

# キャッチフレーズの重要性の高まりと 商標との関連性について



会員 石川 克司

## 要 約

本稿では、商品やサービスの宣伝文句としてのキャッチフレーズや、企業における活動の範囲や発展の在り方を端的に示すキャッチフレーズなど、重要性が高まっている。そこで、キャッチフレーズと商標登録との関連性について、近年の商標登録の動向や審決例など、実際の事例を抽出して検討と解説を行なう。

## 目次

1. キャッチフレーズと企業イメージとのかかわり
2. 審査基準とキャッチフレーズ
3. キャッチフレーズと審決例
4. キャッチフレーズと登録例
5. まとめ

## 1. キャッチフレーズと企業イメージとのかかわり

(1) キャッチフレーズは、商品やサービスにおける宣伝文句として、商品やサービスの特性や品質などを簡潔に表現するものとして、例えば、飲料メーカーにおける「スカッと さわやか コカ・コーラ」(商標登録第1620406号)やスポーツジムの「結果にコミットする。」(商標登録第5878027号など)などがある。

また、企業における活動の範囲や発展の在り方を端的に示すキャッチフレーズとして、調味料メーカーにおける「やがて、いのちが変わるもの。」(商標登録第4781986号など)や化粧品メーカーにおける「一瞬も一生も美しく」(商標登録第4929296号)など、コーポレートメッセージとして、企業が消費者や需要者に対して、自社が伝えたいメッセージを伝達するものもある。

いずれも、企業と消費者や需要者との接点になるコミュニケーションのツールであることから、自社の送りたい想いや思想が伝わるのが重要といえる。さらに近年では、インターネット検索における連動広告や、インターネット動画の広告など、新聞広告など静的なメディアに比べて、このようなキャッチフレーズに消費者や需要者は、短時間で接することが多いと考えられ、送り手としても、短時間であっても、明確に

メッセージが伝わるのが求められる。

すなわち、キャッチフレーズは、企業が自社の提供する商品やサービスやコーポレートメッセージを短時間でかつ正確に消費者に伝達するためのブランドの重要な構成要素であって、消費者が企業や商品、サービスを他社のものと識別するための標識となる。

そうすると、自社の使用するキャッチフレーズと競業する他社が、近似するキャッチフレーズの使用を行った場合、企業においては、築き上げたブランドイメージの希釈化やブランドの価値が低下するといえる。消費者においては、出所の誤認や混同が生じることとなる。

また、適切なブランディングが行われたキャッチフレーズは、企業のブランド資産となる。

したがって、キャッチフレーズは、出所識別機能を有するブランドの構成する要素の一つであることから、商標法による保護が必要となり、ブランドの保護や戦略上、商標登録を受けるための審査の基準は明確であることが要求される。

## 2. 審査基準とキャッチフレーズ

(1) 改正前の審査基準(第11版)において、下記のように記載されていた。

『八、第3条第1項第6号(前号までのほか、識別力のないもの)

前各号に掲げるもののほか、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ない商標

2. 標語(例えば、キャッチフレーズ)は、原則として、本号の規定に該当するものとする。』(筆者にて下

線)

すなわち、審査の過程で、キャッチフレーズと判断された場合は、識別力を理由に拒絶されていた。

(2) 2016年4月1日以降の審査に適用をされる審査基準(第12版)

ア.『八、第3条第1項第6号(前号までのほか、識別力のないもの)

2. 指定商品若しくは指定役務の宣伝広告、又は指定商品若しくは指定役務との直接的な関連性は弱いものの企業理念・経営方針等を表示する標章のみからなる商標について

(1) 出願商標が、その商品若しくは役務の宣伝広告又は企業理念・経営方針等を普通に用いられる方法で表示したものとしてのみ認識させる場合には、本号に該当すると判断する。

出願商標が、その商品若しくは役務の宣伝広告又は企業理念・経営方針等としてのみならず、造語等としても認識できる場合には、本号に該当しないと判断する。

(2) 出願商標が、その商品又は役務の宣伝広告としてのみ認識されるか否かは、全体から生じる観念と指定商品又は指定役務との関連性、指定商品又は指定役務の取引の実情、商標の構成及び態様等を総合的に勘案して判断する。』

イ. 改正後は、「標語(例えば、キャッチフレーズ)は、原則として、本号の規定に該当するものとする

(参考登録例の一覧)

商標	登録番号
Inspire the Next	第4463685号など 登録日2001年3月30日
やがて、いのちが変わるもの。	第4781986号など 登録日2004年6月25日
おいしい記憶をつくりたい。	第4923285号 登録日2006年1月20日
一瞬も一生も美しく	第4929296号 登録日2006年2月17日
お口の恋人	第5204707号など 登録日2009年2月20日
自然と健康を科学する	第5332245号 登録日2010年6月25日
今日を愛する。	第5461846号 登録日2012年1月6日

(審査基準(第11版))。の文言は削除された。

一方で、審査基準(第12版)では、キャッチフレーズについて、「標語(例えば、キャッチフレーズ)(審査基準(第11版))」との記載について、「企業理念・経営方針等を表示する標章のみからなる商標」として改めて定義を行って、第3条第1項第6号に該当する、該当しない、の判断の基準を示した。

なお、現在、平成31年1月に改定の改訂第14版での運用がなされており、第3条第1項第6号の記載は、上記の改定12版と同じである。

(3) 2016年4月1日以前の改正前に審査された商標出願であっても、「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ない商標」に該当しないと判断された場合は、商標登録が認められていた。一見キャッチフレーズにみえるものであっても、全てが拒絶されていたわけではなく、下記に示すように、識別力を有する商標には、登録が認められていた(参考登録例の一覧参照)。

### 3. キャッチフレーズと審決例

(1) 審決例(「合格するまで面倒みます」(参考審決例①))

「本願の指定商品との関係において、これらの商品の説明、優位性、品質、特徴等を簡潔に表わすもの又は企業の特長や優位性を記述するものとはいえない」と判断されており、指定商品や指定役務との関係性で識別力の判断がなされることがわかる。

参考審決例①

結論	○（識別力あり）
商標	合格するまで面倒みます（標準文字）
審判番号	不服 2018-14334
審決日	2019年6月12日
区分など	第16類「書籍，参考書，問題集，教育用ガイドブック，印刷物，実用書，講習会用・セミナー用テキスト」 第41類「講習会・勉強会・セミナーの企画・運営又は開催，書籍・参考書・問題集・教育用ガイドブックの制作」
原審拒絶条項	第3条第1項第6号
当審の判断	「合格するまで面倒をみる」程の意味合いを理解させるものであるとしても、これは本願の指定商品との関係において、これらの商品の説明、優位性、品質、特徴等を簡潔に表わすもの又は企業の特性或優位性を記述するものとはいえないから、商品の宣伝広告又は企業理念等を表示したものとして理解、認識されるものとはいえない…指定役務は…他者からの委託を受けて講習会等の企画・運営又は開催及び書籍等の制作を行う役務をいうものであり、本願商標は、その指定役務との関係において、これら役務の説明、優位性、質、特徴等を簡潔に表わすもの又は企業の特性或優位性を記述するものとはいえないから、直ちに役務の宣伝広告又は企業理念等を表示したものとして理解、認識されるものとはいえない。

(2) 審決例（「おいしいって、金メダル。」参考審決例②）

審査基準において、「…造語等としても認識できる場合には、本号に該当しないと判断する。」との記載があるところ、本件では、特定の意味を表した語句とまではいえないこと、一般での使用例がないことから、識別力を有すると判断され、登録審決されたものであって、審査基準からも妥当といえる。

(3) 審決例（「ネット de 受付」参考審決例③）

審査基準において、「…造語等としても認識できる場合には、本号に該当しないと判断する。」との記載があるところ、本件では、本件商標を構成する「de」について、「助詞の「で」を「de」と表示することは、一般に使用され得る表示方法とはいえない。」として、

商標の構成に着目して、識別力の判断を行っている点が参考になる事例である。

(4) 審決例（「ワンクリックで申込み」参考審決例④）

本件では、出願商標の構成から、「ワンクリックで申し込むこと」程の意味合いを看取させるといえる」と判断された事例である。この点、指定役務の広告業や教育などのサービスの提供を受けようとする需要者が、インターネットを通じて申し込むことは一般的であって、その際マウスなどの周辺機器を使用することも一般的といえる。そうすると、商標の本来的な構成における識別力、また、指定役務との関係での一般的な使用などによって、識別力が否定された本件の結論は妥当といえる。

参考審決例②

結論	○（識別力あり）
商標	おいしいって、金メダル。（標準文字）
審判番号	不服 2018-11966
審決日	2019年5月30日
区分など	第30類「菓子，パンなど」 第33類「泡盛，合成清酒，焼酎など」
原審拒絶条項	第3条第1項第6号
当審の判断	本願商標は、「おいしいって、金メダル。」の文字を標準文字で表してなるところ、当該文字は、「美味である。好ましい。」といった意味を有する形容詞の「おいしい」に助詞の「って」を続け、その後、「金製又は金めっきのメダル。」の意味を有する名詞の「金メダル」を組み合わせてなるものであり、その組合せからは、原審が示した「おいしいことが一番である」との意味を表した語句などとして理解されるとまではいい難しく、また、当審において職権をもって調査するも、当該文字が、上記意味を表した語句などとして、広く一般に使用されているといった事実を発見することもできなかった。

参考審決例③

結論	○（識別力あり）
商標	<b>ネットde受付</b>
審判番号	不服 2018-2287
審決日	2019年4月1日
区分など	第42類「インターネットを利用した受付に関する電子計算機用プログラムの提供，インターネットを利用した受付に関するクラウドコンピューティング，
原審拒絶条項	第3条第1項第6号
当審の判断	<p>本願商標から，原審説示のように「インターネットで受付」の意味合いを理解させる場合があるとしても，いまだ漠然としており，また，助詞の「で」を「de」と表示することは，一般に使用され得る表示方法とはいえない。</p> <p>また，当審において職権をもって調査するも，本願の指定役務を取り扱う業界において，「ネット de 受付」の文字が，取引者，需要者に，役務の質等を表示するものとして認識されるなど，自他役務の識別標識としての機能を有しないというべき事情は発見されず，その他，当該文字が取引上，一般に使用されている事実及び本願商標は何人かの業務に係る役務であることを認識することができない商標であるというべき事情も見いだせない。</p> <p>※同趣旨の登録審決例として，下記がある。  「ネット de 申請」（不服 2018-2286）  「ネット de 精算」（不服 2018-2290）  「ネット de 台帳」（不服 2018-2288）</p>

参考審決例④

結論	×（識別力なし）
商標	ワンクリックで申込み（標準文字）
審判番号	不服 2018-9904
審決日	2019年7月23日
区分など	第35類「広告業，経営に関するコンサルティングなど」 第41類「技芸・スポーツ又は知識の教授，セミナーの企画・運営又は開催，電子出版物の提供など」
原審拒絶条項	第3条第1項第6号
当審の判断	<p>本願商標は，「ワンクリックで申込み」の文字からなるところ，当該文字は，「コンピューターで，マウスボタンを一度押すこと。」を意味する「ワンクリック」の文字と「申し込むこと。」を意味する「申込み」の文字（いずれも「デジタル大辞泉」株式会社小学館）を格助詞の「で」で組み合わせたものであるから，容易に「ワンクリックで申し込むこと」程の意味合いを看取させるといえるものである。そして，「ワンクリックで申込み」の文字について，原審で示した事実のほかに，別掲のとおり，様々な役務のウェブサイトにおいて，当該役務等の申込みの方法等を表す語として使用されている実情がある。</p>

4. キャッチフレーズと登録例

2016年4月1日以降に出願をされた商標出願であって，キャッチフレーズに使用される可能性の高いキーワードを使用して，特許情報プラットフォーム（J-PlatPat）を使用して，検索を行った。

（1）登録例1（「やさしさありがとう」参考登録例①）

「やさしさありがとう」と一連の表記を行ったところに造語的や，指定商品における一般的な使用の有無

が評価され，商標登録されたと思われる。

（2）登録例2（「毎日新鮮」参考登録例②）

「毎日新鮮」と四文字熟語の如く，造語的な表記が評価され商標登録をされたと思われる。本件商標を使用する商品の商標権者のインターネットホームページによれば，少量使い切りパックの食品に使用されており，毎日開封したての食材を使用することができるとの説明がなされていた。この点，毎日開封したての食材は新鮮なイメージが想起され，対象商品との相性の

参考登録例①

商標	やさしさありがとう（標準文字）
登録番号	第 6168484 号
出願日	2018 年 7 月 20 日
区分など	第 3 類「口臭用消臭剤，せっけん類，歯磨きなど」 第 5 類「医療用バスソルト，サプリメントなど」 第 30 類「菓子，パン，サンドイッチ，中華まんじゅうなど」 第 32 類「清涼飲料，果実飲料，飲料用野菜ジュース」
出願の経過	拒絶理由なし

参考登録例②

商標	<b>毎日新鮮</b>
登録番号	第 6018968 号
出願日	2017 年 5 月 25 日
区分など	第 29 類「ハム，ベーコン，ソーセージ，ポークウインナー」
権利者	日本生活協同組合連合会
出願の経過	拒絶理由の通知なし

良い例と思われる。

（3）登録例 3（「サラダに新鮮」参考登録例③）

指定商品との関係で，識別力が検討された事案といえる。例えば，指定商品の「野菜」や「調味料」の分野では識別力が弱いと判断された可能性がある。「サラダに…」との構成についても独自性があるといえる。

5. まとめ

（1）審決や登録例を検討する意義

キャッチフレーズの審査基準の明確化によって，商標登録できる，できないとの判断についての審査や審決における判断の予測可能性は高まったといえる。本稿で紹介する登録例や審決例にあるように，キャッチフレーズの識別力は，①指定商品又は指定役務との関連性，②指定商品又は指定役務の取引の実情，③商標

参考登録例③

商標	サラダに新鮮（標準文字）
登録番号	第 6052814 号
出願日	2017 年 9 月 26 日
区分など	第 29 類「食肉，肉製品」
出願の経過	拒絶理由の通知なし

の構成及び態様等を総合的に勘案して判断されていることがわかる。

特に審決では，上記の①②③のポイントについて，判断を示すことから，例えば，新規の出願商標における登録性の評価，又は，出願商標が拒絶対応などの場面での思考過程の参考となる。この点で，最新の登録性の傾向を理解する上で審決を検討する意義は大きい。

（2）最後に

関西特許研究会の商標審判決研究班では，年間 5 回のスケジュールで，参加者で纏めて，班内で詳細な検討を行っている。本稿を作成するにあたって，研究班のメンバーとの議論が本稿を纏める上で役立った。改めて関西特許研究会の商標審判決研究班のメンバーに感謝の意を表したいと思う。

※参考資料（本稿を作成するにあたり本文で紹介した以外の登録例、審決例の一覧）

1. 登録審決例

結論	商標	区分	審決番号	判断
○	ONLY THE BEST FOR THE ATHLETE	25	不服 2018-17158	直ちに特定の商品の特性若しくは品質等を表す宣伝広告、または、企業の特性や優位性を記述した企業理念・経営方針等として理解、認識させるとまではいい難い
○	製薬会社の健康品質 (標準文字)	5	不服 2019-1574	取引上一般に使用されている事実を発見することができず、さらに、本願の指定商品の取引者、需要者が該文字を自他商品の識別標識とは認識しないというべき事情も発見できなかった
○	エステ以上治療未満 (標準文字)	44	不服 2018-8233	効果等の程度を表すものとして普通に使用されている事実は認められなかった
○	後ろ姿キレイ (標準文字)	25	不服 2018-6843	本願指定商品との関係において、直ちに商品の宣伝広告を表示したものと理解、認識されるものとはいいい難い
○	一餃入魂 (標準文字)	43	不服 2018-4181	「一餃入魂」の文字が「一球入魂」の文字の「球」を「餃」に置き換えた語であると認識されるとしても、「一餃」の文字の示す意味が具体的にない
○	合格応援 (標準文字)	5.10. 11	不服 2018-5301	取引上一般に用いられているというべき事情は発見できず
○	のどにうれしい (標準文字)	30	不服 2018-4249	商品の特性、特徴等を表示するものとして取引上一般に使用されているというべき事情はもとより、自他商品識別標識としての機能を果たし得ないというべき事情も発見できなかった
○	まるごと洗淨 (標準文字)	3.5. 21	不服 2017-17049	自他商品の識別標識としての機能を果たし得ないといえるほどに、取引上一般に使用されている事実を発見することができなかった

2. 拒絶審決例

結論	商標	区分	審決番号	判断
×	世界之名物 日本料理 (標準文字)	43	不服 2017-17711	「世界の名物である日本料理」であるという役務の特徴を簡潔に表した宣伝文句であるキャッチフレーズとして認識するにとどまる
×	Made for baby. Designed for you.	25,28	不服 2017-16955	「赤ちゃんのために作られた商品であるとともに、この商品を赤ちゃんのために使う人（あなた）のことも考えてより良くデザインした商品」であるという、赤ちゃん用品に対する理想、方針等を表示する宣伝広告又は企業理念等として認識、理解する
×	大切な人にずっと元気でいてほしいから (標準文字)	5.29. 20.32	不服 2018-1145	文字どおり、「大切な人にずっと元気でいてほしいから」程の意味合いを理解させる
×	すべてはお客様の「ありがとう!」のために (標準文字)	44	不服 2017-9948	企業の経営理念や目標等を表す標語（キャッチフレーズ、スローガン）として使用されている実情が認められる
×	この惑星を、技術で守りたい。 (標準文字)	7.9.11. 12.35	不服 2017-7864	「技術をもって、地球を守る」という程度の願望を表した記述的な文章であると容易に認識、理解できる
×	次の世代に、明るい未来を届けたい。 (標準文字)	7.9.11. 12.35	不服 2017-7865	「次世代に、明るい未来を届ける」という程度の願望を表した記述的な文章であると容易に認識、理解できる

3. 商標登録例

商標	登録番号	区分	出願の経過
全ての女性と赤ちゃんを守るために産まれてきました (標準文字)	第 6029487 号	3.5.11	拒絶理由の通知なし
正しくて安い電力 (標準文字)	第 5978267 号	39	意見書提出→登録査定
安いって贅沢。(標準文字)	第 6040112 号	39	拒絶理由の通知なし
イノベーションに情熱を。 ひとに思いやりを。	第 6131567 号	5.44	拒絶理由の通知なし
新鮮化粧品 (標準文字)	第 6105385 号	21.40	拒絶理由の通知なし
危険です, 歩きスマホ (標準文字)	第 6098974 号	9.38	意見書提出→登録査定
受かるんです (標準文字)	第 6152422 号	41	拒絶理由の通知なし
未来を変える家がある (標準文字)	第 6019185 号	37	拒絶理由の通知なし
未来を変えたい (標準文字)	第 6020372 号	3.5	拒絶理由の通知なし

4. 商標拒絶査定例

商標	出願番号	区分	理由
海鮮が安いだけの店 (標準文字)	2018-89873	43	需要者は、本願商標を指定役務の「飲食物の提供」の特性や宣伝広告を表す際に使用される語句の一種と理解するとどまり
お世話になりました (標準文字)	2017-112420	16	本願指定商品を取り扱う業界においては、お礼用の商品若しくはお世話になった方へ贈るための商品に感謝の意を表す語として付されている実情が認められ
美しく 健やかに 生きるために (標準文字)	2017-160298	3	「人々が美しく健やかに生きるために活動する」程の意味合いを理解させる文字が、企業の経営理念や目標等を表す標語として使用されている事実がある
<b>安心さぽーとデスク</b>	2018-14125	36	安心を与えるサービスであることを表す語として広く使用されており、本願に係る指定役務を取り扱う保険業界や不動産業界等をはじめ、「安心サポートデスク」等の文字が普通に使用されている
将来順番予約 (標準文字)	2017-165423	9.42	店舗、施設等における順番待ちの受付や予約を取り扱うシステムが広く提供されており、将来の時間を指定するなど様々なニーズに応じた機能が存在することが認められ

(原稿受領 2019.12.3)