

Fukami Patent Office, P.C.

NEWS LETTER



vol. 18

特許業務法人 深見特許事務所 ニュースレター

July 2020



知的財産権に関する情報

政府・特許庁関連情報

- 物品に記録・表示されていない画像や、建築物の外観・内装のデザインを保護対象に新たに追加する改正意匠法が2020年4月1日から施行された。同改正法においては、関連意匠制度の見直しや意匠権の存続期間の変更による意匠の保護拡充も併せて図られる。

(2020年4月 特許庁)

- 現行の審査基準における立体商標の項を整理・改定することにより、店舗の外観・内装に係る立体商標も商標法により適切に保護がなされることになった。改訂された商標審査基準は2020年4月1日以降の出願に適用される。

(2020年3月 特許庁)

- 新型コロナウイルス感染症に伴う遠隔授業等のニーズに対応するため、2018年の著作権法改正で創設された「授業目的公衆送信補償金制度」が当初の予定を早め、2020年4月28日に施行された。授業における資料のインターネット送信は、従来は個別に権利者の許諾を得る必要があったが、本制度の施行により個別の許諾を要することなく様々な著作物をより円滑に利用できるようになった。

(2020年4月 文化庁)

判例その他

- 日本音楽著作権協会(JASRAC)が全国の音楽教室から指導時の楽曲演奏に関して著作権使用料を徴収する方針を決めたことに対し、音楽教室を運営する約250事業者らがJASRACに請求権がないことの確認を求めた訴訟の判決が2020年2月28日、東京地裁であった。裁判所は音楽教室側の請求を退け、「著作権使用料は徴収できる」との判断を示した。なお、音楽教室側は判決を不服として3月4日付で知的財産高等裁判所に控訴を提起した。

(2020年2月28日 東京地裁判決)

- 知財高裁は、2020年2月28日に、特許法102条1項に基づく損害額を4億4006万円と認定する大合議判決を言い渡した。本判決では、「侵害行為がなければ販売することができた物」として、侵害品と市場において競合関係に立つ特許権者等の製品であれば足りるなどと判示した。

(令和元年(※)第10003号 知財高裁判決)

企業情報

- 新型コロナウイルスの診断・治療技術の開発を後押しするため、トヨタ自動車、キヤノン、日産自動車、ホンダなど約20社が日本及び外国で所有する特許等知的財産を無償で開放することが明らかになった。対象となる特許は数十万件に達するとみられる。

(2020年4月30日 日本経済新聞)

Intellectual Property Rights

Government and Patent Office Related Information

- The amended Design Act came into force on April 1, 2020 to expand protection to graphic images which are not recorded or displayed on articles, building designs, and interior designs. This act also aims to review the related design system and expand protection of designs through change of duration of design rights.

(JPO, April 2020)

- Rearrangement and revision of the provisions regarding three-dimensional trademarks in the current examination guideline led to a determination that building designs and interior designs of stores shall be protected appropriately by the Trademark Act. The amended Examination Guidelines for Design shall be applied to the applications on and after April 1, 2020.

(JPO, March 2020)

- In order to meet the need for remote classes associated with COVID-19, "Compensation System for Public Transmission for Educational Purposes" created in the amendment to the Copyright Act in 2018 came into force on April 28, 2020 earlier than originally scheduled. Although the transmission of course materials over the internet has conventionally required the permission of the individual right holder, the enforcement of this system has enabled a smoother use of various works without individual permission.

(Agency for Cultural Affairs, April 2020)

Cases and Others

- In regard to the decision by the Japanese Society for Rights of Authors, Composers and Publishers (JASRAC) to collect copyright fees for songs played in lessons from music schools across Japan, on February 28, 2020, the Tokyo District Court delivered a decision on an action filed by about 250 music school operators, which sought the confirmation that JASRAC had no right to claim such fees. The court dismissed the claims from the music schools and ruled that "copyright fees can be charged". In response, the music schools appealed to the Intellectual Property High Court on March 4 against this ruling.

(Decision of Tokyo District Court, February 28, 2020)

- The Intellectual Property High Court delivered on February 28, 2020 a decision by the Grand Panel to award damages the amount of 440,600,000 yen under Paragraph 1 of Article 102 of the Patent Act. The ruling held that the products of the patentees which compete with the infringing products in the market shall suffice as "the products that the patentee or exclusive licensee could have sold if there had been no infringement".

(Intellectual Property High Court, Reiwa Gannen (Ne) 10003)

Business Information

- It has become known that with the aim of supporting the development of diagnoses and therapeutic techniques for COVID-19, about 20 companies, including Toyota Motor Company, Canon Inc., Nissan Motor Co., Ltd., and Honda Motor Co., Ltd., would make some of their intellectual properties including patents open to the public free of charge. The patents encompassed will number hundreds of thousands.

(Nihon Keizai Shimbun, April 30, 2020)

Contents

vol. 18
July 2020

【表紙の写真】

発明特許制度ノ起源及発達

清瀬一郎の、京都帝国大学への法学博士学位請求論文を書籍にしたものです。御子息の信次郎氏が、伝記の作成に代えて1970(昭和45)年限定出版したもので、貴重書と言ってよいでしょう。清瀬一郎は弁護士、衆議院議員、極東国際軍事裁判弁護団員、文部大臣、衆議院議長を歴任しましたが、その専門とするところは、特許法にありました。

【Photograph on Cover Page】

Origin and Evolution of Invention Patent System

The photograph on the cover page is of a book by Ichiro Kiyose, which was based on his juris doctoral dissertation from Kyoto Imperial University. This was a private publication by his son, Shinjiro, in 1970 in lieu of writing a biography of his father and can be considered as a work of considerable value. Ichiro Kiyose, who specialized in patent law, held various posts during his illustrious career, including attorney, Member of the House of Representatives, member of Japan's legal defense team during the Tokyo War Crimes Tribunal for the Far East, Minister of Education, and finally the Speaker of the House of Representative of Japan.



目次

◎トピックス Topics

- 02 知的財産権に関する情報
Intellectual Property Rights

◎緒言 Preface

- 04 高品質日本の歴史体験
石井 正
Japan's Historical Experience Achieved High Quality Standards
Tadashi ISHII

◎所説 Opinion

- 06 知財訴訟と弁理士
副所長・機械第2部 部長／荒川 伸夫
Intellectual Property Litigation and Patent Attorneys
Vice-President / Divisional Manager, 2nd Mechanical Division / Nobuo ARAKAWA

◎論説 Article

- 08 令和元年意匠法改正の概要と意匠出願戦略
意匠部 副部長・機械第1部 副部長／土谷 和之
意匠部 上席・機械第1部 上席／綿本 肇
Overview of the 2019 Revision of the Design Act and Design Application Strategies
Deputy Divisional Manager, Design Division / 1st Mechanical Division / Kazuyuki TSUCHIYA
Senior Associate, Design Division / 1st Mechanical Division / Hajime WATAMOTO

- 15 短期間の使用により識別力を獲得した
欧文字2字の商標「EQ」
—— 知財高判令和元年7月3日 平成31(行ケ)10004 EQ 事件 ——
商標法律部／石井 康太郎
"EQ" - A trademark consisting of two roman alphabetical letters that has
acquired distinctiveness through short-term use
—— Judgement rendered by the Intellectual Property High Court on July 3, 2019 for Case
No. 2019 (Gyoke) 10004, or the "EQ" Case ——
Trademark / Law Division / Kotaro ISHII

◎随筆 Essay

- 22 利き手の変更
外内特許グループ／高田 寛子

Travel is a gold mine of information

2nd Electrical / Information Division / Satoshi ITAYA

- 23 ときめきみつけた
商標法律グループ／山口 陽子

Swim Class

Clerk, Foreign Cases / Uiko OKUDA

◎解説 Explanation

- 24 Effective Business Letter Writing
Barrister & Solicitor / Gerald Thomas

◎DATA

- 25 所属弁理士一覧
Patent Attorney Profiles

高品質日本の歴史体験

Japan's Historical Experience Achieved High Quality Standards

石井 正

Tadashi ISHII

高い日本製品の品質

先日テレビで、1 台の日本製大型SUV車が中東の砂漠地帯において 15 年以上にわたり、しっかりと走り回っていること、走行距離は 20 万キロを超えていることを放映していました。人々の日本製品に対する信頼は想像を超えるものがあるとのことでした。大型機械から超小型機器まで、また電気製品あるいは事務機器等、とにかく高品質であることは知れ渡っています。今回は製糸業の品質向上のための歴史体験をご紹介します。

国を支える製糸業

製糸とは、繭から糸を引き出し、それを絹糸にするプロセスなのですが、長い歴史があり、江戸時代には多くの農家で行われていました。それが一挙に脚光を浴びたのが幕末から明治の初めの頃でした。当時、欧州では蚕の病気が蔓延していて絹糸不足が深刻でした。米国では女性の絹ストッキングが流行していて絹糸の需要が高まっていた時でもありました。そこへ低価格の日本の絹糸が登場したわけで、大歓迎されたのです。絹糸は、開国近代日本へと変わっていく国を支えています。なにしろ全農地の一割を桑園が占め、四割の農家が養蚕に関わり、輸出額のおよそ四割を絹糸が占めていたのです。しかし問題がありました。日本製絹糸の品質です。欧州、米国からは品質が劣弱であると常に指摘されたのです。

器械製糸の導入

江戸時代までは座繰り製糸法で、片手で蚕から糸を引き出し、別の手で枠車を回転させ、その糸を巻き取るという方式でした。農家の副業で行うのですから、生産性も低く、低品質でした。そこで西欧の先進製糸技術を導入することとし、それを実現したのが富岡製糸場でした。フランス人のブリューナが中心になって建設しました。工場はレンガ造り、300 釜が並び、枠の回転は蒸気機関によるというものでした。この技術を参考として、より低コストの器械製糸工場が続々と作られていきました。レンガ造りは木造に、蒸気機関は水力に、鉄製は木製に代えて普及していったのです。これによりとにかく大量に輸出できるだけの製糸産業となったのですが、なお品質問題は残りました。海外からの日本の絹の低品質問題指摘にどのように対処するか。

High-Quality Japanese Products

The other day, I watched a TV program showing that one Japanese-made large-size SUV vehicle ran over 200,000 km across the desert in the Middle East for over 15 years. According to the TV program, Japanese products are unimaginably highly trusted by people. It has been widely known that there are a variety of high-quality Japanese products ranging from large machines to ultra-small machines including electrical appliances, office equipment and the like. The following introduces the historical experience acquired in Japan to achieve quality improvement in the silk industry.

Silk Industry Supported Japan

Silk reeling is the process of drawing fibers from cocoons and twisting the fibers into silk threads. Silk reeling, which has a long history, was carried out in many farm households in the Edo period, and then was suddenly spotlighted at the end of the Edo period to the beginning of the Meiji period. In those days, Europe faced a serious shortage of silk thread due to the spread of silkworm disease. Also, in the U.S., the demand for silk thread grew as silk stockings for women were in vogue. The timely appearance of low-cost Japanese silk thread was highly welcomed. Thus, silk thread became the product to support Japan for opening to the West and starting to transform it into a modern nation. At that time in Japan, ten percent of the agricultural lands were mulberry plantations, forty percent of the farm households were involved in sericulture, and forty percent of the value of Japan's exports came from silk thread. There was one problem however, about silk thread made in Japan. Europe and the U.S. were always complaining that Japanese silk thread had poor quality.

Introduction of Silk Reeling Machine

Until the Edo period, silk thread was produced by hand reeling. In the hand reeling process, fibers are drawn from cocoons with one hand and reeled around a spool while rotating a spindle with the other hand. Such a process was done as a second job by farmers, which resulted in low productivity and low quality. Thus, Japan introduced western advanced silk reeling technology and embodied it as the Tomioka Silk Mill, which was constructed with the cooperation of a French silk technician, Paul Brunat. Tomioka Silk Mill was built with bricks and equipped with 300 reeling basins. The spindles were rotated with a steam engine. Based on the technology used in the Tomioka Silk Mill, silk-reeling plants were built one after another at lower cost and became widespread while replacing wooden buildings with brick buildings, replacing hydropower with steam engines, and replacing wooden components with iron



富岡製糸場内部(画像提供：富岡市)

再繰法と全数管理

製糸は、繭から糸を引き出し、数本の糸を捻り絹糸にするのですが、巻いた絹糸を再度、巻き直しする方式が再繰法です。この再繰法を日本は実施しました。欧州の製糸法では、巻き直しはしないので、これは日本独自です。手間は掛かるものの、絹糸の品質は格段に向上しました。富岡製糸場では、ブリューナは欧州方式を主張したようなのですが、現場は再繰法を主張しました。この再繰法が品質向上を目的に日本全国に広がっていったのです。再繰法にはもう一つ大きなメリットがありました。各地の製糸工場では、製糸工女の個人別の品質と生産性の評価を行うために「個人別糸歩成績表」を作成し、その結果に応じて日給額を決めていました。最低の 50 級で日給 25 銭、それが 10 級ともなれば日給 75 銭となるのです。品質向上には大きなインセンティブとなったのですが、その成績評価のためには、全数検査が欠かせません。再繰法であれば、巻き直しの時にその検査が行えるのです。

さらなる品質向上を目指して

再繰法の採用と品質評価の導入により日本製の絹の品質は極めて高いものとなっていきました。しかしそれにも限界がありました。その限界を超えるには、繰糸速度を遅くすることです。ただ生産性が下がります。そこで発明されたのが多条繰糸機であり、自動的に製糸する自動繰糸機でした。

それだけではありません。最終製品である絹糸の品質向上を目的に、日本全国の養蚕農家が蚕の品種改良に関わり、組合を作って養蚕・製糸技術の改良に努力していったのです。それは、品質を高めなければ国際社会では認められないことを国全体として認識していった歴史経験でありました。高品質日本の遺伝子をそこに見出すことができます。

components. This resulted in a silk industry allowing mass production of silk thread for export, but the problem of low quality still remained. How then, did the Japanese silk industry deal with the quality problem of silk thread pointed out by foreign countries?

Re-Reeling and Complete Enumeration

Silk reeling is to produce silk threads by drawing fibers from cocoons and twisting several fibers into a thread. There is a re-reeling method of again reeling the thread wound around a spool, which was adopted in Japan as its original technique and not employed in Europe. Re-reeling required time and effort but significantly improved the quality of silk thread. Although Paul Brunat recommended to employ the silk reeling technique used in Europe, the Japanese working in the Tomioka Silk Mill chose re-reeling. This re-reeling technique was spread throughout Japan for the purpose of improving the quality of silk thread. Re-reeling had another big advantage as follows. In the silk mills around Japan, "Personal Record about Raw Silk Percentage" was set for evaluating the product quality and the productivity for each female textile worker. According to the records, the daily wages of the female textile workers were set at each level. For example, the daily wage at the lowest level of 50, was 25 sen (1/100 of Japanese yen), and at the higher level of 10, was 75 sen. This evaluation system gave powerful incentives to the workers to improve the quality of their work. Such level evaluations imperatively required one hundred percent inspection. The re-reeling method allowed such an inspection while the workers were reeling silk threads again.

For Aiming at Further Quality Improvement

The re-reeling method and quality evaluation allowed high quality Japanese silk, but the improvement was still limited. Further improvement required slowing the reeling speed, which entailed lower productivity. This led to the inventions of a multi-end reeling machine and a reeling machine that allowed automatic reeling.

In addition, for the purpose of improving the quality of silk thread as a final product, silk farmers throughout Japan became involved in improvement in the breeding of silkworms and formed guilds in an effort to improve the silkworm breeding and silk reeling technologies. This was Japan's historical experience having recognized throughout the country that Japanese products could not be internationally trusted without improved quality. From this history, we can find the origin of Japan's achievement of high-quality standards.

・清川雪彦(2009)「近代製糸技術とアジア 技術導入の比較経済史」名古屋大学出版会
・海野福寿編(1982)「技術の社会史3 西欧技術の移入と明治社会」有斐閣

知財訴訟と弁理士

Intellectual Property Litigation and Patent Attorneys

荒川 伸夫 Nobuo ARAKAWA

特許業務法人 深見特許事務所
副所長・機械第2部 部長



日本の知財訴訟

2018年の全国地裁における知財関係民事訴訟の新受件数は490件で、特・実・意の民事訴訟に限るとここ数年の平均は150～160件です。多いことが必ずしも好ましい訳ではありませんが、日本の人口、年間特許出願件数(およそ30万件)に照らすといささか少な過ぎると感じざるを得ません。昨年、中国で日本の侵害訴訟に関して講師を務めましたが、その際交流した中国の知財実務家に上記の件数を伝えると「それは中国の1日の件数に過ぎない」と驚かれました。さすがに1日分は大げさですが、それでもせいぜい4日分くらいです。知財高裁をはじめ、日本の知財訴訟を扱う裁判所は人材および制度のいずれにおいても非常に優れていると感じますので、大変もったいないことだとも思います。

知財訴訟への関与

個人的には、現在までにおよそ10件の特許権侵害訴訟に関わりました。

企業知的財産部在職中に2件の特許権侵害訴訟に関わり、これらの事件では当事者企業の知財担当者であると同時に、弁理士としては補佐人の立場で関与しました。当事者である企業に在籍しながら当事者の一員として訴訟に関与したことはその後の訴訟代理人としての活動において、依頼者様の立場を慮る上で非常に貴重な経験となりました。

当事務所に入所後、特定侵害訴訟代理資格の制度が設立されて2年目の2005年に同資格を得て、それ以来訴訟代理人として8件ほどの侵害訴訟事件に関与することとなりました。

Intellectual Property Litigation in Japan

In 2018, 490 IP-related civil suits were newly brought before the district courts in Japan, and the average number of civil suits related to patent, utility model and design has been between 150 to 160 in the past few years. Though many civil suits are not necessarily desirable, I feel that the number is too small in light of the population of Japan and the number of patent applications per year (about 300,000). Last year, I delivered a lecture in China on Japanese infringement litigation, and told the above number to the Chinese practitioners. They were surprised and said "It is equivalent to the number per day in China". This must be an exaggeration, but it is equivalent to the number for roughly four days. Since the courts dealing with IP litigation in Japan, such as the IP High Court, are excellent in human resources and system, I think that it is a waste as an unused treasure.

Involvement in Intellectual Property Litigation

Personally, I have been involved in about ten patent infringement lawsuits so far.

While working in the IP department of a company, I was involved in two patent infringement lawsuits, both as a person in charge of the company concerned and as an assistant from the patent attorney's position. The involvement in the lawsuits as a member of the company concerned was a very valuable experience for considering the client's position in my subsequent career as a litigator.

After entering Fukami Patent Office, I was qualified as an IP infringement litigator in 2005, which was the second year from its establishment. Since then, I have been involved in about eight infringement lawsuits as a litigator.

特許権侵害訴訟の特徴

特許権侵害訴訟の特徴を考えると、個人的に興味にしているマラソンとの類似点を多く見つけることができます。

マラソンは準備のスポーツであるとよく言われます。どのような結果になるかについては、それまでに積み上げてきた練習や調整の成否が支配的であり、スタートラインに立ったときには結果は半分以上決まっていると言えます。訴訟でも原告の場合はもちろんですが、被告の場合でも全く何の前触れもなく訴訟を受けることは少ないでしょうから、いざというときに備えて予め十分な準備をしておくことが肝要です。原告であればどの特許で戦うのかについて、属否および有効性の観点から十分な検討が必要でしょうし、被告は無効資料の準備、設計変更の事前検討などが必要であると言えます。

マラソンでは追い風が吹いていることを実感するのは非常に難しいのですが、折り返した途端に強い向かい風に見舞われ、後で追い風だったことに気付くことがよくあります。かつて原告側として経験した侵害訴訟でも、同時係属の無効審判で取消理由通知が発せられたことを契機に地裁での形勢が一気に逆転し、それ以降苦しい戦いを強いられたことがありました。現状を冷静に把握し、たとえ有利な状況でも決して油断せず、常に最善を尽くすことが大切だと思います。

昨年从今年にかけて、ある特定のシューズがマラソン界を席巻し話題になりました。新たな武器を使いこなすことができるか否かが記録に大きく影響します。侵害訴訟においても、法改正がなされ「査証制度」の導入が決定しています。原告側としては非常に大きな武器となり、逆に被告側としてもこれに対抗する戦略が重要となります。特に原告側(出願人側)としては、従来は採用しにくかった権利化戦略、たとえば工場内でのみ侵害発見が可能な工程の権利化を目指す余地が生まれます。このような権利の交渉材料としての価値も高まります。

そして何と言っても最も類似するのは、マラソンでも侵害訴訟でも長丁場を乗り切るための、精神的および肉体的なスタミナが必要ということでしょう。

当事務所の体制

当事務所所属の弁理士90名のうち47名が特定侵害訴訟代理資格を有しており(2020年6月現在)、その数および比率において国内特許事務所有数のものと自負しております。同資格取得において得た知識は、出願業務などの業務においても活かされ、クライアントの皆様のご満足につながるものと信じております。

Characteristics of Patent Infringement Lawsuits

When thinking of the characteristics of patent infringement lawsuits, I can find many similarities to my hobby, running marathons.

It is often said that a marathon is a sport of preparation. The result is greatly influenced by practice and adjustment, and more than half of the result has been decided by the time the runners are standing at the starting line. As for lawsuits, it is again important to make sufficient preparations in advance, because it is rare to face a suit without any idea of the outcome, regardless of whether plaintiff or defendant. Plaintiffs need to sufficiently discuss which patent is used from the perspectives of infringement judgment and validity. Defendants need to prepare invalidation materials and consider a design change in advance.

In a marathon, it is very difficult to realize that a tail wind is blowing. A strong head wind immediately after a turnaround point often makes me realize that a tail wind was blowing. In the infringement lawsuit that I experienced on the plaintiff side, with the issuance of the Notice of Reasons for Revocation in the co-pending trial for invalidation, we were suddenly forced into an unfavorable position in the district court. I think that it is important to grasp the current situation, stay alert even in a favorable position, and always do our best.

From last year, a certain type of shoes have dominated the marathon world and made news. Whether to successfully use the new tool affects a record greatly. In infringement litigation, the Patent Act was amended and the introduction of an "inspection system" was decided. This will be to the plaintiffs' advantage, and how to counter this will become important for defendants. In particular, this will give plaintiffs (applicants) room to adopt a prosecution strategy that has been rarely used in the past, e.g., acquisition of right of such a process that infringement can be found only in a factory. The value of the right as negotiation material will also be enhanced.

The most similar point between marathons and infringement lawsuits is the requirement of mental and physical stamina to survive a long-term race.

Organization of the Fukami Patent Office

47 of 90 patent attorneys belonging to Fukami Patent Office are qualified as IP infringement litigators (as of June, 2020), which is at the top level in terms of number and ratio among patent offices in Japan. I believe that the knowledge obtained through acquisition of the qualification will also be useful for filing patent applications and related matters.

令和元年意匠法改正の概要と意匠出願戦略

Overview of the 2019 Revision of the Design Act and Design Application Strategies

土谷 和之

Kazuyuki TSUCHIYA

特許業務法人 深見特許事務所
意匠部 副部長・機械第1部 副部長



綿本 肇

Hajime WATAMOTO

特許業務法人 深見特許事務所
意匠部 上席・機械第1部 上席



1. はじめに

「特許法等の一部を改正する法律」(令和元年法律第3号)が、令和元年(2019年)5月17日に公布され、令和2年4月1日に改正意匠法が施行されました。今回の意匠法の改正事項は、①保護対象の拡充、②関連意匠制度の見直し、③意匠権の存続期間の変更、④意匠登録出願の簡素化、⑤間接侵害規定の拡充等と、多岐にわたっています。なお査証制度の導入は、2020年秋の予定です。

本論説では、関連意匠と画像意匠を取り上げて、今回の改正でどのように改正されたのかを概説したうえで、改正内容に対応してどのような出願戦略が考えられるのかについて検討していきます。

2. 関連意匠に関する改正内容

関連意匠制度は主に以下の各点について改正されました。

(a)「関連意匠にのみ類似する意匠」の登録可能化

今回の改正前には、図1に示すように、本意匠Aに類似せず、関連意匠(1)にのみ類似する関連意匠(2)は関連意匠としての登録を受けることができませんでした。

これに対して今回の改正では、関連意匠(1)にのみ類似する関連意匠(2)についても関連意匠としての登録を受けることができるようになりました。

このため図2に示すように、数珠つなぎのように関連意匠(1),(2),(3),(4)・・・の登録を受けることが可能となります。

1. Introduction

"The Act on the Partial Revision of the Patent Act and Other Acts" (Act No. 3 of 2019) was promulgated on May 17, 2019 and the revised Design Act came into force on April 1, 2020. Revisions to the Design Act include a wide variety of revisions such as: 1) expansion of designs to be protected; 2) reworking of the related design system; 3) change of the duration of design rights; 4) streamlining of the procedure for filing an application for design registration; and 5) expansion of indirect infringement acts. An inspection system is planned to be introduced in Autumn 2020.

This article focuses on related designs and graphic image designs, gives an overview of revisions relevant to these designs, and discusses possible application strategies under the revised Design Act.

2. Revisions relevant to related designs

The related design system was revised chiefly in the following respects.

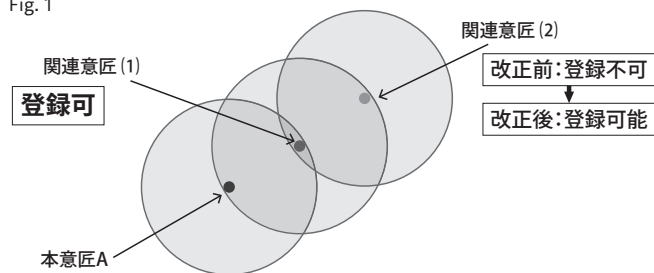
(a) "A design similar to a related design only" can be registered

Before the revision, as shown in Fig. 1, a related design (2), that is not similar to a principal design A but is similar to a related design (1) only, could not be registered as a related design.

After the revision, the related design (2), similar to the related design (1) only, can also be registered as a related design.

Accordingly, as shown in Fig. 2, related designs (1), (2), (3), and (4), like a string of beads, can be registered.

【図1】
Fig. 1



(b) 関連意匠の出願可能時期の緩和

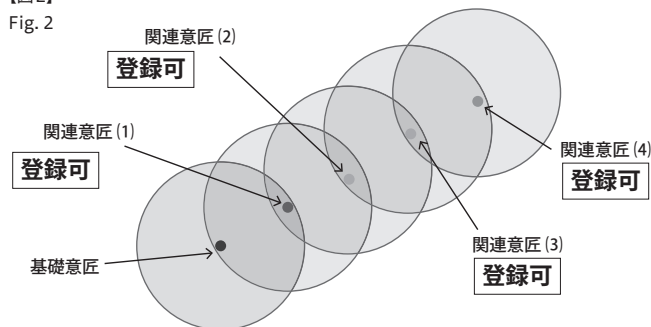
改正前には、図3に示すように、関連意匠の出願ができる期間は、本意匠の意匠公報発行日前に限られていました。

これに対して今回の改正では、図4に示すように、関連意匠の出願ができる期間は、本意匠の出願日から10年経過する日前までとされました。

【図3】<改正前>
Fig. 3



【図2】
Fig. 2

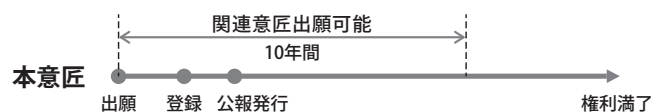


(b) Ease of restriction on the period in which a related design application can be filed

Before the revision, as shown in Fig. 3, a related design application must be filed before publication of the principal design.

After the revision, as shown in Fig. 4, a related design application can be filed within a period of 10 years from the date of filing of the principal design application.

【図4】<改正後>
Fig. 4



(c) 新規性要件、創作非容易性要件等の一部適用除外化

今回の改正により、公知となった自己の意匠のうち基礎意匠及び基礎意匠に係る関連意匠と同一・類似の意匠は、関連意匠の新規性、創作非容易性の判断の基礎となる資料から除外されます。

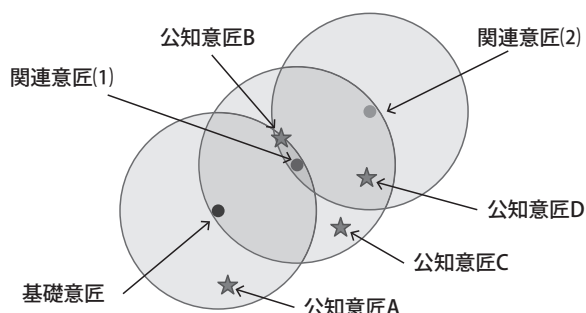
このため図5のように、基礎意匠と同一の自己の公知意匠または基礎意匠と類似の自己の公知意匠A,Bによって関連意匠(2)の新規性及び創作非容易性は否定されません。また関連意匠(1)と同一の自己の公知意匠または関連意匠(1)と類似の自己の公知意匠C,Dによっても関連意匠(2)の新規性及び

(c) Partial exclusion of references applied against a claimed design for requirements such as novelty and difficulty of creation

The revised Design Act specifies that publicly known designs of an applicant that are identical or similar to a basic design of the applicant or related designs to the basic design are excluded from materials for determining whether or not a claimed design of the applicant has novelty and difficulty of creation.

Thus, as shown in Fig. 5, the related design (2) is not rejected for lack of novelty or lack of difficulty of creation over a publicly known design of the applicant identical to the basic design or publicly known designs A, B of the applicant similar

【図5】
Fig. 5



創作非容易性は否定されません。

3. 改正後の関連意匠に関する出願戦略

(a) 関連意匠にのみ類似する意匠を関連意匠として積極的に出願する。

これまでは意匠権の権利範囲は特許権の権利範囲に比べて一般的に狭いといわれてきました。しかし今回の改正により、図2に示すように、関連意匠にのみ類似する意匠を関連意匠として積極的に出願することにより意匠権として保護される権利範囲を広げていくことができます。

(b) 同じデザインコンセプトの下で創作された意匠について本命の意匠が決まる前に意匠出願をする。

改正前には、図1に示すように、仮に本命以外の意匠Aを出願した後に、意匠Aに類似する本命の意匠(1)を出願すると、本命の意匠(1)は意匠Aの関連意匠とせざるを得なくなります。この場合、本命の意匠(1)にのみ類似する他の意匠(2)について、本命の意匠(1)の関連意匠として登録を受けることができなくなり、本命の意匠(1)のバリエーションについて十分に保護を受けることができなくなります。このような問題を避けるため、本命の意匠が決まるまで、意匠出願を控えるという傾向がありました。

これに対して今回の改正によれば、図1に示すように、本命の意匠(1)を関連意匠として出願しても、本命の意匠(1)にのみ類似する他の意匠(2)を本命の意匠(1)の関連意匠として登録を受けることができます。このため本命の意匠が決まるのを待たずに、創作できた意匠から順に出願をしても、本命の意匠のバリエーションについて十分に保護を受けることが可能となります。

(c) 他者の関連意匠の数珠つなぎを切る意匠出願をする。

改正により、図2に示すように数珠つなぎのように関連意匠の登録を受けることが可能となりました。このため他者の関連意匠が思いがけず、自己の実施したい意匠に近付いてくる可能性があります。このため他者の意匠出願をウォッチングすることによりデザイン傾向を見定め、自己の実施したい意匠に近付く可能性があるかと判断した場合には、他者の関連意匠の数珠つなぎを切るための意匠出願を検討すべきです。

(d) 本意匠登録可否の確認後に関連意匠出願をする。

改正により、関連意匠の出願ができる期間が本意匠の出願日から10年経過する日前までとされました。このため本意匠の登録査定が発行された後に余裕を持って関連意匠出願をすることが可能となりました。これにより本意匠の登録可否を登録査定で確認した後に関連意匠出願をすることが容易

to the basic design. Moreover, the related design (2) is also not rejected for lack of novelty or lack of difficulty of creation over a publicly known design of the applicant identical to the related design (1) or publicly known designs C, D of the applicant similar to the related design (2).

3. Strategies for applications of related designs under the revised Design Act

(a) For a design similar to a related design only, actively apply for registration of the design as a related design.

The scope of protection of a design right has been said to be narrower than that of a patent right. Under the revised Design Act, however, the scope of protection of a design right can be expanded by actively applying for registration of a design as a related design that is similar to a former related design only, as shown in Fig. 2.

(b) Apply for registration of a design(s) before a target design most important to the applicant is determined, among designs created under the same design concept.

Before the revision, as shown in Fig. 1, if the design A that is not a target design is applied for registration and thereafter the target design (1) similar to the design A is applied for registration, there is no choice but to apply for registration of the target design (1) as a related design to the design A. In such case, another design (2), similar to the target design (1) only, cannot be registered as a related design to the target design (1), which means that variations of the target design (1) cannot be protected sufficiently. In order to avoid such a disadvantage, the applicants tended to postpone filing design applications until their target design was determined.

Under the revised Design Act, however, even if the target design (1) is applied for registration as a related design as shown in Fig. 1, another design (2), similar to the target design (1) only, can also be registered as a related design to the target design (1). Then, even when the applicant successively applies for registration of designs as they are created, without waiting for the target design to be determined, variations of the target design can be protected sufficiently.

(c) Apply for registration of designs to break up a string of related designs of another applicant.

Under the revised Design Act, related designs can be registered, as shown in Fig. 2, like a string of beads. In such case, it is possible that related designs of another applicant may unexpectedly come closer to your designs that you want to use. You should therefore keep an eye on the design applications of other applicants to see related design trends and when there is a possibility that a string of related designs of another applicant will come closer to your designs that you want to use, you should consider applying for the registration of designs that will break up the string of related designs of the other applicant.

(d) Apply for registration of related designs after confirming whether the principal design can be registered or not.

Under the revised Design Act, related designs can be applied for registration within the period of 10 years from the date of filing of the principal design application. It has

となり、関連意匠の拒絶、無効のリスクを低減することができます。強い権利を取得することができます。

(e) 関連意匠について外国出願をする予定がある場合、基礎意匠等が公開される前に当該関連意匠出願をする。

図5に示すように、日本では、公知となった自己の意匠のうち基礎意匠及び関連意匠(1)と同一・類似の意匠は、関連意匠(2)の新規性、創作非容易性の判断の基礎となる資料から除外されます。

しかし関連意匠(2)を外国に出願をした場合、関連意匠(2)の優先日前に基礎意匠又は関連意匠(1)が公開されていると、外国では関連意匠(2)が基礎意匠又は関連意匠(1)に基づいて拒絶・無効とされる可能性があります。このため関連意匠(2)について外国出願をする予定がある場合、基礎意匠等の公開前に日本に相关意匠(2)の出願をするをを検討すべきです。

4. 画像意匠に係る改正内容

画像意匠は主に以下の各点について改正されました。

(a) 画像意匠の保護対象の拡大

改正前には、物品のみが意匠法による保護の対象とされていたため、物品の部分に画像を含む意匠が保護対象とされていきました。改正により、新たに物品から離れた画像自体も保護対象となりました。図6に示すように、例えばクラウド上から提供されるウェブサイトの画像のように物品から離れた画像自体が保護対象となりました。壁、床、人体等の物品以外に投影される画像自体も保護対象となりました。

【図6】
Fig. 6



「商品購入用画像」(ウェブサイトの画像)

時刻表示画像(※投影された画像)

特許庁 HP から引用

therefore become possible to file related design applications within a sufficient period of time after the decision of registration of the principal design has been issued. This enables the applicant to file related design applications after confirming the decision of registration of the principal design, which lessens the risk of rejection or invalidation of related designs, and enables the applicant to acquire a stronger right.

(e) Where related designs are planned to be applied for registration in a foreign country (countries), apply for registration of the related designs before the basic design is published.

As shown in Fig. 5, publicly known designs of the applicant that are identical or similar to the basic design and the related design (1) are excluded in Japan from materials for determining whether or not the related design (2) has novelty and difficulty of creation.

If the related design (2) is initially applied for registration in a foreign country and the basic design or the related design (1) has already been published prior to the priority date of the related design (2), the related design (2) may be rejected or regarded as invalid in the foreign country based on the basic design or the related design (1). If the applicant is planning to apply for registration of the related design (2) in a foreign country (countries), the applicant should consider applying for registration of the related design (2) in Japan before the basic design is published.

4. Revisions relevant to graphic image designs

The graphic image designs were revised chiefly in the following respects.

(a) Expansion of graphic images to be protected

Before the revision, it was only designs for articles that were protected under the Design Act, and therefore, any design for an article having a graphic image as a part of the article was protected. After the revision, a graphic image itself, separated from an article, is also protected. For example, as shown in Fig. 6, a graphic image itself, separated from an article, like graphic images on a website from a cloud system is protected. A graphic image itself, projected on a wall, floor, or human body, for example, is also protected. It should be noted that it is only an operational graphic image (image to be used for operating a device) and a displayed graphic image (image displayed as a result of a device performing its function) that are protected. Media contents such as graphic images for movies and games are still not protected under the revised Design Act.

(b) Reworking of the definition of use of a graphic image design

Acts such as creation of a design for a graphic image were added to the definition of "use" of a graphic image design. Moreover, the revised Design Act specifies that a graphic image design includes a program or the like having a function of displaying the image. Accordingly, graphic images to be protected include not only tangible ones but also intangible ones.

ただし、画像意匠の保護対象は、操作画像(機器の操作の用に供される画像)及び表示画像(機器がその機能を発揮した結果として表示される画像)に限られます。映画やゲームの画像等のコンテンツ画像は、改正後も依然として画像意匠の保護対象ではありません。

(b) 画像意匠に関する実施の定義の見直し

意匠に係る画像の作成等の行為が実施の定義に追加されました。また、意匠に係る画像には、その画像を表示する機能を有するプログラム等が含まれることが規定されました。したがって、画像の保護対象には、有体物の他に無体物が含まれることになります。

(c) 願書の記載の見直し

物品から離れた画像自体の意匠については、「意匠に係る物品」の欄に画像の具体的な用途を明確に記載します。具体的には、例えば、情報表示用画像、コンテンツ視聴操作画面等と記載します。また、「意匠に係る物品」の欄の記載だけでは、画像の用途を明確にすることができない場合は、「意匠に係る物品の説明」の欄に画像の用途の理解を助けることができる説明を記載します。操作画像については、どのような操作のための画像で、どのように操作するのか、また、表示画像については、機器のどのような機能を発揮した結果として表示された画像であるかを明らかにするための説明を記載します。他方、物品の部分に画像を含む意匠については、「意匠に係る物品」の欄に従来どおり物品名を記載します。

(d) 図面の記載の見直し

従来、画像意匠においては画像を含む物品を図面に記載していました。改正後には、物品から離れた画像自体の意匠については、画像のみを図面に記載することが可能となりました。また、画面全体の画像だけでなく、画面の一部に表示されるアイコン用画像等も画像意匠の保護対象となります。したがって、例えばアイコン用画像のみを図面に記載することが可能となります。物品から離れた画像自体の意匠については、画像が平面的なものである場合には「画像図」を用いて画像を表します。また、画像が立体的なもの(例えば、仮想現実技術を用いた画像)である場合には、「画像正面図」、「画像平面図」等を用いて画像を表します。他方、物品の部分に画像を含む意匠については、「画像図」等を用いないことに注意が必要です。

(e) 画像に係る組物の意匠の登録可能化

画像意匠は、図7に示すように組物全体として統一がある場合等、組物の意匠の要件を満たせば、画像と画像からなる組物の意匠、画像と物品(例えば、乗用自動車)からなる組物の意匠等についても登録が可能となりました。

(c) Reworking of statement on the application form

On a design application form for a graphic image itself separated from an article, the specific use of the graphic image should be indicated clearly under "Article to which Design Relates," such as a graphic image for displaying information or a graphic image for operation to allow contents to be watched and/or listened to. If the statement under "Article to which Design Relates" is not enough to clarify the use of the graphic image, an additional statement can be indicated under "Description of Article to which Design Relates" so as to assist understanding of the use of the graphic image. For an operational graphic image, the statement should indicate for what operation the graphic image is given and how the operation is done, for example. For a displayed graphic image, the statement should indicate what function of a device is performed to consequently display the graphic image. For a design for an article having a graphic image as a part of the article, the name of the article should be indicated under "Article to which Design Relates".

(d) Reworking of drawings

Before the revision, drawings of a graphic image in a design application were required to depict an article including the graphic image. After the revision, drawings of a graphic image itself separated from an article in a design application can depict the graphic image only. Moreover, not only a graphic image of the whole screen but also a graphic image of an icon or the like displayed on a part of the screen can also be protected as a graphic image design. For a design for a two-dimensional graphic image itself separated from an article, the graphic image may be depicted on "Image View." For a design for a three-dimensional graphic image (e.g. an image created through virtual reality technology), the graphic image may be depicted by drawings such as "Graphic Image Front View" and "Graphic Image Top View." It should be noted that for a design for a graphic image as a part of an article, drawings of the graphic image should not be the drawing like "Graphic Image View."

(e) A design for a set of graphic images can be registered

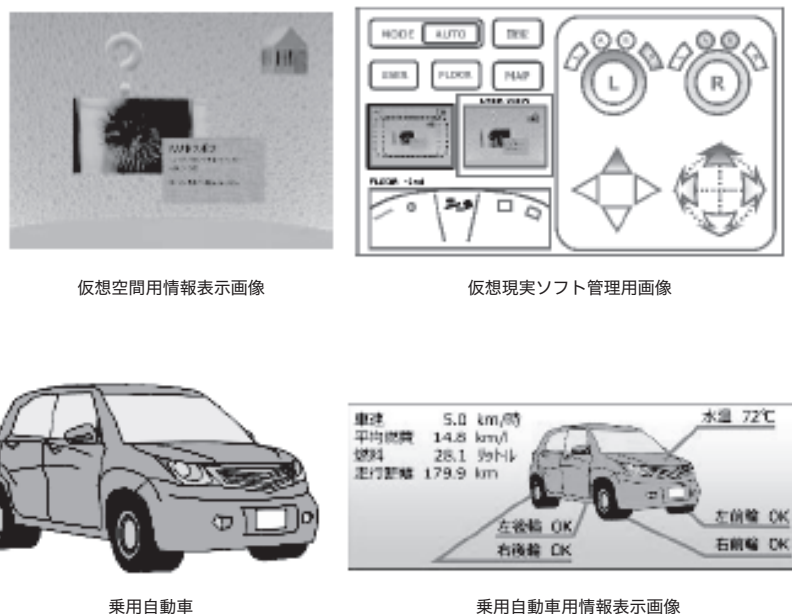
Under the revised Design Act, as shown in Fig. 7, a design for a set of graphic images as well as a design for a set of a graphic image and an article (e.g. passenger car), for example, can be registered, as long as the set meets the requirements of a design for a set, such as the requirement of being coordinated as a whole.

5. Strategies for applications of graphic image designs under the revised Design Act

(a) Apply for registration of a design for a graphic image itself separated from an article as early as possible.

Because a design for a graphic image itself separated from an article can now be protected under the revised Design Act, the possibility of registration will be higher and the scope of protection will be broader for a graphic image design for which registration is applied for as early as possible when there are not so many prior designs.

【図7】
Fig. 7



特許庁HPから引用

5. 改正後の画像意匠に関する出願戦略

(a) 物品から離れた画像自体の意匠をいち早く出願する。

物品から離れた画像自体の意匠については、改正により保護対象となったため、先行意匠が少ない現状でいち早く出願することによって登録可能性を高めるとともに広い権利範囲での登録が可能となります。

(b) 物品から離れた画像自体の意匠を積極的に検討する。

物品から離れた画像自体の意匠は、意匠に係る物品によって制限されません。そのため、意匠に係る物品によって限定される物品の部分に画像を含む意匠よりも広い権利範囲での登録が可能となります。なお、不要な限定によって権利範囲が狭くならないように「意匠に係る物品」及び「意匠に係る物品の説明」の欄を記載することに注意が必要です。また、物品から離れた画像自体の意匠が例えばアイコン用画像のみで登録された場合、画像以外の物品の外観デザインや物品の中での画像の位置、大きさ、範囲によって権利範囲が限定されません。さらに、物品から離れた画像自体の意匠は、1つの画像図で出願できるため、複数の図面で出願する物品の部分に画像を含む意匠よりも図面作成に要する時間及び費用を低減できます。

(c) 物品から離れた画像自体の意匠および物品の部分に画像を含む意匠の両方を出願する。

物品から離れた画像自体の意匠は新たに認められたばかりです。そのため、従来からの物品の部分に係る画像に比べて

(b) Give active consideration to designs for a graphic image itself separated from an article.

A design for a graphic image itself separated from an article is not restricted by the article in which the design is embodied. The design for a graphic image itself can therefore be registered to obtain a broader scope of protection than a design for an article including a graphic image as a part of the article, as the graphic image is restricted by the article. Care should be taken to prepare the statement under "Article to which Design Relates" and the statement under "Description of Article to which Design Relates" on the application form so as not to narrow the scope of protection by unnecessary limitations. If a registered design for a graphic image itself separated from an article is a registered design for a graphic image of an icon only, for example, the scope of protection is not restricted by the design for the external appearance of the article other than the graphic image, and/or the position, size, and extent of the graphic image on the article. Moreover, a design for a graphic image itself separated from an article can be applied for registration with a single Image View, and therefore, the time and the cost for preparation of drawings can be reduced relative to a design for a graphic image included as a part of an article that is applied for registration with multiple drawings.

(c) Apply for registration of both a design for a graphic image itself separated from an article and a design for the graphic image as a part of the article.

A design for a graphic image itself separated from an article is newly permitted to be registered under the revised Design Act. While the scope of protection of a registered design for such a graphic image will be broader, the actual scope of protection is currently difficult to predict. If an applicant demands compensation for infringement of its design for a graphic image itself separated from an article, damages for the design infringement are expected to be calculated based

広い権利範囲での登録は可能となるもののその権利範囲自体の予測は困難です。また、物品から離れた画像自体の意匠では、意匠権侵害に対する損害賠償においてその画像を表示する機能を有するプログラム等に基づく損害賠償額の算定が予想されます。この結果、意匠に係る物品に基づいて損害賠償額が算定される物品の部分に画像を含む意匠に比べて損害賠償額が低くなるおそれがあります。物品から離れた画像自体の意匠および物品の部分に画像を含む意匠は互いに類似する関係になり得ます。したがって、関連意匠制度を利用して物品から離れた画像自体の意匠および物品の部分に画像を含む意匠の両方を出願することによって、物品から離れた画像意匠自体の意匠によるメリットを得ながらそのデメリットを補うことができます。

また、Webで使用されるアプリの画像の意匠は、物品に限定されないため、物品から離れた画像自体の意匠として出願すべきです。しかし、将来的にアプリを端末にダウンロードする事業を行う可能性も考えられます。この場合、端末にダウンロードされたアプリの画像の意匠は、例えば電子メール送受信機能付き電子計算機として出願できるため、物品の部分に画像を含む意匠を出願することも考慮すべきです。このように、将来的な事業上の変化を先読みして物品から離れた画像自体の意匠および物品の部分に画像を含む意匠の両方を出願することを検討することが有効です。

(d) 画像に係る組物の意匠を利用する。

画像に係る組物の意匠として、「画像と画像」、「画像と物品」、「画像と建築物」、「画像と物品と建築物」からなる組物の意匠について登録が可能となりました。画像に係る組物の意匠を利用することによって、1つの画像のみでは意匠出願の新規性、創作非容易性等が厳しい場合でも、登録可能性を高めることが可能となります。

6. まとめ

改正後の意匠制度は、上記のとおり関連意匠制度の見直し、保護対象の追加等により、利用者の様々なニーズに対応できる制度になりました。また意匠権の存続期間(出願日から25年)は特許権の存続期間(出願日から20年)よりも長くなりました。さらに関連意匠制度を戦略的に用いることにより、隙間のない広範囲な権利を取得することもできます。改正された意匠制度を適切にかつ積極的に利用することが、自社実施の確保および他社牽制を推し進め、自社事業の有利な展開に結びつくものと考えます。

on a program or the like having the function of displaying the image. The damages may be disadvantageously lower than those for infringement of a design for a graphic image as a part of an article where the damages are calculated based on the article in which the design is embodied. A design for a graphic image itself separated from an article and a design for the graphic image as a part of the article can be related to each other as similar designs. In such a case, the related design system may be used to apply for registration of both the design for the graphic image itself separated from the article and the design for the graphic image as a part of the article, so that the advantage of the design for the graphic image itself separated from the article can be enjoyed while the disadvantage thereof is compensated for.

A design for a graphic image of an application used on the web is restricted by no article, and therefore, the design should be applied for registration as a design for the graphic image itself separated from an article. In the future, however, a business may be started to allow the application to be downloaded to terminals. For such a case, the design for the graphic image of the application downloaded to a terminal can be applied for registration as a design for an article such as a computer having a capability of transmitting and receiving electronic mails, for example. The applicant should therefore consider applying for registration of the design for the graphic image as a part of an article. It would therefore be advantageous to predict the possibility of future business changes and consider applying for both a design for a graphic image itself separated from an article and a design for the graphic image as a part of the article.

(d) Apply for registration of a design for a set including a graphic image.

Designs for a set such as a set of "a graphic image and a graphic image," a set of "a graphic image and an article," a set of "a graphic image and a building" and a set of "a graphic image, an article, and a building" can be registered under the revised Design Act. A design for a set of a graphic image and any element can be applied for registration to increase the possibility of registration, even when the design is less likely to be registered in terms of novelty and difficulty of creation.

6. Conclusion

The revised design system under the revised Design Act meets various needs of customers by the reworked related design system and the expanded designs to be protected, for example, as set forth above. Further, the term of a design right (25 years from the date of filing) is now longer than the term of a patent right (20 years from the date of filing). Moreover, the strategic use of the related design system enables the applicant to obtain a broader and perfect scope of protection. The design owners can make use of the revised design system appropriately and actively to ensure their own use of the designs and discourage others, which will lead to effective development of their own businesses.

短期間の使用により識別力を獲得した欧文字2字の商標「EQ」

—— 知財高判令和元年 7 月 3 日 平成 31 (行ケ) 10004 EQ 事件 ——

"EQ" - A trademark consisting of two roman alphabetical letters that has acquired distinctiveness through short-term use
—— Judgement rendered by the Intellectual Property High Court on July 3, 2019 for Case No. 2019 (Gyoke) 10004, or the "EQ" Case ——

石井 康太郎 Kotaro ISHII

特許業務法人 深見特許事務所
商標法律部



1. はじめに

今回ご紹介する事件は、あるブランドコンセプトを端的に欧文字2字で表した商標「EQ」に係る出願が、商標法第3条第1項第5号(極めて簡単で、かつ、ありふれた標章のみからなる商標)に該当するとして識別力欠如の拒絶を受けたものの、審判を経て、審決取消訴訟まで争われたものです。

審決取消訴訟では、継続的な商標の使用による識別力の獲得が認められ、商標法第3条第2項の要件を充足するとして、本願の登録が認められました。

商標法第3条第2項は、…**商標法第3条1項3号から5号までに該当する商標であっても、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…商標登録を受けることができる**、と規定しており、需要者の認識の程度については、いわゆる全国的周知が必要とされています⁽¹⁾。この全国的周知の認定に際し、商標の永年の使用を参酌することが、過去の審判決例からある程度確立されています⁽²⁾。

使用による識別力獲得の判断では、商標の使用期間が主な争点の一つとなります。目安となる使用期間につき、我が国の商標法に明文規定は存在しませんが、経験則上、少なくとも5年程度の継続的な使用を一応の目安とすることができるのではないのでしょうか。諸外国でも例えば、米国において、識別力の主張がされた日前5年間の排他的継続使用を、一応の証拠(prima facie evidence)として認めています⁽³⁾。

ところが本判決では、商標の使用期間が約2年と短い期間であって、出願商標と同一商標を付した商品の販売はなく、関連する商標「EQ POWER」を付した商品の販売数量が相当

1. Introduction

I would like to introduce in this article a case in which an application for a trademark representing a branding concept simply by two Roman alphabetical letters, "EQ," that had once been rejected for lack of distinctiveness under the Trademark Act, Article 3, paragraph 1, item v (a trademark that consists solely of a very simple and common mark), then underwent an appeal, and was thereafter further disputed in a suit seeking rescission of the decision of refusal made against the appeal.

In the suit, the Court acknowledged that the trademark had acquired distinctiveness through continuous use and satisfied the requirements of the Trademark Act, Article 3, paragraph 2, and was thus granted registration.

The Trademark Act, Article 3, Paragraph 2 stipulates as follows: ... **even a trademark that falls under the Trademark Act, Article 3, paragraph 1, items iii to v may be granted registration if, as a result of the use of the trademark, consumers are able to recognize the goods or services as those pertaining to a business of a particular person**, and the extent of the consumers' such recognition is required to be being well-known nationwide⁽¹⁾. For determining whether a trademark is well-known nationwide, considering whether the trademark has been used over the years has been established to some extent based on judgments rendered for past appeal cases⁽²⁾.

One of the main issues in determining whether a trademark acquires distinctiveness through use is the period of time for which the trademark has been used. Although the Trademark Act does not explicitly indicate any guideline for such a period, I would say that empirically, it would be a continuous use for at least five years. In other countries, for example in the United States, exclusive continuous use for five years before a day on which distinctiveness is asserted is accepted as prima facie evidence⁽³⁾.

In the present case, the trademark of interest had been

少ないにもかかわらず、出願人(原告)による短期間の集中的な広告宣伝実績が重視され、諸外国での商標登録等の周辺事情も勘案された結果、使用による識別力の獲得が認められ、商標法第3条第2項の適用に至りました。

2. 事件の概要

出願人(原告)であるダイムラー・アクチェンゲゼルシャフトは、メルセデスベンツブランドに代表される乗用車・商用車を製造販売する、年間売上高が約20兆円に達する世界第3位の自動車メーカーです。

出願人(原告)は、標準的な書体で表してなる商標「EQ」について、指定商品を第12類「motor vehicles」(自動車及び二輪自動車)として、2016年7月に国際商標登録出願(国際登録第1328469号)を行い、日本を含む10か国を領域指定しました。当該国際出願は、日本において、商標法第3条第1項第5号に該当するとして拒絶され、意見書による反論を行ったものの2017年11月に拒絶査定となりました。その後、2018年2月に拒絶査定不服審判を請求(不服2018-650016)しましたが、2018年9月に拒絶審決となりました。

特許庁審判部は、出願商標「EQ」は、用いられる文字の形や組合せ方法に特徴があるわけではなく、自動車関連業界で商品の品番等を示す記号、符号として用いられる欧文字2字との比較において特段の差異があるとは認められないから、商標法第3条第1項第5号に該当する商標であって、同条第2項に該当するものでもないため、商標登録を受けることができない、と判断しました。そこで出願人(原告)は、2019年1月に審決の取消しを求めて知財高裁に提訴しました。

(1) 知財高裁は、商標法第3条第1項第5号の該当性について、審決と同じく以下のように判示しました。

…本願の指定商品である自動車の関わる業界においても、**欧文字2字が、商品の品番、型番、等級等を示す記号等として用いられることがある。**…**文字の形や組合せ自体に特徴があるとはいえない本願商標は、自動車関連業界で商品の品番、型番、等級等を示す記号、符号として用いられる欧文字2字との比較において特段の差異があるとは認められない。**

よって、本願商標は、極めて簡単で、かつ、ありふれた標章のみからなる商標に該当するというべきである。

(2) 商標法第3条第2項について、原告は不服審判で提出した証拠(約10号証)の何倍量もの証拠(約90号証)を提出し、同条文が適用されると主張しました。

used for a short period of time of about two years, there had been no sale of any product with the same trademark as that applied for registration, and there had been very little sale of products with a relevant trademark "EQ POWER." Despite that, short-term yet intensive advertising and promotional activities conducted by the Applicant (or the Plaintiff) were taken into consideration and the surrounding circumstances such as the trademark's registration in other countries were also taken into consideration, and as a result, the Court acknowledged that the trademark had acquired distinctiveness through use, and this led to the application of the Trademark Act, Article 3, Paragraph 2.

2. Outline of the Present Case

The Applicant (or the Plaintiff), Daimler Akchengezelshaft, is the world's third largest automobile manufacturer, manufacturing and selling passenger cars and commercial vehicles represented by the Mercedes-Benz brand, with annual sales of approximately 20 trillion yen.

The Applicant (of the Plaintiff) filed an international trademark application with ten countries as designated states, including Japan, for trademark registration (International Trademark Registration No. 1328469) in July 2016 for the trademark "EQ" presented in a standard typeface with "motor vehicles" (motor vehicles and motorcycles) in Class 12 as designated goods. In Japan, the international application was rejected under the Trademark Act, Article 3, Paragraph 1, Item 5. In response, the Applicant filed an Argument. However, a final rejection was issued in November 2017. Thereafter, the Applicant filed an Appeal in February 2018 (Appeal No. 2018-650016), and the Appeal was dismissed in September 2018.

The Appeal Board determined that the applied for trademark "EQ" was not considered to be unique in how the letters used in the trademark were shaped or combined, and the applied for trademark was not recognized to be particularly different from any two alphabetical letters used as symbols or signs indicating product numbers and the like of products in automobile-related industries, and that the trademark fell under the Trademark Act, Article 3, Paragraph 1, Item 5, and did not fall under Article 3, paragraph 2, and thus could not be granted registration. In response, in January 2019, the Applicant (the Plaintiff) filed a suit with the IP High Court seeking rescission of the Decision of the Appeal Board.

(1) The IP High Court rendered a judgment regarding applicability of the Trademark Act Article 3, Paragraph 1, Item 5, as was done in the Decision of the Appeal Board, as follows:

... Even in the industries related to automobiles, which are among the designated goods for the present application, two alphabet letters are sometimes used as a symbol or sign to indicate the product number, model number, grade, and the like of a product It cannot be acknowledged that the Applied for Trademark that cannot be considered to be unique in terms of the shapes of the letters or the combination of the letters is especially different from other two alphabet letters which are used as a symbol or sign

原告の主張とそれに対する知財高裁の認定事実は、以下のとおりです。

- ①原告及びブランド「メルセデス・ベンツ」が日本を含む世界各国で著名であることの主張がされ、これに対し、原告が世界200以上の国と地域で事業を展開している世界的に著名な自動車メーカーであるとの認定がされました。
- ②自動車業界の一般的な広告宣伝手法の紹介として、具体的に、5大モーターショーと呼ばれるパリ・フランクフルト・北米・ジュネーブ・東京の各モーターショーが、プロモーション活動の重要な位置づけを占めている旨等の主張がされ、併せて雑誌やウェブサイトでの掲載記事が提出されました。これに対し、以下の事実が認定されました。
 - (i)パリモーターショー2016の来場者数等の数値の認定(来場者数約107万人)と、同モーターショーでの「EQ」に係る発表が、雑誌等で紹介された事実及び雑誌の発行部数等の数値の認定(多いもので約24万部)。
 - (ii)フランクフルトモーターショー2017の来場者数等の数値の認定(来場者数約81万人)と、同モーターショーでの「EQ」ブランドの市販車「EQC」に係る発表の事実認定。同モーターショーで「EQ」のコンセプトカーである「EQA」が発表され、雑誌等で紹介された事実及び雑誌の発行部数等の数値の認定(多いもので約23万部)。
 - (iii)東京モーターショー2017の来場者数等の数値の認定(来場者数約77万人)と、同モーターショーでの「EQ」ブランドの発表(「EQ」「Concept EQA」「EQC」)が、雑誌等で紹介された事実及び雑誌等の発行部数等の数値の認定(多いもので約10万部)。
- ③その他の広告宣伝実績について、例えば、新聞広告、カタログや定期機関誌の出稿・配布、F1大会への出場と商標の露出、具体的な販売実績と販促活動の紹介がされました。これに対し、以下の事実が認定されました。
 - (i)新聞広告実績とその発行部数の数値の認定(読売新聞約852万部、朝日新聞約595万部、日経新聞約150万部)。
 - (ii)定期機関誌等による自社広報実績につき、定期機関誌の発行部数の数値の認定(年間約17万部)等。
 - (iii)販売実績・販促活動につき、プラグインハイブリッド車「EQ POWER」の販売台数の認定(約2年間で計1,081台)。全国215店の販売店での販促活動の事実認定。顧客用カタログの配布数の認定(約7万部)。
- ④諸外国での商標登録について、商標「EQ」が、諸外国では識別力拒絶を受けずに登録に至っており、諸外国での登録事実が日本でも十分に尊重されるべき旨の主張がされまし

indicating the product number, model number, grade, and the like of a product in the automobile-related industries.

Accordingly, the Applied for Trademark shall be deemed to be a trademark that consists solely of a very simple and common mark.

- (2) For the Trademark Act, Article 3, paragraph 2, the Plaintiff submitted evidence (about 90 exhibits), which is multiples of the evidence submitted in the Appeal (about 10 exhibits), and claimed that the Article should be applicable.

The Plaintiff's claim and the IP High Court's findings are as follows:

- (a) The Plaintiff asserted that the Plaintiff and the brand "Mercedes-Benz" were famous worldwide, including Japan, and the Court acknowledged that the Plaintiff was a world-famous automobile manufacturer operating its business in over 200 countries and regions worldwide.
- (b) To introduce typical advertising activities in the automobile industry, the Plaintiff specifically asserted that the so-called five major motor shows held in Paris, Frankfurt, North America, Geneva, and Tokyo assumed an important position in promotional activities and so forth, and the Plaintiff also submitted articles published in magazines and websites. In response, the Court acknowledged the following facts:
 - (i) The Court acknowledged figures such as the number of visitors to the 2016 Paris Motor Show (approximately 1.07 million visitors), and acknowledged the fact that the announcement regarding "EQ" at the Motor Show was introduced in magazines and the like, and figures such as the numbers of copies of the magazines issued (the most sold magazine sold about 240,000 copies).
 - (ii) The Court acknowledged figures such as the number of visitors to the 2017 Frankfurt Motor Show (about 810,000 visitors) and the fact that an announcement was provided at the Motor Show for a commercial vehicle "EQC" of the "EQ" brand. The Court acknowledged the fact that "EQA," a car representing the concept of the "EQ" brand, had been presented at the motor show and introduced in magazines, and figures such as the numbers of copies of the magazines issued (the most sold magazine sold about 230,000 copies).
 - (iii) The Court acknowledged figures such as the number of visitors to the 2017 Tokyo Motor Show (about 770,000 visitors) and the fact that an announcement for the "EQ" brand at the Motor Show (for "EQ," "Concept EQA," and "EQC") was introduced in magazines and the like, and figures such as the numbers of copies of the magazines issued (the most sold magazine sold about 100,000 copies).
- (c) For other advertising activities, for example, newspaper advertisements, publication and distribution of brochures and periodical magazines, participation in an F1 competition and exposure of the trademark, and specific sales results and sales promotion activities were introduced. In response, the Court acknowledged the following facts:
 - (i) Newspaper advertisements and circulation figures (Yomiuri Shimbun: about 8.52 million copies, Asahi Shimbun: about 5.95 million copies, Nikkei Shimbun: about 1.5 million copies).

た。これに対し、英国・欧州の他、国際出願により7か国で商標登録が認められた事実の認定がされました。

かかる事実認定に基づき、知財高裁は原告の主張を認め、審決には誤りがあるとして以下のように判示しました。

(下線は筆者による。)

…本願商標については、著名な自動車メーカーである原告の発表する電動車やそのブランド名に注目する者を含む、自動車に関心を持つ取引者、需要者に対し、これが原告の新しい電動車ブランドであることを印象付ける形で、集中的に広告宣伝が行われたということが出来る。加えて、本願商標は、…英国及び欧州にて登録され、国際登録出願に基づく領域指定国7か国にて保護が認容されており、世界的に周知されるに至っていたと認められることも勘案するなら、本願商標についての広告宣伝期間が…平成28年9月29日から本件審決時(平成30年9月7日)までの約2年間と比較的短いことや、原告が平成29年から販売している「EQ POWER」との名称のプラグインハイブリッド車の販売台数が多いとはいえないこと等の事情を考慮しても、本願商標は、原告の電動車ブランドを表す商標として、取引者、需要者に、本願商標から原告との関連を認識することができる程度に周知されていたものと認められる。

3. 考察

(1)出願商標は、一般的な書体で表され、かつ、「EQ」の文字が、商品の品番等を表示するための記号の枠を超え、指定商品との関係で特別な意味を持つものではないため、商標法第3条第1項第5号に該当するとした判断は妥当でしょう。

(2)使用による識別力獲得の認否につき、商標の使用期間が短期間である点と、出願商標と完全に同一とはいえない商標「EQ POWER」に係る商品の販売が僅かしかない点は、原告にとって不利な事実であったと考えます。

しかし本件では、原告による集中的な広告宣伝等の事情が考慮され、識別力の獲得が認められました。この点、審査基準等で、商標法第3条2項適用の考察事由につき、広告宣伝の方法、期間、地域及び規模等を含めて総合勘案して判断する、とあることから大枠妥当な判断だと考えます。ただ、裁判所による個々の認定事実を具体的に見ていくと、その判断に全くの疑問なしとはいえません。

①原告自身の著名性と本願商標との関係性について

原告は、原告自身が著名であることを主張し、裁判所は

(ii) Circulation of a periodical magazine (about 170,000 copies per year), etc., based on the company's public relations' performance through the periodical magazine.

(iii) The number of plug-in hybrid vehicles "EQ POWER" sold based on sales results and sales promotion activities (a total of 1,081 units for about two years). Promotional activities conducted at 215 stores nationwide. The number of brochures distributed to customers (about 70,000 copies).

(d) The trademark "EQ" had been registered in other countries without being rejected for lack of distinctiveness and the Plaintiff asserted that this fact should also be fully considered in Japan. In response, the Court acknowledged that the trademark had been registered in the UK and Europe and in addition, in seven countries through the international application.

Based on these findings, the IP Court accepted the Plaintiff's assertions and held that the Appeal Decision was erroneous, as follows (emphasis added by the author):

... it can be said that the Applied for Trademark was advertised intensively in a manner that impresses upon the traders and consumers, who are interested in automobiles, including the persons who pay attention to electric vehicles and the relevant brand name as announced by Plaintiff, who is a famous automobile manufacturer, that the trademark is Plaintiff's brand for electric vehicles. In addition, when the following factors are taken into consideration; namely, that the Applied for Trademark was registered in the UK and Europe that protection was granted in seven designated states based on the application of international registration, and that it is acknowledged that the Applied for Trademark was well-known worldwide, it is acknowledged that the Applied for Trademark had become well-known among traders and consumers as a trademark that represents Plaintiff's brand for electric vehicles, to the extent that the relevance to Plaintiff could be recognized from the Applied for Trademark, even in light of the factors such as that the period of advertisement for the Applied for Trademark was approximately two years from September 29, 2016, until the time of the JPO Decision (September 7, 2018) and was relatively short, and that the number of plug-in hybrid vehicles sold under the name, "EQ POWER", by Plaintiff since 2017 cannot be considered as being many.

3. Discussion

(1) The judgement that the applied for trademark falls under the Trademark Act, Article 3, Paragraph 1, Item 5 would be reasonable as the applied for trademark is presented in a general typeface and the letters "EQ" are not beyond the framework of a symbol for indicating a product number or the like or do not have a special meaning in relation to designated goods.

(2) For approval or disapproval of acquisition of distinctiveness through use, it would be a fact which is disadvantageous to the Plaintiff that the trademark had been used for a

かかる事実を「EQ」の周知性の認定に参酌しました。確かに、メルセデス・ベンツのような著名ブランドに起因する新たなサブブランドは、顧客への浸透が早く、コアブランドの著名性が、サブブランドの周知性に影響を与え得る場合(例、広告宣伝の相乗効果)もあるため、出願人やその核となるブランドが相当有名な場合は、それと合わせてサブブランドの周知性を主張することが有益といえます。

とはいえ、本来識別力獲得の主張において立証すべき対象は、出願人ではなく、出願商標であるべきです。本願商標に原告の社名やそのコアブランドの名称が含まれていない以上、原告自身やメルセデスブランドの著名性を過度に参酌すべきではないでしょう。

②出願商標と使用商標の同一性の判断について

本件では、商標「EQA」「EQC」「EQ POWER」等に関する広告宣伝実績が、原告の「EQ」ブランドを示す周知性資料として採用されました。

よって、商標が同一でなくとも、対象商標が含まれていて、一連のシリーズを構成するものであることが分かるものであれば、対象商標の周知性を証明し得る補助証拠としての価値を見出せます。ただ商標審査基準では、縦書・横書の相違や近似する文字種の場合など一定の例外を除き、比較的厳しく出願商標と使用商標の同一性が求められています。本件における「EQA」や「EQC」等、一見して「EQ」が単独使用されていないと判断できる場合、これらを出願商標「EQ」の使用と認めるのは、法上の要件である商標の同一性の範囲を超えているとの印象を受けます。

③主な広告宣伝(モーターショーと掲載実績)について

本件では、パリ・フランクフルト・東京の各モーターショーでの宣伝活動のみならず、各モーターショーの全体の来場者数や公式ビデオのビューア数等も数値認定されています。

原告はまた、モーターショーでの「EQ」や「EQA」の発表が各広告媒体で紹介された記事を1つずつクリッピングし、雑誌の公表発行部数と併せて証拠として提出しました。その中には、発行部数が1万部程度と決して多いとはいえない雑誌の掲載資料が含まれていたものの、知財高裁は、発行部数の少なさについて言及することなく、広告宣伝実績の一つとして採用しました。雑誌等の発行部数の多寡にかかわらず、提出資料の種類が多さが裁判官の心証形成に有利に働いたものと思われる。

このことからまず、展示会等での来場者数や雑誌等の発行部数等の具体的な数値は、広告宣伝の規模等を計るものさしとなり得るため、客観的な指標としてできる限り立証することが効果的といえます。加えて、発行部数等が少なく、提出が憚られる証拠であっても、根気強く資料を収集し、取り纏

short period of time and that there was only a small sale of goods relevant to the trademark "EQ POWER", which is not completely identical to the applied for trademark.

In the present case, however, the Court considered the Plaintiff's intensive advertising activities and the like and acknowledged that the trademark had acquired distinctiveness. This would be a generally reasonable judgement as the Examination Guidelines and the like also stipulate that a matter of consideration for applying the Trademark Act, Article 3, paragraph 2 to a trademark is determined through comprehensive consideration including how the trademark is advertised and for how long, where, in what scale and the like. When we look at the Court's findings individually, however, its judgement is questionable in some respects.

(a) Relationship between the famousness of the Plaintiff per se and the trademark of interest

The Plaintiff claimed that the Plaintiff per se was famous, and the Court took that fact into account in acknowledging that the "EQ" was well known. It would be true that a new sub-brand originating from a famous brand such as Mercedes-Benz prevails fast among customers and the core brand's famousness may have an effect on the sub-brand's well-knownness (e.g., advertisement's synergic effect), and when an Applicant and the Applicant's core brand are fairly famous, it is beneficial to assert that a sub-brand is well known together with the core brand.

That said, what should essentially be proved in an assertion for acquisition of distinctiveness should be the applied for trademark, rather than the Applicant. As long as the applied for trademark does not include the name of the company of the Plaintiff or the name of its core brand, the Plaintiff per se or the "Mercedes" brand's famousness should not be taken into account excessively.

(b) Judgment on identity of applied for trademark and used trademark

In the present case, the actual advertising activities relevant to the trademarks "EQA," "EQC," "EQ POWER," etc. were adopted as materials indicating that the Plaintiff's "EQ" brand was well known.

Therefore, a trademark which is not identical to the trademark of interest, and yet includes it and is thus understood to configure a series together therewith is found to have value as assistive evidence that can prove that the trademark of interest is well-known. It should be noted, however, that the trademark examination standards require that an applied for trademark and a used trademark be relatively strictly identical, with some exceptions such as difference between vertical writing and horizontal writing, similar types of characters, etc. In the present case, when it can be determined that "EQA," "EQC," etc. do not apparently show that "EQ" is alone used, I have an impression that acknowledging use of the former as that of the latter is beyond the scope of identity for a trademark as a statutory requirement.

(c) Major Advertisements (motor shows and advertisement through media)

In the present case, not only promotional activities at each motor show in Paris, Frankfurt and Tokyo, but the total number of visitors at each motor show and the number of

める姿勢が肝要だといえます。

ただし本件に限れば、モーターショーという大規模な展示会の性質上、原告のブランド以外にも様々なブランドが同時に展示され、宣伝されているわけであり、モーターショーにおける使用証拠は、原告の1ブランドだけに注目が集まったものではないことから、これが強力な広告宣伝実績とまでいえるかどうか、やや疑問が残ります。

④その他の広告宣伝の内容(新聞掲載の頻度)について

本件では、全国紙への掲載が広告実績として認められました。全国紙による広告効果が大きなことに異論はありませんが、実際は全紙一日限りの掲載であって、反復継続性のない広告宣伝であったため、当該広告の周知性への寄与度は左程高くない印象です。

⑤その他の広告宣伝の内容(自社広告の効果)について

本件では、原告自身のウェブサイトや定期機関誌も広告の実績として採用されました。しかし、これらの広告宣伝は、自社の顧客向け広告ツールを用いたものであるため、自社の顧客以外の潜在的需要者が含まれないといったマイナス要素を考慮されるべきと考えます。

⑥商品の販売実績について

具体的な商品の販売実績は、「EQ POWER」との名称の実車販売が約1,000台あるに留まります。判決においても、当該数量の多寡が考慮されており、販売数が2年間で約1,000台というのは、日本では約10,000台に1台しか存在しないことを意味します。商品が高価格であり、販売の黎明期であったことを差し引いても、当該実績は相当少ないと言わざるを得ず、心証形成にやや不利となった証拠と捉えられます。

⑦外国商標登録の参酌の程度について

本件では、諸外国での商標登録が、世界的な周知性を証明する事実として考慮されています。しかし、識別力の判断においては、外国での周知の程度にかかわらず、我が国の需要者にとってどの程度周知であるかを判断されるべきです。

ましてや、外国での登録自体は、何らの使用実績や周知性の獲得事実ではないため、外国での登録状況は少なくとも参考程度に留めるべきと考えます。

4. 本判決を踏まえて

最後に、本願指定商品の分野である自動車業界において、商標の使用期間が主な争点となった最近の審決例を2つご紹介します。

(1)不服2018-650044商標「911」(独ボルシェ社の車名)

商標「911」に係る出願は、商標法第3条第1項第5号に該

viewers of the official video have also been acknowledged.

The Plaintiff also clipped each one of the articles posted through advertising media to introduce the announcements of "EQ," "EQA" etc. at the motor shows, and submitted the articles as evidence together with the circulations as made public, of the magazines that posted the articles. Although the evidence included material posted in a magazine whose circulation was approximately 10,000, which is not a large number, the IP High Court did not refer to that small circulation, and adopted it as one advertising activity. It is believed that whether a magazine has a large circulation or not, a large number of various types of materials submitted worked in favor of giving the Judge a good impression.

From this, first of all, specific figures such as the number of visitors at exhibitions and the circulations of magazines, etc. can be a measure for the scale or the like of advertisement, and accordingly, it would be effective to verify such figures as an objective index as much as possible. In addition, it is important that even a circulation which is small and seems to be inappropriate for submission as evidence should also be diligently collected and organized as material.

It should be noted for the present case, however, that a motor show is a large-scale exhibition in nature and also exhibits and advertises a variety of brands other than the Plaintiff's brand at the same time, that is, evidence which indicates that the Plaintiff's brand was used at a motor show does not necessarily indicate that the Plaintiff's brand is the only one brand that attracted attention, and thus there is some doubt as to whether this can be an intensive advertising activity.

(d) Other Advertisements (frequency of posting ads in newspapers)

In the present case, posting an ad in national newspapers was acknowledged as an advertising activity. While it is agreeable that a national newspaper does have a significant advertising effect, the ad was posted in the newspapers only for one day, rather than repeatedly and continuously, and there is an impression that the ad did not have a significant contribution to well-knownness.

(e) Other Advertisements (effect of advertisement by the company per se)

In the present case, the Plaintiff's own website and periodical magazine were also adopted as advertising activities. However, these advertisements employ a tool for advertisement intended for the customers of the company, and a negative factor, such as exclusion of potential consumers other than the customers of the company, should be taken into consideration.

(f) Goods' sales results

For specific goods' sales results, the vehicle named "EQ POWER" only sold about 1,000 units. The judgment also took into account whether that number was large or small, and the sale of about 1,000 units for two years means that there is only one such car out of about 10,000 cars in Japan. Although the product was expensive and the sales record was made when the product was just emerging in the market, the sales result is considerably small and considered as evidence which it is disadvantageous to some extent in giving a good impression.

(g) Consideration of overseas trademark registration

In the present case, overseas trademark registration was

当するものの、永年の使用(1964年から約50年以上)によって使用による識別力が認められ、商標法第3条第2項の要件を満たすとして、登録に至りました。

(2)不服2018-650027商標「A011」(仏ルノー社の車名)

商標「A011」に係る出願は、商標法第3条第1項第5号に該当するものであって、1963年から1977年までの14年間と2017年から2019年までの2年間の使用では、使用による識別力の獲得が認められませんでした(ただし当該審決では、使用期間以外にも出願商標と使用商標との同一性や広告宣伝資料の具体的な内容も踏まえて結論が導かれています。)

かかる審決に鑑みても、本件の約2年という商標の使用期間は、識別力獲得の判断において短い印象を拭えません。

とはいえ、短期間の商標の使用による識別力立証のため、具体的に提出すべき証拠資料が何であるかの道筋を示したといえる点で、本件は有益な判決といえるでしょう。

今後、比較的短い使用期間に基づき、商標法第3条第2項の適用を試みる出願人にとって、本件で裁判所が採用した各証拠を検証することが参考となるのではないのでしょうか。

considered as a fact that proves global well-knownness. However, whether a trademark has distinctiveness in Japan should be determined by to what extent the trademark is well known to customers in Japan, rather than overseas. Furthermore, overseas registration per se is not any actual use or a fact that well-knownness has been acquired, and overseas registration status should be considered as no more than a reference.

4. In light of the present judgment

Finally, I would like to introduce two recent cases of appeal decisions in the automobile industry, the field of the designated products of the subject application, in which the period of use of a trademark was the main issue.

(1) Appeal No. 2018-650044 for the Trademark "911" (for the name of a vehicle of Porsche in Germany)

While the application for the trademark "911" fell under the Trademark Act, Article 3, paragraph 1, item v, the trademark was registered as it was recognized to have distinctiveness for its long-term use (about more than 50 years since 1964) and thus satisfied the requirements of the Trademark Act, Article 3, paragraph 2.

(2) Appeal No. 2018-650027 for Trademark "A011" (for the name of a vehicle of Renault in France)

The application for the trademark "A011" fell under the Trademark Act, Article 3, paragraph 1, item v and was not recognized to have acquired distinctiveness through use as it had been used for 14 years from 1963 to 1977 and two years from 2017 to 2019. (It should be noted, however, that in the appeal the decision was made with a conclusion drawn based on whether the applied for trademark and the used trademark were identical and based on the specific contents of materials of advertisements made, rather than the period of use.)

Considering this decision, a period of use of about two years, as for the trademark of the present case, inevitably gives an impression that it is a short period in determining acquisition of distinctiveness.

However, it can be said that the present case is useful in judging what should be submitted specifically as evidential material in order to prove that a trademark has distinctiveness through the short-term use thereof.

In the future, for an applicant who tries to apply the Trademark Act, Article 3, paragraph 2 to a trademark based on the relatively short-term use thereof, it may be beneficial to study the evidential material adopted by the Court in the present case.

(1) ①商標審査基準第3条第2項(2.)、②ひよこ立体商標事件(知財高判平17(行ケ)10673号)

(2) ①森本事件(知財高判平29(行ケ)10110号)、②知財高判平成19(行ケ)10127号

(3) 米国 連邦商標法第2条(15 U.S.C. §1052)(f)

利き手の変更

高田 寛子 Hiroko TAKADA

外内特許グループ

歌 手の郷ひろみは 54 歳の時に利き手を右手から左手に変えたそうです。50 年以上右手偏重だった体のバランスを整えるため、というのがその理由だそうです。今では食事や歯磨きなども左手でされるそうです。

統計的には世界の人口の約10 %が左利きと言われています。漢字を使う文化圏では更に少ない傾向があり、それは漢字の書き順や「とめ・はね・はらい」が右利きを前提に作られているからだそうです。私が子供のころは左利きの子は「お行儀が悪い」などと言われ、親や先生から右利きに“矯正”された時代でした。左利きの友達は先生の目を盗んで左手で字を書いては見つかって怒られていたものです。小学校教師の友人によると、現在では利き手を“矯正”することはなく、むしろ先生が左利きということも増えているのだそうです。

私はお箸も鉛筆も右手の生粋の右利きです。ですが実は幼い頃からずっと左利きに憧れていました。少数派という特別感、天才肌、芸術的、クリエイティブといったイメージが私の心をくすぐります。50 歳を過ぎて利き手変更挑戦した郷ひろみに刺激を受け、私もやってみるか、と少し前から左手でお箸を使う練習を始めました。すると意外にも最初から上手くお箸を握むことができ、「なんだ、こんなに簡単なのか」と自信が沸きます。しかしものの数分もしないうちにじわじわと左手の筋が痛み出し、上手く握めないイライラも加わって途中で箸を右手に持ち替えることもしばしばでした。それでも諦めずに心と時間に余裕のある時にチャレンジを続けていると少しずつ上達し、うどんやご飯粒などもようやく上手く握めるようになってきました。今では右手の 8 割ぐらいの能力といたところでしょうか。

毎年 8 月 13 日は「国際左利きの日」です。普段は右利きの方も意識して左手を使ってみてはいかがでしょうか。

Travel is a gold mine of information

Satoshi ITAYA

2nd Electrical / Information Division

I travel abroad about once a year. I have visited various countries in Southeast Asia, Central Asia, Europe, Central and South America, etc. When I travel, I drop into towns which I feel like visiting, without any specific aim or fixed itinerary. A country I recently visited is Myanmar. Since had I learned that we can enter Myanmar on a Visa-on-Arrival, I had long been interested in this country, and I finally visited there at the end of last year.

Travel sometimes makes me become aware of what companies are growing or what services are in fashion, not only in food and tourism but also in other fields. For example, until several years ago, in developing countries, I had found many signboards of LG Electronics Incorporated and Samsung Electronics Co., Ltd., which seems to indicate that smartphones made in South Korea had sold well. In these last few years, however, OPPO, a Chinese firm, seems to have increased its share of smartphones, as I have had increasing opportunities to see its signboards, including in Myanmar. On the other hand, unfortunately, I felt that Japanese digital products and home electrical appliances do not have name recognition as high as I expected in the countries I visited.

In Yangon, I had a chance to eat at an Indian restaurant owned by an Indian, who had quit a company and started the restaurant. According to the owner, the application "TripAdvisor" is recently very popular, and many foreigners use this application to find restaurants. In fact, I realized its popularity to see its advertising displays in other towns, too.

Lately, I learned that Muslims are permitted to eat only "halal food", permissible food in Islam. I heard that Muslims often have difficulty finding halal food in Japan since there are not so many shops of it. A halal food home-delivery service might perhaps be a hit in Japan.

All of the above are from only small bits and pieces of information which I saw and heard during my trips. I feel that, however, they allow me to have many "hooks" of information and also help me broaden my horizons. Now we, patent office attorneys, tend to be expected to contribute to the creation of inventions. This may give us more chance to make use of the information on overseas technical trends and fashions.

ときめきみつけた

山口 陽子 Yoko YAMAGUCHI

商標法律グループ

観 劇回数 43 回。清く正しく美しくファン活動をし、5 年半のあいだ追いかけてきたタカラジェンヌさんが宝塚を退団、ご卒業されました。最期にしてきたジェンヌさんと共に、私も宝塚ファンを卒業しようと心に決め、ラスト公演の行われた約 3 か月間、宝塚と東京の劇場に通い詰めました。その結果、冒頭の観劇回数を叩き出したのでした。

「同じ公演だよな？物語も出演者も同じなのに何回も観るの？」とよく尋ねられます。同じと言えばもちろん同じなのですが、この複数観劇の魅力にとらわれてしまうと抜け出せないのが舞台の世界。その時その場に居合わせた演者と観客が作り出す、その日の空気のかなか生まれる舞台は、ひとつとして同じものはないのです。舞台はナマモノ。日々の変化を、進化を、出来ることなら全てを見届けたいという想いに駆られ、時間の許す限り劇場へ足を運ぶファン生活でした。週にたった 1 度の休演日を除き、ほぼ毎日公演を行い、宝塚と東京の専用劇場でそれぞれ約 1 か月強、合計 100 公演が上演される宝塚の舞台。千秋楽を迎える頃にはそれはそれは目覚ましい進化を遂げているのです。

それだけの回数を観劇すれば、台詞や振りは当然覚え、この時の目線の動かし方が好き、この右手の薬指の曲がり具合がかっこいい、暗転して袖へ捌ける間際の眉間のシワがたまらない、などとマニアックなお気に入りポイントがどんどん増えていきます。後にブルーレイ化されようと、私だけのアングルで好きなように観られるのはやはり今この時だけなのです。

宝塚は「彼」と同時退団しましたが、今、同じ時代に生きていられることに感謝したくなるほど、ファンになってしまった舞台人。第2のスタートを切った「彼女」が舞台に立ち続ける限り、今この時この一瞬を、目に、耳に、心に焼き付けるため、私は劇場に通い続けます。

Swim Class

Uiko OKUDA

Clerk, Foreign Cases

Every weekend for the past five years, I have gone to swim class. It started when I took my child with bronchial asthma to the kids' class that was offered by the same swim school. I could observe the class from a room near the pool, but usually the seats in the room were all taken. Instead of standing there for an hour or so, I decided to take an adult swim class for myself.

Before the first day, I thought it would be a fun, easy swim with occasional chatting. But as it turned out, many of the "beginners" swam much faster than I thought. Soon I learned that there is a performance evaluation once a month and they are practicing to improve their time and form aiming at the evaluation. The members included an elderly person over 90 years old and a physician coming to the class during break.

Our routine starts with 8×25m flutter kick and 8×25m front crawl as a warm-up, followed by a one-hour cruise with front crawl or other strokes selected for the month. The warm-up sessions were too hard for me and I was always the last to finish, but just recently, I've finally got the strength to keep pace with them. I also learned how to swim the butterfly and the backstroke, and found that learning new skills is a joyful experience even for an adult. It's also nice that I can chat with the members of all ages before and after the class.

On cold or rainy days, I don't feel like going to the pool, but after getting there anyway and doing the exercise, I'm always refreshed and glad that I went. On rare occasions, I skip the class and feel somewhat uncomfortable for the rest of the day, so I go even when I don't feel in top shape. Despite my expectation though, I haven't lost any weight because the after-swim lunch or dinner tastes so good and I tend to overeat. But anyway I need to do some exercise and I have a great time swimming every weekend.



Effective Business Letter Writing



no. 18

Gerald Thomas B.A. LL.B.

Director of Foreign Affairs - Fukami Patent Office, P.C.
Barrister & Solicitor (1993 - British Columbia, Canada)

Business letter writing is a skill developed by learning the theory of professional style and having frequent practice. In this volume I would like to focus on the use of personal names in international writing to demonstrate professional courtesy and proper writing style.

Names are important

It is a fact that using names in business correspondence can make the communication more effective. In earlier volumes of this newsletter I discussed the benefit of using personal names to assist in collecting overdue accounts more effectively. By referring to the reader personally, the reader will pay more attention and feel more compelled to respond to the writer. Writing personally to the reader gives the reader a greater sense of responsibility to deal with the letter.

When writing to someone, the name of the recipient is generally used three times - once at the top of the letter over the inside address, once on the envelope and once in the salutation, ("Dear . . ."). Since the name used with the inside address and on the envelope are identical, we only need to consider two separate name forms for each letter.

Inside Address and Envelope

The name of the recipient on the inside address and envelope should be the person's full name (first and last name), either with or without a title.

John Smith or Mr. John Smith

Personally, I recommend always using a title as a show of respect, and there have been many cases that a person has shown appreciation for my having used it. Although a whole book could be written on just the use of titles, please let me show the most common below:

Man - single or married: Mr. as in Mr. John Smith

Woman - single or married Ms. as in Ms. Rebecca Whitehouse

Note: For women traditionally the single form is Miss and married form is Mrs., but these are less used.

Medical doctor or Ph.D. (man or woman) Dr. as in Dr. Peter Springfield or Dr. Shirley Carpenter

For people with a Ph.D. degree (not medical doctors), it is also possible to use Ph.D. after a name, but then Dr. is replaced by Mr. or Ms. as in: Mr. Peter Springfield Ph.D. or Ms. Shirley Carpenter Ph.D.

Note: Do not use the same title twice with a name as in Dr. Peter Springfield Ph.D. (unless you know the person is both a medical doctor and with a Ph.D. degree!)

Salutations

When writing a name in a salutation following "Dear" in a business letter, only the title and last name are used.

Man - single or married: Mr. + Last name as in Dear Mr. Smith

Woman - single or married Ms. + Last name as in Dear Ms. Whitehouse

Medical doctor or Ph.D. Dr. + Last name as in Dear Dr. Springfield or Dear Dr. Carpenter

Note that Mr. or Ms. may be used in the salutation instead of Dr. but Ph.D. is not used

There are many good sources of information on the internet on the proper use of titles and names, so research the correct use before sending a letter - professional courtesy is important!

Professional Background



Gerald Thomas has worked in both Canadian and Japanese law offices, and has had a relationship with Fukami Patent Office for over fifteen years. As the Director of Foreign Affairs he supervises the quality of English communications between Fukami Patent Office and its many foreign clients and associates.

Gerald has worked with both the national and various local government organizations. In 2003-2004 Gerald was commissioned to work with the Japan Patent Office to provide complete translations of the [Japan Patent Act](#) and the [Japan Trademark Act](#).



木原美武 Yoshitake KIHARA 所長
弁理士資格取得(2015)／大阪府立大学工学部電気工学科卒業(1980)／特許庁、特許庁の財産研究所フシントン事務所長、特許工業所有権協力センター企画部長、審判部長、特許技監→深見特許事務所(2015-)

荒川伸夫 Nobuo ARAKAWA 副所長
弁理士試験合格(1997)／同志社大学工学部機械工学科卒業(1991)、同大学院修士課程修了(1993)／ナショナル住宅産業(株)の財産部→松下電工(株)の財産部→深見特許事務所(2002-)

佐々木真人 Masato SASAKI 副所長
弁理士試験合格(2002)／神戸大学工学部生産機械工学科卒業(1990)／住友特殊金属(株)→深見特許事務所(1991-)、大阪大学大学院法学研究科客員教授(2010-)

深見久郎 Hisao FUKAMI 相談役
弁理士試験合格(1960)／大阪府立大学工学部電気工学科卒業(1956)／シャープ(株)特許部→深見特許事務所(1969-)

山口佳子 Keiko YAMAGUCHI
弁理士試験合格(2010)／大阪大学基礎工学部物理性物理工学科卒業(1992)／日本電気(株)→深見特許事務所(2002-)

田中康太 Kota TANAKA
弁理士試験合格(2013)／京都大学理学部理学科卒業(2003)、同大学院エネルギー科学研究科修士課程修了(2005)／シャープ(株)→深見特許事務所(2011-)

大代和昭 Kazuaki DAIDAI
弁理士試験合格(2008)／同志社大学工学部知能工学科卒業(1999)／(株)オフィス・トゥー・ワン→特許事務所→深見特許事務所(2012-)

川上 岳 Takeshi KAWAKAMI
弁理士試験合格(2012)／東京大学理学部情報科学科卒業(2002)、同大学院修士課程修了(2004)／(株)エリジオン→キーエンスソフトウェア(株)→(株)エス・スリー・フォー→国際振音計装(株)→特許事務所→深見特許事務所(2014-)

増井義久 Yoshihisa MASUI
弁理士試験合格(2002)／京都大学理学部化学工学科卒業(1995)、同大学院修士課程修了(1997)／(株)村田製作所→特許事務所→深見特許事務所(2016-)

谷 憲一 Kenichi TANI
弁理士試験合格(2016)／関西大学工学部電子工学科卒業(2008)／(株)リコー→(株)デジタル→深見特許事務所(2017-)

鈴木裕三 Yuzo SUZUKI
弁理士試験合格(2013)／山梨大学工学部化学生物工学科卒業(1999)／ヘルツ(株)→東京エレクトロン(株)→特許事務所→深見特許事務所(2017-)

電気情報第 2 部 2nd Electrical / Information Division

三輪雅彦 Masahiko MIWA 部長
弁理士試験合格(2007)／京都大学工学部精密工学科卒業(1990)、同大学院修士課程修了(1992)、英力ーティブ大学経営大学院修了(1997)／NTN (株)→デロイト・トーマツ・コンサルティング(株)→深見特許事務所(2001-)

中田幸治 Koji NAKATA 副部長
弁理士試験合格(2003)／京都大学工学部電気工学科卒業(1996)、同大学院修士課程修了(1998)／住友金属工業(株)→深見特許事務所(2004-)

井上眞司 Shinji INOUE 上席
弁理士試験合格(2005)／京都大学工学部電子工学科卒業(1987)、同大学院修士課程修了(1989)／(株)東芝→特許事務所→深見特許事務所(2007-)

杉本さち子 Sachiko SUGIMOTO 上席
弁理士試験合格(2011)／宇都宮大学工学部情報工学科卒業(1985)／三菱電機コントロールソフトウェア(株)→深見特許事務所(1988-)

新道斗喜 Toki SHINDO
(東京オフィス)
弁理士試験合格(2002)／大阪府立大学工学部情報工学科卒業(1998)／深見特許事務所(2000-)

梅崎真紀子 Makiko UMEZAKI
弁理士試験合格(2009)／奈良女子大学理学部化学科卒業(1993)、同大学院修士課程修了(1995)／深見特許事務所(1995-)

勝本一誠 Kazunari KATSUMOTO
弁理士試験合格(2011)／京都大学工学部電気電子工学科卒業(2003)、同大学院修士課程修了(2005)／シャープ(株)→深見特許事務所(2011-)

北原悠樹 Yuki KITAHARA
弁理士試験合格(2011)／大阪大学工学部電子情報工学科卒業(1995)／西日本旅客鉄道(株)→特許事務所→三洋電機(株)→深見特許事務所(2012-)

小原玄嗣 Genji KOHARA
弁理士試験合格(2013)／東京大学工学部精密機械工学科卒業(1995)／西日本旅客鉄道(株)→特許事務所→三洋電機(株)→深見特許事務所(2008-)

板谷 諭 Satoshi ITAYA
弁理士試験合格(2009)／同志社大学工学部知能工学科卒業(2005)、奈良先端科学技術大学院大学情報工学科卒業(2007)／(株)日立製作所→グイストン(株)→深見特許事務所(2018-)

電気情報第 3 部 3rd Electrical / Information Division

中田雅彦 Masahiko NAKATA 部長
弁理士試験合格(1999)／関西大学工学部電子工学科卒業(1989)／共同 VAN (株)→深見特許事務所(1994-)

岩井将晃 Masaaki IWAI 副部長
弁理士試験合格(2001)／岡山大学理学部物理工学科卒業(1993)、同大学院修士課程修了(1995)／ホンデン(株)→フィリップス・モバイル・ディスプレイシステムズ神戸(株)→特許事務所→深見特許事務所(2011-)

大西範行 Noriyuki OHNISHI 上席
弁理士試験合格(2002)／東京大学工学部金属材料工学科卒業(1986)／松下電子工業(株)→積水樹脂(株)→三菱電機(株)→深見特許事務所(1997-)

岸 彰 Akira KISHI
弁理士試験合格(2013)／同志社大学工学部電気工学科卒業(2004)／グンゼ(株)→富士通テン(株)→特許事務所→深見特許事務所(2011-)

佐藤まりこ Mariko SATOH
(名古屋オフィス)
弁理士試験合格(2015)／早稲田大学理工学部応用化学科卒業(2010)、同大学院修士課程修了(2012)／レバレッジズ(株)→特許事務所→深見特許事務所(2015-)

平出雅明 Masaaki HIRADE
弁理士試験合格(2015)／京都大学工学部化学工学科卒業(1995)、同大学院修士課程修了(1998)／三菱電機(株)→法人設立運営→(株)高電社→深見特許事務所(2015-)

橋本佳奈 Kana HASHIMOTO
弁理士試験合格(2017)／神戸大学卒業(2008)／富士ゼロックス(株)→深見特許事務所(2012-)

中村亮太 Ryota NAKAMURA

弁理士試験合格(2017)／関西大学環境都市工学部都市システム工学科卒業(2013)／藤本製薬㈱→深見特許事務所(2018-)

機械第1部

1st Mechanical Division

山田裕文 Hirofumi YAMADA

部長

弁理士試験合格(2002)／東京大学工学部原子力工学科卒業(1990)、同大学院修士課程修了(1992)／㈱神戸製鋼所→深見特許事務所(1997-)

土谷和之 Kazuyuki TSUCHIYA

副部長

弁理士試験合格(2005)／東北大学工学部材料物性学科卒業(1991)／深見特許事務所(1991-)

綿本 肇 Hajime WATAMOTO

上席

弁理士試験合格(2004)／立命館大学法学部法学科卒業(1997)／シャープ㈱知的財産権本部→深見特許事務所(2008-)

小田晃寛 Akihiro ODA

上席

弁理士試験合格(2010)／大阪市立大学理学部物質科学科卒業(1998)、同大学院修士課程修了(2000)／TDK㈱→深見特許事務所(2011-)

日夏貴史 Takashi HINATSU

弁理士資格取得(2014)／東京大学工学部物理工学科卒業(1992)、同大学院修士課程修了(1994)／特許庁 上席審査官→深見特許事務所(2014-)

清水博司 Hiroshi SHIMIZU

弁理士試験合格(2014)／早稲田大学理工学部応用物理学科卒業(2003)、同大学院修士課程修了(2005)／横河電機(株)→深見特許事務所(2011-)

岡崎達也 Tatsuya OKAZAKI

弁理士試験合格(2017)／大阪大学工学部応用自然科学科卒業(1999)、同大学院修士課程修了(2001)／京セラ㈱→深見特許事務所(2007-)

栗山祐忠 Hirotada KURIYAMA

弁理士試験合格(2004)／富山大学理学部物理学科卒業(1984)、同大学院修士課程修了(1986)／三菱電機㈱→㈱ルネサステクノロジ(現：ルネサスエレクトロニクス㈱)→特許事務所→深見特許事務所(2019-)

機械第2部

2nd Mechanical Division

荒川伸夫 Nobuo ARAKAWA

部長

弁理士試験合格(1997)／同志社大学工学部機械工学科卒業(1991)、同大学院修士課程修了(1993)／ナショナル住宅産業㈱知的財産部→松下電工㈱知的財産部→深見特許事務所(2002-)

高橋智洋 Tomohiro TAKAHASHI

副部長

弁理士試験合格(2004)／京都大学工学部交通土木工学科卒業(1998)、同大学院修士課程修了(2000)／日立造船㈱→深見特許事務所(2002-)

中西 輝 Akira NAKANISHI

Principal Associate

主席

弁理士試験合格(2009)／同志社大学工学部機械工学科卒業(1986)／フジテック㈱→深見特許事務所(1990-)、意匠部部长と兼任

和田吉樹 Yoshiki WADA

Senior Associate

上席

弁理士試験合格(1999)／東京大学工学部精密機械工学科卒業(1991)、同大学院修士課程修了(1993)／㈱神戸製鋼所→深見特許事務所(1998-)

小西 潤 Jun KONISHI

Senior Associate

上席

弁理士試験合格(2001)／名古屋工業大学工学部機械工学科卒業(1995)／㈱森精機製作所→深見特許事務所(2001-)

村野 淳 Jun MURANO

Senior Associate

上席

弁理士試験合格(2007)／京都大学工学部物理工学科卒業(1996)、同大学院エネルギー科学研究科修士課程修了(1998)／三菱重工業㈱→深見特許事務所(2006-)

前田篤志 Atsushi MAEDA

Senior Associate

上席

弁理士試験合格(2007)／大阪府立大学工学部材料工学科卒業(1997)、同大学院博士前期課程修了(1999)／㈱椿本チエイン→深見特許事務所(2008-)

青木満宏 Mitsuhiro AOKI

弁理士試験合格(2010)／大阪大学工学部応用理工学科卒業(2004)、同大学院修士課程修了(2006)／シャープ㈱→深見特許事務所(2012-)

喜多祥章 Yoshiaki KITA

弁理士試験合格(2017)／京都大学工学部物理工学科卒業(2009)、同大学院修士課程修了(2011)／㈱大阪チタニウムテクノロジーズ→特許事務所→深見特許事務所(2018-)

荒田秀明 Hideaki ARATA

弁理士試験合格(2010)／大阪市立大学工学部知的材料工学科卒業(2003)、同大学院修士課程修了(2005)／特許庁→特許事務所→深見特許事務所(2018-)

化学バイオ部

Chemical / Biotechnology Division

長野篤史 Atsushi NAGANO

Divisional Manager

部長

弁理士試験合格(2005)／大阪大学基礎工学部合成化学科卒業(1997)、同大学院修士課程修了(1999)／田岡化学工業㈱→深見特許事務所(2005-)

内山 泉 Izumi UCHIYAMA

Deputy Divisional Manager

副部長

弁理士試験合格(2001)／大阪大学理学部化学科卒業(1996)／特許事務所→深見特許事務所(2009-)

星川隆一 Ryuichi HOSHIKAWA

Senior Associate

上席

弁理士試験合格(2002)／大阪市立大学工学部応用化学科卒業(1987)／㈱松井色素化学工業所技術部特許課→深見特許事務所(2002-)

中村考志 Takashi NAKAMURA

Senior Associate

上席

弁理士試験合格(2004)／大阪大学薬学部製薬化学科卒業(1996)、同大学院医学部医学研究科修士課程修了(1998)／特許事務所→深見特許事務所(2003-)

小寺 覚 Satoru KOTERA

弁理士試験合格(2001)／大阪大学工学部応用化学科卒業(1982)、同大学院修士課程修了(1984)／東洋ゴム工業㈱→深見特許事務所(2002-)

石川晃子 Akiko ISHIKAWA

弁理士試験合格(2007)／東京工業大学生命理工学部生命理学科卒業(1999)／㈱トーメン→富士薬品工業㈱→日本シエーリング㈱→深見特許事務所(2008-)

桑原達行 Tatsuyuki KUWAHARA

弁理士試験合格(2011)／京都大学工学部工業化学科卒業(2001)／三洋電機㈱→深見特許事務所(2012-)

溝口正信 Masanobu MIZOGUCHI

弁理士試験合格(2012)／大阪大学工学部応用生物工学科卒業(1994)／ニプロ㈱→特許庁特許審査部→深見特許事務所(2008-)

田村拓也 Takuya TAMURA

弁理士試験合格(2008)／京都薬科大学薬学部薬学科卒業(1999)、大阪大学大学院医学系研究科医科学専攻修士課程修了(2001)／(株)科学新聞社→特許事務所→深見特許事務所(2015-)

中尾奈穂子 Naoko NAKAO

弁理士資格取得(2016)／奈良女子大学理学部化学科卒業(1999)、京都大学大学院修士課程修了(1999)／特許事務所→大王製紙㈱→特許庁→深見特許事務所(2016-)

佐川琢麻 Takuma SAGAWA

弁理士試験合格(2016)／東京理科大学理学部1部化学科卒業(1999)、同大学院博士課程修了(2005)、理学博士取得(2005)／高輝度光科学研究センター→東京理科大学生命科学研究所→特許事務所→深見特許事務所(2017-)

尼崎 匡 Tadasu AMASAKI

弁理士試験合格(2013)／京都工芸繊維大学高分子学科卒業(1997)、同大学院修士課程修了(1999)／凸版印刷(株)→特許事務所→深見特許事務所(2017-)

福原充子 Mitsuko FUKUHARA

弁理士試験合格(2019)／京都大学理学部卒業(2012)、同大学院修士課程修了(2014)、同大学院博士後期課程修了(2017)／深見特許事務所(2017-)

草下明信 Akinobu KUSAKA

弁理士試験合格(2019)／京都薬科大学薬学部薬学科卒業(2009)、同大学院修士課程修了(2011)／シミック㈱→調剤薬局→深見特許事務所(2020-)

意匠部

Design Division

中西 輝 Akira NAKANISHI

Divisional Manager

部長

土谷和之 Kazuyuki TSUCHIYA

Deputy Divisional Manager

副部長

齋藤 恵 Megumi SAITO

Senior Associate

上席

綿本 肇 Hajime WATAMOTO

Senior Associate

上席

前田篤志 Atsushi MAEDA 上席
Senior Associate

小田晃寛 Akihiro ODA

藤川 順 Jun FUJIKAWA

清水博司 Hiroshi SHIMIZU

国際特許意匠部

International Patent / Design Division

佐々木真人 Masato SASAKI 部長
Divisional Manager

弁理士試験合格(2002)／神戸大学工学部生産機械工学科卒業(1990)／住友特殊金属㈱→深見特許事務所(1991-)、大阪大学大学院法学研究科客員教授(2010-)

十河誠治 Seiji SOGO 副部長
Deputy Divisional Manager

弁理士試験合格(2004)／京大文学部理学部(物理)卒業(1992)、同大学院修士課程修了(1994)／松下電器産業㈱→深見特許事務所(2003-)

岡 始 Hajime OKA 上席
Senior Associate

弁理士試験合格(2000)／大阪大学基礎工学部化学工学科卒業(1995)、近畿大学法学部法律学科卒業(2009)／深見特許事務所(1995-)

赤木信行 Nobuyuki AKAGI 上席
Senior Associate

弁理士試験合格(2003)／神戸大学工学部応用化学工学科卒業(1997)／大王製紙㈱→深見特許事務所(2001-)

松田将治 Masaharu MATSUDA 上席
Senior Associate

弁理士試験合格(2008)／金沢大学工学部人間・機械工学科卒業(2002)、同大学院修士課程修了(2004)／フジテック㈱→IDEC (㈱法務グループ)知的財産担当→深見特許事務所(2009-)

大河内みなみ Minami OKOCHI

弁理士試験合格(2014)／東北大学理学部宇宙地球物理学工学科卒業(2003)、同大学院修士課程修了(2006)／シャープ㈱→深見特許事務所(2015-)

相羽綾子 Ayako AIBA

弁理士試験合格(2018)／大阪大学理学部化学工学科卒業(2014)／東京都水道局→深見特許事務所(2017-)

商標法律部

Trademark / Law Division

富井美希 Miki TOMII 部長
Divisional Manager

弁理士試験合格(2008)／大阪大学文学部文学工学科卒業(1987)／ミノルタ㈱→ORB Co.,Ltd.(香港)→ブリティッシュ・カウンスル㈱→エー・エス・ジェイ→深見特許事務所(2004-)

中島由賀 Yuka NAKAJIMA 副部長
Deputy Divisional Manager

弁理士試験合格(2005)／関西学院大学理学部化学工学科卒業(1994)／小林製薬㈱→深見特許事務所(2008-)

吉野 雄 Yu YOSHINO 上席
Senior Associate

弁理士試験合格(2004)／千葉大学法経学部法学工学科卒業(1998)／特許事務所→深見特許事務所(2003-)

齋藤 恵 Megumi SAITO 上席
Senior Associate

(東京オフィス次長)
弁理士試験合格(2004)／神戸大学法学部法律工学科卒業(1996)／日本生命保険相互会社→深見特許事務所(2005-)

大野義也 Yoshinari ONO

弁理士試験合格(2000)／関西学院大学経済学部卒業(1996)／光洋精工㈱→松下電器産業㈱ AVC 知的財産権センター→深見特許事務所(2006-)、大阪工業大学大学院知的財産研究科非常勤講師(2011-)

藤川 順 Jun FUJIKAWA

弁理士試験合格(2010)／神戸大学経済学部経済工学科卒業(1996)／㈱富士銀行(現㈱みずほ銀行)→マスマチュアル生命保険㈱→㈱ジャパントレーディング→深見特許事務所(2007-)

稲山史子 Fumiko INEYAMA

(東京オフィス)
弁理士試験合格(2010)／神戸大学文学部哲学科卒業(1993)／安田火災海上保険㈱→深見特許事務所(2001-)

小野正明 Masaaki ONO

弁理士試験合格(2007)／京都大学教育学部教育工学科卒業(2001)／特許事務所→深見特許事務所(2014-)

宮澤博久 Hirohisa MIYAZAWA

弁理士試験合格(2014)／京都大学文学部人文学科地理学専修卒業(2005)、同大学院修士課程修了(2008)／特許事務所→深見特許事務所(2015-)

石井康太郎 Kotaro ISHII

(東京オフィス)
弁理士試験合格(2013)／名古屋大学経済学部経営工学科卒業(2009)／㈱日清製粉グループ本社→深見特許事務所(2016-)

瀬川左英 Sac SEGAWA

弁理士試験合格(2015)／大阪市立大学法学部法学科卒業(2000)／特許事務所→深見特許事務所(2017-)

原 智典 Tomonori HARA

弁理士試験合格(2016)／早稲田大学法学部法学卒業(2013)／特許事務所→深見特許事務所(2017-)

名古屋オフィス

Nagoya office

田村光一 Koichi TAMURA

(名古屋オフィス長)
弁理士試験合格(2007)／群馬大学工学部機械工学科卒業(1982)／トヨタ自動車㈱→深見特許事務所(2018-)

顧問

Adviser

堀井 豊 Yutaka HORII 顧問
Adviser

弁理士試験合格(1988)／大阪大学基礎工学部生物工学科卒業(1978)／持田製薬㈱→深見特許事務所(1983-)

井上昌三 Shozo INOUE 顧問
Adviser

弁理士試験合格(2003)／大阪大学基礎工学部化学工学科卒業(1976)／神鋼ファウドラ㈱→日東電工㈱→深見特許事務所(2014-)

野田久登 Hisato NODA 顧問
Adviser

弁理士試験合格(1989)／東京大学工学部機械工学科卒業(1976)／松下電器産業㈱→深見特許事務所(1989-)

今村玲英子 Reeko IMAMURA 非常勤
Outside Adviser 顧問

弁理士資格取得(2019)／東京大学法学部卒業(1984)／特許庁、東京高等裁判所 知的財産高等裁判所調査官、審査基準室長、審判部部門長、審査第三部長、審判部長→今村玲英子特許事務所(2019-)

顧問弁護士

Legal Adviser

十河陽介 Yosuke SOGO

弁理士試験合格(2003)、司法試験合格(2013)／大阪大学工学部応用理工工学科卒業(2003)、同大学院工学研究科生産科学専攻修了(2005)／パナソニック㈱、法律事務所、十河国際法律事務所、深見特許事務所顧問(2015-)

Office Information

大阪 | Osaka Head Office

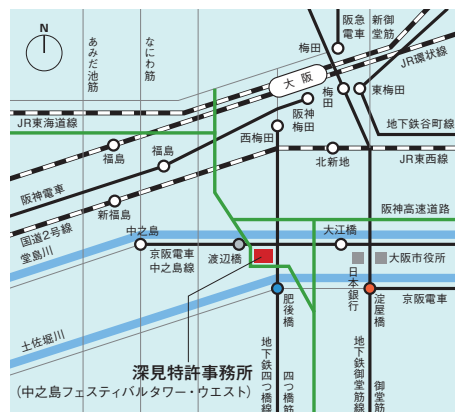
〒530-0005
大阪市北区中之島3-2-4
中之島フェスティバルタワー・ウエスト26階
TEL.06-4707-2021(代) FAX.06-4707-1731(代)

Nakanoshima Festival Tower West 26F.
3-2-4, Nakanoshima Kita-ku,
Osaka 530-0005 Japan
TEL.+81-6-4707-2021 FAX.+81-6-4707-1731



ACCESS

大阪周辺図



- 地下鉄四つ橋線「肥後橋」駅 / 4番出口直結
- 京阪電中之島線「波辺橋」駅 / 13番出口直結
- 地下鉄御堂筋線・京阪本線「淀屋橋」駅 / 7番出口から徒歩6分

東京オフィス | Tokyo Office

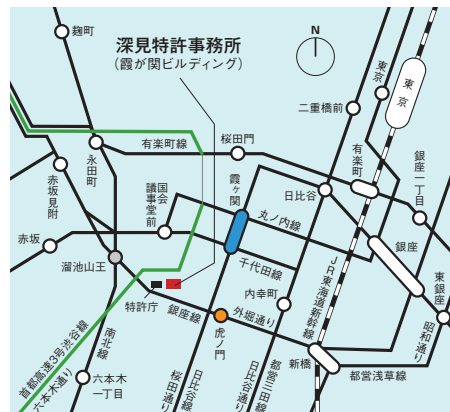
〒100-6017
東京都千代田区霞が関3-2-5
霞が関ビルディング17階
TEL.03-3595-2031(代) FAX.03-3502-2030(代)

Kasumigaseki Bldg. 17F.
3-2-5, Kasumigaseki Chiyoda-ku,
Tokyo 100-6017 Japan
TEL.+81-3-3595-2031 FAX.+81-3-3502-2030



ACCESS

東京オフィス周辺図



- 東京メトロ銀座線「虎ノ門」駅 / 11番出口から徒歩2分
- 千代田線「霞ヶ関」駅 / A13番出口から徒歩6分
- 日比谷線「霞ヶ関」駅 / A13番出口から徒歩6分
- 東京メトロ南北線「溜池山王」駅 / 8番出口から徒歩9分

名古屋オフィス | Nagoya Office

〒450-0002
愛知県名古屋市中村区名駅4-24-8
いちご名古屋ビル3階
TEL.052-582-8880

Ichigo Nagoya Bldg. 3F.
4-24-8, Meieki, Nakamura-ku,
Nagoya-shi, Aichi 450-0002 Japan
TEL.+81-52-582-8880



ACCESS

名古屋オフィス周辺図



- JR各線「名古屋」駅 / 徒歩9分
- 名鉄線「名古屋」駅 / 徒歩7分
- 近鉄線「名古屋」駅 / 徒歩6分 (ミヤコ地下街 4番出口より徒歩1分)
- 地下鉄桜通線「国際センター」駅 徒歩7分

<https://www.fukamipat.gr.jp/>

Fukami Patent Office, P.C.

NEWS LETTER

vol.18

特許業務法人 深見特許事務所 ニュースレター

July 2020

編集委員——ジェラルド A. トーマス・大野義也・岩井將晃・竹田道夫

■ 本冊子に関するお問合せ先

TEL.06-4707-2021(代)・E-mail : info@fukamipat.gr.jp

- 本冊子は知的財産に関する一般的な情報を取りまとめたものであり、個別の事案についての当事務所の具体的な対応のあり方あるいは助言を示すものではありません。
- 本冊子の送付を希望されない方は、当所までご連絡ください。また、受領者以外に、本冊子の受領を希望される方がおられましたら、当所までご連絡ください。

