令和６年度　産業財産権制度各国比較調査研究等事業

各国・地域の商標制度・運用に関する調査研究

令和７年３月

一般財団法人知的財産研究教育財団
知的財産研究所

要　約

背景・目的

商標に係る制度のうち、我が国での導入や見直しが検討課題となり得る制度及びそれらに係る諸外国における運用の詳細を調査し、我が国における制度・運用見直しの要否検討の基礎資料とするため、調査を実施することとした。

具体的には、部分拒絶制度、におい等非伝統的商標（保護対象の拡大）、非グラフィカルな手法による出願の 3 つの論点を調査対象とした。

公開情報調査

部分拒絶制度、におい等非伝統的商標、非グラフィカルな手法による出願について、13 の国・地域における制度・運用の調査、整理、分析を行った。書籍、論文、裁判例、調査研究報告書、審議会報告書、ニュース記事、法・判例等検索データベース情報、インターネット情報等を利用した。

国内質問票調査

企業等及び代理人のニーズや意見について明らかにすることを目的として、各テーマに係る調査項目を決定し、本調査研究の趣旨・目的を踏まえて出願傾向等を基に抽出した企業等 252 者及び代理人 165 者を対象に実施した。

海外ヒアリング調査

公開情報調査の結果を踏まえ、より詳細な調査を行うため、調査対象の 13 の国・地域の代理人（弁理士・弁護士）を対象として実施した。

国内ヒアリング調査

公開情報調査と国内質問票調査の結果を踏まえ、要望等の把握や専門的視点からの助言を得るため、国内企業、弁護士・弁理士、学識経験者に対して実施した。

調査結果の分析・取りまとめ

公開情報調査、国内質問票調査、海外ヒアリング調査及び国内ヒアリング調査から得られた調査結果を総合的に分析し、調査研究報告書及びそれを要約した報告書（要約版）を取りまとめた。

第１部　本調査研究の背景・目的

商標に係る制度のうち、我が国での導入や見直しが検討課題となり得る制度及びそれらに係る諸外国における運用の詳細を調査し、我が国における制度・運用見直しの要否検討の基礎資料とするため、諸外国の法令・運用等を調査・整理するとともに、国内質問票調査及び国内外ヒアリング調査を実施した。

具体的には、以下の論点について調査対象とした。

１．部分拒絶制度

我が国においては、商標審査における拒絶理由が一部の指定商品・指定役務のみを対象とする場合、補正などにより拒絶理由が解消されなければ、出願全体が拒絶となる。一方、拒絶理由が解消されない場合、対象となっている指定商品・指定役務のみを拒絶し、保護を認容できる指定商品･指定役務については登録を認める「部分拒絶制度」（一部拒絶制度）も存在する。直近では令和 5 年に韓国が同様の制度を導入し、他にも多くの国及び地域で採用されている。

そこで、各国・地域での制度・運用の詳細や、我が国での導入ニーズについて調査を実施した。

２．非伝統的商標制度の見直し

（１）保護対象の拡大

我が国においては、特許法等の一部を改正する法律（平成 26 年 5 月 14 日法律第 36 号）により、「色彩のみからなる商標」「音商標」「動き商標」「ホログラム商標」及び「位置商標」の登録が可能となった。上記の類型以外の非伝統的商標のうち、「におい商標」「触覚商標」「味覚商標」（以下「におい等非伝統的商標」という。）については、我が国では保護対象としていないが、諸外国においては保護されている実例が一定程度ある。

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（平成 28 年 7 月 12 日）においても、におい等非伝統的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」との提言がなされている [1]など、不断の情報収集や分析を行う必要がある。

[1] 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（平成 28 年 7 月 12 日）資料 3「商標制度に係る検討事項」 https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/shohyo_shoi/document/02-shiryou/shiryou3.pdf　及び議事録 https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/shohyo_shoi/document/index/t_mark_gijiroku02new.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 3 日］

（２）非グラフィカルな手法による出願

マドリッド同盟総会第 55 回会合において採択された「標章の国際登録に関するマドリッド協定規則」の改正[2]により、標章の記載について、標章の視覚的表示の代わりに、1 つのデジタルファイルで標章を表すことが可能となった。これにより、音商標、動き商標又はこれらの組み合わせ等を、音声ファイル（WAV 形式又は MP3 形式）や動画ファイル（MP4 形式）といった、非グラフィカルな手法により表された標章として願書に添付した出願（以下「非グラフィカルな手法による出願」又は「非グラフィカル出願」という。）が可能となったが、こうした標章が保護の対象となり得るかどうかを判断する際には引き続き国内法を適用することになっており、我が国においてはこれらの標章を保護対象とせず、拒絶理由を通知している。他方で、そのような形式で出願された商標について保護対象とし、拒絶理由を通知しない締約国も存在する。

そこで、同規則改正により認められた出願に対する各締約国における制度・運用の実態や、我が国における制度・運用の改正ニーズについて、調査を実施した。

第２部　調査対象の定義及び調査実施方法

１．調査対象の定義

本調査研究において調査対象とする論点は、「部分拒絶制度」、「非伝統的商標制度の見直し－保護対象の拡大」、「非伝統的商標制度の見直し－非グラフィカルな手法による出願」である。公開情報調査、国内質問票調査、海外ヒアリング調査及び国内ヒアリング調査を行うにあたり、調査対象が明確となるよう、上記 3 つの論点を以下のように整理した。

・テーマ１　部分拒絶制度

本調査研究において、「部分拒絶制度（partial refusal system）」とは、出願の一部の指定商品役務について拒絶された場合、その他の拒絶理由がない指定商品役務については登録を認める制度を指すこととする。

・テーマ２　におい等非伝統的商標

本調査研究では、非伝統的商標のうち「におい商標（smell/olfactory marks）」、「触覚商標（touch/tactile marks）」、「味覚商標（taste/gustatory marks）」を調査対象とする。

・テーマ３　非グラフィカルな手法による出願

本調査研究において、「非グラフィカルな手法による出願（Applications using non-graphical methods）」又は「非グラフィカル出願（Non-graphical applications）」は、音商標・動き商標・ホログラム商標・マルチメディア商標（音と文字や図形等の動きの組合せ）等について、

[2] 【商標の国際出願】標章の国際登録に関するマドリッド協定規則、料金表及び実施細則の改正（2023 年 2 月 1 日施行）https://www.jpo.go.jp/system/trademark/madrid/kisoku/230201_madird_hyosho_kaisei.html［最終アクセス日：2025 年 3 月 3 日］

出願時に商標を 1 つのデジタルファイル（例えば、音声ファイルや動画ファイル）のみで、又はそれを主として、表現する出願を指すこととする。
なお、グラフィカルな手法（例えば、五線譜）を主な商標表示の手段とし、デジタルファイルを補助的な手段としている場合には、本調査研究では「非グラフィカルな手法による出願」は導入されていないものとして扱う。

２．公開情報調査

書籍、論文、裁判例、調査研究報告書、審議会報告書、ニュース記事、法・判例等検索データベース情報等から、13 の国・地域における、部分拒絶制度、におい等非伝統的商標、非グラフィカルな手法による出願についての制度・運用の調査、整理、分析を行った。調査対象は、アメリカ合衆国、欧州（EUIPO）、ドイツ、フランス、スウェーデン、英国、トルコ、インド、中国、韓国、台湾、シンガポール、オーストラリアとした。

３．国内質問票調査

企業等及び代理人のニーズや意見について明らかにすることを目的として、出願傾向等を基に抽出した企業等 252 者及び代理人 165 者を対象に、令和 6 年 9 月 13 日から同年 10 月 21 日までの期間において実施した。質問票は、企業等と代理人についてそれぞれ作成した。

４．海外ヒアリング調査

公開情報調査の結果を踏まえ、より詳細な調査を行うため、調査項目及び質問文を決定の上、調査対象である 13 の国・地域の代理人（弁理士・弁護士）を対象として実施した。調査前に協力いただく代理人に質問票を送付し、書面での回答を得た。調査時には、当該回答書に基づいた質問とそれへの回答・意見の聴取を行った。

５．国内ヒアリング調査

企業、有識者（弁護士・弁理士及び学識経験者）に対して実施した。調査前に協力者に質問票を提供の上で、オンライン形式にて 1 時間程度で行った。

（１）国内企業ヒアリング

3 テーマに係る制度に関する要望及び課題を把握するため、国内質問票調査に協力いただいた企業のうち 5 者を対象として実施した。各制度に係る経験、各制度のメリットとデメリット、各制度の導入の要否等について聴取した。

（2）有識者ヒアリング

3 テーマに係る制度に関する課題の整理及び分析に対する専門的な視点からの助言を得るため、商標制度に精通した有識者にヒアリング調査を行った。各制度に係る経験、各制度のメリットとデメリット、各制度の導入とそれに伴う法改正の要否、制度を導入すると仮定した場合の検討事項等について聴取した。

６．調査結果の分析・取りまとめ

上記２．公開情報調査、３．国内質問票調査、４．海外ヒアリング調査、５．国内ヒアリング調査の調査結果について総合的に分析し、調査研究報告書及びそれを要約した報告書（要約版）として取りまとめた。

第３部　調査結果の分析・取りまとめ

第１章　部分拒絶制度

本章では、部分拒絶制度について、各国・地域の制度概要、国内の現状分析、制度を見直す場合の検討事項・課題の 3 つの観点から整理・分析する。

第１節　各国・地域の制度の概要

本調査研究では、「部分拒絶制度」を、出願の一部の指定商品役務について拒絶された場合、その他の拒絶理由がない指定商品役務については登録を認める制度を指すこととした。この定義に沿って調査対象の 13 の国・地域を見ると、この制度を導入しているのは、インド及び台湾を除く 11 の国・地域であった。

１．部分拒絶制度を導入している国・地域

以前から部分拒絶制度を採用している国・地域がある一方で、主に他国との制度調和や出願人の利便性向上を理由に掲げて近年にこの制度が導入された国（トルコ（2017 年）、シンガポール（2021 年）、韓国（2023 年））もある。

この制度の枠組みは、（１）実体審査の最終決定において部分拒絶が通知され、審判段階で対応の機会が与えられるタイプと、（２）実体審査の最終決定よりも前に部分拒絶が通知され、審査段階で対応の機会が与えられるタイプの 2 つに大きく分かれる。

（１）実体審査の最終決定において部分拒絶が通知され、審判段階で対応の機会が与えられるタイプ

このタイプは、中国とトルコの 2 か国である。いずれの国においても、主な対応手段は、知財庁[3]内の審判部に対して請求する拒絶決定不服審判である。もう 1 つの選択肢として、出願の分割がある（中国では必ず審判請求とともに行わなければならない）。

一方で、部分拒絶の決定に対応しない場合には、審判請求期間満了後に、拒絶の対象でない指定商品役務について出願が公告される。

また、拒絶決定不服審判が請求された場合には、部分拒絶に係る出願部分の帰趨が定まるまで（審決の確定や、上訴した場合にはその判決が確定するまで）、拒絶の対象ではない出願の部分の公告や登録はされない。

（2）実体審査の最終決定よりも前に部分拒絶が通知され、審査段階で対応の機会が与えられるタイプ

このタイプは、アメリカ合衆国、欧州連合（EUIPO）、ドイツ、フランス、スウェーデン、英国、韓国、シンガポール、オーストラリアの 9 の国・地域である。なお、オーストラリアは国際登録出願（いわゆる「マドプロ出願」）のみ、部分拒絶制度を導入している。

部分拒絶の書式について、いずれの国・地域においても部分拒絶の場合と全体拒絶（出願全体を拒絶）の場合で大きな違いはないか全く同じであった。また、多くは部分拒絶の通知において拒絶の対象となる指定商品役務を明記することが適切であるものの、審査官によってどの程度明記されるかは、国・地域により異なった。複数の国・地域の代理人から、「明記されないことが多い」（スウェーデン、シンガポール）又は「明記されないことがある」（アメリカ合衆国、欧州（EUIPO））との回答があり、明記されていない場合、出願人側は自ら分析して拒絶対象の指定商品役務を洗い出すか、審査官に確認する等の対応を取るとのことであった。

部分拒絶の通知への対応手段としては、意見書の提出、補正（指定商品役務の減縮）、出願の分割等が挙げられた。加えて、多くの国・地域で、登録に向けて応答しない選択肢も取り得るとのことであった。ただし、スウェーデンの代理人からは、国内出願について、応答がない場合には「出願全体が拒絶される可能性がある」とする規定があり、登録を求めるならば応答しなければならないとの説明があった。

応答しない場合、手間や費用の削減がメリットとして多く挙げられた。一方で、特に拒絶理由通知への応答期間に加えて延長期間や知財庁による慎重な手続のための期間を設けている国（韓国、シンガポール、オーストラリア）では応答した場合に比べて登録が大きく遅れる懸念があるほか、その他の国でも拒絶部分中の登録可能性がある指定商品役務について登録されない懸念から、出願人に対して応答を勧める代理人の見解が多く示された。

また、9 の国・地域全てにおいて、部分拒絶の決定が出された場合、その決定が確定するまで（審判を請求した場合には審決の確定、上訴した場合には判決の確定まで）、拒絶対象でない部分については手続が中断・停止・保留[4]され、その部分だけが登録に進むことはない。部分拒絶に係る出願部分の扱いが確定したのちに、出願全体について最終的な処分が決まる。

---

[3] 商標を含む知的財産を扱う官公庁の名称は各国・地域で様々であるため、第 3 部ではそれらの官公庁を統一して「知財庁」という。

[4] 国・地域により表現が異なる。

２．部分拒絶制度を導入していない国・地域

インドについては、商標法と商標規則による立法上・手続上の枠組みが出願全体を審査することを重視していることが未導入の背景との説明があった。台湾については、ユーザーの多くが制度のわかりやすさや管理のしやすさを重視しているが、部分拒絶制度は非常に複雑と捉えられる可能性が高いこと等が未導入の理由として説明があった。

第２節　国内の現状分析

企業等を対象とした質問票調査では、制度の導入に賛成する割合が、反対する割合を上回った。なお、賛成する企業等のうち、制度を「自社でも利用したい」旨回答した企業等は約 3 割であった。賛成する企業等からは、費用の削減の観点から評価する意見があった。反対する企業等からは、現在の制度で問題ないとの意見や、商標権の管理コストの増加を指摘する意見があったほか、不使用商標の増加を懸念する意見も多かった。

一方で、代理人を対象とした質問票調査では、導入に反対する割合が、賛成する割合を上回った。賛成する代理人からは、出願人への周知の重要性を指摘する意見があった。反対する代理人からは、制度の複雑化を指摘する意見があったほか、審査の遅延や、不使用商標の増加を懸念する意見も多くあった。

また、企業及び有識者へのヒアリング調査においては、総じて明確な制度導入のニーズは示されなかった。一部の企業から、費用の削減の観点から導入を支持する意見があった一方で、多くの企業及び有識者から、審査の遅延や不使用商標の増加の懸念が指摘された。

第３節　制度を見直す場合の検討事項と課題

主な検討事項と課題は、以下のとおりである。

１．特許庁による拒絶理由通知から登録までの制度運用

拒絶理由通知への応答がない出願が増加することにより、そのような出願と抵触する商標を出願する者にとっては、審査の遅延やサーチ負担の増加が懸念されるとの指摘があった。諸外国の制度においても部分拒絶の決定が確定するまで一部分だけが登録に進むことは基本的にないところ、実際に、登録までの期間が長期化するために部分拒絶制度であっても応答することを勧めているという見解が、複数の国・地域の海外代理人から示された。

また、拒絶理由通知の内容については、拒絶対象である指定商品役務を明記する等して、分かりやすくすべきとの指摘や、拒絶査定不服審判は拒絶の対象となる指定商品役務についてのみ請求することを可能とすれば費用面でのメリットがあり望ましいとの意見があった。

２．出願人側の部分拒絶の通知への対応方法

部分拒絶を承服する場合の応答方法は簡易である方がよいとする意見があった。

諸外国の制度・運用の状況としては、我が国の現行制度と同様に、拒絶理由の通知に対して承服する場合には補正による指定商品役務の削除を要する国・地域がある一方で、メール等による簡易な応答で部分登録に進むことが可能となっている国・地域もあった。

３．査定の形式

第 15 条（拒絶の査定）及び第 16 条（商標登録の査定）の改正が必要となる可能性があるとの指摘があった。

現在は、出願全体に対する拒絶査定又は登録査定のいずれか一方のみがなされるが、部分拒絶制度が導入された場合、これらをどのようにすべきかが問題となり得る。

まず､指定商品役務の一部についての登録査定は､設定登録のために必要である一方で、指定商品役務の一部についての拒絶査定も、拒絶査定不服審判を可能とするために必要となるのではないかという考え方が示された。アメリカ合衆国においては、このような部分的な登録査定と拒絶査定の双方が通知される運用がとられることが多いとの同国代理人の意見もあった。

次に、指定商品役務の一部についての登録と拒絶を 1 通の査定にて通知する考え方が示された。諸外国においては、多くの国・地域がこうした運用を行っている。なお、この考え方をとる場合、拒絶査定不服審判の対象は査定全体であるが、登録すべきとされた指定商品役務についての特許庁の判断は、審判や審決取消訴訟において覆すことはできない旨を定める必要があるとの意見があった。

４．その他

使用の可能性が低い指定商品役務について登録査定がなされた場合でも設定登録され得ることによる不使用商標の増加や、拒絶対象となる指定商品役務の明記のための審査負担増による審査の遅延といった課題が示された。

また、ユーザーにとって複雑な制度となるため、導入する場合には制度の説明・周知が望まれるとの意見があった。

第２章　におい等非伝統的商標

本章では、「におい商標」、「触覚商標」、「味覚商標」（以下「におい等非伝統的商標」という。）の保護について、各国・地域の制度概要、国内の現状分析、制度を見直す場合の検討事項・課題の 3 つの観点から整理・分析する。

第１節　各国・地域の制度の概要

本調査研究では、日本では保護対象とされていない「におい等非伝統的商標」について調査を行った。

におい等非伝統的商標は、調査対象である 13 の国・地域の全てで、商標法の保護対象か

ら除外されていない。その多くが、法令において「商標」を包括的な文言で定義することにより、又は「商標」の種類を限定列挙せず例示列挙することにより、保護を理論上可能としている。一方、韓国やオーストラリアのように、「におい」を「標識」（識別力のある「標識」が「商標」となる）として、条文中に明記している国もある。

しかし、におい等非伝統的商標が実際に登録され、保護を受けるのは、いずれの国・地域においても困難であるとされる。そして、何を理由として登録が難しい（あるいは不可能）とされるかは国・地域によって異なり、大きく３つのタイプに分類できる。

１．グラフィカル表示要件が問題となるタイプ

商標はグラフィカル（図形的、視覚的）に表せるものでなくてはならないという要件（いわゆる「グラフィカル表示要件」）が法律上存在しており、それが「商標」認定や登録への高いハードルとなっているタイプである。インドとシンガポールがこのタイプと考えられる。

２．商標の表示に係る「シークマン基準」が問題となるタイプ

グラフィカル表示要件は撤廃されているものの、出願商標の表示について「明確であり（Clear）、正確であり（Precise）、自己完結しており（Self-contained）、容易にアクセスすることができ（Easily accessible）、わかりやすく（Intelligible）、耐久性があり（Durable and）、客観的である（Objective）」ものでなくてはならず、かつ、保護を与えられる対象（商標）は知財庁の登録簿に正確かつ明瞭に表示できなければならないとの旨の要件が課せられているタイプである。欧州（EUIPO）、ドイツ、フランス、スウェーデン、英国、トルコがこのタイプと考えられる。

上記の要件は、におい商標の登録可否について争われたシークマン事件（Case C-273/00）[5]において 2002 年に欧州司法裁判所が示した基準（いわゆる「シークマン基準」）が元となっている。におい等非伝統的商標については、この表示要件を現在の技術でクリアすることは不可能であるという評価が一般的となっている。

３．識別力等の登録要件が問題となるタイプ

商標の表示に関する要件は上記２タイプと比べて厳格ではないものの、識別力や非機能性等の登録要件を満たすことが通常の商標の場合より難しいと考えられているタイプである。アメリカ合衆国、韓国、台湾、オーストラリアがこのタイプと考えられる。

なお、これらの国・地域では、におい等非伝統的商標の出願において商標の説明の提出が必須であり、においのサンプルの提出も併せて求められている（台湾、オーストラリアは審査官が求めた場合に提出要）。出願商標の特定や実体審査の場面において、商標の説明が大きな役割を果たす。

---

[5] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:62000CJ0273（欧州連合ウェブサイト「EUR-Lex」）
Judgment of the Court of 12 December 2002, Ralf Sieckmann v Deutsches Patent- und Markenamt, Case C-273/00 ［最終アクセス日：2025 年 3 月 7 日］

これらの国・地域の代理人からは、におい等非伝統的商標については、視覚的な商標でないため識別力や類否の判断が複雑になること、使用により獲得された識別力の主張・立証や、非機能性要件を満たすことが難しい傾向があるとの指摘もあった。

現在までに、アメリカ合衆国でにおい商標と触覚商標の登録、オーストラリアでにおい商標の登録がなされている。

その他、上記３つのタイプに当てはまらない国として中国がある。同国も、法律上におい等非伝統的商標の保護を否定していないものの、実際の登録は難しい状況になっている。その理由として、知財庁においてにおい等非伝統的商標に係る出願の受理や実体審査に対応できる技術システムが未だ整備されておらず、審査基準も作成されていないことが指摘されている。

第２節　国内の現状分析

質問票調査では、企業等・代理人のいずれにおいても、制度の導入に反対する割合が賛成する割合を大きく上回った。

反対する立場からは、権利範囲の特定や識別力・類否の判断等が困難であるとの意見が多かったほか、第三者に対して萎縮効果を生じさせるとの意見もあった。また、賛成する立場からも、制度を設けたとしても実際に登録することは困難と思われるとの指摘があった。

企業及び有識者へのヒアリング調査においても、総じて明確な制度導入のニーズは示されなかった。いずれの企業及び有識者からも商標の特定について懸念が示されたほか、第三者への萎縮効果のおそれや、特定のにおいや味の独占を認めることは不適当であるとの指摘もあった。

第３節　制度を見直す場合の検討事項と課題

主な検討事項と課題は、以下のとおりである。

１．商標の出願方法

「客観的に出願の範囲を特定できるような方法にする必要がある」等の意見があった。

具体的には、出願時に商標の詳細な説明と物件を求めるべきとの意見や、言葉による表現では不十分であり、におい等を再現できる何らかの方法や技術を考えるべきとの意見があった。

２．類否や識別力に関する審査基準

「他の非伝統的な商標と同様に総合的に判断する形でよい」、「全てのタイプの商標に通じる類否判断の抽象的な基準を作ることが必要」等の意見があった。

３．商標の保存及び公開

においのサンプル等の経年劣化を懸念し、何らかの形でいつ誰が閲覧しても同じ状態で保存できるようにすべき旨の意見等があった。

具体的には、「微生物の寄託と同じような方法」、「要請があったときにあらためて出願人にサンプルを提供させる」、「においをデジタルに記録して、再現可能な媒体として持っておく」といった意見があった。

４．商標の範囲

総じて、商標の特定が困難であるとの意見が多かった。

具体的には、「におい等の商標についても、商標混同のおそれの有無で商標の類否（類似範囲）を判断するという原則に従うしかないが、その判断は非常に難しい」、「最終的には個別事案の中で裁判所が判断するという構造にならざるを得ない」、「不正競争防止法等の他法令にて、におい商標等の特徴的な部分の捉え方が示唆される等しないと権利範囲を定めるのは難しいのではないか」といった意見があった。

５．商標の定義規定

第 2 条の商標の定義中の「その他政令で定めるもの」として追加すればよいため、政令の改正により対応可能ではないかという旨の意見があった。

第３章　非グラフィカルな手法による出願

本章では、非グラフィカルな手法による出願について、各国・地域の制度概要、国内の現状分析、制度を見直す場合の検討事項・課題の 3 つの観点から整理・分析する。

第１節　各国・地域の制度の概要

本調査研究では、「非グラフィカルな手法による出願」又は「非グラフィカル出願」を、音商標・動き商標・ホログラム商標・マルチメディア商標（音と文字や図形等の動きの組合せ）等について、出願時に 1 つのデジタルファイル（例えば、音声ファイルや動画ファイル）のみで、又はそれを主として、表現する出願を指すこととした。

この定義に沿って調査対象の 13 の国・地域を見ると、この制度を導入しているのは欧州を中心とする 6 の国・地域（欧州（EUIPO）、ドイツ、フランス、スウェーデン、英国、トルコ）で、導入していないのは 7 の国・地域（アメリカ合衆国、インド、中国、韓国、台湾、シンガポール、オーストラリア）であった。

１．非グラフィカルな手法による出願を導入している国・地域

これらの国・地域では、商標制度の近代化と合理化のために 2015 年に欧州で商標ハーモ指令が施行されたことを受けて、導入されている。

音商標・動き商標・ホログラム商標の出願において、非グラフィカルな手法と従来型のグラフィカルな手法（例えば、音商標の場合は五線譜、動き商標の場合は複数の図面を用いる等）のいずれかを選択できる。

デジタルファイルは、基本的に、知財庁が提供する電子出願システムにアップロードして提出することが想定されている（英国では、電子出願システムでのみ提出可能である）。また、許容されているデジタルファイルの形式は主に、音商標のための音声ファイルについて MP3、動き商標のための動画ファイルについて MP4、ホログラム商標の動画ファイルについて MP4、マルチメディア商標についての視聴覚ファイルについて MP4 である。いずれについてもサイズ上限が設けられている。

審査実務については、すべての導入国・地域の代理人から、非グラフィカルな手法による出願にはグラフィカルな手法による出願と同じ審査基準が用いられると考えられ、その導入前後を比較しても、商標の権利範囲の特定・識別力の判断・類否の判断における判断手法について基本的に変更はないと思われるとの見解が得られた。ただし、一部の代理人（スウェーデン）からは、この手法による出願の数はまだ少ないため、一般的な実務の傾向を把握することは難しいとの意見もあった。

提出されたデジタルファイルは、6 つの導入国・地域全てにおいて、知財庁による商標検索サイトでの視聴が既に可能又は今後可能になる見込みである。

２．非グラフィカルな手法による出願を導入していない国・地域

導入されていない理由や背景について、法的な観点、実務的な観点、技術・システム的な観点等から説明がなされ、各国・地域それぞれの事情があることが伺えた。

具体的には、例えば、以下のような説明が寄せられた。

・商標法が視覚的表現に大きく依存する枠組みで発展してきたため、非グラフィカル出願の導入には大幅な法改正等が必要となる。
・音商標等の非伝統的商標の出願が全体に占める割合は小さく、非グラフィカル出願の導入ニーズが大きいとは考えられない。
・非グラフィカルな手法による出願を考慮に入れた審査基準が作られていない。
・非グラフィカルな手法による出願を受理できるシステムがまだ整備されていない。

第２節　国内の現状分析

企業等を対象とした質問票調査では、制度の導入に賛成する割合が、反対する割合を上回った。賛成する企業等からは、保護を求める対象の明確化や、出願方法の選択肢が増えるという観点から評価する意見があった。反対する企業等からは、他者の商標を容易に検索できるようにすべきとの意見があった。

代理人を対象とした質問票調査でも、導入に賛成する割合が、反対する割合を上回った。

賛成する代理人からは、国際調和や、出願方法の選択肢が増えるという観点から評価する意見があった。反対する代理人からは、現在の制度で問題ないとの意見や、検索が困難にならないようにすべきとの意見があった。

また、企業及び有識者へのヒアリング調査においては、利便性向上や国際調和のために導入した方が良い、導入に反対しない等の意見がそれぞれ複数あった一方で、導入に慎重な意見も複数あった。複数の企業や有識者から、検索・閲覧や類否判断においてはグラフィカルな表現（五線譜や図面等）があったほうが便利であるとの指摘があった。

第３節　制度を見直す場合の検討事項と課題

主な検討事項と課題は、以下のとおりである。

１．検索・閲覧用データベースにおける表示

非グラフィカルな手法による出願を導入している国・地域においては、提出されたデジタルファイルについて、知財庁による商標検索サイトでの視聴が原則可能となっている。他方で、検索・閲覧画面においてサムネイル等は表示されないため、内容を確認するためには一つずつ視聴する必要があり、手間がかかる。

この点について､デジタルファイルを主とした出願が認められるようになったとしても、参考として五線譜や図面等があったほうが検索の便宜にかなうとの意見があった。

２．商標の特定

特に音商標について、音声ファイルの聞こえ方は人によって異なるため、客観的な商標の特定のためにはグラフィカルな表現（五線譜等）が必要との指摘があった。

また、非グラフィカルな手法による出願を導入している国・地域の代理人からは、総じて、導入前後で商標の特定方法に変わりはないと思われるとの説明があった。ただし、これらの国･地域における導入は 2010 年代半ば以降であるため、まだ実際の事例は多くない可能性がある。

我が国において非グラフィカルな手法による出願を導入する場合、第 5 条（商標登録出願）及び第 27 条（登録商標等の範囲）の改正が必要となる可能性があるとの指摘があった。具体的には、第 5 条は、商標登録を受けようとする商標を願書に記載することを求める点について、第 27 条は、登録商標の範囲を定めるにあたって、願書に記載した商標に基づいて定める点について、それぞれ改正が必要となる可能性がある旨の指摘であった。

３．マルチメディア商標（音と文字や図形等の動きの組合せ）の導入

非グラフィカルな手法による出願を導入している国・地域の多くにおいて、制度導入時にマルチメディア商標の出願も可能とされている。

実施体制名簿

特許庁

濱田　佐代子	特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 室長
庄司　美和	特許庁 審査業務部 商標課 商標審査基準室 室長 （特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 室長（前））
尾茂　康雄	特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 課長補佐
小林　　郁	特許庁 審査業務部 商標課 商標制度企画室 室員
片木　研司	特許庁 総務部 総務課 制度審議室 法制専門官
中山　寛太	特許庁 総務部 総務課 制度審議室 審議企画班 商標制度係長

一般財団法人知的財産研究教育財団

小林　　徹	常務理事
中西　　聡	知的財産研究所 研究部長
小暮　理恵子	知的財産研究所 主任研究員
井手　李咲	知的財産研究所 主任研究員
西村　素夫	知的財産研究所 主任研究員
柴田　紗知子	知的財産研究所 主任研究員
山﨑　亨	知的財産研究所 研究業務課長
森田　智絵	知的財産研究所 補助研究員
石本　愛美	知的財産研究所 補助研究員
坂治　深雪	知的財産研究所 補助研究員
天童　史子	知的財産研究所 補助研究員

はじめに

商標に係る制度のうち、我が国での導入や見直しが検討課題となり得る制度として、「部分拒絶制度」「におい等非伝統的商標」「非グラフィカルな手法による出願」がある。

「部分拒絶制度」（一部拒絶制度）は、直近では令和5年に韓国が導入し、他にも多くの国及び地域で採用されているところ、各国・地域での制度・運用の詳細や、我が国での導入ニーズについて調査する必要がある。

「におい等非伝統的商標」は、におい商標、触覚商標、味覚商標を指すところ、我が国では保護対象としていないが、諸外国においては保護されている実例が一定程度あり、平成28年7月の産業構造審議会知的財産分科会第2回商標制度小委員会でも「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」との提言があったところである。

「非グラフィカルな手法による出願」は、「標章の国際登録に関するマドリッド協定規則」の改正により、国際出願において同手法による標章を願書に添付した出願が可能となったが、こうした標章の保護対象可否の判断には国内法が適用され、我が国では現在、保護対象としていない。そこで、各締約国における制度・運用の実態や我が国における改正ニーズについて調査する必要がある。

このような背景を踏まえて、本調査研究では、上記3つのテーマについて、公開情報調査及び海外ヒアリング調査を通じて諸外国・地域の法令、運用等を調査し整理するとともに、国内質問票調査及び国内ヒアリング調査を通じて我が国における制度・運用の改正ニーズや課題等について明らかにすることを目的とした。

本調査研究によって得られた、各制度及びそれらに係る諸外国・地域での運用の詳細や、我が国における現在の各制度に係るニーズや懸念、想定される課題等が、商標制度・運用見直しの要否検討の基礎資料となれば幸いである。

最後に、本調査研究の遂行にあたり、国内質問票調査、海外ヒアリング調査、国内ヒアリング調査にご協力いただいた企業、団体、弁護士、弁理士、学識経験者の関係各位に対して、この場を借りて深く感謝申し上げる次第である。

令和7年3月

一般財団法人知的財産研究教育財団
知的財産研究所

目　次

要約
実施体制名簿
はじめに

本編
第１部　本調査研究の背景・目的 1
第２部　調査対象の定義及び調査実施方法 3
　第１章　調査対象の定義 3
　第２章　調査実施方法 3
　　第１節　公開情報調査 3
　　第２節　国内質問票調査 5
　　第３節　海外ヒアリング調査 6
　　第４節　国内ヒアリング調査 7
第３部　調査結果 9
　第１章　我が国の現状 9
　　第１節　部分拒絶制度 9
　　第２節　におい等非伝統的商標 9
　　第３節　非グラフィカルな手法による出願 9
　第２章　各国・地域の調査 10
　　第１節　アメリカ合衆国 10
　　第２節　欧州連合（EUIPO） 20
　　第３節　ドイツ 30
　　第４節　フランス 41
　　第５節　スウェーデン 48
　　第６節　英国 55
　　第７節　トルコ 66
　　第８節　インド 73
　　第９節　中国 79
　　第１０節　韓国 85
　　第１１節　台湾 94
　　第１２節　シンガポール 100
　　第１３節　オーストラリア 109
　第３章　国内質問票調査 118
　　第１節　国内企業に対する国内質問票調査 118
　　第２節　代理人事務所に対する国内質問票調査 173
　第４章　国内企業ヒアリング調査 206
　　第１節　部分拒絶制度 206

第２節　非伝統的商標の保護対象の拡大 213
第３節　非グラフィカルな手法による出願 219
第５章　有識者ヒアリング調査 225
第１節　部分拒絶制度 225
第２節　非伝統的商標の保護対象の拡大 233
第３節　非グラフィカルな手法による出願 241
第４部　まとめ 248
第１章　部分拒絶制度 248
第１節　各国・地域の制度の概要 248
第２節　国内の現状分析 250
第３節　制度を見直す場合の検討事項と課題 250
第２章　におい等非伝統的商標 264
第１節　各国・地域の制度の概要 264
第２節　国内の現状分析 265
第３節　制度を見直す場合の検討事項と課題 265
第３章　非グラフィカルな手法による出願 280
第１節　各国・地域の制度の概要 280
第２節　国内の現状分析 281
第３節　制度を見直す場合の検討事項と課題 281
資料編 289
資料１ 291
資料２ 311

第１部　本調査研究の背景・目的

商標に係る制度のうち、我が国での導入や見直しが検討課題となり得る制度及びそれらに係る諸外国における運用の詳細を調査し、我が国における制度・運用見直しの要否検討の基礎資料とするため、諸外国の法令・運用等を調査・整理するとともに、国内質問票調査及び国内外ヒアリング調査を実施した。

具体的には、以下の論点について調査対象とした。

１．部分拒絶制度

我が国においては、商標審査における拒絶理由が一部の指定商品・指定役務のみを対象とする場合、補正などにより拒絶理由が解消されなければ、出願全体が拒絶となる。一方、拒絶理由が解消されない場合、対象となっている指定商品・指定役務のみを拒絶し、保護を認容できる指定商品･指定役務については登録を認める「部分拒絶制度」（一部拒絶制度）も存在する。直近では令和 5 年に韓国が同様の制度を導入し、他にも多くの国及び地域で採用されている。

そこで、各国・地域での制度・運用の詳細や、我が国での導入ニーズについて調査を実施した。

２．非伝統的商標制度の見直し

（１）保護対象の拡大

我が国においては、特許法等の一部を改正する法律（平成 26 年 5 月 14 日法律第 36 号）により、「色彩のみからなる商標」「音商標」「動き商標」「ホログラム商標」及び「位置商標」の登録が可能となった。上記の類型以外の非伝統的商標のうち、「におい商標」「触覚商標」「味覚商標」（以下「におい等非伝統的商標」という。）については、我が国では保護対象としていないが、諸外国においては保護されている実例が一定程度ある。

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（平成 28 年 7 月 12 日）においても、におい等非伝統的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」との提言がなされている [1]など、不断の情報収集や分析を行う必要がある。

---

[1] 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（平成 28 年 7 月 12 日）　資料 3「商標制度に係る検討事項」https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/shohyo_shoi/document/02-shiryou/shiryou3.pdf　及び議事録 https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/shohyo_shoi/document/index/t_mark_gijiroku02new.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 3 日］

（２）非グラフィカルな手法による出願

マドリッド同盟総会第 55 回会合において採択された「標章の国際登録に関するマドリッド協定規則」の改正[2]により、標章の記載について、標章の視覚的表示の代わりに、1 つのデジタルファイルで標章を表すことが可能となった。これにより、音商標、動き商標又はこれらの組み合わせ等を、音声ファイル（WAV 形式又は MP3 形式）や動画ファイル（MP4 形式）といった、非グラフィカルな手法により表された標章として願書に添付した出願（以下「非グラフィカルな手法による出願」又は「非グラフィカル出願」という。）が可能となったが、こうした標章が保護の対象となり得るかどうかを判断する際には引き続き国内法を適用することになっており、我が国においてはこれらの標章を保護対象とせず、拒絶理由を通知している。他方で、そのような形式で出願された商標について保護対象とし、拒絶理由を通知しない締約国も存在する。

そこで、同規則改正により認められた出願に対する各締約国における制度・運用の実態や、我が国における制度・運用の改正ニーズについて、調査を実施した。

[2] 【商標の国際出願】標章の国際登録に関するマドリッド協定規則、料金表及び実施細則の改正（2023 年 2 月 1 日施行）https://www.jpo.go.jp/system/trademark/madrid/kisoku/230201_madird_hyosho_kaisei.html［最終アクセス日：2025 年 3 月 3 日］

第２部　調査対象の定義及び調査実施方法

第１章　調査対象の定義

本調査研究において調査対象とする論点は、第 1 部にあるように、「１．部分拒絶制度」、「２．非伝統的商標制度の見直し（１）保護対象の拡大」、「２．非伝統的商標制度の見直し（２）非グラフィカルな手法による出願」である。

公開情報調査、国内質問票調査、海外ヒアリング調査及び国内ヒアリング調査を行うにあたり、調査対象が明確となるよう、上記 3 つの論点を以下のように整理した。

・テーマ１　部分拒絶制度

本調査研究において、「部分拒絶制度（partial refusal system）」とは、出願の一部の指定商品役務について拒絶された場合、その他の拒絶理由がない指定商品役務については登録を認める制度を指すこととする。

・テーマ２　におい等非伝統的商標

本調査研究では、非伝統的商標のうち「におい商標（smell/olfactory marks）」、「触覚商標（touch/tactile marks）」、「味覚商標（taste/gustatory marks）」を調査対象とする。

・テーマ３　非グラフィカルな手法による出願

本調査研究において、「非グラフィカルな手法による出願（Applications using non-graphical methods）」又は「非グラフィカル出願（Non-graphical applications）」は、音商標・動き商標・ホログラム商標・マルチメディア商標（音と文字や図形等の動きの組合せ）等について、出願時に商標を 1 つのデジタルファイル（例えば、音声ファイルや動画ファイル）のみで、又はそれを主として、表現する出願を指すこととする。

なお、グラフィカルな手法（例えば、五線譜）を主な商標表示の手段とし、デジタルファイルを補助的な手段としている場合には、本調査研究では「非グラフィカルな手法による出願」は導入されていないものとして扱う。

第２章　調査実施方法

第１節　公開情報調査

１．調査目的

法令、審査基準（ガイドライン等）、審査便覧（マニュアル等）、裁判例、その他有用な情報（ニーズ把握及び国内外ヒアリング調査において考慮すべき情報等）の分析・取りまとめを目的として、調査を行った。具体的には、部分拒絶制度、におい等非伝統的商標、

非グラフィカルな手法による出願についての各国・地域における制度・運用の調査、整理、分析を行った。

２．調査方法

（１）調査対象

アメリカ合衆国、欧州（EUIPO）、ドイツ、フランス、スウェーデン、英国、トルコ、インド、中国、韓国、台湾、シンガポール、オーストラリアの 13 の国及び地域とした。

（２）実施方法

書籍、論文、裁判例、調査研究報告書、審議会報告書、ニュース記事、法・判例等検索データベース情報、インターネット情報等を利用した。裁判例、審査例については原則として 2005 年以降の事例を対象とするが、調査の過程において有益な事例が発見された場合は、それ以前の事例でも調査結果に含めることとした。

（３）調査項目

各テーマについて、以下の調査項目に関して調査、整理、分析を行った。

（ⅰ）部分拒絶制度

・調査対象国・地域の商標制度における、部分拒絶制度の規定の有無。
・部分拒絶制度の規定がある場合は、法令、審査基準（ガイドライン等）、審査便覧（マニュアル等）等における関連規定や詳細な運用等。
・部分拒絶制度を我が国と同様に導入していない場合は、その理由と背景、将来的な導入に向けた動きの有無。

（ⅱ）におい等非伝統的商標

・調査対象国・地域の商標制度における、におい等非伝統的商標についての規定の有無。
・におい等非伝統的商標の規定がある場合は、法令、審査基準（ガイドライン等）、審査便覧（マニュアル等）等における関連規定や詳細な運用等。
・におい等非伝統的商標について、我が国と同様に保護対象としていない場合は、その理由と背景、将来的な導入に向けた動きの有無。

（ⅲ）非グラフィカルな手法による出願

・13 の国・地域の商標制度における、非グラフィカルな手法による出願の規定の有無。
・非グラフィカルな手法による出願の規定がある場合は、法令、審査基準（ガイドライン

等)、審査便覧（マニュアル等）等における関連規定や詳細な運用等。
・非グラフィカル出願について、我が国と同様に保護対象としていない場合は、その理由と背景、将来的な導入に向けた動きの有無。

第２節　国内質問票調査

１．調査目的

部分拒絶制度､におい等非伝統的商標の保護､非グラフィカルな手法による出願に関し、企業等及び代理人のニーズや意見について明らかにすることを目的として、国内質問票調査を実施した。

２．調査方法

（１）調査対象

本調査研究の趣旨・目的を踏まえて出願傾向等を基に抽出した企業等 252 者及び代理人 165 者を対象者とした。

（２）調査期間

国内質問票調査は、令和 6 年 9 月 13 日から同年 10 月 21 日までの期間において実施した。

（３）実施方法

対象者に対して質問票を郵送し、対象者は郵送、メール又は Web で回答した。国内企業等の回答者数は 134 者（回答率 53.6%)、代理人事務所の回答者数は 51 者（回答率 30.9%）であった。

（４）質問票の内容

質問票は、企業等と代理人についてそれぞれ作成した。企業等向け質問票については資料編Ⅱの資料 1、代理人事務所向け質問票については資料編Ⅱの資料 2 に掲載した。
調査項目は、企業等、代理人事務所いずれも、以下のとおりである。

質問 A　回答者の属性等に関する質問
質問 B　部分拒絶制度に関する質問
質問 C　非伝統的商標の保護拡大（におい等非伝統的商標）に関する質問
質問 D　非グラフィカルな手法による出願に関する質問

第３節　海外ヒアリング調査

１．調査目的

公開情報調査の結果を踏まえ、より詳細な調査を行うため、海外ヒアリング調査を行った。

２．調査方法

（１）調査対象

調査対象である 13 の国・地域の代理人（弁理士・弁護士）を対象とした。
ヒアリング調査に協力いただいた方々は以下のとおりである。

＜代理人＞（敬称略）

アメリカ合衆国	Finnegan, Henderson, Farabow, Garrett & Dunner LLP Naresh Kilaru
欧州（EUIPO）	Hoyng Reimann Osterrieth Köhler Haft Monégier du Sorbier Partnerschaftsgesellschaft von Rechtsanwälten mbB Thomas H. Schmitz
ドイツ	HOFFMANN EITLE Patent- und Rechtsanwälte PartmbB Michaela Ring
フランス	HOYNG ROKH MONEGIER SAS Caroline Levesque、 Marion Soulé
スウェーデン	AWA Sweden AB Kristina Fredlund
英国	MARKS & CLERK LLP Hernán Ríos、 Elise Cant、 Faith Chong
トルコ	DESTEK PATENT Simay Akbaş、 Pelin Demiroğlu
インド	ANAND AND ANAND Safir R Anand
中国	北京三友知識産権代理有限公司 何薇、 王新艷、 譚喬莎、 陳琳陽、 邱宏源
韓国	金・張法律事務所 李埈瑞
台湾	維新国際専利法律事務所 黄瑞賢
シンガポール	Drew & Napier LLC Lim Siau Wen

オーストラリア　　SPRUSON & FERGUSON PTY LTD
Julia Caunt、　　Anthea Nicolaou

（2）実施方法

オンライン形式又は対面形式（韓国のみ）にて、日本語又は逐次通訳により、1 時間半～2 時間程度で実施した。ヒアリング調査前に、同調査に協力いただく代理人に質問票を送付し、書面での回答を得た。ヒアリング調査時には、当該回答書に基づいて、質問とそれへの回答・意見の聴取を行った。

（3）調査項目

公開情報調査における調査項目と基本的に同じであるが、同調査を踏まえ、公開情報では不明確であった点の明確化や、更に詳細かつ正確な情報を収集するように努めた。また、各国・地域の実務家からでないと得にくい各制度の運用実態や活用程度等の情報も調査項目とした。

第４節　国内ヒアリング調査

１．調査目的

公開情報調査及び国内質問票調査の結果を踏まえ、より詳細な調査を行うため、国内ヒアリング調査を行った。

２．調査方法

（1）調査対象

企業、弁護士・弁理士及び学識経験者に対して実施した。

（ⅰ）企業

部分拒絶制度、におい等非伝統的商標、非グラフィカルな手法による出願に関する要望及び課題を把握するため、国内質問票調査に協力いただいた企業のうち 5 者にヒアリング調査を行った。

（ⅱ）弁護士・弁理士及び学識経験者

部分拒絶制度、におい等非伝統的商標、非グラフィカルな手法による出願に関する課題の整理及び分析に対する専門的な視点からの助言を得るため、商標制度に精通した弁護士・弁理士、学識経験者にヒアリング調査を行った。

ヒアリング調査に協力いただいた方々は以下のとおりである。

＜弁護士・弁理士＞（敬称略）

桜坂法律事務所
　弁護士　林いづみ、弁護士・弁理士　堀籠佳典、弁護士・弁理士　服部謙太朗
阿部・井窪・片山法律事務所
　弁護士　江幡奈歩、弁理士　岡田貴子
協和特許法律事務所
　弁理士　本宮照久
青和特許法律事務所
　弁理士　外川奈美、弁理士　遠山良樹

＜学識経験者＞（敬称略）

学習院大学　法学部　教授　小塚荘一郎
福岡大学　法学部　講師　平澤卓人

（２）実施方法

オンライン形式にて、1 時間程度で実施した。ヒアリング調査を実施する前に、協力者に質問文を提供した。

（３）調査項目

企業、弁護士・弁理士及び学識経験者についてそれぞれ調査項目を設定した。

（ⅰ）企業

国内質問票調査で得られた回答を踏まえ、部分拒絶制度、におい等非伝統的商標、非グラフィカルな手法による出願の各テーマについて、各制度に係る経験、各制度のメリットとデメリット、各制度の導入の要否等について聴取した。

（ⅱ）弁護士・弁理士及び学識経験者

部分拒絶制度、におい等非伝統的商標、非グラフィカルな手法による出願の各テーマについて、各制度に係る経験、各制度のメリットとデメリット、各制度の導入とそれに伴う法改正の要否、制度を導入すると仮定した場合の検討事項等について聴取した。

第３部　調査結果

第１章　我が国の現状

第１節　部分拒絶制度

我が国では現在、この制度は導入されていない。審査の最終段階において、出願の一部の指定商品役務について拒絶理由が残っている場合には、全ての指定商品役務について、すなわち出願全体が拒絶査定を受けることとなっている。

第２節　におい等非伝統的商標

我が国では現在、におい等非伝統的商標は保護対象となっていない。特許法等の一部を改正する法律（平成 26 年 5 月 14 日法律第 36 号）により、非伝統的商標のうち「色彩のみからなる商標」「音商標」「動き商標」「ホログラム商標」及び「位置商標」は保護対象となり、同改正の際には、におい等非伝統的商標についても保護対象への追加が検討されたが、ニーズが顕在化していない等の理由により見送られている。

第３節　非グラフィカルな手法による出願

我が国では現在、この制度は導入されていない。音商標は、五線譜又は文字等で視覚的に表現することが求められており、音声ファイルは願書に表された商標を特定するための補助的なものとされている。動き商標とホログラム商標は、１又は複数の標章で表現することが求められており、商標を特定するために動画ファイルを提出することはできない。なお、マルチメディア商標は、保護対象とされていない。

第２章　各国・地域の調査

本章では、公開情報調査及び海外ヒアリング調査の結果に基づき、調査対象である 13 の国・地域ごとに、部分拒絶制度、におい等非伝統的商標、非グラフィカルな手法による出願の各テーマについて情報を整理した。

第１節　アメリカ合衆国

アメリカ合衆国は、部分拒絶制度及びにおい等非伝統的商標の保護を導入している。におい等非伝統的商標については柔軟な姿勢を持っており、におい商標及び触覚商標の登録例がある。非グラフィカルな手法による出願は導入していない。

１．部分拒絶制度

（１）関連規定、制度的枠組み

国内出願と国際登録出願の双方において、部分拒絶制度が導入されている。実体審査は絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由の両方について行われ、その結果として部分拒絶の通知が出されうる。

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

商標法[3]は「部分拒絶」について明確に言及していないものの、部分拒絶が適切である場合を判断するために、商標法 2 条（拒絶理由を概説する）が一般的に商標審査便覧（TMEP）[4]とあわせて適用される。

（２）導入された背景と経緯

審査官がいつから部分拒絶を行うようになったかという「開始日」については承知していないが、ほとんどの場合、部分拒絶は常に実務の一部であった。商標法には拒絶が全面的でなければならないかどうかが明記されていないところ、商標審査便覧（TMEP）は 1974 年の初版以来、部分拒絶を認めており、当時すでに行われていた可能性が高い実務を反映しているからである。

---

[3] Trademark Act of 1946 (Lanham Act, 15 U.S.C. §§ 1051-1141n, amended up to Public Law No. 116-260) https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/21469　（WIPO ウェブサイト　「WIPO Lex」＞「Database」）
商標法（合衆国法典第 15 巻（15 U.S.C.）第 22 章）日本語訳　https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/usa-shouhyou.pdf（特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[4] Trademark Manual of Examining Procedure (TMEP) https://tmep.uspto.gov/RDMS/TMEP/current［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（３）部分拒絶の通知形式・内容

オフィスアクション（拒絶理由通知）において、審査官は拒絶の根拠を示さなければならない。審査官が部分拒絶を行う場合、オフィスアクションではその旨を明確にし、出願人が応答しなかった場合、米国特許商標庁（以下「USPTO」という。）は拒絶された商品役務を削除するため補正書を作成することを説明しなければならない。 また、オフィスアクションには、公告に進むことが許可される商品役務の部分を明確に示さなければならない。

ただし、拒絶の根拠が先行商標の存在である場合、オフィスアクションにおいて、審査官は部分拒絶であるか否か明示する必要がない。したがって、どの商品役務が拒絶の対象であるか具体的に示すという要件もない。

商標審査便覧§718.02 (a) [5]に、部分拒絶の場合の通知（オフィスアクション）について、以下のような詳しい解説がある。

「商標規則 [6]2.65（a）（1） は、全ての拒絶・要求が明らかに一定の商品役務に限定されており、出願人がその拒絶又は要求に対して応答しない又は完全には応答しない場合は、その出願はそれらの特定の商品役務に限って放棄される旨を規定している。」

「オフィスアクションは、拒絶は一定の商品役務又は区分に限って適用されることを述べなければならない。審査官がオフィスアクション（すなわち最初の又はその後の非最終オフィスアクション、ファイナルアクション又は再審査請求の拒絶）において一定の商品役務、区分に限って適用される拒絶又は要求を発行する場合、これはオフィスアクションにおいて明示的に記述されなければならない。一部放棄は、オフィスアクションが拒絶又は要求が一定の商品役務、区分のみに限定されることを明示的に述べている場合に限って適用される。オフィスアクションがその拒絶又は要求は一定の商品役務、区分に限定して適用されるとの明確かつ明示的な記述を含んでいない場合は、その拒絶又は要求はすべての商品役務、区分に適用され、かつそのオフィスアクションに対する応答の不履行はその出願全体の放棄をもたらす。」

「オフィスアクションにおいて見出しの使用が奨励される。部分拒絶又は要求を発行するときは、審査官はその拒絶又は要求が一定の商品役務、区分のみに適用されることが記録上明確になるようにするために、「部分拒絶（Partial Refusal）」又は「一部要求（Partial Requirement）」の見出しを使用することが奨励される。」

「オフィスアクションにおける放棄通知の使用。部分拒絶又は要求を発行する場合であって、出願人が応答期間内にオフィスアクションに対して応答しない場合、審査官は出願人に対し、特定の商品役務又は区分は出願から削除（放棄）され、出願は残りの商品役務又は区分のみで進められることを通知しなければならない。」

---

[5] https://tmep.uspto.gov/RDMS/TMEP/current#/current/TMEP-700d1e2896.html［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[6] U.S. Trademark Law, Rules of Practice, 37 C.F.R. 2 et seq. (Consolidated Trademark Regulation as of January 2009) https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/5401 （WIPO ウェブサイト 「WIPO Lex」＞「Database」）
商標規則（連邦規則法典第 37 巻）日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/usa-shouhyou_kisoku.pdf（特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（４）部分拒絶への対応方法

部分拒絶への対応方法としては、意見書の提出や補正（指定商品役務の減縮）が考えられる。

商標法 12 条には、審査官による拒絶の旨と拒絶理由を通知に対し、出願人は応答し又は出願を補正することができ、その後出願は再度審査されること、また、こうした手続きは審査官が登録を最終的に拒絶するか又は出願がみなし放棄されるまで反復することができる旨が定められている。

応答期間は、オフィスアクション（拒絶理由通知）の通知日から 3 月である。期間延長が可能で、応答期限前の延長請求と手数料納付により、通知日から最長 6 月まで 3 月毎に延長できる（商標規則 2.62（a）（2））。

一般的に、出願人は、最終決定がなされる前に、面接を通じて審査官と意思疎通を図り、提起された問題について話し合い、部分拒絶を解消するために商品役務の範囲を減縮することが可能である（商標審査便覧§709.01[7]）。面接は、電話、ビデオ会議、電子メール等で行うことができる。出願の過程においていつでも行うことができるが、通常は初回のオフィスアクション後に行われる。

（５）部分拒絶に対応しなかった場合の出願の扱い（知財庁側）

部分拒絶のオフィスアクションに対して出願人からの応答がないまま応答期間が満了した場合、審査官は拒絶された商品役務を削除する補正書を作成する。その後、出願は公告が許可される。

公告期間中に異議申立がなされなかった場合、実際の使用（商標法 1 条（a））に基づく出願や、外国の先行登録（商標法 44 条（e））に基づく出願については、登録に進む。使用意思（商標法 1 条（b））に基づく出願であれば、USPTO は公告後に許可通知を発行し、出願人が実際の使用を証明する書類を提出した場合にのみ、登録される。優先権のある外国出願に基づく出願（商標法 44 条（d））については、外国出願が登録に至ったという証拠が出願人により提出されるまで、出願手続は公告後に中断される。

商標規則 2.65（放棄）では、出願人が応答期間（3 月。延長した場合にはその期間を含む応答期間）内にオフィスアクションに応答しなかった場合には、出願が放棄とされる旨、また、すべての拒絶が明示的に一部指定商品役務を対象とする場合には、それらの商品役務に限定して放棄とされる旨が定められている。

また、商標審査便覧§718.02（a）の第 4 段落には、「出願人が、特定の商品役務・区分のみに明示的に限定された拒絶又は要求に応答しなかった場合、審査官は、拒絶又は要求に係る商品役務・区分を削除（放棄）する審査官補正書を発しなくてはならない。審査官補正書には、出願の商品役務の表示に加えられる変更が明確に記載されるべきである。この状況において審査官補正書を発するために、出願人又は出願人に委任された弁護士による

[7] https://tmep.uspto.gov/RDMS/TMEP/current#/current/TMEP-700d1e1085.html［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

事前承認は必要ない。」とある。

（６）部分拒絶の査定を受けた後の対応方法と出願の扱い

（ｉ）出願人側の対応方法

出願人の対応としては、再審査の請求や、拒絶査定不服審判の請求が考えられる。

商標規則 2.63 では、審査官が出願に対して拒絶を維持するファイナルオフィスアクション（最終の拒絶通知）を発した場合、適時に、審査官に対する「再審査請求（request for reconsideration）であって、登録についての実体的拒絶を克服することを求め、かつファイナルオフィスアクションで維持されていた未解決要求のすべてを満たすもの」または「商標審判部[8]に対する審判請求」を提出することによって応答することができる、と定められている。

オフィスアクションに対して応答しても審査官が部分拒絶を維持した場合、その拒絶は「最終（final)」となる。この最終拒絶を不服とする場合、出願人は、審査官に対する再審査請求や、商標審判部に対する不服審判の請求ができる。

なお、再審査請求[9]では、新たな主張や当該主張を後押しする事実に基づく証拠に基づいて審査官に再考を求めることができる。一方、不服審判[10]では新たな証拠を提出することはできない。

部分拒絶の決定を受け入れる場合には何もしないことが許容されるが、その場合、USPTO が拒絶の対象でない商品役務について登録を進める。実務的には、この USPTO の処理を早めるため、出願人は審査官に補正後の商品役務を受け入れる旨を電話やメール等で伝えたり、必要な補正を採用する再審査請求を行ったりすることができる。なお、例えば電話で審査官とやり取りをした場合、審査官はその内容の記録を作成して公表する。

（ⅱ）知財庁による出願の扱い

部分拒絶が一部登録につながる場合、USPTO は慣行として、部分登録の決定の通知（「Notice of Allowance」）と部分拒絶の決定の通知の両方を発行し、出願の登録許可された部分と拒絶された部分が別々に説明される。なお、2 つの通知を発行することは法令等により定められているものではないため、1 つの書面でまとめて通知されることもありうる。

部分拒絶の決定に対して不服審判が請求された場合には、USPTO は拒絶対象でない部分について何も行わず、拒絶された部分の結論が出るまで保留にする。なお、不服審判が終わるまでには 1～3 年を要する可能性があるため、実務上の観点から、審判請求の際、ほとんどの場合で出願の分割が行われる。

8 商標審判部　Trademark Trial and Appeal Board（TTAB）

9 再審査請求は、2017 年 10 月に商標審査便覧に導入された（§715.03）。審査官が審査において考慮しなかった証拠を提出する機会を出願人に提供するために導入された。

10 ヒアリング協力者によると、商標審判部が審査官の拒絶の判断を覆すことは例年ほとんどなく、不服申立事件の 10%未満に過ぎない。

出願人が部分拒絶の決定を受け入れ、審判請求等を行わなかった場合、USPTO は拒絶された商品役務を削除し、残りの商品役務について商標登録を許可する。

商標規則 2.67 には、USPTO による処分の中断に関して、

「有効かつ十分な事由があるときは、庁による処分は、合理的な期間、中断することができる。標章の当初の又は継続した登録可能性の問題に関連する手続が庁又は裁判所に係属しているという事実（中略）は、一応有効かつ十分な事由とみなされる。庁又は裁判所の手続は、手続又は訴訟を終了させる命令又は決定が宣告及び通知され、かつ、上訴又は他の更なる再審理のための期間が更なる再審理が求められることなく満了するまで、最終的に決定されたとはみなされない。」

との規定がある。

（７）運用の実態

USPTO により公表された統計はないものの、調査や実務に鑑みると、部分拒絶のかなりの部分が出願人からの応答なしに終わっている。出願人の多くが、代理人の費用、初期の拒絶率の高さ、拒絶対象の商品役務が自己にとって不可欠でない等様々な要因により応答しない傾向がある。

部分拒絶を受けた場合、出願人は出願商標が自己の事業やブランドにとってどの程度価値があるか、拒絶対象の商品役務が自己の事業にとってどの程度価値があるかによってどのように対応することを決める可能性が高い。アメリカ合衆国においては、削除される商品役務に関しての商標の使用を保護するためにコモンロー上の権利に頼ることができるため、登録は必須でないという事情がある。

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

商標法 2 条、3 条、45 条がにおい等非伝統的商標の保護の根拠規定となっている。

商標法 2 条は登録可能な商品商標、3 条は役務商標が商品商標と同一の方式・同一の効力をもって登録可能であること、45 条は商標法における用語の意味、をそれぞれ規定している。

特に、商標法 2 条では、

「出願人の商品を他人の商品から識別することを可能にする商標はその性質を理由として主登録簿に登録することを拒絶されることはない。ただし，その商標が次に該当するときはこの限りでない。（以下略）」[11]

と定められている。また、商標法 45 条では、

[11] 商標法（合衆国法典第 15 巻（15 U.S.C.）第 22 章）日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/usa-shouhyou.pdf（特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

「商品標章（Trademark）。『商品標章』という用語は、語、名称、記号若しくは図形又はその結合であり、次の条件に該当するものを含む。

（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、本法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」

役務標章（Service mark）。『役務標章』という用語は、語、名称、記号若しくは図形又はその結合であって、次の条件に該当するものを意味する。

（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、本法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、その目的が独自の役務を含む、その者の役務を特定し、それを他人の役務から識別し、また、その役務の出所を、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。ラジオ又はテレビ番組の題名、キャラクター名及びその他の識別性のある特徴は、それら又はその番組がスポンサーの商品を広告するものであっても、役務標章として登録することができる。」

と規定されている。

（２）保護可能とした背景と経緯

におい等非伝統的商標は、商標法の広範な文言の下で保護されており、判例法はこの解釈を先例として確固たるものにしている。ある斬新な事例において、商標審判部は、においが機能的ではなく出所識別標識として使用される限り、商標として登録されうると判断し（In re Clark, 17 U.S.P.Q.2d 1238 （1990））[12]、これがにおい商標を登録することを認めた最初の事例となった。その他の判例においても、色彩その他の非伝統的商標は登録され得ると示された（Qualitex Co. v. Jacobson Products Co., 514 U.S. 159 （1995） ）[13]。

（３）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

におい商標を含む非視覚的な商標の場合には、図面の提出を要求されない一方、商標の詳細な説明を必ず提出しなければならない（商標規則 2.52 (e)、商標審査便覧§808.01[14]）。また、におい商標の場合、願書では商標の種類が「標準文字」であると示し、かつ「標準文字」欄に「におい」商標と入力しなければならない。紙出願の場合には、出願商標が「非

12 「プルメリアの花を思わせるインパクトがあり爽やかな花の香り」のにおい商標出願（USSN 73/758,429、第 23 類「縫い糸，刺繍糸」）の登録可否が争われた事案。出願商標は出所を識別または区別しないため商標として機能しないとして、審査段階では拒絶査定が出された。商標審判部は、においが出所識別標識として機能し得ないという正当な理由は無いと判断し、拒絶査定を取り消した。この事案では、出願人企業は明確な香りを有する糸を販売する唯一の企業であり、消費者がその香りを、出所を識別するものとして認識するようになったという証拠があった。

13 https://www.wipo.int/wipolex/en/text/581589 WIPO ウェブサイト 「WIPO Lex」＞「Database」［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

14 https://tmep.uspto.gov/RDMS/TMEP/current#/current/TMEP-800d1e2086.html［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

視覚的商標（NON-VISUAL MARK）」であることを明示する（商標審査便覧§807.09[15]）

実際の使用に基づく出願の場合には、現実に使用される態様での商標の見本を提出する必要があるところ、におい、味等の非伝統的商標については、見本を（USPTO が受理可能なものとして指定したファイル形式により電子出願システム[16]経由で提出するのではなく）郵送することができる（商標規則 2.56（d）（1））。

（４）審査等での取り扱い

（ｉ）商標の保存と公表

非伝統的商標は、伝統的商標と同じ方法で保存され、公表される。すべての登録商標は商標登録簿に掲載され、トレードマーク・センター（Trademark Center）[17]を通じて一般に閲覧することができる。登録されたにおい商標の例としては、登録第 5467089 号[18]を参照のこと。

USPTO に出願されるものはすべて公開されることになっている。においの商標について、物理的な標本が提出されていた場合、オンラインで公開することは不可能だが、理論的には、USPTO に行って申請すれば、においの標本を確認することは可能と考えられる。

（ⅱ）登録要件（審査基準等）

商標審査便覧（2024 年 11 月版）は、すべての商標出願の審査方法に関するガイダンスを提供しており、非伝統的商標に関連するセクションは、§301.02（b）[19]と§904.03（m）[20]である。

また、判例を分析することで、裁判所が非伝統的商標の登録性をどのように解釈してきたかを確認することができる（In re Clark, 17 U.S.P.Q.2d 1238（1990）や、Qualitex Co. v. Jacobson Products Co., 514 U.S. 159 （1995） を参照のこと）。

（ⅲ）識別力の判断

におい等非伝統的商標を扱う場合、識別性を評価することは、これらの商標が視覚的に表現されにくいため複雑である。

このため、非伝統的商標がユニークであり、特定の出所と関連付けられ得ることを証明するための基準が厳しくなる傾向があり、当該商標の感覚的性質を明らかにするために、詳細な説明や、時には物理的なサンプルに頼ることも多い。においに関しては、例えば、

15 https://tmep.uspto.gov/RDMS/TMEP/current#/current/TMEP-800d1e1656.html［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

16 「TEAS＋」（Trademark Electric Application System Plus）

17 Trademark Center ウェブサイト　https://tmsearch.uspto.gov/search/search-information［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

18 https://tsdr.uspto.gov/#caseNumber=87335817&caseSearchType=US_APPLICATION&caseType=DEFAULT&searchType=statusSearch［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

19 https://tmep.uspto.gov/RDMS/TMEP/current#/current/ch300_ZZ9Zsb967672.html［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

20 https://tmep.uspto.gov/RDMS/TMEP/current#/current/TMEP-900d1e994.html［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

においは出所識別標識として機能しないという推定を覆すために、出願人は、消費者の心に関連性を作り出すための努力の実質的な証拠（アンケート調査証拠、マーケティングプログラム、広告費等）を提出しなければならない。

（ⅳ）類否の判断

　におい等非伝統的商標を扱う場合、先行商標との類似性を評価することは、これらの商標が視覚的に表現されにくいため複雑である。

（ｖ）権利範囲の特定方法

　におい等非伝統的商標を扱う場合、商標権の範囲を特定することは、これらの商標が視覚的に表現されにくいため複雑である。
　第三者による侵害に対してにおいの商標権を行使する場面では、商標の説明に加え、必要に応じて物理的な標本を参照し、商標権の範囲を特定することになる。「必要に応じて」というのは、例えば、商標の説明が「本標章は、甘く、わずかにムスクのような、バニラの香りに、わずかにチェリーの含みを持たせ、塩漬けされた小麦ベースの生地の香りと組み合わせた香りである。」であれば、どのようなにおいか一般人の感覚で十分把握できるため、においの標本を確認する必要はないということである。

（５）重要な事例・裁判例

　アメリカ合衆国のにおい等非伝統的商標に関して知っておくべき事例や裁判例[21]としては、In re Clark, 17 U.S.P.Q.2d 1238　(1990) が挙げられる。USPTO がにおいを商標として登録することを認めた最初のケース[22]である。

　におい商標の登録例としては、以下のようなものがある。
・商標の説明「本標章はサクランボの香りからなる。」[23]
　　指定商品：　第 4 類「高性能レース及びレクリエーション用車両用合成潤滑油」
・商標の説明「本標章は、甘く、わずかにムスクのような、バニラの香りに、わずかにチェリーの含みを持たせ、塩漬けされた小麦ベースの生地の香りと組み合わせた香りである。」[24]

---

[21] 参考として、B. Brett Heavner　2019 年 12 月 30 日付け記事「Passing the Sniff Test - When Trademarks Cover Smell, Sounds, or Motion」FINNEGAN INCONTESTABLE BLOG　がある。非伝統的商標とその登録性に関する議論を提供し、登録に成功した非伝統的商標の例を示している。 https://www.finnegan.com/en/insights/articles/passing-the-sniff-testwhen-trademarks-cover-smells-sounds-or-motion.html［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[22] 登録 1639128 号（USSN 73/758,429）／1988.10.18 出願／1991.3.26 登録、1997.9.29 使用宣誓書（8 条）不提出により登録抹消。
　商標の説明「プルメリアの花を思わせるインパクトがあり爽やかな花の香り。」
　指定商品：第 23 類「縫い糸，刺繍糸」

[23] 登録 2463044 号／1995.8.25 出願／2001.1.26 登録　獲得された識別力の主張あり。

[24] 登録 5467089 号／2017.2.14 出願／2018.5.15 登録　獲得された識別力の主張あり。

指定商品： 第 28 類「玩具用モデリングコンパウンド」
・商標の説明「ミントの香りをボウリングのボールにつけたもの。」[25]
指定商品： 第 28 類「スポーツ用品、すなわちボウリングボール」

触覚商標の登録例としては、以下のようなものがある。
・商標の説明「標章はワインボトルの表面に施されたベルベットの質感のカバーからなる。図面の点線は標章の特徴ではなく、商品の典型的な容器上の標章の位置を示すためのものである。」[26]
指定商品： 第 33 類「ワイン」
・商標の説明「本標章は触覚商標である。標章は、小さな木樽の形をした酒瓶の周囲のラベルに褐色のざらざらした木のような質感と緑色の滑らかな竹のような質感を取り入れた、商品の三次元の形状からなる。緑色の滑らかな竹のような質感は、瓶の上部のすぐ下と底部のすぐ上に現れる竹を模した樽のトラスの輪の表現上にあり、標章の残りの部分は、木樽の木材を模したボトルラベルの残りの表面に施された褐色のざらざらした木のような質感からなる。酒瓶の輪郭を表す破線は、商品上の標章の配置を示すものであり、標章の一部ではない。」[27]
指定商品： 第 33 類「日本酒」

（６）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

においの商標登録は非常に稀であり、現在登録簿にある有効なにおいの登録はわずか 15 件ほどである。なお、裁判例は、（５）で挙げた In re Clark, 17 U.S.P.Q.2d 1238 （1990）以外には把握していない。においの商標権が他者に対して行使された事例も把握していない。
色彩のような非伝統的商標は他にもあり、統計データは報告されていないが、様々な情報源によると、1990 年代後半以降、非伝統的商標について約 20,000～30,000 件の出願がなされている[28]。これは、USPTO があらゆる種類の商標について年間約 50 万件以上の出願を受理していることと比較すると、比較的少ない出願件数である。
一方で、近年、におい等非伝統的商標の出願は増加する傾向にある。これは、単語やロゴ以外の出所識別子を使用することの利点を実現しようとするマーケティング戦略によるものと考えられる[29]。

[25] 登録 6497227 号／2020.9.18 出願／2021.9.28 登録　獲得された識別力の主張あり。
[26] 登録 3155702 号／2005.3.23 出願／2006.10.17 登録／2013.5.24 使用宣誓書（8 条）不提出により登録抹消
[27] 登録 6216943 号／2017.1.25 出願／2020.12.18 登録
[28] 例えば、Mitchell Adams、Amanda Scardamaglia 共著『Non-Traditional Trademarks： Irene Calboli』、及び Martin Senftleben 編『The Protection of Non-Traditional Trademarks： Critical Perspectives』(Oxford 2018 年／オンライン版 Oxford Academic 2019 年 2 月 21 日）https://doi.org/10.1093/oso/9780198826576.003.0003［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］
[29] G. Warren Bleeker、Mike Koplow 共著　記事「Can you Trademark Sounds, Smells, Colours, Motions and Flavours?」WORLD TRADEMARK REVIEW （May 1, 2019）https://www.worldtrademarkreview.com/article/can-you-trademark-sounds-smells-colours-motions-and-flavours#:~:text=Such%20non%2Dtraditional%20trademarks%20have,others%20from%20doing%20the%20same この記事には「Such non-traditional trademarks have exploded in popularity in recent years because they have the potential to bring notoriety to a business or brand, provide a powerful differentiator over competition and can be used to block others from doing the same.（このような非伝統的な商標は、ビジネスやブランドに名声をもたらし、競合他社に対する強力な差別化要因となり、また他社の同様の行為を阻止するために使用できる可能性があるため、近年爆発的な人気を博している。）」との言及がある。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

３．非グラフィカルな手法による出願

（１）導入されていない理由や背景

現在のところ、非グラフィカルな手法は出願において部分的に取り入れられているものの、非グラフィカルな手法にのみに依拠して出願を行うことはできない。非伝統的商標の場合、「商標の説明」が必須とされており、本調査研究が対象とする「非グラフィカルな手法による出願」は導入されていない。

出願日の認定には、願書に出願人や代理人（いる場合）の情報、指定商品役務の表示のほか、原則として「標章の明瞭な図面」が含まれていることが求められている（商標規則2.21）。また、出願は、標章が標準文字でない場合には、「標章の説明」を含まなければならない（商標規則 2.32（a）（8））。

具体的には、商標規則において、以下のような規定がある。

・ 商標規則 2.37（標章の説明）

「標章が標準文字によるものでない場合は，標章の説明を含めなければならない。」[30]

・ 商標規則 2.52（図面の種類及び図面の形式）

「図面は、登録を求める標章を描写するものである。図面は、1 の標章のみを示さなければならない。出願人は、出願書類を提出するときは、標章の明瞭な図面を含めなければならない。図面には 2 種類がある。

(a)　（印字された）標準文字図面。（中略）

(b)　特別様式図面。出願人が、平面若しくは立体のデザイン、色彩及び／又は特定の書体若しくは大きさによる語、文字若しくは数字又はそれらの結合を含むものを登録しようとするときは、特別様式図面を提出しなければならない。（中略）

(1)　色彩商標（中略）　(2)　立体標章（中略）　(3)　動き商標（中略）

(4)　配置を示すための破線　（中略）

(5)　標章の説明。標章の説明を含めなければならない。

(c)　TEAS 図面。TEAS によって提出される図面は、§2.53 の要件を満たさなければならない。

(d)　紙面による図面。紙面による図面は、§2.54 の要件を満たさなければならない。

(e)　音響、匂い及び非視覚的標章。標章が音響、匂い又は他の完全に非視覚的事項のみによって構成されている場合は、出願人は、図面の提出を要求されない。この種の標章に関しては、出願人は、その標章に関する詳細な説明を提出しなければならない。

アメリカ合衆国では、商標の説明と標本（音声ファイル等）の両方が一緒に検討されるため、両方が同様の重要性を有する。例として、ライオンの声からなる音商標について考えると、音声ファイルを聞いただけでは、どのような動物であるかよく分からないということになる。しかしながら、商標の説明とその商標の標本の両方があれば、一般公衆も保

[30] 同旨の規定が、商標規則 2.21 （3）（出願日を受領するための要件）、商標規則 2.22 （14）（「TEAS＋」出願に関する提出要件）（14）、商標規則 2.32 （8）（完全な商品標章又は役務標章出願の要件）等にもある。

護の対象を明確に理解することができる。
　非伝統的商標を、商標の説明なしに認める制度を作るのは非常に難しいと考える。裁判においても、侵害可否を判断する上で、相当、商標の説明が重要となっている。

（２）将来的な導入に関する動きの有無

　アメリカ合衆国の商標制度における商標の説明と標本の重要性から、非グラフィカルな手法による出願の導入は難しいと考える。現在、導入に関する議論はない。

（３）マルチメディア商標の扱い

　明文化されてはいないものの、マルチメディア商標は、アメリカ合衆国における商標権の広範な保護の範囲内にあり、その根拠は商標法 2 条に根ざしている。
　マルチメディア商標の場合、出願人は、商標がどのようなものか、出願商標と指定商品役務の関連性を示すために、図面、商標の詳細な説明と、音声ファイル・動画ファイル・その他の非グラフィカルな手法のいずれかを提出することができる（商標審査便覧（TMEP）§1011.04）[31]。

第２節　欧州連合（EUIPO）

　欧州は、部分拒絶制度及び非グラフィカルな手法による出願制度を導入している。におい等非伝統的商標については法律上保護を否定するものではないが、登録要件（出願商標に求められる表示要件）との関係で登録は非常に困難とされている。

１．部分拒絶制度

（１）関連規定、制度的枠組み

　国内出願と国際登録出願の双方において、部分拒絶制度が導入されている。実体審査は主に絶対的拒絶理由について行われているところ、審査官が一部の指定商品役務について拒絶理由があると判断した場合、部分拒絶の旨の通知が出される。

[31] https://tmep.uspto.gov/RDMS/TMEP/current#/current/TMEP-1000d1e510.html 第 3 段落［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］「特定の書体、様式、サイズ、又は色彩による、二次元のデザイン、色彩、文字、数字、又はそれらの組み合わせを含む標章に関して、出願人は、特別様式の図面及び標章の説明を提出しなければならない。連邦規則第 37 編 2.37 条、2.52 条（b）、2.52 条（b）（5）、TMEP807.04 条（b）。これらの要件は、マルチメディア、動き、ホログラム等、アニメーション要素を特徴とする、または画像と音声を組み合わせた標章に適用される。連邦規則第 37 編 2.61 条（b）。（中略）音声・視覚・動きの要素の組合せを特徴とする商標、またはホログラムで構成される商標の説明は、登録が求められた商標の要素の性質について第三者に適切なみなし通知をするため、商標官報に掲載し、登録証に記載しなければならない。」

商標ハーモ指令 2015/2436[32]の 7 条では、「商標の登録拒絶又は無効の理由が，当該商標の出願又は登録対象である商品又はサービスの一部のみに関して存在する場合は，登録の拒絶又は無効は当該商品又はサービスのみに係る。」[33]と定められている。

商標理事会規則においては、41 条では「(8) 商品及びサービスの一部のみに関して (1) (b) 及び (c) にいう要件が満たされない場合は、当該商品及びサービスに関してのみ、EU 知財庁が出願を拒絶し又は優先権若しくは先順位の権利が喪失されるものとする。」、42 条では「(1) 第 7 条に基づいて、商標が EU 商標出願により包含された商品又はサービスの一部又は全部について商標登録に不適切である場合は，その出願は，それら商品又はサービスについて拒絶される。」、193 条では「(2) 欧州連合を指定する国際登録が、国際事務局によってされた登録の対象である商品及びサービスの全部又は一部について、本規則第 33 条 (4) 又は第 42 条 (1) の規定による保護にとって不適格であると認定された場合には、EU 知財庁はマドリッド議定書の第 5 条 (1) 及び (2) に従い、国際事務局に対し、拒絶についての職権による仮の通知を出さなければならない。」とそれぞれ定められている[34]。

（２）導入された背景と経緯

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

「1995 年 12 月 13 日付け欧州委員会規則（EC）2868/95」の規則 9 に、すでに部分拒絶が含まれていた。この規定は、改正規則（EU）2015/2424 によって商標理事会規則に移管された。

（３）部分拒絶の通知形式・内容

拒絶の通知に統一された定型の書式はなく、部分拒絶の通知の書式は、全体拒絶の通知と同じ書式である。

出願はそれぞれケースバイケースで個別に審査され、全体を拒絶する通知や部分拒絶の通知が出される。EUIPO から送付される通知には、部分的な拒絶か、あるいは出願の全面的な拒絶であるかが分かるように書かれているところ、その説明の仕方は通知ごとに異なる。受理可能な商品役務のリストが提示され、それ以外は拒絶すると明確に宣言されることもあれば、完全に自由な議論による場合もある。

[32] 「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」。名称が長いため、一般に用いられる略称を用いて「商標ハーモ指令 2015/2436」と表記する。https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/15947 （WIPO ウェブサイト「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[33] 商標ハーモ指令（2015/2436）日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/ec-harmo_shirei.pdf （特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[34] 商標理事会規則（2017/1001）日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/ec-shouhyou_rijikai.pdf （特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（４）部分拒絶への対応方法

部分拒絶への対応としては、意見書の提出、指定商品役務の補正（減縮）、出願の取下げが考えられる（商標理事会規則 42 条、同 49 条）。

EUIPO 商標ガイドライン [35]では「審査手続では、EUIPO は出願日、方式、分類、優先権・シニオリティ（該当する場合）、団体商標及び証明商標の使用に関する規定、絶対的拒絶理由を審査する。審査手続に厳密な順序はないため、これらの審査ステップはすべて並行して行うことができる。不備があれば出願人に通知され、それを是正し、意見書を提出するために 2 月が与えられる。」と案内されている。また、国際登録出願の場合、暫定的拒絶通報への応答期間は 2 月である [36]。

EUIPO は出願人に拒絶理由を通知し、出願人に出願の取下げ、補正、意見書を提出する機会を与えなければならない。これはいわゆる拒絶通知書（letter of objections）（公式書簡 L110）によって行われる。その期限は 2 月と定められており、延長することができる。1 回目の期間延長は期限に間に合わなかった理由を記載することなく認められるが、2 回目の期間延長には理由を記載しなければならない。

また、実務上、正式に拒絶を通知する前に、審査官からレター形式で、例えば「部分拒絶が出ることになるだろう」と懸念を伝えることになっている。審査官は 1 月ほど待つので、出願人はその間に対応することが可能である。審査官から補正案が示されることもあり、その場合、出願人が同意する意思を示して署名した書簡を提出すれば、EUIPO 側で補正を行い、出願手続きを進める。この措置により、実際に拒絶の通知が出されることなく拒絶理由への対応が済むこともある。

（５）部分拒絶に対応しなかった場合の出願の扱い（知財庁側）

EUIPO の通知には応答期限が記されており、応答がないままその期限が過ぎると、出願人は部分拒絶の判断に承服したものとみなされる。

商標理事会規則 42 条（2）では「出願人が登録拒絶の理由を是正しない場合は、EU 知財庁は、登録の全部又は一部を拒絶するものとする。」と定められている。拒絶の対象ではない登録可能な部分（指定商品役務）については、当該出願は公告に向けて受理され、EU の全公用語への翻訳のために送付される [37]。

---

35 EUIPO 商標ガイドライン（EUIPO Trade mark guideline）https://www.euipo.europa.eu/en/guidelines［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

36 WIPO Madrid Member Profiles （EUROPEAN UNION の項）https://www.wipo.int/madrid/memberprofiles/selectmember［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

37 EUIPO 商標ガイドライン（EUIPO Trade mark guidelines）https://www.euipo.europa.eu/en/guidelines 「パート B 審査」＞「セクション 1 手続き」＞「1 審査手続きの概要」には、「規則の要件に適合する出願は、公告に向けて受理され、EU のすべての公用語への翻訳のために送付されます。審査手続の最後のステップは、欧州連合商標公報（EUTM Bulletin）のパート A に出願を公告することです。」との案内がある。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（６）部分拒絶の査定を受けた後の対応方法と出願の扱い

（ｉ）出願人側の対応方法

部分拒絶の決定については、審判請求による不服申立が可能である。具体的には、決定の通知日から 2 月以内に EUIPO の審判部（Boards of Appeal）に拒絶決定不服審判を請求することにより行う（商標理事会規則 66 条及び 68 条）。決定が一部についてのみ係争されている場合、審判請求書では審判請求の対象となる決定が争われている商品又はサービスの明確かつ明白な特定を含む必要がある（商標委員会規則 [38]21 条）。

審判部の決定に対しては、一般裁判所に上訴することができる。出訴期限は決定の通知日から 2 月以内である。一般裁判所の判決については司法裁判所（CJEU, ECJ）に上訴することが可能である（商標理事会規則 71 条及び 72 条）。

（ⅱ）知財庁による出願の扱い

部分拒絶の決定は、審判請求期間（決定についての通知日後 2 月）が満了した後に効力を生じる。審判請求は停止効力を有する（商標理事会規則 66 条）。

EUIPO 商標ガイドラインは、審判請求が停止効を有することに関連して、「審判を請求することができる期間内は、EUIPO は容易に覆すことができない手続（例えば、公告、登録簿への記載等）を行ってはならない。商標理事会規則 72 条に基づく訴えによって事件が EU 一般裁判所（GC）又は EU 司法裁判所（CJ）に提起された場合、最終決定が下されるまでの期間についても同様である。」[39]と説明している。

拒絶の対象でない部分の登録は、拒絶の対象である部分の最終的な解決まで延期される（決定の整合性（consistency of the decision））。拒絶された部分が確定するまでは登録を受けられる部分の登録も保留になる扱いであるところ、この「確定」は、すべての不服申立の手段が尽くされたか、あるいは不服申立の期限が切れたことを指す。

（７）運用の実態

公的な統計はないものの、部分拒絶の通知に対して何ら応答せず一部登録を受けるケースは相当数あると思われる。経験上、部分拒絶から登録に至った出願の 40%ほどで出願人側からの対応がなかった。理由としては、部分拒絶の多くは出願のささいな要素に関するものであったり、出願人にとってあまり重要でない商品役務に関するものであったりすることが考えられる。

[38] 商標委員会規則（2018/625）日本語訳　https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/ec-shouhyou_iinkai_kisoku.pdf（特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[39] EUIPO 商標ガイドライン（EUIPO Trade mark guidelines）https://www.euipo.europa.eu/en/guidelines　「パート B 審査」＞「セクション 1 手続き」＞「3 審査手続きの一般原則」＞「3.2 決定」＞「3.2.1 審判」［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

商標ハーモ指令 2015/2436 の 3 条は、以下のとおり商標を定義している。

「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。」

また、商標理事会規則の 4 条は、EU 商標を構成できる要素について以下のとおり定めている。

「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） 一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」

（２）保護可能とした背景と経緯

非伝統的商標の保護は、商業的出所を識別するものとしてより広い範囲の感覚的要素を受け入れるという傾向の一部として現れた。20 世紀後半から 21 世紀初頭にかけて、企業は独自のブランド体験を創出するために感覚的側面を利用し始めた。1999 年、OHIM（現 EUIPO）に「刈りたての草のにおい」商標が出願され、OHIM は同商標の登録を認めることができるかどうかを議論し決定することとなった。第 2 審判部の決定（Case R156/1998-2）により、同商標は EU において唯一登録されたにおい商標となった。

（３）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

出願には、「商標理事会規則 4 条（b）に定める要件」を満たす出願標章の見本を含めなければならない（商標理事会規則 31 条（1））。そして、同規則 4 条（b）は、「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 商標登録簿に表示されること」を、EU 商標の構成要素に対する要件としている。

EUIPO 商標ガイドライン [40]では、「におい・嗅覚や味覚の商標は現在のところ認められ

[40] EUIPO 商標ガイドライン（EUIPO Trade mark guidelines）「9.3.11.2 におい／嗅覚・味覚商標（Smell/olfactory and taste marks）」 https://guidelines.euipo.europa.eu/2214311/2226491/trade-mark-guidelines/9-3-11-2-smell-olfactory-and-taste-marks ［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

ない。なぜなら表示は明確、正確、自己完結的、容易にアクセス可能、明瞭、耐久性、客観的でなければならず（商標委員会実施規則[41] 3条1項）現在の技術状況ではこのような種類の商標をそのように表示できないからである。さらに、商標委員会実施規則は見本や標本の提出を適切な表示と認めていない。匂いや味の説明は明確でも正確でも客観的でもないため、標章の説明は表示に代わることはできない」と説明している。

商標ガイドラインの記載のとおり、商標保護の対象を明確かつ一義的に決定するために使用できる一般的に利用可能な技術が存在しないため、商標理事会規則4条に従ってにおいを表現することは現在不可能である。また、商標委員会実施規則により、においサンプルの寄託は明示的に除外されている（3条9項）。

触覚商標と味覚商標についても、立法者は標章の表示可能性について極めて高い要件を設けている。

（4）審査等での取り扱い

（ⅰ）商標の保存と公表

伝統的商標と非伝統的商標の間に違いはない。

出願が受理されるための要件を満たした場合、公開が行われる。これには商標の複製も含まれる。商標理事会規則44条に基づき、出願公開はEU商標公報に掲載されるが、この公報は現在、電子形式でのみ入手が可能である。色彩のある商標はカラーで公開され、電子音声ファイルを含む音商標は聴くことができる。

におい商標については、現在の技術では商標委員会実施規則3条（1）の表示要件を満たす表示ができず、サンプルや見本、（言葉による）説明も適切な表示と認められていない。EUIPOは、におい商標の出願は出願日認定の要件を満たさないため、「未出願（not filed）」とみなすであろう。

重要なことは、登録商標を公衆が検索でき、保護を求められた標章を正確に確認できることである。色彩商標を例とすると、認められた色見本システムを使って特定する必要があり、パントーン等の基準を使えば色を特定し再現することができる。しかし、におい商標についてはこのようなことは不可能であり、これが現在欧州法下で同商標が認められていない理由である。

（ⅱ）登録要件（審査基準等）

原則として、伝統的商標と非伝統的商標の間に違いはない。

「EUIPO商標ガイドライン」のパートB セクション4の2章の「2 「非伝統的」商標及び商標理事会規則 7 条（1）（a）（‘Non-traditional’Trade Marks and Article 7（1）（a）

[41] 商標委員会実施規則 （EUTMR） 2018/625 日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/ec-shouhyou_iinkai.pdf （特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025年3月6日］

EUTMR)」[42]と同 3 章[43]に、一部の非伝統的商標の取扱いを含む様々な情報がある。
また、EUIPO はデータベース「eSearch Plus」[44]を提供しており、裁判例を検索することができる。フィルターを使った検索で、特定のタイプの商標を検索することも可能である。
なお、(1)(a)出願商標が、商標理事会規則 4 条に示された要件を満たしておらず、表示が不明確で曖昧である場合には、出願はそれ以上、他の絶対的拒絶理由に関して審査されることはない。

（iii）識別力の判断

原則として、伝統的商標と非伝統的商標の間に違いはない。
識別力を有するためには、商標は商品役務との関係において、機能的に独立しかつ自律的な特徴（autonomous character）を有していなければならない。

（iv）類否の判断

原則として、伝統的商標と非伝統的商標の間に違いはない。

（v）権利範囲の特定方法

原則として、伝統的商標と非伝統的商標の間に違いはない。
しかしながら、非伝統的商標の保護の範囲をどのように特定するかについては困難性があり、具体的な出願商標についてケースバイケースで判断されることになると考えられる。

（5）重要な事例・裁判例

（i）シークマン事件（Sieckmann Case C-273/00）[45]

「ケイ皮酸メチルエステルに係るにおい」商標の登録性が争われた事件である。

判決では、基本的に、商標はそれ自体では視覚的に認識することができない標識から構成されることができるが、図形、線、文字によって図形的に表示することができ、その表示が明確で、正確で、自己完結的で、容易にアクセス可能であり、理解が容易で、耐久性があり、客観的であることを条件としている、とされた。さらに、におい標識の場合、化学式、言葉による説明、においサンプルの寄託、それらの要素の組合せではグラフィック

[42] https://guidelines.euipo.europa.eu/2214309/1783998/richtlinien-zu-marken/kapitel-2-um-definition--artikel-7-absatz-1-buchstabe-a-umv-［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］
[43] https://guidelines.euipo.europa.eu/2214309/1784603/richtlinien-zu-marken/kapitel-3-marken-ohne-unterscheidungskraft--artikel-7-absatz-1-buchstabe-b-umv-［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］
[44] https://euipo.europa.eu/eSearch/［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］
[45] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:62000CJ0273［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

表示の要件は満たされないとされた。

（ⅱ）エデン社事件（Eden SARL Case T-305/04）[46]

「熟した苺のにおい」商標の登録性が争われた事件である。

判決は、それ自体では視覚的に認識することができない標識について、先行事例であるシークマン事件と同じ理解を示した。におい標識に関しては、同標識が規則 40/94 号の 4 条の全条件を満たす記述の対象となる可能性を完全には否定できないとした。

（ⅲ）イーライ・リリー社事件（Eli Lilly Case R 120/2001-2）[47]

「人工的な苺の味」商標の登録性が争われた事件である。

審決では、味覚標識はグラフィカル（図形的、視覚的）に表示することができないとされた。さらに、苺の味は製品の不快な味を隠すために香料として使用される多くの一般的な味の一つであるため、識別性に欠けるとされた。

（ⅳ）「滑らかなボトル表面のエンボス模様」事件（Case R 2588/2014-2）[48]

触感商標の登録性について争われた事件である。

触感商標は、例えば点字の表示や物体の特定の表面等、特定の素材や質感の触覚的効果について保護を求めるものである。審決では、商標理事会規則 4 条の、商標は所轄官庁や公衆がその所有者に与えられる保護対象を明確かつ正確に判断できるような方法で登録簿に表示されなければならないという要件を考慮すると、現在利用可能な技術では、既存の表示形式から主張される「触感」を確実に推測することは不可能である、とした。

（６）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

EUIPO のウェブサイトでは統計情報を公開しており、2023 年には、EU の全登録商標のうち非伝統的商標の割合はわずか 0.29%に過ぎなかった。一方で、個人的な経験からすると、非伝統的商標は、商品の特定の要素を保護するのに非常に有効なツールであり、ますます重要になっていると思う。特定の業界に偏ることなく、非伝統的商標の認知度は近年高まっており、保護を求める人の数も確かに増えている。これは審査傾向や技術とは関係

[46] https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=58068&pageIndex=0&doclang=DE&mode=req&dir=&occ=first&part=1［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[47] https://www.copat.de/markenformen/r0120-2001-2.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[48] https://euipo.europa.eu/eSearchCLW/#basic/*/27%2F05%2F2015/27%2F05%2F2015/number/2588%2F2014-2（左記ウェブサイトに審決の概要が掲載されており、審決がダウンロードできる）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

なく、一般の人々の非伝統的商標に対する意識の高まりと関係があると考えられる。
　におい商標については、将来的ににおいを特定するユニークな技術的選択肢ができれば状況が変わるかもしれないが、現在のところ議論はほとんどない。EUIPO のウェブサイトの統計情報によれば、現在までににおい商標の登録が試みられた（ものの登録できなかった）ケースは 7 件である。

３．非グラフィカルな手法による出願

（１）関連規定

　非グラフィカルな手法による出願の関連規定としては、商標理事会規則 31 条、商標委員会実施規則 3 条がある。
　具体的には、商標委員会実施規則 3 条（1）では「商標は、管轄当局及び公衆に対して、明確性及び正確性を伴って所有者に付与される保護の主題を判断することが可能になるように、明確、正確、自己完結的、入手容易、理解容易、永続的で、かつ、客観的な方法で管理簿に再現するべく一般的に利用可能な技術を用いて何らかの適切な様式で表示される。」、同 3 条（2）では「商標の表示は、登録の主題を定義するものとする。」と定められている。さらに、同 3 条（3）は、各タイプの商標ごとの、商標の表示に関する詳しい規定となっている。

（２）導入された背景と経緯

　主な理由は、商標制度を近代化する必要があったことである。

（３）出願方法（使用が認められているファイル形式等）

　出願には標章の見本を含めなければならない（商標理事会規則 31 条（1）(d)）。また、商標は一般的に利用可能な技術を用いて何らかの適切な様式で表示されなければならないとされるところ、非グラフィカルな手法による出願に係る各タイプの商標については、以下のように定められている（商標委員会実施規則 3 条（1）(g) ないし (i)）。

・音商標は、音響を再製する音声ファイルの提出、または音符における音響の正確な複製によって表示する。
・動き商標は、動画ファイルの提出、または位置の移動若しくは変化を示す一連の連続的な静止画像によって表示する。
・ホログラム商標は、ホログラフィック効果を特定するのに必要な複数の図を含む動画ファイル、図面、写真複製のいずれかによって表示する。
・画像及び音響の組合せから構成される又は当該組合せに拡張される商標（マルチメディア商標）は、画像及び音響の組合せを含む視聴覚ファイルの提出によって表示する。

また、現在認められているファイル形式は、音商標について MP3 と JPEG、動き商標、ホログラム商標、マルチメディア商標について MP4 と JPEG である [49]。

EUIPO の最新の電子出願システムは音声ファイルや動画ファイル等の提出物に対応できるように設計されており、MP3 や MP4 のような電子ファイルのアップロードは、通常、従来型のグラフィック表示の提出よりも面倒ではない。
音声ファイルは MP3 形式で提出する必要があるところ、ストリーミングやループによる音再生は認められていない。

（4）提出された電子ファイルの審査での扱い

一般的な審査基準が適用されるため、非グラフィカルな手法による出願は、文字商標その他の伝統的商標に係る通常の出願と同じ基準で審査される。
また、非グラフィカルな手法による出願の導入前後で、商標の権利範囲の特定、識別力の判断、類否の判断の手法に何ら変化はない。
たとえば音商標について、EUIPO のデータベース「eSearch Plus」で EUIPO の判断を確認すると、審査官が従来の商標審査と同じ基準で判断していることが理解される。

（5）提出された電子ファイルの公開の手法

EUIPO が提供している商標検索サイト「eSearch plus」では、非グラフィカルな手法により出願された商標を視聴することができる。

（6）重要な事例・裁判例

（ⅰ）T-408/15 事件　（Case T-408/15）

音自体が識別力を有するかどうかは、平均的な消費者がそれを記憶に残る音として認識するかどうかによる。また、音は「一定の共鳴」を有していなければならない。

（ⅱ）T-668/19 事件　（Case T-668/19）

ある音に一定の共鳴がないのは、その音が極めて単純または平凡であるためであり、本質的な特徴がない場合である。

（7）マルチメディア商標の扱い

「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

[49] WIPO Madrid Member Profiles （EUROPEAN UNION） https://www.wipo.int/madrid/memberprofiles/selectmember［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

欧州理事会指令（EU） 2015/2436」と 2016 年初めに施行された新しい商標理事会規則により導入された。

マルチメディア商標の識別力の評価においては、識別力判断の一般的な基準が適用される。

欧州連合知的財産ネットワークの一部として、EUIPO は「新しいタイプの商標に関するコモンコミュニケーション：方式的要件及び拒絶理由の審査」[50]について合意した。また、対応する商品役務に対して識別力を有すると考えられるマルチメディア商標の例や、識別力を欠くと考えられるマルチメディア商標の例についても合意している。[51]

第３節　ドイツ

ドイツは、部分拒絶制度及び非グラフィカルな手法による出願制度を導入している。におい等非伝統的商標については法律上保護を否定するものではないが、登録要件（出願商標に求められる表示要件）との関係で登録は非常に困難とされている。

１．部分拒絶制度

（１）関連規定、制度的枠組み

国内出願と国際登録出願の双方において、部分拒絶制度が導入されている。実体審査は主に絶対的拒絶理由について行われているところ、審査官が一部の指定商品役務について拒絶理由があると判断した場合、部分拒絶の旨の通知が出される。

商標法（MarkenG）[52]37 条（5）が部分拒絶制度の根拠となっており、商標の出願及び登録の手続きにおいて適用される。37 条は絶対的拒絶理由（(1) ないし (4) に規定）と第三者による情報提供（(6) に規定）に関する規定で、(5) には「(1) から (4) までの規定は、商標が出願された商品又は役務の一部についてのみ登録から除外される場合に準用する。」と定められている。

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

商標法 36 条にいう形式的な欠陥がある場合については、部分拒絶の明確な規定はないものの、ドイツにおける法の一般原則である比例原則（Verhältnismäßigkeitsgrundsatz）及び過剰の禁止（Übermaßgrundsatz）に基づき、部分拒絶が適用されうる。

2008 年の連邦特許裁判所（BpatG）の判決（BPatG GRUR 2008, 454）で、連邦特許裁判所は、「商標法 36 条（4）には部分拒絶の規定がないため部分拒絶は不可能である」という

---

50 Common Communication New types of marks: examination of formal requirements and grounds for refusal https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/EUIPN/CP11/common_communication_cp11_en.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

51 https://guidelines.euipo.europa.eu/2214309/2228542/richtlinien-zu-marken/16----------17-multimediamarken［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

52 「Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen （Markengesetz - MarkenG）」（商標法（MarkenG））https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/22454 （WIPO ウェブサイト 「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」ページ）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

ドイツ特許商標庁（以下「DPMA」とする。）の主張を認めず、「法的請求の拒絶は、出願人が満たしていない既存の法的禁止事項又は要件の範囲内でのみ認められる」と判断した。

（２）導入された背景と経緯

1994 年 10 月 25 日に公布された商標法により部分拒絶制度（商標法 37 条（5））が導入されている。

部分拒絶制度を導入したこの商標法は、欧州共同体の「商標に関する加盟国の法律を近似させるための 1988 年 12 月 21 日付第一回理事会指令 89/104/EEC」[53]により推進されたものである。同指令の 13 条（商品または役務の一部のみに関する拒絶理由、取消理由、無効理由）には、「商標の登録拒絶、取消、無効の理由が、商標が出願または登録された商品または役務の一部のみに存在する場合、登録拒絶、取消、無効は、それらの商品または役務のみを対象とする。」と定められていた。この指令により欧州共同体の加盟国は、拒絶理由がある範囲においてのみ商標出願が拒絶されるという手続きを確立するよう求められた。

（３）部分拒絶の通知形式・内容

部分拒絶の通知書の書式は、出願全体に対する拒絶の通知書の書式と同じである。

「部分拒絶」の語が通知書の名前や見出しに含まれるといったことはなく、通知書の記載において、拒絶理由の詳細についての説明とともに拒絶の対象となっている具体的な商品役務が指摘される。

（４）部分拒絶への対応方法

出願人側からの対応方法としては、意見書の提出、補正（指定商品役務の減縮）、出願の分割、出願の取下げ、再出願が考えられる。

意見書の提出は、出願人が部分拒絶に不服であり、審査官に再考を求めたい場合になされる。

補正（指定商品役務の減縮）は、拒絶を解消するためにいつでも行うことができる。

出願の分割は、出願人が、拒絶の対象となっていない商品役務について迅速な登録を希望している場合に有用である。分割により、各出願は元の出願日（や優先日）を維持でき、出願人は拒絶された部分について対処しながら、それ以外の部分について登録手続きを進めることができる。

出願の取下げは、拒絶決定が確定していない場合、不服審判の段階においても行うことが可能である。この対応をとる理由としては、出願の継続に関心がなくなった場合や、再出願を希望している場合が考えられる。

再出願は、拒絶の対象となった商品役務の重要性が高く、商標保護を得るために新たな

[53] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A31989L0104（欧州連合公式ウェブサイト「EUR-Lex」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

修正方法を試みたい（例えば商標に識別力のある要素を加える等）場合には有用と考えられる。

（５）部分拒絶に対応しなかった場合の出願の扱い（知財庁側）

拒絶の通知は拒絶理由の詳細を説明する書面の形式で出され、これに対して出願人は、商標法 59 条（2）に基づき意見等を述べる機会が与えられる。応答期間は、ドイツ国内在住の出願人の場合には 1 月、在外者の場合には 2 月である。十分な理由があれば 1 回の延長ができ、正当な利益が立証された場合にはさらに延長することが可能である（特許商標庁規則（DPMAV）[54]18 条）。また、国際出願に係る暫定的拒絶通報の場合には、応答期間は 4 月である。

出願人は部分拒絶の通知に対して応答しない権利も有するところ、出願人からの応答がないまま応答期間が過ぎると、DPMA は、当該出願のファイルに基づいて決定を行う。

なお、DPMA による部分拒絶の決定（商標法 61 条）では、部分拒絶の旨と拒絶対象でない商品役務が保護適格であるという判断の両方が示される。拒絶の決定が確定し、登録のための法的要件が満たされると、DPMA は商標を登録簿に登録し、情報公開のため、同庁が発行する商標公報に掲載しなければならない（商標法 41 条（1）及び（2））。この公告（異議申立期間は公告日から 3 月）の後、出願人に向けて、登録番号、商標の表示、権利者に関する詳細、出願日、登録日が記載された商標登録証（商標規則（MarkenV）[55]26 条、特許商標庁規則（DPMAV）25 条（1））が発行される。

（６）部分拒絶の査定を受けた後の対応方法と出願の扱い

（ｉ）出願人側の対応方法

部分拒絶の決定に不服がある場合には、DPMA への不服申立またはドイツ連邦特許裁判所（BpatG）への審判請求が可能である。

DPMA への不服申立（商標法 64 条）は、決定の送達から 1 月以内に DPMA に不服申立書を提出することにより行う。不服申立がなされた決定を発した公務員等は、申立に十分な理由があると考える場合には決定を修正しなければならない、と規定されている（同条（3））。不服申立における決定に対しては、ドイツ連邦特許裁判所に上訴することができる。

特許裁判所への審判請求（商標法 66 条）は、部分拒絶の決定に対して直接、あるいは、DPMA への不服申立における決定に対して行うことができる。審判請求は、いずれも決定の送達から 1 月以内に DPMA に審判請求書を提出することによって行う。自らの決定が争われている当局は、審判請求に十分な理由があると考える場合にはその決定を修正しなけ

54 「Verordnung über das Deutsche Patent- und Markenamt （DPMA - Verordnung - DPMAV）」（特許商標庁規則（DPMAV））https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/17638（WIPO ウェブサイト 「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」ページ）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

55 「Regulation on the implementation of the Trade Mark Act （Trade Mark Regulation – MarkenV） 」（「商標規則」（MarkenV）英語訳）https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/22414（WIPO ウェブサイト「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」ページ）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

ればならない、と規定されている（同条（5））。最終的には、ドイツ連邦司法裁判所（BGH）への控訴が可能であるが、法律問題について争う場合のみに限られる（商標法 83 条）。

（ⅱ）知財庁による出願の扱い

DPMA への不服申立やドイツ連邦特許裁判所への審判請求の期限は決定送達の日から 1 月である（商標法 64 条（2）及び同 66 条（2））。審判請求等がなされると出願全体が停止され、審判等の手続きが終了するまで出願の登録はできない（商標法 64 条（1）及び同 66 条（1））。

上訴の可能な手段がすべて尽くされたか、上訴期間が満了することにより、決定や判決が確定する。決定等が確定した後、拒絶の対象となっていない（登録可能である）部分について、出願が登録へ向けて進められる。

（７）運用の実態

ドイツでは、出願が拒絶される場合、商標に識別力がないとして出願全体が拒絶されることが多く、指定商品役務の表示が不明確であるとして拒絶されることは比較的少ない。したがって、ドイツにおいて部分拒絶の通知はあまり出されない。

また、場合によるものの、応答したほうが登録になる可能性が高いという想定から、部分拒絶の通知に対して通常は応答する。拒絶通知への応答がなされないまま部分登録される商標出願は、出願全体のごく一部に過ぎず、応答することによって登録になるケースのほうがずっと多いと思われる。

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

におい等非伝統的商標の保護の関連規定としては、商標法（MarkenG）3 条及び 8 条（1）と、商標規則（MarkenV）6 条、6a 条、12a 条が挙げられる。

商標法 3 条に商標の定義があり、具体的には、「すべての標章、特に、人名を含む言葉、画像、文字、数字、音、商品又はその包装の形状を含む立体的なデザイン、並びに色彩及び色彩の組合せを含むその他の表示形態であって、一の事業者の商品又は役務を他の事業者の商品又は役務と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。」（商標法 3 条（1））、「形状又はその他の特徴のみからなる標章は商標として保護することができない」（同 3 条（2））と定められている。

一方、商標法 8 条（1）では、「3 条の意味において商標として保護される可能性のある標識であっても、所轄官庁及び公衆が保護の対象を明確かつ一義的に決定できるような方法で登録簿に表示することができないものは、登録から除外される。」とされている。

（２）保護可能とした背景と経緯

非伝統的商標の保護は、商業的出所を識別するものとしてより広い範囲の感覚的な要素を受け入れるという傾向の一部として現れた。20 世紀後半から 21 世紀初頭にかけて、企業は独自のブランド体験を創出するために、感覚的な側面を利用し始めたことが背景にある。1994 年 10 月 25 日に公布された商標法以前、旧法の下では、におい等の非伝統的な商標は一般的に認められず登録もできないとされていた。

保護の契機として考えられる出来事としては、以下が考えられる。

- OHIM（現 EUIPO）において、「刈りたての芝の匂い」商標の登録（R156/1998-2、OHIM 第 2 審判部決定）[56]がなされたこと。
- 2007 年にドイツ連邦司法裁判所（BGH）が触覚商標のグラフィカル表現可能性を認め、その登録可能性を原則として認める画期的な判決（BGH GRUR 2007, 148 – Tactile Mark）[57]を出したこと。
- シークマン事件（ECJ C-273/00, GRUR 2003, 145 Rn. 68 ff. – Sieckmann/DPMA）[58]により、視覚的に認識できる商標でなくとも保護対象となりうることが立証されたこと。非伝統的商標（におい、音、質感等）は商標の 1 カテゴリーとして認識されるようになり、伝統的商標と同じく商標法の下で保護されることとなった。
- 欧州連合が、商標ハーモ指令 2008/95/EC[59]の下で非伝統的商標の概念を導入したこと。同指令は従前の商標指令を改正し、非伝統的商標の登録を認めた。

（３）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

願書には、商標の種類の表示（「その他の商標」）、商標の表示（必須）等を記載する（商標規則 3 条）。

そして、商標規則 6a 条は商標の表示について定めており、「(1) 商標は商標法第 8 条第 1 項の要件を満たす表示を必要とする。」、「(2) 他の方法で表示することができないその他の商標の場合、商標法 8 条 (1) に従って商標の保護対象を明確かつ一義的に識別できる文章であれば、唯一の表示手段として文章による表示が可能である。文章は 150 語までとし連続的でなければならず、図形その他のデザイン要素を含んではならない。」としている。

におい等非伝統的商標は「その他の商標」に該当するため（商標規則 6 条）、商標の表示については商標規則 6a 条 (2) が適用される（商標規則 12a 条 (1)）。

「商標の表示」は、紙媒体またはデータ媒体で提出が可能である。しかし、におい商標のようにこれらの媒体によって表示できない商標については、「商標の保護対象を明確かつ一義的に識別できる文章であれば、唯一の表示手段として文章による表示が可能」であ

56 https://www.copat.de/download/R0156_1998-2.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

57 https://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&Datum=2006-10&Sort=1&nr=38188&anz=283&pos=10&Blank=1.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

58 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:62000CJ0273（欧州連合公式ウェブサイト「EUR-Lex」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

59 「商標に関する加盟国の法律を近接させるための 2008 年 10 月 22 日付け欧州議会及び理事会指令 2008/95/EC」。名称が長いため、一般に用いられる略称を用いて「商標ハーモ指令 2008/95/EC」と表記する。
https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/5206［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

り「文章は 150 語までとし連続的でなければならず、図形その他のデザイン要素を含んではならない」とされ（商標規則 6a 条）、「商標の保護対象を客観的に具体化しなければならない」（同 6b 条）と定められている。

においい商標と味覚商標については、サンプルは永久的なものではなく、第三者がアクセスしやすいものでもないため、いわゆるシークマン基準（明確であり、曖昧さがなく、自己完結的で、アクセスしやすく、理解が容易で、耐久性があり、客観的である表示）を満たさないとされている。
触覚商標については、商標登録における表示可能性は難しいが、克服不可能ではないとされている。上級裁判所の判決では、知覚可能な刺激が視覚的に示されるため間接的な表現が可能であるとされた。連邦司法裁判所判例に引用された一例は「凹凸からなる表面構造で、凹凸の大きさとその配置を示す」というものである。しかし、単なる「目の細かいサンドペーパーのざらざらした感触」という表示では十分ではないとされているため、商標規則 6a 条に規定の記載と、触覚刺激を誘発する構造の視覚的表現の組み合わせが考えられる。

（４）審査等での取り扱い

（ⅰ）商標の保存と公表

伝統的商標と比較して、商標の保存と公表の一般的な制度に違いはない。
商標登録は、DPMA によって電子的に公告される（商標法 41 条（2））。公報（Markenblatt）には、登録番号、商標権者の名前、指定商品役務、商標の説明等、登録商標に関する詳細が記載される。このうち商標の説明については、におい等非伝統的商標の場合には、においの説明やその商標が使用される商品役務の記載が含まれる。公告は異議申立等に向けた他者の情報源になるため、公衆に対して商標がどのように表示されるかを理解できるようにするための詳細な説明が非常に重要となる。

（ⅱ）登録要件（審査基準等）

DPMA の審査官が使用する公式基準として、「商標出願の審査及び登録簿の保存に関するガイドライン」[60]がある。識別力、権利範囲、商標の類似性等、商標法のあらゆる側面をカバーしており、DPMA が様々な商標をどのように評価するかについて詳しく説明している。
また、DPMA は、統計データや判例を含む商標法に関する報告書や調査書を定期的に発行しており、DPMA が実務において商標法をどのように適用しているかを知ることができ

60 「Richtlinie für die Prüfung von Markenanmeldungen und für die Registerführung」 https://www.dpma.de/docs/formulare/marken/w7735.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

る[61]。
そのほか、判例法や司法判断、欧州連合によるガイドライン（欧州連合商標に係る場合）が参考となる。特に判例法は商標法の解釈に重要な役割を果たしており、連邦司法裁判所（BGH）と連邦特許裁判所（BpatG）は、商標法の適用を明確にする決定を定期的に出している。

（iii）識別力の判断

においい商標に関しては、においの説明や特定が難しいため、識別力の判断における敷居が特に高くなる。ドイツにおいて実際に登録されたことがないため、評価が困難である。においい商標の識別力を評価するための具体的な基準はないものの、その一般的な識別力は否定されていない。
味覚商標に関しては、味覚は非常に主観的なものであるため、識別力を評価することは困難である。ドイツにおいて味覚商標の登録はなく、評価が困難であるが、味覚商標の一般的な識別力は否定できない。
触覚商標に関しては、抽象的識別性（abstract distinctive character）を有すると一般に考えられている。商標であるとして主張される、触覚による触感の個々の特徴は、商品自体がもつ基本的特徴とは区別されなければならない。

（iv）類否の判断

においい商標に関しては、においが消費者に与える嗅覚的な印象によって類似性が評価される。においの詳細な説明があれば、それを基に比較する。
味覚商標に関しては、その比較は極めて主観的ではあるものの、2 つの味が平均的な消費者に混同される可能性があるかどうかを評価する。味が互いにどの程度似ているか、消費者がそれら 2 つを同じ出所からのものと認識するかどうか等を分析する必要がある。登録商標がないため、正確な評価は難しい。
触覚商標に関しては、比較される各商標の触覚的な印象を評価し、その印象が商標の出所について消費者の混同を招くかどうかを判断する。

（v）権利範囲の特定方法

においい商標に関しては、商品または役務を識別できるものであることを前提として、その商標の具体的な嗅覚的特徴によって範囲が決められる。
味覚商標に関しては、一般的に、その保護範囲は登録に記載された正確な味覚に限定される。味覚商標の登録例がないため、保護範囲の評価は難しい。
触覚商標に関しては、通常、登録に記載された具体的な触覚的特徴に限定され、一般化することはできない。

[61] https://www.dpma.de/dpma/veroeffentlichungen/jahresberichte/index.html （ドイツ特許商標庁ウェブサイト「Das DPMA」ページ）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（５）重要な事例・裁判例

（ｉ）シークマン事件（ECJ C-273/00, GRUR 2003, 145 Rn. 68 ff. – Sieckmann/DPMA）[62]

においい商標について登録の是非が争われたが、出願人が提示したにおい商標の表現方法（においの説明、物質の化学式、においサンプルの寄託）はいずれも不十分とされ、登録が拒絶された。欧州司法裁判所（ECJ）は、明確で、曖昧さがなく、自己完結的であり、アクセスが容易で、理解しやすく、耐久性があり、客観的である表示が必要であると述べた（「シークマン基準」）。

（ⅱ）「熟した苺のにおい」事件（EuG T-305/04, GRUR 2006, 327 -Eden SARL/HAB）[63]

「熟した苺のにおい」と表現されカラー画像が添付されたにおい商標の登録可否が争われた。ECJ は、この商標は識別力を欠き、グラフィカルに表現できないと判断した。さらに、苺の香りは品種により異なり、「熟した苺のにおい」という表現は明確でも正確でもないとした。

（ⅲ）「ラズベリーのにおい」事件（OHIM, 5. 12. 2001 - R711/1999-3）[64]

OHIM 審判部が「ラズベリーのにおい」商標を識別力に欠けると判断し、登録を認めなかった事件。消費者はこのにおいを商品（燃料）の「香り付け」にすぎず商標ではないと考えるとの判断が示された。

（ⅳ）「ヒースの花の蜜のにおい」事件（BPatG 20-9-2023 - 29 W （pat） 515/21, GRUR-RS 2023, 27259）[65]

連邦特許裁判所（BPatG）は、当該におい商標が十分に明確で理解しやすいものではないと判断し、におい商標には、様々な香りを明確に区別できるような表現で、客観的で信頼できる識別を保証するものが必要であるとあらためて強調した。

（ⅴ）触覚商標に関する事件（BGH, Decision from 5. 10. 2006 - I ZB 73/05 （PatG））[66]

連邦司法裁判所が触覚によって知覚可能な標識としての触覚商標の登録可能性を認め、当時必要であったグラフィカル表現要件を達成するための要件も示した判決である。「例

62 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:62000CJ0273［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

63 https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=58068&pageIndex=0&doclang=DE&mode=req&dir=&occ=first&part=1［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

64 https://www.copat.de/markenformen/wrp2002/wrp10.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

65 https://juris.bundespatentgericht.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bpatg&Art=en&Datum=Aktuell&Sort=12288&nr=43779&pos=0&anz=137&Blank=1.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

66 https://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&Datum=2006-10&Sort=1&nr=38188&anz=283&pos=10&Blank=1.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

えば、凹凸からなる対象物の特定の表面構造により、触覚を通じて出所表示を伝達する出願の場合、窪みと隆起の比率やそれらの相互関係における配置を示すことで十分かもしれない」という見解が示された。

（６）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

におい等非伝統的商標の出願数は依然として少なく、現在のところ EUIPO では登録の見込みがないと考えられている[67]。

また、味覚商標と触覚商標に関しては、理論的には、グラフィカルな表現方法や言葉による説明、二次元または三次元のイラストを組み合わせることによって ECJ の判例法が定める要件を満たす表示が可能となるものの、現実的には、依然として登録は困難であると考えられる。

３．非グラフィカルな手法による出願

（１）関連規定

非グラフィカルな手法による出願の関連規定として、商標法（MarkenG）8 条及び 32 条、商標規則（MarkenV）6a 条、11 条、12 条がある。

特に商標法 8 条（1）は、「3 条にいう商標として保護される可能性のある標識であって、所轄官庁及び公衆が保護の対象を明確かつ一義的に決定できるような方法で登録簿に表示することができないものは、登録から除外される。」と定めており、登録簿への表示方法をグラフィカルな手法に限定していない。

また、商標法 32 条（2）では、「出願には、1.登録請求書、2.出願人の同一性を確認するための情報、3.8 条（1）に基づく拒絶理由の対象とならない商標の表示、4.登録を請求する商品又は役務のリストを含まなければならない。」と定められ、商標登録簿における商標の表示の要件が含まれている。

商標規則 6a 条では、商標の表示は紙又はデータ媒体により提出可能であり、両方によって提出された場合には、データ媒体によって保護対象が決定する旨が定められている。同 11 条では、音商標の場合にはデータ媒体又はグラフィカルな表示を願書に添付すべき旨、同 12 条では、動き商標等についての商標の表示要件は商標法 8 条の要件に従わなければならないと定めている。

（２）導入された背景と経緯

大きな進展は 2010 年代に起こり、欧州レベルでは、2015 年からの商標ハーモ指令

[67] BeckOK MarkenR/Kur, 39. Ed. 1.10.2024, MarkenG § 3 Rn. 49.1 f. （「beck-online」ウェブサイト（商標その他の権利の保護に関する法律に関する解説サイト）https://beck-online.beck.de/?vpath=bibdata%2Fkomm%2FBeckOKMarkenR_39%2FMARKENG%2Fcont%2FBECKOKMARKENR.MARKENG.htm）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

2015/2436[68]と 2017 年からの商標理事会規則 2017/1001[69]の影響が大きかった。これらによる制度改革は、商標制度の近代化と合理化を目指したものであり、欧州各国の商標法に直接的な影響を与えた。ドイツにおいては、商標法現代化法（MaMoG）を通じて実施された。同法は 2018 年 12 月 14 日に成立し、2019 年 1 月 14 日から施行されている。

「グラフィカル（図形・視覚的）表現可能性（graphic representability）」要件が削除され、より柔軟な要件（保護対象が明確かつ一義的に決定できるような方法で商標を登録簿に表示できること）に変更されたことによって、音商標、動き商標、マルチメディア商標のような新しいタイプの商標の、出願手続における可能性が拡大した。

（３）出願方法（使用が認められているファイル形式等）

商標出願において現在認められているファイル形式は、JPEG、MP3、MP4、OBJ、STL、X3D である [70]。

DPMA は商標出願のための電子出願システムを提供しており、「DPMAregister」[71]や、オンライン出願ポータルサイトを通じて、音商標やマルチメディア商標等の電子データの提出に対応している。このシステムでは、商標の説明の一部として音声ファイルをフォームに直接アップロードすることが可能である。

（４）提出された電子ファイルの審査での扱い

非グラフィカルな手法による出願が導入された後も、商標の範囲、商標の識別力、商標の類否を判断する基本的な方法は変わっていない。

しかし、例えばマルチメディア商標の場合、動画ファイルとして表現することにより、商標の保護範囲や識別力、類似性を評価する際に、商標の全体的な特徴を分析することが容易になっている。他方で、商標の比較が複雑になる可能性もある。

（５）提出された電子ファイルの公開の手法

DPMA による「DPMAregister」サイトの商標検索ページ [72]では、非グラフィカルな手法による出願の商標を視聴することができる。

[68] 「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」。名称が長いため、一般に用いられる略称を用いて「商標ハーモ指令 2015/2436」と表記する。
https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2015/2436/oj/eng［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[69] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32017R1001［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[70] https://www.dpma.de/dpma/veroeffentlichungen/bekanntgaben/2020/10012020/index.html［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[71] https://register.dpma.de/DPMAregister/Uebersicht［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[72] https://register.dpma.de/DPMAregister/marke/basis［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（６）重要な事例・裁判例

（ｉ）2021 年 7 月 7 日一般裁判所（第 5 法廷）判決（Case T-668/19　Ardagh Metal v. EUIPO）[73]

出願では、飲料缶を開ける際に発生する音・その後の無音・発泡音からなる音声ファイルが提出されたが、この音商標は識別力に欠けると判断された。缶や瓶を開ける音は消費目的の飲料の取扱いに関連する固有の技術的解決策を示すものであって、その音は商品の商業的出所を示すものとは認識されないとの判断が示された。

（ii）2019 年 8 月 29 日 EUIPO 審判部決定（Case R 2024/2018-5）[74]

様々な金額の連続と最後に鐘が鳴る 3 つの短いストロークを示したマルチメディア商標の動画ファイルによる出願[75]について、審判部は、同商標は「平凡かつ明白な構成要素の組み合わせ」で識別力がないと判断した。

（iii）2020 年 7 月 23 日 EUIPO 審判部決定（Case R 2821/2019-1）[76]

短い連続音からなる音商標の音声ファイルが提出された出願に関して、審査官はこの商標は単純でありふれたものであり認識価値がないため、識別力を欠くとして拒絶した。一方、審判部は商品の出所を識別できると判断して請求認容とし、同商標は登録された。

（７）マルチメディア商標の扱い

商標法現代化法（MaMoG）による商標の現代化の流れで、マルチメディア商標は、商標規則（6 条、12 条（1））において、独立した独自の商標形態として明確に認められた。グラフィカル表示要件がなくなったことにより、マルチメディア商標は統一的な標識として保護されるようになった。つまり従前は、複数の画像の連続を提出することで動く画像を登録することができたものの、対応する音は、音商標として別に登録する必要があった。現在では、両者を組み合わせて 1 つの出願で登録を求めることができる。

マルチメディア商標の出願についても、伝統的商標と同様に、従来の基準が適用されるが、類否判断等に関する判例法はまだ存在していない。

[73] https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=T-668/19［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[74] 「Boards of Appeal Decisions Overview 2019 – Part II 」https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/law_and_practice/appeal/2019_overview_part_2_en.pdf（8 ページに審決の概要が記載されている）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[75] https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017889338［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[76] https://euipo.europa.eu/eSearchCLW/#key/trademark/APL_20200723_R2821_2019-1_018063460（左記ウェブサイトに審決の概要が掲載されており、審決がダウンロードできる）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

第４節　フランス

フランスは、部分拒絶制度及び非グラフィカルな手法による出願制度を導入している。におい等非伝統的商標については法律上保護を否定するものではないが、登録要件（出願商標に求められる表示要件）との関係で登録は非常に困難とされている。

１．部分拒絶制度

（１）関連規定、制度的枠組み国内出願と国際登録出願の双方において、部分拒絶制度が導入されている。実体審査では絶対的拒絶理由に係る審査と商品役務の表示に係る審査が並行して行われ、両方について部分拒絶の通知が出されうる。

知的財産法（CPI）L712-7 条において「拒絶理由が出願の一部のみに関係している場合は，出願はその一部のみが拒絶される。」[77]と定められており、これが部分拒絶制度の根拠となっている。

（２）導入された背景と経緯

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

部分拒絶制度は、商品商標と役務商標（サービスマーク）に関する、1991 年 1 月 4 日付け法律第 91-7 号により導入された。同法律の 10 条の最終段落において「拒絶理由が出願の一部にのみ影響する場合、出願は一部についてのみ拒絶される。」と定められている。

なお、法文案の審査を担当する上院委員会の 1990 年 9 月 25 日付けの報告書を参照したところ、条文案を修正せずに採決するよう勧告した以外に、部分拒絶制度に係るコメントは見られなかった。

（３）部分拒絶の通知形式・内容

部分拒絶の通知書の書式について、決まったテンプレートは存在せず、出願全体に対する拒絶の通知書の書式と実質的に違いはない。

また、拒絶の通知には 2 種類ある。産業財産権庁（以下、「INPI」とする。）の審査官が補正案を提示し、出願人が応答期限内に反対の意思を示さない限り INPI が補正を行ういわば「自動的」通知と、出願人に拒絶理由を解消するための応答を求める「通常の」通知である。ただし、自動的通知の場合でも出願人は意見書等による応答ができ、通常の通知の場合でも INPI は補正の提案ができる。

部分拒絶の通知書では、通知書内の本文において拒絶理由の説明とともにどの指定商品役務が拒絶の対象となっているのかが記される。

---

[77] フランス知的財産法日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/france-chiteki_zaisan.pdf　及び同法英訳　france-e_chiteki_zaisan.pdf　（特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（４）部分拒絶への対応方法

出願人側からの対応方法としては、意見書の提出、審査官の補正案に同意する旨の意思表示、出願の分割（知的財産規則[78] R712-27 条）、出願の取下げが考えられる。

審査官の補正案に同意する旨の意思表示は、メールや書面で行うこともできるし、INPI によるプラットフォームの利用者エリアに設けられている「同意する（bon pour accord）」ボタンをクリックすることで行うことも可能。これにより、INPI による変更提案や特定の商品役務の登録拒絶の判断はすべて承服されたものとみなされる。

補正案の検討等にあたって、出願人は審査官と電話で連絡を取ることが可能である。審査官は通常、出願人や代理人との判断に関する拘束力のない非公式な話し合いに応じる。

審査官の補正案に対して出願人側が異議を唱えた場合、INPI は新たな通知を発行し、もはや部分拒絶に該当しないため登録に進むこと、又は部分拒絶の理由が残ることのいずれかを表明する。後者の場合、INPI は自らの立場を立証し、提案した補正案を維持するか、又は異議で示された出願人の状況により適した補正案を新たに提案することができる。

（５）部分拒絶に対応しなかった場合の出願の扱い（知財庁側）

INPI が補正案を提示していた場合、出願人から応答がなければ、その補正案は最終決定に反映される（なお、出願人が補正により必要となった追加料金を納付しなかった場合、当該商品役務は拒絶となる）。一方、INPI が補正案を提示していなかった場合、出願人が補正案を提出する旨の応答をしなければ、拒絶理由の対象となっている商品役務は拒絶される。

具体的に、部分拒絶の通知に対する応答期間は通知の受領から 1 月とされているが、実務上、INPI は、期間の計算のために通知の受領を確認しなくて済むよう、通知書に具体的な日付を示している。通知において設定される応答期間は通常 1 月半程度である。

その応答期限の前に、INPI は部分的拒絶の決定の案を回付する。出願人は、案の受領から 1 月以内に応答しないことによって、その決定案を受け入れることができる。この期限は請求により 1 回更新される。ここでも実際には、期限は通常 1 月より少し長い。

その後、期限を定めず、数週間から数月の間に登録が行われる。

国際登録出願については、暫定的拒絶通報への応答期間は 45 日[79]である。

また、部分拒絶の通知が出された後、出願人の応答が応答期間内になされなかった場合に加え、出願人の応答があっても拒絶が解消されなかった場合には、（最終的な）拒絶決定の前段階として、INPI から拒絶の決定案が出願人に送付される。出願人には必要に応じて、

[78] フランス知的財産規則日本語訳　https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/france-chiteki_zaisan_kisoku.pdf　（特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[79] WIPO Madrid Member Profiles (France)　（https://www.wipo.int/madrid/memberprofiles/selectmember ）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

その当否を争うための期限が与えられる（知的財産規則 R712-11 条(2)）。[80]

（６）部分拒絶の査定を受けた後の対応方法と出願の扱い

（ｉ）出願人側の対応方法

部分拒絶の決定に不服がある場合には、管轄裁判所（海外在住の出願人の場合は、パリ控訴裁判所）への上訴が可能である。また、パリ控訴裁判所による判決については、さらに大審院（Cour de Cassation）への上訴が可能である。出願人は、拒絶決定書の裏面に記載された知的財産規則 R411-19 条に規定された要件の下で、同決定に不服を申し立てる法的期間を有する。

（ⅱ）知財庁による出願の扱い

裁判所は登録可否ではなく INPI の拒絶決定の理由づけが正しかったか否かを判断し、決定を支持又は取り消す。

（７）運用の実態

部分拒絶の通知において審査官から補正案が提示されていた場合、出願人がその補正案に同意するとき、応答負担は相当程度軽減されている（INPI の提供するプラットフォームで「同意する（bon pour accord）」ボタンをクリックするのみであるため）。しかし、同意ボタンのクリックによる応答を行った場合、出願人側には応答履歴が残らないというデメリットがあるため、代理人事務所は、補正案に同意する場合であっても、書面による通常の応答を選択することが多い。

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

知的財産法 L711-1 条に商標の定義があり、具体的には、

「商品又はサービスに係る商標とは、自然人又は法人の商品又はサービスを他の自然人又は法人の商品又はサービスから識別する標章である。

この標章は、何人もその所有者に付与された保護の対象を正確かつ明瞭に決定することができるように、国内商標登録簿における表示を可能にしなければならない。」[1]

と定められている。識別力のある標章を知的財産法上の商標とした上で、INPI における商標登録簿に一定の要件を満たした形で表示できることを標章の条件とする規定になって

[80] 産業財産権庁（INPI）「登録手続き－商標ガイドライン（PROCÉDURE D'ENREGISTREMENT Directives marques）」p.52～53 https://www.inpi.fr/sites/default/files/Directives_enregistrement_marques_2024_version_finale_1.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

いる。

（2）保護可能とした背景と経緯

におい等非伝統的商標の保護は、必ずしも想定されていなかったと思われる。理論的には、1992 年版及び現行版の知的財産法 L711-1 条は、商標として登録可能な標識を限定列挙していないため、におい等非伝統的商標も登録の対象から除外されていない。しかし実際には、商標の表示に関する要件がその登録の障害となっている。

（3）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

願書には、所定の「商標の表示」や指定商品役務等を記載する。出願商標の識別性が使用により獲得されたものである場合、使用証拠を付属書類として提出する（知的財産規則 R712-3 条）。

商標の表示は「明瞭であり、正確であり、明確であり、容易にアクセス可能であり、分かりやすく、耐久性があり、かつ客観的な方法により、この登録簿に表示することが可能であること」が条件とされており、同表示には「商標の表示に関わりかつ保護の範囲を拡張しないことを条件として、説明を添えることができる」と定められている（知的財産規則 R711-1 条）。

サンプルや見本は、有効な商標の表示として認められていない（知的財産規則 R711-1 条）。

（4）審査等での取り扱い

（ⅰ）商標の保存と公表

商標は、一般に利用可能な技術の手段による適切な形態で国内商標登録簿に表示されなければならないとされている（知的財産規則 R711-1 条）。

公告は、原則、INPI により出願が受領された後 6 週間以内に行われるが、出願の体裁が複製に必要な技術的要件を満たしていないことが判明した場合にはこの限りでないと定められている（知的財産規則 R712-8 条）。

INPI の担当者によると、現在のところ、INPI の商標登録簿にはにおい等非伝統的商標を表示する技術的手段は含まれていないとのことである。

（ⅱ）登録要件（審査基準等）

におい等非伝統的商標の最近の出願については把握していないが、適用される審査基準は他の商標と同じであるべきである。

（iii）識別力の判断

においも非伝統的商標の最近の出願については把握していないが、他の商標と同じように判断されるべきである。

（iv）類否の判断

においも非伝統的商標の最近の出願については把握していないが、他の商標と同じように判断されるべきである。

（v）権利範囲の特定方法

においも非伝統的商標の最近の出願については把握していないが、他の商標と同じように判断されるべきである。

（5）重要な事例・裁判例

（i）2003 年 10 月 3 日パリ控訴裁判所判決（RG n°2003/02153）

イーライリリー社により出願された味覚商標（出願番号 3000426）[81]について判断が示された判決である。INPI の商標登録拒絶の決定に対する出願人の控訴が棄却された。同商標は「人工の苺フレーバー」であり、指定商品は「医薬品、獣医学及び衛生用製品、医療用食餌療法物質」であった。

裁判所は、味覚商標は、2019 年 12 月 15 日以前の版における知的財産法 L711-1 条が定めるグラフィック表示の条件を満たす限り、登録可能であることを認めた。次に、におい商標について化学式による表現、文字による説明、においサンプルの寄託による表現、またはこれらの要素の組み合わせによる表現はグラフィック表示要件を満たさないとした欧州司法裁判所判決に言及した。

同判決では、

・商標出願は、主観性が排除され時間的に変化することのないグラフィック表示でなければならない

・本出願は公衆にとって利用しやすく理解しやすい図形表現を備えているが、正確性と客観性の基準を満たしていない

・苺の香りは安定しておらず品種や果実の熟度によって変化するし、人工的な香りも変化するため、本願商標は、消費者がそれぞれ異なるフレーバーを認識するものである

といった考慮事項が示された。

[81] https://branddb.wipo.int/en/advancedsearch/brand/FR502000003000426?sort=score%20desc&strategy=concept&rows=30&asStructure=%7B%22_id%22:%22e4be%22,%22boolean%22:%22AND%22,%22bricks%22:%5B%7B%22_id%22:%22e4bf%22,%22key%22:%22appNum%22,%22value%22:%223000426%22%7D%5D%7D&_=1739238791188&fg=_void_&i=1 ［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（６）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

INPI の公開データベースで入手可能なデータによると、近年、におい商標の出願は受理されていないと思われる（1997 年に 1 件のみあるが、却下されている。経緯の詳細は不明）。味覚商標は、イーライリリー社が 2000 年 1 月 7 日に出願した商標（出願番号 3000426）[5] のみである。また、触覚商標については前例がないようである。

出願人はにおい等非伝統的商標の保護にあまり関心がないように見受けられるところ、これは、これらの商標については、表示に関する要件を満たすことが非常に難しいためと思われる。

３．非グラフィカルな手法による出願

（１）関連規定

非グラフィカルな手法による出願に関連する規定として、知的財産法 L711-1 条及び知的財産規則 R711-1 条がある。まず、知的財産法 L711-1 条は、EU 商標指令 2015/2436 を実施する 2019 年 12 月 15 日以降の版において、商標のグラフィカル（視覚）表示を要求しなくなった。また、知的財産規則 R711-1 条では、商標の表現が正確で、明確で、容易にアクセス可能で、分かりやすく、耐久性があり、客観的な方法によるものでなければならず、商標は一般的に利用可能な技術を用いて適切な形式で登録簿に表示されるとの旨が定められている。

さらに、2019 年 12 月 11 日に INPI 事務局長により発出された決定（決定第 2019-157 号）がある。その 4 条は、非伝統的商標の出願に関する実務上の留意点を取り上げている。具体的には、非伝統的商標の（非グラフィカルな）表示と出願方法に関して、以下のような情報が示されている。

「h) 商標の要素の動き又は位置の変化からなる、又はそれを拡張する動き商標の場合、商標は動画ファイル又は動き又は位置の変化を示す一連の静止画像によって表される。

i) 画像と音声の組合せからなる、または画像と音声の組合せからなるマルチメディア商標の場合、商標は画像と音声の組合せを含む視聴覚ファイルによって表現される。

j) ホログラフィック特性を有する要素から構成される商標の場合、商標は、完全なホログラフィック効果の十分な特定に必要な図（views）を含む動画ファイル又は図面もしくは写真の複製物によって表現される。表示が図面または写真形式である場合、ホログラム自体を除き、一連のホログラフィック要素に焦点を当てなければならない。」

（２）導入された背景と経緯

商標ハーモ指令 2015/2436[82]の詳説には、商標制度の近代化の必要性に関する次のよう

[82]「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」。名称が長いため、一般に用いられる略称を用いて「商標ハーモ指令 2015/2436」と表記する。https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/15947 （WIPO ウェブサイト「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

な言及がある。

「欧州委員会は、2011 年 5 月 24 日付けの『知的財産権の単一市場』と題する通達の中で、より迅速でより質が高くより合理化された商標登録制度であって、より一貫性がありユーザーフレンドリーで一般にアクセス可能で技術的に最新のものでもある制度に対する利害関係者の高まる要求に応えるためには、EU 全体として商標制度を近代化しネット時代に適合させる必要がある、と結論づけている。（中略）

したがって、標識は、一般に利用可能な技術を使用し、必ずしも図形的手段によらず、その効果が十分に保証される表示であれば、どのような適切な形態でも表示することが認められるべきである。」

（３）出願方法（使用が認められているファイル形式等）

出願には、商標の表示を含まなければならない（知的財産規則 R712-3 条）。

産業財産権庁（INPI）による「登録手続き－商標ガイドライン」[83]には、以下のような案内がある。

- 音商標は、音声ファイルまたは楽譜によって表すことができる。音声ファイルの形式は、JPEG または MP3、最大サイズは 100MB である。さらに見本の説明を提出できる。
- 動き商標は、動画ファイルまたは一連の連続する静止画によって表すことができる。動画ファイルの形式は、JPEG または MP4、最大サイズは 100MB である。
- マルチメディア商標は、視聴覚ファイルによって表すことができる。視聴覚ファイルの形式は MP4 であり、最大サイズは 100MB である。
- ホログラム商標は、ホログラフィック効果を十分に識別するために必要な図（les vues）を含む動画ファイル、図面、写真の複製物により表すことができる。これは画像ファイルまたは音声の入っていない動画ファイルのいずれでもよい。ファイルの形式は JPEG または MP4 で、最大サイズは 100MB である。

MP3 等の電子データは、オンライン出願フォーム内の INPI プラットフォームにアップロードすることにより提出できる。

（４）提出された電子ファイルの審査での扱い

理論上、INPI は伝統的商標と同じ審査基準を適用する。また、非グラフィカルな手法による出願の導入の前後で、識別力の判断、類否判断の手法等に変化があったと思わせる要素はない。

音商標、動き商標、ホログラム商標、マルチメディア商標等の非伝統的商標の審査基準（特に識別力の審査）については、INPI による「登録手続き－商標ガイドライン」に詳しい説明がある。

83 産業財産権庁（INPI）「登録手続き－商標ガイドライン（PROCÉDURE D'ENREGISTREMENT）」Directives marques https://www.inpi.fr/sites/default/files/Directives_enregistrement_marques_2024_version_finale_1.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（５）提出された電子ファイルの公開の手法

INPI の提供する商標検索サイト [84]では、非グラフィカルな手法による出願の商標を視聴することができる。

（６）重要な事例・裁判例

（ｉ）音商標に係る異議決定（2021 年 12 月 14 日付け決定、OP21-2669）

2007 年 12 月 20 日出願の先行商標 EUTM 006534887「『OH YES』のチャーチル・ソノグラム（Churchill Sonogram of 'Oh Yes'）」[85]と、フランス出願商標「HO YES!」が争われた事案がある。INPI は、聴覚上の類似性と観念上の類似性が高く、出所混同の可能性があると判断し、後願商標は登録が拒絶された。

（７）マルチメディア商標の扱い

マルチメディア商標は、非グラフィカルな手法による出願の導入とともに保護されるようになった。
マルチメディア商標に関する判決等は把握していない。また、INPI や国内の裁判所は、マルチメディア商標に関する分析を提供するための資料をほとんど作成していない。これは主に、INPI に提出されたマルチメディア商標の出願が非常に少ないためである。

第５節　スウェーデン

スウェーデンは、部分拒絶制度及び非グラフィカルな手法による出願制度を導入している。におい等非伝統的商標については法律上保護を否定するものではないが、登録要件（出願商標に求められる表示要件）との関係で登録は非常に困難とされている。

１．部分拒絶制度

（１）関連規定、制度的枠組み

国内出願と国際登録出願の双方において、部分拒絶制度が導入されている。
商標法 2 章 18 条及び 23 条、同 5 章 8 条、同 9 条、同 10 条 [86]が部分拒絶制度の根拠となっている。

---

84 「Home」https://data.inpi.fr/ ＞「Trademarks advanced search」https://data.inpi.fr/recherche_avancee/marques［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

85 https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/006534887 EUIPO による「eSearch plus」の検索結果にて商標を聞くことができる。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

86 Trademarks Act (2010:1877) amended up to Act (2024:866) https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/22767（WIPO ウェブサイト「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」ページ）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

商標法の 2 章は国内出願について定めており、その 18 条は「出願人が陳述した後であっても、17 条第 1 段落第 1 文に基づく不備または支障がある場合、出願人に対し新たな指令を発する理由がない限り、出願の全部または一部を拒絶する。」と規定している。一方、5 章は国際登録出願について定めており、8 条第 3 段落では「スウェーデン特許登録庁は、第 2 段落の規定による障害があると認めるときは、国際事務局に対し、国際商標登録の全部又は一部がスウェーデンにおいて効力を有しない旨を通知する。」と規定されている。

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

実務的には、部分拒絶の通知を受けた国内出願と国際登録出願との間でスウェーデン特許登録庁（PRV）（以下、同庁の英訳表記に沿って「知財庁」とする。）の取り扱いに異なる点がある。国際登録出願では部分拒絶の通知に応答しなくとも出願の一部の保護を受けることが可能であるが、国内出願では応答しない場合は、通常、商標法 2 章 17 条第 2 段落に基づいて出願全体がファイルから抹消される（拒絶される）扱いとなっている。

（2）導入された背景と経緯

国内出願に関しては、部分拒絶の運用は、少なくとも 1960 年以降一貫して行われている。スウェーデンを指定した国際登録出願に関しては、スウェーデンがマドリッド協定議定書に加盟した 1996 年に導入されたと考えられる。

（3）部分拒絶の通知形式・内容

部分拒絶の通知の書式は、出願全体を拒絶する通知の書式と同じである。
なお、部分拒絶の場合、通知においては拒絶の対象となっている商品役務が指摘される必要があるものの、実際には、審査官により通知書の記載方法にばらつきが見られる。問題となる商品役務が挙げられた上で理由を記して議論が展開される場合もあるが、識別力の欠如等の拒絶理由だけが記され、その理由が出願全体を対象とするものか一部にのみ該当するのかが不明確なこともよくある。

（4）部分拒絶への対応方法

国内出願の場合、部分拒絶の通知に応答しないと出願全体が拒絶されるリスクがある（商標法第 2 章第 17 条、１．（１）を参照。）ため、書面による応答が必要である。
知財庁に提出する応答書では、部分拒絶に不服の場合には審査官の判断への反論や再検討の要請、承服する場合には指定商品役務の減縮についての同意の表明等が行われる。また、特に案件が複雑な場合には、審査官が電話での協議に応じることも多い。

スウェーデンを指定する国際出願の場合には、知財庁に応答書を提出する選択肢に加え、WIPO に指定商品役務を限定する書面（MM6 書面）を提出することもできる。また、通知に対して何もせず、応答期間が経過した後に、拒絶の対象となっていない部分についてス

ウェーデンでの保護が与えられるのを待つことも可能である(商標法5章9条及び10条)。

（５）部分拒絶に対応しなかった場合の出願の扱い（知財庁側）

拒絶の通知に対する応答期限は、通常その通知日から2月に設定されている。また、部分拒絶の通知について定められたすべての期日に関して通常8週間の期間延長が認められうる。それ以上の延長は例外的な場合のみ認められる。
国内出願については、応答期限までに通知への応答がない場合には出願全体が拒絶される可能性があると規定されているところ（商標法2章17条)、実際の運用においては、通常、拒絶される扱いである（上記（１))。しかし、応答期限徒過後2月以内に出願の再開を請求し、回復手数料を納付した場合には、出願を回復することが可能である（商標法 2章第20条)。

特に国際出願については、知財庁は、暫定的拒絶通報を発したのち、最短3月後以降に出願を再検討の上、出願の全部又は一部の保護認容について決定を出し、商標登録簿に記入し公告する（商標法5章9条及び10条)。なお、暫定的拒絶通報への応答期間はその発行日から3月である[87]。

（６）部分拒絶の査定を受けた後の対応方法と出願の扱い

（ｉ）出願人側の対応方法

部分拒絶の決定に対しては、国内出願、国際出願いずれの場合も、出願人は決定日後 2月以内に特許市場裁判所（PMC）に審判を請求することができる（商標法10章13条)。
具体的には、審判請求書の宛先を特許市場裁判所とし、知財庁（PRV）に送付する（知財庁は決定を再検討の上、決定を支持する場合には審判を裁判所へ移行させる)。同書面には、出願番号、どのような決定の修正を求めるか、決定が誤りである事実を裏付ける事情等を記載する[88]。

出願を分割することも可能である。拒絶の対象となっていない商品役務について登録・公告へと進め、拒絶の対象となっている部分について更に争うこともできる（商標法2章3条)。

[87] WIPO Madrid Member Profiles （SWEDEN）
https://www.wipo.int/madrid/memberprofiles/result?countries=9201&datafields=10088,10089［最終アクセス日：2025年3月6日］

[88] 知財庁（PRV）サイト内の商標出願手続き案内ページの「出願の拒絶」＞「拒絶に対する不服申立て」の項
https://www.prv.se/en/trademarks/prepare-for-the-trademark-application/processing-of-applications-of-trademarks/refusal-of-the-trademark-application/ ［最終アクセス日：2025年3月6日］

（ⅱ）知財庁による出願の扱い

部分拒絶の決定が出された場合には、その決定が法的に拘束力を持つまで、出願全体が保留され、拒絶対象でない部分も含めて登録されない[89]。

部分拒絶の決定が「法的に拘束力を持つ」のは、その決定が法的効力を得たときである。これは、決定が上訴（又は審査官による修正）をされていないか、又は上訴手続きが終了していることを意味する。

（7）運用の実態

国内出願については、出願人が拒絶の通知に不応答の場合、知財庁は出願を拒絶することができる旨の規定があるため、たとえ部分拒絶の通知であってもそのまま放置して部分登録を待つということはまず行われていない。

また、部分拒絶であっても、その通知において拒絶理由がどの指定商品役務に対してのものであるか明記されていないことも多く、出願人側はその該当範囲を想定しながら応答することもしばしばある。

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

商標法 1 章 4 条[1]に商標の定義がある。具体的には、

「商標は、スウェーデン特許登録庁の商標登録簿に明確に複製することができる特徴的な標識で構成することができる。

標識には、特に、個人名を含む単語、図形、文字、数字、色彩、音、商品又はその包装の形状又はデザインが含まれる。」

と定められている。

（２）保護可能とした背景と経緯

以前の商標法では、登録が認められる商標の種類は明確に列挙されており、商標が登録可能であるためにはグラフィカルに表現されている必要がある旨の規定があった。例えば、1960 年に制定された商標法（2010 年まで施行）では、1 条に「商標は、グラフィカル（視覚的）に複製することができるすべての標識、特に、人名を含む言葉、図形標章、文字、図形、商品又はその包装の形状、形態又は体裁からなることができる」と定められていた。

その後、直近の 2018 年の商標法改正により、知財庁の登録簿において明確に再現できる

89 知財庁（PRV）サイト内の商標出願手続き案内ページの「出願の拒絶」＞「部分拒絶」の項 https://www.prv.se/en/trademarks/prepare-for-the-trademark-application/processing-of-applications-of-trademarks/refusal-of-the-trademark-application/ ［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

識別力を有する標識はすべて登録可能となっている。グラフィカル（視覚的）表示はもはや要求されていない。

（３）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

願書には、出願人の書誌的事項や指定商品役務のほか、「商標の明確な表示」を記載する（商標法 2 章 1 条）。

また、知財庁が必要と認めるときは、標章を書面で記載し、かつ、その標章を特徴づけるものを記載しなければならない（商標規則 3 章 2 条 [90]）。知財庁は、商標法 2 章 1 条の出願手続きと商標の表示について、より詳細な規則を定めることができる（商標規則 3 章 6 条）。

スウェーデンではにおい商標登録について前例がないものの、におい商標については、EUIPO がテニスボールの登録商標として「刈りたての草のにおい」という記述を認めたように、記述により説明される必要があると推測される。

（４）審査等での取り扱い

（ｉ）商標の保存と公表

非伝統的商標が二次元で印刷できない場合、知財庁の商標データベースを通じて閲覧等することはできない。非伝統的商標の公表は、登録番号、権利者名、権利者住所、指定商品役務等の登録情報についてのみ行なわれる。このような非伝統的商標の電子ファイルのコピーを入手するためには、利害関係者が知財庁に電子メールで連絡する必要がある。

知財庁は、より現代的で使い勝手のよい、この種の情報が閲覧可能な新しいデータベースを計画していると聞いている。

（ⅱ）登録要件（審査基準等）

非伝統的商標の審査について、公開された公式なガイドラインはないが、知財庁の内部にはガイドラインのようなものがある。また、非伝統的商標の審査は通常の商標と比べて難しいため、その新規出願があった場合には、経験豊富な審査官に担当が割り振られると考えられる。

非伝統的商標の審査では、当該出願を非伝統的商標カテゴリーに属する他のすべての有効な商標と手作業で比較していくと理解している。EU 商標も審査の一部であるため、審査にはかなり時間がかかると考えられる。

90 Varumärkesförordning（2011:594）（2022:1866 により最終改正）（商標規則）https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling /varumarkesforordning-201159_sfs-2011-594/ 知財庁ウェブサイトの「Trademarks」＞「Prepare for the trademark application」＞「Laws and regulations concerning trademarks」に商標法と商標規則へのリンクがある。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（iii）識別力の判断

識別力の判断がどのように運用されているかについて、知財庁から明確には公表されていない。

（iv）類否の判断

非伝統的商標については、通常の商標と異なり、知財庁のコンピュータの中に類似性の検索ができるようなデータや機能が入っていない。そのため、審査では審査官が一個ずつ商標を見ていくしかないという状況である。

（v）権利範囲の特定方法

権利範囲の特定がどのようになされているかについて、知財庁から明確には公表されていない。

（5）重要な事例・裁判例

スウェーデンにおけるにおい等非伝統的商標に関する重要な事例や裁判例は認識されていない。

（6）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

現在、商標登録簿にある非伝統的商標は、音商標 8 件、色彩商標 11 件、動き商標 10 件（うち出願中 1 件)、マルチメディア商標 2 件、位置商標 12 件、パターン商標 13 件（うち出願中 1 件)、その他の商標 4 件であり、におい商標、触覚商標、味覚商標はない。非伝統的商標、例えばマルチメディア・動き・ホログラムの商標はより普及することが期待されているものの、これらの数字の低さが示すように、大きな関心は見られない。
その理由として、におい商標に関しては、スウェーデンにおいて前例がなく、EU でも登録例は 1 件のみと、保護を受けようとするのは非常に困難を極めるということがある。他のタイプの非伝統的商標に関しては、権利取得できると知られていなかったり、また、権利を取るのが難しいと思われたりしているのかもしれない。

知財庁ウェブサイトの「様々な商標の例」ページには、におい等非伝統的商標は挙げられていない。単語商標、図形商標、音商標、立体商標、動き商標、マルチメディア商標、ホログラム商標、位置商標、パターン商標、団体・保証・証明商標の紹介のみである [91]。
また、知財庁によるオンライン用「商標登録出願フォーム」において、「商標のタイプ」項目で選択できるのは、「言葉」「図形」「文字と図形」「音」「色彩」「立体」「ホログラム」

[91] 知財庁ウェブサイト「様々な商標の例」ページ　https://www.prv.se/en/trademarks /good-to-know-about-trademarks/examples-of-various-trademarks/［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

「位置」「パターン」「動き」「マルチメディア」のみである [92]。

３．非グラフィカルな手法による出願

（１）関連規定

非グラフィカルな手法による出願の関連規定としては、商標法 2 章 1 条がある。
同条では、
「商標登録を希望する者は、スウェーデン特許登録庁に出願しなければならない。願書には次の事項を記載しなければならない。
1. 出願人の氏名又は会社名及び住所に関する情報
2. 代理人の氏名及び住所の詳細
3. 商標の明確な表示
4. 商標の対象となる商品又は役務及びそれらが属する区分の明確なリスト（商品又は役務のリスト）」
と定められており、グラフィカルな表示が要件として求められていない。

（２）導入された背景と経緯

非グラフィカルな手法による出願は、欧州連合の規制に沿って 2018 年に改正された商標法（2018:1651）により導入された。同改正法では、2 章 1 条に新たな文言が入り、グラフィカル表示要件が削除されている。

（３）出願方法（使用が認められているファイル形式等）

各タイプの商標について認められた電子ファイルの形式とデータの大きさは次のとおりである [93]。

音商標： MP3, JPEG（両形式とも最大 2MB）
動き商標： MP4（最大 20MB）、JPEG（最大 2MB）
マルチメディア商標：MP4（最大 20MB）
ホログラム商標： MP4（最大 20MB）、JPEG（最大 2MB）

MP3 や MP4 等の電子データは、電子メールで知財庁に提出できる。

[92] 知財庁によるオンライン出願用の商標登録出願フォーム https://cfo.prv.se/sp-ui-tmefiling/wizard.htm?execution=e1s1［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[93] 「Overview of the accepted electronic file formats for all types of trade marks by each office 2019」 https://www.prv.se/globalassets/dokument/english/trademarks/laws-regulations/overview-of-the-accepted-electronic-file-formats-for-all-types-of-trade-marks-by-each-office-2019.pdf 及び
Madrid Member Profiles (SWEDEN) https://www.wipo.int/madrid/memberprofiles/selectmember［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（４）提出された電子ファイルの審査での扱い

商標の保護範囲や識別力等に関して、非グラフィカルな手法による出願の商標に特別な要件があるとは認識していない。審査官は、例えば 2 つの図形商標を比較する場合と同じような検討事項を適用すると考えられる。
非グラフィカルな手法による出願の審査基準や実務は、知財庁の外では知りえない。また、非グラフィカルな手法による出願はまだ件数が少ないため、一般的な審査の傾向や実務を検討することはできない。

（５）提出された電子ファイルの公開の手法

知財庁による商標検索サイト [94]では、非グラフィカルな手法による出願の商標の視聴はできない。商標のタイプや書誌的事項のみ閲覧することができる。

音声ファイル等を視聴するためには知財庁にメールで依頼して取り寄せる必要がある。知財庁は、より現代的で使い勝手のよい、この種の情報が閲覧可能な新しいデータベースを計画していると聞いている。

（６）重要な事例・裁判例

スウェーデンにおける非グラフィカルな手法による出願に関する重要な事例や裁判例は認識されていない。

（７）マルチメディア商標の扱い

非グラフィカルな手法による出願の導入に合わせて、2018 年に改正された商標法（2018:1651）により導入されている。
スウェーデンにおけるマルチメディア商標に関する重要な事例や裁判例は認識されていない。

第６節　英国

英国は、部分拒絶制度及び非グラフィカルな手法による出願制度を導入している。におい等非伝統的商標については法律上保護を否定するものではないが、登録要件（出願商標に求められる表示要件）との関係で登録は非常に困難とされている。

[94] Swedish Trademark Database　https://tc.prv.se/VarumarkesDbWeb/searchMain.jsp［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

１．部分拒絶制度

（１）関連規定、制度的枠組み

国内出願と国際登録出願の双方において、部分拒絶制度が導入されている。実体審査は主に絶対的拒絶理由について行われているところ、審査官が一部の指定商品役務について拒絶理由があると判断した場合、部分拒絶の旨の通知が出される。

商標法[95]5A 条において「商標登録の出願の拒絶理由が、商標が出願されている商品又はサービスの一部についてのみ存在する場合は、出願は当該商品又はサービスについてのみ拒絶される」[96]と定められており、これが部分拒絶制度の根拠となっている。

（２）導入された背景と経緯

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

部分拒絶制度の導入は、理事会指令 89/104/EEC（「商標に関する加盟国の法律を近似させるための 1988 年 12 月 21 日付第一理事会指令 89/104/EEC」）[97]に対応したものである。それ以前、1938 年の旧商標法においては、部分拒絶制度は明確に規定されていなかった。旧制度では、出願人が自発的に明細書を補正して拒絶を解消しない限り、出願全体が拒絶されるという、いわば「オール・オア・ナッシング」のアプローチであった。

（３）部分拒絶の通知形式・内容

部分拒絶の通知書の書式は、出願全体に対する拒絶の通知書のものと同じである。つまり、定型の審査報告書（Examination Report）の形式が使用されている。

実体審査は絶対的拒絶理由（商標法 3 条(1)）について審査されるところ、拒絶は、識別力の欠如（例として、単純すぎるために商品役務の出所を示すことができない商標）や指定商品役務の種類・品質・性質を記述しているに過ぎない商標であることを理由として出されることが多い。

なお、国際登録出願（の英国領域指定）に対する暫定的拒絶通報については、英国知的財産庁（以下「UKIPO」とする。）の「商標実務マニュアル」[98]において、以下のように説明されている。

－　国際部門が WIPO に発送するレターの中で、領域指定が特定の区分に関してのみ保

---

95 Trade Marks Act 1994　https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1994/26/section/5A（英国政府ウェブサイト「legislation.gov.uk」［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

96 商標法日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/england-shouhyou.pdf （特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

97 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A31989L0104 （欧州連合ウェブサイト「EUR-Lex」）及び https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/1418 （WIPO ウェブサイト「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

98 「Manual of trade marks practice」＞」「International examination guide」 https://www.gov.uk/guidance/trade-marks-manual/international-examination-guide （UKIPO ウェブサイト「GOV.UK」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

護を拒絶されていることを明確にする。レターの見出しは「暫定的部分拒絶」とする。このレターは、商標の保護の拒絶が提起された理由とそれに関連する区分を詳細に述べる。また、領域指定と抵触するとみなされる先行の権利の詳細が記載されることもある。応答期限が設けられており、出願人が希望する場合には、保護の部分拒絶に対する応答を行うことができるようになっている。レターは、これに含まれる情報を国際登録簿に記録するために WIPO に送付される。WIPO はこのレターを出願人またはその代理人に送付する。国際登録は、国内商標と同様に、拒絶を克服するために分割することができる。　－

（４）部分拒絶への対応方法

出願人側からの対応方法としては、意見書の提出、ヒアリングの請求、出願の分割、補正（指定商品役務の減縮）が考えられる。

審査官による部分拒絶に不服がある場合には、拒絶対象の指定商品役務を認めるべき理由を正当化する意見書を提出することができる。
また、拒絶内容を十分に検討した上で応答書面を作成するため、応答期限の延長を申請することができる。この期限延長は、審査官の裁量に委ねられている。
部分拒絶に不服がある場合に加えて、審査官が意見書を検討してなお拒絶を維持した場合には、ヒアリングの請求ができる。ヒアリング担当審査官（hearing officer）は、審査官が出した拒絶理由と、出願人からヒアリング請求前後に提出された書面を検討する。その後、拒絶を維持するか取り下げるかの決定がなされ、ヒアリング担当審査官は同決定を伝えるためのヒアリングレポート（hearing report）を出す。
拒絶を克服するために出願を分割することも考えられる。
部分拒絶を承服する場合には、指定商品役務から拒絶の対象となっているものを削除することが考えられる。あるいは、指定商品役務の記載を限定することにより、拒絶を解消することができる。なお、UKIPO は部分拒絶に係る応答期間が出願人側の応答がないままに過ぎると拒絶対象の指定商品役務を削除するため、出願人が単に拒絶対象となっている指定商品役務を削除することを意図している場合、必ずしも審査官に応答する必要はないとされている。しかしながら、応答期限に余裕を持って応答書面を提出することにより、出願がより早く公告・登録へと進む可能性が高くなる。
なお、拒絶の通知には審査官の連絡先が記載されており、出願人側は電話や E メールで審査官と連絡を取ることができる。拒絶内容や期間延長について話し合うことが可能である。

（５）部分拒絶に対応しなかった場合の出願の扱い（知財庁側）

部分拒絶の場合を含む拒絶通知書 [99]及び暫定的拒絶通報 [100]への応答期間は、2 月（審査

[99] UKIPO ウェブサイト「商標の登録」ページ（Register a trade mark）
[100] WIPO Madrid Member Profiles（UNITED KINGDOM）https://www.wipo.int/madrid/memberprofiles/selectmember［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

官の裁量により延長可）である。応答期間内に応答書面が提出されない場合には、登録可能な指定商品役務について出願が続行され、拒絶対象の指定商品役務について拒絶される。具体的には、UKIPO により拒絶対象の指定商品役務が出願から削除されたのち、残りの指定商品役務に係る出願について公告決定が出される。[101]

審査官は通常、応答期間が満了してもすぐに公告決定を出すことはなく、UKIPO のバックログにもよるものの少なくとも 1～2 週間後になるのが普通である。

（６）部分拒絶の査定を受けた後の対応方法と出願の扱い

（ｉ）出願人側の対応方法

部分拒絶の決定に不服がある場合には、アポインテッド・パーソン（Appointed Person）または高等裁判所への上訴が可能である。

商標法 76 条(1)では「本法に基づく登録官（the registrar）のいかなる決定に対しても不服申立てすることができる」、また、同条(2)では「このような不服申立てはアポインテッド・パーソン又は裁判所の何れかに行うことができる」と定められている[2]。

上訴はヒアリングに続いて行われるのが通常である。ヒアリング担当審査官は、ヒアリングを経て審査官が出した拒絶が維持されるべきか取り下げられるべきかの決定を行い、商標の拒絶の法的根拠を概説した決定書を発行する。一方で、拒絶通知書が出された後に直接上訴することも可能である。

アポインテッド・パーソンへの上訴は、比較的迅速で非公式なプロセスであると考えられている。この上訴は、アポインテッド・パーソンとの対話で行われるためである。一方で、審理ののち決定が出されると、その決定は最終的かつ拘束力のあるものとなり、それ以上の上訴はできない。ここで、アポインテッド・パーソンは、弁護士等の法律の専門家であり、UKIPO の外にいる独立した立場の者で、政府が任命する者とされている。一般的には知的財産（特に商標）に詳しい専門家であり、上訴の都度、UKIPO によって指名され、出願人に連絡されるという仕組みになっている。

高等裁判所への上訴は、より正式で費用のかかる方法であると考えられている。法律上の問題を対象とする場合、控訴裁判所または最高裁判所に上訴することが可能である。

事案の性質、困難性、重要性等を考慮の上で、いずれの対応方法をとるかが検討される。

（ⅱ）知財庁による出願の扱い

部分拒絶の決定に対して不服申立がなされる場合、拒絶の対象である部分（指定商品役務）が確定するまで出願全体が一時停止される。

101 Manual of trade marks practice - The examination guide（商標実務マニュアル－審査ガイド）https://www.gov.uk/guidance/trade-marks-manual/the-examination-guide 第 D 部（拒絶の克服）7（部分拒絶）の項に詳しい説明がある。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（７）運用の実態

出願人が審査官の部分拒絶について不服がなく、コスト重視で、出願が速やかに登録となることにあまり関心がない場合には、通知に応答しないことを選択することがありうる。しかし通常は、公告までの期間を短縮することや、部分拒絶に反論することを希望するため、応答せずに期限を徒過することはあまりない。部分拒絶の通知のうち応答がなく放置されるものは10%以下と思われる。

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

商標法１条に商標の定義があり、具体的には、

「本法において『商標』とは、標章であって、(a)登録官、その他の管轄当局及び公衆が、所有者に付与される保護の明瞭かつ正確な内容を決定することができる方法で登録簿に表現され、かつ (b)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、色彩、音響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。」（商標法１条(1)）

と定められている。

上記の商標法１条の規定ぶりから、におい等非伝統的商標は、理論上、英国で登録による保護を受けることが可能であるものの、現実には出願商標の表示の法的要件を満たすことの難しさから登録が困難とされている[102]。

判例法として、欧州連合司法裁判所によるシークマン事件判決（Case C-273/00 [2002] ECR I-11737 RPC 38）[103]がある。同判決に従って、英国ではすべての商標は「シークマン基準（Sieckmann criteria）」と呼ばれる要件を満たさなければならないとされる。同基準によると、商標の表示は、以下のようなものでなければならない。

明確であり（Clear）
正確であり（Precise）
自己完結しており（Self-contained）
容易にアクセスすることができ（Easily accessible）
わかりやすく（Intelligible）
耐久性があり（Durable and）
客観的である（Objective）

この基準は、現在の技術では、におい商標が満たすことが困難と考えられている。なお、

102 このような見解は各種ウェブサイトにおいても見られる。例えば、https://www.mewburn.com/ja/ （英国代理人 MewburnEllis 事務所「欧州における非伝統的商標保護制度の活用」、https://trademarkroom.com/blog/item/can-a-smell-be-trade-marked/（英国代理人 Trademarkroom 事務所「Can a smell be trade marked?」）。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

103 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:62000CJ0273（欧州連合ウェブサイト「EUR-Lex」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

シークマン事件判決では、化学式や言葉による説明、においサンプル、またはこれらの組合せは認められる表示にあたらないとされた。

（２）保護可能とした背景と経緯

1994 年商標法が施行された当初、UKIPO は、2 つのにおい商標の出願を言葉による説明のみに基づいて受理し登録した [104]。商標の表示の要件（いわゆる「シークマン基準」）を示した 2002 年のシークマン事件以降、今日ではこのような登録は不可能であろうと評価されている。

（３）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

出願は、願書、指定商品役務の記載等に加えて、「商標の表示であって、登録官その他の管轄当局及び公衆が、所有者に付与される保護の明瞭かつ正確な内容を決定することができる方法で登録簿に表現することができるもの」を含むこととされている（商標法 32 条(2)）。

ここで、「商標の表示」とは、所轄官庁や公衆が「保護対象を明確かつ正確に判断できるよう、明確、正確、自己完結的、容易にアクセス可能、分かり易く、耐久性があり、客観的な方法」によるものでなければならない（「商標実務マニュアル－新規出願」[105]第２部 2.3）。

におい等非伝統的商標については、「商標実務マニュアル－審査ガイド」[106]の第Ｂ部（審査実務に係る用語のアルファベット順リスト）に言及があり、「においや味の説明は明確でも正確でも客観的でもなく、サンプルは耐久性がないため、商標の説明やサンプル・見本は表示に代わることはできない」とされている。

（４）運用の実態

（ｉ）商標の保存と公表

非伝統的商標の保存と公表は、伝統的商標の場合と同様に行われる。

登録商標は、毎週金曜日に英国の商標ジャーナル（Trade Marks Journal）[107]に掲載される

---

104 UK00002000234（1994.10.31 出願／1996.5.3 登録）
商標：「苦いビールの強いにおい」（The mark comprises the strong smell of bitter beer applied to flights for darts）
指定商品：第 28 類「ダーツ用フライト（羽）」
UK00002001416（1994.10.31 出願／1996.4.9 登録、権利抹消）
商標：「薔薇を思わせる花の香り」（The trade mark is a floral fragrance/smell reminiscent of roses as applied to tyres.）
指定商品：第 12 類「車両用タイヤ」

105 「Manual of trade marks practice」＞」「New applications」https://www.gov.uk/guidance/trade-marks-manual/new-applications（UKIPO ウェブサイト「GOV.UK」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

106 「Manual of trade marks practice」＞「The examination guide」https://www.gov.uk/guidance/trade-marks-manual/the-examination-guide （UKIPO ウェブサイト「GOV.UK」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

107 Intellectual Property Office - Trade Marks Journal「Official Online Journal」リンクから電子版が閲覧できる。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

ことにより公表される。
　一方、特ににおい商標については、現在の技術では、明確で、正確で、自己完結的で、容易にアクセスでき、分かりやすく、耐久性があり、客観的である形で表示することができないため、同商標を登録することは不可能ではないにせよ非常に困難である、という状況にある。そのため、同商標の保存と公表についての実例はない。

（ⅱ）登録要件（審査基準等）

　におい等非伝統的商標は、伝統的商標と同じように審査が行われ、判断される。
　におい商標を含むすべての非伝統的商標の審査基準に関する規定は、「商標実務マニュアルー審査ガイド」の第Ｂ部（審査実務に係る用語のアルファベット順リスト）に記載されている。

（ⅲ）識別力の判断

　識別力の判断基準は、非伝統的商標と伝統的商標とで違いはない。
　商標の識別力は、指定商品役務との関係において、当該商品役務のカテゴリーについて十分な知識を有し、合理的に観察する、慎重な消費者の視点から評価される。識別力は、商標が関連する公衆が商品役務の出所を識別させ、他の事業と区別することを可能にすることができれば十分であるとされる。

（ⅳ）類否の判断

　非伝統的商標間に適用される混同可能性の判断基準は、特徴的かつ支配的な要素を考慮しつつ、外観上、称呼上、観念上の類似性や商標の全体的印象が比較されるという点で、伝統的商標の混同可能性の判断基準に準じる。
　ただし、個々の外観上、称呼上、観念上の類似点の重要性は、商標のタイプによって異なる可能性があるとされる。例えば、におい商標同士の比較においては、外観上の類似性は関係ないか又は適用できないと考えられる。

（ⅴ）権利範囲の特定方法

　におい等非伝統的商標については、伝統的商標と同じように判断される。

（５）重要な事例・裁判例

（ｉ）リンデ事件（Linde Joined Cases C-53/01 to 55/01）[108]

欧州司法裁判所において、商標の記述性・識別力のテスト（判断基準）に関して、異なるタイプの商標間に法律上の区別はない、との判断が示された。

（ii）シークマン事件（Sieckmann Case C-273/00）[109]

欧州司法裁判所において、登録簿に表示されるべき標章の基準として、明確で、正確で、自己完結的であり、容易にアクセスが可能で、分かりやすく、耐久性があり、客観的であること、が示された。

（６）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

におい商標については、同商標が認められるために必要な表示の基準を満たすことが非常に困難であるため、2002 年のシークマン事件以降、におい商標の出願に成功した例はない。

におい商標に関する現在の見解は、技術が発展するまではシークマン基準に従って同商標を登録することは不可能である、というものである。しかしながら、例えばもしにおい商標を自宅等で物理的に嗅ぐことができるような新技術が開発されたとしたら、登録が可能となるかもしれない。

それ以外の非伝統的商標については、登録簿に表示できるかどうかということよりも、その商標に識別力があるかどうか（ある事業者の商品役務と他の事業者の商品役務とを区別できるかどうか）ということが議論されている。一般的な消費者は、例えば色彩のみで構成される商標を、商品や役務の出所を示すものとして直ちに認識しないからである。多くの場合、このようなタイプの商標は識別力の欠如に基づく拒絶を受ける。

実務上、色、音、動画等、他の非伝統的商標の保護を求める人の数に目に見える変化は見られないが、市場における競争上の優位性を得るために、非伝統的商標の登録を試みる出願人が増加しても不思議ではない。

３．非グラフィカルな手法による出願

（１）関連規定

非グラフィカルな手法による出願の関連規定としては、商標法 1 条(1)(a)及び同法 32 条(2)(d)がある。具体的には以下のように規定されている。

---

[108] https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=48188&pageIndex=0&doclang=EN&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=829891 ［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[109] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:62000CJ0273 ［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

商標法 1 条(1)(a)「登録官、その他の管轄当局及び公衆が、所有者に付与される保護の明瞭かつ正確な内容を決定することができる方法で登録簿に表現され……」

商標法 32 条(2)(d)「商標の表示であって、登録官、その他の管轄当局及び公衆が、所有者に付与される保護の明瞭かつ正確な内容を決定することができる方法で登録簿に表現することができるもの」

（２）導入された背景と経緯

商標のグラフィカル（視覚的）表示要件の撤廃は、英国の欧州連合離脱（ブレグジット）に先立って、「2015 年 12 月 16 日付の欧州議会及び欧州理事会による商標に関する加盟国の法律を近似させるための指令（EU） 2015/2436 号」（いわゆる「商標ハーモ指令 2015/2436」）[110]の施行を受けて導入された。

同指令の 3 条は商標の定義を定めており、「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」を要求している。また、序文では、商標は「明確、正確、自己完結的、容易にアクセス可能、明瞭、耐久性があり、客観的」な表現である限り、一般に利用可能な技術を使用したあらゆる適切な形態で表現することが認められるべきと述べられている。

同指令は、英国においては、2019 年 1 月 14 日付け発効の、1994 年商標法と 2008 年商標規則を改正した 2018 年商標規則により施行されている。

（３）出願方法（使用が認められているファイル形式等）

出願には「商標の表示であって、登録官その他の管轄当局及び公衆が、所有者に付与される保護の明瞭かつ正確な内容を決定することができる方法で登録簿に表現することができるもの」を含まなければならない（商標法 32 条(2)）。

非グラフィカルな手法による出願における電子ファイルの提出については商標のタイプ毎に以下のような要件があり、「商標実務マニュアル－新規出願」[111] で詳しく説明されている。いずれも電子出願でのみ提出が可能で、電子ファイルを USB メモリ等の物理的なデータ媒体に格納して添付した紙による出願は受理されない。

- 音商標については、2MB 以下の、MP3 形式の音声ファイルであること。
- 動き商標については、8,000Kbps（キロバイト／秒） 及び 20MB 以下の、MP4 形式の動画ファイルであること。
- ホログラム商標については、8,000Kbps（キロバイト／秒）及び 20MB 以下の、MP4 形

[110]「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」。名称が長いため、一般に用いられる略称を用いて「商標ハーモ指令 2015/2436」と表記する。https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/15947（WIPO ウェブサイト「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[111] 商標実務マニュアル－新規出願（「Manual of trade marks practice - New applications」）https://www.gov.uk/guidance/trade-marks-manual/new-applications#ref2-4-6（UKIPO ウェブサイト「GOV.UK」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

式の動画ファイルであること。また、ホログラム効果全体を十分に特定するために必要な図（view）を含むものとする。
・ マルチメディア商標については、8,000Kbps（キロバイト／秒） 及び 20MB 以下の、MP4 形式の視聴覚ファイルであること。

また、「商標実務マニュアル－新規出願」によると、提出された商標の表示がシークマン基準に照らして適切でない場合、UKIPO は出願人に不備を指摘する書簡を送り、1 カ月の期間を設けて認められる表示を提出するよう求める。受理可能な表示が提出されれば、出願日はその表示を受理した日となる。

（４）提出された電子ファイルの審査での扱い

非グラフィカルな手法による出願の導入前後で、商標の権利範囲の特定・識別力の判断・類否の判断の手法に大きな変更はない。
一方、電子ファイルが認められるようになったため、例えば、音商標については実際の音声を登録簿上で再生できるようになった。非伝統的商標自体の正確な範囲を判断しやすくなったという意味では、商標権の範囲を特定しやすくなったと考えられる。
また、音等の非グラフィカル（非視覚的）商標は、その他の商標と同様にシークマン基準を満たさなければならないところ、電子ファイルでは、この「明確で、正確で、自己完結的な…」という要件を容易に満たすことが可能である。

（５）提出された電子ファイルの公開の手法

UKIPO による商標検索サイト [112]では、非グラフィカルな手法による出願の商標を視聴することができる。

（６）重要な事例・裁判例

（ｉ）缶飲料の音に係る事件（Case T-668/19、Ardagh Metal Beverage v EUIPO） [113]

欧州連合司法裁判所（CJEU）による、オーディオフォーマットで提出された音商標の出願に対する初の判決である。
出願人は、缶飲料を開ける音、約 1 秒間の無音、約 9 秒間の発泡音に係る商標（各種飲料その他の商品を指定）を音声ファイルにて出願し、登録を求めた。EUIPO は、この商標を識別力がないという理由で拒絶し、出願人は CJEU に上訴した。
CJEU は、識別力の評価基準はすべてのタイプの商標について同じであると指摘し、音商標の識別力を評価する基準は、他のタイプの商標に適用される基準と変わらないとした。

112 https://www.gov.uk/search-for-trademark［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］
113 https://www.wipo.int/wipolex/en/judgments/details/1624 ［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（ⅱ）ジェームズ・ボンドのテーマ曲に係る事件（Case R 1996/2020-5）[114]

ジェームズ・ボンドのテーマの冒頭25秒が音商標として登録された。
EUIPO審判部は、音の長さが識別性を有することを妨げるものではないとし、25秒の音商標は、その長さを理由に登録から排除することはできないと判断した。審判部はさらに、一般に消費者は標識の末尾よりも冒頭により注目すると指摘した。関連する公衆は標識の最初の部分（すなわち、同商標の「特徴的なトランペット・ファンファーレ」）のみをよく記憶するかもしれないが、これにより識別性を欠くものではないと述べた。

（ⅲ）スーパーサイモンの動画に係る事件（Case R 1490/2022-5）[115]

EUIPOにおいてマルチメディア商標が登録された事案である。
マルチメディア商標である22秒のアニメーション動画「スーパーサイモン」がEUIPOに出願された。EUIPOは当初、識別力欠如を理由にこの出願を拒絶したものの、EUIPO審判部はその決定を覆し、マルチメディア商標は登録された。
審判部はマルチメディア商標の登録可能性について、他の商標と比較してより厳しい要件はないとした。また、マルチメディア商標は製品の製造者やサービス提供者の身元に関する正確な情報を提供する必要はない、その商標によって関連する公衆がその指定商品役務を異なる商業的出所を有する商品役務と区別することができれば十分である、と述べた。また、消費者がマルチメディア商標を出所表示として識別できる限り、商標の長さや個々の要素の複雑さは関係ないとされた。

（7）マルチメディア商標の扱い

英国ではグラフィカル表示要件が撤廃されたことにより、マルチメディア商標の登録が可能となった。
マルチメディア商標の登録可能性等については、先述のスーパーサイモンの動画に係る事件（Case R 1490/2022-5）で判断が示されている。EUIPO審判部は、「新しいタイプの商標に関するコモンコミュニケーション：方式的要件及び拒絶理由の審査」[116]に述べられているように、市場戦略の一環として使用される画像と音声を組み合わせた標章が増加しており、それによって消費者がそうした標章を商業的出所表示として認識するようになるであろうことを確認した。また、一般的なルールとして、マルチメディア商標の要素である音か画像の少なくとも一方がそれ自体識別力を有するとみなせる場合、商標全体が特徴的であるとみなされるとした。審判部はさらに、マルチメディア商標の登録可能性について、他の商標に比べて厳しい要件はないと示した。

[114] 登録の詳細については以下 https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/018168977 審決の要約の掲載があり、審決全文の英語訳がダウンロードできる。（EUIPOウェブサイト）［最終アクセス日：2025年3月6日］
[115] https://euipo.europa.eu/eSearchCLW/#key/trademark/APL_20230307_R1490_2022-5_018061546 （EUIPOウェブサイト）審決の要約の掲載があり、審決全文の英語訳がダウンロードできる。［最終アクセス日：2025年3月6日］
[116] Common Communication New types of marks: examination of formal requirements and grounds for refusal https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/EUIPN/CP11/common_communication_cp11_en.pdf ［最終アクセス日：2025年3月6日］

第７節　トルコ

トルコは、部分拒絶制度及び非グラフィカルな手法による出願制度を導入している。におい等非伝統的商標については法律上保護を否定するものではないが、登録要件（出願商標に求められる表示要件）や商標の特定の困難性等との関係で、登録は非常に困難とされている。

１．部分拒絶制度

（１）関連規定、制度的枠組み

国内出願と国際登録出願の双方において、部分拒絶制度が導入されている。実体審査は主に絶対的拒絶理由について行われ、その結果として部分拒絶の決定が出されうる。

知的財産法[117]16 条（拒絶の絶対的理由に関する出願審査及び公告）に「(1) 庁は、出願に方式上の欠陥がないと決定した場合は、出願を第 5 条[118]に従って審査するものとする。審査の結果，出願範囲内にある商品又はサービスの一部又は全部につき出願を登録することができないとの結論が下された場合は、出願は、当該商品又はサービスにつき拒絶されるものとする。」[119]との定めがあり、これが部分拒絶制度の根拠となっている。

なお、部分拒絶の決定は審査段階の最終判断であり、日本における査定に相当する。そのため、次の段階は、特許商標庁の再審査評価部における審判となる。

（２）導入された背景と経緯

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

2017 年 1 月 10 日公布の知的財産法（法律第 6769 号）の制定に伴い、部分拒絶制度が導入された。この法律は、商標の保護に関する従来の政令第 556 号に代わるもので、特に欧州連合（EU）の指令や TRIPS 協定等の協定に沿って、トルコの知的財産法を近代化し、国際基準に調和させることを目的としている。

部分拒絶制度の導入は、商標出願の審査において、より微妙で柔軟なアプローチが必要とされたためと思われる。

特許商標庁からこの導入の根拠に関する公的な説明はなされていない。しかし、部分拒絶制度は、出願人により良いサービスを提供し商標法における世界的なベストプラクティスに沿うため、また同制度により商標審査プロセスが明確化され効率化されることを期して採用されたものと推察される。

---

117 SINAİ MÜLKİYET KANUNU, Kanun Numarası 6769（知的財産法　法律番号 6769）https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/22592（WIPO ウェブサイト「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

118 5 条は、商標の絶対的拒絶理由について規定している。

119 トルコ知的財産法日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/turkey-sangyou.pdf（特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（３）部分拒絶の通知形式・内容

部分拒絶の通知と全体拒絶の通知の書式は、登録される商品役務の公告情報の記載以外については、違いはない。部分拒絶の通知では、部分的に拒絶された商品役務のリスト、部分拒絶の根拠となった先行商標、拒絶の対象となっていない残りの商品役務が掲載される公報番号が示される。

（４）部分拒絶の査定を受けた後の対応方法と出願の扱い

（ｉ）出願人側の対応方法

部分拒絶の決定に不服がある場合、出願人は、決定通知日から 2 月以内に、特許商標庁に対して書面で理由を付して審判請求をすることができる（知的財産法 20 条）。国際登録出願についても同様に、暫定的拒絶に不服がある場合、商標部の決定に対する審判を特許商標庁に請求する [120]。

審判請求は、方式上の欠陥がなければ、庁の再審査評価部 [121]内の委員会により審査される。その際、委員会は出願人に審判請求に係る意見書や、必要がある場合には追加の情報・書面の提出を求めることができる。委員会は審査の結果、特許商標庁の最終決定を出す（知的財産法 21 条、同 2 条（1）（f）、同 172 条）。審判請求に理由があると認められた場合には、出願の全部又は一部が公報に掲載される [122]。

再審査評価部が特許商標庁の最終決定機関である。その決定に対しては、決定の通知日から 2 月以内にアンカラ知的･工業所有権民事裁判所（Ankara Intellectual and Industrial Rights Civil Court）に訴訟を提起することができる。[123]確定されるまでは，再審査評価委員会の決定の取消に関する判決は執行することができない（知的財産法 156 条、同 172 条）。

（ⅱ）知財庁による出願の扱い

出願人により審判請求がされた場合には、部分拒絶決定が審判によって確定した後（訴訟が提起された場合には、裁判により確定した後）に、登録が可能な部分の出願が登録される。

出願人により審判請求がなされないまま請求期間の 2 月が経過した場合には、出願は拒絶の対象でない指定商品役務について公告される（知的財産法 15 条、同 16 条）。公告期間中に異議申立がなければ、公告期間満了後に、特許商標庁は登録証手数料の納付通知を行い、この通知の日から 2 月以内に登録証手数料が納付された場合、拒絶の対象でない指定

120 WIPO Madrid Member Profiles（TÜRKIYE）

121英語では Re-Examination and Evaluation Department と表記されている（特許商標庁ウェブサイト等）

122 「トルコ特許商標庁における商標出願の審査」　特許商標庁ウェブサイト 「Our Services」＞「Trademark」のページ中、「Examination of oppositions and appeals」の段落　https://www.turkpatent.gov.tr/en/trademark［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

123 「トルコ特許商標庁における商標出願の審査」　特許商標庁ウェブサイト 「Our Services」＞「Trademark」のページ中、「Re-Examination and Evaluation Department」から始まる段落　https://www.turkpatent.gov.tr/en/trademark［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

商品役務の範囲で商標登録がなされる（知的財産法 22 条)。

（５）運用の実態

出願人の不服申立なしに部分登録へと進むケースの割合に関して、具体的な統計は公表されていない。正確な割合は不明だが、部分拒絶に対して不服を申し立てるか受け入れるかは、通常、各出願人の具体的な状況によって異なる。

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

知的財産法 4 条が「商標を構成することができる標識」について定めており、におい等非伝統的商標に関連する規定となっている。具体的には、

「(1) 商標は、人名を含む語、図形、色彩、文字、数字、音声及び商品又はその包装の形態を含むあらゆる標識から構成することができるが、当該標識が一の事業体の商品又はサービスを他の事業体の商品又はサービスから区別することができ、かつ、その所有者に与えられる保護の対象を明確かつ一義的に理解することができるような方法で登録簿に表示することができるものであることを条件とする。」[1]

と規定している。

（２）保護可能とした背景と経緯

においやその他の非伝統的な商標の保護は、ブランド戦略の変化、消費者行動、技術進歩を反映して知的財産制度が世界的に発展するにつれて出現した。

トルコは、欧州連合法や国際知的財産条約との調和の一環として、非伝統的商標の保護を採用した。2017 年に発効した知的財産法（法律第 6769 号）は、非伝統的商標を排除しておらず、視認性と識別力の基準を満たすことを求めている。具体的には、旧法における図面による表示の要件に代わり、商標登録における商標の表示は「アクセス可能で、永続的で、具体的で、保護対象が管轄当局や公衆に明確かつ正確に理解されるようなもの」でなければならず、商標として登録できる標識は識別力の要件も満たさなければならないとされている。

（３）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

出願は「a) 出願人の身元証明に係る情報を含む出願様式、b) 商標の見本、c) 出願対象の商品又はサービスの一覧」等から構成される（知的財産法 11 条（1))。

また、出願は、特許商標庁によって認められた願書フォームに電子環境で記入し、提出することとされている（そうしなかった場合、出願はプロセスから除かれ、手数料は請求により出願人に返金される)。願書の必須記載事項として「知的財産法 4 条及び本規則 7 条

に定める条件を満たす商標の見本」が挙げられている（知的財産法施行規則 5 条）。知的財産施行規則 7 条は、商標のタイプごとに提出しなければならない物件・情報について定めており、列挙された商標以外の商標（におい等を含む）について、その表示は「視覚的表現、電子的記録、書面による説明、その他適切と思われる表現、特に画像、図形、線、文字による表現を庁に提出する」とし、出願人は商標の表示に関する説明書を提出することができるとしている [124]。

特許商標庁の商標審査マニュアルには、「においのサンプルでは耐久性があり不変である商標表示という要件は満たされない。したがってこのような表示は明確かつ正確であるという要件を満たさない。」と明記されている。

（4）審査等での取り扱い

（ⅰ）商標の保存と公表

においを商標を見本、化学式、言葉で表現することはまだルールとして認められていないため、においを商標が将来的に登録可能かどうかについてはしばらく議論の余地がある。そのため、においを等非伝統的商標は、商標公報に掲載されたことはない。

（ⅱ）登録要件（審査基準等）

特許商標庁は、絶対的拒絶理由の範囲内での商標出願審査に関するガイドラインを 2021 年に公表しており、当事者に公表することなく随時改訂を続けている。

このガイドラインにおいて、においを商標と味覚商標について若干の言及がある。具体的には、次のような旨を述べている。

・においの商標を既存の技術で保護することは可能である。しかし、それを特定し、登録簿に載せることは可能とは考えられない。

・化学的な公式を用いたにおいのグラフィカルな表示、言葉でのにおいの表現（例えば、草のようなにおい、オレンジのようなにおい）、化学的な公式と言葉による記述の組合せはいずれも、においを商標の登録要件を満たすことはできない。

・においサンプルやそのにおいを付けた製品のサンプルは受理できない。

・味覚商標は、既存の技術では、明確に分かる形で、登録簿に示すことはできない。

（ⅲ）識別力の判断

未だ実例はないものの、以下のような基準を用いるべきだと考える。

[124] Regulation on the Implementation of Industrial Property Law published in Official Gazette No. 30047 dated 24/4/2017（知的財産法施行規則英訳） https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/22510 WIPO ウェブサイト「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」 また、ジェトロによる仮訳（英語）もあり、https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/middle_east/ip/law/tr_201709.pdf にて提供されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

・非伝統的商標は、固有の識別力を有するか、使用を通じて識別力を獲得しなければならない。
・におい商標については、基本的に機能的又は記述的とみなされる（例えば、製品の天然成分のにおい)。そのため、におい商標が固有の識別力を証明するのは特に困難である。
・識別力は、消費者が混同することなく、商標から出願人の商品役務のみを連想できるかどうかで評価される。
・出願人は、広範な使用、広告、消費者による認知の証拠を提出することにより、使用により獲得された識別力を証明することが可能である。

（ⅳ）類否の判断

未だ実例はないものの、以下のような基準を用いるべきだと考える。
・非伝統的商標の類否判断は、平均的な消費者に与える全体的な印象を比較することにより行う。
・におい商標については、においの類似性を評価することはあまり一般的ではない。においの感じ方は消費者によって大きく異なるため、主観的な評価となる。
・複雑なケースにおける類否の判断においては、専門家の意見や科学的な手法に頼った実践的アプローチが取られる。

（ｖ）権利範囲の特定方法

未だ実例はないものの、以下のような基準を用いるべきだと考える。
・におい、音、形状のような非伝統的商標の場合、権利範囲は、出願における商標の表示方法によって決定される。
・表示要件としては、知的財産法に基づき、商標は、当局及び公衆が保護範囲を理解できるよう、明確かつ正確に表現されなければならない。
・におい商標の課題として、特に表示が難しいということがある。音声ファイルや色彩コードで表示できる音や色彩の商標と異なり、においは多くの場合、言葉による説明や化学式で表現されるところ、これらは必ずしも明確性と正確性の要件を満たしているとは限らない。

（５）重要な事例・裁判例

裁判例が存在しないため、挙げることができない。

（６）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

におい商標は、特許商標庁に出願も登録もされていないようである。
非伝統的商標への関心は高まっているものの､商標出願全体に占める割合はまだ小さい。
事例が少ないことには様々な理由が考えられるが、まず、におい、味、触覚に関して、

商標出願で出願人がその商標の識別力を示す必要があるということが挙げられる。2017 年以降非伝統的な商標の出願が可能となったところ、最も多く問い合わせを受けているのはにおいに係る商標である。とはいえ、裁判例がないと特許商標庁では商標登録を拒絶されるのが通常なので、費用面も考慮しクライアントに出願を勧めるのは控え、様子見をしている。

３．非グラフィカルな手法による出願

（１）関連規定

非グラフィカルな手法による出願の関連規定としては、知的財産法 4 条及び 11 条、知的財産法施行規則 5 条及び 7 条がある。

知的財産法施行規則 [125]に具体的な規定があり、その 5 条では、

「(1)　商標出願は、電子メディアで特許商標庁によって有効とみなされる願書フォームを埋めることにより特許商標庁に送信される。そうでなければ、出願は手続から外され、請求により納付手数料が出願人に払い戻される。(2)　願書には、以下の情報の記載が必須である：　(a)（中略）　(ç)　知的財産法 4 条及び本規則 7 条に記載された条件を満たす商標見本」

と定められている。また、同 7 条は、

「(2)　音商標としての登録を希望する場合は、その旨を願書に明記するとともに、電子環境下での試聴・保存に適した標識の録音を特許商標庁に提出しなければならない。出願人は、楽譜を示すことが可能な場合には、この楽譜を願書に添付して提出することができる。(中略)　(5)　動き商標としての登録を希望する場合は、その旨を願書に明記し、商標を構成する動きを描写した画像、または一連の静止画像や動画を、特許商標庁に提出しなければならない。画像等は商標の一体性を損なうものであってはならない。」

と規定している。

非グラフィカルな手法による出願の対象は、現在のところ、音商標と動き商標である。両商標は法令上明確に規定されている一方で、ホログラム商標の出願は行われておらず、マルチメディア商標についても特許商標庁での確立した判断はないためである。

知的財産法 4 条は商標を構成する標識とその表示要件を定義し、同 11 条は商標の出願条件、分類、区分について詳述している。知的財産法施行規則 5 条及び 7 条は、商標の出願手続きと表示要件に関する具体的なガイドラインを定める。これらの規定は保護範囲の決定における明確性と正確性を保証するかたちで、非伝統的商標を含む商標の表示の基準と手続を一括して取り扱っている。

125 Regulation on the Implementation of Industrial Property Law published in Official Gazette No. 30047 dated 24/4/2017（知的財産法施行規則英訳）https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/22510　WIPO ウェブサイト　「Home」>「WIPO Lex」>「Database」　ジェトロによる仮訳（英語）もあり、https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/middle_east/ip/law/tr_201709.pdf　にて提供されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（２）導入された背景と経緯

欧州連合をモデルに非伝統的商標を導入したことに伴い、非グラフィカルな手法による出願も導入された。2017 年以前の旧法（政令第 556 号）下では、音商標及び動き商標は出願することはできたが、五線譜等を用いて行っていた。現行の知的財産法において商標のグラフィカル表示要件が取り除かれ、2017 年以降、オンライン出願システムで出願することが可能になったことに伴い、音声ファイル等の電子ファイルのみで音商標と動き商標を出願することが可能になっている。

（３）出願方法（使用が認められているファイル形式等）

商標出願は特許商標庁のオンラインプラットフォームを通じて行われており、出願中に電子データをシステムに容易にアップロードすることが可能である。

音商標については、MP3 形式の音声ファイル（最大サイズ 10MB）、JPG 形式の正方形の画像（最大サイズ 1MB）の提出が認められている。動き商標については、MP4 形式の動画ファイル（最大サイズ 10MB）、JPG 形式の正方形の画像（最大サイズ 1MB）の提出が認められている [126]。

（４）提出された電子ファイルの審査での扱い

非グラフィカルな手法による出願については、従来の手法による出願と同じ審査基準が適用される。特有な運用や審査の方法といったものはなく、例えば、音声ファイルのみで出願された商標と、五線譜と音声ファイルによって出願された商標の二つの出願商標があった場合でも、これらの出願商標の権利範囲の特定に際して両者に違いが出るということはない。

なお、音声ファイルと五線譜により出願した場合で、両者の内容に齟齬がある場合、特許商標庁がどのように対応するのかは定かではない。出願人がどちらを主として出願しているかを示す仕組みになっておらず、どちらか片方のみで出願するのが通常であることもあり（2017 年以降は音声ファイルのみが多い）、特許商標庁はこうした状況を想定していないように考えられる。

特許商標庁は、絶対的拒絶理由に係る商標出願審査のガイドラインを 2021 年に公表しており、当事者に公表することなく随時改訂を続けている。音商標と動き商標に関しては、その詳細な情報がセクション 1.2.3、1.2.4、2.2.10、2.2.11 に記載されている。

例えば、音商標については、指定商品の動作の自然な結果として又は技術的な必要性により生ずる音は識別力が認められない。また、音楽著作物の全体や長い部分に係る商標も、識別力を欠くとみなされる。動き商標の識別力の評価に際しては、その動きが関連する消費者において商標として認識されるか、指定商品役務の出所を示す機能を有するかどうか

126 WIPO Madrid Member Profiles（TÜRKIYE） https://www.wipo.int/madrid/memberprofiles/selectmember［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

が考慮される。

（５）提出された電子ファイルの公開の手法

特許商標庁による商標検索ウェブサイト[127]では、音商標や動き商標を抽出することはできるが、その電子ファイルの視聴はできない（2025 年 2 月現在。以前は「DETAILS」タブをクリックして展開されるページの「Mark Info」より視聴ができたが、故障中のようである）。

（６）重要な事例・裁判例

裁判例が存在しないため、挙げることができない。

（７）マルチメディア商標の扱い

欧州連合をモデルに非伝統的商標を導入したことに伴い、マルチメディア商標も導入された。マルチメディア商標は、音と動きについて同時に保護が可能な商標として最近言及され始めたばかりであり、特許商標庁において確立した判断はまだない。

第８節　インド

インドは、部分拒絶制度及び非グラフィカルな手法による出願制度を導入していない。におい等非伝統的商標については法律上保護を否定するものではないが、登録要件（出願商標に求められる表示要件）との関係で登録は非常に困難とされている。

１．部分拒絶制度

（１）導入されていない理由や背景

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

インドでは部分拒絶制度は導入されていない。過去においても、導入の議論があったことを示唆する情報や記録は公開されていない。

部分拒絶制度が導入されていない主な理由は、1999 年商標法[128]（以下、「商標法」とす

[127] https://www.turkpatent.gov.tr/en/research?form=trademark 「TRADEMARK RESEARCH」（商標のタイプ、出願人名などによる検索用）と「FILE TRACKING」（番号検索用）の 2 つのタブがある。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[128] The Trade Marks Act, 1999 （Act No. 47 of 1999） The Trade Marks Act, 1999 （Act No. 47 of 1999）, India, WIPO Lex 及び The Trade Marks （Amendment） Act, 2010 （Act No. 40 of 2010）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］ https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/13240（WIPO ウェブサイト 「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」）1999 年商標法は、2010 年商標（改正）法によって一部改正されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

る。）と 2017 年商標規則 [129]（以下、「商標規則」とする。）の立法上及び手続上の枠組みにあると考える。商標法は、拒絶に対する区分的なアプローチを認めるのではなく、商標出願全体を審査することを重視している。これは、商標出願の処理における一貫性と行政効率を維持するという原則に沿ったものである。

（２）将来的な導入に関する動きの有無

現在のところ、部分拒絶制度を導入するための正式な動きや議論は、法制上も行政上もないようである。商標法及び関連規則の下での現行の実務は部分拒絶に対応しておらず、このような制度を盛り込むためにこれらの規定を改正する計画があることを公に示すものはない。

もし部分拒絶制度を導入するとすれば、以下のような基準に留意する必要があると考える。

・国際協定への適合：　インドは WIPO の加盟国であり、マドリッド協定議定書等の署名国であるため、導入する部分拒絶制度はこれらのグローバルスタンダードに準拠し、商標登録手続の信頼性を維持できるものでなければならない。

・出願人にとっての明確性と柔軟性：　部分拒絶制度は出願人が出願全体を放棄することなく、部分拒絶を克服するために商品役務範囲の減縮等出願の補正・修正を可能とするものでなければならない。

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

商標法 12 条（1）（zb）に商標の定義、同条（1）（m）に標章の定義が示されている。

具体的には、商標法 2 条（1）（zb）で以下のように定められており、におい等非伝統的商標の保護の根拠となっている。

「『商標』とは、図形的に表現でき、かつ、ある者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できる標章をいい、商品の形状、その包装及び色彩の組合せを含み、次のものをいう。

（i）　第 XII 章（第 107 条を除く）の規定に関しては、商品又は場合に応じてサービスと、所有者としてその標章を使用する権利を有する者との間に存する取引上の結合関係について、表示し又は表示しようとする目的をもって，商品又はサービスに関して使用する登録商標又は標章、及び

（ii）　本法の他の規定に関しては、商品又は場合に応じてサービスと、所有者として又は許諾使用の方法により当該標章を使用する権利を有する者との間に存する取引上の結合関係について、その者の同一性の表示の有無に拘らず、表示し又は表示しようとする目的をもって、商品又はサービスに関して使用し又は使用しようとする標章であって，証明商

[129] Trade Marks Rules, 2017 https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/15882（WIPO ウェブサイト「Home」>「WIPO Lex」>「Database」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

標又は団体標章を含む。」[130]

ここで、上記条文中の「標章」については、商標法 2 条（1）（m）において、「『標章』とは、図形、ブランド、見出し、ラベル、チケット、名称、署名、語、文字、数字、商品の形状、包装若しくは色彩の組合せ又はそれらの組合せを含む。」[2]
と示されている。

商標法 2 条（1）（zb）では、商標には、グラフィカルに表示でき、一事業者の商品役務を他の事業者の商品役務と区別することが可能な、識別力を有するあらゆる標識が含まれるとされている。この広範な文言により、理論的には、非伝統的商標を包含することが可能となっている。
また、以下の条文もにおい等非伝統的商標を規定する。
商標法 9 条：　絶対的拒絶理由を規定している。商標の登録には識別力が要求されるところ、におい等非伝統的商標も伝統的商標と同じ基準を満たす必要がある。
商標法 11 条：　相対的拒絶理由を規定している。におい等非伝統的商標についても、既存の商標と類似する場合には拒絶を受ける。

（２）保護可能とした背景と経緯

20 世紀後半から非伝統的商標が世界的に認知されるようになり、欧州連合でのテニスボールの「刈りたての芝のにおい」商標の登録等の具体的事例は非伝統的商標が受け入れられる契機となった。諸外国の動向を見ると、例えば、米国では識別性・非機能性の基準を満たすことを条件に非伝統的商標の登録が認められており、欧州連合では商標の定義を拡大してにおい・音等を含むこととした。消費者主導の経済においては、顧客の嗜好やロイヤルティを形成する上で感覚的な体験が持つ力が認識された。
また、WTO の TRIPS 協定（1994 年）は、加盟国に対して、商品役務について識別力を有するあらゆる標識に商標保護を与えることを求めており、こうした標識には非伝統的商標が含まれ得る。
さらに、インドにおいては政府がイノベーションを推進したいと考えていることが理由としてある。

（３）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

出願においては、「(a)　出願人の権利を決定するため、必要な場合は商標の説明を言葉で十分正確に行うこと　(b)　商標のグラフィカル表示を示すことができること」が求めら

130 「商標法（2010 年商標（改正）法により改正（(2010 年法律 No.40)））日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/india-shouhyou.pdf（特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

れている（商標規則 23 条（2））。[131]ここで、「グラフィカル表示」（graphical representation）は、「紙媒体に表示された又は表示することができる商品又はサービスに係る商標の表示をいい、デジタル化された形式による表示を含む。」（商標規則 2 条（1）（k））と定義されている。

知財庁ウェブサイトで公表されている「意見募集のための商標マニュアル案」[132]には、「インド法の商標の定義は、商標にグラフィカルに表示可能であること（capable of being represented graphically）を要求している。この要件が満たされない限り、においは『商標』を構成しない。」との知的財産庁（以下、「知財庁」とする。）[133]の見解が示されている。

また、知財庁の商標出願の願書フォーム[134]において「商標カテゴリー」欄に記載された選択肢は、「1. 単語商標（Word mark）、2. 図形商標（Device mark）、3. 色彩（Colour）、4. 立体商標（Three dimensional trademark）、4. 音（Sound）」のみである。

（４）審査等での取り扱い

（ｉ）商標の保存と公表

非伝統的商標を含む全ての商標について、商標公報に商標が掲載されてから 4 月（1 月延長可能）、第三者は商標登録に対する異議申立を行うことができる。異議申立がなければ、商標は登録に進む。

におい商標は本質的に非視覚的なものであり、図やロゴのようなグラフィカルな形で容易に表現できないため、インドにおいて保存・登録することは困難である。商標登録局[135]が認めるにおい商標を提出するための実行可能な方法は未だない。また、実現可能なグラフィカル表示がないため、におい商標は公表できず、登録も認められていない。

（ｉｉ）登録要件（審査基準等）

知財庁ウェブサイトで公表されている「意見募集のための商標マニュアル案（Proposed Trade Marks Manual for Comments）」及び「「商標マニュアル案－実務と手続き（A draft of Manual of Trade Marks / Practice & Procedure）」[136]は、ドラフトであるため拘束力はないもの

131 Trade Marks Rules, 2017 https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/15882（WIPO ウェブサイト「Home」>「WIPO Lex」>「Database」） 及び 商標規則日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/india-shouhyou_kisoku.pdf （特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

132 Proposed Trade Marks Manual for Comments https://ipindia.gov.in/writereaddata/images/pdf/proposed-tm-manual-for-comments.pdf P42-43 知財庁サイトの「商標」トップページ（https://ipindia.gov.in/trade-marks.htm ）に掲載されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

133 英語では、Intellectual Property Office と表記される。商標登録局を統括している。

134 商標出願の願書フォーム TM-A https://ipindia.gov.in/writereaddata/Portal/Images/pdf/FORM-TM-A.pdf 知財庁ウェブサイトの「Form and Fees」ページ（https://www.ipindia.gov.in/form-and-fees-tm.htm ）に掲載されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

135 英語では the Trade Marks Registry と表記される。

136 「商標マニュアル案－実務と手続き（A draft of Manual of Trade Marks / Practice & Procedure）」 https://www.ipindia.gov.in/writereaddata/images/pdf/TMR_DraftManual_11March2015.pdf 知財庁サイトの「商標」トップページに掲載されている。

の、審査官や弁護士等の実務家に使用されている。

（iii）識別力の判断

におい等非伝統的商標の場合、識別力を判断するプロセスは複雑である。このプロセスは、法的枠組み、審査基準、実務にかかっている。

（iv）類否の判断

におい等非伝統的商標の場合、類似性を評価するプロセスは複雑である。このプロセスは、法的枠組み、審査基準、実務にかかっている。

（v）権利範囲の特定方法

におい等非伝統的商標の場合、商標権の範囲を特定するプロセスは複雑である。このプロセスは、法的枠組み、審査基準、実務にかかっている。

（5）重要な事例・裁判例

（i）グリーンピース・インターナショナルの色彩商標に係る事件（Tata Sons Limited v. Greenpeace Internaitonal）（2013 年）

におい商標を直接取り上げたものではないが、型にはまらない商標と識別力という広範な問題を扱った判例である。デリー高等法院がグリーンピース・インターナショナルによる特定の緑色の使用に係る商標が識別力を有し、登録対象となり得るか否かについて判断した。使用を通じて識別力を獲得したことを示せれば、色彩商標が保護対象となり得ると判断した。

（ii）ペプシコ・インコーポレーテッドの形状商標に係る事件（Pepsico v. Hindustan Coca Cola Ltd.）（2004 年）

インドにおける形状商標の登録について重要な判例であるが、その他の非伝統的商標にも適用可能な獲得された識別力の原則を強調した判決でもある。形状や色彩が使用により識別力を獲得した場合、商標として保護され得ることを確認した。

（iii）欧州連合におけるにおい商標の登録可能性が争われた事件

欧州連合のにおい商標の認定等国際的な判例は有益な文脈を提供する。これらの判例は適切な表示方法が見つかればにおい商標がどのように考慮されうるかについての洞察を与えてくれる。インド法制度は商標法を通じてグローバルスタンダードに合致しているため、

将来的ににおい商標が認められるようになった場合、インドも同様の原則に従う可能性がある。

（6）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

ここ数年、インドの商標審査実務はグローバルスタンダードに沿ったものとなり、非伝統的な商標（音や色による商標等）の出願が容易になった。審査プロセスは非伝統的商標に対してよりオープンになってきており、加えて非伝統的商標に対する認識と需要が高まってきている。しかしながら、グラフィカル表示の要件は依然として重要なハードルとなっている。

なお、グラフィカル表示要件について、政府にこの要件の撤廃を求めたとしたら、企業や業界側のニーズを示すように求められそうである。一方で、産業界から「この要件は満たすのが大変なので撤廃してほしい」といった要求があれば政府は検討すると思われるものの、現時点では未だ誰も要求していないという状況である。

3．非グラフィカルな手法による出願

（1）導入されていない理由や背景

非グラフィカルな手法による出願が導入されていないのは、主に法律的・実務的・技術的な理由と歴史的・文化的な要因の組合せに起因する。

現在のところ、商標法と商標規則では、すべての商標がグラフィカルな形式で表示できることが求められている（商標法 2 条（1）(m)）。この要件は、音商標、動き商標、その他の感覚商標のような非伝統的商標にとって大きな課題となっている。商標法は視覚的表現に大きく依存する伝統的な枠組みの中で発展してきたため、非グラフィカルな手法を導入するには、大幅な法改正と商標当局の再教育が必要となると考える。

（2）将来的な導入に関する動きの有無

現在のところ、音商標、動き商標のような非伝統的商標の登録について、非グラフィカルな手法による出願の導入に向けた大きな動きは見られない。しかし、世界的な傾向やインドにおける市場の需要の進化に後押しされ、将来的に非グラフィカルな出願に対応する可能性を示唆する変化の兆しはみられる。

（3）マルチメディア商標の扱い

マルチメディア商標は、商標法上の保護対象に含まれるが、登録は一定の条件と要件に従う。例えば、音と動きの組合せからなる商標については、音を表す五線譜と動きを表す図面を提出することで出願できると考えられる。

ただし、音商標や動き商標等に比べ、マルチメディア商標は感覚的要素をより複雑に組

み合わせたものであるため、インド商標制度に完全に一体化するには至っていない。技術が進歩しブランディングの慣行が進化するにつれ、インドはいずれ、これらの新しい形態の商標に対応するために法律を再考・改正し、プロセスをより包括的で柔軟なものとする可能性があると考える。

なお、マルチメディア商標の登録例はあり、例えば、ノキア社の登録商標[137]が挙げられる。

第９節　中国

中国は、部分拒絶制度を導入している。におい等非伝統的商標については法律上保護を否定するものではないが、出願受理のためのシステムや審査基準等の整備がまだなされておらず、現実的な保護の導入には至っていない。非グラフィカルな手法による出願は導入されていない。

１．部分拒絶制度

（１）関連規定、制度的枠組み

国内出願と国際登録出願の双方において、部分拒絶制度が導入されている。実体審査は絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由の両方について行われ、その結果として部分拒絶の決定が出されうる。

商標法実施条例[138]21 条に、「商標局[139]は、受理した商標登録出願について、商標法及び本条例の関連規定に基づき審査し、その登録出願が規定を満たした場合又は一部の指定商品について登録要件を満たした場合には、これを初歩査定し、公告する。商標登録出願が規定を満たさなかった又は一部の指定商品について登録要件を満たさなかった場合には、これを拒絶し又はその一部の指定商品について商標を使用することを拒絶し、かつ、書面により出願人に通知し、その理由を説明する。」との定めがあり、これが部分拒絶制度の根拠となっている。

なお、部分拒絶の決定は審査段階の最終判断であり、日本における査定に相当する。そのため、次の段階は、商標局審判部[140]における不服審判（「再審」）となる。

---

137 登録第 1246341 号

138商標法実施条例日本語訳（独立行政法人日本貿易振興機構）
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/admin/20140501_rev.pdf
同機構のウェブサイト（https://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/ip/law/admin.html ）に掲載されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

139国家知的産権局に属する。

140原語名は「国家知識産権局商標局評審処」である。

（２）導入された背景と経緯

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

2001 年に中国が WTO に加入したことを受け、国際義務の履行と国内の経済発展の促進のため、商標法第 2 回改正が行われた。改正商標法の下、2002 年 9 月 15 日に新しい商標法実施条例が発効し、その 21 条により部分拒絶制度が導入された。

なお、それ以前は、全部拒絶制度が採用されており、また、実体審査の結果として「審査意見書」が出され、出願人の応答ののち、拒絶又は公告の決定が出されるという流れになっていた。一部の指定商品役務を拒絶対象とする「審査意見書」に対しては、必ず補正等の応答を行う必要があり、応答内容が受け入れられない場合には出願全体について拒絶の決定が出されていた。不服審判においても同決定が維持されれば出願全体が拒絶となり、（行政機関の権利付与・確定について司法機関の監督がなかったため）その審決が最終的な結論となる制度であった。

（３）部分拒絶の通知形式・内容

部分拒絶の通知書と全体拒絶の通知書の書式に大きな違いはないものの、見出しとしてそれぞれ「商標部分拒絶通知書」や「商標拒絶通知書」の文字が大きく記載されている。

内容的には、部分拒絶の通知書では、一部登録（初歩査定）の旨と部分拒絶の旨の両方が示される。具体的には、登録対象となる（初歩査定される）商品役務と、拒絶対象である商品役務と拒絶理由についての記載がある。あわせて根拠規定として、全体拒絶と共通する商標法[141]30 条、商標法実施条例 21 条のほか、商標法 28 条[142]が示されている。

また、部分拒絶決定の場合には不服審判請求とともに分割出願[143]を行うことが可能なため、通知書には分割出願ができる旨の記載が含まれ、分割出願書のフォームが添付されている。

（４）部分拒絶の査定を受けた後の対応方法と出願の扱い

（ｉ）出願人側の対応方法

部分拒絶の決定への対応としては、不服審判（再審）の請求、分割出願、指定商品役務の補正（国際登録出願の場合のみ）が考えられる。

部分拒絶決定に不服がある場合には、決定通知書の受領日から 15 日以内に国家知識産権局商標局審判部に対して不服審判を請求できる（商標法 34 条）。実務上、オンライン出

141 商標法日本語訳（独立行政法人日本貿易振興機構）
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20191101law_2_jp.pdf
同機構のウェブサイト（https://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/ip/law/admin.html ）に掲載されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

142 商標法 28 条 「商標局が一部の指定商品について商標登録出願を拒絶する場合、出願人は、当該出願の初歩査定された一部の出願を別の出願に分割することができ、分割後の出願は、ものと出願の出願日を維持する。」

143 商標法実施条例 22 条「商標局が一部の指定商品について商標登録出願を拒絶する場合、出願人は、当該出願の初歩査定された一部の出願を別の出願に分割することができ、分割後の出願は、もとの出願の出願日を維持する。」

願の場合には、通知書受領日から 30 日以内に請求することができる。[144]請求日から 9 ヶ月以内に決定が下され、請求人に書面で通知することと定められており（商標法 34 条）、審理終結後に審決書（「拒絶再審決定書」）が出される。これに不服であるときは、通知を受領した日から 30 日以内に人民法院に提訴することができる（商標法 34 条）。

分割出願は、部分決定の通知書受領日から 15 日以内に、不服審判の請求と同時に、国家知的産権局に分割申請書を提出して行う（商標法実施条例 22 条）。

分割出願は、出願人が部分拒絶の決定に不服であり、かつ拒絶対象でない指定商品役務について登録や商標の使用を急いでいる場合に行われる。また、分割出願は一度だけ行うことができ、商標局が部分拒絶の決定をした場合のみに適用される。他の手続では分割出願することはできない。さらに、分割出願を一旦申請すると、撤回は認められない。

（ⅱ）知財庁による出願の扱い

不服審判請求がなされた場合、不服審判（及び上訴がなされた場合、裁判）の間、登録可能な（初歩査定された）出願部分について公告がなされることはない。

一方で、分割出願の申請がなされた場合、商標局は、登録可能な部分について新しい出願番号を付与し、公告する。原出願の出願番号は、拒絶の対象である部分についての番号となり、不服審判及び訴訟手続で続けて用いられる。

また、不服審判（再審）が請求されないまま請求期間が過ぎた場合には、商標局は登録可能な部分と拒絶対象の部分を分離し、前者は直接（更なる通知等が出されることなく）、公告期間に入る（商標法 28 条）。公告期間が異議申立のないまま満了すれば、商標証書が発行される。

（５）運用の実態

公式な統計データはないが、当事務所で出願代理をし、部分拒絶決定の通知を受領した 3195 件において、不服審判を請求しなかった件数は 2105 件であった。約 65.88%の割合で部分拒絶を承服し対応を取らなかった計算になる。

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

商標法 8 条に「自然人、法人又はその他の組織の商品を他人の商品と区別することができる文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せ及び音声等、並びに

144 「中国模倣対策マニュアル」（2021.3）独立行政法人日本貿易振興機構 北京事務所 知的財産権部 https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/pdf/manual_202103_rev.pdf［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

これらの要素の組合せを含む標章は、すべて商標として登録出願することができる。」[145]との定めがあり、これがにおい等非伝統的商標に関連する規定となっている。

商標の構成要素について「文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せ及び音声等」と、「等」という言葉を使用することにより、におい等非伝統的商標を保護対象とするか否かについて保留する態度を示しているといえる。

（2）保護可能とした背景と経緯

中国の商標法は 1982 年から今までに 4 回の改正を経ているところ、当初は保護される商標について明示的に列挙されていた。2013 年の第 3 回改正において商標の構成要素から「可視性」が削除され[146]、非伝統的商標である音商標が保護対象となった。また、「文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せ及び音声」の後に「等」を入れることにより、保護対象について開放的な態度となっている。

将来、におい等非伝統的商標の保護が導入される可能性はあると考える。例えば、2023 年 1 月 13 日に知的産権局が公開した商標法改正案[147]では、「この法律でいう商標とは、商品商標と役務商標を含むものであって、文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せ、音声又はその他の要素、並びにこれらの要素の組合せを含む、商品や役務の出所を認識・区分するための標章…」と、「その他の要素」が追加されている。また、TRIPS 協定等国際条約の規定に基づいて商標法の保護対象を調整することが求められる可能性がある。

現実的に保護を導入する場合には、におい等非伝統的商標の保護に関する法律体制の構築が非常に重要であろう。つまり、商標の構成要素に関する規定の最適化、識別力等の判断基準の最適化、出願手法の最適化等が必要となるものと考える。

（3）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

出願 1 件ごとに願書 1 通と商標見本 1 部を提出しなければならず、商標見本は、明瞭で、貼付しやすく、光沢のある丈夫な紙に印刷されたものとし、又は代用写真を用いることとしなければならない（商標法実施条例 13 条）。色彩の組合せや音商標等と異なり、におい等非伝統的商標の出願に係る具体的な規定は見当たらない。

現在のところ、におい等非伝統的商標については、その出願に対応できるシステムや、出願商標がどのようなものかを特定するツール、審査に使用するツール等が整備されてお

145 商標法日本語訳（独立行政法人日本貿易振興機構）
https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20191101law_2_jp.pdf
同機構のウェブサイト（https://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/ip/law/admin.html ）に掲載されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

146 2001 年の第 2 回改正による商標法では、「他人の商品と区別できる自然人、法人又はその他組織の商品の文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せ及びこれらの要素の組合せを含むいかなる可視性標識も、すべて商標として登録出願することができる。」と定められていた。

147 2025 年 2 月現在、未成立である。

らず、認識の基準も統一されていないため、現実的にこれらの商標を商標局が受理、審査、登録できるような環境になっていない。

（４）審査等での取り扱い

（ｉ）商標の保存と公表

におい等非伝統的商標の出願に対応できるシステムや、出願商標がどのようなものかを特定するツール等が整備されていないため、これらの商標を実際に保存・公表する状況に至っていない。

（ⅱ）登録要件（審査基準等）

におい等非伝統的商標についての基準は統一されていない。

（ⅲ）識別力の判断

出願商標を特定するツール等が整備されておらず、におい等非伝統的商標に係る認識の基準も統一されていないこと等から、判断は難しい状況にある。

（ⅳ）類否の判断

出願商標を特定するツール等が整備されておらず、におい等非伝統的商標に係る認識の基準も統一されていないこと等から、判断は難しい状況にある。

（ｖ）権利範囲の特定方法

出願商標を特定するツール等が整備されておらず、におい等非伝統的商標に係る認識の基準も統一されていないこと等から、特定は難しい状況にある。

（５）重要な事例・裁判例

中国の非伝統的商標に関して知っておくべき事例を以下に挙げる。

（ｉ）国際登録第 1031242 号 [148]に係る事件

ハイヒールの赤い靴底に関する、使用場所が限定された単一色彩商標について登録可否が争われた事例である。同判決では、同商標の象徴的要素は商標法 8 条に明示的に列挙さ

148 商標の説明「本商標は、図のように靴底に施された赤色（パントン番号 18.1663TP）からなる（靴の輪郭はマークの一部ではなく、説明のためのものである）。」
指定商品第 25 類「婦人靴」

れた要素ではないものの、登録性のある商標から明示的に排除されたものでもない、と示された。

（6）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

においい商標について、中国企業からは登録を希望する声はあまり聞いたことはなく、外国企業の方がその登録を希望している声は多いという印象である（例えば、香水やホテルの業界等の企業から）。触覚商標や味覚商標については、中国企業と海外企業の両方においてニーズはあまりないように思う。中国で触覚や味覚の商標を出願しても登録することができないという認識があるからかもしれない。

3．非グラフィカルな手法による出願

（1）導入されていない理由や背景

知識産権局商標局において、非グラフィカルな手法による出願を受理できるシステムがまだ整備されていないことが障害となっている。法律上、同出願を考慮した審査基準が作成できていないことも主な理由と考える。

また、導入するとすれば、審査に関しても、例えば音声ファイルを自動的に類否判断できるような形にシステムが変更、整備される必要があるだろうと考える。

（2）将来的な導入に関する動きの有無

現在のところ導入に向けた動きはないものの、出願人からのニーズもあると思われ、将来的に非グラフィカルな手法による出願が導入されることはありうると考える。

非伝統的商標はグラフィック（図）や文字の説明では十分に表示するのが難しいこともあり、また、現代のビジネス活動のほとんどはインターネットで完結されうるため商標のデジタル化も避けられないと考えられる。このような状況下ではデジタル化された商標の表現も重要となるため、動き商標等の非伝統的商標は伝統的商標に比べてより魅力的で、消費者にとっても印象的といえる。このような商標について従来と異なる手法による出願方式が求められるようになると思われる。

導入されるとしたら、(知識産権局商標局の) 現行の商標登録システムや審査基準の最適化を行う必要があると考える。

（3）マルチメディア商標の扱い

商標法 8 条において、マルチメディア商標は、登録性のある商標から明示的に排除されてはいない。理論上、識別力のある標識又はその組合せは商標とすることができるため、マルチメディア商標は商標法により保護されるべきであると考える。しかし、現時点での立法の水準、司法資源、その他の要素による制限を受けて、商標法 8 条ではすべての商標

要素について明らかに示されているわけではない。

第１０節　韓国

韓国は、部分拒絶制度を導入しており、2023 年 2 月 4 日付け以降の商標出願について適用している。また、「標章」を包括的な文言で定義し、におい等非伝統的商標の保護を導入している一方、非グラフィカルな手法による出願は導入していない。

１．部分拒絶制度

（１）関連規定、制度的枠組み

国内出願と国際登録出願の双方において、部分拒絶制度が導入されている。実体審査は絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由の両方について行われ、その結果として部分拒絶の通知が出されうる。

商標法[149]54 条及び同 68 条が、部分拒絶制度の基本的な根拠規定である。商標法 54 条は拒絶決定についての規定であるところ、その柱書で、

「審査官は、商標登録出願が次の各号のいずれかに該当する場合には、商標登録拒絶決定をしなければならない。この場合、商標登録出願の指定商品の一部が次の各号のいずれかに該当する場合には、その指定商品に対してのみ商標登録拒絶決定をしなければならない。」

と定めている。また、商標法 68 条は登録決定についての規定であり、

「審査官は、商標登録出願に対して拒絶理由を発見することができない場合（一部指定商品に対して拒絶理由がある場合には、その指定商品に対する拒絶決定が確定された場合をいう。）には、商標登録決定をしなければならない。」

と定めている。

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

部分拒絶制度の導入に伴い、一部の商品役務に対する拒絶決定が確定した後、残りの商品役務を出願公告できるようにする規定（商標法 57 条 1 項）、指定商品の追加登録出願について部分拒絶決定を適用する規定（商標法 87 条 1 条 1 項）、拒絶決定された指定商品役務の一部に対して不服審判請求できる規定（商標法 116 条）、拒絶決定不服審判において出願単位ではなく指定商品役務ごとに請求を取り下げ可能とした規定（部分取下制度、商標法 148 条 2 項）も導入されている。

[149] 商標法日本語訳　https://www.choipat.com/menu31.php?id=26&category=0&keyword=&ckattempt=1 独立行政法人日本貿易振興機構ウェブサイト　韓国知的財産に関する情報ページ（https://www.jetro.go.jp/world/asia/kr/ip.html）にリンクが掲載されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（2）導入された背景と経緯

従来は、商標出願が拒絶理由通知を受けた場合、意見書や補正書を通じて拒絶の克服を試みても、登録を受けようとする指定商品等のうち一つでも拒絶理由を解消できないものがあれば、拒絶理由がない商品等を含む出願全体に対して拒絶決定が出された。同決定に対する不服審判も出願全体を対象として請求しなければならなかったため、拒絶克服のための手続きが煩雑で、費用や時間的負担も大きいという問題があった。

このため、拒絶決定以降の対応手続きを大幅に簡素化することとし、出願人が何らかの対応をしなくても、拒絶対象でない指定商品等については容易に登録を確保することができるよう、出願人（特に、零細中小企業や個人）にとっての利便性の向上を図るために部分拒絶制度を導入した。[150]

（3）部分拒絶の通知形式・内容

部分拒絶の通知の書式は、（出願全体を対象とする）通常の拒絶通知の書式と同じである。部分拒絶の通知においては、拒絶理由の対象である指定商品役務が明記される。

審査基準[151]では、特に 6 部 1 章において、部分拒絶の審査基準や具体的な運用が示されている。拒絶理由通知書については以下のような言及がある。

・3.3.3「指定商品が二以上であり、その一部又は全部に拒絶理由があるときは、その該当指定商品毎に拒絶の理由と根拠を具体的に明らかにしなければならない。」

・3.3.4「拒絶理由が一部商品にのみある場合、登録可否の決定まで拒絶理由が解消されなかった指定商品は拒絶されるが、拒絶理由が解消された指定商品は部分拒絶決定が確定された後に登録されることを通知しなければならない（法 55 条 2 項）。」

・5.2.1「審査官は、意見提出通知をするときに拒絶理由のある指定商品は部分拒絶されるが、拒絶理由のない指定商品は部分拒絶決定が確定された後に出願公告して最終的に登録されることを記載しなければならない（法 55 条 2 項）。」

（4）部分拒絶への対応方法

部分拒絶への対応方法としては、意見書の提出、補正（指定商品役務の減縮）、出願の分割が考えられる。

部分拒絶に対して不服がある場合には、意見書（及び、必要があれば補正書）の提出によって審査官の判断について争うことができる。

150 2023 年 2 月 2 日付け韓国特許庁報道資料「商標部分拒絶及び再審査請求制度の施行－商標出願人のための積極行政として商標権確保に役立つ－」（韓国特許庁ウェブサイト（https://kipo.go.kr/）특허청 > 소식알림 > 보도자료 > 보도자료）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

151 商標審査基準（2023 年 2 月 4 日施行）日本語仮訳 https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/kr/ip/law/trademark2023.pdf 独立行政法人日本貿易振興機構ウェブサイトに掲載がある。6 部は「審査一般」、そのうち 1 章は「審査手続」について記載されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

一方、承服する場合には、補正書の提出のほか、別途の措置を取らずに部分拒絶の決定が確定するまで待ち、拒絶理由がない指定商品等に対する登録決定を待つことも一つの方法ではある。しかしこの場合には、拒絶対象の指定商品等に対する決定があるときまで、審査期間が遅延することになる。したがって、補正書の提出や分割出願等の対応をとった方が、応答しない場合よりも登録までの審査期間を短縮することができる。

なお、出願人は、審査段階において、担当審査官と電話や面談によりコミュニケーションを取ることが可能である。

（５）部分拒絶に対応しなかった場合の出願の扱い（知財庁側）

部分拒絶通知に対して出願人が応答しない姿勢を貫いた場合、最終的には、拒絶対象でない（登録可能な）指定商品等の出願公告がなされ、その後、登録決定が出される流れとなる。

具体的には、部分拒絶の通知が出されてから出願公告決定までには、約 8 月（応答期間 2 月、商標手続継続の申請期間 2 月、拒絶決定不服審判の請求期間 3 月、拒絶対象でない指定商品等の審査期間 1 月を合計すると 8 月となる）がかかる（商標法 57 条 [152]）。出願公告日から 2 月以内に異議申立がなければ登録決定される。したがって、最初の部分拒絶理由通知から登録決定までには、合計 10 ヶ月ほどがかかると考えられる。なお、登録決定が出されるためには、拒絶理由通知に対する応答期間が過ぎるだけでなく、拒絶決定が確定する必要がある（商標法 68 条 [153]）。

なお、拒絶理由通知に対する応答期間は、出願人の手続保障の観点から、1 月ずつ 4 回、合計 4 月まで延長ができることとなっている（商標審査事務取扱規定 13 条 2 項。2016 年 8 月 29 日付け規則改正による）。

（６）部分拒絶の査定を受けた後の対応方法と出願の扱い

（ｉ）出願人側の対応方法

部分拒絶の決定に対して、出願人は、拒絶決定謄本の送達を受けた日から 3 月以内に、特許審判院へ拒絶決定された指定商品役務の全部または一部に関して不服審判を請求することができる（商標法 116 条）。また、特許審判院により出された審決に不服がある場合には、審決謄本の送達を受けた日から 30 日以内に、特許法院に審決取消訴訟を提訴することができる（商標法 162 条 1 項ないし 6 項）。これによる判決に不服の場合には、さらに大法

152 商標法 57 条（出願公告）「① 審査官は、商標登録出願に対して拒絶理由を発見することができない場合（一部指定商品に対して拒絶理由がある場合には、その指定商品に対する拒絶決定が確定された場合をいう。）には、出願公告決定をしなければならない。（以下略）」 日本語訳は「商標法日本語訳」 https://www.choipat.com/menu31.php?id=26&category=0&keyword=&ckattempt=1 による。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

153 商標法 68 条（商標登録決定）「審査官は、商標登録出願に対して拒絶理由を発見することができない場合（一部指定商品に対して拒絶理由がある場合には、その指定商品に対する拒絶決定が確定された場合をいう。）には、商標登録決定をしなければならない。」日本語訳は「商標法日本語訳」（URL は同上）による。

院への上訴が可能である（商標法 162 条 7 項）。

一方、部分拒絶の決定については再審査の請求をすることもできる（商標法 55 条の 2）。再審査の請求は、決定謄本の送達を受けた日から 3 月（期間延長がなされた場合にはその期間）以内に、指定商品等または商標を補正して行うことができる。なお、不服審判請求をした後には請求できず、一旦再審請求するとその請求は取り下げることができない。再審査が請求されると拒絶決定は取消されたものとみなされ、原審の審査官が再度審査を行い、決定（公告決定または拒絶決定）を出す。その拒絶決定に対しても不服審判が請求可能である。なお、国際登録出願について再審査請求制度は導入されていない[154]。

再審査請求の対象となる拒絶理由は限定されていないが、再審査請求のためには補正が必須である。

なお、再審査請求制度と部分拒絶制度の導入時期は同じであるものの、両制度が関連性をもって推進されたものであるかは明らかでない。

（ⅱ）知財庁による出願の扱い

部分拒絶の通知後、拒絶の対象となっていない指定商品等については、部分拒絶に係る指定商品等に対する拒絶決定が確定するまで出願公告されない。

つまり、①拒絶の対象である部分が審査段階において拒絶決定された後、不服審判の請求期間 3 月が過ぎたとき、②不服審判が請求され、同審判において棄却審決が出され、この審決に対する取消訴訟の提訴期限が過ぎたとき、③審決取消訴訟においても最終的に請求棄却の判決が出されて拒絶決定が確定したときに、はじめて登録可能な指定商品等についての出願公告がなされる。

（7）運用の実態

2023 年 2 月 4 日付けの出願から部分拒絶制度が適用されているが、未だ統計が出されたり、運用状況が判明したりするには至っていない。

現在、韓国では商標出願から審査着手まで 1 年半以上要している。部分拒絶の通知があった場合に何も対応せず、拒絶決定が確定するまで更に待つということはあまり考えられない。むしろ、部分拒絶制度が導入される前のように、意見書や補正書により対応することのほうが一般的である。

154 再審査についての実務的な情報は以下を参照した：①崔達龍「韓国の商標法改正について」（「新興国等知財情報データバンク」2022.11.28 掲載記事）https://www.globalipdb.inpit.go.jp/jpowp/wp-_content/uploads/2023/03/3cd270233f180a7c8d66afdce558f8c5.pdf、②李瓊宣「商標部分拒絶制度及び再審査請求制度の施行」（Kim & Chang 事務所サイト、2023.2.16 ニュースレター）https://www.ip.kimchang.com/jp/insights/detail.kc?sch_section=4&idx=26714、③「韓国における商標制度のまとめ－手続編」https://www.globalipdb.inpit.go.jp/application/27360/（新興国等知財情報データバンクに掲載、2025.1.28 更新）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

商標法 2 条 1 項に「商標」及び「標章」の定義があり、これらがにおい等非伝統的商標の保護の関連規定となっている。具体的には、

「1.『商標』 とは、自己の商品（地理的表示が使用される商品の場合を除いてはサービスまたはサービスの提供に関連された物件を含む。以下同じ。）と他人の商品を識別するために使用する標章をいう。

2.『標章』とは、記号、文字、図形、音、におい、立体的形状、ホログラム、動作または色彩等であって、その構成若しくは表現方式に関係なく商品の出所を現すために使用する全ての表示をいう。」[155]

と定められている。

また、商標法施行令[156]2 条は「標章の区分」に関する定めであり、におい商標について以下の言及がある。

「『商標法』第 2 条第 1 項第 2 号による標章は、次の各号に区分する。（中略）

3. 音・におい等の視覚的に認識することができないもの」

商標法と商標法施行令において「標章」が包括的に定義されているため、韓国法上、原則として商標の類型に制限はない。

におい商標について、出願時に要求される提出資料に関する規定があるものの、味覚商標と触感商標については、特に規定は設けられていない。

（２）保護可能とした背景と経緯

米国等諸外国においてにおい商標が保護対象となったことを受け、2000 年代半ばから国際的な流れに歩調を合わせてにおい商標等の非典型的商標を導入することについて議論がなされた。2011 年 12 月 2 日付けの商標法改正[157]により、「音、におい等視覚的に認識することができないもののうち、記号・文字・図形またはその他の視覚的な方法により写実的に表現したもの」が商標の一類型に含まれることとなった。しかし、依然として、視覚的な方法で商標が表現できることが求められていた。

その後、韓米 FTA 交渉の第 18.2 条第 1 項において、「いかなる当事国も登録要件として標識が視覚的に認識できることを要求することはできず、いかなる当事国も商標を構成する標識が音またはにおいという理由だけで商標の登録を拒否することはできない」と規定されたため、視覚的認識要件に対して訂正が必要となった。2016 年 2 月 29 日付け商標法

155 商標法日本語訳 https://www.choipat.com/menu31.php?id=26&category=0&keyword=&ckattempt=1［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

156 商標法施行令日本語訳 https://www.choipat.com/menu31.php?id=27&category=0&keyword= 独立行政法人日本貿易振興機構ウェブサイト 韓国知的財産に関する情報ページ（https://www.jetro.go.jp/world/asia/kr/ip.html）にリンクが掲載されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

157 改正法は 2012 年 3 月 15 日に施行。

全部改正において、商標法上の「標章」を、例示を羅列する包括的な形式（商標法 2 条 1 項 2 号「『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。」）により定義することとし、視覚的表現いかんに関わらず、すべての類型の商標が原則登録可能となった。

（3）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

願書には原則、商標見本を添付することとされているが、「音・におい等の視覚的に認識することができないもの」（商標施行令 2 条 3 号）については、代わりに「商標についての説明書」と「視覚的表現（該当標章を文字・数字・記号・図形またはその他の方法を介して視覚的に認識して特定することができるように具体的に表現したもの）」を提出するよう求められている（商標法施行規則 [158]28 条 2 項）。

また、特ににおい商標については「イ. においを入れた密閉容器 3 通」と「ロ. においが添加されたパッチ 30 枚」のいずれかのにおい見本を提出するよう求められている（商標施行規則 28 条 2 項 5 号）。におい見本が提出されていない場合には方式審査において補正が求められる。[159]

視覚的に認知することができない商標には商標見本の提出が要求されない反面、当該商標の「説明」の記載、商標を具体的に特定できる「視覚的表現」、「使用証拠資料」の提出が必要とされている [160]。におい商標と異なり、触感商標と味覚商標に関しては、審査規定上別途の規定はない。その他の非視覚的商標に共通する審査規定が適用され、「触覚」「味覚」を認識して特定できる視覚的表現及び使用証拠資料の提出が要求されると考えられる。

なお、商標の「説明」と、「視覚的表現」との違いについては、視覚的表現を要約したものが説明であると考えることができる。例えば、商標審査基準においては、商標の説明の例は「このにおい商標は、刈りたての草のにおいで構成される。」、視覚的表現の例は「このにおい商標は、添付されたサンプルのとおり、A 35%wt、B 15%wt、精製水 50%wt の混合物からなる、刈りたての草の匂いだが、ここでいう草は、ゴルフ場で主に使用されるクリーピングベントグラス芝をいい、刈りたての草の匂いとは、芝を芝刈り機又は鎌で刈ってすぐに発生する匂いであって、刈ってから 1 時間経っていないにおいをいう。」と書かれている [161]。

158 商標法施行規則日本語訳　https://www.choipat.com/menu31.php?id=28&category=0&keyword=　行政法人日本貿易振興機構ウェブサイト　韓国知的財産に関する情報ページ（https://www.jetro.go.jp/world/asia/kr/ip.html）にリンクが掲載されている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

159 商標審査基準（2023 年 2 月 4 日施行）80702 ページ

160 商標審査基準（2023 年 2 月 4 日施行）20304-20305 ページに、におい商標、その他の非視覚的商標の必要書面と情報の記載がある。商標見本は不要、説明欄の記載・視覚的表現は必須、添付資料については「使用証拠」、「におい見本」、「その他資料（任意）」と説明されている。https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/kr/ip/law/trademark2023.pdf ［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

161 商標審査基準（2023 年 2 月 4 日施行）80702-80703 ページ

（４）審査等での取り扱い

（ｉ）商標の保存と公表

知財庁の商標検索サイト「KIPRIS」[162]において、におい商標の「視覚的表現」が公表されている。

（ii）登録要件（審査基準等）

「商標審査基準」が審査の際の基準として用いられる。におい商標については、特に、同基準の 8 部 7 章「におい商標」[163]に、識別力、類否判断、補正と要旨変更の判断等の記載がある。

（iii）識別力の判断

におい商標、触覚商標、味覚商標等の非典型的商標には本質的識別力がないとされており、登録のためには使用により獲得された識別力が求められる。

審査基準では、におい商標は「原則として、自他商品を区別する識別力がないものと見て、法 33 条 1 項 7 号に該当するものと見る。ただし、法 33 条 2 項で定める使用による識別力の認定をうけている場合には登録が可能である。におい又はにおいの視覚的表現が指定商品の品質・原材料・用途等の性質を直接示していると判断した場合には、法 33 条 1 項 3 号に該当するものと見る。」と説明されている。また、使用による識別力を獲得したとしても、当該におい商標に機能性がある場合には、拒絶される（法 34 条 1 項 15 号）。[164]

（iv）類否の判断

におい商標は、原則として出願の際、商標を特定するための視覚的表現を願書と共に提出しなければならず（商標法施行規則 25 条 1 項 10 号）、これを基準として類否の判断が行われる。

審査基準では、「におい商標は、原則として、におい商標相互間で視覚的表現を基準に類否を比較して判断するようにする。ただし、視覚的表現のみでは商標を正確に把握することができないため 、提出されたにおい見本を参考にして類否を判断するようにする。この場合の視覚的表現は、その観念や構成物質を通じて類似なにおい商標の検索に活用することができ、におい見本は検索されたにおい商標と観念が類似しているかどうかを嗅覚的に観察する際に使用する」、さらに、「においは、特性上、外観がなく称呼もないといえるた

162 https://www.kipris.or.kr/khome/main.do［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］
163 商標審査基準（2023 年 2 月 4 日施行）80701-80705 ページ
164 商標審査基準（2023 年 2 月 4 日施行）80703-80704 ページ

め、におい見本とにおいの視覚的表現から得られる観念を通じて類否を判断するようにする。この場合、『におい自体の類似』とはにおいを通じて比較対象商標間の出処の誤認・混同の憂慮が発生することをいい、『観念の類似』とはにおいから一定の意味を把握することになる場合、その印象や暗示を通じて誤認・混同が発生することをいう。」と説明されている。[165]

（ｖ）権利範囲の特定方法

におい商標は、原則として出願の際、商標を特定するための視覚的表現を願書と共に提出しなければならず（商標法施行規則 25 条 1 項 10 号）、これを基準として商標の権利範囲の判断が行われる。

審査基準では、「音やにおいの商標は、視覚的に表現された記号、文字等が保護されるのではなく、視覚的に表現された音、においそれ自体が保護されるものであり、同じ音、においを視覚的に表現することは少しずつ異なり得るため、結局は出願書に添付された音声ファイルやにおい見本により具体的な保護範囲が設定されるのである。したがって、出願人が保護を受けようとする意思通りに商標の類型が正確に記載されたのかを確認して、誤って記載されている場合には拒絶理由通知等を通じて補正するようにしなければならない。」と説明されている。[166]

（５）重要な事例・裁判例

（ｉ）出願番号 40-2012-0059192 に係る事例

日本企業が第 5 類「消炎鎮痛パッチ」を指定商品として、におい商標を出願した事例である。

出願公告決定された後、別途の異議申立なしに特許庁によって拒絶決定された。提出された使用による識別力の立証資料を再検討した結果、国外での使用事実立証資料しかなく、韓国国内の需要者に関する資料提出がないため使用による識別力が認められない、との判断がなされた。

（ⅱ）出願番号 40-2012-0059192 に係る事例

日本企業が生理用ナプキン等を指定商品として、「漢方のにおい」商標を出願した事例である。

「その他識別力なし」（旧商標法 6 条 1 項 7 号）を理由に拒絶されたのち、拒絶決定不服審判が請求された。審判では、使用証拠として提出された資料は当該製品の文字商標の出所に関するものであって、におい自体を出所表示として認識するとは認めがたく、また一般人らが漢方薬草の香りを区分するのは容易でないため、漢方のにおいを含有している他

165 商標審査基準（2023 年 2 月 4 日施行）80704-80705 ページ

166 商標審査基準（2023 年 2 月 4 日施行）20306 ページ（2 部 3 章「商標登録出願書類」の「2.登録商標の保護範囲」の項）

の生理用ナプキンのにおいと区別して特定人の商標として認識することができるとは認め難いとの理由により、請求が棄却された（特許審判院 2015 年 3 月 13 日付 2014 ウォン 2089 審決）。

（6）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

韓国特許庁が発表した知識財産統計年譜 2023 によれば、2019～2023 年の間ににおい商標の出願はない。しかし、2024 年 7 月に 2 件、同年 9 月に 1 件のにおい商標の新規出願があり、現在審査段階にある。伝統的商標（一般商標）と比較して非伝統的商標の全体的な出願件数は多くなく、その年間出願件数にも増加あるいは減少傾向にあると断定できるほどの変化はない。

3．非グラフィカルな手法による出願

（1）導入されていない理由や背景

2007 年 1 月 3 日付け法改正で動き商標とホログラム商標が導入され、また、2011 年 12 月 2 日付け法改正でも音商標が導入されたものの、依然として視覚的に商標を特定できることを法文上で規定していた。さらに 2016 年 9 月 1 日付けの法改正により、標章の類型が包括的に定義されるようになり、商標の定義を核心的な意味と代表的な表現方式を中心として簡潔に整備する趣旨から視覚的表現要件が削除された。そのため、商標法上、原則としてグラフィック手段は要件とされていない。

しかし施行規則上、音商標については視覚的表現の提出が要求されており（未提出の場合には出願差戻し）、ホログラムや動きの商標についても商標見本の提出が求められているため [167]、実務上、非グラフィカルな手法による出願が受け入れられていると見ることはできない。すべての類型の出願に対して視覚的表現を要求しており、非グラフィカルな手法による出願の導入に係る議論は特に行われていない。

（2）将来的な導入に関する動きの有無

非グラフィカルな手法による出願の導入に係る議論は特に行われておらず、将来的な導入に関する動きがあるとは言えない。

2016 年の商標法全面改正時に視覚的表現要件が廃止されたのは条文の簡潔化のためであり、非グラフィカルな手法による出願の導入に対する特別なニーズがあったためではなかった。また、特許庁が発表している「知識財産統計年譜 2023」の出願統計を見ると、通常の商標に比べて、音商標、ホログラム商標、動き商標の出願はその割合が極めて小さい。

[167] 動き商標の場合、最大 5 枚の商標見本イメージの他にも、動作の特徴を表す映像を収録した電子的記録媒体（ビデオテープ、CD-ROM、光ディスク、USB メモリ、メモリカード等）を提出しなければならず、未提出の場合、出願が差戻される（商標審査基準　80403 ページ）。ホログラム商標の場合、出願人は任意に、映像を収録した電子的記録媒体を提出することができるとされているが、審査官が出願商標を正確に把握することができないときは、映像を収録した電子的記録媒体の提出を要求することができるとされている（商標審査基準　80302 ページ）。

これに鑑みると、出願人からの非グラフィカルな手法による出願の導入へのニーズがそれほど大きいとは考えられない。

（3）マルチメディア商標の扱い

2016 年 9 月 1 日付けの商標法全面改正により、「標章」の類型が制約なしに包括的に定義されたため、マルチメディア商標も原則として保護対象となりうる。

しかし、差戻しされることなく出願が受理されるためには、願書に商標の類型を示さなければならないところ、選択できる類型として「マルチメディア商標」が示されていない[168]。また、審査基準では、商標の各類型を定義しているものの、マルチメディア商標のような視覚的手段と音とを結合した類型は、どの商標類型の定義にも含まれ得ない。さらに、実際にマルチメディア商標が登録された事例もないことから、実務上、マルチメディア商標に係る出願が受理されることは難しいと考えられる。

第１１節　台湾

台湾は、部分拒絶制度及び非グラフィカルな手法による出願制度を導入していない。におい等非伝統的商標については、「商標」を包括的な文言で定義することによりその保護を導入しており、特許庁により非伝統的商標に係る審査基準が整備されている。

１．部分拒絶制度

（1）導入されていない理由や背景

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

商標法[169]は、1930 年に制定されて以来一貫して出願全体に対して拒絶査定を下す方針を採っている（商標法 31 条[170]）。一方、2003 年の商標法改正により、拒絶査定確定まで出願を分割することができるという分割出願制度が導入された（その後、2011 年法改正により、分割が可能な時期の要件が拒絶査定前に変更されている）。このような背景により、商標出願において一部の指定商品役務に問題が生じた場合には、分割で対応するという実

168 願書に示されている商標類型は、一般商標、立体商標、色彩のみからなる商標、ホログラム商標、動き商標、その他の視覚的に認識できる商標、音商標、におい商標、その他の視覚的に認識できない商標、である。（商標審査基準 80101-80102 ページ）

169 商標法（2016 年 12 月 15 日施行）日本語訳　https://chizai.tw/wp-content/uploads/2023/06/%E5%95%86%E6%A8%99%E6%B3%95%EF%BC%882016%E5%B9%B412%E6%9C%8815%E6%97%A5%E6%96%BD%E8%A1%8C%EF%BC%89-.pdf 「台湾知的財産権情報サイト」（https://chizai.tw/ ）＞「法令・審査基準等」ページに掲載がある。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

170 商標法 31 条

「商標登録出願を審査した結果、29 条 1 項、3 項、前条 1 項、4 項又は 65 条 3 項に規定する情況に該当し、登録することができないと認めた場合は、拒絶査定をしなければならない。

前項の拒絶査定の前に、拒絶査定理由を出願人に書面で通知し、期限を定めて意見を陳述させなければならない。

使用を指定する商品又は役務の縮減、商標図案の実質的変更でないもの、登録 出願案の分割及び専用としない旨の声明は、拒絶査定前に行わなければならない。」

務が一般的になっている。
　また、台湾において、国内企業等の一般的な商標制度ユーザーは、商標制度についてあまり詳しくないのが通常であり、出願や登録が管理しやすいかどうかという点に大変関心がある。そのため、費用的にも有利な多区分出願が可能であるにもかかわらず、理解しやすく管理もしやすい一区分一出願が主流である。そのようなユーザーにとっては、部分拒絶制度の部分的に許可される・拒絶されるという特徴は非常に複雑なものと捉えられる可能性が高い。
　部分拒絶制度に対する強いニーズが見受けられず、また、出願の一部における問題は分割出願で対処できるため、特に問題なく運用できているのなら、現行制度をそのまま維持し続けることでよいという姿勢がとられるのではないかと考える。

（2）将来的な導入に関する動きの有無

　もし部分拒絶制度が導入された場合､現行の商標法とは規定の矛盾が生じるであろうし、また、部分拒絶制度の導入に関する実質的な議論はこれまでされてこなかったため、将来的にも同制度が導入される可能性は低いと考える。

２．におい等非伝統的商標

（1）関連規定､「商標」の定義

　商標法 18 条に商標の定義が示されており、におい等非伝統的商標の保護の根拠規定となっている。具体的には、
　「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。
前項でいう識別性とは、商品又は役務の関連消費者に、指示する商品又は役務の供給元を認識させ、他人の商品又は役務と区別できるものをいう。」
と定められている。

（2）保護可能とした背景と経緯

　従来の伝統的商標の形態では実際の取引市場におけるニーズに対応できなくなったため、2003 年 11 月 28 日施行の改正商標法により、立体・単一色・音の商標の保護に係る規定が新たに追加され､「立体、色彩及び音の商標審査基準」が制定された。
　その後、世界各国で新しいタイプの商標の出願が受け入れられるようになったため、このような世界的動向に対応し、事業者の営業上の努力や成果を保護するため、2011 年 6 月 29 日付けで商標法がさらに改正された。この改正法において、商品役務の出所を識別できることを条件としていかなる標識（例えば、色彩、立体形状、動き、ホログラム、音等）をも保護対象とすることができると規定された。これにより、商標登録による保護の対象が条文に列挙されたものに限定されなくなり、におい等非伝統的商標の出願が可能となっ

た。

（３）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

願書では、商標の種類と形態の説明、商標の名称、商標図案、指定商品役務とその区分、（商標描写を提供しなければならない場合）商標の描写等を記載する（商標法施行細則 10 条及び 12 条 [171]）。なお、「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呈示しなければならない」とされている（商標法 19 条）。

におい商標については、「非伝統的商標審査基準」[172]に出願時に必要な記載や提出物等について説明がある。におい商標の商標図案については具体的に、

「匂い商標図案は当該匂いの文言による説明とすることができ、即ち、商標の描写を商標図案としなければならない。商標図案のはっきり、明確、完全、客観的、持久性及び分かりやすい方式で表現しなければならないとする要求（法 19 条 3 項）を満足させるため、商標の描写の文言による説明を匂い商標図案とする時、商標の描写の内容が伝達する情報について、文字によりはっきり、明確及び客観的に出願登録する匂いについて説明しなければならず、且つ普通の知識・経験を有する消費者が容易に理解できるよう注意すべきである。商標の描写には『本商標は匂い商標である』と明示する以外に、その内容にも関連する消費者が直接且つ記憶の中の匂いとリンクして、登録出願に係る匂いが人に与える感知はどのようなものかはっきりと認識、理解できるようにしなければならない。」と説明されている。商標の描写の方法としては、「自然界に存在する匂いによる記述」と、「市場における特有の名称又は呼称による匂いの記述」の２つが挙げられている。

また、「非伝統的商標審査基準」において、におい商標のサンプルについては、

「商標サンプルは商標図案の審査の補助に用いられ、商標図案及び商標の記述の記載にとって代わることはできないが、匂い商標の実際の使用は、嗅覚を利用して感知するもので、文言による説明を通して商標を表現しても、さらに商標サンプルを補充して初めて法 19 条 3 項の要求を満たすことができる。出願人は出願時に匂いサンプルを提出する必要はないが、審査段階において、審査に利するよう出願人に商標サンプルの提出（補正）を通知することができる。（施行細則 13 条 1 項）」と説明されている。

（４）審査等での取り扱い

（ｉ）商標の保存と公表

台湾では、におい等非伝統的商標が登録された事例がないため、台湾特許庁や商標業界

171 商標法施行細則日本語訳 https://chizai.tw/wp-content/uploads/2022/05/%E5%95%86%E6%A8%99%E6%B3%95%E6%96%BD%E8%A1%8C%E7%B4%B0%E5%89%87%EF%BC%882018%E5%B9%B46%E6%9C%887%E6%97%A5%E6%96%BD%E8%A1%8C%EF%BC%89-j-.pdf［「台湾知的財産権情報サイト」（https://chizai.tw/）＞「法令・審査基準等」ページに掲載がある。最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

172 非伝統的商標審査基準（2017 年 9 月 12 日発効）日本語訳 https://chizai.tw/wp-content/uploads/2022/05/%E5%95%86%E6%A8%99%E9%9D%9E%E4%BC%9D%E7%B5%B1%E7%9A%84%E5%95%86%E6%A8%99%EF%BC%882017%E5%B9%B49%E6%9C%8812%E6%97%A5%E6%94%B9%E6%AD%A3%EF%BC%89.pdf 「9．匂い商標」47～55 ページ ［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

において、当該商標の保存・公開に関する議論が行われたことはない。

（ⅱ）登録要件（審査基準等）

非伝統的商標の審査において、識別力の判断には原則として「非伝統的商標審査基準」が優先的に適用される。同審査基準の第 9 章では、におい商標の定義、審査、商標サンプル、識別力、機能性について規定されており、第 10 章では、位置・触覚・味覚等、視認できない非伝統的商標の定義と審査原則について規定されている。

また、非伝統的商標が使用により識別力を獲得したことを立証する場合、立証方法及びその認定には「商標識別性審査基準」[173]が適用される。

（ⅲ）識別力の判断

においが単独で識別力を有するには、商品又は役務の本質・特徴から独立している、つまり特別なにおいが付加されている必要がある。「非伝統的商標審査基準」の説明によると、この要件を満たすものとして、他国で登録査定となった「チェリーの香りのオイル」等が挙げられている [174]。

また、におい商標の機能性の判断において、指定商品役務は、大きな影響を与える要素の 1 つである。市場取引の実務上、指定商品役務との関係で香りが一般的に使用されている場合（例えば、香水やアロマオイル）、このような香りは識別力がないだけでなく、機能性を具えていると認定され、登録を受けられない。上記事情がない場合、さらに「他の実質的かつ顕著な競争優位性を提供するため、公共領域に保留すべきか否か」について判断される。例えば「チェリーの香りのオイル」に関しては、この香りはオイルの臭を突く匂いを低減することができるものの、オイル自体の機能や製造コストには影響せず、取引実務上よく用いられる方法でもない。よって、出願人がその商標登録により市場の競争秩序に影響を与えないことを証明できれば、機能性なしと判断される。

（ⅳ）類否の判断

におい等非伝統的商標と先行商標の類否判断においては、伝統的商標と同じ審査方法が用いられる。つまり、商標、商標の説明、商標サンプル等を相互に参照の上、①商標識別力の強弱、②商標の類否及びその類似の程度、③商品又は役務の類否及びその類似の程度、④先行権利者による多角化経営の状況、⑤混同誤認の実情、⑥関連消費者の各商標に対する認知の程度、⑦係争商標の出願人が善意であるか否か、⑧その他混同誤認の要素、とい

173 商標識別性審査基準（2022 年 9 月 1 日発効）日本語訳 https://chizai.tw/wp-content/uploads/2023/03/%E5%95%86%E6%A8%99%E8%AD%98%E5%88%A5%E6%80%A7%E5%AF%A9%E6%9F%BB%E5%9F%BA%E6%BA%96%EF%BC%882022%E5%B9%B49%E6%9C%881%E6%97%A5%E6%94%B9%E8%A8%82%EF%BC%89.pdf 第 5 章が「立証の方法と認定」の章（122～128 ページ）となっている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

174 「非伝統的商標審査基準」52～53 ページ。他国の事例として「チェリーの香りのオイル」のほか「インドソケイの香りの刺繍用糸」、「苦味のあるビールの香りのダーツ（ゲーム用品）」が挙げられており、「これらの事例の匂いは指定商品が自然に有する匂い又は期待される匂いではなく、余分に商品又は役務に使用し、競争同業者の類似商品又は役務と区別する一種の標識としたものである。」と説明されている。

う 8 項目の要素を総合的に考慮することによって行われる。

（ｖ）権利範囲の特定方法

「非伝統的商標審査基準」においては、
「商標法施行細則第 18 条第 1 項の規定を参照し、匂い商標図案は当該匂いの文言による説明とすることができ、即ち、商標の描写を商標図案としなければならない。商標図案のはっきり、明確、完全、客観的、持久性及び分かりやすい方式で表現しなければならないとする要求（商標法 19 条 3 項）を満足させるため、商標の描写の文言による説明を匂い商標図案とする時、商標の描写の内容が伝達する情報について、文字によりはっきり、明確及び客観的に出願登録する匂いについて説明しなければならず、且つ普通の知識・経験を有する消費者が容易に理解できるよう注意すべきである。」[175]
と記載されている。これより、文言によるにおいの説明は権利範囲の特定において中心的な役割を果たすものと考えられる。[176]

（５）重要な事例・裁判例

現時点において、におい等非伝統的商標出願について出願人が裁判所へ上訴した例がないため、関連する裁判例を挙げることができない。
一方、特許庁経済部訴願委員会による、におい商標への拒絶査定に対する不服申立（「訴願」）における、以下の事例がある。

（ｉ）アロマオイルのにおい商標に係る事例
台湾の有名企業「白花油國際有限公司」が販売する万応白花油は、やけど・虫刺され・風邪による頭痛等に効く万能アロマオイルで、これに関する「ミント・ラベンダーの香りを有するにおい商標」の登録が争われた。
訴願委員会は、①本件商標の香りは、商品の機能を奏するためだけに必要な香りである、②本件商標の第一印象は「ミントとラベンダーの香り」であり、指定商品「漢方薬、薬用オイル」に使用された場合、指定商品自体から発せられる香りに過ぎず、識別力がない、③消費者は商品名から出所を認識しており、本件商標が使用による識別力を獲得するのは困難と考えられること、本件商標が機能性を有することから、たとえ使用を通じて識別標識と認識されるようになったとしても、使用による識別力の獲得を主張することはできない、との判断を示し、不服申立を認めなかった。

175 非伝統的商標審査基準（2017 年 9 月 12 日発効）日本語訳 https://chizai.tw/wp-content/uploads/2022/05/%E5%95%86%E6%A8%99%E9%9D%9E%E4%BC%9D%E7%B5%B1%E7%9A%84%E5%95%86%E6%A8%99%EF%BC%882017%E5%B9%B49%E6%9C%8812%E6%97%A5%E6%94%B9%E6%AD%A3%EF%BC%89.pdf 「9. 匂い商標」50 ページ ［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

176 非伝統的商標審査基準には、「商標サンプルは商標図案の審査の補助に用いられ、商標図案及び商標の記述の記載にとって変わることはできないが、匂い商標の実際の使用は、嗅覚を利用して感知するもので、文言による説明を通して商標を表現しても、さらに商標サンプルを補充してはじめて商標法第 19 条第 3 項規定の要求を満たすことができる。」との記載もある（同基準 51～52 ページ）。

（ⅱ）アロマオイルボトルの触覚商標に係る事例

上記と同じ製品に関する触覚商標の登録性が争われた事例である。

「白花油ボトル」に係る触覚商標が、第 5 類「漢方薬、薬用オイル」について出願され、審査ののち拒絶査定を受けた。同査定では「白花油のボトル容器に施された刻みや突起等の感触は、ボトル容器の材質やデザインによるものであるため、識別力を有しない。出願人は多くの使用証拠を提出したが、それらは消費者にボトルの感触を伝えたり、ボトルの感触を通じて商品を識別する方法を伝えたりするものではなかった。提出された使用証拠により、本件商標出願が使用により識別力を取得したことを証明できない」との判断が示された。

（6）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

2011 年に商標法が改正された後、現在までににおい商標や触覚商標の出願が数件あった[177]。しかし、特許庁はこれら全ての出願に対して自他商品等識別力の不足を理由とする拒絶理由通知書を出し、いずれの出願も拒絶理由を解消できなかったため、最終的に登録査定を受けたものはない。また近年においては、におい等非伝統的商標の新規出願は見受けられない。

また、台湾における商標を重視する傾向や登録に向けての野心は、日本や韓国等より弱いように思われる。伝統的に台湾企業は OEM 生産を行うことが多く、自社の商標ではなく他社の商標を付けて世界に商品を販売していくことが多い。そのような、元々商標をそれほど重視しない商標制度ユーザーにおいては、「もし簡単に登録できるのであれば出願してもよい」という考えがあるので、登録までのハードルが高く苦労しなくてはいけない商標について容易には挑戦しないのではないかと考える。

3．非グラフィカルな手法による出願

（1）導入されていない理由や背景

商標法 19 条 3 項は「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呈示しなければならない。」と規定しているところ、非グラフィカルな手法はおそらく、明確性等の要件を満たさないと判断されるのではないかという懸念がある。

なお、特許庁は近年、出願プロセスの電子化に注力しているが、現行の電子システムでは映像や音声等のファイルを提出することができない。電子ファイルを直接提出できるようにするには、特許庁は電子システムの更新に多くのリソースを割く必要に迫られると考えられる。

（2）将来的な導入に関する動きの有無

数年以内に非グラフィカルな手法による出願が導入されることは無いであろうと考え

[177] 2020 年 1 月 1 日～2024 年 11 月 1 日の間に、におい商標 2 件、触覚商標 1 件の出願があった。

る。なお、台湾のユーザーは、非伝統的商標を出願すると決意したら、出願方法が何であれ規定どおりに出願するため、「もう少し簡単な方法をぜひ導入してほしい」という意向のユーザーはほとんどいないと思われる。

（3）マルチメディア商標の扱い

マルチメディア商標は、商標法 18 条 1 項の規定に基づき、商標法の保護対象とされる。

2011 年 6 月に商標法改正案が通過した際、次のような改正理由が明確に示されている。すなわち、商品又は役務の出所を識別できる全ての標識はいずれも商標法の保護対象であり、また、18 条に示された 9 種の商標形態はあくまで例示であるため、たとえ条文に明記された 9 種に該当しなかったとしても、登録が認められる可能性がある。

マルチメディア商標については登録例が存在しており [178]、出願に際しては、複数の図面（動きについて。例えば映像のキャプチャー画像）と、五線譜や歌詞（音声について）の両方を提出することにより、出願商標を表すという方法が取られている。また、映像ファイルや、商標の説明として映像・音声の変化過程に関する簡単な記述を合わせて提出できる。商標見本や商標の説明は、台湾特許庁のオンラインデータベースから誰でも取得可能。

なお、類否の判断については、マルチメディア商標は動きと音の組合せとされているところ、各出願商標についてどちらの要素が要部になるのかを検討の上、要部のほうにより重点を置いて判断されるものと考える。

第１２節　シンガポール

シンガポールは、部分拒絶制度を導入している。におい等非伝統的商標については法律上保護を否定するものではないが、登録要件（出願商標に求められる表示要件）との関係で登録は非常に困難とされている。非グラフィカルな手法による出願は導入されていない。

１．部分拒絶制度

（1）関連規定、制度的枠組み

従前は、部分拒絶制度は国際出願のみに採用されていたが、法改正により、2022 年 5 月から国内出願についても導入されている。実体審査は絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由の両方について行われ、その結果として部分拒絶の通知が出されうる。

商標法 [179]12 条（出願審査）及び同 15 条（登録）、商標規則 26 条（出願の公告）が部分

[178] 例えば、第 01778952 登録商標。この商標の説明には、「動画は 5 枚の画像を含み、一つの青い無限大状のマークによる連続したアニメーションが観衆の目前に現れるところから始まり…無限大状のマークは即座に青色の HISAMITSU のロゴへと変化し…映像とともに流れる HISAMITSU の音声は 6 枚目の画像に示された楽譜から構成されている」と記載されている。

[179] Trade Marks Act 1998 (Revised Edition 2020, amended up to the Statutes (Miscellaneous Amendments) Act 2022) https://sso.agc.gov.sg/Act/TMA1998［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］（シンガポール政府機関ウェブサイト「Singapore Statues Online」）、 https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/22242（WIPO ウェブサイト「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

拒絶制度の根拠となっている。特に、商標法 12 条（4）及び同（5）には、以下のように定められている [180]。

「(4)　出願人が本項又は（3）にいう期間内に応答したものの、当該要件が満たされていることを登録官に納得させることができなかった若しくは要件を満たすように出願を補正しなかった若しくは追加の情報又は証拠を提出しなかった場合、登録官は

(a)　出願を拒絶することができる。

(b)　以下の商品又はサービスに関連してのみ出願を認容することができる。

(i)　登録が求められるもの　(ii)　登録要件を満たしているもの，又は

(c)　出願人に対し、意見陳述する、出願を補正する又は追加の情報若しくは証拠を提出する別の機会を所定の期間内に提供することができる。

(5)　出願人が（3）又は（4）(c) にいう期間内に応答しなかった場合，出願又は登録が求められるが登録要件を満たしていない商品又はサービスに関連する場合の出願は取下げられたとみなされるが、登録官は、登録が求められ、登録要件を満たしている商品又はサービスに関連する出願を認容しなければならない。」

また、商標法 15 条（1）では、以下のように定められている。

「出願が認容され、(a) 異議申立が 13 条（2）にいう期間内に行われない場合、又は　(b) すべての異議申立手続が棄却された又は出願人に有利に決定された場合は、登録官は、認容された出願の商品又はサービスに関して商標を登録する。」

さらに、商標規則 26 条（3）では、以下のように定められている [181]。

「本規則において、認容された商標登録出願への言及は，登録が求められる商品又はサービスの一部のみに関連して、商標法 12 条（4）又は（5）に基づいて認容された出願を含む。」

（２）導入された背景と経緯

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

知的財産（改正）法案 2021 により、「部分的受理・拒絶制度（The partial acceptance/refusal system）」が導入された。この改正法は、2022 年 5 月 26 日に施行され、同日以降の国内出願について部分拒絶制度が適用されることとなった。

改正前は、国内出願について、商標審査官が指定商品役務の一部に関してのみ拒絶理由を認めた場合、この拒絶によって出願全体が保留されていた。

なお、知的財産（改正）法案 2021 の第 2 回読会において、法務大臣は、シンガポールにおける国内出願の部分拒絶制度を導入する理由を説明した。部分拒絶制度は他の主要な国・地域では既に一般的な実務であり、シンガポール知的財産庁（以下、「IPOS」とする。）では国際商標出願について既に行われていることを強調した。また、この変更は「国内出願の最大約 13%（年間約 2,100 件）に利益をもたらし、出願人の時間、労力、コストを削減する」と述べた。

[180] 商標法日本語訳　https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/singapore-shouhyou.pdf（特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[181] 商標規則日本語訳　https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/singapore-shouhyou_kisoku.pdf（特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

（３）部分拒絶の通知形式・内容

部分拒絶の通知と出願全体を拒絶する通知は同じような形式である。双方とも、冒頭に実質的なコメントが記載され、最後に拒絶の通知に対する応答期限が示される。

具体的には、部分拒絶の通知の最終段落は、以下のような記載になっている。

「上記について、[日付]までに書面にてご連絡ください。さもなければ、拒絶対象の商品・役務は取り下げられたものとして扱われます（継続処理は可能です）。継続処理の請求は、[日付]までに拒絶理由通知に対する応答とともにフォーム CM13（Form CM13）を提出することにより可能です。」

一方、出願全体を拒絶する通知では以下のような記載になっている。

「上記について、[日付]までに書面にてご連絡ください。継続処理の請求は、[日付]までに拒絶理由通知に対する応答とともにフォーム CM13（Form CM13）を提出することにより可能です。」

なお、特に先行商標との抵触を理由とする部分拒絶の場合には、通知書において抵触している商品役務がどれであるかを明示しないことがよくある。識別力欠如を理由とした部分拒絶の場合にも、どの商品役務についてなのかが明示されていないことが多い。拒絶対象の指定商品役務が明示されていない場合は、出願人の方でどの指定商品役務が対象かを確認しなければならない。

（４）部分拒絶への対応方法

部分拒絶への対応方法としては、書面による意見陳述、登録官への聴聞（hearing）の申請、出願の補正、追加又はその他の情報や証拠の提出、出願の分割、が考えられる[182]（商標法 12 条、商標規則 24 条（2）。出願の分割について、商標法 5A 条、商標規則 17 条）。

応答期間は原則 4 月であり、これは国内出願、国際出願ともに同じである（商標規則 24 条（2）、「Trade Marks Work Manual」19 章[183]）。期間延長の請求が可能である。

出願人が審査官の判断やその理由に対して不服があり、争いたい場合、通常は書面で申立てを行う。聴聞を登録官に申請することは珍しい。これは、書面での申立ての方が聴聞よりも費用対効果が高く、また、指定商品役務の記載に対する拒絶理由のほとんどは、審査官との書面でのやり取りで解決できるからである。

出願人のほとんどは、審査官から指摘された問題を是正するために、商品・役務の範囲を明確化又は限定する補正を行う。審査官が補正案を提示した場合には、出願人はそれを受け入れ、審査官の補正案に従って出願の補正を行うことが可能である。

182 IPOS ウェブサイト「How to Register」のページ（https://www.ipos.gov.sg/about-ip/trade-marks/how-to-register）では、 補正には「Form TM27」、聴聞申請には「Form HC4」という書式があるとアドバイスされている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

183 「Trade Marks Work Manual」は、IPOS による審査手続きのプロセス毎に解説したマニュアルで、同庁のウェブサイトに掲載がある。https://www.ipos.gov.sg/about-ip/trade-marks/managing-trade-marks/guides 19 章は国際登録と事後指定について書かれている。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

また、追加的な情報や証拠を書面による申立てと共に提出することは、拒絶の対象である商品・役務を維持するための主張を裏付けるために、また商品・役務の範囲を明確化又は限定する際の補正案をサポートするために行われる。後者については、例えば、拒絶対象である又は出願人が提案する商品役務と同一か類似である、過去 IPOS に受け入れられた商品役務表示の例や、非常にニッチであったり専門的である商品・役務の表示をさらに説明したり明確化したりする情報等を提出することが考えられる。

なお、出願人が補正や追加の情報や証拠の提出により応答してもなお、審査官が部分拒絶を維持する場合、更なる部分拒絶の通知が発行され、出願人には、維持された部分的拒絶の通知の日付から更に 4 月、審査官とコミュニケーションを取る機会が与えられる。

出願の分割については、登録が可能な商品・役務については遅滞なく公告や登録に進むことができ、拒絶対象の商品・役務については分割することで個別に処理できるので有用である。

（５）部分拒絶に対応しなかった場合の出願の扱い（知財庁側）

部分拒絶の通知に対して応答期間内に応答しなかった場合、拒絶の対象である（「登録が求められているが登録要件を満たしていない」）指定商品役務に関してのみ、出願は取り下げられたものとして取り扱われる[184]（商標法 12 条（5）、商標規則 24 条（2））。

一方、出願人には、取り下げられたものとみなされた出願について、登録官が出願手続を継続するよう、登録官に請求を行うことが認められている。この請求が適切に行われた場合、請求を拒絶する適切かつ十分な理由がない限り、出願手続が継続される（商標規則 77AA）[185]。

当初、部分拒絶の通知に対する応答を提出しないことを選択した出願人が、その後気が変わり、応答提出を希望するようになった場合、（出願が取り下げられたとみなされた日から）2 月以内にフォーム CM13「Request for Continued Processing」（継続手続請求）を提出し、拒絶対象の商品・役務の継続処理を求めることができる。処理の継続により、出願人が部分拒絶の通知に対する応答や出願の補正を希望する場合、出願は保全される。

一方、上記と異なり、出願人の気が変わらなかった場合は、出願に含まれる残りの拒絶理由のない商品・役務は、2 月後に次の処理段階に進む。次の段階では、商標は 2 月間公告され、何人も異議申立をすることができる。異議申立がなければ、IPOS は出願人に対して登録証を発行し、商標は出願が受け入れられた商品・役務に関して保護を受けることとなる。

184 商標法と商標規則においては、「Treated as withdrawn」と表現されている。

185 商標規則 77AA は、2022 年 5 月 26 日以降に規則 24（2）等に基づいてみなし取下げとなった出願に適用される（商標規則 77AA（1））。

（６）部分拒絶の査定を受けた後の対応方法と出願の扱い

（ｉ）出願人側の対応方法

部分拒絶の決定（一部登録の決定）については、裁判所に上訴することができる（商標法 75 条）。

具体的には、出願人は登録官の決定の日付から 28 日以内に高等裁判所に上訴申立書を提出することにより、登録官の決定の理由に対して不服を申し立てることができる。この上訴は、一方当事者のみの査定系審理により行われる[186]。

商標法 75 条（2）では、「商標の登録可能性に関する登録官の決定」について裁判所に上訴できると定められているところ、この「登録官の決定」は、一部登録の決定（つまり、部分拒絶の決定）を含む。商標法は一部登録と出願全体の登録を区別していないからである。

（ii）知財庁による出願の扱い

高等裁判所への上訴がなければ、部分拒絶の決定は確定する。

（７）運用の実態

2022 年の部分拒絶制度の導入は政府主導であり、国内の商標制度ユーザーからのニーズがあったわけではなかった。制度導入の理由としては、他の国・地域において部分拒絶制度が導入されていたこと、加えてシンガポールでも国際出願については既に部分拒絶を実施していたということが挙げられる。

部分拒絶の通知を受けた出願人が応答しているか又は応答せず放置しているかについて、統計は公表されていないが、我々の経験上では、大半の出願人は応答している。代理人としても、早く進めたければ必ず応答するよう助言している。部分拒絶の通知に応答しない場合には、応答期間の 4 月に加えて、2 月の延長期間、1～2 月の IPOS による商品・役務の削除にかかる期間を待つこととなる。

また、拒絶理由が存在するのは一部の商品役務に限られると考えられるケース（例えば、明らかに一部の商品役務しか先行商標と抵触していない場合）でも、通知書において部分拒絶だと明示されないこともある。そのような場合、応答しなければ出願全体が取下げとして扱われることになる。

186 独立行政法人日本貿易振興機構　シンガポール事務所 知的財産部「シンガポールにおける知的財産の審判等手続に関する調査」（2020 年 3 月）　https://www.globalipdb.inpit.go.jp/jpowp/wp-content/uploads/2021/08/99971dc80539af6f2dbcbfa84b0b38c4.pdf　31 ページ　［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

商標法 2 条（一般解釈）(1) に、「商標」と「標識」の定義があり、におい等非伝統的商標の保護の関連規定となっている。具体的には、

「『商標』とは、図形的に表示することができ、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業として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（sign）をいう。」、

「『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。」

と定義づけられている。[187]

また、上記の定義について、「Trade Marks Work Manual」に以下のような解説がある[188]。

「『商標』の定義は、『標識』が商標として認定される前に一定の必要条件を満たさなければならないという閉鎖的かつ網羅的な定義です。必要条件は以下の通りです： (i) 標識は図形的に表示可能でなければならない、また (ii) 標識は、ある者が取引上取り扱う又は提供する商品又は役務を、他の者が提供する商品又は役務と区別できるものでなければならない。

『標識』の定義は、標識となり得るものの例を列挙しているに過ぎないという点で、開放的又は包括的な定義です。上記を踏まえると、標識の定義に基づいて標識が商標を構成しないことが明らかでない限り、いかなるタイプの標識も自動的に登録から除外されることはありません。」

（２）保護可能とした背景と経緯

2004 年 7 月 1 日以前、商標法（Chapter 332, 1999 Rev. Ed）において、「商標」は「視覚的に認識可能な標識であって、図形的に表すことが可能であり、かつ、ある者が業として取り扱う又は提供する商品又は役務を、他の者が取り扱う又は提供する商品又は役務と区別することが可能なもの」と定義されていた。

しかし、米国・シンガポール自由貿易協定（FTA）において、シンガポールは、標識の登録条件として視覚的に認識可能でなければならないという要件を撤廃し、においや香りの標章を登録するために各締約国が最善の努力を払うことを義務づけられた。これを受けて、2004 年 6 月 31 日から「視覚的に認識可能（visual perception）」という要件が撤廃された。2004 年商標（改正）法案の第 2 回読会において、法務大臣は「目に見えない標章もあるが、

[187] Trade Marks Act 1998 (Revised Edition 2020, amended up to the Statutes (Miscellaneous Amendments) Act 2022）を日本語に訳した。原文は、 https://sso.agc.gov.sg/Act/TMA1998 （シンガポール政府機関ウェブサイト「Singapore Statues Online」）、https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/22242 （WIPO ウェブサイト 「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」）を用いた。なお、「商標」は「trade mark」、「標識」は「sign」、「図形的に表示することができ」は「capable of being represented graphically」である。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

[188] 「Trade Marks Work Manual」の「第 1 章 商標とは何か？」（Version 3, March 2017）に記載がある。https://www.ipos.gov.sg/about-ip/trade-marks/managing-trade-marks/guides （IPOS ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

製品のマーケティングや識別においては同様に重要である」と強調した。

（３）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

出願は、様式 TM4（願書様式）により行い、商標の明瞭な表示、指定商品役務等を記載する（商標法 5 条（2）、商標規則 15）。

「商標の明瞭な表示」については、さらに細かく規定されており（商標規則 16）、願書の指定されたスペースに出願商標の明瞭かつ耐久性の高い表示をすることが求められ、当該表示が表示として十分でないかまたは商標の特徴を適正に審査できないと審査官が考える場合には、図で構成される別の表示・言葉による標章の説明・その他の情報の提供が求められる可能性がある。

におい商標に関して、IPOS は「Trade Marks Work Manual」[189]において、化学式は物質自体を表すものであるため図形的表示とはみなされない、においの言葉による記述は図形的であるが、十分に明確、正確、客観的ではなく、また、においサンプルは安定性や耐久性が十分でないため図形的表示を構成しない、との判断を示した欧州司法裁判所のシークマン事件判決（Case C-273/00 [2002] ECR I-11737 RPC 38）[190]を引用している。

（４）審査等での取り扱い

（ｉ）商標の保存と公表

シンガポールではにおい等非伝統的商標の登録が行われていない[191]ため、シンガポールの法律や実務の観点からの、商標の保存と公表に関する見解を述べることはできない。

（ii）登録要件（審査基準等）

におい等非伝統的商標が実際に IPOS に受け入れられた例はないものの、そのような商標がなされた場合には、以下の標準的な要件を満たす必要がある。

① 標識は図形的に表示できなければならない。

② 標識は、ある者が取引上取り扱うまたは提供する商品・役務と、他者が提供する商品・役務とを区別できるものでなければならない。

「視覚的認識」は今や登録の前提要件ではないが、図形的（グラフィカル）表示要件は引き続きにおい等非伝統的商標の登録を妨げている。商標マニュアル[192]は、欧州司法裁判所のシークマン事件判決に言及し、図形的表示は「標識が正確に識別できるように、特に

189 「第 1 章 商標とは何か？」（Version 3, March 2017） https://www.ipos.gov.sg/about-ip/trade-marks/managing-trade-marks/guides（IPOS ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

190 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:62000CJ0273（欧州連合ウェブサイト「EUR-Lex」）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

191 におい商標については、日本企業によるにおい商標出願の拒絶例（T1405176）があるのみで、これ以外の拒絶例も登録例もないようである。

192 「Trade Marks Work Manual」（https://www.ipos.gov.sg/about-ip/trade-marks/managing-trade-marks/guides）を指している。［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

画像、線または文字によって視覚的に表現できなければならない。」と述べ、標章は「明確で、正確で、自己完結的であり、容易にアクセスが可能で、分かりやすく、耐久性があり、客観的な」方法で表示されなければならないと強調している。また、同マニュアルは、現段階の技術ではにおい商標には容認できる図形的表示はないと指摘している[193]。触覚商標と味覚商標についての言及はないが、これらの商標に許容される図形的表示があるとは考えにくい。

そして、におい等非伝統的商標が仮に図形的表示要件を満たせたとしても、この商標はさらに、自他商品役務識別力を有していなければならない。

（iii）識別力の判断

シンガポールではにおい等非伝統的商標の登録が行われていないため、商標の識別力がどのように評価されるかについての判断や決定は未だない。

（iv）類否の判断

シンガポールではにおい等非伝統的商標の登録が行われていないため、商標の類似性がどのように評価されるかについての判断や決定は未だない。

（v）権利範囲の特定方法

シンガポールではにおい等非伝統的商標の登録が行われていないため、権利範囲の特定方法に関する判断や決定は未だない。

（5）重要な事例・裁判例

シンガポールでは、におい等非伝統的商標に関する IPOS や裁判所レベルでの決定はない。

（6）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

IPOS オンラインデータベースにおいて「非従来型商標タイプ」をフィルターとして検索したところ、におい商標、触覚商標、味覚商標が IPOS において今までに登録された記録はなかった。

また、経験上、におい等非伝統的商標の出願に遭遇することはほとんどない。そのため、

193 「Trade Marks Work Manual」の「第 1 章 商標とは何か？」12 ページでは、以下のように説明されている。
「(e)　におい商標（Scent marks）
香りは標識の中でも珍しい種類の一つで、図形的に表すのが困難です。香りを通じて公衆が所有者の商品役務を識別できる場合のみ登録が可能です。」
「注：　現段階の技術では、「におい商標」のための許容され得る図形的表示（an acceptable graphical representation）は見つかっていないようです。」

このような商標の保護を求める人の数に増減があるかどうかについてはコメントできない。

３．非グラフィカルな手法による出願

（１）導入されていない理由や背景

まず、商標法は商標を「図形的に表示できるあらゆる標識」と定義しているため、「非グラフィカル（非図形的）な出願」は、シンガポールでは登録を受けられない。

政策レベルでは、このような出願を認めない背景にはいくつかの理由がある。第一に、図形的表示は、商標と登録簿上の保護を定義するために必要である。これにより、公的な登録簿における商標とその保護が明確になり、当局と公衆は、審査・公表・記録保持のために、その正確な性質を理解することができる。第二に、図形的表示により、公衆は商標の正確な範囲と性質を理解することができ、商標権者の権利を侵害することがない。第三に、図形的表示により、標識が常に一義的かつ一貫して認識され、商標が出所表示として保証される。第四に、図形的表示は、標識の識別及び知覚の過程に主観的な要素がない限り、登録出願の客観的な評価を可能にする。

（２）将来的な導入に関する動きの有無

将来的に非グラフィカルな手法による出願が導入される可能性は低そうである。導入に向けた動きも議論もない。また、出願人からのそのような出願に関するニーズに接したこともない。

仮に非グラフィカルな方法による出願が導入されるとすると、商標法の関連する規定を改正する、特に「グラフィカルな表現（graphical representation）」という要件を削除する必要がある。この場合、商標登録の性質と範囲について曖昧さが生じないように、標識を明確かつ正確に表示できるかどうか、またどのように表現できるかが主な検討事項となると考えられる。

（３）マルチメディア商標の扱い

マルチメディア商標とは、音商標と画像・動画の商標を組み合わせた商標のことである。シンガポールでは、動き商標についても、音商標についても登録がある。しかし、IPOS オンラインデータベース [194]で「非従来型マークタイプ」をフィルターとして検索したところ、現在までに登録されたマルチメディア商標の記録は見当たらない。また、マルチメディア商標に関する動きや議論、登録の依頼もない。

とはいえ、商標法における「標識」の定義は、「標識となり得るものの例を挙げているに

[194] IPOS オンラインデータベースにおいて「非従来型商標タイプ」をフィルターとして検索するには「Advanced Search」を使用する。https://digitalhub.ipos.gov.sg/FAMN/eservice/IP4SG/MN_AdvancedSearch?OWASP_CSRFTOKEN=BTH0-BOSD-LGH1-CHQU-UKY3-GHX3-F7IA-S0LS［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

過ぎず、開放的または包括的な定義」であって、「標識の定義に基づき、標識が商標を構成しないことが明らかでない限り、いかなる種類の標識も自動的に登録から除外されない」とされている。したがって、マルチメディア商標は、理論的には登録することができる。

第１３節　オーストラリア

オーストラリアは、国際登録出願のみを対象として部分拒絶制度を導入している。「標章」を包括的な文言で定義し、におい等非伝統的商標の保護を導入している一方、非グラフィカルな手法による出願は導入していない。

１．部分拒絶制度

（１）関連規定、制度的枠組み

部分拒絶制度は、国際登録出願（IRDA[195]）のみに導入されている。実体審査は絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由の両方について行われ、国際登録出願の場合、部分拒絶の通知（暫定的拒絶通報）が出されうる[196]。

商標規則（TMA）17A.16、同 17A.18、同 17A.24、同 17A.25 が、部分拒絶制度の関連規定となっている。

特に、商標規則[197]17A.16（IRDA の審査－名義人への報告）においては、

「(1) 登録官は IRDA の審査において次の事項を合理的に信じるときはマドリッド規則の 17 規則に従い、国際事務局を通じ名義人に報告書を送付しなければならない。

(a) その IRDA がこの節に従っていないこと、又は

(b) その全部又は一部について、2 款に基づく拒絶理由が存在していること」

と定められている。

商標規則 17A.24（審査に関する最終決定）では、

「(3) 登録官は、次の事項を認めた場合は、IRDA をその全部又は一部について拒絶しなければならない。(a) 当該 IRDA がこの節に従っていないこと、又は (b) 当該 IRDA の全部又は一部を拒絶する理由が存在していること」[198]

と規定されている。また、商標規則 17A.25（審査に関する最終決定の通知）では、

「(2) 登録官が IRDA に関して規則 17A.16 に基づく報告をしていたときは、登録官は（中略）(c) 審査に関する最終決定が IRDA をその全部又は一部において受理するものであったときは、その決定を公報において公告しなければならず、その際 (i) 当該 IRDA の明細を掲載しかつ (ii) 規則 17A.32 (1) に基づいて異議申立書が提出された場合を除き、

---

195 「International Registration Designating Australia（オーストラリアを指定する国際登録）」を表している。

196 ヒアリング協力者によると、部分拒絶の拒絶理由として挙げられる主な条文は、商標法 41 条（出願人の商品又はサービスを識別しない商標）及び商標法 44 条（同一の商標）とのことである。

197 Trade Marks Regulations 1995（consolidated as of October 1, 2020） https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/20269 WIPO ウェブサイト　「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

198 商標規則日本語訳　https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/australia-shouhyou_kisoku.pdf　（特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

当該 IRDA の対象である商標は、商品、サービス、または保護が求められた商品・サービスについて最終決定の範囲でオーストラリアにおいて保護を受けることになる旨を表明しなければならない。」
と定められている。

（２）導入された背景と経緯

（鎖線枠囲いはヒアリング結果。以下この節において同じ。）

2001 年 7 月 11 日にマドリッド協定議定書がオーストラリアで発効した。これを受けて、2000 年商標法改正（マドリッド協定議定書）法により、同議定書の下でオーストラリアの義務を履行できるよう、第 17A 部（マドリッド議定書に基づく国際保護商標）を挿入するために商標法（TMA）[199]が改正された[200]。部分拒絶制度に関連する具体的な規定は、商標規則の対応する部分である第 17A 部に含まれている。

そして、改正法により入った 189A 条（マドリッド議定書の施行規則）は、商標法と矛盾する規則が制定された場合､その矛盾の程度においては商標法に優先すると定めている。この規則制定権の根拠はマドリッド協定議定書の手続きの変更をより柔軟かつ効率的に処理できるようにするためである。したがって、商標規則の第 17A 部に含まれる規定は、部分拒絶制度に関する支配的な規定と考えられる。

なお、IRDA と異なり、国内出願については、部分拒絶制度の導入に関する議論は特になされていないと思われる。

（３）部分拒絶の通知形式・内容

部分拒絶の暫定的拒絶通報の書式は、出願全体に対する拒絶の暫定的拒絶通報のものと同じである。つまり、同じ審査報告書（Examination Report）の形式が使用されている。

部分拒絶の場合、拒絶対象である商品役務が記載される。審査官にもよるが、拒絶対象である商品役務が明記されないことはあまりない（ただし、拒絶理由に該当しないかもしれない商品役務までも、非常に広めに拒絶対象とされてしまうことは少なくない)。

オーストラリア知的財産庁（IP Australia、以下「知財庁」とする。）による「商標実務・手続きマニュアル」[201]の第 60 部（マドリッド協定議定書）には、以下のような説明がある。

---

199 Trade Marks Act 1995 （consolidated as of February 27, 2020） https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/19656 WIPO ウェブサイト 「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］
商標法日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/australia-shouhyou.pdf （特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

200 この点について、ヒアリング協力者より「マドリッド協定議定書に基づく規則には、部分拒絶の可能性を想定した暫定拒絶理由通報に関する定めがあり（規則 17、同 18）、マドリッド制度の下で部分拒絶が可能であることを示唆している。これらの規則が 1995 年オーストラリア商標法の第 17A 部と 1995 年オーストラリア商標規則の第 17A 部の基礎となったものと思われる」とのコメントを受けている。

201 「Trade Marks Manual of Practice and Procedure」 https://manuals.ipaustralia.gov.au/trademark （知財庁ウェブサイト）「60.4.8」は https://manuals.ipaustralia.gov.au/trademark/4.8-reporting-on-an-irda 、「60.4.9」は https://manuals.ipaustralia.gov.au/trademark/4.9-provisional-refusal ［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

「60.4.8　IRDA についてのレポート　（中略）
商品役務の全てについて拒絶理由がある場合、全面的暫定的拒絶（full provisional refusal）が出される。－ 審査官は審査結果として全面拒絶（Full Refusal）を選択し、それに従って報告書を作成する。
商品役務の一部のみに拒絶理由が存在する場合、部分的暫定的拒絶（partial provisional refusal）が出される。－ 審査官は部分拒絶（Partial refusal）を審査結果として選択し、それに従って報告書を作成する。」
「60.4.9　暫定的拒絶通報　（中略）
暫定的拒絶通報には、マドリッド協定議定書に基づく規則の、規則 17（2）に記載されている情報が含まれていなければならない。これには以下が含まれる：
関係官庁としての商標庁の名称、国際登録番号、すべての拒絶理由（法令の写しと共に）。
引用商標の詳細／抜粋。抵触する商品及び／又は役務に関する記述。
拒絶の影響を受ける商品及び／又は役務の表示。」

（４）部分拒絶への対応方法

部分的暫定的拒絶通報への対応方法としては、意見書の提出、ヒアリングの請求、補正（指定商品役務の減縮）が考えられる。
その他の対応方法として、拒絶理由によっては、不使用を理由とした先行商標の取消・制限を求める訴訟の提起、コンセントレター（同意書）の提出、各種証拠の提出等がある。

ヒアリングは、例えば、意見や証拠を複数回提出したにもかかわらず審査官が拒絶を維持している等、出願人において審査官の対応に不満がある際に請求されることが多い。ヒアリングでは、出願人自ら又は代理人が出席することができ、ヒアリングオフィサー（hearing officer）と対面で議論をするほか、書面による意見提出も可能である。ヒアリングオフィサーはヒアリングを行う審査官であって、知財庁に 5～6 人おり、拒絶通報を発した審査官とは異なる者である。
また、暫定的拒絶通報が出された後は、出願人は審査官と電話又は書面で連絡を取ることができる。ただし、電話連絡の場合、審査官は電話による決定や応答は行わず、正式に応答するために、出願人にまず応答書を提出するように求める。
なお、審査における最終的な拒絶の決定は、拒絶理由の内容や出願人の対応等を総合的に考慮して、議論が尽くされたと審査官が判断したときに出される。

（５）部分拒絶に対応しなかった場合の出願の扱い（知財庁側）

IPOS の「商標実務・手続きマニュアル」第 60 部（マドリッド協定議定書）には、以下のような説明がある。
「60.4.13　審査に基づく暫定的拒絶の最終決定 [202]

[202] https://manuals.ipaustralia.gov.au/trademark/4.13-final-decision-on-provisional-refusal-based-on-examination［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

4.13.2.1　名義人からの応答がない場合

部分拒絶に対して、拒絶を克服するために認められている 15 月 [203]の期間内に名義人から応答がない場合、知財庁は国際事務局（IB）に最終決定を通知する。この場合、最終決定は、拒絶を惹起しなかった商品役務についての IRDA の保護通知となる。」

部分拒絶に対応しない場合、出願人は 15 月の受理期間が経過するのを待つことで、拒絶されなかった商品役務の受理に進むことができる。その後出願は、2 月の異議申立期間のために公告される。異議申立がなければ、期間満了後すぐに登録される。

（6）部分拒絶の査定を受けた後の対応方法と出願の扱い

部分拒絶の決定に対して、出願人は、連邦裁判所又は連邦巡回控訴裁判所に上訴することができる（商標法 35 条 [204]、商標規則 17A.26）。

部分拒絶の決定に際しては、拒絶決定についての通知ではなく、登録決定についての通知（Notice of Partial Registration）という形で出される。

登録官の決定に対して裁判所に上訴を提出する前に、出願人は商標法 33 条（4）に規定されているように、査定系ヒアリングで自分の訴えを主張することが可能である。出願人は、その結果に満足しない場合には、商標法 35 条にしたがって、登録官の決定を連邦裁判所又はオーストラリア連邦巡回・家庭裁判所（第 2 部）に上訴する権利を有する。

オーストラリア連邦巡回・家庭裁判所（第 2 部）の判決については、連邦裁判所に上訴することができ、連邦裁判所（裁判官 1 名）の判決は、連邦裁判所全法廷（裁判官 3 名）に上訴することができる。連邦裁判所全法廷の判決から高等法院に自動的に上訴する権利はない。当事者がオーストラリア高等法院に上訴するには許可（「特別許可」）が必要だが、これは特別な場合にのみ認められる。

（7）運用の実態

部分的暫定的拒絶通報に対して応答しない出願人の割合についての情報は公開されていないものの、通報に応答しないよりは、拒絶対象の商品役務を削除して早めの権利化を確保するか、拒絶を解消するために何らか他の手段を取るほうが一般的という印象である。

暫定的拒絶通報に応答しない場合、拒絶理由に該当しない部分について登録が認められるまで 17 月かかるが、すぐに応答すれば、1～3 月で受理され、その後 2 月の異議申立期間後に登録できることになる。したがって、応答したほうが 12 月ほど節約になる。

---

203 規則 17A.20（審査に関する最終決定を通知しなければならない期間）には、規則 17A.24 に基づく登録官の決定（「審査に関する最終決定」）を、暫定的拒絶通報の日付（更に通報が出された場合にはその日付）から 15 月以内に国際事務局に通知しなければならないとの旨の規定がある。

204 商標法 35 条では、出願人は「その出願を条件又は制限を付して受理する決定」に対して上訴できると定められている。商標規則 17A.26（1）は、商標法 35 条を国際出願に準用する規定となっており、「(b) 同条における出願の受理についての言及は IRDA の受理についての言及とする。(c) 同条における出願の拒絶についての言及は、IRDA の全部又は一部の拒絶についての言及とする。」と定めている。

２．におい等非伝統的商標

（１）関連規定、「商標」の定義

商標法[205]17 条に商標の定義が、同 6 条[206]に標識の定義があり、これらがにおい等非伝統的商標の保護の根拠規定となっている。

具体的には、商標法 17 条（商標とは何か）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。」と規定している。

そして、この定義の中の「標識」について、商標法 6 条（定義）は、

「『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。」と規定している。

（２）保護可能とした背景と経緯

1995 年商標法は 1996 年 1 月 1 日に発効し、それまでの法律を廃止した。

この商標法の主要な意図の一つは、WTO 設立協定に基づくオーストラリアの義務を履行することに加え、商標の定義を拡大することであった。1995 年法では、旧法では想定されていなかった 4 つの新しいタイプの商標が追加された。「形状（shape）」、「音（sound）」、「香り（scent）」、「包装の態様（aspect of packaging）」であり、商標法 6 条の「標識」の定義に含まれる。重要なことは、第 6 条の定義は包括的であって、商標として登録される可能性のあるすべてのものを列挙しているわけではないということである。したがって、非伝統的商標には、動き商標、ホログラム、味、触感等が含まれる。

（３）出願方法（願書の記載項目、サンプル・見本の要否等）

出願には「商標の表示であって，その商標を特定するのに十分なもの」を含む必要がある（商標規則 4.2（1））。「商標の表示」について、登録を求める商標が色彩、におい、形態、音、包装の外観、これらの特徴の組合せである記号を含んでいるかそれにより構成される場合には、「商標についての簡潔かつ正確な説明」を出願に含まなくてはならないとされている（商標規則 4.3（7））。

「商標実務・手続きマニュアル」第 10 部（方式要件の詳細）の 3.4（商標の表示ーにおい商標）[207]には、以下のような詳細な説明がある。

「3.4.1　出願人はその商標がにおいの商標であることを出願書類に記載しなければな

---

205 Trade Marks Act 1995 （consolidated as of February 27, 2020） https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/19656 WIPO ウェブサイト 「Home」＞「WIPO Lex」＞「Database」［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］
商標法日本語訳 https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/australia-shouhyou.pdf （特許庁ウェブサイト）［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

206 商標法 6 条（定義）においても「商標」への言及があり、「『商標』は、17 条において規定される意味を有する。」と規定されている。

207 https://manuals.ipaustralia.gov.au/trademark/3.-representation-of-the-trade-mark---general［最終アクセス日:2025 年 3 月 6 日］

らない。」

「3.4.3　商標が適切に表示されるようにする責任は出願人にある。出願書類には、商標のグラフィカルな（視覚的な、図形的な）表現[208]（例：「リンゴの花の香り」）と商標の簡潔かつ正確な説明（例：「車のタイヤに付されたリンゴの花の香り」）を記載しなければならない。他のグラフィカルな表現がない場合には、説明文を表現として使用することもできる。説明文は出願のエンドースメント（endorsement）として記載され（規則 4.3（7））、それにより登録の範囲を定めるのに役立つ。商標の正確な語句による説明[209]は香りの商標の十分な表現となるが、分析技術の結果は登録簿を検索する一般人には容易に理解できないため、これに該当しない。」

「3.4.4　商標の説明又は表示が、商標の性質を十分に示していない、又は商標の各特徴を十分に示していないという点で満足のいくものでない場合、出願人は商標の説明又は更なる説明を提出するよう求められることがある（商標規則 4.3（8））。 通常、香りの見本は要求されないが、このような場合、指定商品に使用されたにおいの見本を要求することは差し支えない。」

非伝統的商標は、第 40 条に基づく登録可能要件「図形的に確認可能であること（being graphically identifiable）」を満たさなければならず、これは通常、商標の明確な説明を記載したエンドースメントを出願に含めなければならないことを意味する。図形的表示は、一般人が商標を確認するのに十分な情報を伝える形式でなければならない。

（４）審査等での取り扱い

（ｉ）商標の保存と公表

においはオーストラリア登録簿のエンドースメント（endorsement）に記載される。エンドースメントとは、出願人がどのような商標について保護を求めているか伝えるためのものである。例えばにおい商標の場合、エンドースメントは基本的ににおいの説明であり、「商標はにおい商標である。この商標は、シナモンの香り（主にシンナムアルデヒド）を、指定商品に記載されている非木材製の家具に適用するものである。」のように表現される。

（ⅱ）登録要件（審査基準等）

非伝統的商標は、伝統的商標と同様に、商標法 39 条ないし 44 条に従いすべての登録要件を満たさなければならない。つまり、商標はグラフィカルに表示でき（商標法 40 条）、出願人の商品役務を識別できるものでなければならない（同 41 条）。また、非伝統的商標は、特定の標識を含む場合（商標法 39 条）、スキャンダラスであったりその使用が法律に反したりする場合（同 42 条）、欺瞞又は混同を引き起こす可能性がある場合（同 43 条）、類似する商品又は密接に関連する役務に係る商標登録または出願と実質的に同一である場

208 原文の該当箇所では「graphical representation of the trade mark」と表現されている。
209 原文の該当箇所では「precise word description of the trade mark」と表現されている。

合または欺瞞的に類似する場合（同 44 条）、登録できない場合がある。
　商標法がどのように適用され、商標の登録性を判断するためにどのような審査手続が行われるかを理解するには、「商標実務・手続きマニュアル」が最も参考になる。第 22 部は識別力を、第 26 部は類似性を規定している。さらに、第 2 部と第 3 部では商標出願に関する基本的なガイダンスが、第 21 部では非伝統的商標に特化したガイダンスが記載されている。同マニュアルには、各分野に関連する法令、規則、判例が記載されている。

（iii）識別力の判断

　「商標実務・手続きマニュアル」は、識別に適しないにおいの例を 3 つ挙げている [210]。第一の例は、料理用のハーブの香り等、商品・役務の自然な属性である香りである。第二の例は、商品・役務の不快な自然臭をマスクするために使用される香りである。例えば、カーペットの消臭剤にラベンダーの香りを使用する等である。マスキング用の香りは機能的な目的を持っているため、区別することはできない。第三の例は、食器用洗剤や洗濯用品にレモンが使用されているような、業界共通の香りである。

「商標実務・手続きマニュアル」では、さらに「識別力のある香り」について、「出願人の商品を識別するために、香りは商品そのものとは別のものである必要があります。香りは、商品の自然な特徴でも期待される特徴でもなく、出願人の商品を同じ市場の他者の同種商品と識別するために付加されるものでなければなりません。」と述べている。

（iv）類否の判断

　におい等非伝統的商標が他の登録や出願と類似しているかどうかの判断は、伝統的商標の場合と同じ方法で行われる。すなわち、審査官は、出願人のにおい（またはその他の非伝統的商標）が、類似の商品または密接に関連する役務に関する他の登録または出願と実質的に同一であるか、または欺瞞的に類似しているかを検討する。

（v）権利範囲の特定方法

　非伝統的商標の範囲は、エンドースメント及びその他の要素（例えば、音商標であれば楽譜や音声ファイル。位置商標であれば図面。）を総合的に考慮して決定される。

（5）重要な事例・裁判例

　現在存続しているにおい商標の登録として、以下の２つがある。
・商標の説明（エンドースメント）「本標章は商品のためのユーカリラジアータの香りからなる。」

210 「商標実務・手続きマニュアル」第 21 部の 7.2（香りの商標としての登録性）
https://manuals.ipaustralia.gov.au/trademark/7.-scent-trade-marks［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

指定商品　第 28 類「ゴルフティー（Golf tees）」[211]

・商標の説明（エンドースメント）「本商標はにおい商標である。この商標は、商品記載に説明された非木材ベースの家具に適用するシナモンの香り（主にシンナムアルデヒド）からなる。」

指定商品　第 20 類「主に発泡スチロール・スチール・プラスチック・メラミンコーティングされたパーティクルボードで作られた非木材ベースの家具」[212]

オーストラリアにおけるにおい商標に関する重要な裁判例は特にない。登録に至らなかった出願には以下のようなものがある。

・一時的なタトゥー転写・ステンシル・その他のボディーアートデザインの上に液体の香りを手で塗ることによって人の皮膚に塗るムスクのにおい商標（第３類「香水、精油、化粧品」）

・ユーカリの木・ユーカリ精油に由来するユーカリの香りを含む、ユーカリのにおい商標（第３類「洗濯機洗い、手洗い、付け置き洗いで使用するランドリーパウダー、洗濯用パウダー」）

・コーヒーのにおい商標（第３類「セルフ日焼けローション、日焼け用剤、ヘアローション、シャンプー」等）

・ペパーミントのにおい商標（第５類「医薬品、すなわちニトログリセリンの医薬製剤」）

（６）出願・登録の現状（事例が少ない理由を含む）

商標登録簿によると、におい等非伝統的商標の出願と登録の統計は以下のようになっている。

におい商標：	登録 2 件、出願中 0 件
味覚商標：	登録 0 件、出願中 0 件
触覚商標：	登録 0 件、出願中 0 件

登録に至った非伝統的商標の出願件数が少ないことは、この種の商標の保護を求める出願人がそれほど多くないことや、登録取得が非常に難しいであろうことを示している。知財庁の 2024 年報告書によれば、2023 年の出願商標は、2022 年の水準から 7.2%増加して 84,476 件となっている。この統計では商標の保護を求める人の数が全体的に増加したことが示されているものの、その増加は、非伝統的商標の出願の増加には影響していないようである。

211 登録第 1241420 号／2008.5.20 出願／2008.9.18 公告、2009.2.9 登録／商標の種類：におい https://search.ipaustralia.gov.au/trademarks/search/view/1241420?s=cffe65b4-7de2-4d22-b005-9e8454a02d1b［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

212 登録第 1858042 号／2017.7.11 出願／2018.6.28 公告、2018.9.7 登録／商標の種類：におい https://search.ipaustralia.gov.au/trademarks/search/view/1858042?s=cffe65b4-7de2-4d22-b005-9e8454a02d1b［最終アクセス日：2025 年 3 月 6 日］

３．非グラフィカルな手法による出願

（１）導入されていない理由や背景

非グラフィカルな手法による出願がオーストラリアで導入されていない理由は、商標法40条に規定されているように、商標はグラフィカルに（図形的、視覚的に）表示できなければならないからであると考える。現在、商標法40条は、商標をグラフィカルに表現できない場合には、商標出願を拒絶しなければならないと規定している。非グラフィカルな手法を導入するには、法改正が必要である。

また、非グラフィカルな手法による出願により主張された知的財産権の範囲を決定することは困難であるため、グラフィカル表示要件は実用的な目的を果たすと思われる。商標が曖昧であれば、商標法が求める登録要件、特に識別力と類似性に関する登録要件を満たすことは難しい。

なお、過去に非グラフィカルな手法による出願の導入に関する議論があったかどうかは把握していない。

（２）将来的な導入に関する動きの有無

将来的に非グラフィカルな手法による出願が導入される可能性は低そうである。導入に向けた動きも議論もない。また、出願人からのそのような出願に関するニーズに接したこともない。

仮に非グラフィカルな手法による出願が導入されるとすれば、標章を特定・定義するプロセスを確立する必要がある。識別力と類似性は、標章の登録性や侵害者に対して行使できる権利を決める上で重要な考慮事項であるが､標章を何らかの方法で定義できなければ、その標章の識別力や他の標章との類否を判断することは不可能である。

（３）マルチメディア商標の扱い

商標法17条が商標を「標識」と定義し、同6条が標識を包括的に定義している。マルチメディア商標も、商標法の保護対象に含まれる。

マルチメディア商標を含む非伝統的商標は、登録されるためには、伝統的商標と同じ登録要件（商標法39条ないし44条）を満たさなければならない。したがって、マルチメディア商標は伝統的商標と同じ審査手続きの対象となる。商標マニュアルの21部8[213]では異なるタイプの標章を組み合わせた標章（「複合商標」）の登録に関するガイダンスが提供され、複合商標にもその他の商標と同じ原則が適用されることを確認している。

213 「商標実務・手続きマニュアル」21.8（複合商標－形状、色彩、言葉等の組合せ）
https://manuals.ipaustralia.gov.au/trademark/8.-composite-trade-marks---combinations-of-shapes-colours-words-etc［最終アクセス日：2025年3月6日］

第３章　国内質問票調査

第１節　国内企業に対する国内質問票調査

本節では、国内企業向けの質問票（資料 1 参照）に対して寄せられた回答の内容を紹介する。なお、回答者から寄せられた自由記載形式の回答の末尾には、回答者の組織形態（質問 A1）及び業種（質問 A2）を記載した。

１．質問Ａ　回答者の属性等に関する質問

（１）回答者の組織形態

質問A1において、回答者の組織の形態について質問したところ、大企業が69者（51.5%）、中小企業[214]が 62 者（46.3%）、個人事業者・組合・その他（みなし大企業）が各 1 者（0.7%）となった。（n=134）

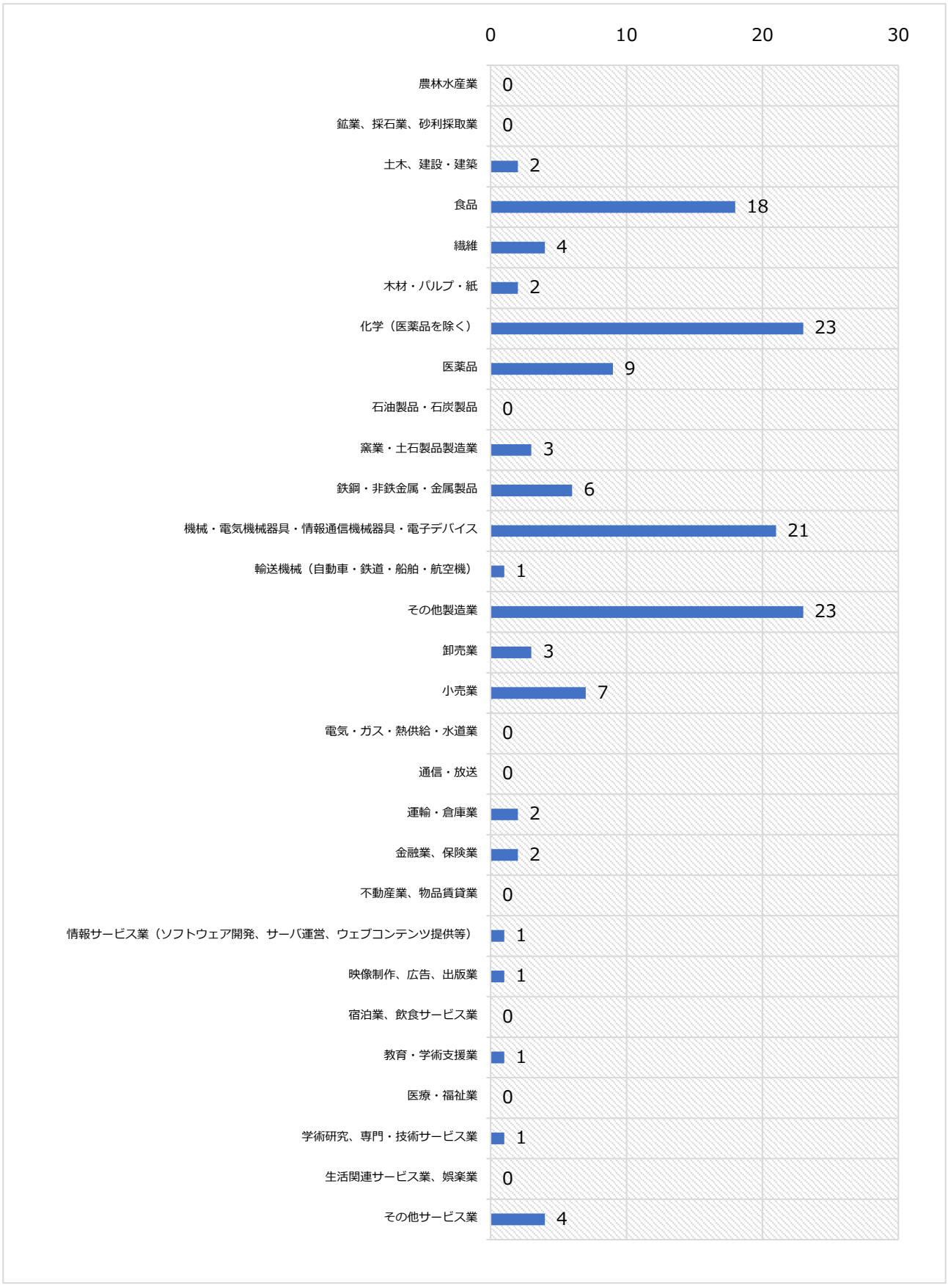
（２）回答者の主たる業種

質問 A2 において、回答者の主たる業種について質問したところ、【図表 1】の結果を得た。「化学（医薬品を除く）」と「その他製造業」がそれぞれ 23 者（17.2%）、「機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス」が 21 者（15.7%）、「食品」が 18 者（13.4%）と続き、計 20 業種から回答があった。

[214] 中小企業の定義

業態分類	中小企業基本法の定義（個人を除く）
製造業その他	資本金の額又は出資の総額が 3 億円以下の会社、又は、常時使用する従業員の数が 300 人以下の会社
サービス業	資本金の額又は出資の総額 5 千万円以下の会社、又は、常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社
卸売業	資本金の額又は出資の総額が 1 億円以下の会社、又は、常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社
小売業	資本金の額又は出資の総額 5 千万円以下の会社、又は、常時使用する従業員の数が 50 人以下の会社

【図表 1】回答者の主たる業種（n=134）



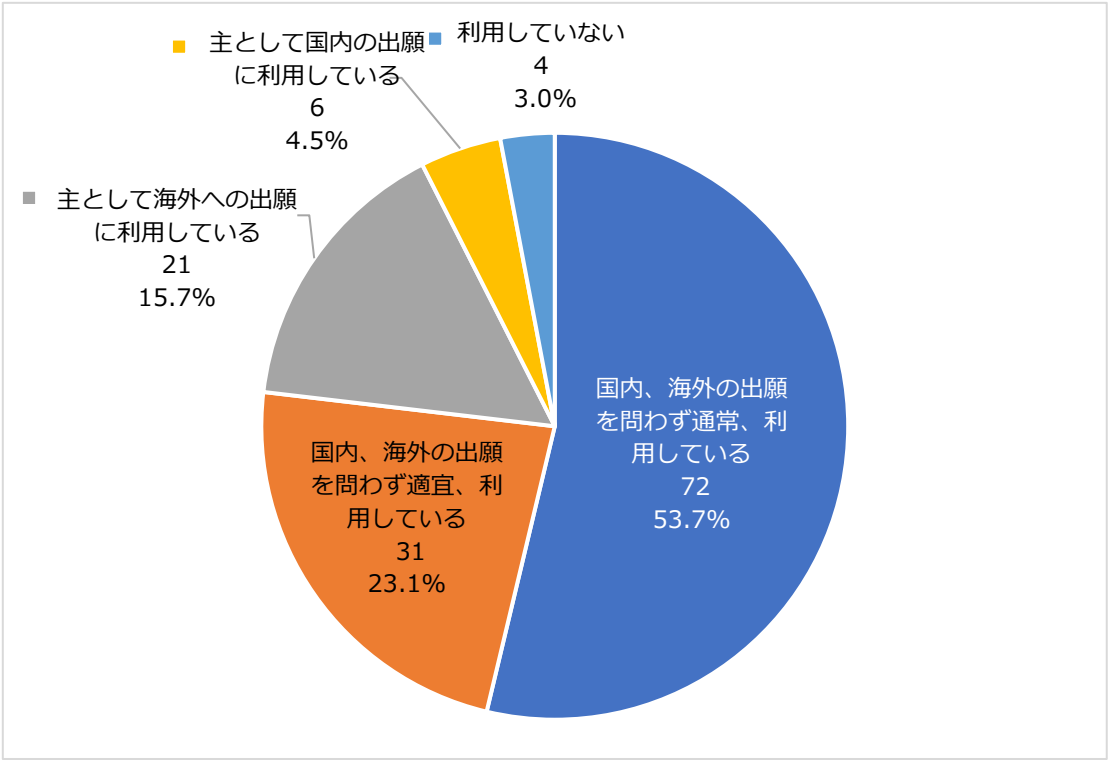
（３）回答者が扱う商品・役務（サービス）

質問 A3 において、回答者が扱う商品・役務（サービス）について質問したところ、B to C の「消費者向けの商品・サービスを主に扱っている」を選択した者が 76 者（56.7%）、B to B の「法人向けの商品・サービスを主に扱っている」が 36 者（26.9%）、B to B と B to C が同程度の「消費者向けと法人向けの商品・サービスを同程度に扱っている」が 22 者（16.4%）となった。（n=134）

（４）回答者による代理人（弁理士等）の利用状況

質問 A4 において、回答者による代理人の利用状況について質問したところ、【図表 2】の結果を得た。「国内、海外の出願を問わず通常、利用している」が 72 者（53.7%）と最も多く、「国内、海外の出願を問わず適宜、利用している」が 31 者（23.1%）、「主として海外への出願に利用している」が 21 者（15.7%）、「主として国内の出願に利用している」が 6 者（4.5%）と続いた。代理人を「利用していない」は 4 者（3.0%）であった。

【図表 2】回答者による代理人（弁理士等）の利用状況（n=134）

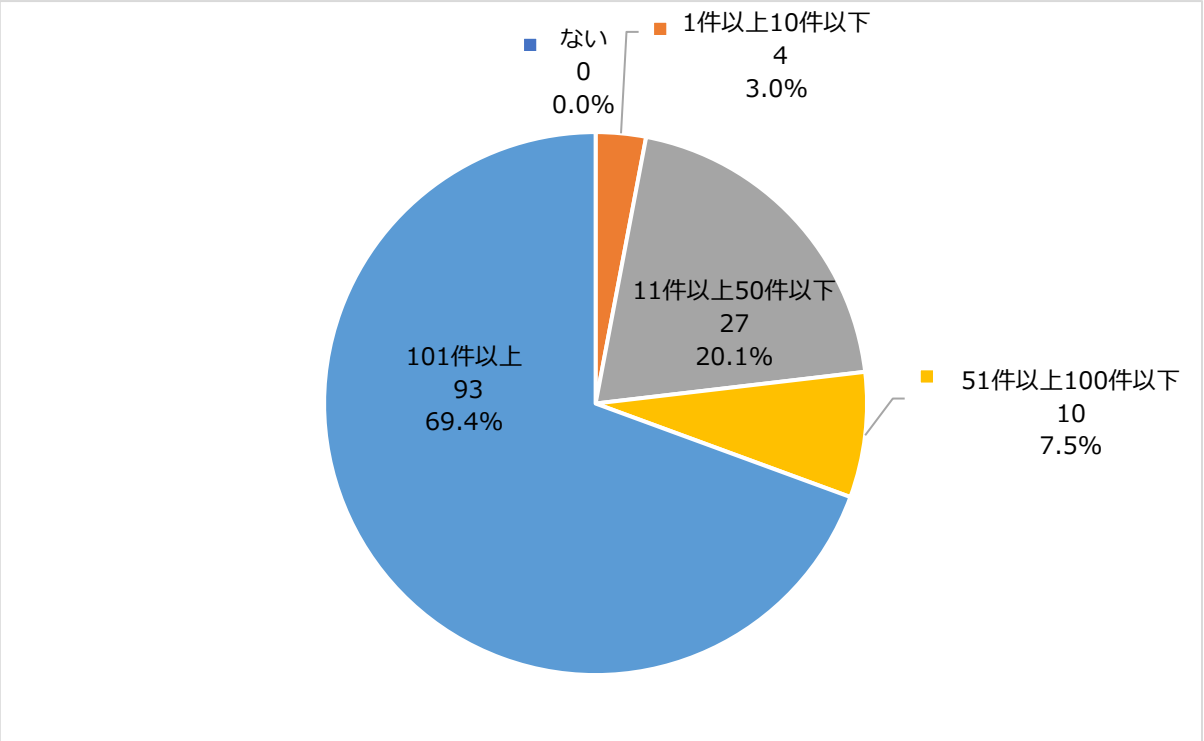


（５）回答者が保有している登録商標件数

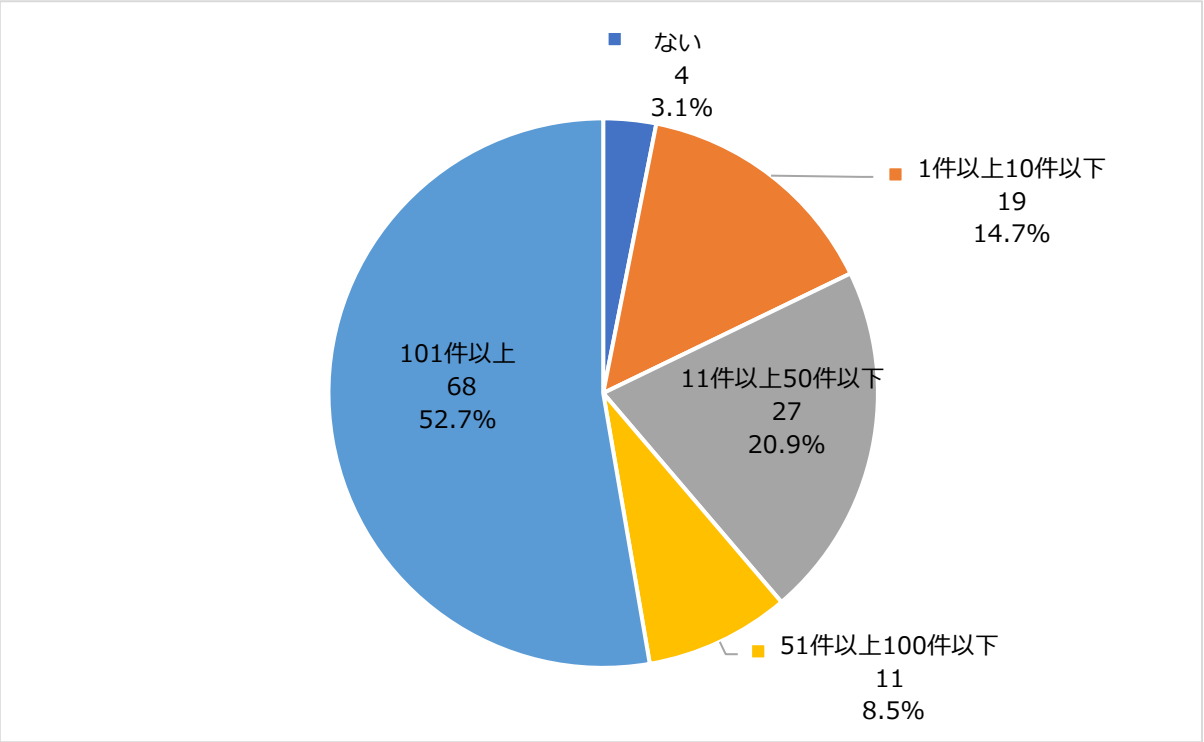
質問 A5 において、回答者が保有している国内及び海外の登録商標件数について質問したところ、【図表 3】、【図表 4】の結果を得た。国内及び海外の登録商標件数は、「101 件以上」が国内 93 者（69.4%）、海外 68 者（52.7%）といずれも過半数を占め、次いで「11 件以上 50 件以下」が国内 27 者（20.1%）、海外 27 者（20.9%）となった。「ない」は国内 0

者、海外 4 者（3.0%）であった。

【図表 3】回答者が保有している国内の登録商標件数（2023 年度末時点）（国内 n=134）



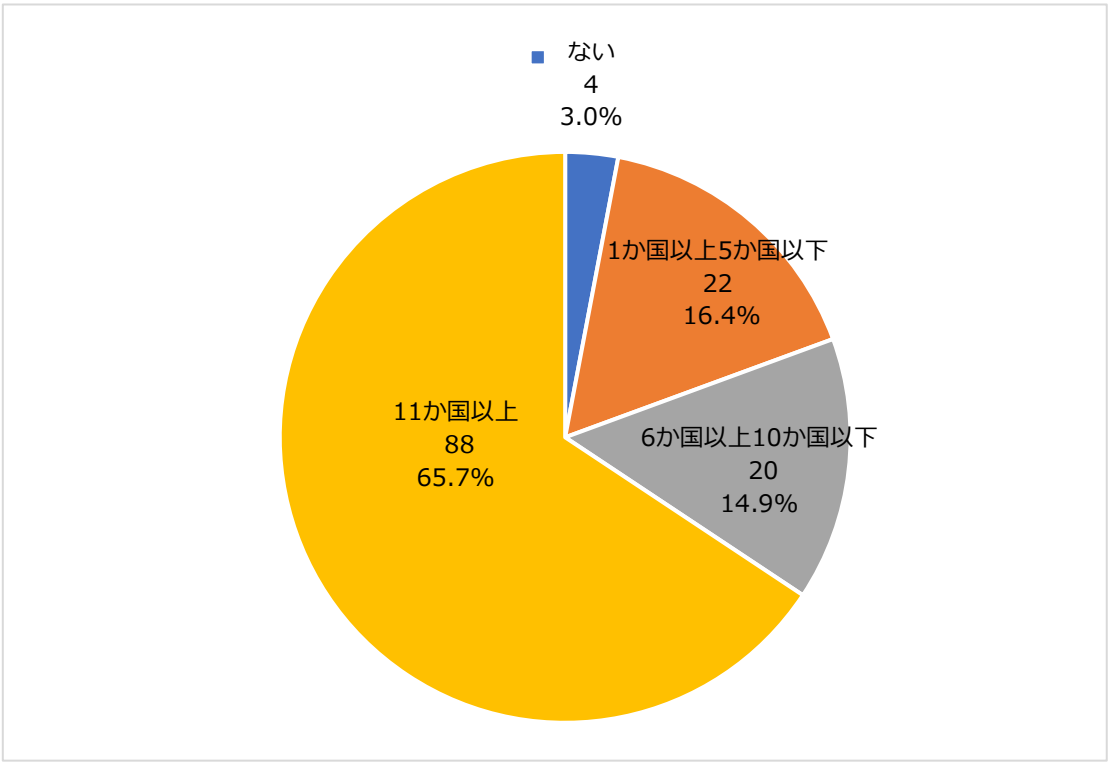
【図表 4】回答者が保有している海外の登録商標件数（2023 年度末時点）（海外 n=129）



（６）回答者が商標出願した海外の国・機関の数

質問 A6 において、商標出願をしたことのある海外の国・機関の数について質問したところ、【図表 5】の結果を得た。「11 か国以上」が 88 者（65.7%）と最も多く、「1 か国以上 5 か国以下」が 22 者（16.4%）、「6 か国以上 10 か国以下」が 20 者（14.9%）となった。「ない」は 4 者（3.0%）であった。

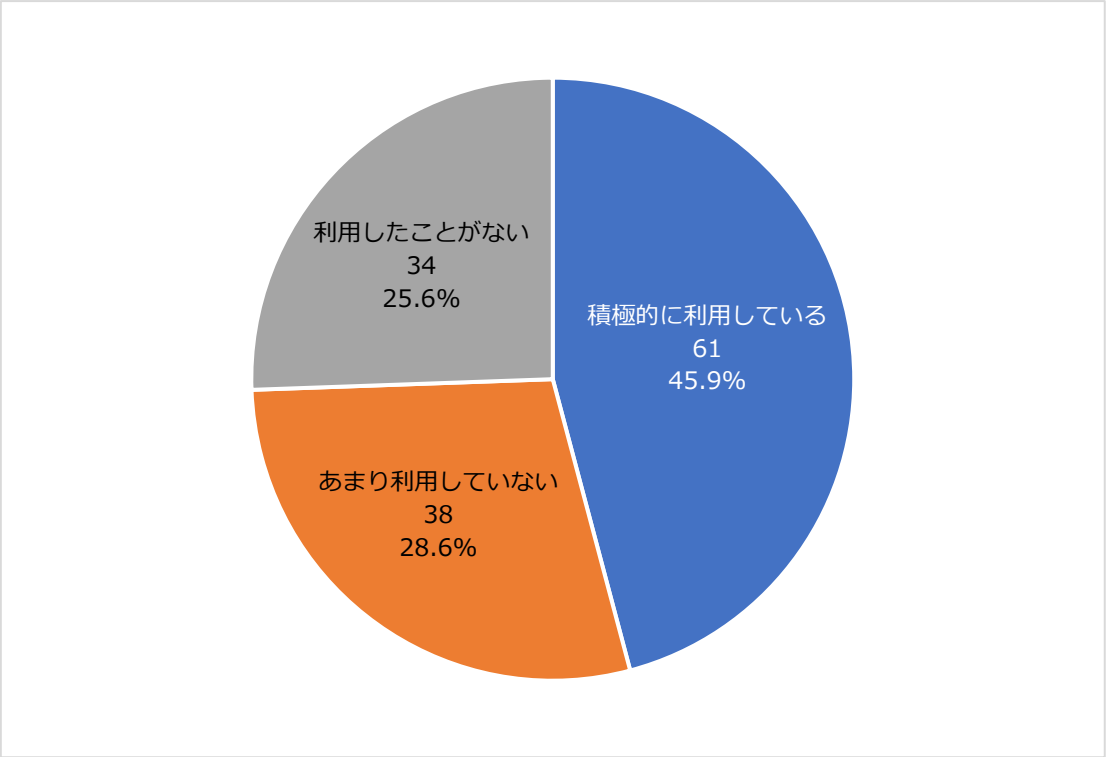
【図表 5】回答者が商標出願した海外の国・機関の数（n=134）



（７）回答者によるマドリッドプロトコルに基づく国際出願の利用状況

質問 A7 において、マドリッドプロトコルに基づく国際出願の利用状況について質問したところ、【図表 6】の結果を得た。「積極的に利用している」が 61 者（45.9%）と最も多く、「あまり利用していない」が 38 者（28.6%）、「利用したことがない」が 34 者（25.6%）となった。

【図表 6】回答者によるマドリッドプロトコルに基づく国際出願の利用状況（n=133）



２．質問 B　部分拒絶制度に関する質問

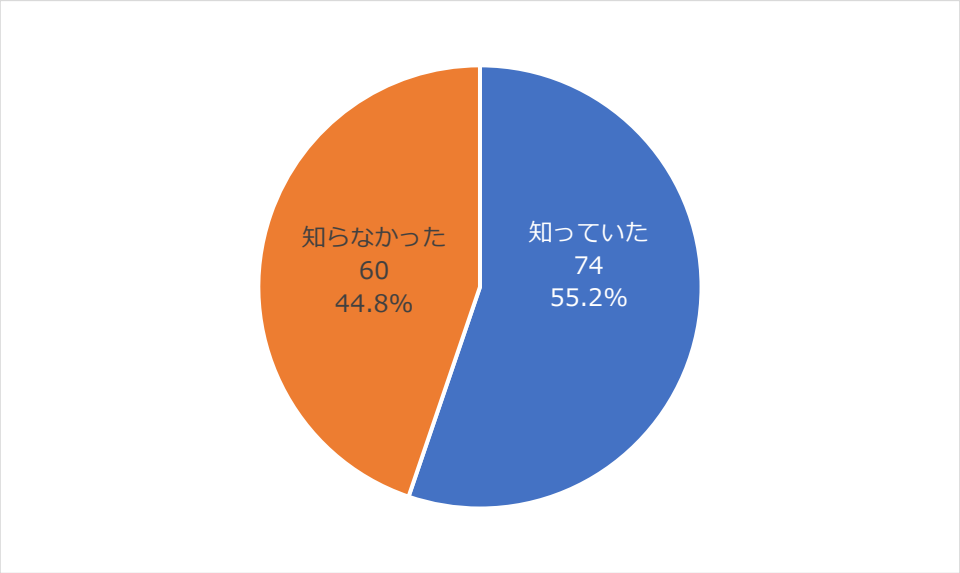
質問 B では、部分拒絶制度に関する海外での経験（質問 B1～B6）、日本における制度導入（質問 B7～B10）について質問を行った。質問にあたっては、部分拒絶制度が理解できるよう、質問票（資料 1 参照）において制度の概要及びイメージを説明した。

（１）部分拒絶制度に対する認識

質問 B1 において、部分拒絶制度に対する認識について質問したところ、【図表 7】の結果を得た。部分拒絶制度を「知っていた」が 74 者（55.2%）と過半数を占めた。

なお、この質問は、「日本の制度と異なり、一部の指定商品等についてのみ拒絶が確定されることがある国・地域があると認識していれば「知っていた」とご回答ください。」と注釈を付けて実施した。

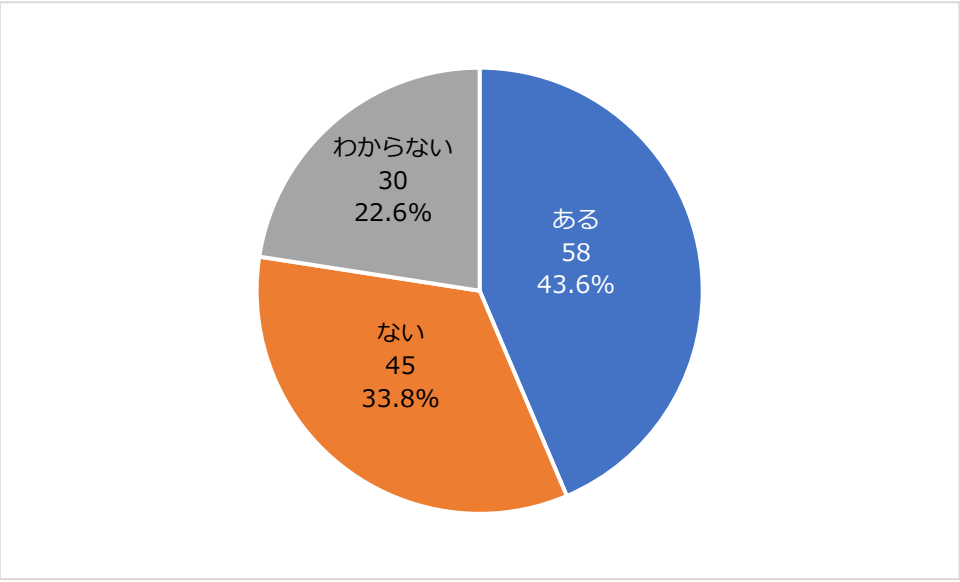
【図表 7】部分拒絶制度に対する認識（n=134）



（２）部分拒絶の通知を受けた経験

質問 B2 において、部分拒絶の通知を受けた経験について質問したところ、【図表 8】の結果を得た。部分拒絶の通知を受けたことが「ある」が 58 者（43.6%）、「ない」が 45 者（33.8%）であった。「わからない」と回答した 30 者（22.6%）のうち、23 者は質問 B1 において部分拒絶制度を「知らなかった」と回答した者であり、7 者は「知っていた」と回答している。

【図表 8】海外に出願した際に、部分拒絶の通知を受けた経験（n=133）



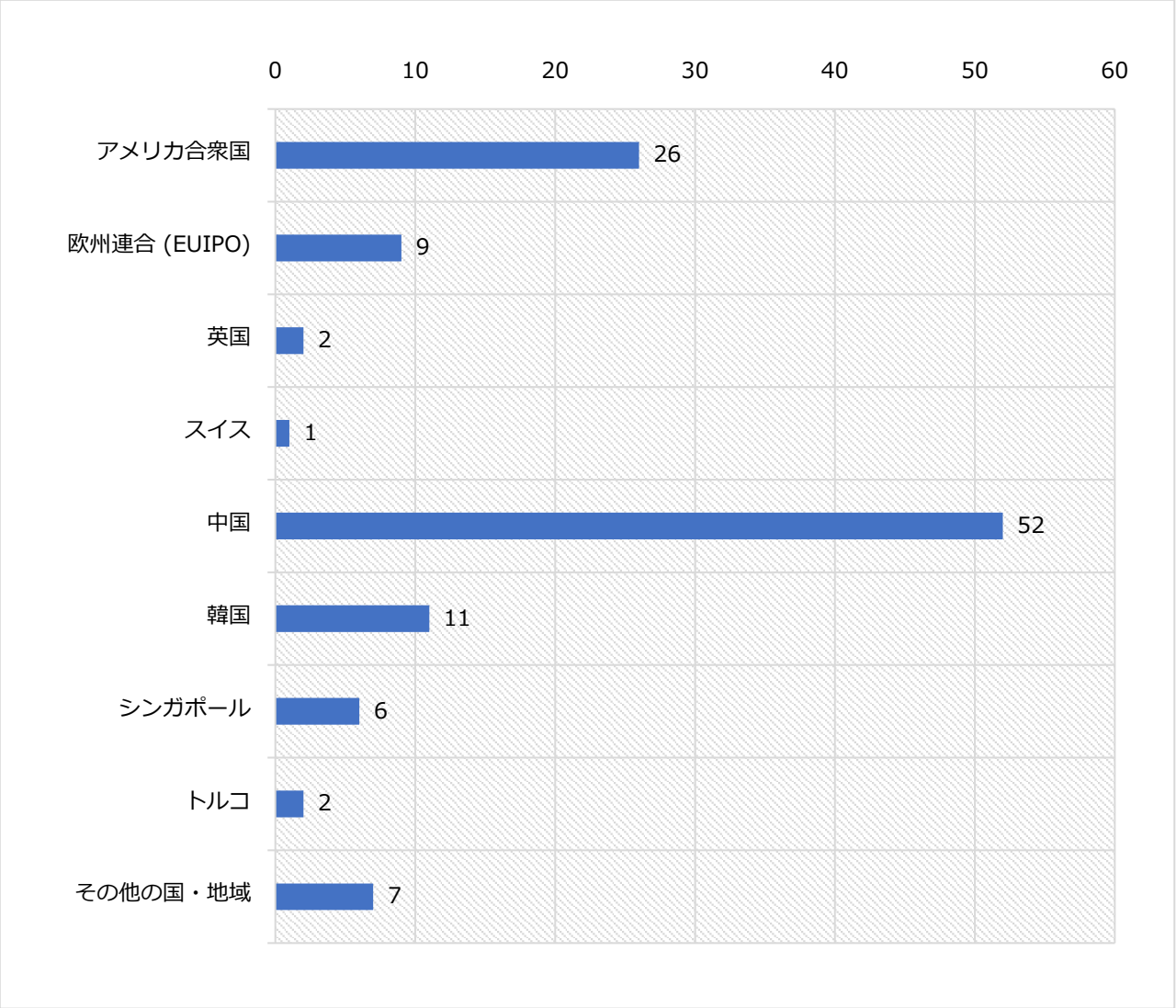
（３）部分拒絶の通知を受けた国・地域

質問 B3 において、部分拒絶の通知を受けた国・地域について質問したところ、【図表 9】

の結果を得た。「中国」が 52 者と最も多く、「アメリカ合衆国」が 26 者、「韓国」が 11 者、「欧州連合（EUIPO）」が 9 者と続いた。「その他の国・地域」については、質問 B3-2 において「台湾」が 2 者、「ロシア」「ノルウェー」「香港」「イスラエル」「オーストラリア」がそれぞれ 1 者の回答であった。

なお、韓国の部分拒絶制度は 2023 年 2 月 4 日に施行、シンガポールの部分拒絶制度は 2022 年 5 月 26 日に施行されている。他の国と比べて導入からの日が浅いものの、韓国は 11 者、シンガポールは 6 者から部分拒絶の通知を受けたことがあるとの回答があった。

【図表 9】部分拒絶の通知を受けたことがある国・地域（複数回答可）（n=58）



（４）部分拒絶の通知を受けた拒絶理由の内容

質問 B4 において、部分拒絶の通知を受けた場合の拒絶理由の内容について質問したところ、【図表 10】の結果を得た。この質問は、国・地域、拒絶理由のいずれについても複数回答可とした。

【図表 10】部分拒絶の通知を受けた場合の拒絶理由の内容

国・地域	回答者数	拒絶理由の内容（複数回答可）				
		識別力がない	同一・類似の先行商標がある	商品・役務の表示が不適切、区分相違	商標の使用又は使用の意思がない	その他[215]
アメリカ合衆国	26	6	17	12	3	2
欧州連合（EUIPO）	9	4	7	7	0	0
英国	2	1	1	2	0	0
スイス	1	1	1	1	0	0
中国	52	8	50	12	0	1
韓国	11	2	9	5	0	0
シンガポール	6	2	6	4	0	0
トルコ	2	0	1	1	0	0
その他の国・地域[216]	7	1	4	4	0	2

（5）部分拒絶の通知に対する対応

質問 B5 において、部分拒絶の通知に対する対応について質問したところ、【図表 11】の結果を得た。この質問は、国・地域、通知への対応のいずれについても複数回答可とした。

【図表 11】部分拒絶の通知を受けた場合の対応（複数回答可）

国・地域	回答者数	部分拒絶の通知を受けた場合の対応（複数回答可）	
		対応した（例：補正書・意見書を提出した、分割出願を行った等）	特段対応しなかった
アメリカ合衆国	25	22	7
欧州連合（EUIPO）	9	9	2
英国	2	2	1
スイス	1	1	0
中国	51	42	19
韓国	11	10	2
シンガポール	6	6	0
トルコ	2	2	0
その他の国・地域	6	4	3

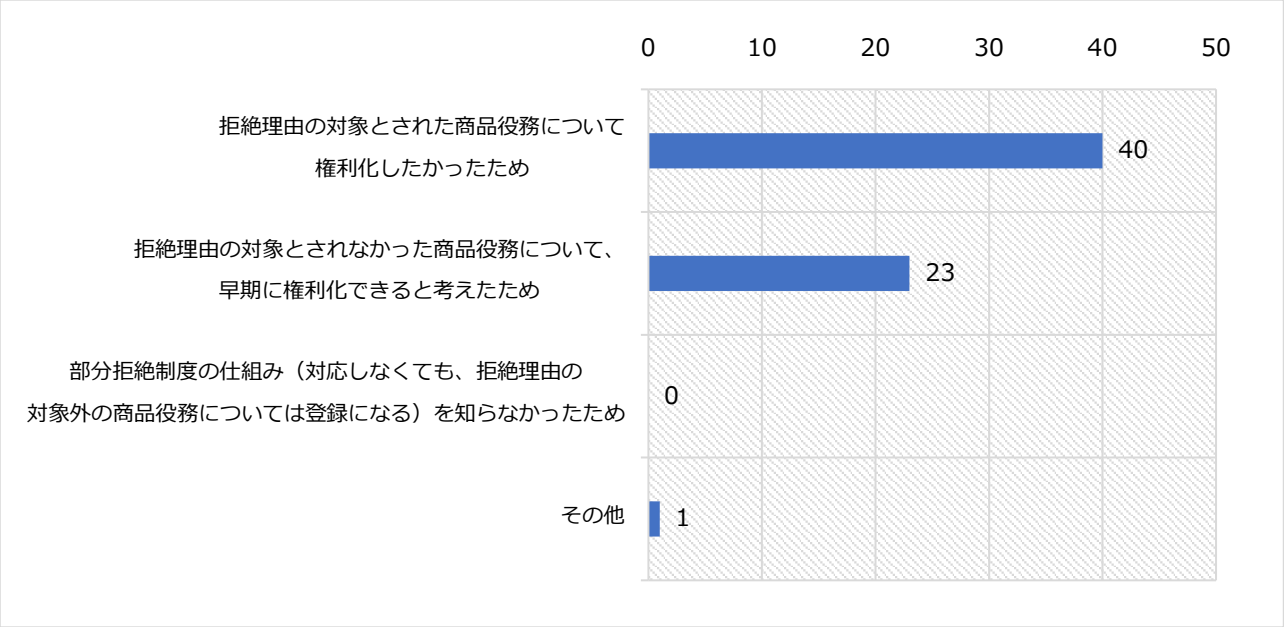
215 「その他」を選択した者からは以下の回答があった。
アメリカ合衆国（2 者）：「使用証拠が不十分」、「不明確な指定商品の明確化」
中国（1 者）：「審査基準に採用されていない商品表記についての拒絶」
その他の国・地域（2 者）：「広範な指定商品の明確化（イスラエル）」、「先行類似商標の指定商品との類似商品に該当するとして拒絶（オーストラリア）」

216 「その他の国・地域」として、台湾、ロシア、ノルウェー、香港、イスラエル、オーストラリアが挙げられた。

（６）部分拒絶の通知に対応した理由・対応しなかった理由

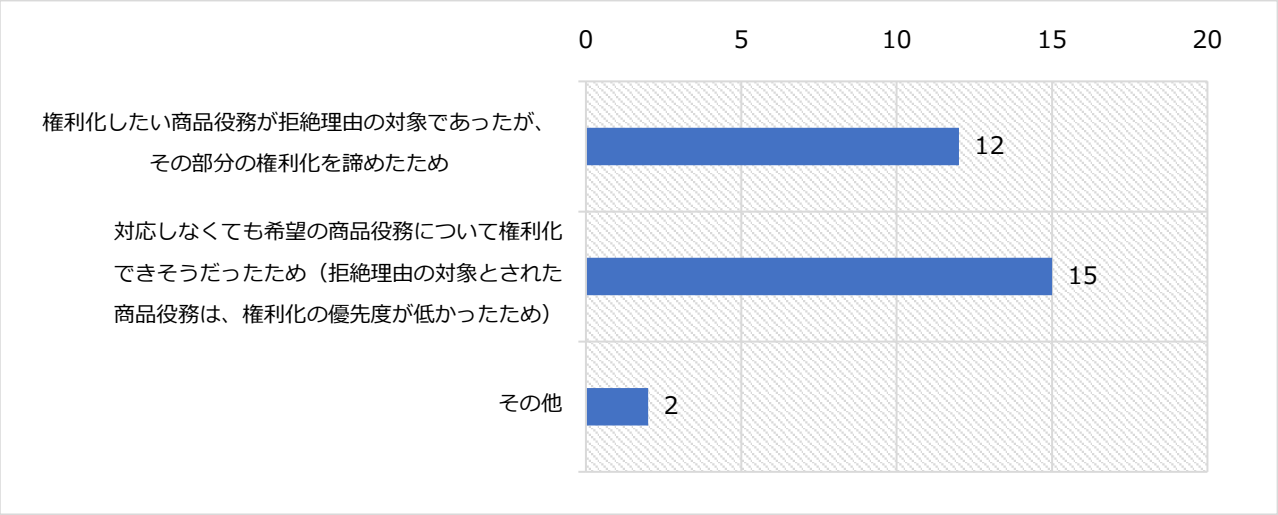
質問 B6 において、質問 B5 における部分拒絶の通知に対応した理由について質問したところ、【図表 12】の結果を得た。対応した理由については、「拒絶理由の対象とされた商品役務について権利化したかったため」が 40 者、「拒絶理由の対象とされなかった商品役務について、早期に権利化できると考えたため」が 23 者となった。「部分拒絶制度の仕組みを知らなかったため」を選択した者はいなかった。なお、「その他」を選択した 1 者からは、質問 B6-2 において、「拒絶の理由が第三者の閲覧に供される記録に残らないよう、取り下げた。」との回答があった。

【図表 12】部分拒絶の通知に対応した理由（複数回答可）（n=45）



また、質問 B6 において、質問 B5 における部分拒絶の通知に対応しなかった理由について質問したところ、【図表 13】の結果を得た。「対応しなくても希望の商品役務について権利化できそうだったため」が 15 者、「権利化したい商品役務が拒絶理由の対象であったが、その部分の権利化を諦めたため」が 12 者となった。「その他」を選択した 2 者のうちの 1 者からは、質問 B6-3 において、「識別力のない部分以外では権利化ができ、一定の目的は達成できたため。」との回答があった。

【図表 13】部分拒絶の通知に対応しなかった理由（複数回答可）（n=22）



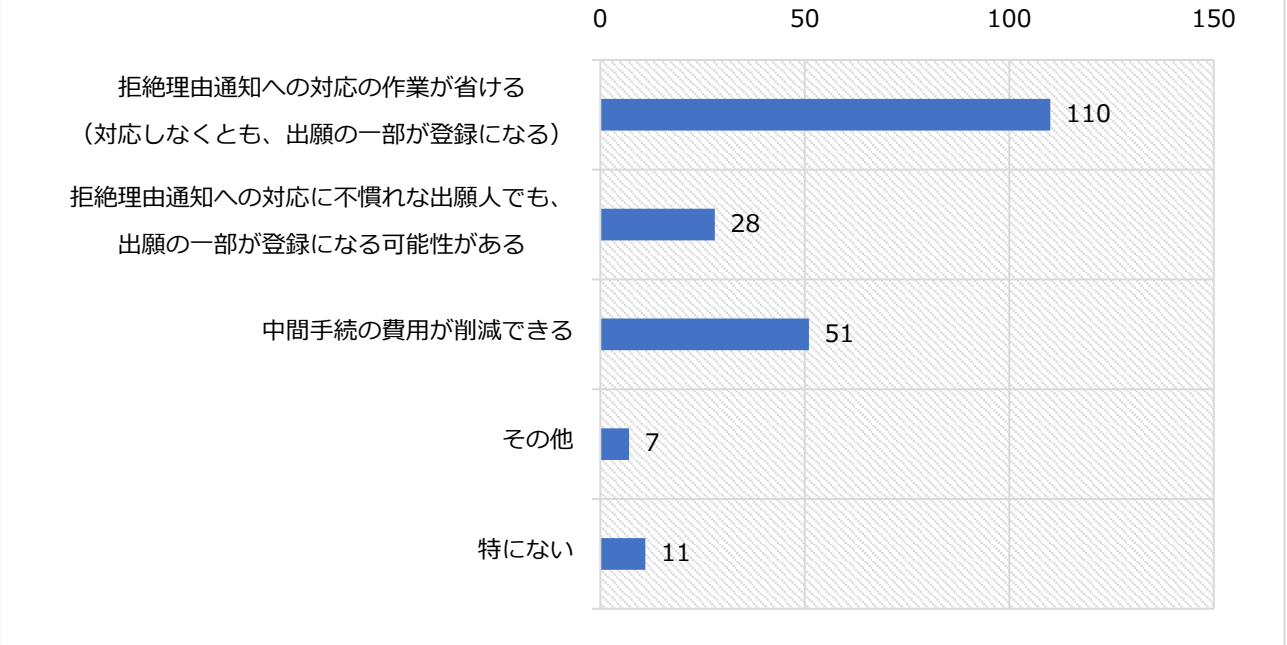
（７）部分拒絶制度に関する出願人のメリットについて

（ｉ）部分拒絶制度に関する出願人のメリット

質問 B7 から質問 B10 までは、日本における制度導入に関する質問である。

質問 B7 において、部分拒絶制度に関する出願人のメリットについて質問したところ、【図表 14】の結果を得た。「拒絶理由通知への対応の作業が省ける」が 110 者と最も多く、「中間手続の費用が削減できる」が 51 者、「拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある」が 28 者となった。

【図表 14】部分拒絶制度に関する出願人のメリット（複数回答可）（n=133）



なお、「その他」を選択した 7 者からは、質問 B7-2 において以下の回答があった。

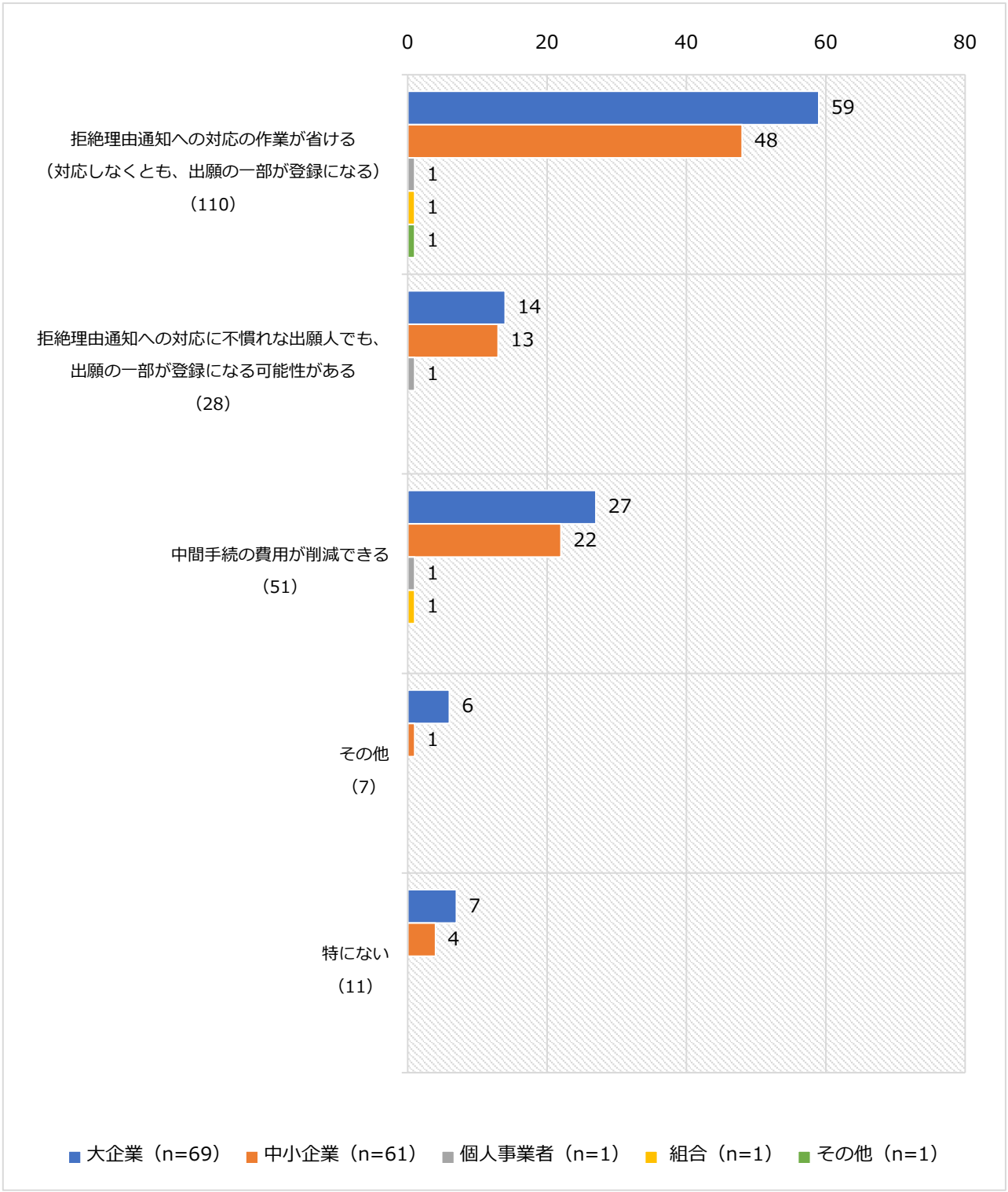
・分割出願のように、拒絶理由のある指定商品のみ登録性を争えるイメージを持った。そのとおりであれば、拒絶対応の選択の幅が増えるように感じる。（大企業、その他製造業）
・部分拒絶された商品役務に不服審判し、仮にこれが認められなくても商標全体が拒絶されることなく、（分割出願なしで）当初に認可された商品役務を登録へ進めることができる点は良い制度だと思う。（大企業、化学）
・調査等の際、経過情報から一部拒絶を受けていない商品役務に関する審査官判断（登録判断）を参考にできる。（大企業、医薬品）
・権利化が必要ない指定商品等に対する部分拒絶であれば、補正などの手続きが不要になる。（大企業、食品）
・先願登録商標があった場合の拒絶理由通知書において、これまでの区分のみの指摘から、具体的商品での指摘に変更されると考えられるので、より正確に拒絶理由通知を理解できるメリットが生じる。（大企業、鉄鋼・非鉄金属・金属製品）
・先行類似商標と指定商品との差別化と対策として、商品の減縮という手法により、拒絶理由の解消を試みることができる。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・わからない。（中小企業、医薬品）

（ⅱ）部分拒絶制度に関する出願人のメリット（組織形態別内訳）

部分拒絶制度に関する出願人のメリット（質問 B7）について、回答者の組織の形態（質問 A1）別にその内訳を見ると、【図表 15】の結果となった。大企業、中小企業ともに、全体でみた場合と同様に、「拒絶理由通知への対応の作業が省ける」が最も多く、「中間手続の費用が削減できる」、「拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある」が続いた。

【図表 15】部分拒絶制度に関する出願人のメリットの組織形態別内訳（複数回答可）

出願人のメリット	大企業	中小企業
拒絶理由通知への対応の作業が省ける	85.5%（59／69 者）	78.7%（48／61 者）
拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある	20.3%（14／69 者）	21.3%（13／61 者）
中間手続の費用が削減できる	39.1%（27／69 者）	36.1%（22／61 者）
その他	8.7%（6／69 者）	1.6%（1／61 者）
特にない	10.1%（7／69 者）	6.6%（4／61 者）



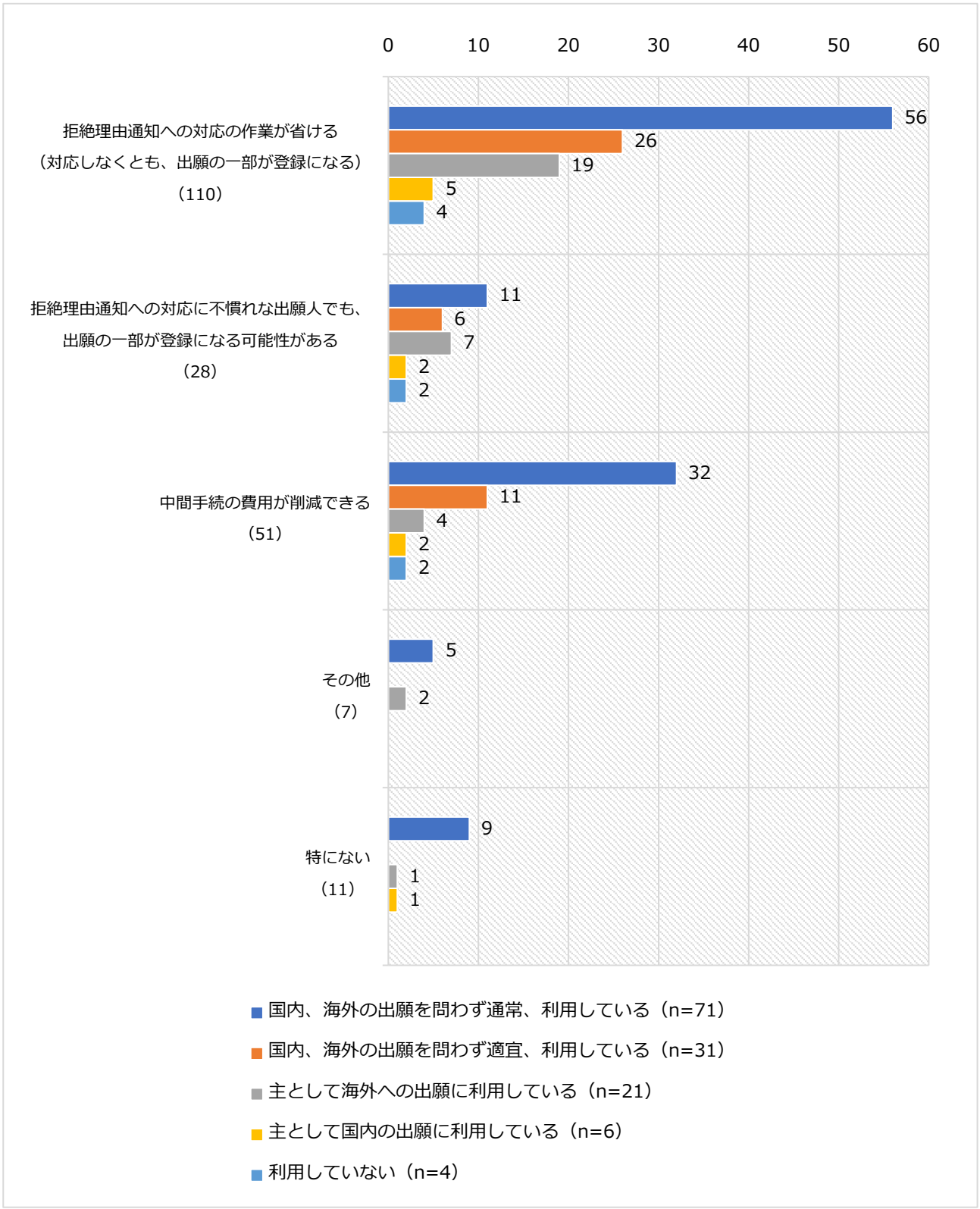
（iii）部分拒絶制度に関する出願人のメリット（代理人利用状況別内訳）

部分拒絶制度に関する出願人のメリット（質問 B7）について、回答者の代理人の利用状況（質問 A4）別にその内訳を見ると、【図表 16】の結果となった。代理人の利用状況にかかわらず、「拒絶理由通知への対応の作業が省ける」を選択する者が最も多かった。また、代理人を「国内海外の出願を問わず通常、利用している」又は「国内海外の出願を問わず

適宜、利用している」者の場合、二番目に多く選択されたメリットは「中間手続の費用が削減できる」であった。代理人を「主として海外への出願に利用している」者の場合、二番目に多く選択されたメリットは「拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある」であった。

【図表 16】部分拒絶制度に関する出願人のメリットの代理人利用状況別内訳（複数回答可）

出願人のメリット	国内海外の出願を問わず通常、利用している	国内海外の出願を問わず適宜、利用している	主として海外への出願に利用している	主として国内の出願に利用している	利用していない
拒絶理由通知への対応の作業が省ける	78.9% （56／71 者）	83.9% （26／31 者）	90.5% （19／21 者）	83.3% （5／6 者）	100% （4／4 者）
拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある	15.5% （11／71 者）	19.4% （6／31 者）	33.3% （7／21 者）	33.3% （2／6 者）	50.0% （2／4 者）
中間手続の費用が削減できる	45.1% （32／71 者）	35.5% （11／31 者）	19.0% （4／21 者）	33.3% （2／6 者）	50.0% （2／4 者）
その他	7.0% （5／71 者）	0% （0／31 者）	9.5% （2／21 者）	0% （0／6 者）	0% （0／4 者）
特にない	12.7% （9／71 者）	0% （0／31 者）	4.8% （1／21 者）	16.7% （1／6 者）	0% （0／4 者）



（８）部分拒絶制度に関する出願人のデメリットについて

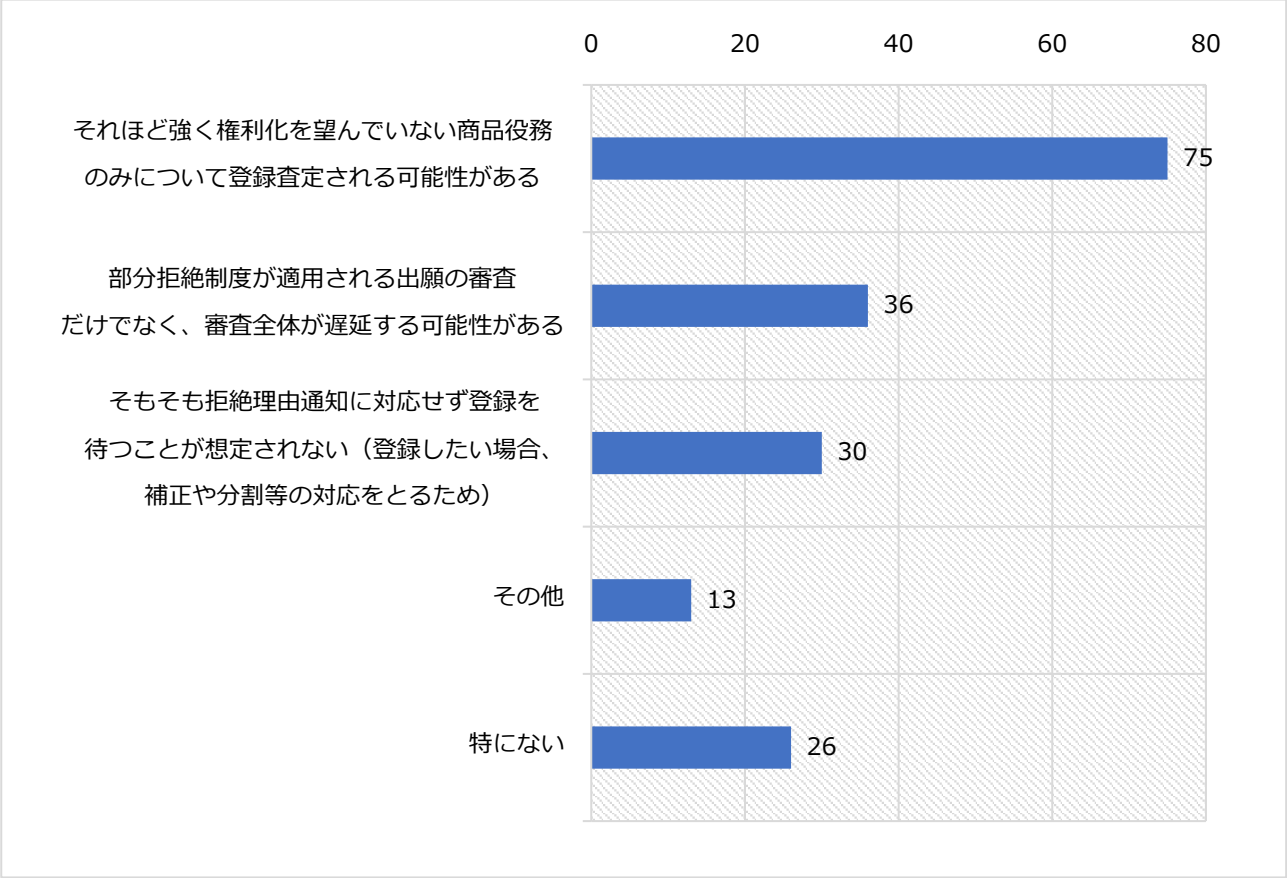
（ｉ）部分拒絶制度に関する出願人のデメリット

質問B8において、部分拒絶制度に関する出願人のデメリットについて質問したところ、

【図表 17】の結果を得た。「それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定される可能性がある」が 75 者で最も多く、「部分拒絶制度が適用される出願の審査だけでなく、審査全体が遅延する可能性がある」が 36 者、「そもそも拒絶理由通知に対応せず登録を待つことが想定されない」が 30 者となった。また、「その他」として、主に作業・費用負担の増加や不使用商標増加が懸念として挙げられた。

なお、この質問は、「選択肢の 1（それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定される可能性がある）について、例えば、不慣れな出願人の場合、特に権利化の必要性が高い一部の商品役務を対象に拒絶理由が通知されている場合でも、残りの商品役務について権利化できればよいと考え、補正書の提出など必要な対応を取らないケースが想定されます。」と注釈を付けて実施した。

【図表 17】部分拒絶制度に関する出願人のデメリット（複数回答可）（n=133）



なお、「その他」を選択した 13 者からは、質問 B8-2 において以下の回答があった。出願人としてのデメリットに加え、第三者としてのデメリットも指摘されている。

＜作業・費用負担が増加する懸念＞
・「登録された」「拒絶が確定した」に加えて「一部登録された」商標の情報管理が煩雑になる。（大企業、食品）
・分割出願の件数が増え、結果として商標権の件数が増え、維持費がかさむ。（中小企業、窯業・土石製品製造業）
・他人の登録商標を調査する際、どこまでが部分拒絶であるか否かをきちんと把握しなけ

ればならず、調査自体やそれを社内の人間（商標制度に詳しくない者）に報告するのがとても大変になりそうに感じる。（大企業、その他製造業）
・対応費用増大の懸念（部分拒絶を争う具体的な手続の設計にもよるが、審判類似の手続に入ると思われ、現行の通常の拒絶理由通知対応によることよりも特許庁・弁理士費用のいずれも増大することが懸念される。）（組合、卸売業）
・もし登録査定において登録される指定商品役務が明示されないのであれば、仮に部分拒絶に対して補正書を提出しなかった場合に、最終的に権利化された商品役務の把握が困難となることから、商標管理においては懸念材料になる。また、登録になる商品役務を登録査定の「書面にて」明示されたとしても、例えば社内で利用している管理ソフトとの関係では、登録査定の書面からデータとして読み取ることができず、入力作業等により管理・運用が煩雑になる。登録される対象の商品役務の情報をデータとして提供してもらう必要がある。（大企業、化学）
・権利化を望んでいない商品役務のみ登録査定となった場合に、出願人は登録料を納付しないことが予想される。この流れは、特許庁にとって事務的な負担が発生する可能性があるし、この出願の登録または拒絶の行方が気になっている第三者にとっては結論を知るまでに時間がかかるというデメリットがありそう。（大企業、化学）
・登録されているか否かについて不安を感じ、登録状況を指定商品ごとに確認してしまう。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）

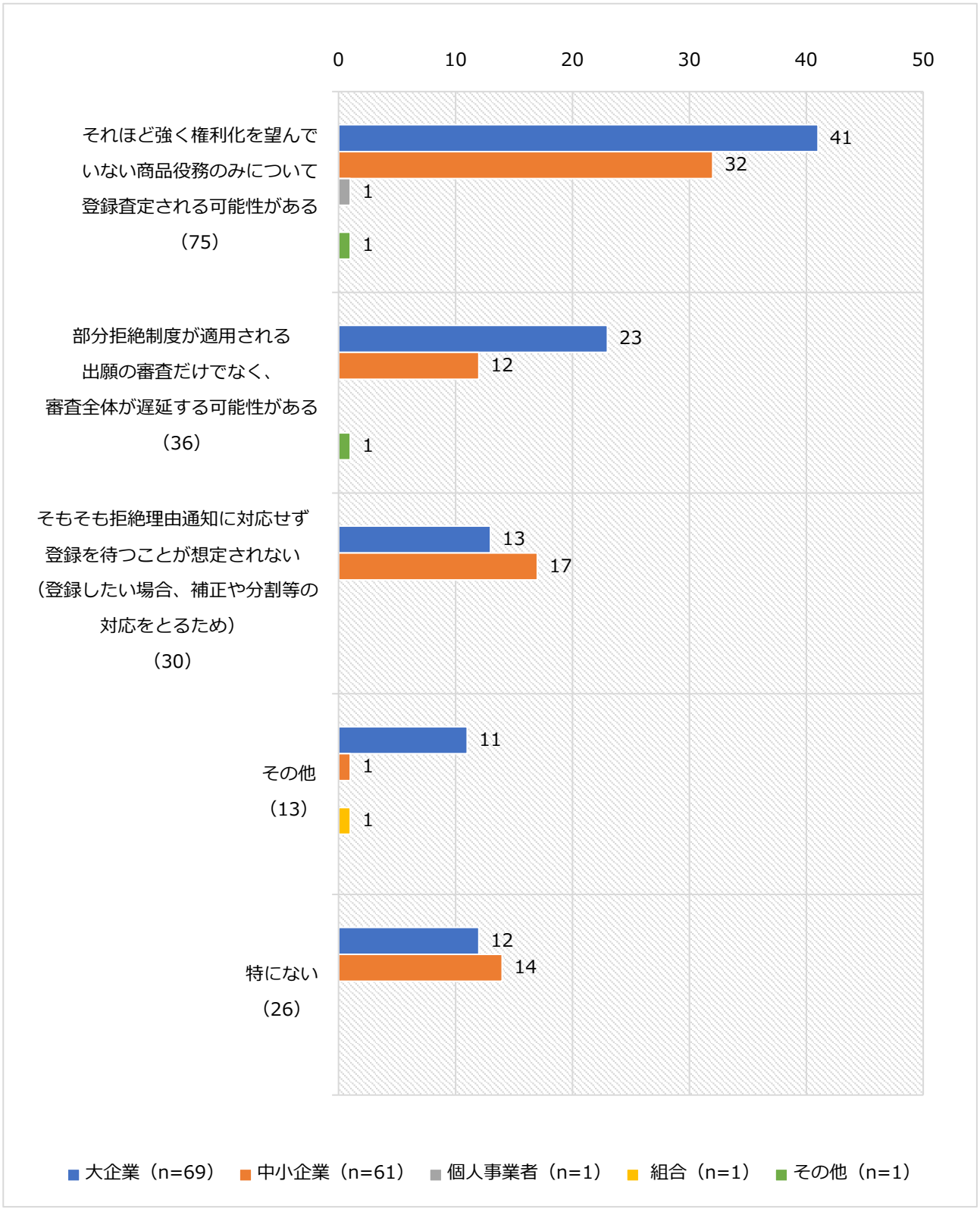
＜不使用商標増加の懸念＞
・出願人が積極的に権利化を望まない商品役務について登録されると、登録査定が出たので惰性的に登録料を納付する出願人も一定いると思われる。不使用の登録商標が増え、その商標の使用を欲する他人にとっての無用の障害が増えてしまうことを懸念する。（大企業、食品）
・全体的に不使用状態の登録商標が増加し、障害となる商標が存在するケースが増える可能性がある。（大企業、繊維）
・なんとなく登録になってしまう件が増えると、３年は不使用取消をかけることができず、無用な権利がある状態の商標が増え、後願にとっては望ましくない状況が発生する可能性がある。また使用状況を確認する機会もないため増える一方になるのではないかと考える。（大企業、医薬品）
・あえて不要な指定商品・役務を大量に指定する出願人が出てくることや、調査や出願の類否判断で他者の登録商標の権利範囲が未確定の場合の判断が難しくなること、指定商品・役務を増やす出願人が増えると、ついでで登録された部分で本当に必要な人が権利を取れないことが懸念される。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・不使用商標登録が必ず増える。（大企業、食品）
・不使用商標が増える可能性がある。登録査定時に、登録料納付要否の検討が必須になる。（大企業、食品）

（ⅱ）部分拒絶制度に関する出願人のデメリット（組織形態別内訳）

部分拒絶制度に関する出願人のデメリット（質問 B8）について、回答者の組織の形態（質問 A1）別にその内訳を見ると、【図表 18】の結果となった。大企業・中小企業のいずれにおいても、「それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定される可能性がある」をデメリットと考える者が最も多かった。また、大企業の場合、二番目に多く選択されたデメリットは「部分拒絶制度が適用される出願の審査だけでなく、審査全体が遅延する可能性である」であった。これに対し、中小企業の場合、二番目に多く選択されたデメリットは「そもそも拒絶理由通知に対応せず登録を待つことが想定されない」であった。

【図表 18】部分拒絶制度に関する出願人のデメリットの組織形態別内訳（複数回答可）

出願人のデメリット	大企業	中小企業
それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定される可能性がある	59.4%（41／69 者）	52.5%（32／61 者）
部分拒絶制度が適用される出願の審査だけでなく、審査全体が遅延する可能性がある	33.3%（23／69 者）	19.7%（12／61 者）
そもそも拒絶理由通知に対応せず登録を待つことが想定されない	18.8%（13／69 者）	27.9%（17／61 者）
その他	15.9%（11／69 者）	1.6%（1／61 者）
特にない	17.4%（12／69 者）	23.0%（14／61 者）



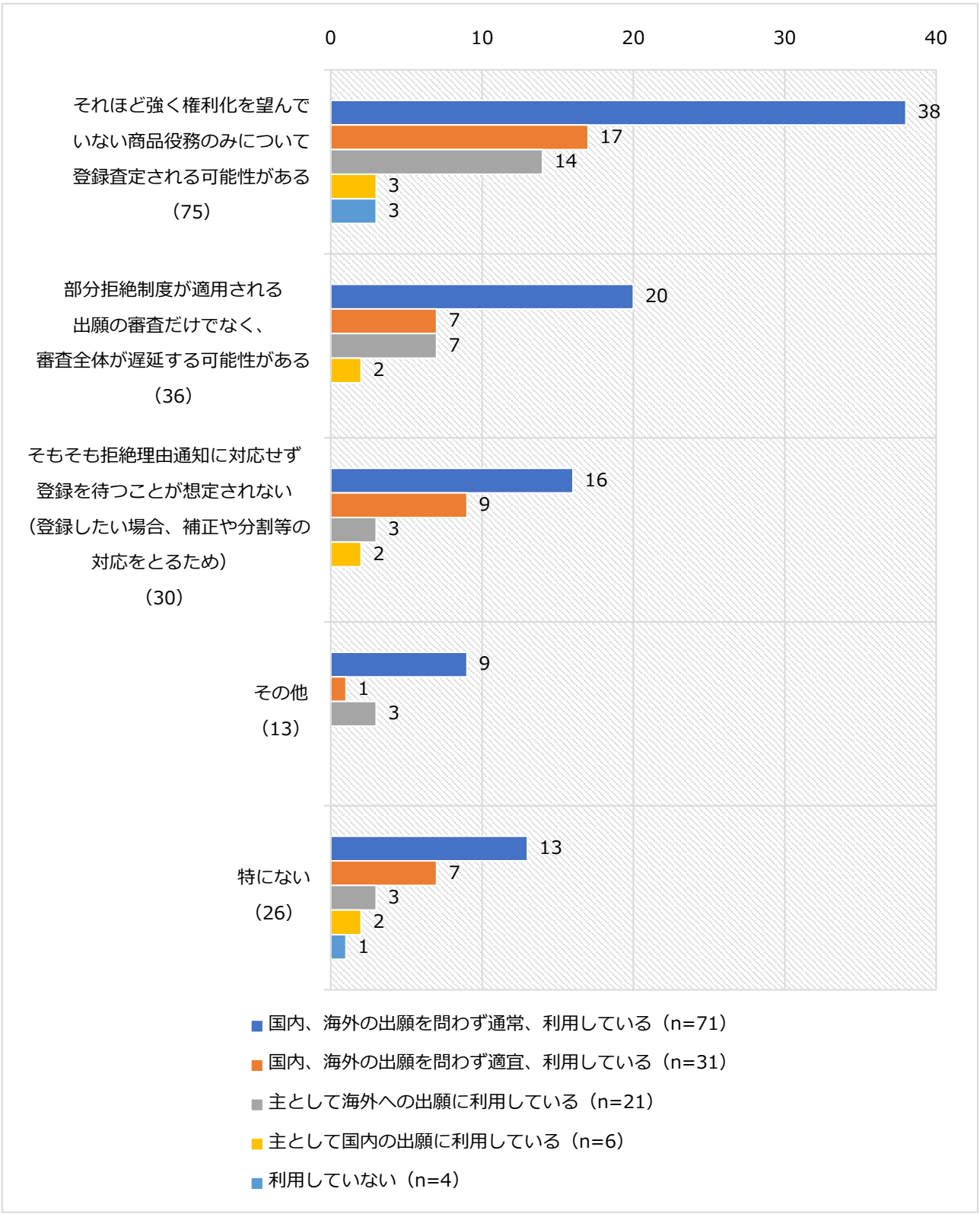
（iii）部分拒絶制度に関する出願人のデメリット（代理人利用状況別内訳）

部分拒絶制度に関する出願人のメリット（質問 B8）について、回答者の代理人の利用状況（質問 A4）別にその内訳を見ると、【図表 19】の結果となった。代理人の利用状況にかかわらず、「それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定される可

能性がある」をデメリットと考える者が最も多かった。

【図表 19】部分拒絶制度に関する出願人のデメリットの代理人利用状況別内訳（複数回答可）

出願人のデメリット	国内海外の出願を問わず通常、利用している	国内海外の出願を問わず適宜、利用している	主として海外への出願に利用している	主として国内の出願に利用している	利用していない
それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定される可能性がある	53.5% （38／71 者）	54.8% （17／31 者）	66.7% （14／21 者）	50.0% （3／6 者）	75.0% （3／4 者）
部分拒絶制度が適用される出願の審査だけでなく、審査全体が遅延する可能性がある	28.2% （20／71 者）	22.6% （7／31 者）	33.3% （7／21 者）	33.3% （2／6 者）	0% （0／4 者）
そもそも拒絶理由通知に対応せず登録を待つことが想定されない	22.5% （16／71 者）	29.0% （9／31 者）	14.3% （3／21 者）	33.3% （2／6 者）	0% （0／4 者）
その他	12.7% （9／71 者）	3.2% （1／31 者）	14.3% （3／21 者）	0% （0／6 者）	0% （0／4 者）
特にない	18.3% （13／71 者）	22.6% （7／31 者）	14.3% （3／21 者）	33.3% （2／6 者）	25.0% （1／4 者）



（９）部分拒絶制度の導入について

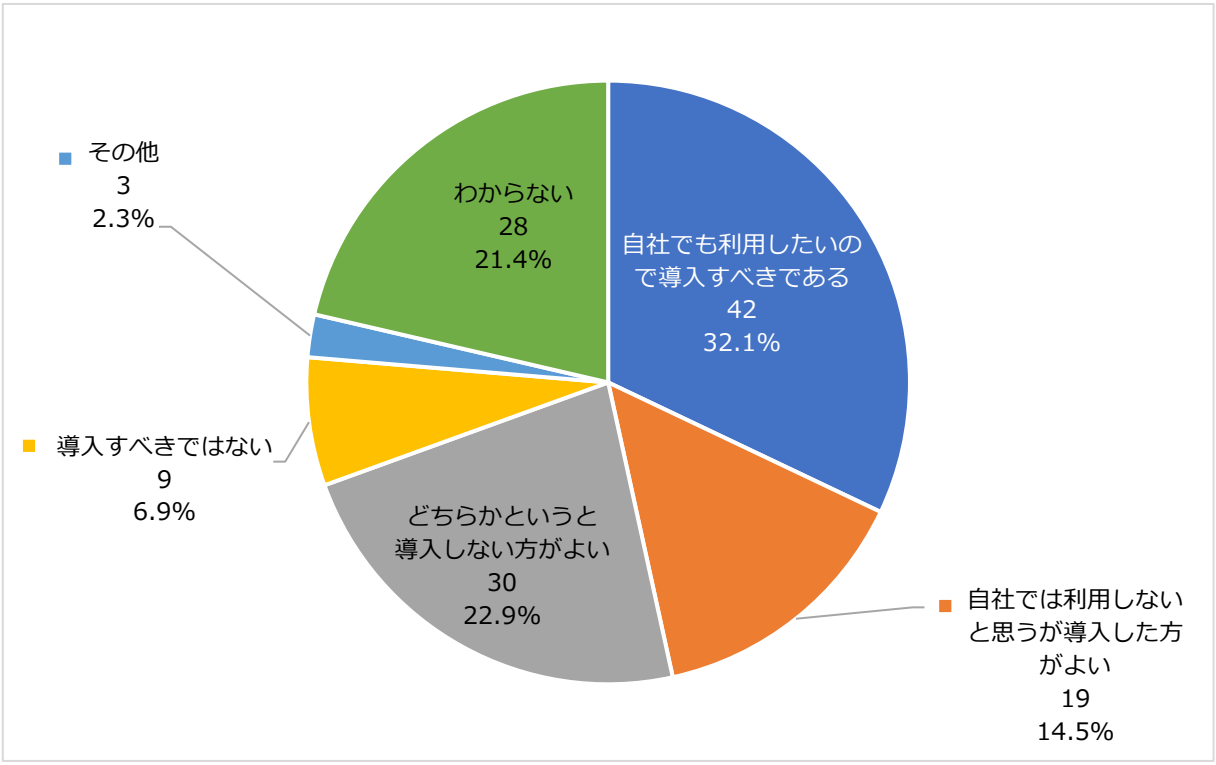
（ｉ）部分拒絶制度の導入

質問 B9 において、日本への部分拒絶制度の導入について質問したところ、【図表 20】の

結果を得た。導入に肯定的な意見が、導入に否定的な意見より多くなったが、過半数には届かなかった。また、「わからない」が約 21%を占めた。

「自社でも利用したいので導入すべきである」は 42 者（32.1%）、「自社では利用しないと思うが導入した方がよい」は 19 者（14.5%）であり、導入に肯定的な意見を合わせると 61 者（46.6%）であった。一方、「どちらかというと導入しない方がよい」は 30 者（22.9%）、「導入すべきではない」は 9 者（6.9%）であり、導入に否定的な意見を合わせると 39 者（29.8%）であった。

【図表 20】部分拒絶制度の導入（n=131）



なお、「その他」を選択した 3 者からは、質問 B9-2 において以下の回答があった。

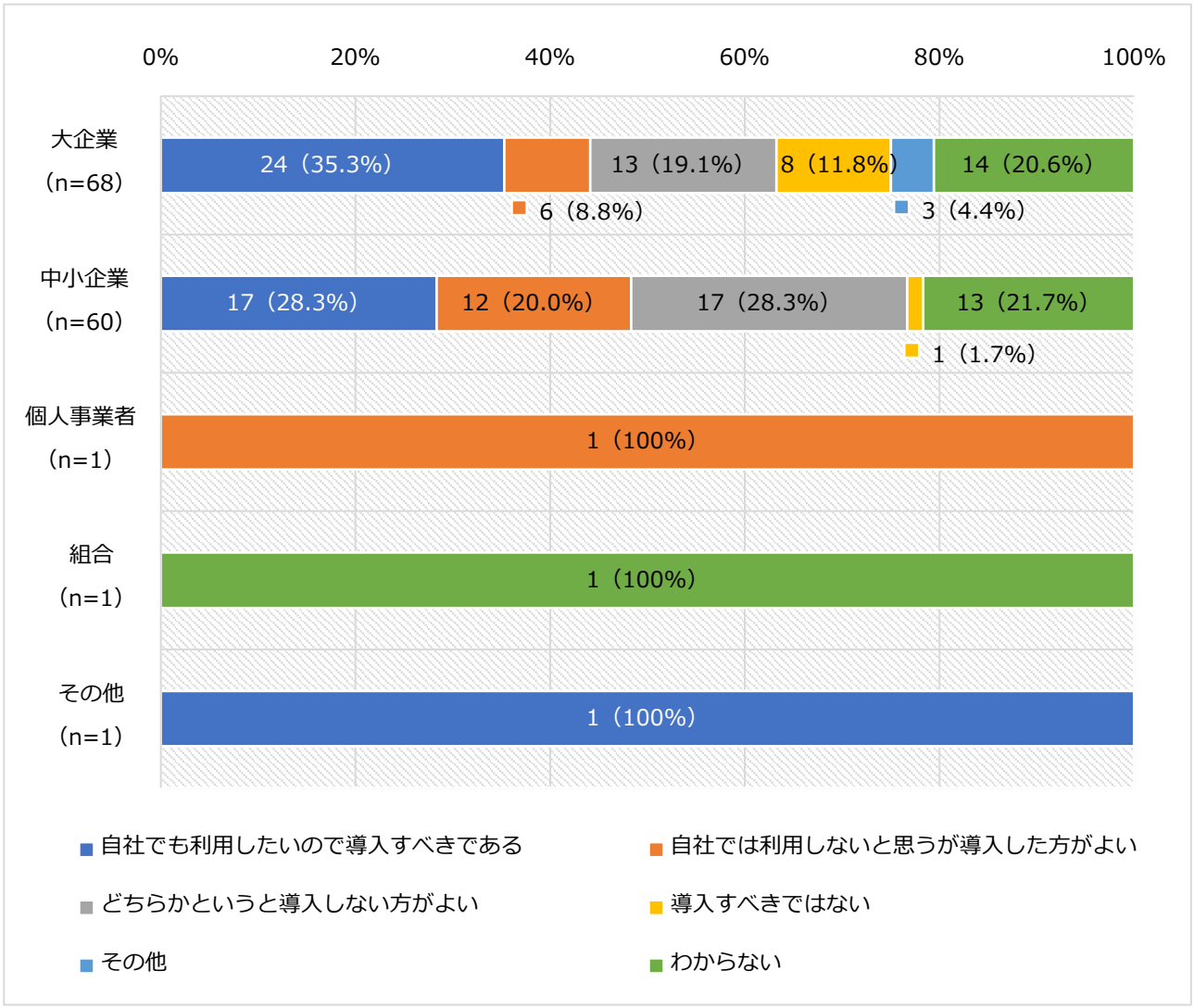
- どちらでもない。（大企業、食品）
- どちらでもよいと考えている。部分拒絶制度導入に関わらず、強く権利化を望む商品役務が拒絶された場合、従前と同様に中間対応を行い、権利化を目指すスタンスであるが、強く権利化を望んでいない商品役務のみが拒絶された場合に、中間対応を省略できる点に、部分拒絶制度導入のメリットを強く感じる。（大企業、小売業）
- どちらでも良いと考える。導入しても、しなくても業務に大きな影響はないと考えている。（大企業、化学）

（ⅱ）部分拒絶制度の導入（組織形態別内訳）

日本への部分拒絶制度の導入（質問 B9）について、回答者の組織の形態（質問 A1）別にその内訳を見ると、【図表 21】の結果となった。大企業・中小企業のいずれにおいても、

導入に肯定的な意見が、導入に否定的な意見より多くなったが、過半数には届かなかった。また、大企業・中小企業ともに「わからない」が約 21%を占めた。

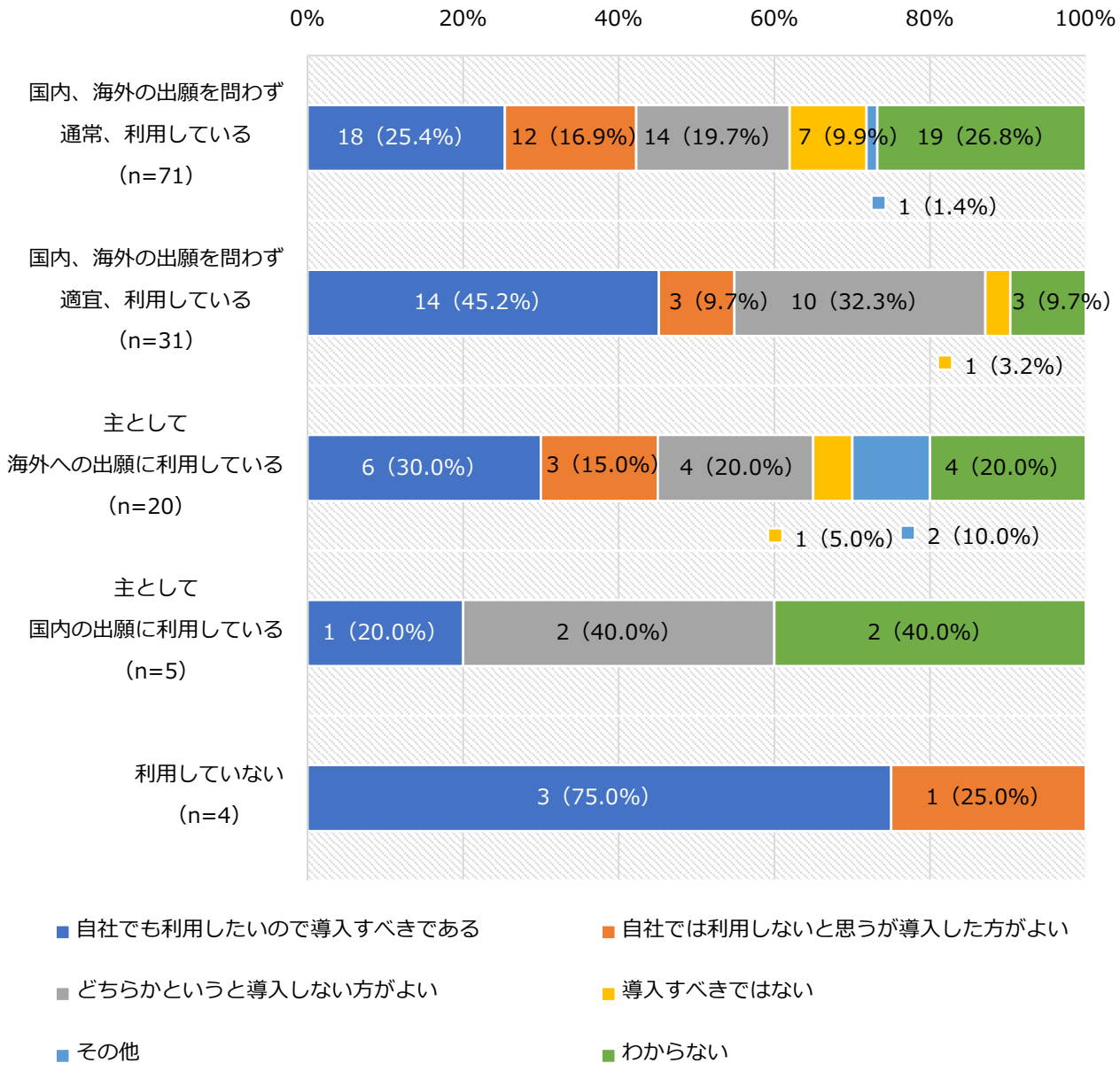
【図表 21】部分拒絶制度の導入の組織形態別内訳



（iii）部分拒絶制度の導入（代理人利用状況別内訳）

日本への部分拒絶制度の導入（質問 B9）について、回答者の代理人の利用状況（質問 A4）別にその内訳を見ると、【図表 22】の結果となった。代理人を「国内海外の出願を問わず通常、利用している」又は「主として海外への出願に利用している」者の場合、導入に肯定的な意見が、導入に否定的な意見より多くなったが、過半数には届かなかった。これに対し、代理人を「国内海外の出願を問わず適宜、利用している」者の場合、導入に肯定的な意見が過半数を上回った。

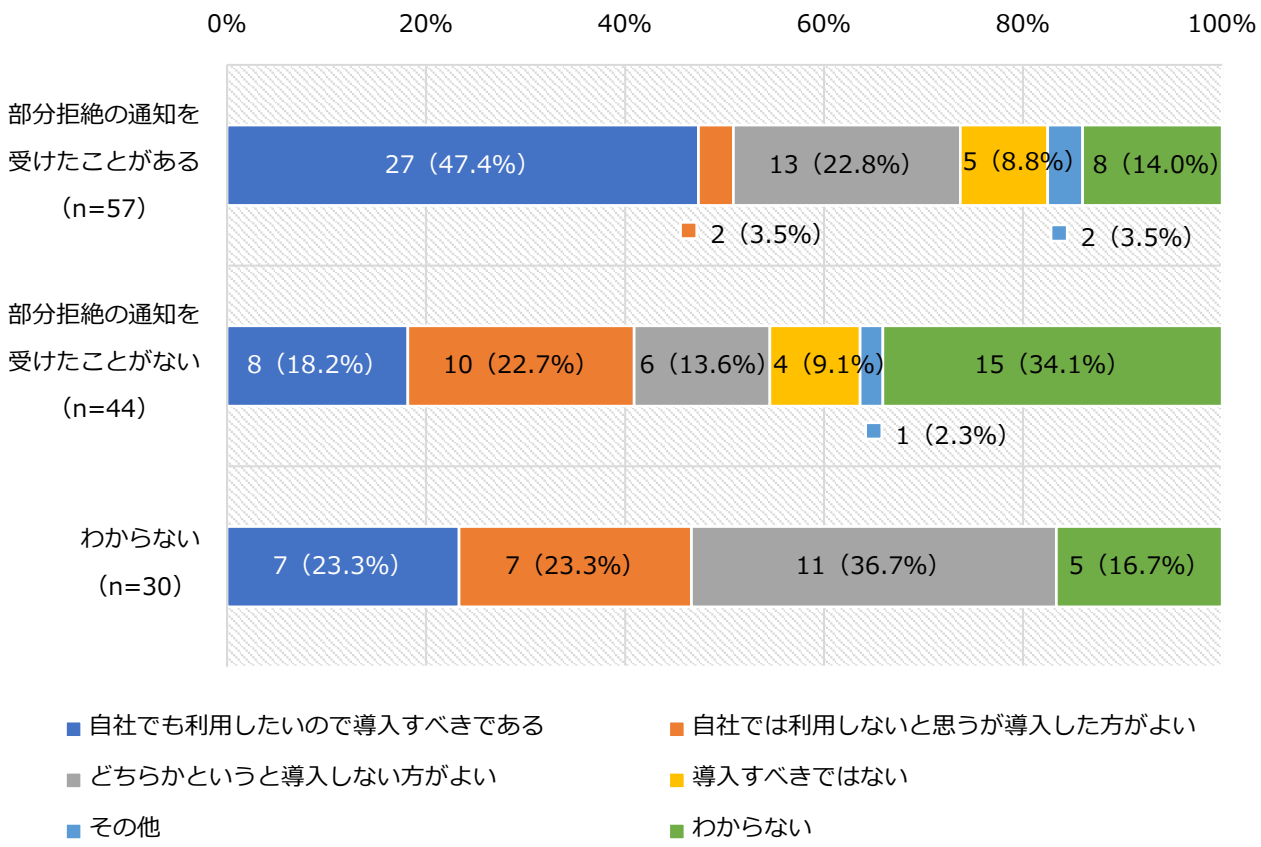
【図表 22】部分拒絶制度の導入の代理人利用状況別内訳



（ⅳ）部分拒絶制度の導入（部分拒絶通知経験別内訳）

日本への部分拒絶制度の導入（質問 B9）について、海外において部分拒絶の通知を受けた経験（質問 B2）別にその内訳を見ると、【図表 23】の結果となった。部分拒絶の通知を受けたことがある者からは、制度を「自社でも利用したいので導入すべきである」という意見が最も多く、導入に肯定的な意見が過半数を占めた。これに対し、部分拒絶の通知を受けたことがない者からは、「わからない」という意見が最も多く、導入に肯定的な意見は、導入に否定的な意見より多かったが、過半数には届かなかった。また、部分拒絶の通知を受けたことがあるかわからない者からは、「どちらかというと導入しない方がよい」という意見が最も多かった。

【図表 23】部分拒絶制度の導入の海外における部分拒絶通知経験別内訳



（１０）部分拒絶制度の導入に対する意見

質問 B10 において、日本に部分拒絶制度を導入することについて自由記載形式で意見を求めたところ、26 者から意見があった。これらの意見を、質問 B9（部分拒絶制度の導入）の回答内容に応じて整理すると、以下のとおり。質問 B9 において導入に肯定的な意見を選択した者からは、早期権利化や費用の削減の観点から評価する意見が挙げられたが、自社の対応に変化はないとする意見も挙げられた。一方、導入に否定的な意見を選択した者からは、不使用商標の増加や商標権の管理コストの増加を指摘する意見や、現在の制度で十分等の意見が挙げられた。

【「自社でも利用したいので導入すべきである」を選択した者からの意見】
・権利化したい指定商品役務の早期権利化ができるので、導入して欲しいと思う。（中小企業、その他製造業）
・請求範囲が削除、減縮されることとの差異を明確にして頂きたいと思う。（その他、鉄鋼・非鉄金属・金属製品）
・現行の分割出願制度と併用されるなら導入されるべきと考える。（中小企業、その他製造業）
・商標権は持っているだけで収入になるというたぐいの権利ではなく、基本的には防御のための権利であり、取得の費用がかさむことは営業サイドから抵抗が強いことが多い。重要度の高くない商品役務を対象に拒絶理由が出され補正の対応を行うケースはこれま

でもあったため、そういった場合の中間費用が削減できるのはありがたい。（大企業、運輸・倉庫業）
・応答について、そのまま承服すれば、拒絶がかかっていない部分が登録査定となるのか、意見書による形式的な対応が必要となるのかが気になる。希望としては、そのまま承服すれば、登録査定となる手続きがよい。（大企業、化学）

【「自社では利用しないと思うが導入した方がよい」を選択した者からの意見】
・他国で商標出願するにあたり、拒絶理由を受け取っても部分か全体かということを意識したことがない。通常、審査に対する応答では、指定商品の表現を変えたり説明資料を追加したりしたうえで、一部の指定商品について登録が難しいようであれば削除するなどして応答しており、そのままにして拒絶のない部分を登録にする、ということは行っていない。このため、部分拒絶制度が導入されたとしても、自社での対応に特に変化はないと思う（中小企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）

【「どちらかというと導入しない方がよい」を選択した者からの意見】
・部分的に拒絶を受けた場合、案件に応じて補正や分割等の対応をとるため、特に必要性を感じない。（大企業、繊維）
・出願人の立場からすれば、拒絶理由通知に対して応答せずとも良くなるという選択肢が増えることは歓迎できる。他方で、代理人を使用して出願するケースの場合、意見書や補正書による応答機会が減ることは代理人の手数料収入が減少することに繋がる可能性がある。そうなると、代理人は出願手数料にその減少分を上乗せさせるかもしれないと危惧しているので、諸手を挙げて賛成とも言えない。（中小企業、その他製造業）
・強く権利化を求めていない指定商品についても広く出願され、結果として本当に必要な人が権利化できない可能性もあり、結果として不使用取消審判などの手続きが増えるなど、労力・費用共にかかってしまう懸念が有ると思う。（中小企業、その他製造業）
・大量の指定商品・役務を選択した場合や代理人費用を抑えたい場合には有効かと思う。ただ、拒絶理由通知に応答せずに登録になるのは違和感がある。（中小企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・指定商品、指定役務の類否の範囲が明確にできるのか、疑問がある。（中小企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・仮に、出願人にとって権利化が不要な指定商品・役務についても、類似商標がなければ自動的に登録されることとなれば、将来的に不使用の登録商標が大量に発生してしまう蓋然性があるため。（中小企業、化学）
・必要でない商標・使用予定のない商標が登録される機会が増えることになる。使用されない登録商標が増加することで、本当に使用したい者が断念することになったり、不使用取消請求をしなければならなくなることを懸念する。また、不慣れな出願人の場合、無駄な登録をしてしまう恐れがある。（大企業、食品）

【「導入すべきではない」を選択した者からの意見】
・今の制度のままが良いと考える。商標権の管理の観点から部分拒絶制度の導入により分割出願の件数が増え、望ましくない商標管理コストの増大を招くことを懸念する。（中小

企業、窯業・土石製品製造業）
・日本は出願等料金が区分単位であり、また 3 条柱書（使用意思）の審査が甘く、類似群コードが 22 以下であれば通す運用になっているため、実務上、使用意思がなくても類似群 22 個分の商品役務を詰め込む出願人が少なくない。そのうえ権利化に積極的でない商品役務が登録査定されやすくなる制度を導入すると、不使用の登録商標がいたずらに増えるだけではないかと心配する。「商標の枯渇」が各国で問題視されつつあり、使用確認制度（使用宣誓など）の導入が増えている中で、逆行的にも思える。（大企業、食品）
・特許庁は部分拒絶によって補正書を見る手間が減るから万々歳と思っているようだが、それは違う。たとえば「乳製品」で権利を取りたい会社が 29 類全指定商品を指定して出願し「乳製品」で 4 条拒絶理由が出た場合、現行制度なら出願人は権利化をあきらめ、そのまま全指定商品が拒絶になる。しかし部分拒絶の場合、「乳製品」以外は登録査定になる。補正書提出や分割出願の手間はいらない。人間の心理として、登録査定が出されてしまうと、登録料を払わず捨てるのは躊躇するものだ。結果、「将来使うかも」と「乳製品」以外に登録料を支払い、使いもしない商標を登録することになる。結果として、不使用商標が増え、使える商標が減る。海外の人ではどうかわからないが、もったいない精神の日本人の場合はそうなる可能性が高い。特許庁は、このような人間心理も考えたうえで導入の可否を判断するべきだ。（大企業、食品）

【「その他」を選択した者からの意見】
・部分拒絶された商品役務を削除補正することなく認可された商品役務をそのまま登録査定へ進められる点は良いことだが、このような拒絶を受ける出願は全体の一部であるし、削除補正に手間がかかるかと言えば必ずしもそうではなく、費用をかけずに簡単に自社で対応できる。（ほとんどの出願が自社出願のため。）よって、弊社にとって導入は小さなメリットと考えている。導入しなくても現状はほぼ問題はない。（大企業、化学）

【「わからない」を選択した者からの意見】
・一部審判請求や不服審判をしなくてもよい再審査請求はよいと思う一方、一部拒絶は多くのメリットがあるとは思えない。出願人として圧倒的に個人や中小企業が多いため、ユーザーフレンドリーとしてこうした制度が検討されることは理解するが、出願人にとっては、審査対応の簡略化よりも審査期間が短縮され、商標が使えるのか、使えないのか、使うとリスキーなのかについて審査官判断がわかる方がビジネスへの反映も早くて良いのではないかと考える。（大企業、医薬品）
・現時点では導入するメリットが見いだせない。補正、意見書、分割などで対処が可能。例えば同意書制度は海外で活用した際、便利な制度だと感じていたが、部分拒絶制度については便利な制度だと感じたことがない。（大企業、食品）

【質問 B9 に未回答の者からの意見】
・メリット 1.特許取得までの時間短縮 2.柔軟な対応 3.権利の確保 4.費用対効果の向上 デメリット 1.一部の請求項の権利が得られない 2.再審や補正による追加対応が必要 3.権利の範囲が狭くなる 4.時間と費用の増加 （所感）メリットとしては部分拒絶されても残りの部分について早期に特許が得られやすくなり、時間とコストの節約が期待でき

る。一方、デメリットとしては、拒絶された部分について補正や再審査が必要になり、権利範囲が狭くなる可能性や手続きが複雑になる点が懸念として挙げられる。（中小企業、小売業）

３．質問Ｃ　非伝統的商標制度の保護拡大（におい等非伝統的商標）に関する質問

質問 C では、新しいタイプの商標出願（質問 C1～C2)、「におい」「触覚」「味覚」の商標の使用（質問 C3～C4)、海外での商標出願（質問 C5～C6）及び日本における制度導入（質問 C7～C10）について質問を行った。

（１）新しいタイプの商標の日本への出願経験

質問 C1 において、2015 年から登録が可能となった新しいタイプの商標（「音」「色彩のみ」「動き」「ホログラム」「位置」の商標）の日本への出願について質問したところ、「出願したことがある」が 69 者（51.5%）と過半数を占めたが、「出願したことはなく、検討したこともない」も 55 者（41.4%）と相当数いた。「出願したことはないが、検討したことはある」は 10 者（7.5%）であった。（n=134）

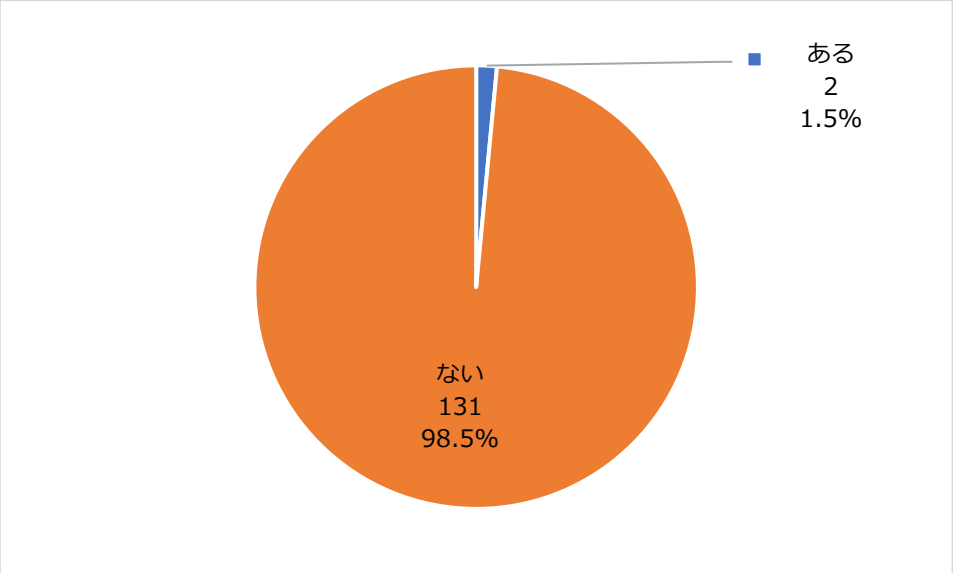
（２）新しいタイプの商標出願の種別

質問 C2 において、新しいタイプの商標出願の種別について複数回答可として質問したところ、「音商標」の出願経験がある者が 53 者で最も多く、「動き商標」が 22 者、「位置商標」が 17 者、「色彩のみからなる商標」が 13 者と続いた。「ホログラム商標」は 1 者であった。（n=69）

（３）「におい」「触覚」「味覚」の商標の使用経験

質問 C3 において、「におい」「触覚」「味覚」の商標（質問票では、「ここでは、他者の商品・サービスと区別するためのブランドをいい、出願や登録がされている必要はありません」と注釈を付した）の国内又は海外での使用について質問したところ、【図表 24】の結果を得た。「ない」が 131 者（98.5%）で大多数を占め、「ある」は 2 者であった。

【図表 24】「におい」「触覚」「味覚」の商標の使用経験（n=133）

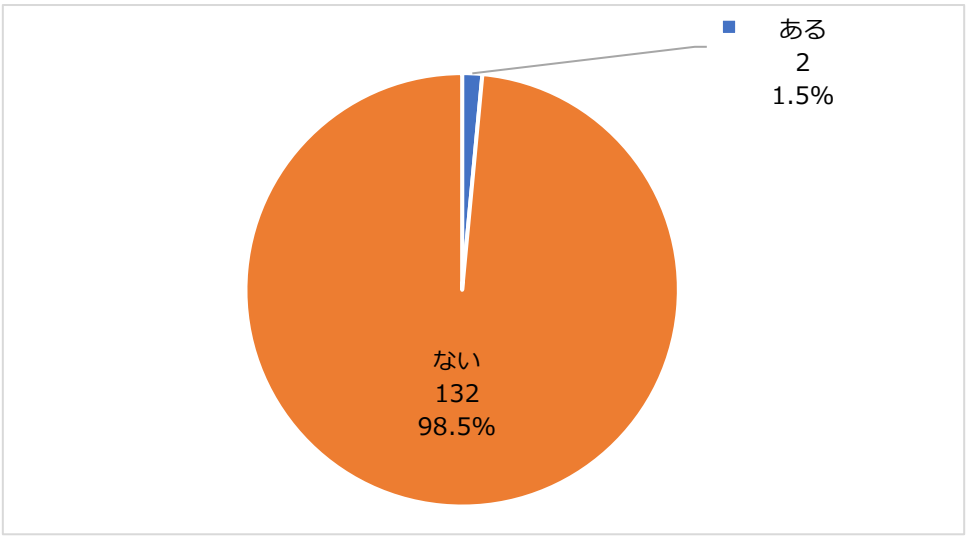


また、「ある」を選択した者に対し、質問 C4 において、その種別と詳細（どのような商品・役務にどのようなにおい等を使用しているか等）を質問したところ、1 者から「現在は使用していないが、過去に、通常は香り（におい）のついていない商品ににおいをつけていたことがある。」との回答があった。

（4）「におい」「触覚」「味覚」の海外での商標出願経験

質問 C5 において、「におい」「触覚」「味覚」の海外での商標出願について質問したところ、【図表 25】の結果を得た。「ない」が 132 者（98.5%）で大多数を占め、「ある」は 2 者であった。

【図表 25】「におい」「触覚」「味覚」の海外での商標出願経験（n=134）



また、「ある」を選択した者に対し、質問 C6 において、①商標出願をした国・地域、②

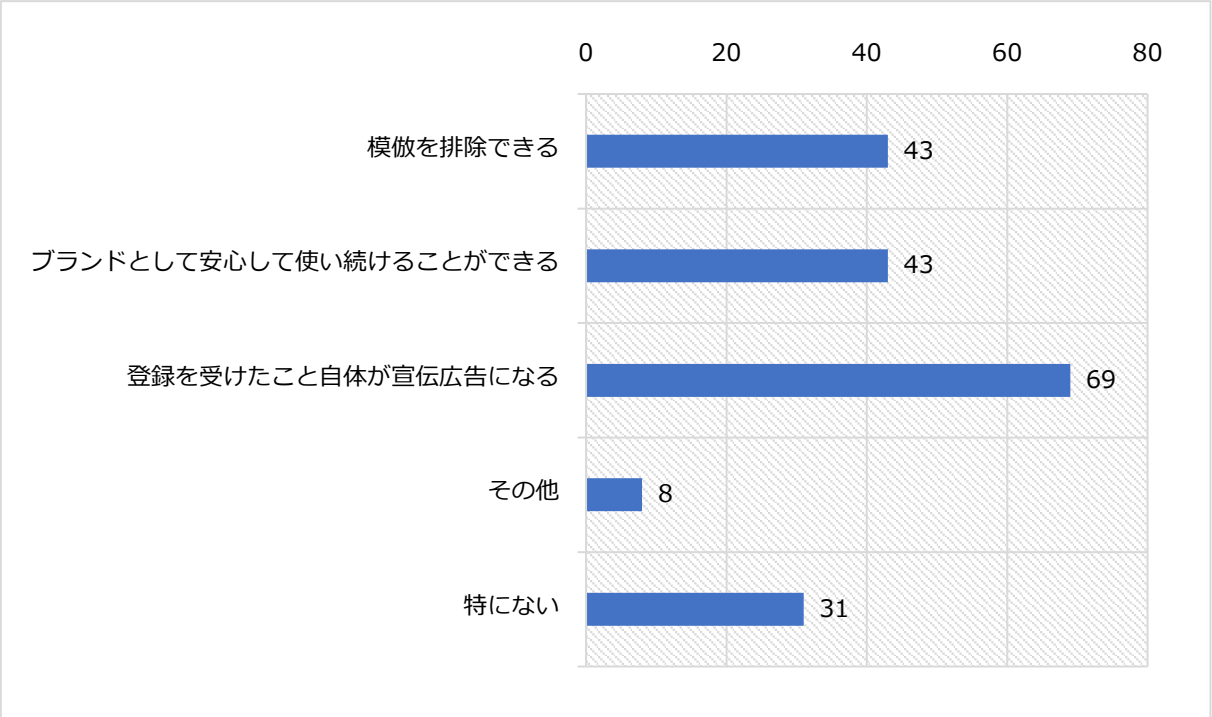
タイプ（におい、触覚、味覚）、③出願に関する感想（困難だったことや、登録に至った場合には、登録による効果等）について質問したところ、2 者から以下の回答があった。

・①アメリカ合衆国、②におい、③当時の担当者が既にいないので詳細は判らないが、においは時間経過で変化することから、登録による効果と侵害判定に疑問があった。（大企業、その他製造業）
・①アメリカ合衆国、②触覚、③非常に前の出願であるため不明。（中小企業、食品）

（５）「におい」について商標登録を可能とするメリットについて

質問 C7 において、「におい」について商標登録を可能とするメリットについて質問したところ、【図表 26】の結果を得た。「登録を受けたこと自体が宣伝広告になる」が 69 者で最も多く、「模倣を排除できる」、「ブランドとして安心して使い続けることができる」がいずれも 43 者となった。他方、「特にない」も 31 者となった。

【図表 26】「におい」について商標登録を可能とするメリット（複数回答可）（n=134）



なお、「その他」を選択した 8 者のうち 7 者からは、質問 C7-2 において以下の回答があった。視覚以外の感覚によるブランド保護の選択肢が広がることをメリットとする意見等が寄せられた。

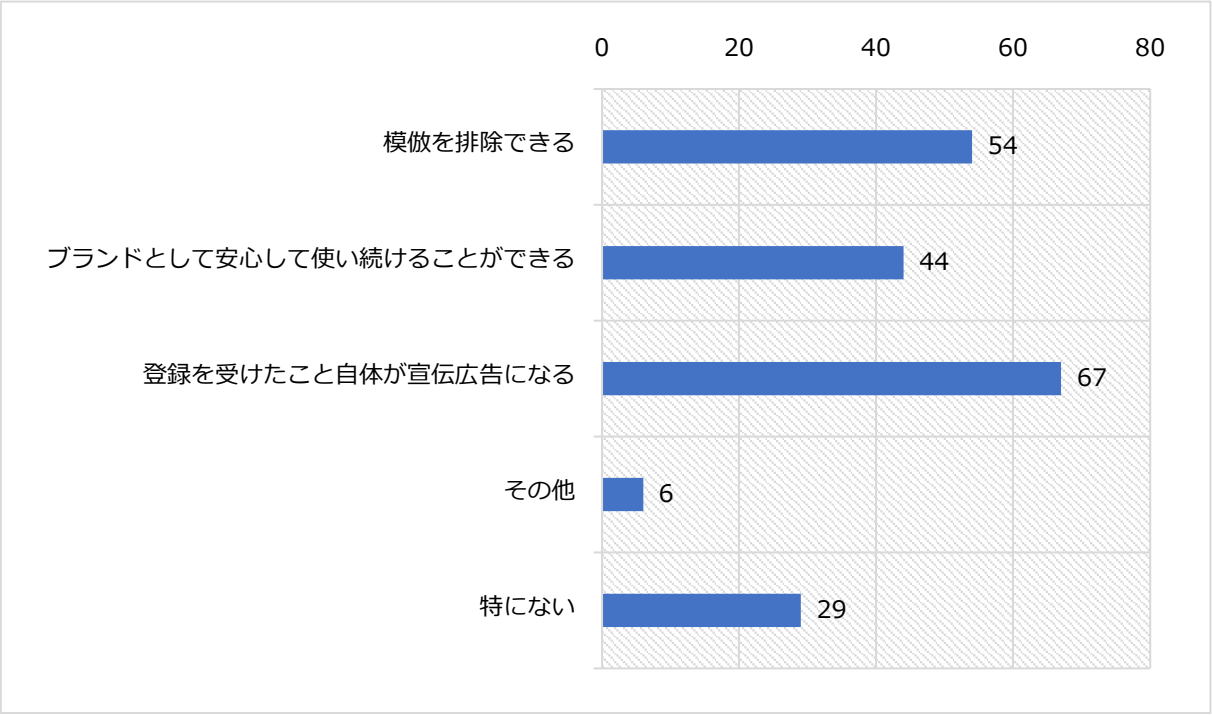
・視覚的に認識できない場合でもにおいで認識できる。（中小企業、その他製造業）
・自社商品の独自のブランドとして需要者に差別化して訴求することができ、商品の価値を高めることができる。（大企業、繊維）
・最近では、香水や化粧品等に限らず、テーマパークのアトラクションや VR など仮想空間などで「におい」等などを発していることもあるので、産業上の利用可能性が確保で

きれば、新しい側面としてメリットがあるかもしれない。（大企業、医薬品）
・以前導入について検討された際に、においそのものが商品を構成するような香水等については登録の対象外とされていたと思うが、において商売をしている香水等の有名ブランドで使用による識別力を獲得したものが登録されるべきではないかと考える。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・視覚に頼らない商標：におい商標は従来の視覚的なロゴやデザインに加えて異なる感覚を使ってブランドを守る手段となり得る。特に視覚障害者など、視覚情報にアクセスできない層にもブランドを届けやすくなることが期待できる。（中小企業、小売業）
・うなぎ屋、やきとり屋などにおいて商標登録されたら、その他の店は廃業につながる可能性もある。（個人事業者、教育・学術支援業）
・ブランドを保護するための手段の選択肢が広がる。（大企業、食品）

（６）「触覚」について商標登録を可能とするメリットについて

質問 C8 において、「触覚」について商標登録を可能とするメリットについて質問したところ、【図表 27】の結果を得た。「登録を受けたこと自体が宣伝広告になる」が 67 者で最も多く、「模倣を排除できる」が 54 者、「ブランドとして安心して使い続けることができる」が 44 者となった。他方、「特にない」も 29 者となった。

【図表 27】「触覚」について商標登録を可能とするメリット（複数回答可）（n=133）



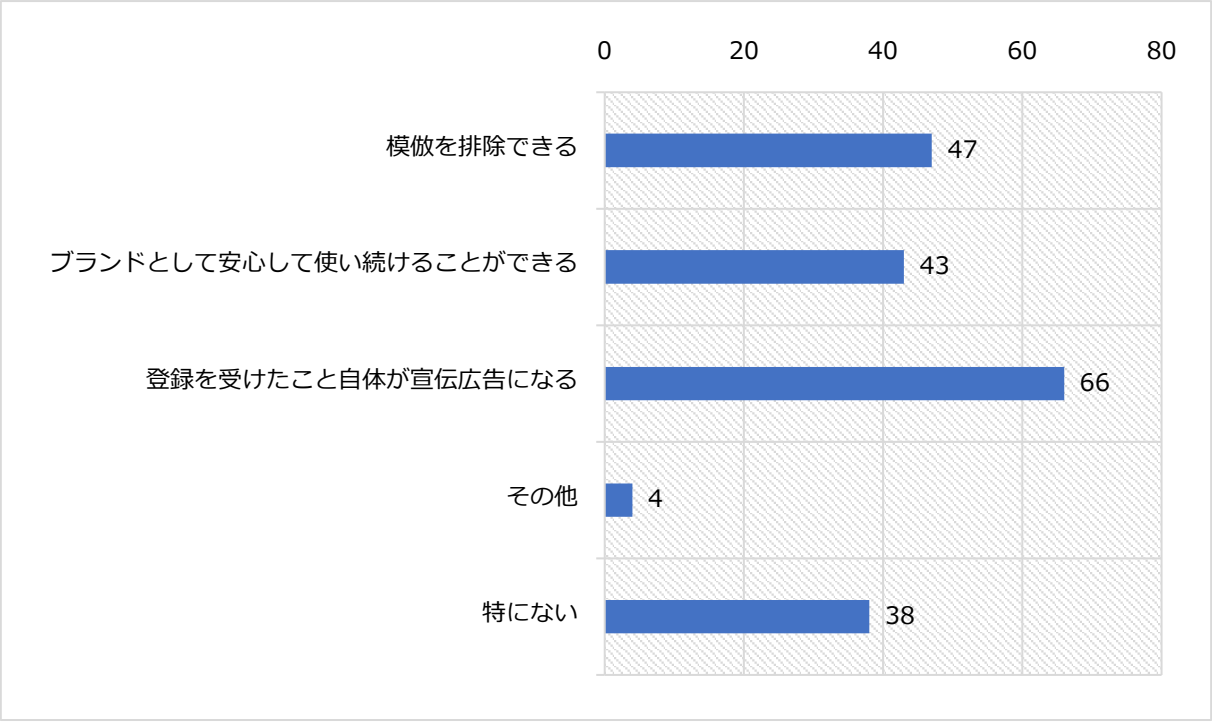
なお、「その他」を選択した 6 者からは、質問 C8-2 において以下の回答があった。においと同様に、視覚以外の感覚によるブランド保護の選択肢が広がることをメリットとする意見等が寄せられた。

・目の不自由な方が商品を選ぶときの一助になる。（大企業、化学）
・視覚的に認識でいない場合でも、触覚で認識できる。（中小企業、その他製造業）
・自社商品の独自のブランドとして需要者に差別化して訴求することができ、商品の価値を高めることができる。（大企業、繊維）
・最近では、VR など仮想空間などで「触覚」等などを売りにしている部分もあると思うし、マッサージ器といったものにも、産業上の利用可能性が確保できれば、メリットがある可能性があるかもしれない。（大企業、医薬品）
・悪用される可能性があると思う。例えば「20 代の肌」と「70 代の肌」など化粧品会社が使いそうな気がする。（個人事業者、教育・学術支援業）
・ブランドを保護するための手段の選択肢が広がる。（大企業、食品）

（7）「味覚」について商標登録を可能とするメリットについて

質問 C9 において、「味覚」について商標登録を可能とするメリットについて質問したところ、【図表 28】の結果を得た。「登録を受けたこと自体が宣伝広告になる」が 66 者で最も多く、「模倣を排除できる」が 47 者、「ブランドとして安心して使い続けることができる」が 43 者となった。他方、「特にない」も 38 者となった。

【図表 28】「味覚」について商標登録を可能とするメリット（複数回答可）（n=134）



なお、「その他」を選択した 4 者からは、質問 C9-2 において以下の回答があった。

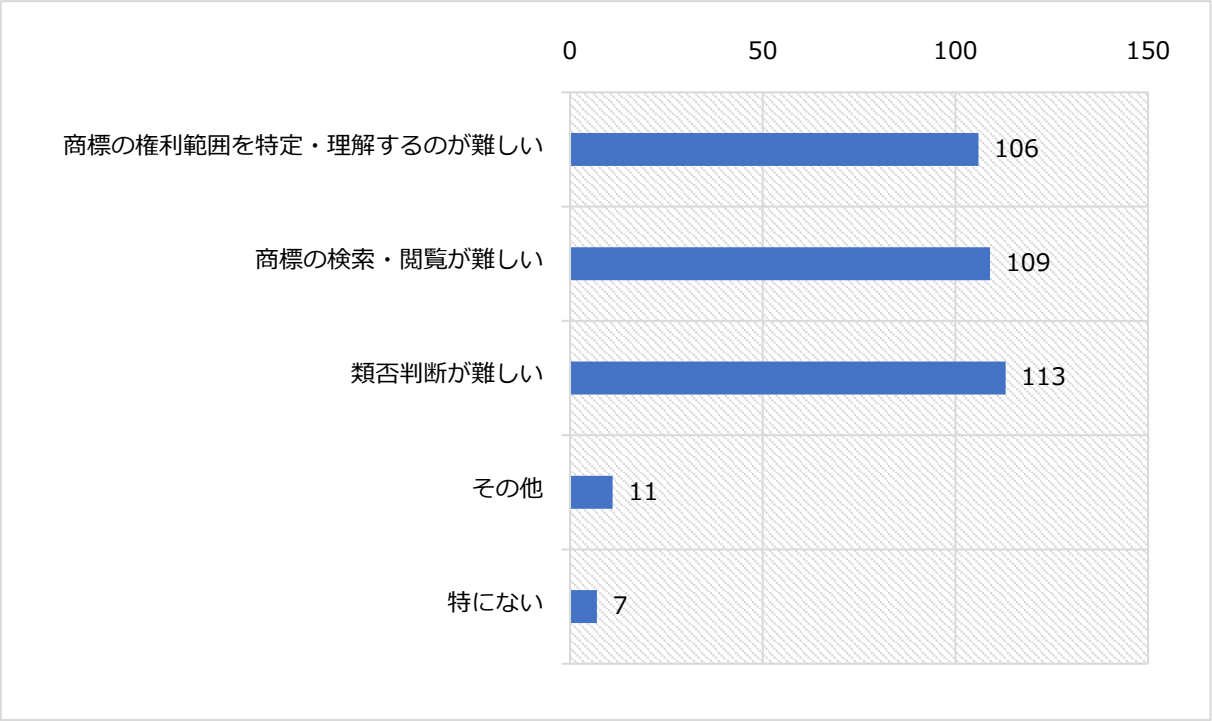
・食べないとわからないので、イメージがわかない。（中小企業、その他製造業）
・特定の食べ物に依存しない「味覚」のみを経験できるような状況であれば、新しい保護の形が生じるかもしれない。（大企業、医薬品）

・以前導入について検討されていた際に、味そのものが商品を構成するような料理等については登録の対象外とされていたと思うが、味で商売をしている飲料等の有名ブランドで使用による識別力を獲得したものが登録されるべきではないかと考える。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・ブランドを保護するための手段の選択肢が広がる。（大企業、食品）

（８）「におい」について商標登録を可能とするデメリットについて

質問 C10 において、「におい」について商標登録を可能とするデメリットについて質問したところ、【図表 29】の結果を得た。「類否判断が難しい」が 113 者、「商標の検索・閲覧が難しい」が 109 者、「商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい」が 106 者となり、商標登録を可能とするメリット（質問 C7）についての回答数と比較すると、いずれも高い回答数となった。

【図表 29】「におい」について商標登録を可能とするデメリット（複数回答可）（n=134）



なお、「その他」を選択した 11 者からは、質問 C10-2 において以下の回答があった。識別力の判断や侵害判断の困難性等を指摘する意見が寄せられた。

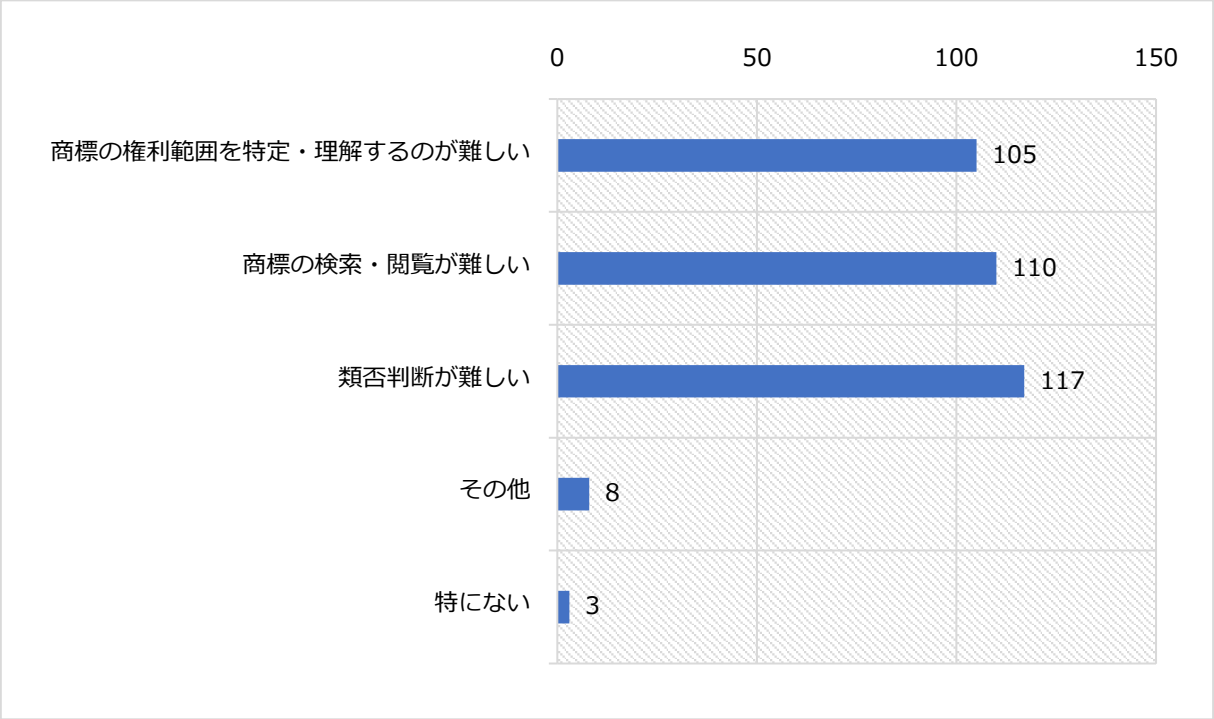
・商品やサービスに物理的に固定されているわけではないので商品やサービスに紐づけることに困難が生じるのではないか。においは個人の嗜好がさまざまなので忌避の対象になる場合があるのではないか。（中小企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・識別力判断が難しい。（大企業、輸送機械）
・仮に「におい」商標を用いて水際措置（輸入差止申立）をした場合、模倣品か否かを判

断する税関職員への負担が増加する懸念がある。また、侵害疑義品が税関で発見された際、写真では判断がつかず、権利者は現地の税関まで赴いて確認する必要が出てくると思われるため、出願人にとっても負担が増加すると予想される。（中小企業、その他製造業）
・差止めの執行が可能か、疑問がある。視覚・聴覚以上に類否判断が難しいことから、過失の認定も難しいように思われるほか、過失推定をそのまま維持してよいのかも疑問がある。損害額算定が極めて難しいと思われる。（組合、卸売業）
・においに対して敏感、アレルギーの方には向いていないし、害になる。（中小企業、その他製造業）
・ブランドのブティック内など特定の状況を限定的でなければ商標上使用しているとは言い難いので、「におい」には場所などの付属する情報が必要だと考える。したがって、権利とするには、特許のように実施例を記載したり、その実施例に合わなければ権利行使も難しいという極めて限定的な権利にしかできないのではないかと思う。また、それであれば、検索もできると思う。（大企業、医薬品）
・においは主観で語られることが多い。数値やグラフィックで表現できないことが多い。（大企業、食品）
・顧客の要望等に応じてその場でにおいを（何かに）つけるようなサービスを実施した場合、それぞれのにおいが登録商標を侵害していないかどうか確認することが不可能であるため、導入する場合は使用による識別力を獲得したもののみに限定すべきと考える。
・識別力の基準が明確にできない。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・他国での認知度の違い：嗅覚商標は、特定の国ではまだ広く認識されていない為国際的な保護が難しい場合がある。国によってはにおい商標の登録が認められていないこともある。メリットはあるものの、商標登録自体が難しく、侵害の証明も複雑であるため登録や保護に関して多くのデメリット（課題）がある。（中小企業、小売業）
・出願時においてどのように商標を特定するのか想像がつかない。（大企業、食品）

（9）「触覚」について商標登録を可能とするデメリットについて

質問 C11 において、「触覚」について商標登録を可能とするデメリットについて質問したところ、【図表 30】の結果を得た。「類否判断が難しい」が 117 者、「商標の検索・閲覧が難しい」が 110 者、「商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい」が 105 者となり、商標登録を可能とするメリット（質問 C8）についての回答数と比較すると、いずれも高い回答数となった。

【図表 30】「触覚」について商標登録を可能とするデメリット（複数回答可）（n=134）



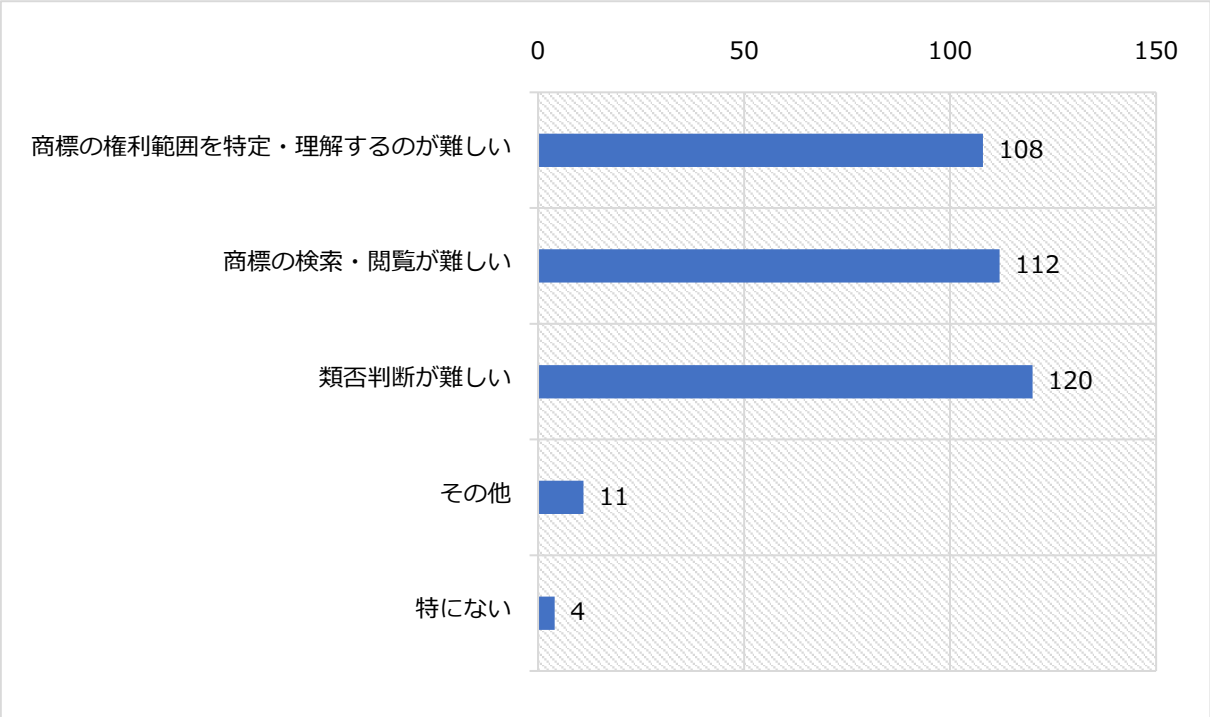
なお、「その他」を選択した 8 者からは、質問 C11-2 において以下の回答があった。においと同様に、識別力の判断や侵害判断の困難性等を指摘する意見が寄せられた。

- 識別力判断が難しい。（大企業、輸送機械）
- 仮に「触覚」商標を用いて水際措置（輸入差止申立）をした場合、模倣品か否かを判断する税関職員への負担が増加する懸念がある。また、侵害疑義品が税関で発見された際、写真では判断がつかず、権利者は現地の税関まで赴いて確認する必要が出てくると思われるため、出願人にとっても負担が増加すると予想される。（中小企業、その他製造業）
- 差止めの執行が可能か、疑問がある。逆に、差止めの範囲が過大にもなりかねない。視覚・聴覚以上に類否判断が難しいことから、過失の認定も難しいように思われるほか、過失推定をそのまま維持してよいのかも疑問がある。損害額算定が極めて難しいと思われる。（組合、卸売業）
- 触覚のみでは判断をあやまる場合があるので、現商標基準に＋αで登録するべきかもしれない。（中小企業、その他製造業）
- 特定の触覚で自他を識別するのは難しいと思う。仮に結びつきがあるとしても、特定の状況下ではないかと思う。したがって、付属的な情報がある必要があると思うので、こちらも特許のように実施例を記載し、その例の範囲においてのみ権利を認める等になるかと思う。それであれば、検索もできると思う。（大企業、医薬品）
- 識別力の基準が明確にできない。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
- 商標（視覚）は、比較的新しい概念であり、国によってはまだ法的な枠組みが整っていないことがある。そのため国際的に保護するのは難しい場合がある。（中小企業、小売業）
- 出願時においてどのように商標を特定するのか想像がつかない。（大企業、食品）

（１０）「味覚」について商標登録を可能とするデメリットについて

質問 C12 において、「味覚」について商標登録を可能とするデメリットについて質問したところ、【図表 31】の結果を得た。「類否判断が難しい」が 120 者、「商標の検索・閲覧が難しい」が 112 者、「商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい」が 108 者となり、商標登録を可能とするメリット（質問 C9）についての回答数と比較すると、いずれも高い回答数となった。

【図表 31】「味覚」について商標登録を可能とするデメリット（複数回答可）（n=134）



なお、「その他」を選択した 11 者からは、質問 C12-2 において以下の回答があった。において、触覚と同様に、識別力の判断や侵害判断の困難性等を指摘する意見が寄せられた。

・味は個人の嗜好がさまざまなので忌避の対象になる場合があるのではないか。（中小企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・識別力判断が難しい。（大企業、輸送機械）
・仮に「味覚」商標を用いて水際措置（輸入差止申立）をした場合、模倣品か否かを判断する税関職員への負担が増加する懸念がある。また、侵害疑義品が税関で発見された際、写真では判断がつかず、権利者は現地の税関まで赴いて確認する必要が出てくると思われるため、出願人にとっても負担が増加すると予想される。（中小企業、その他製造業）
・差止めの執行が可能か、疑問がある。逆に、差止めの範囲が過大にもなりかねない。視覚・聴覚以上に類否判断が難しいことから、過失の認定も難しいように思われるほか、過失推定をそのまま維持してよいのかも疑問がある。損害額算定が極めて難しいと思われる。（組合、卸売業）
・イメージがわかない。（中小企業、その他製造業）
・本来、舌で触れるような対象でない商品まで、味覚で識別するような商慣習を助長する

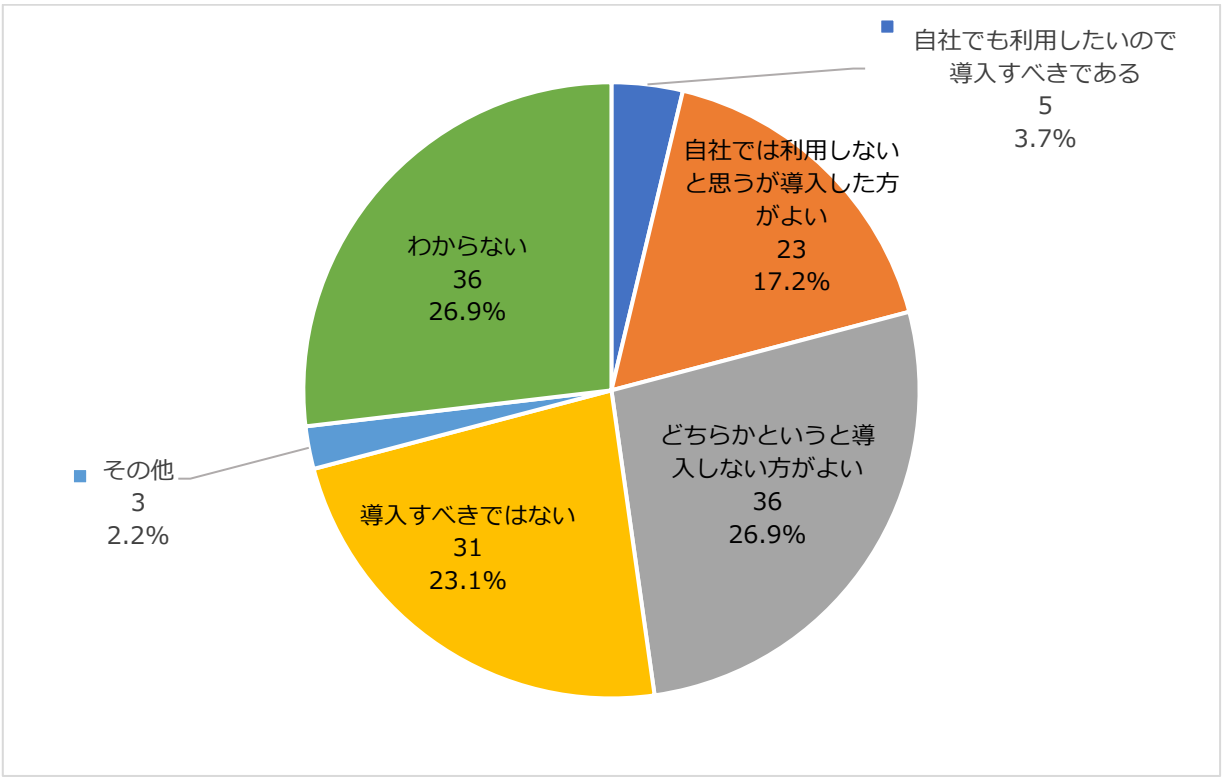
ことは安全の観点で問題があるように思う。（大企業、繊維）
・味覚の共有は難しいと思う。利き酒など、利き〇〇は昔からありますが、きわめて限定的ですし、自他を分けられる人の方が少ないように思う。（大企業、医薬品）
・においと味覚はセットで語られることが多く区別できるか？味覚は主観で語られることが多い（数字やグラフィックで表現できない）。（大企業、食品）
・識別力の基準が明確にできない。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・においや触覚にも言えることだが、侵害の証明が難しい。主観的な感覚の違い、感覚の個人差、言語化、数値化が困難、国際的な規則の違い（法的対応が不十分）、多くの国での認知が低い、商標としては不確実性が高い。（中小企業、小売業）
・出願時においてどのように商標を特定するのか想像がつかない。（大企業、食品）

（１１）「におい」商標の商標権での保護制度の導入について

質問 C13 において、「におい」の商標についての商標権での保護制度の導入について質問したところ、【図表 32】の結果を得た。導入に否定的な意見が半数を占めたほか、「わからない」が約 27%を占めた。

「どちらかというと導入しない方がよい」は 36 者、「導入すべきではない」は 31 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 67 者（50.0%）であった。一方、「自社では利用しないと思うが導入した方がよい」は 23 者、「自社でも利用したいので導入すべきである」は 5 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 28 者（20.9%）であった。

【図表 32】「におい」商標の商標権での保護制度の導入（n=134）



なお、「その他」を選択した 3 者のうち 2 者からは、質問 C13-2 において以下の回答があった。

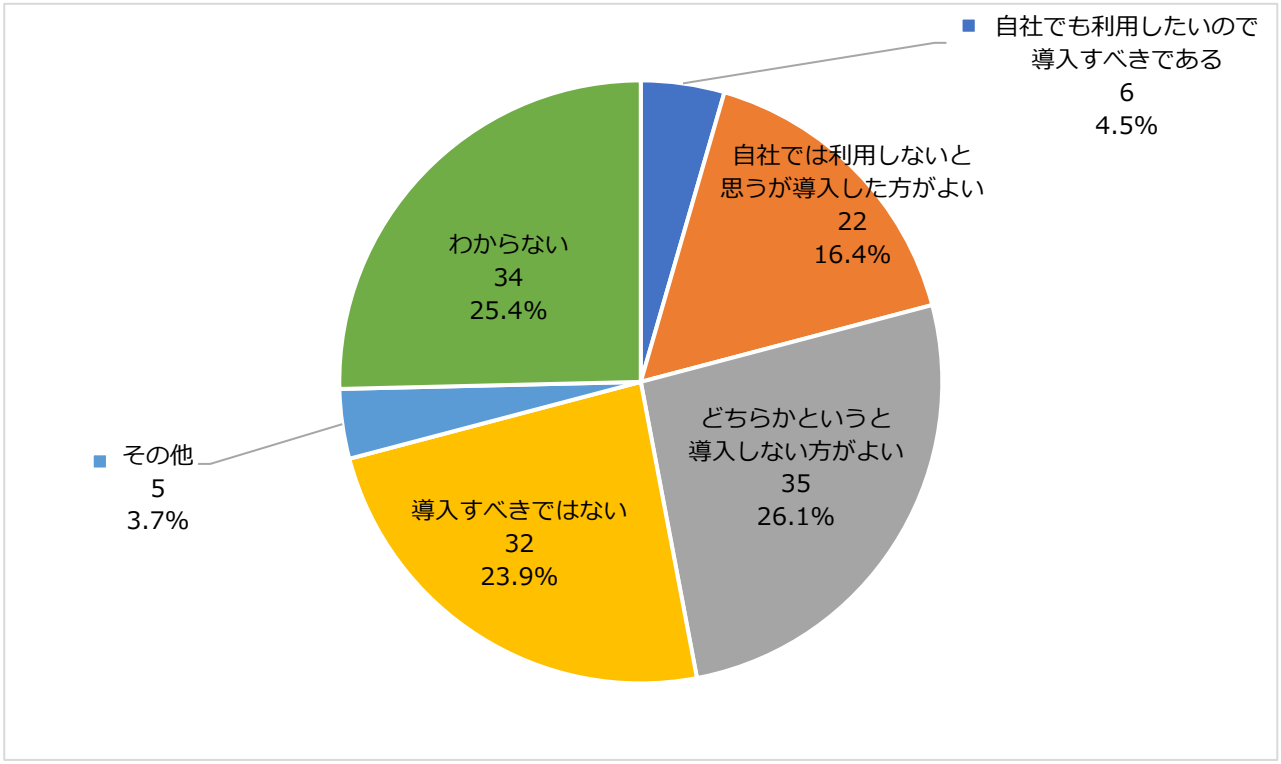
・商標の構成や態様の特定方法や公開方法、水際措置での対応方法を確立してからでないと、制度の導入は現実的ではないと考える。（中小企業、その他製造業）
・総論として、ブランドを保護するための手段の選択肢が広がることになるので良いこと。ただし、識別力や類否の判断基準、登録要件、出願に必要な書類等の整備、商標検索ツールの整備などはしっかりと行っていただきたい。（大企業、食品）

（１２）「触覚」商標の商標権での保護制度の導入について

質問 C14 において、「触覚」の商標についての商標権での保護制度の導入について質問したところ、【図表 33】の結果を得た。導入に否定的な意見が半数を占めたほか、「わからない」が約 25%を占めた。

「どちらかというと導入しない方がよい」は 35 者、「導入すべきではない」は 32 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 67 者（50.0%）であった。一方、「自社では利用しないと思うが導入した方がよい」は 22 者、「自社でも利用したいので導入すべきである」は 6 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 28 者（20.9%）であった。

【図表 33】「触覚」商標の商標権での保護制度の導入（n=134）



なお、「その他」を選択した 5 者からは、質問 C14-2 において以下の回答があった。

・国際協調観点で導入することについては「におい」「触覚」「味覚」いずれも反対はしない。一方で、類否判断もそうだが識別力判断もどのようにするのか想像がつかず、3 つ

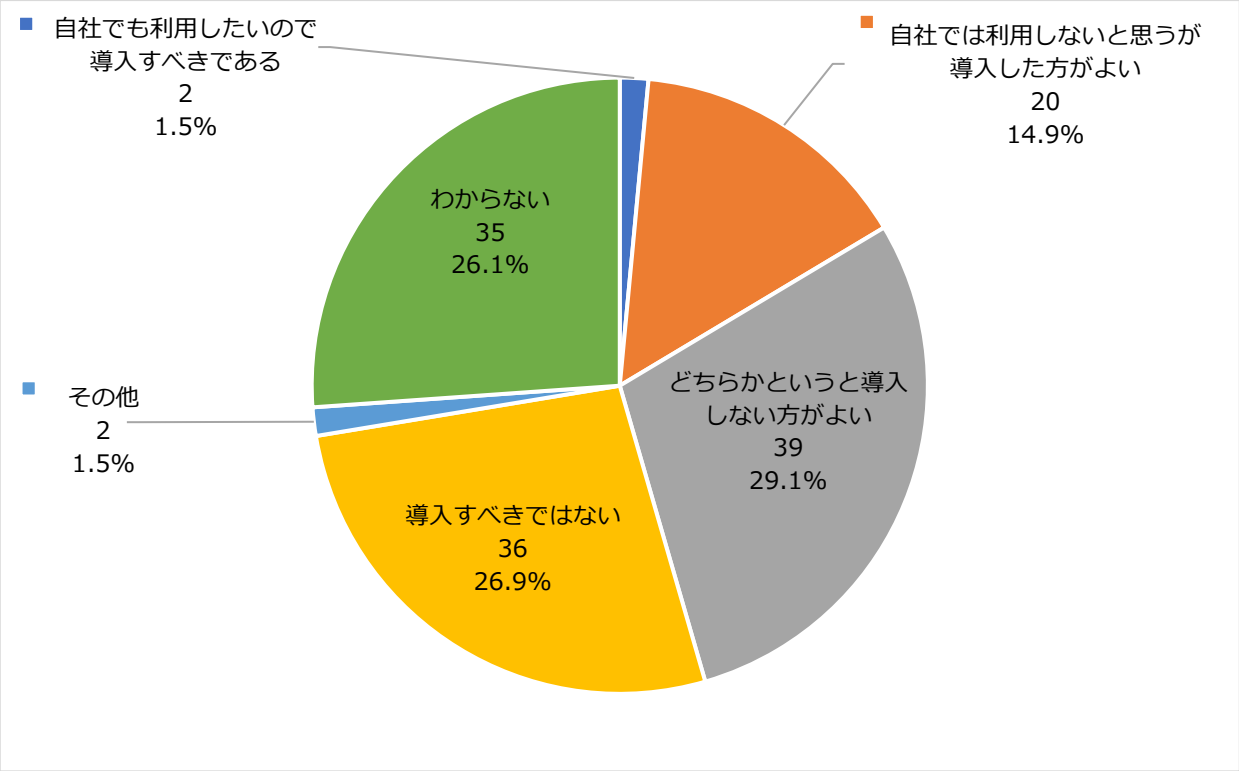
の中でも製造業においては特に「触覚」が、意図せず登録商標と類似してしまうことが懸念される。（大企業、輸送機械）
・商標の構成や態様の特定方法や公開方法、水際措置での対応方法を確立してからでないと、制度の導入は現実的ではないと考える。（中小企業、その他製造業）
・食品そのままの触覚は独占されると、商品開発に制約が生じるため。一方で、独特な形状の食品の包装容器の触覚については、利用してみたいと思う。（大企業、食品）
・導入されるなら利用を検討したいが、まずは権利化要件などを見極めたい。（大企業、鉄鋼・非鉄金属・金属製品）
・総論として、ブランドを保護するための手段の選択肢が広がることになるので良いこと。ただし、識別力や類否の判断基準、登録要件、出願に必要な書類等の整備、商標検索ツールの整備などはしっかりと行っていただきたい。（大企業、食品）

（１３）「味覚」商標の商標権での保護制度の導入について

質問 C15 において、「味覚」の商標についての商標権での保護制度の導入について質問したところ、【図表 34】の結果を得た。導入に否定的な意見が半数を超えたほか、「わからない」が約 26%を占めた。

「どちらかというと導入しない方がよい」は 39 者、「導入すべきではない」は 36 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 75 者（56.0%）となり、「におい」及び「触覚」の商標の否定的意見（いずれも 50.0%）より高い割合となった。一方、「自社では利用しないと思うが導入した方がよい」は 20 者、「自社でも利用したいので導入すべきである」は 2 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 22 者（16.4%）であった。「味覚」については、「におい」、「触覚」と比べると、否定的な意見がより多い結果となった。

【図表 34】「味覚」商標の商標権での保護制度の導入（n=134）



なお、「その他」を選択した 2 者及び「導入すべきではない」を選択した 1 者からは、質問 C15-2 において以下の回答があった。

【「その他」を選択した者からの意見】
・商標の構成や態様の特定方法や公開方法、水際措置での対応方法を確立してからでないと、制度の導入は現実的ではないと考える。（中小企業、その他製造業）
・総論として、ブランドを保護するための手段の選択肢が広がることになるので良いこと。ただし、識別力や類否の判断基準、登録要件、出願に必要な書類等の整備、商標検索ツールの整備などはしっかりと行っていただきたい。（大企業、食品）

【「導入すべきではない」を選択した者からの意見】
・食品において、においと味覚は独占されると、商品開発には制約が生じるため。（大企業、食品）

（１４）「におい」「触覚」「味覚」商標の商標権での保護制度の導入に対する意見

質問 C16 において、日本において「におい」「触覚」「味覚」の商標についての商標権での保護制度の導入について自由記載形式で意見を求めたところ、36 者から意見があった。これらの意見を、質問 C13（におい）、C14（触覚）、C15（味覚）の保護制度の導入に対する回答別に整理すると、以下のとおり。なお、各意見には、回答者の組織の形態（質問 A1）及び業種（質問 A2）を記載した。

回答者 36 者の内訳をみると、質問 C13（におい）、C14（触覚）、C15（味覚）の保護制度

の導入において、二つ以上の質問で否定的な意見を選択した者が 24 者（うち、三つの質問のいずれにも否定的な意見を選択した者は 22 者）、二つ以上の質問で肯定的意見を選択した者が 6 者、いずれの質問も「わからない」「その他」を選択した者は 6 者であった。このため、自由記載の意見には制度導入に否定的意見が多く含まれる。また、肯定的意見を選択した者や「わからない」「その他」を選択した者からも、制度を導入する場合の懸念として、過度な権利保護や類否判断の困難性等が挙げられていることに留意する必要がある。

【質問 C13,14,15 の二つ以上に否定的な回答をした者（すなわち、におい等非伝統的商標の保護制度導入に否定的であると考えられる者）からの意見】

＜権利範囲の特定、識別力・類否判断が困難＞

・客観的に権利範囲が特定できない中、想定できるメリットは話題性のみであり、必要性は感じない。（大企業、繊維）
・各個人の感覚により捉え方が大きく異なるため、権利範囲の特定は非常に困難と思われる。（大企業、化学）
・伝統的な商標および新しい商標よりもさらに識別力と類否の判断が主観的になると思う。米国のように使用主義を採用している国では権利範囲が明確になると思われるが、わが国のように登録主義を採用している国では、広い権利範囲での設定登録が認められ、一人の出願人に過剰な商標権の行使が認められる事態になるのでは、と考える。（中小企業、窯業・土石製品製造業）
・類似範囲が曖昧で、結局のところ権利範囲はデッドコピーの範囲内になるかと思う。また、「におい」「触覚」「味覚」何れについてもオンラインで提出できないので、実際の出願等に関する手続き検討が必須になると思う。さらに、時間経過とともに変化する「におい」等にどのように対応するのか検討が必要と感じる。（中小企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・類比判断の手法など想像できない部分が多く個人の感覚に左右される要素が大きいため、現状では導入すべきではないと考える。（中小企業、その他製造業）
・客観性の担保が全くイメージできないので類比判断が難しいと感じる。（大企業、情報サービス業）
・アメリカの登録事例でも商標自体は言葉で示しているわけだし、権利の特定・類似範囲の認定が困難。登録場面だけでなく、その後の活用場面や権利侵害場面も考えたうえでの制度設計を望む。（大企業、化学）
・保護を考えると同時に、侵害していないかどうか確認することが必要で、侵害していないかの判別が不可能である場合は、識別力を獲得しているものに限定することなどが必要と考える。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・感覚によるところが多く、客観的な判断が難しい領域かと思い、保護制度の導入にはやや懐疑的。（大企業、運輸・倉庫業）
・におい、触覚、味覚で違いを判断することが人によっては難しい。感覚を具体的に言葉で表わし違いを伝えてもわからないと思う。（中小企業、食品）
・個人の感覚による差異が視覚や聴覚と比較しても大きいので、その差異をある程度明確にできないのであれば、商標として導入すべきではない。（大企業、小売業）
・感覚には個人差が出るので、判断が非常に難しいと思われ、争いの元になるのではない

かと思う。（中小企業、卸売業）
・個人差が大きいものを、どのように差別するのか難しいと思う。（個人事業者、教育・学術支援業）

＜企業活動への萎縮効果・混乱を招くおそれ＞
・一般の人が、検索や類否をある程度判断できるような環境がどうやって準備できるかによると思う。そうでないと、企業活動の萎縮につながる恐れがあると思う。（中小企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・各国のわずかな例を見ても、登録になっているということが物珍しいだけで、実際の使用場面において真に識別標識として使用されているか疑わしく、権利行使の例も聞かれない。審査制度（基準の整備等）の導入コスト、出願人にとっての検討・出願コストに見合った経済的効果があるとは考えにくいです。2015 年の新しいタイプの商標ですら、話題性以外の活用方法があまりなく、持て余されているように思う。他人の出願や登録に対する警戒感だけが増えて、混乱をもたらすデメリットの方が大きいように思う。（大企業、食品）
・明確な判断ができないものに権利を与えることは製造業界全体に混乱を与えるだけだと思うので、導入しない方が良いと思う。（中小企業、その他製造業）
・におい・触覚・味覚が商標として機能する場面があまりイメージできないし、主観が入らずに客観的に判断するのが難しいと感じる。先行調査や類否判断の基準が煩雑になりそうで、混乱することが想定されるように思う。また、におい・触覚・味覚については、各社が独特の手触りを製造する技術やにおい・味を作り出すレシピを特許や営業秘密で保護していくことで足り、無理に商標権で保護する必要はないと思う。（大企業、食品）
・前記のようなデメリットの解消が困難と思われ、侵害事件の頻発・立証困難・不透明な判断による差止めや損害賠償が生じかねず、法制度としての導入には課題が多すぎるように思われる。防衛のための過度な出願の濫発・費用増大にもつながりかねず、その観点でも導入は厳しいのではないか。（組合、卸売業）
・「におい」「触覚」「味覚」と言われると広い権利と受け取れる。年齢や環境で受け取り方が大きく変わる感覚機能に対して権利者が曖昧な境界線の画一的な権利を押し付けることができてしまうように思える。高級料理をおいしいと思う人もいれば、口に合わない人もいる。この料理は伝統的で、ここでしか味わえないという味もあるが、「ほぼかに」やウニの味をプリンと醤油で再現できるように人の感覚は極めて曖昧。したがって、産業の発達には貢献する一面もあると思うが、需要者の利益を保護するかといえば、場合によるのではないか。となると、そもそも導入する必要性があるのか疑問。導入しても登録できない、出願人に対して明確な基準を明示できない、不明なものは審判・裁判で決着すればよい、のであれば、ただ混乱をもたらすのではないかと考えてしまう。（大企業、医薬品）
・反対の立場から、日本において「におい」「触覚」「味覚」を商標権で保護する制度を導入する事には以下の理由から慎重であるべきです。1. 客観性の欠如－主観的な感覚であることから、統一した基準で権利を保護するのは困難 2. 侵害の証明が困難 - 法的に侵害を証明するための基準があいまい 3. 消費者の認識が低い - 視覚や音とは異なり、「におい」「触覚」「味覚」を通じて商品やサービスをブランドの識別に使われることが少な

い。4. 国際的な調査の欠如 - 保護する法的枠組みが整っていない為、企業のリスクが高まる。5. 制度の複雑化とコスト増加。結論としてこれらの感覚に基づく商標保護は現実的な運用や法的な明確性を欠いており、制度を導入することは日本の商標化システムの混乱を招く可能性が高いと考える。（中小企業、小売業）
・百害あって一利ない。アメリカのような訴訟社会を特許庁は望んでいるのでしょうか。（大企業、食品）

＜登録後の活用に問題あり＞
・「におい」「触覚」「味覚」の商標については、登録されることで企業の宣伝効果に繋がると考えられるが、この３つに関しては、人によって感覚の違いがあるため、登録されてもどう活用していくのかが課題になると考えられる。（大企業、窯業・土石製品製造業）

＜その他＞
・実際には登録要件が高すぎるため、登録となるケースがほとんどなく、制度として意味を有しないと思う。（大企業、医薬品）
・味覚商標の保護は断固反対する。指定商品を飲食料品とした場合に、味覚はいかなる場合も識別性を有さないと考えるべき。飲食料品以外の指定商品・役務に対し味覚を商標と認めることで、本来飲食すべきでない（または医薬品のように制限なく摂取すべきでない）物品に味をつける商行為が促進される結果、子供などによる誤飲誤食事故につながることを強く懸念する。におい商標も同様で、好ましいにおいが摂食を促す恐れがあるので、物品ににおい商標の登録を認めることには反対である。（大企業、食品）

【質問 C13,14,15 の二つ以上に肯定的な回答をした者（すなわち、におい等非伝統的商標の保護制度導入に肯定的であると考えられる者）からの意見】

＜権利範囲の特定・類否判断等が困難＞
・人の感覚に近いものであり、権利範囲を確定することが非常に難しく、過度な権利保護につながらないよう留意が必要と考える。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・いずれの商標も個人差が生じやすく、第三者が調査を行った際に内容を正確に把握できるかについて不安材料がある。特に「におい」と「味覚」の商標について、従来型の商標よりも類否判断が容易でなく、権利関係の錯綜が起きやすいのではと思う。（中小企業、化学）
・面白いと思う一方、どのように判断するのかのルール化が難しく、出願側も困りそう。（大企業、食品）

＜企業活動への萎縮効果を生むおそれ＞
・「におい」「触覚」といったところは弊社でも消費者への訴求として重視しているところでもあり、商標登録が可能となれば、ぜひ検討したいと思う。一方で、類否の判断が難しく、他社が登録した場合、開発現場に萎縮効果を生みかねないようにも思われ、悩ま

しく考えている。（中小企業、化学）

＜その他＞
・審査においてどこまでのオリジナル性が必要になるかわからないが、一定割合の原材料の配合により獲得できるにおい、味覚にも独占権を与えるのか、特許権との関連も出てくるのか。初歩的な疑問は消えない。（大企業、食品）

【質問 C13,14,15 の回答にいずれも「わからない」「その他」を選択した者からの意見】

＜権利範囲の特定等が困難＞
・権利としては必要だと思うが、権利範囲、運用が難しいと思う。（大企業、繊維）
・仮に登録を得ることが出来れば、ブランディングや差別化の一環として目玉になりそうなので、導入もおもしろいとは感じる。一方で、「におい」「触覚」「味覚」などの判別は個人の感覚値によって少し差があると思うので、基準づくりが難しいのではとも思う。（大企業、食品）

＜社会に混乱を招くおそれ＞
・商標は半永久的に独占できるので、におい、触覚、味を独占されるのは社会に混乱をもたらさないか？（中小企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）

＜その他＞
・特にこれらの商標については導入する重要性・必要性が高いとは感じない。（中小企業、その他製造業）
・仮に「におい」「触覚」「味覚」の商標を導入するとしたとしても、飲食料品業界においては通常、「におい」「触覚」「味覚」がある商品ばかりであることから、基本的には識別力がないという前提で検討を進めていただきたい。（大企業、食品）

４．質問 D　非グラフィカルな手法による出願に関する質問

質問 D では、非グラフィカルな手法による出願の経験及び日本における制度導入について質問を行った。

（１）非グラフィカルな手法による出願経験

質問 D1 において、海外での非グラフィカルな手法による出願について質問したところ、「出願したことはなく、検討したこともない」が 132 者（98.5%）で大多数を占めた。「出願したことがないが、検討したことはある」が 2 者（1.5%）、「出願したことがある」は 0 者であった。（n=134）

なお、「出願したことがある」を選択した者はいなかったため、出願を行った具体的な国・地域についての質問 D1-2、D1-3 及び非グラフィカルな手法による出願をした理由につい

ての質問 D2、D2-2 については、回答がなかった

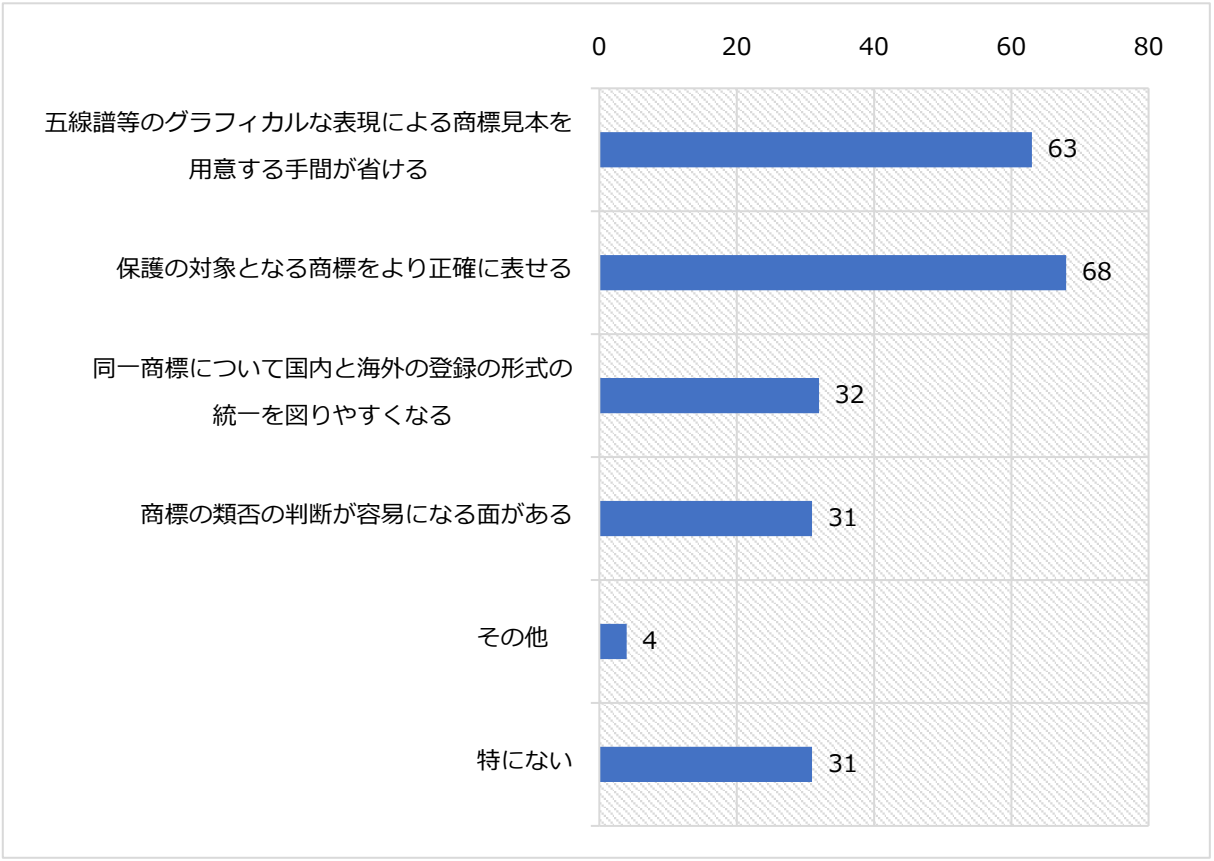
（2）非グラフィカルな手法による出願を行う際の不便や困難

質問 D3 において、海外において非グラフィカルな手法による出願を行う際の不便や困難な点について複数回答可として質問したところ、回答者数 2 者のうち、「商標の検索・閲覧の手間が増えた」が 1 者、「特にない」が 1 者であった。

（3）非グラフィカルな手法による出願のメリットについて

質問 D4 から質問 D10 までは、日本における制度導入に関する質問である。
質問 D4 において、非グラフィカルな手法による出願のメリットについて質問したところ、【図表 35】の結果を得た。「保護の対象となる商標をより正確に表せる」が 68 者で最も多く、「五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省ける」が 63 者で続いた。「特にない」は 31 者であった。

【図表 35】非グラフィカルな手法による出願のメリット（複数回答可）（n=134）



なお、「その他」を選択した 4 者からは、質問 D4-2 において以下の回答があった。

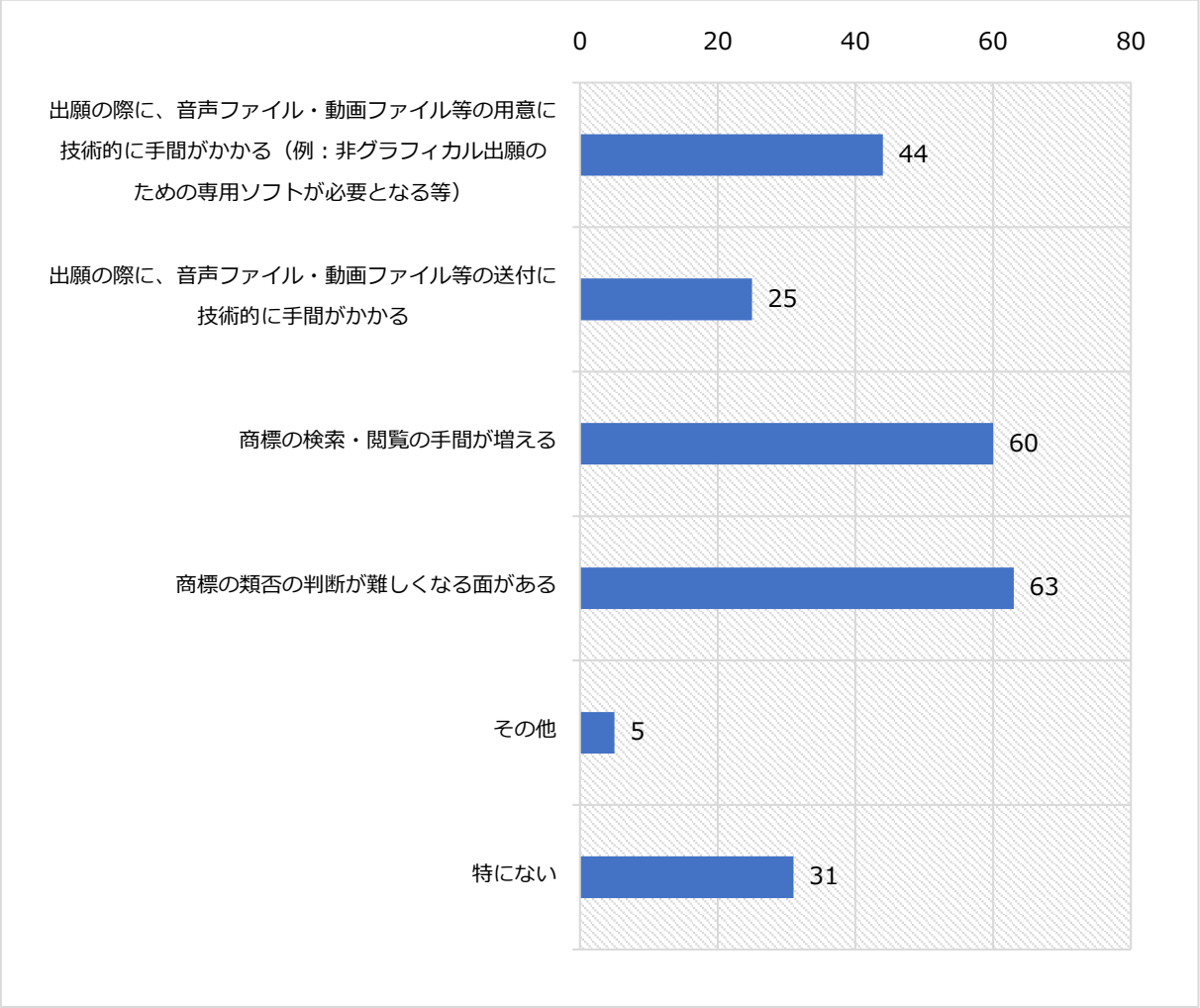
・音商標を出願した際に、審査で出願商標と音声ファイルの不一致を指摘されて拒絶理由通知を受けた事があった。指摘通り不一致となっていた事例もある一方、楽譜と音声ファイルの提供者によると一致しているとの見解であり、対応に困ったことがあった。そ

の後審査での判断で多少緩和されたようだが、音声ファイルだけで済むのであれば上記のようなことはなくなるので。（大企業、化学）
・音や動きの連続性を、動的なまま表現することができれば、よりわかりやすいのではないかと思う。（大企業、医薬品）
・音の場合、音質などの差、ニュアンスまで表現できる。（大企業、食品）
・わからない。（中小企業、医薬品）

（4）非グラフィカルな手法による出願のデメリットについて

質問 D5 において、非グラフィカルな手法による出願のデメリットについて質問したところ、【図表 36】の結果を得た。「商標の類否の判断が難しくなる面がある」が 63 者で最も多く、「商標の検索・閲覧の手間が増える」が 60 者、「出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の用意に技術的に手間がかかる」が 44 者で続いた。「特にない」は 31 者であった。

【図表 36】非グラフィカルな手法による出願のデメリット（複数回答可）（n=134）



なお、「その他」を選択した 5 者及び「出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の用

意に技術的に手間がかかる」を選択した 1 者からは、質問 D5-2 において以下の回答があった。

【「その他」を選択した者からの意見】
・ファイルを読み取るアプリやソフトなどが消滅したときに、再現できない。（大企業、化学）
・商標は長期間権利が存続することを考えると、その間、標準的なファイル形式が永続するとは思われず、時代を経たときに保存や検索、閲読に困難が生じることが心配。（大企業、食品）
・非グラフィカルな手法による出願をした場合、より鮮明により動的な複雑な印象を伝えることが可能になるため、審査官がどこを抽出するかによって審査等する点が増えるのではないかと思う。それによって審査の遅延等を招くことや、審査で評価したポイントを理由または査定に明確に記載していただかないと、応答とかみ合わないこともあるのではないかと思った。（大企業、医薬品）
・保護の対象となる商標をより正確に表せることもあると思われるが、例えば音の商標について、従来の五線譜などを不要としてしまうと、かえって不明確になる可能性もあるのではないか。（大企業、食品）
・わからない。（中小企業、医薬品）

【「出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の用意に技術的に手間がかかる」を選択した者からの意見】
・準備のためのコストがかさむ。（大企業、食品）

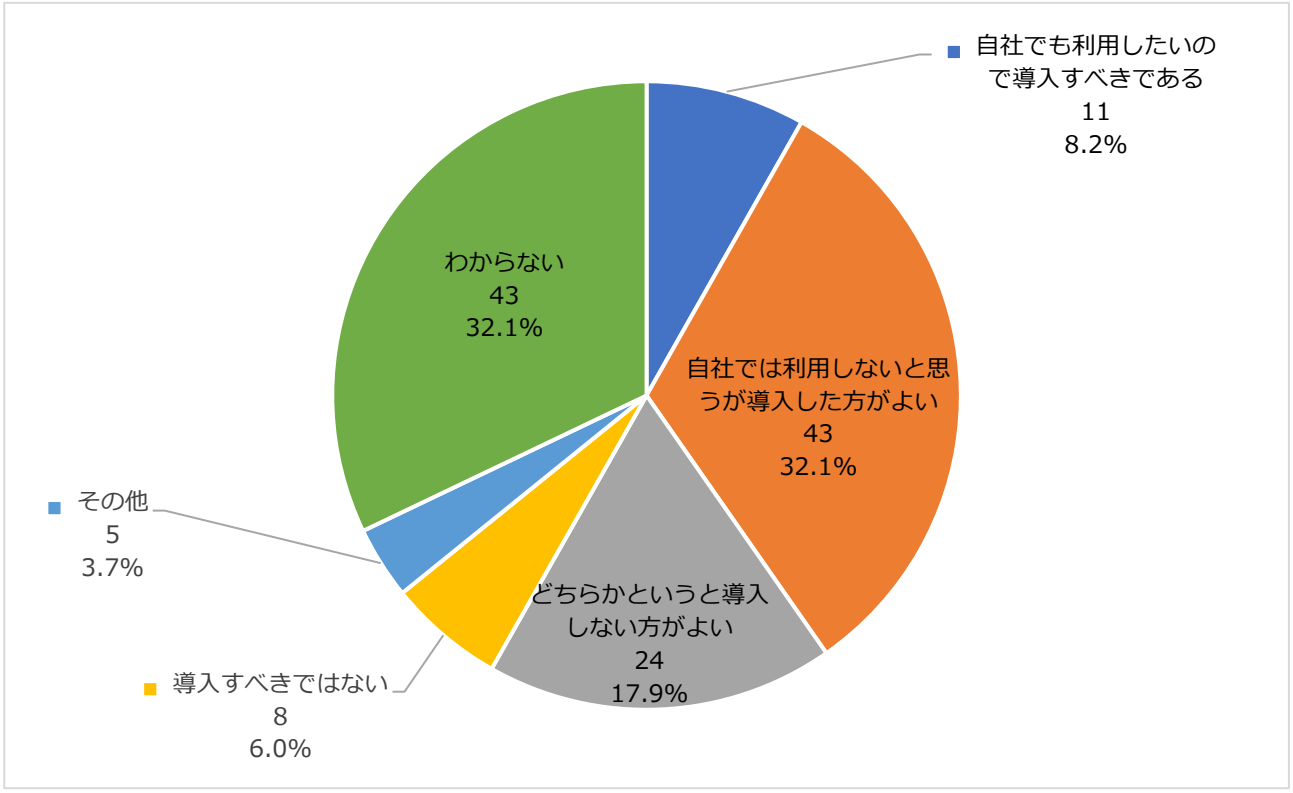
（５）非グラフィカルな手法による「音商標」出願の導入について

（ｉ）非グラフィカルな手法による「音商標」出願の導入

質問 D6 において、非グラフィカルな手法による「音商標」の出願の導入について質問したところ、【図表 37】の結果を得た。導入に肯定的な意見が、導入に否定的な意見より多くなったが、過半数には届かなかった。また、「わからない」が約 32%を占めた。

「自社でも利用したいので導入すべきである」が 11 者、「自社では利用しないと思うが導入した方がよい」が 43 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 54 者（40.3%）であった。一方、「どちらかというと導入しない方がよい」は 24 者、「導入すべきではない」は 8 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 32 者（23.9%）であった。

【図表 37】非グラフィカルな手法による「音商標」出願の導入（n=134）



なお、「その他」を選択した 5 者のうち 4 者及び「どちらかというと導入しない方がよい」を選択した 1 者からは、質問 D6-2 において以下の回答があった。

【「その他」を選択した者からの意見】
・引き続き音程などがわかるものは必要と思う。（大企業、医薬品）
・楽譜でなく文章で説明する音商標は、これによりわかりやすくなる可能性はある。ただ、調査を簡易にできるようにすることが条件になる。（大企業、食品）
・導入するにしても、権利範囲や侵害行為が明確化されることを希望する。（大企業、化学）
・今のところ自社の出願は未定だが、今後の可能性を踏まえ、導入したほうがよい。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）

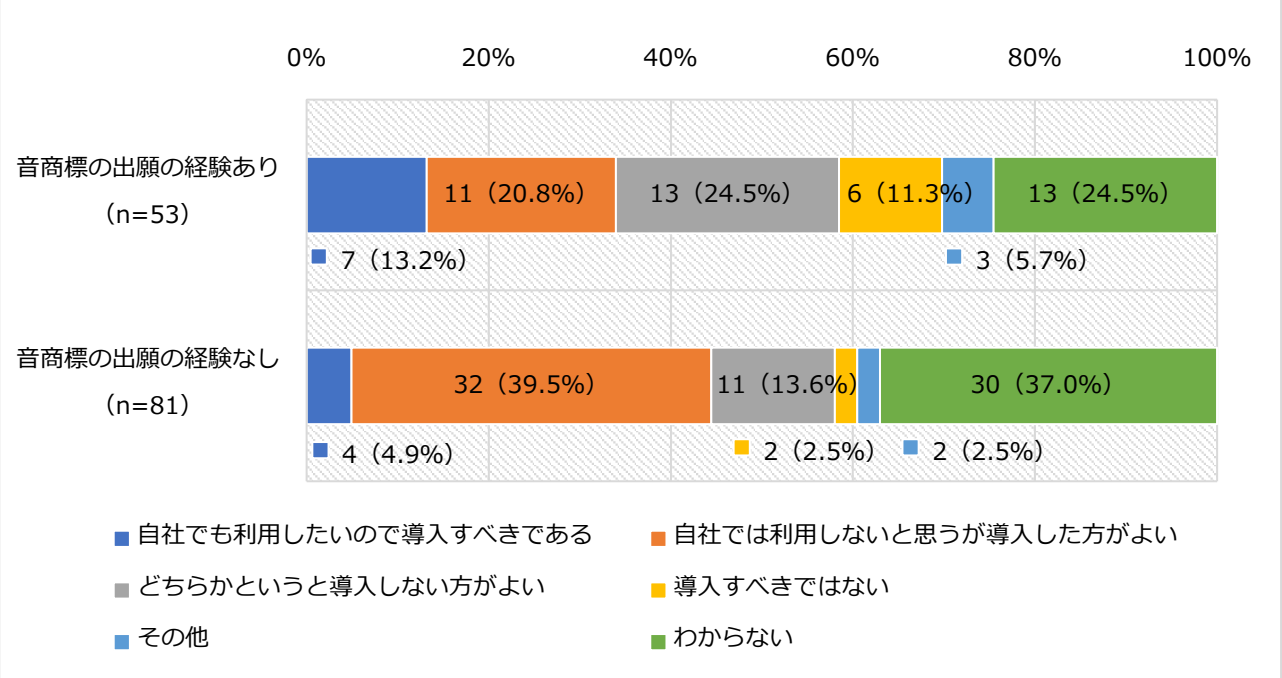
【「どちらかというと導入しない方がよい」を選択した者からの意見】
・五線譜で表しにくい音声があるとしても、音商標については権利範囲を明確にするため、五線譜は必須ではないかと思われる。五線譜がないと商標の特定や類否の判断においてサーチ側の負担が増えることが予想される。（大企業、食品）

（ⅱ）非グラフィカルな手法による「音商標」出願の導入（「音商標」出願経験別内訳）

非グラフィカルな手法による「音商標」の出願の導入（質問 D6）について、「音商標」の出願経験（質問 C2）別にその内訳を見ると、【図表 38】の結果となった。音商標の出願経験がある者の場合は、非グラフィカルな手法による出願の導入に肯定的な意見が 18 者

（34.0%）、否定的な意見が 19 者（35.8%）とほぼ同数であった。音商標の出願経験がない者の場合は、肯定的な意見が 36 者（44.4%）、否定的な意見が 13 者（16.1%）となったが、「わからない」も 30 者（37.0%）に上った。

【図表 38】非グラフィカルな手法による「音商標」出願の導入の「音商標」出願経験別内訳



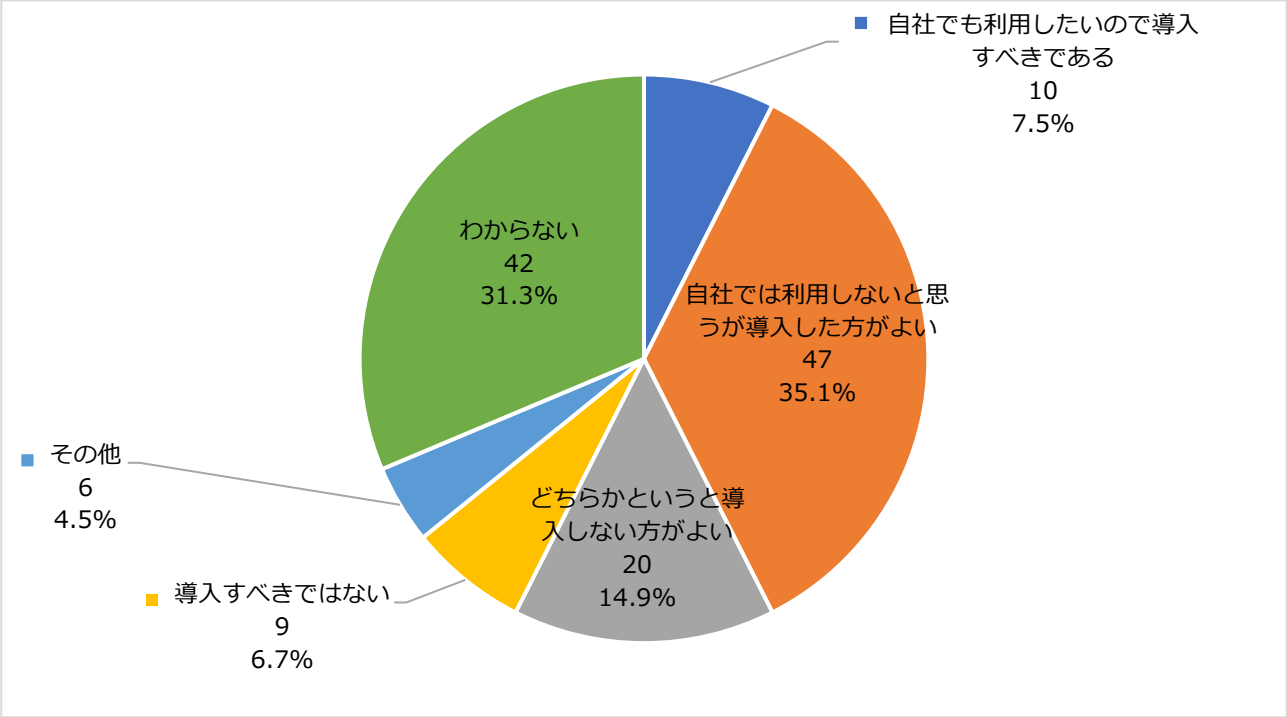
（６）非グラフィカルな手法による「動き商標」出願の導入について

（ｉ）非グラフィカルな手法による「動き商標」出願の導入

質問 D7 において、非グラフィカルな手法による「動き商標」の出願の導入について質問したところ、【図表 39】の結果を得た。導入に肯定的な意見が、導入に否定的な意見より多くなったが、過半数には届かなかった。また、「わからない」が約 31%を占めた。

「自社でも利用したいので導入すべきである」が 10 者、「自社では利用しないと思うが導入した方がよい」が 47 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 57 者（42.5%）であった。一方、「どちらかというと導入しない方がよい」は 20 者、「導入すべきではない」は 9 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 29 者（21.6%）であった。

【図表 39】非グラフィカルな手法による「動き商標」出願の導入（n=134）



なお、「その他」を選択した 6 者からは、質問 D7-2 において以下の回答があった。

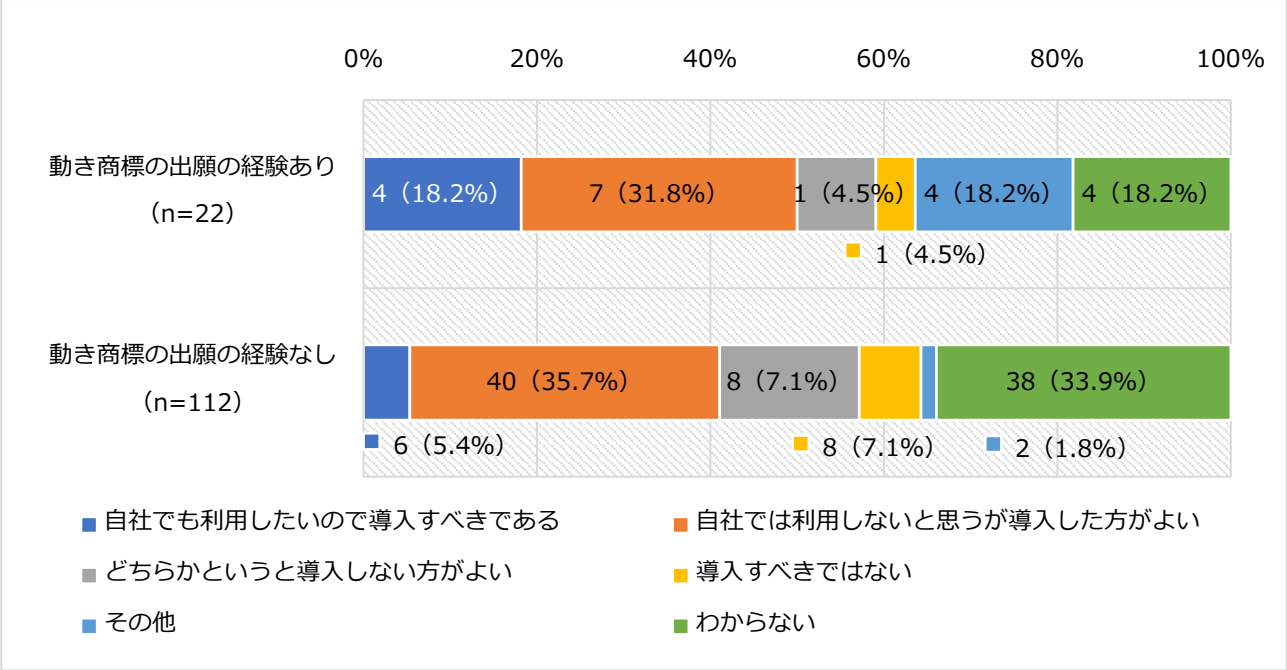
・あれば利用したい。（大企業、食品）
・導入するにしても、権利範囲や侵害行為が明確化されることを希望する。（大企業、化学）
・調査が容易ならば導入しても良いが、そうでないなら導入しない方が良いと思う。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・ことばで説明するより一目瞭然でわかりやすい可能性はある。ただ、調査を簡易にできるようにすることが条件になる。（大企業、食品）
・今のところ自社の出願は未定だが、今後の可能性を踏まえ、導入したほうがよい。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・現時点で「動きの商標」については、補助的に「動画ファイル」の提出が認められていないと理解している。「音の商標」と同様に「動画ファイル」を補助的に提出できるようになってもよいと考える。ただし、「動画ファイル」のみであると、商標の特定や類否の判断においてサーチ側の負担が増えることが予想されるため、現在、「動きの商標」を出願される際に求められるパラパラ漫画のような図面は必須と考える。（大企業、食品）

（ii）非グラフィカルな手法による「動き商標」出願の導入（「動き商標」出願経験別内訳）

非グラフィカルな手法による「動き商標」の出願の導入（質問 D7）について、「動き商標」の出願経験（質問 C2）別にその内訳を見ると、【図表 40】の結果となった。動き商標の出願経験がある者の場合は、非グラフィカルな手法による出願の導入に肯定的な意見が 11 者（50.0%）、否定的な意見が 2 者（9.0%）となった。動き商標の出願経験がない者の場合も、肯定的な意見が 46 者（41.1%）、否定的な意見が 16 者（14.2%）となったが、「わ

からない」も 38 者（33.9%）に上った。

【図表 40】非グラフィカルな手法による「動き商標」出願の導入の「動き商標」出願経験別内訳



（7）非グラフィカルな手法による「ホログラム商標」出願の導入について

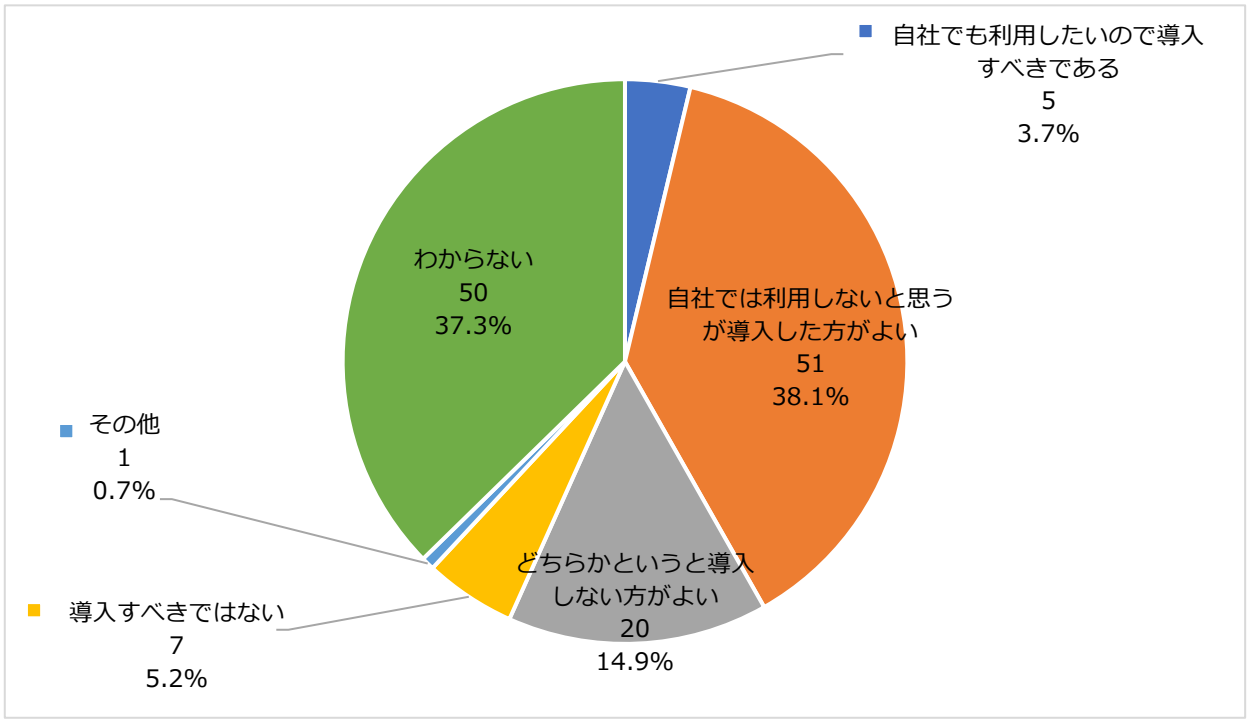
（ⅰ）非グラフィカルな手法による「ホログラム商標」出願の導入

質問 D8 において、「ホログラム商標」についての非グラフィカルな手法による出願の導入について質問したところ、【図表 41】の結果を得た。導入に肯定的な意見が、導入に否定的な意見より多くなったが、過半数には届かなかった。また、「わからない」が約 37%を占めた。

「自社でも利用したいので導入すべきである」は 5 者に止まったが、「自社では利用しないと思うが導入した方がよい」が 51 者と多く、導入に肯定的な意見を合わせると 56 者（41.8%）であった。一方、「どちらかというと導入しない方がよい」は 20 者、「導入すべきではない」は 7 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 27 者（20.1%）であった。

なお、「その他」を選択した 1 者からは、質問 D8-2 において「調査が容易ならば導入しても良いが、そうでないなら導入しない方が良いと思う。」との回答があった。

【図表 41】非グラフィカルな手法による「ホログラム商標」の出願の導入（n=134）



（ii）非グラフィカルな手法による「ホログラム商標」出願の導入（「ホログラム商標」出願経験別内訳）

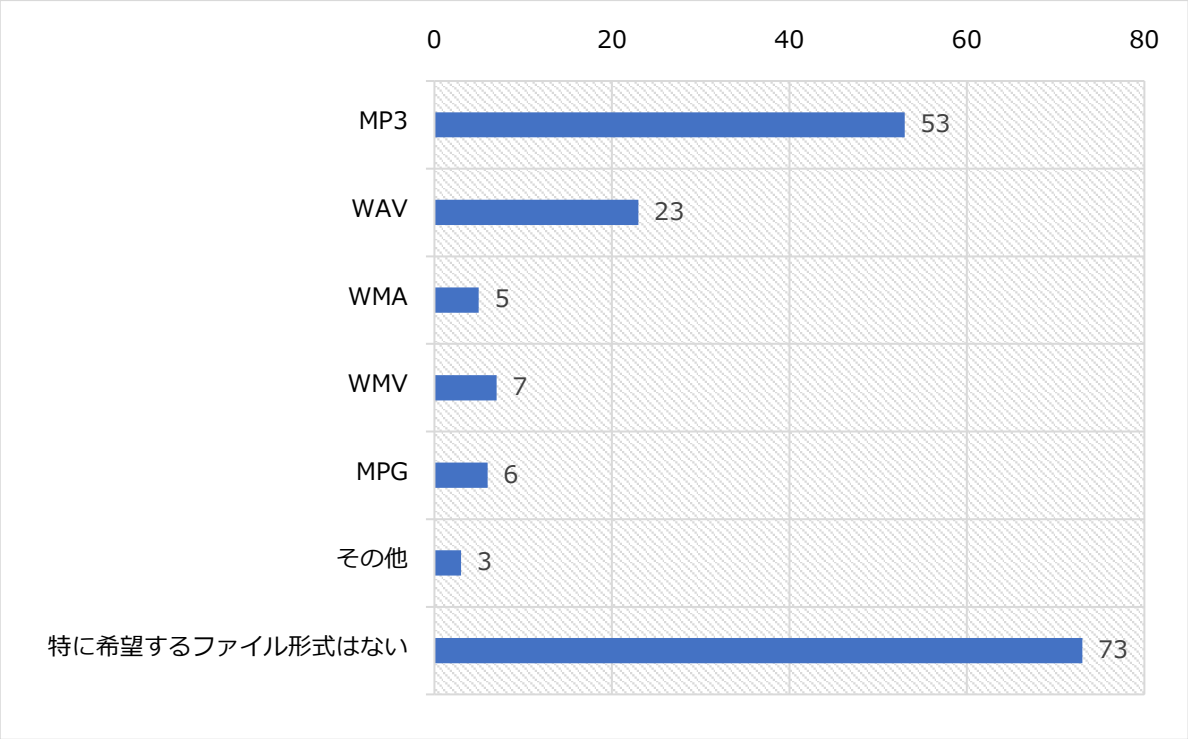
ホログラム商標の出願経験（質問 C2）がある者は 1 者であり、非グラフィカルな手法による「ホログラム商標」の出願の導入（質問 D8）について「わからない」を選択した。

（8）非グラフィカルな手法による出願に使用するファイル形式

（i）「音商標」の出願に使用するファイル形式

質問 D9 において、非グラフィカルな手法による「音商標」の出願に使用を希望するファイル形式について質問したところ、【図表 42】の結果を得た。マドプロ出願において許容される「MP3」が 53 者、「WAV」が 23 者と上位を占めたが、「特に希望するファイル形式はない」も 73 者であった。

【図表 42】「音商標」の出願に使用するファイル形式（複数回答可）（n=130）



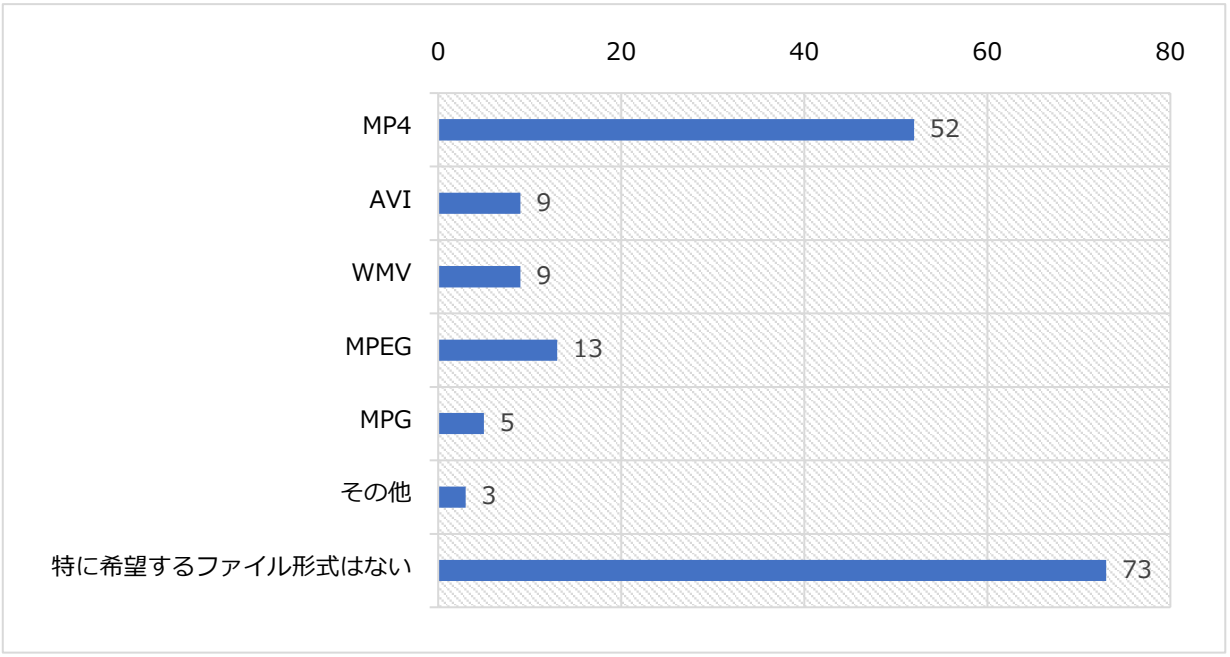
なお、「その他」を選択した 3 者からは、質問 D9-2 において以下の回答があった。

・一般的なもの。（大企業、食品）
・ファイル形式についての知識が乏しいため分からないが、汎用的かつ海外で使用が認められているものがよい。（大企業、食品）
・出願したことがないので分からない。（中小企業、その他製造業）

（ⅱ）「動き商標」・「ホログラム商標」の出願に使用するファイル形式

質問 D9 において、非グラフィカルな手法による「動き商標」・「ホログラム商標」の出願に使用を希望するファイル形式について質問したところ、【図表 43】の結果を得た。マドプロ出願において許容される「MP4」が 52 者であったが、「特に希望するファイル形式はない」も 73 者であった。

【図表 43】「動き商標」・「ホログラム商標」の出願に使用するファイル形式（複数回答可）（n=129）



なお、「その他」を選択した 3 者からは、質問 D9-3 において以下の回答があった。

・一般的なもの。（大企業、食品）
・ファイル形式についての知識が乏しいため分からないが、汎用的かつ海外で使用が認められているものがよい。（大企業、食品）
・出願したことがないので分からない。（中小企業、その他製造業）

（9）非グラフィカルな手法による出願の導入に対する意見

質問 D10 において、日本において非グラフィカルな手法による出願の導入について自由記載形式で意見を求めたところ、19 者から意見があった。これらの意見を、質問 D6（音商標）、D7（動き商標）、D8（ホログラム商標）についての非グラフィカルな手法の導入に対する回答別に整理すると、以下のとおり。なお、各意見には、回答者の組織の形態（質問 A1）及び業種（質問 A2）を記載した。

回答者 19 者の内訳をみると、質問 D6（音商標）、D7（動き商標）、D8（ホログラム商標）の出願の導入において、二つ以上の質問で肯定的意見を選択した者が 6 者、二つ以上の質問で否定的意見を選択した者が 4 者、いずれの質問も「わからない」「その他」を選択した者は 7 者、その他が 2 者であった。二つ以上の質問で肯定的意見を選択した者からは、類似性の判断や検索・閲覧の観点から賛成する意見が挙げられた。一方、二つ以上の質問で否定的意見を選択した者や、「わからない」「その他」を選択した者からは、導入するとした場合の懸念や条件について言及する意見が多く挙げられた。

【質問 D6,7,8 の二つ以上に肯定的な回答をした者（すなわち、非グラフィカルな手法による出願の導入に肯定的であると考えられる者）からの意見】

・類似性を判断するのに非常に参考になると思う。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・より保護したい対象を明確に特定できるようになり良いと思う。（大企業、運輸・倉庫業）
・商標出願の技術的なハードルが下がったり、出願手法の選択肢が増えたりすることについては賛成する。（中小企業、その他製造業）
・第三者が容易に閲覧できる場合は有効と思う。（中小企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・自社では検討していないが、五線譜と音声ファイル両方、動き・ホログラムは図と動画ファイル両方を出願することで、より検索性や類否判断がしやすくなるかと思う。（中小企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）

【質問 D6,7,8 の二つ以上に否定的な回答をした者（すなわち、非グラフィカルな手法による出願の導入に否定的であると考えられる者）からの意見】
・類似対策のための検索がしやすい環境が必要かと考える。（中小企業、卸売業）
・コーデックに依存する形式はなるべく避けたほうがいいのではないか。（大企業、小売業）

【質問 D6,7,8 の回答にいずれも「わからない」「その他」を選択した者からの意見】
・第三者に権利の内容が詳細にわかり、かつ、出願人およびその代理人が扱いやすいものであれば導入しても良いと思う。（中小企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）
・出願が容易になるほか、内部での商標のイメージ提示の際にわかりやすくなることはメリットに思う。一方で、実際に登録された権利がどの部分を要部としているのか、どの点が類似すると侵害となるのか、侵害だとして差止めがどの範囲で認められるのか、過失判断や損害賠償額などはどのようになるのかが見えないところがある点は懸念として大きく感じる。（組合、卸売業）
・商標は長期間権利が存続することを考えると、その間、標準的なファイル形式が永続するとは思われず、時代を経たときに保存や検索、閲読に困難が生じることが心配。（大企業、食品）
・出願の際の手間が省けるが、再生しないと商標全体を把握できないので、どちらが良いのか決めかねている。（大企業、化学）
・実際に、始まってみないとわからないことも多いと思う、調査やファイル形式が汎用的で、容易にできることを望む。（大企業、機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス）

【質問 D6,7,8 で上記のいずれの組合せにも該当しない回答をした者からの意見】
・商標登録がデジタルファイルのみでなされるようになると、閲覧や調査に大変な手間がかかることが予想される。また、環境によっては閲覧ができなくなる人も現れることが懸念される。非グラフィカル手法の出願を認めるとしても、補助資料として視覚的表現を添付するなどしてほしい。(大企業、食品）
・音や動きの商標の出願において、動画ファイルを活用できるようになることは歓迎だが、

現時点ではあくまで商標と特定するうえで補助的なものとして扱うべきであると考える。（大企業、食品）

第２節　代理人事務所に対する国内質問票調査

本節では、代理人事務所向けの質問票（資料 2 参照）に対して寄せられた回答の内容を紹介する。

１．質問 A　回答者の属性等に関する質問

（１）回答者の代理業務の主たる顧客層

質問 A1 において、回答者の商標出願（外国出願を含む）の代理業務の主たる顧客層について複数回答可として質問したところ、「国内中小企業・国内個人事業者」が 39 者と最も多く、「大企業」が 28 者、「外国事業者」が 23 者で続いた。なお、「その他」を選択した 3 者からは、質問 A1-2 において「公的機関」、「個人」、「特許事務所」との回答があった。（n=51）

２．質問 B　部分拒絶制度に関する質問

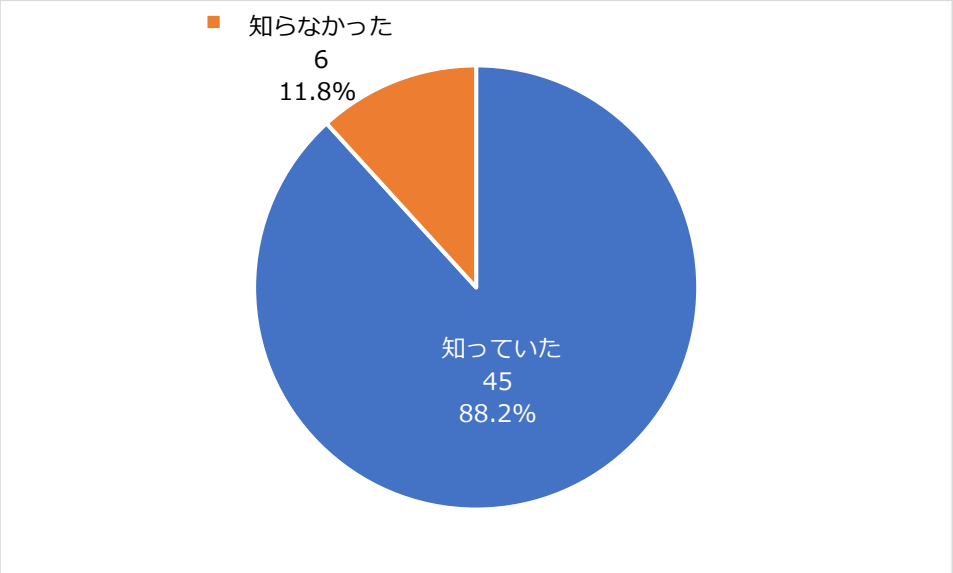
質問 B では、部分拒絶制度に関する海外での経験（質問 B1～B6）、日本における制度導入（質問 B7～B10）について質問を行った。質問にあたっては、部分拒絶制度が理解できるよう、質問票（資料 2 参照）において制度の概要及びイメージを説明した。

（１）部分拒絶制度に対する認識

質問 B1 において、部分拒絶制度に対する認識について質問したところ、【図表 44】の結果を得た。部分拒絶制度を「知っていた」が 45 者（88.2%）と多数を占めた。

なお、この質問は、「日本の制度と異なり、一部の指定商品等についてのみ拒絶が確定されることがある国・地域があると認識していれば「知っていた」とご回答ください。」と注釈を付けて実施した。

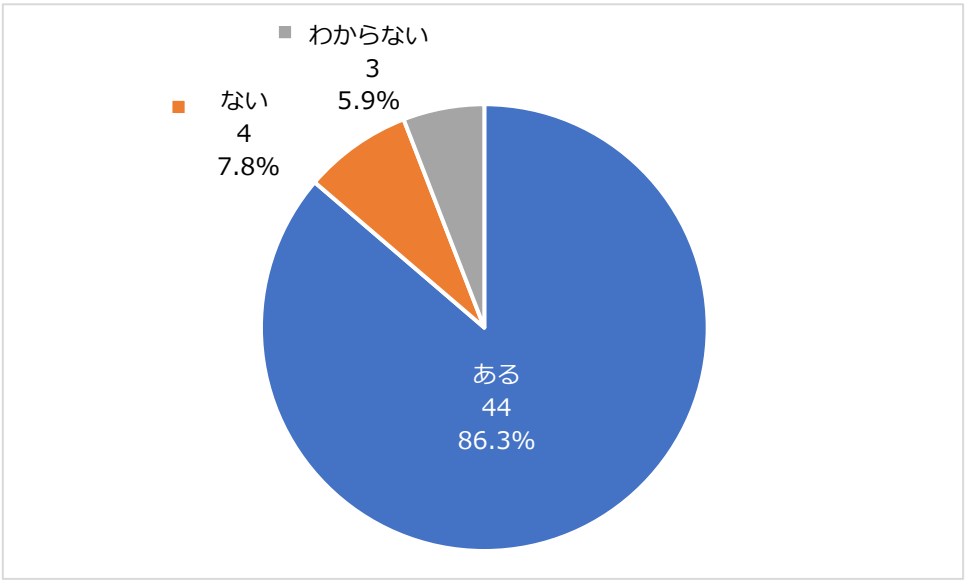
【図表 44】部分拒絶制度に対する認識（n=51）



（２）部分拒絶の通知を受けた経験

質問 B2 において、部分拒絶の通知を受けた経験について質問したところ、【図表 45】の結果を得た。部分拒絶の通知を受けたことが「ある」が 44 者（86.3%）、「ない」が 4 者（7.8%）であった。「わからない」と回答した 3 者（5.9%）のうち、2 者は質問 B1 において部分拒絶制度を「知らなかった」と回答した者であり、1 者は「知っていた」と回答している。

【図表 45】海外に出願した際に、部分拒絶の通知を受けた経験（n=51）



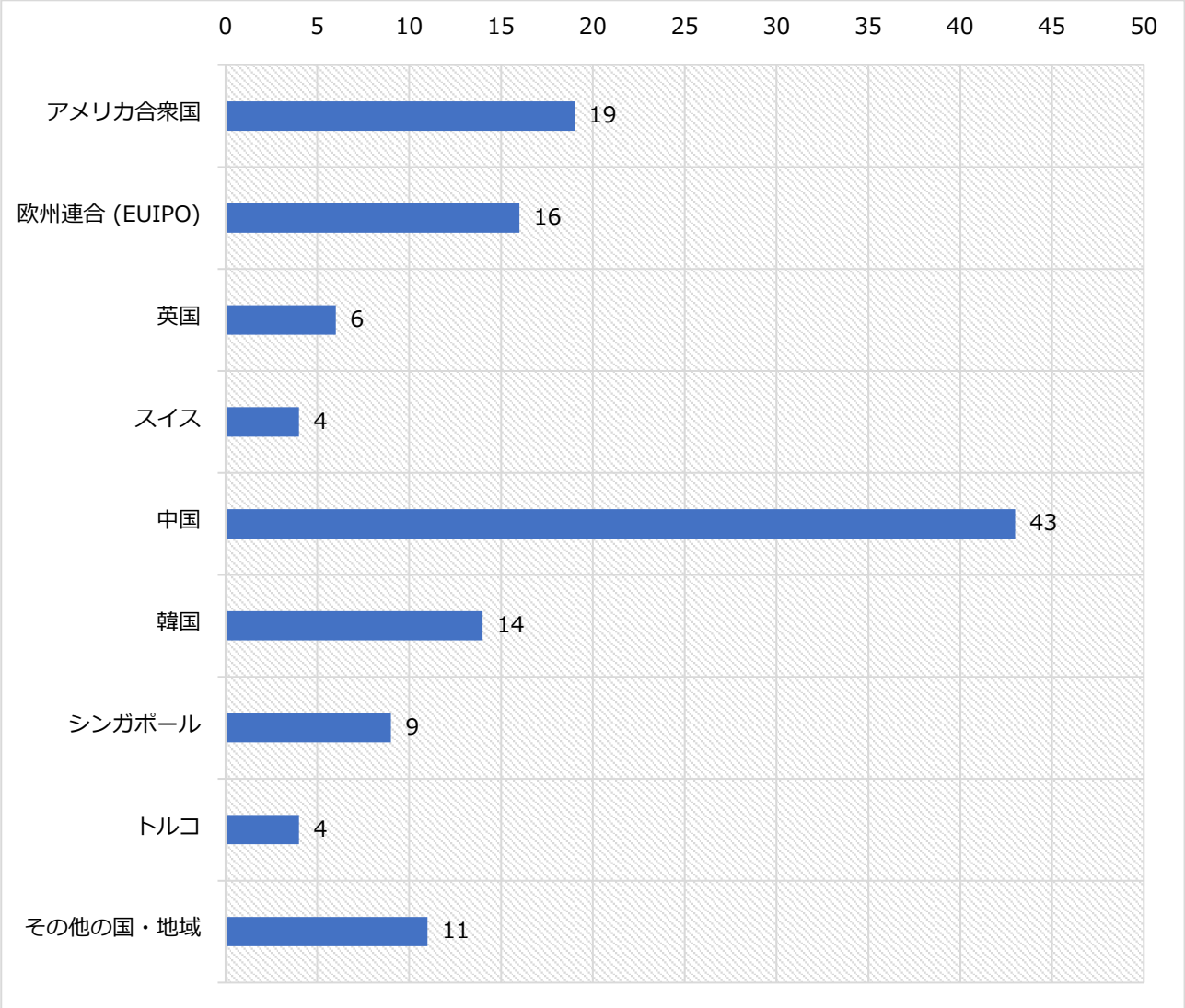
（３）部分拒絶の通知を受けた国・地域

質問 B3 において、部分拒絶の通知を受けた国・地域について質問したところ、【図表 46】

の結果を得た。「中国」が 43 者と最も多く、「アメリカ合衆国」が 19 者、「欧州連合（EUIPO）」が 16 者、「韓国」が 14 者と続いた。「その他の国・地域」については、質問 B3-2 において「ベトナム」「インドネシア」「オーストラリア」がそれぞれ 4 者、「ロシア」が 3 者、「アルメニア」「アラブ首長国連邦」「セルビア」「クロアチア」「ラオス」「チリ」「ニュージーランド」がそれぞれ 1 者の回答であった。

なお、韓国の部分拒絶制度は 2023 年 2 月 4 日に施行、シンガポールの部分拒絶制度は 2022 年 5 月 26 日に施行されている。他の国と比べて導入からの日が浅いものの、韓国は 14 者、シンガポールは 9 者から部分拒絶の通知を受けたことがあるとの回答があった。

【図表 46】部分拒絶の通知を受けたことがある国・地域（複数回答可）（n=44）



（4）部分拒絶の通知を受けた拒絶理由の内容

質問 B4 において、部分拒絶の通知を受けた場合の拒絶理由の内容について質問したところ、【図表 47】の結果を得た。この質問は、国・地域、拒絶理由のいずれについても複数回答可とした。

【図表 47】部分拒絶の通知を受けた場合の拒絶理由の内容

国・地域	回答者数	拒絶理由の内容（複数回答可）				
		識別力がない	同一・類似の先行商標がある	商品・役務の表示が不適切、区分相違	商標の使用又は使用の意思がない	その他[217]
アメリカ合衆国	19	5	16	11	1	0
欧州連合（EUIPO）	16	6	7	9	0	1
英国	6	2	3	3	0	1
スイス	4	0	0	4	0	0
中国	43	3	41	7	0	0
韓国	14	1	10	8	0	0
シンガポール	9	0	4	7	0	0
トルコ	4	0	1	3	0	0
その他の国・地域[218]	11	3	11	3	0	0

（5）部分拒絶の通知に対する対応

質問 B5 において、部分拒絶の通知に対する対応について質問したところ、【図表 48】の結果を得た。この質問は、国・地域、通知への対応のいずれについても複数回答可とした。

【図表 48】部分拒絶の通知を受けた場合の対応

国・地域	回答者数	部分拒絶の通知を受けた場合の対応（複数回答可）	
		対応した（例：補正書・意見書を提出した、分割出願を行った等）	特段対応しなかった
アメリカ合衆国	19	14	8
欧州連合（EUIPO）	16	11	6
英国	6	5	2
スイス	4	3	2
中国	43	28	27
韓国	14	11	6
シンガポール	9	7	5
トルコ	4	3	2
その他の国・地域	10	8	5

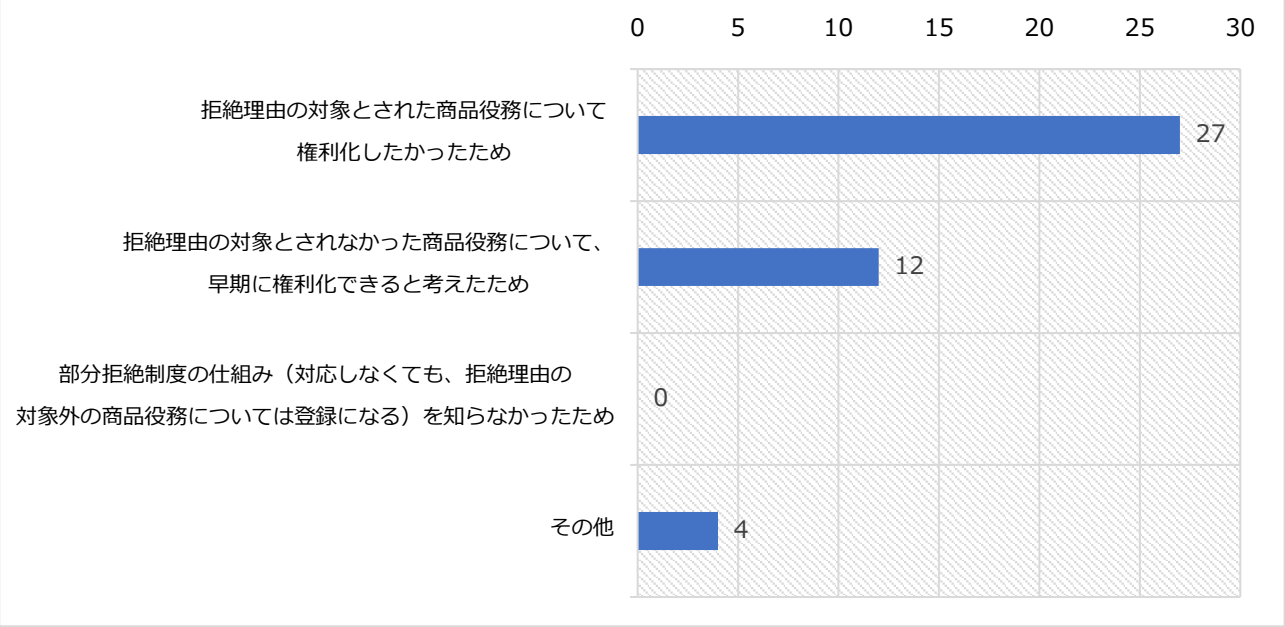
217 「その他」を選択した者からは以下の回答があった。
欧州連合（EUIPO）（1 者）：「第三者による異議申立に基づき、同一・類似の先行商標がある、とする拒絶理由」
英国（1 者）：「第三者による異議申立に基づき、同一・類似の先行商標がある、とする拒絶理由」

218 「その他の国・地域」として、ベトナム、ロシア、アルメニア、アラブ首長国連邦、インドネシア、セルビア、オーストラリア、クロアチア、ラオス、チリ、ニュージーランドが挙げられた。

（６）部分拒絶の通知に対応した理由・対応しなかった理由

質問 B6 において、質問 B5 における部分拒絶の通知に対応した理由について質問したところ、【図表 49】の結果を得た。対応した理由については、「拒絶理由の対象とされた商品役務について権利化したかったため」が 27 者、「拒絶理由の対象とされなかった商品役務について、早期に権利化できると考えたため」が 12 者となった。「部分拒絶制度の仕組みを知らなかったため」を選択した者はいなかった。

【図表 49】部分拒絶の通知に対応した理由（複数回答可）（n=33）



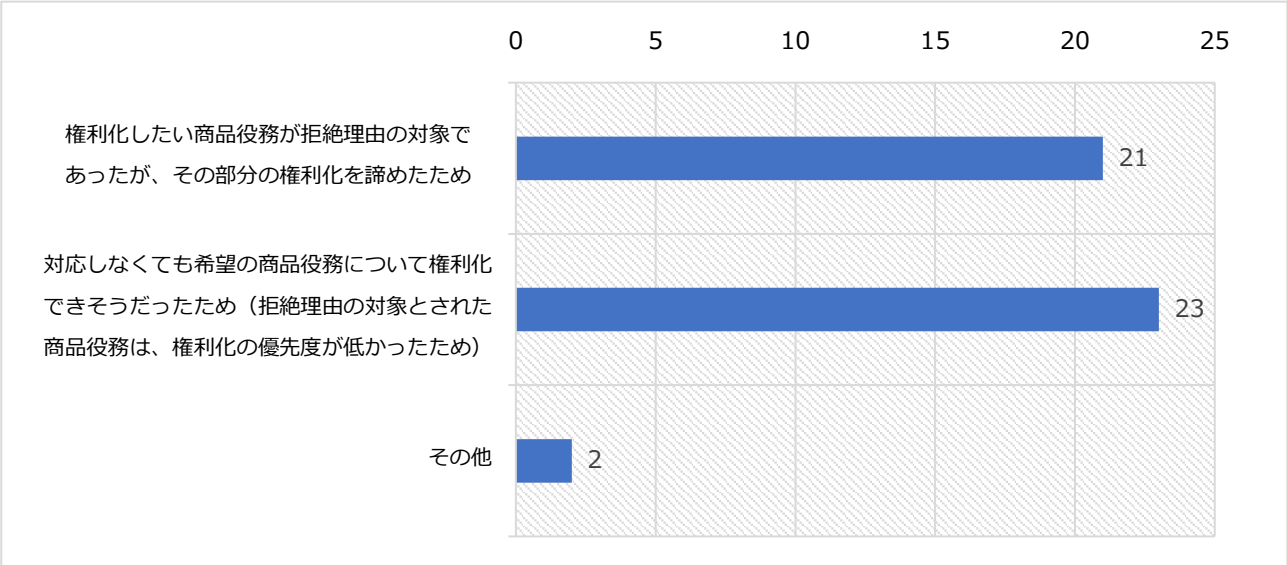
なお、「その他」と回答した 4 者からは、質問 B6-2 において以下の回答があった。

・アメリカでは、その他の拒絶理由（商標説明、ディスクレーム等）も挙げられることが多いため。
・商品・役務に対する補正指令であれば対応しさえすれば登録になるため。現地代理人が（克服が容易であると）対応を勧めたため。
・対応しなかった場合、現地特許庁の取り扱いがどのようになるか（権利化が遅れる可能性含む）不安があったため。
・拒絶理由の対象となった商品をあきらめられなかったため、非類似の主張を行った。たとえ主張が認められなくても、最終的には拒絶対象外の商品については登録となるため、登録時期が少し遅れる以外にデメリットはないと判断（費用と登録までの期間を比べ、分割はしないと考えた）。

また、質問 B6 において、質問 B5 における部分拒絶の通知に対応しなかった理由について質問したところ、【図表 50】の結果を得た。「対応しなくても希望の商品役務について権利化できそうだったため」が 23 者、「権利化したい商品役務が拒絶理由の対象であったが、その部分の権利化を諦めたため」が 21 者となった。なお、「その他」と回答した 2 者から

は、質問 B6-3 において「応答費用（代理人手数料）削減のため。」、「コスト削減」との回答があった。

【図表 50】部分拒絶の通知に対応しなかった理由（複数回答可）（n=30）

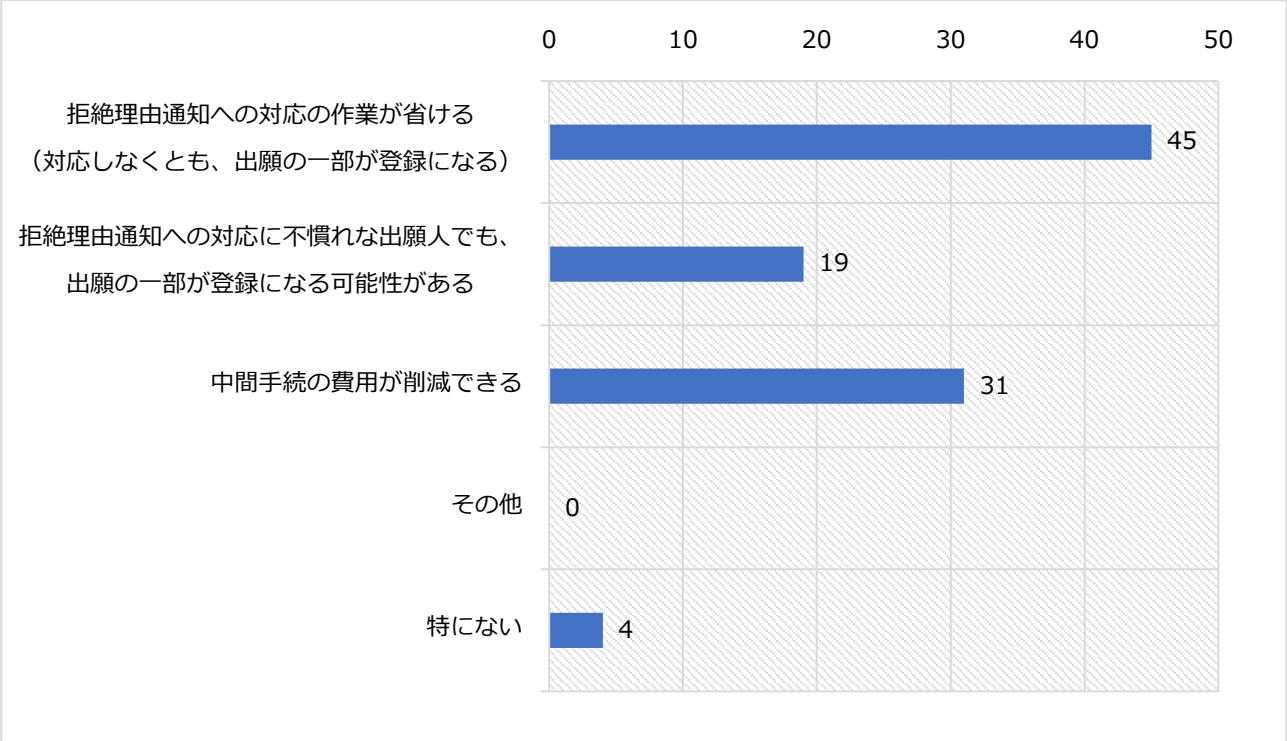


（７）部分拒絶制度に関する出願人のメリットについて

質問 B7 から質問 B10 までは、日本における制度導入に関する質問である。

質問 B7 において、部分拒絶制度に関する出願人のメリットについて質問したところ、【図表 51】の結果を得た。「拒絶理由通知への対応の作業が省ける」が 45 者と最も多く、「中間手続の費用が削減できる」が 31 者、「拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある」が 19 者となった。

【図表 51】部分拒絶制度に関する出願人のメリット（複数回答可）（n=51）

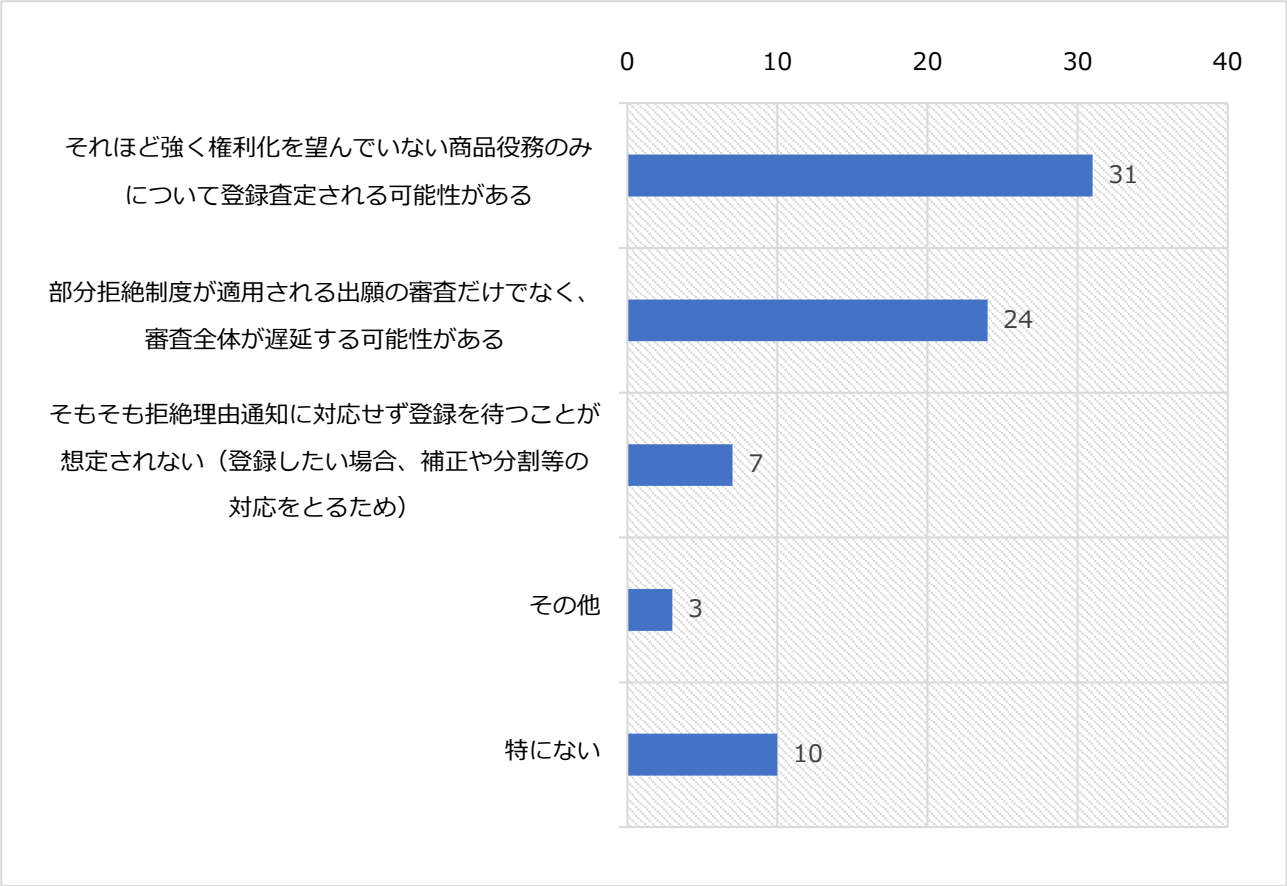


（８）部分拒絶制度に関する出願人のデメリットについて

質問 B8 において、部分拒絶制度に関する出願人のデメリットについて質問したところ、【図表 52】の結果を得た。「それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定される可能性がある」が 31 者と最も多く、「部分拒絶制度が適用される出願の審査だけでなく、審査全体が遅延する可能性がある」が 24 者、「そもそも拒絶理由通知に対応せず登録を待つことが想定されない」が 7 者となった。

なお、この質問は、「選択肢の 1（それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定される可能性がある）について、例えば、不慣れな出願人の場合、特に権利化の必要性が高い一部の商品役務を対象に拒絶理由が通知されている場合でも、残りの商品役務について権利化できればよいと考え、補正書の提出など必要な対応を取らないケースが想定されます。」と注釈を付けて実施した。

【図表 52】部分拒絶制度に関する出願人のデメリット（複数回答可）（n=51）



なお、「その他」を選択した 3 者からは、質問 B8-2 において以下の回答があった。

・不使用状態の登録が増加し、不使用商標整理のための無駄な手続き・費用（不使用取消審判など）が増える。また、不要な商標に対して登録時費用が発生することにもなる（登録料を払わなければ済む話だが、手続きに不案内な場合、無駄な部分に費用を支払う形となってしまうなどのミスリーディングが生じるリスクがある）。
・日本の制度に慣れている出願人ほど、部分拒絶の制度そのものが馴染まない可能性があり、商標全体が登録できないものと誤認され、あるいは登録可能な部分についてのみ登録査定・登録証を受領したとしても出願したすべての指定商品・役務について登録されたものと誤認するリスクがあるという懸念。
・登録までの期間が想定できず事業化に影響を与えかねない。

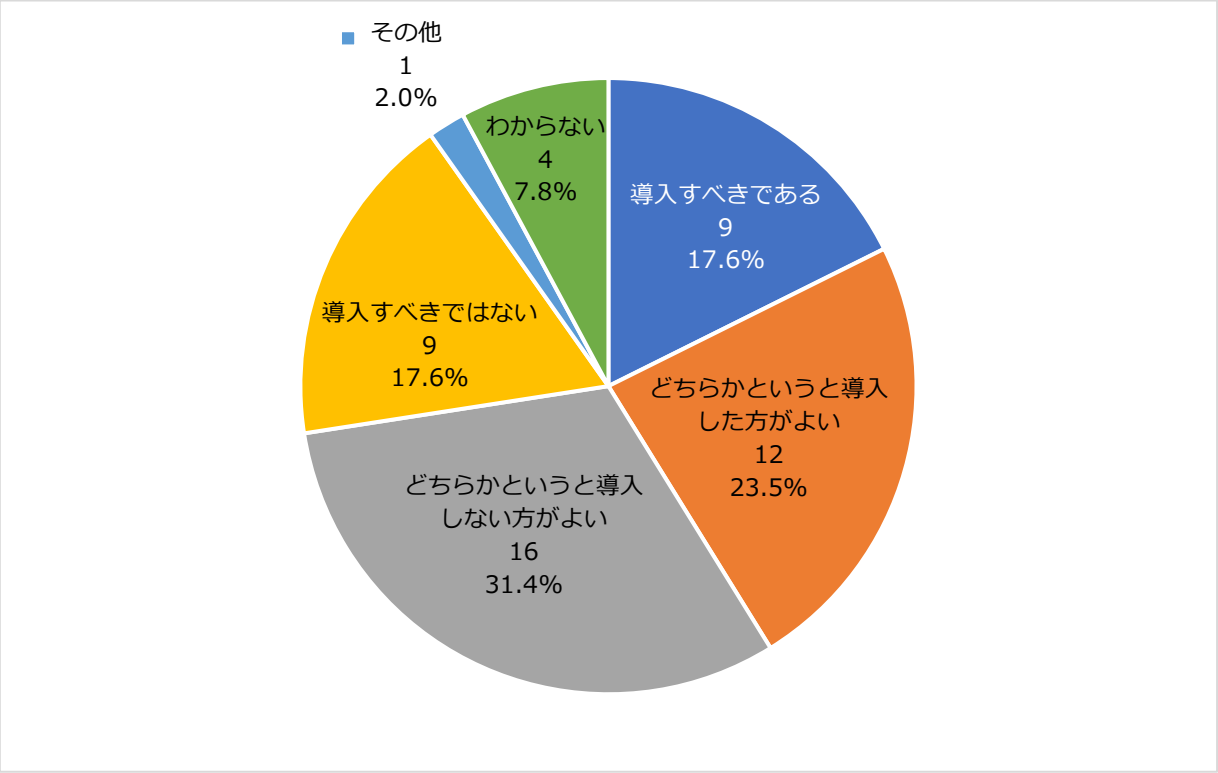
（９）部分拒絶制度の導入について

（ｉ）部分拒絶制度の導入

質問 B9 において、日本への部分拒絶制度の導入について質問したところ、【図表 53】の結果を得た。導入に否定的な意見が、導入に肯定的な意見より多くなったが、過半数には届かなかった。また、「わからない」は約 8%であった。

「どちらかというと導入しない方がよい」は 16 者、「導入すべきではない」は 9 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 25 者（49.0%）であった。一方、「導入すべきである」は 9 者、「どちらかというと導入した方がよい」は 12 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 21 者（41.1%）であった。

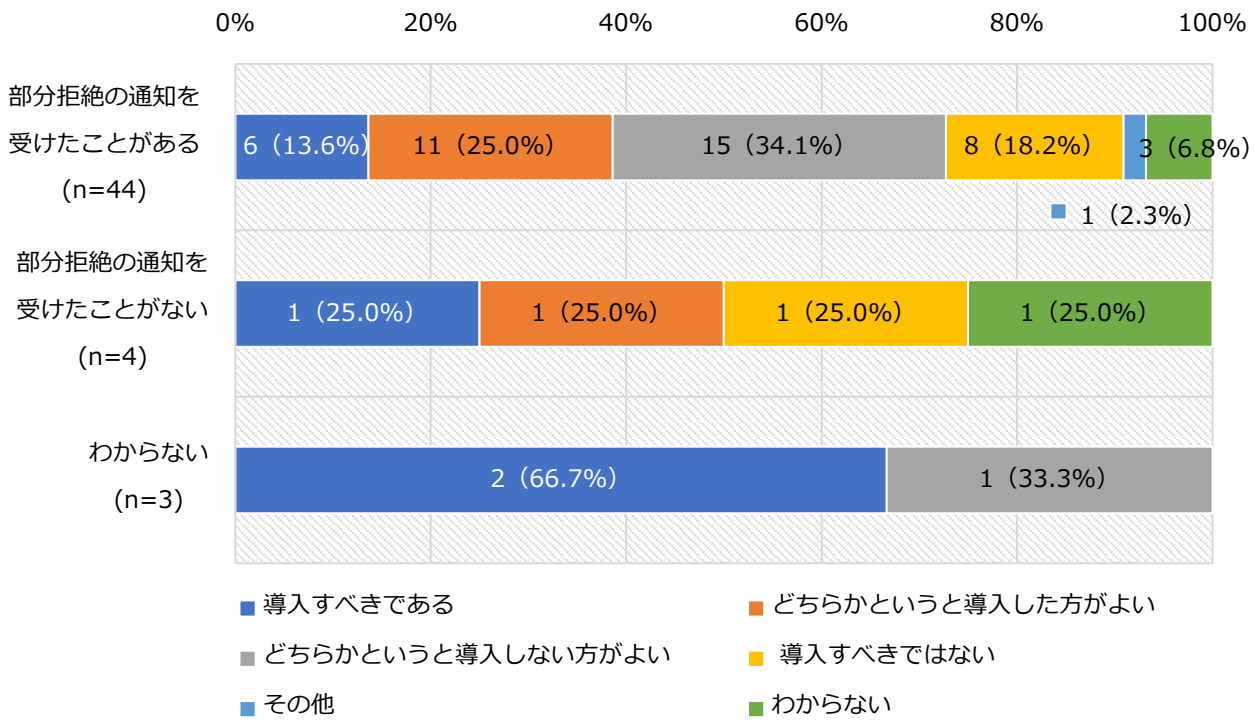
【図表 53】部分拒絶制度の導入（n=51）



（ii）部分拒絶制度の導入（部分拒絶通知経験別内訳）

日本への部分拒絶制度の導入（質問 B9）について、部分拒絶の通知を受けた経験（質問 B2）別にその内訳を見ると、【図表 54】の結果となった。部分拒絶の通知を受けたことがある者の場合、導入に否定的な意見が導入に肯定的な意見より多く、過半数を占めた。一方、部分拒絶の通知を受けたことがない者及び部分拒絶の通知を受けたことがあるかわからない者の場合、対象者数が少ないものの、導入に肯定的な意見が導入に否定的な意見より多かった。

【図表 54】部分拒絶制度の導入の部分拒絶通知経験別内訳



（１０）部分拒絶制度の導入に対する意見

質問 B10 において、日本に部分拒絶制度を導入することについて自由記載形式で意見を求めたところ、15 者から意見があった。これらの意見を、質問 B9（部分拒絶制度の導入）の回答内容に応じて整理すると、以下のとおり。質問 B9 において導入に肯定的な意見を選択した者からは、出願人への周知の重要性を指摘する意見が挙げられた。一方、導入に否定的な意見を選択した者からは、審査の遅延、制度の複雑化や不使用商標の増加を懸念する意見が挙げられた。

【「導入すべきである」を選択した者からの意見】
・個人出願人に対する周知が大切である。

【「どちらかというと導入した方がよい」を選択した者からの意見】
・弊所では特に中国への出願が多く、部分拒絶を受けた場合の説明には毎回苦慮している。日本でも部分拒絶が制度化された場合は、通知書はもとより制度説明として出願人への周知をご検討いただきたい。
・指定商品の表示記載にかかる拒絶理由については、審査官の補正案を受け入れる場合には、部分拒絶制度を導入しても良いと考える。登録料を納付しなければ出願却下となるので、仮に、それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定されるとしても、出願人のデメリットになる可能性は低いと考える。

【「どちらかというと導入しない方がよい」を選択した者からの意見】
・部分拒絶制度を導入すると，一番権利を取得したかった商品・役務について拒絶され、

それ以外の商品・役務について権利取得を希望しない場合，別途出願の取り下げの手間が生じるため，必ずしも出願人にとって良いとは言えないのではないかと考える。
・補正や意見書などの対応を検討する機会なく、知らないうちに一部のみ権利化されてしまったなどの事象を回避する為の手段は必要と考えられる。
・引例に基づいて部分拒絶が発せられるとすれば、本願と引例のどの類似群コードが抵触していたかを明らかにせざるを得ないと思われ、出願人・代理人が類似群コードを推測したり問い合わせたりせずとも抵触関係が明確になるメリットがある。（しかしながら、そもそも部分拒絶を導入せずとも拒絶理由通知において引例との抵触関係を明確にするよう改善をしていただけば解決する問題ではある）
・導入するのであれば、審査の遅延が生じないよう、応答期限の延長との関係など周辺規定も調整した上で導入して欲しい。
・不慣れな出願人であれば、きちんと対応すれば権利化できるものを見逃す可能性は高まると思う（例えば、包括概念で、限定すれば権利化できるのに、せずに全体が拒絶になる等)。また、拒絶されなかった部分が自動的に登録になってしまうことで、出願人にとって必要性の低い権利が無駄に残ってしまうこともあるかと思う（例えば重要な部分が拒絶され、さほど重要でない部分は拒絶されなかった場合、対応しないことで今は出願全体が拒絶されているが､部分拒絶だと後者は自動で残ってしまうため｡特にマドプロ)。
・審査が遅延するばかりではなく、制度が複雑化することで、先行調査の手間が増えて煩雑となり、クライアントへの説明が難しくなる、出願をためらうケースが増えるという懸念点があると思う。
・それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみが登録査定された場合、出願人と代理人の間で、登録査定の報告費用の請求などについて問題が生じる可能性がある。

【「導入すべきではない」を選択した者からの意見】
・部分拒絶制度によらずとも審査官とのコミュニケーションにより補正による対処で権利化に導くことが可能。受益者である出願人が自らの態度を表明する建付けの方が自然だと感じる。
・権利化不要な商標権が増えることにより、不使用登録商標が増えるおそれがある。

【「その他」を選択した者からの意見】
・拒絶理由有／無の範囲の明確化、十分な検討（応答）期間の確保、部分拒絶への反論に対する二次審査での迅速かつ十分な考慮、部分拒絶への反論（拒絶審判、異議申立の応答含む）と、部分登録との並行手続き（分割せずに迅速に登録可）の導入。

【「わからない」を選択した者からの意見】
・出願人の手間・費用の観点からは、部分拒絶制度を導入しても良いと思う。ただし、権利内容の把握について、若干ややこしくなるのではないかとも思う。そこで、部分拒絶制度を導入する場合は、内容を把握しやすい通知を希望する。部分拒絶の場合、「拒絶理由通知（部分)」が発送され、「拒絶理由通知（部分)」には部分拒絶対象の指定商品・役務が具体的に記載される、といった形である。また、部分拒絶後の査定では、登録対象の指定商品・役務と登録を認めない指定商品・役務が明確にわかるような記載が望まし

いと思う。例えば、部分拒絶に対して応答しない場合、「登録査定（部分）」となり、「登録査定（部分）」には、登録対象の指定商品・役務と登録を認めない指定商品・役務の両方が記載される（「～以外の指定商品・役務については登録を認める」といった記載でも良い）。部分拒絶に対して応答し、部分拒絶が解消した場合は、「登録査定」となり、「登録査定」には「全ての指定商品・役務について登録を認める」といった記載がされる。一方、部分拒絶が解消しない場合は、「登録査定（部分）」となり、登録対象となる指定商品・役務と登録を認めない指定商品・役務の両方が記載される（「～以外の指定商品・役務については登録を認める」といった記載でも良い）。また、応答しても部分拒絶が解消せず、不服審判する場合は、部分拒絶された指定商品・役務についてのみ請求できるようにするのか等も検討する必要があると考える。

・権利化を望んでいない商品役務が登録されることが増えることが懸念される気がする。不使用の商標が増加することで、中間対応で不使用取消審判が必要になることが多くなると手間、費用が負担になる気がする。

３．質問Ｃ　非伝統的商標制度の保護拡大（におい等非伝統的商標）に関する質問

質問Ｃでは、新しいタイプの商標出願の代理（質問C1～C2）、「におい」「触覚」「味覚」の海外での商標出願の代理（質問C3～C4）及び日本における制度導入（質問C5～C14）について質問を行った。

（１）新しいタイプの商標の日本への出願の代理の経験

質問C1において、2015年から登録が可能となった新しいタイプの商標（「音」「色彩のみ」「動き」「ホログラム」「位置」の商標）の日本への出願の代理について質問したところ、「出願の代理をしたことがある」が37者（72.5%）と多数を占めた。「出願の代理をしたことはないが、検討したことはある」、「出願の代理をしたことはなく、検討したこともない」がそれぞれ7者（13.7%）であった。（n=51）

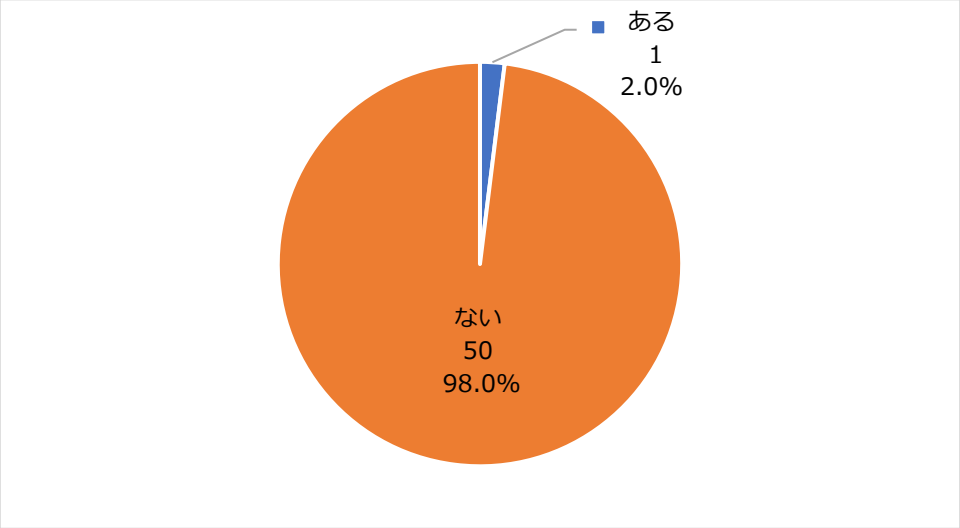
（２）新しいタイプの商標出願の代理の種別

質問C2において、新しいタイプの商標出願の代理の種別について複数回答可として質問したところ、「音商標」が29者と最も多く、「色のみからなる商標」が17者、「位置商標」が16者、「動き商標」が14者と続いた。「ホログラム商標」は1者であった。（n=37）

（３）「におい」「触覚」「味覚」の海外での商標出願の代理の経験

質問C3において、「におい」「触覚」「味覚」の海外での商標出願の代理の経験について質問したところ、【図表55】の結果を得た。「ない」が50者（98.0%）で大多数を占め、「ある」は1者であった。

【図表 55】「におい」「触覚」「味覚」の海外での商標出願の代理の経験（n=51）

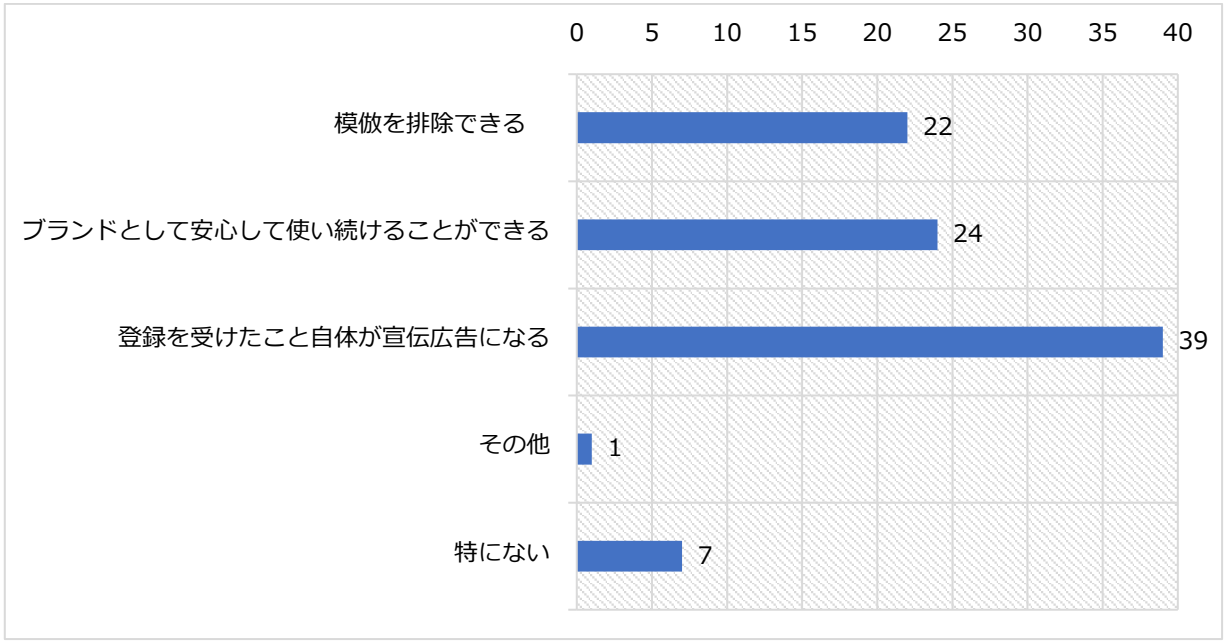


また、「ある」を選択した者に対し、質問 C4 において、①商標出願の代理をした国・地域、②タイプ（におい、触覚、味覚）、③出願に関する感想（困難だったことや、登録に至った場合には、登録による効果等）について質問したところ、1 者から「①アメリカ合衆国、②触覚、③識別力の審査が厳しく、登録にするのは難しかった。」との回答があった。

（4）「におい」について商標登録を可能とするメリットについて

質問 C5 において、「におい」について商標登録を可能とするメリットについて質問したところ、【図表 56】の結果を得た。「登録を受けたこと自体が宣伝広告になる」が 39 者と最も多く、「ブランドとして安心して使い続けることができる」が 24 者、「模倣を排除できる」が 22 者で続いた。「特にない」は 7 者であった。なお、「その他」と回答した 1 者からは、質問 C5-2 において「他社に対する牽制力」との回答があった。

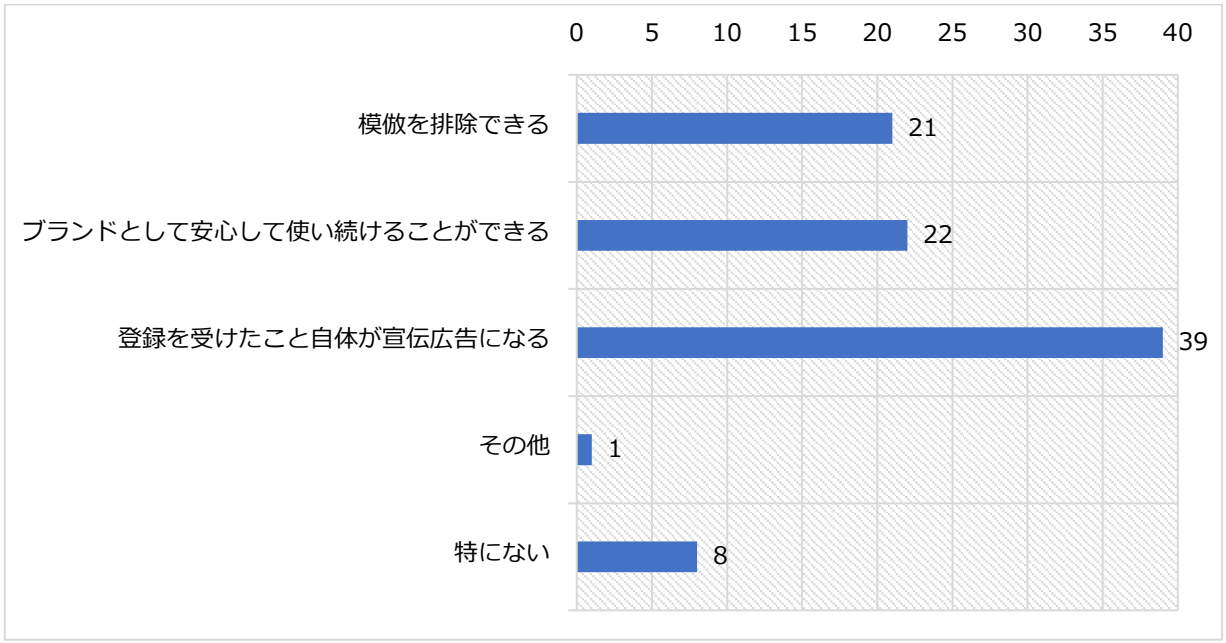
【図表 56】「におい」について商標登録を可能とするメリット（複数回答可）（n=51）



（５）「触覚」について商標登録を可能とするメリットについて

質問 C6 において、「触覚」について商標登録を可能とするメリットについて質問したところ、【図表 57】の結果を得た。「登録を受けたこと自体が宣伝広告になる」が 39 者と最も多く、「ブランドとして安心して使い続けることができる」が 22 者、「模倣を排除できる」が 21 者となった。「特にない」は 8 者であった。なお、「その他」と回答した 1 者からは、質問 C6-2 において「他社に対する牽制力」との回答があった。

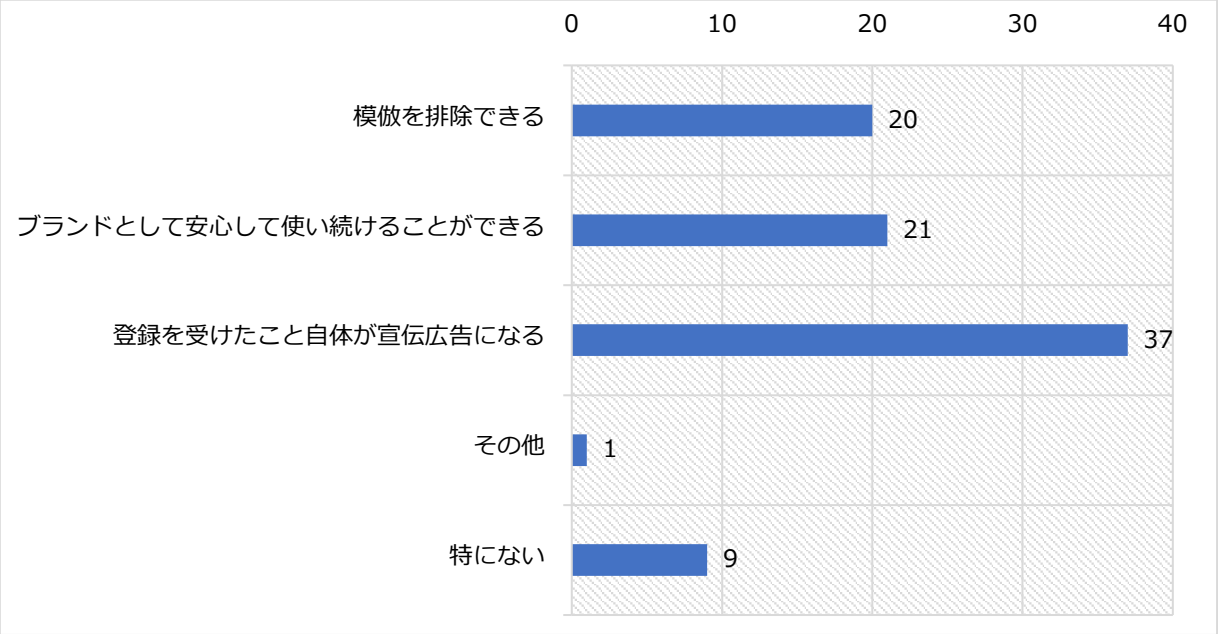
【図表 57】「触覚」について商標登録を可能とするメリット（複数回答可）（n=51）



（６）「味覚」について商標登録を可能とするメリットについて

質問 C7 において、「味覚」について商標登録を可能とするメリットについて質問したところ、【図表 58】の結果を得た。「登録を受けたこと自体が宣伝広告になる」が 37 者と最も多く、「ブランドとして安心して使い続けることができる」が 21 者、「模倣を排除できる」が 20 者となった。「特にない」は 9 者であった。なお、「その他」と回答した 1 者からは、質問 C7-2 において「他社に対する牽制力」との回答があった。

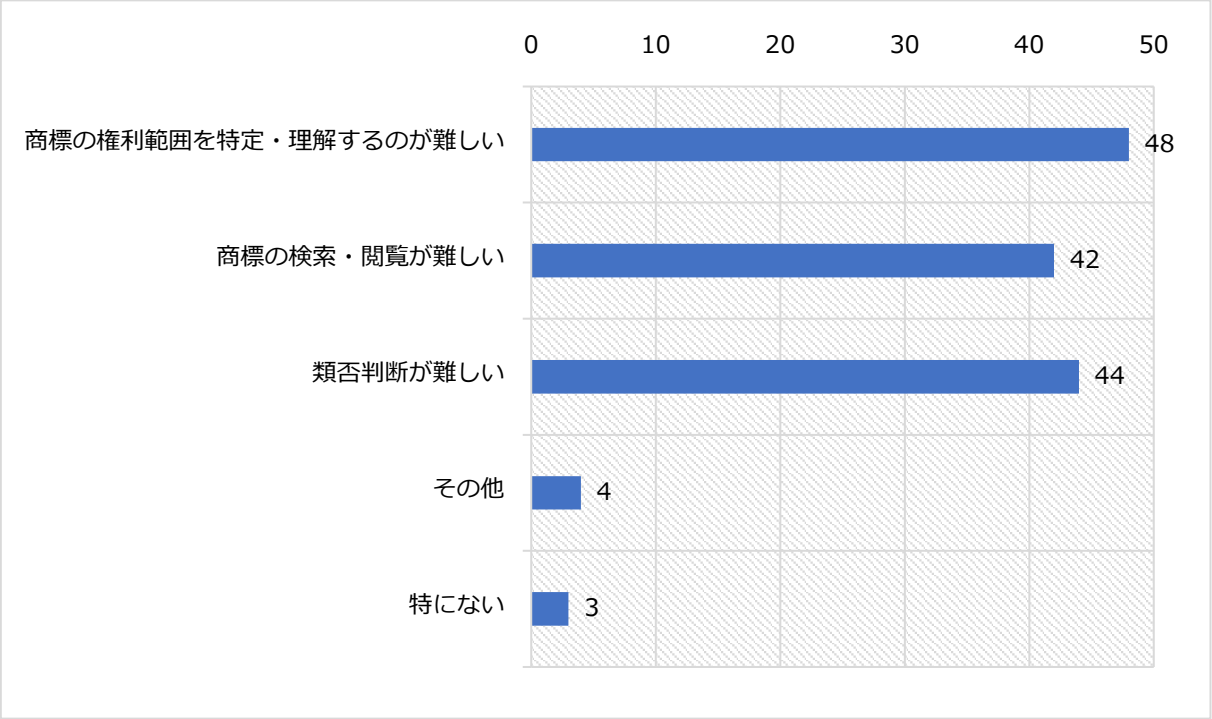
【図表 58】「味覚」について商標登録を可能とするメリット（複数回答可）（n=51）



（７）「におい」について商標登録を可能とするデメリットについて

質問 C8 において、「におい」について商標登録を可能とするデメリットについて質問したところ、【図表 59】の結果を得た。「商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい」が 48 者、「類否判断が難しい」が 44 者、「商標の検索・閲覧が難しい」が 42 者となり、商標登録を可能とするメリット（質問 C5）についての回答数と比較すると、いずれも高い回答数となった。

【図表 59】「におい」について商標登録を可能とするデメリット（複数回答可）（n=51）



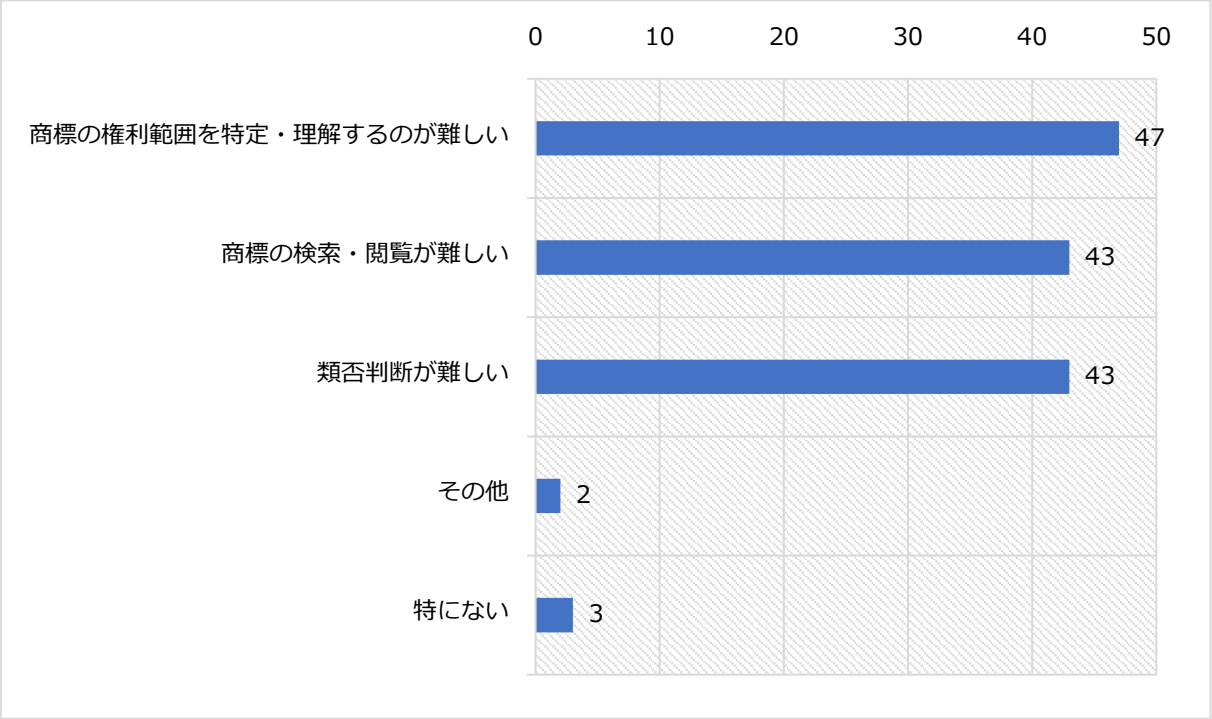
なお、「その他」を選択した 4 者からは、質問 C8-2 において以下の回答があった。

・においの自由な使用を妨げる抑制的効果がある。
・においがしない人もいる。どのような配慮ができるか不明。
・においの感じ方や捉え方の個人差が大きく、客観性に欠けるのではないかと考える。においを嗅ぐ環境、個人の体調などによってもにおいの感じ方が変化する可能性があることから、不安定な権利になることが考えられる。
・商品によっては「におい」が持続しない可能性があり、全ての商品について「におい」商標の保護を与えるのは不適切であると思われる。

（８）「触覚」について商標登録を可能とするデメリットについて

質問 C9 において、「触覚」について商標登録を可能とするデメリットについて質問したところ、【図表 60】の結果を得た。「商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい」が 47 者、「商標の検索・閲覧が難しい」、「類否判断が難しい」がそれぞれ 43 者となり、商標登録を可能とするメリット（質問 C6）についての回答数と比較すると、いずれも高い回答数となった。

【図表 60】「触覚」について商標登録を可能とするデメリット（複数回答可）（n=51）



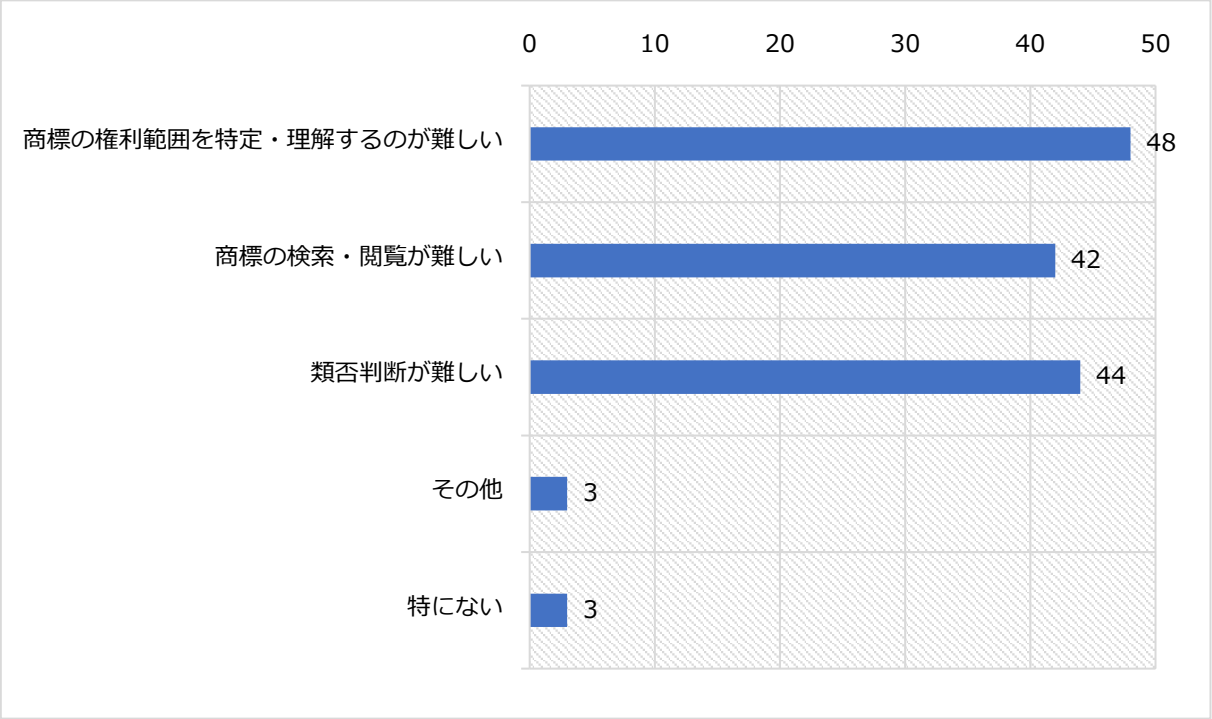
なお、「その他」を選択した 2 者からは、質問 C9-2 において以下の回答があった。

・触覚の自由な使用を妨げる抑制的効果がある。
・「におい」の場合と同様に感じ方や捉え方に個人差が大きく、客観性に欠けるのではないかと考える。商標を触れる環境、個人の体調などによっても感じ方が変化する可能性があることから、不安定な権利になることが考えられる。

（9）「味覚」について商標登録を可能とするデメリットについて

質問 C10 において、「味覚」について商標登録を可能とするデメリットについて質問したところ、【図表 61】の結果を得た。「商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい」が 48 者、「類否判断が難しい」が 44 者、「商標の検索・閲覧が難しい」が 42 者となり、商標登録を可能とするメリット（質問 C7）についての回答数と比較すると、いずれも高い回答数となった。

【図表 61】「味覚」について商標登録を可能とするデメリット（複数回答可）（n=51）



なお、「その他」を選択した 3 者からは、質問 C10-2 において以下の回答があった。

・味覚の自由な使用を妨げる抑制的効果がある。
・においがしなければ味覚もかなり落ちる。
・「におい」の場合と同様に感じ方や捉え方に個人差が大きく、客観性に欠けるのではないかと考えます。環境、個人の体調などによっても味覚の感じ方が変化する可能性があることから、不安定な権利になることが考えられる。

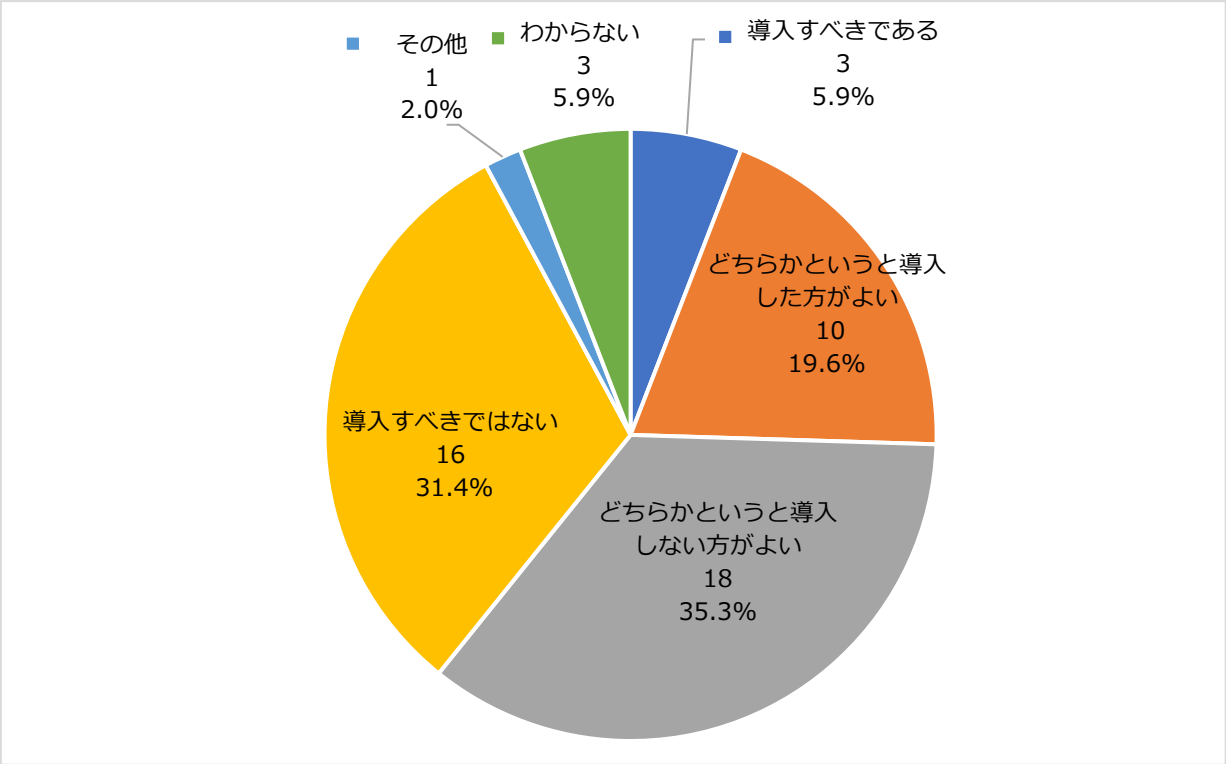
（１０）「におい」商標の商標権での保護制度の導入について

質問 C11 において、「におい」の商標についての商標権での保護制度の導入について質問したところ、【図表 62】の結果を得た。導入に否定的な意見が多数を占めた。また、「わからない」は約 6%であった。

「どちらかというと導入しない方がよい」は 18 者、「導入すべきではない」は 16 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 34 者（66.7%）であった。一方、「導入すべきである」は 3 者、「どちらかというと導入した方がよい」は 10 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 13 者（25.5%）であった。

なお、「その他」を選択した 1 者からは、質問 C11-2 において「産業界のニーズの有無による（ニーズがあれば導入にも意味があるが、問い合わせを受けたこともない。）。」との回答があった。

【図表 62】「におい」商標の商標権での保護制度の導入（n=51）



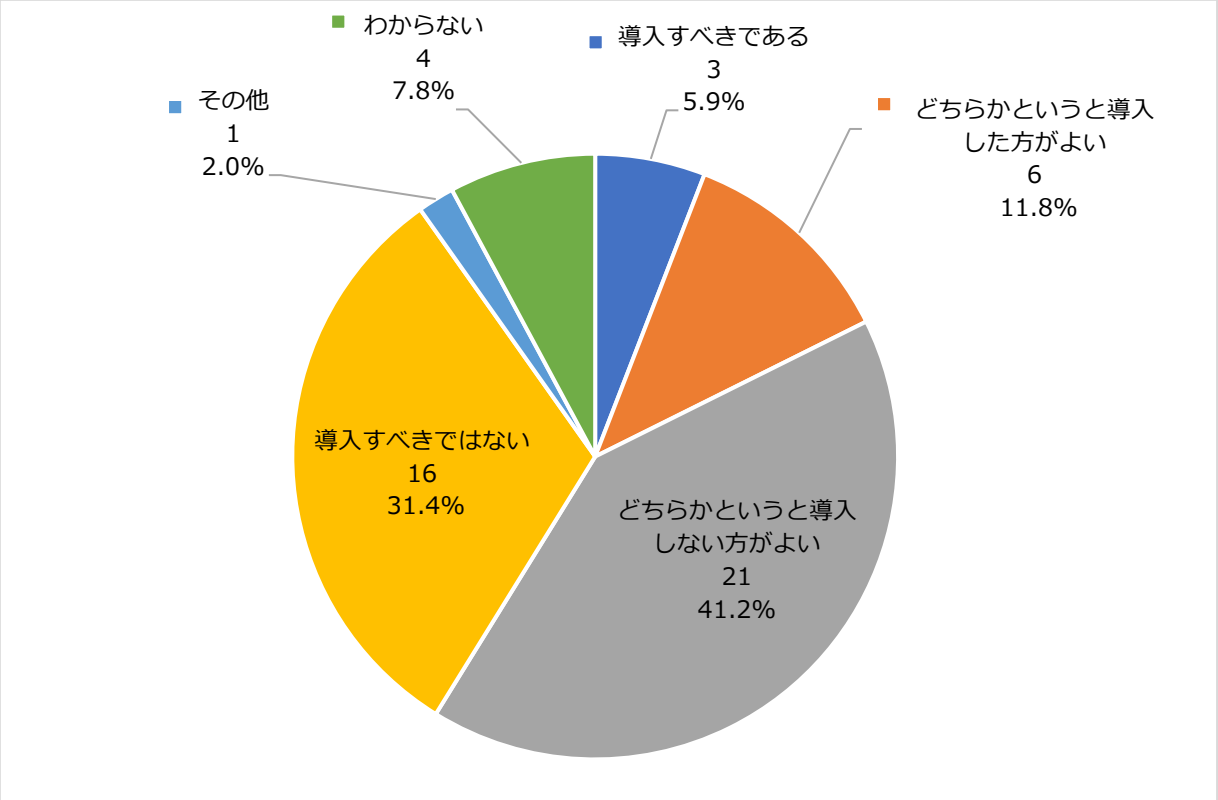
（１１）「触覚」商標の商標権での保護制度の導入について

質問 C12 において、「触覚」の商標についての商標権での保護制度の導入について質問したところ、【図表 63】の結果を得た。導入に否定的な意見が多数を占めた。また、「わからない」は約 8%であった。

「どちらかというと導入しない方がよい」は 21 者、「導入すべきではない」は 16 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 37 者（72.7%）であった。一方、「導入すべきである」は 3 者、「どちらかというと導入した方がよい」は 6 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 9 者（17.7%）であった。

なお、「その他」を選択した 1 者からは、質問 C12-2 において「産業界のニーズの有無による（ニーズがあれば導入にも意味があるが、問い合わせを受けたこともない）。」との回答があった。

【図表 63】「触覚」商標の商標権での保護制度の導入（n=51）



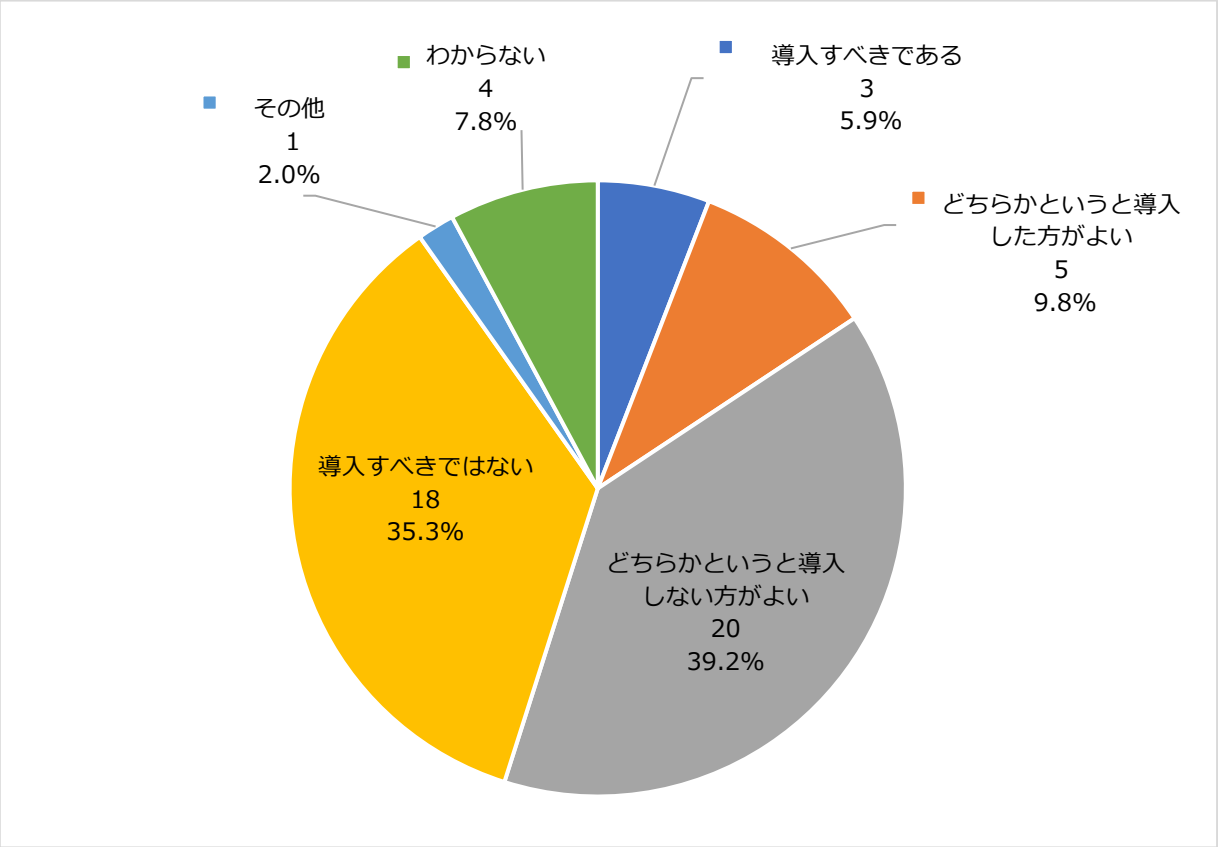
（１２）「味覚」商標の商標権での保護制度の導入について

質問 C13 において、「味覚」の商標についての商標権での保護制度の導入について質問したところ、【図表 64】の結果を得た。導入に否定的な意見が多数を占めた。また、「わからない」は約 8%であった。

「どちらかというと導入しない方がよい」は 20 者、「導入すべきではない」は 18 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 38 者（74.5%）となり、「におい」及び「触覚」の商標の否定的意見（前者 66.7%、後者 72.7%）より高い割合となった。一方、「導入すべきである」は 3 者、「どちらかというと導入した方がよい」は 5 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 8 者（15.7%）であった。「味覚」については、「におい」、「触覚」と比べると、否定的な意見がより多い結果となった。

なお、「その他」を選択した 1 者からは、質問 C13-2 において「産業界のニーズの有無による（ニーズがあれば導入にも意味があるが、問い合わせを受けたこともない）。」との回答があった。

【図表 64】「味覚」商標の商標権での保護制度の導入（n=51）



（１３）「におい」「触覚」「味覚」商標の商標権での保護制度の導入に対する意見

質問 C14 において、日本において「におい」「触覚」「味覚」の商標についての商標権での保護制度の導入について自由記載形式で意見を求めたところ、13 者から意見があった。これらの意見を、質問 C11（におい）、C12（触覚）、C13（味覚）の保護制度の導入に対する回答別に整理すると、以下のとおり。

回答者 13 者の内訳をみると、質問 C11（におい）、C12（触覚）、C13（味覚）の保護制度の導入において、二つ以上の質問で否定的な意見を選択した者が 10 者（うち、三つの質問のいずれにも否定的な意見を選択した者は 9 者）、二つ以上の質問で肯定的意見を選択した者が 2 者、いずれの質問も「その他」を選択した者は 1 者であった。このため、自由記載形式の意見には制度導入に否定的意見が多く含まれる。また、肯定的意見を選択した者や「その他」を選択した者からも、権利化の困難性に関する懸念が挙げられていることに留意する必要がある。

【質問 C11,12,13 の二つ以上に否定的な回答をした者（すなわち、におい等非伝統的商標の保護制度導入に否定的であると考えられる者）からの意見】

＜権利範囲の特定、識別力・類否判断が困難＞

・におい・触覚・味覚が商標として機能するものであるか疑問であり，また商標の特定も困難ではないか。さらに，類否判断に際しても，現在商標登録の対象となっているもの以上に客観的な判断基準を設けることが難しいと考えられるため，導入には慎重である

べきと考える。
・色彩や音は、数値や楽譜など客観的な数値化が需要者にもなじみ深い一方、におい・触覚・味覚についてはそのような客観的な数値化がなじみ深いとは言えないと思われる。さらに個々人の主観によるところも大きく、また同一人であっても体調等によって感じ方が左右されかねないものと認識しているため、そもそも商標制度との相性があまりよくないと考えている。
・個人の主観に大きく左右されるものであり、法的安定性が疑問。
・３タイプの保護ニーズや保護導入のメリットは否定しないが、それを上回るデメリットが大きいので導入には反対である。まず、上記回答の通り、３タイプの何れも侵害成否の判断（権利範囲の特定、既存のにおい等との類否や識別力の判断）が困難であるため、権利行使が実質的にできないおそれがある。また、著作権のような主観に基づく紛争に巻き込まれるおそれもある。侵害成否の判断の困難さは、審査の困難さや侵害調査の困難さとも共通し、判断のブレや長期化や過度の自主規制にもつながる。３タイプでしか保護されないケースは稀だと思われ、既存タイプでの保護を強化することでほとんど対応できるのではないか。仮に３タイプの保護を導入しても、主に大企業が「広告目的」で出願するだけで、３タイプでしか保護されないケースが救済されるとは思えない。
・権利範囲はどのように明確化されるのか、調査や審査はどのようにされるのかのガイドラインをわかりやすく定めるべきと考える。
・審査できるのか懸念される。
・類否判断の基準が難しいため、導入されるのであれば、審査基準や閲覧方法の十分な検討が必要であると思う。

＜企業活動への萎縮効果・混乱を招くおそれ＞
・ブランド保護対象の拡大という観点からは好ましい面もあるかもしれないが、客観的に権利範囲の特定が難しい独占権の成立は、第三者のビジネスを委縮させる懸念があると考える。

＜その他＞
・いずれも、半永久的な保護を与えるべき特徴ではないものと考える。別の保護方法（特許/意匠）により適切な保護は実現され得る。
・「におい」「触覚」「味覚」の商標について、商標権での保護制度を導入したとしても、利用する者がかなり少ないと予測されるため、コストをかけて導入する価値があまりないと思われる。

【質問 C11,12,13 の二つ以上に肯定的な回答をした者（すなわち、におい等非伝統的商標の保護制度導入に肯定的であると考えられる者）からの意見】

・導入に特に反対するわけではないが、結局ハードルが高く利用されない制度であれば不要。
・知財に関する話題性ということでは導入してもよいかと思うが（反対する理由があまり

ない)、相当な識別力が必要と思われ、単色商標のように、制度はあるけれども権利化はほとんど不可能ということになるのではないか。

【いずれの質問も「その他」を選択した者からの意見】

・色彩の商標制度を導入しても単独の色が登録にならないように、諸外国と足並みをそろえる意味で制度のみを整えたとしても審査の難しさなどから実際には登録されず形骸化するようであれば導入する意義が低い。新制度の導入よりも既存の非伝統的商標の審査制度を改善することに注力するほうが望ましい。

４．質問 D　非グラフィカルな手法による出願に関する質問

質問 D では、非グラフィカルな手法による出願の代理の経験及び日本における制度導入について質問を行った。

（１）非グラフィカルな手法による出願の代理の経験

質問 D1 において、海外での非グラフィカルな手法による出願の代理について質問したところ、「出願の代理をしたことはなく、検討したこともない」が 50 者（98.0%）で大多数を占めた。「出願の代理をしたことがないが、検討したことはある」が 1 者（2.0%)、「出願の代理をしたことがある」は 0 者であった。（n=51）

なお、「出願の代理をしたことがある」を選択した者はいなかったため、出願を行った具体的な国・地域についての質問 D1-2、D1-3 及び非グラフィカルな手法による出願をした理由についての質問 D2、D2-2 については、回答がなかった。

（２）非グラフィカルな手法による出願を行う際の不便や困難

質問 D3 において、海外において非グラフィカルな手法による出願を行う際の不便や困難な点について複数回答可として質問したところ、回答者数は 1 者であり、回答者は「特にない」を選択した。

（３）非グラフィカルな手法による出願のメリットについて

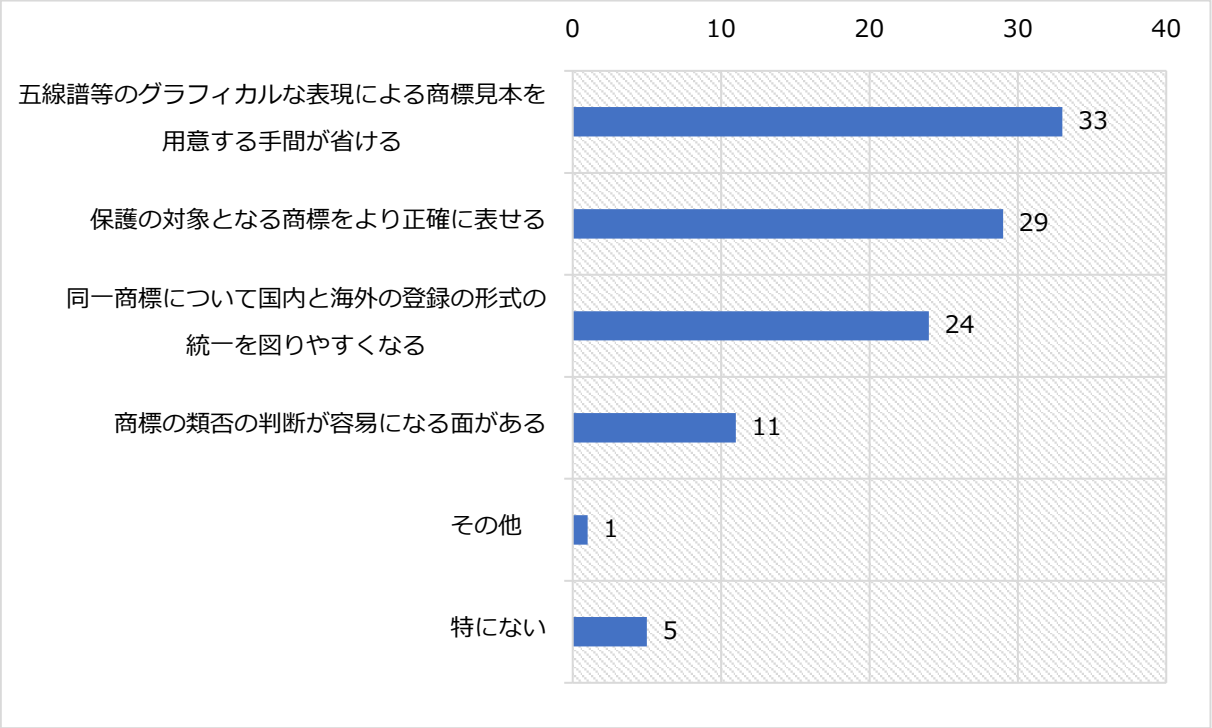
質問 D4 から質問 D10 までは、日本における制度導入に関する質問である。

質問 D4 において、非グラフィカルな手法による出願のメリットについて質問したところ、【図表 65】の結果を得た。「五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省ける」が 33 者と最も多く、「保護の対象となる商標をより正確に表せる」が 29 者、「同一商標について国内と海外の登録の形式の統一を図りやすくなる」が 24 者で続いた。「特にない」は 5 者であった。

なお、「その他」を選択した 1 者からは、質問 D4-2 において「審査の効率化（グラフィ

カル表現との一致についての審査が不要になる)、国際的に手続きがハーモナイズされれば、優先権主張やマドプロ出願が容易になる。」との回答があった。

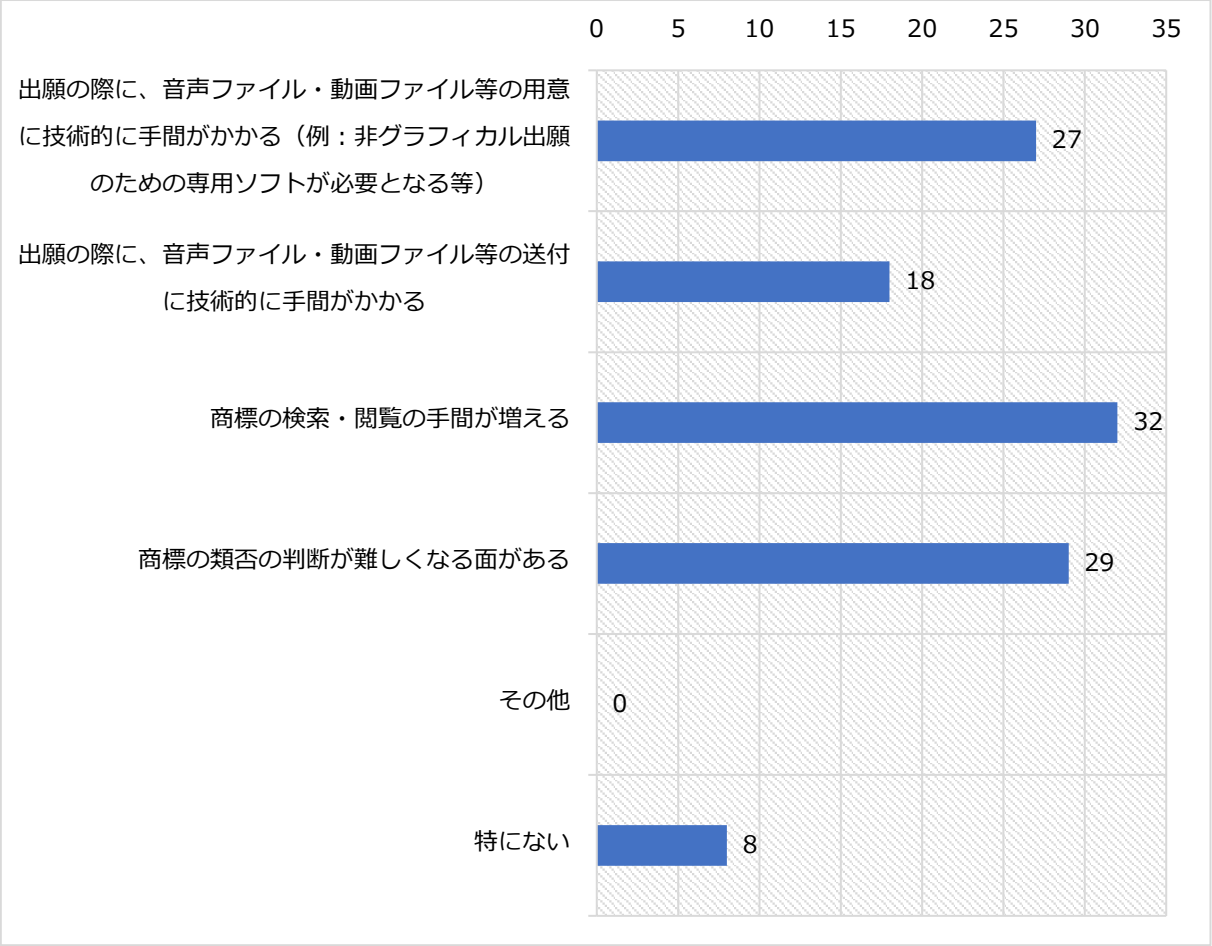
【図表 65】非グラフィカルな手法による出願のメリット（複数回答可）（n=51）



（4）非グラフィカルな手法による出願のデメリットについて

質問 D5 において、非グラフィカルな手法による出願のデメリットについて質問したところ、【図表 66】の結果を得た。「商標の検索・閲覧の手間が増える」が 32 者と最も多く、「商標の類否の判断が難しくなる面がある」が 29 者、「出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の用意に技術的に手間がかかる」が 27 者で続いた。「特にない」は 8 者であった。

【図表 66】非グラフィカルな手法による出願のデメリット（複数回答可）（n=51）



（５）非グラフィカルな手法による「音商標」出願の導入について

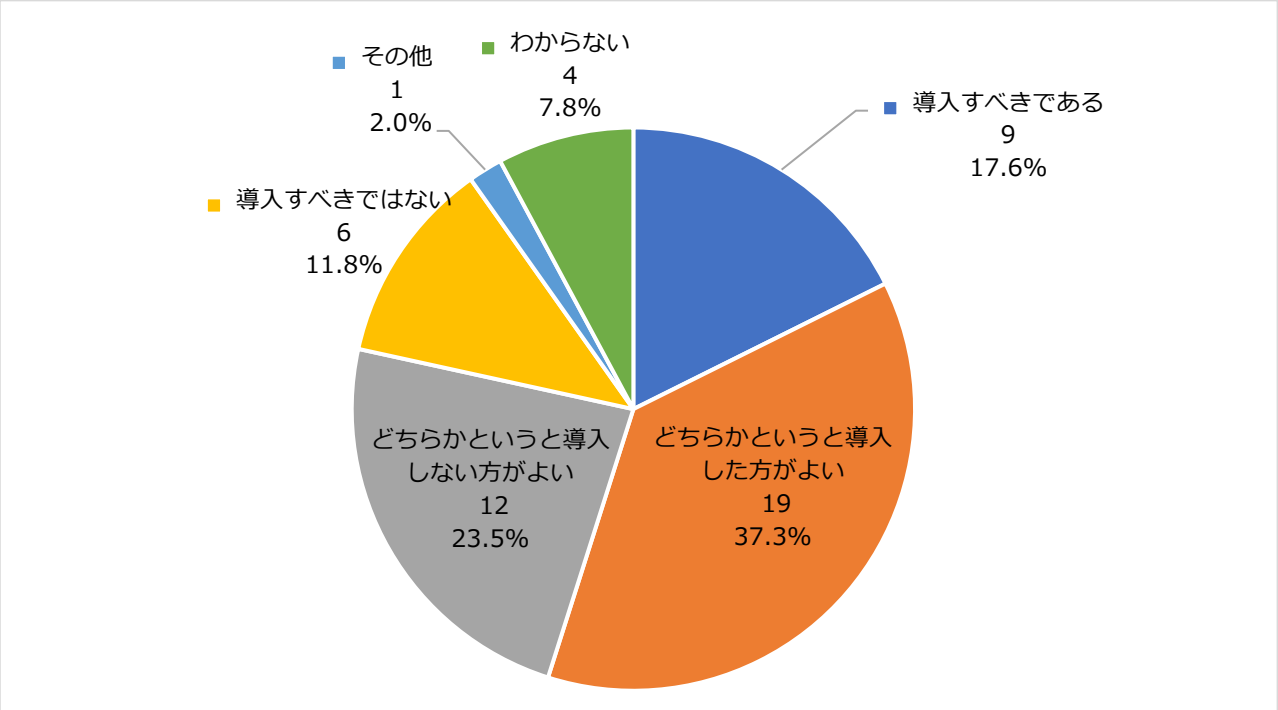
（ｉ）非グラフィカルな手法による「音商標」出願の導入

質問 D6 において、非グラフィカルな手法による「音商標」の出願の導入について質問したところ、【図表 67】の結果を得た。導入に肯定的な意見が過半数を占めた。また、「わからない」は約 8%であった。

「導入すべきである」が 9 者、「どちらかというと導入した方がよい」が 19 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 28 者（54.9%）であった。一方、「どちらかというと導入しない方がよい」は 12 者、「導入すべきではない」は 6 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 18 者（35.3%）であった。

なお、「その他」を選択した 1 者からは、質問 D6-2 において、「五線譜と音の不一致による拒絶理由を数多く受けたことに鑑みると、五線譜や言葉による表現を一切なくすなら法制度（商標法、審査基準）を整えた上でなら出願手続が容易になるという意味で導入が望ましい。（ただし非グラフィカルな手法そのものに多くの制限が付されるなら現状と変わらないので導入しなくてよい）」との回答があった。

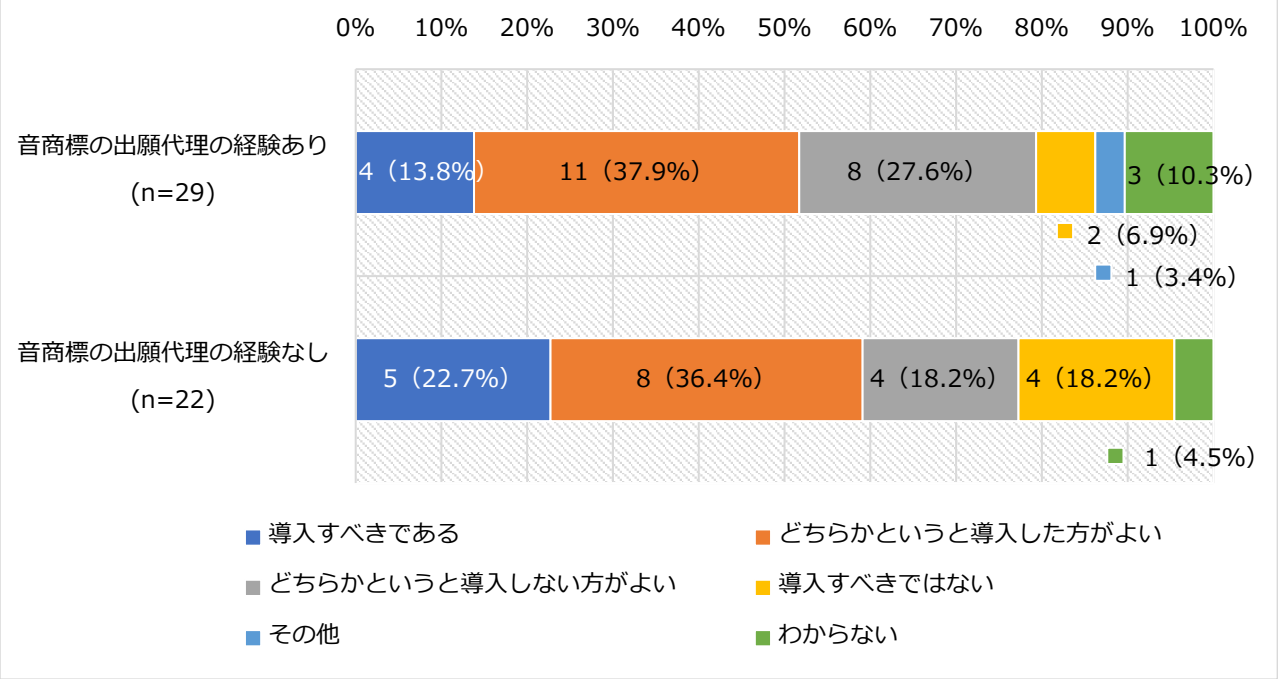
【図表 67】非グラフィカルな手法による「音商標」出願の導入（n=51）



（ⅱ）非グラフィカルな手法による「音商標」出願の導入（「音商標」出願代理の経験別内訳）

非グラフィカルな手法による「音商標」の出願の導入（質問 D6）について、「音商標」の出願代理の経験（質問 C2）別にその内訳を見ると、【図表 68】の結果となった。音商標の出願代理の経験がある者及び音商標の出願代理の経験がない者のいずれにおいても、導入に肯定的な意見が過半数を占めた。

【図表 68】非グラフィカルな手法による「音商標」出願の導入の「音商標」出願代理の経験別内訳



（６）非グラフィカルな手法による「動き商標」出願の導入について

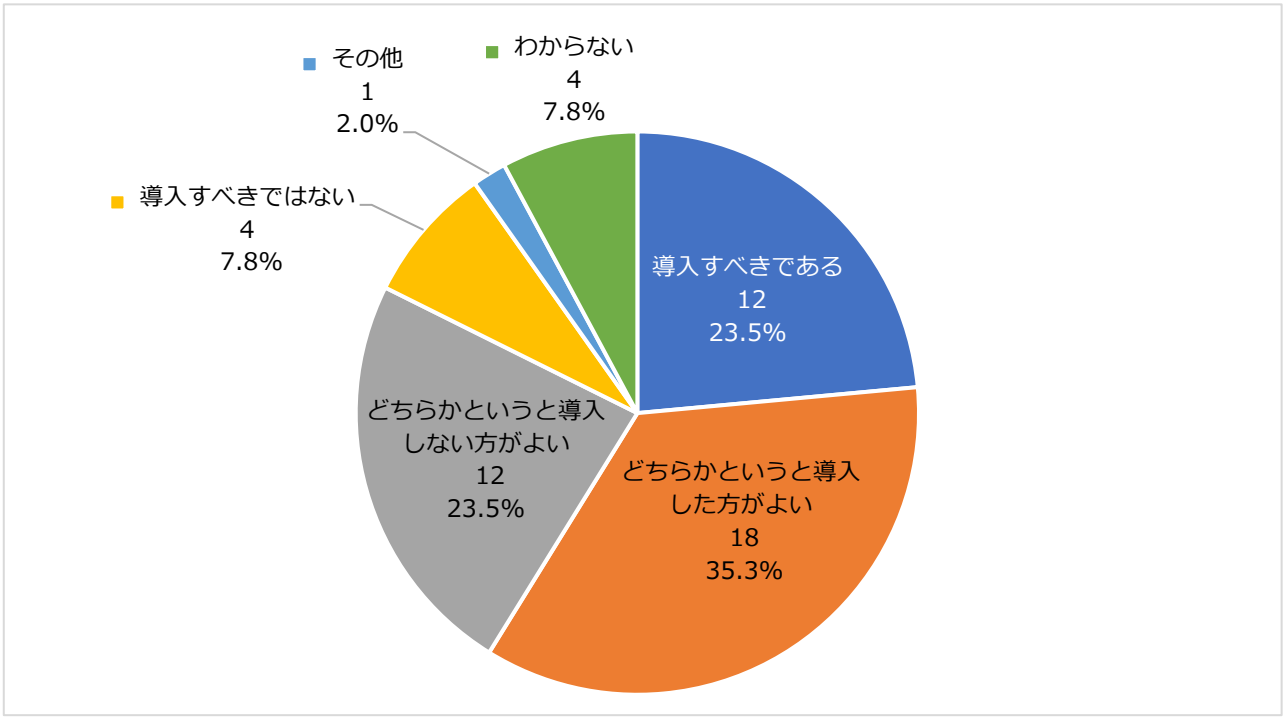
（ｉ）非グラフィカルな手法による「動き商標」出願の導入

質問 D7 において、非グラフィカルな手法による「動き商標」の出願の導入について質問したところ、【図表 69】の結果を得た。導入に肯定的な意見が過半数を占めた。また、「わからない」は約 8%であった。

「導入すべきである」が 12 者、「どちらかというと導入した方がよい」が 18 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 30 者（58.8%）であった。一方、「どちらかというと導入しない方がよい」は 12 者、「導入すべきではない」は 4 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 16 者（31.3%）であった。

なお、「その他」を選択した 1 者からは、質問 D7-2 において、「音と同じく映像でのみ出願できるよう商標法、審査基準を整えた上でなら出願手続が容易になるという意味で導入が望ましい。（ただし非グラフィカルな手法そのものに多くの制限が付されるなら現状と変わらないので導入しなくてよい）」との回答があった。

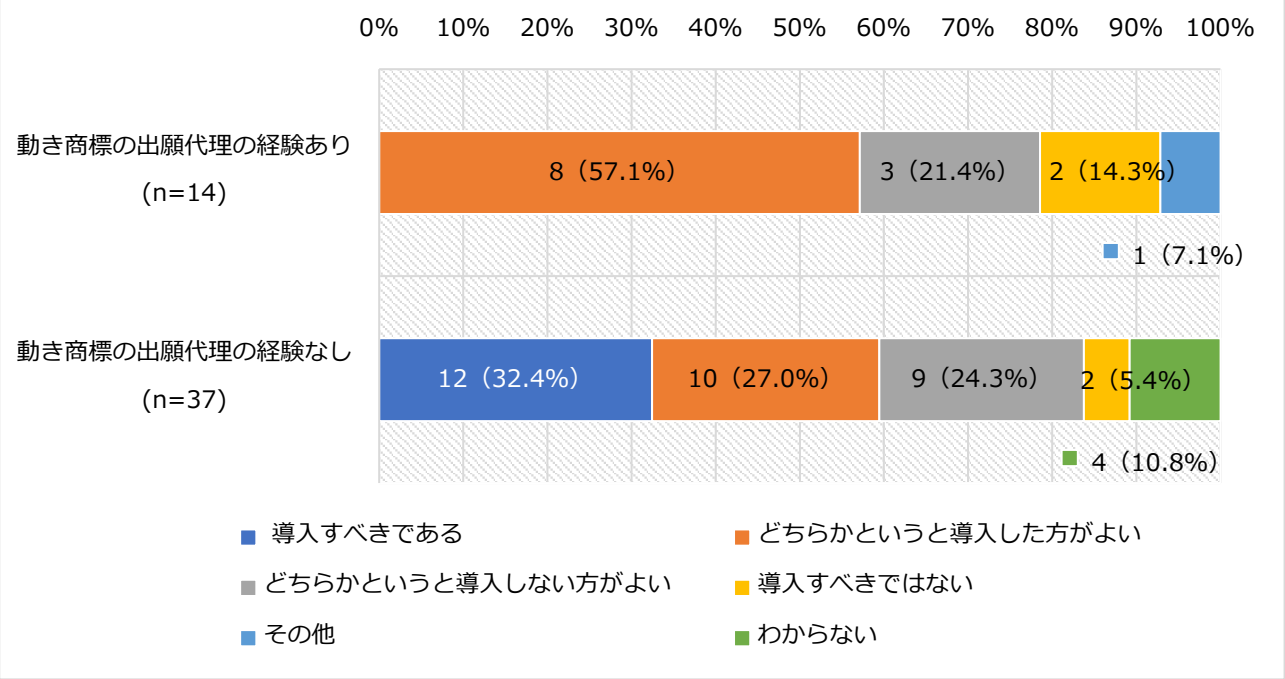
【図表 69】非グラフィカルな手法による「動き商標」出願の導入（n=51）



（ⅱ）非グラフィカルな手法による「動き商標」出願の導入（「動き商標」出願代理の経験別内訳）

非グラフィカルな手法による「動き商標」の出願の導入（質問 D7）について、「動き商標」の出願代理の経験（質問 C2）別にその内訳を見ると、【図表 70】の結果となった。動き商標の出願代理の経験がある者及び動き商標の出願代理の経験がない者のいずれにおいても、導入に肯定的な意見が過半数を占めた。

【図表 70】非グラフィカルな手法による「動き商標」出願の導入の「動き商標」出願代理の経験別内訳



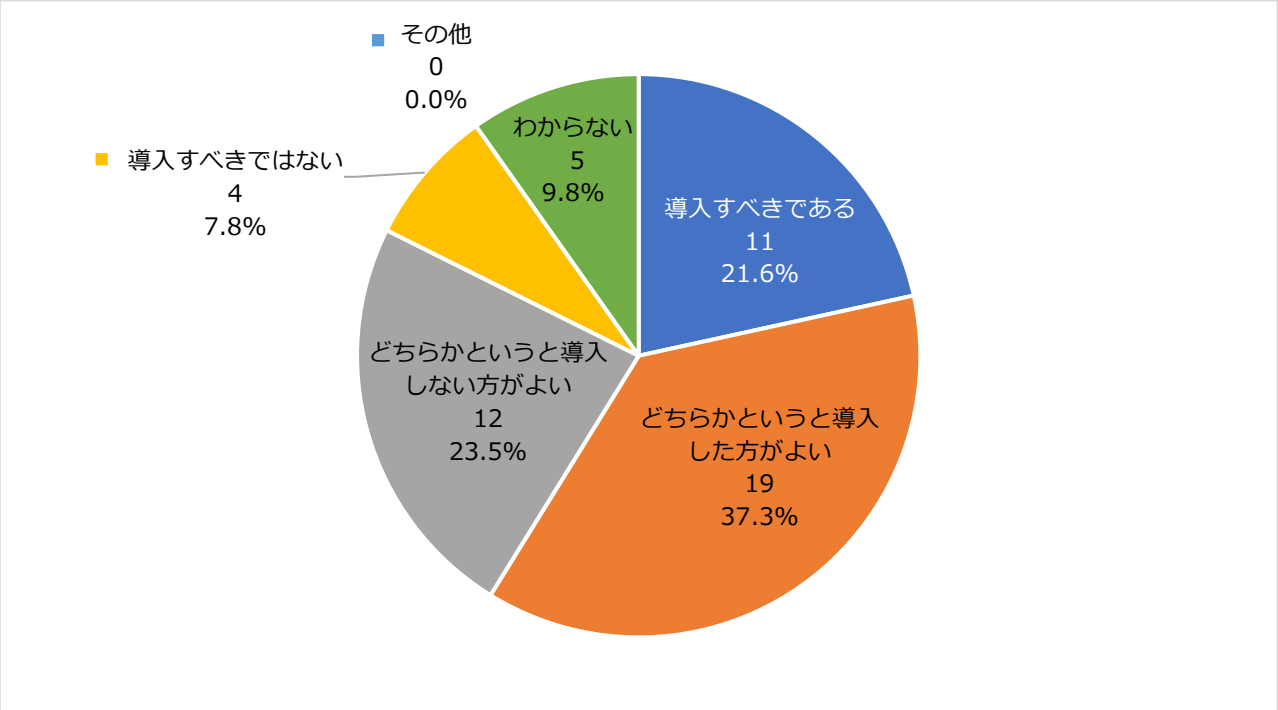
（7）非グラフィカルな手法による「ホログラム商標」出願の導入について

（ⅰ）非グラフィカルな手法による「ホログラム商標」出願の導入

質問 D8 において、「ホログラム商標」についての非グラフィカルな手法による出願の導入について質問したところ、【図表 71】の結果を得た。導入に肯定的な意見が過半数を占めた。また、「わからない」は約 10%であった。

「導入すべきである」が 11 者、「どちらかというと導入した方がよい」が 19 者であり、導入に肯定的な意見を合わせると 30 者（58.9%）であった。一方、「どちらかというと導入しない方がよい」は 12 者、「導入すべきではない」は 4 者であり、導入に否定的な意見を合わせると 16 者（31.3%）であった。

【図表 71】非グラフィカルな手法による「ホログラム商標」出願の導入（n=51）



（ii）非グラフィカルな手法による「ホログラム商標」出願の導入（「ホログラム商標」出願代理の経験別内訳）

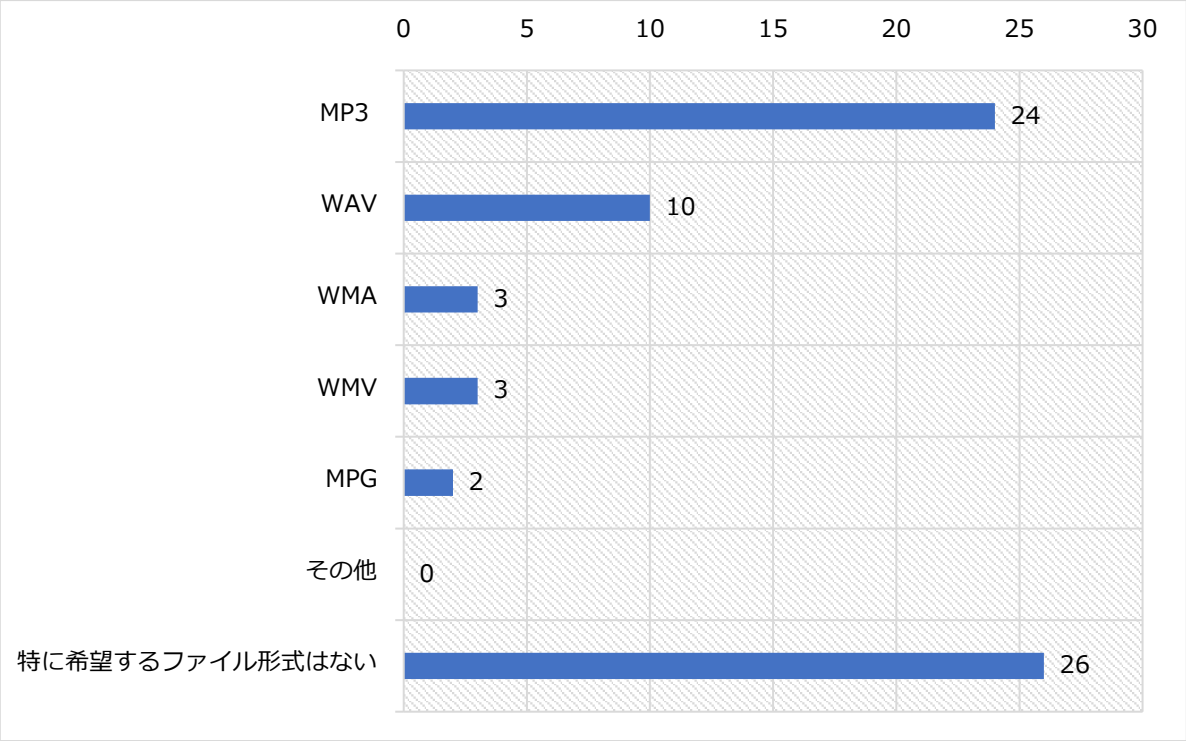
ホログラム商標の出願代理の経験（質問 C2）がある者は 1 者であり、非グラフィカルな手法による「ホログラム商標」の出願の導入（質問 D8）について「どちらかというと導入した方がよい」を選択した。

（８）非グラフィカルな手法による出願に使用するファイル形式

（ｉ）「音商標」の出願に使用するファイル形式

質問 D9 において、非グラフィカルな手法による「音商標」の出願に使用を希望するファイル形式について質問したところ、【図表 72】の結果を得た。マドプロ出願において許容される「MP3」が 24 者、「WAV」が 10 者と上位を占めたが、「特に希望するファイル形式はない」も 26 者であった。

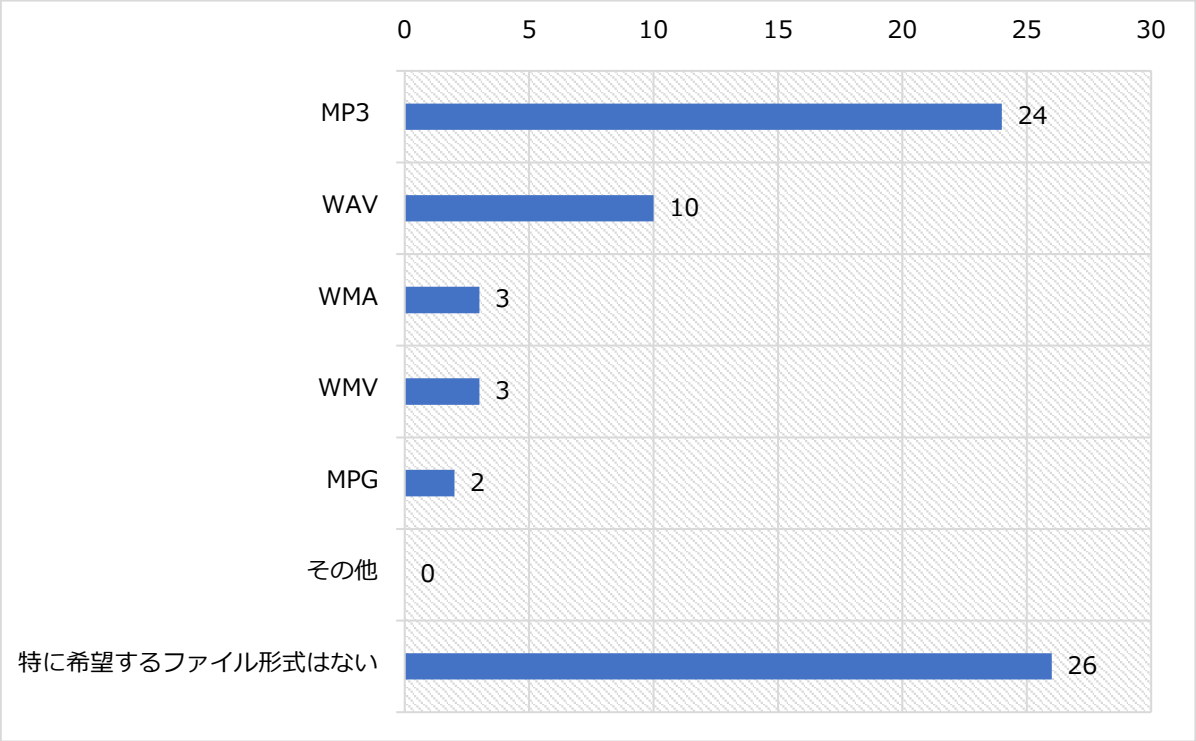
【図表 72】「音商標」の出願に使用するファイル形式（複数回答可）（n=51）



（ⅱ）「動き商標」・「ホログラム商標」の出願に使用するファイル形式

質問 D9 において、非グラフィカルな手法による「動き商標」・「ホログラム商標」の出願に使用を希望するファイル形式について質問したところ、【図表 73】の結果を得た。マドプロ出願において許容される「MP4」が 23 者であったが、「特に希望するファイル形式はない」も 27 者であった。

【図表 73】「動き商標」・「ホログラム商標」の出願に使用するファイル形式（複数回答可）（n=51）



（９）非グラフィカルな手法による出願の導入に対する意見

質問 D10 において、日本において非グラフィカルな手法による出願の導入について自由記載形式で意見を求めたところ、9 者から意見があった。これらの意見を、質問 D6（音商標）、D7（動き商標）、D8（ホログラム商標）についての非グラフィカルな手法の導入に対する回答別に整理すると、以下のとおり。

回答者 9 者の内訳をみると、質問 D6（音商標）、D7（動き商標）、D8（ホログラム商標）の出願の導入において、二つ以上の質問で否定的意見を選択した者が 3 者、二つ以上の質問で肯定的意見を選択した者が 5 者、二つ以上の質問で「その他」を選択した者が 1 者であった。いずれを選択した者からも、導入するとした場合の懸念や条件、要望に関する意見が挙げられた。

【質問 D6,7,8 の二つ以上に否定的な回答をした者（すなわち、非グラフィカルな手法による出願の導入に否定的であると考えられる者）からの意見】

・検索のしかたが困難にならないように配慮する必要があると考える。
・特に意見はありません。今のままでも出願・閲覧等に支障はないため、このままでかまわないと考える。
・非グラフィカルな手法により表現された商標は権利範囲がわかりにくいと推測されるため、導入には慎重な検討を要すると思われる。

【質問 D6,7,8 の二つ以上に肯定的な回答をした者（すなわち、非グラフィカルな手法による出願の導入に肯定的であると考えられる者）からの意見】

・検索容易性の観点を担保した上で導入するのがよい。
・基本的に出願人の選択肢を増やすことには賛成である。一方で、出願人や代理人の負担を増やさないよう、ファイル形式を１に限定するべきではない。
・特に希望するファイル形式はないが、メジャー（準備、再生等が容易）なものかつ複数の選択肢が欲しい。
・音商標の出願を検討したことがあるが、五線譜の作成が難しく（クライアント自身にも正確な五線譜の情報がない)、断念したことがある。音声ファイルとの一致性がかなり厳格なため、現状の使い勝手はよくないと思われる。
・質問 D4-2 で記載した通り、非グラフィカルな手法による出願には、審査の効率化や国際的なハーモナイゼーションがとれれば、優先権主張やマドプロ出願が容易になるといったメリットがある。また出願人にとって非伝統的商標の出願が容易になり、出願件数の増加が望める。そのため、導入をされた方が良いと思われる。

【質問 D6,7,8 の二つ以上に「その他」を選択した者からの意見】
・原簿やデータベース上の表記がどうなるのか想定しづらく、不安が残る。

第４章　国内企業ヒアリング調査

第１節　部分拒絶制度

１．海外での部分拒絶の経験について

海外で部分拒絶を受けた経験（複数回答可）については、中国で経験した企業が 4 社、米国で経験した企業が 2 社、ノルウェーで経験した企業が 1 社確認された。
その際の拒絶の理由については、先行商標との類似や一部の指定商品が不明確というものが挙げられた。
対応については、特に重要でない指定商品役務が拒絶理由の対象であった場合、承服して、放置するケースが多かった。その他の場合には、不服審判を請求したり、同じものを再出願するとともに先行商標に不使用取消審判を請求したりといった対応を取ったケースも確認された。

具体的には以下の回答があった。
（鎖線枠囲いは、アンケートにおける回答。丸数字は、アンケートにおける選択肢の番号。枠囲いがない部分はヒアリングにおける回答。以下この章において同じ。）

・ノルウェー、中国、米国

ノルウェーに関しては、マドプロ出願をした商標について先行他社登録の商標と類似しているという拒絶理由がかかり、放置した。抵触する指定商品が削除されても問題がなかったため、特に何もせず、残りのものを登録させるという対応になった。
中国に関しては、こちらも先行他社登録の商標と類似していると言われて、放置した。こちらの理由は、将来の商品の拡大の可能性を考えて指定商品を記載していたので、拒絶理由の対象となった商品について、すぐには権利化の必要がなかったため。
アメリカに関しては、指定商品について補正の示唆があった。示唆に従うことで問題なかったので、そのとおり補正をした。
個人的には、制度を改善してほしいとか、部分拒絶制度によって困ったとか、そういったことは今のところなかったという印象。（大企業、医薬品）

・中国

指定商品を複数記載していたときに、一部の指定商品と抵触する類似の先行商標があるという拒絶理由を受けたことがある。
対応に関してはケースバイケース。使いたい商標であれば、非類似を主張して争うというような対応をする。他方、防衛的にハウスマークを出願しているようなケースで、優先度が低い指定商品に対して部分拒絶がかかった場合には、相手を見てからになるが、例えば相手が商標を使っているとか、悪意性もなさそうな状況であれば、基本的にそのまま拒絶を受け入れる。

使用に関心のない指定商品に関しての拒絶であれば、(残りの指定商品については) 何もせずに登録になるのでその点は確かに便利だと思う。一方で、日本と異なり、登録料納付のステップがないため、あまり興味のない指定商品のみについて登録になってしまうケースもある。そのような場合には、社内における商標管理で注意が必要になってくる。(大企業、食品)

・米国、中国

米国、中国ともに先行商標との類似を指摘されたり、類似する他社商標はなくても、一部の指定商品が不明確であったりして拒絶されたということは多々ある。商品役務の表現の多少の修正や、用途の特定を求められるケースが多い。意図している商品役務と概ね異なるものでなければ、そのまま拒絶を承服している。

また、中国では、想定していなかったような先行商標との類似を指摘されることが多く、日本とはかけ離れた類否判断をされることがあるが、そういった場合でも費用や時間を考え、応答せずに仕方なく拒絶を承服している。

制度について、日本のような全部拒絶か、中国の部分拒絶のいずれが優れているかは一概には言えないかと考える。ただ、中国に関しては、在外の出願人にとっては応答期間が短く、かつ延長できないため困っている。代理人による翻訳だとか、報告書作成の時間がそのまま応答時間の減少に繋がってしまうので、在外の出願人に関しては期間の延長を認めるといった救済措置が欲しいと感じている。(中小企業、その他製造業)

・中国

過去 3 年中では 5 件ほどあり、全ての拒絶理由が先行商標に類似するという理由であった。そのうち 4 件は一部拒絶査定を承服して、そのまま公告登録へと進めた。残りの 1 件は不服審判を請求した。

4 件で一部拒絶査定を承服した理由は、第一に、不服審判の勝算がそもそも高くなかった。第二に、先行商標と類似と判断された先行商標を潰す手段、方法がなかった。第三に、現時点で先行商標を潰してまで確保すべき重要な商品ではないという事情があった。また、再出願をして、引例に不使用取消請求を行う方針としたものもある。

1 件で不服審判を請求した理由は、拒絶理由に納得できず、不服審判の成功可能性に期待したため。(大企業、化学)

２．部分拒絶制度のメリットについて

部分拒絶制度のメリット（複数回答可）については、「拒絶理由通知への対応の作業が省ける」を挙げた企業が 4 社、「中間手続きの費用が削減できる」を挙げた企業が 2 社、「拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある」を挙げた企業が 1 社であった。

「その他」として、「拒絶理由に該当する指定商品役務が明確化されるのではないかという期待」、「拒絶理由に該当する可能性がありそうな商品役務についても積極的に指定しやすくなる」等のメリットが挙げられた。

具体的には以下の回答があった。

・拒絶理由通知への対応の作業が省ける①
・中間手続きの費用が削減できる③
・その他④：調査等の際、経過情報から一部拒絶を受けていない商品役務に関する審査官判断（登録判断）を参考にできる

「その他」の記載内容について、これまでも、拒絶理由がかかっていない商品役務に関しては、基本的に拒絶理由はなかったと判断できると思うが、部分拒絶が制度化されることによって、この判断がより確実になると思う。

また、手続に慣れていない出願人にとっては、何も対応しなくても登録になる可能性があるので、メリットがあると思う。

今の制度・運用と比べると、どこの部分が拒絶を受けているのかというのがわかりやすくなると思う。今の拒絶理由通知だと、どの指定商品が拒絶理由の対象か書かれていないため、（4 条 1 項 11 号の拒絶理由通知において）たくさん引用商標が挙がっていると、それぞれの引用商標が自分たちのどの指定商品と抵触しているのか見比べていかないといけない。部分拒絶制度が導入されれば、そこがおそらくはっきり書かれることになるため、それは良いと思う。（大企業、医薬品）

・その他④：権利化が必要ない指定商品等に対する部分拒絶であれば、補正などの手続きが不要になる。

基本的に代理人を活用して出願している。今の制度であれば、補正であっても代理人のコストが生じるが、それがなくなるというのはメリットである。（大企業、食品）

・拒絶理由通知への対応の作業が省ける①
・拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある②

例えば日本でも商品役務の区分相違という拒絶理由がかかることは結構あるが、部分拒絶制度が導入されれば、拒絶理由の対象の指定商品が特段重要ではないというような場合に、補正書作成という手間が一つ省ける。当社のように、中小企業で、特に手続に不慣れな者にとってもメリットがあると思う。（中小企業、その他製造業）

・拒絶理由通知への対応の作業が省ける①
・中間手続きの費用が削減できる③

特に国内出願する際には、同じ区分の中で特にこれは絶対押さえたいという商品役務と、押さえられたら嬉しいという商品役務を入れて出願することが多いが、取れたら嬉しいという部分について拒絶を受けた場合は、補正で対応している。部分拒絶制度が導入されれば、この補正の手間が省ける。特許事務所に依頼していた場合、単純な対応にも費用がかかってしまうので、そこを削減できるのはありがたい。

なお、アンケートで「拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある」は選択しなかったが、拒絶理由通知への応答は初心者でも難しくないと思っているので、この選択肢はそこまでメリットだと感じない。

また、例えば出願前の調査で、先行商標と抵触しそうな商品役務を入れるか入れないか判断するときに、(部分拒絶の対象となったら承服すればいいという考えで) 積極的に広い範囲の商品役務を指定しやすくなるのもメリットだと思う。(大企業、運輸・倉庫業)

・拒絶理由通知への対応の作業が省ける①
・その他④:部分拒絶された商品役務に不服審判し、かりにこれが認められなくても商標全体が拒絶されることなく、(分割出願なしで) 当初に認可された商品役務を登録へ進めることができる点は良い制度だと思う。

(分割出願の手続きを取った場合に比べ、拒絶理由に該当しない商品役務の登録が遅くなる可能性について) 急ぐ場合は、最初に分割手段を選択すれば良いわけで、手段の使い分けで対応できるので、特に問題とは考えていない。

このほかでは、登録が認められる商品と拒絶される商品が明確に判別される点がメリットだと思う。例えば、中国の部分拒絶制度であると、出願時にどの商品が拒絶理由に該当するかということを深く考慮せずに、たくさん商品を記載してとりあえず出願しても、中国の知財局がきちんと登録可否を区別してくれるので、事前の手間が省けるというメリットがある。(大企業、化学)

3．部分拒絶制度のデメリットについて

部分拒絶制度のデメリット (複数回答可) については、「それほど強く権利化を望んでいない商品役務についてのみについて登録査定される可能性がある」を挙げた企業が 3 社、「部分拒絶制度が適用される出願の審査だけでなく、審査全体が遅延する可能性がある」を挙げた企業が 2 社、「そもそも拒絶理由通知に対応せず登録を待つことが想定されない (登録したい場合、補正や出願分割等の対応をとるため)」を挙げた企業が 2 社であった。

「その他」としては、不使用商標の増加を懸念する意見が 3 社から出された。ただし、日本の場合は最終的に登録料納付を求められるので、とりあえず登録しておくケースは海外に比べれば少なくなるのではないかという指摘もあった。

また、登録料納付の要否の判断や代理人への指示に係る負担、最終的に登録料が納付されなかった場合の特許庁の事務的負担、出願の帰趨に関心を有する第三者にとってペンディング状態が長期化する負担を懸念する意見もあった。

さらに、特にデメリットはないとした企業も 1 社あった。

具体的には以下の回答があった。

・それほど強く権利化を望んでいない商品役務についてのみについて登録査定される可能性がある①
・その他④:何となく登録になってしまう件が増えると、3 年は不使用取消をかけることができず、無用な権利がある状態の商標が増え、後願にとっては望ましくない状況が発生する可能性がある。また使用状況を確認する機会もないため増える一方になるのではないかと考える。

何もしなくて登録になってしまった出願もあるかもしれないが、そういう登録例にも 3 年間は手出しできないし、権利の維持のための見直しのような制度もない。そういった登録例が増えていったときに、後から出願する人たちが回避しないといけないというのは、あまりいい状況ではないと思う。

登録時に登録料の納付がない国が幾つかあるが、そういう国、制度のときはそのまま放置しておいて登録するということは、実務的によくあるような気がする。ただ日本の場合、最終的には登録料を求められるので、不必要な指定商品についてとりあえず登録しておくということは、海外に比べれば少ないのではないかという気がする。（大企業、医薬品）

・それほど強く権利化を望んでいない商品役務についてのみについて登録査定される可能性がある①
・部分拒絶制度が適用される出願の審査だけでなく、審査全体が遅延する可能性がある②
・そもそも拒絶理由通知に対応せず登録を待つことが想定されない（登録したい場合、補正や出願分割等の対応をとるため）③
・その他④：不使用商標が増える可能性がある。登録査定時に、登録料納付要否の検討が必須になる。

（商品役務に関わらず、商標権を）取れるなら取っておこうという出願人が増える懸念があり、不使用商標が増えるかもしれないと思った。また、部分拒絶になった場合、本当に登録料を納付するのかちゃんと考えなければいけなくなる。もし社内決裁の手間が大きい会社があるとすると、その辺りは負担になるのではないかとも思う。（大企業、食品）

・部分拒絶制度が適用される出願の審査だけでなく、審査全体が遅延する可能性がある②
・そもそも拒絶理由通知に対応せず登録を待つことが想定されない（登録したい場合、補正や出願分割等の対応をとるため）③

②について、昨今、商標の審査期間が短縮されつつあるところだが、部分拒絶制度を導入した場合、拒絶理由通知を受けたその日のうちに応答すれば 1 週間ぐらいで登録査定となるところを、応答期間の間ずっと放置してもよいということになってしまい、全体的に見て審査の遅延が発生するのではないかと思う。出願人の立場としては、とにかく審査を早くしてほしいと常に感じている。

また、③については、例えば一風変わった商品役務を指定した場合、拒絶理由通知において審査官からより適切な表示を提案されることが多々ある。当社ではそういった提案に従って補正することが多いため、個別に対応せずに登録を待つというのはあまり考えられない。ただ、事業予定の変更によって指定商品役務の一部が不要になることもあり、そのような商品役務が拒絶の対象となった場合には、応答せず承服することもあり得るかと思う。どうしても早く登録査定がほしいときは、何らかの形で応答するかもしれないが。（中小企業、その他製造業）

・特にない⑤

期間の面について、これまでより数ヶ月、登録に時間が要するようになったとしても大きな影響はないと思う。現状でも、登録のタイミングがサービスの提供開始や商品の販売

開始より早いということはあまりないため。また、急ぎ登録したい場合は補正の対応をすれば済む話かと思っている。（大企業、運輸・倉庫業）

・それほど強く権利化を望んでいない商品役務についてのみについて登録査定される可能性がある①
・その他④：権利化を望んでいない商品役務のみ登録査定となった場合に、出願人は登録料を納付しないことが予想される。この流れは、特許庁にとって事務的な負担が発生する可能性があるし、この出願の登録又は拒絶の行方が気になっている第三者にとっては結論を知るまでに時間がかかるというデメリットがありそう。

アンケートで回答した内容に加え、部分拒絶制度により登録が認められた商品が、同一出願人の先行登録商標に含まれる場合は、結局同じ登録商標を二つ作ってしまうデメリットがあるかと思う。

また、通常、クリアランス調査を行った上で出願する出願人が多いとは思うが、登録を認める商品と認めない商品を特許庁が選別してくれるとしたら、指定商品をずらっと並べて記載する出願人が増えてしまう可能性があるように思われるので、将来的に不使用商標が増える可能性があるように思う。（大企業、化学）

４．部分拒絶制度の導入について

部分拒絶制度の導入について、総じて、強い制度導入のニーズは示されなかった。

仮に制度を導入する場合の制度設計については、「部分拒絶を受け入れる旨の返事を何らかの形で行ったときや、応答期間満了から 1 か月程度経過したときは、速やかに登録査定が出るようにしてほしい」、「指定商品役務の一部だけを対象に拒絶査定不服審判が請求できるようにしてほしい」等の意見があった。

＜「自社でも利用したいので導入すべきである」とアンケートで回答した企業の意見＞

・商標権は持っているだけで収入になるというたぐいの権利ではなく、基本的に防御のための権利であり、取得の費用がかさむことは営業サイドから抵抗が強いことが多い。重要度の高くない商品役務を対象に拒絶理由が出され、補正の対応を行うケースはこれまでもあったため、そういった場合の中間費用が削減できるのはありがたい。

（制度設計上留意すべき点について）期間の面で、登録まで時間がかかってしまうと、応答しないという選択肢を取るメリットが少なくなってきてしまうと思っているので、応答期間満了から 1 か月後くらいに登録になるとよい。また、部分拒絶の通知に応答せずに減縮された内容で登録になった場合、登録の通知は、「部分拒絶で応答しなかった結果、この指定商品役務が削除された」とわかる内容になっているとありがたい。

（自由回答の記載について）中間費用が削減できるというのは、基本的に代理人費用が削減できるという趣旨。他社と共同出願をすることも今後多くなるところ、費用の分担の問題もあるため、中間費用が削減できるのはありがたい。弊社の場合、商品役務の単純な削除で解消するケースで、削除後の内容で登録されて問題ないようなものについては、基本的には応答しない選択肢で進めていくことになると思っている。（大企業、運輸・倉庫業）

＜「どちらかというと導入しない方がよい」とアンケートで回答した企業の意見＞

・出願人の立場からすれば、拒絶理由通知に対して応答せずとも良くなるという選択肢が増えることは歓迎できる。他方で、代理人を使用して出願するケースの場合、意見書や補正書による応答機会が減ることは代理人の手数料収入が減少することにつながる可能性がある。そうなると、代理人は出願手数料にその減少分を上乗せさせるかもしれないと危惧しているので、諸手を挙げて賛成とも言えない。

「どちらかというと導入しない方がよい」を選択した決め手は、代理人手数料の増加と審査遅延の懸念。ただ、手数料が増加するのか定かではないし、審査期間にもそこまで影響はないかもしれないので、（アンケート回答時と異なり）今の段階では、別にこの制度があってもいいという考えに少し変わってきている。

（制度設計上留意すべき点について）もし部分拒絶制度を導入するのであれば、不服審判を請求する場合でも、拒絶理由がある商品役務だけを対象とできるような制度設計になると助かる。現行の不服審判制度だと全ての指定商品を対象にする必要があり、区分数が多い出願だと審判請求の手数料が非常に高額になってしまうので、やむを得ず商品を減縮してから審判請求するということもあった。

また、ファストトラック制度は一定のニーズがあったにもかかわらず突如休止してしまったが、部分拒絶制度についても、導入後に休止してしまうと、出願人としては混乱や支障があると考える。（中小企業、その他製造業）

＜「その他」「わからない」とアンケートで回答した企業の意見＞

・一部審判請求や不服審判をしなくてもよい再審査請求はよいと思う一方、一部拒絶は多くのメリットがあるとは思えない。出願人としては圧倒的に個人や中小企業が多いため、ユーザーフレンドリーとしてこうした制度が検討されることは理解するが、出願人にとっては、審査対応の簡略化よりも審査期間が短縮され、商標が使えるのか、使えないのか、使うとリスキーなのかについて審査判断がわかる方がビジネスへの反映も早くて良いのではないかと考える。

（拒絶理由通知の発送から、拒絶理由に該当しない商品等について登録になるまでの期間について）拒絶確定後、速やかに登録査定が出るとありがたい。

（制度設計上留意すべき点について）部分拒絶制度は、応答しなくても、拒絶理由のない指定商品が登録になることや、費用が抑えられるということがメリットの一つだと思う。登録したい指定商品が拒絶査定になったとき、拒絶理由がないと明らかにわかっている他の商品まで審判請求しないといけないとなれば、費用的なデメリットがあるので、部分的に審判請求できるような形があると良いと思う。（大企業、医薬品）

・現時点では導入するメリットが見いだせない。補正、意見書、分割などで対処が可能。例えば同意書制度は海外で活用した際、便利な制度だと感じていたが、部分拒絶制度については便利な制度だと感じたことがない。

どういうメリットがあるのかもう少し詳しく知りたい。それによっていろいろ意見が出てくると思う。（大企業、食品）

・どちらでも良いと考える。導入しても、しなくても業務に大きな影響はないと考える。
・部分拒絶された商品役務を削除補正することなく認可された商品役務をそのまま登録査定へ進められる点は良いことだが、このような拒絶を受ける出願は全体の一部であるし、削除補正に手間がかかるかと言えば必ずしもそうではなく、費用をかけずに簡単に自社で対応できる。(ほとんどの出願が自社出願のため)よって、弊社にとって導入は小さなメリットと考えている。導入しなくても現状はほぼ問題はない。

(制度設計上留意すべき点について)今の日本の審査だと、一部の指定商品役務に関してのみ抵触する先行商標があり 4 条 1 項 11 号の拒絶理由通知が来た場合、その商品役務を削除する補正をすれば、1、2 週間以内に登録査定が出ていると思う。部分拒絶制度を導入する場合、部分拒絶を受け入れる旨の返事を何らかの形ですれば、速やかに 1、2 週間ぐらいで登録査定になるといいと思う。

補正書に代えて、拒絶理由を承服する旨の応答だけすれば(拒絶理由に該当しない商品役務について)登録になるという制度があれば、現状の補正書を出さないといけない制度よりもメリットはあると考える。補正書の場合、補正前後の商品をすべて書かないといけないため、気を遣うところもある。(大企業、化学)

第２節　非伝統的商標の保護対象の拡大

１．におい等非伝統的商標の使用の可能性(潜在ニーズ)について

におい等について、商標として現に使用している、あるいは具体的に使用する予定があると回答した企業はなかった。
また、商標としての使用が考えられる例については、4 社が触覚を挙げたほか、においや味もあり得るが登録可能性は低いだろうとする意見があった。

具体的には以下の回答があった。

・完全に想像の範囲ではあるが、健康や環境に適応できるような商品等に活用できるのではないかと思う。触覚というのは商品によってはあるのかもしれない。例えば、肌触りの良いサポーターなど。それが審査に耐えうるほどのものになるかどうかは何とも言えないが、商品の特徴として、肌触りを強調する商品はいろいろあるような気がする。(大企業、医薬品)

・食品飲食料品業界では当然、(におい等の)全てが商品に備わっているため、なかなか顕著性のあるものは生まれないのではないかと思う。その中で、あえて可能性があるとしたら、触覚(ボトルを持った感じ等)は考えられるかもしれないが、具体的には思い当たらない。(大企業、食品)

・当社の場合、匂いや味覚を特徴とする商品や役務はない。触覚に関しては、商品を販売する店舗で、他社製品との手触りの違いを確認してもらい、例えば手に馴染むとか滑りに

くいというところをアピールし、商品購入のきっかけにできるかと思う。（中小企業、その他製造業）

・サービス業なので、におい等に結びついた商標があまりイメージしにくいが、例えば、触感に特徴のある資材や、におい付きの資材はありうるのではないかと思う。（大企業、運輸・倉庫業）

・例えば、柔軟剤のにおい、歯磨きの香味、解熱鎮痛剤の味、歯ブラシのハンドル部分の手触り、歯ブラシの毛の柔らかさという感触等があるかとは思ったが、こういったものが登録される可能性は極めて低いのではないかと思っている。（大企業、化学）

２．におい等の商標登録を可能とする場合のメリットについて

におい等の商標登録を可能とする場合のメリット（複数回答可）について、「登録を受けたこと自体が宣伝広告になる」を挙げた企業が 4 社、「模倣を排除できる」「ブランドとして安心して使い続けることができる」を挙げた企業が 1 社であった。

「登録を受けたこと自体が宣伝広告になる」については、新しいタイプの商標の登録例がメディア等で取り上げられてきたことを踏まえて選択した企業があった。

また、「模倣を排除できる」「ブランドとして安心して使い続けることができる」については、権利範囲の特定や類否判断が容易かどうか次第（権利範囲の特定や類否判断が難しければ、模倣を排除したり安心して使い続けたりすることは難しい）という意見があった。

「その他」のメリットとしては、「ブランドを保護するための手段の選択肢が広がる」、「新たな商品価値のアイデアの創出に繋がる」という指摘があった。

具体的には以下の回答があった。

・その他④：

におい：最近では、香水や化粧品に限らず、テーマパークのアトラクションや VR など仮想空間などで「におい」等などを発していることもあるので、産業上の利用可能性が確保できれば、新しい側面としてのメリットがあるかもしれない。

触覚：最近では、VR など仮想空間で「触覚」等などを売りにしている部分もあると思うし、マッサージ器といったものにも、産業上の利用可能性が確保できれば、メリットがある可能性があるかもしれない。

味覚：特定の食べ物に依存しない「味覚」のみを経験できる状況があれば、新しい保護の形が生じるかもしれない。

におい等は消費者やその環境によって、かなり印象がぶれるものという感じがしているが、自他識別、出所表示、品質保証、宣伝広告機能が安定して得られるような状況が確保できれば保護ができるのではないかと考える。（大企業、医薬品）

・登録を受けたこと自体が宣伝広告になる③

・その他④：ブランドを保護するための手段の選択肢が広がる

宣伝効果について、新しいタイプの商標が導入されたときに登録になった会社は、メディアにも取り上げられていたので、そういった効果は当然同じように出てくるだろうと思った。（大企業、食品）

・模倣を排除できる①
・ブランドとして安心して使い続けることができる②
・登録を受けたこと自体が宣伝広告になる③

以上の回答について特に補足することはない。（中小企業、その他製造業）

・登録を受けたこと自体が宣伝広告になる③

（アンケートで「模倣を排除できる」「ブランドとして安心して使い続けることができる」を選択しなかった理由について）どういう登録がされるか次第かとも思うが、例えば成分等をある程度特定して登録するという制度になるのであれば、客観的な比較や模倣の判断はしやすいかと思う。ただ、「○○のにおい」のような抽象的な表現になると、感じ方は人それぞれと思われるため、模倣を排除できず、ブランドとして安心して使い続けることができないかもしれない。

他のメリットとして、新たな商品価値のアイデアの創出には繋がる可能性はあると思う。（大企業、運輸・倉庫業）

・登録を受けたこと自体が宣伝広告になる③

使用による識別力獲得が登録条件になるし、現在そのようにして登録された新しいタイプの商標について、権利者がいろいろ宣伝している。そういった宣伝効果は期待できるかと思った。（大企業、化学）

３．におい等の商標登録を可能とする場合のデメリットについて

におい等の商標登録を可能とする場合のデメリット（複数回答可）について、5 社すべてが、「商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい」「商標の検索・閲覧が難しい」「類否判断が難しい」を挙げた。

理由として、言葉や文字で表現するのが難しい、それらで表現したものも人によって受け止め方が違うという意見があった。また、化学式や物理的な測定結果等によって表現したとしても、理解できる者が限られてしまうとの意見があった。

その他のデメリットとして、水際措置（輸入差止）の困難さを指摘する意見があった。

具体的には以下の回答があった。

・商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい①
・商標の検索・閲覧が難しい②
・類否判断が難しい③

・その他④：
　におい：ブランドのブティック内など特定の状況を限定的でなければ商標上使用しているとは言い難いので、「におい」には場所などの付属する情報が必要だと考える。したがって、権利とするには、特許のように実施例を記載したり、その実施例に合わなければ権利行使も難しいという極めて限定的な権利にしかできないのではないかと思う。また、そうであれば、検索もできると思う。
　触覚：特定の触覚で自他を識別するのは難しいと思う。仮に結びつきがあるとしても、特定の状況下ではないかと思われるため、こちらも特許のように実施例を記載し、その例の範囲においてのみ権利を認める等になるかと思う。それであれば、検索もできると思う。
　味覚：味覚の共有は難しいと思う。利き酒など、利き○○は昔からあるが、きわめて限定的であり、自他を分けられる人の方が少ないように思う。

　例えばにおいが仮に商標登録されたときは、どうやって検索できるのかが気になる。公開する必要があると思うが、においを仮に言葉に書いて公開したとして、それは公開したと言えるか疑問。（大企業、医薬品）

・商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい①
・商標の検索・閲覧が難しい②
・類否判断が難しい③
・その他④：出願時においてどのように商標を特定するのか想像がつかない。

　なかなか数値化等が難しい問題だと思う。新しい商標の導入を検討されていたときの資料をいくつか見たときに、においや味覚についての他国での登録例が載っていたが、それらの登録例の書き方では、権利範囲の特定や類否判断が難しそうに思った。（大企業、食品）

・商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい①
・商標の検索・閲覧が難しい②
・類否判断が難しい③
・その他④：仮に「におい」商標、「触覚」商標、「味覚」商標を用いて水際措置（輸入差止申立）をした場合、模倣品か否かを判断する税関職員への負担が増加する懸念がある。また、侵害疑義製品が税関で発見された際、写真では判断がつかず、権利者は現地の税関まで赴いて確認する必要が出てくると思われるため、出願人にとっても負担が増加すると予想する。

　におい、触覚、味覚はどうしても文字で表現しにくい。仮に化学式等で表現できたとしても、化学式を理解できない者が調査するときに、権利範囲の特定、類否判断が非常に難しいと思う。
　税関における輸入差止申立でも、申請時に一定の書類の作成のハードルがあると思う。例えば侵害理由の根拠の説明が難しいだろうし、仮に申立てが成功したとしても、現場の税関職員にとっては真贋判定が非常に難しいと思う。また、遠隔地の税関で侵害疑義品が発見された場合に、視覚的に判断できる場合には写真を送付してもらうことで真贋判定できるが、におい等についてはやはり現地に赴く必要性がある。かつ、商標権侵害に基づく輸入差止めだと、サンプルを持ち帰れないので、その場で真贋判定することになるが難し

いと思う。
　加えて、少なくとも審査にかなり時間を要すると思われる上、よほど識別力の高いものでないと登録できないと考えられる以上、実際にこういった商標を活用できる企業というのはかなり限られてくるのではないかと思う。（中小企業、その他製造業）

・商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい①
・商標の検索・閲覧が難しい②
・類否判断が難しい③

　成分で特定されてしまうと、一般人にはよくわからなくなってしまうと思うし、逆に「○○の匂い」といった表現にした場合、人によって受け止め方が変わってくるため、権利範囲の判断はかなり難しそうに思っている。
　また、おそらくにおいの見本が登録時に出されるのかと思っているのが、香りは劣化をすると思うので、いつ時点の香りが登録内容なのかとか、サンプルは毎年新しいものを提供し続けるのかとか、そういった点も難しそうに思う。（大企業、運輸・倉庫業）

・商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい①
・商標の検索・閲覧が難しい②
・類否判断が難しい③

　言葉による表現だけで権利を設定できるのか大いに疑問。他方、化学式や物理的な測定結果を用いて、その範囲を特定したり、類否判断したりするのは非現実的だと思う。（大企業、化学）

４．におい等の商標権での保護制度の導入について

　「におい」「触覚」「味覚」のいずれにおいても、制度導入の明確なニーズは示されなかったほか、制度導入による課題を挙げる意見が多くあった。
　具体的には、権利範囲の特定や公開の方法、識別力や類否の判断手法への懸念が多く挙げられた。
　また、制度導入によりブランドを保護するための手段の選択肢が広がるとする立場からも、同様の課題を挙げて制度やツールの整備が必要とする意見があった。

　具体的には以下の回答があった。

・「におい」「触覚」：どちらかというと導入しないほうがよい③
・「味覚」：導入すべきではない④
・自由回答：産業の発達には貢献する一面もあると思うが、需要者の利益を保護するかといえば、場合によるのではないか。そうなると、そもそも導入する必要があるのか疑問である。導入しても登録できない、出願人に対して明確な基準を明示できない、不明なものは審判・裁判で決着すればよいのであれば、ただ混乱をもたらすのではないかと考える。

　以上の回答について特に補足することはない。（大企業、医薬品）

・「におい」「触覚」「味覚」：その他⑤
総論としてブランドを保護するための手段の選択肢が広がることになるので良いこと。ただし、識別力や類否の判断基準、登録要件、出願に必要な書類等の整備、商標検索ツールの整備などはしっかりと行ってほしい。
・自由回答：仮に「におい」、「触覚」、「味覚」の商標を導入するとしたとしても、飲食料業界においては通常、「におい」、「触覚」、「味覚」がある商品ばかりであることから、基本的には識別力がないという前提で検討を進めてほしい。

（識別力や類否の判断基準等の検討において留意すべきことについて）におい等にあまり馴染みがないので、登録例や判断基準に関して、多国間の比較資料があるとありがたいと思っている。

（自由回答の記載について）ある程度有名なものでないと、登録になったとき、いろいろと悩ましい点が生じてくると思うので、他の非伝統的商標と同じような形にしてほしい強く感じる。（大企業、食品）

・「におい」「触覚」「味覚」：その他⑤
商標の構成や態様の特定方法や公開方法、水際措置での対応方法を確立してからでないと、制度の導入は現実的でないと考える。
・自由回答：特にこれらの商標については導入する重要性・必要性が高いとは感じない。

以上の回答について特に補足することはない。（中小企業、その他製造業）

・「におい」「触覚」「味覚」：どちらかというと導入しない方がよい③
・自由回答：感覚によるところが多く、客観的な判断が難しい領域かと思い、保護制度の導入にはやや懐疑的である。

においの特定を抽象的な表現でする場合は、人によって感じ方が違うため客観的な判断が難しいと思う。一方で、成分で特定する場合は理解できる人、機関、会社がかなり限られてくると思うので、この制度を有効に活用できる人たちが限定的になってしまうのではないかと少し懸念している。（大企業、運輸・倉庫業）

・「におい」「触覚」「味覚」：導入すべきではない④
・自由回答：アメリカの登録事例でも、商標自体は言葉で示しているわけだし、権利の特定・類似範囲の認定が困難。登録場面だけでなく、その後の活用場面や権利侵害場面も考えたうえでの制度設計を望む。

においを言葉で特定しようとすると、単純な表現になってしまうため、類否の判断は難しいだろうと思う。（大企業、化学）

第３節　非グラフィカルな手法による出願

１．音商標等の出願の経験について

音商標等の出願の経験（複数回答可）については、5 社すべてに音商標の出願の経験があり、2 社は動き商標についても出願の経験があった。ホログラム商標の出願経験がある社は存在しなかった。
苦労した点としては、音商標について、楽譜と実際の音が一致しているかの判断が難しかったという意見があった。

具体的には以下の回答があった。

・音商標①、色彩のみからなる商標②、位置商標⑤

音の商標制度が始まったときに出願したが、楽譜と音声ファイルでオクターブが違うであったり、裏で薄く流れているコーラスの音程が示されていないであったり、裏で鳴っている音が表現されていないということで、拒絶理由通知を受けた。音と楽譜の一致という点で、苦労したという覚えがある。（大企業、医薬品）

・音商標①、色彩のみからなる商標②、動き商標③、位置商標⑤

制度が導入された初期の段階で動き商標を出願したが、動き自体がかなり小さかったので、パラパラ漫画風に表してもよく動きがわからないところがあって苦労した。（大企業、食品）

・音商標①

音源の五線譜がなかったので、結局、言葉で説明せざるを得ず大変であった。（中小企業、その他製造業）

・音商標①

音商標を実際に作ったのは社外の作曲家の方だったので、社内では五線譜を製作できず、作曲家の方にお願いしたという経緯がある。かつ、その五線譜を見ても、実際の音と一致しているのか判断が難しかった。（大企業、運輸・倉庫業）

・音商標①、色彩のみからなる商標②、動き商標③、位置商標⑤

制度が導入された直後に出願したときに、出願商標と音声ファイルの不一致を指摘されて、拒絶理由通知を受けたことがある。指摘のとおり一致していなかったこともあるが、一方で楽譜と音声ファイルの提供者に聞くと、これは一致しているとの見解があって、対応に困ったところはあった。音声ファイルだけで済むのであれば、こういうことはなくなるだろうと思っている。（大企業、化学）

２．非グラフィカルな手法による出願のメリットについて

非グラフィカルな手法による出願のメリット（複数回答可）については、5 社すべてが、「保護の対象となる商標をより正確に表せる」をメリットとして挙げた。
また、「五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省ける」を挙げた企業は 4 社（アンケート時には 3 社）、「同一商標について国内と海外の登録の形式の統一を図りやすくなる」を挙げた企業は 3 社（アンケート時には 1 社）というように、ヒアリングを通じて制度の理解が深まるにつれ、これらのメリットを挙げる企業が増える傾向が見られた。
「類否判断が容易になる面がある」を挙げた企業は 2 社であった。
その他のメリットとしては、特に音商標について、「五線譜の作成が不要になることによる経費削減」や「音源と五線譜が一致しているかのチェックに係る負担減」が指摘された。

具体的には以下の回答があった。

・保護の対象となる商標をより正確に表せる②、
・類否判断が容易になる面がある④
・その他⑤：音や動きの連続性を、動的なまま表現することができれば、よりわかりやすいのではないかと思う。

以上の回答について、特に補足することはない。（大企業、医薬品）

・保護の対象となる商標をより正確に表せる②

現在の制度では、動き商標については図面をいくつか出して言葉で補足をするという形だと思うが、動画ファイルが出せれば、具体的な動きがよりわかりやすくなると感じる。
選択肢の「五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省ける」①は、アンケート回答時にイメージできていなかったが、確かにメリットとして考えられると思う。
また、海外であまり非伝統的商標の出願をしたことがなかったので海外の形式をあまり理解できていなかったが、「同一商標について国内と海外の登録の形式の統一を図りやすくなる」③も同様にメリットになるかと思う。（大企業、食品）

・五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省ける①
・保護の対象となる商標をより正確に表せる②
・同一商標について国内と海外の登録の形式の統一を図りやすくなる③
・類否判断が容易になる面がある④

非グラフィカルな出願も可能になると、音商標を比較的出願しやすくなると思うので、出願のハードルが下がり、良い動機付けになるのではないかと考える。（中小企業、その他製造業）

・五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省ける①

・保護の対象となる商標をより正確に表せる②

J-PlatPat 等で検索する人も、五線譜をもとに再生して実際の音を把握しているのではないかと思う。五線譜を出さなくていいならとてもありがたい。五線譜のチェックが正確にできない人間が最終チェックして出願してしまうと、出願している音源と不一致ではないかという不安もあるし、権利を表現するものは一つの方がより正確なのではないかと思う。

また、作曲家等への追加作業の依頼がなくなるため、多少の経費削減になる。

「同一商標について国内と海外の登録の形式の統一を図りやすくなる」③については、アンケートの回答時にあまり想像がついていなかったが、例えばマドプロで色々な国に出すようなときに、手続きが各国で違うとなかなか大変であるため、統一されるとメリットになると思う。（大企業、運輸・倉庫業）

・五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省ける①
・保護の対象となる商標をより正確に表せる②
・その他⑤：音商標を出願した際に、審査で出願商標と音声ファイルの不一致を指摘されて拒絶理由を受けたことがあった。指摘通り不一致となっていた事例もある一方、楽譜と音声ファイルの提供者によると一致しているとの見解であり、対応に困ったことがあった。その後審査での判断で多少緩和されたようだが、音声ファイルだけで済むのであれば上記のようなことはなくなるので。

以上の回答について、特に補足することはない。（大企業、化学）

３．非グラフィカルな手法による出願のデメリットについて

非グラフィカルな手法による出願のデメリット（複数回答可）については、「商標の検索・閲覧の手間が増える」「商標の類否の判断が難しくなる面がある」を挙げた企業がそれぞれ 3 社あった。

特に音商標に関する意見が多く、前者については、音源のみの場合、検索が難しいのではないかという指摘があった。後者については、人によって音の聞こえ方が異なるため類否判断に差が出るのではないかという指摘があった。他方で、音楽の知識のない者にとっては音声ファイルを聞く方が分かりやすいし、特段、検索の手間が増えるとも思わないという意見もあった。

また、「出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の用意に技術的に手間がかかる（例：非グラフィカル出願のための専用ソフトが必要になる等）」「出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の送付に技術的に手間がかかる」を挙げたのは 1 社のみであった。

「その他」のデメリットとしては、審査官が審査する点が増え、審査の遅延を招くことや、審査で評価したポイントを拒絶理由または査定に明確に記載してもらわないと、応答がかみ合わないこともあるのではという懸念も指摘された。

具体的には以下の回答があった。

・出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の用意に技術的に手間がかかる（例：非グ

ラフィカル出願のための専用ソフトが必要になる等）①
・出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の送付に技術的に手間がかかる②
・商標の検索・閲覧の手間が増える③
・商標の類否の判断が難しくなる面がある④
・その他⑤：非グラフィカルな手法による出願をした場合、より鮮明により動的な複雑な印象を与えることが可能になるため、審査官がどこを抽出するかによって審査等する点が増えるのではないかと思う。それによって審査の遅延を招くことや、審査で評価したポイントを理由または査定に明確に記載していただかないと、応答とかみ合わないこともあるのではないかと思った。

以上の回答について、特に補足することはない。（大企業、医薬品）

・商標の類否の判断が難しくなる面がある④
・その他⑤：保護の対象となる商標をより正確に表せることもあると思われるが、例えば音の商標について、従来の五線譜などを不要としてしまうと、かえって不明確になる可能性もあるのではないか。

五線譜に書ききれない音もきっとあると思う一方、人によって音の聞こえ方は異なると思われるため、やはり、五線譜が判断の基準になるのではないかと思う。（大企業、食品）

・特にない⑥

（音商標について）対象が音である以上、文字や五線譜を見るよりも実際に音を聞く必要があると思う。音楽の基礎的な知識がない者にとっては、音声ファイルを聞いたほうがわかりやすいし、特段、サーチ負担が増すとは思っていない。（中小企業、その他製造業）

・商標の検索・閲覧の手間が増える③

他社の音商標について、五線譜が存在せず音源のみの場合、いちいち音源を聞くしかないと思うと検索が難しいのではないかと思う。ただし、個人的には非グラフィカルな手法で出願できることによって便利になると思っているので、あまりデメリットはないと思っている。（大企業、運輸・倉庫業）

・商標の検索・閲覧の手間が増える③
・商標の類否の判断が難しくなる面がある④

楽譜がないといちいち音声を聞かなくてはいけなくなる。聞き比べても、似ているかどうかと判断できない場合がある。いちいち聞かなければいけないというのは面倒だと思う。また、聴覚のみだと、人によって聞こえ方や類否判断に差が出ると考える。（大企業、化学）

４．非グラフィカルな手法による出願の導入について

音商標、動き商標、ホログラム商標のいずれにおいても、一定の制度導入のニーズが示された一方で、制度導入による課題を挙げる意見もあった。

音商標については、出願のハードルが下がるといった意見が複数ある一方で、五線譜が

ないと商標の特定や類否の判断が難しい、五線譜で表す方が明確であるといった懸念が多く示された。
　動き商標については、音商標に比べて比較的特定しやすいという意見がある一方で、商標の特定や類否判断のために図面も必須であるという指摘があった。

　具体的には以下の回答があった。

・音商標：その他⑤
引き続き音程などわかるものは必要に思う
・動き商標：自社では利用しないと思うが導入した方がよい②
・ホログラム商標：自社では利用しないと思うが導入した方がよい②

　（音商標について）第三者が検索するときのことを考えると、権利範囲を特定するための補助的なものとして、音程が分かるものがあったほうがいいのではないか。また、類否判断においても、音の認識は人により異なると思われるため、五線譜等によってはっきり権利範囲を確定する必要があると思う。
　（動き商標について）静止画ではなく、動的な情報だからこそ分かることや、伝わってくることもあると思う。そういったものが識別力を発揮するという状況はあると思ったので、導入はした方がいいと思った。（大企業、医薬品）

・音商標：どちらかというと導入しない方がよい③
五線譜で表しにくい音声があるとしても、音商標については権利範囲を明確にするため、五線譜は必須ではないかと思われる。五線譜がないと商標の特定や類否の判断においてサーチ側の負担が増えることが予想される。
・動き商標：その他⑤
現時点で「動きの商標」については、補助的に「動画ファイル」の提出が認められていないと理解している。「音の商標」と同様に「動画ファイル」を補助的に提出できるようになってもよいと考える。ただし、「動画ファイル」のみであると、商標の特定や類否の判断においてサーチ側の負担が増えることが予想されるため、現在、「動きの商標」を出願される際に求められるパラパラ漫画のような図面は必須と考える。
・ホログラム商標：わからない⑥
・自由回答：音や動きの商標の出願において、動画ファイルを活用できるようになることは歓迎だが、現時点ではあくまで商標を特定する上で補助的なものとして扱うべきであると考える。

　（音商標について）音はやはり五線譜がないと比較が難しいと思う。
　（動き商標について）動きは目に見えてわかるので音に比べれば特定しやすいと思うが、やはり見る側としてはある程度図面化されていた方が便利なのかなというところがある。動き商標を最近出願したが、動画ファイルが出せないので、動きを言葉にするところでも苦労はした。そのとき動画ファイルを出せたら、比較的楽になるとは思ったが、図面がいらないとは思わなかった。動画ファイルを社内のデザイナーに図面を起こしてもらって、手間はかかったが、やはり権利範囲を考えるときには、図面はあった方がいいと思った。

（全体について）外国とのハーモナイズという点は、アンケート回答時にはあまり頭にはなかったが、非伝統的商標を海外でも活用している会社が多いのであれば、そういった声も無視はできないのではないかと感じた。（大企業、食品）

・音商標：自社では利用しないと思うが導入した方がよい②
・動き商標：自社では利用しないと思うが導入した方がよい②
・ホログラム商標：自社では利用しないと思うが導入した方がよい②
・自由回答：商標出願の技術的なハードルが下がったり、出願手法の選択肢が増えたりするということについては賛成いたします。

商標出願の経験が少ない企業や、特にスタートアップや中小零細企業にとっては、商標に限らず出願のハードルを下げることが、知財を活用する後押しになると思う。（中小企業、その他製造業）

・音商標：自社でも利用したいので導入すべきである①
・動き商標：自社でも利用したいので導入すべきである①
・ホログラム商標：自社でも利用したいので導入すべきである①
・自由回答：より保護したい対象を明確に特定できるようになり良いと思います。

非グラフィカルな手法による出願が導入されれば、業者から納品されたものを使ってそのまま出願するということがかなりやりやすくなると思っている。ただ、確かに権利範囲の抵触を判断する際の取っ掛かりは見つけづらく、結局、比較するときには、何らか視覚化して比較するしかないかと思っている。（大企業、運輸・倉庫業）

・音商標：その他⑤、わからない⑥
導入するにしても、権利範囲や侵害行為が明確化されることを希望します。
・動き商標：その他⑤、わからない⑥
導入するにしても、権利範囲や侵害行為が明確化されることを希望します。
・ホログラム商標：わからない⑥
・自由回答：出願の際の手間が省けるが、再生しないと商標全体を把握できないので、どちらが良いのか決めかねている。

音商標の出願方法は、グラフィカルな形にしておいた方がいいかと思う。五線譜で表す方法には長い歴史があるので、不明瞭とはなりにくいと思う。（大企業、化学）

第５章　有識者ヒアリング調査

第１節　部分拒絶制度

１．海外での部分拒絶の経験について

複数の実務家が、中国、韓国等で部分拒絶の通知を受けた経験があると回答した。対応方法については、部分拒絶の対象となる商品・役務の重要性に応じて決定するとの意見が複数あった。

具体的には、以下の回答があった。
（各回答の末尾に、回答者を括弧書きで示した。弁護士・弁理士はまとめて実務家と表記した。以下この章において同じ。）

・中国、EU で部分拒絶の通知を受けた。中国では先行商標との類似で部分拒絶されたことが複数回あり、承服した場合もあるし、審判請求等の対応をとった場合もある。また、EU では一部の指定商品との関係で識別力がないという拒絶理由を受けたが、その商品が最もクライアントにとって重要だったので、意見書等で対応した。（実務家 E）

・中国、韓国で部分拒絶の通知を受けた。中国では、先行商標と一部の指定商品役務が抵触するという理由で拒絶され、その商品役務が特に重要ではなかったので放置したことがある。他方、抵触しているのが重要な商品役務であれば、抵触関係を回避するため不使用取消審判の請求といった対応をとることもある。また、韓国では、一部の指定商品の表示が不明確という拒絶理由を受けたことがあるが、その商品についても権利化したかったので、放置するのではなく補正で対応した。（実務家 F）
・タイで拒絶理由通知を受けたときには、規定上は部分拒絶制度が導入されており応答しなくても一部が登録になるはずだったが、現地代理人から「実際にその法律が適用されるか分からない」と言われたことがあった。他の国でも、出願人側としては「本当に応答しなくて大丈夫なのか」と不安に感じることはある。（実務家 F）

・中国、インドネシア、オーストラリア、ベトナム、韓国等で部分拒絶の通知を受けたことがある。理由は様々で、日本でいうところの 3 条 1 項 3 号、4 条 1 項 16 号、4 条 1 項 11 号や 6 条に相当するようなものがあった。対応は、部分拒絶の対象となった商品役務の重要性に応じて出願人が判断することになるが、多くの場合では補正や分割をしている。ただ、第三者の先行商標と抵触している場合や、日本の 6 条のような拒絶理由については、承服して放置する場合もある。（実務家 G）
・部分拒絶の対象が、権利化の必要性が低い部分であれば、応答する必要がなくて代理人費用を節約できるため、出願人にとってはメリットがある制度だと感じた。他方、例えばアメリカ等では、通知等において部分拒絶（すなわち、放置しておくと部分登録になる）

ということが明確にされていないことが比較的多く、そこは改善の余地があると思う。（実務家 G）

・中国で部分拒絶を受けることが多い。中国で先行商標と抵触すると判断された場合、同じ出願を何度も繰り返し、別の審査官から異なる判断をされることを待つことがかつて多かった。そのような場合に、部分拒絶を放置して部分登録になると、同じような登録が複数発生してポートフォリオが複雑になってしまうため、単に放置するのではなく積極的に放棄することもよくあった。（実務家 H）
・審判がある日本と異なり、不服申立の手段が訴訟しかない国においては、部分拒絶があれば不服申立の訴訟をしなくて済むことがあるため、出願人にとってはかなり費用の節約になっていると思う。（実務家 H）

２．部分拒絶制度のメリットについて

以下を例示して、意見を伺った。
（１）拒絶理由通知への対応の作業が省ける（対応しなくとも、出願の一部が登録になる）
（２）拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある。
（３）中間手続の費用の削減ができる

（１）（２）（３）を支持する意見もあったが、否定的な意見もあった。
具体的には、（１）は複数名が支持したが、レアケースにおけるメリットであるとの指摘もあった。
（２）も複数名が支持した一方、制度が複雑な分デメリットであるとの指摘もあった。
（３）も複数名が支持したが、これはレアケースにおけるメリットであり、補正の費用も高くはないため意義が薄いとの指摘もあった。また、分割出願の費用が不要となるという意味での支持もあった。
また、（１）（２）（３）を通じて、補正と比較した上で、現運用の下では大きなメリットではないとの意見もあった。
その他のメリットとしては、諸外国との制度の調和や、拒絶理由に該当する指定商品役務の明確化等が挙げられた。

具体的には、以下の回答があった。

・（３）に関し、現状、複数の指定商品役務にまたがる出願をした際に、一部の商品役務についてのみ 4 条 1 項 11 号の拒絶理由が通知された場合、登録可能な部分を先に登録するためには分割せざるを得ない。部分拒絶制度が導入されるとこの分割の費用がなくなるということなら、（審査が遅れないという条件付きで）一つのメリットになると感じた。（実務家 C）
・加えて、現行制度で分割をすると、分割した部分について再度審査があるが、部分拒絶

制度であれば、再度一から審査をするのではなく、部分拒絶の対象部分については中間対応を進めるということになると思う。したがって、理屈としては審査の重複がなくなったり、特許庁審査官の負担というのが少し軽くなったりするということはあり得る。(実務家C)

・(代理人に頼まず)自身で手続を行う出願人や、規模が比較的小さい企業にとっては、(1)(2)(3)は確かにメリットとなるだろう。また、マドプロで日本を指定国として入ってくるものについては出願が分割できないという点の影響は考える必要がある。さらに、出願人が直接自社で対応している場合には、4条1項11号に該当する指定商品と該当しない指定商品を書いていただけるのであれば、より出願人にとって親切な制度になるのではないか。(実務家E)

・(1)(2)(3)に賛成する。加え、国際的にみて、日本だけこの制度を入れていないのは好ましくないという観点からすれば、入れた方がいいかと思う。ただ、その前に、諸外国の部分拒絶制度が本当に機能しているのかという検討が重要という気がする。(実務家F)

・(1)に関しては、広く商品役務を指定していて、不要な部分について拒絶理由がかかったという場合にはメリットになるかもしれないが、レアケースだと思う。(2)は、制度が複雑な分、不慣れなクライアントにはかなり混乱が生じるというデメリットの方が大きいと思われるため、賛成しない。(3)は正しいが、(前述のとおり)レアケースなことに加え、補正でもさほど費用がかからないため、メリットとは思わない。(実務家G)

・同じ機能を持つ他の手法、つまり補正と比較した上でどのような運用がされるかということによってメリット、デメリットが決まると考える。もし審査庁が出願人に補正の示唆を与えたりして親切に対応しているのであれば、出願人にとっては補正して登録したほうが早いということになり、部分拒絶のメリットはほぼなくなる。他方で、審査庁というより裁判所で登録可能性を争うことにウェートを置く制度のもとでは、部分拒絶制度があれば、裁判で争うべき範囲を小さくすることができるというメリットはあると思う。日本についてみると、審査官が補正指示を出したり丁寧に対応しているし、審査庁は裁判所に判断を合わせているので、あまり大きなメリットが見えてこない。(学識経験者A)

・(1)(2)に加え、特に一部の指定商品役務について拒絶理由が通知されたときに、その部分について裁判所の判断を受けたいというような場合、現状であれば分割出願して、拒絶理由通知を受けた後に裁判となるが、その場合少し費用がかかってしまう。部分拒絶制度が導入されれば、分割の費用をかけずに、拒絶理由の対象と判断された商品役務について裁判所の判断を受けつつ、その他の商品役務について登録できるというメリットはあると思った。(学識経験者B)

3．部分拒絶制度のデメリットについて

以下を例示して、意見を伺った。

（1）それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定される可能性がある
（2）部分拒絶制度が適用される出願の審査だけでなく、審査全体が遅延する可能性がある
（3）そもそも拒絶理由通知に対応せず登録を待つことが想定されない（登録したい場合、補正や出願分割等の対応をとるため）

（1）又は（2）を特に大きなデメリットと捉える有識者が複数存在した。
具体的には、（1）は複数名が支持したが、憂慮すべきほどのものではないとの指摘や現行制度下でも同様の事例は多数存在しており、制度導入により急増するとは思えないとの指摘もなされた。また、（1）に関連して、不使用商標の増加を懸念する意見が複数名から出された。
（2）は複数名が支持した。審査遅延の原因としては、部分拒絶通知に応答せず、別の出願をした場合に元の出願が放置されるケースの増加や、拒絶理由通知において拒絶の対象となる指定商品役務を特定する審査負担の増加が挙げられた。なお、遅延緩和策として、拒絶理由を承服する旨の回答を可能とする方法の導入が提案された。

具体的には、以下の回答があった。

・（1）について、本来使わない商品役務を指定した商標登録はおそらく既に多数存在している。部分拒絶の導入によりそれが飛躍的に増えるとは思わない。（実務家 B）

・（1）は、どこまでデメリットなのかと思った。理論的にはそうなのかもしれないが、憂慮するべきデメリットなのか疑問に思う。（実務家 C）
・（2）はデメリットだと思う。ユーザー側としては、部分拒絶制度が導入されたら、拒絶理由がない部分については先に登録になればいいと期待するはず。そういう制度でないのなら分割を選択すると思われ、部分拒絶制度がどれくらい使われるか疑問。（実務家 C）

・不慣れな出願人が部分拒絶を受けて放置するというケースが実際にどのくらいありうるかわからないが、（1）により不使用商標が増えるということは理屈的には考えられる。（実務家 D）

・（1）が一番考えられる。代理人を使用しておらず、あまり細かいところまで見るだけの人的余力がないような企業だと、必要性の低い指定商品についての権利しか取れていなかったということが起こりうるのではないか。また、重要な指定商品について、補正すれば簡単に解消するような拒絶理由が出ている場合に、応答しなくてもよいと誤解して放置してしまい、本来取るべきであった権利を逃してしまうということもありうる。なお、（2）も確かにデメリットになるとは思うが、拒絶理由を承服する場合にその旨を早めに回答できるような制度があれば緩和できるかと思う。（実務家 E）

・（1）（2）がデメリット。特に（2）について、最終的に登録、拒絶の処分のところまで

の期間で考えると、全体として審査は遅延するだろうという気はしている。（実務家 F）
・部分拒絶の通知があった場合、応答せず、別の形で再出願して権利化を図る出願人も出てくると思う。そうすると、先の出願（部分拒絶の通知が発された出願）についてはペンディングとなるが、そのようなペンディングの出願が増えて審査の遅延に繋がってくるのではないか。（実務家 F）

・（２）が最も心配。部分拒絶の対象はおそらく全ての拒絶理由になろうかと思うが、例えば 3 条 1 項 3 号と 4 条 1 項 16 号について、商品役務のどこからどこまでが 3 条 1 項 3 号で、どこからどこまでが 4 条 1 項 16 号なのか、特許庁が判断に苦しむケースが出てくるかと思う。また、4 条 1 項 15 号に関しても、混同を生ずるおそれがある範囲がどこまでなのかを特定しなくてはならなくなるため、従来よりも商品役務ごとの精査が必要になる。これにより、特許庁の審査負担が増え、審査全体が遅延する可能性があるかと思っている。そういった審査負担と、ユーザー側のメリットを比べると、前者の方が圧倒的に重いかと思う。（実務家 G）
・（１）に関連して、不使用商標の増加も大きく懸念される。あまり重要ではない商品役務だけについて部分的な登録査定が出た場合でも、現状、登録料がさほど高額ではないため「登録しないのはもったいないから登録料を払っておこう」というクライアントが（特に大企業で）多いと思う。また、不慣れな出願人との関係では、本人がよく理解しないまま、商標を使わないかもしれない商品役務のみについて登録してしまうケースも出てくるのではないか。（実務家 G）

・（１）に関連し、不使用商標の増加が一番の懸念。一部の商品が拒絶され、権利化の必要性が高くない他の商品のみであれば登録が可能となった場合、日本企業は、なんとなく登録しておこうと判断することが多い印象がある。また、不慣れな出願人だと、部分拒絶の通知に対して応答せずに部分登録になった結果、本当に重要な商品役務について登録できていないのに「商標権を取ったから大丈夫」といった誤解をしてしまうリスクがある。（実務家 H）

・（１）の、実際に使われる可能性の低いような商品役務について商標が登録されてしまうという点は非常に懸念されるところだと思っている。登録料納付の段階でスクリーニングされるということも考えられるが、せっかく出願したので権利を取っておこうと考える企業もいるのではないか。実際、商標を持っていること自体が評価されることや、あるいは場合によっては融資を受けるときに商標権を持っているということが多少アピール材料になったりする可能性もないわけではないと思う。登録料もそれほど高いわけではないので、多少の負担があっても商標権を持っておこうと考えることは十分あり得る。（学識経験者 B）

４．部分拒絶制度の導入について

制度導入の明確なニーズは示されなかった。
いずれの有識者からも、「改正の希望はない」、「どちらかというと改正しない方がよい」、「改正の必要性は高くない」、「大きなニーズがあるのか疑問に感じる」等の意見が出された。

具体的には、以下の回答があった。
・ものすごく強い大きなニーズがあるかというと、疑問がある。出願人側が本当に取りたいと思っている商品役務と、特許庁が部分拒絶（部分登録）をしようとする商品役務は合致しないため、ちぐはぐな面が出てくる。需要が少ないということと運用の不透明感を考えると、法改正してまで導入すべきとは思わない。（実務家 B）

・正直そこまでのメリットやニーズがあるのか疑問に感じる。部分拒絶を受けなかったところが先に登録になるというのであればいいかもしれないが、拒絶の部分が確定するまで全体の審査をストップするという制度だと、ユーザー側のニーズはどこまであるかわからない。それであれば、現行の分割の対応で十分足りると思う。逆に、諸外国と異なり（拒絶の部分が確定する前に）部分拒絶を受けなかった商品役務について登録するとなれば、公示をどうするのかとか、特許庁の登録はどうするかというところが難しくなる。（実務家 C）

・事務所内の他の弁理士にも確認したが、改正の希望はないし、クライアントから要望を聞いたこともない。現行制度でも補正や分割による対応が十分可能なので、部分拒絶制度を導入してほしいとは特に考えていない。（実務家 E）

・どちらかというと制度改正しない方がよいと考える。審査遅延の可能性がデメリットとして一番大きい。出願人はみんな早く決着をつけたいと強く思っていると思う。部分拒絶制度を導入した場合、長期にわたって帰趨が定まらない出願が出てくる。これによって審査遅延、最終処分の遅延が生じるのは好ましくないという気はする。（実務家 F）

・どちらかというと導入しない方がよい。一番大きな理由は、特許庁の審査負担が重くなり、その結果審査が遅延し、最終的にユーザーにとって不利益な状況になることが考えられるため。また、かなり複雑な制度になり、慣れていない人にとってはかえって使いづらくなり得るとも思う。例えば、一部が登録され、拒絶された部分がその後審判まで行って登録されたというケースだと、権利行使やライセンスの時期についてユーザーにとってはかなり混乱する制度になってしまうのではないか。（実務家 G）

・不使用商標の増加により商標選択の機会が狭まるというデメリットが大きい一方、出願人側の費用負担減というメリットはあまり大きくないと考えた。他方で、仮に、ファーストアクションでは拒絶理由に該当する商品とその他の商品を分けないまでも、査定の段階で両者を明確にするという制度設計であれば、審判請求の費用が抑えられるといったメリットはありそうな印象。（実務家 H）

・差し迫った必要性はあまり考えにくい。ただ逆に、この制度を導入してはいけない理由があるかというと何もない気がするので、そういう意味では導入してもいいと思う。各国いろいろな出願人がいる中で、多様なツールを揃えてみせるということで制度改正をするのであれば、意味はあると思う。（学識経験者 A）

・現状、法改正までする必要性はないというのが率直な意見。一つは、補正や分割出願に

よって拒絶理由通知に十分対応できるため、法改正しなければいけないというほどの必要性は強くないと思う。もう一つは、不使用商標の問題がさらに悪化するおそれもある。（学識経験者 B）

５．制度改正の際の検討事項について

（１）出願から登録までのプロセスや期間について

審査の遅延を懸念する意見が複数名から挙がり、遅延を防ぐべきとの意見が挙がった。また、部分拒絶通知に応答しないペンディング状態の出願が増加すると、それと抵触する商標の出願をする者のサーチ負担が増加する旨の指摘がなされた。

具体的には、以下の回答があった。

・仮に諸外国と異なり（拒絶の部分が確定する前に）部分拒絶を受けなかった商品役務について登録するとなれば、公示等をどうするのか不明に感じる。拒絶理由のない商品役務については先に登録するとともに、当初拒絶理由がかかっていた商品役務について（不服申立等により）登録が確定した場合には、既に登録されている商標の指定商品を後から膨らませるという制度設計もあるかもしれない。そこまでやればおそらくユーザーが増えるかと思うが、大変だとは思う。（実務家 B）

・（部分拒絶の通知に対し応答がない出願について）ペンディングの状態が数ヶ月にわたって続いていた場合、バッティングしそうな商標の出願をしたい出願人にとっては、サーチの負担が増えると思う。（実務家 D）

・拒絶理由通知に示された内容を受け入れる場合、（拒絶が確定するまでずっと待つのではなく）その旨の意思表示をすれば部分的な登録がされるというような制度にしたほうが、審査が長引いてしまうのを防げると思う。（実務家 E）

・部分拒絶制度を導入する場合でも、おそらく出願から登録までの大きな流れは現行制度から変わらないと思う。ただし、実務上、ファーストアクションで全部の拒絶理由を挙げるということに加え、さらに登録になるものとならないものの線引きまで全部しなくてはいけないとなってくると、ファーストアクションまでの期間もひょっとしたら延びるかもしれない。（実務家 F）

・期間は長くすべきではないと思っている。プロセスについては、出願人としては、何回か争いたいという気持ちもあると思う。拒絶理由通知の段階で部分拒絶と示してもいいのではないか。拒絶理由通知ではなく査定の段階で判断が示されると、不服申立をする場合の費用が高くなってしまうため。（実務家 G）

・審査期間が最近かなり改善しているところ、制度導入によって審査がまた遅延するということは避けてほしい。（実務家 H）

・おそらく出願人にとってみれば、問題ない商品役務については先に早く登録をしたいというようなニーズはあると思う。したがって、拒絶された部分について（不服審判等の）最終的な判断が出る前に、登録可能な部分については先に権利化したいというのが通常の出願人の考えだと思う。そうすると、一部について登録査定をした上で、一部について拒絶し、その一部の拒絶についてさらに審判なりあるいは取消訴訟なりで別々に手続を進めていくというような方向になるのかと思った。（学識経験者 B）

（２）査定の方式、現行の商標法 15 条（拒絶の査定）・16 条（商標登録の査定）・44 条（拒絶査定に対する審判）の改正の必要性について

15 条にて「当該指定商品･指定役務についてその拒絶の査定をする」、16 条にて「指定商品･指定役務の一部については、登録すべき査定をする」と両方の査定をする案を肯定する等の意見が挙がった。

具体的には、以下の回答があった。

・15 条の 2 のような条文を設け、一部につき拒絶をし、一部につき登録をすべき旨の査定について定めることは可能だと思う。そして、そのような査定について不服審判をする場合、査定全体が不服審判の対象ということになるが、登録すべき旨の査定があった部分については、審判や取消訴訟において特許庁側から判断を覆し拒絶することができない（出願人に不利益な変更はできない）と明確にした方がいいと思う。（学識経験者 A）

・15 条について「当該指定商品役務についてその拒絶の査定をする」、16 条について「指定商品指定役務の一部については、登録すべき査定をする」というように改正することは確かに一案として考えられると思う。（学識経験者 B）

（３）考慮すべき海外と日本との違いについて

日本で部分拒絶制度を導入する場合、「応答しなければこの範囲で登録が認められる」ということを明確に示すような運用にする必要がある等の意見が挙がった。

具体的には、以下の回答があった。

・欧米と違うとすると使用主義をどの程度、採用しているかというところはあるが、登録段階では、部分拒絶の関係では、あまり違いはないと感じている。（実務家 B）

・中国や EU では、部分拒絶の通知に対して応答しなければ、応答期間満了後すぐに、拒絶理由がなかった商品について登録になったと思う。部分拒絶制度というと、そういった制度を想定するユーザーが多いかもしれない。（実務家 E）

・部分拒絶制度を導入している国でも「本当に応答しなくて大丈夫なのか」と不安に感じ

ることがある。日本で部分拒絶制度を導入する場合、「応答しなければこの範囲で登録が認められる」ということを明確に示すような運用にする必要があると思う。そのような運用ができない状況であれば、導入は今の段階では見送った方がいいという結論になる気はする（実務家 F)。

・中国や確かベトナムではファーストアクションで査定が出るが、そうではなく、拒絶理由通知を出してから査定するという制度のほうがいいと思う。(実務家 G)

（4）その他、懸念される点や検討すべき事項について

応答せずに部分登録査定が出た場合、登録料を納付しないケースが増え、先行商標との抵触関係の判断について、長期間待つ必要が出てくる点等が指摘された。

具体的には、以下の回答があった。

・出願人が部分拒絶の通知に応答しないまま部分的な登録査定が出たような場合では、最終的に登録料が納付されないことも増えるのではないか。先行商標との抵触関係の判断について、かなり長い間待つことになってしまう。(実務家 E)

・一つの出願に拒絶の部分と登録の部分が生じることになると、ユーザーが慣れるのに時間がかかるのではないかというところは懸念している。(実務家 G)

・拒絶理由通知の書き方についてはかなり検討が必要だと考える。何が登録されて何が拒絶されるのか明確にする必要があると思われるし、これまでとは違ったフォーマットの通知になるのかと想定している。(実務家 H)

・一定の場合に使うメリットがあるという制度にしなければ意味がない。かえって面倒くさい手続になってしまったら多分誰も使わないということになってしまうのでそこは注意が必要だろうと思う。(学識経験者 A)

第２節　非伝統的商標の保護対象の拡大

１．におい等の商標登録を可能とする場合のメリットについて

以下を例示して、意見を伺った。
（1）模倣を排除できる
（2）ブランドとして安心して使い続けることができる
（3）登録を受けたこと自体が宣伝広告になる

（1）及び（2）については、権利範囲の特定等に課題がある以上メリットとはいいが

たいという意見が複数名から挙がった。（3）については、メリットと捉えることができるという意見が複数名から挙がった一方で、これは商標登録の本来の趣旨とは異なるという指摘もあった。

具体的には、以下の回答があった。

・権利範囲の特定等の問題が解決しない限り、（1）や（2）のようなメリットは発生し得ない。（実務家 A）

・におい、触覚、味覚は、識別標識なのかその商品の品質そのものなのか切り分けが難しい。今の実態においては、におい等は識別標識として使われているというより、商品や役務の品質そのものなのではないかと思う。したがって、商標権によりにおい等の模倣を排除できるというのはしっくりこない。また、商標登録は本来宣伝広告のためのものではない。なかなかメリットを挙げるのが難しい。（実務家 D）

・平成 26 年法改正で新しいタイプの商標が導入されたときは、最初に登録を受けることに意義があるという考えで出願し、登録になれば宣伝広告のようにアピールする企業が多かった。におい等に関しても、特有のにおいの何かを持っている企業は、自分たちのにおいだとアピールする意味で、おそらく出願等はしてくるし、そこをメリットと捉えることはできるだろう。（実務家 F）

・（3）について、におい商標の登録 1 号を取ったとなったら非常に大きく宣伝されると思うし、そこは強いて言えばメリットかと思う。（1）については、権利範囲が特定できないので権利行使が難しいと思うし、そうすると模倣は排除しにくい。（2）について、特ににおいに関しては、韓国はサンプルを提出させたりしているようだが、においは消えたり変わったりするため質の維持が難しいと思う。つまり、権利範囲を証明するのが難しいと思われるため、ブランドとして安心して使っていけないのではないか。（実務家 G）
・なお、触覚に関しては、においや味に比べると若干メリットがあるかと思う。外国の登録例であるワインのラベルの触覚商標は、目が見えない人がワインを識別するためのものだと聞いている。外国の出願人から似たような触覚の使用に関する問合せを受けたこともあり、潜在的ニーズはあると思われる。ある程度、権利範囲の特定ができる可能性もあるかと考える。（実務家 G）

・五感全てを通じて消費者に訴求をするという中で、においとか触覚、味覚が商標として使えたほうがいいということは、当然理屈の上ではある。付け加えるとすると、国際調和という観点でメリットはあると思う。どれだけ実際に登録されているかという問題はあるかもしれないが、アメリカは一応におい等の保護を認めていることになっている。（学識経験者 A）

・（1）の模倣を排除できるという点について、どこまで実効性があるのか不明。商標権者側で、他者が使っている香りをどこまで特定できるのか、また、他者がこの香りを使って

いるという証拠をどうやって裁判所に提出するのかといったところがよくわからない。さらに、模倣のようなケースがどの程度現実に存在するのかも現時点ではあまり聞いたことがない。権利範囲がどこまでなのかという問題もあるため、総合的にはあまりメリットとして大きくないと思っている。（学識経験者 B）

２．におい等の商標登録を可能とする場合のデメリットについて

以下を例示して、意見を伺った。
（１）商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい
（２）商標の検索・閲覧が難しい
（３）類否判断が難しい

（１）（２）（３）共に複数名が支持した。
その他のデメリットとしては、「第三者に萎縮効果を生じさせ、企業の取引等を阻害するおそれがあること」、「におい等は独占に適さないと考えられること」等が挙げられた。

具体的には、以下の回答があった。

・平成 26 年法改正の前にもにおい等について検討が行われていたが、審査段階で権利範囲を特定するのが難しく、サンプルを保存しておくことも難しいという懸念が挙がっていた。加えて諸外国を見ても、制度としては存在しても実際の登録事例や出願はほとんどないという状況があり、導入を見送っていたと思う。このような状況は現在も変わっていないため、現時点でも導入は難しいと考える。（実務家 A）

・一般的な人間が知覚できるにおいの種類は有限だと思うが、その中で一つの企業にそれを独占させてしまっていいのかという問題はあるとは思う。また、権利範囲の特定等々の問題もある。（実務家 B）

・平成 26 年法改正により音商標等が導入されたとき、におい等については公示等が難しいため時期尚早という判断になったと記憶している。現在も状況は変わりないと思われるため、あえて今導入する必要性があるか疑問。どうしてもにおい等を保護したいのであれば、不正競争防止法に任せればいいのではないか。（実務家 C）

・商標権による保護を認めるとなると、特定の味を独占させるようなことになるので、デメリットもあるし、実際に権利を取れることはほとんどなさそうに感じる。制度を用意して基準を設けたとしても本当に登録できるケースがないというのはおかしいと思う。また、仮に登録する場合には 3 条 2 項による登録になるのだろうが、例えば長期間にわたって同一の味を使い続けており識別標識として周知になっているという立証も難しい。（実務家 D）

・（１）のとおり特定が難しい。特に、においについては、化学式でもおそらく特定は難しいし、サンプルを出したとしても劣化や変化の問題がある。誰が見ても明確かつ客観的にわかるような特定が必要だと思うが、においや味覚についてはこの点難しいと考えている。

（実務家 G）
・部分拒絶と同様に、さほど高くないニーズに対して特許庁の審査負担が重くなり、審査が遅延し、その結果ユーザーが困る事態になり得るというところが懸念される。また誰かが権利を取ると、第三者に対しては威圧効果があるため、社会的混乱を生じる可能性も心配。（実務家 G）

・シンガポールでは（におい商標が保護対象から除外されていないが）特に審査基準がなく、実例もないというようなことを聞いており、実務はかなり難しいのではないかと考える。仮に、商標を特定するためのものとして化学式を書いたとしても、それが正確か判断するためには、特許庁側にかなり審査のコストがかかってしまうことが懸念。また、検索も難しいと思う。（実務家 H）

・においについては（１）のとおり権利範囲の特定が非常に難しいと理解している。そういう中で商標権による保護を認めてしまうと取引を阻害する面が大きいのではないか。また、触覚については非常に不確定だと思う。味覚は例えば化学物質により特定できてくるのかもしれないが、専門の事業者に聞かないとわからないということだとやはり特定が難しい。特定が難しければ当然その検索も難しくなるし、類否判断が難しくなる。権利範囲が定まらないというところが一番大きな問題だと理解している。（学識経験者 A）

・デメリットは大きいと思っており、権利の公示に関してはかなり課題があると考えている。（２）の検索や閲覧が難しいということはあると思う。また、（３）の権利が及ぶ範囲の判断も難しいところはかなりあると思っている。ただ最近、欧州で、味等について特定をする技術が開発されつつあると聞いているので、特定方法については今後改善していく可能性はあるかと思っている。（学識経験者 B）

３．におい等の商標権での保護制度の導入について

制度導入の明確なニーズは示されなかった。
いずれの有識者からも、「導入の必要性はない」、「強い必要性があるか疑問」等の意見が出された。

具体的には、以下の回答があった。

・法改正をしてにおい等を登録可能とする必要はないと思う。（実務家 A）

・立法事実というのは見いだし難いと考えている。（実務家 B）

・特に導入する必要性はないと思う。要請は低いと思う。（実務家 D）

・不正競争防止法でにおい等の保護が認められた事例があるかがポイントだと思う。不正競争防止法において、商品等表示として保護すべき（すなわち、標識性が認められる）と

いう判断が出てから、商標法の土俵に乗せるのがいいのではないか。何も係争がないのであれば時期尚早であり、検討する必要はあまりないと思う。（実務家 F）

・におい等が登録され独占権を得ると社会へのインパクトが極めて大きい。好ましい面もあるかもしれないが、第三者のビジネスを萎縮させる懸念がある。（実務家 G）

・積極的な必要性があるかというと少し疑問。ただ、特に触覚については、バーチャル空間におけるブランディングやマーケティングで使い道があるかもしれない。その意味では、EU のように商標の定義を広げておいて、例えば、今のところは出願ができないにしても将来的な可能性は残すといったことは考えられるかと思う。ただし、強い必要性があるかどうかはやはり疑問。（学識経験者 A）

・商標の役割をどう考えるかにも関わってくる。商標でブランド化を支援するということであれば、確かににおい等も登録する方向になるかと思うが、やはり大前提として、商標は商品役務の出所を区別するものだと思う。におい等は、少なくとも現時点では現実にそのような（出所表示の）機能を果たしていないため、保護対象に加える必要性はほとんどないと思っている。加えて、デメリットで挙げた権利の公示という点で特に他の商標よりもかなり困難が伴い、他の企業にとっても権利範囲がわからなくなると思うので、特に導入する必要はないという意見である。（学識経験者 B）

４．制度改正の際の検討事項について

（１）商標の出願方法について

「客観的に出願の範囲を特定できるような方法にする必要がある」等の意見が挙がった。

具体的には、以下の回答があった。

・出願方法については、基本的にはどう商標を特定するかの問題だと思う。においや味覚等、種類によって違ってくると思うので、それぞれどういう特定方法が妥当なのかというところが一番重要。（実務家 F）

・誰が見ても客観的に出願の範囲を特定できるような方法にする必要がある。商標登録を受けようとする商標と詳細な説明はあった方がいいし、特ににおいに関しては物件も出してもらった方がいいと思う。（実務家 G）

・出願を認めるとすると非グラフィカルな方法にしないといけないと思う。アメリカの登録例のような「ベリーの香り」とか「芝生の香り」といった言葉の表現では到底駄目で、何らか再現できる方法というのを考えなくてはならない。それはおそらく非グラフィカルな方法だと思う。（学識経験者 A）

（2）審査基準について

「他の非伝統的な商標と同様に総合的に判断する形でよい」、「全てのタイプの商標に通じる類否判断の抽象的な基準を作ることが必要」等の意見が挙がった。

具体的には、以下の回答があった。

・そもそも保護すべき対象の一番重要な部分が何なのか（例えば、におい商標であれば、何をにおい商標の特徴的な部分と捉えるか）をもとに、類否や識別性の判断方法を考えることになると思う。つまり、一番重要な部分が何かというところからまず考える必要があるため、現時点では、類否や識別性について考えるのは難しい。（実務家 F）

・従来どおりでいいかと思う。色等の類否判断についても、結局総合的に判断するというような形になっていたかと思うが、同じような形でいい。（実務家 G）

・特許庁として考え方を整理して、伝統的商標か非伝統的商標かにかかわらず、全てのタイプの商標に通じる類否判断の抽象的な基準を作ることが必要だと思う。さらに、やや未来的な話になるが、審査において例えば機械的に二つのサンプルを比較して、何らかの数値により類似性を判断することができればやりやすいのではないか。逆に言うとそういう方法が具体化しない限り、たとえ定義を広げたとしても、やはり出願を受け付けるのは非常に難しいという感じはする。（学識経験者 A）

・そもそもにおい等を使っていないような商品等であれば、直ちに識別力がないという話にもならないと思ったため、3 条 2 項に該当しない限り登録できないという話になるのかあまり自信がない。ただ、あまり容易に登録するのが望ましくないという意味では、有名になった場合だけ登録を認めるという 3 条 2 項の規律が妥当しうる気もしている。いずれにしても、例えば指定商品が香水であるような場合に関しては、4 条 1 項 16 号で登録を拒絶すべきとは思う。（学識経験者 B）

（3）商標の保存及び公開について

においのサンプル等の経年劣化を懸念し、何らかの形でいつ誰が閲覧しても同じ状態で保存できるようにすべき旨の意見等が挙がった。

具体的には、以下の回答があった。

・サンプルを保管するのか、微生物の寄託と同じような方法が可能なのか、また、物理的にいつ誰が閲覧しても同じ状態であるよう保存できるのかどうか、その辺りが非常に問題だと思う。（実務家 F）

・においに関しては劣化がないような保存が望まれる。においの公開は不可能かと思っているが、一般公衆が自由にアクセスできる状況にすべきだと思う。（実務家 G）

・ある種のファイルやプログラムを利用可能にするしかないと思う。においの物理的なサンプルは時間とともに変化してしまうので、においをデジタルに記録して、再現可能な媒体として持っておくことにしないとおそらく意味がないのではないか。ただし、今の審査実務を相当変えることにはなるため、技術面の対応は必要かと思う。まして触覚や味覚になると、物件を置いておいて、みんなが舐めるわけにはいかないので、ある種バーチャルに味覚を再現するような仕組みを考えなくてはいけないし、触覚も同じ。少し先の未来かもしれないが、可能は可能だろうとは思う。（学識経験者 A）

・サンプルを出しても当然経年劣化があると思う。要請があったときにあらためて出願人にサンプルを提供させるのか、何ともわからない。（学識経験者 B）

（４）商標の範囲について

「におい等の商標についても、商標混同のおそれの有無で商標の類否（類似範囲）を判断するという原則に従うしかないが、その判断は非常に難しい」、「最終的には個別事案の中で裁判所が判断するという構造にならざるを得ない」、「不正競争防止法等の他法令にて、におい商標等の特徴的な部分の捉え方が示唆される等しないと権利範囲を定めるのは難しいのではないか」といった意見が挙がった。

具体的には、以下の回答があった。

・識別性や類否について述べたことと同様に、そもそも、におい商標の一番の重要な部分が何なのか、何をもってにおい商標の特徴的な部分と捉えるのかというところから、権利範囲が定まってくると思う。それを今この段階で考えるというのは無理があるのではないか。におい商標の捉え方に関する示唆が不正競争防止法等の分野で出てきて初めて、見方が定まってくるのではないかと思う。（実務家 F）

・非伝統的商標について、例えば音商標や色彩のみからなる商標等も、既に、裁判をやってみないと権利範囲が 100%は確定できないという世界になってしまっているのではないかという気がする。そうすると、商標の権利範囲は、需要者が識別できる範囲というのを一応の基準として、最終的には個別事案の中で裁判所が判断するという構造にならざるを得ないと考える。（学識経験者 A）

・原則として、商標が類似するかどうかは混同のおそれがあるかどうかで判断するというのが最高裁判決の考え方なので、におい等についてもその原則に従って判断をするしかないと思っているが、その判断も非常に難しいというのが率直な印象。（学識経験者 B）

（5）商標の定義（商標法 2 条）の改正の必要性について

商標法 2 条の商標の定義中の「その他政令で定めるもの」として追加すればよいため、政令の改正により対応可能ではないかという旨の意見が挙がった。

具体的には、以下の回答があった。

・政令で定めればよいと思う。技術の進歩があるまで当面、事実上は受理できないということだとすれば、わざわざ法律を正面から改正しなくていい気がする。（学識経験者 A）

・商標法 2 条では政令委任をしているが、これは確か平成 26 年法改正のときに、将来的ににおい等の保護対象への追加も検討していくという前提で現在の条文になっていたと思う。つまり、政令の改正によって保護対象を拡充するということは予定されていたため、可能と考えている。（学識経験者 B）

（6）考慮すべき海外と日本の違いについて

「特に考慮すべき違いはない」、「主要国と同じような制度にした方がよい」、「海外の状況を調べ、ニーズを調べた後に、制度設計を慎重にすべき」等の意見が挙がった。

具体的には、以下の回答があった。

・海外でもにおい商標についての動きはないので、特に考慮すべき違いというものはないと思う。（実務家 A）

・基本的には、仮に導入するなら主要国と同じような制度にしたほうがいいと思う。つまり出願人が何か日本用に特別なものを用意したり、特別なサンプルを用意したりということにならない方がいい。（実務家 D）

・考慮すべきという点は特にはないと思う。むしろ、におい等を保護対象としている国ではどういう制度・運用としているのかを確認し、日本がそれにならっていいのか考えていかなければいけないという気がする。（実務家 F）

・日本の法改正はまずは外国の状況を調べて、その後ニーズを調べて、その後、制度設計を慎重に進めていくという方法だと理解している。一方で、欧米、特に判例法国は、ニーズがあるなら制度を入れればいいというような考え方で、実際にどう運用するのかというところまであまり考えないで制度設計していると思う。（実務家 G）

・アメリカ法の使用主義を前提とした法制でできることと、日本の法制でできることは違う。日本は基本的にはヨーロッパと同じで登録主義の制度をきちっと作っているので、ア

メリカ法と同じようなことはなかなかやりづらい。そういうことをしたければ不競法でという世界である。したがって、日本の商標制度上、非常に難しい点はあると思う。（学識経験者 A）

・アメリカ合衆国だと（使用主義のため）見本を出して登録をするという前提になっていて、そこがかなり違うところ。ただそれがにおい等について特に何か関係してくるということはないと思う。（学識経験者 B）

（7）その他、懸念される点や検討すべき事項について

以下の回答があった。

・権利を取る側と権利の制限を受ける側の両者から見ていかなくてはいけないと思う。もしにおい等の商標権が生じたとして、権利者以外の、その権利により制約を受ける人たちに対して調査等の負担を強いるのは避けた方がいいという気がしている。（実務家 F）

第３節　非グラフィカルな手法による出願

１．非グラフィカルな手法による出願のメリットについて

以下を例示して、意見を伺った。
（1）五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省ける
（2）保護の対象となる商標をより正確に表せる
（3）同一商標について国内と海外の登録の形式の統一を図りやすくなる

（1）（2）（3）共に複数名が支持した。
その他、「五線譜と音声ファイルの一致の確認が不要になるため審査の効率化が期待される」、「非グラフィカルな手法に基づく海外の出願・登録に基づいてマドリッドプロトコルを利用して日本を指定国することができるようになる」等のメリットが挙げられた。
また、音声ファイルと五線譜が不一致の場合に、現行では五線譜を補正することは要旨変更となるためできないが、音声ファイルを主として、五線譜はそれを補足するものとする制度とすれば、五線譜を補正することができるため望ましいとの意見もあった。

具体的には、以下の回答があった。

・（2）について、音商標については音声ファイルのほうが正確に商標そのものを把握しやすい。（実務家 D）

・いずれもメリットだと思う。また、現行の制度では音声ファイルと五線譜が不一致の場合に、五線譜を補正することができないが、音声ファイルに合わせて五線譜を補正できるようになれば望ましいのではないか。（実務家 E）

・（１）（３）の他に、五線譜と音声ファイルの一致の確認が不要になるため審査の効率化が期待される。また、国際的に手続がハーモナイズされれば優先権主張やマドプロ出願が容易になるというメリットも考えられる。（実務家 G）

・音商標について、五線譜と音源の不一致により拒絶された場合、五線譜を補正することができないため、音声ファイルを録音し直したり登録を諦めたりする必要が出てきてかなりコストがかかる。五線譜は客観的な判断のために非常に優れていると思うものの、補正ができないとなると出願人にとってはリスクがある。ファイルが主であり、五線譜はそれを補足するものという制度であれば、五線譜を補正しても要旨変更にならないということになり、メリットがあると思う。また、海外の出願人にも、マドプロで日本を指定国にできる場合が増えるというメリットがあるかと思う。（実務家 H）

・（２）について、導入のメリットが一番大きいのは動き商標、次がホログラム商標かと思っている。動き商標について、連続した数枚の静止画では、静止画に表されない途中の動きが表現できないが、動画ファイルがあれば 1 本で済む。ホログラムもそうだと思う。いずれも端的に、見え方をそのまま再現するメディアがあれば良いのであって、それをわざわざ言葉なり、複数の図なりで表すというのは迂遠だと思う。また、海外からの非グラフィカルな手法によるマドプロ出願を受け入れられるのもメリットだろうと思う。（学識経験者 A）

・（２）について、例えば動き商標だと、静止画より正確に表せる可能性があるとは思う。また、音の商標であれば、（１）のメリットはあるかと思う。また、音商標について、五線譜で示された内容を実際に演奏してどんなものか確認するのはコストがかかると考えると、確かに音声ファイルで出願した方が類否判断にはいいかもしれないという気もする。（学識経験者 B）

２．非グラフィカルな手法による出願のデメリットについて

以下を例示して、意見を伺った。
（１）出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の用意に技術的に手間がかかる（例：非グラフィカル出願のための専用ソフトが必要となる等）
（２）出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の送付に技術的に手間がかかる
（３）商標の検索・閲覧の手間が増える

（１）及び（２）について、大きなデメリットになるという意見はほぼなかった。

（3）については、大きなデメリットにはならないという意見がある一方で、音や動画のファイルを一つずつ視聴しないといけないとなると、ユーザーの負担が大きいという意見もあった。
その他のデメリットとしては、侵害訴訟等において商標を書面で特定する場面にて苦労するという意見があった。他方で、侵害訴訟等の場面でも工夫すれば問題は生じないと考える有識者も存在した。

具体的には、以下の回答があった。

・（1）（2）はあまり大きなデメリットではないと思うが、（3）の検索・閲覧に関連して、音や動画のファイルを一つずつ視聴しないといけないとなると、ユーザーとしては辛い。（実務家 A）

・類似の範囲がわかりづらいというところがデメリットだと思う。（実務家 C）
・侵害訴訟では書面で主張しなければならないため、権利の対象が音声ファイルだったとしても、どうにか文言に起こして対比観察をした上で類否を主張することになるが、そこは非常に苦労すると思われる。（実務家 C）

・（1）について、技術的には音声ファイルの用意の方がより容易であり、その五線譜を作る方がよほど難しく感じる。あまりデメリットもないと思う。ただし、言語要素がある音商標の場合にはその言葉を書かせるようにした方が、検索の手間を考えるとよいかもしれない。また、実務上裁判や紛争の場面で困ることもなさそうな気がする。音声ファイルから譜面を起こすことはできるし、侵害訴訟等の場面でも、何らかの工夫をしながら主張立証していくことは可能だと思う。（実務家 D）

・今の制度だと音声ファイルを CD-R 形式で提出する必要があり若干手間がかかるため、あえて挙げるとしたら（2）がデメリットだと思う。ただし、大したデメリットとしては考えていない。（実務家 H）

・音楽的でない音商標については、音声ファイルの方がむしろ明確であり、言語で表現することのメリットがあまり感じられない。他方、音楽としてのメロディがあるものについては、音声ファイルだけではなくて五線譜があることにより、より特定しやすく明確になるというメリットは確かにある。逆に言うと非グラフィカルな手法だけによって出願をされると、その分、権利範囲が不明確になるという問題はあるような気がする。公示の面でも、グラフィカルな要素がない出願になってしまうと、一部の音商標の場合、デメリットはあるだろうと思う。とはいえ、需要者は聴覚によって音商標を知覚する以上、音自体を基準に判断するのが重要であり、（五線譜があったほうが正確に判断できるという議論はありうるとしても）五線譜がなければいけないということにはならない。（学識経験者 A）

・どちらが用意しやすいかという点は、場合によりそうであり何とも言えない。（3）の検

索の手間についても、そこまで大きなデメリットでもないかと思っている。一方で、裁判等で侵害の成否を厳密に判断する場面においては、やはり五線譜が必要かという気もしている。商標分野ではあまり事例がないかもしれないが、著作権の侵害に関する訴訟で楽曲の類似性の判断を行う際には、五線譜に基づき、どこまで音程が一致しているか比較することもある（例えば記念樹事件）。（学識経験者 B）

３．非グラフィカルな手法による出願の導入について

ユーザーの利便性向上や国際調和のために、導入した方が良い、導入に反対しない等の意見がそれぞれ複数あった一方で、導入に慎重な意見も複数あった。

具体的には、以下の回答があった。

・必要性があるかと言われると、微妙だが、制度を導入してもいいと思うが、その場合、検索や閲覧の便宜について何か手当しないと、非常に使いにくい制度になるだろうと思う。出願件数はおそらく少ないだろうから、実際は全部聞けばいいということになるかもしれないが、制度設計としては、例えば AI を使って作成した五線譜を、参考情報として一緒に載せたりしないといけないと考える。それができれば、制度を導入しても、さほど弊害はないと思う。（実務家 C）

・積極的に検討してもいいのではないかと思う。ユーザーから高いニーズは出てこないかもしれないが、時代に合わせるという観点や、ユーザーの利便性、出願の便宜を考えると、導入したほうがよい。（実務家 D）

・非グラフィカルな手法による出願の導入を強く要請されているというのならともかく、現在の制度・運用で特に問題がないのであれば、導入しなくていいのではないか。（実務家 F）

・審査の効率化や国際的なハーモナイゼーションがとれれば、優先権主張やマドプロ出願が容易になるといったメリットがある。また、出願人にとって非伝統的商標の出願が容易になり、出願件数の増加が望める。そのため、導入をした方が良いと思われる。（実務家 G）

・マドプロの制度上義務付けられているわけではないと理解しているが、マドプロの規則が変わった以上、海外からの非グラフィカルな手法による出願を受理できるような制度にしたほうが望ましいと思う。（学識経験者 A）

・導入してもそこまで支障はなさそうな気はしているが、必要性がどこまであるのかというのが率直な印象。（学識経験者 B）

４．制度改正の際の検討事項について

（１）審査基準について

「類否判断等は大きく変わらないのではないか」という意見が多くあった一方で、「識別力及び類否判断（権利範囲）の判断は厳しくすべき」との意見もあった。

具体的には、以下の回答があった。

・仮に登録を認めたとしても、識別力の判断は厳しくするべきだと思うし、実質同一のものでなければ権利が及ばないということになると思う。つまり、権利範囲が不明確なものについて、どこまで強い権利を認めるべきかというバランスを考えると、他者を排除する効果についてはかなり限定的にするべきだと個人的には考えている。（実務家 C）

・審査における類否判断自体が変わるわけではないのではないか。（実務家 D）

・出願形態が変わったとしても、識別性や類否の判断基準についてはあまり変わらないのではないかと思う。（実務家 F）

・大きく変えなくてもいいかもしれないが、例えば音商標については聴覚だけでどのように判断するのか、正確なワーディングが求められると思う。（実務家 G）

・今でも事実上、音商標について五線譜だけで把握しているわけではないので、当面の答えとしては別に変わらないということになると思う。ただ、審査の場面で審査官が必ず自分の五感を使うのではなくて、機械的に、場合によっては AI 等でその類似性を判断していくという近未来を考えると、中期的には審査基準を変えるべき可能性もある。（学識経験者 A）

・具体的な判断の手法はそこまで大きくは変わらないと考えている。（学識経験者 B）

（２）商標の権利範囲について

「現在の考え方自体を変える必要はない」及び「音声ファイル等を基準に判断されることになる」という意見が複数あった一方で、「権利範囲の判断は厳しくすべき」との意見もあった。

具体的には、以下の回答があった。

・審査基準について述べたことと同様、極めて限定的に考えるべき。（実務家 C）

・音自体で権利範囲を判断することになる。（実務家 D）

・新しい出願手法ができたとしても、商標の捉え方自体は変えなくていいと思う。（実務家 F）

・客観性とか合理性正確性を担保しないといけない。例えば音楽の専門家に聞かないとわからないというレベルでは権利行使される側もする側も困ると思うので、そこのルールは明確にすることが望まれる。（実務家 G）

・今の考え方を変える必要は特にないと思う。（学識経験者 A）

・願書における記載ではなく、公示しているファイルを基準にして判断していくということにはなるのだろう。（学識経験者 B）

（３）現行の商標法 5 条（商標登録出願）・27 条（登録商標の範囲）等の改正の必要性について

以下の回答があった。

・5 条は改正し、願書への「記載」という言葉を外さないといけない。法律上では提出方法を特定しないように改正し、政令や省令で詳細を定めるのではないかと思う。ただし、その場合でも、出願人の氏名等は書面への記載によるとしなければおそらく問題が生じると思う。（学識経験者 A）

・ファイルを基準にして権利範囲を決めるという形になると、これまでのような、願書に記載した商標を基準にした判断ができなくなってしまうため、法律や政令の改正はかなり必要になってくるかと思う。例えば、5 条については 4 項があるから改正まではいらないかもしれないが、27 条については「願書に記載した商標に基づいて定める」というところは変えざるを得ないと思う。特別な形式で出願した商標に関しては、別にそちらのファイルを基準にして範囲を定めるというような条項をおく必要があるかと思った。（学識経験者 B）

（４）考慮すべき海外と日本との違いについて

以下の回答があった。

・日本の法制度は何でも細かく定める傾向があるが、あまり細かくしすぎると、他国でできることが日本はできないということになりかねない。それは他国の出願人にとってあまりいいことではないとは思うので、その点の考慮と、日本で書けるあるいは書かざるを得ない範囲のせめぎ合いではないかという気がする。（学識経験者 A）

（５）その他、懸念される点や検討すべき事項について

「音商標は、五線譜を従として残した方がよい」という意見が複数あり、「動き商標は、動画ファイルによる出願を認めた上で、コマ送りの画像が数枚あると便利」という意見もあった。その他、「非グラフィカルな手法による出願で取得した権利と既存の権利の扱いの整合性を検討すべき」等の意見があった。

具体的には、以下の回答があった。

・動き商標について、現行制度の商標見本がなくなると、ぱっと見ですぐ把握しにくくなるかもしれない。動画ファイルによる出願を認めた上で、参考としてコマ送りのような画像が数枚あると便利かと思う。（実務家 D）

・これまで五線譜を基本として権利範囲や類否を考えてきた中で、非グラフィカルな手法による出願が認められると、今までの権利と新たに発生する権利で取扱いが変わってくる。既存の権利とどう整合させていくのか等、技術的な問題の方が大きい気はしている。（実務家 F）

・非グラフィカルな手法により出願された商標について、検索結果で「ファイル参照」とだけ書かれているとなったら、視認性が悪くなってしまうことが懸念される。仮に音商標について、音声ファイルで出願ができるとなった場合であっても、従として五線譜を残しておいた方がいいと思う。（実務家 H）

・日本の実務家の反応を考えると、非グラフィカルな手法による出願はどんなものを受け付けるのかといった質問が必ずあると思う。その辺りについては国内の実務者、ユーザー、代理人とよく対話をして、間口は広めにしつつ、特に想定されるものについては明確にするといったアプローチがあるといいのではないか。（学識経験者 A）

・特に音の商標に関して音声ファイルで出願をする場合、侵害の判断のことを考えると五線譜があった方がいいかと思ってはいるが、ただそれを要求してしまうと結局、法改正のメリットもあまりないという話になってしまうかとは思う。また、音声ファイルしか提出されていない場合でも、費用をかければ五線譜を作れると思うが、その費用を出願人と競業者のどちらが負担するかというところで、商標権を取っている以上は出願人側が費用を負担しきちんと公示すべきという考えは十分あり得ると思う。（学識経験者 B）

第４部　まとめ

第１章　部分拒絶制度

本章では、部分拒絶制度について、各国・地域の制度概要、国内の現状分析、制度を見直す場合の検討事項・課題の 3 つの観点から整理・分析する。

第１節　各国・地域の制度の概要

本調査研究では、「部分拒絶制度」を、出願の一部の指定商品役務について拒絶された場合、その他の拒絶理由がない指定商品役務については登録を認める制度を指すこととした。この定義に沿って調査対象の 13 の国・地域を見ると、この制度を導入しているのは、インド及び台湾を除く 11 の国・地域であった。

１．部分拒絶制度を導入している国・地域

以前から部分拒絶制度を採用している国・地域がある一方で、主に他国との制度調和や出願人の利便性向上を理由に掲げて近年にこの制度が導入された国（トルコ（2017 年）、シンガポール（2021 年）、韓国（2023 年））もある。

この制度の枠組みは、（１）実体審査の最終決定において部分拒絶が通知され、審判段階で対応の機会が与えられるタイプと、（２）実体審査の最終決定よりも前に部分拒絶が通知され、審査段階で対応の機会が与えられるタイプの 2 つに大きく分かれる。

（１）実体審査の最終決定において部分拒絶が通知され、審判段階で対応の機会が与えられるタイプ

このタイプは、中国とトルコの 2 か国である。いずれの国においても、主な対応手段は、知財庁[224]内の審判部に対して請求する拒絶決定不服審判である。もう 1 つの選択肢として、出願の分割がある（中国では必ず審判請求とともに行わなければならない）。

一方で、部分拒絶の決定に対応しない場合には、審判請求期間満了後に、拒絶の対象でない指定商品役務について出願が公告される。

また、拒絶決定不服審判が請求された場合には、部分拒絶に係る出願部分の帰趨が定まるまで（審決の確定や、上訴した場合にはその判決が確定するまで）、拒絶の対象ではない出願の部分の公告や登録はされない。

[224] 商標を含む知的財産を扱う官公庁の名称は各国・地域で様々であるため、第 4 部ではそれらの官公庁を統一して「知財庁」という。

（2）実体審査の最終決定よりも前に部分拒絶が通知され、審査段階で対応の機会が与えられるタイプ

このタイプは、アメリカ合衆国、欧州連合（EUIPO）、ドイツ、フランス、スウェーデン、英国、韓国、シンガポール、オーストラリアの 9 の国・地域である。なお、オーストラリアは国際登録出願（いわゆる「マドプロ出願」）のみ、部分拒絶制度を導入している。

部分拒絶の書式について、いずれの国・地域においても部分拒絶の場合と全体拒絶（出願全体を拒絶）の場合で大きな違いはないか全く同じであった。また、多くは部分拒絶の通知において拒絶の対象となる指定商品役務を明記することが適切であるものの、審査官によってどの程度明記されるかは、国・地域により異なった。複数の国・地域の代理人から、「明記されないことが多い」（スウェーデン、シンガポール）又は「明記されないことがある」（アメリカ合衆国、欧州（EUIPO））との回答があり、明記されていない場合、出願人側は自ら分析して拒絶対象の指定商品役務を洗い出すか、審査官に確認する等の対応を取るとのことであった。

部分拒絶の通知への対応手段としては、意見書の提出、補正（指定商品役務の減縮）、出願の分割等が挙げられた。加えて、多くの国・地域で、登録に向けて応答しない選択肢も取り得るとのことであった。ただし、スウェーデンの代理人からは、国内出願について、応答がない場合には「出願全体が拒絶される可能性がある」とする規定があり、登録を求めるならば応答しなければならないとの説明があった。

応答しない場合、手間や費用の削減がメリットとして多く挙げられた。一方で、特に拒絶理由通知への応答期間に加えて延長期間や知財庁による慎重な手続のための期間を設けている国（韓国、シンガポール、オーストラリア）では応答した場合に比べて登録が大きく遅れる懸念があるほか、その他の国でも拒絶部分中の登録可能性がある指定商品役務について登録されない懸念から、出願人に対して応答を勧める代理人の見解が多く示された。

また、9 の国・地域全てにおいて、部分拒絶の決定が出された場合、その決定が確定するまで（審判を請求した場合には審決の確定、上訴した場合には判決の確定まで）、拒絶対象でない部分については手続が中断・停止・保留[225]され、その部分だけが登録に進むことはない。部分拒絶に係る出願部分の扱いが確定したのちに、出願全体について最終的な処分が決まる。

２．部分拒絶制度を導入していない国・地域

インドについては、商標法と商標規則による立法上・手続上の枠組みが出願全体を審査することを重視していることが未導入の背景との説明があった。台湾については、ユーザーの多くが制度のわかりやすさや管理のしやすさを重視しているが、部分拒絶制度は非常に複雑と捉えられる可能性が高いこと等が未導入の理由として説明があった。

[225] 国・地域により表現が異なる。

第２節　国内の現状分析

企業等を対象とした質問票調査では、制度の導入に賛成する割合が、反対する割合を上回った。なお、賛成する企業等のうち、制度を「自社でも利用したい」旨回答した企業等は約 3 割であった。賛成する企業等からは、費用の削減の観点から評価する意見があった。反対する企業等からは、現在の制度で問題ないとの意見や、商標権の管理コストの増加を指摘する意見があったほか、不使用商標の増加を懸念する意見も多かった。

一方で、代理人を対象とした質問票調査では、導入に反対する割合が、賛成する割合を上回った。賛成する代理人からは、出願人への周知の重要性を指摘する意見があった。反対する代理人からは、制度の複雑化を指摘する意見があったほか、審査の遅延や、不使用商標の増加を懸念する意見も多くあった。

また、企業及び有識者へのヒアリング調査においては、総じて明確な制度導入のニーズは示されなかった。一部の企業から、費用の削減の観点から導入を支持する意見があった一方で、多くの企業及び有識者から、審査の遅延や不使用商標の増加の懸念が指摘された。

第３節　制度を見直す場合の検討事項と課題

主な検討事項と課題は、以下のとおりである。

１．特許庁による拒絶理由通知から登録までの制度運用

拒絶理由通知への応答がない出願が増加することにより、そのような出願と抵触する商標を出願する者にとっては、審査の遅延やサーチ負担の増加が懸念されるとの指摘があった。諸外国の制度においても部分拒絶の決定が確定するまで一部分だけが登録に進むことは基本的にないところ、実際に、登録までの期間が長期化するために部分拒絶制度であっても応答することを勧めているという見解が、複数の国・地域の海外代理人から示された。

また、拒絶理由通知の内容については、拒絶対象である指定商品役務を明記する等して、分かりやすくすべきとの指摘や、拒絶査定不服審判は拒絶の対象となる指定商品役務についてのみ請求することを可能とすれば費用面でのメリットがあり望ましいとの意見があった。

２．出願人側の部分拒絶の通知への対応方法

部分拒絶を承服する場合の応答方法は簡易である方がよいとする意見があった。

諸外国の制度・運用の状況としては、我が国の現行制度と同様に、拒絶理由の通知に対して承服する場合には補正による指定商品役務の削除を要する国・地域がある一方で、メール等による簡易な応答で部分登録に進むことが可能となっている国・地域もあった。

３．査定の形式

第 15 条（拒絶の査定）及び第 16 条（商標登録の査定）の改正が必要となる可能性があ

るとの指摘があった。
現在は、出願全体に対する拒絶査定又は登録査定のいずれか一方のみがなされるが、部分拒絶制度が導入された場合、これらをどのようにすべきかが問題となり得る。
まず、指定商品役務の一部についての登録査定は、設定登録のために必要である一方で、指定商品役務の一部についての拒絶査定も、拒絶査定不服審判を可能とするために必要となるのではないかという考え方が示された。アメリカ合衆国においては、このような部分的な登録査定と拒絶査定の双方が通知される運用がとられることが多いとの同国代理人の意見もあった。
次に、指定商品役務の一部についての登録と拒絶を 1 通の査定にて通知する考え方が示された。諸外国においては、多くの国・地域がこうした運用を行っている。なお、この考え方をとる場合、拒絶査定不服審判の対象は査定全体であるが、登録すべきとされた指定商品役務についての特許庁の判断は、審判や審決取消訴訟において覆すことはできない旨を定める必要があるとの意見があった。

４．その他

使用の可能性が低い指定商品役務について登録査定がなされた場合でも設定登録され得ることによる不使用商標の増加や、拒絶対象となる指定商品役務の明記のための審査負担増による審査の遅延といった課題が示された。
また、ユーザーにとって複雑な制度となるため、導入する場合には制度の説明・周知が望まれるとの意見があった。

【部分拒絶制度】各国比較（1／6）

	アメリカ合衆国	欧州（EUIPO）
導入の有無	○	○
関連規定	商標規則 2.65	商標ハーモ指令（(EU)2015/2436）7 条、 商標理事会規則（EUTMR）41 条、42 条、193 条
制度的枠組み	【国内・マドプロ出願双方導入】 ・実体審査は絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由の両方について行われ、部分拒絶の通知が出されうる。	【国内・マドプロ出願双方導入】 ・実体審査は主に絶対的拒絶理由について行われ、部分拒絶の通知が出されうる。
背景と経緯等	部分拒絶制度の開始日は不明だが、商標審査便覧（TMEP）は 1974 年の初版以来、部分拒絶を認めている。それ以前からすでに部分拒絶が実務上行われていた可能性が高い。	「1995 年 12 月 13 日付欧州委員会規則（EC）2868/95」の規則 9 に、既に部分拒絶が含まれていた。同規定は、改正規則（EU）2015/2424 により商標理事会規則（EUTMR）に移管されている。
部分拒絶の通知形式・内容	・部分拒絶と全体拒絶の通知の書式に大きな違いはない。 ・「部分拒絶」の見出しの使用を奨励。（審査便覧） ・審査官は、拒絶の対象となっている商品役務を原則として明示しなければならない。また、出願人から応答がない場合、拒絶の対象となる商品役務が削除されることも、通知で明示しなければならない。	・通知の書式は定められていない。 ・EUIPO からのレター中に部分拒絶や全体拒絶という言葉はあり識別可能。
部分拒絶への対応方法（出願人側）	・指定商品役務の補正（減縮） ・意見書の提出 ・出願の分割 ・部分拒絶を承服する旨の連絡（電話・メール等）	・指定商品役務の補正（減縮） ・意見書の提出 ・出願の取下げ ※正式な拒絶通知の前に、審査官からレター形式で「部分拒絶が出すことになるだろう」等の懸念を伝える運用がある（レターへの応答期間は１月）。レターで補正案が示された場合、出願人が同意を示す書簡を提出すれば、EUIPO 側が補正を行い、その後の手続が進む。
部分拒絶に不応答の場合の出願の扱い（知財庁側）	・拒絶対象の商品役務を削除する審査官補正が行われ、その通知が出願人になされ、その後一部登録の運びとなる。 ※「部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）」も参照。	・登録可能な商品役務について公告に向けた手続（EU の全公用語への翻訳など）が進められる。 ※「部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）」も参照。
部分拒絶の通知への応答期間・延長期間等	【国内出願】 ・通知への応答期間：３月 ※１回のみ３月の延長が可	【国内出願】 ・通知への応答期間：２月 【マドプロ出願】 ・通報発行日から２月

	アメリカ合衆国	欧州（EUIPO）
部分拒絶査定後の出願人側の対応方法（審判・出訴等）	・再検討請求 （さらに審判請求が可能） ・商標審査審判部への審判請求（さらに連邦巡回控訴裁判所に上訴可） ・長官に対する請願 （商標規則で許可されている場合のみ）	・EUIPO 審判部への不服審判請求（さらに一般裁判所、その後司法裁判所に上訴可）
部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）	・審判請求がなされなかった場合、出願が一部放棄となる。 ・拒絶対象であった商品役務の審査官補正による削除 → その旨を出願人に通知 → 一部登録	・審査官の（部分拒絶の）決定は、審判請求期間が満了した後に効力を生じる。 ・審判には停止効がある。 ・審判請求可能期間中は EUIPO は容易に覆すことができない手続（例：公告、登録簿への記載等）を行ってはならない。 ・理事会規則 72 条に基づく訴えにより事件が EU 一般裁判所 又は EU 司法裁判所に提起された場合の、最終決定が出るまでの期間についても同様である。
運用の実態（いずれも代理人見解）	USPTO により公表された統計はないものの、調査や実務に鑑みると、部分拒絶のかなりの部分が出願人からの応答なしに終わっている。出願人の多くが、代理人の費用、初期の拒絶率の高さ、拒絶対象の商品役務が自己にとって不可欠でないなど様々な要因により応答しない傾向がある。	公的な統計はないが、部分拒絶の通知に対し何ら応答せず一部登録を受けるケースは相当数あると思われる。経験上、部分拒絶から登録に至った出願の 40%程が出願人からの対応がなかった。理由として部分拒絶の多くが出願の軽微な要素や出願人にとって重要でない商品等に関するものである事が考えられる。
導入されていない理由や背景（いずれも代理人見解）	―	―
将来的な導入に関する動きの有無（いずれも代理人見解）	―	―

【部分拒絶制度】各国比較（2／6）

	ドイツ	フランス
導入の有無	○	○
関連規定	商標法 37 条 5 項	知的財産法 L712-7 条
制度的枠組み	【国内・マドプロ出願双方導入】 ・実体審査は主に絶対的拒絶理由について行われ、部分拒絶の通知が出されうる。	【国内・マドプロ出願双方導入】 ・実体審査は絶対的拒絶理由と商品役務表示に係る審査が並行して行われ、両方で部分拒絶の通知が出されうる。
背景と経緯等	1994 年 10 月 25 日付公布の商標法以来施行されている。37 条 5 項（部分拒絶の規定）は「商標に関する加盟国の法律を近似させるための 1988 年 12 月 21 日付第 1 回理事会指令 89/104/EEC」13 条に従っている。	商標およびサービスマークに関する 1991 年 1 月 4 日付法律 91-7 号によりフランス法体系に導入された。
部分拒絶の通知形式・内容	・部分拒絶と全体拒絶の通知の書式は同じ。 ・通知内で拒絶の対象となっている商品役務が指摘される。	・通知の書式は定められていない。 ・知財庁（INPI）は、以下の 2 種類の通知が可能。 ①出願人が応答期限内に反対しなければ庁が補正を行うことを提案する「自動的」通知 ②出願人に応答を求める「通常の」通知 ・通知内で拒絶の対象となっている商品役務が指摘される。
部分拒絶への対応方法（出願人側）	・指定商品役務の補正（減縮） ・意見書の提出 ・出願の分割 ・出願の取下げ、再出願	・意見書の提出（反論、拒絶へ同意する旨、補正案など） ・審査官の補正案に同意する旨の連絡（INPI プラットフォーム上の「同意する」ボタンの押下により意思表示） ・出願の分割 ・出願の取下げ
部分拒絶に不応答の場合の出願の扱い（知財庁側）	・出願ファイルに基づいて拒絶決定（部分）を出す。 ・決定書には部分拒絶の旨と拒絶対象でない商品役務が保護適格である旨が示される。 ・特許商標庁（DPMA）は商標を登録簿に登録し、商標公報で公告（異議申立期間３月）の後、登録証を発行する。 ※「部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）」も参照。	【知財庁からの補正案あり】 ・補正案が最終決定に反映される。 【知財庁からの補正案なし】 ・拒絶の対象である商品役務は登録が拒絶される。

	ドイツ	フランス
部分拒絶の通知への応答期間・延長期間等	【国内出願】 ・通知への応答期間：１月（在外者の場合は２月） ※１回のみ延長が可 ※正当な利益が証明された場合は更なる延長が可 【マドプロ出願】 ・暫定的拒絶通報から４月	【国内出願】 ・通知への応答期間：１月 ・実務上は、通常１月半程度 （通知に具体的期日の記載有） ・知財庁は（最終的な）決定前に部分拒絶決定案を送付する。出願人は受領から１月以内にこれに応答しないことにより同決定案への承服の意を示せる。 ※１回のみ延長可。 ※応答期間後、数週間から数ヶ月の間に登録される。 【マドプロ出願】 ・通報への応答期間：４５日
部分拒絶査定後の出願人側の対応方法（審判・出訴等）	・特許商標庁（DPMA）への不服申立 ・ドイツ連邦特許裁判所への審判請求	・パリ控訴裁判所への上訴 （裁判所は登録可否ではなく拒絶決定の動機づけが正しかったか否かを判断し、決定を支持するか又は取り消す。さらに大審院に上訴可能）
部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）	・不服申立・審判請求の期限は決定送達の日から１月でそれを徒過すると決定は確定する。 ・一方、審判請求等がなされると出願全体が停止され、審判等の手続が終了するまで出願の登録はできない。 ・上訴の可能な手段がすべて尽くされたか上訴期間が満了すると決定・判決が確定する。 ・決定等が確定したのち、拒絶の対象でない（登録可能な）部分が登録へと進む。	・部分拒絶の決定後、期限を定めず、数週間から数月の間に登録が行われる。
運用の実態（いずれも代理人見解）	部分拒絶の通知は稀である。経験上、部分拒絶通知は登録の部分的拒絶につながるので軽視できないため、通知への応答がないまま部分登録される商標は、全体のごく一部に過ぎない。	審査官の補正案に同意する場合、出願人はINPI プラットフォームで「同意」ボタンをクリックするのみでその旨の意思表示ができるが、この場合、出願人側には応答履歴が残らないため、通常の書面応答が選択されやすい。
導入されていない理由や背景（いずれも代理人見解）	―	―
将来的な導入に関する動きの有無（いずれも代理人見解）	―	―

【部分拒絶制度】各国比較（3／6）

	スウェーデン	英国
導入の有無	○	○
関連規定	商標法 2 章 18 条、23 条 商標法 5 章 8 条、9 条、10 条	商標法 5A 条
制度的枠組み	【国内・マドプロ出願双方導入】 ・実体審査は絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由の両方について行われ、部分拒絶の通知が出されうる。	【国内・マドプロ出願双方導入】 ・実体審査は主に絶対的拒絶理由について行われ、部分拒絶の通知が出されうる。
背景と経緯等	国内出願に関しては、少なくとも 1960 年以降一貫して行われている。 マドプロ出願については、スウェーデンがマドリッド協定議定書に加盟した 1996 年に導入されたと思われる。	EU の調和アプローチを実施する 1994 年商標法の導入以前、部分拒絶制度はなかった。この導入は「商標に関する加盟国の法律を近似させるための 1988 年 12 月 21 日付第 1 回理事会指令 89/104/ EEC」に従っている。
部分拒絶の通知形式・内容	・部分拒絶と全体拒絶の通知の書式は同じ。 ・通知内で拒絶の対象となっている商品役務が指摘される。	・部分拒絶と全体拒絶の通知の書式は同じ。 ・マドプロ出願の暫定的拒絶通報では、タイトルを「暫定的部分拒絶」とする。
部分拒絶への対応方法（出願人側）	【国内出願】 ・応答書の提出（出願減縮への同意表明、審査官への反論等） ※拒絶リスクを回避するためには応答書提出が必要（法 2 章 17 条は出願人が適時に応答しない場合、知財庁は出願をファイルから抹消できると定める）。 【マドプロ出願】 ・指定商品役務の補正（減縮、WIPO に提出）、応答書の提出（知財庁に提出）	・指定商品役務の補正（減縮） ・意見書の提出 ・出願の分割 ・ヒアリングの請求
部分拒絶に不応答の場合の出願の扱い（知財庁側）	【国内出願】 ・出願全体が却下されることがある（回復料を支払えば、出願の回復が可能）。 【マドプロ出願】 ・応答期間満了後に拒絶の対象でない商品役務について登録に向けての手続を進める。 ※「部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）」も参照。	・登録可能な商品役務について公告へ進められ、拒絶対象の商品役務は拒絶される。 ・審査官は通常、応答期間が満了してもすぐに公告決定を出すことはなく、知財庁のバックログにもよるが、少なくとも１～２週間は遅れるのが普通である。 ※「部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）」も参照。
部分拒絶の通知への応答期間・延長期間等	【国内出願】 ・通知への応答期間：２月 ※正当な理由があれば８週間の延長が可 【マドプロ出願】 ・暫定的拒絶通報から３月	【国内出願】 ・通知への応答期間：２月 ※延長は可（審査官の裁量） 【マドプロ出願】 ・暫定的拒絶通報から２月

	スウェーデン	英国
部分拒絶査定後の出願人側の対応方法（審判・出訴等）	・特許市場裁判所（PMC）への拒絶不服審判請求 （請求書は知財庁に送付する。庁は決定を再度審査を行い、決定を支持する場合は、審判が裁判所に移行する） ・出願の分割	・アポインテッド・パーソン（appointed person；弁護士等、知財庁から独立した立場の法律専門家）への不服申立（さらなる上訴は不可） ・高等裁判所への不服申立（さらに控訴裁判所又は最高裁判所に上訴可）
部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）	・部分拒絶決定が出されると、決定が法的に拘束力を持つまで拒絶対象でない部分も含めて登録されない。 ・部分拒絶決定が「法的に拘束力を持つ」とは、決定が上訴（または審査官による修正）をされていないか又は上訴手続が終了していることを意味する。 ・不服審判請求の期限は決定日から２月でそれを徒過すると決定は確定する。	・部分拒絶決定に対して不服申立に進む場合、拒絶部分が確定するまで出願全体が一時停止される。
運用の実態（いずれも代理人見解）	国内出願については、出願人が拒絶の通知に不応答の場合、知財庁は出願を却下することができる旨の規定があるため、出願人側としては、たとえ部分拒絶の通知であってもそのまま放置して一部登録を待つということはしない。	出願人は通常、公告までの期間を短縮するか、拒絶に反論することを希望するため、応答せずに期限を徒過することはあまりない。自身の実務にかんがみると、部分拒絶のうち応答なしで放置されるのは10%以下と思われる。
導入されていない理由や背景（いずれも代理人見解）	－	－
将来的な導入に関する動きの有無（いずれも代理人見解）	－	－

【部分拒絶制度】各国比較（4／6）

	トルコ	インド	中国
導入の有無	○	×	○
関連規定	知的財産法 16 条	－	商標法実施条例 21 条
制度的枠組み	【国内・マドプロ出願双方導入】 ・実体審査は主に絶対的拒絶理由について行われ、部分拒絶決定が出されうる。 ※出願人が不服の場合は審判での対応となるため、上記決定は日本の査定に相当する。	－	【国内・マドプロ出願双方導入】 ・実体審査は絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由の両方について行われ、拒絶通知書や部分拒絶通知書が出されうる。 ※出願人が不服の場合は審判での対応となるため、上記通知は日本の査定に相当する。
背景と経緯等	2017 年 1 月 10 日施行の知的財産法（法律第 6769 号）の制定に伴い導入された。同法は特に EU 指令や TRIPS 協定などの協定に沿って、トルコの知的財産法を近代化し、国際基準に調和させることを目的としている。	－	2001 年の WTO 加入を受けて商標法の第 2 回改正が行われ、その改正法に基づき 2002 年 9 月に新しい商標法実施条例が発効した。同条例 21 条 1 項により、部分拒絶制度が導入された。
部分拒絶の通知形式・内容	・部分拒絶と全体拒絶の通知の書式は同じ。 ・登録可能な商品・役務の公告情報の記載のみ違いがある。 ・部分拒絶決定の通知では、部分的に拒絶された商品役務のリスト、部分拒絶の根拠として指定された商標、登録可能な商品役務が掲載される公報番号が示される。	－	・部分拒絶と全体拒絶の通知の書式に大きな違いはない。 ・タイトルは異なる 部分拒絶の場合、「商標部分拒絶通知書」。全体拒絶の場合、「商標拒絶通知書」。 ・商標部分拒絶通知書には、登録を認められる商品役務と拒絶対象の商品役務が示され、分割出願書が添付される。
部分拒絶への対応方法(出願人側)	－	－	－
部分拒絶に不応答の場合の出願の扱い(知財庁側)	－	－	－
部分拒絶の通知への応答期間・延長期間等	－	－	－

	トルコ	インド	中国
部分拒絶査定後の出願人側の対応方法（審判・出訴等）	・特許商標庁の再審査評価部への審判請求（さらにアンカラ知的・工業所有権民事裁判所、その後大審院に上訴可） ・出願の分割	－	・商標局審判部への不服審判の請求（さらに人民法院への上訴が可能） ・出願の分割（部分拒絶を受け、不服審判の請求と同時に行う場合のみ可能） ・指定商品役務の補正（国際登録出願の場合のみ）
部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）	【審判請求された場合】 ・審判（または、提訴した場合には裁判）により部分拒絶の決定が確定した後に、拒絶対象でない部分が登録される。 【審判請求されなかった場合】 ・拒絶の対象でない商品役務の範囲内で公告 →公告期間中に異議なし →登録証手数料の納付通知 →登録証手数料の納付（通知日から２月以内） →拒絶対象でない商品役務の範囲で商標登録	－	【審判請求された場合】 ・部分拒絶された出願が不服審判や裁判に係属している間、登録可能な部分も公告されない。 【審判請求されなかった場合】 ・不服審判の請求がないまま審判請求期限（通知書受領日から 15 日）が過ぎた場合、商標局は登録可能な部分と拒絶された部分を分離させ、登録可能な部分は公告期間に入る。 ・公告期間が異議申立なく過ぎれば、商標証書が発行される。
運用の実態(いずれも代理人見解)	出願人の不服申立なしに部分登録に進む部分拒絶決定の割合に関する具体的な統計は公表されていない。	－	部分拒絶の通知に対して不服審判を請求せず一部登録を受けるケースの割合は高い。 （ヒアリングに協力した代理人事務所の）データでは、部分拒絶の通知を受けた 3195 件中、不服審判を請求しなかったのは 2105 件だったので、65.88%という計算になる。
導入されていない理由や背景(いずれも代理人見解)	－	部分的拒絶制度が導入されていない主な理由は、商標法と商標規則の立法上・手続上の枠組みにある。同法は、一貫性と効率性の観点から、商標出願全体の審査を重視している。	－
将来的な導入に関する動きの有無(いずれも代理人見解)	－	現在のところ、部分拒絶制度を導入するための正式な動きや活発な議論は法制上も行政上も行われていないようである。	－

【部分拒絶制度】各国比較（5／6）

	韓国	台湾
導入の有無	○	×
関連規定	商標法 54 条、68 条	－
制度的枠組み	【国内・マドプロ出願双方導入】 ・実体審査は絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由の両方について行われ、部分拒絶の通知が出されうる。	－
背景と経緯等	2023 年 2 月、従来の拒絶決定以後の対応手続を大幅に簡素化し、出願人が対応せずとも拒絶対象でない指定商品等について容易に登録を確保できるよう、出願人の利便性の向上を図るために導入された。	－
部分拒絶の通知形式・内容	・部分拒絶と全体拒絶の通知の書式は同じ。 ・通知内で拒絶の対象となっている商品役務が明記される。	－
部分拒絶への対応方法（出願人側）	・指定商品役務の補正（減縮） ・意見書の提出 ・出願の分割	－
部分拒絶に不応答の場合の出願の扱い（知財庁側）	・意見書提出期間２月＋ 商標手続継続申請期間２月（→拒絶決定）＋ 拒絶決定不服審判請求期間３月（→拒絶決定の確定）＋ 拒絶理由がない商品役務の審査期間１月、の計 8 月程で公告が決定する。その後、拒絶の対象でない商品役務に関し出願公告（2 月）され、異議申立がなければ登録が決定する。 ・意見書提出期間は１月ずつ４回まで延長が可能。 ※「部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）」も参照。	－
部分拒絶の通知への応答期間・延長期間等	・意見書提出期間２月＋ 商標手続継続申請期間２月	－

	韓国	台湾
部分拒絶査定後の出願人側の対応方法（審判・出訴等）	・拒絶決定不服審判の請求 ・再審査請求（補正とともに行わなければならない。不服審判を請求した場合には不可）	－
部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）	以下①～③のいずれかの場合、出願公告（登録可能な商品役務に係る）がなされ、異議申立がなければ、登録決定となる。 ①部分拒絶決定が出た後に、不服審判請求期間の３月が経過したとき ②不服審判で棄却審決が出され、これに対する審決取消訴訟の提訴期限が過ぎたとき ③審決取消訴訟でも最終的に棄却審決（拒絶決定）が確定したとき	－
運用の実態（いずれも代理人見解）	2023 年 2 月 4 日付出願からの適用のため、未だ統計発表や運用状況の判明には至っていない。審査期間の観点から、部分拒絶の通知があった場合に何も対応しないということはあまり考えられない。意見書や補正書により対応することのほうが一般的である。	－
導入されていない理由や背景（いずれも代理人見解）	－	出願の一部商品等に問題がある場合、分割で対応する実務が一般である。また、台湾の商標制度ユーザーは出願や登録の管理のしやすさを重視するため部分拒絶制度は複雑と捉えられる可能性が高い。したがって、現行制度を維持すればよいと考えられそうである。
将来的な導入に関する動きの有無（いずれも代理人見解）	－	もし部分拒絶制度が導入された場合、現行の商標法とは規定の矛盾が生じるであろうし、また、部分拒絶制度の導入に関する実質的な議論はこれまでされてこなかったため、将来的にも同制度が導入される可能性は低いと考える。

【部分拒絶制度】各国比較（6／6）

	シンガポール	オーストラリア
導入の有無	○	○（マドプロ出願のみ）
関連規定	商標法 12 条、15 条 商標規則 26 条	商標規則 17A.16、17A18、17A24、17A25
制度的枠組み	【国内・マドプロ出願双方導入】 ・実体審査は絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由の両方について行われ、部分拒絶の通知が出されうる。	【マドプロ出願のみ導入】 ・実体審査は絶対的拒絶理由と相対的拒絶理由の両方について行われ、マドプロ出願の場合、部分拒絶の通知（暫定的拒絶通報）が出されうる。
背景と経緯等	2022 年 5 月 26 日に施行された改正知的財産法により、国内出願に部分拒絶制度が導入された。それ以前は、マドプロ出願についてのみ部分拒絶制度が適用されていた。	2001 年 7 月 11 日にオーストラリアで発効したマドリッド議定書が背景としてある。2000 年制定の商標法とそれに沿った商標規則（第 17A 部）で、部分拒絶制度が導入されている。
部分拒絶の通知形式・内容	・部分拒絶と全体拒絶の通知の両方とも、実質的コメントは冒頭、応答期限が末尾に記載。 【応答期限の記載】 ・部分拒絶の通知： 「上記につき○日までに書面でご連絡ください、さもなくば拒絶理由がある商品役務は取り下げられたものとして扱われます（継続処理は可能です）」 ・全体拒絶の通知： 「上記につき○日までに書面でご連絡ください、さもなくばこの出願は取り下げられたものとして扱われます（継続処理は可能です）」	・部分拒絶と全体拒絶の通知の書式は同じ。 ・通知内で拒絶の対象となっている商品役務が明記される。
部分拒絶への対応方法（出願人側）	・出願の補正 ・意見書の提出 ・追加の情報や証拠の提出（意見などの書面での表明と共に行う） ・ヒアリングの請求 ・出願の分割	・指定商品役務の補正（減縮） ・意見書の提出 ・ヒアリングの請求 ・コンセントレター（合意書）の提出 ・その他：不使用を理由とした引用商標の取消・制限を求める訴訟の提起
部分拒絶に不応答の場合の出願の扱い（知財庁側）	・出願は「取下げ扱い（継続処理可能）」となる。 ・当初不応答を選択した出願人が、気が変わって応答を希望する場合、2 月以内に Form CM13 を提出し継続処理を請求可。 ・継続処理により出願は保全される。 ・一方、不応答のままであった場合には、出願は登録可能な商品役務について 2 月後に次の公告段階へ進む。 ※「部分拒絶査定後の出願の扱い（知財庁側）」も参照。	・15 月以内に出願人の応答がない場合、知財庁は国際事務局に最終決定を通知する。この最終決定は拒絶の対象でない商品役務に係る保護通知となる。 ・出願人は 15 月の受理期間が過ぎるのを待つことで、拒絶対象でない商品役務の受理に進める。その後出願は公告され、2 月間異議申立がなければ期間終了後すぐに登録される。

	シンガポール	オーストラリア
部分拒絶に不応答の場合の出願の扱い(知財庁側)	・部分拒絶の応答期間４月＋継続処理請求可能期間２月	・部分拒絶の通知への応答期間 15 月
部分拒絶査定後の出願人側の対応方法（審判・出訴等）	高等裁判所への上訴（さらなる上訴も可能）	・査定系ヒアリング（法 33 条 4 項、裁判所に上訴する前に出願について議論できる） ・連邦裁判所（裁判官 1 名、さらに連邦裁判所全法廷に上訴が可能）または、連邦巡回・家庭裁判所第 2 部（さらに連邦裁判所に上訴が可能）への上訴
部分拒絶査定後の出願の扱い(知財庁側)	・部分拒絶という登録官の決定を不服として出願人が高等裁判所へ上訴（決定日より 28 日以内）しなければ、決定が確定する。	－
運用の実態（いずれも代理人見解）	部分拒絶の通知を受けた出願人が応答しているか又は応答せず放置しているかについて、統計は公表されていないが、経験上では、大半の出願人は応答している。代理人としても、早く進めたければ必ず応答するよう助言している。	部分的暫定的拒絶通報に対して応答しない出願人の割合についての情報は公開されていないものの、通報に応答しないよりは、拒絶対象の商品役務を削除して早目の権利化を確保するか、拒絶を解消するために何らか他の手段を取るほうが一般的という印象である。
導入されていない理由や背景(いずれも代理人見解)	－	－
将来的な導入に関する動きの有無（いずれも代理人見解）	－	－

第２章　におい等非伝統的商標

本章では、「におい商標」、「触覚商標」、「味覚商標」（以下「におい等非伝統的商標」という。）の保護について、各国・地域の制度概要、国内の現状分析、制度を見直す場合の検討事項・課題の 3 つの観点から整理・分析する。

第１節　各国・地域の制度の概要

本調査研究では、日本では保護対象とされていない「におい等非伝統的商標」について調査を行った。

におい等非伝統的商標は、調査対象である 13 の国・地域の全てで、商標法の保護対象から除外されていない。その多くが、法令において「商標」を包括的な文言で定義することにより、又は「商標」の種類を限定列挙せず例示列挙することにより、保護を理論上可能としている。一方、韓国やオーストラリアのように、「におい」を「標識」（識別力のある「標識」が「商標」となる）として、条文中に明記している国もある。

しかし、におい等非伝統的商標が実際に登録され、保護を受けるのは、いずれの国・地域においても困難であるとされる。そして、何を理由として登録が難しい（あるいは不可能）とされるかは国・地域によって異なり、大きく３つのタイプに分類できる。

１．グラフィカル表示要件が問題となるタイプ

商標はグラフィカル（図形的、視覚的）に表せるものでなくてはならないという要件（いわゆる「グラフィカル表示要件」）が法律上存在しており、それが「商標」認定や登録への高いハードルとなっているタイプである。インドとシンガポールがこのタイプと考えられる。

２．商標の表示に係る「シークマン基準」が問題となるタイプ

グラフィカル表示要件は撤廃されているものの、出願商標の表示について「明確であり（Clear）、正確であり（Precise）、自己完結しており（Self-contained）、容易にアクセスすることができ（Easily accessible）、わかりやすく（Intelligible）、耐久性があり（Durable and）、客観的である（Objective）」ものでなくてはならず、かつ、保護を与えられる対象（商標）は知財庁の登録簿に正確かつ明瞭に表示できなければならないとの旨の要件が課せられているタイプである。欧州（EUIPO）、ドイツ、フランス、スウェーデン、英国、トルコがこのタイプと考えられる。

上記の要件は、におい商標の登録可否について争われたシークマン事件（Case C-273/00）[226]において 2002 年に欧州司法裁判所が示した基準（いわゆる「シークマン基準」）

[226] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:62000CJ0273（欧州連合ウェブサイト「EUR-Lex」） Judgment of the Court of 12 December 2002, Ralf Sieckmann v Deutsches Patent- und Markenamt, Case C-273/00 ［最終アクセス日：2025 年 3 月 7 日］

が元となっている。におい等非伝統的商標については、この表示要件を現在の技術でクリアすることは不可能であるという評価が一般的となっている。

３．識別力等の登録要件が問題となるタイプ

商標の表示に関する要件は上記２タイプと比べて厳格ではないものの、識別力や非機能性等の登録要件を満たすことが通常の商標の場合より難しいと考えられているタイプである。アメリカ合衆国、韓国、台湾、オーストラリアがこのタイプと考えられる。

なお、これらの国・地域では、におい等非伝統的商標の出願において商標の説明の提出が必須であり、においのサンプルの提出も併せて求められている（台湾、オーストラリアは審査官が求めた場合に提出要)。出願商標の特定や実体審査の場面において、商標の説明が大きな役割を果たす。

これらの国・地域の代理人からは、におい等非伝統的商標については、視覚的な商標でないため識別力や類否の判断が複雑になること、使用により獲得された識別力の主張・立証や、非機能性要件を満たすことが難しい傾向があるとの指摘もあった。

現在までに、アメリカ合衆国でにおい商標と触覚商標の登録、オーストラリアでにおい商標の登録がなされている。

その他、上記３つのタイプに当てはまらない国として中国がある。同国も、法律上におい等非伝統的商標の保護を否定していないものの、実際の登録は難しい状況になっている。その理由として、知財庁においてにおい等非伝統的商標に係る出願の受理や実体審査に対応できる技術システムが未だ整備されておらず、審査基準も作成されていないことが指摘されている。

第２節　国内の現状分析

質問票調査では、企業等・代理人のいずれにおいても、制度の導入に反対する割合が賛成する割合を大きく上回った。

反対する立場からは、権利範囲の特定や識別力・類否の判断等が困難であるとの意見が多かったほか、第三者に対して萎縮効果を生じさせるとの意見もあった。また、賛成する立場からも、制度を設けたとしても実際に登録することは困難と思われるとの指摘があった。

企業及び有識者へのヒアリング調査においても、総じて明確な制度導入のニーズは示されなかった。いずれの企業及び有識者からも商標の特定について懸念が示されたほか、第三者への萎縮効果のおそれや、特定のにおいや味の独占を認めることは不適当であるとの指摘もあった。

第３節　制度を見直す場合の検討事項と課題

主な検討事項と課題は、以下のとおりである。

１．商標の出願方法

「客観的に出願の範囲を特定できるような方法にする必要がある」等の意見があった。
具体的には、出願時に商標の詳細な説明と物件を求めるべきとの意見や、言葉による表現では不十分であり、におい等を再現できる何らかの方法や技術を考えるべきとの意見があった。

２．類否や識別力に関する審査基準

「他の非伝統的な商標と同様に総合的に判断する形でよい」、「全てのタイプの商標に通じる類否判断の抽象的な基準を作ることが必要」等の意見があった。

３．商標の保存及び公開

においのサンプル等の経年劣化を懸念し、何らかの形でいつ誰が閲覧しても同じ状態で保存できるようにすべき旨の意見等があった。
具体的には、「微生物の寄託と同じような方法」、「要請があったときにあらためて出願人にサンプルを提供させる」、「においをデジタルに記録して、再現可能な媒体として持っておく」といった意見があった。

４．商標の範囲

総じて、商標の特定が困難であるとの意見が多かった。
具体的には、「におい等の商標についても、商標混同のおそれの有無で商標の類否（類似範囲）を判断するという原則に従うしかないが、その判断は非常に難しい」、「最終的には個別事案の中で裁判所が判断するという構造にならざるを得ない」、「不正競争防止法等の他法令にて、におい商標等の特徴的な部分の捉え方が示唆される等しないと権利範囲を定めるのは難しいのではないか」といった意見があった。

５．商標の定義規定

第 2 条の商標の定義中の「その他政令で定めるもの」として追加すればよいため、政令の改正により対応可能ではないかという旨の意見があった。

【におい等非伝統的商標】各国比較（1／7）

	アメリカ合衆国	欧州（EUIPO）
関連規定	商標法2条、3条、45条	商標ハーモ指令（(EU) 2015/2436）3条 商標理事会規則（EUTMR）4条
「商標」の定義に含まれるか	△ 明記されていないが、定義が包括的であり除外されていない。	△ 明記されていないが、定義が包括的であり除外されていない。
「商標」の定義	「出願人の商品を他人の商品から識別することを可能にする商標はその性質を理由として主登録簿に登録することを拒絶されることはない。(以下略)」(法2条) 「『商品標章』という用語は，語，名称，記号若しくは図形又はその結合であり，次の条件に該当するものを含む。(以下略)」「『役務標章』という用語は，語，名称，記号若しくは図形又はその結合であって，次の条件に該当するものを含む。(以下略)」(法45条)	「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」（ハーモ指令3条）
背景と経緯等	・ある事例において商標審判部は、においが機能的ではなく出所識別標識として使用される限り商標として登録されうると判断し（In re Clark, 17 U.S.P.Q.2d 1238 (1990)）、これがにおい商標の登録を認めた最初の例となった。	―
出願方法（願書の記載項目、サンプル・標本の要否等）	・におい商標を含む非視覚的な商標の場合には、図面の提出を要求されない一方、商標の詳細な説明を必ず提出しなければならない(商標規則2.52、商標審査便覧§808.01)。 ・実際の使用に基づく出願の場合には、現実に使用される態様での商標の見本を提出する必要がある（商標規則2.56)。	・出願には、理事会規則4条(b)に定める要件を満たす標章の見本が必要（理事会規則 31条)。 ・サンプルや標本の提出は適切な表示と認められていない。 ・標章の説明をもって標章の見本とすることもできない。 （EUIPO商標ガイドライン 9.3.11.2)
グラフィカル（視覚的）表示要件の有無	○	×
商標の保存と公表	・非視覚的標章の場合、標章の説明が必ず商標公報で公告される。（審査便覧808.03） ・USPTOの商標検索サイトでは、におい等非伝統的商標の場合は、図面表示欄に「図面なし－感覚商標」「非視覚的商標」などの記載や、商標に関連する物品の図面が見られる。	・伝統的商標と同じ。 ・ただし、におい商標については、伝統的商標のように、公衆が商標を検索、正確に確認できるようにすることが不可能。したがって、におい商標は事実上認められていない。
登録要件（審査基準等）	・商標審査便覧のうち、非伝統的商標に関連する箇所は§301.02(b)と§904.03(m)等	・「EUIPO商標ガイドライン」のパートBセクション4の2章の「2 「非伝統的」商標及び商標理事会規則7条(1)(a)」と同3章に情報がある。非伝統的商標が列挙され、各タイプの商標に関する判断も示されている。
識別力の判断	・商標の詳細な説明や、物理的なサンプルに頼ることも多い。	・伝統的商標と同じ。

	アメリカ合衆国	欧州（EUIPO）
類否の判断	・先行商標との類否判断は、これらの商標が視覚的に表現されにくいため複雑である。	・伝統的商標と同じ。
権利範囲の特定方法	【におい商標】 ・においの商標権を行使する場面では、商標の説明に加え、必要に応じて物理的な標本を参照し、商標権の範囲を特定することになる。	・伝統的商標と同じ。
重要な事例・裁判例	・In re Clark, 17 U.S.P.Q.2d 1238（1990）／におい	・シークマン事件（Case C-273/00）／におい ・エデン事件（Case T-305/04）／におい ・イーライリリー事件（Case R 120/2001-2）／味覚
出願・登録の現状（いずれも代理人見解）	においの商標登録は非常に稀であり、現在登録簿にある有効なにおい商標の登録は15件ほどである。なお、裁判例は、In re Clark, 17 U.S.P.Q.2d 1238（1990）以外には把握していない。においの商標権が他者に対して行使された事例も把握していない。	2023年の統計情報によると、全登録商標中、非伝統的商標（音商標等も含む）は0.29%だった。また、現在までににおい商標の登録が試みられた（ものの登録できなかった）ケースは7件である。

【におい等非伝統的商標】各国比較（2／7）

	ドイツ	フランス
関連規定	商標法（MarkenG）3条、8条1項 商標規則（MarkenV）6条、6a条、12a条	知的財産法L711-1条
「商標」の定義に含まれるか	△ 明記されていないが、定義が包括的であり除外されていない。	△ 明記されていないが、定義が包括的であり除外されていない。
「商標」の定義	「すべての標章、特に、人名を含む言葉、画像、文字、数字、音、商品又はその包装の形状を含む立体的なデザイン、並びに色彩及び色彩の組合せを含むその他の表示形態であって、一の事業者の商品又は役務を他の事業者の商品又は役務と識別することができるもの」（法3条1項） 「形状又はその他の特徴のみからなる標章は商標として保護することができない」（法3条2項）	「自然人又は法人の商品又はサービスを他の自然人又は法人の商品又はサービスから識別する標章」 「この標章は、何人もその所有者に付与された保護の対象を正確かつ明瞭に決定することができるように、国内商標登録簿における表示を可能にしなければならない」 （法L771-1条）
背景と経緯等	・EUでの「刈りたての芝の匂い」商標の登録。 ・2007年連邦司法裁判所が触覚商標のグラフィカル表現可能性を認めたこと。 ・シークマン事件にて視覚的に認識できるものでなくとも保護対象となりうるとされたこと。 ・非伝統的商標の登録を認めた、EU指令2008/95/EC。	・知財法L711-1条は1992年版と現行版のいずれにおいても、商標として登録可能な標章を限定列挙しておらず、理論的には、においその他の非伝統的商標の登録を可能としている。
出願方法（願書の記載項目、サンプル・標本の要否等）	・願書に記載する商標の表示は紙媒体・データ媒体で提出可能 ・表示できない商標については、以下のとおり。 ①商標の保護対象を明確かつ一義的に識別できる文章であれば、唯一の表示手段として文章による表示が可能 ②文章は150語までとし連続的でなければならず、図形その他のデザイン要素を含んではならない ③商標の保護対象を客観的に具体化しなければならない（規則6b条）	・願書には商標の表示等を記載する（出願商標の識別性が使用により獲得された場合、使用証拠を付属書類として提出）。 ・商標の表示は「明瞭であり、正確であり、明確であり、容易にアクセス可能であり、分かりやすく、耐久性があり、かつ客観的な方法により、この登録簿に表示することが可能であること」が条件。 ・商標の表示に関わりかつ保護の範囲を拡張しないことを条件とし説明を添えることが可能。 ・サンプルや標本は有効な表示として認められていない。（規則R711-1条）
グラフィカル（視覚的）表示要件の有無	×	×
商標の保存と公表	・伝統的商標と同じ。 ・商標登録は電子的に公告され、公報には商標の説明（におい商標の場合、においや商品役務の説明が含まれる）が掲載される。	・伝統的商標と同じ。 ・出願の体裁が複製に必要な技術的要件を満たしていないことが判明したときは、公告されない（規則R712-8条）。現在のところ、におい等非伝統的商標を公告する技術的手段はない。

	ドイツ	フランス
登録要件（審査基準等）	・審査官が使用する公式基準として「商標出願の審査及び登録簿の保存に関するガイドライン」がある。	・伝統的商標と同じ。
識別力の判断	【におい商標】 ・においの説明や特定が難しいため、識別性に係る敷居が特に高くなる。 【味覚商標】 ・味覚は主観的なものであり識別力の評価は困難。 【触覚商標】 ・商標とされる触覚の個別的特徴は、商品自体の基本的特徴とは区別されなければならない。	・伝統的商標と同じ。
類否の判断	【におい商標】 ・においが消費者に与える嗅覚的印象により評価。においの詳細な説明があればそれを基に比較。 【味覚商標】 ・平均的な消費者に混同される可能性があるかどうかを評価。 【触覚商標】 ・触覚的印象が商標の出所について消費者の混同を招くほど強いか否かで判断。	・伝統的商標と同じ。
権利範囲の特定方法	・商標権の範囲は、登録商標による保護に係る商標法 14 条で一般に規定されている。 【におい商標】 ・当該商標の具体的な嗅覚的特徴により範囲が決められる。 【味覚商標】 ・一般的に、登録に記載された正確な味覚に限定される。 【触覚商標】 ・通常、登録に記載された具体的な触覚的特徴に限定され、一般化することはできない。	・伝統的商標と同じ。
重要な事例・裁判例	・シークマン事件（ECJ C-273/00）／におい ・エデン事件（EuG T-305/04, GRUR 2006, 327）／におい ・ラズベリーのにおい事件（OHIM - R711/1999-3 ） ・ヒースの花の蜜のにおい事件（BPatG - 29 W (pat) 515/21, GRUR-RS 2023, 27259） ・触覚商標に係る事件（BGH, - I ZB 73/05 (PatG)）	・味覚商標に係る事件 （RG n° 2003/02153） 2003 年 10 月 3 日の人工苺フレーバーに関するパリ控訴裁判所判決で、知財庁の拒絶決定に対する出願人の控訴を棄却した。
出願・登録の現状 （いずれも代理人見解）	におい等非伝統的商標の出願数は依然として少ない。その登録は、現在のところ見込みがないと見られている。	INPI データベースでは 2019 年からにおい商標が検索可能である。それによると近年におい商標の出願はない。それ以前のケースとして第 97658685 号（1997 年出願、2006 年拒絶）がある。味覚商標は、パリ控訴裁判所により拒絶された人工苺フレーバー商標のみ知られている。触覚商標出願はない。

【におい等非伝統的商標】各国比較（3／7）

	スウェーデン	英国
関連規定	商標法 1 章 4 条	商標法 1 条
「商標」の定義に含まれるか	△ 明記されていないが、定義が包括的であり除外されていない。	△ 明記されていないが、定義が包括的であり除外されていない。
「商標」の定義	「商標は、識別力があり、スウェーデン知的財産庁の商標登録簿に明確に複製することができる標識で構成することができる。 標識には、特に、個人名を含む単語、図形、文字、数字、色彩、音、商品の形状またはその包装の形状又はデザインが含まれる」 （法 1 章 4 条）	「標章であって，(a) 登録官，その他の管轄当局及び公衆が，所有者に付与される保護の明瞭かつ正確な内容を決定することができる方法で登録簿に表現され，かつ (b) 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」 「特に，語（個人名を含む），デザイン，文字，数字，色彩，音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」（法 1 条 1 項）
背景と経緯等	・2018 年の直近の商標法改正により、知財庁の登録簿において明確に再現できる識別力を有する標識はすべて登録可能となっている。	・1994 年商標法が施行された当初、知財庁（UKIPO）は 2 つのにおい商標出願を口頭での説明のみに基づいて受理した。1 つは「ダーツ用フライトに適用される苦いビールの強い匂いからなる」商標（第 28 類「ダーツ用フライト」）であった（登録 UK　00002000234）。
出願方法（願書の記載項目、サンプル・標本の要否等）	・願書には「商標の明確な表示」（法 2 章 1 条）等を記載する。 ・知財庁が必要と認めるときは「標章を書面で記載し、かつ、その標章を特徴づけるものを記載しなければならない」。（規則 3 章 2 条）	・出願には「商標の表示であって，登録官その他の管轄当局及び公衆が，所有者に付与される保護の明瞭かつ正確な内容を決定することができる方法で登録簿に表現することができるもの」を含まねばならない。（法 32 条 2 項） ・「においや味の説明は明確でも正確でも客観的でもなく、サンプルは耐久性がないため、商標の説明やサンプル・見本は表示に代わることはできない」。 （商標実務マニュアル―審査ガイド 第 B 部）
グラフィカル（視覚的）表示要件の有無	×	×
商標の保存と公表	・非伝統的商標が二次元で印刷できない場合、知財庁（PRV）商標データベースでは確認できない。 ・その公表は、登録番号・所有者・住所・指定商品役務などの登録事項についてのみなされる。	・伝統的商標と同じ。 【におい商標】 ・現在の技術では、におい商標を、容易にアクセスでき、分かりやすく、耐久性がある形で登録することはできないため、におい商標の登録は非常に困難。
登録要件（審査基準等）	・非伝統的商標の審査について公開された公式なガイドラインはないが、知財庁の内部ではガイドラインのようなものがある。	・伝統的商標と同じ。 ・におい商標を含むすべての非伝統的商標の審査基準に関する規定は「商標実務マニュアル－審査ガイド」の第Ｂ部（審査実務に係る用語のアルファベット順リスト）に記載されている。

	スウェーデン	英国
識別力の判断	・識別力の判断がどのように運用されているか、知財庁から明確には公表されていない。	・伝統的商標と同じ。
類否の判断	・類否の判断がどのように運用されているか、知財庁から明確には公表されていない。 ・非伝統的商標の新規出願が審査される場合、審査官はその出願を同じカテゴリーに属する他のすべての有効な商標と手作業で比較すると理解される。	・伝統的商標と同じ。
権利範囲の特定方法	・権利範囲の特定がどのようにされているか、知財庁から明確には公表されていない。	・伝統的商標と同じ。
重要な事例・裁判例	該当なし。	・リンデ事件（Linde joined cases C- 53/01 to 55/01） 記述性／識別性判断に関して、異なるタイプの商標間で法律上の差異はない、と判示。 ・シークマン事件（Sieckmann C-273/00）／におい
出願・登録の現状 （いずれも代理人見解）	現在登録簿に記載の非伝統的商標は以下のとおり。 音商標 8 件、色彩商標 11 件、動き商標 9 件（ほか出願中 1 件）、マルチメディア商標 2 件、位置商標 12 件、パターン商標 12 件（ほか出願中 1 件）、その他の商標 4 件。におい商標、触覚商標、味覚商標はない。	2002 年のシークマン事件以降、におい商標の出願に成功した例はない。その他の非伝統的商標に関する統計は、不明である。

【におい等非伝統的商標】各国比較（4／7）

	トルコ	インド
関連規定	知的財産法 4 条	商標法 2 条(1)(zb)
「商標」の定義に含まれるか	△ 明記されていないが、定義が包括的であり除外されていない。	△ 明記されていないが、定義が包括的であり除外されていない。
「商標」の定義	「商標は，人名を含む語，図形，色彩，文字，数字，音声及び商品の形状又はその包装のような標識から構成することができる。ただし，当該標識が，ある事業体の商品又はサービスを他の事業体の商品又はサービスから識別することができ，かつ，その所有者に与えられる保護の明確かつ正確な主題を決定する方法で登録簿に表示することができることを条件とする」（法 4 条 1 項）	「『商標』とは，図形的に表現でき，かつ，ある者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できる標章をいい，商品の形状，その包装及び色彩の組合せを含み，次のものをいう。 （i） XII 章（107 条を除く）の規定に関しては，商品又は場合に応じてサービスと，所有者としてその標章を使用する権利を有する者との間に存する取引上の結合関係について，表示し又は表示しようとする目的をもって，商品又はサービスに関して使用する登録商標又は標章（以下略）」（法 2 条(1)(zb)）
背景と経緯等	・2017 年に発効した知的財産法では、旧法の商標の図面表示要件に代わり、保護対象を明確かつ正確に理解できるよう標識が登録簿に表示されることが可能でなければならないとの要件が導入された。	・非伝統的商標の概念が 20 世紀後半に世界的に認知されるようになり、米国、EU、オーストラリア等でこれらの商標を認めるようになった。 ・WTO の TRIPS 協定（1994 年）は、加盟国に対して、商品又はサービスを識別できるあらゆる標識に商標保護を提供することを求めており、これには非伝統的な商標も含まれる可能性がある。
出願方法（願書の記載項目、サンプル・標本の要否等）	・出願は 「a） 出願人の身元証明に係る情報を含む出願様式、 b） 商標の見本、 c） 出願対象の商品又はサービスの一覧 」などから構成される。（法 11 条 1 項） ・出願は、願書フォームに記入して庁に送信することとされており、願書の必須情報として「法 4 条及び本規則 7 条に記載された条件を満たす商標見本」が挙げられている。 （施行規則 5 条）	・出願には 「(a) 出願人の権利を決定するため，必要な場合は商標の説明を言葉で十分正確に行うこと （b） 商標のグラフィカルな表現を示すことができること」が求められる。（規則 23）
グラフィカル（視覚的）表示要件の有無	×	○
商標の保存と公表	・商標公報において公告されたにおい等非伝統的商標はない。 【におい商標】 ・におい商標を見本、化学式、言葉で表現することはまだルールとして認められていない。	・現在、におい商標等について許容可能なグラフィカルな表現方法はない。適当な方法が考案されるまでは商標公報に掲載できない。

	トルコ	インド
登録要件（審査基準等）	・絶対的拒絶理由の枠内での商標出願の審査ガイドラインが特許商標庁により 2021 年に公表されており、におい商標・味覚商標への若干の言及がある。	・知財庁ウェブサイトで公表されている「意見募集のための商標マニュアル案」及び「商標マニュアル案－実務と手続」 は、拘束力はないものの、審査官や弁護士等の実務家に使用されている。
識別力の判断	【におい商標】 ・多くの香りは機能的又は記述的とみなされる（例えば、製品の天然成分の匂い）ため、識別力を証明することが特に困難である。 ・出願人は、広範な使用・広告・消費者の認知の証拠を提出し、使用により獲得された識別力を証明することが可能。	・におい商標やその他の非伝統的商標の場合、識別力を判断するプロセスは複雑である。
類否の判断	・非伝統的商標の類似性は、平均的な消費者に与える全体的な印象を比較することにより評価される。 ・複雑なケースでの類似性の評価では、専門家の意見や科学的手法に頼ることが多い。 【におい商標】 ・香りの感じ方は消費者によって大きく異なるため、主観的な評価となる。	・におい商標やその他の非伝統的商標の場合、類否を判断するプロセスは複雑である。
権利範囲の特定方法	・出願時の商標の表現方法によって権利範囲が決まる。 【におい商標】 ・においは多くの場合、文章や化学式で表現されるが、これらは必ずしも明瞭性と正確性の要件を満たしているとは限らない。	・におい商標やその他の非伝統的商標の場合、権利範囲を特定するプロセスは複雑である。
重要な事例・裁判例	該当なし。	・タタ・サンズ・リミテッド対グリーンピース・インターナショナル事件／色彩 におい商標を直接取り上げた判例ではないが、型にはまらない商標と識別力という広範な問題を扱った。
出願・登録の現状 （いずれも代理人見解）	におい商標は、特許商標庁に出願も登録もされていないようである。	ここ数年、インドの商標審査プロセスは非伝統的商標に対してよりオープンになってきたが、グラフィカル表示は依然として重要なハードルとなっている。

【におい等非伝統的商標】各国比較（5／7）

	中国	韓国
関連規定	商標法 8 条	商標法 2 条 1 項 2 号 商標法施行令 2 条 3 号
「商標」の定義に含まれるか	△ 明記されていないが、定義が包括的であり除外されていない。	○ 「におい」が商標に含まれると明記されている。（触覚・味覚も除外されていない。）
「商標」の定義	「自然人、法人又はその他の組織の商品を他人の商品と区別することができる文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せ及び音声等、並びにこれらの要素の組合せを含む標章は、すべて商標として登録出願することができる」（法 8 条）	「自己の商品（地理的表示が使用される商品の場合を除いてはサービスまたはサービスの提供に関連された物件を含む。以下同じ。）と他人の商品を識別するために使用する標章」（法 2 条 1 項 1 号） 「『標章』とは、記号、文字、図形、音、におい、立体的形状、ホログラム、動作または色彩等であって、その構成若しくは表現方式に関係なく商品の出所を現すために使用する全ての表示をいう」（法 2 条 1 項 2 号）
背景と経緯等	・2014 年商標法では商標の構成要素に関して「文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せ及び音声」の後に「等」を使用し、 におい等非伝統的商標の保護に関し保留する姿勢を示している。色彩商標の判例に照らすと、法 8 条にない要素は登録性ある標識から排除されるものではなく、事例に応じて保護可否が検討されると考えられる。	・韓米 FTA によって視覚的認識要件の訂正が必要となり、2016 年 2 月に商標法上の「標章」を包括的形態で定義し、視覚的表現に関わらず全ての類型の商標が原則的に登録可能となるよう改正された。
出願方法（願書の記載項目、サンプル・標本の要否等）	・出願 1 件毎に願書 1 通、商標見本 1 部を提出しなければならない。 ・商標見本は、明瞭で、貼付しやすく、光沢のある丈夫な紙に印刷されたものとし、又は代用写真を用いることとしなければならない（実施条例 13 条）。 ・色彩商標や音商標などと異なり、におい等非伝統的商標に係る具体的な規定は見当たらない（実施条例 13 条）。	・視覚的に認知できない商標には商標見本の提出が要求されない反面、当該商標の「説明」の記載、商標を具体的に特定できる「視覚的表現」、「使用証拠資料」の提出が必要である。 【におい商標】 ・施行規則により、においを説明する視覚的表現を共に提出すること、サンプルとして、においを入れた密閉容器 3 個又はにおいが添加されたパッチ 30 枚を提出することが求められる。 【触覚商標・味覚商標】 ・審査規定上別途の規定はない。
グラフィカル（視覚的）表示要件の有無	○	○
商標の保存と公表	におい等非伝統的商標の出願に対応できるシステムや、出願商標がどのようなものかを特定するツール等が整備されていないため、これらの商標を実際に保存・公表する状況に至っていない。	【におい商標】 知財庁の商標検索サイトにおいて、におい商標の「視覚的表現」が公表されている。

	中国	韓国
登録要件（審査基準等）	・におい等非伝統的商標についての基準は統一されていない。	【におい商標】 ・商標審査基準の８部７章「におい商標」に、識別力、類否判断、補正と要旨変更の判断等の記載がある。
識別力の判断	・出願商標を特定するツールなどが整備されておらず、におい等非伝統的商標に係る認識の基準も統一されていないことなどから判断は難しい状況にある。	・におい等非伝統的商標は本質的な識別力がないため、使用による識別力が求められる。
類否の判断	・出願商標を特定するツールなどが整備されておらず、におい等非伝統的商標に係る認識の基準も統一されていないことなどから判断は難しい状況にある。	【におい商標】 ・原則として、出願の際には商標を特定するための視覚的表現を共に提出しなければならず（施行規則 25 条 1 項 10 号）、これを基準として類否の判断が行われる。
権利範囲の特定方法	・出願商標を特定するツールなどが整備されておらず、におい等非伝統的商標に係る認識の基準も統一されていないことなどから判断は難しい状況にある。	【におい商標】 ・原則として、出願の際には商標を特定するための視覚的表現を共に提出しなければならず（施行規則 25 条 1 項 10 号）、これを基準として権利範囲の判断が行われる。
重要な事例・裁判例	・IR 1031242 に係る事件／使用場所が限定された単一色彩 法 8 条にない要素は登録性ある標識から排除されるものではないと示した。	・出願番号 40-2012-0059192 に係る事案／におい ・出願番号 40-2012-0053170 に係る事案／におい
出願・登録の現状（いずれも代理人見解）	におい等非伝統的商標について、中国企業からは登録を希望する声はあまり聞かれない。	特許庁が発表した知識財産統計年譜 2023 によれば、2019～2023 年ににおい商標の出願はない。しかし、2024 年 7 月に 2 件、9 月に 1 件のにおい商標の新規出願があり、現在審査段階にある。

【におい等非伝統的商標】各国比較（6／7）

	台湾	シンガポール
関連規定	商標法 18 条	商標法 2 条
「商標」の定義に含まれるか	△ 明記されていないが、定義が包括的であり除外されていない。	△ 明記されていないが、定義が包括的であり除外されていない。
「商標」の定義	「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」(法 18 条 1 項)。 「前項でいう識別性とは、商品又は役務の関連消費者に、指示する商品又は役務の供給元を認識させ、他人の商品又は役務と区別できるものをいう」（法 18 条 2 項)。	「図形的に表現することができ、かつ、ある者が業として取り扱う又は提供する商品又は役務を、他の者が業として取り扱う又は提供する商品又は役務と区別することができる標識」（法 2 条） 「『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」（法 2 条）
背景と経緯等	・2011 年 6 月の改正商標法で、商品役務の出所を識別できるいかなる標識も登録の保護対象とすることができると規定された。これにより、保護対象が条文で列挙されたものに限定されなくなり、におい等非伝統的商標も出願可能となった。	・米国・シンガポール自由貿易協定（FTA）で、標識の登録条件として視覚的に認識可能でなければならないという要件を撤廃し、においや香りの標章の登録のために最善の努力をすることを義務づけられたため、2004 年 6 月から「視覚的認識可能」要件が撤廃された。
出願方法（願書の記載項目、サンプル・標本の要否など）	・願書には、商標の種類と形態の説明、商標の名称、商標図案、指定商品役務とその区分、 商標描写を提供しなければならないときはその商標の描写などを含める（施行細則 12 条）。 【におい商標】 ・商標の描写（文言によるにおいの説明）を商標図案として提出しなければならない(非伝統的商標審査基準）。 ・台湾特許庁が必要とみなすときは、出願人に通知してにおいのサンプルを提出させ、審査の補助に用いる（施行細則 13 条）。	・出願には、商標の明瞭な表示等を含め、指定商品役務を列挙する（法 5 条 2 項)。 ・願書の指定されたスペースに出願商標の明瞭かつ耐久性の高い表示をする（規則 16)。 【におい商標】 ・化学式は物質自体を表すものであるため、化学式は図形的表示とはみなされない。 ・においの言葉による記述は図形的だが、十分に明確、正確、客観的ではない。 ・においサンプルはその安定性や耐久性が十分でないため、図形的表示を構成しない。（商標業務マニュアル）
グラフィカル（視覚的）表示要件の有無	○	○
商標の保存と公表	・におい等非伝統的商標が登録された事例がないため、台湾特許庁及び商標業界において、当該商標の保存や公開に関する議論が行われたことはない。	・におい等非伝統的商標の出願や登録が行われていないため、シンガポールの法律や実務の観点から商標の保存と公表について回答することはできない。
登録要件（審査基準など）	・非伝統的商標の審査において、識別力の判断には原則として「非伝統的商標審査基準」が優先的に適用される。一方、使用による識別力の立証及びその認定には「商標識別力審査基準」が適用される。	【におい商標】 ・「商標マニュアル」には、「現段階の技術ではにおい商標には容認できる図形的表示はない」旨の説明がある。

	台湾	シンガポール
識別力の判断	【におい商標】 ・においが単独で識別力を有するには、商品又は役務の本質・特徴から独立した、つまり特別な匂いが付加されている必要がある。 ・「非伝統的商標審査基準」では、この要件を満たすものとして、外国で登録査定となった「チェリーの香りのオイル」等が挙げられている。	・においその他の非伝統的な商標の登録が行われていないため、商標の識別性がどのように評価されるかについて、今のところ判断や決定がなされていない。
類否の判断	・伝統的商標と同じ。 ・商標・商標の説明・商標サンプル等を対比して総合的に判断する。	・においその他の非伝統的な商標の登録が行われていないため、商標の類似性がどのように評価されるかについて、今のところ判断や決定がなされていない。
権利範囲の特定方法	【におい商標】 ・文言によるにおいの説明が、権利範囲の特定において中心的な役割を果たすものと考えられる。	・におい等非伝統的商標の登録が行われていないため、権利範囲の特定方法に関する判断や決定は未だない。
重要な事例・裁判例	該当なし。	該当なし。
出願・登録の現状（いずれも代理人見解）	2011 年商標法改正後、におい商標や触覚商標の出願があったが、庁はこれら全ての出願に対し識別力不足を理由とする拒絶理由通知書を通知し、いずれも拒絶理由を解消できなかったため、最終的に登録査定されたものはない。	IPOS オンラインデータベースによると、におい商標、触覚商標、味覚商標が庁（IPOS）にて登録された記録はない。 におい商標については、日本企業による出願の拒絶事例が 1 件あるのみで、登録事例は無い。経験上、においその他の非伝統的商標の出願に遭遇することはほとんどない。

【におい等非伝統的商標】各国比較（7／7）

	オーストラリア
関連規定	商標法 6 条、17 条
「商標」の定義に含まれるか	○ 「におい」が商標に含まれると明記されている。（触覚・味覚も除外されていない。）
「商標」の定義	「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」（法 17 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」（法 6 条）
背景と経緯等	・1995 年商標法で「形状」「音」「におい」「包装の態様」の 4 種の商標が追加され、6 条の「標識」の定義に含まれることとなった。なお、この定義は包括的で、商標として登録の可能性がある全てのものを列挙している訳ではない。
出願方法 （願書の記載項目、サンプル・標本の要否など）	・出願には「商標の表示であって，その商標を特定するのに十分なもの」を含む必要がある（規則 4.2(1)）。 【におい商標】 ・「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（規則 4.3(7)） ・商標の表示は、時間が経過してもその商標の特徴が保持されることを保証でき、複製に適していなければならない（規則 4.3(10)）。 ・登録官は適切な審査のため、商標の説明又は更なる説明や商標の見本を提出するよう出願人に通知できる（規則 4.3(8)）。
グラフィカル（視覚的）表示要件の有無	○
商標の保存と公表	【におい商標】 ・においは登録簿のエンドースメント欄（Endorsement／裏書）に記載される。 ・エンドースメントは基本的ににおいの説明で、例えば「商標はにおい商標である。本商標は、シナモンの香り（主にシンナムアルデヒド）からなり、商品仕様書に概説されているように、非木材ベースの家具に適用される」等である。
登録要件（審査基準など）	・伝統的商標と同じ。
識別力の判断	【におい商標】 ・「商標実務・手続マニュアル」は、識別に不適合なにおいの例を 3 つ挙げている。 ・第一の例は、料理用ハーブの香りのように、商品役務の自然な属性である香り。 ・第二の例は、商品役務の不快な自然臭をマスキングするために使用される機能的な香りで、例えばカーペット用消臭剤のラベンダーの香り。 ・第三の例は、食器用洗剤や洗濯用品のレモンのような、業界共通の香りである。
類否の判断	・伝統的商標と同じ。
権利範囲の特定方法	・非伝統的商標の範囲は、エンドースメント及びその他の要素を総合的に考慮して決定される。
重要な事例・裁判例	該当なし。
出願・登録の現状 （いずれも代理人見解）	商標登録簿によると、以下のような統計となっている。 におい商標： 登録 2 件、出願中 0 件、味覚商標： 登録 0 件、出願中 0 件、触覚商標：登録 0 件、出願中 0 件。 登録に至った非伝統的商標の出願件数が少ないことは、この種の商標の保護を求める出願人がそれ程多くないこと、登録取得の困難性を示していると考えられる。

第３章　非グラフィカルな手法による出願

本章では、非グラフィカルな手法による出願について、各国・地域の制度概要、国内の現状分析、制度を見直す場合の検討事項・課題の 3 つの観点から整理・分析する。

第１節　各国・地域の制度の概要

本調査研究では、「非グラフィカルな手法による出願」又は「非グラフィカル出願」を、音商標・動き商標・ホログラム商標・マルチメディア商標（音と文字や図形等の動きの組合せ）等について、出願時に 1 つのデジタルファイル（例えば、音声ファイルや動画ファイル）のみで、又はそれを主として、表現する出願を指すこととした。

この定義に沿って調査対象の 13 の国・地域を見ると、この制度を導入しているのは欧州を中心とする 6 の国・地域（欧州（EUIPO）、ドイツ、フランス、スウェーデン、英国、トルコ）で、導入していないのは 7 の国・地域（アメリカ合衆国、インド、中国、韓国、台湾、シンガポール、オーストラリア）であった。

１．非グラフィカルな手法による出願を導入している国・地域

これらの国・地域では、商標制度の近代化と合理化のために 2015 年に欧州で商標ハーモ指令が施行されたことを受けて、導入されている。

音商標・動き商標・ホログラム商標の出願において、非グラフィカルな手法と従来型のグラフィカルな手法（例えば、音商標の場合は五線譜、動き商標の場合は複数の図面を用いる等）のいずれかを選択できる。

デジタルファイルは、基本的に、知財庁が提供する電子出願システムにアップロードして提出することが想定されている（英国では、電子出願システムでのみ提出可能である）。また、許容されているデジタルファイルの形式は主に、音商標のための音声ファイルについて MP3、動き商標のための動画ファイルについて MP4、ホログラム商標の動画ファイルについて MP4、マルチメディア商標についての視聴覚ファイルについて MP4 である。いずれについてもサイズ上限が設けられている。

審査実務については、すべての導入国・地域の代理人から、非グラフィカルな手法による出願にはグラフィカルな手法による出願と同じ審査基準が用いられると考えられ、その導入前後を比較しても、商標の権利範囲の特定・識別力の判断・類否の判断における判断手法について基本的に変更はないと思われるとの見解が得られた。ただし、一部の代理人（スウェーデン）からは、この手法による出願の数はまだ少ないため、一般的な実務の傾向を把握することは難しいとの意見もあった。

提出されたデジタルファイルは、6 つの導入国・地域全てにおいて、知財庁による商標検索サイトでの視聴が既に可能又は今後可能になる見込みである。

２．非グラフィカルな手法による出願を導入していない国・地域

導入されていない理由や背景について、法的な観点、実務的な観点、技術・システム的な観点等から説明がなされ、各国・地域それぞれの事情があることが伺えた。

具体的には、例えば、以下のような説明が寄せられた。

・商標法が視覚的表現に大きく依存する枠組みで発展してきたため、非グラフィカル出願の導入には大幅な法改正等が必要となる。
・音商標等の非伝統的商標の出願が全体に占める割合は小さく、非グラフィカル出願の導入ニーズが大きいとは考えられない。
・非グラフィカルな手法による出願を考慮に入れた審査基準が作られていない。
・非グラフィカルな手法による出願を受理できるシステムがまだ整備されていない。

第２節　国内の現状分析

企業等を対象とした質問票調査では、制度の導入に賛成する割合が、反対する割合を上回った。賛成する企業等からは、保護を求める対象の明確化や、出願方法の選択肢が増えるという観点から評価する意見があった。反対する企業等からは、他者の商標を容易に検索できるようにすべきとの意見があった。

代理人を対象とした質問票調査でも、導入に賛成する割合が、反対する割合を上回った。賛成する代理人からは、国際調和や、出願方法の選択肢が増えるという観点から評価する意見があった。反対する代理人からは、現在の制度で問題ないとの意見や、検索が困難にならないようにすべきとの意見があった。

また、企業及び有識者へのヒアリング調査においては、利便性向上や国際調和のために導入した方が良い、導入に反対しない等の意見がそれぞれ複数あった一方で、導入に慎重な意見も複数あった。複数の企業や有識者から、検索・閲覧や類否判断においてはグラフィカルな表現（五線譜や図面等）があったほうが便利であるとの指摘があった。

第３節　制度を見直す場合の検討事項と課題

主な検討事項と課題は、以下のとおりである。

１．検索・閲覧用データベースにおける表示

非グラフィカルな手法による出願を導入している国・地域においては、提出されたデジタルファイルについて、知財庁による商標検索サイトでの視聴が原則可能となっている。他方で、検索・閲覧画面においてサムネイル等は表示されないため、内容を確認するためには一つずつ視聴する必要があり、手間がかかる。

この点について、デジタルファイルを主とした出願が認められるようになったとしても、参考として五線譜や図面等があったほうが検索の便宜にかなうとの意見があった。

２．商標の特定

特に音商標について、音声ファイルの聞こえ方は人によって異なるため、客観的な商標の特定のためにはグラフィカルな表現（五線譜等）が必要との指摘があった。

また、非グラフィカルな手法による出願を導入している国・地域の代理人からは、総じて、導入前後で商標の特定方法に変わりはないと思われるとの説明があった。ただし、これらの国・地域における導入は 2010 年代半ば以降であるため、まだ実際の事例は多くない可能性がある。

我が国において非グラフィカルな手法による出願を導入する場合、第 5 条（商標登録出願）及び第 27 条（登録商標等の範囲）の改正が必要となる可能性があるとの指摘があった。具体的には、第 5 条は、商標登録を受けようとする商標を願書に記載することを求める点について、第 27 条は、登録商標の範囲を定めるにあたって、願書に記載した商標に基づいて定める点について、それぞれ改正が必要となる可能性がある旨の指摘であった。

３．マルチメディア商標（音と文字や図形等の動きの組合せ）の導入

非グラフィカルな手法による出願を導入している国・地域の多くにおいて、制度導入時にマルチメディア商標の出願も可能とされている。

【非グラフィカルな手法による出願】各国比較（1／5）

	アメリカ合衆国	欧州（EUIPO）	ドイツ
導入の有無	×	○	○
関連規定	－	商標理事会規則（EUTMR）31 条 商標委員会実施規則（EUTMIR）3 条	商標法（MarkenG）8 条、32 条 商標規則（MarkenV）6a 条、11 条、12 条
背景と経緯等	－	・商標制度の近代化のために導入された。	・2015 年の EU 指令（2015/2436）等の影響が大きい。
出願方法（ファイル形式等）	－	【許容されるファイル形式】 JPEG、MP3、MP4 【提出方法】 知財庁のシステムでアップロード可能。	【許容されるファイル形式】 JPEG、MP3、MP4、OBJ、STL、X3D 【提出方法】 知財庁のシステムでアップロード可能。
提出された電子ファイルの審査での扱い（権利範囲の特定、類否の判断等）	－	・従来の手法により出願された商標と原則同じ。	・従来の手法により出願された商標と原則同じ。
提出された電子ファイルの公開の手法	－	・知財庁が提供している商標検索サイトで視聴することができる。	・知財庁が提供している商標検索サイトで視聴することができる。
重要な事例・裁判例	－	・T-408/15 事件（Case T-408/15）／音商標の識別力 ・T-668/19 事件（Case T-668/19）／音商標の識別力	・2021 年 7 月 7 日一般裁判所判決（第 5 法廷）（Case T-668/19）／音商標の識別力 ・2019 年 8 月 29 日 EUIPO 審判部（Case R 2024/2018-5）／マルチメディア商標の識別力 ・2020 年 7 月 23 日 EUIPO 審判部（Case R 2821/2019-1）／音商標の識別力
導入されていない理由や背景（いずれも代理人見解）	・保護の対象を明確に理解するために商標の説明は重要であることから、非伝統的商標を商標の説明なしに認める制度を作るのは難しい。したがって、非グラフィカルな手法による出願の導入は難しいと考える。現在、導入に関する議論はない。	－	－
マルチメディア商標の扱い	・商標法の保護対象に含まれる。 ・出願にあたっては、図面、商標の詳細な説明と、音声ファイル・動画ファイル等を提出できる。	・商標法の保護対象に含まれる。 ・マルチメディア商標の識別力の評価においては、識別力判断の一般的な基準が適用される。	・商標法の保護対象に含まれる。 ・非グラフィカルな手法による出願の導入に伴い保護されるようになった。 ・伝統的商標と同様の審査基準が適用されるが、類否判断等に関する判例法はまだ存在していない。

【非グラフィカルな手法による出願】各国比較（2／5）

	フランス	スウェーデン	英国
導入の有無	○	○	○
関連規定	知的財産法 L711-1 条	商標法 2 章 1 条	商標法 1 条(1)(a)、32 条(2)(d) 商標規則 8(2)(b)
背景と経緯等	・2015 年の EU 指令（2015/2436）等の影響が大きい。	・2015 年の EU 指令（2015/2436）等の影響が大きい。	・2015 年の EU 指令（2015/2436）等の影響が大きい。
出願方法（ファイル形式等）	【許容されるファイル形式】 JPEG、MP3、MP4。いずれも最大サイズは 100MB。 【提出方法】 知財庁のシステムでアップロード可能。	【許容されるファイル形式】 JPEG、MP3、MP4 【提出方法】 メールで知財庁に提出可能。	【許容されるファイル形式】 MP3、MP4。MP3 の最大サイズは 2MB。MP4 の最大サイズは 8,000Kbps 及び 20MB。 【提出方法】 電子出願でのみ提出可能。
提出された電子ファイルの審査での扱い（権利範囲の特定、類否の判断等）	・従来の手法により出願された商標と原則同じ。	・従来の手法により出願された商標と原則同じと思われる。 ・非グラフィカルな手法による出願は件数が少ないため、一般的な審査の傾向や実務を検討することはできない。	・従来の手法により出願された商標と原則同じ。 ・非伝統的商標自体の正確な範囲を判断しやすくなったという意味で、商標権の範囲を特定しやすくなった（例えば、音商標については、実際の音声を登録簿上で再生できるようになった）。
提出された電子ファイルの公開の手法	・知財庁が提供している商標検索サイトで視聴することができる。	・音声ファイル等を視聴するためには、知財庁にメールで依頼して取り寄せる必要がある。 ・将来的には、知財庁が提供している商標検索サイトで視聴できるようになる見込み。	・知財庁が提供している商標検索サイトで、非グラフィカルな手法により出願された商標を視聴することができる。
重要な事例・裁判例	・2021 年 12 月 14 日付異議決定 No. OP21-2669／音商標の類否	該当なし。	・Case T-668/19（Ardagh Metal Beverage v EUIPO）／音商標の識別力 ・Case R 1996/2020-5／音商標の識別力 ・Case R 1490/2022-5 ／マルチメディア商標の識別力
導入されていない理由や背景（いずれも代理人見解）	－	－	－
マルチメディア商標の扱い	・商標法の保護対象に含まれる。 ・非グラフィカルな手法による出願の導入に伴い保護されるようになった。 ・マルチメディア商標の出願は非常に少なく、判決等も存在しないと考えられる。	・商標法の保護対象に含まれる。 ・非グラフィカルな手法による出願の導入に伴い保護されるようになった。	・商標法の保護対象に含まれる。 ・非グラフィカルな手法による出願の導入に伴い保護されるようになった。

【非グラフィカルな手法による出願】各国比較（3／5）

	トルコ	インド	中国
導入の有無	○	×	×
関連規定	知的財産法 4 条、11 条 知的財産法施行規則 5 条、7 条	－	－
背景と経緯等	・欧州連合をモデルに非伝統的商標を導入したことに伴い、非グラフィカルな手法による出願も導入された。2017 年以前の旧法下では、音商標及び動き商標は出願することはできたが、五線譜等を用いて行っていた。	－	－
出願方法（ファイル形式等）	【許容されるファイル形式】 MP3、MP4 【提出方法】 知財庁のシステムでアップロード可能。	－	－
提出された電子ファイルの審査での扱い（権利範囲の特定、類否の判断等）	・従来の手法により出願された商標と原則同じ。	－	－
提出された電子ファイルの公開の手法	・現在、知財庁が提供している商標検索サイトで、非グラフィカルな手法により出願された商標を視聴することができなくなっている（故障と思われる）。	－	－
重要な事例・裁判例	該当なし。	－	－
導入されていない理由や背景（いずれも代理人見解）	－	・現在、商標法及び商標規則では、すべての商標が視覚的に表現できることを要求している。この要件は視覚的に表現できる単語標章、ロゴ標章、図形標章を対象とした伝統的な商標法にルーツを持つ。 ・産業界から要望があれば政府は検討すると思われるが、今のところ要望は出ていない。	・非グラフィカルな手法による出願を受理できるシステムがまだ整備されていないことが障害となっている。法律上、同出願を考慮した審査基準が作成できていないことも主な理由と考える。 ・現在のところ制度導入に向けた動きはないが、ユーザーのニーズはあると思われる。
マルチメディア商標の扱い	・商標法の保護対象に含まれる。 ・ただし、特許商標庁において確立した判断はまだない。	・商標法の保護対象に含まれる。 ・例えば、音と動きの組合せからなる商標については、音を表す五線譜と動きを表す図面を提出することで出願できると考えられる。登録例も存在する。	・商標法の保護対象に含まれると考えられる。 ・商標法 8 条から、理論上、自他商品識別力を有する標識又はその組合せは商標とできるため、マルチメディア商標は保護されると考えられる。

【非グラフィカルな手法による出願】各国比較（4／5）

	韓国	台湾	シンガポール
導入の有無	×	×	×
関連規定	－	－	－
背景と経緯等	－	－	－
出願方法（ファイル形式等）	－	－	－
提出された電子ファイルの審査での扱い（権利範囲の特定、類否の判断等）	－	－	－
提出された電子ファイルの公開の手法	－	－	－
重要な事例・裁判例	－	－	－
導入されていない理由や背景（いずれも代理人見解）	・2016 年 9 月 1 日付商標法改正により、法律からは視覚的表現要件が削除された。しかし施行規則上、音商標には視覚的表現の提出が要求され（未提出時は出願差戻し）、ホログラムや動きの商標にも商標見本の提出が求められるため、実務上非グラフィカル出願が受け入れられていると見ることはできない。	・非グラフィカルな手法による出願は、おそらく「明確性、正確性、持久性」（商標法 19 条 3 項）の要件を満たさないと判断されると思われる。 ・ユーザーからの要望もないと思われる。	・商標法は商標を「図形的に表せるあらゆる標識」と定義しているため、「非グラフィカルな出願」は登録できない。政策レベルでは非導入の背景にいくつか理由がある。例えば、グラフィカルな表示が商標と登録簿上の保護を定義するために必要とされていること等である。
マルチメディア商標の扱い	・商標法の保護対象に含まれるが、事実上、登録には課題がある。 ・包括的な「標識」の定義に含まれるため、理論上は保護されると考えられる。 ・ただし、実務上、出願受理のためには、願書に商標の類型を表示しなければならないが、マルチメディア商標はその類型に含まれていない。	・商標法の保護対象に含まれる。 ・登録例が存在しており 、出願に際しては、複数の図面（動きについて）と、五線譜や歌詞（音声について）の両方を提出することにより、出願商標を表すという方法が取られている。	・商標法の保護対象に含まれると考えられる。 ・包括的な「標識」の定義に含まれるため、理論上は保護されると考えられる。ただし、登録例は今のところ存在せず、出願の動きもない。

【非グラフィカルな手法による出願】各国比較（5／5）

	オーストラリア
導入の有無	×
関連規定	－
背景と経緯等	－
出願方法（ファイル形式等）	－
提出された電子ファイルの審査での扱い（権利範囲の特定、類否の判断等）	－
提出された電子ファイルの公開の手法	－
重要な事例・裁判例	－
導入されていない理由や背景（いずれも代理人見解）	・現在の商標法 40 条は、商標がグラフィカルに表せない場合は商標出願を拒絶しなければならないと定めている。非グラフィカルな表示を導入するには法改正が必要である。さらに、非グラフィカルな出願が主張する知的財産権の範囲を決定することは困難であるため、グラフィカル表示要件は実用的な目的を果たすと考えられる。
マルチメディア商標の扱い	・商標法の保護対象に含まれる。 ・包括的な「標識」の定義に含まれるため、理論上保護され、伝統的商標と同じ審査手続の対象となると考えられる。

資料編

資料１

国内質問票調査
質問票＜国内企業向け＞

質問Ａ　回答者の属性等に関する質問

A1：貴組織の形態として、もっとも近いものを一つお答えください。なお、「中小企業」の定義は下記の説明をご参照ください。

□ 1. 大企業	□ 2. 中小企業※	□ 3. 個人事業者	□ 4. 組合
□ 5. 団体	□ 6. その他		

A1-2: A1 で「6. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

※ 中小企業の定義

業態分類	中小企業基本法の定義（個人を除く）
製造業その他	資本金の額又は出資の総額が 3 億円以下の会社、又は、 常時使用する従業員の数が 300 人以下の会社
サービス業	資本金の額又は出資の総額 5 千万円以下の会社、又は、 常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社
卸売業	資本金の額又は出資の総額が 1 億円以下の会社、又は、 常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社
小売業	資本金の額又は出資の総額 5 千万円以下の会社、又は、 常時使用する従業員の数が 50 人以下の会社

A2：貴組織の主たる業種（団体等の方は事業目的が近いもの）を選んでください。

＜製造業＞

□ 1. 農林水産業	□ 2. 鉱業、採石業、砂利採取業	□ 3. 土木、建設・建築
□ 4. 食品	□ 5. 繊維	□ 6. 木材・パルプ・紙
□ 7. 化学（医薬品を除く）	□ 8. 医薬品	□ 9. 石油製品・石炭製品
□ 10. 窯業・土石製品製造業	□ 11. 鉄鋼・非鉄金属・金属製品	
□ 12. 機械・電気機械器具・情報通信機械器具・電子デバイス		
□ 13. 輸送機械（自動車・鉄道・船舶・航空機）	□ 14. その他製造業	

＜サービス業＞

□ 15. 卸売業	□ 16. 小売業	□ 17. 電気・ガス・熱供給・水道業
□ 18. 通信・放送	□ 19. 運輸・倉庫業	□ 20. 金融業、保険業
□ 21. 不動産業、物品賃貸業		
□ 22. 情報サービス業（ソフトウェア開発、サーバ運営、ウェブコンテンツ提供等）		
□ 23. 映像制作、広告、出版業	□ 24. 宿泊業、飲食サービス業	□ 25. 教育・学術支援業
□ 26. 医療・福祉業	□ 27. 学術研究、専門・技術サービス業	
□ 28. 生活関連サービス業、娯楽業	□ 29. その他サービス業	

A2-2: A2 で「14. その他製造業」、または「29. その他サービス業」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

A3: 貴組織が扱う商品・役務（サービス）は以下のいずれでしょうか。

□ 1. 消費者向けの商品・サービスを主に扱っている
□ 2. 法人向けの商品・サービスを主に扱っている
□ 3. 消費者向けと法人向けの商品・サービスを同程度に扱っている

A4: 貴組織における代理人（弁理士等）の利用状況については、以下のいずれに該当しますか。

□ 1. 国内、海外の出願を問わず通常、利用している
□ 2. 国内、海外の出願を問わず適宜、利用している
□ 3. 主として海外への出願に利用している
□ 4. 主として国内の出願に利用している
□ 5. 利用していない

A5: 保有している登録商標はいくつありますか。（2023 年度末時点）

【国内】

□ 1. ない　□ 2. 1 件以上 10 件以下　□ 3. 11 件以上 50 件以下
□ 4. 51 件以上 100 件以下　□ 5. 101 件以上

【海外】

□ 1. ない　□ 2. 1 件以上 10 件以下　□ 3. 11 件以上 50 件以下
□ 4. 51 件以上 100 件以下　□ 5. 101 件以上

A6: 商標出願したことのある海外の国・機関の数を教えてください。

□ 1. ない　□ 2. 1 か国以上 5 か国以下
□ 3. 6 か国以上 10 か国以下　□ 4. 11 か国以上

A7: マドリッドプロトコルに基づく国際出願（いわゆるマドプロ出願）の利用状況については、以下のいずれに該当しますか。

□ 1. 積極的に利用している　□ 2. あまり利用していない　□ 3. 利用したことがない

質問 A は以上です。質問 B へお進みください。

質問Ｂ　部分拒絶制度に関する質問

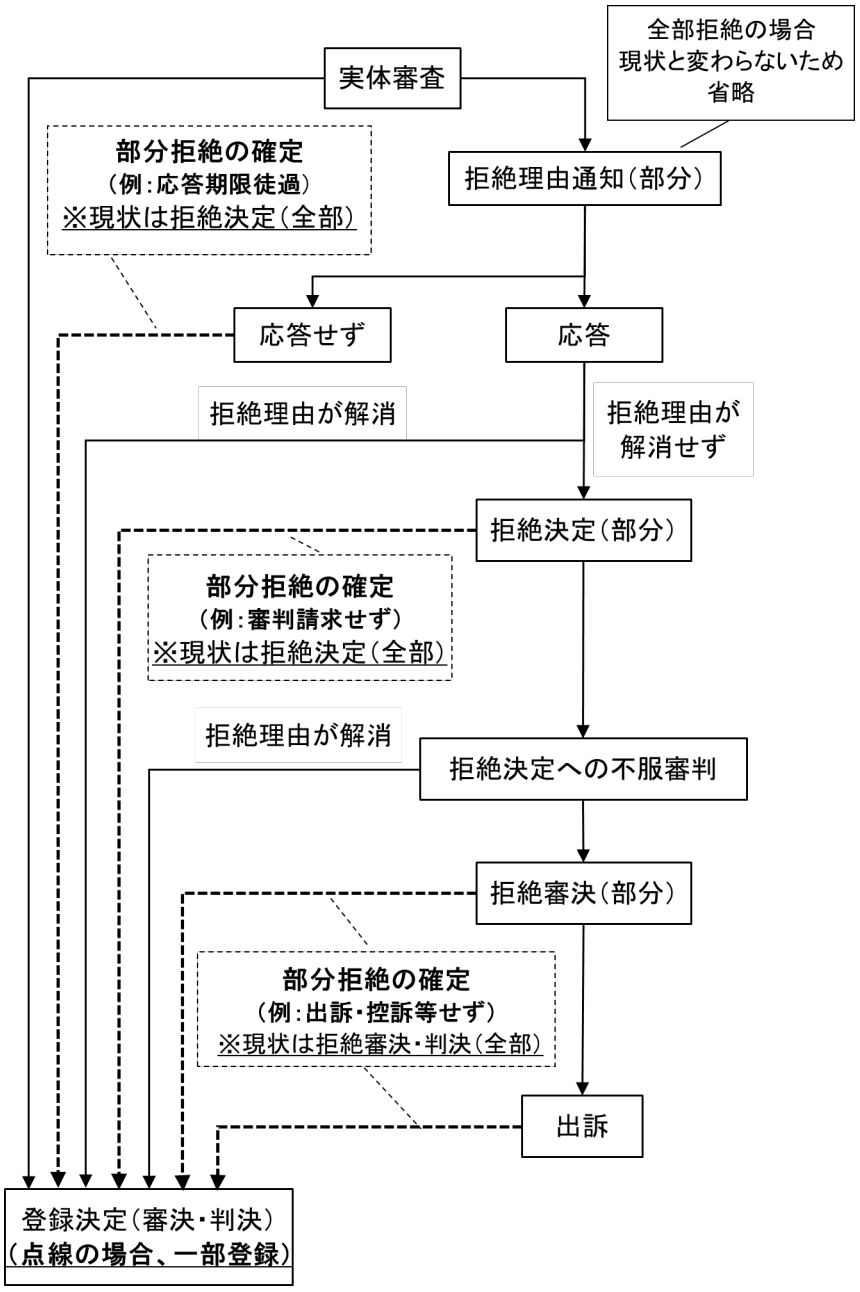
◎**部分拒絶制度**：

一般に、出願の一部の指定商品等について拒絶が確定した場合、その他の拒絶理由がない指定商品等については登録を認める制度をいいます（日本では現在この制度は導入されておらず、一部の指定商品等に対する拒絶理由が残っている場合、全ての指定商品等、すなわち出願全体が拒絶査定になります）。

例えば、アメリカ合衆国、欧州連合（EUIPO）、英国、スイス、中国、韓国、シンガポール及びトルコ等では、部分拒絶制度が採用されています。

＜部分拒絶制度のイメージ図＞※

※ 部分拒絶制度を採用している複数の国におけるフローの一例を簡単に表しています。



１．部分拒絶制度に関する海外でのご経験について

B1：部分拒絶制度をこのアンケート調査の前からご存じでしたか。日本の制度と異なり、一部の指定商品等についてのみ拒絶が確定されることがある国・地域があると認識していれば「知っていた」とご回答ください。

□ 1．知っていた　　□ 2．知らなかった

B2：海外に出願した際に、部分拒絶の通知を受けたことはありますか。

□ 1．ある（→B3 にお進みください）　　□ 2．ない（→B7 にお進みください）
□ 3．わからない（→B7 にお進みください）

B3：部分拒絶の通知を受けたことがある場合、それはどの国・地域でしたか。（複数回答可）

□ 1．アメリカ合衆国　□ 2．欧州連合（EUIPO）　□ 3．英国　□ 4．スイス
□ 5．中国　□ 6．韓国　□ 7．シンガポール　□ 8．トルコ　□ 9．その他の国・地域

B3-2：B3 で「9．その他の国・地域」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

B4：部分拒絶の通知を受けたことがある場合、それはどのような拒絶理由に関するものでしたか。国・地域ごとにご回答ください。（国・地域、拒絶理由のいずれについても複数回答可）

1．識別力がない　　2．同一・類似の先行商標がある
3．商品・役務の表示が不適切、区分相違　　4．商標の使用又は使用の意思がない
5．その他（「拒絶理由」欄に、具体的にお書きください）

国・地域（B3 の番号を記入）	拒絶理由（上記の選択肢の番号を記入）

B5: 部分拒絶の通知に対して、対応をしましたか。国・地域ごとにご回答ください。（国・地域、通知への対応のいずれについても複数回答可）

1. 対応した（例：補正書・意見書を提出した、分割出願を行った等）
2. 特段対応しなかった

国・地域（B3 の番号を記入）	対応（上記の選択肢の番号を記入）

B6: B5 の対応を取った理由について、お聞かせください。（複数回答可）

【対応した理由】

□ 1. 拒絶理由の対象とされた商品役務について権利化したかったため
□ 2. 拒絶理由の対象とされなかった商品役務について、早期に権利化できると考えたため
□ 3. 部分拒絶制度の仕組み（対応しなくても、拒絶理由の対象外の商品役務については登録になる）を知らなかったため
□ 4. その他

【対応しなかった理由】

□ 1. 権利化したい商品役務が拒絶理由の対象であったが、その部分の権利化を諦めたため
□ 2. 対応しなくても希望の商品役務について権利化できそうだったため（拒絶理由の対象とされた商品役務は、権利化の優先度が低かったため）
□ 3. その他

B6-2: B6 で「**対応した理由**」について、「4．その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

B6-3: B6 で「**対応しなかった理由**」について、「3．その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

２．日本における制度導入について

B7: 部分拒絶制度には出願人にとってどのようなメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1．拒絶理由通知への対応の作業が省ける（対応しなくとも、出願の一部が登録になる）
□ 2．拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある
□ 3．中間手続の費用が削減できる　□ 4．その他　□ 5．特にない

B7-2: B7 で「4．その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

B8: 部分拒絶制度には出願人にとってどのようなデメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1．それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定される可能性がある※
□ 2．部分拒絶制度が適用される出願の審査だけでなく、審査全体が遅延する可能性がある
□ 3．そもそも拒絶理由通知に対応せず登録を待つことが想定されない（登録したい場合、補正や出願分割等の対応をとるため）
□ 4．その他　□ 5．特にない

※ 選択肢の１について、例えば、不慣れな出願人の場合、特に権利化の必要性が高い一部の商品役務を対象に拒絶理由が通知されている場合でも、残りの商品役務について権利化できればよいと考え、補正書の提出など必要な対応を取らないケースが想定されます。

B8-2: B8 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

B9： 日本に部分拒絶制度を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 自社でも利用したいので導入すべきである	□ 2. 自社では利用しないと思うが導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい	□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他	□ 6. わからない

B9-2: B9 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

B10: 日本に部分拒絶制度を導入することについて、ご意見がございましたらお聞かせください。（自由回答）

質問Ｂは以上です。質問Ｃへお進みください。

質問Ｃ　非伝統的商標制度の保護拡大（におい等非伝統的商標）に関する質問

◎**非伝統的商標**：

文字や図形、記号等からなる従来型の商標ではない、新しいタイプの商標をいいます。例えば、日本では2015 年から登録が可能になった「音」「色彩のみ」「動き」「ホログラム」「位置」の５タイプの商標のほか、「におい」「触覚」「味覚」の商標があります。

◎**におい商標**：

嗅覚で認識される商標をいいます。例えば、ボウリングのボールに付けるミントの香りの商標の例（米国での登録例）があります。

◎**触覚商標**：

触覚で認識される商標をいいます。例えば、ワインのボトル表面に施されたベルベットの手触りの商標の例（米国での登録例）があります。

◎**味覚商標**：

味覚で認識される商標をいいます。登録例はわずかですが、例えば、文房具類について甘草（リコリス）の味の商標の例（ベネルクスでの登録例）があります。

１．「音」「色彩のみ」「動き」「ホログラム」「位置」の商標について

C1：2015 年から登録が可能となった新しいタイプの商標（「音」「色彩のみ」「動き」「ホログラム」「位置」の商標）を日本において出願したことはありますか。

□ 1．出願したことがある　　□ 2．出願したことはないが、検討したことはある
□ 3．出願したことはなく、検討したこともない

C2：新しいタイプの商標を出願したことがある場合、何を出願しましたか。（複数回答可）

□ 1．音商標　　□ 2．色彩のみからなる商標　　□ 3．動き商標　　□ 4．ホログラム商標
□ 5．位置商標

２．「におい」「触覚」「味覚」の商標について

(1) 商標（ここでは、他者の商品・サービスと区別するためのブランドをいい、出願や登録がされている必要はありません）としての使用について

C3：「におい」「触覚」「味覚」のうち、実際に商標（他者の商品・サービスと区別するためのブランド）として、国内又は海外で使用しているものはありますか。

□ 1．ある　　□ 2．ない

C4: C3 で「1．ある」の場合、「におい」「触覚」「味覚」のいずれを商標として使用※していますか。差し支えのない範囲でその詳細（どのような商品・役務にどのようなにおい等を使用しているか等）をお聞かせください。（自由回答）

※ 例えば、「通常はにおいの付いていない商品○○に、××のにおいを付けている」、「商品○○の包装に××の触感を付けている」、「役務○○を提供する際に使用する物△△に、××のにおいを付けている」等。

(2) 海外での商標出願について

C5: 「におい」「触覚」「味覚」の商標について、海外で商標出願したことはありますか。

□ 1．ある	□ 2．ない

C6: C5 で「1．ある」の場合、①どこの国・地域で、②どのタイプ（におい、触覚、味覚）の商標を出願しましたか。また、③出願に関する感想（困難だったことや、登録に至った場合には、登録による効果等）をお聞かせください。（自由回答）

(3) 日本における制度導入について

C7: 「におい」について商標登録を可能とする場合、どのようなメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1．模倣を排除できる	□ 2．ブランドとして安心して使い続けることができる	
□ 3．登録を受けたこと自体が宣伝広告になる	□ 4．その他	□ 5．特にない

C7-2: C7 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C8:「触覚」について商標登録を可能とする場合、どのようなメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. 模倣を排除できる　□ 2. ブランドとして安心して使い続けることができる
□ 3. 登録を受けたこと自体が宣伝広告になる　□ 4. その他　□ 5. 特にない

C8-2: C8 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C9:「味覚」について商標登録を可能とする場合、どのようなメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. 模倣を排除できる　□ 2. ブランドとして安心して使い続けることができる
□ 3. 登録を受けたこと自体が宣伝広告になる　□ 4. その他　□ 5. 特にない

C9-2: C9 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C10:「におい」について商標登録を可能とする場合、どのようなデメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. 商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい　□ 2. 商標の検索・閲覧が難しい
□ 3. 類否判断が難しい　□ 4. その他　□ 5. 特にない

C10-2: C10 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C11:「触覚」について商標登録を可能とする場合、どのようなデメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. 商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい　□ 2. 商標の検索・閲覧が難しい
□ 3. 類否判断が難しい　□ 4. その他　□ 5. 特にない

C11-2: C11 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C12:「味覚」について商標登録を可能とする場合、どのようなデメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. 商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい　□ 2. 商標の検索・閲覧が難しい
□ 3. 類否判断が難しい　□ 4. その他　□ 5. 特にない

C12-2: C12 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C13： 日本において「におい」の商標について、商標権での保護制度を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 自社でも利用したいので導入すべきである　□ 2. 自社では利用しないと思うが導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい　□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他　□ 6. わからない

C13-2: C13 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C14： 日本において「触覚」の商標について、商標権での保護制度を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 自社でも利用したいので導入すべきである　□ 2. 自社では利用しないと思うが導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい　□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他　□ 6. わからない

C14-2: C14 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C15： 日本において「味覚」の商標について、商標権での保護制度を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 自社でも利用したいので導入すべきである　□ 2. 自社では利用しないと思うが導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい　□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他　□ 6. わからない

C15-2: C15 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C16: 日本において「におい」「触覚」「味覚」の商標について、商標権での保護制度を導入することについて、ご意見がございましたらお聞かせください。（自由回答）

質問 C は以上です。質問 D へお進みください。

質問 D　非グラフィカルな手法による出願に関する質問

◎非グラフィカルな手法による出願：

音の商標・動き商標・ホログラム商標などについて、出願時に商標を 1 つのデジタルファイル（例えば、音声ファイルや動画ファイル）のみで（又は、1 つのデジタルファイルを主として）表現する出願をいいます。

日本では現在、非グラフィカルな手法による出願は認められていません。音商標は、五線譜などで視覚的に表現することが求められており、音声ファイルは五線譜で表された商標を特定するための補助的なものとされています。動き商標及びホログラム商標は、1 枚又は複数枚の画像で表現することが求められており、動画ファイルを提出することはできません。

１．ユーザの方の非グラフィカルな手法による出願に関する海外におけるご経験について

D1: 海外での出願において非グラフィカルな手法による出願をしたことはありますか。

□ 1. 出願したことがある（→D1-2 にお進みください）
□ 2. 出願したことはないが、検討したことはある（→D3 にお進みください）
□ 3. 出願したことはなく、検討したこともない（→D4 にお進みください）

D1-2: D1 で「1. ある」と回答された方に伺います。具体的な国・地域を選んでください。（複数回答可）

□ 1. 欧州連合（EUIPO）　□ 2. ドイツ　□ 3. 英国
□ 4. スイス　□ 5. フランス　□ 6. スウェーデン
□ 7. その他の国・地域

D1-3: D1-2 で「7. その他の国・地域」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D2: D1 の回答が「1. ある」の場合、非グラフィカルな手法による出願をした理由をお聞かせください。（複数回答可）

□ 1. 五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省けるため
□ 2. 保護の対象となる商標をより正確に表せるため
□ 3. その他

D2-2: D2 で「3. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D3: D1 で「1．出願したことがある」又は「2．出願したことはないが、検討したことはある」と回答された方に伺います。海外において、非グラフィカルな手法による出願が可能であることに伴い、何か不便や困難はありましたか。（複数回答可）

□ 1．出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の用意に技術的に手間がかかった（例：非グラフィカル出願のための専用ソフトが必要となった等）
□ 2．出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の送付に技術的に手間がかかった
□ 3．同一商標について国内と海外の登録が異なる形式になった
□ 4．商標の検索・閲覧の手間が増えた
□ 5．その他
□ 6．特にない

D3-2: D3 で「5．その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

２．日本における制度導入について

D4: 非グラフィカルな手法による出願には、どのようなメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1．五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省ける
□ 2．保護の対象となる商標をより正確に表せる
□ 3．同一商標について国内と海外の登録の形式の統一を図りやすくなる
□ 4．商標の類否の判断が容易になる面がある
□ 5．その他
□ 6．特にない

D4-2: D4 で「5．その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D5: 非グラフィカルな手法による出願には、どのようなデメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. 出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の用意に技術的に手間がかかる（例：非グラフィカル出願のための専用ソフトが必要となる等）
□ 2. 出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の送付に技術的に手間がかかる
□ 3. 商標の検索・閲覧の手間が増える
□ 4. 商標の類否の判断が難しくなる面がある
□ 5. その他
□ 6. 特にない

D5-2: D4 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D6： 日本において「音商標」について、非グラフィカルな手法による出願を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 自社でも利用したいので導入すべきである　□ 2. 自社では利用しないと思うが導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい　□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他　□ 6. わからない

D6-2: D6 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D7： 日本において「動き商標」について、非グラフィカルな手法による出願を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 自社でも利用したいので導入すべきである　□ 2. 自社では利用しないと思うが導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい　□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他　□ 6. わからない

D7-2: D7 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D8： 日本において「ホログラム商標」について、非グラフィカルな手法による出願を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 自社でも利用したいので導入すべきである	□ 2. 自社では利用しないと思うが導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい	□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他	□ 6. わからない

D8-2: D8 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D9: 非グラフィカルな手法による出願に際して、使用を希望するファイル形式は何ですか。（複数回答可）なお、マドプロ出願においては、現在、音商標については MP3 と WAV が、動き商標・ホログラム商標については MP4 が許容されています。

【音商標について】			
□ 1. MP3	□ 2. WAV	□ 3. WMA	□ 4. WMV
□ 5. MPG	□ 6．その他	□ 7．特に希望するファイル形式はない	
【動き商標・ホログラム商標について】			
□ 1. MP4	□ 2. AVI	□ 3. WMV	□ 4. MPEG
□ 5. MPG	□ 6．その他	□ 7．特に希望するファイル形式はない	

D9-2: D9 で「**音商標**」について、「6. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D9-3: D9 で「**動き・ホログラム商標**」について、「6. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D10: 日本において非グラフィカルな手法による出願を導入することについて、ご意見がございましたらお聞かせください。（自由回答）

本アンケート調査でご回答いただいた内容について、後日ヒアリングさせていただく場合があります。ヒアリングにご協力いただくことは可能でしょうか。

□ 1. 協力できる　　□ 2. 状況によっては協力できる　　□ 3. 協力できない

【回答者情報】 ～ 必ずご記入をお願いいたします ～

（※本アンケート調査のご回答内容に関する問い合わせや、ヒアリングを依頼させていただく場合にのみ利用させていただきます。その他の目的では一切利用いたしません。）

お名前	
会社名・組織名	
所属部署名	
電話番号	
E-mail アドレス	

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

資料２

国内質問票調査
質問票＜代理人事務所向け＞

質問Ａ　回答者の属性等に関する質問

A1：貴所における商標出願（外国出願を含む）の代理業務の主たる顧客層は、以下のいずれですか（複数回答可）。なお、「中小企業」の定義は下記の説明をご参照ください。

□ 1．大企業　　□ 2．国内中小企業※・国内個人事業者　　□ 3．外国事業者 □ 4．その他

A1-2：A1 で「4．その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

※ 中小企業の定義

業態分類	中小企業基本法の定義（個人を除く）
製造業その他	資本金の額又は出資の総額が 3 億円以下の会社、又は、 常時使用する従業員の数が 300 人以下の会社
サービス業	資本金の額又は出資の総額 5 千万円以下の会社、又は、 常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社
卸売業	資本金の額又は出資の総額が 1 億円以下の会社、又は、 常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社
小売業	資本金の額又は出資の総額 5 千万円以下の会社、又は、 常時使用する従業員の数が 50 人以下の会社

質問Ａは以上です。質問Ｂへお進みください。

質問Ｂ　部分拒絶制度に関する質問

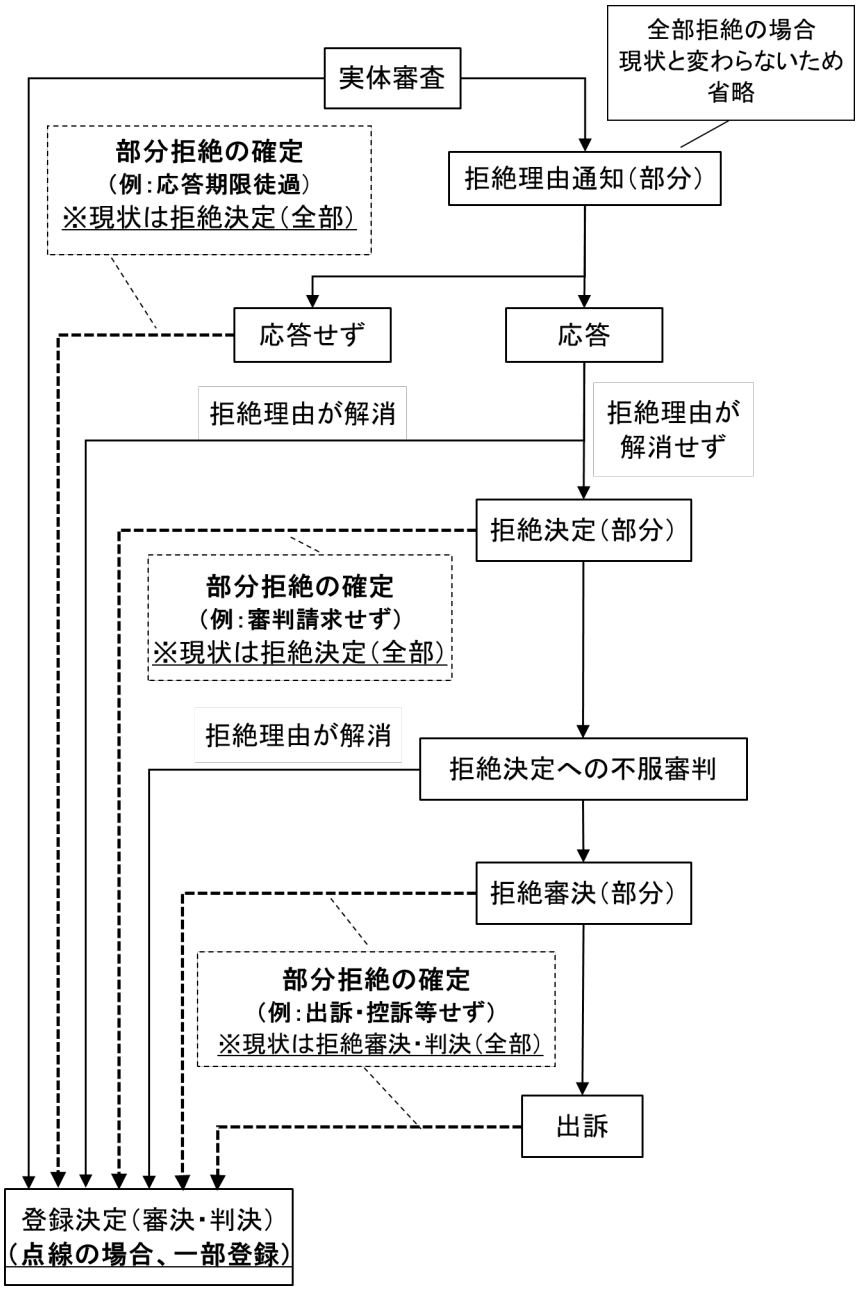
◎**部分拒絶制度**：

一般に、出願の一部の指定商品等について拒絶が確定した場合、その他の拒絶理由がない指定商品等については登録を認める制度をいいます（日本では現在この制度は導入されておらず、一部の指定商品等に対する拒絶理由が残っている場合、全ての指定商品等、すなわち出願全体が拒絶査定になります）。

例えば、アメリカ合衆国、欧州連合（EUIPO）、英国、スイス、中国、韓国、シンガポール及びトルコ等では、部分拒絶制度が採用されています。

＜部分拒絶制度のイメージ図＞※

※ 部分拒絶制度を採用している複数の国におけるフローの一例を簡単に表しています。



１．部分拒絶制度に関する海外でのご経験について

B1：部分拒絶制度をこのアンケート調査の前からご存じでしたか。日本の制度と異なり、一部の指定商品等についてのみ拒絶が確定されることがある国・地域があると認識していれば「知っていた」とご回答ください。

□ 1．知っていた　　□ 2．知らなかった

B2：海外に出願した際に、部分拒絶の通知を受けたことはありますか。

□ 1．ある（→B3 にお進みください）　　□ 2．ない（→B7 にお進みください）
□ 3．わからない（→B7 にお進みください）

B3：部分拒絶の通知を受けたことがある場合、それはどの国・地域でしたか。（複数回答可）

□ 1．アメリカ合衆国　□ 2．欧州連合（EUIPO）　□ 3．英国　□ 4．スイス
□ 5．中国　□ 6．韓国　□ 7．シンガポール　□ 8．トルコ　□ 9．その他の国・地域

B3-2：B3 で「9．その他の国・地域」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

B4：部分拒絶の通知を受けたことがある場合、それはどのような拒絶理由に関するものでしたか。国・地域ごとにご回答ください。（国・地域、拒絶理由のいずれについても複数回答可）

1．識別力がない　　2．同一・類似の先行商標がある
3．商品・役務の表示が不適切、区分相違　　4．商標の使用又は使用の意思がない
5．その他（「拒絶理由」欄に、具体的にお書きください）

国・地域（B3 の番号を記入）	拒絶理由（上記の選択肢の番号を記入）

B5: 部分拒絶の通知に対して、対応をしましたか。国・地域ごとにご回答ください。（国・地域、通知への対応のいずれについても複数回答可）

1．対応した（例：補正書・意見書を提出した、分割出願を行った等）
2．特段対応しなかった

国・地域（B3 の番号を記入）	対応（上記の選択肢の番号を記入）

B6: B5 の対応を取った理由について、お聞かせください。（複数回答可）

【対応した理由】

□ 1．拒絶理由の対象とされた商品役務について権利化したかったため
□ 2．拒絶理由の対象とされなかった商品役務について、早期に権利化できると考えたため
□ 3．部分拒絶制度の仕組み（対応しなくても、拒絶理由の対象外の商品役務については登録になる）を知らなかったため
□ 4．その他

【対応しなかった理由】

□ 1．権利化したい商品役務が拒絶理由の対象であったが、その部分の権利化を諦めたため
□ 2．対応しなくても希望の商品役務について権利化できそうだったため（拒絶理由の対象とされた商品役務は、権利化の優先度が低かったため）
□ 3．その他

B6-2: B6 で「**対応した理由**」について、「4．その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

B6-3: B6 で「**対応しなかった理由**」について、「3. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

２．日本における制度導入について

B7: 部分拒絶制度には出願人にとってどのようなメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. 拒絶理由通知への対応の作業が省ける（対応しなくとも、出願の一部が登録になる）
□ 2. 拒絶理由通知への対応に不慣れな出願人でも、出願の一部が登録になる可能性がある
□ 3. 中間手続の費用が削減できる　□ 4. その他　□ 5. 特にない

B7-2: B7 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

B8: 部分拒絶制度には出願人にとってどのようなデメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. それほど強く権利化を望んでいない商品役務のみについて登録査定される可能性がある※
□ 2. 部分拒絶制度が適用される出願の審査だけでなく、審査全体が遅延する可能性がある
□ 3. そもそも拒絶理由通知に対応せず登録を待つことが想定されない（登録したい場合、補正や出願分割等の対応をとるため）
□ 4. その他　□ 5. 特にない

※ 選択肢の１について、例えば、不慣れな出願人の場合、特に権利化の必要性が高い一部の商品役務を対象に拒絶理由が通知されている場合でも、残りの商品役務について権利化できればよいと考え、補正書の提出など必要な対応を取らないケースが想定されます。

B8-2: B8 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

B9： 日本に部分拒絶制度を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 導入すべきである	□ 2. どちらかというと導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい	□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他	□ 6. わからない

B9-2: B9 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

B10: 日本に部分拒絶制度を導入することについて、ご意見がございましたらお聞かせください。（自由回答）

質問Ｂは以上です。質問Ｃへお進みください。

質問Ｃ　非伝統的商標制度の保護拡大（におい等非伝統的商標）に関する質問

◎**非伝統的商標**：

文字や図形、記号等からなる従来型の商標ではない、新しいタイプの商標をいいます。例えば、日本では 2015 年から登録が可能になった「音」「色彩のみ」「動き」「ホログラム」「位置」の５タイプの商標のほか、「におい」「触覚」「味覚」の商標があります。

◎**におい商標**：

嗅覚で認識される商標をいいます。例えば、ボウリングのボールに付けるミントの香りの商標の例（米国での登録例）があります。

◎**触覚商標**：

触覚で認識される商標をいいます。例えば、ワインのボトル表面に施されたベルベットの手触りの商標の例（米国での登録例）があります。

◎**味覚商標**：

味覚で認識される商標をいいます。登録例はわずかですが、例えば、文房具類について甘草（リコリス）の味の商標の例（ベネルクスでの登録例）があります。

１．「音」「色彩のみ」「動き」「ホログラム」「位置」の商標について

C1: 2015 年から登録が可能となった新しいタイプの商標（「音」「色彩のみ」「動き」「ホログラム」「位置」の商標）について、日本において出願の代理をしたことはありますか。

□ 1．出願の代理をしたことがある　　□ 2．出願の代理をしたことはないが、検討したことはある
□ 3．出願の代理をしたことはなく、検討したこともない

C2: 新しいタイプの商標の出願の代理をしたことがある場合、何の出願の代理をしましたか。（複数回答可）

□ 1．音商標　　□ 2．色彩のみからなる商標　　□ 3．動き商標　　□ 4．ホログラム商標
□ 5．位置商標

２．「におい」「触覚」「味覚」の商標について

(1) 海外での商標出願について

C3: 「におい」「触覚」「味覚」の商標について、海外で商標出願の代理をしたことはありますか。

□ 1．ある　　□ 2．ない

C4: C3 で「1．ある」の場合、①どこの国・地域で、②どのタイプ（におい、触覚、味覚）の商標出願の代理をしましたか。また、③出願に関する感想（困難だったこと等）をお聞かせください。（自由回答）

(2) 日本における制度導入について

C5:「におい」について商標登録を可能とする場合、どのようなメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1．模倣を排除できる	□ 2．ブランドとして安心して使い続けることができる	
□ 3．登録を受けたこと自体が宣伝広告になる	□ 4．その他	□ 5．特にない

C5-2: C5 で「4．その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C6:「触覚」について商標登録を可能とする場合、どのようなメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1．模倣を排除できる	□ 2．ブランドとして安心して使い続けることができる	
□ 3．登録を受けたこと自体が宣伝広告になる	□ 4．その他	□ 5．特にない

C6-2: C6 で「4．その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C7:「味覚」について商標登録を可能とする場合、どのようなメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1．模倣を排除できる	□ 2．ブランドとして安心して使い続けることができる	
□ 3．登録を受けたこと自体が宣伝広告になる	□ 4．その他	□ 5．特にない

C7-2: C7 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C8:「におい」について商標登録を可能とする場合、どのようなデメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. 商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい　□ 2. 商標の検索・閲覧が難しい
□ 3. 類否判断が難しい　□ 4. その他　□ 5. 特にない

C8-2: C8 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C9:「触覚」について商標登録を可能とする場合、どのようなデメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. 商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい　□ 2. 商標の検索・閲覧が難しい
□ 3. 類否判断が難しい　□ 4. その他　□ 5. 特にない

C9-2: C9 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C10:「味覚」について商標登録を可能とする場合、どのようなデメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. 商標の権利範囲を特定・理解するのが難しい　□ 2. 商標の検索・閲覧が難しい
□ 3. 類否判断が難しい　□ 4. その他　□ 5. 特にない

C10-2: C10 で「4. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C11： 日本において「におい」の商標について、商標権での保護制度を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 導入すべきである	□ 2. どちらかというと導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい	□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他	□ 6. わからない

C11-2: C11 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C12： 日本において「触覚」の商標について、商標権での保護制度を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 導入すべきである	□ 2. どちらかというと導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい	□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他	□ 6. わからない

C12-2: C12 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C13： 日本において「味覚」の商標について、商標権での保護制度を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 導入すべきである	□ 2. どちらかというと導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい	□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他	□ 6. わからない

C13-2: C13 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

C14: 日本において「におい」「触覚」「味覚」の商標について、商標権での保護制度を導入することについて、ご意見がございましたらお聞かせください。（自由回答）

質問 C は以上です。質問 D へお進みください。

質問 D　非グラフィカルな手法による出願に関する質問

◎非グラフィカルな手法による出願：

音の商標・動き商標・ホログラム商標などについて、出願時に商標を 1 つのデジタルファイル（例えば、音声ファイルや動画ファイル）のみで（又は、1 つのデジタルファイルを主として）表現する出願をいいます。

日本では現在、非グラフィカルな手法による出願は認められていません。音商標は、五線譜などで視覚的に表現することが求められており、音声ファイルは五線譜で表された商標を特定するための補助的なものとされています。動き商標及びホログラム商標は、1 枚又は複数枚の画像で表現することが求められており、動画ファイルを提出することはできません。

１．ユーザの方の非グラフィカルな手法による出願に関する海外におけるご経験について

D1: 海外での出願において非グラフィカルな手法による出願の代理をしたことはありますか。

□ 1. 出願の代理をしたことがある（→D1-2 にお進みください）
□ 2. 出願の代理をしたことはないが、検討したことはある（→D3 にお進みください）
□ 3. 出願の代理をしたことはなく、検討したこともない（→D4 にお進みください）

D1-2: D1 で「1. ある」と回答された方に伺います。具体的な国・地域を選んでください。（複数回答可）

□ 1. 欧州連合（EUIPO）　□ 2. ドイツ　□ 3. 英国
□ 4. スイス　□ 5. フランス　□ 6. スウェーデン
□ 7. その他の国・地域

D1-3: D1-2 で「7. その他の国・地域」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D2: D1 の回答が「1. ある」の場合、出願人が非グラフィカルな手法による出願をした理由をお聞かせください。（複数回答可）

□ 1. 五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省けるため
□ 2. 保護の対象となる商標をより正確に表せるため
□ 3. その他

D2-2: D2 で「3. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D3: D1 で「1．出願の代理をしたことがある」又は「2．出願の代理をしたことはないが、検討したことはある」と回答された方に伺います。海外において、非グラフィカルな手法による出願が可能であることに伴い、何か不便や困難はありましたか。（複数回答可）

□ 1．出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の用意に技術的に手間がかかった（例：非グラフィカル出願のための専用ソフトが必要となった等）
□ 2．出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の送付に技術的に手間がかかった
□ 3．同一商標について国内と海外の登録が異なる形式になった
□ 4．商標の検索・閲覧の手間が増えた
□ 5．その他
□ 6．特にない

D3-2: D3 で「5．その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

2．日本における制度導入について

D4: 非グラフィカルな手法による出願には、どのようなメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1．五線譜等のグラフィカルな表現による商標見本を用意する手間が省ける
□ 2．保護の対象となる商標をより正確に表せる
□ 3．同一商標について国内と海外の登録の形式の統一を図りやすくなる
□ 4．商標の類否の判断が容易になる面がある
□ 5．その他
□ 6．特にない

D4-2: D4 で「5．その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D5: 非グラフィカルな手法による出願には、どのようなデメリットがあると思いますか。（複数回答可）

□ 1. 出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の用意に技術的に手間がかかる（例：非グラフィカル出願のための専用ソフトが必要となる等）
□ 2. 出願の際に、音声ファイル・動画ファイル等の送付に技術的に手間がかかる
□ 3. 商標の検索・閲覧の手間が増える
□ 4. 商標の類否の判断が難しくなる面がある
□ 5. その他
□ 6. 特にない

D5-2: D5 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D6： 日本において「音商標」について、非グラフィカルな手法による出願を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 導入すべきである　□ 2. どちらかというと導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい　□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他　□ 6. わからない

D6-2: D6 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D7： 日本において「動き商標」について、非グラフィカルな手法による出願を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 導入すべきである　□ 2. どちらかというと導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい　□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他　□ 6. わからない

D7-2: D7 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D8： 日本において「ホログラム商標」について、非グラフィカルな手法による出願を導入することについてどう思いますか。

□ 1. 導入すべきである	□ 2. どちらかというと導入した方がよい
□ 3. どちらかというと導入しない方がよい	□ 4. 導入すべきではない
□ 5. その他	□ 6. わからない

D8-2: D8 で「5. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D9: 非グラフィカルな手法による出願に際して、使用を希望するファイル形式は何ですか。（複数回答可）なお、マドプロ出願においては、現在、音商標については MP3 と WAV が、動き商標・ホログラム商標については MP4 が許容されています。

【音商標について】			
□ 1. MP3	□ 2. WAV	□ 3. WMA	□ 4. WMV
□ 5. MPG	□ 6．その他	□ 7．特に希望するファイル形式はない	
【動き商標・ホログラム商標について】			
□ 1. MP4	□ 2. AVI	□ 3. WMV	□ 4. MPEG
□ 5. MPG	□ 6．その他	□ 7．特に希望するファイル形式はない	

D9-2: D9 で「**音商標**」について、「6. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D9-3: D9 で「**動き商標・ホログラム商標**」について、「6. その他」と回答された方に伺います。具体的にお書きください。

D10: 日本において非グラフィカルな手法による出願を導入することについて、ご意見がございましたらお聞かせください。（自由回答）

【回答者情報】

（※本アンケート調査のご回答内容に関する問い合わせや、ヒアリングを依頼させていただく場合にのみ利用させていただきます。その他の目的では一切利用いたしません。）

お名前	
事務所名・組織名	
所属部署名	
電話番号	
E-mail アドレス	

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

禁 無 断 転 載

令和６年度
産業財産権制度各国比較調査研究等事業

各国・地域の商標制度・運用に関する調査研究

令和７年 ３ 月

請負先　　一般財団法人知的財産研究教育財団　知的財産研究所

〒101-0054　東京都千代田区神田錦町 3 丁目 11 番地
精興竹橋共同ビル 5 階
電話　03-5281-5671
FAX　03-5281-5676
URL　https://www.iip.or.jp
E-mail　iip-support@fdn-ip.or.jp