

MOBIO-cafeセミナー 2022

商標登録の『表と裏』 教えます。

2022年9月9日

日本弁理士会関西会

弁理士 泉谷 透

1 商標ってなに？

1・1 商標とは？

★自分（自社）の商品やサービス（役務）を特徴づけ、他人（他社）のものと区別 するための**記号**や**マーク**

商品名 【例】iPhone（スマホ）

サービス（役務）名 【例】NETFLIX（動画サブスク）

ハウスマーク（営業標識として使用される社名）【例】SONY、TOYOTA

ブランド名 【例】CHANEL（ファッション、ジュエリー、香水他）

⇒但し、ブランドかどうかを決めるのは消費者・業界

コンセプト・キャッチフレーズ 【例】あなたとコンビに（ファミリーマート）

標章と商標

商品・役務に使用しないマーク → 「商標」ではない「標章」



標章を、商品・役務に「使用」すると、「商標」になる。



1.2 商標の種類

(従来からの商標)

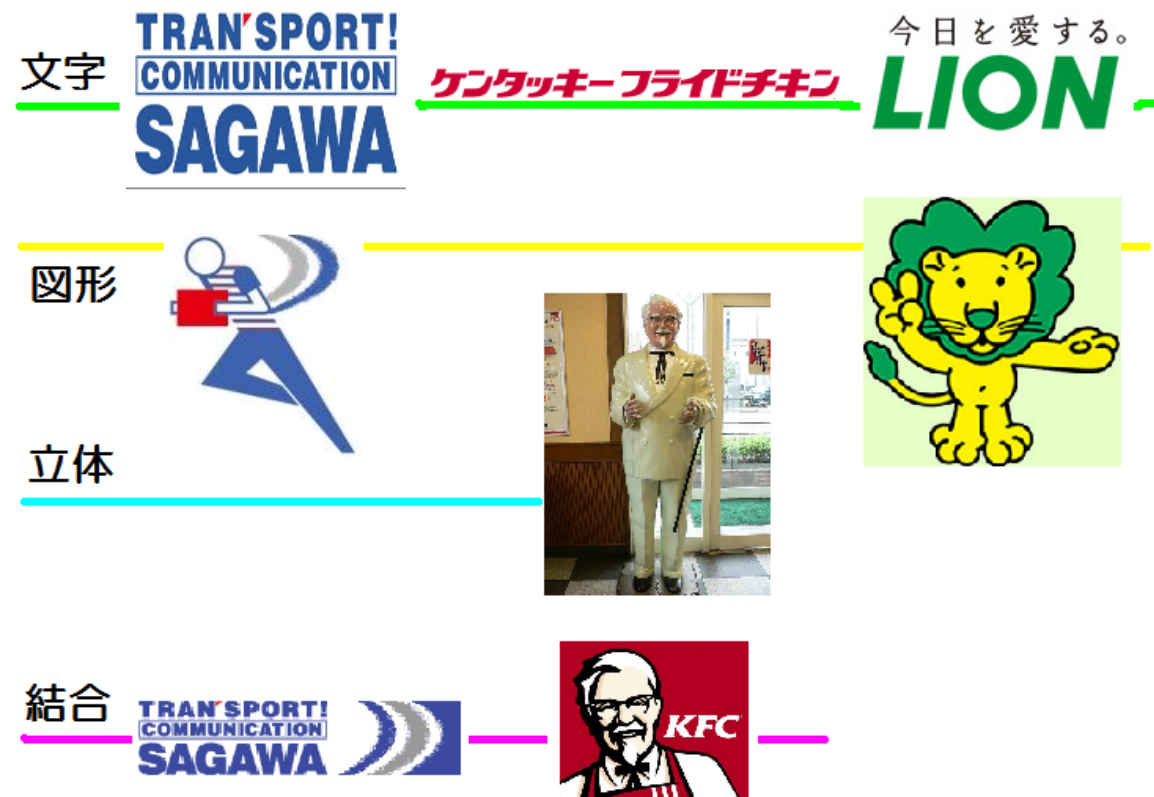
文字、図形、記号、立体的形状 + 色彩

⇒ あるいは、これらの組み合わせ

(新たな商標)

ホログラム商標、音商標、色彩のみ商標、動き商標、位置商標

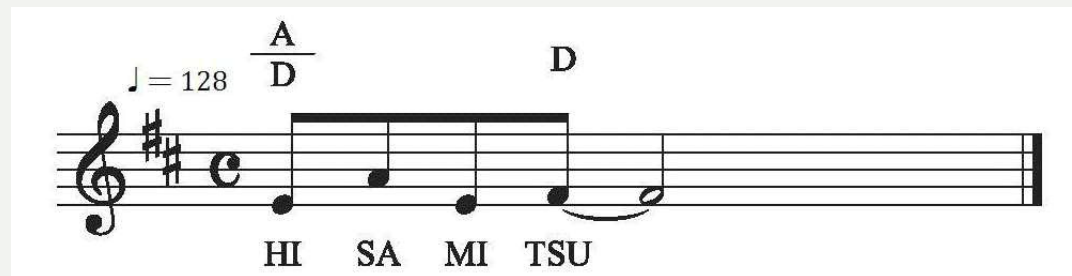
【商標の例①】



【商標の例②】

音

久光製薬（薬剤）



色彩のみ

トンボ鉛筆（消しゴム）



セブンイレブン（小売業）



三井住友F G（金融など）



【商標の例③】

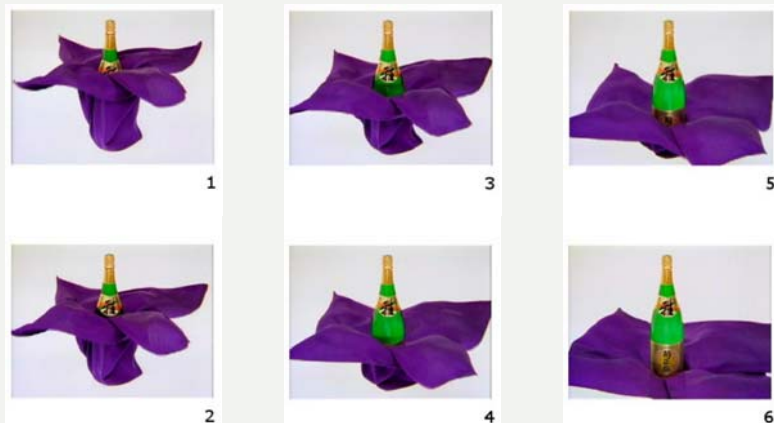
ホログラム商標

三井住友カード（ギフトカードの発行）
T5804315



動き商標

菊政宗酒造（日本酒ほか）
T5804568



位置商標

エドウィン（ズボンほか）
T5807881



1.3 商標の機能

① 出所表示機能

同一の商標を付した商品・サービスは、いつも一定の生産者・販売者または提供者からのものであることを示す。

② 品質保証機能

同一の商標を付した商品・サービスは、いつも一定の品質を備えているという信頼を保証する。

③ 広告宣伝機能

広告に使用することによって、特定の商品・サービス・事業者のイメージを需要者に印象付けて、購買意欲を高める。

* これらの働きは、商標を継続的に独占使用することで、強まっていく。

1.4 商標権とは？

★権利者(商標権者)は、

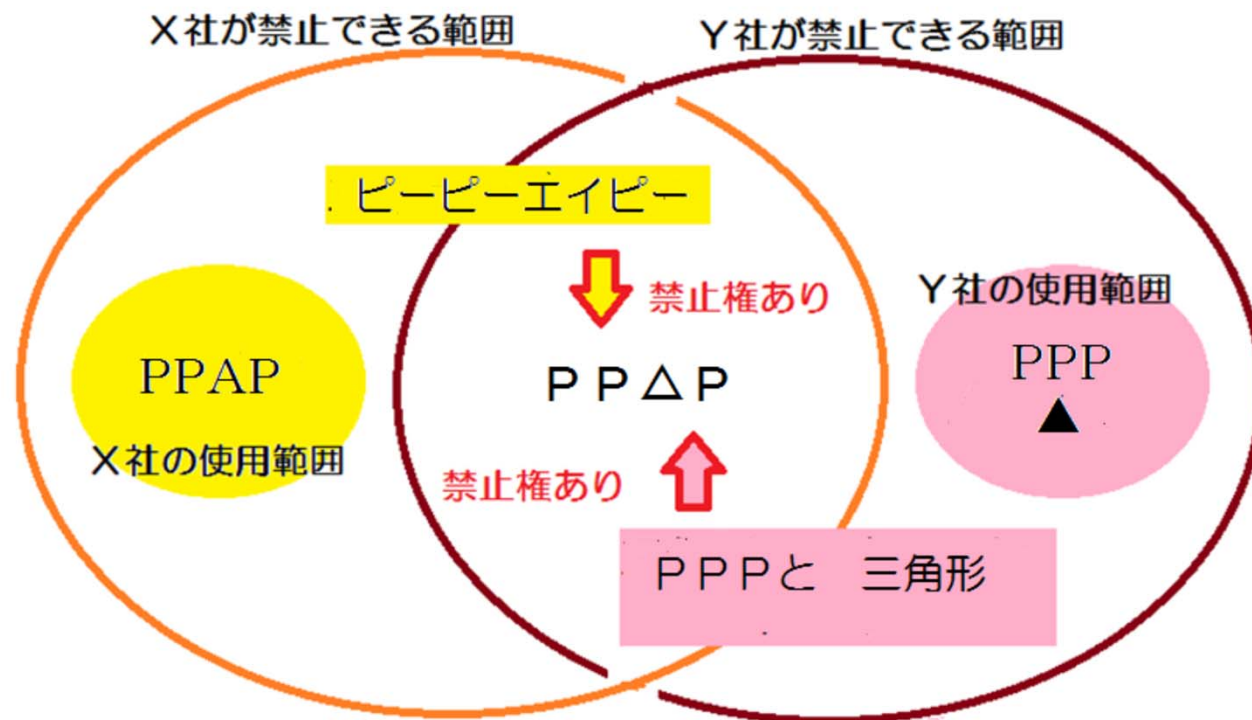
登録商標の指定した商品・役務についての使用を独占できる。

類似する商品・役務についての類似商標の使用も禁止できる。

独占権の範囲		指定商品・役務	類似商品・役務	非類似商品・役務
	登録商標	独占使用する権利	Ⓐ	Ⓓ
	類似商標	Ⓑ	Ⓒ	—

Ⓐ～Ⓒ： 他人の使用を禁止する権利のみ
Ⓓ： 防護標章登録で禁止権が発生

禁止権の範囲



1.5 指定商品・指定役務とは？

商標は、商品や役務(サービス)と組み合わせられて使用されることが前提であるため、出願するときに、**その商標を使用する商品・役務を指定する。**

従って、商標権は **商標＋指定した商品・役務の組み合わせ**で成立する。

商品及び役務の区分

(商品)

第 1 類	工業用、科学用又は農業用の化学品
第 2 類	塗料、着色料及び腐食の防止用の調製品
第 3 類	洗淨剤及び化粧品
第 4 類	工業用油、工業用油脂、燃料及び光剤
第 5 類	薬剤
第 6 類	卑金属及びその製品

(役務)

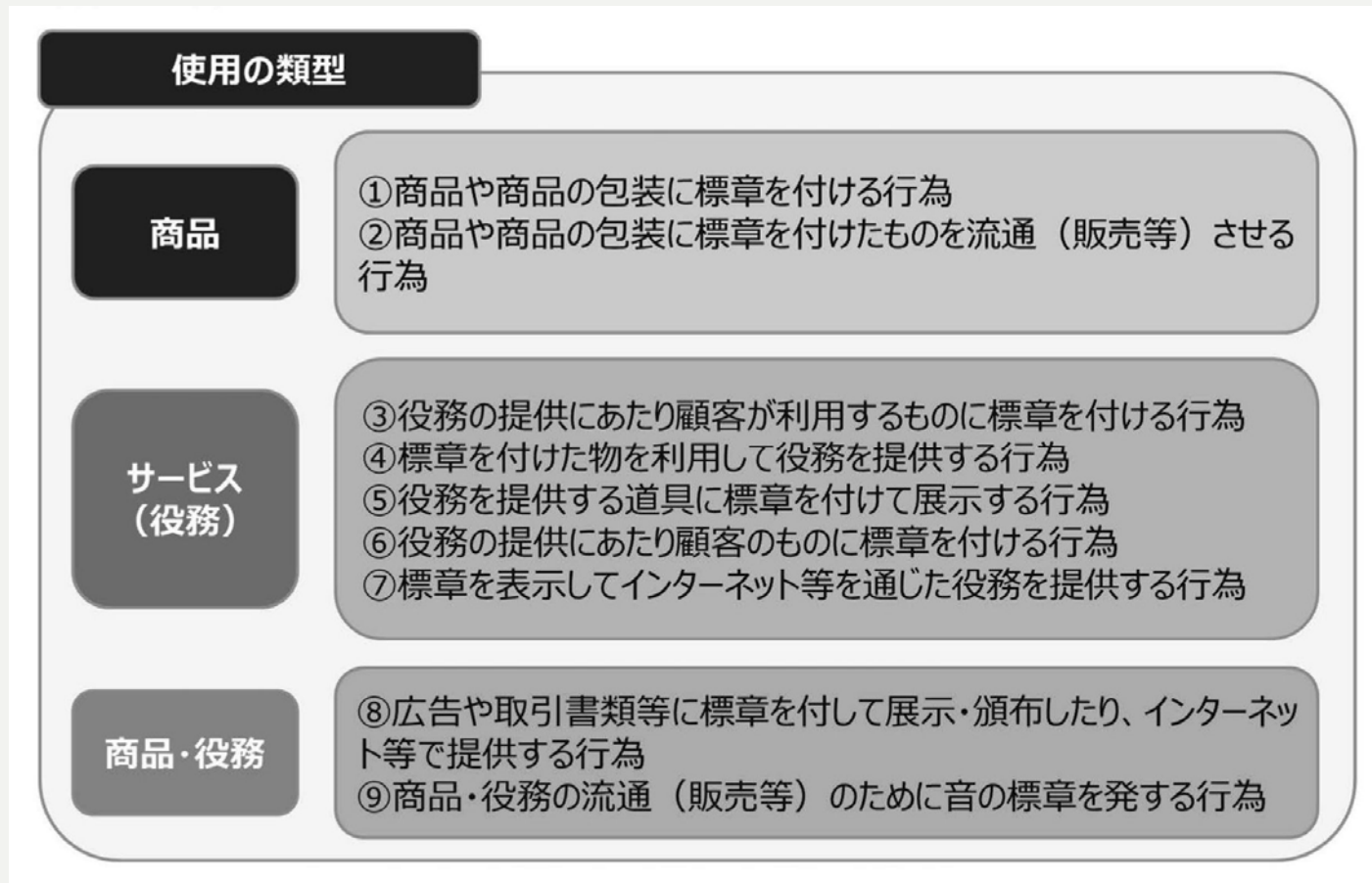
第 35 類	広告、事業の管理又は運営、事務処理及び小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供
第 36 類	金融、保険及び不動産の取引

ということは・・・

非類似(類似していない)の商品・役務に
同一・類似の商標を無断で使用しても
商標権侵害にはならない！

もちろん、商標が非類似なら、
当然、商標権侵害にはならない。

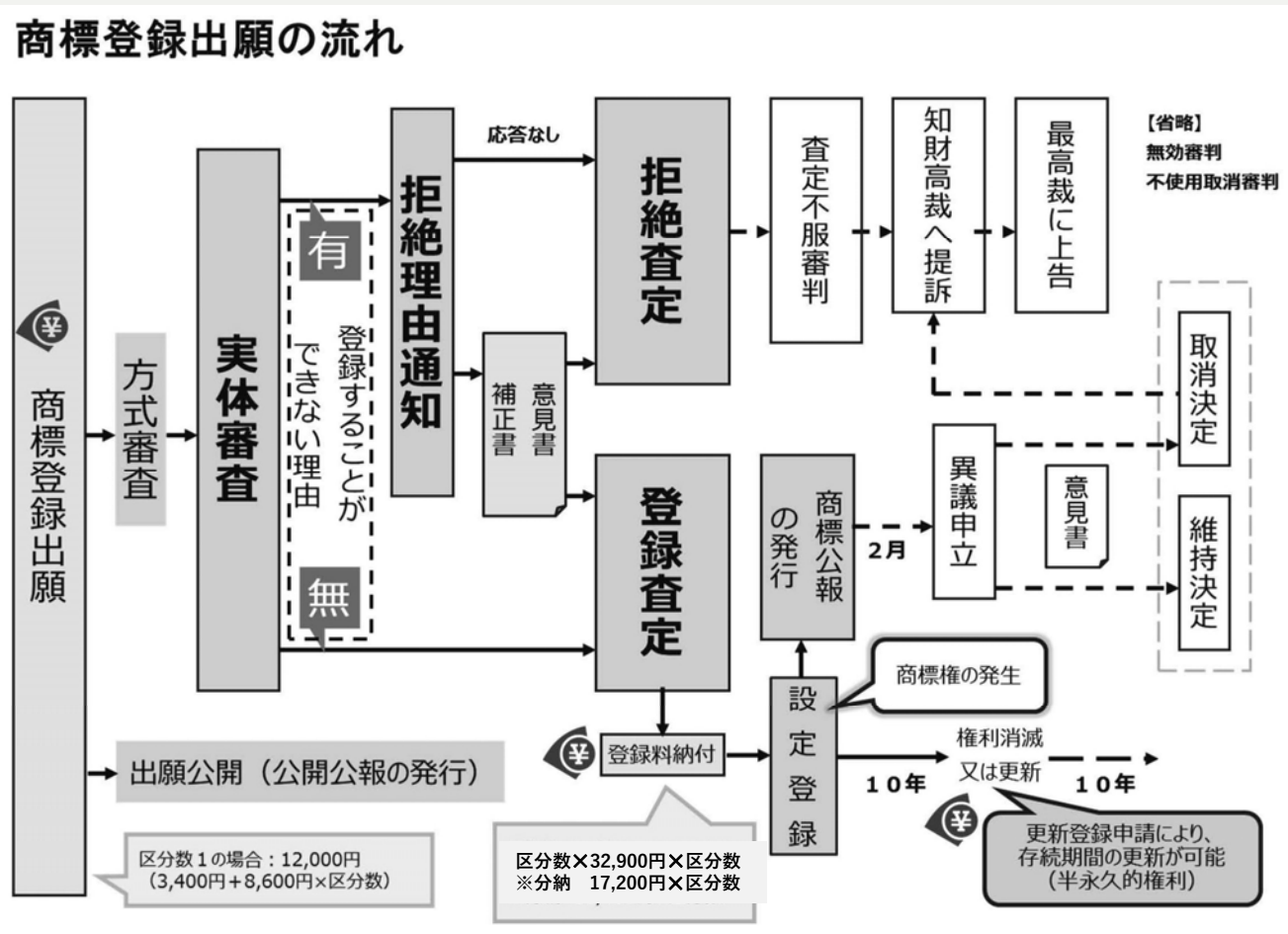
1.6 商標の「使用」とは？



1.7 商標権は「盾（たて）」と「矛（ほこ）」

- ★商標権を取得した商標＝登録商標 「®」マークを付けられる。
- ★独占権の範囲については、安心して登録商標を使用し続けられる。（盾）
- ★独占権・禁止権の範囲については、他人（他社）の商標の使用を阻止できる。（矛）
- ★独占権・禁止権の範囲については、他人（他社）の商標の登録も阻止できる。（矛）
- ★商標権は10年更新 ⇒ 更新し続ける限り半永久的に権利が存続する。
 - ※長く独占使用すればするほど、消費者や業界の信用が高まる ⇒ ブランド化
- ★希望する他社にライセンス（使用許諾）することもできる。
- ★場合によっては商標権を他社に譲渡することもできる。

1.8 商標登録（商標権取得）までの道のり



1.9 出願（出願書類） 自体はわりと簡単

願書を特許庁に提出して出願する。

商標＋指定商品・役務

★商標は1つの出願に1つのみ **【一商標一出願】**

★指定商品・指定役務（類）は複数記載できる**【多項制】**

⇒ **類（区分）**の数に応じて**出願料**（特許印紙代）が増える。

印紙代の計算＝基本料金3400円＋類（区分）の数×8600円

＋特許事務所（弁理士）の手数料

★出願から審査結果の通知まで、平均5～6カ月の「審査待ち期間」

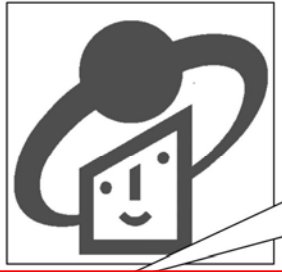
⇒ 所定の条件を満たす場合「**早期審査申請**」もできる（約2カ月待ちへ）

【願書の例】

商標

指定商品・役務

出願人

【書類名】	商標登録願	
【整理番号】	〇〇〇〇〇〇	
（【提出日】	令和〇〇年〇〇月〇〇日）	
【あて先】	特許庁長官 殿	
【商標登録を受けようとする商標】		
		
立体商標及び新しいタイプの商標の場合は、出願する商標のタイプに合わせてその旨（【動き商標】等）を記載。標準文字の場合は、出願する文字商標の記載とともに【標準文字】と記載。		
【〇〇商標】		
【商標の詳細な説明】		
立体商標及び新しいタイプの商標の場合は、【商標登録を受けようとする商標】を特定するよう記載（立体商標、音商標は必要な場合のみ）。		
【指定商品又は指定役務並びに商品及び役務の】		
【第2類】		
【指定商品（指定役務）】塗料、染料、顔料		
【商標登録出願人】		
【識別番号】	0 1 2 3 4 5 6 7 8	
【住所又は居所】	東京都千代田区霞が関3—4—3	
【氏名又は名称】	商標株式会社	
【代表者】	商標 太郎	印 又は 識別ラベル
【電話番号】	03（3581）1101	
（【手数料の表示】		
（【予納台帳番号】）	1 2 3 4 5 6	
（【納付金額】）	1 2 0 0 0	
【提出物件の目録】		
【物件名】	商標法第5条第4項の物件	1
音商標については、商標法第5条第4項の物件を添付。		
識別番号は、付与されている人のみ記載。		
書面による出願の場合のみ、押印又は識別ラベルを貼付。		

1.10 商標審査のハードル

★3条のハードル(商標法3条1項各号)

以下の各号に該当する商標は「**識別力なし**」として、登録されない
(審査で**拒絶**される) !

①指定商品の**普通名称を普通に表示**する商標 (1号)

時計に「時計」、飲食店に「レストラン」 → ×

りんごに「APPLE」 → × (コンピュータならば○)

②指定商品について**慣用されている**商標 (2号)

清酒に「正宗」、宿泊施設に「観光ホテル」、箸に「おてもと」 → ×

③その商品の**産地・品質・原材料**など、サービスの提供場所・質などを**普通に表示**（3号）

（記述的商標）★3条のハードルの中では、この3号による拒絶が最も多い！

宅配に「近畿一円」、ブラウスに「シルク」 → ×

④**ありふれた氏**（50音別電話帳でかなりの数みられる）、名称を普通に表示（4号）

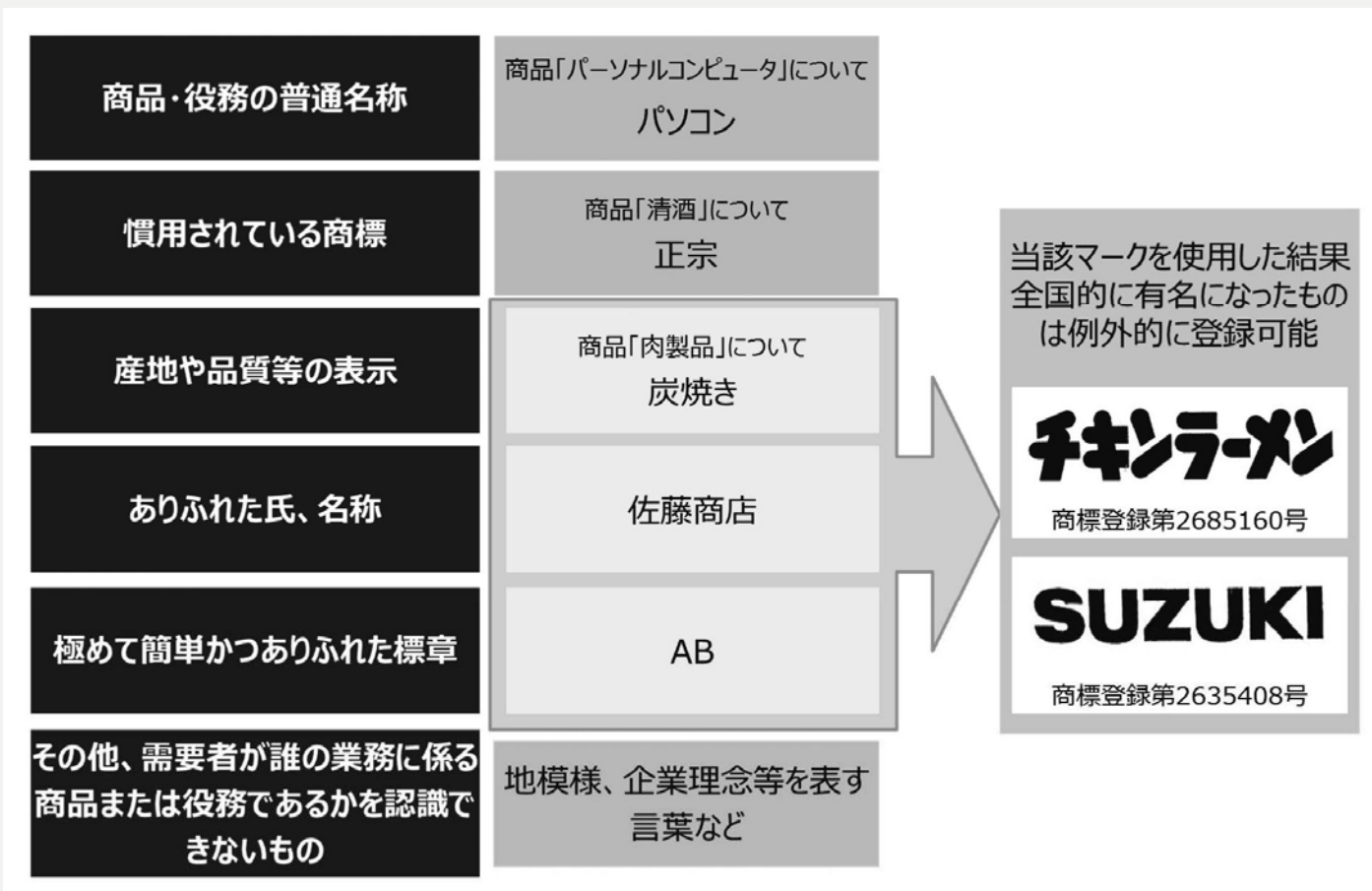
田中商店、株式会社 佐藤 → ×

⑤**極めて簡単、かつありふれた商標**（5号）

単純な記号：○、△、□、☆、♥ → ×

アルファベット1～2文字、数字のみの羅列 → ×

⑥需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができない商標（6号）



例外：

③、④、⑤に該当するものでも、使い続けることで識別力を有するようになれば、登録を受けることができるようになる。 ⇒ **でも、「識別力有り」の立証は大変！**

★4条のハードル(商標法4条1項各号:特に11号)

識別力を備えていても、公益的な理由や他人の権利との関係で登録できない商標が決められている。(審査で**拒絶**される！)

①公益保護

- ・国旗や国際機関の標章、公共団体などを示す**著名な商標**(1～6号)
- ・種苗法で登録された**品種名**(14号) →品種を特定するための普通名称とみなす
- ・**公序良俗**に反する商標(7号)

②出所混同防止、著名表示のただ乗りや希釈化の防止

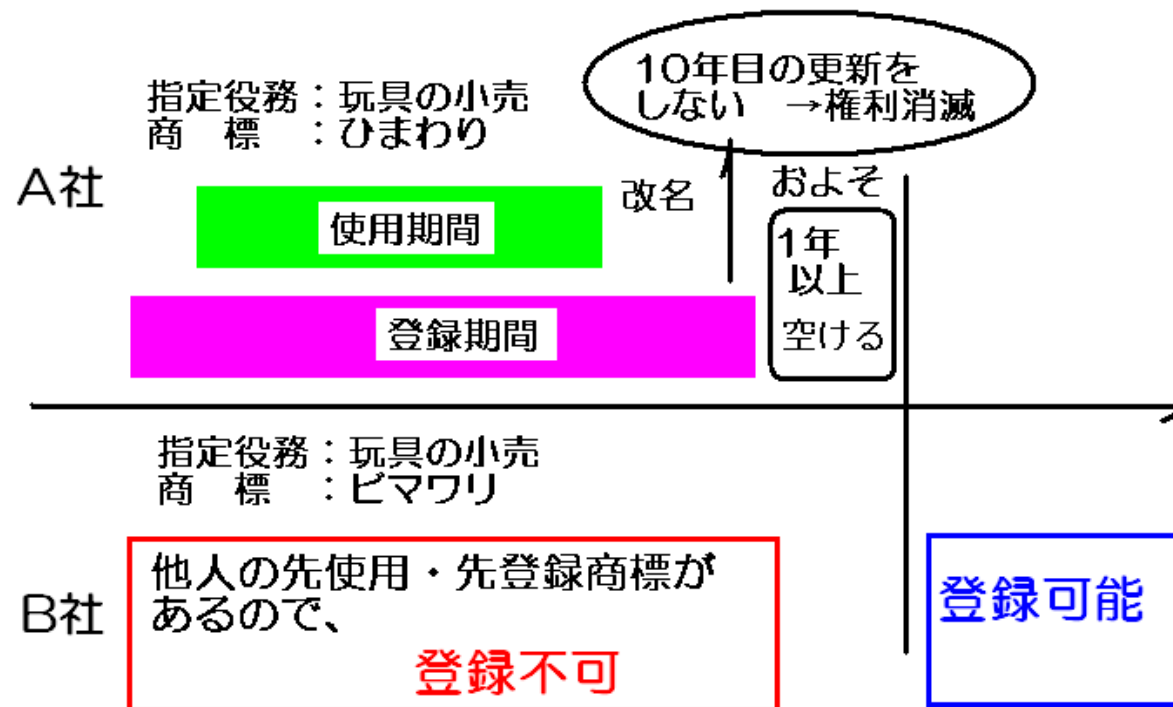
- ・他人の氏名、著名人の芸名(8号) → 人格権保護
- ・他人の周知商標があり混同を招く場合(10号)
- ・他人の先願先登録商標があり混同を招く場合(11号)  「早い者勝ち」 一番多い！
→ 同日出願は、両者協議し、まとまらなければくじ引きで決める。(8条5項)
- ・その他出所混同を生ずるおそれがある場合(15号)
- ・著名商標を不正の目的(不正に利益を得る、損害を与える等)で使用する(19号)

③品質誤認防止

博覧会などの賞のマーク(9号) → 権威保護

品質誤認のおそれがある商標(16号)

他人の登録商標が消滅した後の登録



2 どんな場合に商標登録すべきか？

2.1 新たなビジネス展開をスタートさせる「前」

★新商品・新サービスのリリース（上市・発表）の前

★新店舗出店の前

★新ブランド立ち上げの前

★C I 展開の前

商標の案（複数案）を思いついたら、まず、商標調査！（決定する前に）

- ① そもそも「良い商標」なのか？ ※後述
- ② （ライバル）他社の商標権の侵害のおそれがないか？
- ③ 登録の可能性はあるか？（3条・4条のハードル）

登録可能性あり ⇒ 最終案を決定 ⇒ なるべく早く出願！

- ∴ * 普通名称化の回避、トロール対策（web・SNSで広がる前に！）
- * ブームWORD（特に、美容・健康・飲食 分野）

他人（他社）の商標権を侵害すると・・・

★問題の他人（他社）が商標権侵害のクレームをつけてくるかどうかは・・・
相手次第！、運次第！

ヤバイ可能性が高いのは・・・

- * 相手が現にその登録商標を使用していてライバル関係の場合
- * 相手が大企業、外国（外資系）企業の場合
- * 相手が「知財意識高い系」の企業の場合

※だから、商標調査で抵触しそうな登録商標を見つけたときは、
商標権者・関係企業のウェブサイト等で背景も調査する必要あり。

★相手からクレーム（警告書）が来たら・・・

- * 多くの場合「即**万事休す**」⇒ 商標削除（変更）、商品回収、謝罪・・・
- * 無効審判・取消審判で反撃できる場合もあるが、期待しない方が良い。
- * 下手に争うと裁判沙汰も・・・、SNS・マスコミによる各種不利益のリスク

2.2 「保険・責任」としての商標登録

- ①「ウチが長年使ってきた商標なのに…」は通用しない！
⇒「使用開始時期」ではなく「**出願日**」が勝負の分かれ目！（先願）
∴商標権＝「安心して商標を使い続ける」ための**保険**
- ②トロール対策
⇒「**先回り出願ビジネス**」の手口…
- ③**コンプライアンス強化**への対応
⇒百貨店・通販・TVショッピング・EC業界との取引において
- ④ライセンサー（商標権者）としてのライセンシー（第三者）への責任
⇒「**本部**」としての**商標の防衛責任**
特に、資格ビジネス・美容ディプロマ など

2.3 インターネット上における商標登録

① S E O対策としての商標登録

- ⇒ 検索サイトのサーチ・ロボットの特性
キーワードを商標権で押さえることで検索上位ヒット（メタタグも含め）

② E Cモール（amazon、楽天など）での侵害品削除請求

- ⇒ 同一・類似の商標（商品名等）を使った模倣品の排除
商標権があれば比較的スムーズ

【参考】商標「相席屋」

特許が取れない「ビジネスモデル」を商標権で（実質的に）守った例

東京の飲食店経営会社S社

（「相席屋」の実態はマッチング（出会い系）サービス）

■経緯

- ①2006年、新宿歌舞伎町の居酒屋からスタートして多店舗展開。
- ②2014年から居酒屋「相席屋」を展開し、直営店＋フランチャイズで急成長。
「相席ブーム」の火付け役となった。（現在全国に約100店舗）
展開当初から熱心に商標権を取得。
- ③2015年頃から「相席屋」を名乗る同業態店が続出。これに対して商標権侵害の警告書を活発に送付し、次々に店名を変更させる。
- ④その後「相席屋」を名乗る店はほぼ皆無。同業態店は「相席」の語を含む異なる商標でしか営業できない状況。
- ⑤現在では「一般社団法人結婚・婚活応援プロジェクト」への加盟や経産省の「おもてなし規格認証」登録も果たし、事実上「ブランド」化に成功。

★ポイント

- ①特許が取れない**新たなビジネスモデルを商標権の活用でリード**した例。
- ②「くるまの110番事件」（大阪地裁平成17年12月8日判決・判タ1212号）
で判示された「メタタグに商標権の効果が及ぶ」という判例を背景に、
店名だけでなく**ネット集客（SEO対策）で主導権**を握る。

【参考】

(株)セクションエイト 「相席屋」関係商標権（一部）

検索結果一覧(出願・登録情報)

No.	出願番号/ 登録番号/ 国際登録番号	商標見本	商標 (検案用)	呼称 基準	呼称 (参考情報)	区分	出願人/ 権利者/ 名義人	出願日/ 国際登録日 (事後指定日)	登録日	ステータス
1	登録5719533 (商標2014-022994)		\$出会(キッコウ)∞相席屋\A I S E K I - Y A ∞出会\酒場	01	アイセキヤ, アイセキ, デアイサカバ, デアイ, キッコウデアイ	43	株式会社セクションエイト	2014/03/26	2014/11/21	 存続-登録-継続
2	登録5740076 (商標2014-061057)		\$相席(キッコウ)∞相席屋∞居酒屋	01	アイセキヤイザカヤ, アイセキヤ, キッコウアイセキ, アイセキ	43	株式会社セクションエイト	2014/07/22	2015/02/13	 存続-登録-継続
3	登録5797525 (商標2015-034135)		\$ R 3 0 ∞相席屋	01	アアルサンジューアイセキヤ, アアルサンゼロアイセキヤ, アアルサンジュー, アアルサンゼロ, アイセキヤ, アイセキ	43	株式会社セクションエイト	2015/04/10	2015/10/09	 存続-登録-継続
4	登録5850962 (商標2015-087080)		相席屋	01	アイセキヤ, アイセキ	43	株式会社セクションエイト	2015/09/09	2016/05/20	 存続-登録-継続
5	登録5854674 (商標2015-114357)		婚活応援酒場 相席屋	01	コンカツオーエンザカバアイセキヤ, コンカツオーエンザカバ, コンカツオーエン, アイセキヤ, アイセキ	43	株式会社セクションエイト	2015/11/20	2016/06/03	 存続-登録-継続
6	登録5864051 (商標2015-130703)		\$ A I S E K I Y A P l u s \ b y 相席屋 ∞居酒屋 ∞ + ∞ 相席(キッコウ)	01	アイセキヤプラスバイアイセキヤ, イザカヤ, アイセキヤプラス, アイセキヤプラス, アイセキヤ, バイアイセキヤ, キッコウアイセキ, アイセキ	43	株式会社セクションエイト	2015/12/24	2016/07/08	 存続-登録-継続
7	登録5891190 (商標2016-024382)		\$相席(キッコウ)∞相席屋∞居酒屋∞ L A D I E ' S ∞ M E N ' S	01	アイセキヤイザカヤ, アイセキヤ, キッコウアイセキ, アイセキ, レディース, メンズ	35 43	株式会社セクションエイト	2016/03/07	2016/10/28	 存続-登録-継続
			\$相席(キッコウ)∞相席屋∞居酒屋∞男性		アイセキヤイザカヤ, アイセキヤ, キッコウアイセキ, アイセキ, ダンサーハチジュッパースント, ダンサー					 存続-登録-継続

2.4 著作権・意匠権等の補完としての商標権

①ネーミングやキーワード、マークのデザイン

⇒ 著作権が発生する場合もある。

でも、パクられた場合、とことん最終的には裁判で争うしかない。

（自分が創作したこと、自分が権利者であること ⇒ **自分で立証要**）
商標登録してあれば（第三者の指定商品役務への無断使用に対して）
問答無用で侵害を主張できる。

②商品・パッケージのデザイン

⇒ 物品の外観デザインなら意匠権で保護可能

でも、意匠登録の審査にもハードル有り（新規性・創作非容易性）

（一定の条件を満たせば）**立体商標**の商標権でデザインもカバー可能

【立体商標の例】



商標登録第5446392号 (Yチェア)
カールハンセン&サン



商標登録第4704439号 (ひよこ饅頭)
※一旦登録されたものの、無効審判⇒知財高裁判決により権利消滅

3 「良い商標」ってどんなもの？

3.1 「良い商標」の条件

★「良い商標」⇔ **売れる商標**？

- ①**機能性**（読みやすい、言いやすい、聴き取りやすい、覚えやすい）
- ②**直観性**（商品役務あるいは組織等のコンセプトやイメージを把握しやすい）
- ③**耐久性**（時間経過により色褪せない、社会環境や流行に左右されにくい）
- ④**個性**（人の心に鮮烈な印象を与え、記憶に残りやすい）
- ⑤**国際性**（外国人が接してもイメージに違和感がなく、ネガティブな意味がない）
- ⑥**登録性**（商標登録要件を具備している）

「良い商標」の事例 1 【①機能性、②直観性】

※小林製薬の商標戦略に学ぶところ大 ⇒ **ただし、3条のハードルのクリアは難しい！**



商品ジャンル名自体



「糸ようじ」
商標登録第5446392号
小林製薬



商品形態の特徴

「プリーツ・プリーズ」
商標登録第4058474号他
三宅デザイン事務所



役務（サービス）の
新業態と特徴

「タイムズ」
商標登録第4011856号
パーク24



商品の効能自体

「熱さまシート」
商標登録第3201859号他
小林製薬



商品形態の特徴自体

「超立体」
商標登録第4692567号
ユニ・チャーム



典型的な
オノマトペ（擬音）

「キュキュット」
商標登録第4460169号
花王

「良い商標」の事例2 【③耐久性、②個性】

※商品の特徴を個性的表現で表した商標は強い ⇒ **ただし、やはり3条のハードルが...**



「北海道」
「札幌オリンピック」
のイメージを連想

「白い恋人」
商標登録第1435146号他
石屋製菓



地名・一般的な氏なのに
登録成功

「山崎」
商標登録第4312545号
サントリー



商品の形態からの
イメージを個性化

「ネジザウルスGT」
商標登録第4744142号他
エンジニア



商品（3Dプリンタ）
の性能をイメージ

「ラファエロ」
商標登録第5256928号
アスペクト



商品（米パン製造機）の
語呂合わせの造語

「GOPAN」
商標登録第5393399号
パナソニック



沖縄言葉で「命の塩」
を自然海塩の商標に

「ぬちまーす」
商標登録第4475327号
ベンチャー高安

3.2 悩ましい「3条のハードル」を乗り越える！

★商品・役務の特徴をストレートに表現する言葉からなる商標は、
3条のハードル（特に3号：**記述的商標**）による拒絶の可能性が高い。

商標法3条1項3号

その商品の産地、販売地、品質、原材料、効能、用途、形状（包装の形状を含む。第二十六条第一項第二号及び第三号において同じ。）、生産若しくは使用の方法若しくは時期その他の特徴、数量若しくは価格又はその役務の提供の場所、質、提供の用に供する物、効能、用途、態様、提供の方法若しくは時期その他の特徴、数量若しくは価格を**普通に用いられる方法で表示する標章のみ**からなる商標

では、どうするか？

【案1】 図形と組み合わせた「**文字図形結合商標**」にする。
「**記述的商標のみ**から成る商標」ではいから登録の可能性が上がる。
しかし、
図形込みで登録された商標の商標権の効力は文字のみの商標よりも弱い。

【案2】 造語を考える！

★オリジナリティのあるネーミングを造語する。

ただし、やみくもに思いつきの案を出しても効率が悪いし、個人的な思い入れに拘り過ぎても「良い商標」は生まれない。

以下に、ネーミングの考え方、作り方の一例ご参考として紹介します。

出典：日本弁理士会関西会

「弁理士のためのネーミングの手引」2011年3月

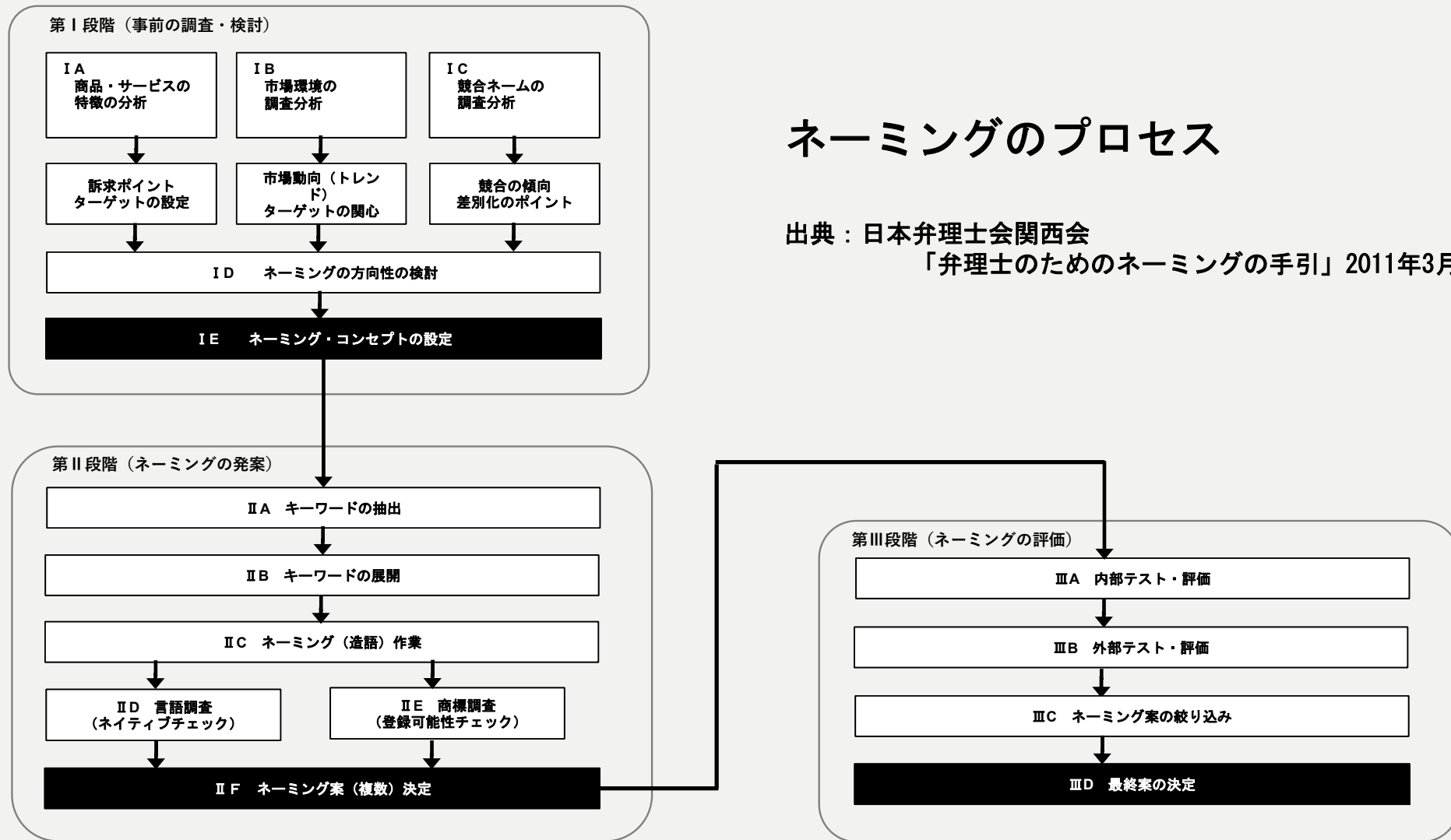
※ご希望の方は、泉谷までメール下されば（izuoffice@gmail.com）
PDF版をご提供します。

參考資料

ネーミングのプロセス

出典：日本弁理士会関西会

「弁理士のためのネーミングの手引」2011年3月



ネーミングの造語法

出典：日本弁理士会関西会「弁理士のためのネーミングの手引」2011年3月

1) 組み合わせ (A+B=AB)

2つのキーワードを、基本的にそのままの形で単純に組み合わせる。

【事例】

- COPPERTONE（コパトーン：日焼けオイル）→ COPPER（銅）+TONE（色合い）　＜3条1項3号回避＞
- BANDAID（バンドエイド：絆創膏）→ BAND（帯）+AID（助け）
- POWERSHOT（パワーショット：デジタルカメラ）→ POWER（力）+SHOT（撮影）
- 鼻セレブ（ティッシュペーパー）→ 鼻+セレブ・・・高品質を訴求
- ライフネット生命（生命保険）→ ライフ（生命）+ネット（守り）・・・万が一の時の安心を訴求
- 蒸気レスIH（炊飯器）→ 蒸気レス+IH・・・IH方式の炊飯器で、蒸気が出ないという新機能を訴求

【メリット】

- ・分かりやすいキーワードをそのまま繋げるので商品特性が伝わりやすい。
- ・片方が登録不可でも、組み合わせで一体的な造語となれば登録の可能性あり。
（「蒸気レスIH」は、「蒸気レス」「IH」では3条1項3号で拒絶のはず）
- ・多区分での登録可能な商標を作りやすい。

【注意点】

- ・二語を対等関係にする必要あり。
- ・一方が著名商標や単なる品質表示とならないよう配慮する必要あり。
- ・二語が分離認識されない配慮が必要。
（スペースを入れない、文字の色・大きさ・書体を変えない等）

2) 接合 (A+B→C)

複数の語を共通文字でつなげる。

【事例】

■クルマックス (自動車保険)

→ クルマ (自動車) + マックス (max 最大) . . . 保証の充実を訴求

■RICHAIR (リシェール：シャンプー) → RICH (豊かな) + HAIR (髪)

. . . 効能、効果をイメージ

■CLINICARE (クリニケア：練り歯磨き) → CLINIC (診療所) + CARE (治療)

. . . 優れた効能、安心感を訴求

■BIGLOBE (ビッググローブ：インターネットプロバイダ) → BIG (大きな) + GLOBE (地球)

. . . サービスの規模・充実を訴求

■熱さまシート (氷枕ほか) → 熱さまし + シート

. . . 商品の機能・形状そのもの！＜3条1項3号回避＞

【メリット】

- ・ ありふれた言葉を繋いだだけなのに一語としてまとまりが良く、商品特性を訴求する新しい概念を提示できる。
- ・ 造語性が高まり3条1項1～3号を回避して登録可能性がより高くなる。

【注意点】

- ・ 外国語の場合、接合の結果偶然にネガティブな意味を生じる場合がある。
例) dear (親愛なる) + earth (地球) → DEARTH = dearth (欠乏)

3) ブレンド (A' + B' = C)

二語の一部分を切り出して合成する。

【事例】

■FEDEX (フェデックス：航空貨物輸送) → FEDERAL (連邦の) + EXPRESS (急行便)

■ASTALIFT (アスタリフト：化粧品) → ASTA (明日) + LIFT (上げる)

・・・掛詞「明日の美を願う、美の向上を目指す」

■ASTELLAS (アステラス：製薬)

→ AS (明日) + TELLAS (照らす) ・・・掛詞「明日を照らす」

■ポンパレ (Webによる割引情報の提供) → クーポン + パレード

■スキャメラ/SCAMERA (イメージスキャナ) → スキャナー + カメラ

■メタバリア (加工食品ほか) → メタボリック (肥満) + バリア (防御) ・・・効能そのもの！

■ブラクローム (黒色クロムメッキ) → ブラック (黒色) + クローム (クロム)

・・・品質そのもの！<3条1項3号回避>

■るるぶ (雑誌) → 見る + 食べる + 遊ぶ

【メリット】

- ・一語としてのまとまりが良い。短く親しみやすい。
- ・個々は一般名称でもブレンドすることにより登録可能な形にできる。

【注意点】

- ・切り出し方によっては意味が伝わりにくくなるおそれあり。

4) 切り取り (A-X→A')

一語から何文字か切り取る。語頭を切り取る、語尾を切り取る、両端を切り取る等、様々な切り取り方がある。辞書に載っている略語をそのままネーミングとして用いることができる場合もある。

【事例】

- スタバ/SUTABA (コーヒーほか) → Starbucks (スターバックス) の通称を登録
- TESTIMO (テスティモ : 化粧品) → Testimony (証拠) ・ ・ ・ 効能の信頼性を訴求
- ドメスト (住宅用洗剤) → Domestic (家事の)
- OPTI (オプティ : 軽自動車) → Optimum (最適な)
- アンスリー (駅構内コンビニ) → Keihan (京阪)、Nankai (南海)、Hanshin (阪神) の3つの「an」

【メリット】

- ・ 短く親しみやすく、覚えやすい。音感が良くなる。
- ・ 一般名称や品質表示を登録可能な形にできる。

【注意点】

- ・ 元のワードの意味以上に広がりを持たせることはできない。
- ・ 切り取り方によってはネガティブなワードになるおそれがある。
例) harmony (調和) → harm (害)

5) 接頭語 ($\alpha + A \rightarrow \alpha A$)

一語の前に接頭語を付加して派生語をつくる。

【事例】

■UNSNORE (アンスノール：いびき抑制薬) → un- (否定) + snore (いびきをかく) 効能そのもの！

■EXGEL (エクスジェル：高機能ゴム材) → ex- (extra：範囲外の→優れた) + gel (ジェル)

■BIOHAZARD (バイオハザード：コンピュータゲーム) → bio- (生命) + hazard (危機、危険)

■ASTROVISION (映像機器) → astro- (天の、宇宙の) + vision (映像)

■iMac (パソコン) → i- (知的な、インターネット対応の) + Mac

■い・ろ・は・す/ I LOHAS (飲料水ほか) → 著名商標「LOHAS」を取り込みつつ4条1項11号を回避

【メリット】

- ・派生語を作りやすい。非類似化させやすい。普通名称や一般名称でも接頭語を付ければ3条1項を回避できる可能性がある。

【注意点】

- ・商標の要部とみなされない接頭語もある。
例) super-、ultra-、neo- など

6) 接尾語 ($A + \beta \rightarrow A\beta$)

一語の後ろに接尾語を付加して派生語をつくる。

【事例】

■WINDOM (ウィンダム：自動車) $\rightarrow$ win (勝つ) + -dom (～の世界)

■ENERGEN (エネルゲン：機能性飲料) $\rightarrow$ energy (エネルギー、活力) + -gen (～を生み出す)

【メリット】

- ・派生語を作りやすい。非類似化させやすい。普通名称や一般名称、品質表示等でも接尾語を付ければ3条1項を回避できる可能性がある。

【注意点】

- ・外国語の場合、接尾語を付けることにより異なる意味になる場合がある。

例) 接頭語のaster- (星) $\rightarrow$ asterisk (星印)

接尾語の-aster (劣悪な) $\rightarrow$ desaster (災害、災厄)

7) 頭文字 (A' + B' + C' = D)

複数の単語の頭文字を並べる。

【事例】

- USJ (テーマパーク) → Universal Studio Japan
- BMW (自動車会社) → Bayerisch Motren Werke AG
- DoCoMo (携帯通信事業者) → Do Communication over the Mobile network
- KYK (とんかつ) → KeeP You Kindly、あるいは発祥地の「瓦町洋裁研究所」の頭文字
- NAGES/ネーグス (鶏卵・果実・野菜の選別包装装置) → Nabel Efficient Grading System
- AFLAC (保険引き受け) → American Family Life Assurance Campany of Columbus

【メリット】

- ・ 短く親しみやすい。覚えやすい。

【注意点】

- ・ 著名化するまでは商品やサービスの特性が伝わらない。
- ・ 他者と混同されやすい。
- ・ アルファベット2文字の場合は登録されにくい (3条1項6号)

8) その他様々な造語法

1) 回文

■CIVIC（自動車）、■AVIVA（パソコン教室ほか）、■WOWWOW（CSテレビ放送）

2) アナグラム

■SUNTORY（鳥井さん）、■DAKARA（身体）、■コクヨのヨコク

3) 逆さ読み

■NUBRAD（「ダーバン」の逆：紳士服）、■ポンテリカ（仮店舗）

4) 踏韻

■クリアクリーン、■プッチンプリン、■ファイナルファンタジー

5) 掛詞

■ガンバ大阪（がんばる、gmba＝イタリア語：脚力、実力）

6) 語呂合わせ

■大清快（エアコン：「大正解」）、■通勤快足（靴下：「通勤快速」）

■551（豚まん：「味もサービスもここが一番」）

■GOPAN/ゴパン（家庭用パン焼き器）

7) 日本語（古語）

■爽（アイスクリーム）、■紅茶花伝（紅茶飲料）、■自由区（婦人服）

8) 日本語（方言）

■いいちこ（焼酎：大分方言「いいですね」）

9) 擬人化

■ケイコとマナブ（雑誌）、■勘定奉行（ソフトウェア）、■ミスタードーナツ（飲食業）

■ガスぬき君（エアゾールのガス抜き器具）

10) 会話語

■お〜いお茶（茶）、■はいれます（終身保険）、■ごはんですよ（海苔佃煮）

■キレイキレイ（薬剤ほか）

11) 擬音語、擬態語、態様表現

■POCKEY（菓子）、■きりり（果汁入り飲料）、■SARA（シャンプー）

■スリムドカン減肥食（食品：形容詞＋擬態語＋効能→3条1項3号回避）

■動くん棚、回るん棚（冷蔵庫：話し言葉＋語呂合わせ→3条1項3号回避）

■らく楽〇〇〇（らく楽ナビ、らく楽録画テレビ ほか：態様表現）

12) 象徴文字

■AZ（エージー：目薬）、■XY（ゼクシィ：結婚情報誌）

★その他の3条1項3号回避に成功したネーミングの事例

- わが家の/おいしい牛乳（牛乳） 「おいしい牛乳」 だけなら品質表示
- ホッとアイマスク（アイマスク） ★「ホットアイマスク」 なら品質表示
- ナイシトール（薬剤ほか） 効能
- 養潤液（化粧品ほか） 用途・効能
- 消臭力（芳香剤ほか） 用途・効能 ★「力」 には「リキ」 のふりがなで登録
- のどぬーる（薬剤ほか） 使用方法
- おくだけ（芳香剤） 使用方法
- メガシャキ/MEGASHAKI（加工食品ほか） 効能（目が+しゃっきり）
- YOUKI 食べるラー油（ラー油、調味料） ★社名を併記して普通名称化した語を登録

ご清聴ありがとうございます。

泉谷特許商標事務所 弁理士 泉谷 透