

# 本教材の利用について

- 本教材は、平成28年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究「デザインの創作活動の特性に応じた実践的な知的財産権制度の知識修得の在り方に関する調査研究」（請負先：国立大学法人大阪大学 知的財産センター）に基づき作成したものです。
- 本教材の著作権は、第三者に権利があることを表示している内容を除き、特許庁に帰属しています。また、本教材は、第三者に権利があることを表示している内容を除き、クリエイティブ・コモンズ 表示 - 非営利 4.0 国際 ライセンスの下に提供されています。



- 本教材は、できる限り正確な情報の提供を期して作成したのですが、不正確な情報や古い情報を含んでいる可能性があります。本教材を利用したことにより損害・損失等を被る事態が生じたとしても、特許庁、国立大学法人大阪大学 知的財産センター及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

[本教材の利用に関するお問い合わせ先]  
特許庁 審査第一部 意匠課 企画調査班  
TEL : 03-3581-1101 (内線2907)

## パート6

# ブランドを守る デザイン創作と商標

「デザイナーが身につけておくべき知財の基本」

06-01 ブランディングと商標

06-02 商標制度の概要

06-03 不正競争について

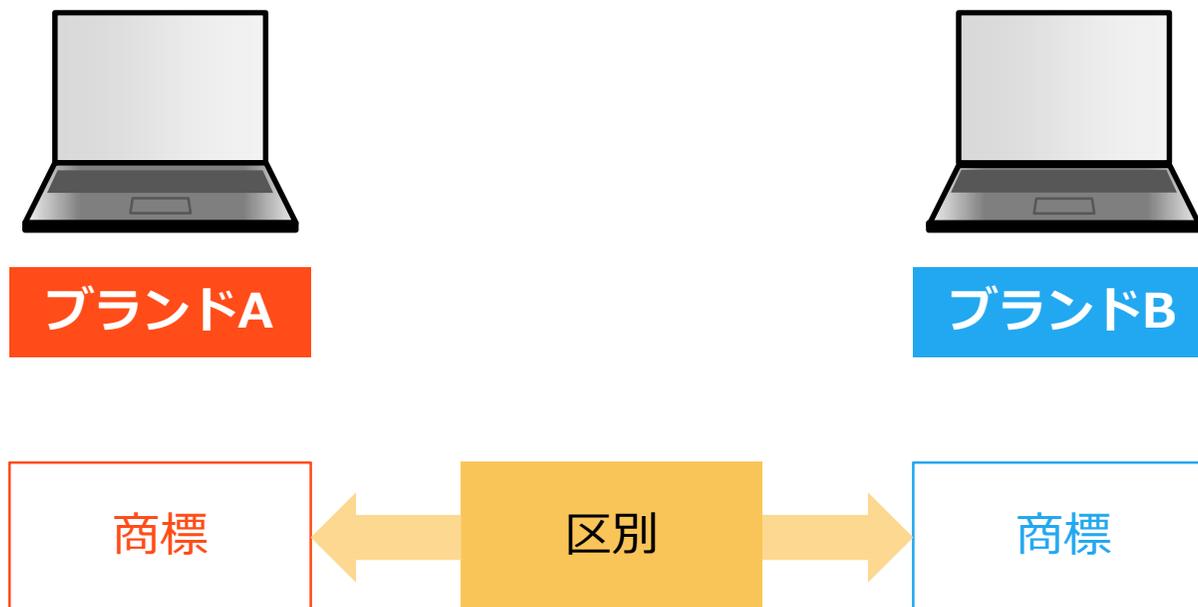
06-04 営業秘密について

- 飲料メーカーであるX社は、健康ブームの中で、ウーロン茶の新商品を開発することを決めた。X社に勤務するアートディレクターA氏は、新しく開発されるウーロン茶の名称、パッケージ、テレビCMなど、新商品の宣伝広告を任されることとなった。
- A氏は、X社と競合するS社が販売している「黒烏龍茶」や、同じくX社と競合するI社が販売している「ブラックウーロン茶」という名称を、新商品の名称の中に含めることはできないだろうかと考えている。このような形での名称の使用は、知的財産法の観点に照らして、何か問題はないか。
- A氏は、新商品の効能について宣伝する際に、「S社の黒烏龍茶に比して、ポリフェノールの含有量の点で10倍優れている」といった表現を用いることを考えている。このような表現の仕方は、知的財産法の観点に照らして、何か問題はないか。

# 06-01 ブランディングと商標

## 06-01 ブランディングと商標

- 私たちが商品やサービスを選択する際には、その商品やサービスの名称やマークである「商標」に基づいて考えることが珍しくない。
- 事業者は、自社の商品やサービスに商標を付すことにより、他社の商品やサービスと区別するとともに、差別化することによって「ブランド」を構築する企業努力を行っている。



## 06-02 商標制度の概要

- 商標は、事業者が、自己の取り扱う商品・役務※を他の事業者のものと区別するために使用する識別標識であり、自他商品・役務識別機能を有する。

パッケージを見ただけでどこの商品かが分かる



商標登録第4392199号  
株式会社永谷園ホールディングス

### 自他商品・役務識別機能から派生する商標の3つの機能

- ① 出所表示機能
- ② 品質保証機能
- ③ 宣伝広告機能

※：サービスのこと。

- 商標法は「商標」を保護対象としている。

	保護対象	定義
商標法	商標	商標とは「文字、図形、記号、立体的形状もしくは色彩又はこれらの結合、音その他政令で定めるもの」をいう
意匠法 (比較)	意匠	意匠とは「物品の形状、模様若しくは色彩又はこれらの結合であって、視覚を通じて美感を起こさせるもの」をいう

## 商標の例

### 文字商標

The logo consists of the word "DESIGNPHIL" in a blue, sans-serif font. The letter "D" is significantly larger than the other letters and has a unique, stylized shape.

商標登録第5255563号  
デザインフィル株式会社

### 図形商標



商標登録第3085606号  
ヤマトホールディングス株式会社

### 記号商標



商標登録第5474045号  
国立大学法人大阪大学

### 立体商標



商標登録第5384525号  
株式会社ヤクルト本社

### 結合商標



商標登録第5212866号  
日産自動車株式会社



商標登録第5227078号  
日産自動車株式会社

<b>文字商標</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 文字のみからなる商標</li><li>● ひらがな、カタカナ、ローマ字、数字、外国語</li></ul>
<b>図形商標</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 図形だけで構成する商標</li><li>● 写実的な図形、図案化された図形、図形と図形の結合、文字を図形化したものなど</li></ul>
<b>記号商標</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 記号だけで構成する商標</li><li>● 暖簾、紋章、屋号のような記号から構成されるもの、アルファベットやカナ文字を輪郭で囲んだものなど</li></ul>
<b>立体商標</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 立体的形状で構成する商標</li><li>● 広告用人形、商品の容器、商品の形態など</li></ul>
<b>結合商標</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 文字・記号・図形・立体的形状の構成要素のうち、2つ以上の要素を結合してなる商標</li></ul>

## 新しいタイプの商標の例

動き商標



ホログラム商標



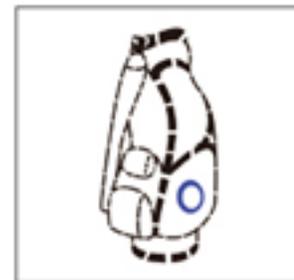
色彩のみからなる商標



音商標

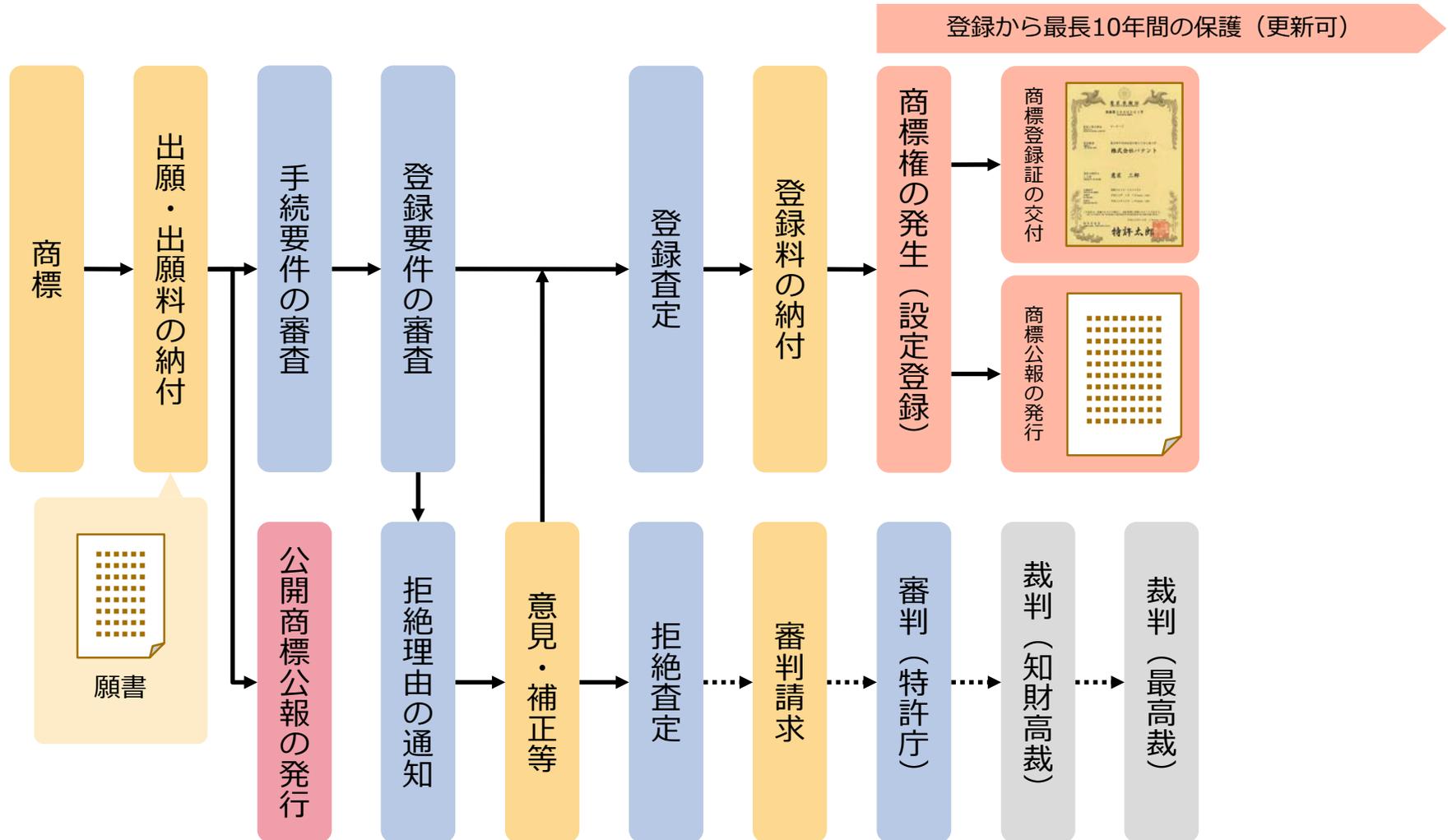


位置商標



<p><b>動き商標</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文字や図形等が時間の経過に伴って変化する商標</li> <li>● テレビやコンピューター画面等に映し出される変化する文字や図形など</li> </ul>
<p><b>ホログラム商標</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文字や図形等がホログラフィーその他の方法により変化する商標</li> <li>● 見る角度によって変化して見える文字や図形など</li> </ul>
<p><b>色彩のみからなる商標</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 単色又は複数の色彩の組合せのみからなる商標（図形等と色彩が結合したものではない商標）</li> <li>● 商品の包装紙や広告用の看板に使用される色彩など</li> </ul>
<p><b>音商標</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 音楽、音声、自然音等からなる商標であり、聴覚で認識される商標</li> <li>● CMなどに使われるサウンドロゴやパソコンの起動音など</li> </ul>
<p><b>位置商標</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文字や図形等の標章を商品等に付す位置が特定される商標</li> </ul>

- 商標権は、特許庁に出願し、登録がなされてはじめて発生する。



- 商標権者は、指定商品・役務について登録商標を独占的に使用できる（専用権）とともに、第三者が、自己の商標と類似する商標を用いたり、指定商品・役務と類似する商品・役務に同一または類似の商標を用いたりすることを禁止できる（禁止権）。

		登録商標		
		同一	類似	非類似
指定商品・役務	同一	専用権	禁止権	—
	類似	禁止権	禁止権	—
	非類似	—	—	—

- 商標権を取得したものの、その商標を継続して3年間使用しなかった場合には、その商標は取り消される可能性がある。

### 不使用取消審判

- 継続して3年間使用していない商標については、誰でもその取消審判を請求することができる。
- これに対して、商標権者は、原則として3年以内に日本国内でその商標を使用していたことを証明しないと、商標権が取り消されることになる。



使用されない状態が続く商標に対して排他的独占権を与えておくことは、国民の利益を害することになり、また、権利者以外の者の商標の選択の余地を狭めることにもなるため、このような制度が存在。

# 06-03 不正競争について

- 商品や役務の名称については、商標法のほかに、不正競争防止法の規律が及ぶことがある。

### 不正競争防止法上の規制行為

#### ① 周知表示混同惹起行為

新商品Aの名称aが必要者に広く認識されるに至った（周知になった）場合に、Aの名称aと誤認混同する名称bで商品Bが販売される場合

#### ② 著名表示冒用行為

新商品Cの名称cが必要者に著名になった場合に、Cの名称cと同一または類似の名称dで商品が販売される場合

## 06-03 不正競争について

- CASEのような、「比較広告」を行う場合にも注意が必要。CASEの場合、「品質誤認」や「営業誹謗」についての不正競争防止法の規律が及ぶ可能性があることに留意しなければならない。
- 「比較広告」については、不正競争防止法とともに、景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）の「不当な表示の禁止」の規律が及ぶ可能性がある。
  
- 品質誤認行為：  
商品の原産地や商品・役務の品質等について誤認させるような表示をする行為
- 営業誹謗（信用毀損）行為：  
競争関係にある他人の営業上の信用を害する虚偽の事実を告知・流布する行為



不正競争防止法は、品質誤認行為や営業誹謗行為等も規制の対象としている。

# 06-04 営業秘密について

- 事業者が秘密として管理している情報の中には、不正競争防止法に定められている「営業秘密」に該当するものがあり得る。  
例：設計図、顧客名簿、製造ノウハウ
- インハウスのデザイナーが組織の中で創作した作品が、「営業秘密」に該当することがあり得る。インハウスのデザイナーが他社に移籍したり、あるいは独立したりする場合には、営業秘密に該当する作品について、元の所属先との関係で、移籍先や独立後に自由に使えなくなる可能性があることに留意しなければならない。

### 例

1. 元の所属先の営業秘密となったデザイン案を、デザイナー自身が独立してから不正の利益を得る目的で使用する場合。
2. 元の所属先の営業秘密となったデザイン案を、転職先企業が、転職してきたデザイナーから（秘密保持契約違反であることを知りつつ）取得・使用する場合。