

中小企業経営者のための 商標マニュアル

あなたのマークを「ブランド」に育てませんか？



はじめに

事業を始める際、経営者が先ず考えるのは、会社の名称としての商号とともに提供する製品・サービスに付ける商標です。商標は、良い製品・サービスとともに使用することによりその価値が高まること、そして商標の更新登録申請により永く権利を保有することが可能であることも広く理解されています。

しかし、新製品や新サービスに相応しいマークを考えたのに商標として登録することを忘れ、その結果他社が同一または類似の商標を使用しても文句がいないという事例も散見されます。

当センター（東京都知的財産総合センター）は、多くの中小企業の皆さんから知的財産に関する相談を受けていますが、特許に次いで相談件数が多いのが商標です。

特許制度と比較すると商標制度はシンプルですが、正しく使わないと一般名称化してしまうため、そうした点を十分理解して活用しなければなりません。

このため、当センターでは、中小企業の経営者の皆さんに気軽に読んでいただけるよう、なるべく分かり易く、そして事例を加えた“商標マニュアル”を作成しました。

当センターでは、“商標マニュアル”の他に“特許マニュアル”“著作権マニュアル”等も発行していますので、これらを活用して中小企業の持つ財産価値を更に高めていただければ幸いです。

東京都知的財産総合センター

1. 商標について

知的財産権と商標.....	1
商標ってなんですか？.....	3
商標登録のメリットは？.....	11

2. 商標の使用・出願前の準備

商標の使用・出願前の商標調査の必要性は？.....	15
商標の類否とは？.....	19

3. 商標登録について

日本で商標登録をするには？	23
登録できる商標とは？	27
日本で登録した商標は外国でも有効ですか？	29
商標の適正使用とは？	33

4. 中小企業のブランド戦略と権利活用

中小企業におけるブランドの役割は？	35
なぜネーミングが重要なのですか？	37
商標権侵害品への対応は？	39
商標権のライセンスとは？	41
他社から警告を受けたらどうすればいいですか？	43

資料：知的財産関連機関リスト	44
----------------	----

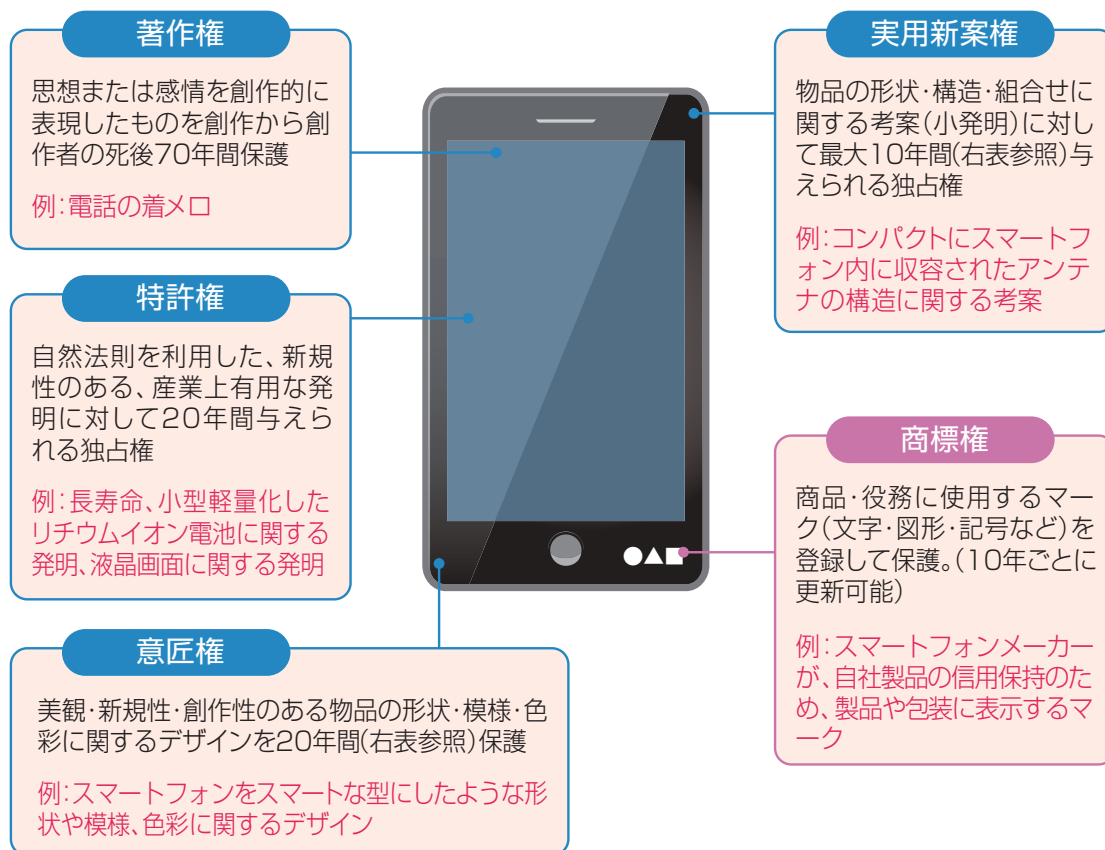
東京都知的財産総合センターの事業内容	45
--------------------	----

知的財産権と商標

「知的財産」とは、人間の創造活動により生み出されるものをいいます。そして、それらの創作者に一定期間の専有する権利を与えて保護する権利が「知的財産権」です。

具体的には、「特許権」・「実用新案権」・「意匠権」・「商標権」・「著作権」等をいいます。その中でも「商標権」は自社の商品や役務（サービス）に使用されるマークである「商標」を保護するための権利です。その「商標」は日常、テレビや広告の宣伝にて、身近なものとして親しみを感じるとともに重要性も痛感していると思います。そのため、「商標」を使う企業にとっては、自社のシンボルとして大きな価値を持つ営業上の強力なツールとなるのです。

スマートフォンの中の知的財産





例えば、せっかく自社で良い商品を開発し、販売も順調で知名度も上がっていたとしても、使用している「商標」を調査や権利化しておかないと、ある日突然、先に権利化した他社からそのマークの使用差止の警告があり、せっかく浸透していたマークの使用ができなくなってしまうということにもなりかねません。

従って、使用する商標は商標調査をして他社の類似商標が無いことを確認したら、一日でも早く登録することが必要です。

		種 別	対 象	権利期間	所 管
知的財産権	産業財産権	特許権	自然法則を利用した新規かつ高度な発明	出願から 20 年	特許庁
		実用新案権	物品の形状・構造・組み合わせに関する考案	出願から 10 年	
		意匠権	美感・独自性のある物品の形状・模様・色彩に関するデザイン	登録から 20 年 (2007.3.31 以前の出願については 15 年)	
		商標権	商品・サービスに使用するマーク	登録から 10 年 (登録更新可能)	
	著作権	著作権	思想又は感情を創作的に表現したものであり文芸・学術・美術・音楽の範囲に属するもの (コンピュータプログラムを含む)	創作した時から 著作者の死後 70 年 法人著作は公表後 70 年 (映画も公表後 70 年)	文化庁

商標ってなんですか？

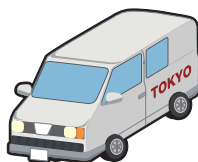
商標とは、自社の取り扱う商品や役務（サービス）を他社のものと区別するために使用するマーク（標識）のことです。また、そのマークは文字、図形、記号、立体的形状やこれらの結合、またはこれらと色彩との結合をなすものです。これらのマークに加えて、最近各国は音や輪郭のない色彩など「新しいタイプの商標」と呼ばれているマークについても保護を拡大する傾向で、日本も2015年に導入されました。

特許権や意匠権は権利者の保護が主な目的ですが、商標権は権利者だけでなく、商標が付いている商品や役務（サービス）を利用する消費者の保護も目的としています。例えば、他社が自社製品と同じマークの粗悪品を製造販売したとしたら、消費者が間違っってその粗悪品を購入してしまい、不利益を被るだけでなく、自社商品やブランドイメージも壊れてしまいます。このようなことを防ぐのが商標権です。

商標には、商品に使用するものと、役務（サービス）に使用するものがあります。また商標の構成から以下のように分けることができます。



商品：「菓子」



役務（サービス）：
「荷物の宅配」



役務（サービス）：
「洋服の小売・卸売」
(洋服の小売又は卸売の業務において
行なわれる顧客に対する便益の提供)

* 商標「TOKYO」は説明上の仮称です。

1 文字商標

文字のみの商標です。文字はひらがな、漢字、カタカナ、ローマ字、数字等により表されるもので、その文字が意味を有するか否かは問いません。

リコー

(登録第 637082 号)

Toshiba

(登録第 4614339 号)

SEKISUI

(登録第 4197157 号)



2 図形商標

図形のみから構成されている商標です。
文字商標も図案化されたものは図形商標とみなされる場合があります。



(登録第 3085606 号)



(登録第 3059254 号)

3 記号商標

のれん記号、文字を図案化しモノグラム化した記号、記号的な紋章です。



(登録第 98702 号)



(登録第 3089674 号)

4 立体商標

人物、動物等を立体化したものや商品の立体形状等があります。



(登録第 4157614 号)



(登録第 5225619 号)



(登録第 5674666 号)

5 結合商標

文字、図形、記号等を二つ以上を組み合わせた商標です。

Panasonic
ideas for life

(登録第 5580662 号)

TDK

(登録第 4782117 号)

NTT
Do Co Mo

(登録第 3154915 号)

6 「新しいタイプの商標」

日本でも2015年から以下の5つのタイプの商標を保護対象に追加することになりました。これらの商標はもともとは識別性がないことが多いため、原則として商標の継続的使用による識別性獲得を立証して登録性が判断されます。

出願方法や料金等は通常の出願と同じですが、願書に以下の記載や物件の添付が必要です。

- ・ 商標タイプの特定

5つの商標タイプから1つを選択して願書に項目の追加

例えば、【色彩のみからなる商標】を記載

- ・ 商標の詳細な説明

商標タイプと商標を特定するための説明

- ・ 物件の添付

「音商標」の場合には音源データの提出

新しいタイプの商標の出願方法 ～出願の際の注意事項及び様式～

商標の出願方法に関する注意事項と様式。図は、商標登録願の記入欄と、その欄に対する説明（注釈）を示している。

【書頭名】 商標登録願
 (【整理番号】)
 【提出日】 平成 年 月 日
 【あて先】 特許庁長官 殿
 【商標登録を受けようとする商標】

商標の願書への記載は、出願する商標のタイプに合わせて、図又は写真により（※音商標の場合は文字又は五線譜等により）記載します。

出願する商標のタイプに合わせて、
 【動き商標】、【ホログラム商標】、
 【色彩のみからなる商標】、
 【音商標】又は【位置商標】
 と記載します。

商標登録を受けようとする商標を特定するように、商標の詳細な説明を記載します（※音商標の場合は、記載は任意です。）。
 音商標については、商標法第5条第4項の物件として、その音をMP3形式で記録したCD-R又はDVD-Rを添付します。

【○○商標】
 【商標の詳細な説明】
 【指定商品又は指定役務並びに商品及び役務の区分】
 【第 類】
 【指定商品（指定役務）】
 【商標登録出願人】
 (【識別番号】)
 【住所又は居所】
 【氏名又は名称】
 【代表者】
 (【国籍】)
 【代理人】
 (【識別番号】)
 【住所又は居所】
 【氏名又は名称】
 (【手数料の表示】)
 (【手納台帳番号】)
 (【納付金額】)
 【提出物件の目録】
 【物件名】 商標法第5条第4項の物件 1

※ 又は 識別ラベル

出典：特許庁「新しいタイプの商標の保護制度について」

1. 「色彩のみからなる商標」

輪郭のない単色又は複数の色彩の組み合わせからなる商標。色彩は商品等の全面又は位置を特定することができます。

商標の詳細な説明で、色彩名、三原色（RGB）の配合率、色見本帳の番号、色彩の組み合わせ方（色彩を組合せた場合の各色の配置や割合等）、色彩を付する位置等を特定します。



第5930334号
第16類 消しゴム



【商標の詳細な説明】商標登録を受けようとする商標（以下「商標」という。）は、色彩の組合せからなる色彩のみからなる商標である。色彩の組合せとしては、青色（Pantone 293C）、白色（プロセスカラーの組合せ：C=0, M=0, Y=0, K=0）、黒色（プロセスカラーの組合せ：C=0, M=0, Y=0, K=100）であり、配色は、上から順に、青色、白色、黒色が商標の縦幅を3等分している。



第5933289号
第35類 各種小売業

【商標の詳細な説明】商標登録を受けようとする商標（以下「商標」という。）は、色彩の組合せのみからなるものである。色彩の組合せとしては、白色（プロセスカラーCMYKの組み合わせ：C0, M0, Y0, K0）、オレンジ色（プロセスカラーCMYKの組み合わせ：C0, M60, Y100, K0）、緑色（プロセスカラーCMYKの組み合わせ：C100, M0, Y100, K0）、赤色（プロセスカラーCMYKの組み合わせ：C0, M100, Y100, K0）であり、配色は、上から順に、白色が商標の13.125パーセント、同じくオレンジ色12.5パーセント、白色13.125パーセント、緑色22.5パーセント、白色13.125パーセント、赤色12.5パーセント、白色13.125パーセントとなっている。

2. 「音商標」

CMなどに使われるサウンドロゴやパソコンの起動音などのように、音楽、音声、自然音等からなる商標で、聴覚で認識される商標。

五線譜又は文章の記載と音源データの提出で音商標を特定します。

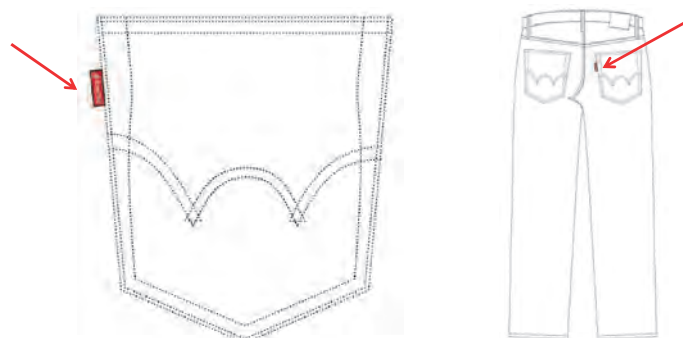


第5804299号
第 5類
薬剤(農薬に当たるものを除く。)

3. 「位置商標」

図形等の商標であって、商品等に付す位置が特定される商標。

商標とその商標を商品に付す位置を記載した図又は写真と商標の詳細な説明で位置商標を特定します。商品の形状は破線で記載されることが多いです。



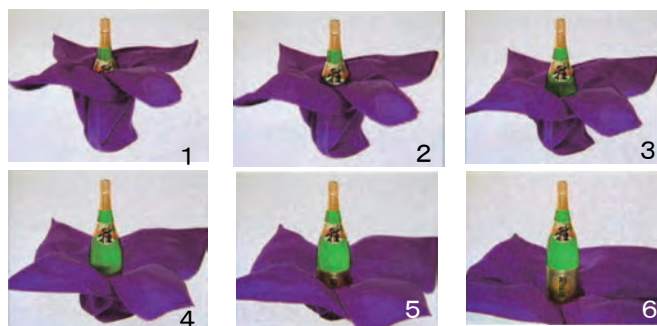
第5807881号
第25類 ズボン、長ズボン、半ズボン、ジョギングパンツ、スウェットパンツ…
【商標の詳細な説明】

商標登録を受けようとする商標(以下「商標」という。)は、標章を付する位置が特定された位置商標であり、ズボンの後ろポケットの左上方に付され、「EDWIN」の欧文文字が表された赤い長方形のタブ図形からなる。なお、ポケット及びタブ図形のための記載は、当該位置に付された標章を明示するための部分拡大図である。また、破線は、商品の形状の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではない。

4. 「動き商標」

テレビやコンピューター画面等に映し出される文字や図形等が時間の経過に伴って変化する商標。

指示線や符号などを記載した図又は写真と商標の詳細な説明で動き商標の変化の前後の状況を特定します。



第5804568号

第33類 日本酒, 洋酒, 果実酒, 酎ハイ, 中国酒, 薬味酒

【商標の詳細な説明】

商標登録を受けようとする商標(以下「商標」という。)は、時間の経過に伴う標章の変化の状態を示す6枚の図からなる動き商標である。なお、各図の右下隅に表示されている番号は、図の順番を表したものであり、商標を構成する要素ではない。瓶を包んでいた紫の風呂敷が、四隅から広がり始め、瓶の上部が現れている状態からほぼ開き終わって瓶のほぼ全体が現れる状態までの動きである。図1は、風呂敷が広がり始め、瓶の上部約1/4が…この動き商標は、全体として約2秒間である。

5. 「ホログラム商標」

文字や図形等が、見る角度によって変化して見えるホログラフィーその他の方法により変化する商標。

図又は写真と商標の詳細な説明でホログラム商標の変化の前後を特定します。



第5804315号

第36類 ギフトカードの発行及びこれに関する情報の提供

【商標の詳細な説明】

商標登録を受けようとする商標は、見る角度により表示される色彩が変わるホログラム商標である。なお、各図の右下隅に表示されている番号は、図の順番を表したものであり、商標を構成する要素ではない。正面から見たときは図1に示すとおり、傾けた角度によっては図2に示すとおりである

コラム

商標制度と似た制度

① 商 号

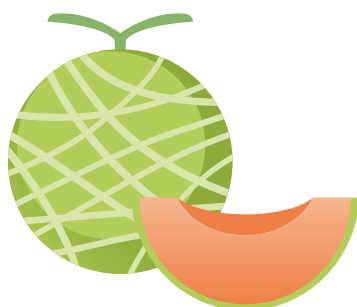
会社名のように営業上自己を表示するための名称を「商号」と言い、法務局が管轄しています。一方「商標」は商品や役務（サービス）に付けられるマーク（標識）で特許庁が管轄しています。「商号」と「商標」とは関係が深く間違いやすいので以下の対比表を参考にしてください。

	商 標	商 号
事 例	SONY TOSHIBA	ソニー株式会社 株式会社東芝
保 護 法	商標法	商法
機 能	商品・役務（サービス）の識別標識	会社の識別標識
構 成	文字・図形・記号等で構成	文字で構成
保護期間	登録から 10 年（更新可）	無期限
権利の及ぶ範囲	日本全国	同一番地

② 地理的表示

農産物や食品について品質、社会的評価や特性が産地と結びついている産品の名称を「地理的表示（GI）」と言い、世界約 100 か国で保護されています。日本でも農林水産省が 2015 年から登録制度を導入したり、国税庁が指定したりして保護が図られています。

・農林水産省が登録した例



「夕張メロン」

・国税庁が指定した例



「日本酒」

③ 種苗法

花や農産物等の新品種の創作を奨励する法律で、新品種が登録されると種子、苗木やその収穫物などの生産、販売や輸出などを原則 25 年間独占することができます（育成者権）。日本では農林水産省が管轄しており、海外においても植物の新品種の保護に関する国際条約や各国法で保護されています。

種苗登録する名称と関連する商品・役務について商標登録する商標とが同一または類似する場合には、先に出願された方のみが登録され他方は登録されません。

・ 種苗登録された品種の例



品種登録名：「福岡S6号」、農林水産植物の種類：「いちご属」

* 「あまおう」（登録商標）の名で販売されています。

コラム

商標の3大機能とは？

① 出所を表示する機能

同一商標の商品や役務（サービス）はいつも同じ生産者、販売者や提供者によるものであることを示す機能です。消費者はその商標を認識し、他社のものと区別して購入します。

② 品質の保証機能

同一商標の商品や役務（サービス）は、いつも一定の品質を備えているという信頼を保証する機能です。消費者はその商標を見て品質を判断し、安心して購入できるのです。

③ 広告宣伝機能

広告や宣伝に使用することにより、その企業の商品や役務（サービス）であることを消費者に伝え、購買、利用することを喚起させる機能です。宣伝にて商標を見た消費者は既利用者だけでなく、新規の消費者も開拓していきます。

これらの機能は、商標を使用すればするほど、増大していきます。

商標登録のメリットは？

商品などに新商標を採用してもその商標が浸透してリピーターが出るまでには、販促や営業活動の継続など時間がかかります。

商標は使用の継続によりその価値や機能をアップして、やがて「ブランド」へと成長していきます。

この成長のプロセスと将来の継続をしっかり保護してくれるのが商標権です。

商標権は商標登録することにより発生します。

1 その商標を自社だけで使うことができます

商標を登録しておけば自社だけがその商標の使用を独占することができます。この優位な立場を利用してマーケティングが可能となります。

2 強力な権利で保護されます

自社で登録した商標と同じような商標を他社が同じような商品や役務（サービス）に使用した場合は、いろいろな法的救済を受けることができます。例えば、差止請求権で使用を中止させたり、損害賠償請求権で被った被害の賠償を請求することができます。

また、商標権は全く同じものではなくても類似しているものにまで及びますので、強力な権利といえます。

3 商標権は更新できる権利です

商標権の存続期間は10年ですが、申請することにより何度でも更新することができます。従って、半永久的に商標が保護されます。





4 財産権として活用できます

商標権も財産です。土地等と同じように売買もできます。また、建物の賃貸と同じように商標の使用を一定の対価（ロイヤリティ）を得て他社に許諾（ライセンス）することもできます。

5 登録表示ができるようになります

商標を登録すると、登録表示（各国ごとに決められており日本では「登録商標」の文字及びその登録番号）ができるようになります。登録表示をしておけば、他社はむやみに同じような商標を使わなくなるでしょうから、他社に対するけん制にもなります。

ただし、例えば以下の場合は虚偽表示になるので注意して下さい。

- ・ 出願中の商標に登録表示をする
- ・ 外国の販売国では商標登録されていないのに登録表示をする



6 もし商標登録をしていなかったら…

商標は特許とは違い、例えば他社出願が自社商品販売後であっても原則として登録されます。又、先使用の主張も他社出願の出願日時点で自社商標が周知となることが条件となるため主張は難しいです。

このように商標登録をしておかないと、せっかく育ててきた商標が後日出願された他社商標登録により使用の継続を断念しなければならなくなることがあります。

従って商標登録することをお勧めします。

コラム

「地域団体商標」とは？

各地で地方の独自性を生かした特産品が作られていますが、こうした特産品に使われる「地域ブランド」のうち、「地域名」と「商品名」を組み合わせた商標は、「夕張メロン」や「西陣織」など全国的に有名な商品等を除き、商標登録が認められていませんでした。

しかし、2006 年から「地域団体商標」が導入され、「地域名」と「商品名」を組み合わせた商標でも以下の要件を満たせば登録が認められることになりました。

現在、約 600 件が「地域団体商標」として登録されており、東京都内からは約 20 件が登録されています。

- ・ 事業協同組合等の特別の法律により設立された組合、商工会、商工会議所、NPO 法人（特定非営利活動法人）並びにこれらに相当する外国の法人による出願であること
- ・ 出願された商標が一定の地域で周知となっていること

江戸切子（えどきりこ）

商標登録

第5085277号

商 標

江戸切子

権 利 者

江戸切子協同組合

指定商品又は指定役務

東京地方に由来する製法により東京都江東区・

墨田区・葛飾区・江戸川区及びその周辺で生産されたガラス製の徳利・盃・皿・グラスなど、東京都江東区・墨田区・葛飾区・江戸川区及びその周辺で行われる東京地方に由来するガラスの加工



稲城の梨（いなぎのなし）

商標登録 第5002134号

商 標

稲城の梨

権 利 者

東京南農業協同組合

指定商品又は指定役務

稲城産の梨



出典：特許庁・地域団体商標制度について

コラム

「®」表示とは？

「®」表示やよく見かける表示を以下にまとめてみました。

「®」表示（Registered Trade Mark）

登録商標に「®」表示を付記したものをよく見かけますが、「®」表示は日本では法律上の登録表示ではなく海外を中心に慣用されている表示です。

「TM」表示（Trade Mark）

付記した商標の出願有無や登録有無は問わずに使用者が商標として認識している場合に表示されます。

「©」表示（Copyright）

著作権表示で権利者名と発行年と共に表示されることが多いですが、権利主張や保護上必ずしも不可欠な表示ではなく、権利宣言のような意味で使用されています。

商標の使用・出願前の商標調査の必要性は？

1 商標調査の必要性

商標は、自社の商品や役務（サービス）を他社のものと区別するために使用するマーク（標識）です。他社の同一または類似の商標がすでに権利化されていれば、他社の商標権の侵害になってしまう可能性もありますし、せっかく出願しても登録できないでしょう。

そこで、商標の使用開始や出願する場合は、必ず事前に商標調査をしてください。また、その商品を外国で製造販売をしようとする場合は、当該国の調査もする必要があります。

2 商標調査の準備

商標調査を開始する前に、ネーミング案と共に、商標を使用予定の商品や役務（サービス）が「商品・役務国際分類表」のどの分類（以下「区分」という）や類似群に入るかどうかを特許庁編「類似商品・役務審査基準」（国際分類対応）で調べておきます。

<http://www.jpo.go.jp/seido/shohyo/seido/kijun/kijun/index.html>

3 国内商標調査

特許庁関連団体の特許情報プラットフォーム「J-Plat Pat」を使って商標の検索をします。これにより商標に関するさまざまな検索が可能です。使い方は当センターに相談されるか、または当センターで定期的に行っている特許情報調査セミナー（商標検索編）がお勧めです。このセミナーでは各自パソコンを操作しながら使い方を説明しています。



・ J-PlatPat（特許情報プラットフォーム）
<https://www.j-platpat.inpit.go.jp/>

出典：（独法）工業所有権情報・研修館「特許情報プラットフォームの紹介」



・主な検索メニュー

1. 称呼検索

文字を含む商標を「称呼」（読み方）と「区分」または「類似群コード」を指定して検索。また観念（意味）上類似する商標を調査する場合は「称呼」欄に観念を入力します。

2. 商標出願・登録情報検索

商標の形態（漢字とかアルファベットとか）を指定して検索

その他の書誌的事項（出願人、出願日、代理人など約 20 項目）や「新しいタイプの商標」の商標タイプを指定して検索

3. 図形商標検索

図形を含む商標を「ウィーン図形分類」と区分または類似群コードを指定して検索

4. 番号照会

商標に関する番号（出願、登録等）から調べたい場合

5. 商品・役務名リスト

商品・役務（サービス）名から区分や類似群コードを調べたい場合



*当センターでは定期的の特許情報調査セミナーを開催しています。
ホームページ(<http://www.tokyo-kosha.or.jp/chizai/>)をご覧ください。

「類似商品・役務審査基準」(国際分類対応)

第33類

区分

泡盛, 合成清酒, 焼酎, 白酒, 清酒, 直し, みりん, 洋酒, 果実酒, 酎ハイ, 中国酒, 薬味酒

指定商品

類似群コード

泡盛 合成清酒 焼酎
白酒 清酒 直し みりん

28A01

指定商品

類似群コード

洋酒 果実酒 酎ハイ

28A02

[第32類]

- 1 洋酒
ウイスキー ウォッカ ジン ブランデー
ラム リキュール
- 2 果実酒
いちご酒 梨酒 ぶどう酒 りんご酒
- 3 酎ハイ

中国酒

28A03

ウチャピーチュー カオリヤンチュー
パイカル ラオチュー

薬味酒

28A04

梅酒 はちみつ酒 保命酒 松葉酒 まむし酒
(備考)「薬味酒」は、第5類の「薬用酒」に類似と推定する。

第45類

区分

金庫の貸与, ファッション情報の提供, 結婚又は交際を希望する者への異性の紹介, 婚礼(結婚披露を含む。)のための施設の提供, 葬儀の執行, 墓地又は納骨堂の提供, 工業所有権に関する手続きの代理又は鑑定その他の事務, 訴訟事件その他に関する法律事務, 登記又は供託に関する手続きの代理, 著作権の利用に関する契約の代理又は媒介, 社会保険に関する手続きの代理, 施設の警備, 身辺の警備, 個人の身元又は行動に関する調査, 占い, 身の上相談, 愛玩動物の世話, 乳幼児の保育(施設において提供されるものを除く。), 家事の代行, 衣服の貸与, 祭壇の貸与, 火災報知機の貸与, 消火器の貸与, 装身具の貸与

指定役務

類似群コード

金庫の貸与

39L08

ファッション情報の提供

42G03

結婚又は交際を希望する者への異性の紹介

42H01

婚礼(結婚披露を含む。)のための施設の提供

42H02

葬儀の執行

42J01

墓地又は納骨堂の提供

42J02

「商品・役務国際分類表」（分類タイトル）

（商標法施行令第2条別表）

商 品	第1類	工業用、科学用又は農業用の化学品
	第2類	塗料、着色料及び腐食の防止用の調製品
	第3類	洗淨剤及び化粧品
	第4類	工業用油、工業用油脂、燃料及び光剤
	第5類	薬剤
	第6類	卑金属及びその製品
	第7類	加工機械、原動機（陸上の乗物用のものを除く。）その他の機械
	第8類	手動工具
	第9類	科学用、航海用、測量用、写真用、音響用、映像用、計量用、信号用、検査用、救命用、教育用、計算用又は情報処理用の機械器具、光学式の機械器具及び電気の伝導用、電気回路の開閉用、変圧用、蓄電用、電圧調整用又は電気制御用の機械器具
	第10類	医療用機械器具及び医療用品
	第11類	照明用、加熱用、蒸気発生用、調理用、冷却用、乾燥用、換気用、給水用又は衛生用の装置
	第12類	乗物その他移動用の装置
	第13類	火器及び火工品
	第14類	貴金属、貴金属製品であって他の類には属さないもの、宝飾品及び時計
	第15類	楽器
	第16類	紙、紙製品及び事務用品
	第17類	電気絶縁用、断熱用又は防音用の材料及び材料用のプラスチック
	第18類	革及びその模造品、旅行用品並びに馬具
	第19類	金属製でない建築材料
	第20類	家具及びプラスチック製品であって他の類に属さないもの
	第21類	家庭用又は台所用の手動式の器具、化粧用具、ガラス製品及び磁器製品
	第22類	ロープ製品、帆布製品、詰物用の材料及び織物用の原料繊維
	第23類	織物用の糸
	第24類	織物及び家庭用の織物製カバー
	第25類	被服及び履物
	第26類	裁縫用品
	第27類	床敷物及び織物製でない壁掛け
	第28類	がん具、遊戯用具及び運動用具
	第29類	動物性の食品及び加工した野菜その他の食用園芸作物
	第30類	加工した植物性の食品（他の類に属するものを除く。）及び調味料
	第31類	加工していない陸産物、生きている動植物及び飼料
	第32類	アルコールを含有しない飲料及びビール
	第33類	ビールを除くアルコール飲料
	第34類	たばこ、喫煙用具及びマッチ
役 務 （ サ ー ビ ス ）	第35類	広告、事業の管理又は運営及び事務処理及び小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供
	第36類	金融、保険及び不動産の取引
	第37類	建設、設置工事及び修理
	第38類	電気通信
	第39類	輸送、こん包及び保管並びに旅行の手配
	第40類	物品の加工その他の処理
	第41類	教育、訓練、娯楽、スポーツ及び文化活動
	第42類	科学技術又は産業に関する調査研究及び設計並びに電子計算機又はソフトウェアの設計及び開発
	第43類	飲食物の提供及び宿泊施設の提供
	第44類	医療、動物の治療、人又は動物に関する衛生及び美容並びに農業、園芸又は林業に係る役務
	第45類	冠婚葬祭に係る役務その他の個人の需要に応じて提供する役務（他の類に属するものを除く。）、警備及び法律事務

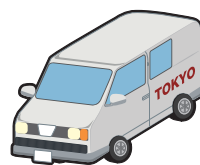
商標の類否とは？

商標が類似しているか否かは、商標をある商品や役務（サービス）に使用した場合に商品や役務（サービス）の出所について、混同してしまう恐れがあるかどうかにより判断されます。

1 指定商品や役務（サービス）が類似するか？

まず、指定商品または役務（サービス）が類似しているかどうかを判断してください。それには特許庁編「類似商品・役務審査基準」(国際分類対応)で確認することが必要です。

<http://www.jpo.go.jp/seido/shohyo/seido/kijun/kijun/index.html>



商品：「菓子」と 役務（サービス）：
「荷物の宅配」

* 商標「TOKYO」は説明上の仮称です。

2 商標が類似するか？

次に商標自体の類否を判断します。判断する要素としては、商標の「称呼」（読み）、「観念」（意味）、「外観」（見てくれ）の3つがあります。商標が使用される商品や役務（サービス）の主な使用者や取引の状況、実情も併せて総合的に判断する必要があります。特許庁編「商標審査基準」を参照してください。

<http://www.jpo.go.jp/seido/shohyo/seido/kijun/kijun/index.html>

例）商標「APPLE」（指定商品：革靴）とネーミング案との類否

●：類似 ×非類似

	類否	観点	ネーミング案	商 品		
				同一（革靴）	類似（スニーカー）	非類似（かばん）
商 標	同一		APPLE	●	●	×
	類似	称 呼 (読み)	アップル	●	●	×
			あっぷる	●	●	×
			林 檎	●	●	×
		観 念 (意味)	りんご	●	●	×
				●	●	×
		外 観 (見てくれ)	APPLF	●	●	×
			APPIE	●	●	×
	非類似		BAPPLE	×	×	×

* 説明上の架空事例で特許庁などの判断を示したものではありません。



以下に実務上多い称呼伦似について代表的な判断基準などを紹介します。

3 称呼伦似と判断される場合

各例に付記した理由で称呼伦似と判断される可能性が高い代表例です
(他の理由で非類似と判断される場合もあります)。

・ 1 音が相違する場合

「セ <u>レ</u> ニティ」	と「セ <u>リ</u> ティ」	* 相違音の母音共通
「ビス <u>カ</u> リン」	と「ビス <u>コ</u> リン」	* 相違音が同一行で母音近似
「ビュ <u>ー</u> プレックス」	と「ビュ <u>ー</u> フレックス」	* 相違音が清音・濁音・半濁音の差
「モガ <u>レ</u> マン」	と「モガ <u>レ</u> マン」	* 長音の有無
「コ <u>レ</u> クシット」	と「コ <u>レ</u> クシト」	* 促音の有無
「コ <u>ロ</u> ネート」	と「コ <u>ロ</u> ネット」	* 相違音が長音と促音の差
「ダ <u>ン</u> ネル」	と「ダ <u>イ</u> ネル」	* 相違音がともに弱音
「デ <u>ン</u> トレックス」	と「デ <u>ン</u> トレック」	* 弱音の有無
「サイ <u>バ</u> トロン」	と「サイ <u>モ</u> トロン」	* 中間音の相違（長い称呼）
「シャ <u>ボ</u> ネット」	と「サ <u>ボ</u> ネット」	* 相違音が拗音と直音の差

4 振り仮名を付した文字商標の場合

1. 2以上の自然の称呼を有する文字商標は、一方を振り仮名として付した場合であっても、他の一方の自然の呼称も生じるので類似と判断されます。

(例)「白^{ハク}梅^{バイ}」と「しらうめ」

2. 自然の称呼を振り仮名として付した場合は、「リュウデンセン」のような不自然な呼称は生じないので非類似と判断されます。

(例)「竜^{タツ}田^タ川^{ガワ}」と「りゅうでんせん」

5 結合商標の場合

文字を二つ以上組み合わせた結合商標の類否は、その結合の強弱の程度を考慮して判断します。ただし、著しく異なった外観、称呼または観念を生ずることが明らかな場合はこの限りではありません。

1. 形容詞的文字と他の文字との結合した商標は、原則として形容詞的文字を除いた部分からなる商標と類似すると判断されます。

(例)「スーパーライオン」と「ライオン」

2. 大小のある文字からなる商標は、原則として大きさの相違するそれぞれの部分からなる商標と類似すると判断されます。

(例)「サンムーン」と「サン」または「ムーン」

3. 著しく離れた文字からなる商標は、原則として離れたそれぞれの部分のみからなる商標と類似すると判断されます。

(例)「鶴亀 万寿」と「鶴亀」または「万寿」

-
4. 称呼が長い場合、原則として簡略化される可能性のある部分のみからなる商標と類似すると判断されます。

（例）「cherryblossomboy」と「チェリーブラッサム」

5. 指定商品または指定役務について慣用される文字と他の文字とを結合した商標は、慣用される文字を除いた部分からなる商標と類似すると判断されます。

（例）清酒について「菊正宗」と「菊」

6. 指定商品または指定役務について消費者に広く認識された他社の商標と他の文字または図形等と結合した商標は、その外観構成がまとまりよく一体に表されているものまたは観念上のつながりがあるものを含め、原則として他人の商標と類似すると判断されます。

（例）かばん類について「PAOLOGUCCI」と「GUCCI」

7. 商号商標（商号の略称も含む）は「株式会社」などの種別部分を除外して商標の類否が判断されます。

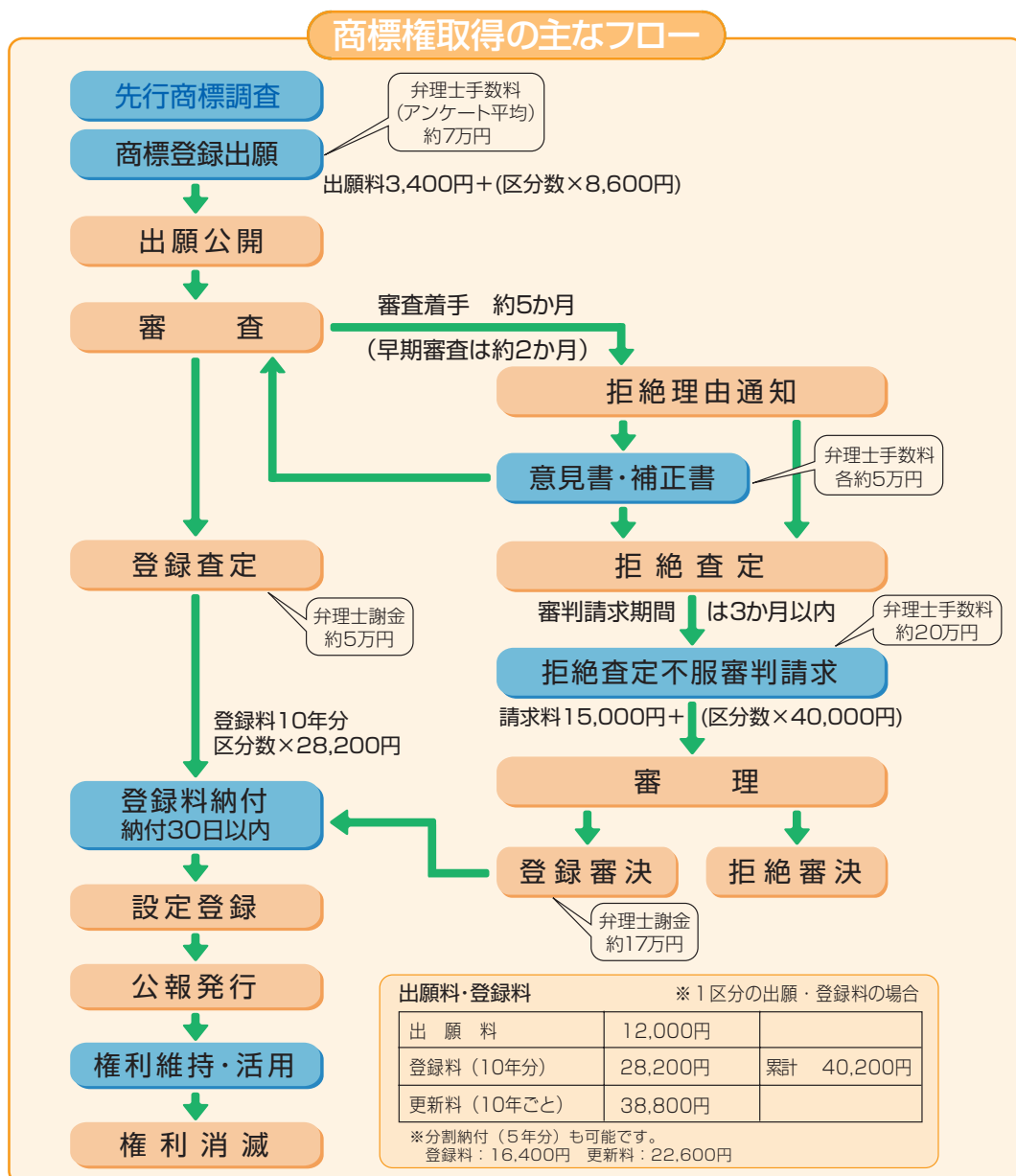
（例）「ソニー株式会社」と「ソニー」

参考：特許庁商標審査基準他

日本で商標登録をするには？

1 出願審査の流れ

商標は特許庁に出願をします。商標制度では、特許のような審査請求制度はありませんので出願されたもの全てが審査され、拒絶理由のないものは、登録査定されます。その後、登録料を納付することにより商標登録されます。商標権の存続期間は、登録の日から10年（分割納付の場合は5年）で終了しますが、更新登録の申請によって何回でも更新することができます。



注: 特許庁費用: 2018年4月1日現在のものです。変更されている場合もありますので事前に確認して下さい。
弁理士手数料 (日本弁理士会アンケート結果): 弁理士によって異なりますので、事前に確認して下さい。



* 記載は全角文字（数字や記号も含む）を使用してください

「商標登録願」の記入例

特 許 印 紙	(円)	出願料は区分（類）の数により変動します。	出願人が、自己の他の出願と区別することができるように任意のローマ字（大文字）・数字・「-」（10文字以内）で記載します。同時に2以上の出願をするときには、必ず記載します。
【書類名】	商標登録願		
【整理番号】	TM2014-001		
（【提出日】	平成〇〇年〇〇月〇〇日）		
【あて先】	特許庁長官 殿		
【商標登録を受けようとする商標】			
		商標記載欄の大きさは、8cm平方です。ただし、特に必要があるときには、15cm平方までの大きさとすることができます。	
		貼り付けて記載するときは、商標記載欄を表す枠線は記載しないでください。	
		標準文字の場合は【標準文字】、立体商標の場合は【立体商標】の欄を追加します。	
【指定商品又は指定役務並びに商品及び役務の区分】			
【第25類】		指定商品（指定役務）はコンマ（,）で区切ります。	
【指定商品（指定役務）】		洋服、コート、下着	
【第26類】			
【指定商品（指定役務）】		刺しゅうレース生地	
【商標登録出願人】			
（【識別番号】）		900045123	
【住所又は居所】		東京都千代田区霞ヶ関3-4-3	
【氏名又は名称】		株式会社トレードマーク	
（【代表者】）		商標 五郎 ⊕ 又は 識別ラベル	
（【国籍】）		外国人の場合は記載します。ただし、【住所又は居所】の欄に記載した国と同一の場合は【国籍】の欄は不要です。	
（【電話番号】）		03-3581-1101	
（【提出物件の目録】）		なるべく記載します。	
（【物件名】）		出願時に商品（役務）の説明書又は各種証明書等の提出が必要な場合に添付します。	

※丸かっこ（【 】）の欄に記載したときは、丸かっこ（ ）を削除してください。記載しないときは（【 】）の欄は不要です（削除してください）。

2 我が国の商標制度の特色

1. 登録主義

商標は特許庁で登録されて、初めて権利が発生します。一方、アメリカ等では使用することにより権利が発生する使用主義をとっています。我が国の場合も、一定期間使用していなければ取り消されるとされていますので、使用主義の考え方も一部に取り入れていると言えます。

2. 先願主義

先に出願された、一つの登録のみが認められます。同日に出願があった場合には、協議をし、それでも決まらない場合は、くじびきで決めます。

3. 一商標一出願

出願は、政令で定める商品や役務（サービス）の区分に従って、一または二以上の商品や役務（サービス）を指定して、商標ごとにしなければなりません。

4. 審査主義

出願された商標は、特許庁の審査官により審査を受けた上で登録されます。

5. 審判制度

出願した商標が拒絶査定になり、それに対し不服がある場合や登録無効や取消手続は審判で行なわれます。

3 用語や手続き

1. 先行商標調査

特許庁関連団体の特許情報プラットフォーム「J-Plat Pat」などを使って先行し出願・登録された商標を調査します。

2. 商標登録出願

登録したい商標を記載した願書を特許庁に提出します。

3. 出願公開

商標登録出願があったときは公開されます。

4. 審査

審査官は出願された商標を登録すべきか、拒絶すべきかを審査します。意見書・補正書の内容も吟味します。

5. 拒絶理由通知

出願された商標が登録要件を満たしていないと判断される場合には、「拒絶理由通知書」が送付されます。

6. 意見書・補正書

「拒絶理由通知書」に対して「意見書」や「補正書」を指定期間内に提出して問題の解消を図ります。

7. 登録査定

審査において拒絶理由がなかった場合や意見書や補正書を検討した結果、拒絶理由が解消されていれば、「登録査定謄本」が送付されます。謄本の送達日から 30 日以内に 10 年又は 5 年（分割納付の場合）分の登録料を納付します。

8. 拒絶査定

意見書や補正書によっても拒絶理由が解消されない場合は、拒絶査定を行い、「拒絶査定謄本」が送付されます。

9. 拒絶査定不服審判請求

拒絶査定に対して不服であれば査定の送達があった日から 3 か月以内に審判を請求することができます。

10. 設定登録

登録査定がされた後、所定の期間内に登録料を払うと正式に設定登録となり、商標権が発生します。

11. 商標公報発行

商標権の保護対象となった出願は、「商標公報」に掲載され公開されます。

12. 権利維持

商標権の存続期間は、設定登録の日から 10 年（分割納付の場合は 5 年）をもって終了しますが、更新登録の申請によって何度でも更新することができます。また申請時に不必要な指定商品などは区分単位で減らすこともできます。



登録できる商標とは？

商標はなんでも登録される訳ではありません。

登録されるためには出願された商標が以下の各項目に該当しない商標であることが要求されます。

1 自他商品を識別できない商標

1. 商品や役務の一般的名称（略称、俗称、別称、通称等も含まれます。）を普通に用いられる方法で表示する商標
(例) 自動車について——「自動車」や「CAR」
アルミニウムについて——「アルミ」
しょうゆについて——「紫」
2. 商品や役務について慣用されている商標
(例) 清酒について——「正宗」
宿泊施設の提供について——「観光ホテル」
3. 商品や役務の産地、販売地、品質、原材料、効能、用途、数量、形状、価格等を普通に用いられる方法で表示する商標
(例) ワインについて——「フランス」
洗濯について——「ドライクリーニング」
4. ありふれた氏または名称を普通に用いられる方法で表示する商標
(例) 「山田」や「SATOU」
5. 極めて簡単でかつありふれた商標
(例) 「仮名又はローマ字の一文字」や「ありふれた輪郭（○）」
6. 需要者が何人かの業務に係る商品や役務であることを認識することができない商標



2 公益に反する商標

1. 日本や外国の国旗、菊花紋章、勲章、褒章と同一または類似の商標
2. 国際連合等の標章、パリ条約同盟国の紋章と同一又は類似の商標
3. 公の秩序または善良の風俗を害するおそれのある商標

3 他人の商標と紛らわしい商標等

1. 先行する他社の商標と同一又は類似する商標
2. 他人の肖像または氏名や名称、著名な芸名、筆名等を含む商標
3. 種苗法により品種登録を受けた名称と同一又は類似する商標

【注意】 これらは代表的な例です。

日本で登録した商標は外国でも有効ですか？

1 外国商標の取得方法

商標権は特許権などと同じく各国ごとに有効です。

また商標は特許や意匠とは違い、商品販売後であってもその国に登録をしていなかったら、他社であっても登録が可能で、また先使用主張も相手の出願日時点でその国における商標の周知性が要求されるなどとてもハードルが高いです。

このように、例え日本で商標登録がされていたとしても、外国でもその商標が問題なく使用や登録ができることを保証するものではありません。

外国においても商標調査をしておかないと、他社商標権を侵害して商品販売中止など思わぬ事業リスクや無駄な出願となることがあります。

外国に商標出願をするには各国ごとに直接出願をする方法と以下のようなマドプロや欧州連合商標などの国際出願などを利用する方法とがあります。商標も外国出願の際にパリ条約に基づく優先権主張は可能ですが、主張期間は日本出願から6か月以内で、特許の12か月と比べると期間が短いので注意してください。

また外国では日本のような包括的な指定商品（例えば、被服）の記載を認める国は少なく具体的な個別商品名（例えば、セーター、ワイシャツ）での指定商品の記載が必要です。マドプロを利用して国際出願をする場合にも同じです。外国（特に米国や中国など）へ出願をする際には権利化をしたい具体的な個別商品のリストと共にその用途や一般名称などがわかるカタログやホームページなどを基に指定商品の記載方法などを代理人と打ち合わせをされることをお勧めします。





2 各国の商標制度概要

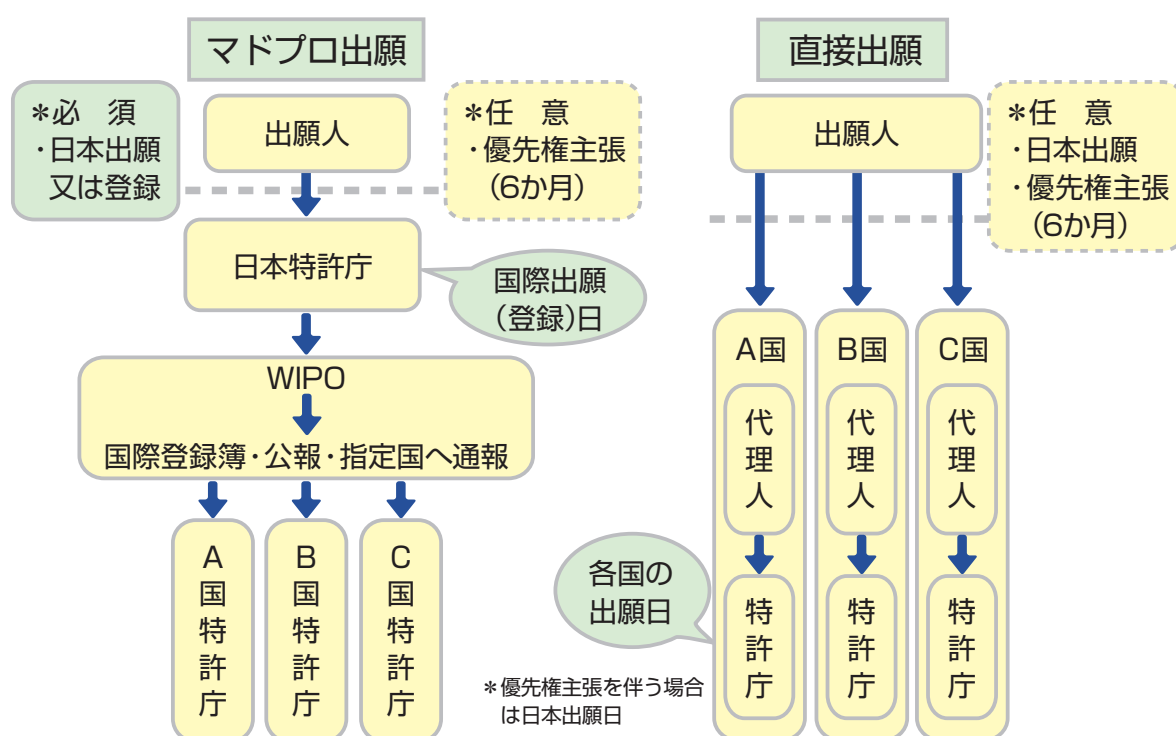
商標制度は各国で違いがあり、また商標の類否判断は各国の言語や文化などの違いにより影響を受ける場合がありますので代理人などに相談されることをお勧めします。

	権利期間	マドプロ加盟有無 (○有 ×無)	その他
日本	登録日から 10 年	○	
中国	登録日から 10 年	○	
韓国	登録日から 10 年	○	
台湾	登録日から 10 年	×	
香港	出願日から 10 年	×	
ベトナム	出願日から 10 年	○	
欧州連合商標 (EUTM)	出願日から 10 年	○	他社商標との類否は異議 申立てがあったら審査
ドイツ	出願日から 10 年	○	他社商標との類否は異議 申立てがあったら審査
フランス	出願日から 10 年	○	他社商標との類否は異議 申立てがあったら審査
アメリカ	登録日から 10 年	○	商標先使用主義。商標の 使用証明の提出要

3 マドプロ

「マドプロ」は「標章の国際登録に関するマドリッド協定に関する 1989 年 6 月 27 日にマドリッドで採択された議定書 (protocol)」の通称で、約 100 か国が加盟しています。国際事務局は WIPO (世界知的所有権機関、スイス・ジュネーブ) です。特徴は以下です。

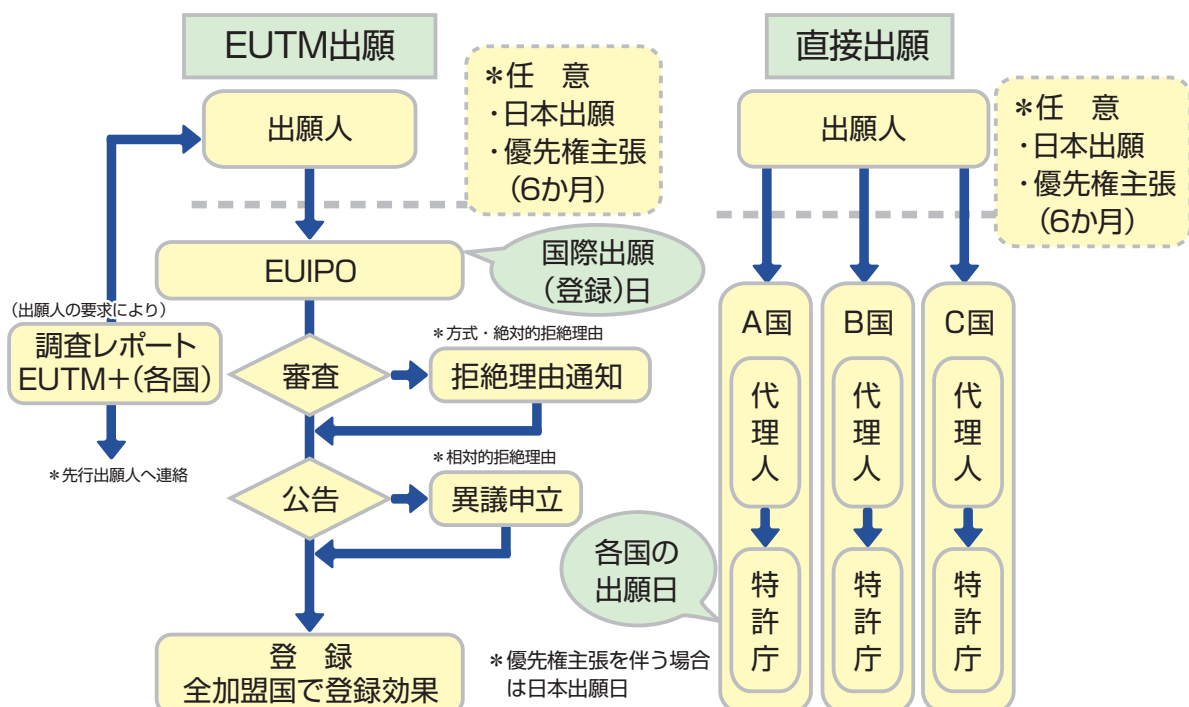
- ・ 日本出願又は登録を基礎として日本特許庁に国際出願をすれば、各国ごとの出願手続き、翻訳や現地代理人が不要となり手続きの簡素化や経費削減（出願国の選択は可能、書類や通信は英語）
- ・ 権利は単一で、登録後の更新や名義変更などは WIPO に手続きをするのみ
- ・ 国際出願後でも指定国や区分・指定商品の追加（拡張）が可能
- ・ 審査国での審査期間が 12 又は 18 か月以内と保障される
- ・ 国際出願の商標は日本出願の商標と同一書体で、指定商品も日本出願の指定商品に含まれるものしか認められないため、国際出願を前提とした日本出願の見直しが必要となる
- ・ 日本出願が登録とはならなかったり、登録後5年までに無効となると国際出願も無効となる従属性（セントラルアタック）があるので、日本出願の際には確実に登録となるように商標調査や出願方法には注意が必要。国際出願は各国直接出願に移行も可能だが費用が高額となることもある
- ・ 米国やフィリピンにおける使用宣誓書のように WIPO ではなく直接現地特許庁に提出しなければならない手続きもある



4 欧州連合商標（EUTM（旧 CTM））

欧州連合（EU）が制定した欧州共同体域内の商標登録制度で、欧州連合知的財産庁（EUIPO（旧 OHIM）、スペイン・アリカンテ）が運用しています。日本など EU 非加盟国でも利用することができます。特徴は以下です。

- ・ 1 件の出願で EU 加盟 28 か国を一括保護ができ、各国ごとへの出願手続き、翻訳や現地代理人も不要となり手続きの簡素化、経費削減（出願国の選択は不可）
- ・ 権利は単一で登録後の更新や名義変更などは EUIPO に手続きをするのみ
- ・ 加盟国 1 か国での商標使用があれば例え他の加盟国で商標が不使用でも不使用取消を免れる
- ・ 加盟国が出願後に増えた場合にも原則として自動拡張
- ・ 加盟国全域における登録性が要求されるため、例えばマイナーな言語では識別性がない、ある 1 か国では類似商標登録が存在することで出願が拒絶となるため、直接出願より拒絶や異議申立を受ける可能性が高くなる
- ・ 出願・登録は 1 件なので拒絶や登録無効となると加盟国全域における保護がなくなってしまう。出願中は直接出願に移行も可能だが費用が高額となることがある



商標の適正使用とは？

せっかく取得した商標ですから、適正に使用するとともに適切な維持管理が必要です。それを怠ると権利の喪失となる恐れがありますので十分注意が必要です。

1 登録商標は使用することが義務付けられています

登録された商標はその指定商品や役務について使用することが義務付けられています。これに反して一定期間（日本は3年間）使用しないでいると、取消審判を請求され取消されてしまいます。

2 商標は適正に使用してください

1. 商標の信用を維持し高めるためにも、商品の生産と販売、役務（サービス）の内容と提供において不断の管理が必要です。
2. 商標が著名になることは、商標としての機能を十分に発揮していることになります。しかし、一方でその商品一般を示す代名詞として使用されてしまうという危険性があります。一般的に誰もが使用できる「普通名称」となってしまえば、商標権の価値が無くなってしまいます。例えば「エスカレーター」「セロファン」「アスピリン」「瓦せんべい」「月餅」。これらはもともとは、どこかの企業の商標として使用されていましたが、いつのまにか商品を表す「普通名称」になってしまいました。こうなってしまうとどこの製品かは分からなくなってしまいます。

3 具体的な適正使用

1. 商標のロゴタイプを決め統一的に使用してください。
2. 製品の紹介記事の文中などでロゴタイプが使用できない場合は、カギカッコ等を付け、他の語と区別してください。



3. 新製品の商標のように普通名称化しやすい商標には、普通名称を必ず併記するようにしてください。
4. 登録商標には登録表示（登録商標の文字とその登録番号）を表示することをお勧めします。
5. 他社が自社の商標権を侵害していないか、自社の商標を不適正に使用していないかどうか常に監視してください。
6. 商標の登録、維持、防衛の際には、使用していることの立証が必要な場合が多いため、商標の使用開始年月日、使用商品、販売年月日等記録を残すとともにカタログ等も使用していることの証拠として保存しておいてください。

相談事例から

他社から当社の登録商標に対し、不使用取消審判を請求されてしまいました。当社としては、使用していたつもりであり、またこれからも使っていくつもりです。どのように対処したらいいですか？

知財センターの対応

取消審判請求の3年以内に指定商品や役務のいずれかにおいて、商標権者または使用権者のいずれかが使用していることを証明することが必要になります。このような時のためにも常日頃から使用を証明するような証拠を取っておくことが必要です。

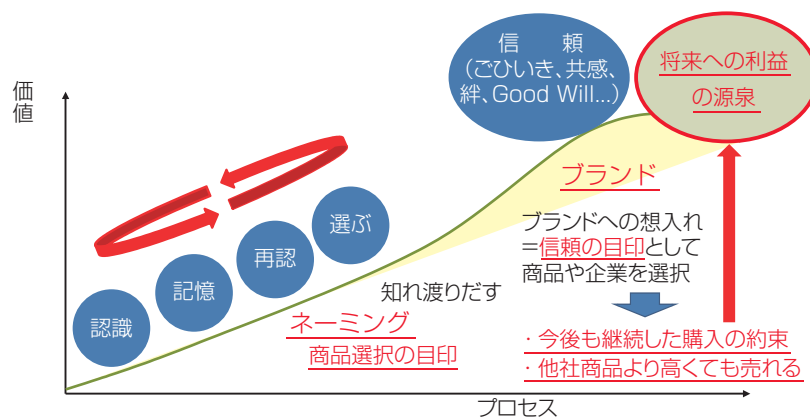
中小企業におけるブランドの役割は？

1 「ネーミング」から「ブランド」に成長する商標

商標の採用時は販促や商標権利化などで費用や手間がかかりますが、数年もすると商標も知れ渡り始めリピーターも出てきます。

更に商標を長年使用継続をし市場からも評価を受け続けるとやがて商標は「ネーミング」（商品選択の目印）から「ブランド」（商品や企業への信頼の目印）へと成長をし、現在のみならず将来にわたる購入の約束や他社商品より高くても売れるなど、将来への利益の源泉として企業経営を力強く支えるツールとなります。

また今まで高額だった販促費用も今やインターネットの時代となりホームページやSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）などで安価、地域を問わない、かつ短期間に商標の露出や育成が可能となりました。又、マドプロを利用して安価に国際出願も可能となりました。これらは中小企業のブランド構築に追い風となってきております。



2 ブランドは企業の価値を高めます

長年使用し、信用と信頼を受けた商標はブランドとして消費者に認知されます。そして、そのブランドは消費者に良いイメージを与え、それによってさらに価値が高まっていきます。従って、中小企業が販売競争に打ち勝つためにはブランドは必要不可欠なものなのです。



一方、消費者はそのブランドにより、製造者を認識し、品質が保証されていることを期待するのです。

ブランドの効果としては、

1. 企業の経営理念を商品や役務（サービス）の名前等を通して明確に打出すことができます。
2. ブランドは広告効果もあるので、企業イメージのアップを図ることができます。
3. ブランドは企業のシンボルとなり、経営に誇りと自信を与え、さらなる発展に寄与します。

3 ブランドは有力なセールスポイントです

一般的に商標は、消費者が商品や役務の提供を受けたいと思わせるような、商品や役務（サービス）の魅力を訴えるべく、企業理念やコンセプトに基づいて決めるものです。その結果、商標は企業の顔となり、他社商品や役務との識別をするツール、つまりセールスポイントにもなるのです。

4 ブランドはマーケティング戦略にも重要です

市場には数々の商品があふれ品質・性能・価格だけでは消費者に選択してもらうのは難しくなっています。そうした中で、商品は企業イメージで売ることが必要になってきています。商標はその企業イメージを表すものですから、中小企業のマーケティング戦略にとっても非常に重要となってきます。



なぜネーミングが重要なのですか？

消費者のニーズは多様化し、消費者は数々の商品等の中から自分のニーズにあったものを選択し購入します。市場に商品等があふれるような現在では、商品等のコンセプトを明確に打出し、消費者に主張することが重要になってきています。そのコンセプトを打出すのが商品等の名前であり、その名前をつけること又は名前そのものを「ネーミング」と言います。ネーミングをつける際の原則は以下のとおりです。

1 ネーミングの基本条件を満たしていること

- ・ 書き、読み、発音し易い
- ・ 発音が軽快でリズムカル
- ・ 親しみ、覚え易い
- ・ 構成が単純
- ・ 見て、聞いて良い印象

2 商品等のコンセプトを暗示するネーミングが望ましい

商標は、商品や役務（サービス）の販売目的に適したものでないと意味がありません。コンセプトを暗示した商標は、消費者に対し欲しいと思わせるような訴求力を発揮し、その結果として強い広告宣伝力を持つことになります。

Blendy

登録第 4473125 号
(インスタントコーヒー)

通勤快足

登録第 4510186 号
(防菌靴下)



登録第 3240715 号
(明日来る、事務用品通販)



3 費用対効果を考えたネーミングであること

商品ごとにそれぞれネーミングを付ける会社をよく見かけます。しかしながらネーミングが浸透するには時間と商標調査・出願や販促などに費用や手間がかかり直ぐに効果は期待できません。

そこで多くのネーミングをつけるよりは、先ずは会社や事業を認知してもらうことを最優先に、会社商標や事業商標の浸透に集中することが重要です。

4 模倣をするようなネーミングはしてはいけません

商標は自ら考え、独自のネーミングをしてください。同じ商品や役務の分野で他社が使用している商標の模倣はしないでください。このような商標は出願しても登録できないでしょうし、使用することは商標権の侵害となります。また、分野外であっても他社の周知・著名商標の使用は避けてください。他社の周知・著名商標を使用した場合、不正競争防止法により責任を追求されることもあります。



商標権侵害品への対応は？

商標はネーミングや市場への浸透が大変ですが、商品の継続や事業の拡大に伴いその価値や機能がアップして、ユーザーを強力に引きつけるブランドへと成長していきます。

この商標の成長プロセスを独占権として強力に保護するのが商標権です。

商標権は登録により発生しますが、侵害者に対し侵害を止めさせる権利及び、損害賠償を請求する権利が認められます。また、侵害行為が悪質な場合には、刑事罰（10年以下の懲役もしくは1000万円以下の罰金等）も用意されています。

商標権と類似品を比較分析し、侵害しているか否か、即ち類似しているか否かの判断をよりの確に行うためには、商標に詳しい弁理士に相談（鑑定）することを勧めます。

相手が侵害していると確信が持てても、すぐさま裁判に訴えるのではなく、警告状を送った後、話し合いをもち、お互い納得できる折り合い点を見つけるようにすべきです。警告等も、経験のある弁理士、弁護士の起用が勧められます。話し合いがこじれそうであれば、日本知的財産仲裁センターに仲裁等を求めることもできます。





コラム

商標権と水際作戦

最近、色々な模倣品がアジア諸国から流れ込んできますが、税関では銃や薬物などと同様に知的財産権侵害品の輸入や輸出も水際で差止めをしています。

税関に知的財産権侵害品の差止めをしてもらうには、前もって申請書を提出しておく必要があります。税関では短時間に貨物の権利侵害有無の判断をしなければならないため、特許権侵害品は判断が難しいですが、商標権や意匠権侵害品は判断がし易いので水際差止めに向いています。

税関が判断し易いように、権利内容や真偽判定のポイントなどを簡潔にまとめて提出しておくことをお勧めします。



外国侵害調査費用助成事業

知財センターでは、外国での模倣品被害や水際対策にかかる費用の助成を行っています。助成率 1/2 以内で限度額 200 万円です。詳しくは知財センターのホームページをご覧ください。(http://www.tokyo-kosha.or.jp/chizai/)

商標権のライセンスとは？

ライセンスは他人との契約による使用許諾（特許権などでは実施許諾）に限定されることが多いですが、ここでは使用許諾に限らず、商標実務においてよく利用される他人との商標権に関する権利処理の代表例を説明します。

1 権利譲渡

商標権の全部または一部を他人に譲渡することで、商標権自体の名義が（一部）変わるため使用許諾のように契約更新時のトラブルの心配はありません。

なお、譲渡は契約だけでなく特許庁にその内容を登録しないと効力が発生しません。

2 使用許諾

他人から商標権の使用許諾を受けて、時間と労力をかけてやっとマーケットにブランドを浸透させたにもかかわらず、契約更新時に使用料の大幅UPを要求されて契約更新を断念するなどのトラブルがよくあります。

契約締結時には使用許諾の期間、契約の更新や終了の条件、商標の信用を損なわないように適正な使用などにも細心の注意を払ってください。

・専用使用权（独占的使用権）

商標権者との契約により定められた範囲内で、登録商標を指定商品や役務（サービス）について独占排他的に使用できます。そして、専用使用权者は契約の範囲内では商標権者と同等の権利を有しますので、第三者に対し差止請求や損害賠償の請求をすることも可能となります。一方、商標権者は契約で決められた範囲内において、使用权を制限されることになります。

なお、専用使用权の場合は登録しないと効力は発生しません。



- ・通常使用权（非独占的使用权）

商標権者との契約により定められた範囲内で、登録商標を指定商品や役務（サービス）について使用できます。しかし、契約で特約しない限り商標権者または専用使用权者がみずから使用することや他の複数の第三者に通常使用权を設定することは阻止できません。

なお、契約により効力は発生しますが、登録をしておかないと契約者以外の者、例えば商標権が譲渡された場合の新商標権利者など、に対抗できませんし、特許権などに認められる当然対抗制度も適用されません。

3 権利不行使

商標権の商標とは同一または類似する商標を使用したい他人に対して、使用商品・役務（サービス）、使用場所や期間などを条件に権利行使をしないことを契約することです。

使用許諾契約をする程ではなく、早期・簡便に手続きする場合に利用されることが多いです。

4 類似商標登録後の権利譲渡

商標権の商標とは類似する商標を出願したい他人に対して、指定商品・役務（サービス）などを限定して商標権利者名義で出願して登録になったら他人に権利譲渡する旨の契約をすることで、アサインバックと呼ばれることもあります。

使用も当然考えられますので権利不行使と併用や権利譲渡のかわりに使用許諾をすることもあります。

他社から警告を受けたらどうすればいいですか？

他社の権利を侵害しないように商標の適正使用を行い、不用意な使用は避けなければなりません。しかしながら、気をつけてはいても不注意により、知らないうちに侵害してしまい警告を受けることがあるかもしれません。その場合は以下の点に注意して対処してください。

1 自社の商標使用状況を調べてください

警告を受けた商標はどの商品・役務（サービス）にいつ頃からどのような態様（書体・大きさ・色、他の文字等とのレイアウトや使用場所）で使用しているかどうか調べてみてください。

また、使用している対象物（商品、パッケージ、カタログ、説明書、ホームページ等）は何かも確認してみてください。

2 警告元の権利や商標の使用状況を調べてください

相手の権利の内容をまず確認してください。それが登録商標の場合は、特許庁関連団体の特許情報プラットフォーム「J-Plat Pat」で調べれば、権利者、商標、指定商品や役務（サービス）、権利の有効期間等がわかります。

また、相手の商標の使用状況を上記①のように調べてみてください。商標権が有効期間内のものであるとしても、3年間継続して商標を使用していない、登録無効理由があるなど権利自体に瑕疵がないかも確認してみてください。

3 誠意を持って慎重に対処してください

自社の商標が相手の商標権を侵害しているか否かを専門家（弁理士等）に鑑定してもらってください。その結果、侵害していないと判断された場合には、相手にその旨を回答し終結に向けて交渉しましょう。

しかし、侵害しているようだと判断された場合には「当該商標が他の商標で代替できるか否か」「ライセンス料を払って使用許諾を得たり、譲渡を受けて使用する必要があるか否か」検討が必要になります。

いずれにせよ、経験のある弁理士、弁護士に相談されることを勧めます。自らの責任で起きた結果ですので、誠意を持って相手と交渉することが重要です。



知的財産関連機関リスト

名 称	TEL / HP アドレス	事業内容
特許庁	03-3581-1101 http://www.jpo.go.jp/	特許等産業財産権の出願窓口。特許庁のホームページから特許情報プラットフォーム(J-PlatPat)の利用が可能
独立行政法人工業所有権情報・研修館 (INPIT)	03-3501-5765 http://www.inpit.go.jp/	特許情報プラットフォーム(J-PlatPat)の提供、産業財産権の相談事業等を実施
経済産業省 (知的財産政策室)	03-3501-3752 http://www.meti.go.jp/	経済産業省の中で知的財産政策、営業秘密対策を担当
経済産業省 (政府模倣品・海賊版対策総合窓口)	03-3501-1701 http://www.meti.go.jp/	経済産業省の中で模倣品、海賊版対策を担当
一般社団法人発明推進協会	03-3502-5422 http://www.jiii.or.jp/	知的財産権に関する相談、セミナー、調査研究等を実施
公益社団法人発明協会	03-3502-5421 http://koueki.jiii.or.jp/	全国発明表彰、地方発明表彰等の発明奨励事業等を実施
日本弁理士会	03-3581-1211 http://www.jpaa.or.jp/	知的財産制度の普及と啓発のために、全国各地でセミナー及び無料相談会を開催するとともに、出願援助等の支援サービスを提供、弁理士の紹介も実施
日本弁護士連合会	03-3580-9841 http://www.nichibenren.or.jp/	全国の法律相談窓口や弁護士の紹介等を実施
日本知的財産仲裁センター	03-3500-3793 http://www.ip-adr.gr.jp/	日本弁護士連合会と日本弁理士会が共同で設立した知的財産の紛争処理等を行う ADR (裁判外の紛争解決手段) 機関。知的財産に関する紛争の解決のための相談、調停、仲裁等を実施
公益財団法人日本関税協会 (CIPIC)	03-6826-1660 http://www.kanzei.or.jp/cipic/	税関における知的財産侵害品の取締りに関する助言、相談、普及啓発を実施
独立行政法人日本貿易振興機構 (JETRO)	03-3582-5511 http://www.jetro.go.jp/	企業の海外展開支援として貿易投資相談、国内外出展支援、海外における知的財産権の保護支援、海外ビジネス情報等を提供
文化庁	03-5253-4111 http://www.bunka.go.jp/	著作権者不明等の場合の裁定や著作権登録の申請窓口。著作権に関する普及・啓発、教材、資料等の提供を実施
一般社団法人日本商品化権協会	03-5385-7324 http://www.jamra.org/	キャラクターパワーを最大にした団体と個人を表彰する「日本商品化権大賞」、および偽キャラクターグッズなどの販売に対する排除と啓発を実施
一般社団法人日本デザイン保護協会	03-3591-3031 http://www.jdpa.or.jp/	デザインの保護として創作デザインの寄託、意匠出願等に必要な調査、情報提供等を実施
一般財団法人ソフトウェア情報センター (SOFTIC)	03-3437-3071 http://www.softic.or.jp/	文化庁から「指定登録機関」の認定を受け、プログラムの著作物の登録を実施
一般社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会 (ACCS)	03-5976-5175 http://www2.accsjp.or.jp/	ネットワーク上の著作権侵害行為に対する対策や著作権に関する普及・啓発を警察等と連携して実施
公益社団法人著作権情報センター (CRIC)	03-5309-2421 http://www.cric.or.jp/	著作権等のセミナーや著作権制度全般や著作物の利用に関する相談等を実施
一般社団法人日本音楽著作権協会 (JASRAC)	03-3481-2121 http://www.jasrac.or.jp/	音楽の著作物の著作権に関する管理事業等を実施
地方独立行政法人東京都立産業技術研究センター	03-5530-2111 http://www.iri-tokyo.jp/	都内中小企業に対する技術相談や製品の性能評価や材料の分析などの依頼試験、機器利用、企業や大学と共同研究等を実施
公益財団法人東京都中小企業振興公社	03-3251-7881 http://www.tokyo-kosha.or.jp/	都内中小企業に対する経営相談、創業支援、新製品開発等に対する助成金、国内外の販路開拓支援、知的財産活用支援、取引情報の提供等を実施

東京都知的財産 総合センターの 事業内容

主な事業のご案内

知的財産相談

- 専門知識と経験を有するアドバイザーが特許・意匠・商標・著作権・ノウハウ・技術契約・知財調査等に関する国内外の相談に無料で応じます。必要に応じ弁理士、弁護士が同席し、アドバイスをを行います。
- 海外知財専門相談窓口を設け、海外の専門性の高い弁理士、弁護士や中国、韓国、タイ、アメリカの提携特許法律事務所と連携し、現地事情を踏まえた知財相談にも無料で応じます。

知財セミナー・シンポジウム

- シンポジウム・セミナーの開催
中小企業の経営者、実務担当者などを対象に、知的財産権利制度やその重要性等に関する普及・啓発を図るシンポジウム、セミナーを開催します。
- マニュアルの提供
特許／商標／意匠／著作権／ノウハウ管理／知財戦略／技術契約／技術流出防止／海外知的財産等の各マニュアルを配布しています。

知的財産費用助成

- 外国への(特許・実用新案・意匠・商標)出願費用助成
優れた技術を有し、かつ、それらを海外において広く活用しようとする中小企業に対し、外国への(特許・実用新案・意匠・商標)出願に要する費用の一部を助成します。
- 外国侵害調査費用助成
外国における権利侵害の調査を実施する場合の調査費用や、侵害品の鑑定費用、警告に要する費用、また模倣品が国内に入ることを阻止する「水際対策」に要する費用等の一部を助成します。
- 特許調査費用助成
研究開発の方向性を判断するため、新製品・新技術の開発の際に必要な他社特許調査に要する費用の一部を助成します。
- グローバルニッチトップ助成
グローバルな事業展開が期待できる技術や製品を有する中小企業に対して、知財権利取得や保護に関する費用等の一部を助成するとともに知財戦略の実施等を支援します。

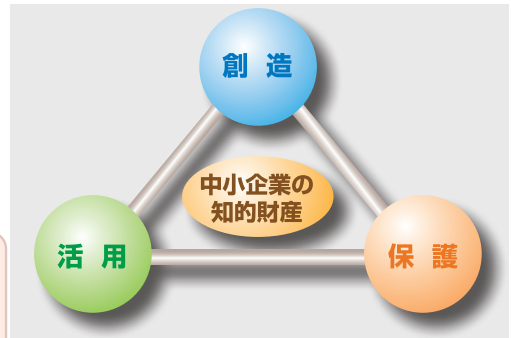
- 外国著作権登録費用助成
優れた商品やサービスにおける著作物を有し、かつ、それらを海外において広く活用するための、外国著作権登録に要する経費の一部を助成します。

知的財産導入支援

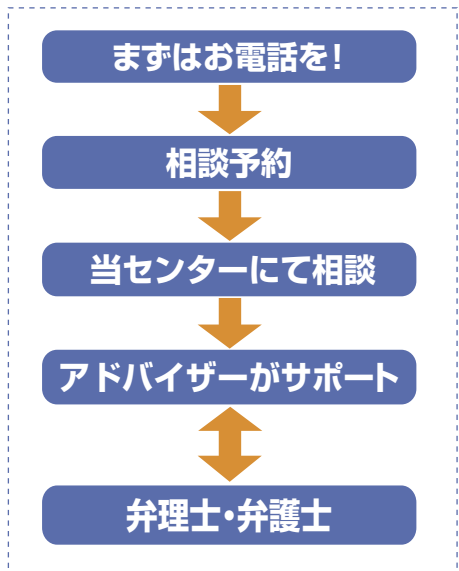
- ニッチトップ育成支援事業
知的財産戦略の導入による経営基盤の強化を図る企業を対象に、アドバイザーが最大3年間の継続的な相談・助言等を行い、専門人材の育成や知財管理体制の整備など、実質的支援を行います。
- 弁理士マッチング支援システム
インターネットを利用した中小企業と弁理士との出会いの場を提供しています。

知的財産活用製品化支援

- 知的財産活用製品化支援事業
製品化コーディネーターが新製品開発等の課題を抱える中小企業と技術シーズを保有する大企業、大学、試験研究機関とのマッチングを行い、その後の事業化を支援します。
<http://www.tokyo-kosha.or.jp/chizai/website/index.html>



相談の流れ



相談のポイント

相談は**無料**です。
相談内容の**秘密は厳守**します。
事前に必ずご予約ください。
相談時間は1回、1時間です。

ご相談の際は、相談案件の内容がわかるような資料等をできるだけご持参下さい。

アドバイザーが中小企業の皆さまの抱える問題点を整理し、実践的なアドバイスをします。

必要があれば、弁理士、弁護士が相談に加わり、専門的なアドバイスをします。その場合もアドバイザーが同席し、相談が円滑に進められるようフォローします。

	月	火	水	木	金
アドバイザー	知的財産全般に関する相談				
弁理士	機械・電気・化学・電子・IT 他				
弁護士	知的財産全般に関する契約・訴訟の相談				

※火曜日・水曜日は隔週で商標・意匠が専門の弁理士が在勤しています。

相談時間 午前9時～午後5時 **休日** 土・日・祝日及び年末年始

お問合せ先

東京都知的財産総合センター

<http://www.tokyo-kosha.or.jp/chizai/>

〒110-0016

東京都台東区台東 1-3-5 反町商事ビル1F

TEL : 03-3832-3655

FAX : 03-3832-3659

Email : chizai@tokyo-kosha.or.jp

交通アクセス

- ・ JR「秋葉原駅」昭和通り口徒歩10分
- ・ 東京メトロ日比谷線「秋葉原駅」昭和通り口 徒歩10分
- ・ つくばエクスプレス(TX)「秋葉原駅」A3出口 徒歩10分



城東支援室

城東地域中小企業振興センター内

〒125-0062

東京都葛飾区青戸 7-2-5

TEL : 03-5680-4741

FAX : 03-5680-4750

交通アクセス

- ・ 都営浅草線直通京成線「青砥駅」徒歩13分



城南支援室

城南地域中小企業振興センター内

〒144-0035

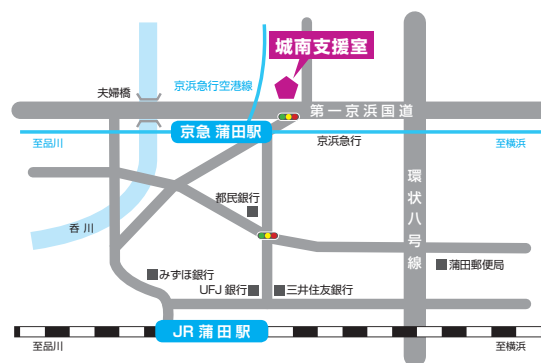
東京都大田区南蒲田 1-20-20

TEL : 03-3737-1435

FAX : 03-5713-7421

交通アクセス

- ・ 京浜急行「京急蒲田駅」徒歩2分
- ・ JR・東急線「蒲田駅」徒歩12分



多摩支援室

産業サポートスクエア・TAMA内

〒196-0033

東京都昭島市東町 3-6-1

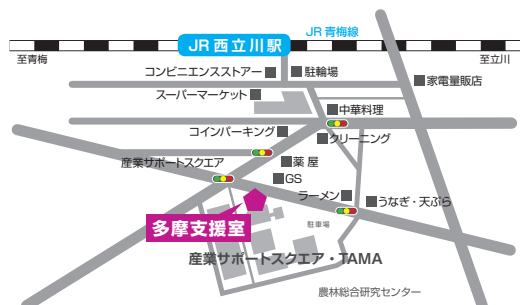
(中小企業振興公社多摩支社2階)

TEL : 042-500-1322

FAX : 042-500-3908

交通アクセス

- ・ JR 青梅線「西立川駅」徒歩7分



中小企業経営者のための商標マニュアル (第15版) 2019年1月発行

編集・発行 東京都知的財産総合センター 〒110-0016 東京都台東区台東1-3-5 反町商事ビル1F

Tel.03-3832-3655 Fax.03-3832-3659

©東京都知的財産総合センター 2019 Printed in Japan

本マニュアルの内容は著作権法により保護されていますので、全部又は一部の無断複写、複製及び転載を禁じます。

※東京都知的財産総合センターは、東京都が設立し(公財)東京都中小企業振興公社が運営している機関です。

商標



公益財団法人 東京都中小企業振興公社

あなたのマークを「ブランド」に育てませんか？

東京都知的財産総合センター

〒110-0016 東京都台東区台東 1-3-5 反町商事ビル1F

Tel.03-3832-3655 Fax.03-3832-3659

URL:<http://www.tokyo-kosha.or.jp/chizai/> E-mail:chizai@tokyo-kosha.or.jp

ビジネスチャンス・ナビ2020

～東京2020大会等を契機とする
ビジネスチャンスはこのサイトから～

ビジネスチャンスナビ
で検索!

