

第3章

商標における取組

昨今、経済のグローバル化や、インターネットの急速な普及等による商品や役務の販売戦略の多様化、我が国産業の競争力強化の観点から、商標が果たすべき役割が大きくなってきている。また、目まぐるしく変化する経済社会や、知的財産権の国際的制度調和により、商標を取り巻く状況は日々変化している。特許庁では、そうした実情に対応した、適切な商標の保護や利用者の利便性向上のため、様々な取組を行っている。

本章では、商標審査基準の改訂のための取組、商品又は役務の国際分類の変更に対する取組、国際登録制度の周知活動、地域ブランドを商標により保護するための地域団体商標制度、商標審査の品質管理に関する取組、早期権利化のニーズに応えるための早期審査制度について紹介する。

1 平成26年特許法等の一部改正に対応した商標審査基準の改訂

(1) 商標審査基準ワーキンググループにおける審議

「特許法等の一部を改正する法律」が平成26年5月14日に平成26年法律第36号として公布され、平成27年4月1日に施行された。（一部平成26年8月1日施行済。）

今回の改正法における商標関係については、①音や色彩を保護対象として商標の定義に追加するとともに、動き、ホログラム及び商品等の特定の位置に付する標章について、出願手続きを整備することにより商標として保護を可能とする、②国際機関の紋章等と類似する標章に関する登録要件に除外規定を設ける、③地域団体商標の登録主体として商工会、商工会議所及び特定非営利活動促進法第2条第2項に規定する特定非営利活動法人を追加する等の改正が行われた。

上記の商標法の一部改正に対応するため、産業構造審議会知的財産分科会商標制度小委員会の下に商標審査基準ワーキンググループを設置し、平成26年4月24日から10回にわたり公開による審議を行った。

(2) 商標審査基準改訂第11版の概要

上記商標審査基準ワーキンググループにおける審議を経て、新たな審査基準として商標審査基準改訂第11版を作成し、2015年3月4日に特許庁ホームページに公表した。

① 新しいタイプの商標

改正法により、商標の保護対象を「動き商標」、「ホログラム商標」、「色彩のみからなる商標」、「音商標」及び「位置商標」と拡充したことにより、これらの商標に関し、第3条第1項（商標登録の要件）、同第2項（使用による識別性）、第4条第1項及び第3項（不登録事由）及び第5条（商標登録出願）等について、商標審査基準を整備した。

a. 商標の特定について

今般の改正により、動き商標、ホログラム商標、色彩のみからなる商標及び位置商標の出願については、商標登録を受けようとする商標のタイプ及びこれに関する商標の詳細な説明の願書への記載を必須とし、また、音商標の出願においては五線譜等の音を特定するための記載及び音声ファイルの提出を必須とすることに伴い、これらが齟齬する場合の取

扱い等について具体例を記載した。

b. 識別力について

色彩のみからなる商標については、商品が通常有する色彩等、また音商標については、商品から自然発生する音等については原則として識別力を有しないものとして取扱うこととし、また、動き商標、ホログラム商標及び位置商標については、主にこれら商標中に含まれる文字や図形等に着目して識別力を判断する旨記載した。

c. 類否等

色彩のみからなる商標の類否については、色相・彩度・明度といった色彩の要素を比較して総合的に判断することを記載した。

音商標が言語的要素を含む場合、その言語的要素と同一又は類似の称呼を有する文字商標等との類否の取扱いを記載した。

商標」の判断基準を明記するとともに、同号口の除外規定である、国際機関が行う役務と出願に係る指定商品又は指定役務との関連について具体例を記載した。

③地域団体商標の周知性の要件（商標法第7条の2第1項柱書に規定する「需要者の間に広く認識されているとき」）

従来の商品の流通経路等を想定した現行の審査基準の例示（隣接した都道府県に及ぶ程度の需要者に認識されていること）を削除し、商品又は役務の特性ごとに可能な範囲で、類型化した上で、判断基準をより具体化及び明確化した。例えば、主に大都市圏でのみ消費されるような商品については、販売地が属する一都道府県における周知性で足りることとした。

②国際機関の標章に関する登録要件（商標法第4条第1項第3号関係）

商標法第4条第1項第3号イにおける除外規定の「需要者の間に広く認識されている

④その他

商標審査基準に引用する商標法条文については、条文を正確に引用する観点から、現行の算用数字を漢数字の記載に変更した。

2 商品・役務の分類に関する取組

(I) ニース協定に基づく国際分類の変更に関する取組

①ニース協定とは

ニース協定¹は、商標における商品及び役務の国際的に共通な分類（国際分類）を採用することを目的に締結された協定であり、締約国に国際分類の採用を義務づけている。我が国は、1990年2月20日に本協定に加入し²、サービスマーク登録制度が導入された1992年4月1日からこの協定に基づく国際分類を主たる体系³として使用している。

ニース協定の加盟国は2014年10月現在

84の国・地域に及び、またニース協定による国際分類は、未加盟国も含めて150以上の国及びWIPO(国際登録)、欧州共同体商標意匠庁(OHIM)等の政府間機関により使用されている。

②ニース協定に基づく国際分類の変更に伴う我が国の対応

国際分類の変更は、ニース協定に規定された専門家委員会⁴が行っており、類の変更又は新たな類の設定を伴う「修正」⁵と注釈を含む類別表の変更、アルファベット順一覧表

1. 正式名称を「1967年7月14日にストックホルムで及び1977年5月13日にジュネーブで改正され並びに1979年10月2日に修正された標章の登録のための商品及びサービスの国際分類に関する1957年6月15日のニース協定」という。

2. ニース協定加入当時、特許庁は国際分類を副次的な体系（標章の登録に関する公文書及び公の出版物（例：商標公報、商標原簿）に国際分類の類の番号を併記し、文献の検索等において国際分類を補完的に使用すること。）として使用していた。

3. 標章の登録に関する公文書及び公の出版物に国際分類の類の番号を記載し、文献の検索等において国際分類を主たる分類として使用すること。

4. 2010年までは版の改正にあわせて5年に1度の開催であったが、2012年以降は、頻繁に変更する商品・サービス表示をニース国際分類に反映するために毎年開催している。

5. 5年に1度の版の更新時に反映される。次回は2017年発効予定の第11版に反映予定。

の商品又は役務の追加、削除、表示の変更等よりなる「その他の変更」¹がある。

2015年1月1日発効の国際分類第10-2015版は、2014年4月にWIPOで開催された、専門家委員会第24回会合において決定された「その他の変更」を反映したものである。特許庁は、この国際分類の発効に対応し、商品及び役務の区分に属する商品又は役務について規定する商標法施行規則別表の一部改正（平成26年経済産業省令第63号2014年12月12日公布）を行い、2015年1月1日に施行した。また、この商標法施行規則別表の一部改正を受けて、「類似商品・役務審査基準」の改正もあわせて行った。

国際分類第10-2015版における、主な追加・削除は以下のとおり

【追加】

第3類「tissues impregnated with make-up removing preparations」ティッシュに浸みこませた化粧落とし剤

第5類「cotton swabs for medical purposes」医療用綿棒

第5類「diapers for incontinents」失禁用おむつ

第6類「roofing of metal, incorporating solar cells」太陽電池を組み込んだ金属製屋根材

第7類「3D printers」3Dプリンター

第9類「life-saving capsules for natural disasters」自然災害用救命カプセル

第10類「quad canes for medical purposes」四脚づえ

第10類「apparatus for acne treatment」にきび治療用器具

第21類「car washing mitts」洗車手袋（清掃用具）

第34類「flavorings, other than essential oils, for tobacco」たばこ用香味料（精油を除く）

第35類「writing of curriculum vitae for others」他人のための履歴書の作成

第37類「tire balancing」タイヤの調整

【削除】

第8類「apparatus and instruments for skinning butcher's animals」家畜の皮剥用手動利器

第16類「cardboard articles」厚紙、厚紙製包装用容器、厚紙製ごみ収集用袋、厚紙製のぼり、厚紙製旗、厚紙製荷札、厚紙製印刷物、厚紙製文房具

第27類「tapestry [wall hangings], not of textile」タペストリー（壁掛け）（織物製のものを除く。）

(2) 日韓両庁の協力プロジェクト：日韓類似群コード対応表の作成・公表

① 我が国特許庁における類似群コードについて

出願された商標が、他人の登録商標と同一又は類似の商標であって、かつ、出願に係る指定商品又は指定役務が同一又は類似のものである場合は、商標登録を受けることができない（商標法第4条第1項第11号）。

我が国特許庁では、出願された商標が拒絶理由に該当するか否かを審査するに当たり、出願された商標の指定商品又は指定役務と他人の登録商標の指定商品又は指定役務との類否を「類似商品・役務審査基準」に基づいて判断している。

この「類似商品・役務審査基準」は、生産部門、販売部門、原材料、品質等において共通性を有する商品、又は、提供手段、目的若しくは提供場所等において共通性を有する役務をグルーピングしている。

そして、各グループの商品又は役務には、数字とアルファベットの組み合わせからなる5桁の共通コードである「類似群コード」を付している。

審査実務上、同じ類似群コードが付された商品及び役務については、原則として互いに類似するものと推定される。

1. 毎年発効する新追加版に反映される。

②日韓類似群コード対応表の作成・公表について

我が国特許庁と韓国特許庁は、両庁の合意に基づき、日韓両庁が商標審査においてそれぞれ使用している類似群コードの対応関係を示す「日韓類似群コード対応表」（以下「対応表」という。）を作成する協力プロジェクトを推進している。

我が国特許庁は、2015年1月、ニース国際分類〔第10-2015版〕（2015年1月1日発効）対応の対応表を、また、同年3月には、TM5 ID¹ リスト収録の商品・役務のうち14,000の商品・役務についての対応表を作成し、それぞれPDF版及びExcel版で我が国特許庁のウェブサイトにおいて公表した。

対応表を活用することにより、我が国及び韓国のユーザーは互いの国に商標登録出願する際の出願前サーチ等の参考にすることができ、審査結果の予見性が向上し、出願の適正化を図ることができる。また、両庁の審査官

にとっては審査負担の軽減が期待できるものである。

そして、2014年10月29日に開催された第26回日韓特許庁長官会合において、日韓両庁は、対応表の拡充について引き続き議論することに合意した。

(3)日台類似群コード対応表の作成・公表

（公財）交流協会と亜東関係協会は、日本と台湾のそれぞれの商標審査で使用されている類似群コードの対応関係を示す「日台類似群コード対応表」を作成及び公表することが、日台双方の出願人の商標権の迅速な取得に資するとの認識で一致した。

これを受け、我が国特許庁としては、我が国国内法令の範囲内でできる限りの支持と協力を、（公財）交流協会に対して与えるとの立場から、2015年2月にニース国際分類〔第10-2015版〕対応の日台類似群コード対応表を作成・公表した。

3 国際登録制度（マドリッド協定議定書²⁾）の周知活動

2014年11月にジュネーブで開催されたWIPO主催マドリッド制度セミナーでは、各国からの弁護士、弁理士、官庁職員等を対象に、我が国特許庁における本国官庁、指定国官庁の役割及び実務に関し講義を行った。同月にはカンボジア商業省副大臣の訪問を受け入れ、マドリッド協定議定書関連業務について紹介を行った。

また2015年2月、我が国特許庁は、ASEAN各国のマドリッド協定議定書への加盟を促進するため、ASEAN各国の商標審査官等政府職員を日本に招へいし、マドリッド協定議定書関連規則、方式実務及び実体審査実務に関する講義やOJTを取り入れ、マドリッド協定議定書制度に特化した「アセアン

マドプロ実務コース」研修を1週間にわたり実施した。

この研修では、我が国のマドリッド協定議定書加盟時における経験や同制度の効果的活用に係る知見等を伝えるとともに、各国の加盟に向けた進展や課題などについての情報交換も行われた。

2015年3月には、WIPO主催広域セミナーがメキシコのプエブラで開催され、マドリッド制度未加盟国の政府関係者を対象に、我が国特許庁のマドリッド協定議定書への加盟における経験を紹介するとともに、マドリッド制度を実施する上での官庁の役割やより良い制度に発展させるための我が国特許庁の取組について説明を行った。

1. 第3部第2章 1.(3) ②参照

2. 国際登録制度の概要：締約国の一国の官庁（本国官庁）に出願又は登録されている商標を基礎として、保護を求める締約国官庁（指定国官庁）を指定した願書を、本国官庁を通じてWIPO国際事務局に国際登録出願する。かかる国際登録出願は、WIPO国際事務局が管理する国際登録簿に国際登録され、WIPO国際事務局から送付された指定通報に基づき、指定国官庁が1年又は各国の宣言により18か月（我が国は18か月）以内に拒絶の理由を通報しない限り、上記指定国において保護を受けることができる。

これらの活動により、商標の国際登録制度であるマドリッド協定議定書へのアジア各国を始めとする未加盟国の加盟、ひいては我が国のユーザーによる国際登録制度を利用した更なる商標の海外展開が期待される。

国内における周知活動としては、2014年10月に、知的財産権制度説明会(実務者向け)において「商標の国際登録制度(マドリッド制度)について(出願実務)」と題した説明を東京、大阪、名古屋で実施し、マドリッド協定議定書の概要、本国官庁としての我が国特許庁に対する手続、国際事務局に対する手続、指定国官庁としての我が国特許庁に対する手続について説明を行った。同説明会においては、国際登録制度の出願実務を理解するためのテキスト「商標の国際登録制度(マドリッド制度)について」[出願実務]を配布している。同テキストは、特許庁ウェブサイトにも掲載されている¹⁾。

このような説明会とは別途、WIPO 日本事務所と業界団体や企業を訪問し、マドリッド協定議定書の利便性や利用状況について意見聴取をするとともに、マドリッド制度に関する疑問点などについて説明することで、マドリッド制度の普及に努めている。

また、マドリッド制度に対するユーザーの

理解を促進するとともに同制度の普及に資するよう、要点をまとめたパンフレット「商標の国際登録制度活用ガイド」を作成し、各都道府県に設置された知財総合支援窓口及び特許室へ送付したほか、知的財産権制度説明会や特許庁窓口等において配布を行っている²⁾。



パンフレット「商標の国際登録制度活用ガイド」

4 地域団体商標に関する取組

(1) 地域団体商標制度とは

地域名と商品(役務)名を組み合わせた地域ブランドを、商標権としてより適切に保護するため、2005年に商標法が一部改正され、2006年4月に地域団体商標制度が施行された。本制度は、地域の事業者団体による積極的な活用によって、地域経済の持続的な活性化につなげることを目指し、導入されたものである。これにより、地域名と商品(役務)名とを組み合わせた商標を、地域団体商標として商標登録することが可能となり、便乗使

用を排除することができることとなった。また、地域ブランド活動を展開していこうとする事業者には権利化へのインセンティブとなり、地域活性化につながっていくことが期待されている。さらに、商標登録された地域団体商標を有効に活用し、ブランド管理を徹底すること等によってブランド力を高め、発展段階の地域ブランドが全国的に認知されるブランドへと成長していくことが期待されている。

1. http://www.jpo.go.jp/tetuzuki/t_shouhyou/kokusai/h26jitumu-madopro.htm
2. http://www.jpo.go.jp/cgi/link.cgi?url=/shiryou/s_sonota/panhu.htm

2-3-1 図 地域団体商標の産品別登録内訳一覧表

産品別登録内訳一覧表 登録数※1 574 件

2015年3月31日時点

野菜	米	果実	食肉・牛・鶏
53 件	7 件	42 件	56 件
水産食品	加工食品	牛乳・乳製品	調味料
42 件	51 件	5 件	15 件
菓子	麺類・穀物	茶	酒
11 件	11 件	16 件	13 件
清涼飲料	植物	織物・被服・布製品・履物	工芸品・かばん・器・雑貨
1 件	3 件	56 件	80 件
焼物・瓦	おもちゃ・人形	仏壇・仏具・葬祭用具・家具	貴金属製品・刃物・工具
28 件	15 件	37 件	9 件
木材・石材・炭	温泉	サービスの提供(温泉を除く)	産品別の類型数※2
14 件	41 件	15 件	621 件

一登録で複数の産品を指定している案件があるため、登録数※1と産品別の累計数※2は異なります。

(備考)一登録案件の中で、複数の産品を指定している場合は、それぞれの産品ごとにカウントしている。

(資料)特許庁作成

(2) 登録主体の拡充

近年、地域ブランドの新たな担い手として「商工会」、「商工会議所」及び「特定非営利活動法人（NPO 法人）」といった団体が登場してきており、地域ブランドの普及に取り組んでいるという実情を踏まえて、従来の事業協同組合等に加えて、これらの団体等についても地域団体商標の登録主体として認める商標法改正が行われ、平成 26 年 8 月 1 日に施行された。

(3) 審査基準の見直し

地域団体商標の登録要件の一つである「自己又はその構成員の業務に係る商品又は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こと」に関する審査基準の記載について、求められる需要者の認識の範囲を商品又は役務の特性ごとに可能な限り類型化した上で、判断基準をより具体化及び明確化する見直しを行った。

(4) 地域団体商標の出願・登録状況

① 出願状況

地域団体商標の出願は、2006 年 4 月 1 日に出願の受付を開始し、2015 年 3 月末までに 1,087 件が出願された。地域別に見ると、北海道 46 件、東北 89 件、関東・甲信越 183 件、北陸 76 件、東海 138 件、近畿 279 件、中国 62 件、四国 40 件、九州 124 件、

沖縄 41 件に加えて、外国から 9 件の出願があった。

② 登録状況

地域団体商標の登録は、2015 年 3 月末までに 574 件が登録されている。産品別に見ると、「工芸品・かばん・器・雑貨」80 件、「食肉・牛・鶏」56 件、「織物・被服・布製品・履物」56 件、「野菜」53 件、「加工食品」51 件と、工業製品や農林水産品、加工食品の登録が多い。

地域別に見ると、北海道 26 件、東北 41 件、関東・甲信越 85 件、北陸 52 件、東海 78 件、近畿 141 件、中国 36 件、四国 26 件、九州 73 件、沖縄 15 件に加えて、外国の 3 件が登録された。

2-3-2 図 都道府県別登録件数上位 10

都道府県	件数
京都府	62
兵庫県	34
岐阜県	28
石川県	27
北海道	26
静岡県	21
福岡県	17
東京都	17
福井県	16
沖縄県	15
三重県	15

(資料)特許庁作成

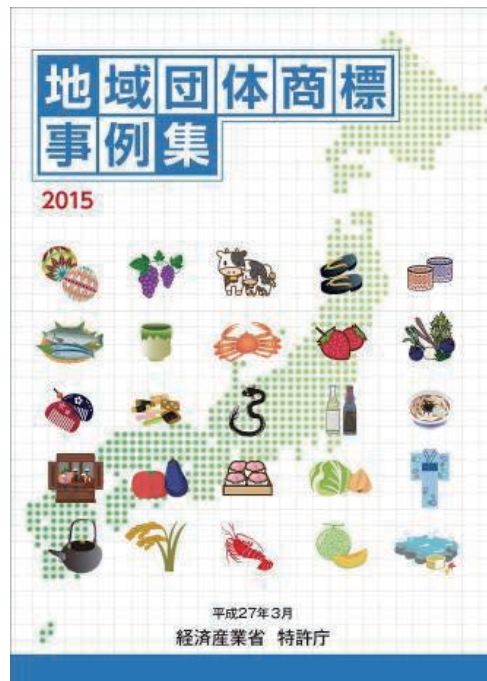
なお、登録件数を都道府県別に見ると、京都府が62件と圧倒的に多く、兵庫県、岐阜県、石川県、北海道と続く。

(5) 地域団体商標の周知活動

特許庁では地域団体商標制度の周知を図るため、2005年度から、法改正の概要や審査・運用について全国で説明会を実施している。あわせて、地域団体商標の登録主体の拡充などについて分かりやすく説明したパンフレットを頒布し、利用者への制度の周知及び利用促進を図っている。また、2015年3月には、地域団体商標制度の更なる普及を促すため、2014年12月末までに地域団体商標登録された商品や役務の内容について紹介した冊子

「地域団体商標事例集 2015」を作成し、各都道府県・市区町村・商工会、商工会議所、観光協会、権利者などに頒布、また地域団体商標制度説明会等の参加者に配布し、対外的に広く普及活動を行っている。

本冊子では、地域団体商標 574 件の紹介とともに、地域団体商標として商標登録されたことにより、高級ブランドとして定着し、購入者が増えたという事例や、海外へブランド展開している事例など、実際の登録権利者からの声を中心に活用事例を7例掲載している。その他に、新たに登録された20件の「商品・サービスの特徴」の紹介や、地域団体商標制度の概要やQ & Aなどを分かりやすく掲載している。



パンフレット「地域団体商標制度をご存じですか」と、冊子「地域団体商標事例集 2015」

Column 15

地域団体商標活用事例

2015年3月に発行した冊子「地域団体商標事例集 2015」の中から、地域団体商標の権利取得によりブランドが向上し顧客が増えた事例を2件御紹介いたします。

『^{おおわに}大鰐温泉もやし』は、伝承350年の冬野菜です。
一子相伝で代々受け継がれる、幻の逸品を是非一度食してみてください。

■商 標：大鰐温泉もやし（登録番号：第5499485号）

■権利者：プロジェクトおおわに事業協同組合

■指定商品又は役務：青森県南津軽郡大鰐町の大鰐温泉の温泉水を利用し、同町に由来する製法により、同町で生産されたもやし



南津軽郡大鰐町は、津軽の奥座敷とも呼ばれる青森県津軽地方の南部に位置します。約800年の歴史を持つ「大鰐温泉」は湯治の湯としても親しまれ、津軽藩主も眼病を治すために訪れて、快癒したとも伝えられています。『大鰐温泉もやし』はこの温泉の力を活用し、350年以上も前から大鰐温泉の“温泉熱と温泉水”だけを利用して、大切に栽培され続けています。

権利者であるプロジェクトおおわに事業協同組合を含め、大鰐町内の生産者や飲食・観光関係者等で作る「大鰐温泉もやし商標活用推進協議会」が中心となり『大鰐温泉もやし』の商標を管理・運営し、大鰐町民全員が『大鰐温泉もやし』の商標を共有できるようにしています。



大鰐温泉もやしブランド化推進委員会関係機関と連携して、350年の伝統ある『大鰐温泉もやし』の価値向上、後継者育成、生産体制確立、販路拡大により、雇用創出を通じて大鰐町を活性化し、「自立して稼げる地域」を目標に、特産品の核として『大鰐温泉もやし』のブランド化を目指し、成功しました。



ここで大切なのが、ブランド価値です。『大鰐温泉もやし』は大量生産、販売ができません。一度栽培に使用した土は、成長に必要な栄養分をもやしが全て吸い取ってしまうため、連作障害を避けるために1年間は休ませます。そのため生産量は少ないですが、その分希少価値があり「期間限定・数量限定・地域限定」を特に意識して、ブランド価値を高めています。



現在では、首都圏などの出荷先を開拓し、高級食材として取引されるようになりました。また、六次産業化にも積極的に取り組み、「大鰐温泉もやし金キムチ」や「大鰐温泉もやし吟ナムル」などを商品化し、レストランでは「大鰐温泉もやし鍋」や「大鰐温泉もやし御膳」などを提供しています。

大鰐町の活性化、大鰐町の知名度アップ、大鰐ブランドの浸透に向けて、今後も生産者や地域の住民と共に、『大鰐温泉もやし』のプレミアム化を目指していきます。

伊賀地域の農産一次産品で、初登録！

芳醇な香りと味わい『美旗メロン』人気上昇中、一度食してみませんか？

■商 標：美旗メロン（登録番号：第 5626329 号）

■権利者：伊賀南部農業協同組合

■指定商品又は役務：名張市美旗及びその周辺地域で生産されたメロン

「美旗」は三重県名張市の北東部で、四方を山に囲まれた緑豊かな自然があふれる伊賀盆地南部に位置する、のどかな地域です。『美旗メロン』は、1995 年に美旗公民館が主催したサークル活動の一つである「美旗メロンサークル」として始まりました。美旗地域一体は伊賀盆地に位置するため、寒暖の差が大きい内陸型盆地特有の気候を利用した栽培方法と、保肥力や保水力に優れている粘土質の土壌は、甘くてジューシーなメロンの生産にとっても適合した環境です。その後、2005 年には「JA 伊賀南部美旗メロン部会」を発足し、伊賀南部農業協同組合での販売一元化に至るまでになりました。

地域団体商標に登録されたことがきっかけで、『美旗メロン』は地元以外でも知られるようになり、販売日の 2014 年 7 月 13 日には、直売所に県外からも多くのお客様が家庭用や贈答品として『美旗メロン』を買い求めに、販売前から並び始めました。今年は、肥料代や燃料代が高騰したことや、消費税の増税が導入されたことで、2013 年より単価は 200 円から 500 円程度高かったものの、『美旗メロン』が地域団体商標として商標登録されたことにより、美旗地域の高級ブランドとして定着し、お客様に信頼を得ることができたため、購入者が増えたのだと実感しています。

2014 年 7 月 24 日に行われた「名張産のマスクメロン『美旗メロン』の品評会及び試食会」での【美旗メロンフェスティバル】では、生産者達が自慢のメロンを持ち込み、①糖度検査、②食味審査、さらには、事前に③立木審査（木に成っている果実の審査）の三項目を評価員が判定した結果、最優秀賞を 4 年前から美旗メロン部会

に加入した、41 歳の若手の生産者が「糖度が 17 度と最高に甘く、球も大きい」との評価で受賞しました。品評会を行うことにより、今後も上質な『美旗メロン』が確保できるよう、個々の技術向上や品質向上、モチベーションの向上にもつなげました。『美旗メロン』は生産者の人数や作付面積が小規模であり管理範囲が限定されていますが、年に一度の収穫販売をすることで希少価値があり、より一層ブランド価値が高められると認識しています。



「地域団体商標事例集 2015」（2015 年）

5 商標審査の品質管理

(1) 商標審査の品質管理の取組経緯

商標審査の質の維持及び向上は、適切な商標権の保護を可能とし、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図り、消費者の利益を保護することと併せ、各事業者等が円滑な経済活動を行うことに欠かせないものである。

これまでも質の向上のために各種取組を行ってきたところであるが、2014年には、商標課に品質管理官を設置し、品質関連施策の企画・立案・実施や、審査の質に関する各種データ収集等を組織的に行っている。また、品質管理官が企画・立案する各種施策について、庁内組織である商標審査品質管理委員会が助言を行い、方針を決定している。今後も、審査官一人一人が問題意識を持って審査の質の向上を図るとともに、商標審査部門全体としても組織的に品質管理の取組を実施していくための必要な体制の整備及び各種品質管理の施策を進めていく。

(2) 取組の内容

① 品質ポリシー・品質マニュアルの公表

ブランドの保護育成及び消費活動の円滑化への貢献に向けて商標審査の質を維持・向上するための品質管理の基本原則を示した「商標審査に関する品質ポリシー」を2014年8月に公表した。また、2014年12月には、商標審査に関する品質管理及びその実施体制からなる品質管理システムを文書化し、品質管理の統一的な実施を目的とした「商標審査の品質管理に関するマニュアル」を公表した。

② 審査の質の向上のための取組

調査手法や知識等を共有化し、審査官相互の知見を結集して迅速・的確な判断を行うため、審査官間等で意見交換を行う協議を実施している。また、審査官が行った審査の内容（審査の判断や通知文書の記載等）については審査長等が全件チェック（決裁）を行っている。

③ 審査の質に関する分析

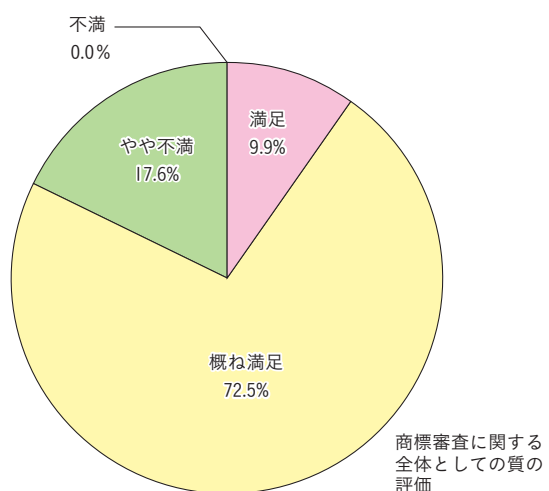
a. 品質監査

審査官が審査を行い決裁が終了した案件からサンプルを抽出し、品質管理官が抽出した案件の審査内容についての監査を行っている。2014年度は8名の品質管理官が約1,700件について監査を実施した。品質監査の結果については分析を行い、抽出した課題に対する対応方針を策定し、各種品質関連施策に反映させるとともに、審査長等及び担当審査官に対して個別に結果を通知し審査室における審査の質の改善を支援している。

b. 商標審査の質に関するユーザー評価調査の実施

商標審査の質全般及び特定の出願における審査の質について、ユーザーからの指摘を通じて改善すべき点を明らかにし、審査の質の維持・向上のための施策に反映するべくアンケート形式でユーザーからの評価、意見等を収集し、分析を行っている。2014年度は国内企業等200者を対象に実施し、商標審査に関する全体としての質に対して「満足」及び「概ね満足」の回答を合わせた割合は82.4%であった。収集したユーザー評価は

2-3-4 図 ユーザー評価調査の結果



庁内において詳細な分析を行い、2015年3月に特許庁ウェブサイトで報告書を公表した。

(3) 審査品質管理小委員会の設置

特許庁における品質管理の実施状況及び実施体制等について外部から客観的な評価を受け、それを審査の品質改善に反映することを目的として、2014年8月に産業構造審議会

知的財産分科会の下に審査品質管理小委員会を設置した。当該小委員会においては、客観的な評価を行うための評価項目及び評価基準を設定し、審査品質管理の実施体制及び実施状況について評価を行い、その評価を通じて改善に向けた必要な方策についての提言が行われた。

6 出願人のニーズを踏まえた早期審査の運用

(1) 商標早期審査の対象

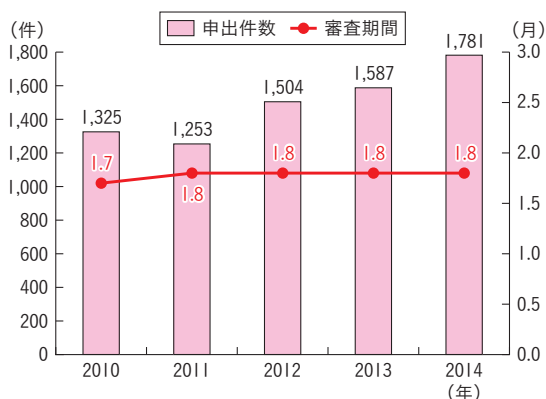
商標登録出願についての早期審査は、模倣・侵害事件が生じている出願に関する早期権利化のニーズ、経済活動のグローバル化等を踏まえ、1997年9月に開始された。早期審査の対象となる出願は、当初は2-3-5図の「対象1」のみであったが、制度の更なる利用拡大を図り、早期権利化の要望に応えるため、2009年2月から早期審査の対象を、「対象2」にまで拡大することとした。さらに、東日本大震災により被害を受けた地域については、知的財産の面からも震災復興を支援していくことが必要と考え、2011年8月より、被災地の企業等に対して、時限的に早期審査の対象を拡大することとした。

(2) 商標早期審査の動向

2014年の申出件数は2013年に比べて12.2%増加し1,781件であった。また、申出から審査結果の最初の通知が発送されるまでの期間は、平均1.8か月であった。

2-3-6 図

早期審査の申出件数・審査期間の推移



(備考) 審査期間：申出から審査結果の最初の通知が発送されるまでの期間
(資料) 統計・資料編 第2章 18.(1)

2-3-5 図 商標早期審査の概要

	商標早期審査の対象となる出願	商標の使用 (使用の準備含む)	緊急性	指定商品・指定役務
対象1	出願人又はライセンシーが、出願商標を指定商品・指定役務に既に使用している又は使用の準備を相当程度進めていて、かつ、権利化について緊急性を要する出願。	○ 必要	○ 必要	複数の商品（役務）を指定しているときは、いずれかの商品（役務）を使用（使用の準備含む。）していれば可。
対象2 (2009年2月より)	出願人又はライセンシーが、出願商標を既に使用している商品・役務又は使用の準備を相当程度進めている商品・役務のみを指定している出願。	○ 必要	× 不要	使用（使用の準備含む。）している商品（役務）のみを指定している出願。

(備考)

- 対象1の「権利化について緊急性を要する出願」とは、次のいずれかに該当するものをいう。
 - 第三者が許諾なく、出願商標又は出願商標に類似する商標を出願人若しくはライセンシーの使用若しくは使用の準備に係る指定商品若しくは指定役務又はこれらに類似する商品若しくは役務について使用しているか又は使用の準備を相当程度進めていることが明らかな場合。
 - 出願商標の使用について、第三者から警告を受けている場合。
 - 出願商標について、第三者から使用許諾を求められている場合。
 - 出願商標について、出願人が日本国特許庁以外の特許庁又は政府機関へも出願している場合。
- 対象2の指定商品・指定役務中に、出願商標を使用していない又は使用の準備を相当程度進めると認められない商品・役務を含む場合には、早期審査の申出以前（同時でも構わない）に、それを削除する補正が必要となる。

Case 4

知的財産活用企業 —2015 年度知財功労賞受賞企業より その4—

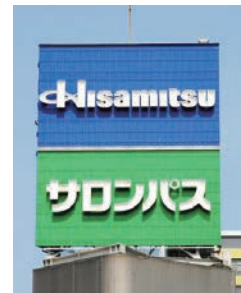
「サロンパス®/SALONPAS®」及び「Hisamitsu®」を世界中の国・地域で商標登録し、日本の「貼る治療文化」を世界に広めるための事業を展開する久光製薬株式会社

久光製薬株式会社（佐賀県）は、1847年の創業以来、貼って手当てすることに特化した医薬品、医薬部外品、医療用具、化粧品等の製造・販売及び輸出入の事業を展開する、日本の貼り薬のリーディングカンパニーである。同社のサロンパス®/SALONPAS®（以下、サロンパス®）は、1934年の発売以来80年を越えた日本を代表する貼り薬のロングセラー商品であり、継続した「育薬活動」の推進により日本を代表するブランドとしての地位を確立している。さらに、日本の「貼る治療文化」を世界に広めるため、サロンパス®は、Hisamitsu®とともに世界185以上の国・地域で商標登録されている。

同社では、知的財産権を経営戦略の一つの大きな柱として位置付け、商品開発並びに商標、意匠、製造技術、品質管理システムを含めたブランド展開をグローバルに推進し展開する中、社長直轄の法務部が、特許、意匠、商標、著作権及び営業秘密情報などの知的財産権全般を統括運営し、特に商標については、社内及びグループ会社の関連部門（マーケティング、広告、広報、CSR、研究開発など）と常に密接な連携を保ち、グループ会社全体のブランドの育成と保護強化のための管理運用体制を構築している。

同社は、日本で登録出願した商標は、貼る治療文化を世界に広めるためのグローバル展開を実現するため、海外でも積極的に登録出願することを基本方針とし、多くの商標を戦略的かつ効果的にアジア諸国を中心に積極的に登録出願しており、商標（コーポレートカラーを含む）の信用にフリーライドする第三者に対しては、断固たる姿勢で徹底的に排除する方針を打ち出している。これまで多くの模倣品を排除してきたが、サロンパス®のパッケージデザインを酷似した模倣品「ロマンパス」（医薬品）の事件（以下、サロンパス—ロマンパス事件）では、不正競争行為の認容をもとに同パッケージに使用かつ商標登録されていた商標「ロマンパス」を登録無効にならしめ同模倣品を排除した（東京高等昭和35年（行ナ）第92号）。

このサロンパス—ロマンパス事件のように、サロンパス®の信用にフリーライドする第三者が多発してきた背景には、消費者の五感に訴える積極的な広告宣伝活動等によりサロンパス®が当時すでに著名なブランド商標として成長していたことにある。同社は、「育薬」の理念の下、開発した商品を多くの消費者により多くの情報とともに認知してもらうため、サロンパス®の実物を使った実物宣伝活動、自動車があり普及していない時代の宣伝カーによる街頭宣伝活動、また、民放テレビ開局時からのテレビCM放送など、消費者の五感に訴える広告宣伝活動を積極的に展開してきた。この根底には、「商標には、企業の信用とその商品・役務の品質や特徴を消費者に伝えるコミュニケーション機能がある」ことにいち早く着目したことにある。同社のHisamitsu®及びサロンパス®などの「音」、「動き」、「位置」、「匂い」の商標を「新しいタイプの商標」制度を導入した海外の国・地域で積極的に出願登録した先進的な取組は、従来からの商標の概念に新しい提言を与えたばかりでなく、日本の商標法改正（保護対象の拡充）及び商標制度の普及啓発活動に大いに貢献している。



コーポレートカラー
(屋外広告)



現在 発売当初 (1934年)
貼付剤 サロンパス®