

商標登録要件

白鷗大学
杉山 務

29年度24【知的財産法】杉山 務

商標登録の要件（3条）

登録できる商標は自己の業務で提供している**商品やサービス**に**自他商品・役務の識別力を有する商標**であること

- | | |
|---|-----------------------|
| ① 普通名称 のみを表示する商標 | × 正露丸 |
| ② 業界で 慣用 されている商標 | × 観光ホテル |
| ③ 単に 産地 等や 品質 等のみを表示する商標 | × 信濃の国 |
| ④ ありふれた 名字 、 名称 のみを表示する商標 | × ヤマザキ |
| ⑤ 極めて簡単で、ありふれた標章のみからなる商標 | × 正 |
| ⑥ 何人かの業務に係る商品、サービスか識別できない商標 | × さわやかさをお届けします |

① 普通名称

- 略称**……「アルミ」(アルミニウム)
「パソコン」(パーソナルコンピュータ)
「損保」(損害保険の引受け)
「空輸」(航空機による輸送)
- 俗称**……「波の花」(塩)
「おてもと」(箸)
「一六銀行」(質屋による資金の貸付け)
「呼屋」(演芸の興行の企画又は運営)

2

29年度24【知的財産法】杉山 務

② 慣用商標

- ① **文字や図形等からなる商標**
「正宗」(清酒) 「羽二重餅」(餅菓子) 「オランダ船」の
図形(カステラ) 「かきやま」(あられ) 「観光ホテル」
(宿泊施設の提供) 「プレイガイド」(興行場の座席の手配)
- ② **色彩のみからなる商標**
「赤色及び白色の組合せ」(婚礼の執行)
「黒色及び白色の組合せ」(葬儀の執行)
- ③ **音商標**
「石焼き芋の売り声」(焼き芋)
「夜鳴きそばのチャルメラの音」(屋台における中華そば
の提供)

3

29年度24【知的財産法】杉山 務

③商品の産地等

- ①国内外の地理的名称には
国家, 首都, 州, 県, 州都, 省, 省都, 郡, 県庁所在地, 旧国, 旧地域, 地方, 市, 特別区, 行政区画, 繁華街, 観光地, 湖沼, 山岳, 河川, 公園等
- ②「コクナール」「スグレータ」「とーくべつ」
「うまーい」「早ーい」
- ③フランス料理, イタリア料理, 北京料理等
- ④商品が通常有する色彩や音
「木炭」「自動車用タイヤ」の「黒色」「携帯電話機」の「シルバー」, 『シュワシュワ』『ピピピ』『ジュー』『カーン』

4

29年度24【知的財産法】杉山 務

④ありふれた氏又は名称

- ①「商店」「商会」「屋」「家」「社」「堂」「舎」「洋行」
「協会」「研究所」「製作所」「会」「研究会」「合名会社」「合資会社」「有限会社」「株式会社」「K.K.」
「Co.」「Co., Ltd.」「Ltd.」等との結合
- 「ありふれた名称」でないもの 他に同一のものが現存しない
日本タイプライター株式会社
日本生命保険相互会社

5

29年度24【知的財産法】杉山 務

⑤極めて簡単ありふれた標章

- ①△, □, ○, ◇, 月桂樹若しくは盾の図形, 又は球, 立方体, 直方体, 円柱, 三角柱の立体的形状
- ②ローマ字の1字若しくは2字
- ③1桁又は2桁の数字
「ワンハンドレッド アンド トウ エン ティ スリー」
「ヒヤクニジュウサン」は, 該当, 「ワンツウスリー」は非該当

6

29年度24【知的財産法】杉山 務

⑥識別力がない標章

- ①地模様
- ②標語
- ③「Net」, 「Gross」
- ④特定の役務について多数使用されている店名
「愛」「純」「ゆき」「蘭」, 「オリーブ」「フレンド」
- ⑤その他
 - ・CM等の広告において, BGMとして流されるような楽曲
 - ・商品「子供靴」について, 「歩くたびに鳴る『ピョピョ』という音」
 - ・商品「焼肉のたれ」の広告の「ビールを注ぐ『コポコポ』という効果音」
 - ・テレビCMの最後に流れる「『ポーン』という需要者の注意を喚起する音」
 - ・役務「車両による輸送」について, 「車両の発するエンジン音」
 - ・役務「コーヒーの提供」について, 「コーヒー豆をひく音」

7

29年度24【知的財産法】杉山 務

登録されない商標（4条）

他人の商標や役務と混同するものや

商品や役務の品質等の誤認を生じるもの

識別力があっても商標登録を受けることができない

自他商標等と識別
できない商標

公益性に反する商標

他人の登録商標と
まぎらわしい商標

商標の類否判断

称呼
(呼び方)

外観
(外形)

観念
(意味合い)

山 さん SUN やま

(4条)

8

29年度24【知的財産法】杉山 務

登録できない商標

他人の商標等とまぎらわしい商標

○他人の登録商標と同一又は類似
* (かつ)

○指定商品・役務と同一又は類似の商品
・役務に使用するもの

○他人の氏名（名称）、著名な芸名、略称 等を含む商標

○他人の業務に係る商品（役務）を表示するものとして需要者の間に広く認識されている商標

○他人の業務に係る商品（役務）と混同を生ずるおそれがある商標 等

9

29年度24【知的財産法】杉山 務

登録できない商標

公益性に反する商標



○国旗, 菊花紋章等



○経済産業大臣が指定した
外国政府, 国際機関等の
ロゴマーク

COGNAC
(グレープ・ブランデー)

CHAMPAGNE
(発泡性ぶどう酒)

○ぶどう酒, 蒸留酒の
産地を表示する商標

10

29年度24【知的財産法】杉山 務

登録できない商標

赤十字等



赤十字の標章及び名称等の使用の制限に関する法律第1
条の名称

- (1)「赤十字」 (2)「ジュネーブ十字」
(3)「赤新月」 (4)「赤のライオン及び太陽」

都道府県, 市町村, 都営地下鉄, 市営地下鉄, 市電, 都バス
市バス, 水道事業, 大学, 宗教団体, オリンピック, IOC, JO
C, ボーイスカウト, JETRO等を表示する著名な標章等

11

29年度24【知的財産法】杉山 務

登録できない商標



○国、公共団体等を表示する著名な標章



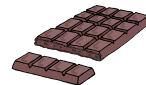
○公序良俗に違反する商標

商標
パンダアーモンドチョコ
指定商品 菓子



指定商品の補正
指定商品
アーモンド入りチョコレート

○商品(役務)の品質の誤認を生じるおそれのある商標



12

29年度24【知的財産法】杉山 務



13

29年度24【知的財産法】杉山 務

21	HONDA	22	SAP	23		24	Gillette
					Z A R A		
					J.P.Morgan		
							NESCAFÉ
	accenture				<i>Kellogg's</i>		

14

29年度24【知的財産法】杉山 務

41		42	Canon	43		44	
	L'ORÉAL				HSBC 		
					Allianz 		SIEMENS
	GUCCI						
			SONY		3M		

15

29年度24【知的財産法】杉山 務

最高裁判決平成9年3月11日（小僧寿し事件）

★被告は

「KOZO」と「KOZOSUSHI」を使用していたところ、商品の売りに寄与したのは「**KOZOSUSHI**」であって、「**KOZO**」は商品の売りにまったく寄与していない、と認定をしたうえで、損害不発生抗弁を肯定しました。

16

29年度24【知的財産法】杉山 務

ま と め



ご清聴 ありがとうございました。

25回(20日:水)は、商標登録出願, 異議申立, 審判

17

29年度24【知的財産法】杉山 務

登録できない商標（4条）

他人の商標や役務と混同するものや商品や役務の品質等の誤認を生じるものは、識別力があっても商標登録を受けることができない。

絶対的不登録事由、公益性に反する商標

- 1号：国旗
- 2号：パリ同盟国紋章
- 3号：国連
- 4号：赤十字
- 5号：監督証明用印章
- 6号：著名公共機関
- 7号：公序良俗違反

相対的不登録事由

- 8号：他人氏名，著名芸名 *
 - 9号：博覧会の賞
 - 10号：周知商標 *
 - 11号：他人先願
 - 12号：他人の防護標章
 - ~~13号：削除（商標権消滅後の1年の不登録期間）~~
 - 14号：種苗法登録名称
 - 15号：出所の混同 *
 - 16号：品質誤認
 - 17号：葡萄酒産地 *
 - 18号：商品が当然備える特徴
 - 19号：周知商標不正使用 *
- *印は，出願時が判断基準

商標の類否判断

★ 商標審査基準

1. 商標の類否の判断は，商標の有する外観，称呼及び観念のそれぞれの判断要素を総合的に考察しなければならない。
2. 商標の類否の判断は，商標が使用される商品又は役務の主たる需要者層（例えば，専門家，老人，子供，婦人等の違い）その他商品又は役務の取引の実情を考慮し，需要者の通常有する注意力を基準として判断しなければならない。

★ 最高裁の判断

商標の類否は，同一又は類似の商品に使用された商標が外観，観念，称呼等によって取引者，需要者に与える印象，記憶，連想等を総合して全体的に考察すべきであり，かつ，その商品の取引の実情を明らかにし得る限り，その具体的な取引状況に基づいて判断すべきものである。商標の外観，観念又は称呼の類似は，その商標を使用した商品につき出所を誤認混同するおそれを推測させる一応の基準にすぎず，したがって，右三点のうち類似する点があるとしても，他の点において著しく相違するか，又は取引の実情によって，何ら商品の出所を誤認混同するおそれが認められないものについては，これを類似商標と解することはできないというべきである。

（最高判平成9年3月11日平成6年（オ）第1102号〔小僧寿し高知事件〕）