

## 韓国知的財産権関連年次レポート（目次）

I. 直近6年間の該当国の知的財産に関する出願、登録数等の統計情報	P1
1. 出願統計	P1
1) 韓国総出願統計	
2) 韓国企業、公共、大学出願	
3) 日本出願統計	
2. 登録統計	P3
1) 韓国総登録統計	
2) 韓国企業、公共、大学登録(2018年)	
3) 日本登録統計	
3. 審判統計	P5
1) 韓国総審判統計	
2) 日本審判統計	
4. 審査処理期間	P6
5. 商標の異議申立統計	P7
II. 外国企業(可能であれば日本企業)の保有する商標権が、韓国において冒認商標により係争となった事例、法改正、ガイドラインの紹介・解説、統計情報等の冒認商標に関する情報	P8
1. 模倣商標関連統計情報	P8
1-1 商標無効審判請求	P8
1) 内・外国人別 商標無効審判請求現況	
2) 商標無効審判のうち外国人による請求件の国籍別現況	
3) 外国人が請求した商標無効審判の審決現況	
1-2 商標登録異議申立	P9
1) 内・外国人別 商標異議申立現況	
2) 商標異議申立のうち外国人による申立件の国家別現況	
3) 外国人が請求した商標異議申立の決定現況	

2. 模倣商標関連紛争事例 …… P10
    - \*本件登録商標は、日本企業の先使用商標を不正な目的で模倣した商標なので、旧商標法第7条第1項第12号に該当するという判例。
- III. 直近1年間の注目すべき判例等の紹介・解説 …… P12
1. 海外有名ホテルブランドの衣類に対する出願には不正な目的が認められる …… P12
  2. 確認対象標章“iRoom차이슨무선청소기”の“차이슨”部分は、性質表示標章に該当して、本件登録商標の効力は及ばないので、本件登録商標は確認対象標章とは非類似である …… P14
  3. 商標の類否判断において、特殊で限定的な取引実情に比重をおいて考慮し、“Sobia”と“Saboo”は類似すると判断した原審判決は不当である …… P18
- IV. 最近1年間の知的財産法における変動事項 …… P20
1. 特許審判院の商標認知度調査方法ガイドライン …… P20
    - (1) 信頼性のある世論調査機関により検証された調査方法により実施
    - (2) 対象商標、商品の消費者を代表しえる特性の反映
    - (3) 調査方法の信頼度
  2. 特許庁、商標使用による識別力基準を具体化 …… P21
  3. 日本の年号に対する識別力判断の審査基準を設ける …… P21
  4. '19～'20年 審判処理環境の変化 …… P21
  5. 2019～2020年 審判関連主要制度改善事項 …… P22
    - (1) 口述審理の拡大及び争点審問書の活性化（'20. 1月）
    - (2) 優先審判対象の拡大①（'20. 1月施行）
    - (3) 優先審判対象の拡大②（'20. 1月施行）
    - (4) 迅速審判対象の拡大（'19. 9月施行）
    - (5) 審理終結保留申請（'20. 1月施行）
    - (6) 審判事件説明会記録（'20. 1月施行）

## 韓国知的財産権関連年次レポート

### I. 直近6年間の該当国の知的財産に関する出願、登録数等の統計情報

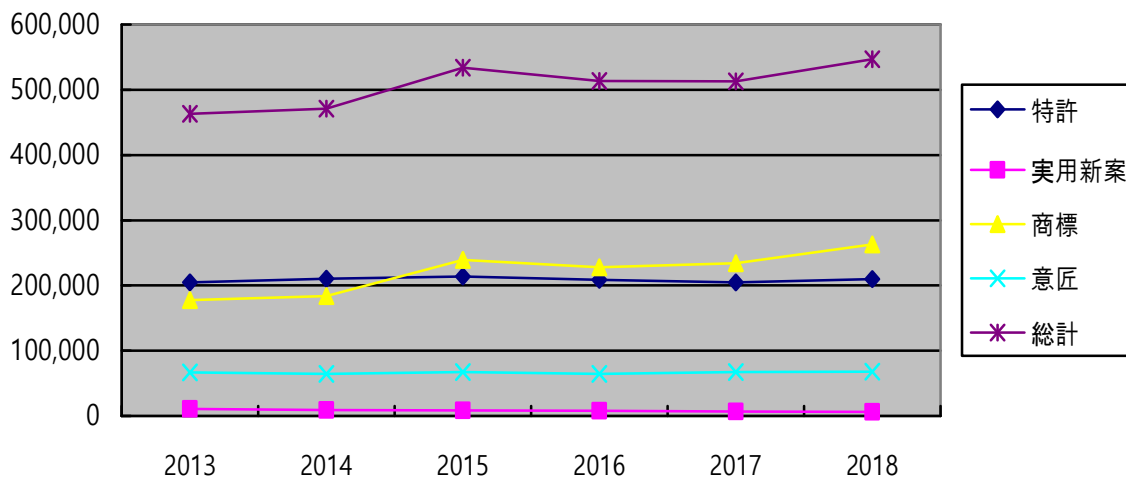
2013年から最近6年間の韓国における知的財産権に関する統計情報は次のとおりです(ご参考までに、日本中小企業の出願及び登録に関する統計資料は見つかりませんでした)。

#### 1. 出願統計

##### 1) 韓国総出願統計

年度	特許	実用新案	意匠		商標		総計	
2013	204,589	10,968	66,940	(70,054)	147,667	(177,685)	430,164	(463,296)
2014	210,292	9,184	64,345	(67,586)	150,226	(183,815)	434,047	(470,877)
2015	213,694	8,711	67,954	(72,190)	185,443	(239,334)	475,802	(533,929)
2016	208,830	7,767	65,659	(69,325)	181,606	(227,762)	463,862	(513,684)
2017	204,775	6,809	63,453	(67,374)	182,918	(233,892)	457,955	(512,850)
2018	209,992	6,232	63,680	(67,721)	200,341	(263,140)	480,245	(547,085)

※ 括弧内は複数意匠、多類商標基準



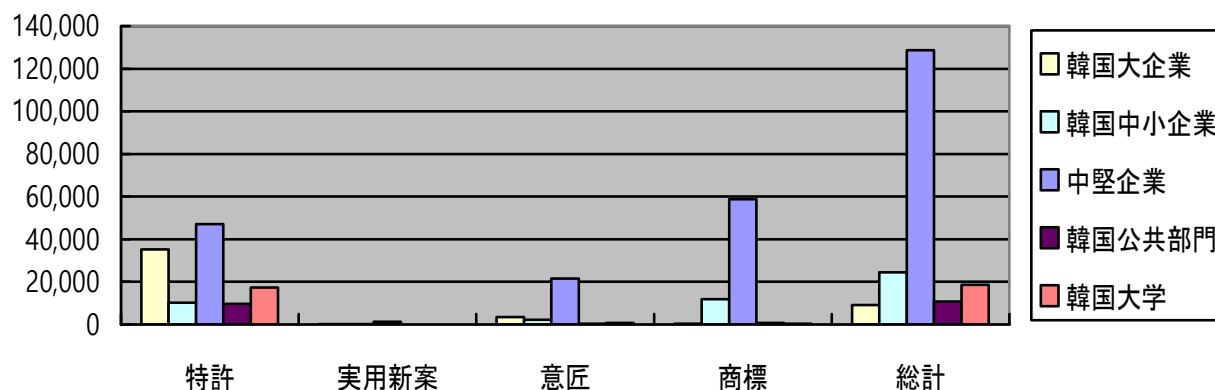
※ 複数意匠、多類商標基準

## 2) 韓国企業、公共、大学出願

2018年から韓国企業、公共部門、大学の出願統計が集計されています。主要内容は次のとおりです。

区分	特許	実用新案	意匠	商標	総計
韓国大企業	35,240	236	3,509	9,099	48,084
中堅企業	10,179	103	2,213	11,918	24,413
韓国中小企業	47,013	1,188	21,609	58,792	128,602
韓国公共部門	9,648	66	405	717	10,836
韓国大学	17,373	51	767	377	18,568

※ 件数基準

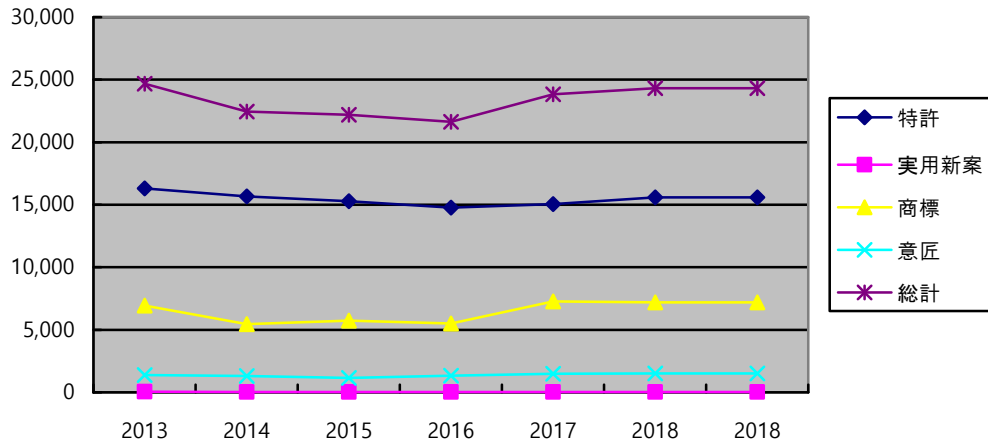


※ 件数基準

## 3) 日本出願統計

年度	特許	実用新案	意匠		商標		総計	
2013	16,299	44	1,306	(1,391)	3,810	(6,930)	21,459	(24,664)
2014	15,653	35	1,151	(1,311)	3,131	(5,461)	19,970	(22,460)
2015	15,283	29	931	(1,153)	3,185	(5,727)	19,428	(22,192)
2016	14,773	32	1,037	(1,324)	3,096	(5,492)	18,938	(21,621)
2017	15,044	15	1,173	(1,495)	3,527	(7,267)	19,759	(23,821)
2018	15,595	26	1,159	(1,513)	3,842	(7,182)	20,622	(24,316)

※ 括弧内は複数意匠、多類商標基準



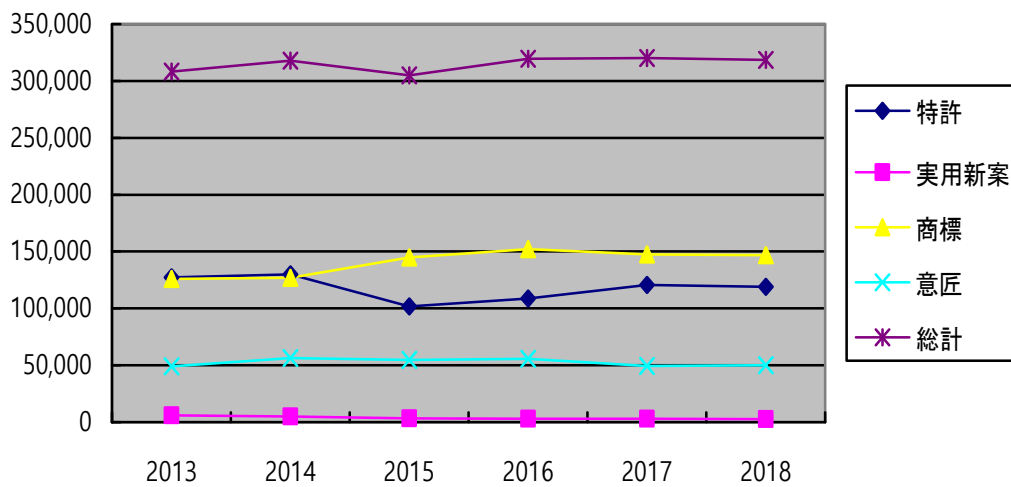
※ 複数意匠、多類商標基準

## 2. 登録統計

### 1) 韓国総登録統計

年度	特許	実用新案	意匠		商標		総計	
2013	127,330	5,959	47,308	(49,039)	100,094	(125,846)	280,691	(308,174)
2014	129,786	4,955	54,010	(56,332)	99,791	(126,938)	288,542	(318,011)
2015	101,873	3,253	54,551	(54,689)	114,747	(144,990)	274,424	(304,805)
2016	108,875	2,854	55,602	(55,621)	119,255	(152,165)	286,586	(319,515)
2017	120,662	2,993	49,293	(49,293)	116,708	(147,350)	289,656	(320,298)
2018	119,012	2,715	49,905	(49,905)	115,025	(146,863)	283,942	(318,495)

※ 括弧内は複数意匠、多類商標基準



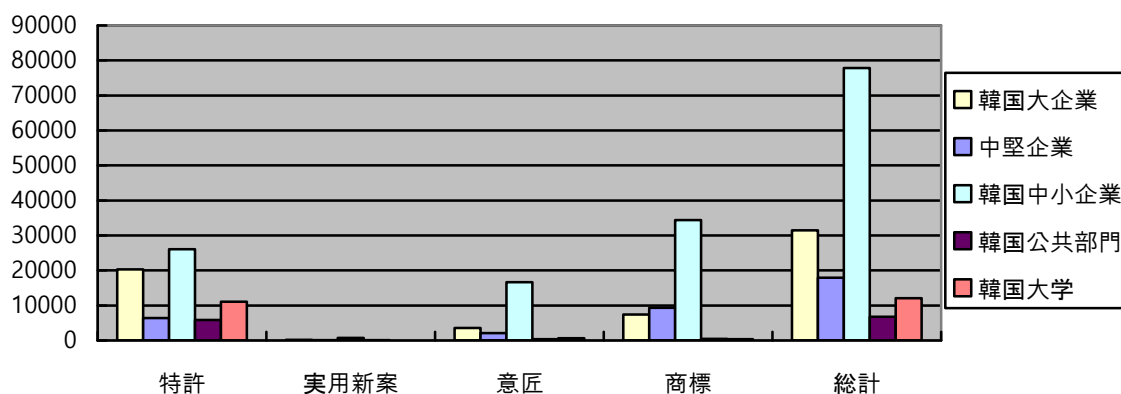
※ 複数意匠、多類商標基準

## 2) 韓国企業、公共、大学登録(2018年)

2018年から韓国企業、公共部門、大学の登録統計が集計されています。主要内容は次のとおりです。

区分	特許	実用新案	意匠	商標	総計
韓国総登録	69,654	1,082	23,354	51,981	146,071
韓国企業(中小企業含む)	52,701	992	22,370	51,154	127,217
韓国大企業	20,297	196	3,578	7,416	31,487
中堅企業	6,363	102	2,106	9,320	17,891
韓国中小企業	26,041	694	16,686	34,418	77,839
韓国公共部門	5,894	61	358	463	6,776
韓国大学	11,059	29	626	364	12,078

※ 件数基準

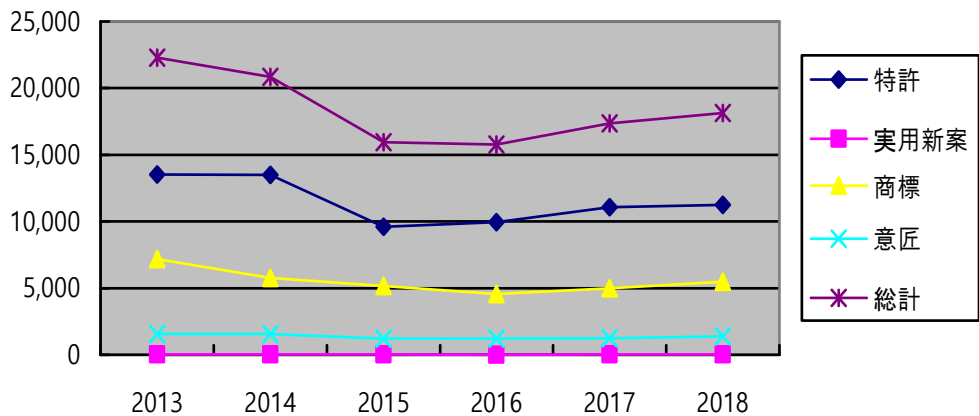


※ 件数基準

## 3) 日本登録統計

年度	特許	実用新案	意匠	商標	総計
2013	13,514	36	1,473 (1,546)	4,107 (7,190)	19,130 (22,286)
2014	13,499	19	1,513 (1,567)	3,247 (5,777)	18,278 (20,862)
2015	9,615	16	1,187 (1,199)	2,958 (5,116)	13,776 (15,946)
2016	9,962	14	1,225 (1,225)	2,606 (4,562)	13,807 (15,763)
2017	11,081	27	1,242 (1,242)	2,633 (4,997)	14,363 (17,347)
2018	11,239	22	1,374 (1,374)	2,876 (5,490)	15,511 (18,125)

※ 括弧内は複数意匠、多類商標基準



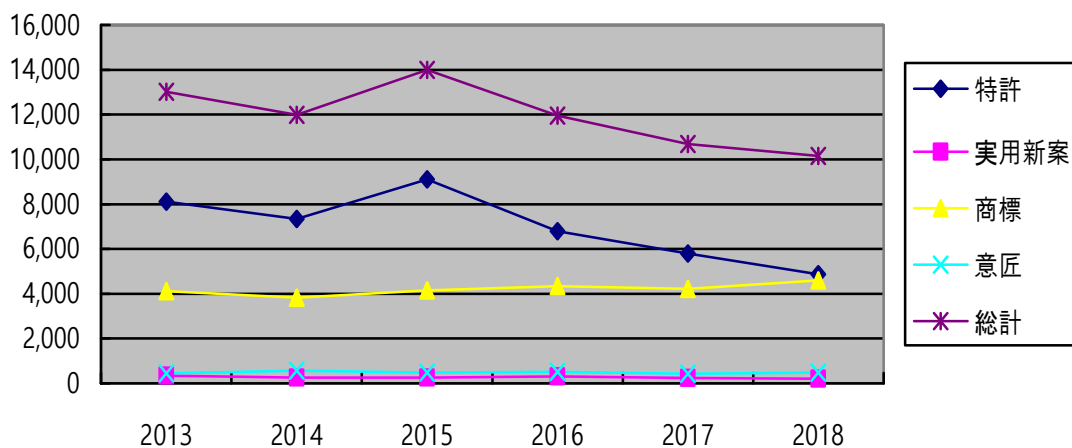
※ 複数意匠、多類商標基準

### 3. 審判統計

#### 1) 韓国総審判統計

年度	特許	実用新案	商標		意匠		総計	
2013	8,111	336	4,113	(5,583)	454	(475)	13,014	(14,506)
2014	7,335	251	3,823	(5,152)	572	(575)	11,981	(13,313)
2015	9,112	252	4,145	(5,395)	477	(486)	13,986	(15,245)
2016	6,796	306	4,346	(5,544)	512	(512)	11,960	(13,158)
2017	5,798	241	4,216	(5,357)	422	(422)	10,677	(11,818)
2018	4,876	207	4,590	(5,791)	478	(478)	10,151	(11,352)

※ 括弧内は複数意匠、多類商標基準

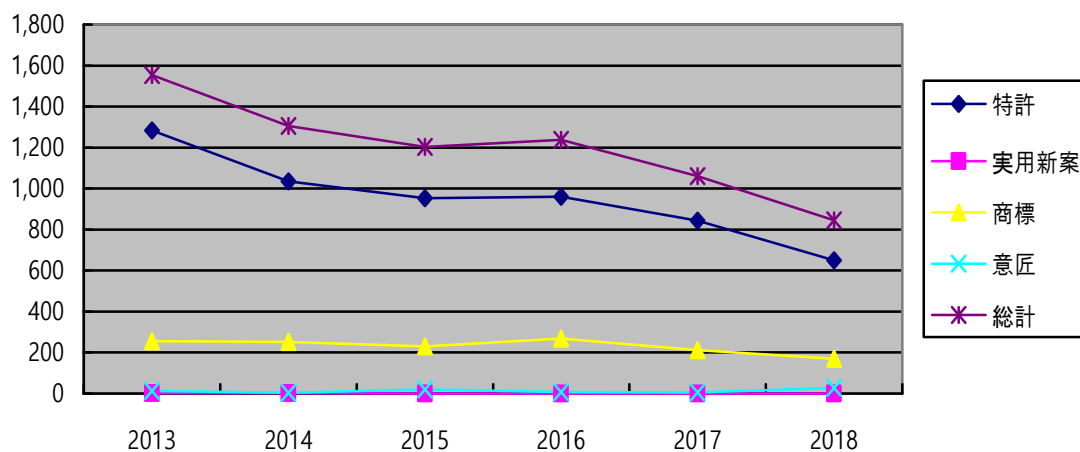


※ 件数基準

## 2) 日本審判統計

年度	特許	実用新案	商標	意匠	総計
2013	1,283	2	256	13	1,554
2014	1,036	2	252	3	1,305
2015	953	0	230	20	1,203
2016	961	0	269	8	1,352
2017	844	0	212	5	1,061
2018	649	0	169	27	845

※ 件数基準



※ 件数基準

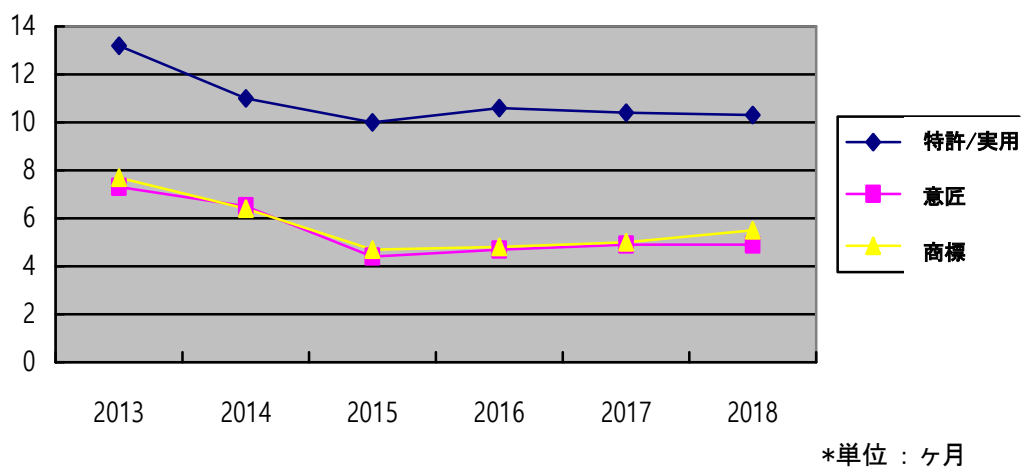
## 4. 審査処理期間

区分	2013	2014	2015	2016	2017	2018
特許/実用新案	13.2	11.0	10.0	10.6	10.4	10.3
意匠	7.3	6.5	4.4	4.7	4.9	4.9
商標	7.7	6.4	4.7	4.8	5.0	5.5

\*1次審査処理期間対象(件数基準)

\*単位：ヶ月

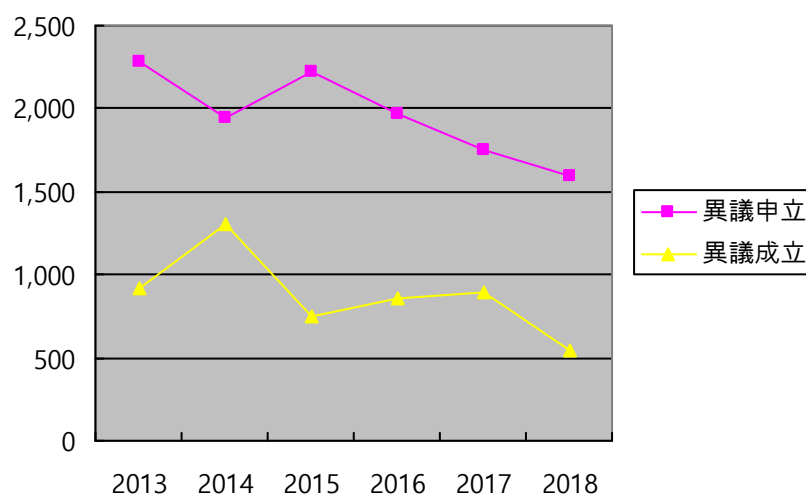




### 5. 商標の異議申立統計

区分	2013	2014	2015	2016	2017	2018
公告	74,674	88,161	99,705	98,922	107,033	109,983
異議申立	2,278	1,945	2,228	1,964	1,756	1,597
異議成立	923	1,303	748	858	892	541

※ 件数基準



件数基準

## II. 外国企業(可能であれば日本企業)の保有する商標権が、韓国において冒認商標により係争となった事例、法改正、ガイドラインの紹介・解説、統計情報等の冒認商標に関する情報

### 1. 模倣商標関連統計情報

韓国内の商標出願人における模倣に対する否定的な認識の拡散と、模倣商標防止政策を持続的に推進した結果、外国有名商標の模倣と関連した商標紛争は減少傾向にある。

#### 1-1 商標無効審判請求

外国人が内国人の登録商標を無効(外国有名商標模倣関連等)にするための商標無効審判請求が、継続して減少していることがわかりました。2013年～2017年に外国有名商標の模倣と関連して外国人が請求した商標無効審判請求件数は、2013年 - 166件、2014年 - 176件、2015年 - 193件、2016年 - 137件、2017年 - 127件で、2015年を境に減少傾向をみせています。

上記のうち、2013年 - 72件、2014年 - 78件、2015年 - 81件、2016年 - 56件、2017年 - 48件が認容(登録無効審決)されました。2013年～2017年までの5年間の平均勝訴率は58.2%です。過去5年間の外国模倣商標と関連した商標無効審判請求件を国家別にみると、アメリカ299件(37.4%)、日本91件(11.4%)、フランス56件(7%)、ドイツ55件(6.9%)、イタリア53件(6.6%)、中国39件(4.9%)の順となっており、これにはアメリカの商標権等の知識財産権を重要視する保護政策が影響を与えているものと思われます。

#### 1) 内・外国人別 商標無効審判請求現況

区分	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	合計
内国人請求件数	277	291	391	355	306	1,620
外国人請求件数 (割合)	166 (37.5%)	176 (37.7%)	193 (33.0%)	137 (27.8%)	127 (29.3%)	799 (33.0%)
合計	443	467	584	492	433	2,419

#### 2) 商標無効審判のうち外国人による請求件の国籍別現況

区分	アメリカ	日本	フランス	ドイツ	イタリア	中国	イギリス	スイス	その他	合計
2013年	57	18	23	11	7	4	7	10	29	166
2014年	51	29	7	22	10	6	6	4	41	176
2015年	94	19	16	9	13	11	6	8	17	193
2016年	57	8	4	8	15	11	8	1	25	137
2017年	40	17	6	5	8	7	11	8	25	127
合計	299 (37.4%)	91 (11.4%)	56	55	53	39	38	31	137	799

### 3) 外国人が請求した商標無効審判の審決現況

区分	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	合計
請求認容＝登録無効 (認容率)	72 (53.7%)	78 (65.5%)	81 (64.8%)	56 (52.3%)	48 (52.7%)	335 (58.2%)
請求棄却＝登録維持	62	41	44	51	43	241
無効審決合計	134	119	125	107	91	576

#### 1-2 商標登録異議申立

商標無効審判は登録された商標を事後的に無効にする制度です。これに対し、外国有名商標を模倣した商標出願の登録を審査段階で事前に阻止する制度が異議申立ですが、この商標登録異議申立の件数も減少しています。

2013年～2017年までの外国人の国内商標出願に対する商標登録異議申立件数は、2013年 - 1724件、2014年 - 1391件、2015年 - 1517件、2016年 - 1376件、2017年 - 1201件のように、外国人の商標無効審判請求件数と類似して減少傾向にあります。国家別ではアメリカ2948件(40.9%)、フランス609件(8.4%)、イギリス502件(7.0%)の順です。

#### 1) 内・外国人別 商標異議申立現況

区分	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	合計
内国人異議申立件数	822	734	806	715	662	3,739
外国人異議申立件数 (割合)	1,724 (67.7%)	1,391 (65.5%)	1,517 (65.3%)	1,376 (65.8%)	1,201 (64.5%)	7,209 (65.8%)
合計	2,546	2,125	2,323	2,091	1,863	10,948

#### 2) 商標異議申立のうち外国人による申立件の国家別現況

区分	アメリカ	フランス	イギリス	ドイツ	イタリア	日本	スイス	中国	他	合計
2013年	688	168	108	120	107	120	91	23	299	1,724
2014年	568	92	103	63	79	106	92	30	258	1,391
2015年	650	133	97	120	110	80	78	18	231	1,517
2016年	552	119	92	81	136	63	89	31	213	1,376
2017年	490	97	102	100	51	76	89	28	168	1,201
合計	2,948 (40.9%)	609 (8.4%)	502	484	483	445	439	130	1,169	7,209

#### 3) 外国人が請求した商標異議申立の決定現況

区分	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	合計
申立認容＝拒絶決定 (認容率)	794 (48.4%)	531 (40.2%)	567 (39.0%)	574 (44.6%)	299 (39.9%)	2,765 (42.9%)
申立棄却＝登録決定	848	790	885	712	451	3,686
異議決定合計	1,642	1,321	1,452	1,286	750	6,451

外国人の商標無効審判及び商標登録異議申立が減少傾向にある主要原因は、国内商標出願人の外国有名商標模倣に対する否定的認識の拡散と、特許庁による模倣商標防止政策の持続的推進であり、その効果が出ているものと思われます。

## 2. 模倣商標関連紛争事例

本件登録商標は、日本企業の先使用商標を不正な目的で模倣した商標なので、旧商標法第7条第1項第12号に該当するという判例。

**[基本情報]** 特許法院 2019. 6. 21. 宣告 2018ホ8784 登録無効(商)

### [事件の概要]


原告の登録商標	被告の先使用商標	
	先使用商標 1	先使用商標 2
<b>MATSUZAKI</b>		<b>MATSUZAKI</b>
第08類 はさみ、理髪用はさみ等	はさみ、美容はさみ	

被告は特許審判院に原告の登録商標に対し、「本件登録商標は美容はさみ分野において国内外の需要者に被告の商品出所標識として認識されている先使用商標に化体した信用と顧客吸引力に便乗する等の不正な目的で出願された商標なので、旧商標法第7条第1項第12号に該当し、その登録が無効とされなければならない」という内容の無効審判を請求しました。これに対し、特許審判院は被告の審判請求を認容したため、原告は特許法院に審決取消訴訟を提起しました。

### [判断の要旨]

次のような事実や事情等を総合してみると、本件登録商標の出願人は被告の商品を示すものとして認識されている先使用商標2 “**MATSUZAKI**” を模倣して、先使用商標2が有する良質のイメージや顧客吸引力に便乗し不当な利得を得ようとするか、先使用商標2の価値を希釈して先使用商標権者に損害を加える目的で登録商標を出願したものと判断される。

1) 先使用商標2は、本件登録商標の出願日である2011年2月24日当時、既に国内及び日本で被告の商品を表示するものとして認識されていた商標に該当し、登録商標は先使用商標2と同一性があるか、酷似する標章に該当する。

2) 本件登録商標の出願人は、1998年頃から被告と独占輸入、販売契約を締結し、先使用商標が使用された被告の商品を日本から国内に輸入して流通・販売する過程で、被告の先使用商標の存在を知っていた。本件登録商標の出願人は、被告の国内商標が存続期間満了により消滅するや、2010年8月23日、“”のような商標を出願し、その後2011年2月24日に本件登録商標を出願した。

3) 本件登録商標の指定商品である‘手動式理髪器、理髪用はさみ、ヘアカッティングはさみ、はさみ’と、先使用商標2の使用商品である‘はさみ、美容はさみ’は、商品の性質及び取引実情に照らして互いに類似する商品に該当する。

4) 出願人は本件登録商標の出願直後である2011年6月29日、被告から輸入した被告商品ではなく、出願人が任意に自ら製作した美容はさみ製品に“MATSUZAKI”標章を使用した行為に対し被告側に謝罪したことがあり、出願人の配偶者である原告は、本件登録商標とその名義に登録した“마츠자키(マツザキ)”商標にもとづき、被告の美容はさみ製品の韓国販売に対し‘商標権侵害警告状’を発送した点等に照らしてみると、出願人が本件登録商標を出願した経緯は、被告から輸入した被告商品に本件登録商標を使用するためではなく、被告の商品を模倣した商品に使用するか、被告の国内営業を妨害する等の方法で被告に損害を及ぼそうとする目的でなされたものと思われる。

### **[本判決に対するコメント]**


原告は本件登録商標は被告の黙視的同意により出願されたもので、不正な目的はないと主張したが、両当事者間の関係、事業の進展経過、本件の経緯等を総合的に考慮して原告の主張を排斥し、本件登録商標の出願に不正な目的が認められるとした本判決は妥当なものと思われ


### III. 直近1年間の注目すべき判例等の紹介・解説

#### 1. 海外有名ホテルブランドの衣類に対する出願には不正な目的が認められる

[基本情報] 特許法院 2019. 1. 24. 宣告 2018ホ7712 登録無効(商)

#### [事件の概要]

被告の登録商標	原告の先登録及び先使用商標
Fairmont	
第25類 衣類、履物、帽子等	第43類 ホテル業

“ホテル業”を指定サービス業とする先登録及び先使用サービス標 “”の商標権者であるフェアモントホテルマネジメント エル.ピー.(以下‘フェアモントホテル’とします)は、“衣類”を指定商品とする登録商標“Fairmont”の商標権者である株式会社A(以下‘A’とします)を相手取って、「登録商標は国内外で広く知られてる先登録及び先使用サービス標と同一類似して、需要者を欺瞞するおそれがあり、フェアモントホテルの名声に便乗して不当な利益を得ようとする不正な目的で出願されたものなので、旧商標法第7条第1項第11号及び第12号に該当する」と主張して無効審判を請求しました。しかし、特許審判院では“ホテル業”と“衣類”には経済的牽連関係がないことを理由に、フェアモントホテルの審判請求を棄却したため、フェアモントホテルは特許法院に審決取消訴訟を提起しました。

#### [判断の要旨]

(1) フェアモントホテルの先登録商標の周知性を考慮するとき、A社が偶然に‘Fairmont’を創作したとは考えにくい点、(2) フェアモントホテルではホテル内の売場とオンラインストアにてシャワーガウン、帽子、Tシャツ、室内用スリッパ等を販売しており、これらはA社の登録商標の指定商品と類似する点、(3) 有名ホテルブランドを有する会社ではホテルブランドと連携して衣類事業を拡張運営しており、実際に世界的なホテルチェーンであるWホテル、Grand Hyatt ホテル等ではホテル標章を付したシャワーガウン、帽子、Tシャツ等を販売している点、(4) 国内の新羅ホテル、ウォーカーヒルでも衣類に対し商標登録を受けて

いる点、等を考慮してみると、A社の登録商標の指定商品である“衣類等”は、“ホテル業”と経済的牽連関係があると判断しました。また、両社の需要者層が互いに重複し、両社が互いに特殊な関係にあるかのように誤認されるおそれがある点等を考慮しても、A社の登録商標は不正な目的をもって出願されたものとして旧商標法第7条第1項第12号に該当し、その登録は無効とされなければならないと判断した。

### **[本判決に対するコメント]**

本判決は、フェアモントの先使用及び先登録商標はホテル業に対し特定人の出所標識として広く知られた商標であり、同一の標章を付したシャワーガウン、帽子、Tシャツ等がオン・オフラインにて販売されている取引実情を考慮し、“衣類等”を指定している第三者の出願に対しても、登録排除効が及ぶと判断したところに意義があります。

単に商品(サービス業)自体の属性のみを対比するにとどまらず、先登録及び先使用商標の周知性、ホテル業に関する取引実情及びA社商標の模倣性等までを広く考慮し、両商品(サービス業)の経済的牽連性を認めた本判決は妥当なものと考えます。

2. 確認対象標章 “iRoom 차이슨 무선청소기” の “차이슨” 部分は、性質表示標章に該当して、本件登録商標の効力は及ばないので、本件登録商標は確認対象標章とは非類似である

[基本情報] 2019. 11. 1. 2019ホ3892 権利範囲確認(商)

[事件の概要]

原告の登録商標	被告の確認対象標章
 (チャイソンのハングル)	 (iRoom チャイソン無線掃除機のハングル)
第7類 家庭用真空掃除機等	家庭用無線掃除機

被告は本件登録商標の商標権者である原告を相手取り、「確認対象標章は使用商品である‘無線掃除機’に対する普通名称、慣用標章又は技術的標章に該当し、確認対象商標の構成のうち“iRoom”部分は識別力を備えた被告の登録商標を使用したもので、本件登録商標と商品出所の誤認、混同を引き起こすおそれが全くないので、本件登録商標の権利範囲に属さない」と主張し、確認対象標章に対する消極的権利範囲確認審判を特許審判院に請求しました。これに対し特許審判院は、「確認対象標章の‘차이슨(チャイソンのハングル)’部分は使用商品である‘無線掃除機’と関連してみると、‘中国で製造された無線掃除機等’に容易に観念され、性質表示に該当し、本件登録商標の商標権の効力は及ばないので、本件登録商標と対比する必要もなく本件登録商標の権利範囲に属さない」として、被告の上記審判請求を認容したため、原告は特許法院に審決取消訴訟を提起しました。

[判断の要旨]

(1) イギリスの電子製品会社であるダイソン(dyson)の無線掃除機が有名になると、中国の会社がこれを模倣した製品を製造・販売するようになり、同製品と関連して中国を意味する‘차이나(China)’とダイソン社の‘다이슨(dyson)’を合成した新造語‘차이슨(チャイソン)’が作られた。‘차이슨’は、本件登録商標の出願以前から多数の無線掃除機輸入販売業者たちが中国からダイソン無線掃除機を模倣した製品を輸入・販売する過程で使用され始め、本件登録商標の出願前はもちろん、その後本件審決時にいたるまで無線掃除機輸入販売業者とこれを購買した消費者の間で‘ダイソン社の無線掃除機を模倣した中国製品’等を意味する単語として使用されてきたので、たとえ‘차이슨’が辞典に登載されていないとしても、韓国の一般需要者の英語普及水準、国内における‘다이슨(dyson)’の認知度、上記の



ような取引実情等に照らして‘차이슨’が‘차이나(China)’と‘다이슨(dyson)’を合成して作られた新造語であることは、本件審決当時確認対象標章の使用商品である無線掃除機の

取引者乃至一般消費者が容易に認知しえると判断される点、(2) 本件審決時まで多数の国内日刊紙や経済新聞等が‘ダイソン社の無線掃除機を模倣した中国製品’を紹介しつつ、‘차이슨(チャイソン)’と呼称又は略称してきた点、(3) 被告の依頼で実施された韓国リサーチのアンケート調査でも、調査対象者の大多数が‘차이슨’を知っており、‘차이슨’からは‘ダイソン’、‘チャイナ’、‘模倣製品’が連想され、家電製品の中でも‘無線掃除機’に使用される名称であると答えている点、(4) 本件登録商標の商標権者である原告側でも、中国から輸入したダイソン製品を模倣した無線掃除機を広告・販売する過程にて、該当製品には製造会社及び販売会社の商標を併記して使用し、‘차이슨’は該当製品の説明部分に表記する等、‘차이슨’を商品出所表示として使用しているようには見えない点等、‘차이슨’部分の観念、使用商品との関係及び取引社会の実情等を勘案するとき、確認対象標章の‘차이슨’部分は商品の出所表示としてではなく、‘ダイソン社の無線掃除機を模倣した中国製品’等の意味に認識され、該当商品の一般需要者や取引者をして使用商品の産地等を表すものとして直感される。さらに、このような事由から‘차이슨’部分は、ダイソン社の無線掃除機を模倣した中国製品の流過程にて誰もが使用したがる標章に該当するので、公益上特定人がこれを独占的に使用できるようにすることは適切ではない。

また、確認対象標章の‘차이슨’部分は、特別な図案化なしに同じ大きさのハングルを並べて配列されているので、標章の外観上、構成が普通の注意力を備えた一般人の特別な注意をひくほどにはいたっていない。従って、確認対象標章の‘차이슨’部分は、商標法第90条第1項第2号の性質表示標章に該当する。

このような前提から本件登録商標と確認対象標章を対比すると、両者は外観、呼称及び観念が全て異なり標章が類似しないので、確認対象標章は本件登録商標の権利範囲には含まれない。

#### [本判決に対するコメント]

“차이나(China)”と“다이슨(Dyson)”を合成して作った“차이슨(チャイソン)”のような新造語でも、標章が備える観念、使用商品との関係、需要者の認識等の取引実情と社会通念を考慮するとき、一般取引界にて多数が性質表示として認識、使用している場合には性質表示に該当すると判断したことに意義があります。

このように、登録商標といえども、登録後の取引界にて普通名称乃至は性質表示として多数

人が使用することで、識別力を失うことがしばしばあります。従って、商標を先占し登録を受けておくことも重要ですが、登録後に識別力を失わないように徹底して管理することが望ましいといえます。

3. 商標の類否判断において、特殊で限定的な取引実情に比重をおいて考慮し、“Sobia”と“Saboo”は類似すると判断した原審判決は不当である

[基本情報] 2019. 8. 14. 2018フ10848 権利範囲確認(商)

[事件の概要]

原告(被上告人)の本件登録商標	被告(上告人)の確認対象標章
	
第03類 人体用せっけん等	人体用せっけん
本件登録商標が使用された商品	確認対象標章が使用された商品
	

確認対象標章が本件登録商標と類似するか否かが問題となった事案にて、特許法院では商標権利範囲確認審判における商標の類否判断時には、商標権侵害訴訟のように該当商品に関する一般的取引実情のほか、当事者の具体的な取引実情までを考慮しなければならないとして、(1) 二つの商標はいずれも5個の文字からなっているだけでなく、離隔的に観察するとき、全体的に類似すると直観的に認識可能であり、(2) 両標章が使用された製品は人体用せっけんで共通し、多様な果物形状の具体的な形においても原・被告の製品はほとんど差がなく、両製品は帯がまかれている形状や、帯の中央に楕円形のステッカーが貼られていること等においても差がないことを理由に、確認対象標章は本件登録商標と類似すると判断(特許法院 2018ホ1622 判決)しましたが、被告は同判決に不服して大法院に上告を提起しました。

[判断の要旨]

本件登録商標の“Saboo”部分と確認対象標章の“sobia”部分は、外観だけでなく、呼称も‘サブ’と‘ソビア’で互いに差があるので類似しない。

それにもかかわらず原審は、両標章の文字部分と図形部分、そして使用された商品の具体的な形状と模様及び包装の具体的な形態等が類似又は共通するとして、両標章は互いに類似すると判断した。このような原審の判断には、上述した取引実情を考慮した両標章の外観及び呼称の差にもかかわらず、さらに商品の具体的な形状と模様及びその包装の具体的な形態等のような、その商品にて容易に変更可能な特殊で限定的な取引実情に比重を置いて考慮し、両標章が類似すると判断することで商標の類否判断に関する法理を誤解し、判決に影響を及ぼした誤りがある。

### **[本判決に対するコメント]**

本大法院判決は、両標章は外観だけでなく呼称にも互いに差があつて類似しないにもかかわらず、商品の具体的な形状と模様及びその包装の具体的な形態等、その商品にて容易に変更可能な特殊で限定的な取引実情に比重を置いて、両標章が類似すると判断した原審を破棄した事例です。

商標の権利範囲(商標の類否)を判断するにおいては、一般的な取引実情を考慮しなければならないという既存の大法院の立場を改めて確認するとともに、特殊で限定的な取引実情を権利範囲の確定にて考慮することには限界があることを説示した判例として意味があります。

## IV. 最近1年間の知的財産法における変動事項

### 1. 特許審判院の商標認知度調査方法ガイドライン

特許審判院は商標に関する審判手続きに提出された消費者の認知度調査の証拠力を認めるために、アンケート調査方法に関するガイドラインを発表しました。

商標に関する消費者認知度調査は、主に該当商標が有名商標に該当するか否か、または該当商標の識別力が原則的に弱いとしても、長期の使用を通じて消費者間に特定人の商品に関する出所表示として識別可能になっているか否かを立証するための目的に使用されます。特許審判院が‘消費者認知度調査’と関連して発表したアンケート調査方法ガイドラインの主要内容は次の通りです。

#### (1) 信頼性のある世論調査機関により検証された調査方法により実施

信頼性のある世論調査機関であるか否かは、その機関の規模、世論調査実施回数、常勤分析専門スタッフ等を考慮して判断し、各種制裁があること等を勘案する。

#### (2) 対象商標、商品の消費者を代表しえる特性の反映

商品別に標本設定が異なりえるので、調査対象商標または商品の消費者を代表しえる特性として、地域・性別・年齢等が反映されなければならない。

#### (3) 調査方法の信頼度

アンケート回収率が30%未満の場合は信頼度が低いものとし、50%以上であれば信頼度が高いものとする。但し、30～50%の間である場合には審判部の裁量による。

応答標本数は商品の種類によって流動的だが、一般的に500名以下の場合は信頼度が低く、1,000名以上の場合は信頼度が高いものとみなす。

尚、質問方法は明確でなければならない、誘導的であってはならない。

本ガイドラインは2019年4月8日に特許審判院により最初に発表されましたが、審査基準に反映された時期は2020年(1月1日施行、商標審査基準に追加)からなので、現在までのところ、このガイドラインにそった具体的な事例の確認は困難な点につき、ご了承ください。

## 2. 特許庁、商標使用による識別力基準を具体化

特許庁は、「使用による識別力取得判断」の要素として、商標使用期間及び消費者の認知度調査結果に対する基準を商標審査基準に具体化しました。

特許庁は、商標使用期間は原則的に5年以上とし、実質的で非競合的に継続して使用されてきた場合に識別力を認めることにしました。しかし、集中的な広告・宣伝により短期間で周知度が上昇しえる点を考慮し、使用期間が短いとしても売上高、市場占有率、認知度等が上昇している場合には、特定人の商品出所表示として認めるとする等、商品取引市場の具体的状況も反映させています。

また、消費者認知度調査は信頼性判断のため世論調査機関、アンケート対象の代表性及び標本数等に対する判断基準も設けました。信頼性のある調査機関が実施し、地域・性別・年齢等の代表性を備えるようにしました。アンケートの公正性及び標本数500名以上、応答者の50%以上が特定人の商標として認識しているという結果が出なければ信頼度の評価を受けることができません。

## 3. 日本の年号に対する識別力判断の審査基準を設ける

特許庁は、「日本の年号である“令和”、“れいわ”又は“Reiwa”は、韓国で指定商品と関連して識別力がないということとはできないが、“年号+〇〇年”等のように標章が構成されている場合には“西紀〇〇〇〇年”に準じて識別力がない部分と判断する」としています。

## 4. '19 ~ '20年 審判処理環境の変化

**待機件数：10,675件(8年) → 6,661件(19年) → 5千件台(20年)**

深刻な待機件数の累積を解消するために、'19年に特許審判院は特段の非常体制を稼働させ、前年対比多数の事件を処理した結果、年末基準で終結せずに残っている審判待機件数が、'18年末の10,675件から'19年末の6,661件に4,041件(37.6%)が減少した。'20年度の目標は待機件数を5千件台に減少させて審理充実性を強化し、審判品質を向上させる方向で推進される。

**処理期間：12ヶ月(18年) → 9.6ヶ月(19年) → 8ヶ月台(20年)**

審判処理期間が'18年の12ヶ月から'19年の9.6ヶ月まで短縮。

<'18~'19年度処理期間比較(ヶ月)>

区分	特許・実用新案 (当事者系)	特許・実用新案 (決定系)	商標・デザイン (当事者系)	商標・デザイン (決定系)	合計
'18年→'19年 (増減)	8.3 → 7.4 (△0.9)	16.3 → 11.9 (△4.4)	8.8 → 7.3 (△1.5)	13.1 → 9.2 (△3.9)	12.0 → 9.6 (△2.4)

'20年の年間処理目標が計画通り達成される場合、'20年の予想処理期間は8ヶ月台に短縮されることを予想している。

## 5. 2019~2020年 審判関連主要制度改善事項

### (1) 口述審理の拡大及び争点審問書の活性化 ('20. 1月)

#### 推進背景

無効審判等の当事者系審判にて、より正確な争点の把握と当事者の審判結果受容度を高めるために、口述審理を拡大する必要がある。

#### 主要内容

口述審理の割合を高め、当事者が申請した事件\*は原則的に口述審理を開催する等、段階的に口述審理を拡大できるようにする。

\* 特許法第154条(審理等) ①審判は口述審理又は書面審理とする。ただし、当事者が口述審理を申請したときには、書面審理だけで決定できると認められる場合以外には、口述審理をしなければならない。

口述審理の効果を極大化するために、両当事者が争点に対し十分に把握し対応できるように、口述審理争点審問書の通知を活性化。

- 審判官が口述審理の数日前に争点審問書を作成し当事者に送付。

#### 期待効果

口述審理の段階的拡大及び口述審理争点審問書通知の活性化を通して充実した審理に寄与。

### (2) 優先審判対象の拡大① ('20. 1月施行)

#### 推進背景

登録遅延による存続期間延長登録出願が本格化することに備えて、登録遅延のおそれがある拒絶決定不服審判を優先的に処理する必要がある。

#### 主要内容

登録遅延のおそれがある医薬品分野\*の拒絶決定不服審判事件を優先審判により処理。



\* 特許(実用新案登録)出願日から3年6ヶ月と出願審査請求日から2年6ヶ月のうち、遅い方の日を経過した特許分類A61K又はC07Kに該当する事件。ただし、A61K 6(歯科用製剤)及びA61K 8(化粧品)は除く。

### 期待効果

優先審判処理を通して迅速な権利化が可能。

### **(3) 優先審判対象の拡大② ('20. 1月施行)**

#### 推進背景

「素材・部品・装備産業競争力強化のための特別措置法」改正('20. 4. 1 施行)による、素材・部品・装備中小企業の特許紛争を迅速に解決する必要がある。

#### 主要内容

素材・部品・装備中小企業関連の審判事件\*を優先審判として処理。

\*「素材・部品・装備産業競争力強化のための特別措置法」('20. 4. 施行)上の該当企業。但し、本法施行前までは従前の「素材・部品専門企業等の育成に関する特別措置法」上の該当素材・部品専門企業として確認されている企業。

### 期待効果

素材・部品・装備産業関連企業の紛争負担軽減

### **(4) 迅速審判対象の拡大 ('19. 9月施行)**

#### 推進背景

汎政府的に推進する規制サンドボックス政策の定着を成功させるために、規制サンドボックスと関連のある特許審判を迅速に処理する必要がある。

#### 主要内容

規制サンドボックス\*と関連のある審判事件を迅速審判により処理。

\* 規制サンドボックス関連法令：行政規制基本法('19.7.17 施行)、情報通信振興及び融合・活性化等に関する特別法('19.1.17 施行)、産業融合促進法('19.1.17 施行)、規制自由特区及び地域特化発展特区に関する規制特例法('19.4.17 施行)、金融革新支援特別法('19.4.1 施行)。

### 期待効果

規制サンドボックス政策遂行企業の競争力強化に寄与。

### **(5) 審理終結保留申請 ('20. 1月施行)**

#### 推進背景

一方の当事者による有線審理終結保留申請(非公式運営)と審決保留により、手続きの公正性が毀損される問題を解消する必要がある。

### 主要内容

審理終結保留申請書の様式を導入し、両当事者の同意書を添付するようにし、審判官がこれにもとづき審理終結保留を決定する。

### 期待効果

審判手続きの公正性の確保。

## **(6) 審判事件説明会記録 (\*20.1月施行)**

### 推進背景

面談記録書とは異なり、技術説明会終了時には両当事者が署名して主要内容を記録に残す手続きがないため、手続きの透明性を向上させる必要がある。

\* 現行の技術・商標・デザイン説明会以後、審判官が作成した結果報告書は、両当事者の確認手続きのない内部報告書に過ぎないので、報告書内容の事実立証が困難。

### 主要内容

技術・商標・デザイン説明会記録書書式を新設。

- 説明会当日、争点を中心に簡略に記載し、審判官及び両当事者が確認、署名。

### 期待効果

手続きの透明性を確保し、紛争発生時の証明資料として活用可能。