

## 商標制度に係る検討事項

平成28年7月

I. 権利者の同意による商標法第4条第1項第11号の適用の除外制度（いわゆる「コンセント制度<sup>1)</sup>」)

「商標制度の在り方について」（平成18年2月 産業構造審議会知的財産政策部会報告書）において、コンセント制度については、当事者の同意によって出所の混同を生ずる可能性がある複数の商標を登録することとなりかねず、需要者の保護という観点からは更に検討を行うことが必要とされている。

また、同報告書では、「類似商品・役務審査基準」の見直しを行うとともに、取引の実情を知る当事者の意見を踏まえた類否判断を行う仕組みについて検討することが適切であるとされたため、特許庁では、平成19年に商標審査基準において取引実情説明書の運用を開始し、取引の実情を踏まえた柔軟な判断が行えるように整備を行うとともに、平成24年に「類似商品・役務審査基準」の見直しを行ったところではあるが、ユーザーからは依然としてコンセント制度そのものを導入すべきとの指摘がある。

## 1. 現行制度の概要

先願に係る他人の登録商標又はこれに類似する商標であって、その商標登録に係る指定商品若しくは指定役務又はこれらに類似する商品若しくは役務について使用をするものは、商標登録を受けることができないとされている（商標法第4条第1項第11号）。

## 2. 問題の所在

商標登録出願の審査においては、出願された商標と同一又は類似する先行登録商標の商標権者が出願された商標の登録に同意した場合であっても、出所の混同が生じるおそれがあることから、その商標登録出願を拒絶することとしている。

一方、当事者である商標権者が、出所の混同が生じるおそれが低いと考える場合には、他者が商標権を取得することに同意することも考えられることから、商標権者の同意があった場合には、職権主義の下で行われる審査官の類否判断を補完し、取引の実情に合わせてより適切な判断を確保するため、出願された商標に類似する

<sup>1)</sup>例えば、「英国では、先行登録商標の商標権者が同意をした旨の証明があれば、後に出願された商標登録出願と先行登録商標の混同を生ずるおそれ（類似する）を理由として拒絶しないとする制度」（「商標制度の在り方について」（平成18年2月 産業構造審議会知的財産政策部会報告書））が採用されており、このような制度は一般的にコンセント制度といわれる。

先行登録商標があっても登録を認めるコンセント制度を導入すべきとの指摘がある。

なお、現行制度の下では、先行登録商標と同一又は類似であることを理由として商標登録出願が拒絶される場合、実務上は、当該商標登録出願により生じた権利を引用商標権者に一旦譲渡することにより拒絶理由を解消し、商標登録を得た上で、引用商標権者から元の商標登録出願人に再譲渡を行う等の手続<sup>2</sup>が利用されることがあるが、こうした手続きは迂遠ではないかとの指摘もある。

### 3. これまでの検討経緯

(1) 「商標制度の在り方について」(平成18年2月 産業構造審議会知的財産政策部会報告書)

コンセント制度については、職権主義において、取引の実情を踏まえたより適切な判断を行うという観点から一定の意義があると考えられるが、当事者の同意によって混同を生ずる可能性がある複数の商標を登録することとなりかねず、需要者の保護という観点からは更に検討を行うことが必要と考えられる。

コンセント制度の必要性が指摘される背景には、現行の審査において、商品又は役務の類否判断が「類似商品・役務審査基準」に沿って行われており、必ずしも、取引の実情を十分に参酌しない場合があることも一因となっていると考えられる。このため、「類似商品・役務審査基準」の見直しを行うとともに、取引の実情を知る当事者の意見を踏まえた類否判断を行う仕組みについて検討することが適切であると考えられる。

(2) 取引の実情を知る当事者の意見を踏まえた類否判断を行う仕組み及び「類似商品・役務審査基準」の見直し

「商標制度の在り方について」(平成18年2月 産業構造審議会知的財産政策部会報告書)を踏まえ、商標審査基準を改訂し、商標法第4条第1項第11号の審査において、取引実情説明書<sup>3</sup>の提出が出願人からあったときは、取引の実情を把握するための資料の一つとして参酌することができることとした(平成19年4月1日運用開始)。

また、国際分類<sup>4</sup>第10版に対応した「類似商品・役務審査基準」(平成24年1月1日施行)において、商品及び役務の類否関係を経済の実態や取引の実情に一層合致したものとすべく見直しが行われた。

### 4. 諸外国におけるコンセント制度の状況

諸外国・地域におけるコンセント制度の導入の状況について調査を実施<sup>5</sup>したと

---

<sup>2</sup> このような手続は一般に「アサインバック」といわれる。

<sup>3</sup> 出願商標が先行登録商標に類似すると判断された場合に、先行登録商標の商標権者による取引の実情を示す説明書のこと(商標審査基準 第3.10.3)。

<sup>4</sup> 「標章の登録のための商品及びサービスの国際分類に関するニース協定」に基づく国際分類

<sup>5</sup>平成27年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究「商標制度におけるコンセント制度についての調

ころ、諸外国・地域の多くにおいて、コンセント制度を採用していることが明らかとなったが、その制度の内容については、法律を根拠として当事者の同意により商標登録制度を認めている国・地域（例：ニュージーランド）がある一方、法律ではなく審査基準等のガイドラインを根拠として当事者の同意を出所の混同のおそれを判断する際の一要素として考慮している国（例：米国）及び法律・審査基準等に明文化された規定はないが運用において当事者の同意を出所の混同のおそれを判断する際の一要素として考慮している国（例：オーストラリア、中国）がある等、様々である。

なお、韓国はコンセント制度を有していない。

## 5. 対応の方向性

我が国の商標制度のユーザーである企業に対して調査を実施<sup>6</sup>したところ、55.3%の企業がコンセント制度を設けるべきと考えている等、我が国におけるコンセント制度のニーズは高く、検討を進めることが期待されていると言える。

しかし、コンセント制度は、多くの諸外国で採用されているが、法律に規定している例、審査基準等のガイドラインに規定している例、明文化した規定はないが運用で行っている例等、その内容は様々である。

我が国においてコンセント制度を導入する場合においては、迅速な制度導入を求めるのであれば、商標審査基準等に規定し運用で対応することが考えられる一方で、裁判所の判断を拘束する等の法的安定性を求めるのであれば、法改正で対応すべきとの有識者からの意見も多く、その導入方法についても更なる議論が必要である。

なお、法改正によるコンセント制度の導入を検討する場合には、①出所の混同を生じる類似の商標が複数登録されることとなるため、「需要者の利益保護」を目的の一つに掲げる商標法の趣旨との関係、②仮に商標法第4条第1項第11号に、当事者の合意により「類似であっても混同は生じないものとする」との概念を追加する場合には、これまでの最高裁判決で示された「商標の類否」の考え方<sup>7</sup>とそごが生じることとの関係等、商標制度・実務に与える影響を踏まえ慎重に検討を行う必要がある。

他方、我が国では、前述のとおり、コンセント制度の導入の必要性が指摘される

---

査研究報告書」(平成28年2月 株式会社サンビジネス) 調査対象国は、中国、韓国、米国、EUの主要4箇国・地域と、地域のバランスを考慮して選定した台湾、香港、シンガポール、ベトナム、マレーシア、インド、オーストラリア、ニュージーランド、カナダ、メキシコ、ブラジル、英国、スペイン、スウェーデン、ハンガリー、ロシアの16箇国・地域を合わせた、20箇国・地域。

<sup>6</sup> 平成27年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究「商標制度におけるコンセント制度についての調査研究報告書」(平成28年2月 株式会社サンビジネス) 2013年1月1日から12月31日の間に5件以上商標登録出願を行った国内の企業1,060社を対象にアンケートを実施し、427社より回答を得た。

<sup>7</sup> 「商標の類否は、対比される両商標が同一または類似の商品に使用された場合に、商品の出所につき誤認混同を生ずるおそれがあるか否かによって決すべきである・・・(略)」(昭和43年2月27日 最判昭和39年3月(行ツ)第110号)

背景を踏まえ、商標審査基準において「取引実情説明書」の運用を開始し、「類似商品・役務審査基準」の見直しを行ったところである。

しかし、コンセント制度の調査と合わせて「取引実情説明書」の利用経験に関する調査を実施したところ、「取引実情説明書」を提出した経験がない企業が94.8%あり、そのうち、42.7%の企業が「取引実情説明書の存在を知らなかった」と回答している。また、「取引実情説明書を提出した経験がある」と回答した企業15者のうち、「今後取引実情説明書を利用しない」と回答した4者にその理由を聞いたところ、「他の方法で対応可能」（2者）、「適用要件・範囲が厳しい」（1者）、「その他」（1者）であった。更に、「取引実情説明書」の要件が厳しい等の理由により、その利用は現実的でないとのユーザーの指摘も明らかになったところである<sup>8</sup>。

以上を踏まえると、「取引実情説明書」がいまだ有効に利用されているとはいえ、また、「取引実情説明書」が有効に利用されていない背景には、その要件等が厳しく利用を難しくしていること、及びその認知度が低いことが要因として考えられる。

したがって、まずは、現在、商標審査基準の見直しを検討している「商標審査基準ワーキンググループ」において、商標法第4条第1項第11号に係る審査資料の一つとして参酌することのできる「取引実情説明書」が有効に利用されるように検討を行い、その検討結果及びその後の「取引実情説明書」の利用状況をみた上で、改めて我が国におけるコンセント制度の導入の必要性、コンセント制度の導入方法等について、検討を進めてはどうか。

## II. 商標の保護対象の拡充

平成26年法改正において、企業の多様なブランド戦略を保護するため、音や色彩等5つの新しいタイプの商標を商標法の保護対象に追加したところであるが、「新しいタイプの商標の保護等のための商標制度の在り方について」（平成25年9月 産業構造審議会知的財産分科会報告書）においては、「におい」や「トレードドレス」等の保護対象に追加されなかった商標についても、諸外国において保護されている実例も一定程度あり、今後その保護のニーズが高まることも想定されることから、適切な制度運用が定まった段階で保護対象に追加できるよう、検討を進めていくことが適当であるとされている。

<sup>8</sup> 「コンセント制度導入に関する意見書」（平成25年9月13日付 日本弁理士会）、「要望書 同意書の提出により商標法第4条第1項第11号の適用を除外する制度の導入について」（平成26年1月29日付 日本商標協会）において、「取引実情説明書」についてユーザー団体からの指摘が寄せられた。

## 1. 現行制度の概要

現行制度においては、「商標」の対象である「標章」を「人の知覚によつて認識することができるもののうち、文字、図形、記号、立体的形状若しくは色彩又はこれらの結合、音その他政令で定めるもの<sup>9</sup>」と規定しており（商標法第2条第1項）、これに該当しない、「におい」、「触感」、「味」等については、現行商標法における「標章」に該当せず、同法による保護を受けることができない。

我が国において保護を受けることはできないが、諸外国において保護を受け得るものとしては、「におい」、「触感」、「味」、「トレードドレス<sup>10</sup>」の商標が挙げられる。

## 2. 諸外国における保護対象

### （1）欧州

欧州では、商標の構成要素について、自他商品役務の識別力を有し、かつ、欧州連合商標の登録簿に表すことができる、あらゆる標識と規定しており、要件を満たすものであれば、あらゆる標識が商標として広く保護され得る規定となっている<sup>11</sup>。

### （2）米国

米国では、商標の構成要素について、言語、名称、シンボル若しくは図形又はその組合せと規定しており、「におい」、「触感」、「味」、「トレードドレス」等、自他商品役務の識別力を有し、かつ使用され又は使用予定のあるあらゆる標識が商標として広く保護され得る規定となっている。

### （3）豪州

豪州では、商標の構成要素について、自己の業務に係る商品若しくは役務と他人の業務に係る商品若しくは役務とを区別するために使用する又は使用予定の標識と規定しており、「におい」、「触感」、「味」、「トレードドレス」等の標識が商標として広く保護され得る規定となっている。

### （4）韓国

---

<sup>9</sup> 諸外国での権利取得の事例が相当程度ある商標について、将来的な保護ニーズの高まりに迅速に対応し保護対象に追加することができるよう、商標の定義を政令委任している。平成28年7月現在、政令で規定している「標章」はない。

<sup>10</sup> 「トレードドレス」は、国際的にその定義が確立していないのが実態であり、保護される対象も一義的に定まっているとはいえない。海外主要国において「トレードドレス」として登録されている例をみると、(a)商品の立体形状、(b)商品の包装容器、(c)建築物の形状（店舗の外観（内装））、(d)建築物の特定の位置に付される色彩等が含まれているが、これらは立体商標、位置商標によって保護され得るとも考えられる。

<sup>11</sup> 欧州では、Sieckmann 判決（decision of 12.12.2002, Case C-273/00, Sieckmann v. Deutsches Patent - und Markenamt）により、「におい」の商標の出願に係る化学式、記述、標本及びこれらの組合せでは、旧 EU 商標規則の写実的表現の要件を満たさないとされ、当該判決以降、その保護は否定されている。

韓国では、商標の構成要素について、商品を生産、加工又は販売することを業とする者が自己の業務に係る商品と他人の業務に係る商品とを識別されるように使用をする標章と規定しており<sup>12</sup>、視覚的に認識することができないものであっても、文字や記号等により視覚的な方法で写実的に表現した「音」、「におい」等についても商標として保護され得る規定となっている<sup>13</sup>。

#### (5) 中国

中国では、商標の構成要素について、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、数字、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と規定しており、「動き」、「ホログラム」、「におい」等については商標の保護対象とはしていない<sup>14</sup>。

### 3. これまでの検討経緯

(1) 「新しいタイプの商標に関する検討ワーキンググループ報告書」（平成21年10月 産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会）

「タイプ毎の商標の権利範囲の特定の可能性や、SCTにより取りまとめられた考え方等の国際的な状況、国内企業のニーズを踏まえ、我が国においては、新しいタイプの商標のうち、動き、ホログラム、輪郭のない色彩、位置、音を新たに商標法の保護対象に追加することが適切と考えられる。その他のタイプ（香り・におい、触感、味、トレードドレス）については、商標法の保護対象に追加しないことが適切と考えられる。」

(2) 「新しいタイプの商標の保護等のための商標制度の在り方について」（平成25年9月 産業構造審議会知的財産分科会報告書）

「動き」、「ホログラム」、「輪郭のない色彩」、「位置」、「音」以外の「におい」等については、諸外国において保護されている実例も一定程度あり、今後その保護の

<sup>12</sup> 韓国商標法第2条第3項の規定により、役務に関しても同様の規定が適用される。

<sup>13</sup> 韓国では2016年2月29日に商標法の定義規定の改正を含む全部改正法の公布が行われた。改正商標法は2016年9月1日に施行される予定。改正後の商標法は、米国欧州等と同様に、商標としての保護対象に特段の限定は設けずに、商標が自他商品役務の識別力を有するのであればすべて商標として保護する規定（以下参照）となっている。

#### 【改正商標法】

##### 第2条

1. 「商標」とは、自己の商品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、匂い、立体的形状、ホログラム、動作又は色彩等によって、その構成や表現方式に関係なく、商品の出所を示すために使用する全ての表示をいう。

<sup>14</sup> 2014年5月施行の商標法では、旧商標法において商標の構成要素とされていた「可視的標章」の文言が削除され、「音声等」の文言が追加されたため、「音声」の他、視覚的に認識することのできない「におい」や「味」等についても商標として保護され得るような規定となっているが、出願手続について規定している商標法実施条例「第2章 商標登録の出願」の第13条においては「におい」や「味」等の出願手続については規定していない。

ニーズが高まることも想定されることから、適切な制度運用が定まった段階で保護対象に追加できるよう、当小委員会において併せて検討を進めていくことが適当である。

#### 4. 対応の方向性

「新しいタイプの商標の保護等のための商標制度の在り方について」（平成25年9月 産業構造審議会知的財産分科会報告書）等を踏まえ、諸外国において保護を受け得る商標のうち、平成26年法改正により商標の保護対象に追加されなかった「におい」、「触感」、「味」、「トレードドレス」の商標については、これまでも業界団体との意見交換の場を通じて我が国企業等による保護のニーズの把握に努めてきたところではあるが、未だ保護のニーズが顕在化しているとまではいえない。

「におい」、「触感」、「味」、「トレードドレス」の商標を保護対象に追加するか否かについては、諸外国における保護の状況、及び我が国企業等による保護のニーズの把握に努めつつ、今後も引き続き検討を進めてはどうか。

### Ⅲ. 商標の定義の在り方

現行法における「商標」の定義は、識別性が商標の要素であることが規定されておらず、その結果、社会通念上の「商標」の意味とも異なっていることから、定義として適切でないとのユーザーからの指摘を踏まえ、「新しいタイプの商標の保護等のための商標制度の在り方について」（平成25年9月 産業構造審議会知的財産分科会報告書）においては、識別性を「商標」の定義に追加することによる商標法の体系への影響及び実務的な影響については引き続き具体的な条文に則して更なる検討を行っていくべきものとし、そのための具体策を講じるのが適当であるとされている。

なお、平成26年法改正では、「商標」は本来的には自他商品役務の識別のために使用すべきとの考えのもと、「商標」の使用態様が識別性を発揮するものでないにもかかわらず、商標権者から訴えを提起されることがあるという無用な権利侵害の警告や訴訟の発生を防ぐという観点から、自他商品役務の識別性を発揮していない態様での商標の使用については、商標権の効力が及ばない旨の規定の追加を行った。

#### 1. 現行制度の概要

「商標」の定義を定める現行の商標法第2条第1項は、「人の知覚によつて認識することができるもののうち、文字、図形、記号、立体的形状若しくは色彩又はこれらの結合、音その他政令で定めるもの」を「標章」とした上で、「商標」を、標章であつて、業として商品の生産等をする者がその商品又は役務について使用をするもの、と定めており、自他商品役務の識別機能や出所表示機能がその要素であることは規定さ

れていない。

## 2. 問題の所在

商標の本質的機能は自他商品役務の識別機能や出所表示機能等<sup>15</sup>であり、裁判例においても、その旨を判示しているものが多数存在している<sup>16</sup>。しかしながら、現行の定義では、識別性がその要素となっていないため、諸外国等の法令と同様に、我が国商標法第2条第1項の「商標」の定義に識別性を追加すべきとの指摘がある。

## 3. これまでの検討経緯

新しいタイプの商標の保護の導入に伴い、商標制度小委員会において「商標」の定義の在り方について議論を行った際には、「商標」の定義は具体的な例示を上げた上で包括規定とすることが適当であり、また、自他商品役務の識別性を「商標」の定義に追加すべきであるという意見が多数を占めた。それに対し、商標法第2条第1項の「商標」の定義規定に識別性を追加した場合、「商標」の本質的な定義を変更することになり、商標法の体系に大きな影響を与えるのではないかという意見もあり、「新しいタイプの商標の保護等のための商標制度の在り方について」（平成25年9月 産業構造審議会知的財産分科会報告書）においては、「商標法の体系への影響及び実務的な影響については、当小委員会においても検討してきたところであるが、引き続き具体的な条文に則して更なる検討を行っていくべきものとし、そのための具体策を講じるのが適当であると考え。」とされている。

## 4. 対応の方向性

「新しいタイプの商標の保護等のための商標制度の在り方について」（平成25年9月 産業構造審議会知的財産分科会報告書）を踏まえ、今年度、特許庁では我が国の商標法における「商標」の定義に識別性を追加する場合の制度の在り方の検討を目

---

<sup>15</sup> 「自他商品・自他役務の識別力あるいは出所表示機能というような商標の本質的機能」（工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第19版〕1273ページ）

[http://www.jpo.go.jp/shiryuu/hourei/kakokai/pdf/cikujoyoukaisetu19/syohyou\\_all.pdf](http://www.jpo.go.jp/shiryuu/hourei/kakokai/pdf/cikujoyoukaisetu19/syohyou_all.pdf)

<sup>16</sup> 「商標権は、商標の出所識別機能を通じて商標権者の業務上の信用を保護するとともに、商品の流通秩序を維持することにより一般需要者の保護を図ることにその本質があり、・・・（略）」（最判平成9年3月11日・平成6年（オ）第1102号）

「商標法上商標の本質的機能は、商品の出所を明らかにすることにより、需要者に自己の商品と他の商品との品質等の違いを認識させること、すなわち自他商品識別機能にあると解するのが相当であるから、・・・（略）」（東京高判平成2年3月27日・平成1年（行ケ）第178号）

「商標の本質は、自己の営業に係る商品を他人の営業に係る商品と識別するための標識として機能することであり、この自他商品の識別標識としての機能から出所表示機能、品質保証機能、広告宣伝機能が生ずるものである。」（東京地判昭和55年7月11日・昭和53年（ワ）第255号）

「商標の本質は、商品の出所の同一性を表彰することにもあるもの、と解するのが相当である。」（最判昭和39年6月16日・昭和37年（オ）第955号）

『『本来の商標』は、これにより自己の営業に係る商品を他の商品と区別するための『目じるし』として、すなわち、自他商品を識別することを直接の目的として商品に附されるものである。』（大阪地判昭和51年2月24日・昭和49（ワ）第393号）

的として、「商標」の定義に識別性を追加する場合の課題の整理・分析に関する調査研究を行い、国内外の文献調査、商標の定義規定に識別性を追加する必要性及び商標の定義規定に識別性を追加する場合の法律への影響等について整理・分析を行う予定である。

「商標」の定義に識別性を追加するか否かについては、本調査研究により明らかとされる「商標」の定義への識別性の追加の必要性及び法律への影響等を踏まえ、今後も引き続き検討を進めてはどうか。

#### IV. 登録後に自他商品役務の識別力を喪失した商標の取消制度

登録後に自他商品役務の識別力を喪失した商標の取消制度については、「新しいタイプの商標の保護等のための商標制度の在り方について」（平成25年9月産業構造審議会知的財産分科会報告書）において、差し迫ったニーズがあるとまではいえず、また、新しいタイプの商標の保護が導入され、その運用状況をみただで検討すべきとの意見や諸外国の制度及び運用状況についての調査も欠かさないことから、現時点での導入検討は時期尚早であって、再度慎重に検討を進めた上で方向性を決定することが適当であるとされている。

##### 1. 現行制度の概要

商品等の普通名称を普通に用いられる方法で表示する商標等、自他商品役務の識別力を有さない商標は、通常、商標法第3条第1項各号に該当するものとして商標登録は認められない。この際、その判断時期は査定時とされる。したがって、査定時において自他商品役務の識別力を有していない登録商標については、一定の条件の下でその登録を取消し又は無効とすることはできる。

他方で、登録後に商標が自他商品役務の識別力を喪失した場合、それは拒絶理由及び無効理由を構成せず、また、登録後に自他商品役務の識別力を喪失したことをもって、その商標を取り消すことができる制度も設けられていない。

##### 2. 問題の所在

登録後に自他商品役務の識別力を喪失した商標については、専ら商標法第26条第1項第2号から第4号によってその商標権の効力が制限されるが、そもそも、普通名称又は品質表示等として需要者に認識されている商標が商標権として存在することは、無用な紛争が生じるおそれがあるとの指摘がある。

また、自他商品役務の識別力が喪失した場合、商標権者からみれば、商標権の財産的価値を失うこととなるため、何らかの防止措置として、例えば普通名称化を防止するための措置の必要性についても指摘されている。

### 3. これまでの検討経緯

登録後に自他商品役務の識別力を喪失した商標の取消制度については、これまでも商標制度小委員会において議論が重ねられてきており、主な課題点として、①ユーザーニーズ、②取消制度導入における商標権者の負担、③取消制度の対象とする商標の範囲、が挙げられている。

上記の課題点について、「新しいタイプの商標の保護等のための商標制度の在り方について」（平成25年9月 産業構造審議会知的財産分科会報告書）においては、①については、取消制度導入に関するニーズ調査のためのアンケート<sup>17</sup>を実施したところ、一定程度の企業ニーズはあるものの、現行法でも効力を制限する規定（商標法第26条第1項）があることから、侵害訴訟で個別に争えばよいので不要との回答や、どちらともいえないとの回答も相当程度あり、差し迫ったニーズがあるとまではいえぬ、また、②及び③については、これらを検討するにあたっては、新しいタイプの商標の保護が導入され、その運用状況をみた上で検討すべきとの意見や諸外国の制度及び運用状況についての調査も必要であるとの意見から、再度慎重に検討を進めた上で方向性を決定することが適当であるとされている。

### 4. 対応の方向性

「新しいタイプの商標の保護等のための商標制度の在り方について」（平成25年9月 産業構造審議会知的財産分科会報告書）を踏まえ、特許庁では、13の主要な国及び地域を調査対象<sup>18</sup>とした調査研究を平成25年度に実施し、諸外国の制度及び運用状況の整理・分析を行ったところである。

また、登録後に自他商品役務の識別力を喪失した商標の取消制度導入のニーズ調査については、定期的実施している商標制度を活用している関係団体との意見交換等においてヒアリングを行っており、制度導入については、一定程度のニーズはあるものの、いまだ差し迫ったニーズがあるとまではいえない。

他方、新しいタイプの商標の保護の導入及びその運用状況については、平成27年4月より新しいタイプの商標が導入され、平成28年6月現在、1329件の出願がされているが、そのうち登録された件数は86件であり、また、最終処分に至っていない出願も多いなど、運用状況を調査・分析するにはしばらく時間を要することが想

<sup>17</sup> 平成24年7月～8月に日本知的財産協会の会員906社を対象にアンケートを実施。うち、330社から回答を受領。当該アンケートの結果は以下のとおり。

- ① 取消制度が必要と回答した企業は34.5%であり、侵害訴訟で個別に争えばよいため不要とする企業は26.1%であり、どちらともいえないとの回答は39.4%。
- ② 新しいタイプの商標が導入された場合、登録簿に自他商品役務の識別力を喪失したものについて取り消す制度についてどのように考えるかを聞いたところ、取消制度が必要と回答した企業は22.8%、新しいタイプの商標の制度導入後にその運用状況をみた上で検討の是非を判断すべきと回答した企業は55.0%、侵害訴訟で個別に争えばよいため不要とする企業は8.5%であり、どちらともいえないとの回答は13.7%であった。

<sup>18</sup> 調査対象国・地域は、米国、欧州（EUIPO）、イギリス、ドイツ、フランス、スペイン、スイス、オーストラリア、中国、韓国、シンガポール、メキシコ、ブラジルの13国・地域である。

定される。

登録後に自他商品役務の識別力を喪失した商標の取消制度の導入については、今後の新しいタイプの商標審査・審判の状況及び登録された新しいタイプの商標の活用状況に注視しつつ、上記調査研究の整理・分析及びユーザーニーズを踏まえた上で、今後も引き続き検討を進めてはどうか。