

第4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、経済社会や商取引を取り巻く環境が目まぐるしく変化することにより、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、適切な商標の保護や制度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、1. 商標審査基準及び商標審査便覧の改訂、2. 商品・役務の分類に関する取組、3. 商標の国際登録制度に関する取組、4. 地域団体商標に関する取組、5. 商標審査の品質管理、6. 商標の早期権利化ニーズに応えるための制度（商標早期審査・ファストトラック審査）について紹介する。

1. 商標審査基準及び商標審査便覧の改訂

(1) 2018年度商標審査基準及び商標審査便覧の改訂

2018年度は、社会情勢や商取引を取り巻く環境の変化、さらに2017年度に特許庁が行った商標審査の質に関するユーザー評価調査報告書の結果をふまえ、商標審査基準においては、識別力に関する更なる基準の明確化（商標法第3条第1項第3号）、元号を表示する商標（商標法第3条第1項第6号）、品種登録を阻害する目的がある悪意の商標登録出願（商標法第4条第1項第7号）等について見直しを行った。商標審査便覧においては、審査手続きの中止について項目の新設（20.04）、出願人の同一認定に関する取扱いの改訂（42.111.01）等を行った。

(2) 改訂等の概要

①商標審査基準について

(ア)識別力に関する更なる基準の明確化

出願された商標について、取引者又は需要者が商品又は役務の特徴を表示するものとして一般に認識する場合は商標法第3条第1項第3号に該当する旨を明記した。

また、「一般に認識する場合」とは、その商標が商品又は役務の特徴等を表示するものとして現

実に用いられていることを要するものではない旨を併せて明記した。

(イ)元号を表示する商標

現元号のみならず、出願された商標が元号として認識されるにすぎないものである場合は、識別力を有しないものとして、商標法第3条第1項第6号に該当する旨を明記した。

(ウ)品種登録を阻害する目的がある悪意の商標登録出願

品種登録を阻害する目的がある悪意の商標登録出願について、商標法第4条第1項第7号に該当する例として、新たに追加した。

②商標審査便覧について

(ア)「審査手続きの中止(20.04)」についての新設

係属中の異議の申立て、審判又は裁判の結果により拒絶の理由に影響があると判断される商標登録出願であって、審査において必要があると認めるときは、異議決定若しくは審決が確定し、又は訴訟手続きが完結するまで審査の手続きを中止できる取扱いを明確にした。

(イ)「出願人の同一認定に関する取扱い (42.111.01)」の改訂

出願人が在外者の場合、当該国の住所及び組織の表示に用いられる語の音訳とその略語の音訳について取扱いを明記し、実質的には同一であると認定できるものについては、同一とする取扱いを追加した。

③その他

2018年6月9日に施行された改正商標法第10条第1項について、商標審査基準で引用している条文の記載を改正後の条文に変更した。また書換申請の商標審査基準について、書換申請の処分が全て終了し、書換申請の対象となる商標権も全てなくなったため、該当する商標審査基準及び商標審査便覧を削除した。また、商標審査便覧において、「商標法第4条第1項第13号の規定の廃止に伴う経過措置(42.113.01)」については、この取扱いに該当する特許庁に係属中の商標登録出願は存在しないため商標審査便覧を削除した。

2. 商品・役務の分類に関する取組

(1) 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

「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(ニース協定)」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、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として使用している。

ニース協定の加盟国は、2019年4月現在86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)²、EUIPO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

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³が行っており、①類の変更又は新たな類の設定を伴う「修正」⁴と、②注釈を含む類別表の変更、アルファベット順一覧表の商品又は役務の追加、削除、表示の変更等からなる「その他の変更」⁵がある。

2019年1月1日発効の国際分類第11-2019版は、2018年5月にWIPOで開催された、専門家委員会第28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。

【国際分類第11-2019版における主な追加】⁶
第12類「クレーン付きトラック」(trucks with a crane feature incorporated)
第18類「レザークロス」(leathercloth)
第40類「受託による3Dプリント加工」(custom 3D printing for others)

1 当時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、商標登録原簿)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。

2 「3. マドリッド協定議定書に基づく商標の国際登録制度に関する取組」参照。

3 2010年までは版の改正に合わせて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。

4 5年に1度の版の更新時に反映される。次回は2022年発効予定の第12版に反映予定。

5 毎年発効する新追加版に反映される。

6 https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/kokusai_bunrui/kokusai_bunrui_11-2019.html



(2) WIPO・Madrid Goods & Services Manager (MGS) における協力

「Madrid Goods & Services Manager (MGS)」とは、マドリッド協定議定書に基づく国際出願において WIPO で認められる商品・役務表示を集めたデータベースである。

特許庁は、これまで WIPO に対し、MGS に掲載の商品・役務表示の日本語訳や採否情報に加え、我が国が用いている類似群コード情報についても提供してきた。

我が国のユーザーは、マドリッド協定議定書に基づく国際出願をする際に、慣れ親しんだ我が国の類似群コードを使用して WIPO 及び主要なマドリッド協定議定書加盟国で認められる英語の商品・役務表示を調査することが可能になっている。

(3) 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日本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はできない（商標法第4条第1項第11号）。

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」（約6千4百件の商品及び役務を掲載）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、同じグループに属する商品群又は役務群は、

原則として、類似する商品又は役務であると推定するものとしている。

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合せからなる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、原則としてお互いに類似するものと推定される。

②日韓類似群コード対応表の作成・公表について

日本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。

日本国特許庁は、2018年9月、ニース国際分類〔第11-2018版〕・IDリスト・MGSに対応した対応表を作成し、日本国特許庁のウェブサイトにおいて公表した¹。

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。

(4) 日台類似群コード対応表の作成・公表

（公財）日本台湾交流協会と台湾日本関係協会が、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一覧表「日台類似群コード対応表」を2018年に引き続き作成・公表することは、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とを受けて、日本国特許庁は、2019年1月、ニース国際分類〔第11-2019版〕に対応した日台類似群コード対応表を作成・公表した²。

1 https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/bunrui/kokusai/jpo_kipo_tougou_j.html

2 https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/bunrui/kokusai/jpo_tipo-ruiji2019.html



3. マドリッド協定議定書に基づく商標の国際登録制度¹に関する取組

(1) 未加盟国等への加盟支援及び周知活動

特許庁は、ASEAN 各国の加盟の促進及び加盟国の官庁業務運営の円滑化に貢献するため、2018 年度も以下の取組を実施することにより、

我が国がマドリッド協定議定書に加盟した際の経験や同議定書に基づく商標の国際登録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等についての情報交換に努めている。

- 2018 年 7 月 未加盟国を中心とする招へい研修「マドプロ加盟支援コース」(アルゼンチン、バングラデシュ、ブラジル、チリ、エジプト、ミャンマー、ネパール、パキスタン、ペルー、スリランカ、ジンバブエ)
- 8 月 新規加盟国に対する招へい研修「マドプロ商標審査コース」(インドネシア)
- 10 月 新規加盟国に対する招へい研修「マドプロ商標審査コース」(タイ)
- 11 月 加盟国を中心とする招へい研修「商標実体審査コース」(インド、マレーシア、ベトナム、ブルネイ、カンボジア、ミャンマー、ブラジル、アルゼンチン、カザフスタン、ブータン、カメルーン、エジプト)
- 12 月 未加盟国ブラジルへ特許庁職員を派遣しマドプロ実務研修を実施
- 2019 年 1 月 未加盟国に対する招へい研修「マドプロ商標審査コース」(マレーシア)
加盟国ラオスへ特許庁職員を派遣しマドプロ実務研修を実施
- 2019 年 3 月 マドプロリージョナル会合 (アジア太平洋地域の知的財産庁 12 か国及び WIPO が参加)

(2) 国内における周知活動

2018 年 10、11 月に、特許庁主催の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(本国官庁における手続きを中心に)」と題した説明を東京、大阪、名古屋の3都市で実施し、本国官庁としての日本国特許庁に対する手続きを中心に、制度の概要や WIPO 国際事務局に対する手続きについての説明を行った。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を配布した²。

このような説明会とは別に、業界団体や企業、代理人とのコミュニケーションを図り、商標の国際登録制度の利便性や利用状況について意見聴取をするとともに、同制度に関する手続きの疑問点等について説明することで、その普及に努めている。

また、同制度の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・配布した³。



パンフレット「商標の国際登録制度活用ガイド」



商標実体審査コース(2018年11月)

1 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。

2 <https://www.jpo.go.jp/system/trademark/madrid/tetuzuki/h30jitumu-madopro.html>

3 <https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota-info/panhu.html>



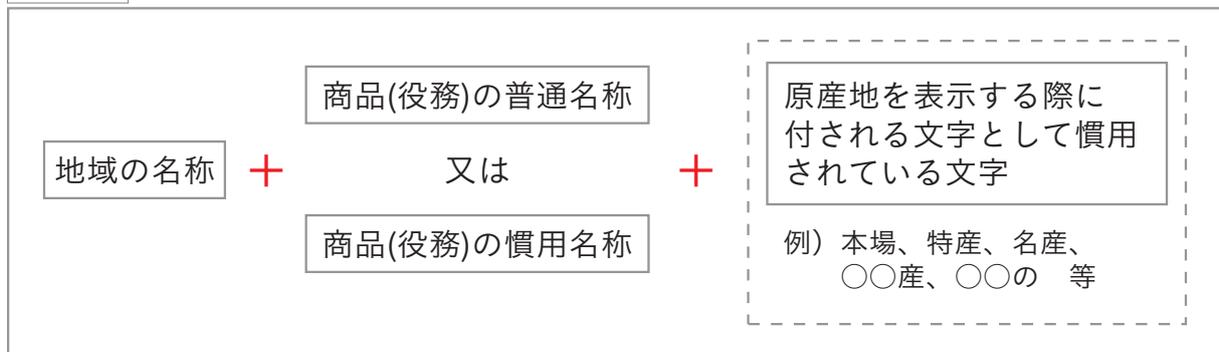
4. 地域団体商標に関する取組

(1) 地域団体商標制度とは

地域名と商品（サービス）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。この制度は、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、全国的な知名度を獲得した場合を除き、商標登録することができないものとされていた地域名と商品

（サービス）名とを組み合わせた商標を、地域団体商標としてより早い段階で商標登録することが可能となり、模倣品を排除することができるようになった〔2-4-1 図〕。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ることで、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、そして、地域活性化につながっていくことが期待されている。

2-4-1 図 地域団体商標の構成



(2) 地域団体商標の登録状況

地域団体商標の登録は、2019年3月末までに653件が登録されている。分野別に見ると、「工芸品・かばん・器・雑貨」84件、「食肉・牛・鶏」65件、「野菜」64件、「織物・被服・布製品・履物」63件、「加工食品」63件と、工業製品

や農林水産品、加工食品の登録が多い〔2-4-2 図〕。

登録件数を都道府県別に見ると、京都府が63件と圧倒的に多く、兵庫県、北海道、石川県、岐阜県と続く〔2-4-3 図〕。

2-4-2 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} 653件			2019年3月31日時点
野菜	米	果実	食肉・牛・鶏
64件	10件	49件	65件
水産食品	加工食品	牛乳・乳製品	調味料
48件	63件	6件	17件
菓子	麺類・穀物	茶	酒
13件	15件	18件	12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	4件	63件	84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
29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）	産品別の累計数 ^{*2}
14件	46件	25件	707件

（備考）一登録案件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。
 （資料）特許庁作成

2-4-3図 地域団体商標の都道府県別登録内訳一覧表

都道府県別登録内訳一覧表 登録数^{※1}653件

2019年3月31日時点

北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県
33件	11件	6件	6件	11件	10件	9件	4件	8件	9件
埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	長野県	山梨県	静岡県	愛知県	岐阜県
7件	16件	19件	8件	13件	9件	5件	26件	18件	29件
三重県	富山県	石川県	福井県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県
14件	12件	32件	16件	12件	63件	11件	37件	11件	13件
鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	香川県	徳島県	高知県	愛媛県	福岡県
6件	10件	8件	14件	10件	5件	6件	5件	12件	19件
佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県	海外	都道府県別の累計数 ^{※2}	
7件	8件	13件	12件	7件	15件	18件	2件	655件	

(備考) 一登録案件で複数の都道府県にまたがる案件があるため(栃木、茨木:「本場結城紬」、東京、埼玉:「江戸木目込人形」、登録数※1と都道府県別の累計数※2は異なります。

(資料) 特許庁作成

(3) 地域団体商標の普及啓発・利活用促進のための取組

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、制度の概要や審査・運用について、全国で説明会を実施している。あわせて、同制度の概要等について分かりやすく説明したパンフレットを配布し、利用者への制度の周知及び利用促進を図っている。

2019年3月には、地域団体商標制度の更なる

普及を促すため、「成功する地域ブランド虎の巻」をコンセプトに、地域団体商標を活用している団体の最新事例を紹介するとともに、地域団体商標制度の概要、特許庁の支援策、登録されている645件(2018年末時点)の地域団体商標を掲載した冊子「地域団体商標ガイドブック2019」を作成し、説明会等の参加者や、各都道府県、市区町村、商工会・商工会議所、観光協会、既権利者等に配布し、対外的に広く普及活動を行っている。



地域団体商標制度パンフレット



「地域団体商標ガイドブック2019」

また、特許庁では地域団体商標制度の普及と地域団体商標産品（サービス）のブランド力向上を目的として「地域団体商標マーク」を策定している。

地域団体商標マークは、「地域の名物」が地域団体商標として特許庁に登録されていることを示す証として、156の団体に活用いただいている（2019年3月31日時点）。

本マークは、原則、地域団体商標に係る商標

権を有する団体、団体の構成員及び団体から地域団体商標の使用許諾を受けた者のみが使用できるため、マークの有無による、第三者産品（サービス）との差別化に役立つとともに、商品のパッケージや印刷物、イベントの際等に、地域ブランドとして特許庁に登録されていることをPRするツールとして活用することで、第三者による商標権侵害を未然に防止する効果が期待される。



＜地域団体商標マーク＞

全体のデザインはシンプルに、昇る日の丸、日本地図により日本を感じさせ、「国のお墨付き」であることを想起させるデザインとした。

「Local Specialty」の文字は、「**地域の名物**」を意味し、北から南まで、全国各地の地域団体商標を表している。

さらに、特許庁では、地元の学生と地域団体商標の権利者がチームを組み、地元の学生が地域団体商標の権利者への取材を通じて、その魅力等を「Instagram®（インスタグラム）」で発信し、今後のビジネス展開等についても発表する「地域ブランド総選挙」を2018年3月に九州地域で、12月に東海・北陸地域で開催した。

学生と地域団体商標とのコラボレーションにより

地域団体商標の魅力をもっとPRする機会を創出することで、一般消費者及び地域団体商標の取得を検討している団体への制度普及、並びに、地域団体商標の更なる活用促進を図るとともに、地域団体商標の活用を通じた地域経済の持続的な活性化に繋がることが期待される。

2019年度は東北地域で「地域ブランド総選挙」を開催する予定である。



学生たちによる発表の様子



受賞チーム集合写真

Column 4

地域団体商標活用事例

～市民一丸で盛り上げてきたブランドの商標権を取得し、まちおこしの求心力を向上～

■商標：豊川いなり寿司（登録番号：第6013646号）

■権利者：特定非営利活動法人みんなで豊川市をもりあげ隊

■指定商品又は役務：愛知県豊川市産のいなり寿司、愛知県豊川市産のいなり寿司を主とする飲食物の提供

● いなり寿司のブランド化を核とした取り組みをより盛り上げるために地域団体商標を出願

豊川稲荷の門前町として栄えてきた豊川市では、古くからたくさんの店がそれぞれの工夫を凝らした創作いなり寿司を提供し、参拝客をもてなしてきた。ところが近年は来訪者が減少。そこで、市民が一丸となり「豊川いなり寿司」のブランド化でまちおこしを推進。B-1グランプリなど様々なイベントへの参加やメディアでのPRで着実に知名度をアップ。一方、2013年には「豊川いなり寿司」のロゴマークを通常商標登録し、商標権のロイヤリティ（使用料）を得る収益事業もスタート。そして、活動の求心力をさらに高めるべく地域団体商標を出願。



● ロイヤリティビジネスを加速していく上でも活かせる地域団体商標のアピール力

ロイヤリティ契約が飽和状態となっていたところ、地域団体商標の出願を機に数件の問い合わせが寄せられ新規契約も獲得。そうした効果もあり、登録後はイベントポスターなどに地域団体商標制度のロゴを積極的に掲載してアピール。同市の観光協会では、鮎やバラ、バウムクーヘンなど、いなり寿司以外の地域資源にも「とよかわブランド」としてスポットを当てる方針を決定。地域団体商標が引き金となり、幅広いアングルから「地域ブランドの確立」による地域活性化を促す機運が高まっている。



5. 商標審査の品質管理

(1) 品質管理に関する取組

商標課及び商標審査部門では、商標審査の質の維持・向上を図るため、商標課品質管理班にて品質管理施策の企画立案を行い、品質管理庁内委員会にて方針を決定の上、各審査室の管理職等と連携し、品質管理活動を行っている。

①品質保証

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。

②品質検証

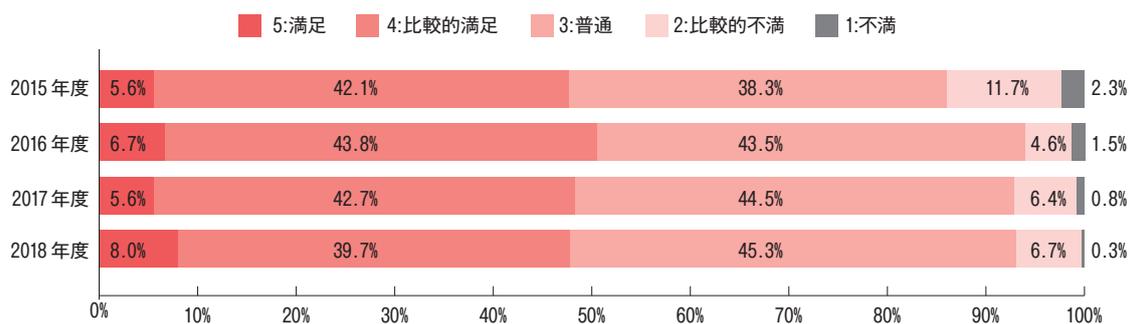
a. 品質監査

決裁が終了した案件からサンプルを抽出し、その審査内容について品質管理官が監査を行っている。2018年度は10名の品質管理官が3,000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ている。また、担当審査官・審査長等に対して個別に結果を通知し、審査の質の改善に努めている。

b. 商標審査の質に関するユーザー評価調査

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、ユーザーからの評価、意見等をアンケート形式で収集し、分析を行っている。2018年度は国内企業等420者を対象とし、商標審査に関する全体としての質の評価において「満足」、「比較的満足」の回答を合わせた割合は47.7%であった〔2-4-4図〕。

2-4-4図 ユーザー評価調査の結果



(2) 審査品質管理小委員会

特許庁における品質管理の実施体制・実施状況等について産業構造審議会知的財産分科会の下に設置した外部委員で構成される審査品質管理小委員会から客観的な評価を受け、それを審査の品質改善に反映している。2018年度は、当

該年度に特許庁が実施している品質管理の実施体制・実施状況について、本委員会において作成された評価項目及び評価基準に基づき評価を受け、品質管理の実施体制・実施状況に関する改善点の提言を受けた¹⁾。

6. 商標の早期権利化ニーズに応えるための制度

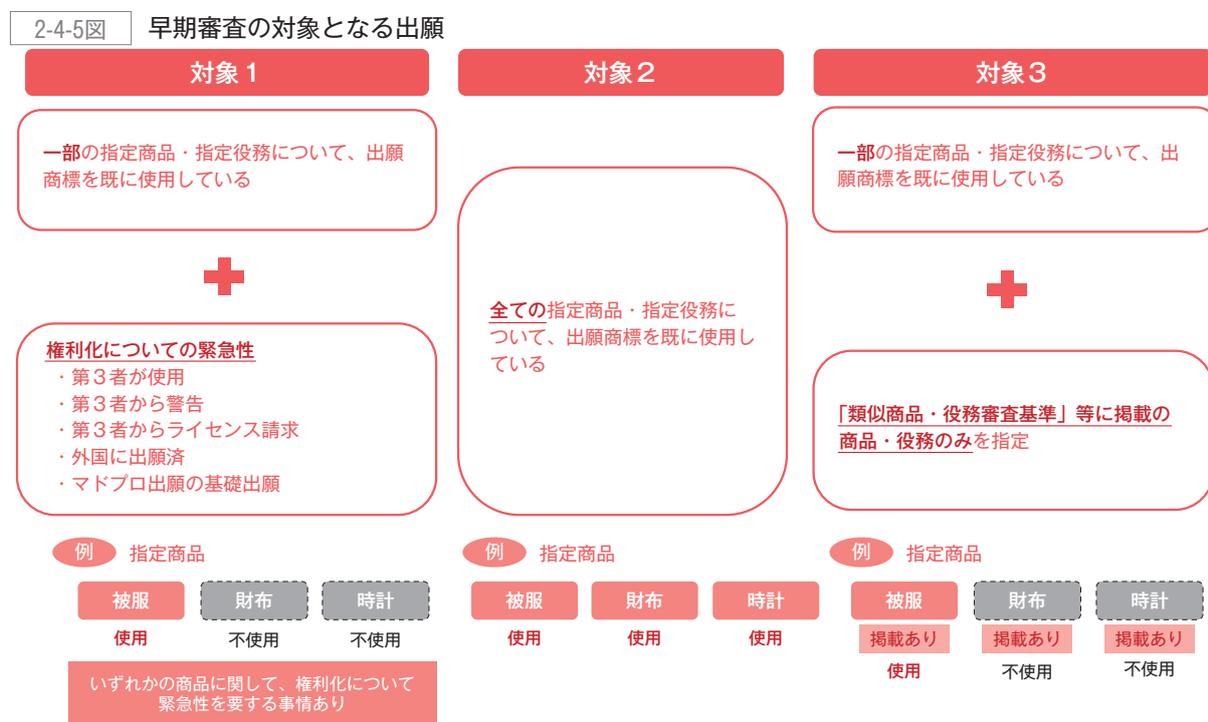
近年の商標登録出願の急増に伴い、審査期間が長期化している（第1部第1章4.(1)参照）。審査期間の長期化は商標権取得の遅れにつながり、円滑な事業活動に支障をきたすおそれや、模倣品対策に遅れを生じさせるおそれがある。

特許庁では、商標の早期権利化ニーズに応えるため、一定の要件を満たす出願について通常よりも早期に審査を実施する制度として、従前から商標早期審査を設けているが、2018年10月から

新たに、ファストトラック審査の試行も開始した。

(1) 商標早期審査²⁾の対象

「出願商標を既に使用していること」³⁾を共通の条件とする3つの要件〔2-4-5図〕のいずれかに該当する出願が早期審査の対象となり、早期審査の申請から平均2か月ほどで最初の審査結果が通知される。



1 https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/hinshitu_shoi/index.html

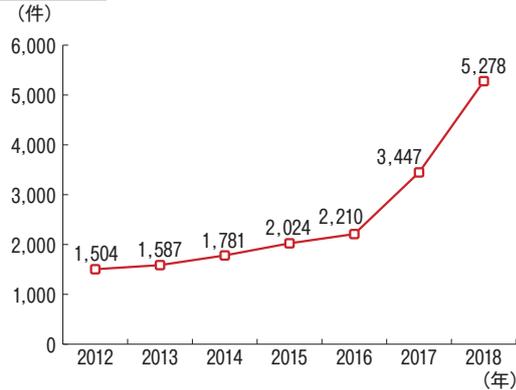
2 商標早期審査の制度や手続の詳細については以下ウェブサイトを参照されたい。

商標早期審査・早期審理の概要 <https://www.jpo.go.jp/system/trademark/shinsa/soki/shkouhou.html>

3 使用の準備を相当程度進めている場合も含まれる。

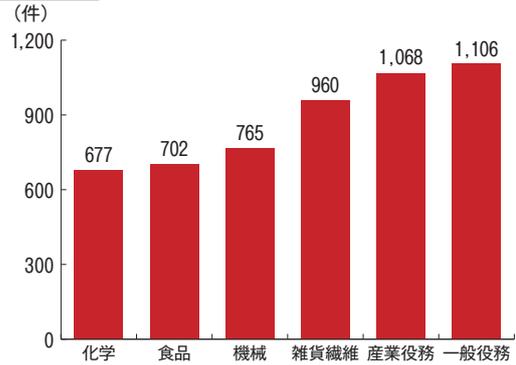


2-4-6図 早期審査の申請件数の推移



(備考) 早期審査の申請件数は、「早期審査に関する事情説明書」が提出された出願の件数である。

2-4-7図 産業分野別申請件数(2018年)



(備考) 産業分野は、商品・サービスの国際分類を以下のとおり6つの分野に分けたものである。
 化学：1類～5類 食品：29類～33類 機械：6類～13類、19類
 雑貨繊維：14類～18類、20類～28類、34類
 産業役務：35類～40類、一般役務：41類～45類

(2) ファストトラック審査の概要

2018年10月1日以降の商標登録出願について、「ファストトラック審査」¹を試行的に開始した。

ファストトラック審査とは、右記の2つの要件を満たす出願について、通常より約2か月早く最初の審査結果が通知されるというものである[2-4-8図]。

右記の要件を満たすか否かは、特許庁で自動的に判定を行うため、ファストトラック審査のための申請手続も手数料も不要である。

- ・要件1 出願時に、次のいずれかに掲載されている商品・役務のみを指定している出願。
 - ①類似商品・役務審査基準
 - ②商標法施行規則の別表
 - ③商品・サービス国際分類表
- ・要件2 審査着手前に、指定商品・指定役務に関する補正が行われていない出願。

2-4-8図 審査期間のイメージ



¹ ファストトラック審査の制度や手続の詳細については以下ウェブサイトを参照されたい。
 ファストトラック審査 https://www.jpo.go.jp/system/trademark/shinsa/fast/shohyo_fast.html



Column 5

商標に特化した初の活用事例集

2019年3月、商標だけに着目し、ビジネス目線で掘り下げた 特許庁初の活用事例集「事例から学ぶ 商標活用ガイド ～ビジネスやるなら、商標だ!～」(以下、「活用ガイド」)を作成した。

商標は、商品名やロゴマークなど、ビジネスで必ずと言っていいほど使われるもの。特に中小企業の方々に、商標についてもっと知ってもらいたいという願いを込めて、中小企業による活用事例を中心に紹介している。



● 「商標のちから」と「商標権のちから」

商標(つまりマーク)そのものと商標権とは、活用方法や効果に違いがあり、両方をうまく活用することで事業者の信用は大きくなっていく。

活用ガイドでは、商標の活用効果を「商標のちから」、商標権の活用効果を「商標権のちから」として説明している。

商標のちから

商標を作り、使い続けることで、

商標に"ブランド力"が備わる

- 売上UP!
- 商品・会社の知名度UP!
- 社員のモチベーション・士気向上!

さらに

<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ライセンスの引き合い <input type="checkbox"/> 価格競争からの脱却 <input type="checkbox"/> 採用活動で注目される 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 取引や営業がうまくいく <input type="checkbox"/> 他の商品も知られるように
--	---

商標権のちから

商標権を取得することで、

商標を守る・権利を活かす

- 安心して商標を使える
- 商標が真似されにくい
- 模倣品を排除 警告や訴訟で排除、税関で輸入差止め、ECサイトから削除
- 普通名称化を防止 登録商標であることを明示してブランド力を維持(商標が商品・サービスの普通名称になるのを防ぐ)
- ライセンスで収入・知名度UP ライセンス収入、コラボ商品で知名度UP
- 取引先などからの信頼・評価UP 商標権が取引時の信用につながる

● 活用事例の一部紹介

・事例 01 岡本株式会社「まるでこたつソックス」
企業視点の商品名では消費者に伝わりづらく、売上げは伸びなかったが、消費者視点の商品名に変更したら売上げが30倍以上!

・事例 10 株式会社キャロットカンパニー「anello」
ヒット商品の誕生後、すぐに模倣品が流通したため、その対策のために商標権を取得。

①各ECサイトに依頼して模倣品を削除、②税関に輸入差止申立てを行い、模倣品の輸入阻止に成功、③模倣品の販売業者に差止・商品廃棄・損害賠償を請求し、勝訴!

・事例 15 キョーイクホールディングス株式会社「メディカルラボ」

商標権を切り口とした知財ビジネス評価書を活用することにより、商標権の価値が数値化され、事業性が高く評価されたことで、銀行での融資の審査がスムーズに!

・事例 17 防府商工会議所「幸せます」

方言を商標に地域ブランドを立上げ、ブランド管理を徹底して地元企業に使ってもらうことで、年間1,000万円以上の経済効果を上げると共に、町全体に一体感が!