

人気の指定商品役務と 類似群の細分化について

—商標選択の幅を広げる観点から—

弁理士 安立 卓司

要 約

特許庁において、指定商品役務の類否は、原則として、類似商品・役務審査基準に定められた類似群コードの異同に基づいて判断される。しかし、類似商品・役務審査基準では、商品役務の共通性に基づいて類似群が整理されており、可能な範囲内で概念括りをした上で包括表示を付す構成を採っている。そのため、一つ一つの類似群の類似の幅に広狭が生じ、類似幅が広い人気の類似群に属する指定商品役務を指定した出願の件数が増大している上、商標権の更新登録申請により登録件数は増える一方である。これにより、出願人の商標選択の幅が狭まるという問題が生じているものと思われる。本稿では、特許庁における指定商品役務の表記及びその類否判断の手法の変遷や人気の類似群に属する商品役務の類否判断の状況（裁判例・審決例）などを紹介した上で、人気の指定商品役務及び類似群の細分化について検討を試みる。商標選択の幅を広げるための方策として、不使用商標を適切に整理するための制度の構築や商品役務の類否判断の精緻化、コンセント制度の活用などが考えられるが、本稿では指定商品役務の表記及び類似群の幅の観点から分析を行う。

目 次

1. 本稿のテーマ
2. 指定商品役務と類似群
 - (1) 指定商品役務
 - (2) 類似群
3. 特許庁における指定商品役務の表記及びこれらの類否判断手法の変遷
 - (1) 昭和 34 年法前
 - (2) 昭和 34 年法以後
4. 類似群を用いた商品役務の類否判断により生じる問題
5. 人気の指定商品役務表記・類似群の細分化の検討
 - (1) 概要
 - (2) 人気の類似群に属する商品役務の類否判断の状況
 - (3) 人気の指定商品役務表記・類似群の細分化の検討
6. 指定商品役務及び類似群の細分化に際しての課題
 - (1) 混同を生ずるおそれが増大する懸念
 - (2) 大々的な調査や意見の調整
 - (3) けり合い
 - (4) 見直し後の類似基準の適用基準日
7. まとめ

1. 本稿のテーマ

この10年間で、商標登録出願の件数は約14万件～約19万件の間、商標登録の件数は約10万件～約18万件の間で推移している⁽¹⁾。

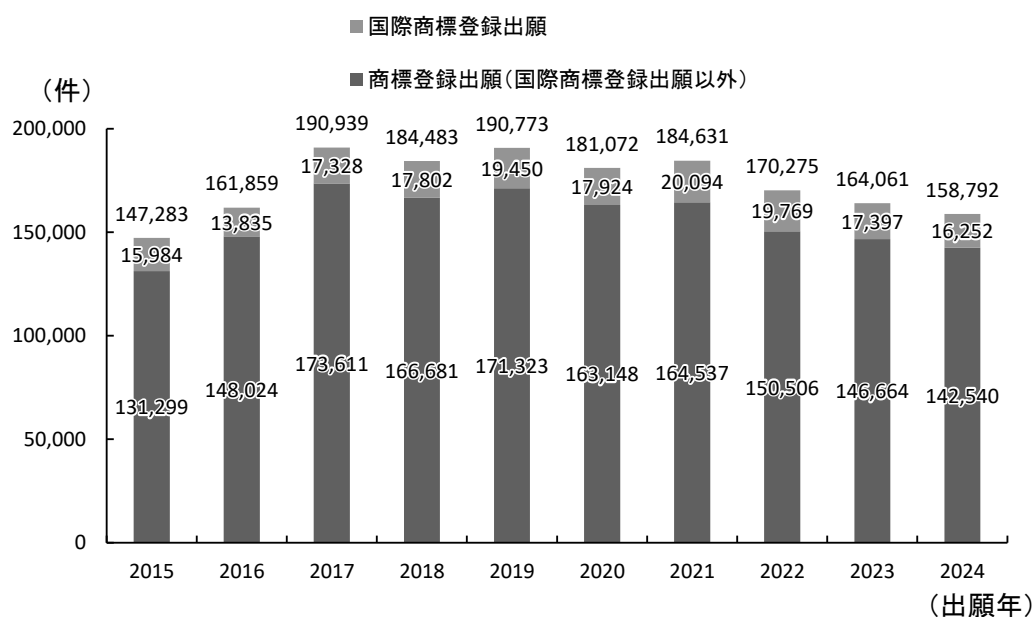


図1 商標登録出願件数の推移⁽²⁾

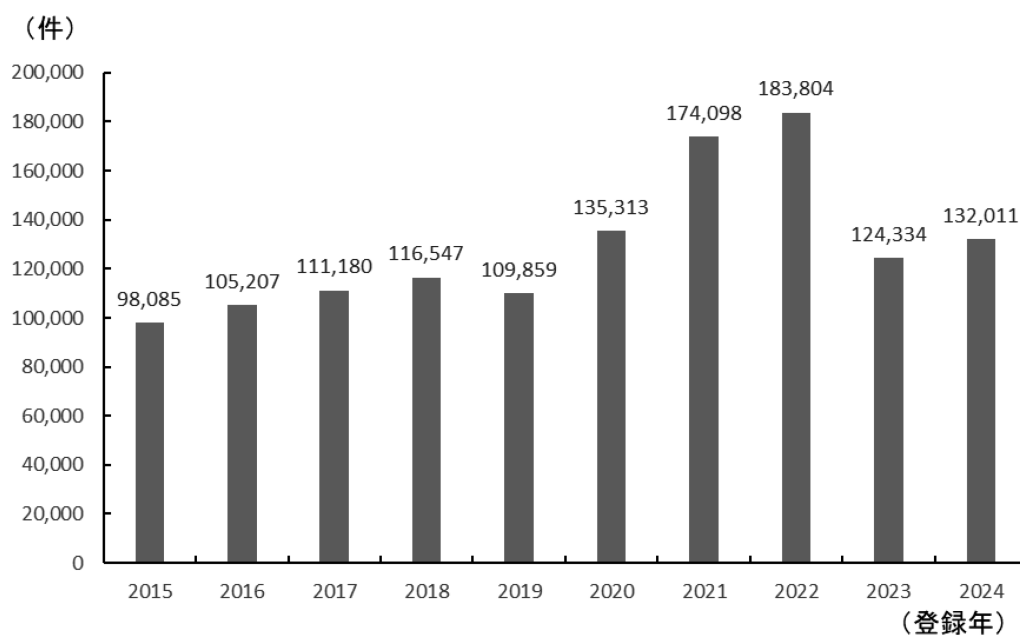


図2 商標登録件数の推移⁽³⁾

(1) 特許行政年次報告書 2025年版第2部第1章5 <https://www.jpo.go.jp/resources/report/nenji/2025/index.html>

(2) 特許行政年次報告書 2025年版掲載図表ダウンロード 1-1-82 図
<https://www.jpo.go.jp/resources/report/nenji/2025/graph.html>

(3) 特許行政年次報告書 2025年版掲載図表ダウンロード 1-1-83 図
<https://www.jpo.go.jp/resources/report/nenji/2025/graph.html>

商標権は 10 年ごとに存続期間の更新登録申請が可能であり（商標法 19 条、20 条）、登録がストックされ登録件数が増加していく傾向にある。下記は、毎年の更新登録申請数を表した表である。

表 1 毎年の更新登録申請数

	令和元年	令和 2 年	令和 3 年	令和 4 年	令和 5 年	令和 6 年
更新登録申請数 ⁽⁴⁾	105,868	95,764	91,860	103,914	111,111	108,185

毎年新たな設定登録に加えて、これだけの数の商標登録が更新されていく。そうすると、新たに商標を採択しようとする者にとって、商標選択の幅が狭まるという問題が確実に生じているのではないだろうか。本稿は、特許庁の審査実務における指定商品役務及びそれが属する類似群の見直しの観点から、商標選択の余地の確保について検討しようとするものである⁽⁵⁾。

2. 指定商品役務と類似群

(1) 指定商品役務

商標登録出願は、商標の使用をする一又は二以上の商品又は役務を指定して、商標ごとにしなければならない（商標法 6 条 1 項）。当該指定をされた商品又は役務のことを指定商品又は指定役務という。指定商品役務の記載は、その商品役務の内容及び範囲が明確に把握できるものでなければならない⁽⁶⁾。当該指定は、政令で定める商品及び役務の区分に従ってしなければならない（同条 2 項）。商標法施行令は、同区分を、ニース協定 1 条に規定する国際分類⁽⁷⁾に従って定めるとともに、各区分に、その属する商品又は役務の内容を理解するための目安となる名称を付している（商標法施行令 2 条、同令別表）。商標法施行規則は、上記各区分に属する商品又は役務を、国際分類に即し、かつ、各区分内において更に細かく分類して定めている（商標法施行規則 6 条、同規則別表）。ニース協定加盟国である日本は国際分類を採用しなければならないが（ニース協定 1 条）、国際分類の効果は同協定に定める要件に従うことを条件として、日本が定めることができる（同協定 2 条）。上記商品役務の区分は、商品役務の類似範囲を定めるものではない（商標法 6 条 3 項）。

(2) 類似群

① 定義

「類似群」とは、特許庁が作成する類似商品・役務審査基準において互いに類似するものと推定される商品・役務を一括りにしたものをいう。商品については、商品の生産部門、販売部門、原材料、品質等において、それぞれ共通性を有する商品が一括りにされ、役務については、役務の提供手段、目的若しくは提供場所等において、それぞれ共通性を有する役務が一括りにされている⁽⁸⁾。そして、類似群に付されたコードのことを「類似群コード」という。類似群コード（すなわち類似群）が同一であれば、その商品同士、その役務同士、その商品役務は、類似と推定されることになる。複数の類似群コードが付されている場合は、その一の類似群コードが同一であれば、その商品同士、その役務同士、その商品役務は、類似と推定される。

(4) 特許出願等統計速報 https://www.jpo.go.jp/resources/statistics/syutugan_toukei_sokuho/index.html

各年の 1 月～12 月分の設定登録件数の表のうち、商標更新申請の項

(5) 使用の実態に合った指定商品・役務の包括概念表示の細分化についての指摘として、苫米地正啓・山内章子「日本商標制度における使用主義的修正の是非に関する一考察」月刊パテント 77 巻 11 号 25 頁（2024）

<https://jpaa-patent.info/patent/viewPdf/4506>

(6) 商標審査基準改訂第 16 版第 5 の 2 (1)

(7) ニース協定と国際分類の関係について、『商品・サービス国際分類表〔第 13-2026 版〕アルファベット順一覧表 日本語訳 類似群コード付き』（特許庁）の I. ニース協定と国際分類の概要

https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/kokusai_bunrui/document/kokusai_bunrui_13-2026/10.pdf

(8) 類似商品・役務審査基準〔国際分類第 13-2026 版対応〕『商品及び役務の類似関係』

https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/ruiji_kijun/document/ruiji_kijun13-2026/info05.pdf

電気洗濯機	N	washing machines [laundry]	0 9 E 2 3 1 1 A 0 6 070234
業務用電気洗濯機		washing machines for industrial purposes [laundry]	0 9 E 2 3
審査基準 [11 類] 国際分類表 [11 類]			
[参考] 類似と推定するアルファベット順一覧表掲載の表示			
業務用アイロン装置		ironing machines	070328
業務用の洗濯物絞り機		wringing machines for laundry	070239
硬貨作動式洗濯機		coin-operated washing machines	070236
家庭用電気洗濯機		washing machines for household purposes [laundry]	1 1 A 0 6
審査基準 [8, 11, 21 類] 国際分類表 [8, 9, 11, 16, 21, 25 類]			
[参考] 類似と推定するアルファベット順一覧表掲載の表示			
人工知能を搭載した家庭用の掃除及び洗濯用ロボット		household cleaning and laundry robots with artificial intelligence	070598

図 3 類似商品・役務審査基準〔国際分類第 13-2026 版対応〕第 7 類 3-130 より抜粋

業務用衣類乾燥機	laundry dryers, electric, for industrial purposes	0 9 E 2 3
審査基準 [7 類] 国際分類表 [7 類]		

図 4 類似商品・役務審査基準〔国際分類第 13-2026 版対応〕第 11 類 3-216 より抜粋

ただし、そもそも類似群が、中心となるようなある商品役務との関係から一定の類似範囲を画定しグルーピングしたものなのか、それとも、ある概念に含まれる商品としてその境界線の両端の関係にある商品役務を類似範囲として画定しグルーピングしたものなのか、明確ではない⁽⁹⁾。

②意義

出願された商標が、当該出願の日前の出願に係る他人の登録商標と同一又は類似の商標であって、かつ、出願に係る指定商品又は指定役務が同一又は類似のものである場合は、商標登録を受けることができない(商標法 4 条 1 項 11 号)。したがって、出願に係る指定商品役務と他人の商標登録に係る指定商品役務の同一・類似をどのように判断するのかは、侵害事件の場面のみならず特許庁における審査の場面においても極めて重要な事柄である。商品役務の類似性については、具体的な商標を考慮せず、商標の類否とは独立に判断すべきとの立場⁽¹⁰⁾と、具体的な商標を考慮して判断すべきとの立場⁽¹¹⁾があるが、特許庁は前者の立場に立った上で、商標審査基準において判断基準を示している。具体的には、「商品又は役務の類否は、商品又は役務が通常同一営業主により製造・販売又は提供されている等の事情により、出願商標及び引用商標に係る指定商品又は指定役務に同一又は類似の商標を使用するときは、同一営業主の製造・販売又は提供に係る商品

(9) 『「類似商品・役務審査基準」における商品・役務の類否関係の見直しに係る諸問題についての調査研究報告書』33 頁(知的財産研究所、2009)

(10) 田村善之『商標法概説』139-140 頁(弘文堂、第 2 版、2000)、網野誠『商標』602 頁(有斐閣、第 6 版、2002)

(11) 西村雅子『商標法講義』214 頁(発明推進協会、第 2 版、2024)

又は役務と誤認されるおそれがあると認められる関係にあるかにより判断する。』⁽¹²⁾との判断基準を示す。しかし、どのような判断基準を採ったとしても、その基準の運用が恣意的になったり、恣意的とはいえないまでも不統一になったりすれば、審査における出願同士の公平性や出願人の予見可能性が失われるし、審査スピード・効率性が落ちてしまう。そこで、特許庁は「類似商品・役務審査基準」を作成し、商品役務の類否は、原則として類似商品・役務審査基準によるものとした⁽¹³⁾。類似群コードによる類否判断は、出願人・代理人側には、①出願前の先行商標サーチにおける負担が少なくなる、②出願する商標の審査の見通しが立ちやすくなる、③商品・役務数が多い先行商標の範囲の目処が立ちやすくなる、④先行商標と抵触している商品・役務が把握しやすく、拒絶理由を回避するための補正の検討負担が少なくなる、特許庁側には、⑤商品・役務の類否判断における統一性が向上する、⑥効率的なサーチにより、迅速な審査が可能となる、といったメリットがある⁽¹⁴⁾。

③法的性質

類似商品・役務審査基準は、特許庁内における商標審査事務の内規にすぎず、法規としての効力を有するものとはいえないものと解される。

東京高判昭46年11月25日判タ272号249頁[VICTOR事件]

「特許庁における商標登録出願審査事務の便宜と統一のため定められた内規に過ぎず、法規としての効力を有すると解すべき根拠はないから、仮に審決が類似商品審査基準に違反していても、違法であるといえないことは明らかである。」

知財高判平19年9月26日[腸能力事件]

「類似群コードは、単なる参考情報にすぎず、公権的な判断ということとはできないし、そもそも類似群コード番号を記載した『類似商品・役務の審査基準』は、特許庁における商標登録出願の審査事務等の便宜と統一のために定められた内規にすぎず、法規としての効力を有するものではない」

とはいえ、商標法施行規則別表に定められた商品又は役務の意義を解釈する際の考慮要素となり得る。

最判平23年12月20日[ARIKA事件]

「商標法施行規則別表において定められた商品又は役務の意義は、商標法施行令別表の区分に付された名称、商標法施行規則別表において当該区分に属するものとされた商品又は役務の内容や性質、国際分類を構成する類別表注釈において示された商品又は役務についての説明、類似商品・役務審査基準における類似群の同一性などを参酌して解釈するのが相当であるということが出来る。」

指定商品役務の類否は、類似商品・役務審査基準如何にかかわらず、取引事情の推移により変遷する。

最判昭42年5月2日[玉乃光事件]

「所論『類似商品例集』は、商標審査官の主観を排して商品類否の判定を統一し、かつ、商標出願人の便宜

(12) 商標審査基準改訂第16版第3の十

https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/kijun/document/index/20_4-1-11.pdf

(13) 前掲注12を参照

(14) 特許庁審査業務部商標課 商標国際分類室『商標の国際分類と類似商品・役務審査基準』

https://www.jpo.go.jp/news/shinchaku/event/seminer/document/chizai_setumeikai_jitsumu/07_text.pdf

を図るため特許庁によつて設けられた基準であるが、指定商品としての商品の類否は、かかる基準の規定如何にかかわらず、取引事情の推移に伴つて変遷するものである。」

3. 特許庁における指定商品役務の表記及びこれらの類否判断手法の変遷

ここで、現在の運用に至るまでの変遷を簡単に振り返ることとする。時系列に沿って、原則として箇条書きで記す。

(1) 昭和 34 年法前

- ・明治 17 年（1884 年） 商標条例が制定される
- ・明治 32 年（1899 年） 商標条例が廃止され、商標法が制定される。商品区分数は 74
- ・明治 42 年（1909 年） 商標法全部改正。商品区分数は 67
- ・大正 10 年（1921 年） 商標法全部改正。類似商品概念の導入。商品区分数は 70

- ・昭和 7 年（1932 年） 類似商品例集⁽¹⁵⁾が制定される

類似商品例集は審査官の思想統一を狙いとして特許庁が編纂したものであり、非公表であった。これにより、従来よりも商標審査が円滑となったとされている⁽¹⁶⁾。特筆すべきは、商品ごとの類似範囲の狭さである。例えば、第 1 類の商品「硫酸」と商品「硝酸」、同じく第 1 類の商品「丸薬」と商品「散薬」、第 17 類の商品「紡績機」と商品「織機」、第 43 類の商品「羊羹」と商品「饅頭」、第 61 類の商品「雨傘」と商品「洋傘」は、いずれも非類似と取り扱われていた。

- ・昭和 28 年（1953 年） 類似商品例集の抜本的改正

類似群の類似幅が拡大される。類似商品の「推定」であることが明記される（「看做す」ではないことの明確化）。非積極的表現（例えば、「第〇〇類△△但し□□の類似品を除く」など）が廃止された。以下、当時の状況が、昭和 28 年（1953 年）類似商品例集の抜本的改正に携わった藤原龍治氏の著書⁽¹⁷⁾に詳しいので、一部引用して紹介する。

「商品の類似の幅がせまいために、同一の商標又は類似した商標が同じ類別に属する商品間でいくつも、指定商品が異なるからという理由の下に登録になり、まじめに自分が商標を使用しようとする商品だけを指定して登録商標をとった人は、その類別の中でその商品だけを除いたその他の商品全部を指定商品として同一の商標又は類似の商標を出願し、登録された他の商標権者によって逆に脅威を感じるようになる。だから指定商品をできるだけ広く取っておいたり・・・しておかないと安心しておれないという結果になったのである。また商品の指定も所謂全類指定（同一類別に属する商品一切を指定すること）が圧倒的に多く、さらに指定商品の表示が例えば『第一類化学品、薬剤及医療補助品但し酸類・丸薬・錠薬を除く』とか、『第四十三類菓子及麵炮の類但し飴及其の類似品を除く』とかいうような非積極的表現を用いる悪い慣習が行われるようになってきた

（中略）

商品の類似の幅は経済状態の推移と共に変動するものであるが、資本主義経済体制の宿命ともいえるべき不正競争を防止するためにも既登録商標権者を保護するためにも、さらにまた資本主義経済機構の下では弱いと

(15) 『商品及び役務類別変遷集』（発明協会、第 8 版、2002）

(16) 類似商品・役務審査基準（改訂第 7 版）『「類似商品・役務審査基準」作成の趣旨』

(17) 藤原龍治『商標と商標法』67-70 頁（東洋経済新報社、1959）

される消費者保護のためにも、商品の類似の判定に際しては、一般的に商品の類似の幅を広く考えるのが妥当であると考えられる。私は、こういう確信の下に、既述の『類似商品例集』の改訂と商品指定の積極的表現化について研究し昭和二十八年四月一日を期して、類似商品例集の改訂とこれに伴う措置を断行したのである。」

- ・昭和 31 年（1956 年）類似商品例集改訂
- ・昭和 32 年（1957 年）類似商品例集再訂

（2）昭和 34 年法以後

- ・昭和 34 年（1959 年）現行商標法制定

明治 32 年法廃止。商品区分数は 34 になった。材料主義、生産者主義の商品分類から、主として用途主義、販売店主義の商品分類に変更された。

- ・昭和 36 年（1961 年）類似商品審査基準作成
- ・昭和 61 年（1986 年）類似商品審査基準改訂（改訂第 6 版）適用開始
- ・平成元年（1989 年）日本がニース協定加入書を寄託
- ・平成 2 年（1990 年）日本でニース協定の効力が発生（日本分類の副次的体系としての国際分類）
- ・平成 3 年（1991 年）商標法改正、2 条 6 項（商品役務間の類似）を新設
- ・平成 4 年（1992 年）ニース協定に基づく商品・役務の国際分類を導入（主たる体系）

機能又は用途主義、材料主義を強調した商品区分となり、包括的表示（「その他本類に属する商品」）が廃止された。類似商品・役務審査基準改訂（改訂第 7 版）の適用が開始される。以下、類似商品・役務審査基準の記載を参照しつつ、改訂第 7 版について説明する⁽¹⁸⁾。

※類似商品・役務審査基準改訂第 7 版と旧類似商品審査基準との関係について

旧商品区分における商品の分類（旧商品分類、いわゆる日本分類）は、政令別表の表示を頂点に下位概念の商品を順次階層的に概念括りして配列し、各区分に属すべき商品の範囲を明確にしたものである。これに対し、国際分類は、このような概念括りがなされておらず、類別表に掲げる商品又はサービスをもって、その商品又はサービスが原則として属する類の範囲を概ね表示するとともに、類別表及び各類に属する商品又はサービスを例示したアルファベット順一覧表よりなるものである。そのため、従来のように、政令の表示を頂点として概念括りした上で商品を配列する方法は本来採り得ない。

しかし、国際分類を主たる体系として採用する新商品区分における商品の分類（新商品分類）において、各区分の商品を単品のみとした場合、出願人のみならず審査実務上も極めて大きな負担になることから、商標法施行規則第 3 条の別表においては、国際分類上許容される範囲内で各類の商品を旧商品分類の概念表示ごとにグループ化（概念括り）し、場合によっては「（・・・を除く。）」を付す等の調整を行い、可能な範囲内で旧商品分類と同様の概念（包括表示）を採用することとした。

(18) 「類似商品・役務審査基準」作成の趣旨。具体的な数字などは改訂第 7 版当時のものであることに留意されたい
https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/ruiji_kijun/document/ruiji_kijun13-2026/info03.pdf

この結果、新商品分類の例示商品は、可能な範囲内で概念括りをした上で包括表示を付し、概念括りをし得ない商品は単品として例示した。

ただし、「商品類似関係の見直しについては慎重論が多く、商品類似関係の変更は商標権者の権利擁護あるいは商品の需要者の利益保護等に極めて重大な影響を及ぼす」との判断から、「旧類似商品審査基準」の類似範囲は変更されなかった。

※類似役務審査基準について⁽¹⁹⁾

商標法施行規則 3 条の別表（以下「省令別表」という。）は国際分類に即して各区分に属する商品役務を例示したものであるが、商標登録出願の際の指定役務の表示はこの省令別表に掲載された役務を参考にする事となるので、出願人又は審査実務上の負担を軽減すべく、国際分類上許容される範囲内で各区分の役務をグループ化（概念括り）し、場合によっては「（・・・を除く。）」「（・・・を含む。）」を付す等の調整を行い、可能な範囲内で概念括りした上で包括表示を付し、概念括りし得ない役務は単独で例示した。

・平成 9 年（1997 年）国際分類第 7 版が発効

類似商品・役務審査基準〔国際分類第 7 版対応〕（改訂第 8 版）の適用が開始された。

・平成 14 年（2002 年）類似商品・役務審査基準〔国際分類第 8 版対応〕（改訂第 9 版）適用開始

・平成 19 年（2007 年）類似商品・役務審査基準〔国際分類第 9 版対応〕適用開始

・平成 22 年（2010 年）類似商品・役務審査基準の抜本的見直し（類似群コードの付け替え）

類似群コードの付け替えに携わった松浦裕紀子氏の著作⁽²⁰⁾に詳しいので、一部引用して紹介する。

※類似群コード付替事業に携わった松浦裕紀子氏（特許庁）の著作より抜粋

「審査や出願人の先行調査に重要な役割を担っている類似基準であるが、その基本的なグルーピングは、商品については昭和 34 年、役務については平成 4 年以降、抜本的な見直しがなされないままとなっていた。

そのため、現在の商取引や経済の実情に適合していない部分があるのではないかと意見があり、産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会報告書『商標制度の在り方について』⁽²¹⁾（平成 18 年 2 月）や、『知的財産推進計画 2006 ～ 2009』（平成 18 ～ 21 年）において、見直しの検討が必要と指摘された。

これらを受けて、特許庁が商品（役務）の関連業界団体からの意見の聞き取りや、見直しに伴う諸問題の調査・研究を行ったところ、近年の取引実情に合わず、業界から不都合が指摘されている部分を中心に、類似基準を見直すことが適当であるとの報告を得た⁽²²⁾。

そこで、産業構造審議会知的財産政策部会第 20 回商標制度小委員会（平成 21 年 10 月開催）に諮り了承された類似基準の見直しの方向性に基づき改正案を作成し、さらに、パブリックコメント手続を実施して寄せられた意見を踏まえ、見直しが必要な商品（役務）の具体的な類似範囲（類似群コード）を決定した（平成 22 年 3 月）。」

(19) 従前から存在する類似商品審査基準に類似役務審査基準が追加された

(20) 松浦裕紀子「類似群コード付替事業の概要」Japio YEAR BOOK 2010 寄稿集（2010）

(21) 平成 18 年 2 月 産業構造審議会 知的財産政策部会

https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/shohyo_shoi/document/index/shouhyou.pdf

(22) 前掲注 9

- ・平成 24 年（2012 年）類似商品・役務審査基準〔国際分類第 10 版対応〕適用開始
- ・これ以降毎年国際分類の追加版発行があり、類似商品・役務審査基準も毎年小刻みに改訂

4. 類似群を用いた商品役務の類否判断により生じる問題

上述のとおり、特許庁において、指定商品役務の類否は、原則として、類似商品・役務審査基準に基づいて判断される。類似商品・役務審査基準では、商品役務の共通性に基づいて類似群が整理されており、可能な範囲内で概念括りをした上で包括表示を付す一方、概念括りをし得ない商品は単品として例示する構成を採っている⁽²³⁾。そのため、一つ一つの類似群の幅にそもそも広狭がある。従来から、大概念表示がわかりにくく、広範囲にすぎる指定商品が存在するとの指摘もある⁽²⁴⁾。以下、類似群の幅の広狭がわかりやすい指定商品役務をピックアップして紹介する⁽²⁵⁾。

- ・第 9 類「保安用ヘルメット」で一つの類似群（類似群 09G05）
- ・第 9 類「電子応用機械器具（「ガイガー計数器・サイクロトロン・産業用 X 線機械器具・産業用ベータートロン・磁気探針機・磁気探知機・地震探針機械器具・水中聴音機械器具・超音波応用測深器・超音波応用探傷器・超音波応用探知機・電子応用扉自動開閉装置・電子顕微鏡」を除く。）」「電子管」「半導体素子」「電子回路（『電子計算機用プログラムを記憶させた電子回路』を除く。）」「電子計算機用プログラム」で一つの類似群（類似群 11C01）
- ・第 9 類「電子応用機械器具及びその部品」（類似群 11C01、11C02）で二つの類似群
- ・第 35 類「複写機の貸与」で一つの類似群（類似群 35J02）
- ・第 35 類「経営の診断又は経営に関する助言」「事業の管理」「市場調査又は分析」「商品の販売に関する情報の提供」で一つの類似群（類似群 35B01）
- ・第 41 類「書画の貸与」で一つの類似群（類似群 41M09）
- ・第 41 類「芸芸・スポーツ又は知識の教授」で一つの類似群（類似群 41A01）
- ・第 43 類「カーテンの貸与」「家具の貸与」「壁掛けの貸与」「敷物の貸与」で一つの類似群（類似群 42X28）
- ・第 43 類「飲食物の提供」で一つの類似群（類似群 42B01）

したがって、必然的に、類似の幅が広い類似群に係る指定商品役務を指定する出願が集中することになる。例えば、2024 年の商標登録出願中、

- ・第 9 類の出願は 23,953 件⁽²⁶⁾、そのうち、
- ・類似群 09G05 に係る指定商品を指定した出願は 2,281 件⁽²⁷⁾

(23) 包括表示が使用予定商品以外の不使用部分を新たに発生させ、後願の出願人の商標選択の余地を狭めているとの指摘につき、西村・前掲注 11 の 208 頁

(24) 例えば、「化学品」や「電子応用機械器具及びその部品」。報告書・前掲注 9 の 35 頁

(25) 類似商品・役務審査基準〔国際分類第 13-2026 版対応〕に基づく

(26) 特許行政年次報告書 2025 年版第 2 部第 2 章の 5。国内出願の件数であり、国際商標登録出願の件数は含まれていない。以下、各類の出願件数の出典は同じ

(27) 有料データベースを使用して割り出した件数。国内出願の件数であり、国際商標登録出願の件数は含まれていない。特許庁の公式な統計ではなく、あくまでおおよその目安である。以下、各類の各類似群に係る指定商品役務を指定した出願件数の出典は同じ

- ・類似群 11C01 に係る指定商品を指定した出願は 18,109 件
- ・第 35 類の出願は 30,139 件、そのうち、
 - ・類似群 35J02 に係る指定商品を指定した出願は 3,816 件
 - ・類似群 35B01 に係る指定商品を指定した出願は 21,975 件
- ・第 41 類の出願は 23,945 件、そのうち、
 - ・類似群 41M09 に係る指定商品を指定した出願は 2,189 件
 - ・類似群 41A01 に係る指定商品を指定した出願は 20,276 件
- ・第 43 類の出願は 9,696 件、そのうち、
 - ・類似群 42X28 に係る指定商品を指定した出願は 2,372 件
 - ・類似群 42B01 に係る指定商品を指定した出願は 8,898 件

であった。このように、人気の指定商品役務・類似群では、商標選択の幅が狭くならざるを得ないことが見て取れる。

5. 人気の指定商品役務表記・類似群の細分化の検討

(1) 概要

単に類似の商品役務を営む事業者が多いことが理由で特定の類似群に属する指定商品役務に出願が集中しているのであれば、出所の混同が生ずるのを防止する観点から、商標選択の幅が狭くなってもやむを得ないのかもしれない。しかし、そうではなく、特定の類似群の類似の幅が広過ぎるために出願の集中が生じている側面があるのであれば、その指定商品役務の記載（概念）や類似群を細分化することによって、商標選択の余地が広がるのではないだろうか。

(2) 人気の類似群に属する商品役務の類否判断の状況

以上の観点から検討するために、人気の類似群に属する商品役務の類否判断の状況（裁判例及び審決例）を記す。

①類似群 41A01 に属する役務について

指定役務が類似のものであるかどうかは、それらの役務が通常同一営業主により提供されている等の事情により、それらの役務に同一又は類似の商標を使用する場合には、同一営業主の提供に係る役務と誤認されるおそれがあると認められる関係にあるか否かによって判断するのが相当である（最高裁昭和 33 年（オ）第 1104 号同 36 年 6 月 27 日第三小法廷判決・民集 15 卷 6 号 1730 頁、知財高裁令和 5 年（行ケ）第 10035 号同年 10 月 23 日判決参照）。

審決では類似群 41A01 が付された指定商品役務の類否をめぐって、類似と非類似、双方の結論のものがある。

不服 2021-016290 号審判事件【類似】

類似商品・役務審査基準〔国際分類第 11-2020 版対応〕適用

本願の指定役務

第 41 類「心不全を含む循環器疾患及びその治療に関する知識の教授」（類似群 41A01）

引例の指定役務

第 41 類「乳児の成長発達に関する知識の教授、乳児の心身のケアに関する知識の教授、乳児の心身のケアに関する資格の付与のための資格試験の実施及び資格の認定・資格の検定・資格の付与、乳児の心身のケアの技能に関する指導者・審査員の育成・認定・検定」（類似群 41A01）

本願の指定役務と引例の指定役務とは、「教育又は教授の内容は異なるものの、いずれも、他人（受講者等）に対して、知識の教授又は教育を行うこと、若しくは、その知識の内容に関する資格試験の実施等であるため、その目的は共通する」といえる。

そして、これらの役務の提供者と提供の場所及び需要者は、教養、学習等の指導を行う教授所、大学等の学校等及び一般受講者や大学の学生等で共通する。」として、類似と判断した。

不服 2016-017962 号審判事件【非類似】

類似商品・役務審査基準〔国際分類第 10-2015 版対応〕適用

本願の指定役務

第 41 類「ソフトウェアの知識の教授」（類似群 41A01）

引例の指定商品

第 41 類「健康管理についての知識の教授、スポーツの教授」（類似群 41A01）

『ソフトウェアの知識の教授』は、ソフトウェアの設計や操作方法等の知識を教授する役務であって、他方、『健康管理についての知識の教授』は、疾病予防や健康保持・増進のための知識を教授する役務であり、また、『スポーツの教授』は、主にスポーツの技能を教授する役務であって、両者は、提供される知識の内容に明らかな相違があり、いずれもその専門家により提供されるものであるから、本願商標の指定役務と引用商標の指定役務は、役務の質、提供者、需要者が異なるものであり、両者に関連性を認めることはできない。」として、非類似と判断された。

不服 2023-000241 号審判事件【非類似】

類似商品・役務審査基準〔国際分類第 11-2022 版対応〕適用

本願の指定役務

第 41 類「試験問題の作成・採点及び添削指導（建築・建設に関するものに限る。）、検定試験・模擬試験の企画又は実施（建築・建設に関するものに限る。）、芸芸・スポーツ又は知識の教授（建築・建設に関するものに限る。）、資格検定試験に関する情報の提供（建築・建設に関するものに限る。）、資格検定試験の模擬試験の試験結果の分析（建築・建設に関するものに限る。）、資格付与のための検定試験の企画・運営又は実施及び資格の認定（建築・建設に関するものに限る。）、資格検定試験及び教育・学習講座に関する情報の提供（建築・建設に関するものに限る。）、試験の採点・集計及び評価（建築・建設に関するものに限る。）、教育の分野における情報の提供（建築・建設に関するものに限る。）、資格の認定・資格の付与（建築・建設に関するものに限る。）」（類似群 41A01）

引例の指定役務

第 41 類「チアリーディングに関する教授」(類似群 41A01)

「これらの役務は、建築等の知識や技術を提供するものと、チアリーディング、すなわち、スポーツについての知識や技術を提供するもので、提供される知識、技術の内容、目的に明らかな相違があり、それぞれの専門家により提供されるものであって、需要者の範囲も異なるものである。

したがって、これらの役務は、役務の提供の目的、提供する者及び需要者の範囲等が異なるものであり、これらの役務に同一又は類似する商標が使用された場合に、同一営業主の提供に係る役務と誤認されるおそれがあるとはいえないから、両者は非類似の役務であるというのが相当である。」として、非類似と判断された。

②類似群 42B01 に属する役務について

知財高判令 5 年 11 月 15 日 [POPPO 事件]【類似】

不服 2022-003541 号審判事件の審決に対する取消訴訟

類似商品・役務審査基準〔国際分類第 11-2020 版対応〕適用

本願の指定役務

第 43 類「鳥から揚げを主とする飲食物の提供」(類似群 42B01)

引例の指定役務

第 42 類「ラーメン・お好み焼・たい焼・フライドポテト・アイスクリーム及び清涼飲料を主とする飲食物の提供」(類似群 42B01)

「これらを提供する者はいずれも飲食サービス業者であって業種が一致する。また、飲食サービス業者においては、同一店舗において、ラーメンと空揚げとフライドポテト、お好み焼きと空揚げなどを提供することも行われており（乙 34～39）、さらに、提供する飲食物が相違する様々な店舗を同一経営者が飲食店グループとして運営することも一般的に行われているところである。」として、類似と判断された。

知財高判令 5 年 1 月 31 日 [HEAVEN 事件]【類似】

不服 2021-015267 号審判事件の審決に対する取消訴訟

類似商品・役務審査基準〔国際分類第 11-2019 版対応〕適用

本願の指定役務

第 43 類「ホストクラブにおける飲食物の提供又はこれに関する助言・相談若しくは情報の提供」(類似群 42B01)

引例の指定役務

第 43 類「インドカレー・インド料理の提供」(類似群 42B01)

※〔国際分類第 11-2019 版対応〕においては第 41 類「ナイトクラブの提供」（類似群 41K01）が明記されていた

※ディスコ及びナイトクラブにより提供される、宿泊又は飲食物の提供が付随し得るものを含む娯楽の提供（第 41 類）は〔国際分類第 11-2022 版対応〕より第 43 類に含まない旨が明記された

「『ホストクラブ』は、『ホスト（クラブなどの接客係の男性）が主に女性客をもてなす酒場。』（広辞苑第 7 版、平成 30 年 1 月 12 日発行、甲 5）であり、飲食物の提供が付随する娯楽を提供するものとしてナイトクラブと同様であることに鑑みると、本願商標の指定役務の『ホストクラブにおける飲食物の提供又はこれに関する助言・相談若しくは情報の提供』は、娯楽サービスの提供（接待等）の面でなく、飲食物の提供の面から検討するのが相当である。」

「提供の場所に関しては、引用商標の指定役務では通常インド料理店であるが、それに限定されるものではない。ホストクラブで、インド料理店勤務の経験もあるシェフが料理を提供している事例があり（乙 13）、また、ホストクラブのオープン前の時間帯にカフェを営業する事例もある（乙 22）」

「本願商標の指定役務と引用商標の指定役務に関連する物品は、飲食物の提供という観点からすると、食材、各種食品、飲料、例えば、おしぼり等の消耗品や、食器、スプーン、グラス等であり、共通する。」

「本願商標の指定役務の需要者は、ホストクラブにおいて飲食の提供を受けようとする女性であり、引用商標の需要者は飲食の提供を受ける者であって、そこには女性も含まれるから、飲食の提供を受けようとする女性という点で共通する。」

「本願商標の指定役務の提供は、風営法 2 条 1 項 1 号、3 条より公安委員会の営業許可を受けていることが前提となるが、引用商標の指定役務も、営業所内の照度や構造によっては風俗営業に当たり得る」

「飲食業界においては、提供する飲食物が相違する様々な店舗を同じ経営者が運営することは珍しくない」

これらを総合的に考慮すると、本願商標の指定役務と引用商標の指定役務に同一又は類似の商標が使用されたときには、同一営業主の提供に係る役務と誤認されるおそれがあるとして、類似と判断された。

③類似群 35B01 に属する役務について

知財高判令 7 年 1 月 30 日〔BANSO 事件〕【類似】

不服 2023-17809 号審判事件の審決に対する取消訴訟

類似商品・役務審査基準〔国際分類第 11-2022 版対応〕適用

本願の指定役務 第 35 類「経営に関するコンサルティング並びにこれらに関する情報の提供、経営の診断又は経営に関する助言、事業の管理、市場調査又は分析」（補正後、類似群 35B01）

引例の指定役務 第 35 類「リサイクル品又は中古品の販売に関する情報の提供、中古品買取業者への中古品売却希望者に関する情報の提供、中古品売却希望者への中古品買取業者に関する情報の提供、その他の商

品の販売に関する情報の提供⁽²⁸⁾」(類似群 35B01)

「一般論としては、本願抵触役務のように市場調査・分析結果等を提供する役務は、同時に引用抵触役務である商品の販売や商品市場に関する情報を提供する役務を含むことが多いと考えられる。」

証拠に基づいて、「本願抵触役務（経営コンサルティングや事業管理、市場調査・分析結果等を提供する役務）と引用抵触役務（商品の販売や商品市場に関する情報等を提供する役務）とは、各役務により提供される情報が商品・市場に関するデータの提供とこれに基づく助言のような形で密接に結びついており、これらの役務が一体となって、経営コンサルタント業者や市場調査業者等の同一営業主により対象分野の各事業者に提供されている実情にあるものと認められる。」として、類似と判断された。

拒絶 2015-015253 号審判事件【非類似】

類似商品・役務審査基準〔国際分類第 10-2014 版対応〕適用

本願の指定役務

「消費者のための商品購入に関する助言と情報の提供、販売を目的とした各種通信媒体による商品の紹介」

引例の指定役務

「防犯機器・防犯システム等の商品の販売に関する情報の提供」「インターネットを利用した防犯機器・防犯システム等の商品の販売に関する情報の提供」「企業経営・管理に関する評価・研究又はコンサルティング」「インターネットを利用した企業経営・管理に関する評価・研究又はコンサルティング」(類似群 35B01)

「本件商標に係る『消費者のための商品購入に関する助言と情報の提供』は、消費者が商品を購入する際に、消費者に対して、商品購入に関する助言、及び、消費者に対して、商品購入に関する情報の提供を行う役務であり、また『販売を目的とした各種通信媒体による商品の紹介』は、商品の販売のために、各種通信媒体（インターネット等）を通じて、その商品の内容等を、消費者に紹介するという、一種の広告的な役務と捉えることができるものである。

これに対して、引用商標に係る『防犯機器・防犯システム等の商品の販売に関する情報の提供』及び『インターネットを利用した防犯機器・防犯システム等の商品の販売に関する情報の提供』は、いずれも、防犯機器・防犯システム等の商品を取扱う企業に対して、その商品の販売実績に関する情報、商品販売に係る統計分析に関する情報などを提供する役務である。

また、『企業経営・管理に関する評価・研究又はコンサルティング』及び『インターネットを利用した企業経営・管理に関する評価・研究又はコンサルティング』は、いずれも、企業に対する経営・管理に関する評価・研究又はコンサルティングの役務である。

そして、これら両役務についてみるに、a) 提供の手段、目的又は場所、b) 提供に関連する物品、c) 需要者の範囲、d) 業種、e) 当該役務に関連する業務や事業者を規制する法律、f) 同一の事業者等について、いずれも同じくするところは見いだせないものであることから、上記役務の類否判断基準に従えば、これら両役務は、取引上、互いに混同を生じさせるおそれのない役務というのが相当である。」

(28)「商品の販売に関する情報の提供」とは、商業等に従事する企業に対して、その管理、運営等を援助するための情報を提供する役務であると解するのが相当である。最判平 23 年 12 月 20 日〔ARIKA 事件〕

※なお、参考として、ARIKA 事件を紹介する。

最判平 23 年 12 月 20 日 [ARIKA 事件]

「政令別表第 35 類⁽²⁹⁾は、その名称を『広告、事業の管理又は運営及び事務処理』とするものであるところ、上記区分に属するものとされた省令別表第 35 類に定められた役務の内容や性質に加え、本件商標登録の出願時に用いられていた国際分類（第 7 版）を構成する類別表注釈が、第 35 類に属する役務について、『商業に従事する企業の運営若しくは管理に関する援助又は商業若しくは工業に従事する企業の事業若しくは商業機能の管理に関する援助を主たる目的とするもの』を含むとしていること、『商品の販売に関する情報の提供』は、省令別表第 35 類中の同区分に属する役務を 1 から 11 までに分類して定めているうちの 3 において、『経営の診断及び指導』、『市場調査』及び『ホテルの事業の管理』と並べて定められ、類似商品・役務審査基準においても、これらと同一の類似群に属するとされていることからすれば、『商品の販売に関する情報の提供』は、『経営の診断及び指導』、『市場調査』及び『ホテルの事業の管理』と同様に、商業等に従事する企業の管理、運営等を援助する性質を有する役務であるといえる。このことに、『商品の販売に関する情報の提供』という文言を併せて考慮すれば、省令別表第 35 類 3 に定める『商品の販売に関する情報の提供』とは、商業等に従事する企業に対して、その管理、運営等を援助するための情報を提供する役務であると解するのが相当である。そうすると、商業等に従事する企業に対し、商品の販売実績に関する情報、商品販売に係る統計分析に関する情報などを提供することがこれに該当すると解されるのであって、商品の最終需要者である消費者に対し商品を紹介することなどは、『商品の販売に関する情報の提供』には当たらないというべきである。」

この判決後、拒絶 2015-015253 号の審決が平成 27 年（2015 年）12 月 9 日に出された。さらにその後、類似商品・役務審査基準〔国際分類第 11-2018 版対応〕にて、第 35 類「消費者のための商品及び役務の選択における助言と情報の提供」（類似群 35L01）が追加されたという経緯がある。

④類似群 11C01 に属する商品について

知財高判平 29 年 11 月 14 日 [UNIFI 事件]【類似】

不服 2016-001820 号審判事件の審決に対する取消訴訟

類似商品・役務審査基準〔国際分類第 10-2015 版対応〕適用

本願の指定商品

第 9 類「クロマトグラフィー及び質量分析の分野において用いられる理化学装置の制御用コンピュータソフトウェア、データの収集・分析・管理・保存・転送及びデータの状況監視・レポート作成・法規制との適合性を図る理化学装置制御用コンピュータソフトウェア、その他のコンピュータソフトウェア」（類似群 11C01）

(29) 本件登録商標の出願時に用いられていた国際分類（第 7 版）を構成する類別表注釈では、第 35 類に属する役務について、平成 9 年（1997 年）1 月 1 日に発効した改訂によって、「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、購入するための便宜を図ること」が同類に属する役務に含まれる旨の記載が追加されていた。その後、平成 18 年法律第 55 号により、「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」が追加された（商標法 2 条 2 項）。これに伴い、商標法施行令別表第 35 類に小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供の役務が追加され、商標法施行規則別表第 35 類にも、接客、カタログを通じた商品選択の便宜を図ることなど商品の最終需要者である消費者に対して便益を提供する役務が商標の使用対象となる役務として認められるようになった。しかし、本件登録商標の出願の日は、平成 18 年法律第 55 号に伴う改訂の前であった

引例の指定商品

第9類「半導体チップ、半導体素子」(類似群 11C01)

「一般の個人需要者は、自らが求めるスペックに合わせて、必要なパーツを組み立ててパソコンを作り上げたり、所有するパソコンの性能を向上させたりするために、コンピュータソフトウェアに含まれるオペレーティングシステム（OS）やアプリケーションソフトウェア、半導体素子等に含まれるコンピュータの中央演算処理装置（CPU）等を購入し、使用している。・・・事業者等において半導体素子等を主に購入する者は、電子機器等の製造メーカーであり、これらの事業者の中には、企業内で使用するアプリケーションソフトウェアのほか、製品の品質・管理、又はその設計などに使用する産業用のコンピュータソフトウェアを購入し、使用する者が存在する。」

「本願商標の指定商品である『コンピュータソフトウェア』と、引用商標1の指定商品である『半導体チップ、半導体素子』とは、①いずれも電子の作用を応用したものであり、コンピュータ等の電子機器を稼働するために構成上不可欠なものであって、その用途及び機能において密接な関連を有するものであること、②両商品を生産している事業者が相当数存在すること、③様々な商品を取り扱っている総合ショッピングサイトや家電量販店だけでなく、半導体素子等を含む電子部品を専門に扱う相当数の販売店においても、両商品が販売されていること、④両商品の需要者は、一般の個人需要者や電子機器等の製造メーカーにおいて共通する場合があることなどの事情に照らすと、両商品の原材料及び品質が異なること、完成品と部品の関係にないことなどを考慮したとしても、両商品に同一又は類似の商標が使用されるときは、同一営業主の製造又は販売に係る商品と誤認混同するおそれがあると認められる関係にあり、商標法4条1項11号にいう『類似する商品』に当たると解するのが相当である。」

拒絶 2024-000598 号審判事件【類似】

本願の指定商品

第9類「ヘッドセット、スマートフォン用の無線ヘッドセット、無線ネットワーク接続用のコンピュータネットワークアダプター」(類似群 11B01、11C01)

引例の指定商品

第9類「data processing equipment and computers for use in the field of eye care, health of the eye, vision and ophthalmics（参考訳：目の手入れ・目の健康・視力及び眼科の分野において使用するデータ処理装置及びコンピュータ）；computer software for use in the field of eye care, health of eye, vision and ophthalmics（参考訳：目の手入れ・目の健康・視力及び眼科の分野において使用するコンピュータソフトウェア）」(類似群 11C01)

「・・・『コンピュータ』については、コンピュータ本体を商品とするものであり、また、『データ処理装置』及び『コンピュータソフトウェア』については、必要な情報を得るためにデータに対して行う一連の作業や、コンピュータの運用に関する手順や基本的な処理、特定の作業をコンピュータに行わせるために用いる商品であって、いずれもコンピュータハードウェアやコンピュータソフトウェアをはじめとするコンピュータ周辺機器を取り扱う事業者によって製造、販売されるものである。

そして、引用指定商品が、目の手入れ・目の健康・視力及び眼科の分野において使用されるものであっても、その生産部門、販売部門及び用途についてみれば、コンピュータハードウェアやコンピュータソフトウェ

アをはじめとするコンピュータ周辺機器を取り扱う事業者によって製造、販売されるものであって、特定の作業をコンピュータに行わせるために用いる商品又はコンピュータ本体である点において、通常の『コンピュータ』、『データ処理装置』及び『コンピュータソフトウェア』と何ら相違しないものである。

そうすると、本願指定商品と引用指定商品の一般的、恒常的な取引の実情において、一部需要者の範囲を異にする場合があるとしても、本願指定商品と引用指定商品は、その生産部門、販売部門及び用途を共通にするものであるから、これらに同一又は類似の商標が使用された場合、同一営業主の製造・販売に係る商品と誤認されるおそれのある、互いに類似する商品というべきである。」

拒絶 2023-003635 号審判事件【類似】

本願の指定商品

第9類「ネットワーク接続型ストレージ (NAS)」(類似群 11C01)

引例の指定商品

第9類「土木積算用電子計算機用プログラム」(類似群 11C01)

「引用商標の指定商品は、『土木積算用電子計算機用プログラム』であり、別掲2のとおり、引用商標権者のウェブサイト参照すると、その需要者は、おもに建設業界関係者と見られるところ、建設業界においても、別掲1(8)～(10)のとおり、データの共有等を行う際に、『ネットワーク接続型ストレージ (NAS)』が利用されていることから、『ネットワーク接続型ストレージ (NAS)』と『土木積算用電子計算機用プログラム』とは、その需要者の範囲を同じくする場合があるものといえる。

加えて、別掲3のとおり、『ネットワーク接続型ストレージ (NAS)』と『土木積算用電子計算機用プログラム』に見られるような各種の『電子計算機プログラム』が同一営業主により製造、開発、販売されている事実が確認できる。」

拒絶 2018-017007 号審判事件【類似】

本願の指定商品

第9類「翻訳業務を支援するためのコンピューターソフトウェア・コンピュータプログラム」(類似群 11C01)

引例の指定商品

第9類「電子応用機械器具及びその部品」(類似群 11C01)

「本願商品を含む『電子計算機用プログラム』と引用商品に含まれる『コンピュータ』は同一企業により製造されており、また、両商品とも、家電量販店やコンピュータ等を専門に扱う販売店のウェブサイトにて販売されていることが認められる。

『電子計算機用プログラム』は一般的に、コンピュータを動作させるためのプログラムとしてコンピュータに内蔵され使用されている。

一方、『コンピュータ』は、ウェブページの閲覧、インターネット上の各種サービスやビジネスアプリケーションの使用、音楽や動画などマルチメディアの利用など多彩な用途に対応するため、さまざまな電子計算機用プログラムが内蔵されており、また、必要に応じて、用途に適した電子計算機用プログラムをコンピュー

タにインストールすることでさらに機能強化が可能となるものである。

そうすると、『電子計算機用プログラム』と『コンピュータ』とはその用途において、非常に関連性の高い商品といえる。

さらに、両商品の需要者は、プログラマー等の専門家はもちろんのこと、これらを利用する国民一般であり、共通にする場合があるというのが相当である。」

東京高判平 16 年 7 月 26 日〔SUMCO 事件〕【非類似】

類似商品・役務審査基準〔国際分類第 7 版対応〕適用

本願の指定商品

第 9 類「半導体ウエハ」（類似群 11C01）

引例の指定商品

第 9 類「電子応用機械器具（医療機械器具に属するものを除く。）」（類似群 11C01）

「審決時（平成 15 年 8 月 22 日）においては、集積回路等の生産とその原料である半導体ウエハの生産とは分業化が進み、少なくとも単結晶シリコンウエハについては、専業の半導体ウエハメーカーがこれを生産し、集積回路等を生産するデバイスメーカー等は、これを半導体ウエハメーカーから購入することが、半導体ウエハ取引における常態となっていたものと認めるのが相当である。

もっとも、上記（2）のイ（エ）のとおり、半導体ウエハメーカーの中には、半導体ウエハと集積回路等との双方を製造又は販売する兼業ウエハメーカーも見られるが、その数は決して多いとまではいえない上、そうした兼業ウエハメーカー中、比較的大手とみられるメーカーは、いずれも化合物半導体ウエハのみを取り扱っていることが認められる。他方、上記（2）のア（イ）のとおり、半導体ウエハの原料として、最も広く用いられているのはシリコンであり、シリコンは、半導体産業を支える「主要材料」ないし「代表選手」であるとされ、市場実績でも単結晶シリコンウエハと化合物半導体ウエハとの間には 5 倍以上もの大差があり、化合物半導体ウエハの日本市場の規模は、単結晶半導体ウエハを含めた半導体ウエハ日本市場全体の約 15% を占めるにすぎないことからすれば、結局、上記兼業ウエハメーカーの存在を考慮しても、半導体ウエハという商品全体について、それと集積回路等の電子応用機械器具とが、通常、同一営業主により製造又は販売される関係にあるとまでは認められないというべきである。

そして、半導体ウエハは、一般需要者向けの商品ではなく、半導体ウエハの需要者はデバイスメーカー等であること、半導体ウエハや半導体素子の品質及び歩留まりは、ナノ（ 10^{-9} ）メートル・オーダーの極微の世界で制御されるため、半導体ウエハに対する一連の加工は、大気中の微粒子を極限までろ過し、湿度も制御されたクリーン・ルーム内でしか行うことができないから、その取引当事者は、こうしたクリーン・ルーム設備を保有する者だけに限られることは、当事者間に争いが無い。これらの諸事情を総合考慮すれば、半導体ウエハと集積回路等の電子応用機械器具とについて、同一又は類似の商標が使用されたときに、半導体ウエハの需要者であるデバイスメーカー等において、それらの商品が同一営業主の製造又は販売に係る商品であると誤認混同されるおそれはないというほかはない。」

拒絶 2017-017236 号審判事件【非類似】

本願の指定商品

第 9 類「文字認識用のコンピュータソフトウェア（医療用及び外科用のものを除く。）、商品のバーコードを

読み取り商品を特定するための携帯電話・スマートフォン・タブレットコンピュータ用のコンピュータソフトウェア（医療用及び外科用のものを除く。）、電話機を利用した情報検索用コンピュータソフトウェア（医療用及び外科用のものを除く。）」（類似群 11C01）

引例の指定商品

第 9 類「Luminescence diodes.」（発光ダイオード）（類似群 11C01）

本願の指定商品と引例の指定商品とは、①両者の用途が明らかに異なること、②ソフトウェアの需要者が企業や一般消費者であるのに対し、発光ダイオードの需要者が製造業者であるから、明らかに異なること、③ソフトウェアは、大規模な製造設備等を必要とせず、コンピュータプログラミングに使用するコンピュータ設備とプログラマーが生産を行うのに対し、発光ダイオードは、特殊な基板材料を加工することが可能な、半導体製造装置を有する半導体製造企業が生産を行うものであるから、その生産部門、原材料も明らかに異なること、④無体物と有体物とで品質が異なることを理由に、同一の営業主の製造、販売に係る商品と誤認混同されるおそれはなく非類似と判断されている

（3）人気の指定商品役務表記・類似群の細分化の検討

①類似群 41A01 に属する役務について

不服 2021-016290 号審判事件では、第 41 類「心不全を含む循環器疾患及びその治療に関する知識の教授」と第 41 類「乳児の成長発達に関する知識の教授、乳児の心身のケアに関する知識の教授」等を類似と判断しているが、目的や需要者の認定がかなり概括的であるため、このように目的や需要者を捉えたと、知識の教授であれば、ことごとく類似にならざるを得ないだろう。本願の指定役務と引例の指定役務が本当に同一営業主（本審決が述べるように、教養、学習等の指導を行う教授所、大学等の学校等及び一般受講者や大学の学生等）により提供されると解するのが妥当であるのか、検討の余地があったように思われる。

他方、不服 2016-017962 号審判事件や不服 2023-000241 号審判事件では、提供される知識の内容、誰が提供するか、需要者の内容などを概括的・抽象的ではなく、具体的に認定している。このように、同じ知識の教授であっても、提供される知識の内容や役務の提供主体、需要者が異なるために出所の混同を生ずるおそれがないケースはそれなりにあるのではないか。知識の教授の提供主体として大手の教育機関が存在することは確かだが、それ以外に各々の専門家・専門業者によって知識の教授が行われるケースも相当数あるだろう。

そうすると、そもそも知識の教授を十把一絡げに類似とする運用は、類似の幅が広過ぎるとはいえないだろうか。

②類似群 42B01 に属する役務について

知財高判令 5 年 11 月 15 日 [POPPO 事件] では、飲食サービス業者を一括りにして業種を判断しているが、一口に飲食サービス業者といっても様々な事業者が存在するので、事業者の捉え方が広過ぎるように思われる。また、本願の指定役務は鳥唐揚げ専門店、引例の指定役務はメニューを多種多様に取りそろえたフードコートのようなお店を想起させるが、これらは果たして同種のものであって、需要者が共通しているといえるのだろうか。さらに、提供する飲食物が異なる様々な店舗を同一経営者が飲食店グループとして運営することも一般的に行われていると述べているが、そうでない事業者・経営者はかなりの数に上るはずである。いずれがより「一般的」なのだろうか。

知財高判令 5 年 1 月 31 日 [HEAVEN 事件] では、「ホストクラブにおける飲食物の提供」と「インドカレー・

インド料理の提供」を類似と判断している。しかし、そもそもホストクラブは娯楽の提供が主目的なので、「ホストクラブにおける飲食物の提供又はこれに関する助言・相談若しくは情報の提供」について、娯楽サービスの提供（接待等）の面を無視して、飲食物の提供の面のみから検討するのが適切なのだろうか。また、提供場所、風俗営業、経営者の多店舗経営の観点から両者の共通性を認定している。そのようなケースがあることは否定しないが、それらが果たして一般化できるような事象であるのか、不明である。さらに、飲食店であれば、指定役務の関連物品（食材、各種食品、飲料、例えば、おしぼり等の消耗品や、食器、スプーン、グラス等）が共通するのは当然であろう。何より、ホストクラブの需要者である女性がインドカレー・インド料理店の需要者に含まれることをもって需要者の共通性を認定している点は、強引である。この論法がまかり通るのであれば、女性が行くお店はすべて需要者が共通するとの結論になりかねない。カレーを食べようと思っている女性がホストクラブに行くのかどうかを検討するような関係にあるのかといった需要者の認識に立ち返って検討することも必要であるものと思料する。

いずれの事件においても、飲食業界における多店舗経営をどのように評価するのが妥当なのかを考えさせられる。需要者の視点に立ったとき、異なる業種の飲食店で似た名前のお店があったときに、「業種が違っていても名前が似ているから、同じ系列のお店だ」と思うのと、「業種が違うから名前が似ているだけの別のお店だ」と思うのと、一体どちらが普通なのかという話である。店が有名であれば前者かもしれないが、特段有名でなければ後者が一般的ではなかろうか。

③類似群 35B01 に属する役務について

消費者向けの役務は類似群が類似群 35L01 にセパレートされたものの、類似群 35B01 には依然として企業向けの役務が押し込められている。判例や審決例では、「経営コンサルタント業者や市場調査業者等の同一営業主により対象分野の各事業者提供されている」範囲がかなり広く判断される傾向にある。裁判例の提出証拠に出てくるような大手コンサルタント事業者は幅広い業務を行うので、同一事業者が提供するとの認定、すなわち類似の方向に判断が振れやすいものと思われる。他方で、ウェブで確認する限り、大手の市場調査会社は必ずしも経営コンサルティングをしているわけではないようである。ネットアンケートに特化した市場調査会社の存在感も増している。幅広く請け負う業者が存在することは事実だが、同一事業者が幅広く請け負うことが「一般的」なのかどうかは別の話である。B to B が想定される 35B01 においては、需要者の注意力は相対的に高いはずである。経営に関するコンサルティングのうち、財務系のコンサルティングは第 36 類に属し類似群も異なる。財務系のコンサルティングファームも事業再編のコンサルティングや事業戦略に関するコンサルティングなど 35B01 の役務を提供している。同じ 35B01 の役務を提供する事業者であっても、何らかの形で棲み分けがされているのが「一般的」なのであれば、事業の内容・分野に応じて、指定役務概念や類似群を細分化することが可能なのではないか。省令別表や類似商品・役務審査基準は、出願人又は審査実務上の負担を軽減することを理由として、「経営の診断又は経営に関する助言」「事業の管理」「市場調査又は分析」「商品の販売に関する情報の提供」を同じ類似群 35B01 にグルーピングしているが、コンサルティングや事業の内容・分野に即して役務を指定することは、出願人や審査実務上、そこまで過大な負担となるだろうか。類似群 35B01 に属する役務は例えば以下のとおり。

「かばん類の販売の取次又は仲介」（はちみつ、タイヤ、浄水器、キャラクター商品など、あらゆる商品の販売の取次ぎ又は仲介が 35B01）

「インターネットを利用したコールセンター事業の運営及び事業の管理」

「コーポレートアイデンティティーの企画・制作」

「サッカーチームのファンクラブの企画・運営又は管理」

「テレビ視聴率調査」
 「上下水道事業に関する情報の提供」
 「不動産の賃貸事業計画に関するコンサルティング」
 「並行輸入品市場における不正商品の流通防止に関する市場調査」
 「POS システムによる売上情報・顧客情報の管理」
 「中小企業の業務提携の斡旋」
 「乾電池の販売契約の代理」
 「医療機器販売の取り次ぎ」
 「介護事業に関するコンサルティング」
 「企業の人事管理に関する指導及び助言」
 「企業業績の評価」
 「商品の販売の促進又は役務の提供促進のための懸賞の実施」

ざっと挙げただけでこれらの役務が同一類似群に押し込まれており、35B01 の細分化を検討する余地は十分にあると思われる。なお、日本と同じく類似群制度を採用する中国では、事業に関する指導及び助言（中国類似群 3502）と人事管理に関する指導及び助言（中国類似群 3504）を区別している。

④類似群 11C01 に属する商品について

平成 21 年（2009 年）3 月に出された『『類似商品・役務審査基準』における商品・役務の類否関係の見直しに係る諸問題についての調査研究報告書』において、既に、「電子応用機械器具及びその部品」について、業態が大きく異なっており、類似群の分割や類似群の移行を検討すべきとの意見が紹介されている⁽³⁰⁾。また、ニース協定において設置された専門家委員会の年次会合（ニース会合）や国際商標協会（INTA）でも用途が多角化する「コンピュータソフトウェア」の肥大化が問題視されており、「コンピュータソフトウェア」の用途ごとの細分化が議論されている⁽³¹⁾。そもそも、ハードウェア・その部品とソフトウェアとは類似の関係にあるのだろうか。パソコン・コンピュータ・電子機器などのハードウェア（完成品）を作動させるのに必要不可欠なソフトウェア（部品）は、構成上ハードウェアと密接な関係にあるため、類似とすることにそれほど違和感はない。例えば、ハードウェアを成立させるのに不可欠な OS などのシステムソフトウェア、ミドルウェア、デバイスドライバーなどがこれに当たる。これらのソフトウェアは、コンピュータハードウェアを成立させるのに必要不可欠なパーツと見立てることができ、ハードウェアメーカー自身が製作するか、産業用ソフトウェアメーカーなどからハードウェアメーカーや個人需要者に直接的又は間接的に（市場を介して）納入されるのが一般的と思われる。

他方で、ハードウェアに追加的に機能を付加するアプリケーションソフトウェアについてはどうだろうか。現在、コンピュータソフトウェアは、世間一般に広く浸透している。一人一台スマートフォンを所有するのが一般的であり、スマートフォンには多種多様なアプリケーションソフトウェアがインストールされる。企業の公式ウェブサイトやアプリストアは、B to C のコンピュータソフトウェアで溢れている。上掲の判決例では、B to B のソフトウェアも、B to C のソフトウェアも十把一絡げに論じているものがあるように見受けられるが、B to C のソフトウェアにはコンピュータの専門知識を持っている者向けのものから、一般

(30) 前掲注 9 の 14 頁

(31) 清水三沙・北原絵梨子「ニース国際分類と仮想空間における商品・役務等に関する議論と改正の経緯」月刊パテント 77 巻 11 号 6 頁（2024）の 16 頁 <https://jpaa-patent.info/patent/viewPdf/4505>

向けのものまで様々あるのが実情である。

少し敷衍して、第9類「電子計算機用プログラム」（類似群 11C01）の中に、そもそもアプリケーションソフトウェアが含まれるのだろうか。商標法上の「商品」は、「商取引の目的たり得べき物、特に動産をいう」⁽³²⁾こと、電子計算機用プログラムを限定的に解釈すべき特段の理由がないことから、商取引の目的となり得るアプリケーションソフトウェアであれば、「電子計算機用プログラム」に包含されると解さざるを得ないだろう。もっとも、SNS アプリや文書作成アプリなどのアプリケーションソフトウェアが、すべからず、真にソフトウェアとして取引の対象となっているのかについては、議論の余地があるかもしれない。アプリはあくまでサービス提供の手段にすぎず、商取引の本質は SNS サービスの提供や文書作成サービスの提供にあると解釈できる可能性が即座に否定できないようにも思われる。そうすると、アプリはそのアプリを媒介としたサービスの提供を本旨としており、サービスを提供する事業者からアプリストアなどを介して広く一般消費者に流通すると解するのが自然なようにも思える。いずれにせよ、アプリケーションソフトウェアと、システムソフトウェア、ミドルウェア、デバイスドライバといったソフトウェアとは決定的に需要者が異なるのではないだろうか。

いずれにせよ、指定商品「電子計算機用プログラム」の概念及び類似群を細分化することが可能であると思料する。とりわけアプリケーションソフトウェアは、SNS アプリや文書作成アプリ、電子書籍閲覧アプリなど雑多であり、将来的な国際分類との整合を考慮する必要があるものの、アプリの用途などに着目して更なる類似群の細分化の余地があるだろう。

類似群 11C01 には、さらに仮想空間上の指定商品が追加された⁽³³⁾。2023 年の第 33 回ニース会合において、第9類の商品として「downloadable virtual clothing（ダウンロード可能な仮想被服）」がアルファベティカルリストに追加されることが可決された。これを受け、日本特許庁は、「仮想空間及び非代替性トークン（NFT）に関する指定商品・指定役務のガイドライン」、商標審査便覧 46.02「仮想空間及び非代替性トークン（NFT）に関する指定商品・指定役務について」を策定した。これによれば、我が国では第9類「ダウンロード可能な仮想〇〇」と記載し、「ダウンロード可能な仮想被服」には類似群 11C01・24E02・26D01 が付与されることとされている。

日本と同じく類似群を採用する韓国は、デジタル関係の指定商品についていち早く対応した⁽³⁴⁾。韓国では、2021 年の「類似商品審査基準」改訂により、包括的な「ソフトウェア」との指定を禁止し、用途を記載しなければならないこととなった。韓国類似群 G390802（ソフトウェア）については、類似群コードが同一であっても、比較の対象となる商品の特性に応じて個別に判断しなければならないこととされている。そして、一定要件の下、G390802（ソフトウェア）商品と役務との間の類否も判断される。続いて 2022 年には、「仮想商品の審査処理指針」が発表され⁽³⁵⁾、「ダウンロード可能な仮想商品」との表記は認められないものの、「ダウンロード可能な仮想衣類」は認められることとなった。仮想商品と現実商品とは類似群を区別し、仮想商品独自の類似群 G5207XX を新設することで、現実の商取引と仮想空間の商取引の切り分けを行っている。

(32) 工業所有権法（産業財産権法）逐条解説〔第 22 版〕1531 頁。「商品」であるためには、商取引の対象となり得る財であることと、流通性を有することが必要であることは一致していると思われるとの指摘につき、小野昌延・三山峻司編『新・注解商標法【上巻】』100 頁〔茶園成樹〕（青林書院、2016）

(33) 国際分類と仮想空間における商品役務の議論について、詳細は清水・北原前掲注 32 を参照

(34) 解説として、大石真菜「韓国の商標実務における留意点」月刊パテント 75 巻 4 号 25-26 頁（2022）

<https://jpaa-patent.info/patent/viewPdf/3971>

(35) JETRO による仮訳として、https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/kr/ip/ipnews/2022/220713/12297121856.pdf

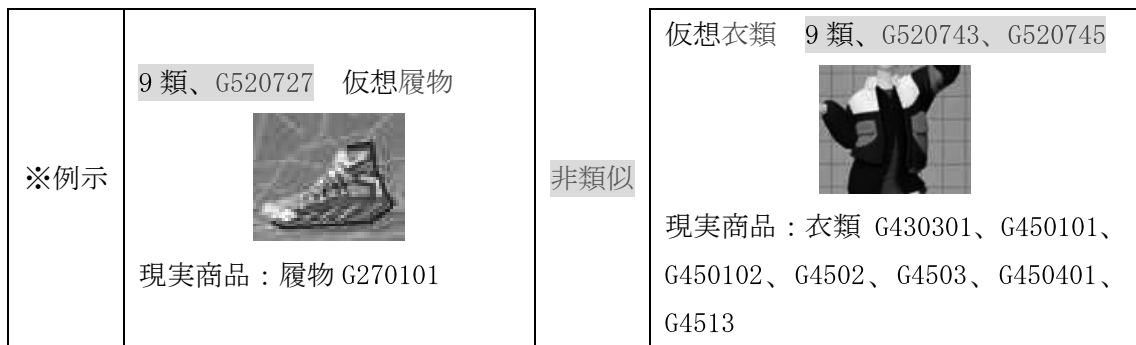


図 5 韓国における仮想商品と現実商品の類似群コードのイメージ⁽³⁶⁾

同じ仮想商品であっても、現実商品と同様、仮想履物と仮想衣類は非類似と判断される。日本における 11C01 の細分化の議論は、ニース会合の議論の状況を見ながらになるだろうが、早晚本格的になされるだろう。

6. 指定商品役務及び類似群の細分化に際しての課題

(1) 混同を生ずるおそれが増大する懸念

言わずもがなであるが、指定商品役務の概念や類似群を必要以上に細分化し過ぎると、実際に混同が生ずるおそれが増大する懸念がある。そのリスクを踏まえた上で、細分化の可否や匙加減を慎重に見極める必要がある。

(2) 大々的な調査や意見の調整

そもそも細分化が必要なのか、細分化の適切な匙加減はどこかを見極めるために、多数の業界団体へのヒアリングが不可欠となろう⁽³⁷⁾。ユーザは出願人にもなれば、引用商標権者にもなるから、類似群の幅が広い方がよいとも狭い方がよいとも一概には言いづらいはずである。立場が変われば主張が変わることは承知の上で、それでも現在の類似群の幅のままでよいのか、それとも変えた方がよいのかの議論になろう。賛否両論が出るテーマであることは間違いない⁽³⁸⁾。

(3) けり合い

甲の商標登録と乙の商標登録があり、その類似の範囲が互いに重なり合う場合、その重なった範囲については、互いの禁止権（商標法 37 条 1 号）により、甲、乙ともに商標登録及び使用ができなくなる。これを「けり合い」という。類似群を拡大する場合には、かつて非類似の類似群で棲み分けできていた甲と乙の間で、「けり合い」が生じ得る。例えば、それぞれ非類似の類似群アと類似群イが統合され類似群ウとなった場合、甲の登録（ア）と乙の登録（イ）で従前は棲み分けができていても、今後甲・乙が商標のロゴを多少改変した商標の出願（ウ）をし直した場合、双方登録できなくなり、「けり合い」となる。しかし、指定商品役務、

(36) JETRO 仮訳・前掲注 35 より引用

(37) 平成 22 年（2010 年）の類似商品・役務審査基準の抜本的見直し（類似群コードの付け替え）の際にも、大々的なヒアリングを実施している。前掲注 9 の 7-32 頁及び資料編参照

(38) 平成 22 年（2010 年）の類似商品・役務審査基準の抜本的見直しの際も、「例えば商品『被服』、これについて言うと、もっと類似の範囲を細かくすべきだというような団体があるかと思うと、被服にとどまらず、例えば原料関係、いわゆる反物であるとか糸であると、そういうものを含めて類似とすべきではないかというような御意見を賜ったような団体もございます」というような状況であった。第 19 回産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会の議事録、林審査基準室長の発言より https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/sangyo-kouzou/shousai/shohyo_shoi/seisakubukai-19-gijiroku.html

類似群の細分化の場合、「けり合い」は生じないものと思われる。一旦細分化すると、将来的に統合・変更する場合に、「けり合い」が生じる可能性があるとはいえ、そこを考え過ぎてしまうと、何も変えられなくなってしまうであろう。

（４）見直し後の類似基準の適用基準日

見直し後の審査基準をどのタイミングで適用するかの問題がある。この点、基準時を査定日とする考え方と出願日とする考え方がある。出願人の予見性確保の観点から、平成 24 年（2012 年）類似商品・役務審査基準〔国際分類第 10 版対応〕適用開始の際は、出願日を基準とした。査定日を基準とすると、出願時点における出願人の判断に狂いが生じかねないため、出願日を基準とするのが妥当であるように思われる。

7. まとめ

人気の指定商品役務及び類似群の細分化は、出願人の利益不利益や審査上の負担などにつながり得る問題であり、細分化のスケールを誤ると出所の混同を生ずるおそれが過度に高まるため、拙速に話を進める類のものではない。しかし、商標登録の更新によって登録商標の件数は増えていく一方であるから、人気の類似群において商標選択の幅が狭まっている上、時間が経てば経つほどどんどん狭まっていくことは想像に難くない。

商標法 4 条 1 項 11 号の拒絶理由が通知された場合において、商品役務非類似の反論を行うことは可能であるが、審査では個別具体的な商品役務の類否判断が難しく審判にまでもつれ込んでスムーズに登録にならないケースは依然として多いであろう。また、令和 5 年改正により導入されたコンセント制度（商標法 4 条 4 項）の下では、「混同を生ずるおそれがない」ことを判断するかどうかに関し、商品間、役務間又は商品と役務間の関連性について審査で考慮される局面が増えた。とはいえ、そもそも類似群の異同による切り分けが適切に行えていれば、商品役務の関係で出所の混同を生じるおそれのない出願に対し、商標法 4 条 1 項 11 号の拒絶理由が通知される事態を防げるかもしれない。

時代の変遷によって産業の形や実態はどんどん変わっていく。AI の台頭を含め、情報技術の進展が目覚ましい昨今はなおのこと変化のスピードが著しい。そんな中であって、日本分類のなごりともいえる商品役務の概念括り・グルーピングは現在でも通用する粒度となっているのだろうか。ニース協定に基づく商品・役務の国際分類を導入した際、出願人や審査実務上の負担を考慮してそのままにした概念括り・グルーピングが、今になって、商標の選択の余地の減少という形でかえって出願人を苦しめることになってはいないだろうか。とりわけ、類似群 11C01 については、国際分類の見直しの議論が白熱していることから、そう遠くない将来、改訂が必要になることと思われるが、それ以外の指定商品役務の表記や類似群についても、現代の実情に即した見直しの議論が行われることを期待する次第である。