

八、第3条第1項第6号(前号までのほか、識別力のないもの)

前各号に掲げるもののほか、需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができない商標

1. 本項第1号から第5号までに該当しないものであっても、一般に使用され得る標章であって、識別力がない場合には、本号に該当すると判断する。例えば、以下の2. から11. までに挙げるものについて、本号に該当すると判断する。

2. 指定商品若しくは指定役務の宣伝広告、又は指定商品若しくは指定役務との直接的な関連性は弱いものの企業理念・経営方針等を表示する標章のみからなる商標について

(1) 出願商標が、その商品若しくは役務の宣伝広告又は企業理念・経営方針等を普通に用いられる方法で表示したものとしてのみ認識させる場合には、本号に該当すると判断する。

出願商標が、その商品若しくは役務の宣伝広告又は企業理念・経営方針等としてのみならず、造語等としても認識できる場合には、本号に該当しないと判断する。

(2) 出願商標が、その商品又は役務の宣伝広告としてのみ認識されるか否かは、全体から生じる観念と指定商品又は指定役務との関連性、指定商品又は指定役務の取引の実情、商標の構成及び態様等を総合的に勘案して判断する。

(ア) 商品又は役務の宣伝広告を表示したものとしてのみ認識させる事情

(例)

- ① 指定商品又は指定役務の説明を表すこと
- ② 指定商品又は指定役務の特性や優位性を表すこと
- ③ 指定商品又は指定役務の品質、特徴を簡潔に表すこと
- ④ 商品又は役務の宣伝広告に一般的に使用される語句からなること(ただし、指定商品又は指定役務の宣伝広告に実際に使用されている例があることは要しない)

(イ) 商品又は役務の宣伝広告以外を認識させる事情

(例)

- ① 指定商品又は指定役務との関係で直接的、具体的な意味合いが認められないこと
- ② 出願人が出願商標を一定期間自他商品・役務識別標識として使用しているのに対し、第三者が出願商標と同一又は類似の語句を宣伝広告として使用してい

ないこと

(3) 出願商標が、企業理念・経営方針等としてのみ認識されるか否かは、全体から生ずる観念、取引の実情、全体の構成及び態様等を総合的に勘案して判断する。

(7) 企業理念・経営方針等としてのみ認識させる事情

(例)

① 企業の特性や優位性を記述すること

② 企業理念・経営方針等を表す際に一般的に使用される語句で記述していること

(イ) 企業理念・経営方針等以外を認識させる事情

(例)

① 出願人が出願商標を一定期間自他商品・役務識別標識として使用しているのに対し、第三者が出願商標と同一又は類似の語句を企業理念・経営方針等を表すものとして使用していないこと

3. 単位等を表示する商標について

商標が、指定商品又は指定役務との関係から、商慣習上数量を表示する場合に一般的に用いられる表記(「メートル」、「グラム」、「Net」、「Gross」等)として認識される場合は、本号に該当すると判断する。

4. 現元号を表示する商標について

商標が、現元号として認識される場合(「平成」、「HEISEI」等)は、本号に該当すると判断する。

5. 国内外の地理的名称を表示する商標について

商標が、事業者の設立地・事業所の所在地、指定商品の仕向け地・一時保管地若しくは指定役務の提供に際する立ち寄り地(港・空港等)等を表す国内外の地理的名称として認識される場合は、本号に該当すると判断する。

6. 取扱商品の産地等を表示する商標について

(1) 小売等役務に該当する役務において、商標が、その取扱商品の産地、品質、原材料、効能、用途、形状(包装の形状を含む。)、生産若しくは使用の方法若しくは時期その他の特徴、数量若しくは価格を表示するものと認識される場合は、本号に該当すると判断する。

(2) 本号に該当する場合の品種登録を受けた品種の名称

品種登録を受けた品種の名称については、この基準第3の十二(第4条第1項第14号)2. 及び3. 参照。

7. 地模様からなる商標について

商標が、模様の連続反復する図形等により構成されているため、単なる地模様として認識される場合には、本号に該当すると判断する。

ただし、地模様と認識される場合であっても、その構成において特徴的な形態が見いだされる等の事情があれば、本号の判断において考慮する。

8. 店舗又は事務所の形状からなる商標について

立体商標について、商標が、指定商品又は指定役務を取り扱う店舗又は事業所の形状にすぎないと認識される場合は、本号に該当すると判断する。

9. 店名として多数使用されている商標について

商標が、指定役務において店名として多数使用されていることが明らかな場合(「スナック」、「喫茶」等の業種を表す文字を付加結合したもの又は当該店名から業種をあらわす文字を除いたものを含む)は、本号に該当すると判断する。

(例)

- ① 指定役務「アルコール飲料を主とする飲食物の提供」について、商標「さくら」、「愛」、「純」、「ゆき」、「ひまわり」、「蘭」
- ② 指定役務「茶又はコーヒーを主とする飲食物の提供」について、商標「オリーブ」、「フレンド」、「ひまわり」、「たんぽぽ」

10. 色彩のみからなる商標について

色彩のみからなる商標は、第3条第1項第2号及び第3号に該当するもの以外は、原則として、本号に該当すると判断する。

(該当する例)

役務の提供の用に供する物が通常有する色彩

11. 音商標について

(1) 音商標を構成する音の要素(音楽的要素及び自然音等)及び言語的要素(歌詞等)を総合して、商標全体として考察し、判断する。

(2) 言語的要素が本号に該当しない場合には、商標全体としても本号に該当しないと判断する。

(3) 音の要素が本号に該当しない場合には、商標全体としても本号に該当しないものと判断する。

例えば、次のような音の要素のみからなる音商標については、需要者に自他商品・役務の識別標識として認識されないため、原則として、本号に該当すると判断する。

(ア) 自然音を認識させる音

自然音には、風の吹く音や雷の鳴る音のような自然界に存在する音のみならず、それに似せた音、人工的であっても自然界に存在するように似せた音も含まれる。

(イ) 需要者にクラシック音楽、歌謡曲、オリジナル曲等の楽曲としてのみ認識される音

(例) CM等の広告において、BGMとして流されるような楽曲

(ウ) 商品の機能を確保するために又は役務の提供にあたり、通常使用されずまた不可欠でもないが、商品又は役務の魅力を向上させるにすぎない音

(例) 商品「子供靴」について、「歩くたびに鳴る『ピヨピヨ』という音」

(エ) 広告等において、需要者の注意を喚起したり、印象付けたり、効果音として使用される音

(例) 商品「焼肉のたれ」の広告における「ビールを注ぐ『コポコポ』という効果音」

(例) 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」

(オ) 役務の提供の用に供する物が発する音

(例) 役務「車両による輸送」について、「車両の発するエンジン音」

(例) 役務「コーヒーの提供」について、「コーヒー豆をひく音」

12. 上記1. から11. までに掲げる商標においても、使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるに至っているものについては、本号に該当しないと判断する。

(注) 以下をクリックすると、商標審査便覧又は審判決要約集をご覧になれます。

○商標審査便覧

[41.103.03](#) 「国内外の地理的名称からなる商標登録出願の取扱い」についての説明

[41.103.04](#) 立体商標の識別力に関する審査の具体的な取扱いについて

[56.03](#) 位置商標における識別力の考え方について

○審判決要約集（第3条第1項第6号）