

(1)-2 商標法関連の改正実態及び重要動向 200810-200907

01	歴史上の人物・地名等 後天的識別力なければ商標登録禁止へ (2008.10) 「商標識別性審査基準」 早ければ来年1月から適用開始
02	地理的表示の保護強化 産地団体商標出願の資格緩和へ (2008.10)
03	「著名地方特色産業産地認定原則」提出、商標不正登録防止策 (2009.05)

**01 歴史上の人物・地名等 後天的識別力なければ商標登録禁止へ (2008.10)**

「商標識別性審査基準」 早ければ来年1月から適用開始

知的財産局では「商標識別性審査基準」を検討しており、歴史上の人物、有名な地名、スローガン等に後天的識別力がなければ、商標登録を認めない。はやければ、来年1月から適用を開始する。

現行「商標識別性審査要点」は1997年に制定され、2001年と2004年に二度にわたって修正が加えられたが、様々なタイプの商標の例示と本法適用条文の記述はあっても、理論や事例における登録査定或いは登録拒絶の理由に関する説明が乏しく、よくみられる商標類型を審査するにあたっての判断材料についても記載が不十分である。運用上の問題点として、この要点に示された内容から識別力の審査に関する基本原則をマスターするのは容易ではないという指摘がある。

そこで知的財産局は審査事例をかき集め、各国審査基準を参考に「商標識別性審査基準」の起草に取り掛かっている。基準では、識別力認定の理論説明を強化するとともに、個別事案における関連規定の適用原則を明確にし、さらに審査実務上よくみる文字、アルファベット、数字、簡単な図形、苗字、標語等についての識別力判断の原則を分析する。

原則として歴史人物の名前や有名な地名の商標登録を認めないが、一定の使用によって後天的識別力を得た場合に限って登録が可能。例えば「ニュートン」科学誌がその代表例。地名については、同一地域の業者であれば誰もがその地名を商標に使えるから、特定の業者に専用権を与えるわけにはいかない。例えば予備校が多く立ち並ぶ台北駅近くの「南陽街(ストリート)」、「玉山(台湾の一番高い山)」銀行、「北極」インキなどが挙げられる。地名と商品そのものが無関係なら登録が可能である。

商品或いはサービスを宣伝する標語(スローガン)の場合、相当時間の使用を経て消費者に広く認識され、識別力を持つようになったものは登録される。例えば、『華碩の品質は磐石のように頑丈だ(注:「華碩 ASUS」は大手コンピュータメーカー)』をコンピュータ商品に使用する例。「華碩」は商標ではあるが、その標語が品質の堅固さの表現であるという印象を消費者に与えるため、後天的識別力を得たことが証明されたうえで登録を認められた。このほか、『オフィスにいなくても仕事ができる』を携帯電話等のモバイル通信、ネットワークやインターネット接続等情報通信に使用する例もそうである。

商標として消費者に認識されていることを、どのような証拠で証明するか? 知的財産局によれば、識別力判断の統一性を図るため、審査基準で認定原則及び立証方法を提供して商標審査の根拠とするほか、出願人が出願をする前の自己判断にも役立ててもらいたいという。

また市場調査を商標使用の証拠として引用することについて、今まで裁判所に受け入れられたケースが少ないことから、知的財産局は市場調査の証拠としての参考価値を高めようと、新基準の策定を機に市場調査機構の信用力、アンケート調査の客観性、調査の方法や対象、範囲及び商品との関連性といった参考データをも盛り込んだ。(2008.10)

**02 地理的表示の保護強化 産地団体商標出願の資格緩和へ (2008.10)**

阿里山茶など台湾ならではの特産品で名を知られる産地が中国で商標として不正登録されることが相次いだことを受けて、産地団体商標出願の資格を公会、協会、農会(農協)その他公益的性格を有する団体に拡大することを盛り込んだ商標法改正案に関する公聴会が続々と開かれるなど地理的表示への保護を強化しようとする動きが活発化している。知的財産局では年内に最終案を取りまとめ、行政院会議の審議に付する見通しとなった。

名産の原産地名が不正に商標登録されるのを防ぐため、知的財産局は去年に産地証明標章審査基準を制定し、同年に実施している。またWTO加盟国として地理的表示に対する保護が義務づけられ、それを実現するためにも産地証明標章や団体商標に関連する規定を改正する必要がある。

改正案によると、証明標章の出願人は、他人の商品又はサービスを証明する能力を有する法人、団体又は政府機関に限る。その監督支配の下、出願人に代わって検査・測定又は認証をすることを、(当該商品又はサービス)関連証明力を有する機構に委託することができる。但し、証明しようとする商品又はサービスに関する業務に携わるときは、登録出願ができない(新設条文第60条ノ2)。

また、団体商標の定義を修正して、新設条文第60条ノ9第1項に「団体商標とは、商品又は役務の関連消費者がそれを法人資格を有する公会、協会その他の団体の会員が提供する商品又は役務の標識を表示するものとして認識し、かつそれによって当該団体の会員でない者が提供する商品又は役務と区別することができる全てのものをいう。」と明確に定める。それから第2項に「商品の特定の品質、声誉その他の特性は主にその地理的出所に起因する場合、産地証明標章として登録し、保護を受けられるほか(第60条ノ1)、団体商標とし

で登録することもできる」と定め、地理的表示への保護を明文化する。(2008.10)

### 03 「著名地方特色産業産地認定原則」提出、商標不正登録防止策 (2009.05)

知的財産局は「一郷鎮(地方や町)一特産」の政策に合わせて、全国各地方に特色のある産業、農業・漁業・牧畜業及び手工業(手工芸品)を他の地域産業或いは製品と区別すべく、その地名をその地方の産業だけが使えるようにすることによって、地方に特色ある産業又は伝統技芸の発展を続け、地方の競争力向上を目指し、さらに外国で商標の横取りなどわが国地名が不正に商標登録されることのないように、「著名地方特色産業産地認定原則」を2008年から起草し、各地方の特産品の一覧の作成を試みている。ただ、産地の知名度は、時代の流れ、製品の生産販売の規模、持続的な宣伝活動等客観的な要素によって変化するので、適時に一覧の改訂を行う。

認定原則の提出次第、知的財産局は各県・市政府(県庁・市庁)の管轄内に地方の特色のある著名な産業の推薦を要請するほか、今年3月6日に各地方自治体、行政院農業委員会、交通部観光局、經濟部中小企業処及び商業司等政府機関を招いて会合を開き、逐一内容を検討し、「著名地方特色産業産地一覧表」(346ヶ所の著名産地を収録)を完成したのである。アクセス先は次のとおりとなっている。

([http://www.tipo.gov.tw/ch/AllInOne\\_Show.aspx?path=3015&guid=5ea9e737-264b-49f0-be33-5afec5122b37&lang-zh-tw](http://www.tipo.gov.tw/ch/AllInOne_Show.aspx?path=3015&guid=5ea9e737-264b-49f0-be33-5afec5122b37&lang-zh-tw))

#### \*著名地方特色産業産地認定原則

(前略)いわゆる「著名地方特色産業産地」とは、特殊な自然又は人文環境により発展した、当地を代表できるクラスター型産業の発展を遂げ、かつかなりの知名度を有する産地をいう。その認定については次の五つの要素により総合的に判断する。

1. 全国的声誉を博し、広くわが国消費者に熟知されている特産品であって、かつ消費者にとってその産地名と緊密に連結し、並びに当該特産品は其の地域の代表的な産業であると認められるもの。例えば、「大溪(地名)」の「豆干」(豆腐で作った干し物やそれをしょう油などの調味料を入れて煮込んだ物)、「台中(地名)」の「太陽餅」(餡の入ったお菓子)等。
2. 特殊な自然環境のなかで発展した特色のある地方産業。例えば、「阿里山」のお茶(阿里山茶)、「拉拉山」の「水蜜桃」(桃の一種)等。
3. 歴史文化を伝承する価値があり、珍しくかつ其の文化を保存する意義のある産業であって、当該地域で発展した相当の規模のあるもの。例えば、「后里(地名)」のサクソフォン、「蘭嶼(地名)」の丸木舟。
4. 伝統的な特色のある産業であって、その産地で生産した特定の製品は伝統的な技術又は独特な技術によって作られたもので、地方の独特性を表し、他の地域の同じ産業或いは製品と区別できるもの。例えば、「新埔(地名)」の柿餅、「美濃(地名)」の紙傘等。
5. クラスター型経済を形成している産業であって、現地の商店はクラスターとなって発展し、産業クラスターとしての経済効果を発揮している。例えば、「鶯歌(地名)」の陶器・磁器、「石門(地名)」の活魚づくし等。(2009.05)