





# 岡本特許 ニュース

岡本特許事務所  
〒541-0041 大阪市中央区北浜 3-2-1  
TEL06-6202-5858 FAX06-6229-1068

2015 JUNE / 170号

## ★「色彩のみからなる商標」と「位置商標」★

先月の岡本特許ニュースでは「音商標」についてご紹介しました。今回は、「色彩のみからなる商標」と「位置商標」（裏面）について、実例を見てみましょう。新しいタイプの商標には他にも「動き商標」、「ホログラム商標」がありますが、いずれも極めて利用率の低いものですので、代理人はともかく、出願人の方は必要になればその時点で学習すれば足りると思います。

<p>例1：【商標】</p> 	<p>【出願人】 大幸薬品株式会社 【出願番号】 商願 2015-29858 【指定商品】 第5類 薬剤 【商標の詳細な説明】 商標登録を受けようとする商標は、橙色（RGBの組み合わせ：R 255, G 192, B 0）のみからなるものである。</p>
<p>例2：【商標】</p> 	<p>【出願人】 クリスチャン ルブタン 【出願番号】 商願 2015-29921 【指定商品】 第25類 女性用ハイヒール 【商標の詳細な説明】 商標登録を受けようとする商標（以下「商標」という。）は、女性用ハイヒール靴の靴底部分に付した赤色（PANTONE 18-1663 TP）で構成される。なお、破線は、商標がどのように使用されるかの一例を示したものであり、商標を構成する要素ではない。</p>

色彩は、上記の例のようにパントーン（グラフィック関連事業を業務とする米国パントーン社が提供している色見本帳）やRGBの組み合わせで指定するのが一般的です。


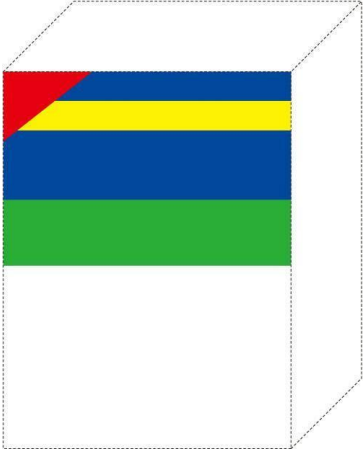
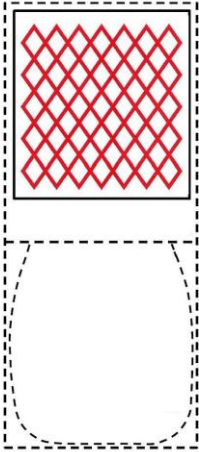
上記の例1はおそらく「正露丸」「セイロガン」の包装箱（右図参照）の色でしょうが、単色からなる商標ですので、過去の判例に従えば、原則的に識別力のない商標です。これを登録するためには使用による顕著性（商標法3条2項）を主張することが必要となるでしょうから、そのための証拠が大量に提出されることになるだろうと想像します。

それにしても、人間が視覚で認識できる色彩の数は限られているのですから、1企業が薬品の包装箱などについて特定の単色を独占してもよいのかという疑問がわきます。本願は、拒絶の可能性がかなりあると思われるし、登録できたとしても色彩的に極めて限定された（つまり類似の範囲が狭い）ものとなると思われます。（読者の中に出願人の関係者がいらっしゃったらお許し下さい。）



（裏面に続く）

## 位置商標

<p style="text-align: center;"><b>例 1：【商標】</b></p> 	<p>【出願人】 ミサワホーム株式会社          【出願番号】 商願 2015-29805          【指定役務】 第 36 類 建物の管理, 建物の売買          【商標の詳細な説明】          商標登録を受けようとする商標（以下「商標」という。）は、標章を付する位置が特定された位置商標であり、建物の中央上方部に付された逆十字状の図形からなる。なお、建物の破線は、商品の形状の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではない。</p>
<p style="text-align: center;"><b>例 2：【商標】</b></p> 	<p>【出願人】 久光製薬株式会社          【出願番号】 商願 2015-29828          【指定商品】 第 5 類 貼付剤          【商標の詳細な説明】          商標登録を受けようとする商標（以下「商標」という。）は、標章を付する位置が特定された位置商標であり、貼付剤の包装用箱の一面の正面視左上角に付された赤色の三角形図形と、上辺から中央部にかけて付された、上から青色、黄色、青色の略横帯状図形と、緑色の横帯状図形とを組み合わせた図形からなる。なお、包装用箱の形状を表す破線は、商品の形状の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではない。</p>
<p style="text-align: center;"><b>例 3：【商標】</b></p> 	<p>【出願人】 キューピー株式会社          【出願番号】 商願 2015-29959          【指定商品】 第 30 類 マヨネーズソース          【商標の詳細な説明】          位置商標を構成する標章は、赤い太線からなる網の目状の部分であり、商品の前面の上部約 5 分の 2 の部分に位置します。破線部分は、包装用フィルム袋に入った商品の一例を示したものであり、商標を構成する要素ではありません。</p>