャという音は全て、機能性を具えている。このほか、救急車が発するサイレンは救急車による搬送や救難支援の搬送に係る役務においては、警告の機能を具えている。車両をバックさせる際に運転手に注意を促すために発する周波数の異なるピッピッという音もまた、車両輸送製品では機能性を具えた音となる。

6. 動きの商標

6.1 定義

動きの商標とは連続して変化する動的映像を指し、しかも、その動的画像自体はすでに商品または役務の出所を示す機能を具えている。動きの商標が保護しようとするものは、その動的映像が生み出す商業上のイメージ全体である。そこで、その動的映像全体に対して

¹⁰⁵ 米国審査基準 1202.15 Sound Marks

¹⁰⁶ オーストラリア商標審査便覧 Part 21 Non-traditional Signs 6.2.1 “Functional” sounds

商標権を取得することになるが、その変化過程において現れる文字、図形、記号などの部分は単独で商標権を取得していない。もし、その文字や図形などの要素の商標権を取得しようとするならば、別途に一般的な文字や図形の商標を出願しなければならない。

6.2 動きの商標の審査

6.2.1 商標図案

動きの商標は連続的な映像から構成されるので、商標図案は動的映像の変化過程を表示した静止画像となる。その映像変化の複雑度によって、その動的映像を明確かつ完全に表す静止画像の枚数が異なる。単純な動的映像は2枚ないし4枚の静止画像で完全に表すことができる。変化が複雑な動きの商標はさらに多くの静止画像を必要とし、そうしてはじめて完全に表現することができる。出願人は当局のデータシステムに合わせ、また審査の利便を図るため動的映像の変化過程を表現できる静止画像を商標図案として6枚以下にしなければなりません。

動きの商標の重要な特徴については、出願時に添付する商標図案中で明確かつ完全に表示しなければならず、その後、出願人が補充するその他の静止画像は、出願時に提出した商標図案に包括されるので、その補充は出願日に影響しない。もし、その後に提出したその他の静止画像が原商標図案にない商標の特徴を表示しているならば、前に添付した商標図案とは同一の商標ではないので、商標図案を提出後に実質的変更を行うことはできないという規定に違反することになる（商23）。

6.2.2 商標の記述および商標見本

出願人は商標の記述を提出して、順序に沿って動的映像の連続的な変化過程を説明しなければならない（商施16Ⅱ）。その記述は明確かつ詳細でなければならず、これらをもって商標図案で表すことのできなかつた連続的動作を補充する。このほか、その動的映像を構成する静止画像の枚数を明示する必要がある。例えば、次のように記述する。「本件は動きの商標であり、商標図案に示すように、大人の片手および子供の片手の動的映像から構成される。画像は4枚からなり、一枚目、二枚目の画像では、大人の手と子供の手が徐々に近づき、三枚目、四枚目の画像では大人の手と子供の手がふれあい、握り合う¹⁰⁷」「本件は動きの商標であり、商標図案に示すように、2枚の画像からなり、人差し指と中指をハサミのように連続的に開閉させる動作で構成される¹⁰⁸」

¹⁰⁷ 米国登録第3181051号



商標の記述「The trademark consists of an image of a man's hand and a child's hand which appear in sequence, whereby the man's hand and the child's hand converge in the positions illustrated in the top left and right figures, and the man's hand and child's hand touch and clasp in the positions illustrated in the bottom left and right figures respectively.」

¹⁰⁸ ベルギー登録第bx520574号

動きの商標は連続して変化する動的映像であり、商標見本の助けによって、動的映像の全細部を真に表示することができる。それゆえ、出願人は動的映像を記憶させた電子媒体を添付し、そのファイル形式は商標の主務官庁の公告に符合させて（商施 16Ⅱ）、審査に利するようにならなければならない。

6.2.3 識別性

動きの商標を登録できるようにするには、その他の形態の商標と同じく、その動きの商標が商品または役務の出所を示して、消費者が他人の商品または役務と区別することができるようにしなければならない。

動きの商標や、電子製品の特定のソフトまたは機能を起動し、開くとき、待ち時間に現れる動的画面、またはマルチメディアを利用した動画広告については、消費者は通常、それらの動的映像を商品または役務の出所を直接示す標識とみなすことはないので、原則として先天的識別性を具えてはいない。但し、使用することによって、消費者がその動的映像を特定の商品または役務の出所と結びつけることはあり得る。そのときにはその動的映像にはじめて出所を示す機能が生じるので、後天的識別性を有することになる。図形又は文字を含む動きの商標に係る高度の識別性に関しては、例えば、この動的映像を初めて見たとき、映像に係る商業の形態が識別できるのみならず、指定商品或は役務に係る標識として識別できることから、先天的識別性を有することになる。

事例



マイクロソフト社のコンピュータに関連する商品にこのマイクロソフト社の図形商標として広く使用していることから、高度の識別性を備えていることといえる。マイクロソフト社が映像を通じて、この図形を商標として、コンピュータソフトウェアを発表する映像を消費者に見せたとき、この映像から、マイクロソフト社であることを特定され、指定商品又は役務も識別できることは、先天的識別性を有することという。

伝統的商標においては、単純な幾何学的図案または装飾的図案は通常、識別性を具えていないという理由で登録を拒絶される（商 29 I ③）。但し、動きの商標においては、その動的変化の過程自体が一定の商業的イメージを伝えており、かつ、すでに消費者がそれを商標と認識したものでありさえすれば、識別性を具えていると認定することができる。例えば、動きの商標が一つの光環の動的変化の過程によって構成されるもので、その光環の出現とともに、その輝度が暗いものから明るくなり、光環が完全に姿を現した後、また徐々に暗くなってゆく。その光環は一つの単純な環だが、動的変化の過程を消費者が目にして出所を識別する標識であると認識したときには、登録することができる¹⁰⁹。



¹⁰⁹ 米国登録第 3983647 号

動きの商標の識別性の判断に関しては、動的映像の時間の長さおよびその複雑度などを考慮することができる。一般に、時間が長すぎるか、商業効果や内容が多すぎるフィルムは、商標の識別性を具えていると認定するのは難しい。このほか、使用を指定した商品または役務の関連業者が動的映像を運用して、商標として推進している状況もまた、消費者がそれを商標と認識しているか否かの検討要素とすることができる。

動的映像が、指定した商品または役務の品質や用途、原料、産地の描写または関連する特性の説明からのみ構成されている場合、例えば、商品の洗浄効果を展示するフィルム、商品の組み立てに係る動的フィルム、運動や技術・工芸に係る指導フィルムなど、あるいは業者が特定の商品または役務について共同で使用する動的映像、例えば、ミルクパウダーを熱湯に溶かすのを撮影したフィルム、単純に茶園やコーヒー園を表したフィルムなどは、関連する消費者にそれが商品または役務の識別標識であると認識させることができないので、登録することはできない（商 29 I ①）。

6.2.4 機能性

動的映像が表現する内容が、商品または役務の用途や使用目的に不可欠である、または商品または役務のコストや品質に影響を及ぼすものならば、機能性を具えている。例えば、時を告げる時計における振り子の往復動作から、時計であると識別できる。自動車製品における車のドアの垂直開閉動作から、自動車の関連商品であると識別できる。これらの動的映像は公益に基いて考慮し、後天的識別性の獲得による登録を許可することはできない。

7. ホログラム商標

7.1 定義

ホログラム商標とは、ホログラムを標識とするもので、しかも、そのホログラム自体がすでに、商品または役務の出所を示す機能を具えているものを指す。ホログラムは1枚のネガフィルムに同時に数枚の映像を収める技術（ホログラフィー）を利用したものであるため、立体的な映像を表現することができる。幾つかの画面または一つの画面でもよく、しかも、見る角度の違いによって虹彩の変化が見られる。ホログラムは普通、紙幣やクレジットカード、その他、価値のある製品の安全、偽造防止に使用され、また、商品の包装や装飾にも利用される。

ホログラムには二種類の状況があり得る。一つは視角に合わせて変化するものではなく、単一の画像のみである。この画像は視角が変わると光と影が生じる。もう一つは視角の差異によって、画像が変化していくもので、これは複数の画像が生じる。

7.2 ホログラム商標の審査

7.2.1 商標図案

ホログラム商標の図案とは、ホログラムを表示する図である。ホログラムが単一の画像の場合、1枚の図を添付する。ホログラムが視角の差異に伴って、異なる画像が生じ変化す



商標の記述「Color is not claimed as a feature of the mark. The mark is a **motion mark** consisting of a flashing circle. As the circle appears, the lines become clearer, and a circle takes form before disappearing again. The entire cycle has a duration between 3 and 4 seconds.」

るときには、画像の変化を表示する4枚以下の図を提出して、そのホログラム商標を完全に表示しなければならない。ホログラム商標が視角の差異によって異なる画像が生じる場合、これらの画像は単一の商業的イメージを生み出すものでなければならない。もし、その後提出した、その他の角度からの図が原商標図案にない商標の特徴を表す場合は、前に添付した商標図案とは同一の商標ではないので、その際、商標図案を提出後は実質的な変更を行ってはならないという規定に違反することになる（商23）。

7.2.2 商標の記述および商標見本

ホログラム商標の図案はホログラムの画像の特徴のみを表示するので、往々にしてそのホログラム効果を完全に表示することができない。それゆえ、出願人は商標の記述を提出して、そのホログラムを説明しなければならない。例えば、ホログラム商標は、商標図案に示すように、見る角度の変化に伴い、ホログラム効果である虹の色彩も変化する場合、「本件はホログラム商標で、商標図案に示すように、見る角度の変化に伴い、ホログラム効果である虹の色彩も変化する」と表現できる。商標の図案は、3D効果又は、視覚により、画像が変化する現象を呈したとき、この商標に3D効果又は視覚による図案の変化を説明する詳細の記載を提供しなければならない。

「本件はホログラム商標であり、黒を背景に青色のVIDEO FUTUREという文字がある。また、青色の球体が3個浮かび上がり、その球体には白色を使ったVFという文字が表示されている。球体同士は青色の波状の筋で相互に結びついている¹¹⁰」となる。ホログラムが視角の差異によって画像に変化が生じるのであれば、それぞれの図の変化状況を説明して、出願したホログラム商標が主張する権利範囲を明確に認定できるようにしなければならない。

審査において必要と判断したときには、出願人に通知して、商標見本を提出させることができる。特にホログラムが視角の差異によって異なる画像が生じ変化する場合は、商標見本を提出して審査に利するようになるのが望ましい。

7.2.3 識別性

ホログラムはホログラム効果を具えた標識であり、伝統的な平面商標と異なるところは主に、ホログラムはホログラフィーによって色彩の変化が生じる、または立体的画像を生み出すということである。さらには、視角の違いによって、異なる画像を表示することが可能である。しかし、原則として、ホログラム審査の重点は伝統的な平面商標と異なる。その識別性の判断では「商標の識別性審査基準」を適用して、図案中の識別性を具えていない事柄が商標権の範囲に疑義を生じさせるおそれがあるか否かを判断しなければならない。しかも、権利不要求を必要とするならば、「権利不要求の審査基準」を適用して判断を下さ

¹¹⁰ OHIM 登録第 2117034 号



商標の記述「The letters VF in white on blue spheres, the name VIDEO FUTUR in blue on a black background.」

なければならない。ところで、ホログラムは多くが偽造防止安全機能に用いられており、消費者の認識もまた、同様である。したがって、ホログラムを商標として登録するには、消費者がこれを商品または役務の出所とみなしているのであって、偽造防止機能を具えたラベルまたは商品の装飾にすぎないと見ているのではないことを証明しなければならない。

7.2.4 機能性

ホログラムはホログラフィー効果を具えた標識であり、その審査の重点は原則として、伝統的な平面商標と同じであることはすでに述べたとおりである。したがって、機能性はホログラムの審査の重点にはならない。もし、個別案件において機能性に関する疑義があるときには、機能性の定義によって判断しなければならない(本基準 2.3 を参照)。

8. その他の非伝統的商標

本法に例示していない非伝統的商標を出願するには、出願人は商標図案を添付しなければならない。商標図案が商標を明確かつ完全に表示することができないならば、商標の記述、さらには商標見本を提出して審査の際にその権利範囲を明確に特定させ、また、第三者が登録公告によって登録商標およびその権利範囲を確認できるようにしなければならない。位置商標を例にとると、伝統的な平面の文字や図形の商標、新たなタイプの色彩や立体の商標は全て、商品または役務の特定位置に使用することが可能である。もし、その位置が商標識別の重要な特徴であり、その文字や図形、色彩、立体的形状をその特定位置に用いないと、商品または役務の出所を示す機能を喪失する可能性があるならば、位置商標の性質を具えていることになる¹¹¹。例を挙げると、靴のかかとの中央の位置から靴底に向かって表示された赤色の帯状の場合¹¹²、その赤色の帯状のものはその特定の位置から離れると、その識別性を失う。位置商標を出願する際、商標図案では破線を用いて商標を使用する商品または役務での位置を表示し、また、商標の記述では商標本体およびその使用方法、位置などを詳しく説明しなければならない。例えば、次のようになる。「本件は位置商標であり、靴のかかとの中央の位置から靴底に向かって表示された赤色の帯状のものによって構成される。破線部分は靴の形状を表し、商標の一部ではない」

におい、触覚、味などは視認できる商標ではない。その商標図案をいかにして明確かつ正確なものとし、完全で客観性、持久性のある分かりやすい方法で表示できるか、あるいは、文字による説明、商標見本の補充を助けとして、いかにして商標を明確かつ完全に表示できるかについては、単純に文字による描写をもって商標図案とするフィージビリティを排除しないにしても、審査および公告の作業技術面でなおも困難がある。ところで、これら

¹¹¹ 登録第 1185658 号



商標の記述「本件の色彩商標は紫色であり、ナットの非金属の内円部分に使用する。図案中の破線部分は商品の形状を示し、本商標の一部ではない」

¹¹² 同注 1

においや味、触覚¹¹³など認知可能な標識をもって商品または役務の出所を区別するとしても、審査時にはいかにして、商標見本の添付を要求して、それと商標図案との間で相互参照できるようにし、それによって保護を求める対象を確認するか。当局にあっては審理手続きの細かい規則を公告するまで、審査時には個別案件において提出された商標図案、商標の記述および商標見本などの関連資料について、本基準の関連規定を準用して審査を行わなければならない。

その識別性と機能性の審査については、本基準の規定を準用しなければならない(本基準 2.2 ; 2.3 を参照)。においを例にとると、商品自体のにおいとしては、香水製品に使用を指定する花の香り、調味料またはフラワーティーに使用を指定するハーブの香り、そのほか、商品の香り付けによく使用するものとして、食器洗剤や衣服洗剤に添加されるレモンやかんきつ類の香りがあるが、全て識別性を具えていない。商品自体の嫌なにおいや鼻を刺す臭いを隠すために用いるものについては、例えば、漂白剤の鼻を刺す臭いを隠すレモンやラベンダーの香りは機能性を具えており¹¹⁴、全て商標として登録することはできない。

9. 結合による非伝統的商標

非伝統的商標には、結合という方式で出願される状況もある。商標の表示方法は原則として、視認できる部分は商標図案に表示し、視認できない部分は商標の記述によって説明を加えることになっている。但し、視認できない部分が音楽的性質の音の商標のときには、五線譜または数字譜の商標図案でその音を表示しなければならない。そのほか、その商標

¹¹³ 米国登録第 3155702 号



商標の記述 「The mark consists of a velvet textured covering on the surface of a bottle of wine. The dotted line in the drawing is not a feature of the mark but is intended to show the location of the mark on a typical container for the goods; the dark/lower part of the container drawing shows the mark. The stippling in the drawing is not a feature of the mark, but a representation of how one type of velvet covering may appear in visual form. The mark is a sensory, touch mark.」

米国登録第 3896100 号



商標の記述 「Color is not claimed as a feature of the mark. The mark consists of a leather texture wrapping around the middle surface of a bottle of wine. The mark is a sensory, touch mark.」

¹¹⁴ オーストラリア審査基準 Part 21 Non-traditional Signs 7.2.1 Scents not adapted to distinguish

の形態によっては商標見本を添付しなければならない。審査の際、参考とする見本を必要とすると判断するときには、出願人に通知して、商標見本を提出させることができる(商施13 I)。よく目にする、音と動きの商標が結合された商標を例にとると、商標図案ではその動きの連続した静止画像を表示し、音の部分はその動的映像を構成する静止画像の個数およびその画像の変化過程などの細部を併せて、商標の記述において説明しなければならない。例えば、「本件は音と動きの結合商標であり、音は約 2 秒間続く激しい爆発音、それに伴う動的映像は一つの星の光である。商標図案は 4 枚の画像からなり、画像 1 から画像 4 まで、その星の光が小さいものから徐々に大きくなり、その後、徐々に小さくなっていく¹¹⁵」となる。また、音を五線譜または数字譜で表示することができるときには、商標の記述を次のようにすることも可能である。「本件は音と動きの結合商標である。動的映像は……から構成され、それは 4 枚の画像からなり、画像 1 から画像 2 までは……。動的映像に伴う音は五番目の図が示す楽譜によって構成される」

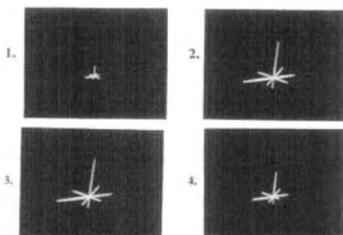
結合式非伝統的商標の識別性および機能性に関しては、その組み合わせの部分は本基準の判断原則によって審査を行うことができる。その結合商標全体が識別性を具えている場合は、商品または役務の出所を示す機能を具えている。しかしながら、その組み合わせの部分または構成要素が識別性を具えておらず、しかも商標権の権利範囲に疑義が生じる状況、もしくは機能性を具えている状況に該当するならば、権利不要求を表示するか、商標図案に破線で表示しなければならない、そうしてはじめて登録を許可することができる。

10. 非伝統的商標と意匠権および著作権との競合関係

10.1 意匠権との競合関係

商標がその機能を発揮するために必要な場合は、登録することができない。主に、技術性および機能性を具えた創作においては専利制度によって保護しなければならない、特許権の存続期間が満了後は、何人であれ、その技術を自由に利用して、技術の発展を促進させることができる。一方、意匠権とは、物品の形状、模様、色彩またはそれらの組み合わせに関して、視覚を通して訴える創作を指し、技術や機能の創作には該当しない。市場の公平な競争に影響する可能性はあるが、実用新案権と特許権が具えている実用的な機能性と比べると、その影響力は低い。そのため、非伝統的商標、特に立体的形状は同時に、商標法

¹¹⁵ オーストラリア登録第 907230 号

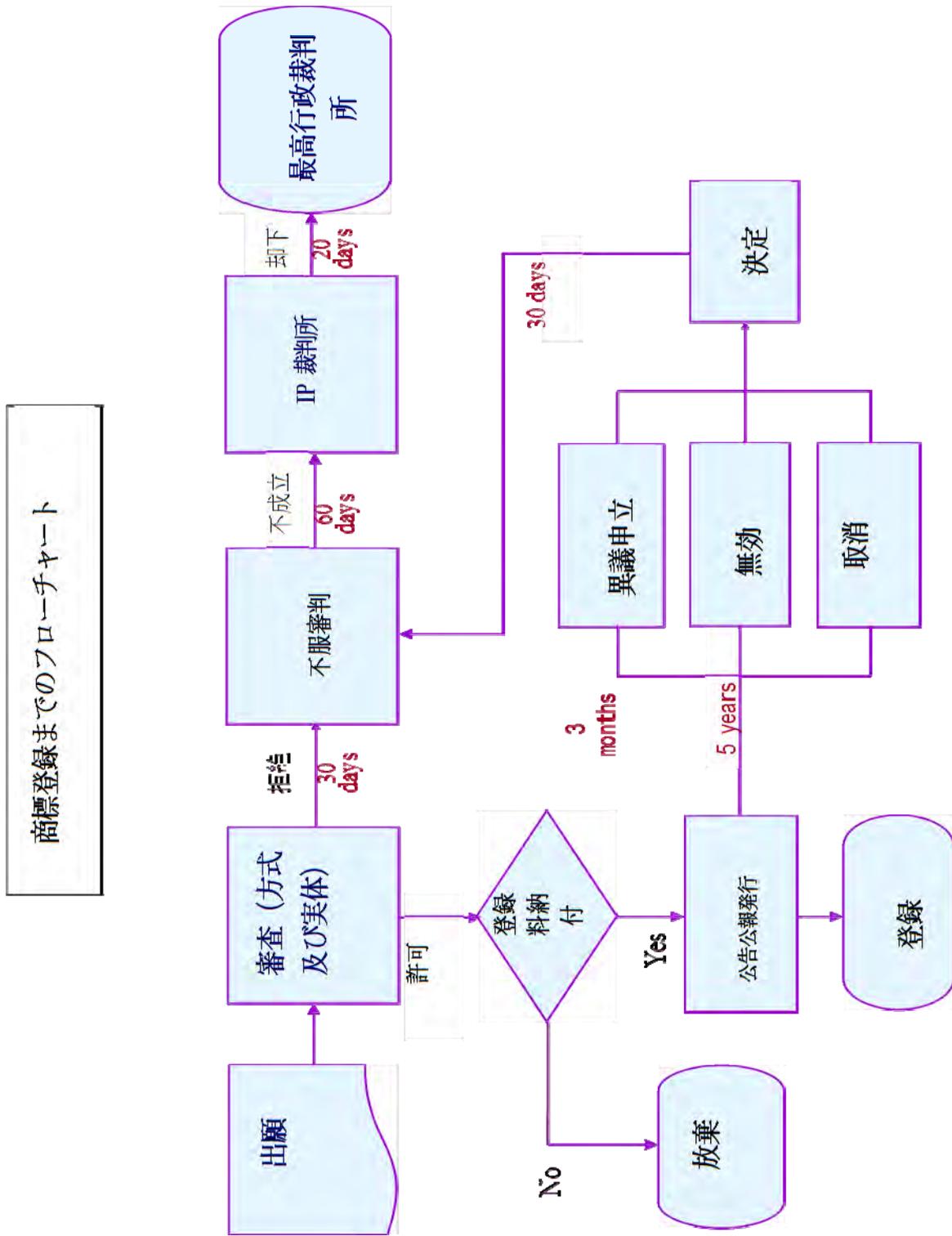


商標の記述「The trade mark consists of a combination of a sound and a moving image. The sound is a high-pitched ping sound of approximately two seconds in duration and the accompanying image is a star that gradually increases and then decreases in size. The changing nature of the star is exemplified by the representations attached to the application form. The sound and accompanying image are as recorded on a video tape accompanying the application.」

と専利法の保護を得ることが可能である。但し、重要なことはその外観のデザインが商標による保護を受けるには、商品の出所を示す機能をもたないといけないことである。このほか、意匠権を取得した立体的形状の設計は、その権利期間中は排他的に使用することができるが、その立体的形状が識別性を具えていないならば、その排他的使用によって、本来、識別性を具えていない立体的形状の設計が識別性を獲得することはない。そもそも、立体的形状の設計が識別性を具えているか否かは意匠権を取得する要件ではない。すなわち、識別性を具えていない一つの立体的形状の設計は、その設計上の創意によって意匠権を取得できるにすぎず、これによってさらに識別性および商標権を取得するのは不可能である。但し、以下の場合はこの限りではない。その意匠権者が挙証して、その先天的識別性を具えていない製品の形状設計を出願人が使用し、しかも、取引においてすでに出願人の商品を示す標識となって、他人の商品と区別できることを証明した場合、商標取得の第二層の意義に基づいて、後天的識別性を具えているものは、その登録を許可する(商 29Ⅱ)。

10.2 著作権との競合関係

わが国の著作権法の立法目的は著作者の著作に係る権益を保障し、社会の公共利益を調和させて、国の文化的発展を促すことである(著 1)。これは商標法の立法目的とは異なる。著作の使用は極めて広く、商品または役務の出所を識別する商標として使用する可能性がある。そのため、立体的形状や動的映像、ホログラムなどが同時に商標法と著作権法の保護要件に符合するならば、商標権と著作権を同時に取得することができる。



(別添 T3)

※註冊第 號

A

((此處由本局於收文時黏貼條碼)

音の商標登録申請書

聲音商標註冊申請書

- ◎申請書需載明 申請人、商標圖樣、指定使用商品或服務，始取得申請日。
- ◎填寫時請先行詳閱申請須知。
- ◎作※記號部分請勿填寫，□內以英文字母「v」選填。
- ◎如有疑問，請洽詢 (02) 23767570 商標服務台。事務所或申請人案件編號：(可免填)

商標圖案

繳納商標規費金額 元

壹、商標圖樣

商標名称

一、商標名稱：

商標圖案 (二者擇一)

二、商標圖樣 (二種方式任擇其一)

- 1、商標圖樣以樂譜 (五線譜或簡譜) 表示，並檢附載有本件聲音之 .wav 檔光碟片 (仍應於「三、商標圖樣描述」簡要說明)

(五線譜または簡易音譜をここに貼り付けてください)

(自行黏貼五線譜、簡譜)

(本標五線譜、簡譜描述明及載有本件聲音之 .wav 檔光碟片為申請)

- 2、無法以樂譜表示其聲音者，得就聲音為描述說明，並檢附載有本件聲音之 .wav 檔光碟片 (請於「三、商標圖樣描述」詳細說明)

三、商標圖樣描述：

商標圖案の詳細

貳、優先權聲明

優先權主張の宣言

明受理之申請文件者，應於申請日次日起 3 個月內補正)

優先權日：民國 年 月 日

優先權日：民国 年 月 日

首次申請國家（地區）

第一出願国（地区）

案

號：

參、申請人（共 人）

多位 出願番号

將本欄位完整複製後依序填寫，姓名或名稱欄視身份種類填寫，未填寫的部分可自行刪除)

出願人

第一出願人

（第1 申請人）

國 籍： 中華民國 大陸地區（ 大陸、 香港、 澳門） 外

國籍：_____

身分種類： 自然人 法人、公司、機關、學校 商

號、行號、工廠

ID：

姓名： 姓：

名：

肆、代理人（未設代理人者，此處免填）多位代理人時，應將本欄位完整複製後依序填寫）

ID：

代理人

姓名： 姓：

名：

地址：

聯絡電話及分機：

傳 真：

E-MAIL：

伍、指定使用商品／服務類別及名稱

- ◎未填寫商品／服務名稱者，無法取得申請日。
- ◎請具體列舉商品／服務名稱，不得填寫『及不屬別類之一切商品／服務』或『及應屬本類之一切商品／服務』
- ◎請依指定類別順序填寫商品／服務類別、名稱、組群代碼，不知組群代碼者，得不填寫。
- ◎關於指定使用商品／服務之類別及名稱，請參考並查詢本局局網公告資料，或電洽商品及服務諮詢人員。
商品／服務類別名稱檢索網址：http://tmsearch.tipo.gov.tw/TIPO_DR/GoodsIPO.html
商品及服務諮詢人員名單查詢網址：
http://www.tipo.gov.tw/ch/AllInOne_Show.aspx?path=1163&guid=777f6df4-89ee-4b7f-8b22-a1bd8213e4a8&lang=zh-tw

類別：商標法施行細則第13 條第

類商品／服務。

区分

類別：商品／服
務
名稱：

組群代

碼：類

別：

商品／服務名稱：

組群代碼：

署名捺印および提出

(相同方式另頁順序填寫，並註明以附表方式附於本頁之後。)

陸、簽章及具結（多位申請人時，應將申請人及代表人簽章部分複製後依序簽章）

本申請書所填寫之資料係為真實。

本申請書所填寫之資料確係申請人提供，據申請人稱該等資料均為真實。

申請人簽章

代表人簽章

代理人簽章

備註：本案另涉有他案時，請於備註欄內填明。

本案需俟註冊第

號商標爭議案確定後，再行審理。

其他：

添付資料がそろっていることを確認し、□にチェックを入れてください。

附件：請檢查應附文件是否齊備，並於□勾註所檢附之文件。

- 商標圖樣浮貼一式5張（商標圖樣非以五線譜、簡譜表示者，免貼圖）
- 優先權證明文件（□附中譯本）委
- 任書（□附中譯本）已取得識別
- 性之具體事證。
- 載有本件聲音之.wav 檔光碟片。
- 其他證明文件。

附表

添付資料

商標圖案貼りつけ用紙

商標圖樣浮貼處

5 張浮貼處

5 枚を下記に
貼りつけてください

説明：一、本表請「浮貼」商標圖樣5 張（商標圖樣非以五線譜、簡譜表示者，免貼圖）
二、商標圖樣應以堅韌光潔之紙料爲之，請勿採用相片紙，以免褪色或無法黏貼。

動畫、電子書、遊戲等之電腦軟體及程式；通訊網路元件之電源，即電池和電源供應器；變電器及中繼器，即指信號擴大器（機）或中繼擴大器（機）；多媒體系統，即指在通訊領域中供使用者傳送、散佈資訊及互動式文字、影像、錄影和聲音之軟體，供電腦、衛星、有線電線和／或陸地接收器、天線、開關及發動機用之多媒體終端機；行動電話之螢幕、顯示器；使用者界面組件，即指鍵盤、電腦小型鍵盤、滾輪鍵、按鈕、開關面板及螢幕；用於管理和執行無線電信裝置之電腦軟體及程式；用於經由全球電腦網路和全球通信網路進行存取、搜尋、索引、瀏覽、引導及擷取資訊和資料之電腦軟體及程式；傳遞及接收簡訊、電子郵件和過濾非文字資料之電腦軟體及程式；類比式及數位式資料、聲音、影像及錄影通訊、無線電話機及接收機；行動電話之電子遊戲軟體；照相機，即指攝影照相機，數位照相機，電影攝影機及攝影機；電子金融交易系統及裝置，即指智慧晶片（卡）及智慧晶片（卡）讀取機；計算機；為通訊目的使用於通訊裝置上之卡片，即指電腦（資料）記憶卡，電腦數據機卡片和電腦傳真數據機卡片；電子出版品，即指存錄在電腦儲存媒介（記憶）體上之電腦使用者手冊；空白聲音及影像錄影帶，錄音帶，光碟片；錄製有音樂、電影、動畫、電子書、電動遊戲之聲音及影像錄影帶、錄音帶、光碟片；音像及錄影帶，卡式磁帶，數位錄影唱片（DVD），錄影光碟片（VCD），光碟片，雷射唱片，光碟儲存機，MP 3播放器，光碟記錄器，隨聲聽；電視；頭戴式耳機；雙筒望遠鏡；太陽眼鏡；夾鼻眼鏡；滑鼠墊；立體音響裝置配備，即指立體聲接收器，擴大機（器）；光碟片、m p 3播放器、迷你光碟（MD）隨聲聽及揚聲器（喇叭）。

異動事項

5-2-6. 韓国

— 2012年改正法に基づく報告 —

<<法制度>>

韓国特許庁は「位置」「トレードドレス」「味」「触感」の商標はまだ認めていないが、「色彩」、「音」、「におい」、「動き」、「ホログラム」の商標は商標法改正により保護している。

「音」「におい」の商標は韓・米 FTA 締結の合意事項によって 2012 年より導入〔施行〕されている。「音」「におい」の商標については本年度(2012 年)3 月 15 日より施行されていて、さらに音の商標のみが、わずかに出願されているだけで、まだ企業の出願動向を知ることができない。

新しいタイプの商標の保護により、商標権者はより多様な対象を商標(登録)として保護を受けることができる。「音」「におい」の商標については、審査段階で識別力の獲得の有無を厳しく審査することになっているため、第三者のただ乗り行為(フリーライド)を防止することができる。

「音」「におい」の商標の権利範囲は、音又はにおいのそのものによって定まるのではなく、出願書類の「写実的表現」欄の記載により定まる。そこで、「音」「におい」の商標も通常商標と同様に韓国特許庁が提供している KIPRIS (日本の IPDL のようなデータベース)を利用して検索ができるので、KIPRIS から登録された新しいタイプの商標の権利範囲(写実的表現)を確認することができる。従って、企業にとって新しいタイプの商標に関する監視負担が特に負担になるということはない。

「音」「におい」の新しいタイプの商標の登録要件としてまず使用によって識別力を獲得しなければならない。このような点からは韓国企業又は韓国で「音」「におい」の商標の使用〔広報等〕が可能な外国企業によって新しいタイプの商標を活用することができると考えられる。また、企業にとってはいままでは商標ではなく、広報の手段として利用している「音」「におい」を独占権である「商標権」として保護できるので、「音」「におい」の商標等新しいタイプの商標について積極的に活用を考えると予想される。

「音」「におい」の新しいタイプの商標の登録要件として通常の商標とは異なり、使用による識別力の獲得が必要とされているので、使用期間・範囲・需要者の認識等につき証明できる資料を出願前から用意していることが必要である。また、新しいタイプの商標については出願書類の「写実的表現」が直ちに権利範囲となるので、この内容〔記載〕が特許における明細書のように非常に重要なところであるため、どのように記述するかを慎重に考えるべきである。

権利行使について、通常商標と同様であるため、専用使用权及び通常使用权のいずれも許諾することができる。また、新しいタイプの商標に対して商標権のみならず、他の権利もある場合、通常商標と同様に権利行使に当たって組み合わせで活用することができる。

(1) 商標の定義

商標法において、「商標の定義」規定がある。

商標法第 2 条 (定義)

1.”商標”とは、商品を生産・加工又は販売することを業とする者が自己の業務に関

連した商品を他人の商品と識別されるようにするために使用する次の各項目のいずれか1つに該当するもの（以下「標章」という。）をいう。

- イ. 記号・文字・図形・立体的形状又はこれらを結合させたり、これらに色彩を付したもの
- ロ. 他と結合しない色彩又は色彩の組合わせ、ホログラム、動作、その他視覚的に認識することができるもの
- ハ. 音・においなど視覚的に認識することができないもののうち、記号・文字・図形又はその外の視覚的な方法で写實的に表現したもの

また、商標の構成要件について基準が定められている。

基準第4条（商標の構成要件）

第1項 商標法第2条により商標として構成され得るものは、次の各号の一に該当するものをいう。

- 1. 記号・文字・図形・立体的形状若しくはこれらを結合し、又はこれらに色彩を結合したもの
- 2. 他のものと結合していない色彩若しくは色彩の組合せ・ホログラム・動作又はその他視覚的に認識することができるもの
- 3. 音・におい等、視覚的に認識することのできないもののうち、記号・文字・図形又はその他の視覚的な方法により写實的に表現が可能なもの

第2項 商標法第1項3号による音・におい等、視覚的に認識することができないものは、原則的に識別力が認定されず、使用による識別力獲得の認定を受けなければならない。

韓国においては「位置」の保護は認めていない。また、韓国特許庁は、音の商標には音のみ、動きの商標には動きのみ、においの商標にはにおいのみからなることを要求しているため、「音」と「動き」の組み合わせ又は新しいタイプの商標どうしの組み合わせの商標は1商標1出願の違反で拒絶される。

(2) 出願要件

商標の特定方法と権利範囲について

特定方法

商標の特定方法において写實的表現を求める旨の条文がある。「音」「におい」等の視覚により認識できない商標について商標法第9条第3項に規定がある。

商標登録を受けようとする商標が商標法第2条第1項第1号のハ目に該当する商標の場合には、商標法第1項各号の事項以外に、知識経済部令で定めるところにより、その旨と説明及び当該標章を記号・文字・図形、その他写實的な方法で表現し（以下「写實的表現」とする）、それぞれ出願書類に書かなければならない（商標法第9条の2出願日認定要件）。

タイプ毎の特定方法

タイプ別の記載を行う。

「色彩」 商標見本+説明文 色コード (任意)

「音」 音楽：説明文+音声ファイル 楽譜 (必要に応じて/施行規則 36 条 3 項

音楽以外：説明文+音声ファイル

「におい」 説明文+においの標本

「動き」 商標見本+説明文

「ホログラム」 商標見本+説明文

色彩、動き、ホログラムの商標に関しては、商標見本と商標の説明で特定する。商標見本として、5 枚以内の図面又は写真の提出を求めている (ホログラムについて施行規則第 38 条)。

音、におい、などの視覚により認識できない商標については、1000 字以内の商標の写実的表現の欄に当該商標についての具体的な記載を求めている。写実的表現が権利範囲となる (商標法第 52 条)。

音の商標においては、説明と音声ファイルの提出を求めているが、音楽の場合には、楽譜の提出も任意で求める。基準第 32 条の 2 第 4 項によれば、審査官は、音声ファイルが音楽又は歌詞を含む音楽である場合には、写実的表現を明確に把握するために、商標法第 92 条の 5 により、当事者に対し楽譜を提出することを要求することができる。音声ファイル等を参考にしないと、音を認識又は再現できない場合は、写実的に表現されているとはいえない。

においの商標では、においの標本等を参考にしないと、においを認識又は再現できない場合は、写実的に表現しているとはいえない (基準第 32 条の 2 第 3 項)。

標本の提出として認められるのは、30ml 以上の液体状の物質を入れた密閉容器 3 個、または、においを付した物質を 3mg 以上塗布したパッチ 30 枚以上である (施行規則第 36 条第 6 項)。

各タイプ別の記載例

「音」の商標：

商標見本

音声ファイル (拡張子 *.MP3, *.WAV, *.WMA の形態で 3MB 以内) は商標見本のかわりに必須ものである。楽譜は必須書類ではないが、参考資料として提出可能である。

商標の説明文：500 字以内で記述する。

(特許庁の例示文)

本願の音商標はライオンの鳴き声が 2 秒間大きく聞こえた後だんだん小さくなる形態で構成される。

写実的表現

1000 字以内で音の特徴・演奏時間・方法等を詳細に記述する。

(特許庁の例示文)

本願の音商標は添付されたファイルのように、雄ライオンの鳴き声からなるものであって、雄ライオンが大きくほえたける泣き声が2秒間聞こえた後、しばらく間、小さい鳴き声が聞こえる音からなるものである。

「におい」の商標：

商標見本

30ml以上の液体タイプの物質を入れた密閉容器3本または3ml以上のにおいが染み込まれた又は塗布されたパッチ30枚以上

商標の説明文

500字以内で記述

(特許庁の例示文)

本願のにおい商標はたった今刈った草のにおいからなるものである。

写実的表現

商標の特徴を1000字以内で詳細に記述

(特許庁の例示文)

本願のにおい商標は添付されたサンプルのように、たった今刈った草のにおいからなるものであって、この草はゴルフ場に使用される芝を言い、たった今刈った草のにおいとは芝を刈ったとたん発散されるにおいであり、刈ってから1時間以内のにおいを言う。

「動き」の商標：

商標見本

動作が発生する時間的に順番に沿った画面〔イメージ〕を5コマ以内の図面又は写真

(見本例示)



商標の説明文：500字以内で記述

(説明文例示)

本願商標見本はスクリーンの中央から明るい光が発散され、画面全体が光る青色と黄色の光に覆われる。その後「Sony Make.Believe」ロゴが現れながら二つの光が真中に集中される。

「ホログラム」の商標：

商標見本

見る角度に見られるイメージを5コマ以内の図面又は写真

(見本例示)



商標の説明文：500字以内で記述

(説明文例示)

中心部に円図形が2個位置し、円図形の外部周囲に三角形図形12個が並列の結合からなり、三角形図形の端部分に先で円図形が形成されており、その外部にまた円図形があることを特徴とする。見る角度によって結合された図形及び背景の色彩が様々の色彩を表している。添付した写真はホログラムの商標を正面、左、右、下から撮影した見られる形状の代表である。

権利範囲

商標法第52条（登録商標等の保護範囲）に規定されている。

登録商標の保護範囲は、商標登録出願書に記載した商標（商標法第2条第1項第1号のハ目に該当する商標の場合には、写実的表現）により定められる。音・においの商標は、写実的表現（説明文）が権利範囲となる。音声ファイルの提出を求めているが、権利範囲は写実的表現に記された内容。においの標本は権利範囲には影響しない。その他、視覚で認識できる商標については、商標見本に基づき権利範囲が定まる。色彩の商標については、説明文ではなく、商標見本に基づき権利範囲が定まる。

出願日認定

商標法第9条の2（出願日の認定等）に以下のように規定されている。

第1項 特許庁長官は、商標登録出願が次の各号のいずれか一つに該当する場合を除き、その商標登録出願に関する出願書類が特許庁に到達された日を商標登録出願日と認めなければならない。

1. 商標登録をしようとする旨の表示が明確でない場合
2. 出願人の氏名若しくは名称の記載がなかったり、又はその記載が出願人を特定することができないほど明確でない場合
3. 商標登録出願書に商標登録を受けようとする商標の記載がなかったり、その記載が商標として認識することができないほど鮮明でない場合
- 3の2. 商標登録出願書類に写実的表現を記述しない場合（商標法第2条第1項第1号のハ目の標章に限る。）（ハ. 音・においなど視覚的に認識することができないもののうち、記号・文字・図形又はその外の視覚的な方法で写実的に表現したもの）
4. 指定商品の記載がない場合
5. 母国語で記載されなかった場合

第2項 特許庁長官は、商標登録出願が第1項各号の1に該当する場合には、商標登録を受けようとする者に相当な期間を定めて商標登録出願に対して補完す

ることを命じなければならない。

第3項 第2項の規定による補完命令に従って商標登録出願に対して補完する場合には、手続補完に関する書面（以下、「手続補完書」という。）を提出しなければならない。

第4項 特許庁長官は、第2項の規定により補完命令を受けた者が指定期間以内にその補完をした場合には、その手続補完書が特許庁に到達した日を商標登録出願日と認めなければならない。

第5項 特許庁長官は、第2項の規定によって補完命令を受けた者が指定期間以内にその補完をしなかった場合には、当該商標登録出願は不適合な出願として差し戻すことができる。

動き、ホログラムの商標については、図面等が出願日認定要件である。音、においては説明文が出願日認定要件である。

音声ファイルやにおいの標本などは出願後に補充可能である。音の商標においては「楽譜」が商標見本ではない。楽譜や音声ファイルは補充的に提出するのであり、登録要件の判断基準になるのは出願書類に記載した「写実的表現」である。よって、補充的に提出した「楽譜」又は「音声ファイル」と「写実的表現」と異なる場合は拒絶理由通知書が発せられる（基準第32条の2第5項）。

新しいタイプの商標の出願形式は、電子出願又は書面出願どちらでもできる。ただし、におい商標出願については商標(におい)サンプルを電子出願で提出することができないため、出願書類のみを電子出願で提出してから3日以内に商標見本(においサンプル)を特許庁ソウル事務所に直接提出すれば、出願日は電子出願日と認定される。

出願日認定に必要な要素について基準が定められている（基準第32条（商標見本の作成等）第2項）

立体商標について実物の形状のみで出願されたときには、商標法第9条の2に定めるところにより図面又は写真により補完しなければならず、ホログラム商標又は動作商標についてビデオテープ又はCD-ROM、光ディスク等、電子的な記録媒体のみで出願されたときにも、商標法第9条の2により図面又は写真により補完しなければならない。

(3) 登録要件

① 識別性

商標法第6条（商標登録の要件）

次の各号の1に該当する商標を除いては、商標登録を受けることができる。

1. 普通名称、2. 慣用商標、3. 産地・品質等、～7. その他識別力のない商標
通常商標における判断基準とは異なった扱いとなる、新しいタイプの商標用の審査基準があり、それぞれの項目において識別力についての言及がなされている。

基準第 4 条（商標の構成要件）第 2 項

商標法第 1 項第 3 号による音・におい等は、視覚的に認識することができないものは、原則的に識別力が認定されず、使用による識別力獲得の認定を受けなければならない。

基準 8 条第 16 項

色彩又は色彩の組合せのみからなる商標が指定商品の品質や効能又は用途、目的等の性質表示を直接的に表している場合には、商標法 6 条 1 項 3 号を適用する。

第 17 項、第 18 項

動作商標・ホログラムの場合には、提出された図面又は写真と商標説明書を通じて特定される動作の全体が、指定商品の品質や用途、目的等の性質表示を直接的に表していると認定される場合は、商標法 6 条 1 項 3 号を適用する。

第 19 項

音・におい等の写實的表現が、指定商品の原材料・用途・目的等の性質表示を直接的に表していると認定していると判断される場合には、商標法第 6 条第 1 項第 3 号を適用する。

音・におい等の性質表示の例示

伐木サービス業：チェーンソーの音

各種小売業：現金出納機の音

自動車修理業：自動車の始動音、自動車の走行音

香水：バニラ香、ハーブ香

木材加工業：木のにおい

タイヤ：ゴムのにおい

基準第 11 条第 10 項

音の商標を構成する音が 1 音又は 2 音で構成されている場合（ここで、1 音とは、1 つの音符の音をいう。）には、商標法 6 条第 1 項第 6 号に該当するものと見る。

基準第 12 条第 4 項

音、におい等は、需要者に商品の出所表示として認識されず、音・におい等として認識されることが一般的であると言えるため、自他商品を区別する識別力がないものと見る。

基準第 12 条 解釈参考資料 1.

色彩又は色彩の組合せのみからなる標章、動作全体又はホログラム全体が、指定商品と関連のある分野において一般的に使用されている又は使用され得る表示は、識別力がないと認定され得る。

「色彩」単一の色彩については識別力のないとの理由で拒絶される。色彩の組み合わせの商標については、通常商標と同様の識別力有無の判断要件により識別力有無を審査する。例えば、色彩の組み合わせが「簡単、かつありふれた」場合、識別力がないと判断される。また、色彩の組み合わせが商品の形状及び品質を表示する場合でも、識別力がないと判断される。

「音」ガイドラインによると、1音又は2音からなる音（楽曲 Music）商標は識別力がないとの理由で拒絶される。ところが、楽曲（Music）が出願された場合、2～3分程度の長さがあるものであっても、音（音楽）の長さのみを持って識別力の有無を判断しないようである。音商標が機能的な商標である場合は仮に使用による識別力を有しているとしても拒絶される。音商標が機能的な商標であるか否かの判断は音の長さではなく商品との関係を一緒に考慮して判断する。

セカンダリーミーニング

商標法6条第2項に規定がある。

商標法第1項第3号乃至第6号に該当する商標であっても、商標法第9条の規定による商標登録出願前に商標を使用した結果、需要者間にその商標がだれの業務に関連した商品を表示するのかが顕著に認識されているものは、その商標を使用した商品を指定商品として商標登録を受けることができる。

認定の程度、証拠方法等につき基準第14条、提出書類につき施行規則第36条第4項が規定されている。新しいタイプの商標に特有の立証方法・審査基準は特に規定されていない。

セカンダリーミーニングが認められるための必要要件(例えば国外における登録・使用実績が有利に働くかなど)については、あくまでも韓国における使用実績が必要とされる。ガイドラインでは下記の通り通常商標と同様の要件が規定されている。

- 相当期間使用事実
- 全国又は一定地域で使用事実
- 使用商品の生産・販売量（数、金額）等
- 使用の方法・回数・内容等
- 国家・政府機関等の証明書
- 商工会議所の証明書
- 同業組合(団体)の証明書
- 取引先・代理店等からの多数証明書（取引先・代理店の事業者登録証写し付き）
- 新聞・雑誌・TV・ラジオ等に広告した期間・回数等に関する証明書

なお、使用による識別力は原則として使用している当該商標及び当該商品に限って認められるものであって、類似商標又は類似商品までは認定されない。

機能性の判断

機能的な商標の登録を排除する条文がある。

商標法 7 条第 1 項の各号のいずれか一つに該当する商標は、商標法第 6 条にかかわらず商標登録を受けることができない。

13. 商標登録を受けようとする商品又はその商品の包装の機能を確保するのに不可欠な（サービスの場合には、その利用と目的に不可欠な場合をいう）立体的形状、色彩、色彩の組合せ、音、又はにおいだけで構成された商標

審査基準第 27 条

- ・商標法第 7 条第 1 項第 13 号の規定の適用は、広告・宣伝等を通じてその実用的利点が知られている商品又は商品包装の形状や色彩又は色彩の組合せ等から発揮される機能に着眼して判断する。
- ・本願に該当する商品又は商品の包装の機能を確保するのに不可欠な立体的形状や色彩、色彩の組合せ、音・におい等は、たとえ識別力が認定されても、登録を受けることができないものとする。

上記基準は、セカンダリーミーニングが認められても、登録を受けることができない、とする。

また、色彩、音につき次のような解釈参考資料がある。

解釈参考資料 2.

出願された色彩又は色彩の組合せのみからなる商標が機能的であるか否かは、

- イ.当該色彩等が指定商品の使用に不可欠又は一般的に使用される、
- ロ.色彩等が与える美的効果が、製品のマーケティング等に役立つ、
- ハ.指定商品の特性として作用する特定の色彩が、その商品の利用と目的不可欠又は価格や品質に影響を与える、などを考慮して判断する。

解釈参考資料 8.

出願された音・におい等が機能的であるか否かは、

- イ.商品の特性から発生する特定の音・におい（例：ビール瓶の栓を抜く音、タイヤのゴムのにおい）、
- ロ.商品の仕様に必ず必要又は一般的に使用される音・におい（例：オートバイのエンジン音、香水の香り、飲食物のにおい等）、
- ハ.商品の販売増加と密接な原因となる音・におい（例：チャイムベルの音、芳香剤等に使用されるにおい等）

「動き」、「ホログラム」については、機能的な商標が存在しない。

「音」、「におい」については、機能的な商標は存在する。「音」の商標が機能的な商標である場合は仮に使用による識別力を有しているとしても拒絶される。音の商標が

機能的な商標であるか否かの判断は音の長さではなく商品との関係を一緒に考慮して判断する。

類否判断

類否判断に関する条文がある。

商標法第7条第1項

次の各号のいずれか一つに該当する商標は、商標法第6条にかかわらず商標登録を受けることができない。

7.先出願による他人の登録商標と同一または類似の商標として、その指定商品と同一又は類似の商品に使用する商標

新しい商標の類否判断の手法は、通常商標における判断基準と差異がある（基準第21条）。

「音」の商標、「におい」の商標：

音・におい等については、他の類型の商標との間でのクロスサーチは行わない。

基準第21条第2項

商標の類否の観察方法は、全体的、客観的、離隔的观察を原則とするが、商標の構成中、印象的な部分（要部）について重点的に比較するものとする。この場合、音・におい等は、同じ類型の商標間で、写実的表現を基準に類否を比較して判断する。

「色彩」の商標：

基準第21条第11項

「色彩」について、称呼よりは外観と観念が類似であるか否かを重点的に比較して判断する。

解釈参考資料 17

色彩等において“外観類似”とは、視覚を通じて色彩を観察したときに両商標を互いに混同しやすい場合をいい、“観念類似”とは、色彩から一定の意味（暗示や印象を含む。）を引き出し得る場合に両商標がその意味によって混同される場合をいい、両商標の外観及び観念のいずれかが類似し、標章全体的に商品の出所に関して誤認・混乱のおそれが懸念されるときには、両商標は類似なものと見る。

「動き」の商標：

基準第21条第12項

「動き」については、動作のイメージが変化する特殊性があるため、

- 1.他の類型との間においては、図面・写真や動作中の基本的主体（要部）をなす姿態（ただし、動作の内容が特異である場合は非類似と見ることができる）、
- 2.動作商標相互間においては、図面・写真・動作の内容及び動作中の基本的

な主体（要部）をなす姿態。動作商標の図面等動作の要部を中心に類否判断が行われる。

解釈参考資料 18.

対比される2つの商標の動作の主体は相違するが、その動作の主体が示す姿態の特異性が同一又は極めて類似であると判断される場合、2つの商標は類似なものと見る。

「ホログラム」の商標：

基準第21条第13項

立体商標の類否判断（基準21条第10項）を準用する。

具体的事例の紹介

文字商標「MEOW」と猫の鳴き声の音の商標の類否判断

ガイドラインによると、音商標は音商標どうし、におい商標はにおい商標どうしで比較して商標の類否を判断することになっているので、例の「MEOW」文字と猫の鳴き声の音の商標とは類否を判断しない。

音楽に歌詞がついている音の商標とその歌詞を表す文字商標との類否判断

特許庁の説明によると、「音楽」商標に単語・文字〔歌詞〕が含まれていても、音楽にある単語又は文字と類似の先行(文字)商標との類否を判断しないとのことである。

音階が同じものであって、音源が異なる場合の類否判断

音の商標は音声ファイルではなく「写実的表現〔記述〕」に基づくから、音源が異なっても写実的表現が同一又は類似であれば類似であると考えられる。

「動き」の商標の類否判断

「動き」の商標につきてイメージファイルの一つ（停止画面）が先行商標と類似であるとの理由で拒絶されたことがある。

(4) 他の権利との調整

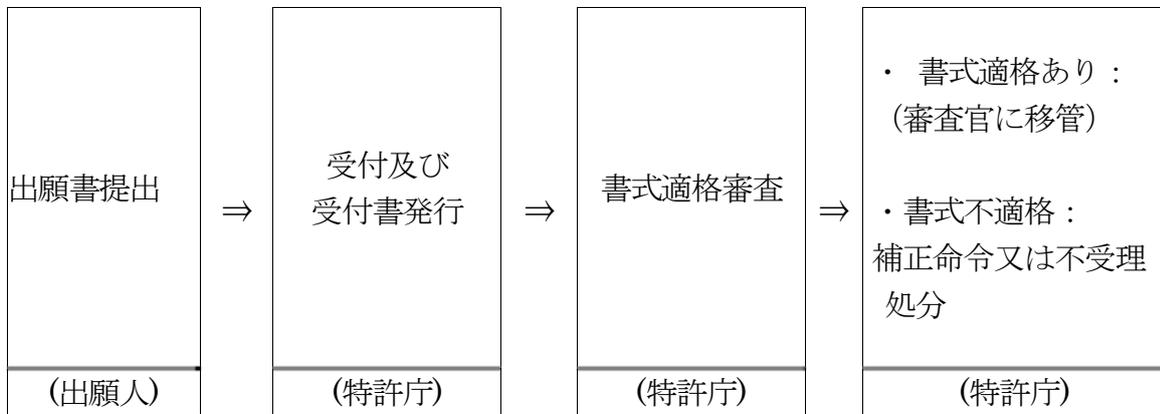
著作権、意匠権等他の権利との調整規定がある。

商標法第53条（他人の意匠権等との関係）

商標権者・専用使用権者又は通常使用権者は、その登録商標を使用する場合に、その使用状態に従いその商標登録出願日前に出願された他人の特許権・実用新案権・意匠権又はその商標登録出願日前に発生した他人の著作権と抵触される場合には、指定商品のうち抵触される指定商品に対する商標の使用は特許権者・実用新案権者・意匠権者又は著作権者の同意を得なければその登録商標を使用することができない。

出願された商標に他人の著作権が含まれている場合、通常商標と同様に審査段階では他

出願書の処理手続き



(6) 出願の手続

各業務が電子的に処理されるが、通常の商標出願に関する処理と同様である。

新しいタイプの商標の出願形式は、電子出願又は書面出願どちらでもできる。音声ファイルも電子で提出可能である。ただし、におい商標出願については商標(におい)サンプルを電子出願で提出することができないため、出願書類のみを電子出願で提出してから3日以内に商標見本(においサンプル)を特許庁ソウル事務所に直接提出すれば、電子出願日が出願日と認定される。

①電子出願の願書様式 (別添 K1 参照)

新しいタイプの商標に係る手続は通常商標と同様であるため、様式も同一である。ただし、新しいタイプの商標については、出願書類に音やにおいについては写実的方法で記載しなければならない。また、音商標・におい商標については 出願書類と共にサンプルを提出することになっている。

音の商標：

音声ファイルは、拡張子 *.MP3, *.WAV, *.WMA の形態で3MB以内である。楽譜は必須書類ではないが、参考資料として提出可能である。

商標の説明文

500字以内で記述する。

(特許庁の例示文)

本願の音商標はライオンの鳴き声が2秒間大きく聞こえた後だんだん小さくなる形態で構成される。

写実的表現

1000字以内で音の特徴・演奏時間・方法等を詳細に記述する。

(特許庁の例示文)

本願の音商標は添付されたファイルのように、雄ライオンの鳴き声からなるものであって、雄ライオンが大きくほえたける泣き声が 2 秒間聞こえた後、しばらく間、小さい鳴き声が聞こえる音からなるものである。

においの商標：

商標見本：30ml 以上の液体タイプの物質を入れた密閉容器 3 瓶または 3ml 以上のにおいが染み込まれた又は塗布されたパッチ 30 枚以上を提出する。

商標の説明文

500 字以内で記述する。

(特許庁の例示文)

本願のにおい商標はたった今刈った草のにおいからなるものである。

写実的表現

商標の特徴を 1000 字以内で詳細に記述する。

(特許庁の例示文)

本願のにおい商標は添付されたサンプルのように、たった今刈った草のにおいからなるものであって、この草はゴルフ場に使用される芝を言い、たった今刈った草のにおいとは芝を刈ったとたん発散されるにおいであり、刈ってから 1 時間以内のにおいを言う。

動きの商標・ホログラムの商標：

動作商標・ホログラム商標については、補充的に動作商標の特徴を表現した映像(動画)を収録した CD-ROM, 光ディスク等電子的記録媒体を提出することができる。ただし、動画そのものは補充的なものであって、一連の動作が時間的に動くイメージ(停止画面)を商標見本として必ず提出しなければならない。

②書面出願の願書様式

新しいタイプの商標にかかる願書(別添 K1 参照)は、電子出願と書面出願とで願書の様式は同一である。

③願書の補正

補正書・意見書：電子ファイルで提出する。有体物の添付資料がある場合、追って特許庁に提出可能である。補正についての規定は、通常商標の出願と差異はない。

商標法第 14 条第 1 項 出願人は、最初の商標登録出願の要旨を変更しない範囲内で(中略) その商標登録出願に関する指定商品及び商標を補正することができる。

補正許容範囲

商標法第 16 条（出願の要旨変更）に規定する範囲内の補正は、商標登録出願の要旨を変更しないものとみなす。ただし、商標登録出願に関して商標法第 14 条の規定による補正が出願の要旨を変更するものであるときには、その補正は却下される（商標法第 17 条（補正の却下））。

補正があった場合の出願日

商標法第 16 条第 2 項 出願公告決定謄本の送達前にした補正が要旨を変更するものと商標権の設定登録があった後に認められたときには、その商標登録出願はその補正書を提出したときに商標登録出願したものとみなす。

要旨の変更について新しいタイプの商標用基準が定められている。

基準第 36 条にて以下の場合、要旨変更とみる旨規定する。

5. 出願商標に色彩を新たに結合し、又は色彩を変更する場合
7. 動作商標を、文字、図形等の一般的な商標、立体的形状又はホログラムに変更（その逆も含む）すること。
8. ホログラム商標を、文字、図形等の一般的な商標、立体的形状又は動作商標に変更（その逆も含む）すること。
9. 動作及びホログラム商標の場合、出願時に提出した図面又は写真の内容又は個数を追加又は削除（変更する場合を含む）すること。ただし、出願書類記載から特定される範囲内でその内容を明確にする場合を除く。
10. 音・におい等を、文字、図形等の一般的な商標、立体的形状又はホログラムの商標に変更（その逆も含む）すること。
11. ただし、音・におい等の写実的表現に対する誤記の訂正、不明瞭な記載の釈明又は指定商品の範囲の減縮は、要旨の変更とみなさない。また、音の商標については、においについての要旨変更の判断基準は、写実的表現が基準となる。

解釈参考資料 1.

音・におい等は、出願時に記載された写実的表現を基準に要旨の変更の有無を判断し、その出願書類に添付された音声ファイル又はにおい見本を基準に要旨の変更の有無を判断してはならない。

④商標見本

それぞれの特徴（商標のタイプ別）

「音」の商標：

出願書類の「写実的表現」欄に詳しく音の特徴を 1000 字以内で記述することが必要であると共に音声ファイルを提出することが要求されている。

「におい」の商標：

出願書類の「写実的表現」欄に詳しくにおいの特徴を 1000 字以内で記述することが必要であると共ににおいのサンプルを提出することが要求されている。

「動き」の商標：

出願書類の「商標の説明」欄に 500 字以内で動作商標の時間的な移動を記述、5 コマ以内の見本を提出することが要求されている。

「ホログラム」の商標：

出願書類の「商標の説明」欄に 500 字以内でホログラムの商標の特徴を記述、5 コマ以内の見本を提出することが要求されている。

音の商標については、音声ファイルを受け付ける。色彩、ホログラム、動きについては、任意に、見本の特徴を示す動画ファイルの提出が可能（施行規則 36 条第 3 項）である。

(7) 方式・実体審査

①商標見本と説明文の整合性審査

整合していない場合は、出願書類の要旨を変更しない範囲での補正が可能である。

音・においについての要旨変更の判断基準は、写実的表現の要旨を変更しない範囲での補正が可能である。

基準第 36 条 解釈参考資料 1.

音・におい等は、出願時に記載された写実的表現を基準に要旨の変更の有無を判断し、その出願書類に添付された音声ファイル又はにおい見本を基準に要旨の変更の有無を判断してはならない。要旨変更と認められる場合は、補正却下又は出願日が補正書提出日まで繰り下げられる。

②審査体制：新しいタイプの商標専門の審査官による審査体制について

韓国特許庁では、新しいタイプの商標の審査のため、別途審査官を選定しており、現在特に教育を行っていないが、新しいタイプの商標を既に導入して運用している外国との業務協議の時、研修又は教育を進める予定である。

③審査手法

通常商標と差異はない。

商標法第 22 条の 2 第 1 項

特許庁長官は、商標登録出願の審査において必要であると認める場合には、専門調査機関を指定して商標検索と商品分類の付与業務を依頼することができる。

類否判断に使用している検索の具体的手法及び検索キーの種類

図形商標については、ウィーン図形分類によりサーチをしている。

「音」・「におい」の商標については、韓国特許庁内のデータ（特許ネット）に搭載される先行商標中、音の商標は音の商標どうし、においの商標はにおいの商標どうしで類否を判断する。

識別力を判断するための検索ツール

商標に関する識別力を判断するためのサーチツールとして、どのようなものを活用しているか。

新しいタイプの商標(音、におい商標)については審査段階では原則として識別力がないと見られるので、出願人が積極的に新しいタイプの商標の使用による識別力獲得を証明する必要がある。特許庁によると、国家機関(政府機関)や商工会議所から発行された証明書等は一定の場合は使用による識別力獲得を証明する資料として認めることができるが、審査官が直接インターネットで調べた資料、出願人が提出する広告資料のみでは原則として識別力の獲得を認める根拠資料として活用することが難しいとのことである。

新しいタイプの商標に関するデータベース蓄積と管理方法については、審査のために、特別に導入している機器やソフトウェアはない。審査に使用する統計情報、審査情報は特でない。

④検索システム

検索システムは、通常のものとは一体である。

出願前に出願人代理人が行う調査の方法は、韓国特許庁が提供しているデータベース(KIPRIS データ)及び民間企業のデータベースにより通常の商標と同様に調査を行うことができる。ただし、まだ KIPRIS データ及び民間企業のデータには商標類型に新しいタイプの商標が含まれていない状況である。また、新しいタイプの商標に対する調査は通常の商標の調査とは異なって写実的表現の内容を読んで、その記載により把握される音やにおいが調査対象の新しいタイプの商標と類似であるかどうかを判断しなければならないので、通常の商標と違って時間及び手間が相当かかると考える。

音・においの商標については、他の類型の商標との間でのクロスサーチは行わない
(基準第 21 条第 2 項)

商標の類否の観察方法は、全体的、客観的、離隔的観察を原則とするが、商標の構成中、印象的な部分(要部)について重点的に比較するものとする。この場合、音・におい等は、同じ類型の商標間で、写実的表現を基準に類否を比較して判断する。

⑤拒絶理由

商標法 23 条に規定がある。

音・におい商標は 2012 年 3 月 15 日から施行されているため、まだ具体的拒絶例はない。音、においの商標についても通常商標と同様に識別力や類否を判断するが、特に出願書に「写実的表現」を要求しており、使用による識別力の獲得が必要とされるので、通常商標とは異なり、このようなことについて拒絶される可能性があると思う。

「動作商標」についてはイメージファイルの一つ(停止画面)が先行商標と類似であるとの理由で拒絶されたことがある。

⑥異議申立

商標法第 25 条に規定がある。その補正については商標法第 26 条（施行規則第 58 条に）規定されている。

証拠提出の方法と証拠様式は新しいタイプの商標について別段の規定はない。

補正の可否、補正の提出方式は通常商標と同様である。

(8) 登録

①権利範囲

商標法第 52 条に規定がある。

登録商標の保護範囲は、商標登録出願書に記載した商標（音・においなど視覚で認識できない商標の場合には、写実的表現）により定められる。

②登録証記載事項は、通常商標と差異はない。

(9) 証明・閲覧

①音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法

新しいタイプの商標にかかる登録事項において、閲覧請求があった場合に、韓国特許庁は、音声ファイルを KIPRIS データ(日本の IPDL のようなもの)にて提供する。動作商標については停止画面のイメージファイル (JPG) で提出することになっているので、KIPRIS データで提供しているが、KIPRIS データにては提供できないため、動画ファイルやにおいサンプルを閲覧したい者は特許庁ソウル事務所又は特許庁に直接訪問しなければならない。

②原簿の認証謄本（様式、商標見本）

音声ファイルの認証はどのように行っているかについて

韓国特許庁に対して誰でも登録証そのもの〔紙〕複写を請求することができる。証明付きの複写の場合、官印がある。新しいタイプの商標に関する音声ファイル又はにおいのサンプルの複写はできない。

(10) 公報・情報提供

①公報

出願公告公報は、公衆審査の目的で特許庁のサイトにインターネットにて発行する。商標に関する公報のデータ形式はイメージファイル (PDF ファイル) の形式である。商標に関する公報には新しいタイプの商標に関して公報に「商標の写実的表現」を掲載する。

また、音の商標については電子ファイルを添付してインターネット公報で聞くことが出来るようにしている。インターネット公報の所定のボタンをクリックすると聞こえるようにし、特別な設備が必要な場合その音声を聞こえるプログラムをダウンロードできるようにする。

においの商標については公報に「写実的表現」を掲載する。においのサンプルは大田

にある韓国特許庁又はソウル事務所〔支所〕にてにおいを嗅ぐことができる。

②情報提供

韓国特許庁が提供しているデータベース（KIPRIS データ）及び民間企業のデータベースにより通常の商標と同様に調査を行うことができる。ただし、まだ KIPRIS データ及び民間企業のデータには商標類型に新しいタイプの商標が含まれていない状況である。

（1 1）統計（産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会資料より）

タイプ別出願・登録件数（2007年～2011年12月まで：音・におい2012年3月15日～4月現在までの出願件数）

色彩	回答なし		
立体	出願 516 件	登録	回答なし
位置	回答なし		
動き	出願 19 件	登録	回答なし
ホログラム	出願 14 件	登録	回答なし
音	出願 57 件	登録	回答なし
におい	出願 0 件	登録	回答なし

今後の出願件数について、外国例及び新しいタイプの商標(音・におい)の登録要件として使用による識別力の獲得を要求していること勘案したら、音の商標の出願件数は徐々に増えると思うが、においの商標の出願件数はそれほど多くはないと予想される。

（1 2）審判

①審判における証拠方法及びその提出の仕方については、通常商標と差異はない。

②識別力や類否について審判や裁判で新たな判断が示された場合、その結果は、どのように審査にフィードバックされているかについては、「音」「におい」の商標は 2012 年 3 月 15 日から施行されているため、審査例はもとより、審決例や裁判例がまだ出ていない。

(別添 K1)

■商標法施行規則 [別紙 第4号書式]www.patent.go.kr でオンラインで提出できます

商標登録出願書

(表)

【出願区分】 商標登録出願 商標登録 分割移転出願 商標登録 分割出願

【出願区分】 商標登録 変更出願 指定商品 追加登録出願 再出願出願

【権利区分】 商標 サービス標 商標サービス標 団体標章 証明標章
地理的表示団体標章 地理的表示 証明標章 業務標章

【出願人】

【姓名(名称)】

【出願人コード】

【代理人】

【姓名(名称)】

【代理人コード】

(【包括委任登録番号】)

(【参照番号】)

(【元出願の出願番号(元権利の登録番号、国際登録番号)】)

【登録(分割、分割移転、追加登録)対象】

【商品(サービス業)類】

【指定商品(サービス業、業務)】

(【優先権主張】)

【出願国名】

【出願番号】

【出願日付】

【証明書類】

(【出願時の特例主張】)

【商標類型】 一般商標 色彩商標 立体商標 ホログラム商標 動作商標

その他に視覚的に認識できるようにされた商標

音商標 におい商標 その他に視覚的に認識できない商標

(【図面の枚数】)

(【商標の説明】)

(【商標の視覚的表現】)

上の通り特許庁長に提出します。

出願人(代理人)

(署名 または 印)

【手数料】(記載要領 第14号 参照)

【出願料】 個類

ウォン

(【指定商品 加算金】

個 商品

ウォン)

(【優先権主張料】 個類

ウォン

【合計】

ウォン

【手数料 自動納付番号】

【添付書類】法令で定めた書類各1通(機材要領第15号 参照)

※記載要領

1. 【出願区分】欄

出願区分の中から一つを選択して「□」の中に表示(例：☒)します。

2. 【権利区分】欄

イ. 権利区分の中から一つを選択して「□」の中に表示(例：☒)します。

ロ. 変更出願の場合は「商標」、「サービス標」、「団体標章」、「証明標章」、「商標サービス標」の中から一つを選択します。

ハ. 再出願の場合は「業務標章」を選択することができません。

3. 【出願人】欄

イ. 出願人コードがある場合

【氏名(名称)】欄には、出願人コード付与申請時に記載したハングル氏名(または、法人の名称)を記載します。

ロ. 出願人コードがない場合

1)【出願人】欄の次の行に出願人の【氏名(名称)のハングル表記】、【氏名(名称)の英文表記】、【住民登録番号(法人登録番号)】、【出願人区分】、【電話番号】、【郵便番号】、【住所】、【電子郵便住所】及び【携帯電話番号】欄を各々作成して記載します。

2)【出願人】欄の具体的な記載事項は「特許法施行規則」別紙第4号書式(出願人コード付与申請書)の記載要領第1号を参照して作成します。

3) 出願人は直接署名若しくは印鑑を捺印しなければなりません。その方法は、原則的に【添付書類】欄があるページの次ページに【出願人○○○の印鑑(署名)】欄を作成し、その下に横4cm x 縦4cmの印鑑捺印欄(署名欄)を作成して直接署名若しくは出願人の印鑑を鮮明に捺印します。出願人が2人以上の場合は、出願人の人数分【出願人○○○の印鑑(署名)】欄を作成し、出願人全員が直接署名若しくは印欄を捺印しなければなりません。

ハ. 共通

1) 2人以上の出願人が共同で出願し、代表者選任申告を出願と同時にする場合は、【出願人コード】欄の次の行に【特記事項】欄を作成して「出願人代表者」を記載し、【添付書類】欄に代表者であることを証明する書類名を記載してこれを出願書に添付します。

2) 2人以上の出願人が共同で出願し、相互間に持分が約定されている場合は【出願人コード】欄の次の行(出願人代表者がいる場合は【特記事項】欄の次の行(出願人のコードがない場合は【住所】欄の次の行)に【持分】欄を作成し、「出願人持分○・□」のように持分の内容を分数で記載し、【添付書類】欄に「持分約定書」と記載してこれを出願書に添付します。

3) 第3者の許可、認可、同意、承諾等が必要な場合は【特記事項】欄の次の行に【第3者の許可等が必要な理由】欄を作成してその趣旨を記載し、【添付書類】欄にその内容を証明する書類名を記載してこれを出願書に添付します。

4) 弁理士又は特許法人以外の任意代理人が提出若しくは未成年者、準禁治産者又は禁治産者の法廷代理人が提出する場合には、次の例のように【出願人】欄の次の行に【法廷代理人等】欄を作成し、法廷代理人等の【氏名】及び【出願人コード】を記載し、その代理権を証明する書類をこの書式に添付します。

【例】 【出願人】

【法廷代理人等】

【氏名】

【出願人コード】

4. 【代理人】欄

イ. 代理人が手続きを踏む場合は、代理人の氏名(又は法人の名称)と代理人コードを記載します。代理人が特許法人の場合は、次の例のように【代理人コード】欄の次の行に【指定された弁理士】欄を作成して指定された弁理士の氏名を全て記載します。

【例】 【代理人】

【氏名(名称)】 特許法人 ○○○○

【代理人コード】 (特許法人の代理人コード)

【指定された弁理士】 弁理士 ○○○、弁理士 ○○○

ロ. 包括委任を受けた代理人の場合は、次の例のように【代理人コード】欄の次の行に【包括委任登録番号】欄を作成して包括委任登録番号を記載し、代理人が2人以上の委任者と包括委任関係を持った場合は、委任者の人数分【包括委任登録番号】欄を作成して全て記載します。

【例】 【代理人】

【氏名(名称)】

【代理人コード】

【包括委任登録番号】

【包括委任登録番号】

ハ. 個別委任関係を持つ代理人が、委任者全員を代理しない場合は、次の例のように【代理人コード】欄の次の行に【特記事項】欄を作成して記載します。

【例】 【代理人コード】

【特記事項】 提出人 ○○○の代理人

二. 個別委任関係を持つ代理人の場合、【添付書類】欄の「委任状」と記載してこれをこの書式に添付し、委任状の記載事項は「特許法施行規則」別紙第1号書式(委任状)を参照して作成します。

5. 【参照番号】欄

同一の提出人(出願人又は代理人)が同時(同じ日付)に二つ以上の出願をする場合は、各出願書を区分する為に、次の例のように【代理人】欄の次の行に【参照番号】欄を作成し、提出する媒体別(オンライン提出、フロッピーディスク提出、書面提出)に新たに開始される提出人別・権利別の一連番号を記載します。

【例】 【代理人】

【参照番号】 03

6. 【原出願の出願番号(原権利の登録番号、国際登録番号)】欄

イ. 分割移転出願、分割出願または、変更出願をする場合は、【原出願の出願番号】欄にその基となった原出願の出願番号を次の例のように記載します。

【例】 【原出願の出願番号】 40-2007-1234567

ロ. 商品の追加登録出願をする場合は、原出願の登録前には【原出願の出願番号】欄を、原出願が既に登録されている場合には【原権利の登録番号】欄を記載します。

ハ. 再出願をする場合は【国際登録番号】欄を記載します。

7. 【登録（分割、分割移転、追加登録）対象】欄

イ. 【商品(サービス業)類】欄には「商標法施行規則」別表 1 の商品類または、別表 2 のサービス業類区分に従って、該当する 1 個類を記載します。但し、業務標章登録出願の場合には【商品(サービス業)類】欄は記載しません。

ロ. 【指定商品(サービス業、業務)】欄には「商標法施行規則」第 40 条第 1 項又は第 2 項により、告示した具体的な商品又はサービス業を記載します。但し、その告示に登録を受けようとする商品又はサービス業が明示されていない、若しくは業務標章登録出願で指定業務を記載する場合には、可能な限り具体的に記載します。

ハ. 【指定商品（サービス業、業務）】欄には「他の類に属さない...」、「その他に...」、「各種...」等のように記載してはいけません。

ニ. 【指定商品（サービス業、業務）】欄に「...部品」、「...付属品」等と表記してはいけません。但し、「...部品及び付属品」を指定しようとする場合は、具体的な部品及び付属品名を明示します。

ホ. 2 つ以上の複数類出願の場合は、次の例のように出願の数分【登録(分割、分割移転、追加登録)対象】欄を繰り返し設けて全て記載します。

[例] 【登録(分割、分割移転、追加登録)対象】

【商品(サービス業)類】第 2 類

【指定商品(サービス業、業務)】未加工天然樹脂、金属保護剤、ペイント

【登録(分割、分割移転、追加登録)対象】

【商品(サービス業)類】第 37 類

【指定商品(サービス業、業務)】建物防音設備設置業、壁張り工事業、
毛皮修繕業、理化学機械器具修理業

※変更出願の場合は、変更対象が原出願に表示された商品類の全てを意味するため、【登録(分割、分割移転、追加登録)対象】、【商品(サービス業)類】及び【指定商品(サービス業、業務)】欄は記載しません。

8. 【優先権主張】欄

イ. 【優先権主張】欄は、「商標法」第 20 条による優先権主張をする場合のみ記載します。優先権主張がない場合は、この欄を記載してはなりません。

ロ. 【出願国名】欄は、特許庁長が公告する 2 桁の英文コードで記載し、【証明書類】欄には、優先権証明書類を出願と同時に提出する場合には「添付」と記載し、その証明書を後で提出する場合は「未添付」と記載します。

ハ. 2 つ以上の優先権主張をする場合は、次の例のように【優先権主張】欄を繰り返し設けて全て記載します。

[例] 【優先権主張】

【出願国名】 US

【出願番号】 123456

【出願日時】 2007. 07. 01.

【証明書類】 添付

【優先権主張】

【出願国名】 JP

【出願番号】 62-1234

【出願日時】 2007. 08. 01.

【証明書類】 未添付

9. 【出願時の特例の主張】 欄

出願と同時に「商標法」第 21 条により、出願時の特例の適用を受けようとする場合には、【優先権主張】欄の次の行に次の例のように【出願時の特例の主張】、

【博覧会名】および【博覧会出品日時】欄を各々作成し、特例の認定を受けようとする商標が出品された博覧会名および博覧会出品日時を記載します。【添付書類】欄には、その内容を証明する書類名を記載して、これを出願書に添付します。

【例】 【出願時の特例の主張】

【博覧会名】

【博覧会出品日時】

10. 【商標類型】 欄

イ。「一般商標」、「色彩商標」、「立体商標」、「ホログラム商標」、「動作商標」、「その他に視覚的に認識することができる」とされた商標、「音商標」、「におい商標」、「その他視覚的に認識することができない商標」のうちいずれかの類型を選択して□の中に表示(例: Ⅹ)します。

ロ. イ目に列挙された各々の商標の意味は次の通りです。

1) 「一般商標」とは、記号・文字・図形またはこれらを結合若しくはこれら各々に色彩を結合した商標をいいます。

2) 「色彩商標」とは、色彩または色彩の組合せのみからなる商標をいいます。

3) 「立体商標」とは、3 次元的な立体的形状または立体的形状に記号・文字・図形・色彩が結合した商標をいいます。

4) 「ホログラム商標」とは、2 つのレーザー光が互いに会って起こす光の干渉効果を利用して、写真用フィルムと類似の表面に 3 次元的イメージを記録したものとされた商標をいいます。

5) 「動作商標」とは、一定の時間の流れに伴って変化する一連の絵若しくは動的イメージ等を記録したものとされた商標をいいます。

6) 「その他視覚的に認識することができる」とされた商標とは記号,文字,図形,立体的形状,色彩,ホログラム,動作またはこれらを結合した商標の他に視覚的に認識できるとされた商標(「一般商標」,「色彩商標」,「立体商標」,「ホログラム商標」,「動作商標」に該当しない商標)をいいます。

7) 「音商標」とは、音のみからなる商標をいいます。

8) 「におい商標」とは、においのみからなる商標をいいます。

9) 「その他視覚的に認識することができない商標」とは、音、におい以外に視覚的に認識することができないもので構成された商標をいいます。

11. 【図面(写真)の個数】欄

出願する商標がホログラム商標、動作商標またはその他視覚的に認識することができるものとされた商標に該当する場合には、次の例のように【図面(写真)の個数】欄に商標見本に表示する図面または写真の数を記載します。この場合、図面または写真の数は計5個を超過してはなりません。

【例】 【図面(写真)の個数】 2個

12. 【商標の説明】欄

出願する商標が色彩商標、立体商標、ホログラム商標、動作商標、その他視覚的に認識することができるものとされた商標、音商標、におい商標、その他視覚的に認識することができない商標のうち、いずれかに該当する場合には、次の例のように【商標の説明】欄を作成し、商標見本、音、におい等該当の商標についての説明を記載することで、商標についての説明書の提出をもって代えることができます。この場合、説明は500字以内で簡略かつ明確に記載することを原則とします。

【例1】 【図面(写真)の個数】 2個

【商標の説明】 この商標見本は、雲がかかった空を背景にして、光線がほとぼしる閃光の動画で構成される。次の場面は、レンゲの上に立っている女性が持っている松明に移動する。

【例2】 【音商標の説明】 この音商標は、ライオンの鳴き声が2秒間大きく聞こえた後、徐々に小さくなる形態で構成される。

【例3】 【におい商標の説明】 このにおい商標は、刈ったばかりの草のにおいで構成される。

13. 【商標の視覚的表現】欄

出願する商標が音商標、におい商標、その他視覚的に認識することができない商標のうち、いずれかに該当する場合には、次の例のように【商標の視覚的表現】欄を作成して、商標に対する視覚的表現を1000字以内で記載しなければなりません。

視覚的表現は、該当の標章を記号・文字・図形若しくはその他視覚的な方法で写実的であり、可能な限り具体的に表現し、一般の消費者が該当商標を認識することができなければならない。音商標の場合は音に対する具体的な叙述で、におい商標の場合はにおいに対する具体的な叙述で、その他視覚的に認識することができない商標の場合は、その商標に対する具体的な叙述で作成しなければなりません。

※ 「商標法」第52条により、登録された音商標、におい商標などの保護範囲は、商標の視覚的表現にあります。

【例1】 【商標の視覚的表現】 この音商標は、添付されたファイルと同じようにオスのライオンの鳴き声で構成されるが、オスのライオンが大きく泣き叫ぶ大きな鳴き声が2秒間聞こえた後、暫くしてまた小さい鳴き声が聞こえる音で構成される。

【例2】 【商標の視覚的表現】 このにおい商標は、添付されたサンプルのように刈ったばかりの草のにおいで構成されるが、ここで言う草は、ゴルフ場で主に使用されるクリーピングベントグラス芝を言い、刈ったばかりの草のにおいとは、芝を芝刈り機または鎌で刈ってすぐに発散されるにおいで、刈ってから1時間経っていないにおいを言う。

14. 【手数料】欄

イ。「特許料などの徴収規則」第5条第1項を参照して、出願時に納付する手数料の明細および金額を記載します。【出願料】欄には、出願書に記載された商品(サービス業)類の個数および出願料の金額を記載します。各類の指定商品数が各々20個を超過する場合【指定商品加算金】欄を作成し、超過する指定商品数を合算した数およびそれに該当する加算金額を記載します。優先権主張をする場合には【優先権主張料】欄に商品(サービス業)類の個数およびそれに該当する優先権主張料の金額を記載し、【合計】欄には全ての手数料の合計金額(納付する手数料の総額)を記載します。

ロ. 手数料は、受付番号を付与された後にこれを納付者番号とし、翌日までに納付します。

14の2.【手数料の自動納付番号】欄

事前に「特許料などの徴収規則」別紙第4号書式の手数料自動納付申込書を提出した場合として、該当する手続きの手数料を自動納付しようとする場合には、該当する書式を書面の代わりに電子文書で必ず提出しなければならず、手数料自動納付申込書に記載した口座番号を該当する書式の【手数料自動納付番号】欄に表示しなければなりません。

15.【添付書類】欄

イ.出願書に添付する書類は次の通りです。

1)商標見本1通(音商標、におい商標およびその他視覚的に認識することができない商標の場合には提出しない)

2)視覚的表現に合致する音声ファイル1通(音商標の登録出願の場合にのみ提出する)

3)視覚的表現に合致するにおい見本の密閉容器3缶または香りパッチ30枚(におい商標の登録出願の場合にのみ提出する)

※その他視覚的に認識することができない商標は、音商標またはにおい商標に準じて提出します。

4)定款または規約と団体標章または証明標章の使用に関する事項を記載した、定款または規約の要約書各1通(団体標章登録出願および証明標章登録出願の場合にのみ提出し、規約および規約の要約書は証明標章登録出願の場合、出願人が法人でない場合にのみ提出する)

5)地理的表示の定義に合致することを立証する書類1通(地理的表示団体標章および地理的表示証明標章の登録出願時に限る)

6)証明しようとする商品またはサービス業の品質、原産地、生産方法若しくはその他の特性を証明して管理することができることを立証する書類1通(証明標章登録出願時にのみ提出する)

7)業務の経営事実を立証する書類1通(業務標章登録の出願時にのみ提出する)

8)分割移転による出願人変更申告書1通(分割移転登録の出願時にのみ提出する)

9)分割移転の原因を証明する書類1通(分割移転登録の出願時にのみ提出する)

10)その他次の書類または物品(出願人が必要だと認める場合にのみ提出する)

1. 立体商標についての説明書1通

2. 指定商品についての説明書1通

3. 登録しようとする商標をハングルで翻訳若しくは音訳した説明書1通

4. 見本の特徴を現わす映像を収録したビデオテープまたは CD-ROM・光ディスクなど、電子記録媒体(ホログラム商標、動作商標およびその他視覚的に認識することができるものとされた商標の場合にのみ提出する) 1 件

5. 音商標の楽譜

11)その他法令で定めた書類各 1 通(記載要領第 8 号および第 9 号参照)

ロ. 商標見本の作成方法

1)商標見本のイメージ形式は、解像度 300dpi から 400dpi まで(300dpi 推奨)の JPEG(Joint Photographic Experts Group)であることが必要です。(音商標、におい商標、その他視覚的に認識することができない商標は除く)。

2)商標見本のイメージは「挿入絵」形態で完全に挿入・保存されなければならない、「客体連結および挿入」(OLE)または「動的データ交換」(DDE)形態で連結してはなりません。

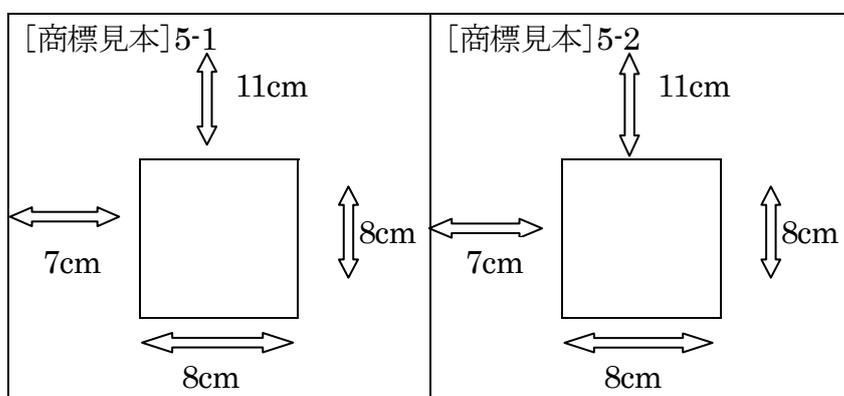
3)【商標見本】欄は、面を変えて新しい面に次の例のように記載します。この場合、2 つ以上の図面または写真で構成された立体商標、ホログラム商標、動作商標およびその他視覚的に認識することができるものとされた商標の見本は、各々の図面または写真を、面を変えて新しい面に各々記載し、動作商標の場合には、一連の動作が発生する時間的順序に従って記載しなければなりません。この場合【商標見本】欄に、図面または写真の総個数および一連番号を次の例のように記載しなければなりません。

4)【商標見本】は、A4 用紙の上側 11 cm、左側 7 cmの余白を残して、横 8 cm ×縦 8 cmの空の四角形を作成し、その中に作成します。作成する商標見本は横、縦の長さが各々 8 cm 以内でなければなりません。色彩または色彩の組合せのみからなる商標は、横 8 cm ×縦 8 cmの四角形の枠を作成し、四角形内にその色彩を彩色しなければなりません。

ハ. 添付書類のうち「団体標章または証明標章の使用に関する事項を記載した定款または規約の要約書」は「商標法施行規則」別紙第 3 号書式の定款(規約)の要約書に従って作成し、提出します。

ニ. 分割移転による出願人変更申告書は、次の例のように作成することを原則とします。

[例]



5-2-7. チリ

<<法制度>>

チリの知的財産法（IPL）においては、新しいタイプの商標の保護は、音についてのみ認められている。色彩、におい、位置、ホログラム、味覚、触感は、保護対象とはなっていない。ただし、トレードドレスについては、不正競争防止法により、一定の保護が与えられている。

音の商標についての保護は、IPL の No.20.160 の改正により、2007 年に導入された。この法改正は、企業等からの要請によるものではなく、米国と EFTA（欧州自由貿易連合）との間で結んだ自由貿易協定の公約を果たすために行われたものである。なお、現在、包装容器などを含む立体商標を保護するための IPL の改正案がまとめられているところである。

音の商標については、小売、清涼飲料、化粧品、IT、食品、金融業者など様々な企業によって出願されている。

音の商標についての関心はさほど高いようには感じられないが、立体商標が導入されることによって、新しいタイプの商標についての企業の関心が高まるものと期待している。

(1) 商標の定義

- ・商標法において「商標の定義」規定が定められている。（別添 C1 参照）

第 19 条

「商標」とは、写實的に表現できる標識であって、商品、役務又は工業上若しくは商業上の施設を識別するのに資するものを意味する。この標識は個人の名前、語、数字を含む文字、図形、画像、記号、色彩の組み合わせなどの図形要素、音又はこれらの結合により構成される。標識が固有の識別性を有しないとき、国内市場における使用を通じて識別力を獲得するに至ったことによる登録が認められることがある。

スローガン若しくは宣伝文句も同様に、その商品、役務又は工業上若しくは商業上の施設について使用されていることが関連付けられることにより、登録が認められる場合がある。

その商標にかかる商品又は役務の性質が、商標登録の妨げにはならない。

ニース国際分類(第9版)を2010年9月1日より使用している(INAPI ウェブサイト)。さらに、商店の商標取得申請においては、取り扱う商品の分類と、商店が所在する(又は商標のカバーを希望する)州ごとに商標取得手続き料を支払わなければならない。商品、役務、生産又は商業活動企業の商標については、商品、役務の区分ごとに商標を申請すればよく、これらの登録はチリ全国で効力を持つ。

- ・「音」の特定方法について、ピアノやバイオリン等の音色やテンポ（例えばレガートやプレスト）を特定することに関して、規定は設けられていない。
- ・「色彩」 保護対象となっていない。
- ・「におい」 保護対象となっていない。

- ・「動き」 保護対象となっていない。
- ・「位置」 保護対象となっていない。
- ・「ホログラム」 保護対象となっていない。

(2) 出願要件

①商標の特定方法と権利範囲

「音」については、標章の記述（譜面）と共に音声ファイルを提出する。

・権利範囲

音の商標の権利範囲は、名称、写実的な記述、指定商品と指定役務、そして提出されたデジタルデータによる見本から決められる。

②出願日認定

音声ファイルの添付が必要である。

(3) 登録要件

次のものは登録できない。

1. 国家若しくは国際機関又は国家の公的役務の紋章、旗章、若しくはその他の徽章、名称又はシンボル
2. 標章が表す対象物についての技術的及び科学的名称、植物品種の名称、世界保健機関が推奨する一般的な名称、及び診療の特性を表示する名称
3. 自然人の名前、筆名又は肖像。ただし、その者の同意又はその者が死亡している場合には相続人の同意がある場合を除く。歴史上の人物の場合にはその死後少なくとも50年が経過している場合は登録され得るが、その者の名誉が登録により損なわれないことを条件とする。
4. 個人の名前は以下に記載する項6、7、8又は9に該当する場合、登録を受けることができない。
5. 国家の承認なしにその国家が採用した公式の管理保証印若しくは標識を複製し又は模倣した商標。更に国内若しくは外国の展示会で賞を受けた、メダル、表彰若しくは褒状を複製し又は模倣した商標で、それを受賞した者以外の者が登録出願した場合。
6. 標章が適用される当該商品、役務又は施設の種類、性質、原産、国籍、出所、目的地、重量、価値若しくは品質の表示として使用される表現又は標識。更に一定の商品、役務又は施設を記述するために取引において一般に使用される表現。並びになんらの新規な特徴がないか又はそれが適用される商品、役務若しくは施設を単に記述するに過ぎない表現
7. 該当する商品、役務若しくは施設の原産、品質又は種類に関して欺瞞するおそれのある標識。商品、役務若しくは施設が該当する商品若しくは役務と関連する又はそれらを特定している区分と異なる区分に属している場合を含む。
8. 同一の商品、役務又は商業上若しくは産業上の施設について外国で登録された、有名かつ周知の商標と混同を生じるほど同一であるか又は図形的若しくは音的に類似

する標章

9. 同一又は関連する区分において、同一又は類似する商品、役務若しくは施設について既に登録されている又は商標登録出願が係属している他の商標と混同を生じるほど同一であるか、又は図形的若しくは音声的に類似する標章

上記項目は、登録出願前に国内で現実及び実際に使用されていた未登録商標に対しても適用される。

①識別性

- ・通常商標における判断基準との差異（新しいタイプの商標用の審査基準の有無）

識別力の判断に関し、音の商標と通常商標とでは異なる取扱いはない。

新しいタイプの商標の使用実績、業界における寡占状況については、識別力の判断において考慮されない。

楽曲の出願について、2~3分程度の尺がある音楽について識別性がないとして拒絶された事例はないが、音の商標に関するガイドラインによれば、曲全体が登録されることはないと考えられる。

音の商標に関し、音の長さによる取扱いの有無に関する規定はない。しかしながら、ガイドラインによれば、商標は商業上の出所を識別できる標識により成るものとされている。もし出願人が長すぎる商標の保護を受けようとしても、この標識は識別性を失っているとされる。

さらに、ガイドラインは、音の商標の場合、曲全体の登録を認めていない。

②セカンダリーミーニング

セカンダリーミーニングが認められる条件として、知的財産法に従い、国内市場における使用を通じて識別力を獲得するに至ることが挙げられる。この条件は通常商標と新しいタイプの商標共に適用される。

著名な商標について、標識の観念、外観又は称呼が、商品又は役務又は商業上若しくは工業上の施設を同一とする他の外国登録商標と類似し、混同を生じやすく、また、本国においてかかる商品が消費され、役務が要求され又は商業上若しくは工業上の施設へのアクセスが行われる分野において有名又は周知であるときは、当該商標は登録されない。

③機能性の判断

音の商標について、機能的な商標の存在に関する情報はなく、チリにおいては機能性を定義する判例がない。

④類否判断

類否判断に関し、音の商標と通常商標とでは異なる取扱いはない。

新しいタイプの商標の使用実績、業界における寡占状況については、類否判断において考慮されない。

具体的事例

先登録商標「ニャオ」からなる文字商標と猫の鳴き声「ニャオ」からなる音の商標とは、発音上類似と判断され拒絶される。

歌詞のある楽曲と、その歌詞を表す文字商標との類否判断についての運用や判例はないが、混同を生じることを理由として、出願が拒絶されることはあり得るとしている。

音階で表現できるものと自然音のみからなる音の審査について、運用や判例はないが同じ基準で取り扱うべきであるとしている。

音階のみのもものと音声が含まれる音の審査において、運用や判例はないが同じ基準で取り扱うべきであるとしている。

音階が同じであるが音源が異なる場合の取扱いについて、運用や判例は存在しないが、写實的に表現したとき同一であれば、異なる音源であっても同一と判断される。

同一の音階ではあるが、別の音を加えられている場合の取扱いについては、類似による混同が生じることを理由として、後願は拒絶される。

他人の登録商標の文字部分を称呼した音の商標である場合は、他人の登録商標の侵害と考えられる。

(4) 他の権利との調整

よく知られている音楽で作者不詳なものであっても、商標と同様に登録可能性があるとしている。

音の商標が他人の歌詞等を用いた楽曲など、明らかに著作権を侵害していると思われる場合は、その出願は他人の著作権との混同を理由に拒絶される。

出願された商標に他人の著作権が含まれていたときの取扱いにつき、運用や判例はなく、実際、審査において特別な取扱いはない。

公開公報に音の商標が公開される時、著作権に絡む問題が発生したときは、著作権者は、当該出願について異議申立を申請することができる。

<<特許庁運用>>

(5) 出願から登録までのフロー

出願から登録までのフローは、別添 C2 を参照。音の商標についても同様の取扱いである。

方式審査：

出願後、商標登録官は、すべての方式要件が満たされているかどうか審査する。方式に不備があった場合、出願人に通知され、30日以内で補正の機会が与えられる。

公告：

方式に不備がなければ、出願人の申請及び手数料を INAPI が受領した日から 20 営業

日で公報に公告され、30 日間の異議申立期間に入る。

拒絶査定：

出願が拒絶された場合は、代理人を立て、手数料を支払った上で、工業所有権裁判所へ出訴できる。

登録査定：

登録査定通知日から 60 日以内に、政府への手数料を支払った領収書を、INAPI に提出することで、設定登録される。

存続期間：

10 年であり、更新に際して、登録番号が記載された様式の外、商標登録出願と同様の書類の提出が必要。更新出願の期限は、登録期間中又は当該期間満了後 30 日以内のいずれか。手数料の支払いは商標の登録期間中、又は更新出願を行った期間満了の最初の月から開始する各月及び日数に対して 20%の追加手数料を支払って、登録の満了日後 6 月以内。

「音」の商標は、標章の記述と同様に出願され公開される。通常、“MELODY…”の名称になり、通常商標と同様に出願番号と登録番号で判断される。

新しいタイプの商標の保護制度導入による、出願登録システムの変更はない。
また、新しいタイプの商標の出願手続においては、通常商標と同じ手続をとっている。

(6) 出願の手続

①電子出願の願書様式(別添 C3)

電子出願は、インターネットを用いたオンライン出願及び CD-ROM 及び磁気ディスクによる出願が認められている。インターネット出願の場合は、事前の登録が必要であり、手数料は銀行振込、クレジットカードやデビットカード等によるオンライン決済となる。

電子書類にあつては、最低 300DPI の解像度が求められており、フォーマットは TIF、GIF、JPG、BMP その他が認められている (INAPI ウェブサイト)。

なお、極めて長い音の商標を出願し、音のデータが規定容量を上回る場合は、書面による出願を行う必要がある。

②書面出願の願書様式 (別添 C3)

INAPI が販売する出願様式を提出する。出願様式は、1)商品、2)役務、3)商業上もしくは工業上の施設、4)スローガン、5)地名、原産地表示の 5 つである。

図形や文字等の場合は、最小 5×5～最大 20×20 センチの商標を記載した書類提出する。

出願人が法人である場合は、証明書類の写しを1部提出する。

代理人が提出する場合は、公証を受けた委任状が必要である。在外者にあつてはチリ領事館の認証が必要となる（INAPI ウェブサイト）。

音の商標を含む出願は、書面若しくは電子出願が認められている。

音の商標については、写実的な記述（譜面）に加えてデジタルデータの見本（mp3形式又はWAVファイル）を提出する必要がある。

「音」について、書面出願と電子出願との留意すべき違いは、特になく、一の様式のみである。チリにおいて新しいタイプの商標は音の商標のみである。

③願書の補正：補正許容範囲、補正があつた場合の出願日

方式に不備があつた場合、出願人に通知され、30営業日で補正の機会が与えられる（INAPI ウェブサイト）。

音声ファイルそのものが提出されなかつた場合は、音声ファイルの提出を要求するオフィスアクションが発行される。

（7）方式・実体審査

①標章の記述（譜面）と音声ファイルの整合性審査

標章の記述（譜面）と提出された音声ファイルが異なつていた場合は、オフィスアクションを発行し、出願人に上記の不一致を解消するよう要求する。例として、出願番号第954078号においてこの問題が生じた。

音の商標の権利範囲は、名称、写実的な記述、指定商品と指定役務、そして提出されたデジタルデータによる見本から決められる。音声ファイルと写実的な記述に違いがある場合は、出願後公開前に、音声ファイルと写実的な記述が同一となるよう要求する。

②審査体制：新しいタイプの商標専門の審査官による審査体制か

音の商標の為の専門審査官はいない。

また、音の商標に関し、業務の外部委託は行っていない。

音の商標の審査を行うにあたり、音の商標が少ないことから統計資料はなかつた。

③審査手法

- ・類否判断に使用している検索の具体的手法及び検索キーの種類

類否判断に使用している検索の具体的手法及び検索キーの種類についての情報はな

いとしている。

- ・識別力を判断するための検索ツール

識別力を判断するための検索ツールについての情報はな

いとしている。

- ・新しいタイプの商標に関するデータベース蓄積と管理方法

新しいタイプの商標に関するデータベース蓄積については、CD、DVD やアナログメディアで保管している。商標局ではMP3 と WAV ファイルを受け入れている。

また、政府以外で、データベースを提供したり、調査やコンサルタントを行う民間会社は存在しない。

④検索システム

審査のために特別に導入したソフトウェアや機器はない。

⑤審査資料

音の商標に関するガイドラインに基づいて行っている。

⑥拒絶理由

音の商標において、拒絶理由の通知方法は従来どおり、配達証明郵便を用いる。

標章の記述と提出された音声ファイルが異なっていた場合は、オフィスアクションを発行し、出願人に上記の不一致を解消するよう要求する。例として、出願番号第 954078 号においてこの問題が生じた。

⑦拒絶事例

具体例として、公開時に写実的な記述がなかったことにより拒絶された例がある（出願番号第 715103 号及び第 715104 号）。また、写実的な記述を提出しないことを理由に拒絶理由を受けたが、出願を取り下げた出願がある（出願番号第 932228 号）。

⑧異議申立

・証拠提出の方法と証拠様式

音の商標に対する異議申立・審判において、証拠の形態及びその提出方法については、特段の規則はない。

・補正の可否、補正の提出方式

拒絶理由通知や異議申立に対応する補正は、申請が受理される前に行うことが可能（例えば、商標の形式の変更）である。さらに、指定商品及び指定役務の減縮はいつでも可能である。

(8) 登録

①権利範囲

(別添 C4 「音の商標の登録証のサンプル」 参照)

②登録証記載事項

「音」について、通常商標との異なる点は譜面が記載されることである。

(9) 証明・閲覧

①音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法

チリ特許庁のデータベースから閲覧が可能である。

(「調査票による調査結果～チリ～」の資料6参照)

音の商標の登録事項における閲覧請求について、特徴的な記載項目はない。また、音声ファイルは INAPI のデータベースから閲覧可能である。

(10) 公報・情報提供

①公報

(「調査票による調査結果～チリ～」の資料4参照)

- ・商標に関する公報は書面とデジタルの両様式がある。
- ・データ形式についてXMLは採用していない。
- ・公報に掲載される内容は、i) 出願番号、ii) 出願人氏名又は名称及び国名、iii) 種別、iv) 商標、v) 国際分類、vi) 写実的な記述(可能であれば)
- ・音の商標は従来の出願として公開される。譜面は、音の商標の写実的な記述項目として公報に掲載される。
- ・においについてチリでは受け入れられていない。
- ・音の商標の公報発行に関して、上記 i) ～vi) 以外に留意すべき点はない。
- ・INAPI に対し、何人も登録証の請求は可能である。ただし、CD や DVD の形式で見本の複写を請求することに関しては、情報を持ち合わせていない。

②情報提供については

- ・INAPI の以下の HP で、音声ファイルの視聴が可能である。

<http://www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-article-1156.html>

(11) 統計

・タイプ別出願・登録件数

従来の商標における書面出願と電子出願の割合について統計はない。

音の商標の出願件数は 23 件で、うち 4 件が拒絶されている。12 件が登録され、7 件が係属中となっている。

・異議申立件数及び審判件数

2 件が異議申立を受けた。さらに本件は異議申立人により審判が申請された。

・今後の出願件数をどのように予想しているか。

将来については予想できないが、立体商標制度の導入により、出願人の関心は増加するのではないかと考えている。

(12) 審判

審判や裁判で新たな判断が示された場合の審査へのフィードバックについて、裁判所の決定は、当該事件のみを拘束するものであるため、別の事件について審査官は裁判所と同じ判断をする必要はない。

<<その他>>

- ・シンガポール条約はまだ批准していない。
- ・ユーザーの新しいタイプの商標把握コスト削減について。

ユーザーの新しいタイプの商標把握のコスト削減（例えば、異議申立のための公表）について、特段の取り組みは行っていない。異議申立については、毎週 INAPI のデータベースにアクセスし、可能であれば音声ファイルの見本をダウンロードすべきである。それができない場合は、INAPI に音声ファイルの見本を請求する必要がある。

(別添 C1)

Materias for Non-Traditional Marks

Industrial Property Law, No. 19.039 (text in English)

**TITLE II
TRADEMARKS**

Article 19. Under the name of trademark is comprised any sign that can be represented graphically, and is able to distinguish in the market products, services or industrial or commercial establishments. Such signs may consist of words, including the names of persons, letters, numbers, figurative elements such as images, graphics, symbols, color combinations, sounds, as well as any combination of such signs. When signs are not intrinsically distinctive, registrability may be granted provided they have acquired distinctiveness through use in the national market.

Slogans or advertising phrases may also be registered provided they are always linked to a registered trademark of the product, service or commercial or industrial establishment for which they will be used.

The nature of the product or service to which the trademark refers to shall never be an obstacle for trademark registration.

商標法

第 19 条

商標は、写實的に表現することができ、商品、サービス又は工業上もしくは商業上の施設を識別することができる標章で構成される。そのような標章は、人名を含む文言、文字、数字、画像などの写實的表現、グラフィックス、記号、色彩の組合せ、音、ならびにそれらの標識の組合せにより構成される。

標章が本質的に特徴を有していなくとも、国内市場での使用を通じて識別性を獲得したことにより登録が可能となるだろう。

スローガンや広告のフレーズも、それが使用されるべき製品、サービス又は工業上若しくは商業上の施設のための登録商標と関連せしめられていることを条件として登録することができる。

商標が対応する商品又はサービスの特徴は商標登録の障害にはならない。

Título II

De las marcas comerciales

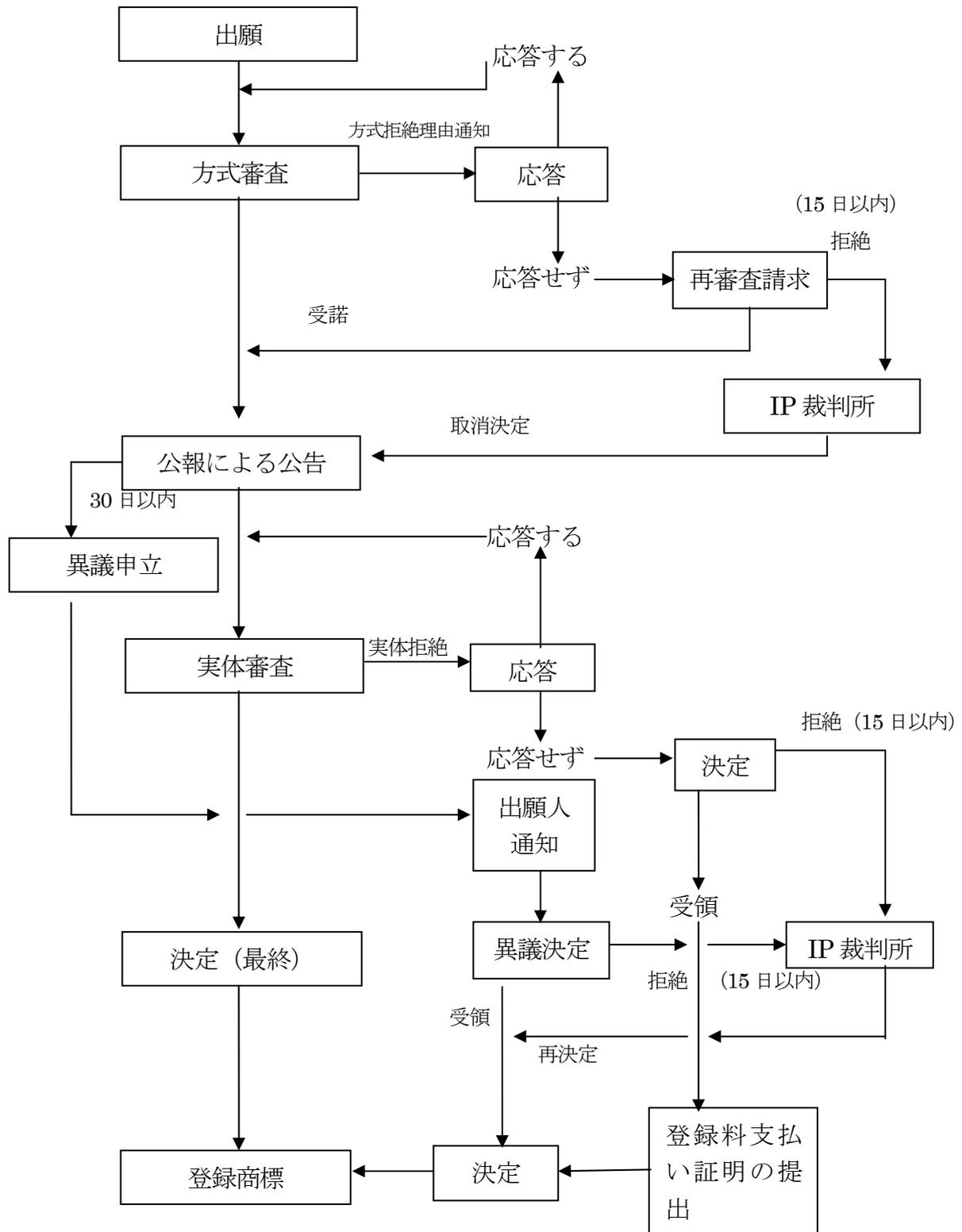
Artículo 19.- Bajo la denominación de marca comercial, se comprende todo signo que sea susceptible de representación gráfica capaz de distinguir en el mercado productos, servicios o establecimientos industriales o comerciales. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, así como también, cualquier combinación de estos signos. Cuando los signos no sean intrínsecamente distintivos, podrá concederse el registro si han adquirido distintividad por medio del uso en el mercado nacional.

Podrán también inscribirse las frases de propaganda o publicitarias, siempre que vayan unidas o adscritas a una marca registrada del producto, servicio o establecimiento comercial o industrial para el cual se vayan a utilizar.

La naturaleza del producto o servicio al que la marca ha de aplicarse no será en ningún caso obstáculo para el registro de la marca.

(別添 C2)

通常商標のフローチャート



(別添 C3)

願書のサンプル (商品とサービスの双方に使用)



FPI - 20

SOLICITUD DE REGISTRO O RENOVACIÓN DE MARCAS PRODUCTOS

商標の登録や更新の申請
製品

Fecha	N° Expediente
	N° Registro

SOLICITANTE

Apellidos y Nombres o Razón Social	RUT
	RUT
	RUT
Domicilio	Fono
Ciudad	Comuna
	País
	E-Mail

出願人

REPRESENTANTE

Apellidos y Nombres	RUT
Domicilio	
Ciudad	Comuna
	País

代表者

MARCA / DENOMINACIÓN SOLICITADA

商標/請求する呼称

Sonora

DESCRIPCIÓN DE ETIQUETA (OBLIGATORIO)

商標の説明(必須)

PUBLICAR DESCRIPCIÓN (Marque opción) Si NO

EN ESTE CUADRO INDICAR CON (X) LA/S CLASE/S DE PRODUCTOS

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34

PEGAR ETIQUETA (Máx. 7x7 Cm)

商標記載欄
7 × 7 cm

La imagen debe inscribirse en el área delimitada.

SI SE SOLICITA RENOVACIÓN

N° de Registro a Renovar

N° DE PODER

(N° de Custodia inapi)

PRIORIDAD

País	
Fecha	
N°	



商標の登録や更新の申請
サービス

FPI - 22

Fecha	N° Expediente
Fecha	N° Registro

**SOLICITUD DE REGISTRO O RENOVACIÓN DE MARCAS
SERVICIOS**

SOLICITANTE

Apellidos y Nombres o Razón Social		RUT	
		RUT	
Domicilio		Fono	
Ciudad	Comuna	País	E-Mail

REPRESENTANTE

Apellidos y Nombres		RUT	
Domicilio			
Ciudad	Comuna	País	CHILE
		E-Mail	

MARCA / DENOMINACIÓN SOLICITADA Palabra o Denominación Etiqueta Mixta Sonora

DESCRIPCIÓN DE ETIQUETA (OBLIGATORIO)

PEGAR ETIQUETA (Máx. 7x7 Cm)

PUBLICAR DESCRIPCIÓN (Marque opción) SI NO

EN ESTE CUADRO INDICAR CON (X) LA/S CLASE/S DE SERVICIO/S

35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45

DE LA CLASE ESPECIFICAR SERVICIO/S

CANTIDAD DE ANEXOS QUE SE ADJUNTAN PARA LA ENUMERACIÓN DE PRODUCTOS A PROTEGER

SI SE SOLICITA RENOVACIÓN

N° DE PODER

PRIORIDAD

N° de Registro a Renovar

(N° de Custodia Inapi)

País			
Fecha			
N°			

Firma Solicitante o Apoderado

www.inapi.cl

(別添 C4) 音の商標の登録証のサンプル

186.026



129783

Appendix ⑤

GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y RECONSTRUCCION
DEPARTAMENTO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

DPI

REGISTRO DE MARCAS
COMERCIALES

Solicitud : 728.346

Registro : 785.837

En conformidad a la Ley 19.039, sobre Propiedad Industrial, concédese a:

COMPANIA CERVECERIAS UNIDAS S.A.

Pais : CHILE

Por el plazo legal de diez años, contando desde el 27 de Abril 2007, la propiedad y uso exclusivo de la marca, registro vigente:

MELODIA "KEM PIÑA"



Distingue : **Producto**

Clase(s) : 32

Clase 32 : INCL.CERVEZAS; AGUAS MINERALES Y GASEOSAS Y OTRAS BEBIDAS NO ALCOHOLICAS; BEBIDAS Y ZUMOS DE FRUTAS; SIROPES Y OTRAS PREPARACIONES PARA HACER BEBIDAS.

Mónica Reyes Ruiz

MÓNICA REYES RUIZ
Conservadora de Marcas Comerciales



Bernardita Escobar Andrae

BERNARDITA ESCOBAR ANDRAE
Jefa del Departamento de Propiedad Industrial

Fecha de Emisión Santiago, 29 de Junio de 2007

M.R.

5-2-8. ペルー

(1) 商標の定義

ペルーはアンデス共同体¹¹⁶ (Comunidad Andina、以下「CAN」という。)の加盟国であり、国内制度はカルタヘナ協定 (Cartagena Agreement) 委員会の決定に拘束される。産業財産権については、共同体内の法制度を統一することを目的とした CAN 決定第 486 号 (2000 年 12 月 1 日施行) が適用されており、現行のペルー商標制度はこの決定に基づくものである¹¹⁷。

当初のペルー商標法下においては、商標は、新規であること、可視性及び識別性の要件を充足することが求められた。従って、可視性の要件を満たさない音の商標などの新しいタイプの商標は、商標法上保護対象とはされていなかった。このような商標が法上保護されうる商標となったのは、1991 年の CAN 決定によって「知覚可能性」が唯一の商標構成要件に改められてからである。

現行の CAN 決定第 486 号においては、商標は以下のように定義されている。

(CAN 決定第 486 号第 134 条) 市場において商品及び役務を識別することが可能であるいかなる標章も商標となりうる。写実表現が可能な標章は、商標登録を受けることができる。商標について用いられる商品もしくは役務の性質如何は、商標登録にあたり障壁とはならない。

特に以下の標章は、商標となりうるものである。

- (a) 単語もしくは単語の結合
- (b) 画像、造形、記号、視覚的要素、ロゴタイプ、モノグラム、肖像、ラベル、記章
- (c) 音、におい
- (d) 文字、数字
- (e) 特定の形状を表すための色分け、もしくは色彩の結合
- (f) 商品の形状、容器、包装
- (g) 上記項目に記載された標章又は手段の結合

すなわち、ペルー商標法下において保護されうる商標とは、①市場において商品・役務の識別表示として機能しうるものであり、②写実的表現が可能なものであって、③CAN 決定第 486 号第 134 条(a)乃至(g)に例示列举されるものである。

¹¹⁶ 1969 年の「カルタヘナ協定」に基づいて設立された、アンデス地域を中心とした南アメリカ・ラテンアメリカの統括的経済開発と均衡および自治を目的とした国家共同体である。現在、ボリビア、コロンビア、エクアドル、ペルーの 4 ヶ国が加盟国となっており、加えてブラジル、アルゼンチン等の 5 カ国が準加盟国となっている。

¹¹⁷ ペルー国内の商標保護制度に関しては、CAN 決定第 486 号及び改正法決定第 689 号に加えて、独自の国内法である 1996 年の産業財産権法及び法令 1075 号 (2009 年 2 月 1 日発効) が同時に適用されている。

[音、におい]

CAN 決定第 486 号第 134 条(c)において、音、においが保護対象に含まれる旨が明文上規定されている。

[色彩]

CAN 決定第 486 号第 134 条(e)において、「特定の形状を表すための色分け、もしくは色彩の結合」が商標である旨が記載されていることから、色彩のみの登録は認められないと解釈されている¹¹⁸。

[位置、トレードドレス]

明文上規定はされていないが、このようなタイプの商標のうちの一部については、立体商標、すなわち商品の形状、容器、包装（CAN 決定第 486 号第 134 条(f)）として保護が可能である。位置商標について権利化を図る場合は、立体商標として出願をし、権利化を図りたい部分を除く他の部分について、権利不要求するような形の出願形式になる。

[その他のタイプ]

明文上規定はされていないが、CAN 決定第 486 号第 134 条柱書で①市場において商品・役務の識別表示として機能しうるものであり、②写実的表現が可能なものは登録可能性ありとされていることから、基本的にはどのような形態であっても上記の要件を満たすものであれば商標として登録可能性があると判断される。

(2) 出願要件

①商標の特定方法と権利範囲

商標登録出願人は、出願の際に競争防止及び知的財産権庁（National Institute for Defense of Competition and protection of intellectual Property、以下「INDECOPI」という。）に、願書とともに、商標の複製（視覚的要素、形状などを含む場合）等の必要書類を提出する必要がある（CAN 決定第 486 号第 138 条）。

文字商標は願書に記載された商標により特定されるが、文字商標を除くあらゆる商標は、出願時に提出する商標の複製（CAN 決定第 486 号第 138 条(b)）により特定され、権利範囲は特定された商標及び指定商品・役務によって画される。なお、商標権の効力は登録商標と類似の範囲にも及ぶ（CAN 決定第 486 号第 155 条）。

[音]

商標の複製として、(i)写実的表現（譜面など）及び(ii)音声ファイルの双方を提出することを要する。なお、音声ファイルに表された主旋律が権利範囲を判断するうえで重要なポイントとなる。

¹¹⁸緑の単色のみからなる商標を第 30 類のココア、ココアベースの飲料等を指定商品として出願した事案 (Resolution No. 22848-2007/OSD-INDECOPI of 14 December 2007 及び確認判決 N° 2237-2008/TPI-INDECOPI of 11 September 2008)

[その他のタイプ]

その他の新しいタイプの商標については前例がなく、様式等に関する審査基準も存在しないため、商標の複製として何が必要とされるかはその都度対応することとしているが、出願があった場合は、音の商標と同様に何かしらの見本が求められることが想定される。

②出願日認定

出願時の提出書類において以下の情報が記載されていれば、出願日が認定される(CAN 決定第 486 号第 140 条)。

- (a) 願書における商標登録を受けたい旨の意思表示
- (b) 出願人氏名・名称、住所・居所などの出願もしくは出願人を識別するための情報
- (c) 文字商標の場合は商標登録を受けようとする商標の記載。視覚的要素、形状などを含む文字商標以外の商標の場合は商標の複製
- (d) 指定商品又は役務
- (e) INDECOPI に必要料金¹¹⁹を支払った旨の証明

[音]

商標の複製として、(i) 写実的表現(譜面など)及び(ii) 音声ファイルの提出がなかった場合、出願日は認定されない。

商標の複製が提出されなかった場合、あるいは方式審査によって譜面などの写実的表現と音声ファイルが不一致であると判断された場合、60 営業日の補正期間が与えられ、期間内に補正されない場合、出願は放棄されたものとみなされる。なお、必要書類の補完によって出願日が繰り下がることはない。

[その他のタイプ]

前例がないが、おそらく音の商標と同様に扱われることが想定される。

(3) 登録要件

① 識別性

CAN 決定第 486 号第 135 条において、商標の不登録事由が規定されているが、このうち識別力に関する箇所を以下抜粋する。

CAN 決定第 486 号第 135 条 (抄訳) 以下の標章は、商標登録を受けることができない。

- (a) 前条の前段記載の商標構成要件¹²⁰を満たさないもの
- (b) 識別力を欠くもの
- (c) 商品若しくはその包装の通常の形状のみからなるもの、又は対象商品若しくは役務の

¹¹⁹ 1UIT (UIT 課税単位=3,650 ソル/2012 年 2 月現在) の 14.86%を納付する必要がある (出典 JETRO ホームページ「http://www.jetro.go.jp/world/cs_america/pe/invest_08/」より)

¹²⁰ (CAN 決定第 486 号第 134 条) 市場において商品及び役務を識別することが可能であるいかなる標章も商標となりうる。写実表現が可能な標章は、商標登録を受けることが出来る。

特別な機能に由来する形状又は特徴からなるもの

(d) 略

(e) 商品若しくは役務の種類、質、量、目的、価格、原産地、生産時期又は他の詳細、特徴若しくは情報を指定若しくは説明するために供されるもの又は表示のみからなるもの

(f) 関連する商品若しくは役務について慣用されている又は技術的な名称のみからなるもの

(g) 日常的に使用される言葉又は当該国において関連する商品若しくは役務についての慣用商標又は普通に示すものとなった標識又は表示のみからなるもの

(h) 特定の形状を表現するための色分けを有さない単一の色彩のみからなるもの

(i)～(p) 略

なお、識別力に関する INDECOPI の審査基準は公開されていないが、新しいタイプの商標についても、識別力に関する判断基準は原則として通常の商標と同様である。

[音]

3分以上あるような音楽であっても、それによって識別力なしと判断されるようなことはない。なお、ペルーを始めとする CAN 加盟国では広告用のスローガンも商標法上保護される商標とされており (CAN 決定第 486 号第 175 条乃至第 179 条)、商標の長さは、識別力の判断にそれ程影響を与えないものと考えられる。

[色彩]

単一の色彩のみからなる色彩商標については、原則として識別力なしと判断されるため、権利化を図るためには使用による識別性獲得を主張する必要がある¹²¹。

[位置]

前述したとおり、位置商標について権利化を図る場合は、立体商標として出願をし、権利化を図りたい部分を除く他の部分について、権利不要求するような形の出願形式になる。識別力は立体商標全体として識別力があるか否かにより判断される。

[トレードドレス]

トレードドレスそのものについての出願例はなく、立体商標として出願されるケースが大半である。識別力については、位置商標と同様に立体商標全体として識別力があるか否かにより判断される。

¹²¹緑の単色のみからなる商標を第 30 類のココア、ココアベースの飲料などを指定商品として出願された事案について、当該商標は CAN 決定第 486 号第 135 条 (b) 及び(h)の拒絶理由に該当するとして拒絶された。その後、出願人は、拒絶査定不服審判等を行い、使用による識別性を獲得した旨を主張したが認められなかった (Resolution No. 22848-2007/OSD-INDECOPI of 14 December 2007 及び確認判決 N° 2237-2008/TPI-INDECOPI of 11 September 2008)

【におい】

出願事例はないが、出願をしたとしても識別力なし、あるいは商品の特徴を示す記述的表示に過ぎないとして拒絶されることが想定される。

【その他】

先行事例がなく、出願があってから検討するとのことである。

②セカンダリーミーニング

商標の不登録事由が列記されている CAN 決定第 486 号第 135 条の但書において、出願人もしくはその譲渡人による CAN 加盟国内における商標の使用によって識別力を獲得した場合は、同条(b)(e)(f)(g)(h)の規定に関わらず、商標登録を受けることができる旨が規定されている。

使用による識別性獲得を立証するにあたって必要となる証拠に関する規定や基準はないが、過去の行政裁判において、使用による識別性獲得主張にあたり、以下の証拠及び聞き取り調査結果が考慮された。

- (a) 市場占有率（需要者に対する聞き取り調査を含む。）
- (b) 使用による影響力・使用される地域の範囲・使用期間
- (c) 宣伝・広告量
- (d) 出所認識が可能な公衆の割合
- (e) その他、商工会議所・事業者等による宣誓など。

なお、新しいタイプの商標と通常の商標との間で識別性獲得を立証するにあたる必要書類に差異はない。

③機能性の判断

CAN 決定第 486 号第 135 条(d) において、商品の形状のみからなる標章、あるいは指定商品もしくは役務の機能的・技術的特徴を発揮するための要素のみによって構成される標章は商標登録を受けることはできない旨が規定されている。

立体商標として保護を受けうる位置商標やトレードドレスについては、このような拒絶理由に該当して拒絶される可能性がある。

④類否判断

通常の商標に関する実体審査では、先行商標と出願商標の類否判断にあたり、INDECOPI のデータベースを用いたコンピュータ検索が行われる一方、新しいタイプの商標については、通常の商標のようなデータベースが存在しないため、担当審査官が全ての先行登録商標と出願商標との類否判断を個別に行う¹²²。なお、異なるタイプの商

¹²² 2012 年現在においては、新しいタイプの商標の登録事例が音商標の 15 件しかないため上記のようなサーチ方法が可能だが、今後登録例が増えた場合は、何らかの新しいシステムを構築する必要が生じるだろう。

標間で類否判断は行われなため、音の商標を始めとする新しいタイプの商標とそれ以外の商標との間でクロスサーチは行われな。

[音]

類否判断においては、主旋律（メロディー）の類否が主要な判断基準となる。したがって、音階が同じものであれば、音源・音色などが異なったり、主旋律に和音を付け加えたようなものであったとしても、主旋律が類似している場合には、両商標は類似すると判断されるものと解釈される。

また、上述のとおり異なるタイプの商標間で類否判断は行われなため、猫の鳴き声からなる音商標と文字商標「MEOW」とは、審査において類否判断は行われな。また、音楽に歌詞がついているような音の商標についても同様に文字商標との類否判断は行われなため、仮にこのような音商標の歌詞と文字商標が同じであったとしても、審査において類否判断は行われな。ただし、他人の登録商標の文字部分を称呼して使用した場合には、商標権の侵害が成立する可能性がある。

[色彩]

先行事例はなものの、単一の色彩により構成される標章の類否判断にあたっては、外観のみから類否判断が行われ、観念の類否は考慮に入れられなものと考えられる。

[位置、トレードドレス]

前述したとおり、位置商標及びトレードドレスについては、2012年現在までは立体商標としてのみ出願がされている。したがって、類否判断は立体商標全体が類似しているか否かによって行われる。

[その他]

先行事例がなく、出願があってから検討するとのことである。

(4) 他の権利との調整

CAN 決定第 486 号第 136 条(f)において、他人の著作権等知的財産権を侵害する商標については、当該他人から同意を得ない限り、登録をすることができなとされている。

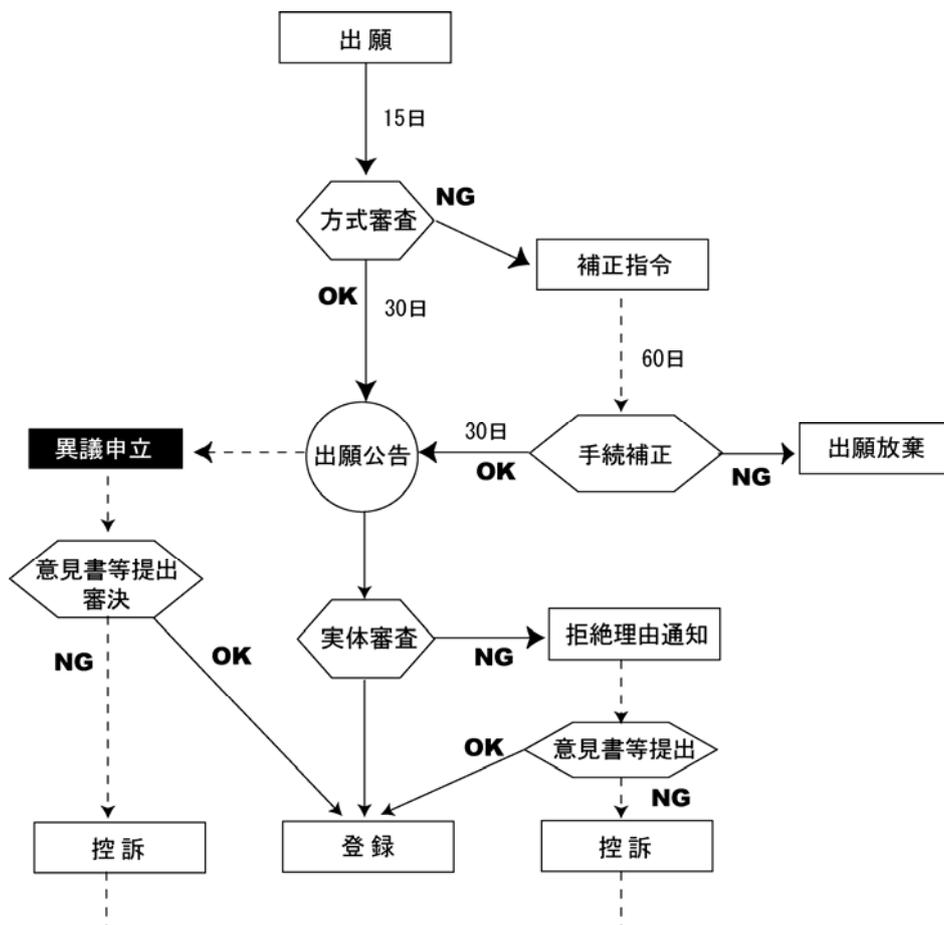
従って、音の商標などの実体審査において、出願商標が他人の著作物の一部であることが明らかとなった場合には、著作権者から同意書を取得する必要がある。

審査段階において商標の構成要素の一部が他人の著作物であることがわからな場合であっても、出願は方式審査後に公告され、第三者は当該期間内に異議申立が可能であるため、著作権者から異議申立を受ける可能性がある。

また、CAN 決定第 486 号第 137 条において、不正競争行為に該当する若しくは関連するような商標については商標登録を受けることができな旨が規定されている。

(5) 出願から登録までのフロー

ペルーにおける商標登録出願のフローチャートは、以下に示すとおりである。



(6) 出願の手続

①電子出願の願書様式 (別添 P1)

INDECOPI のホームページから電子出願が可能である¹²³。なお、ホームページから電子ファイルをアップロードすることができないため、商標の複製については別途郵送等により提出をする必要がある。

[音]

前述のとおり、ホームページから電子ファイルをアップロードすることはできないため、音声ファイルの電子出願はできず、音声ファイルは CD・DVD 等の電子媒体にオーディオファイル形式のファイルを保存して、別個提出する必要がある。

なお、CD 形式で提出するのが一般的であり、特に容量制限はない。

¹²³ INDECOPI のホームページ

②書面出願の願書様式（別添 P2）

電子出願と書面出願で、願書様式に差異はない。願書様式については、（別添 P2）を参照。

③願書の補正：補正許容範囲、補正があった場合の出願日

出願人は、審査期間中であればいつでも、商標について重要な変更を加えるような補正、あるいは当初の指定商品もしくは役務から新たな商品もしくは役務を加えるような補正を除いて、補正を行うことが可能である（CAN 決定第 486 号第 143 条）。

[音]

音の商標に関する出願について、音声ファイルの提出がなかった場合、あるいは方式審査により写実的表現と音声ファイルが不一致であると判断された場合、60 営業日の補正期間が与えられ、期間内に補正されない場合、出願は放棄されたものとみなされる。なお、出願日の繰下げはない。

④商標見本

CD・DVD 等の電子媒体に記録された音声ファイルは、INDECOPI 施設内で保管される。なお、前述したとおりデータベースなどに音声ファイルがアップロードされることはない。

(7) 方式・実体審査

①商品見本と説明文の整合性審査

ペルーでは、公報掲載のために簡単な説明を記載する必要があるものの、説明文に不備があったとしても、拒絶理由あるいは補正命令の対象とはならない。なお、前述したとおり、写実的表現と音声ファイルが不一致であると判断された場合、60 営業日の補正期間が与えられ、期間内に補正されない場合、出願は放棄されたものとみなされる。

②審査体制：新しいタイプの商標専門の審査官による審査体制か

新しいタイプの商標専門の審査官はいない。なお、後述するように、音の商標の方式審査にあたっては音楽大学などに外注をしている。

③審査手法 情報なし。

④検索システム

[音]

方式審査のうち、写実的表現（譜面やスペクトルなど）と音声ファイルが一致するかの確認については、国立音楽学校（National Conservatory of Music）、ペルーカトリック大学の音楽科（Music Factory of Peruvian Catholic University）に外注している。なお、当該分析費用は出願人負担である。

前述のとおり、新しいタイプの商標に関するデータベースがないため、先行商標との類否判断に関する審査では、登録された全ての商標と出願商標との類否判断を審査官がデータベースを用いずに行う。

【その他】

その他の新しいタイプの商標については前例がなく、審査基準などで特に規定はされていないため、出願があり次第その都度対応をするとのことである。

⑤審査資料 情報なし。

⑥拒絶理由 情報なし。

出願時に見本提出がされなかったため、出願人に録音物の提出を求めた際の通知書のサンプルあり（別添 P3）。

⑦拒絶事例

【色彩】

第 30 類の指定商品「ココア、ココアベースの飲料」等について、緑の色彩商標（PANTONE361 を指定）を行ったところ、CAN 決定第 486 号第 135 条(b)及び(h)の拒絶理由に該当するとして識別力がなく、使用による識別性も獲得していないとして、拒絶査定が確定した事案がある¹²⁴。

⑧異議申立

- ・証拠提出の方法と証拠様式
- ・補正の可否、補正の提出方式

商標登録出願が方式的要件を満たしている場合、出願公開がされ、利害関係人は公開日から 30 日以内に異議申立てをすることができる（CAN 決定第 486 号第 146 条）。なお、異議申立があった場合、出願人は INDECOPI から異議申立があった旨の通知から 30 日以内に、意見書及び証拠の提出をすることができる（CAN 決定第 486 号第 148 条）。

異議申立に関する取扱いについて、新しいタイプの商標と通常の商標で異なる取扱いはされていない。

(8) 登録

①権利範囲（例：商標見本のみ）

文字商標を除くあらゆる商標は、出願時に提出する商標の複製（CAN 決定第 486 号第 138 条(b)）により特定され、権利範囲は特定された商標及び指定商品・役務によって画される。

¹²⁴ Resolution No. 22848-2007/OSD-INDECOPI of 14 December 2007 及び確認判決 N° 2237-2008/TPI-INDECOPI of 11 September 2008

②登録証記載事項

商標登録証には、以下の内容が記載される。(添付資料 P4 参照)

- (a) 商標権者の氏名・名称／住所・居所
- (b) 標章の簡単な説明
- (c) 指定商品・役務
- (d) 区分
- (e) 存続期間
- (f) 写実的表現

なお、商標存続・商標権者・指定商品等の範囲に影響を与える変更などがあった場合には、当該変更内容が記録される。

(9) 証明・閲覧

①音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法

CD・DVD 等の電子媒体に記録された音声ファイル等は、INDECOPI 施設内で保管され、データベースにアップロードなどはされない。従って、閲覧をしたい場合には、INDECOPI 施設に行き、見本の閲覧、視聴をする必要がある。

②原簿の認証謄本

音声ファイルの謄本複写は何人でも請求可能である。データ形式の見本謄本の認証は、証明担当者がペンでデータ媒体に直接サインをすることにより行う。

(10) 公報・情報提供

①公報

出願が方式要件を満たす場合、以下の内容が公報に掲載されることになる。

- (a) 出願番号
- (b) 出願人の名前／名称及び国籍
- (c) 商標の極めて簡単な説明
- (d) 写実的表現
- (e) 指定商品／役務

公報は、日刊紙「El Peruano (エル・ペルアノ)」に掲載されるとともに、インターネット版「El Peruano」にも公報掲載事項がアップロードされる。新しいタイプの商標の公報掲載事項は、通常商標と同じであるが、文字商標以外については商標の写実的表現が掲載されるため、音の商標の場合には、譜面等が掲載される(下記公報見本を参照)。

なお、音声ファイル等は掲載されない。

EXPEDIENTE Nº 0334105-2007
 Solicitante: CONFISWEET S.A.C., de PERU
 Signo Solicitado: RISUEÑAS
 Distingue: Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para espumar, salsas (condimentos); especias; hielo.

EXPEDIENTE Nº 0334107-2007
 Solicitante: CONFISWEET S.A.C., de PERU
 Signo Solicitado: MOSH
 Distingue: Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; salsas (condimentos); especias; hielo.

音の商標の公報掲載例

Oficina de Signos Distintivos - INDECOPI
 007-OP-137788-3 1v. 29 noviembre

Oficina de Signos Distintivos - INDECOPI
 007-OP-137788-5 1v. 29 noviembre

EXPEDIENTE Nº 03301
 Solicitante: PRODUCTOS PARA S.A.C., de PERU
 Signo Solicitado: El sonido representado por el pentagrama adjunto.

EXPEDIENTE Nº 0334104-2007
 Solicitante: CONFISWEET S.A.C., de PERU
 Signo Solicitado: CONFISWEET YEAH
 Distingue: Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; salsas (condimentos); especias; hielo.



Lima, 29 de noviembre del 2007
 KARLA QUEVEDO ALVARADO
 Oficina de Signos Distintivos - INDECOPI
 007-OP-137788-2 1v. 29 noviembre

Distingue: Colchones de espumas, de resortes, box spring y box tarima. Clase 20
 Lima, 15 de noviembre del 2007
 KARLA QUEVEDO ALVARADO
 Oficina de Signos Distintivos - INDECOPI
 002-OP-137354-1 1v. 29 noviembre

EXPEDIENTE Nº 0328035-2007
 Solicitante: WING WA S.R.L., de PERU
 Signo Solicitado: El logotipo conformado por la denominación MONKEY HEAD escrita en letras características y la representación estilizada de un mono; conforme al modelo adjunto.

EXPEDIENTE Nº 0332172-2007
 Solicitante: PARA-RAYOS S.A.C., de PERU
 Signo Solicitado: El logotipo conformado por la denominación THOR CEM escrita en letras características y el diseño de cuatro hexágonos unidos por circunferencias. En la parte inferior se aprecia la representación gráfica de un rayo en posición horizontal y la denominación CEMENTO CONDUCTIVO (sin reivindicar); conforme al modelo adjunto.



THOR CEM

Distingue: Linternas, lámparas, llaves de agua caños, tuberías de agua y sus accesorios (comprendidos en la clase). Clase 11
 Lima, 13 de noviembre del 2007
 KARLA QUEVEDO ALVARADO
 Oficina de Signos Distintivos - INDECOPI
 007-OP-137753-1 1v. 29 noviembre

CEMENTO CONDUCTIVO
 Distingue: Materiales de construcción, no metálicos; cemento conductivo. Clase 19.
 Lima, 7 de noviembre del 2007

Solicitante: ANUNCIOS EN DIRECTORIOS, S.A. DE C.V., de MEXICO

②情報提供

- ・公報以外での新しいタイプの商標に関する情報提供 特に行われていない。

(1 1) 統計

2012年現在においては、新しいタイプの商標については音商標 15 件の登録事例しかない。色彩商標の出願が過去にあったが、登録には至っておらず、他のタイプについては未だ出願すらされていない状況である（なお、位置商標及びトレードドレスは、立体商標として出願されている）。

新しいタイプの商標についての審査基準などは特に整備されておらず、様式等については出願があってからその都度対応を行う予定とのことである。

現在までに新しいタイプの商標に関する審判等は請求されていない。

(1 2) 審判

- ①審判における証拠の形態及びその提出方法について特徴的な規則の有無と内容

上記のような状況であるので、現時点において特に特徴的な規則はなく、審判が請求され、審判件数が多くなって初めて特徴的な規則などが定められるものと考えられる。

②識別力や類否について審判や裁判で新たな判断が示された場合、その結果は、どのように審査にフィードバックされているか。

行政裁判所による決定は、一部例外的な事例を除いて審査に拘束力はないとのことである。

<<その他>>

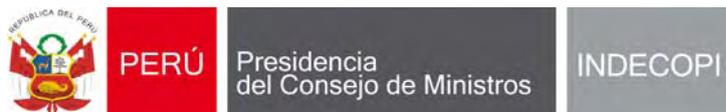
(13) 侵害

ペルーでは、現在までに新しいタイプの商標に関する侵害事例はないとのことである。

(別添 P1) 電子形式出願の画面



(別添 P2)



商標の詳細

商品及び／又はサービスに関する商標出願

SECTION 1. 出願人				<input type="checkbox"/> 自然人	<input type="checkbox"/> 法人
1.1. 出願人の詳細					
名前又は肩書／名前					
身分証明の種類		身分証明書番号		RUC 番号	国籍／法人格付与の国
<input type="checkbox"/> DNI <input type="checkbox"/> others:					

<input type="checkbox"/> IMMIGRATION CARD					
出願人の住所					
DISTRICT		Province		DEPARTMENT	
出願人の E-mail アドレス		電話番号		ファックス番号	
<input type="checkbox"/> 一以上の出願人及び／又は代理人がいる場合は、左の欄をマークすること。マークした場合は、ANNEX A にその他の出願人及び／又は代理人を記入すること。					
1.2 代理人又は法定代理人の詳細 (代理人による出願の場合のみ)					

--	--

2.4. 標章の一部として色彩を保護するかどうかの記載:

Yes No

2.5. 商品及び／又はサービスのリスト（登録出願を行う分類ごとに手数料を支払わなければならない）

分類	商品及び／又はサービス

上記のスペースで足りない場合は、左の欄をマークすること。マークした場合、ANNEX B に追加の商品及び／又はサービスを記入すること。

SECTION 3. 優先権主張（該当する出願の場合のみ）

3.1. 優先権主張をする出願番号	3.2. 出願日	3.3. 出願国	3.4. 分類	3.5. 優先権主張する商品及び／又はサービス (*)

--	--	--	--	--

* 一部の商品又はサービスに関して優先権主張する場合のみ記入すること。

上記のスペースで足りない場合は、左の欄をマークすること。マークした場合、ANNEX C に優先権主張するその他の出願を記入すること。

3.6. 外国優先権に関する書類

該当出願を行った機関によって証明された出願の写し（必要な場合、スペイン語の翻訳）

本出願書類に添付

決定 No.486 第 10 条に規定されている期間内に提出

SECTION 4. アンデス共同体における真の利害関係者に関する異議申立（該当する場合のみ）

4.1 本出願が、該当する出願（出願番号）に提起された異議申立における真の利害関係者によって行われている旨	4.2 分類

SECTION 5. 出願人又は代理人の署名

署名 (ID を記載する)

署名者の名前

(別添 P3) 音の商標出願について、録音を要求する通知書



CEDULA DE NOTIFICACIÓN

Expediente N° 442794-2010

Señor : **ARCOR S.A.I.C.**
Dirección : **CASILLA N° 66 - ILN**

Cumpla con subsanar el (los) requerimiento(s) que se indica (n) a continuación:

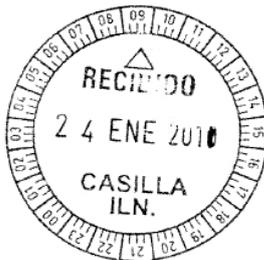
1. () Precisión respecto del nombre y apellidos o denominación o razón social del solicitante.
2. () Precisión respecto del domicilio del solicitante y/o su representante (para efecto de notificaciones).
3. () Firma del solicitante o de su representante.
4. () Indicación de si desea reivindicar colores
5. () Reproducciones del signo solicitado de aproximadamente 5x5 c.m., a colores de ser el caso.
6. () Precisión y/o exclusión de los productos, servicios o actividades económicas, a identificarse con el signo solicitado, agrupados por clase.
7. () Clase (s) a la que pertenecen los productos, servicios o actividades económicas, a que se refiere el signo solicitado, consignados en orden de las clases.
8. () El signo a ser utilizado con el lema comercial solicitado, N° de certificado o de expediente en trámite.
9. () Personas naturales: poder en instrumento privado
10. () Personas jurídicas: poder en instrumento privado señalando la calidad del poderdante o los documentos que acrediten su representación (Escritura Pública o Partida Registral).

OBSERVACIONES:

Cumpla con presentar el soporte magnético (CD, DVD, u otro tipo de soporte análogo) que contenga el audio del pentagrama que se adjunto a la solicitud de registro.

Lo que notifico a ud. para que absuelva dentro del plazo de sesenta (60) días hábiles, **improrrogables** y contados a partir del día siguiente de notificada la presente. El incumplimiento acarreará la declaración de ABANDONO y el consecuente ARCHIVAMIENTO del expediente, de conformidad con el artículo 144 de la Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial.

F-MAR-07/1B



Lima, 21 de enero de 2011.



Registro de la Propiedad Industrial

Dirección de Signos Distintivos

CERTIFICADO N° 00176529

La Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPÍ, certifica que por mandato de la Resolución N° 008834-2011/DSD - INDECOPÍ de fecha 03 de Junio de 2011, ha quedado inscrito en el Registro de Marcas de Producto, el siguiente signo:

Signo : La melodía representada por el pentagrama

Distingue : Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, productos de pastelería y de confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levaduras, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo

Clase : 30 de la Clasificación Internacional.

Solicitud : 0400133-2009

Titular : MEALS DE COLOMBIA S.A.

País : Colombia

Vigencia : 03 de Junio de 2021

Tomo : 883

Folio : 039

PATRICIA GAMBOA VILELA
Directora
Dirección de Signos Distintivos
INDECOPÍ



Registro de la Propiedad Industrial

Oficina de Signos Distintivos

CERTIFICADO N° 00135262

La Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, certifica que por mandato de la Resolución N° 002300-2008/OSD - INDECOPI de fecha 18 de Febrero de 2008, ha quedado inscrito en el Registro de Marcas de Producto, el siguiente signo:

Signo : La melodía representada por el pentagrama adjunto

Distingue : Colchones de espuma, de resortes, box spring y box tarima

Clase : 20 de la Clasificación Internacional.

Solicitud : 0330101-2007

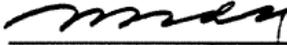
Titular : PRODUCTOS PARAISO DEL PERU S.A.C.

Pais : PERU

Vigencia : 18 de Febrero de 2018

Tomo : 676

Folio : 172


MIGUEL ANGEL SANCHEZ
DEL SOLAR QUIÑONES
Jefe de la Oficina
de Signos Distintivos
INDECOPI



(以上)

各国・地域別新しいタイプの商標の調査結果一覧(資料)

		ドイツ	イギリス	オーストラリア	シンガポール	台湾	韓国	ペルー	チリ
法制度・運用									
(1)商標の定義		商標法第3条(識別性) 商標法第8条(写実的表現)	商標法第1条(写実的表示、識別性)	商標法第17条の規定 商標法第40条の規定	商標法第2条第1項の規定	商標法第18条の規定 商標法第19条の規定	商標法第2条の規定	アンデス共同体決定第486号第134条の規定	商標法第19条の規定
(2)出願要件	①商標の特定方法と権利範囲	商標法第8条 写実的に表現された商標表示。	商標法第1条 写実的に表現された商標表示。	商標法第40条 写実的に表現できることが法律上求められている。	出願商標が新しいタイプの商標である場合、保護を求める標章の写実的表現および詳細な説明は、精密であることを要する。	写実的に表現された商標の表示(商標図案)と当該商標図案を補完するための「見本」(音声ファイル、動画ファイル)及び/又は説明が必要である。	出願書の「商標の写実的表現」欄の記述により特定される。音声ファイルやにの標本では特定されない。	基本的に写実的に表現された商標表示(商標図案)により特定される。これは新しいタイプの商標のみならず通常商標も同様である。	音響商標は、商標名、写実的表示及び提出された商標見本(デジタル録音)によって特定される。
	②出願日認定	商標法第32条及び第33条 ①出願人を特定する情報 ②商標の写実的表現 ③指定商品・役務の特定 要旨変更を伴わない補正は出願日の繰り下げなし。	商標法第32条第2項及び第33条第1項 ①商標登録の願書 ②出願人の名称及び住所 ③商標登録を求める商品又はサービスの陳述 ④商標の表示	写実的表現と明確な説明によって商標を特定する。最も重要な要素は、書面による説明と商標の表現の組み合わせ。	商標法第5条 「写実的表現」の提出が必要。手続補正により写実的に表現された表示が提出された場合には、出願日は、その提出日となる(出願日の繰り下げ)。	商標法第19条 出願人、商標図案及び使用を指定する商品又は役務を明記した願書を商標主務官庁に出願することにより出願日が得られる。	商標法第9条第2項 以下の4項目の要件を満たす願書の提出により出願日が認定される。 ①商標登録の意志表示 ②出願人情報 ③商標の明確な写実的表示 ④商品区分、指定商品名	アンデス共同体決定第486号第140条 ①商標登録を受けたい旨の表示 ②出願人情報 ③商標の複製 ④指定商品又は役務の指定 ⑤知財庁への手数料支払証明	回答なし。
(3)登録要件	①識別性	商標法第3条「抽象的識別性」及び第8条に「具体的識別性」の規定があり、実務上、識別性に欠ける商標については、第8条を根拠に拒絶する。	商標法第3条「登録の絶対的登録拒絶理由」第1項(b)に「識別性を欠いている商標」の規定あり。通常の識別力の審査においては、「識別性」等に基づく異議申立てがなされない限り、当該商標の使用実績やセカンダリーミーニング獲得状況は考慮しない。	通常商標と新しいタイプの商標に適用される識別力の判断のテストに一般的な差異はない。	シンガポールにおいては、通常商標に関する判断基準と新しいタイプの商標に関する審査基準の間に違いはない。識別性についても同じテストが適用される。	新しいタイプの商標と通常商標とにおいて、識別性の決定に差異は生じない。新しいタイプの商標についての審査基準があり、識別性についての記載あり。	判断は通常商標と異なり、使用による識別力が必要とされる。審査基準第8条に、通常商標及び新しいタイプの商標の識別性に関する記載あり。	判断において通常商標との差異はない。	識別力・類否判断に関し、音の商標と通常商標とは異なる取扱いはない。
	②セカンダリーミーニング	商標法第8条第3パラグラフに規定あり。セカンダリーミーニング獲得の立証方法としてはアンケート結果が有用である。	商標法第3条但書の規定により、使用の結果、後発的に識別力を獲得した商標については例外的に商標登録を認めている。新しいタイプの商標は識別力が低いことから、使用によるセカンダリーミーニング獲得を立証することを求められる場合が多い。	識別力及び使用による識別力の獲得については、オーストラリア商標法第41条第5項と第6項に規定がある。セカンダリーミーニングの獲得は、オーストラリア国内での評判が重要である。	商標が、出願日前に、シンガポールの大衆の心理において、特定の取引者の商品又はサービスの出所として認識されるようになったことを示す証拠を提出しなければならない。	商標法第29条第2項に規定されており、全てのタイプの商標に適用される。セカンダリーミーニングを示すための証拠は、自国の関連する消費者が商品/サービスの出所を示すものとして認識していることを示さなければならない。	韓国における使用実績の証明が必要である。認められるための必要要件は相当期間の使用実績、指定商品の生産・販売量、広告の実施期間・回数等の証明などである。	使用による識別性獲得を立証する証拠に関する規定や基準はないが、過去の行政裁判において、市場占有率、使用による影響力・使用される地域の範囲・使用期間、宣伝・広告量等に関する証拠及び聞き取り調査結果が考慮された。	セカンダリーミーニングが認められる条件として、知的財産法に従い、国内市場における使用を通じて識別力を獲得するに至ることが挙げられる。この条件は通常商標と新しいタイプの商標共に適用される。
	③機能性の判断	商標法第3条第2項に規定されている。商標法第3条はすべてのタイプの商標に対応する。 判決例：2006年10月5日 TASTMARKE事件	商標法第3条第2項に規定されている。実務上、機能性の要件は、立体商標についてのみ審査する。	オーストラリア商標法には、機能性に関する直接の規定はない。特定者に商標の独占の妥当を審査官が判断し、独占適応性が無い場合、機能的な商標として取り扱われ、識別力なしとして登録を排除する。	機能的な商標の登録を排除する条文や審査基準は立体形状以外特になく、ホログラムが機能的であっても、通常の登録要件さえ満たしていれば商標となり得る。	商標法30条第1項第1号に規定されている。機能性は通常商標にとって判断基準でない。しかし、新しいタイプの商標にとって、機能性は通常審査される。	機能的な商標の登録を排除する条文として商標法第7条第1項第13号がある。また、審査基準27条に機能的な商標に関する規定が示されている。	アンデス共同体決定第486号第135条(d)に規定されている。立体商標として保護される位置商標やトレードドレスは、この拒絶理由に該当して拒絶される可能性がある。	音の商標について、機能的な商標に関する情報、判例はない。
	④類否判断	商標法第9条第1パラグラフに規定あり。この規定は全てのタイプの商標に適用される。類否判断は通常審査段階では審査されず、異議申立があった場合に審査官により判断される。	商標法第5条に規定あり。新しいタイプの商標の類否判断は、通常商標と同じく、商標同士の外観・称呼・観念を比較し、全体の印象をもとに判断する。	商標法第44条第1項(b)及び第2項(a)に規定されている。通常商標と新しいタイプの商標とに適用される類比判断のテストに差異はない。	商標法第8条に規定されている。通常商標に関する判断基準と新しいタイプの商標に関する審査基準の間に違いはない。	商標法第30条第1項に規定されている。通常商標と新しいタイプの商標において、類否性の判断に差異は生じない。	商標法第7条第1項第7号に規定がある。通常商標と新しいタイプの商標とで原則としてクロスサーチは行わない。	新しいタイプの商標は、通常商標のようなデータベースが存在しないため、担当審査官が全ての先行登録商標と出願商標との類否判断を個別に行う。	類否判断に関し、通常商標と新しいタイプの商標とは異なる取扱いはない。
(4)他の権利との調整	商標法第13条第2パラグラフに調整規定あり。他人の周知な著作物を商標出願した場合は「不正目的」出願であるとして絶対的拒絶理由(商標法第8条(2))で拒絶されるだろう。	商標法第5条第4項に規定されている。他の権利の権利者(例えば著作権法第5条第4項(b)を根拠に)から異議申し立てされた場合、審査されることになる。	誤認混同に基づく理由を含め、多くの理由で拒絶査定となる。出願人が著作権を持っていない場合、出願人はその商標の所有者でないとの理由により拒絶理由が発せられる。	他人の歌詞等を用いた楽曲など、明らかに著作権を侵害していると思われる音の商標や動きの商標については、シンガポール商標法第8条第7項(b)に基づき拒絶される。	著作権、意匠権等の権利との調整規定がある(商標法第30条第15号)。	商標法第53条に規定されている。商標に他人の著作権が含まれている場合、通常商標と同様に審査段階では他人の著作権を考慮しないが、商標法第53条により規制される。	アンデス共同体決定486号第136条(f)において、他人の著作権等知的財産権を侵害する商標については、当該他人から同意を得ない限り、登録をすることが出来ない。	音の商標が他人の歌詞等を用いた楽曲など、明らかに著作権を侵害していると思われる場合は、その出願は他人の著作権のとの混同を理由に拒絶される。公開された音商標に他人の著作権との問題が発生した場合、著作権者は当該商標にたいして異議申立できる。	
運用									
(5)出願受付	①電子出願の願書様式、添付資料(電子ファイルの型式と容量制限) ②書面出願の願書様式、添付資料	願書様式は、電子出願と書面出願で共通に使用できる。 音声ファイル形式：WAVEもしくはMP3、走査周波数44.1kHz以上、解像度16ビット、容量制限は音の場合1MB。	電子出願はUKIPOのウェブサイトにおいて、オンラインで出願を行う。 書面出願は願書様式TM3を用いる。	願書様式は書面出願及び電子出願の双方で使用される。 添付資料の容量制限は特でない。	電子出願は、ウェブページにおいてオンライン出願を行う。書面出願は様式TM4を使用する。当該様式は通常商標及び新しいタイプの商標双方で使用される。	電子出願と書面出願の願書形式は同一である。 電子ファイルの形式は以下のとおり。 音声：WAVE方式(MP3は不可) 動き：MPEG、AVIファイル	出願願書様式は第4書式。当該様式は電子出願及び書面出願双方で使用できる。音ファイルは、MP3,WAV,WMAの形態で、容量制限は3MB以内である。	新しいタイプの商標の出願様式は、通常商標の出願様式と同じである。電子データファイルの容量制限はない。	願書様式は書面出願及び電子出願双方で利用できる。電子出願は、インターネットを用いたオンライン出願及びCD-ROM及び磁気ディスクによる出願が認められている。

		ドイツ	イギリス	オーストラリア	シンガポール	台湾	韓国	ペルー	チリ
	③願書の補正:補正許容範囲、補正があった場合の出願日	原則として、出願後の商標の変更は不可。商標の表現が様式に合致しない場合は追加シートの提出が必要である。写実的表現の補正は不可。出願後に許容される補正は原則として指定商品・役務の減縮補正のみ。	電子ファイル等を出願日の後、補正、追完可能。指定商品・役務の限縮補正は認められる。出願時に「写実的表現」要件が満たされていない場合、拒絶理由通知等で補正の要請を受け、これに従って補正すると、出願日は補正提出日に繰り下がる。	商標見本か商標の説明のいずれかが提出されている場合には、出願日は認定されるが、出願日以後に説明を付加する補正は要件が厳しいため、そのような出願は拒絶になる可能性が高い。	出願後に認められる補正は以下のとおり。 (1) 明らかなミスの訂正 (2) 同一性または重大な特徴に大きな影響を与えない場合。	補正は商標の同一性に実質的に影響を与えず、又は対象である商品又はサービスを拡大しない場合に限られる。	最初の商標出願の要旨を変更しない範囲内で指定商品及び商標を補正することができる。	審査期間中いつでも、商標について重要な変更を加えるような補正、あるいは指定商品または役務を拡大する補正を除いて、補正を行うことが可能である（アンデス共同体決定第486号第144条）。	出願の補正は査定通知の受領前までに実施することができる（例えば、商標のタイプ）。さらに、指定商品及びサービスの減縮はいつでも可能である。
	④商標見本・においの標本、音声ファイルの保管方法・ホログラムの現物が見本として提出された場合の扱い	電子データメディア（CD等）は、出願の袋袋の中に保管される。	音声ファイルは出願の包装に物理的に保管しておくのみにおい商標の標本は保管方法についての定めもない。	「におい」、「音」、「ホログラム」商標については商標の見本は要求されない。	登録簿が電子的であることから、現物（ホログラム、匂いの標本、音声ファイル等）が見本として提出されたとしても保存しない。	音商標はWAVE形式の音声ファイルを保存媒体（CD等）に保存して提出。台湾知財庁のウェブサイトにて聴取できる。	願書の「視覚的表現」の欄で商標の特徴を説明すると共に音声ファイル、においサンプル、5枚以内の画像データを提出する。	音商標は、オーディオファイル形式（CD形式が一般的）で商標の複製の提出が必要である。商標局のコンピュータデータベースに保存される。	回答なし。
(6)方式・実体審査	①商標見本と説明文の整合性審査	説明と見本とが不一致の場合、出願人へその旨通知し、是正を求められる。	商標見本と説明文が不一致の場合、拒絶理由が通知され、是正を求める。是正された場合、原則として、是正された日が出願日になる。	不一致がある場合、審査時に拒絶理由通知が出される。不一致が小さい場合は、一致させるための補正は認められる。	不一致の場合、補正を要求される。商標の詳細な記述及び文書による説明の補正は要旨を変更するものであってはならず、許容される補正の範囲は極めて軽微なものに限られる。	不一致場合は、商標図案に合わせる補正は可能である。	整合していない場合は、出願書の要旨を変更しない範囲での補正が可能である。	公報掲載のために簡単な説明を記載する必要があるものの、説明文に不備があったとしても、拒絶理由あるいは補正命令の対象とはならない。	商標見本と提出された音声ファイルが異なっていた場合は、オフィスアクションを発行し、出願人に対し補正命令の対象とはならない。
	②審査体制:新商標専門の審査官による審査体制か	新しいタイプの商標専門の審査官は存在せず、通常の商標と同様に、指定商品・役務別に担当分けされた審査官が審査を行う。	専門の審査官はいない。必要に応じて、特許の審査に「機能性」等の質問を行うことはある。	専門の審査官はいない。新しいタイプの商標に対する専門知識が必要な場合には、その道の専門家に依頼するシステムがある。	新しいタイプの商標を担当する決まった審査官のグループは存在しない。	専門の審査官はいない。審査官がまった審査官の両方を行っている。	新しいタイプの商標の審査のため、別途審査官を選定している。	専門の審査官はいない。音商標の方式審査にあたっては音楽大学などに判断を依頼する。	音の商標の為の専門審査官はいない。また、音の商標に関し、業務の外部委託は行っていない。
	③審査手法	通常商標の審査と同様に、商標法および商標規則に則って、識別力や類否判断の審査を行う。その判断基準も通常の商標に関するものと同じである。	通常商標の審査と変わらない。			類似の判断について、音と文字、動きと静止図形、などクロスサーチを行う。それぞれ出願された商標図案に基づいてコード番号を付し、それに基づいてクロスサーチが行えるシステムである。	通常商標と差異はない。音・においについては、他のタイプの商標との間でのクロスサーチは行わない。	方式審査において、写実的表現と音声ファイルが一致するかの確認については、国立音楽学校、ペルーカトリック大学の音楽科に判断依頼することができる。	
	・類否判断に使用している検索の具体的手法及び検索キーの種類	一般的に、全体観察で類否判断を行う。図形商標調査に関してはウィーン分類（ウェブサイトあり）を使用する。	特別な類否判断用検索手法や検索キー及び識別力を判断するための検索ツールもない。	通常商標と一体となった検索システムを利用。	検索システムは、検索タームとして商標のタイプを選択することにより類似商標の検索を実施する。「検索キーワード」の入力は不要。	類否判断に使用している検索の具体的手法及び検索キーの種類の詳細は「5-2.各国別調査結果・台湾編」(7)方式・実体審査の欄を参照。		新しいタイプの商標に関するデータベースがないため、先行商標との類否判断では、登録された全ての商標と出願商標との類否判断を審査官がデータベースを用いずに行う。	
	・識別力を判断するための検索ツール	辞書・技術用語辞典・インターネット等である。		通常商標と同様にその商品・サービスに関連した刊物と、インターネットサイトで検索を行う。民間データサービスも利用。		Google 及びYahooは、審査官が通常新しいタイプの商標の識別性を決定するために使用するサーチツールである。			
	・新商標に関するデータベース蓄積と管理方法			通常商標と同じ。	新しいタイプの商標に関するデータ、あるいはその審査に関するやり取りを蓄積・管理していない。				データベース蓄積については、CD、DVDやアナログメディアで保管している。商標局ではMP3とWAVE形式を受け入れている。
	④検索システム	審査官は、異なる種類のデータベース、辞書、参考資料、専門家の文献又は技術出版物を使用する。	通常商標と同じである。	検索システムは、通常商標用のものと一体となっており、審査官用・ユーザ用それぞれ存在している。		台湾知的財産局・WEBサイトに商標検索システムがある。「音」、「色彩商標」、「立体」商標の専用検索項目がある。	韓国特許庁が提供しているデータベース及び民間企業のデータベースにより通常商標と同様に調査を行うことができる。		審査のために特別に導入したソフトウェアや機器はない。
	⑤審査資料	通常商標と同じ。	通常商標と同じである。			新しいタイプの商標について特別な扱いは特にしていない。			「5-2.各国別調査結果・チリ編」(7)方式・実体審査の欄を参照。
⑥拒絶理由	拒絶理由通知をオンラインデータベースで閲覧することはできない。	通常商標と同じだが、新しいタイプの商標は「写実的表現でない」、「識別力がない」等の拒絶理由が発せられる。		絶対的拒絶理由及び相対的拒絶理由について審査が行われる。	拒絶理由を通知する方法は通常商標との差異なし。引用商標の登録番号が確認され、拒絶の理由によりオフィスアクションが開始される。	絶対的拒絶理由及び相対的拒絶理由について審査が行われる。	絶対的拒絶理由及び相対的拒絶理由について審査が行われる。	商標見本と提出された音声ファイルが異なっていた場合は、オフィスアクションを発行し、出願人に対し上記の不一致を解消するよう要求する。	
⑦拒絶事例	「5-2.各国別調査結果・ドイツ編」(7)方式・実体審査の欄を参照。	「5-2.各国別調査結果・イギリス編」(7)方式・実体審査の欄を参照。		「5-2.各国別調査結果・シンガポール編」(7)方式・実体審査の欄を参照。	「5-2.各国別調査結果・台湾編」(7)方式・実体審査の欄を参照。	音・におい商標は2012年3月15日から施行されているため、まだ具体的拒絶例はない。	「5-2.各国別調査結果・ペルー編」(7)方式・実体審査の欄を参照。	公開時に写実的な記述がなかったことにより拒絶された例（出願番号第715103号及び第715104号）。写実的な記述を提出しないことを理由に拒絶理由を受けたが、出願を取り下げた出願がある（出願番号第932228号）。	
⑧異議申立		色商標や音商標については識別力の欠如を理由に、立体商標やトレードドレス等については、機能性要件を根拠に第三者から異議申立が多い。		異議申立について提出する証拠の形式については特別なルールは存在しない。	証拠提出の方法と証拠様式について特別な規定はない。補正の可否、補正の提出方式についての特別な規定はない。	証拠提出の方法と証拠様式について別段の規定はない。補正の可否、補正の提出方式については通常商標と同様。	利害関係人は公開日から30日以内に異議申立てをすることができる（アンデス共同体決定第486号第147条）。	音の商標に対する異議申立・審判において、証拠の形態及びその提出方法については、特段の規則はない。	

		ドイツ	イギリス	オーストラリア	シンガポール	台湾	韓国	ペルー	チリ
(7)登録	①権利範囲 ②登録証記載事項	権利範囲は原則として商標の写実的表現のみによって決定。登録証の記載事項は通常商標の場合と同一である。	権利範囲は、商標の写実的表現のみによって決定。登録証の記載事項は、通常商標の場合と同一である。	「5-2.各国別調査結果・オーストラリア編」の添付資料(登録証)を参照。	権利範囲は、色彩商標を除いて、当該商標の詳細な記述による明瞭な表示及び詳細な文書による説明によって定められる登録証記載事項は、商標分類、商品又はサービス、商標の詳細な記述による明瞭な表示である。	商標図案(商標の写実的表示)に基づいて定められる。登録証は「5-2.各国別調査結果・台湾編」添付資料を参照。	権利範囲は商標登録出願書に記載した商標の表示により定められる。	権利範囲は、文字商標を除き、出願時に提出された商標の複製(アンデス共同体決定第486号第138条(b))により決定。登録証の記載事項は「出願人」「区分」「写実的表現による表示」等である。	音の商標の権利範囲は、名称、写実的な記述、指定商品と指定役務、そして提出されたデジタルデータによる見本で決定。登録証は「5-2.各国別調査結果・チリ編」の添付資料を参照。
(8)証明・閲覧	①音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法 ②原簿の認証謄本	出願包袋の閲覧により電子ファイルも入手できる。	音声ファイル、動画ファイルの閲覧・聴取できるシステムはない。原簿の認証謄本(様式、商標見本)は通常商標と同様。	音声ファイルや、動画ファイルは商標庁のウェブサイトにて視聴・閲覧することが可能である。	音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法は特に定められていない。	音声ファイルの閲覧が可能。閲覧はオンライン官報のウェブサイトからダウンロード可能である。必要な場合は音声ファイルの閲覧を請求することができる。	音声ファイル及び静止画面イメージファイル(JPG)はKIPRISデータ(日本のIPDLのようなもの)にて閲覧できる。動画ファイル、におい標本は韓国知財庁に閲覧申請しなければならない。	音声ファイル、動画ファイルの閲覧は、ペルー知財庁の施設に行き、見本の閲覧、視聴をする必要がある。	チリ特許庁のデータベースから閲覧が可能である。
(9)公報・情報提供	①公報・種別(登録公報、公開公報)・公報の仕様・新商標に係る公報発行の注意点(何かあれば) ②情報提供	登録公報は電子公報としてtrade mark journalで公表される。公報の掲載事項は原則として通常商標に同じ。	登録公報はUKIPOのウェブサイトにおいてtrade mark journalで公表される。公報の掲載事項は通常商標と同様。	登録公報はオーストラリア知財庁のウェブサイトにてPDFフォーマットの電子ジャーナルで発行される。音やにおいといった視覚で認識できない商標については、商標の説明文とendorsementを公報に掲載することで対応している。	異議申立のために発行される登録公報と発行された登録公報の変更公報とがあり、シンガポール知財庁のウェブサイトにおいてTrade Marks eJournalに掲載される。	登録公報は紙及び電子形式の両方ある。しかし、紙公報は、もはや2012年7月1日から発行されない。公報以外の情報提供として、台湾知財庁のウェブサイトからコンピュータ検索が可能である。検索されたファイルには音声ファイル、画像ファイルが含まれており、視聴することができる。	韓国知財庁のウェブサイトにて発行される。添付されている音声ファイルも聴取することができる。公報以外の情報提供については、韓国知財庁が提供しているデータベース(KIPRIS)及び民間企業のデータベースにより通常の商標と同様に調査を行うことができる。	登録公報は日刊紙「El Peruano(エル・ペルアノ)」に掲載されるとともに、インターネット版「El Peruano」にも公報掲載事項がアップロードされる。公報以外での新しいタイプの商標に関する情報提供は行われていない。	登録公報は書面とデジタルの両様式がある。公報に掲載される内容は、「出願番号」「出願人氏名又は名称及び国名」「種別」「商標」「国際分類」「写実的な記述」である。
(10)統計	・今後の出願件数をどのように予想しているか。	回答なし。	現状全商標出願件数に対する新しいタイプの商標の占める割合は0.2%に満たず、今後も出願の増加は期待できない。	回答なし。	回答なし。	今後の出願件数の予測は、これまで調査をしておらず、予測できない。	音の商標の出願件数は徐々に増えると思うが、においの商標の出願件数はそれほど多くはないと予想される。	回答なし。	立体商標制度の導入により、出願人の関心は増加するのではないかと考えられる。
(11)審判	①審判における証拠の形態およびその提出方法について特徴的な規則の有無と内容 ②識別力や類否について審判や裁判で新たな判断が示された場合、その結果は、どのように審査にフィードバックされるか	証拠の形態および提出方法は通常商標の場合と差異はない。	①について、不使用取り消しに関して「商標の使用には、商標が登録された際の形態における商標の識別性を変更をしない要素についての異なる形態による使用が含まれる」との規定がされている(商標法第46条第2項)。 ②については、先述のDysonの判決を受けて、Practice Amendment Notice PAN 7/07Gが2007年7月20日に出されており、ここで第3条第1項(a)「写実的表現」の要件について、詳細なガイドラインを規定している。	識別力や類否について裁判所の判決によって新たな判断が示された場合、審査のプラクティスはそれに従って更新されることとなる。	①について、商標法22第2条「不使用取消の判断において、当該商標の使用は、登録された形での当該商標の顕著な特徴を変えないものの、要素においては異なる使用が含まれる」との規定あり。	審判や裁判の決定が貴重、かつ確立された意見の場合は、審査実務は、当該決定に従うように修正される。	①については、通常商標と差異はない。 ②については、「音」「におい」の商標は2012年3月15日から施行されているため、審査例はもとより、審査例や裁判例がまだ出ていない。	新しいタイプの商標についての審査基準などは特に整備されておらず、様式等については出願があつてからその都度対応を行う予定との状況であるため、現時点において特に特徴的な規則はない。行政裁判所による決定は、一部例外的な事例を除いて審査に拘束力はない。	裁判所の決定は、当該事件のみを拘束するものであるため、別の事件について審査官は裁判所と同じ判断をする必要はない。
(13)侵害	・侵害事例の紹介(現地法律事務所等より情報提供があつた場合)	新しいタイプの商標に関する侵害事例は回答なし。	回答なし。	回答なし。	新しいタイプの商標の保護開始により、商標権者はその商標の権利行使がより容易になった。従来、そのような商標の権利者はコン・ロー上の不法行為であるパッシング・オフに頼る必要があつたが、その救済は困難であつた。	回答なし。	回答なし。	ペルーでは、現在までに新しいタイプの商標に関する侵害事例はない。	回答なし。