平成30年度　産業財産権制度各国比較調査研究等事業

店舗の外観等（トレードドレス）に関する制度・運用についての調査研究報告書

平成31年3月

株式会社サンビジネス

要約

背景

近時、我が国では、不正競争防止法において、店舗の外装、店内構造及び内装等に関する保護を認める例が出てきており、店舗の外観、内装（レイアウトを含む）（以下、「店舗の外観・内装」という）に対する商標法における保護ニーズも高まりつつある。また、店舗の外観・内装は、米国商標法では「トレードドレス」として保護されているが、国際的にその定義は確立しておらず、保護される対象も一義的に定まっていない。

目的

本調査研究は、店舗の外観・内装の保護に関して、トレードドレスを含め、各国の保護規定や保護対象及び国内ニーズを調査するとともに、我が国商標制度における課題を整理し、今後の保護のあり方を検討するための資料等を作成することを目的とする。

公開情報調査

書籍、論文、判例、調査研究報告書、審議会報告書、データベース情報、インターネット情報等を利用し、店舗の外観・内装の保護に関する国内及び海外の制度、運用、事例並びにニーズの把握を行った。

海外質問票調査

各国・地域の店舗の外観・内装に関する法制度及び運用等を把握するため、審判決例を含む事例の詳細等について、知的財産庁（以下「知財庁」という）、法律事務所合計 30 者を対象に質問票調査を実施した。

国内質問票調査

国内企業合計 500 者程度を対象に質問票調査を実施した。

国内ヒアリング調査

国内企業合計 10 者、関係団体 3 者を対象にヒアリング調査を行った。

調査研究委員会

専門的な視点からの検討、分析、助言を得るために、学識経験者 2 名、実務者 2 名、企業関係者 2 名の計 6 名からなる委員会を、全 4 回開催した。

委員会では、商標制度の見直しに関し、立体商標・位置商標・色彩のみからなる商標等を組み合わせた商標を新しいタイプの商標として認め、登録により保護を与える案と、店舗の外観又は内装からなる立体商標を出願する際に、商標を構成しない要素を破線等で描くことを認めるとともに、商標の詳細な説明を願書に記載できるようにする案を検討した。

加えて、立体商標・位置商標・色彩のみからなる商標の商標審査基準・商標審査便覧を見直して、商標の特定に関する運用等を緩和することについて検討を行った。

はじめに

近時、我が国においては不正競争防止法における事例のように、店舗の外装、店内構造及び内装等に関する保護を認める例がでてきている。また、業界団体等への聞き取り調査によれば、店舗の外観、内装（レイアウトを含む）（以下、「店舗の外観・内装」という）に対する保護のニーズは高まりつつある。

一方、我が国の現行の商標制度では、店舗の外観・内装について商標権に基づく十分な保護が受けられないケースがあるとの指摘がある。

海外では、店舗の外観・内装は、立体商標で保護されているほか、米国では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いないのが実態であり、保護される対象も一義的に定まっていない。

本調査研究では、店舗の外観・内装の保護に関して、トレードドレスを含め、各国の保護規定や保護対象及び国内ニーズを調査するとともに、我が国商標制度における課題を整理した。これらをもとに、店舗の外観・内装の今後の保護の在り方を検討する場合の基礎資料として、本報告書を取りまとめた。

最後に、国内質問票調査及び国内ヒアリング調査にご協力いただいた企業・団体の皆様、海外質問票調査にご協力いただいた海外の知的財産庁（以下「知財庁」という）及び現地法律事務所の方々、並びに調査研究の遂行に関し、有識者委員会において貴重なご意見・ご指導を賜った委員の皆様に、深く感謝申し上げる次第である。

平成 31 年 3 月
株式会社サンビジネス

平成 30 年度産業財産権制度各国比較調査研究等事業
「店舗の外観等（トレードドレス）に関する制度・運用についての調査研究」
委員名簿

委員長

小塚 荘一郎　学習院大学法学部 教授

委　員

板垣 忠文　一色国際特許業務法人 弁理士

一色 由香　株式会社良品計画 法務部法務課長 弁護士

大向 尚子　西村あさひ法律事務所 弁護士・ニューヨーク州弁護士

鶴見 卓史　日本知的財産協会 商標委員会 副委員長 弁理士

横山 久芳　学習院大学法学部 教授

（敬称略、五十音順）

オブザーバー

野口 聡	特許庁 審査業務部長
佐藤 淳	特許庁 審査業務部 商標課長
冨澤 武志	特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室長
根岸 克弘	特許庁 審査業務部 商標課 商標審査企画官
林田 悠子	特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 課長補佐
目黒 潤	特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 室員
下山 月菜	特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 室員（前）
中村 聖	特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 室員
高橋 幸志	特許庁 審査業務部 商標課 商標審査基準室長
網谷 麻里子	特許庁 審査業務部 商標課 商標審査基準室 課長補佐
松田 訓子	特許庁 審査業務部 商標課 商標審査基準室 課長補佐（前）
宮川 元	特許庁 審査業務部 商標課 商標審査基準室 室員
藤村 浩二	特許庁 審査業務部 商標課 企画調査班長
片柳 真紀	特許庁 審査業務部 商標課 法制専門官
北口 雄基	特許庁 総務部 総務課 制度審議室 商標制度係長
尾茂 康雄	特許庁 審判部 審判課 審判企画室 課長補佐
須田 亮一	特許庁 審判部 審判課 審判企画室 課長補佐
清野 貴雄	特許庁 審査第一部 意匠課 意匠制度企画室 主任上席審査官

事務局

川上 和秀	株式会社サンビジネス 取締役 弁理士
鶴岡 直樹	株式会社サンビジネス 研究員
関口 雅章	株式会社サンビジネス 研究員
大浦 聖司	株式会社サンビジネス 研究員 弁理士
吉岡 泰佑	株式会社サンビジネス 研究員
青木 のぞみ	株式会社サンビジネス 研究員

目　次

要約
はじめに
委員名簿

【本編】
Ⅰ．　序論 1
　１．　本調査研究の背景・目的 1
　２．　本調査研究の実施内容 1
　（１）　公開情報調査 1
　（２）　国内質問票調査 1
　（３）　国内ヒアリング調査 2
　（４）　海外質問票調査 2
　（５）　委員会による検討 2
II．　「トレードドレス」に関する現状 4
　１．　「トレードドレス」に関するこれまでの検討経緯 4
　（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 4
　（２）　産業構造審議会知的財産分科会 4
　（３）　平成 28 年 7 月第 2 回商標制度小委員会 5
　２．　海外の調査対象国･地域における「トレードドレス」に関する制度・運用及び我が国の制度・運用との比較 6
　（１）　米国 6
　（２）　韓国 7
　（３）　メキシコ 7
　（４）　その他海外の調査対象国・地域 8
　（５）　日本 8
III．　我が国における店舗の外観・内装の保護の状況 9
　１．　商標制度の状況 9
　（１）　店舗の外観に関する規定 9
　（２）　店舗の内装に関する規定 10
　（３）　登録例 12
　２．　その他の制度の状況 15
　（１）　不正競争防止法 15
　（２）　意匠法 16
　（３）　著作権法 17
IV．　店舗の外観・内装の保護に関する海外調査 19
　１．　調査方法 19
　（１）　公開情報調査 19

（２）　海外質問票調査 19
２．海外の調査対象国・地域の制度詳細 20
（１）　米国 21
（２）　欧州 24
（３）　英国 27
（４）　ドイツ 29
（５）　フランス 31
（６）　オーストラリア 32
（７）　中国 34
（８）　韓国 36
（９）　台湾 38
（１０）　シンガポール 40
（１１）　ロシア 42
（１２）　スウェーデン 43
（１３）　スペイン 44
（１４）　フィリピン 46
（１５）　メキシコ 47
３．海外の調査対象国・地域における制度・運用一覧表 50
４．海外の調査対象国・地域における事例の概観 52
５．海外の調査対象国・地域における商標登録事例 52
（１）　米国 53
（２）　欧州 85
（３）　英国 89
（４）　ドイツ 91
（５）　フランス 93
（６）　オーストラリア 95
（７）　中国 97
（８）　韓国 98
（９）　台湾 99
（１０）　シンガポール 102
（１１）　ロシア 104
（１２）　スウェーデン 106
（１３）　スペイン 107
（１４）　フィリピン 109
（１５）　メキシコ 110
６．海外の調査対象国・地域における拒絶事例 112
（１）　米国 112
（２）　欧州 114
（３）　ドイツ 115

（４）　オーストラリア 116
（５）　中国 117
（６）　台湾 118
（７）　シンガポール 124
（８）　ロシア 125
（９）　スウェーデン 126
（１０）　フィリピン 127
７．海外の調査対象国・地域において審判・裁判により登録の可否が争われた事例 129
（１）　欧州 130
（２）　ドイツ 132
（３）　オーストラリア 135
（４）　中国 137
（５）　台湾 138
（６）　フィリピン 140
８．海外の調査対象国・地域における係争事例 141
（１）　米国 142
（２）　ドイツ 148
（３）　オーストラリア 149
（４）　中国 151
（５）　韓国 152
（６）　台湾 155
（７）　シンガポール 161
（８）　ロシア 162
９．海外の調査対象国・地域における訴訟外での解決事例 163
（１）　スペイン 164
Ⅴ．店舗の外観・内装の保護に関する国内ニーズ調査 165
１．国内質問票調査 165
（１）　国内質問票調査の目的 165
（２）　国内質問票調査の実施要領 165
（３）　国内質問票調査の結果 166
２．国内ヒアリング調査 186
（１）　ヒアリング調査の目的 186
（２）　ヒアリング調査の手法 186
（３）　ヒアリング結果の概要と考察 188
（４）　ヒアリング結果詳細 190
Ⅵ．調査研究委員会による総合分析 205
１．「店舗の外観・内装」の保護に関する現状分析 205
（１）　国内企業・各団体からの「店舗の外観・内装」の保護に対するニーズ 205
（２）　海外の調査対象国・地域における「店舗の外観・内装」に関する保護の現状 205

（３）　我が国における「店舗の外観・内装」に関する保護の現状を踏まえた課題 206
（４）　商標制度・審査運用の見直しについての考え方 208
２．商標制度を見直す場合の論点 210
（１）（Ａ）案についての検討 210
（２）（Ｂ）案についての検討 218
３．審査運用を見直す場合の論点 228
（１）　立体商標の審査運用の見直し 228
（２）　位置商標の審査運用の見直し 229
（３）　色彩のみからなる商標の審査運用の見直し 229
Ⅶ．まとめ 230

【資料編】

資料Ⅰ　国内質問票調査 調査票
資料Ⅱ　海外質問票調査 調査票
資料Ⅲ　海外質問票調査 回答

Ⅰ．序論

１．本調査研究の背景・目的

近時、我が国においては不正競争防止法における事例のように、店舗の外装、店内構造及び内装等に関する保護を認める例がでてきている。また、業界団体等への聞き取り調査によれば、店舗の外観・内装に対する保護のニーズは高まりつつある。

海外では、店舗の外観・内装は、立体商標で保護されているほか、米国では「トレードドレス」として保護されている例があるが、トレードドレスについては、国際的にその定義が確立していないのが実態であり、保護される対象も一義的に定まっていない。

ただ、米国の例を見ると、トレードドレスには、商品の立体形状、商品の包装容器の形状等が含まれ、また、建築物の形状（店舗の外観・内装）や建築物の特定の位置に付される色彩等が含まれ得ると考えられる。

この点、我が国においては、商品の形状、商品の包装容器の形状は既に立体商標として保護の対象となっており、商標制度においても、店舗の外観の形状は立体商標として、店舗の特定の位置に付する商標は位置商標として、店舗に用いられる色彩は色彩のみからなる商標として保護の対象となり得る。

しかしながら、我が国の現行の商標制度では、店舗の外観・内装について商標権に基づく十分な保護が受けられないケースがあるとの指摘がある。

そこで、本調査研究では、店舗の外観・内装の保護に関して、トレードドレスを含め、各国の保護規定や保護対象及び国内ニーズを調査するとともに、我が国商標制度における課題を整理する。これにより、店舗の外観・内装の今後の保護の在り方を検討する場合の基礎資料を作成することを目的とする。

２．本調査研究の実施内容

（１）　公開情報調査

国内及び海外の制度、運用及び事例、並びにその他の有用な情報（国内質問票調査、海外質問票調査及び国内ヒアリング調査において考慮すべき情報等）をそれぞれ調査するため、公開情報調査を行った。海外の調査対象国・地域は、米国、欧州、英国、ドイツ、フランス、オーストラリア、中国、韓国、台湾、シンガポール、ロシア、スウェーデン、スペイン、フィリピン、メキシコの 15 の国・地域とした。

（２）　国内質問票調査

店舗の外観・内装の保護に関する国内ユーザーの要望及び問題意識を把握し、事例を収集するため、国内企業 506 者に対し質問票を送付した。質問票の送付は 2018 年 7 月 10 日、

回答の締切りは 2018 年 9 月 25 日に設定した。調査項目は以下のとおりである。なお、質問票については、「資料Ⅰ」に掲載する。

・企業の基本情報について
・国内における、現状での店舗の外観・内装の保護について
・海外における、現状での店舗の外観・内装の保護について
・国内や海外において、店舗の外観・内装の類似により問題が生じた経験について
・店舗の外観・内装に関する登録制度の見直しについて
・店舗の外観・内装の保護の在り方についてのご意見

（3） 国内ヒアリング調査

公開情報調査及び国内質問票調査の結果を踏まえ、より詳細に企業のニーズや問題意識等を調査するために、国内質問票調査の対象者から抽出した企業 10 者と、関係団体 3 者を対象として、ヒアリング調査を行った。

（4） 海外質問票調査

公開情報調査の調査対象となった米国、欧州、英国、ドイツ、フランス、オーストラリア、中国、韓国、台湾、シンガポール、ロシア、スウェーデン、スペイン、フィリピン、メキシコの知財庁及び法律事務所に対し質問票を送付し、各国・地域における店舗の外観・内装の保護に関する法制度及び運用等の把握を行った。なお、質問票については、「資料Ⅱ」に掲載する。

（5） 委員会による検討

本調査研究の課題について専門的な視点からの検討、分析、助言を得るため、学識経験者 2 名、実務家 2 名（弁護士 1 名、弁理士 1 名）、企業関係者 2 名（弁護士 1 名、弁理士 1 名）で構成される調査研究委員会を設置した。調査研究委員会は、全 4 回実施した。各回の主な議題は次のとおりである。

第 1 回
・事業概要説明
・公開情報調査結果の中間報告
・国内質問票調査について 調査票の検討
・海外質問票調査について 調査票の検討
・国内ヒアリング調査について

第 2 回
・国内質問票調査の結果について
・海外質問票調査の実施状況について
・国内ヒアリング調査の実施状況について
・店舗の外観・内装に関する論点についての検討

第 3 回
・海外質問票調査 報告
・国内ヒアリング調査 報告
・店舗の外観・内装に関する論点についての検討

第 4 回
・報告書（案）の提示及び検討

II．「トレードドレス」に関する現状

トレードドレスは、米国においては、「商品のパッケージ」のほか、「ビジネスの全体的なイメージ」[1]、「商品自体のデザイン」[2]を含むものと考えられ、審査基準（TMEP§1202.02）においては、製品の「全体イメージや全体的外観」又は要素の全体として定義され「大きさ、形状、色又は色彩の組み合わせ、構造、グラフィックスなどの特徴を含む」とされている。一方で、国際的には、トレードドレスの定義は確立されておらず、保護対象も一義的に定まっていない状態である。

このようなトレードドレスについて、これまでの我が国での検討の経緯を説明する。

１．「トレードドレス」に関する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

平成 20 年 7 月 28 日から平成 21 年 1 月 9 日に行われた産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会 新しいタイプの商標に関する検討ワーキンググループにおいて、新しいタイプの商標の制度整備について検討が行われた。

平成 21 年 10 月に公表された同ワーキンググループの報告書の中では、新しいタイプの商標としてどのような商標を保護対象に追加するかが検討されており、この時点では、以下のとおり、トレードドレスは、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とされた[3]。

> タイプ毎の商標の権利範囲の特定の可能性や、SCT[4]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）　産業構造審議会知的財産分科会

平成 20 年 6 月 10 日から平成 25 年 2 月 8 日に行われた産業構造審議会知的財産政策部会

---

[1] Two Pesos, Inc. v. Taco Cabana, Inc. (505 U.S.763) (1992)

[2] Wal － Mart Stores, Inc. v. Samara Brothers, Inc. (529 U.S. 205) (2000)

[3] 産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会 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 12 頁（産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会）
https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/newtypeshohyo-wg/document/index/wg_houkoku.pdf［最終アクセス日：2019 年 3 月 7 日］

[4] Standing Committee on the Law of Trademarks,Industrial Designs and Geographical Indications（商標法、意匠法及び地理的表示に関する常設委員会）

商標制度小委員会、平成 20 年 7 月 28 日から平成 21 年 1 月 9 日に行われた同商標制度小委員会新しいタイプの商標に関する検討ワーキンググループ及び平成 24 年 5 月 25 日から平成 24 年 9 月 27 日に行われた同商標制度小委員会商標審査基準ワーキンググループでの検討を取りまとめた平成 25 年 9 月産業構造審議会知的財産分科会報告書「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」の中では、「『トレードドレス』は、国際的にその定義が確立していないのが実態であり、保護される対象も一義的に定まっているとはいい難い。海外主要国において『トレードドレス』として登録されている例をみると、(a)商品の立体形状、(b)商品の包装容器、(c)建築物の形状（店舗の外観（内装））、(d)建築物の特定の位置に付される色彩等が含まれているが、これらは立体商標等によって保護され得るとも考えられる。」との説明がある。そして、報告書の結論として、以下のとおり、においやトレードドレス等の「その他の非伝統的商標」についても、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、商標制度小委員会においてあわせて検討を進めていくことが適当であるとされた[5]。

また、非伝統的商標のうち、上記の類型[6]以外の「におい」等（以下、「その他の非伝統的商標」という。）については、諸外国において保護されている実例も一定程度あり、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 月第 2 回商標制度小委員会の資料 3「商標制度に係る検討事項」の中では、以下のとおり、トレードドレスについては、未だ保護のニーズが顕在化しているとまではいえないとされている。そして、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、今後も引き続き検討を進めることとされた[7]。

「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）等を踏まえ、諸外国において保護を受け得る商標のうち、平成２６年法改正により商標の保護対象に追加されなかった「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ない。

[5] 「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」4 頁-5 頁（産業構造審議会知的財産分科会、平成 25 年 9 月）
https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/shohyo_shoi/document/h25houkokusho/houkoku.pdf［最終アクセス日：2019 年 3 月 7 日］

[6] 「動き」、「ホログラム」、「輪郭のない色彩」、「位置」、「音」を指す。

[7] 第 2 回 産業構造審議会 知的財産分科会商標制度小委員会 配布資料 資料 3「商標制度に係る検討事項」 7 頁（産業構造審議会知的財産分科会商標制度小委員会）
https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/shohyo_shoi/document/02-shiryou/shiryou3.pdf［最終アクセス日：2019 年 3 月 7 日］

「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、今後も引き続き検討を進めてはどうか。

２．海外の調査対象国･地域における「トレードドレス」に関する制度・運用及び我が国の制度・運用との比較

（１）　米国

米国商標法第 45 条には、商標の定義として「記号」･「図形」との語があるが[8]、それらにトレードドレスが含まれると解釈されている。

米国商標法第 45 条(15 U.S.C. §1127)[9]

第 45 条(15 U.S.C. §1127)
この章の解釈においては、文脈上別段の趣旨が明らかである場合を除き、用語の意味は次のとおりとする。
（略）
商標。「商標」という用語は、語、名称、記号若しくは図形又はその結合を含み、次の条件に該当するものである。
(1) ある者によって使用されているか、又は
(2) それを、ある者が取引において使用する誠実な意図を有しており、かつ、この章によって制定された主登録簿への登録を出願するものであって、その目的が独自の製品を含む、その者の商品を特定し、それを他人が製造又は販売するものから識別し、また、その商品の出所を、それが知られていない場合でも、表示することにあるもの
（略）

また、商標審査便覧（TMEP §1202.02）において、トレードドレスは、下記のように定義されている。

TMEP §1202.02　　トレードドレスの登録

（略）
トレードドレスは、通常、製品の「全体イメージや全体的外観」又は要素の全体として定義され「大きさ、形状、色又は色彩の組み合わせ、構造、グラフィックスなどの特徴を含む」。
（略）

[8] 原文の「symbol」を「記号」、「device」を「図形」と翻訳している。
[9] 下記のウェブサイトに記載の条文を編集して掲載している。
「アメリカ合衆国 商標法 合衆国法典第 15 巻(15 U.S.C.)第 22 章 商標 2013 年 11 月 25 日改正」特許庁ウェブサイト https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/usa-shouhyou.pdf［最終アクセス日 2019 年 3 月 7 日］

トレードドレスには、具体的には、商品の立体形状や包装容器、店舗の外観・内装が含まれると考えられる。

（2） 韓国

韓国商標法には、店舗の外観などに関する商標登録出願について言及された規定はない。一方、「商標審査基準 第8部 非典型商標に対する審査 第1章 立体商標 1. 立体商標の概念 1.2」に、「立体商標は、商品の総体的外観を意味するトレードドレスに対応する概念である。トレードドレスは、全体的なイメージを意味するので、商品自体の形状、サービス提供場所の外観・内装、サービス提供者のユニフォーム等の形状、色彩等がすべて含まれると見ることができる。」との記載がある。このように、韓国では、立体商標をトレードドレスに対応する概念と捉えている。

商標審査基準上で言及されるトレードドレスとしては、商品の立体形状、店舗の外観・内装が挙げられている。商品の包装容器についても、「商品」に含まれるものであるから[10]、トレードドレスに含まれるものと思われる。

（3） メキシコ

メキシコでは、2018年5月に産業財産権法が改正され、商標の定義が「商標は、感覚によって知覚され、市場における同種又は同範疇の他の商品若しくはサービスと区別する確実で正確な保護目的を明確にする方法で表現できる標識を言う」（産業財産権法第88条）となった。また、商標として認められる標識として、「効力のある（operative）複数の要素で、イメージ画像を含み、大きさ、デザイン、色彩、形態のレイアウト、ラベル、包装、装飾又はこれらの結合を含む、市場において商品・役務を区別できるもの」（産業財産権法第89条VII）が追加された。この標識はトレードドレスの概念と対応している。

トレードドレスの概念と対応する第89条VIIの標識の定義では、商品の包装容器、店舗の内装が挙げられる一方で、商品の立体的形状や店舗の外観は挙げられていない。しかし、第89条Ⅱにおいては「立体の形状」が標識として掲げられており、商品の立体的形状はこれに含まれるものと考えられる。また、第89条VIIに「を含む、市場において商品・役務を区別できるもの」との文言があることからすると、店舗の外観もここに含まれるものと考えられる。

[10] 商標審査基準（韓国） 第8部 非典型商標に対する審査 第1章 立体商標 3. 識別力有無についての審査 3.1
（仮訳）日本貿易振興機構（ジェトロ）ソウル事務所「商標審査基準 2018.1.1. 基準」独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）ウェブサイト
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/kr/ip/law/trademark2018.pdf［最終アクセス日 2019年3月6日］

（４）　その他海外の調査対象国・地域

その他の調査対象国や地域においては、商標法上又は商標審査基準上にトレードドレスの概念に関する記載が無かった。

（５）　日本

我が国においては、米国のようなトレードドレスとしての保護の制度はないが、商品の形状、商品等の包装容器の形状については、立体商標として保護の対象となっている。また、店舗の外観・内装の形状についても、その立体的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、立体商標として保護の対象となり得る。加えて、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。

III．我が国における店舗の外観・内装の保護の状況

１．商標制度の状況

（１）　店舗の外観に関する規定

店舗の外観の立体的形状については、商標審査基準［改訂第 14 版］に下記のとおり関連する規定がある。

商標審査基準　第１　五、第 3 条第 1 項第 3 号

４．商品の「形状」、役務の「提供の用に供する物」について (2)建築、不動産業等の建築物を取り扱う役務を指定役務とする場合に、商標が立体商標であり、その形状が建築物の形状そのものの範囲を出ないと認識されるにすぎないときは、その役務の「提供の用に供する物」を表示するものと判断する。

商標審査基準　第１　八、第 3 条第 1 項第 6 号

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。

現行の商標審査基準での取扱いからすると、店舗の外観の立体的形状からなる商標は、原則として商標法第 3 条第 1 項第 3 号又は同 6 号に該当すると判断され、識別力が認められないこととなる。

一方で、店舗の外観の立体的形状からなる商標で、第 3 条第 1 項第 3 号に該当する商標であったとしても、商標法第 3 条第 2 項により、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ものについては、識別力が認められる。また、商標が、商標法第 3 条第 1 項第 6 号に該当する場合についても、商標審査基準上、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旨規定されており[11]、このような場合には識別力が認められることとなる。

[11] 商標審査基準［改訂第 14 版］平成 31 年 1 月 30 日適用　第１　第 3 条第 1 項第 6 号　12.
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/kijun/document/index/10_3-1-6.pdf［最終アクセス日 2019 年 3 月 6 日］

（２）　店舗の内装に関する規定

店舗の内装の立体的形状に関しては、商標審査便覧に下記の関連する規定がある。

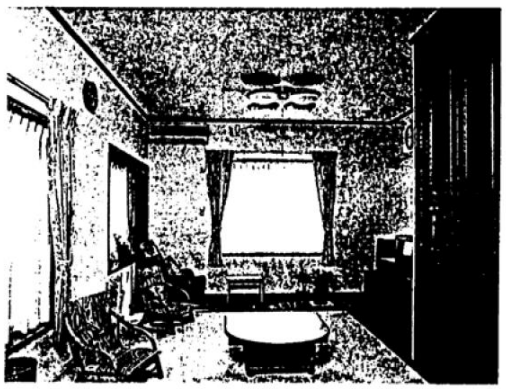
商標審査便覧 41.100.02　立体商標の第 3 条第 1 項柱書に関する審査の運用について（平成 28.4 改訂）

６．立体商標の形状を示す写真の端が切れていることから、その全体の輪郭が明確に表示されておらず、その立体的形状の全体が特定し得ない場合の取扱いについて。

（略）

例えば、その立体商標が部屋の内部を表示した場合のように、その立体的形状の内側を一方向から描いた構成からなるときは、その立体的形状の輪郭が明確に示されないことから、立体商標としての構成、態様を具体的に特定し得ないものであり、またそのような構成からなる立体商標が、商品又は役務の出所を表示する識別標識としての使用態様で用いられるものとは認められないことから、商標法第３条第１項柱書の要件を満たさないものとする。

〔具体例〕（商標法第３条第１項柱書の要件を満たさないものとする例）



店舗の内装を立体商標として出願しようとする場合、店舗の内側の一部を一方向から描くような形となることがあり、このような商標の出願では立体的形状の輪郭が明確に示されない状態となる。それゆえ、立体商標としての構成、態様が具体的に特定し得ないものであり、またそのような構成からなる立体商標が、商品又は役務の出所を表示する識別標識としての使用態様で用いられるものとは認められないため、商標法第 3 条第 1 項柱書の要件を満たさないものとされる。

また、店舗の内装について位置商標を出願する場合に関しては、商標審査便覧に下記の関連する規定がある。

商標審査便覧 56.01　位置商標の願書への記載について（平成 30.4 改訂）

１．商標の記載について

（１）…（略）…また、位置商標は、商標に係る標章が「文字、図形、記号若しくは立体的形状若しくはこれらの結合又はこれらと色彩との結合」に限られていることから、その標章が位置商標を構成するものと認められない場合も商第３条第１項柱書の要件を満たさない。

具体的には、願書に記載した商標から、商標を構成する標章そのものが特定できない場合（例２－１、例２－２）や標章を付する位置を特定できない場合（例２－１ないし例２－５）、願書に記載した商標及び商標の詳細な説明の内容から、色彩のみからなる商標と認識し得る場合（例２－６）等が該当する。

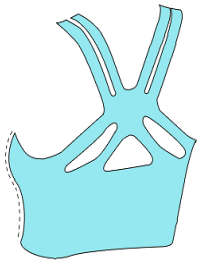
（略）

（例２）位置商標として認められない例

（略）

（例２－５）商品等の形状の一部しか表されていないため、商品等全体における標章を付する位置を特定することができない記載例

【商標登録を受けようとする商標】



【位置商標】

【商標の詳細な説明】

商標登録を受けようとする商標（以下「商標」という。）は、標章を付する位置が特定された位置商標であり、ノンワイヤー型ブラジャーを背面から見た際のタスキ状のストラップおよび背中上部を覆う部分の図形からなる。なお、破線は、商品の形状の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではない。

【指定商品】

ブラジャー，下着，キャミソール，被服

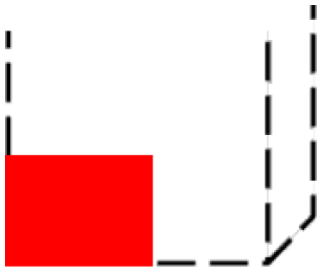
店舗の内装を位置商標として出願する場合、店舗の内側を一方向から描くような形になるため、商標記載欄において店舗の内装の形状の一部しか表されていない状態となる。それゆえ、店舗の内装全体における標章を付する位置を特定することができないものとして、第 3 条第 1 項柱書の要件を満たさないものとされる。

また、店舗の内装について、色彩を付する位置を特定した色彩のみからなる商標を出願

する場合に関しては、商標審査便覧に下記の関連する規定がある。

商標審査便覧54.01　色彩のみからなる商標の願書への記載（商標の記載）について
（平成 30.4 改訂）

３．位置を特定した色彩のみからなる商標
（１）商標見本の形状（商品等の全体形状の表し方）
（略）
全体形状が不明確であること等により、色彩が付される位置が特定されるように表示されているとは認められない場合は、商第３条第１項柱書により登録を受けることができる商標に該当しないものとする。
（略）
（例６）位置を特定した色彩のみからなる商標の商標見本として認められないもの
（例６－１）
商品等の位置を特定した色彩のみからなる（商品の包装容器の正面左下部を赤色とする）商標の商標見本として認められないもの（全体形状が不明確であることから、位置が不明確）



店舗の内装について、色彩を付する位置を特定した色彩のみからなる商標を出願した場合、店舗の内側を一方向から描くような形になるため、商標記載欄において店舗の内装の形状の一部しか表されていない状態となる。それゆえ、全体形状が不明確であること等により、色彩が付される位置が特定されるように表示されているとは認められないものとして、商標法第 3 条第 1 項柱書の要件を満たさないものとされる。

このように、店舗の内装について、立体商標、位置商標、色彩のみからなる商標で保護を図ろうとしても、商標審査便覧上、商標法第 3 条 1 項柱書に該当すると判断されてしまうため、登録を受けることができないのが現状である。

（３）　登録例

店舗の外観は、現行の立体商標、位置商標、色彩のみからなる商標、により、一定の保護を図ることが可能である。

店舗の外観の立体的形状からなる商標については、店舗の外観の立体的形状に識別力のある文字や図形を付して出願をして、登録を受けている例がみられる。

立体商標での登録例

（店舗の外観の立体的形状に識別力のある文字や図形を付して登録を得ている例）

No.	商標	国際分類 （指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の詳細な説明	出願人	備考
1		43（飲食物の提供）	5851632 2016/5/20	—	株式会社コメダ	
2		43（飲食物の提供）	6021151 2018/2/23	—	SFP ホールディングス株式会社	

また、店舗の外観に用いられている色彩を保護する場合には、色彩のみからなる商標の出願を行うことにより、登録を受けることができる。現状では、店舗の外観に用いられている色彩に関して、色彩のみからなる商標での登録例がみられる。

色彩のみからなる商標での登録例（※指定商品役務は一部のもののみを記載）

No.	商標	国際分類 （指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の詳細な説明	出願人	備考
1		35（身の回り品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供等）	5933289 2017/3/17	商標登録を受けようとする商標（以下「商標」という。）は、色彩の組合せのみからなるものである。色彩の組合せとしては、白色（プロセスカラーＣＭＹＫの組み合わせ：Ｃ0, M0, Ｙ0, Ｋ0）、オレンジ色（プロセスカラーＣＭＹＫの組み合わせ：Ｃ0, M60, Ｙ100, Ｋ0）、緑色（プロセスカラーＣＭＹＫの組み合わせ：Ｃ100, M0, Ｙ100, Ｋ0）、赤色（プロセスカラーＣＭＹＫの組み合わせ：Ｃ0, M100, Ｙ100, Ｋ0）であり、配色は、上から順に、白色が商標の 13.125 パーセント、同じくオレンジ色 12.5 パーセント、白色 13.125 パーセント、緑色 22.5 パーセント、白色 13.125 パーセント、赤色 12.5 パーセント、白色 13.125 パーセントとなっている。	株式会社セブン-イレブン・ジャパン	

No.	商標	国際分類 （指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の詳細な説明	出願人	備考
2		35（身の回り品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供等）, 36, 39, 43	6085064 2018/9/28	商標登録を受けようとする商標（以下「商標」という。）は、色彩の組合せのみからなるものである。色彩の組合せとしては、緑色（ＰＡＮＴＯＮＥ　361Ｃ）、白色（ＣＭＹＫ：Ｃ0, M0, Y0, K0）、青色（ＰＡＮＴＯＮＥ　Ｐｒｏｃｅｓｓ　Ｂｌｕｅ　Ｃ）であり、配色は、上から順に、緑色が商標の 33 パーセント、白色 58 パーセント、青色 9 パーセントとなっている。	株式会社ファミリーマート	

また、店舗の外観の特定の位置のデザインを保護する場合には、位置商標の出願を行うことにより、登録を受けることができる。現状では、店舗の看板のデザインに関して、位置商標での登録例がみられる。

位置商標での登録例（※指定商品役務は一部のもののみを記載）

No.	商標	国際分類 （指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の詳細な説明	出願人	備考
1	 	35（身の回り品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供等）	5805761 2015/11/13	商標登録を受けようとする商標（以下「商標」という。）は、標章を付する位置が特定された位置商標であり、広告物としての店舗におけるガラス窓や壁面の上部に付された図形からなる。商標は、上から順に白色、オレンジ色、白色の帯状の図形に複数の丸い図形を組み合わせたもの、及び、上から順に白色、赤色、白色の帯状の図形に複数の丸い図形を組み合わせたものからなる。図中の黒い破線で囲んだ場所は、位置商標の位置を示している。この破線で囲んだ場所以外は、店舗の形状等の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではない。店舗を斜め左側からみた場合は図１に示す通り、店舗を正面からみた場合は図２に示す通り、店舗を斜め右側からみた場合は図３に示す通りである。なお、図の右下隅に表示されている番号は、図の説明用に表したものであり、商標を構成する要素ではない。	株式会社セコマ	

No.	商標	国際分類 (指定商品役務)	登録番号 登録日	商標の詳細な説明	出願人	備考
2	 1 2 3	35(身の回り品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供等)	6034616 2018/4/13	商標登録を受けようとする商標（以下「商標」という。）は、標章を付する位置が特定された位置商標であり、広告物としての店舗におけるガラス窓や壁面の上部に付された図形からなる。図中の黒い破線で囲んだ箇所が位置商標の位置を示している。この破線で囲んだ箇所以外は、店舗の形状等の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではない。商標は、上から順に橙色、白色、赤色、白色、橙色の帯状の図形を組み合わせたものからなり、配色の割合は、上から順に橙色 36.8%、白色２.7%、赤色 41.3%、白色２.7%、橙色 16.5%となっている。店舗を斜め左側からみた場合は図１に示す通り、店舗を正面からみた場合は図２に示す通り、店舗を斜め右側からみた場合は図３に示す通りである。なお、図の右下隅に表示されている番号は、図の説明用に表したものであり、商標を構成する要素ではない。	山崎製パン株式会社	

２．その他の制度の状況

（１）　不正競争防止法

不正競争防止法では、人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するもの（以下、「商品等表示」という）で、同法第２条第１項第１号・第２号の要件を満たす行為を不正競争としている（同法第２条第１項柱書)。店舗の外観・内装は、この「商品等表示」に該当する可能性があり、他人の店舗の外観・内装を模倣する行為は、不正競争として差止請求（同法第３条第１項・第２項）や損害賠償請求（同法第４条）の対象となる可能性がある。

これまで、店舗の外観・内装の「商品等表示」該当性が争われた事案として代表的なものとしては、「めしや食堂事件」[12、13]や「西松屋事件」[14]がある。めしや食堂事件では、大阪地裁は「特徴的な店舗外観の長年にわたる使用等により、第二次的に店舗外観全体も特定の営業主体を識別する営業表示性を取得する場合もあり得ないではないとも解され、原告店舗外観全体もかかる営業表示性を取得し得る余地があること自体は否定することができない」として、店舗外観全体が営業表示に該当する可能性があることを示したが、原告

[12] 平成 18 年(ワ)第 10470 号 不正競争行為差止等請求事件
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/889/034889_hanrei.pdf［最終アクセス日：2018 年 12 月 3 日］
[13] 平成 19 年(ネ)第 2261 号不正競争行為差止等請求控訴事件
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/460/035460_hanrei.pdf［最終アクセス日：2018 年 12 月 3 日］
[14] 平成 21 年(ワ)第 6755 号 不正競争行為差止等請求事件
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/971/080971_hanrei.pdf［最終アクセス日：2018 年 12 月 4 日］

の店舗外観全体が営業表示に該当するか否かについては、判断しなかった。また、西松屋事件では、商品陳列デザインについて、「本来的な営業表示ではないとしても、顧客によって当該営業主体との関連性において認識記憶され、やがて営業主体を想起させるようになる可能性があることは一概に否定できないはずである。」として、営業表示に該当する可能性があることを示した。しかし、商品陳列デザインが営業表示と認められるには、商品陳列デザインが「それだけでも売場の他の視覚的要素から切り離されて認識記憶されるような極めて特徴的なものであることが少なくとも必要」であるとし、この要件を満たさない原告の商品陳列デザインの営業表示性を否定した。

このように、めしや食堂事件や西松屋事件では、店舗全体の外観や商品陳列デザインが「商品等表示」に該当する可能性があることが示されているが、実際にそれらが「商品等表示」に該当すると判断されることはなかった。しかし、近年では、店舗の外観・内装が「商品等表示」に該当すると判断した事例が出てきた。コメダ珈琲事件[15]では、店舗の外観・内装が「商品等表示」に該当すると要件として、「①店舗の外観（注：本事件では店舗の外装、店内構造及び内装をいう）が客観的に他の同種店舗の外観とは異なる顕著な特徴を有」すること、「②当該外観が特定の事業者（その包括承継人を含む。）によって継続的・独占的に使用された期間の長さや、当該外観を含む営業の態様等に関する宣伝の状況などに照らし、需要者において当該外観を有する店舗における営業が特定の事業者の出所を表示するものとして広く認識されるに至ったと認められる」ことが挙げられ、この要件を満たすとして、店舗の外装、店内構造及び内装が商品等表示に該当すると判断している。

（2） 意匠法

意匠法は、「工業上利用することができる意匠」（意匠法第 3 条 1 項柱書）を、保護対象としている。店舗などの不動産は、工業的技術を利用して同一物を反復して多量に生産し得るものでないため工業上の利用性がない[16]。加えて、不動産は動産ではないため、物品と認められず、意匠を構成するものではない[17]。そのため、店舗などの不動産は、「工業上利用することができる意匠」に該当せず、意匠登録を受けることができない。しかし、使用時には不動産となるものであっても、工業的に量産され、販売時に動産として取り扱われるものは、物品と認められている[18]。そのため、組立て式の店舗が意匠登録出願されて登録されており、これにより、店舗の外観・内装が保護されている実態がある。

---

[15] 平成 27 年(ヨ)第 22042 号 仮処分命令申立事件
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/545/086545_hanrei.pdf ［最終アクセス日：2018 年 11 月 28 日］
[16] 意匠審査基準 21.1.3 (2) ②
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/design/shinsa_kijun/document/index/5.pdf［最終アクセス日：2019 年 3 月 7 日］
[17] 意匠審査基準 21.1.1.1 (2) ①
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/design/shinsa_kijun/document/index/5.pdf［最終アクセス日：2019 年 3 月 7 日］
[18] 意匠審査基準 21.1.1.1 (2) ①
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/design/shinsa_kijun/document/index/5.pdf［最終アクセス日：2019 年 3 月 7 日］

一方、商品を陳列するための什器については、通常、動産であり、且つ同一物を反復して多量に生産できるものであるから、「工業上利用することができる意匠」に該当し、他の登録要件を満たせば登録を受けることができる。実際、什器について登録を受けている例もみられる。

（3） 著作権法

著作権法は、「思想又は感情を創作的に表現したものであつて、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの」を著作物とし（著作権法第2条第1項第1号)、保護の対象としている。そして、同法第10条第1項第5号には、著作物として「建築の著作物」が例示されている。店舗の外観・内装も建築物の一種として、この「建築の著作物」として保護を受ける可能性がある。

ただ、建築物であれば、常に「建築の著作物」として保護が認められるわけではなく、裁判例では、保護を認めるための要件として、美術性や美的鑑賞性が要求されている[19、20]。例えば、「グルニエ・ダイン事件」[21]では、「一般住宅が同法10条1項5号の『建築の著作物』であるということができるのは、客観的、外形的に見て、それが一般住宅の建築において通常加味される程度の美的創作性を上回り、居住用建物としての実用性や機能性とは別に、独立して美的鑑賞の対象となり、建築家・設計者の思想又は感情といった文化的精神性を感得せしめるような造形芸術としての美術性を備えた場合と解するのが相当」とされ、また、「ログハウス調木造住宅事件」[22]では、「一般住宅が「建築の著作物」に当たるということができるのは、客観的、外形的に見て、それが一般住宅の建築において通常加味される程度の美的創作性を上回り、居住用建物としての実用性や機能性とは別に、独立して美的鑑賞の対象となり、建築家・設計者の思想又は感情といった文化的精神性を感得せしめるような造形美術としての美術性を備えた場合と解することが相当」としている（なお、いずれの事件においても原告の建物の「建築の著作物」性は否定されている)。そのため、店舗の外観・内装についても、デザインがよほど奇抜なものであるなど、それに美術性や美的鑑賞性がある場合でなければ、建築の著作物として保護の対象にはならないと考えられる。

店舗の外観デザインに関しては、原告が、自身が建物の共同著作者であることを争った「ステラ・マッカートニー事件」[23、24]があるが、この事件では、原告が建物の共同著作者

---

[19] 平成2年(ヨ)第105号 著作権 民事仮処分
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/779/014779_hanrei.pdf［最終アクセス日：2018年12月4日］
[20] 平成15年(ネ)第3575号 著作権侵害差止等請求控訴事件
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/051/010051_hanrei.pdf［最終アクセス日：2018年12月4日］
[21] 平成15年(ネ)第3575号 著作権侵害差止等請求控訴事件
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/051/010051_hanrei.pdf［最終アクセス日：2018年2月19日］
[22] 平成25年(ワ)第22468号 不正競争行為差止等請求事件
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/861/084861_hanrei.pdf［最終アクセス日：2018年2月20日］
[23] 平成27年(ワ)第23694号 著作者人格権侵害差止等請求事件
http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/746/086746_hanrei.pdf［最終アクセス日：2018年2月19日］
[24] 平成29年(ネ)第10061号 著作者人格権侵害差止等請求控訴事件

であることが認められず、原告の請求は棄却されている。

---

http://www.courts.go.jp/app/files/hanrei_jp/155/087155_hanrei.pdf［最終アクセス日：2018年2月19日］

IV．店舗の外観・内装の保護に関する海外調査

１．調査方法

店舗の外観・内装の保護に関する海外の状況について調査するため、登録事例の数や店舗の外観・内装に関する制度の有無などから海外の調査対象国の絞り込みを行い、米国、欧州、英国、ドイツ、フランス、オーストラリア、中国、韓国、台湾、シンガポール、ロシア、スウェーデン、スペイン、フィリピン、メキシコの 15 の国・地域について調査を行うこととした。

調査対象国の店舗の外観・内装の保護に関する制度及び事例については、以下の二つの方法で情報を収集した。

（１）　公開情報調査

調査対象国・地域の制度、運用及び事例、並びにその他の有用な情報（国内質問票調査、海外質問票調査及び国内ヒアリング調査において考慮すべき情報等）をそれぞれ調査するため、公開情報調査を行った。

海外の調査対象国・地域の制度を調査するにあたっては、特許庁ウェブサイトの「諸外国の法令･条約等」[25]を参照した。他に参考にした文献やウェブサイトがある国については、それぞれの国・地域の制度を説明する部分の注釈に、文献名等を記載した。

また、事例収集には、下記のデータベースを用いた。

- WIPO Global Brand Database
- WIPO Madrid Monitor
- TMview
- USPTO の TESS、TSDR
- その他、各国知財庁が提供する商標データベース等

（２）　海外質問票調査

海外の調査対象国・地域の知財庁及び法律事務所に対して、質問票を送付し、情報を収集し、各国・地域の店舗の外観・内装の保護に関する法制度及び運用等の把握を行った。法律事務所については、すべての国・地域から、知財庁については、米国、英国、ドイツ、オーストラリア、台湾から回答が得られた。

協力をいただいた法律事務所は以下のとおりである。

[25] 「諸外国の法令・条約等」特許庁ウェブサイト
https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/mokuji.html［最終アクセス日 2019 年 3 月 6 日］

国名・地域名	法律事務所
米国	Westerman, Hattori, Daniels & Adrian, LLP
欧州	Novagraaf
英国	Marks & Clerk
ドイツ	TBK
フランス	Marks & Clerk
オーストラリア	Griffith Hack
中国	CCPIT
韓国	Kim & Chang
台湾	TIPLO
シンガポール	RODYK IP
ロシア	Gorodissky & Partners
スウェーデン	Advokatfirman Vinge
スペイン	ISERN PATENTES Y MARCAS
フィリピン	HECHANOVA & CO. INC.
メキシコ	ISERN PATENTES Y MARCAS

法律事務所及び知財庁への調査項目は以下のとおりである。

- 店舗の外観・内装の保護に関する規定・ガイドラインについて
- 店舗の外観・内装に関する制度や運用の実態について
- 店舗の外観・内装に関する出願の実態について
- 店舗の外観・内装の保護に関する係争事例について
- 店舗の外観・内装の保護に関する制度改正・見直しの状況
- その他

２．海外の調査対象国・地域の制度詳細

公開情報調査及び海外質問票調査により把握した、調査対象国・地域の制度について、以下に掲載する。このうち、海外質問票調査において、知財庁と法律事務所で見解が異なる場合については、双方の見解を記載した。

（１）　米国[26]

（ｉ）制度の特徴

米国商標法第 45 条には「記号」・「図形」との語があるが、この中にトレードドレスが含まれると解釈されている。そのため、トレードドレスは、商標として、登録による保護を受けられる。

米国商標法第 45 条(15 U.S.C. §1127) [27]

第 45 条(15 U.S.C. §1127) この章の解釈においては、文脈上別段の趣旨が明らかである場合を除き、用語の意味は次のとおりとする。 （略） 商標。「商標」という用語は、語、名称、記号若しくは図形又はその結合を含み、次の条件に該当するものである。 (1) ある者によって使用されているか、又は (2) それを、ある者が取引において使用する誠実な意図を有しており、かつ、この章によって制定された主登録簿への登録を出願するものであって、その目的が独自の製品を含む、その者の商品を特定し、それを他人が製造又は販売するものから識別し、また、その商品の出所を、それが知られていない場合でも、表示することにあるもの （略）

また、未登録のトレードドレスについても、第 43 条(a)に基づいて保護が受けられる。

[26] ＜参考文献＞
・「アメリカ合衆国 商標法 合衆国法典第 15 巻(15U.S.C.)第 22 章 商標 2013 年 11 月 25 日改正」特許庁ウェブサイト https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/usa-shouhyou.pdf［最終アクセス日 2019 年 3 月 6 日］
・「アメリカ合衆国特許商標庁 商標審査便覧(TMEP)第 800 章 出願要件」特許庁ウェブサイト https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/usa-shouhyou_binran800.pdf［最終アクセス日 2019 年 3 月 6 日］
・板垣忠文「米国における「Trade Dress」の保護について」パテント 2007 Vol.60 No.4
・大向尚子「トレードドレスの保護 －欧米と日本における保護の概観－」知財管理 Vol.64 No.10 2014
・中山健一「米国におけるトレードドレス法序説」パテント 2001 Vol.54 No.6
・横山久芳「建築の著作物、店舗デザインの保護」パテント 2014 Vol.67 No.4
・青木博通「立体商標制度の基本構造とその解釈－日米欧の比較法的考察－」知的財産法政策学研究 Vol.26(2010) https://lex.juris.hokudai.ac.jp/gcoe/journal/IP_vol26/26_1.pdf[最終アクセス日 2018 年 12 月 11 日］

[27] 下記のウェブサイトに記載の条文を編集して掲載している。
「アメリカ合衆国 商標法 合衆国法典第 15 巻(15 U.S.C.)第 22 章 商標 2013 年 11 月 25 日改正」特許庁ウェブサイト https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/usa-shouhyou.pdf［最終アクセス日 2019 年 3 月 6 日］

米国商標法第 43 条(15 U.S.C. §1125)[28]

第 43 条(15 U.S.C. §1125) 虚偽の原産地呼称、虚偽の記述及び表示 (a)(1) 何人も、取引において商品若しくはサービス又は商品の容器に付して若しくはそれに関連して語、用語、名称、記号、図形若しくはそれらの結合、又は虚偽の原産地呼称、事実についての虚偽の若しくは誤認を生じさせる記述、又は事実についての虚偽の若しくは誤認を生じさせる表示を使用し、それが、 (A) 当該人と他人との関連、関係若しくは連合について、又は当該人の商品、サービス若しくは商業活動に関する出所、若しくは他人による後援若しくは承認について、混同を生じさせ、又は誤認を生じさせ、又は欺瞞する虞があるとき、又は (B) 商業広告若しくは販売促進において、当該人若しくは他人の商品、サービス又は商業活動の性質、特徴、品質又は原産地を不実表示しているときは、当該人は、当該行為によって被害を受けており又は受ける虞があると考える者による民事訴訟において責めを負うものとする。 (略)

また、米国商標審査便覧（TMEP）には、下記のようにトレードドレスに関する定義が存在する。

TMEP§1202.02　　トレードドレスの登録

(略) トレードドレスは、通常、製品の「全体イメージや全体的外観」又は要素の全体として定義され「大きさ、形状、色又は色彩の組み合わせ、構造、グラフィックスなどの特徴を含む」。 (略)

さらに、TMEP には、店舗の外観・内装に関する言及も存在する。TMEP§1202.02 では、「レストランの内装は製品パッケージと同種のものである」とされ、トレードドレスに含まれるものとされる。

TMEP§1202.02　　トレードドレスの登録

(略) したがって、トレードドレスには、製品デザイン（製品の形状又は構造)、製品が販売されるパッケージ（製品の「ドレス」)、販売される製品又はパッケージの色彩および製品の風味が含まれる。Wal-Mart、 529 U.S. at 205、 54 USPQ2d at 1065（子供服のデザインは製品

[28] 下記ウェブサイトより引用した。
「アメリカ合衆国 商標法 合衆国法典第 15 巻(15 U.S.C.)第 22 章 商標 2013 年 11 月 25 日改正」特許庁ウェブサイト https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/usa-shouhyou.pdf［最終アクセス日 2019 年 3 月 6 日］

デザインの性質を持つ）；Two Pesos、 505 U.S. at 763、 23 USPQ2d at 1081（レストランの内装は製品パッケージと同種のものである）；Qualitex Co. v. Jacobson Prods. Co.、 514 U.S. 159、 34 USPQ2d 1161 (1995)（色彩のみが保護対象になりえる）；In re N.V. Organon、79 USPQ2d 1639 (TTAB 2006) （風味は製品デザインに類似しており、機能的でなければ保護対象になりえる)。
（略）

また、TMEP§1202.02(c)(ii)では、役務のトレードドレスの例として、「レストランの内装、小売店の外観」への言及がある。

TMEP§1202.02(c)(ii)　　トレードドレス標章の説明に関する要件

（略）
トレードドレス商標の出願書類は商標の正確な説明を含まなければならない。37 C.F.R.§2.37 参照。商標を説明していて認められる主張が記録にない場合は、審査官は出願人に対し、登録を希望するものを特定する説明を提出するよう求めることができる。説明は不要な事項は最小限に抑えられた上で商標を十分に説明するものでなければならない。また、その商標が「立体」であり、商品の「製品デザイン」若しくは「形状」を構成するもの、又は販売されている商品の製品「包装」若しくは「内容」であることを示し、又は役務のトレードドレス（例：レストランの内装、小売店の外観、又は役務に関して使用されるコスチュームのようなpoint-of-sale-display)であることを明確に示さなければならない。
（略）

（ⅱ） 制度や運用の実態

米国では、店舗の外観・内装に関して商品を指定して出願を行った場合、店舗の外観・内装と商品の標章とに十分な関連付けがあれば商標として保護される[29]。これは具体的事実に基づく標章と商品の特徴に依存する。役務を指定して出願を行った場合は、店舗の外観・内装を指定する役務に関連する役務商標として使用する必要がある。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合でも、登録は可能であり、その際、使用による識別力は必須ではない。本来的な識別力[30]がない場合は、標章の使用を示す証拠によって獲得した識別性を証明しなければならない（TMEP§1202.02(b)）。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、機能性を理由に登録が認められないことがある。TMEP§1202.02(a)は、一般的に、トレードドレスの特徴が、製品の使用や目的に不可欠である、又は製品のコストや品質に影響する場合には、トレー

[29] 店舗の外観・内装に関して商品を指定して出願を行った場合につき、海外質問票調査で法律事務所は、一般規定（TMEP§901：Use in Commerce及びCFR（連邦規則集）§2.34(a)(1)(i)）が適用されると回答している。
[30] 商標に本来備わっている自他商品又は役務の識別力のことを指す。

ドドレスは機能的であり、商標としての役割を果たさないとしている。
さらに、トレードドレスの出願では、商標の説明（ディスクリプション）の記載が求められる（TMEP§1202.02(c)(ii)）。マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されていない場合は、商標の説明を求める暫定的拒絶通報が発行される。
店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での知財庁の回答は、登録が認められる可能性が高いというものであった。一方、法律事務所の回答は、出願には標章全体を表示しなくてはならないというものであり、登録されない可能性を示唆している。
また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での知財庁の回答は、一つの商標として機能すれば登録可能とした。一方、法律事務所の回答は、外観と内装が別々であれば問題はないとした上で、外観と内装を組み合わせた場合も、単一の図面で表され、単一の標章として認識されれば登録の可能性があるというものであった。
さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査の回答では、知財庁も法律事務所も、登録可能な店舗の外観やイメージには、全体的なビジュアルイメージや店舗内の雰囲気や装飾、様々な要素の色彩などが含まれるとして、登録される可能性が高いとした。

（ⅲ）他法域での保護

特許法中の意匠の規定、著作権法のほか、パッシングオフ（詐称通用）[31]や不正競争法で保護される。

（ⅳ）その他

店舗の外観・内装の保護のための制度改正の予定はない。

（２）　欧州

（ｉ）制度の特徴

共同体商標に関する理事会規則（第４条）では、商標は「(略) 何らかの記号、特に、個人の名称を含む語又は意匠、文字、数字、色彩、商品若しくはその包装の形状又は音により構成」できる旨定義している。そして、欧州連合商標審査ガイドでは、「2.2.12　立体商

[31] 商標や商号により自分の商品や営業を他人のものとみせかけつかませる行為とされる。
出典：工藤莞司「不正競争防止法上の出所の混同 ＝わが国 Passing off 規定とその発展＝」TMfesta.com ウェブサイト http://tmfesta.com/2016/09/%E4%B8%8D%E6%AD%A3%E7%AB%B6%E4%BA%89%E9%98%B2%E6%AD%A2%E6%B3%95%E4%B8%8A%E3%81%AE%E5%87%BA%E6%89%80%E3%81%AE%E6%B7%B7%E5%90%8C-%EF%BC%9D%E3%82%8F%E3%81%8C%E5%9B%BDpassing-off%E8%A6%8F%E5%AE%9A/[最終アクセス日 2019 年 1 月 23 日]

標」の項目を設け、立体商標の登録を認めている。ただし、店舗の外観・内装に関する具体的な規定はない。

（ⅱ）制度や運用の実態

欧州では、店舗の外観・内装に関して商品を指定した出願の登録が認められるか又は役務を指定した出願の登録が認められるかについて、特別な規定はない。したがって、商標に関する欧州指令 2015/2436 第 3 条と第 4 条第 1 項の規定が適用される。

欧州指令 2015/2436 第 3 条[32]

第 3 条 商標を構成することができる標章 商標は、標章、特に個人名称を含む語句又は意匠、文字、数字、色彩、商品若しくは商品の包装の形状又は音声で構成することができる。ただし、当該標章が次のことができることを条件とする。 (a) ある事業体の商品又はサービスを他の事業体から識別すること、及び (b) 所有者に付与される保護の明瞭、かつ、正確な内容を管轄当局及び公衆が把握することを可能にする方法で登録簿に表示されること。

欧州指令 2015/2436 第 4 条第 1 項

第 4 条 拒絶又は無効の絶対的理由 (1) 次のものは、登録されず、又は登録された場合でも無効と宣言される。 (a) 商標を構成し得ない標章 (b) 商標であって、識別性を欠くもの (c) 商標であって、取引上、商品又はサービスの種類、品質、数量、用途、価格、原産地又は商品の生産時期若しくはサービスの提供時期又は商品又はサービスのその他の特徴を指定するために使用する標章又は表示のみで構成されるもの (d) 商標であって、現行言語において又は取引の公正で、かつ、確立した実務において慣用されている標章又は表示のみで構成されるもの (e) 専ら次のものから構成される標章 (i) 商品自体の性質から生じる形状又は他の特徴 (ii) 技術的成果を取得するために必要な商品の形状又は他の特徴 (iii) 商品に実質的な価値を与える形状又は他の特徴 (f) 商標であって、公の秩序又は容認された道徳の原則に反するもの (g) 商標であって、例えば、商品若しくはサービスの性質、品質又は原産地について公衆

[32] 欧州指令 2015/2436 第 3 条、第 4 条は、下記ウェブサイトより引用した。
「欧州連合 商標に関する加盟国の法律を近接させるための 2015 年 12 月 16 日付け欧州議会及び欧州理事会指令(EU)2015/2436 2016 年 1 月 13 日施行」特許庁ウェブサイト
https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/ec-harmo_shirei.pdf［最終アクセス日 2019 年 3 月 6 日］

を欺瞞するような性質のもの
(h) 商標であって、権限ある当局により認可されておらず、パリ条約第 6 条の 3 により拒絶され又は無効とされるべきもの
(i) 商標であって、原産地名称及び地理的表示の保護を規定する連合法制若しくは関係加盟国の国内法に従い、又は連合若しくは関係加盟国が加盟国である国際協定に従い、登録から排除されるもの
(j) 商標であって、ぶどう酒の伝統的用語を規定する連合法令又は連合が加盟国である国際協定に従い登録から排除されるもの
(k) 商標であって、伝統的特産品保証を規定する連合法令又は連合が加盟国である国際協定に従い登録から排除されるもの
(l) 商標であって、植物品種権保護を規定する連合法令若しくは関係加盟国の国内法に従い、又は連合若しくは関係加盟国が加盟国である国際協定に従い登録されている先の植物品種名称から構成される又はそれらの本質的要素において複製するものであって同一の又は密接に関連する種に関するもの

どのような行為が商標の使用に当たるかについては、海外質問票調査では明確な回答は得られなかった。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した商標の登録例がある。本来的な識別力があれば登録は十分可能で、使用による識別力は必須ではない。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、理論的には機能性を理由に出願が拒絶される場合もありうる(商標に関する欧州指令 2015/2436 第 4 条第 1 項)。ただし、役務商標については、機能性の判断が極めて難しいと考えられる。

商標の説明に関しては、登録によって付与される排他的権利を明確にするために妥当であれば、標章の表示を説明で補足することができ、その説明は標章の表示と合致しなければならないと欧州委員会実施規則 2018/626 (5)で規定している（海外質問票調査での法律事務所の回答は、商標の説明は任意だが保護範囲に影響するため記載を推奨するというものであった)。合致していない場合は、出願書面の修正や削除が求められる。マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されている場合も同様である。

店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、関連する規定はないものの登録例があり、登録が認められるものと考えるというものであった。

また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、関連する規定はないものの商標の登録例があり、登録が認められるものと考えるというものであった。

さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、前例がなく不明というものであった。

（iii）他法域での保護

意匠保護に関するEU指令98/71/EC第1条、第3条第2項及び第7条で、店舗の外観・内装が保護される可能性がある。

（iv）その他

現状では、店舗の外観・内装の保護のための、制度改正の予定に関する情報はない。

また、海外質問票調査では、米アップル社の小売店舗のレイアウト表示の立体商標に関する欧州司法裁判所（CJEU）の判断（C-421/13）に言及するものがいくつかあった。この事案は、2013年1月にドイツ特許商標庁に商標登録出願された米アップル社の小売店舗のレイアウト表示の立体商標に対して、ドイツ特許商標庁が「描写された小売店舗は、他の電子機器メーカーのものから見て十分に識別性のあるものではない」などと判断したため、アップル社がドイツ連邦特許裁判所に控訴したところ、同裁判所が明確化を求めて欧州司法裁判所（CJEU）に質問付託したというものである。CJEUの判断（C-421/13）では、「小売店舗のレイアウト表示が、サイズや規模等を示すことなく、デザイン単独で、それら商品に関連するが、それら商品の提供と不可分でないサービスについて、他人の事業と区別できれば、商標登録が可能である」としている。英国知財庁などは、店舗の外観・内装に関するこれからの審査はこの判決内容に沿って行われると説明している。

（３）　英国[33]

（ｉ）制度の特徴

英国商標法（第1条）では、商標を「視覚媒体により表現することができるすべての標識であって、ある事業の商品又はサービスを他の事業の商品又はサービスから識別することができるものをいう。特に、商標は、語（個人の名称を含む）、図案、文字、数字又は商品若しくはその包装の形状からなることができる。」と定義している。そして、商標マニュアルでは「2.4.4　立体商標」の項目を設けて、立体商標の登録を認めている。ただし、店舗の外観・内装に関する具体的な規定はない。

[33] ＜参考文献＞
・大山幸房、今村哲也訳「著作権データベース　外国著作権法　イギリス編」公益社団法人著作権情報センターウェブサイト
http://www.cric.or.jp/db/world/england.html[最終アクセス日2018年12月11日]
・UKIPO「Trade marks manual」GOV.UKウェブサイト
https://www.gov.uk/guidance/trade-marks-manual[最終アクセス日2018年12月11日]
・JETRO ﾃﾞｭｯｾﾙﾄﾞﾙﾌ事務所「欧州連合司法裁判所，「Apple」の旗艦店舗のもののような 小売店舗のレイアウト表示が商標登録の対象たり得る旨を判示」JETROウェブサイト
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/europe/ip/pdf/20140715.pdf[最終アクセス日2018年12月11日]

（ⅱ）制度や運用の実態

英国では、店舗の外観・内装に関して商品を指定した出願の登録が認められるか又は役務を指定した出願の登録が認められるかについては、店舗の外観・内装が出願された商品や役務に関して識別力があると考えられれば、商標登録を受けることが可能である。どのような行為が指定商品・役務における商標の真正な使用を構成するかに関しては、海外質問票調査では明確な回答は得られなかった。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合でも、原則として、店舗の外観に商標登録を受けるのに十分な識別力があれば、商標登録を受けることが可能である。登録を認めるために必要とされる識別力は使用による識別力に限られるかに関して、海外質問票調査での知財庁の回答は、必須ではないというものであった。一方、法律事務所の回答は、使用により標章が識別性を獲得したことを示す必要がある可能性が高いというものであった。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、十分な識別力がなければ店舗の外観・内装に関する商標は機能的表現であるとして拒絶される（商標法第 3 条第 2 項)。

商標の説明に関しては、記載は任意である。マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されている場合に関して、海外質問票調査における知財庁の回答は、商標の説明が明瞭でないものや不合理と考えられる場合は削除されるというものであった。

店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での知財庁の回答は、欧州連合司法裁判所の判決（C-421/13）を引用して、小売店舗のレイアウト表示がそのサイズや規模等を示していなくても商標として登録可能というものであった。

また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での知財庁の回答は、一つの商標として機能すれば登録は理論的に可能というものであり、一方、法律事務所の回答は、実務的には、外観と内装で 2 つの商標を出願する必要がある可能性が高いというものであった。

さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査における知財庁の回答は、色彩が描写や記載通りに店舗に使用され、店舗とキャラクターの位置関係に関して詳細な商標の説明が提出された場合、理論的には商標登録が認められるというものであり、法律事務所の回答も、潜在的に登録可能だが、第三者が複数の要素のうち一つだけを模倣するような場合には、商標権の権利行使が困難となる可能性があるというものであった。

（ⅲ）他法域での保護

パッシングオフ（詐称通用）や意匠法、著作権法などの法律の下で保護され得る。

（ⅳ）その他

店舗の外観・内装の保護に関する制度について改正の予定はないが、将来の出願には欧州司法裁判所の判断（C-421/13）が考慮される。

（４）　ドイツ[34]

（ⅰ）制度の特徴

ドイツ商標法（第3条）では、「如何なる記号も、特に個人名を含む語、図案、文字、数字、音響標章、商品若しくはその包装その他梱包の形状を含む立体形状、色彩及び色彩の組み合わせを含むものであって、ある事業に係る商品又はサービスを他の事業に係る商品又はサービスから識別することができるものは、商標として保護することができる。」と規定しており、立体形状についても商標として保護する対象になっている。ただし、店舗の外観・内装に関する具体的な規定はない。

（ⅱ）制度や運用の実態

ドイツでは、店舗の外観・内装に関して商品を指定した出願の登録が認められるか又は役務を指定した出願の登録が認められるかについては、商品を指定した場合も役務を指定した場合も登録は可能である。また、どのような行為が商標の使用に当たるかに関しては、海外質問票調査では、明確な回答は得られなかった。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合でも、商標に識別力があれば登録可能であり、使用による識別力は必須ではない。海外質問票調査では、知財庁、ドイツの法律事務所共に、識別力を認められるには、関連する経済分野の規範や習慣から大きく乖離している必要があると回答しており、特に知財庁は、店舗の外観に関する商標は識別力の認識がより難しくなる可能性があるとの認識を示した。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、商標法第3条第2項第2号と欧州司法裁判所判例（C-30/15）により商標登録できない。

---

[34] ＜参考文献＞
・本山雅弘訳「著作権データベース　外国著作権法　ドイツ編」公益社団法人著作権情報センターウェブサイト
http://www.cric.or.jp/db/world/germany.html[最終アクセス日2018年12月11日]
・中田邦博（龍谷大学法学部教授）「第4回 消費者法分野におけるルール形成の在り方等検討ワーキング・グループ「ドイツの消費者法における不正競争防止法（UWG）と消費者団体」」2018 年 6 月 25 日
https://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/torihiki_rule/doc/004_180625_shiryou3.pdf[最終アクセス日2018年12月11日]
・JETRO ﾃﾞｭｯｾﾙﾄﾞﾙﾌ事務所「欧州連合司法裁判所,　「Apple」の旗艦店舗のもののような 小売店舗のレイアウト表示が商標登録の対象たり得る旨を判示」JETRO ウェブサイト
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/europe/ip/pdf/20140715.pdf[最終アクセス日2018年12月11日]
・DPMA「Ordinance Implementing the Trade Mark Act(Trade Mark Ordinance)」DPMA ウェブサイト
https://www.dpma.de/docs/english/formulare/marken_eng/w7730_1.pdf[最終アクセス日2018年12月11日]

商標の説明の記載に関しては、商標法施行条例セクション 6a(1)は、「商標の平面図形を説明するために、商標登録出願で商標の説明を提出することができる」、6a(2)は「平面図形表現のみによって保護対象を十分に示すことができない場合は、商標登録出願で商標の説明を提出しなければならない」、6a(3)は「商標の説明はテキストのみで構成され客観的な方法で商標の保護範囲を明確に示さなければならない」と規定している。ただし、海外質問票調査での知財庁の回答は、店舗の外観・内装に関する商標には不要というものであり、一方、法律事務所の回答は、商標法施行条例セクション 6a(1)(2)(3)以外で商標の説明を提出しても審査官は考慮しないと考えるというものであった。商標の説明は任意であるが、マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されている場合、審査段階で商標の説明が検討される。

店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での回答は、知財庁も法律事務所も登録可能というものであった。ただし、知財庁は出願の前例はないとし、一方、法律事務所は、欧州連合司法裁判所の判決（C-421/13）を引用して、小売店舗のレイアウト表示が、そのサイズや規模等を示していなくても商標として登録可能とした。

また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での回答は、知財庁も法律事務所も登録可能というものであった。ただし、知財庁は出願の前例がないとし、一方、法律事務所は、欧州連合司法裁判所の判決（C-421/13）を引用して、外観と内装を一つの標識として表現することができれば一つの商標として登録可能とした。

さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での回答は、知財庁も法律事務所も、商標法第 3 条を引用し、位置標章や立体標章と位置標章の結合として識別力のある要素に当たる可能性があり登録可能というものであった。

（iii）他法域での保護

店舗の外観・内装を、著作権及び著作隣接権に関する法律（著作権法）第 2 条第 1 項第 4 号、意匠法第 2 条第 1 項、不正競争防止法第 8 条第 1 項、第 4 条第 3 項(a)、(b)で保護される可能性がある。

（iv）その他

店舗の外観・内装の保護のための、制度改正の予定に関する情報はない。

（５）　フランス[35]

（ｉ）制度の特徴

フランス商標法（第 L711 条 1）では、商標を、商品サービスを識別するのに役立つ視覚的な表示が可能な標識とし、「(a) あらゆる形態の名称。例えば、語、語の組合せ、姓、地理的名称、筆名、文字、数字、 略語 (b) 聴覚的標識。例えば、音、楽句 (c) 形象的標識。例えば、図案、ラベル、印章、織端、浮き彫り、ホログラム、ロゴ、合成 形象。形状、特に製品若しくはその包装の形状又はサービスを特定する形状。色彩の配置、 組合せ又は色合い」が、このような標識を構成できるとしている。この標識の中には、「形状」も含まれる。ただし、店舗の外観・内装に関する具体的な規定はない。

（ⅱ）制度や運用の実態

フランスでは、店舗の外観・内装に関して商品を指定した出願の登録が認められるか又は役務を指定した出願の登録が認められるかについては、特別な規定はないが、識別性の基準を満たしている標章は、どのような種類の商品・役務にも商標登録することができる。同一又は類似する店舗の外観・内装を表す商標が出願された場合は、知的財産法の第 L711 条 4、第 L713 条 2、第 L713 条 3 の規定が適用される。海外質問票調査では、フランスの法律事務所は、商品の場合、形而上の商品に店舗の外観・内装が適用されるとは考えにくく、不使用取消申請を克服するのは難しいかもしれないと指摘した。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合に関し、海外質問票調査での法律事務所の回答は、フランスに特定の規定はなく、商標の登録例もあまりないが、登録を受けるために使用による識別力は必須ではないというものであった。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、商標登録出願が拒絶される可能性がある。

商標の説明に関して、提出は任意で審査で考慮されることはないが、保護を求める範囲を特定するのに役立つ可能性はある。マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されている場合も、他の種類の標章と同じ扱いを受ける。

店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、商標登録される可能性はあるが、権利行使は難しいと考えるというものであった。

また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、商標登録される可能性はあるが、権利行使は難しいと考えるというものであった。

---

[35] ＜参考文献＞
・財田寛子訳「著作権データベース　外国著作権法　フランス編」公益社団法人著作権情報センターウェブサイト
http://www.cric.or.jp/db/world/france.html[最終アクセス日 2018 年 12 月 11 日]

さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、商標登録される可能性は高いというものであったが、理由は示されなかった。

（ⅲ）他法域での保護

著作権（知的財産法第 L112-2 条）と不正競争（民法典第 1240 条）に関する規定により、店舗の外観・内装は保護され得る。

（ⅳ）その他

店舗の外観・内装の保護のための、制度改正の予定に関する情報はない。

（６）　オーストラリア[36]

（ⅰ）制度の特徴

オーストラリア商標法（第 17 条）では、商標を、「ある者が業として取引又は提供する商品又はサービスを、他人が業として取引又は提供する商品又はサービスから識別するために使用する、又は使用予定の標識である。」と定義し、「標識」については、第 6 条で「文字、語、名称、署名、数字、図形、ブランド、標題、ラベル、チケット、包装 の外観、形状、色彩、音若しくは香り又はそれらの結合を含む。」と定義している。そして、商標実務手続マニュアルでは、Part21「非伝統的商標」で「3.立体形状の商標」の項目を設け、立体商標の登録を認めている。ただし、店舗の外観・内装に関する具体的な規定はない。

（ⅱ）制度や運用の実態

オーストラリアでは、店舗の外観・内装について商品を指定した出願の登録が認められるか又は役務を指定した出願の登録が認められるかに関しては、特定の規定はないが、商標法の下で登録要件を満たし、拒絶理由がなければ登録可能と考えられる（商標法第 17 条、

[36] ＜参考文献＞
・McEniery, Ben,「Trade Marks for the Design and Layout of Retail Premises」(April 3, 2014) Australian Intellectual Property Journal (AIPJ), Vol.24, 2014
Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=2445788[最終アクセス日 2018 年 12 月 11 日]
・IP Australia"IP Australia Trade Marks Office Manual of Practice and Procedure"IP Australia ウェブサイト
http://manuals.ipaustralia.gov.au/trademarks/trade_marks_examiners_manual.htm[最終アクセス日 2018 年 12 月 11 日]
・一般社団法人 日本国際知的財産保護協会 AIPPI・JAPAN「平成 25 年度 特許庁産業財産権制度各国比較調査研究等事業 歌手名等からなる商標の審査の運用実態に関する調査研究報告書」平成 26 年 2 月　特許庁ウェブサイト
https://www.jpo.go.jp/resources/report/takoku/document/zaisanken_kouhyou/h25_report_02.pdf［最終アクセス日 2019 年 3 月 6 日］

商標法第 33 条第 1 項)。商品の場合、出願された商標タイプと商標の表示に依存するところもあり潜在的に登録が可能といえるが、不使用取消申請があれば商標の定義の本質的なところである「他人が業として取引又は提供する商品又は役務から識別するために使用する又は使用予定でなければならない」を克服しなければならない。また、役務の場合も登録可能であるが、やはり他人の商品又は役務から識別するために使用する又は使用予定であることが要件となる。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合に関しては、識別力のある文字や図形と結合すればより簡単に商標登録できるであろうが、そのような結合がなくても指定商品や役務を他人のものと区別することができれば商標登録することが可能である（商標法第 41 条)。この場合、使用による識別力は必須ではない。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合については、機能性に関する特定の基準はなく審査官の判断に依存するが、特徴的というより機能的であるという証拠があれば、拒絶の根拠となる可能性が高い（商標法第 41 条)。また、識別力のある要素のない単に機能的な形状は商標として登録できないと読める商標法第 17 条に関する判例法の解釈がある。

商標の説明に関しては、伝統的な標識の商標登録出願をする際に、書面による裏書説明[37]を含めることは任意であるが、非伝統的な標識の商標登録出願では、簡潔かつ正確な説明を含んでいなければならないと定めている（商標規則 4.3 (7))。裏書説明は、商標登録出願の保護の範囲を特定するのに役立つ。マドリッドプロトコル経由の出願商標は、1995 年商標法第 17A 部（マドリッド協定議定書に基づく国際保護商標)に準拠して審査される。願書に商標の説明が記載されていない場合、審査官は出願商標の識別力（商標法第 41 条）を審査することが難しいかもしれないと、海外質問票調査での回答で法律事務所は指摘している。

店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での知財庁の回答は、登録の判断は指定商品・役務と商標の説明に依存し、商標の表示及び商標の説明が権利範囲を明確に定義していなければ登録は認められないというものであった。法律事務所の回答も、明確な説明や使用証拠がなければ商標登録出願は拒絶される可能性が高いというものであった。

また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での回答は、知財庁、法律事務所共に、内装の端部が出願商標中に収まっていないものと同様というものであった。

さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での知財庁の回答は、1995 年商標法第 6 条で

[37] 商標の説明（description）は、裏書説明（endorsement）として登録簿に掲載される。
参考：IP Australia Trade Marks Office Manual of Practice and Procedure Part 21 Non-traditionl Signs 2.Representing non-traditionl signs
http://manuals.ipaustralia.gov.au/trademarks/trade_marks_examiners_manual.htm[最終アクセス日 2019 年 1 月 16 日]

定義される標識は登録可能で、その結合商標は個々の構成要素が全体として識別力を持つ可能性が高いため登録可能であるというものであり、法律事務所の回答も、店舗の外観にあわせて色彩を権利主張して形状商標として出願することもできるというものであった。

（ⅲ）他法域での保護

パッシングオフ（詐称通用）や豪州消費者法第 18 条、第 29 条(連邦競争法の第 2 条）の下で、店舗の外観・内装が保護される可能性がある。また、海外質問票調査では、競争法や著作権法は、知財庁の管轄外であるとの回答があった。

（ⅳ）その他

店舗の外観・内装の保護のための制度改正の予定はない。

（７）　中国[38]

（ⅰ）制度の特徴

中国商標法（第 8 条）では、商標として登録出願できる標識として、「語、図形、アルファベット文字、数字、立体標識、色彩の組合せ、及びこれらの要素の組合せが含まれる。」と定義している。そして、商標審査基準では、「第四部分　立体商標の審査」の項目を設け、立体商標の登録を認めている。ただし、店舗の外観・内装に関する具体的な規定はない。

[38] ＜参考文献＞
・独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ) 北京事務所知的財産権部編「商標審査及び審理基準」独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)ウェブサイト
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/section/20170105_1.pdf[最終アクセス日 2018 年 12 月 11 日]
・独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ） 北京事務所訳「中華人民共和国商標法実施条例」2013 年 8 月 30 日改正、2014 年 5 月 1 日施行 独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)ウェブサイト
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/admin/20140501_rev.pdf[最終アクセス日 2018 年 12 月 11 日]
・独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ） 北京事務所訳「中華人民共和国反不正当競争法」独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)ウェブサイト
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20171104-1_rjp.pdf[最終アクセス日 2018 年 12 月 11 日]
・独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)北京センター知的財産権部編「最高人民法院による不正競争の 民事案件の審理における 法律適用の若干問題についての解釈」2007 年 1 月 12 日公布 独立行政法人 日本貿易振興機構(ジェトロ)ウェブサイト
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/interpret/20070112-1.pdf[最終アクセス日 2018 年 12 月 11 日]

（ⅱ）制度や運用の実態

中国では、店舗の外観・内装を表す商標は立体商標として出願でき、商品を指定する場合は、当該商品を販売する店舗の外観を商品の使用とみなすことができ、役務を指定する場合は、当該役務を提供する店舗の外観を役務の使用とみなすことができる。ただし、海外質問票調査での回答で、中国の法律事務所は、商標登録は理論的に可能だが非常に難しいとの認識であった。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合でも、商標法第 11 条の要件を克服すれば理論的に商標登録できる。ただし、識別力が認められるかどうかは審査官の主観に依存する。使用による識別力は必須ではない。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、商標法第 12 条の立体標識に関する規定が適用され商標登録は認められない。

商標の説明に関しては、商標審査及び審理基準の第四部分（立体商標の審査）三（立体商標の方式審査）で、商標登録願書には、「立体商標」であることを明記しなければならず、必要があれば、出願人は商標説明において立体商標の図面について文字で具体的に説明することもできると定めている。また、商標局ウェブサイト上の FAQ には、立体商標の場合「商標の説明」欄に商標の使用方法を説明しなければならないと解説している。マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されていない場合、中国商標局から出願人に説明を追加するよう求める補正通知書が発行されることもあるが、それ以上審査されず拒絶される可能性もある。

店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、識別力がない（商標法第 11 条）とみなされる可能性があるが、商標登録が不可能ではないというものであった。

また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、審査官が標章の組み合わせが商品や役務の出所を識別する商標としての役割を果たすことができない（商標法第 11 条）と考える可能性があるが、商標登録は不可能ではないというものであった。

さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、審査官が、標章の組合せは商品や役務の出所を識別する商標としての役割を果たすことができず、識別力がないと考える可能性が非常に高く、登録は難しい。現在中国では位置商標は保護されておらず、商標を構成しない要素を点線/破線で表示しても、実務的には実線での表示と区別はされないのではないかとの指摘もあった。

（ⅲ）他法域での保護

店舗の外観・内装は、専利法第 2 条、著作権法実施条例第 4 条、反不正競争法第 6 条、

不正競争の訴訟における法の適用に関するいくつかの問題点についての最高人民法院の解釈の第3条で保護される可能性がある。

（ⅳ）その他

店舗の外観・内装の保護のための、制度改正の予定に関する情報はない。

（８）　韓国

（ⅰ）制度の特徴

商標法では店舗の外観などに関する商標登録出願について言及した部分はないが、商標法第2条第1項第2号で定義する「標章」は、出所表示と認識されるならば店舗の外観も商標の対象になることができると解釈される。「商標審査基準 第8部 非典型商標に対する審査 第1章 立体商標 1. 立体商標の概念　1.2」では、「立体商標は、商品の総体的外観を意味するトレードドレス（Trade Dress）に対応する概念である。トレードドレスは、全体的なイメージを意味するので、商品自体の形状、サービス提供場所の外観・内装、サービス提供者のユニフォーム等の形状、色彩等がすべて含まれると見ることができる」と定義している。

商標審査基準 第8部 非典型商標に対する審査 第1章 立体商標[39]

1. 立体商標の概念 （略） 1.2 立体商標は、商品の総体的外観を意味するトレードドレス（Trade Dress）に対応する概念である。トレードドレスは、全体的なイメージを意味するので、商品自体の形状、サービス提供場所のエクステリア・インテリア、サービス提供者のユニフォーム等の形状、色彩等がすべて含まれると見ることができる。

（ⅱ）制度や運用の実態

韓国では、店舗の外観・内装について商品を指定した出願の登録が認められるか又は役務を指定した出願の登録が認められるかに関しては、商品を指定した場合も役務を指定した場合も商標登録は可能である。また、商品を使用するとは、「商品に関する広告・定価表・取引書類、その他の手段に商標を表示し、展示し、又は広く知らせる行為」（商標法第2条

[39] 下記ウェブサイトより引用した。
（仮訳）日本貿易振興機構（ジェトロ）ソウル事務所「商標審査基準 2018.1.1. 基準」独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）ウェブサイト
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/kr/ip/law/trademark2018.pdf［最終アクセス日 2019年2月20日］

第 1 項第 11 号ハ目）に該当するとし、役務の使用に関しては韓国商標法上に定義規定を設けていないが、店舗を運営する場合にはサービス提供時に需要者の利用に供与されるものに該当すると考えられる。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合でも、店舗の外観が指定商品との関係で一般的又はありふれていない非常に特異な形状と認められれば、その形状自体の識別力があると判断されるので登録可能である（商標審査基準 第 8 部(非定型商標に対する審査) 第 1 章(立体商標) 3.識別力有無に対する審査)。この場合、使用による識別力は必須ではない。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、商標法第 34 条第 1 項第 15 号を根拠に拒絶される。

商標の説明の記載の必要性に関しては、商標法第 36 条第 2 項及び商標法施行規則第 28 条第 2 項第 2 号により、立体商標の場合に、商標の説明の記載は必須ではなく、任意の記載事項である。マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されている場合、願書に記載された立体商標の趣旨とみなされる。

店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、商標法第 2 条第 1 項第 2 号で、「その構成又は表現方式に関係なく、商品の出所を示すために使用するすべての表示」と標章を定義しており、出所表示と認識されるならば内装の端部が出願商標中に収まっていないものも商標登録の対象に成り得ると解釈できるというものであった。

また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、商標法第 2 条第 1 項第 2 号の標章の定義は、標章の類型及び表現方式に制限を設けていないため、出所表示と認識されるならば店舗の外観・内装も商標登録の対象になり得ると解釈されるというものであった。

さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、標章の定義で標章の類型及び表現方式に制限を設けていないため、識別標識として機能するならば商標登録の対象に成り得ると解釈されるというものであった。

（iii）他法域での保護

店舗の外観・内装は、不正競争防止法第 2 条第 1 号ロ目、不正競争防止法第 2 条第 1 号ハ目、不正競争防止法第 2 条第 1 号ル目(旧ヌ目)、著作権法で保護される可能性がある。

（iv）その他

これまで、店舗の内部/外部デザインのようなトレードドレスについては、不正競争防止

法上の「商品主体混同行為」又は「営業主体混同行為」(第 2 条第 1 号イ目及びロ目)で規定する保護対象とみなすことかできるかについて議論があり、その保護を正面から認める判例も存在しなかったが、2014 年 1 月 31 日付不正競争防止法から「一般条項」(他人の相当な投資又は労力により作成された成果物を競争秩序などに反し無断で使用する行為の禁止)が新たに導入されたことにより、店舗の内部/外部デザインをトレードドレスとして一般条項により保護する判決が登場するようになった。2018 年 7 月 18 日施行の不正競争防止法改正法で、第 2 条第 1 号の「営業主体混同行為」(同号ロ目)及び「希釈化防止規定」(同号ハ目)の適用対象である「標識」に、「商品販売・サービス提供方法又は看板・外観・室内装飾等の営業提供場所の全体的な外観を含む」と規定して、トレードドレスを不正競争防止法上の保護対象として明文化した。なお、現地の法律事務所（海外質問票調査で協力いただいたのとは別の事務所）を介して得られた情報によれば、2016 年頃に、韓国特許庁においてトレードドレスの保護について検討がなされた模様であるが、商標制度による保護には至らなかったとのことである。

（9） 台湾

（ｉ）制度の特徴

「非伝統的商標審査基準 3. 立体商標 3.1 定義」において、立体商標として出願可能な様態に、「(4) 役務場所のインテリア設計」が挙げられている。

非伝統的商標審査基準 3. 立体商標[40]

3.1 定義 立体商標とは、三次元の空間で長さ、幅、高さによって形成された立体的な形状を指し、関連する消費者が異なる商品または役務の出所を区別できるようにする標識である。立体商標として出願可能な様態には以下が含まれる。 (略) (4) 役務場所のインテリア設計。

また、「3.2 立体商標の審査、3.2.3 識別性、(4) 役務場所のインテリア設計」において、役務場所のインテリア設計は、「営業場所の全体的な外観と装飾」と定義されている。

非伝統的商標審査基準 3. 立体商標

3.2 立体商標の審査

[40] 下記ウェブサイトより引用した。
「非伝統的商標審査基準（草案)」特許庁ウェブサイト
https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/taiwan-hidentou_shouhyou.pdf[最終アクセス日 2019 年 3 月 6 日]

（略）
3.2.3 識別性
（略）
（4）役務場所のインテリア設計
役務場所のインテリア設計とは、営業場所の全体的な外観と装飾のことである。その識別性の判断基準は商品の包装容器の形状と同じであり、平凡で新奇性のないインテリア設計で出願しても、識別性がなければ登録することはできない(商 29Ⅰ③)。

（ⅱ）制度や運用の実態

台湾では、店舗の外観・内装を立体商標として出願することができ、立体商標に関する規定が適用される。商標の使用行為に関しては商標法第 5 条の規定を挙げている。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合でも、店舗の外観の形状は商標とすべき識別性を備えて消費者に商品又は役務の出所を表示するものとして機能すれば、商標として保護することができ、識別力のある文字や図形との結合がなくても登録が認められる（商標法第 18 条)。ただし、海外質問票調査では、知財庁は、使用による識別力は必須ではないものの立体的形状の識別性を証明することは容易ではなく、インテリア・デザインは通常消費者に装飾的性質の印象を与えるのみであり、後天識別性を取得したことを証明しなければ商標登録することができないと回答し、法律事務所も、一般の商標に比べて先天的識別性が備わるのは容易ではなく通常後天的識別性が必要との回答であった。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、非伝統的商標に関する審査基準 2.3、3.2.4 と 4.2.4 に立体商標と色彩商標を含む非伝統商標が機能性を理由に拒絶されると記載されている。

商標の説明に関しては、店舗の外観・内装を非伝統的商標として出願する場合、文字により商標図案を補充説明し、商標をリアルに表現することで商標態様や内容を明確に特定するため、商標の説明を提出する必要がある（商標法施行細則第 13 条、第 15 条)。また、海外質問票調査で知財庁は、商標の説明が立体的形状と一致しない場合は、商標図案が優先し、出願人に期限内の商標の説明を訂正するよう通知すると説明している。

店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での知財庁の回答は、商標図案がはっきり、明確、完全、客観的、持久性及び分かりやすい方式で表示すべき（商標法第 19 条第 3 項) であるという要件を満たしておらずこの状態では登録されないというものであり、法律事務所の回答は、先天的識別性又は後天的識別性があれば、商標法第 19 条第 3 項を満たすために、違う視角から表す商標見本の図面を 6 枚まで提示し、権利範囲をより明瞭、明確に表示することで拒絶理由を克服できる可能性はあるというものであった。

また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での知財庁の回答は、全体的な図案であり「一商

標一出願の原則」を満たせば登録可能というものであり、法律事務所の回答は、現行商標法には出願商標の商標態様に制限を設けておらず連合式の商標態様も受理されるため、店舗の外観・内装をまとめて一つの商標とした場合であっても、先天的識別性又は後天的識別性があれば商標登録は可能であるというものであった。

さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、立体的形状と色彩等複数の組合せにより構成される一つの商標として登録することができるというものであり、知財庁の回答は、立体的形状と色彩の組合せの商標を出願する場合、商標見本が単一の商業的イメージを生じさせるものでなければ、「一商標一出願」の原則（商標法第 19 条第 4 項）に違反するが、当該原則に違反するかどうかは、取引市場における実際の使用態様により判断すべきであるというものであった。

（iii）他法域での保護

店舗の外観・内装は、公平交易法、著作権法、専利法で保護される可能性がある。

（iv）その他

店舗の外観・内装の保護のための制度改正の予定はない。

（１０）シンガポール

（ｉ）制度の特徴

シンガポール商標法（第 2 条）では、商標となりうる「標識」について、「文字、単語、名称、署名、数字、図形、ブランド、標題、ラベル、チケット、形状、色、包装の外観又はこれらの組合せを含む。」と定義しており、形状や包装の外観についても商標となり得るとしている。ただし、店舗の外観・内装に関する具体的な規定はない。

（ii）制度や運用の実態

シンガポールでは、店舗の外観・内装の商標は、原則として指定する商品・役務に関連した標識を使用するものとみなすことができるため、識別力があれば商標として登録可能（商標法第 2 条第 1 項）である。ただし、商品・役務における商標の具体的な使用に関して、海外質問票調査で質問したところ、シンガポールの法律事務所の回答はなかった。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形との結合がない店舗の外観の形状に関する出願について、店舗の外観・内装に識別力があれば登録可能であり、本来的な識別力のない標章でも識別性のある特徴を取得すれば登録することができる（商標法第 7 条

第 1 項)。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、商標法第 7 条第 3 項(b)により拒絶される。

商標の説明に関しては、商標規則 15 で商標登録出願は、様式 TM4 に標章の明確な表示を含んでいなければならないと定めており、商標規則 16 では登録官が出願人に文章による標章の説明を求めることができるとしている。マドリッドプロトコル経由の出願が、シンガポール商標法及び商標規則に適合しない場合、標章保護の拒絶を国際事務局に通知する。マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されていない場合、出願人に対して商標の説明を要求する可能性がある。

店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、保護を求める正確な商標が表示されねばならないため商標登録出願を拒絶されるというものであった。

また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、シンガポール商標法は店舗の外観・内装に関する標章の登録を考慮しておらず、店舗の外観と内装を合わせた商標登録出願は一つの商標として見なされにくいため、そのような商標登録出願は拒絶されるというものであった。

さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、シンガポールの商標法は店舗の外観・内装の商標登録を考慮していないが、商標は一般的に複数の要素を含むことができるため登録可能であるというものであった。

（iii）他法域での保護

店舗の外観・内装は、著作権法で保護される可能性がある。

（iv）その他

2016 年に経験デザイン[41]を保護するために登録意匠法の改正を検討したが、改正に結びつかなかった。

[41] 経験デザインは、総合的なユーザー体験と会社と顧客の間でさまざまに認識できる接点に焦点を当てたデザインとして広く定義でき、顧客との間の相互作用であるような本来的に無形のものであり得る。経験デザインの具体例としては、スターバックス店舗の「外観と雰囲気」やディズニーランドの全体的な雰囲気などがある。
出典：2016 年 5 月 16 日にシンガポール法務省とシンガポール知的財産庁が共同で発表したシンガポールの登録意匠制度の見直しに関する最終資料（Final Report Review of Singapore’s Registered Designs Regime）
https://www.mlaw.gov.sg/content/dam/minlaw/corp/News/Annex%20A%20-%20Final%20Report%20for%20Designs%20Review.pdf[最終アクセス日 2019 年 1 月 16 日]

（１１）ロシア[42]

（ⅰ）制度の特徴

ロシア連邦民法（第4法典第7編第1482条第1項）では、「単語、図、立体及び他の標示又はそれらの組み合わせは商標として登録されることができる。」と規定し、同条第2項で「商標はあらゆる色彩又は色彩の組み合わせでこれを登録することができる。」と規定しており、立体の標示に関しても商標登録の対象としている。ただし、店舗の外観・内装に関する具体的な規定はない。

（ⅱ）制度や運用の実態

ロシアでは、店舗の外観・内装に関して、役務商標に十分な識別力があれば商標登録は可能であり、役務の遂行や提供が商標の使用と解釈される。なお、商品を指定した商標の場合も商標登録は可能であるが、どのような行為が商標の使用に当たるかは不確定で、虚偽や誤認のおそれがあれば商標登録出願を拒絶される（民法第1484条）。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合でも、十分な識別力があれば登録可能である。また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、ロシア民法第1483条第1項(3)(4)を根拠に商標登録出願を拒絶される。

商標の説明に関しては、ロシア民法第1492条第3項(4)によって、出願書類に標示の明細が求められている。なお、マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されていない場合でも、出願された標章の表示で審査は行われる。

店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査でのロシアの法律事務所の回答は、ロシア民法第1483条の「識別性を有さないか又は(3)商品を特徴付ける要素であって当該商品の種類、性質、数量、特性及び価額並びに当該商品の製造又は販売の時期、場所若しくは方法を含むもの、(4) 商品の形状であってもっぱら又は主として商品の特性又は用途により決定されるものを表示する要素のみから構成される標識は国家登録を受けられない」との規定により商標登録出願を拒絶されるというものであった。

また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、ロシア民法第1492条第

---

[42] ＜参考文献＞
・Galina Grishanova「ロシアにおける物品デザインの商標的保護」INPIT 新興国等知財情報データバンク ウェブサイト
https://www.globalipdb.inpit.go.jp/jpowp/wp-content/uploads/2018/06/ca1be52c66d9c94e39247493825064b9.pdf[最終アクセス日2018年12月11日]
・「標章の国際登録に関するマドリッド協定及び同協定に関する議定書に基づく共通規則（特許庁仮訳）について」特許庁ウェブサイト
https://www.jpo.go.jp/system/trademark/madrid/kisoku/hyoumado0131.html[最終アクセス日2019年3月6日]
・WIPO「Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks」WIPOウェブサイト
https://www.wipo.int/treaties/en/registration/madrid/[最終アクセス日2018年12月11日]

2 項によって、各商標登録出願は単一の商標に関連するものと規定さているため商標登録出願を拒絶されるというものであった。

さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、立体及び他の標示又はそれらの組み合わせは商標として登録することができる（ロシア民法第 1482 条）ため登録は可能であるというものであった。

（ⅲ）他法域での保護

店舗の外観・内装は、「競争の保護に関する」連邦法で保護される可能性がある。

（ⅳ）その他

店舗の外観・内装の保護のための、制度改正の予定に関する情報はない。

（１２）スウェーデン

（ⅰ）制度の特徴

スウェーデン商標法（第 4 条）では、「商標は、視覚的に表示することができる標識、特に個人名、図形要素、文字、数字を含む語句及び商品又はその包装の形状で構成することができる。」と定義しており、商品や包装の形状も商標登録の対象としている。ただし、店舗の外観・内装に関する具体的な規定はない。

（ⅱ）制度や運用の実態

スウェーデンでは、店舗の外観・内装について商品を指定した出願の登録が認められるか又は役務を指定した出願の登録が認められるかに関しては、特別な規定はないが、店舗の外観・内装が保護を受けるためには、指定商品・役務が、他人のものと識別することができるものでなければならない。また、どのような行為が商品・役務における商標の使用に当たるかに関して、海外質問票調査で回答は得られなかった。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合に関し、海外質問票調査での法律事務所の回答は、他の事業者の商品・役務と区別することができれば、識別性要件を満たすとされ商標として登録される可能性があるが、トレードドレスが識別性要件を満たすハードルは高いというものであった。使用による識別力は必須ではない（商標法第 1 章第 5 条第 1 項、第 3 項）。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、商標法第 2 章第 4 条により商標登録できない。

商標の説明による特定の必要に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、一般的に商標の説明は求められていないが、出願が立体商標に関するものであれば、特許登録庁は書面で商標の説明をする必要があると考えているようである（商標規則第 3 章第 2 条(2011:594)）というものであった。また、マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されていない場合にスウェーデン特許登録庁がどう扱うか、海外質問票調査では明確な回答は得られなかった。

また、店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、商標が視覚的に示され、かつ識別力を有するとみなされる限り、商標としての保護を受けることができる（商標法第 1 章第 4 条、第 5 条）というものであった。ただし、2019 年 1 月 1 日に施行されたスウェーデン商標法改正で視覚的表示要件は削除されている。

さらに、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、一般的な登録要件が適用される。理論的に視覚的表現の要件が満たされていれば、店舗の外観と内装からなる商標を出願しても支障はないが、トレードドレスの保護のための識別性要件は高く設定されているというものであった。

また、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、トレードドレスの保護のための識別性要件は高く設定されているが、一般的な登録要件が適用される。理論的には、色彩の組合せと立体形状などの複数の要素からなる商標が出願されても問題はないというものであった。

（iii）他法域での保護

店舗の外観・内装は、意匠法、マーケティング法、文学・芸術作品に関するスウェーデン著作権法で保護される可能性がある。

（iv）その他

店舗の外観・内装の保護のための、制度改正の予定に関する情報はない。

（１３）スペイン

（ｉ）制度の特徴

スペイン商標法（第 4 条第 1 項）では、商標について「視覚的に表示することができ、かつ市場においてある会社の商品又はサービスを他の会社の商品又はサービスから識別するために使用される標識をいう」と定義し、第 4 条第 2 項で標識について「(a) 個人を特

定するために使用されるものを含む、語又は語の組合せ（b)画像、図形、記号及び図画（c)文字、数字及びそれらの組合せ（d)製品の包装、包装容器及び形状又はその表示を含む立体的形態（e)音響（f)前各号に例示の目的で記載された標識の何らかの組合せ」と定義し、製品の包装などの立体的な形態についても商標登録の対象としている。ただし、店舗の外観・内装に関する具体的な規定はない。

（ⅱ）制度や運用の実態

スペインでは、店舗の外観・内装に関する商標登録出願について、識別力に対する必要条件を定める特定の規定や基準はないが、十分な識別力があれば商標登録は可能である。また、どのような行為が商標の使用に当たるかに関して、海外質問票調査で回答は得られなかった。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合でも、店舗の外観が識別力ある形状、色彩、特殊な図形要素や要素を特定する位置などを含むものであれば登録可能であり、この場合、使用による識別力は必須ではない。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合、商標法第 5 条第 1 項(e)を根拠に出願が拒絶される。

商標の説明による特定の必要性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答では、商標の説明の提出は任意だが、詳しい説明があれば識別力を主張しやすいため、図形や立体を構成する要素を記載するよう推奨しているというものであった。同様に、マドリッドプロトコル経由の出願の願書においても商標の説明は必須ではなく、審査官が要求しない限り商標の説明は必要ない。マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されている場合、審査官は、商標の説明が商標の表示に対応しているかをチェックし、もし一致しなければ暫定拒絶通知を発行する。

また、店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、識別性に欠ける標識とみなされる可能性が高いというものであった。

さらに、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、商標として出願する図形要素に依存するが、商標法は商標が消費者にとって認知可能であることを主な要件として定めているため、複雑過ぎる標識は登録できないというものであった。

また、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、登録例があるというものだったが、根拠についての説明は得られなかった。

（ⅲ）他法域での保護

店舗の外観・内装は、意匠の法的保護に関する法律、著作権法、競争保護法で保護され

る可能性がある。

（ⅳ）その他

店舗の外観・内装の保護のための、制度改正の予定に関する情報はない。

（１４）フィリピン

（ⅰ）制度の特徴

フィリピン知的財産法（第 3 部：商標、役務商標及び商号に関する法律、第 121 条）では、「標章」について、「企業の商品(商標)又はサービス(役務商標)を識別することができる可視標識をいい、刻印又は押印した商品の容器を含む。」と定義している。そして、商標審査基準「1.1.3 立体標識」では、「立体形状は「視覚的に認識可能な」標識であり、「図形的に表現する」ことができ、原則商標として登録可能である。」とし、立体商標の登録を認めている。ただし、店舗の外観・内装に関する具体的な規定はない。

（ⅱ）制度や運用の実態

フィリピンでは、店舗の外観・内装について商品を指定した出願の登録が認められるか又は役務を指定した出願の登録が認められるかに関しては、特別な規定はなく、知的財産法第 121 条で定義する標章であれば、第 123 条の登録要件が適用される。どのような行為が商標の使用に当たるかに関して、海外質問票調査で回答は得られなかった。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合については、知的財産法第 123 条第 2 項上「フィリピンにおいて商業上使用された結果として登録を求める商品との関連において識別性を有するに至った如何なる標識又は図案も、これを登録することを妨げない」としている。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合に関しては、技術上の要因、商品自体の性質又は商品の固有の価値に影響する要素により必要とされる形状からなる標章については登録できない（知的財産法第123条第1項(K)）。店舗の外観・内装のような立体商標が登録できるかどうかを評価するには、識別性と機能性という二つの要素が考慮され、識別性の欠如や機能性を理由に商標登録出願を拒絶される可能性がある。

商標の説明による特定の必要性に関して、海外質問票調査での法律事務所の回答は、商標登録出願で商標の説明を提出する必要はなく、出願人は該当する標章タイプ、すなわち商標が図形なのか文字と図形の結合なのか立体なのかなどを指定すれば十分であるというものであった。また、マドリッドプロトコル経由の出願も国内出願と同様に商標の説明は不要との回答であった。

また、店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場

合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答では、識別力がないと考えられるため商標登録出願を拒絶される可能性が高いというものであった。

さらに、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、一つの商標として出願できるが、登録が認められるかどうかについては、商標の表示と、指定する商品・役務に関して識別力があると考えられるかどうかに大きく依存するというものであった。

また、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、商標の全体構成が登録のために識別力があれば、一つの商標として登録可能というものであった。

（ⅲ）他法域での保護

商標法以外の知的財産法の下では、店舗の外観・内装は、文学的及び芸術的著作物（知的財産法第 172 条（g)、(i)）として保護することが可能であると考えられる。

（ⅳ）その他

店舗の外観・内装の保護のための、制度改正の予定に関する情報はない。

（１５）メキシコ[43]

（ｉ）制度の特徴

2018 年 5 月 18 日に改正された産業財産権法（第 88 条）では、商標の定義が「商標は、感覚によって知覚され、市場における同種又は同範疇の他の商品若しくはサービスと区別する確実で正確な保護目的を明確にする方法で表現できる標識を言う」となり、トレードドレスを商標として保護することができるようになった。

産業財産権法第 88 条

商標は、感覚によって知覚され、市場における同種又は同範疇の他の商品若しくはサービスと区別する確実で正確な保護目的を明確にする方法で表現できる標識を言う。

また、産業財産権法第 89 条で商標として認められる標識として、「VII. 効力のある（operative）複数の要素で、イメージ画像を含み、大きさ、デザイン、色彩、形態のレイ

[43] ＜参考文献＞
・大山幸房訳「著作権データベース　外国著作権法　メキシコ編」公益社団法人著作権情報センターウェブサイト http://www.cric.or.jp/db/world/mexico.html[最終アクセス日 2018 年 12 月 11 日]

アウト、ラベル、包装、装飾又はこれらの結合を含む、市場において商品・役務を区別できるもの」が加わった。この標識がトレードドレスの定義を構成している。

産業財産権法第 89 条

（略） （VII）効力のある（operative）複数の要素で、イメージ画像を含み、大きさ、デザイン、色彩、形態のレイアウト、ラベル、包装、装飾又はこれらの結合を含む、市場において商品・役務を区別できるもの

（ⅱ）制度や運用の実態

店舗の外観・内装について商品を指定した出願の登録が認められるか又は役務を指定した出願の登録が認められるかに関し、海外質問票調査での法律事務所の回答は、商品・役務を指定する店舗の外観・内装を表す商標登録に法的な制約はないため、店舗の外観・内装に関連する商品・役務を指定する商標登録は可能であると考えられるというものであった。どのような行為が商標の使用に当たるかに関しては、海外質問票調査で回答は得られなかった。

店舗の外観の形状について、識別力のある文字や図形を付さずに出願した場合でも、効果的要素（operative elements）があれば保護が認められるが、使用による顕著性により商標登録が認められた前例はない。

また、店舗の外観・内装に関する商標が機能的なものである場合については、海外質問票調査での法律事務所の回答は、店舗の外観・内装の商標に示される機能性を判断するための事例や基準はないというものであった。

商標の説明に関しては、出願で店舗の外観・内装を含む要素の説明が必要である。マドリッドプロトコル経由の出願で願書に商標の説明が記載されていない場合に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、拒絶されると考えるが前例はなく不明というものであった。

店舗の内装に関する出願において、内装の端部が出願商標中に収まっていない場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答では、レイアウトが登録に十分な識別力を持っていれば、商標登録は認められるべきであろうということであった。

また、店舗の外観及び内装をまとめて一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、複数の要素を含む内装/外観が登録に十分な識別力を持っていれば、商標登録は認められるべきであろうと考えるというものであった。

さらに、立体的形状・色彩等複数の要素を一つの商標として出願した場合に、登録が認められる可能性に関しては、海外質問票調査での法律事務所の回答は、店舗の外観に複数の要素が含まれている場合、それらが登録に十分な識別力があれば、商標全体の登録は認

められるべきであろうと考えるが、保護を求める商標の特定の形状や部分のうち一般的な使用や記述的であるとして保護されない要素は、保護の対象外として取り扱われる可能性が高いというものであった。

（iii）他法域での保護

店舗の外観・内装は、著作権法で保護される可能性がある。

（iv）その他

2018 年 8 月 10 日に施行されたメキシコ産業財産法の改正で、店舗の外観・内装に関する商標の保護が可能になった。

３．海外の調査対象国・地域における制度・運用一覧表

海外の調査対象国・地域における店舗の外観・内装に関連する制度は、以下のとおりである。

＜調査対象国・地域制度一覧表＞

	商標法・商標審査基準上の店舗の外観・内装に関する規定
米国	・ 標章の定義のうち、「記号（symbol）」又は「図形（device）」にトレードドレスが含まれる（米国商標法第 45 条）。 ・ トレードドレスは、通常、製品の「全体イメージや全体的外観」又は要素の全体として定義され「大きさ、形状、色又は色彩の組み合わせ、構造、グラフィックスなどの特徴を含む」（TEP1202.02）。
欧州	―[44]
英国	―
ドイツ	―
フランス	―
オーストラリア	―
中国	―
韓国	・ 立体商標は、商品の総体的外観を意味するトレードドレスに対応する概念である（商標審査基準 第 8 部 非典型商標に対する審査 第 1 章 立体商標 1. 立体商標の概念　1.2）。 ・ トレードドレスは、全体的なイメージを意味するので、商品自体の形状、サービス提供場所の外観・内装、サービス提供者のユニフォーム等の形状、色彩等がすべて含まれると見ることができる（商標審査基準 第 8 部 非典型商標に対する審査 第 1 章 立体商標 1. 立体商標の概念　1.2）。
台湾	・ 立体商標の定義には、「役務場所のインテリア設計」が含まれる（非伝統的商標審査基準 3. 立体商標 3.1 定義）。 ・ 役務場所のインテリア設計は、「営業場所の全体的な外観と装飾」と定義される（3.2 立体商標の審査、3.2.1 商標図案、（4）役務場所のインテリア設計）。
シンガポール	―
ロシア	―
スウェーデン	―
スペイン	―
フィリピン	―
メキシコ	・ 産業財産権法 88 条にトレードドレスの保護を可能とする規定がある。 ・ 当該標識は、「効力のある（operative）複数の要素で、イメージ画像を含み、大きさ、デザイン、色彩、形態のレイアウト、ラベル、包装、装飾又はこれらの結合を含む、市場において商品・役務を区別できるもの」と定義される（産業財産権法 89 条 VII）。

[44] 「-」は、店舗の外観・内装に関する具体的な規定がなかったことを示す。

海外の調査対象国・地域の運用は、以下のとおりである。知財庁と法律事務所とで見解が異なる場合は、知財庁の見解を記載している。

＜調査対象国・地域運用一覧表＞

	識別力のある文字や図形との組合せのない出願	左記で登録可能な場合に使用による識別力が必要か	機能性が拒絶理由になる可能性	商標の説明記載の必要性	内装の端部が出願商標中に収まっていないものの登録可能性	外観と内装をまとめて一つの商標として登録できる可能性	立体的形状や色彩等複数の要素を組み合わせた商標
米国	登録可能	必須ではない	あり	必要	登録される可能性が高い（知財庁）	一つの商標として機能すれば登録可能（知財庁）	登録される可能性が高い
欧州	登録可能	必須ではない	理論的にはあり	任意	登録可能	登録可能	不明
英国	登録可能	必須ではない（知財庁）	あり	任意	登録可能	理論的には登録可能（知財庁）	理論的には登録可能(知財庁)
ドイツ	登録可能	必須ではない	あり	不要（知財庁）	登録可能	登録可能	登録可能
フランス	登録可能	必須ではない	あり	任意	登録可能だが権利行使は難しい	登録可能だが権利行使は難しい	登録可能
オーストラリア	登録可能	必須ではない	あり	必要	権利範囲の明確な定義がなければ不可（知財庁）	権利範囲の明確な定義がなければ不可（知財庁）	登録可能
中国	理論的には登録可能	必須ではない	あり	必要	不可能ではない	不可能ではない	識別性がないと判断される可能性が高い
韓国	登録可能	必須ではない	あり	任意	登録可能	登録可能	登録可能
台湾	登録可能	必須ではないが通常後天的識別性が必要	あり	必要	条件を満たさなければ不可（知財庁）	登録可能	使用態様により判断される
シンガポール	登録可能	必須ではない	あり	必要	拒絶される	拒絶される	登録可能
ロシア	登録可能	必須ではない	あり	必要	拒絶される	拒絶される	登録可能
スウェーデン	難しいが登録可能	必須ではない	あり	立体商標には必要	登録可能	登録可能	登録可能
スペイン	登録可能	必須ではない	あり	任意	識別性に欠ける標識とみなされる可能性が高い	図形要素次第だが、登録可能	登録例がある
フィリピン	登録可能	必須ではない	あり	不要	拒絶される可能性が高い	識別力に大きく依存する	登録可能
メキシコ	登録可能	必須ではない	不明	必要	識別力があれば登録可能	識別力があれば登録可能	登録可能

４．海外の調査対象国・地域における事例の概観

公開情報調査及び海外質問票調査により、海外の調査対象国・地域の店舗の外観・内装に関する登録事例、拒絶事例、審判・裁判により登録の可否が争われた事例、係争事例、訴訟外での解決事例を収集した。事例を収集するにあたっては、店舗やサービスの提供場所となり得る形状が含まれたものを幅広く収集した。

登録事例（168 事例）を概観すると、米国（主登録簿への登録 28 事例、補助登録簿への登録 30 事例）の主登録簿への登録例の多くは、使用による識別力を獲得した証拠が提出されたものであった（15 事例）。一方、文字や図形と組合せがないものが、使用による識別力を獲得した証拠の提出もなく、主登録簿へ登録されたケースも見られたが、その数は多くなかった（6 事例）。また、米国以外の登録例（110 事例）では、スタジアムのようにその国で多くの者に知られているものや、文字や図形と組み合わせたものが見られた。

拒絶事例（28 事例）については、その大半（25 事例）が識別力の欠如を理由に拒絶されたものであった。

５．海外の調査対象国・地域における商標登録事例

海外の調査対象国の店舗の外観・内装に関する商標の登録事例を次頁以降に掲載した。なお、表の掲載内容は以下のとおりである。

【表の掲載内容】

表の項目	内容
商標タイプ	商標のタイプを記載
商標（登録事例）	登録された商標を記載
国際分類（指定商品役務）	指定商品・役務の区分及び内容を記載 ※内容に関しては当該商標やその出願人と関連性が深いと思われるものを要約して抽出した。
登録番号・登録日	登録番号及び登録日を記載 ※国際登録に関しては、国際登録番号（番号の前に「国際登録」と記載）と国際登録日（日付の前に「国際登録日」と記載）を記載している。
商標の説明	「商標の説明」の記載がある場合、その内容を記載
出願人	出願人を記載
備考	その他の情報を必要に応じて記載（商標中の文字列、登録までの経過、国際出願の指定国での保護状況など）

（1） 米国

米国では、日本の商標登録に相当する主登録簿への登録と、識別力が弱く主登録簿に登録できない商標が登録され、他者が同一又は類似の商標を登録することを防止できる効力しか有しない補助登録簿への登録がある[45]。そこで、以下では、主登録簿の登録と補助登録簿の登録を分けて掲載している。

また、米国では、立体商標かどうかにかかわらず、データベース（USPTO の TESS）上の記載が「図形」となっているため、「商標のタイプ」の欄には、全て「図形」と記載している。ただし、実際の審査で、商標が「図形」として理解されているのか、「立体」として理解されているのかは不明である。

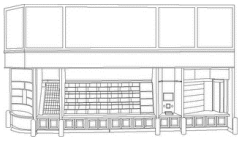
なお、備考欄に登録までの経過を記載した。ファーストアクションで登録になっているものについては、「FA 登録」と記載した。

（1－1）主登録簿の登録

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		35(カタログを用いた通信販売による小売等)	2865073 2004/7/20	色彩は権利主張されていない。 図に示されている実線と点線は標章の特徴であり、色彩を示すことを意図していない。	RENOVATOR'S SUPPLY, INC,THE	指定区分、商標表示、商標の説明に関する補正指令 ⇒補正後登録
2	図形		35,41(教育の提供,美術品の展示などの娯楽の提供)	4762930 2015/6/30	この標章は、いくつかの階、柱、屋根の輪郭線、アーチ型の入り口からなるルネサンス建築様式の建物のグラフィック表現からなるデザインで構成されている。	National Museum of Women in the Arts	指定役務と商標の説明に関する拒絶理由 ⇒これらの対応により登録
3	図形		35(ビル建設等に関するリスク軽減の分野における事業の管理に関する指導及び助言),42	4765905 2015/6/30	この標章は、ビルのデザインの建築様式の描画からなる。	GCI Consultants, LLC	FA 登録
4	図形		35(商業用又は居住用の不動産の広告,不動産の市場分析等)	4863178 2015/12/1	標章は建物の画像で構成されている。	Stepp Commercial	FA 登録

[45] 「マドリッド協定議定書に基づく国際商標出願に関する手続の情報収集作業」報告書 平成 26 年 2 月 https://www.jpo.go.jp/resources/report/takoku/document/modopro_syohyoseido/us.pdf[最終アクセス日 2019 年 3 月 6 日]

＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
5	図形		35(衣類やアクセサリー等を扱う小売)	3010214 2005/11/1	標章は、アールデコ様式のサーフパレスとして知られる、出願人のユニークで独特な建物の外観の構成からなる。	Ron Jon Surf Shop of Fla., Inc.	FA 登録
6	図形		20(家具,マットレス,枕),35(家具･マットレス等を扱う小売及びオンラインでの小売)	5060701 2016/10/11	この標章は、一列に連なり、左から右に向かって大きくなる 4 つの店舗の前面の描写からなる。	Furniture Row, LLC	FA 登録
7	図形		35(塗料等を扱う小売)	3113915 2006/7/11	色彩は権利主張されていない。標章は、様々な写真および/又はテキストが表示された上部装飾ディスプレイパネルからなる色見本付きフロアの展示ユニットの立体形状のトレードドレスで 5 つの特徴的な棚ユニットは、(i) 左隅部のユニットは円筒形、(ii) その右側の隣接ユニットは狭く傾斜がある、(iii) 中央のユニットは最も大きい標準型、(iv) その右側のユニットはサンプルカラーと合わせたコンピュータをセットアップした狭いもの、(v) 右端のユニットは回転ワイヤー棚がある V 字型のもの。各ユニット間を分割するパネル及び円筒状の柱の底部を含む。図に示す内張も標章の一つの特徴。	Homer TLC, Inc.	識別力がなく、商標の表示が不適切との拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応により登録

＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
8	図形		35(一般消費者向け商品を扱う小売等)	3095532 2006/5/23	標章は、サービスが提供される建物の形状からなる。標章は立体であり、入り口を形成するために建物の上部から突き出た台形の前部を有する。台形の 3 つの側面はガラスの窓を使用して形成される。	Walgreen Co.	2003/10/29 に第 1 の出願がなされ、2005/10/18 に補助登録（3008035）された。また、2005/6/7 に第 2 の出願がなされ、2006/5/23 に主登録（3095532）された。 先行して出願した標章（出願番号 3008035）は、識別力がないとの拒絶理由後、補助登録簿に登録 使用により識別力を獲得したとして主登録簿への登録を求める出願（出願番号 3095532）は、指定役務に関する補正指令⇒補正後登録

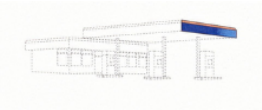
＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
9	図形		35(家具・家庭用品及び備品を扱う小売)	2413336 2000/12/19	標章は、出願人の店舗の外観に使用された青と黄色の組合せで構成されている。外装は主に青色で、黄色の縁取りがなされている。破線で示されている図面の部分は、標章の位置を示すためのものであり、店舗のデザインについての権利主張はされていない。	Inter-IKEA Systems B.V.	FA 登録
10	図形		35(ギフト・食べ物・衣類・書籍・音楽等を扱う小売及びオンラインでの小売)	3942832 2011/4/12	色彩は権利主張されていない。この標章は、芝生で覆われた屋根とその屋根の上にいる何頭かのヤギのいる装飾された建物で構成されている。破線は支持建造物に関連して標章の配置を示しているが、標章の一部として権利主張されていない。	Al Johnson's Swedish Restaurant & Butiks, Inc.	識別力がなく、商標の説明が不適切、商標表示と使用証拠が不一致との拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応により登録
11	図形		35(コンピュータやその周辺機器・携帯電話・家庭用電化製品及び関連の付属品を扱う小売等)	4277914 2013/1/22	色彩は権利主張されていない。この標章は、小売店のデザインとレイアウトで構成されている。店は、ガラス正面の上部にある大型で長方形の水平パネルと、店舗の両側に積み重ねられた 2 つの細いパネルとからなるパネル付きのファサードで囲まれた透明なガラスの店頭に特徴がある。店内には天井に埋め込まれた長方形の照明装置が並んでいる。側壁に沿って埋め込まれたディスプレイ置場の下方には片持ち棚があり、壁に平行で店の中央に一列に配置された長方形のテーブルが店頭から店の奥まで延びている。側面に沿った層の棚があり、店の奥には背もたれのない椅子が置かれた長方形のテーブルがある。奥にはビデオスクリーンが設置されている。点線で表示された壁、床、照明及びその他の備品は、標章の個々の権利として主張されていないが、さまざまなアイテムの配置は標章全体の一部とみなされる。	Apple Inc.	識別力がなく、商標の説明と商標表示が不十分との拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応により登録

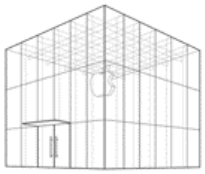
＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
12	図形		35(コンピュータやその周辺機器・携帯電話・家庭用電化製品及び関連の付属品を扱う小売等)	4277913 2013/1/22	鉄灰色、薄茶色、黒色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、小売店のデザインとレイアウトで構成されている。店は、ガラス正面の上部にある大型で長方形の水平パネルと、店舗の両側に積み重ねられた 2 つの細いパネルとからなるパネル付きの鉄灰色のファサードで囲まれた透明なガラスの店頭に特徴がある。店内には天井に埋め込まれた長方形の照明装置が並んでいる。側壁に沿って埋め込まれたディスプレイ置場の下方には片持ち棚があり、壁に平行で店の中央に一列に配置された薄茶色の長方形のテーブルが店頭から店の奥まで延びている。側面に沿って層の棚があり、店の奥には背もたれのない椅子が置かれた薄茶色の長方形のテーブルがある。奥にはビデオスクリーンが設置されている。点線で表示された壁、床、照明及びその他の備品は、標章の個々の権利として主張されていないが、さまざまなアイテムの色彩と配置は標章全体の一部とみなされる。同様に、図の白い部分は背景を表しており標章の一部ではない。	Apple Inc.	識別力がなく、商標の説明と商標表示が不十分との拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応により登録

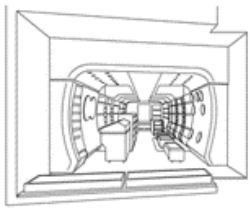
＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
13	図形		35(コンビニエンスストアの商品とガソリンを扱う小売)	3359565 2007/12/25	標章は、ガソリンスタンドやコンビニエンスストアの建物に使用されている青色と金色で構成される。破線で示された事項は、標章の位置を示すためのものであり、標章の一部として権利の主張がされているわけではない。	ANDEAVOR	主登録となった出願をする前に、店舗の外観に関する類似の出願をして、補助登録（2626854,2626855,2637632）を得ている。 識別力がなく、商標の表示上の色彩に関する権利主張がなく、商標の説明が不適切という拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応をしたものの、使用により獲得した識別力の証拠も不十分として拒絶査定 ⇒審判部（TTAB）に上訴、審査官へ差戻し ⇒登録

＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
14	図形		35(コンピュータやその周辺機器及び家庭用電化製品を扱う小売等)	4021593 2011/9/6	色彩は権利主張されていない。この標章は、透明なガラスの壁と屋根、透明なガラスの二重ドア、透明なガラスの天井と天井から吊り下げられた欠けたリンゴのペンダント型のランプを持つ立体的な建造物で構成されている小売店の特徴的なデザインとレイアウトから成っている。	Apple Inc.	識別力がなく、商標の説明と商標表示が不十分との拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応により登録
15	図形		35(衣服・アクセサリー・かばん類・パーソナルケア製品を扱う小売)	3594008 2009/3/24	色彩は権利主張されていない。この標章は、サービスが提供される店舗のエクステリアで構成され、店舗の中央にある入り口は、外部に伸びており、タイル張りの屋根で覆われており、排水溝と排水管があり、両側に木製の手すりを備えた支柱によって支えられている。3つのガラスパネル、上部のバハマ型窓とエクステリア扉を含む入り口の両側には複数の木製二重扉、木製の二重扉の間に位置する上部と下部に暗い造形を備えた大きな柱がある。	Abercrombie & Fitch Trading Co.	識別力がなく、商標の説明に関する拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応により登録

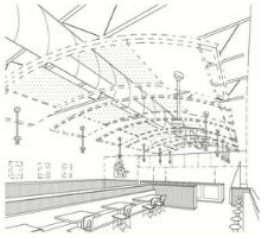
＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
16	図形		35(ブランド・商品･サービスの宣伝広告)	4865255 2015/12/8	青色、水色、茶色、薄茶色、白色、オフホワイト色、緑色、深緑色、黒色、灰色、銀色はこの標章の特徴として権利主張されている。標章は、仮想部屋の背景イメージで構成されている。部屋は立体に見えるが、商業で実際に使用される場合、部屋はウェブベースの広告/ソーシャルメディアサービスのための平面的背景イメージである。部屋には窓壁面で仕切られた2つの窓スペースがあり、窓スペースや窓壁面から観察者に向かって直角に見える 2 つの側壁がある。2つの側壁のそれぞれは、観察者の左右に後退すると、更に90度回転した 2 つの壁（窓壁と窓スペースに平行に現れる）がある。左の側壁には窓スペースのすぐ近くにドアがある。仮想部屋は、更に特殊に構造化され、独自に設計された/大きく囲まれた空間/部屋を認識させるような天井と床から成っている。部屋の壁は青色と水色で、天井、サイドドアと窓枠は白色とオフホワイト色である。仮想の床板は、茶色と薄茶色の組合せで、組み込み式照明のための場所を示す黒いスポットが天井にある。窓の外では、低木や木々が緑色と深緑で示されている。背景の建物は 黒色、灰色、茶色、銀色の様々な色を含んでいる。	Rooms Inc	識別力がなく、色彩に関する商標の説明が不適切、商標表示と使用証拠が不一致との拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応により登録
17	図形		35(旅行関連商品の小売)	3453856 2008/6/24	色彩は権利主張されていない。この標章は、民間航空機のインテリア・キャビンと1960年代の空の旅をテーマにした小売店のインテリアを表した立体形状のトレードドレスで構成され、湾曲した壁、明確に示された中央通路とその両側のアイテム、パーティションに仕切られた棚、木製パネル、記念の飛行ルートマップ、中央通路上の天井にある長方形ライトパネル、長方形ライトパネルの両側にある天井の組み込み式の照明などがある。	FLight 001 Holdings, Inc.	商標表示と使用証拠が不一致との拒絶理由を克服したのち、識別力がないとの拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応により登録

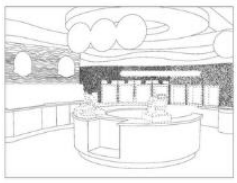
＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
18	図形		35(かばん類・財布・宝飾品・衣類・ギフトカード・ポスター・電話ケース等を扱うことを特徴とする小売)	4051238 2011/11/8	色彩は権利主張されていない。この標章は、ベーカリーをテーマにした小売店のインテリアを表した立体形状のトレードドレスで構成されている。店の内部に入ると、壁のパーティションの隣に大きな業務用ミキサーがある。ベーカリーの大きな陳列棚が、壁を背にして業務用ミキサーの向かい側にある。その陳列棚の隣にあるのは、ガラス面のある長方形の陳列ケースである。下部に 2 本の骨を交差した図柄のあるカップケーキのデザインと共にスタイライズした「JOHNNY CUPCAKE」という文字が、ガラス面のある長方形の陳列ケースの上にある壁の文字の左にある。ガラス面のある長方形の陳列ケースの隣には別のガラス面のある陳列ケースがある。ベーカリーの陳列ケースのある壁に並行の壁を背にして、ガラス面で両開きのドアのある 2 つの長方形の冷蔵庫があり、上部にはそれぞれのカップケーキの下に 2 つの長いものが交差している幾つかのカップケーキのデザインになっている。ガラス面の 2 つの長方形の冷蔵庫の間に狭い棚がある。「JOHNNY CUPCAKE」の文字サインの向こう側の床に小さなテーブルあり、その文字サインのある壁はレンガでできている。ミキサーの近くの壁もレンガでできている。	John M. Earle	識別力がなく、商標表示が要件を満たしていないとの拒絶理由⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応により登録

＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
19	図形		43(レストランにおける飲食物の提供等)	3128649 2006/8/15	色彩は権利主張されていない。この標章は、レストランのダイニングルームを表しており、点線又は破線で示された部分は標章の一部ではなく、単に標章上の位置を示しているに過ぎない。この標章は、テーブルやバーカウンター、基板、羽目板、メニュー版の未加工メッキ仕上げやむき出しのステンレスの使用によって新たな産業革命時代の感覚を想起させるレストランの外観とインテリア・デザインで構成されている。 照明、着色された自然の木材のテーブル面および/又は椅子の端は、ベンチシート、壁の仕上げ材、および/又は椅子。むき出しの配線接続箱とペンダントライトの導管の端から吊り下げられた陶器製のキーレスソケットが付いている産業革命時代を思わせる照明の使用。むき出しの換気栓と導管のあるむき出しの天井とむき出しのキッチンとグリルスペース。	Chipotle Mexican Grill, Inc.	出所表示として機能せず、識別力もなく、商標表示と使用証拠が不一致、商標の説明が不明瞭との拒絶理由ののち、使用により識別力を獲得した証拠の提出により識別力に関する拒絶理由は克服したものの、商標表示と使用証拠が不一致として拒絶査定 ⇒審判部（TTAB）に上訴、審査官に差戻し ⇒審判請求と同時に行った商標の説明の修正と商標の表示の変更により登録

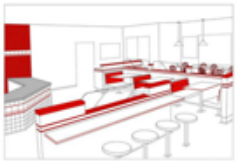
＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
20	図形		43(レストランにおける飲食物の提供)	4524078 2014/5/6	色彩は権利主張されていない。この標章は、泡と波のデザインを有するレストランのインテリア・スペースの立体形状からなっており、側壁に繰り返し押し寄せる波のパターンと、後壁の上部を横切る一つのウェーブとそのウェーブの下部に繰り返し出てくる小さな円や泡、中央のカウンターのデザインを構成する円の要素、中央カウンターの上の天井、中央カウンターの上で壁についているつりさげ看板、及び センターカウンターの周りで半円を形成する湾曲した壁がある。破線で示されたものは標章の一部ではなく、標章の位置や配置を示すために使用されている。	Menchie's Group, Inc.	識別力がないとの拒絶理由⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出により登録
21	図形		41,43(ホテルにおける宿泊施設の提供及びレストランにおける飲食物の提供),44	3005887 2005/10/11	標章は The Breakers ホテルの描写で構成されている。	The Breakers Palm Beach, Inc.	FA 登録
22	図形		43(ホテル及びリゾートホテルにおける宿泊施設の提供)	2927318 2005/2/22	標章は、サービスが提供される建物の外観の構成からなる。	Historic Hotels of Richmond, LLC	識別力がなく、商標の説明が欠如しているという拒絶理由⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応により登録

＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
23	図形		43(レストランにおける飲食物の提供)	4092721 2012/1/31	色彩は権利主張されていない。この標章は、伝統的な英国風パブを連想させる外観と雰囲気を併せ持つバー・レストランのインテリア・デザインで、中央のバーエリアにある柱、台座付きシャンデリア、スコーンの組合わせ、バーエリアの分割された部屋、部屋の上部の壁の装飾された渦巻模様、バーエリアのバー仕様のカウンター椅子、背もたれのある、又はない椅子、格間天井、バーエリアの隅にある採光窓付きのマルチパネル型ガラス窓、壁に飾られたアートフレームとバーミラー、バーからハーフパネルで仕切られているバーに隣接したダイニングエリアのダイニングテーブルと椅子、ダイニングエリアのペンダント照明付きシャンデリアと、ダイニングエリアと半壁を共有するバーエリアの背もたれなしの椅子の組合せから成っている。	PUB GROUP INVESTMENTS, LLC	機能的で識別力がなく、標章に英国国旗が含まれているとの拒絶理由を克服したのち、商標の説明が不明確との拒絶査定 ⇒審判部（TTAB）に上訴、審査官に差戻し ⇒商標の説明の修正により登録
24	図形		41(ナイトクラブ等やショークラブの範疇に入る娯楽の提供),43	3713935 2009/11/24	黒色、金色、茶色、なめし色、白色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、ビクトリア時代の英国の紳士用クラブのインテリアを想起する大人のキャバレーの外観とインテリア・デザインで構成されている。それらは、カスタムデザインのなめしたヒョウ柄のカーペット、壁の塗料の複数層を通してできた茶色の大理石と刻んだ木のデザイン；茶色の日除け付きインテリア窓; 丸みを帯びた黒い日よけのある入り口；金のシャンデリア；黒いシェード付きの金色の枝付き壁燭台; 透明なガラスパネルの黒いランタン型壁燭台；黒と暗褐色の石面で上部に金の手すりがある中央の長方形のステージ; 白いランプシェードのある金色のテーブルランプと丸く黒いテーブルを囲む黒い樽型の椅子; 透明なガラスの球体のあるミニチュア・ゴールドランプと暗褐色の木製のパブテーブルを取り囲む丸い背もたれのある黒いバーの椅子；壁に展示された大きく金色の華美な額縁などがある。埋め込み式ボタンの房の付いた座席ブースは、標章の特徴として独占的な権利を主張されていない。	Spearmint Rhino Companies Worldwide, Inc.	識別力がなく、商標の説明が不明確、商標表示と使用証拠が不一致との拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出、及び、その他の対応により登録

＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
25	図形		43(レストランにおける飲食物の提供及びケータリング)	2963130 2005/6/21	この標章は、南西部様式の彫刻、オリジナル・アートワーク、手描きの額縁の組合せによる南西部をテーマとしたレストランの外観とインテリア・デザインから成っている；南西部様式の家具（テーブルと椅子）；ペンダント照明；吊り下げ型メニューボード；天井から吊り下げられた唐辛子､T 字型の梁と西洋映画で使われている木造建築物を思わせる小型の壁の使用； ボトルを分類する特徴を持つ南西部に触発された先細りシリンダーバーのコーナー構造；レストラン全体を通して、床にはターコイズブルー、赤、茶、テラコッタの色を大きなタイル使用している。破線で示されたダイニングルームの描写は、標章の一部ではなく単に標章上のこれらのアイテムの位置を示す役割を果たしている。	Coltam, Inc.	役務商標として機能しないとの拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠の提出し登録
26	図形		43(レストランにおける飲食物の提供等)	4839216 2015/10/27	赤色、白色、銀色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、レストランのインテリアを表現する立体形状のトレードドレスから成っている。インテリアには赤い縞模様の横線を有する白色の分断壁も含まれる。また、インテリアには分割壁のパーツの上部に配置された透明なガラスパネルも含まれる。また、インテリアとして、小部屋のある座席エリア、バー用の背もたれのない白い椅子や赤い椅子、小部屋は赤い内張で白いカウンターやテーブルを備えている。さらに、インテリアには、顧客からの注文エリアの周りには、赤いタイルの壁と白いタイルの壁のセクションとシルバーのカウンターを備えた顧客注文エリアが含まれる。破線で示されたものは標章の一部ではなく標章の位置を示すために使用されている。	In-N-Out Burgers	識別力がなく、商標表示と商標の説明が不明確との拒絶査定 ⇒審判部（TTAB）に上訴、審査官に差戻し ⇒商標の表示を修正し、審査官の再検討により登録

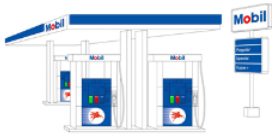
＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
27	図形		4,35(燃料・石油・油・潤滑油・グリース・点火又は照明(灯火)用燃料の小売サービス,コンビニ店)	4913732 2016/9/20	青色、薄青色、赤色、白色、灰色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、主たる識別標識を備えた車両サービスステーションの立体形状の全景からなっている。主たる識別標識は白色に赤い文字の「EXXON」標章が表示されている。「EXXON」標章の下には、白い輪郭を持つ 4 つの青色の長方形がある。主たるの識別標識の隣には、上部 3 分の 2 を占める赤色の水平帯と、下部 3 分の 1 を占める白い水平帯の張り出し屋根がある。張り出し屋根の片側は分割され「EXXON」標章を赤と白で表示している。左側の張り出し屋根の下に青色、赤色、白色、灰色の燃料給油機があり、給油機の中央部と下部に青色で表示されている。給油機の中央部分には、赤い縦型長方形と薄青色の縦型長方形と青い縦型長方形の横と灰色の縦型長方形がある。給油機の下部は青色で構成されており、赤色を中心に薄青色、赤色、白色の小さな円の一団と白色の文字「SYNERGY」が描かれており、その右上に薄青色の文字で「FUEL TECHNOLOGY」と表示されている。また「OLOGY」と「RGY」の左側の裏と下には薄青色と灰色の円が描かれている。 給油機の左側には灰色の一団の円のある灰色で構成されている。給油機の左側には、円柱の上部が突き出ている赤いくさび状のものがあり、赤い半月状の形状の構造体が円柱の右側に取り付けられている。赤い三角形の半アーチ構造が給油機の左側と上部にあり、アーチの上部に白い文字で「FUEL TECHNOLOGY SYNERGY」と表示され、左側に白い中心点を囲む一団の白い円がある。右側に青色、赤色、白色、灰色の燃料給油機があり、給油機の中央と下部は青色で表示されている。給油機の中央部分には、赤い縦型長方形と薄青色の縦型長方形と青い縦型長方形と灰色の縦型長方形がある。 給油機の下部は青色で構成されており、赤色を中心に薄青色、赤色、白色の小さな円の一団と白色の文字「SYNERGY」が描かれており、その右上に薄青色の文字で「FUEL TECHNOLOGY」と表示されている。また「OLOGY」と「RGY」の左側の裏と下には薄青色と灰色の円が描かれている。給油機の左側には灰色の一団	Exxon Mobil Corporation	指定役務、商標の説明に関する補正指令 ⇒補正後登録

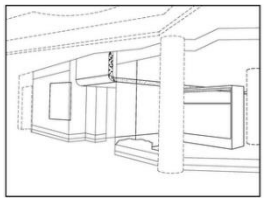
＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
					の円のある灰色で構成されている。 給油機の右側には、円柱の上部が突き出ている赤いくさび状のものがあり、赤い半月状の形状の構造体が円柱の右側に取り付けられており、赤い三角形の構造体が円柱の右上から突き出している。「FUEL TECHNOLOGY SYNERGY」という白い文字の左側に白い中心点を囲む一団の白い円が描かれている。 黒色は輪郭を示すためのものであり、標章の特徴として権利主張されていない。 破線で示されたものは、標章の位置を示すだけのもので標章の特徴として権利主張されていない。		

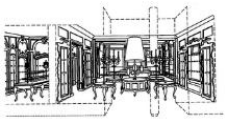
＜米国【主登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
28	図形		4,35(車両用の燃料を扱う小売店)	3976391 2011/6/14	この標識は、主たる識別標識を備えた車両のサービスステーションの立体前庭から成っている。主たる識別標識の上部は白色で、赤色の「O」の文字を除き青色の文字で表示された「MOBIL」標章を有している。「MOBILは」標章の下は青色の長方形に白の文字で「SPECIAL」、「REGULAR」、「SUPER +」と書かれている。すべての青色の長方形は白線で仕切られている。主たる識別標識の隣は、上部三分の二が青色で、下部三分の一が白色の水平バンドのある張り出し屋根で、張り出し屋根の一面には赤色の「O」の文字を除き青色の文字で表示された「MOBIL」が屋根を分断している。張り出し屋根の下の「MOBIL」標章は、青、赤、白、緑色の給油機の最上部に位置し、白地に赤色の「O」の文字を除き青色の文字で表示されている。給油機の中間部と下部は青色で、緑色の背景に白色文字で「REGULAR」、赤色の背景に白色文字で「SPECIAL」、青色の背景に白色文字で「SUPER +」と表示されている。給油機の下部には青色の背景で動きを示す白い陰影と縞模様に赤色の空飛ぶ馬が表示されている。図面の破線で示されているアイテムは、標章の位置のみを示しており標章の特徴として権利主張されていない。	EXXON MOBIL CORPORATION	指定役務、商標表示、使用証拠に関する拒絶理由 ⇒拒絶理由に対応し登録

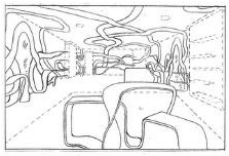
（１－２）補助登録簿の登録

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		35,39(引っ越し用トラック等の貸与等)	2286782 1999/10/12	この標章は、窓を通して見えるオレンジ色の倉庫のドアを持つ建物の２つの垂直な縁に沿って配置された10の窓で構成されている。 図面の破線で示されている項目は標章の位置を示すためのものであり標章としての権利請求範囲ではない。	U-Haul International, Inc.	使用により識別力を獲得した証拠が認められず、補助登録簿に登録
2	図形		35(通信製品・家電等を扱う小売)	4741062 2015/5/19	色彩は権利主張されていない。この標章は、小売店の正面入り口と店頭から店内に通じる床に沿った通路を表す立体形状のトレードドレスから成っている。通路上に、店の真ん中から入り口までの店の天井の真下の立体的なリボンがあり、玄関のドアの上の縁まで達している。構造体の石柱部分とリボン部分の端には LED ライトを並べている。店の入り口には、通路の両側に大きなガラス窓がある。これらの窓を通してスクリーンを見ることができる。破線又は点線で示された領域は標章の一部ではなく、標章の位置や配置を示すためだけに使用されている。	Cellco Partnership	識別力がなく、商標の表示と商標の説明が不明確で色彩に関する権利主張がないとの拒絶査定 ⇒審判部（TTAB）に上訴、審査官に差戻し ⇒商標の表示を修正するなど拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録
3	図形		35(アルコールおよびノンアルコール飲料･葉巻等に関連する製品を扱う小売)	4783688 2015/7/28	色彩は権利主張されていない。この標章は、航空機の格納倉庫をイメージした小売飲料店の外観を表現した立体トレードドレス構成からなっている。店舗上部に、人目に付く三日月型アーチ道が持ち上げられており､9つの窓がアーチの上部に沿って配置され、水平の金属パネルによって囲まれている。小売店の正面玄関の左右には、水平な波形メタルフレームの下に金属で枠取りされた20個の長方形の格子状の曇りガラスが表示されている。破線で示されているものは標章の一部ではなく、標章の位置を示すためだけに使用されている。	Integrity Retail Partners, LLC	識別力がなく、商標の説明が不十分、商標表示と使用証拠が不一致との拒絶理由 ⇒商標の表示を修正するなど拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録

＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
4	図形		35(化粧品・眼鏡・宝飾品・靴・ハンドバッグ・衣料品等を扱う小売)	3732928 2009/12/29	色彩は権利主張されていない。この標章は、立体で表現された小売店のインテリアのトレードドレスから成り、彫刻を施した壁に取り付けられた額縁ユニット、彫刻を施した装飾品と脚のある、枝付き燭台が置かれた階層上の陳列台、彫刻を施した装飾品と脚のある、mirrored sides とテーブル上に並べられたエクステンション・ミラーのある照明器具が置かれた丸い陳列台がる。破線は標章の一部ではなく入り口を示すために使用されている。破線で示されている棚の要素は標章の一部ではない。	Forever 21, Inc.	識別力がなく、商標の説明が不明確、商標の表示が不十分、商標表示と使用証拠が不一致、指定役務に関する拒絶理由 ⇒商標の表示を修正するなど拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録
5	図形		35(バイオ燃料を扱う小売)	4486481 2014/2/18	緑色、青色、白色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、自動車の燃料補給のためのサービスステーションの L 字型屋根を含むトレードドレスから成っている。屋根のフリーズは緑色で描かれており、右側に緑色の楕円形のある青色の渦巻きで構成されている円形のデザイン要素が含む白い部分がある。3 つの燃料ポンプの両側の柱の上部にある旗のような看板があり、それぞれが白色と緑色のエリアが対角線で 2 つに分かれている。各ポンプの下側には、円の内側に緑色の楕円形のある青色の渦巻きからなるデザインがある。前面と背面のポンプの左側にある壁は緑色で表示されている。ポンプ、壁、照明、屋根のサポート部分を含むトレードドレスのすべての構造部品からなる破線で表示されているものは配置目的であり標章の一部ではない。	Clean Energy	識別力がなく、商標の表示に機能的な部分が含まれており、商標の説明が不適切、使用証拠に要部が認識できないという拒絶理由 ⇒商標の表示を修正するなど拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録

＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
6	図形		35(靴・ハンドバッグ･ポケットブックを扱う小売)	3797782 2010/6/1	白色はこの標章の特徴として権利主張されている。標章は、壁、天井、床を覆う白色の背景に、壁を横切り、テーブル、カウンター、椅子のデザインを装飾する白色の「リボン」のある小売店のインテリアデザインの立体形状のトレードドレスで構成されている。「リボン」は、大きなリボンと錯覚させるために、反転、折り曲げ、ひねったような長いバンドで構成されている。破線で示されたものは標章の一部ではなく、標章の位置や配置を示すためだけに使用されている。	Stuart Weitzman IP, LLC	識別力がなく、商標の表示が不適切、商標の説明が不明確との拒絶理由 ⇒商標の表示を修正するなど拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録

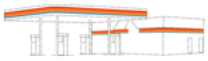
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
7	図形		35(化粧品・洗面用品･スキンケア製品および美容トリートメント等を扱う小売)	4948104 2016/4/26	白色、黒色、金色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、小売店のデザインとレイアウトで構成されている。この店舗は、ガラス正面の左右両側の上下に幅の狭い長方形の水平パネルと、中央にあるガラスの出入口の上に重なった厚い中央パネルがある店頭の透明ガラスが特徴となっている。中央にあるガラスの出入口は、ガラスの店頭の左右の側面に埋め込まれている。店内では、店の天井を横切って円形の照明ユニットが埋め込まれている。黒色のドーム型照明ユニットは、店の天井を横切り、透明なガラスの店頭を通してぱっと見えるように、店の正面左右に均等に配置されている。陳列台は、透明なガラスの店頭を通して、ぱっと見える店の正面左右の両側に均等に配置されている。陳列台は、ベースが金色、中間部が白色で透明なアクリルライザーで構成されている。前面右側の壁は、隣接する白色のモジュール式のアートパネルがあり、その中央に金色と白色の壁掛け型の製品展示棚が設置されたガラスパネルで構成されている。後ろの右側の壁は積み重なった白色の壁パネルで構成され、それぞれにキャビネット照明付きの長方形の切り抜きが入っている。白色の正面左側の壁には、金色の境界線と共に備え付けのグラフィック・ライトボックスがある。白色の左側中段のサイドウォールには､3 段の等間隔の壁パネルと隙間がある。上の段には備え付けのグラフィック・ライトボックスがあり、中央の段には金色のインテリアを施した短い長方形の隙間があり、下段には金色のインテリアを施した長方形の隙間がある。店舗の背面の壁は、左右の白い壁パネルで囲まれた黒色の強化ガラスでできたセンターパネルで構成されている。そのすぐ前にある黒色の強化ガラスでできたパネルは、金色ベースの上に重ねられた 白いモジュラー・アートパネルで構成されるキャッシュラップ型のレジ台である。キャッシュラップ型のレジ台のすぐ上には、テクスチャード加工の丸い金色のペンダントライトが掛かっており、黒色の強化ガラスでできたセンターパネルの左側には、店舗の VIP エリアへの通路につながるテクスチャード加工の金色のカーテンで覆わ	ORO GOLD MIAMI INC.	識別力がなく、商標の表示と説明に機能的な部分を含み、使用証拠が不適切という拒絶理由 ⇒商標の表示を修正するなど拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録

＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
					れた出入口がある。透明なガラスの店頭を通してぱっと見ることができる左右の側壁の両側に沿って一列に配置されたデモ用のテーブルがあり、各テーブルには一つの黒色のサイドパネルとカウンターがあり、他は白色のテーブルパネルはある。それぞれのデモテーブルの 1 面には2つの白色の猫脚が含まれている。点線で示されている壁、床、照明、その他の備品は、標章の個々の権利として主張されていないが、指定されたさまざまなアイテムの色や全体的な配置は全体的な標章の一部とみなされる。		

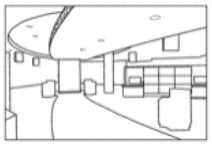
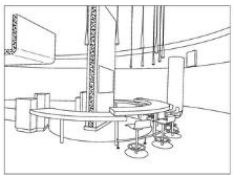
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
8	図形		35(化粧品や香水を扱う小売)	4196198 2012/8/21	色彩は権利主張されていない。この標章は、小売用のディスプレイケースで、3列でスライド式の商品展示棚の立体構成からなっている。棚は後方に角度があり、奥には商品在庫を入れられる。上の列は中央の列の後方に向かって配置され、下の列は中央の列に向かって前方に配置されている。すべての列が下の列に対して後方に角度を付けて正面に離れるように配置されている。破線又は点線で示されたものは標章の一部ではなく、標章の位置や配置を示すためだけに使用されている。	ULTA SALON, COSMETICS & FRAGRANCE, LLC	非公式の手続により、商標の説明を修正し、補助登録簿に登録
9	図形		35(新鮮な果物や野菜を扱う小売等)	4277496 2013/1/15	色彩は権利主張されていない。この標章は、6つのカウンターを備えた六面構造と、6つの垂直の柱によって支持された多面的な日よけからなる新鮮な商品スタンドのデザインを含むトレードドレスから成っている。	Meadowbrook Farms, LLC	識別力がなく、商標の説明が不明確、指定商品・役務に関する拒絶理由 ⇒指定商品・役務を修正するなどの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録
10	図形		35(コンビニエンスストアの商品とガソリンを扱う小売),37	3374595 2008/1/22	赤色、濃いオレンジ色、オレンジ色、青色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、サービスが提供される建物で使用される赤色、濃いオレンジ色、オレンジ色、青色で構成されている。破線は配置を示したもので標章の一部ではない。色は上から下に、赤色、濃いオレンジ色、オレンジ色、青色の「4色の帯」で示されている。	CITGO PETROLEUM CORPORATION	識別力がなく、商標の表示と商標の説明が不適切、色彩に関する権利主張がないとの拒絶理由 ⇒商標の表示を修正するなどの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録

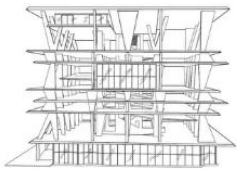
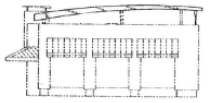
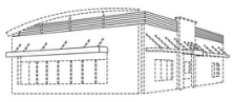
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
11	図形		35(通信製品・家電等を扱う小売)	4630074 2014/10/28	色彩は権利主張されていない。この標章は、デジタル・ディスプレイ・スクリーンを備えた中央のモノリス構造を特徴とする小売店のインテリアを描写する立体形状のトレードドレスから成っている。モノリスの上の天井は、楕円形に切り取られている。フルート形状の照明器具が楕円形の天井から下がっている。床形状も天井の楕円形の切り抜きの形状と同じようになっている。モノリスの前に背もたれの低い椅子を備えた U 字型のテーブルがある。	Cellco Partnership	識別力がなく、商標の説明が不適切、権利不要求に関する拒絶理由⇒商標の説明を修正するなどの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録
12	図形		35(通信製品・家電等を扱う小売)	4630105 2014/10/28	色彩は権利主張されていない。この標章は、モノリス形状の構造を描写した立体形状のトレードドレスで構成され、その表面にはデジタル・ディスプレイ・スクリーンがある。モノリスは店の正面から通じる通路の端にある。通路の上には、入口からモノリスの直前まで、店の天井を這う立体形状のリボンがある。モノリスとリボン部分の端の点線は LED ライトを表している。モノリスを囲む天井には楕円形の切り抜きがあり、モノリスの両側にはディスプレイケースがある。モノリスの向こう側には、背もたれの低い椅子を備えた湾曲したテーブルがある。これらのテーブルの上にはフルートライトが吊り下げられている。これらのテーブルの向こう側にディスプレイ・スクリーンがある。組み込み照明で構成された破線で示されているものは配置目的であり標章の一部ではない。	Cellco Partnership	識別力がなく、商標の表示に機能的な部分が含まれており、商標の説明が不適切、商標の表示と使用証拠が一致しない、権利不要求に関する拒絶理由⇒商標の説明を修正するなどの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録

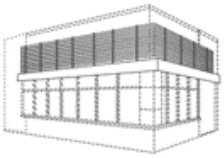
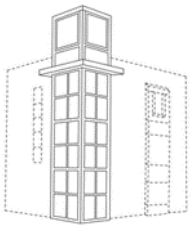
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
13	図形		35(通信製品・家電等を扱う小売)	4630104 2014/10/28	色彩は権利主張されていない。この標章は、通路が入り口から店舗の中に続いている小売店のインテリアの立体的なトレードドレスである。通路の終わりにはモノリス形状の構造物があり、その表面にはデジタル・ディスプレイ・スクリーンがある。通路の上には、入口からモノリスの直前まで、店の天井を這う立体形状のリボンがある。モノリスとリボン部分の端の点線は LED ライトを表している。モノリスを囲む天井には楕円形の切り抜きがあり、Signage が天井から下がっている。通路の両側には、中央にスクリーンがある一つの大きなキャビネットディスプレイを含むディスプレイケースがある。 組み込み照明で構成された破線で示されているものは配置目的のものであり、権利を求める標章の一部ではない。	Cellco Partnership	識別力がなく、商標の表示に機能的な部分が含まれており、商標の説明が不適切、商標の表示と使用証拠が一致しない、権利不要求に関する拒絶理由⇒商標の説明を修正するなどの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録
14	図形		35(通信製品・家電等を扱う小売)	4630103 2014/10/28	色彩は権利主張されていない。この標章は、デジタル・ディスプレイ・スクリーンを備えた中央のモノリス構造を特徴とする小売店のインテリアを表現する立体形状のトレードドレスからなる。モノリスは通路の円形端部の中央に位置する。直線状の通路の上には、天井から吊り下げられたリボン構造がある。モノリスとリボン構造のドットは LED 照明を表している。モノリス上部の天井は楕円形に切り取られており、フルート形状の照明器具が開口部から吊り下げられている。モノリスの片側には背もたれの低い椅子と湾曲したテーブルがある。モノリスの両側にはディスプレイケースがある。テーブルの横には円柱があり、その隣には天井から吊り下げられた四角い看板がある。	Cellco Partnership	識別力がなく、商標の表示に機能的な部分が含まれており、商標の説明が不適切、商標の表示と使用証拠が一致しない、権利不要求に関する拒絶理由⇒商標の説明を修正するなどの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録

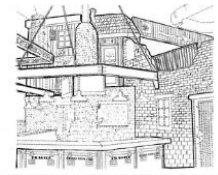
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
15	図形		35,36(商業用の土地･建物のリース・賃貸及び管理)	4119746 2012/3/27	色彩は権利主張されていない。この標章は、様々な高さの天井で出来ているオープンコンクリート構造を有する 7 階建ての建物の外観の立体形状のトレードドレスから成っている。全体の一階部分は大きなガラス窓で囲まれており、五階部分には中央に位置する小さなガラスの切り抜きがある。七階部分の左上の隅には補助的な階層があり、その上部と下部の境界はそれぞれ小さなスペースと 7 階の天井が描かれている。二階から始まる各フロアは、様々な高さと形状の角度で切り抜かれた梁によって分離されている。より広い二階と五階、七階部分は、個々のレベルの床から天井まで延びる、長い、角度のある､V 字型の梁によって支えられている。より狭い三階と四階、六階部分は、床から各レベルの天井まで延びる同様の、しかしより小さい台形の梁によって支えられている。梁は様々な場所と構造で配置されている。	MBeach 1, LLLP	識別力がなく、商標として機能しない、商標の説明が不明確、使用証拠が不適切という拒絶理由 ⇒使用により識別力を獲得した証拠を提出したが認められず、補助登録簿に登録
16	図形		43(レストランにおける飲食物の提供)	3009773 2005/10/25	この標章は、レストランサービスが提供されている建物の立体構造のエクステリアの円弧屋根デザインから成っている。 破線は、支持構造物に対する標章の配置を示したもので支持構造物そのものに対する権利主張はされていない。色彩は権利主張されていない。	McDonald's Corporation	識別力がなく、使用証拠が不適切との拒絶理由 ⇒商標の表示などの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録
17	図形		43(レストランにおける飲食物の提供)	4805686 2015/9/1	色彩は権利主張されていない。この標章は､2 つの長方形の張り出し屋根の立体形状のエクステリア・デザインで構成されている。張り出し屋根の一つは窓の上にあり、もう一つは建物の入り口の上にある。また、建物の波形の金属サイディングがされている。 太い実線は標章を示しており、破線は、本出願における標章一部として権利主張されていない建物のその他の特徴に関連する標章の配置を示している。	McDonald's Corporation	識別力がないとの拒絶理由 ⇒補助登録簿に登録

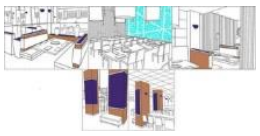
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
18	図形		43(レストランにおける飲食物の提供)	4805685 2015/9/1	色彩は権利主張されていない。この標章は、窓の上にある長方形の張り出し屋根、建築の四方の覆い、建物のエクステリアに沿って波形の金属製の低い手すり壁の立体形状のエクステリア・デザインで構成されている。破線は、本出願における標章一部として権利主張されていない建物のその他の特徴に関連する標章の配置を示している。	McDonald's Corporation	識別力がないとの拒絶理由⇒補助登録簿に登録
19	図形		43(ホテル及びモーテルにおける宿泊施設の提供)	4004099 2011/7/26	色彩は権利主張されていない。この標章は、ホテルのエクステリアのトレードドレスから成っている。建物の一角には壁からの出っ張りの下のいくつかの窓のあるタワーと出っ張りの上に台座がある。タワー全体と台座が明示されている。図中の破線はサービスが提供される建物に対する標章の位置を示したもので標章として権利主張されていない。	G6 HOSPITALITY IP LLC	識別力がないとの拒絶理由⇒補助登録簿に登録
20	図形		43(レストランにおける飲食物の提供)	3160999 2006/10/17	このマークは、3 つの側面に窓があり、屋根の輪郭線が、階段状又は千鳥状である長方形の建物で構成されている。	Huddle House, Inc.	識別力がなく、商標の表示が不明確、商標の説明が不適切、商標の表示と使用証拠が不一致という拒絶理由 ⇒商標の表示などの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録

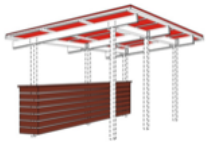
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
21	図形		43(レストランにおける飲食物の提供)	3581930 2009/2/24	色彩は権利主張されていない。この標章は、以下の要素のすべてを組み合わせた構成のレストランのインテリア・デザインからなるトレードドレスで構成されている。壊れたレンガの壁；錆ついた i 型の梁；壁に貼られた錆びた波形のサイディング；納屋の壁板のある偽造建造物；コンサート用のトラス照明； バンド ″ツアーボックス″はデコレーションとしてロックバンドの名前を特徴としている。図面は、実線と破線で対象のインテリア要素の一つの立体形状の見え方から成っている。実線は標章の一部であり、標章の特徴を示すために使用され、破線は標章の権利範囲ではないことを示すために使用されている。	Keep Rockin', LLC	識別力がなく、商標の表示と使用証拠が不一致という拒絶理由⇒商標の表示などの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録

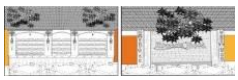
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
22	図形		43(レストランにおける飲食物の提供)	5425367 2018/3/13	白色、茶色、青色、茶色、青緑色、銀色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、5つの完成予想図で描かれたレストランの立体形状トレードドレスで構成されている。最初の図では、白い長方形の背もたれとシート底部のクッション、茶色の木製の上下のアクセント、角のある茶色の木製の小部屋仕切り、および個々の座席エリアを分ける透明なガラス製仕切りを備えた小部屋を示している。小部屋仕切りの上部と背もたれには、白い装飾が施された長方形の青色 LED 照明が付いている。テーブルや小部屋を囲む柱や壁には、青い半円状の壁燭台が吊り下げられている。2番目の図には、渦巻き状のシアン色パターンの LED 照明とテーブル上部の大きな円筒形換気フードを備えた大きなアクセントウォールが示されている。3番目の図には、テーブルと小部屋の背後にある大きな垂直の木製薄板のアクセントウォール、小部屋の座席の裏側の茶色の木、別角度の青い壁燭台、大きな円筒形換気フード、および小部屋の座席の上部に白く装飾のある青い LED 照明が示されている。4番目の図には、銀色のアクセントのある茶色の木の大きな長方形の柱と柱の中央を横断するように照らす青色の LED が示されている。5番目の図には、別の角度で同じ銀色のアクセントのある大きな長方形の茶色の木の柱と長方形の青色の LED 照明アクセントと丸い青色の壁燭台照明示されている。テーブル、椅子、ペンダントライト、円形テーブルグリル、場所の設置およびをその他のレストランのダイニングルームの特徴を描く破線は、それらのアイテムに関連して標章の配置を示すもので標章の一部ではない。	GEN MASTER LLC	標章に機能的な部分が含まれており、商標の表示と色彩に関する権利主張が不適切で使用証拠が一致しないという拒絶理由⇒補助登録簿に登録

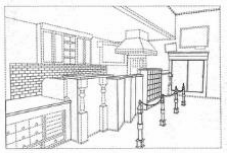
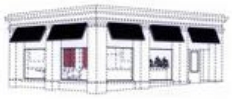
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
23	図形		43(ホテルにおける宿泊施設の提供等)	4594684 2014/8/26	赤色、茶色、白色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、6本の垂直の白い柱で支えられた、白い梁の枠組みの上に、わずかな傾斜角を持つ赤い長方形の屋根を特徴とする歩道の張り出し屋根の立体形状で構成されている。茶色のフェンスは、7本の水平ボードとその上部にある茶色のレールで構成されており、張り出し屋根の低層部を支える 3 本の垂直支柱を支えている。茶色のフェンスと傾斜した赤い屋根は標章の特徴として権利主張されている。破線又は点線で示されたものは標章の一部ではなく標章の位置や配置を示すために使用されている。	RRI Financial, Inc.	識別力がなく、商標の説明が不適切、使用証拠が不十分、商標の表示中の色彩に関する権利主張が不適切という拒絶理由 ⇒商標の説明などの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録

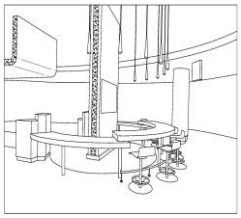
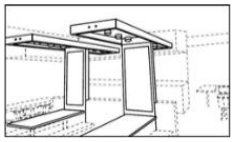
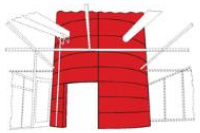
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
24	図形		43(レストラン及びバーにおける飲食物の提供)	4235471 2012/10/30	薄いオレンジ色と濃いオレンジ色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、レストランとバーのインテリアの一部について立体形状のトレードドレスで構成されている。図は、標章のすべての機能を示す複数の表現から構成されている。その表現はレストランのインテリアとしてある２つの側壁を示している。第 1 の側壁には、長いカウンターのある、棚の部分から吊り下げられている装飾のある頂部で湾曲した複数のディスプレイケースと、多数のアルコールボトルを陳列しているバーがある。天井には、織り目加工された金属を模した幾何学的なデザインの正方形のタイルと光を通す小さな打ち抜きデザインのある一連の多尖型星形装飾品からなる吊り下げ式の 2 つの金属製のシャンデリアがある。星形の装飾品は、その基部の固定された部品の中央部から延びている湾曲した棒又は輪の先端に置かれている。第 2 の側壁は、色の濃いオレンジ色の壁部分とレンガのような外観を有する壁部分と薄いオレンジ色の壁部分とで出来ている。スタイライズした文字「ROCCO'S TACOS AND TEQUILA BAR」があり、「ROCCO'S」に下線が引かれており、レンガのような壁部分に浮彫りのように見える。レンガのような壁部分の両側にはレンガのような柱があり、それぞれの柱に複数のマスクが掛けられているようにみえる。天井には、もう一つの側壁のタイルとシャンデリアに似た正方形タイルと一つの吊り下げ型の金属製シャンデリアがある。点線で示されたテーブルと椅子は標章の一部ではなく標章の位置を示すために使用されている。アルコールボトルは点線で示されており標章の一部ではないが、そのほかの標章に関連してバーの棚の位置を示しており、多数のアルコールボトルの種類を表している。	Taco Tavern, LLC	識別力がなく、商標の説明と商標の表示が不適切、使用証拠が不十分という拒絶理由 ⇒商標の説明などの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録

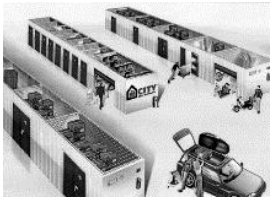
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
25	図形		43(レストランにおける飲食物の提供)	3494208 2008/8/26	色彩は権利主張されていない。この標章は、給仕エリアの裏でマルチレベルカウンター構造、組み立て式でガラス面のある飲料冷却器、小さな食器棚、チェーン/ロープで支えられた垂れ幕を形成する異なる高さを持つ複数のカウンターの組合せで構成されたレストランの外観とインテリア・デザインのトレードドレスから成っている。実線は、レストランに関連する標章の位置を示すもので出願人によって権利主張されている。	Potbelly Sandwich Works, LLC	識別力がなく、商標の説明が不適切という拒絶理由⇒商標の説明などの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録
26	図形		35(ベーカリーにおける食料品の小売),43	3956102 2011/5/3	白色、黒色、ピンク色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、コーヒーを提供する小売りのベーカリーショップの外観のトレードドレスから成っている。白いエクステリアと黒い日除けと重要なガラスの店頭の組合せから成り、ガラスを通して高く積まれたトレイ上のピンク色の箱やカップケーキがみられる。建物の輪郭を示すような破線は標章の一部ではなく、そのような特徴の位置を示すために使用されている。所有者は、ピンク色の箱のほか店頭の窓やドアを通して見えるショップのインテリアの色について権利を主張していない。所有者は、歩道や建物の上層物、建物の左右の建物に対する色彩に関して権利主張していない。所有者は、図に破線で示されている「GEORGETOWN CUPCAKE」の標章とロゴ（文字と図形）に関しても標章の特徴として権利主張していない。	Georgetown Cupcake, LLC	識別力がなく、商標の表示と使用証拠が不一致という拒絶理由⇒商標の表示などの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録
27	図形		35(ベーカリーにおける食料品の小売),43	5343051 2017/11/21 FA 登録	色彩は権利主張されていない。この標章は、レストランの外観とインテリア・デザインの立体形状又はトレードドレスから成っている。具体的にはカウンター構成、カウンターの正面の亀甲模様、リボンデザインのあるクッキーディスプレイケース、後ろのアクセント壁の切り抜き窓、クッキーケースの近くの側壁に備え付けられた引っ込んだ片隅である。左後ろの壁にある点線/破線を含む点線/破線で示されたものは、標章の特徴として権利主張されておらず、単に間隔を示すことを意図している。	Tiff's Treats Holdings, Inc.	補助登録を求めて出願し、商標の説明を補正したのち、補助登録簿に登録

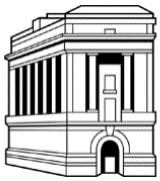
＜米国【補助登録簿の登録】＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
28	図形		35(通信製品とサービス・家電製品･および製品のデモンストレーションを含む小売店サービス)	4630103 2014/10/28	赤色、白色、銀色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、デジタル・ディスプレイ・スクリーンを備えた中央のモノリス構造を特徴とする小売店のインテリアを表現する立体形状のトレードドレスからなる。モノリスは通路の円形端部の中央に位置する。直線状の通路の上には、天井から吊り下げられたリボン構造がある。モノリスとリボン構造のドットは LED 照明を表している。モノリス上部の天井は楕円形に切り取られており、フルート形状の照明器具が開口部から吊り下げられている。モノリスの片側には背もたれの低い椅子と湾曲したテーブルがある。モノリスの両側にはディスプレイケースがある。テーブルの横には円柱があり、その隣には天井から吊り下げられた四角い看板がある。	Cellco Partnership DBA Verizon Wireless Bell Atlantic Mobile Systems LLC,	識別力がなく、商標の説明が不適切、権利不要求に関する拒絶理由⇒商標の説明などの拒絶理由に対応し、使用による識別力を獲得した証拠を提出したものの認められず、補助登録簿に登録
29	図形		43(レストランにおける飲食物の提供)	5019567 2016/8/9	この標章は、長方形のテーブルの端から垂直にほぼ同じ幅で伸びている長方形パネルと共に２つの標識が内部の照明からのバックライトされている 2 つ側面にある内部照明と標識を含む長方形パネルの立体インテリアデザインで構成されている。 長方形のフレームは下の長方形テーブルとほぼ同じ幅で２つのフレームが平行に立ち上がっており、長方形フレームの上部から別の長方形フレームが伸びており、長方形のフレームの内部にケーブルで吊り下げられテーブルを照らす幾つかの照明を含んでいる。太い実線で標章が描かれており、破線は他の要素との関係で標章の位置を示しており、標章として権利請求されていない。	Cafe Rio, Inc	識別力がなく、商標の表示と使用証拠が不一致、権利不要求に関する拒絶理由⇒商標の表示などの拒絶理由に対応し、補助登録簿に登録
30	図形		38(データセンター及びコロケーションサービスの提供),42	4370294 2013/7/16	この標章は、サービスを提供するデータセンター内に位置する凸状の湾曲した円筒のインテリアの壁の立体デザインから成っている。赤色は凸状の壁に適用される。黒色は、湾曲した壁を構成する一連の積み重ねられた長方形の外側の境界として現れている。破線又は点線で示されたアイテムは、標章の一部ではなく、標章の要素の相対的位置関係を示すためだけに使用されている。	Equinix, Inc	指定役務、商標の説明を補正したのち、補助登録簿に登録

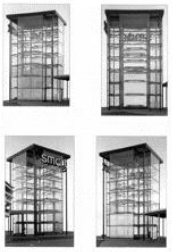
（２） 欧州

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		14(貴金属,宝飾品用留め具,装飾用ピン等),18,35(被服・印刷物・運動具･おもちゃ･飲食料品などの小売又は卸売)	012621132 2014/7/15	—	REAL MADRID CLUB DE FUTBOL (ES)	
2	図形		9,14,16,18,21,24,25,26,28(ゴルフ用具など),35(広告,ゴルフ競技のプロモーションなど),39,41,45	010766591 2012/10/2	—	The Championship Committee Merchandising Limited (GB)	指定区分に関する補正後登録
3	図形		35(菓子類等の卸売･小売及びグローバルコミュニケーションネットワーク経由による小売等)	012594834 2014/6/25	—	Candy Queen SL (ES)	商標中に「OOMUOMBO GOOD SWEETS FOR BIG CHILDREN」の文字あり
4	図形		11,20(家具,ミラー,額縁等),35(家具及び家庭用装飾品の小売及びグローバルコンピュータネットワーク経由による小売)	007029961 2009/5/28	—	VILLA GARNELO INTERNACIONAL, S.L. (ES)	指定区分に関する補正後登録
5	図形		35(広告,事業管理,事業の取次,電子商取引,他人のための調達),36,39	003950061 2006/8/28	図形商標「CITY SELF STORAGE」は、不等角投影法で描かれている。この商標は、空いた上部と保管物が並んでいる複数のコンテナで構成されている。「CITY SELF STORAGE」のロゴは真ん中のコンテナの列に書かれている。コンテナの前のスペースには、異なった動作をする一団に人がいる。また、自動車の屋根にあるルーフラックに 2 つのスーツケースを置く主要な一団がいる。	City Self-Storage Norge AS (NO)	商標中に「CITY SELF-STORAGE」の文字あり
6	図形		9(光学用機器,眼鏡,ヘッドセットなど),35,44(広告,光学・音響製品の販売および販売促進のための助言・情報提供,眼鏡・補聴器･拡大鏡などの小売又は卸売)	015826861 2017/3/28	—	ALAIN AFFLELOU FRANCHISEUR (FR)	商標中に「ALAINAFFLELOU」の文字あり

＜欧州＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
7	図形		16(印刷物など),25,35,36,41(教育の提供,娯楽の提供,博物品の展示,文化的イベントの実施など)	12007654 2013/12/6	—	National Museum of Women in the Arts (US)	
8	図形		18,25(被服,履物,ヘッドギアなど),35(被服・履物・ヘッドギア・かばん類などの小売,広告,事業の管理など)	003492238 2006/3/29	—	Iconix Europe LLC (US)	
9	図形		14(お土産品等),25,43(バー及びレストランにおける飲食物の提供)	003398369 2006/8/3	—	TEMPLE INNS LIMITED (IE)	商標中に「THE TEMPLE BAR」の文字あり 絶対的拒絶理由を克服して登録
10	図形		9,16(印刷物,紙,写真など),41,42,43(飲食料品の提供,一時宿泊施設・慈善のための食べ物の提供),44,45	009882011 2011/11/16	—	Corporation of the President of the Church of Jesus Christ of Latter-Day Saints (US)	指定区分、指定商品・役務に関する補正後登録
11	図形		39,41,43(ホテルの宿泊の予約に関する代理・媒介又は取次ぎ,ホテル設備の関する助言,宿泊施設に関する情報の提供など)	014034482 2015/9/9	—	JAIME FARRERAS ORTS (ES)	
12	立体		35(宝飾品用チャーム・金属製チャーム・身飾品・貴金属・かばん類・革製品・傘などの小売)	015853385 2017/3/6	商標は、「IL BAULE D'ORIENTE」店舗とそのインテリア構造とデザインで構成されている。	BAULED ORIENTE S.R.L. (IT)	商標中に「il baule d'orient e」の文字あり

＜欧州＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
13	立体		4(オイルおよびグリース,ガソリンなど),35(ガソリンスタンドにおける物品の販売),37	001882190 2006/12/12	この標章は、 文字「JET」を含むロゴと、特定の表面エリアと比率で、青色（パントン色番号 662C）と黄色（パントン色番号 123C）の組合せを有するガソリンスタンドの立体形状の正面と側面の表示からなる。	Phillips 66 Company (US)	商標中に「JET」の文字あり 絶対的拒絶理由を克服して登録
14	立体		35(被服・履物・かばん類･スポーツ･レジャー用品および飲料スナックなどの小売),41,44	014410625 2015/11/25	マークは､BOARDRIDERS ストアのウィンドウとそのレイアウトと内装建具の描写からなる。	Boardriders IP Holdings, LLC (US)	商標中に「BOARDRIDERS」の文字あり
15	立体		1,3,4(オイルおよびグリース,ガソリンなど),35(ガソリンスタンドで提供する商品の小売,顧客に対するロイヤルティプログラムの運営など),36,37,39	002871994 2007/5/24	この標章は、特定の表面エリアと比率で、青色と黄色の組合せを有するガソリンスタンドの立体形状の正面と側面の光景で構成されている。	Phillips 66 Company (US)	絶対的拒絶理由を克服して登録
16	立体		12(自動車及び付属品(12 類に含まれるもの)),35(マーケティング,市場調査,事業の助言,広告,商取引の取次,商品の売買に関する契約の取次ぎ),37	001563469 2001/5/28	—	Daimler AG (DE)	
17	立体		1,4(工業用油,グリース,潤滑油,燃料,ガソリン,燃料としての石炭),35(燃料の小売),37	006822118 2008/12/4	—	Neste Oyj (FI)	商標中に「NESTE OIL」の文字あり
18	立体		4(オイル,グリース,潤滑油,燃料),35(自動車のサービスステーションで提供する小売),37	016138158 2017/4/6	サービスステーション	SHELL BRANDS INTERNATIONAL AG(CH)	
19	立体		43(カフェテリアにおける飲食物の提供等)	015002504 2016/5/20	商標は「パコマ」バーのレイアウトとインテリア家具を表しています。	Coldap S.r.l. (IT)	商標中に「pacàma」の文字あり

＜欧州＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
20	立体		30(コーヒー, コーヒー豆, コーヒー代用品, タピオカ及びサゴ, 食用粉類, 生地, 菓子など), 43(宿泊施設の提供, レストラン・バーにおける飲食料品の提供, ケータリングサービス, 宿泊施設・レストランに関する情報の提供など)	017679184 2018/5/9	—	EXYTUS S. R. L. (IT)	商標中に「CAFFE' NAPOLI EXYTUS」の文字あり

（3） 英国

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		16(印刷物,広告用出版物,書籍など),33,35(広告,展示会の運営,芸術作品・プリント・絵画・彫刻などの小売),41	UK00002630036 2013/1/11	—	Bridget Sim	
2	図形		35,36(投資信託等),42	UK00002259102 2001/6/29	—	RIT Capital Partners Plc and Spencer House Limited	指定役務に関する補正後登録
3	図形		18,25(帽子,ジャケット,シャツ,ベルト,ズボン,ショーツ,ドレス,靴下及び手袋等),35(スポーツ用品・ゴルフ用品等を扱う小売)	UK00002540580 2010/7/2	—	Simpsons Golf Shop Limited	指定役務に関する補正後登録
4	図形		43(ファーストフードレストランにおける飲食物の提供)	UK00003025426 2016/1/17	—	PRASANNA SIVANATHAN	商標中に「chicken world」の文字あり
5	図形		4(工業用油,グリース,塵埃吸収剤・塵埃湿潤剤及び塵埃吸着剤,燃料,照明(灯火)用燃料など,35(自動車用燃料の補給ステーションやコンビニにおける潤滑油・オイル・自動車部品・飲食料品・雑貨・医薬品・清掃用品・電化製品の小売など),37,38,39,40,42,43,44,45	UK00002388577 2005/12/16	この標章は、緑色（パントン色番号348C）、黄色（パントン色番号109C）、白色（RAL色番号 9016）、文字「bp」、図形で構成され、サービスステーションの建物、屋根、サインポール、店頭の看板やその他の部分のエクステリアの外面に使用されている 。	BP p.l.c.	商標中に「bp bp」の文字あり 指定商品・役務に関する補正後登録

＜英国＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
6	図形		18,25(被服,履物,ヘッドギア),28,35,41,43(ホテル・レストランサービス,バー・ケータリングサービス,飲食料品の提供,結婚式ための受付など),44	UK00002582802 2011/9/9	—	Stoke Park Limited	

（4） ドイツ

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		16(印刷物),35,36(不動産業務)	30634371 2006/9/11	—	Dresdner Molkerei Gebr. Pfund GmbH	
2	図形		14,16(印刷物),35(広告,事業の管理),36,37,41	39732618 1997/9/22	—	UniCredit Bank AG	
3	図形		29(肉製品,加工野菜,冷凍野菜,乾燥果物など),43(ケータリングなど)	3020080306 62 2008/8/26	—	Mühlenbeck-Buck, Britta	
4	図形		4,35(ガソリンスタンド内での小売,潤滑油・グリース・スペアパーツ・飲食物・新聞などを含む印刷物などの商品の販売),37,39,43	3020130275 70 2014/1/15	—	BP Europa SE	
5	立体		35(飲食料品・薬剤・園芸用品・金物・おもちゃ・被服・文房具・電化製品などの卸売・小売,電話の契約・請求の取次など)	3020150585 52 2016/1/29	色彩の権利主張：緑色、白色、黒色	REWE Markt GmbH,50668 Köln, DE	
6	立体		35(会社事業の管理等)	3020090311 14 2013/9/4	—	Restauration Festung Königstein GmbH	
7	図形		1,2,4(工業用油,グリース,潤滑油など),35(ガソリンスタンドのサービス,自動販売機の貸与など),36,37,42,43,45	39615816 1996/10/9	—	BP Europa SE	

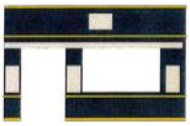
＜ドイツ＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
8	図形		35(輸送及び配達の分野における事業の管理・広告･マーケティング）,39,41,43	30771041 2008/2/11	—	Stadtwerke VerkehrsGesellschaft Frankfurt am Main mbH	

（5） フランス

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		29,30(コーヒー,パン,菓子など),33,43(レストラン・バー・ケータリングなどの食べ物の提供,ホテルにおける宿泊施設の提供)	3569083 2008/4/10	—	UNE BOUTEILLE A LA MER SARL MJ	
2	図形		42,43(食べ物のケータリング,レストラン・バー・カフェなどにおける飲食物の提供)	3076042 2001/1/11	—	HEINEKEN ENTREPRISE, Société par actions simplifiée	
3	立体		5,9(光学機械器具,眼鏡など),16,35(広告,他人のための新聞購読サービス,コンピュータによるファイルの管理,通信媒体上の広告タイムの貸与など),40,44	3753439 2011/7/29	色：紫、灰色がかったトープ及びベージュがかったトープ	LAKAL KAMEL	商標中に「OPTIC LEADER」の文字あり
4	立体		30(ココア製品,チョコレート製品・飲料,菓子,コーヒーなど),35(食料品の小売,販促および広告など)	4142844 2015/4/10	—	LA MAISON DU CHOCOLAT, Société par actions simplifiée	商標中に「LA MAISON DU CHOCOLAT」の文字あり
5	立体		16,30(コーヒー,茶,ココア,砂糖,米,スパイス,サンドイッチ,チョコレートなど),43(食料品の提供,一時宿泊施設の提供,ケータリングサービス,持ち帰りサービスなど)	3834714 2011/9/16	パン屋の店舗のインテリア：丸くがっしりして、むき出しの脚のある白いカウンター － チェッカー模様の床 － 木製の壁 － 薄い灰色の壁 － リブ付きの底 － 銅色の照明器具	STEPHAN PRIVAT	

＜フランス＞

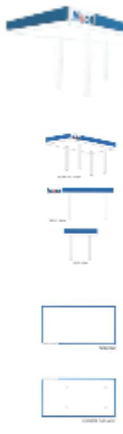
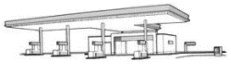
No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
6	図形		4(石油(精製されたものであるかないかを問わない),燃料など),35,36,37(車両および車両部品のメンテナンス),43	3932234 2012/12/14	—	TOTAL SA, Société anonyme	
7	図形		14,16(印刷物,写真,文房具,ポスター,包装用紙・プラスチック製品など),21,24,25,35,41,43(一時宿泊施設の提供,ホテルにおける宿泊施設の提供)	3899284 2012/6/15	—	AUSTRAGRIS, SCI	
8	図形		4(石油(精製されたものであるかないかを問わない),燃料など),35,36,37(車両および車両部品のメンテナンス),43	3932476 2012/10/26	—	TOTAL SA, Société anonyme	
9	図形		30(パン,ケーキ,サンドイッチ,ピザなど),35(パン・ケーキ・サンドイッチ・スナックなどの小売),43	4104529 2015/2/20	—	INTER-FARINE, société anonyme	
10	半図形[46]		6,11,12(乗り物等),43(飲食物の提供,ホテルにおける宿泊施設の提供等)	4210917 2016/1/8	—	Mr. Georges DELMAS	
11	半図形		29(デリカテッセン),30,32,33,43(飲食物の提供等)	3560599 2008/3/5	—	Mr. Jean-Paul DAMBRINE	
12	半図形		29(保存された果物,ドライフルーツ,ゼリー,ジャム),30,32	4445861 2018/4/13	ブランド・トランスレーション：砂糖漬け果物の工場、砂糖漬け果物の製造、ジャム工場、農園のブランドのジャムの製造　カラー：建物正面 RAL 3004、RAL 1001、標識 RAL 5003、標識文字　ヴァンセンヌ 94300（レジェムテル通り 18 番）、ブランドは「Fabrique de Confitures」で Christophe Devé によって 2010 年に創られたブランドとコンセプト。	Mr. Christophe Devé	

[46] 「半図形」とは、文字要素と図形要素を併せ持つ商標のタイプのことをいう。

（6） オーストラリア

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		16(紙・プラスチック・厚紙・セルロースから作られた包装及び包装材料等),35,43(ホテルにおける宿泊施設の提供)	1862301 2018/3/1	農家	Vandea Pty Ltd	
2	図形		35(卸売及び小売店の業務管理,オンラインを含むインドア・アウトドア家具・キッチン用品の小売・卸売)	1859160 2018/2/15	ストライプ状の幾何学的な形状で構成され図案化された家の上にいる鳥。	Global Retail Brands Australia Pty Ltd	
3	図形		35,41,43(椅子及びテーブルの貸与,調理用機械器具の貸与,食器類の貸与,一時的宿泊施設の提供,レストランにおけるファーストフードの提供,ケータリングなど)	1850891 2018/1/10	ネームプレートの上の劇場	Nation Australia Venues Pty Ltd	
4	図形		4(工業用油,グリース,塵埃吸収剤・塵埃湿潤剤及び塵埃吸着剤,燃料,照明(灯火)用燃料など),35(自動車用燃料の補給ステーションやステーション内の店舗における小売),37,38,39,42	861716 2001/9/14	この標章は、出願申請の添付で表示しているように、緑色の文字 「bp」と、建物、張り出し屋根、ポールサイン、店舗サイン、およびタンクの外面の白色、緑色、黄色と組み合わせた白色、緑色、黄色の機器から成っている。	BP p.l.c.	
5	図形		4(オイル,グリース,燃料など4類に含まれるものすべて),35(自動車製品・付属品を扱うガソリンスタンドにおける小売),37,42	728555 2002/5/3	この標章は、出願申請の添付で表示しているように、登録の対象となる商品の販売およびサービスの提供を共に行うガソリンスタンドで使用される建造物の看板、ガソリンポンプ、看板（ポスターボード、ポールサイン、価格ボードを含む）、散布機などの主な色彩である緑色と黄色から成っている。	BP p.l.c.	

＜オーストラリア＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
6	図形		4(オイル,グリース,燃料など4類に含まれるものすべて),35(自動車製品･付属品を扱うガソリンスタンドにおける小売),37,42	728556 2002/5/3	この標章は、出願申請の添付で表示しているように、登録の対象となる商品の販売およびサービスの提供を共に行うガソリンスタンドで使用される建造物の看板、ガソリンポンプ、看板（ポスターボード、ポールサイン、価格ボードを含む）、散布機などの主な色彩である緑色と黄色から成っている。	BP p.l.c.	
7	立体文字図形		35(被服・履物・かばん類･スポーツ･レジャー用品および飲料スナックなどの小売),41,44	1747953 2017/4/10	商標は、出願書類記載のとおり、文字「BOARDRIDERS」を特徴とするBOARDRIDERS 店舗のウィンドウの表現からなる。	Boardriders IP Holdings, LLC	
8	文字図形色彩		4(工業用油,グリース,潤滑油など),35(ガソリンスタンドのサービス,自動販売機の貸与など),37,38,39,40,42,43,44,45	1118600 2006/12/11	緑色（Pantone 348C）、黄色（Pantone 109C）、白色（RAL 9016）の色彩を権利主張。部分的な色彩に関する権利主張：張り出し屋根、ポンプ、店舗の看板、主たる識別ボード上の緑色。また緑色はボックス7、張り出し屋根の看板の中央にある図形要素（円形のステッカー）と主たる識別ボード上で示されるサービスステーションの他の要素でも使用されている黄色及び/又は白色と共にも見られる。商標の説明：商標は緑色（Pantone 348C）、黄色（Pantone 109C）、白色（RAL 9016）と文字「bp」およびこれに添付されている図形要素で構成され、建物のエクステリア、張り出し屋根、ポールサイン、店舗の看板とサービスステーションの他の構成部品で構成されている。	BP p.l.c	
9	文字図形色彩立体		4(工業用油,グリース,潤滑油など),37(建物の建設・修復・取付け工事)	1295071 2010/7/5	この商標は、出願書類記載のとおり、赤色、白色、青色で文字「Mobil」を有する張り出し屋根の形状で構成されている。	Exxon Mobil Corporation	
10	図形色彩		4(油,グリース,潤滑油,燃料),35(燃料・潤滑油及びその他の自動車製品の調),37	1027801	この商標は、出願書類添付のとおり、車両サービスステーションの構成部品に使用されている赤色（Pantone 485c）、黄色（Pantone 116c）、白色で構成されている。商標法第41条第5項、商標法第44条第3項(b)を適用。	Shell Brands International AG	

（7） 中国

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		4(工業用油,グリース,塵埃吸収剤・塵埃湿潤剤及び塵埃吸着剤,燃料,照明(灯火)用燃料など),35(コンビニやサービスステーションなどの商品の購買に関する事業の助言,小売や小売のフランチャイズサービスに関する助言など),37,38,39,40,42,43,44,45	国際登録 883996 国際登録日 2005/9/1	—	BP P.L.C.	
2	立体		35(事業の管理に関する助言,マーケティング)	4420793 2008/7/14	—	BP P.L.C.	
3	立体		43(ファーストフードレストラン,移動式レストラン,移動食料品店など)	4420782 2008/7/21	—	BP P.L.C.	

（８） 韓国

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	立体		28(おもちゃなど),35(おもちゃ・人形・宝飾品などの小売)	45-0006124-0000 2013/12/1	—	빌드-어-베어 워크샵, 엘. 엘. 씨.	
2	立体 文字 図形 色彩		1,4(工業用油,グリース,塵埃吸収剤・塵埃湿潤剤及び塵埃吸着剤,燃料,照明(灯火)用燃料など),35(事業の管理に関する助言,マーケティング),37,39,42	45-0005058-0000 2002/3/28	—	ビーピーピーイー. エル. シーイー	

（９）　台湾

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		43(飲食料品の提供, レストラン・ケータリングなど)	01669398 2014/10/1	—	柯三貴	
2	図形		43(カフェにおける飲食物の提供等)	01809234 2016/12/1	—	統一星巴克股份有限公司	
3	図形		35(広告, マーケティング, 消費者のロイヤルティプログラムの管理, 農作物・宝石・身の回り品・美術品・工芸品の卸売と小売)	01822275 2017/2/1	—	行政院農業委員會林務局嘉義林區管理處	
4	図形		43(宿泊施設の提供)	01839388 2017/5/1	—	沈國愉	
5	図形		35(マーケティング, ガソリンスタンドの小売店・コンビニの事業の管理, ガソリンスタンドにおける燃料・飲料などの小売)	01174167 2005/9/16	—	BP P. L. C.	
6	図形		30(茶飲料)	01099236 2004/05/01	—	黃一彬	商標見本にある「黃」、「餅舖」、「登錄商號」につき権利不要求

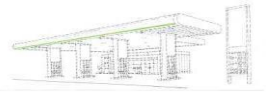
＜台湾＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
7	立体		35(動物用玩具など)	01247642 2007/1/16	本件は立体商標であり、「上方の直角の大きな天幕」と「左側の円筒形のディスプレイ」から構成された水平な店舗である。「上方の直角の大きな天幕」に「BUILD-A-BEAR WORKSHOP」英文字が表示され、且つ「BUILD-A-BEAR」と「WORKSHOP」の間に「熊の頭」の設計図を配置し、「WORKSHOP」にある左の「O」レターが円形のボタン図、次の「O」レターが円形のリールスプールとして設計されている。「左側の円筒形のディスプレイ」に座った熊を配置し、熊は頭に帽子を被って手に針を握っている他、「左側の円筒形のディスプレイ」が大型のリールスプールとして設計され、店舗のフロアに大きなメダリオンで配置している。	BUILD-A-BEAR WORKSHOP, INC.	商標見本にある「WORKSHOP」につき権利不要求

＜台湾＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
8	立体		3(香水,化粧品など)	01160211 2005/7/1	本商標は一多節式の 101 階の世界一高い摩天楼及びビルの群れで構成される。そのうち、多節式摩天楼は 27 階から 90 階にかけて、8 階分を一節として、8 つの「節」で構成されている。各節の上部から 7° に傾き、フラワーコアの造形が上へ延伸する。また、ビルの外観は竹の節のような形状である。各節の四角は「瑞雲」の形状の金属突起物で飾られ、各節の各方面の真ん中に「如意」で飾られている。「金融センター」というテーマに応じるために、24 階から 27 階までの位置には直径が 4 階の高さくらいである「方孔古銭幣（中華圏の昔の貨幣）をイメージしたオブジェ」がビルの四面に飾られている。また、ビルの最上階の採光用の屋根の外形は中国の「如意」の形である。	台北金融大樓股份有限公司	
9	色彩		35(スーパーマーケット,デパート,コンビニエンスストア)	00165884 2002/7/16	本標章は色彩の組合せとして商標登録出願され、その図案は白い背景にオレンジ色、緑色、赤色が上から下まで順番に 1：2：1 の比率で配置され、点線は営業に関する物品の形状が標章図案の一部ではないことを示している。	美商·7 11 公司	

（１０）シンガポール

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		35(自動車用燃料の補給ステーションやステーション内のコンビニにおける様々な商品の小売,自動販売機による飲料の小売)	T0100305I 2000/7/26	本標章は、出願書類の表現で示された通り、緑色、黄色、白色の色彩と、「bp」の文字、および文字などの下に示される機器で構成され、建物の外面、張り出し屋根、ポールサイン、店の看板およびガソリンスタンドのその他の構成部品に適用されている。	BP P.L.C.	商標の説明、指定役務の補正後登録
2	色彩		35(自動車用燃料の補給ステーションやステーション内の店舗における小売)	T9904253H 1999/4/27	本標章は、サービスの提供で使用される建物のエクステリア外面に使用される緑色で構成されている。	BP P.L.C.	商標タイプ、商標の説明、指定役務の補正後登録
3	図形		14(時計,金製宝飾品,宝石),16,25,35(小売)	40201700889W 2017/5/18	手すりつき窓	Chinatown Business Association	
4	図形		41,43(保育所における乳幼児の保育,食べ物の提供,一時宿泊施設の提供)	402016169100X 2017/7/13	建物、木、列車	STATION BRIDGE INTERNATIONAL HOLDINGS PTE. LTD.	指定役務の補正後登録
5	図形		4(石油(精製されたものであるかないかを問わない),燃料など),35,36,37(ガソリンスタンドにおける自動車・二輪自動車などの整備),43	T1209755F 2012/7/9	ガソリンスタンド、交差する曲がった帯	TOTAL SA	商標タイプ、商標の表示、指定役務の補正後登録
6	色彩		4(油,グリース,潤滑油,燃料),35(燃料・潤滑油及びその他の自動車製品の調達),37	T1200744A 2012/1/19	本標章は、出願書面記載のとおり、商品・サービスの提供で使用される施設のエクステリア外面に使用される黄色、赤色、白色で構成されている。	Shell Brands International AG	商標の説明、指定役務の補正後登録
7	色彩		4(油,グリース,潤滑油,燃料等)	T0110610I 2001/7/18	本標章は、指定役務の提供に関連して使用されるガソリンスタンドの天蓋にあるネオンを用いた棒状蛍光灯の色である緑色で構成されている。4	BP P.L.C.	商標タイプの補正後登録
8	色彩		37(車両の保守・清掃および修理等,車両サービスステーション)	T0110611G 2001/7/18	本標章は、指定役務の提供に関連して使用されるガソリンスタンドの天蓋にあるネオンを用いた棒状蛍光灯の色である緑色で構成されている。	BP P.L.C.	商標タイプ、商標の説明の補正後登録

＜シンガポール＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
9	色彩		39(自動車・トラック及びトレーラーの貸与を含む乗り物の貸与)	T0110612E 2001/7/18	本標章は、指定役務の提供に関連して使用されるガソリンスタンドの天蓋にあるネオンを用いた棒状蛍光灯の色である緑色で構成されている。	BP P.L.C.	商標タイプ、商標の説明の補正後登録

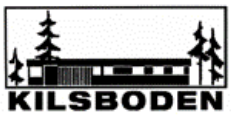
（１１）ロシア

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		25,32(ビール,ミネラルウォーター,ノンアルコール飲料),33,43(飲食料品の提供,一時宿泊施設の提供)	国際登録 1144997 国際登録日 2012/10/24	—	Ottakringer Getränke AG (AT)	保護容認声明が出されている。
2	図形		4(工業用油,グリース,塵埃吸収剤・塵埃湿潤剤及び塵埃吸着剤,燃料,照明(灯火)用燃料など),35(自動車用燃料の補給ステーションやステーション内のコンビニにおける様々な商品の小売,自動販売機による飲料の小売),37,38,39,40,42,43,44,45	国際登録 883996 国際登録日 2005/9/1	この標章は、緑色（パントン色番号348C）、黄色（パントン色番号109C）、白色（RAL色番号 9016）、文字「bp」、図形で構成され、サービスステーションの建物、屋根、サインポール、店頭の看板やその他の部分の外面に使用される。	BP p.l.c. (GB)	商標中に「bp」の文字あり
3	指定なし		4(石油エーテルなど),37(ボイラーの清掃と修理機械類の設置・修理およびメンテナンスなど)	642710 2018/1/23	—	PAO Gazprom Neft'	建物の形状と文字「SERVICE」は権利請求外

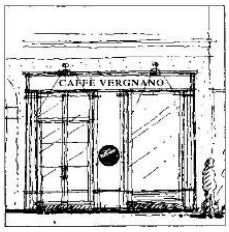
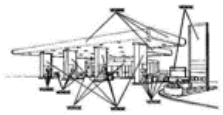
＜ロシア＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
4	立体		4(ガソリン,ディーゼル燃料),37(ガソリンスタンドサービスなど)	580617 2016/7/13	出願されたのは、白地にガソリンスタンドの外観を表す結合立体表示。 構図の右側に、上部と下部に青色とライトブルーのしずく状の図柄を示し、右側に比例して傾斜する青いフィギュアの付いているグラフィックのある支柱付きの屋根があり、支柱間には燃料補給機がある。また、それぞれの支柱の側面には、丸い白灰色のスタンドがある。 補給ステーションの屋根にある帯状の装飾の端には、白い背景に左側に比例して傾斜する青色の長方形で構成されており、比例左傾斜の端部は、フィギュアの左側には青色とライトブルーのしずく状の図柄がデザインされている。屋根にある帯状の装飾は屋根の角で繋がっていない。 後ろは、白色と青色の 1 階建ての建物があり、建物の側面に黄色とオレンジ色の正方形の一片が描かれている。建物の前部は部分的に光沢があり、半透明のガラスを通して店舗の多色の展示物が見える。 構図前面の左側に表示板がある。それは主に白色と青色で作られた右下と左上が丸みを帯びた長方形の立体形状である。画像の上部には、白色の背景に青色とライトブルーのしずく状の図柄がある。表示板の主要部分は 4 桁の数字情報（00.00）を表示するための 4 つの長方形ディスプレイを示している。各ディスプレイの左側には、白い縁取りで赤色、黄色、灰色、青色をした丸みを帯びた側面と尖った端を持つ要素がある。 表示板、帯状の装飾、屋根の支柱には、点滅照明がある。 屋根の正面にある表示板の右側に、その表示板と同じデザインの小さな表示板があり、小さい表示板は右を指す矢印がある。店舗の近くにある大きな表示板の左側の後ろに同様の小さな表示板が示されている。この表示板の矢印は左を指している。 店舗の左側には 3 つのはためく旗がある：旗は 2 つの白色とその間の青色で、旗には青色とライトブルーのしずく状の図柄が描かれている。	OAO Gazprom Neft’	

（１２）スウェーデン

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		29,33(ビールを除くアルコール飲料),35(輸出入に関する事務の代理又は代行)	392610 2007/11/23	—	Villa Africa Vinhuset AB	
2	図形		35(企業の事業に関する調査,企業情報の提供),41,42,45	510955 2013/2/15	—	Rättighetsallianse n Europa AB	
3	図形		16(印刷物,雑誌,教育用出版物など),35(競売,商業目的の芸術作品の展示事業の運営), 36,37,41	333642 1999/11/5	—	FUNDACION COLECCION THYSSEN-BORNEMISZA	
4	図形		36(不動産売買の運営など),43	516396 2013/12/13	—	Gods och Herresäten i Sverige Handelsbolag	
5	図形		19(移動式建具(金属製のものを除く)など),43(移動式建具の貸与)	392434 2007/11/16	—	Moelven ByggModul Aktiebolag	

（１３） スペイン

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		35(他人のための購買サービス,家具・マットレス・布地・被服などの卸売・小売のための輸出入に関する事務の代理又は代行,商品の展示,広告など)	M3591032 2016/5/23	—	VITAL DREAMS SF, S. L.	
2	図形		30(コーヒー等), 43(レストランやカフェテリアにおける飲食物の提供)	国際登録 797150 国際登録日 2002/12/23	この標章は、空白の背景に細く外側を縁取りした正方形から成っており、そこには、出願人の会社の名前の一部を無地に「CAFFÈ VERGNANO」と大文字で書かれている横長の長方形を上部に置く店舗の正面がスタイライズして表示されている。 ファサードの中央、ドアと店舗の窓の間に、無地に円形の形があり、中には隅の方に名前の「CAFFÈ VERGNANO」が白抜きで斜めに配置されている。右側には人間のシルエットが高度にスタイライズして表示されている。すべては空白の背景に薄いされた表示があり、上のすべてが空の背景に薄く描かれている。	CASA DEL CAFFE' VERGNANO S. P. A. (IT)	拒絶通報期間内に暫定拒絶通報が送付されていない。 商標中に「CAFFÈ VERGNANO」の文字あり
3	立体		37(車両のメンテナンス・清掃及び修理等)	M1974974 1996/12/1	—	BP P. L. C.	
4	立体		35(ゲーム・おもちゃ・模型の未成年に対する小売)	M3077916 2013/10/4	—	LUDENDO COMMERCE IBERIA S. L.	
5	立体		35(ゲーム・おもちゃ・模型の未成年に対する小売)	M3077931 2013/10/29	この立体が混在する標章では、両サイドに設置された二つの垂直な柱とそれをつなぐ上部からなる強い青色のフレームに接する店舗の前面の描写について権利主張がなされている。	LUDENDO COMMERCE IBERIA S. L.	
6	立体		4(油脂,潤滑油,燃料等),37(車両の給油・メンテナンス・清掃及び修理),42	M2532742（申請番号）	この標章は、前部が凸曲面の半円筒となっており、横長に延伸する屋根を有するガソンスタンドの、屋根の前部の下部に位置する緑色（パントン色番号 368C）で、一定の幅を有する横長の縞からなる。	BP P. L. C	

＜スペイン＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
7	立体		3(石鹸,香水,トイレタリー,精油,化粧品など),05,35(広告,事業の管理,見本や情報などの提供,商業又は宣伝目的の展示会の運営),42	国際登録 648333 国際登録日 1995/12/1	—	SEPHORA (FR)	標章が要求された全ての商品及び役務に対して保護されていることを示す陳述書が出されている。 商標中に「SEPHORA」の文字あり
8	立体		3(石鹸,香水,トイレタリー,精油,化粧品など),05,35(広告,事業の管理,見本や情報などの提供,商業又は宣伝目的の展示会の運営),42	国際登録 648332 国際登録日 1995/12/1	—	SEPHORA (FR)	拒絶通報期間内に暫定拒絶通報が送付されていない。 商標中に「SEPHORA」の文字あり
9	立体		35(コンピュータやその周辺機器・携帯電話・家庭用電化製品及び関連の付属品等を扱う小売店)	国際登録 1060320 国際登録日 2010/11/10	このマークは、小売店の独特なデザインとレイアウトで構成されています。	Apple Inc. (US)	暫定拒絶通報後の保護認容声明が出されている。
10	立体		35(コンピュータやその周辺機器・携帯電話・家庭用電化製品及び関連の付属品等を扱う小売店)	国際登録 1060321 国際登録日 2010/11/10	このマークは、小売店の独特なデザインとレイアウトで構成されています。	Apple Inc. (US)	保護容認声明が出されている。
11	立体		16(印刷物(新聞,雑誌や書籍)等),35,38,41(スポーツ及び文化活動)	M2849667 2009/3/25	この登録の保有者であるMALAGA CLUB DE FUTBOL, S.A.D.のスタジアムに対応する 4 つの視点から見た図式表現から構成されている。すべては添付のデザインにより表現されている。	MALAGA CLUB DE FUTBOL, S.A.D	
12	立体		35(食品の小売等)	M2977293 2011/9/2	ダーク・ブラウン、ブラウン・ブラウン、デトロイト・ブラウン、グレー。	ECOVERITAS,S.A.	

（１４）フィリピン

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		29,30(パン,ケーキ,ビスケット,クッキー,デザート,パン菓子等),43(レストランにおける飲食物の提供,ケータリング)	1279231 2016/9/1	—	DELIFRANCE S.A.（FR）	商標中に「Délifrance Df」の文字あり

（１５）メキシコ

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
1	図形		35(広告,事業の管理,被服・履物・帽子・洗剤・香水・精油・化粧品・宝飾品・かばん類などの小売)	1266762 2012/2/10	—	ABERCROMBIE & FITCH EUROPE SAGL	
2	図形		35(サービス製品の小売)	1287889 2012/5/28	—	STUART WEITZMAN IP, LLC.	
3	図形		35(広告,事業の管理など)	1344727 2013/1/25	—	UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON	
4	図形		35(ディーゼル油・ガソリン・燃料油・エンジン油・潤滑油などの小売)	1685989 2016/10/19	—	GRUPO INDUSTRIAL EMPREX, S.A. DE C.V.	
5	図形		35(ガソリンスタンドで提供する燃料・潤滑油・自動車の関連商品の展示販売および修理・保守の自動車関連サービスおよび飲食料品・自動車用の付属品・地図・文房具・雑誌・タバコ製品などの小売)	1814554 2017/10/24	—	SHELL BRANDS INTERNATIONAL AG	
6	図形		35(燃料・潤滑油などの小売)	1835054 2017/12/13	—	TOTAL SA	
7	図形		35(広告,事業の指導・管理など)	1059960 2008/9/8	—	MEXICANA DE LUBRICANTES, S.A. DE C.V.	
8	図形		35(広告,事業の管理など)	1180098 2010/9/22	—	GRUMA, S.A.B. DE C.V.	

＜メキシコ＞

No.	商標タイプ	商標（登録事例）	国際分類（指定商品役務）	登録番号 登録日	商標の説明	出願人	備考
9	図形		35(広告,事業の管理,食料品店やコンビニなどにおける飲食料品・花木・タバコ・おもちゃ・清掃用具・洗剤などの小売など)	1196513 2011/1/13	—	ANCLADOS BRISA, S.A. DE C.V.	
10	図形		43(飲食料品の提供)	1201432 2011/2/15	—	GRUMA, S.A.B. DE C.V.	
11	立体		43(ケーキ・タコスの提供)	1301489 2011/8/23	—	FELIPE PAVLOVICH PEDRIN	
12	立体		43(飲食料品の提供,レストラン,バー,カフェテリア,メキシコ料理店)	1017584 2007/12/12	—	FELIPE PALVLOVICH PEDRIN	

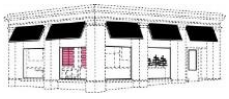
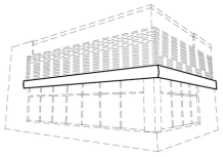
６．海外の調査対象国・地域における拒絶事例

海外の調査対象国・地域における店舗の外観・内装に関する商標の拒絶事例を、以下に掲載した。表の掲載内容は以下のとおりである。

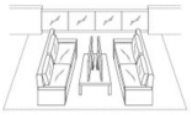
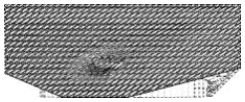
【表の掲載内容】

表の項目	内容
商標タイプ	出願された商標のタイプを記載
商標（拒絶事例）	拒絶された商標を記載
国際分類（指定商品役務）	出願された指定商品・役務の区分及び内容を記載 ※内容に関しては当該商標やその出願人と関連性が深いと思われるものを要約して抽出した。
出願番号	出願番号を記載 ※国際出願に関しては、国際登録番号を記載した（番号の前に「国際登録」と記載）。
商標の説明	「商標の説明」の記載がある場合、その内容を記載
拒絶理由	拒絶理由を記載
出願人	出願人を記載

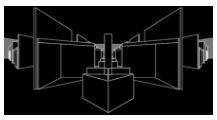
（１） 米国

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
1	図形		35,43(喫茶店における飲食物の提供)	87025791	この標章は、コーヒーを提供する小売りのベーカリーショップの外観のトレードドレスから成っている。白いエクステリアと黒い日除けと重要なガラスの店頭の組合せから成り、ガラスを通して高く積まれたトレイ上のピンク色の箱やカップケーキがみられる。建物の輪郭を示すような破線は標章の一部ではなく、そのような特徴の位置を示すために使用されている。	本来的な識別力がない。	Georgetown Cupcake, LLC
2	図形		43(レストランにおける飲食物の提供)	85836509	この標章は、窓の上にある長方形の張り出し屋根、建築の四方の覆い、建物のエクステリアに沿って波形の金属製の低い手すり壁の立体形状のエクステリア・デザインで構成されている。破線は、標章一部として権利主張されていない建物のその他の特徴に関連する標章の配置を示している。	店舗の日よけは一般的な形状であるため、補助登録簿に登録できない。	McDonald's Corporation

＜米国＞

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
3	図形		41(ビデオゲームやコンピュータゲームに特徴を持つ娯楽の提供)	87176976	この標章は、ビデオゲームをするための座席配置で構成されている。座席配置は、背中合わせに２つのスクリーンを備えたテーブルを含む。一つのソファは一つのスクリーンに面し、もう一つのソファはもう一方のスクリーンに面している。	標章の説明は、何が権利主張されたものか特定できず、本来的な識別力もない。	Ahmed Jaafer Sadik Al-Kiremli
4	図形		37,41(博物館の提供)	86852417	この標章は、水平の線から上に伸びる垂直の線で形成される三角の底部を持つ上、左、右に四角く仕切られ均等の長さのメッシュを特徴とする博物館の立体構造で構成されている。メッシュは中間部に大きな歪みを示している。 博物館の開口部と底面を示す破線は標章の配置を表すもので標章の一部ではない。	本来的な識別力がなく、ビルの屋根を特徴とする他の建築構造の証拠になっていない。	The Broad
5	図形		35(衣類・関連アクセサリー・ギフト・文房具・化粧品等を取り扱う小売店サービス)	85086543	この標章は、ビデオ画像が投影されるアクリル製のらせん状の彫刻、個別の透明な商品ディスプレイケースからなる商品を展示するための湾曲した壁、隣接する個々のビデオスクリーンからなる壁、格子状の丸い台、湾曲した特徴を有する天井の固定具、および透明な店頭から飛び出し、前面の角度で傾斜した立体形状の標識を含む。 破線で示された特徴は、標章の一部として権利主張されておらず、そのような特徴の位置を示すことのみを意図している。 黒と白のチェックが黒色天井の固定具に描かれ、銀色の斑点が付いた黒色が床に描かれ、銀色が丸い台や立体形状、天井に描かれ、灰色が店舗に向かって左右の側面と背面に描かれている。	役務商標として機能しない。識別力のない背景；異なる画像を表示することができるビデオスクリーンに関するファントム商標；描画は機能要素を点線で表示していない（ビデオスクリーンと四角いグリッド表示ケース）。トレードドレスの特徴を示す標章の説明が不十分。	Hot Topic, Inc

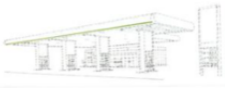
（２） 欧州

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
1	立体（出願時「図形」であったものを後に修正）		3(スキンケア用化粧品),35(スキンケア用化粧品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供),41,44	13259891	—	識別力の欠如 商標に関する欧州指令2015/2436の第4条第1項（b）	KIKO S.p.A.
2	立体		35(事業と商業目的のための展示会および見本市の企画及び開催)	16918451	—	識別力の欠如 商標に関する欧州指令2015/2436の第4条第1項（b）	Gunst Stephan and 3 others
3	立体		35(携帯電話の小売又は卸売の業務において行なわれる顧客に対する便益の提供)	14267652	—	識別力の欠如 商標に関する欧州指令2015/2436の第4条第1項（b）	REWE Markt GmbH

（3） ドイツ

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
1	立体		35(コンピュータ等の家庭用電化製品を特徴とする小売店サービス)	国際登録1060321	小売店の識別力のあるデザインとレイアウトからなる商標	ドイツ特許商標庁が識別力の欠如を理由に「商標法第8条第2項」により拒絶された。連邦特許裁判所に上訴され、欧州連合裁判所へ委託されたが、その後放棄された。	Apple Inc.
2	立体		3,16,20(寝具類),24,25,27,35(家具,衣類,衛生用品および医療用品等の小売り又は卸売業),37,43,44	302014054773 2	小売店の独特な見取り図でありレイアウトから成る立体標識	識別力の欠如を理由（商標法第8条第2項）にドイツ特許商標庁に拒絶された。	Bettwäsche-und Steppdeckenfabrik Herbert Braun GmbH & Co. KG, 74223 Flein DE

（4） オーストラリア

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
1	図形色彩		4(燃料),35(燃料等の小売),37,43	1016694	出願書類添付の表示通り、この商標は車両サービスステーションのガソリンポンプの上に張り出し屋根の端に貼られた緑色のストリップライト（ネオン、LED など）である。商標法第 41 条第 6 項の規定を適用。	識別力の欠如	BP P.l.c.
2	図形立体		35(コンピュータ等の家庭用電化製品を特徴とする小売店サービス)	1401840	色彩に関する権利主張：鉄灰色、薄茶色；一部色彩 商標の説明：商標は識別力のあるデザインと店舗のレイアウトで構成されている。	公表されていない Adverse Report issued 17 Jan 2011 応答なし 1995 年商標法第 41 条に基づいて異議が提起された可能性が高い - 識別力がない。	Apple Inc.
3	図形立体		35(コンピュータ等の家庭用電化製品を特徴とする小売店サービス)	1401839	商標の説明：商標は識別力のあるデザインと店舗のレイアウトで構成されている。	公表されていない Adverse Report issued 17 Jan 2011 応答なし 1995 年商標法第 41 条に基づいて異議が提起された可能性が高い - 識別力がない。	Apple Inc.

（5） 中国

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
1	立体		35(コンピュータ等の家庭用電化製品を特徴とする小売店サービス)	国際登録1060321	鉄灰色と薄茶色 標章は小売店の識別力のあるデザインとレイアウトで構成されている。	識別力の欠如（商標法第11条第3項）	Apple Inc.

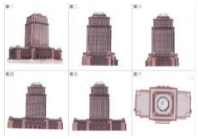
（6） 台湾

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
1	図形		16(包装紙)	098030755	新営太子宮太子爺及び図形	本件商標はただ寺の名称及び建物の外観であり、一般消費者にそれが商品の出所を表示する標識と認識させるに足らず、識別性を具えないため他人の商品と区別することができないので、出願当時の商標法第23条第1項第1号により拒絶査定という処分を下した。	太子爺廟　王献彰
2	立体		29(ガチョウの肉製品)	096032473	木屋型攤位図	本件商標はよく知られ見慣れた屋台の造形であり、ある場所に配置されて商品を陳列販売するための屋台であると見なされ、他人の商品又は役務とを区別させるに足るものでなければならないので、出願当時の商標法第23条第1項第1号により拒絶査定という処分を下した。	廖建南

＜台湾＞

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
3	色彩		35(自動車用ガソリン添加剤(化学品に属するものに限る)小売又は卸売の業務において行なわれる顧客に対する便益の提供)	093009824	本件は商標図案で示す色彩の商標であり、破線部分は商標の一部に属さない。本件は緑、黄、白を組み合わせたものであり、ガソリンスタンドの外部壁、上のシェッド、コンビニの看板、入口の看板等に使用されています。	出願人は世界諸国で本件商標を付けたガソリンスタンドを多くもっているが、台湾に如何なる拠点を設けておらず、台湾国内の関係消費者の認知程度においてそれが商品又は役務の標識として認識するに足りず、他人の商品又は役務とを区別することができないため、登録できないものと認め、出願当時の商標法第23条第1項第1号により拒絶査定という処分を下した。	BP P.L.C.

＜台湾＞

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
4	立体		36(不動産業務), 39, 42, 43	094042223	本件商標の建築物（国泰金融センター）は三つのセクションと一つのビルで構成される24階建ての建物で、赤褐色の花崗岩の石で有名な金融センターのビルの優雅な質感を作り出している。ドームは、アルミニウムトラスとミストフィルム接着ガラスであり、また光の色が変わるライトとの組合せで、高級と雄大な芸術的価値のある設計である。	本件商標図案は、建築物の造形を構図の主体とする。その外形設計、色沢は建築業者に通常に採用されていて、役務に関する消費者の認識により、役務の出所を区別する標識としてはまだ顕著ではない；また、出願人によって提出された証拠の資料は、ほどんと国泰世華銀行文化慈善基金会が行った様々な活動に関する報道である。2005年の6月に刊行された管理雑誌や、国泰人寿オフィスビルのレンタルのサービスに関するサイトなどの少数の資料だけによって対象商標の使用が提示された。その証拠により、出願人は本件商標図案を長期に使用し、且つ取引において本件商標はすでに国内相関事業者又は消費者に知られ、本件商標によって他人の役務と区別することができ、商標の第二意味が取得されたことが証明されにくい。修正前の商標法第23条第1項第1款（1997年に修正公開の商標法）の規定は、本件商標に適用される。	國泰人壽保險股份有限公司

＜台湾＞

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
5	立体		43(飲食店での飲食物の提供)	093018483	本件の立体商標は、レストランの天井に特別に設計されており、部屋の天井の周りを水平に伸ばしてライトボックスにしている。食欲を増やすために、ライトボックスの内側の端は「波打ち」の形状であり、スープロールが変動するという動勢を表している。ライトボックスの下端は階段の形の一層になり、その一層には多くの嵌入式のライドが設置されている。	本件商標図案の「室内の天井のライトボックス造形」は、レストランなどの役務に指定使用され、単に通常のインテリア設計であるから、役務の標識として役務に関する消費者に認識された上、他人の役務と区別するのにはまだ不十分である。本件の商標は、商標法第 23 条第 1 項第 1 款（1997 年に修正公開の商標法）の規定に適用される。	趙清宇

＜台湾＞

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
6	立体		35(自動車用ガソリン添加剤(化学品に属するものに限る)小売又は卸売の業務において行なわれる顧客に対する便益の提供)	093009824	出願に提示されている色については、本件色彩のみからなる商標において点線が描かれている部分は商標に属していない；添付された商標図案については、本件色彩のみからなる商標は緑色・黄色・白色の組合せであり、ガソリンスタンドの外壁、キャノピー型のキャノピー、ビームコラム、タンカー、給油ガン、（コンビニエンス）ストアの看板、壁、ガソリンスタンドの入り口における看板などに使用されている。	審査により、本件色彩のみからなる商標のガソリンスタンドの建築物に塗布されている緑色・黄色・白色三つの色は、一般的に建築物の飾りの色であり、指定役務に使用されても一般の消費者がその表示されている役務の出所、品質、信望などを認識し、他人の役務と区別するのには足りず、識別性を具えていない。本件商標は、商標法第23条第1項第1款（1997年に修正公開の商標法）の規定に適用される。出願人は自社が世界知名の石油及び石油製品の大手メーカーであり、製品また企業の印象が良いから、本件色彩のみからなる商標は大量の生産により識別性が生み出されたと主張し、商標法第23条第4項の規定により本商標の登録を受けることを請求した。挙証により、出願人は我が国の登録番号第1109433号商標を取得しており、また世界多国においても商標登録をした。しかしなが	BP股份有限公司

＜台湾＞

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
						ら、詳細な審査によっては、前記登録を受けた商標図案は、単に「碧辟」という文字であり、又は他方に取得した「HELIOTROPE」円方の登録商標、あるいは「HELIOTROPE」商標との組合せである。また、円方の商標又は文字と図案両方とも含む商標がガソリンスタンドの営業拠点に実際に使用されている。したがって、前記登録された色彩のみからなる商標図案の全体から見ると、識別性は登録を受けた文字商標又は円方の商標により生み出されたものであり、文字商標又は円方の商標を加えていない本件商標の識別性については証明しにくい。	

（7） シンガポール

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
1	立体		35(コンピュータ等の家庭用電化製品を特徴とする小売店サービス)	T1017370J	本標章は識別力のあるデザインと小売店舗のレイアウトで構成されている。	標章には出所表示の機能がなく識別力が欠けている。	Apple Inc

（8） ロシア

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
1	立体		35(コンピュータ等の家庭用電化製品を特徴とする小売店サービス)	国際登録1060321	本標章は識別力のあるデザインと小売店舗のレイアウトで構成されている。	この図形標章には、出願で指定したサービスに対する識別力のある特徴が欠如している。	Apple Inc

（9） スウェーデン

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
1	立体		35(コンピュータ等の家庭用電化製品を特徴とする小売店サービス)	国際登録1060320	アップル・ストアの店舗のレイアウトを描いたもの	識別力の欠如（使用による獲得） 根拠法：スウェーデン商標法第2章第5条	Apple Inc.
2	立体		1,2,4,6,7(高圧洗浄機、掃除機等),8,9,11,12,16,17,19,20,21,25,27,31,40(材料加工等)	国際登録729030	他のビルの正面と繋がっている店舗正面を描いたもの	（本来的）識別力の欠如 根拠法：スウェーデン商標法第2章第5条 関連する公衆が標識として形状を認識していることを示す証拠が不十分	Demp B.V

（１０）フィリピン

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
1	結合		41(子供のための娯楽施設の提供),43	PH-4-2009-004987	—	子供のための娯楽施設（総合的な遊び場、レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設）で使用される「建築物のファサード」に顕著な特徴が欠如している。建築物のファサードの表現は、出願人の事業の標識として機能しない。当該商標には、登録要件を満たすための識別力がない。	FUN RANCH MEGADE VELOPMENT INC.
2	結合		41(子供のための娯楽施設の提供),43	PH-4-2009-004988	—	子供のための娯楽施設（総合的な遊び場、レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設）で使用される「建築物のファサード」に顕著な特徴が欠如している。建築物のファサードの表現は、出願人の事業の標識として機能しない。当該商標には、登録要件を満たすための識別力がない。	FUN RANCH MEGADE VELOPMENT INC.

＜フィリピン＞

No.	商標タイプ	商標（拒絶事例）	国際分類（指定商品役務）	出願番号	商標の説明	拒絶理由	出願人
3	結合		41(子供のための娯楽施設の提供),43	PH-4-2009-004989	—	子供のための娯楽施設（総合的な遊び場、レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設）で使用される「建築物のファサード」に顕著な特徴が欠如している。建築物のファサードの表現は、出願人の事業の標識として機能しない。当該商標には、登録要件を満たすための識別力がない。	FUN RANCH MEGADEVELOPMENT INC.
4	結合		41(子供のための娯楽施設の提供),43	PH-4-2009-004990	—	子供のための娯楽施設（総合的な遊び場、レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設）で使用される「建築物のファサード」に顕著な特徴が欠如している。建築物のファサードの表現は、出願人の事業の標識として機能しない。当該商標には、登録要件を満たすための識別力がない。	FUN RANCH MEGADEVELOPMENT INC.

７．海外の調査対象国・地域において審判・裁判により登録の可否が争われた事例

海外の調査対象国・地域において、審判・裁判により店舗の外観・内装に関する商標登録の可否が争われた事例を次頁以降に掲載した。

表の掲載内容は以下のとおりである。

【表の掲載内容】

表の項目	内容
国・地域	事例の国・地域を記載
事件番号	事例に関する審判・裁判の事件番号を記載
審級	事例に関して判断を行った機関や審級を記載
当事者	登録の可否を争った当事者を記載
判決年月日	事例に関する審判・裁判の審決日・判決日を記載
法域・関連条文	事例に関し、関連する法域や条文を記載
対象商標	対象の商標、当該商標のタイプ、当該商標の出願番号や登録番号を記載
判断要旨	審決・判決における、判断の要旨を記載
結論	審決・判決の結論等を記載

（1） 欧州

＜事例 1＞

国・地域	欧州
事件番号	C-421/13
審級	欧州司法裁判所 （予備判決（preliminary ruling）を求められたケース）
当事者	原告：Apple Inc. 被告：German IPO
判決年月日	2014/10/7
法域・関連条文	former EU Directive 2008/95（now ： 2015/2436）
対象商標	 立体形状：IR 1060321(IR designating Germany)
判断要旨	デザインのみ…小売店のレイアウトは、販売を提供するための不可欠な部分を形成していないが、商品に関連するサービスのある役務のための商標として登録することができ、その標識は、登録を求める出願人のサービスを他の事業者のものと区別できなければならない…
結論	ドイツ特許商標庁に審理差し戻し

※欧州に対する調査の結果、得られた情報。同一事例について、ドイツに対する調査から得られた情報については、（2）ドイツ＜事例 2＞に掲載した。

＜事例 2＞

国・地域	欧州
事件番号	R 1135/2015-1
審級	審判（Board of Appeal）
当事者	上告人：KIKO S.p.A.
判決年月日	2016/03/29
法域・関連条文	former EU Directive 2008/95（now ： 2015/2436）
対象商標	 立体形状：13259891
判断要旨	出願人が主張する特徴（形状、色彩など）のどれもが…関連する公衆にとって識別性があるとはみなされないため、商標には識別力がない。さらに、出願人によって提出された使用証明は、獲得された識別性を立証するのに十分ではなかった。
結論	主張に根拠がないとされ商標登録を拒絶

＜事例 3＞

国・地域	欧州
事件番号	R 2224/2015-1
審級	審判（Board of Appeal）
当事者	上告人：REWE Markt GmbH
判決年月日	2016/02/26
法域・関連条文	former EU Directive 2008/95（now ： 2015/2436）
対象商標	 立体形状：14267652
判断要旨	商標で表現された販売店は、販売店のレイアウトとしては特徴的に従来の要素の組合せで構成されており、その分野における基準となるものや慣習から大きくかけ離れたものでなく、必要な識別性を欠いている。
結論	主張に根拠がないとされ商標登録を拒絶

（2） ドイツ

＜事例 1＞

国・地域	ドイツ
事件番号	29 W (pat) 518/13
審級	連邦特許裁判所
当事者	Apple Inc.
判決年月日	出願人が放棄
法域・関連条文	商標法
対象商標	 立体形状：IR1060321
判断要旨	欧州司法裁判所に付託
結論	―

＜事例 2＞

国・地域	ドイツ
事件番号	C-421/13
審級	欧州司法裁判所
当事者	原告：Apple Inc. 被告：ドイツ特許商標庁
判決年月日	2014/07/10
法域・関連条文	商標ハーモ指令 2008/95/EG 第 2 条、第 3 条
対象商標	 立体形状：IR1060321
判断要旨	17 最初に、商標ハーモ指令 2008/95 第 2 条上の商標を構成するためには、登録出願の客体が以下の 3 つの条件を満たす必要がある。①標識であること。②当該標識が図式的に表現できるものであること、③ある企業の商品やサービスと他の企業の商品やサービスを識別できるものであること。 18 ハーモ指令 2008/95 第 2 条の文言から、デザインが図式的に表現可能な標識のカテゴリーに含まれることは同条の文言から明白である。 19 したがって、本件控訴事件において問題となっているもののような、小売店のレイアウトを、直線、曲線、輪郭を集積することによって描写する表示は、ある企業の商品やサービスと他の企業の商品やサービスを識別できるものである限り、商標を構成し得ることとなるのであって、そのような表示は…小売店のサイズや比率を示していないこと等について帰責することなどを要することなく…パラグラフ 17 で言及された条件①及び②を満たしているとした。 20 小売店のレイアウトのデザインによる表示は、ある企業の商品やサービスと他の企業の商品やサービスを識別し得るものであり、それ故にパラグラフ 17 で言及される③も満たし得るものである旨を判示。…その描写されたレイアウトが当該経済分野の規範ないし慣習から大きく乖離しているものである場合は、当該レイアウトが条件③を満たすケースに該当し得ると説示した。 26 …商品の製造業者の旗艦店のレイアウトを描写する標識は、当該商品それ自体についてのみならず、ニース協定の下でのサービスに関する類のうちの一つに該当する個別のサービスについても、それらのサービスが自身の商品販売の提供の重要な部分となるサービスである場合には、…合法的に商標登録され得るものであると判示した。
結論	描写されたレイアウトが、他の企業の商品やサービスを識別するために、当該経済分野の規範ないし慣習から大きく乖離していなければならない。

※ドイツに対する調査の結果、得られた情報。同一事例について、欧州に対する調査から得られた情報については、（1）欧州＜事例 1＞に記載がある。

＜事例 3＞

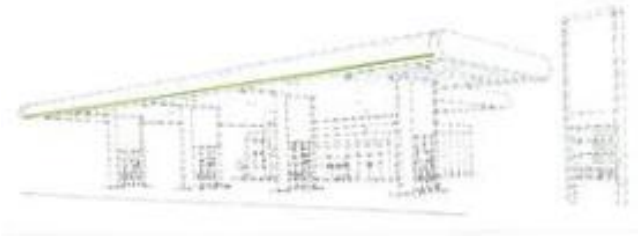
国・地域	ドイツ
事件番号	25 W (pat) 518/13
審級	ドイツ連邦特許裁判所
当事者	Apple Inc.
判決年月日	2013/08/05
法域・関連条文	商標ハーモ指令 2008/95/EG 第 2 条、第 3 条
対象商標	 立体商標：IR1060321
判断要旨	―
結論	―

（3） オーストラリア

＜事例 1＞

国・地域	オーストラリア
事件番号	ATMO 73
審級	オーストラリア商標局
当事者	出願人：Rodney Gibson
判決年月日	2010/8/12
法域・関連条文	1995 年商標法
対象商標	 図形、形状：1251677
判断要旨	当事者の一方だけの出席で行われる審理；運搬可能な建物の形状；通常の取引で他の業者が必要とする機能に関連する形状；商標法第 41 条第 6 項；証拠は、形状が出願人の商品が識別力を獲得したことを示していない。
結論	登録を拒絶

＜事例 2＞

国・地域	オーストラリア
事件番号	ATMO 61
審級	オーストラリア商標局
当事者	原告：Woolworths Limited 被告：BP p.l.c
判決年月日	2013/8/8
法域・関連条文	1995 年商標法
対象商標	 図形、色彩：1016694
判断要旨	商標法第 52 条に基づく異議申立て：商標法第 41 条を理由としたに基づいて識別力がない商標 －異議申立てが成功。 商標法第 41 条第 6 項
結論	登録を拒絶

（4） 中国

＜事例 1＞

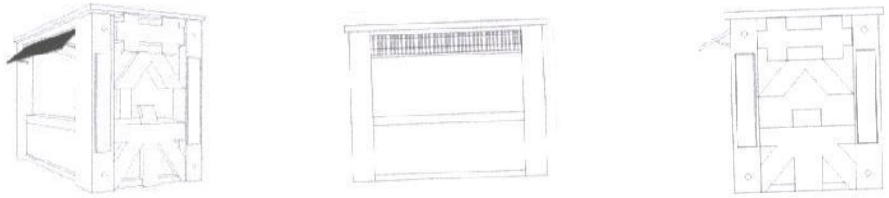
国・地域	中国
事件番号	(2014)020338
審級	中国商標評審委員会
当事者	出願人: Apple, INC.
判決年月日	非公表
法域・関連条文	Art. 11 (i) (3)
対象商標	 立体商標：1060321
判断要旨	出願商標は純粋な図形標章で、インテリア・スペースとシンプルな展示台デザインとして表現されている。消費者は標章として識別することはほとんどなく、当該国際登録出願商標は、商品/サービスの出所を示す上で機能することはほとんどなく、登録が認められるための識別性が欠けている。
結論	—

（5） 台湾

＜事例 1＞

国・地域	台湾
事件番号	91 年度訴字第 5170 号行政訴訟
審級	台北高等行政裁判所
当事者	原告：イギリス系・BP P.L.C. 被告：経済部知的財産局
判決年月日	2004/05/06
法域・関連条文	拒絶査定当時の商標法第 77 条により同法第 5 条第 1 項規定を準用する 裁判当時の商標法第 5 条規定
対象商標	 図形（平面）商標：1120532
判断要旨	①出願当時の《商標識別性審査基準》により、商標又は役務標章が識別性を具えるかどうかについては、一般消費者の立場から一般の生活経験により全体的に観察し、その使用方式を綜合した上、実際の取引状況及び指定使用の商品又は役務などに基づいて判断すべきである。 ②本件商標は会社名称の主要部、世界諸国での「BP」及び「bp」登録商標、及び「緑・黄・白」の組合せ等を結合した連合式の商標であり、独特のデザインのガソリンスタンドの建物、天幕、看板、壁柱、提携コンビニ等が商標見本にあるため、指定役務の出所を表徴するものと消費者に認識され、他人の提供役務と区別することができる。 ③商標見本にある「bp」及び「bp」商標が既に登録を受け、識別性を具えることは疑いがないといえる他、商標見本にあるガソリンスタンドの外観は『ガソリンスタンド』役務の説明文字に該当するが、本件の『乗物の洗浄、乗物のつや出し…』等指定役務に使用した場合、せいぜい一つの『暗示的商標』に該当するのみで、識別性を具えるといえる。
結論	出願第 89079104 号「NEW SERVICE STATION」役務標章は前述条文に定められた識別性要件に該当するため、訴願決定と原処分を取消する。

＜事例 2＞

国・地域	台湾
事件番号	2005 年 8 月 29 日經訴字第 09406134410 號
審級	経済部訴願委員会
当事者	申立人：鄭凱隆
判決年月日	2005/08/29
法域・関連条文	修正前商標法第 5 条第 2 項、第 23 条第 4 項、第 24 条第 1 項
対象商標	 立体商標：093016298
判断要旨	伝統的な平面商標よりも、立体的形状は識別性を備えるのが容易ではない。特に立体的形状が商品の本体又は商品の包装容器についてのものである場合、その形状は商品と不可分又は緊密な関連があるから、消費者の通常の認識によると、その形状は商品の機能を果たす形状又は装飾的な設計であり、商品の出所を表示していない。したがって、平面形状よりも、立体的形状の識別性を証明するのはより困難である（原処分機関「立体、色彩及び音の商標審査基準」2.4「立体商標の識別性の判断」の説明を参照）。本件申立人は、その創意の出所は当該店舗の外観であり、それを商標登録出願したことを否認していない。つまり、本件の立体商標は相関役務の消費者に印象を与え、当該店舗の外観であると認識されている。基本的にそれ以外に、本件立体商標は商標として他人の役務を区別する機能を有すると認識されていない。したがって、申立人は本件立体商標が申立人によって使用されており、かつ取引においてその役務の識別の表示になったことを十分に挙証して証明できない限り、原処分機関が当該商標を識別性を備えていないという理由で商標登録を拒絶したのは、妥当である。また、出願書に添付された実際の営業の写真 2 を見ると、「歇腳亭」の店舗の外観図の写真しか見えず、当該店舗の外観の設計はセカンダリーミーニングを取得したことが証明されなかったから、商標法第 23 条第 4 項の規定により、第 23 条第 1 項第 1 款の規定の適用を排除するのは、不合理である。
結論	本件申立ては不合理であり、訴願法第 79 条第 1 項の規定に従って却下する。

（6） フィリピン

＜事例 1＞

国・地域	フィリピン
事件番号	04-2012-0002
審級	―
当事者	原告：Fun Ranch Mega Development、Inc. (Fun Ranch) 被告：Director of the Bureau of Trademarks
判決年月日	2013/11/11
法域・関連条文	商標法
対象商標	 4-2009-004989
判断要旨	出願人の商標「建築物のファサード（建築物の正面部分）」の登録の拒絶に関し、商標局長の判断は正しかった。 長官室は、Fun Ranch による商業的使用の主張は自動的に商標登録にむすびつくものではなく、関連する消費者が出願人の「建築物のファサード」を事業の標識として関連付けるいかなる証拠もなかったと商標局長の決定を支持した。 この場合、建築物のファサードの構造や外観は、例としてクライスラービルのアートデコ様式の尖塔やニューヨーク証券取引所の新古典主義的ファサードの建築デザインと同じレベルの識別力に高めることができないと更に強調された。後者は所有者を識別可能な独特なデザインの特徴を有している。公衆の心に永続的な印象を与えていないため、同じことを出願人の建築物のファサードに言うことができない。 多くの事件で繰り返し論議されているように、企業を識別できる視覚標識だけが商標登録を受ける要件となる。この場合、出願人の商標は識別力のある特徴を持たない建築物のファサードの表現であるため登録できない。
結論	Fun Ranch の商標登録を拒絶する決定以降、建築物のファサードは商標として登録可能かもしれないが、出願人はその識別力を示すか、又は/および、関連する消費者が出願人やそのサービスと商標を同一視している証拠を提出する必要がある。 例えば、識別力のある要素を正確に示す商標のより良い説明、又は/および、調査結果の証拠などである。この決定は、独自性のある建築物のファサードのすべてに商標登録を可能にする識別力があるわけではないことを明確にしている点で注目に値する。

８．海外の調査対象国・地域における係争事例

海外の調査対象国・地域における店舗の外観・内装の保護に関する係争事例（商標法以外も含む）を次頁以降に掲載した。

表の掲載内容は以下のとおりである。

【表の掲載内容】

表の項目	内容
国・地域	事例の国・地域を記載
事件番号	事例に関する裁判の事件番号を記載
審級	事例に関して判断を行った機関や審級を記載
当事者	権利の侵害等を争った当事者を記載
判決年月日	裁判の判決日を記載
法域・関連条文	事例に関し、関連する法域や条文を記載
対象商標となった店舗の外観・内装	対象となった店舗の外観・内装などを記載 ※商標登録のある事例では、商標のタイプや登録番号を記載
判断要旨	判決における、判断の要旨を記載
結論	判決の結論等を記載

（1） 米国

＜事例 1＞

国・地域	米国
事件番号	Taco Cabana International, Inc. ｖ. Two Pesos, Inc. 505 U.S. 763 (1992)
審級	連邦最高裁判所
当事者	原告：Taco Cabana International, Inc. 被告：Two Pesos, Inc.
判決年月日	1992 年
法域・関連条文	商標法
対象となった店舗の外観・内装	原告の店舗デザイン[47]　　被告の店舗デザイン[48] レストランのトレードドレス
判断要旨	「工芸品・ 明るい色彩・絵画及び壁画で飾られた室内の食堂とテラス……明るい色調…と明るい日よけと傘…から成る段差を有するエクステリアの楽しい食事の雰囲気」で構成される原告のトレードドレスは本来的な識別力を持ち、被告の模倣から保護される権利がある。
結論	競争相手は原告のトレードドレスの要素を自由に使用することができるが、視覚的要素の組合せは併せて特徴的な視覚的印象を作り出す可能性のあるものであり、原告はこれを模倣する競争相手から保護を受けることができる。原告の組合せの独特な統合を模倣することは、トレードドレスの侵害を構成する。

[47] 出典：COMPLEXIP.COM ウェブサイト
https://www.complexip.com/wp-content/uploads/2014/06/TD-763-TacoCabana1.jpg[最終アクセス日 2019 年 1 月 31 日]
[48] 出典：COMPLEXIP.COM ウェブサイト
https://www.complexip.com/wp-content/uploads/2014/06/TD-773-TacoCabana2.jpg[最終アクセス日 2019 年 1 月 31 日]

＜事例 2＞

国・地域	米国
事件番号	Taco Cabana International, Inc. v. Two Pesos, Inc., 932 F.2d 1113, 19 U.S.P.Q.2d 1253 (5th Cir. 1991)
審級	第 5 巡回区連邦控訴裁判所
当事者	原告：Taco Cabana International, Inc. 被告：Two Pesos, Inc.
判決年月日	1991/6/11
法域・関連条文	商標法
対象となった店舗の外観・内装	原告の店舗デザイン[49]　　被告の店舗デザイン[50] レストランのトレードドレス
判断要旨	レストラン又は事業所のトレードドレスは以下の場合商標法で保護される。 (1) トレードドレスを構成する要素が機能的な目的を果たさないこと (2) トレードドレスがセカンダリーミーニングを獲得した - すなわち、トレードドレスが出所表示として機能し、したがって識別力があると考えられる。 レストランの場合、トレードドレスは、レストランの形状やエクステリアの全般的な外観、識別標識、インテリアキッチンフロアプラン、装飾、メニュー、食べ物を提供に使用する機器、従業員のユニフォーム、その他レストランの全体的なイメージを反映した特徴を含むことができる。
結論	原告勝訴

[49] 出典：COMPLEXIP.COM ウェブサイト
https://www.complexip.com/wp-content/uploads/2014/06/TD-763-TacoCabana1.jpg[最終アクセス日 2019 年 1 月 31 日]
[50] 出典：COMPLEXIP.COM ウェブサイト
https://www.complexip.com/wp-content/uploads/2014/06/TD-773-TacoCabana2.jpg[最終アクセス日 2019 年 1 月 31 日]

＜事例 3＞

国・地域	米国
事件番号	Rainforest Café, Inc. v. Amazon, Inc., 86 F.Supp 2d 886 (D. Minn. 1999)
審級	ミネソタ州連邦地方裁判所
当事者	原告：Rainforest Café, Inc. 被告：Amazon, Inc., DBA Amazon Bar & Grill
判決年月日	1999/9/30
法域・関連条文	商標法
対象となった店舗の外観・内装	レストランのトレードドレス
判断要旨	Rainforest Café は、Amazon が権利主張するトレードドレスの権利の無効および非侵害を求めて Amazon Bar&Grill を提訴した。Rainforest Café は、同社に対するトレードドレスの侵害、商標権侵害、商標の希釈化、不正競争、ビジネス上の優位性に対する妨害や詐欺行為の申立てに対して反訴した。 Rainforest Café はその後、アマゾンの反論をすべて退ける略式判決の申立てを行った。 施設のトレードドレスは、機能的でなく本来的な識別性がある限り、商標法によって保護することができる。本来的な識別性に関する評価に際し、裁判所は「個々の要素ではなく、製品の全体的な外観」に焦点を当て、「競合社の製品と区別するために買い手がそのようなデザインのトレードドレスに直ちに頼るものかどうかを」を問うものだ。
結論	裁判所は、原告と被告のトレードドレスから生じる誤認混同の虞についての重要な事実について真正の争点があり、その事件を下級審に差し戻した。

＜事例 4＞

国・地域	米国
事件番号	Best Cellars, Inc. v. Wine Made Simple, Inc., 320 F.Supp. 2d 60 (S.D.N.Y. 2003)
審級	ニューヨーク州南部地区連邦地方裁判所
当事者	原告: Best Cellars, Inc. 被告: Wine Made Simple, Inc.
判決年月日	2003/3/14
法域・関連条文	商標法
対象となった店舗の外観・内装	ワイン店舗のトレードドレス
判断要旨	原告は、ワインをブドウの品種や生産地ではなく味で分類する「Best Cellars」というワインショップをオープンし、8 つの嗜好カテゴリー、特定の建材、ワインラックのデザイン、照明デザイン、店内で使用する POS カード、看板、グラフィックデザインなどを含む多くの特定の要素を持つ特徴を備えた独特なトレードドレスを作り上げた。 被告は、8 つの嗜好カテゴリーをそれぞれの色彩でワインを分類する「Bacchus」という別のワインショップをオープンした。 原告は、「Bacchus」の店舗は、「Best Cellars」の店舗と混同するほど類似しているとして、「Best Cellars」の店舗のトレードドレスの権利を侵害すると主張した。双方は略式判決の申立てを行った。 裁判所は、この事件において、標章の要素の類似性がトレードドレスの侵害評価において消費者の混同が要であり、合理的な消費者が類似性の程度に関しての合意が形成されない可能性があるため、このような評価は略式判決には適さない。つまり、両方の施設のトレードドレスの間に混同の虞があるかどうかに関して重要な事実についての争点がある。
結論	裁判所のトレードドレス事件における誤認混同の虞の判断要因 1.標章の強さ 2.購入者の知識 3.製品の関連性 4.間隔の埋め方 - 当事者が互いに直接競合していない場合、原告がまだ事業を行っていない市場で同じ製品を販売することにより、被告と競合する可能性がある。 5.実際の混同 6.被告の善意 7.被告製品の品質 8.標章の類似性

＜事例 5＞

国・地域	米国
事件番号	Happy's Pizza Franchise, LLC v. Papa's Pizza, Inc. 108 U.S.P.Q.2d 1239 (E.D. Michigan 2013)
審級	ミシガン州西部地区連邦地方裁判
当事者	原告: Happy's Pizza Franchise, LLC 被告: Papa's Pizza, Inc.
判決年月日	2013/1/25
法域・関連条文	商標法
対象となった店舗の外観・内装	レストランのトレードドレス
判断要旨	原告は、原告のレストランが本来的な識別力を持つトレードドレスであることを示す十分な証拠を提出できなかった。なぜなら、原告のレストランで花崗岩のカウンタートップ、メニューアイテムのバックライト付き写真、ネオンサインを含む固有に統一された「テーマ」を使用しているという証拠はなく、原告の他のファーストフードレストランで顧客が原告の施設とこれらの要素やメニューアイテムとを排他的に関連づけ、被告のレストランがこれらの要素を採用しているという立証に失敗し、また権利主張したトレードドレスの全体的な要素を使用するかどうか原告の決断は任意でよいため、原告による使用は、平均的な消費者が原告のレストランであるという事実を認識するほどユニークで識別可能なトレードドレスを形成しない。
結論	商標法第 43 条（a）に基づくトレードドレス侵害の申立てを認めてもらうために、原告は、「1）問題のトレードドレスが市場で識別力があり、その商品の出所を表するもので、2）トレードドレスはもともと機能的ではなく、3）競合する商品が混同するほど類似している」ことを立証する責任を負っている。 トレードドレスは、「本来備わっている性質が特定の出所を識別するのに役立つ」とき、本来的な識別力があるという。 「公衆の心に、「トレードドレス」の第一の意義が、製品そのものではなく製品の出所を特定することである」という場合に、セカンダリーミーニングを持つ。 「デバイスの使用や目的においてそれが必要な場合、又はデバイスのコストや品質に影響を及ぼすことが不可欠である」という場合にトレードドレスは機能的という。 審美的機能性の場合には、「同等の代替手段」の評価と「効果的な競合評価」が使用される。 同等の代替手段の評価において、同じ特徴を達成するための他の選択肢がない場合、トレードドレスが機能的であるとみなされる。 効果的な競合評価において、市場で競合する他人の事業の利用可能性を妨げる場合に、トレードドレスが機能的であるとみなされる。 結論：Happy's Pizza の失敗は、主張の本質的要素を立証するのに十分な証拠を提供することができなかったことで、略式判決の申立ては棄却された。

＜事例 6＞

国・地域	米国
事件番号	Rally's, Inc. v. Int'l Shortstop, Inc., 776 F. Supp. 451 (E.D. Ark. 1990)
審級	連邦地方裁判所
当事者	原告: Rally's, Inc. 被告: Int'l Shortstop, Inc.
判決年月日	1990 年 11 月 30 日
法域・関連条文	―
対象となった店舗の外観・内装	―
判断要旨	標章の類似性を評価するとき、Rally's と Shortstop の特徴は、バックライト付き日除けの赤色又はワインレッド色の配色の類似で、Rally's のダブルドライブスルーに識別力はなく、一般的な使用として多くみられる。結論として、裁判所は提示されたすべての証拠を考慮した上で、Rally's が保護を求めたトレードドレスを証明する責任を果たすことができなかったと判断した
結論	2 つのファーストフード・ハンバーガー店間で侵害はない。

（2） ドイツ

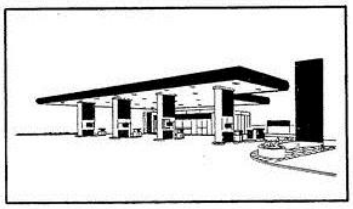
＜事例 1＞

国・地域	ドイツ
事件番号	Case 21 O 36/10
審級	District Court Münster
当事者	原告： Va piano SE
判決年月日	2010/04/21
法域・関連条文	不正競争防止法第 8 条第 1 項、第 4 条第 3 項(a),(b)
対象となった店舗の外観・内装	―
判断要旨	原告は、通常のレストラン・デザインとは異なり、関連する公衆の間である程度の評判を得ている特別なデザインを有するいくつかのレストランの所有者である。被告は、競争相手である原告の商品又はサービスの複製である商品やサービスを提供し、商業的出所に関して消費者に対する詐欺行為を引き起すという不正な行為を行った。この事件は、複製された特徴によって、商品やサービスが特別な事業から生じたものであることを示すことができたことが決定的となった。
結論	原告勝訴

（3） オーストラリア

＜事例 1＞

国・地域	オーストラリア
事件番号	Woolworths Ltd v. BP PLC [2006] FCAFC 52
審級	オーストラリア連邦控訴裁判所
当事者	原告：Woolworths Ltd 被告：BP PLC
判決年月日	2006/9/4
法域・関連条文	商標法
対象となった店舗の外観・内装	The Trade Mark is as described in the endorsement 色彩：登録番号 559837 ※「endorsement」の記載内容 The trade mark consists of the colour GREEN as shown in the representation on the application applied as the predominant colour to the fascias of buildings, petrol pumps, signage boards - including poster boards, pole signs and price boards - and spreaders, all used in service station complexes for sale of the goods and supply of the services covered by the registration.* Provisions of subsection 41(6) applied.*
	 (the colour green) 色彩：登録番号 559838
	 (the colour green) 色彩：登録番号 559839

	 図形：登録番号 676547
判断要旨	BP 社の色彩商標の識別力に関して、連邦控訴裁判所は、商標法第 41 条第 6 項を色彩商標に当てはめるためには、出願日以前に出願書類に記された緑色の使用が商標としての使用を構成していたことを示し、そして以前の使用を延長するために、BP 社の指定商品・サービスだと識別できる色彩商標であることを示す必要があったと判示した。尋問の焦点は、一般的に商品の外装や包装の一部として色彩が使用されているというより、出願された商標の使用にあった。
結論	連邦控訴裁判所は、控訴されたほかの問題を審理する上で BP 社の緑色に関する 2 つの登録商標は取消されるべきだとの判断を支持した。

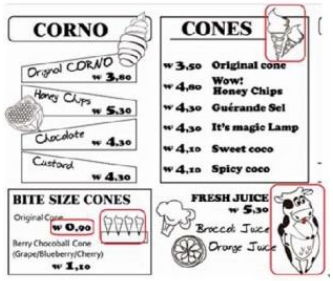
（4） 中国

＜事例 1＞

国・地域	中国
事件番号	非公開
審級	第一審
当事者	原告：Shanghai “Land of Abundance” Delicious Food Co., Ltd. 被告：Shanghai Red Mill Club Co., Ltd.
判決年月日	1994/05/19
法域・関連条文	中国反不正当競争法第 5 条、第 9 条
対象となった店舗の外観・内装	―
備考	Land of Abundance 社の主張： レッドミル社は火鍋ホールを開設し、Land of Abundance 社の何人かの従業員を雇用し、同社の制服を着させ、同社の火鍋メニューを利用し、「2 階にあるレッドミルの火鍋ホールでは、Land of Abundance の最高級の火鍋シェフが調理をしています。歓迎します。食事を楽しんでください」という広告を掲げている。レッドミル社の火鍋ホールのマネージャーである He Gang 氏は、Land of Abundance のウェーターを使い Land of Abundance 社の顧客にレッドミル社で食事をするよう扇動している。その結果、Land of Abundance 社の売上は継続的に減少し、Land of Abundance 社の利益を損なった。
	原告によって引用された火鍋ホールの制服、レストランバナー等は、商業的な外観の範囲に属する。
判断要旨	上海の清安地裁は、レッドミル社の行為は、「中国の反不正当競争法」第 5 条及び第 9 条に違反して、Land of Abundance 社の売上が直接的に減少する原因となった。上記の行為は誤解を招く詐欺的な不正競争行為であったとし、公正な競争と合法的な事業運営を維持し、社会主義市場経済の健全な発展を守るために、レッドミル社は反不正当競争法第 20 条に従い、損害賠償責任を負うものとし、「中華人民共和国民法の一般原則」第 134 条第一項(i)、(vii)、(ix) 及び (x) に従って民事責任を負う。
結論	―

（５） 韓国

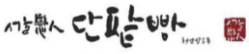
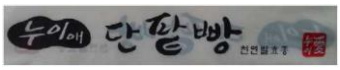
＜事例 1＞

国・地域	韓国
事件番号	ソウル中央地方法院 2014.11.27 言渡し 2014 ガ合 524716 判決
審級	ソウル中央地方法院
当事者	原告：株式会社エヌエルピエル 被告：エムコスタ
判決年月日	2014/11/27
法域・関連条文	不正競争防止法第 2 条第 1 号ヌ目（現行法ではル目）
対象となった 店舗の外観・内装	原告看板 被告看板 原告メニュー  被告メニュー

	原告 アイスクリームコーンの受け皿 原告ロゴ 原告陳列 	被告 アイスクリームコーンの受け皿 被告ロゴ 被告陳列
判断要旨	6 種類の原告の店舗構成要素が原告店舗のみの独特の雰囲気を形成する要素であるとみて、その 6 種類の構成要素全体として原告店舗のトレードドレスを形成したと判示。したがって被告店舗は原告店舗の構成要素を模倣し、又は商号名、ロゴの模様など一部のみを変形したもので、消費者をして原告店舗と同一・類似の印象を持たせるよう	

	にしたため、原告の相当な労力と投資に便乗して原告の顧客吸込力を自身の営業のために無断使用したものであるので、不正競争防止法第 2 条第 1 号ヌ目に該当すると判断。
結論	請求認容

＜事例 2＞

国・地域	韓国
事件番号	ソウル高等法院 2016.5.12 言渡し 2015 ナ 2044777
審級	大法院
当事者	原告：㈱スローフード 被告：個人
判決年月日	2016/9/21
法域・関連条文	不正競争防止法第 2 条第 1 号ヌ目(現行法ではル目)
対象となった 店舗の外観・内装	原告ロゴ  被告ロゴ  原告看板 被告看板 原告 売り場配置及びデザイン 被告 売り場配置及びデザイン
判断要旨	原告の売り場の看板、インテリアなど「営業の総合的なイメージ」が、原告が他の売り場との差別化のために相当な投資と労力をかけて作成した成果物に該当すると認め、被告がこれを自身の売り場にそのまま盗用した行為は原告の相当な投資と労力に無断で便乗し不公正な方法で原告の経済的利益を侵害するものとして不正競争防止法第 2 条第 1 号ヌ目が適用されると判断。
結論	請求認容

（6） 台湾

＜事例 1＞

国・地域	台湾
事件番号	公処字第 094088 号処分
審級	行政院公平交易委員会
当事者	告発者：台湾百勝肯德基股份有限公司 被処分者：台湾系・吮指王咔拉脆雞股份有限公司
判決年月日	2005/8/19
法域・関連条文	審査当時の公平交易法第 20 条規定第 1 項第 1、2 号 審査当時（以下略）の公平交易法第 24 条規定
対象となった店舗の外観・内装	告発者 図形商標：公告第 193600 号商標 被処分者
判断要旨	① 告発者所有の「吮指王」、「鳥図」、「咔拉脆雞堡」、「吮指雞」は公平交易法第 20 条にいわゆる「表徴」に該当し、「全家餐 399」及び「赤、白、青」3 色の組合せは上記の「表徴」に該当しないことになる。 ② 処分人が「吮指王」、「鳥図」、「咔拉脆雞堡」、「吮指雞」、「全家餐 399(畫上叉)只賣 199」等を使用することは公平交易法第 20 条第 1 項第 1、2 号規定を適用しないことになる。 ③ 処分人が「吮指王」、「鳥図」、「咔拉脆雞堡」、「吮指雞」、「全家餐 399(畫上叉)只賣 199」等を使用することは告発者の名誉信用を便乗するおそれがないといえない。
結論	① 被処分人は他人の「吮指王」、「鳥図」営業及び役務、他人の「咔拉脆雞堡」、「吮指雞」、「全家餐 399(畫上叉)只賣 199」事業商品と類似するものを使用し、他人の著名名声信用及び努力成果を便乗する事情があり、取引秩序に影響する虞のある欺瞞的又は著しく不公正な行為を有し、審査当時の公平交易法第 24 条を適

	用すべきである。 ② 被処分人は本処分書を受けた翌日から前項の違法使用を停止しなければなりません。被処分人に対する課徴金は 35 万新台湾ドルが下された。

＜事例 2＞

国・地域	台湾
事件番号	臺灣新北地方法院 106 年度智簡字第 26 號刑事簡易判決
審級	刑事簡易裁判所第一審
当事者	申立人：台北新北地方裁判所検察庁検察官；被告：曾永發氏
判決年月日	2017/05/01
法域・関連条文	刑事訴訟法第 499 条第 1 項前段、第 3 項、第 454 条第 2 項、第 450 条第 1 項、商標法第 95 条第 1 款、第 97 条、修正後商標法第 98 条、刑法第 11 条前段、第 2 条第 2 項、第 55 条、第 41 条第 1 項前段
対象となった店舗の外観・内装	台北 101 ビルの立体図 立体商標：01166669 ※指定商品 21　カップ、ボール、ドリップタイマー、コースター（不織布以外）、プレースマット（不織布以外）、装飾用ローソク立て、調味料用ラック、野菜容器、くし、クリスタル装飾品、ガラス容器、セラミック容器、化粧品、香水噴霧器、歯ブラシ、靴べら、魔法瓶、トイレットペーパーボックス、グリル、スプリンクラー。
判断要旨	本件における犯罪事実、証拠及び適用される法令。犯罪事実一覧の 4 行目を、「現在はまだ商標権の期間中である（専用期間は 2025 年 7 月 31 日）」と訂正し、 最後の 1 行目から 3 行目に「検査し、押収し、差押える。商品の鑑定により、商標侵害の商品と判断したうえ、上記立体商標を模倣したガラス製水晶工芸品 480 本を差押えた。」を、「検査時に押収し、被疑侵害の立体商標のガラス製水晶工芸品合計 480 本を差押えた；当該差押えられた商品が鑑定された結果、商標を模倣した商品と確認したから、上記の状況がわかった」に変更する以外、添付された検察官が求めた簡易判決の実行書などの記載を参照。
結論	曾永發氏は商標権者の同意を得ずに、営業の目的で、同一の商品に係る同一の商標を使用した。50 日の拘留に処し、罰金に変更する場合、一日の刑罰を新台湾ドルの 1000 元とする；「台北 101 ビル」の立体商標を模倣したガラス製水晶工芸品 480 個を押収する。

＜事例 3＞

国・地域	台湾
事件番号	台湾高雄地方裁判所 2016 年智簡字第 26 号刑事簡易判決
審級	刑事簡易裁判所第一審
当事者	申立人：台湾高雄地方裁判所検察庁検察官；被告：鄭銀瑞
判決年月日	2015/05/01
法域・関連条文	刑事訴訟法第 449 条第 1 項、第 3 項、第 450 条第 1 項、第 454 条第 1 項、商標法第 95 条第 1 款、第 3 款、第 98 条、刑法第 11 条、第 55 条、第 41 条第 1 項前段、刑法第 74 条第 1 項第 1 款
対象となった店舗の外観・内装	台北 101 ビルの立体図 立体商標：01161411 ※指定商品 20　家具、ベネチアンブラインド、フラッグホルダー、レターボックス、象牙、標本、鏡、竹製の孫の手、ストロー、ハンガー、プラスチック製の装飾、非金属製キーホルダー、木製の看板、クッション、扇風機、フォトフレーム、木製の収納かご、木製の家具、プラスチックボックス、非金属製ドアハンドル、非金属製ロック
判断要旨	鄭銀瑞氏は高雄市〇〇区〇〇〇町 000 号を住所とする「富山檀香株式会社」（下記、富山会社という）、高雄市〇〇区〇〇町 000 号 1 階を住所とする「煌大貿易株式会社」（下記、煌大会社という）の実際の責任者である。上記の二つの会社は関連会社である。添付表 1 に記載された商標及び図案を、商標権者台北金融ビル株式会社（下記、台北金融ビル会社という）が経済部知的財産局に登録出願し、添付表 1 に記載された商品の商標権を取得したことを知っている。商標権者の権利期間においては、当該権利者の同意又は承認を得ずに、営業の目的で同一の商品に係る同一の商標を使用してはならない。しかし、鄭銀瑞氏は営業の目的で、商標権を侵害する故意により、2014 年 10 月 27 日の前月のある日ある時間に、上記の商標権者の台北金融ビル会社の同意を得ず、外観が添付表 1 に記載された商標図案と類似する木製の彫刻香炉をデザインし、その上に、添付表 1 に記載された商標図案と同一である文字を印刷し、煌大会社（申立の要旨においては、富士会社と誤記したから、訂正する）に委託し、中国の大陸地域の広東省の工場でこの事情の知らない社員を利用して上記の木製の彫刻香炉合計 620 個を製造した。2014 年 10 月 27 日のある時点に、鄭銀瑞は煌大会社の名義でこの事情の知らない宏福報關株式会社（下記、宏福会社という）に委託し、財政部関税庁高雄税関に輸入報告書を提出した。2014 年 10 月 29 日、高雄税関は、上記の木製の彫刻香炉が 620 本あり、鑑定により商標侵害品と判断したうえ、上記の事情がわかった。
結論	商標法第 95 条第 1 款に定められている商標権侵害罪を犯した鄭銀瑞氏に対して、3 ヶ月の有期懲役を処し（台湾ドルの 1000 円を一日の懲役へ変換する）、 執行猶予期間を 1 年とする。添付表 2 に記載された物品を押収する。

＜事例 4＞

国・地域	台湾
事件番号	知的財産裁判所 2009 年民公上字第 1 号民事判決
審級	民事裁判所第二審
当事者	控訴人（1 審原告）：美商博士聯合会社(DOCTOR’S ASSOCIATES INC.) 被控訴人（1 審被告）：砂堡潜艇堡株式会社(原名:漢珩株式会社) 被控訴人（1 審被告）：盛邦國際潜艇堡株式会社 被控訴人（1 審被告）：尼希米株式会社
判決年月日	2009/10/01
法域・関連条文	公平交易法第 20 条第 1 項第 2 款、第 24 条、第 30 条、第 31 条、第 34 条及公司法第 23 条規定
対象となった店舗の外観・内装	「SUB 」、「SUBWAY」という商標及び、その緑色のバックグラウンドと白色・黄色文字の組合せである看板はその営業の特徴である。 控訴人（1 審原告）「美商博士聯合会社(DOCTOR’S ASSOCIATES INC.)」

	被控訴人（1 審被告）「Subber 潛艇堡」
判断要旨	（一）控訴人の加盟店が使用する緑色のバックグラウンドと白色・黄色文字の SUBWAY 看板は営業の特徴であるが、控訴人が使用する看板は濃い緑色のバックグラウンドとオレンジ色、又は濃い緑色のバックグラウンドと白色、又は緑色のバックグラウンドと黄色文字の「SUBBER」である（原審巻一第 138 頁、本裁判書巻第 160 頁の写真を参照）。それは控訴人の加盟店が使用する看板の色とは異なる；また、控訴人の看板には、「SUBWAY」の商標の文字の両側に、黄色い「潜艇堡」及び「沙拉」の文字があるが、被控訴人の看板には、「SUBBER」の商標の文字の左側は、上方の潜水艦と、真ん中の黄色い「SUBBER」の文字と、下側の白い「潜艇堡專賣店」の文字で構成される円形の図案であり、右側には白い「潜艇堡專賣店」の文字がある。両者の外観に対して普通の注意を払うだけでも、その相違が分かる。したがって、被控訴人等の「SUBBER」の商標及び加盟店に外観の全体は、公平交易法第 20 条第 1 項第 2 款の規定に定められている誤認混同を生じさせるものではない。 （二）控訴人が所有する「SUB」、「SUBWAY」の商標、及び緑色のバックグラウンドと白色・黄色文字の組合せの看板はすでにその営業の特徴を有し、かつ控訴人は 2001 年から 2006 年に、インターネット、ラジオ、平面雑誌及び印刷物などの媒体において、3500 万を超える広告費用を払い、相当の程度の努力を払ったとはいえる。前述のとおり、控訴人は市場において一定の経済の利益を所有している。しかしながら、被控訴人は知財局において登録された「SUBBER」の商標を用い、自分が開設した潜艇堡サンドイッチレストランを運営している。その看板のデザインは、控訴人の看板の緑色のバックグラウンドと白色・黄色文字の組合せデザインとは異なり、被控訴人砂堡潜艇堡株式会社の運営する SUBBER 長春支店、被控訴人盛邦國際潜艇堡株式会社および被控訴人利比拉会社の運営する SUBBER 和平支店、被控訴人尼希米株式会社の運営する SUBBER 安和支店は、控訴人が所有する上記の緑色のバックグラウンドと白色・黄色文

	字の組合せである看板のデザインを使用していない。控訴人が使用する上記のサンドイッチ注文ボード、パンのディスプレイトレイ、ビスケットのディスプレイトレイ、サンドイッチを作るテーブル、ドリンクバー、陰陽の模様のダイニング、入り口にある〝OPEN〞ネオン、米国から輸入されたゴミ箱、レストランのレンガの模様の壁とその特定の色彩、模様の組合せの床タイル、ニューヨークのシーンと地下鉄の模様とサンドイッチを作るテーブルの下の野菜のデザインなどは、商品と役務の出所を表示することができない。しかも、被控訴人の運営する SUBBER 潜艇堡サンドイッチレストランは、すでに一部的に改装された、例えば、入り口に掛けられている〝OPEN〞ネオンのデザインは同一ではない；注文ボードは緑色であっても、その文字及び絵柄の描き方は同一ではない；使用するゴミ箱のデザイン、テーブルの並び方は同一ではない。被控訴人の運営する SUBBER 潜艇堡レストランは控訴人のサンドイッチ注文ボードなどの物品と同一又は類似の物品を使用しているといっても、サンドイッチレストランの営業用の器具は同一であるから、インテリア設計が類似することになる。しかし、被控訴人の運営する SUBBER 加盟店の商標、看板および部分的な装飾は、控訴人の加盟店のものとは異なるものであり、通常の消費者が消費した時に注意を払うと、違う運営者であることが分かる。 被控訴人が意図的に控訴人の暖簾を利用する、又はデッドコピーをすることは認定されることができないから、被控訴人は公平交易法第 24 条の規定に違反していない。
結論	被控訴人砂堡潜艇堡株式会社、盛邦國際潜艇堡株式会社、利比拉会社、尼希米株式会社及び上記会社の各責任者は、原判決にある添付表に記載されているものと同一又は類似の加盟店の外観、インテリ設計、設備および置物などを、運営されている SUBBER サンドイッチ加盟店の営業及び役務を表示するのに使用してはならない。被控訴人に対して、裁判所によって決定された損害賠償の割合に応じて、本件最終の事実審の民事判決の主文をソング 5 号というフォントで中国時報、聯合時報、および自由時報などの第一版の下半版の版面に一日に公表する費用を負担する請求は、不合理であり、却下すべきである。

（7） シンガポール

＜事例 1＞

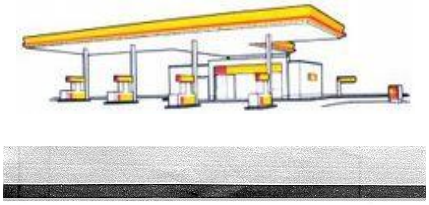
国・地域	シンガポール
事件番号	[2006] SGHC 183
審級	シンガポール高等法廷
当事者	原告：QB Net Co Ltd - 被告：Earnson Management (S) Pte Ltd and others
判決年月日	2006/10/17
法域・関連条文	詐称通用による不法行為（tort of passing off）
対象となった店舗の外観・内装	小売店舗の外装（get-up）におけるグッドウィル
判断要旨	裁判所は、事業店舗や商品の外装（get-up）にグッドウィルが発生する可能性があると認めたが、グッドウィルの確立の基準は高いと警告した。この訴訟では、原告が外装を原告の理容サービスに関連させる強い説得力のある証拠を提出することができなかったため、取引に使用された事業店舗や商品の外装のグッドウィルの主張が退けられた。
結論	請求棄却

＜事例 2＞

国・地域	シンガポール
事件番号	[2011] SGHC 246
審級	シンガポール高等法廷
当事者	原告：OMG Holdings Pte Ltd 被告：Pos Ad Sdn Bhd
判決年月日	2011/11/17
法域・関連条文	詐称通用による不法行為（tort of passing off）
対象となった店舗の外観・内装	ブランドの電子 LCD / TV 広告ディスプレイ、棚に取り付けた引き出し台、台車取り付け型広告、その他のカスタマイズされた材料の一つ又は複数と連動した組み込み型の広告ボードを垂直に支える特徴ある赤い棚受け軸や他の取り付け金具の使用によるグッドウィル
判断要旨	裁判所は、原告の店内広告の外装（get-up）においてグッドウィルが発生したかどうかを審理したが、最終的に「原告の商品・役務を示す特徴であった棚に組み込まれた広告や赤い棚受けにも顕著な特徴はない」と判断した。
結論	請求棄却

（8） ロシア

＜事例 1＞

国・地域	ロシア
事件番号	A 78-6764/2017
審級	トランスバイカル地方商事裁判所
当事者	原告：Shall Brands International AG 被告：LLC Petrovsknefteprodukt
判決年月日	2017/08/18
法域・関連条文	商標法
対象となった店舗の外観・内装	 立体商標 IR 833969;ロシア商標 164330
判断要旨	被告のガソリンスタンドのデザインは、原告の持つガソリンスタンドの商標に類似しており、被告の行為は原告の商標権を侵害していると判断された。
結論	被告は商標の侵害行為を止めるよう命令された

９．海外の調査対象国・地域における訴訟外での解決事例

海外の調査対象国・地域における店舗の外観・内装に関する商標の訴訟外での解決事例を次頁に掲載した。

表の掲載内容は以下のとおりである。

【表の掲載内容】

表の項目	内容
1. 国・地域	事例の国・地域を記載
2. 当事者	権利の侵害等を争った当事者を記載
3. 判決年月日	裁判の判決日を記載
4. 法域・関連条文	事例と関連する法域や条文を記載
5. 対象商標となった店舗の外観・内装	対象となった店舗の外観・内装等を記載
6. 事案の概要	紛争に至る経緯等を記載
7. 解決内容	訴訟外での解決内容を記載

（1） スペイン

＜事例 1＞[51]

国・地域	スペイン
当事者	権利者：UDON レストラン 侵害者：クォック・レストラン
法域・関連条文	不正競争法
対象商標となった店舗の外観・内装	権利者 侵害者 ES 2865246
事案の概要	UDON レストランが提供するアジア風レストランサービスで使用した特定の色の組合せと特定の家具の配置を独占的に使用する権利を主張した。この時点で、レストランの外観はスペイン不正競争法の下で保護されていた。
解決内容	UDON レストランには店舗の外観の商標登録はないが、クォック・レストラン（Kwok Restaurant）は、UDON レストランの先行する権利を認識し、商標登録出願（ES 2865246）を取り下げ、レストランの装飾を変更した。

[51] 資料編【資料Ⅲ】369 頁の回答に独自の調査の結果を加えて記載している。

Ⅴ．店舗の外観・内装の保護に関する国内ニーズ調査

１．国内質問票調査

（１） 国内質問票調査の目的

店舗の外観・内装の保護に関する国内ユーザーの要望及び問題意識を把握するとともに、事例を収集するため、国内質問票調査を実施した。

（２） 国内質問票調査の実施要領

（ⅰ）質問票調査対象

下記の選定条件に基づき、国内質問票調査対象 506 者を抽出し、これらの対象者に対して、調査を実施した。

選定条件	対象者数
店舗の外観・内装に関連する商標登録出願経験を有する企業	46 者
店舗の存在が想定される業界のシェア上位企業又は特徴的な外観の店舗を有する企業	388 者
商標登録出願件数上位の企業	72 者
計	506 者

（ⅱ）質問票調査実施期間

国内質問票調査の実施期間は、以下のとおりである。

- 送付：2018 年 7 月 10 日
- 締切：2018 年 9 月 25 日

（ⅲ）質問票回収状況

国内質問票の回収状況は、以下のとおりである。

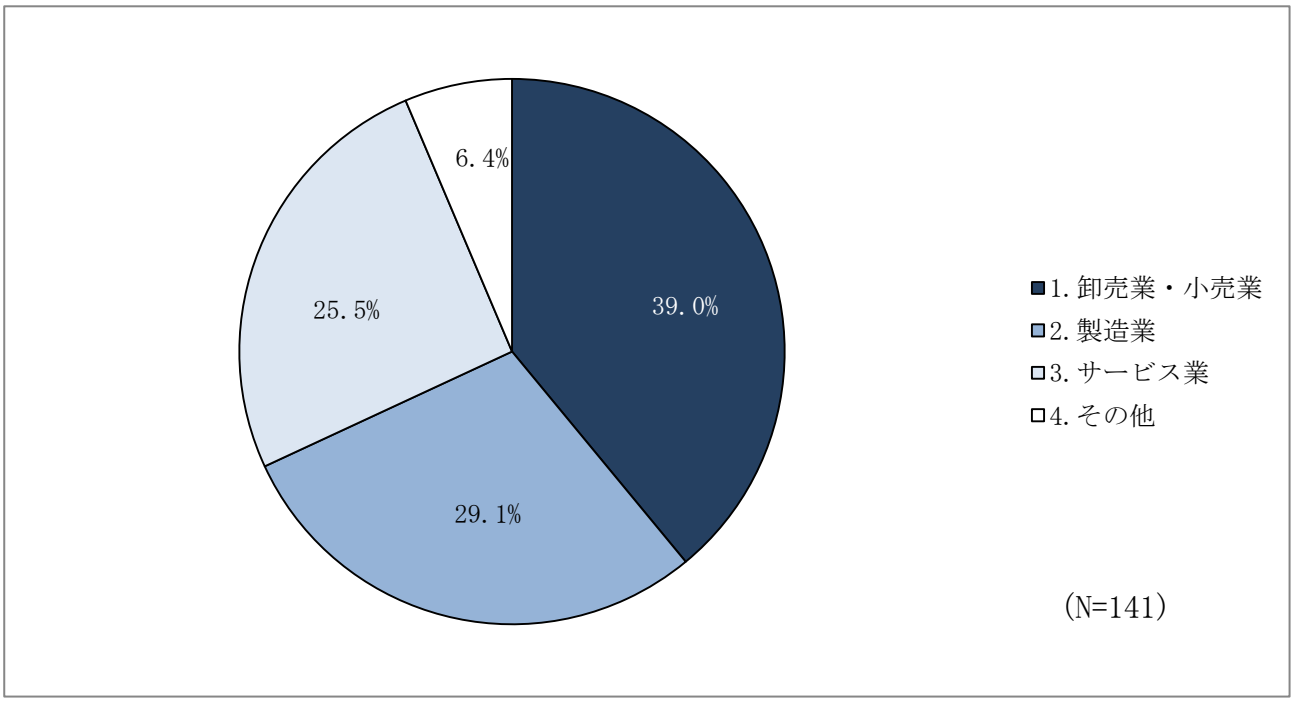
発送数	506 通
うち宛先不明	6 通
有効発送数（発送数－宛先不明）	500 通
回収数	141 通
回収率	28.2%

（３） 国内質問票調査の結果

（ｉ）回答者の基本情報

回答者の業種は、卸売業・小売業が 39.0%、製造業が 29.1%、サービス業が 25.5%であった。

図表１　回答者の業種

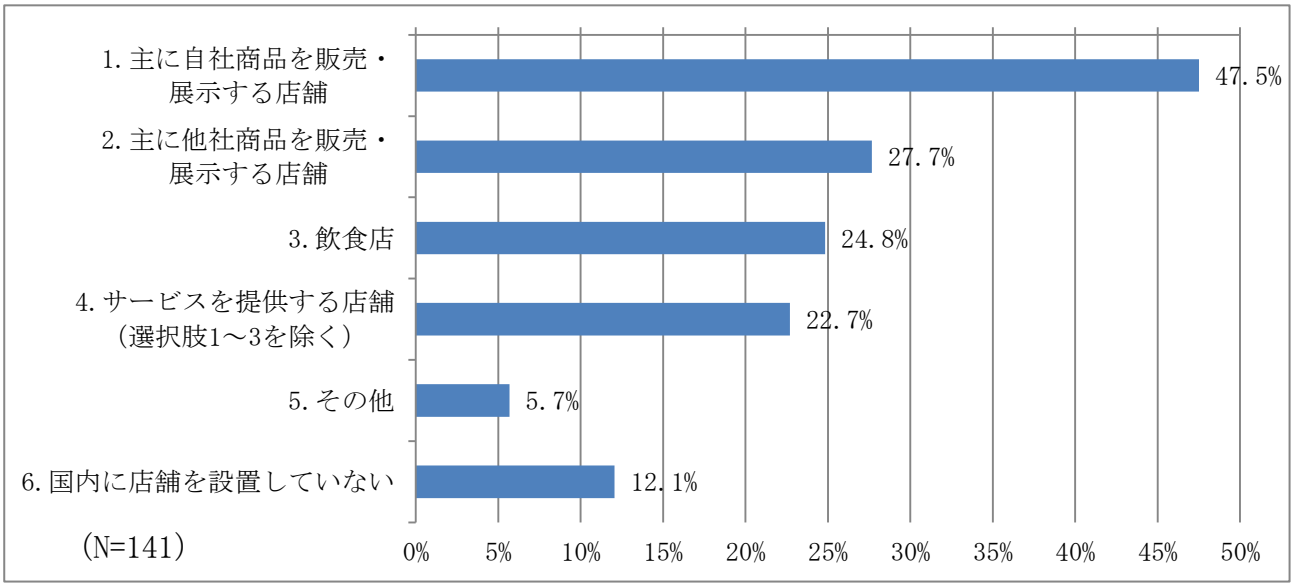


（ⅱ）現状での店舗の外観・内装の保護について【国内】

(a) 国内に設置している店舗の形態

国内でどのような店舗を設置しているか質問したところ、「主に自社商品を販売・展示する店舗」を設置しているとの回答が一番多く、次いで「主に他社商品を販売・展示する店舗を設置」しているとの回答が多かった。「飲食店」や「サービスを提供する店舗」よりも、商品を販売・展示する店舗を設置しているとの回答が多い結果となった。

図表 2　国内に設置している店舗の形態（複数回答可）



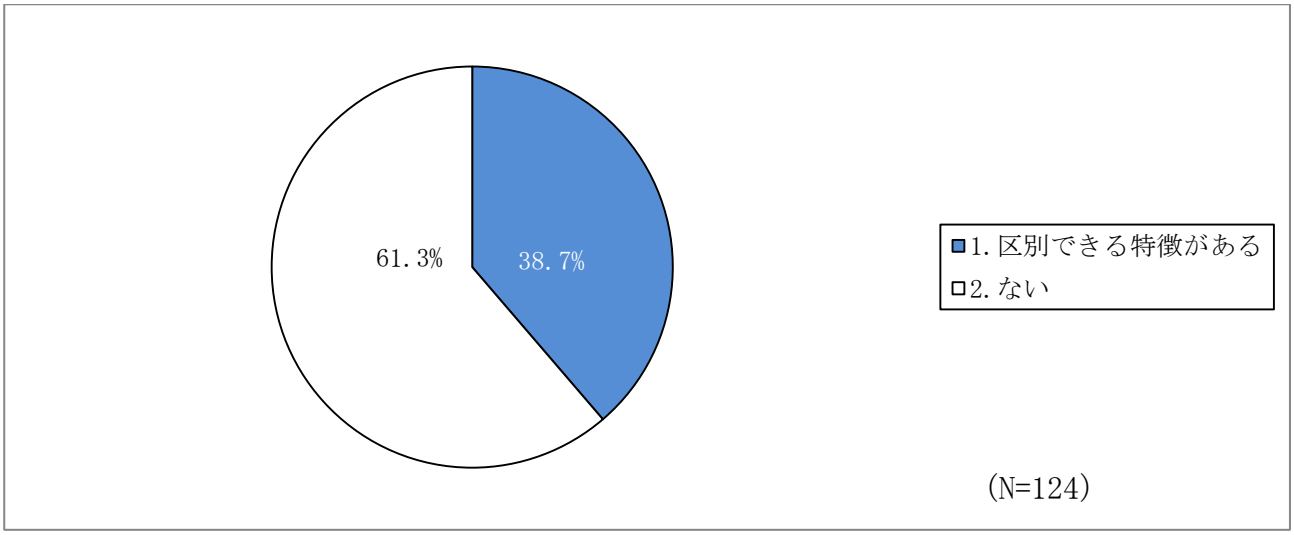
【その他の回答】

- 百貨店（2 者）
- ホームセンター（1 者）
- クリーニング店（1 者）
- 住宅展示場（1 者）
- 開発技術の展示場（1 者）
- スーパーマーケット（1 者）
- 複合商業施設（1 者）

(b) 自社店舗の他社店舗と区別できる特徴の有無

店舗を設置していると回答した者に、自社店舗の外観・内装に、店名やロゴマーク以外に、他社店舗と区別できる特徴があるか質問したところ、38.7%が「区別できる特徴がある」と回答した。

図表 3　自社店舗の他社店舗と区別できる特徴の有無

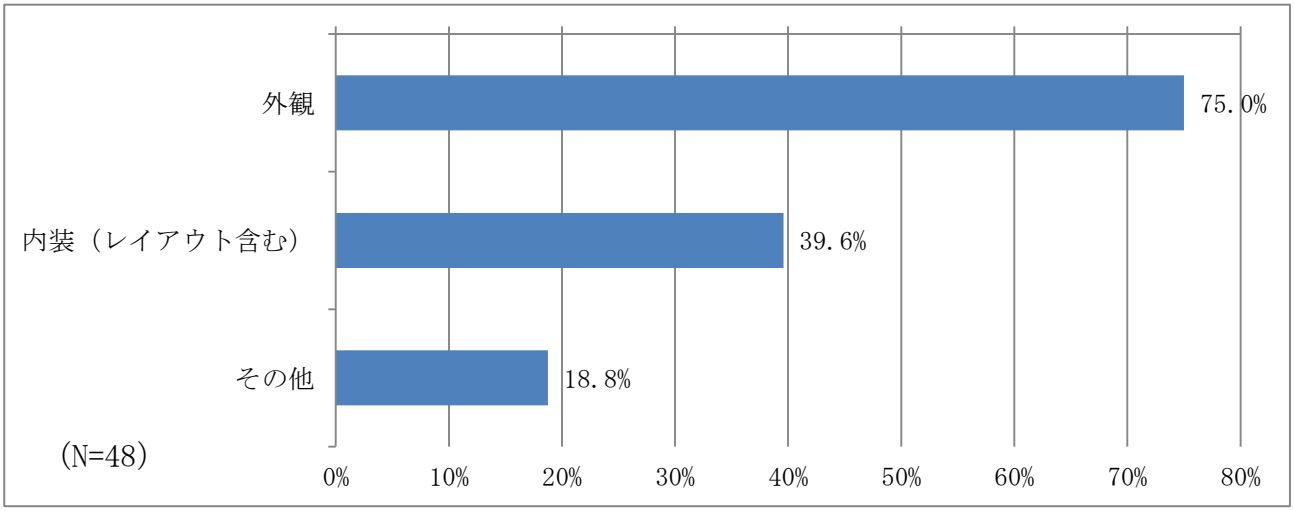


(c) 他社店舗と区別できる特徴がある部分

他社店舗と「区別できる特徴がある」と回答した者に、どこに他社店舗と区別できる特徴があるのか質問したところ、「外観」との回答が「内装（レイアウト含む)」との回答よりも多かった。

「その他」との回答には、例えば、「制服」、「外観と内装全体」、「商品の陳列方法」、「雰囲気」、「BGM」などがあった。

図表 4　他社店舗と区別できる特徴がある部分（複数回答可）



【その他】

- 制服（2 者）
- 外観と内装全体（2 者）
- 商品の陳列方法（1 者）
- 雰囲気（1 者）
- BGM（1 者）
- 什器（1 者）
- ゴミ箱（1 者）
- 電飾看板（1 者）

(d) 店舗の外観・内装に関連する商標登録出願経験と、出願をした商標のタイプ

他社店舗と「区別できる特徴がある」と回答した者に、店舗の外観・内装に関連する商標登録出願の経験と、出願をした商標のタイプについて質問したところ、図表 5 のような結果が得られた。

「外観」に特徴があると回答した者のうち、半数以上が商標登録出願をしている。出願した商標のタイプとしては、「図形商標」との回答が最も多く、次いで「色彩のみからなる商標」との回答が多かった。「立体商標」や「位置商標」での出願よりも、「図形商標」や「色彩のみからなる商標」での出願の方が多い結果となった。

一方、「内装（レイアウト含む）」に特徴があると回答した者のうち、商標登録出願をした者は、5%程度に留まった。

また、「その他」の特徴があると回答した者のうち、3 割程度が商標登録出願をしていた。

なお、出願した商標のタイプで「その他」と回答した者には、「文字商標」での出願をしている者がいた。

図表 5　店舗の外観・内装に関連する商標登録出願経験とタイプ（複数回答可）

	出願をしたタイプ					出願経験	
	図形	立体	位置	色彩	その他	いずれかの出願あり	出願なし
外観の特徴 (N=36)	27.8%	13.9%	11.1%	25.0%	2.8%	63.9%	36.1%
内装（レイアウト含む）の特徴 (N=19)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	5.3%	94.7%
その他の特徴 (N=9)	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	33.3%	66.7%

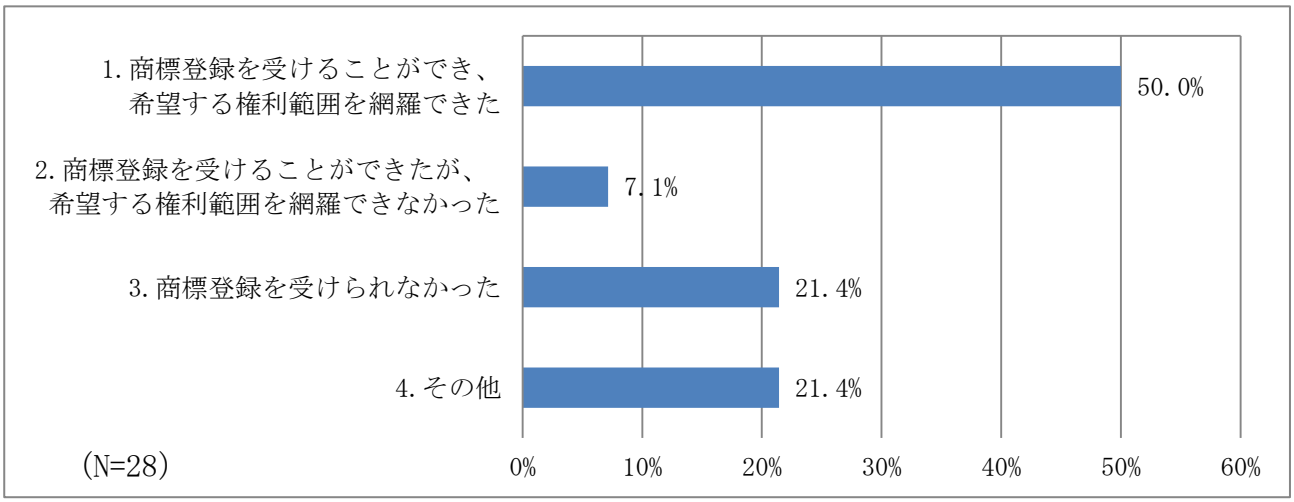
（e）商標登録出願における権利化状況と、権利範囲に対する満足度

店舗の外観・内装に関連する商標登録出願をした者に、出願商標の登録を受けられたか、当該商標により希望する権利範囲を網羅できたか質問したところ、半数は「商標登録を受けることができ、希望する権利範囲を網羅できた」と回答した。また、7.1%は、「商標登録を受けることができたが、希望する権利範囲を網羅できなかった」と回答した。

一方、「商標登録を受けることができなかった」との回答も 2 割程度存在した。

また、「その他」との回答には、例えば、登録を受けられたものの、希望の権利範囲で権利行使ができるかわからないというものがあった。

図表 6　店舗の外観・内装に関連する出願の権利化状況と満足度



【その他の回答】

- 商標登録を受けることができたが、希望する権利範囲で権利行使できるか不明である（1 者）。
- 複数の商標のタイプで出願を行い、ある商標のタイプでは商標登録を受けることができ権利範囲を網羅できたが、他の商標のタイプでは商標登録を受けることができなかった（1 者）。

（f）他社店舗と区別できる特徴はあるが、当該特徴に関する商標登録出願をしなかった理由

他社店舗と「区別できる特徴がある」と回答した者に、当該特徴に関する商標登録出願をしなかった理由を質問したところ、以下のような回答があった。

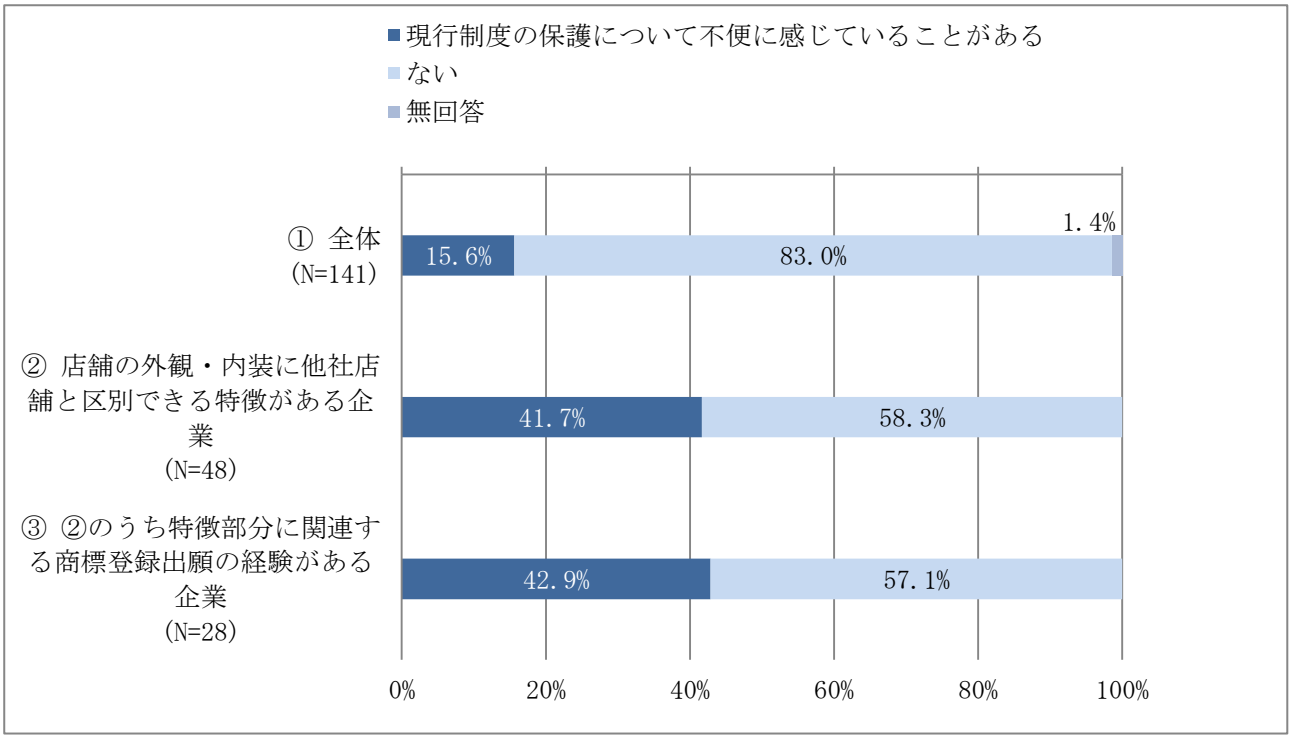
- 登録が困難と考えたため（4 者）
- 適切な出願方法（商標のタイプ）がなかったため（4 者）
- 登録の必要性がないと考えたため（3 者）
- 現行の商標制度では十分な保護を受けられないと考えたため（2 者）
- その他（5 者）

（g）店舗の外観・内装に関する現行の商標制度での保護に対する評価

店舗の外観・内装について、現行の商標制度での保護に関して不便に感じていることがあるか質問したところ、全体の結果では、「不便に感じていることがある」と回答した者の割合は 15.6%で、不便に感じていることは「ない」と回答した者よりも少なかった。

外観・内装に他社店舗と「区別できる特徴がある」者に限ると、そのうちの 41.7%が「不便に感じていることがある」と回答した。また、「外観・内装に他社店舗と区別できる特徴があり、かつ特徴部分についての商標登録出願経験がある」者に限ると、42.9%が「不便に感じていることがある」と回答した。

図表 7　店舗の外観・内装に関する現行商標制度での保護に対する評価



(h) 現行の商標制度に不便を感じる点

現行の商標制度での保護に関して「不便に感じていることがある」と回答した者に、不便を感じている点について具体的に聞いたところ、以下のような回答があった。

例えば、店舗の外観や内装は常に同じにできないが、その点を考慮した制度設計になっていない、立体商標制度で内装の保護を受けられないといった回答があった。現状の制度では、保護を受けるのに不便を感じている者がいることが伺える。

- 外観や内装をどのような方法で出願したらよいか分からない点（4 者）
- 店舗の外観や内装は常に同一にできないにもかかわらず、その点を考慮した制度設計になっていない点（4 者）
- 権利範囲や類似範囲が不明確である点（4 者）
- 外観や内装を保護するための適切な商標のタイプがない点（2 者）
- 登録のハードルが高い点（2 者）
- 立体商標制度で内装の保護を受けられない点（1 者）
- 店舗の雰囲気の保護が難しい点（1 者）
- その他（7 者）

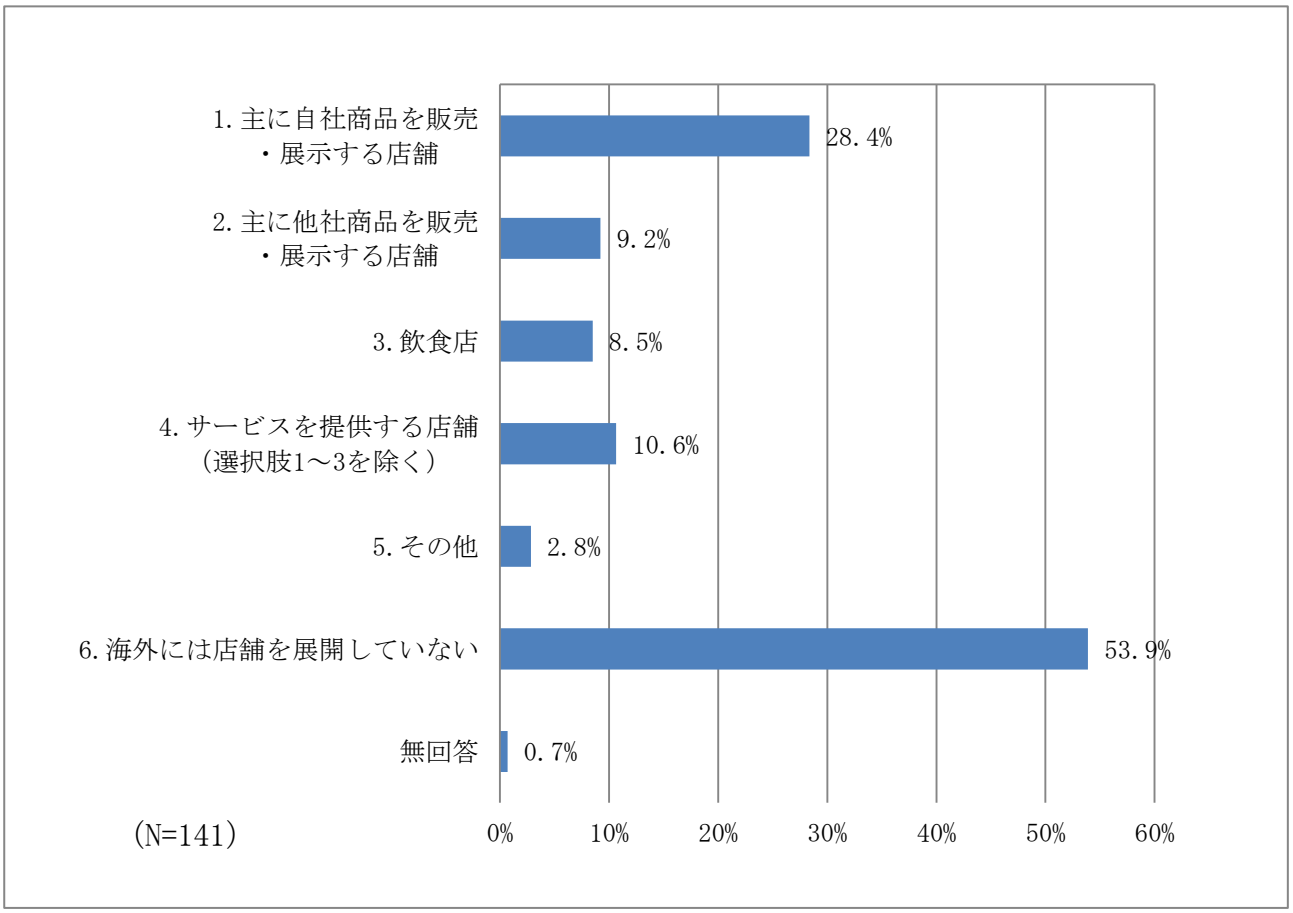
（iii）現状での店舗の外観・内装の保護について【海外】

(a) 海外に設置している店舗の形態

海外にどのような店舗を展開しているか質問したところ、「主に自社商品を販売・展示する店舗」を設置しているとの回答が最も多かった。「主に他社商品を販売・展示する店舗」、「飲食店」、「サービスを提供する店舗」を設置しているとの回答は、「主に自社商品を販売・展示する店舗」を設置しているとの回答の 3 分の 1 程度の割合となった。

一方、回答者全体のうち半数以上は、「海外には店舗を展開していない」と回答した。

図表 8　海外に設置している店舗の形態（複数回答可）



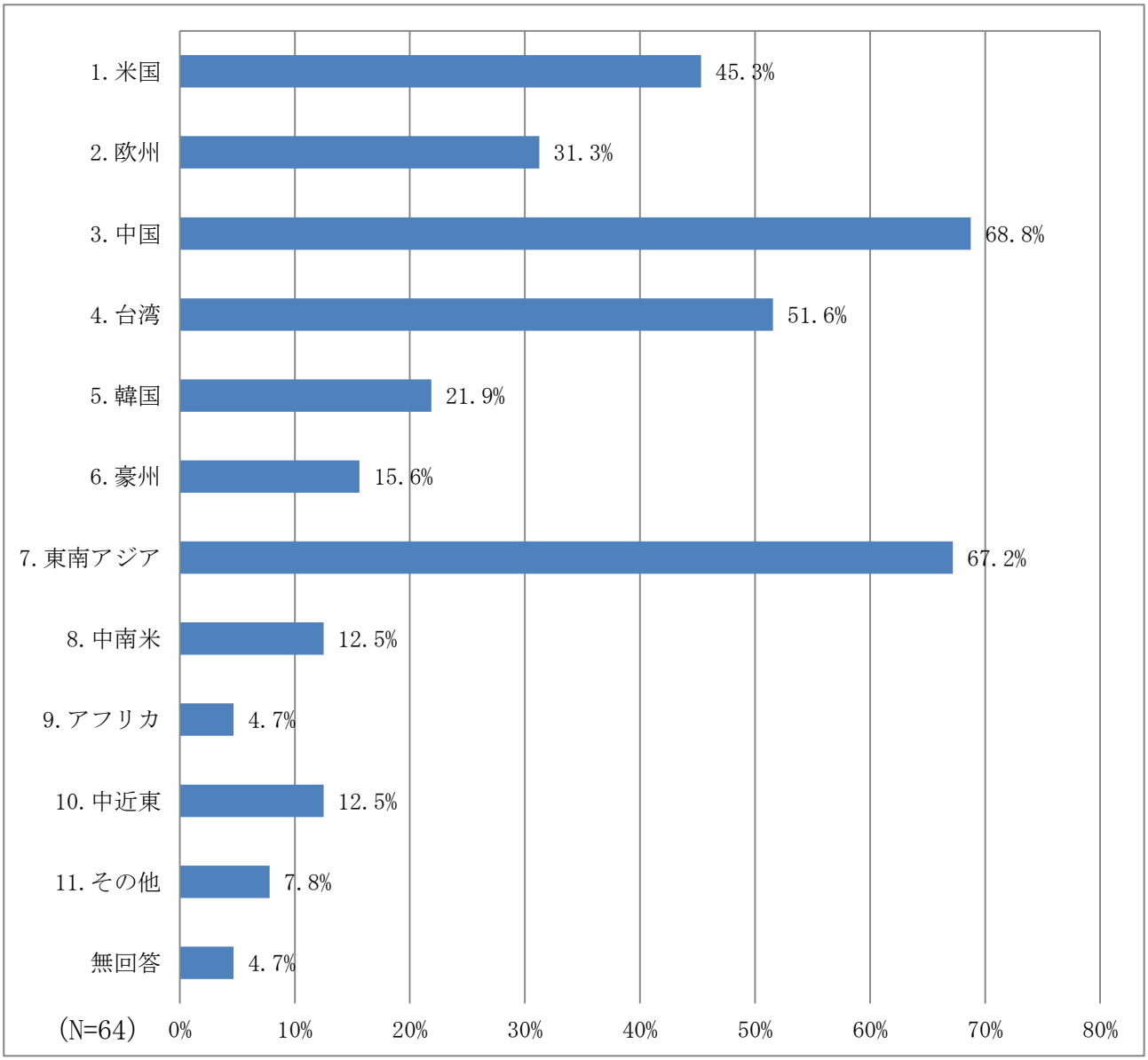
【その他の回答】

- 百貨店（2 者）
- 製品の展示場（1 者）
- ホテル（1 者）

(b) 海外に店舗を展開している国・地域

海外に店舗を展開していると回答した者に、店舗を展開している国・地域について質問したところ、「中国」との回答が一番多く、二番目に「東南アジア」、三番目に「台湾」との回答が多かった。上位 3 つをアジア圏の国が占め、「米国」や「欧州」はそれに次ぐ結果となった。

図表 9　海外に店舗を展開している国・地域（複数回答可）



【その他の回答】

- インド（2 者）
- スリランカ（1 者）
- 香港（1 者）
- 国名無回答（1 者）

(c) 海外で商標権を有する国・地域及び店舗の「特徴がある部分」と「商標のタイプ」

海外に店舗を展開している者に商標登録をした部分を聞いたところ、無回答の者を除き、「外観」との回答が最も多かった。また、登録を受けた商標のタイプとしては、「図形」が最も多く、次いで「色彩」が多かった。

図表 10　海外で商標権を有する国・地域及び店舗の「特徴がある部分」と「商標のタイプ」
(複数回答可)

	商標登録をした部分				商標のタイプ				
	外観	内装 レイアウト含む	その他	無回答	図形	立体	位置	色彩	その他
米国 (N=5)	3 者 (60.0%)	1 者 (20.0%)	-	2 者 (40.0%)	4 者 (80.0%)	-	1 者 (20.0%)	2 者 (40.0%)	-
欧州 (N=4)	1 者 (25.0%)	-	2 者 (50.0%)	1 者 (25.0%)	3 者 (75.0%)	-	-	1 者 (25.0%)	-
中国 (N=8)	3 者 (37.5%)	-	-	5 者 (62.5%)	6 者 (75.0%)	-	1 者 (12.5%)	3 者 (37.5%)	1 者 (12.5%)
台湾 (N=3)	1 者 (33.3%)	-	-	2 者 (66.7%)	2 者 (66.7%)	-	-	1 者 (33.3%)	-
韓国 (N=3)	-	-	-	3 者 (100.0%)	2 者 (66.7%)	-	-	1 者 (33.3%)	-
豪州 (N=1)	-	-	-	1 者 (100.0%)	-	-	-	1 者 (100.0%)	-
東南アジア (N=8)	4 者 (50.0%)	-	-	4 者 (50.0%)	7 者 (87.5%)	-	1 者 (12.5%)	2 者 (25.0%)	-
中南米 (N=1)	-	-	-	1 者 (100.0%)	-	-	-	1 者 (100.0%)	-
アフリカ (N=0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
中近東 (N=1)	-	-	-	1 者 (100.0%)	-	-	-	1 者 (100.0%)	-
その他 (N=3)	2 者 (66.7%)	-	-	1 者 (33.3%)	2 者 (66.7%)	-	-	1 者 (33.3%)	-

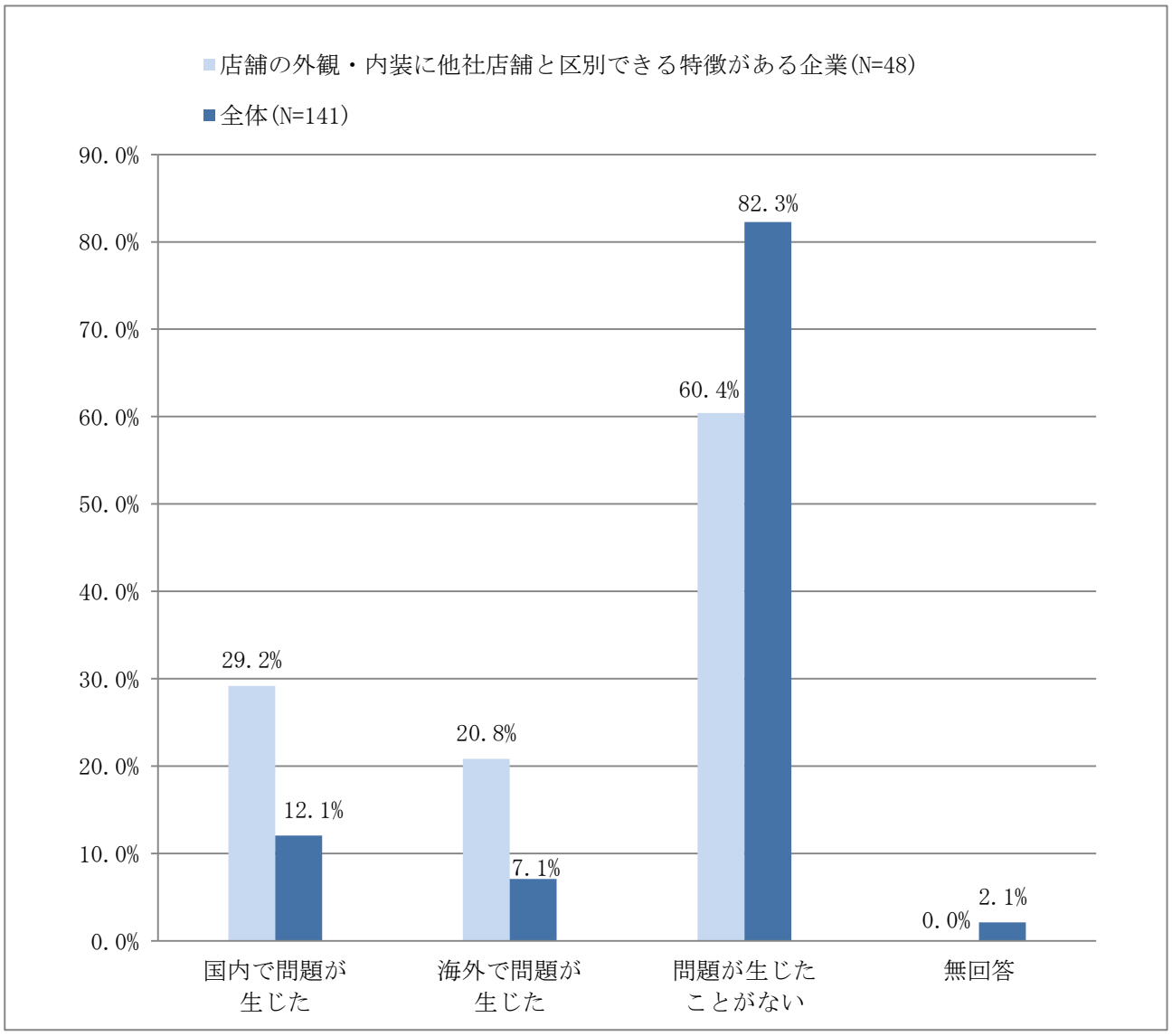
（ⅳ）店舗の外観・内装の類似により問題が生じた経験について【国内・海外】

(a) 自社店舗の外観・内装と他社の店舗の外観・内装が類似していることによる、国内又は海外で問題が生じた経験

自社店舗の外観・内装が他社店舗の外観・内装と類似していることにより、国内又は海外で問題が生じたことがあるか質問したところ、全体の結果では、「国内で問題が生じた」との回答の方が、「海外で問題が生じた」との回答よりも多かった。一方、8 割以上は国内及び海外において問題が生じたことはないと回答した。

しかし、「外観・内装に他社店舗と区別できる特徴がある」者に限ると、「国内で問題が生じた」と回答した者、「海外で問題が生じた」と回答した者の割合は、全体の結果より 1 割以上多い結果となった。

図表 11　店舗の外観・内装が類似していることによる、国内又は海外で問題が生じた経験（複数回答可）



（b）店舗の外観・内装の類似により「国内で問題が生じた」者の問題の内容

国内で問題が生じたと回答した者に、問題の内容について質問したところ、以下のような回答があった。

- 外観や内装の類似する店舗が出現した（7 者）
- 相手方に対し、有効な措置が取れていない（4 者）
- 相手方に対し、訴訟を提起した（2 者）
- その他（5 者）

（c）店舗の外観・内装の類似により「海外で問題が生じた」者の問題の内容

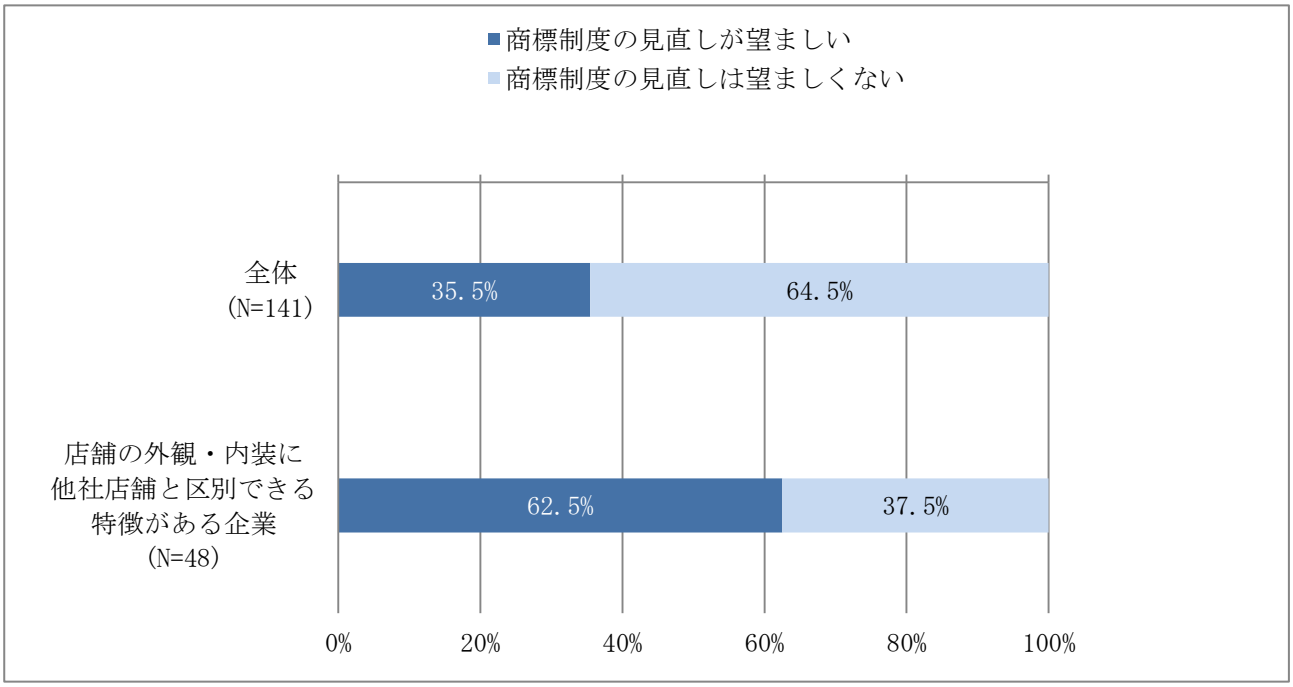
海外で問題が生じたと回答した者に、問題の内容について聞いたところ、回答があった 12 者のうち、中国で類似による問題が生じたと回答した者は 4 者いた。うち 3 者は店舗をデッドコピー又はそっくりにされたと回答した。また、韓国と欧州で類似による問題が生じたと回答した者がそれぞれ 1 者いた。さらに、特に国名を挙げていないが、類似による問題が生じたと回答した者は 5 者いた。

（ｖ）店舗の外観・内装に関する登録制度の見直しについて

(a) 店舗の外観・内装に関する商標制度の見直しの希望

店舗の外観・内装について商標登録を受けやすいように、商標制度の見直しを行うことが望ましいか質問したところ、全体の結果では、商標制度の見直しを行うことが「望ましい」と回答した者は、「望ましくない」と回答した者よりも少なかった。しかし、「外観・内装に他社店舗と区別できる特徴のある」者に限ると、「望ましい」と回答した者が、「望ましくない」と回答した者よりも多い結果となった。

図表 12　店舗の外観・内装について、商標登録を受けやすいように商標制度の見直しを望むか



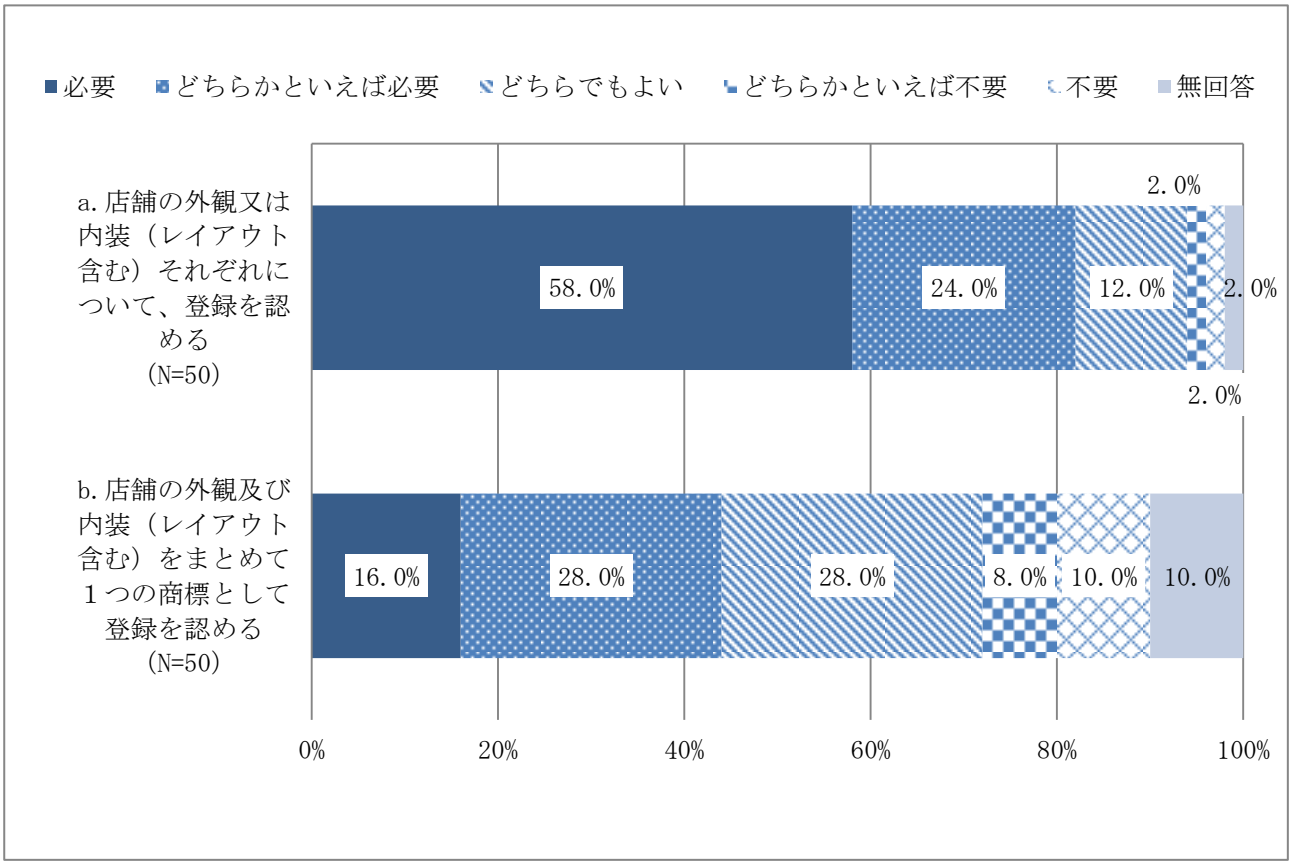
（b）商標制度の具体的な見直しの要望

①登録範囲についての要望

商標制度の見直しを行うことが「望ましい」と回答した者に、「店舗の外観又は内装（レイアウト含む）それぞれについて、登録を認めるべきか」質問したところ、「必要」、「どちらかといえば必要」との回答があわせて 8 割以上あり、「どちらかといえば不要」、「不要」をあわせたものよりも多かった。

また、「店舗の外観又は内装（レイアウト含む）をまとめて 1 つの商標として登録を認めるべきか」についても質問したところ、「必要」、「どちらかといえば必要」との回答があわせて 4 割程度あり、「どちらかといえば不要」、「不要」をあわせた割合よりも多かった。

図表 13　登録範囲についての要望



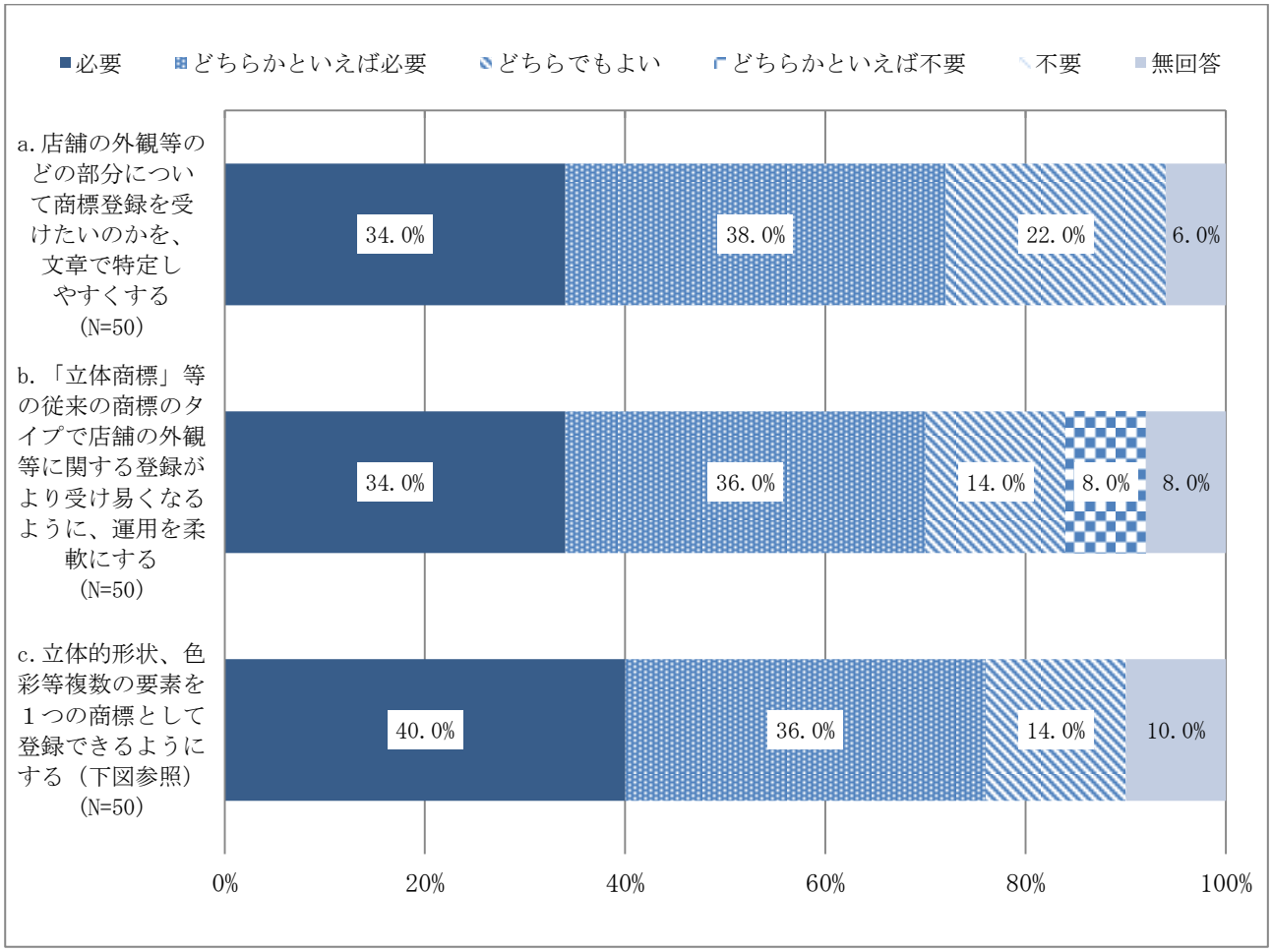
②店舗の外観・内装を保護する方法についての要望

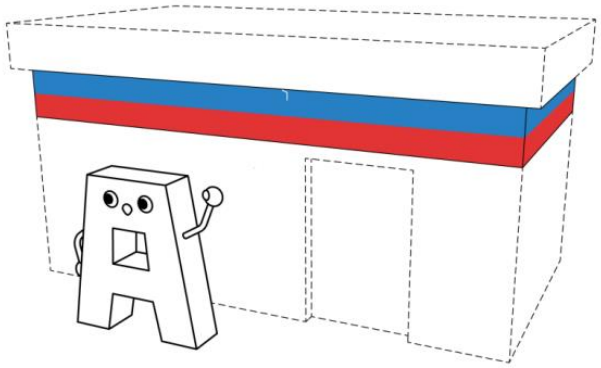
商標制度の見直しを行うことが「望ましい」と回答した者に、「店舗の外観・内装のどの部分について商標登録を受けたいのかを、文章で特定しやすくする」ことが必要か質問したところ、「必要」、「どちらかといえば必要」との回答が、7割以上にのぼった。

また、「立体商標等の従来の商標タイプで店舗の外観・内装に関する登録がより受け易くなるように、運用を柔軟にする」ことが必要か質問したところ、「必要」、「どちらかといえば必要」との回答が、7割にのぼった。

「立体的形状、色彩等複数の要素を1つの商標として登録できるようにする」ことが必要か質問したところ、「必要」、「どちらかといえば必要」との回答が、7割以上にのぼった。

図表 14　店舗の外観・内装を保護する方法についての要望





例えば、店舗の外壁に赤色と青色が塗られており、外壁の前方（外壁から離れた位置）にキャラクターが設置されていた場合に、外壁の色彩とキャラクターの立体形状につき１つの商標として登録できるようにする。

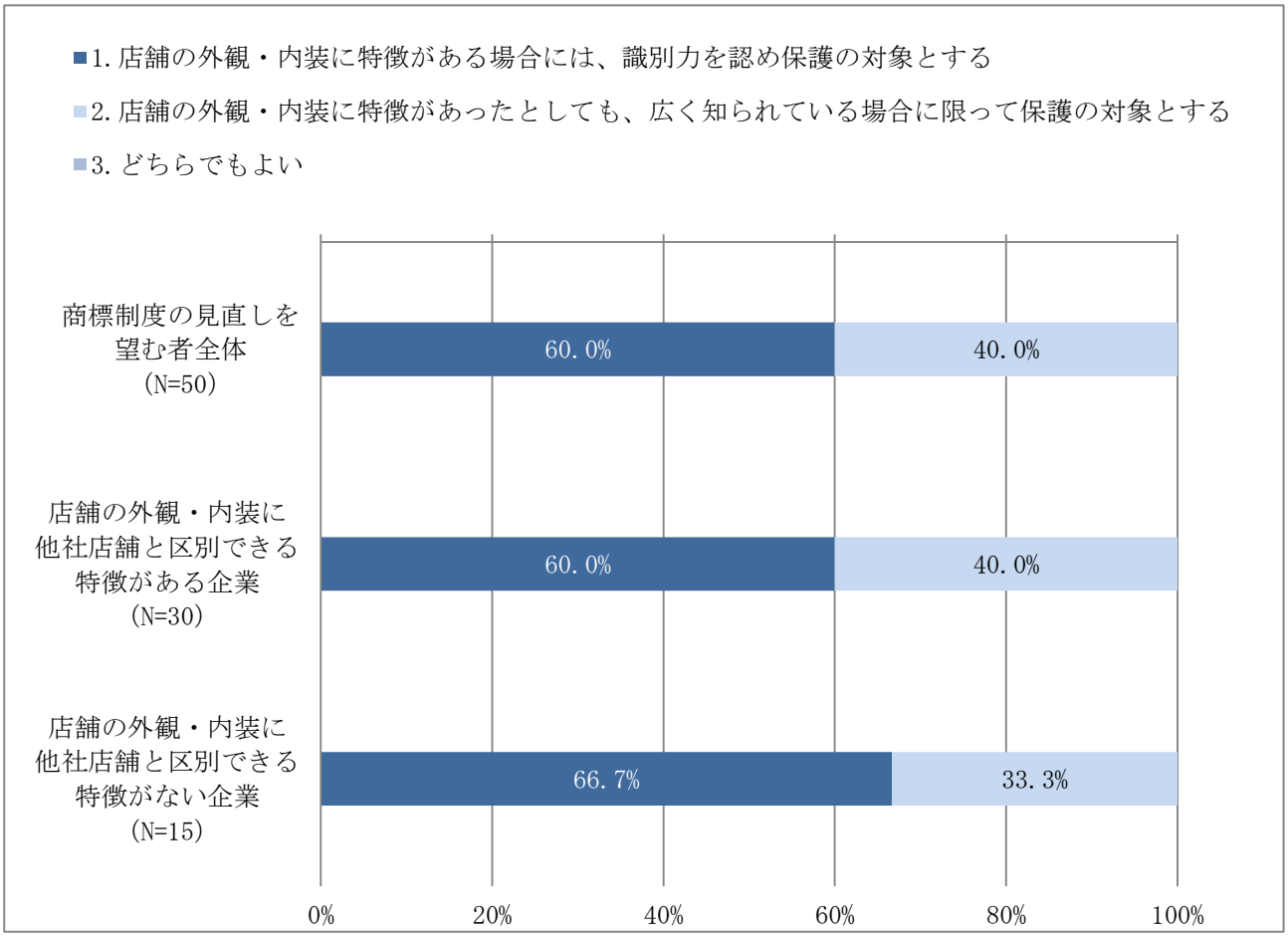
※図の破線部分は、店舗の形状の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではない。

③保護対象についての要望

保護対象について質問したところ、商標制度の見直しを行うことが「望ましい」と回答した者のうち、6 割が「店舗の外観・内装に特徴がある場合には、識別力を認め保護の対象とすべき」と回答し、4 割が「店舗の外観・内装に特徴があったとしても、広く知られている場合に限って保護の対象とすべき」と回答した。

外観・内装に他社店舗と区別できる特徴のある者に限っても、回答の割合は変わらなかった。また、外観・内装に他社店舗と区別できる特徴のない者に限ると、「店舗の外観・内装に特徴がある場合には、識別力を認め保護の対象とすべき」と回答した者が 6 割を超えた。

図表 15　保護対象についての要望



（c）前記（b）①～③以外で商標制度の見直しについて望ましい内容

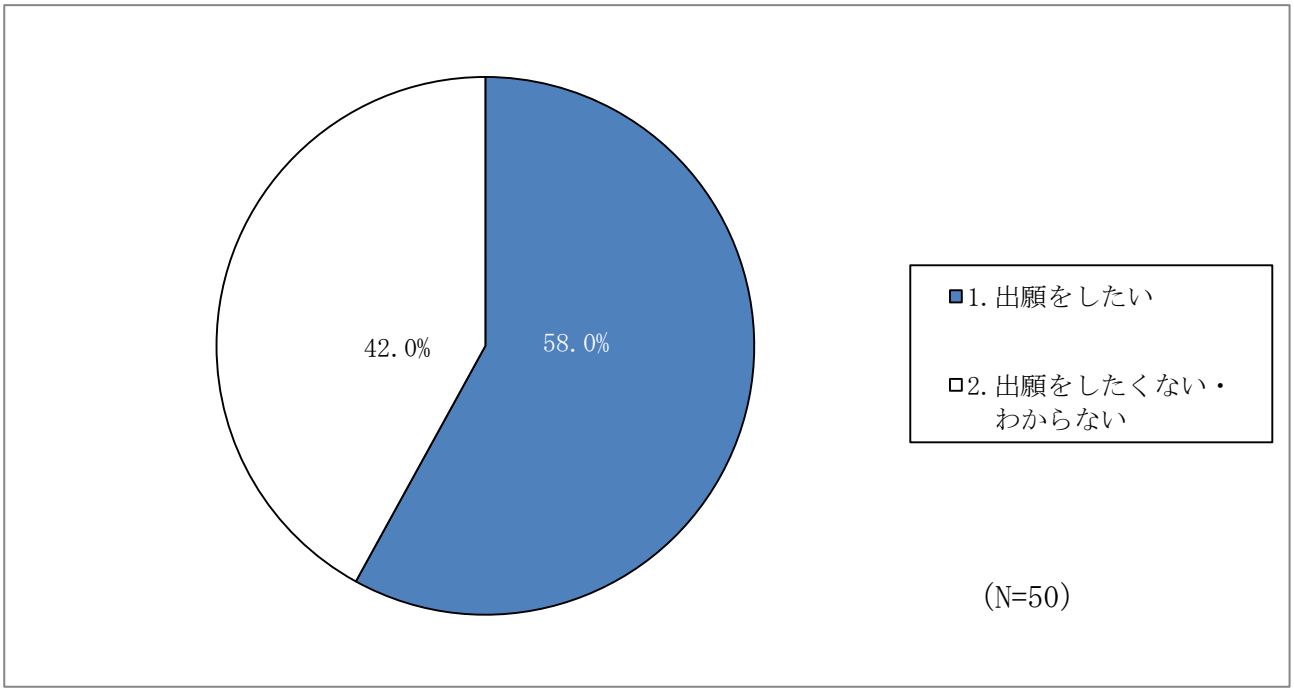
商標制度の見直しを行うことが望ましいと回答した者に、前記（b）①～③以外で商標制度の見直しについて望ましい内容について質問したところ、以下のような回答があった。

- 店舗の雰囲気やコンセプトを保護してほしい（2 者）
- 意匠法や不正競争防止法など他法域での保護も検討すべき（2 者）
- 保護される事例の具体例を明記すべき（1 者）
- 周知性要件の基準を明確化してほしい（1 者）
- 制度見直しにあたっては、立体、色彩、位置商標の審査基準と平仄をとるべき（1 者）

（d）商標制度が見直された場合の出願ニーズ

商標制度の見直しを行うことが望ましいと回答した者に、商標制度が見直された場合に、商標登録出願をしたいか否かを質問したところ、「出願をしたい」との回答が半数を超え、「出願をしたくない・わからない」との回答を上回った。

図表 16　商標制度が見直された場合の、商標制度の見直しを望む企業の出願ニーズ



（e）出願を望む権利範囲

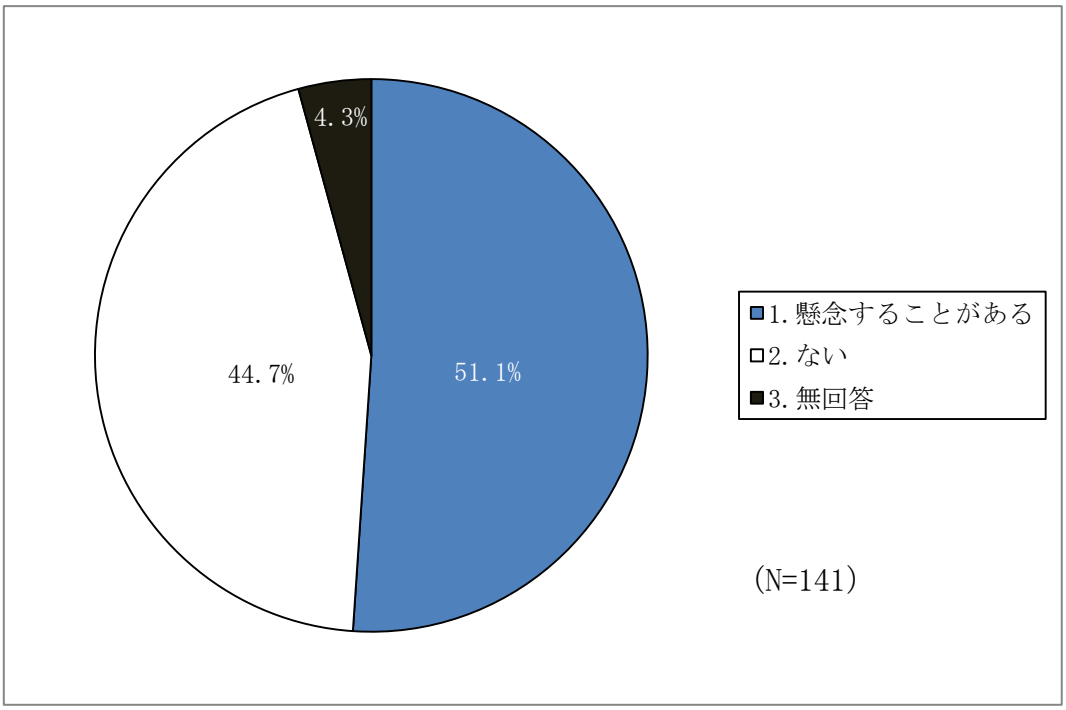
商標制度が見直された場合に、「出願をしたい」と回答した者（29 者）に、出願したい内容を聞いたところ、外観に関する出願や内装に関する出願をしたいと回答した者がそれぞれ 15 者いた。

- 外観に関する出願（15 者）
- 内装に関する出願（15 者）
- 店舗全体のデザイン（雰囲気・コンセプト）に関する出願（1 者）

（f）店舗の外観・内装について商標登録が受けやすいように制度が見直される場合の、見直し後の制度に対する懸念の有無

店舗の外観・内装について商標登録が受けやすいように制度が見直される場合の、見直し後の制度に対する懸念については、約半数が「懸念することがある」と回答した。

図表 17　制度の見直しに対する懸念の有無



（g）具体的な懸念点

具体的な懸念点としては、調査負担の増大を懸念する回答や他社の権利を侵害してしまうことを懸念する回答が多く聞かれた。また、数は少ないが、冒認出願を懸念する回答もあった。

「その他」では、例えば、建物の工事開始後に登録された外観と類似することへの懸念、同業者間での訴訟の頻発化や莫大な改装費用等への懸念、景観条例等により他社との差別化が難しくなることで登録商標との類似が生じることへの懸念、などがあった。

- 商標調査の負担の増大に対する懸念（25 者）
- 他社の権利を侵害してしまうことへの懸念（19 者）
- 権利範囲が不明確であることへの懸念（11 者）
- 周知性がない商標が登録されることに対する懸念（10 者）
- 類否判断の基準が不明確であることへの懸念（8 者）
- 登録要件が不明確であることへの懸念（4 者）
- 審査期間が長くなることへの懸念（2 者）
- 冒認出願に対する懸念（2 者）
- その他（18 者）

（vi）店舗の外観・内装の保護のあり方についてのご意見

店舗の外観・内装の保護のあり方について意見を聞いたところ、以下のような回答があった。

店舗の外観・内装の保護に積極的な意見としては、不正競争防止法より明確な権利となり得る商標権として登録し、保護を受けられることを望む回答があった。また、欧米等の諸外国の制度を踏まえ、日本でも導入を希望するという回答もあった。

一方で、保護の必要性はあるとしながらも、不正競争防止法、意匠、立体商標等の現行制度でも保護が可能であるとして、新たな制度の導入に慎重な回答もあった。また、店舗の外観・内装は、建築基準法や消防法などの法令で制限を受ける場合や、百貨店内のテナントのように、出店先の面積等の条件によっても制約が発生する場合があり、全く同じ外観の店舗を出店できるとは限らないことから、商標権の活用が難しいのではないか、という回答もあった。

また、一つの法律による解決ではなく、不正競争防止法の強化も併せて行うことを求める回答や、商標法、不正競争防止法、意匠法、著作権法等の複合的な運用により、各法律の利点を組み合わせた効果的な保護を期待するという回答もあった。

もし新制度を導入するとした場合の意見としては、権利侵害や冒認出願の懸念から、周知性を求める、使用状況を確認する、デザイン性の高い特徴的なもののみに限定する、色番号や材質等を細かく指定するなど、登録に一定のハードルを設けることを希望する回答が見られた。一方で、周知性を証明するための証拠収集や各種手続には大きな労力や時間がかかることから、ハードルが高すぎて出願が難しくなるとして、審査官が出張や面談を行うなど、積極的に調査してほしいという回答があった。

また、調査負担の懸念や、権利活用の観点から、わかりやすい運用を求める回答があった。例えば、審査基準や類否判断の基準を指針などの形で公開することや、J-PlatPat 上で店舗の外観・内装の商標を絞って検索できるように改修することなどが具体的に挙げられた。

２．国内ヒアリング調査

（１） ヒアリング調査の目的

店舗の外観・内装の保護に関する要望及び課題を把握するため、ユーザーである企業や関係団体に対して、ヒアリング調査を行った。

（２） ヒアリング調査の手法

（ｉ）ヒアリング対象の選定

国内質問票調査の回答者から企業 10 者、また関係団体の中から 3 者に対して、ヒアリング調査を行った。

ヒアリング対象者の種別は、以下のとおりである。

- 化粧品
- 食品
- 総合小売
- アパレル
- 眼鏡小売
- 石油元売
- アミューズメント
- 飲食サービス（3 者）
- 関係団体（3 者）

（ⅱ）ヒアリング項目の決定

(a) 企業に対するヒアリング項目

企業に対するヒアリングにおいては、「企業が運営している店舗について」「店舗の外観・内装に関する現行制度における保護について」「店舗の外観・内装の類似により問題が生じた経験について」「店舗の外観・内装に関する商標制度の見直しについて」という 4 つの観点を大項目として設定した。中でも、「店舗の外観・内装に関する登録制度の見直しについて」は、店舗の外観・内装の保護に関する要望についての意見を把握することを目的としたものである。加えて、大項目が目的とする内容を、より詳細に聞き出すために、次のとおり小項目を設定した。

大項目	小項目
企業が運営している店舗について	店舗の設置態様や設置態様ごとの特徴について
	路面店とテナントの店舗デザインについて
	店舗デザイン変更について
	店舗の外観・内装のライセンス契約・フランチャイズ契約について
店舗の外観・内装に関する現行制度における保護について	店舗の外観・内装に関する商標登録出願の経験
	店舗の外観・内装に関する商標登録の効果で認識しているもの
	現行制度での保護について、不便に感じていること
	商標制度以外での保護について
店舗の外観・内装の類似により生じた問題について	国内での、店舗の外観・内装の類似により生じた問題やその対処
	海外での、店舗の外観・内装の類似により生じた問題やその対処
店舗の外観・内装に関する登録制度の見直しについて	店舗の外観・内装に関する商標制度の見直しを望むか
	制度設計に関する意見（①見直しの方式、②識別力、③外観、内装の組み合わせによる保護、④店舗の外観・内装の一部分のみの保護、⑤文章による商標の特定）
	制度が見直された場合の出願の希望
	店舗の外観・内装に関する制度見直し時の懸念

(b) 関係団体に対するヒアリング項目

関係団体に対するヒアリングにおいては、「店舗の外観・内装の保護の必要性について」「海外での店舗の外観・内装の保護についての印象等」「店舗の外観・内装の保護に関する商標制度の見直し」という 3 つの観点を大項目として設定した。「店舗の外観・内装の保護に関する商標制度の見直し」は、店舗の外観・内装の保護に関する要望についての意見を把握することを目的としたものである。加えて、大項目が目的とする内容を、より詳細に聞き出すために、次のとおり小項目を設定した（なお、団体によって小項目は異なる）。

大項目	小項目
店舗の外観・内装の保護の必要性について	店舗の外観・内装の保護に関する団体内での議論について
	団体の構成員や関係者から店舗の外観・内装の保護に関して寄せられた意見について
	団体の構成員や関係者から店舗の外観・内装をめぐる紛争に関連して寄せられた相談について
	店舗の外観・内装の保護に関しての、実務上・研究上の関心について

海外での店舗の外観・内装の保護についての印象等	海外での店舗の外観・内装の保護についての実務上・研究上の関心について
	参考資料を見た上での各国・地域の登録例についての印象について
	参考資料を見た上での各国・地域の制度・運用についての印象について
	店舗の外観・内装の保護の在り方を検討する場合に、参考になる海外の制度や運用について
店舗の外観・内装の保護に関する商標制度の見直し	望ましい制度見直しについて
	制度見直しがなされた場合の懸念点について

（3） ヒアリング結果の概要と考察

（ｉ）出願

(a) 出願対象

制度を検討する前提として、出願の対象となり得る「店舗」にはどのようなものがあるかを整理する。店舗は、主には、通りに面している路面店と、ショッピングセンター・百貨店・駅・オフィスビル等の一区画を借り受けて営業するテナントの 2 つの形態に大別される。路面店は、外観から自社でデザインすることができ、自由度が高く特徴を出しやすい傾向にある。一方、テナントの場合は、借りる区画の形やビル運営者の意向などの影響を受け、特徴を出しにくい傾向にあるといえる。

また、店舗においては、外観だけではなく内装でも特徴を出すことができる。ヒアリングでは、内装に特徴がある企業、内装にこだわりを持っている企業から、外観だけでなく内装も権利化の対象としたいという希望が聞かれた。外観との関連については、外観と内装をセットで出願できたら良いという意見と、外観と内装で別々の出願の方が使い勝手が良いという意見の両方があった。

出願の対象となり得る店舗には様々な傾向があることを考慮して、制度設計をすることが求められる。

(b) 出願方式

出願時、対象を特定するにあたっては、図面だけでなく文章で説明をしたいという意見が多く聞かれた。

文章による説明があれば、権利範囲がより明確にわかりやすくなることで、商標調査を行う際の利便性が高くなることや、類否判断もしやすくなることが期待できる。

店舗の外観・内装を対象とした登録制度ができれば、その旨指定をすることが考えられ

る。店舗の外観・内装を、立体商標制度を柔軟にすることで登録を可能にしようとすると、通常の立体商標の取扱いが懸念されることから、店舗の外観・内装については別制度とする方が活用しやすいのではないかという意見もあった。

（ⅱ）審査

(a) 保護対象・保護除外

店舗の外観・内装のデザインは、消防法や景観条例といった法令による制約を受ける場合がある。また、業種によっては、サービスの性質上、必然的に似たような形状になるといった事情もある。

店舗の外観・内装に関する出願の審査における識別力の判断（商標法第 3 条第 1 項各号）や、商品等が当然に備える特徴（商標法第 4 条第 1 項第 18 号）の判断基準の検討に際しては、このような事情に留意が必要であると考えられる。

(b) 商標の類似範囲

店舗の外観・内装に関する商標登録がなされた場合に、どこまでが類似でどこからが非類似になるのかがわからないという意見が聞かれた。現状でも、文字やロゴが含まれる立体商標について、それらがない場合に類似と判断されるのかが不透明であるという声があり、類似・非類似の範囲がある程度明確でなければ、登録の効果が感じられにくいと思われる。

店舗の外観・内装に関して、様々なタイプでの登録がなされた場合に、類似範囲・類否判断の基準について整理が必要と考えられる。

(c) 商標の識別力

店舗の外観・内装について登録を認める場合には、本来的識別力のみではなく、使用による識別力を必要とする考え方もある。ただし、既に有名になった業態の店舗は、不正競争防止法による著名な商品等表示として一定の保護を受けられると考えられることや、権利化が望まれるのは、新しい業態や著名とまではいえない業態であり、色彩のみからなる商標や商品等の形状のみからなる立体商標と同等の識別力を求められるとすると、制度の活用は難しいという意見があった。他者に模倣されやすいのは著名といえる前の段階であるとの指摘もヒアリングではなされている。

しかしながら、識別力の基準が低い場合には、一般的な店舗の外観・内装が登録される懸念や、登録件数の増加による調査の負担への懸念の声も聞かれた。

使用による識別力の認定にあたっては、店舗特有の問題として、土地やテナントの形状や、ビル運営者の意向、法令等といった様々な制約により、全く同一の店舗は作りにくい

という問題や、店舗デザインの一部を変更するといった可能性がある。
使用商標との同一性の判断において、考慮すべき問題と考えられる。

（iii）権利行使

権利行使がしやすい制度が整備されることを望む意見があり、商標を図面だけでなく文章による説明によって具体的に特定することで権利行使がしやすくなるのではないかという意見があった。
ただし、商標の詳細な説明は、願書に記載した商標の記載の意義を解釈するために用いられるものとされており、権利範囲を直接定めるものでない点には留意が必要である（商標法第 27 条第 3 項）。
また、商標権を取得していると、不正競争防止法上の不正競争行為や、不法行為の要件を満たすための事情の一つとして使えるのではないかと考えられる。
一方で、裁判において、商標権が認められても、不正競争防止法上において店舗の外観・内装の特徴を認められないといったことや、逆に模倣をする側が商標権を取得することで、不正競争行為が認められないリスクが出てくるのではないかといった懸念の声も聞かれた。

（4） ヒアリング結果詳細

（ｉ）企業が運営している店舗について

(a) 店舗の設置形態や設置態様ごとの特徴について

店舗の設置形態としては以下のようなものがあることがわかった。

- 路面店（ロードサイド・フリースタンド等の言い方もある）
- テナント（ショッピングセンター、百貨店、駅、病院、工場、オフィスビル、官庁等に設置される）

(b) 路面店とテナントの店舗デザインについて

路面店は特徴を出しやすく、ショッピングセンターや百貨店のテナントは特徴が出しにくい傾向にある。

- 路面店は外側から作れるため、凝ったデザインの店舗が多い。(眼鏡小売)
- テナントに関しては、借りているテナントの形によって店舗の中の配置も変わる（アパレル)
- 百貨店のテナントは、基調としている色はあるが、他社と外観で差別化するのは難し

い。ロゴで消費者に認識してもらっている。（化粧品）

さらに、業種や業態によって店舗のデザインの自由度が異なる様子も伺えた。

- オフィス等のビルのテナントとして入っているコンビニの店舗は、既存のビルの 1 階を賃借し入居することもあれば、建築前から 1 階に入居することを決定しており、自社の希望を伝えたうえで店舗を設置することもある。（総合小売）
- テナントのデザインについては統一を取りにくいという話もあるが、商品によっては出店場所やサイズなどについて融通が利く場合もある。テナントによっては飛び地になってしまうなど、多少の違いはあるが、基本のデザインは決まっている。（食品）

景観や環境に関する条例も、店舗のデザインに影響が与えることが分かった。業種やデザインによって影響が異なる様子が伺えた。

- 景観条例で店舗の屋根が一定の形状に指定されたことがあったが、それを逆手に取って良いデザインのものができた。景観条例が店舗デザインでネックになることはあまりなく、問題となるのはコストくらいである。（眼鏡小売）
- 各地の環境条例が厳しく、派手な色での出店ができないことがある。その場合は、グレー等のおとなしい色の店舗にして対応している。ショッピングモール等にテナントとして出店する場合に、派手な色はやめて欲しいと言われたときも、グレー等のおとなしい色に変えている。（アミューズメント）

業種によっては、他の法令等による制約もある。

- サービスステーションは、消防法を鑑み、必要な設備を設置しているため、どこも似たような形になってしまうと考えている。看板とサインポール、カラーリングで他社と差別化を図っている。（石油元売）

店舗の外観・内装が表現された出願の審査の際には、商標の特徴が法令・条例等による制限に起因したものでないかについても、考慮する必要があると考えられる。

（c）店舗デザインの変更について

店舗数が増えていった場合、ある時期にブランドイメージを統一するために、デザインを統一していくという話が聞かれた。

- ブランディングの一環として、テナントのデザインを統一し始めた。大きさや高さは様々だが、基本の形を作り、一目で自社店舗だと分かるようにした。（食品）

- 以前は、各店舗でデザインはバラバラで、それをよしとする面もあったが、その後の店舗の増加に伴い、別々のデザインをする余裕がなくなり、同様のデザインの店舗を増やしたところ、結果的に揃ってきた。その後、昔からある店舗も含めて本格的に統一を図り始めた。(眼鏡小売)
- 店舗数が増えていく中で徐々にデザインが変わっていき今の形に辿り着いた。(飲食サービス)

一方で、店舗のデザインを画一的にできない状況や、画一的にしない戦略も聞かれた。

- 出店数が一定の数を超えると飽きられるという面もあるため、個性を出すことも必要だと考えている。ただ、あまり外観等を変え過ぎると、当社だとわかってもらえなくなるため、変え過ぎるのも良くないと思っている。(眼鏡小売)
- 土地の形状に合わせるのとお客様に飽きが来ないようにするために、1 店舗ずつ少しずつ作りを変えている。(飲食サービス)
- 店舗デザインは、単一の色を基調としているが、それぞれの店舗で外観に統一感があるかと言われれば、特にないと思っている。むしろ、ロゴで消費者に認識してもらっているというのが現状だと思う。(化粧品)
- 大型スーパーでは、店舗デザインを統一するよりも、時代背景や立地特性をその都度、店舗デザインに反映していく意向であった。(総合小売)

統一を図ったデザインについても、流行や制度の変化などにあわせて変更されることがある。

- 今まではマイナーチェンジもなかったが、時代に合わせてテナントデザインの配色を変えることを検討している。(食品)
- 消費税率が変わった際に表示の変更にあわせて看板のデザインも変更した。何かのきっかけがあると規則が変更される。(飲食サービス)

一方、フランチャイズ展開を行っている場合、店舗のデザインの統一を図ることが難しい場合があるとのことであった。

- コンビニの場合、看板等がフランチャイズのオーナーの資産である場合もあるため、費用負担の関係でデザインを一気に変更することは難しい。(総合小売)

(d) 店舗の外観・内装のライセンス契約・フランチャイズ契約について

フランチャイズ契約の際には、店舗の外観や内装に関するルールも含まれるが、それらが権利として特定できていないことで問題が生じるという話は聞かれなかった。

- フランチャイズ店舗も基本的にブランドイメージを守ることになっているので、内装のレイアウトや什器は基本統一している。（アパレル）
- フランチャイズ契約で、権利が特定されていないことが問題になることはない。（総合小売）

ゲーム等の映像作品の中で街並みを再現した場合などに、権利が特定されていないとライセンスしにくいという意見があった。

- 他社の映像作品・ゲーム等に自社の店舗が映り込む場合に、ライセンスを求められる場合があるが、現状では明確な許諾ができない。このような場合に、明示的な権利があった方がやりやすい。著作権侵害ではなく商標的使用でもないが、登録番号があれば、契約書に書くことができ、また、許諾を受ける方も比較的納得感があり、さらに、第三者へのアピールにもなる。（アミューズメント）

（ⅱ）店舗の外観・内装に関する現行制度における保護について

(a) 店舗の外観・内装に関する商標登録出願の経験について

路面店やテナントの外観について、立体商標で出願している例が見られた。

- 最も基本的な形であるテナントの形状について立体商標で登録を受けた。実際の店舗の外観には、文字（ブランド名）は必ず含まれるので、文字なしでの出願については、考えなかった。（食品）
- 立体商標という制度にあわせて登録できるものを考えて、ロゴマークや文字も入った形でサービスステーションの外観を出願した。（石油元売）
- コメダ珈琲の事件で立体商標を取得していたことが有利に働いたのではないかという話を聞いて、店舗の外観を立体商標で出願した。（飲食サービス）
- 近隣に自社店舗を模倣した店舗ができた際に、模倣を受けた店舗の外観についてロゴが入った形で立体商標の出願し、登録を受けた。（飲食サービス）

色彩のみからなる商標や図形商標で出願している例もあった。

- 店舗の看板等に用いるデザインについて色彩のみからなる商標で出願している。また、当該デザインにロゴが付されたものについても図形商標として出願している。（総合小売）

出願の検討をしたが見送ったという意見もあった。

- 店舗の特徴は、什器の統一だけでなく、商品の並べ方、おき方、たたみ方にもある。現状の制度では適切な出願形式が考えられない。（アパレル）
- 路面店の基本の形状を位置商標で出願しようと検討したことがある。しかし、全店舗が同じ形状をしているわけではなく、保護がどこまで受けられるか不明確であることに加え、権利取得しても意味があると感じられず、出願に至らなかった。（総合小売）

また、店舗数が少ないと、出願をしようという意思が働きにくい様子も見られた。

- 本社に併設された直営店は特徴的な外観であるが、同じデザインの直営店が少ないので、店舗の外観について出願しても登録は難しいと思っている。直営店がある程度増えたら出願も考える。（食品）
- 特徴のあるアトラクション施設があるが、1 店舗しかないこともあり、外観デザインの保護は考えなかった。また、日本国内では、そっくりな施設が出てくることは想定しにくいこともある。（アミューズメント）

海外展開をしている企業でも、米国でトレードドレスの出願に対しては消極的であった。

- アメリカは広いので、店舗の形状を統一することも可能であるかもしれないが、都心部では制約が多いため、統一させるのは困難であろう。（総合小売）

（b）店舗の外観・内装に関する商標登録の効果で認識しているもの

店舗の外観・内装に関する商標登録を受けている企業でも、権利に基づく具体的な効果は感じにくい様子が伺えた。

- 立体商標で店舗の外観の保護が十分にできているとは感じづらい。当社のロゴが入っているため登録されていると思うので、実際に牽制効果があるのか、建物自体にどこまで商標としての効力があるのか疑問である。（飲食サービス）
- 権利がないよりもあった方が良いと判断し、店舗の外観からなる立体商標を取得した。立体商標を取得したことによる効果は実感していない。その理由は、出願した商標に係るブランドは既に成熟した段階にあり、新たに似たものを競合他社が出してもメリットが少なく、新たなものが出てきにくい状況だからである。（飲食サービス）

一方で、内部的な意識の変化という意味での効果を感じている企業も見受けられた。

- 新しいタイプの商標の取得を契機に、社内全体の商標意識が高まっている。そのため、自分たちが一生懸命考えて新しく生み出したものに関しては、しっかり権利化していこうという動きが会社内で出てきている。（総合小売）

(c) 現行制度での保護について、不便に感じていること

現行制度で出願について不便に感じているという意見があった。

- 立体商標を取得する際に、特徴を図面で表すために、弁理士と何度もやりとりしたが、図面だけでは意図が伝わりづらいと感じた。(飲食サービス)
- 立体商標制度については、出願した経験はないが、他社から登録のハードルは高いと聞いている。また、立体商標は、登録するために需要者の国内質問票調査等が必要になることから、自社の場合、営業担当等の他部署も巻き込んで調査をしなければならないため、大変であると感じている。(化粧品)
- 内装については、複合的な要素が合わさって全体として識別力を発揮する場合でも、一商標一出願の規定により個々の要素ごとに登録を受ける必要がある。しかし、個々の要素ごとに識別力がなければ、登録を受けるために名称を付加する必要が出てくる。外観の場合も名称を付加しないと識別力が認められない実態がある。いずれの場合も、登録を受けても権利行使ができないジレンマがあり、何らかの手当をしてもらいたいと考えている。(関係団体)

現行制度で登録を受けた場合にも、権利範囲や効力について疑問視する声もあった。

- 現行の商標制度において、権利を取得した場合、仮に 3 条 2 項の要件を満たしたとしても、どこまで実効性のある権利であるか不明である。(眼鏡小売)
- 現行の制度では、特に新商標に係る商標登録出願がどこまで効果があるのか、類似・非類似の範囲等の実態が不明である。(アパレル)
- 色彩商標、位置商標において、店舗によって多少デザインが異なる場合にどこまで権利を及ぼせるのか不明である。また、権利を取得した場合にどれほどの使い道があるのか疑問である。(総合小売)
- 店舗の内装を権利化しようとしたときに、それが立体商標であると類似範囲が狭くなってしまうため、平面の図形商標を選択することになると思う。(アミューズメント)

(d) 商標制度以外での保護について

店舗で用いる什器については、意匠制度を活用して保護している実態があった。

- 意匠登録を受けた什器は短期間の使用しか予定していなかったため、永続的な権利である商標ではなく、意匠で出願した。(食品)
- 現状での意匠と商標の使い分けは、平面は商標、立体は意匠と考えている。最近導入した什器については意匠で出願している。(総合小売)

一方で、意匠制度の活用が難しい面も示された。

- 新しいデザインを使用する際は、テストを行ってから展開していく。そのため新規性についての要件を満たすのが難しいので、その点を考慮してほしい。（総合小売）
- 店舗の外観の意匠での保護を考えたことはない。レイアウトも変わることがあるし、意匠だと実施すると公知になってしまう。（アパレル）
- 当社は、什器を売っている会社ではないし、自社でデザインしているわけではないので、什器について意匠権を取ることは、あまり有効とは考えていない。（アパレル）

不正競争防止法の活用については、明確な権利がない点に不満があるという意見が聞かれた。一方で、店舗デザインの変更の頻度によっては、権利が特定されてないことがメリットになり得るという意見もあった。

- 当社の場合は店舗の基本デザインや内装を長期的に変えていない。そのため、不正競争防止法で司法の場に委ねて争うというよりは、商標権のような明確な権利があることを望む。（アパレル）
- 不正競争防止法では、裁判等を行うしか模倣を止める手立てがないため、店舗の外観・内装が商標登録により保護される制度が欲しい。（飲食サービス）
- 自社の店舗デザインが 3～4 年で変わることを考えると、商標を長期にわたって維持するというのも負担になるのではないかと思っている。立証負担等の観点から使い勝手が良いとは言えないが、不正競争防止法などの方がかえって楽なのではないかと思っている。（化粧品）

複数の制度の併用についても意見が聞かれた。

- 消費財は、特許や意匠、不正競争防止法や著作権などで複合的に守るべきで、必ずしも一つの権利で守らなくてはならないというわけではないと思う。（眼鏡小売）
- 現状の制度では、権利主張する際に、色彩商標、位置商標、立体商標等に係る商標権が権利対象に入っている場合のみしか権利主張することができない。そのため、制度見直しによって、店舗の外観・内装が商標法上の商標であると認められればいいと考えている。そうすると、権利主張の際に商標法・不正競争防止法の合わせ技が使えると思う。（石油元売）

（iii）店舗の外観・内装の類似により問題が生じた経験について

(a) 国内で、店舗の外観・内装の類似により生じた問題やその対処

飲食業では、流行した店舗に意図的に似せていく傾向が強いという意見があった。

- 外食産業では、業績の良い業態店舗を参考にすることもあるが、その範疇をこえて、意図的なフリーライドを行う運営者も存在する。(飲食サービス)
- 業界的に流行りに似せて店舗をデザインしていく傾向があったが、コメダ事件をきっかけに、悪質な店舗を模倣する者に対しては、商標権を取得していると権利行使できるという意識に変わってきた。業態を似せられるのは仕方ないが、看板まで似せられるのは許せないという思いがある。(飲食サービス)

そのため、店舗の類似による係争を経験した話も聞かれた。

- 近隣地域に、外観・内装・ユニフォーム・器・メニュー・小物類等を模倣した店舗がオープンした。オープン前に自社店舗にアルバイトをスパイとして潜り込ませていた。相手先で購入した商品が美味しくない等のクレームが入り、その対応に追われ、不正競争防止法に基づく係争に発展した。(飲食サービス)

他の業種でも、業界のリーディングカンパニー的な立場の企業からは、競合する他社や小規模な事業者との類似が問題となったという話が聞かれた。

- 過去にデザインを変更した際に、看板を模倣された。しかし、当社は小売店であり、訴訟自体が会社の方針と合わないうえ、多少デザインも異なっていたため、訴訟を見送った経験がある。(総合小売)
- 外壁のデザインをコピーされて加盟店の目の前の店舗で使用されたことがある。しかし、外壁のデザインに関しては権利を持っているわけではなかったので、書面ではなく直接建物の所有者に依頼して撤去してもらった。店舗を模倣するところは、個人商店等の規模の小さいところが大多数である。(総合小売)

一方で、業界によっては、店舗の類似で困ることが少ないという話が聞かれた。

- 流通網の整備や設備投資にかかる費用が莫大なことから、新規の参入障壁が高く、数社で寡占しているため、似たデザインによるトラブルが発生しにくいと考えている。(石油元売)
- ゲームセンターでは、設置されているコンテンツの方が注目される傾向があるので、店舗の外観の類似などは需要者はあまり強く意識していないと思われる。(アミューズメント)

なお、類似する店舗が出現した場合には、費用対効果や混同の有無を見極めた上で対応をするという意見も聞かれた。

- デザインが類似した他社の店舗が WEB サイトに掲載されており、実際の店舗に確認に

行ったことがある。実際に見てみると、細かい点が積み重なって、似て非なるものになっていたため、特に対処せずに放置した。店舗のデザインは、真似をしてもチープなものになっていることが多い。そのため、必ずしも被害が大きいとは限らないので、費用対効果も考えて権利行使することになる。（眼鏡小売）
- （店舗の外観についてブランド名入り立体商標を登録している場合）文字なしの類似するサービスステーションが出現した際には、ブランド棄損の観点と顧客の立場から混同するのかを検討すると思う。（石油元売）

フランチャイズ特有の問題もあるようだが、それほど大きな問題ではない様子であった。

- フランチャイズ先が店舗を閉める際は、看板やサインポール等をすべて撤去し、契約期間中のイメージを払拭する契約になっている。しかし、外壁のデザインは残ってしまうことがある。そのため、居抜き物件として他の店舗が入居した際に、契約期間中に使用していた外壁のデザインをそのまま残した状態で営業しているところがないわけではない。（総合小売）
- 提携する会社が変わった際、看板を変えるだけで営業を始める場合がある。その際に、ブランドのマークが残っていたことがある。（石油元売）

(b) 海外で、店舗の外観・内装の類似により生じた問題やその対処

アジア圏で問題が生じたという話が聞かれた。

- 中国で、店名・ロゴ・店舗の外装・内装を模倣した店舗を発見し、係争に発展している。相手は、日本の店舗を姉妹店だと表示しており、店名の商標登録出願もしていたので、異議申立てで権利化を阻止した。解決には至っていないが、3 年ほど争っており、既に 500 万円くらいの費用を使っている。言葉の通じない国で、審判や裁判の判断基準もわからないので、海外での係争は大変である。（飲食サービス）
- 中国で、ロゴの雰囲気が類似するが文字が異なる店舗が出てきているが、商標権では対処しようがない。外観をきちんと権利化できていれば、もう少し対応できるのではという期待はある。（アパレル）
- 台湾で店名・内装・什器が酷似した店舗があり、実際に見に行ったところ、チープで似て非なるものだった。（眼鏡小売）

（iv）店舗の外観・内装に関する商標登録制度の見直しについて

(a) 店舗の外観・内装に関する商標制度の見直しを望むか

以下のように店舗の外観・内装に関する商標制度の見直しを望む声が聞かれた。

- 店舗のデザインに対しては投資していることから、何らかの制度で保護できれば良いと考えている。(眼鏡小売)
- 各国で登録可能な商標のタイプや運用が異なることから、万国共通の制度になれば出願しやすくなると思う。(食品)
- 現行の制度では、特に新商標に係る商標登録出願がどこまで効果があるのか、類似・非類似の範囲等の実態が不明なところもあるので、トレードドレスの導入には期待している。(アパレル)
- 例えば、貸しビル業をやっているクライアントなどからは、ビルの外観や内装を同じように作って欲しいという声があり、そのような場合、共通部分には保護のニーズがあるかもしれない。(関係団体)

一方で、店舗の外観・内装を保護するには他の法律で十分ではないかとの意見も聞かれた。

- 大手企業が 3 条 2 項で権利を取得できたとしても、流行り廃りのある業界では、店舗デザインが何年も同じということはありえないので、登録しても活用しないことになる。そうすると、新しい制度を作る意味がなくなり、不正競争防止法で十分なのではという考えもある。(関係団体)
- 意匠法でブランド育成を行い、長期間の使用で識別力を獲得した段階で、商標で保護するという考え方は分からなくはない。ただ、今度の意匠法改正で意匠権は 25 年になるが、それだけ続く店舗の内装であれば、新しい制度を作らなくても不正競争防止法で対応できるのはないか。(関係団体)

(b) 制度設計に関する意見

①見直しの方式について

店舗の外観・内装を登録しやすい制度を考える場合、現行の制度を柔軟にして対応した方が良いという意見と、新しい制度を設けた方が良いという意見が聞かれた。

- 立体商標の登録のハードルが下がったり、運用が明確になれば使いやすいと思う。(化粧品)
- 店舗デザインを守る際には、今の法律を無理やり当てはめるのではなく、アメリカのトレードドレスのように、別枠で店舗デザインを守るという法制度があった方が良いと思う。制度を別枠でつくった方が、中途半端にならなくて良く、また、分かりやすいと思う。(眼鏡小売)
- 立体商標の制度を柔軟にして、店舗の外観・内装を登録しやすくすることで、通常の立体商標の扱いに困ることも考えられる。立体商標は一定の厳しい基準で登録する形

にしておき、店舗の外観・内装については別の制度を設けた方が登録・活用しやすい。一方で、新しい制度をつくるよりも、既存の制度を変える方が早いのであれば、それでも構わない。（アミューズメント）

②商標の識別力の基準について

店舗の外観・内装の保護にあたっては、商標の識別力の基準は高くしすぎない方が良いという意見が多く聞かれた。

- 最近の新しいタイプの商標では周知性が求められるが、大体は広く知られる直前に真似されるので、店舗の外観・内装の保護の制度については、通常の商標の審査と同様の基準にしてくれると良い。（アパレル）
- 現状だと自社は識別力が高いかもしれないが、権利化したいと考えるところはこれから新しく始めようとすることであるため、識別力のハードルをあまり高くしないで欲しい。色彩商標のレベルまで求められると、取得は困難と考えている。（総合小売）
- 一定以上の周知性を有する事業者に関しては、審査段階でそれを認定して登録を認めるような制度にしていただきたい。また、周知性の認定に関しても審査官に出張や面談をしていただき、積極的に調査していただくことを希望する。（飲食サービス）
- 意匠でも商標でも重畳的に保護できることとなった場合、権利範囲も異なるため、なるべく色々な形での権利保護をフルに活用したいので、どちらも権利化する方針になる。商標の識別力のハードルが高い制度となった場合、商標で登録が難しいと分かれば、意匠で先に権利化することになるだろう。（アミューズメント）

また、全国に店舗がないといけないようだと厳しいといった声や、周知性の判断に関して運用を工夫してはどうかといった声が聞かれた。

- 居酒屋という業態で全国周知の要件を満たすのは困難であるため、店舗の外観に商品表示力があれば登録を認めて欲しい。（飲食サービス）
- 3 条 2 項の全国周知の要件を満たすのは、地方の店舗にとっては厳しいので、3 条 2 項の適用がない 3 条 1 項 6 号を用いて、実績があり識別性がある程度認められれば、登録するという運用があってもよいのではないかと思う。（関係団体）

一方で、商標の識別力の基準が低く設定された場合の懸念も示された。

- 識別力に関して、立体商標くらいの縛りがあった方がいいが、そうなった場合、立体商標制度との違いが分かりづらくなるかもしれない。制度が改正されて一般的な形状が登録されると困る面もある。（石油元売）

また、3条2項の基準を明確にしてほしいという意見が聞かれた。

- 立体商標自体を当社で出願したことはないが、取るのは大変だと聞いている。他社の情報では、周知性を立証するための調査を、かなりのお金をかけて行ったと聞いており、立体商標での出願には二の足を踏んでしまう部分がある。ただ、このような点について制度見直しや審査基準の見直しがあり、どの程度まで証明すればよいかが分かってくれば、やりやすくなると思う。（化粧品）

③店舗の外観と内装の組合せによる保護について

店舗の外観と内装を組み合わせて権利化することについては、統一的な権利を取得できるというメリットと権利範囲を狭めるというデメリットの両方の意見が聞かれた。

- 店舗のデザインにおいては、外観と内装を合わせて一つの作品であることから、別々のものと考えることはできない。したがって、外観と内装を合わせて権利化できると良い。（眼鏡小売）
- テナントの入口方向からの看板や内装が写った図面に、特徴部分についての文章での説明を加えて、出願できるような制度の方が良いかもしれない。現在の立体商標制度では外観の特徴しか保護できない。（飲食サービス）
- 外観と内装はそれぞれで権利化できる制度を望む。両者を一体的に権利化し片方だけが非類似だと、全体として非類似になると思うが、それでは意味がない。（アパレル）

④店舗の外観・内装の一部分のみの保護について

- 店舗の一部にだけ特徴がある場合には、その一部分だけででも保護できれば良い。（眼鏡小売）

⑤商標の説明文による商標の特定について

商標の説明文による商標の特定については、権利範囲の明確化と調査のしやすさにもつながるので、肯定的な意見が多く聞かれた。

- 商標の説明文で権利範囲を特定した方が、感覚的な判断にならず、権利範囲が明確になる。審査の際の反論や権利行使の際にも特定できる。（眼鏡小売）
- 商標の詳細な説明を設けて、消防法等の法律による制約の内容を記載できれば、そのような立体的形状となっている理由を第三者が理解できるため、使い勝手が良くなるのではないか。（石油元売）
- 言葉だけで商標を表現・特定するのは難しいので、商標見本で分かりやすくし、それ

を商標の説明文で補完する制度がいいのではないか。（アパレル）
- 文字からなる商標などは、J-PlatPat などで調査がしやすいことから社内で調査しているが、デザイン的なものになると商標調査が難しいことから外部委託している。そのため、商標を文章で特定するような制度だと、社内で調査がしやすく良いと思う。（総合小売）
- 立体商標を取得する際に、特徴を図面で表すために、弁理士と何度もやりとりしたが、図面だけでは意図が伝わりづらいと感じた。店舗の外観の特徴を文章で表現できれば、特徴が明確にできると考えた。商標の説明文による特徴の記載があれば、第三者が商標調査する際も、どういった点を似せないようにすればよいか理解できるように思う。（飲食サービス）

⑥制度設計に関するその他の意見

商標法の使用概念についての検討が必要といった意見や、類否判断に関し例示を求める意見が聞かれた。

- 西松屋事件のような商品の陳列のようなものを保護対象にする場合、「標章を付する」といえるのか疑問があり、商標法の使用概念については検討をする必要がある。（関係団体）
- 類否判断について、例示をたくさん示してほしい。（関係団体）

保護範囲を工夫することで、意匠法にはない魅力が出るのではないかという意見が聞かれた。

- 販売形態のようなイメージや、レイアウト＋αで登録できるようになれば、意匠法にはない魅力として、企業も新しい制度に興味を示すのではないか。（関係団体）

（c）制度が見直された場合の出願の希望

制度が見直されれば、制度を利用した出願を肯定的に考えるようになるという意見が聞かれた。

- 商標制度の見直しが行われれば、現時点で具体的にこういった立体的形状を保護したいということはないが、そのような制度ができることにより商標の選択の幅が広がり、各企業のブランド戦略が変わってくる可能性はあるのではないか。（石油元売）
- 店舗の外観・内装が保護の対象となった際には、その制度の枠内でそれが活用できる商標権となるのか、コストとの見合いも考慮しながら社内で検討し、手続を進めることとなると思う。（総合小売）

（d）店舗の外観・内装に関する制度見直し時の懸念

国内質問票調査においては、制度の見直しによって、すでに出願・登録された商標の調査負担の増加に対する懸念が多く寄せられたが、ヒアリング調査では懸念するほどではないという意見も聞かれた。

- 区分や業界の縛りがあれば、調査負担も大きくなく、懸念もそれほどない。違う分野の調査となると大変という理解をしている。登録数が増えると、外観をどう分類するのか若干懸念がある。（アパレル）
- 店舗の外観・内装を商標登録できるようになった場合に、他者の商標をどのように調査すればよいのか、どこまで類似したものを使用すると侵害になるのか、という疑問はある。現在の色彩からなる商標は、登録例が少ないことから登録例を把握することができる。（総合小売）
- 登録しやすくなって調査負担が増える可能性はあるが、知財部門としては、権利活用の選択肢や知財知識の研鑽の機会が増えるのでむしろ望ましい。（アミューズメント）

一方で、類似の判断への懸念は示された。

- 商標を出せるのなら出してもよいと思うが、どこまでが類似するのかその判断が難しいのではないかと思っている。（化粧品）
- 新しいタイプの商標の侵害者を見つける調査が難しい。また、類否判断が分からない。（アパレル）
- 現行法では、文字商標や図形商標の類似の範囲がとても狭いと感じており、店舗のような大きな物で商標権を取得した際に、取得しただけの価値や使い道があるのか疑問である。（総合小売）

また、紛争に巻き込まれることや影響の大きさへの懸念も示された。

- 識別力を獲得していないものが登録されると、業務に影響が出て非常に困る。日本の建設業界における商慣行では、作った者が全ての責任を負うという契約をする実態があるので、紛争に巻き込まれやすくなると思う。（関係団体）
- 建築業界は、建物を作った側も紛争に巻き込まれる可能性があり、店舗の外観を保護するようになると混乱が生じる可能性がある。商標法 26 条のように除外規定を設ける必要があると思う。（関係団体）
- 建設のデザインは簡単に変えることができず、だめならやめるということができない。長期間工事が止まり、遅延金が発生する可能性もある。使用していない商標は早い段階で権利を止めることができるようになれば良い。（関係団体）

模倣する側の権利の取得に関する懸念も示された。

- 模倣をする側が商標権を取得することで、不正競争行為が認められないことを懸念している。（飲食サービス）

VI．調査研究委員会による総合分析

１．「店舗の外観・内装」の保護に関する現状分析

（１）国内企業・各団体からの「店舗の外観・内装」の保護に対するニーズ

本調査研究で実施した国内質問票調査及び国内ヒアリング調査では、店舗の外観・内装に関して類似による問題が生じており、不正競争防止法に基づく係争に発展している事例があることも明らかになった。また、不正競争防止法による保護より明確な権利となり得る商標権として登録・保護することを望む声もあった。

店舗の外観・内装に関する現行の商標制度での保護については、外観や内装をどのような方法で出願したらよいか分からない、店舗のスペース等の制約により店舗の外観や内装は同一にできないという実情があるがその点を考慮した制度設計になっていない、権利範囲や類似範囲が不明確である、登録のハードルが高い、内装が保護されにくいといった意見があった。

本調査研究で実施した国内質問票調査においては、外観・内装に他社店舗と区別できる特徴のある者（48 者）のうち、約 4 割の者が現行の商標制度での保護に関して不便を感じていると回答し、約 6 割の者が店舗の外観・内装について、商標制度の見直しを行うことが望ましいと回答している。

商標制度の見直しに関する具体的なニーズとしては、店舗の外観・内装のどの部分について商標登録を受けたいのかを文章で特定しやすくすべき、立体商標等の運用を柔軟にすべき、立体的形状、色彩等複数の要素を一つの商標として登録できるようにすべき、といった要望があった。

一方、制度見直しについての懸念として、商標調査の負担の増大に関する懸念、他者の権利を侵害してしまう可能性への懸念、権利範囲が不明確となることへの懸念、類否判断の基準が不明確となることへの懸念、周知性がない商標が登録されることに対する懸念が示された。また、工事開始後に登録された外観と類似することが判明することや、権利侵害回避のための改装費用等への懸念を指摘する声があり、店舗の外観・内装の保護にあたっては、周知性を求める等、登録に一定のハードルを設けることを希望する回答が見られた。

（２）海外の調査対象国・地域における「店舗の外観・内装」に関する保護の現状

調査を行った 15 カ国・地域において、法令上、店舗の外観・内装をいわゆる「トレードドレス」として保護しているといえるのは、米国及びメキシコのみであった。その他の国・地域では、店舗の外観・内装の立体的形状は立体商標として保護されている例が多く、使用されている色彩を色彩商標として保護している例も見受けられた。また、審査基準上、

店舗の外観・内装に関する記載があるのは、米国、韓国及び台湾のみであり、その他の国・地域では、店舗の外観・内装に特化した記載は見受けられなかった。

各国・地域における、店舗の外観・内装に関する登録事例・拒絶事例を見ると、米国では、文字や図形が付されていないものが、使用による識別力を獲得した証拠の提出もなく登録されたケースも見られた。しかし、その数は多くなく、多くの登録例は、使用による識別力を獲得した証拠が提出されたものである。また、米国以外の登録例では、スタジアムのようにその国で多くの者に知られているものや、文字や図形が付されたものが見られた[52]。

いずれの国・地域においても、制度上、識別力のある文字や図形との結合や使用による識別力の獲得は、登録を受けるための必須の要件とはされていない。しかし、登録例・拒絶例を見ると、外観・内装の形状そのものについて識別力が認められることは少なく[53]、登録には一定のレベルの周知性や、識別力のある文字や図形が付されていることが要求されるようにも思われる。

15 カ国・地域に対する調査において、店舗の外観・内装に関する出願について、商標の説明が不要であるのは 2 カ国のみであり、他の国・地域は必須（8 カ国・地域）か任意（5 カ国）であった。商標見本において店舗の内装の端が切れていても登録の可能性があるのは 9 カ国・地域あった。外観と内装を一つの商標として保護できる可能性があるのは 12 カ国・地域であった。また、店舗の外観・内装からなる商標が機能的である場合には、すべての国・地域が、拒絶理由になる可能性があるようであった[54]。

なお、コンセプト、雰囲気について、米国の登録例において、商標の説明欄に、例えば、「アールデコ様式の」「1960 年代の空の旅をテーマにした」「産業革命時代を思わせる」「伝統的な英国風パブを連想させる」といった記載があるものがあった。

（3） 我が国における「店舗の外観・内装」に関する保護の現状を踏まえた課題

（ⅰ）商標制度による保護の在り方に関する課題

同一のデザインで生産される商品や商品の包装と異なり、店舗の外観・内装に関しては、店舗スペースの制約等により、完全に同一のデザインで展開することが事実上困難であるという実情がある。したがって、店舗の外観・内装の商標制度による保護の在り方を検討するにあたっては、この点を考慮する必要がある。具体的には、店舗の外観・内装について、その複数の構成要素のうち立体的形状や色彩の特徴的な部分の組み合わせを新しいタ

[52] 米国以外では、審査経過が不明なことが多く、証拠の提出については調査が難しかった。
[53] 海外質問票調査では、「識別性を形成するには、関連する経済分野の規範や習慣から大きく乖離している必要がある」（ドイツ知財庁）、「店舗の外観、店舗の装飾デザイン等は商標とすべき識別性を全く備えないと言えないが、一般の商標に比べて、先天的識別性を備えるのは容易ではなく、通常は後天的識別性の取得を証明しないと、登録することができない」（台湾知財庁）、「トレードドレスを登録するためには事業の関連分野の規範や習慣から大きく異なるものでなければならない」（スウェーデン法律事務所）などの回答があった。
[54] ただし、米国を除いて機能性に関する判断例は少なく、判断基準も不明な国・地域が多かった。

イプの商標として保護することや、立体商標をより柔軟な制度として店舗ごとのデザインの相違に対応しやすくすることが考えられる。

また、権利範囲や類似範囲が不明確であることへの懸念の声が多いことから、権利範囲の特定や、審査における商標の類否判断の基準を明確にできるかについても留意が必要である。

識別力については、店舗の外観・内装が他人に模倣されやすいのは店舗デザインが広く知られる前の段階であることから、商標登録のための識別力の基準は高くしすぎない方が良いとの意見がある一方、店舗の外観・内装は、事業者の店舗展開や建設業界等の活動に与える影響が非常に大きいことから、周知性がない店舗の外観・内装が登録されることへの懸念の声もある。権利を取得する側からの観点と、他人に権利を取得される側からの観点との両面からの検討が必要と考えられる。

さらに、内装が保護されにくいとの意見があることから、立体商標等の審査運用の見直しについても検討する必要がある。

（ⅱ）商標の特定に関する課題

店舗の外観・内装は複数の要素から構成されることが通常であるため、商標登録する場合にその権利内容が不明確となる可能性がある。店舗の外観・内装を適切に保護するには、どの点に特徴があるのかを文章で示せるようにし、権利内容が明確となるよう手当てする必要があると考えられる。

また、現在の立体商標、位置商標、色彩のみからなる商標のそれぞれの審査運用においては、商標記載欄に記載された商標を表す写真や図の端が切れていることにより全体の輪郭が明確に表示されていない場合には、商標を特定し得ないものとされ、商標法第3条第1項柱書の登録要件を満たさないこととなっている[55、56、57]。例えば、立体商標が部屋の内部を表示した場合のように、その立体的形状の内側を一方向から描いた構成からなるときは、その立体的形状の輪郭が明確に示されないことから、立体商標としての構成、態様を具体的に特定し得ないものであり、また、そのような構成からなる立体商標が、商品又は役務の出所を表示する識別標識としての使用態様で用いられるものとは認められないことから、商標法第3条第1項柱書の要件を満たさないものとされている。

---

[55] 商標審査便覧 41.100.02 立体商標の第3条第1項柱書に関する審査の運用について
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/binran/document/index/41_100_02.pdf［最終アクセス日 2019年3月6日］

[56] 商標審査便覧 56.01 位置商標の願書への記載について
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/binran/document/index/56_01.pdf［最終アクセス日 2019年3月6日］

[57] 商標審査基準［改訂第14版］平成31年1月30日適用　第1　二、第3条第1項柱書　9. 色彩のみからなる商標について　(1)(イ)
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/kijun/document/index/04_3-1-hashira.pdf[最終アクセス日 2019年3月6日］
商標審査便覧 54.01 色彩のみからなる商標の願書への記載(商標の記載)について
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/binran/document/index/54_01.pdf[最終アクセス日 2019年3月6日］

しかし、店舗の外観・内装を商標で保護しようとした場合（特に、店舗の内装やテナントの入り口を商標記載欄に表す際）には、商標を表す写真や図の端が切れた状態にならざるを得ないケースもあると考えられる。このような場合であっても、商標を特定できる可能性がないか検討する必要があると考えられる。

（4） 商標制度・審査運用の見直しについての考え方

本調査研究で実施した国内質問票調査及び国内ヒアリング調査からは、店舗の外観・内装のどの部分について商標登録を受けたいのかを文章で特定しやすくすべき、立体的形状、色彩等複数の要素を一つの商標として登録できるようにすべき、といった要望が聞かれた。一方、現状では、立体商標の出願においては、願書に商標の詳細な説明を記載できるようになっておらず、また、複数の要素を一つの商標として登録できるようにもなっておらず、これらの要望に応えるためには、それぞれ、政省令に所要の改正を行い、制度を見直すことによって対応することが考えられる。

また、同調査からは、店舗の外観・内装について登録がより受け易くなるように、立体商標等の審査運用を柔軟にすべきとの要望が聞かれた。しかし、現状の商標審査基準・商標審査便覧に基づく審査運用では、例えば、内装の端が商標記載欄に収まらない商標登録出願は、登録を受けられなくなっているため、このようなものについても登録を認めるには審査運用の見直しによる対応が考えられる。

商標制度及び審査運用の見直しについては、具体的には下記のものが考えられる。

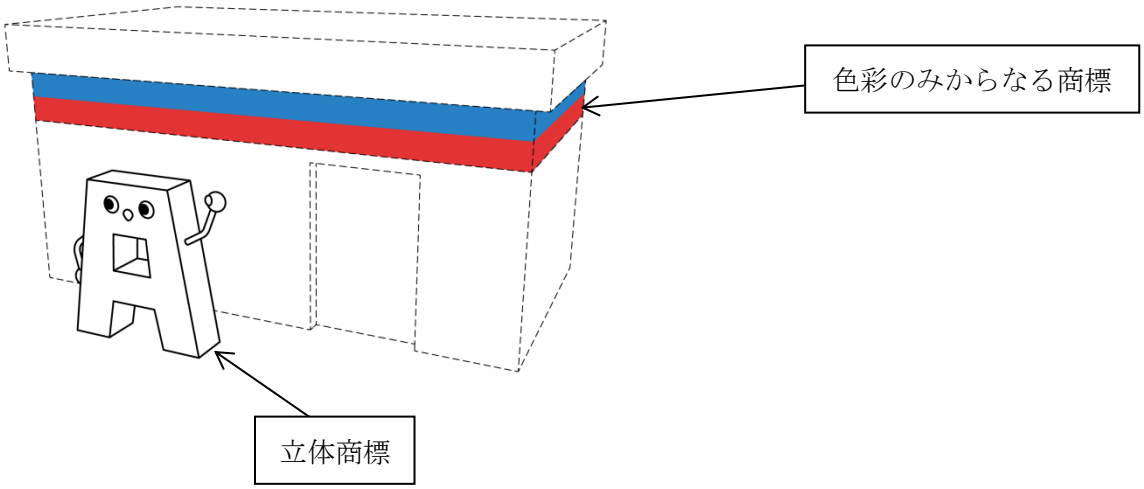
①商標制度の見直し

（A）立体商標、位置商標、色彩のみからなる商標等を組み合わせた商標を新しいタイプの商標として認め、登録により保護を与える。

例えば、立体的形状と店舗の特定の位置に付する色彩（例：店舗の看板に付する色彩）を、組み合わせて全体として一つの商標として保護することが考えられる（次頁図参照）。この場合、組み合わせに同一性が認められる限りにおいて、たとえば立体的形状と店舗の位置関係等が店舗ごとに異なっていても、同一の登録商標の使用として認められるなど、権利範囲は、次の（B）案と比較して、広く設定される。

なお、この新しいタイプの商標として保護する案は、立体商標と色彩のみからなる商標との組み合わせに限らず、他の要素を組み合わせて構成することもできるものとすることが考えられる。また、色彩のみからなる商標も、色彩を付した位置を特定したものに限られず、位置を特定しない色彩を立体的形状等の他の構成要素と組み合わせることが可能であることを想定している。

＜図＞



（B）店舗の外観・内装からなる立体商標を出願する際に、商標を構成する要素（商標を構成する標章）を実線で、商標を構成しない要素を破線等で描くことを認めるとともに、「商標の詳細な説明」を願書に記載できるようにする。

この場合、商標のタイプは、あくまでも立体商標であるから、これを構成する各要素の位置関係は、同一であることが想定される。

②審査運用の見直し

立体商標、位置商標、色彩のみからなる商標について、店舗の外観・内装（特に内装やテナントの入り口、店舗の外観と内装の組み合わせ）をより適切に保護する観点から、商標の特定（商標法第 3 条第 1 項柱書）に関する商標審査基準・商標審査便覧に基づく運用を見直す。

２．商標制度を見直す場合の論点

（１）（Ａ）案についての検討

立体商標、位置商標、色彩のみからなる商標等を組み合わせた商標（以下、「店舗に関する組み合わせ商標」という）を新しいタイプの商標として認め、登録により保護を与える。

（ｉ）商標の定義

商標法第２条第１項柱書において、商標の定義として「文字、図形、記号、立体的形状若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」が掲げられているところ、店舗の外観・内装を店舗に関する組み合わせ商標により保護する場合に、定義の規定を見直す必要があるか否かが問題となる。この点、「文字」「図形」「記号」「立体的形状」「色彩」の各要素が結合したものは、現行法の定義の範疇であるが、結合してはおらず組み合わせる場合（例えば、立体的形状と店舗の特定の位置に付する色彩を組み合わせる場合）には、現行法の定義の範疇には含まれないと考えられる。特に、「色彩」については、「文字、図形、記号、立体的形状」に色彩をつけるのが現行法にいう「結合」であり、「色彩のみからなる商標」と他のタイプの商標との組み合わせは含まれていないと考えられる。

したがって、（Ａ）案で制度を見直す場合には、定義規定の見直し（政令改正）を行い、店舗に関する組み合わせ商標（あるいはこれに対応する商標）を新しいタイプの商標として制度設計することが必要になると考えられる。

なお、諸外国では、店舗に関する組み合わせ商標を定義に入れている国はない。他方、商標の定義としては、我が国のような限定列挙ではなく、包括規定で定めている国も多いのが実情である。仮に店舗に関する組み合わせ商標を新しいタイプの商標として導入する場合には、制度の国際調和の観点でも、どのような規定ぶりが望ましいのかを慎重に検討する必要がある。

（ⅱ）商標の使用の定義

店舗の外観・内装を、店舗に関する組み合わせ商標として保護する場合、当該組み合わされた商標が、全体として商品・役務の顧客誘致の目印となっており、広告として機能するに至っている場合には、当該商標は「商品若しくは役務に関する広告」（商標法第２条第３項第８号）としての使用に当たるといえるのではないか。そして、標章を「付する」ことには、広告を標章の形状とすることが含まれ（商標法第２条第４項第１号）、店舗を需要者の目に触れる状態にしていることは「展示」[58]に当たるとも考えられる。

店舗の外観・内装が、商標法第２条第３項第３号及び第４号の「役務の提供に当たりそ

[58] 「展示とは、・・・（中略）・・・役務の提供の用に供する物を店頭又は店内等に並べていわゆる客待ちにある状態をいうものと解される。」特許庁編『サービスマーク登録制度』（有斐閣、1992 年） 31 頁

の提供を受ける者の利用に供する物」に該当するか否かについては、店舗の外観が役務の提供を受ける者の利用に供される場面は想定しづらい。一方、店舗の内装については、例えば、小売等役務について、陳列棚、ショーケースは「役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物」に当たるとされるが[59]、陳列棚、ショーケースといった個々の要素を含む内装全体も、その内装全体が役務の提供を受ける者の利用に供する物に当たり得ると考えられる。

店舗の外観・内装が、商標法第2条第3項第5号の「役務の提供の用に供する物」に該当するか否かについては、同号の「役務の提供の用に供する物」は、「役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物」を含むこれより更に広い概念であり、少なくとも、建築、不動産業等の建築物を取り扱う役務を指定役務とする場合には、店舗の外観が「役務の提供の用に供する物」に該当する可能性があると考えられる。店舗の内装については、例えば、小売等役務について、会計用レジスターは「役務の提供の用に供する物」に当たるとされるが[60]、会計用レジスター等の個々の要素を含む内装全体も、その内装全体が役務の提供の用に供する物に当たり得ると考えられる。

したがって、店舗の外観・内装を店舗に関する組み合わせ商標として保護する場合であっても、店舗の外観・内装が自他商品・役務の識別標識として認識され商標として保護される場面では、店舗の外観・内装は商品・役務の顧客誘致の目印となっていると考えられることから、基本的には、現行商標法第2条第3項第8号の「広告」の使用の範疇に収まり得るものと考えられ、「広告」以外にも上記のとおり商標法第2条第3項第3号、第4号又は第5号に規定する使用に該当する可能性があることから、商標の使用の定義の見直しの必要性は低いと考えられる。

（ⅲ）一商標一出願

現行法の商標の定義との関係では、店舗に関する組み合わせ商標は、標章の結合からなる一つの商標とは言えず、複数の商標が組み合わさったものと捉えられることから、「商標登録出願は、（中略）商標ごとにしなければならない」と規定する商標法第6条第1項との関係を整理する必要がある。この点につき、仮に、商標の定義を見直し、新たなタイプを追加して、店舗の外観・内装を店舗に関する組み合わせ商標として保護する場合には、例えば動き商標やホログラム商標のような変化商標と同様に、全体として一つの商標として捉えることができるかについて検討が必要になると考えられる。

[59] 平成19年度小売等役務商標制度説明会テキスト 18頁
https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/kouri/document/t_kouri_top/h19_setsumei_text.pdf［最終アクセス日 2019年3月7日］
[60] 平成19年度小売等役務商標制度説明会テキスト 18頁
https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/kouri/document/t_kouri_top/h19_setsumei_text.pdf［最終アクセス日 2019年3月7日］

（ⅳ）権利範囲の特定方法

(a) 商標登録を受けようとする商標

登録商標の範囲は、願書に記載した商標に基づいて定めなければならない（商標法第 27 条第 1 項）ことから、願書の商標記載欄に記載する商標登録を受けようとする商標（以下「商標見本」という場合がある。）は、商標の構成、態様が明確に把握できるものでなければならない。商標の構成、態様が具体的に特定できないものについては、既存の立体商標等の考え方と同様、商標法第 3 条第 1 項柱書に規定する「商標登録を受けることができる商標」に該当しないこととなる。

店舗の外観･内装を店舗に関する組み合わせ商標として保護する場合、商標記載欄には、図又は写真により商標登録を受けようとする商標を表すことになると考えられる。例えば、基本的には、一又は二以上の図又は写真により商標を表すこととし、外観及び内装が組み合わされている場合等には、必要に応じて、六面を表した図又は写真や透視図を用いて、登録を受けようとする商標を表すことで、商標の構成、態様の全体を適切に把握できるようにすることが考えられる。

なお、国内質問票調査において、店舗の外観・内装は、店舗ごとにどうしてもデザインに差異が生じてしまうにもかかわらず、現行制度では、その点を考慮した制度設計になっていないため、不便を感じているとの声があった。この点については、デザインが店舗ごとに異なってしまう部分は、商標を構成しない要素として破線等で表し、共通する特徴的な部分を実線で表して商標登録することが一案として考えられる。

(b) 商標の詳細な説明

店舗の外観・内装を店舗に関する組み合わせ商標として保護する場合、商標が複合的な要素から構成されることになるため、商標登録を受けようとする商標の記載のみによってはその権利内容が不明確となる可能性がある。

現行商標法において、商標登録を受けようとする商標の記載のみによってはその内容を明確に特定することができない商標については、その内容を明確にするため、願書に商標の詳細な説明を記載すべきこととしている(商標法第 5 条第 4 項)。具体的には、動き商標、ホログラム商標、色彩のみからなる商標、音商標（特定に必要がある場合に限る）及び位置商標については商標の詳細な説明を記載することとなっている（商標法施行規則第 4 条の 8 第 2 項）[61]。

そこで、店舗の外観・内装を店舗に関する組み合わせ商標として保護する場合について

[61] 工業所有権法（産業財産権法）逐条解説 20 版　1424 頁
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/kaisetu/kogyoshoyu/document/cikujyoukaisetu/all.pdf[最終アクセス日 2019 年 3 月 7 日]

も、願書において、商標登録を受けようとする商標（商標見本）に加えて、商標のタイプ（「店舗に関する組み合わせ商標」である旨）、商標の詳細な説明を記載すべきこととし、その記載において、店舗の外観・内装を構成する要素、及びその組み合わせ方が明確になるように文章で説明することが適当と考えられる[62]。

（ｖ）識別力について

識別力については、国内質問票調査では、店舗の外観・内装の保護にあたり商標制度の見直しを行うことが「望ましい」と回答した者（50 者）のうち、6 割が「店舗の外観・内装に特徴がある場合には、識別力を認め保護の対象とすべき」と回答し、4 割が「店舗の外観･内装に特徴があったとしても､広く知られている場合に限って保護の対象とすべき」と回答している。また、国内ヒアリング調査では、店舗の外観・内装が他人に模倣されやすいのは店舗デザインが広く知られる前の段階であることから、識別力の基準は高くしすぎない方が良いとの意見がある一方、店舗の外観・内装は、事業者の店舗展開や建設業界等の活動に与える影響が非常に大きいことから、使用による識別力を獲得していない店舗の外観・内装が登録されることへの懸念の声もある。

店舗の外観・内装を店舗に関する組み合わせ商標として保護する場合に、識別力についてどのように考えるべきか、以下のとおり検討した。

(a) 本来的な識別力

店舗の外観・内装が本来的な識別力を有する場合があるかについては、①構成要素中に特徴的な部分がある場合や、構成要素の組み合わせ方に特徴がある場合であって、その特徴により店舗デザインが一種の広告塔として機能するものであれば、店舗の外観・内装からなる商標であっても、本来的な識別力を有するとする考え方、②構成要素中に特徴的な部分がある場合や、構成要素の組み合わせ方に特徴がある場合であっても、需要者において店舗のデザインとして予測し得る範囲のものであれば、原則として識別力を有しないとする考え方、③構成要素中に特徴的な部分がある場合や、構成要素の組み合わせ方に特徴がある場合であって､需要者において予測し得ないような斬新な店舗デザインであっても､当該デザインが専ら店舗の機能や美観に資することを目的として採用されたものと認められる場合は、原則として識別力を有しないとする考え方、があり得る[63]。

商標は、商品・役務の出所を表示し、自他商品・役務を識別するための標識であること

[62] 意匠制度における空間デザインの保護の検討においても､「内装を保護するにあたって、什器の組合せや配置等の各構成要素について、どの点に特徴や新規性・創作非容易性があるのかを明確に示すべきではないかという意見がある。この点については、権利範囲の明確化の観点から、出願人が、出願に際して、什器の組合せや配置等の特徴の説明を行うことを求めるような仕組みを検討すべきである。」とされている。（産業構造審議会知的財産分科会第 10 回意匠制度小委員会（平成 30 年 12 月 14 日）資料 1「産業競争力の強化に資する意匠制度の見直しについて（案)」6 頁）
https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/isho_shoi/document/10-shiryou/03.pdf［最終アクセス日 2019 年 3 月 7 日］

[63] ①～③の考え方は、立体商標の識別力の解釈を、店舗デザインに応用したものである。

から、商標の登録要件として識別力が求められるのは、店舗の外観・内装からなる商標も、他の商標と変わりはない。

一般に、店舗デザインは、店舗の機能や美観に資することを目的として採用されるものであり、需要者が店舗の外観・内装により商品・役務の出所を識別することは少ないと考えられる。また、業種によっては、サービスの性質上、必然的に似たようなデザインになるといった事情もある。

店舗の外観・内装を店舗に関する組み合わせ商標として保護する場合も、基本的には、店舗の機能や美観に資することを目的として採用された識別力を有しない要素の組み合わせと考えられることから、全体として「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」（商標法第 3 条第 1 項第 6 号）に該当し、識別力を有しない場合が多いと考えられる。

（b）使用による識別力

店舗に関する組み合わせ商標が商標法第 3 条第 1 項第 6 号に該当し、本来的な識別力を有しない場合であっても、使用により後発的に識別力を獲得した場合には、同号に該当しないものとなり、商標登録を受けることができる。

店舗に関する組み合わせ商標が使用された結果、当該店舗の外観・内装に接した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か否かの判断基準をどのように設定するかは、大きな論点の一つである。

＜基本的な考え方＞

使用による識別力を獲得したことにより商標法第 3 条第 1 項第 6 号に該当しない場合の判断基準については、商標審査基準に具体的な記載がないが、「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」か否かを判断するという点で、商標法第 3 条第 2 項と何ら変わりはないため、基本的な考え方は商標法第 3 条第 2 項の判断基準が参考になると考えられる。

＜使用による識別力獲得の考慮事由＞

店舗の外観・内装を構成する要素及びその組み合わせ方に顕著な特徴がある場合に、使用による識別力の要件を緩和することができるかという点については、顕著な特徴がある場合であっても、必ずしも需要者がその特徴から出所を認識するとは限らないことから、顕著な特徴があることによって直ちに登録に必要な使用による識別力の程度を緩和することは適当ではないと考えられる。ただし、出願商標の構成及び態様は使用による識別力獲得の判断の一つの考慮事由になるものであり、出願商標の構成及び態様に顕著な特徴があることにより需要者が出所表示として認識しやすくなる可能性はあると考えられる。

また、例えば、飲食物の提供等の役務を提供する業界においては、全国展開しているケースは非常に限られているとの声もある。これについては、商標審査基準（第 2 第 3 条第

2 項 2.(1)）では「商品又は役務の需要者の間で全国的に認識されているものをいう。」との記載があるが、これは店舗が全国展開されていることを要するものではなく、使用期間や広告宣伝の方法、期間、規模、出願人以外の者による類似する店舗外観・内装の使用の有無等の他の考慮事由も十分に勘案して、判断することが適切と考えられる。

＜出願商標と使用商標の同一性判断＞

出願商標と使用商標の同一性の判断については、店舗特有の問題として、土地やテナントの形状や、ビル運営者の意向、消防法や景観条例等の様々な制約により、全く同一の店舗は造りにくいという問題や、店舗デザインの一部を変更するといった可能性があることから、出願商標と使用商標が厳密には一致しない場合が多いことが想定される。

さらに、出願商標と使用商標の対比において、店舗に関する組み合わせ商標を構成する組み合わされた複数の要素のうち、一部は同一と認められるが、一部は同一でない場合に、同一性をどのように判断するかが難しいと考えられる。組み合わされた要素のうち、独立して自他商品・役務の識別標識としての機能を果たし得る部分（以下「要部」という）が全て一致していれば同一性を認め得るのか、要部のうち全てが一致していなくても同一性を認め得る場合があるのか、各要素の識別力の軽重の判断をどのように行うのか、などについて更なる検討が必要と考えられる。

基本的には、出願商標と使用商標が厳密には一致しない場合であっても、差異の程度や取引の実情を考慮して、商標としての同一性を損なわないか否かを検討することとなると思われるが、実務上、その判断は非常に難しいものとなると考えられる。

＜意匠法による保護との関係＞

なお、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、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こととされている[64]。店舗の外観・内装が周知性を獲得する前の段階においては、意匠制度による保護を図り[65]、その後、使用によって広く知られるようになり、商品・役務の出所を表示するものとして識別力を獲得した場合には商標制度で保護するという両制度の活用も考えられる。

（vi）機能性（商品等が当然に備える特徴）について

店舗の外観・内装のデザインの中には、店舗の機能を確保するため、あるいは、消防法

[64] 意匠制度における空間デザインの保護の検討においても、「周知性や著名性があれば、不正競争防止法による保護を受けることができるが、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は、周知性や著名性が生じる前から保護するニーズが高まっている。」とされている。（産業構造審議会知的財産分科会第 10 回意匠制度小委員会（平成 30 年 12 月 14 日）資料 1「産業競争力の強化に資する意匠制度の見直しについて（案）」5 頁）
https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/isho_shoi/document/10-shiryou/03.pdf[最終アクセス日 2019 年 3 月 7 日]

[65] ただし、意匠法では登録要件として新規性（意匠法第 3 条第 1 項第 1 号乃至第 3 号）が要求されるため、開店して公知になっている店舗の外観・内装は、保護の対象にならない。

や景観条例といった法令による制約により、特定のデザインを採用することとなる場合がある。このような、店舗の外観・内装のデザインのうち、店舗の機能を確保するのに不可欠なもののみからなる商標については、商標権を付与することにより自由競争を不当に制限するおそれがあることから、仮に識別力を有するものであっても、商標登録を排除する必要がある。

この点、現行法は、商品又は商品の包装の形状であって、その機能を確保するために必ず採らざるを得ない不可避的な立体的形状について、立体商標の導入時に不登録事由として規定している（商標法第 4 条第 1 項第 18 号)。

具体的には、「商品等（商品若しくは商品の包装又は役務をいう。商標法第 26 条第 1 項第 5 号において同じ。）が当然に備える特徴のうち政令で定めるもののみからなる商標」については登録が受けられないと規定している。そして、政令で定める特徴については、商標法施行令第 1 条が「商標法第 4 条第 1 項第 18 号及び第 26 条第 1 項第 5 号の政令で定める特徴は、立体的形状、色彩又は音（役務にあつては、役務の提供の用に供する物の立体的形状、色彩又は音）とする。」と定めている。

ここで、店舗の外観・内装を、店舗に関する組み合わせ商標として保護する場合、店舗の外観・内装を構成する立体的形状や色彩に店舗の機能を確保する等のために不可欠なものが含まれていても、他の要素と組み合わされている場合には、その商標は、あくまでも当該他の要素との組み合わせからなる商標であり、商品等の機能を確保するのに不可欠な立体的形状又は色彩そのものを独占するわけではない。したがって、商標法第 4 条第 1 項第 18 号及び商標法施行令第 1 条を見直して、店舗に関する組み合わせ商標に特有の不登録事由を設ける必要は特段ないと考えられる。

（vii）類否判断について

商標の類否については、商標の外観、観念、称呼等によって需要者等に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察することとされている。店舗に関する組み合わせ商標は、立体的形状、図形、色彩等の複数の要素から構成されるものである。

この点、同じく複数の要素から構成される結合商標の類否判断の基準が参考になると考えられ、商標法第 4 条第 1 項第 11 号に係る商標の類否は、対比される商標が同一又は類似の商品又は役務に使用された場合に、当該商品又は役務の出所につき誤認混同を生ずるおそれがあるか否かによって決すべきところ、その際には、これらの商標の外観、観念、称呼等によって取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合し、当該商品又は役務に係る取引の実情を踏まえつつ全体的に考察すべきである（最高裁昭和 39 年（行ツ）第 110 号同 43 年 2 月 27 日第三小法廷判決・民集 22 巻 2 号 399 頁参照)。

また、複数の構成部分を組み合わせた結合商標と解されるものについては、商標の各構成部分がそれを分離して観察することが取引上不自然であると思われるほど不可分的に結合しているものと認められる場合は、その構成部分の一部を抽出し、当該部分だけを他人の商標と比較して商標の類否を判断することは、原則として許されない。他方、商標の構

成部分の一部が取引者、需要者に対し商品又は役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与えるものと認められる場合や、それ以外の部分から出所識別標識としての称呼、観念が生じないと認められる場合などには、商標の構成部分の一部だけを他人の商標と比較して商標の類否を判断することも許される（最高裁昭和 37 年（オ）第 953 号同 38 年 12 月 5 日第一小法廷判決・民集 17 巻 12 号 1621 頁、最高裁平成 3 年（行ツ）第 103 号同 5 年 9 月 10 日第二小法廷判決・民集 47 巻 7 号 5009 頁、最高裁平成 19 年（行ヒ）第 223 号同 20 年 9 月 8 日第二小法廷判決・裁判集民事 228 号 561 頁参照）。したがって、この考え方に基づいて判断するものと考えられる。

商標審査基準における結合商標の称呼、観念の認定及び類否判断は、文字商標を基本とした内容となっている。店舗に関する組み合わせ商標のうち、立体的形状部分については、立体商標の類否判断の基準を用いることができるとしても、組み合わせられた各要素のうち要部の認定をどのように行うか、各要素の識別力の軽重の判断をどのように行うのか、等について店舗に関する組み合わせ商標の特性を考慮した更なる検討が必要と考えられる。

なお、国内質問票調査や国内ヒアリング調査においては、類似範囲の判断基準を明確にしてほしいとの声が多い。店舗に関する組み合わせ商標は、商標が複合的な要素から構成されることから、類否判断が複雑化することが想定され、類否判断の基準を明確に示すことができるかについては、課題が多いと考えられる。

（viii）不使用取消審判との関係について（商標法第 50 条）

不使用取消審判を請求された場合、被請求人は、被請求人（商標権者）自身等が、各指定商品又は指定役務についての登録商標を、継続して 3 年以上日本国内において使用をしていることを立証すれば、登録の取消を免れることができる。

「登録商標」の使用であるから、登録商標に類似する商標の使用をしても、本来、不使用取消を免れることはできないが、現実の取引においては、登録商標と物理的に同一のものを使用するというよりは、それを付する商品（役務）の具体的な性状に応じ、適宜に変更を加えて使用するのがむしろ通常であるという産業界の実情であるから、不使用取消審判における「登録商標」の使用にあっては、その使用の範囲を拡大して、「社会通念上同一」と認められるものを含ませる解釈規定が設けられている（商標法第 50 条第 1 項及び第 38 条第 4 項参照）。

店舗の外観・内装に係る登録商標と使用商標が社会通念上同一と認められるか否かの判断については、店舗特有の問題として、土地やテナントの形状や、ビル運営者の意向、消防法や景観条例等の様々な制約により、全く同一の店舗は作りにくいという問題や、店舗デザインの一部を変更するといった可能性があることから、登録商標と使用商標が厳密には一致しない場合が多いことが想定される。

さらに、店舗に関する組み合わせ商標の場合には、登録商標と使用商標の対比において、組み合わされた複数の要素のうち、一部は同一と認められるが、一部は同一でない場合に、社会通念上同一をどのように判断するかが非常に難しいと考えられる。組み合わされた要

素のうち、要部が一致していれば社会通念上同一を認め得るのか、各要素の識別力の軽重の判断をどのように行うのか、について更なる検討が必要と考えられる。

この点、審判便覧（第 17 版）「53―01 登録商標の不使用による取消審判」では、登録商標の使用にあたるか否かの認定について、「登録商標に係る指定商品及び指定役務の属する産業分野における取引の実情を十分に考慮し、個々具体的な事例に基づいて判断すべきものである」とする。

したがって、店舗に関する組み合わせ商標に係る登録商標と使用商標が社会通念上同一と認められるか否かの判断に当たっては、基本的には、出願商標と使用商標が厳密には一致しない場合であっても、差異の程度や取引の実情を考慮して、商標としての同一性を損なわないか否かを検討することとなると考えられる。

（ix） 効力が及ばない範囲

商標法第 26 条は、商標権の効力が制限される場合を規定している。

他人による店舗の外観・内装の使用が、商標法第 26 条第 1 項第 2 号及び第 3 号の「役務の提供の用に供する物」を普通に用いられる方法で表示する使用に当たる場合には、商標権の効力は及ばない。なお、使用による識別力を獲得した商標権に一切保護範囲がないということにならないよう、他人が使用する店舗の外観・内装が、店舗に関する組み合わせ商標に係る登録商標と少なくとも同一である場合には、登録商標が識別力を維持している限り、「普通に用いられる方法」で表示するものとは認められないと解すべきである[66]。また、他人が使用する店舗の外観・内装が登録商標と同一である場合には、通常、登録商標の出所表示機能を害するといえ、「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態様により使用されていない商標」とはいえないから、同第 6 号には該当しないと解される[67]。

（2） （B）案についての検討

店舗の外観又は内装からなる立体商標を出願する際に、商標を構成する要素（商標を構成する標章）を実線で、商標を構成しない要素を破線等で描くことを認めるとともに、「商標の詳細な説明」を願書に記載できるようにする。

[66] 田村善之『商標法概説第 2 版』（弘文堂、2000 年）204～205 頁には、「「普通に用いられる方法で表示する」ものであるか否かということは、登録商標の存在を前提にしてそれとの関係で決定される。商品等の通常の形状であるというだけでこの要件を満足すると解してしまうと、通常の形状の域を出ないが、使用による出所識別力を獲得したために商標登録が認められたはずの商標権に一切、保護範囲がないことになりかねない。ゆえに、登録商標の形状と完全に重複する場合には「普通に用いられる方法で表示する」ものとは認めないが、相違する部分がある場合には、当該部分が独自に出所識別機能を果たしうるものであるか否かということを吟味し、それが肯定される場合に限り、「普通に用いられる方法で表示する」ものと認めることにすべきであろう。」との記載があり、これと同様に考えられる。

[67] 他人の商品・役務の宣伝広告に当たり、登録商標（店舗の外観・内装）がポスター等の背景に画像として映り込んでいる場合や、商品等の用途として画像が引用されている場合は、直ちに侵害といえない可能性がある。

（ｉ）商標の定義

店舗の外観・内装を立体商標で保護しやすくする（Ｂ）案においては、現行の商標法第2条第1項柱書における商標の定義「文字、図形、記号、立体的形状若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」に、立体的形状が含まれていることから、基本的に、定義規定の見直しは必要ないと考えられる。

なお、商標法施行規則第4条の3第1項において、立体商標は「立体的形状（文字、図形、記号若しくは色彩又はこれらの結合との結合を含む。）からなる商標」と定義されているところ、例えば複数の什器の立体的形状が含まれる店舗の内装を保護する場合等、空間的に離れた位置にある複数の立体的形状の結合であっても、全体としては三次元の物の形状を表示する立体的形状として認識されると考えられることから、ここに含まれるものと考えられる。

（ⅱ）商標の使用の定義

（Ａ）案に関して述べたところと結論を含め同様である。敷衍するならば以下の通りである。

店舗の外観・内装を、立体商標で保護する場合、当該立体商標が、商品・役務の顧客誘致の目印となっており、広告として機能するに至っている場合には、当該商標は「商品若しくは役務に関する広告」（商標法第2条第3項第8号）としての使用に当たるといえるのではないか。そして、標章を「付する」ことには、広告を標章の形状とすることが含まれ（商標法第2条第4項）、店舗を需要者の目に触れる状態にしていることは「展示」に当たるとも考えられる。

店舗の外観・内装が、商標法第2条第3項第3号及び第4号の「役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物」に該当するか否かについては、店舗の外観が役務の提供を受ける者の利用に供される場面は想定しづらい。一方、店舗の内装については、例えば、小売等役務について、陳列棚、ショーケースは「役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物」に当たるとされるが[68]、陳列棚、ショーケースといった個々の要素を含む内装全体も、その内装全体が役務の提供を受ける者の利用に供する物に当たり得ると考えられる。

店舗の外観・内装が、商標法第2条第3項第5号の「役務の提供の用に供する物」に該当するか否かについては、同号の「役務の提供の用に供する物」は、「役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物」を含むこれより更に広い概念であり、少なくとも、建築、不動産業等の建築物を取り扱う役務を指定役務とする場合には、店舗の外観が「役務の提供の用に供する物」に該当する可能性があると考えられる。店舗の内装については、

[68] 平成19年度小売等役務商標制度説明会テキスト 18頁
https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/kouri/document/t_kouri_top/h19_setsumei_text.pdf［最終アクセス日2019年3月7日］

例えば、小売等役務について、会計用レジスターは「役務の提供の用に供する物」に当たるとされるが[69]、会計用レジスター等の個々の要素を含む内装全体も、その内装全体が役務の提供の用に供する物に当たり得ると考えられる。

したがって、店舗の外観・内装が自他商品・役務の識別標識として認識され商標として保護される場面では、店舗の外観・内装は商品・役務の顧客誘致の目印となっていると考えられることから、基本的には、現行商標法第2条第3項第8号の「広告」の使用の範疇に収まり得るものと考えられ、「広告」以外にも上記のとおり商標法第2条第3項第3号、第4号又は第5号に規定する使用に該当する可能性があることから、商標の使用の定義の見直しの必要性は低いと考えられる。

（ⅲ）一商標一出願

基本的には、現行の立体商標による保護であることから、「商標登録出願は、（中略）商標ごとにしなければならない」と規定する商標法第6条第1項との関係で問題は生じないものと考えられる。また、空間的に離れた位置にある複数の立体的形状の結合についても、複数の立体的形状の全体が商品・役務の出所を表示し得ることから、これを一つの商標と捉えることができ、一商標一出願の規定の見直しの必要性はないと考えられる。

（ⅳ）権利範囲の特定方法

（A）案と同様の方法により権利範囲を特定することが適当と考えられる。その場合、以下の「(a) 商標登録を受けようとする商標」のうち、商標を構成しない要素を破線等で表すこと、及び「(b) 商標の詳細な説明」を記載できるようにすることについては、現行の立体商標では認められていないことから、制度の見直しが必要になると考えられる。敷衍すると以下のとおりである。

(a) 商標登録を受けようとする商標

登録商標の範囲は、願書に記載した商標に基づいて定めなければならない（商標法第27条第1項）ことから、願書の商標記載欄に記載する商標登録を受けようとする商標（商標見本）は、商標の構成、態様が明確に把握できるものでなければならない。商標の構成、態様が具体的に特定できないものについては、商標法第3条第1項柱書に規定する「商標登録を受けることができる商標」に該当しないこととなる。

店舗の外観・内装を立体商標で保護する場合、商標記載欄には、図又は写真により登録を受けようとする商標を表すことになる（商標法施行規則第4条の3)。例えば、基本的に

[69] 平成19年度小売等役務商標制度説明会テキスト 18頁
https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/kouri/document/t_kouri_top/h19_setsumei_text.pdf［最終アクセス日 2019年3月7日］

は、一又は二以上の図又は写真により商標を表すこととし、外観及び内装が組み合わされている場合等には、必要に応じて、六面を表した図又は写真や透視図を用いて、商標登録を受けようとする商標を表すことで、商標の構成、態様の全体を適切に把握できるようにすることが考えられる。

また、国内質問票調査において、店舗の外観・内装は、店舗スペースの制約等により店舗ごとにどうしてもデザインに差異が生じてしまうにもかかわらず、現行制度では、その点を考慮した制度設計になっていないため不便を感じているとの声があった。この点については、デザインが店舗ごとに異なってしまう部分は、商標を構成しない要素として破線等で表し、共通する特徴的な部分を実線で表して商標登録することが一案として考えられる。

(b) 商標の詳細な説明

店舗の外観・内装は、複数の構成要素からなるものであり、立体商標で保護する場合についても、商標登録を受けようとする商標の記載のみによってはその権利内容が不明確となる可能性がある。

現行商標法において、商標登録を受けようとする商標の記載のみによってはその内容を明確に特定することができない商標については、その内容を明確にするため、願書に商標の詳細な説明を記載すべきこととしている(商標法第5条第4項)。具体的には、動き商標、ホログラム商標、色彩のみからなる商標、音商標(特定に必要がある場合に限る)及び位置商標については商標の詳細な説明を記載することとなっている(商標法施行規則第4条の8第2項)[70]。

そこで、店舗の外観・内装を立体商標で保護する場合についても、願書において、商標登録を受けようとする商標(商標見本)及び商標のタイプ(「立体商標」である旨)の記載に加えて、商標の詳細な説明を記載すべきこととし、商標の詳細な説明において店舗の外観・内装の特徴的な部分を文章で明確化することが適当と考えられる。

国内質問票調査によれば、商標制度の見直しを行うことが「望ましい」と回答した者に、店舗の外観・内装のどの部分について商標登録を受けたいのかを、文章で特定しやすくすべきかについて質問したところ、「必要」、「どちらかといえば必要」との回答が、8割近くにのぼっており、国内ヒアリング調査においても、立体商標を取得する際、特徴を表すのに図面だけでは意図が伝わりづらいと感じたとの声があることから、商標の詳細な説明を記載できるようにすることはユーザーニーズにも合致する。

[70] 工業所有権法(産業財産権法)逐条解説20版　1424頁
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/kaisetu/kogyoshoyu/document/cikujyoukaisetu/all.pdf[最終アクセス日2019年3月7日]

（ｖ）識別力について

以下の問題の所在及び「(b) 使用による識別力 ＜基本的な考え方＞ ＜使用による識別力獲得の考慮事由＞ ＜意匠法による保護との関係＞」は、（A）案に関して述べたところと同様である。「(a) 本来的な識別力」には、（B）案特有の事項を記載しており、また、「(b) 使用による識別力 ＜出願商標と使用商標の同一性判断＞」については、（A）案特有の事項の記載が除かれている。敷衍すると以下のとおりである。

識別力については、国内質問票調査では、店舗の外観・内装の保護にあたり商標制度の見直しを行うことが「望ましい」と回答した者（50 者）のうち、6 割が「店舗の外観・内装に特徴がある場合には、識別力を認め保護の対象とすべき」と回答し、4 割が「店舗の外観・内装に特徴があったとしても、広く知られている場合に限って保護の対象とすべき」と回答している。また、国内ヒアリング調査では、店舗の外観・内装が他人に模倣されやすいのは店舗デザインが広く知られる前の段階であることから、識別力の基準は高くしすぎない方が良いとの意見がある一方、店舗の外観・内装は、事業者の店舗展開や建設業界等の活動に与える影響が非常に大きいことから、使用による識別力を獲得していない店舗の外観・内装が登録されることへの懸念の声もある。

店舗の外観・内装を立体商標で保護する場合に、識別力についてどのように考えるべきか、以下のとおり検討した。

(a) 本来的な識別力

店舗の外観・内装が本来的な識別力を有する場合があるかについては、①構成要素中に特徴的な部分がある場合や、構成要素の組み合わせ方に特徴がある場合であって、その特徴により店舗デザインが一種の広告塔として機能するものであれば、店舗の外観・内装からなる商標であっても、本来的な識別力を有するとする考え方、②構成要素中に特徴的な部分がある場合や、構成要素の組み合わせ方に特徴がある場合であっても、需要者において店舗のデザインとして予測し得る範囲のものであれば、原則として識別力を有しないとする考え方、③構成要素中に特徴的な部分がある場合や、構成要素の組み合わせ方に特徴がある場合であって、需要者において予測し得ないような斬新な店舗デザインであっても、当該デザインが専ら店舗の機能や美観に資することを目的として採用されたものと認められる場合は、原則として識別力を有しないとする考え方、があり得る[71]。

商標は、商品・役務の出所を表示し、自他商品・役務を識別するための標識であることから、商標の登録要件として識別力が求められるのは、店舗の外観・内装からなる商標も、他の商標と変わりはない。

一般に、店舗デザインは、店舗の機能や美観に資することを目的として採用されるものであり、需要者が店舗の外観・内装により商品・役務の出所を識別することは少ないと考

[71] ①～③の考え方は、立体商標の識別力の解釈を、店舗デザインに応用したものである。

えられる。また、業種によっては、サービスの性質上、必然的に似たようなデザインになるといった事情もある。

店舗の外観・内装を立体商標で保護する場合も、基本的には、店舗の機能や美観に資することを目的として採用された識別力を有しない立体的形状からなり、全体として「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」（商標法第3条第1項第6号）に該当し、識別力を有しない場合が多いと考えられる。

商標審査基準（第1八、第3条第1項6号8.）においても、「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」には、商標法第3条第1項第6号に該当すると判断する旨の記載がある。

（b）使用による識別力

店舗の外観・内装からなる立体商標が商標法第3条第1項第6号に該当し、本来的な識別力を有しない場合であっても、使用により後発的に識別力を獲得した場合には、同号に該当しないものとなり、商標登録を受けることができる。

店舗の外観・内装からなる立体商標が使用された結果、当該店舗の外観・内装に接した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か否かの判断基準をどのように設定するかは大きな論点の一つである。

＜基本的な考え方＞

使用による識別力を獲得したことにより商標法第3条第1項第6号に該当しない場合の判断基準については、商標審査基準に具体的な記載がないが、「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」か否かを判断するという点で、商標法第3条第2項と何ら変わりはないため、基本的な考え方は商標法第3条第2項の判断基準が参考になると考えられる。

＜使用による識別力獲得の考慮事由＞

店舗の外観・内装に顕著な特徴がある場合に、使用による識別力の要件を緩和することができるかという点については、顕著な特徴がある場合であっても、必ずしも需要者がその特徴から出所を認識するとは限らないことから、顕著な特徴があることによって直ちに登録に必要な使用による識別力の程度を緩和することは適当ではないと考えられる。ただし、出願商標の構成及び態様は使用による識別力獲得の判断の一つの考慮事由になるものであり、出願商標の構成及び態様に顕著な特徴があることにより需要者が出所表示として認識しやすくなる可能性はあると考えられる。

また、例えば、飲食物の提供等の役務を提供する業界においては、全国展開しているケースは非常に限られているとの声もある。これについては、商標審査基準（第2第3条第2項2.(1)）では「商品又は役務の需要者の間で全国的に認識されているものをいう。」との記載があるが、これは店舗が全国展開されていることを要するものではなく、使用期間

や広告宣伝の方法、期間、規模、出願人以外の者による類似する店舗外観・内装の使用の有無等の他の考慮事由も十分に勘案して、判断することが適切と考えられる。

＜出願商標と使用商標の同一性判断＞

出願商標と使用商標の同一性の判断については、店舗特有の問題として、土地やテナントの形状や、ビル運営者の意向、消防法や景観条例等の様々な制約により、全く同一の店舗は作りにくいという問題や、店舗デザインの一部を変更するといった可能性があることから、出願商標と使用商標が厳密には一致しない場合が多いことが想定される。

基本的には、出願商標と使用商標が厳密には一致しない場合であっても、差異の程度や取引の実情を考慮して、商標としての同一性を損なわないか否かを検討することとなると思われる。

＜意匠法による保護との関係＞

なお、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、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こととされている[72]。店舗の外観・内装が周知性を獲得する前の段階においては、意匠制度による保護を図り[73]、その後、使用によって広く知られるようになり、商品・役務の出所を表示するものとして識別力を獲得した場合には商標制度で保護するという両制度の活用も考えられる。

（vi）機能性（商品等が当然に備える特徴）について

（A）案に関して述べたところと問題の所在は同様であるが、（B）案特有の事項も記載した。敷衍すると以下のとおりである。

店舗の外観・内装のデザインの中には、店舗の機能を確保するため、あるいは、消防法や景観条例といった法令による制約により、特定のデザインを採用することとなる場合がある。このような、店舗の外観・内装のデザインのうち、店舗の機能を確保するのに不可欠なもののみからなる商標については、商標権を付与することにより自由競争を不当に制限するおそれがあることから、仮に識別力を有するものであっても、商標登録を排除する必要がある。

この点、現行法は、商品又は商品の包装の形状であって、その機能を確保するために必ず採らざるを得ない不可避的な立体的形状について、立体商標の導入時に不登録事由とし

[72] 意匠制度における空間デザインの保護の検討においても、「周知性や著名性があれば、不正競争防止法による保護を受けることができるが、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は、周知性や著名性が生じる前から保護するニーズが高まっている。」とされている。（産業構造審議会知的財産分科会第 10 回意匠制度小委員会（平成 30 年 12 月 14 日）資料 1「産業競争力の強化に資する意匠制度の見直しについて（案）」5 頁）https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/isho_shoi/document/10-shiryou/03.pdf[最終アクセス日 2019 年 3 月 7 日]

[73] ただし、意匠法では登録要件として新規性（意匠法第 3 条第 1 項第 1 号乃至第 3 号）が要求されるため、開店して公知になっている店舗の外観・内装は、保護の対象にならない。

て規定している（商標法第 4 条第 1 項第 18 号）。

具体的には、「商品等（商品若しくは商品の包装又は役務をいう。商標法第 26 条第 1 項第 5 号において同じ。）が当然に備える特徴のうち政令で定めるもののみからなる商標」については登録が受けられないと規定している。そして、政令で定める特徴については、商標法施行令第 1 条が「商標法第 4 条第 1 項第 18 号及び第 26 条第 1 項第 5 号の政令で定める特徴は、立体的形状、色彩又は音（役務にあつては、役務の提供の用に供する物の立体的形状、色彩又は音）とする。」と定めている。

なお、店舗の外観・内装からなる立体商標が識別力を有するには、ある程度の特徴を有していることが想定され、店舗の機能を確保するのに不可欠な形状のみからなる事態は想定し難いと考えられる。

（ⅶ） 類否判断について

（B）案をとる場合、商標のタイプは立体商標であるから、立体商標に関する類否判断の基準が適用される。そして、（A）案のように新しいタイプの商標が創設されるわけではないものの、店舗の外観や内装は複数の要素によって構成されていることが通常であるため、複数の要素が結合して構成されているいわゆる結合商標となることが多いと考えられる。その場合には、（A）案の場合と同様に、商標の類否判断に関する一般的な判断基準に加えて、結合商標の判断基準が適用されることとなる。重複をいとわずこれを敷衍すれば、以下のとおりである。

商標の類否については、商標の外観、観念、称呼等によって需要者等に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察することとされている。

商標法第 4 条第 1 項第 11 号に係る商標の類否は、対比される商標が同一又は類似の商品又は役務に使用された場合に、当該商品又は役務の出所につき誤認混同を生ずるおそれがあるか否かによって決すべきところ、その際には、これらの商標の外観、観念、称呼等によって取引者、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合し、当該商品又は役務に係る取引の実情を踏まえつつ全体的に考察すべきである（最高裁昭和 39 年（行ツ）第 110 号同 43 年 2 月 27 日第三小法廷判決・民集 22 巻 2 号 399 頁参照）。

また、複数の構成部分を組み合わせた結合商標と解されるものについては、商標の各構成部分がそれを分離して観察することが取引上不自然であると思われるほど不可分的に結合しているものと認められる場合は、その構成部分の一部を抽出し、当該部分だけを他人の商標と比較して商標の類否を判断することは、原則として許されない。他方、商標の構成部分の一部が取引者、需要者に対し商品又は役務の出所識別標識として強く支配的な印象を与えるものと認められる場合や、それ以外の部分から出所識別標識としての称呼、観念が生じないと認められる場合などには、商標の構成部分の一部だけを他人の商標と比較して商標の類否を判断することも許される（最高裁昭和 37 年（オ）第 953 号同 38 年 12 月 5 日第一小法廷判決・民集 17 巻 12 号 1621 頁、最高裁平成 3 年（行ツ）第 103 号同 5 年 9 月 10 日第二小法廷判決・民集 47 巻 7 号 5009 頁、最高裁平成 19 年（行ヒ）第 223 号同 20

年9月8日第二小法廷判決・裁判集民事228号561頁参照)。したがって、この考え方に基づいて判断するものと考えられる。

なお、(B)案の場合には、商標のタイプが立体商標であることから立体商標の類否判断の基準が適用されることは前記のとおりであるが、それは、商標審査基準(第3十、第4条第1項第11号5.)に示されている。

商標審査基準　〔改訂第14版〕

第３　第４条第１項及び第３項

十、第４条第１項第11号

５．立体商標について

立体商標の類否は、観る方向によって視覚に映る姿が異なるという立体商標の特殊性を考慮し、次のように判断するものとする。ただし、特定の方向から観た場合に視覚に映る姿が立体商標の特徴を表しているとは認められないときはこの限りでない。

(1) 立体商標は、原則として、それを特定の方向から観た場合に視覚に映る姿を表示する平面商標(近似する場合を含む。)と外観において類似する。

(2) 特定の方向から観た場合に視覚に映る姿を共通にする立体商標(近似する場合を含む。)は、原則として、外観において類似する。

店舗の外観等の立体商標の場合、入り口方向から見た形状が、観者に対して与える印象が強いとも思われるが、その場合でも、上記基準に基づく判断が可能であると考えられる。

なお、国内質問票調査や国内ヒアリング調査においては、類似範囲の判断基準を明確にしてほしいとの声が多い。上記基準に加えて、特に店舗の外観・内装からなる立体商標の類否判断の基準について、更に明確に判断基準を示すことができるかについては検討の余地があると考えられる。

(viii) 不使用取消審判との関係について(商標法第50条)

(A)案に関して述べたところと結論を含め同様である。敷衍するならば以下の通りである。

不使用取消審判を請求された場合、被請求人は、被請求人(商標権者)自身等が、各指定商品又は指定役務についての登録商標を、継続して3年以上日本国内において使用をしていることを立証すれば、登録の取消を免れることができる。

「登録商標」の使用であるから、登録商標に類似する商標の使用をしても、本来、不使用取消を免れることはできないが、現実の取引においては、登録商標と物理的に同一のものを使用するというよりは、それを付する商品(役務)の具体的な性状に応じ、適宜に変

更を加えて使用するのがむしろ通常であるという産業界の実情であるから、不使用取消審判における「登録商標」の使用にあっては、その使用の範囲を拡大して、「社会通念上同一」と認められるものを含ませる解釈規定が設けられている（商標法第 50 条第 1 項及び第 38 条第 4 項参照）。

店舗の外観・内装に係る登録商標と使用商標が社会通念上同一と認められるか否かの判断については、店舗特有の問題として、土地やテナントの形状や、ビル運営者の意向、消防法や景観条例等の様々な制約により、全く同一の店舗は作りにくいという問題や、店舗デザインの一部を変更するといった可能性があることから、登録商標と使用商標が厳密には一致しない場合が多いことが想定される。

この点、審判便覧（第 17 版）「53―01 登録商標の不使用による取消審判」では、登録商標の使用に当たるか否かの認定について、「登録商標に係る指定商品及び指定役務の属する産業分野における取引の実情を十分に考慮し、個々具体的な事例に基づいて判断すべきものである」とする。

したがって、店舗の外観・内装からなる立体商標に係る登録商標と使用商標が社会通念上同一と認められるか否かの判断に当たっては、基本的には、出願商標と使用商標が厳密には一致しない場合であっても、差異の程度や取引の実情を考慮して、商標としての同一性を損なわないか否かを検討することとなると考えられる。

（ix）効力が及ばない範囲

（A）案に関して述べたところと結論を含め同様である。敷衍するならば以下の通りである。

商標法第 26 条は、商標権の効力が制限される場合を規定している。

他人による店舗の外観・内装の使用が、商標法第 26 条第 1 項第 2 号及び第 3 号の「役務の提供の用に供する物」を普通に用いられる方法で表示する使用に当たる場合には、商標権の効力は及ばない。なお、使用による識別力を獲得した商標権に一切保護範囲がないということにならないよう、他人が使用する店舗の外観・内装が、店舗の外観・内装からなる立体商標に係る登録商標と少なくとも同一である場合には、登録商標が識別力を維持している限り、「普通に用いられる方法」で表示するものとは認められないと解すべきである[74]。また、他人が使用する店舗の外観・内装が登録商標と同一である場合には、通常、登録商標の出所表示機能を害するといえ、「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態様により使用されていない商標」とはいえないから、同第 6

[74] 田村善之『商標法概説第 2 版』（弘文堂、2000 年）204～205 頁には、「「普通に用いられる方法で表示する」ものであるか否かということは、登録商標の存在を前提にしてそれとの関係で決定される。商品等の通常の形状であるというだけでこの要件を満足すると解してしまうと、通常の形状の域を出ないが、使用による出所識別力を獲得したために商標登録が認められたはずの商標権に一切、保護範囲がないことになりかねない。ゆえに、登録商標の形状と完全に重複する場合には「普通に用いられる方法で表示する」ものとは認めないが、相違する部分がある場合には、当該部分が独自に出所識別機能を果たしうるものであるか否かということを吟味し、それが肯定される場合に限り、「普通に用いられる方法で表示する」ものと認めることにすべきであろう。」との記載があり、これと同様に考えられる。

号には該当しないと解される[75]。

３．審査運用を見直す場合の論点

立体商標、位置商標、色彩のみからなる商標の願書への記載（商標の記載）に関する商標審査基準・商標審査便覧を見直し、商標の特定に関する審査運用を緩和する。

（１） 立体商標の審査運用の見直し

（ⅰ）空間的に離れた位置にある商標の要件

現状の立体商標制度では、商標審査基準（第１二、第３条第１項柱書 6.(1)(ｲ)）により、立体的形状と文字、図形、記号が分離している場合には、立体商標として認識しない旨規定しているが、空間的に離れた位置にある商標の複数の立体的形状がこの規定に該当するかが問題となる。

同商標審査基準に掲載された例のように、文字、図形、記号が立体的形状に係る物と分離した構成及び態様である場合には、全体としては、三次元の物の外観としての形状が表示されているとはいえない。一方、複数の立体的形状が空間的に離れた位置にある場合は、立体的形状の間に空間があったとしても、全体としては三次元の物の形状を表示するものであり、立体商標として認識できると考えられる。したがって、この点について、現行の商標審査基準・商標審査便覧の記載ではわかりにくいときには、明確化のための見直しを検討することが適当と考えられる。

（ⅱ）店舗の外観及び内装を一体とした立体商標の取扱い

店舗の外観及び内装について一体的に立体商標として権利を取得することについては、外観と内装が別の図面で表現されているとしても、商標の詳細な説明により同一の店舗に関するものであることが担保されるのであれば、許容されると考えられる。

なお、同一の店舗に関する外観と内装が一つの図面に表現されている場合には[76]、商標の詳細な説明に同一店舗である旨の記載がないときであっても、一体的な権利の取得を認めることができると考えられる。

（ⅲ）立体商標の特定性に係る要件

商標審査便覧(41.100.02)では、立体商標の形状を示す写真の端が切れていることから、

[75] 他人の商品・役務の宣伝広告に当たり、登録商標（店舗の外観・内装）がポスター等の背景に画像として映り込んでいる場合や、商品等の用途として画像が引用されている場合は、直ちに侵害といえない可能性がある。
[76] 59 頁の No.14 の米国の登録事例（登録番号 4021593 号）

その全体の輪郭が明確に表示されておらず、その立体的形状の全体が特定し得ない場合、立体商標としての構成、態様を具体的に特定し得ないものであり、またそのような構成からなる立体商標が、商品又は役務の出所を表示する識別標識としての使用態様で用いられるものとは認められないことから、商標法第3条第1項柱書の要件を満たさないと規定している。

現状では、店舗の内装について立体商標を出願すると、内装の端が商標内に収まらない場合には、この規定に該当することになる。

そこで、店舗の内装について、立体商標として登録を受けやすくするためには、当該審査便覧の見直しを検討することが適当である。例えば、店舗の内装の端が、願書の商標記載欄に収まらない場合も、商標の詳細な説明の記載等を行うことにより、特定をすることができるような運用の変更が一案として考えられる。

（2）位置商標の審査運用の見直し

現状の位置商標は、商標審査便覧（56.01）により、願書に記載した商標について、どの部分が商標を構成する標章であるかを特定することができず、そのために標章を付する位置を特定することができない場合、例えば、商品等の全体が表されておらず、商品等の拡大図のみが表されている場合や商品等の形状の一部しか表されていない場合は、商品等全体における標章を付する位置を特定することができないため、商標法第3条第1項柱書により登録を受けることができる商標に該当しないものとしている。

そこで、（1）（iii）と同様の理由により、位置商標として店舗の外観・内装の登録を受けやすくするためには、当該審査便覧の見直しを検討することが適当であると考えられる。

（3）色彩のみからなる商標の審査運用の見直し

現状の色彩のみからなる商標は、商標審査基準（第1二、第3条第1項柱書 9.(1)(イ)）により、願書に記載した商標から、色彩を付する商品等における位置が特定されていると認められない場合、全体像を表していないため、標章を付する位置を特定することができないことから、登録が拒絶される。

また、商標審査便覧（54.01）により、商標見本は、色彩を付する商品等の全体形状を明確にしたうえで、色彩が付される位置が特定されるように表示されていなければならず、全体形状が不明確であること等により、色彩が付される位置が特定されるように表示されているとは認められない場合は、商標法第3条第1項柱書により登録を受けることができる商標に該当しないものとしている。

そこで、（1）（iii）と同様の理由により、色彩のみからなる商標として店舗の外観・内装の登録を受けやすくするためには、当該審査基準及び審査便覧の見直しを行うことが必要になると考えられる。

Ⅶ. まとめ

我が国における「店舗の外観・内装」に関する保護の現状を踏まえ、商標制度の見直しとして、「店舗に関する組み合わせ商標」の出願を認め、新しいタイプの商標として保護する場合（（A）案）と、店舗の外観又は内装からなる立体商標を出願する際に商標を構成しない要素を破線等で描くことを認めるとともに、「商標の詳細な説明」を願書に記載できるように見直す場合（（B）案）とを検討した。

これらについて比較すると、（A）案では、店舗の外観・内装を構成する要素の組み合わせ方を保護でき、店舗の外観・内装の立体的形状に限られない広範な保護が可能になり、組み合わせに同一性が認められる限りにおいて、たとえば立体的形状と店舗の位置関係等が店舗ごとに異なっていても、同一の登録商標の使用として認められるなど、権利範囲も広くなり得るというメリットがあるが、その反面、第三者の商標選択の幅が狭まることへの懸念や、調査負担の増大することへの懸念への配慮も必要となる。また、権利範囲の特定、先行商標との類否判断、登録商標の権利範囲に含まれるか否かの判断等が難しくなり、登録後の権利内容も複雑になるため、出願された商標の登録可能性や侵害の成否について第三者による予見可能性が低くなるおそれがある。また、使用による識別力獲得の判断にあたっての出願商標と使用商標の同一性の判断、不使用取消審判（商標法第 50 条第 1 項）での登録商標と使用商標の同一性の判断についても課題となる。

さらに、「店舗に関する組み合わせ商標」が現行の商標法の定義に当てはまらないことから、商標の定義の見直しが必要になる。この点については、海外の調査対象国・地域において店舗に関する組み合わせ商標を定義に入れている国はないことから、諸外国の制度と整合しない。加えて、「店舗に関する組み合わせ商標」を基礎としたマドリッドプロトコルに基づく国際登録出願を行うことが困難となる。

一方、（B）案は、既存の立体商標制度をより柔軟な制度としつつ、権利範囲を明確化するものである。（A）案と異なり、商標を構成する要素の位置関係は、同一であることが想定されるが、立体商標の願書の商標記載欄において権利化を求める部分を実線、権利化を求めない部分を破線等で表示することを認めるとともに 、「商標の詳細な説明」を願書に記載できるようにすることで、店舗スペースの制約等により店舗の外観・内装を完全に同一のデザインで展開することが事実上困難であるという実情や、店舗の外観・内装を構成する要素のうち特徴的な部分を明確にして権利化したいとのニーズに応えることができると考えられる。

国際的に見ても、店舗の外観・内装を立体商標で保護し、立体商標に商標の詳細な説明を必須又は任意で記載することとしている諸外国は多い。また、マドリッドプロトコルに基づく国際登録出願を行う観点でも問題がなく、制度の国際調和という観点でも実現可能性が高いと考えられる。

さらに、（B）案に加えて、立体商標、位置商標、色彩のみからなる商標のそれぞれについて商標審査基準・商標審査便覧を見直して、商標の特定に関する運用等を緩和すること

で、店舗の外観・内装の保護がより受けやすくなり、ユーザーの利便性を向上させることができると考えられる。

ただし、国内質問票調査やヒアリング調査では、安易に店舗の外観・内装が登録されることにより、店舗デザインの選択の幅が限定されることや、無用な紛争が増加することを懸念する声もあり、これらの懸念点に留意した上で、今後更なる検討が望まれる。

資料編

資料Ⅰ　国内質問票調査 調査票

資料Ⅱ　海外質問票調査 調査票

資料Ⅲ　海外質問票調査 回答

商標制度における店舗の外観等の保護に関する調査

知的財産ご担当者様

平成 30 年 7 月吉日
株式会社サンビジネス

アンケートご協力のお願い

近時、我が国において、店舗の外観等（外観、内装（レイアウト含む）等）に関して、不正競争防止法上の保護が争われる裁判例が出てきました。一方、商標制度においては、店舗の外観等の保護に特化した検討はされていません。

このアンケート調査は、今後、特許庁において、商標制度における店舗の外観等の保護の在り方を検討する場合に備え、国内ユーザーの要望及び問題意識を把握するために、実施させていただくものです。

つきましては、ご多忙中誠に恐縮ではございますが、本アンケート調査の趣旨をご理解いただき、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

(主なアンケート項目)

1．貴社の基本情報について
2．現状での店舗の外観等の保護について【国内】
3．現状での店舗の外観等の保護について【海外】
4．店舗の外観等の類似により問題が生じた経験について【国内・海外】
5．店舗の外観等に関する登録制度の見直しについて
6．店舗の外観等の保護の在り方についてのご意見

【ご記入上のお願い】

ご回答は、このアンケート調査票に直接ご記入ください。ご記入いただく部分は太線で囲ってあります。アンケート調査票は、2018 年 8 月 3 日（金）迄に、同封の返信用封筒にて投函いただきますようお願い申し上げます。返信用封筒には切手は不要です。

※アンケート調査票は、https://www.sunbi.co.jp/tenpo.docx からダウンロード可能です。ダウンロードできない場合は、【お問い合わせ窓口】まで、ご連絡ください。

入力後は、tm-survey2018@sunbi.co.jp まで、返送いただければ幸いです。

本調査の事業の名称	平成 30 年度特許庁産業財産権制度各国比較調査研究等事業 「店舗の外観等（トレードドレス）に関する制度・運用についての調査研究」
特許庁担当部署	経済産業省特許庁 審査業務部商標課商標制度企画室
お問い合わせ窓口 （調査実施機関）	株式会社サンビジネス 〒105-0014　東京都港区芝 1-10-11 コスモ金杉橋ビル 電話：03-3455-6332(受付時間：平日 9：30～17：30) 電子メール：tm-survey2018@sunbi.co.jp

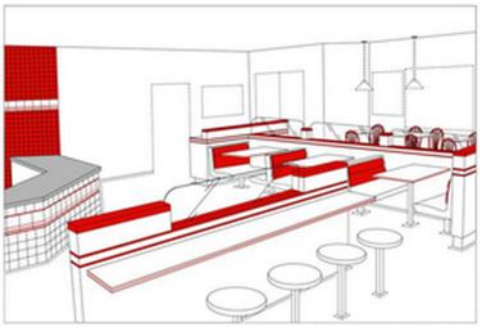
【本アンケートの趣旨及び留意事項】

本アンケートは、店舗の外観、内装（レイアウト含む）等の商標制度での保護についてお聞きするものです。例えば、アメリカでは商標制度により、以下のようなものが登録されています。

＜店舗の外観の登録例＞

米国商標登録第 3095532 号

＜店舗の内装の登録例＞



米国商標登録第 4839216 号

本アンケートでは、上記のような例もご参考にご回答をいただきますようお願いいたします。

【アンケートの回答方法について】

・ご記入いただく部分は太線で囲ってあります。
・該当する番号に○を付けるか、空欄に回答の記入をお願いいたします。
・このアンケートでは、選択肢に応じて、設問が分岐する箇所があります。設問を飛ばす指定がある場合や、回答できない設問を除き、設問は飛ばさず、順次ご回答をお願いします。

１．貴社の基本情報について

（1）以下の項目について、下記の太枠内にご記入ください。

貴社名	
所属部署名	
ご回答者名	
電話	
E-mail	

（2）貴社の業種（持ち株会社の場合には、主だった管理子会社の業種）について、以下の１～20 の中から該当する数字を選択し、〇を付けて下さい。

業種 （単一回答）	1	農業、林業	11	不動産業、物品賃貸業
	2	漁業	12	学術研究、専門・技術サービス業
	3	鉱業、採石業、砂利採取業	13	宿泊業、飲食サービス業
	4	建設業	14	生活関連サービス業、娯楽業
	5	製造業	15	教育、学習支援業
	6	電気・ガス・熱供給・水道業	16	医療、福祉
	7	情報通信業	17	複合サービス事業
	8	運輸業、郵便業	18	サービス業（他に分類されないもの）
	9	卸売業、小売業	19	公務（他に分類されるものを除く）
	10	金融業、保険業	20	分類不能の産業

（3）貴社の資本金額を下記の太枠内にご記入ください。

資本金額	円

（4）貴社の従業員数（常時勤務するパート、アルバイト、派遣社員、契約社員、非正規社員を含む）を下記の太枠内にご記入ください。

従業員数	人

（5）店舗を有している場合は、貴社のおおよその店舗数（持ち株会社の場合は、グループ全体で経営する店舗数。フランチャイズ店を有する会社の場合は、フランチャイズ店を含めた店舗数。）について、下記の太枠内にご記入ください。

店舗数	店舗

２．現状での店舗の外観等の保護について【国内】

（１）貴社では、国内でどのような店舗（ショールームを含む。以下同じ）を設置していますか。
該当する数字を選択し、○を付けて下さい。（複数回答可）

○記入	選択肢	
1	主に自社商品を販売・展示する店舗	⇨（２）へ
2	主に他社商品を販売・展示する店舗	
3	飲食店	
4	サービスを提供する店舗 （選択肢１～３を除く）	
5	その他（　　）	
6	国内に店舗を設置していない	⇨（６）へ

（２）（１）で**「選択肢１～５」を選択された方**にお聞きします。貴社の店舗の外観、内装（レイアウト含む）等には、店名やロゴマーク以外に、他社の店舗のものと区別ができる特徴はありますか。
該当する数字を選択し、○を付けて下さい。

○記入	選択肢	
1	区別できる特徴がある	⇨（３）へ
2	ない	⇨（６）へ

（3）（2）で**「区別できる特徴がある」と答えた方**にお聞きします。特徴があるのは、「外観」、「内装（レイアウト含む）」、「その他」のうち、どちらになりますか。また、これらに関連する商標登録出願をした経験がありますか。

特徴がある店舗を展開している「店舗名（ブランド名）」を該当する欄に記入してください。（複数回答可）

また、特徴があるものについて、「特徴の説明」を該当する欄に記入してください。（複数回答可）

出願経験がある場合は、「関連する出願をした商標のタイプ」の該当する欄に○を付けて下さい。（複数回答可）

	店舗名（ブランド名）	特徴の説明	関連する出願をした商標のタイプ				
			図形	立体	位置	色彩	その他
外観							
内装（レイアウト含む）							
その他							

※外観の一部に特徴がある場合は、「外観」の欄に、内装（レイアウト含む）の一部に特徴がある場合は、「内装」の欄に、特徴を記入してください。

※外観と内装（レイアウト含む）の全体に特徴がある場合や外観と内装（レイアウト含む）に共通する特徴がある場合には、「その他」の欄に記入してください。

「関連する出願をした商標のタイプ」の欄のいずれかに○を記入	⇨ （4）へ
「関連する出願をした商標のタイプ」の欄のいずれにも記入なし	⇨ （5）へ

図形：図形商標（ロゴやマーク、キャラクターなどの図形を用いた商標）
立体：立体商標（立体的形状からなる商標）
位置：位置商標（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）
色彩：色彩のみからなる商標（単色又は複数の色彩の組合せのみからなる商標）

（4）（3）で**「関連する出願をした商標のタイプ」の欄のいずれかに「○を記入」した方**にお聞きします。貴社が出願をした商標について、登録を受けられましたか。また、当該商標で貴社の希望する権利範囲を網羅できましたか。

該当する数字を選択し、○を付けて下さい。

○記入	選択肢
1	商標登録を受けることができ、希望する権利範囲を網羅できた
2	商標登録を受けることができたが、希望する権利範囲を網羅できなかった
3	商標登録を受けられなかった
4	その他（　　）

⇨ （6）へ

（5）（3）で**「関連する出願をした商標のタイプ」の欄のいずれにも「記入をしなかった」方**にお聞きします。商標登録出願をしなかった理由を、差し支えなければご記入ください。

（6）店舗の外観等について、現行の商標制度での保護に関して不便に感じていることはありますか。

該当する数字を選択し、○を付けて下さい。

○記入	選択肢	
1	不便に感じていることがある	⇨ （7）へ
2	ない	⇨ 3．へ

（7）（6）で**「不便に感じていることがある」と答えた方**にお聞きします。具体的には、どのようなことに不便を感じているか下記の枠内にご記入ください。

例）・店舗の外観と店名の表示をあわせて出願をした方がよいか、店舗の外観のみで出願をした方がよいか、判断が難しい。
・商標登録を受けたとしても、どこまでが類似と判断されるのかがわからない。
・どのタイプの商標で出願をしたらよいかわからない。

３．現状での店舗の外観等の保護について【海外】

（１）貴社では、海外に子会社等を通じて展開するものを含めて、どのような店舗（ショールームを含む。以下同じ）を展開していますか。

該当する数字を選択し、○を付けて下さい。（複数回答可）

○記入	選択肢	
1	主に自社商品を販売・展示する店舗	⇨ （２）へ
2	主に他社商品を販売・展示する店舗	
3	飲食店	
4	サービスを提供する店舗 （選択肢１～３を除く）	
5	その他（　　）	
6	海外には店舗を展開していない	⇨ ４．へ

（２）（１）で**「選択肢１～５」を選択された方**にお聞きします。店舗を展開している国・地域について、以下の１～11 の中から該当する数字を選択し、○を付けて下さい。（複数回答可）

展開国・地域	1	米国	7	東南アジア
	2	欧州	8	中南米
	3	中国	9	アフリカ
	4	台湾	10	中近東
	5	韓国	11	その他 （国・地域名：　　）
	6	豪州		

（3）（1）で**「選択肢１～５」を選択された方**にお聞きします。子会社等の名義で保有するものを含め、店舗の外観等に関連する商標権を有する国はありますか。

商標権を有する国があれば、「商標権を有する国」の欄にご記入ください。

また、店舗の「特徴がある部分」について、該当する欄に○を付けて下さい。（複数回答可）

さらに、「商標のタイプ」の該当する欄に○を付けて下さい。（複数回答可）

商標権を有する国	特徴がある部分			商標のタイプ				
	外観	内装（レイアウト含む）	その他	図形	立体	位置	色彩	その他

４．店舗の外観等の類似により問題が生じた経験について【国内・海外】

（1）貴社の店舗の外観等と他社の店舗の外観等が類似していることにより、国内又は海外で問題が生じたことはありますか。(複数回答可)

該当する数字を選択し、○を付けて下さい。

○記入	選択肢	
1	国内で問題が生じた	⇨ （2）へ
2	海外で問題が生じた	⇨ （3）へ
3	問題が生じたことはない	⇨ ５．へ

（2）（1）で、**「国内で問題が生じた」と答えた方**にお聞きします。差し支えのない範囲で、詳細を下記の枠内に記入してください。

（3）（1）で、**「海外で問題が生じた」と答えた方**にお聞きします。差し支えのない範囲で、詳細を下記の枠内に記入してください。

５．店舗の外観等に関する登録制度の見直しについて

（１）店舗の外観等について、商標登録を受けやすいように商標制度の見直しを行うことが望ましい（不正競争防止法等の保護では足りない）と思いますか。

該当する数字を選択し、〇を付けて下さい。

〇記入	選択肢	
1	思う	⇨ （２）へ
2	思わない	⇨ （５）へ

（２）（１）で**「思う」と答えた方**にお聞きします。具体的には、どのような見直しが望ましいと思いますか。

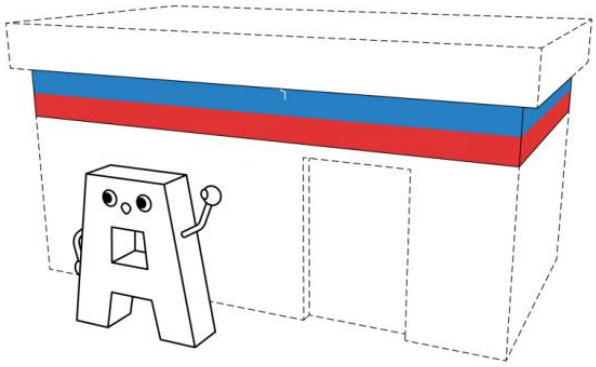
該当する数字を選択し、〇を付けて下さい。

①登録範囲について

	必要	どちらかといえば必要	どちらでもよい	どちらかといえば不要	不要
a. 店舗の外観又は内装（レイアウト含む）それぞれについて、登録を認める	1	2	3	4	5
b. 店舗の外観及び内装（レイアウト含む）をまとめて１つの商標として登録を認める	1	2	3	4	5

②店舗の外観等を保護する方法について

	必要	どちらかといえば必要	どちらでもよい	どちらかといえば不要	不要
a. 店舗の外観等のどの部分について商標登録を受けたいのかを、文章で特定しやすくする	1	2	3	4	5
b. 「立体商標」等の従来の商標のタイプで店舗の外観等に関する登録がより受け易くなるように、運用を柔軟にする	1	2	3	4	5
c. 立体的形状、色彩等複数の要素を１つの商標として登録できるようにする（下図参照）	1	2	3	4	5



例えば、店舗の外壁に赤色と青色が塗られており、外壁の前方（外壁から離れた位置）にキャラクターが設置されていた場合に、外壁の色彩とキャラクターの立体形状につき１つの商標として登録できるようにする。

※図の破線部分は、店舗の形状の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではない。

③保護対象について

○記入	選択肢
1	店舗の外観等に特徴がある場合には、識別力を認め保護の対象とする
2	店舗の外観等に特徴があったとしても、広く知られている場合に限って保護の対象とする
3	どちらでもよい

④前記の①～③以外で制度の見直しについて、望ましい内容がございましたら、下記の枠内にご記入ください。

（3）（1）で**「思う」と答えた方**にお聞きします。店舗の外観等について商標登録を受けやすいように商標制度の見直しがなされた場合、出願をしたいですか。

○記入	選択肢	
1	出願をしたい	⇨ （4）へ
2	出願をしたくない・わからない	⇨ （5）へ

（4）（3）で、**「出願をしたい」と答えた方**にお聞きします。差し支えのない範囲で、下記の枠内に、出願したい内容をご記入ください。

（5）店舗の外観等について商標登録が受けやすいように制度が見直される場合に、見直し後の制度について懸念することはありますか。

該当する数字を選択し、○を付けて下さい。

○記入	選択肢	
1	懸念することがある	⇨ （6）へ
2	ない	⇨ 6．へ

（6）（5）で**「懸念することがある」と答えた方**にお聞きします。具体的には、どのようなことを懸念するか下記の枠内にご記入ください。

例）・周知性のない店舗の外観等が登録されてしまうことへの懸念。 ・商標調査の負担に対する懸念等。

6．店舗の外観等の保護の在り方についてのご意見

（1）店舗の外観等の保護の在り方について、ご意見がございましたら、下記の枠内に自由にご記入ください。

（2）より詳細なご意見等を伺うため、ヒアリング調査にご協力いただくことは可能ですか。

該当する数字を選択し、〇を付けて下さい。

〇記入	選択肢
1	可能である
2	不可

質問は以上でございます。

ご協力ありがとうございます。

海外質問票調査　調査票

【調査概要】

本調査は、店舗の外観等の保護に関する制度や基準、運用についてお聞きするものです。ここでの「店舗の外観等」とは、店舗の外観、内装（レイアウトを含む）等のことを言います。

【設問】

Ｑ１．店舗の外観等の保護に関する規定・ガイドラインについて

（１）貴国の商標法・商標審査に関するガイドライン等において、店舗の外観等に関する商標登録出願について、言及されている部分はありますか。言及されている部分がある場合は、該当部分（条文番号、対象となる章やページ数など）を特定した上で、規定の概要について記載してください。

（２）貴国の商標法・商標審査に関するガイドライン等において、店舗の外観等に関する商標登録出願について、直接言及がなくても、商標のタイプの選択や商標の特定の場面等で、適用され得る規定はありますか（例えば、店舗の外観等を立体商標として出願した場合には、立体商標の規定と、ディスクリプションによる商標の特定の規定が適用されるなど)。そのような規定がある場合は、該当部分（条文番号、対象となる章やページ数など）を特定した上で、規定の概要について記載してください。

（３）貴国では、商標法以外で、店舗の外観等を保護しうる法律（例えば、意匠法、著作権法、不正競争防止法など）はありますか。ある場合は、法律名と条文番号等を明記した上で、保護の概要についても記載してください。

Ｑ２．店舗の外観等に関する制度や運用の実態について

店舗の外観等に関する商標登録出願における判断について、（１）～（１３）の問にお答えください。なお、各問では、「判断の根拠となる規定が何か」についても、あわせてお答えください。

（１）商標登録出願時に商標のタイプを指定する運用となっていますか（店舗の外観等に関する出願であるか否かに関わらず商標登録出願一般において）。

（２）店舗の外観等に関する商標について、商品（国際分類のクラス 1～34）を指定して登録を受けることが可能ですか。店舗の外観等に関する商標が「商品」を指定して登録された場合、どのような行為が当該商標の使用にあたりますか。根拠となる条文もあわせてお答えください。

（３）店舗の外観等に関する商標について、役務（国際分類のクラス 35～45）を指定して登録を受けることが可能ですか。店舗の外観等に関する商標が「役務」を指定して登録された場合、どのような行為が当該商標の使用にあたりますか。根拠となる条文もあわせてお答えください。

（４）店舗の外観の形状に関する出願について、識別力のある文字や図形との結合がない場合でも登録を認めていますか。

（５）**（４）において「識別力のある文字や図形との結合がない場合でも登録を認める」とお答えの場合にお聞きします。**登録を認めるために必要とされる識別力は、使用による識別力に限られますか。**使用による識別力に限られる場合**は、どの程度の水準（例えば、領域内周知、業界シェア上位等）を要求していますか。また、**使用による識別力に限られない場合**は、どの程度の特徴があれば登録を認めていますか。

（６）店舗の外観等からなる商標は、機能的であることを理由に拒絶される可能性がありますか。**拒絶されることがある場合**には、具体例や判断基準を挙げてください。

（７）店舗の外観等に関する出願について登録を認めるには、商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要になりますか。

（８）－１**（７）において「商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要」とお答えの場合にお聞きします。**商標の説明が果たす役割（例えば、商標の特定、出願日を認定するための要件等）をご記入ください。

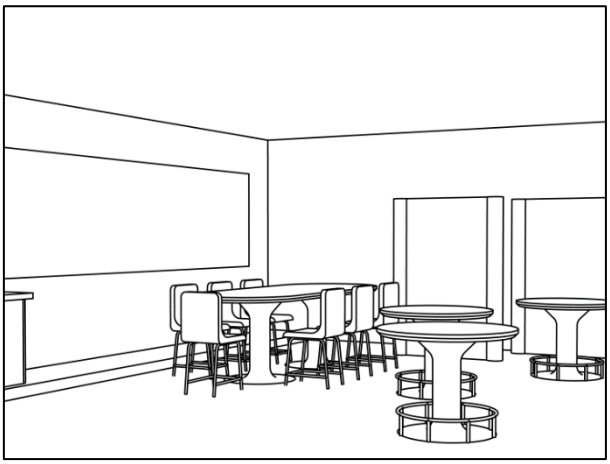
（８）－２**（７）において「商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要」とお答えの場合にお聞きします。**商標の説明（ディスクリプション）の**ない**店舗の外観等に関する出願又は登録が、マドリットプロトコル経由で出願された場合の取扱いについてご記入ください。

（９）－１**（７）において「商標の説明（ディスクリプション）による特定が不要」とお答えの場合にお聞きします。**任意で商標の説明（ディスクリプション）を記入することができますか。また、それは審査において考慮されますか。

（９）－２**（７）において「商標の説明（ディスクリプション）による特定が不要」とお答えの場合にお聞きします。**商標の説明（ディスクリプション）を**伴う**店舗の外観等に関する出願又は登録が、マドリットプロトコル経由で出願された場合の取扱いについてご記入ください。

（１０）店舗の外観等に関する出願について、商標の説明（ディスクリプション）により特定された要素同士を対比することによって、先行商標との類否を判断していますか。また、**特定された要素同士を対比することで類否を判断している場合**には、どの程度の要素が一致する場合に類似と判断するかについての基準はありますか。

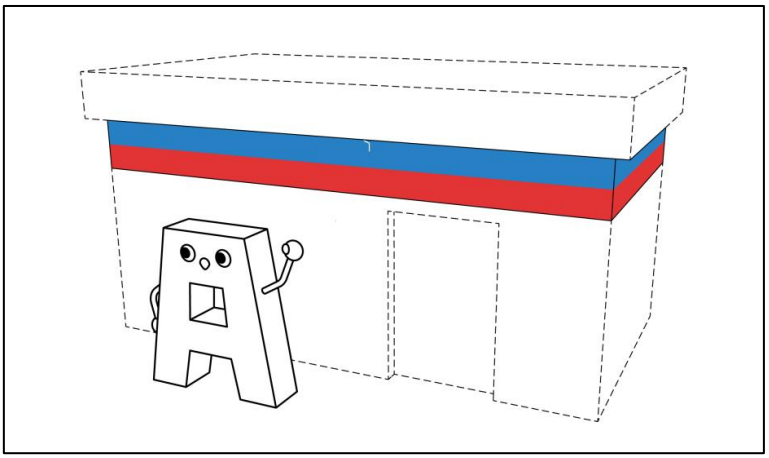
（１１）店舗の内装（レイアウト含む）に関する出願について、内装の端部が出願商標中に収まっていないものについても登録を認めていますか（下図参照）。



（１２）店舗の外観及び内装（レイアウト含む）をまとめて１つの商標として登録をすることができますか。

（１３）店舗の外観等に関する出願を行う場合に、立体的形状・色彩等複数の要素を１つの商標として、登録することはできますか（※参照）。

※ 例えば、店舗の外壁に赤色と青色が塗られており、外壁の前方（外壁から離れた位置）にキャラクターが設置されていた場合に、外壁の色彩とキャラクターの立体形状を１つの商標として登録できるようにする。



図の破線部分は、店舗の形状の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではない。

Ｑ３．店舗の外観等に関する出願の実態について

（１）貴国で店舗の外観等について商標登録出願がなされる場合、どのような商標のタイプでの出願がなされていますか（例えば「図形商標、立体商標、色彩のみからなる商標、位置商標」等)。出願されている商標のタイプをご記入ください。

（２）商標のタイプごとに（仮に複数のタイプを組み合わせた出願がある場合は、組み合わせの内容を記載（例えば「立体的形状と色彩」等))、店舗の外観等に関する商標登録出願が登録になった代表的な事例を教えてください。具体的には、①対象商標、②商標のタイプ、③商標の説明、④指定商品役務、⑤登録番号、⑥出願人をご記入ください。

※店舗の外観等に関する商標登録出願についての登録事例がない場合は、その旨をご記入ください。

（３）店舗の外観等に関連して登録された商標権は、係争に際してどの程度の実効性を有すると考えますか。貴所の見解をご記入ください。

（４）商標のタイプごとに、店舗の外観等に関する商標登録出願が拒絶になった代表的な事例を教えてください。具体的には、①対象商標、②商標のタイプ、③商標の説明、④指定商品役務、⑤出願番号、⑥拒絶理由、⑦出願人をご記入ください。

（５）店舗の外観等に関して、日本に商標登録出願を行う際に困ったことがございましたら、ご記入ください。

Ｑ４．店舗の外観等の保護に関する係争事例について

（１）店舗の外観等に関する商標登録出願について、登録の可否が争われた審決例・裁判例を教えてください。具体的には、①事件番号、②審級、③当事者、④判決年月日、⑤法域・関連条文、⑥対象商標、⑦商標のタイプ、⑧出願番号（登録番号）、⑨判断要旨、⑩結論を記入ください。
※貴所の業務の経験の中で、訴訟外で解決した事例がございましたら、差し支えのない範囲で構いませんので、ご記入ください。

（２）店舗の外観等の保護に関する係争事例を教えてください（商標法以外の事例も含む）。具体的には、①事件番号、②審級、③当事者、④判決年月日、⑤法域・関連条文、⑦対象商標（商標法以外（意匠法、不正競争防止法等）の事例の場合は、対象となった店舗外観等）、⑧商標のタイプ、⑨登録番号、⑩判断要旨、⑪結論を、記入してください。
※貴所の業務の経験の中で、訴訟外で解決した事例がございましたら、差し支えのない範囲で構いませんので、ご記入ください。

Ｑ５．店舗の外観等の保護に関する制度改正・見直しの状況

現在、貴国では店舗の外観等の保護に関する制度の導入、改正、見直しについて、検討や議論が行われていますか。現在の状況について、記入してください。

Ｑ６．その他

貴国では、「トレードドレス」について、法文上又は講学上の定義はありますか。定義がない場合には、店舗の外観等を保護する概念として、「トレードドレス」に相当する用語が用いられる状況（文献等）はありますか。

質問は以上でございます。
ご協力ありがとうございます。

海外質問票調査 回答

本資料は、調査対象となった知財庁・法律事務所からの回答を翻訳し取りまとめたものである。回答のなかった項目は、該当する欄に「―」を記載している。

Ｑ１．店舗の外観等の保護に関する規定・ガイドラインについて

（１）貴国の商標法・商標審査に関するガイドライン等において、店舗の外観等に関する商標登録出願について、言及されている部分はありますか。言及されている部分がある場合は、該当部分（条文番号、対象となる章やページ数など）を特定した上で、規定の概要について記載してください。

（２）貴国の商標法・商標審査に関するガイドライン等において、店舗の外観等に関する商標登録出願について、直接言及がなくても、商標のタイプの選択や商標の特定の場面等で、適用され得る規定はありますか（例えば、店舗の外観等を立体商標として出願した場合には、立体商標の規定と、ディスクリプションによる商標の特定の規定が適用されるなど)。そのような規定がある場合は、該当部分（条文番号、対象となる章やページ数など）を特定した上で、規定の概要について記載してください。

国・地域	（１） 店舗の外観等に関して直接言及している規定	（２） 店舗の外観等に適用され得る規定
米国 （法律事務所）	商標法第 45 条（15 U.S.C. § 1127）では、「語，名称，記号若しくは図形又はその結合であり…ある者によって使用され…その者の商品を特定し，それを他人が製造又は販売するものから識別し，また，その商品の出所を表示することにあるもの…」と定めている。	商標審査便覧 808/37 、商標規則 §2.37 には、「標章の説明は，標章が標準文字によるものでない場合は，出願に含めなければならない。標章が標準文字によるものである出願においては，説明を含めることができ，また，商標審査官によって要求される場合は，含めなければならない」と定めている。 商標審査便覧 807.10 には、「標章が立体としての特徴を有する場合は，図面はその標章の単一表現を描かなければならず， かつ，出願人はその標章が立体であることを指摘しなければならない」と定めている。
米国 （知財庁）	「店舗の外観」に関する具体的な規定はないが、米国商標法第 45 条の定義はとても広範囲であるため、立体形状の商品パーケージなどのトレードドレスを保護の対象としている。	商標審査便覧 1202.02 により、トレードドレスの商標出願には、標章の描写または見本、標章の説明、また必要な場合、標章の一部に対する権利不要求(Disclaimer）が求められる。

国・地域	（1） 店舗の外観等に関して直接言及している規定	（2） 店舗の外観等に適用され得る規定
英国 （法律事務所）	無し。	1994 年の英国商標法（TMA'94）には、特に店舗の外観に関連する明示的な規定はない。しかし、原則として店舗の外観が登録要件を満たしていれば商標として保護される。すなわち、TMA'94 第 1 条に基づく商標であり、TMA'94 第 3 条に規定する絶対的拒絶理由の規定に含まれていない商標をいう。 TMA '94 第 1 条の規定 「商標」とは，視覚媒体により表現することができるすべての標識であって，ある事業の商品又はサービスを他の事業の商品又はサービスから識別することができるものをいう。 特に，商標は，語(個人の名称を含む)，図案，文字，数字又は商品若しくはその包装の形状からなることができる。 TMA '94 第 3 条の規定 (1) 次のものは登録されない。 (a) 第 1 条(1)の要件を満たさない標識 (b) 識別性を欠いている商標 (c) 商品若しくはサービスの種類，品質，数量，用途，価格，原産地，生産時期若しくは提供 時期又は商品若しくはサービスのその他の特徴を表すために取引上役立つことができる標識又は表示のみからなる商標 (d) 取引上の通用語において若しくは公正なかつ確立した商慣習において常用されるようになっている標識又は表示のみからなる商標 ただし，商標がその登録出願の日前に使用された結果実質的に識別性を有している場合は，(b)，(c)又は(d)によって登録を拒絶されない。 (2) 標識は，それが次のもののみからなる場合は，商標として登録されない。 (a) 商品自体の性質に由来する形状 (b) 技術的成果を達成するために必要とされる商品の形状， 又は (c) 商品に実質的価値を与える形状 (3) 商標は，次の場合は登録されない。 (a) 公の秩序又は一般に容認された道徳原理に反する場合，又は (b) 公衆を（たとえば，商品又はサービスの内容，品質又は原産地について）欺瞞するような 内容である場合 (4) 商標は，その使用が連合王国において制定法若しくは法規則により又は共同体法の規定により禁止されている場合は，その禁止の範囲において，登録されない。 (5) 商標は，第 4 条（特別に保護される記章）に明記又は言及されているものについては登録されない。 (6) 商標は，不誠実で出願された場合は，その範囲において登録されない。 要約すると、英国で商標登録を取得するためには、店舗の外観は、関連する公衆の目から見て指定する商品・サービスで識別力がなくてはならない（本質的または使用による識別力の獲得によって）、そして TMA'94 第 3 条第 2 項に違反してはならない。TMA'94 第 3 条第 1 項に理由とする異議申立を克服することは、標章が使用による識別力を獲得したことを示すための使用証拠を提出することによって潜在的に可能である。しかし、TMA'94 第 3 条第 2 項に基づいて提起された異議申立は、使用証拠を提出することで克服することはできない。英国商標実務マニュアル（UK Trade Mark Practice Manual）で、形状（商品そのものの表現）と包装の形状についての説明はあるが、店舗の外観についての説明はない。 英国商標を出願する場合、出願商標が単語、文字、数字のみから構成されているか、特定の様式や図形要素の中の文字や数字で構成されているか、図形標章か、立体、色彩、ホログラム、音などのような特異な標章かを指定しなければならない。店舗の外観の標章を出願する場合は、立体形状を指定する必要がある。

国・地域	（1） 店舗の外観等に関して直接言及している規定	（2） 店舗の外観等に適用され得る規定
英国 (知財庁)	無し。	欧州司法裁判所（CJEU）は、アップル社の小売店舗のレイアウトを表示する商標出願に対して以下の判断を示している（C-421/13）； 「商標に関する加盟国の法律を接近させるための 2008 年 10 月 22 日付け欧州議会及び理事会指令（2008/95）の第 2 条、第 3 条は、小売店舗のレイアウト表示が，そのサイズや規模等を示すことなく，デザイン単独で，自身の商品に関連するサービスではあるがそれら商品の販売の提供と一体不可分でないサービスについて，当該標識により登録を求める出願人のサービスと他人の事業のサービスとを区別することができ、当該商標の登録が当該指令の登録拒絶理由によって排除されないことを前提に，商標として登録可能であると解釈しなくてはならない。」 英国知的財産庁（UKIPO）は、CJEU の判断をふまえて店舗の外観に関する商標出願を審査する。
欧州 (法律事務所)	関連する条文はない。	商標に関する欧州指令 2015/2436 の第 3 条には、「EU 商標は，次に掲げることが可能な何らかの記号，特に，個人の名称を含む語又は意匠，文 字，数字，色彩，商品若しくはその包装の形状又は音により構成することができる。(a) 1 企業の商品又はサービスを他の企業のそれらと識別すること，及び(b) 権限を有する当局及び公衆が，その所有者に付与される保護の明確，かつ，正確な主題 を判断することができる態様で EU 商標登録簿(以下「登録簿」という)に表示されること」と定めている。 商標に関する欧州指令 2015/2436 の第 4 条第 1 項には、「次のものは，登録することができない。(…)(b) 識別性を欠く商標（c）商標であって，商品の種類，品質，数量，用途，価格，原産地，生産時期，サービスの 提供時期又は商品又はサービスのその他の特徴を示すために取引上使用することができる記 号又は表示のみによって構成されているもの（…)(e) 次に記載する事項のみを構成要素としている記号(i) 商品そのものの性質から生じる形状又はその他の特徴（ii）技術的成果を得るために必要な，商品の形状又はその他の特徴（iii）商品に本質的価値を与える形状又はその他の特徴」と定めている。
ドイツ (法律事務所)	ドイツ商標法に店舗の外観に関する規定はない。	ドイツ商標法に店舗の外観に関する規定はない。
ドイツ (知財庁)	商標法第 3 条第 1 項 いかなる記号も…商品若しくはその包装その他梱包の形状を含む立体形状を….商標として保護することができる。	商標法第 3 条第 1 項 商標規則第 6 条 a 商標規則第 9 条 「店舗の外観」が商標出願された場合、商標タイプは立体標章で、立体標章の規定が適用される。 商標審査基準 v. 01.08.2018, Part 1 VI 2c, p. 17, 18 商標審査基準の立体標章に関する規定が適用される。
フランス (法律事務所)	フランス知的財産法に「店舗の外観」に関する直接的な規定はない。ただし、知的財産法第 L711-1 条には以下の規定がある； 商標又はサービスマークとは，自然人又は法人の商品及びサービスを識別するのに役立つ，視覚的な表示が可能な標識である。 具体的には，次のものがそのような標識を構成することができる。 (a) あらゆる形態の名称。例えば，語，語の組合せ，姓，地理的名称，筆名，文字，数字，略語 (b) 聴覚的標識。例えば，音，楽句 (c) 形象的標識。例えば，図案，ラベル，印章，織端，浮き彫り，ホログラム，ロゴ，合成 形象。形状，特に製品若しくはその包装の形状又はサービスを特定する形状。色彩の配置，組合せ又は色合い	「店舗の外観」については直接的な規定や告示はないが、「標章の種類」の欄で「立体商標」又は「半図形的商標(semi-figurative trademark)」を指定することができる。

国・地域	（1） 店舗の外観等に関して直接言及している規定	（2） 店舗の外観等に適用され得る規定
オーストラリア （法律事務所）	1995 年商標法 店舗の外観等に関する特定の規定はない。 1995 年商標法 第 17 条 － 「商標」は，ある者が業として取引又は提供する商品又はサービスを，他人が業として取引 又は提供する商品又はサービスから識別するために使用する，又は使用予定の標識である。 第 6 条 － 「標識」は，文字，語，名称，署名，数字，図形，ブランド，標題，ラベル，チケット，包装 の外観，形状，色彩，音若しくは香り又はそれらの結合を含む。	1995 年商標法 第 17 条 「商標」は，ある者が業として取引又は提供する商品又はサービスを，他人が業として取引 又は提供する商品又はサービスから識別するために使用する，又は使用予定の標識である。 1995 年商標法 第 6 条では、標識を，文字，語，名称，署名，数字，図形，ブランド，標題，ラベル，チケット，包装の外観，形状，色彩，音若しくは香り又はそれらの結合を含む、と定義している。また、ここでは「色彩」を標識として明確に定義しているが、以前の法律では色彩は状況によって無効とされていた。この条項で非伝統的標識と共に店舗の外観を扱うことが適切だと考える。 定義は包括的なものであることに注意する必要がある。つまり、この定義は標識とみなされる可能性があるすべてのものを示すものではなく、潜在的に商標として機能するすべてのものを網羅しているわけではない。この定義にない標識であっても、既に商標出願の対象となっているものがある。これらには、動き、ホログラム、味覚、メロディなどが含まれており、店舗の外観も対象になっている。

国・地域	（1） 店舗の外観等に関して直接言及している規定	（2） 店舗の外観等に適用され得る規定
オーストラリア (知財庁)	1995 年商標法には店舗の外観に関する特定の規定がない。 もし、店舗の外観に関する表現が商標法の登録要件に合えば商標登録はできる。 第 17 条－商標とは何か：「商標」は，ある者が業として取引又は提供する商品又はサービスを，他人が業として取引又は提供する商品又はサービスから識別するために使用する，又は使用予定の標識である。 第 6 条：「標識」は「文字，語，名称，署名，数字，図形，ブランド，標題，ラベル，チケット，包装 の外観，形状，色彩，音若しくは香り」と定義されているが、このリストがすべてではない。 「店舗の外観」に関する特定の規定がないが、理論的には色彩、形状、図形またはその組み合わせとして商標出願し、保護される可能性がある。 ・ 商標が視覚的に表示することができることが法律要件。(商標法第 40 条) ・ 商標の適切な審査を行うために、商標表示は商標の性質を明示し、各特長を十分明確に示すものでなければならない。(商標規則 4.3(8)) ・ 登録を求める商標が色彩，匂い，形状，音若しくは包装の外観又はこれらの特徴の組合せである標識を含んでいるか若しくはそれによって構成されている場合は，その商標の登録出願は，その商標についての簡潔かつ正確な説明を含んでいなければならない。(商標規則 4.3(7)) ・ 説明は登録の裏書として記入され、商標の独自性の重要な部分となる。 これが（過去に存在した）店頭の表示である場合、審査段階で当該出願を検討することができる。店頭イメージを含む商標出願がデータベース上で見つかっている。	商標審査マニュアル Part 10 3.2 に、立体形状の商標についての出願方法を記載している。 形状商標または形状を含む商標の表現は、可能な限り商標のすべての特徴を明確に示す透視図と等角図の形態でなければならない。(商標規則 4.3(3)(a)) 商標を構成するとして権利請求する部分は実線で示し、権利請求しない部分は破線で示す。 商標の登録出願は，その商標についての簡潔かつ正確な説明を含んでいなければならない。(商標規則 4.3(7))。 この説明は、登録のための裏書として記入され権利範囲を定義するもので、表示と説明の間に矛盾があってはならない。ほとんどの場合、商標の特徴は表示から明確に分かるはずのもので、その説明は商標として権利主張するものを明確にするのに役立つ。 一般的に、非伝統的な標識とは、形状、音、香り、包装の外観、色彩、動き、ホログラム、味覚および感触などの標章を指す。 これらの種類の標識には、商標としての権利範囲を明確にするための説明が必要で、出願申請書に商標の説明を記載するべきである。もし出願申請書に説明がなければ、説明が求められことになる。 説明と図形表示との間に矛盾がなく、その関係を詳しく説明すべきである。例えば説明中に表示との相互参照を含めるなど、標章を形成する説明と表示の組み合わせとなる。これらはともに、権利範囲を明確にするために十分な明瞭さを提供する必要があり、それにより適切な審査を行うことができる。 「この標章は、出願書類に添付した標章見本に示した BOARDRIDERS という文字を特徴とする BOARDRIDERS 店の窓の表現からなっている」、というような説明が求められる。 また、商標の表示と説明については、 商標審査マニュアル（IP Australia Trade Marks Office Manual of Practice and Procedure） Part 21.3 を参照。 一般的に、商標出願は商標法第 27 条第 2 項(a)に従って作成されなければならない。 - 商標規則 4.2 は、商標出願に際し、その商標を特定するのに十分な表示が出願書類に含まなければならないことを示している。 - 商標規則 4.3 は、立体商標（形状商標）を含む商標出願に関連する規定。 (a) 実行可能な場合は，その商標の各特徴を示す透視図で図示しなければならない (b) その他の場合は，出願におけるその商標の表示は，その商標の各特徴を示すために必要な複数の図を含んでいなければならない。 (4) 登録官が，商標規則 4.3(3)(a)又は(b)が適用される商標の図がその商標の全ての特徴についての適切な審査を行うのに十分でないと合理的に信じる時は，登録官は，書面通知をもって、出願人に対し，その商標についての適切な審査を行うのに十分な程度にその特徴を示している商標の追加の図（最多 6 枚）を提出するよう要求することができる。

国・地域	（1） 店舗の外観等に関して直接言及している規定	（2） 店舗の外観等に適用され得る規定
中国 （法律事務所）	中国の商標法および商標審査及び審理基準に「店舗の外観」に関する直接的な規定はない。	商標法第 8 条 第 8 条： 自然人，法人又はその他の組織の商品又はサービスを他の者の商品又はサービスと区別することができる如何なる視覚標識も，商標として登録することができ，その標識には，語， 図形，アルファベット文字，数字，三次元標識，色彩の組合せ，及びこれらの要素の組合せが含まれる。 商標法第 11 条 第 11 条： 次に掲げる標識を商標として登録してはならない。 (1) 当該商品の普通に用いられる名称，意匠，ひな形のみからなるもの (2) 商品の品質，主要原料，機能，用途，重量，数量及びその他の特徴を直接に表示したもの (3) 顕著な特徴に欠けるもの 前段落に掲げる標識は，使用により顕著な特徴を取得し，容易に識別可能となった場合は， 商標として登録することができる。 商標法第 12 条 第 12 条： 三次元標識で商標登録を出願する時は，商品自体の性質により生じた形状，技術的効果を獲得するために必要な商品形状又は商品に実質的な価値を具備させる形状で登録してはならない。
韓国 （法律事務所）	商標審査基準 第 8 部(非定型商標に対する審査) 第 1 章(立体商標) 1. 立体商標の概念 1.2 部分 商標審査基準の立体商標の概念説示部分で、「立体商標は商品の総体的外観を意味するトレードドレス(Trade Dress)に対応する概念である。トレードドレスは全体的なイメージを意味するので商品自体の形状、サービス提供場所のエクステリア・インテリア、サービス提供者のユニフォーム等の形状、色彩などがいずれも含まれるとみることができる」と記載されている。 商標法では店舗の外観などに関する商標出願について言及された部分はないものの、商標法第 2 条第 1 項第 2 号で「「標章」とは、記号、文字、図形、音、匂い、立体的形状、ホログラム・動作又は色彩等であって、その構成又は表現方式に関係なく、商品の出所を示すために使用するすべての表示をいう。」と定義しているため、出所表示として認識されるならば店舗の外観も商標の対象になることができると解釈される。	商標審査基準 第 8 部(非定型商標に対する審査) 第 1 章(立体商標) 1. 立体商標の概念 1.2 部分 商標審査基準の立体商標の概念において、立体商標はトレードドレスに対応する概念であるとしつつ、トレードドレスにサービス提供場所のエクステリア、インテリアが含まれるとみることができると説示している点で、店舗の外観などは商標のタイプ選択時に立体商標に該当すると判断され、立体商標関連規定/審査基準が適用されるものとみられる。

国・地域	（1） 店舗の外観等に関して直接言及している規定	（2） 店舗の外観等に適用され得る規定
台湾 （法律事務所）	台湾現行商標法は商標とする態様に対し開放式な規定を採用しているため、商標法による店舗外観等の保護が可能であり、実務上「Build-A-Bear Workshop 店舗の外観」、「7-11、FamilyMart 等コンビニの外観」、「台湾石油のガソリンスタンドの外觀」、並びに「鼎泰豊（ディンタイフォンの入り口に置いてあるマスコットの小籠包キャラクター」、「台北 101 ビルの建物外観」等のようなものは立体商標として登録を受けた実例が多くあり、つまり店舗の外観等には商標とする先天的な識別性を備えることになれば、又は広く使用による後天的な識別性（セカンドミーニング）を取得すれば、商標法の保護客体となり得ることであります。その関連法規や審査基準は下記の通りとなります。 《商標法》第 18 条： 商標とは、識別性を具えた標識で、文字や図形、記号、色彩、立体形状、動態、ホログラム、音など、又はその結合によって構成するものをいう。 《非伝統的商標に関する審査基準》3.1 立体商標の定義： 立体商標とは、三次元空間で長さ、幅、高さによって形成される立体的形状を有し、関連する消費者に異なる商品又は役務の出所を区別させられる標識を指す。立体商標として出願可能な態様には以下のようなものが含まれる： (1)　商品自体の形状。 (2)　商品の包装容器の形状。 (3)　立体的形状の標識（商品又は商品包装容器以外の立体的形状）。 (4)　役務場所の装飾デザイン 《非伝統的商標に関する審査基準》3.2.3 立体商標の識別性 (3) 立体的形状の標識（商品又は商品の包装容器以外の商品又は役務の提供と密接な関連を有する立体的形状） 商品又は商品の包装容器以外の立体的形状の標識とは、商品又は商品の包装容器と関連しない立体的形状のデザインのことを指す。これらの立体的形状は商品又は役務の提供と密接な関連を有するもの、例えばベンツのフロントに付けられた「 」標識又はマクドナルドの入り口に置いてあるマスコットのドナルド・マクドナルド、ディンタイフォンの店先に置いてある小籠包型のマスコットキャラクターの場合は、その識別性の判断基準は原則として平面商標と同じく、消費者に商品又は役務の出所を識別させるに足るものであれば、識別性を有するものとする。立体的形状は商品又は役務の提供と密接な関連性を有しないもの、例えば商品又は役務の販売促進だけに用いられる立体の人形又はフィギュアはそのデザインが多種多様で、新商品を次々と発表することはよくあるので、指定商品又は役務の属性によって、消費者は通常、それを出所の識別標識としないので、後天的識別性の獲得を証明した後はじめて登録を受けることができる。 (4) 役務場所の装飾デザイン 役務場所の装飾デザインとは、営業場所の全体的な外観装飾であり、その識別性の判断基準は商品の包装容器の形状と同じである。新奇性のない平凡な装飾デザインを以って登録出願する場合、識別性を有さず登録を受けることはできない。	立体商標の以外に、色彩商標や位置商標等の非伝統商標による営業場所の装飾デザイン（例えば：7-11、Family Mart 等コンビニの店舗看板等）や役務提供器具（航空輸送業の航空機）の外観を保護する実例もあるので、それら商標の識別性の認定は《非伝統的商標に関する審査基準》の「4.色彩商標」と「10.その他の非伝統的商標」により判断することになるが、後天的識別性の証拠方法と認定は一般の平面商標に相違なく、台湾国内の関係消費者の認知程度を根拠にし、《商標識別性に関する審査基準》の「5.証拠の方法と認定」に基づいて審査を行うことになります。

国・地域	（1） 店舗の外観等に関して直接言及している規定	（2） 店舗の外観等に適用され得る規定
台湾 (知財庁)	TIPO 公告が公表している「非伝統的商標審査基準」3.2.3(4)は、「役務場所のインテリア設計」について特に言及している：役務場所のインテリア設計とは、営業場所の全体的な外観と装飾のことである。その識別性の判断基準は商品の包装容器の形状と同じである。平凡で新奇性やスタイルのないインテリア設計の出願は、通常消費者に装飾的性質の印象を与えるのみであり、登録することはできず、(商 29Ⅰ③)後天的識別性を取得済みであることを証明して初めて登録することができる（商 29Ⅱ)。ただし役務場所の外観又はインテリア設計が独特で、強く印象を人に与え、且つ出願時にすでに特定商業の出所と結び付けられ商品又は役務の出所を指示する機能を有する時には、商標の識別性を有する。	我が国においては、店舗の外観は立体商標として出願することができ、立体商標に関する規定が適用される。立体商標の定義、商標図案、商標描写、識別性、機能性の審査については、ＴＩＰＯ商標法施行規則第 15 条及び「非伝統的商標審査基準」3.「立体商標」の規定を参照。
シンガポール (法律事務所)	シンガポールの商標法および審査ガイドラインには、店舗のレイアウトや外観を保護する規定はない。	商標規則 15 商標の登録出願は，様式 TM4(この部では願書様式という)により行い，かつ，標章の特徴を示す明確な表示を含んでいなければならない。 様式 TM 4 (at: https://www.ipos.gov.sg/docs/default-source/resources-library/trade-marks/trade-mark-forms/form-tm4---otca3831877c2d0635fa1cdff0000abd271.pdf) TM4 は、商標出願のために使用される様式。 様式 TM4 の第 2 部および第 4 部は、出願人に出願する商標タイプの明確に提供するように要求しているが、店舗の外観や店舗レイアウトになんして特に規定していない。 様式 TM 4 作成のためのガイドライン (at: https://www.ipos.gov.sg/docs/default-source/resources-library/trade-marks/infopacks/form-tm4-user-guide.pdf?sfvrsn=0) 様式 TM 4 作成のためのガイドライン： 商標の表記 商標は視覚的表現（Graphical. Representation）でなくてはならず、また他人の商品・役務と区別できなければならない。視覚的表現とは、文字、イメージ、線、数字や符号による表現を意味する。視覚的に表現されていない商標は登録することができない。出願された商標には、保護を求める正確な標章が表示されなければならない。登録された場合、商標に付与された保護は、提出された出願書類にある表現となる。 図形の説明（図形要素がある場合） 商標が写真、グラフィックス、イメージなどの図形要素から構成されていたり、イメージなどの図形要素を含んでいる、またはそれらから構成されている場合、図形的要素がどのようなものであるかを示すためのもの。
ロシア (法律事務所)	N/A	民法第 VI 法典；出願書類の作成、出願、審査に関する規則；商標審査マニュアルを参照。

国・地域	（1） 店舗の外観等に関して直接言及している規定	（2） 店舗の外観等に適用され得る規定
スウェーデン (法律事務所)	スウェーデン商標法には「店舗の外観」やトレードドレスの定義に関する法的な定義付けはない。また「店舗の外観」やトレードドレスの保護に関する公式のガイドライン/マニュアルもない。	一般的な登録要件を満たす標章は商標として登録することができる。従って、個人名、デザイン、文字、数字、商品の形状やその包装を含むもので言葉や視覚的に表現できる標識から成る標章であって、その標識が他の事業者の商品・サービスと区別することができれば、商標として登録することができる。そのため、店舗の外観が、登録要件にある識別力のある特徴を有していれば、2 次元または 3 次元の商標として登録することができる。 スウェーデンでは、トレードドレスに関する登録要件が高く設定されている。つまり、トレードドレスを登録するためには事業の関連分野の規範や習慣から大きく異なるものでなければならない。スウェーデンにおいてトレードドレスに識別力があるかどうかの評価は厳しく、スウェーデン特許登録庁の審査実務で商標法に基づくトレードドレスの保護は殆ど認められていない。この厳しい審査の結果として、保護はインテリア/エクステリア全体ではなくインテリア/エクステリアの一部で求められることが一般的である。 スウェーデン商標法第 1 章第 4 条 商標は，視覚的に表示することができる標識，特に個人名，図形要素，文字，数字を含む語句及び商品又はその包装の形状で構成することができる。ただし，標識が識別性を有することを条件とする。 スウェーデン商標法第 1 章第 5 条 取引上の表象は，ある事業活動の商品又はサービスを他のそれらから識別することができることを条件として識別性があるとみなされる。
スペイン (法律事務所)	スペイン商標法（17/2001）は、トレードドレスを識別力のある標識とみなしておらず、法文にも「店舗の外観」や「トレードドレス」に関する規定は含まれていないが、スペイン商標法では、これらの標章は図形または立体商標として分類されている。	スペイン商標法では、これらの標章は図形または立体商標として分類されているが、店舗の外観に関する必要条件を定める特定の規定や基準はない。
フィリピン (法律事務所)	フィリピンの知的財産法、商標実施細則（IRR）、商標審査ガイドラインに「店舗の外観」に関するには規定はない。	知的財産法（IP 法）第 121 条に商標の定義が規定されている。「標章」とは，企業の商品(商標)又はサービスービス(サービスマーク)を識別することができる可視標識をいい，刻印又は押印した商品の容器を含む。 同様に、商標の登録に関する IP 法の第 123 項が適用される。従って、商標審査官は、本質的な登録可能性及び相対的な理由（混同するほどの類似又は同一の商標の存在）に基づいて出願を評価する。審査官が登録しようとする商標に関して問題がないと判断した場合は当該商標を公告し、これに対して異議がない場合には、最終的に登録する。異議があった場合、審査官は、対象の商標出願に異議が申し立てられている旨を記載したオフィスアクションを発する。 Fun Ranch MegaDevelopment、Inc.の「建築物のファザード（Façade of a Building)」商標出願が、「店舗の外観」の保護に類似するかもしれない。子供のための娯楽施設に使用するための建築物のファザードの商標出願に関する事件で、知的財産局の長官室は、Fun Ranch の「建築物のファザード」商標は、商品やサービスを識別できないため商標として機能しないという理由で登録を拒絶した。 重要なのは、登録可能な商標は企業の商品やサービスを識別するための視覚標識でなければならないということだ。Fun Ranch の商標審査では、子供のための娯楽施設（総合的な遊び場、レストランサービス、飲食の提供サービス、一時宿泊施設）で使用する独特の「建築物のファザード」としての識別力が欠如しているとみなされた。建築物のファサードの表現は、Fun Ranch の事業の商標としては機能せず、登録要件をみなす識別力もない。したがって、Fun Ranch の事件は、商標が出所表示であることの重要性を確立した。その結果、商標として機能しないという Fun Ranch の「建築物のファサード」商標は登録を拒絶された。

国・地域	（1） 店舗の外観等に関して直接言及している規定	（2） 店舗の外観等に適用され得る規定
メキシコ （法律事務所）	メキシコ産業財産権法（MIPL）第 89 条 VII で、商標を構成できるものとして、サイズ、デザイン、色彩、形状のレイアウト、ラベル、包装、装飾又は市場における商品・役務を区別する他の要素との組み合わせを含め、複数の効果的要素（operative elements）およびイメージ要素を定義している。	MIPL 第 89 条 II では、「立体形状は商標を構成する」と明記され商標の種類を追加し立体形状の保護を規定している。この規定の下、MIPL によって店舗の外観は全体及びそこに含まれる個別の立体形状を商標として保護することが可能になった。

（3）貴国では、商標法以外で、店舗の外観等を保護しうる法律（例えば、意匠法、著作権法、不正競争防止法など）はありますか。ある場合は、法律名と条文番号等を明記した上で、保護の概要についても記載してください。

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
米国 （法律事務所）	―	―	各州には、「店舗の外観」を保護する根拠になりうる不正競争法やパッシングオフ（詐欺通用）などの法律がある。	―
米国 （知財庁）	「店舗の外観」が法的証明力を有し、法的要件を満たしている限り保護される。	「店舗の外観」が法的証明力を有し、法的要件を満たしている限り保護される。	―	「店舗の外観」が法的証明力を有し、法的要件を満たしている限り商標法で保護される。
欧州 （法律事務所）	意匠保護に関する EU 指令 98/71/EC の第 1 条 本指令の目的 (a)「意匠」とは,製品自体及び／又はその装飾の特徴,とりわけ線,輪郭,色彩,形状,織り方及び／又は素材に由来する製品の全部若しくは一部の外観をいう。 意匠保護に関する EU 指令 98/71/EC の第 3 条第 2 項 意匠は,新規性と個性的特徴を有する範囲で,意匠権によって保護される。 意匠保護に関する EU 指令 98/71/EC の第 7 条 (1) 専ら技術的機能によってのみ律せられる製品の外観的特徴には意匠権は存在しない。 (2) 何れか一方の製品の機能を発揮させるには,意匠が組み込まれ又は施された製品を別の製品に機械的に連結し,又は当該別の製品の中かその周囲若しくはこれに接触させて当該製品を設置する必要がある場合であって,そのような連結又は設置を可能にするためには,当該製品の外観的特徴の形状と寸法を正確に再現しなければならない時は,当該製品の外観的特徴に意匠権は存在しない。 (3) (2)の規定にも拘らず,モジュールシステム内の複数の組立又は相互に組替え可能な複数の連結を可能にする目的を果たしている意匠にあっては,第 4 条及び第 5 条に掲げる条件に基づき意匠権が発生する。	意匠保護に関する EU 指令 98/71/EC の第 1 条には、「本指令の目的(a)意匠とは,製品自体及び／又はその装飾の特徴,とりわけ線,輪郭,色彩,形状,織り方及び／又は素材に由来する製品の全部若しくは一部の外観をいう」と定めている。 同指令第 3 条第 2 項には、「意匠は,新規性と個性的特徴を有する範囲で,意匠権によって保護される」と定めている。 同法第 7 条には、「(1) 専ら技術的機能によってのみ律せられる製品の外観的特徴には意匠権は存在しない。(2) 何れか一方の製品の機能を発揮させるには,意匠が組み込まれ又は施された製品を別の製品に機械的に連結し,又は当該別の製品の中かその周囲若しくはこれに接触させて当該製品を設置する必要がある場合であって,そのような連結又は設置を可能にするためには,当該製品の外観的特徴の形状と寸法を正確に再現しなければならない時は,当該製品の外観的特徴に意匠権は存在しない。(3) (2)の規定にも拘らず,モジュールシステム内の複数の組立又は相互に組替え可能な複数の連結を可能にする目的を果たしている意匠にあっては,第 4 条及び第 5 条に掲げる条件に基づき意匠権が発生する」と定めている。	―	―

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
英国 （法律事務所）	1949 年登録意匠法第 1 条 2 項に「意匠」の定義を「製品全体又はその一部の外観であって，特に，その製品の線，輪郭，色彩，形状，織り方若しくは素材又は装飾の特徴に起因するもの」と定めており、また、同法第 1 条 3 項に「製品」の定義を「コンピュータ・プログラム以外の工業的又は手工芸的品目のすべてを意味し，特に，包装，外装，図示された記号，印刷用の活字書体及び複合製品を組み立てるための部品を含む」と定めている。 実質的な審査例はないが、店舗の外観について英国意匠登録を得られる可能性は高い。しかし、裁判所がその有効性と権利範囲を判示するまでは、意匠の有効性や権利行使の可能性は必ずしも明らかにはならない。 原則として、店舗の外観の有効な意匠保護を受けることは可能であり、潜在的に「外装（get-up）」を構成し、意匠の定義の範囲内に入る可能性がある。店舗の外観は新しいものであり、同法第 1B 条の規定に従って独創性を持つ必要がある。	1988 年著作権、意匠、特許法の第 1 条第 1 項に「著作権」の定義をとりわけ文芸、演劇、音楽又は美術の原著作物の著作物に存続する財産権であると定めている。 同法第 4 条第 1 項に「美術の著作物」の定義を「建築物又は建築物のためのひな形である建築の著作物」（同法第 4 条第 1 項 b）を含むと定めており、同法第 4 条第 2 項では、「建築物」に「いずれの固定された構造物及び建築物又は固定された構造物の一部分」が含まれていることを示している。 店舗の外観が「固定された構造物」または「建築物又は固定された構造物の一部分」で構成され、「独創性」の要件を満たしていれば、著作権保護を受けられる。店舗の外観のグラフィック表現を含むいかなるデザイン文書にも著作権があり、著作権は立体形状の店舗の外観を複製することによって侵害される可能性がある。	パッシングオフ（詐称通用）により、コモンローの下でパッシングオフの不法行為から店舗の外観を保護することは潜在的に可能と思われる。 パッシングオフの法律は、虚偽記載に起因する損害から取引で得られたグッドウィルを守るコモンローの訴訟原因となる。パッシングオフで店舗の外観を保護するためには、請求人はビジネスでの使用の結果として店舗の外観に保護可能なグッドウィルがあることを証明する必要がある。 次に、第三者による当該店舗の外観の使用により、第三者と請求人が何らかの形で関連していると消費者が信じることを示す証拠が必要で、その虚偽の表現によりグッドウィルに損害を与える虞があることを立証する必要がある。例えば、売上の喪失または請求人の評判を損なうなどがある。パッシングオフの法律はコモンローの訴訟原因となるため、制定法ではなく判例法で定義される。パッシングオフは判例法の多くを占めている。	—

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
英国 (知財庁)	1949 年意匠法第一条には、「(1) 意匠は，本法の以下に続く規定に従うことを条件として，登録出願をすることにより，本法に基づく登録を受けることができる。 (2) 本法において，「意匠」は，製品全体又はその一部の外観であって，特に，その製品の線，輪郭，色彩，形状，織り方若しくは素材又は装飾の特徴に起因するものを意味する。 (3) 本法において，「複合製品」は，少なくとも 2 以上の取り替えることができ，当該製品の分解及び再組立を 可能にする部品によって構成されている製品を意味する。また「製品」は，コンピュータ・プログラム以外の工業的又は手工芸的品目のすべてを意味し，特に，包装，外装，図示された記号，印刷用の活字書体及び複合製品を組み立てるための部品を含む」と定めている。 店舗のインテリアやガソリンスタンドの外観の例は、「外装（get up)」の下で保護される。ロカルノ分類では、このような出願は 32 類に分類される。 第 32 類：グラフィックシンボル及びロゴ、表面のパターン、装飾 104561：外装（get up）：部屋のインテリアの配置 104613：外装（get up）：列車のインテリアの配置 104836：外装（get up）：船舶のインテリアの配置	—	—	—

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
ドイツ （法律事務所）	意匠法第 1 条第 1 項、第 2 項により、家具、ランプ、照明設備などのインテリアデザインの要素を保護することができるが、店舗デザイン全体は保護されない。 本法における用語は次ように定義されている。1. 意匠とは，物品の全部又は一部の平面的又は立体的な外見であって，特に，物品自体又は その装飾の線，輪郭，色彩，形状，生地又は原料から成るもののことである； 2. 物品とは，工業又は手工業によるあらゆる有体物のことであり，包装，外装，図形記号，印刷用活字書体及び複合物品に組み立てるための個々の部品を含むが，コンピュータ・プログラムは除外する。 店舗デザイン全体は、「工業的又は手工業的物品」に分類されない。	著作権及び著作隣接権に関する法律（著作権法）第 2 条第 1 項第 4 号には、「保護を受ける著作物　(1) 保護を受ける文学、学術、及び美術の著作物には、とりわけ、次に掲げるものが属する。… 4. 造形美術の著作物　建築及び応用美術の著作物並びにそれらの著作物の下図を含む。」と定めている。 家具、ランプ、照明設備などの要素を保護することができるが、店舗デザイン全体も保護することができる。店舗デザインを作成したインテリアデザイナーは著作権者となる。店舗の所有者が著作権を行使するには専用実施権が必要。	不正競争防止法第 8 条第 1 項には、「3 条又は 7 条により許されない取引行為を行った者に対し、除去（妨害排除）請求及び、反復の危険がある場合には差止請求をすることができる。差止請求権は、3 条ないし又は 7 条違反のおそれがある場合にも同様に発生する。」と定めている。 第 4 条第 3 項(a),(b)には、「以下の場合、不正な行為となる(...) 3.　競業者の商品やサービスの複製となる商品やサービスを提供する場合で； a)　商業的出所に関して消費者に対する詐欺行為を引き起こす b)　複製された商品やサービスの評価を不当に利用したり、害したりする 前提条件とは、保護されるべき成果物が競争力のある独創性を持つ；競業者が不正に保護された成果物を模倣する；保護された成果物の所有者の利益が最終的な評価で優先される。 各要素も店舗デザイン全体も保護される。	商標法第 5 条第 2 項には、「会社の標識とは，名称，会社名又は事業又は企業の特別な表示として取引上使用される 記号をいう。ある営業を他のものから識別することを意図された営業の標識及びその他の記号であって，関係取引業界において事業の標識とみなされているものは，事業の特別な表示 に該当するものとする」と定めている。 店舗デザインは取引上の表示として保護される。
ドイツ （知財庁）	—	—	—	管轄外
フランス （法律事務所）	知的財産法第L511-1条Code (Order No. 2001-670 of 25 July 2001 art. 1 Official Journal of 28 July 2001)には； 「製品の全体又は部分の外観であって，特にその製品の線，輪郭，色彩，形状，織り方又は材 質の特徴に由来するものは，意匠又はひな形としての保護の適格性を有する。そのような特徴は，製品自体の特徴，又はその装飾の特徴とすることができる。工業製品又は手工芸品は何れも製品とみなされ，それには特に複合製品に組み込まれる予定の部品，包装，外装，図形記号及び印刷書体が含まれるが，コンピュータ・プログラムは除かれる」 「店舗の外観」は製品ではないため、意匠出願にはならない。	知的財産法第 L112-2 条には、「次の各号に掲げるものは、特にこの法典にいう精神の著作物と考えられる。…(7) 素描、絵画、建築、彫刻、版画及び石版画の著作物 ドゥエーの控訴裁判所は、2017 年 3 月 16 日の判決で「著作者権によって付与される保護は、インテリア・レイアウトを含む、例えば店舗チェーンの色調やレイアウト」などである。 ただし、著作権保護を付与するためには、店舗の外観が個性的で独創的な特徴を有し、クリエイターの個人識別スタンプを有する必要がある。保護のための手続きは必要なく作成日が権利付与日となる。	フランス民法典第 1240 条には； 「他人に対して害を与えるいかなる人の行為はその損害の補償義務を負う」としており、「店舗の外観」の模倣はこの規定の範囲に含まれる可能性がある。	—

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
オーストラリア （法律事務所）	—	—	—	2010 年豪州消費者法第 18 条、第 29 条（連邦競争法の第 2 条）（"ACL"） 第 18 条　人は、貿易/商取引において、誤解を招くような行為、欺瞞的な行為をしてはならない。 第 18 条は一般且つ/特定可能な公衆に向けた行為に限定されない。 この行為は、その証拠を提出した人の顧客/見込み客ではない一人の人物に対してのみ行われた証拠によるものでもよい。 1995 年商標法 第 120 条 第 120 条第 1 項　何人も，ある登録商標と実質的に同一であるか又は欺瞞的に類似する標識を，その商標の登録に係わる商品又はサービスに関して商標として使用した場合は，当該登録商標を侵害する。
オーストラリア （知財庁）	—	—	人の商品やサービス表示を他人から保護するためのパッシングオフ（詐欺通用）の不正行為に関するコモンローがあるが、これには商標名やロゴだけに限定されず、トレードドレス／店舗の外観も含めることができる。	オーストラリア消費者法（特に第 18 条）は、企業による誤解を招く行為や虚偽行為を防止する。
中国 （法律事務所）	—	著作権法実施条例第 4 条 第 4 条 著作権法及び本条例において、次に掲げる著作物の定義は以下の通り。 ：…(8) 美術著作物とは、絵画、書道、彫塑などの線、色彩又はその他の方法で構成される審美的 意義を有する平面的又は立体的な造形芸術著作物をいう。	不正競争防止法第 6 条 第 6 条 事業者は、次の各号に掲げる混同行 為を行い、他社の商品か、他人と特定の関係があるものと誤認させてはならない。 … (2) 無断で周知商品に特有の名称、包装もしく は装飾を使用したり、周知商品と類似する名称、包装もしくは装飾を使用して、他人の周知商品との混同をもたらし、もって購入者を して当該周知商品であると誤認させる。 不正競争の訴訟における法の適用に関するいくつかの問題点についての最高人民法院の解釈の第 3 条 第 3 条： 事業所の装飾、業務用機器の様式、営業スタッフの衣服からなる独特なスタイルの全体的な事業イメージは、不正競争防止法で規定されている「装飾」とみなすことができる 。	専利法第 2 条 第 2 条： 本法でいう発明創造とは発明、実用新案、意匠を指す。……意匠とは、製品の形状、図案又はその結合及び色彩と形状、図案の結合に対して行われ、優れた外観を備え、かつ工業への応用に適した新たな設計を指す。
韓国 （法律事務所）	—	第 2 条(定義) 15.「応用美術の著作物」とは、物品に同一の形状で複製されることができる美術の著作物であって、その利用された物品と区分されて独自性を認めることができるものをいい、デザイン等を含む。	不正競争防止法第 2 条第 1 号ロ目 2018 年 7 月 18 日に施行された改正不正競争防止法第 2 条第 1 号ロ目(営業主体混同行為)およびハ目(希釈化行為)の適用対象である「標識」に「商品販売・サービス提供方法または看板・外	—

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
		店舗の室内外デザインは応用美術著作物に該当し、機能的要素以外の要素を備えて全体的な外観に創作性が認められる場合は保護対象になると説示した判例あり(ソウル中央地方法院 2006 ガ合 14405 判決)。	観・室内装飾など営業提供場所の全体的な外観を含む」と規定し、トレードドレスを不正競争防止法上の保護対象であることを明文化した。改正法以前には下の 3 番で紹介する不正競争防止法 2 条 1 号ル目(旧ヌ目)により店舗の内部/外部デザインをトレードドレスとして保護する判例が存在した。 第 2 条(定義)この法律で使用する用語の意味は、次の通りである。 1.「不正競争行為」とは、次の各目のいずれかに該当する行為をいう。 ロ. 国内に広く認識されている他人の氏名、商号、標章、その他の他人の営業であることを表示する標識(商品販売・サービス提供方法または看板・外観・室内装飾など営業提供場所の全体的な外観を含む)と同一又は類似のものを使用して、他人の営業上の施設又は活動と混同を生じさせる行為 同条項によって店舗の外観などが保護されるためには店舗の外観等の周知著名性および混同可能性に対する立証がなければならない。 不正競争防止法 2 条第 1 号ハ目 第 2 条(定義)この法律で使用する用語の意味は、次の通りである。 1.「不正競争行為」とは、次の各目のいずれかに該当する行為をいう。 ハ. イ目又はロ目の混同を生じさせる行為のほか、非商業的使用等大統領令で定める正当な事由がないのに、国内に広く認識されている他人の氏名、商号、商標、商品の容器・包装、その他の他人の商品若しくは営業であることを表示した標識(他人の営業であることを表示する標識については、商品販売・サービス提供方法または看板・外観・室内装飾など営業提供場所の全体的な外観を含む)と同一若しくは類似のものを使用し、又はこのようなものを使用した商品を販売・頒布若しくは輸入・輸出して、他人の標識の識別力又は名声を害する行為 同条項によって店舗の外観などが保護されるためには、店舗の外観等の周知著	

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
			名性の立証がなければならない。 不正競争防止法第 2 条第 1 号ル目(旧ヌ目) 第 2 条(定義)この法律で使用する用語の意味は、次の通りである。 1.「不正競争行為」とは、次の各目のいずれかに該当する行為をいう。 ル．その他他人の相当な投資又は労力により作成された成果等を公正な商取引慣行又は競争秩序に反する方法により自身の営業のために無断で使用することにより、他人の経済的利益を侵害する行為 店舗の外観などのトレードドレスが相当な投資および労力による成果物と認められれば、同条項による保護が可能(回答フォーマット Q4 で紹介)。	
台湾 (法律事務所)	—	《著作権法》第 3 条第 1 項第 5 号 この法律における用語は次のとおり定義する。 五．複製：印刷、複写、録音、録画、撮影、筆記その他の方法により直接、間接、永久又は一時的に再製することをいい、脚本、音楽の著作物その他これに類する著作物の実演、放送を録音し、又は録画すること、また建築に関する設計図若しくは模型に従って建築物を完成することもこれに属す。 《著作権法》第 5 条第 1 項 この法律にいう著作物を例示すると、次の通りである。 一．言語の著作物 二．音楽の著作物 三．演劇、舞踊の著作物 四．美術の著作物 五．撮影の著作物 六．図形の著作物 七．映画の著作物 八．録音の著作物 九．建築の著作物 十．コンピュータプログラムの著作物 《著作権法》第 58 条 街道、公園、建築物の外壁その他公衆に開放する屋外の場所において、長期的に展示される美術の著作物若しくは建築の著作物は次の各号の場合を除き、如何なる方法をもってこれを利用することができる。 一．建築の方法により建築物を複製する。 二．彫刻の方法により彫刻	《公平交易法》第 22 条（模倣） 事業者は自己の供給する商品または役務について、下記の各号のいずれかに該当する行為をしてはならない。 一．他人の著名な氏名、商号、会社の名称もしくは商標、商品の容器、包装、外観、その他商品を表徴する標識を自分の提供する同一または類似の商品において、同一または類似的に使用することにより、他人の商品と混同を生ずること、または当該標識が付いた商品を販売し、運送し、輸出し若しくは輸入すること。 二．著名な氏名、商号、会社の名称、標章、その他他人の営業または役務を表徴する標識を、同一または類似の役務において、同一または類似的に使用することにより、他人の営業、役務または活動と混同を生ずること。 前項の氏名、商号、会社の名称もしくは商標、商品の容器、包装、外観、その他他人の商品を表徴する標識で、法律の規定により商標権を登録したものは、これを適用しない。 第一項の規定にかかわらず、以下の各号のいずれかに該当する場合には、これを適用しない。 一．商品または役務の慣用名称、同種商品または役務の取引に係るその他標識を通常の方法により使用し、または当該名称若しくは標	《専利法》第 104 条 実用新案とは、自然法則を利用した技術思想で、物品の形状、構造又は組み合わせに関する創作をいう。 《専利法》第 121 条 設計とは物品の全部または一部の形状、模様若しくは色彩又はこれらの結合であって、視覚を通じて訴求する創作を指す。 物品に応用するコンピュータ画像及びグラフィックユーザーインターフェースは、本法により設計専利（意匠）の登録を受けることができる。

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
		物を複製する。 三．本条が規定する場所に長期的展示を目的とする複製。 四．専ら美術著作物の複製物の販売を目的とする複製。	識が付いた商品若しくは役務を販売し、運送し、輸出若しくは輸入すること。 二．自己の氏名を善意で使用し、または当該氏名が付いた商品もしくは役務を販売、運送、輸出または輸入すること。 三．第一項第一号または第二号に規定する標識が著名になる前に、同一または類似の標識を善意で使用し、または当該標識を善意の使用者からその営業の譲受けとともに当該標識を譲り受けて使用し、または当該標識が付いた商品若しくは役務を販売、運送、輸出もしくは輸入すること。 事業者は他の事業者の前項第二号または第三号の規定による行為により、その商品または役務の供給源につき誤認混同を生じるおそれがある場合には、当該他事業者に対し、適切な区別表示を付すよう請求することができる。但し、当該他の事業者が当該商品の運送のみを行うときは、この限りでない。	
台湾 (知財庁)	専利法第 129 条第 3 項には、意匠として登録するデザインは、産業上利用することができ、物品に応用する外観デザインである。物品から離れる単独のデザインは意匠にならないと定めている。動産組物デザインであるか不動産建築物であるかにもかかわらず、物品に応用する店舗の外観は、意匠の保護対象である。動産組物デザインとは、同一種類に属する 2 つ以上の物品であって、慣習上組物全体として販売又は使用されるものであり、意匠として出願することができる。同一種類とは、国際工業設計分類表に準拠する同一分類(classes)に属する物品を指す（専利審査基準第 3 篇第 10 章組物デザイン）例としては、専利申請番号 TW105303235、証書番号 D18200、アップル株式会社 APPLE INC.の部屋の部分意匠である。	建築物は「独創性」(他人の著作物を盗用していない)及び「創作性」(創作が一定程度の高度のものである)があれば、著作権法第 5 条第 1 項第 9 款保護の「建築著作」に該当する。著作者は創作完成時から著作権を有する。たとえば、台北 101 ビルは著作権法第 3 条における「著作」の定義を満たし、「建築著作」に該当する。しかしながら、一般公衆の活動と利用の方便のため、著作権法第 58 条に合理使用規定が設けられている。すなわち、公衆に開放される室外の場所において長期に展示されている建築著作物については、利用者は建築の形で当該建築物を複製するのではなく、あるいは公衆に開放される室外の場所における長期展示の目的で複製する場合は、何人でもどのような方法でも当該著作物を利用することができる。たとえば、「101 ビルを背景にして、写真またははがきを製作する」との利用行為は、著作権法第 58 条「合理使用」の範囲に属し、著作権侵害になるおそれがない。だたし著作権法第 64 条の規定により合理的な方式で出所を明示すべきである。	—	公平交易法第 22 条第 1 項第 2 款規定により、事業者が業として提供する商品または役務は、著名な他人の氏名、商号又は会社名称、標章又はその他他人の営業 内容、役務を示す表徴を、同一の又は類似する役務において、同一 の又は類似する形式で使用することにより、他人の営業内容又は役 務の設備又は活動と混同誤認を生ぜしめることはあってはならない。「表徴」とは、ある識別力またはその他の意義を有する特徴であり、関連事業または消費者がその商品または役務を区別できるように商品または役務の出所を提示するものである。「表徴」の範囲は広く、氏名、商号または会社の名称、商標、商品容器、包装、外観、及びその他の自己の商品または役務と他人の商品または役務を区別できるようなものである。ただし、注意すべきなのは、同法同条第 2 項規定により、商号または会社の名称、商標、商品容器、包装、外観、及びその他の自己の商品または役務と他人の商品または役務を区別できるような表徴についての規制は、法律に従って登録されている商標権者に適用されない。

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
シンガポール (法律事務所)	—	著作権法（Cap 63）第 7 条と第 26 条 シンガポールには特に店舗の外観およびレイアウトを保護する法律はない。 議論があるかもしれないが、店舗の外観やレイアウトは、著作権法（Cap.63）で規定する「芸術作品」として保護される可能性がある。 著作権法第 7 条（1）は、「芸術作品」を以下のように定義している。 （a）絵画、彫刻、描画、版画または写真で、作品が芸術的品質であるもの （b）建物または建物の模型で、芸術的品質であるかもの （c）（a）または（b）のいずれにも当てはまらない芸術的職人技の作品 著作権法第 26 条では： 第 26 条第 1 項　この法律の目的上、反対の意思が示されない限り、作品に関する著作権は独占的な権利となる、 （a）文学的、劇的または音楽的な作品の場合、以下の行為のすべて、またはいずれかを行うこと。 （i）作品を複製すること。 （ii）出版されていない作品を出版することこと。 （iii）作品を上演すること。 （iv）作品を公衆送信すること。 （v）作品を改変すること。 （vi）一次著作物の改変を行った作品に関連して、第 1 項の（i）から（v）の一次著作物に関連して規定された行為のいずれかを行うこと。 （b）芸術作品の場合、以下の行為のすべて、またはいずれかを行うこと。 （i）作品を複製すること。 （ii）作品が出版されていない場合、この法律が適用されるシンガポールまたはその他の国で作品を出版すること。 （iii）作品を公衆送信すること（..）	成文法とは別に、シンガポールでは詐称通用による不法行為により、店舗の外観や「get-up（表装）」を保護できる。これは判例法による救済措置であり、成文法には規定されていない。	—

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
ロシア （法律事務所）	―	―	「競争の保護に関する」連邦法 （26.97.2006 No.135-FZ）第 14.6 条（section 2)には、「競合する経済主体が提供する商品もしくは役務に関して混同を生じさせる可能性がある場合、そのような行為は以下の行為を含み許容されない…競合する経済主体が市場に提供している製品、製品のパッケージング、ラベル、標章、色彩の組み合わせ、もしくは企業としての営業様式全体（特定の企業の営業形態、売り場やショーケースの体裁等の集合体)、または競合する経済主体またはその商品に個性を与えている要素を模倣もしくは模造する行為」と定めている。	―
スウェーデン （法律事務所）	スウェーデン意匠法第 2 条 意匠権は，意匠に新規性があり，かつ，固有の特性を有する場合にのみ取得することができる。 意匠は，出願日前又は第 8 条から第 8d 条で定める優先権が主張される場合は優先日前に，同一の意匠が公衆に利用可能とされていない場合に新規性があるとみなされる。意匠間に複数の相違があったとしても，意匠の特徴が些細な細部においてのみ異なるに過ぎない場合は，同一の意匠とみなされる。 意匠は，それを見たユーザーに与える全般的な印象が，前段で示した日の前に公衆に利用可能とされた他の意匠の全般的な印象と異なる場合，固有の特性を有するものとみなされる。意匠が固有の特性を有するか否かを判断する際は，デザイン開発における意匠創作者の自由度を考慮に入れるものとする。	文学・芸術作品に関するスウェーデン著作権法第 1 章第 1 条 文学作品や芸術作品を制作した作者は、その作品の著作権を所有するものとする。 1. 書面又は口頭で表現されたフィクション 2. コンピュータ・プログラム 3. 音楽又は演劇 4. 映画 5. 写真又は芸術作品 6. 建造物又は応用美術 7. その他の方法で表現された作品	―	スウェーデンマーケティング法第 5 条、第 6 条、第 8 条、第 10 条、第 14 条 マーケティング規範 5 § マーケティング行為は一般に受け入れられるマーケティング行為と調和するものでなくてはならない。 6 § 第 5 項に従って一般的に受け入れられるマーケティング行為に違反するマーケティング行為は、受け手に著しい影響を及ぼすか、根拠が十分な商業的決定を下す受け手の能力に影響を与える可能性が高い場合、不公平とみなされる。 誤解を招くおそれのあるマーケティング行為 8 § 第 9 条、第 10 条、第 12-17 条のいずれかの規定により誤解を招くおそれのあるマーケティング行為は、受け手に著しい影響を及ぼすか、根拠が十分な商業的決定を下す受け手の能力に影響を与える可能性が高い場合、不公平とみなされる。 誤解を招くおそれのあるマーケティング行為の禁止 10 § 事業者は、事業者や第三者の商業活動に関して誤解を招くおそれのあるマーケティング行為の中で不正確な主張や表現を使用することはできない。 前項は、特に次の事項に関する表現において適用される； 1. 製品の出現率、種類、量、品質およびその他の特徴 2. 製品の出所、使用および

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
				健康や環境への影響などのリスク 3. 顧客サービス、苦情の取り扱い、製造・供給の方法および日付 4. 製品の価格、価格計算の根拠、特定の価格優位性および支払条件 5. 事業者自身または他の事業者の資格、市場における立場、事業体、商標、商号、標章の識別性、その他の権利 6. 事業者に付与された賞と栄誉 7. 製品の配送条件 8. サービス、予備部品、交換または修理の必要性 9. 事業者が行動規範を遵守することを約束すること 10. 法律またはその他の法的手段に準じる消費者の権利 また、事業者は自身のマーケティング活動や第三者の商業活動において重要な情報を省略することはできない。誤解を招くような省略には、重要な情報が不明確、不可解、曖昧または不適切な方法で示されているような場合も含む。 誤解を招くおそれのある模倣品 14 § マーケティング活動の過程で、事業者は他の事業者が有する世間に知られているユニークな製品と簡単に混同してしまい誤解を招くような模倣品を使用することはできない。
スペイン (法律事務所)	店舗の外観は意匠登録で保護される可能性がある。しかしながら、侵害となるのは第三者によって販売された模倣品が同一か極めて類似する場合だけとなる。	保護は民法によって規定されているが、第三者が販売する模倣品が同一か極めて類似する場合のみ侵害と認識される。	不正行為は、スペイン法律第 3/1991 号（1 月 10 日）において規定されている。この場合、商業裁判所での訴訟を通して店舗の外観の保護が有効となる。この法文は、ビジネスイニシアチブの模倣の概念を確立し、市場において他人が獲得した産業上、商業上、または専門家としての評判に関する優位性の利己的な利用を不正行為として認定している。	—

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
フィリピン (法律事務所)	—	フィリピンの現在の IP 法は、特許、商標、著作権の 3 つに分かれている。フィリピンの著作権法は、共和国法 No. 8293 として知られている IP 法に盛り込まれている。著作権で「店舗の外観」を保護することが可能である。IP 法の下では、文学的および芸術的な領域における独創的な知的創造物は著作権を有する。 IP 法第 172 条、 創作の瞬間から著作権保護の対象となる作品のリストは以下の通り； (a) 書籍，小冊子，論文その他の文書 (b) 定期刊行物及び新聞 (c) 口頭で行うために準備された講演，説教，演説及び学術論文(書面その他の形式にされるか否かを問わない) (d) 書簡 (e) 演劇用又は楽劇用の作品；舞踊の作品又は無言劇の演芸 (f) 楽曲(歌詞を伴うか否かを問わない) (g) 素描，絵画，建築，彫刻，版画，石版画その他の美術作品の著作物；美術作品のための模型又は下絵 (h) 製造物品のための独創的な装飾的下絵又は模型(意匠として登録することができるものであるか否かを問わない)及び応用美術のその他の著作物 (i) 地理学，地形学，建築学又は科学に関する図解，地図，図面，略図及び模型 (j) 科学的又は技術的性質の図面又は模型 (k) 写真の著作物(写真に類似する方法により製作された著作物を含む)；幻灯スライド (l) 視聴覚著作物及び映画の著作物(映画に類似する方法又は視聴覚記録物を製作する方法により製作された著作物を含む) (m) 絵画入りの図解及び広告 (n) コンピュータ・プログラム (o) その他の文学的，学術的，科学的及び美術的著作物 「店舗の外観」は第 172 条の(g)と(i)により保護できると考える。	—	—

国・地域	意匠法	著作権法	不正競争防止法	その他
メキシコ （法律事務所）	―	著作権法・第 13 条 この法律に定める著作権は、次に掲げる区分内の著作物について認められる。 （I）… （V）絵画の著作物又は素描の著作物 （VI）彫刻及び立体芸術の著作物 （VII）風刺画の著作物及び短編小説 （VIII）建築の著作物 （XII）映画の著作物 （XIII）応用美術の著作物（グラフィック・デザイン又はテキスタイル・デザインの著作物を含む。） （XIV）百科事典、名詩選集及びデータベースのような著作物その他の要素などの著作物の収集物から成る編集物の著作物。ただし、それらの収集物が、それらの内容若しくは主題の選択又は配列を理由として知的創作物を構成することを条件とする。類推によって文学的又は美術的著作物とみなすことができる他の著作物は、それらの性質に最も厳密に対応する区分に含められる。	―	―

Ｑ２．店舗の外観等に関する制度や運用の実態について

店舗の外観等に関する商標登録出願における判断について、（１）～（１３）の問にお答えください。

なお、各問では、「判断の根拠となる規定が何か」についても、あわせてお答えください。

（１）商標登録出願時に商標のタイプを指定する運用となっていますか（店舗の外観等に関する出願であるか否かに関わらず商標登録出願一般において）。

国・地域	商標登録出願時の商標のタイプ指定	根拠規定
米国（法律事務所）	必要	商標出願では、登録を求めるものが標準文字か特殊形式かを指定する必要がある。「店舗の外観」の出願は特殊形式になる。
米国（知財庁）	必要	出願人は、3 つの標章タイプから 1 つを指定しなければならない：特殊なサイズやフォントでなく、色彩のない文字マークであれば「標準文字」標章、 標章にデザイン要素が含まれている、特殊なフォントやサイズである、色彩で表示されている、または音だけで構成されている非視覚的な音標章のような場合は「特殊な形態」になる。「店舗の外観」は、「特殊な形態」の標章として広く認識されている。
欧州（法律事務所）	必要ではないが推奨、電子出願などでは必須	EU 商標審査ガイドライン PART B, SECTION 2, – pp19 には、「電子出願以外で、標章タイプの記載がなく標章表示を含む出願の場合、知財庁は出願日を設定し、出願人に可能な範囲で適切とされる標章タイプを示し、是正のために 2 か月間の猶予を与える旨を書面で出願人に伝える。」と定めている。
英国（法律事務所）	必要	店舗の外観に関連した登録であることを指定する必要はないが、立体標章に関連する出願であることを示す必要はあるかもしれない。出願には店舗の外観に関連して登録を求める標章の説明を含むことができる。
英国（知財庁）	出願人は出願商標の標章タイプを特定する必要がある。	―
ドイツ（法律事務所）	必要	商標規則第 6 条：出願書類には商標について次のものの何れとして登録簿への登録を求めるのかを表示しなければならない。 (…) 3. 立体標章 (…)
ドイツ（知財庁）	必要	商標規則第 6 条により、出願可能な商標タイプを 1 つ選択する必要とする。「店舗の外観」であれば、「立体標章」または「その他の種類の商標」との選択になると思われる。
フランス（法律事務所）	必要	出願書面のセクション 4 で、標章が立体または半図形などであることを示す必要がある。商標の説明は任意。
オーストラリア（法律事務所）	必要	1995 年商標規則には、具体的に商標タイプを入力する必要はない。商標規則 4.2 (1) (b) には、認められた様式による商標登録出願には…商標を特定するための商標見本を含む必要がある。 また、商標部門は商標タイプ（形状、文字、図形、色彩など）を指定することを最低条件としている。実際に、電子出願では商標タイプを選択する必要がある。これは出願後に修正することができる。
オーストラリア（知財庁）	必要	商標出願が認定され、優先日を与えられるためには、出願書類を規則に従って出願書類を作成しなければならない。 出願書類には、商標の表示と商標タイプ（形状、音、香り、色彩商標であれば、明確な商標の説明）が含まれていなければならない。 商標の説明には、商標の全体像が含まれていなければならず、商標の独自性を構成する説明と商標の表示の組み合わせたものとなる。商標審査マニュアル Part 3.3 参照。
中国（法律事務所）	必要 （ただし、中国で登録を認められるのはとても難しい）	商標法第 8 条には、「自然人，法人又はその他の組織の商品又はサービスを他の者の商品又はサービスと区別することができる如何なる視覚標識も，商標として登録することができ，その標識には，語， 図形，アルファベット文字，数字，三次元標識，色彩の組合せ，及びこれらの要素の組合せが含まれる。」と定めている。

国・地域	商標登録出願時の商標のタイプ指定	根拠規定
韓国 （法律事務所）	必要	商標法 36 条 1 項 6 号および商標法施行規則 28 条により、出願人をして①一般商標、②立体商標、③色彩のみからなる商標、④ホログラム商標、⑤動作商標、⑥その他視覚的に認識することができる商標、⑦音商標、⑧匂い商標、⑨その他視覚的に認識することができない商標のうち 1 つを選択するよう規定している。 同法第 36 条には、「① 商標登録を受けようとする者は、次の各号の事項を記載した商標登録出願書を特許庁長に提出しなければならない…6. その他産業通商資源部令で定める事項」と定めている。 商標法施行規則第 28 条令第 2 条では商標として使用されることができる標章を区分しており、規則別紙第 3 号書式の商標登録出願書に【商標類型】欄を設け、標章の構成に応じて出願人をして①一般商標、②立体商標、③色彩のみからなる商標、④ホログラム商標、⑤動作商標、⑥その他視覚的に認識することができる商標、⑦音商標、⑧匂い商標、⑨その他視覚的に認識することができない商標のうち 1 つを選択して出願させるようにし、出願書記載要領 10. において 9 個の商標類型に対する定義を設けている。

国・地域	商標登録出願時の商標のタイプ指定	根拠規定
台湾 （法律事務所）	—	商標法施行規則第 12 条の規定により、商標登録出願の時は、願書に商標種類及び形態を声明すべきである。非伝統商標の場合、願書フォームは一般の平面商標の願書フォームと異なっている他、商標のタイプの相違によりそれぞれの専用願書を使用し、願書に商標記述を記載しなければならない。また、出願の際に平面商標又は立体等商標として提出しても、審査の段階で審査官の命令により商標のタイプを更正する可能性がある。 例えば： 立體商標註冊申請書 商標註冊申請書 聲音商標註冊申請書 【其他】商標註冊申請書 《商標法施行細則》第 12 条 商標登録出願をするときは、願書に商標種類及び形態を声明し、次に掲げる事項を明記しなければならない： 一、 出願人の氏名または名称、居住所または営業所、国籍または地域；代表者がある時は、その氏名または名称。 二、 商標代理人に委任するときは、その氏名及び居住所または営業所。 三、 商標名称。 四、 商標図案。 五、 使用を指定する商品または役務の区分及び名称。 六、 商標図案に外国語を含む場合は、その言語の別。 七、 商標記述を提供する必要がある時は、その商標記述。 八、 本法第二十条により優先権を主張するときは、最初に出願した出願日、当該出願を受理した国家又は世界貿易機関加盟国及び出願番号。 九、 本法第二十一条により展覧会優先権を主張する時は、最初に出展した期日及び展覧会名称。 十、 本法第二十九条第三項または第三十条第四項の規定に該当するときは、専用権放棄の声明。

国・地域	商標登録出願時の商標のタイプ指定	根拠規定
台湾 (知財庁)	必要	商標法施行規則第 12 条（商標登録の出願の際には、商標の種類と形態を説明した願書を提出しなければならならない）を参照。
シンガポール (法律事務所)	必要	商標規則 15 は、商標出願は、標章の特徴を示す明確な表示を含んでいなければならないと定めている。 様式 TM4 の第 2 部および第 4 部は、出願人に出願する商標タイプの明確に提出するように定めている。 Q1(2) を参照。
ロシア (法律事務所)	任意	—
スウェーデン (法律事務所)	必要	—
スペイン (法律事務所)	必要	出願書類に商標の種類を指定する必要がある。「店舗の外観」は、立体、図形またはその他の標章として指定可能。
フィリピン (法律事務所)	必要	電子出願の場合、出願人は出願する商標タイプを特定する必要がある。選択できる商標タイプは次の通り。 ・文字商標 ・図形商標 ・文字と図形の結合商標 ・立体商標 ・商品の容器に押印又は成型によって付された商標 一方、出願人が紙出願を選択した場合、出願人は次のように商標タイプを示す必要がある； ・商標は立体商標 ・出願は団体商標 ・商品の容器に押印又は成型によって付された商標
メキシコ (法律事務所)	必要	改正法により今後は商標出願に店舗の外観を示す必要がある。

（2）店舗の外観等に関する商標について、商品（国際分類のクラス 1～34）を指定して登録を受けることが可能ですか。店舗の外観等に関する商標が「商品」を指定して登録された場合、どのような行為が当該商標の使用にあたりますか。根拠となる条文もあわせてお答えください。

国・地域	商品を指定しての登録	当該商標の使用行為／根拠規定
米国 （法律事務所）	可	店舗は営業中であるはずで、出願の対象となる「店舗の外観」を構成する正確な特徴を有している必要がある。 【根拠規定】 商標法第 1 条（15 U.S.C. §1051）(a)により、取引における使用を基にした出願で、出願人は出願日時点に出願で指定した商品・サービスの取引に付して又は関連して標章を使用していなければならない。第 37 巻商標規則§2.34(a)(1)(i)を参照。 出願書類には、第 37 巻商標規則§2.20 に基づき、標章が取引で使用されていることを宣誓供述書または宣誓書で示した文面を出願に含めなければならない。最初の出願書類に、そのような提示がない場合、出願日時点に出願で指定した商品・サービスの取引に付して又は関連して標章を使用していることを示す必要がある。第 37 巻商標規則§2.34(a)(1)(i)、TMEP §804 以降を参照。
米国 （知財庁）	可	「店舗の外観」は、標章と商品との十分な関連付けがあれば商品を指定して保護される。これはかなり固有の事実関係により、標章と商品の性質に依存する。
欧州 （法律事務所）	可	「店舗の外観等」を表す商標に関する使用を証明する特別な規定はない。したがって、一般原則が適用されると考える。 【根拠規定】 EU 商標審査ガイドライン Part C 異議 – Section 6 使用の証明 – pp 15 に提示されている。 商品若しくはその包装における使用は、商品との関連で使用を証明する唯一の方法ではなく、パンフレット、チラシ、ステッカー、販売店内の看板などの商品や役務に「関連して」使用される標章として、商品と標章の間に適切な関係があれば十分である
英国 （法律事務所）	可	原則として、店舗の外観に登録要件を満たす十分な識別力があれば、商品に関連した店舗の外観を登録することは可能である。指針とする判例法が存在しないため、登録で指定された商品に関連して、何が真正な使用を構成するかは明らかではない。
英国 （知財庁）	可	出願された商品に関して識別力があると考えられれば、商品を指定する「店舗の外観」を表す商標の登録は可能だ。これは C-421/13 事件で説明されている。
ドイツ （法律事務所）	可	小売店のレイアウトのデザインによる表現は、ある企業の商品やサービスと他の企業の商品やサービスを識別できるものでなくてはならない。(...) パラグラフ 20。 製造メーカーの旗艦店のレイアウトを表す標識が、商品を指定する商標として合法的に登録できる。 2014 年 7 月 10 日欧州司法裁判所判決、C-421/13、パラグラフ 26（ドイツ連邦特許裁判所から欧州司法裁判所への付託による） 【根拠規定】 規定はない。
ドイツ （知財庁）	可	このような経験がない。

国・地域	商品を指定しての登録	当該商標の使用行為／根拠規定
フランス （法律事務所）	可	「店舗の外観」を表す商標も商品を指定して登録することができるが、不使用取消しが申し立てられた場合、それを克服することは困難かもしれない。また、第三者が、商品を指定した登録商標によって保護される「店舗の外観」を模倣して訴えられた場合、当該指定商品に関する商標の使用に対して異議を唱えることができる。「店舗の外観」が物理的な商品に適用されることはほとんど考えられない。この種の標章はそれほど一般的ではなく、その特定の問題に関する判例法はあまりないということを強調しなければならない。 「店舗の外観」を表す商標には特定の規定はなく、すべての種類の商標に適用される条項は次のとおり； 知的財産法第 L711 条 4 標識は，それが先の権利，特に次のものを侵害する場合は，標章として認められない。 (a) 既に登録されており，又は工業所有権の保護に関するパリ条約第 6 条の 2 の意味において周知である先の標章 (b) 会社の名称であって，公衆に混同を生じさせる虞があるもの (c) 国土全域において知られている商号又は看板であって，公衆に混同を生じさせる虞があるもの［…］ 知的財産法第 L713 条 2 次のことは，所有者の許可がない限り禁止される。 (a) 登録において指定されているのと同一の商品又はサービスについて，標章を複製し，使用し又は付すこと（これには「formula，manner，system，imitation，type，method」等の語 が付記されているものも含む），及び複製した標章を使用すること［…］ 知的財産法第 L713 条 3 次のことは，公衆に混同を生じさせる虞がある場合は，所有者の許可がない限り禁止される。 (a) 登録において指定されている商品又はサービスと類似のものについて，標章を複製し，使用し又は付すこと，及び複製された標章を使用すること (b) 登録において指定されている商品又はサービスと同一又は類似のものについて，標章を模造すること，及び模造された標章を使用すること
オーストラリア （法律事務所）	可	1995 年商標法における使用とは、商標として；取引の中で；オーストラリアでの使用で；商品・サービスとの関連の中で：商標権者、先使用権者または使用許諾者によって使用されることである。 1995 年商標法第 9 条により、商標が商品，原料又は物体に織り込まれ，刻印され，刺繍され，貼付され又は添付されている場合；業として取引若しくは提供される，又は取引若しくは提供が予定されている商品の包装物，書類，ラベル，巻き枠又は物体に利用されている場合；商品又はサービスについて言及し，説明し又は指定していると人に信じさせるよう な方法で使用されている場合；掲示板又は広告(テレビ放送による広告を含む)において使用されている場合；送り状，ぶどう酒一覧，カタログ，営業書簡，営業書類，価格表又はその他の商業書類；いわゆる使用された商標に言及することによってされる請求又は注文に対してある者に商品の引渡又は(場合により)サービスの提供がされる場合には、その商品またはサービスは利用されているとみなされる。 【根拠規定】 1995 年商標法第 7 条には「(1) 登録官又は所定の裁判所は，特定の事件の状況を考慮して適切であると判断する場合は，ある者が商標の同一性に実質的に影響を及ぼすことのない追加又は変更を加えて商標を使用 していることが立証される時は，その者が当該商標を使用しているものと決定することが できる…(4) 本法において，「商品に関する商標の使用」とは，商品(中古品を含む)の上での，又は商品との物理的又は その他の関係における，商標の使用をいう。(5) 本法において，「サービスに関する商標の使用」とは，サービスとの物理的又はその他の関係における商標 の使用をいう」と定めている。 同法第 8 条には、「(1)ある者が商標所有者の監督の下で，その商標を商品又はサービスに関して使用している 場合は，その者は当該商標の「許諾使用者」である。 (2) 商標の許諾使用者によるその商標の使用は，当該使用者が商標所有者の監督の下で当該 商標を使用する限り，当該商標の「許諾使用」である。(3) 商標所有者が，商品又はサービスであって，(a) 他人が業として取引又は提供し，かつ (b) それに関してその商標が使用されているもの」と定めている。 また、同法第 17 条には、「商標は，ある者が業として取引又は提供する商品又はサービスを，他人が業として取引 又は提供する商品又はサービスから識別するために使用する，又は使用予定の標識である」と定めている。

国・地域	商品を指定しての登録	当該商標の使用行為／根拠規定
オーストラリア（知財庁）	潜在的に可能	1995 年商標法に基づいて出願され 1995 年商標法の下で拒絶理由がなければ、商品（ニース分離 1～34 類）に店舗の外観商標を登録することができる。ただし、出願商標の表示および商標タイプによる。 しかし、商標が登録されても指定した商品に使用されていなければ、第三者が不使用を理由に商標の取消申請ができる。 商標の定義にある本質は、所有者が自分の商品やサービスを他人が取引又は提供する商品又はサービスから識別するため商標を使用していたり、使用する意思があればその商品やサービスを他人と取引された商品やサービスと区別するために使用することを意図したものであるとする第 17 条の要件がある。 不使用による商標の登録簿からの取消しに関する追加情報については、商標審査マニュアル Part 48 を参照。
中国（法律事務所）	理論的には可能（中国では難しい）	出願人は立体商標の形式で出願することができる。出願された標章は指定する商品を販売する店舗の外観とみなすことができる。例えば、Apple Inc.は、携帯電話や iPad を販売する店舗の外観の標章を出願している。店舗の外観の標章は前述の商品に使用されるものとみなされる。 【根拠規定】 商標法第８条には、「自然人，法人又はその他の組織の商品又はサービスを他の者の商品又はサービスと区別することができる如何なる視覚標識も，商標として登録することができ，その標識には，語， 図形，アルファベット文字，数字，三次元標識，色彩の組合せ，及びこれらの要素の組合せが含まれる」と定めている。
韓国（法律事務所）	可	商品を指定商品として登録された場合、商品販売時に店舗を使用する場合には「商品に関する広告・定価表・取引書類、その他の手段に商標を表示し、展示し、または広く知らせる行為」に該当するものと思料される。 【根拠規定】 商標法 2 条 1 項 11 号ハ目
台湾（法律事務所）	可	当国の商標法規や審査基準には出願商標が指定する商品役務につき制限を設けておらず、店舗の外観等の商標は第 1～34 類商品を指定した場合、商標とすべき識別性を具え、その使用が一般消費者にそれが出所表示標識であると認識させられることを証明できるものであれば、登録が可能であります。また、《商標法》第 5 条及び《登録商標の使用に関する注意事項》の 2.には商標使用の定義と態様が明記されています。 【根拠規定】 《商標法》第 5 条： 商標の使用とは、販売を目的として、且つ次に掲げる状況の一に該当し、関連する消費者に商標として認識されるに足ることをいう。 1.商標を商品又はその包装容器に用いる。 2.前号の商品を所持、陳列、販売、輸出又は輸入する。 3.提供する役務に関連する物品に商標を用いる。 4.商標を商品又は役務と関連する商業文書もしくは広告に用いる。 前項各号の状況は、デジタルマルチメディア、電子メディア、インターネット又はその他媒介物の方式により行うものも、同様である。 《登録商標の使用に関する注意事項》2. 商標使用の定義及び態様 商標の使用とは、販売を目的として、且つ次に掲げる状況の一に該当し、関連する消費者に商標として認識されるに足ることをいう。 1.商標を商品又はその包装容器に用いる。 2.前号の商品を所持、陳列、販売、輸出又は輸入する。 3.提供する役務に関連する物品に商標を用いる。 4.商標を商品又は役務と関連する商業文書もしくは広告に用いる。 前述の各種状況は、デジタルマルチメディア、電子メディア、インターネット又はその他媒介物の方式により行うものも、同様である(商標法第 5 条)。商標の使用が認められるためには、少なくとも次の二つの要件を満たす必要があり、(1) 使用者がその主観において、販売を目的として商標を使用しなければならず、(2) その使用が客観的に、関連する消費者にそれが商標であると認識させるに十分であると認められる、とのことである。使用の方式とは、商標を商品又はその包装容器に用いる；又は、商標を付した商品を所持、陳列、販売、輸出又は輸入する；又は、提供する役務に関連する物品に商標を用いる；又は商標を商品又は役務と関連する商業文書又は広告に用いる；又は、デジタルマルチメディア、電子メディア、インターネット又はその他の媒介物を利用し、商標使用する等状況を含む。商標権者が登録商標の使用の事実を証明する時は、立証の事実は商業上の取引慣例に合致するものでなければならない（商標法第 67 条は第 57 条第 3 項の規定を準用する)。 2.1 商標を商品について使用する 2.2 商標を役務について使用する

国・地域	商品を指定しての登録	当該商標の使用行為／根拠規定
台湾 （知財庁）	可	店舗の外観（建築物の外観及びインテリア設計を含む）が、たとえば、「商品」（ニース分類1～34)を指定して出願された場合について、以下にそれぞれ説明する： 1.建築物の外観：台北 101 ビルの外観を例にとると、建築物外観を商品の出所を提示する標識として、たとえば立体標識の形式で商品または包装容器（例としては：鞄、文具；あるいは各種商品包装容器の外観形状または商品本体の形状、たとえば香水瓶容器、石鹸の形状、キーリング、携帯ストラップ、クッキーの形、チョコ飴の形、模型玩具等）に使用し、すでに出願人の市場における識別標識になっていれば、商標の識別性を有する。 2.インテリア設計：店舗の外観のうち、消費者の認識で「インテリア設計」は商標の機能を備えておらず、使用により後天識別性を取得しなくてはならない。商標の使用は、商標を商品または包装容器に使用する前提が必要である；しかしながら、「インテリア設計」は組物であり、商品またはその包装容器に使用することができないから、商品の出所の識別標識にならない。 3.商標の使用行為については、商標法第 5 条の規定を参照。
シンガポール （法律事務所）	可	店舗のレイアウトは商標とみなすことができ、商標が商品・サービスとして識別できる限り登録可能。 店舗のレイアウトの使用は、店舗のレイアウトが商品に使用されている商標でなくても、商品に関連した標識を使用するものとしてみなすことができる。 【根拠規定】 商標法第 2 条第 1 項： 「商標」とは，図形表示する能力があり，かつ，ある者が業として取り扱う又は提供する商品又はサービスと，その他の者がかく取り扱う又は提供する商品又はサービスとを区別する能力のある標識をいう。
ロシア （法律事務所）	可 （ただし、混同を理由とする異議申し立てがあれば拒絶される場合もある）	商品を指定した「店舗の外観」の商標登録例はあるが、何が商標の使用に当たるかは不明。 【根拠規定】 ロシア民法第 1484 条 商標に係る排他権 （…） 2. 商標に係る排他権は，商標登録がなされている商品，著作物又は役務を識別することにより，特に次の各号に掲げる商標と位置付けることにより，これを行使することができる。 1）ロシア連邦領域内において，生産，販売の申入れ，販売，展示会及び見本市における展示がなされ若しくはその他の態様で民間の交易に導入され，又は当該目的のために保管，輸送若しくはロシア連邦領域内への輸入がなされる商品（商品のラベル上及び包装上を含む。）の使用 2）業務遂行中，役務提供中の使用 3）商品の民間交易への導入に関する書類への使用 4）商品の販売申入れ，業務遂行及び役務提供並びに通知，看板及び他の広告における使用 5）インターネット上（ドメイン名及び他のアドレス指定手段を含む。）の使用
スウェーデン （法律事務所）	可	商標法第 1 章第 10 条第 2 項により、標識を商品に又はその包装に付けること；標識に基づいて商品を提供申出し，市場に出し，それらの目的のために貯蔵し，又はサービスの提供を申出若しくは供給すること；表象に基づいて商品を輸出入すること；取引書類及び広告に表象を使用することは商標の使用である。 【根拠規定】 商標法第 2 章第 1 条により、出願には商標が意図される商品又はサービスの一覧及びそれらが属する分類（商品又はサービスの一覧）を含まなければならない。
スペイン （法律事務所）	可	スペインにおける出願例は以下の通り（出願番号：2849667）； 当該商標は 16 類の商品、つまり紙及び厚紙；印刷物；製本用材料；写真；文房具及び事務用品（家具；文房具及び家庭用の接着剤；製図・デッサン用具及び美術用具；絵筆及び塗装用ブラシ；教材；包装用プラスチック製のシート、フィルム及び袋；活字、印刷用ブロックを除く）を指定している。スペイン市場で事務用紙、ノートまたはその他の紙製品に当該商標が付されていれば使用証明となる。
フィリピン （法律事務所）	可 （登録されるかどうかは別問題である）	「店舗の外観」の商標が出願された場合、以下のどれに相当するかは実際の商標による。 ・図形商標 ・文字と図形の結合商標 ・立体商標

国・地域	商品を指定しての登録	当該商標の使用行為／根拠規定
メキシコ （法律事務所）	可	【根拠規定】 MIPL 第 89 条 VII では、商品とサービスに関して法的な制約はない。 商品を指定する「店舗の外観」を表す商標の登録に法的な制約はないので、利害関係者が、「店舗の外観」として販売を提供する場所や「店舗の外観」の包装の保護を求める商品に関連して商標を出願することは可能であろう。これらに関する特定の規定はないが、禁止されていないすべてのことは許可されているという法律の原則の下で、店舗の外観や立体形状の一般的な定義に該当するすべての例は、1 類から 34 類までの商品を指定することができるということになるが、メキシコ当局の基準が待たれる。

（3）店舗の外観等に関する商標について、役務（国際分類のクラス 35～45）を指定して登録を受けることが可能ですか。店舗の外観等に関する商標が「役務」を指定して登録された場合、どのような行為が当該商標の使用にあたりますか。根拠となる条文もあわせてお答えください。

国・地域	役務を指定しての登録	当該商標の使用行為／根拠規定
米国 （法律事務所）	可	サービスは「店舗」で提供される必要がある。これには出願で指定したサービスを行う店舗の通常の運営が含まれる。
米国 （知財庁）	可	サービスの出所を示すこと。例えば小売店サービスなど。「店舗の外観」は出願書類に指定したサービスに関連するサービス商標として使用する必要がある。
欧州 （法律事務所）	可	「店舗の外観等」を表す商標に関する使用証明の特別な規定はない。 したがって、一般原則が適用されると考える。 【根拠規定】 EU 商標審査ガイドライン Part C　異議 - Section 6 使用の証明 - pp 16 に提示されている。 標章はサービスに直接使用することはできない。したがって、サービスを指定して登録された標章に関しての使用は、一般的にビジネス文書や広告、サービスに直接的、間接的に関係するその他の方法でなされる。
英国 （法律事務所）	可	原則として、店舗の外観に登録要件を満たす十分な識別力があれば、サービスに関連した店舗の外観を登録することは可能である。指針とする判例法が存在しないため、登録で指定されたサービスに関連して、何が真正な使用を構成するかは明らかではない。
英国 （知財庁）	可	出願された商品に関して識別力があると考えられれば、サービスを指定する「店舗の外観」を表す商標の登録は可能だ。これは C-421/13 事件で説明されている。
ドイツ （法律事務所）	可	小売店のレイアウトのデザインによる表現は、ある企業の商品やサービスと他の企業の商品やサービスを識別できるものでなくてはならない。(...) パラグラフ 20。 商品の製造業者の旗艦店舗のレイアウトを描写する標識は，当該商品それ自体についてのみならず，ニース協定の下でのサービスに関する類のうちの１つに該当する個別のサービスについても，それらのサービスが自身の商品販売の提供の重要な部分となるサービスである場合には，合法的に商標登録され得る。2014 年 7 月 10 日欧州司法裁判所判決、C-421/13、パラグラフ 26（ドイツ連邦特許裁判所から欧州司法裁判所への付託による） 【根拠規定】 規定はない。
ドイツ （知財庁）	可	このような経験がない。

国・地域	役務を指定しての登録	当該商標の使用行為／根拠規定
オーストラリア（法律事務所）	可	1995 年商標法における使用とは、商標として；取引の中で；オーストラリアの使用で；商品・サービスとの関連の中で：商標権者、先使用権者または使用許諾者によって使用されることである。 1995 年商標法の第 9 条により、商標が商品，原料又は物体に織り込まれ，刻印され，刺繍され，貼付され又は添付されている場合；業として取引若しくは提供される，又は取引若しくは提供が予定されている商品の包装物，書類，ラベル，巻き枠又は物体に利用されている場合；商品又はサービスについて言及し，説明し又は指定していると人に信じさせるよう な方法で使用されている場合；掲示板又は広告(テレビ放送による広告を含む)において使用されている場合；送り状，ぶどう酒一覧，カタログ，営業書簡，営業書類，価格表又はその他の商業書類；いわゆる使用された商標に言及することによってされる請求又は注文に対してある者に商品の引渡又は(場合により)サービスの提供がされる場合には、その商品またはサービスは利用されているとみなされる。 【根拠規定】 1995 商標法第 7 条には「(1) 登録官又は所定の裁判所は，特定の事件の状況を考慮して適切であると判断する場合は，ある者が商標の同一性に実質的に影響を及ぼすことのない追加又は変更を加えて商標を使用 していることが立証される時は，その者が当該商標を使用しているものと決定することが できる…(4) 本法において， 「商品に関する商標の使用」とは，商品(中古品を含む)の上での，又は商品との物理的又は その他の関係における，商標の使用をいう。(5) 本法において， 「サービスに関する商標の使用」とは，サービスとの物理的又はその他の関係における商標 の使用をいう」と定めている。 同法第 8 条には、「(1)ある者が商標所有者の監督の下で，その商標を商品又はサービスに関して使用している 場合は，その者は当該商標の「許諾使用者」である。 (2) 商標の許諾使用者によるその商標の使用は，当該使用者が商標所有者の監督の下で当該 商標を使用する限り，当該商標の「許諾使用」である。(3) 商標所有者が，商品又はサービスであって，(a) 他人が業として取引又は提供し，かつ (b) それに関してその商標が使用されているもの」と定めている。 同法第 17 条には、「商標は，ある者が業として取引又は提供する商品又はサービスを，他人が業として取引 又は提供する商品又はサービスから識別するために使用する，又は使用予定の標識である」と定めている。 同法第 33 条第 1 項。 同法第 41 条には、「商標登録出願は，当該商標がその登録を求める出願人の商品又はサービス(「指定商品又はサービス」)を他人の商品又はサービスから識別することができない場合は，拒絶されなければならない。」と定めている。もし表示に識別力のある文字や図形の両方が含まれていなくても、指定商品やサービスを区別することができれば登録できる。
オーストラリア（知財庁）	可能	1995 年商標法に従って出願され 1995 年商標法の下で拒絶理由がなければ商標登録が可能。したがって、理論的にはサービス（ニース分類 35～45 類）に店舗の外観商標を登録することができる。 商標は、商品やサービスを識別するために商標を使用するか、使用意思を示さなければならない。 【根拠規定】 1995 年商標法第 33 条第 1 項 1995 年商標法第 17 条。
フランス（法律事務所）	可	標章が識別性の基準を満たしている場合、あらゆる種類のサービスに登録できる。第三者が同じ「店舗の外観」を使用する場合は、知的財産法の第 L711 条 4、第 713 条 2、第 713 条 3 に該当する。
中国（法律事務所）	理論的には可能（中国では難しい）	出願人は立体商標の形式で出願することができる。出願された標章は指定する商品を販売する店舗の外観とみなすことができる。例えば、ケータリングサービスを提供するレストランが商標としてレストランの外観を登録する。店舗の外観の標章はケータリングサービスで使用されるものとみなされる。 【根拠規定】 商標法第 8 条には、「自然人，法人又はその他の組織の商品又はサービスを他の者の商品又はサービスと区別することができる如何なる視覚標識も，商標として登録することができ，その標識には，語， 図形，アルファベット文字，数字，三次元標識，色彩の組合せ，及びこれらの要素の組合せが含まれる」と定めている。
韓国（法律事務所）	可	店舗を運営する場合にはサービス提供時に需要者の利用に供与されるものに該当するため、該当役務の使用に該当するものと思料される。
台湾（法律事務所）	—	前項（2）の通りであります。

国・地域	役務を指定しての登録	当該商標の使用行為／根拠規定
台湾 （知財庁）	可	引き続き、店舗の外観のうち、建築物の外観及びインテリア設計についてそれぞれ説明する： １・建築物の外観：建築物は役務の提供と緊密な関連があれば、建築物の外観を使用して役務出所を提示することができる。たとえば、広告、デパート、特定商品の小売や卸売等役務の場所の店舗の外観等である。台北 101 ビルの外観を例として、消費者はその建築物の外観が総合性小売役務の出所を提示する標識であると認識できる。 ２．インテリア設計：役務提供場所のインテリア設計は役務と緊密な繋がりがある場合（たとえば、美商熊工坊株式会社がインテリア設計の外観は、「ぬいぐるみ玩具、布製動物玩具、西洋人形及びその付属品」等特定商品の小売役務に指定使用された場合）、消費者はその役務の出所を認識し、かつ識別することができるならば、その外観は商標として登録されることができる。 ３．商標の使用の行為に関しては、商標法第 5 条の規定を参照。
シンガポール （法律事務所）	可	店舗のレイアウトは商標とみなすことができ、商標が商品・サービスとして識別できる限り登録することができる。 店舗のレイアウトの使用は、サービスに関連して標識を使用することとみなすことができる。 【根拠規定】 商標法第 2 条第 1 項： 「商標」とは，図形表示する能力があり，かつ，ある者が業として取り扱う又は提供する商品又はサービスと，その他の者がかく取り扱う又は提供する商品又はサービスとを区別する能力のある標識をいう。
ロシア （法律事務所）	可 （指定したサービスに対して十分識別力があることを条件とする）	・店舗の外観の使用とは、「業務を遂行する、または役務を提供する」行為と解釈される。 ・広告における店舗の外観の使用とは、「商品の販売申入れ，業務遂行及び役務提供並びに通知，看板及び他の広告」の行為と解釈される。 【根拠規定】 ロシア民法第 1484 条 商標に係る排他権 （…） 2. 商標に係る排他権は，商標登録がなされている商品，著作物又は役務を識別することにより，特に次の各号に掲げる商標と位置付けることにより，これを行使することができる。 1）ロシア連邦領域内において，生産，販売の申入れ，販売，展示会及び見本市における展示がなされ若しくはその他の態様で民間の交易に導入され，又は当該目的のために保管，輸送若しくはロシア連邦領域内への輸入がなされる商品（商品のラベル上及び包装上を含む。）の使用 **2）業務遂行中，役務提供中の使用** 3）商品の民間交易への導入に関する書類への使用 **4）商品の販売申入れ，業務遂行及び役務提供並びに通知，看板及び他の広告における使用** 5）インターネット上（ドメイン名及び他のアドレス指定手段を含む。）の使用
スウェーデン （法律事務所）	可	商標法第 1 章第 10 条第 2 項により、標識を商品に又はその包装に付けること；標識に基づいて商品を提供申出し，市場に出し，それらの目的のために貯蔵し，又はサービスの提供を申出若しくは供給すること；表象に基づいて商品を輸出入すること；取引書類及び広告に表象を使用することは商標の使用である。 【根拠規定】 商標法第 2 章第 1 条により、出願には商標が意図される商品又はサービスの一覧及びそれらが属する分類（商品又はサービスの一覧）を含まなければならない。

国・地域	役務を指定しての登録	当該商標の使用行為／根拠規定
スペイン （法律事務所）	可	スペインにおける出願例は以下の通り（出願番号：2849667）； 当該商標は 41 類のサービス、つまり教育；訓練の提供；スポーツ及び文化的活動、を指定している。 サッカー・トーナメント及び TV 放送は、スペイン市場における 41 類での商標の使用となる。 The ES 2384909 当該商標はスペインで有名なフランチャイズ玩具店の外観に関するもので、指定するサービスは以下の通り； ゲーム用具及びおもちゃ、ガーデンゲーム、バックパック、学用品、短編集、文房具、菓子と児童服、眼鏡、双眼鏡、電子ゲーム、コンピュータ、上記付属品とコンピューター・ゲームの店舗とグローバルネットワークを通じた小売サービス；広告、フランチャイズ企業かどうかを問わずビジネス管理の助言と支援、輸出業サービス、市場調査。当該商標と同じ外観を持つスペインの玩具店は当該商標権の侵害となる可能性がある。
フィリピン （法律事務所）	可 （登録されるかどうかは別問題である）	「店舗の外観」の商標が出願された場合、以下のどれに相当するかは実際の商標による。 ・図形商標 ・文字と図形の結合商標 ・立体商標
メキシコ （法律事務所）	可	【根拠規定】 MIPL 第 89 条 VII では、商品とサービスに関して法的な制約はない。 サービスを指定する「店舗の外観」を表す商標の登録に法的な制約はないので、利害関係者が、「店舗の外観」として販売を提供する場所の保護を求めるサービスに関連して商標を出願することは可能であろう。これらに関する特定の規定はないが、禁止されていないすべてのことは許可されているという法律の原則の下で、店舗の外観や立体形状の一般的な定義に該当するすべての例は、35 類から 45 類までの商品を指定することができるということになるが、メキシコ当局の判断基準が待たれる。

（4）店舗の外観の形状に関する出願について、識別力のある文字や図形との結合がない場合でも登録を認めていますか。

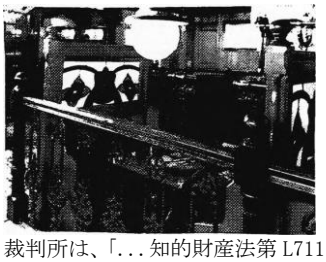
国・地域	文字や図形との結合がない登録	根拠規定
米国 （法律事務所）	可	「店舗の外観」の登録を求める場合、文字標章との結合は求められない。
米国 （知財庁）	可	—
欧州 （法律事務所）	可	特定の規定はないが、多くの登録例がある。
英国 （法律事務所）	可	原則として、店舗の外観に商標登録を得るための十分な識別力があれば、識別力のある文字や図形を伴わずに、店舗の外観の商標登録を得ることが可能である。
英国 （知財庁）	可	識別力があると考えられる限り。
ドイツ （法律事務所）	可	小売店のレイアウトのデザインによる表現は、商品やサービスが他の企業の商品やサービスと区別できるものでなくてはならない。(...) パラグラフ 20。 (...) 小売店のレイアウトで大きさや比率が示されていなくてもデザインのみの表現で商標として登録できる(...)。2014 年 7 月 10 日欧州司法裁判所判決、C-421/13、パラグラフ 27（ドイツ連邦特許裁判所から欧州司法裁判所への付託による） 識別力のある文字や図形との結合である必要はない。
ドイツ （知財庁）	可	原則として可能。ただし識別力があれば。
オーストラリア （法律事務所）	可	非伝統的商標、すなわち店舗の外観を含む立体商標や形状商標の出願は、識別力のある文字要素や図形要素なしで登録可能である。もし形状商標に識別力がないととみなされた場合は、獲得された識別性に関する証拠を提出する必要がある。 商標審査マニュアル第 3.2 部により、商標としての形状の出願は、他の種類の標識同様の基準で審査されるべきである。Kenman Kandy 裁判（Kenman Kandy Australia Pty Ltd 対商標登録官、[2002] FCAFC 273）は、「形状は商標として機能する可能性があり、形状は商標ではないと明らかに主張することは適切ではない」と説明している。
オーストラリア （知財庁）	潜在的に可能	1995 年商標法に従って出願され、1995 年商標法の下で拒絶理由がなければ商標登録は可能。識別力のある文字や図形と結合すれば、はるかに簡単に登録できるであろうが、店舗の外観を表す商標が識別力ある文字や図形と結合されていなくても登録することは可能である。 1995 年商標法第 41 条には、「商標登録出願は，当該商標がその登録を求める出願人の商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別することができない場合は，拒絶されなければならない。」と定めている。もし表示に識別力のある文字や図形の両方が含まれていなくても、指定商品やサービスを区別することができれば登録できる。
フランス （法律事務所）	可	以下の例を参照 2011 年 9 月 16 日登録のフランス商標（登録番号 3834714）
中国 （法律事務所）	理論的には可能 （中国では難しい）	第 11 条 次に掲げる標識を商標として登録してはならない。(1) 当該商品の普通に用いられる名称，意匠，ひな形のみからなるもの (2) 商品の品質，主要原料，機能，用途，重量，数量及びその他の特徴を直接に表示したの (3) 顕著な特徴に欠けるもの前段落に掲げる標識は，使用により顕著な特徴を取得し，容易に識別可能となった場合は，商標として登録することができる。

国・地域	文字や図形との結合がない登録	根拠規定
韓国 （法律事務所）	可	商標審査基準 第 8 部(非定型商標に対する審査) 第 1 章(立体商標) 3. 識別力有無に対する審査 3.1 立体的形状が商品自体(包装・容器を含む)の形状として認識され、または一部変形・装飾されたものの指定商品の形状を表示するものと認識される程度に過ぎない場合には識別力がないものとみなす。ただし、識別力がない立体的形状に識別力がある記号・文字・図形などが結合して全体的に識別力を認めることができる場合には識別力があるものとみなす。 3.2 **立体的形状が指定商品(包装・容器を含む)の形状を表示するものと認識されず、一般的またはありふれていない非常に特異な形状である場合には識別力があるものとみなす。** ➔店舗の外観などを立体商標として出願する場合、識別力のある文字や図形が結合していなくても、指定商品との関係で一般的またはありふれていない非常に特異な形状と認められれば、その形状自体の識別力があると判断され登録可能なものと思われる。
台湾 （法律事務所）	—	商標法第 18 条には商標の保護客体が文字や図形、記号、色彩、立体形状、動態、ホログラム、音等、又はその結合によって構成するものと明記され、開放式の規定を採用しているため、店舗の外観の形状は商標とすべき識別性を具えて消費者に商品又は役務の出所を指示することができれば、商標として保護することができ、識別力のある文字や図形との結合がなくても登録が認められることになる。
台湾 （知財庁）	可	１．識別性がない文字、図案の組合せ、店舗の外観形状であっても、先天識別性または使用された後に後天識別性が生じれば、商標登録は可能である。 ２．立体商標を登録するためには、他の形態の商標と同じく、消費者が他人の商品または役務を区別できるように商品または役務の出所を提示することが必要である。 ３．伝統的な平面商標と比べると、立体的形状が識別性を有することは困難であり、特に立体的形状は商品本体の形状または商品包装容器の形状である場合、通常は消費者の認識により、その形状は他の商品の出所を提示するより、商品の機能を提示する形状または装飾的なデザインと認識することが多い。したがって、平面商標より、立体的形状の識別性を証明することは容易ではない。
シンガポール （法律事務所）	可	商標法第 2 条第 1 項： 「標識」とは，文字，単語，名称，署名，数字，図形，ブランド，標題，ラベル，チケッ ト，形状，色，包装の外観又はこれらの組合せを含む。 したがって、店舗のレイアウトは識別力のある文字や図形と組合すことなく標章になりえる。しかし、店舗のレイアウトは、商品・サービスを識別できなければならない。すなわち、識別力が必要である。
ロシア （法律事務所）	可 （ただし十分識別力があることを条件とする）	ロシア民法第 1483 条 商標登録に対する拒絶理由 1. 識別性を有さないか又は次に掲げる要素のみから構成される標識は，商標としての国家登録を受けられない。 (1) 特定の種類の商品を表示するために一般に使用されてしまっているもの (2) 一般に受け入れられた表象及び用語 (3) 商品を特徴付ける要素であって，当該商品の種類，性質，数量，特性及び価額並びに当該商品の製造又は販売の時期，場所若しくは方法を含むもの (4) 商品の形状であって，もっぱら又は主として商品の特性又は用途により決定されるものを表示する要素 これらの要素は，保護されない要素として商標に含めることができる。ただし，これらが支配的な位置を占めないことを条件とする。 また、使用を通じて識別性を有する特性を取得するに至った場合、本規定は適用されない。
スウェーデン （法律事務所）	可	商標法第 1 章第 4 条には、「商標は，視覚的に表示することができる標識で、個人名、図形、文字、数字、製品のデザインまたは装飾的な特徴またはその包装で構成することができる。ただし、標識が識別性を有することを条件とする」と定めている。 同法第 1 章第 5 条には、「取引上の表象は、ある事業活動の商品又はサービスを他のそれらから識別することができることを条件として識別性があるとみなされる。」と定めている。 スウェーデンの法律では、「製品のデザイン」は商標として登録される可能性がある。これは、デザインそのものが識別性要件を満たすとされる場合、製品の「装飾されていない」デザインが登録可能であることを意味する。しかし、識別力ある要素（文字や図形など）がない商標は、その識別性要件を満たす可能性は低いといえる。

国・地域	文字や図形との結合がない登録	根拠規定
スペイン （法律事務所）	可	店舗の外観が識別力ある形状、色彩、特殊な図形要素や要素の特定の位置などを含む必要がある。 スペイン商標の例（出願番号：2849667）； 当該商標は、色彩や（ベンチ、サッカーのゴールなど）要素の配置を含んでいる。 これらはスペイン当局の判断による。
フィリピン （法律事務所）	—	実際の「店舗の外観」自体に依存する。もし店舗の外観が、それを付した商品またはそのサービスの出所または所有を明確に示すほど独特であれば、「店舗の外観」を表す商標出願は、他の特徴的な図形の文字がなくても登録が可能である。Fun Ranch の商標の場合に定められた原則は、「登録可能な商標は、企業の商品とサービスを識別できる視覚標識でなければならない」ということだ。ただし、登録を求める「店舗の外観」に識別力のある特徴がない場合は、登録が拒絶される可能性が高い。
メキシコ （法律事務所）	可	複数のその他の効果的要素がある限り。

（5）（4）において「識別力のある文字や図形との結合がない場合でも登録を認める」とお答えの場合にお聞きします。登録を認めるために必要とされる識別力は、使用による識別力に限られますか。使用による識別力に限られる場合は、どの程度の水準（例えば、領域内周知、業界シェア上位等）を要求していますか。また、使用による識別力に限られない場合は、どの程度の特徴があれば登録を認めていますか。

国・地域	使用による識別力	識別力を認める水準／登録（特徴的である）を認める水準
米国 （法律事務所）	必須ではない	サービスマークとして「店舗の外観」を登録するには、外観に（1）本質的な識別力、または（2）獲得した識別力、がなくてはならない。 本質的な識別力は使用によって獲得するものではなく、獲得した識別力は十分な使用を示す必要がある。 問題となるトレードドレスが本質的な識別力があるかどうかを評価する際には、以下の要因を考慮しなければならない。 (1)出願商標が「普通の」基本形状またはデザインかどうか。 (2)出願商標が使用されている分野内で独特または固有のものかどうか。 (3)出願商標は、商品やサービスの飾付または装飾品として公衆に見られる特定の区分の商品やサービスにおける、一般に使用されよく知られた装飾形態の単なる改良であるかどうか。 (4)出願商標が付随する文字とは異なる商業的印象を作り出すことができるかどうか。「トレードドレスの文脈では、全体がその部分の合計よりも大きくても、最小限異なっていてもよい。そのために、「結合され、統合された要素を考慮する必要があり…集合体としてそれらが消費者に識別性のある表現を形成するかどうかを決めるトレードドレス」。 「トレードドレスの各要素は個別毎に本質的な識別力を持たないかもしれないが、それは識別力の評価のポイントは要素の組み合わせにある」。
米国 （知財庁）	必須	出願標章は本質的な識別力があると考えられるか、または、本質的な識別力がない場合、出願人は獲得した識別性を証明しなければならない。獲得した識別性は、法的要件を示唆する出所表示における標章の使用を示す証拠によって証明される。証拠には、標章の商業上の長期使用、事前登録、広告資料および広告費、売上高、未承諾メディア報道、標章を出所表示としての認識を示す消費者の宣誓書や供述、一般消費者がサービスの出所表示として標章を認識していることを示す世論調査や市場調査、一般的なサービスの宣伝というよりは、標章を宣伝する広告（出所表示としての標章を強調する「look for（消費者がサービスの提供先を探す）広告など）を含めることができる。 獲得した識別性には使用が要件となる。
欧州 （法律事務所）	本質的な識別力があれば十分	本質的な識別力があれば十分。定量化することはできないが、標識は出願人のサービスを他の企業のサービスから識別することができなければならない。さらに、判例法によれば、製品自体の形状からなる立体標章の識別力を評価する基準は、他の種類の標章に適用されるものと変わらない。 識別力は、登録が求められている商標の指定する商品および役務に照らして、またそれらの商品および役務が対象とする消費者の知覚に基づいて評価されなければならない。立体標章に関して、消費者の知覚は必ずしも同じではなく、識別性のある特徴を確立することはより困難であり得る。 その結果、商標は出所を示す本質的な機能を果たすためにその分野における基準となるものや慣習から大きくかけ離れていなければなければならない。
英国 （法律事務所）	登録を得るためには、使用により標章が識別性を獲得したことを示す必要がある可能性が高い。	店舗の外観に関連する公衆が出所表示の標識や商標として認識することに慣れていないためである。獲得した識別力の証拠を評価する際、UKIPO は当該標章の付された商品・サービスの市場シェア、当該標章がどのように集中的、地理的に広範かつ長期間使用されたか、標章の付された商品・サービスを宣伝で使用した事業の投資金額、特定の事業に由来する商品・サービスの出所として認識できる関連する公衆の割合などを考慮する。（Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs GmbH (WSC) v Boots- und Segelzubehör Walter Huber and Franz Attenberger (Case C-108/97 and C-109/97) 評価は累積的であり、証拠の例には、年間売上高、カタログ、サンプル請求書、年次報告書、広告投資額、広告、顧客や市場調査、賞などが含まれる。店舗のレイアウトが商標として機能することを意図していることを示す（例えば、宣伝用の材料に™マークを付ける）ことは、当該標章が使用を通じて識別力を獲得したと主張できる可能性を高める。 【登録（特徴的である）を認める水準】 消費者は一般的に店舗の外観を商標として認識しないため、店舗の外観が登録を取得するのに十分な程度の本質的な識別力を有する可能性は低いと考える。しかしながら、TMA'94 第 3 条第 1 項（b）は、「 識別性を欠いている商標は登録されない」と定めている。 「欠けている」という言葉は、特定の属性を「完全に欠いているか、または持たない」と表す時に使用され、TMA'94 第 3 条第 1 項(b)の文脈では、まったく識別力のない商標を意味すると解釈されなければならない。 その結果、商標が登録を得ることを可能にするための本質的な識別力が最小限であっても、標章を付して販売されている商品・サービスの出所を関連する公衆が認識可能とする属性を有していれば登録されなければならない。

国・地域	使用による識別力	識別力を認める水準／登録（特徴的である）を認める水準
英国 （知財庁）	必須ではない	標識に明らかな識別力があると考えられることもある。標識は、出願で指定された商品・サービスを区別できる必要がある。識別力を意味する「独自性」との関係がある。
ドイツ （法律事務所）	不要	強い本質的識別力が必要。つまり、表現されたレイアウトが関連する経済分野の規範や習慣から大きく乖離している必要がある。2014 年 7 月 10 日 欧州連合裁判所判決、C-421/13、パラグラフ 20（ドイツ連邦特許裁判所から欧州司法裁判所への付託による）
ドイツ （知財庁）	不要	店舗の外観から成る商標の識別力は他のタイプの商標と同じ基準に従う。異なるタイプの商標に統一された法的基準を適応することで、識別性の判断は、消費者の認識および市場環境に応じてなされなければならない。 商品そのものの形状や店舗の外観と類似する商標で構成された標識については、他タイプの商標より厳しい基準が適用されるわけではないが、識別力の認識がより難しくなる可能性はある。文字標章や図形標章と同じように関連する公衆によって認識される必要はない。 したがって、識別性を形成するには、関連する経済分野の規範や習慣から大きく乖離している必要がある。
フランス （法律事務所）	「店舗の外観」を表す商標が、使用による識別力を獲得している必要はない。	特定の規制はなく、フランスでそのような商標の登録例にはあまりない。訴訟になれば、裁判所はその標章の有効性の評価を行う。例えば、2002 年 4 月 25 日のリモージュ控訴裁判所の判決は、以下に示す「店舗の外観」に関するものである。  裁判所は、「...知的財産法第 L711 条 1 に従い、要素を含む構造が正確で恣意的であることを条件に、要素が特徴的な構造を商標として保護することは可能であるが、両標章は主たる機能となる要素（椅子、テーブル、肘掛け椅子など）を含み、バールームまたはバーカウンターを装備するのに必要な要素を示しているとし、その結果、要素が複雑で不正確な商標である「X DIFFUSION」は、商標保護目的における商標権を逸脱することなく ″英国風パブ″のコンセプトを想起させる店舗のレイアウトやインテリア装飾を商標として機能させることはできない。」と判じた。 この結果、裁判所は模倣は否定したが、商標を取り消すことはなかった。
オーストラリア （法律事務所）	必須	獲得した識別性は、年間売上、年間マーケティング支出、宣伝広告と宣伝費用、Google アナリティックデータ、オンラインウェブサイトトラフィック、ソーシャルメディアキャンペーンなどの証拠や形状が他の識別力のある商標と一緒の使用とは無関係に関連する市場で高い評価を得ていることを示唆する証拠を通じて示すことができる。この証拠は、消費者がその形状を商標として認識していることを示さなければならない。 【根拠規定】 第 41 条（4）本項は，商標が次に該当する場合に適用される。 (a) 商標が，本質的に，指定商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別するのにある程度まで適合しているが，十分ではなく，かつ (b) 商標が，次の事項の結合効果を考慮に入れて，指定商品又はサービスを出願人のものとして識別しておらず，将来識別するようにもならない場合 (i) 商標が本質的に指定商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別するのに 適合している程度 (ii) 出願人による商標の使用又は使用予定

国・地域	使用による識別力	識別力を認める水準／登録（特徴的である）を認める水準
オーストラリア （知財庁）	—	使用証拠に基づいてなされる判断は，提出された証拠を評価し，証拠が商標の識別性に対する本質的識別性の程度と併せ，この商標を登録すべきであると登録官を納得させるに十分であるかで下される。Branson 判事は，Blount Inc 対 商標登録官，40 IPR 498，504（‘Oregon’）事件において，以下のプロセスに言及した。 1995 年商標法が「登録官の納得」を求める場合，それは蓋然性の均衡に従ってその問題について登録官が納得することを要求していると理解される（Rejfek 対 McElroy(1965)112 CLR 517，521)。すなわち，商標法で判断することを求められている要因及び状況を適切に審査した上で、登録官は蓋然性が高いと納得すべきである。 提供すべき既定の証拠の類型も表示すべき特異性の基準もなく、関連する商品またはサービス（または業界）にどう適用されるかが、出願人が提供する証拠の全体的な評価となり、審査官の最終承認決定の基礎を形成する。 商標に本質的な識別力がなければ、克服する使用証拠が必要となる。(以下、マニュアルより) ・当該標識を商標として使用しているか？ ・出願人は当該標識を明らかに商標として宣伝しているか？ ・顧客は当該標識を商標として認識しているか？ ・事実として、証拠は当該標識が出所表示として機能していることを示しているか？ ・関連する分野でかなり多くの人々が当該標識を商標として認識しているか？ ・事実、証拠は全体的に出願人の商品・サービスを区別することを示しているか？ ・最初に商標が使用されたのはいつで、どれくらい使用されているか？ ・商標が使用された商品 ・サービス・年間売上高（豪ドル)。幅広い区分や非常に多くの商品 ・サービスが指定されている場合は、売上高もまた同様の商品 ・サービス用に数字を細分化して示す必要がある。あるいは、総売上高を構成する指定商品 ・サービスの割合を示してもよい ・広告費（豪ドル） ・商標の実際の使用を示す証拠又はその証 拠のデジタル写真 ・マーケットシェア・個々の品目コスト（売上高との関係を考慮する必要がある)。安価な商品 ・サービスは、高価な専門品よりも幅広い市場と競合相手を持つ可能性が高い） ・広告媒体別の出稿量（例として、テレビ、ラジオ、印刷物、ネット） ・当該商標を掲載した刊行物や記事 ・顧客基盤を示すもの(オーストラリア又は海外で出願人の主要顧客は誰か？） ・販売業者に関するもの（第三者経由の販売の場合、市場における当該第三者の影響力 ・当該商標の使用されているネット上やウェブサイト上での参照 ・関連する取引における身分の高い人の申告 ・顧客調査および/またはアンケート調査 【根拠規定】 商標法第 41 条、商標審査マニュアル（IP Australia Trade Marks Office Manual of Practice and Procedure） Part 22 と Part 23 を参照。
中国 （法律事務所）	必須ではない	審査官の主観に依存する。審査官は、商標で指定された商品/サービスに関連して機能的な意図がなく十分に識別力があると判断された場合、登録が認められる。例えば、審査官が Apple Inc.の店舗の外観に十分な識別力があると考えれば、店舗の外観は登録される。 【根拠規定】 商標法第 8 条には、「自然人，法人又はその他の組織の商品又はサービスを他の者の商品又はサービスと区別することができる如何なる視覚標識も，商標として登録出願することができ，その標識には，語， 図形，アルファベット文字，数字，三次元標識，色彩の組合せ，及びこれらの要素の組合せが含まれる」と定めている。
韓国 （法律事務所）	必須でない	商標審査基準によるとき、立体商標出願時に形状自体が一般的またはありふれていない非常に特異な形状である場合には識別力があるものとみなすため、必ず使用による識別力を取得しなければならないものではない。 【根拠規定】 商標審査基準 第 8 部(非定型商標に対する審査）第 1 章(立体商標）3.識別力有無に対する審査 立体的形状が指定商品(包装・容器を含む)の形状を表示するものと認識されず、一般的またはありふれていない非常に特異な形状である場合には識別力があるものとみなす。

国・地域	使用による識別力	識別力を認める水準／登録（特徴的である）を認める水準
台湾 （法律事務所）	店舗の外観、店舗の装飾デザイン等は商標とすべき識別性を全く備えないとは言えないが、、一般の商標に比べて、先天的識別性が備えるのは容易ではなく、通常は後天的識別性の取得を証明しないと、登録することができません。また、後天的識別性の証拠方法と認定は一般の平面商標に相違なく、台湾国内の関係消費者の認知程度を根拠にし、《商標識別性に関する審査基準》の「5.証拠の方法と認定」規定に基づいて審査を行うことになります。	後天的識別性の証拠方法： ①商標の使用方式（同一性、単独使用又は併記使用）、時間長短（長期かつ無中断）及び競争同業者の使用有無（業界慣用） ②販売量と売上高（商品の特性や同類の市場における市場占有率等を考量すべきである） ③広告量、広告費、販促活動の資料（宣伝方式、商標の露出率、伝播の地域範囲、産業の特殊性、広告内容） ④販売エリア、市場分布、販売拠点又は展覧陳列場所の範囲 ⑤各国における商標登録の証明 ⑥市場調査報告書（専門性、公正性、客観性、抽出見本の代表性） ・市場調査会社又は機構の公信力 ・調査方式（期間、方法、地域範囲、対象、サンプリング、母体数及びサンプル数等） ・アンケート内容の設問設計 ・内容と結論との関連性（演繹的推論上の合理性と関連性） ・調査者の基本資料 ・統計量の誤差及び信頼区間等 ⑦その他の認定証拠（新聞雑誌の報道や評価、ブランドランキング、同業組合連合会や商工会等の発行証明、業界の支持的な証拠や評価等） 後天的識別性の認定と判断： ・台湾国内の関係消費者の認知度を判断基準とする必要がある。 ・実際の使用証拠は、台湾国内の使用資料を主とすべきである。 ・国外の使用資料は国内の関係消費者が知悉し得るものであると確認した後に、はじめて証拠として採用される。 ・指定商品役務の特性の差異及びその他の影響要素を考量すべきである。 ・実際の取引市場での関連事実を斟酌する。
台湾 （知財庁）	必須ではない	立体商標を登録するためには、他の形態の商標と同じく、消費者がその商標で他人の商品または役務を区別できるように商品または役務の出所を提示することが必要である。営業場所の店舗の外観は、下記の種類に分かれる。 1.建築物の外観 A) 役務場所の建築物の外観が独特で、強く人に印象を与え、且つ出願時にすでに特定商業の出所と結び付けられる商品又は役務の出所を表示する機能を有する時には、商標の識別性を有する。たとえば、登録番号第 01160211 号「台北 101 ビルの立体図」の商標、登録番号第 01402629 号「紫南宮金筍迎客之建物立体図」の商標、登録番号第 01538090 号「天燈＋山體（無圖案之空建物）」の商標、登録番号第 01840838「路思義教堂立体図」の商標は、すでに先天識別性を有し、登録が認められた。 B) デザイン造形は特殊性を有しないと、識別性を有しない。拒絶番号第 0294803「國泰金融ビルに立体図」の商標を参照。 2.インテリア設計：平凡で新奇性やスタイルのないインテリア設計の出願は、通常は消費者に装飾的性質の印象を与えるのみであり、商標登録できない。インテリア設計はすでに後天識別性を取得したことを証明しなければ、商標登録することができない。

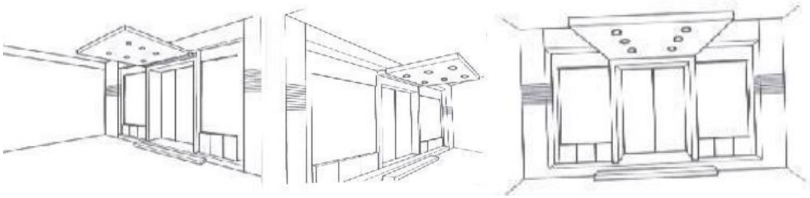
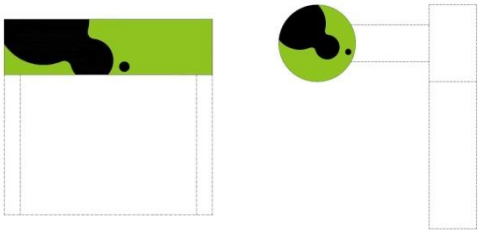
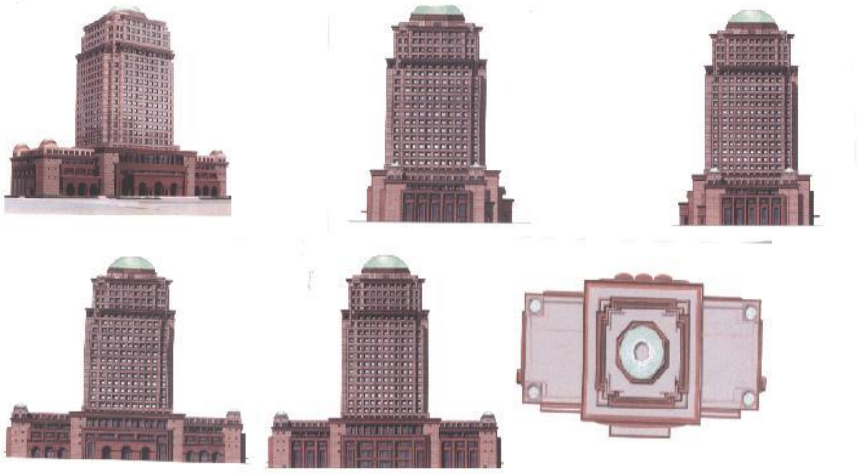
国・地域	使用による識別力	識別力を認める水準／登録（特徴的である）を認める水準
シンガポール （法律事務所）	必須ではない	IPOS は、一般的に識別性の要件を満たすために、「適用される審査基準の閾値はとても低く、少なくとも仮定の問題として、当該標識がこの標識を付したすべての商品を同業者のものと区別する機能を果たすことができるかどうかが問題だ」と商標審査マニュアルに記載している。（商標審査マニュアル第 1 章を参照） しかしながら、Societe Des ProduitsNestléSA 対 Petra Foods Limited の最近の控訴審と、もう一つの裁判（[2016] SGCA 64）で、キットカットの 2 フィンガーと呼ばれる形状に対するネスレの登録商標が商標の使用と認められず無効になったことからも、特に店舗が別の名前でも知られている場合に、店舗のレイアウトが商標であることを IPOS に認めさせることは非常に困難であろう。 商標法第 7 条第 1 項 には、「次のものは登録されない。 (a)第 2 条(1)の商標の定義を満たさない標章；(b)識別性のある特徴を欠く商標；(c)取引において種類，品質，数量，用途，価格，原産地，商品の製造若しくはサービスの 提供の時期又は商品若しくはサービスのその他の特徴を指定することができる標章又は表示で専ら構成される商標，及び；(d)現行の言語において又は誠実かつ確立した取引の慣行において慣例となった標章又は表 示で専ら構成される商標」と定めている。 商標法第 7 条第 2 項に基づき、識別性のある特徴を取得すれば、本質的な識別力のない標章を登録することができる。IPOS は、その場合出願人は、登録出願以前に、商標として好ましくない性格があるものの、特定の商品において公衆の知覚に実際に認識されたことを示す証拠を提供しなければならないと述べている Windsurfing Chiemsee 対 Boots （Case C-108/97）の裁判で欧州司法裁判所は、問題になるのは、商標出願がされた時点で、関連する人々の大部分が識別力のある商標として認識するような方法でその標章を使用されていなければならないという、と述べている。（商標審査マニュアル第 6 章使用によって獲得した識別力の証拠を参照） 【根拠規定】 商標法第 7 条第 1 項： 次のものは登録されない。 (a) 第 2 条(1)の商標の定義を満たさない標章 (b) 識別性のある特徴を欠く商標 (c) 取引において種類，品質，数量，用途，価格，原産地，商品の製造若しくはサービスの提供の時期又は商品若しくはサービスのその他の特徴を指定することができる標章又は表示 で専ら構成される商標，及び (d) 現行の言語において又は誠実かつ確立した取引の慣行において慣例となった標章又は表示で専ら構成される商標 商標法第 7 条第 2 項に基づき、識別性のある特徴を取得すれば、本質的な識別力のない標章を登録することができる。IPOS は、そのためには出願人は、商標出願以前に、商標として好ましくない特徴があるものの、特定の商品において公衆の知覚に実際に認識されたことを示す証拠を提供しなければならないと定めている。Windsurfing Chiemsee 対 Boots （Case C-108/97）の裁判で欧州司法裁判所は、問題になるのは、商標出願がされた時点で、関連する人々の大部分が識別力のある商標として認識する方法でその標章が使用されていなければならないという、と指摘している。 （商標審査マニュアル、第 6 章 - 使用によって獲得した識別力の証拠 https://www.ipos.gov.sg/docs/default-source/resources-library/trade-marks/infopacks/ tm_work-manual_6-evidence-of-use_nov2015-v2.pdf の 4 ページ）
ロシア （法律事務所）	必須	出願日（優先日）より前にロシアで集中的かつ広範な使用により、ロシアの消費者に商標が出願人の商標として認識されている必要がある。獲得した識別力は、権利範囲となる各商品/サービスごとに証明されなければならない。 【根拠規定】 ロシア民法第 1483 条 商標登録に対する拒絶理由 1. 識別性を有さないか又は次に掲げる要素のみから構成される標識は，商標としての国家登録を受けられない。 (1) 特定の種類の商品を表示するために一般に使用されてしまっているもの (2) 一般に受け入れられた表象及び用語 (3) 商品を特徴付ける要素であって，当該商品の種類，性質，数量，特性及び価額並びに当該商品の製造又は販売の時期，場所若しくは方法を含むもの (4) 商品の形状であって，もっぱら又は主として商品の特性又は用途により決定されるものを表示する要素 これらの要素は，保護されない要素として商標に含めることができる。ただし，これらが支配的な位置を占めないことを条件とする。 また、その使用を通じて識別性を有する特徴を取得するに至った場合、本規定は適用されない。

国・地域	使用による識別力	識別力を認める水準／登録（特徴的である）を認める水準
スウェーデン （法律事務所）	必須ではない	登録を可能にするためには、商標は指定する商品やサービスとの関係で識別力がなくてはならない。商標の識別性は本質的なものと使用により獲得する（またはその両方の組み合わせ）ものがある。 実務において、関連する公衆が商品やサービスを識別でき、また競合他社が商品を販売する能力を過度に制限することなく、標章が商標権者に保有されている場合は識別力があるものと考えられる。 スウェーデンでは、トレードドレスに関する登録要件が高く設定されている。つまり、トレードドレスを登録するためには事業の関連分野の規範や習慣から大きく異なるものでなければならない。スウェーデンにおいてトレードドレスに識別力があるかどうかの評価は厳しく、スウェーデン特許登録庁の審査実務で商標法に基づくトレードドレスの保護は殆ど認められていない。この厳しい審査の結果として、保護はインテリア/エクステリア全体ではなくインテリア/エクステリアの一部で求めるのが一般的だ。 【根拠規定】 スウェーデン商標法第 1 章第 5 条第 1 項と第 3 項 取引上の表象は，ある事業活動の商品又はサービスを他のそれらから識別することができることを条件として識別性があるとみなされる。 [...] 取引上の表象が識別性を有するか否かの評価において，それが使用を通じて識別性を取得することができることが斟酌されなければならない。
スペイン （法律事務所）	—	これらの種類の商標は、図形、立体、文字標識などいかなる標章同様に考えられる。したがって、広告投資、市場調査（消費者インタビューなど）、メディア、オンライン放送、ソーシャルメディアなどの利用状況など他の種類の商標の使用要件と同様である。 【登録水準】 識別力を判断するための事例や基準がないため、可能性のある障害を克服し、関連する登録を達成するための要件として識別力を証明するための情報や資料の証拠価値を決定するのは当局に任されている。このような場合、商標には審査官が識別力のある標識として考える十分な要素が含まれていなければならない。
フィリピン （法律事務所）	必須ではない	IP 法では、記述的なもの、誤解を招くもの、商業上一般的かつ慣行的なもの、本質的な形状や色彩のみから成るものの商標登録を禁止している。したがって、これらの登録できない商標で商標権を取得することはできない。しかし、フィリピンで商業上使用された結果として識別力を獲得した場合、形状と色彩で構成される商標は登録できる（IP 法第 123 条 2 項）。IP 法は以下のように規定している；出願人の商品又はサービスについて商業上 使用され，識別性を有するに至ったことを推定する証拠として，識別性の主張をする日前 5 年の間フィリピンにおいて出願人が商業上当該標章を実質的に独占的かつ継続的に使用していたことの証明を認めることができる。 IP 法に必要な識別性の程度に関する規定はないが、商標は企業の商品（商標）やサービス（サービスマーク）を識別するのに十分な識別性や独自性を有した場合と理解されている。
メキシコ （法律事務所）	必須	使用による顕著性は一般的にすべてのタイプの商標に適用される。ただし事実、メキシコの法律で最近認められたこの種の使用による顕著性の前例はない。使用による顕著性を目的として利害関係者が提供する情報や証拠の有効性を判断は当局に任される。 識別力を判断するための事例や基準がないため、可能性のある障害を克服し、関連する登録を達成するための要件として識別力を証明するための情報や資料の証拠能力を決定するのは当局に任されている。メキシコ当局の判断基準が待たれる。

（6）店舗の外観等からなる商標は、機能的であることを理由に拒絶される可能性がありますか。拒絶されることがある場合には、具体例や判断基準を挙げてください。

国・地域	機能的を理由にした拒絶可能性	根拠規定／判断基準／具体例
米国 （法律事務所）	拒絶	TMEP 1202.02(a)(i)には、機能性を理由とした拒絶を定めている。 商標法第2条（15 U.S.C. §1052）(e)(5)は、全体として機能的であるものの主登録簿への登録を禁止する。 商標法第2条（15 U.S.C. §1052）(f)には、「全体として機能的であるものは識別力を獲得したことを示したとしても登録できないと定めている。 商標法第 23 条（15 U.S.C. §1091）(c)には、「全体として機能的であるものは補助登録簿に登録できない」と定めている。 商標法第 14 条（15 U.S.C. §1064）(3)には、「登録日から 5 年が経過して取消し申請ができる理由として機能性がある」と定めている。 商標法第33条（15 U.S.C. §1115）(b)(8)には、「不可争の登録標章を含む訴訟における権利の証拠としての抗弁として機能性がある」と定めている。 【具体例】 機能的な特徴とは、製品の使用や目的に不可欠である、または製品のコストや品質に影響する；競合他社を悪い評判をもたらす不利な立場に置く；登録を求めるデザインの実用的な優位性を開示する実用新案の存在；デザインの実用的な優位性を宣伝する出願人の広告である。
米国 （知財庁）	有	一般的には商標審査便覧 1202.02、詳細は商標審査便覧 1202.02(a)(vii)を参照。
欧州 （法律事務所）	拒絶	商標に関する欧州指令 2015/2436 の第 4 条第 1 項 次のものは，登録することができない。もし登録されたときは無効の対象となる： (…) (e) 次に記載する事項のみを構成要素としている記号 (i) 商品そのものの性質から生じる形状又はその他の特徴 (ii) 技術的成果を得るために必要な，商品の形状又はその他の特徴 (iii) 商品に本質的価値を与える形状又はその他の特徴 【具体例】 理論的には、それが機能的であるという理由で商標が拒絶されることはある。役務商標については機能性の証明はより難しい。
英国 （法律事務所）	—	TMA’94 第 3 条第 2 項には、特定の形状の登録を禁止する規定が含まれている。TMA’94 第 3 条第 2 項(a)は商品自体の特徴に由来する形状を、TMA ’94 第 3 条第 2 項(b)は技術的成果を達成するために必要とされる商品の形状から成る標識の登録を排除しているが、これらの規定が店舗の外観に当てはまるとは考えにくい。
英国 （知財庁）	有	「店舗の外観」が、店舗のインテリアや店舗の顔となるものを反映したサービスに関係した出願で、それに十分な識別力がないと考えられる場合、「店舗の外観」商標は機能的表現であるとして登録が拒絶される。
ドイツ （法律事務所）	拒絶	商標法第 3 条 商標として保護することができる標識 (...) (2) 次の形状のみからなる記号は，商標として保護することができない。 1. 商品自体の内容に由来する形状 2. 技術的結果を得るために必要とされる形状，又は 3. 商品に実質的価値を与える形状 形状のみから構成されているのでなければ、「店舗の外観」に関する商標登録に第 3 条第 2 項は適用されない。
ドイツ （知財庁）	有	商標法第 3 条第 2 項第 2 号には、「…(2)次の形状のみからなる記号は，商標として保護することができない。2.技術的結果を得るために必要とされる形状」と定めている。 【具体例】 関連する欧州司法裁判所とドイツ連邦特許裁判所の判例は、欧州司法裁判所 C-30/15、Simba Toys GmbH & Co. KG 対 EUIPO、ドイツ連邦特許裁判所、25 W (pat) 112/14 - 17.11.2017 である。
フランス （法律事務所）	有	【具体例】 「店舗の外観」を表す標章がありふれたものや、目を引く任意の要素を含んでいない場合、それは機能的であるだけでなく、識別力の欠如を理由に拒絶される可能性がある。そのような標章が特許庁に登録されたとしても、権利行使が裁判所で認められないと判例が示している。

国・地域	機能的を理由にした拒絶可能性	根拠規定／判断基準／具体例
オーストラリア（法律事務所）	形状商標は、識別力がない又は単に機能的であることを理由に拒絶される。	【根拠規定】 1995 年商標法 第 17 条 で商標を定義している。 商法審査マニュアル 3.4 部は審査官による商標の解釈が記載されている。 【具体例】 商標法第 17 条は、機能性を伴っており他に識別力のある要素のない形状は商標として登録できないと読める判例法の解釈がある。 この問題の代表例は: Koninklijke Philips Electronics N V 対 Remington Products Australia Pty Ltd [1999] FCA 816 機能的形状の例: 形状が機能的であるとみなされるのは以下の場合； - 物品の使用または目的に不可欠な形状。例えば、物品の機能に必要なハサミの持ち手と刃の組合せ形状。 - 特定の技術的成果を達成するために必要な形状。例えば、特定の空気流パターンを生成するファンの羽根の形状。 - 工学上の優位性を持っているため優れた性能を発揮する形状。例えば、既存の道具よりも使い易いボトルを開けるための新しい発明。 - 比較的簡単で安価な製造方法から得られる形状。例えば、単純な押出し形状や切断形状で出来ている円盤型または長方形のビスケット。
オーストラリア（知財庁）	有	【根拠規定】 主に機能的な目的を有する商標の出願は拒絶される可能性がある。商標法第 41 条では、(形状商標のような) 機能的特徴は標識が出所表示として機能する可能性は低い（不可能ではない)。そのような拒絶理由を克服するために、出願人は獲得した識別力を証明するための使用証拠を提出することができるが、出願が拒絶される可能性があることを否定できない。 他の業者が通常のビジネスプロセスで使用する必要がある商標は、識別性に関する異議の対象になりやすい。これは、文字、図形、非伝統的な標章や「店舗の外観」と表現できるものを含むすべての商標に適用する。店頭が標準的な窓、ドア、単純な照明、窓枠、看板やその他の建築的特徴からなる場合、これは他の業者が通常の業務で使用する必要がある種類の機能となる。この基準では、標章は登録のために十分明らかな識別力はなく、異議は必然的なものであろう。 【判断基準／具体例】 何かが機能的であるとみなされる特定の基準はなく、むしろ審査官に依存する。すなわち、何かが特徴的というより機能的であるという証拠があれば、拒絶の根拠となる可能性が高い。
中国（法律事務所）	拒絶	商標法第 12 条には、「立体標識で商標登録を出願する時は，商品自体の特徴により生じた形状，技術的効果を獲得するために必要な商品形状又は商品に実質的な価値を具備させる形状で登録してはならない」と定めている。 【具体例】 中国における現行の商標慣行から判断すると、基本的には、商標出願が機能性に基づいて拒絶されることはない。機能性に関わる商標の多くは、識別力の欠如を理由に拒絶されている。
韓国（法律事務所）	有	【根拠規定】 商標法第 34 条第 1 項第 15 号 商標登録を受けようとする商品又はその商品の包装の機能を確保するのに不可欠な(役務の場合には、その利用及び目的に不可欠な場合をいう)立体的形状、色彩、色彩の組合せ、音又は匂いのみからなる商標 【判断基準】 商標審査基準第 5 部(商標登録を受けることができない商標) 第 15 章(立体商標、色彩のみからなる商標などの機能性) 2.判断時留意事項によれば 1)特許や実用新案の存在 2)流通過程の便宜性および使用の効率性に関する広告宣伝 3)代替形状がない場合 4)代替形状があっても出願商標の形状製造費用が低く異なる形状では市場において自由競争が難しい場合は機能性があると判断するのに重要要素となる。
台湾（法律事務所）	—	《非伝統的商標に関する審査基準》2.3、3.2.4 と 4.2.4 には立体商標と色彩商標を含む非伝統商標の機能性を理由に拒絶することが記載されているが、知的財産局の公開資料を利用して当国図形分類の「建物」という図形要素を検索条件として図形商標及び非伝統商標出願の拒絶査定案を調べた結果、すべてが現行商標法第 29 条第 1 項第 3 号又は出願当時商標法第 23 条第 1 項第 1 号規定による登録を拒絶されたものであります。また、それらの識別性の判断はそれぞれ《非伝統的商標に関する審査基準》3.2.3 (4) 役務場所の装飾デザイン及び出願当時の《立体、色彩及び音声商標の審査基準》2.4.4 を根拠にして審査を行ったことになります。下記の拒絶査定例をご参照ください。

国・地域	機能的を理由にした拒絶可能性	根拠規定／判断基準／具体例
		【拒絶実例Ａ】 ①出願第 093018482 号「湯大師涮涮鍋之門面造型」立体商標(CL. 43)  審査結果：商標見本にある「ファサードデザイン」は『レストラン』役務を指定した場合、ただ単純の装飾デザインでよく知られ見慣れたものとなり、消費者にそれと他人の商品又は役務を区別させるに足るものでなければならないので、出願当時商標法第 23 条第 1 項第 1 号の不登録事由により登録を拒否された。 【拒絶実例Ｂ】 ②出願第 102032837、102032838 号色彩商標(CL. 43)  審査結果：本件商標は「緑」と「黒」二つの色彩の組み合わせであり、消費者にその多くが装飾性質のものであると認識させ、それと他人の商品又は役務を区別させるに足るものでなければならならず、また出願人が提出した証拠によるそれが消費者に熟知されていることが立証できないため、商標法第 29 条第 1 項第 3 号の不登録事由により登録を拒否された。 【拒絶実例Ｃ】 ③出願第 094042223 号「國泰金融大樓之立體圖」立体商標(CL. 36、39、42、43)  審査結果：商標見本にある建物の外観は建築業界で通常用いられる形状と色彩に属するものであり、また出願人が提出した証拠によりそれが消費者に熟知されていることが立証できないため、出願当時商標法第 23 条第 1 項第 1 号の不登録事由により登録を拒否された。 ④出願第 102059691 号「亞洲現代美術館之立體圖」立体商標(CL. 41)

国・地域	機能的を理由にした拒絶可能性	根拠規定／判断基準／具体例
		審査結果：本件商標は美術館の建物であり、一般消費者の認知で普通の建物の外観とみなし、商品又は役務の出所を示し、消費者にそれと他人の商品又は役務を区別させるに足るものでなければならないので、現行商標法第 29 条第 1 項第 3 号の不登録事由により登録を拒否された。
台湾 （知財庁）	商品または役務の用途または使用目的からみて、立体的形状が不可欠であり、商品または役務のコスト、品質に影響を与えるものであれば、機能性を有する。立体的形状は機能性を有する場合、同類競合製品または役務の中に競争優位を持つことになる。公平な競争の観点から、一般事業者でもその立体的形状を自由に使用できるように、創作者が専利法によって一定期間の保護を受ける以外、特定人が商標登録によって長期かつ独占的な利用することはあってならない。専利保護期間における独占的使用により、立体的形状が商品の出所を提示できる機能性を生み出させる場合においても、商標登録することができない。	【判断基準】 現在、店舗の外観等の商標が機能性を有するという具体的な事例はまだない。機能性に関する具体的な検討要素は下記のとおりである。(IPO公表の非伝統的商標審査基準3.2.4を参照) A．その形状がその商品の使用または目的を果たすために必須か否か 「その形状がその商品の使用または目的を果たすために必須」とは、その形状は他の競争相手が選択できる、その他の代替形状がなく、その商品の使用目的を発揮するために必要であることを指す。 B．その形状がある種の技術効果を達するのに必要であるものか 立体的形状がある種の技術効果を達するのに必要であるとは、その形状の主な機能の特徴がそれを用いて特定の技術効果を達するのみであることを指す。ある立体的形状がある種の技術効果に達するのに必要であるものかについては、その形状がすでに特許権または実用新案権を取得しているか否かを判断基準の一つとする。特許権または実用新案権が存在することによって、その形状の実用的機能を明確に示すことができる。そのため、その形状がある種の技術効果を達するのに必要とする表面的な証拠となる。たとえ、特許権または実用新案権の存続期間が過ぎていても、その形状が機能性を具えていることを認定する妨げにはならない。もし、出願人が広告または販促キャンペーン中に、その立体的形状が特定の機能を具えている、またはその形状がある種の技術効果を達することができると明確に強調し、しかも、その説明が広告効果をあげるためだけに誇大に述べたのではないのなら、この事実をその立体的形状がある種の技術効果を達するために必要であるものなのかを判断する証拠とすることができる。このほか、競合する業者または業界の刊行物における、その特 定の形状または技術的特徴と同一または類似するものに関する広告および報道なども、機能性を判断する際の参考とすることができる。 C．その形状は、製作コストまたは方法がより簡単、安価またはより良好か否か。 その形状は、製作コストまたは方法が比較的簡単、安価または比較的良好である場合、もし、その形状を立体商標として登録することを許可したならば、商標の専用使用権及び排他権が取得され、他の業者はその商標の侵害を避けるために、製造コストが増加せざるを得ない、またはより難しい、より劣る製造方法でその他の形状を製造せざるを得なくなり、社会経済資源の浪費を招くことになる。このように、不公平な競争をもたらすことは明らかであり、公益に も深刻な影響を及ぼすので、その形状は機能性を具えており、登録することはできない。
シンガポール （法律事務所）	拒絶	【根拠規定】 商標法第 7 条第 3 項（b）： 登録拒絶の絶対的理由；次のものは登録されない。 (..) （b）技術的成果を得るために必要な商品の形状, 【具体例】 機能的な商標には一般的に登録できない。IPOS は次の例を示している： 商品の形状のみからなる標識は、その形状の本質的な特徴が機能的である場合、または技術的な結果のみに起因する場合には、商標登録できない。本質的な特徴は以下の場合に機能的と見なすことができる。 1. 商品の使用または目的に不可欠な場合、例えば、ナイフの機能に必要なナイフの刃や柄および組立の特徴。 2. 特定の技術的成果の達成に必要な場合、例えば、うちわの形状を特徴とする羽根は特定の空気の流れを生成する。 3. 優れた性能をもたらす技術的優位性を特徴とする場合、例えば、既存のものよりもバナナのスライスを簡単にするために新しく発明された道具。 4. 商品の効率的な製造に不可欠な場合、例えば、商業生産に求められる迅速な製造や包装を可能にする甘味の球体形状。 商標法第 7 条第 3 項（b）の審査で、登録官は指定商品の"技術的結果"の性質がどのようなものかを検討する。この条項は広く解釈されるべきであり、より明白な技術的機能の他に、例えば以下のような形状が含まれる： 1. 他の商品と合わせられる。 2. 最も大きな特徴となる。 3. 最小限の材料で使用できる。 4. 便利な保管や容易な輸送を可能にする。 （商標審査マニュアル、第 3 章 - 形状商標 https://www.ipos.gov.sg/docs/default-source/resources-library/trade-marks/infopacks/tm_work-manual_3- shape-marks_mar-2017.pdf、12 ページ）

国・地域	機能的を理由にした拒絶可能性	根拠規定／判断基準／具体例
ロシア （法律事務所）	拒絶	ロシア民法第 1483 条 商標登録に対する拒絶理由 1. 識別性を有さないか又は次に掲げる要素のみから構成される標識は，商標としての国家登録を受けられない： (1) 特定の種類の商品を表示するために一般に使用されてしまっているもの (2) 一般に受け入れられた表象及び用語 (3) 商品を特徴付ける要素であって，当該商品の種類，性質，数量，特性及び価額並びに当該商品の製造又は販売の時期，場所若しくは方法を含むもの (4) 商品の形状であって，もっぱら又は主として商品の特性又は用途により決定されるものを表示する要素 これらの要素は，保護されない要素として商標に含めることができる。ただし，これらが支配的な位置を占めないことを条件とする。 また、その使用を通じて識別性を有する特性を取得するに至った場合、本規定は適用されない。
スウェーデン （法律事務所）	有	商標法第 2 章第 4 条には、「商標は，それが商品自体の性質から生じる形状、技術的成果を取得するために必要な商品の形状又は商品に実質的な価値を与える形状から専ら構成される場合、登録することができない」と定めている。 【具体例】 原則として、記述的な文字、形状、数字などは商標として登録できず、1 つの会社に独占的に保有させない。普通で一般的なデザインは市場で活動するすべての人が自由に使うべきものである。
スペイン （法律事務所）	有	スペイン商標法第 5 条第 1 項 e)によれば； 第 5 条 絶対的禁止事由 (1) 次の標識は，商標として登録することができない。 (e) 商品自体の内容により課せられた形状，技術的成果を得るために必要な商品の形状，又は商品に実質的価値を与える形状のみからなるもの 【具体例】 機能的な性質があると疑われる商標出願の拒絶例（ES 2610266）

国・地域	機能的を理由にした拒絶可能性	根拠規定／判断基準／具体例
フィリピン （法律事務所）	有	「店舗の外観」商標は、機能的という理由で拒絶されることがある。IP 法では、技術上の要因，商品自体の性質又は商品の固有の価値に影響する要素により必要とされる形状からなる標章は登録できないと規定している。立体商標を引用していると理解され得る形状を指す言葉は、立体形状の平面図形を指すものとしても引用される。立体商標として適用される形状は、製品のデザイン、その包装、または「店舗の外観」を特徴付けることができる。「店舗の外観」のような立体商標が登録できるかどうかを評価するには、識別性と機能性という 2 つの要素が考慮される。立体商標は、識別性、機能性の何れかが欠如している、またはその両方が欠如していることを理由に登録を拒絶される可能性がある。 機能性について 商標審査ガイドラインに基づき、出願された商標の形状からなる特徴が製品の使用または目的に不可欠である場合、または製品のコストまたは品質に影響を及ぼす場合に機能的であると言える。デザインや包装の形状に関して全体的に機能性があれば、形状そのものが製品に必要な機能であるという理由で登録が拒絶されると思われる。どんな形状でもすべてが機能的というわけではない。多くの形状は商品に関連して実用的な性質を有するかもしれないが、この性質により機能性を理由に自動的に形状が登録から除外されるわけではない。機能性が議論されるのは、商標を構成する特徴が機能性以外にない場合だ。 機能性の評価では以下の要素が考慮される；1）実用新案登録の存在、2）デザインの機能性や実用的な利点を促進する広告、3）代替デザインの入手可能性、4）比較的簡単または安価な製造方法からできたデザインであるかどうか 識別力の欠如について ガイドラインはさらに、商標の基本的な登録要件として「識別力」が本質的なもの、または使用によって獲得したものであることを規定している。本質的識別力は、その形状が商品の出所表示として公衆が簡単に認識可能であることを意味しており、標準的な形状または一般的な形状は、それ自体に識別力がないものである。しかし、継続的な使用を通じて、識別力を獲得する可能性もあり、その場合には出所表示としても機能する。識別力がないと判断された立体商標は、出願人が使用によって識別力を獲得した十分な証拠を示すことができなければ登録を認められない。 立体商標に識別力がない又は機能的であるという最初の拒絶理由を克服するために、出願人は登録を支持する意見及び証拠を提出することができる。審査官が本質的な識別力はないが、使用により識別力を獲得していると判断した場合、登録される商標の保護範囲は、本質的な識別力があると認定された商標と同じになる。 製品の包装の本質的識別力は次の 4 つの要素に基づいている：1）基本的な形状またはデザインの共通性、2）使用される分野における識別力、3）装飾や飾付として公衆に知覚される特定の商品で、一般によく使用されており、よく知られている形状の単なる改良品であるかどうか、4）付帯する文字とはっきり異なる商業的印象を創造する機能。 類推すると、これらの基準が「店舗の外観」商標出願を評価する際に適用されると考える。
メキシコ （法律事務所）	—	「店舗の外観」の商標出願に示される機能性を判断するための事例や基準がないため、機能性の判断は当局に任されている。

（7）店舗の外観等に関する出願について登録を認めるには、商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要になりますか。

国・地域	商標の説明（ディスクリプション）による特定の必要性	根拠規定
米国 （法律事務所）	必要	商標の説明については、 （1）標章は、商品またはその包装の立体形状または商品または包装の特定のデザイン上の特徴であることを示さなければならない。 （2）標章を構成し、標章の一部として権利主張する図面のすべての要素を指定しなければならない。 （3）標章の一部でない全ての要素を特定し、破線または点線で示したものが標章の一部ではなく、標章の位置や配置を示すためだけに使われていることを示さなければならない。 出願人は、商標見本に標章を表す図面を添付しなければならない。
米国 （知財庁）	必要	商標出願の一部として商標の説明が必要。
欧州 （法律事務所）	必要ではないが推奨	欧州委員会実施規則 2018/626 (5) (…) 規制は、管轄当局と公衆が保護対象を明快にかつ正確に判断できるようにするために、標章の視覚的表現（Graphical. Representation）を必要としなくなった。(…) その表現は、必要に応じて関連する標章タイプを表示することによって補完されるべきである。必要であれば標識の説明で補足することができる。そのような標章タイプの表示または標識の説明はその標章と合致しなければならない。 標識の説明は必須ではないとしても推奨したい。ある判例では、標識の説明がなかったことが出願人に不利に働いた。裁判官が商標の表示だけでは描かれたものの立証が難しいと判断したからだ。
英国 （法律事務所）	不要	英国で標章の説明を出願書類に記載することは必須ではない。
英国 （知財庁）	任意	—
ドイツ （法律事務所）	—	商標法施行条例（Ordinance Implementing the Trade Mark Act (Trade Mark Ordinance)） Sec. 6a (1)：オプション Sec. 6a (2)：必要 セクション 6a：商標の種類 （1）セクション 7 で定義する文字商標を除くすべての種類の商標について、商標の平面図形を説明するために、商標出願で商標の説明を提出することができる。 （2）平面図形表現のみによって保護対象を十分に示すことができない場合は、商標出願で商標の説明を提出しなければならない。これはセクション 12 で定義するその他の種類の商標に特に当てはまる。 （3）商標の説明は最大 100 文字まで記載でき、21 cm x 29.7 cm（A4）の形式で別紙で提出するものとする。それはテキストのみで構成されていなければならず、図形や他の表現手段を含んではならない。商標の説明は、客観的な方法で商標の保護範囲を明確に示さなければならない。 その他の説明を出願書類に添付することもできるが審査官は考慮しないと思われる。
ドイツ （知財庁）	不要	—
フランス （法律事務所）	—	商標の説明を提出することは任意だが、商標の説明によって保護を求める範囲の特定に役立つ可能性はある。

国・地域	商標の説明（ディスクリプション）による特定の必要性	根拠規定
オーストラリア（法律事務所）	保護の最適化に必要	裏書説明-オーストラリアで（文字やロゴマークのような）伝統的な標識の商標出願をする際に、書面による裏書説明を含めることは任意である。裏書説明は、商標出願の保護の範囲を特定するのに役立つ。 しかし、非伝統的な標識の商標出願については、標章見本はその標章の特徴をはっきりと示し、1995 年商標規則の適切な審査（規制 4.3（8））のために十分明瞭に特徴を示さなければならない。特に、商登録を求める商標が色彩，匂い，形状，音若しくは包装の外観又はこれらの特徴の組合せである記号を含んでいるか若しくはそれによって構成されている場合は，その商標の登録出願は，その商標についての簡潔かつ正確な説明を含んでいなければならない（規制 4.3（7））。 裏書説明には、商標の範囲を明確に描く必要がある。「見本例示の通り」などの用語は十分に正確ではなく商標部門は受け入れない。この例は商標が何であるかを明確に示しておらず、単に商標が何かであるかもしれないという例を出願書面に添付したということだけだ。 商標規則 4.3(7) および 4.3(8) は以下の通り； (7) 登録を求める商標が色彩，匂い，形状，音若しくは包装の外観又はこれらの特徴の組合せである記号を含んでいるか若しくはそれによって構成されている場合は，その商標の登録出願は，その商標についての簡潔かつ正確な説明を含んでいなければならない。 (8) 登録官が，商標登録出願における商標の説明又は表示が，その商標の適切な審査を行う上で， (a) その商標の内容を十分に示していないこと，又は (b) その商標の各特徴を十分に示していないこと， を合理的に信じる時は，登録官は出願人に対し，次のものを登録官に提出するよう要求することができる。 (c) その商標の説明又は更なる説明，及び (d) その商標の見本
オーストラリア（知財庁）	必要	（Q2-1 と同様）。出願され優先日が与えられるためには規則に従って出願書類を作成しなければならない。出願書類には、商標の表示、標章タイプ（形状、音、香り、色彩商標であれば、明確な商標の説明）が含まれていなければならない。商標審査マニュアル Part 3.3 と 10.3 を参照。 1995 年商標法第 27 条第 3 項(a)で、出願には当該商標の表示を含まなければならないと規定している。さらに、商標規則 4.3(7)で、色彩，匂い，形状，音若しくは包装の外観又はその他の非伝統的な標章を含んでいるか若しくはそれによって構成されている場合は，その商標の登録出願は，その商標についての簡潔かつ正確な説明を含んでいなければならないと規定している。
中国（法律事務所）	必要	1. 商標審査基準　三、三次元標識の方式審査 出願人は、三次元形状が特定できる商標見本を提出しなければならない。 2. 商標局ウェブサイト上の商標出願に関する FAQ： 三次元標識を出願する場合、商標の使用について説明しなければならない。 出願人は、三次元標識の出願に際して出願書類の「商標出願申告（Trademark Application Declaration）」欄の「三次元標識の登録」を選択し、「商標の説明」欄に商標の使用について説明しなければならない。
韓国（法律事務所）	不要	商標法第 36 条第 2 項および商標法施行規則第 28 条第 2 項第 2 号によって、①色彩のみからなる商標、②ホログラム商標、③動作商標、④その他視覚的に認識することができる商標、⑤音商標は商標の説明を必ず記載し、これに違反した場合には商標法第 2 条(定義)規定に違反したものと判断される。同条項によるとき、立体商標の場合は商標の説明記載は必須ではなく、任意記載事項である。 第 36 条(商標登録出願) ②商標登録を受けようとする者は、第 1 項各号の事項のほか、産業通商資源部令で定めるところにより、その標章に関する説明を商標登録出願書に記さなければならない。 【商標法施行規則】 第 28 条(商標登録出願) ②法第 36 条第 1 項により商標登録を受けようとする者は、別紙第 3 号書式の商標登録出願書に次の各号の書類、ファイルまたは見本などを添付して特許庁長に提出しなければならない。 2. 商標に対する説明書(令第 2 条第 2 号に該当する標章のみからなる商標および令第 2 条第 3 号に該当する標章を含む商標のみ該当する)

国・地域	商標の説明（ディスクリプション）による特定の必要性	根拠規定
台湾 （法律事務所）	「商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要になります。《商標法施行細則》第13条第3項規定により、商標記述は商標自体及びそれが商品又は役務において使用される状況に対して行った関連説明であり、文字により商標図案を補充説明し、商標をリアルに表現することができ、商標の使用方法を併せて記入すれば、商標態様、内容を明確、特定にされます。従って、店舗の外観等を非伝統的商標として登録出願する場合、商標図案のほかに、その商標をリアルに表現するための商標記述を提出する必要があり、また審査の段階で商標記述の修正や補充することは可能であります。また、店舗の外観等の商標説明については、立体商標として出願した場合、《非伝統的商標に関する審査基準》3.2.2、また色彩商標として出願した場合、《非伝統的商標に関する審査基準》4.2.2の規定をご参照ください。	《商標法施行細則》第13条 商標登録出願時に添付する商標図案は、商標専属責任機関が公告した様式に合致したものでなければならない。商標専属責任機関が必要とみなすときは、商標図案の審査の参考として、出願人に対して商標記述及び商標見本を添付するよう通知することができる。 商標図案は破線によって商標が指定商品または役務において使用される方式、位置または内容の態様を表現することができ、且つ商標記述において説明する。当該破線部分は、商標の一部分に属さない。 第一項でいう商標記述とは、商標自体及びそれが商品または役務において使用される状況に対して行った関連説明をいう。 第一項でいう商標見本とは、商標自体のサンプルまたは商標を記録した電子ファイルをいう。
台湾 （知財庁）	必要	申請人が立体商標を店舗の外観として商標登録出願をする時、商標の描写を提供して、 立体形状を説明しなければならない。又、商標が立体形状以外で構成されている部分も説明しなければならない。〈商標施行細則 15Ⅲ〉。点線を付して商標が 指定商品又は役務に使用される方法、配置又は状況を表示した場合、商標の描写において説明しなければならない〈商標施行細則 13Ⅱ〉。
シンガポール （法律事務所）	必要	シンガポール商標法は、「店舗の外観」の商標登録を考慮していない。 ただし、出願商標を記載する一般的な要件がある。 商標規則 15 で、「商標の登録申請は様式 TM4 で行われなければならない…商標の特徴を明確に示すものとする。 様式 TM4 のパート 4A には、出願商標の見本が必要。 様式 TM4 のパート 4B には、図形の説明（必要な場合）が必要。 様式 TM4 の第 4E 部には、新しいタイプの商標に関する権利範囲の記載が必要。 様式 TM4 のパート 4G は、英語以外の文字やローマ字でない文字の説明/翻訳/音訳が必要。
ロシア （法律事務所）	必要	ロシア民法第 1492 条 商標出願 3. 商標出願は次の各号に掲げるものを含むものとする。 1) 出願人名，出願人の居所は実際の住所を記載した，商標として標示の国家登録を求める出願 2) 請求された標示 3) 商標の国家登録を求める商品の一覧表であって，標章の登録のための商品及びサービスの国際分類にしたがって当該商品をグループ化したもの 4) 請求された標示の明細

国・地域	商標の説明（ディスクリプション）による特定の必要性	根拠規定
スウェーデン （法律事務所）	必要 （立体商標）	出願が立体商標に関するものであれば、特許登録庁は、書面にその商標を記載する必要があると考えているようだ（電子出願手順の一部として）。 商標法第 2 章第 1 条は、「商標を登録しようとする者は，特許登録庁へ出願するものとし，出願は次のものを含まなければならない。 … 3. 商標の明瞭な表示」と定めている。 同法第 3 章第 2 条(2011:594)には、「商標の登録において特許登録庁が必要とみなす時は，出願人は標章を書面で説明し，その特徴を表示する」と定めている。 商標規則第 3 章第 1 条（2011:594）、商標法(2010:1877)第 2 章第 1 条に基づき，商標出願の一部となる商標の表示は，文字標章以外の標章に関しては，複製に適した標章の図であって，21x29.7cm(A4)を超えないフォーマットのものを含まなければならない。標章を色彩付きで登録したい場合は，当該の図は，色彩付きで提出する。
スペイン （法律事務所）	任意	スペインの出願書類には、任意の記載として図形または立体商標の説明を推奨するとしている。特に重要な事業であれば、図形を構成する要素を記載するよう勧める。より詳しい説明があれば、より識別力を主張できる。
フィリピン （法律事務所）	不要	商標出願の際に商標の説明を記載する必要はない。出願人は、該当する商標タイプ、すなわち、商標が図形なのか文字と図形の結合なのか立体なのかなどを指定すれば十分である。
メキシコ （法律事務所）	必要	出願には店舗の外観を含む要素の説明が必要。

（8）－1（7）において「商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要」とお答えの場合にお聞きします。商標の説明が果たす役割（例えば、商標の特定、出願日を認定するための要件等）をご記入ください。

（8）－2（7）において「商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要」とお答えの場合にお聞きします。商標の説明（ディスクリプション）のない店舗の外観等に関する出願又は登録が、マドリットプロトコル経由で出願された場合の取扱いについてご記入ください。

国・地域	商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要である場合		
	（8）－1 商標の説明が果たす役割	（8）－2 マドリットプロトコル経由で出願された場合	
		取扱い	根拠規定
米国 （法律事務所）	商標の説明は、出願人が登録を求める標章の保護範囲を定め、標章のよりよい審査を可能にする。	立体標章としての登録を求めるという指定がない場合、出願は図形標章として処理される。	TMEP808.03(e)には、「一般に，商標の説明の補正は，図面がその説明を裏付けている限りは寛容に許可される。説明の補正が図面の標章又は最初の願書に添えて提出された説明についての実質的変更となる場合は，補正は許可されない」と定めている。商標規則2.72；Thrifty，Inc.，274 F.3d 1349，61 USPQ2d 1121 （Fed. Cir. 2001）を参照。
米国 （知財庁）	商標の説明は、審査官に商標登録で保護を求めるものを正確に知らせるのに役立つ。また、保護範囲について公衆に告知するのにも役立つ。また、商標の説明は、競合する先行商標との審査にも役立つ。	米国を指定する際に、出願人が国際登録出願願書(MM2)に商標の説明を記載していない場合、商標の説明を求める暫定的拒絶通報が発行される。	—
英国 （法律事務所）	N/A	N/A	—
英国 （知財庁）	—	—	—
欧州 （法律事務所）	—	—	—
ドイツ （法律事務所）	商標の保護範囲を平面図形表現で十分に示すことができない場合に必要。	不明	—
ドイツ （知財庁）	—	—	—
フランス （法律事務所）	商標の説明は任意であるため、他の種類の標章と同じ扱いを受ける。	—	—
オーストラリア （法律事務所）	保護の範囲に影響する。形状商標の出願における裏書説明は、出願人が保護を求めている表現や形状の要素を特定するのに役立つ。権利を主張する商標の明確な説明がなければ、商標法第41 条の審査のために調査することが困難かもしれない。また、登録簿上で類似する商標についてデータベースを検索することも困難かもしれない。明快さの欠如は保護範囲を不明確にするため、権利行使を困難にするだろう。最近の判例：ニュージーランドの色彩商標事件-説明には正しいパントーン番号が記載されていたが、商標の色見本は異なる色合いであった。裁判所は、提供された証拠に出願商標の使用を示しておらず、商標の保護範囲が不明だとして登録を無効にした。	マドリッド・プロトコル経由でオーストラリアを指定した IRDA が（立体商標なのに）立体商標という記載がなければ、その商標はおそらく拒絶されると思われる。これは、保護が求められる商標に関して、所有者の商品・サービスを識別することができないという、拒絶理由が適用されると思われるからだ。商標の明確な説明がなければ、審査官は第 41 条の適用で出願を審査/評価することが難しいかもしれない。	1995 年商標規則 17A.3 には、「オーストラリアを指定する国際登録(International Registration Designating Australia (IRDA))は，IP オーストラリアに直接出願された国内出願と同じ審査、同じ異議手続きを遂行しなければならない」と定めている。IRDA の所有者の商標が、立体標章、色彩標章、または音標章である場合は、IRDA は最小限の出願要件を満たし、登録簿に裏書説明を記入する必要がある。

国・地域	商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要である場合		
	（8）－1 商標の説明が果たす役割	（8）－2 マドリットプロトコル経由で出願された場合	
		取扱い	根拠規定
オーストラリア （知財庁）	商標の説明は、出願日を付与するためだけではなく、商標の保護範囲も特定するためのものだ。商標審査マニュアル Part 21.4.4.1 には、「商品の指定同様に、その権利範囲が明確になるように商標の特徴を明確に説明する必要がある。この説明は、権利化されるサービスでどのように色彩を使用するのかを特定するものでなければならない。例えば、例えば、小売業のサービスに関して「出願書類に添付されている通りの赤色」の説明と一緒に赤い見本が添付されていても、サービスに関して色の使い方を説明していないため十分ではない。小売サービスにより受け入れやすい説明は、「商標は、建物の看板やドアに使われている赤い太い幅広の縞模様から構成される。商標の色と配置は、出願書類に添付された例示の通り」であり、添付の例示は、幅広の縞模様が建物やドアにどのように使用されているかを明確に示す必要がある。	―	マドリッド・プロトコル経由で登録出願された商標の審査は、1995 年商標法第 17A 部に準拠している。出願によっては、商標の説明が必要ないほど十分な情報が記載されていることもある。
中国 （法律事務所）	三次元標識の使用方法について審査官の理解を助けることができる。もし商標の説明がなければ、出願全体がそれ以上審査されず拒絶されるかもしれないし、場合によって中国商標局から出願人に説明を追加するよう求める補正通知書が発行されることもある。	中国商標局から補正が要求されるか審査官に拒絶される可能性がある。	1. 審査基準第十一部分 審査意見書の適用 、「商標法」第二十九条　審査の過程において、商標局が、商標登録出願の内容に関して説明又は補正が必要と判断した時は、出願人に説明又は補正を行なうよう要求することができる。出願人が説明又は補正を行なわなくても、商標局の審査決定に影響を及ぼさない。 2. 商標法実施条例第 18 条： 出願手続に不備があり、出願書類が規定のとおりに記入されていない場合は、商標局はこれを受理せず、書面により出願人に通知し、その理由を説明する。
韓国 （法律事務所）	商標の特定、出願日を認定するための要件である。	商標の説明が欠けている場合は、拒絶される。	―
台湾 （法律事務所）	―	国際商標の登録はマドリッド協定とマドリッド協定議定書に基づく商標出願を行うことになり、当国は上記の協定に加盟していないため、それにより国際商標の領土指定ができないことになる。優先権主張の基礎出願案には商標の記述を記載しなかった場合、出願の際の願書に記載し、又は審査の段階で商標記述の修正や補充することは可能である。	―

国・地域	商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要である場合		
	（8）－1 商標の説明が果たす役割	（8）－2 マドリットプロトコル経由で出願された場合	
		取扱い	根拠規定
台湾 （知財庁）	1. 商標の記述は商標の本体及び商品または役務に使用される実態に関する説明である〈商標施行細則 13Ⅲ〉。商標の記述の役割は商標図案の説明を補足し、商標を忠実に表現する。 2. 「台北 101 ビルの立体図」を例としては、商標の記述：本商標は一多節式の 101 階の世界一高い摩天楼及びビルの群れで構成される。そのうち、多節式摩天楼は 27 階から 90 階にかけて、8 階分を一節として、8 つの「節」で構成されている。各節の上部から 7° に傾き、フラワーコアの造形が上へ延伸する。また、ビルの外観は竹の節のような形状である。各節の四角は「瑞雲」の形状の金属突起物で飾られ、各節の各方面の真ん中に「如意」で飾られている。「金融センター」というテーマに応じるために、24 階から 27 階までの位置には直径が 4 階の高さくらいである「方孔古銭幣（中華圏の昔の貨幣）をイメージしたオブジェ」がビルの四面に飾られている。また、ビルの最上階の採光用の屋根の外形は中国の「如意」の形である。 3. 商標の説明と各図によって構成された商標図案は、一致し、かつ互いに参照されるものでなくてはならない。 商標の説明が商標図案に描かれている立体的形状と一致していない場合は、商標図案が優先に採用され、出願人に期限内の訂正を行う旨の通知をする。登録出願時に、「商標の説明」を記載しなかったことは、出願日の取得に影響を与えないが、訂正の通知が行われる。訂正しなかった者は受け入れられない。	わが国はマドリッド協定に加入していないが、優先権が主張された商標の事案の例を挙げると、商標の説明は優先日を取得するために必要な記載の要件ではなく、商標図案の審査を補足するためにのみ用いられる。例えば、優先日に出願された商標出願において商標の説明が記載されていない場合、法に従って補正の通知が行われるが、その優先日についての主張及び審査には影響を与えない。	—
シンガポール （法律事務所）	商標の説明は、次の目的で使用されるためのものとして重要である。 (1) 出願人が保護を求める正確な商標を確認するため (2) IPOS が提供する商標の公的データベース検索を容易にするための商標の分類分けを支援する	IPOS は、国際登録出願が通知された時に、出願人に対して「商標の説明」を要求する可能性がある。 シンガポールを指定する国際登録出願/事後指定は、IPOS に直接出願される国内出願と同じ方法で審査される。国際登録出願/事後指定では、商標法および商標規則に従って登録可能性を審査される。もし国際登録出願/事後指定がシンガポールの法律に適合しない場合、IPOS は標章の保護を拒絶したことを国際事務局に通知する。	規則 5（1）、商標（国際登録）規則には、「規則 11 から 17 の規定に従えば、シンガポールを指定する国際登録出願は、個々の項目が法に基づく商標出願に含まれている場合、そのような出願は、商標規定を含む法律の登録要件を満たすものであり、商標として保護の対象となる」と定めている。

国・地域	商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要である場合		
	（8）－1 商標の説明が果たす役割	（8）－2 マドリットプロトコル経由で出願された場合	
		取扱い	根拠規定
ロシア （法律事務所）	出願日を特定するために必要。	国際登録出願で商標の説明が欠けていても審査は行われる。審査官は、商標の説明ではなく、出願された標章のイメージで審査する。	標章の国際登録に関するマドリッド協定及び同協定の議定書に基づく共通規則 第9規則 国際出願に関する要件 (4) ［国際出願の内容］ (a) 国際出願は、次の事項を含むか又は表示されなければならない。 （…） (xi) **基礎出願又は基礎登録が標章の説明文を含んでいる場合であって、本国官庁がその説明文 を含めることを要求する時は、同一の説明文。当該説明文が国際出願の言語以外の言語 によるものである場合には、その説明文は、国際出願の言語による、** （…）
スウェーデン （法律事務所）	―	国際事務局から商標登録出願を受け取ると、スウェーデン特許登録庁は実体要件（第2章4-11章）、すなわち、識別力、非機能性、混同のおそれなどを審査する。方式審査は行わない。しかしながら、判例が少なく、標章の説明が有無でスウェーデン特許登録庁が「店舗の外観」の商標出願をどのように処理するかは不明である。	商標法第5章第8条により、特許登録庁が国際事務局からある者が国際商標登録から生じる保護のスウェーデンへの拡張を申請した旨の通知を受けた場合，庁はそれへの障害があるか否かを審査する。国内登録への障害が商標法第2章第4条から第11条に存在する場合には障害があるとする。
スペイン （法律事務所）	商標を登録するためには、以下の法的要件を満たさなければならない。 第4条 商標の概念 (1) 商標とは，視覚的に表示することができ，かつ市場においてある会社の商品又はサービスを他の会社の商品又はサービスから識別するために使用される標識をいう。 (2) 当該標識は，特に次のものとすることができる。 (a) 個人を特定するために使用されるものを含む，語又は語の組合せ (b) 画像，図形，記号及び図画 (c) 文字，数字及びそれらの組合せ (d) 製品の包装，包装容器及び形状又はその表示を含む立体的形態 (e) 音響 (f) 前各号に例示の目的で記載された標識の何らかの組合せ 審査官は、商標の表示に商標の説明が対応しているかをチェックし、もし不一致の場合、審査官は暫定拒絶通知を発行する。このチェックはすべての立体商標、図形商標、トレードドレスの商標で行われる。	商標出願は国内商標と同様に扱われる。保護を受けるためには、スペインにおける商標とみなされるための法的要件を満たさなければならない。 国際登録出願では、審査官が要求しない限り、商標の説明は必須ではない。	―
フィリピン （法律事務所）	―	―	―

国・地域	商標の説明（ディスクリプション）による特定が必要である場合		
	（8）－1 商標の説明が果たす役割	（8）－2 マドリットプロトコル経由で出願された場合	
		取扱い	根拠規定
メキシコ （法律事務所）	商標の説明は、「店舗の外観」に関する商標を含め、メキシコの非伝統的商標の審査において重要な役割を果たす。当局は、出願商標が登録に必要な識別力を持っているかどうか、重要な要素とそれらの関係を知る必要がある。これらの事例の本質的な主観性と最近の法改正を考慮すると、現時点でこの種の商標に対する権利付与を決定する際に、メキシコ産業財産庁の基準となるものを見極めることは困難である。我々の意見は、商標の説明はすべての構成要素について明確で正確でなければならず、誤解を招くものであってはならない。先登録との障害を避けるために大まかな説明というより詳細な説明の方がよいはずだが、メキシコ当局の判断基準が待たれる。	これまでに店舗の外観のような非伝統的商標の前例がないが、我々の意見は、当局はマドリッド議定書の下での出願を拒絶すべきと考えるが、当局は、これが国内出願された新しい商標であるように審査し、商標の説明のない出願に対して空白部分を記入するよう要求すべきだと思うが、メキシコ当局の判断基準が待たれる。	—

（9）－1（7）において「商標の説明（ディスクリプション）による特定が不要」とお答えの場合にお聞きします。任意で商標の説明（ディスクリプション）を記入することができますか。また、それは審査において考慮されますか。

（9）－2（7）において「商標の説明（ディスクリプション）による特定が不要」とお答えの場合にお聞きします。商標の説明（ディスクリプション）を伴う店舗の外観等に関する出願又は登録が、マドリットプロトコル経由で出願された場合の取扱いについてご記入ください。

国・地域	店舗の外観等に関する出願について登録を認めるに、商標の説明による特定が不要である場合		
	（9）－1 商標の説明（ディスクリプション）の記入について		（9）－2 商標の説明（ディスクリプション）を伴った、マドリッド・プロトコル経由での出願の取扱い
	任意での記入	審査において考慮されるか	
米国 （法律事務所）	—	商標の説明は図面上に表す標章に影響する。	—
米国 （知財庁）	—	—	—
欧州 （法律事務所）	可	欧州委員会実施規則 2018/626 には、「(5)…表現は、必要であれば商標の説明で補足することができる。そのような商標の説明はその標章と合致しなければならない」と定めている。 商標登録で求められているものを判断するのに役立ち、また、商標の保護の範囲に影響する。したがって、先行する商標との類似判断にも影響する。	知財庁は、商標の説明が標章の表示と合致しているかどうか調べる。もし合致していない場合は出願書面の修正または削除を求める。 【根拠規定】 欧州委員会実施規則 2018/626 (5) (…) 必要であれば商標の説明で表現を補足することができる。そのような商標の説明は標章の表示と合致しなければならない。
英国 （法律事務所）	可	商標の説明は、審査官が出願を審査する際に出願商標の保護範囲を明確にしたり、制限したりするために役立つことがある。	英国を指定するマドリッド・プロトコル経由の国際登録出願は、国内出願と同様に審査時に審査官が商標の説明を考慮する。
英国 （知財庁）	可	商標の説明は明瞭でなければならず、合理的でなければ削除される。	商標の説明が明瞭であり、商標法第 3 条第 1 項(a)を根拠とする異議が申立てられた場合、当該出願を WIPO と一緒に対応することになる。
ドイツ （法律事務所）	可	出願書類にさらなる説明（商標見本に関わらず）を添付することは可能。しかし、審査官はそれらの説明を考慮しないと思われる。	出願審査はそのような説明を考慮することなく行われると思われる。
ドイツ （知財庁）	可 （商標規則第 6 条 a の 1）	絶対的拒絶理由の審査や継続する手続き（例：出願商標の類似性審査）で検討される。	出願商標の審査段階で商標の説明を検討する（商標法第 113 条第 1 項）。
フランス （法律事務所）	—	商標の説明は考慮されない。したがって、商標の説明は審査に影響を与えない。ただし、訴訟の場合に、保護範囲に影響を与える可能性はある。	—
オーストラリア （法律事務所）	適用外	適用外	—
オーストラリア （知財庁）	—	—	WIPO によって通知された情報がすべてであると考える。
中国 （法律事務所）	—	—	—

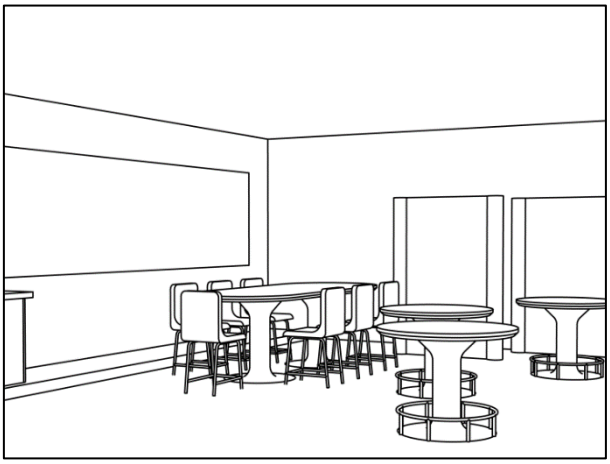
国・地域	店舗の外観等に関する出願について登録を認めるに、商標の説明による特定が不要である場合		
	（9）－1 商標の説明（ディスクリプション）の記入について		（9）－2 商標の説明（ディスクリプション）を伴った、マドリッド・プロトコル経由での出願の取扱い
	任意での記入	審査において考慮されるか	
韓国 （法律事務所）	可 【根拠規定】 商標法第 36 条第 2 項および商標法施行規則第 28 条第 5 項 1 号により、立体商標の場合、商標の説明提出は任意提出事項。 ただし立体商標を正確に把握するために商標の説明が必要であると認められる場合、審査官は説明の提出を要求することができ(商標法施行規則第 29 条第 3 項 1 号)、商標見本および説明を通じても立体商標を正確に把握することができない時は、法第 2 条第 1 項の定義規定違反により拒絶決定しなければならない。	商標法第 91 条第 1 項で「登録商標の保護範囲は、商標登録出願書に記載された商標及び記載事項により定められる。」と規定されているところ、商標の説明が提出されれば、権利範囲把握時の考慮対象となり、審査時にも考慮対象になり得ると判断される。	マドプロの場合、国際商標登録簿に登録された商標の趣旨を商標登録出願書に記載された当該商標の趣旨とみるため、国際商標登録簿に登録された立体商標の趣旨は商標登録出願書に記載された立体商標の趣旨とみる。 【根拠規定】 第 182 条第 2 項(国際商標登録出願の特例) 国際商標登録出願についてこの法律を適用する場合には、国際商標登録簿に登録された商標の旨は、商標登録出願書に記載された当該商標の旨とみなす。
台湾 （法律事務所）	—	—	—
台湾 （知財庁）	—	—	—
シンガポール （法律事務所）	N/A	N/A	N/A
ロシア （法律事務所）	—	—	—
スウェーデン （法律事務所）	—	—	—
スペイン （法律事務所）	可	審査官は常に説明が出願された図形に一致しているか確認する。	商標出願は国内商標と同様に扱われる。保護を受けるためには、スペインにおける商標とみなされるための法的要件を満たさなければならない。審査官は、出願したトレードドレスの表示と商標の説明が対応しているかどうかを常にチェックしており、もし一致しなければ、暫定拒絶通知を出し、再度説明の詳細を確認する。このチェックはすべての立体商標、図形商標、トレードドレスの商標で行われる。
フィリピン （法律事務所）	可	出願人は、出願中の商標の説明を自発的に追記したり提出することができ、審査官は上記説明を受け入れるものと思う。	直接出願とマドリードを経由した出願の取扱いに違いはない。どちらの商標も絶対的な理由と相対的な理由の両方で審査される。
メキシコ （法律事務所）	—	—	N/A

（１０）店舗の外観等に関する出願について、商標の説明（ディスクリプション）により特定された要素同士を対比することによって、先行商標との類否を判断していますか。また、特定された要素同士を対比することで類否を判断している場合には、どの程度の要素が一致する場合に類似と判断するかについての基準はありますか。

国・地域	先行商標との類否判断	根拠規定／判断基準
米国 （法律事務所）	いいえ	出願で提出された図面のすべての要素は審査対象となる。商標の説明と標章の図面は一致していなければならない。
米国 （知財庁）	—	商標の説明は、保護を求める要素を審査官に示すため、類似、混同の虞の審査に役立つ。しかし、保護すべき標章の要素を定義するのは、標章自体の描画または見本である。
欧州 （法律事務所）	—	基準に関する情報はない。
英国 （法律事務所）	可能性がある	類似性の審査は、標章によって生成される全体的な印象に基づいて行われるため、類似性を評価する目的で、商標登録によって付与される保護範囲を明確にするため、商標の説明が考慮される可能性がある。
英国 （知財庁）	いいえ	—
ドイツ （法律事務所）	はい	商標の説明は、標識見本のみに関してで、その表現を理解するのに役立つ。したがって、標識の保護の範囲に影響を与える。
ドイツ （知財庁）	—	関連する消費者の視点で商標を比較し類似性の判断を下す。その際、商標の説明は考慮しない。しかし、このような経験はなく理論的な回答である。
フランス （法律事務所）	—	類似性は、標識の比較が外観的なものに過ぎない場合を除いて、他のタイプの標識と同じように評価される。基準は、関連する公衆が誤認混同する虞があるかどうかで、比較は標章の全体観察に基づいて識別力と要部を念頭に置いて行われる。
オーストラリア （法律事務所）	—	1995 年商標法第 44 条には、「この条項は、同一または類似する商品・サービスに対して実質的に同一または欺瞞的に類似する先の登録商標に基づいて、商標を拒絶する相対的根拠を理由とする拒絶に関するものである」と定めている。 【判断基準】 商標審査マニュアルの第 21.2 部「非伝統的な標識」は、商標の説明が登録の裏書として記入され、説明が標章の同一性に関する重要な部分となること、また裏書説明は適切な審査を可能にするために標章の表示となることを明記している。説明は、標章の同一性の一部として、商標法第 44 条に関する商標出願の審査対象の一部となる。
オーストラリア （知財庁）	—	店舗の外観に関する出願を審査するにあたり、商標法第 44 条に基づく商標の比較のために出願の要素全体を考慮する必要がある。すなわち、形状商標の説明と図形表示は、商標を構成するすべての項目を明確に定義し、商標の保護範囲とみなされるべきである。
中国 （法律事務所）	はい	審査基準第三部分には商標の同一、類似の審査を定めている。商標法第三十条には、「登録出願にかかる商標が、この法律の関係規定を満たさない、又は他人の同一の商品又は類似の商品について既に登録され又は初歩審定を受けた商標と同一又は類似するときは、商標局は出願を拒絶し公告しない」と定めている。 【判断基準】 この種の標章に特別な基準はない。普通の標章と同様に次の原則に基づいて類似性が判断される。 （1）基準として関連する公衆の一般的注意を引くかどうか； （2）商標の全体比較と商標の要部の比較の両方を行なう； （3）比較は標章の要素単位に別々に行う； （4）標章の類似性を比較する際は、商標の識別力及び著名度を考慮する必要がある
韓国 （法律事務所）	—	【根拠規定】 店舗の外観などの出願において商標の説明により特定された要素同士を対比して類似判断をした事例およびこれと関連した規定はないものの、商標の説明は商標保護範囲特定の要素になるため、類似判断時に考慮対象になり得るものと判断される。 【判断基準】 商標法第 91 条第 1 項 登録商標の保護範囲は、商標登録出願書に記載された商標及び記載事項により定められる。
台湾 （法律事務所）	—	商標の類否判断は商標の説明により特定された要素同士を対比することによって、先行商標との類否を判断することではなく、《「混同誤認の虞」に関する審査基準》に基づいて商標図案の全体を対比して混同誤認する恐れがあるかどうかによって判断することになります。

国・地域	先行商標との類否判断	根拠規定／判断基準
台湾 （知財庁）	—	1. 商標の混同誤認の虞があるかどうかの判断は、相関消費者の立場に立って観察すべきである。しかし、商品または役務に関連する消費者に見せるのは、商標の切り分けた各部分ではなく、商標の全体的な図案であるから、商標の混同誤認の虞があるかどうかについて商標の類似を判断する時に、商標図案の全体を観察しなければならない。商標図案の特定の要素が、商標の主要な部分であるという印象を与える場合、商標の説明（描写）の中にそれと一致する表現がなければならない。厳密に言うと、もし商標の説明（描写）が、商標の主要な部分を完全に、正確に表示できれば、審査官が過去の同一または類似の商標を正確に見つけることに役立てることができ、商標の全体の混同誤認の虞があるかどうかを審査できる。 2. 「主要な部分」の観察については、商標は全体的な図案で表されているが、商品または役務に対する消費者の関心、残された印象は、その中にある比較的に顕著な部分であるから、その一部の顕著な部分は主要な部分と考えられる。したがって、主要な部分の観察と全体的な観察は矛盾するものではなく、最終的には、主要な部分は商品または役務の消費者の商標に対する全体的な印象に影響を与える。商標の類似についての判断は、全体的な観察により判断すべきであるというのが結論である。
シンガポール （法律事務所）	いいえ	【根拠規定】 (1) 商標が先行する商標と同一であり，商標登録が求められる商品又はサービスが，先行する商標の保護対象である商品又はサービスと同一である場合は，当該商標は登録されない。 (2) 次のことを理由に，公衆の側に混同を生じる虞がある場合は，商標は登録されない。 (a) 商標が先行する商標と同一であり，先行する商標の保護の対象である商品又はサービスと類似する商品又はサービスについて登録しようとすること，又は (b) 商標が先行する商標と類似しており，先行する商標の保護の対象である商品又はサービスと同一又は類似の商品又はサービスについて登録しようとすること 【判断基準】 シンガポール商標法は、「店舗の外観」の商標登録を考慮していない。しかしながら、一般的に商標出願に関しては、IPOS が出願人の標章と類似する標章を探すのに商標の説明が役立つが、標章を比較する場合、IPOS は商標の説明だけではなく標章全体を審査する（外観、称呼、指定商品・役務などを含む）。
ロシア （法律事務所）	いいえ	出願書類の審査に関する規則は、商標の説明を検討すると定めていないが、審査官が明確な理解のためにこの情報が必要と判断すれば審査に利用される。
スウェーデン （法律事務所）	いいえ	商標出願の拒絶の根拠となる先行する商標との抵触は、とりわけ以下の規定に定められている。 商標法第 2 章第 8 条には、「商標は，次の場合，登録されない。(1)同一の商品又はサービスの先の取引上の表象と同一である；(2)商標の使用の結果として商標使用者と取引上の表象の所有者との間の連想の虞を含め混同の虞がある場合に，同一又は類似の商品又はサービスについての先の取引上の表象と同一又は類似である；(3)需要者の間に広く知られている先の取引上の表象と同一又は類似であり，商標の使用が， 取引上の表象の識別性又は名声を正当な理由なく害し，又は不公平に利用するもの；(4)出願時にスウェーデン又は外国で第三者によって使用中であったもので現在も使用されている表象と混同される虞があり，出願人が出願時に悪意で行為していた場合」と定めている。 同一性または混同を生じる類似性に関する評価には、関連するすべての要素が含まれる。 例：問題となる商標の商品/サービスの類似性、先行する商標の識別性のレベル、関連する市場、先行する商標の機能を損なうリスク。
スペイン （法律事務所）	いいえ	立体または図形標章として、出願された図形と比較することで標識の比較が行われる。 ES 3077916 ES 2384909
フィリピン （法律事務所）	いいえ	「店舗の外観」などの商標出願を審査する際、審査官は、実際のイメージまたは出願された商標表示と引用される IPOPHL オンラインデータベースの商標表示を比較する。審査官は、商標の支配的な要素が類似または同一であるか比較する。
メキシコ （法律事務所）	—	「店舗の外観」のような非伝統的商標に関する事例はないが、当局は出願人が提出する商標の説明と共にその複数の要素を検討すると思われる。メキシコの伝統的商標の審査で商標間の類似性と非類似性を評価する基準に基づく比較同様ように、出願人が提出した複数の要素と商標の説明を考慮すると考えるが、メキシコ当局の判断基準が待たれる。

（１１）店舗の内装（レイアウト含む）に関する出願について、内装の端部が出願商標中に収まっていないものについても登録を認めていますか（下図参照）。



国・地域	内装の端部が出願商標中に収まっていないものの登録	根拠規定
米国 （法律事務所）	―	出願書類には、標章全体を示す図面が必要。
米国 （知財庁）	登録される可能性が高い	―
欧州 （法律事務所）	―	関連する規定はないが、登録例を見る限り登録されるものと思われる。
英国 （法律事務所）	―	―
英国 （知財庁）	可	C-421/13 では以下の判断を示している； 「商標に関する加盟国の法律を接近させるための 2008 年 10 月 22 日付け欧州議会及び理事会指令（2008/95）の第 2 条、第 3 条は、小売店舗のレイアウト表示が，そのサイズや規模等を示すことなく，デザイン単独で，自身の商品に関連するサービスではあるがそれら商品の販売の提供と一体不可分でないサービスについて，当該標識により登録を求める出願人のサービスと他人の事業のサービスとを区別することができ、当該商標の登録が当該指令の登録拒絶理由によって排除されないことを前提に，商標として登録可能であると解釈しなくてはならない。」 サイズや規模は求められていないが、出願商標が何か不明な場合、異議を申立てられる可能性はある。
ドイツ （法律事務所）	可	欧州司法裁判所判決（2014 年 7 月 10 日、C-421/13、パラグラフ 27（ドイツ連邦特許裁判所から欧州司法裁判所への付託による）によると、 小売店のレイアウトの大きさや比率を示すことなく、デザインのみによる商標として登録することができる。 小売店のレイアウトの大きさも比率も示さなくてもよいのであれば、そのような標識は標章の枠内に収まっていなくても登録される可能性がかなり高い。
ドイツ （知財庁）	登録可能。ただしこのような事例はない。	―
フランス （法律事務所）	―	上記標章はフランス特許庁で登録される可能性があるが訴訟においては権利行使が難しいと考えられる。

国・地域	内装の端部が出願商標中に収まっていないものの登録	根拠規定
オーストラリア（法律事務所）	不可	いくつかの理由から、IP オーストラリアは以下の商標の登録は拒絶する可能性が高い。 1. 明確に示されていない輪郭：商標の表示は、可能な限りその商標のすべての特徴を明確に示す透視図または等角図の形で表されるべきである。商標を構成する要素部分は実線で示し、権利主張しない部分は破線で示すべきであろう。 商標規則は、「商標としての形状を権利主張する出願は、その商標の適切な審査を可能にするために商標の各特徴を十分に明瞭に示す記載および表示を含まなければならない」と要求している。 2. 形状が取引上ありふれている：普遍的なデザインであり、他の業者が正当に必要とする可能性が高いもの。使用による広範な証拠が必要。 3. 形状に機能的特徴がある：他の業者は類似する商品にその形状を使用する必要があるもの。誰にも取引に共通する文字、図形、記号または立体形状の独占的所有権を持たせることはできない。
オーストラリア（知財庁）	—	内装の端部が出願商標中に収まっていないものが出願された場合、それを登録するかどうかは指定された商品・サービスと提供される商標の説明に依存する。商標の表示および商標の説明が権利範囲を明確に定義していなければ登録は認められない。
中国（法律事務所）	登録可能だが困難	この標章は識別力がないとみなされる可能性がある。商標法第 11 条には、「次に掲げる標識を商標として登録してはならない。(1) 当該商品の普通に用いられる名称，意匠，ひな形のみからなるもの；(2) 商品の品質，主要原料，機能，用途，重量，数量及びその他の特徴を直接に表示したもの；(3) 顕著な特徴に欠けるもの前段落に掲げる標識は，使用により顕著な特徴を取得し，容易に識別可能となった場合は，商標として登録することができる」と定めている。
韓国（法律事務所）	可	内装の端部が出願商標中に収まっていないものに関する出願は現在ないものと把握され、商標法 2 条 1 項 2 号で「「標章」とは、記号、文字、図形、音、匂い、立体的形状、ホログラム・動作又は色彩等であって、その構成又は表現方式に関係なく、商品の出所を示すために使用するすべての表示をいう。」と定義し、標章の類型および表現方式に制限がないので、出所表示と認識されるならば内装の端部が出願商標中に収まっていないものも商標登録の対象になることができると解釈される。
台湾（法律事務所）	可	内装の端部が出願商標中に収まっていないものであっても、先天的識別性または後天的識別性があれば、登録を認めることが可能である。
台湾（知財庁）	不可	商標によって提示されるのは単一の全体的な商業の印象でなければならない。本件のインテリア設計の端部は商標の図に収まっておらず、部分的なレイアウトは完全性が保たれていない。本件商標の図は、商標図案は、はっきり、明確、完全、客観的、持久性及び分かりやすい方式で表示すべきであるという要件を充足していない（商標法 19 条 3 項）。 商標の保護範囲が完全に提示されるために、商標審査官が出願人に通知して、その他の角度からの透視図を補充させることができる。出願人もまた、自発的に補充することができるが、補充後の商標図案の透視図は 6 枚を超えてはならない。しかも、本来の立体的形状の保護範囲を拡大することはできない。もし、補充したその他の角度からの透視図が本来の商標図案にない商標の特徴を表示しているならば、それは前に提出した商標図案とは同一の商標ではないので、商標図案は出願後、実質的な変更を行うことができないという規定に違反することになる（商標法 23 条）。

国・地域	内装の端部が出願商標中に収まっていないものの登録	根拠規定
シンガポール (法律事務所)	不可	シンガポール商標法は、店舗のインテリア・レイアウトやインテリアデザインとなる「店舗の外観」標章の登録を考慮していない。 しかし、シンガポールの法律は、一般的に商標によって保護されるものについて確実性を要求している。商標規則の規則 16（1）では「出願人は、出願書類にその目的のために提供された欄に明瞭かつ耐久性のある標章を提示しなければならない」とし、規則 16（4）では「登録官は、出願人が提示した表現が標章の詳細を十分に示していない、または標章のすべての特徴を適切に審査できないと合理的に考える場合、登録官は、書面による通知により出願人に対して、次の一部またはすべてを期限内に提供するよう要求することができる。:（a）標章の一面または標章のいくつかの異なる面；（b）文字で表現された商標の説明；（c）登録官が必要とするその他の情報」と規定している。 様式 TM4 を完成させるためのガイドライン https://www.ipos.gov.sg/docs/default-source/resources-library/trade-marks/infopacks/form-tm4-user- guide.pdf？sfvrsn = 0：、pp4-5 提出された標章の表現は、保護を求める正確な商標が示されねばならない。登録されている場合、標章に与えられた保護は、出願書類の表現と同じものになる。例外を除き、出願人は出願後に標章の表示を変更することは許されない。公報や登録証明で標章を明確に判断できるように、最低 250×250 ピクセルの画像解像度で標章が表示されていることを確認してほしい。また、標章の表示には、商標の写真にある不要な背景やロゴのデジタル図面の周囲の余分な空白など、商標の一部ではない要素を含むべきではない。商標の表示が不明であり、すべての要素がはっきりしない場合は、通知日から 2 ヶ月以内に欠陥を是正するための欠陥通知が発行される。出願日は、欠陥が是正された最も早い日付に基づく。仮に期限内に欠陥を補うことができない場合は、出願がなかったものとみなされる。
ロシア (法律事務所)	不可	ロシア民法第 1483 条 商標登録に対する拒絶理由 1. 識別性を有さないか又は次に掲げる要素のみから構成される標識は，商標としての国家登録を受けられない： (3) 特定の種類の商品を表示するために一般に使用されてしまっているもの (4) 一般に受け入れられた表象及び用語 (5) 商品を特徴付ける要素であって，当該商品の種類，性質，数量，特性及び価額並びに当該商品の製造又は販売の時期，場所若しくは方法を含むもの (6) 商品の形状であって，もっぱら又は主として商品の特性又は用途により決定されるものを表示する要素 これらの要素は，保護されない要素として商標に含めることができる。ただし，これらが支配的な位置を占めないことを条件とする。 また、その使用を通じて識別性を獲得するに至った場合、本規定は適用されない。
スウェーデン (法律事務所)	可	問題の標章の描写が視覚的に示され、かつ識別力を有するとみなされる限り、商標としての保護を受けることができる。小売店舗のレイアウトに関して、CJEU（欧州司法裁判所）は、サイズや比率を示す必要はないと判じている（C-421/13、Apple Inc. 対 Deutsches Patent- und Markenamt、27 頁）。したがって、この外観は明らかに視覚的表示基準を満たす可能性が高い。しかし、関連する分野の規範や慣習から大きく異なっているようには思えないため、識別力があるかどうかは疑わしい。 商標法第 1 章第４条には、「商標は，視覚的に表示することができる標識，特に個人名，図形要素，文字，数字を含む語句及び商品又はその包装の形状で構成することができる。ただし，標識が識別性を有することを条件とする」と定めている。 商標法第 1 章第 5 条には、「取引上の表象は，ある事業活動の商品又はサービスを他のそれらから識別することができることを条件として識別性があるとみなされる」と定めている。 Sieckmann 判決の基準（C-273/00、p.46）によれば、商標の視覚的表現は、明確で、その表現は、明瞭且つ精密であって、それ自体として完結しており、合理的にして永続的且つ客観的であることが必要となる。 2019 年 1 月に、EU 指令 2015/2436 で視覚的表示の要件は改正される。当該指令第 3 条は、商標は所轄官庁と公衆により、その所有者に与えられた保護の対象物を明確で正確に決定することができるような方法で表記することができれば、商標は任意の標識で構成できると定めている。
スペイン (法律事務所)	—	この出願の主たる問題は識別力に関してである。当該形状は細部も単純で、すべて標準的な形状であり、特色のある色彩や装飾的な形状ではない。この場合、識別性に欠ける標識とみなされる可能性が高い。
フィリピン (法律事務所)	不可	商標には識別力がないと考えるため、審査官が拒絶する可能性は高い。
メキシコ (法律事務所)	—	これまでに店舗の外観のような非伝統的商標の登録例はないが、レイアウトが登録に十分な識別力を持てば、商標登録は認められるべきであろうと考えるが、メキシコ当局の判断基準が待たれる。

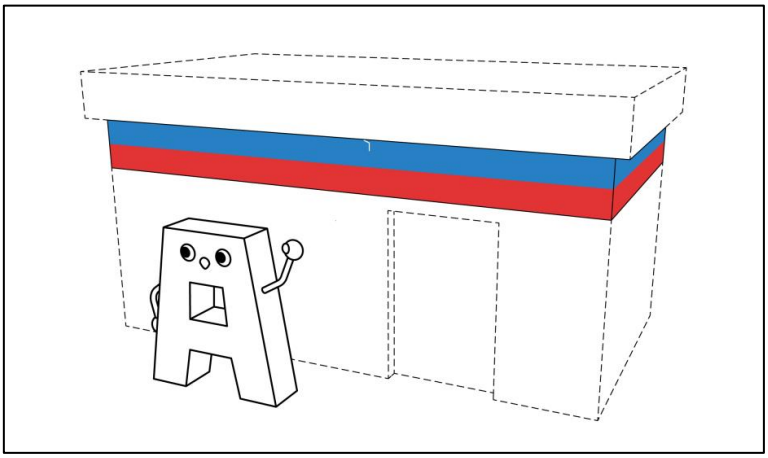
（１２）店舗の外観及び内装（レイアウト含む）をまとめて１つの商標として登録をすることができますか。

国・地域	１つの商標として登録	根拠規定
米国 （法律事務所）	可	店舗のインテリアとエクステリアを別々に登録することは可能。店舗のインテリアとエクステリアを組み合わせた標章も登録できる可能性はあるが、1 つの図が 1 つの標章として認識されることになる。
米国 （知財庁）	可能性が高い	出願標章が 1 つの標章として機能する場合に限る。
欧州 （法律事務所）	可	関連する規定はないが、登録された例はある（BOARDRIDERS ストアの窓と店舗のレイアウトとインテリア設備で構成されている標章）。
英国 （法律事務所）	—	例外を除いて、英国の商標出願は 1 商標当たり 1 つの視覚的表現に限られる。店舗のエクステリアと内部のレイアウトからなる標章の商標登録を得ることは潜在的に可能である。ただし、イメージが同じ視覚的表現に含まれている場合、すなわちエクステリアを見た時に見える店舗の内部レイアウトのような場合にのみ可能である。実務的には、エクステリアで 1 商標、インテリアで 1 商標の 2 つの商標を出願する必要がある可能性が高い。
英国 （知財庁）	可	理論的に可能だが、実際に標章が一つの標章としてどのように機能するのかを想像するのは難しい。
ドイツ （法律事務所）	可	小売店のレイアウトのデザインによる表現は、ある事業体の製品やサービスと他の事業体のものと区別することを可能にするほど特徴的でなければならない。2014 年 7 月 10 日欧州司法裁判所判決、C-421/13、パラグラフ 20（ドイツ連邦特許裁判所から欧州司法裁判所への付託による）を参照。 裁判所は店舗のエクステリアとインテリアの違いを明確にしていないため、エクステリアとインテリアを 1 つの標識として表現することができれば、それを 1 つの商標として登録することは可能である。
ドイツ （知財庁）	登録可能。ただしこのような経験はない。	—
フランス （法律事務所）	可	エクステリアとインテリア（レイアウトを含む）が同じ商標表示上にあってもフランス特許庁で 1 つの商標として登録することができる。ただし、登録後 5 年経過後、不使用取消しのリスクは負う。
オーストラリア （法律事務所）	不可	Q2 -11. 1 で回答した理由により、権利主張される形状の境界は明確に示されなければならないという厳しい要件がある。出願人は、商標の透視図と等角図を提供しなければならず、出願人は商標表示で、商標の特徴を表現するために複数の図を必要とする場合もある（商標規則 4.3(3)(b)）。但し、出願人が提出する図は最大 6 枚に制限されている。6 枚の制限内で店舗の内装と外観を適切に表現することは難しいかもしれない。
オーストラリア （知財庁）	—	Q2-11 同様、そのような出願が登録されるかどうかは、指定商品・サービスと提供される商標の説明に依存する。商標の表示および商標の説明が商標の権利範囲を明確に定義していなければ、その出願商標が登録される可能性は低い。商標の説明は、インテリアの特徴、広がり、範囲を明確にすべきである。
中国 （法律事務所）	登録可能だが困難	審査官は、標章の組み合わせが消費者の目に認識しにくく、商品やサービスの出所を識別する商標としての機能を果たすことができないと考える可能性がある。 商標法第 11 条：次に掲げる標識を商標として登録してはならない。（1）当該商品の普通に用いられる名称，意匠，ひな形のみからなるもの（2）商品の品質，主要原料，機能，用途，重量，数量及びその他の特徴を直接に表示したもの（3）顕著な特徴に欠けるもの前段落に掲げる標識は，使用により顕著な特徴を取得し，容易に識別可能となった場合は，商標として登録することができる。
韓国 （法律事務所）	可	商標法 2 条 1 項 2 号で「標章とは、記号、文字、図形、音、匂い、立体的形状、ホログラム・動作又は色彩等であって、その構成又は表現方式に関係なく、商品の出所を示すために使用するすべての表示をいう」と定義し、標章の類型および表現方式に制限がないので、出所表示と認識されるならば店舗の外観および内装も商標登録の対象になることができると解釈される。
台湾 （法律事務所）	可	現行商標法には出願商標の商標態様に制限を設けておらず、連合式の商標態様も受理されるので、店舗の外観及び内装（レイアウト含む）をまとめて１つの商標とした場合、商標見本の全体が先天的な識別性を具え、使用により後天的な識別性を備えることになれば、登録を認めることが可能であります。

国・地域	1つの商標として登録	根拠規定
台湾 (知財庁)	可	店舗の外観及びインテリア設計(レイアウトを含む)は全体的な図案として表現され、単一の商業印象を生み出すことができ、消費者に二つ以上の商業印象を生じさせることにならない。そして、「一商標一出願の原則」を満たせば、全体として一つの商標として登録することができる。
シンガポール (法律事務所)	不可	シンガポールの商標法は、「店舗の外観」の商標登録を考慮していない。店舗のエクステリアとインテリアを合わせた商標出願は1つの商標として見なされにくいため、そのような商標の登録は拒絶される。
ロシア (法律事務所)	不可	ロシア民法第 1492 条（商標出願） 2. 各商標出願は，単一の商標に関連するものとする。
スウェーデン (法律事務所)	可	理論的には、視覚的表現の要件が満たされていれば、店舗のエクステリアとインテリアからなる商標を出願しても支障はない。しかし、トレードドレスの保護のための識別性要件は高く設定されているため、そのような出願が登録されるかどうかは不確かであり、登録が認められるのであれば、スウェーデンの法律の下で、普通に機能的な形状や外観をすべての市場参加者が利用できるのか、保護範囲がどの程度になるのかは不明確である。
スペイン (法律事務所)	—	商標として出願する図形要素に依存する。スペイン商標法は、商標が消費者にとって認知可能であることを主な登録要件として定めている。もし商標出願が航空機の構造上のようなものであれば、他の商品と識別するのが複雑すぎるため、登録されない。
フィリピン (法律事務所)	可	エクステリアとインテリア（レイアウトを含む）からなる「店舗の外観」商標は一つの商標として出願できる。登録が認められるかどうかは、商標から得られるイメージと、指定する商品・サービスに関して識別力があると考えられるかどうかに大きく依存する。
メキシコ (法律事務所)	—	これまでに店舗の外観のような非伝統的商標の先例はないが、我々は、複数の要素を含むインテリア／エクステリアに登録に十分な識別力があれば、商標登録は認められるべきであろうと考えるが、メキシコ当局の判断基準が待たれる。

（１３）店舗の外観等に関する出願を行う場合に、立体的形状・色彩等複数の要素を１つの商標として、登録することはできますか（※参照）。

※ 例えば、店舗の外壁に赤色と青色が塗られており、外壁の前方（外壁から離れた位置）にキャラクターが設置されていた場合に、外壁の色彩とキャラクターの立体形状を１つの商標として登録できるようにする。



図の破線部分は、店舗の形状の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではない。

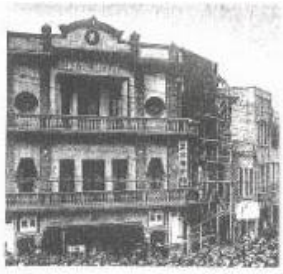
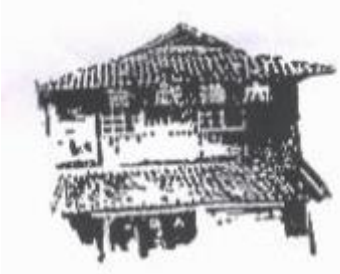
国・地域	複数の要素を１つの商標としての登録	根拠
米国 （法律事務所）	可	サービスが提供される場所の外観やイメージは登録可能であり、それらには店舗やレストランのデザイン/全体のビジュアルイメージ/全体の雰囲気/店舗内の雰囲気や装飾/店舗の外部または内部の視覚的な体裁/店舗デザイン/様々な要素の色彩を含むビジネスインテリアなどが含まれる。
米国 （知財庁）	登録される可能性が高い	—
欧州 （法律事務所）	—	関連する規定も登録例もない。
英国 （法律事務所）	可	店舗とキャラクターの色は１つの出願で潜在的に商標保護を受けられ、店舗の形状などの視覚的表現の幾つかの要素を権利不要求することができる。ただし、商標登録は商標全体に独占的な権利を与え、商標の全体的な印象は権利行使の目的で考慮されることに注意する必要がある。したがって、第三者が要素のうちの（例えば色または文字のような）１つだけを模倣する場合には、商標権の権利行使は困難であり得る。英国商標登録（登録 367181）は、グラフィック表現の特定の要素をカバーする例である（すなわち、ガソリンスタンドの形状ではなくガソリンスタンド外面の色）。
英国 （知財庁）	可	今の記載では、非常に漠然としていると考える。 描写されているように色彩が店舗に使用され、店舗の位置からキャラクターまでの距離に関する詳細を示すよう修正された商標の説明が提出された場合、理論的にはそのような出願商標の登録は認められるであろう。 商標の説明で、「描写されたように（as depicted）」という用語の使用は有効に働く。
ドイツ （法律事務所）	可	商標法第 3 条第 1 項には、「如何なる記号も，特に個人名を含む語，図案，文字，数字，音響標章，商品若しくはその包装その他梱包の形状を含む立体形状，色彩及び色彩の組み合わせを含むものであって， ある事業に係る商品又はサービスを他の事業に係る商品又はサービスから識別することができるものは，商標として保護することができる」と定めている。「特に」という文字から、続いて列挙されている記号だけがすべてではないと結論づけることができる。つまり、列挙されている記号の組み合わせも商標として保護される可能性がある。
ドイツ （知財庁）	可	商標法第 3 条、商標規則第 6 条 7（その他の種類の商標）：この標章は位置標章、または立体標章と位置標章の組合せ要素にあたる可能性がある。
フランス （法律事務所）	可	フランス特許庁で登録される可能性が高い。

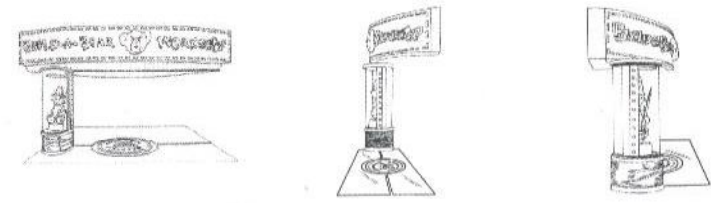
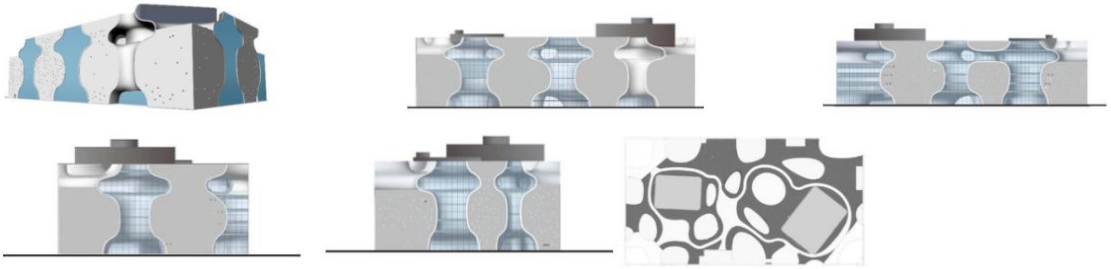
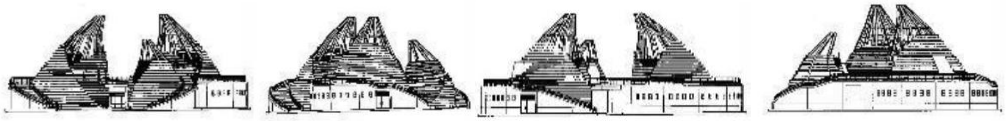
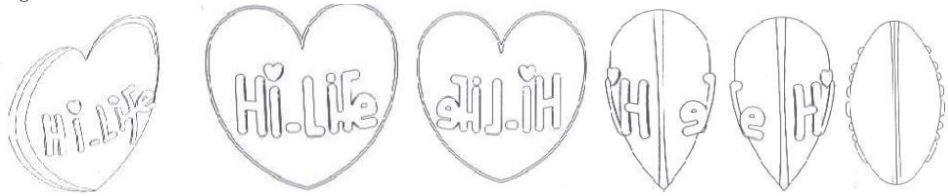
国・地域	複数の要素を１つの商標としての登録	根拠
オーストラリア（法律事務所）	可	オーストラリアの法律には店舗に関する商標や保護に関する規定はない。また、1995 年商標法は商標の定義に当てはまれば商標として登録することができると規定している。（第 6 項で定義されている「標識」は，文字，語，名称，署名，数字，図形，ブランド，標題，ラベル，チケット，包装 の外観，形状，色彩，音若しくは香り又はそれらの結合を含む） 表現要素は、色彩商標や立体商標などの別々の非伝統的商標の出願を通して個別に保護することができる。また、店舗の外観に色彩の権利主張を含めて形状商標として出願することができる。
オーストラリア（知財庁）	可	商標法は、建物のインテリアやエクステリアを保護するためのものではないが、商標は、文字や図形を含む標識のいずれか、またはそれらの組合せで構成される。しかし、特定の特徴を有するインテリアやエクステリアのスクリーンショットは、商標として登録可能であると見なされるのに十分な識別力を持つ可能性がある。これらの結合商標が、全体として出願人の商品と他の業者の商品とを区別する機能を果たせるかどうかという判断には、他の商標と同じ原則が適用される。結合商標は個々の要素の合計以上に全体として構成されているため、これらの種類の商標はより識別力を発揮しやすくなる可能性が高い。 33 類のワインに使用される商標の説明として次の例はこのタイプの商標を表している； 出願書類に添付した表示通り、この商標は、文字「RED」、青色、ワインボトルの形状で構成される。 33 類の商品を区別するには明らかに適応できない結合商標の例は次の通り； 出願書類に添付した表示通り、この商標は、ワインボトルの形状と青色で構成される。 多くのワインボトルは緑色であるため、一見したところでは区別のためにこの権利主張が適応されることは殆どない。しかしボトル自体が珍しい形をしている場合や、ブドウの葉やブドウの束などのように取引上で共通な装飾であっても、ボトル上に独特な装飾があれば、商標は区別できる方向に近づく。 別のタイプの結合商標としては、形状、文字、色彩を含む特徴の組合せを持つ包装のパッケージに関するものがある。このような種類の商標は任意の結合商標同様の登録条件が適用される。結合商標は、個別の構成要素ではなく、全体とし識別力を発揮する可能性がより高い。 この種の商標の説明の例は次の通り； 商標は包装のパッケージで、出願書類に添付した表示に示す通り、3 辺に半円形の穴のある箱の形状で構成されており、各穴には、「CHOCOLAT DE PARIS」という文字が赤色の透明フィルムに印刷されている。 商標審査マニュアル Part 21.8 を参照。
中国（法律事務所）	不可	審査官は、標章の組み合わせが消費者の目に機能しにくく、商品やサービスの出所を識別する商標として機能しないと考える可能性があり、識別力がないと判断する可能性が非常に高い。 また、現在中国では位置商標は保護されていないため、実務的に要素の点線/破線が区別されない可能性がある。 商標法第 11 条：次に掲げる標識を商標として登録してはならない。（1）当該商品の普通に用いられる名称，意匠，ひな形のみからなるもの（2）商品の品質，主要原料，機能，用途，重量，数量及びその他の特徴を直接に表示したもの（3）顕著な特徴に欠けるもの 前段落に掲げる標識は，使用により顕著な特徴を取得し，容易に識別可能となった場合は， 商標として登録することができる。
韓国（法律事務所）	可	商標法２条１項２号で「標章とは、記号、文字、図形、音、匂い、立体的形状、ホログラム・動作又は色彩等であって、その構成又は表現方式に関係なく、商品の出所を示すために使用するすべての表示をいう。」と定義し、標章の類型および表現方式に制限がないので、識別標識として機能するならば商標登録の対象になることができると解釈される。
台湾（法律事務所）	可	前述のように、立体的形状・色彩等複数の組合せにより構成される一つの商標として、登録出願することはできます。
台湾（知財庁）	不可	１．ＴＩＰＯ公表の非伝統的商標審査基準１１を参照。非伝統的商標では、結合という方式で出願される状況もある。商標の表示方法は原則として、視認できる部分は商標図案で表示すべきである；本件店舗の外壁に赤色と青色が塗られており、外壁の前方（外壁から離れた位置）にはキャラクターが設置されている。このような場合においては、外壁に塗られている赤色と青色は色の組合せであり、外壁の前方（外壁から離れた位置）に置かれているキャラクターは立体的形状であり、二つの違う識別標識と見ることができる。 ２．色彩の組合せと立体的形状との結合商標として出願される場合、全体的な図案として表現されるべきである。かつ単一の商業印象を生み出し、消費者に二つ以上の商業印象を生じさせないことにより初めて「一商標一出願の原則」を満たすことができる。本件においては、もし外壁に色が塗られており、キャラクターの色が黒白色であれば、繋がり及び全体性が生み出さないから、出願人が市場で実際に当該商標を使用している証拠により判断しなければならない。

国・地域	複数の要素を1つの商標としての登録	根拠
シンガポール （法律事務所）	可	シンガポール商標法は、「店舗の外観」の商標登録を考慮していない。しかしながら、商標は一般的に複数の要素を含むことができる。商標法第 2 条第 1 項に基づき、「商標」とは，図形表示する能力があり，かつ，ある者が業として取り扱う又は提供する商品又はサービスと，その他の者がかく取り扱う又は提供する商品又はサービスとを区別する能力のある標識をいい、「標識」の定義は、文字，単語，名称，署名，数字，図形，ブランド，標題，ラベル，チケット，形状，色，包装の外観又はこれらの組合せを含むものである。 IPOS はガソリンスタンドのエクステリアに使用されている色に関して色標章の登録を許可しているが、これらの標章には立体形状は含まれていないことを注意が必要（回答シート Q3 を参照）。
ロシア （法律事務所）	可	ロシア民法第 1482 条 商標の種類 1. 単語，図，三次元及び他の標示又はそれらの組み合わせは商標として登録することができる。 2. 商標はあらゆる色彩又は色彩の組み合わせとして登録することができる。
スウェーデン （法律事務所）	可	理論的には、視覚的表現の要件が満たされていれば、店舗のエクステリアとインテリアからなる商標を出願しても支障はない。しかし、トレードドレスの保護のための識別性要件は高く設定されているため、そのような出願が登録されるかどうかは不確かであり、登録が認められるのであれば、スウェーデンの法律の下で、普通に機能的な形状や外観をすべての市場参加者が利用できるのか、保護範囲がどの程度になるのかは不明確である。
スペイン （法律事務所）	スペインでは登録可能と考える。	登録例：出願番号 3077916 当該商標は文字と立体形状から構成されている。その視覚的要素により消費者が他の玩具店と識別可能であることから商標登録が認められた。
フィリピン （法律事務所）	可	1 つの商標として登録可能で、商標の全体構成によって識別力の登録要件を満たされると考える。
メキシコ （法律事務所）	可	これまでに店舗の外観のような非伝統的商標の登録例はないが、店舗の外観に複数の要素が含まれている場合、それらが登録に十分な識別力があれば、全体として商標登録は認められるべきであろうと考える。保護を求める商標の特定の形状や部分のうち一般的な使用や記述的であるとして保護されない要素に対して、当局は商標として保護される対象ではないと取り扱う可能性が高いが、メキシコ当局の判断基準が待たれる。

Ｑ３．店舗の外観等に関する出願の実態について

（１）貴国で店舗の外観等について商標登録出願がなされる場合、どのような商標のタイプでの出願がなされていますか（例えば「図形商標、立体商標、色彩のみからなる商標、位置商標」等）。出願されている商標のタイプをご記入ください。

国・地域	店舗の外観等について商標登録出願がなされる場合の、商標のタイプ
米国 （法律事務所）	図面、説明および使用に基づいている場合、見本は標章の特徴を特定する。「店舗の外観」の出願は、「立体」標章に分類される。
米国 （知財庁）	「店舗の外観」の標章は「その他」の標章に分類される。
欧州 （法律事務所）	図形または立体形状
英国 （法律事務所）	英国商標の電子出願フォームには、商標のタイプとして、立体形状、色彩のみ、ホログラム、音、「普通とは異なるタイプ」を指定できるが、店舗の外観に最も適するタイプは立体形状である。
英国 （知財庁）	店舗の外観で使用される色彩の表現に関連する説明と共に図形、立体または色彩それ自体。
ドイツ （法律事務所）	立体商標
ドイツ （知財庁）	原則として立体標章、ただしその他の種類の商標の可能性もある。
フランス （法律事務所）	通常この種の標章タイプは、半図形、図形、立体であり、ほかの可能性はない。
オーストラリア （法律事務所）	商標を登録する際、「店舗の外観」に適応する商標タイプはないが、個々の要素は文字商標、図形商標、色彩商標および形状商標（および潜在的には香りの商標）で保護することができる。
オーストラリア （知財庁）	色彩商標、形状（立体商標）、図形商標、文字商標
中国 （法律事務所）	三次元標識
韓国 （法律事務所）	立体商標
台湾 （法律事務所）	知的財産局のデータベースにより調べた結果、店舗の外観等を平面の図形商標、立体商標、色彩商標として登録出願の実例が見受けられました。 【平面図形】 Reg.No. 1099236－Cl.30  店舗の建物外観 Reg.No. 1103449－Cl.43（存続失効）  映画館の建物外観 Reg.No. 01271701－Cl.32、43 屋台の外観 Reg.No. 0154585、00158285－旧 Cl.26、57 建物の外観 App.No. 095020513－Cl.43(拒絶査定) 店舗の外観

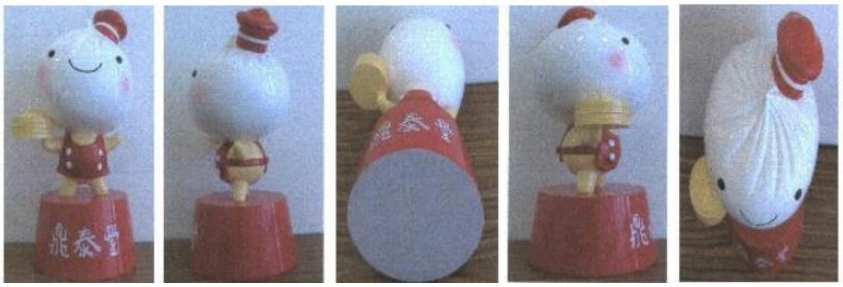
国・地域	店舗の外観等について商標登録出願がなされる場合の、商標のタイプ
	App.No. 098030755－Cl.16(拒絶査定) 寺の建物の外観 【立体図形】 Reg.No. 1247642－Cl.35  店舗の外観 Reg.No. 01856256 等－Cl.14、16、18、…41 等  国立オペラハウスの外観 Reg.No. 1403150 等－Cl.20 等  寺のトイレの建物外観 Reg.No. 1521116－Cl. 30、43 店舗の立体看板 Reg.No. 1247641－Cl. 35  店舗の立体看板

国・地域	店舗の外観等について商標登録出願がなされる場合の、商標のタイプ

Reg.No. 1907428－Cl.43

屋台の外観

Reg.No. 1442132－Cl.30

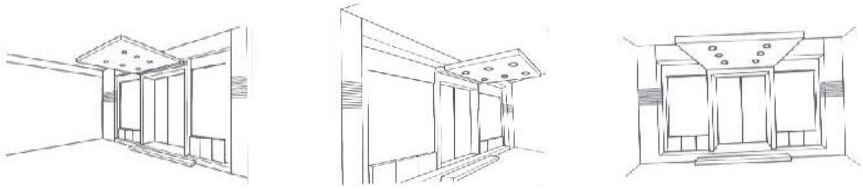


店頭に配置するキャラクター

App.No. 096032473－Cl.29(拒絶査定)

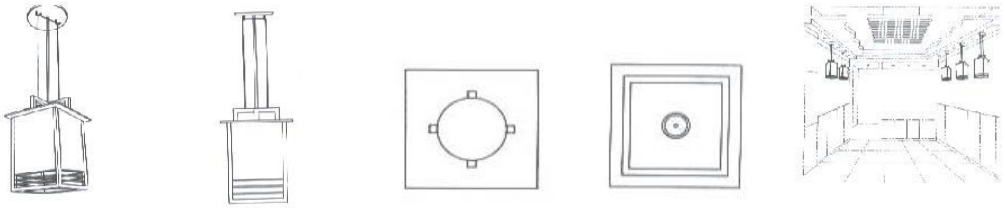
屋台の外観

App.No. 093018482－Cl.43(拒絶査定)



レストランの 入り口の外観

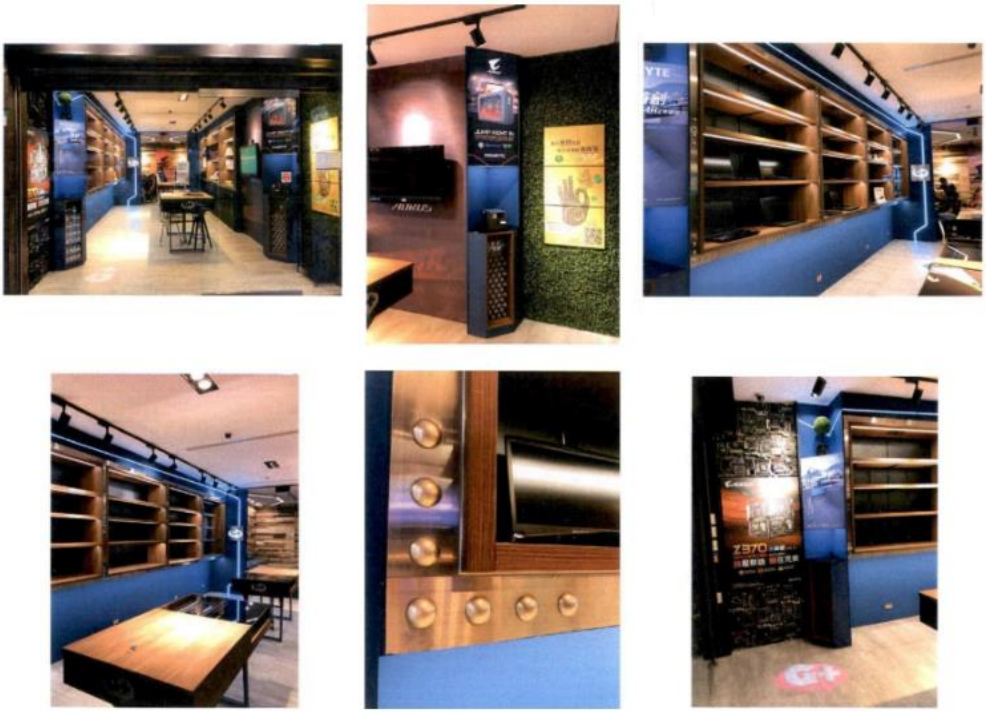
App.No. 093018483－Cl.43(拒絶査定)



室内の内装－吊り下げ照明の内装

国・地域	店舗の外観等について商標登録出願がなされる場合の、商標のタイプ

App.No. 107028162－Cl.37(出願審査中)



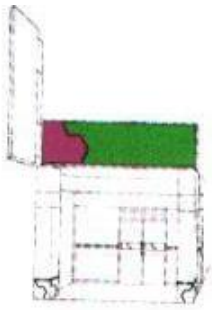
役務場所の装飾デザイン

【色彩図形】

Reg.No. 165884－Cl.35、1647643－Cl.35

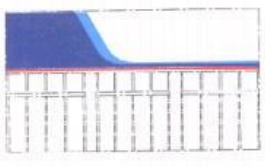
店舗の看板

Reg.No. 163735－Cl.35



店舗の看板

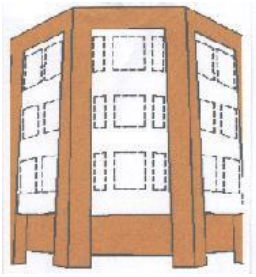
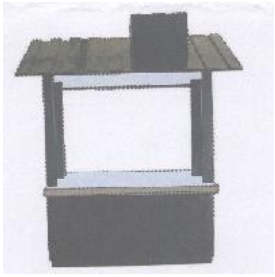
Reg.No. 1187704－Cl.39



バスステーション看板

Reg.No.163137、163138- Cl.42

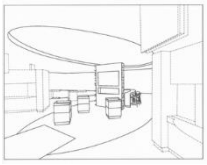
ガソリンスタンドの外観

国・地域	店舗の外観等について商標登録出願がなされる場合の、商標のタイプ
	App.No. 095022770－Cl.35(拒絶査定)  建物の外観 App.No. 096032474－Cl.35(拒絶査定)  屋台の外観
台湾 (知財庁)	店舗の外観及びインテリア設計(レイアウトを含む)の商標の全体的な図案が立体で描かれた場合、出願人により出願された登録商標のタイプが認められることができる。詳細は、以下のとおりである。 1.わが国においては、店舗の外観は出願商標のタイプとして明確に設けられておらず、立体商標として商標登録出願されるのがより普通である。 2.平面図案として出願された場合には、平面画像が商標識別性を備えることにより登録される。その権利は立体の店舗の外観に及ばず、店舗の外観のデザインの保護の意義及び権利範囲を示唆できない。 3.我が国において、店舗の外観が色彩のみからなる商標として出願されているものが少しある。色彩のみからなる商標を出願する出願人は、単に色彩の本体を識別標識として出願する。現在実務上、色彩のみからなる商標は色彩の組合せという形で出願されており、且つ当該色彩の組合せの本体は、すでに役務の出所を提示する機能を具えたものでなければならない；その商標図案は商標の色彩を表現することが必要であり、かつ点線で当該色彩が指定商品または役務に使用される方式、位置、または内容の態様を表示すべきである。 4.店舗の外観を位置商標として出願することも可能である。 位置商標を出願する者は、点線で商品または役務の位置に使用される商標図案を提示し、かつ商標の説明において、商標自体およびその使用の仕方、場所などを詳細に説明すべきである。(我が国の店舗の外観は、ほとんど色彩のみからなる商標として出願される。)
シンガポール (法律事務所)	シンガポールの商標法は、「店舗の外観」の商標登録を考慮していない。しかし、ガソリンスタンドのエクステリアで使用される色を保護するための出願が登録さている（下記参照)。 シンガポールを指定したアップル社の国際登録出願（番号：1060321）において、出願人は従来の図形標章として「小売店のデザインおよびレイアウト」を保護しようと試みたが、最終的に出願は取り下げられた。
ロシア (法律事務所)	立体商標、位置商標
スウェーデン (法律事務所)	スウェーデン国内の限られた登録実務では、「店舗の外観」は一般的に立体商標が適用される。 理論的には、「店舗の外観」は図形商標や位置商標も適用できるかもしれない。 (Q2-13 参照)
スペイン (法律事務所)	スペイン特許商標庁のデータベース検索から、「店舗の外観」のような出願では立体商標または図形商標を指定していることが明らかになった。
フィリピン (法律事務所)	「店舗の外観」の商標を出願する場合、出願人は当該商標の実際の外観によって以下の商標タイプの何れかを指定する； ・図形商標 ・文字と図形の結合商標 ・立体商標
メキシコ (法律事務所)	改正法の商標出願では「店舗の外観」に関する特定タイプがあり、このタイプのみ許される。

（2）商標のタイプごとに（仮に複数のタイプを組み合わせた出願がある場合は、組み合わせの内容を記載（例えば「立体的形状と色彩」等））、店舗の外観等に関する商標登録出願が登録になった代表的な事例を教えてください。具体的には、①商標タイプ、②商標（登録事例）、③国際分類（指定商品役務）、④登録番号・登録日、⑤商標の説明、⑥出願人をご記入ください。
※店舗の外観等に関する商標登録出願についての登録事例がない場合は、その旨をご記入ください。

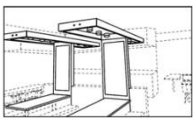
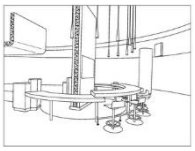
米国（法律事務所）

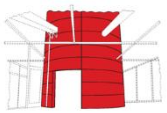
①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
立体		燃料、石油、油、潤滑油、グリース、点火又は照明（灯火）用燃料の小売サービス、コンビニ店	4913732	青色、薄青色、赤色、白色、灰色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、主たる識別標識を備えた車両サービスステーションの立体形状の全景からなっている。主たる識別標識は白色に赤い文字の「EXXON」標章が表示されている。「EXXON」標章の下には、白い輪郭を持つ４つの青色の長方形がある。主たるの識別標識の隣には、上部３分の２を占める赤色の水平帯と、下部３分の１を占める白い水平帯の張り出し屋根がある。張り出し屋根の片側は分割され「EXXON」標章を赤と白で表示している。左側の張り出し屋根の下に青色、赤色、白色、灰色の燃料給油機があり、給油機の中央部と下部に青色で表示されている。給油機の中央部分には、赤い縦型長方形と薄青色の縦型長方形と青い縦型長方形の横と灰色の縦型長方形がある。給油機の下部は青色で構成されており、赤色を中心に薄青色、赤色、白色の小さな円の一団と白色の文字「SYNERGY」が描かれており、その右上に薄青色の文字で「FUEL TECHNOLOGY」と表示されている。また「OLOGY」と「RGY」の左側の裏と下には薄青色と灰色の円が描かれている。 給油機の左側には灰色の一団の円のある灰色で構成されている。給油機の左側には、円柱の上部が突き出ている赤いくさび状のものがあり、赤い半月状の形状の構造体が円柱の右側に取り付けられている。赤い三角形の半アーチ構造が給油機の左側と上部にあり、アーチの上部に白い文字で「FUEL TECHNOLOGY SYNERGY」と表示され、左側に白い中心点を囲む一団の白い円がある。右側に青色、赤色、白色、灰色の燃料給油機があり、給油機の中央と下部は青色で表示されている。給油機の中央部分には、赤い縦型長方形と薄青色の縦型長方形と青い縦型長方形と灰色の縦型長方形がある。 給油機の下部は青色で構成されており、赤色を中心に薄青色、赤色、白色の小さな円の一団と白色の文字「SYNERGY」が描かれており、その右上に薄青色の文字で「FUEL TECHNOLOGY」と表示されている。また「OLOGY」と「RGY」の左側の裏と下には薄青色と灰色の円が描かれている。給油機の左側には灰色の一団の円のある灰色で構成されている。 給油機の右側には、円柱の上部が突き出ている赤いくさび状のものがあり、赤い半月状の形状の構造体が円柱の右側に取り付けられており、赤い三角形の構造体が円柱の右上から突き出している。「FUEL TECHNOLOGY SYNERGY」という白い文字の左側に白い中心点を囲む一団の白い円が描かれている。 黒色は輪郭を示すためのものであり、標章の特徴として権利主張されていない。 破線で示されたものは、標章の位置を示すだけのもので標章の特徴として権利主張されていない。	Exxon Mobil Corporation

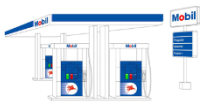
①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
立体		食品の調理; レストランサービス	4839216	赤色、白色、銀色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、レストランのインテリアを表現する立体形状のトレードドレスから成っている。インテリアには赤い縞模様の横線を有する白色の分断壁も含まれる。また、インテリアには分割壁のパーツの上部に配置された透明なガラスパネルも含まれる。また、インテリアとして、小部屋のある座席エリア、バー用の背もたれのない白い椅子や赤い椅子、小部屋は赤い内張で白いカウンターやテーブルを備えている。さらにインテリアには、顧客からの注文エリアの周りには、赤いタイルの壁と白いタイルの壁のセクションとシルバーのカウンターを備えた顧客注文エリアが含まれる。破線で示されたものは標章の一部ではなく標章の位置を示すために使用されている。	In-N-Out Burgers
立体		通信製品とサービス、家電製品、および製品のデモンストレーションを含む小売店サービス	4630075	赤色、白色、銀色はこの標章の特徴として権利主張されている。この標章は、デジタル・ディスプレイ・スクリーンを備えた中央のモノリス構造を特徴とする小売店のインテリアを表現する立体形状のトレードドレスからなる。モノリスは通路の円形端部の中央に位置する。直線状の通路の上には、天井から吊り下げられたリボン構造がある。モノリスとリボン構造のドットはLED照明を表している。モノリス上部の天井は楕円形に切り取られており、フルート形状の照明器具が開口部から吊り下げられている。モノリスの片側には背もたれの低い椅子と湾曲したテーブルがある。モノリスの両側にはディスプレイケースがある。テーブルの横には円柱があり、その隣には天井から吊り下げられた四角い看板がある。	Cellco Partnership DBA Verizon Wireless Bell Atlantic Mobile Systems LLC,

米国（知財庁）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
—		35-ギフト、食べ物、衣類、おもちゃ、リネン、人形、書籍、音楽の小売店サービス及びオンラインによる小売店サービス 42/43-レストランサービス	3942832	この標章は、屋根の上に芝生があり何頭かのヤギのいる装飾のある建物で構成されている。破線は、標章の一部として権利主張されていない支持建造物に対する標章の配置を示している。	Al Johnson
—		35-コンピュータ、コンピュータソフトウェアの小売店サービス…	4277913	この標章は、小売店のデザインとレイアウトで構成されている。店は、ガラス正面の上部にある大型で長方形の水平パネルと、店舗の両側に積み重ねられた2つの細いパネルとからなるパネル付きの鉄灰色のファサードで囲まれた透明なガラスの店頭に特徴がある。店内には天井に埋め込まれた長方形の照明装置並んでいる。側壁に沿って埋め込まれたディスプレイ置き場の下方には片持ち棚があり、壁に平行で店の中央に一列に配置された薄茶色の長方形のテーブルが店頭から店の奥まで延びている。側面に沿っていた層の棚があり、店の奥には背もたれのない椅子が置かれた薄茶色の長方形のテーブルがある。奥にはビデオスクリーンが設置されている。点線で表示された壁、床、照明およびその他の備品は、標章の個々の権利として主張されていないが、さまざまなアイテムの色彩と配置は標章全体の一部とみなされる。同様に、図の白い部分は背景を表しており標章の一部ではない。	Apple Inc

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
—		43-レストラン	5019567	この標章は、長方形のテーブルの端から垂直にほぼ同じ幅で伸びている長方形パネルと共に２つの標識が内部の照明からのバックライトされている２つ側面にある内部照明と標識を含む長方形パネルの立体インテリアデザインで構成されている。 長方形のフレームは下の長方形テーブルとほぼ同じ幅で２つのフレームが平行に立ち上がっており、長方形フレームの上部から別の長方形フレームが伸びており、長方形のフレームの内部にケーブルで吊り下げられテーブルを照らす幾つかの照明を含んでいる。太い実線で標章が描かれており、破線は他の要素との関係で標章の位置を示しており、標章として権利請求されていない。	Cafe Rio, Inc
—		35-通信製品、通信サービス、家庭用電化製品の販売や製品のデモを行う小売店サービス	4630103	この標章は、デジタル・ディスプレイ・スクリーンを備えた中央のモノリス構造を特徴とする小売店のインテリアを表現する立体形状のトレードドレスからなる。モノリスは通路の円形端部の中央に位置する。直線状の通路の上には、天井から吊り下げられたリボン構造がある。モノリスとリボン構造のドットはLED照明を表している。モノリス上部の天井は楕円形に切り取られており、フルート形状の照明器具が開口部から吊り下げられている。モノリスの片側には背もたれの低い椅子と湾曲したテーブルがある。モノリスの両側にはディスプレイケースがある。テーブルの横には円柱があり、その隣には天井から吊り下げられた四角い看板がある。	Verizon et al.

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
—		38-音声・ビデオ・データ通信アプリケーション、電子データ伝送、ペアリングサービスのデータセンターサービスの提供、つまり利用者と様々な 電気通信ネットワークを繋ぐデータ通信量の電子的な交換を許容する電気通信サービス 42-コンピュータデータセンター、つまり他人の設備を備えたコンピュータサーバーの設置場所の設備の提供、第三者のコンピューティング・データ記憶装置に対する可変容量の仮想・非仮想サーバー、ウェブサーバー、ファイルサーバー、コロケーションサーバー、ロードバランシングサーバー、冗長サーバー、メディアサーバー、データベースサーバー、及びコンテナ化した他人のデータセンターのためのコンピュータデータやデータセンター設備やコンピュータサービスのあるスペース貸し、つまり他人のためのコンピュータアプリケーションの遠隔管理、コンピュータプロジェクト管理サービス、それらのサービスのコンサルティング、つまり企業向けの情報技術分野、通信技術分野、仮想化技術分野のコンサルティング	4370294	この標章は、サービスを提供するデータセンター内に位置する凸状の湾曲した円筒のインテリアの壁の立体デザインから成っている。赤色は凸状の壁に適用される。黒色は、湾曲した壁を構成する一連の積み重ねられた長方形の外側の境界として現れている。破線または点線で示されたアイテムは、標章の一部ではなく、標章の要素の相対的位置関係を示すためだけに使用されている。	Equinix, Inc

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
—		4-内燃機関用燃料、つまりガソリン、デーゼル燃料 35- 燃料や自動車の小売店サービス	3976391	この標識は、主たる識別標識を備えた車両のサービスステーションの立体前庭から成っている。主たる識別標識の上部は白色で、赤色の「O」の文字を除き青色の文字で表示された「MOBIL」標章を有している。「MOBIL は」標章の下は青色の長方形に白の文字で「SPECIAL」、「REGULAR」、「SUPER +」と書かれている。すべての青色の長方形は白線で仕切られている。主たる識別標識の隣は、上部三分の二が青色で、下部三分の一が白色の水平バンドのある張り出し屋根で、張り出し屋根の一面には赤色の「O」の文字を除き青色の文字で表示された「MOBIL」が屋根を分断している。張り出し屋根の下の「MOBIL」標章は、青、赤、白、緑色の給油機の最上部に位置し、白地に赤色の「O」の文字を除き青色の文字で表示されている。給油機の中間部と下部は青色で、緑色の背景に白色文字で「REGULAR」、赤色の背景に白色文字で「SPECIAL」、青色の背景に白色文字で「SUPER +」と表示されている。給油機の下部には青色の背景で動きを示す白い陰影と縞模様に赤色の空飛ぶ馬が表示されている。図面の破線で示されているアイテムは、標章の位置のみを示しており標章の特徴として権利主張されていない。	EXXON MOBIL CORPORATION

欧州（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
立体形状		35, 41, 44	14410625	標章は、BOARDRIDERS ストアの窓と店舗のレイアウトとインテリア設備で構成されている。	Boardriders IP Holdings LLC
立体形状		35	15853393	商標は、「IL BAULE D'ORIENTE」店舗とそのインテリア構造とデザインで構成されている。	Bauledoriente SRL
立体形状		35, 37	16138158	ガソリンスタンド	Shell Brands International AG

英国（法律事務所）

UKIPO は商標出願または登録を標章タイプ別に分類していないため、商標の登録をカテゴリー別に検索することはできず、店舗の外観の登録例を特定することはできない。

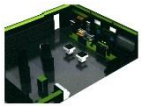
英国（知財庁）

UKIPO には「店舗の外観」商標の登録例はない。

ドイツ（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
3-D		35	302015058552	色彩の権利主張：緑色、白色、黒色	REWE Markt GmbH, 50668 Köln, DE

ドイツ（知財庁）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
立体標章		35	302015058552	なし	REWE Markt GmbH, 50668 Köln, DE

フランス（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
3D		6類：紙；厚紙；紙製又は厚紙製の箱;紙製テーブルリネン;包装用紙製又はプラスチック製のかばん類及び袋物（封筒、ポーチ）;厚紙製の箱；紙製ナプキン； 30類：コーヒー、ティー、ココア、砂糖、米、タピオカ、サゴ、コーヒーの代用品;食用穀粉及び穀物からなる加工品、パン、ペストリーと菓子、氷菓;蜂蜜、糖みつシロップ;酵母、ベーキングパウダー、塩、マスタード;酢、ソース（調味料）；スパイス;冷却用氷；サンドイッチ、ピザ；パンケーキ（食品）；ビスケット；ケーキ；ラスク；甘い菓子;チョコレート；ココア飲料、コーヒー、チョコレート又はティー； 43類：食べ物の提供;一時宿泊施設の提供；バーサービス;ケータリングサービス;ホテルサービス;一時宿泊施設の手配;持ち帰り可能な食品の提供；	3834714 2011/9/16	パン屋の店舗のインテリア:丸くがっしりして、むき出しの脚のある白いカウンター - チェッカー模様の床 - 木製の壁 - 薄い灰色の壁 - リブ付きの底 - 銅色の照明器具	Mr. Stephan Privat

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
半図形		6 類 : 金属及びその合金;建築用金属材料;運搬可能な金属製建築物;鉄道線路用材料 ; ケーブル(電気用のものを除く) ; ワイヤと錠前 ; 金属製品 ; 金属製管 ; 金庫 ; 鉱石 ; 金属製建築 ; 金属製足場 ; 金属製包装用容器;金属製収納箱;金属製包装容器;金属製の葬式のモニュメント;卑金属の芸術作品 ; 卑金属の小像 ; 金属製ナンバープレート ; 11 類 : 照明器具 ; 発熱、蒸気発生、料理、冷蔵、ドライ、通風、給水、衛生目的;空気調和装置及び設置 ; フリーザー ; 懐中電灯 ; 電気式コーヒーメーカー ; ストーブ ; 乗物用照明器具;乗物用暖房・空調機及び設置;空気清浄機または浄水器;滅菌装置 12 類 : 乗物 ; 陸上・空中・水上移動用車両;陸上の乗物のエンジン;乗物用サスペンション・ダンパー ; 車体 ; 滑り止めチェーン;乗物用シャーシ・バンパー ; 自動車用サンバイザー;乗物用シートベルト ; 電動式乗物;キャンピングトレーラー;トラクター ; モペット ; オートバイ・自転車 ; フレーム ; クラッチ ; ブレーキ ; ハンドル ; リム ; ペダル ; タイヤ;車輪又はサドル;折畳み式乳母車;貨物取扱い用カート ; 43 類 : 食べ物の提供;一時宿泊施設の提供 ; バーサービス;ケータリングサービス;ホテルサービス;一時宿泊施設の手配 ; 子供の託児;キャンプ場の提供;高齢者用入所施設の提供;ペットの宿泊施設の提供	4210917 2016/1/8	なし。	Mr. Georges DELMAS

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
半図形		29 類：肉類、魚類、家禽肉(ヤケイ属の解体された家禽を除く）と食用鳥獣肉；保存処理・乾燥処理及び調理をした肉エキス、果物、野菜；ゼリー；ジャム、コンポート;卵、ミルク、酪農製品；食用油脂。肉・魚・家禽肉及び食用鳥獣肉の缶詰。総菜販売 30 類：コーヒー、ティー、ココア、砂糖、米、タピオカ、サゴ、コーヒーの代用品;食用穀粉及び穀物からなる加工品、パン、ペストリーと菓子、氷菓；蜂蜜、糖みつシロップ；酵母、ベーキングパウダー、塩、マスタード；酢、ソース（調味料）；スパイス;飲食物冷却用氷； 32 類：ビール；ミネラルウォーター・炭酸水及びその他のアルコール分を含有しない飲料（コーヒー、ティーまたはココアおよびミルク飲料のベースになるものを除く）；果実飲料及び果汁；シロップ 33 類：アルコール飲料（ビールを除く） 43 類：食べ物の提供；バーサービス；カフェテリア;コーヒーショップ;ファストフード専門のレストラン(スナックバー）；食べ物のケータリング;ケータリングサービス；	3560599 2008/3/5	なし。	Mr. Jean-Paul DAMBRINE

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
半図形		29 類：加工された果実；乾燥果実；調理された果実;加工された野菜;乾燥野菜；調理された野菜；ゼリー；ジャム；コンポート 30 類：コーヒー；ティー；ココア：砂糖；米；タピオカ；小麦;食用穀粉及び穀物からなる加工品；パン；ペストリー；菓子；アイスクリーム；蜂蜜；竜舌蘭シロップ(天然甘味料)；酵母；塩；マスタード；酢；ソース（調味料）；スパイス；冷却用氷；サンドイッチ；ピザ；パンケーキ（食品）；ビスケット；ラスク；甘い菓子；チョコレート;ココア飲料;コーヒー飲料；紅茶飲料； 32 類：果実飲料；ジュース;果肉飲料	4445861 2018/4/13	ブランド・トランスレーション：砂糖漬け果物の工場、砂糖漬け果物の製造、ジャム工場、農園のブランドのジャムの製造 カラー：建物正面 RAL 3004、RAL 1001、標識 RAL 5003、標識文字 ヴァンセンヌ 94300（レジェムテル通り 18 番）、ブランドは「Fabrique de Confitures」で Christophe Devé によって 2010 年に創られたブランドとコンセプト。	Mr. Christophe Devé

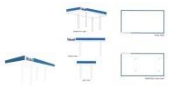
オーストラリア（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
立体文字図形		Class 35: 衣服、アパレル、靴、スポーツ/レジャー用品、鞄およびその付属品、飲料およびスナックを販売する小売店サービス Class 41: サーフボード、スケートボード、スノーボードのトレーニングとレッスンを提供するサービス。ライブパフォーマンス、ショー、音楽イベントの開催サービス Class 44: 美容院に関するサービス	1747953	商標は、出願書類記載の通り、文字「BOARDRIDERS」を特徴とする BOARDRIDERS 店舗のウィンドウの表現からなる。	Boardriders IP Holdings, LLC

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
図形 立体		Class 9: 眼鏡、サングラス、眼鏡ケース、眼鏡チェーン、眼鏡フレーム、眼鏡レンズ、コンタクトレンズ、コンタクトレンズ用容器、医療用以外の光学機器 Class 35: スタンド、店舗、スタンドおよび店舗のチェーンの管理と運営。小売および卸売のマーケティング；サングラス、眼鏡、光学機器、眼鏡のアクセサリー、コンタクトレンズおよびこれらすべての付属品、ケース、ファッションアクセサリーを販売するスタンドおよび店舗チェーンの管理；サングラス、眼鏡、光学製品、眼鏡のアクセサリー、コンタクトレンズおよびこれらすべての付属品、ケース、ファッションアクセサリーを販売するオンラインストアの管理；顧客ロイヤリティプログラムの運営と管理；オンライン広告およびマーケティングサービス Class 39: サングラス、眼鏡、光学およびそれらの付属品である製品の保管；上記製品の包装；納品前の製品および小包の保管；製品の供給と配送；製品の輸送	1885107	商標は、段々の棚が組み込まれている角が丸い長方形の形状で構成されており、長方形の底の部分に暗色の帯がある。出願書面に記されている通り長方形の上部には長方形の柱がある。	Carolina Lemke Ltd

オーストラリア（知財庁）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
文字 図形 色彩		Class 4, 35, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45	1118600	緑色（Pantone 348C）、黄色（Pantone 109C）、白色（RAL 9016）の色彩を権利主張。部分的な色彩に関する権利主張：張り出し屋根、ポンプ、店舗の看板、主たる識別ボード上の緑色。また緑色はボックス 7、張り出し屋根の看板の中央にある図形要素（円形のステッカー）と主たる識別ボード上で示されるサービスステーションの他の要素でも使用されている黄色及び/又は白色と共にも見られる。商標の説明：商標は緑色（Pantone 348C）、黄色（Pantone 109C）、白色（RAL 9016）と文字「bp」およびこれに添付されている図形要素で構成され、建物のエクステリア、張り出し屋根、ポールサイン、店舗の看板とサービスステーションの他の構成部品で構成されている。	BP p.l.c

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
文字 図形 色彩 形状		Class 4,37	1295071	この商標は、出願書類記載の通り、赤色、白色、青色で文字「Mobil」を有する張り出し屋根の形状で構成されている。	Exxon Mobil Corporation
図形 色彩		Class 4,35,37	1027801	この商標は、出願書類添付の通り、車両サービスステーションの構成部品に使用されている赤色（Pantone 485c）、黄色（Pantone 116c）、白色で構成されている。商標法第 41 条第 5 項 、商標法第 44 条第 3 項(b) を適用。	Shell Brands International AG
文字 図形 形状		Class 35,41,44	1747953	商標は、出願書類記載の通り、文字「BOARDRIDERS」を特徴とする BOARDRIDERS 店舗のウィンドウの表現から構成される。	Boardriders IP Holdings

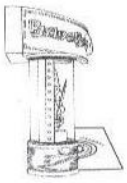
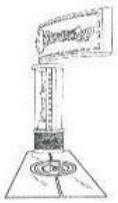
中国（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
三次元標識		class 35: コンピュータ、コンピュータソフトウェア、コンピュータ周辺機器、携帯電話、家庭用電化製品および関連付属品などの製品のデモンストレーション	1060320	標章は小売店の識別力のあるデザインとレイアウトで構成されている。	Apple Inc.

韓国（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
立体的形状 文字 図形 色彩		第1類:トランスミッションオイルなど 第4類:工業用硬化油、工業用粉末油脂など 第 35 類:輸送機械器具潤滑油注入業、輸送機械器具燃料補給ステーション業等 第 37 類:輸送機械器具維持管理業、輸送機械器具タイヤ設置業等 第 39 類:燃料オイル石油ガス潤滑油の輸送業、油類およびガスのパイプライン運送業など 第 42 類:レストラン、カフェ業等	45-5058	商標の説明記載なし。	ビーピーピーイー.エル.シーイー

台湾（法律事務所）

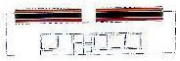
①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
図形	 （平面）（商標見本にある「黃」、「餅舖」、「登錄商號」につき権利不要求）	第30類—茶葉、茶葉からなる飲料、コーヒー、飴、ケーキ、パン、水餃子等	1099236	 （店舗の建物の外観）	黃一彬
立体	   （商標見本にある「WORKSHOP」につき権利不要求）	第35類－おもちゃの小売等	1247642	本件は立体商標であり、「上方の直角の大きな天幕」と「左側の円筒形のディスプレイ」から構成された水平な店舗である。「上方の直角の大きな天幕」に「BUILD-A-BEAR WORKSHOP」英文字が表示され、且つ「BUILD-A-BEAR」と「WORKSHOP」の間に「熊の頭」設計図を配置し、「WORKSHOP」にある左の「O」レターが円形のボタン図、次の「O」レターが円形のリールスプールとして設計されている。「左側の円筒形のディスプレイ」に座った熊を配置し、熊は頭に帽子を被って手に針を握っている他、「左側の円筒形のディスプレイ」が大型のリールスプールとして設計され、店舗のフロアに大きなメダリオンで配置している。	アメリカ系・BUILD-A-BEAR WORKSHOP,INC.

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
色彩	 商標法第 29 条第 2 項規定による登録	第 35 類－コンビニエンスストア等 第 43 類－レストラン等	1647643	本件は色彩商標であり、白地に上から下へ 1：2：1 の比率を占めるオレンジ、グリーン、レッドのカラーを組み合わせたものであります。それを関連営業物件に使用した場合、三色のカラーは変化せず、同一の順番比率で左右に伸びることになる。	アメリカ系・7-ELEVEN, INC.

台湾（知財庁）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
立体		第 3 類：香水、化粧品、スキンケア製品、シェービング水、綿パッド、パーマローション、染毛剤、人体洗浄剤、浴室洗浄剤、レンズ透過率と絶縁率を高める化学剤、精油、ディスク洗浄液、練り歯磨き、革油、靴磨き、香、家庭用静電気防止剤、動物化粧品、口腔清涼剤。	01160211	本商標は一多節式の 101 階の世界一高い摩天楼及びビルの群れで構成される。そのうち、多節式摩天楼は 27 階から 90 階にかけて、8 階分を一節として、8 つの「節」で構成されている。各節の上部から 7° に傾き、フラワーコアの造形が上へ延伸する。また、ビルの外観は竹の節のような形状である。各節の四角は「瑞雲」の形状の金属突起物で飾られ、各節の各方面の真ん中に「如意」で飾られている。「金融センター」というテーマに応じるために、24 階から 27 階までの位置には直径が 4 階の高さくらいである「方孔古銭幣（中華圏の昔の貨幣）をイメージしたオブジェ」がビルの四面に飾られている。また、ビルの最上階の採光用の屋根の外形は中国の「如意」の形である。	台北金融大樓股份有限公司

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
立体		第35類：ぬいぐるみのおもちゃ、ぬいぐるみ、人形、アクセサリー、CD、音楽CDプレーヤー、ビデオカセットテープ、カセットテープ、デジタルビデオディスク、コンパクトディスク、コンピュータゲームカートリッジ、テープレコーダー、ビデオレコーダー、MP3プレーヤー、ラジオ、テレビ、テレビゲーム、コンピュータソフトウェア、教育コンピュータソフトウェア、コンピュータゲームソフト、パーソナルデジタルアシスタント（PDA）、ポケットベル、コンピュータ、電話、携帯電話、カメラ、宝石、書籍、エクスプレスニュースレター、雑誌パンフレット、パンフレット、グリーティングカード、ラベル、切手、文具すなわちレターヘッド、封筒、招待状、ポスター、カレンダー、ハンドバッグ、大型女性のハンドバッグ、バック、財布、人形とその付属品のストレージユニットボックス/ボックス、セラミック彫像、金属および非金属リングキーチェーン、新型ボタン、マグカップ、グラス、プレート、食器、ボウル、クッキーの瓶、ペットボトル、塩、こしょうボトル、シート、ベッドカバー、タオル、毛布、ベッド、キルト、テーブルクロス、テーブルマット、布テーブルクロス、オーブン手袋、衣服、おもちゃ、ボードゲームグループ、キャンディ小売業、メールオーダーサービス、通販カタログのグローバル及びコンピュータネットワークより提供する商品小売業。	01247642	本件立体商標は、上側にある長方形の大きな看板と、左側にある円筒形のディスプレイで構成されている水平な店頭である。その上に、点線で描かれている長方形の大きな看板に英語の「BUILD-A-BEAR WORKSHOP」が表示され、「BUILD-A-BEAR」と「WORKSHOP」の真ん中にはクマの頭の図案がデザインされている。英語の「WORKSHOP」の図案では、左側の最初の「O」の文字が円形のボタンとしてデザインされ、また2番目の「O」の文字が円形のボビンとしてデザインされている;円筒形のディスプレイスタンドには、座っているクマがいる- 帽子を被って、糸が通った針を持っている。円筒形のディスプレイスタンドは大きなリールスプールとしてデザインされており、その底部は大きなメダルがデザインされ、店頭の地面に展示されている。	美商·熊工坊公司

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
色彩		第35類：スーパーマーケット、デパート、コンビニエンスストアの役務。	00165884	本標章は色彩の組合せとして商標登録出願され、その図案は白い背景にオレンジ色、緑色、赤色が上から下まで順番に1：2：1の比率で配置され、点線は営業に関する物品の形状が標章図案の一部ではないことを示している。	美商·7 11公司

シンガポール（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
色彩商標（「店舗の外観」の標章ではない）		4、35、37	T1200744A	本標章は、出願書面記載の通り、商品・サービスの提供で使用される施設のエクステリア外面に使用される黄色、赤色、白色で構成されている。	Shell Brands International AG
色彩商標（「店舗の外観」の標章ではない）		35	T9904253H	本標章は、サービスの提供で使用される建物のエクステリア外面に使用される緑色で構成されている。	BP P.L.C.
色彩商標（「店舗の外観」の標章ではない）		4	T0110610I	本標章は、指定役務の提供に関連して使用されるガソリンスタンドの天蓋にあるネオンを用いた棒状蛍光灯の色である緑色で構成されている。	BP P.L.C.
色彩商標（「店舗の外観」の標章ではない）		37	T0110611G	本標章は、指定役務の提供に関連して使用されるガソリンスタンドの天蓋にあるネオンを用いた棒状蛍光灯の色である緑色で構成されている。	BP P.L.C.
色彩商標（「店舗の外観」の標章ではない）		39	T0110612E	本標章は、指定役務の提供に関連して使用されるガソリンスタンドの天蓋にあるネオンを用いた棒状蛍光灯の色である緑色で構成されている。	BP P.L.C.

ロシア（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
立体商標（ガソリンスタンドの形状は権利請求外）		4, 37	580617	出願されたのは、白地にガソリンスタンドの外観を表す結合立体表示。 構図の右側に、上部と下部に青色とライトブルーのしずく状の図柄を示し、右側に比例して傾斜する青いフィギュアの付いていているグラフィックのある支柱付きの屋根があり、支柱間には燃料補給機がある。また、それぞれの支柱の側面には、丸い白灰色のスタンドがある。 補給ステーションの屋根にある帯状の装飾の端には、白い背景に左側に比例して傾斜する青色の長方形で構成されており、比例左傾斜の端部は、フィギュアの左側には青色とライトブルーのしずく状の図柄がデザインされている。屋根にある帯状の装飾は屋根の角で繋がっていない。 後ろは、白色と青色の１階建ての建物があり、建物の側面に黄色とオレンジ色の正方形の一片が描かれている。建物の前部は部分的に光沢があり、半透明のガラスを通して店舗の多色の展示物が見える。 構図前面の左側に表示板がある。それは主に白色と青色で作られた右下と左上が丸みを帯びた長方形の立体形状である。画像の上部には、白色の背景に青色とライトブルーのしずく状の図柄がある。表示板の主要部分は４桁の数字情報（00.00）を表示するための４つの長方形ディスプレイを示している。各ディスプレイの左側には、白い縁取りで赤色、黄色、灰色、青色をした丸みを帯びた側面と尖った端を持つ要素がある。 表示板、帯状の装飾、屋根の支柱には、点滅照明がある。 屋根の正面にある表示板の右側に、その表示板と同じデザインの小さな表示板があり、小さい表示板は右を指す矢印がある。店舗の近くにある大きな表示板の左側の後ろに同様の小さな表示板が示されている。この表示板の矢印は左を指している。 店舗の左側には３つのはためく旗がある：旗は2 つの白色とその間の青色で、旗には青色とライトブルーのしずく状の図柄が描かれている。	OAO Gazprom Neft’
指定なし（建物の形状と文字「SERVICE」は権利請求外）		4, 37	642710	N/A	PAO Gazprom Neft’

スウェーデン（法律事務所）

N/A

スペイン（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（登録事例）	③国際分類（指定商品役務）	④登録番号・登録日	⑤商標の説明	⑥出願人
三次元商標		—	—	—	MALAGA CLUB DE FUTBOL, S.A.D
三次元商標		—	—	—	ECOVERITAS, S.A.

フィリピン（法律事務所）

「店舗の外観」商標の類似検索を行ったが見つからなかった。検索により建築物や住居のデザインを含む多くの商標が見つかったが、ほとんどは未使用のために既に削除されていた。

メキシコ（法律事務所）

法改正は最近のもので店舗の外観に関する例はない。

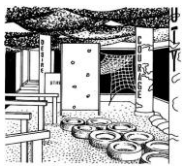
（3）店舗の外観等に関連して登録された商標権は、係争に際してどの程度の実効性を有すると考えますか。貴所の見解をご記入ください。（法律事務所にのみ質問）

国・地域	係争時の実効性
米国 （法律事務所）	—
欧州 （法律事務所）	事例がなく不明。
英国 （法律事務所）	異議申立または侵害手続により店舗の外観に関する英国登録商標が権利行使された例を承知していない。
ドイツ （法律事務所）	店舗の外観を特徴とする商標登録の識別力は、保護の範囲がかなり低いとみなさなければならない。さらに、店舗の外観の代表的かつ共通の特徴である要素は、他人の使用のために自由であるべき要素として考慮されるため、２つの店舗の外観と比較するときに、店舗の外観は考慮されない。さらに、（商標の不使用取消対象期間に入るまでに）店舗の外観が変更され、以前と異なる可能性もあり、商標権を維持するために使用を証明することは困難なものとなると考える。
フランス （法律事務所）	N/A.
オーストラリア （法律事務所）	これらの商標の保護は、商標の識別力のある要素に限定される。例えば、出願番号 1747953 には、「BOARDRIDERS」のように多くの識別性のある要素が含まれている。したがって、この登録による権利行使は、疑惑の権利侵害者が異なる識別力を持ったブランドで類似する店舗の正面を単純に模倣している場合には有効ではない可能性がある。なぜなら混同の虞が低いからだが、場合によっては、識別性のあるブランドとは無関係に、消費者に認識される店舗正面の特徴による評判や事実を考慮して評価される。
中国 （法律事務所）	中国で登録された「店舗の外観」商標については、公開された情報の範囲で紛争事例はない。代わりに、反不正当競争法は、しばしば店舗の外観を保護するための根拠に利用される。反不正当競争や関連する説明によれば、消費者を欺くために影響を与える他人の商品の装飾と同一または類似するラベルを許可なく使用することは、ある種の不公平な競争として認知される可能性があり、事業所の装飾、業務用機器の型、営業スタッフの衣服からなる独特のスタイルの全体的なビジネスイメージは、反不正当競争法に規定されている「装飾」とみなすことができる。例えば、上海裁判所で裁かれた事件で、裁判所は、原告の制服と火鍋料理店で使用しているものと同様の火鍋料理メニューを使用する被告が混同を生じさせているとし、不公平な競争を構成したと判じた。
韓国 （法律事務所）	店舗の外観などに対して商標権登録があるのであれば、権利行使時にただちに権原として活用できるため有効と判断される。不正競争防止法第 2 条第 1 号ロ目(営業主体混同行為)またはハ目(希釈化防止規定)による保護のためには、店舗の外観が周知著名性を取得したことを立証しなければならず、ル目(旧ヌ目;一般条項)による保護のためには店舗の外観が相当な労力と投資による成果物に該当する点などを追加で立証しなければならない。
台湾 （法律事務所）	店舗や建物の外観は商標として通常識別性が弱いものであると見なし、後天的な識別性の形成においてある程度の時間とコストを要するため、店舗や建物の外観につき商標権を取得することは一般の伝統商標より難しく、登録後の権利行使に関する訴訟例等がかなり少ないであります。 過去「台北 101 ビル」の権利者「台北金融大樓股份有限公司」はドラマ、写真又ははがきに「台北 101 ビル」を背景とした第三者に対し警告状を送付し、又は権利金を要求したことがあるため、商標権利の過度主張という問題がある他、最近では台湾第三者が「一蘭ラーメン」の店舗外観を真似た事件が一時話題になっていたが、新聞の報道により第三者が速やかに営業停止したことから見れば、店舗の外観等の商標権の取得が、どの程度の実効性があるか、まだ斟酌の余地があると思料されます。 VS
シンガポール （法律事務所）	シンガポールで「店舗の外観」標章が争われた事例を知らない。
ロシア （法律事務所）	—
スウェーデン （法律事務所）	これまでスウェーデン国内で「店舗の外観」商標の登録がなく、「店舗の外観」商標の保護に関する紛争例はない。 トレードドレス標章の識別力の要件は高く設定されており、トレードドレスに関する紛争の裁判例がないことを考えると、「店舗の外観」に関する保護範囲はとても不確かだ。

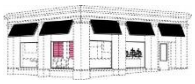
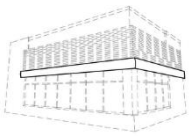
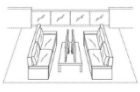
国・地域	係争時の実効性
スペイン （法律事務所）	これらの商標はすべて侵害訴訟や不正競争に関する訴訟を起こすための手段になる。 もし所有者が食料品店の小売サービスを指定して店舗のドアフレームを立体商標として登録している場合、第三者がスペイン市場で同じドアフレームを使用すると商標権侵害となる。
フィリピン （法律事務所）	「店舗の外観」商標の類似検索を行ったが見つからなかった。検索により見つかったのは不使用で削除された多くの建築物や住居のデザインを含む商標だけであった。「店舗の外観」の商標登録は、不正使用に対して効果的に権利行使できると考える。登録されれば、その商標が登録されていることを公衆に示す®記号を使用することを勧めたい。また、適時に異議申し立てを行うことができるように、登録済みの「店舗の外観」と同一または混同するほど類似する可能性のある商標の登録を防ぐために、「店舗の外観」商標を監視リストに入れておくことも勧めたい。
メキシコ （法律事務所）	MIPL には、現在のように「店舗の外観」の商標登録がみとめられるようになる以前から、事業や店舗の外観の不正使用に関連する行政上の権利侵害が含まれていたので、紛争に関する先例がいくつか存在する。それは所有権、つまり侵害を受けたと申し立てた当事者によって使用されていた外観に含まれる複数要素の法的適格性を証明することが困難であったため効果的に機能しなかった。今は複数要素全体を商標として登録することができるようになったため、侵害を受けたと申し立てた当事者と当局にとって、商標紛争に勝つために要求される法的適格性を満たすことが容易になった。今後のメキシコ当局の判断基準が待たれる。 これまでのところ、店舗の外観に関する事例はなく、「商品の外観」商標が争われた事例しかない。2018 年 8 月 10 日に施行されたメキシコ法の改正以来、「店舗の外観」の商標登録や紛争事件を認識していないが、この改正に基づいて最近出願された非伝統的商標の公開データを確認し、次の例を発見した。 EM. 2088674. 出願人: Rafael Bernardo Merino Berdon. EM. 2088130. 出願人: Luis Angel Díaz García. EM. 2088247. 出願人: JAG Autoservicios, S.A. de C.V. EM. 2088388. 出願人: JAG Autoservicios, S.A. de C.V. EM. 2088391. 出願人: JAG Autoservicios, S.A. de C.V. EM. 2088392. 出願人: JAG Autoservicios, S.A. de C.V. EM. 2088393. 出願人: JAG Autoservicios, S.A. de C.V. 当該出願は係属中であり、登録手続きが終われば当局の基準を知ることができる。

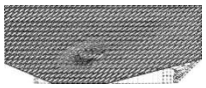
（4）商標のタイプごとに、店舗の外観等に関する商標登録出願が拒絶になった代表的な事例を教えてください。具体的には、①商標タイプ、②商標（拒絶事例）、③国際分類（指定商品役務）、④出願番号、⑤商標の説明、⑥拒絶理由、⑦出願人をご記入ください

米国（法律事務所）

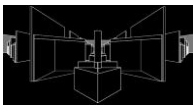
①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
立体商標		—	—	—	—	—

米国（知財庁）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
—		35-パンの小売店 43-カフェサービス	87025791	この標章は、コーヒーを提供する小売りのベーカリーショップの外観のトレードドレスから成っている。白いエクステリアと黒い日除けと重要なガラスの店頭の組み合わせから成り、ガラスを通して高く積まれたトレイ上のピンク色の箱やカップケーキがみられる。建物の輪郭を示すような破線は標章の一部ではなく、そのような特徴の位置を示すために使用されている。	本質的な識別力がない。	Georgetown Cupcake, LLC
—		43-レストラン	85836509	この標章は、窓の上にある長方形の張り出し屋根、建築の四方の覆い、建物のエクステリアに沿って波形の金属製の低い手すり壁の立体形状のエクステリア・デザインで構成されている。破線は、標章一部として権利主張されていない建物のその他の特徴に関連する標章の配置を示している。	店舗の日よけは一般的な形状であるため、補充登録簿に登録できない。	McDonald's Corporation
—		41-ビデオやコンピューター・ゲームの施設のための娯楽の提供	87176976	この標章は、ビデオゲームをするための座席配置で構成されている。座席配置は、背中合わせに 2 つのスクリーンを備えたテーブルを含む。 1 つのソファは 1 つのスクリーンに面し、もう 1 つのソファはもう一方のスクリーンに面している。	標章の説明は、何が権利主張されたものか特定できず、本質的な識別力もない。	Ahmed Jaafer Sadik Al-Kireml i

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
—		35-被服および関連アクセサリー、ギフト、文房具、化粧品、録音済みのオーディオおよびビデオ製品の小売店サービス、および顧客優待プログラムを特徴とする被服と音楽の分野の小売店サービス	85086543	この標章は、ビデオ画像が投影されるアクリル製のらせん状の彫刻、個別の透明な商品ディスプレイケースからなる商品を展示するための湾曲した壁、隣接する個々のビデオスクリーンからなる壁、格子状の丸い台、湾曲した特徴を有する天井の固定具、及び透明な店頭から飛び出し、前面の角度で傾斜した立体形状の標識を含む。 破線で示された特徴は、標章の一部として権利主張されておらず、そのような特徴の位置を示すことのみを意図している。 黒と白のチェックが黒色天井の固定具に描かれ、銀色の斑点が付いた黒色が床に描かれ、銀色が丸い台や立体形状、天井に描かれ、灰色が店舗に向かって左右の側面と背面に描かれている。	サービスマークとして機能しない。識別力のない背景; 異なる画像を表示することができるビデオスクリーンに関するファントム商標;描画は機能要素を点線で表示していない（ビデオスクリーンと四角いグリッド表示ケース)。トレードドレスの特徴を示す標章の説明が不十分。	Hot Topic, Inc
—		37-芸術作品の保存 41-美術館サービスの提供 美術品貸与プログラムを運営、美術教育プログラムの開発、美術教育プログラム・ガイドツアー・文化又は教育のための展覧会・芸術や人文科学分野の教育プログラムの実施、芸術や人文科学分野における双方向方式の百科事典、雑誌、パンフレット、記事に関するオンラインでダウンロードできない出版物の提供、オンラインによる芸術や人文科学分野の文化プログラムの提供、つまり美術展覧会、セミナー、講義	86852417	この標章は、水平の線から上に伸びる垂直の線で形成される三角の底部を持つ上、左、右に四角く仕切られ均等の長さのメッシュを特徴とする博物館の立体構造で構成されている。メッシュは中間部に大きな歪みを示している。 博物館の開口部と底面を示す破線は標章の配置を表すもので標章の一部ではない。	本質的な識別力がなく、ビルの屋根を特徴とする他の建築構造の証拠になっていない。	The Broad

欧州（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
立体形状（出願時「図形」であったものを後に修正）		3, 35, 41, 44	13259891	—	識別力の欠如 商標に関する欧州指令2015/2436の第4条第1項（b）	KIKO S.p.A.
立体形状		35, 41	16918451	—	識別力の欠如 商標に関する欧州指令2015/2436の第4条第1項（b）	Gunst Stephan and 3 others
立体形状		35	14267652	—	識別力の欠如 商標に関する欧州指令2015/2436の第4条第1項（b）	REWE Markt GmbH

英国（法律事務所）

UKIPO は、商標出願又は登録を商標タイプ別に分類していないため、店舗の外観の拒絶例を調査するために商標登録をカテゴリー別に検索することができない。

英国（知財庁）

無回答

ドイツ（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
立体		コンピュータ、コンピュータソフトウェア、コンピュータ周辺機器、携帯電話、家庭用電化製品および付属品と関連する製品のデモンストレーションを特徴とする小売店サービス	IR1060321	小売店の識別力のあるデザインとレイアウトからなる商標	ドイツ特許商標庁により識別力の欠如を理由に「商標法第8条第2項」により拒絶された。連邦特許裁判所に上訴され、 欧州連合裁判所へ委託されたが、その後放棄された。	—
立体		Goods and services of classes 24, 3, 16, 20, 25, 27, 35, 37, 43, 44	3020140547732	小売店の独特な見取り図でありレイアウトから成る立体標識	識別力の欠如を理由（商標法第8条第2項）にドイツ特許商標庁に拒絶された。	—

ドイツ（知財庁）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
立体標章		35	IR1060321	小売店の識別力のあるデザインとレイアウトから成る立体商標 あとでより詳しい説明が追加された。	欧州司法裁判所の判決後放棄	Apple Inc.
立体標章		03, 16, 20, 24, 25, 27, 35, 37, 43, 44	3020140547732	小売店の独特な見取り図でありレイアウトから成る立体標識	識別力の欠如（商標法第 8 条第 2 項第 1 号）	Bettwäsche-und Steppdeckenfabrik Herbert Braun GmbH & Co. KG, 74223 Flein DE

フランス（法律事務所）

この情報はフランス特許庁によって公開されていない。

オーストラリア（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
図形形状		Goods & Services Class 35: コンピュータ、コンピュータソフトウェア、コンピュータ周辺機器、携帯電話、家庭用電化製品および付属品とそれに関連する製品のデモンストレーションを行う小売店サービス	1401840	色彩に関する権利主張：鉄灰色、薄茶色；一部色彩 商標の説明：商標は識別力のあるデザインと店舗のレイアウトで構成されている。	公表されていない。 Adverse Report issued 17 Jan 2011 応答なし。 1995 年商標法第 41 条に基づいて異議が提起された可能性が高い - 識別力がない。	Apple Inc.
図形形状		Goods & Services Class 35: コンピュータ、コンピュータソフトウェア、コンピュータ周辺機器、携帯電話、家庭用電化製品および付属品とそれに関連する製品のデモンストレーションを行う小売店サービス	1401839	商標の説明：商標は識別力のあるデザインと店舗のレイアウトで構成されている。	公表されていない。 Adverse Report issued 17 Jan 2011 応答なし。 1995 年商標法第 41 条に基づいて異議が提起された可能性が高い - 識別力がない。	Apple Inc.

オーストラリア（知財庁）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
Device Colour		Class 4,35,37,43	1016694	出願書類添付の表示通り、この商標は車両サービスステーションのガソリンポンプの上に張り出し屋根の端に貼られた緑色のストリップライト（ネオン、LEDなど）である。 商標法第41条第6項の規定を適用。	識別力の欠如	BP P.l.c.

オーストラリア（知財庁）その他、拒絶ではないが、Lapsed/Not Protected

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
Device Shape		Device Shape	1401839	商標の説明：商標は識別力のあるデザインと店舗のレイアウトで構成されている。	識別力の欠如	Apple Inc.
Device Shape		Device Shape	1401840	色彩に関する権利主張：鉄灰色、薄茶色；一部色彩 商標は、小売店舗の識別力のあるデザインとレイアウトで構成されている。 商標の説明：商標は識別力のあるデザインと店舗のレイアウトで構成されている。	識別力の欠如	Apple Inc.

中国（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
三次元標識		class 35: コンピュータ、コンピュータソフトウェア、コンピュータ周辺機器、携帯電話、家庭用電化製品および関連付属品などの製品のデモンストレーション	International No. 1060321	鉄灰色と薄茶色 標章は小売店の識別力のあるデザインとレイアウトで構成されている。	識別力の欠如（商標法第11条第3項）	Apple Inc.

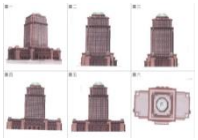
韓国（法律事務所）

店舗の外観等を出願して拒絶された事例は確認されているものがありません。

台湾（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
平面		第16類－包装紙、はがき等	098030755	新営太子宮太子爺及び図形	本件商標はただ寺の名称及び建物の外観であり、一般消費者にそれが商品の出所を表彰する標識と認識させるに足らず、識別性を具えないため他人の商品と区別することができないので、出願当時の商標法第23条第1項第1号により拒絶査定という処分を下した。	台湾系・太子爺廟王献彰
立体		第29類－肉類、豆腐等	096032473	木屋型攤位図	本件商標はよく知られ見慣れた屋台の造形であり、ある場所に配置されて商品を陳列販売するための屋台であるとみなされ、他人の商品又は役務とを区別させるに足るものでなければならないので、出願当時の商標法第23条第1項第1号により拒絶査定という処分を下した。	個人名義・廖建南
色彩		第35類－ガソリンスタンド、コンビニエンスストア等	093009824	本件は商標図案で示す色彩の商標であり、破線部分は商標の一部に属さない。本件は緑、黄、白を組み合わせたものであり、ガソリンスタンドの外部壁、上のシェッド、コンビニの看板、入口の看板等に使用されています。	出願人は世界諸国で本件商標を付けたガソリンスタンドを多くもっているが、台湾に如何なる拠点を設けておらず、台湾国内の関係消費者の認知程度においてそれが商品又は役務の標識として認識するに足りず、他人の商品又は役務とを区別することができないため、登録できないものと認め、出願当時の商標法第23条第1項第1号により拒絶査定という処分を下した。	イギリス系・BP P.L.C.

台湾（知財庁）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
立体		第 36 類：不動産賃貸、売却、リース、仲介、資本投資、アンティーク、ジュエリー、翡翠、芸術及びその他の評価サービス、財務、金融、投資評価、分析、コンサルティングサービス。第 39 類：駐車場、自動車貨物及びその他のサービス。第 42 類：建物の設計、土木工学及びその他のサービスの設計。第 43 類：レストラン、ケアセンター、セキュリティクラス、その他のサービス。	T0294803	本件商標の建築物（国泰金融センター）は三つのセクションと一つのビルで構成される 24 階建ての建物で、赤褐色の花崗岩の石で有名な金融センターのビルの優雅な質感を作り出している。ドームは、アルミニウム製のトラスとミストフィルム接着ガラスから構成され、また、光の色が変わるライトとの組合せで、高級で雄大な芸術的価値のある設計である。	本件商標図案は、建築物の造形を構図の主体とする。その外形設計、色彩は建築業者に通常採用されていて、役務に関する消費者の認識により、役務の出所を区別する標識としてはまだ顕著ではない；また、出願人によって提出された証拠の資料は、ほどんと国泰世華銀行文化慈善基金会が行った様々な活動に関する報道である。2005 年の 6 月に刊行された管理雑誌や、国泰人寿オフィスビルのレンタルのサービスに関するサイトなどの少数の資料だけによって対象商標の使用が提示された。その証拠により、出願人が本件商標図案を長期に使用し、且つ取引において本件商標はすでに国内相関事業者または消費者に知られ、本件商標によって他人の役務と区別することができ、商標のセカンダリーミーニングが取得されたことが証明されにくい。修正前の商標法第 23 条第 1 項第 1 款（1997 年に修正公開の商標法）の規定は、本件商標に適用される。	國泰人壽保險股份有限公司
立体		第 35 類：レストラン、ホット＆コールドドリンクショップ、レストラン、スナックバー、アイスフルーツショップ、ティーショップ、ホットポットショップ、カフェ、ビールハウス、バー、レストラン、ファストフードレストラン、カフェテリア、カクテルパーティー、宴会、レストラン予約代理 、ケータリング、料理提供、スナック。	T0287418	本件の立体商標は、レストランの天井に特にデザインされており、部屋の天井の周辺で水平に延伸して、ライトボックスにしている。食欲を増やすために、ライトボックスの内側の端は「波打ち」の形状であり、スープロールが変動するという動勢を表している。ライトボックスの下端は階段の形の一層になり、その一層には多くの嵌入式のライトが設置されている。	本件商標図案の「室内の天井のライトボックス造形」は、レストランなどの役務に指定使用され、単に通常のインテリア設計であるから、役務の標識として役務に関する消費者に認識された上、他人の役務と区別するのにはまだ不十分である。本件の商標には、商標法第 23 条第 1 項第 1 款（1997 年に修正公開の商標法）の規定が適用される。	趙清宇

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
立体		第35類:オンラインショッピングサービス、コピーサービス、コンビニエンスストア、ガソリンスタンド、テイクアウトフード店、ベーカリー、コーヒーショップ、レストラン、自動販売機、パン屋、テイクアウトフード店、カフェ、レストラン、ガソリンスタンドやコンビニエンスストアのビジネスコンサルティング、顧客のロイヤリティ、モチベーションやプロモーションプログラムの管理、小売店の在庫管理、ガソリンスタンド管理コンサルティングサービス、燃料や潤滑油の小売サービス、コンビニエンスストアサービス、機械レンタル、飲料小売業。	T0290038	本件商標は、出願で提示されている色である。本件色彩のみからなる商標において点線で描かれている部分は本件商標に属していない；添付された商標図案のように、本件色彩のみからなる商標は緑色・黄色・白色の組合せであり、ガソリンスタンドの外壁、 キャノピー型のキャノピー、ビームコラム、タンカー、給油ガン、（コンビニエンス）ストアの看板、壁、ガソリンスタンドの入り口における看板などに使用されている。	審査により、本件色彩のみからなる商標のガソリンスタンドの建築物に塗布されている緑色・黄色・白色の三つの色は、一般的に建築物の飾りの色であり、指定役務に使用されても一般の消費者がその表示されている役務の出所、品質、信望などを認識し、他人の役務と区別するのには十分でないため識別性がなく、本件商標には、商標法第23条第1項第1款（1997年に修正公開の商標法）の規定が適用される。出願人は、自社が世界で著名な石油及び石油製品の大手メーカーであり、製品及び企業の印象が良く、本件色彩のみからなる商標は多く使用されることで識別性が生み出されたと主張し、商標法第23条第4項の規定により本商標の登録を受けることを請求した。挙げられた証拠により、出願人は、我が国の登録番号第1109433号商標を取得しており、また世界の多くの国においても商標登録をしている。しかしながら、詳細な審査によれば、前記登録を受けた商標は、単に「碧辟」という文字であり、また、別途登録を受けているものは「HELIOTROPE」の図案商標やHELIOTROPEの図案とBPの文字を組み合わせた「HELIOTROPE BP」商標である。また、図案商標または文字と図案両方とも含む商標がガソリンスタンドの営業拠点に実際に使用されている。したがって、前記登録された色彩のみからなる商標図案の全体から見ると、識別性は登録を受けた文字商標または図案商標により生み出されたものであり、文字商標または図案商標を加えていない本件商標の識別性については証明しにくい。	BP 股份有限公司

シンガポール（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
立体商標		35	T1017370J	本標章は識別力のあるデザインと小売店舗のレイアウトで構成されている。	標章には出所表示の機能がなく識別力が欠けている。	Apple Inc

ロシア（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
立体商標		35	1060321	本標章は識別力のあるデザインと小売店舗のレイアウトで構成されている。	この図形標章には、出願で指定したサービスに対する識別力のある特徴が欠如している。	Apple Inc

スウェーデン（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
立体商標		35	国際登録出願 no. 1060320 and 1060321	アップル・ストアーの店舗のレイアウトを描いたもの	識別力の欠如（使用による獲得） 根拠法：スウェーデン商標法第 2 章第 5 条	Apple Inc.
立体商標		1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 16, 17, 19, 20, 21, 25, 27, 31, 40	国際登録出願 no. 729030	他のビルの正面と繋がっている店舗正面を描いたもの	（本質的）識別力の欠如 根拠法：スウェーデン商標法第 2 章第 5 条 関連する公衆が標識として形状を認識していることを示す証拠が不十分	Demp B.V

スペイン（法律事務所）

スペインで「店舗の外観」の拒絶事例を発見できなかった。

フィリピン（法律事務所）

①商標タイプ	②商標（拒絶事例）	③国際分類（指定商品役務）	④出願番号	⑤商標の説明	⑥拒絶理由	⑦出願人
「店舗の外観」と同種の標章		41類：子供のための娯楽施設、つまり総合的な遊び場 43類：レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設	4-2009-004987	—	子供のための娯楽施設（総合的な遊び場、レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設）で使用される「建築物のファサード」に顕著な特徴が欠如している。建築物のファサードの表現は、出願人の事業の標識として機能しない。当該商標には、登録要件を満たすための識別力がない。	FUN RANCH MEGADEVELOPMENT INC.
「店舗の外観」と同種の標章		41類：子供のための娯楽施設、つまり総合的な遊び場 43類：レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設	4-2009-004988	—	子供のための娯楽施設（総合的な遊び場、レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設）で使用される「建築物のファサード」に顕著な特徴が欠如している。建築物のファサードの表現は、出願人の事業の標識として機能しない。当該商標には、登録要件を満たすための識別力がない。	FUN RANCH MEGADEVELOPMENT INC.
「店舗の外観」と同種の標章		41類：子供のための娯楽施設、つまり総合的な遊び場 43類：レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設	4-2009-004989	—	子供のための娯楽施設（総合的な遊び場、レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設）で使用される「建築物のファサード」に顕著な特徴が欠如している。建築物のファサードの表現は、出願人の事業の標識として機能しない。当該商標には、登録要件を満たすための識別力がない。	FUN RANCH MEGADEVELOPMENT INC.
「店舗の外観」と同種の標章		41類：子供のための娯楽施設、つまり総合的な遊び場 43類：レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設	4-2009-004990	—	子供のための娯楽施設（総合的な遊び場、レストランサービス、飲食の提供、一時宿泊施設）で使用される「建築物のファサード」に顕著な特徴が欠如している。建築物のファサードの表現は、出願人の事業の標識として機能しない。当該商標には、登録要件を満たすための識別力がない。	FUN RANCH MEGADEVELOPMENT INC.

メキシコ（法律事務所）

最近の改正法施行後、「店舗の外観」商標に関する拒絶例はない。メキシコ当局の判断基準が待たれる。

（5）店舗の外観等に関して、日本に商標登録出願を行う際に困ったことがございましたら、ご記入ください。

国・地域	店舗の外観等に関して、日本に商標登録出願を行う際に困ったこと
米国 （法律事務所）	日本に店舗の外観に関する商標出願をした経験はない。
欧州 （法律事務所）	そのような商標を出願代理したことはない。
英国 （法律事務所）	日本に店舗の外観に関する商標出願をした例はない。
ドイツ （法律事務所）	ない。
フランス （法律事務所）	N/A.
オーストラリア （法律事務所）	日本でこの種の商標登録を求めたことはない。
中国 （法律事務所）	ない。
韓国 （法律事務所）	—
台湾 （法律事務所）	日本における後天的識別性の証拠方法と判断基準も日本国内の関係消費者の認知程度を根拠にすることになるのかという疑問があり、更に、台湾での使用証拠・認知度等は日本審査の有力な判断証拠として採用されるかどうかということにも関心がある。
シンガポール （法律事務所）	日本でそのような商標出願を行ったことはない。
ロシア （法律事務所）	—
スウェーデン （法律事務所）	これまで、日本特許庁にトレードドレス商標の出願をしたことはない。
スペイン （法律事務所）	日本に「店舗の外観」の商標出願をしたことはない。
フィリピン （法律事務所）	長く商標出願をしているが、「店舗の外観」に関する商標出願はなかった。一方、多くの立体商標出願の登録は成功した。商標登録の際に受け取る一般的な異議は、その商標が対象となる商品を単に説明するものであるというものであったが、上記の異議を退けることに成功し顧客の立体商標の登録を確保した。
メキシコ （法律事務所）	N/A.

Ｑ４．店舗の外観等の保護に関する係争事例について

（１）店舗の外観等に関する商標登録出願について、登録の可否が争われた審決例・裁判例を教えてください。具体的には、①事件番号、②審級、③当事者、④判決年月日、⑤法域・関連条文、⑥対象商標、⑦商標のタイプ、⑧出願番号（登録番号）、⑨判断要旨、⑩結論を記入ください。

※貴所の業務の経験の中で、訴訟外で解決した事例がございましたら、差し支えのない範囲で構いませんので、ご記入ください。

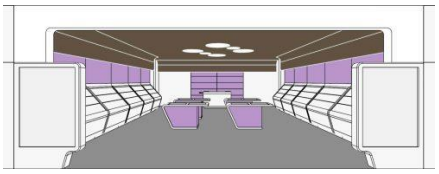
●訴訟事例

【欧州】

事例１

国・地域	欧州（法律事務所）
①事件番号	C-421/13
②審級	欧州司法裁判所 （予備判決（preliminary ruling）を求められたケース）
③当事者	原告：Apple Inc. 被告：German IPO
④判決年月日	2014/10/7
⑤法域・関連条文	former EU Directive 2008/95（now ： 2015/2436）
⑥対象商標	
⑦商標のタイプ	立体形状
⑧出願番号 （登録番号）	IR 1060321 （IR designating Germany）
⑨判断要旨	デザインのみ…小売店のレイアウトは、販売を提供するための不可欠な部分を形成していないが、商品に関連するサービスのある役務のための商標として登録することができ、その標識は、登録を求める出願人のサービスを他の事業者のものと区別できなければならない…
⑩結論	ドイツ特許商標庁に審理差し戻し

事例 2

国・地域	欧州（法律事務所）
①事件番号	R 1135/2015-1
②審級	審判（Board of Appeal）
③当事者	上告人：KIKO S.p.A.
④判決年月日	2016/03/29
⑤法域・関連条文	former EU Directive 2008/95 (now：2015/2436)
⑥対象商標	
⑦商標のタイプ	立体形状
⑧出願番号（登録番号）	13259891
⑨判断要旨	出願人が主張する特徴（形状、色彩など）のどれもが…関連する公衆にとって識別性があるとはみなされないため、商標には識別力がない。さらに、出願人によって提出された使用証明は、獲得された識別性を立証するのに十分ではなかった。
⑩結論	主張に根拠がないとされ商標登録を拒絶

事例 3

国・地域	欧州（法律事務所）
①事件番号	R 2224/2015-1
②審級	審判（Board of Appeal）
③当事者	上告人：REWE Markt GmbH
④判決年月日	2016/02/26
⑤法域・関連条文	former EU Directive 2008/95 (now：2015/2436)
⑥対象商標	
⑦商標のタイプ	立体形状
⑧出願番号（登録番号）	14267652
⑨判断要旨	商標で表現された販売店は、販売店のレイアウトとしては特徴的に従来の要素の組み合わせで構成されており、その分野における基準となるものや慣習から大きくかけ離れたものでなく、必要な識別性を欠いている。
⑩結論	主張に根拠がないとされ商標登録を拒絶

【ドイツ】

事例 1

国・地域	ドイツ（法律事務所）
①事件番号	29 W (pat) 518/13
②審級	連邦特許裁判所
③当事者	Apple Inc.
④判決年月日	出願人が放棄
⑤法域・関連条文	商標法
⑥対象商標	
⑦商標のタイプ	立体形状
⑧出願番号 （登録番号）	IR 1060321
⑨判断要旨	欧州司法裁判所に付託
⑩結論	—

事例 2

国・地域	ドイツ（法律事務所）
①事件番号	C-421/13
②審級	欧州司法裁判所
③当事者	Apple Inc.
④判決年月日	2014/07/10
⑤法域･関連条文	商標ハーモ指令
⑥対象商標	
⑦商標のタイプ	立体形状
⑧出願番号 （登録番号）	IR 1060321
⑨判断要旨	17 最初に、商標ハーモ指令 2008/95 第 2 条上の商標を構成するためには、登録出願の客体が以下の 3 つの条件を満たす必要がある。①標識であること。②当該標識が図式的に表現できるものであること、③ある企業の商品やサービスと他の企業の商品やサービスを識別できるものであること。 18 ハーモ指令 2008/95 第 2 条の文言から、デザインが図式的に表現可能な標識のカテゴリー に含まれることは同条の文言から明白である。 19 したがって，本件控訴事件において問題となっているもののような，小売店のレイアウトを，直線，曲線，輪郭を集積することによって描写する表示は，ある企業の商品やサービスと他の企業の商品やサービスを識別できるものである限り，商標を構成し得ることとなるのであって，そのような表示は…小売店のサイズや比率を示していないこと等について帰責することなどを要することなく…パラグラフ 17 で言及された条件①及び②を満たしているとした。 20 小売店のレイアウトのデザインによる表示は，ある企業の商品やサービスと他の企業の商品やサービスを識別し得るものであり，それ故にパラグラフ 17 で言及される③も満たし得るものである旨を判示。…その描写されたレイアウトが当該経済分野の規範ないし慣習から大きく乖離しているものである場合は，当該レイアウトが条件③を満たすケースに該当し得ると説示した。 26 …商品の製造業者の旗艦店のレイアウトを描写する標識は，当該商品それ自体についてのみならず，ニース協定の下でのサービスに関する類のうちの 1 つに該当する個別のサービスについても，それらのサービスが自身の商品販売の提供の重要な部分となるサービスである場合には，…合法的に商標登録され得るものであると判示した。
⑩結論	描写されたレイアウトが、他の企業の商品やサービスを識別するために、当該経済分野の規範ないし慣習から大きく乖離していなければならない。

事例 3

国・地域	ドイツ（知財庁）
①事件番号	25 W (pat) 518/13
②審級	ドイツ連邦特許裁判所
③当事者	—
④判決年月日	2013/08/05
⑤法域・関連条文	商標ハーモ指令 2008/95/EG 第 2 条、第 3 条
⑥対象商標	
⑦商標のタイプ	立体商標
⑧出願番号 （登録番号）	IR1060321
⑨判断要旨	—
⑩結論	—

事例 4

国・地域	ドイツ（知財庁）
①事件番号	C-421/13
②審級	欧州司法裁判所
③当事者	原告：Apple Inc. 被告：ドイツ特許商標庁
④判決年月日	2014/10/07
⑤法域・関連条文	商標ハーモ指令 2008/95/EG 第 2 条、第 3 条
⑥対象商標	
⑦商標のタイプ	立体商標
⑧出願番号 （登録番号）	IR1060321
⑨判断要旨	—
⑩結論	—

【オーストラリア】

事例 1

国・地域	オーストラリア（知財庁）
①事件番号	ATMO 73
②審級	オーストラリア商標局
③当事者	出願人：Rodney Gibson
④判決年月日	2010/8/12
⑤法域･関連条文	1995 年商標法
⑥対象商標	
⑦商標のタイプ	図形、形状
⑧出願番号 （登録番号）	1251677
⑨判断要旨	当事者の一方だけの出席で行われる審理；運搬可能な建物の形状；通常の取引で他の業者が必要とする機能に関連する形状; 商標法第 41 条第 6 項; 証拠は、形状が出願人の商品が識別力を獲得したことを示していない。
⑩結論	登録を拒絶

事例 2

国・地域	オーストラリア（知財庁）
①事件番号	ATMO 61
②審級	オーストラリア商標局
③当事者	原告：Woolworths Limited 被告：BP p.l.c
④判決年月日	2013/8/8
⑤法域･関連条文	1995 年商標法
⑥対象商標	
⑦商標のタイプ	図形、色彩
⑧出願番号 （登録番号）	1016694
⑨判断要旨	商標法第 52 条に基づく異議申立て：商標法第 41 条を理由としたに基づいて識別力がない商標 －異議申立てが成功。 商標法第 41 条第 6 項
⑩結論	登録を拒絶

【中国】

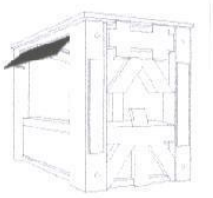
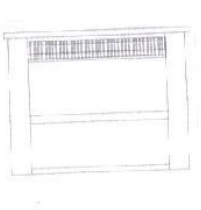
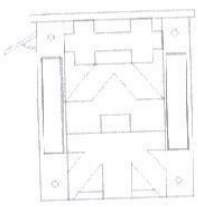
事例 1

国・地域	中国（法律事務所）
①事件番号	(2014)020338
②審級	中国商標評審委員会
③当事者	出願人: Apple, INC.
④判決年月日	非公表
⑤法域･関連条文	Art. 11 (i) (3)
⑥対象商標	
⑦商標のタイプ	立体商標
⑧出願番号 （登録番号）	1060321
⑨判断要旨	出願商標は純粋な図形標章で、インテリア・スペースとシンプルな展示台デザインとして表現されている。消費者は標章として識別することはほとんどなく、当該国際登録出願商標は、商品/サービスの出所を示す上で機能することはほとんどなく、登録が認められるための識別性が欠けている。
⑩結論	—

【台湾】事例 1

国・地域	台湾（法律事務所）
①事件番号	91 年度訴字第 5170 号行政訴訟
②審級	台北高等行政裁判所
③当事者	原告：イギリス系・BP P.L.C. 被告：経済部知的財産局
④判決年月日	2004/05/06
⑤法域･関連条文	拒絶査定当時の商標法第 77 条により同法第 5 条第 1 項規定を準用する 裁判当時の商標法第 5 条規定
⑥対象商標	
⑦商標のタイプ	図形（平面）商標
⑧出願番号 （登録番号）	1120532
⑨判断要旨	①出願当時の《商標識別性審査基準》により、商標又は役務標章が識別性を備えるかどうかについては、一般消費者の立場から一般の生活経験により全体的に観察し、その使用方式を綜合した上、実際の取引状況及び指定使用の商品又は役務などに基づいて判断すべきである。 ②本件商標は会社名称の主要部、世界諸国での「BP」及び「bp」登録商標、及び「緑・黄・白」の組合せ等を結合した連合式の商標であり、独特のデザインのガソリンスタンドの建物、天幕、看板、壁柱、提携コンビニ等が商標見本にあるため、指定役務の出所を表徴するものと消費者に認識され、他人の提供役務と区別することができる。 ③商標見本にある「bp」及び「bp」商標が既に登録を受け、識別性を備えることは疑いがないといえる他、商標見本にあるガソリンスタンドの外観は『ガソリンスタンド』役務の説明文字に該当するが、本件の『乗物の洗浄、乗物のつや出し…』等指定役務に使用した場合、せいぜい一つの『暗示的商標』に該当するのみで、識別性を備えるといえる。
⑩結論	出願第 89079104 号「NEW SERVICE STATION」役務標章は前述条文に定められた識別性要件に該当するため、訴願決定と原処分を取り消しする。

事例 2

国・地域	台湾（知財庁）
①事件番号	2005 年 8 月 29 日經訴字第 09406134410 號
②審級	経済部訴願委員会
③当事者	申立人：鄭凱隆
④判決年月日	2005/08/29
⑤法域･関連条文	修正前商標法第 5 条第 2 項、第 23 条第 4 項、第 24 条第 1 項
⑥対象商標	  
⑦商標のタイプ	立体商標
⑧出願番号（登録番号）	093016298
⑨判断要旨	伝統的な平面商標よりも、立体的形状は識別性を備えるのが容易ではない。特に立体的形状が商品の本体または商品の包装容器についてのものである場合、その形状は商品と不可分または緊密な関連があるから、消費者の通常の認識によると、その形状は商品の機能を果たす形状または装飾的な設計であり、商品の出所を表示していない。したがって、平面形状よりも、立体的形状の識別性を証明するのはより困難である（原処分機関「立体、色彩及び音の商標審査基準」2.4「立体商標の識別性の判断」の説明を参照)。本件申立人は、その創意の出所は当該店舗の外観であり、それを商標登録出願したことを否認していない。つまり、本件の立体商標は相関役務の消費者に印象を与え、当該店舗の外観であると認識されている。基本的にそれ以外に、本件立体商標は商標として他人の役務を区別する機能を有すると認識されていない。しだかって、申立人は本件立体商標が申立人によって使用されており、且つ取引においてその役務の識別の表示になったことを十分に挙証して証明できない限り、原処分機関が当該商標は識別性を備えていないという理由で商標登録を拒絶したのは、妥当である。また、出願書に添付された実際の営業の写真 2 を見ると、「歇腳亭」の店舗の外観図の写真しか見えず、当該店舗の外観の設計はセカンダリーミーニングを取得したことが証明されなかったから、商標法第 23 条第 4 項の規定により、第 23 条第 1 項第 1 款の規定の適用を排除するのは、不合理である。
⑩結論	本件申立ては不合理であり、訴願法第 79 条第 1 項の規定に従って却下する。

【フィリピン】

事例 1

国・地域	フィリピン（法律事務所）
①事件番号	04-2012-0002
②審級	—
③当事者	原告：Fun Ranch Mega Development、Inc.（Fun Ranch） 被告：Director of the Bureau of Trademarks
④判決年月日	2013/11/11
⑤法域・関連条文	商標ハーモ指令 2008/95/EG 第 2 条、第 3 条
⑥対象商標	FACADE OF A BUILDING
⑦商標のタイプ	—
⑧出願番号 （登録番号）	42009004987-42009004990
⑨判断要旨	出願人の商標「建築物のファサード」の登録を拒絶することにおいて、商標局長が正しかった。 長官室は、Fun Ranch による商業的使用の主張は自動的に商標登録にむつびつくものではなく、関連する消費者が出願人の「建築物のファサード」を事業の標識として関連付けるいかなる証拠もなかったと商標局長の決定を支持した。この場合、建築物のファサードの構造や外観は、例としてクライスラービルのアートデコ様式の尖塔やニューヨーク証券取引所の新古典主義的ファサードの建築デザインと同じレベルの識別力に高めることができないとさらに強調された。後者は所有者を識別可能な独特なデザインの特徴を有している。公衆の心に永続的な印象を与えていないため、同じことを出願人の建築物のファサードに言うことができない。 多くの事件で繰り返し論議されているように、企業を識別できる視覚標識だけが商標登録を受ける要件となる。この場合、出願人の商標は識別力のある特徴を持たない建築物のファサードの表現であるため登録できない。
⑩結論	Fun Ranch の商標登録を拒絶する決定以降、建築物のファサードは商標として登録可能かもしれないが、出願人はその識別力を示すか、または/および、関連する消費者が出願人やそのサービスと商標を同一視している証拠を提出する必要がある。 例えば、識別力のある要素を正確に示す商標のより良い説明、または/および、調査結果の証拠などである。この決定は、独自性のある建築物のファサードのすべてに商標登録を可能にする識別力があるわけではないことを明確にしている点で注目に値する。

●訴訟外事例

【スペイン】

事例 1

国・地域	スペイン（法律事務所）
当事者	UDON レストラン クォック・レストラン
法域・関連条文	不正競争法
対象商標	 UDONレストランの内装 出願商標 KWOKレストランの内装
出願番号 （登録番号）	ES 2865246（KWOK レストランの出願商標）
事案の概要	UDON レストランが提供するアジア風レストランサービスで使用した特定の色の組み合わせと特定の家具の配置を独占的に使用する権利を主張した。この時点で、レストランの外観はスペイン不正競争法の下で保護されていた。
和解内容	クォック・レストラン（Kwok Restaurant）は、UDON レストランの先行する権利を認識し、UDON レストランが店舗の外観を商標登録していなかったが、商標登録出願を取り下げ、レストランの装飾を変更した。

（2）店舗の外観等の保護に関する係争事例を教えてください（商標法以外の事例も含む）。
具体的には、①事件番号、②審級、③当事者、④判決年月日、⑤法域・関連条文、⑥対象商標（商標法以外（意匠法、不正競争防止法等）の事例の場合は、対象となった店舗外観等）、⑦商標のタイプ、⑧登録番号、⑨判断要旨、⑩結論を、記入してください。
※貴所の業務の経験の中で、訴訟外で解決した事例がございましたら、差し支えのない範囲で構いませんので、ご記入ください。

【米国】

事例 1

国・地域	米国（知財庁）
①事件番号	Taco Cabana International, Inc. ｖ. Two Pesos, Inc. 505 U.S. 763 (1992)
②審級	連邦最高裁判所
③当事者	原告：Taco Cabana International, Inc. 被告：Two Pesos, Inc.
④判決年月日	1992 年
⑤法域・関連条文	—
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	—
⑦商標のタイプ	—
⑧登録番号	—
⑨判断要旨	「工芸品・ 明るい色彩・絵画及び壁画で飾られた室内の食堂とテラス……明るい色調…と明るい日よけと傘…から成る段差を有するエクステリアの楽しい食事の雰囲気」で構成される原告のトレードドレスは本質的な識別力を持ち、被告の模倣から保護される権利がある。
⑩結論	競争相手は原告のトレードドレスの要素を自由に使用することができるが、視覚的要素の組合せは併せて特徴的な視覚的印象を作り出す可能性のあるものであり、原告はこれを模倣する競争相手から保護を受けることができる。原告の組合せの独特な統合を模倣することは、トレードドレスの侵害を構成する。

事例 2

国・地域	米国（知財庁）
①事件番号	Rally's, Inc. ｖ. Int'l Shortstop, Inc., 776 F. Supp. 451 (E.D. Ark. 1990)
②審級	連邦地方裁判所
③当事者	原告：Rally's, Inc. 被告：Int'l Shortstop, Inc.
④判決年月日	1990 年
⑤法域・関連条文	—
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	—
⑦商標のタイプ	—
⑧登録番号	—
⑨判断要旨	標章の類似性を評価するとき、Rally's と Shortstop の特徴は、バックライト付き日除けの赤色またはワインレッド色の配色の類似で、Rally's のダブルドライブスルーに識別力はなく、一般的な使用として多くみられる。
⑩結論	裁判所は提示されたすべての証拠を考慮した上で、Rally's が保護を求めたトレードドレスを証明する責任を果たすことができなかった。2 つのファーストフード・ハンバーガー店間で侵害はない。

事例 3

国・地域	米国（法律事務所）
①事件番号	Taco Cabana International, Inc. v. Two Pesos, Inc., 932 F.2d 1113, 19 U.S.P.Q.2d 1253 (5th Cir. 1991)
②審級	第 5 巡回区連邦控訴裁判所
③当事者	原告：Taco Cabana International, Inc. 被告：Two Pesos, Inc.
④判決年月日	1991/6/11
⑤法域・関連条文	商標法
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	未登録
⑦商標のタイプ	レストランのトレードドレス
⑧登録番号	N/A
⑨判断要旨	レストランまたは事業所のトレードドレスは以下の場合商標法で保護される。 （1）トレードドレスを構成する要素が機能的な目的を果たさないこと （2）トレードドレスがセカンダリーミーニングを獲得した。すなわち、トレードドレスが出所表示として機能し、したがって識別力があると考えられる。 レストランの場合、トレードドレスは、レストランの形状やエクステリアの全般的な外観、識別標識、インテリアキッチンフロアプラン、装飾、メニュー、食べ物を提供に使用する機器、従業員のユニフォーム、その他レストランの全体的なイメージを反映した特徴を含むことができる。
⑩結論	原告勝訴

事例 4

国・地域	米国（法律事務所）
①事件番号	Rainforest Café, Inc. v. Amazon, Inc., 86 F.Supp 2d 886 (D. Minn. 1999)
②審級	ミネソタ州連邦地方裁判所
③当事者	原告：Rainforest Café, Inc. 被告：Amazon, Inc., DBA Amazon Bar & Grill
④判決年月日	1999/9/30
⑤法域・関連条文	商標法
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	未登録
⑦商標のタイプ	レストランのトレードドレス
⑧登録番号	N/A
⑨判断要旨	Rainforest Café は、Amazon が権利主張するトレードドレスの権利の無効および非侵害を求めて Amazon Bar＆Grill を提訴した。Rainforest Café は、同社に対するトレードドレスの侵害、商標権侵害、商標の希釈化、不正競争、ビジネス上の優位性に対する妨害や詐欺行為の申立てに対して反訴した。 Rainforest Café はその後、アマゾンの反論をすべて退ける略式判決の申立てを行った。 施設のトレードドレスは、機能的でなく本質的な識別性がある限り、商標法によって保護することができる。本質的な識別性に関する評価に際し、裁判所は「個々の要素ではなく、製品の全体的な外観」に焦点を当て、「競合社の製品と区別するために買い手がそのようなデザインのトレードドレスに直ちに頼るものかどうかを」を問うものだ。
⑩結論	裁判所は、原告と被告のトレードドレスから生じる誤認混同の虞についての重要な事実について真正の争点があり、その事件を下級審に差し戻した。

事例 5

国・地域	米国（法律事務所）
①事件番号	Best Cellars, Inc. v. Wine Made Simple, Inc., 320 F.Supp. 2d 60 (S.D.N.Y. 2003)
②審級	ニューヨーク州南部地区連邦地方裁判所
③当事者	原告: Best Cellars, Inc., 被告: Wine Made Simple, Inc.,
④判決年月日	2003/3/14
⑤法域・関連条文	商標法
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	未登録
⑦商標のタイプ	ワイン店舗のトレードドレス
⑧登録番号	N/A
⑨判断要旨	原告は、ワインをブドウの品種や生産地ではなく味で分類する「Best Cellars」というワインショップをオープンし、8 つの嗜好カテゴリー、特定の建材、ワインラックのデザイン、照明デザイン、店内で使用する POS カード、看板、グラフィック・デザインなどを含む多くの特定の要素を持つ特徴を備えた独特なトレードドレスを作り上げた。 被告は、8 つの嗜好カテゴリーをそれぞれの色彩でワインを分類する「Bacchus」という別のワインショップをオープンした。 原告は、「Bacchus」の店舗は、「Best Cellars」の店舗と混同するほど類似しているとして、「Best Cellars」の店舗のトレードドレスの権利を侵害すると主張した。双方は略式判決の申立てを行った。 裁判所は、この事件において、標章の要素の類似性がトレードドレスの侵害評価において消費者の混同が要であり、合理的な消費者が類似性の程度に関しての合意が形成されない可能性があるため、このような評価は略式判決には適さない。つまり、両方の施設のトレードドレスの間に混同の虞があるかどうかに関して重要な事実についての争点がある。
⑩結論	裁判所のトレードドレス事件における誤認混同の虞の判断要因； 1.標章の強さ 2.購入者の知識 3.製品の関連性 4.間隔の埋め方 - 当事者が互いに直接競合していない場合、原告がまだ事業を行っていない市場で同じ製品を販売することにより、被告と競合する可能性がある。 5.実際の混同 6.被告の善意 7.被告製品の品質 8.標章の類似性

事例 6

国・地域	米国（法律事務所）
①事件番号	Happy's Pizza Franchise, LLC v. Papa's Pizza, Inc. 108 U.S.P.Q.2d 1239 (E.D. Michigan 2013)
②審級	ミシガン州西部地区連邦地方裁判
③当事者	原告: Happy's Pizza Franchise, LLC 被告: Papa's Pizza, Inc.
④判決年月日	2013/1/25
⑤法域・関連条文	商標法
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	未登録
⑦商標のタイプ	レストランのトレードドレス
⑧登録番号	N/A
⑨判断要旨	原告は、原告のレストランが本質的な識別力を持つトレードドレスであることを示す十分な証拠を提出できなかった。なぜなら、原告のレストランで花崗岩のカウンタートップ、メニューアイテムのバックライト付き写真、ネオンサインを含む固有に統一された「テーマ」を使用しているという証拠はなく、原告の他のファストフードレストランで顧客が原告の施設とこれらの要素やメニューアイテムとを排他的に関連づけ、被告のレストランがこれらの要素を採用しているという立証に失敗し、また権利主張したトレードドレスの全体的な要素を使用するかどうか原告の決断は任意でよいため、原告による使用は、平均的な消費者が原告のレストランであるという事実を認識するほどユニークで識別可能なトレードドレスを形成しない。
⑩結論	商標法第 43 条（a）に基づくトレードドレス侵害の申立てを認めてもらうために、原告は、「1）問題のトレードドレスが市場で識別力があり、その商品の出所を表するもので、2）トレードドレスはもともと機能的ではなく、3）競合する商品が混同するほど類似している」ことを立証する責任を負っている。 トレードドレスは、「本来備わっている性質が特定の出所を識別するのに役立つ」とき、本質的な識別力があるという。「公衆の心に、「トレードドレス」の第一の意義が、製品そのものではなく製品の出所を特定することである」という場合に、セカンダリーミーニングを持つ。 「デバイスの使用や目的においてそれが必要な場合、またはデバイスのコストや品質に影響を及ぼすことが不可欠である」という場合にトレードドレスは機能的という。 審美的機能性の場合には、「同等の代替手段」の評価と「効果的な競合評価」が使用される。 同等の代替手段の評価において、同じ特徴を達成するための他の選択肢がない場合、トレードドレスが機能的であるとみなされる。 効果的な競合評価において、市場で競合する他人の事業の利用可能性を妨げる場合に、トレードドレスが機能的であるとみなされる。 結論：Happy's Pizza の失敗は、主張の本質的要素を立証するのに十分な証拠を提供することができなかったことで、略式判決の申立ては棄却された。

事例 7

国・地域	米国（知財庁）
①事件番号	Rally's, Inc. v. Int'l Shortstop, Inc., 776 F. Supp. 451 (E.D. Ark. 1990)
②審級	—
③当事者	原告: Rally's, Inc. 被告: Int'l Shortstop, Inc.
④判決年月日	—
⑤法域・関連条文	—
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	—
⑦商標のタイプ	—
⑧登録番号	—
⑨判断要旨	標章の類似性を評価するとき、Rally's と Shortstop の特徴は、バックライト付き日除けの赤色またはワインレッド色の配色の類似で、Rally's のダブルドライブスルーに識別力はなく、一般的な使用として多くみられる。結論として、裁判所は提示されたすべての証拠を考慮した上で、Rally's が保護を求めたトレードドレスを証明する責任を果たすことができなかったと判断した。
⑩結論	2 つのファーストフード・ハンバーガー店間で侵害はない。

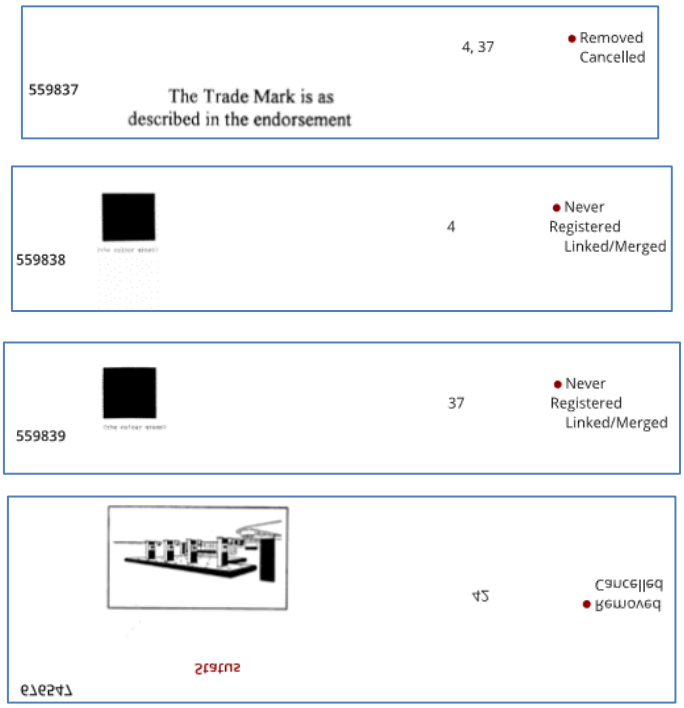
【ドイツ】

事例 1

国・地域	ドイツ（法律事務所）
①事件番号	Case 21 O 36/10
②審級	District Court　Münster
③当事者	原告： Va piano SE
④判決年月日	2010/04/21
⑤法域・関連条文	不正競争防止法第 8 条第 1 項、第 4 条第 3 項(a),(b)
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	―
⑦商標のタイプ	―
⑧登録番号	―
⑨判断要旨	原告は、通常のレストラン・デザインとは異なり、関連する公衆の間である程度の評判を得ている特別なデザインを有するいくつかのレストランの所有者である。被告は、競争相手である原告の商品またはサービスの複製である商品やサービスを提供し、商業的出所に関して消費者に対する詐欺行為を引き起すという不正な行為を行った。この事件は、複製された特徴によって、商品やサービスが特別な事業から生じたものであることを示すことができたことが決定的となった。
⑩結論	原告勝訴

【オーストラリア】

事例 1

国・地域	オーストラリア（知財庁）
①事件番号	Woolworths Ltd v. BP PLC [2006] FCAFC 52
②審級	オーストラリア連邦控訴裁判所
③当事者	原告：Woolworths Ltd 被告：BP PLC
④判決年月日	2006/9/4
⑤法域・関連条文	商標法
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	
⑦商標のタイプ	図形、色彩
⑧登録番号	559837, 559838, 559839, 676547
⑨判断要旨	BP 社の色彩商標の識別力に関して、連邦控訴裁判所は、商標法第 41 条第 6 項を色彩商標に当てはめるためには、出願日以前に出願書類に記された緑色の使用が商標としての使用を構成していたことを示し、そして以前の使用を延長するために、BP 社の指定商品・サービスだと識別できる色彩商標であることを示す必要があったと判示した。尋問の焦点は、一般的に商品の外装や包装の一部として色彩が使用されているというより、出願された商標の使用にあった。
⑩結論	連邦控訴裁判所は、控訴されたほかの問題を審理する上で BP 社の緑色に関する 2 つの登録商標は取消されるべきだとの判断を支持した。

【中国】

事例 1

国・地域	中国（法律事務所）
①事件番号	非公開
②審級	第一審
③当事者	原告：Shanghai “Land of Abundance” Delicious Food Co., Ltd. 被告：Shanghai Red Mill Club Co., Ltd.
④判決年月日	1994/05/19
⑤法域・関連条文	中国反不正当競争法第 5 条、第 9 条
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	Land of Abundance 社の主張： レッドミル社は火鍋ホールを開設し、Land of Abundance 社の何人かの従業員を雇用し、同社の制服を着させ、同社の火鍋メニューを利用し、「2 階にあるレッドミルの火鍋ホールでは、Land of Abundance の最高級の火鍋シェフが調理をしています。歓迎します。食事を楽しんでください」という広告を掲げている。レッドミル社の火鍋ホールのマネージャーである He Gang 氏は、Land of Abundance のウェーターを使い Land of Abundance 社の顧客にレッドミル社で食事をするよう扇動している。その結果、Land of Abundance 社の売上は継続的に減少し、Land of Abundance 社の利益を損なった。
⑦商標のタイプ	原告によって引用された火鍋ホールの制服、レストランバナー等は、商業的な外観の範囲に属する。
⑧登録番号	未登録
⑨判断要旨	上海の清安地裁は、レッドミル社の行為は、「中国の反不正当競争法」第 5 条及び第 9 条に違反して、Land of Abundance 社の売上が直接的に減少する原因となった。上記の行為は誤解を招く詐欺的な不正競争行為であったとし、公正な競争と合法的な事業運営を維持し、社会主義市場経済の健全な発展を守るために、レッドミル社は反不正当競争法第 20 条に従い、損害賠償責任を負うものとし、「中華人民共和国民法の一般原則」第 134 条第一項(i), (vii), (ix) 及び (x) に従って民事責任を負う。
⑩結論	—

【韓国】

事例 1

国・地域	韓国（法律事務所）
①事件番号	ソウル中央地方法院 2014.11.27 言渡し 2014 ガ合 524716 判決
②審級	ソウル中央地方法院
③当事者	原告: 株式会社エヌエルピエル 被告: エムコスタ
④判決年月日	2014/11/27
⑤法域・関連条文	不正競争防止法第 2 条第 1 号ヌ目(現行法ではル目)
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	店舗外観の対比写真は添付 1 参考
⑦商標のタイプ	未登録
⑧登録番号	—
⑨判断要旨	添付 1 の 6 種類の原告の店舗構成要素が原告店舗のみの独特の雰囲気を形成する要素であるとみて、その 6 種類の構成要素全体として原告店舗のトレードドレスを形成したと判示。 したがって被告店舗は原告店舗の構成要素を模倣し、または商号名、ロゴの模様など一部のみを変形したもので、消費者をして原告店舗と同一・類似の印象を持たせるようにしたため、原告の相当な労力と投資に便乗して原告の顧客吸込力を自身の営業のために無断使用したものであるので、不正競争防止法第 2 条第 1 号ヌ目に該当すると判断。
⑩結論	請求認容

事例 2

国・地域	韓国（法律事務所）
①事件番号	ソウル高等法院 2016.5.12 言渡し 2015 ナ 2044777
②審級	大法院
③当事者	原告: ㈱スローフード 被告: 個人
④判決年月日	2016/9/21
⑤法域・関連条文	不正競争防止法第 2 条第 1 号ヌ目(現行法ではル目)
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	店舗外観対比写真は添付 2 参考
⑦商標のタイプ	未登録
⑧登録番号	―
⑨判断要旨	原告の売り場の看板、インテリアなど「営業の総合的なイメージ」が、原告が他の売り場との差別化のために相当な投資と労力をかけて作成した成果物に該当すると認め、被告がこれを自身の売り場にそのまま盗用した行為は原告の相当な投資と労力に無断で便乗し不公正な方法で原告の経済的利益を侵害するものとして不正競争防止法第 2 条第 1 号ヌ目が適用されると判断。
⑩結論	請求認容

【台湾】

事例 1　【公平交易法】

国・地域	台湾（法律事務所）
①事件番号	公処字第 094088 号処分
②審級	行政院公平交易委員会
③当事者	告発者：台湾百勝肯德基股份有限公司 被処分者：台湾系・吮指王咔拉脆雞股份有限公司
④判決年月日	2005/8/19
⑤法域・関連条文	審査当時の公平交易法第 20 条規定第 1 項第 1、2 号 審査当時（以下略）の公平交易法第 24 条規定
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	 VS
⑦商標のタイプ	図形商標
⑧登録番号	公告第 193600 号商標
⑨判断要旨	告発者所有の「吮指王」、「鳥図」、「咔拉脆雞堡」、「吮指雞」は公平交易法第 20 条にいわゆる「表徴」に該当し、「全家餐 399」及び「赤、白、青」3 色の組み合わせは上記の「表徴」に該当しないことになる。 処分人が「吮指王」、「鳥図」、「咔拉脆雞堡」、「吮指雞」、「全家餐 399(畫上叉)只賣 199」等を使用することは公平交易法第 20 条第 1 項第 1、2 号規定を適用しないことになる。 処分人が「吮指王」、「鳥図」、「咔拉脆雞堡」、「吮指雞」、「全家餐 399(畫上叉)只賣 199」等を使用することは告発者の名誉信用を便乗する虞がないといえない。
⑩結論	被処分人は他人の「吮指王」、「鳥図」営業及び役務、他人の「咔拉脆雞堡」、「吮指雞」、「全家餐 399(畫上叉)只賣 199」事業商品と類似するものを使用し、他人の著名名声信用及び努力成果を便乗する事情があり、取引秩序に影響する虞のある欺瞞的または著しく不公正な行為を有し、審査当時の公平交易法第 24 条を適用すべきである。 被処分人は本処分書を受けた翌日から前項の違法使用を停止しなければなりません。 被処分人に対する課徴金は 35 万新台湾ドルが下さった。

事例 2　【異議申立】

国・地域	台湾（法律事務所）
①事件番号	96 年度判字第 1878 号行政判決
②審級	行政院公平交易委員会
③当事者	上告人：台湾系・吮指王咔拉脆雞股份有限公司 被上告人：経済部知的財産局 参加人：アメリカ系・KENTUCKY FRIED CHICKEN　INTERNATIONAL HOLDINGS LLC
④判決年月日	2007/10/25
⑤法域・関連条文	審査当時の商標法第 23 条第 1 項 13 号
⑥対象商標・ 対象となった 店舗外観等	
⑦商標のタイプ	図形商標
⑧登録番号	0193600
⑨判断要旨	本件商標は異議根拠の登録第 80442 号商標（下図）と構成が近似し、且つ同一又は類似のレストラン、ホテル役務を指定している。 関連する消費者が衝突する二つの商標のうち一つのみ熟知しているとき、熟知されている商標に比較的多めの保護を与えるべきである。 商標法第 23 条第 1 項第 13 号規定の適用判断は別件で系争商標が公平交易法第 20 条規定第 1 項第 1 号規定に合致するかどうかとは事情が異なっているため、その拘束力に縛られない。
⑩結論	本件商標の登録を取り消しするという原処分を維持する。

事例 3　【刑事訴訟】

国・地域	台湾（法律事務所）
①事件番号	104 年度智易字第 87 号刑事判決
②審級	台湾台中地方裁判所
③当事者	被告：柯冠宇
④判決年月日	2015 年 12 月 24 日
⑤法域・関連条文	商標法第 97 条規定 商標法第 98 条規定 刑事訴訟法第 455 条の 4 第 2 項 刑事訴訟法第 455 条の 8 刑事訴訟法第 454 条第 2 項 刑法第 11 条 刑法第 41 条第 1 項 刑法第 74 条第 1 項第 1 号
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	台北 101 ビルの立体パズル
⑦商標のタイプ	立体商標
⑧登録番号	登録第 01161710 号商標
⑨判断要旨	被告は商標法案件に違反し、検察官より公訴を提起された後、自白で罪を認め、検査官と協商の手続で合意に達した。
⑩結論	被告を 59 日拘禁する。 被告は 2016 年 1 月 5 日より毎月 5 日に 3 万、2 万、2 万新台湾ドルと併せて 7 万新台湾ドルを台北金融大樓(股)に払うべきである。

事例 4

国・地域	台湾（知財庁）
①事件番号	臺灣新北地方法院 106 年度智簡字第 26 號刑事簡易判決
②審級	刑事簡易裁判所第一審
③当事者	申立人：台北新北地方裁判所検察庁検察官；被告：曾永發氏
④判決年月日	2017/05/01
⑤法域・関連条文	刑事訴訟法第 499 条第 1 項前段、第 3 項、第 454 条第 2 項、第 450 条第 1 項、商標法第 95 条第 1 款、第 97 条，修正後商標法第 98 条，刑法第 11 条前段、第 2 条第 2 項、第 55 条、第 41 条第 1 項前段
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	 圖一 圖二 圖三 圖四
⑦商標のタイプ	立体商標
⑧登録番号	01166669
⑨判断要旨	本件における犯罪事実、証拠及び適用される法令。犯罪事実一覧の 4 行目を、「現在はまだ商標権の期間中である（専用期間は 2025 年 7 月 31 日）」と訂正し、 最後の 1 行目から 3 行目に「検査し、押収し、差押える。商品の鑑定により、商標侵害の商品と判断したうえ、上記立体商標を模倣したガラス製水晶工芸品 480 本を差押えた。」を、「検査時に押収し、被疑侵害の立体商標のガラス製水晶工芸品合計 480 本を差押えた；当該差押えられた商品が鑑定された結果、商標を模倣した商品と確認したから、上記の状況がわかた」に変更する以外、添付された検察官が求めた簡易判決の実行書などの記載を参照。
⑩結論	曾永發氏は商標権者の同意を得ずに、営業の目的で、同一の商品に係る同一の商標を使用した。50 日の拘留に処し、罰金に変更する場合、一日の刑罰を新台湾ドルの 1000 元とする；「台北 101 ビル」の立体商標を模倣したガラス製水晶工芸品 480 個を押収する。

事例 5

国・地域	台湾（知財庁）
①事件番号	台湾高雄地方裁判所 2016 年智簡字第 26 号刑事簡易判決
②審級	刑事簡易裁判所第一審
③当事者	申立人：台湾高雄地方裁判所検察庁検察官；被告：鄭銀瑞
④判決年月日	2015/05/01
⑤法域・関連条文	刑事訴訟法第 449 条第 1 項、第 3 項、第 450 条第 1 項、第 454 条第 1 項，商標法第 95 条第 1 款、第 3 款、第 98 条，刑法第 11 条、第 55 条、第 41 条第 1 項前段、刑法第 74 条第 1 項第 1 款
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	圖一 圖二 圖三 圖四
⑦商標のタイプ	立体商標
⑧登録番号	01161411
⑨判断要旨	鄭銀瑞氏は高雄市〇〇区〇〇〇町 000 号を住所とする「富山檀香株式会社」（下記、富山会社という）、高雄市〇〇区〇〇町 000 号 1 階を住所とする「煌大貿易株式会社」（下記、煌大会社という）の実際の責任者である。上記の二つの会社は関連会社である。添付表 1 に記載された商標及び図案を、商標権者台北金融ビル株式会社（下記、台北金融ビル会社という）が経済部知的財産局に登録出願し、添付表 1 に記載された商品の商標権を取得したことを知っている。商標権者の権利期間においては、当該権利者の同意または承認を得ずに、営業の目的で同一の商品に係る同一の商標を使用してはならない。しかし、鄭銀瑞氏は営業の目的で、商標権を侵害する故意により、2014 年 10 月 27 日の前月のある日ある時間に、上記の商標権者の台北金融ビル会社の同意を得ず、外観が添付表 1 に記載された商標図案と類似する木製の彫刻香炉をデザインし、その上に、添付表 1 に記載された商標図案と同一である文字を印刷し、煌大会社（申立の要旨においては、富士会社と誤記したから、訂正する）に委託し、中国の大陸地域の広東省の工場でこの事情の知らない社員を利用して上記の木製の彫刻香炉合計 620 個を製造した。2014 年 10 月 27 日のある時点に、鄭銀瑞は煌大会社の名義でこの事情の知らない宏福報關株式会社（下記、宏福会社という）に委託し、財政部関税庁高雄税関に輸入報告書を提出した。2014 年 10 月 29 日、高雄税関は、上記の木製の彫刻香炉が 620 本あり、鑑定により商標侵害品と判断したうえ、上記の事情がわかった。
⑩結論	商標法第 95 条第 1 款に定められている商標権侵害罪を犯した鄭銀瑞氏に対して、3 ヶ月の有期懲役を処し（台湾ドルの 1000 円を一日の懲役へ変換する）、 執行猶予期間を 1 年とする。添付表 2 に記載された物品を押収する。

事例 6

国・地域	台湾（知財庁）
①事件番号	知的財産裁判所 2009 年民公上字第 1 号民事判決
②審級	民事裁判所第二審
③当事者	控訴人：美商博士聯合会社(DOCTOR’S ASSOCIATES INC.) 被控訴人：砂堡潜艇堡株式会社(原名:漢珩株式会社) 被控訴人：盛邦國際潜艇堡株式会社 被控訴人：尼希米株式会社
④判決年月日	2009/10/01
⑤法域・関連条文	公平交易法第 20 条第 1 項第 2 款、第 24 条、第 30 条、第 31 条、第 34 条及公司法第 23 条規定
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	「SUB 」、「SUBWAY」という商標及び、その緑色のバックグラウンドと白色・黄色文字の組合せである看板はその営業の特徴である。 被上訴人「Subber 潜艇堡」
⑦商標のタイプ	未登録
⑧登録番号	—
⑨判断要旨	（一）控訴人の加盟店が使用する緑色のバックグラウンドと白色・黄色文字の SUBWAY 看板は営業の特徴であるが、被控訴人が使用する看板は濃い緑色のバックグラウンドとオレンジ色、または濃い緑色のバックグラウンドと白色、または緑色のバックグラウンドと黄色文字の「SUBBER」である（原審巻一第 138 頁、本裁判書巻第 160 頁の写真を参照）。それは控訴人の加盟店が使用する看板の色とは異なる；また、控訴人の看板には、「SUBWAY」の商標の文字の両側に、黄色い「潜艇堡」及び「沙拉」の文字があるが、被控訴人の看板には、「SUBBER」の商標の文字の左側は、上方の潜水

	艦と、真ん中の黄色い「SUBBER」の文字と、下側の白い「潜艇堡專賣店」の文字で構成される円形の図案であり、右側には白い「潜艇堡專賣店」の文字がある。両者の外観に対して普通の注意を払うだけでも、その相違がわかる。したがって、被控訴人等の「SUBBER」の商標及び加盟店の外観は、全体として見ても、公平交易法第 20 条第 1 項第 2 款の規定に定められている誤認混同を生じさせるものではない。 (二)控訴人が所有する「SUB」、「SUBWAY」の商標、及び緑色のバックグラウンドと白色・黄色文字の組合せの看板はすでにその営業の特徴を有し、かつ控訴人は 2001 年から 2006 に、インターネット、ラジオ、雑誌及び印刷物などの媒体において、3500 万を超える広告費用を払い、相当の程度の努力を払ったことが認められる。前述のとおり、控訴人は市場において一定の経済の利益を所有している。しかしながら、被控訴人は知財局において登録された「SUBBER」の商標を用い、自分が開設した潜艇堡サンドイッチレストランを運営している。その看板のデザインは、控訴人の看板の緑色のバックグラウンドと白色・黄色文字の組合せデザインとは異なり、被控訴人砂堡潜艇堡株式会社の運営する SUBBER 長春支店、被控訴人盛邦國際潜艇堡株式会社および被控訴人利比拉会社の運営する SUBBER 和平支店、被控訴人尼希米株式会社の運営する SUBBER 安和支店は、控訴人が所有する上記の緑色のバックグラウンドと白色・黄色文字の組合せである看板のデザインを使用していない。控訴人が使用する上記のサンドイッチ注文ボード、パンのディスプレイトレイ、ビスケットのディスプレイトレイ、サンドイッチを作るテーブル、ドリンクバー、陰陽の模様のダイニング、入り口にある ″OPEN″ネオン、米国から輸入されたゴミ箱、レストランのレンガの模様の壁とその特定の色彩、模様の組合せの床タイル、ニューヨークのシーンと地下鉄の模様とサンドイッチを作るテーブルの下の野菜のデザインなどは、商品と役務の出所を表示することができない。しかも、被控訴人の運営する SUBBER 潜艇堡サンドイッチレストランは、すでに一部改装されている。(例えば、入り口に掛けられている ″OPEN″ネオンのデザインは同一ではない;注文ボードは緑色であっても、その文字及び絵柄の描き方は同一ではない;使用するゴミ箱のデザイン、テーブルの並び方は同一ではない。)被控訴人の運営する SUBBER 潜艇堡レストランは控訴人のサンドイッチ注文ボードなどの物品と同一または類似の物品を使用しているといっても、サンドイッチレストランの営業用の器具は同一であるから、インテリア設計が類似することになる。しかし、被控訴人の運営する SUBBER 加盟店の商標、看板および部分的な装飾は、控訴人の加盟店のものとは異なるものであり、通常の消費者が消費した時に注意を払うと、違う運営者であることがわかる。 被控訴人が意図的に控訴人の暖簾を利用する、またはデッドコピーをしていることは認定できないから、被控訴人は公平交易法第 24 条の規定に違反していない。
⑩結論	被控訴人砂堡潜艇堡株式会社、盛邦國際潜艇堡株式会社、利比拉会社、尼希米株式会社及び上記会社の各責任者は、原判決にある添付表に記載されているものと同一または類似の加盟店の外観、インテリア設計、設備および置物などを、運営されている SUBBER サンドイッチ加盟店の営業及び役務を表示するのに使用してはならない。被控訴人に対して、裁判所によって決定された損害賠償の割合に応じて、本件最終の事実審の民事判決の主文を仿宋 5 号というフォントで中国時報、聯合時報、および自由時報などの第一面の下部に一日に公表する費用を負担する請求は、不合理であり、却下すべきである。

【シンガポール】

事例 1

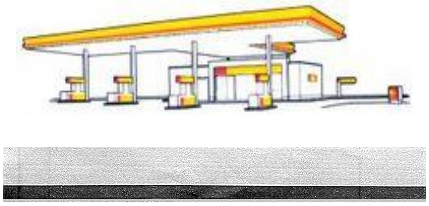
国・地域	シンガポール（法律事務所）
①事件番号	[2006] SGHC 183
②審級	シンガポール高等法廷
③当事者	原告：QB Net Co Ltd - 被告：Earnson Management (S) Pte Ltd and others
④判決年月日	2006/10/17
⑤法域・関連条文	詐称通用による不法行為（tort of passing off）
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	小売店舗の外装（get-up）におけるグッドウィル
⑦商標のタイプ	N/A
⑧登録番号	N/A
⑨判断要旨	裁判所は、事業店舗や商品の外装（get-up）にグッドウィルが発生する可能性があると認めたが、グッドウィルの確立の基準は高いと警告した。この訴訟では、原告が外装を原告の理容サービスに関連させる強い説得力のある証拠を提出することができなかったため、取引に使用された事業店舗や商品の外装のグッドウィルの主張が退けられた。
⑩結論	登録拒絶

事例 2

国・地域	シンガポール（法律事務所）
①事件番号	[2011] SGHC 246
②審級	シンガポール高等法廷
③当事者	原告：OMG Holdings Pte Ltd 被告：Pos Ad Sdn Bhd
④判決年月日	2011/11/17
⑤法域・関連条文	詐称通用による不法行為（tort of passing off）
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	ブランドの電子 LCD / TV 広告ディスプレイ、棚に取り付けた引き出し台、台車取り付け型広告、その他のカスタマイズされた材料の 1 つまたは複数と連動した組み込み型の広告ボードを垂直に支える特徴ある赤い棚受け軸や他の取り付け金具の使用によるグッドウィル
⑦商標のタイプ	N/A
⑧登録番号	N/A
⑨判断要旨	裁判所は、原告の店内広告の外装（get-up）においてグッドウィルが発生したかどうかを審理したが、最終的に「原告の商品・役務を示す特徴であった棚に組み込まれた広告や赤い棚受けにも顕著な特徴はない」と判断した。
⑩結論	登録拒絶

【ロシア】

事例 1

国・地域	ロシア（法律事務所）
①事件番号	A 78-6764/2017
②審級	トランスバイカル地方商事裁判所
③当事者	原告：Shall Brands International AG 被告：LLC Petrovsknefteprodukt
④判決年月日	2017/08/18
⑤法域・関連条文	商標法
⑥対象商標・対象となった店舗外観等	
⑦商標のタイプ	立体商標
⑧登録番号	IR 833969; ロシア商標 164330
⑨判断要旨	被告のガソリンスタンドのデザインは、原告の持つガソリンスタンドの商標に類似しており、被告の行為は原告の商標権を侵害していると判断された。
⑩結論	被告は商標の侵害行為を止めるよう命令された。

Ｑ５．店舗の外観等の保護に関する制度改正・見直しの状況

現在、貴国では店舗の外観等の保護に関する制度の導入、改正、見直しについて、検討や議論が行われていますか。現在の状況について、記入してください。

国・地域	店舗の外観等の保護に関する制度改正・見直しの状況
米国 （法律事務所）	「店舗の外観」の商標登録に関して現在進行中の法律改正はない。
米国 （知財庁）	いいえ。
欧州 （法律事務所）	「店舗の外観」の規制改正に関する議論は承知していない。 さらに、最近改正された規制でも「店舗の外観」に関する特定の規定は含まれていない。
英国 （法律事務所）	英国で店舗の外観を明確に保護する法律を導入または改正する予定はない。
英国 （知財庁）	規定はないが、将来の出願には C-421/13 の判断を考慮する。
ドイツ （法律事務所）	知る限りない。
ドイツ （知財庁）	—
フランス （法律事務所）	ない。
オーストラリア （法律事務所）	2017 年の生産性委員会報告書 2017 年、オーストラリア政府は、オーストラリア知的財産制度に関する提案および今後の改正のすべてを記載する生産性委員会報告書を作成した。この報告書では、「店舗の外観」商標に関する記載はなかった。これは「店舗の外観」商標に関する改正が近々には予定されていないことを示している。
オーストラリア （知財庁）	現時点で、「店舗の外観」を保護する規定を改正する予定はない。
中国 （法律事務所）	中国における既存の知的財産法の保護システムの中には、店舗の外観も適応範囲内にあり、店舗の外観の所有者は、店舗の外観の異なる特性に応じて保護するために異なる法律を選択することができる。しかし、法律の観点からは、中国における店舗の外観に関する法的保護には依然として問題がある。店舗の外観に関する明確な規定はないが、店舗の外観の保護は反不正当競争法第 6 条に例示されている。反不正当競争法、特許法、商標法によって店舗の外観の保護を対処することができるが、店舗の外観の保護は、個々の独立したものとしての店舗の外観ではなく、適応範囲内というように限定されている。つまり、知的財産に関する特別法は独自の立法目的と保護条件を持っているため、店舗の外観の法的地位は確立されていない。何人かの学者は店舗の外観を保護するために別の法律制定を提案している。例えば、現段階では、従来の商標法の限界を打ち破り、商標法の適用範囲を広げ、未登録または登録できない店舗の外観を保護し、店舗の外観の法的保護を完成させ、相対的に独立性を確立する必要がある。 反不正当競争法 (1)法律上「パッケージまたは装飾」は、常に「商業的外観」と同等とみなされており、学界での広範な議論を引き起こしている。実際には、商業的外観の範囲は、包装や装飾よりもはるかに広いので、 反不正当競争法第 6 条の規定は、真の商業的外観の一部にすぎない。店舗の外観の多くは法的保護の範囲外である。 (2)反不正当競争法は「著名な」パッケージや装飾にのみに関係したもので、あまり有名でない店舗の外観は、反不正当競争法の下で保護することは困難である。 商標法 (1)最近の判例からも分かるように、商標的基準で商業的外観が識別力の審査に合格することは非常に困難である。商業的外観の広範な性質のために、登録可能な商標の範囲にすべての商業的外観を含めることは不可能である。 (2)店舗の外観は、商標法の三次元標識の保護の範囲に含まれており、保護された商標は、登録された三次元標識に限定されている。登録されていない三次元標識（未登録の店舗の外観）は商標法で保護されない。 (3)店舗の外観を明確に保護するために、西側先進国の保護基準や侵害判断基準に照らして、法律で保護される店舗の外観は「識別性があり」、「機能性がない」ことを明確に規定することができる。同時に、店舗の外観の商標出願は、商品そのものの特徴によってのみの形状から作られたものではなく、技術的効果を得るために必要な商品の形状でもなく、商品が実質的な価値を持っている形状でもないことを規定するよう提案されている。 (4)商標法では、特定の知名度を有する先行する人物の商業的外観と同じか類似している場合に、また公衆が商標と店舗の外観の間に一定の関係があると考えることが容易である場合、商標登録は拒絶される。また、商標法では、不正なサイバースクワッティングの法的責任をさらに明確にする必要がある。もし、店舗の外観が不適切な手段によるスクワッティングに関する一定の影響を有し、店舗の外観の所有者の権利が侵害された場合、事業管理部門または裁判所が対処するように依頼することができる。

国・地域	店舗の外観等の保護に関する制度改正・見直しの状況
韓国 (法律事務所)	不正競争防止法第2条第1号ロ目およびハ目 店舗の内部/外部デザインのようなトレードドレスについては、不正競争防止法上の「商品主体混同行為」または「営業主体混同行為」(第2条第1号イ目およびロ目)で規定する保護対象とみなすことかできるかについて議論があり、その保護を正面から認める判例も存在しなかったが、2014年1月31日付のいわゆる一般条項と呼ばれる不正競争防止法第2条第1号ヌ目（現ル目；他人の相当な投資または労力により作成された成果物を競争秩序などに反し無断で使用する行為の禁止)が新たに導入されたことにより、店舗の内部/外部デザインをトレードドレスとして一般条項により保護されていた(回答フォーマットQ4で紹介)。 2018年7月18日施行改正法では、「営業主体混同行為」(同号ロ目)および「希釈化防止規定」(同号ハ目)の適用対象である「標識」に、「商品販売・サービス提供方法または看板・外観・室内装飾等の営業提供場所の全体的な外観を含む」と規定して、トレードドレスを不正競争防止法上の保護対象として明文化した。 ただし、「一般条項」によるトレードドレスの保護のためには、「相当な投資または労力による成果物」であることが核心要件であり、同規定の違反行為は刑事処罰の対象ではない一方で、改正法では「韓国国内での周知著名性(セカンダリーミーニング)」と「類似性」が依然としてトレードドレスの保護要件として要求され、併せて同規定違反は刑事処罰の対象となるため、今後上記の改正規定と一般条項との関係でトレードドレスに対する保護範囲がどのように調整されていくかについては今後法院の判例等を静観する必要があると思料される。
台湾 (法律事務所)	上述ご案内申上げた通り、当国では店舗の外観等に関する保護は主として《非伝統的商標に関する審査基準》の3.2.3（4）立体商標の「役務場所の装飾デザイン」に規定されています。また、現行の《非伝統的商標に関する審査基準》は2017年9月12日付経済部経授智字第10620033011號改正公布、同日に施行されているものである為、近い将来、改正案の提出又は見直す予定がないと考えられます。
台湾 (知財庁)	我が国における現行の制度は店舗の外観及びインテリア設計（レイアウトを含む）を保護するのに十分である。現在、検討の計画はない。
シンガポール (法律事務所)	最終報告書、シンガポールの登録意匠制度のレビュー (https://www.mlaw.gov.sg/content/dam/minlaw/corp/News/Press%20Release/Final%20Report%20for%20Designs%20Review.pdf) 2016年3月に、法務省は、登録された意匠保護の範囲を体験デザイン（すなわち、全体的なユーザー体験や企業と顧客との間の感覚的な接点に焦点を当てたデザイン）に広げることを検討した。体験デザインの具体例としては、スターバックス店舗の「外観と雰囲気」やディズニーランドの一般的な雰囲気などがある。しかし、体験デザインの保護は最終的には報告書では推奨されず、登録意匠法の改正には結びつかなかった。報告書は、体験デザインが無形であり、デザインが結びついている特定の「物品」または「製品」を特定することは困難であり、後に出願/登録によって保護されるものが何かを正確に決定する際に不確実さを招く可能性があると説明している。
ロシア (法律事務所)	—
スウェーデン (法律事務所)	2019年1月には、スウェーデン商標法はEU商標規則に従い改正される。準備作業で、スウェーデン政府は「文字（標識）は広義に解釈されることを意図しており、現在のスウェーデン商標法第1章第4条のリストは完全なものではなく例を示しているに過ぎない。登録可能な標識であることから除外されている標識はないことを意味している」と提言している。「商標に関する近代的な規定および新しい商号法（Modernare regler omvarumärkenoch en ny lagomföretagsnamn：2017/18：267、at 225)」案を参照。 2019年1月には、商標は表示が明瞭且つ精密であって、それ自体として完結しており、合理的にして永続的且つ客観的であれば、公衆により利用可能な技術を使用して適合するいかなる形態の標識でも構成することができると商標を定義するEU指令2015/2436に従って視覚的表示要件条項が改正される。
スペイン (法律事務所)	2019年1月、スペイン商標法（法律No.17/200）は、EU商標規則を反映させるために一部を変更する予定である。この変更の1つは、スペイン商標法第4条で定義されている商標の概念で、現在の定義は「商標とは，視覚的に表示することができ，かつ市場においてある会社の商品又はサービスを他の会社の商品又はサービスから識別するために使用される標識をいう」となっている。
フィリピン (法律事務所)	現時点で、IPOPHLは覚書番号17-010（2017）を発行し、2017年8月1日に商標施行規則の改正が施行された。上記規則を確認しても「店舗の外観」の保護に関する明示的な規定は見つからなかった。
メキシコ (法律事務所)	2018年8月10日に施行されたMIPLに対する法改正は、メキシコで「店舗の外観」商標の保護に関連した規定をすでに含んでいるが、実務的には、いくつかの変更が必要かもしれない。メキシコ当局の判断基準が待たれる。

Ｑ６．その他

貴国では、「トレードドレス」について、法文上又は講学上の定義はありますか。定義がない場合には、店舗の外観等を保護する概念として、「トレードドレス」に相当する用語が用いられる状況（文献等）はありますか。

国・地域	「トレードドレス」について、法文上または講学上の定義の有無	定義がない場合には、店舗の外観等を保護する概念として、「トレードドレス」に相当する用語が用いられる状況（文献）はあるか
米国 （法律事務所）	TMEP 1202.02　トレードドレスの登録	トレードドレスは、商標法第２条（15 U.S.C.§1052）の意味する「標識」または「図形」を構成する。Wal-Mart Stores, Inc 対 Samara Bros（529 U.S. 205,209-210,54 USPQ2d 1065、1065-66（2000））。もともとトレードドレスは製品の包装または「外装」のみを対象としていたが、近年では製品のデザインを包含するように拡張されている。通常これは、製品の「全体イメージおよび全体的な外観」、または要素の全体として、「サイズ、形状、色彩または色の組み合わせ、構造、グラフィックスなどの機能を含む」と定義される。Two Pesos, Inc. 対 Taco Cabana, Inc.,（505 U.S. 763, 764 n.1, 23 USPQ2d 1081, 1082 n.1（1992））を参照。 したがって、トレードドレスは、製品デザイン（すなわち、製品の形状や構造）、製品が販売される包装（製品の「外装」）、販売されるときの製品やその包装の色彩、および製品の趣が含まれる。Wal-Mart, 529 U.S. at 205, 54 USPQ2d at 1065（子供服のデザインは製品デザインを構成する）；Two Pesos, 505 U.S. at 763, 23 USPQ2d at 1081（レストランのインテリアは製品包装と同種である）；Qualitex Co. 対 Jacobson Prods. Co., 514 U.S. 159, 34 USPQ2d 1161（1995）（単色でも保護可能）;N.V. Organon、79 USPQ2d 1639（TTAB 2006）（風味は製品デザインに類似しており、機能的でなければ保護可能）を参照。 しかし、これがすべてではなく、「意味を持つもののほとんどすべてのもの」が「標識」または「図形」として使用され、製品の出所表示を特定するトレードドレスを構成する。
米国 （知財庁）	—	トレードドレスは、商標法（15 U.S.C. §1052）第２条で規定する「標識」または「図形」に相当する。Wal－Mart Stores, Inc. 対 Samara Bros.，529 U.S. 205, 209-210, 54 USPQ2d 1065, 1065-66（2000)を参照。 もともとトレードドレスは商品パッケージングまたは「外装」のみを含んでいたが、近年は商品形態を包含するように拡大解釈されている。通常これは、商品の「全体イメージおよび全体的外観」、または要素の全体として、「サイズ、形状、色または色の組合せ、構造、画像などの特徴を含む」と定義される。wo Pesos, Inc. 対 Taco Cabana, Inc.，505 U.S. 763, 764 n.1, 23 USPQ2d 1081, 1082 n.1（1992)を参照。 したがって、トレードドレスは、商品形態（商品の形状または構造）、商品が販売されるパッケージング（商品の「外装」）、販売される商品またはパッケージの色彩、商品の趣を含む。 Wal－Mart，529 U.S. at 205, 54 USPQ2d at 1065（子供服のデザインは商品形態を構成する） Two Pesos，505 U.S. at 763, 23 USPQ2d at 1081（レストランのインテリアは商品パッケージングに類似する） Qualitex Co. 対 Jacobson Prods. Co.，514 U.S. 159, 34 USPQ2d 1161（1995）（色のみも保護可能） N.V. Organon，79 USPQ2d 1639（TTAB 2006）（趣は商品形態に類似し、機能的でなければ保護可能）を参照。
欧州 （法律事務所）	ない。	—
英国 （法律事務所）	知りうる限りない。	—
英国 （知財庁）	ない。	—
ドイツ （法律事務所）	ドイツの法律にはトレードドレスの定義はない。	—
ドイツ （知財庁）	—	—
フランス （法律事務所）	ない。	—

国・地域	「トレードドレス」について、法文上または講学上の定義の有無	定義がない場合には、店舗の外観等を保護する概念として、「トレードドレス」に相当する用語が用いられる状況（文献）はあるか
オーストラリア（法律事務所）	トレードドレスは、1995 年オーストラリア商標法および 1995 年商標規則の下では定義されていない。しかし、オーストラリアは判例法主義であり、この用語は、詐称通用（パッシング・オフ）に関する不法行為の議論において最も現れやすい。民事手続きは、グッドウィルや評判のよい商標またはグッドウィルの保有者と取引者との間の商業的関係において虚偽表示を引き起こすような場合に、トレードドレスや商標の使用を制限するためにしばしば使用される。	現在のオーストラリアの法律で、小売店舗のトレードドレス、デザイン、レイアウトを保護することができる。 Ben McEniery は、2014 年のオーストラリア知財ジャーナルに掲載された論文「小売施設のデザインとレイアウトの商標（Trade marks for the design and layout of retail premises)」の中で、オーストラリアにおける類似の商標の登録を求める出願人と登録により与えられる保護の見通しについて検討している。 以下抜粋： 「この論文が書かれた時点で、小売店の識別力ある外観を保護するために商標を利用するという考えがオーストラリアで根付くと考えたものは誰もいなかった。詐称通用（パッシング・オフ）における判例法に頼った登録商標の主な利点は、詐称通用事件で商標権侵害訴訟を起こす際に管轄区域での評判を証明する必要がないということだ…オーストラリアの登録商標には現在 743 の形状商標があり、その多くは文字、イメージ、色彩など他の要素との組み合わせとして登録されている。IP Australia の商標データベースを検索すると、オーストラリアで小売店やレストランのレイアウトに関する登録商標や係属中の出願商標がないことが明らかになった。オーストラリアの商標登録簿に同種の商標がないことと、この問題を検討した判例法がないことから、オーストラリアにおける商標登録の議論の余地のある慣例にない使用が成功するかどうかについての質問は興味深い…商標として機能するには、小売店のデザインとレイアウトが何らかの識別力を持ち、恣意的で、創造性に富んだものである必要がある。そうでないと出所表示として役立つ可能性はない」。 オーストラリアにおける「トレードドレス」の適用 Ben McEniery 著「小売施設のデザインとレイアウトの商標」の 3 ページ、トレードドレスに関するオーストラリア商標法の適用に関する説明によるとは「オーストラリアで「トレードドレス」は一般的な用語ではない。米国の Two Pesos 対 Taco Cabana 事件で、裁判所は、トレードドレスが商品やビジネスの全体的なイメージや外観を含み、サイズ、形状、色彩や色彩の組み合わせ、触感、グラフィック、さらには特定の販売テクニックなどの特徴を含む可能性があるとの見解を支持した」とある。 詐称通用（パッシング・オフ）とトレードドレスの模倣に対処するための誤用または欺瞞行為を禁止するオーストラリアの消費者法第 18 条についての議論。しかし、トレードドレスにおける十分な評判を示すには高い閾値がある。 オーストラリア学会のマイケル・ハンドラー氏は、2018 年に発表されたメルボルン大学法学レビュー（学術誌）第 42 号（1）の論文「オーストラリア商標法における機能性、識別性、使用のもつれを解く(Disentangling Functionality, Distinctiveness and Use in Australian Trade Mark Law)」で、オーストラリアの裁判所は、1974 年取引慣行法（Cth）52 条に含まれている詐称通用（パッシング・オフ）および「誤解を招くまたは欺く行為」を行うことを禁止する法律に違反する行為が、技術的機能を果たしていたとしても、被告による原告のトレードドレスや製品構造の模倣を潜在的に許容することになった。一方、被告にとってはこのような状況の責任から逃れることは比較的容易であった。裁判所は原告がトレードドレスや製品構造で十分な評判を獲得していたことを認めるのを渋っており、もし被告が同様の形状の商品を区別するために十分に明確な表示をしていた場合、裁判所は虚偽表示をみとめないであろう。」 ハンドラー氏は、以下の判例を一般的な参照例として紹介した； Parkdale Custom Built Furniture Pty Ltd 対 Puxu Pty Ltd (1982) 149 CLR 191 （英国における詐称通用に関する同様の事件)、 以下参照 Reckitt & Colman Products Ltd 対 Borden Inc [1990] 1 WLR 491.
オーストラリア（知財庁）	IP オーストラリアは､「トレードドレス」という定義を使用していない。	「著作権、意匠、商標による保護を除外すれば、模倣品が真正品として売られたと言える場合や消費者に模倣品が真正品の製造元から流通していたり、真正品の製造元の協賛または協賛を得ているものとして、模倣品が真正品であると信じさせることで消費者を欺く場合を除いて、単なる模倣はいかなる権利侵害も構成しない。」 Dr Martens (Aust) Pty Ltd 対 Figgins Holdings Pty Ltd 事件におけるゴールドバーグ判事の発言は、オーストラリアでトレードドレスと外装（get-up）に関して潜在的に保護を可能にするのに役立つようにまとめている。

国・地域	「トレードドレス」について、法文上または講学上の定義の有無	定義がない場合には、店舗の外観等を保護する概念として、「トレードドレス」に相当する用語が用いられる状況（文献）はあるか
中国 (法律事務所)	無し。	反不正当競争法第 6 条および最高人民法院による不正競争の民事案件の審理における法律適用の若干問題についての解釈第 3 条 反不正当競争法第 6 条には、「包装または装飾」という用語がある。つまり； 第 6 条 事業者は、次の各号に掲げる混同行為を実施し、他人の商品である又は他人と特定の関連性があるとの誤認を関連公衆に生じさせてはならない。……(1) 他人が一定の影響力を持つ商品の名称、包装、装飾等と同一又は類似した標識を無断で使用する。 最高人民法院による不正競争の民事事件審理における法律適用の問題についての解釈第 3 条は以下のように規定している。 事業者が営業する場所の装飾、営業道具のデザイン、営業人員の服装など、構成する独特の形を備えた全体のイメージは、反不正当競争法で規定する「装飾」と認定することができる。 このように中国では、店舗の外観を含むトレードドレスは「装飾」の一種として保護される。
韓国 (法律事務所)	—	商標審査基準第 8 部第 1 章 1.2 で、トレードドレスは全体的なイメージを意味するため、商品自体の形状、サービス提供場所のエクステリア・インテリア、サービス提供者のユニフォーム等の形状、色彩などがいずれも含まれるとみることができると説示している。 法文上の規定はないものの、判例においてトレードドレスは商品やサービスの出所を表示する文字や記号または図形等とは異なり、商品やサービスの包装、色彩の組み合わせ、そして図案を含む「商品やサービスの全体的なイメージ」が含まれ、営業所の形態と外観、内部デザイン、装飾、表示板、スタッフのユニフォームなど「営業の総合的なイメージ」も含まれることができる」として店舗デザインなどが保護対象になり得ると判示した(ソウル中央地方法院 2014 年 11 月 27 日言渡し 2014 ガ合 524716 判決)。
台湾 (法律事務所)	無し。	知的財産局が公開している中英辞書 （https://www.tipo.gov.tw/np.asp?ctNode=7187&mp=1）によれば、「トレードドレス（trade dress）」とは営業包装という意味があるが、関連論文や著作等を調べた結果、「商業包装」、「商業外観」、「商品表徴」、「商業表徴」等を解説したものも見受けられたので、法文上又は講学上の定義は定まっていないことになります。 ① https://www.ftc.gov.tw/upload/dbb41a55-af52-475b-bdf8-5b5e6ad07a35.pdf ② https://ir.nctu.edu.tw/bitstream/11536/79691/8/850308.pdf ③ https://www.tipo.gov.tw/public/Attachment/92201b66-7745-4251-8f58-0accfb735a53.pdf ④ http://terms.naer.edu.tw/detail/3280848/
台湾 (知財庁)	無し。	法律条文： 我が国において、トレードドレスについては、法律条文上の名称の定義はない。ただ、公平交易法第 22 条第 1 項第 2 款には、「事業者がその営業において提供する商品又は役務には、著名な他人の氏名、商号又は会社名称、標章又はその他他人の営業内容、役務を示す表徴を、同一の又は類似する役務において、同一の又は類似する形式で使用することにより、他人の営業内容又は役務の設備又は活動と混同誤認を生ぜしめる行為があってはならない」と定められている。同法同条第 2 項には、「前項の氏名、商号又は会社名称、商標、商品容器、包装、外観又はその他他人の商品又は役務を示す表徴について、法に基づき商標権が登録取 得されている場合は、これを適用しない」と定められている。また、公平交易委員会は、行政規則の形式で定義の解釈を行なったことがある。2012 年 3 月 3 日、公平交易委員会は、第 1011460135 号「公平交易委員会の公平交易法第 20 条案件に関する処理原則」を改正した。 ①第 4 条第 1 項：本法第 20 条における表示とは、識別性又はセカンダリー・ミーニングを有する特徴であって、商品又は役務の出所を示し、関係事業者又は消費者がそれによって異なる商品又は役務であることを区別することのできるものをいう。 第 4 条第 2 項：前項の識別性とは、ある特徴が特別に顕著で、関係事業者又は消費者がそれを見れば、その 特徴が表す商品又は役務は特定の事業者によって製造（生産）又は提供されるものであると認識することのできるものをいう。 第 4 条第 3 項：第 1 項のセカンダリー・ミーニングとは、本来、識別性を有しない特徴が長期的に継続して使用されていたことにより、関係事業者又は消費者の間で知られるようになり、彼らはその特徴から商品又は役務の出所を連想することができ、これによりその特徴に持たせた 商品又は役務の出所を区別することのできるもう一つの意味合いのことをいう。 ②第 8 条：次に掲げる各号は本法第 20 条でいう表示に該当する。 （一）氏名。 （二）商号又は会社名称。 （三）商標。 （四）標章。 （五）特別に設計され、識別性を持つ商品の容器、包装、外観。 （六）本来、識別性を持たない商品の容器、包装、外観が長期間にわたって継続して使用されていたことにより、セカンダリー・ミーニングを持たせるようになったもの。

国・地域	「トレードドレス」について、法文上または講学上の定義の有無	定義がない場合には、店舗の外観等を保護する概念として、「トレードドレス」に相当する用語が用いられる状況（文献）はあるか
		③第 9 条：次の各号は商品又は出所を表す機能がないため、本法第 20 条でいう表示に該当しない。 （一） 商品について慣用されている形状、容器、包装。 （二） 商品に関する説明文字、内容又は色彩。 （三） 実用的又は技術的機能を有する形状。 （四） 商品の内部構造。 （五） 営業又は役務の慣用名称。 ④第 11 条：20 条においていう混同誤認を引き起こすか否かを判断するには、次に掲げる事項を勘案しなければならない。 （一） 普通の知識経験を有する関係事業者又は消費者の注意力の程度。 （二） 商品又は役務の特性、差異化、価格等が注意力に対する影響。 （三） 表示の知名度、企業規模及び企業イメージ。 （四） 表示には独特の創意が見られるか否か ⑤公平交易法は 2015 年 2 月 4 日の改正により、第 20 条案件行政懲罰の規定を削除した。現在、公平交易委員会は「公平交易委員会の公平交易法第 20 条案件に関する処理原則」を廃止し、2015 年 3 月 18 日から効力が発生する。 学術定義： トレードドレスとは、製品の全体的な印象と全体的な外観を指す。商業的特徴は、寸法、外観、色彩、色彩の組合せ、材料、図案、さらには特殊な販売テクニックなどである。商業的特徴は商品のパッケージデザイン、たとえば、洗剤のプラスチックボトルのデザインであることもある。レストランも、その商業的特徴を有する。たとえば、レストランの外観、看板、インテリアキッチンのレイアウト、装飾、メニュー、役務を提供する設備、店員の制服、および他の特徴により与えられる全体的な印象である。 学術文献：「商標包装（Trade Dress)」の用語に関する研究文献 李美慧，「商品表徵權取得要件之研究」，公平交易季刊，5 卷 3 期，民國 86 年 7 月。 李美慧，商品表徵權保護制度之研究，台大法研所碩士論文，85 年 1 月。 李郁芬，產品外觀保護之比較研究，中國文化大學法律研究所碩士論文，1995 年 12 月 林怡君，從不公平競爭法之體系論我國公平交易法第二十四條之適用界限，台北大學法學系碩士論文，民國 93 年。 洪志勳，「Trade Dress 保護機制的研究及台灣現況分析」，科技法律透析，第 18 卷第 3 期，頁 16-22（2006)。 范建得，「論著名商業表徵之應有保護」，智慧財產權，1 期，88 年 1 月。 張佩娟，造型設計之概念與法律保護，中原大學財經法律研究所碩士論文，2006 年 8 月 張桂芳，美術著作與図案著作之立體化於著作權法規範地位之研究－從我國實務現象之評析出發，台灣大學法律研究所碩士論文，2001 年 1 月 張澤平，「商品外觀之保護規範」，律師雜誌，211 期，86 年 4 月。 張澤平，公平交易法第二十條之研究，經社法制論叢，第 12 期，民國 82 年 7 月。 張澤平，公平交易法第二十條第二項之除外保護規定，工業財產權與標準，民國 85 年 1 月。 許忠信，「論智慧財產權與公平交易法上補充成果保護間之關係-由德國法、歐體法與日本法看我國商標法與公平交易法之修正」，公平交易季刊，17 卷 2 期，2009 年 4 月。 陳怡珍，論公平交易法第二十條對商品或服務表徵之保護，公平交易季刊，第 12 卷第 4 期，民國 93 年 10 月。 陳怡珍，論公平交易法第二十條對商品或服務表徵之保護，私立東吳大學法學院法律學系碩士班碩士論文，2003 年 6 月 陳昭華，「由新修正商標法看著名商標保護與公平競爭之關係」，植根雜誌，20 卷 11 期，民國 93 年 11 月。 陳昭華，著名商標之保護與公平競爭之關係-新修正商標法著名商標保護規定之檢討，收錄於商標發展學術研討會論文暨會議實錄，經濟部智慧財產局出版，頁 185-204 (2004)。 黃俊英、耿筠，美國法院對於商業包裝之第二層含義要求之見解與重要判例分析，智慧財產權月刊，第 44 期，民國九十一年八月，頁 31-53（2002)。 黃銘傑，「商號之登記、使用與著名標章之保護—商號法制、商標法及公平交易法的三不管地帶？」，中原財經法學，6 期，90 年 7 月，收於氏著，『公平交易法之理論與實際—不同意見書』，台北，學林文化，91 年。 劉孔中，「公平交易法第 20 條、第 24 條適用於仿冒商品(服務)外觀案件之研究(一)」，收於『第九屆競爭政策與公平交易法學術研討會論文集』，行政院公平交易委員會，91 年 6 月。 劉孔中，「公平交易法對營業標誌保護之研究」，公平交易季刊，11 卷 2 期，2003 年 4 月。 劉孔中，著名標章與相關表徵之研究，2002 年 11 月，初版 劉孔中、謝杞森，仿冒商品(服務)外觀案件於公平交易法第二十條、第二十四條適用之研究，公平會 90 年度合作研究報告五。 劉蓁蓁、王義明，「公平交易法與商標法重疊交錯的地帶－論著名商標及商品外觀之保護」，智慧財產權，79 期，民國 94 年 7 月。 謝杞森，「公平交易法第 20 條、第 24 條適用於仿冒商品(服務)外觀案件之研究(二)」，收於『第九屆競爭政策與公平交易法學術研討會論文集』，行政院公平交易委員會，91

国・地域	「トレードドレス」について、法文上または講学上の定義の有無	定義がない場合には、店舗の外観等を保護する概念として、「トレードドレス」に相当する用語が用いられる状況（文献）はあるか
		年6月。 謝杞森,「商品外觀的模仿與不公平競爭—中、日法規之比較」, 真理財經學報, 5 期, 90 年 12 月。 謝銘洋,「從相關案例論公平交易法上表徵之保護—以「事業名稱」與「商標」為研究對象」, 收於『公平交易法實施十週年回顧與前瞻學術研討會論文集』, 行政院公平交易委員會, 2002 年 1 月 26 日。 謝銘洋,「從商標法與競爭法之觀點論著名標章之保護」, 台大法學論叢, 25 卷 3 期, 1996 年 4 月。 謝銘洋,「從對商品或服務「表徵」之保護談商標法與公平法之關係」, 智慧財產, 10 期, 83 年 6 月。
シンガポール (法律事務所)	シンガポールの法律には「トレードドレス」の定義があると承知していない。	″意匠（Design）″ 登録意匠法第 2 条第 1 項には、「意匠」とは, 工業上の方法により物品に適用された形状, 輪郭, 模様又は装飾の特徴をいうが, 次を含まない。 (a) 構造についての方法又は原理, (b) 次の場合の物品や無形商品の形状、構造、色彩の特徴 – (i) その物品や無形商品が果たさなければならない機能によってのみ特定される場合、(ii) その物品や無形商品が不可欠な部分を構成することを意匠の創作者が意図している別の物品の外 観によって決められる場合, 又は (iii) その物品や無形商品を別の物品や無形商品に接続するか, 別の物品や無形商品の中, 周り又はこれに対して配置することができるようにして, 何れの物品や無形商品もその機能を果たすことができるようにする場合, 又は、 (c) 1 つ又は複数の色彩のみからなる特徴 – (i) 形状または構造のいかなる特徴と共に使用されない、および (ii) 模様や装飾のいかなる特徴も生じさせない ″外装（Get-up）″ 「外装 (get-up)」という用語は、法的に使用されることが多い。裁判所は、Tong Guan Food Products Pte Ltd 対 Hoe Huat Hng Foodstuff Pte Ltd ([1991] 1SLR (R) 903) の訴訟で、「外装」とは「商品またはサービス自体に対するむらのある付加物」と注釈し、QB Net Co Ltd 対 Earnson Management (S) Pte Ltd その他 ([2006] SGHC 183) の訴訟で裁判所は、原告の外装には「氏名、標章、図形、記章、商業シンボル…レイアウトデザイン…理髪師のユニフォーム」が含まれると注釈した。
ロシア (法律事務所)	—	—
スウェーデン (法律事務所)	法律またはガイドラインにトレードドレスの定義はない。	スウェーデン商標法第 1 章第 4 条　「商品の形状又はデザイン、またはその包装」 「商品の形状やデザイン、またはその包装」という表現の広義の解釈には、トレードドレスの概念が含まれる可能性がある。スウェーデン特許控訴裁判所は、このような解釈が理論的に可能であると判じている。 （参照：店頭の建物に関する国際登録番号：729030 の拒絶理由） 全体的に、スウェーデンのトレードドレスの保護に関する法律は乏しい。 主な法律本としては、Erika Lunell の「非伝統的商標 (Okonventionellavarumärken)」(2008 年) がトレードドレスの概念を扱っており、国際的な多くの事例を参照している。 また、Lars Pehrson, Ulf Bernitz など編の記念論文集 (2016 年) にある Jur.dr. Per Jonas Nordell 教授の論文「いわゆるトレードドレスの商標保護(Varumärkesrättsligt skydd för så kallad trade dress)」には次のような定義がある； トレードドレスは、通常商品の出所表示となる色彩、装飾、マーケティングのコンセプトなどの異なる形式で構成されているが、文字や図形標識のような会社のより伝統的な標識との関連において、多かれ少なかれ自律的である。
スペイン (法律事務所)	—	今まで、スペインの商標制度でこの種の商標は立体商標として扱われてきており、スペイン特許商標庁は、「トレードドレス」や店舗の外観の商標タイプは考慮していなかった。
フィリピン (法律事務所)	—	トレードドレスは、製品の出所を消費者に示す製品またはその包装（または建物のデザインさえも）に関する外観の特徴を指す法律用語である。知的財産法には「トレードドレス」に関する定義はないが、最高裁判所が関わった多くの事件で議論されているように、「製品の外観」として理解されている。Asia Brewery、Inc. (ABI) 対 控訴裁判所および San Miguel Corporation (SMC) の場合、SMC の訴えの主な理由は商標権侵害ではなく、SMC's SAN MIGUEL PALE PILSEN と ABI's BEER PALE PILSEN の一般的な外観またはトレードドレスに対する「混同を生じるほどの類似性」に起因する不正競争事件であった。SMC は、BEER PALE PILSEN の「トレードドレス」が SAN MIGUEL PALE PILSEN のもと「混同を生じるほど似ている」と主張した。それは、どちらも 320ml ボトルでステイニータイプ、白い長方形のラベルが付いたアンバー色のボトルであったからだ。しかしながら、最高裁判所は、競合する製品の名称は明白に異なっており、ラベルやボトルのほかの部分に目立つように印刷された出所表示や容器とラベルの形状と容量の単純な類似性だけでは不正競争を構成しないと判じた。

国・地域	「トレードドレス」について、法文上または講学上の定義の有無	定義がない場合には、店舗の外観等を保護する概念として、「トレードドレス」に相当する用語が用いられる状況（文献）はあるか
メキシコ （法律事務所）	無し。	無し。

禁 無 断 転 載

平成 30 年度　特許庁産業財産権制度各国比較調査研究等事業

店舗の外観等（トレードドレス）に関する制度・運用についての
調査研究報告書

平成 31 年 3 月

請負先　　株式会社　サンビジネス

〒105-0014　東京都港区芝一丁目 10 番 11 号
コスモ金杉橋ビル
電 話　　03-3455-5294
FAX　　03-3455-8909
URL　http://www.sunbi.co.jp