

主要国・地域における色彩のみからなる商標の審査基準（識別力）

参考資料 2

	＜識別力の判断＞ ・単色の色彩のみからなる商標については、本来的に識別力を有しないとされており、色彩の組合せの商標については、個別判断になるが、本来的に識別力を有しないとされる場合が多い。			
	米国	EU	豪州	韓国
識別力	・単色の色彩のみからなる商標及び色彩の組合せからなる商標は、本来的に識別力がない。（審査マニュアルTMEP1202.05 (a) Color marks never inherently distinctive	・単色の色彩のみからなる商標は、ECJ判決により、極めて特殊な場合を除き、全ての商品・サービスにおいて、本来的に識別力がない。（審査ガイドライン7.6.4.2 Single colors） ・色彩を組合せた商標の場合、一律に識別力がないとはいえないが、例えば、それが外観上、単に商品を装飾したものに過ぎない場合には識別力がないとされている。（審査ガイドライン 7.6.4.3 Colour combinations）	・商品の外装色として使用される単色の色彩のみからなる商標は、通常、本来的に識別性を有しないとされ、商標法41条(6)の拒絶理由が発せられる。その場合、出願人は、使用による識別力の獲得を示す証拠の提出を要求される。（審査マニュアル Part21 4.3.1 Single color applied to the goods） ・単色を組合せた色彩の商標は、一定程度識別力を有する場合がある。（審査マニュアル Part21 4.5 Registrability of colour as trademarks）	・色彩又は色彩の組合せのみからなる商標が指定商品の品質や効能又は用途、目的等の性質表示を直接的に表している商標は拒絶される。（審査基準第8条⑩） ・色彩又は色彩の組合せのみからなる標章が簡単かつありふれた表示であると認定される場合には、拒絶される。（審査基準第11条⑧） ・色彩又は色彩の組合せのみからなる標章であって、指定商品と関連のある分野において一般的に使用されている又は使用され得る表示であるため、識別力がないと認定される場合は、拒絶される。（審査基準第12条＜解釈参考資料1．ニ＞）
	ドイツ	イギリス	シンガポール	台湾
識別力	・単色の色彩のみからなる商標は、ECJ判決により、極めて特殊な場合を除き、全ての商品・サービスにおいて、本来的に識別力がないと判断され、ドイツにおいてもその判断基準が採用されている。	・単色の色彩のみからなる商標は、極めて特殊な場合を除き、全ての商品・サービスにおいて、本来的に識別力がないと判断される。色彩の組み合わせからなる商標は、配色の内容や指定商品等との関係で識別力を発揮する場合がある。（審査マニュアル 非伝統的商標 1.1）	・単色の色彩のみからなる商標は、本来的に識別力がないと考えられており、使用による識別力の獲得を立証しなければならない。 ・単色の色彩のみからなる商標に関する使用による識別力の獲得の立証については、「商品について、その色彩に具体的に言及した宣伝文句」「色彩の認知についての消費者調査」「出所表示として認識していることを証言する業界や需要者の供述宣誓書」が有用であるとされている。 （マニュアル 使用により獲得した識別力の立証 5（a））	・色彩は本来的に識別力を有していないとされており、通常は、使用による識別力を獲得したことを立証しなければならない。（審査基準 4.2.3）

	<類否の判断> ・米国では通常の商標と同様に、混同を生ずるおそのの有無、豪州では、需要者の一般的な印象によって個別に判断される。EUは、職権では類否の判断を行っておらず、異議申立がなされた場合に判断される。 ・韓国は、全体観察を原則としつつ、要部観察も認めている。			
	米国	EU	豪州	韓国
類否	・他人の商標との抵触については、通常商標と同様に、混同を生ずるおそれ（likelihood of confusion）の有無によって判断される。混同を生ずるおそのの有無の判断については、以下の点が考慮される。（審査マニュアルTMEP1207.01Likelihood of Confusion） 1. 標章の全体の外観、称呼、観念、商業的印象の類否 2. 商品・サービスの関連性 3. 商取引経路の類否 4. 対象となる取引者の状況 5. 類似する商品に類似する標章の使用する数や特徴 6. 出願人と先行商標権者との有効な合意 ・審査実務では、「赤」の色彩について類否を調査する場合、「red」又はそれと同義の語をキーワードとして文字商標又はその他の色彩のみからなる商標とのサーチを行っている。	・先行商標との類否判断は、職権では行っておらず、異議申立がなされた場合に判断される。	・商品・サービスを扱う一般の需要者が受ける全体的な印象によって、判断される。 ・具体的な類否の判断手法については、審査基準に記載がなく、ケースバイケースで判断される。	・2012年3月改正の審査基準において、商標の類否の観察方法は、通常の商標及び新しいタイプの商標のいずれも、全体的、客観的、離隔的観察を原則とするが、商標の構成中、印象的な部分（要部）について重点的に比較することとし、原則として商標の称呼、外観、観念のいずれかが類似して、取引上、商品出所の誤認、混同のおそれを生ずる商標は、類似とみている。（審査基準第21条③） ・色彩の商標の場合、外観及び観念のうちいずれかが類似し、出所の誤認混同のおそれを生ずる場合、類似と判断される。（審査基準第21条⑪）
	ドイツ	イギリス	シンガポール	台湾
類否	・先行商標との類否に関しては、通常の審査段階では審査されず、登録後に第三者から異議申立てがあった場合にはじめて審査官によって判断される。	・先行商標との類否に関しては、通常の審査段階では審査されず、登録前に第三者から異議申立てがあった場合に審査官によって判断される。	<記載なし>	<記載なし>