

# 商標登録のための商品及び役務の分類の 正確な理解に関するガイドライン

経営主体が商標登録のための商品及び役務の分類の目的、役割、方法など関連する内容を正確に理解することを支援し、商標の登録出願、維持及び保護などにおけるレベルと効果を向上させるため、本ガイドラインを制定する。

## 一、 商標登録のための商品及び役務の分類の概念及び役割

登録商標専用権とは、商標登録者が享有する、その登録商標を、登録された商品又は役務で独占使用する権利であり、他人は許可なく同一又は類似の商品又は役務に当該商標と同一又は類似の商標を使用してはならない。

登録商標の使用を認められる商品及び役務の範囲は、商標図面と同じであり、登録商標専用権の範囲を決定する役割を有する。関連する経営主体は、商標登録のための商品及び役務の分類の目的、役割、方法などの内容を正確に理解し、商標の登録出願及び使用過程で正確に運用しなければならない。

## 二、 中国の商標登録のための商品及び役務の分類方式と特徴

統一の分類基準を構築し、共通の分類体系を形成するため、各国は 1957 年にフランスのニースにおいて協定を締結し、「標章の登録のための商品及びサービスの国際分類」（「ニース分類」）が作成された。中国は、1988 年からニース分類の商品部分の採用を開始し、1993 年からニース分類の役務部分の採用を開始し、さらに 1994 年に当該協定に加入した。

中国商標管理部門は、ニース分類に基づき、その体系、内容及び規則を援用し、さらに実際の状況を参照して中国で常用される商品及び役務項目の名称を追加するとともに、各カテゴリーの商品及び役務項目を区分して類似群とし、「類似の商品及び役務区分表」（以下「区分表」という）を制定した。「区分表」は、商標審査時に類似の商品及び役務を判断する参考となり、行政機関や司法

機関が商標案件を処理する時にも類似の商品及び役務を判断する際の参考となる。

「区分表」は現行のニース分類と同じく、商品及び役務を 45 のカテゴリーに分け、このうち 1-34 類が商品であり、35-45 類が役務であり、合計で 1 万余の基準商品及び役務項目が含まれる。ニース分類は毎年 1 回改訂され、これに伴い「区分表」も調整される<sup>1</sup>。さらに、商標管理部門は「区分表」のほか受け付けられる商品及び役務項目の名称を定期的に公表している<sup>2</sup>。

「区分表」は、カテゴリーごとに対応する見出し、注釈、類似群、具体的な商品又は役務項目がある。カテゴリーの見出しは、当該カテゴリーに属す商品又は役務項目の大まかな範囲を示す(例:「区分表」第 41 類の見出しは「教育、訓練の提供、娯楽、娯乐的運動活動」である)。注釈は、当該カテゴリーが主にどのような商品又は役務項目を含むか、含まないかについての説明である(例:「区分表」第 32 類の注釈部分に、当該カテゴリーは主にアルコールを含まない飲料及びビールを含むと示され、且つ特に含む、特に含まない具体的な商品項目が列挙される)。類似群は、関連する群の商品又は役務が集約されている(例:類似群「0613 金属容器」)、類似群には具体的な商品又は役務項目が列挙されている(例:アコーディオン 150001)。一部の類似群の下に「注」の形式で、同一の類似群ではないが類似の商品又は役務であることが成立するクロスサーチなどの関連する特殊な状況について、詳細に説明されている(例:類似群 1207「注」部分に、当該類似群と 1211 類似群とは類似していると示されている)。

「区分表」に列挙されている商品又は役務は、必ずしも完全な並列関係ではなく、ある商品又は役務の間に包含又は重複関係が存在する可能性があり、出願人は使用時に実際の経営及び使用の必要に基づいて合理的に選択すればよ

---

<sup>1</sup>「区分表」の調整は、商品及び役務の類似関係の判断に一定の影響を与える可能性があるため、関連する判断基準は、「北京市高級人民法院商標権利付与・権利確認行政案件審理指南」の 15.13 及び 19.10 などの規定を参照する

<sup>2</sup>基準商品及び役務と同様に、中国商標ネット-商標照会ページ-商品/役務項目欄で照会することができる

い。

### 三、商品及び役務項目の申請

商標法及びその実施条例の関連規定に従い、出願人は、商標の登録出願時に、ニース分類に依拠するとともに、出願時に施行されていた「区分表」に照らして出願しなければならず、「区分表」に列挙されている基準の商品又は役務の名称を出願してもよく、「区分表」に分類されていないが受け付けられる商品又は役務の名称を出願してもよい。

「区分表」に分類されていない商品又は役務については、基準名称と対照し、カテゴリーの見出し、注釈などに基づいて出願しなければならず、上記の基準に基づいて分類できない場合は、商品及び役務分類の原則<sup>3</sup>に従い、出願する。

出願人が「区分表」に分類されていない商品又は役務の名称を出願する時は、名称が明瞭で正確であることが確保されているとともに、出願する商品又は役務とその他の項目とを十分有効に区別できなければならず、あいまいな使用又は不明瞭な指示、範囲や意味の不詳、社会主義的道德観にとって有害又はその他の悪影響がある単語などを回避しなければならず、さらに、出願する名称は中国で汎用される言語・文字・約物の表現方式に合致していなければならず、簡体字を使用して記述しなければならない。関連する具体的な注意事項及び記載例は、中国商標ネットの関連内容を参照する<sup>4</sup>。

出願人は、商品又は役務に関連する説明資料を添付することができるが、当該資料の役割は、商品又は役務の名称を解釈、説明することのみに限定され、具体的な項目の構成部分には属さないものとする。

### 四、同一又は類似の商品又は役務の判断

商標法第 30 条及び第 31 条の規定に従い、同一又は類似の商品又は役務

<sup>3</sup> 「商標審査審理指南」第二部分第六章の関連内容を参照する

<sup>4</sup> 商標登録のための商品及び役務項目の出願指南 <http://sbj.cnipa.gov.cn/sbj/sbsq/sphfwfl/>

において、先の出願又はすでに登録された商標が存在する場合、後の同一又は類似の商標は登録することができない。従って、具体的な商品又は役務の間に類似関係が成立するか否かについては、商標の登録出願及び保護にとって重要な意義がある。

商標登録の秩序を安定させ、審査の審理効率を向上させ、審査基準を統一するため、類似商品又は役務の判定は「区分表」を参照しなければならない。同一の商品又は役務とは、一般的に名称が同一の商品又は役務を指し、また、名称は異なるが実質的に同一で、一般的に関連公衆が、同一の物事に属す商品又は同一方式の役務であると認識している場合も存在する。

類似商品とは、商品の機能、用途、製造部門、販売ルート、消費対象などにおいて密接な関係がある商品を指す。類似役務とは、役務の目的、内容、方式、対象などにおいて密接な関係がある役務を指す。

「区分表」では、類似関係が存在する商品又は役務を区分して類似群とし、類似群は、商品又は役務の類似関係を判断するための重要な参考となる。大多数の状況では、「区分表」のうち同一の類似群の商品又は役務の間には類似が成立し、異なる類似群の商品又は役務の間には原則として類似が成立しない。

例：

類似群「2111 断熱用具」内の商品と類似群「2112 家事用品」内の商品とは類似が成立する商品ではない。

ある特定の状況では、同一の類似群の商品又は役務項目の間のすべてに類似が成立するとは限らない。区分表では類似関係に従ってこのカテゴリーの商品又は役務項目がさらにいくつかの部分に分けられ(一般に(一)(二)を用いて表示される)、同一部分の商品又は役務の間には原則として類似が成立し、異なる部分の商品又は役務項目との類似関係は、関連する類似群の後の「注」部

分を参照して具体的に判断する必要がある。

例：

類似群「1703 ゴム、樹脂、繊維製品」内の商品が四つの部分に分けられるとともに、その後の「注」に、各部分の商品は類似せず、且つ第(四)部分の各商品は互いに類似しないと示されている。

ある特定の類似群又は単独の商品又は役務項目について、その他の類似群との間に、又はその他の類似群のうちの関連する商品又は役務との間に、クロスサーチ状態又は類似が成立する状況が存在する可能性がある。この状態もまた、関連する類似群の後の「注」部分を参照して具体的に判断する必要がある。

例：

類似群「0907 通信型ナビゲーション装置」の後の「注」に、当該類似群の「電話機」商品と類似群 0903 の「ファクシミリ装置、ファックス」とは類似が成立する商品であると明示されている。且つ当該類似群と、第 9 版及びそれ以前のバージョンの類似群「2601 携帯ストラップ」とはクロスサーチ状態である。

「区分表」でカバーされていない商品又は役務の類似関係の判断については、関連公衆の一般的な認知力に基づくとともに、具体的な商品の機能、用途、主要原料、製造部門、消費対象、販売ルートなどの要素、又は役務の目的、内容、方式、対象、場所などの要素を合わせて考慮し、総合的に判断しなければならない。

商標登録審査及び拒絶査定不服審判案件の審理においては、原則として「区分表」を判断の根拠とし、商標の異議申立て、登録不許可の復審、無効宣告案件審査の審理において商品又は役務の類似に関して判定する場合は、「区分表」を参照し、且つ「商標審査審理指南」の関連原則を参照して個別に判定

を行う。個別の審査の審理において、実際の状況を参照し、「区分表」の範囲にはないが、一定の類似関係がある商品又は役務について、混同の可能性を判断した上で処理を行う。

## 五、異なる段階の、関連する注意事項

商標の登録出願、使用及び権利維持など異なる段階で、経営主体は、商品及び役務分類の本質を積極的に理解し、正確に運用しなければならない。具体的な注意事項は以下の内容を含むがこれに限定されない。

商標登録出願時は、まず出願人の実際の必要に応じ、「区分表」に基づいて指定の商品又は役務項目を合理的に選択しなければならない。分類基準及び役割などに対する無理解により実際の使用意図がない商標登録を大量に出願することを回避しなければならない。具体的な商品又は役務項目に対する誤解による関連商標の登録出願を回避しなければならない。

例：

1. 服装関連の製造をメイン業務とする企業は、企業自体の必要に応じて第 25 類から関連商品を選択し、登録出願すればよいが、一般的に、経営範囲とは無関係な、例えば類似群「0713 縫製、製靴工業用機械」

「3501 広告」「3901 運送及び運送の包装役務」などの商品又は役務で商標登録出願する必要はない。

2. 類似群「3503 他人のための販売促進」は、他人の商品又は役務の市場における販売量又は需要を増加させることを支援するため、具体的な提案、立案、コンサルティングなどの役務を提供することを意味する。通常、小売りに従事し又は卸売りの方式で消費者に直接自己の商品又は役務を販売提供している経営主体は、このカテゴリーで商標を登録出願する必要がない。

指定の商品又は役務項目を最初に確定した後、出願人は、十分に事前サーチを行わなければならない。具体的には、指定の商品又は役務項目と同一又は類

似の商品又は役務項目について、同一又は類似の標章をサーチすることにより、先の商標が存在するために商標出願が拒絶されることを回避する。

例：

経営主体は「皮革の手入れ、洗淨及び補修」役務で商標登録出願をするとき、「区分表」を照会して、当該商品が第 37 類類似群「3716 衣服、皮革の補修、保護、洗淨役務」の商品に属すと確定したが、さらに、当該類似群の後の「注」部分に、当該役務は、類似群 4010 の「皮革修理、製革」などの商品にも類似するため、サーチ時には上記二つの類似群を同時にサーチする必要があると明示されていた。

連続 3 年不使用の商標に対する取消請求の過程において、経営主体は、「区分表」に基づいて、商標の実際の使用業務が「認定商品」での使用の要件に適合しているか否かを判断すればよい。原則として、実際に使用される商品及び役務項目は、登録承認された商品及び役務と一致していなければならない<sup>5</sup>。

商標権の維持過程において、経営主体は、「区分表」の類似の商品及び役務の区分状況に基づいて、同一又は類似の商品及び役務で関連商標をモニターすることができ、且つ商標自体の知名度、識別性などの状況を参照して、一部の商標について適切に監視範囲を拡大してもよい。

商標の異議申立て、無効宣告、取消、訴訟などの手段を用いることで権利者の権利又は権益を維持する場合も、「区分表」の類似の商品及び役務の区分状況に基づいて合理的な主張範囲を確定する必要がある。

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\\_189403.html](https://www.cnipa.gov.cn/art/2023/12/29/art_66_189403.html)

<sup>5</sup>実務上、実際に使用される商品と使用を認められた商品とが「同一商品」であるか否かの判断については、「北京市高級人民法院商標権利付与・権利確認行政案件審理指南」19.8 の関連規定を参照する

※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。