

飲食業界における  
商標登録出願と商標の使用に関する  
ガイドライン（試行）

## 目次

|   |   |
|---|---|
| 一. 制定の目的 .....  | 1 |
| 二. 適用範囲 .....   | 1 |
| 三. 誤認を生じさせやすい飲食業界の標章によくある状況 .....                               | 2 |
| (一) 標章が飲食類の商品又は役務の質、品質、等級などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい .....           | 2 |
| (二) 標章が飲食類の商品の効能、用途などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい .....                 | 2 |
| (三) 標章が飲食類の商品の種類、主要原材料、成分などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい .....           | 3 |
| (四) 標章が飲食類の商品の重量、数量、価格、生産時間、工程、技術などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい .....   | 3 |
| (五) 標章が飲食に係る役務の内容、品質などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい .....                | 3 |
| (六) 地名を含む標章が飲食類の商品又は役務の産地について公衆に誤認を生じさせやすい .....                | 3 |
| 四. 顕著な特徴を欠く飲食業界の標章によくある状況 .....                                 | 4 |
| (一) 標章が飲食類の商品又は役務項目の通用名称、通用図形のみからなる .....                       | 4 |
| (二) 標章が飲食類の商品又は役務の品質、主要原材料、効能、用途、重量、数量及びその他の特徴のみを直接的に表示する ..... | 5 |
| (三) その他の顕著な特徴を欠く状況 .....  | 6 |
| (四) 標章に地名が含まれることにより顕著な特徴を欠く状況 .....                             | 6 |
| (五) 標章に顕著な特徴を有しない部分が含まれる状況 .....                                | 7 |
| 五. 飲食業界における登録商標専用権の合理的な行使 .....                                 | 7 |
| (一) 登録商標の規範的な使用 .....   | 7 |

|                            |   |
|----------------------------|---|
| (二) 登録商標専用権者の合理的な権利保護..... | 8 |
| (三) その他の市場主体による正当な使用 ..... | 8 |

中国の飲食業界は市場が大きく、市場主体も多いため、商標の登録と使用におけるニーズも高い。商標関連法律の知識を普及させ、最近飲食業界の商標登録出願と使用に関して発生した問題のうち、よく見られる誤認の惹起、顕著な特徴の欠如及び地名を含む標章などの問題について重点的に解釈と説明を詳しく行い、関連市場主体が商標登録出願を規範に沿って正しく提出し、商標専用権を合理的に行使するよう指導し、公平で公正な飲食業界の市場秩序を守るために、商標法及びその実施条例、商標審査審理指南に基づき、飲食業界の特徴を踏まえて、本ガイドラインを制定した。

## 一．制定の目的

**商標出願を「徳のある登録」に導く。**本ガイドラインは、関連市場主体が商標登録出願をする際に信義誠実の原則に従い、誤認を生じさせやすい標章の使用を回避するとともに、強い顕著性のある標章を商標として登録出願するよう指導することを目的とする。また、地名を含む標章を使用して登録出願する際に、必要性和真実性の原則に従わなければならない。

**商標使用を「制限のある権利行使」に導く。**本ガイドラインは、登録商標の規範正しい使用及び商標専用権の正当かつ合理的な行使に関する注意事項を列挙することにより、商標専用権者が権利濫用禁止の原則に従い、他人が商標に含まれる飲食業界の通用名称、地名などの公共資源を正当に使用することを禁止しないよう指導するとともに、商標権侵害紛争を回避するために、その他の市場主体が関連商標を正当に使用するよう指導することを目的とする。

## 二．適用範囲

本ガイドラインにいう飲食業界の関連商標又は役務は主に、「類似商品及び役務の区分表」の第 29 類、第 30 類、第 31 類、第 32 類、第 33 類、第 40 類、第 43 類などの飲食に関連する商品又は役務項目に関するものである。

飲食業界はその所在する地域の地理的環境、自然的要因、人的・歴史的要因に密に関係していることが多く、地名を使用して指定商品又は役務の出所を表示する必要がある。本ガイドラインにいう地名とは、地理的に記述するものであって、指定商品又は役務の出所を表示する標章として関連公衆に認識されやすいものを指し、商標法第十条第二項に規定する県級以上の行政区画の地名と公衆に知られている外国の地名に限定されない。

### 三. 誤認を生じさせやすい飲食業界の標章によくある状況

商標法第十条第一項第七号の立法趣旨によると、誤認とは、標章がその指定商品又は役務の品質などの特徴又は出所について、固有の程度を超えた表示、又は事実と一致しない表示を行い、公衆に誤った認識を生じさせやすいことをいう。よくある状況には、以下のいくつかの種類が含まれる。

#### （一）標章が飲食類の商品又は役務の質、品質、等級などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい場合

「有機」「ORGANIC」「環境に優しい（エコロジー）」「天然」「NATURAL」「無汚染」「POLLUTION-FREE」「極上品」「第一」「高級」「HIGH QUALITY」「国宴」「国飲」「国品」「国厨」「国菜」など、飲食業界の商品又は役務の品質を記述する文字が標章に含まれる場合、あるいは、標章に連続的かつ規則正しく配列される複数の五芒星、ダイヤモンドの図形が含まれる場合、飲食に係る役務の品質、等級などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい。例えば、非有機の「果物」について「有機」という文字を含む商標の出願を行うことが挙げられる。

#### （二）標章が飲食類の商品の効能、用途などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい場合

「排毒」「降脂（血中脂質低下）」「祛湿」「明目（視力向上）」「清咽（咽喉調子の調整）」「代謝修復」など、飲食類の商品の効能、用途を記述する文字が標章に含まれる場合、飲食類の商品の効能、用途などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい。例えば、「寿司」などの商品について「朶鶴・排毒（※訳注：「排毒」は「毒素を排除する」の意）」商標の出願、商品「桂園（竜眼シロップ）」について「天翔清熱祛湿（※訳注：「清熱」は「熱を冷ます」の意、「祛湿」は「余分な水分を取り除く」の意で、いずれも漢方薬当等において表示されることが多い文字）」商標の出願を行うことが挙げられる。

（三）標章が飲食類の商品の種類、主要原材料、成分などの特徴について公衆に誤認を生じさせや

#### すい場合

標章に飲食類の商品の通用名称が含まれる場合、商品の種類、主要原材料、成分などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい。例えば、商品「牛肉食品」について「李四羊肉」商標の出願、「パン」「ピザ」などの商品について「張三蛋糕（張三ケーキ）」商標の出願、商品「醤油」について「リンゴ酢」商標の出願を行うなどが挙げられる。

（四）標章が飲食類の商品の重量、数量、価格、生産時間、工程、技術などの特徴について公衆に

#### 誤認を生じさせやすい場合

例えば、商品「醪糟（※訳注：ラオザオ。中国の代表的な調味料の1つ）」について「当日生産」という文字を含む商標の出願、商品「水果片（フルーツスライス）」について「立興凍乾（※訳注：「凍乾」は「凍結・乾燥」の意）」商標の出願を行うことが挙げられる。

（五）標章が飲食に係る役務の内容、品質などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい場合

標章に飲食業界の通用名称が含まれる場合であって、飲食業と無関係の役務項目が指定されているときは、役務項目の内容などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすい。例えば、役務「養老院（老人ホーム）」について「張三麻辣燙（張三マーラータン）」商標の出願をする場合や、役務「動物寄養（ペットホテル）」について「李四涮肉（李四しゃぶしゃぶ）」商標の出願を行う場合が挙げられる。

（六）地名を含む標章が飲食類の商品又は役務の産地について公衆に誤認を生じさせやすい場合

市場主体による商品又は役務への地名の使用は、主に商品又は役務と地名が示す地域の範囲との間に関連性があることを説明する目的を有し、かつ、その関連性が客観的かつ真実のものでなけれ

ばならない。標章が地名のみからなる又は地名を含む場合であって、出願人が当該地名が示す地域範囲の出身ではないにもかかわらず、飲食業界における関連商品又は役務への使用を指定するときは、商品又は役務の産地について公衆に誤認を生じさせやすい。

#### 四．顕著な特徴を欠く飲食業界の標章によくある状況

商標法第十一条第一項の立法意図によると、「顕著な特徴を欠く」とは、その商品の通用名称、通用図形、普通規格のみからなる標章、商品の品質、主要原材料、効能、用途、重量、数量及びその他の特徴のみを直接的に表示する標章、その他の顕著な特徴を欠く標章を指す。よくある状況には、以下のいくつかの種類が含まれる。

##### （一）標章が飲食類の商品又は役務項目の通用名称、通用図形のみからなる場合

1. 標章が飲食類の商品の通用名称のみからなる。例えば、「面包（パン）」「蛋糕（ケーキ）」「肉夾饅（ロウジアモ）」「肉餅（中華風ミートパイ/ロウビン）」「疙瘩湯（グーダタン）」「漢堡包（ハンバーガー）」「花卷（ホワチュアン）」「饅頭（マントウ）」「小籠包（シャオロンパオ）」「胡辣湯（フーラータン）」「脆皮豆腐（ツエイピイトウフ）」「蝦餃（エビ餃子）」「烩麵（ホイメン）」「臊子麵（サオズメン）」「小麵（ショウメン）」「燃麵（ランメン）」「葱油麵（ツォンユミェン）」「艾窩窩（アイウオウオ）」「驢打滾（リュウダーゲン）」などが挙げられる。

2. 標章が飲食に係る役務の通用名称のみからなる。例えば、「餐厅（レストラン）」「中華料理店」「西餐店（洋食店）」「小飯桌（放課後給食サービス）」「大食堂」「大排档（屋台）」「飯館（飲食店）」「小館」「面館（ラーメン店）」「居酒屋」「食府」「湘菜館（湖南料理店）」「魯菜館（山東料理店）」「自助食堂（バイキング飲食店）」「快餐館（ファーストフード店）」「飯店（ホテル）」「酒吧（バー）」「酒館（酒屋）」などが挙げられる。

3. 標章が飲食類の商品又は役務項目の通用図形のみからなる。



（二）標章が飲食類の商品又は役務の品質、主要原材料、効能、用途、重量、数量及びその他の特

徴のみを直接的に表示する場合

1. 標章が飲食類の商品又は役務の品質のみを直接的に表示する場合。例えば、「超美味」「良質」「絶品」「良品」「厳選」などが挙げられる。
2. 標章が飲食類の商品又は飲食に係る役務で提供される商品の主要原材料のみを直接的に表示する場合。例えば、「老母鶏」「黒山羊」「チュウゴクモクズガニ」「野生野菜」「酸菜」などが挙げられる。
3. 標章が飲食類の商品又は役務の効能、用途のみを直接的に表示する場合。例えば、「ダイエット食」「胃腸に優しい食事」「産後1か月の食事」などが挙げられる。
4. 標章が飲食類の商品又は役務の重量、数量のみを直接的に表示する場合。例えば、商品「穀物を主とするスナック」について「80グラム」商標の出願、役務「レストラン」について「1日3食」商標の出願を行う場合などが挙げられる。
5. 標章が飲食類の商品又は役務のその他の特徴のみを直接的に表示する場合。例えば、(1)「業主餐厅（オーナーズレストラン）」「親子餐厅（親子レストラン）」など特定消費・使用対象又は提供者のみを直接的に表示するもの、(2)「1人前10元」など価格のみを直接的に表示するもの、(3)「海鮮餐厅（海鮮料理店）」「家常菜（家庭料理）」「農家菜」「打辺爐（鍋料理）」「麻辣燙（マールータン）」など、役務の内容のみを直接的に表示するもの、(4)「杭帮菜（杭州料理）」「重慶火鍋（重慶鍋）」「川味（四川味）」「酸甜（甘酸っぱい）」「爽滑（なめらか）」「8分熟」「外焦里嫩（外は焦げて中はやわらかい）」「濃香四溢（香ばしい）」「甘甜可口（甘くて美味しい）」など、スタイルや風味のみを直接的に表示するもの、(5)「店内飲食」「セルフサービス」「持ち帰り」など、使用方式・方法のみを直接的に表示するもの、(6)「炒め」「蒸し」「鉄板焼き」「鉄鍋炖」「煮込み」など、生産プロセスのみを直接的に表示するもの、(7)「20220222」「2020」「立春」「清明」「端午」「中秋」「夏」「秋分」「初伏」「臘八」など、生産時間、時候、年などの特徴のみを直接的に表示するもの、(8)「全日」「24時間」など、有効期間、賞味期限又はサービス期間のみを直接的に表示するもの、(9)「美食城」「小吃街」など、経営場所、商品販売場所又は地域範囲のみを直接的に表示するもの、(10)「VR体験レストラン」「無人バイキングレストラン」「回転レストラン」など、技術的な特徴、ビジネスモデル

のみを直接的に表示するもの。

### （三）その他の顕著な特徴を欠く状況

1. 標章が飲食類の商品の外装、容器又は食器の一般的な装飾模様などのみからなる場合。例えば、



2. 標章が飲食類の商品又は役務の特徴を表示するフレーズ、文章又は普通のキャッチコピーのみからなる場合。例えば、「珍味佳肴、垂涎三尺となり」「粗末な茶と簡単な食事こそ、養生の道」などが挙げられる。

3. 標章が一般的な名字のみからなるか又は一般的な名字と通用名称からなる場合、通常、その他の顕著な特徴を欠く状況に該当する。

例えば、商品「餡餅」について「王記」「王記餡餅」商標の出願、飲食に係る役務について「李氏」「李氏麻辣燙」商標の出願を行うなどが挙げられる。

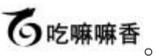
### （四）標章に地名が含まれることにより顕著な特徴を欠く状況

1. 標章が地名のみからなる場合。標章が地名のみからなり、飲食業界の関連商品又は役務への使用の指定がなされ、関連公衆にその出所を容易に関連付けさせるか、又は商標として識別しにくい場合、出願人が当該地名の指す地域範囲からの出身であっても、通常、商標法第十一条第一項第二号又は第三号に指す状況に該当し、商標として登録してはならない。

2. 標章が「地名+飲食類の商品の通用名称」からなる場合。「地名+飲食類の商品の通用名称」が歴史的に継承され、客観的に存在し、産地と緊密な関係にある伝統的な特色ある飲食料品に属する場合、それが特定の地域の人々が共同で創造したもので、ある市場主体によって独占的に使用されるべきではないため、一般的に商標法第十一条第一項に指す顕著な特徴を欠く状況に該当する。例えば、「某郷鎮+地元の特製軽食」が挙げられる。

## （五）標章に顕著な特徴を有しない部分が含まれる状況

標章が独立した文字部分と独立したその他の要素からなり、文字部分が飲食業の商品又は役務において顕著な特徴を有しない場合、当該商標全体は顕著な特徴を欠くものと認定されるべきである。

例えば、。

ただし、その他の独立した要素が高い顕著性を有し、その他の独立した要素又は商標全体が商品又は役務の出所を区別できる可能性がある場合、出願人は、顕著な特徴を有しない文字部分の商標専用権を放棄する旨を宣言することができる。出願人が放棄を宣言しなかった場合には、商標として登録してはならない。例えば、「ホテル」役務について商標（※画像に「鉄板焼」の文字を組み合わせた商標）の出願を行うにあたり、出願人が「鉄板焼」の文字部分の商標専用権を放棄すると宣言した場合には、当該商標全体は顕著な特徴を有することになる。

## 五．飲食業界の登録商標専用権の合理的な行使

飲食類の商標登録を受けた後、登録商標専用権者は、信義誠実の原則と権利濫用禁止の原則に従い、登録査定を受けた商標の標章と指定商品又は役務に限定して、登録商標専用権の保護範囲内で、法に基づいて権利を規範的かつ合理的に行使しなければならない。

### （一）登録商標の規範的な使用

登録商標専用権者は登録商標を規範的に使用しなければならない。登録商標を使用する場合、登録査定を受けた商標の標章と指定商品又は役務に限って登録商標を使用しなければならない。指定範囲外の商品又は役務について登録商標専用権を取得する必要があるか、又は登録商標の標章を変更する必要がある場合には、別途登録出願をしなければならない。

登録商標専用権者の氏名又は名称、住所及びその他の事項は、「商標登録簿」の記載と一致させなければならない。登録商標専用権者の氏名又は名称、住所又はその他の事項に変更が生じた場合には、法により変更申請を速やかに提出しなければならない。

飲食類の登録商標専用権者は、登録商標を使用する際に、登録商標専用権者が登録商標を真実、公然かつ合法的に使用していることを証明するために、使用証拠の保存にも注意を払わなければならない。

## （二）登録商標専用権者の合理的な権利保護

登録商標専用権者は権利保護を行う場合、パブリックドメイン又は公共資源に属するコンテンツ、及び他人の正当かつ合法的な権利に対して不適切な権利保護を行わないよう注意を払い、他人が法により正当に使用する権利を尊重し、市場競争秩序と社会の公共利益を積極的に守らなければならない。

通用名称、図形、規格及び商品の品質、主要原材料、効能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接的に表示する単語又は地名は、それ自体が固有の意味を持つため、公共資源に該当する。登録商標に上記の要素が含まれる場合、当該登録商標の専用権者は、合理的かつ慎重に権利を行使しなければならない。商標法第五十九条の規定に基づき、これらの登録商標専用権者は、その他の主体が商業活動においてこれらの単語又は標章を正当に使用することを制限又は禁止してはならない。

例えば、第43類のレストラン、飲食店の役務について「家郷記憶湘菜」商標について登録を受けた専用権者は、湖南料理店を経営するその他の市場主体が店舗の看板、メニュー、陳列棚、成分表、包装袋などに、合理的な方式で当該レストランの経営する料理の種類を「湖南料理」として表記することを禁止してはならない。

## （三）その他の市場主体による正当な使用

登録商標専用権者以外のその他の市場主体は、飲食類の商品又は役務に関連する経営活動に従事するにあたり、登録商標専用権を尊重しなければならない。商標権侵害紛争の発生を回避するために、その他の市場主体は、登録商標の顕著でない部分を使用する際に、単語の固有の意味のみを使用して商品又は役務のある特徴を説明しなければならず、他人の商標の営業上の信用に便乗して商品又は役務の出所を混同させてはならない。正当な使用は、言語使用の習慣及び商慣習に適合しなければならず、商品又は役務の出所を区別する効果を生じさせてはならず、関連公衆の混同や誤認

を生じさせてはならない。

例えば、その他の市場主体は、事実陳述の方式で店舗の看板、メニュー、陳列棚、成分表、包装袋などに登録商標の地名を正当に使用することができるが、使用方法において登録商標と区別し、フォント、サイズ及び色彩などによる目立つような使用を回避しなければならない。

作成・編集

国家知識産権局条法司

国家知識産権局商標局

出典：国家知識産権局ウェブサイト

[https://www.cnipa.gov.cn/art/2022/4/26/art\\_66\\_175176.html](https://www.cnipa.gov.cn/art/2022/4/26/art_66_175176.html)

※本資料はジェトロが作成した仮訳となります。ジェトロでは情報・データ・解釈等をできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、本資料で提供した情報等の正確性についてジェトロが保証するものではないことを予めご了承下さい。