

## 店舗の外観・内装の商標制度による保護について（案）

平成30年12月

## 1. 現行制度の概要

我が国の商標制度において、店舗の外観・内装は、店舗の外観・内装の立体形状それ自体が独立して出所を認識させるものであれば、立体商標としての保護の対象となり得る。また、店舗の特定の位置に付する標章は位置商標として、店舗に用いられる色彩は色彩のみからなる商標としても保護の対象となり得る。

## 2. 問題の所在

店舗の外観・内装は、従来、店舗の機能や美観に資することを目的に採用されてきたと考えられるが、近年では、企業のブランディングにおいては店舗の外観・内装に特徴を出し、需要者に認識されることが重要であるとの声がある。また、我が国においては、不正競争防止法において<sup>1</sup>、店舗の外観・内装に関する保護を認める例がでてきている。

海外では、店舗の外観・内装は、例えば米国において、商標制度上トレードドレスとして保護されている例があるが、トレードドレスは国際的にその定義が確立しておらず、保護される対象も一義的に定まっていない。

このような中、産業構造審議会知的財産分科会意匠制度小委員会において、店舗デザインに投資して独創的な意匠を凝らし、ブランド価値を創出して製品・サービス等の付加価値を高める事例が見られるようになってきていること等を受け、こうした独創的な空間デザインを生かしたブランド構築の取組を早い段階から保護する観点から、建築物の外観や内装を意匠の保護対象とすべきと整理されたところである。

そこで、我が国企業の店舗の外観・内装を通じた国内外のブランディング活動を支援するため、意匠法上の空間デザインの保護の動きを踏まえつつ、国内における商標制度上の保護ニーズを把握し、商標制度において、店舗の外観・内装をより適切に保護するための方策について検討する必要がある。

## 3. これまでの検討経緯

(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報告書」（平成21年10月 産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会）

「タイプ毎の商標の権利範囲の特定の可能性や、SCTにより取りまとめられた考え方等の国際的な状況、国内企業のニーズを踏まえ、我が国においては、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、音を新たに商標法の保護対象に追加することが適切と考えられる。その他のタイプ（香り・におい、触

<sup>1</sup> コメダ珈琲店事件（平成27年（ヨ）第22042号）：平成28年12月、東京地方裁判所は、コメダ珈琲店の店舗外観と類似する店舗外観の使用禁止を認める仮処分決定を下した。本決定は、店舗外観が不正競争防止法上の「商品等表示」に該当することを認めたものである。

感、味、トレードドレス)については、商標法の保護対象に追加しないことが適切と考えられる。」

(2) 「新しいタイプの商標の保護等のための商標制度の在り方について」(平成25年9月 産業構造審議会知的財産分科会報告書)

「動き」、「ホログラム」、「輪郭のない色彩」、「位置」、「音」以外の「におい」等については、諸外国において保護されている事例も一定程度あり、今後その保護のニーズが高まることも想定されることから、適切な制度運用が定まった段階で保護対象に追加できるよう、当小委員会において併せて検討を進めていくことが適当である。

(3) 平成28年7月 第2回商標制度小委員会

平成28年7月に開催された第2回商標制度小委員会においては、「におい」、「触感」、「味」、「トレードドレス」の商標については、これまでも業界団体との意見交換の場を通じて我が国企業等による保護のニーズの把握に努めてきたところではあるが、未だ保護のニーズが顕在化しているとまではいえず、「におい」、「触感」、「味」、「トレードドレス」の商標を保護対象に追加するか否かについては、諸外国における保護の状況、及び我が国企業等による保護のニーズの把握に努めつつ、検討を進めることとされた。

#### **4. 対応の方向性**

今年度、特許庁では店舗の外観・内装の保護に関する調査研究を実施している。調査研究では、海外の制度・運用及び事例、国内ユーザーの要望及び問題意識を把握するとともに、我が国商標制度上の法制面・運用面の論点を整理する予定である。

調査研究の結果及び意匠制度小委員会の議論を踏まえ、商標制度において店舗の外観・内装を保護する場合の権利範囲の特定方法等について、具体的に検討を進めてはどうか。