

会員の広告に関するガイドライン

(平成12年12月7日理事会承認)
(平成16年1月13日正副会長会で一部改訂)
(平成27年10月7日執行役員会で一部改訂)
(平成●●年●月●日執行役員会で一部改訂)

目次

- 第1章 規則の解説
第2章 会則・規則 (略)

第1章 規則の解説

会員の広告等に関する規則（会令第62号）の解説

(目的)

第1条 この規則は、「日本弁理士会会則（会則第17号）」（以下「会則」という。）第42条で禁止される会員の広告、宣伝又は勧誘（以下「広告等」という。）に関する基準等について定めることを目的とする。

(趣旨)

本条は、この規則の目的を定めた規定である。会則第42条では、「会員は、誇大若しくは虚偽の事項により依頼人を欺くおそれがある方法、及び、公の秩序又は善良の風俗を害するおそれがある方法で、広告、宣伝又は勧誘を行ってはならない。」としており、会則第42条の規定に反しない限り、広告、宣伝又は勧誘をすることは原則自由であると解される。しかし、原則を規定するだけではその適否を判断することが困難であることに鑑み、例外的に禁止することの必要性がある広告、宣伝又は勧誘について、その基準等を定めることにした。

(解説)

この規則の効力の及ぶ人的範囲は、会員全般である。その場所的範囲は、日本国全域であるが、会員の業務は国際性が高く、その活動の場は広く外国にも及んでいるので、この規則の効力が外国に及ぶかどうかが問題となる。この規則によって守ろうとしているのが、会員の公正妥当な秩序と解すべきであるから、国際的に活動の場を広げている会員においても弁理士として活動している以上、この規則の効力は外国にも及ぶと解すべきである。したがって、外国で頒布された新聞、雑誌等も対象になるであろう。

また、ホームページによる広告等は、サーバの所在地や配信地を問わずこの規則が適用されることになる。なお、「広告、宣伝又は勧誘」としているのは、会則第42条の表現に対応させたものであるが、この表現を繰返すのは冗長であるため、「広告等」と言い換えることとした。

(基本原則)

第2条 会員が、自己又は自己の業務について広告等を行うことは、原則自由とする。ただし、法令並びに会則及び会令を遵守しなければならない。

(趣旨)

会員の業務に関する広告等は、原則自由であることを明確にした規定である。産業財産権制度等の利用者（以下「ユーザー」という。）が会員の業務に関する情報を、より広く、より得やすくするため、会員の業務に関する広告等を原則自由とした。ただし、会員がその業務について広告等を行う際には、法令、会則及び会令を遵守することが前提であるため、本条においてそれを明記することとした。

(解説)

会員の広告等は、ユーザーにとって会員を選択する際の有効な情報であると共に、会員にとっては、ユーザーの需要を喚起する重要な競争手段の一つである。したがって、ユーザーが会員のサービスを受け易くするための情報の提供等を目的とする広告等は、規制すべき合理的な理由がない限り、これを原則自由とした。

ただし、法令を遵守すべきであることはもちろん、会員である以上、会則及び会令を遵守することが大前提であるので、本条においてそれを明記することとした。

弁理士法第3条（品位保持）、同法第29条（信用失墜行為の禁止）の規定に基づき、会則第42条では、会員の業務に関する広告等に関し必要最小限の規制について規定し、この会則規定を受けてこの規則では、例外的に禁止する事項（第4条、第4条の2、第5条）及び広告等をする場合の基本的な遵守事項（第6条、第7条）並びに違反行為の排除方法等（第8条）について定めている。

(定義)

第3条 この規則における広告とは、会員が自己又は自己の業務を他人に知らせるために行う情報の伝達及び表示行為であって、顧客又は依頼者となるように誘引することを主たる目的とするものをいう。

(趣 旨)

会則では、会員の業務に関する広告等について必要最小限の規制を規定しているだけであり、会員の業務に関する広告等は原則自由であると解される。しかし、どこまでを広告等というのかについて、不必要な議論が生じるおそれがあるため、この規則では、会員の広告等についての明確な定義を置くことにした。なお、第3条の文言は「広告」となっているが、この文言は広告だけでなく、宣伝及び勧誘も含むものと解釈すべきである。

(解 説)

広告等かどうかは、会員の主観のみを基準とするものではなく、顧客又は依頼者（以下「顧客等」という。）となるようにユーザーを誘引することが、「主たる目的」かどうかという客観的な基準によって判断されるべきであり、この判断は、広告等の内容、広告等の媒体、広告等の仕方、広告等を行った時の態様等の事情を総合的に判断して行われるべきである。

なお、この規則での広告等の主体は会員である。したがって、会員以外の第三者が行う広告等は、この規則でいう広告等には該当しない。第三者が行う広告等については、第5条に規定がある。

本条の定義によれば、一般の名刺・便箋・封筒・慶弔の花輪に「会員某」と表示すること、友人・親戚の結婚式や祝賀会に「会員某」として祝電を打つこと、著作物に著者として「会員某」と表示し、奥付に経歴・住所等を記載すること、選挙ポスターや選挙広報に「会員某」と表示したり、経歴等を記載すること、新聞・雑誌の発明相談記事やコメント記事、あるいは投稿欄に顔写真や経歴と共に「会員某」と記載すること等で、客観的に観察して誘引することが主たる目的であるとは認められない場合には、この規則は適用されないこととなる。

しかし、同じ名刺でも集会等で不特定多数の人に配布する行為や、著作であっても研究結果の発表をするというよりは売名目的であることが明らかな場合には、依頼者誘引が主たる目的であると判断される。

(禁止される広告)

第4条 会員は、次の広告等を行うことができない。

- (1) 事実に合致していない広告等
- (2) 誤導又は誤認のおそれのある広告等
- (3) 誇大又は過度な期待を抱かせる広告等
- (4) 法令又は会則若しくは会令に違反する広告等
- (5) 弁理士の信用又は品位を害するおそれのある広告等

(趣 旨)

弁理士法第29条では、弁理士は、弁理士の信用又は品位を害するような行為をしてはならないと定めている。また会則第42条では、誇大若しくは虚偽の事項により依頼人を欺くおそれのある方法、公の秩序又は善良の風俗を害するおそれのある方法で、広告等を行うことを禁止している。本条は、この弁理士法第29条及び会則第42条の規定に基づき、ユーザーが不測の不利益を受けるおそれのある広告等や、会員の信用又は品位を害するおそれのある広告等など、会員の広告等を規制する必要があると認められるものを一般的禁止事項として定めたものである。なお、本条各号に該当する広告等であれば、広告事項、広告媒体、広告方法等のいかなるものを問わず禁止される。

(解 説)

(1) 事実に合致していない広告等（第1号）

広告等によりユーザーに提供される情報は、当然、事実に合致したものであることが必要である。提供される情報が事実に合致していなければ、ユーザーは適正に会員を選択することができず、また、広告等を信頼したユーザーに不測の不利益を生じさせ、あるいは損害を与えることになるからである。例えば、事務所の内容や会員の経歴等を偽る等、虚偽の表示をした広告等がこれにあたる。

この規則第8条第4項において広告等が事実に合致していることの証明責任は、広告等をした会員にあるとしている。その広告等が事実に合致していることを会員が証明できない場合には、その広告等は事実に合致していないとみなされる。したがって、広告等をした会員は、広告等をした者の責任としてその広告等の記録等（例えば広告物又はその複製、写真等の当該広告物に代わる記録及び広告等をした日時、場所、送付先等の広告方法に関する記録並びに同意を証する書面）を所定の期間、保存することが必要となる。

(2) 誤導又は誤認のおそれのある広告等（第2号）

誤導又は誤認のおそれのある広告等とは、ユーザーに対し、誤った認識を持たせ、その判断を誤らせるおそれのある広告等をいう。誤導又は誤認のおそれのある広告等は、事実に合致していない広告等と同様に、ユーザーの判断を誤らせるおそれがあるので、禁止すべき合理的理由があり、当然に禁止されるべきである。

例えば、言葉足らずや、説明不足の記載、あるいは重要事項を殊更に小さい文字で表示する等、誤解を招きやすい曖昧かつ不正確な表現がこれにあたる。広告等に記載又は表示される事項によりユーザーの誤解を招かないように、正確かつ丁寧な広告等の表示作成が求められる。

(3) 誇大又は過度な期待を抱かせる広告等（第3号）

広告等は、会員が自己の顧客等となるようにユーザーを誘引する目的をもって行うものであるため、多かれ少なかれ、自己の優れた点を強調し、ユーザーに期待を抱かせるような内容を含むものになることはあり得る。

しかし、自己の特長を実際よりも大げさに表現したり、ユーザーに対して実際の結果よりもかなり有利な結果を期待させるような広告

等は、広告等の受け手であるユーザーの判断を誤らせ、あるいはその期待を裏切る結果となることにより、ユーザーに不測の不利益を生じさせるおそれがあり、ひいては会員に対する信用を損うおそれがある。誇大又は過度な期待を抱かせる広告等が横行することがないよう、これらを明示的に禁止するものである。例えば、「当事務所が代理すれば、必ず特許にします。」等は、本号に該当するであろう。

(4) 法令又は会則若しくは会令に違反する広告等（第4号）

会員が業務に関する広告等をする場合、弁理士法又は会則若しくは会令に違反することがないようにすることは当然であり、これらに定めがある場合は、その定めに従わなければならない。会則第42条には、広告等に関する規定があり、ここに定められている誇大な広告等や虚偽の広告等は本条の第1号、第3号により禁止されるが、会則第42条に規定されている公の秩序又は善良の風俗を害するおそれがある広告等は、本号で禁止される。例えば、特定の会員、特定の特許事務所を侮辱するような広告等は、本号に該当するであろう。弁理士、司法書士及び行政書士等の他の士業又は他の士業者を軽侮するような表現又は表示を用いた広告等も本号に該当するので慎むべきである。

その他の法令違反に該当する場合として、不正競争防止法違反、不当景品類及び不当表示防止法違反、名誉・信用毀損、著作権・商標権侵害、「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」違反等のおそれがある広告等は、本号に該当するので、十分に注意を要する。

(5) 弁理士の信用又は品位を害するおそれのある広告等（第5号）

弁理士には、品位を保持すべき法律上の義務がある（弁理士法第3条、第29条）。したがって、弁理士業務の広告等においても、品位の保持が当然に求められ、品位を害するおそれのある広告等は認められない。

弁理士は、弁理士としての信用の維持に努める義務があり（弁理士法第29条）、弁理士の信用を害するおそれのある広告等は認められない。

本号により、広告事項、広告媒体、広告方法等のいかんを問わず、弁理士の信用又は品位を害するおそれのある広告等は、禁止されることになる。

(6) 第4条各号に該当するおそれのある具体例

第4条第1号～第5号は、一般的禁止事項を制限的に列挙したものである。本条各号を解釈する上で、或いはこれを運用する上で疑義が生じないように、本条に該当するおそれのある典型的な事項を具体的に列挙して、その該当性を解説する必要がある。そこで、第4条に該当し禁止される広告等の典型的な態様を次の第4条の2に例示列挙することとし、それ以外で第4条に関連する広告事項の典型例を以下に列挙して解説する。

なお、このガイドライン（解説）は、本条も含めて事例の集積にあわせて適時に改定されるべきである。

① いわゆる付記弁理士の名称について

特定侵害訴訟代理業務の付記を受けた会員に対する適切な名称（事務所名称を含む。）の選定については、それが弁理士法の枠を越えるような誤解を与えないことが必要である。

認められる例：

付記弁理士
弁理士（特定侵害訴訟代理業務可能）
弁理士（特定侵害訴訟代理業務付記）

認められない例：

上級弁理士
訴訟可能弁理士
特別認可弁理士

② 面識のない者（現在又は過去の依頼者、友人、親族並びにこれらに準じる者以外の者をいう。）に対し、訪問又は電話若しくは電子メール等の手段を用いた本条第1号乃至第5号に該当する広告等

本条各号に該当する広告等は、面識の有無にかかわらず禁止されるが、面識のない者に対する広告等は、特に誤解されやすいため、ここに具体例として挙げた。また、面識のない者に対して一方的に電子メールで広告等を送信する行為は、「特定電子メールの送信の適正化に関する法律」違反となる可能性が高い。

「面識のない者に対して」としたのは、本来的に広告等は、面識のない者に対して行うことが多いためである。この場合の面識のない者とは、現在又は過去の顧客等、友人、親戚、及びこれらに準じる者のいずれでもない者ということになる。

③ 広告等の対象者に対し、社会的儀礼の範囲を越えた有価物等の利益を供与する、又は供与することを示唆する広告等

この禁止事項は、この規則第4条第5号等に該当するおそれのある事項例である。広告等の対象者に対して、例えば商品券や贈答品等有価物を供与して広告等をする行為は、会員の社会的信用を損ない、品位を低下させる行為として禁止されるべき行為である。

社会的儀礼の範囲は弾力的に解されるべきである。例えば以下のようなものについては、品位の低下や信用を損なうおそれのないものとして許容されるであろう。

- ・ 自己の出版記念会の参加者に対して事務所案内とともに自己の著作物を贈呈する行為
- ・ 事務所開設祝いの記念として事務所の名前の記載されたボールペンを出席者に対して配布する行為

・開店祝い等に事務所名の記載された生花等を贈呈する行為

④商標登録できなかった場合に全額返金する旨の表示が誤認等を生じさせるおそれがある広告等

商標登録できなかった場合に全額返金することを表示する広告等は、全額返金される場合の条件や返金される費用の範囲が限定的であるにもかかわらず、その条件が示されておらず、または示されていても理解しにくい場合、本号に該当する可能性がある。

例えば、「商標登録できなかった場合は費用全額を返金します」という広告の場合、「費用全額」に含まれるのが、①弁理士に対する報酬なのか、②印紙代なのか、あるいは③その両方なのか不明である。出願手続の経験が少ない広告対象者がこの表示に接すれば、商標出願に要した費用の全て、すなわち、①及び②の両方を指すものと理解する可能性がある。場合によっては、弁理士事務所を訪問するために要した交通費まで「費用全額」に含まれると解することもあり得よう。それにもかかわらず、返金の対象が①のみまたは②のみである場合は、規則第4条第2号または第3号に該当すると判断されるであろう。

また、「商標登録可能性の事前調査の結果、当事務所が登録可能性が高いと判断したにもかかわらず、登録できなかった場合は、出願時弁理士費用を全額返金します」という広告の場合、複数区分を指定して出願したが一部の区分についてだけ登録できた場合、全額返金が行なわれる場合に該当するか否か不明確である。出願経験がない広告対象者がこの表示に接すれば、少なくとも広告対象者が重要と考える区分の登録が認められなかった場合は、返金の対象となると理解する可能性がある。それにもかかわらず、返金は全区分が登録できなかった場合に限られ、一部でも登録が認められた場合は返金しない場合は、規則第4条第2号（誤導又は誤認のおそれのある広告等）または第3号（誇大又は過度な期待を抱かせる広告等）に該当すると判断されるであろう。

また、この場合において、「登録できなかった場合」とは「出願した全区分について拒絶査定が確定した場合」であることが表示されていたとしても、出願手続の経験が少ない広告対象者がこの記載を読んでも、具体的にどのような場合がこれに該当するのか十分に理解することは期待できないであろう。したがって、このような条件を付する場合は、例えばホームページ上の当該記載にリンクを張り、リンク先のページにおいて、出願経験のない者でも理解可能なように十分な説明を記載する措置が講じられていない限り、規則第4条第2号または第3号に該当すると判断される可能性がある。

また、上記の広告には「全額返金」の対象が「出願時弁理士費用」に限られることが明示されている。したがって、印紙代や中間処理に係る弁理士報酬は返金の対象外であることが明示されている。しかし、出願手続の経験が少ない広告対象者は、この表示からだけでは、中間処理のための弁理士費用や印紙代が返金対象外となることを必ずしも理解できないであろう。したがって、この点でも、出願経験のない者でも理解可能なように十分な説明がなされていない限り、規則第4条第2号または第3号に該当すると判断される可能性がある。

誤導又は誤認のおそれのある場合もしくは誇大又は過度な期待を抱かせる場合に当たっては、広告等に接する広告対象者の通常理解力を基準に判断すべきであり、ホームページの広告等をみて依頼してくる場合は、通常は出願手続やそれに関して必要になる費用に関する知識が少ない場合が多いであろうから、誤導又は誤認を生じさせたり誇大又は過度な期待を抱かせることのないよう、特に注意が必要である。

⑤事務所の名称として公的機関等の名称と誤認混同を生じるおそれがある語句を含む名称を表示する広告等

広告等において、事務所の名称として、弁理士登録簿に登録した名称とは別に、国、自治体又は公的機関の名称と誤認混同を生じるおそれがある語句を含む名称を表示する広告等は、規則第4条第2号（誤導又は誤認のおそれのある広告等）または第3号（誇大又は過度な期待を抱かせる広告等）に該当すると判断される可能性が高い。

例えば、「〇〇商標登録センター」（〇〇は地名）という名称を表示した広告等に接した広告対象者が、その運営主体が自治体または公的機関もしくはそれに準ずる組織であると誤認するおそれがある。そして、このような名称に接した出願経験がないか少ない広告対象者は、一般の特許事務所または特許業務法人よりも品質が高いか少なくとも水準以上であるという期待を抱くおそれがある。また、報酬についても、自治体又は公的機関もしくはそれに準ずる組織であれば、一般の特許事務所または特許業務法人より安いもしくは高くないという期待を抱くおそれがある。

したがって、このような広告等は、規則第4条第2号または第3号に該当すると判断されるであろう。

なお、「公の秩序又は善良の風俗を害するおそれがある事務所名称、又は誤認混同を生じるおそれがある事務所名称」（会則第17号第43条第2号）もしくは「国、自治体又は公的機関の名称と誤認混同を生じるおそれがある語句を含む名称」（事務所名称に関する規則（会令第66号）第4条第5号）を、弁理士登録簿に登録する事務所名称に使用することは禁止されている。

⑥他事務所との報酬額の比較が客観的根拠を欠きまたは弁理士の信用又は品位を害する広告等

報酬額に限らず、他事務所との比較が客観的根拠を有するものである場合は、規則第4条の第2号第1号やその他の定め抵触しない限り、自己のサービスの優位性を端的にアピールするものであり、広告等は禁止されない。

しかし、比較が客観的根拠を欠いている場合、事実と合致していないか、広告対象者を誤導又は誤認させ、もしくは、誇大又は過度な期待を抱かせる場合に当たり、規則第4条第1号（事実と合致していない広告等）第2号（誤導又は誤認のおそれのある広告等）または第3号（誇大又は過度な期待を抱かせる広告等）に該当する可能性が高い。

例えば、「当事務所の特許出願の弁理士報酬は、一般的な事務所の1/5です」という表示の場合、「一般的な事務所の1/5」が客観的根拠に基づくものではなく、推測に基づくものにすぎない場合は、規則第4条第1号、第2号または第3号に該当する可能性が高い。

これに対して、「一般的な事務所」の報酬額が、例えば本会が調査した「弁理士の費用（報酬）アンケート（平成15年/平成18年）」に示された額である場合は、客観的根拠は有しているといえる。

しかし、同アンケートには、(1)特許出願の手数料（明細書15頁、請求項5、図面5枚、要約書1枚の場合）、(2)特許出願の謝金（明細書15頁、請求項5、図面5枚、要約書1枚の場合）、(3)特許出願の手数料（明細書25頁、請求項20、図面10枚、要約書1枚の場合）、(4)特許出

願の謝金（明細書25頁、請求項20、図面10枚、要約書1枚の場合）のように、複数の場合に分けて平均値が示されている。その一部の場合にだけ1/5であり、他の場合はこれを上回るような場合は、規則第4条第1～3号に該当する可能性が高い。

また、上記の表示に加えて例えば「当事務所と比べれば他の事務所はぼったくりといわれても仕方ありません」のような表示をした場合、規則第4条第5号（弁理士の信用又は品位を害するおそれのある広告等）に該当する可能性が高い。なぜなら、「ぼったくり」とは、「法外な料金をむさぼり取ること」（広辞苑第7版）を意味する。

しかし、広告等をする会員の報酬と他の多くの会員の報酬に大きな相違があったとしても、他の多くの会員は誠実に業務を行い、その業務の品質を顧客から評価されて弁理士業務を継続的に行うことができているのであるから、その報酬額は「法外」なものでもなければ、依頼者から「むさぼり取る」ものともいえないことは明らかである。

そして、「ぼったくり」とは、上記のとおり極めて強い非倫理性を含意するものであるから、これを他の会員について用いることは、他の会員を誹謗中傷するものというべきであり、したがって、「弁理士の品位又は信用を損なうおそれのある広告等」（規則第4条第5号）に該当するといえる。

なお、上記は他の会員全般との比較に関するものであり、特定の会員との比較に関しては規則第4条の2第1号の解説を参照されたい。

（広告等において表示又は使用できない事項）

第4条の2 会員は、次の事項を表示し又は使用した広告等を行うことができない。

- （1）他の特定の会員との比較
- （2）登録率又は勝訴率の表示（誤導又は誤認を生じるおそれがなく、誇大又は過大な期待を抱かせるものでないことが明らかでない場合を除く。）
- （3）顧客又は依頼者の表示（これらからの書面による同意がある場合を除く。）
- （4）受任中又は過去に関与したことがある事件の表示（顧客又は依頼者からの書面による同意がある場合及び広く一般に知られている事件又は依頼者が特定されない場合であって、依頼者の利益を損なうおそれがない場合を除く。）

（趣旨）

本条は、第4条に該当し禁止される広告等の典型的な態様を例示列挙したものである。

（解説）

（1）他の特定会員との比較

特定商品・サービスを対象にした比較広告等は自己の商品・サービスの優位性をユーザーに端的にアピールする方法であるが、弁理士業務は、その性質上、それぞれ異なる事案を処理しているため、会員相互の客観的な評価が困難である。そのため、比較が客観性に欠ける。結果として、他の特定会員との比較広告は、ユーザーを誤導し、又は誤認させ、或いは、ユーザーに過大な期待を抱かせる事態を招来するおそれがあるといえる。

特定の事務所・会員との比較をしなくても自己の優秀性はアピールできる筈であり、殊更に特定事務所・特定会員との比較を行うことは品位に欠ける行為であるともいえる。

例えば、特定事務所を対象とした以下のような行為は、仮に記載された数字等が事実であっても本号に該当する。

- ・規模の比較（例えば、「〇〇事務所よりも豊富なスタッフ」）
- ・学位取得者数の比較
- ・登録率の比較
- ・手数料の比較（例えば、「〇〇事務所は特許1件当たり出願手数料が△△万円ですが当所は□□万円です」）

なお、比較対象である相手方の会員名及び事務所名のいずれも明示していなくても、広告等全体として会員又は事務所を特定できる場合は禁止の対象となる。

（2）登録率又は勝訴率の表示

登録率や勝訴率は明確に比較できる数字として現れるため、ユーザーへのアピール効果は高いといえる。登録率等の数字を表示することは、会員にとっては自己の優秀性を直接にアピールできる魅力ある手段である一方、ユーザーにとっても依頼先を選択するに当たっての分かりやすい指標であり、一律に禁止するのは過度の競争制限として独占禁止法に抵触するおそれがある。

一方、数字は操作することができるし、法域や分野、取り扱い件数等によって大きく相違したり変動したりするものである。すなわち、数字が会員の能力を常に客観的に正しく表しているとは限らない。また、仮に数字が客観的な基準に基づくものであっても、数字の背景にある業務内容についてユーザーが知悉していなければ、ユーザーを誤導し、誤認させ、或いは、ユーザーに過大な期待を抱かせる事態を招来するおそれがある。

このため、広告等において会員が自己の登録率又は勝訴率等の表示を行うことは、数字自体は事実であったとしても、基本的には第4条第2号、或いは同条第3号に該当し、禁止される。ただし、ユーザーに誤導又は誤認を生じるおそれがなく、誇大又は過大な期待を抱かせるものでないことが明らかである場合には、登録率、又は勝訴率等の表示を行うことは許される。

例えば、第三者により算出された登録率・勝訴率を引用する場合には、最低限、その情報の出所及び算出対象の期間を明示する必要があるし、自己が算出した値を示す場合には、基礎となる数値の出所と算出条件、及びその算出が自己によるものであることを明示する必要がある。

登録率や勝訴率等に関する不適切な表示の例としては以下のようなものがある。

例えば、商標の場合、商標出願に関する知見が十分でないユーザーが「登録率が95%」という広告等に接した場合、その会員の能力が

他の一般的な会員よりも非常に高いという期待を抱く可能性がある。しかし、商標は適切に事前調査すれば100%に近い登録率を得ることができるのであり、95%という登録率は決してその会員の能力が特に高いことを示すものではない。したがって、単に登録率が95%であるということを表示する広告等は、ユーザーを誤導・誤認させるおそれ(第4条第2号)があり、また誇大または過度な期待を抱かせる(第4条第3号)広告等に当たると考えられる。

また、異議や無効審判、訴訟の場合、例えば取り扱う件数が1件でそれで勝った場合は勝訴率は100%になるのに対して、多くの事件を扱っておれば登録率・勝訴率等が100%よりも低くなるのは当然であり、登録率100%の事務所が例えば登録率70%の事務所よりも優れているとはいえない。

特に、知的財産制度に疎いユーザー(素人)には分かりにくい特殊な計算方法を採用して恰も登録率が他の会員よりも高いかのような表示を行うことは、ユーザーに誤導又は誤認を生じさせたり、誇大又は過度な期待を抱かせたりするおそれがあり、誤導行為(第4条第2号)又は過大期待惹起行為(第4条第3号)に該当することがある。

さらに、広告等において「格安」、「激安」、「最低水準の費用」、「通常の半額」等、手数料に関して根拠のない表示を行ったり、「業界初」、「日本初」等、何ら根拠のない表示を行ったりすることも、同様の理由により誤導行為(第4条第2号)又は過大期待惹起行為(第4条第3号)に該当することがある。

(3) 顧客又は依頼者の表示

顧客等の名称を表示することは、会員の守秘義務に係る事項であり、会員は顧客等に対して厳格な守秘義務を負っているのであるから、原則として制限されるべきである。しかしながら、会員がどのような顧客等を有しているかという情報は、ユーザーにとって会員を選択する際の有益な情報であり、会員間の競争を避けるためにこの表示を制限するのは、不当な競争制限になりかねない。また、ユーザーが会員を選択するにあたって、予め利益相反について判断できるという利点もある。したがって、一定の制限を課した上で顧客等の表示を認めるべきである。

会員が守秘義務を負っているのは顧客等に対してである。したがって、会員が広告等において顧客等の表示をすることについて、顧客等から同意が得られる場合には、会員がその顧客等を広告等で表示しても顧客等に不利益が生じる可能性は小さいので認めることが妥当である。この場合、会員は、無用な争いを避けるため、顧客等からの書面(電子メールやFAXも含む)による同意を得ておく必要がある。

本号では、過去又は現在の顧客等が対象となるが、同意書が得られた場合であっても、それがいずれの広告等に関するものであるかを明示しなければならぬのはいうまでもない。

(4) 受任中又は過去に関与したことの表示

受任中又は過去に関与した事件について、会員は顧客等に対して守秘義務を負っている。これらをみだりに表示することは守秘義務違反となり、顧客等の不利益になるおそれがある。したがって、広告等において会員が受任中又は過去に関与した事件について表示することについては、原則として制限されるべきである。ここにいう事件とは、出願に限らず、異議、審判等の会員の受任事件すべてを広く含む。受任中の事件とは、委任事件が特許庁等に係属しているものことを行い、過去に関与した事件とは、現在受任中の事件とは異なり、その事件の結論が既に出ていて評価も固まっているものことを行う。

他方、現在受任中又は過去に関与した事件の情報は、ユーザーにとって会員を選択する際の有益な情報である。また、会員が守秘義務を負っているのは顧客等であり、その顧客等に関して現在受任中又は過去に関与した事件について広告等において表示することに顧客等の承諾が得られる場合には、表示をしても守秘義務の観点からは特に問題はないと思われる。さらに、広く一般に知られている事件又は顧客等が特定されない場合であって、広告等に当該事件を表示しても顧客等に不利益が生じない場合まで、一律に守秘義務違反であるとして表示を禁止するのも不合理である。

そこで、(A)顧客等からの書面による同意がある場合、(B)広く一般に知られている事件であって、顧客等の利益を損なうおそれがない場合、及び(C)顧客等が特定されない場合であって、顧客等の利益を損なうおそれがない場合には、広告等で当該事件を表示できるようにするのが相当である。この場合、受任中の事件であるのか過去に関与した事件であるのかの表示を広告等の中に明記しておくべきである。

なお、顧客等の同意を得て表示する場合には、無用の争いが生じるのを避けるため、前号の顧客等の表示の場合と同様に、顧客等からの書面(電子メールやFAXも含む)による同意を得ておくことが必要である。

(第三者の抵触行為に対する協力禁止)

第5条 会員は、第三者が弁理士の業務に関し行う情報の伝達又は表示行為でこの規則に抵触するものに対し、金銭その他の利益を供与し、又は協力してはならない。

(趣旨)

第三者がする弁理士の業務に関する情報の伝達又は表示行為でこの規則に抵触するものに対し、会員が金銭その他の利益を供与すること又はこれに協力することを禁止し、この規則の実効性を確保しようとするものである。

(解説)

この規則における広告等は、会員自身が行う広告等をいう。一方、第三者がする弁理士の業務に関し行う情報の伝達又は表示行為は、その内容がいかにこの規則に抵触するものであったとしても、第三者がするものである以上、会員自身が行う広告等ではなく、この規則における広告等ではないから、規制の対象外である。

しかし、第三者が直接的にするものであっても、会員が金銭その他の利益を当該第三者に提供し、又はこれに協力する場合には、実質的に

当該会員の違反広告等といえるものとなり、或いは、その程度には至らなくとも、この規則に対する脱法的行為として利用されるおそれがある。そこで、第三者の行為でこの規則に抵触するものに対し、会員が金銭を供与したり協力したりすることを禁止することにより、規則の実効性を確保しようとするものである。

例えば、ある出版社が会員のランク付けに関する記事を掲載した書籍を出版する場合に、当該記事がこの規則に抵触するものであることを知りながら、会員がその出版等に協力する場合や、特許事務所紹介用のホームページ作成者がこの規則に抵触している場合に、会員が抵触を知りながら、これに協力する場合等は、本条に違反することになるであろう。

(広告等をした会員の表示)

- 第6条 弁理士は、広告等を行う場合はその媒体（以下「広告物」という。）にその氏名を表示しなければならない。
- 2 弁理士が共同して広告物を用いた広告等をするときは、少なくとも代表する者1名の氏名をその広告物に表示しなければならない。
- 3 特許業務法人が広告物を用いた広告等をするときは、法人の名称及び少なくとも代表する者1名の氏名をその広告物に表示しなければならない。

(趣 旨)

広告等は広告等の受け手に対し便宜を与える反面、場合によっては弊害もある。そこで、広告等をするときは、責任者としての弁理士の氏名（弁理士が共同して広告等をするときは代表する者となる弁理士の氏名）を表示し、また、特許業務法人にあっては、その名称及び代表する者の氏名を表示し、当該広告等の責任の所在を明確にさせることで、不断の注意が払われるようにし、この規則に違反した広告等がなされることのないようにするために規定したものである。

(解 説)

弁理士や特許業務法人による広告等については、その責任を明確にする必要がある。

この規則第8条による違反行為の排除に当たっては、日本弁理士会（以下「本会」という。）は違反会員に対して速やかに違反広告等の中止、排除、その他必要な行為を命じる必要がある。さもなければ違反行為の速やかな是正が行われなくなるためである。そのためにも広告物等に当該広告等を行った弁理士の氏名（特許業務法人の場合はその名称及び代表者の氏名）の表示が必要となる。なお、複数の弁理士が共同して広告等をする場合、及び特許業務法人が広告等をする場合には、代表する者として少なくとも1名の氏名をその広告物に表示すればよい。特に、インターネット等の多様な広告宣伝媒体が考えられるようになってきているので、本会が広告等の主体を把握できるようにしておく必要があることからの規定でもある。

なお、ブログ等により知的財産権に関する情報発信を行っている会員も存在するが、そうしたブログには広告等が表示されることが多い。その場合、そのブログに表示される内容に基づいて広告業者により選択された別の会員の広告等が表示される場合がほとんどである。そのような場合、広告等に責任者名が表示されていないと、ブログを運営している会員と、広告等を行った会員との間の混同がユーザーに生じ得る。この場合にはこの規則第4条第4号に該当する可能性も生じてくる。こうした観点からも広告等には責任者が明確になる表示をしておく必要がある。

(広告等であることの表示)

- 第7条 会員が、郵便その他の方法により面識のない者に対し配布する広告物については、封筒の外側又は広告物の表側若しくは最初の部分に、広告等であることを表示するものとする。

(趣 旨)

郵便その他の方法により広告物の直接配布が認められるようになってくると、当然のことながら、面識の全くない会員からユーザーに郵便物が送られて来ることになる。一方、全く面識のない会員からの郵便物を受け取った者は、手続中の事件にトラブルでもあったのかと危惧するかもしれないこと、広告等を必要としない者もこれを受け取ったことによって開封して読むという無用な負担を負うことがあること、読まなければならないという心理的負担が強制されること等の問題があると考えられる。

このような問題が生じる可能性があるため、広告物の外見からそれが広告物であることが一見してわかる表示をしておくことにより、相手方にこのような負担をかけないようにしたものである。

(解 説)

会員が広告等のために、知的財産権に関する情報を不特定多数の人に提供しようとすることは、益々増加する。その手段として、事務所案内、事務所報等を封筒に入れた郵便物を不特定多数の人に送付することが行われる。面識の全くない会員から郵便物が送られて来ると、ユーザーは何のことかと不安になるのが一般である。そして、封筒を開けて見るまで心配という問題が出て来る。しかし、「事務所報在中」等のような最初から広告資料であることが明らかになるような表示をしておくこと、ユーザーに無用な心理的負担を強いる心配がなくなる。したがって、広告資料を送付する際には、そのような配慮を求めることにしたものである。

郵便その他の方法とは、郵便や宅配業者等により直接配達される手紙、葉書、文書等で面識のない者を対象として広告物を配布することを意味する。電報、ファクシミリ通信、電子メール等の電気通信回線を通じて送信する情報伝達手段による広告物も本条に該当する。本条は、広告等の対象者に対する直接の働きかけによる心理的強制等から受け手を保護するものであるから、面識のない者に対し直接配布されるものであっても、新聞や雑誌等のように不特定多数の者を対象としている広告物は本条には該当しない。暑中見舞いや年賀状は、一見してそれが明らかである場合には本条の広告物には該当しない。

なお、本条に関連して、平成14年7月1日より施行されている「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」についても遵守する必

要があり、広告等に関する特定電子メールの場合には注意を要する。

(違反行為の排除等)

第8条 日本弁理士会（以下「本会」という。）は、会員に対し、必要があると認めるときは、広告物又はその複製、写真等の当該広告物に代わる記録及び広告等をした日時、場所、送付先等の広告等の方法に関する記録の提出を求め、その他広告等に関する調査を行うことができる。

- 2 会員は、前項の調査に協力しなければならない。
- 3 広告等が第4条第1号（事実と合致していない広告等）に該当する疑いがあるときは、本会は、広告等をした会員に対して、広告等の内容が事実であることを証明するよう求めることができる。
- 4 広告等をした会員が前項の証明をできなかったときは、本会は、当該広告等が第4条第1号の規定に該当するものとみなすことができる。
- 5 本会は、この規則に違反した会員に対し、違反行為の中止、排除若しくはその他の必要な事項を命じ、又は再発防止のための必要な措置をとらなければならない。この場合、本会は、当該会員に対し、弁明の機会を与えなければならない。
- 6 本会は、当該会員が前項の命令その他の措置に従わない場合、又は当該行為の中止若しくは排除が困難な場合において、当該行為による被害発生防止のため特に必要があるときは、本会が前項の命令その他の措置を行った事実及び理由の要旨を公表することができる。

(趣旨)

違反広告等に対しては本会が厳正に対処する必要がある。

本条において、①本会の調査権限とこれに対する会員の協力義務、②広告等の内容の真実性についての会員の証明責任、③違反行為に対する中止・排除又は再発防止措置、④違反広告等の被害発生防止のための本会が行う措置等が定められた。

(解説)

1. 日本弁理士会の調査権

本会のこの調査権限は、弁理士法における本会の会員に対する一般的指導監督権限に基づくものであり（弁理士法第56条第2項）、本会は、会員がこの規則に違反する疑いがあると認めるときは、いつでも、広告等をした会員に対し広告等に関する記録の提出を求め、その事実関係について調査をすることができる。

調査方法としては、広告等をした会員が保存している広告等の記録の提出を求める以外に、事実関係についての照会、関係者からの事情聴取等が考えられる。

広告等をした会員は、広告物又はその複製、写真等の当該広告物に代わる記録及び広告等を行った日時、場所、送付先等の広告方法に関する記録を当該広告物が終了したときから3年間保存するよう努めなければならない。広告物の保存義務は、広告等が事実と合致することについての証明責任が会員にあるという点からも必要である。

イ. 保存広告物

広告物は現物を保存することを原則とし、複製でも内容的に同じであるものであればよく、保存に不適当なものは写真又はその他の方法で保存するのが好ましい。

- ① 事務所の案内やチラシ等を印刷した広告物は、同一物を保存することを原則とする。ただし、写真等でも、忠実な複製であれば、同一物でなくともよい。
- ② 電話帳広告、雑誌広告、新聞紙広告等の当該会員の広告等以外のものが含まれている印刷広告は、当該掲載頁とその印刷広告物であることを特定できる部分（表紙と裏表紙）を保存すればよい。
- ③ 看板、旗、幕、広告塔等の保存に不適当なものは、これらの現物の写真と広告等を行った現場の状況が判断できる写真を保存すればよい。

ロ. 保存記録等について

保存記録とは、広告等の時期と期間、場所、送付先、送付方法の記録であり、送付方法とは郵便、電子メール、直接配布、業者依頼配布等の区別である。

広告等に関して顧客等より同意を得たことを証する書面は、原則として原本を保存しておく。

ハ. ホームページの広告等の保存

ホームページによる広告等の場合は、その広告内容が頻繁に書き換えられることが多く、書き換え前と書き換え後のデータを電子データ又は印刷物により保存する。

ニ. 保存不要のもの

年賀状や暑中見舞等の季節的挨拶書等は、本来広告物に該当しないために保存は不要である。

2. 会員の協力義務

本会による広告等に関する調査に対し、当該広告等を行った会員は協力しなければならず、正当な理由なく調査に応じない場合は会則等に違反する行為として会長による処分の対象になる可能性がある。

3. 会員の証明責任とみなす規定

会員の広告等は事実に合致するものでなければならず（第4条第1号）、広告等の真実性に関して問題が発生した場合、広告等については本来広告等をした当該会員が熟知しており、証明資料も当該会員が管理しているのが通常であり、したがって本会による調査手続において広告等の真実性の証明が求められたときは、広告等をした会員はこれを証明しなければならないと規定した。

また、本会から広告等の真実性の証明を求められた会員がこれを証明できないときは、本会は当該広告等が第4条第1号に該当するものとみなすことができる。

4. 違反行為に対する措置

本会がこの規則に違反した会員に対し取りうる手段は、違反行為の中止、排除若しくはその他の必要な事項の命令又は再発防止のための措置である。「違反行為の中止」とは現在の違反行為自体を止めさせることをいい、「違反行為の排除」とは配布した広告等の回収等を行い、また、「再発防止のための必要な措置」とは違反会員から違反を行わない旨の誓約書の提出を求める等、再発防止に必要と認める一切の措置をいう。会員がこれら措置に従わない場合には、本会による広告等に関する調査に会員が協力しない場合と同様、会則等に違反する行為として会長による処分の対象になる可能性がある。

5. 措置の際の会員に対する適正手続の保障

本会は前述した命令又は措置をとる場合、当該会員に不利益を課すおそれがあるので、公正を期するために、当該会員に対して事前に弁明の機会を付与する手続を定め、手続の公正を期している。

6. 日本弁理士会が行う被害発生防止のための措置

この規則に違反している会員が本会の中止又は排除命令を受けたにもかかわらず当該会員が違反行為の中止又は排除をしないとき、又は違反行為の中止又は排除が事実上不可能な場合に、この被害発生防止のため必要があるときは、本会が前項の命令その他の措置を行った事実及び理由の要旨を、当会のホームページ、各種広告媒体、又は報道機関を通じて公表できるとした。

事件の受任についてのガイドライン

(平成26年1月15日執行役員会承認)

(平成●●年●月●日執行役員会承認)

[I] ガイドラインに関する前提事項

[本ガイドラインにおける弁は弁理士法、民は民法、会は本会会則、倫は弁理士倫理を意味する。]

1. はじめに

弁理士が依頼者から事件を受任する行為は、委任契約であって民法が適用されることになる(民643条、656条)。依頼者は、業務に関する法令及び実務に精通していることが義務づけられている弁理士(弁3条)に、当該事件についての事務の処理を求めることになる。したがって、弁理士と依頼者とは、対等な契約当事者の関係にあると同時に、知識、経験、情報が豊富な専門家とそうではない非専門家の関係にある。

民644条は、委任事務の処理について「受任者は、委任の本旨に従い、善良な管理者の注意をもって、委任事務を処理する義務を負う」と規定しているから、事件を受任した弁理士はこの規定に示されている善管注意義務を負うことになる。

2. 委任の本旨に従う義務

弁理士は、委任された事件につき、委任の本旨に従って委任事務を処理する義務を負う。

委任の本旨とは、委任される事件の内容及び依頼の目的であるから、弁理士は、事件の内容及び依頼の目的を理解した上で委任事務を処理しなければならない。委任事務の処理を行うに際しては、弁理士としての品位を保持し、公正かつ誠実に行わなければならないことはいうまでもない(弁3条、会41条)。

3. 善良な管理者の注意義務

善良な管理者の注意義務(善管注意義務)とは、知識、経験、情報が豊富な専門家である弁理士がそうではない依頼者からの依頼を受けて委任事務を処理する際に求められる一般的な注意義務であり、次のものが含まれるとされている。

(3-1) 説明・助言義務

弁理士は、その専門家としての知識・経験・情報を駆使し、依頼者が目的を叶えられるように委任事務を処理することが求められる。

委任事務を処理するに際しては、弁理士には一定の範囲における「裁量」が認められるが、依頼者には委託した事務の処理について「自己決定権」があることを認識しておく必要がある。

そのため、弁理士は、委任された事件の内容及び依頼の目的について依頼者と共通の認識を持ち、弁理士の裁量権と依頼者の自己決定権を調整しながら委任事務を処理することになる。したがって、依頼者とのコミュニケーションの形成に努力し、依頼者の意見に耳を傾け、委任事務の処理全般について説明・助言義務を果たし、依頼者に最善の結果をもたらすための努力をしなければならない。たとえば、依頼者に無断で手続を進め、その意に反した手続を執り、或いはその選択を無視して手続を徒過させることは許されない。

(3-2) 情報提供義務

説明・助言義務に関連して、弁理士は、法改正、審判決の傾向、特別な制度や新しい制度など、依頼者にとって利益があると思われる情報について説明し、助言をする必要がある。依頼者が自己決定を適正に行えるようにするためである。

(3-3) その他

事件の受任後においては、弁理士は秘密保持義務を負い(弁30条、会37、46条、倫4条)、委任者(依頼者)の請求があったときや委任が終了した後は依頼者への速やかな報告義務を負う(民645条)他、委任事務が新しい展開を迎える場合(例えば、拒絶理由通知を受け取った場合など)には、依頼者が適切に自己決定権を行使できるように報告し、説明・助言を行わなければならない。

なお、弁理士が事件を受任しない場合には、遅滞なくその旨を依頼者に通知しなければならない(会39条)。

[II] 弁理士倫理第9条の2に関するガイドライン

会員は、事件の受任に際し、依頼者と十分な意思の疎通を図り、事件の内容及び依頼の目的を的確に把握し、受任した事件の処理について必要な説明及び助言を行わなければならない。

(趣旨)

上記ガイドラインに関する前提事項のとおり、受任者である会員は、委任の本旨に従い、善良な管理者の注意をもって、委任事務を処理する義務を負うことから(民644条)、依頼者と十分な意思の疎通を図り、事件の内容及び依頼の目的を十分に理解した上で、情報提供義務を含む説明・助言義務を果たさなければならないことを規定したものである。

(解説)

(1) 事件

受任しようとする事件には、出願・異議・審判・訴訟・これらに関する調査を始めとして、弁理士法第4条乃至第6条の2に規定されたあらゆる事件が含まれる。受任は、新規受任、中途受任のいずれであるかを問わない。

(2) 義務の主体

依頼者と意思疎通を図り、情報提供義務を含む説明・助言義務を果たさなければならないのは、当該事件を受任する会員本人である。もっとも、実際には、本規程による意思疎通、内容把握及び説明は、当該事件を受任した会員本人ではなくその事件を直接担当する別の弁理士が行う場合も多いであろうが、そのような場合であっても、事件を担当する弁理士が上記義務を果たしているかどうかを監督する責任は当該会員本人にあるから、最終的にこの義務を負う主体は当該会員本人である。

また、事件の処理が終了する途中で、止むを得ず異なる弁理士が事件を担当する事態が生じた場合には、当該弁理士間で十分な引き継ぎを行わなければならない。引き継いだ弁理士は、引き継ぎのあった事実を依頼者に通知すると共に、必要に応じて自ら依頼者と意思疎通を図って不明確な点について依頼者に確認を求め、事件及び依頼内容を理解しておかなければならない。この場合も、上記引き継ぎが問題なく行われたかどうかを監督する責任は当該事件を依頼者から受任した会員本人にあり、最終的にこの義務を負う主体は当該会員本人であるということになる。

(3) 依頼者との意思疎通の重要性

3-1) 趣旨

受任者である会員は、委任の本旨に従い、善良な管理者の注意をもって、委任事務を処理する義務を負うことから（民644条）、事件を受任した会員あるいは会員本人に代わって事件を担当する弁理士が、依頼の具体的内容について依頼者と十分な意思の疎通を図ることが肝要である。

依頼者は、専門的な手続についての知識や情報が不足している場合があり、誤解や勘違いをしている場合もあるから、事件を受任した会員あるいは会員本人に代わって事件を担当する弁理士は、依頼者の説明や応答時のあらゆる状況を手掛かりとして、誤解や勘違いを察知してこれらを是正し、依頼者と十分な意思の疎通を図り、事件及び依頼の具体的内容を依頼者との間で共有する必要がある。

3-2) 意思疎通の具体的手段

意思の疎通を図る手段としては、面談・電話・テレビ会議・PC会議等の機器を利用した対話、郵便・ファクシミリ・電子メール等を利用した意見や資料の送付等が考えられる。しかし、依頼の目的、事件の内容並びに依頼者の考え方を十分に理解するためには、依頼者と直接会って話し合う「面談」を原則とすることが肝要である。

面談は、依頼者の真の意図や目的について直接説明を受け、その場で依頼案件に則した説明や助言を行い、疑問点があればこれを即座に解消させることが可能であるから、事件の内容及び依頼の目的を的確に把握するためには、最も望ましい方法であるといえる。とりわけ初めて事件を受任する場合には、お互いの人となりを知る意味においても、面談を原則とするべきである。

面談を行う場合であっても、上記の電話、テレビ会議、PC会議、郵便、ファクシミリ、電子メール等を補助手段として用いることができるのはいうまでもない。

会員が依頼者と面談を行うことについて困難な事情があっても、会員は、受任案件についてその職責を全うしなければならないから、上記の補助手段をはじめとしてあらゆる手段を駆使し、面談による場合と同程度に依頼内容を的確に把握し、意思の疎通に齟齬が生じることがないようにしなければならない。

3-3) 留意事項

近時、インターネットの普及に伴い、一部の会員が、依頼者と面談等をして十分な説明及び意思確認を行うことなく、インターネットのウェブページを利用した簡易な方法で商標の調査、商標出願手続等の事件を受任し、依頼者とトラブルになったケースがある。このような方法により事件を受任した場合、①依頼者が手続内容や報酬額について十分に理解し、委任契約を締結しているか確認できない、②依頼者から入手できる情報が限られるので、弁理士としての適切な業務ができない場合が多い、③利害関係のある当事者の双方から業務を受任する可能性がある等の弊害を生む恐れがある。

したがって、その具体的手段は問わないものの、依頼の具体的内容について依頼者と十分な意思の疎通を図ることで、事件の内容及び依頼の目的を的確に把握し、その事件の処理について必要な説明及び助言をしなければならない。

たとえば、上に述べた例のように、パソコンの画面に対して依頼者がクリックした内容のみに基づいてそのまま出願手続等を執るなどの受任形態では、十分な意思疎通を図ったとは言えない。そのため、依頼者の不十分な理解を補充することができず、依頼者の誤解や勘違いを是正することは不可能であるから、事件の内容及び依頼の目的を的確に把握する状況又は適切な説明・助言義務を果せる状況にあるとは認められないことに留意すべきである。

なお、会員が自己のウェブページに受任事件に関する説明や注意事項（例えば商標登録出願に関する一般的注意書など）を記載していたとしても、その事実だけをもって依頼の具体的内容について依頼者と十分な意思の疎通を図ったとは言えないから、依頼事件についてその処理に必要な説明・助言義務を果たしたとは認められない可能性が高いことに留意すべきである。

たとえば、商標登録できなかった場合に全額返金を行うことを前提として商標登録出願を受任する場合、仮にウェブページに全額返金のための条件が表示されていたとしても、それだけでは依頼者に対して十分な説明がなされたとは認められない。そのため、受任時には、依頼者との面談を徹底するなど、全額返金のための条件を説明する機会を設け、依頼者の十分な理解を得る必要がある。特に、特許事務所が独自に行う事前の商標調査において登録の可能性が〇〇%以上であると判断された商品等について拒絶されることを返金条件としている場合、単に電話やメールで返金条件を説明するだけでは十分な理解を得ることは難しいであろうことに留意すべきである。

(4) 事件の処理についての必要な説明及び助言

事件を担当する弁理士は、事件の内容及び依頼の目的を十分に理解した上で、当該受任事件の処理について説明を行い、その進め方を協議し、手続に必要な報酬及び費用について説明し、これらに関して必要と思われる事項の説明や助言を行う必要がある。この具体的な内容については、弁理士倫理研修テキストに記載されているので、これを参照していただきたい。