

(7) サウンドロゴ（音の商標）の保護 について

広告業界においては、サウンドロゴ（音の商標）は消費者に商品名を強く印象づけ、記憶に留まらせる有効な手段として認識されている。また、実際にも多くのサウンドロゴ（音の商標）がTVコマーシャル等において使用されている。しかし、商標法は視覚的に認識しうる標識のみを商標として保護しており、音の商標は商標としての保護を受けることはできない。

知財塾第1期生Bグループにおいては、サウンドロゴ（音の商標）の実務上の保護の必要性を検討するとともに、いかなる方法により保護を図るべきかについて、具体的に検討を行った。本成果報告会においては、これらの検討結果を報告し、商標法による音の商標の保護を図るための具体的制度設計について提案するものである。

<検討メンバー>

堀口 浩 (株)東芝 知的財産部 企画担当

中山 理世 (株)大広 東京本社 第1営業局第2部

◎江幡 奈歩 阿部・井窪・片山法律事務所 弁護士

奥野 彰彦 園田・小林特許事務所 弁理士

高山 芳之 特許庁特許審査第二部 生産機械（特殊加工） 審査官

※◎は発表者。

サウンドロゴ(音の商標)の保護について

IIP知財塾第1期生Bグループ



2007年5月30日

1

サウンドロゴ(音響商標)の保護の検討



サウンドロゴ(音響商標)は消費者に商品名を強く印象づけ、記憶に留まらせる有効な手段として認識されており、実際にも多くのサウンドロゴ(音響商標)がTVコマーシャル等において使用されている。

しかしながら、わが国の商標法は視覚的に認識しうる標識のみを商標として保護しており、音の商標は商標としての保護を受けることはできない。

現在、米国、欧州などを含む多くの国においてサウンドロゴは音の商標として保護を受けることができるという国際的ハーモナイゼーションの観点および、実際に出所を現す役割をしているという現実を踏まえ、わが国も音の商標を保護の対象として検討しても良いのではないかと、いうことを検討してみたいと考えた。

2

サウンドロゴと認知されている例

- 企業がCM等で自社・商品・サービスの呼称等にメロディーを付けて宣伝に使う手法である。聴いた人の印象に残る効果的な手法。(出典: フリー百科事典『ウィキペディア(Wikipedia)』)

住友生命保険(スミモ・セイ・メイ♪)
 コジマ(コ〜ジマ♪)
 ビックカメラ(♪ビークビークビークビークカメラ♪)
 松下電器産業(♪ナショナル)(Panasonic ideas for life)
 公共広告機構(エ〜シ〜♪)
 ソニー(It's a Sony)(1982年〜1990年代後半まで使用)(Sony)
 プレイステーション(ドッドッド プレイステーション!)
 プレイステーション・ポータブル(プレイステーションポータブル!)
 プレイステーション3(PLAYBEYOND)
 セガ(♪セーガー)(1990年代まで使用)
 ドリームキャスト(♪ドゥリ〜ムキャスト!)
 任天堂(♪ビーン!)(スーパーマリオのコインの音。1990年代前半までと2003年のファミコン20周年記念に使用。)
 ニンテンドーDS・ニンテンドーDSライト(♪デン!)※BGMのみ
 Wii(♪バンッ!)
 スバル(Think Feel Drive SUBARU)
 ホンダ(♪ビーン!)(2006年まで使用)(The Power of Dreams)(2006年以降)
 森永製菓(♪モリナガ♪)
 健康家族(♪ココハ〜ニンニク(550229)健康家族)
 デアゴスティーニ・ジャパン(デ〜アゴスティーニ♪)
 Intel(♪ボンッ、ピンボンピンボン)※BGMのみ
 JR西日本(♪ジェイア〜ル・西日本)
 JR東日本(♪ジェイ・ア〜ル・東日本〜♪)(1987年発足CMIに使用)
 JR東海(♪JR〜東海)(1987年発足時〜2000年代前期頃まで使用)
 創価学会(♪ピンボン♪バンボン そうか〜がっかい♪)
 エステー化学(♪エステー化学 ピヨピヨ)
 富士ゼロックス(The Document Company FUJI XEROX)
 総務省 地上デジタル放送普及CM(レッツ地デジ♪ビビッ)
 久光製薬(♪ヒ・サ・ミ・ツ)

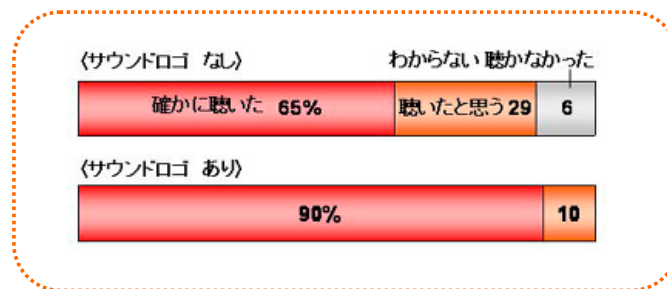
3

サウンドロゴの効果(アクロン)

【実験方法】

実験用CMの中からCMコピーをいくつか抜き出し、ダミーのコピーをおりませた30問のアンケート用紙を作成。それぞれのコピーを聴いたか聴かなかったかを「確かに聴いた」「聴いたと思う」「わからない・聴かなかった」の3段階で回答してもらいました。これを再認テストといいます。

CM「アクロン」のサウンドロゴ部分「♪毛糸洗いにアクロン♪」の回答状況



サウンドロゴの効果で「確かに聴いた」が65%→90%にアップ!

出典: TOKYO FM・博報堂「音」プロジェクト

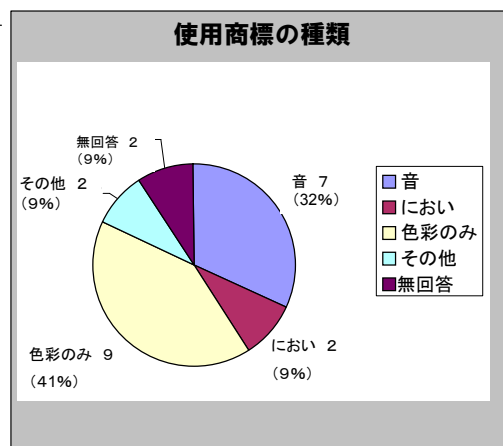
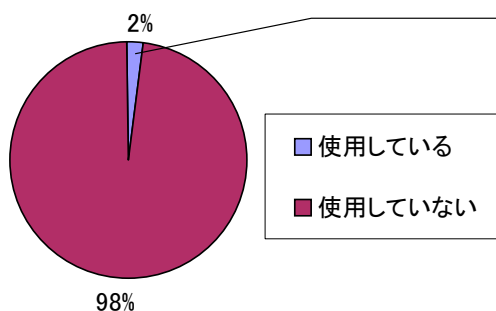
4

サウンドロゴの保護が必要と企業は考えているのか？



「商標制度に関する国内アンケート調査および海外調査」としてH13に知的財産研究所は2149社に調査を依頼、そのうちの492社より新しいタイプの商標の使用状況、トラブルの経験、保護の必要性の有無の項目を含む有効回答を得た。

新商標を使用しているか？



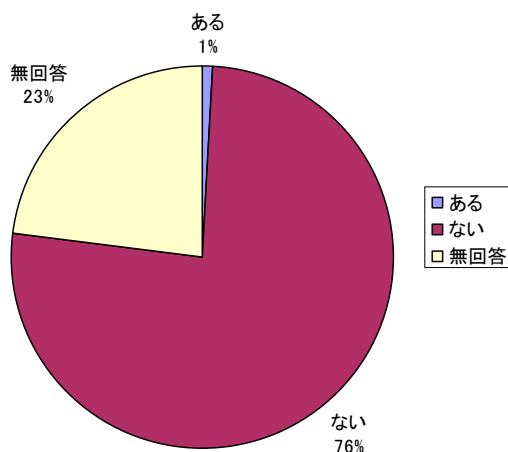
引用: 商標制度に関する国内アンケート調査および海外調査(知的財産研究所)

5

サウンドロゴの保護が必要と企業は考えているのか？



新商標をめぐるトラブルはあるか？

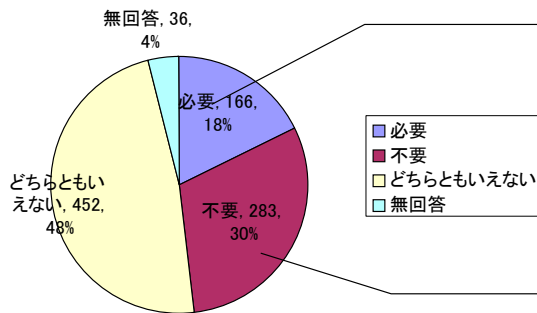


引用: 商標制度に関する国内アンケート調査および海外調査(知的財産研究所)

6

サウンドロゴの保護が必要性と企業は考えているのか？

新商標を商標法によって保護対象とする必要性について



必要と考える理由 (FA)

新タイプの商標は識別性があるから使える	60
企業にとって有利(信用の保護)	29
国際ハーモナイゼーションから必要	28
将来、必要になると思う	11
企業にとって有利(開発成果の保護)	6
不正競争防止法で新タイプ商標の保護は難しいから	4
その他	1

不要と考える理由 (FA)

新タイプ商標の保護のニーズがない	87
音、においを識別する客観的な基準が曖昧	77
不法な法的制限(現行の法律、不正競争防止法で対応)	44
権利行使が困難	5
商標管理が煩雑	3
国際的ハーモナイゼーションは不要	2

引用: 商標制度に関する国内アンケート調査および海外調査(知的財産研究所)

7

サウンドロゴの保護が必要と企業は考えているのか？

保護する必要があるのか？という視点で考えた場合のニーズは現状は少ない。



これまで係争となっている例がほとんどないし、特別必要なのでは？

しかし・・・
保護する意味はないのか？

8

サウンドロゴの現状



- わが国の商標法では、視覚的に識別される標章のみを保護しており、サウンドロゴ(音響商標)は保護の対象となっていない。しかしながら、サウンドロゴの使用形態は実際には出所を明示する標章としての役割を果たしているケースが多く、特に近年ではテレビやラジオのCMだけでなく、インターネットなどへの使用も含まれ、その使用範囲は広がっていることを考えても商標法での保護の必要性は高まっている。

その他、PCやケータイの起動音なども出所を表す役割を果たしている。

- さらに、米国、欧州共同体など音の商標をすでに保護対象としている国や地域も多く、インターネットにより国際間の国境がなくなったことを踏まえると、国際的な観点から考えても日本における商標法の保護について検討する必要があると思われる。

現時点では、商標法において保護が必要であるというニーズは少ないものの、上記の観点から考えれば将来的に保護する必要性がより高まるのではないか？

9

商標法による保護の必要性



サウンドロゴを守ることを他の法律でカバーできるという意見も？

- ①著作権で保護されるから商標法での保護は不要ではないか？
- ②不正競争防止法で保護されるから商標法での保護は不要ではないか？

本当に保護が可能なのか？

10

サウンドロゴに関する近年の係争の事例



■ 「サウンドロゴ」著作物確認事件

「サウンドロゴ」は著作物？ 作曲家が住生提訴（朝日新聞より引用）

「すみとせいめい〜」という約2秒半のCM用「サウンドロゴ」をつくった作曲家が発注元の住友生命に対し、著作権の存在確認や使用料と賠償金計500万円の支払いを求める訴えを東京地裁に起こした。「サウンドロゴ」はCMで企業や商品の名を印象づける短い音楽。住友生命は「サウンドロゴは著作物ではない」と主張し、作曲家は「短くても独立した音楽作品」と反論している。

訴えたのは生方(うぶかた)則孝さん(46)。「内容の無い音楽会」などの作品を制作する一方、「三井のリハウス」(三井不動産販売)のサウンドロゴ制作などでも知られる。

住友生命のサウンドロゴ制作を受注したのは86年。女声四重唱で「住友生命」と歌う約2秒半の音楽で制作費は15万円だった。契約書は交わさなかったが、生方さんによると、当時の相場では1年間使う場合の報酬の約2倍だったといい、3～5年間は使われるのだろうと思ったという。

だが、このサウンドロゴは87年から95年まで8年間使われ続け、さらに一昨年4月、ほぼ同じメロディーで別の音楽家が編曲し直したロゴ入りのCMが再登場した。

生方さんは住友生命に協議を申し入れたが、昨年6月に同社が断ったため提訴に踏み切った。「CM音楽業界では制作者の権利がないがしろにされがちで、誰かが声を上げないと改善されません」と話し、「短い秒数で印象的に訴えるには経験と技術が必要で」と独自性を主張している。

住友生命調査広報部は「訴状を確認していないのでコメントできません」としている。サウンドロゴについては「6月の時点で著作権に詳しい複数の弁護士に照会しましたが、

『漢字4文字の社名を歌っているだけで創造性はない』

という見解でした」といい、著作物とは考えていないと話している。

音楽著作権に詳しい荒竹純一弁護士は「サウンドロゴを著作物とみなすかどうかについての判例はなく、極端に短いメロディーは他の楽曲の一部と一致しても不思議ではありません」とし、権利を広く認めることには慎重な姿勢だ。

一方、「青春時代」などのヒット曲で知られ、数多くのCM音楽も手がけた作曲家森田公一さんは「作曲は短いほど難しい。長くしゃべるより短い言葉で核心を突く方が難しいのと同じです」と話す。森田さんが約30年前に作った明治乳業「明治ブルガリアヨーグルト」のサウンドロゴは今も使われ、同社ウェブサイト作曲者として楽譜つきで紹介されている。

2006年12月15日に和解

11

「サウンドロゴ」著作物確認事件「和解」によってもたらされた問題点。



①サウンドロゴの著作物性の不明確による慣習の維持。

著作物性の有無に関しては、サウンドロゴのフレーズの長さ、オリジナリティ等にも拠ると思われるから本来はケースバイケースであると思われる。本和解では、裁判所の判断は示されず、短いサウンドロゴについての著作物性が否定されたわけではない。⇒**作者が自分の著作物であり、権利があるという意識が残るのではないか？**

②サウンドロゴは著作者のもの？

サウンドロゴそのものに作者が存在することは間違いないが、一方でサウンドロゴは使用に伴い、企業の信用が化体し出所を明示する標章としての役割を果たすものであることから企業の資産として管理されるべき性質のものではないのか？ ⇒**企業の権利として保護することが重要なのでは？**

サウンドロゴの使用形態は実際には出所を明示する標章としての役割を果たしていることが多いにも関わらず権利の保有者があいまいなまま。

ちなみに・・・CMそのものの著作権については日本エーシーエム放送連盟「CMの使用について」1992年5月制定の中において、CMは「広告主、広告会社、制作会社、三者の努力で出来上がる作品であり、三者が一緒になって作り上げた共同著作物」とした上で、総合寄与度を勘案し、「主たる著作権者は広告主である」という扱いで合意しており、多くの広告主、広告会社、制作会社はここに所属していることもあり、CMそのものという観点での争いは少ない。今回のようにそのパーツについての権利も本来は事前に制作会社側でクリアしておく課題であるが、それ以前の創作であったためクリアするという概念そのものが育っていなかったため難しかった可能性は高い。

12

著作権法による保護について考える

- サウンドロゴを著作物として保護する場合、そのサウンドロゴの表現の創作性が著作物(著作権法2条1項1号)と認められる程度に達しているか否かが問題となる。

サウンドロゴのようにきわめて短く、簡潔なメロディーに創作性があるかどうかの著作物性の判断が極めて難しい。

著作権法は著作者等の権利の保護を図り、もって文化の発展に寄与することを目的としており、業務上の「信用」の維持を目的としたい場合と保護の目的が違う。

そもそも……

著作権法で保護ができるのは、著作者であり本当に守るべき主体は企業なのでは？

著作権で保護できるのでは？という発想はやはり難しい。

13

不正競争防止法による保護について考える

- 「他人の商品等表示(人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するものをいう。以下同じ。)として需要者の間に広く認識されているものと同一若しくは類似の商品等表示を使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供して、他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為」(2条1項1号)となっており、サウンドロゴの使用が商品又は役務の出所表示となっており、それが周知もしくは著名である場合は、他人の使用に対し差し止めや損害賠償が認められる。

商標法では業務上の「信用」の維持を目的としているのに対し、不正競争防止法では事業者間の公正な競争を確保することを目的としている点で本来の保護の目的が違う。

何よりも……

企業の「信用」を維持することができるか否かは、その結果は裁判をやってみないとわからないという点において、予測不能性が担保されないことはリスクである。

14

不正競争防止法による保護について再度考える



大阪高判平成9年3月27日知的集29巻1号368頁[it's事件]

シリーズ家電製品に統一的に使用された濃紺色の出所表示性を否定

「単一の色彩であっても、特定の商品と密接に結合しその色彩を施された商品を見たりあるいはその色彩の商品である旨の表示を耳にすれば、それだけで特定の者の商品であると判断されるようになった場合には、当該商品に施された色彩が、出所表示機能(自他識別機能)を取得しその商品の商品表示となっているということができ、その可能性があることを否定できない。しかしながら、色彩は、古来存在し、何人も自由に選択して使用できるものであり、単一の色彩それ自体には創作性や特異性が認められるものではないから、通常、単一の色彩の使用により出所表示機能(自他識別機能)が生じ得る場合というのはそれほど多くはないと考えられる。また、仮に、単一の色彩が出所表示機能(自他識別機能)を持つようになったと思われる場合であっても、色彩が元々自由に使用できるものである以上、色彩の自由な使用を阻害するような商品表示(単一の色彩)の保護は、公益的見地からみて容易に認容できるものではない。こうした点からすれば、単一の色彩が出所表示機能(自他識別機能)を取得したといえるかどうかを判断するにあたっては、その色彩を商品表示として保護することが、右の色彩使用の自由を阻害することにならないかどうかの点も含めて慎重に検討されなければならない。」

不正競争防止法での保護では不安定！

15

そもそも…原点に戻る



- 他の法律で保護されるから必要ないという点から商標法に含める必要はないのでは？という意見がこれまで多々あったが、他の法律で保護するものと商標法で保護するものとはやはり意味が違う。

本来保護が必要と考えるのは「**Goodwill が化体したサウンドロゴ**」である。著作権法で保護が可能なのは著作者であり、商標の保護が必要なのはその商品、サービスを提供している企業側であるから、保護される対象が違う。また、Goodwillが化体していると認識されるレベルのサウンドロゴであれば不正競争防止法で争うことは十分可能であるが、保護目的の違い、法的安定性・予見可能性に鑑みれば、商標法で保護するべきである。

16

参考資料:サウンドロゴがJASRACで管理されることの問題

- 現在サウンドロゴが商標法で守られないことを危惧した企業側が自社のサウンドロゴをJASRAC楽曲として管理をするケースが見受けられる。従来は、管理楽曲ごとに信託をするか否かが選択できていた。しかし、ネット配信に関して現在のところ例外がなく、例外がないことから企業使用が制限されることも・・・本来保護のための登録だったにも関わらず、企業が自由使用することをためらう結果に。

作品データベース検索 J-WID

■内国作品 ■出典:POC出版者作品届

作品コード 005-5098-1 J-WAVE JINGLE ■SYM T-101.036.739-0

権利者情報		管理状況		演奏	録音	出版	貸与	ビデオ	映画	CM	ゲーム	放送	配信	ほか	注意
No.	権利者	識別	契約	信託状況	所屬団性	J	J	J	J	J	J	J	J	J	J
1	CODY FRANK	作詞	演奏M	演奏ASCAP 録NS											
2	CODY FRANK	作曲	演奏M	演奏ASCAP 録NS											
3	ジェイ ウェーブ ミュージック	出版者	全信託	JASRAC											

作品名・部録(検索用名称を含む)		アーティスト	
番号/区分	タイトル	No.	アーティスト名
正題	J-WAVE JINGLE	1	JAMES INGRAM
	J-WAVE JINGLE		

17

参考資料:JASRACでの管理料

- インターネットにおいてCMを流す場合、その媒体費の5%(出稿量の制限が可能な場合)又は7%(出稿期間での契約の場合)となっている。
- 仮に、サウンドロゴも管理楽曲となっていれば、管理楽曲が2曲となり、管理コストは倍となる(媒体費の14%というケースもあり得る)。

例:大手ポータルサイトにCMをストリーミングで掲出。
その媒体費が1000万円の場合JASRACに支払う金額が少なくとも50万円(1曲)



本来、著作権のある音楽の権利料を徴収するために機能するはずのJASRACであるが、このケースが続く場合、JASRAC会員への作曲依頼そのものを避けることも予測される。

18

もし商標法によって保護がされていたとしたら？

登録する際に、著作権者(物件)を企業名で登録するために、事前に権利関係が契約等によってクリアになる可能性が！

現在著作物性は当然ながら不明瞭であるため、単なる作業費としての金額が支払われており、企業側は買い上げたイメージ、作曲家は自分のものであるイメージ等実際には相違があるケースが多い。かつ、登録する必要がある等問題がないため、作業は不明瞭のまま進んでしまう。

企業：サウンドロゴの制作を依頼

代理店(作曲家)：サウンドロゴを制作

企業：適正価格による権利の買い上げ
(著作権の有無は議論の対象ではなく、著作権があったとしても人格権は行使しない)→将来の活動による価値は参入しない

企業：サウンドロゴを使用
(後日に化体したGoodwillは企業の責任下での管理)

企業：サウンドロゴを登録

Good will は企業の広告活動などの企業活動によって醸成された価値であり、サウンドロゴの著作物性によって化体するケースは極めて少ないことから、企業の責任において管理できる必要があるのではないかな？

19

条約の要請：TRIPS協定15条

■ 第15条 保護の対象

(1) ある事業に係る商品若しくはサービスを他の事業に係る商品若しくはサービスから識別することができる標識又はその組合せは、商標とすることができるものとする。その標識、特に単語(人名を含む。)、文字、数字、図形及び色の組合せ並びにこれらの標識の組合せは、商標として登録することができるものとする。標識自体によっては関連する商品又はサービスを識別することができない場合には、加盟国は、使用によって獲得された識別性を商標の登録要件とすることができる。加盟国は、標識を視覚によって認識することができることを登録の条件として要求することができる。

第一文が原則

- 1. Any sign, or any combination of signs, capable of distinguishing the goods or services of one undertaking from those of other undertakings, shall be capable of constituting a trademark. Such signs, in particular words including personal names, letters, numerals, figurative elements and combinations of colours as well as any combination of such signs, shall be eligible for registration as trademarks. Where signs are not inherently capable of distinguishing the relevant goods or services, Members may make registrability depend on distinctiveness acquired through use. Members may require, as a condition of registration, that signs be visually perceptible.

第四文は許容しているにすぎない

第一文において、識別標識として機能している以上、商標として保護するのが原則的なTRIPSの要請であることから、識別力を持ったサウンドロゴもそれに含まれると解することも可能ではないかな？

20

サウンドロゴを保護するという点においてはやはり商標法



商標法で保護する場合の 登録要件

21

保護する対象は？



保護すべきサウンドロゴ(音響商標)は？

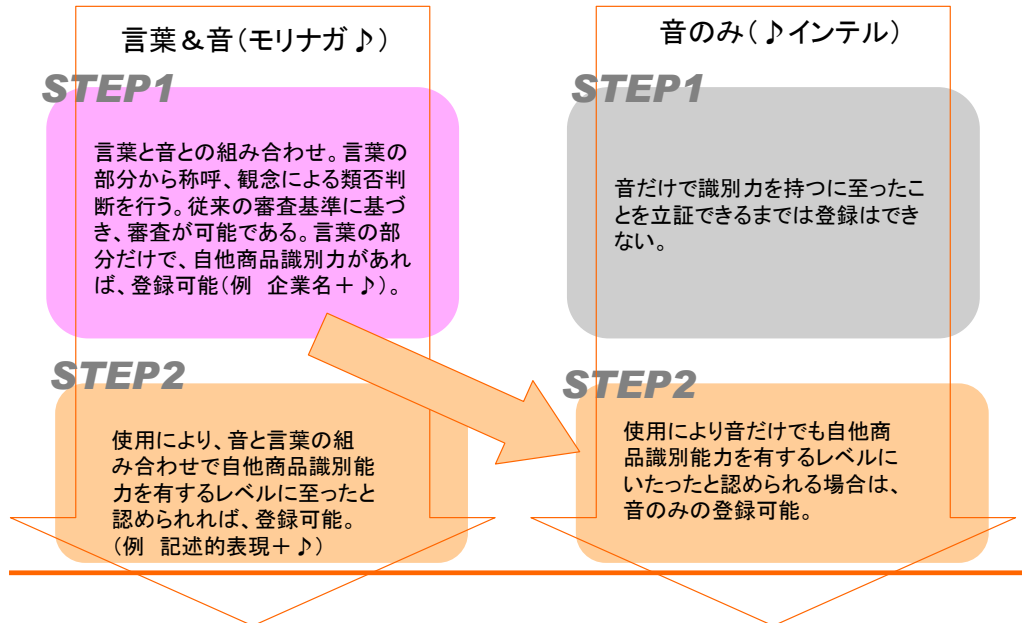
商品やサービスの出所を表す標章的役割を果たしている
サウンドロゴ(音響商標)
=**Goodwill**が化体したサウンドロゴ

22

商標法でのサウンドロゴ(音響商標)の保護の考え方



Bグループの見解



23

サウンドロゴの商標登録要件を現商標法の枠の中で考える



第3条 自己の業務に係る商品又は役務について使用する商標については、次に掲げる商標を除き、商標登録を受けることができる。

1. その商品又は役務の普通名称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
 2. その商品又は役務について慣用されている商標
 3. その商品の産地、販売地、品質、原材料、効能、用途、数量、形状(包装の形状を含む。)、価格若しくは生産若しくは使用の方法若しくは時期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、数量、態様、価格若しくは提供の方法若しくは時期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
 4. ありふれた氏又は名称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
 5. 極めて簡単に、かつ、ありふれた標章のみからなる商標
 6. 前各号に掲げるもののほか、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
- 2 前項第3号から第5号までに該当する商標であつても、使用をされた結果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るものについては、同項の規定にかかわらず、商標登録を受けることができる。

「表示する」という表現である以上音が含まれるという解釈は難しいゆえ「表現する」等に変える必要がある。

ラーメンのチャルメラなど、そのサービスを告知するために古くから使われているような表現などはこれにあたる。

バイクにバイクのエンジン音、サイレンにありふれたサイレン音、ピアノにピアノの音などを登録しようとしてもここで拒絶することが可能ではないか？

音の数が少ないものや、ありふれたフレーズなどはここに該当する。

音のみでSTEP1の段階では、多くはここに該当する。

STEP2に至るためには、3条2項の要件を満たす必要あり。

登録要件に関し、現在の商標法を大きく変えることなく、一部を改正することで適応が可能

24

類否判断について



商標として登録できるということにするためには、その類否判断をどうするかということが問題となる。

商標法上の類似とは商標法は、「商標権者は、指定商品又は指定役務について登録商標の使用する権利を専有する」と定める(25条)。そして、その類似範囲については他人による商標の使用を禁止している(37条1号)。また、他人の先願に係る登録商標またはこれに類似する商標を、その登録に係る指定役務またはこれに類似する役務について出願した場合は登録されないと規定する(4条1項11号)。

商標が類似するかどうかは、商標の「**外観**」、「**称呼**」、「**観念**」が相紛らわしいかどうかに基づき判断される。そして、これらの各要素は、切り離して判断するだけでは足りない。審査基準は、「**商標の類否の判断は、商標の有する外観、称呼及び観念のそれぞれの判断要素を総合的に考察しなければならない**」と示している

25

類否判断 サウンドロゴの場合は？



商標が類似するかどうかは、商標の「**外観**」、「**称呼**」、「**観念**」が相紛らわしいかどうかに基づき判断される。そして、これらの各要素は、切り離して判断するだけでは足りない。審査基準は、「**商標の類否の判断は、商標の有する外観、称呼及び観念のそれぞれの判断要素を総合的に考察しなければならない**」と示している

サウンドロゴの場合、外観は生じない。

サウンドロゴの構成要素の中に言葉が含まれている場合に「称呼」「観念」が生じる。また、言葉を含む音(称呼)と文字(称呼)が紛らわしいケースも存在し得るため、要部がどこであるかを特定し、判断しなければならない。

環境音の場合などは「外観」、「称呼」はあてはまらないが、「観念」の部分が影響する可能性が高い

音のみで構成されるメロディーなどは現在の判断基準にはあわないため、別の基準が必要となる。

審査基準は必要だが、商標審査官による審査は不可能ではないはず！

26

条文案



(定義等)

第2条 この法律で「商標」とは、文字、図形、記号若しくは立体的形状若しくはこれらの結合又はこれらと色彩との結合又は音声(以下「標章」という。)であつて、次に掲げるものをいう。

1. 業として商品を生産し、証明し、又は譲渡する者がその商品について使用をするもの
2. 業として役務を提供し、又は証明する者がその役務について使用をするもの(前号に掲げるものを除く。)

2 この法律で「登録商標」とは、商標登録を受けている商標をいう。

3. この法律で標章について「使用」とは、次に掲げる行為をいう。

1. 商品又は商品の包装に標章を付する行為
2. 商品又は商品の包装に標章を付したものを譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、又は電気通信回線を通じて提供する行為
3. 役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物(譲渡し、又は貸し渡す物を含む。以下同じ。)に標章を付する行為
4. 役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物に標章を付したものをを用いて役務を提供する行為
5. 役務の提供の用に供する物(役務の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物を含む。以下同じ。)に標章を付したものを役務の提供のために展示する行為
6. 役務の提供に当たりその提供を受ける者の当該役務の提供に係る物に標章を付する行為
7. 電磁的方法(電子的方法、磁気的方法その他の人の知覚によつて認識することができない方法をいう。次号において同じ。)により行う映像面を介した役務の提供に当たりその映像面に標章を表示して役務を提供する行為
8. 商品若しくは役務に関する広告、価格表若しくは取引書類に標章を付して展示し、若しくは頒布し、又はこれらを内容とする情報に標章を付して電磁的方法により提供する行為
9. 役務の提供に当たり音声からなる標章を音声により表現して役務を提供する行為

27

条文案



(商標登録の要件)

第3条 自己の業務に係る商品又は役務について使用をする商標については、次に掲げる商標を除き、商標登録を受けることができる。

1. その商品又は役務の普通名称を普通に用いられる方法で表示し、又は音声により表現する標章のみからなる商標
2. 略
3. その商品の産地、販売地、品質、原材料、効能、用途、数量、形状(包装の形状を含む。)、価格若しくは生産若しくは使用の方法若しくは時期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、数量、態様、価格若しくは提供の方法若しくは時期を普通に用いられる方法で表示し、又は音声により表現する標章のみからなる商標
4. ありふれた氏又は名称を普通に用いられる方法で表示し、又は音声により表現する標章のみからなる商標
5. 6. 略

(商標登録を受けることができない商標)

第4条 次に掲げる商標については、前条の規定にかかわらず、商標登録を受けることができない。

1. ～19 略
20. 国歌又は外国の国歌と同一又は類似の商標

(侵害とみなす行為)

第37条 次に掲げる行為は、当該商標権又は専用使用権を侵害するものとみなす。

1. ～8 略
9. 指定役務又はこれに類似する役務の提供に当たり、著名な登録商標又はこれに類似する商標(音声からなる商標を除く。)の称呼を音声により表現して役務を提供する行為
10. 指定商品もしくは指定役務又はこれらに類似する商品もしくは役務に関する広告をするに当たり、著名な登録商標又はこれに類似する商標(音声からなる商標を除く。)の称呼を音声により表現する行為

28

サウンドロゴを商標とする場合の運用上の問題点



■登録の際に添付する資料のバリエーション

海外の添付資料例:

- ・音階コードによる表記
- ・譜面表示による表記
- ・音の内容を言語で表示したもの
- ・音として表現されるフレーズを言語で表示したもの
- ・言語表示と共に物件を提出したもの
- ・音を周波数で表示したもの

多数の方法ではなく、一定規格での電子データでの登録のみを受付、類比についてはデジタルデータを比較することにより技術的に行うということを将来的理想としたいところであるが、実現までのコストおよび誰でもが出願できないという問題を考えると実現は難しいと思われる。

海外においては、「視覚的に表現」ということを踏まえ、譜面や言語での表記をしていたと考えられるが、わが国において新しく音声を採用することを考えると、登録したいと考える音そのものを提出させ、その音で判断をする(同じドレミでも音色による違いもあるため)方法を採用したい。よって「犬の鳴き声」といったような文章では受け付けられない。媒体についてはデジタルデータ、カセット等その音を再現可能なもので(特殊なものを除く)あれば可。尚、参考資料として楽譜や言葉の文字表記等の添付は可能とする。

29

おわり



ご清聴ありがとうございました。

Bグループメンバー

- 江幡 奈歩(阿部・井窪・片山法律事務所 弁護士)
奥野 彰彦(園田・小林特許事務所 弁理士)
高山 芳之(特許庁)
中山 理世(株式会社大広)
堀口 浩(株式会社東芝)

Special Thanks To

- 宮川 美津子 先生 (TMI総合法律事務所 弁護士)
知的財産権研究所 知財塾事務局の皆様

30

