

# 小売サービスの登録制度の導入について

## —小売業者の商標は何を識別するのか—



平成 15 年度商標委員会 委員長 古関 宏

### 抄 録

今回の法改正で導入される小売等サービスの登録制度は、小売業者等の業務自体を識別する商標を登録するための制度であると勘違いされてはいないか。今回の法改正はそうではない。小売業者等のサービス部分についてのみ登録が認められるようになったにすぎない。小売業者等が販売する商品について使用する商標（例えば、デパートがそこで販売する商品に使用するデパートの商標）は、依然として商品商標であると特許庁は解している。商標法第2条第1項第1号の商品商標の定義は何ら変更されておらず、小売業者等が商品について使用する商標は、依然として商品商標であると解しているからである。つまり、小売業者等の商標は、商品商標的な側面と役務商標的な側面の二面性を有している。言い換えれば、商品との具体的な関係がある商標は商品商標、商品との具体的な関係がない場合は役務商標ということもできる。したがって、小売業者等は、自己の商標を登録しようとする場合、商品商標と役務商標の双方の登録が必要である。

このような登録制度を小売業者等は望んでいたのだろうか。そして、小売業者等の商標を登録して保護する制度として、適切なのだろうか。

### 目 次

1. はじめに
2. これまでの経緯
  - (1) 平成4年法
  - (2) 今回の経緯
3. 小売サービスに対する考え方
  - (1) 従来の考え方
  - (2) 産業構造審議会での議論
  - (3) 法改正に対する特許庁の考え方
4. 実務上の問題点
  - (1) 特例期間と継続的使用権
  - (2) クロスサーチ
  - (3) 指定役務の表示
5. まとめ
  - (1) 小売業者等の商標の本質
  - (2) クロスサーチの是非
  - (3) 最後に

.....

### 1. はじめに

意匠法等の一部を改正する法律案が本年6月1日に可決・成立し、同7日に公布された。この成立・公布された法律において、商標法上、重要な改正項目がある。商標法第2条第2項に「前項第二号の役務には、小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供が含まれるものとする。」との規定が追加された点である。

この規定が追加されたことにより、小売等サービスが役務と認められ、小売等サービスの商標がサービス

マークとして登録できることになった。未だ施行の時機が確定していないが、来年4月1日から施行される予定であり、同日以降、小売等サービスの商標をサービスマークとして出願できることになる。

しかし、今回導入された小売等サービスの登録制度は、筆者を含め小売業等商標の登録制度を待ち望んでいた者が考えていた制度とはかなり異なる。

本稿では、法改正された内容を確認した後、実務上の問題点について検討し、併せてこの小売業者等の商標の本質について言及することとする。

### 2. これまでの経緯

#### (1) 平成4年法

サービスマークの登録制度が導入されたのは、平成4年である。したがって、そこから15年を経て、小売サービスの商標をサービスマークとして登録できるようになった。

平成4年当時も、小売サービスの商標をサービスマークとして登録することについて検討されたが、時機尚早として先送りされた。その理由は、小売サービスの付随性と国際的情勢の2点である。

特許庁総務部総務課工業所有権制度改正審議室編著「サービスマーク登録制度—逐条解説 改正商標法」によれば、その当時は、以下のように解説されていた<sup>(1)</sup>。

改正前の商標法における「譲渡」とは、自己の

意思に基づきその物の同一性を保持したまま第三者に移転（売却等）することをいうものであり、商品の卸売・小売業における商品の移転は、その概念に属するものと考えられる。

その商品の譲渡に関連し、アメリカが小売をサービスとして認めこれに係る標章をサービスマークとして取り扱っている一方で、イギリス、ドイツにおいてはこれに係る標章を商品に係る商標として取り扱っている。この点、ニース協定の国際分類においては、一九八九年二月から三月にかけて開催された国際分類に関する第一〇会期準備作業部会で、「小売店サービス（Retail store services）」を第三五類で取り扱う旨の事務局提案（アルファベット順の一覧表への掲載の提案）が準備作業部会メンバー国（八カ国）の大半の反対により採用されなかった経緯がある。

アメリカの前述の取扱いは、各小売店によって異なる品揃え、商品の配列等に着眼したものと考えられるが、これらは商品の取引に付随したものであり、それ自体が独立して取引の対象となるものとは考え難く、前記国際的状況をも勘案するならば、我が国の従来の取扱いを変更する必要はないものと考えられる。

右のような検討を踏まえて、商品を譲渡する者がその商品について使用する標章は、改正後においても商標（商品に係る商標）として取り扱っていくこととした。

## (2) 今回の経緯

ところが、平成 15 年から開催された産業構造審議会・知的財産政策部会・商標制度小委員会において、特に第 4 回（平成 15 年 10 月 20 日）から、小売サービスの商標をサービスマークとして登録することが検討されてきた<sup>(2)</sup>。

登録制度導入の方向で検討された理由は、国際情勢の変化と、小売商標の重要性の増加である。なお、この国際情勢の変化については、諸外国の現状とニース協定の側面の双方がある。

まず諸外国の現状として、従来、小売業者の商標を商品商標として取り扱ってきた英国が 2000 年 10 月から、また、欧州共同体商標意匠庁（OHIM）が 2001 年 3 月からサービスマークとして登録を認めるようになってきたことがあり、ニース協定についても、2003 年 10 月に開催された商品及びサービスの国際分類に

関するニース協定の第 19 回専門家会合において、第 9 版の第 35 類の注釈中「この類には、特に次のサービスを含む。他人の便宜のために各種商品を揃え（運搬を除く）顧客がこれらの商品を見、かつ、購入するために便宜を図ること。<sup>(3)</sup>」に加え、当該サービスは、小売店、卸売店、カタログの郵便による注文、又はウェブサイトを若しくはテレビのショッピング番組などの電子メディアによって提供される場合がある。<sup>(4)</sup>」の追加が決定されたことが勘案されている<sup>(5)</sup>。

また、小売商標の重要性の増加については、「小売業は、個々の商品に個別的に着目するのではなく、多種多様な商品、一定の指標に基づいて選別した商品を、適時、適所、適材に揃えて陳列し、価格設定することで顧客を誘引しているサービスである。したがって、そのブランド価値は取り扱う商品に個別に存在するのではなく、全体の事業の在り方から生まれるものである。<sup>(6)</sup>」との観点が出发点になっている。

これを平成 4 年のサービスマーク登録制度の導入時において小売サービスを認めなかった理由と比較すると、小売サービスの付随性に関する議論は雲散霧消している。

その後、商標制度小委員会の議論は、地域団体商標が中心となり、平成 18 年 2 月の「商標制度の在り方について」の取り纏めにおいて、再び、小売サービスの登録制度が取り立たされた。

そこでの議論は、前記第 4 回とほぼ同様であるが、要は、小売業者等の商標の顧客吸引力及び経済的価値、並びに、国際的趨勢というのが導入する方向性の根拠になっている。

なお、小売業者の商標に加え、卸売業者の商標、さらには、通信販売業者やインターネット販売業者等の商標もまた、サービスマークとしての登録の対象となる。

## 3. 小売サービスに対する考え方

### (1) 従来の方

シャディ事件<sup>(7)</sup>及び ESPRIT 事件<sup>(8)</sup>が参考になる。

シャディ事件は、カタログ通信販売業者が自己の商標「シャディ」を第 42 類「多数の商品を掲載したカタログを不特定多数人に頒布し、家庭にしながら商品選択の機会を与えるサービス」を指定役務として特例出願したところ、6 条 1 項違反であるとの拒絶審決が出され、これを不服として東京高等裁判所に出訴したところ、棄却された事案である。その理由において、以下の通り判断されている。

商標法にいう「役務」とは、他人のためにする労務又は便益であって、付随的でなく独立して市場において取引の対象となり得るものと解すべきであり、他方で、例えば、商品の譲渡に伴い、付随的に行われるサービスは、それが、それ自体のみに着目すれば、他人のためにする労務又は便益に当たるとしても、市場において独立した取引の対象となっていると認められない限り、商標法にいう「役務」には該当しないものと解するのが相当である。

原告の本件カタログによるサービス業務は、商品の売買に伴い、付随的に行われる労務又は便益にすぎず、商標法にいう「役務」に該当しないものというべきである。

商標法2条1項1号にいう商品の「譲渡」とは、市場において商品が移転によって流通することを意味していることは明らかであり、そこには何らの限定もないのであるから、製造業者から中間流通業者への移転、中間流通業者間の移転、中間流通業者（小売業者）から消費者への移転のいずれかを問うことなく、これらすべてを包含するものと解すべきは当然である。

原告のサービス業務は、それがいかに工夫を凝らしたものであるとしても、結局は、自己の商品の売買を誘引し、促進するためになされる手段の一つにすぎないものであるから、商品の取引に付随するものといわざるを得ない。

どのようなものを登録を認めるべきサービス（役務）とするかの判断が、専ら各国の法制に任せられた事項であることは、原告自身も認めておりであるから（ニース協定2条1項参照）、各国の取扱い自体が、あるサービス（役務）について登録を認めるか否かについての我が国の商標法の解釈に直接影響を及ぼすことはあり得ず、これをも考慮して、従来認められなかったものを認めることにするかどうかは、立法者が種々の考慮の下に決定すべき事柄に属するというべきである。そして、立法者の考慮すべき種々の事柄の一つとしての観点からみるときは、各国の取扱いのいかんも、原告が強調する、量販小売業者の提供するサービス（役務）が取引において果たしている役割の特質などとともに、重要なものとなるであろう。結局、原告の主張は、立法論の根拠にしかならないものを、解釈論の根拠にしようとするもの

というほかないものである。

つまり、この「シャディ」事件においては、商標法における役務を「他人のためにする労務又は便益であって、独立して取引の対象となるもの」と解し、本件カタログによるサービスは、商品の売買に伴い、付随的に行われる労務又は便益にすぎないから、商標法にいう「役務」には該当しない、と判断している。その理由として、①商標法2条1項1号にいう商品の「譲渡」とは、「市場において商品が移転によって流通すること」を意味するから、製造業者、中間流通業者、小売業者、消費者へのそれぞれの移転すべてを包含する、②カタログ販売におけるサービスは、「自己の商品の売買を誘引し、促進するためになされる手段の一つにすぎない」から、商品の取引に付随する、③立法論の根拠にしかならないものを解釈論の根拠にしようとしている、との3点を挙げている。

また、ESPRIT事件は、第35類「化粧品・香水類・石けん類・トイレ用品・めがねフレーム・サングラス・日覆い・宝玉・時計・紙類・紙製品・印刷物・刊行物・書籍・ノートブック・スケジュール帳・住所録・筆記製図用具及びその製品・文房具・キャリングケース・かばん・旅行かばん・かさ・ハンドバッグ・がま口・ベルト・財布・家具・額縁・家庭用小物及び容器・ガラス器・皿・カップ・マグカップ・椀・鉢・石けん入れ・灰皿・くし・スポンジ・歯ブラシを含むブラシ類（絵筆を除く）・ヘアブラシ・メーカー用ブラシ・陶磁器製家庭用品・テーブルクロス・ベッドカバー・敷布及び枕カバーを含む寝具類・タオル・ふきん・布製家庭用品・履物及びかぶり物を含む男性用及び女性用及び子供用被服・ゲーム・おもちゃに関連する小売り」を指定役務とする商標登録出願をしたところ、前記「シャディ」事件と同様、商標法第6条第1項違反との拒絶審決が出され、これを不服として東京高等裁判所に出訴したところ、棄却された事例である。「小売り」そのものについて争われた初めての事例である。その判決理由において、以下のとおり判断されている。

商標法にいう「役務」とは、他人のためにする労務又は便益であって、付随的でなく独立して市場において取引の対象となり得るものをいうと解するのが相当である。したがって、商品の譲渡に伴って付随的に行われるサービスは、それ自体に着目すれば他人のためにする労務又は便益に当たるとしても、市場において独立した取引の対象となり得るものでない限り、商標法にいう「役務」

には該当しないと解すべきである。

小売はあくまでも商品の販売を目的とするものであって、原告の主張する付随サービスは、商品の販売を促進するための手段の一つにすぎないというべきであり、現に、商品の小売において、商品本体の価格とは別にサービスの対価が明示され、独立した取引としての対価の支払が行われているものではない。

(商標法2条1項)1号は商品の「譲渡」について何らの限定も加えておらず、そうすると、文理上、生産者から消費者への直接的な移転、又は、生産者から流通業者への移転、流通業者間の移転及び流通業者から最終消費者への移転のすべてが譲渡に包含されるものと解するのが自然であり、また、商品の小売を、原告の主張するように「第三者が生産し、第三者がその品質を証明し、第三者によって譲渡された商品を、需要者のために選択し、購買の機会を与える」行為と解するとしても、これを上記のような商品の移転(流通)過程から除外して扱うべき合理的な理由を見いだすことができないばかりか、商品の小売に該当するかどうかについて混乱が生ずることも避けられない。

原告の上記主張は、立法論としては格別、我が国の現行商標法の解釈論として、商品の小売から成る本願商標の指定役務の役務該当性を否定した審決の判断を誤りとする根拠とはならないものというべきである。

この「ESPRIT」事件においても、先の「シャディ」事件とはほぼ同様の判断がなされているが、その解釈は「シャディ」事件よりも、若干掘り下げられている。

即ち、付随的なサービスは、商標法にいう「役務」には該当しないとの点、及び、付随サービスは商品の販売を促進するための手段の一つにすぎない、との点は共通しているが、「商品本体の価格とは別にサービスの対価が明示され、独立した取引としての対価の支払が行われているものではない」との点である。さらに、商標法2条1項1号における商品の「譲渡」についても、「何らの限定も加えておらず、そうすると、文理上(中略)移転のすべてが譲渡に包含されると解するのが自然であり」と、解釈論に踏み込み、商品の小売を「第三者が生産し、第三者がその品質を証明し、第三者によって譲渡された商品を、需要者のために選択し、購買の機会を与える」行為と解するとしても、これを商品の移転(譲渡)過程から除外して扱うべき

合理的な理由を見いだせず、混乱が生ずる、としている。

このように、裁判所は、小売業者の商標は、商標法第2条第1項第1号にいう「業として商品を譲渡する者がその商品について使用をする商標」、即ち、商品商標であり、小売業者の提供するサービスは付随的なものであって、商標法にいう「役務」には該当しないと解釈しており、特許庁も同様に解釈していた。

ところで、特許庁は、小売業者等の商標を、商品商標であると解釈していたのであるが、事実上、小売業者の商標をサービスマークとして登録されている事例が少なからずある<sup>(9)</sup>。第35類「他人の便宜のために各種商品を揃え(運搬を除く)顧客がこれらの商品を見、かつ、購入するための便益の提供」という役務表示である。これは、ニース協定における類別表の注釈において、「この類には、特に、次のサービスを含む。」として「他人の便宜のために各種商品を揃え(運搬を除く)顧客がこれらの商品を見、かつ、購入するために便宜を図ること。」の表現を利用したものである。

しかし、「他人の便宜のために各種商品を揃え(運搬を除く)顧客がこれらの商品を見、かつ、購入するための便益の提供」における「他人」とは「業者」のことである、と特許庁は一貫して解している。例えば、陳列等、ディスプレイを業とする者がそのディスプレイ先の依頼によって提供するサービスを意味するにすぎず、「消費者の便宜」とは解していない。これが国際的に通用する解釈であるとは到底思えない。

また、来年4月1日以降、外国からの出願があった場合、依然として、同様に解するのであろうか。

## (2) 産業構造審議会での議論

前記2.(2)において説明したように、産構審の商標制度小委員会において、特に第4回(平成15年10月20日)から、この問題が検討され、産業構造審議会が平成18年2月に「商標制度の在り方について」として公表した。

そこにおける対応の方向として、(1)小売業等の商標のサービスマークとしての保護と、(2)小売業等にかかる役務商標の役務の具体的表示等が掲げられた。

前者については、「小売業者等の商標の顧客吸引力、経済的価値及び国際的な動向等にかんがみ、小売業者や卸売業者の提供する役務に係る商標については、サービスマーク(役務商標)として登録を可能とすることが適切であると考えられる。<sup>(10)</sup>」とし、なお書きとして、「小売業者等に係る役務商標と商品商標は、

その使用目的や使用態様が異なることから、商標権の取得に当たっては、これらの特徴に応じて選択を行うことが適切であると考えられる。」との文言が付加されている。

つまり、サービスマークとして登録を認めるのは、「小売業者や卸売業者の提供する役務に係る商標」についてであり、小売業者等の商標は、その使用目的や使用態様によって、役務商標的な側面と、商品商標的な側面の二面性があるから、小売業者等は、選択的に商標権を取得すればよい、という考えである。

さらに、上記(2)の小売業等に係る役務商標の役務の具体的表示においては、「小売業等に係る役務商標の役務の表示方法については、単なる商品の販売は商品商標の分野に属するものであること、また、『小売業』の表示だけでは権利範囲の把握が困難であることから、米国及び欧州等の諸外国における取扱いを踏まえた上で、当事者や第三者等が権利範囲を把握することが可能となる合理的な指定役務の表示を検討するものとする。<sup>(11)</sup>」とある。

この「単なる商品の販売は商品商標の分野に属するものである」との点は決して看過してはならない。この点は、後述するとおり、特許庁が小売業者等商標に商品商標的な側面があるとする考え方の現われである。

### (3) 法改正に対する特許庁の考え方

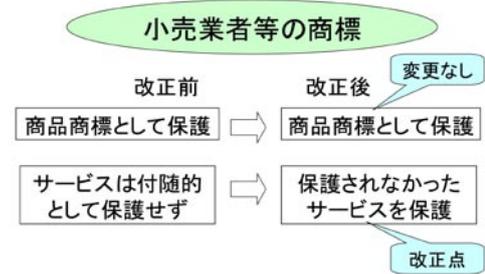
特許庁は、今回の法改正の説明会において、「小売・卸売業者は、例えば、顧客が来店してから立ち去るまでの間に、小売又は卸売の業務において総合的なサービス活動を提供しており、最終的に商品の販売により収益をあげている。」「その小売サービスを、『小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供』として商標法上の役務とみなし、役務商標(サービスマーク)として登録できるように措置する。<sup>(12)</sup>」と述べている。

この文言からすれば、小売業者等の業務を識別するための商標そのものを登録できる制度が創設された、と一般には理解されるのではなかろうか。

しかし、今回の法改正の実体は、必ずしも小売業者等を識別する商標そのものを保護するものではないことに留意しなければならない。

つまり、今回の法改正は、従来、商品商標として保護されてきた部分はそのまます商品商標として保護され、今まで保護されていなかった部分についてのみ第35類において保護されることになったにすぎない。

### 特許庁が想定する法改正の内容



(平成18年9月8日 日本商標協会年次大会の資料より)

この点について詳述すると、①法改正以前より、小売業者が商品について使用する商標は、商品商標として取り扱われていた、②商標法第2条第1項第1号における「業として商品を生産し、証明し、又は譲渡する者がその商品について使用をするもの」との規定は何ら変更されていない、③したがって、業として商品を譲渡する者である小売業者がその小売店で販売する商品(自社製品であろうと他社製品であろうと)について使用をする商標は、依然として、商品商標である、と解されているのである。

そうであるから、前記平成18年度法改正説明会テキスト44頁における図において、「商品の側面からの保護」と「役務の側面からの保護」の2本立てとなっているのである。

では、今回登録が認められるようになった対象は何か。従来、付随的サービスとして登録が認められなかった役務、即ち、店舗内における陳列、品揃え等についてだけなのである。

実際、商標法第2条第2項は、「前項第二号の役務には、小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供が含まれるものとする。」と規定されたにすぎず、「小売業」や「卸売業」そのものが含まれるとは規定されていない。

今回の法改正について検討してきた者、特に日本商標協会法制度部会の部会員は、この小売サービスの登録制度を導入することとなった商標法第2条第2項の規定を、確認的規定か或いは創設的規定かとして議論してきた。前者は、これまでの小売業者の小売業自体を識別する商標は存在し保護されてきたがこの法改正を機に確認的に規定されたにすぎないとする考え方であり、後者は、これまで小売業者の小売業自体を識別する商標は何ら保護されておらず、この法改正を機にその登録して保護する制度が創設されたとする考え方である。

しかし、特許庁の考え方に従えば、今回の改正は、そのいずれでもない。単なる追加規定にすぎない。

換言すれば、長年、商標制度は、商品商標のみ登録していたが、平成4年の法改正により、サービスについても登録を認めるようになり、さらに今回、「小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供」についても、これを役務と擬制した結果、登録を認めることになった。この経緯を踏まえれば、伝統的な商品商標という大きな幹（商品商標の登録制度）に取り込むことができるものは最大限取り込み、そこに取り込めない部分については、その大きな幹の傍らに役務（役務商標の登録制度）という枝を付け、さらに今回、その役務という枝に小売業者の付随的な役務（便益の提供に関する登録制度）が小枝として付加されたにすぎない。

つまり、今回の法改正は、小売業者等の業務そのものを識別する商標について第35類に登録を認めようとする法改正ではないのである。

立法者は、このことを承知しつつ、且つ、確信をもって、商標法を改正している。平成18年8月23日、特許庁商標課と日本商標協会との意見交換会での席上、特許庁側として出席された方々は、異論なく、デパートにおいて販売される商品の包装にデパートの商標を付した場合、これは商品商標であると解していた。

## 4. 実務上の問題点

### (1) 特例期間と継続的使用権

この改正法の施行は、来年4月1日が予定されているが、平成4年のサービスマーク登録制度の導入時と同様、特例期間が設けられる（附則第7条）。その期間は3ヵ月、即ち6月30日までである。この間になされた出願は、小売サービスを指定する商標登録出願同士については、同日になされたものとみなされる（同条第4項）。但し、商品に係る商標登録出願や小売サービス以外の役務に係る商標登録出願については、実際に出願日を基準として先後願関係が審査される。

さらに、特例期間中に出願された小売サービスを指定役務とする出願が競合する場合、出願人は、使用に基づく特例の適用を主張できる（附則第8条）。この特例の主張は、出願時に行う必要はなく、他人の出願との競合が問題となり、協議命令があった場合に手続をとれば足り、特例の適用がない出願に優先して登録を受けることができる。また、特例の適用を受ける出願が複数ある場合は、周知性・著名性の差異がないと

きは、重複して登録されることになる。

この重複登録のための措置として、混同防止表示請求（附則第8条第5項において準用する商標法第24条の4）及び取消審判の特例（同項において準用する商標法第52条の2）があるが、更新登録出願制度は採用しなかった。

### (2) クロスサーチ

現在、特許庁は、小売業者が小売サービスについて使用する商標（即ち、第35類に属する役務）と、その小売業者が取り扱う商品との間でクロスサーチを行う方向で検討している。

おそらくこの原稿がパテント誌に掲載される頃もまだ、その詳細については公表されていないであろう。

現時点で判明している方向性は、以下のとおりである<sup>(13)</sup>。

- ① 各小売等役務のグループ枠は、これをそれぞれ一つの類似群（8月10日の時点で、35K01～35K21が予定されていたが、9月15日の時点では、35K21まで細分化されている。<sup>(14)</sup>）として、各グループ枠内で小売等役務同士のサーチを行う。
- ② 35K01～35K21のグループが異なる小売等役務同士のサーチは行わない。
- ③ 「35K01」は取扱商品が、衣食住にわたる商品を一括して扱い、いずれが主たる販売商品であるかが判明できないものであるため、商品が特定される他の小売等役務とは異なり、「商品」とのサーチは行わない。
- ④ 各グループ内の個別役務は対応する商品群とサーチを行う。
- ⑤ 例示されていない小売等役務を指定する場合は、取扱商品が明確になるよう表示することとし、その商品のサーチ範囲は、特定された商品に類似する商品群の範囲とする。例示したカテゴリーに属しないものについては「35K99」の類似群を付して役務間の類似は個別に判断することとし、商品との類否は、その取扱商品に類似する商品群に限定してクロスサーチを行う。

即ち、小売業者等の取扱商品を「衣食住」に大別し、それらを総合して取り扱う業者を「35K01」の類似群に属させ、「衣」に関するものを「35K02」、「食」に関するものを「35K03」、「住」に関するものを「35K04」～「35K21」の類似群に属させる。各類似群相互間是非類似と推定されるが、「35K01」を除き、「35K02」

～「35K21」に属する個別の小売等サービスについては、そこで取り扱う商品との類否を審査する、というものである<sup>(15)</sup>。

上述したとおり、小売業者等の商標を商品商標と役務商標との二元的な登録制度とする以上、かかるクロスサーチは必然であるのかも知れない。即ち、小売業者が取り扱っている商品に小売業者を識別する商標を使用した場合、商品商標であると捉え、小売業者がその商品の販売に際し行われる便益の提供を識別する商標を役務商標と捉えるのであるから、消費者にとって、それが商品商標であるか役務商標であるか判然としない、と考えられるからである。

しかし、このクロスサーチには、以下のような問題点がある。

(a) 商標権の実質的拡大

商品商標に係る商標権は、例えば、指定商品が「洋服、コート」の商標登録の場合、「17A01」の類似群に属する商品が相互に類似すると推定されているのが現状である。

しかし、来年4月1日以降は、その商標権は、「洋服、コート」を取り扱う小売業者のサービスとの関係においても類似と推定されることになる。つまり、「洋服、コート」を指定商品とする商標登録の先願先登録の地位は、来年4月1日をもって、従来の類似群たる「17A01」の範囲から、第35類に新設される「洋服、コート」を取扱う小売サービスの範囲まで拡大されることになる。

さらに、商標法第4条第1項第11号の規定は、商標法第37条第1号と表裏一体の関係にあるのであるから、商標権侵害訴訟においても、商品商標に係る商標権の効力は、その商品を取扱う小売業等にまで拡大することになる。無論、この点については、裁判所の判断事項であるが、特許庁による審査実務が条文解釈上、商標権の効力を実質的に拡大することになるのは事実である。

なお、小売業者等の多くは、既に商品商標として登録を得ているから、小売等サービスと商品商標のクロスサーチを歓迎する向きがある。しかし、このクロスサーチが継続してなされる場合、小売業等サービスに使用する商標を採択するに際し、商品商標の存在が障害になってくる。また、商品商標の採択に際しても、同様に、小売等サービスの商標が障害になり得るのであ

る。実際に出所の混同を生ずるおそれがあるのであれば、それもやむをえないところであるが、果たして小売等サービスとそこで取り扱われる商品が一律に混同を生ずると言えるであろうか。疑問なしとしない。

(b) 特例期間の意義

小売等に係る役務商標については、来年4月1日から6月30日までの3ヵ月間の特例期間が設けられ、この特例期間内の出願は小売サービスに関する限り、同日に出願されたものとして取り扱われることとなる。

しかし、このクロスサーチを行うことにより、来年3月31日までに登録された商品商標が小売サービス等の出願よりも先願の地位を有することになり、特例期間を設けた意味が損なわれることになってしまう。

(c) 平成4年法当時の運用との差異

平成4年のサービスマーク登録制度の導入当時、例えば、喫茶店とコーヒーや、写真の焼付けとフィルムのように、サービスマークと商品商標とのクロスサーチが検討されたが、結局は導入されなかった。しかし、そのことにより、取引上、問題が生じているとの情報は一切ない。

(d) 総合小売の取扱い

特許庁のクロスサーチ案によると、食料品スーパーのように、単品小売の場合は、そこで取り扱っている商品とのクロスサーチをする一方、総合小売に関しては、そこで取り扱っている商品とのクロスサーチをしない方針である。その理由を、総合小売は衣食住にわたる商品を一括して扱い、いずれが主たる販売商品であるかが判別できない、との点に求めている。しかし、単品小売業者がそこで取り扱っている商品の包装に自己の商標を付する行為と、総合小売業者がそこで取り扱っている商品の包装に自己の商標を付する行為との間に、どれだけの相違があるのであろうか。二元的登録制度を導入したというのであれば、総合小売についても、同様に商品とのクロスサーチをすべきであろう。

また、総合小売業者は、自己の商標を第三者に登録させないためには、総合小売のみならず、個別小売についても登録を欲するのではなかろうか。そうすると、「35K01」の類似群のみならず、「35K02」以下の類似群についても出願さ

れることが予想される。

### (3) 指定役務の表示

現時点において検討されている小売サービスの指定役務の表示は、総合小売と個別小売において若干の差異があるが、要は「(商品)の小売又は卸売において行われる顧客に対する便益の提供」という表示を認めようとしており、「(商品)の小売」とか「(商品)の小売サービス」の表示は認められない方向で検討されている。

これは、商標法第2条第1項第2号において「小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供」との規定が設けられたこと、及び、小売業者が商品の譲渡に際し使用する商標は商品商標であると解されていることに由来する。

しかし、国内の小売業者が外国において、所謂小売業者の業務に係る商標(「Retail store services」)を権利化しようとする場合、この役務表示だけで足りるのであろうか。日本においては、小売業者の商標は、商品商標と役務商標の二本立てなのであるから、わが国の小売業者が、マドリッド・プロトコルを利用し、「Retail store services」について権利化しようとするならば、第35類の「小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供」と、そこで取扱っている商品に関する商品商標の双方を基礎としなければ、本来の意味での「Retail store services」について権利化したことにならないのではなかろうか。

また、マドリッド・プロトコルを利用して、外国の「Retail store services」を日本において登録する場合、その仮訳はどのようになるのであろうか。「小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供」になるのであろうか。少なくとも、「小売サービス」の表示を認めない以上、「Retail store services」と「小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供」とは異質であり、「小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供」は、より狭いはずである。換言すれば、在外者が「Retail store services」について権利化することを欲するのであれば、第35類における「小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供」と、その小売業者等が取り扱っている商品に関する商品商標の登録を網羅しなければならないはずである。しかし、代理人の立場からすれば、第35類の登録以外に、取扱い商品に関する商品商標の登録が必要であると言うのは憚れ

るし、特許庁としても、「Retail store services」の出願に対しては、「小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供」として登録するようになるのであろう。

そうであれば、わが国の小売業者等に対しては、商品商標と役務商標の二つの商標登録を結果的に強いる一方、マドリッド・プロトコルを利用した海外からの出願に対しては、第35類の登録のみで足りる、というダブルスタンダードになる懸念がある。

## 5. まとめ

### (1) 小売業者等の商標の本質

上述したとおり、今回の商標法改正により登録が認められたのは、小売業者等が小売の業務において行われる顧客に対する便益の提供についてであり、小売業者等が取り扱っている商品について使用する商標は依然として商品商標であると解するのが特許庁の考え方である。

この「小売業者等が取り扱っている商品について使用する商標」というのは、具体的にどのようなものであるか。この点は、まさに解釈問題であり、それによって、小売業者の使用する商標が商品商標であるか役務商標であるかの分岐点である。

特許庁は、デパートがそこで取り扱っている商品にデパートの商標を使用すれば、商品商標である、と言う。例えば、商品の包装紙にデパートの商標を付した場合、陳列棚内に展示された商品の前に置かれた値札にデパートの商標を付した場合は、商品商標であると。他方、役務商標として考えられるのは、便益の提供に当たりその提供を受ける者の利用に供する物たる陳列棚やショッピングカート等に使用される商標である、と言う。

しかし、かかる解釈に基づいた登録制度は、小売業者の使用する商標を登録する制度として妥当なのであろうか。小売業者等の商標の本質に即した制度なのであろうか。

小売業者等にとっては、店頭に掲げる看板において付される商標も、そこで取り扱っている商品の包装に付される商標も、同じ性質の識別標識であると理解し、使用しているのではなかろうか。そして同時に、消費者もまた、同じ性質の識別標識と理解しているのではなかろうか。

要は、小売業者等の商標は、商品に付されて使用されているか、便益の提供について使用されているのか

によって二元化されるのではなく、小売業等自体を識別する商標として一元的に機能しているのである。そして、その一元的な機能にこそ保護価値があるから、商標制度は、かかる一元的な機能を有する商標を登録して保護する制度でなければならない。

かかる見地に立脚するとき、現行の商標法第2条第1項の規定は、法解釈上の障害になるのであろうか。同項が存在する限り、小売業者等を業として商品を譲渡する者と解し、小売業者等が商品について使用するものは商品商標であると文理解釈することが必至なのであろうか。

筆者は、商標法第2条第1項の「業として商品を譲渡する者がその商品について使用するもの」を解釈する際、小売業者等がその業務を識別するために使用する商標は、「その商品について」使用するものではない、と考えている。例えば、デパートがそこで取り扱っている商品またはその包装にデパートの商標を付す場合（より具体的に言えば、値札シールやデパートの包装紙等）、その商品を識別するために使用をしているのではなく、デパート業そのものを識別するために使用しているのではなからうか。また、同じ商品に付されていても、消費者は、商品を識別する商標と小売業を識別する商標を実際に区別しているのではなからうか。それほど消費者は馬鹿ではない。例えば、商品「キャラメル」やその商品の容器に付された商標は、その商品自体を識別しているが、それを包装する物（例えば、デパートの包装紙）は、包装した者を識別していることは、消費者も十分認識しているはずである。また、商品「清涼飲料」の容器に付された商標とその容器に付された値札に表示されたコンビニエンスストアの商標が、まったく異別の識別機能、前者が商品自体の識別機能、後者がコンビニエンスストア自体の識別機能を有することもまた、然りである。

換言すれば、法改正前は、小売サービスの登録制度がなかったために、やむなく、商品商標として取り扱われてきたが、今回の法改正により、小売業そのものを識別する商標の登録制度が導入された、と解するのが正当であらう。新たな制度を理解するのにその制度が存在しなかった従来の判例の考え方に従う必然性は毛頭もない。

実際、平成18年4月6日の参議院経済産業委員会において、特許庁長官は、以下のように答弁している。

現行の商標法におきましては、商標は商品に使用される商品商標というものと役務に使用される

役務商標という二つに区分されております。小売業者や卸売業者が使用する社名あるいはロゴ等の商標は商品商標としてのみ保護されているのが現状でございます。商品商標は個々の商品ごとに、商品区分ごとに登録する必要があるものでございますから、多種類の商品を取り扱う小売業者等は多くの区分にわたる商品を指定して商標登録をする必要がございます。また、小売業者等が商標を使用する場面は非常に多岐にわたっておりまして、例えばデパートなどの紙袋、あるいはショッピングカート、それから従業員の制服などに表示された商標は、具体的な商品についての使用というふうには言えないため、商品商標に係る商標権によっては必ずしも十分な保護が受けられないといった不便な面もございます。

このため、今回の改正では、小売サービスや卸売サービスに使用される商標を役務商標として保護することによりまして、商標管理の効率化とともに小売業者等の実態に即した商標の保護が可能となるというふうに考えております。

なお、国際的に見ましても、欧米等が小売業者等の使用する商標を役務商標として保護しているほか、最近、商標の登録の際の商品及びサービスの国際分類に関するニース協定というものにおきましても、小売サービスや卸売サービスを役務商標の対象として扱うように国際分類の改定を決定したことがございますので、今回の改正はこうした国際的な制度調和を促進する効果もあるものというふうに考えております。

つまり、特許庁長官の答弁によれば、今回の法改正は、「商標管理の効率化」、「小売業者の実態に即した保護」及び「国際的な制度調和」の3つの見地に基づくものであり、それこそが立法者の意思である。

なお、小売業者等の商標は小売業等を識別する商標であるので、一般には、役務商標として保護すべきであるが、例外的に、商品商標として保護すべき側面もある。

例えば、小売業者等の「プライベートブランド」である。小売業者等は、商品を委託製造し、自己の商標を付して販売する場合がある。この場合の商標は、自己の商品を識別する機能を有しているから、商品商標ということができる。

また、商品「薬剤」のように、製造者標のみならず、販売者標が商品商標として機能することはあり得る。

例えば、商標「アイリス」を付した商品「目薬」は、発売元が大正製薬株式会社で、製造販売元がテイカ製薬株式会社であるが、大正製薬株式会社の商標「わしのマーク」が付されており、製造販売元の商標は一切付されていない。即ち、販売者を識別する商標によって消費者は商品を識別する場合があることは確かである。しかし、このことと、小売業者等がその取扱商品に小売業等そのものを識別する商標を使用することとは、同一に解することはできないし、また需要者も、その機能の相違を十分認識している。つまり、「プライベートブランド」にせよ、上記販売者の商標にせよ、それらは、いずれも、消費者にとって、商品「〇〇〇」を買う（即ち、商品の識別標識としての機能）ということと共通しているが、それと、「〇〇〇」で買う（即ち、小売業者等の識別標識としての機能）ということとを充分区別して理解しているのである。

さらに、製造販売業者を識別する商標、例えば、街の和菓子屋の商標は、自己の製造販売に係る商品を識別するものであるから、商品商標であろう。

さらに加えて、ネット・オークションにおける商標権侵害行為を訴追するには、オークションの出品者が商標法第2条第1項第1号における「業として商品を譲渡する者」に該当することが必要である。

このように、小売業者等を識別する商標を役務商標と解したとしても、商標法第2条第1項第1号には、「譲渡」の規定は必要である。

したがって、かかる観点からすれば、小売業者等の商標を役務商標とするために、商標法第2条第1項において「譲渡」を削除することは困難であるが、そうであるからといって、小売業者が商品について使用する商標はすべて商品商標である、ということにはならない。

商標法における「商標」の定義にしても、「識別機能」に関しては一切明文化されていないが、特許庁や裁判所は、商標の機能的側面から、自他商品（役務）識別機能を有するもののみを保護対象としての「商標」として取り扱っている。このように、明文化されていなくとも、商標法においては、「商標」そのものについて法の趣旨に従って解釈されているのであるから、小売業等の商標についても、同様に解釈し得るのではなかろうか。

ところで、何故、特許庁は、小売業者等の商標を二元的に取扱い、小売業者等の業務自体を識別標識の登録制度と解していないのか。

これまで商品の包装に商標を付する行為が商品商標としての使用であるとされていたので、小売業者は、そこで取り扱っている商品ごとに多数の登録商標を所有している。これを小売サービスの登録制度ができたからといって、小売サービスの登録に乗り換えさせることはできない、と考えているのではないだろうか。

例えば、仮に小売業者の商標を役務商標として一元的に保護することとすると、従来、商品商標として登録してきたものは不使用商標となってしまうので、取引業界の混乱を招いてしまう。したがって、かかる事態になることを回避したという考え方もある。

しかし、今回の法改正のように、二元的な登録制度は誰も望んではいない。かえって、従来の商品商標に加え、第35類の登録が必要になる制度は、小売業者等ユーザーの負担が増大することになる。特許庁長官が答弁した「商標管理の効率化」に反することにならないか、懸念されるところである。

## (2) クロスサーチの是非

上記したとおり、未だ確定していないが、特許庁は、総合小売を除き、小売等サービスとそこで取扱う商品とのクロスサーチを行おうとしている。これは、小売業者等の商標の二面性の解釈に基づくものである。また、「従来の商品商標との調整」とも言われる。例えば、「靴」について商品商標を登録している小売業者等と、「靴」の小売サービスについて権利化しようとする小売業者等の間でクロスサーチをしなければ混乱が生ずる、というのである<sup>(16)</sup>。

しかし、小売業者等の商標を、小売業等そのものを識別する商標と理解すれば、あえて、商品とのクロスサーチを一律的に行う必然性は毛頭もない。

筆者も、小売業者等の商標と商品商標との間に混同を生ずるおそれがあることは否定しない。もし両者間に出所の混同を生じ得るとすれば、まず考えられるのは、製造小売業者の商標についてである。つまり、製造小売業者の商標は、製造者を識別する商品商標でもあり、小売業者を識別する役務商標でもあるからである。しかし、これとて、製造小売業者の商標を商品商標と定義してしまえば、混同のおそれは生じない。それでもなお、出所の混同を生じ得るのであれば、個別に審査すれば足りるのであって、画一的・一律的なクロスサーチをする必要は全くない。

例えば、ブランド品や婦人服の商標が店舗の名称として使用されている事例は往々にしてあるが、その店

舗の名称は、そこに行けば、その商品が購入できるといように、商品を識別する商標と小売業を識別する商標が一体になっている場合であり、そこでは、自己の製造に係る商品以外、取り扱っていない。このような場合は、まさに商品商標と理解すれば足りる。また、万が一、その小売サービスに保護すべき法益性が認められ、小売業として登録される場合であっても、個別具体的に出所の混同を生ずるか否かについて審査されれば足りるのではなからうか。

また、このように一律的なクロスサーチをしなければ、上記4.(2)(b)において言及した商品商標の駆け込み出願を未然に阻止することができるし、小売業等商標の出願に際し、第三者によるそのような出願がなされることを懸念する必要もない。

なお、諸外国においても、例えば、欧州共同体の2005年7月7日の欧州共同体裁判所の事案<sup>(17)</sup>(C-418/02)における「小売サービスと商品との間の混同の危険性は、特定の事情、例えば、商標が同一またはほぼ同一である、市場において周知である場合を除き、生じそうにない」との欧州司法裁判所法務官(Advocate General)であるPhillipe Legar氏の意見に基づき、英国においては、本年5月25日に改正された審査基準において、以下の要件に該当する場合、相対的拒絶理由が通知されるように、変更された<sup>(18)</sup>。

- ① 一の商標が特定のまたは同種の商品の販売に関連する小売サービス(またはこのサービスの類似の表示)について登録(または出願)されていること；
- ② 他の商標が小売商標に係る指定役務において表現されている商品とは異なる事業について登録(または出願)されていること；
- ③ 先行商標は、少なくとも通常程度の識別力を有すること。即ち、識別力の低い商標としては、例えば、人の氏姓のような商標は、引用する必要がない；
- ④ 後願の商標は、先行の商標と単に類似ではなく同一または実質的に同一であり、または、先行の商標の要部または独立して識別力を発揮する部分を含むものであること

なお、先行の商標の名声、及び、取引の実態は、異議申立てまたは無効審判の手續における証拠に基づき考慮される。

即ち、英国における小売サービスと商品とのクロスサーチは、商標が同一又は実質的同一であって、且つ、

審査官による職権ではなく、当事者による先行商標の周知性の立証を待って判断される。したがって、英国のクロスサーチは、わが国の特許庁が行おうとしている画一的なクロスサーチとは明らかに異質である。

そもそも本年2月に公表された「商標制度の在り方について」においては、「特定の商品商標との間で出所の混同が生じるおそれがあると考えられる場合には、合理的な範囲内において、商品商標と役務商標間において、先行登録商標との関係で問題が生じないような審査の枠組みを検討することが適切であると考えられる。」と述べられていたにすぎない。画一的なクロスサーチよりも、欧州共同体のように商標が同一で且つ一方が周知な場合等に限定し、個別具体的に判断することの方がより合理的であることは疑う余地がない。

### (3) 最後に

最後に、平成15年10月20日の産構審第4回商標制度小委員会の資料1の3頁に掲げられている内容を記したい。その当時、「小売業の商標を正面から捉えて保護」することを意図していたことが明確に述べられている。筆者は、小売業者の商標について、まさに「小売業者の商標を正面から捉えて保護」がなされることを切望してやまない。

我が国商標法においては、小売業の商標をサービスマークとしては認めていない。それは、シャディ事件判決1やエスプリ事件判決において示されるように、商標法にいう「役務」とは他人のためにする労務又は便益であって付随的でなく独立して市場において取引の対象となり得るものと解されるため、商品の譲渡に伴って付随的に行われるサービスは、それ自体に着目すれば他人のためにする労務又は便益に当たるとしても、市場において独立した取引対象となり得るものでない限り、商標法にいう「役務」には該当しない、と整理されていることに基づいている。

したがって、現在の運用においては、複数の商品を扱う小売業者が自らの事業の出所を表示し、品質を保証し、あるいは広告をする際に使用する商標を商標登録して十分な保護を得るためには、取り扱う商品の全てについて商品商標として登録する必要がある。

しかしながら、これは、自己の商標を出願し登録維持する小売業者に多大な管理コストを強いる

ものであり、また、昨今の流通産業の発達によりこのような複数の商品を取り扱うこと自体にブランドとしての魅力・顧客吸引力を有すると認められる小売業の商標を正面から捉えて保護していないとの指摘がある。

## 注

- (1) 特許庁総務部総務課工業所有権制度改正審議室編著「サービスマーク登録制度－逐条解説 改正商標法」22頁
- (2) 産構審での議論に先立ち、本問題については、財団法人知的財産研究所において、平成12年度及び平成14年度に調査研究が行われ、前者については「内外商標法における商標登録要件の解釈及び運用に関する調査研究報告書」（平成12年度 特許庁工業所有権制度問題調査報告書）（平成13年3月 財団法人知的財産研究所）として、また後者については「21世紀の商標制度構築に向けた調査研究報告書」（平成14年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書）（平成15年3月 財団法人 知的財産研究所）として纏められている。
- (3) the bringing together, for the benefit of others, of a variety of goods (excluding the transport thereof), enabling customers to conveniently view and purchase those goods.
- (4) such services may be provided by retail stores, wholesale outlets, through mail order catalogues or by means of electronic media, e.g., through web sites or television shopping programmes.
- (5) このニース協定第9版は、来年1月1日から発効・施行される予定である。
- (6) 産業構造審議会第4回商標制度小委員会における資料1の5頁
- (7) 平成12年8月29日 東京高裁 平成11年（行ケ）第390号
- (8) 平成13年1月31日 東京高裁 平成12年（行ケ）第105号
- (9) 別紙リスト参照
- (10) 産業構造審議会 平成18年2月「商標制度の在り方について」10頁
- (11) 同上
- (12) 平成18年度法改正説明会テキスト45頁 なお、改正された商標法第2条第2項は、「前項第二号の役務には、小売及び卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供が含まれるものとする。」と規定されたにすぎず、「含まれるものとみなす。」と擬制されたのではない。
- (13) この点については、現在検討中であり、今後変更される可能性があることを申し添えておく。
- (14) 平成18年9月15日にパブリック・コメントの対象となった「商標法施行規則の一部を改正する省令案」について、及び、「類似商品・役務審査基準【国際分類第9版対応】」（案）についてによると、類似群は「35K01」～「35K21」と、21に細分化されている。
- (15) 現状では、複数の類似群に跨る役務を指定した出願については、3条1項柱書きの拒絶理由が通知されることが予定されており、実際の使用または事業計画等を主張、立証することにより、登録を認める方向で検討されている。
- (16) 当初は、総合小売のみ第35類において登録を認めようとしていたが、単品小売についても小売サービスとして登録を認めるようにした結果、クロスサーチが必要になった、との意見もある。
- (17) 欧州共同体裁判所判決 2005年7月7日（C-418/02）この判決により、「小売取引」（retail trade）の表示が認められるようになった。なお、Legar氏の意見は、2005年1月13日になされたようであるが、その詳細については入手していない。
- (18) 改正されたワークマニュアルの原文は、以下の通りである。

### 49.14 Retail Services: search of the Register

In case C-418/02, Advocate General Phillipe Leger opined [agreeing with communication No. 3/01 from the President of OHIM] that "the risk of confusion between [retail] services and the products, if it cannot be excluded, is nevertheless improbable except in particular circumstances, for example when the respective marks are identical or almost identical and well established on the market."

The ECJ did not feel the need to answer the referring court's question about the scope of protection of retailers' marks and so there is no definitive statement of law. Nevertheless, the Advocate General's Opinion is of persuasive value. In the light of it we will consider raising a section 5 (2) objection in the course of official examination where:

- a mark is registered (or proposed to be registered) for retail services (or similar descriptions of this service) connected with the sale of specific goods or types of goods;
- another mark is registered (or proposed to be registered) by a different undertaking for goods of the type expressly mentioned in the specification of the retail services trade mark;
- the earlier trade mark has at least a normal degree of distinctive character, i.e. marks with low distinctive character, such as, for example, common surnames, need not be cited;
- the later trade mark is not just similar to the earlier mark but is identical or virtually identical to it, or contains a dominant and/or independently distinctive feature of it.

The reputation of the earlier trade mark and (unless it is obvious) the practices of the trade will only be taken into account on the basis of evidence in opposition or invalidation proceedings.

In view of these factors, we will conduct a search for earlier trade marks as detailed in the guide to cross searching which is an annex to this manual.

指定役務に「陳列・品揃え」を含む商標登録リスト

商 標	出願人/権利者	出願番号	登録番号	指定役務
		出願日	登録日	
METRO	エムアイビー メトロ グループ インテレクチュアル プロパティーズ ゲゼルシャフト ミット ベシュレンクテル ハフツング ウント コンパニー コマンディートゲゼルシャフト	H09-141092	4393898	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		1997/7/23	2000/6/23	
FORMULA 1	フォーミュラ ワン ライセンシング ベスローテン フェンノートシャップ	H09-158562	4412314	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		1997/9/12	2000/8/25	
\$FIA \ WORLD \ CHAMPIONSHIP	フォーミュラ ワン ライセンシング ベスローテン フェンノートシャップ	H09-160984	4350969	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		1997/9/22	2000/1/14	
\$F1 \ Formula 1	フォーミュラ ワン ライセンシング ベスローテン フェンノートシャップ	H09-160990	4354095	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		1997/9/22	2000/1/21	
REI OUTLET	レクリエーションal イクイップメント インコーポレイテッド	H10-061419	4369051	【35】 顧客の便利のために行う各種商品の品揃え・陳列
		1998/7/17	2000/3/17	
SEPHORA	セフォラ ホールディング	H11-052731	4472483	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		1999/6/16	2001/5/11	
セフォーラ	セフォラ ホールディング	H11-052732	4472484	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		1999/6/16	2001/5/11	
e-Distribution	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント	H11-052733	4472485	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		1999/6/16	2001/5/11	
TRUSTED GEAR. EXPERT ADVICE. SINCE 1938.	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント	H11-092001	4525563	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		1999/10/9	2001/11/30	
PSN	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント	H11-098784	4441677	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		1999/10/28	2000/12/22	
LIFECLINIC.COM	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント	2000-016230	4538337	【35】 顧客の便利のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2000/2/24	2002/1/25	
ps.com	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント	2000-018539	4458559	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2000/2/29	2001/3/9	
INTERSERVE	株式会社 インターサーブ	2000-018685	4598550	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2000/2/29	2002/8/23	
SYMS	株式会社 インターサーブ	2000-045981	4493182	【35】 その他の他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列, 他人の便宜のために行う各種商品のオンラインによる品揃え・陳列
		2000/4/28	2001/7/19	
GADELIUS	ガデリウス株式会社	2000-057094	4529555	【35】 商品販売の促進のために行う各種商品の品揃え及び陳列
		2000/5/25	2001/12/14	
Chaos Mart	株式会社 インターサーブ	2000-058130	4558046	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2000/5/26	2002/4/5	
Chaos Mart.com	株式会社 インターサーブ	2000-093104	4534749	【35】 その他の他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列, 他人の便宜のために行う各種商品のオンラインによる品揃え・陳列
		2000/8/24	2002/1/11	
Talk Wiz	ソニーマーケティング株式会社	2000-093105	4534750	【35】 その他の他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列, 他人の便宜のために行う各種商品のオンラインによる品揃え・陳列
		2000/8/24	2002/1/11	
Chat Wiz	ソニーマーケティング株式会社	2000-093702	4569835	【35】 商品の品揃え（運搬を除く）及び陳列に関する指導及び助言
		2000/8/25	2002/5/24	
BOARDSANDMORE	ボーズ アンド モア アーゲー	2000-093703	4569836	【35】 商品の品揃え（運搬を除く）及び陳列に関する指導及び助言
		2000/8/25	2002/5/24	
LIFECLINIC	株式会社 インターサーブ	2000-101777	4497505	【35】 インターネットにより顧客の便利のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2000/9/18	2001/8/10	
PROCAST \ GROUP	株式会社プロキャスト	2000-125178	4539119	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2000/11/20	2002/1/25	
PROFIELD	株式会社プロキャスト	2001-025316	4729260	【35】 請負又は派遣による各種商品の品揃え・陳列・品出し・値札付け
		2001/3/21	2003/11/28	
PRO \ CAST \ ON DEMAND CASTING PARTNER \ 株式会社プロキャスト	株式会社プロキャスト	2001-025321	4729263	【35】 請負又は派遣による各種商品の品揃え・陳列・品出し・値札付け
		2001/3/21	2003/11/28	
TAFFIN	株式会社プロキャスト	2001-025326	4729266	【35】 請負又は派遣による各種商品の品揃え・陳列・品出し・値札付け
		2001/3/21	2003/11/28	
bluebell	ジェームス ド ジバンシー インコーポレイテッド	2001-027183	4838137	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2001/3/26	2005/2/10	
VIRTUALGLOBE	ブルーベル・ジャパン株式会社	2001-055938	4685700	【35】 広告のための各種商品の品揃え又は陳列
		2001/6/20	2003/6/27	
ヴァーチャルグローブ	財団法人水と緑の惑星保全機構	2001-081414	4623334	【35】 顧客の便利のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2001/9/7	2002/11/22	
ROYAL \ STAGE	財団法人水と緑の惑星保全機構	2001-081415	4623335	【35】 顧客の便利のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2001/9/7	2002/11/22	
ジェイ エフ イー	ロイヤルステージ株式会社	2001-097667	4608297	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2001/10/31	2002/9/27	
JFE	ジェイエフイーホールディングス株式会社	2001-111068	4742826	【35】 広告のための各種商品の品揃え又は陳列
		2001/12/13	2004/1/23	
ジェイエフイーホールディングス株式会社	ジェイエフイーホールディングス株式会社	2001-111070	4742827	【35】 広告のための各種商品の品揃え又は陳列
		2001/12/13	2004/1/23	
ジェイエフイーホールディングス株式会社	ジェイエフイーホールディングス株式会社	2002-035518	4686343	【35】 顧客の便利のために行う各種商品の品揃え又は陳列
		2002/4/30	2003/6/27	

商 標	出願人/権利者	出願番号	登録番号	指定役務
		出願日	登録日	
ROYAL \ RECEPTION	ロイヤルステージ株式会社	2002-057838	4831506	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2002/7/10	2005/1/7	
Royal \ Promenade	ロイヤルステージ株式会社	2002-057840	4831508	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2002/7/10	2005/1/7	
EXHIBITIONIST	エグジビション エクイティズ エルエルシー	2003-013990	4762193	【35】 広告のための宝玉及びその模造品・身飾品及び被服の品揃え・陳列
		2003/2/24	2004/4/9	
KENNETH POOL	アムセール アベラ,エル.エル.シー.	2003-040125	4953299	【35】 他人の便宜のために行う各種婚礼用衣装及びその他の式典用被服の品揃え・陳列
		2003/5/16	2006/5/19	
amz \ mart	株式会社インフロンティアアメニティズ	2003-052619	4772491	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2003/6/25	2004/5/21	
Jeffrey the Bunny	ディランズ キャンディーバー エルエルシー	2003-054256	4741282	【35】 キャンデー・アイスクリーム・フローズンヨーグルト・焼き菓子その他の菓子及びパン並びにろうそく・香水・おもちゃ・被服・グリーティングカード・書籍・包装用バスケットその他の贈答品を含む各種商品の品揃え及び陳列
		2003/6/30	2004/1/16	
DYLAN'S CANDY BAR	ディランズ キャンディーバー エルエルシー	2003-054257	4741283	【35】 キャンデー・アイスクリーム・フローズンヨーグルト・焼き菓子その他の菓子及びパン並びにろうそく・香水・おもちゃ・被服・グリーティングカード・書籍・包装用バスケットその他の贈答品を含む各種商品の品揃え及び陳列
		2003/6/30	2004/1/16	
RENEW RESTORE REPAIR	ルノビス・インコーポレイテッド	2003-059354	4787041	【35】 他人の便宜のために行う中枢神経系疾患・変性疾患・神経疾患・精神疾患の治療用薬剤の品揃え・陳列
		2003/7/15	2004/7/16	
KEW	キュー 159 リミテッド	2003-070383	4906973	【35】 広告のための各種商品の品揃え及び陳列
		2003/8/19	2005/11/11	
ULTA	ウルタ・サロン・コスメティックス・アンド・フレグランス・インコーポレイテッド	2003-077674	4796802	【35】 他人の便宜のために行う健康品及び化粧品・香水・宝石・時計及び医薬品の品揃え及び陳列
		2003/9/8	2004/8/20	
ULTA.COM	ウルタ・サロン・コスメティックス・アンド・フレグランス・インコーポレイテッド	2003-077675	4804397	【35】 他人の便宜のために行う健康品及び化粧品・香水・宝石・時計及び医薬品の品揃え及び陳列
		2003/9/8	2004/9/17	
ULTA SALON-COSMETICS-FRAGRANCE	ウルタ・サロン・コスメティックス・アンド・フレグランス・インコーポレイテッド	2003-077676	4796803	【35】 他人の便宜のために行う健康品及び化粧品・香水・宝石・時計及び医薬品の品揃え及び陳列
		2003/9/8	2004/8/20	
ULTA \ SALON-COSMETICS-FRAGRANCE	ウルタ・サロン・コスメティックス・アンド・フレグランス・インコーポレイテッド	2003-077677	4796804	【35】 他人の便宜のために行う健康品及び化粧品・香水・宝石・時計及び医薬品の品揃え及び陳列
		2003/9/8	2004/8/20	
Komplex by Ni=Search	クレッシィーレノマ ステファニー	2004-072166	4852792	【35】 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/8/4	2005/4/1	
スタッフエントリー	株式会社プラスアルファ	2004-076566	4866410	【35】 請負又は派遣による各種商品の品揃え・陳列・品出し・値札付け
		2004/8/19	2005/5/27	
colour・eighteen	トッピー トレードマークス リミテッド	2004-084196	4944795	【35】 他人の便宜の為に行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/9/13	2006/4/14	
\$W ∞ WEEKEND WORKSHOP	トッピー トレードマークス リミテッド	2004-084197	4944796	【35】 他人の便宜の為に行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/9/13	2006/4/14	
ハビネットトイズ	株式会社ハビネット	2004-089270	4857707	【35】 他人の便宜のために行う各種商品のオンラインによる品揃え・陳列, 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/9/29	2005/4/15	
ハビネットアミューズメント	株式会社ハビネット	2004-089271	4857708	【35】 他人の便宜のために行う各種商品のオンラインによる品揃え・陳列, 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/9/29	2005/4/15	
ハビネットソフトウェア	株式会社ハビネット	2004-089272	4857709	【35】 他人の便宜のために行う各種商品のオンラインによる品揃え・陳列, 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/9/29	2005/4/15	
80/20 \ EIGHTY TWENTY PRODUCTS	エイティ, トゥエンティ, プロダクト, リミテッド	2004-090302	4876907	【35】 他人の便宜のために行うかばん類・袋物その他の各種商品の品揃え・陳列
		2004/10/1	2005/7/1	
ハビネット \ HAPPINET	株式会社ハビネット	2004-097577	4892122	【35】 他人の便宜のために行う各種商品のオンラインによる品揃え・陳列, 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/10/25	2005/9/2	
夢マーケティング	株式会社ハビネット	2004-097578	4892123	【35】 他人の便宜のために行う各種商品のオンラインによる品揃え・陳列, 他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/10/25	2005/9/2	
美人日和	株式会社翔泳社	2004-109792	4884965	【35】 インターネット上で他人の為に行う商品の陳列又は品揃え
		2004/12/1	2005/8/5	
\$GRAND SHOP	株式会社西洋フードシステムズ	2004-112248	4897463	【35】 店内又はコンビニエンスストアで顧客の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/12/8	2005/9/30	
\$GRAND MART	株式会社西洋フードシステムズ	2004-112249	4897464	【35】 店内又はコンビニエンスストアで顧客の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/12/8	2005/9/30	
えびな蔵市	株式会社西洋フードシステムズ	2004-112250	4897465	【35】 店内又はコンビニエンスストアで顧客の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/12/8	2005/9/30	
VINYL MART DEPOT	リンダ・ダイアン・ノークロス・ドッシー	2004-114834	4911851	【35】 オンラインによる他人の便宜のために行う各種商品の品揃え・陳列
		2004/12/16	2005/12/2	
ALCOTT \ アルコット	株式会社三越	2004-118810	4896919	【35】 広告又は商品販売のための宝玉及びその模造品・身飾品・文房具類・かばん類・家具・被服その他の商品の品揃え・陳列
		2004/12/28	2005/9/22	
ISCOV	サブリーナ・スカラ・リミテッド	2005-000514	4904971	【35】 広告のための宝玉及びその模造品・身飾品及び被服の品揃え・陳列
		2005/1/6	2005/10/28	
けあ丸	株式会社デルフィス	2005-003058	4879184	【35】 介護商品の品揃え・陳列業務の代行, 広告のための介護商品の品揃え・陳列
		2005/1/18	2005/7/8	
DOUBLE PHOENIX	タイム アート ディベロップメント リミテッド	2005-004327	4902525	【35】 広告のための商品の品揃え及び陳列, 広告のための商品の品揃え及び陳列に関する情報提供・指導及び助言, 販売促進のための商品の品揃え及び陳列, 販売促進のための商品の品揃え及び陳列に関する情報提供・指導及び助言
		2005/1/21	2005/10/21	

(原稿受領 2006.9.19)