

主要国・地域における位置商標の審査基準（識別力）

参考資料 5

	米国	EU	豪州	韓国
識別力	＜記載なし＞	識別力の判断は、商標の通常の使用（当該商品・サービスに係る需要者を代表する平均的な者による使用）に従ってなされるのが一般原則。	識別力の判断は、通常の商標と同じである。但し、新しいタイプの商標は、本来的に識別力を欠くものもある。	＜記載なし＞
識別力	ドイツ 新しいタイプの商標についての識別力の判断は、通常商標に比べて厳格になされる。	イギリス ＜記載なし＞	シンガポール 識別力の判断は、通常の商標と同じである。	台湾 位置の商標は、特定の位置に配置されている商標が需要者に出所を表示するものとして認識されている場合は、識別力を具えているとされる。（審査基準8）

主要国・地域における位置商標の審査基準（類否）

参考資料 5

	米国	E U	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。 ・混同を生ずるおそれ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、觀念、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	・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。 ・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。	・類否判断は、通常の商標の場合と同様である。 ・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、觀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）
	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。 ・類否判断の基準は、通常の商標の場合と同様である。	・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。 ・類否判断の基準は、通常の商標の場合と同様である。	類否判断は、通常の商標の場合と同様である。	＜記載なし＞