

2010年7月12日

日本商標協会新人研修会 2010年6月21日

商標の類似

講師：弁理士 小林 恵美子 先生

\*本報告書は、上記研修会の内容を所内研修用に要約したものです。

\*本報告書内の記載は上記研修会において配布された資料内の記載を引用しています。

作成者：長野 秀行

## 1. 商標の類似について検討する場面

### ①出願前

先行商標調査

### ②出願後

意見書・補正書を作成する際の参考となる登録例の調査

### ③審判請求時

拒絶査定不服審判を請求する際の参考となる登録例の調査

### ④登録後

異議申立・無効審判・取消審判を受けた際の対応

権利行使又は警告書に対する対応

## 2. 商標の類似

(1) 商標の類似とは、「対比する商標を、同一又は類似の商品・役務に使用した場合に、出所の混同を生じる程度に近似していること」と解されている。

商標の類似は「マークとしての商標」と「商品・役務」という二つの要素から判断される。

		商品・役務		
		同一	類似	非類似
マーク	同一	同一	類似	非類似
	類似	類似	類似	非類似
	非類似	非類似	非類似	非類似

### (2) 商標（マーク）の類否の判断方法

商標の類否の判断は、商標の有する外観（見た目）、称呼（呼び方）及び觀念（意味）のそ

それぞれの判断要素を総合的に考察しなければならない（商標審査基準）。

（a）審査（上記1の②）における判断方法

対比する商標の有する外観、称呼、観念のいずれかにおいて相紛らわしいときは、原則として、両商標は類似とされる。

（b）裁判所における判断方法

商標の外観、観念又は証拠の類似は、その商標を使用した商品につき出所の誤認混同の恐れを推測させる一応の基準に過ぎず、従って、右三点のうち、その一において類似する者でも、他の二点において著しく相違すること、その他取引の実情等によって、なんら商品の出所の誤認混同をきたすおそれの認めがたいものについては、これを類似商標と解すべきではない。

裁判では、より個別具体的な実情を考慮して判断がされる。

（3）観察方法

①離隔観察（時と所を異にして比較した場合に混同されるおそれがあるかどうか）

⇔対比観察（両商標を見比べて混同されるおそれがあるかどうか）

離隔観察が原則

②全体観察⇔分離観察（商標を各構成要素に分離し、特定の部分を抽出して対比し、類否判断を行う方法）

全体観察が原則

全体観察の例



分離観察の例



③要部観察（要部のみについても類否を判断を行う方法）

（例）「肉の丸一」＝「丸一」

### 3. 商品・役務の類似

(1) 商品・役務が類似するとは、「対比する商品・役務に同一又は類似の商標を使用した場合に、出所の混同を生じる程度に近似していること」と解されている。

但し、審査上は「類似商品・役務審査基準」に従い画一的に処理

(2) 数は少ないが、類似群コードが同一だが商品が非類似とされた審決例も存在する。

(例) (不服 2007 - 32604)

類似群コード 24B02 「スロットマシン, ぱちんこ器具, その他の遊戯用器具」

× 「ビリヤードクロス」

(3) 逆に類似コードが異なるが商品が類似とされた審決例も存在する。

(例) (不服 2006 - 28746)

類似群コード 21C01 「かばん類」 = 18C06 柳製バスケット

注) 上記3「商品・役務の類似」の(2)(3)に記載の審決例は作成者にて調査し記入しています。

注) 本報告書は所内研修用であるため、内容に誤りがあった場合の責任は負いかねます。