

(日経 BP 知財 Awareness / 2005 年 10 月 4 日掲載)

商標の選択 ～ 品質等表示について

須永浩子 (三好内外国特許事務所 弁理士)



新商品の販売や新サービスの提供などを始める際、どのような名前をつけて売り出すのが効果的だろうか？

商標を選択する際には、覚えやすく、親しみやすいものを選ぶことが効果的であるが、商品やサービスの内容を商品名・サービス名に反映させたいあまり、一般的な言葉、つまり自他商品・サービスの識別力のない言葉を選んでしまうことがよくある。しかし、自他商品・サービスの識別力のない商標は、市場において自己の商品・サービスと他人の商品・サービスを区別できる表示ではないため、原則として商標の登録はできない。これは、法律的に商標法第3条第1項に該当する。

ここでは、実務上しばしば問題になる、商標法第3条第1項第3号に該当する商標、つまり「何らかの意味において商品やサービスの特性を記述する目的を持って表示される商標」に焦点を絞って解説する。

商標法第3条第1項

自己の業務に係る商品又は役務について使用をする商標については、次に掲げる商標を除き、商標登録を受けることができる。

商標法第3条第1項第3号

その商品の産地、販売地、品質、原材料、効能、用途、数量、形状（包装の形状を含む。）、価格若しくは生産若しくは使用の方法若しくは時期又はその役務の提供の場所、質、提供の用に供するもの、効能、用途、数量、態様、価格若しくは提供の方法若しくは時期を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標

(1) 商品の産地、販売地・役務の提供の場所

商標の審査基準によれば、国家名、著名な地理的名称、繁華な商店街、地図などは原則として商品の産地などを表示するものとされ登録されない。最高裁判所は、「ジョージア事件（※1）」において、商標が商品の産地などに該当するというためには、「必ずしも当該指定商品が当該商標の表示する土地において現実に生産されまたは販売されていることを要せず、・・・需要者または取引者によって、当該指定商品が当該商標の表示する土地において生産され、または販売されているであろうと一般的に認識されることをもって足りるというべきである」との判断を下した（昭和61.1.23、最高裁昭和60年（行ツ）第68号）。これ以後、一見して直ちに地名を表したと認識される商標は、登録を拒絶される傾向にある。産地、販売地表示と判断された例として、「平和台」（まんじゅう）、「瀬戸大橋」（菓子）がある。

(2) 商品の品質、原材料、効能、用途・役務の提供の場所、質、提供の用に供する物、効能など

自動車についての「デラックス」、入浴施設の提供についての「疲労回復」などは、商品の品質、役務の効能に当たるので、登録できない。

ただし、審査基準によれば、商品の品質などを間接的に表示する商標は登録可能である。判例では、「セロテープ」は少なくともその登録時には、その指定商品である「セロファン製テープ」を暗示しているものであっても、品質・原材料・形状表示とはいえないと判断された。（昭和42.12.21、東京高裁昭和39年（行ケ）第27号）また、「太肉麺」は中華そばの提供について、役務の質「主に豚肉の厚切り肉を盛り付けたラーメンの提供」を表示した商標とはいえないと判断された。（平成12.9.28、東京高裁平成11年（行ケ）381号）

商品・サービスの内容を反映したネーミングは、商品やサービスの内容が需要者に分かりやすく、商品などのイメージがわかりやすいという利点があるが、他人の製品との区別が付きにくく、商標として記憶に残りにくいといった欠点がある。一方、造語から成る商標は、最初、需要者に受け入れられるまでマーケティング・コストなどがかかる場合があるが、一度定着すると他人の商品などとの識別力が強く、独創的な語であることから需要者の記憶に定着しやすい。実際に、著名な商標の中には「SONY」「BRIDGESTONE」「ROLEX」など造語から成るものが数多く存在している。

実際に商標を選ぶ際には、ぜひ上記の点も考慮して選んでいただきたい。

※1：指定商品をコーヒー、コーヒー飲料とする「GEORGIA」の商標が、商標法第3条第1項第3号に該当すると判断された事件。