

平成24年度産業財産権制度各国比較調査研究等事業

視覚で認識することができない新しいタイプの商標に関する  
各国の制度・運用についての調査研究報告書

平成24年6月

一般社団法人日本国際知的財産保護協会

### 5-2-3. オーストラリア

オーストラリアでは、1995年1月1日のTRIPS加盟に伴い、商標法を改正した(Trademark Act:以下「オーストラリア商標法」という。)。その際、商標の定義規定を改定し、新しいタイプの商標を保護の対象に加えることとした(1996年1月1日施行。ただし、同日が祝日だったため、新しいタイプの商標の第一号の出願は、すべて1996年1月2日付となっている。)

導入の契機としては、当時すでに、新しいタイプの商標の保護が国際的な趨勢となっていたため、国際的な商取引を行っている企業側から保護のニーズがあったこと、また、オーストラリア企業のブランディング傾向から考えて自然の流れであったとも捉えられている。

なお、新しいタイプの商標の導入と制度設計にあたっては、TRIPS協定や欧州指令を参考にしたとのことである。

#### <<法制度>>

##### (1) 商標の定義

オーストラリア商標法は、いわゆる通常商標と新しいタイプの商標とを分けて定義するのではなく、同法第17条において「商標とは何か?」を定義し、同法第6条において「標識とは何か?」を定義することによって、すべての商標を区別なく保護することとしている。これらの定義規定により、単一の色彩、音、香り(におい)、動き、位置、ホログラム、トレードドレスといったほぼすべての種類の商標が保護されることになる。

##### 第17条: 商標とは何か?

「商標」とは、ある者が業として取引又は提供する商品又はサービスを、他人が業として取引又は提供する商品又はサービスから識別するために使用する、または使用予定の標識である。

##### 第6条: 標識とは何か?

「標識」とは、文字、語、名称、署名、数字、図形、銘柄、題号、表示、チケット<sup>62</sup>、包装の外観、形状、色彩、音もしくは香り、又はそれらの結合を含む。

ここで、第17条の商標とは何か?という条文は、オーストラリア商標法もシンガポール商標法もほとんど変わりが無いにもかかわらず、第6条の「標識とは何か?」という定義規定において、オーストラリアでは「音」と「香り」を特記していることが、シンガポールと比べ特徴的である。

---

<sup>62</sup> ここでいう「チケット (ticket)」とは、文字通り電車の切符やコンサートの入場券のことを意味する。ただし、文字、ロゴ、色彩、形状等の結合によりそのチケットが商標として機能するほどにセカンダリーミーンングを獲得していなければならない。例えば、ある鉄道の電車の切符に緑色の縞模様が描かれていて、誰もがその緑色の縞模様を見ればその電鉄会社の切符だとわかるような場合には該当することになる。

なお、標識の定義には明示的に含まれていないものの「The Trade Marks Office Manual of Practice and Procedure」(マニュアル)には、「触感」もその定義に含まれることが示されており、他の登録要件が満たされれば、オーストラリアで「触感」の商標を登録することは可能である。

他方、「味」について、マニュアルは、米国や EU で出願されたことがあることを述べる一方、オーストラリア知財庁は、味 (taste or flavour) が出願人の商品の出所を識別するのにどのように役立つのか疑問をもっていると述べている。ほとんどの場合、商品は購入されるまで味わわれるものではないので、味は商品の出所を表示するものではなく、商標としての機能を有するものではない。また、例えば「薬剤」について、ある特定の「味」が不快な味覚を覆い隠すのに用いられることがあるが、この場合の「味」は機能的な目的のために用いられているのであるから、登録はできないことになる。

<新しいタイプの商標の保護は企業に何をもたらしたか?>

オーストラリアにおいて新しいタイプの商標の登録が可能になったことは、識別性のある商品やトレードドレスに対するもう1つの保護の観点をビジネス界にもたらした。例えば、チョコレート製造会社として有名なイギリスの Cadbury UK Ltd (注: キャドバリー) は、オーストラリアにおいて、下記のような紫色の商標の登録に成功した。



また、バーベキュー製品の製造会社 Weber-Stephen Products Co は、下記のようなアイコン形バーベキューの形を登録することができた。



このように、従来の商標登録による名前やロゴの保護だけでなく新しいタイプの商標も保護されるようになったことで、企業にとっては知的資産が増大し、商品・サービスを差別化している標識を事業に活用できるようになった。つまり、企業にとって、オーストラリアで新しいタイプの商標を登録するということは、侵害から標章を保護するための活動というよりもむしろブランディング活動ということができるように思われる。したがって、新たな保護の利点は、企業にとって彼らの商品・サービスを侵害から保護する能力を高め、

さらには、他社がそれを利用することを排除して新たなビジネスの観点から事業を促進することができることであるといえるだろう。

しかし一方で、新しいタイプの商標の保護制度は、以下のような問題も提起した。

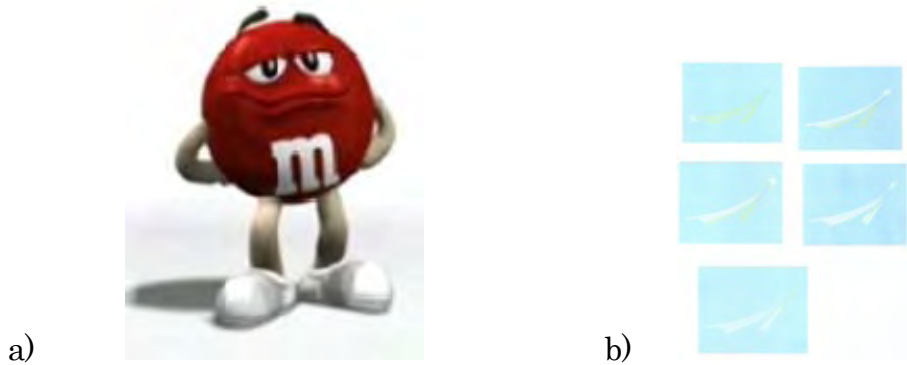
- (a) まず、商標が写實的に表現できるものでなければならないことについてである。これは、色彩商標の場合にはさほど困難ではない。なぜなら、色彩は **Pantone scale** で表すことができるからである。しかしながら、においを詳細な記述によって明瞭に表示することは難解である。また、味と触感についても、写實的に表現することは困難を極めると思われる。
- (b) 次に、標章は、オーストラリア国内において、その商品又はサービスの出所を識別するものでなければならない。したがって、その標章が仮に海外で相当な周知性を獲得していたとしても、その事実だけではオーストラリアで登録を受けることはできない。実際に、オーストラリア知財庁での登録状況を見ると、新しいタイプの商標に関して、多くの出願があるものの、そのほとんどの出願が拒絶、取り下げ等に至っていることから、新しいタイプの商標の登録を得ることの困難性が窺われる。たとえば、**E. g. Guylian** 社は、下記のようなタツノオトシゴ型チョコレート登録に失敗した。



- (c) また、いったん登録された新しいタイプの商標の保護においてさらに困難なことがある。それは、侵害訴訟の場において対比される商標が「実質同一である」又は「誤認させるほどに類似している」とはどういうことなのか、ということである。これについては、オーストラリアの裁判所においてまさに検証されているところである。

オーストラリアにおいて、新しいタイプの商標で最も人気のあるタイプは、三次元形状と色彩（色彩の結合を含む）である。この種の商標の出願人の範囲は、大企業から零細企業にまで及ぶ。色彩商標や形状商標が登録できるかどうかは、その商品・サービスとの関係で識別性があるか、又は識別性を獲得する可能性があるかを示すことができるかにかかっている。したがって、たとえ零細企業であっても、その色彩商標もしくは形状商標が、当該企業の商品又はサービスの出所を表すものとして識別性を有することを証明できれば、登録は認められることになる。

一方、動きの商標は大企業による出願がほとんどである。登録数は非常に少ない。例えば、菓子で有名な Mars Australia Ltd の赤色キャラクターの動き（下記 a）参照）や、Microsoft 社の相対する 2 つのセグメントよりなるアニメーションの動きの商標（下記 b）参照）が登録されている。

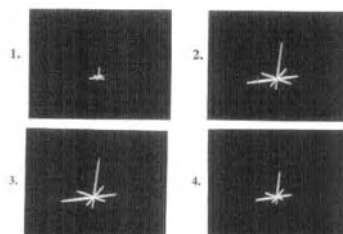


上記 a)は、音も言葉も音楽もなく、上記赤色キャラクターが歩いて登場してくるビデオクリップが願書に添付されて出願された。この映像はオーストラリア知財庁のウェブサイトで見ることができる。また、b)は、上記 5 枚のスライドによって、動きが描写されている。

参考までに、上記 a)の商標の説明は以下のとおりである。

「本件商標は、願書に添付されたビデオクリップに登場する赤い色をしたキャラクターの演技で構成される。願書に添付された二次元のキャラクターの描写は、そのビデオクリップからの一コマである。本件商標には文字や音は含まれない。」

次に例示するものは、オーストラリア知財庁のウェブサイトで「音」の商標として検索したところ抽出されたものだが、実際には、音と動きの結合商標である（オーストラリア企業 McCain Foods Pty.社所有）。



この商標の説明は、以下のとおりである。

「本件商標は音と動く画像の組み合わせからなる。音は約 2 秒間のかん高いピ

シツという音（ガラスなどに硬いものが当たったような音）であり、伴われる画像は、徐々に大きくなっていき、それから小さくなる星である。星の変化する様子は願書に添付された描写に例示されている。音とそれに伴う映像は、願書に添付したビデオテープに記録されている。」

## （２）出願要件

### ①商標の特定方法と権利範囲

オーストラリア商標法第 40 条は、「商標登録出願は、その商標が写實的に表現できるものでない場合には、拒絶しなければならない」と規定しており、写實的に表現できることが法律上求められている。したがって、新しいタイプの商標の場合、写實的表現と明確な説明によって商標を特定する。新しいタイプの商標の特定で、最も重要な要素は、書面による説明と商標の表現の組み合わせである。

このため、出願人は、願書において、商標を詳細な記述によって明瞭に表示しなければならない。特に新しいタイプの商標の場合、出願には、審査が可能となる程度にその商標の特徴を明確かつ簡潔に説明することが求められる。オーストラリアの登録には「Endorsement<sup>63</sup>」という項目があり、この「明確かつ簡潔な説明」が、後に、登録の「Endorsement」となる。

また、願書においては、商標のタイプを記載することが求められる。審査においては、さらなる説明の提出や説明の補正を求められることがあり、これらによっても商標は特定される。

なお、新しいタイプの商標同士を組み合わせることも、通常商標と新しいタイプの商標とを組み合わせることも、それを商標の説明に記載することにより、登録することは可能である。むしろ、新しいタイプの商標と他の要素との組み合わせは、個々の構成要素の商標より識別性が強くなる場合が多いため、登録はより容易となると考えられている。

説明は、商標の権利範囲を確定するのに最も重要である。説明と写實的表現の間に食い違いがあってはならない。説明は商標の表現に不可欠な要素であり、補正は商標の同一性を損なわない場合にのみ認められる。

### <タイプ毎の特定方法>

#### [色彩]

色彩商標の場合には、その商標の明確で簡潔な説明が必要となる。請求した色彩と、その色彩が商品または包装にどのように適用されるのかを示す写實的表現および、請求した色彩または色彩の組み合わせの見本を出願時に一緒に提出しなければならない。また、商標の説明には国際的に認められた色コードの記載を認めている。

<sup>63</sup> Endorsement という語は、日本語に訳し難い言葉である。時として、手形の「裏書き」などと訳されることがあるが、オーストラリア知財庁の Mr. John Braybrooks 氏は、「無体財産である商標権を成立させるための裏付けとなる確固たるものという意味だ」と述べていた。

### [動き]

動きの商標の場合にも、写実的表現及び商標の説明で特定する。オーストラリア知財庁では、動画を写実的表現として受理した例があるとのことである。

### [音]

楽譜（音楽からなる場合）は「写実的表現」の要件を満たすが、特定の楽曲のタイトルのみでは、写実的に表現したものとはいえない。また、商標の説明文と音声ファイルの提出も要求される。なお、写実的表現としてのソノグラムの提出は認めていない。

### [におい]

においについては、説明文だけで十分である。見本の提出は必要ない。但し、どのようなにおいで、指定商品・役務にどのように使用するのかの説明を記載する必要がある。

化学式やクロマトグラフ等を用いた表現は、「写実的表現」の要件を満たさず認められない。この点は、表現が「明確・正確・自己充足的・入手容易・理解容易・永続的かつ客観的（Clear, precise, self-contained, easily accessible, intelligible, durable and objective）である必要がある」と判示した欧州司法裁判所の Sieckmann 判決<sup>64</sup>の影響を受けているように思われる。オーストラリア知財庁の審査官 Mr. John Braybrooks 氏は、化学式やクロマトグラフは intelligible＝理解容易ではない、と述べていた。オーストラリアも英連邦の一員であり、欧州の判例の流れについては、常に注視しているとのことであった。

### [位置]

位置商標に関し、どのように権利を要求する部分を見定めるかという問題は、出願人の責任であると考えられている。もし、保護が求められている部分について疑問がある場合には、審査官はさらなる見本の提出を求めることになる。

### [トレードドレス]

オーストラリア商標法には「トレードドレス」という言葉はない。しかしながら、そのコンセプトは、形状、色彩及び文字の結合として保護されることになる。

トレードドレスの出願にあたって出願人は、保護を求める範囲を明確に特定できる絵で表した見本を提出する必要がある。合わせて商標の説明の提出を求められることもある。必要であれば、商標でない部分は遮蔽し、どの部分が商標なのかを特定することが適切である。

写実的表現と説明によって、何を保護範囲として求めているかを明確にすることが肝要である。これには、色彩、形状、文字、その他の適切な要素の参照を含むべきであり、何が請求事項かについて疑問がないようにすることは、出願人の責任と考えられている。もし、疑問があれば、審査官はさらに情報や見本を要求することになる。

---

<sup>64</sup> Sieckmann v [German Patent Office](#) (case C-273/00) issued on December 12, 2002,

## [ホログラム]

ホログラムの場合には、たとえ動くことによって異なる情報を提示するものであっても、1つの商標として受理され、「一商標一出願の原則」に反すると扱われることはない。このことは、例えば、異なる意味合いを持つ文字と図形とが一商標として受理されるのと同じ考えに基づいている。したがって、審査官が考慮すべき問題は、ホログラムが動くことによって異なった見え方をすることではなく、そこに現れる文字や図形が登録可能なものであるかどうかを判断することだと考えられている。

## ②出願日認定

仮に、写实的表現も商標の説明も提出されない場合には、出願日は認定されない。なぜなら、その出願は商標を特定するに十分な写实的表現を含んでいないからである。

しかし例えば、音の商標の出願の場合に、たとえ音声ファイルの添付がなくても、商標の合理的な説明が含まれていれば、出願日は与えられる。同様に、出願に音声ファイルが添付されている場合には、商標の説明が含まれていなくても出願日は認定される。ただし、出願日以後に、説明を付加する補正は、商標の特定に影響を与えるような（要旨を変更するような）実体的なものであってはならないから、実質的に補正は認められず、そのような出願は拒絶になる可能性が高い。

言い換えると、出願人には、例えば、商標が何たるかを特定するための追加的な情報を出願日以後に提供することが認められているが、仮にその追加の情報が、写实的表現の部分の変更を要求するような重要なものである場合には、そのような補正は要旨変更であるとして認められない。

これらの欠陥は、方式的要件を満たさない又は識別力が無いとして、拒絶理由となる。法が用意したこのような方式上の要求は、実際のところは、審査官に対しては識別力審査の支えとなり、公衆に対しては、登録商標の権利範囲を正確に理解させる手助けとなるものである。

## (3) 登録要件

### ①識別性

オーストラリアにおいては、通常商標と新しいタイプの商標に適用される識別力の判断のテストに一般的な差異はない。ただし、新しいタイプの商標の中には、本来的に識別力を欠くものも含まれているため、オーストラリアでは、新しいタイプの商標に関する識別力の判断基準を別途有している<sup>65</sup>。

例えば、商品の包装に使用される単色の色彩のみからなる商標には、後述する商標法第41条第6項という強力な拒絶理由が発せられる。この拒絶理由を克服するためには、出願人は、出願時に既に使用による識別力を獲得していた旨を示す証拠を提出しなければ

---

<sup>65</sup> 「Trade Marks Office Manual of Practice and Procedure Part 21」は、Non-traditional Signs の審査基準である。



ばならない<sup>66</sup>。一方、単一の色彩を組み合わせた色彩の商標は、一定程度識別力を有する場合がある<sup>67</sup>。

問題は、「通常のビジネスにおいて、他者がどの程度これらの色彩を使う必要があるか」という視点と、「関連した取引に対して、その色彩が、どの程度一般的であるか（普通に用いられているか）」という視点である。この点に関し、審査官はインターネットあるいは刊行物を使って徹底的に調査する必要はないが、その色彩が機能的なものか、あるいは取引で一般的に使用されているものでないかについては判断する必要がある。

音の商標については、他の同業者が、出願商標と同一又は類似の商標の使用を求めるか否か（何人かの独占になじむか？＝独占適応性）という観点が、識別力の判断で考慮される。

また、特定の位置のみで識別力を有する場合としては、所有者が、その商標の使用による識別力を証明しようとする際に、その商標が、ある特定の方法でのみ使用されている場合が考えられる。オーストラリア知財庁としては、そのような場合にのみ登録を認めるつもりだと述べていた。

## ②セカンダリーミーニング

セカンダリーミーニングの獲得に関しては、オーストラリア国内での評判が重要である。仮に、ある商標が外国において高い名声を得ていたことが証明できれば、オーストラリアでの評判にも寄与する可能性がある。しかし、オーストラリアではまったく使用されておらず、専ら外国のみで使用されているような場合には、そのマークが登録を得ようとする商品・サービスを識別し得るとは認められない可能性が高い。その商標が著名か否かは、個々の事案における事実と関連する需要者層にかかっている。

ここで、オーストラリア商標法には第41条第5項と第6項という興味深い条文が存在するのでここに紹介する。

### 第41条【出願人の商品又はサービスを識別しない商標】

(5) 登録官が、商標について、指定商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別するのにある程度は本質的に適していると認定したが、それのみを根拠として、商標が指定商品又はサービスについて、そのような識別力を有していると決定することができない場合は、

- (a) 登録官は、次の事項、すなわち、
  - (i) 商標が指定商品又はサービスを識別するのに本質的に適している程度、
  - (ii) 出願人による商標の現実の使用又は使用の意図、
  - (iii) その他のあらゆる状況

<sup>66</sup> 上記審査基準（Part21）の4.3.1. Single Color applied to the goods

<sup>67</sup> 上記審査基準（Part21）の4.5. Registrability of color as trademarks

を基にする総合的效果を理由として、商標が指定商品又はサービスを出願人の商品又はサービスとして識別する、又は識別することになるか否かを考慮しなければならず、また

(b) 登録官が、その際、商標は指定商品又はサービスを前述の通り識別する、又は識別することになると認められた場合—その商標は、出願人の商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別することができるものとみなし、また

(c) 登録官が、商標は指定商品又はサービスを前述の通り識別する、又は識別することになると認めなかった場合—その商標は、出願人の商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別することができないものとみなす。

(6) 登録官が、商標について、指定商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別するのに程度を問わず本質的に適していない<sup>68</sup>と認められた場合は、次の規定を適用する。

(a) 出願人が当該出願の出願日前に当該商標を使用した程度を理由として、出願人が、当該商標は指定商品又はサービスを出願人の商品又はサービスとして識別している旨を証明した場合—当該商標は、指定商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別することができるものとみなす。

(b) それ以外の場合—商標は、指定商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別することができないものとみなす。

この第5項と第6項の違いについて、オーストラリア知財庁は、第6項は本質的（生来的）な識別力が「まったく」認められない場合に適用されると説明している<sup>69</sup>。したがって、この拒絶理由を克服するために求められる証拠の量は、第5項に関して求められるものに比べると、はるかに多くなる。第6項の証拠では、「出願日の時点で」その商標が実際に識別力を獲得していたことを証拠によって示さなければならないが、第5項に関する証拠は、出願後のものであっても、また、将来に向けての使用の意思に基づいたであっても構わないので、この点が対照的である。

現在の日本の商標法で、上記第5項に該当する拒絶理由は、さしずめ、3条第1項第3号乃至第5号といったところであろうか。我が国の現行商標法は、本質的（生来的）に識別力がまったくない標章を商標登録するというを予定していないから、上記第6項に該当する条文は存在しないと考えられる。

---

<sup>68</sup> 商品又はサービスを識別するのに本質的に適していないとされる商標の大部分は、次の事項を表示する標識のみで構成されている商標である。

a 商品又はサービスの種類、品質、数量、用途、価格、原産地又はその他の特徴、又は

b 商品の生産時期又はサービスの提供時期

<sup>69</sup> 第5項と第6項の違いについて、オーストラリア知財庁の Mr. John Braybrooks 氏は「第5項が bad だとすると、第6項は very very bad ということだ」と述べていた。

### ③機能性の判断

オーストラリア商標法には、機能性に関する直接の規定はない。ただし、商品・サービスとの関連において、特定の者に商標を独占させることが妥当か否かについて審査官が判断を行い、妥当でない場合（独占適応性が無い場合）には、機能的な商標として取り扱われ、識別力がない商標として登録を排除することとしている。

例えば、審査基準には、モーターバイクから生ずる通常のエンジン音は、モーターバイクとの関係で機能的な音（識別力無し）と例示されている。

また、商品「サイレン」について「サイレンの音」の商標が出願された場合、これは機能的であるとされる。また同様に、商品「はさみ」について「はさみの形状」の商標が出願された場合や、商品「香水」について「香水の香り」の商標が出願された場合にも、機能的であると認定され、識別力なしとして拒絶する。

### ④類否判断

オーストラリアにおいては、通常商標と新しいタイプの商標とに適用される類否判断のテストに差異はない。審査官は、商品・サービスを扱う一般の需要者が受ける全体的な印象を想定して判断する。特に、対比される商標を直接比較することのないよう、離隔観察を大切にしているとのことである。

通常商標と新しいタイプの商標の類否判断において、観念上の類似性は、登録し得るかどうかに関連する重要な要因の1つである。例えば、赤色の色彩商標が出願された場合に、「RED」という文字商標が既に登録されていれば、後願の色彩商標は、先行商標と類似であるとして拒絶されることになる。また、ネコの「ミャオ」という鳴き声からなる音の商標と、文字商標「MEOW」とは、オーストラリアの類似基準では完全に類似であり、拒絶理由が通知される。同様に、他人の登録商標の文字部分を音の商標として使用した場合には、商標権の侵害となる。

一方、音階のみのもものと音声付のものとは（歌にもよると考えられるが）、その音楽が、明瞭でかつ明確に歌詞を思い起こさせる場合は、類似と判断されることになる。同様に、音階が同じものであって音源が異なる場合にも、二つの異なる音源からの二つの音が誤認混同するほど類似しているかどうかによると考えられる。また、同一の音階に音を追加したようなものは、従来の文字商標における結合商標の類否判断と同じである。すなわち、**TIGER** という商標と **TIGER LILY** という商標とが類似するか否かを考えることに似ている。仮に追加部分の存在によって、誤認混同のおそれがあるほどに標章同士の印象が全体として異なれば、非類似ということになる。

つまり、通常商標であるか新しいタイプの商標であるかを問わず、類否判断を行うにあたって重要なことは、潜在的な需要者にとって、誤認混同のおそれがあるか否かということに尽きる。

#### (4) 他の権利との調整

他人の権利との関係において、明らかに著作権の問題がある場合は、その商標は登録されない。誤認混同に基づく理由を含め、多くの理由で拒絶理由となる。出願人がある作品の著作権を持っていない場合は、出願人はその商標の所有者でないとの理由により拒絶理由が発せられる。しかし、オーストラリア知財庁は、第三者が所有する著作権について常に注意しているわけではないので、前記のような拒絶理由は、一般に、審査官にとって明らかな証拠があるときにのみ起こり得ることになる。ただし、もし明らかな証拠がなくても、第三者が関心のあるときには、商標登録異議申立てが行われることになる。

他方、仮に、音楽がパブリックドメインになっている場合（著作権が切れているクラシック音楽等）は、商標として扱うことは難しいかもしれない。しかし、他者が取引において使う必要がないある種の音楽で、不適切な動機がなければ、登録されることも考えられる。

#### <<特許庁運用>>

##### (5) 出願から登録までのフロー

出願から登録までのフローチャート紹介（別添 A1 参照）

##### (6) 出願の手続

###### ①電子出願の願書様式、添付資料（電子ファイルの形式と容量制限）

例えば、音声ファイルに関し、形式及び容量とも現在のところ制限はなされていない。具体的には、MPEG 及びその他の形式が受け入れられているとのことである。それらの音声ファイルは、オーストラリア特許庁において MP3 に変換される。

###### ②書面出願の願書様式（別添 A2 参照）

###### ③願書の補正：補正許容範囲、補正があった場合の出願日

前記したとおり、仮に、写実的表現も商標の説明も提出されない場合には、出願日は認定されない。見本か説明のいずれかが提出されている場合には、出願日は認定されるが、出願日以後に説明を付加する補正は要件が厳しいため、そのような出願は拒絶になる可能性が高い。保護を求める範囲を明確にすることは極めて重要である

###### ④商標見本

例えば、音声ファイル及びビデオは、電子的な方法で知財庁のデータシステムに保管されている。しかし、サンプルの提出は要件とはなっていないので、においの標本やホログラムの現物が提出されても保管はしない、とのことである。

## (7) 方式・実体審査

### ①商品見本と説明文の整合性審査

それぞれは必ず対応していなければならない。もし、不一致がある場合、審査中に拒絶理由通知が出されることになる。不一致が小さい場合は、一致させるための補正は認められるが、もし、不一致が大きなものである場合、補正は認められないこととなる。

### ②審査体制：新しいタイプの商標専門の審査官による審査体制か

新しいタイプの商標専門の審査官を雇用しているわけではないが、初期段階では、審査は少数の審査官に限られていた。

仮に、音楽や美術の知識が必要になる場合等には、大学教授等の専門家に依頼するルートが確立しているとのことである。また、オーストラリア知財庁では、審査官のスキルアップのために、定期的に研修（拒絶理由の判断など）を行っている。また、新しいタイプの商標の審査は、できるだけスキルを有する審査官に割り振るとともに、上司にあたる審査官との協議を行わせる等の措置を取っている。

### ③審査手法

類否判断に使用している検索システムは、通常商標用のものと一体となっており、審査官用・ユーザー用それぞれ存在している。また、識別力の審査にあたっては、従来の商標と同様にその商品・サービスに関連した刊行物とインターネットサイトで検索を行う。

### 《新しいタイプの商標に関するデータベース蓄積と管理方法》

動きの商標や音の商標については、動画や音声ファイルを受け付けている。件数が少ないので、今のところ、容量制限やフォーマットの制限はない。しかしながら、音とビデオの蓄積のためのシステムとプロセスを開発する必要があるとのことである。

また、新しいタイプの商標に関するデータベースの蓄積や管理方法は、通常商標の場合と差異はない。これには、商標の登録可能性調査、審査官の判断、審査官の通知、出願人の応答の記録等が含まれる。

### ④検索システム

識別性の審査にあたっては、民間のデータベースを活用している。

## (8) 登録

オーストラリアの登録証については、添付を参照のこと。記載事項としては、商標、指定商品・サービス、**Endorsement** 他である。

## (9) 証明・閲覧

### ①音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法

商標登録簿は、誰でも閲覧のために利用できる。音の商標のための MP3 ファイルや、動き商標のための mpg ファイルは商標庁のウェブサイトで視聴・閲覧することが可能である。

また、オーストラリア知財庁では、音声及び映像のファイルを保管しており、これらは要求に応じて閲覧に供される。

### ②原簿の認証謄本（様式、商標見本）

オーストラリア知財庁においては、まだ、音声ファイルの認証は行われたことがないが、今後もしそのような要求があった場合には、おそらく何らかの形で公的に裏付けを与えるようなものを提供することになるだろうとのことであった。

## (10) 公報・情報提供

### ①公報

オーストラリア知財庁は、毎月ウェブサイトで PDF 若しくは HTML フォーマットの電子ジャーナルを発行している。音やにおいといった視覚で認識できない商標については、商標の説明文と endorsement を公報に掲載することで対応している。

新しいタイプの商標も従来の商標と同じ形式で公報が発行される。2005 年 1 月以降のすべての公報はオーストラリア特許庁のウェブサイト

(<http://pericles.ipaustralia.gov.au/ols/epublish/content/olsTrademarkPDFs.jsp>)

で利用可能である。

### ②情報提供

音の商標の場合には、音を聞きたい公衆のために、オーストラリア知財庁において URL が公開されており、出願書類にアクセスすることにより、一般に聴くことが可能となっている。ただし、においの商標に関して、においを嗅ぐことはできない。

オーストラリア企業は、通常商標と同様の方法で新しいタイプの商標のアップデートを行っている。すなわち、出願された商標の登録状況について興味のある商標の登録を継続的に監視している。新しいタイプの商標の導入は、企業にとって新しいタイプの商標の監視という新たな負担を生じさせることとなったが、現段階ではその負担は過度なものではないと考えられている。なぜなら、現段階では、新しいタイプの商標の出願件数や登録件数はそれほど多くないからである。

なお、オーストラリア知財庁が提供している調査ツールは、企業に対して、決められた期間内での新規出願件数、登録件数を検索することを可能にしている。

### (1 1) 統計

- ・タイプ別出願・登録件数

新しいタイプの商標の出願と登録のタイプ別件数 (2012年5月15日の検索によるデータ)

#### Colour 色彩

Total number of applications 出願件数	Registered 登録件数	Still pending 係属中
1039	249	86

#### Scent におい

Total number of applications 出願件数	Registered 登録件数	Still pending 係属中
10	1	1

#### Shape 形

Total number of applications 出願件数	Registered 登録件数	Still pending 係属中
2397	742	187

#### Sound 音

Total number of applications 出願件数	Registered 登録件数	Still pending 係属中
83	39	6

### (1 2) 審判

識別力や類否について裁判所の判決によって新たな判断が示された場合、審査のプラクティスはそれにしたがって更新されることとなる。これまでも審査実務を明確にし得る判決がいくつかなされたが、本質的な変動はない。

<<その他>>

### (1 3) 裁判例の紹介

平成24年6月18日に開催された「産業構造審議会 知的財産政策部会 第28回商標制度小委員会」で配布された資料の中に「資料2-3 新しいタイプの商標の登録要件 (識別力等)」という資料がある。この資料の5頁に、(1)視覚で認識できる商標「①建築物の形状 (店舗の外観 (内装) 等)」という下記記述があるので抜粋する。

商品等の立体的形状は、多くの場合に、商品等の機能又は美観の向上に資することを目的として採用されるものであるといえる。そして、その商品等の需要

者においても、商品等の機能又は美観の向上に資するものとして認識されることから、通常、商品等の出所を表したものとして認識されないと考えられる（下線筆者）。

他方、興味深いことに、オーストラリアの審査便覧にはこれと正反対の解釈を示す基準が裁判例と共に示されていたので、以下に引用することとする<sup>70</sup>。

### 3.5 形状と美

単に形状が魅力的で見た目にも美しく、延いては他の業者がその使用を望む可能性があるということから、その形状が反対される理由は何もない。ほとんどの業者は、自身の商標がその形状に関係なく、消費者にとって魅力的であることを望むであろう。形状標章に関する基準は、他の標章に適用される基準と同じもの、すなわち、当該形状を別の業者が不適切な動機なく使用することを望む可能性が高い形状であるのかどうか、でなければならない。美の問題は、まさにこの基準においては周知的なものであり、形状が識別に適しているかどうかの検討において比較的小さな役割を演じているはずである。

この見解は、Kenman Kandy における Stone 裁判官の説明によって支持されている。当該議論は、Tub Happy 判決 (Mark Foy's Limited v Davies Coop & company Limited (1956) 95 CLR 190) と Wella 判決 (Wella Aktengesellschaft v Registrar of Trade Marks (1995) 33 IPR 374) への参照を含んでいた。Stone 裁判官は第 156 頁で次のように述べている。

先の例で商標は、その魅力によってではなく、本質的に業者の商品を識別するための固有の機能を有していると認定された。なぜなら、それらの商標は、そう解釈することを排除させるような関連性も意味合いも有していなかったからである。

加えて、それらは、特に Mark Foy's 及び Wella においてなされた文字商標に関するコメントの中でも、商標が公衆に肯定的な感情をもたらすように設計されていることは本来的な識別性の障害とはならないと示されている。

それらの事例において、商標を構成している「標識」が二重の機能（筆者注：自他商品識別機能と美観を生じさせる機能）を有しているという事実は、ある商品について商標として機能していることと矛盾しているとはみなされなかった。

私には、形状が人々を魅了することがどうして別に考慮されなければならないのか理解できない。さらには、新しく作り出された形状が、他者の商品から識別する際の標識としての能力において、なぜ、新しく創作された造語と異なる扱いを受けなければならないのかも理解できない。

---

<sup>70</sup> 「Trade Marks Office Manual of Practice and Procedure Part 21」 (Non-traditional Signs の審査基準) 3.5 形状と美 (Shapes and aesthetics) 10 頁より。



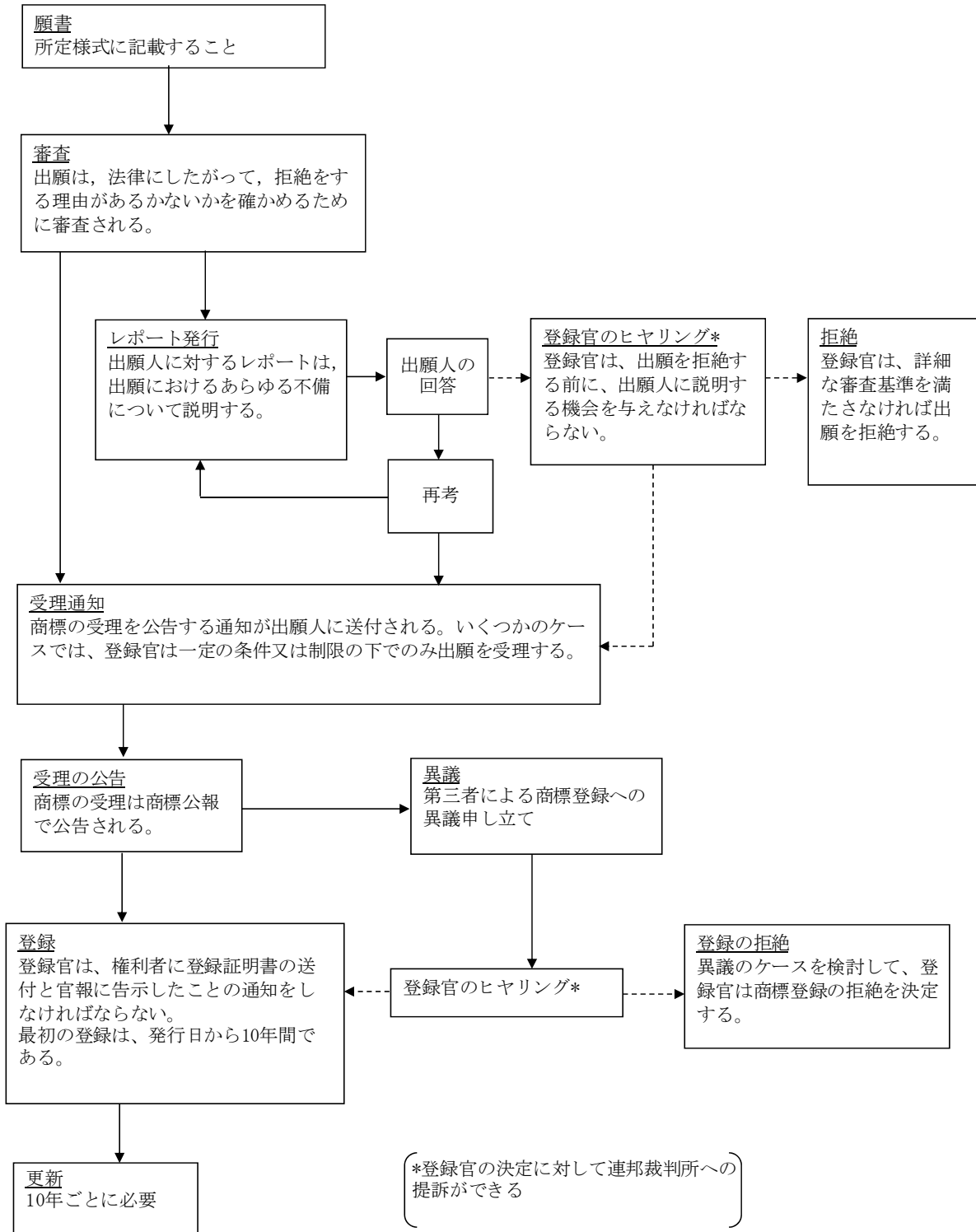
上記オーストラリアの審査基準が示唆するところは、今後の「産業構造審議会 知的財産政策部会 商標制度小委員会」等で議論されることになろう。

(別添 A1)

出願手続のフローチャート (IP Australia 商標出願ガイドより)

実線は最も一般的なフローを意味する。

注：料金と時期的制限はこのフローの様々な段階で適用される。



(別添 A2)

# Application to Register a Trade Mark

## Customer Information

Please note this is not an e-form

(Office use only)

1995年商標法  
商標登録願書

Please note that much of this information will be published in our data base and will be available over the Internet.

### Personal Details of Applicant(s) (\* denotes mandatory fields)

\*1. Name  ACN/ARBN/ABN

\*2. Address   
(can be a PO Box)  
Country (if not Australia)  State  Postcode

2nd Applicant (if required)  ACN/ARBN/ABN

Address (can be a PO Box)  
Country (if not Australia)  State  Postcode

Additional applicant details attached

\*3. Address for Service (if different from the above)  
**MUST BE AN ADDRESS IN AUSTRALIA** (can be a PO Box)   
Address   
State  Postcode

**OR**

### Agent Details (only complete if you are being represented by an Agent authorised to act on your behalf)

Name   
Address   
State  Postcode

### Optional Details:

Telephone  Fax  Mobile Number   
Email Address  Customer Reference

### Privacy Notice

IP Australia collects your personal information to provide our services to you. The [Trade Marks Act 1995](#) permits us to do this. The Trade Marks Act requires us to disclose and publish some of your personal information, including your name and address. We publish these details in the Trade Marks register, journals and databases, which are all available over the Internet. This information may be disclosed to foreign IP offices and recipients of our bulk data products. We may also use your personal information to contact you for our market research.

Please use a post office box or other valid Australian address as your address if you do not want your home address to be published.

Our [Privacy Policy](#) explains how we handle your personal information.

### Submit completed form and payment (if applicable) to:

**Post:** IP Australia, PO Box 200, Woden ACT 2606

**Fax:** From Australia (02) 6283 7999 (secure fax line) From Overseas +61 2 6283 7999 (secure fax line)

Robust intellectual property rights delivered efficiently



## Application to Register a Trade Mark

Before filling out the application form, please read the instructions carefully. The application may be considered as 'not filed' if you do not correctly complete this form or if insufficient fees are paid. Refunds are not provided for applications which do not gain registration. Current applicable fees can be found on our website: [www.ipaustralia.gov.au](http://www.ipaustralia.gov.au)

### Instructions for filling in the Application Form

If there is not enough room provided to complete any part of the form please use the additional space provided on the last page of the form. You may firmly attach as many additional pages as necessary. Please keep a photocopy of the application form for your own records.

#### 1 PERSONAL DETAILS OF APPLICANT(S)

Print the full name of the owner of the trade mark. The owner must have legal personality and may be an individual, a company, an incorporated association or a combination of these. A business name or trading name is not acceptable as the name of the owner. If a trade mark is owned by a corporation, the application should be made in the corporation's name and not in the name of directors or shareholders. A Trust is to apply in the names of the Trustees. An association, whether incorporated or not may apply for a collective trade mark. Please provide the company number (ACN), registered body number (ARBN) or Australian Business Number (ABN) if applicable.

#### More than one name?

If there is more than one owner, then all names should be provided. An application should not be filed in the name of more than one individual or company unless;

- \* the use of the mark by one of them counts, at law, as a use by both or all of them **or**
- \* the mark is used on goods/services with which both/all of them are connected in the course of trade - for example if both/all parties are involved in a joint venture or if both/all of them carry out work on the goods and/or services **or**
- \* they are in business together **or**
- \* have agreed to share ownership of the trade mark.

Joint owners are considered to be "in business together" if they intend to use the trade mark in relation to goods or services which the owners offer or provide for a shared business purpose. All joint owners should be aware that, for the purposes of the *Trade Marks Act 1995*, they will be considered co-owners of the trade mark.

#### 2 FULL ADDRESS OF THE APPLICANT(S)

Print the address of your business. This may be a post office box. If there is more than one applicant and the applicants have different addresses, each address should be included. If you do not want your home address published online provide a PO Box.

#### 3 OTHER

##### ADDRESSES Address

##### for Service

Print an address in Australia where all correspondence about this application should be sent. This may be a post office box. An address in Australia must be nominated for correspondence even if the owner's own address is not in Australia. This address will also be used for service of legal documents.

#### Agent Details

If you are being represented by an agent, those details can be provided in the Agent Details section after your own.

Telephone numbers, email addresses and fax numbers of the address for service are not compulsory but, if we need to contact you, they can be useful to confirm or speed up the resolution of a matter.

#### 4 TRADE MARK

Write or place a copy of the trade mark in the box. Please ensure the trade mark is placed the right way up **AND** all details clear enough to reproduce (without retouching) for publication purposes.

If the trade mark(s) does not fit within the box provided, please try to reduce the size while clearly retaining all the features of the trade mark. If the trade mark(s) cannot be reduced to fit, please put a copy of your trade mark on an A4 sheet of paper attached to this form.

**Note:** If you think this trade mark application might become the basis for an international application the trade mark must not be greater than 8 cm x 8 cm. This is the preferable size for all representations. If too larger or too small the quality of the image of your trade mark may be affected.

A trade mark is usually taken to be registered for all colours. It is not essential to provide a coloured representation unless you are applying for colour as a trade mark or intend to restrict your registration to specific colours.

#### 5 CONVENTION PRIORITY DETAILS

If the applicant applied for this trade mark in another convention country in the last 6 months and wants to claim the earlier filing date, then information about that convention application should be included on the application form.

If a different priority claim applies to different goods and/or services in an application and you claim multiple priority dates, please use the extra space provided on the last page. You **MUST** indicate which goods and/or services apply to the various priority dates.

## 6 NON-ENGLISH WORDS AND FOREIGN CHARACTERS

If your trade mark contains non-English words you are requested to provide a translation of those words into English. For example, “I advise that the English translation of the German word PFEIL appearing in the trade mark is ARROW”. Note that it is not compulsory to provide this information. However it may be requested during examination of your application. If your trade mark contains foreign (non-Roman) characters then you are required to provide a transliteration and translation of those characters.

## 7 GOODS AND/OR SERVICES COVERED BY THIS APPLICATION

Please list the goods and/or services for which you want to register your trade mark.

If your application covers goods or services in more than one class, please group them together by class in numerical order. When selecting your class/es consider the goods or services which your business sells under your trade mark. While you may use your mark on various items such as your stationery, uniforms and advertising material, you should list only the goods/services you sell.

**Please note:** The descriptions “*all goods*” or “*all services*” in the class or including “*all other goods*” or “*all other services*” are not acceptable.

It is important that you provide a clear, succinct description of your goods and services. The list of classes and a detailed list of goods and services in each class can be viewed on IP Australia’s website at [www.ipaustralia.gov.au](http://www.ipaustralia.gov.au) (go to the ATMOSS trade marks search and click on the Classifications tab available there).

If you need further help, please contact the **Customer Service Centre** by email at [assist@ipaustralia.gov.au](mailto:assist@ipaustralia.gov.au) or during business hours on **1300 651 010**.

If you need more room to list the classes and your goods and/or services, please print them on an A4 sheet of paper and attach it to this form.

## 8 SERIES TRADE MARKS

A series application is made for two or more similar trade marks in the same application. However, not all similar trade marks will qualify as a series. In most cases, applicants with more than one trade mark to register will need to file multiple single-mark applications. Only in very limited circumstances will applicants be able to register an application for a series of trade marks. An application for a series is more costly with an additional fee charged at filing. If your series is found to be invalid, **this fee is not refundable**.

With narrow criteria and additional cost involved, *you should carefully consider whether your series of trade marks meets the requirements before filing the application*. If in doubt, consider filing multiple applications for single marks to ensure you secure your filing date for each trade mark.

*The Trade Marks ACT (1995)* sets very restricted criteria for what constitutes a valid series application. Trade marks can only form a valid series if the main feature of the trade marks closely resemble each other *and* that any differences between them are:

- a) statements or representations as to the goods or services that the trade mark is to be used upon, or
- b) statements or representations as to number, prices, quality or names of places, or
- c) the colour of any part of the trade marks

This means that even when trade marks appear very similar, if they have differences other than those listed in a), b), or c) above they will not form a valid series.

For example, similar marks will not form a valid series where the marks:

- are with and without spaces between words
- are with and without hyphenated words
- are with and without capital letters
- have different phonetic spellings
- have different positioning of identical elements within the mark
- have different fonts
- have different size ratios of representations

*(Please note the above list is not exhaustive but it is illustrative of the highly restricted criteria for a valid series.)*

To further illustrate, the following two trade marks vary only in font:

IDAK IDAK

If this example were filed, this would **not** be valid because the way in which they differ - the letter font - is not a difference mentioned in categories (a), (b) or (c). The applicant would have to delete one of the trade marks before the application could proceed, their series fee would not be refunded and they would lose the filing date for the mark that they deleted.

This particular example helps demonstrate that the range of trade marks that can qualify as series is narrow. Very few applicants will have a number of trade marks that vary in the ways specified. As such, series is **not** an option for undecided applicants to have a range of possible marks examined and reported on. Applications which are clearly not series will not receive a full report on registrability until the invalid series claim is resolved.

Example of a **valid** series of trade marks:

IDAK CLOTHING, IDAK FOOTWEAR, IDAK HEADGEAR

Class 25 claim for *Clothing, footwear, headgear*

In this example of a valid series, the trade marks resemble each other because the essential feature IDAK is common to each, and the words CLOTHING, FOOTWEAR, HEADGEAR are differences allowed under category (a) because they are statements as to the goods claimed.

## 9 SPECIAL KINDS OF SIGNS

A trade mark must be represented graphically. Where the sign is a shape, scent, sound or colour you need to give a clear description of the sign. If there is no other form of graphic representation of these kinds of trade marks, the description may also be used as the representation in section 4 of this form. Please indicate colour ONLY if you are applying for colour(s) as your trade mark.

### 10 OTHER THAN STANDARD TRADE MARKS

**Trade mark (standard)** - Most trade marks are standard trade marks. They distinguish the goods or services of one trader from the goods or services of any other trader. If your trade mark is not a standard trade mark and you are applying for a certification, collective or defensive trade mark, you need to complete this section.

**Certification trade mark** - This is a sign used to distinguish goods or services dealt with or provided in the course of trade and certified by the trade mark owner (or by another person approved by the owner) in relation to quality, accuracy or some other characteristic including origin, material or mode of manufacture. After examination of the application by the Trade Marks Office, the rules governing the use of a certification trade mark must be approved by the Australian Competition and Consumer Commission.

**Collective trade mark** - This is a sign used in the course of trade by members of an association. **The association may be a body corporate.** The trade mark cannot be assigned to a new owner at a future date.

**Defensive trade mark** - Such an application may be filed because a registered trade mark has become so well known in relation to some goods or services that its use by another trader in relation to other goods or services may be confusing to consumers. The owner is not required to use the trade mark on these goods or services. Evidence is required to support the application.

## 11 DIVISIONAL APPLICATION

Where an application for a trade mark has been made in Australia (referred to as the parent application), and that application is still pending, a divisional application may be made for the same trade mark in respect of some of the goods and/or services included in the parent application.

At the same time as you make the divisional application, you must also specify the goods and/or services that are to remain in the parent application. There is room on the application form to do this.

A valid divisional application is taken to have the filing date of the parent application on which it is based. If the parent application has a claim for convention priority, you must make that claim in the divisional application for the claim to be valid.

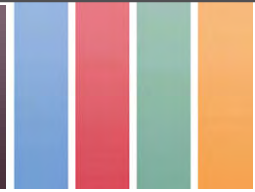
### Please Note:

- **The earliest date a trade mark can be registered is 7.5 months after an application is filed. This is to fulfill our international obligations to allow 6 months for applications to claim a priority date based on an overseas filing.**
- **Checklist provided on page 8 of this application form.**
- **Payment Form for credit cards, cheques and money orders is accessible online at: [www.ipaustralia.gov.au](http://www.ipaustralia.gov.au)**

# Application to Register a Trade Mark

Standard, certification, collective and defensive trade marks

Please note this is not an e-form



## \*4. Trade Mark

商標

Write or place a copy of your trade mark in the box.

Most trade marks contain words, letters, numbers or pictures / graphics or a combination of these things. If your trade mark is not one of these you should refer to **No.9. Special kinds of signs**

If your trade mark contains non-English words and/or foreign (non-Roman) characters complete **No. 6.**

条約に基づく優先権の詳細

## 5. Convention Priority Details

If you have filed an application for this trade mark, for some or all of the goods and/or services, in another convention country in the last six months, you may claim priority from the earlier application/s.

Country in which first filed	Date	Trade Mark No. <i>if available</i>

英語以外の言葉と外国語文字

## 6. Non-English Words and Foreign Characters

Complete (a) **ONLY** if your trade mark contains non-English word/s and/or (b) **ONLY** if your trade mark contains foreign (non-Roman) character/s

(a) I advise that the English translation of the  word/s

(eg GERMAN) (eg PFEIL)

appearing in the trade mark is

(eg ARROW)

(b) I advise that the  character/s  appearing in the trade mark

(eg CHINESE) (eg 喜樂)

may be transliterated as  which may be translated into English

(eg XI LE)

as

(eg JOY)

**\*7. Goods and/or services covered by this application**

Insert the class No. and then *list* the goods and/ or services for which you are seeking registration eg. Class No. 15 Violins, Class No. 25 Clothing, hats (If additional space is required please attach to the back of this form on an A4 sheet of paper)

If you need help deciding the class(es) or the goods or services for which you should apply, please contact IP Australia during business hours on 1300651 010 or at [www.ipaustralia.gov.au](http://www.ipaustralia.gov.au)

この出願でカバーする商品及び/又はサービス

 Add **追加**



**Additional Requirements**

Use this page ONLY to indicate you are applying for a series of trade marks, a sound, a scent, shape trade mark or a trade mark which consists of colour applied to the product or to the packaging, a divisional of a pending application, a certification, collective or defensive trade mark.

Please read the relevant instructions carefully before completing this section. You may ring IP Australia on 1300 651 010 for further information or consult a patent and trade mark attorney or solicitor experienced in trade mark matters.

**8. Series Details** Only *very minor* variations to a trade mark are permissible. Refer to page 3 for requirements of a valid series.

Indicate the number of trade marks in the series: [ ]

シリーズの詳細

- All trade marks in the series are in the box provided on page 5.
- All trade marks in the series are on an A4 sheet attached to the back of this application form.

**9. Special kinds of signs**

If you claim your trade mark is one of the following, please tick the appropriate box/boxes and include a description. (The trade mark may be a combination of more than one kind of sign and/or include words, letters, numbers or pictures.)

- Shape (3D)  Scent (Olfactory)  Sound  Colour (of product or packaging)

Description of the trade mark:-

特別な種類の標章  
形状（3D）、におい、音、色（製品又はパッケージ）

標準の商標以外

**10. Other than standard trade marks**

If after reading the instructions you consider your application falls into one of the following categories please indicate the type:

- Certification trade mark
- Collective trade mark
- Defensive trade mark - based on trade mark registration No. [ ]

**11. Divisional Details**

Please read carefully the information regarding divisional applications. If you are making a divisional application, please supply the following details:

Trade Mark number of parent Australian application  分割の詳細  Lodgement date of parent Australian Application

Convention priority details have been entered at Section 5

**Goods/Services (including the class number) to remain in the parent application**

Class No:	

Class No:	

Additional classes have been attached to back of form.

**CHECKLIST**

- Have you completed all the Customer Information?.....
- Have you attached your Trade Mark/s on page 5 or to the back of this form?
- Have you provided the goods and services to be covered by this application?
- Have you supplied any additional requirements, if relevant?.....
- Is a Payment Form and correct application fee attached?.....
- Have you attached any additional information to the form?.....

**Payment Methods:**

Credit Card, Money Orders or Cheque. Cash or EFTPOS if paying in person at an IP Lodgement Point.

**Payment and completed form can be submitted:**

By Fax for credit cards to our secure fax: 02 6283 7999

By Post for credit cards, money orders or cheques (made payable to IP Australia) to - IP Australia. PO Box 200, Woden, ACT, 2606.

At an IP Lodgement point in each state

各国・地域別新しいタイプの商標の調査結果一覧(資料)

		ドイツ	イギリス	オーストラリア	シンガポール	台湾	韓国	ペルー	チリ
法制度・運用									
(1)商標の定義		商標法第3条(識別性) 商標法第8条(写実的表現)	商標法第1条(写実的表示、識別性)	商標法第17条の規定 商標法第40条の規定	商標法第2条第1項の規定	商標法第18条の規定 商標法第19条の規定	商標法第2条の規定	アンデス共同体決定第486号第134条の規定	商標法第19条の規定
(2)出願要件	①商標の特定方法と権利範囲	商標法第8条 写実的に表現された商標表示。	商標法第1条 写実的に表現された商標表示。	商標法第40条 写実的に表現できることが法律上求められている。	出願商標が新しいタイプの商標である場合、保護を求める標章の写実的表現および詳細な説明は、精密であることを要する。	写実的に表現された商標の表示(商標図案)と当該商標図案を補完するための「見本」(音声ファイル、動画ファイル)及び/又は説明が必要である。	出願書の「商標の写実的表現」欄の記述により特定される。音声ファイルやにの標本では特定されない。	基本的に写実的に表現された商標表示(商標図案)により特定される。これは新しいタイプの商標のみならず通常商標も同様である。	音響商標は、商標名、写実的表示及び提出された商標見本(デジタル録音)によって特定される。
	②出願日認定	商標法第32条及び第33条 ①出願人を特定する情報 ②商標の写実的表現 ③指定商品・役務の特定 要旨変更を伴わない補正は出願日の繰り下げなし。	商標法第32条第2項及び第33条第1項 ①商標登録の願書 ②出願人の名称及び住所 ③商標登録を求める商品又はサービスの陳述 ④商標の表示	写実的表現と明確な説明によって商標を特定する。最も重要な要素は、書面による説明と商標の表現の組み合わせ。	商標法第5条 「写実的表現」の提出が必要。手続補正により写実的に表現された表示が提出された場合には、出願日は、その提出日となる(出願日の繰り下げ)。	商標法第19条 出願人、商標図案及び使用を指定する商品又は役務を明記した願書を商標主務官庁に出願することにより出願日が得られる。	商標法第9条第2項 以下の4項目の要件を満たす願書の提出により出願日が認定される。 ①商標登録の意志表示 ②出願人情報 ③商標の明確な写実的表示 ④商品区分、指定商品名	アンデス共同体決定第486号第140条 ①商標登録を受けたい旨の表示 ②出願人情報 ③商標の複製 ④指定商品又は役務の指定 ⑤知財庁への手数料支払証明	回答なし。
(3)登録要件	①識別性	商標法第3条「抽象的識別性」及び第8条に「具体的識別性」の規定があり、実務上、識別性に欠ける商標については、第8条を根拠に拒絶する。	商標法第3条「登録の絶対的登録拒絶理由」第1項(b)に「識別性を欠いている商標」の規定あり。通常の識別力の審査においては、「識別性」等に基づく異議申立てがなされない限り、当該商標の使用実績やセカンダリーミーニング獲得状況は考慮しない。	通常商標と新しいタイプの商標に適用される識別力の判断のテストに一般的な差異はない。	シンガポールにおいては、通常商標に関する判断基準と新しいタイプの商標に関する審査基準の間に違いはない。識別性についても同じテストが適用される。	新しいタイプの商標と通常商標とにおいて、識別性の決定に差異は生じない。新しいタイプの商標についての審査基準があり、識別性についての記載あり。	判断は通常商標と異なり、使用による識別力が必要とされる。審査基準第8条に、通常商標及び新しいタイプの商標の識別性に関する記載あり。	判断において通常商標との差異はない。	識別力・類否判断に関し、音の商標と通常商標とは異なる取扱いはない。
	②セカンダリーミーニング	商標法第8条第3パラグラフに規定あり。セカンダリーミーニング獲得の立証方法としてはアンケート結果が有用である。	商標法第3条但書の規定により、使用の結果、後発的に識別力を獲得した商標については例外的に商標登録を認めている。新しいタイプの商標は識別力が低いことから、使用によるセカンダリーミーニング獲得を立証することを求められる場合が多い。	識別力及び使用による識別力の獲得については、オーストラリア商標法第41条第5項と第6項に規定がある。セカンダリーミーニングの獲得は、オーストラリア国内での評判が重要である。	商標が、出願日前に、シンガポールの大衆の心理において、特定の取引者の商品又はサービスの出所として認識されるようになったことを示す証拠を提出しなければならない。	商標法第29条第2項に規定されており、全てのタイプの商標に適用される。セカンダリーミーニングを示すための証拠は、自国の関連する消費者が商品/サービスの出所を示すものとして認識していることを示さなければならない。	韓国における使用実績の証明が必要である。認められるための必要要件は相当期間の使用実績、指定商品の生産・販売量、広告の実施期間・回数等の証明などである。	使用による識別性獲得を立証する証拠に関する規定や基準はないが、過去の行政裁判において、市場占有率、使用による影響力・使用される地域の範囲・使用期間、宣伝・広告量等に関する証拠及び聞き取り調査結果が考慮された。	セカンダリーミーニングが認められる条件として、知的財産法に従い、国内市場における使用を通じて識別力を獲得するに至ることが挙げられる。この条件は通常商標と新しいタイプの商標共に適用される。
	③機能性の判断	商標法第3条第2項に規定されている。商標法第3条はすべてのタイプの商標に対応する。 判決例：2006年10月5日 TASTMARKE事件	商標法第3条第2項に規定されている。実務上、機能性の要件は、立体商標についてのみ審査する。	オーストラリア商標法には、機能性に関する直接の規定はない。特定者に商標の独占の妥当を審査官が判断し、独占適応性が無い場合、機能的な商標として取り扱われ、識別力なしとして登録を排除する。	機能的な商標の登録を排除する条文や審査基準は立体形状以外特になく、ホログラムが機能的であっても、通常の登録要件さえ満たしていれば商標となり得る。	商標法30条第1項第1号に規定されている。機能性は通常商標にとって判断基準でない。しかし、新しいタイプの商標にとって、機能性は通常審査される。	機能的な商標の登録を排除する条文として商標法第7条第1項第13号がある。また、審査基準27条に機能的な商標に関する規定が示されている。	アンデス共同体決定第486号第135条(d)に規定されている。立体商標として保護される位置商標やトレードドレスは、この拒絶理由に該当して拒絶される可能性がある。	音の商標について、機能的な商標に関する情報、判例はない。
	④類否判断	商標法第9条第1パラグラフに規定あり。この規定は全てのタイプの商標に適用される。類否判断は通常審査段階では審査されず、異議申立があった場合に審査官により判断される。	商標法第5条に規定あり。新しいタイプの商標の類否判断は、通常商標と同じく、商標同士の外観・称呼・観念を比較し、全体の印象をもとに判断する。	商標法第44条第1項(b)及び第2項(a)に規定されている。通常商標と新しいタイプの商標とに適用される類比判断のテストに差異はない。	商標法第8条に規定されている。通常商標に関する判断基準と新しいタイプの商標に関する審査基準の間に違いはない。	商標法第30条第1項に規定されている。通常商標と新しいタイプの商標において、類否性の判断に差異は生じない。	商標法第7条第1項第7号に規定がある。通常商標と新しいタイプの商標とで原則としてクロスサーチは行わない。	新しいタイプの商標は、通常商標のようなデータベースが存在しないため、担当審査官が全ての先行登録商標と出願商標との類否判断を個別に行う。	類否判断に関し、通常商標と新しいタイプの商標とは異なる取扱いはない。
(4)他の権利との調整	商標法第13条第2パラグラフに調整規定あり。他人の周知な著作物を商標出願した場合は「不正目的」出願であるとして絶対的拒絶理由(商標法第8条(2))で拒絶されるだろう。	商標法第5条第4項に規定されている。他の権利の権利者(例えば著作権法第5条第4項(b)を根拠に)から異議申し立てされた場合、審査されることになる。	誤認混同に基づく理由を含め、多くの理由で拒絶査定となる。出願人が著作権を持っていない場合、出願人はその商標の所有者でないとの理由により拒絶理由が発せられる。	他人の歌詞等を用いた楽曲など、明らかに著作権を侵害していると思われる音の商標や動きの商標については、シンガポール商標法第8条第7項(b)に基づき拒絶される。	著作権、意匠権等他の権利との調整規定がある(商標法第30条第15号)。	商標法第53条に規定されている。商標に他人の著作権が含まれている場合、通常商標と同様に審査段階では他人の著作権を考慮しないが、商標法第53条により規制される。	アンデス共同体決定486号第136条(f)において、他人の著作権等知的財産権を侵害する商標については、当該他人から同意を得ない限り、登録をすることが出来ない。	音の商標が他人の歌詞等を用いた楽曲など、明らかに著作権を侵害していると思われる場合は、その出願は他人の著作権のとの混同を理由に拒絶される。公開された音商標に他人の著作権との問題が発生した場合、著作権者は当該商標にたいして異議申立できる。	
運用									
(5)出願受付	①電子出願の願書様式、添付資料(電子ファイルの型式と容量制限) ②書面出願の願書様式、添付資料	願書様式は、電子出願と書面出願で共通に使用できる。 音声ファイル形式：WAVEもしくはMP3、走査周波数44.1kHz以上、解像度16ビット、容量制限は音の場合1MB。	電子出願はUKIPOのウェブサイトにおいて、オンラインで出願を行う。 書面出願は願書様式TM3を用いる。	願書様式は書面出願及び電子出願の双方で使用される。 添付資料の容量制限は特でない。	電子出願は、ウェブページにおいてオンライン出願を行う。書面出願は様式TM4を使用する。当該様式は通常商標及び新しいタイプの商標双方で使用される。	電子出願と書面出願の願書形式は同一である。 電子ファイルの形式は以下のとおり。 音声：WAVE方式(MP3は不可) 動き：MPEG、AVIファイル	出願願書様式は第4書式。当該様式は電子出願及び書面出願双方で使用できる。音ファイルは、MP3,WAV,WMAの形態で、容量制限は3MB以内である。	新しいタイプの商標の出願様式は、通常商標の出願様式と同じである。電子データファイルの容量制限はない。	願書様式は書面出願及び電子出願双方で利用できる。電子出願は、インターネットを用いたオンライン出願及びCD-ROM及び磁気ディスクによる出願が認められている。

		ドイツ	イギリス	オーストラリア	シンガポール	台湾	韓国	ペルー	チリ
	③願書の補正:補正許容範囲、補正があった場合の出願日	原則として、出願後の商標の変更は不可。商標の表現が様式に合致しない場合は追加シートの提出が必要である。写実的表現の補正は不可。出願後に許容される補正は原則として指定商品・役務の減縮補正のみ。	電子ファイル等を出願日の後、補正、追完可能。指定商品・役務の限縮補正は認められる。出願時に「写実的表現」要件が満たされていない場合、拒絶理由通知等で補正の要請を受け、これに従って補正すると、出願日は補正提出日に繰り下がる。	商標見本か商標の説明のいずれかが提出されている場合には、出願日は認定されるが、出願日以後に説明を付加する補正は要件が厳しいため、そのような出願は拒絶になる可能性が高い。	出願後に認められる補正は以下のとおり。 (1) 明らかなミスの訂正 (2) 同一性または重大な特徴に大きな影響を与えない場合。	補正は商標の同一性に実質的に影響を与えず、又は対象である商品又はサービスを拡大しない場合に限られる。	最初の商標出願の要旨を変更しない範囲内で指定商品及び商標を補正することができる。	審査期間中いつでも、商標について重要な変更を加えるような補正、あるいは指定商品または役務を拡大する補正を除いて、補正を行うことが可能である（アンデス共同体決定第486号第144条）。	出願の補正は査定通知の受領前までに実施することができる（例えば、商標のタイプ）。さらに、指定商品及びサービスの減縮はいつでも可能である。
	④商標見本・においの標本、音声ファイルの保管方法・ホログラムの現物が見本として提出された場合の扱い	電子データメディア（CD等）は、出願の袋袋の中に保管される。	音声ファイルは出願の包装に物理的に保管しておくのみにおい商標の標本は保管方法についての定めもない。	「におい」、「音」、「ホログラム」商標については商標の見本は要求されない。	登録簿が電子的であることから、現物（ホログラム、匂いの標本、音声ファイル等）が見本として提出されたとしても保存しない。	音商標はWAVE形式の音声ファイルを保存媒体（CD等）に保存して提出。台湾知財庁のウェブサイトにて聴取できる。	願書の「視覚的表現」の欄で商標の特徴を説明すると共に音声ファイル、においサンプル、5枚以内の画像データを提出する。	音商標は、オーディオファイル形式（CD形式が一般的）で商標の複製の提出が必要である。商標局のコンピュータデータベースに保存される。	回答なし。
(6)方式・実体審査	①商標見本と説明文の整合性審査	説明と見本とが不一致の場合、出願人へその旨通知し、是正を求められる。	商標見本と説明文が不一致の場合、拒絶理由が通知され、是正を求める。是正された場合、原則として、是正された日が出願日になる。	不一致がある場合、審査時に拒絶理由通知が出される。不一致が小さい場合は、一致させるための補正は認められる。	不一致の場合、補正を要求される。商標の詳細な記述及び文書による説明の補正は要旨を変更するものであってはならず、許容される補正の範囲は極めて軽微なものに限られる。	不一致場合は、商標図案に合わせる補正は可能である。	整合していない場合は、出願書の要旨を変更しない範囲での補正が可能である。	公報掲載のために簡単な説明を記載する必要があるものの、説明文に不備があったとしても、拒絶理由あるいは補正命令の対象とはならない。	商標見本と提出された音声ファイルが異なっていた場合は、オフィスアクションを発行し、出願人に対し補正命令の解除を要求する。
	②審査体制:新商標専門の審査官による審査体制か	新しいタイプの商標専門の審査官は存在せず、通常の商標と同様に、指定商品・役務別に担当分けされた審査官が審査を行う。	専門の審査官はいない。必要に応じて、特許の審査に「機能性」等の質問を行うことはある。	専門の審査官はいない。新しいタイプの商標に対する専門知識が必要な場合には、その道の専門家に依頼するシステムがある。	新しいタイプの商標を担当する決まった審査官のグループは存在しない。	専門の審査官はいない。審査官が方式・実体審査の両方を行っている。	新しいタイプの商標の審査のため、別途審査官を選定している。	専門の審査官はいない。音商標の方式審査にあたっては音楽大学などに判断を依頼する。	音の商標の為の専門審査官はいない。また、音の商標に関し、業務の外部委託は行っていない。
	③審査手法	通常商標の審査と同様に、商標法および商標規則に則って、識別力や類否判断の審査を行う。その判断基準も通常の商標に関するものと同じである。	通常商標の審査と変わらない。			類似の判断について、音と文字、動きと静止図形、などクロスサーチを行う。それぞれ出願された商標図案に基づいてコード番号を付し、それに基づいてクロスサーチが行えるシステムである。	通常商標と差異はない。音・においについては、他のタイプの商標との間でのクロスサーチは行わない。	方式審査において、写実的表現と音声ファイルが一致するかの確認については、国立音楽学校、ペルーカトリック大学の音楽科に判断依頼することができる。	
	・類否判断に使用している検索の具体的手法及び検索キーの種類	一般的に、全体観察で類否判断を行う。図形商標調査に関してはウィーン分類（ウェブサイトあり）を使用する。	特別な類否判断用検索手法や検索キー及び識別力を判断するための検索ツールもない。	通常商標と一体となった検索システムを利用。	検索システムは、検索タームとして商標のタイプを選択することにより類似商標の検索を実施する。「検索キーワード」の入力は不要。	類否判断に使用している検索の具体的手法及び検索キーの種類の詳細は「5-2.各国別調査結果・台湾編」(7)方式・実体審査の欄を参照。		新しいタイプの商標に関するデータベースがないため、先行商標との類否判断では、登録された全ての商標と出願商標との類否判断を審査官がデータベースを用いずに行う。	
	・識別力を判断するための検索ツール	辞書・技術用語辞典・インターネット等である。		通常商標と同様にその商品・サービスに関連した刊物と、インターネットサイトで検索を行う。民間データサービスも利用。		Google 及びYahooは、審査官が通常新しいタイプの商標の識別性を決定するために使用するサーチツールである。			
	・新商標に関するデータベース蓄積と管理方法			通常商標と同じ。	新しいタイプの商標に関するデータ、あるいはその審査に関するやり取りを蓄積・管理していない。				データベース蓄積については、CD、DVDやアナログメディアで保管している。商標局ではMP3とWAVE形式を受け入れている。
	④検索システム	審査官は、異なる種類のデータベース、辞書、参考資料、専門家の文献又は技術出版物を使用する。	通常商標と同じである。	検索システムは、通常商標用のものと一体となっており、審査官用・ユーザ用それぞれ存在している。		台湾知的財産局・WEBサイトに商標検索システムがある。「音」、「色彩商標」、「立体」商標の専用検索項目がある。	韓国特許庁が提供しているデータベース及び民間企業のデータベースにより通常商標と同様に調査を行うことができる。		審査のために特別に導入したソフトウェアや機器はない。
	⑤審査資料	通常商標と同じ。	通常商標と同じである。			新しいタイプの商標について特別な扱いは特にしていない。			「5-2.各国別調査結果・チリ編」(7)方式・実体審査の欄を参照。
⑥拒絶理由	拒絶理由通知をオンラインデータベースで閲覧することはできない。	通常商標と同じだが、新しいタイプの商標は「写実的表現でない」、「識別力がない」等の拒絶理由が発せられる。		絶対的拒絶理由及び相対的拒絶理由について審査が行われる。	拒絶理由を通知する方法は通常商標との差異なし。引用商標の登録番号が確認され、拒絶の理由によりオフィスアクションが開始される。	絶対的拒絶理由及び相対的拒絶理由について審査が行われる。	絶対的拒絶理由及び相対的拒絶理由について審査が行われる。	商標見本と提出された音声ファイルが異なっていた場合は、オフィスアクションを発行し、出願人に対し上記の不一致を解消するよう要求する。	
⑦拒絶事例	「5-2.各国別調査結果・ドイツ編」(7)方式・実体審査の欄を参照。	「5-2.各国別調査結果・イギリス編」(7)方式・実体審査の欄を参照。		「5-2.各国別調査結果・シンガポール編」(7)方式・実体審査の欄を参照。	「5-2.各国別調査結果・台湾編」(7)方式・実体審査の欄を参照。	音・におい商標は2012年3月15日から施行されているため、まだ具体的拒絶例はない。	「5-2.各国別調査結果・ペルー編」(7)方式・実体審査の欄を参照。	公開時に写実的な記述がなかったことにより拒絶された例（出願番号第715103号及び第715104号）。写実的な記述を提出しないことを理由に拒絶理由を受けたが、出願を取り下げた出願がある（出願番号第932228号）。	
⑧異議申立		色商標や音商標については識別力の欠如を理由に、立体商標やトレードドレス等については、機能性要件を根拠に第三者から異議申立が多い。		異議申立について提出する証拠の形式については特別なルールは存在しない。	証拠提出の方法と証拠様式について特別な規定はない。補正の可否、補正の提出方式についての特別な規定はない。	証拠提出の方法と証拠様式について別段の規定はない。補正の可否、補正の提出方式については通常商標と同様。	利害関係人は公開日から30日以内に異議申立てをすることができる（アンデス共同体決定第486号第147条）。	音の商標に対する異議申立・審判において、証拠の形態及びその提出方法については、特段の規則はない。	

		ドイツ	イギリス	オーストラリア	シンガポール	台湾	韓国	ペルー	チリ
(7)登録	①権利範囲 ②登録証記載事項	権利範囲は原則として商標の写実的表現のみによって決定。登録証の記載事項は通常商標の場合と同一である。	権利範囲は、商標の写実的表現のみによって決定。登録証の記載事項は、通常商標の場合と同一である。	「5-2.各国別調査結果・オーストラリア編」の添付資料(登録証)を参照。	権利範囲は、色彩商標を除いて、当該商標の詳細な記述による明瞭な表示及び詳細な文書による説明によって定められる登録証記載事項は、商標分類、商品又はサービス、商標の詳細な記述による明瞭な表示である。	商標図案(商標の写実的表示)に基づいて定められる。登録証は「5-2.各国別調査結果・台湾編」添付資料を参照。	権利範囲は商標登録出願書に記載した商標の表示により定められる。	権利範囲は、文字商標を除き、出願時に提出された商標の複製(アンデス共同体決定第486号第138条(b))により決定。登録証の記載事項は「出願人」「区分」「写実的表現による表示」等である。	音の商標の権利範囲は、名称、写実的な記述、指定商品と指定役務、そして提出されたデジタルデータによる見本で決定。登録証は「5-2.各国別調査結果・チリ編」の添付資料を参照。
(8)証明・閲覧	①音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法 ②原簿の認証謄本	出願包袋の閲覧により電子ファイルも入手できる。	音声ファイル、動画ファイルの閲覧・聴取できるシステムはない。原簿の認証謄本(様式、商標見本)は通常商標と同様。	音声ファイルや、動画ファイルは商標庁のウェブサイトで見聴・閲覧することが可能である。	音声ファイル、動画ファイルの閲覧方法は特に定められていない。	音声ファイルの閲覧が可能。閲覧はオンライン官報のウェブサイトからダウンロード可能である。必要な場合は音声ファイルの閲覧を請求することができる。	音声ファイル及び静止画面イメージファイル(JPG)はKIPRISデータ(日本のIPDLのようなもの)にて閲覧できる。動画ファイル、におい標本は韓国知財庁に閲覧申請しなければならない。	音声ファイル、動画ファイルの閲覧は、ペルー知財庁の施設に行き、見本の閲覧、視聴をする必要がある。	チリ特許庁のデータベースから閲覧が可能である。
(9)公報・情報提供	①公報・種別(登録公報、公開公報) ・公報の仕様 ・新商標に係る公報発行の注意点(何かあれば) ②情報提供	登録公報は電子公報としてtrade mark journalで公表される。公報の掲載事項は原則として通常商標と同じ。	登録公報はUKIPOのウェブサイトにおいてtrade mark journalで公表される。公報の掲載事項は通常商標と同様。	登録公報はオーストラリア知財庁のウェブサイト上でPDFフォーマットの電子ジャーナルで発行される。音やにおいといった視覚で認識できない商標については、商標の説明文とendorsementを公報に掲載することで対応している。	異議申立のために発行される登録公報と発行された登録公報の変更公報とがあり、シンガポール知財庁のウェブサイトにおいてTrade Marks eJournalに掲載される。	登録公報は紙及び電子形式の両方ある。しかし、紙公報は、もはや2012年7月1日から発行されない。公報以外の情報提供として、台湾知財庁のウェブサイトからコンピュータ検索が可能である。検索されたファイルには音声ファイル、画像ファイルが含まれており、視聴することができる。	韓国知財庁のウェブサイトにて発行される。添付されている音声ファイルも聴取することができる。公報以外の情報提供については、韓国知財庁が提供しているデータベース(KIPRIS)及び民間企業のデータベースにより通常の商標と同様に調査を行うことができる。	登録公報は日刊紙「El Peruano(エル・ペルアノ)」に掲載されるとともに、インターネット版「El Peruano」にも公報掲載事項がアップロードされる。公報以外での新しいタイプの商標に関する情報提供は行われていない。	登録公報は書面とデジタルの両様式がある。公報に掲載される内容は、「出願番号」「出願人氏名又は名称及び国名」「種別」「商標」「国際分類」「写実的な記述」である。
(10)統計	・今後の出願件数をどのように予想しているか。	回答なし。	現状全商標出願件数に対する新しいタイプの商標の占める割合は0.2%に満たず、今後も出願の増加は期待できない。	回答なし。	回答なし。	今後の出願件数の予測は、これまで調査をしておらず、予測できない。	音の商標の出願件数は徐々に増えると思うが、においの商標の出願件数はそれほど多くはないと予想される。	回答なし。	立体商標制度の導入により、出願人の関心は増加するのではないかと考えられる。
(11)審判	①審判における証拠の形態およびその提出方法について特徴的な規則の有無と内容 ②識別力や類否について審判や裁判で新たな判断が示された場合、その結果は、どのように審査にフィードバックされるか	証拠の形態および提出方法は通常商標の場合と差異はない。	①について、不使用取り消しに関して「商標の使用には、商標が登録された際の形態における商標の識別性を変更をしない要素についての異なる形態による使用が含まれる」との規定がされている(商標法第46条第2項)。 ②については、先述のDysonの判決を受けて、Practice Amendment Notice PAN 7/07Gが2007年7月20日に出されており、ここで第3条第1項(a)「写実的表現」の要件について、詳細なガイドラインを規定している。	識別力や類否について裁判所の判決によって新たな判断が示された場合、審査のプラクティスはそれに従って更新されることとなる。	①について、商標法22第2条「不使用取消の判断において、当該商標の使用は、登録された形での当該商標の顕著な特徴を変えないものの、要素においては異なる使用が含まれる」との規定あり。	審判や裁判の決定が貴重、かつ確立された意見の場合は、審査実務は、当該決定に従うように修正される。	①については、通常商標と差異はない。 ②については、「音」「におい」の商標は2012年3月15日から施行されているため、審査例はもとより、審査例や裁判例がまだ出ていない。	新しいタイプの商標についての審査基準などは特に整備されておらず、様式等については出願があつてからその都度対応を行う予定との状況であるため、現時点において特に特徴的な規則はない。行政裁判所による決定は、一部例外的な事例を除いて審査に拘束力はない。	裁判所の決定は、当該事件のみを拘束するものであるため、別の事件について審査官は裁判所と同じ判断をする必要はない。
(13)侵害	・侵害事例の紹介(現地法律事務所等より情報提供があつた場合)	新しいタイプの商標に関する侵害事例は回答なし。	回答なし。	回答なし。	新しいタイプの商標の保護開始により、商標権者はその商標の権利行使がより容易になった。従来、そのような商標の権利者はコン・ロー上の不法行為であるパッシング・オフに頼る必要があつたが、その救済は困難であつた。	回答なし。	回答なし。	ペルーでは、現在までに新しいタイプの商標に関する侵害事例はない。	回答なし。