

## 新しいタイプの商標の我が国での出願 及び審査の動向

商 標 委 員 会  
第 1 小 委 員 会\*

**抄 録** 我が国では2015年4月から商標登録の対象に色や音、位置、動き、ホログラムといった新しいタイプが加えられ、改正商標法の施行当時はメディアでも大きく報道され、世間から注目を集めた。施行から1年以上経過し、商標登録出願の件数がある程度蓄積された今の時点（2016年11月）を一区切りとして、本稿は、新しいタイプの商標に関する出願全体及びタイプ別に、時系列での件数推移、対象分野・出願人業種、登録／拒絶の動向、拒絶の理由及び出願人対応の傾向等を把握・分析することで、今後の企業における新しいタイプの商標について、登録のニーズ・難易度・権利化後の活用可能性の程度を勘案した出願方針策定に寄与することを目的とした。

### 目 次

1. はじめに
2. 全体傾向
  2. 1 全体件数の推移
  2. 2 タイプ毎の出願件数の推移
  2. 3 登録件数の推移
  2. 4 審査進捗状況
3. タイプ別
  3. 1 色彩のみからなる商標
  3. 2 音商標
  3. 3 位置商標
  3. 4 動き商標
  3. 5 ホログラム商標
4. おわりに

### 1. はじめに

我が国では2015年4月1日に商標法が改正され、新しいタイプの商標、すなわち「色彩のみ」、「音」、「位置」、「動き」、「ホログラム」が商標登録の対象となった。

商標とは商品やサービスの出所を表す目印であり、その主流は文字・図形から成る平面的で

視認可能なものである。商標登録の対象としては、これまで1997年に商業製品・広告物等の立体的形状が加わっていたが、技術や利用するメディアの変化に伴い、製品・サービスの出所を表示し得るものについて各国所管庁間で国際調和を意識した検討が重ねられてきた。この結果、日本でも冒頭の法改正が行われた。

しかしながら多くの企業は、その法的な有効性と効果が理解できないことから、自社で使用中的新しいタイプの商標対象を出願すべきか否かについての明快な判断ができない状況にあると思われる。

そこで、本稿では、今後の出願要否の検討材料とするために、2016年11月16日時点の特許庁の公開データから抽出した新しいタイプの商標出願を対象とし、これらに関する2016年末までの審査状況を用いて、企業の出願動向や特許庁の審査傾向を分析した。

\* 2016年度 The First Subcommittee, Trademark Committee

## 2. 全体傾向

### 2.1 全体件数の推移

新しいタイプの商標の出願受付が開始した2015年4月1日以来2016年11月16日までの出願件数は1,415件あり、色彩のみからなる商標（以下、「色商標」とする）488件（34%）、音商標483件（34%）、位置商標318件（22%）、動き商標110件（8%）、ホログラム商標16件（1%）であった。

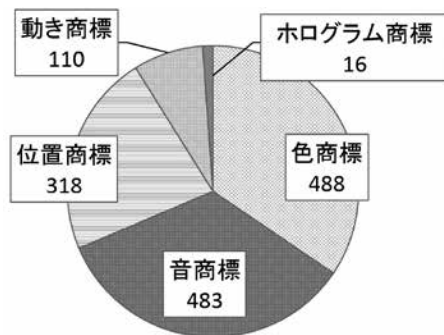


図1 出願件数

全出願件数のうち4月1日が481件（32%）、4月全体では624件（44%）を占め、2015年度の後半は毎月50件前後、2016年度（同年4月～11月中旬）は毎月20件前後の出願件数で推移している。

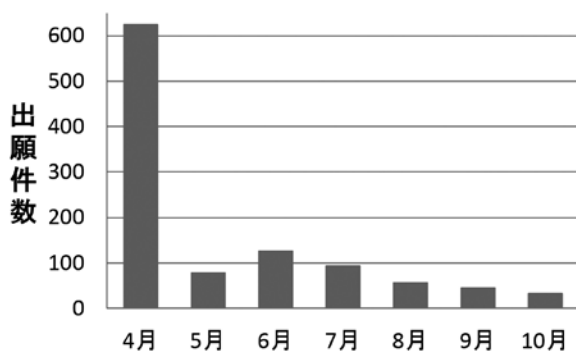


図2 出願件数の推移（2015年10月迄）

施行前から新しいタイプの商標の出願を準備し、施行開始に合わせて出願した結果であると

容易に推測できるが、その後は大きく出願が減少しており、企業は新しいタイプの商標の必要性について、冷静に検討していることが窺える。

### 2.2 タイプ毎の出願件数の推移

2016年度以降、色商標の出願件数は数件なのに対し、音商標や位置商標、動き商標は、2015年度と比較して、少ないものの一定数の出願がある。

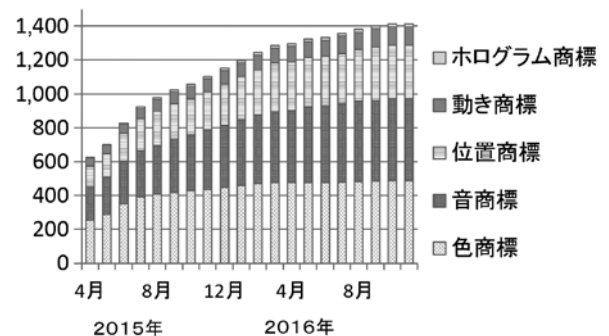


図3 出願件数の推移（累計）

### 2.3 登録件数の推移

新しいタイプの商標が最初に登録されたのは2015年11月であり、この月の35件以降は月平均10件程度登録されている。

タイプ別の内訳は色商標0件（0%）\*、音商標82件（48%）、位置商標19件（11%）、動き商標62件（36%）、ホログラム商標9件（5%）である。

\*2017年3月に2件の登録査定があった。

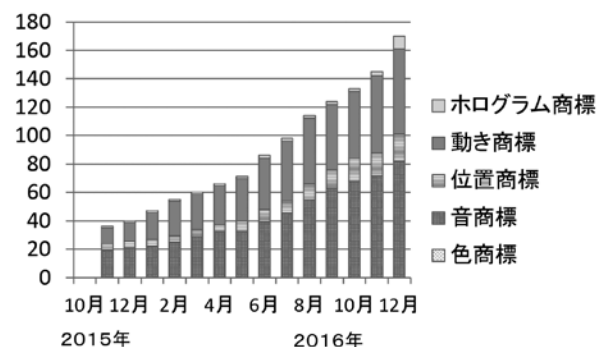


図4 登録件数（累計）

## 2. 4 審査進捗状況

色商標及び位置商標については、査定（登録又は拒絶）が2割程度であるのに対し、音商標については4割程度、動き商標及びホログラム商標については6割以上となっている。

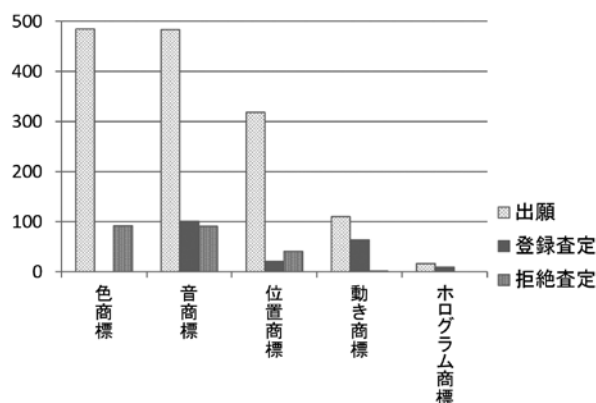


図5 審査進捗状況

表1 タイプ別の審査進捗状況

	色商標	音商標	位置商標	動き商標	ホログラム商標
出願件数	488	483	318	110	16
拒絶理由通知	436	311	241	45	4
拒絶理由通知率	89%	64%	76%	41%	25%
応答件数	215	129	134	34	2
応答率	49%	41%	56%	76%	50%
未応答件数	221	182	107	11	2
拒絶査定件数	97	92	41	2	1
拒絶査定率	20%	19%	13%	2%	6%
登録査定件数	0	100	19	64	9
登録査定率	0%	21%	6%	58%	56%
登録件数	0	82	19	62	9

## 3. タイプ別

### 3. 1 色彩のみからなる商標

#### (1) 出願動向

##### ① 商品・役務区分毎の傾向

上位の3区分は、第35類、第7類、第9類であった。また色商標では、他の新しいタイプの

商標と比べて役務区分の出願が多い。

表2 区分の分布

類	商品・役務	延べ指定数
35	広告	98
7	加工機械, 原動機	88
9	理化学・配電・電気通信	69
36	金融, 保険, 不動産	68
37	建設, 設置工事	48
39	輸送	48
41	教育, 娯楽	48

##### ② 色商標の特徴に着目した動向

色商標の出願は、単色で構成されているものと、複数色で構成されているものとに分類でき、出願数488件のうち単色の出願は309件（63%）、複数色の出願は179件（37%）である。

また、願書の商標記載欄に「商品等における商標が付される位置」が指定されたものと、当該位置指定がないものに分類でき、位置指定のある出願は115件（24%）、位置指定のない出願が373件（76%）である。

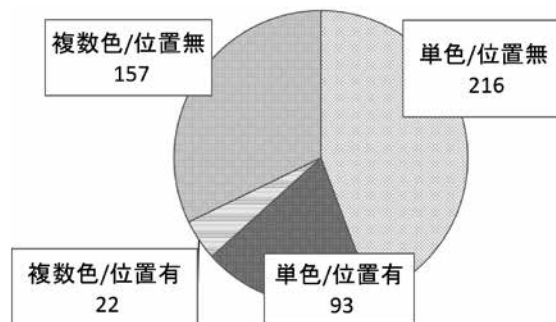


図6 色彩形態

「単色」で「位置指定なし」の出願には、どの企業も注目しており、情報提供の件数は他の新しいタイプの商標よりも多く34件に上るが、これらはいずれも「単色」で「位置指定なし」の出願に対してである。現状使用している色彩（言わば企業や商品のブランドカラー）を他社に権利化されるリスクに対応するための防衛的

な出願と思われる。

また、特徴的な動向としては同一又は類似の商品又は役務に関する同一又は類似の商標について、同日に2以上の商標登録出願があったときに出来る協議命令（商標法8条4項）が、68件もあった。対象となっている出願の大多数が施行日である2015年4月1日出願のものであるが、商標自体の比較が比較的容易なため、早々に命令がなされたと思われる。なお、2017年4月1日現在においても協議結果が明らかとなっていない出願が複数あった。

## (2) 審査動向

拒絶理由通知を受けた率は抽出した出願の89%におよび、そのうち約半数が不服として応答している状況である。残り約半数の出願人の多くも、上申書提出や期間延長申請を行っており、長年企業イメージや商品イメージの確立に時間と費用を費やしてきた以上、簡単に拒絶理由に承服したくないという意向があると推測できる。

また、拒絶理由をみると、ほとんど全件で識別性の欠如を根拠とする3条1項各号が適用されており「使用による識別力獲得の立証」はほぼ必須条件となっている。その立証に当たっては、「色彩“のみ”からなる商標」が保護対象となるため、他のタイプのように、文字や図形等の要素を組み合わせ、その部分の識別力を根拠にする手法を用いることは難しいと考えられ、登録に至るハードルは極めて高いと思われる。

表3 拒絶理由

主な適用条文（商標法）	数
第3条1項各号	423
第3条1項柱書	13
第4条1項11号	72
その他	0

## (3) 注目すべき登録例

本稿の抽出時期の後とはなるが、制度開始から約2年経過した2017年3月に以下2件の色商標について初めて登録査定が出され同月中に商標登録されたので、ここで注目商標として取り上げる。



【登録第5930334号】

※本登録商標は、上から順に、青色、白色、黒色によって構成されている。



【登録第5933289号】

※本登録商標は、上から順に、白色、オレンジ色、白色、緑色、白色、赤色、白色によって構成されている。

図7 注目標

いずれの商標も審査過程においては、識別力を欠如するとして拒絶理由通知を受けている。拒絶理由を克服するため、使用に関する多くの実績を提出し、出願した商標が自他商品識別標識として機能し、需要者が何人かの業務に係る商品であることを認識されるに至っていることを意見書において主張した結果、登録査定を受けている。

また、両商標とも審査過程で審査官との面談が行われ、そこに企業担当者が同席している。審査の実績が少なく、また企業の実際の使用状況が審査に大きく影響する色商標において、企業担当者が面談に同席し、証拠資料に基づいて審査官へ使用実態の説明を行い、また審査官の意図や認識を直接確認する機会を持つことは、



審査段階で使用による識別力獲得が認められる上で、非常に効果的で有用な対応であると思われる。

#### (4) 小括

新しいタイプの商標としては色商標の出願数が一番多く、企業の関心の高さがうかがえる。企業は制度導入前に既に保有していた色彩ブランドにかかる出願について新しい商標制度導入と同時に一旦手当し、その後の出願件数は出願がない月もあり落ち着いている。今後は、拒絶理由通知を受けた出願がさらにどうなったか、特に、今回登録となった2件（複数色で位置指定あり）以外の単色や単色で位置指定ありの色商標の動向もさらに注視していきたい。

### 3. 2 音商標

#### (1) 出願動向

##### ① 音商標の特徴に着目した動向

音商標（出願483件）は、商標記載欄が楽譜のみのもの（歌詞記載のあるものを含む）、人の声や効果音等の文字説明のみのもの、その両方のものの3種類に分類でき、それぞれ376件（78%）、104件（21%）、3件（1%）であった。

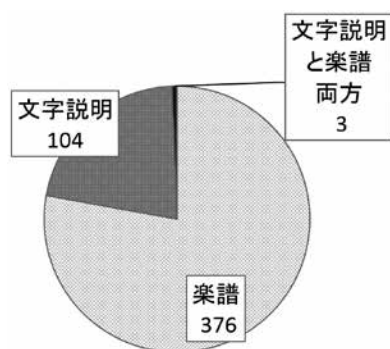


図8 商標欄の記載（楽譜・文字説明）

また、音商標は歌詞・言葉等の言語的要素を含むものと含まないものとに分類でき、それぞれ331件（69%）、152件（31%）であった。

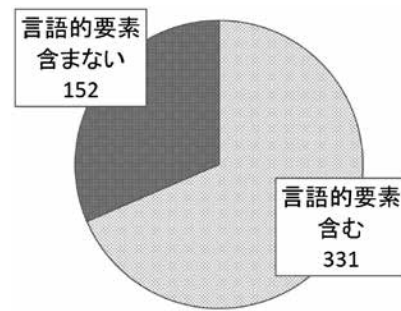


図9 言語的要素の有無

##### ② 商品・役務区分毎の傾向

指定区分では第9類が最多で、次いで第28類及び第35類、第5類、第41類が続く。全体の件数では言語的要素を含むものが含まないものより多いが、第9類と第28類とではその多寡が逆であり、この点は特徴的である。当該2区分では、パチンコ・パチスロ関連事業を行うエンターテイメント企業から言語的要素を含まないBGM・効果音が多数出願されている。

表4 区分の分布

類	商品・役務	言語的要素		延べ指定数
		有	無	
9	理化学・配電・電気通信	51	85	136
28	おもちゃ、運動用具	20	76	96
35	広告	72	24	96
5	薬剤	68	12	80
41	教育、娯楽	47	27	74

#### (2) 審査動向

拒絶理由別の件数を以下に示す。

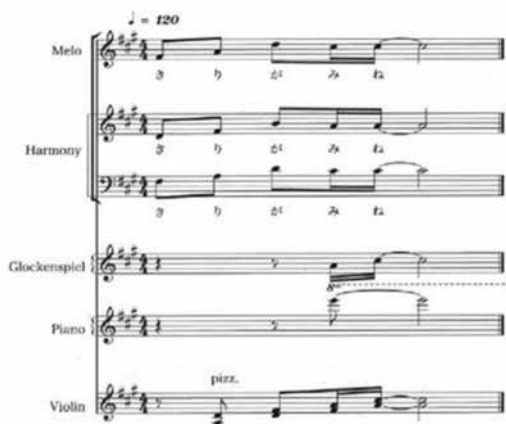
表5 拒絶理由

主な適用条文（商標法）	数
第3条1項各号	138
第3条1項柱書	55
第4条1項11号	42
その他	93

識別性の欠如を根拠とする3条1項各号の拒絶理由通知を受けた出願は138件である。現状、言語的要素を含まず登録査定が出た出願は皆無であり、全て3条1項各号による拒絶となっている。多くは、「商品又は役務の魅力を向上させるにすぎない音」、「広告等において、需要者の注意を喚起したり、印象付けたり、効果音として使用される音」に該当し、3条1項6号を根拠とするもので、克服には本号非該当を主張・立証するか、使用による識別力の獲得（3条2項）の立証が求められる。

一方、言語的要素を含み、3条1項各号による拒絶理由通知を受けた出願も22件ある。人名（ありふれた氏）・地名・商品の品質を表すと見られるものが多く、文字商標と同等の審査が行われている。

言語的要素を含み3条1項6号の拒絶理由通知を受けた例としては「きりがみね\きりがみね\きりがみね」（登録第5904813号）があるが、意見書により拒絶理由を克服し、登録に至っている。



【登録第5904813号】

4条1項11号による拒絶理由通知を受けた出願は42件あり、出願件数の約1割を占める。但し、言語的要素を含まず、音の要素の類否が判断された音商標は1件もない。

言語的要素を含み、4条1項11号・3条1項各号両方の拒絶理由通知を受けた出願も6件あり、いずれも未査定である。

音商標特有の拒絶理由として、商標記載欄の楽譜や文字説明と実際の音声ファイルとの不一致を指摘される拒絶も多い（5条5項違反）。具体的には、五線譜が主旋律の音のみであるのに対し、音声ファイルには副旋律や伴奏がある場合等で本拒絶を受ける。

以下の例は、五線譜には3声しか記載されていないが、音声ファイルには3声以外にも伴奏が含まれる旨の拒絶理由通知を受けている。本件は、音声ファイルの音を五線譜により表される音の構成及び態様と一致するものに補正し、登録に至っている。



【登録第5881873号】

また、楽譜に拍子記号・テンポ記号が無い場合や拍数に過不足がある場合、また文字説明に音の種類の特定が無い場合等、商標記載欄に不備があるものは音商標と認められず、3条1項柱書の拒絶理由通知を受けている（55件）。

### (3) 小 括

音商標の出願件数は、最も多い色商標に次ぎ483件で、各企業においても関心が高いと言える。登録査定是件数は100件に達しており、新しいタイプの商標で最多である。登録しやすい商標とも言える一方、商標記載欄の楽譜や文字説明の変更が認められない（音声ファイル差替は可）ことに起因する再出願が多いことにも留意すべきであろう。

また、言語的要素を含まない音商標の登録査定は1件もない<sup>1)</sup>。登録査定を受けた出願の大

半が、既に文字商標でも登録を受けている企業名や商品名・サービス名等を含むものであることを踏まえると、音商標出願の目的や活用についてはまだまだ議論の余地がある。

### 3. 3 位置商標

#### (1) 出願動向

商品・役務区分毎に比較すると、商品区分343件に対し、役務区分77件と商品区分の出願が多い。更に各区分に着目すると、第9類が多く、次いで第25類、第30類の順に続く。出願人は、製造業を主とする企業、中でも機械系、繊維系、食品系が多く、商品の特定の位置に付す商標を権利化するという意図が感じられる。なお、出願態様は、商品本体の位置商標だけではなく、商品パッケージのデザインも位置商標として多く出願されている。

表6 区分の分布

類	商品・役務	延べ指定数
9	理化学・配電・電気通信	56
25	被服、履物	45
30	コーヒー、調味料、菓子	42
5	薬剤	25
29	動物性・農産物性食品	21

また、全位置商標出願318件のうち、特定の位置に付されている文字や図形等の標章に色が付されている出願は225件（71%）を占める。そのうち一部の出願は位置を特定した色商標と同じ図形等を用いて出願されていることも位置商標特有の注目すべき出願動向といえよう。

#### (2) 審査動向

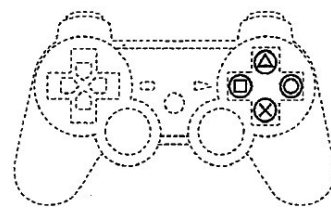
318件の出願のうち、審査により拒絶理由通知を受けたものは241件あり、その過半数の134の出願人が不服として応答をしているものの、その中で登録査定に至ったものは、全登録査定

19件のうち僅か12件に過ぎない。このように、位置商標については、登録例も見られるものの、総じて出願に対して拒絶理由通知を受ける割合は高く、拒絶理由が解消できた割合は非常に低いという傾向にある。

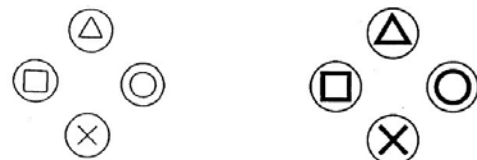
表7 拒絶理由

主な適用条文（商標法）	数
第3条1項各号	223
第3条1項柱書	16
第4条1項11号	8
その他	5

3条1項各号の拒絶を受けた出願は223件あり、拒絶理由通知を受けた出願の大半を占め、登録査定に至ったものは1件に過ぎない。この1件は、第9類及び第28類を指定した、「操作作用コントローラーの右上部に付されたボタン部分の立体的形状」の商標出願であった（登録第5858802号）。出願人は、拒絶理由に対して既存の図形登録商標（登録第4314087号及び登録第5584150号）の存在、及び出願商標の周知・著名性の2点を意見書で主張し、登録査定を得た。



【登録第5858802号】



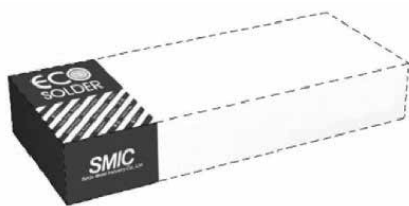
【登録第4314087号】

【登録第5584150号】

3条1項柱書で拒絶を受けた出願は、16件あり登録査定に至ったものはこのうち6件だった。また、応答した案件の拒絶理由はいずれも、

願書において「特定される位置」での使用が想定できない商品が指定されていること（例えば、位置が「ズボンの大腿部の右側面」であるのに、指定商品に「帽子」が含まれる場合）であり、指定商品の削除補正等により拒絶理由を比較的容易に解消できるものと考えられる。

4条1項11号による拒絶理由通知を受けた出願は8件あり、いずれも、位置商標の文字要素と類似する文字商標の先行登録例が引用されていた（この一例として下図）。



(注：実線部分の背景色は紫色)  
【出願商標】

エ ス ミ ッ ク  
S ・ M I C

【引用商標】

そのほか、商標の詳細な説明を願書に記載する際に商標を特定しなければならないとする5条5項違反を理由とした拒絶理由の適用も散見された。これは、商標記載欄に表された商標の構成及び態様と、商標の詳細な説明の記載が表す商標の構成及び態様とが一致していないことを理由とするものである。「位置の特定」という、位置商標特有の事情に起因する拒絶理由であるが、多くの場合は補正により克服可能なものであると考えられる。

### (3) 小 括

位置商標は、色商標・音商標に次いで出願数が多く、製造業を主とする企業による活用への意欲が窺われる。

登録査定に至った全19件を見る限り、特定さ

れた位置に付される標章が本来識別力を有するのであれば比較的容易に登録査定に至るようにも見受けられる。しかしながら、たとえ図形商標の登録を有していたとしても、商品の包装等においては、既存の図形商標の要素は図柄の一種として認識されるに留まるとして、3条1項各号の拒絶を受けている位置商標出願があることも注目すべきであろう。

## 3. 4 動き商標

### (1) 出願動向

#### ① 商品・役務区分毎の傾向

指定商品・役務について、色商標や位置商標と比較すると、複数の区分にわたる商品・役務を広く指定している出願が多い。

色商標では指定する商品・役務においてその色彩の周知性の認定が要求され、また、位置商標は商品そのものにおける位置の特定が要求されるため、実際に当該商標を使用している商品・役務に限定して出願する必要があるが、動き商標にはこのような事情がないことから、商品・役務を広く指定しているものと推察される。

また、動き商標が企業のコーポレートマークに関するものである場合には、その企業の取り扱っている商品・役務全般を広く指定するケースが多いことも区分の増加につながっているものと考えられる。

表8 区分の分布

類	商品・役務	延べ指定数
9	理化学・配電・電気通信	31
41	教育, 娯楽	31
35	広告	27
5	薬剤	18
42	機械の設計	18

#### ② 動き商標の特徴に着目した動向

動き商標の出願人は、テレビCMを放映している一般消費者向けの商品・役務を提供する企



業が多く、例えば、製薬会社や毛髪製品を取り扱う企業が、テレビCMの動画の一部を動き商標として出願している。

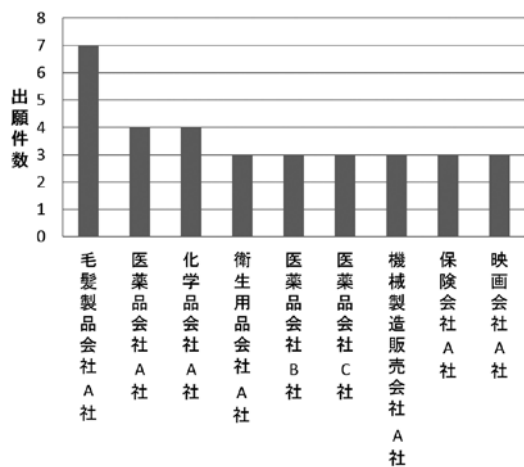


図10 出願人別の件数

動き商標は、経時的要素を含むことに大きな特徴があり、時間の変化に伴う商標の動きが複数枚の図を使って表現されることから、図の枚数が多いほど複雑な動きが表現されていると推測できる。

そのため、動きの傾向をみるために図の枚数に注目してみると、願書における商標の動きを記載した図の数は平均13枚、最大59枚、最小1枚であった。審査基準上は1枚の図によって動きを記載することも可能であるが、1枚の図のみ記載した出願は、調査期間において出願された110件のうち2件のみにとどまっており、1枚の図では表現しきれない複雑な動きをする商標や、標章そのものが変化する商標が多く出願

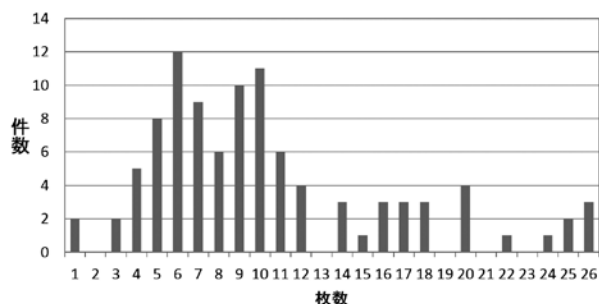


図11 提出図面の枚数（一部抜粋）

されていることが分かる。なお、59枚の図を記載した商標は、動画全体を等間隔の時間で分割したもので、黒一色の図が何度も連続して登場する。

## (2) 審査動向

審査期間については、出願から拒絶理由通知を受けるまでの期間が最長637日、最短246日と大幅に差があるものの、動きを表す図の枚数や指定区分による審査期間の偏りは見られなかった。また、2015年4月1日付の出願の審査に特に時間を要したというわけでもなく、出願時期に関わらず、文字や図形の商標と同じように審査が進んでいることが窺える。

なお、拒絶理由の根拠条文に目立った傾向はないが、4条1項11号を根拠とする拒絶理由通知を受けたもののうち、4件の出願については、いずれも商標の構成中に文字が含まれており、文字が含まれる動き商標についてはその文字について同一又は類似の文字商標が引用される可能性があることに留意する必要がある。

また、動き商標は、他のタイプと比較して登録率が高い。これは、商標の要素として従来からある文字や図形に加え動きという新たな要素が追加されただけであり、構成する文字や図形そのものに識別力があれば動き商標全体としても識別力があると判断されること、また、音商標における音声ファイル提出と異なり、出願に動画ファイルの提出は不要で、実際の動画と標章の不一致を理由とする形式上の不備が生じないことが理由ではないかと推測される。

表9 拒絶理由

主な適用条文（商標法）	数
第3条1項各号	11
第3条1項柱書	12
第4条1項11号	9
その他	16

### (3) 小 括

動き商標については他の新しいタイプの商標と比べて登録率も比較的高いことから、CM等で動画を使用している企業等は出願する価値があるといえよう。特に動きの中で多岐に亘る文字や図形が登場する場合において、個々の文字や図形には識別性が無くてもこれら文字や図形の総体としては識別性が認められる場合や、図形商標として登録済みの商標の使用がCM中に登場する文字や図形の一つとしての使用に限られている場合に、動きを含めた多面的な保護を図りたい場合には活用できると考えられる。

反面、文字や図形等を商標の構成要素としないう単なる動きそのものは、保護対象にならないとされているため<sup>2)</sup>、商標の構成要素に特徴的な変化がない、例えば、商標中の文字や図形的位置および内容が変わらない場合や、変化の程度が極めて局所的であったり、短時間であったりする場合にまで、商標登録する必要性があるかは検討の余地があると思われる。

## 3. 5 ホログラム商標

### (1) 出願動向

ホログラム商標の出願件数は16件であり、他の新しいタイプの商標と比較して圧倒的に出願数が少ない。これは、従来からある文字や図形商標として登録されていれば、敢えてホログラム商標として出願せずとも、文字や図形が表されたホログラムを十分保護できると捉えている企業が多いためであると考えられる。

ホログラム商標の出願数が少ない中、これらの出願人となっているのは、役務提供の用に供するカードにホログラムを付す金融会社や、そうしたホログラムを印刷する印刷会社等、事業活動において実際にホログラムを使用する業種の企業等である。

また、そのような出願人の業種の偏りから、ホログラム商品として一般的なホログラムシー

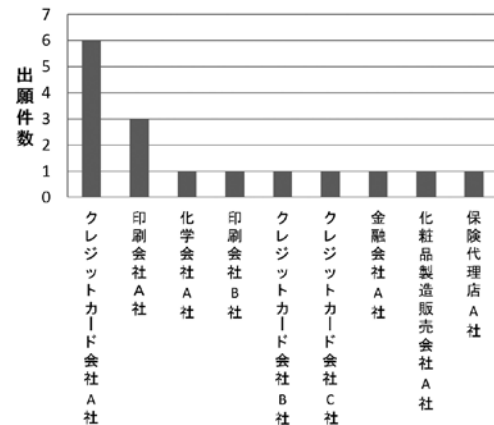


図12 出願人別の件数

ルやホログラムラベルが属する第16類、サービス提供の際にホログラムが印刷された磁気カードが利用される金融サービスが属する第36類といったように、出願時に指定する商品又は役務の区分にも偏りが見られた。

表10 区分の分布

類	商品・役務	延べ指定数
36	金融, 保険, 不動産	12
16	紙, 事務用品	3
40	加工処理	2
3	洗浄剤, 化粧品	1
17	絶縁材料, プラスチック材料	1

### (2) 審査動向

審査期間や審査の内容については、対象となる出願数が少ないことから、顕著な傾向を見出すことはできなかった。

表11 拒絶理由

主な適用条文 (商標法)	件数
第3条1項各号	1
第3条1項柱書	1
第4条1項11号	0
その他	2

### (3) 小 括

ホログラム商標については出願件数が極めて少ないため、現時点では、出願や審査の傾向を十分に分析するには至らなかった。

そもそもホログラムは、その製造に高度な技術を要することから、一般に偽造・捏造といった不正防止手段として用いられているが、ホログラム商標が登録されたからといって、偽造品の発生を抑止したりその真贋判定を容易にしたりするものではない。そのため、ホログラムの構成要素が文字や図形商標として登録されているのであれば、それらを単にホログラム化・立体視化させたホログラムまで権利化する必要性はないと考える企業が多いと推測する。

また、ホログラムの製造そのものにコストがかかることや、情報技術の利用により、ホログラムを使用せず不正を防止する手段も開発されたりしていること等から、ホログラムの活用場面が減少している実情もある。

したがって、ホログラムの新たな使用方法が見出されない限り、ホログラム商標の出願が劇的に増加することはないと推察する。

## 4. おわりに

上記のとおり、これまでの出願動向を分析したところ、出願件数については、施行日である2015年4月1日に全体の約3割を占めていたが、その多くは積極的に言語以外のブランド戦略を元々意識していた企業や自社が使用している色や音を競合他社に先取されないように可能性のある商標を出願した企業であると推察される。その後は世間の盛り上がりに影響を受けた経営層からの後押しもあったと推測される企業からの出願もあったが、時間の経過と共に落ち着いてきている状況が明確に判った。

審査動向については、「色彩のみ」や「言語

的要素を含まない音」、「識別機能の無い図形等を構成要素に含む位置」等、一企業による独占が認められると企業一般の活動に甚大な影響を及ぼすものについては、慎重に判断されている一方、言語的要素を含む音、識別機能を有する図形等を構成要素に含む位置、そして識別機能を有する文字・図形を構成要素に含む「動き」や「ホログラム」は、比較的登録されている状況が改めて確認できた。

以上の分析が、会員企業において、登録のニーズ・難易度・権利化後の活用可能性の程度を勘案した今後の出願要否検討の一助となれば幸いである。

なお、本稿は、2015年度から2016年度の商標委員会第1小委員会で検討した結果をまとめている。メンバーは、桜井智子（小委員長・エーザイ）、大黒菜々子（副委員長・凸版印刷）、宗形賢（副委員長・ソフトバンク）、苗村正一（副委員長・三菱電機）、秋山智子（ソニー）、大内山誠（キヤノン）、大倉正也（ヤマハ）、岡村宗悟（リコー）、奥平悠太（楽天）、喜多佳子（大日本印刷）、千賀靖子（日本たばこ産業）、天目明利（グンゼ）、二宮章（パナソニックヘルスケア）、古川路子（パナソニック）、俣野拓郎（大王製紙）、宮田晴郎（東日本旅客鉄道）、尹アルム（LINE）による。

### 注 記

- 1) 2017年9月に3件の登録査定があった。
- 2) 特許庁HP「新しいタイプの商標の保護制度に関するQ&A」  
[https://www.jpo.go.jp/seido/s\\_shouhyou/new\\_shouhyou\\_faq.htm#anchor1-8](https://www.jpo.go.jp/seido/s_shouhyou/new_shouhyou_faq.htm#anchor1-8)  
(参照日2017年3月31日)

(原稿受領日 2017年6月21日)