

顕著な特徴を備えるべき 非伝統的商標に関するガイドライン

商標は、商品又は役務の出所を識別及び区別する標章として、顕著な特徴を備えていなければならない。三次元標章商標、色彩の組合せからなる商標、音商標など非伝統的商標の顕著な特徴に関する要求を経営主体が理解することを支援し、非伝統的商標を正確に登録出願及び使用するよう指導するため、本ガイドラインを制定する。

一、三次元標章商標の顕著な特徴

三次元標章商標は、普通の平面商標とは異なり、立体形態を備えた標章であり、三次元標章のみ又はその他の平面要素を含む三次元標章で構成されていてもよい。実務上、三次元標章商標は、一般的に、商品自体の三次元形状、商品の包装や容器の三次元形状又はその他の三次元形状として表現される。

三次元標章は特殊な表現形式であるため、関連公衆は、三次元標章を商品の一部分、商品自体又は商品の外装などであると見なしやすく、このため関連する標章が、商品又は役務の出所を識別及び区別するという商標の基本的な機能を発揮できないおそれがある。

三次元標章を商標登録出願する場合、出願書類の中で宣言し、商標の使用方を説明するとともに、三次元形状を確定することができる図面を提出しなければならない。提出する商標の図面は少なくとも三面図を含んでいなければならない。


関連する標章が商標としての顕著な特徴を備えているか否かの判断は、一般規則を適用するとともに、商標自体の構成、使用を指定した商品又は役務、関連公衆の認知習慣、所属する業界での実際の使用状況及び標章の構成要素、視覚効果、使用方式などを合わせて参照して総合的に考量する。

(一) 顕著な特徴に欠けるありふれた状態

1. 商品自体の三次元形状のみを商標として登録出願した場合、関連公衆は、標章が商品の外観、造型又は装飾などであると識別しやすいが、商品の出所を示す標章であるとは識別し難く、商品の出所を区別する作用を発揮できないため、一般的に、商標としての顕著な特徴を備えていない。

例：




「」¹を三次元標章商標として商品「時計」に登録出願した場合、関連公衆は、当該標章が商品の外観造型であると識別しやすく、当該標章が商品又は役務の出所を区別する商標であるとは理解し難いため、当該標章は商標としての顕著な特徴に欠ける。

2. 商品の外観形状の一部を商標として登録出願した場合、関連公衆は、標章が商品の構成部分であると識別しやすいが、商品の出所を示す標章であるとは識別し難く、商品の出所を区別する作用を発揮できないため、一般的に、商標としての顕著な特徴を備えていない。

例：



「」を三次元標章として出願し商品「靴」に使用した場合(図中、靴の本体構造は破線で描かれ、本願商標は、靴のアップー辺縁を環状に囲む黄色の縫い目である)、靴のアップーを環状に囲む縫い目部分は明るい黄色であり、且つ表現形式において一定の特徴があ


¹ 表現と説明の便宜のため、本ガイドラインでは三次元標章商標の図面のうち正面図のみを選択して例示した

るが、靴類商品の必要構成部分としては占有する割合が小さく、関連公衆は一般的に当該部分が商品又は役務の出所を区別する商標であると理解できないため、標章が商品の出所を識別及び区別する作用を発揮できるか否かによって、その顕著な特徴を総合的に判断しなければならない。

3. 商品の包装又は容器の三次元形状のみを商標として登録出願した場合、関連公衆は、標章が商品の外装又は容器の外形などであると識別しやすいが、商品の出所を示す標章であるとは識別し難く、商品の出所を区別する作用を発揮できないため、一般的に、商標としての顕著な特徴を備えていない。

例：




「」を三次元標章として商標出願し、商品「調味料」に使用した場合、当該標章は調味料容器の形状で構成されているため、関連公衆は、これを商品の容器であると識別しやすく、当該標章が商品の出所を区別する商標であるとは理解できないため、当該標章は商標としての顕著な特徴に欠ける。

4. 簡単な又は普通の三次元形状又は装飾的な作用を発揮する三次元形状で構成される標章を商標として登録出願した場合、関連公衆は、これを普通の商品の模様又は装飾的外見などであると識別しやすく、商品又は役務の出所を区別する作用を発揮できないため、商標としての顕著な特徴に欠ける。

例：

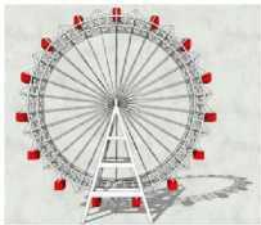


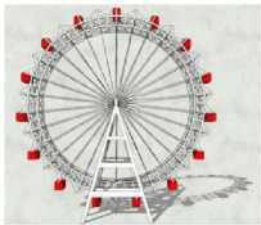
「」を三次元標章商標として登録出願した場合、関連公衆は、これを普通の立体形状であると識別しやすく、商品又は役務の出所を区別する商標として識別することができないため、商標としての顕著な特徴に欠ける。

5. 関連する役務を提供するためにサービス業で使用される、汎用又は常用

の物品の三次元形状を商標として登録出願した場合、関連公衆は、これを具体的な役務の内容、役務の形式などであると識別しやすいが、役務の出所を示す標章であるとは識別し難く、役務の出所を区別する作用を発揮できないため、商標としての顕著な特徴に欠ける。

例：




「」を三次元標章商標として出願し「遊園地に係る役務」に使用した場合、当該標章は観覧車のイメージ図であり、ありふれた遊園地設備に属し、関連公衆は、これを遊園地内で提供される具体的な役務の内容であると理解しやすく、役務の出所を区別する商標として識別することができないため、商標としての顕著な特徴に欠ける。

6. 顕著な特徴に欠ける三次元形状と顕著な特徴を備えたその他の平面要素との組合せからなる標章を商標として登録出願する場合、一般的には、当該三次元標章商標は全体が顕著な特徴を備えていると認識されるが、出願人は、顕著な特徴を備えていない三次元形状部分の商標の専用権を放棄することを自ら宣言しなければならず、放棄の説明は商標公告及び登録証に注記され、出願人は顕著な特徴を備えていない三次元形状の権利のみを単独で主張することはできない。

ただし、三次元標章商標内に占める割合が小さ過ぎるか容易に識別できない位置にある平面要素について、又は全体が包装装飾や商品の装飾的外見などであると識別されやすいものについて、関連公衆の一般的な注意力では、これ全体を商品又は役務の出所を区別する標章としては識別することができない場合、当該標章全体は商標としての顕著な特徴を備えていない。

例：



「」を三次元標章商標として出願し商品「ペン」に使用した場合、当該三次元形状の表面には「MONTBOLANC」、「MEISTERSTUCK」、「M」の文字及び「星」と「円」の図形があるが、上記の文字及び図形はペン本体に占める割合が小さく、関連公衆の一般的な注意力では、これを見落とすか又はペン類商品の汎用の形状などであるとして識別しやすく、三次元形状全体を商品の出所を区別する商標であると識別することができず、従って、当該標章全体は商標としての顕著な特徴に欠ける。

(二)使用により獲得される顕著な特徴

商標法の関連規定に従い、標章は、長期間又は広範囲な使用を経て、商品又は役務の出所を識別及び区別する作用を発揮できるようになり、商標としての顕著な特徴を獲得する。出願人は、商標出願又は審査意見書への応答の過程で、三次元標章商標の使用状況を証明するために用いる十分な使用証拠を提出しなければならない。

二、色彩の組合せからなる商標の顕著な特徴

色彩の組合せからなる商標とは、2種類以上の色彩を特定の方式で組合せて構成される商標を指し、その保護範囲は、特定の方式で使用される色彩の組合せ自体に限定され、具体的な形状を含まず、商標の図面上で表現された形状は保護範囲に含まれない。色彩の組合せからなる商標は、商品又は商品の包装の全部又は一部に用いてもよく、役務に必要な媒体などに用いてもよい。中国では、現在、単色を商標とする登録出願は受け付けていない。

色彩の組合せからなる商標と異なり、ありふれた色彩を指定した普通の商標とは、特定の色を付けた普通の文字又は図形の商標を指し、その保護範囲

は、色彩を有する文字、図形及びその他の登録要素などを含む。

色彩の組合せを指定の商品又は役務に使用すると、通常、消費者は、これを製品自体、包装又は役務の媒体の装飾又は装飾的デザインなどであると認識しやすいが、商品又は役務の出所を示す標章としては識別し難く、従って、色彩の組合せは商標として固有の顕著な特徴に欠ける。長期間又は広範囲に使用され、且つ色彩の組合せと出願の主体との間に安定した関係が生じることによつてのみ、商標は、備えるべき顕著な特徴を備えることができる。

色彩の組合せを商標登録出願する場合、出願人は明瞭なカラー図面を提出しなければならない。商標の図面は、色彩の組合せ方式を表示するカラーパターンであるか、又は色彩の使用位置を表示する図形の輪郭でなければならない。当該図形の輪郭は商標の構成要素ではなく、必ず破線で表示しなければならない。実線で表示してはならず、且つ、商標の説明において、商品又は役務での色彩の組合せからなる商標の使用方を説明しなければならない。

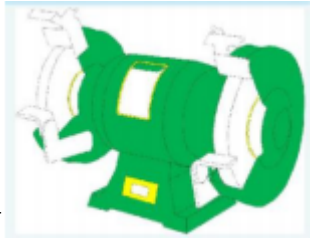
色彩の組合せが商標としての顕著な特徴を備えているか否かの判断は、一般的基準を適用するとともに、商標自体の構成、使用を指定した商品又は役務、関連公衆の認知習慣及び色彩の組合せ自体の属性、構成要素、使用方式、使用状況、当該業界及び同種の色彩の使用状況と慣例、広告宣伝の状況と効果、関連公衆の認知度などの要素を合わせて参照して総合的に考量する。色彩の組合せは、出願人のオリジナルである又は最も先に使用していたことによりこれが商標としての顕著な特徴を備えていると当然に認識することはできない。

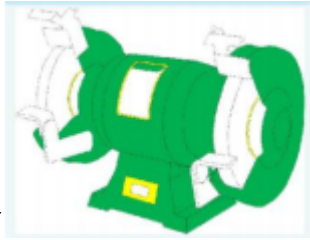
(一) 顕著な特徴に欠けるありふれた状態

使用を指定した商品の天然の色、商品自体のありふれた色彩の組合せ形式、商品の包装物のありふれた形式又は使用を指定した役務の場所の汎用の又はありふれた色彩の組合せのみを商標として登録出願した場合、関連公衆は、色彩の組合せを見た後、これを商品又は役務の具体的な表現形式などであるとして識別しやすく、商品又は役務の出所を示す作用を発揮できないため、商標

としての顕著な特徴に欠ける。

例：



「」を色彩の組合せからなる商標として登録出願し、商品「電動グラインダー」に使用した場合、当該色彩の組合せは電動グラインダーで常用される色彩の組合せ形式であり、関連公衆は、これを商品の出所を識別及び区別する標章であるとして識別し難いため、商標としての顕著な特徴に欠ける。

(二)使用により獲得される顕著な特徴

商標法の関連規定に従い、標章は、長期間又は広範囲な使用を経て、商品又は役務の出所を識別及び区別する作用を發揮できるようになり、顕著な特徴を獲得する。出願人は、商標出願又は審査意見書への応答の過程で、色彩の組合せからなる商標の実際の使用状況及びすでに特定の商品又は役務との間に安定した関係が構築されていることを証明するために用いる十分な使用証拠を提出しなければならない。

三、音商標の顕著な特徴

音商標とは、音声自体で構成される商標を指し、商品又は役務の出所を識別及び区別することに用いる。音商標は、楽曲など音楽的性質の音声で構成されていてもよく、人又は動物の声など自然界の非音楽的性質の音声で構成されていてもよく、さらに音楽的性質と非音楽的性質を併せ持つ音声で構成されていてもよい。

ありふれた文字又は図形などの商標と異なり、音商標は音声の再生媒体に依存し、聴覚を介して認知される。一般的には、消費者は、これを商品自体

が発する音声、背景音楽、広告宣伝用語などであると識別しやすいが、一連の音声を聞いた後、これを商品又は役務の出所を示す標章としては識別し難いため、たとえ独特な音声であっても、商標としての固有の顕著な特徴を当然に備えてはいない。従って、一般的には、音声を商標として登録出願する場合、これが長期間又は広範囲な使用を経て商標としての顕著な特徴を獲得するとともに、商品又は役務の出所を識別及び区別する作用を発揮できるようになったことを証明するのに十分な証拠を提出する必要がある。

音声を商標として登録出願する場合、要件に適合する音声サンプルを提出するとともに、商標の図面上で出願商標を描写しなければならず、音商標の描写は音声サンプルと一致しなければならず、且つ商標の説明において商品又は役務での音商標の使用方式を説明しなければならない。

音商標が商標としての顕著な特徴を備えているか否かの判断は、一般的基準を適用するとともに、商標自体の構成、使用を指定した商品又は役務、関連公衆の認知習慣及び聴覚感知、音声効果、使用方式、使用状況、当該業界及び同種の音声の使用状況と慣例、広告宣伝状況と効果、関連公衆の認知度等などの要素を合わせて参照して総合的に考量する。音声は、出願人のオリジナルである又は最も先に使用していたことによりこれが商標としての顕著な特徴を備えていると当然に認識することはできない。

(一) 顕著な特徴に欠けるありふれた状態

1. 指定の商品又は役務内容、消費対象、品質、機能、用途及びその他の特徴を直接表示する音声のみを商標として登録出願した場合、関連公衆は、上記の音声を聞いた時、これを商品又は役務を具体的に描写する内容として識別しやすく、商品又は役務の出所を識別及び区別する作用を発揮できないため、商標としての顕著な特徴に欠ける。

例：

「ピアノの演奏音」を商品「楽器」に使用すると指定する。

「子供の笑い声」を「ベビー用粉ミルク」に使用すると指定する。

「クラシック音楽の音」を役務「コンサートの準備と構成」に使用すると指定する。

「犬の鳴き声又は猫の鳴き声」を役務「ペットの飼育」に使用すると指定する。

「水の沸騰音」を商品「電気ケトル」に使用すると指定するなど。

2. 商品の使用又は役務を提供する過程で通常発生する音声を商標として登録出願した場合、関連公衆は、上記の音声を聞いた時、当該音声を聞き逃すか又はこれをありふれた音声として識別しやすく、商品又は役務の出所を識別及び区別する作用を發揮できないため、商標としての顕著な特徴に欠ける。

例：

酒瓶を開封する時に通常発生する「カチッ」「ポン」などの音声を「ビール」「赤ワイン」などの商品に使用する。

現金引き出し時に紙幣チェッカーが発する「バババツ」という音を役務「銀行」に使用すると指定するなど。

3. 業界で汎用又は常用される音楽を商標として登録出願した場合、関連公衆は、上記の音声を聞いた時、これをありふれた背景音などであるとして識別しやすく、商品又は役務の出所を識別及び区別する作用を發揮できないため、商標としての顕著な特徴に欠ける。

例：

「結婚式行進曲」のメロディを役務「結婚式の計画と準備サービス」に使用すると指定するなど。

4. 簡単過ぎる又は複雑過ぎる音声を商標として登録出願した場合、関連公衆は、上記の音声を聞いた時、これを簡単な音響効果又は普通の楽曲などであるとして識別しやすく、商品又は役務の出所を識別及び区別する作用を發揮

できないため、商標としての顕著な特徴に欠ける。

例：

「エリーゼのために」の全メロディを「幼稚園」などの役務に使用すると指定する。

5. 普段の語調で若しくは簡単なメロディで直接歌う、読む、語る、又はその他の方式で呼びかける文字、フレーズなどを商標として登録出願した場合、関連公衆は、上記の音声を聞いた後、これを広告宣伝用語又はありふれた表現などであるとして識別しやすく、商品又は役務の出所を識別及び区別する作用を発揮できないため、商標としての顕著な特徴に欠ける。特定の自然人の特有の音色で呼びかける文字、フレーズなどの音声は、その音色の識別性及び独自性によって商標として必要な顕著な特徴を当然に備えるのではなく、関連公衆が、商品又は役務の出所を識別及び区別する標章としてこれを識別できるか否かによって、その顕著な特徴を判断しなければならない。

例：

簡単なメロディで「あなたがお金持ちになりますように」と歌う。

普段の語調で「いらっしゃいませ」と呼びかける

普段の語調で「人は千里を歩き、声は私を感動させる」と呼びかける

普段の語調で「レミーマルタンを開けると、自然と幸運がやって来る」と呼びかけるなど。

6. その他の商品又は役務の出所を区別する作用を発揮できない音声を商標として登録出願する場合、当該音声は商標としての顕著な特徴に欠ける。

(二) 使用により獲得される顕著な特徴

商標法の関連規定に従い、標章は、長期間又は広範囲な使用を経て、商品又は役務の出所を識別及び区別する作用を発揮できるようになり、顕著な特徴を獲得する。出願人は、商標出願又は審査意見書への応答の過程で、特定の音声の実際の使用状況、及びすでに特定の商品又は役務との間に安定

した関係が構築されていることを証明するために用いる十分な使用証拠を提出しなければならない。

出所：国家知識産権局ウェブサイト

https://www.cnipa.gov.cn/art/2023/12/29/art_66_189401.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・解釈など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など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。