

戦略的商標出願の留意点

竹 内 耕 三*

抄 録 本稿では、商標出願に関する戦略をテーマとし、商標制度の国際的動向の把握、商標の採択、調査、出願対策、各国別出願、CTM出願、マドプロ出願のいずれを行うかなどの戦略を中心に述べ、中間手続、登録後の維持などに簡単に触れながら、商標出願の戦略について考える。

目 次

1. はじめに—商標戦略—
2. 商標制度の国際的動向の把握
3. 商標の採択
 3. 1 各国における構成要素
 3. 2 各国における非伝統的商標
 3. 3 商標採択時の留意点
4. 商品・役務の決定
 4. 1 特 定
 4. 2 商品／役務の説明・カタログ・パンフレット等
5. 調 査
 5. 1 自己調査
 5. 2 代理人に依頼
 5. 3 調査会社による調査
 5. 4 Official Search
6. 出願国の決定
 6. 1 使用との関係
 6. 2 模倣・防衛の目的
7. 出願の戦略
 7. 1 出願ルート
 7. 2 マドプロ、CTM、各国別出願の費用の比較
 7. 3 マドプロの利用度
 7. 4 マドプロの商標権と各国別出願の商標権
8. 代理人の選択
9. 出願手続
10. 中間手続（Office Action）
11. 登録後の使用義務
12. 登録の維持
13. 侵害取締
14. おわりに

1. はじめに—商標戦略—

(1) 「商標は企業の生命である」¹⁾。企業のビジネス戦略にあった商標の戦略を練ることは、企業が生き残り発展するために必須不可欠と思う。

(2) 商標の保護は発明・意匠などの創作物の保護とを関連・連携させて、トータルに知財を考えるべきである。

例えば、発明にかかる製品に新規性はあるが進歩性はない場合、特許を得ることができないが、その製品について独自の商標を付し商標出願をして保護を図ることは可能である。特にその製品（商品）の呼び名が定着していないようなとき、その製品にあった名前を商標として出願をして市場において優位に立つことができる。ただしこの場合、普通名称化しないよう留意しなければならない。

また、ビジネスモデル特許を得ることは概して難しいが、そのビジネスにかかる商品・役務について商標出願をし、市場における優位性を獲得することも戦略として考えるべきである。

(3) 基本的には商標権取得のために商標出願をするが、その戦略はどうあるべきか、自社・自己の業態を踏まえ、特許戦略と併せて、国際

* 深見特許事務所 副所長 弁理士 Kozo TAKEUCHI

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

的視野から体系的に戦略の軸を立てる必要がある。商標戦略と特許戦略とは知財戦略という車の両輪である。

2. 商標制度の国際的動向の把握

商標戦略を構築するには、まず第一に、商標制度の国際的動向を知る必要がある。商標制度の国際的動向を知れば、商標制度がどの方向に動いているかが分かり、商標戦略を練る上での基礎となる。

図1の俯瞰図を参照されたい。左側が方式の調和の条約であり、右側に行くほど実体面も含めた条約であり、統一が進んでいるといえる。

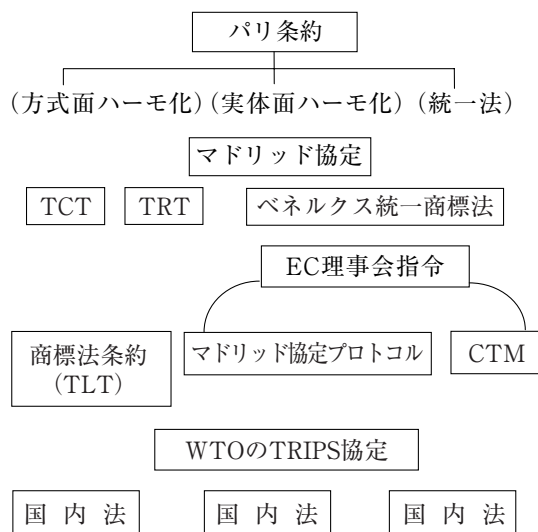


図1 俯瞰図

TLT (商標法条約) は、初期の段階では、実体の調和も狙っていたが、会議の中盤から難しいと見るや、方式面の調和にとどめ、日の目を見た。

マドリッド協定プロトコルは、やや実体に食い込んでいるが、商標権の行使になると各国の法制に従うことになり、そこまで調和は進んでいない。ヨーロッパ共同体商標法 (CTM) は統一は進んでいるが、商標権の行使の面では、やはり各国の独自性が重視されている。さらに

ベネルクス統一商標法では、ベルギー、オランダ、ルクセンブルクが1カ国かの如く統一が進んでいる。

将来は、方式・実体の国際商標統一法への実現の方向に一步前進、二歩足踏みの感じで進んでいくと思われるが、キーワードは「fair」(公正)ではないかと思う。fairを軸にする限り国際基準に合致し、怖いものは無く、その上で独自の戦略を構築すべきと思う。

(1) パリ条約 (1883年3月20日)

工業所有権制度の基本的な調和条約であり、加盟国は160数カ国に上る。これら加盟国は、この条約を遵守しているはずであるから、この条約を知ればその国の知財制度、商標制度のアウトラインの想像を働かせることが可能である。例えば、6条の2において周知商標の保護を義務付けているから、同盟国でも保護しているであろう、といった具合に。

(2) マドリッド協定 (Madrid Agreement)

1891年4月14日発効した、商標の国際登録を定めることにより、国内商標権の束を創設した。つまり、本国登録を基礎にして、同盟国に国際登録出願をすれば、国際登録が認められる。ただ、国際登録は先後願審査をせずに認められる点に、留意すべきである。ほとんどの加盟国が無審査主義国であったことがこのような条約の実現を可能にしたのだと思う。

(3) TCT (Trademark Corporation Treaty—商標協力条約)

1980年代後半に、PCTに対応するものとしてこの方式統一条約が検討されたが、時期尚早で実現に至らなかった。

(4) TRT (Trademark Registration Treaty)

マドリッド協定に代わるものを意図して登録

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

要件など実体的な調和を要求して一旦発効したが、調和の難しさが生じ失敗に終わり、現在存在しない。各国の事情を考慮し且つ時代に即したものでないと、条約はなかなか成功しない証左であろう。

(5) EC理事会指令 (1988年12月21日)

EC諸国の商標制度の調和のための指令であり、この指令に基づきEC諸国の商標法は改正されているので、この指令を知ることで、EC諸国の商標制度の内容を想像することができる。

(6) ヨーロッパ共同体商標法 (Community Trademark - CTM)

1993年12月20日成立、1996年1月1日出願受付開始、1996年4月1日施行。

EU25カ国を一つの出願でカバーできるのでかなり費用的に安価で済みデメリットも少ない(仮にいずれかの国に先行商標があった場合に異議申し立てを受けた場合でも、国内出願に変更できるので打つ手はある)と見られるので、利用価値が高い。

(7) マドリッドプロトコル (1996年4月1日運用開始)

マドリッド協定に代わる国際的商標保護の拡大を図るものであり、英国、米国、及び我が国が加盟したことが大きく、今後の活用が重要視される。

(8) 商標法条約 (Trademark Law Treaty-TLT) (1996年8月1日発効)

ユーザーフレンドリーを合言葉に、出願日の確定、多区分出願、委任状等の方式面での簡素化・統一を図る条約である。2006年3月には改正の外交官会議が開かれ、商標の概念の拡大、ホログラムの商標の許容、E-communication

つまり出願人と各国商標庁との電子メール等による交信、商標ライセンスの登録・証明等について改正項目に含まれる方向で進んでいる。

改正の発効は、2007年又は2008年と予想される。

(9) TRIPS協定 (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) (1995年1月1日発効)

各国知的所有権制度の違いが貿易障害となることに着目し、貿易障害排除の観点から知的財産権制度の調和を図った。外国周知商標の適切な保護、ワイン・スピリッツの地理的表示の他人の使用・商標化の禁止等が規定されている。加盟国が違反した場合制裁規定があること、機動的な保護が可能であることを念頭においておくとよい。

例えば、中国での保護政策を追求するとき、第3条(内国民待遇)に基づけば中国民に与える待遇と同様の待遇が得られるはずだとか、第4条(最恵国待遇)に基づけば中国が他の国民に与えている権利、特典、特権又は免除が自己にも与えられているはずだ、とかの主張がリーディングケースとして功を奏する場合があります。

(10) ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers)

ドメインネームやIPアドレスの管理をし、これらに関する基本的なルール作りをする国際非営利団体であり、1998年10月に設立された。ドメインネームに関する紛争処理のルール作りが図られている。例えば、gTDL(一般トップレベルドメイン)において、他人の著名・周知商標が利用されている場合何らかの保護をするべきか、保護する場合その方法をどうするか、等についても検討している。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

(11) 共同勧告

パリ同盟総会とWIPO一般総会との共同勧告が下記事項について出された。

- ① 周知商標の保護規則に関する共同勧告
(1999年9月)
- ② 商標ライセンスに関する共同勧告
(2000年9月25日～10月3日)
- ③ インターネット上の商標及びその他の標識にかかる工業所有権の保護に関する共同勧告 (2001年9月24日～10月3日)

これらは、soft lawとも言われ、パリ同盟国及びWIPO加盟国への法改正の勧告・ガイドラインである。将来TLT等の条約に組み込まれる予定である。パリ同盟国及びWIPO加盟国における周知商標の保護、商標ライセンス、インターネット上の商標の使用に関するときは、ぜひ念頭において、保護主張の論拠に用いるとよい。

(12) SCT (Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications)

WIPOにおける専門家の常設委員会であり、上記(9)の共同勧告案を作成する。したがって、このSCTの議題を見れば、将来の共同勧告、条約の内容が窺い知れる。

例えば、第10回(2003年4月28日～5月2日)の議題は、①TLTの改正、②地理的表示の保護、及び③ドメイン名の3点であった。これに対し、2006年4月1日から我が国で施行される地域ブランドの保護は、SCTの地理的表示の保護を先取りしたとも言えると思う。このようにSCTの議題は、長期的な商標戦略の構築にヒントを与えてくれる。

(13) AIPPIでの討議内容

AIPPIでは、知的財産に関する議題を選択し、QUESTIONという形式で各国の意見を集約し、2年に一度の総会で議決(SOLUTION)して

いる。

最近の議題は以下のとおりである²⁾。

- 議題177 実体的商標法の調和
- 議題186 知的財産権の争点としての懲罰的賠償
- 議題187 排他的知的財産権の競業法による制限
- 議題188 商標保護と表現の自由の接触

この議題は、やがてWIPOでの議論や条約のseedsとなるものであり、先を読むには欠かせないアンテナである。

実体審査をするべきかどうかについて、WIPOやAIPPIで議論がされているが、将来商標の保護はどうあるべきかという国際的商標保護政策の観点から、今後さらに検討が進められるであろう。したがって、その動向に留意すべきである。

3. 商標の採択

3.1 各国における構成要素

下記の構成要素をどのように採択するかは決定に当たっては、①使用態様、つまり、商品に刻印するか、包装に付すか、広告・看板に付すか、インターネット上はどのように表示するか、②識別力(登録可能性)を有するか等を考慮すべきである。

まず商標の候補を挙げて、その後識別力があるかを詮議する方法もあるが、ある程度識別力に関する感覚を持って商標の候補を挙げるほうが、将棋で先の手を読んで指し手を打っているのと同じように、望ましいと思う。

文字の場合、日本語のほか欧文字・その他の中国文字やハングル文字等現地国の文字がある。文字数については、ほとんどの国で3文字以上は識別力があり、2文字以下は識別力がないとするのが通常であるが、例外的に2文字以下でも識別力があるとされることがあるので、

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

懸案の商標について、日本側でのみ判断せず、現地の代理人に問い合わせるのがよいと思う。

その書体も、明朝体、筆記体、ゴシック体、大文字小文字の別等検討し統一するのが望ましい。

また、識別力のない文字に図形又は記号を結合して商標登録をすることも一策である。この商標登録によって、第三者のその文字のみの使用を排除することはできないが、その文字が識別力を有するか否か微妙なときは、第三者はその文字のみを使用すると侵害になるかもしれないから使用を控えようという心理的牽制にはなりうる。

色彩については、色彩のみで商標として登録できる国（アメリカ、イギリス、ドイツ等）もあれば、登録できない国（日本、中国等）もある。後者の国では、文字、図形、記号に色彩を付すことが考えられる。

3. 2 各国における非伝統的商標

文字・図形・記号・色彩の伝統的商標に対し、立体・音声・香り・ジェスチャー・ホログラムからなる非伝統的商標がある。

立体商標については、日本でも保護されているが登録例は少ない。立体商標の登録を認める国は世界的にみて多いが、アジア諸国では、インド、ベトナム、インドネシアは未だ認めていない。音響商標は、欧米の多くの国（アメリカ、EU、フランス、ドイツ、イギリス等）で保護されているが、アジア諸国では認められていない。しかし、台湾では音響商標の登録が2003年11月28日より認められることになった点に留意すべきである。匂いについては、アメリカで最高裁において登録が認められた例もあるが、フランス、ドイツ、イギリスやOHIM（欧州共同体意匠商標庁）等は消極的である。イギリスでは、銀行マンが人差し指で鼻の側面をなぞるジェスチャーが登録されている。ホログラムについては、いまだ登録を認める国は少ない。

これら、非伝統的商標は、消費者の意識が高まるにつれ、今後世界的に見て保護する国が急速に増大すると予想される。TLTの改正会議やAIPPIの議題でも議論されている。

そこで、事業主は非伝統的商標を将来積極的に取り入れていくべきであり、どう対処するかを考える必要がある。登録制度が導入される場合、おそらく経過措置として、継続的使用権が設けられようから、その使用の証明をする資料を保存しておくのもよい。

3. 3 商標採択時の留意点

商標として、「よい商標」を採択すべきである。思うに、「よい商標」とは、読みやすく、聞きやすく、見た目によく、イメージがよく、独自性のある、つまり人の五感によい商標である。

商標を登録するには、商標の採択、出願、中間手続の場面があるが、最もエネルギーを注ぐのは、商標採択の段階と思う。調査の上商標を採択し、出願をすることにより、スムーズに登録されるのがもっとも理想型と思う。安易に商標を採択し出願し、結局中間手続で苦勞するのは戦略的に好ましくないと思う。戦略は商標採択の段階にあり。

以下に、よい商標を採択するための留意点を述べる。

(1) 商品コンセプトに合致しているか

商品コンセプトに合致している例として、次のものが挙げられる。

- ・時計に「SEIKO」は「精巧」のイメージを暗示する
- ・食品調味料に「味の素」は味がよいことのイメージを連想せしめる
- ・頭痛薬に「ケロリン」は頭痛がケロリと直ることを暗示する
- ・靴下に「通勤快足」は通勤に快いイメージを与える

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

・ふとん乾燥機に「ほすべえ」は布団を干すイメージを暗示する

ところで、これらはすべて、日本人に対するイメージであることに留意すべきであり、外国商標戦略としてであれば、さらなる考慮が必要であろう。

(2) 外国で悪い意味があるか

商標は、国内のみならず外国においてもよいイメージを持つべきである。輸出品の商標は、仕向け国の言語、風俗、習慣、宗教、好みについて調査研究し、仕向け国の需要者によいイメージを与えるものにすべきである。

例えば、国内においては良いイメージを持つものが、外国では悪いイメージを持つこともある。例えば、「とんぼ」は、日本ではよいがフランスではこの「とんぼ」の発音が「TOMBEAU」につながり、死、終末、墓場、を意味し縁起がよくない。また「蓮」は、中国では花の君子として珍重されよいイメージを持つが、日本では葬儀を連想しイメージが悪い。「犬」は日本では愛玩動物としてイメージがよいが、中国では服従を意味し必ずしもよくない。もっとも、最近の中国では、犬を愛玩動物として飼う傾向が増大しつつあり、よくないイメージは薄れている。

したがって、商標決定の前に、懸案商標が外国で悪い意味を持つかどうか、現地の複数人に問い合わせるべきである。

(3) 国によって商標を変更するか

世界共通の方が望ましいが、先行商標との関係、現地国の法律の要請等で、例外的に一部の国においては、変更する必要がある。

(4) 商標の体系化

一企業・事業者が用いる商標は多数・多岐に亘る。その多数の商標を体系的に組み上げるのも好ましい戦略である。例えば、PHILIPSでは、

Brand Architectureと称して商品・役務を消費者に分かりやすいように整理する工夫をしている。すなわち、Master brandとしてPhilipsを用い、Sub brandsは例外的に使用する。また、一商品につき一コンセプトの商標（例：Essence）を用い、内蔵する技術が特許されているときのみ、特徴的な商標（例：Pixel Plusという結合商標）を用いる等である³⁾。

自社製品の体系的整理のために、あえて識別力のない英文字2文字（例：RX）や、英文字1文字と数字1つ（例：X3）を用いることも、登録費用の節約・第三者の商標権を侵害するような問題が生じないこと等から、一策として考えられる。

4. 商品・役務の決定

4.1 特 定

商品・役務を決定するには、関心のある商品・役務を具体的に特定するのが望ましい。

例えば、家庭用テレビゲーム機を指定したいとき、日本流に「おもちゃ」のカテゴリーに属するので、「おもちゃ」と指定すれば足りると考えると危険である。外国では「おもちゃ」のカテゴリーでないこともありうる。日本出願のとき、「おもちゃ」とのみ記載して、外国に優先権主張出願をして「家庭用テレビゲーム機」を含めた場合、当該国から日本出願には「家庭用テレビゲーム機」が含まれていない旨の局指令が出ることもありうるのである。（その場合の対処法は、日本特許庁に対し、該日本出願には「家庭用テレビゲーム機」が含まれている旨のいわゆる「包含証明」を要求して発行してもらえばよい。）

特定していないと、登録後も「おもちゃ」の中に家庭用テレビゲーム機が含まれていることをいちいち説明しなければならないから、侵害取締やライセンス付与の観点からも、特定する

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

ことが望ましい。

また、Class Headingの表現は広すぎて許容されない国が多いから要注意である。

アジア諸国においてもコンピュータプログラムの商品性を認める国が多いが（日本、韓国、香港、台湾、インド、フィリピン、ベトナム、タイ、シンガポール、インドネシア）、中国とマレーシアは未だ認めていない。

小売サービスを独自のサービスと認める国は欧米はもちろんアジア諸国でも多いが（韓国、台湾、香港、インド、フィリピン、ベトナム、タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア）、日本と中国は未だ認めていない。しかし近い将来、日本においても小売サービスを独自のサービスと認められるであろう。

4. 2 商品／役務の説明・カタログ・パンフレット等

特定商品・役務が新規で分かりにくいとき、その説明書・カタログ・パンフレットを、日本であれば出願時の願書に添付するのもよい。外国では、現地代理人にオーダーレターとともに送付して、適切に対処してもらうのもよい。

5. 調査

出願前に、先行商標調査をするのが望ましい。商品開発、販売計画等からどうしても調査をせずに出願・使用することがあるが、危険が一杯である。3. 3で述べたが繰り返すと、商標は、むしろ決定するまでに多くの労力・費用を使い（生みの苦しみ）、決定後はストレートに商標登録に至るのが王道と思う。適切な商標の決定のために、調査にもエネルギーを注ぐべきである。

以下に調査種別ごとの、特徴を紹介する。

5. 1 自己調査

自ら先行調査をする場合、下記のデータベースを用いることになろう。

① 特許庁の電子図書館の商標検索

② BRANDY

③ SAEGIS…インターネットを利用した外国先願商標調査ツール（ブランディインターナショナル株式会社）

④ DIALOG…商品役務を特定せずに、同一の文字を含む先行商標を検索できる

5. 2 代理人に依頼

代理人に依頼する場合、先行商標の適示に加えて、該商標の類否判断のコメントが得られるメリットがある。特に外国の先行商標調査の場合、現地代理人の判断を求めることなく、安易に独自に非類似と決めつけるのは、危険性が伴う。つまり、例えばある商標を先行商標と非類似と決めつけて採択・使用した後、先行商標主から侵害訴訟の提起を受けた場合、その採択・使用は善意でないとかfairでないと判断される危険性があるのではないかと思う。

現地代理人の非類似という鑑定やコメントを得た上で使用開始するのが、fairであると思う。

5. 3 調査会社による調査

民間の調査会社に依頼する場合、時間的・経済的に効率的というメリットもあるが、専門家の類否判断が得られないデメリットが存在する。

5. 4 Official Search

ベネルクス商標出願をした場合においては、商標局が職権で先行商標調査をしてくれる（Official Search Report）。これにより先行商標の存在を知ることができる。

6. 出願国の決定

6. 1 使用との関係

(1) 使用中の国

輸出、ライセンス付与等使用している国には

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

出願が必要である。

(2) 使用予定の範囲

サンプル出荷段階、工場建設・販売店設置予定等使用予定の国には出願するべきと思う。

(3) 使用可能性のある国

使用可能性や商品流入の可能性を勘案し出願国を決定するべきである。

使用可能性と出願については、知財担当と営業部門との密接な連携が必要となる。

(4) 商品流入国

例えば、ある商品によっては、シンガポールからインドネシアへ、香港から台湾へ、中国からベトナムへ流れる。商品の流れる国にも出願をするべきであろう。

6. 2 模倣・防衛の目的

模倣品の多い国、例えば、韓国、香港、台湾、中国、タイにおいては、使用予定がなくとも、防衛のために出願するべきと思う。

7. 出願の戦略

7. 1 出願ルート

(1) パリ条約ルートを利用すべきか

可能な限り利用したほうがよいと思われる。自国又は他の同盟国に基礎出願をし、それに基づき優先権主張出願をするとよい。

基礎出願国をどこにするか悩む場合もあろうが、次のことを考慮して決定すべきであろう。

- ① 優先権証明書を迅速・適切に発行されるか
- ② 出願公開が早い（公開が遅いと第三者に知られにくい）
- ③ 使用言語を何にするか

(2) マドリッド協定を利用すべきか

同盟国に現地法人又は営業所の有無、本国登録の有無、セントラルアタック、使用言語がフランス語のみであることを考慮して判断すべきであろう。

特に、国際出願の基礎は本国登録である必要があるから、本国登録（出願では不十分）がない場合マドリッド協定出願ができない。セントラルアタックされて無効・取り消しになった場合、マドリッドプロトコル出願とは異なり、国内出願に変更できない点がデメリットと思われる。

(3) マドリッド協定プロトコルを利用すべきか

マドリッド協定プロトコルでは、①基礎出願（登録でなくともよい）に基づき出願できること、②セントラルアタックで無効・取消になった場合でも国内出願に変更できること、③フランス語でなくとも英語で出願できること、等のメリットがある。出願戦略として、無審査主義国を一網打尽に指定してマドプロ出願をし、審査主義国についてはナショナルルートを利用することも一策である。

(4) CTMを利用すべきか

Seniority（先行権）、費用、使用言語等を考慮して、検討すべきである。

7. 2 マドプロ、CTM、各国別出願の費用の比較

たとえばイギリス・フランス・ドイツ・スペイン・ベネルクスで商標権を取得したいとき、マドプロ、CTM及び各国別出願の費用を比較すれば表1から表3の通りである。

表1から表5は全て「1区分指定した場合」とし、現地代理人費用については、筆者の経験に基づく推測費用を前提として試算した。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

表1 各国別出願費用

我国代理人費用を仮に80,000円として試算する。

| | 政府料金 | 現地代理人費用 | 我国代理人費用 | 小計 | 累計 |
|-------|---------|---------|---------|----------|----------|
| イギリス | 40,000円 | 78,000円 | 80,000円 | 198,000円 | 198,000円 |
| フランス | 30,100円 | 45,500円 | 80,000円 | 155,600円 | 353,600円 |
| ドイツ | 42,000円 | 82,600円 | 80,000円 | 204,600円 | 558,200円 |
| スペイン | 17,220円 | 98,000円 | 80,000円 | 195,220円 | 753,420円 |
| ベネルクス | 88,900円 | 24,500円 | 80,000円 | 193,400円 | 946,820円 |
| | | | | 総計 | 946,820円 |

表2 CTM出願

我国代理人費用を仮に100,000円とし、登録料納付要否の問合せに係る我国代理人費用を仮に15,000円として試算する。

| | 政府料金 | 現地代理人費用 | 我国代理人費用 | 小計 |
|----|----------|---------|----------|----------|
| 出願 | 105,000円 | 70,000円 | 100,000円 | 275,000円 |
| 登録 | 119,000円 | 56,000円 | 15,000円 | 190,000円 |
| | | | 合計 | 465,000円 |

表3 マドプロ出願（国際登録出願）

我国代理人費用を仮に基本を100,000円、2カ国目以降の我国代理人費用を10,000円として試算する。（以下表4表5も同様）

1 スイスフラン≒90円（2006.1.23現在）

| | 我国特許庁 | 我国代理人費用(未定) | 基本手数料 | 付加手数料 | 個別手数料 | 小計 | 累計 |
|-------|--------|-------------|-------------------|-----------------|-------------------|----------|------------------|
| | 9,000円 | 100,000円 | 58,770円 653フラン | | | 167,770円 | 167,770円 |
| イギリス | | | | | 34,740円 386フラン | 34,740円 | 202,510円 |
| フランス | | 10,000円 | | 6,570円 73フラン | | 16,570円 | 219,080円 |
| ドイツ | | 10,000円 | | 6,570円 73フラン | | 16,570円 | 235,650円 |
| スペイン | | 10,000円 | | 6,570円 73フラン | | 16,570円 | 252,220円 |
| ベネルクス | | 10,000円 | | | 22,050円 245フラン | 32,050円 | 284,270円 (総計) |

* 区分数が増える場合、個別手数料をとらない国の場合は、3区分を超える区分毎に、国数に関係なく、基本手数料に73スイスフランの「追加手数料」が加算される。（なお、表中の「不可手数料」はここで言う「追加手数料」とは別の費用である）一方、個別手数料をとる国の場合は、各国毎に区分数の増加によって請求する手数料が異なる。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

表4 マドプロ出願において個別手数料をとらない国を指定する場合

| | 我国 特許庁 | 我国代理人 費用(未定) | 基本 手数料 | 付加 手数料 | 個別 手数料 | 小 計 | 累 計 |
|-------|-----------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------|----------|------------------|
| 基本 | 9,000円 | 100,000円 | 58,770円 653フラン | | | 167,770円 | 167,770円 |
| フランス | | | | 6,570円 73フラン | | 6,570円 | 174,340円 |
| ドイツ | | 10,000円 | | 6,570円 73フラン | | 16,570円 | 190,910円 |
| スペイン | | 10,000円 | | 6,570円 73フラン | | 16,570円 | 207,480円 |
| ポルトガル | | 10,000円 | | 6,570円 73フラン | | 16,570円 | 224,050円 (総計) |

*区分数が増える場合、個別手数料をとらない国では、3区分を超える区分について、国数に関係なく、基本手数料に73スイスフランの追加手数料が加算される。

表5 マドプロ出願において個別手数料をとる国を指定する場合

| | 我国 特許庁 | 我国代理人 費用(未定) | 基本 手数料 | 付加 手数料 | 個別 手数料 | 小 計 | 累 計 |
|--------|-----------|-----------------|-------------------|-----------|-------------------|----------|------------------|
| 基本 | 9,000円 | 100,000円 | 58,770円 653フラン | | | 167,770円 | 167,770円 |
| イギリス | | | | — | 34,740円 386フラン | 34,740円 | 202,510円 |
| スイス | | 10,000円 | | — | 54,000円 600フラン | 64,000円 | 266,510円 |
| ベネルクス | | 10,000円 | | — | 22,050円 245フラン | 32,050円 | 298,560円 |
| デンマーク | | 10,000円 | | — | 43,830円 487フラン | 53,830円 | 352,390円 |
| ノルウェー | | 10,000円 | | — | 38,700円 430フラン | 48,700円 | 401,090円 |
| フィンランド | | 10,000円 | | — | 21,240円 236フラン | 31,240円 | 432,330円 (総計) |

*区分数が増える場合、個別手数料をとる国の場合、各国毎に区分数の増加によって請求する手数料が異なる。例えば、3区分を指定した場合、イギリスの個別手数料は、1区分目は上記表に記載した386スイスフランであり、2区分目以降は1区分につき107スイスフランが加算されるため、合計600スイスフランとなる。

(1) 日本から5カ国の各国別出願・登録費用

例えば、日本からイギリス、フランス、ドイツ、スペイン及びベネルクスに国別出願する場合の費用は、政府費用及び代理人費用を含めて表1に示す通りである。上記5カ国の国別出願の場合、登録料納付は不要である。まとめると

以下の通りである。

- ・日本代理人を使用しないとき 546,820円
- ・日本代理人を使用するとき 946,820円

(2) 日本からCTM出願・登録費用

CTM出願の場合、日本代理人を使用しない

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

とき、出願段階において、105,000円の政府費用と現地代理人費用70,000円とを加えた175,000円がかかり、登録段階において119,000円（850ユーロ）の政府費用と56,000円の現地代理人費用とを加えた175,000円がかかり、合計で350,000円かかる。日本代理人を使用した場合、さらにその代理人費用115,000円を加えると、465,000円となる。まとめると、以下の通りである。

- ・日本代理人を使用しないとき 350,000円
- ・日本代理人を使用するとき 465,000円

(3) マドプロ出願

マドプロ出願の場合、WIPOに支払う手数料として以下のものがある(CH：スイスフラン)。

- ・基本手数料
商標が白黒 : 653 CH
商標がカラー : 903 CH
- ・付加手数料
1カ国毎 : 73 CH
(但し、個別手数料支払国は除く)
- ・追加手数料
3区分局を超える区分毎 : 73 CH
(付加手数料支払国に該当する場合。複数国が該当しても国数に関係なく基本手数料に上記の通り加算される)

例えば、日本からマドプロ出願（国際登録出願）を上記5カ国を指定して行う場合、表3に見られるように、日本代理人を使用しないとき144,270円であり、日本代理人を使用するとき284,270円である。

マドプロ出願により、個別手数料をとらない国たとえば、フランス、ドイツ、スペイン及びポルトガルを指定する場合

- ・日本代理人を使用しないとき 94,050円
 - ・日本代理人を使用するとき 224,050円
- となり、かなり安価である。

一方、マドプロ出願により、個別手数料をとる国たとえば、イギリス、スイス、ベネルクス、デンマーク、ノルウェー及びフィンランドを指定する場合は次の通りである。

- ・日本代理人を使用しないとき 282,330円
- ・日本代理人を使用するとき 432,330円

(4) 比較

まず、日本代理人を使用しない場合において比較する。例えば、日本からイギリス、フランス、ドイツ、スペイン及びベネルクスに各国別出願の費用は、各国別出願を基準に比較すると以下の通りであり、概して各国別10：CTM 6：マドプロ3の費用比率と言えよう。

- ・各国別出願 546,820円
- ・CTM出願 350,000円 (64.0%)
- ・マドプロ出願 144,270円 (26.3%)

次に、日本代理人を使用する場合において同様に比較する。各国別出願を基準に比較すると以下の通りであり、概して各国別10：CTM 5：マドプロ3の費用比率と言えよう。

- ・各国別出願 946,820円
- ・CTM出願 465,000円 (49.1%)
- ・マドプロ出願 284,270円 (30.0%)

かくして、イギリス、フランス、ドイツ、スペイン及びベネルクスに出願する場合、各国別出願が最も高く10とすれば、CTM出願は5であり、マドプロ出願は3という比率になり、マドプロ出願が費用的に有利と言える。もっともCTMの場合1出願でEU25カ国をカバーできるため、この25カ国に出願する場合を比較すれば、圧倒的にCTMが有利と思われる。

7.3 マドプロの利用度⁴⁾

(1) 外国から日本への出願数

外国から日本への総出願件数及び外国から日本へのマドプロ出願（国際商標登録出願）件数

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

を表6に示す。表6のデータは特許庁ホームページ及び特許庁国際課へ照会し得た情報による。

表6 外国から日本への出願数

| | 日本 特許庁 出願総数 | 外国 →日本 出願総数 | 外国 →日本 国別出願 | 外国 →日本 マドプロ出願 |
|-------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| 2000年 | 145,834 | | 18,732 | 2,741 |
| 2001年 | 123,788 | 19,133 | 13,391 | 5,742 |
| 2002年 | 117,472 | 16,827 | 11,492 | 5,335 |
| 2003年 | | | | 5,334 |
| 2004年 | | | | 7,160 |

(データは特許庁ホームページ及びWIPOのIndustrial Property Statisticsによる。空白部分は未だデータなし)

この表6のデータに基づくと、外国から日本への総出願件数に対するマドプロ出願の占有率は、次の通りである。

2000年

外国から対日本出願総数 21,473件
国内ルート出願数 18,898件 (88.0%)
マドプロ出願数 2,575件 (12.0%)

2001年

外国から対日本出願総数 19,133件
国内ルート出願数 13,425件 (70.2%)
マドプロ出願数 5,708件 (29.8%)

2002年

外国から対日本出願総数 16,827件
国内ルート出願数 11,558件 (68.7%)
マドプロ出願数 5,269件 (31.3%)

国内ルートとマドプロルートの出願数を比較すると、以下の通りである。

2000年の数字は、マドプロ出願が日本において可能になったのは同年3月14日であるから、国内ルートといずれを利用するかの比較のデータとしては正確に反映していない。よって2001年及び2002年の比較データからすれば、おおよそ国内ルート7に対しマドプロルート3ということになる。

(2) 日本から外国への出願数

日本から諸外国への総出願件数及び、日本からのマドプロ出願は、表7に見られる通りである。正確には、マドプロ同盟国に絞って国内ルートとマドプロルートのいずれを利用しているかのデータを基に占有率を割り出すべきであるが、データが得られないので、ここでは、マドプロ同盟国と非同盟国を含めた国、つまり日本からの世界への出願総数と日本からのマドプロ出願との比較をした。

表7 日本から外国への出願数

| | 出願総数 | 国際登録 出願 (a) | 指定国 数 (b) | b/a |
|-------|--------|----------------|--------------|------|
| 2000年 | 27,025 | 187 | 1,834 | 9.8 |
| 2001年 | 31,949 | 280 | 3,259 | 11.6 |
| 2002年 | 29,986 | 237 | 2,377 | 10.0 |
| 2003年 | 不明 | 402 | 3,849 | 9.6 |
| 2004年 | 不明 | 734 | 6,517 | 8.9 |

(特許庁ホームページのデータによる)

この表7のデータに基づくと、日本から諸外国への総出願件数に対するマドプロ出願の占有率は、以下の通りである(カッコ内は指定国数である)。

2000年

対外国出願総数 27,025件
マドプロ出願数 187件 (1834)
マドプロ出願占有率 6.8%

2001年

対外国出願総数 31,949件
マドプロ出願数 280件 (3259)
マドプロ出願占有率 10.2%

2002年

対外国出願総数 29,986件
マドプロ出願数 237件 (2377)
マドプロ出願占有率 7.9%

統計的に、日本からマドプロ同盟国への出願数は上記の対外国出願総数よりも当然少ないか

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

ら、日本からマドプロ同盟国への出願数に対するマドプロ出願占有率は、もっと高く、おそらくそれぞれ2倍くらいにはなるであろう。しかしそれでも、日本から外国への出願数を10とすれば、マドプロ出願はせいぜい1または2であろう。

したがって、日本ではマドプロ利用率はまだまだ低いと言える。

(3) 日本でマドプロ利用率が低い理由

なぜ日本からのマドプロ利用率が低いのであろうか。その理由は、以下の点にあるのではないかと思われる。

① 石橋を叩いて渡る

日本にある「石橋を叩いて渡る」という諺の通り、マドプロに対して日本企業は慎重な態度をとっている。現在のところ、マドプロ制度の長短を見極めていないので、利用を躊躇していると思われる。長短を見極めた後、利用度は次第に増加するであろう。

② 共同体商標法の存在

ヨーロッパ諸国特にEC諸国に出願する場合、出願国数によってはマドプロ出願よりも、より費用が安価で済む共同体商標出願を行う傾向にある。

③ 非加盟国の存在

マドプロに加盟していない国が存在する。そのため、マドプロを利用した場合、非同盟国については、さらに別途各国出願で対応しなければならないので、必然的にマドプロと各国出願の2つのルートを使い分けねばならず煩雑である。

(4) マドプロの活用

日本においてもマドプロの出願数は、表7に見られるように、年々増加している。将来、大幅に増大することが予想される。

なぜなら、上記(3)①は将来「橋を渡っても問題ない」と分かれば解消するし、(3)②は

競合するものではなく、マドプロ出願の中でEUを指定してマドプロ出願をすることができるし、(3)③は加盟国の増大によりデメリットの度合いは減少するであろうからである。

7. 4 マドプロの商標権と各国別出願の商標権

マドプロルートの商標権と各国別出願の商標権とで違いがあるであろうか。

マドプロ第4条が国内法が付与する商標権の効力と同一でなければならぬと規定しているところから、本来違いがあっては条約違反であり、基本的には違いはないであろう。

各国の代理人に問い合わせても、違いはないと答える。しかし、あえて細かく言えば次の違いはあるであろう。

① 指定商品・役務の特定が英語又はフランス語でされているため、その言語で解釈される。例えば、「clothing」は靴も含む概念と解釈されることが多い。ところが日本では「被服」と理解するため権利範囲に広狭違いが生ずる。

② 訴訟中にセントラルアタックで本国登録・出願が無効・取消しになった場合、権利は消滅するので、マドプロ商標権のほうが不安定ともいえる。最も登録から5年を経過すれば、マドプロ商標権は基礎登録から独立したものとなるため、この不安は解消する。

結局、各国別出願のほうが厳密に言えばわずかに勝り、無難かもしれない。無審査主義国についてはマドプロで、それ以外は各国別出願で対応するのも一策かと思う。

引続き、日本を含む世界各国の商標戦略について述べる。

8. 代理人の選択

すぐれた代理人の選択は大切である。すぐれた代理人は、①状況把握、②事案分析、③適切な提案、④迅速なレスポンス、において秀でて

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

いると思う。①と②は基本であり、④は時間の遅れが問題を難しくすることがあるので大切であり、③は戦略上必要である。①～④を兼ね備えている代理人を探すのは、労力・時間をかけても、重要な商標戦略といえる。

外国代理人の選択は、情報が十分でないためにさらに難しい。うわさや評判は古くタイムラグがあり、正確でないことが多いから要注意である。開発途上国によっては、すぐれた代理人がいなかったり、しかも通信事情がよくない場合、周辺国のすぐれた代理人に依頼することも考えてよい場合がある。

外国のすぐれた代理人を探すには、事務所訪問、AIPPI、INTA、APAA、LES、FICPI等国際会議に出席、紹介、直接コンタクト、ホームページ、他国の代理人に評判を聞く等の手段が用いられよう。意外に他国の代理人に評判を聞くのは効果的と思う。

9. 出願手続

出願するに当たっては、以下の事項に留意する必要がある。

(1) 出願人

出願人を誰にするか、①出願人適格、②使用者との関係、③共同出願人は存在するか、等検討する必要がある。また、外国出願の場合、英文名称をどうするか決める必要がある。

例えば、香港では表音訳にするのが通常であり(例：○○○Kabushiki Kaisha)、それ以外の名称(例：○○○Co., Ltd, ○○○Corporation)にするには、定款等で実際に使用されていることを証明する必要がある。イスラエルボイコット⁵⁾等特殊な要件を課されることもあるが現地代理人のアドバイスに従えばよい。

(2) 商標の特定

出願商標を明示する他、まれに商標の由来／

意味／読み方の説明が必要な場合がある。

(3) 商品・役務の特定

商品・役務の特定については、指定商品の数により出願費用が増加する国(中国、タイなど)があるので「使用」との関係性を考慮してどこまで指定するか検討する。また、商品・役務の説明が必要な場合がある。

(4) 分類

分類を指定する。カナダのように分類を指定しなくともよい国もある。

なお、一出願多区分制、連合商標制度について認める国と認めない国の数は拮抗しているが、将来一出願多区分制を採用し、連合商標制度を廃止する国が増えるであろう。

(5) 使用主義か先願主義

使用主義の国の場合、使用の定義を知り、使用しているか、未使用だが使用の意思があるか、それはどの商品・役務についてか、使用開始日はいつか等検討する。

(6) 優先権主張

優先権主張の場合、複数優先・部分優先、商標・商品・出願人の同一性、主張の期限などの確認と、優先権証明書の手配、基礎出願に主張出願の商品・役務が含まれていることの包含証明の提出等を行う。

(7) 商標図面 (drawing)

特殊文字や図形・記号あるいは色彩を付す場合は必要であるが、通常のプロック体やゴシック体の文字の場合や標準文字の場合不要である。

(8) 使用見本 (specimen)

使用主義の国の場合、写真、包装、ラベル、インボイスなどの使用見本が必要である。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

(9) 委任状

署名者は代表者が望ましいが、officer（役員）でもよく、さらに米国では署名権限のある者から署名権限を付与されたときには、平社員でも署名できる。包括委任状（General Power of Attorney）が便利な場合もある。

商標条約国（イギリス、アメリカ、ドイツ、フランス、スペインなど）においては、その条約に基づき委任状は不要である。

(10) 証明書の準備

時に、法人証明書（国籍証明書）、営業証明書、優先権証明書、本国登録証明書、「～を含む」旨の包含証明の準備が必要な場合がある。

(11) 認証手続

日本における本人面前認証の場合、公証人の公証の後、法務局、外務省及び領事館の認証を得ることになる。また、代理認証でもよい場合、①代理人に委任状を発行し、②委任状に捺印している印鑑証明書及び③委任状に捺印した代表者の身分を証明するために会社登記簿謄本を取り揃え、代理人に代理認証をしてもらうことになる。

認証手続の簡素化を図るためのハーグ条約⁶⁾があり、Apostilleという領事館のシールがあればそれ以上の認証は不要であるとして、公文書の認証手続の負担が軽減されている。

(12) 出願確認

特に外国代理人に出願依頼をしたとき、出願報告を受け、出願内容の確認をする必要がある。

10. 中間手続（Office Action）

商標出願は、中間手続において何が起こるか念頭において行われるべきであるので、簡単に触れる。

実体審査がされるべきかどうかについては、

WIPOやAIPPIで議論がされているが、将来商標の保護はどうあるべきかという国際的商標保護政策の観点から、今後さらに検討されるであろうから、その動向には留意すべきである。

出願後の中間手続について留意点を挙げる。

(1) 当該国の商標制度の理解（法体系、審査主義か無審査主義か、使用主義か先願主義か、等）

(2) 拒絶理由通知を受けた際のポイントとして、まず問題点を分析する。

① 事実認識（周知、取引の実情、承諾の有無等）が問題になっているか

② 判断（類否、出所混同等）が問題になっているか

特許庁の審査ガイドライン等から実務の傾向を知ることは必須である。また、審査官に電話・面談をして、ポイントを知り対応策を練るのも有効である。

(3) 意見書の類型として、大きくは以下の3つがあると思う。類型ごとのポイントをわきまえて、そこにエネルギーを注ぐべきと思う。

① 反論型（審査官の判断に反論）

(i) 事実認識に対する反論

周知、取引の実情、承諾の事実の有無等を議論する場合。

(ii) 判断に対する反論

商標や商品・役務の非類似、出所の混同等を議論する場合。

② 同調型（審査官の判断に同調）

(i) 全部同調

競合する商品又は役務を補正したので拒絶理由は解消した旨述べる。

(ii) 一部同調

一部について承服し、それ以外について反論する。

先行商標がある場合、その先行商標主から同意書を得て、拒絶理由を解消することが考えら

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

れる。外国特に欧米では、先行商標主から対価を要求されず、同意書を付与してくれることもある。

同意書制度を認める国は世界的に見れば、オーストリア、カナダ、スペイン、スウェーデン、アメリカ、メキシコ、オーストラリア、ニュージーランド、ドイツ、フランス、スイス、ベネルクス、デンマーク、OHIMと多い。アジアでは認めない国が多いが（中国、韓国など）、台湾では認められており、将来日本を含め認められる国が多くなる。

③ 事情型（各種事情を述べて審査の猶予を請う）

- ・引例登録に対し無効審判を請求し、審決確定まで審査猶予を乞う
- ・引例登録に対し不使用取消審判を請求し、審決確定まで審査猶予を乞う
- ・引例登録主と譲受交渉を行い、交渉中故、交渉成立まで審査猶予を乞う
- ・引例登録主に一旦名義変更する

(4) 期限管理は、極めて重要な留意点である。延長の可否も知る必要がある。外国の場合、経験上、適宜、状況伺い（Status inquiry）の問合せをすることも必要と思う。

(5) 代理人に依頼した場合、代理人が的確に措置したか確認もすべきである。

(6) 異議申立・審判については、期限、延長の可否、成功の見込み、必要書類、費用等に留意し、対処すべきである。特に韓国とフィリピンの異議申立期間は30日と目だって短い。アジア諸国ではベトナム以外すべての国が異議申立制度をしており、日本では付与後異議申立制度を、それ以外はすべて付与前異議申立制度を採用している。異議申立期間については、まちまちで、将来の調和が要求される。

(7) 登録を是非とも取得したいという重要な出願の場合、何とか手はあるとの気持ちであきらめず追求すべきである。一方、矛盾する

ようであるが、多少変更可能な場合、改めてその変更態様で出直し直すと、案外登録されることもある。この出直し作戦は新規性が要求される特許には無理であるが商標では効果的である。

11. 登録後の使用義務

登録後、ほとんどすべての国において商標の使用義務が発生する。商標権者が使用する他、ライセンシーによる使用も商標権者の使用とされるので、この使用により使用義務を果たすことも考えられる。使用の定義については、各国必ずしも一律ではない。広告的使用は使用と見ない国（アメリカなど）もあれば、輸出を使用とみる国と使用とみない国とがある。

不使用の場合、取消審判又は裁判所により登録が取消となる。不使用取消請求を行う際ヨーロッパでは、商標庁と裁判所のいずれに請求してもよい国が多い。

不使用期間は3年又は5年とする国がある。また不使用の場合、商標権を行使できない国（アメリカ、イギリス、フランス、ドイツなど）が欧米に多いので留意すべきである。

12. 登録の維持

登録の維持のため更新手続きをとらなければならない。そのための期限管理を厳重に行う必要がある。商標法条約によれば、更新の際使用証明を要求することは禁止されているので、この同盟国では（イギリス、日本、アメリカ、ドイツ、フランス、等33カ国⁷⁾、「更新の際」要求されることはない。アメリカ⁸⁾では、登録後6年目に使用宣誓書を使用証拠とともに提出しなければならないが、この要求は「更新の際」ではないので許される。

更新の際に、住所や氏名の変更手続きを併せて行うと経済的でもある。また、同時に国際分類への変更手続きを要求される国もある。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

13. 侵害取締

商標登録され商標権が発生すれば、その行使により侵害排除に努めるべきである。侵害者はできるだけ早く叩き排除するのが原則である。

(1) 侵害パトロール

他人が自己の商標権を侵害していないかパトロールする必要がある。市場踏査、新聞、雑誌、広告、インターネット、聞き込み等による。

(2) 侵害調査

侵害の疑いがあることを発見した場合、具体的な調査をすることを検討すべきである。自社で行うか調査会社に依頼するか、検討すべき。外国では、現地子会社、現地代理人、調査会社等に依頼する。身の危険、効果、費用などを考慮して、調査の要否や方法を決定する。

(3) 警告

警告をするかは、警告によって相手が追求を知り逃亡してしまうおそれがないか、いきなり現場に踏み込んだほうがよいか等、国によっては検討すべき。

(4) 取締方法

取締方法には、民事、刑事、行政のルートがあり、全てにおいて訴外の取締と訴訟上の取締とがある。

① 民事的救済

差止請求、損害賠償請求、信用回復措置請求などがある。訴訟を提起した場合どれだけの時間がかかるかチェックする必要がある。たとえば、フランスでは、侵害が明らかな事件においては、訴訟提起から早ければ約3週間後にHearingがあり、その後直ちに判決が出る場合もある⁹⁾。

② 刑事的救済

中国では「茅台酒」事件（1994年）が有名であり、羅徳明氏が商標権侵害で死刑となった。

香港では、版權及び商標調査局、タイでは、警察局中央警察調査部経済犯罪調査局、台湾では、經濟部查禁做冒小組（模造品取締委員会）が取り締まる。

フランスでは、police squat¹⁰⁾が存在する。

③ 行政的救済

税関での取り締まりも時に有益である。日本や中国では、申告者に供託金の支払いを要求することがあるが、ヨーロッパでは供託金の要求制度は廃止された。米国「ITC (International Trade Commission/国際貿易委員会)」, 中国では工商行政管理局, 韓国では不正競争審議委員会が取り締まる。

概してアジア諸国では、むしろ行政的救済（税関・行政警察）がよく利用されていると思われる。

14. おわりに

商標出願の戦略について、主に手続的な面から述べたが、結局は(1)如何にあるか(2)何故なるやを、衆知を集めて把握し、(3)fairの精神で如何にあるべきかの戦略を練ることが、商標戦略にも通じるであろう。特に外国商標については、外国法制や商品・役務市場が日々変化をすることから、知ったかぶりをせず、常に上記(1)の状況把握をup-to-dateにし、その上で戦略を柔軟に考えることに尽きると思う。

注 記

- 1) ソニーの森田昭夫氏は、自身の著書「MADE IN JAPAN」で、商標は企業の生命 (life) であると述べている。
- 2) 社団法人日本国際知的財産保護協会発行のAIPPI (2005) Vol.50 No.11のAIPPIベルリン執行委員会・Forum 2005の報告(1) (P.19~24) 及び同No.12のAIPPIベルリン執行委員会・Forum2005の報告(2) (P.37~43) 参照。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

- 3) 2005年12月8日～10日に中国のシンセンで行われたChina Trademark FestivalにおいてPHILLIPS社の方が発表した。
- 4) 社団法人日本国際知的財産保護協会発行のAIPPI (2002) Vol.47 No.7のP.38～48において、久保次三氏が「国際商標登録制度（マドリッド協定議定書，略称「マドプロ」の活用状況について）」と題する論稿で，マドプロ活用度について分析している。
- 5) イスラエルと良好な関係にない国が，「イスラエルには商標権の保護を要求しない」旨の宣言をすることをいう。
- 6) 外国公文書の認証を不要とする条約で1961年10月5日に発効した。
- 7) WIPOのホームページのTreaties Database Contracting Parties参照。
- 8) アメリカは，商標法条約に2000年8月12日に加盟した。
- 9) 2005年12月8日～10日に中国のシンセンで行われたChina Trademark FestivalにおいてPHILLIPS社の方が発表した。
- 10) 行政警察であり，職権で商標権侵害を取り締まる。

(原稿受領日 2005年12月19日)

