

広告・プロモーションと商標権侵害

難易度
中級

～ネット時代の販促・ブランディング活動の思わぬ落とし穴、広告と商標権侵害～
<どのようなキャッチフレーズが登録になるのか、どのような使用が侵害にならないのか、ノベルティーへの商標の使用は?>

平成28年11月25日(金) 10:00～17:00

講師 青木 博通 氏 ユアサハラ法律特許事務所 パートナー・弁理士



◆どのようなキャッチフレーズが登録になるのか、どのようなキャッチフレーズの使用であれば、商標権侵害にならないのか、ノベルティーへの商標の使用は商標権侵害になるか、ネット広告はどこまで許されるか、広告規制(プレインパッケージ等)の問題は、企業の商標・広告担当者の頭をいつも悩ます問題であり、明確な基準も確立されていません。

◆そこで、本講座ではこれらの問題について、最新の判決・学説を交え、登録可能性、商標権侵害の基準について解説します。

◆広告・プロモーションと商標権侵害に関連する多くの事件を手掛ける弁理士が解説を行います。「広告と商標権侵害」といった応用問題を通じて、商標法全体に流れる商標の基本構造もご理解いただけるものと確信しております。

<解説内容>

- | | | |
|--|--|--|
| 1. 広告における商標の法的位置づけ
(1) 商標事件における「広告」の定義
(2) 商品自体への使用と広告への使用の違い
(3) 役務「広告」の類否判断 | (2) ネット上使用するなどの表示が商標か。
(3) ネット上、どのような使用が商標権侵害か
・検索連動型広告(Carica Cera pi事件)、リンク(楽天事件)、メタタグ(IKEA事件)、ショッピングモール(楽天事件)、国境越え等 | 9. 広告のみの使用と不使用取消審判
10. 広告代理店による広告内容の開示
11. 他社の商標をどこまで使用できるか
12. 他社による商標使用と稀釈化・普通名称化
13. 広告と品質誤認
14. 国旗と広告
15. 商標とパロディ(フランク三浦事件等)
16. 新しい商標(色彩、動き、音等)の広告と商標権侵害
17. 新しい商標とブランド戦略・マーケティング戦略 |
| 2. キャッチフレーズの登録可能性 | 6. 広告と真正商品の並行輸入 | |
| 3. キャッチフレーズと商標権侵害 | 7. 広告規制
(1) おとり広告
(2) Ambush marketing
(3) プレインパッケージ(たばこ→食品への拡大の可能性) | |
| 4. ノベルティー(プレミアム)商品と商標権侵害
(1) 商標登録の必要があるか
(2) 侵害判断基準
(3) 抗弁の方法
(4) 裁判所が考慮する事情 | (4) 景観条例(京都市、萩市等) | |
| 5. インターネットと広告
(1) ネット上使用する商標はどの役務・商品に属するか。 | 8. 広告と著名商標の保護 | |

◇弁理士の皆様へ この研修は、日本弁理士会の継続研修として申請中です。本講座を受講し、所定の申請をすると、外部機関研修として5.5単位が認められる予定です。

◇本講座は、企業や法律・特許事務所における実務経験2年～5年の方々にとって、最適な講座です。

◆日時:平成28年11月25日(金) 10:00～17:00

◆会場:発明会館7階 研修ルーム

◆定員:50名

◆講師:青木 博通 氏 ユアサハラ法律特許事務所 パートナー・弁理士

◆受講料:会員16,500円・一般19,000円 (※消費税8%込み)

◆申込:FAXもしくは、HPからお申込下さい。(http://www.jiii.or.jp「知財 ist 研修・スポット講座他」)