

## 第3版 はしがき

本書は、平成21年（2009年）に発行され、平成28年（2016年）に第2版が発行された『商標実務入門』の第3版である。

この度、令和5年（2023年）6月14日に法律第51号として公布された「不正競争防止法等の一部を改正する法律」において商標法が改正された。改正点のうち重要なポイントは、①他人がすでに登録している商標と類似する商標であっても、先行商標権者の同意があり、出所混同のおそれがない場合に限って、新たに登録が認められることになったこと、そして②自己の名前で事業活動を行う者等がその名前を商標として利用できるよう、一定の条件下で、氏名を含む商標も同姓同名の他人の承諾なく登録が認められることになったこと、があげられる。商標登録の対象が拡大することは、商標実務に携わる方々にとって大きな影響を与えることになることから、今回の改訂版の発行となった。

今回の改訂にあたっては、「商標制度の一般的な解説書ではない」という初版のコンセプトに沿って、商標実務に与える影響の大きい法改正のポイントを解説するとともに、裁判例・データ等のアップデートを行った。特に、第3章において、新しいタイプの商標に関する裁判例に関する説明を追加し、法改正のポイントを詳しく解説した。第6章については全体の構成を見直し、メタバース空間における他人の商品形態を模倣した商品の提供行為が不正競争行為に追加された点など、最新のトピックに関して読者の理解が深まるよう心掛けた。

本改訂版が、これから商標実務に携わる方々の参考に資すれば幸いである。

今回の第3版の刊行に際しては、(株)民事法研究会の近藤草子さんに大変なご尽力をいただいた。この場をお借りして厚く御礼申し上げる。

第3版はしがき

2024年11月

監修

阿部・井窪・片山法律事務所

弁護士・弁理士 片山 英二

## はしがき

本書は、主として企業の知的財産部等で、これから商標実務に携わる方々への入門書として執筆されたものである。企業にとってきわめて重要な資産であるブランドをいかに保護するかという観点から、商標法を中心とした解説がなされている。

本書の特色としては、以下の点があげられる。

まず、商標制度の一般的な解説書とは異なっている点である。すなわち、第1章「ブランド戦略とブランドマネジメント」においてブランドの意義を明らかにするとともに、マーケティング戦略におけるブランドの重要性についての解説がなされている。また、第4章では、「商標権の管理・活用」というテーマで、企業内で商標の使用基準をどのように定めるかなどについて、元企業知的財産部の弁理士により具体的な説明がなされている。

次に、商標制度の概要がわかりやすく説明されている点である。第2章「商標権の取得」では、商標および商品・役務の概念、商標の使用とは何か、商標の有する基本的機能などについての説明がなされ、第3章「商標権取得までの手続」では、商標実務を担当する弁理士によって、出願から権利化までの手続について特許庁の実務を踏まえた解説がなされている。これらを通じて商標制度の基本構造は理解できるものと思われる。

さらに、紛争解決手段についての説明が豊富な点である。第5章において、「商標権の権利行使」というテーマで、権利者側および第三者側の双方の立場から、実務経験豊富な弁護士・弁理士により権利侵害および裁判手続を中心とした説明がなされている。また、裁判で侵害成否判断の中心となる商標類否についての解説は、実際に権利化手続を行ううえで役立つと思われる。さらに、最近問題となっている模倣品・海賊版対策としての水際措置についてもわかりやすく説明されているので、商標実務担当者にとっては有益であろう。

はしがき

最後に、商標法以外でのブランド保護という視点からも説明がなされている点である。ブランドの保護については商標法が中心となるが、実務担当者としては商標法以外による保護の可能性についても了知しておく必要があることから、第6章「商標法以外による『ブランド』の保護」で概説することとした。ブランドは、商標法以外でも保護される可能性がある点をご理解いただければ幸いである。

本書の刊行にあたり、東京大学法学部・大学院法学政治学研究科教授の大淵哲也先生には、身に余る推薦の言葉を頂戴した。大淵先生のお言葉に恥じないよう執筆者一同、さらに研鑽を重ねていく所存である。

また、本書の刊行に際しては、(株)民事法研究会の近藤草子さんに大変なご尽力をいただいた。この場をお借りして厚く御礼申し上げます。

2009年4月

監修

阿部・井窪・片山法律事務所

弁護士・弁理士 片山 英二



# 第1章 ブランド戦略と ブランドマネジメント



## 1 ブランド戦略とブランドマネジメント

花王がカネボウを買収した時、「カネボウの化粧品事業の営業キャッシュフローは年間約300億円で、買収額（約4500億円）はその15倍にあたる。企業価値の算定には、時価総額と純負債の合計額を使うことが多いが、日本の化粧品会社の時価総額と純負債の合計額は営業キャッシュフローの平均8倍程度である。それと比べるとキャッシュフローの15倍という買収額は割高にも見えるが、全体の4割強の2000億円程度が商標権（ブランド）への評価だったようだ」などと報道された。

企業におけるブランド戦略は、1993年に、カリフォルニア大学バークレー校教授のデビッド・アーカー教授がブランド・エクイティ戦略について論じた後、企業価値を高めるための重要な戦略の1つになったといわれている。敵対的 M&A も盛んとなってきた昨今において企業価値の向上は企業が生き残っていくための必須の課題でもある。ブランドマネジメントは実務レベルでは商標管理の面から支えられるべきものである。したがって、企業の商標担当者は、ブランドマネジメントを理解したうえで、これに積極的に参画していかなければならない。

経済産業省は、平成7年に企業法制研究会にてブランド価値評価研究会を

設立し、その研究成果を平成14年6月24日付ブランド価値評価研究会報告書にて発表した。この報告書によれば、「ブランド (brand)」とは、「焼き印を付けること」を意味する“brand”という古期フリジア語、“brant”という古高地ドイツ語、“brandr”という古期スカンジナビア語等から派生した用語であり、家畜の所有者が自己の家畜と他人の家畜を識別するための印が語源であるそうである。企業では、自社製品、サービスなどを他社のものと識別するためのネーム、ロゴ、マーク、シンボル、パッケージ・デザインなどのブランド標章が用いられている。企業は自社製品等の品質の高さ、デザイン、機能の革新性等を普遍的に表現するために、これらのブランド標章を統一的に用いて事業活動を行っている。

経済産業省の報告書では、ブランドの特徴が、他社または競合品との「識別化」および「差別化」にあるところから、ブランドを「企業が自社の製品等を競争相手の製品等と識別化または差別化するためのネーム、ロゴ、マーク、シンボル、パッケージ・デザインなどの標章」と定義している。ブランドは、法的側面からみると商標法、意匠法、商法（商号）、不正競争防止法等の法的権利として保護されるが、商標法上の保護が最も直接的である。したがって、商標担当者は、ブランドマネジメントの組織で重要な役割を担うのである。

ブランドは、企業活動を象徴的に示す優れたコミュニケーションツールであるともいわれている。ブランドは、企業と顧客の相互の意思の交換によって築かれていくものでもある。したがって、企業としては、ブランドによって顧客に何を約束するのか、アピールするのか、何を提供するのかを明確に意思表示する必要がある。そのためには、企業は、顧客がそのブランドに対して何を期待するのか、どのようなイメージをもっているのかなどについて常に意識していなければならない。企業が顧客との間に長期的に揺るがない信頼関係を構築し維持することが「ブランドマネジメント」である。ブランドマネジメントは、企業にとってブランド価値を最大限に高めるように総合

## 〈資料1〉 2022年のトップ20社と各社のブランド価値

## Interbrand Best Global Brands 2022

ランキング	ブランド	ブランド価値 (US \$ million)
1	Apple	482,215
2	Microsoft	278,288
3	Amazon	274,819
4	Google	251,751
5	Samsung	87,689
6	Toyota	59,757
7	Coca-Cola	57,535
8	Mercedes-Benz	56,103
9	Disney	50,325
10	Nike	50,289
11	McDonald's	48,647
12	Tesla	48,002
13	BMW	46,331
14	Louis Vuitton	44,508
15	Cisco	41,298
16	Instagram	36,516
17	Facebook	34,538
18	IBM	34,242
19	Intel	32,916
20	SAP	31,497

(インターブランド社 HP より 〈<https://interbrand.com/best-brands/>〉)

的にブランドを管理する経営手法であり、ブランドマネジメントの巧拙が、競合他社に対して競争優位に立てるか否かの決定的な要素となり得るのである。企業は、これらのことを明確に意識してブランド戦略を立て、企業活動を展開する必要がある。

## 第1章 ブランド戦略とブランドマネジメント

ブランドマネジメントを適切に行うためには、必要な人材を配置させたブランドマネジメント組織を設ける必要がある。トップマネジメント、製品事業部、知的財産部、広報部などを関与させ、社内において横断的な組織を形成することが必須である。組織形態としては、たとえば、専門部門制、委員会制、ブランド・マネジャー制、事業部制などの種々の形態が考えられる。それぞれ長所、短所があり、企業の規模、業種、業態などを考慮して適切に選択すべきである。

ブランド評価企業のインターブランド社の「Best Global Brands 2022」によると、世界ブランドのトップはアップルであった。アップルのブランド価値は4822億ドルとなり、2015年の1702億ドルに比べ約2.8倍にまで増加していた。2位はマイクロソフト、3位はアマゾンであった。上位100社の中に日本の会社は7社ランクインしていた（6位：Toyota、26位：Honda、39位：Sony、61位：Nissan、68位：Nintendo、91位：Panasonic、97位：Canon）。なお、2022年のトップ20社と各社のブランド価値は〈資料1〉のとおりである。

（小林 浩）



## 2 ブランドの案出

企業活動とブランドは、特にマーケティング戦略において密接な関係にある。企業がブランドを通じて製品に対する顧客の信頼を獲得することによって、その企業と顧客との間に継続した顧客関係が維持されるようになる。シャネル、ルイ・ヴィトンなどのファッション・ブランド、ナイキ、アディダスなどのスポーツ・ブランド、メルセデス・ベンツ、BMWなどのカー・ブランドなど、それぞれの分野において古くから著名なブランドが存在する。またIT企業の台頭により、アップル、マイクロソフト、アマゾン、グーグル、フェイスブックなどのIT系ブランドも著名になった。いったん、企業と顧客の間に強力な信頼関係ができてしまうと、顧客は製品の機能的側面よりも、ブランドを重視して購入の意思決定をするようになる。これが、ブランドによる競争優位性の原理である。

ブランドの競争優位性は、顧客との信頼関係が継続されている間は維持され得るが、ブランドマネジメントに失敗すると、企業の信頼度が失墜し、それまでの信頼関係が無に帰する場合もある。近年では、2023年に報道された旧ジャニーズ事務所の創業者による性加害問題、2022年に回転ずしチェーン大手のスシローの「おとり広告」に対して消費者庁が出した措置命令などがブランドイメージを悪化させた例といえるだろう。

ブランドは、それが示す対象によって、「コーポレート・ブランド」と「プロダクト・ブランド」とに区別できる。「コーポレート・ブランド」とは、コーポレート・ネーム、コーポレート・ロゴなどを含むその企業自体を示す標章をいう。「プロダクト・ブランド」とは、その企業の製品に付されたネーム、ロゴなど、その製品を示す標章をいう。たとえば、AIK株式会社の場合、「AIK」という社名、AIKという文字をロゴ化したものがコーポレート・ブランドとなる。これらは「ハウスマーク」と呼ばれることもあ

## 第1章 ブランド戦略とブランドマネジメント

る。これに対し、プロダクト・ブランドは、AIK 株式会社が開発販売する製品に付されるブランドの標章のことである。

コーポレート・ブランドあるいはハウスマークの案出・変更はその企業の経営方針にかかわることなので、きわめて重要である。松下電器産業株式会社は、2008年10月1日付で、会社名を「パナソニック株式会社」（英文では、Panasonic Corporation）に変更し、National ブランドは廃止し、ブランドを「Panasonic」に統一するとの報道がなされた。ニーズの多様化、グローバル化など、社会・経済状況の変化に対応してブランド認知度をさらに高めていくための対応であろう。グーグルは2015年に組織再編を行い、持株会社としてアルファベットを設立した。グーグルをインターネット関連事業に注力する子会社とし、アルファベット傘下の多様な事業に携わる各子会社とともに、時代のニーズに対応し、また新規事業にも対応可能とするためである。フェイスブックは、2021年10月付で社名を「Facebook」から「Meta（メタ）」に改名した。「メタ」は、仮想世界を意味する「メタバース」から由来しているようである。仮想現実（VR）や拡張現実（AR）のような最先端技術を開発する IT 系企業に変貌したことを示すイメージ戦略の一環と思われる。

また、ロゴマークの採用ということでは、サントリーが、〈資料2〉のよ

### 〈資料2〉 新ロゴマークの例

サントリー 新ロゴマーク 決定  
— “水” をモチーフとした新たなデザイン—  
— “水と生きる。SUNTORY” をコーポレートメッセージに—

SUNTORY

(サントリーニュースリリース No.8729から抜粋)

## 監修者略歴

片 山 英 二 (かたやま えいじ)

阿部・井窪・片山法律事務所パートナー

1973年 京都大学工学部卒業

1973年－1982年 藤沢薬品工業株式会社勤務

1982年 神戸大学法学部卒業、司法研修所（第36期）

1984年 弁護士登録（第一東京弁護士会）、銀座法律事務所入所

1988年－1990年 欧米留学・研修

ニューヨーク大学ロースクール、ウインスロップ・ステイムソン・パットナム&ロバーツ法律事務所（ニューヨーク）、クリフォード・チャンス法律事務所（パリ）、スタンブルック・フーパー法律事務所（ブリュッセル）、ブリストウズ・クック・カープマエル法律事務所（ロンドン）、マックス・プランク研究所（ミュンヘン）

1989年 米国ニューヨーク州弁護士登録

1990年 帰国 銀座法律事務所（現、阿部・井窪・片山法律事務所）勤務

## 執筆者略歴（執筆順）

### 小林 浩（こばやし ひろし）

阿部・井窪・片山法律事務所パートナー

1983年 上智大学理工学部化学科卒業

1983年 伊東内外特許事務所入所

1985年 弁理士登録

1987年－1993年 ダウ・ケミカル日本株式会社（特許室長）

1993年－2001年 ファイザー製薬株式会社（知的財産部長）

2003年 中央大学法学部から法学士取得

2005年 付記弁理士登録

2022年 ジョージ・メイソン大学ロースクールから LL.M. 取得

（第1章1、2、第4章担当）

### 岡田 貴子（おかだ たかこ）

阿部・井窪・片山法律事務所

1995年 国際基督教大学教養学部国際関係学科卒業

1995年－2004年 民間企業を経て横浜市勤務

2004年－2014年 三好内外国特許事務所勤務（意匠商標本部）

2004年 弁理士登録

2006年 特定侵害訴訟代理業務付記登録

2006年－2007年 ベトナムハノイ市 Pham & Associates において研修勤務

2014年－2020年 特許業務法人ナガトアンドパートナーズ勤務

2020年 阿部・井窪・片山法律事務所入所

2021年7月 商標・意匠グループ統括弁理士に就任

執筆者略歴

(第1章3、第2章1～3、第3章1～5及び7、第4章担当)

### 黒川 恵 (くろかわ めぐむ)

阿部・井窪・片山法律事務所パートナー

1983年 芝浦工業大学工学部建築工学科卒業  
1985年－1988年 三好内外国特許事務所勤務  
1988年－1991年 鈴木国際特許商標事務所勤務  
1989年 弁理士登録  
1991年－2004年 一色国際特許業務法人勤務  
2004年－2007年 知的財産高等裁判所勤務（裁判所調査官）  
2010年－2012年 工業所有権審議会試験委員（弁理士試験委員）就任  
2012年 特定侵害訴訟代理業務付記弁理士登録  
2012年－ 日本弁理士会中央知的財産研究所研究員  
2012年－ 一橋大学大学院国際企業戦略研究科講師  
2016年－ 裁判所専門委員

(第2章4担当)

### 瀧澤 文 (たきざわ あや)

阿部・井窪・片山法律事務所

1997年 早稲田大学商学部卒業  
1997年－2003年 株式会社やまと勤務  
2006年－2008年 杉山・木村国際特許事務所勤務  
2006年 弁理士登録

(第3章6担当)

**牧 恵美子 (まき えみこ)**

阿部・井窪・片山法律事務所パートナー

- 1999年 上智大学法学部法律学科卒業
- 2004年 慶應義塾大学大学院法務研究科入学、司法試験合格
- 2005年 慶應義塾大学大学院法務研究科退学、司法研修所（第59期）
- 2006年 弁護士登録（第一東京弁護士会所属）、阿部・井窪・片山法律事務所入所
- 2014年－2015年 大手レコード会社に出向
- 2015年 阿部・井窪・片山法律事務所に復帰
- 2016年 工業所有権審議会試験委員（弁理士試験委員）就任
- 2017年－2018年 大手総合商社に出向
- 2018年－2019年 Kirkland & Ellis、Herbert Smith Freehills 欧米オフィスにて研修
- 2022年 弁理士登録
- 2023年 日本弁理士会執行理事  
(第3章6、第5章1担当)

**北 原 潤 一 (きたはら じゅんいち)**

阿部・井窪・片山法律事務所パートナー

- 1986年 司法試験合格
- 1987年 一橋大学法学部卒業、司法研修所（第41期）
- 1989年 弁護士登録（第一東京弁護士会）、銀座法律事務所入所
- 1992年－1994年 米国留学・研修  
ニューヨーク大学ロースクール卒業（法学修士号）、ウイン

執筆者略歴

- スロップ・ステイムソン・パットナム&ロバーツ法律事務所（ニューヨーク）勤務
- 1994年 米国ニューヨーク州弁護士登録、帰国
- 2005-2006年 工業所有権審議会臨時委員（弁理士試験委員（商標法））  
（第5章1担当）

大 月 雅 博（おおつき まさひろ）

- 阿部・井窪・片山法律事務所パートナー
- 1997年 東京大学法学部卒業、司法研修所（第51期）
- 1999年 弁護士登録（第一東京弁護士会）、阿部・井窪・片山法律事務所入所
- 2006年 デューク大学ロースクール卒業（ダーラム）、テキサス大学ロースクール（オースティン）、ラザード投資銀行（ニューヨーク）
- 2007年 米国ニューヨーク州弁護士登録、オブロン・スピーバック法律事務所（アレキサンドリア）、ハーバート・スミス・フリーヒルズ法律事務所（ロンドン）
- （第5章2(1)~(3)担当）

江 幡 奈 歩（えばた なほ）

- 阿部・井窪・片山法律事務所パートナー
- 1998年 慶應義塾大学法学部法律学科卒業
- 1999年 司法研修所（第53期）
- 2000年 弁護士登録（第一東京弁護士会）、阿部・井窪・片山法律事務所入所

2004年 期限付任用法に基づき特許庁総務部総務課制度改正審議室  
2005年 阿部・井窪・片山法律事務所復帰  
(第5章2(4)、(5)担当)

**梶 並 彰一郎** (かじなみ しょういちろう)

阿部・井窪・片山法律事務所パートナー  
2006年 早稲田大学理工学部電気電子情報工学科卒業  
2009年 学習院大学法科大学院卒業、司法研修所(第63期)  
2010年 弁護士登録(第一東京弁護士会)  
阿部・井窪・片山法律事務所入所  
2017年 ワシントン大学ロースクール(シアトル)卒業(知的財産法  
法学修士号)  
2017年-2018年 ピルズベリー・ウインスロップ・ショー・ピットマン法律  
事務所(ニューヨーク)勤務  
2018年 米国ニューヨーク州弁護士登録  
2018年 テイラーウェッシング法律事務所(ミュンヘン)勤務  
2019年 阿部・井窪・片山法律事務所勤務  
米国ワシントン州弁護士登録  
(第5章3担当)

**佐志原 将 吾** (さしはら しょうご)

阿部・井窪・片山法律事務所  
2011年 東京大学法学部卒業  
2013年 東京大学法科大学院卒業  
2014年 弁護士登録(第一東京弁護士会)、阿部・井窪・片山法律事



執筆者略歴

務所入所

- 2020年                   スタンフォード大学ロースクール法学修士課程卒業
- 2021年                   ミュンヘン知的財産法センター卒業
- 2021年－2022年       カークランド&エリス法律事務所（シカゴ）勤務
- 2021年                   米国ニューヨーク州弁護士登録
- 2023年                   米国テキサス州弁護士登録
- （第6章担当）

## [阿部・井窪・片山法律事務所]

弁護士阿部昭吾が1959年に銀座法律事務所の名称で開設した総合法律事務所。1991年に事務所名称を阿部・井窪・片山法律事務所として業容を拡大し、特に知的財産法を専門分野とすることで知られているが、その他、企業法務、訴訟・紛争処理、事業再生・倒産法、知的財産権法、渉外法務、M&A、金融法等に関連するあらゆる法律サービスを提供。2000年には特許部門を開設し、現在では特許出願の権利化業務から、特許紛争処理、知的財産ライセンス契約交渉、知的財産権訴訟など幅広い知的財産関連サービスを提供。2008年には商標・意匠関連の出願業務も開始し、知的財産に関する権利化業務を拡大。2022年3月に東京以外では初の拠点となる「阿部・井窪・片山法律事務所 福岡オフィス」を正式オープン。東京オフィスは2024年5月にJR東京駅八重洲南口に隣接する「グラントウキョウサウスタワー」に移転。

元特許庁審査官・審判官、企業知財マネジメント経験者、博士号取得者、海外での知財実務経験者、幅広い経験・知識を有する弁護士、弁理士が一体となって依頼者の知的財産を守る体制を整え、常に最良の成果が得られるよう日々精励している。

〒100-6613 東京都千代田区丸の内1丁目9番2号

グラントウキョウサウスタワー

法律部門 TEL 03-5860-3640(代表) Fax 03-5860-3639

知的財産部門 TEL 03-5860-3641(代表) Fax 03-3212-6170

URL <https://www.aiklaw.co.jp/>

商標実務入門〔第3版〕  
——ブランド戦略から権利行使まで——

---

2025年1月17日 第1刷発行

監修 片山英二  
編者 阿部・井窪・片山法律事務所  
発行 株式会社 民事法研究会  
印刷 藤原印刷株式会社

---

発行所 株式会社 民事法研究会  
〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿3-7-16  
〔営業〕 TEL 03(5798)7257 FAX 03(5798)7258  
〔編集〕 TEL 03(5798)7277 FAX 03(5798)7278  
<http://www.minjiho.com/> info@minjiho.com

---

落丁・乱丁はおとりかえします。 ISBN978-4-86556-656-7

カバーデザイン：袴田峯男