

## ロングセラーになるのはどんな商標？

2018年9月 伴昌樹特許事務所

特許庁 [商標審査基準 WG](#) の議事録によれば、来年以降、商標審査基準の改定により、識別力の審査が厳格化されることが打ち出された。この改定は識別力の低い商標が比較的容易に登録されてしまう現状へのユーザーの不満も反映している模様だ。

しかし、そもそも識別力が低い商標には本当にうまみがあるのだろうか。

商標権は10年ごとに更新することで、半永久的に権利を維持できる。一般に、登録されて10年後に更新された商標は、商標権者（事業者）が権利を維持するメリットを感じている商標であり、その多くは、10年目の時点で使用している商標で、ロングセラー商品につけられた「うまみある商標」といえるが、そもそも識別力が低い商標は、同業者であれば真っ先に使用を考える商標であり、運良く登録されたとしても、同業者や消費者が商標権の存在に気づかずにうっかり使用してしまいやすい傾向もあり、10年も経てば言葉として陳腐化し、自他商品を区別する標識としての価値を失いやすいのでは、という予想もできる。

予想の真偽を検証すべく、審査段階で審査官から「同業者の誰もが使用を欲する」との疑念を持たれた商標、すなわち3条1項各号の拒絶理由を受けた商標と、当該拒絶理由を受けていない商標とで、登録10年後に更新される割合が異なるか、という点に着目して調べてみた。結果を以下に示す。

業種	類	3条1項各号拒絶		4条1項11号拒絶	
		内登録数/拒絶総数 <sup>*2</sup>	10年消滅率	内登録数/拒絶総数	10年消滅率 <sup>*1</sup>
食品	30	558/4481	35.6%(199/558)	6180/11624	43.3%±5.7% <sup>*3</sup> (130/300)
雑貨	16	395/1427	47%(189/395)	4738/7471	48.6%±5.8% (146/300)
自動車	12	98/582	44%(44/98)	2378/3640	42%±5.8% (126/300)
薬品	5	154/776	40.9%(63/154)	3411/5947	47%±5.8% (141/300)
不動産/証券/金融	36	217/1335	42%(92/217)	1588/2822	50%±5.8% (150/300)

\*1 登録された全件を母集団として無作為化して300件標本抽出し、(消滅件数/登録数からの標本数)で計算。

\*2 最終処分日:1995/1/1-2005/12/31の範囲で各業種集計。

\*3 誤差範囲は95%信頼区間。

驚くべきことに、予想に反し、自動車、雑貨分野<sup>1</sup>を除く多くの業種で、審査段階で審査官から「同業者の誰もが使用を欲する」との疑念を持たれるような商標の方が、そうでない造語商標よりも10年後に更新される確率が有意に高い傾向が見出された（特に食品）。

以上の結果からいえることは、「奇をてらわず、同業者が使用したいと思うような直接的でわかりやすく馴染みがいい商標を選択することで、結果的にその商標を付した商品も消費者に受け入れられ、ロングセラーに繋がっていく」ということである。

これは、商標更新の歴史が証明する事実であり、識別力の審査が厳格化する流れがあるとしても、商標選択の際の一つの指針になりうるのではないだろうか。

<sup>1</sup> 雑貨分野で10年消滅率に大差がない理由は、商標のいかんによらず、商品のライフサイクルが10年より短くついでにしまいやすいためではないかと考えられる（10年消滅率が他業種に比べて高いこともそれを支持する）。自動車分野もほぼ大差ないと見ることができる。