

専用権放棄声明の審査基準（不専用）

2009年11月16日経済部経授智字

第09820031440号令訂定発布

2012年5月2日経済部経授智字

第10120030691号令改訂発布，2012年7月1日発行

目次

1. はじめに	1
2. 専用権放棄声明の意義と適用法規	2
2.1 専用権放棄声明の意義	2
2.2 専用権放棄声明法規の適用	3
2.2.1 専用権放棄声明の規定	3
2.2.2 専用権放棄声明の効果	5
3. 専用権放棄声明をすべきか否かの判断	6
3.1 識別力を有さない文字	7
3.1.1 説明性の文字	7
(1) 専用権放棄声明が不必要な状況	8
(2) 専用権放棄声明が必要な状況	112
3.1.2 慣用名称	15
3.1.3 識別力を有さないその他の文字	16
(1) 専用権放棄声明が不必要な状況	17
(2) 専用権放棄声明が必要な状況	20
3.1.4 文字にデザインが施されている場合、デザインが施されていない従来の文字について、商標権の範囲に疑義を生じる場合、専用権を放棄する旨を声明しなければならない	24
3.1.5 故意に不正確な文字で表示する場合、正確な文字が商標権の範囲に含まれるかどうか疑義が生じる場合、専用権を放棄する旨を声明しなければならない	29
3.1.6 外国文字	29
3.2 識別力を有さない図形	33
3.2.1 説明性の図形	33
3.2.2 慣用標章	37
3.2.3 識別力を有さないその他の図形	39
(1) 宗教及び民間信仰のマーク	39

(2) 商品の装飾図案、外観及び包装デザイン	40
3.3 数字、記号及び型番等、識別力を有さない事項	41
4. 専用権放棄声明が不必要なその他の状況	45
4.1 特殊な言い回しによる識別力を有さない文字の結合	45
4.2 新奇・独特な商業イメージを生む同音意義文字	46
4.3 使用によって識別力を取得した事項	48
5. 専用権放棄声明をしてはならない状況	49
5.1 商標全体が識別力を有さない	50
5.2 商品又は役務の性質、品質あるいは産地を公衆に誤認・誤信 させる恐れがある事項	51
5.3 純粋な情報性の事項	54
6. 声明の形式	56
6.1 専用権放棄声明事項が複数ある場合	56
6.2 特定の類別又は一部の商品/役務についてのみ専用権を放棄 する旨を声明しなければならない場合	57
6.3 商標図案の大部分が識別力を有さない場合	58
6.4 旧字体・簡体字の中国語の場合	60
6.5 外国文字の場合	61
7. その他の事項	64
7.1 専用権放棄の通知を受けたが期限内に回答しない場合	64
7.2 登録商標で専用権放棄声明をしておらず、その後の出願案件 で識別力を持たないことが判明した文字の処理方法	64
7.3 専用権放棄声明後に使用により識別力を取得した場合	67
7.4 商標中の識別力を有する部分について専用権を放棄する旨を 声明してはならない	67
7.5 商標権の範囲に疑義を生じる恐れがない部分について、出願 者の専用権を放棄する旨の声明を経てもこれを公告しない	68
7.6 混同誤認の恐れについての判断は全体的な観察から	68

1. はじめに

台湾では1991年より「専用権放棄声明」の制度が採用され、2000年に「専用権放棄声明の審査要点（原文は「声明不専用審査要点」）」が制定され、同年12月28日より施行された。その内容は、専用権放棄声明制度の意義、適用範囲を盛り込み、且つ具体的な案件の適用状況を例示したものであった。2004年の「商標法」改正に伴い、要点の内容について若干の修正を行った。しかし、当該要点がすでに施行から相当の歳月を経ていること、且つ箇条書きになっていて内容が比較的簡潔で、実際に作業の参考にするには商標審査官が不足感を感じていることを考慮し、「専用権放棄声明の審査基準」を制定した。同基準は2010年1月1日より施行され、案件審査の参考用に供された。しかし2011年の「商標法」改正に伴い、専用権放棄声明制度については、従来「商標図案中の識別力を持たない部分については一律、専用権を放棄する旨を声明しなければならない」とされていたものが、改正後は「商標図案中の識別力を持たない部分が、商標権の範囲に疑義を生じる可能性がある場合に限り、専用権を放棄する旨を声明しなければならない」とされたため、本基準もこれに合わせて修正する次第である。

本基準が引用する案件は、いずれも実際の商標出願案件である。但し、本基準の執筆に合わせるため、関連案件が指定使用する商品／役務、専用権放棄声明の部分と声明の形式については、実際の登録状況とは必ずしも一致しないことを、この場を借りて断っておく。

2. 専用権放棄声明の意義と適用法規

2.1 専用権放棄声明の意義

商標とは文字、図形、記号、色彩、立体形状、動的、ホログラム、音、又はこれらの結合で構成することができる、識別力を持った標

識で、識別力とは、その商品又は役務の関連消費者にそれが該商品又は役務の出所を認識させることができ、且つそれによって他人の商品又は役務と区別できるという特性である（商 18 I, II）。故に商標の機能は、主に商品又は役務の出所を示し、それによって他人の商品又は役務との区別を図ることにある。商標が、全体的に識別力を有してさえいれば、商標の機能を有するのである。但し、商標登録者は往々にして、販売促進のために、商品又は役務と関連する品質、機能、産地等の説明、あるいは広告のキャッチフレーズなど、識別力を持たない事項を、商標図案と一緒に登録出願するのを好む傾向にある。商標が全体的に識別力を有していれば登録が可能であるはずだが、商標の図案に含まれる前述の事項が専用権を有するかどうかについては、商標権者とその競争同業者で見方が異なる可能性がある。商標権者が、商標図案中の識別力を有さない部分について、競争同業者に対して権利を主張した場合、たとえ原告の主張が最終的には裁判所に棄却されたとしても、係争中、競争同業者の商品は流通業者によって店頭から撤去される可能性がある。また、競争同業者は係争への対応や応訴に係る時間、労力、費用を負担しなければならない、市場の公平な競争や秩序に影響を及ぼす恐れがある。

商標法改正前は、商標図案に含まれる識別力を有さない事項について、一律に専用権を放棄する旨の声明を行わなければならないとされていた。しかし、専用権放棄制度を運用するにつれ、こうしたやり方に対して変革を求める提言が出てきた。なぜなら識別力を持たない部分は、指定の商品又は役務の業界では、通常使用される商品又は役務の説明や、慣用標章／名称である可能性がある。例えば、「新鮮・美味」を食パンやパン商品に、「土地銀行」を銀行の役務に指定するなどである。「新鮮・美味」と「銀行」は、それぞれ指定の商品又は役務の説明及び慣用名称である。故に、識別力を持たない状況に属することは明確であり、商標権の範囲が当該部分に及ばないことは疑いようもない。しかし審査時、出願者に対して専用権放棄声明の補正要求をしたならば、補正のために公文書を往来さ

せなければならず、いたずらに時間を使い、審査期間に影響を及ぼすこととなる。

専用権放棄制度の目的を考えてみると、それは主に商標登録後、取得した商標権の範囲について、識別力を有さない事項に対する商標権者の主観的認識と客観的認識に違いがあり、商標権者がそれに基づいて権利を主張し、競争同業者を困らせることになったり、又は専用権を放棄する旨の声明をしなかったために、登録した商標の権利範囲が不明確になり、競争同業者が識別力を有さない当該事項の使用を躊躇したりして、市場の公平な競争に不利となるような事態を避けるためにある。審査時間と市場の公平な競争の両方を考慮した上で、今回の「商標法」改正では、商標図案のうち、審査の結果、識別力を有しないと認識された部分については、「商標権の範囲に疑義が生じる恐れがある場合」に限り、専用権を放棄する旨を声明しなければならないとされた。即ち出願者は、法により単独で登録できない「識別力を有さない部分」について、専用権を放棄する旨を声明し、全体的に識別力をもつ商標としなければならないのである。それによって、単独で登録できないこれらの部分を、商標の図案中に残すことができ、且つその商標が取得した権利の範囲を明確にすることができるのである。

2.2 専用権放棄声明法規の適用

2.2.1 専用権放棄に関する規定

商標の図案に識別力を有さない部分が含まれ、そのために商標権の範囲に疑義が生じる恐れがある場合、出願者は当該部分について専用権を放棄する旨の声明をしなければならない。専用権を放棄する旨の声明をしない場合、商標を登録することができない（商 29 III）。よって商標の図案に識別力を有さない部分が含まれ、商標権の範囲に疑義を生じる恐れがある状況の場合、専用権を放棄する旨の声明をしなければならない。いわゆる「識別力を有さない部分」

とは、「指定する商品又は役務の品質、用途、原料、産地についての描写、あるいは関連の特性の説明」、「指定する商品又は役務の慣用標章又は名称」及び「識別力を有さないその他の事項」等の状況を指す（商 29 I）。実務的には一般に「説明性の事項」「慣用標章/名称」及び「識別力を有さないその他の事項」を指す。

商標権者はその登録商標の権利範囲を明確に把握し、商標の図案に含まれる専用権未取得の事項について、他人に権利を主張するという状況が発生することを回避したり、同時に競争同業者にも商標使用の範囲を十分に把握させ、誤って他人の商標権を侵害することを回避したりする必要がある。識別力を有さない部分が商標の図案に含まれる場合、商標権者又は競争同業者が、商標権者がすでにこの部分について専用権を取得していると誤解したり、又は法により他人の関連使用を排除できるという誤解したりする可能性がある。このような商標権利範囲の不明確な状況は、即ち市場の公平な競争秩序に影響を与える可能性がある。故に出願者は識別力を有さない部分につき、専用権を放棄する旨を声明しなければならず、そうしてこそ商標権利範囲を明確にし、商標登録を行うことができる。一方、商標の図案に識別力を有さない事項が含まれているが、商標権者又は競争同業者が、それが含まれる商標の図案にある専用権を有する部分について誤解する恐れがない場合は、専用権を放棄する旨を声明しなくても、商標権範囲の明確さに対する障害にはならない。即ち「商標権の範囲に疑義が生じる恐れがある」状況には相当せず、出願者は当該部分について専用権を放棄する旨の声明をしなくても、商標登録を行うことができる。

また、技術性及び機能性を有する創作が、商標権獲得後に永久に保護されることで、技術革新や市場の公平な競争秩序に影響を与えることを防止するため、商標は「商品又は役務の機能を発揮するためだけに必要な場合」、登録できない（商 30 I ①）。もし商標の図案に、本号の規定が指す機能性部分が含まれ、商標全体が識別力を

有する場合は、商標登録を行うことが出来るが、出願人はこの機能性部分のみについて専用権を取得することはできず、故に専用権を放棄する旨を声明しなければならない若しくは点線で当該機能性の部分を描くことで商標の一部に属さないことを表示しなければならない。但し、当該状況については「非伝統的商標審査基準」に詳しく規定されているので、そちらを参考にされたい。よって本審査基準では、これに言及しない。

2.2.2 専用権放棄声明の効果

商標登録後、商標の図案中に専用権放棄部分が含まれていたとしても、商標権者は依然、指定の商品又は役務に使用される商標全体の権利を取得しており、商標中の特定部分の権利を単独使用できるわけではない。商標が、消費者に混同誤認を生じさせる恐れがあるか否かの判断は、商標全体の図案を以って観察しなければならない。商標の組み合わせ部分は識別力の強弱に違いがあるため、消費者に混同誤認を生じさせる恐れがあるか否かを判断する場合、それぞれ異なる注意力を以って対応しなければならない。このため、商標図案中の識別力を持たない部分については、商標権の範囲に疑義が生じる恐れがあつて専用権を放棄する旨を声明している場合も、又は疑義が生じる恐れがないため専用権を放棄する旨を声明していない場合も、判断時にあまり注意されなかつたり、軽視されたりする可能性がある。しかし、案件の具体的な状況によっては、混同誤認の恐れがあるとの判断に影響を与える可能性もあることは否定できない。

商標の図案に特定の事項が含まれており、専用権を放棄する旨を声明する必要があるかどうかは、審査時に案件の状況に応じて、字典、出版品、インターネットでの検索結果等の情報を参考に、その判断基準とする。しかし、取得できる情報に限界があるため、審査過程において、商標権の範囲に疑義が生じる恐れがある識別力を有さない事項について、専用権放棄を出願者に要求しないまま、商標

登録を許可する場合もある。この場合も商標権者は、識別力を有さない当該事項について、他人が使用することを排除してはならない。一方、審査時に識別力を有すると判断されたが、その後、商標権者又は第三者が市場で使用した結果、その識別力に変化が生じる場合もある。例えば、商標権者が権利行使を怠ったため、登録商標が徐々に業界で通常に用いられる説明性の文字に変化したり、ひいては慣用名称になったりして識別力を喪失する場合である。故に専用権放棄声明制度は、審査過程で商標権争議が発生する可能性を回避するための予防的な行政措置でしかない。登録商標が特定事項について専用権を放棄する旨を声明しているかどうかは、当該事項が識別力を有するか否かを事後に判断するための唯一の根拠となるものではない。

3. 専用権放棄声明をすべきか否かの判断

商標は、識別力を有するあらゆる標識であり、故に登録申請された商標が全体で識別力を有さない場合は、登録することができず（商 18、29 I）、また専用権を放棄する旨を声明しても、商標登録をすることができない（本基準 5.1 を参照）。識別力を有さない部分については、商標権の範囲に疑義が生じる恐れがあるかどうかで、専用権を放棄する旨を声明するべきかどうかの判断が生じ、文字及び図形が商標の図案を構成する最もよく見られる要素として考慮される。故に本節では「文字」「図形」を主軸とし、その下の項目で「説明性」「慣用名称/標章」「識別力を有さないその他の事項」の順番で、専用権を放棄する旨を声明すべきか否かの状況を例示し、説明する。最後に「数字」「型番」「記号」等の識別力を有さないその他の事項の適用について例示し、説明する。商標図案中のどのような内容が説明性事項、慣用名称/標章又は識別力を有さないその他の事項であるかは、その商標と指定する商品又は役務との関係を判断の根拠としなければならない。その具体的な判断原則は、智慧財産局の「商標識別性審査基準」を参考とされたい。

3.1 識別力を有さない文字

識別力を有さない文字とは、指定の商品又は役務の関連特性の説明、慣用名称、及び識別力を有さないその他の文字を含む。商標の図案に前述の文字が含まれ、商標権の範囲に疑義が生じる恐れがある場合は、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。また、商標の図案に、デザインを施された文字や故意に不正確な文字が表示され、それが識別力を有する場合は、商標権者はデザイン後の当該文字又は不正確な表示の文字について専用権を取得することができる。但し、デザインを施されていないオリジナルの文字や正確な文字そのものが識別力を有さず、且つ商標権保護の範囲に疑義が生じる恐れがある場合は、専用権を放棄する旨を声明する必要がある（本基準 3.1.4 及び 3.1.5 を参照）。この他に、商標の図案に本国人が知悉しない外国文字が含まれており、競合する同業者が当該文字は専用権を取得したか否かの判断が容易でないものは、商標権の範囲に疑義が生じる恐れがある場合に属し、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

3.1.1 説明性の文字

説明性の文字とは、商品又は役務の品質、用途、原料、産地、又は関連の特性を、直接・明確に描写する用語を指す。また、一般に当該商品又は役務を提供する人々が共通使用する必要がないものを指す。文字の描写が直接・明確であればあるほど、又は同業者や公衆が指定の商品又は役務を説明するのにより通常に使うものであればあるほど、商標権者は当該部分が商標権範囲の及ぶ範囲でないと認識し、同業者も商標権者がその説明性の用語について専用権を取得しているかもしれないとは疑わなくなる。従って、当該文字が識別力を有さない事項であることは明らかで、疑義も生じない。

(1) 専用権放棄声明が不必要な状況

説明性の文字が同業者又は公衆が商品又は役務の指定に通常使用する描写である場合、例えば商品又は役務の品質、用途、原料、産地、又は関連の特性で、商品又は役務そのものと密接に関連する特性、例えば商品又は役務の内容、価格、風格、特色、使用方法あるいは保存方法、保存温度、生産技術、パーツあるいはそれによって組み立てられた部分、商品又は役務の形態、使用周期あるいは役務期間等を含む場合、原則上それらの部分が商標権の範囲に疑義を生じる恐れがない状況と認定できることに基づいて、専用権を放棄する旨の声明をする必要はない。

【登録案件】



● 火鍋（訳注：台湾式の鍋料理）店、日本料理店、セルフサービスのレストラン、飲食店、レストラン等の役務に使用。「火鍋」は役務提供する内容の慣用名称である。「極品鍋物（訳注：極上の鍋料理の意味）」はレストラン業者が、役務提供の内容（料理）の品質を説明するのに広く使用する言葉であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 食パン、パン、ケーキ、ハンバーガー等の商品に使用。「新鮮」「美味」は商品の品質を説明し、「現場烘焙」は商品が現場で調理されているという特性を強調する説明である。いずれも菓子業者が広く使用している言葉であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

- 「高倫雅芙除痘系列」を、クレンジング、保湿、肌用化粧水等の商品に使用。「除痘系列(訳注:ニキビ予防シリーズ)」は商品の用途を説明するもので、同業者がスキンケアや基礎化粧品によく使用している言葉であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



- **緑茶多酚**

牛乳や乳酸菌飲料、豆乳等の商品に使用。「緑茶多酚(訳注:カテキンの意味)」は飲料商品の成分の説明であり、飲料業者がよく使用しているため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



- **嘉禾不動産**

各種不動産の賃貸、不動産の売買、賃貸の仲介等の役務に使用。「不動産」は役務の内容(不動産関連の役務)の説明であり、不動産業界においてよく使われる言葉であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



- 飲食店、飲料店等の役務に使用。「古早味紅茶」及びその英訳である「BLACK TEA OF ANCIENT EARLY FLAVOR」は、役務が提供する飲料の特性を説明しており、飲料業者がよく使う言葉であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



- **NORWAY**

肉、魚肉、家禽肉、非生体狩猟物等のノルウェー産商品に使用。「NORWAY」は国名のノルウェーで、指定の商品の産地又は出所を説明しているのは明らかである。このため専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

- **FASHION
SUGAR COAT**

革製のジャケット、カバン、財布、リュック、バッグ、ウエストポーチ等の商品に使用。「FASHION」は商品の特性を説明したもので、化粧品、スキンケア、バッグ、靴、宝飾及び関連のアクセサリ等の業者が、流行感を強調するためによく使う言葉であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



レストラン、飲料店、小皿料理店等の役務に使用。「北方館」は役務が提供する商品の特性を説明したもので、レストランを経営する同業者がよく使う言葉であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



自動車、オートバイ、ホイール、フレーム等の商品に使用。「TECH」とは「TECHNOLOGY (技術)」を短縮したもので、「FOR PROFESSIONALS」は専門の人に提供しているという意味であり、明らかに商品の品質及び特性を説明するものである。

また、同業者及び公衆が自動車商品の説明によく使う言葉であるため、いずれも専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

- 「**蛮牛第二代**」を西洋薬・漢方薬、精力剤、栄養補助製剤等の商品に使用。「第二代」は明らかに商品の品質及び特性を説明するもので、且つ同業者及び医薬業界の人が薬剤商品を説明するときに用いる言葉であるため、いずれも専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



- **新化阿發排骨大王**

小皿料理店、移動式屋台、レストラン等の役務に使用。「新化」は台南の地名であり、明らかに指定する役務の地点を説明する言葉である。「排骨大王」は役務の内容と「大王」という呼称の組み合わせであり、役務が提供する商品の品質及び特性を説明したものであると共に、レストランの同業者がよく使用する言葉であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

(2) 専用権放棄声明が必要な状況

文字描写によって商品又は役務の説明をする場合、同業者や公衆がそれにより指定の商品又は役務を説明するケースは珍しい。このため、商標権者が説明性の当該文字について専用権を取得しているか否かが不明確で、商標権の範囲について容易に疑義が生じる場合は、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。このほか、説明性の用語が外国語で、海外の同業者及び公衆がそれを指定の商品又は役務の説明に使用するケースがあっても、国内の同業者や公衆が使用するケースは少ない場合も、商標権の範囲が及ぶか否かの疑

義が生じる可能性があるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

【登録案件の例】

「旁氏甜橙沁香」を、人体及び非人体用の石けん、人体用及び非人体用のクレンジング、香水等の商品に使用。「甜橙沁香」は深く心に沁みこむオレンジスイートの香りという意味で、指定の商品の香りの特性を説明する言葉であるが、同業者及び公衆がこれを以って指定の商品を説明するケースは少ないので、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。



五仁酥餅（ナッツやドライフルーツが入ったパイ菓子）、牛軋糖（ヌガー）、月餅等の商品に使用。「SINCE 1968」は創業の年代を表示しており、各業界で広く使用される識別力を有さない文字であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。「好餅来自真功夫」とは、製菓技術が確かで、基礎がしっかりしているという意味であり、商品の品質、特性を説明する言葉で、同業者又は公衆が菓子類商品の説明に使用することは稀であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要がある。



Protecting Lives Against Infection

医療器具及び機材の消毒・殺菌液等の商品に使用。「PROTECTING LIVES AGAINST INFECTION」とは、感染に対抗して生命を守るという意味であり、滅菌により感染を回

避するという商品の用途を説明したものであるが、同業者及び公衆がこの描写性の用語を使って指定の商品を説明するケースは少ないので、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

- 「**活覇益菌王**」を乳酸菌や酵素入りサプリメント等の商品に使用。「益菌王」は商品成分（訳注：益菌は善玉菌の意味）と「王」という自称用語の組み合わせであり、指定の商品成分の品質と専門性を説明する言葉である。同業者がこの言葉を乳酸菌商品に使用するケースは少ないので、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。



- 非人体用のクレンジング剤、フローリング用ワックス、自動車用ワックス等の商品に使用。「大師」とは自称用語であり、「居家大師」は家庭内の日常生活に関わる家事の専門家という意味である。指定の商品の品質及び専門性を説明する言葉であり、同業及び公衆がこれを以って指定の商品を説明するケースは少ないので、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。



- 肉類、肉類製品、干し肉等の商品に使用。「生機牧場」は明らかに商品原料（ブタ）の飼育の特性を説明した言葉で、同業者及び公衆が使用するケースは少ないものの、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。「褐藻猪」は商品原料（ブタ）の飼料の配合を説明した言葉だが、同業者及び公

衆がこの言葉を用いて指定の商品を説明するケースは極めて少なく、出願者が商品の特色を重ねて強調するためのものである。商標権の範囲に疑義が生じることを避けるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。「OMEGA PORK」はオメガ脂肪酸（特にオメガ3系脂肪酸）を多く含む豚肉という意味で、この描写用語は豚肉等の商品そのものの直接的説明であるものの、国内の業者及び公衆が使用するケースは少ないため、商標権の範囲に疑義が生じることを避けるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

文字で商品又は役務の特性のみをストレートに描写することは、商品又は役務に対する非常に直接・明確な説明であり、その説明性が明らかによく見受けられ、商標権者及び同業者が皆当該部分について商標権の及ぶ範囲であると誤認するに至らない場合、同業者及び公衆が指定する商品又は役務を指定する描写に用いることがなくても、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

【登録案件の例】



● 薏仁醬油

醬油商品に使用。「薏仁醬油」（訳注：薏仁とはハト麦のこと）は、指定の商品の原料についてのストレートな描写であり、商品又は役務に対する非常に直接・明確な説明であり、その説明性が明らかで分かり易いため、同業者及び公衆が醬油商品の説明に用いるケースは珍しいものの、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 牛乳、乳酸菌飲料、豆乳商品に使用。「乳多、糖少（訳注：牛乳が多く、糖分が少ないの意味）」は、指定の商品成分の特性についてのストレートな描写であり、商品又は役務に対する非常に直接・明確な説明であり、その説明性が明らかで分かり易いため、同業者や公衆が飲料商品の説明に用いるケースは珍しいものの、商標権者もまた権利の取得を誤認するには至らないため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 紅豆湯（ぜんざい）、緑豆湯（緑豆を使ったぜんざい）、花生仁湯（ピーナッツスープ）、蕃薯湯（サツマイモスープ）等の商品に使用。「厳選台湾紅豆（訳注：厳選した台湾産小豆の意味）」「甜度管控第一家（糖度管理の大家）」とは、指定の商品食材の品質及び商品の特性についてのストレートな描写であり、商品又は役務に対する非常に直接・明確な説明であり、その説明性が明らかで分かり易いため、同業者及び公衆が指定の商品を説明するとき用いるケースは珍しいものの、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

3.1.2 慣用名称

慣用名称とは、業者が通常、特定の商品又は役務を表示する際に用いる名称のことで、一般的には、識別力を有さない事項に属し、業界が共通認識を持ち、疑義を持たないものである。慣用名称が商標図案に含まれる場合、商標権の範囲に疑義が生じる恐れがないは

ずなので、出願人はこの部分について専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

【登録案件の例】



● 玩具のお面、人形、木の人形、布人形、西洋人形等の商品に使用。「TOY」は玩具の意味で、指定の商品の慣用名称であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● レストランの役務に使用。「餐厅(訳注:レストランの意味)」は指定の役務の慣用名称であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 紙袋商品に使用。「袋」は指定の商品の慣用名称であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

3.1.3 識別力を有さないその他の文字

創立の年代、会社の種類、商店の屋号等、出願人が経営する事業に関連する説明、及び氏名、社名、ドメインネーム、非説明性のキャッチコピー、習慣的に使用する祝賀の言葉、縁起の良い言葉、流行語及びことわざ・熟語等は、いずれも識別力を有さないその他の文字に属する。このため、専用権放棄声明の必要の有無は下記のように判断する。

(1) 専用権放棄声明が不必要な状況

事業の創立年代を表す文字。ブランドを意味する「牌」「brand」の文字。会社の種類を表す「股份有限公司」「有限公司」等の文字。商店の屋号を表す「斉」「堂」「記」「行」「社」「号」等の文字。多数の事業体の結合であることを表す「集団」の文字。事業の性質を表す「工業」「商事」等の文字。営業組織を表す「企業」「実業」「展業」「興業」等の慣用文字。事業名称の中でも、単純に業務の種類を表す「建設」「銀行」「電脳（訳注：パソコンの意味）」「通迅（訳注：通信の意味）」の文字。ドメインネームの国別コードトップレベルドメインである「tw」「jp」及び属性の類別を表す「com」「org」「edu」「net」等の共用部分。商品又は役務の提供者、商店あるいは場所の名称を表す「屋」「家」「館」「軒」「庭」「舗」「店」「坊」「工房」「工場」「会館」「天地」「広場」「事務所」「旗艦店」等の文字。これらは通常、出願者が経営する事業に関連する説明に過ぎず、且つ業界で広く用いられていることから、原則、商標権の範囲に疑義を生じる恐れはない状況に属する。このため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

【登録案件の例】



● ビール、蓮根茶、人参茶、ミルクティー、菊花茶等の商品に使用。「SINCE 2001」は事業を開始した年代であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

● 萬歳牌

● 獣乳、調味乳、乳酸菌飲料、粉ミルク等の商品に使用。「牌」はブランドの意味であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 靴製品に使用。「COLLECTION」とは収集する、良いものを選ぶ、收藏するという意味があり、各種商品の領域で広く使用される言葉であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● レストラン、旅館等の役務に使用。「餐飲股份有限公司」（飲食株式会社）は業務及び会社の種類を説明する文字であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

● 「雄記」を飲料店、コーヒーショップ等の役務に使用。「記」は商店の屋号を表すのによく見られる文字であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 中鋳集團

工業用化学品、科学用化学品、化学試薬剤等の商品に使用。「GROUP」「集團」は通常、複数の事業の結合による組織を表すのに使う言葉であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● **海丞企業**
HAI CHENG

輸出入代行サービスに使用。「企業」は営業組織を表す慣用文字であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● **政都建設**

茶葉、紅茶、緑茶、清茶等の商品に使用。「建設」は事業名称のうち、業務の職種を表す文字であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



●

傘商品に使用。「. com. tw」は台湾の一般の商業組織が共有するドメインネームの一部であり、「Umbrella」は指定の商品の慣用名称である。「傘の図案」は指定の商品の写實的図形であるため、いずれも専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



●

煮て食用として使う非燃料用途の木炭、竹炭原料等の商品に使用。「工房」は各種の商品又は役務の領域でよく使用される言葉であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

WiWi SHOP

- 瑋 瑋 小 舖

衣服、ズボン、マフラー、頭巾等の商品に使用。「小舖」「SHOP」は、各種の商品又は役務の領域でよく使用され、指定の商品又は役務を提供する商店を表す言葉であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

(2) 専用権放棄声明が必要な状況

I、氏名及び氏名と敬称等の結合

台湾では実際の商標審査実務において、商標図案に好んで氏名を使用する出願人が多い。しかし、同業他社も自分の氏名を使用する必要があることを考慮すれば、一人に専用権を独占させるべきではない。商標権が氏名に及ぶか否かの疑義が生じることを避けるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。氏名に「氏」「家」「記」又は敬称を組み合わせたとしても、それが主に意味するところはやはり氏名であり、専用権を放棄する旨を声明する必要がある。呼称ではない言葉を、商品又は役務の名称と結びつける場合も、それが商品又は役務の提供者を伝えるだけの意味しかなく、商標が識別力を有さない状況である場合、商標権の範囲がそれに及ぶか否かの疑義が生じることを避けるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

【登録案件の例】



- 莒 光 查 某 因

肉入りチマキ、五穀米入りチマキ、落花生入りチマキ、精進料理用チマキ等の商品に使用。「蔡」は姓であり、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。



● 小皿料理の屋台、移動式屋台等の役務に使用。「鶏蛋糕（訳注：浅草の人形焼の餡を抜いたような菓子）」は明らかに、役務が提供する商品の説明であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。「廖家」は廖という姓の家庭という意味で、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。



● 小皿料理店、屋台、日本料理店等の役務に使用。「朱媽媽（訳注：朱家のお母さんの意味）」は朱という姓の婦人に対する尊称であり、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。



● ドライフルーツや野菜、フルーツや野菜の蜜漬け、漬物、浅漬け、韓国のキムチ等の商品に使用。「王媽（訳注：王家のお母さんの意味）」が意味するものは氏名の域を脱していないため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

「泡菜婆婆（訳注：キムチおばあさん）」は、キムチを漬ける年長の婦人という意味であり、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

II、社名及びドメインネーム

実際に商標登録を行う場合、商標登録によって社名及びドメインネームを保護したいと希望する人が多い。但し、デザインが施されておらず、識別力を有さない社名又はドメインネームを消費者に認知してもらうおうとすると、それは経営の主体そのもの又はURLを表示したに過ぎず、商品又は役務の出所を識別するものではないため、「商標法」の保護を受けることが出来ない。当該部分に商標権の効力が及ぶか否かについて疑義が生じることを避けるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

【登録案件の例】



● 鴻璿股份有限公司
HONTKO CO., LTD.

パルス発生器、液晶ディスプレイ、エンコーダ等の商品に使用。「鴻璿股份有限公司」及「HONTKO CO., LTD」はそれぞれ出願人の中文、英文の社名であり、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。



● インターネットを通して音楽に関する情報を提供及び紹介する役務に使用。URL「www.drum.com.tw」は専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

Ⅲ、キャッチコピー及び習慣的に使用する祝賀の言葉、縁起の良い言葉、流行語、ことわざ・熟語

キャッチコピーは商品又は役務の品質、用途、原料、産地あるいは特性に関する説明的文字ではないとしても、一般的に消費者は

出所を識別する標識とみなさない。故に識別力を有さない文字に属する。但し、そのキャッチコピーが出願者の創作であったり、又は同業者間ではこれらの文字を組み合わせる使用が少ない場合、商標権者がこの部分について商標権を取得しているか否かは容易に疑義が生じることから、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。また、我が国の商標登録者は、習慣的に使用する祝賀の言葉、縁起の良い言葉、流行語、ことわざ・熟語を商標図案に加えることを好む。これらの用語は、商品又は役務の説明ではないものの、同業他社も自分の商品又は役務に同じ言葉を使用したいと考えるかもしれない。故に商標権の範囲に疑義が生じるのを避けるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

【登録案件の例】



スパナ、レンチ、スクリュードライバー等の商品に使用。キャッチコピー「帶著歡樂跑天下（訳注：楽しい気持ちで走り回ろう）」は専用権を放棄する旨を声明しなければならない。




Brings Diamonds To Life.

宝飾品、貴金属等の商品に使用。キャッチコピー「BRINGS DIAMONDS TO LIFE」はダイヤモンドに生命を与えるという意味で、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。



パソコンのメモリ、光ディスク等の商品に使用。キャッチ

コピー「Enjoy your life」は、貴方の生活を楽しみなさいという意味で、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

● 梳金富貴 

水晶製、ガラス製、セラミック製の装飾品等の商品に使用。
「永保安康」は台湾でよく使用される幸福祈願の言葉で、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

● 

下着、パジャマ、肌着、水着、シャツ、靴等の商品に使用。
「凹」と「orz」は流行語であり、いずれも専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

IV、宗教及び民間信仰の用語

宗教及び民間信仰の用語が商品又は役務の関連説明ではない場合、一般的に言うと、消費者に与える印象が祈願又は装飾性のある文字のみである場合、商品又は役務の出所を指示する機能は無いため、識別力を有する文字に属さない。しかし、同業者間で、同一の使用状況があまり見られず、商標権者が当該部分の商標権の取得について容易に疑義を生じ、且つ競合する同業者も自己の商品又は役務において同一の用語を使用する可能性がある場合、商標権の範囲に疑義を生じないよう専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

【登録案件の例】

龍泉三太子



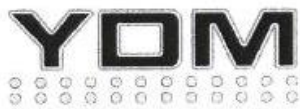
● ビール、黒ビール、生ビール、ライトビール、ジンジャービール等の商品に使用。「三太子」は神様の名称で、指定商品に関する説明ではなく、識別力を有しない文字に属するため、専用権の放棄を声明しなければならない。



● 衣服、靴、マフラー、スカーフ等の商品及び報道社、通信社、新聞社などの役務に使用。「彌勒」は神様の名称で、指定商品に関する説明ではなく、識別力を有しない文字に属するため、専用権の放棄を声明しなければならない。

神様の名称、呪文、真言、経文、名号等の宗教及び民間信仰の用語を商品及び役務区分表 0309「線香、末香」、0405「蠟燭、蠟芯」、1604「香冥紙（祭祀に用いる紙）、祭祀用の紙製のお供え物」、2110「香炉、香冥紙用焼却炉、燭台、線香着火器」の商品；3519 葬儀、宗教用品小売卸売り；4504「葬儀埋葬サービス」；4513「宗教集会の企画」役務は、通常同業者間で用いられ、且つ使用を指定する商品又は役務が十分に直接的・明らかな説明であり、原則上商標権の範囲に疑義を生じる恐れは無いため、専用権を放棄する声明をする必要はない。但し、宗教及び民間信仰用語が一部の指定商品又は役務の説明のみで、その他の商品又は役務においては、その他の識別力を有しない状況である場合は、やはり当該宗教用語は専用権を放棄する声明をして商標権の範囲に疑義が生じないようにしなければならない。

【登録案件の例】



● 育徳媽祖

占い、占星術、易占い、風水、法会代行、宗教会議の手配等の役務に使用。「媽祖」は神様の名称で、「法会代行、宗教会議の手配」の役務内容の説明に使用されて、占い、占星術、易占い、風水等の役務への使用については、その他の識別力を有さない状況にあたるため、「媽祖」は専用権を放棄する声明をしなければならない。

3.1.4 文字にデザインが施されている場合、デザインが施されていない従来の文字について、商標権の範囲に疑義を生じる場合、専用権を放棄する旨を声明しなければならない

識別力を有さない文字は、もともと商標登録をすることが出来ない。但し、デザインが施されたことで、純粹な説明、慣用名称、又は識別力を有さないその他の文字の印象から脱却し、識別力を有するようになった場合、商標登録を行うことが出来る。但し、登録後に取得する、他人の使用を妨げることができる効力は、デザインが施されていない従来の文字には及ばず、出願人は第三者が当該文字を使用することを妨げてはならない。デザインが施されていない文字自体が識別力を有しない場合、例えば、商標図案の中にデザインを施した文字「餐廳（レストラン）」又は姓の「蔡」を含み、且つレストランサービスへの使用を指定する場合、デザインを施していない「餐廳」と姓の「蔡」は役務の指定において識別力を有さない文字であるため、商標権者は他人による当該文字の使用を排除することはできない。前者の場合、商標権者は他人がレストラン役務へ「餐廳」を使用することを排除できない。これは疑義も生じないた

め「餐廳」は専用権を放棄する声明をする必要はない。後者の場合、商標権者は他人が「蔡」を使用することを排除できるか否かについては疑義が生じる可能性があり、商標権保護の範囲を明確にするために「蔡」は専用権を放棄する声明をしなければならない。よってデザインが施されていない文字が識別力を有しておらず、且つ商標権保護の範囲に疑義を生じる恐れがある場合には、デザインが施されていない本来の文字について専用権を放棄する声明をして始めて登録することができる。

2010年1月1日までは、文字について専用権を放棄する旨を声明しなければならない対象に、「デザインが施されていない」の用語が含まれていた。当時は、文字がデザインを施された場合、そのデザインを施された字形について、商標権者が専用の権利を有するべきだと考えていた。このため、専用権を放棄する旨を声明しなければならないのは、デザインが施されていない文字とされていた。しかし、文字に施されたデザインがどの程度であれば、「デザインが施された」とみなされるのかについては異なる見方が生じるのは避けられない。商標の「混同誤認の恐れ」の有無を判断する場合は、商標全体の図案を観察することを考えれば、文字に施されたデザインの程度に関わらず、デザインが施される前の従来文字について専用権を放棄する旨を声明したとしても、混同誤認の恐れの影響することはない。故に本基準では「デザインが施されていない」の用語を使用するのをやめ、文字に施されたデザインの程度に関わらず、専用権を放棄する旨を声明するのは、デザインが施される前の従来文字とする。同時に、声明の形式に「文字」の用語を加えた。これにより、専用権を放棄する旨を声明する対象が、デザインが施される前の従来文字であることを明確にできるようになった。

以下の【登録案件の例】は、本基準が制定する「声明の形式」に基づいて修正を加えたものである。本基準が規定する「声明の形式」については、「6. 声明の形式」の説明を参照のこと。

【登録案件の例】



● 飲食店、小皿料理店等の役務に使用。「鮮炸屋」「専売炸物」「Fresh House」は指定の役務が提供する内容の品質及び特性の説明である。そのうち「専売炸物（訳注：揚げ物の専門店の意味）」は同業者及び公衆に広く使用される用語であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。デザインを施していない「鮮炸屋」と「Fresh House」は、同業者や公衆が通常使用する用語ではないため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の方法は以下のとおり。一本件の商標は、「鮮炸屋」「Fresh House」の文字について商標権を主張しない。



● 臘肉（訳注：ベーコンのような干し肉）、干し肉、ビーフジャーキー、ポークジャーキー等の商品に使用。「高」は姓であり、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の方法は以下のとおり。一本件の商標は、「高」の文字について商標権を主張しない。



● インターネットショッピング、通信販売、インターネットオークション等の役務に使用。「夯店」は流行語（訳注：人気、流行、ヒットしている店という意味）であるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の方法は以下のとおり。一本件の商標は、「夯店」の文字について商標権を主張しな

い。



ソフトウェア、コンピュータゲームを記録した光データキャリア等の商品に使用。「荆軻刺秦王（訳注：荆軻による秦の始皇帝暗殺未遂事件のこと）」は、我が国の有名な歴史事件である。指定のコンピュータゲームの設定背景又はストーリーの内容を説明したもので、その他の同業者による使用は稀であるため専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の方法は以下のとおり。

一本件の商標は、「荆軻刺秦王」の文字について商標権を主張しない。

3.1.5 故意に不正確な文字で表示する場合、正確な文字が商標権の範囲に含まれるかどうか疑義が生じる場合、専用権を放棄する旨を声明しなければならない

商標の図案では、識別力を有さない文字を、故意に同音意義語や通常は使用しない文字として表示することがある。外国語の場合、故意に同音意義語やその他の不正確なスペルで表示されたとしても、消費者が正確な文字を識別することができ、しかもそれが消費者に正確な文字が伝達する説明性、慣用名称、識別力を有さないその他の印象を与える場合、同業他社は不正確な表示方法を使用する必要はないとしても、正確な文字を使用する必要がある。このため、正確な文字についても、商標保護の範囲が及ぶかどうか疑義が生じる恐れがある場合は、対応する正確な文字について、専用権を放棄する旨を声明しなければ、商標を登録することができない。声明の方法は以下のとおり。

一本件の登録商標は、「正確な文字／スペル」の文字について商標権を主張しない。

正確な文字の声明形式を例示するため、以下の【登録案件の例】

はいずれも本基準が既定する声明の形式に基づいて修正されたものである。本基準が定める声明の形式については、「6. 声明の形式」の説明を参照のこと。

【登録案件の例】

- 「東山補骨精」を粉ミルク、低脂肪粉ミルク等の商品に使用。「補骨精」は、「補骨精」の正確な文字であり、且つ指定の商品の機能の説明である。しかし、同業他社が通常使用する言葉ではないため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の方法は以下のとおり。

一本件の商標は「補骨精」の文字について、商標権を主張しない。



- **SecurDisc**

デジタルディスク、ブルーレイディスク、高解像度デジタルディスク等の商品に使用。「SecurDisc」は、「SECURE DISC」の不正確なスペルである。「secure disc」は商品が、パスワード保護されているという特性を直接的に説明するものであり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

同音意義の文字が、消費者に奇抜で独特な印象を与え、商品又は役務の出所を指示及び区別する機能を有する場合、識別力を有さない当該部分について、専用権を放棄する旨を声明する必要はない（本基準 4.2 を参照のこと）。

3.1.6 外国文字

外国文字が商品又は役務を直接、明らかに説明するものや通用名称である場合、その文字を理解するものは、商標権者が当該文字について専用権を取得していないことを知ることができるが、当該文字を認識しない者は、文字の意味が分からないために商標権者が

当該文字について専用権を取得しているか否かの判断ができない場合、商標権の範囲に疑義を生じる恐れがあるため、専用権を放棄する旨を声明する必要がある。英文は台湾人にとって普遍的に知られており、競争同業者も英文の意味について一定の理解があることから、前述した「3.1 識別力を有さない文字」を商標権の範囲の判断に準用できる。英文以外の外国文字については、台湾人の理解が普遍的ではないため、競争同業者が意味を理解できずに商標権の範囲が曖昧にならぬよう、識別力を有さないことに当たる場合、一律して専用権を放棄する旨を声明しなければならない。（声明の方法は本基準 6.5 を参照）。

【登録案件の例】：



朝食店、レストラン、(ホット・アイス) 飲料店などの役務に使用。英文「BURGER」及び「Breakfast」はそれぞれ「ハンバーガー」及び「朝食」の意味であり、指定する役務の内容を非常に明確に直接的に説明しているため専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



朵瑪

農産品、飲料の卸・小売の役務に使用。英文の「Natural」、
「Healthy」は「自然」及び「健康」の意味で、指定した役務が提供する内容を非常に明確に直接的に説明しているた

め、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。；英文キャッチコピーの「PROVIDING ONLY THE BEST FOR YOUR FAMILY」は、「あなたの家族に最上のものをご提供」の意味で、識別力を有さないため専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の方法は次のとおり：

本件の商標は「PROVIDING ONLY THE BEST FOR YOUR FAMILY」の文字について商標権を主張しない。



● Kakaw

チョコレートケーキ、チョコレートパウダー、チョコレートソース等の商品に使用。「可可豆圖形（カカオ豆の図）」はカカオ豆の写実的な図で、チョコレート関連産業では通常使用されている説明性の図であるため、専用権を放棄する旨の声明は必要ない。フィリピン語「Kakaw」は「カカオ」の意味で商品の成分を説明しており、識別力はなく、フィリピン語は台湾人にとって馴染みのある言語ではないことから、商標権の範囲が該文字に及ぶことについて疑義を生じることがないように、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の方法は次のとおり。

本件の商標は「Kakaw（フィリピン語でカカオの意味）」の文字について商標権を主張しない。



DORRI KAFFE

徳力咖啡

●

コーヒー、コーヒー豆、インスタントコーヒー、コーヒー飲料などの商品に使用。「咖啡（コーヒー）」は指定した商品の慣用名称又は成分の説明であるため、専用権を放棄す

る旨の声明は必要ない。ドイツ語の「KAFFE」は「コーヒー」の意味で、指定した商品の慣用名称又は成分の説明で、識別力を有せず、ドイツ語は台湾人にとって馴染みのない言語であり、商標権の範囲が当該文字に及ぶことについて疑義を生じることのないよう、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の方法は次のとおり。：

本件の商標は「KAFFE（ドイツ語でコーヒー）」の文字について商標権を主張しない。

3.2 識別力を有さない図形

識別力を有さない図形とは、商品を説明する図形、慣用標章、商品又は役務の関連特性を説明するのではない宗教及び民間信仰の図形、商品の装飾図案、商品の外観及び包装のデザイン等を含む。これらについて専用権を放棄する旨を声明する必要があるか否かは、以下のように判断する。

3.2.1 説明性の図形

説明性の図形とは、商品そのものの図形、商品の重要な特徴を表す図形、そして商品又は役務の説明と関係する業界で通常用いられる図形、及び商品又は役務の産地、提供地あるいはその他の特性を表示するために用いられる地理図形を含む。商標の図案に含まれる図形が実物の絵・写真、実物とそれほど変わらない絵画、特にデザインの概念が明らかに欠乏している写実的な図形、及び地理地域の輪郭の図形の場合、これらは識別力を有さない図形とされる。これらの図形が、指定の商品又は役務を説明する性質を有することは明確であり、且つ同業者が通常、類似の図形を使用することから、商標権の範囲には疑義が生じず、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

(1) 商品そのものの図形

【登録案件の例】



● コーヒー、コーヒー豆、コーヒーパック等の商品に使用。
「コーヒー豆の実物の図形」は、指定の商品そのもの又は原料を直接説明するものであるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 内燃機関のエンジン点火装置及びその部品、即ちエンジン用の点火プラグ、予熱栓、点火プラグのキャップ等の商品に使用。「点火プラグの図形」は、指定の商品の実物の絵・写真であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 新鮮な果物、野菜、みかん、柿、梅、梨などの商品に使用。
「梨の図形」「みかんの図形」「柿の図形」は、指定の商品の一部の写実的図形であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



(1)



(2)

商品そのものの形が、同業他社が通常使用するものではない、例えば海洋生物やランプの模様をかたどった菓子である場合、商標の図案に含まれるイカ、魚類、ヒトデ等の実物の菓子をかたどった図形（1）、及びスペード、ハート、ダイヤ、クローバー等の実物の菓子をかたどった図形（2）について商標権を取得できるか否かは、疑義が生じる可能性がある。このため専用権を放棄する旨を声明しなければならない。ただし、このような状況は大部分が、商品の包装デザインについて商標登録を行うときに発生するものである。その場合の声明の形式については、本基準 6.3 を参照。

（２）商品又は役務の説明と関係する業界で通常用いられる図形

【登録案件の例】



● ペット用玩具、ペット用衣類、犬・猫用シャンプーの小売等の役務に使用。ペット業界では通常使用する可愛い動物の絵・写真は、自分が提供する役務の内容を表し、また客を引き付ける目的がある。本件の実際の犬の写真については、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● シャンプー、ヘアトニック、トリートメント、コンディショナー等の商品に使用。「毛髪」の図形は頭髪のクレンジング、トリートメント商品に通常使用される説明性の図形であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● プリンターのインク、トナー等の商品に使用。「Printing」とは印刷の意味で、明らかに商品機能の説明である。また「プリンターの図形」は、プリンター関連の商品に通常使用される説明性の図形である。このためいずれも、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 読経祭典法会や法会の代行、葬儀の代行等の役務に使用。「卍」及び「太極」の図形は、台湾で通常使用される宗教のマークであり、指定の役務に使用すると、明らかに特定の宗教の教義又は儀式に基づいて役務を提供する意味を表す。このため、いずれも専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

(3) 商品又は役務の出所あるいはその他の特性と関係する地理図形

【登録案件の例】



● 奶油香酥餅（訳注：麦芽糖水あめを餡にしたパイ生地の菓子。台中名物）、太陽餅（訳注：台中名物として有名なパイ生地の子）、月餅、老婆餅（訳注：同上）等の商品に使用。商標の図案の中にある「台湾の図形」と「台湾」の文字は、

商品の産地を表している。「餅」は指定の商品の慣用名称であり、いずれも専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



- コーヒーショップ、喫茶店、ファストフード店、セルフサービスのレストラン等の役務に使用。「義式餐厅（訳注：イタリアレストラン）」の文字と「イタリアの図形」は、同業者が通常使用するもので、明らかに役務が提供する料理の分野を説明していることから、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



- 海外の学校及び大学の入学申請の代行、海外の学校及び大学の入学資料と情報等を提供する役務に使用。「Education」は単純に業務の種類を表す文字であり、「since 1994」とは創業年代を表す。「オーストラリアの地図」は商標出願者が主にオーストラリアの学校の入学手続きの代行や情報を提供していることを表している。つまり、提供する役務の特性を説明したものであり、いずれも専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

3.2.2 慣用標章

慣用標章とは業者が特定の商品又は役務について共通に使用するマークである。このため一般的には、識別力を有さない事項に属し、業界の共通認識があり、疑義は生じないはずである。これを商標の図形の中に含めた場合も、商標権の範囲に疑義が生じる恐れは

ないはずである。このため商標出願人は当該部分について専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

【登録案件の例】



- 病院、各種病理検査、生化学検査や医薬情報の提供等の役務に使用。「2匹の蛇が杖に巻き付いている図」は世界共通の医学のマークであり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



- 薬品、化粧品、医薬器材の小売等の役務に使用。Rx（通常は Rx と表す）は医療業界に通用する処方箋のマークであり、薬局で調剤サービスを提供していることを表すために通常使用される。「十字のマーク」は医療関連の業界で通用する図形であり、いずれも専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● GREEN CROSS

手術用の帽子、医療用のベッド、点滴スタンド、医療用の手袋等の商品に使用。「十字のマーク」は医療関連の業界で通用する図形であるため、専用権を放棄する旨を声明する

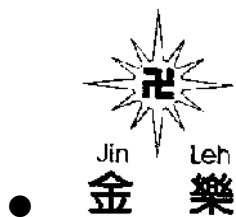
必要はない。

3.2.3 識別力を有さないその他の図形

(1) 宗教及び民間信仰のマーク

宗教及び民間信仰のマークを商品又は役務に使用することは、神仏の加護、庇護、吉祥、祈願といった印象を与える。一般的にこれは識別力を有さない事項に属し、且つ疑義が生じないものであり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。但し、その宗教の神が固定の姿を持たないもので、様々な描写の方法がある場合、出願者及び同業他社は、商標図形中の描写方法が商標権を取得できるかどうか、不確定な可能性がある。この場合は、疑義が生じるのを避けるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

【登録案件の例】



● 金属のハシゴ、金属の折り畳みハシゴ、脚立等の商品に使用。「卍」は仏教の象徴的符号であり、指定の商品の特性とは無関係であるが、消費者に加護、庇護、吉祥、祈願の印象を与えるものであり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 葬儀代行、葬式の会場設置、葬儀社、火葬等の役務に使用。商標の図案の中にある図形は、神像に二匹の龍が玉（太陽）

を挟んで向かい合っている様子であり、吉祥の意味や、神仏に加護を求める意味が含まれている。この神像の図形に、商標権の範囲が及ぶか否かについては、おそらく疑義が生じるため、専用権を放棄する旨を声明する必要がある。

(2) 商品の装飾図案、外観及び包装デザイン

商品の装飾図案、外観及び包装デザインは通常、商品又は役務の出所を識別するための標識とはならず、使用することによって初めて識別力を有するものである。しかし、その装飾図案、商品の外観又は包装デザインは出願人が描いたり、設計した可能性があり、同業者間で必ずしも同様の図案、商品の外観又は包装デザインを使用するとは限らない場合、商標権者及び同業者が当該部分について専用権を有するか否かについて疑義が生じる可能性があるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

【登録案件の例】



● 龍美

将棋盤ゲームの玩具セット、ゲーム用カード、トランプカードの商品に使用。商標の中にある図形は、トランプなどのカードの裏によく使われる模様であるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。



● 時計、腕時計、置時計、暦時計等の商品に使用。商標の図案は時計の表面を図案化したものであり、このデザインに

よって専用権を取得することについて疑義が生じる可能性を避けるため、「時計の表面の数字をデザインした図」は専用権を放棄する旨を声明しなければならない。



太陽餅（訳注：台中名物の菓子）、牛奶太陽餅（訳注：ミルク風味の太陽餅の意味）、各種の菓子商品に使用。当該商標の図形は、商品の包装図案である。且つ「維格」及び「vigor」は、商品の出所を識別するための文字であるが、その他の文字及び図形は、いずれも識別力を有さない。この包装デザインが商標権を取得しているかどうかについて疑義が生じるのを避けるため、「維格」及び「vigor」以外の文字、図形については、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

3.3 数字、記号及び型番等、識別力を有さない事項

商標の図案には、文字や図形のほか、数字、記号、型番がよく含まれる。数字や音楽の符号、句読点、数学の符号又は単位記号等の記号をもって商品又は役務の関連特性を描写するとき、一般的にその説明的性質は容易に見てとることができる。このため、商標権の範囲に疑義が生じる可能性はなく、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

【登録案件の例】



- オートバイ及びその部品商品に使用。商標に含まれる「125」は、指定の商品の排気量規格を説明するものであるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



- コンビニ、農畜水産品及び食品飲料の小売サービスに使用。「24」とは役務を提供する時間の説明であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



- 宝くじ発行の役務に使用。商標の図案にある「6/50」の数字は、ロト6の購入方法についての説明（つまり、任意に選んだ6組の数字の組み合わせを1口とし、1口当たりの支払額が50台湾元であるという意味）であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。
- 「EPASMIN - Ω3」を西洋薬及び漢方薬、サプリメント等の商品に使用。「Ω3」とはサプリメントの成分についての説明であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。
- 「KYRO II」をパソコンのハードディスク及び集積回路 (IC)、即ちグラフィックス・プロセッシング・ユニット (GPU) 商品に使用。「II」は IT 産業で次世代の商品が出現したときに通常用いる説明であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 楽器、演奏補助器、中国・西洋楽器等の商品に使用。「音楽文化教育機構」及び「music culture Education」は、事業の業種を表している。また「ト音記号」と「五線譜」は楽器及び音楽教学業界で通常用いられる説明性の符号であり、いずれも専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● カルシウム、カルシウムを含むサプリメント、漢方薬、西洋薬等の商品に使用。♂は男性を表す符号であり、明らかに商品の特性に関する説明であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 印刷物、定期刊行物、書籍、ノート、学習ノート等の商品に使用。「+ - × ÷」は算数の書籍又は教材、ノートに通常使用される符号であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 電信会社の決済システムを用いた徴収代行、決済代行、電

子資金移動等の役務に使用。「\$」は金融関連の役務で通常用いられる説明的符号であるため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

商標の図形に含まれる数字が商品又は役務の説明ではないが、識別力を有さない場合は、商標権の範囲がその数字に及ぶか否かの疑義が生じる可能性を避けるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。この他、型番は業界慣用の規格ではなく、業者が自己の提供するシリーズ商品を区別するために用いるものであり、一般の消費者は型番によって商品の出所を識別することはない。故に識別力を有さない。商標の図案に型番が含まれる場合、商標権の範囲が及ぶか否かの疑義が生じるのを避けるため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

【登録案件の例】



- デニムのジャケット、ジーンズ、衣服、ベスト等の商品に使用。「303」は単純な数字の標示であり、商品の説明ではない。しかし、識別力を有さないため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。
- 「PEUGEOT 508」を自動車及びその部品、車両エンジン等の商品に使用。「508」は商品の型番であり、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。
- 「LUXGEN M722 T」をスチールホイール、車輪、ホイール、点火プラグ等の商品に使用。「M722 T」は商品の型番を表し、識別力を有さないため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。

4. 専用権放棄声明が不必要なその他の状況

商標に含まれる、識別力を有さない部分及びその他の部分との組み合わせが、この組み合わせの結果、識別力を有さない事項が従来の概念から離脱し、且つ新奇で独特な商業イメージを伝達するようになった場合、この組み合わせはすでに不可分の単元となり、単一性を有しているため、即ち識別力を有さないこの事項について、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

実務上、よく見られる単一性を構成する状況としては、例えば調和しない方法又は特殊な語法により、識別力を有さない部分と商標のその他の部分を組み合わせたり、あるいは同音意義の文字を使ったり、使用により後天的に識別力を取得した場合などが含まれる。

4.1 特殊な言い回しによる識別力を有さない文字の結合

識別力を有さない文字とその他の文字を、特殊な語法で組み合わせ、その組み合わせが通常、新奇で独特な商業イメージを生み出す場合、不可分の単一性を構成する。

【登録案件の例】

- 「行動保姆」を無線発信機、無線受信機、衛星測位システム、ナビゲーション等の商品に使用。「行動」とは説明性の文字（訳注：行動とはモバイルの意味）であり、これを擬人化した語法により「保姆（訳注：保姆とはベビーシッターの意味）」と組み合わせたことで、「行動保姆」は特殊な商業イメージを伝達する言葉となっている。故に「行動」について専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



- コーヒー、炭焼きコーヒー、コーヒー豆、コーヒーパック等の商品に使用。共和国とは君主を国家元首とするすべて

の組織形態の国家を指す。「咖啡共和国（訳注：咖啡とはコーヒーの意味）」は「共和国」という文字を使用しているが、実際に存在する特定の国家を指すのではなく、消費者に与える印象は、多種多様なコーヒーを提供しているというものである。よってこの文字の組み合わせは、独特の商業イメージを伝達するものであり、故に「咖啡」について専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

4.2 新奇・独特な商業イメージを生む同音意義文字

同音意義の文字が、消費者に新奇で独特な商業イメージを与えることができるのであれば、通常、そこに含まれる識別力を有さない部分は、その他の部分と組み合わせることで、すでに不可分の単元となっている。故に識別力を有さないその部分について、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

【登録案件の例】

- 「**狼氷**」を炭酸飲料、スポーツ飲料、ノンアルコールのフルーツ飲料、フルーツ酸飲料等の商品に使用。「**很冰**（訳注：とても冷たいという意味）」は商品の特性についての説明性の文字であり、「**狼氷**」は「**很冰**」の同音意義語である。この言葉の用法により、説明性の文字とは別の意味が生じることになる。よって「**很冰**」について専用権を放棄する旨を声明する必要はない。
- 「**膜術師**」をキズ防止用の保護膜、携帯電話端末のディスプレイ保護膜、携帯電話端末の本体を保護するビニール保護膜等の商品に使用。「**膜**」は指定の商品の慣用名称である。「**膜術師**」は「**魔術師**」の同音意義語であり、この用法により慣用名称以外の意味が生じることになる。よって「**膜**」について専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



● 肉醬（訳注：台湾風ミートソース）、滷翹膀（訳注：タレに漬け込んで味を付けた手羽先）、醃肉（訳注：タレに漬け込んだ肉）、羊肉火鍋（訳注：羊肉の鍋料理）等の商品に使用。

「複合式日系茶飲（訳注：複合式和風飲料の意味）」「四十年真功夫（訳注：四十年の努力の意味）」「養生原汁魯味（訳注：健康に良いタレで食材を煮込んだ料理の意味）」は明らかに商品の特性についての説明であり、いずれも専用権を放棄する旨を声明する必要はない。「八家醬」の「醬」の字は、指定の商品が使用する調味料又は漬けダレに関する説明である。「八家醬」は「八家將（訳注：台湾の民間信仰における8人の神様）」の同音意義語であり、この用法により商品の説明以外の意味が生じているため、「醬」は専用権を放棄する旨を声明する必要はない。「醬醬好味（訳注：美味しいタレの意味）」は商品の品質についての説明であるが、業界及び公衆が通常使用する言葉ではないため、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。



● 靴の修理サービスに使用。「医鞋院」は「医学院」と同音の言葉。この用法により新奇で面白い印象が生じているため、「鞋」について専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

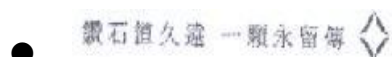
4.3 使用によって識別力を取得した事項

商標全体的が識別力を有さないものの、商標が市場で使用されたことにより、関連する消費者が当該商標で商品又は役務の出所を識別することができるようになったならば、当該商標を登録することができる（商 29Ⅱ、改正前の商 23Ⅳ）。商標が識別力を有さない部部を含む時もまた、当該商標を市場で使用することにより、関連の消費者に当該先天的に識別力を有さない部分をもって商品又は役務の出所を識別することができれば、当該部分も後天的識別力を取得する。この場合、商法全体又はその中の識別力を有さない部分については、大量使用によって識別力を取得したため、通常、消費者の心理にはすでに不可分の単一商業イメージが生じている。この場合、即ち商標又は当該部分が含む識別力を有さない部分についても専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

【登録案件の例】



野菜・果物ジュース商品に使用。「一日蔬果（訳注：蔬果は野菜、果物の意味）」は使用により後天的識別力を取得。「蔬果」は指定の商品の成分についての説明であるが、商標の使用を経た結果、「一日蔬果」はすでに不可分の単一商業イメージが生じている。故に「蔬果」については専用権を放棄する旨を声明する必要はない。



貴石、半貴石、腕時計、時計機器等の商品に使用。「鑽石恒久遠 一顆永流傳（訳注：デビアス社の日本でのキャッチコピーである『ダイヤモンドは永遠の輝き』とほぼ同様の

意味)」は使用により後天的に識別力を取得。「鑽石（訳注：ダイヤモンドの意味）」は指定の商品の慣用名称又は材質に関する説明であるが、「鑽石恒久遠 一顆永流伝」の文字の組み合わせは、すでに不可分の単一性を有しているため、「鑽石」について専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

● 来 愛 買 最 划 算

デパート、スーパーマーケット、ショッピングセンター、通信販売等の役務に使用。商標全体は、使用により後天的に識別力を取得（商 29 II）。「最划算（訳注：最も買い得の意味）」は出願者が提供する商品が、その他の業者に比べて買い得であることを説明するものである。但し、商標全体はすでに不可分の単一性を構成しているため、「最划算」については専用権を放棄する旨を声明する必要はない。

5. 専用権放棄声明をしてはならない状況

商標が識別力を有さず、即ち商標が商品又は役務の説明のみによって構成される場合、商品又は役務の慣用標章又は名称のみによって構成される場合、あるいはその他の識別力を有さない標識のみによって構成されるなどの場合は（商 29 I）、拒絶査定としなければならない（商 31 I）。また、専用権放棄声明の規定を適用する余地はない。また、商標が公衆に商品又は役務の性質、品質あるいは産地を誤認・誤信させる恐れがある場合（商 30 I ⑧）も、専用権放棄声明によって商標登録することができない。純粹に情報性の事項である場合、出所を識別する商標が生じる商業イメージの一部ではないため、商標図案の一部を構成せず、しかも専用権放棄を声明してはならない状況に属する。

5.1 商標全体が識別力を有さない

商標全体が識別力を有さないとは、商標の図案全体が商品又は役務の出所を識別するための標識となりえないことを意味している。たとえ図案全体又は図案の中の一部について専用権を放棄する旨を声明したいと請求したとしても、商標全体は依然として出所を識別する機能を持たないことから、専用権を放棄する旨を声明してはならない状況に属する。

【拒絶査定の例】



サプリメント、タンパク質サプリメント、滋養強壯剤、シジミエキス等の商品に使用。「洄瀾」とは花蓮（訳注：台湾東部の地名）の旧称。出願者の住所が花蓮であることから、「洄瀾」は商品の産地の説明となる。「麦飯石」とは、正式名称を「(斑状安山岩) 花崗斑岩」といい、浄水作用を持つとされている。一方、「黄金蛭精」は黄金シジミから抽出したシジミエキスという意味であり、「麦飯石黄金蛭精」とはつまり、麦飯石で浄化した水で飼育したシジミから抽出したシジミエキスという意味を持つ。「洄瀾」と「麦飯石黄金蛭精」はいずれも指定の商品に関する説明であり、背景の図形はシジミの実物を描写したものである。前述の文字と図形の組み合わせが消費者に与える印象は、依然として指定の商品に関する説明であり、出所を識別するための標識とはならないため、商標全体は依然として識別力を持たない。このため出願者は「麦飯石黄金蛭精」について専用権を放棄する旨を声明したが、この商標は出願が拒絶査定された。

72%

SOAP SHOP

● 手工皂坊

石鹼、ベビー石鹼、ボディソープ、ハンドソープ等の商品に使用。72%とは石鹼に含まれる油脂成分の標示である。「SOAP SHOP」は石鹼の店という意味である。これらを「手工皂坊（訳注：手作り石鹼の工房の意味）」と共に指定の商品に使用することで、商標権者が当該商品の提供者であることを意味する。「72%」「SOAP SHOP」と「手工皂坊」はいずれも識別力を持たない。また、列記してあるだけであり、商標全体として識別力を持たないため、たとえ前述の説明性の文字について専用権を放棄する旨を声明したとしても、商標権を取得することはできない。

5.2 商品又は役務の性質、品質あるいは産地を公衆に誤認・誤信させる恐れがある事項

商品又は役務の性質、品質あるいは産地を公衆に誤認・誤信させる恐れがある事項が商標に含まれる場合は、出願者がそれについて専用権を放棄する旨を声明したとしても、消費者が当該商標と接触した際、誤認・誤信を生じる可能性が依然としてある。故に専用権放棄によって登録を取得することはできない。

【拒絶査定の例】

● 金賞

米、麦、燕麦、サイゴン米、胚芽米等の商品に使用。金賞とは金メダルの意味を持ち、指定の商品に使用すると、消費者に当該商品が品評会で受賞した商品である、あるいは当該商品の品質が品評会によって肯定されたという誤認・

誤信を与える恐れがある。故に商標出願を拒絶査定とした。



● 漢方薬、西洋薬、総合ビタミン、臨床試験用製剤等の商品に指定使用。商標の図案にある「SWISS GUARANTEE SYSTEM」とは、スイスの品質保証制度の意味である。指定の商品に使用した場合、消費者に対し、当該商品がスイスの品質保証制度の認証を受けたと誤認・誤信を与える恐れがある。故に登録出願を拒絶査定とした。

商品又は役務の性質、品質あるいは産地を消費者に誤認・誤信させる恐れがある部分について削除しても商標の実質に変更が生じない場合は、出願者に当該部分の削除を要求して、登録を許可することもある。例えば出願人は、それが販売する商品について、行政院農業委員会の認証機構による認証に合格したことを証明してからでなければ（輸入の農産品、農産加工品については海外の有機認証を取得していても、行政院農業委員会の審査に合格しなければならない）、有機という名義を使って販売し、且つこれを有機農産品・農産加工品、あるいはその小売販売に指定使用することができず、商標の図形にも「有機」の文字を入れることができない。また、指定の商品又は役務が、ナノ方式で処理したものや、あるいはナノ処理の役務に限定しなければならない場合、例えばナノ処理を経た化粧品、ナノ処理を経た布地などでなければ、商標の図案の中に「ナノ」という文字を入れることはできない。但し、出願人がその商品について、すでに認証機構による「有機」の認証を得ていることを証明できない、あるいは指定の商品又は役務をナノ処理に関するものに限定していない場合、「有機」「ナノ」の文字を削除しても、商標図案に実質的な変更を生じなければ（商 23）、これらの文字を削

除したのちに、商標登録を許可することができる。一方、図案の中の文字を削除することで商標の図案の実質に変更が生じる場合は、商標出願を拒絶査定しなければならない。

【拒絶査定の場合】



● 農産品、食品、飲料の小売販売等の役務に使用。商標の図案の中にある「就是有機」及び「just organic」の文字は、前述の役務が有機商品を提供しているような印象を消費者に与える。しかし出願者は、それが販売する商品が、すでに行政院農業委員会が認証する認証機関で合格していることを証明することができなかった。故に出願の商標の図案は、前述の役務が提供する商品の性質、品質について、消費者に誤認・誤信を与える恐れがある。また「就是有機」とは「有機」という言葉を強調する性質を持つ。「just organic」はそれを直訳した英文である。「有機」及び「organic」の文字を削除後の商標は、従来の商標とは異なる商業イメージを伝達することになる。このため、当該文字の削除は、商標の図案に実質的な変更を生じるものである。故に拒絶査定とした。



● 有機栽培の新鮮な果物・野菜、有機栽培の新鮮なキノコ等の商品に使用。出願者の商品は、行政院農業委員会が認証する認証機関による検査に合格しておらず、商標の図案で使用している「有機蔬菜(訳注:蔬菜は野菜の意味)」または「ORGANIC FARM PRODUCE」の文字は、関連の消費者に商品の性質又は品質を誤認・誤信させる恐れがある。前述の文字は純粹に説明

的性質を持つもので、且つ商標のその他の部分との組み合わせで不可分の単位になっているわけでもない。よって、削除しても商標の図案に実質的な変更を生じることはない。しかし、出願人は削除に同意しなかったため、拒絶査定とした。



● NanoNature

顔料、紡織工業用染料、ペンキ、セメントペイント等の商品に使用。指定の商品は、すべてにナノ処理を施しているわけではないが、「奈米（訳注：ナノの意味）」と英語の「NANO」を削除した場合、商標の図案には「天然」と「Nature」の文字しか残らず、商品に関する説明となるが、商標全体としては識別力を有さない。故に拒絶査定とした。

5.3 純粋な情報性の事項

一般の商業習慣では、商品、包装容器又は提供する役務の物件には商標の標示以外に、製造者・代理人又は販売者の電話番号、ファクス番号、住所、商品の注文に関する情報、成分表示、重量（内容量）、製造年月日、栄養成分表及びその他の純粋な情報性事項が記載される。これらは主に法令の規定又は販売の需要に基づいて表示されるもので、商品についての付加説明となっているが、決して消費者の心に商業イメージを残す商標の一部にはなっていない。故に商標の図案の内容に属さない。しかも、これらの純粋な情報性事項は商標の図案を複雑にし、行政作業やファイリングの手間を増やすため、削除後に登録を許可するものとする。

このほか、®及びTMのマークは、商標の図案における純粋な情報性事項には属さない。®とは登録済みのことで、通常は商標の右上に表示し、商標がすでに登録されていることを表すもので、商標が登録されてから表示することが可能となる。また、TMとは「商

標」の意味で、出願者が主観上、特定のマークを商標として使用したい場合に使い、通常は登録商標又はまだ登録されていない商標の右上に表示する。®は登録済みの商標に、TM は登録済みと未登録の商標の両方に使用するものである。それそのものは商標の一部ではないため、削除しなければ商標を登録することはできない。

【出願案件の例】



● 黒豆、キムチ、豆乳、肉類及び肉類製品に使用。商標の図案の左下に代理人の情報、電話番号、ファクス番号、住所が書かれてあり、右下には商品名、成分、重量、保存期間、有効期間、保存の方法と栄養表示などがある。これらは商品に関する純粋な情報性の事項であるため、削除しなければならない。



- 潤餅（訳注：台湾風生春巻き）、潤餅の皮、コーヒー飲料、紅茶飲料等の商品に使用。「潤餅」は指定する商品の一部の慣用名称であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。®は登録商標のマークであり、純粋な情報性の事項であるため、削除しなければ商標登録することができない。出願者が®を削除後



の商標図案を提出したため、商標登録を許可した。

6. 声明の形式

従来、専用権放棄声明の形式は「『専用権放棄事項』を専用権の範囲に含まない」という記述であった。しかし、商標登録は全体的に識別力を持つ商標について権利を取得するものであり、商標の図案中の登録できない部分について、単独で権利を取得することはできない。また「専用権の範囲に含まない」という用語は、商標図案中の専用権放棄声明部分が、当該登録商標の商標権未取得部分であることを十分に表現できていない。商標権者及び第三者が専用権放棄声明の記載内容を理解できるように、本基準は声明の形式を、本件商標は『専用権を持たない文字』の文字/『専用権を持たない図形』について商標権を主張しない」と改めた。専用権放棄声明の事項が複数の場合、旧字体/簡体字（訳注：中国大陸で使用される文字）の中国語及び外国文字、複雑な背景を持つ文字/図形についての声明の形式は、参考のため以下に紹介する。

6.1 専用権放棄声明事項が複数ある場合

商標の図案に専用権放棄声明事項が複数ある場合、それぞれの専用権を放棄する声明の内容を明確に区別するため、各専用権を放棄する事項を読点で区切らなければならない。例えば専用権放棄声明事項が3つある場合、その声明の形式は、本件の商標は『専用権放棄事項1』、『専用権放棄事項2』、『専用権放棄事項3』について商標権を主張しない、となる。（本件の商標は、『専用権放棄事項1』、『専用権放棄事項2』、『専用権放棄事項3』の部分について商標権を主張しない。）

【登録案件の例】



キムチ、キュウリの漬物、ショウガの塩漬け、醬瓜（訳注：キュウリを醤油などで漬け込んだもの）等の商品に使用。「曾」は姓であり、デザインを施されているものの、従来の文字は識別できる程度である。故に「曾」と「JUST FOOD」についてはいずれも専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の形式は、本件の商標は、『曾』『JUST FOOD』の文字について商標権を主張しない、となる。



化粧品、人体用クレンジング、香料、茶葉を使用した入浴剤等の商品に使用。「五感覺醒」と「SLOW LIFE SLOW SKINCARE」について専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の形式は、本件の商標は、『五感覺醒』と『SLOW LIFE SLOW SKINCARE』の文字について商標権を主張しない、となる。

6.2 特定の類別又は一部の商品/役務についてのみ専用権を放棄する旨を声明しなければならない場合

商標中の特定の事項が識別力を有するか否かは、指定の商品又は役務と一緒に観察して判断する必要がある。商標中の説明性の事項又は識別力を有さないその他の事項は、出願者の使用によって、特定の類別又は一部の商品／役務において識別力を生じる場合がある。故に商標の図案中の特定の事項が、一部の区分又は商品／役務についてのみ識別力を持たず、且つ商標権の範囲に疑義が生じる状況に属する場合は、特定の区分又は商品／役務について専用権を放棄する旨を声明することができる。声明の形式は、本件の商標は、

『専用権放棄文字』の文字／『専用権放棄図形』部分について、特定の区分（商品／役務）における商標権を主張しない、とする。

【登録案件の例】

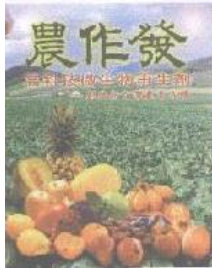
「度小月東坡」を第 29 類「ゼリー、仙草ゼリー（訳注：仙草とはシソ科の植物の一種）、愛玉ゼリー（訳注：アイギョクシというクワ科イチジク属のつる性植物から作るゼリー。日本ではオーギョーチゼリーとも呼ばれる）、お茶ゼリー、肉乾（訳注：干し肉）、肉酥、肉脯、肉鬆（訳注：肉酥、肉脯、肉鬆はいずれも、日本ででんぶと呼ばれるもの）、肉醬、肉燥（訳注：肉醬、肉燥はいずれもひき肉で作ったソース、そばろのようなもの）」等の商品に使用。蘇軾（号は東坡居士）は、中国北宋時代の著名な文学者であるだけでなく、料理に精通した美食家でもある。かつて「無竹令人俗、無肉令人瘦（肉がないと人は痩せ、竹がないと人は俗になる）」と詩に読んだことがある。「東坡肉（訳注：豚の角煮のような食べ物）」とは、蘇軾が自らの調理経験をもとに「慢（ゆるやか）に火を著（つ）け 少（すこ）しく水を著け 火候（かこう）足れる時 他（それ）自から美（うま）し」と調理した、中国杭州の料理である。「東坡」を肉類の商品に使用することは説明性を持つ。専用権放棄声明の形式は、本件の商標は、『東坡』の文字について、『肉乾、肉酥、肉脯、肉鬆、肉醬、肉燥』における商標権を主張しない、とする。

6.3 商標図案の大部分が識別力を有さない場合

商品の商業デザインが、消費者に全体的なビジュアルイメージを与えるものであり、これを登録申請する場合、商標図案は全体的に一定の商業イメージを伝達するとしても、通常、商標図案の大部分は識別力を持たない文字又は図形で、識別力を持つ部分が占める比重は極めて小さいケースが多い。この場合の声明形式は簡潔で、商標権利の範囲をはっきり示すものとする。声明の形式は、本件の商標は、『識別力事項』以外の文字（図形）について商標権を主張し

ない、となる。

【登録案件の例】



● 植物用微量元素肥料、液体肥料、微生物土壌改剤等の商品に使用。商標図案は識別力を持たない背景図形と「高科技微生物再生剤創造新台湾農業奇蹟（訳注：ハイテク微生物再生剤で新しい台湾農業の奇跡を生み出す、という意味）」の説明文字を含む。声明の形式は、本件の商標は、『農作発』以外の文字、図形について商標権を主張しない、となる。



● ビール商品に使用。声明の形式は、本件の商標は『HEINEKEN』以外の文字について商標権を主張しない、となる。



● 化粧品、乳液、スキンケアクリーム、パック等の商品に使用。声明の形式は、本件の商標は、『Hisamitsu』『Lifecella』以外の文字、図形について商標権を主張しない、となる。



● チョコレート商品に使用。声明の形式は、本件の商標は、『meiji』以外の文字、図形について商標権を主張しない、となる。



● 酢、黒酢、白酢、調味用果物酢、調味ソース等の商品に使用。声明の形式は、本件の商標は、『仁吉』以外の図形について商標権を主張しない、となる。

6.4 旧字体・簡体字（訳注：中国大陸で使用される文字）の中国語の場合

商標図案に旧字体又は簡体字の中国語表現の、識別力を持たない文字が含まれ、それが商標権の範囲に疑義を生じる恐れがある場合は、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の形式は、「本件の商標は『専用権放棄の中国語（旧字体／簡体字）』について商標権を主張しない」となる。専用権を放棄する旨を声明しなければならない文字の簡体字と繁体字（訳注：繁体字とは台湾で使用される漢字のこと）の一部字形が同じである場合、それは簡体字中国語に属する。複雑になることを避けるため、これらは簡体字とみなし、前述の声明形式で対応する。

【登録案件の例】



漢方薬、西洋薬、サプリメント等の商品に使用。声明の形式は「本件の商標は『天然健康素』『薬（旧字体）』の文字について商標権を主張しない」となる。

● 易方达基金

持信 抱朴 存諧 潜修

金融分析、資本投資、金融の相談顧問、貯蓄銀行、金融評価等の役務に使用。「基金」は役務の内容についての通常使用される説明であり、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。「持信、抱樸、存諧、潜修（訳注：誠意を持ち、朴訥な気持ちを持ち、皆と仲良くし、精進するという意味）」は識別力を持たないキャッチコピーである。声明の形式は「本件の商標は「持信、抱樸、存諧、潜修（簡体字）」について商標権を主張しない」となる。

● 壹寸金

「寸金豈止寸光陰」

漢方薬の生薬、薬草、薬酒、漢方薬酒、漢方薬品、人体用の薬品等の商品に使用。キャッチコピー「寸金豈止寸光陰（訳注：時間はお金に変えられないくらい重要であるという意味。時は金なり）」について、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の形式は「本件の商標は『寸金豈止寸光陰（簡体字）』について商標権を主張しない」となる。

6.5 外国文字の場合

商標図案が識別力を持たない外国文字を含み、且つ商標権の範囲について疑義が生じる恐れがある場合、当該外国文字について専用

権を放棄する旨を声明しなければならない。また、台湾住民及び関連の同業他社の外国語に対する理解の程度、及びパソコンでの文字入力の可否などを考慮して、声明の形式は言語別に次のように定める。

英語は、台湾住民が普遍的によく知る言語であり、中国語による翻訳を記載せずとも、通常は同業者の理解を妨げるものではない。しかも、智慧財産局のコンピュータシステムでも英文の入力は可能である。故に直接英文の文字について、専用権を放棄する旨を声明することが可能であり、中国語の翻訳を記載する必要はない。声明の形式は「本件の商標は、『専用権放棄の英文』の文字について商標権を主張しない」とする。

英語以外の外国文字については、台湾住民が広く理解しているわけではない。もし智慧財産局のコンピュータシステムで入力可能であれば（例えば日本語）、その声明の形式は「本件の商標は『専用権放棄の外国語』（言語：中国語の翻訳文）について商標権を主張しない」とし、智慧財産局のコンピュータシステムで入力できない言語であれば（例えば韓国語、アラブ語）、「本件の商標は『中国語の翻訳（言語）』について商標権を主張しない」とする。

【登録案件の例】



● 穀類で製造した棒状の菓子、パン、各種クッキー、ケーキ、小さいクッキー、パイ生地の子、菓子等の商品に使用。

「BAKERY DELIGHT」は軽食のベーカリーという意味で、指定の商品の説明である。且つ同業者や公衆が通常、指定の

商品を説明するときに使用するため、専用権を放棄する旨を声明する必要はない。キャッチコピー「A WHOLE NEW FOOD SHOPPING EXPERIENCE」は全く新しい食品購入の経験という意味で、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の形式は「本件の商標は『A WHOLE NEW FOOD SHOPPING EXPERIENCE』の文字について商標権を主張しない」となる。



● 布団、かけ布団、シーツ等の商品に使用。キャッチコピー「楽しいワークライフをお約束いたします（訳注：日本語の原文のまま）」は「楽しいワークライフをお約束いたします」という意味で、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の形式は「本件の商標は『楽しいワークライフをお約束いたします（楽しいワークライフをお約束いたします）』の文字について商標権を主張しない」となる。



● マッサージ、アロマオイル療法、健康温泉浴場等の役務に使用。スペイン語のキャッチコピー「DONDE EL AGUA ES VIDA」とは「水のある場所に生命がある」という意味であり、専用権を放棄する旨を声明しなければならない。声明の形式は「本件の商標は『DONDE EL AGUA ES VIDA』（スペイン語：水のある場所に生命がある）」の文字について商標権を主張しない」となる。



● 궁중비책

ベビーフード、粉ミルクを除くベビーフード、乳幼児用粉ミルク等の商品に使用。声明の形式は「本件の商標は『Oriental Formula for Babies』『皇家秘伝（韓国語）』の文字について商標権を主張しない」となる。

7. その他の事項

7.1 専用権放棄の通知を受けたが期限内に回答しない場合

商標の図案が識別力を持たない部分を含み、それが商標権の範囲に疑義を生じる恐れがある状況に属する場合、法により専用権を放棄する旨を声明しなければならない。出願人は、当該部分について専用権を放棄する旨を声明してから、ようやく商標登録を行うことができる。拒絶理由通知書を受け取ったあと、出願人が所定の期日までに専用権を放棄する旨を声明することに同意するか否かを回答しない場合、それは出願人が、当該部分について識別力を有しており、専用権を主張したいと考えている可能性を意味する。故に智慧財産局はこの出願を却下することになる。出願人がこれに不服である場合、当該部分が識別力を有するか否かについては、行政救済の手続きによる最終確定結果を以って判断することとする。


7.2 登録商標で専用権放棄声明をしておらず、その後の出願案件で識別力を持たないことが判明した文字の処理方法

商標の図案中に含まれる事項が識別力を有するか否かは、審査のときに判断するものである。あとで商標登録を出願する案件が、すでに商標登録している文字を商標図案の一部としており、しかも先に登録された案件は、識別力を持たない当該文字の専用権を放棄する旨を声明していないとする。しかし、その後に出された出願案件

の審査の際、客観的証拠に基づき、当該文字が確実に説明性、慣用名称、又は識別力を持たないその他の事項に該当するか、あるいは後に出された出願案件において当該文字が他の文字と一緒に使用されており、当該文字そのものがすでに商標図案の主要な識別部分ではなくなっており、商品又は役務の関連説明でしかないことが証明さ、且つ後に出された出願案件が消費者に誤認・混同を引き起こす虞がない場合には登録することができ、商標権者又は第三者は、先に提出された案件がすでに商標登録されていたり、あるいは専用権を放棄する旨を声明したりしていないという事実のみを巡って争ってはならない。しかし、当該部分が先に登録された商標に含まれており、且つ専用権を放棄する旨が声明されておらず、後に出された出願案件が登録されたが、関連する消費者に誤認・混同を引き起こす虞があるとすることが拒絶査定理由ではないことが明確でない場合、先の商標権者はやはりその当該識別性を有しない文字について他人の使用を排除する権利を有すると考えるかもしれず、且つ後の商標権者及びその他の競争同業者が当該部分はすでに識別性を有しないことが分からないかもしれないため、後の商標の中の関連する文字が識別性を有しないことを明確に表示するため、後の商標権者は当該部分について専用権を放棄する旨の声明をして始めて登録することができる。

例えば「好帮手」は2001年1月16日に流し台、ガステーブル、ジュースディスペンサー、暖房器具等の商品について商標登録。そ



して、の商標を2007年6月27日、流し台、温水器、ジュースディスペンサー、暖房器具等の商品について登録出願。商標図案中に前案件と同じ「好帮手」という文字を使い、前述の「好帮手」と同様及び類似の商品に使用することを指定した。しかし、

「居家好帮手」を指定の商品に使用すると、これらの商品が家庭の生活をより便利で快適にすることを手助けするという意味を表すことになる。指定の商品の機能の説明は、後の商標が関連する消費者に誤認・混同を引き起こす虞がないことから、登録することができる。但し、「居家好帮手」が識別性を有しないことを明確に表示するために、専用権を放棄する旨の声明をして始めて商標登録することができる。

「省電達人」は2006年5月1日、節電機器、省エネ電源、電気スイッチ、変圧器等に使用するため商標登録。「達人」とは従来、専門家という意味の日本語であるが、後に台湾の人々も大量使用す


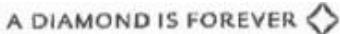


るようになった。2008年、省電の達人の商標を電動攪拌機、電動ピーラー、洗濯機等の商品に対して登録を出願した際、一般の人々はいずれも「省電の達人」とは即ち「節電の専門家」の意味であると理解するため、指定商品が有する節電機能の説明として、後の商標が関連する消費者に誤認・混同を引き起こす虞がないことから、登録することができる。但し、「省電の達人」が識別性を有しないことを明確に表示するために、専用権を放棄する旨の声明をして始めて商標登録することができる。

7.3 専用権放棄声明後に使用により識別力を取得した場合

説明的用語又は識別力を有さないその他の部分について、専用権を放棄する旨を声明して登録された商標が、その後、使用により当該部分が識別力を取得し、商標権者が別の案件でこれを商標又は商標の一部として出願しようとした場合、後天的に識別力を取得した場合の規定に基づき、商標登録を認めることができ（商 29 II）、若しくは再度当該部分について専用権を放棄する声明をする必要はなく、前の案件における専用権放棄声明の拘束を受けない。

A DIAMOND IS FOREVER

例えば、 という商標をダイヤモンド、宝石、ダイヤモンドを埋め込んだ腕時計等の商品に使用。「A DIAMOND IS FOREVER」とはダイヤモンドは永遠という意味であり、商品を説明する広告用語である。このキャッチコピーは専用権を放棄する旨を声明した後、2001年に商標登録が許可された。その後、当該商標が市場で大量に使用され、「A DIAMOND IS FOREVER」は後天的に識別力を取得した。その後、 の商標を宝石、半貴石、腕時計、時計機器等の商品に指定使用した後の商標案件は、再び専用権を放棄する旨を声明する必要はないとされた。

7.4 商標中の識別力を有する部分について専用権を放棄する旨を声明してはならない

商標中の識別力を有する部分が、出所を指示及び区別する機能を持つ場合、一般に出願人がこの部分について専用権を放棄する旨を

声明する道理はない。出願人が識別力を有する部分について専用権を放棄する旨を声明した場合は、出願人に説明を求めることができる。そして、その声明が出願人の誤った認知によって行われたものであった場合、出願人に対して専用権を放棄する必要がないことを知らせ、且つ出願人は当該声明を撤回する意思を表示することができる。

実際、次のようなケースがある。出願人が商標の図案中の、すでに登録又は出願されている商標と類似する識別力を有する部分について専用権を放棄する旨を声明し、それにより商標登録をしようとしたケースである。当該部分を依然として商標図案に使用すれば、消費者に混同誤認を引き起こす虞を回避できない。故に出願人は、図案中の先行する商標と類似する識別力を有する部分について、専用権を放棄する旨を声明してから商標を登録することはできない。


7.5 商標権の範囲に疑義を生じる恐れがない部分について、出願人の専用権を放棄する旨の声明を経てもこれを公告しない

専用権を放棄する旨の声明の制度の目的は、商標の権利の範囲を明確にさせることにあるため、商標図案に識別性を有しない部分を含み、商標権の範囲に疑義を生じる場合に始めて専用権を放棄する旨を声明しなければならない。識別性を有しない部分が商標の権利範囲に疑義を生じない場合には、即ち専用権を放棄する旨を声明する必要はなく、出願人が当該部分について専用権を放棄する旨の声明をすることは、法で禁じられているものではないが、外界が「商標権の範囲に疑義を生じる虞がある」を判断する妨げになることを避けるため、当該部分については商標公報では公告しない。


7.6 混同誤認の恐れについての判断は全体的な観察から

商標の混同誤認の恐れについての判断は、消費者の角度から観察し、商品又は役務に関連する消費者に、分割したパーツごとの商標ではなく、商標の全体像を見せて判断しなければならない。故に商標間に混同誤認の恐れが存在するか否か、類似商標か否かを判断する場合は、必ず商標の図案全体を観察しなければならない。商標図案中の識別力を持たない部分は、それが商標権の範囲に疑義を生じる恐れがあって専用権放棄の旨を声明しているとしても、あるいは疑義を生じる恐れがないため専用権放棄の旨を声明していないとしても、それそのものは商品又は役務の識別部分ではない。しかし、商標全体を比べた場合に、類似商標か否かの判断に影響を与える可能性がある。



例えば  の商標をローラー、ドラム（機械のパーツ）等の商品に使用。商標図案中の「ROLLER」を機械商品に使用することは、それがローラーやドラムを持つことを意味する。このため「ROLLER」は、前述の商品の慣用名称であり、専用権を放棄する旨



を声明しなくても商標登録することができる。その後、 KINGROLL という商標をローラー、ドラム、ドラム（機械のパーツ）等の商品に使用。全体的に観察すると、「KING ROLLER」と「KINGROLL」はそれぞれ2つの商標の重要な識別部分であるが、いずれも同じ「KINGROLL」の文字を使用している。「ER」が付いているかどうか

の違いはあるものの、その外観及び発音の違いは僅かであり、類似商標と言える。しかも、両方ともローラーやドラム等の類似商品に使用している。これは消費者に混同誤認を与える恐れがある。故に前者の案件の「ROLLER」は識別力を持つものではないものの、後者の案件は登録出願を却下された。