

ちよつと知りたい 商標管理

■二段書商標について

浅野国際特許事務所
弁理士 浅野 勝美

1. 二段書商標とは

文字からなる商標（文字商標）のうち、一の語と他の語を2段に書してなる商標を俗に「二段書商標」と呼んでいます。

これには、一の語と他の語との間に言語上の関係性がないか稀薄なものと、一の語と他の語との間に言語上の関係性が密接なものがあります。例えば、「明るい未来を約束する／アポ」や「確実な／アポ」の如きは前者であり、スローガンや形容詞句などともに、本体の商標が表示されます。後者は、本体の商標の上段または下段に振り仮名を振って表示されます。

2. 二段書商標の必要性

二段書商標による出願理由はケースによって種々です。スローガンや形容詞句などによる二段書商標の場合は、出願人の強い思い入れによることが多いのですが、登録後の権利範のことを考えると、付けないメリットの方が高いかもしれません。

しかしながら、振り仮名による二段書商標には積極的な理由があります。それは一の語の称呼を他の語によって特定するということです。

例えば、「H o u - B i t」という商標の出願に当たり、事前調査で「ホービット」という先行商標を発見した場合を考えます。ローマ文字で「H o u - B i t」のまま出願すると、「ホービット」商標を引用されて拒絶されるかもしれません。そこで、この場合は「H o u - B i t / ハウビット」として出願します。こうすると、「H o u - B i t」の称呼が「ハウビット」に特定されるので登録とされる確率が高まるのです。なお、この場合「H o u - B i t」商標権が「ホービット」商標に及ばないのは当然です（包袋禁反言）。

3. 称呼特定の審決例

商標審査基準第4条第1項第11号には上記について明確な基準がありませんが、次の如く審決例には称呼特定の判断例が多数あります。

○	×
娘酒／ニャンチュウ	MUSUME
ECO2フレンドリー／エコフレンドリー	エコフレンドリ
わんこ	マリコ／椀子
Scute／エスキュート	スキュート／SQT
はっぼう／八方	パーホン／八鳳
コーライキムチ	こま／高麗キムチ
Supp.	エスエーピー／SAP
moist aqua live／モイスト アクアリブ	アクアライブ／AQUALIVE

U L T A	エー・アール・ティー・エー／A R T A
R E V O F L O W／レボフロー	リボフロー
あしぎ／足技／S u g i y a m a A s h i g i M e t h o d	足技
ビオン／B i o n	B I O N／バイオン

(2015年2月26日、経営資料センターに原稿提出)

ちよつと知りたい 商標管理

■標準文字制度について

浅野国際特許事務所
弁理士 浅野 勝美

1. 標準文字制度とは

文字商標の場合、標準文字によって出願をすることができます。標準文字というのは特許庁長官が指定する文字です（商標法5条3項）。標準文字は書体がないというのは誤りで、標準文字といえども書体はあり、明朝体に似た文字です。

標準文字出願の制度は、わが国商標制度が意思主義、先願主義をとるため、従来、書体の決まらない段階でゴシック体等による文字商標の出願が多かった経緯から、便宜上定められたものです。

2. 商標出願の態様と使い分け

商標出願では、標準文字による出願と、実際に使用するロゴタイプからなる商標見本による出願の2通りあります。いずれを選択するかは出願人の任意ですが、次のように使い分けするとよいでしょう

(1) 標準文字出願

ネーミングの決定はしたがロゴタイプ等実際の使用態様が未定の場合は、標準文字出願を選択します。標準文字による商標取得は、文字列による称呼の保護を重視したもので、先願主義より一刻も早い設権を要する場合に適します。

しかしながら、標準文字は文字自体には特徴がないので、実際に使用される文字はロゴタイプ化されることが多いのです。この場合、実際に使用される商標に商標権の効力が及ぶかという問題があります。当該登録商標の中核が文字列にあるときは、通常ロゴタイプ化文字にも商標権の効力が及ぶと解してよいでしょう。なお、コスト面からみると標準文字出願の方が有利です。

(2) 商標見本出願

先行商標との関係や識別力に疑義がある場合、あるいは外国出願とリンクする場合は、実際に使用される態様での出願を選択します。商標は使用されていることが重要ですので、取得後の保護の面から考えると、文字の書体や大きさ、色彩等を構成要素とする特定書体での出願が望ましい場合があります。また審査段階から見ても、とくに結合商標の場合は引用商標との相違点を強調し易い傾向があります。

商標の類否は、称呼が共通であっても、外観、観念が著しく相違し、需要者に与える印象、記憶、連想等を総合して全体的に考察した結果非類似ということもあり得ます（昭和43年最高裁判決）。したがって、このような面から考えると商標見本出願が適するケースが割り出されます。

（2015年2月26日、経営資料センターに原稿提出）

ちよつと知りたい 商標管理

■ ネット販売と商標登録について

浅野国際特許事務所
弁理士 浅野 勝美

1. 小売商標取得の必要性

インターネット経由で商品を販売する場合、商品商標のみならず小売商標についても商標権を取得する必要があるといわれます。これは何故でしょうか。

まず、商品商標についての商標権を取得している場合、店舗販売する商品だけでなく、ネット販売される商品にも商標権の効力が及びます。例えば米、農産物についての商標権を有していれば、販売ルートいかに問わず、商標権の効力が及ぶのです。

昨今では、米、農産物、肉、魚等の生活必需品、飲食料品、酒、あるいはコンピュータや家電製品等の電気製品の如きを量販店やネット販売で購入することが多いです。一般ユーザーは商品知識が乏しいため量販店の店員やネット販売業者の専門知識に助けられて商品決定することが多いのです。量販店や販売業者は種々の同種商品を取扱っているため、豊富な商品知識に基づき、ユーザーに適切なアドバイスをします。つまり、ユーザーは商品の選択にあたり商品商標だけでなく、店員等を介しての小売商標の機能も活用しているのです。これが小売商標を保護する実質的な根拠です。

2. 小売商標の類似範囲

量販店や販売業者は、多種類の商品を取扱っていますので、小売商標の類似群はこれに対応するように広く設定されています。つまり小売商標は類似範囲が広いと、取得できると商標権の効力範囲が非常に大であり、登録排除効果及び行為禁止効果が大きいです。しかしながら、類似範囲が広いということは権利取得に際しては邪魔が多いということですから権利の取得が難しい場合が多いです。とくに小売商標は改正法により後から追加された制度ですから、取得しようとする分野に既に商品商標が存在する場合は予想されます。小売商標は商品商標とも類似関係を審査されますので権利取得が難しいのです。

例えば、食料品スーパーの場合46箇の類似コードを有し、(商品区分で見ると5件分)、また家電量販店の場合の小売商標の類似範囲は、12箇の類似コードを有し(商品区分で見ると7件分)です。

3. 小売商標の継続的使用権

小売商標の登録をしない場合であっても、平成19年3月31日より前から「不正競争の目的でなく」使用しているときは、「業務を行っている範囲内において」その使用している商標の継続的使用権があります(平成18年改正法附則6条1項)。この場合、隣接都道府県での周知商標となっているときは、上記業務範囲にかかわらず、支店の拡張的出店等をしてその商標の使用をすることができます(同3項)。

(2015年2月26日、経営資料センターに原稿提出)