

下編
商標審査及び審理編

目次

第一章 総論	15
1. 審査・審理の適用に関する基本原則.....	15
1.1 信義誠実の原則.....	15
1.2 登録を主とし、使用を補充とする原則	15
1.3 適法な先行権利の保護原則.....	16
1.4 基準運用の一貫性の原則と個別事案審査の原則.....	16
1.5 権利濫用防止の原則.....	17
2. 審査及び審理の範囲	18
2.1 絶対的理由と相対的理由	18
2.2 商標登録出願の実体審査	18
2.3 商標異議申立の審査.....	19
2.4 商標審判の審理.....	19
2.5 登録商標の取り消しに係る審査	20
2.6 登録商標の譲渡に係る審査.....	20
2.7 職権に基づく自主的登録商標無効審判	21
3. 基本概念.....	21
3.1 商標.....	21
3.2 商標の顕著な特徴	22
3.3 商標の同一と類似	22
3.4 同一と類似商品又は役務	23
3.5 混同.....	24
3.6 商標の使用	25
3.7 不正な手段と悪意	25
第二章 使用を目的としない悪意のある商標登録出願の審査及び審理.....	26
1. 法的根拠.....	26
2. 解釈.....	27

3. 適用要件.....	27
4. 考慮要素.....	28
4.1 出願人の基本的な状況.....	28
4.2 出願人の商標登録出願に係る全体的な状況.....	28
4.3 商標の具体的な構成.....	28
4.4 出願人の商標登録出願過程中及び商標登録を受けた後の行為.....	29
4.5 異議、審判手続中の関係証拠.....	29
4.6 その他の考慮要素.....	29
5. 適用状況.....	30
6. 典型的事案例.....	31
6.1 商標登録出願数が巨大で、明らかに正常な経営活動に係る必要性を超過し、 真実の使用意思に欠け、商標登録の秩序を乱すもの.....	31
6.2 多数の主体の一定の知名度又は比較的強い顕著性がある先行商標を大量 に複製、模倣、剽窃し、商標登録の秩序を乱すもの.....	33
6.3 同一主体の一定の知名度又は比較的強い顕著性がある特定商標を繰り返 して登録出願し、商標登録の秩序を乱すもの.....	34
6.4 他社の商号、企業名称の略称、電子商取引運営者の名称、ドメイン名、一 定の影響力のある商品の名称、包装、装飾、他人の知名かつ識別力を獲得して いる広告のスローガンや、デザインなどの商業標章と同一又は類似の標章を 大量に登録出願するもの.....	35
6.5 著名人の氏名、著名作品又は役柄の名称、他人の知名かつ識別力を獲得し ている美術作品などの公共文化資源と同一又は類似の標章を大量に登録出願 するもの.....	36
6.6 行政区画の名称、山河の名称、観光地の名称、建築物の名称など同一又 は類似の標章を大量に登録出願するもの.....	37
6.7 指定商品又は役務における一般名称、業界用語、商品又は役務の品質、主 要な原料、機能、用途、重量、数量などを直接的に表示する顕著性に乏しい標 章を大量に登録出願するもの.....	39
6.8 大量に商標登録出願をし、大量に商標を譲渡し、かつ譲受人が比較的分散 し、商標登録の秩序を乱すもの.....	39
6.9 出願人に、不正な利益の獲得を目的に大量に販売し、商標の先使用者又は	

他人に事業連携の強要、高額の譲渡費用、使用許諾料又は権利侵害に対する賠償金などを請求する行為があるもの.....	40
6.10 その他悪意のある商標登録出願行為があると認定できるもの.....	40
第三章 商標として使用してはならない標章の審査及び審理.....	43
1. 法的根拠.....	43
2. 解釈.....	43
2.1 中華人民共和国の国名、国旗、国章、国歌、軍旗、軍章、軍歌、勲章など と同一又は類似のもの、及び中央国家機関の名称、標章、所在地の特定場所又 は代表的な建築物の名称、図形と同一のもの.....	45
2.2 外国の国名、国旗、国章、軍旗などと同一又は類似のもの.....	46
2.3 政府間組織の名称、旗、徽章などと同一又は類似のもの.....	46
2.4 管理措置の実施及び保証の付与を示す政府の標章又は検査印と同一又は 類似のもの.....	47
2.5 「赤十字」、「赤新月」の名称、標章と同一又は類似のもの.....	47
2.6 民族に対する差別的扱いの性質を帯びたもの.....	48
2.7 欺瞞性を帯びており、商品の品質などの特徴又は産地について公衆に誤認 を生じさせやすいもの.....	48
2.8 社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすもの.....	49
2.9 地名を含む標章の審査及び審理.....	49
3. 具体的な適用.....	50
3.1 中華人民共和国の国名、国旗、国章、国歌、軍旗、軍章、軍歌、勲章など と同一又は類似のもの、及び中央国家機関の名称、標章、所在地の特定場所の 名称又は代表的な建築物の名称、図形と同一のもの.....	50
3.2 外国の国名、国旗、国章、軍旗などと同一又は類似のもの.....	52
3.3 政府間組織の名称、旗、徽章などと同一又は類似のもの.....	55
3.4 管理措置の実施及び保証の付与を示す政府の標章又は検査印と同一又は 類似のもの.....	56
3.5 「赤十字」、「赤新月」の名称、標章と同一又は類似のもの.....	56
3.6 民族に対する差別的扱いの性質を帯びたもの.....	57
3.7 欺瞞性を帯びており、商品の品質などの特徴又は産地について公衆に誤認 を生じさせやすいもの.....	57

3.8	社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすもの.....	70
3.9	地名を含む商標.....	88
第四章	商標の顕著な特徴の審査及び審理.....	94
1.	法的根拠.....	94
2.	解釈.....	94
2.1	その商品の一般名称、図形、規格にすぎないもの.....	94
2.2	商品の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接的に表示したにすぎないもの.....	95
2.3	その他の顕著な特徴に欠けるもの.....	96
2.4	使用により顕著な特徴を獲得したるもの.....	97
3.	具体的な適用：顕著な特徴に欠けるもの.....	98
3.1	その商品の一般名称、図形、規格にすぎないもの.....	98
3.2	商品の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接的に表示したにすぎないもの.....	100
3.3	その他の顕著な特徴に欠けるもの.....	106
3.4	顕著な特徴がない標章を含む商標の審査.....	114
4.	具体的な適用：使用により顕著な特徴を獲得したるもの.....	116
第五章	商標の同一又は類似の審査及び審理.....	119
1.	法的根拠.....	119
2.	解釈.....	119
3.	判断の原則と方法.....	120
3.1	分離観察、全体観察と要部観察の比較の方法.....	120
3.2	関連考慮要素.....	121
4.	具体的な適用：商標の同一に関する審査.....	122

4.1 文字商標の同一の審査.....	122
4.2 図形商標の同一の審査.....	123
4.3 結合商標の同一の審査.....	124
5. 具体的な適用：商標類似の審査.....	125
5.1 文字商標類似の審査.....	125
5.2 図形商標の類似の審査.....	153
5.3 結合商標の類似の審査.....	154
6. 具体的な適用：一般商標、団体商標及び証明商標の同一又は類似の審査...	161
第六章 立体商標の審査及び審理	163
1. 法的根拠.....	163
2. 解釈.....	163
3. 立体商標の実体審査	164
3.1 立体商標の使用禁止条項の審査	164
3.2 立体商標の顕著な特徴の審査.....	164
3.3 立体商標の機能性の審査	172
3.4 立体商標の同一又は類似の審査	175
4. 立体商標の実体審査時のその他の注意事項.....	179
第七章 色彩結合商標の審査及び審理	181
1. 法的根拠.....	181
2. 解釈.....	181
3. 色彩結合商標の実体審査.....	182
3.1 色彩結合商標の使用禁止条項.....	182

3.2 色彩結合商標の顕著な特徴の審査.....	183
3.3 色彩結合商標の同一又は類似の審査.....	186
第八章 音商標の審理と審査.....	189
1. 法的根拠.....	189
2. 解釈.....	189
3. 音商標の実体審査.....	190
3.1 音商標の使用禁止条項の審査.....	190
3.2 音商標の顕著な特徴の審査.....	190
3.3 音商標の同一又は類似の審査.....	194
第九章 団体商標、証明商標の審査及び審理.....	195
1. 法的根拠.....	195
2. 解釈.....	196
3. 団体商標と証明商標の審査.....	196
3.1 団体商標と証明商標の使用禁止条項の審査.....	197
3.2 団体商標と証明商標の顕著な特徴の審査.....	198
3.3 団体商標と証明商標の同一又は類似の審査.....	199
3.4 他の意味を有しない県級以上の行政区画の地名を含む団体商標と証明商標の審査.....	200
4. 団体商標と証明商標の特有の事項に係る審査.....	204
4.1 団体商標特有の事項に係る審査.....	204
4.2 証明商用特有の事項に係る審査.....	206
5. 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標標章の審査.....	209
5.1 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の使用禁止条項	

の審査	209
5.2 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の顕著な特徴の審査	213
5.3 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の同一又は類似の審査	215
6. 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の特有の事項に係る審査	217
6.1 指定商品の審査	218
6.2 出願人の権利能力の審査	219
6.3 地理的表示により表示された地域の県級以上の人民政府又は業界主管部門の承認書類の審査	219
6.4 出願人の監督検査証明能力の審査	220
6.5 地理的表示により表示された生産地域の範囲の審査	221
6.6 地理的表示製品の特定の品質、評判又はその他の特徴と当該地域の自然的要素、人文的要素との関係についての説明の審査	221
6.7 地理的表示が客観的に存在すること及びその評判に係る証明資料の審査	224
6.8 使用管理規則の審査	225
6.9 外国人又は外国企業による地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の出願の審査	228
第十章 他人の馳名商標の複製、模倣又は翻訳の審査及び審理	229
1. 法的根拠	229
2. 解釈	230
3. 馳名商標の認定原則	230
3.1 事案ごとの個別の認定原則	230
3.2 受動的保護の原則	231
3.3 必要性に応じた認定原則	231
3.4 信義誠実原則	231

4. 適用要件.....	231
4.1 「商標法」第十三条第二項の適用要件	231
4.2 「商標法」第十三条第三項の適用要件	232
5. 馳名商標の判断.....	232
5.1 関連公衆.....	232
5.2 勘案要素.....	232
5.3 関係証拠.....	233
5.4 馳名性の認定におけるその他の証拠要件.....	234
5.5 馳名商標所有者による馳名商標保護の再請求	235
6. 他人の馳名商標の複製、模倣又は翻訳に係る判断.....	235
6.1 複製.....	235
6.2 模倣.....	235
6.3 翻訳.....	235
7. 混同・誤認の可能性に係る判断.....	236
7.1 混同・誤認の主要な状況	236
7.2 混同・誤認の判断に係る要件.....	236
7.3 混同・誤認の可能性の判断における勘案要素	236
8. 悪意のある登録の判断.....	237
9. 典型的事案例	237
第十一章 被代理人又は被代表者の商標を無断で登録した場合の審査及び審理..	241
1. 法的根拠.....	241
2. 解釈.....	241
3. 適用要件.....	241

4.	代理関係、代表関係に係る判断.....	241
4.1	代理人・代表者の意味.....	241
4.2	代理人・代表者の無断登録行為の認定.....	242
4.3	代理関係、代表関係の存在を証明する証拠.....	242
5.	被代理人・被代表者の商標.....	243
5.1	被代理人の商標.....	243
5.2	被代表者の商標.....	243
6.	代理人・代表者が商標登録に係る授權をされたかについての判断.....	243
7.	典型的事案例.....	244
7.1	代理人が自らの名義で被代理人の商標を登録した場合.....	244
7.2	代表者が自らの名義で被代表者の商標を登録した場合.....	245
第十二章	特定の関係者による他人の先使用商標の抜け駆け登録に係る審査及び審 理.....	246
1.	法的根拠.....	246
2.	解釈.....	246
3.	適用要件.....	246
4.	「先使用」の判断.....	246
5.	契約、業務上のやり取り関係及びその他の関係についての判断.....	247
5.1	契約、業務上のやり取り関係及びその他の関係の意味.....	247
5.2	よく見られる契約、業務上のやり取り関係.....	247
5.3	よく見られるその他の関係.....	248
5.4	契約、業務上のやり取り関係及びその他の関係の存在を証明する証拠.....	248
6.	典型的事案例.....	248

6.1 営業住所が近いことにより他人の商標の存在を知らず登録出願をした場合	248
6.2 他人と委託加工関係にあることにより他人の商標の存在を知らず登録出願をした場合	249
第十三章 商標代理機構による商標登録出願の審査及び審理.....	251
1. 法的根拠.....	251
2. 解釈.....	251
3. 商標代理機構による商標登録出願の審査	252
第十四章 他人の先行権利の侵害に関する審査及び審理.....	253
1. 法的根拠.....	253
2. 解釈.....	253
3. 先行権利の具体的な審査審理.....	253
3.1 商号権	253
3.2 著作権	254
3.3 意匠権	256
3.4 氏名権	256
3.5 肖像権	258
3.6 地理的表示	259
3.7 一定の影響がある商品或いは役務の名称、包装、装飾	260
3.8 その他の保護すべき適法な先行権利・利益	261
第十五章 他人が既に使用している一定の影響のある商標の抜け駆け登録に係る 審査及び審理	264
1. 法的根拠.....	264

2. 解釈.....	264
3. 適用要件.....	264
4. 既に使用されており一定の影響力を有する商標の判断	265
4.1 定義.....	265
4.2 証拠資料.....	265
4.3 期日	266
5. 不正な手段の判断.....	266
6. 典型的事案例.....	266
第十六章 欺瞞的な手段又はその他の不正な手段により登録された商標の審査及び 審理	270
1. 法的根拠.....	270
2. 解釈.....	270
3. 適用要件.....	270
3.1 欺瞞的な手段によって商標登録を受ける行為	270
3.2 その他の不正な手段によって商標登録を受ける行為	271
第十七章 登録商標取消事案の審査及び審理	273
1. 法的根拠.....	273
2. 解釈.....	274

3. 登録商標、登録権者の名義、住所又はその他の登録事項の無断変更があるか 否かについての判断	274
4. 登録商標が指定商品の一般名称となっているか否かについての判断	275
4.1 定義	275
4.2 判断	275
4.3 適用要件	276
5. 登録商標の連続3年間不使用に係る判断	276
5.1 定義と起算時間	276
5.2 商標使用の判断	276
5.3 商標を指定商品に使用する具体的な方式	277
5.4 商標を指定役務に使用する具体的な方式	278
5.5 係争商標が連続3年間不使用に当たらないことの挙証責任は、係争商標の 登録権者にある	278
6. 典型的事案例	279
 第十八章 「商標法」第五十条の審査及び審理	 282
1. 法的根拠	282
2. 解釈	282
3. 適用要件	282
 第十九章 審査意見書	 284
1. 法的根拠	284
2. 解釈	284

3. 適用状況.....	285
--------------	-----

第一章 総論

1. 審査・審理の適用に関する基本原則

1.1 信義誠実の原則

信義誠実の原則は民法の基本原則の一つであり、商標専用権は民事権利に該当するため、民法の基本原則は、当然に商標の登録・使用、管理や保護などの様々な法律関係に適用される。そのため、「商標法」では、総則部分において商標の登録出願と使用は、信義誠実の原則に従わなければならないと明確に規定している。

商標登録出願及び使用の過程において、信義誠実の原則を貫き、当事者とその商標代理機構は誠実で、信用を守り、善意のある主観性を持ち、かつ次の行為を確保しなければならない。すなわち、違法な手段と知りながら、又は脅迫的手段で登録を受けようとすることなく、法令の規定に沿って商標登録出願又は他の商標関連事務を行う。偽装、隠蔽、偽造、詐欺の目的で登録を受けようとすることなく、商標登録出願のために申告した事項及び提出した資料は真実、正確、完全なものでなければならない。公共の利益や他人の権利を害する方法で登録を受けようとすることなく、知っている又は知るべき社会公共利益、他人の商標権又はその他の先行権利を適切に回避し、社会公共利益又は他人の権利を損う方法で登録を得ようとしてはならない。

1.2 登録を主とし、使用を補充とする原則

中国における商標専用権取得は、登録主義を基本原則とし、自己意思による登録を主とし、強制登録を補充とする登録制度を採用している。すなわち、商標専用権取得の法定手続は、商標登録出願である。一般的に、商標登録出願をするかは、商標の使用者が自らの実際のニーズによって決定し、法律による強制的拘束を受けない。しかし、法律や行政法規の規定に基づき、登録商標を使用しなければならない商品については、商標登録出願をしなければならない。また、登録を許可されない場合には市場で販売してはならない。また、商標登録出願について、使用を目的とする制度の本質に立ち返り、登録主義の厳格な運用により不公平な結果を招くという制度上の欠陥を補充するために、使用原則の理念を併せて取り入れ、登録出願商標の使用要件を強化し、先使用の未登録商標に対して法に基づき一定の保護を与えている。

審査及び審理の過程において、登録を主とし、使用を補充とする原則を貫く。一つ目として、商標登録出願が真実の生産経営活動ニーズに応じ、実際の使用を目的とする内在的要件

に基づくものであると正確に把握し、法に基づき使用を目的としない悪意のある商標登録出願を拒絶することである。すなわち、商標を真実かつ正当な生産経営に使用しようとする意思に欠け、又は商標使用の可能性が実際にはないと合理的に推定される悪意のある商標登録出願行為を抑制する。二つ目として、法に基づき先使用が認められる未登録商標に対し、一定の保護を与えることである。例えば、同一又は類似の商品又は役務の範囲において、他人が中国で登録していない馳名商標を複製、模倣又は翻訳した商標の登録を許可せず、その使用を禁止すること、契約、業務提携関係又はその他の関係に基づく他人の先使用商標の登録を禁止すること、他人が既に使用し、一定の影響力を有する商標を不正な手段で抜け駆け登録することを禁止することなどが挙げられる。三つ目として、請求に基づき、正当な理由なく3年連続で使用されていない登録商標を取り消すことである。先願主義を採用し、使用を補充とするということは、2以上の出願人が、同一の商品又は役務、又は類似の商品又は役務において、同一又は類似の商標を登録出願したときには、初歩査定を経て先願商標を公告し、また、同日に出願したときには、初歩査定を経て先使用商標を公告し、他人の出願を拒絶するという運用に具現化されている。

1.3 適法な先行権利の保護原則

本原則における適法な先行権利とは、商標登録出願の出願日前に、他人が既に法に基づき取得した、又は法に基づき享受し、法に基づき保護される権利をいう。これには先行登録により取得した商標権及び先願、先使用の商標のみならず、著作権、意匠権、氏名権、肖像権、登録・使用により一定の影響力を有する企業の商号及び一定の影響力を有する商品又は役務の名称、包装、装飾などその他の適法な先行権利と保護すべき適法な権利・利益も含まれる。

審査及び審理の過程において、適法な先行権利を保護しなければならない。すなわち、登録出願する商標は、他人の適法な先行権利と抵触してはならず、他人の既存の適法な先行権利を害してはならない。他人の適法な先行権利が存在することは、商標登録の阻却事由にも、登録商標の無効事由にもなる。

1.4 基準運用の一貫性の原則と個別事案審査の原則

基準運用の一貫性の原則と個別事案審査の原則は、共に商標審査及び審理で遵守する重要な原則であり、法律原則の一貫性と事案事実の相違点との弁証法的な一致を具現化するものでもある。

基準運用の一貫性の原則とは、商標登録出願、異議申立、拒絶査定不服審判、無効審判など各種商標事案の審査及び審理の過程において、法律の適用及び基準の運用をする上で、結

論が正しい先行事案との整合性、一貫性を保ち、「同じような状況を同じように処理すること」を強調しなければならない。基準運用の一貫性の原則は、実際には同じような事案について、異なる判断が出される現象を避けるように、商標法の適用に体系性と予見性を求めるものである。

基準運用の一貫性の原則に従うとともに、商標審査及び審理では、個別事案審査の原則を遵守しなければならない。個別事案審査の原則について、商標事案によって、商標の指定商品又は役務、商標の顕著性と知名度、商標の使用状況、消費者層、販売ルート、消費者が払う注意力などの事実には差異が存在し、商標審査の基準点、すなわち関連公衆の認知は、社会全体環境と商標使用状況の影響により変化するものであることから、適用基準の一貫性は、必然的に結論が一致することを意味するものではない。商標審査の諸手続の審査及び審理時に考慮する要素、当事者が提出した証拠、事案の状況の動的変化などの要素が異なる場合には、同一商標であって、かつ、審査及び審理時の適用基準が同じであっても、異なる結論が出る可能性もある。したがって、商標の審査及び審理過程において、先行事案例に採用された基準をそのまま踏襲することを避け、総合的に多要素を考量しなければならない。個別事案審査の原則として「状況に応じて処理すること」を強調しているのは、商標当事者の利益を平等に保護する上での要件を具現化するためである。

1.5 権利濫用防止の原則

「民法典」第三百三十二条の規定に基づき、民事主体は、民事権利を濫用し、国益、公共の利益又は他人の適法な権利・利益を害してはならない。権利濫用禁止の原則とは、一切の民事権利の行使がその正当な限界を超えてはならず、さもなければ、権利の濫用になり、責任を負わなければならないことをいう。民事権利行使の一般原則として、同原則は学問上の原理や理論で往々にして信義誠実原則の具体化と認識されるにもかかわらず、なお一般条項の性質を有している。一方、「知的所有権の貿易関連の側面に関する協定」（以下「TRIPS 協定」とする）の「前文」に記載されたように、知的所有権が私権であることからすると、私法上の権利濫用禁止原則は商標法においても、適用される可能性が高い。民事主体による商標登録出願は、実際の使用意思があつて、商標使用のニーズへの対応を目的とし、使用能力にふさわしいものとしなければならない。その商標登録出願行為は、合理性と正当性を持たなければならない。商標出願人が使用能力又は使用意思を有することなく、商標の大量出願を行い、さらに登録後に、値上りを待って売る、又は他人の邪魔をする行為は、不正に商標資源を占有し、かつ商標登録の秩序を乱し、商標権の濫用に該当するため、信義誠実の原則に照らし、その出願又は請求を支持しないようにしなければならない。

2. 審査及び審理の範囲

2.1 絶対的理由と相対的理由

「商標法」における登録出願に対する拒絶理由は、その性質によって、絶対的理由と相対的理由の2種類に分けることができる。絶対的理由と相対的理由を区別することは、法律の適用、関係手続、請求人の権利能力、請求時効及び審査及び審理の範囲を区別していく上で、重要な意義がある。

2.1.1 絶対的理由

絶対的理由は、商標法上の顕著性、非機能性及び公共の利益の違反に関するものであり、特定権利者への影響を考慮せず、絶対性を有し、一般的に商標登録部門が職権に基づいて自主的に審理する範囲に該当するものとなる。これらには、「商標法」第四条に定める使用を目的としない悪意のある商標登録出願、第十条に定める商標として使用してはならない標章、第十一条に定める顕著な特徴に欠け、商標として登録してはならない標章、第十二条に定める機能性を有する登録してはならない立体的形状、第十九条第四項に定める商標代理機構が登録出願してはならない、代理サービス範囲外の商標、第四十四条に定める欺瞞的手段や他の不正な手段で登録を受けた商標が含まれる。

2.1.2 相対的理由

相対的理由は、他人の先行商標権のほか、他人の既存の先行権利などの損害に関するものであり、損害対象は特定主体の適法な権利・利益であって、相対性を有するものとなる。商標登録部門は、登録審査手続において、他人の先行商標権の存在を拒絶の理由とする場合を除き、相対的理由を職権に基づいて自主的に審理することができず、異議申立や審判手続において、当事者の請求に応じて審査及び審理を行うことしかできない。これらには、「商標法」第十三条に定める他人の馳名商標、第十五条に定める被代理人・被代表者の商標又はその他の特定関係者の商標、第十六条第一項に定める他人の地理的表示、第三十条に定める他人の登録商標又は初歩査定された商標、第三十一条に定める他人が先に出願した商標、第三十二条に定める他人既存の先行権利及び既に使用してかつ一定の影響力を有する商標が含まれる。

2.2 商標登録出願の実体審査

商標登録の実体審査業務として、商標登録出願に法律上の使用禁止の状況があるか、商標

が顕著な特徴を備えているか、立体商標が機能性を有するか、他人の先願又は先行登録した商標権と抵触するかについての審査に加え、使用を目的としない悪意のある商標登録出願や商標代理機構による代理サービス範囲外の商標登録出願を拒絶する。主として「商標法」第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十六条第一項、第十九条第四項、第三十条、第三十一条、第五十条を適用する。

「商標法」第十三条、第十五条、第三十二条の目的は信義誠実の原則を貫いて、馳名商標、先使用の未登録商標及び他人の既存の先行権利の保護を強化し、厳格な登録制度の不足点を補うことにある。私的自治による処分原則に従って、先行権利者又は利害関係者は、異議、登録不許可の決定に対する再審、無効審判請求手続において、法に基づき、商標登録部門に対して申し立て、明確な請求、事実と法的根拠の提示をし、相応の証拠を提供する必要がある。商標登録の実体審査には、「商標法」第十三条、第十五条、第三十二条の規定を適用しない。

2.3 商標異議申立の審査

商標異議申立は、商標登録部門による初歩査定を経て公告された商標登録出願人の商標に対して、適格な主体が、法定期間内に異なる意見を提出し、商標登録部門が調査・確認をした後、法に基づいて、決定を下す制度である。

「商標法」第三十三条の規定に基づき、初歩査定を経て公告された商標について、公告の日より3か月以内に、本法律の第十三条第二項及び第三項、第十五条、第十六条第一項、第三十条、第三十一条、第三十二条の規定に違反していることを先行権利者或いは利害関係者が認識した場合、又は、本法律の第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十九条第四項の規定に違反していることを何人かが認識した場合、商標登録部門に異議を申し立てることができる。

商標異議申立の審査においては、上記の条項に基づいて審査及び審理の範囲が確定され、異議申立人が申し立てた異議理由と事実、被異議申立人の答弁理由と事実に基づき、被異議商標について、登録を許可するかどうかを決定する。

2.4 商標審判の審理

商標審判とは、「商標法」第三十四条、第三十五条、第四十四条、第四十五条、第五十四条の規定に基づく、商標係争事案の審理をいう。拒絶査定不服審判、登録不許可の決定に対する再審、無効審判請求、職権に基づく無効審判の不服審判、登録商標取消不服審判の事案であり、事実を基に、法に基づいて審判する。

審判事案については、「商標法」第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十三条第二項

と第三項、第十五条、第十六条第一項、第十九条第四項、第二十二條、第三十條、第三十一條、第三十二條、第四十四條、第四十九條、第五十條を適用する。

商標審判の審理範囲には、以下が含まれる。

(1) 拒絶査定不服審判事案においては、拒絶査定の内容と、請求人が不服審判を請求する事実、理由、請求及び審判時の事実の状態について審理する。登録出願に係る商標に「商標法」第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十六条第一項、第十九条第四項の規定に違反する事由を発見した場合であって、上記の条項に基づいて、拒絶査定がされていないときは、請求人の意見を聴取した上で、上記の条項に基づき、拒絶査定不服審判の決定を下すことができる。

(2) 登録不許可の決定に対する再審の事案においては、登録不許可の決定の内容と、請求人が再審を請求した事実、理由及び原異議申立人が申し立てた意見について審理する。

(3) 無効審判請求事案においては、当事者による請求・答弁の事実、理由及び請求について審理しなければならない。

(4) 職権に基づく無効審判の再審事案においては、無効審判の決定の内容と、請求人が不服審判を請求した事実、理由及び請求について審理しなければならない。

(5) 登録商標取消の不服審判事案においては、登録商標取消又は維持の決定の内容と、当事者が不服審判を請求した際に準拠した事実、理由及び請求について審理しなければならない。

2.5 登録商標の取り消しに係る審査

商標登録者が、自ら登録商標又は登録の関係事項を変更し、かつ、是正しない場合、商標登録部門は、登録商標を取り消す。

登録商標が使用を認められた商品の一般名称になり、又は正当な理由なく3年連続で使用されていない場合、いかなる組織又は個人も、当該登録商標の取り消しを請求することができ、商標登録部門は、法に基づき審査し、決定を下す。

2.6 登録商標の譲渡に係る審査

登録商標の譲渡の際に、商標登録者が同一又は類似の商品において登録した同一又は類似の商標を一括で譲渡しなかった場合、商標登録機関から期限付きの是正を通知する。期間が満了したにもかかわらず、是正しなかった場合、当該登録商標の譲渡に係る申請を放棄したものとみなす。混同を生じやすい又は他の悪影響を及ぼす譲渡について、商標登録部門は承認しない。

2.7 職権に基づく自主的な登録商標の無効審判

登録商標について、登録出願や登録査定の時点において、「商標法」の第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十九条第四項及び第四十四条の規定に違反している場合、商標登録部門は、職権に基づいて、登録商標の無効を宣告する。法定の不服審判期間が満了した後、発効した無効宣告審決を公告する。

特定主体の民事権利・利益を損害するものである場合、当事者は、「商標法」第四十五条の規定に基づき、審判手続により、登録商標の無効審判を請求するものとする。

3. 基本概念

3.1 商標

商標は、商品や役務の出所を識別・区別するための標章である。自然人、法人又はその他の組織の商品と他人の商品とを区別できる文字、図形、アルファベット、数字、立体標章、色彩の組み合わせや音声など、並びにこれらの要素の組み合わせを含む標章は、全て商標として登録出願することができる。

自然人、法人又はその他の組織は、生産経営活動において、商品又は役務について商標専用権を取得する必要がある場合、商標登録出願をしなければならない。登録の許可を経た商標は登録商標となる。登録商標には、商品商標、役務商標、団体商標、証明商標が含まれる。商標登録者は、商標専用権を有し、法律によって保護される。商標専用権の範囲は、登録が許可された商標と使用が許可された商品又は役務に限定される。

商標登録出願の主体については、生産経営活動に従事するいかなる自然人、法人又はその他の組織であってもよい。自然人の名義で商標登録出願をする場合、出願人は個人事業主の営業許可証、農村請負経営契約又はその他自己が自然人の名義で生産経営活動に従事することを証明できる資料を提出しなければならない。各レベルの党機関、全国人民代表大会機関、行政機関、中国人民政治協商会議機関、監察機関、裁判機関、検察機関は、商標登録出願をすることができない。

登録商標出願に係る標章は、顕著な特徴を備えなければならない。顕著な特徴は商標の本質であり、顕著な特徴を備えていない標章は、商標としての機能を果たせないものである。

3.2 商標の顕著な特徴

商標の顕著な特徴は、商標の顕著性であり、商標標章が商標登録を受けるための前提条件である。商標の顕著性とは、商標が持つべき、関連公衆に商品又は役務の出所を十分に区別させることができる特徴をいう。具体的には、消費者に商品又は役務の出所を表示する機能と役割を備えた商標であると認識・記憶させることができるものである。商標の顕著性は、固有の顕著性であっても、使用により獲得したものであってもよい。固有の顕著性は、商標そのものが持つものである。使用による顕著性は、商標の使用を重ねたことにより獲得したものである。

3.3 商標の同一と類似

商標の同一とは、二つの商標における視覚効果又は音商標における聴覚において、完全同一又はほぼ差がないことをいう。ほぼ差がないとは、二つの商標におけるごく一部の副次的部分が完全には一致していないものの、主要な部分が完全に同一で、又は全体的にほぼ差がなく、通常の注意力では、関連公衆や一般消費者が視覚又は聴覚により両者を区別することが困難であることをいう。

商標の類似とは、文字、図形、アルファベット、数字、立体標章、色彩の組合せ及び音など、商標の構成要素に係る発音、視覚、意味や配列の順序などにおいて、一定の差異が存在するものの、全体的に差は大きくなく、同一又は類似の商品又は役務に使用した場合、関連公衆に商品又は役務の出所についての誤認混同を生じさせやすいものをいう。文字商標の類似については、主として外観、称呼、観念の三つを考慮しなければならないが、図形商標については、主として構図、外観及び着色を考慮し、結合商標については、全体的な表現形式だけでなく、顕著な部分についても考慮しなければならない。

商標の類似判断においては、商標そのものの外観、称呼、観念及び全体的な表現形式などから、関連公衆の通常の注意力を基準とし、分離比較並びに全体観察及び要部観察を組み合わせる方法で、商標標章そのものが同一又は類似であるかを判断しなければならない。分離比較について、商標の類似判断をする際には、商標を横に並べて比較してはならず、分離した状態でそれぞれ比較しなければならない。ただし、商標を審査する際の比較は、直接かつ分離をしていない状況で実施せざるを得ない。そのため、審査において分離観察をする際には、できる限り消費者が商品、役務を選択する状況を想定して、判断しなければならない。全体比較においては、二つの商標について全体的な比較をしなければならないが、全体的な判断を部分的な比較で置き換えてはならない。要部比較においては、商標における顕著な識別部分を比較しなければならない。関連公衆の有する通常の注意力とは、一般的な知識と経験を有する消費者が商品を購入する、又は役務の提供を受ける際に、当該商品又は役務に払う注

意力である。

3.4 同一及び類似の商品又は役務

同一商品とは、名称が同一の商品、又は名称が異なるものの、機能、用途、主要な原料、生産部門、販売ルート、消費対象などが同一又はほぼ同一で、関連公衆が、通常、同一のものであると認識する商品をいう。

同一役務とは、名称が同一の役務、又は名称が異なるものの、役務の目的、内容、方式、対象、提供の場所などが同一又はほぼ同一で、関連公衆が、通常、同一方式のものであると認識する役務をいう。

類似商品とは、機能、用途、生産部門、販売ルート、消費対象などがほぼ同一又は密接に関連する商品をいう。

類似役務とは、役務の目的、内容、方式、対象などがほぼ同一又は密接に関連する役務をいう。

類似商品の判断においては、商品の機能と用途、商品の原料と主要プロセス、商品の販売ルート、販売場所、商品の生産者と消費者層、完成品と部品の関係、並びに消費習慣など、類似商品の判断に影響を与える関係要素を総合的に考慮しなければならない。

類似役務の判断においては、役務の目的、役務の内容と方式、役務の提供の場所、役務提供者が所属する業界の関連性、役務の提供を受ける対象者層の範囲など、類似役務の判断に影響を与える関係要素を総合的に考慮しなければならない。

商品と役務の類似とは、商品と役務の間に大きな関連性を有することをいう。商品と役務の類否の判断においては、商品と役務の密接関連性、用途、需要者、一般的な効用、販売ルート、販売習慣などの一貫性を総合的に考慮しなければならない。

商標登録の秩序の安定化を図り、審査及び審理の効率を高め、審査及び審理の基準を統合するために、類似商品又は役務の判断においては、「類似商品・役務区分表」を参照しなければならない。「類似商品・役務区分表」は、中国商標登録部門が世界知的所有権機関(WIPO)から提供された「商品・役務国際分類表」を基に、長年の実務経験を取り纏めて制定し、公表したものである。「類似商品・役務区分表」では、通常、類似の程度が顕著であると認識される商品及び役務の項目について、類似関係と定義付けられるが、商品及び役務の項目が絶えずに更新され、進化し、市場での取引状況も絶えず変化しているため、「類似商品・役務区分表」に網羅されていない商品及び役務の項目について、関連公衆が通常有する認知力を基に、商品の機能、用途、主要な原料、生産部門、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、提供の場所などの要素を総合的に考慮した上で、類似商品又は役務を構成するかどうかを認定しなければならない。

商標登録審査と拒絶査定不服審理事案の審理においては、基本的に「類似商品・役務区分表」を判断の根拠とする。商標異議、登録不許可、無効審理事案の審理と審査において、商

品又は役務の類否に係る判断に及ぶ場合、「類似商品・役務区分表」を参照し、本指南を原則とし、個別事案として判断を行う。個別事案の審理及び審査においては、実情に合わせて、「類似商品・役務区分表」の範囲外であっても、一定の類似関係がある商品又は役務については、混同可能性に係る判断を行う。

3.5 混同

混同とは、通常、同一又は類似の商品又は役務に使用される商標について、両者が同一又は類似であるために、関連公衆に商品又は役務の出所を誤認させることをいう。商標の識別機能は、商標の核心的価値を示す本質的な性質であるのに対して、混同は商標の識別機能を実質的に損なうものである。

混同には、関連公衆に商標に係る商品又は役務が真の権利者が自ら生産又は提供しているものであると誤認させるだけでなく、関連公衆に商標に係る商品又は役務の提供者が真の権利者との間において許諾関係、提携関係を有するなど、関連性を有すると誤認させることも含まれる。

通常、審査及び審理実務において、同一又は類似の商品に係る商標の同一性又は類似性を判断する際には、実際に混同が生じたことを要件とせず、混同を生じさせる可能性があるかどうかを判断するだけでよい。

混同の可能性に係る判断においては、初めに商品又は役務の類似の程度と、双方の商標標章の類似の程度を考慮しなければならない。次に、先行商標の顕著性と知名度などの要素を考慮しなければならない。続いて、商標登録出願人が混同効果を引き起こす主観的な故意があれば、混同の可能性の認定に役立つが、出願人に悪意があるかどうかは混同の可能性を認定するための必須要件ではない。最後に、その他の混同の可能性の認定に影響を与える要素としては、関連公衆の注意程度、実際の混同の発生などが含まれる。先行商標の顕著性と知名度、商標登録出願人の主観的意図、実際の混同の発生などの要素については、商標権者が提出した証拠と結び付けて判断する必要がある。

混同の可能性に係る判断においては、商標標章が同一又は類似であるか、商品が同一又は類似であるかを判断の基準とする。双方の商標が同一の商品又は役務に使用される同一の商標であると判断された場合、通常、混同の可能性に係る更なる判断を行う必要はなく、直接的に混同であると推定できる。双方の商標が同一の商品又は役務に使用される類似商標、或いは、類似の商品又は役務に使用される同一又は類似の商標と判断される場合であっても、先行商標に顕著性と知名度がないときには、混同の可能性を生じるには至っていないと判断される可能性がある。

3.6 商標の使用

商標の使用とは、商標を商品、商品の包装又は容器並びに商品取引文書に使用し、又は商標を広告宣伝、展示及びその他の商業活動に使用して、商品の出所を認識させる行為をいう。商標の使用に対する判断は、商標登録の各段階で徹底的に行われる。

商標の根源は、使用である。商標の使用は商標専用権が維持・保護される上での必須条件であり、商標の使用は商標の機能を実現するための前提であり、商標の出所識別機能を果たすこと以外では、商標の使用を構成することはできない。一方、商標の価値は、使用過程において具現化され、その背後の商業的信用は商標の使用によって獲得されるものである。

商標の使用については、通常、次の要件を満たす必要がある。一つ目として、商標の使用者が商標権者又は権利者から権利を委ねられた者であること。二つ目として、商標が指定又は使用を許可された商品又は役務に使用されること。三つ目として、商標標章の使用が規範的な使用であること。四つ目として、商標の使用場所は中国国内であり、中国国内で商品の生産、加工、販売に従事すること、又は関係役務を提供することが含まれる。五つ目として、公然の使用であって、真実かつ合法的な商業上の使用でなければならない。

3.7 不正な手段と悪意

本指南において別途の定めがある場合を除き、不正な手段とは、商標登録出願人又は商標代理機構が商標登録出願又は他の商標に関する手続をする際に、信義誠実の原則に反し、不正な利益の取得を目的とし、商標登録の秩序を乱し、商業倫理や業界の慣例などに反する行為をいう。

本指南において別途の定めがある場合を除き、悪意とは、商標登録出願人又は商標代理機構が商標登録出願や他の商標に関する手続をする際に、一定の行為を通じて表した、明らかに信義誠実の原則に背き、同行為が法令に違反したり、公序良俗を害したり、公共の利益を損なったり又は他人の権利を侵害したりすることを知りながら、又は知り得るべきでありながら、不正な利益を取得するために、相応の行為を実施し、その結果の発生を望んだり、放任したりする主観的な心理状態をいう。

第二章 使用を目的としない悪意のある

商標登録出願の審査及び審理

1. 法的根拠

「商標法」

第四条 自然人、法人又はその他の組織が、生産経営活動において、その商品又は役務について商標専用権を取得する必要がある場合には、商標局に商標登録出願をしなければならない。使用を目的としない悪意のある商標登録出願は、拒絶されなければならない。

「商標登録出願行為の規範化に関する若干の規定」

第三条 商標登録出願は、信義誠実の原則を遵守しなければならない。次に掲げる行為があつてはならない。

(一) 商標法第四条の規定に該当する、使用を目的としない悪意のある商標を登録出願する行為。

……

第五条 商標登録出願について、商標登録部門は、それが商標法第四条の定める使用を目的としない悪意のある商標登録出願に該当することを発見した場合、法に基づき拒絶し、公告しない査定を下さなければならない。

具体的な審査規程については、商標登録部門が「商標法」及び「商標法実施条例」に基づき別途定める。

第八条 商標登録部門は、商標登録出願が商標法第四条の規定への違反に該当するか否かを判断するとき、次に掲げる要素を総合的に考慮することができる。

(一) 出願人又はそれと関係のある自然人、法人、その他の組織の商標登録出願数、指定商品の区分、商標の取引状況など

(二) 出願人が所属する業界、経営状況など

(三) 出願人が発効済みの行政決定又は裁定、司法判決により、過去に悪意のある商標登録行為、他人の登録商標専用権の侵害行為があると認定されたこと

(四) 登録出願する商標が、他人の一定の知名度のある商標と同一又は類似のものであること

(五) 登録出願する商標が、著名人の氏名、企業の商号、企業名称の略称若しくはその他商業標章などと同一又は類似のものであること

(六) 商標登録部門が、考慮すべきと判断するその他の要素

2. 解釈

2019年4月23日の第13期全国人民代表大会常務委員会において、「商標法」改正案が採択された。具体的には、第四条第一項に「使用を目的としない悪意のある商標登録出願は拒絶されなければならない」とする規定が追加された。同条項の追加の趣旨は、「使用を目的としない」悪意のある商標登録出願行為を断固として抑制し、商標の大量出願のための登録出願行為を断固として取り締まり、効果的に商標登録出願の秩序の規範化を図ることにある。第四条の立法目的は「使用を目的としない」悪意のある出願、大量登録などの行為を規制し、登録出願人の使用義務を強化することにある。同条項は、使用を目的としない悪意のある商標登録出願を規制する内容を「商標法」に加えることで、源流から使用を目的としない悪意のある商標登録出願行為を抑制し、商標登録出願を使用を目的とする制度の本源に復帰させるものである。

「商標法」第四条に定める「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」とは、出願人が、生産経営活動の需要に基づくことなく、大量に商標登録出願をし、真実の使用意思に欠け、不正に商標資源を占用し、商標登録の秩序を乱す行為をいう。特定主体の民事権利・利益を害するだけで、公共の利益に損害を及ぼさない場合は、この限りでない。「商標法」のその他の条項により規制される悪意のある登録に該当する場合には、その他の条項を適用する。

「使用を目的としない悪意のある」を構成するかを判断するには、出願人が所属する業界の特徴、経営範囲、経営資格などの基本的な状況、出願人が提出した商標登録出願の数、区分の違いや時間的間隔などの全体的な状況、提出した商標登録出願標章の具体的な構成、商標の実際の使用状況、及び出願人がそれ以前に悪意のある商標登録及び多数の主体の登録商標専用権の侵害行為を行ったかなど、多方面の要素を総合的に考慮した上で、その出願が明らかに商慣習に適合しないか、明らかに適切な経営ニーズと実際の経営能力を超えているか、及び、明らかに不正な利益を獲得し、正常な商標登録秩序を乱そうとする意図があるかを判断しなければならない。

3. 適用要件

「使用を目的としない」商標登録出願行為とは、出願人は商標登録出願をするとき、商標を実際に使用する目的がなければ、商標を使用しようとする行為もない、又は合理的な推定により、商標を実際に使用する可能性がないと判断された場合をいう。「商標法」第四条の立法目的は不正に商標資源を占用し、商標登録の秩序を乱す大量登録などの悪意のある出願行為を抑制することであり、使用を目的としない商標大量登録出願及びそれにより利益を獲得しようとする意思は、同条項により規制される「使用を目的としない」「悪意」に該

当する。

以下の場合には、「商標法」第四条を適用しない。

- (1) 出願人が防衛目的で、登録した商標標章と同一又は類似の商標を出願する場合
- (2) 現実的に見込まれる将来の業務のために、予め適量の商標登録出願をする場合

4. 考慮要素

使用を目的としない悪意のある商標登録出願を構成するか否かを判断する際には、登録審査段階で発見された手がかりや、異議申立・審査段階で提出された証拠に基づき、次に掲げる要素を総合的に考慮することができる。

4.1 出願人の基本的な状況

本項における考慮すべき状況には、存続期間の長さ、登録資本金の払込状況、所属する業界及び経営範囲の具体的な状況、経営状況が正常であるか、登記の状態に取り消し、抹消、業務停止、清算などの非正常な状況があるかが含まれる。

4.2 出願人の商標登録出願に係る全体的な状況

本項における考慮すべき状況には、出願人の累計商標出願件数及び指定商品又は役務の区分、出願人が提出した商標登録出願の時間的間隔、出願人の直近における新規の商標登録出願件数及び指定商品又は役務の区分などが含まれる。

4.3 商標の具体的な構成に係る状況

本項における考慮すべき状況には、登録出願に係る商標が、他人の一定の知名度のある商標又は顕著性が強い商標と同一又は類似のものであるか、行政区画の名称、山や川の名称、観光スポットの名称、業界用語などの公的資源が含まれるか、著名人の氏名、企業の商号、電子商取引運営者の名称、他人の一定の知名度があり、かつ、識別力を獲得している広告、芸術作品、デザインなどその他の商業的標章が含まれるかなどが含まれる。

4.4 商標登録出願段階及び商標登録を受けた後の出願人の行為

考慮すべき出願人の行為には、出願人が商標登録出願段階及び商標登録を受けた後に、商標を第三者に販売又は譲渡した場合において、販売又は譲渡前に自己が使用意思を有したことを効果的に挙証できないもの、又は、使用をしていないことについて合理的に解釈できないものが含まれるほか、出願人が商標登録出願段階及び商標登録を受けた後に、不正な利益を獲得しようとする目的により、積極的に他人に商標を売り込んだり、又は公に販売したり、他人を脅かして自己とビジネス提携をさせたり、又は他人に高額の譲渡費用、使用許諾料、権利侵害に対する賠償金、訴訟和解費などを請求したりする行為が含まれる。

4.5 異議、審判手続の段階における関係証拠に係る状況

本項における考慮すべき状況には、異議、審判手続において、出願人が商標登録出願をした際に、真実の使用意思が欠けている場合、商標登録を受けた後において実際の使用行為及び使用のための準備行為がなく、かつ、出願人がその使用意思を効果的に挙証できない場合又は使用をしていないことについて合理的に解釈できない場合が含まれるほか、異議、審判手続の段階において、係争商標の出願人が係争商標の専用権のみをもって、他人が申し立てた権利侵害請求又は訴訟から不正な利益を得ていることを証明できる証拠が存在する場合が含まれる。

4.6 その他の考慮すべき要素

本項における考慮すべき要素には、次に掲げるものが含まれるが、これらに限らない。

(1) 出願人が、発効済みの行政決定又は裁定、司法判決により、過去に悪意のある商標登録行為、他人の登録商標専用権の侵害行為があると認定されている場合

(2) 出願人が、悪意のある商標登録出願又は商標権の侵害行為によって、国家企業信用情報公示システムにおける嚴重違法商業的信用失墜企業リストに掲載されている場合

(3) 出願人と特定の関係性のある自然人、法人又はその他の組織の累計商標登録出願件数、審査待ちの商標登録出願件数、指定商品又は役務の区分

(4) 出願人と特定の関係性のある自然人、法人又はその他の組織の実際の商標取引、申込み、申込みの誘引状況

上述の要素は、一般的に異議、審判手続において、考慮するものとする。

5. 適用状況

次に掲げる行為は、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」行為に該当する。ただし、当事者がこれに反する証拠を提示した場合を除く。

(1) 商標登録出願数が巨大で、明らかに正常な経営活動に係る必要性を超過し、真実の使用意思に欠け、商標登録の秩序を乱すもの。

(2) 多数の主体の一定の知名度又は比較的強い顕著性がある先行商標を大量に複製、模倣、剽窃し、商標登録の秩序を乱すもの。

(3) 同一主体の一定の知名度又は比較的強い顕著性がある特定の商標について、繰り返し登録出願をし、商標登録の秩序を乱すもの。

このような繰り返しの登録出願行為が、「商標法」のその他の条項によって規制される悪意のある登録に該当する場合、その他の条項を適用する。

(4) 他社の商号、企業名称の略称、電子商取引運営者の名称、ドメイン名、一定の影響力のある商品の名称、包装、装飾、他人の知名かつ識別力を獲得している広告のスローガン、デザインなどの商業標章と同一又は類似の標章を大量に登録出願するもの。

(5) 著名人の氏名、著名作品又は役柄の名称、他人の知名かつ識別力を獲得している美術作品などの公共文化資源と同一又は類似の標章を大量に登録出願するもの。

(6) 行政区画の名称、山河の名称、観光地の名称、建築物の名称などと同一又は類似の標章を大量に登録出願するもの。

(7) 指定商品又は役務における一般名称、業界用語、商品又は役務の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量などを直接的に表示する、顕著性に乏しい標章を大量に登録出願するもの。

(8) 大量に商標登録出願をし、大量に商標を譲渡し、かつ、譲受人が比較的分散しており、商標登録の秩序を乱すもの。

(9) 出願人について、不正な利益の獲得を目的として大量に販売し、商標の先使用者又は他人に事業連携の強要、高額の譲渡費用、使用許諾料又は権利侵害に対する賠償金などを請求する行為があるもの。

(10) その他悪意のある商標登録出願行為があると認定できるもの。

以上の状況のうち、(3) 及び (9) については、主に異議と審判手続において適用する。その他の状況は、登録審査、異議と審判手続において適用する。

使用を目的とせず、悪意をもって登録出願された商標には、出願人本人が登録出願した商標に限らず、出願人との結託共謀行為がある又は特定身分関係若しくはその他の特定の関係がある自然人、法人又はその他の組織が登録出願した商標が含まれる。

商標の譲渡は、商標登録出願人による「商標法」第四条違反の認定に影響を及ぼすことはない。

6. 典型的事案例

6.1 商標登録出願数が巨大で、明らかに正常な経営活動に係る必要性を超過し、真実の使用意思に欠け、商標登録の秩序を乱すもの

事案例 1

某企業管理コンサルティング会社は、第 14 類、第 29 類、第 30 類、第 32 類、第 36 類など、30 以上の区分で累計数百件余りの商標登録出願をした。そのうち、2019 年 12 月単月だけで 100 件余りの出願をした。

調べによると、同会社は自然人が 100%投資した有限責任会社で、登録資本金は 100 万円であるが、払込資本は公示されていない。経営範囲は、太陽熱給湯機製品のコンサルティング、旅行のコンサルティング、企業イメージ企画などである。同出願人は、30 余りの区分で膨大な量の商標登録出願をした。その中には、第 30 類の食品などの営業範囲と大きく異なる業界の区分や、第 36 類の金融サービスなどの業界属性及び資格要件が厳しい特別な区分が含まれ、その経営範囲を遙かに超過し、商慣例に適合していない状況があった。出願人による商標登録出願件数が多く、かつ、合理性を解釈するのも困難で、明らかに正常な経営活動に係る必要性を超過し、真実の使用意思に欠けているため、その行為が「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当すると認定し、「商標法」第四条を適用して拒絶した。

事案例 2

某自然人は、30 余りの区分で累計 900 件余りの商標登録出願をし、一部について登録を受けていた。出願人は、2019 年 12 月から 2020 年 4 月までに、多数回にわたり、少数の出願を次々に行い、累計 100 件余りの商標登録出願をした。商標登録部門は、審査意見書手続きに基づき、出願人に商標登録出願の意図及び使用状況についての説明及び必要な証拠の提出を要求した。出願人は、大量に商標登録出願をした理由として、第一に商標登録出願を愛好しており、第二に企業の顧客に商標設計サービスを提供するため、第三に自己の経営に備えて、第四に一部の商標は先行して登録を受けており、今回は防衛的な登録に該当し、他の区分において保護の拡大を図るためであると弁論した。

調べによると、出願人が提出した個人事業主の営業許可証に示されているように、同個人事業主の登録資本金は 1 万円で、経営範囲は「経済情報コンサルティング、被服、装身具、

工芸品、家庭用金物・電化製品、日用品、飼料、化粧品、家電の販売；コンピュータグラフィックスの設計」となっている。出願人は、30 余りの区分で合計 1,000 件余りの商標登録出願をし、明らかにその実際の使用に係る必要性を超過している。複数件の商標登録出願の指定区分は、営業範囲に記載されている業界とは大きく異なっている。例えば、第 33 類の蒸留酒、第 5 類のヒト用薬などは、明らかに経営範囲外である。出願人が弁論した防衛的登録は、出願人の先行登録商標が実際に商業上で使用され、一定の知名度を有し、他人による抜け駆け登録を防止する目的をもって同一又は類似の商標を登録出願した行為でなければならないが、出願人が先行登録商標の使用状況に関する説明資料を提出しないことからすると、防衛的な意図による登録出願である旨の理由が成り立つことは困難である。出願人は、経営に備えてのものであると抗弁したにもかかわらず、実際に準備を行ったことを証明する関係資料を提供していない。さらに出願人は、先行して数百件の商標登録出願をしたため、その生産経営に係る必要性に十分対応が可能である。出願人は、大量に新規の商標登録出願をした行為について、合理的に説明することなく、必要な証拠も提供していないため、上述の商標登録出願行為は、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

事案例 3

某科学技術貿易会社の商標登録出願は、登録審査手続において、「商標法」第四条を適用し、拒絶された。同出願人は、上述の拒絶査定を不服とし、拒絶査定不服審判を請求した。不服審判の請求理由は、以下の通りである。出願人が登録出願した商標は、使用を目的とするもので、正常な商業上の使用行為に該当し、かつ商標の販売行為は存在しない。不服審判において、出願人が、全 45 の商品と役務の区分において、計 900 件の商標を登録出願したこと、そのうちの約 500 件余りについては、9 か月足らずで商標登録出願されたことが明らかにされた。また、不服審判では、出願人が短期間で、大量に商標登録出願をした行為は明らかに正常な生産経営に係る必要性を超えており、最近の商標登録出願が実際に使用している商標の保護範囲を広げるための登録出願だとする不服審判の請求理由は、実際の出願行為及び商標の構成状況に適合せず、その登録行為に合理性と正当性があると解釈することができないとされ、商標登録出願は「商標法」第四条にいうものに該当するとの判断がなされた。

第一に、科学技術貿易会社である出願人の商標登録出願は、すべての商品と役務の区分を網羅しており、明らかにその業界の特徴、会社の実際の経営状況に適合していない。第二に、出願人は、計 900 件余りの商標を登録出願しており、その中には第 1 類の工業用化学品などの商品、第 36 類の保険コンサルティングサービスや第 38 類の無線ラジオサービスなど、業界の属性が強い及び資格要件が厳しい特別な区分が含まれている。特にそのうちの 500 件余りの商標登録出願については、出願の期間が 9 か月弱と集中しており、出願人は、登録出願行為の合理性を釈明することができていない。最後に、出願人は異なる区分で、ハウスマ

ークと自称するものとは全く関係のない商標を大量に登録したほか、商業上の使用に係る慣習に適合しない標章を大量に登録出願したため、その登録行為の正当性を釈明することができていない。よって、出願人の行為は、「商標法」第四条にいう状況を構成し、その登録出願は拒絶されるべきものである。

6.2 多数の主体の一定の知名度又は比較的強い顕著性がある先行商標を大量に複製、模倣、剽窃し、商標登録の秩序を乱すもの

事案例 1

某自然人は、第 24 類、第 25 類の商品について、100 件近くの商標登録出願をした。そのうち、大半は「踏獎安」、「寧俊李」、「克妮耐」、「娜控富安」、「司登魔波」、「弟持哥」などの形式の商標である。

調べによると、同出願人の商標登録出願の大半は、変形、分離再編成などの方法により、多数の主体の一定の知名度又は比較的強い顕著性がある先行商標を複製、模倣、剽窃したもので、例えば「安踏」、「李寧」、「耐克」、「富安娜」、「波司登」などがあり、しかも指定区分が他人の一定の知名度又は比較的強い顕著性がある商標に係る認定された商品又は役務の区分とほぼ同一又は類似している。このような類似及び関連性が比較的強い商品又は役務の区分において、多数の主体の一定の知名度、比較的強い顕著性がある先行商標を複製、模倣、剽窃する行為は、明らかに不正な利益を獲得し、正常な商標登録秩序を乱そうとする意図があるものであり、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

事案例 2

某会社は、第 3 類、第 9 類、第 14 類、第 18 類、第 25 類など、12 の区分において「天王賓利」、「BENTLEY DESIGN」、「博納多蘭博基尼」、「FARRARIMAY」などに係る複数の商標登録出願をした。

調べによると、同出願人が商標登録出願をした指定区分は、自動車とは関係しないものの、商標標章はいずれも「賓利」、「BENTLEY」、「蘭博基尼」、「FERRARI」など比較的知名度が高く、顕著性が強い自動車ブランドの商標をそのまま含んでなるものである。同出願人による、非類似の商品又は役務において、多数の主体の比較的知名度が高く、顕著性が強い先行商標を大量に複製、模倣、剽窃する行為は、他人の商業的信用を不正に利用し、正常な商標登録の秩序を乱し、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

事案例 3

某科学技術有限公司は、第 6 類、第 9 類、第 10 類、第 16 類、第 18 類、第 43 類などの複数の商品又は役務の区分において、合計 30 件余りの商標登録出願をした。同出願人は、第 9 類「歩数計」などの商品について商標登録出願をした。

調べによると、出願人は、非類似の商品又は役務において、「清揚」、「翰皇 HANOR」、「蜂花」、「章華 SAVOL」、「張小泉」など、他人の一定の知名度や比較的強い顕著性がある先行商標と同一又は類似の商標に係る複数の登録出願をした。そのうちの一部の商標は拒絶され、又は関係権利者に異議を申し立てられた。出願人による複数の商標登録出願行為は、明らかに正常な商業経営に係る必要性を超えている。本事案では、出願人が第 9 類「歩数計」などの商品について出願した商標は、他人が先行して使用の許可を得た第 5 類「目薬」などの商品について一定の知名度がある商標と全く同一で、明らかに悪意が見られるため、同出願行為は「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

6.3 同一主体の一定の知名度又は比較的強い顕著性を有する特定の

商標について、繰り返し登録出願をし、商標登録の秩序を乱すもの

事案例

「馬石油酷騰」商標の原出願人は自然人 A であったが、商標登録出願の審査の際に、同商標は自然人 A から自然人 B に譲渡されている。

調べによると、本事案の出願商標「馬石油酷騰」は、同一主体が先行して登録し、一定の顕著性がある「馬石油」商標と「酷騰」商標とを単純に結合した文字と同一のもので、かつ、引用商標と明らかに区別できるだけの新たな意味を形成していないものであるため、双方商標は類似のものである。自然人 A は、20 件余りの商標登録出願をしており、本事案に係る「馬石油酷騰」商標の他に、第 1 類、第 4 類などの区分において、同一主体が先行して登録した「馬石油」、「途特力」、「酷泰」、「邁奇」、「欣騰」、「炫騰」などの商標を単純に結合した「馬石油途特力」、「馬石油酷泰」、「馬石油欣騰」、「馬石油炫騰」など、同一の文字よりなる商標を繰り返して出願した。なお、自然人 A は、合理的な釈明をしていない。調べによると、自然人 A が登録出願した「馬石油」商標の無効審判事案において、自然人 A は、証拠の提供をもって商標の真実の使用意思を証明しておらず、商標の合理的な出所についても提供していない。本事案例における大量登録行為は、明らかに正常な生産経営に係る必要性を超えているため、同商標については無効宣告審決が下された。上述のように、自然人 A の本

事案に係る商標登録出願行為は、同一主体による一定の知名度又は比較的強い顕著性がある特定の商標に対する繰り返しの商標登録出願行為であり、正常な商標登録の秩序を乱し、使用を目的としない悪意のある商標登録出願行為に該当する。同商標は譲渡されているものの、「商標法」第四条の適用に影響を及ぼすことはない。したがって、同行為は「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

6.4 他社の商号、企業名称の略称、電子商取引運営者の名称、ドメイン名、一定の影響のある商品の名称、包装、装飾、他人の知名かつ識別力を獲得している広告のスローガンや、デザインなどの商業標章と同一又は類似の標章を大量に登録出願するもの

事案例 1

某ネットワーク科学技術有限公司は、「百利金 PELIKAN」、「優凡文具 YOOFUN」、「普貼 PUTY」など 92 件の商標登録出願を相次いで行い、それら出願においては、使用に係る商品として第 11 類、第 17 類、第 18 類、第 19 類、第 22 類、第 24 類、第 26 類、第 27 類、第 33 類の商品を指定している。

調べによると、そのうちの 70 件余りは、T モールの店舗名称である。商標登録部門は、審査意見手続に基づき、出願人に商標登録出願の意図及び使用状況について説明するとともに、相応の証拠を提供するよう要求したが、出願人は法定期間内に回答しなかった。

同出願人は、短期間に複数件の商標登録出願をしたが、その多くは異なる地域に所在する複数のタオバオ T モール（中国語：淘宝天猫）の店舗の名称と同一又は類似のものである。特にいくつかの商標の中国語部分と英語部分は、いずれもタオバオ T モールの店舗の名称と同一のものであり、指定商品の区分もタオバオ T モールの店舗が取り扱う主要商品と同一のものであった。出願人が関連する区分において、同一の商標を出願するのは、偶然とは言い難い。また、出願人は、出願の意図について、合理的な釈明をしていない。そのため、同出願人による、他人である電子商取引運営者の名称と同一又は類似の標章を大量に商標登録出願する行為は、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

事案例 2

被異議申立人は、20 余りの商品や役務区分において、100 件余りの商標登録出願を相次いで行った。そのうちの数十件の商標は、他社の商号と同一又は類似のものである。例として

は、「科旭業」、「博盛尚」、「瞬知」、「禧滌」、「VEONEER」、「安軟慧視」、「錙雲科技」などが挙げられる。被異議申立人は、上述の商標に係る使用の証拠及び商標の創作に係る出所も、上述の商標の使用意思に係る証拠も提供していない。商標登録出願の数量、区分は明らかに正常な市場主体の必要性を超えている。本事案では、被異議商標は、一定の顕著性を有する先行企業である異議申立人の商号と全く同一のものであり、被異議申立人の被異議商標登録出願行為は「商標法」第4条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願行為」に該当する。

事案例3

被異議申立人は、計40件余りの商標登録出願をした。26の異なる商品又は役務の区分に及び、そのうち第35類に係る商標が28件あり、その一部については、一定の市場影響力を有する、他人である電子商取引運営者の名称と同一のものである。例としては、「美倫博士」、「資萊哲」、「迪特亞諾」、「啓夢縁」、「紅品愛家」、「進鑫銘帮」、「淘孕喜」などが挙げられる。本事案の被異議商標は、異議申立人の先行する電子商取引の旗艦店の店名と同一のものである。被異議申立人は、他人である電子商取引運営者の名称などの商業標章と同一又は類似の標章に係る登録出願を複数回行い、かつ、被異議申立人は創作時の構想や使用意思についての合理的な釈明をしていない。したがって、被異議申立人の被異議商標に係る登録出願行為は「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

6.5 著名人の氏名、著名作品又は役柄の名称、他人の知名かつ識別力を獲得している美術作品などの公共文化資源と同一又は類似の標章を大量に登録出願するもの

事案例1

某バイオハイテク企業は、「邁克爾克雷默（マイケル・クレーマー）」、「詹姆斯皮布爾斯（ジム・ピーブルズ）」、「格雷格賽門扎（グレッグ・セメンザ）」、「米歇爾馬約爾（ミシェル・マイヨール）」など30件余りの商標登録出願をした。指定区分は、主に第5類と第30類の商品に集中している。

調べによると、「邁克爾克雷默」、「詹姆斯皮布爾ス」、「格雷格賽門扎」、「米歇爾馬約爾」はいずれもノーベル賞受賞者である。同出願人の行為は、著名人の氏名を商標として大量に登録出願し、他人の商業的信用を利用して不正な利益を取得し、正常な商標登録の秩序を乱すものであるため、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当すると認定された。

事案例 2

某商社は、20 件余りの商標登録出願をしており、それらは全て第 35 類の「販売促進のための企画及び実行の代理、マーケティング」などの役務を指定するものである。

調べによると、同出願人が登録出願した商標のうち、20 件の商標に係る名称の構成は、「陳大鵬建盞」、「蔡炳龍建盞」、「黄文勇建盞」、「吳立主建盞」など、いずれも「工芸美術職人の氏名に『建盞』の文字を加えたもの」である。そのうちの、陳大鵬氏、蔡炳龍氏、黄文勇氏、吳立主氏は、いずれも建盞業界（訳注：福建茶碗業界）において、一定の知名度を有している。出願人による、上述の商標登録出願は、明らかに悪意があり、かつ、上述の商標に関する実際の使用に係る証拠を提示していない。したがって、出願人による、著名人の氏名と同一又は類似の商標を複数件、登録出願する行為は「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

6.6 行政区画の名称、山河の名称、観光地の名称、建築物の名称な

どと同一又は類似の標章を大量に登録出願するもの

事案例 1

某文化メディア有限会社は、20 余りの区分で、160 件余りの商標登録出願をした。そのうちの 100 件余りは「四賢坊」、「瓦市街」、「馬祖岩」など、江西南昌、贛州の地名や観光地の名称である。

調べによると、同会社は自然人が投資又は支配する有限責任会社で、経営範囲は文化芸術交流企画、企業イメージ企画、ビジネス情報コンサルティングなどである。出願人は、上述の商標登録出願の使用意思について合理的な釈明をしていない。地名と観光地の名称は公的資源であり、1 社の企業によって、商標として大量に登録出願され、独占されることが望ましくないものである。このような地名や観光地の名称などの公的資源を商標として大量に登録出願する行為は、不正に公的資源を買いだめしようとする意図を有し、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

事案例 2

某情報技術有限会社は計 50 件余りの商標登録出願をしており、指定商品は、第 29 類「乾燥野菜」、第 30 類「米、麺」、第 31 類「生の果物」などに集中している。

調べによると、同出願人が登録出願した商標の大半は、「困底」、「筍竹」、「葵潭」、「黎溪」、「澗頭集」、「譚格莊」などの地名商標である。そのうち、「困底」は、広東省羅定市困底鎮の名称、「筍竹」は広東省雲浮市新興県筍竹鎮の名称、「葵潭」は広東省揭陽市惠来県葵潭鎮

の名称、「黎溪」は四川省涼山州会理県黎溪鎮の名称、「澗頭集」は山東省棗莊市台児莊区澗頭集鎮の名称、「譚格莊」は山東省萊陽市譚格莊鎮の名称である。出願人は、上述の商標を登録出願することに関して明らかに悪意があり、かつ、上述の商標を使用しようとする意思を証明する証拠も提供していない。したがって、出願人による、一定の知名度のある地名などと同一又は類似の商標を大量に登録出願する行為は、「商標法」第四条の「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

事案例 3

某企業管理コンサルティング会社は登録資本金が 10 万元で、その経営範囲は企業コンサルティングサービス及びブランド企画に限られている。同出願人は、1 年以内に第 9 類、第 25 類、第 33 類、第 34 類及び第 36 類などの商品又は役務に係る 100 件余りの商標登録出願を相次いで行った。そのうちの大半は、以下の 8 種類に該当する。(1)「粵港澳大湾区」、「九龍半島」、「銅鑼灣」、「維港」、「紐倫港」、「北部湾」、「杭州湾」など、公衆によく知られている公共の地名と同一の商標、(2)「撫仙湖」、「鼇頭渚」、「清江画廊」、「三峡人家」、「愛晚亭」、「醉翁亭」、「野三坡」、「塞罕坝」、「壺口瀑布」、「黄果树瀑布」、「大梅沙」など、全国各地の著名な観光地の名称と同一の商標、(3)「南京路」、「春熙路」、「王府井大街」、「陸家嘴」、「旺角」など、著名な商業街の名称と同一の商標、(4)「允公允能」、「学以精工」、「誠朴雄偉」といった、南開大学、北京理工大学、南京大学など、中国の著名な大学の校訓と同一の商標、(5)「粵港澳大橋」など公衆に知られている著名な建築物の名称と同一の商標、(6)「可楨」、「仲尼」、「唐叔虞」、「冉季載」、「皋陶公」など一定の知名度のある人物の名前と同一の商標、(7)「春分」、「処暑」、「大暑」、「寒露」など、二十四節気の名称と同一の商標、(8)「天秤座」、「天蝸座」、「水瓶座」など、十二星座の中国語の名称と同一の商標である。

出願人が登録出願した商品又は役務は、出願人の経営範囲と関連しないものである。また、その出願商標に係る指定商品のうち、第 34 類の商品「たばこ」及び第 36 類の役務「銀行」については業界の特殊性を有するため、同出願人の商標登録出願の真実の使用目的を証明することはできない。出願人の商標登録出願は、明らかに正常な生産経営ニーズを超えるものである。出願人は、商標登録を大量に出願し、公共資源を占用し、正常な商標登録と管理の秩序を乱している。したがって、出願人の当該商標登録出願行為は、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

6.7 指定商品又は役務における一般名称、業界用語、商品又は役務の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量などを直接的に表示する顕著性に乏しい標章を大量に登録出願するもの

事案例

某科学技術有限会社は、計 400 件余りの商標登録出願をした。大多数の商標は、「省都の略称に『鏈（チェーン）』の文字を加えたもの」「英語のコンピュータ用語に『TOKEN（トークン）』又は『CHAIN（チェーン）』の文字を加えたもの」の形で構成されており、例えば、「GSM TOKEN」、「GOTONE CHAIN」「CPUTOKEN」などであった。また、第 3 類、第 5 類、第 9 類、第 12 類、第 18 類など 25 の類の商品・役務が指定されていた。出願人は、審査意見書手続において、使用意思に係る説明及び証拠を提供した。提供した証拠資料には、会社の定款、会社の名刺、製品の宣伝ページ、製品の調達契約、増値税の普通インボイスの原本と写し、営業活動の公証書類の内容説明などが含まれていた。

調べによると、同出願人は有限責任会社（自然人による 100%投資）であり、登録資本金は 1,000 万円であるが、払込資本は公示されていない。経営範囲は、ソフトウェア技術に関するコンサルティング、ブロックチェーンの技術開発、技術プロモーション、技術譲渡、日用品及び技術の輸出入、会議サービスなどである。同出願人が出願した商標に含まれていた「GSM」は「Global System for Mobile Communications」の略で、「DECODE」は「符号の解読」という意味で、「CPU」は「中央演算処理装置」の略語である。同出願人は、経営状況及び商標登録出願行為について説明をしているものの、提出した証明資料は登録出願商標と関連性を有しないものであり、かつ、その他に証明できる証拠も提供されていない。そのため、完全な証拠チェーンにより、自身の登録出願商標が、真実かつ合理的な使用であること、又は、そのような使用をするための準備をしていることを証明することができておらず、かつ、出願人は指定商品又は役務における業界用語を大量に出願したことに関する合理的な説明を行っていないため、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

6.8 大量に商標登録出願をし、大量に商標を譲渡し、かつ、譲受人が比較的分散しており、商標登録の秩序を乱すもの

事案例

某会社は、30 余りの区分で累計 700 件余りの商標登録出願をした。そのうちの 198 件の商標登録出願を他人に譲渡し、譲受人の人数は 198 人にも上った。

同出願人は、大量に商標登録出願をしながら、大量に商標を譲渡し、かつ、譲受人が比較的分散している。出願人による出願は、使用を目的とするものでなく、大量に商標を販売し、不正に利益を獲得するためだと推定でき、明らかに真実の使用意思に欠けるものであり、正常な商標登録秩序を乱し、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

6.9 出願人について、不正な利益の獲得を目的に大量に販売し、商標の先使用者又は他人に事業連携の強要、高額の譲渡費用、使用許諾料又は権利侵害に対する賠償金などを請求する行為があるもの

事案例

被異議申立人は、36 の商品又は役務の区分に係る 600 件余りの商標を相次いで登録出願した。そのうちの 130 件余りの商標は、インターネット上において高値で販売され、かつ、一部の販売商標は実際に譲渡された。また、異議申立人が提供した証拠により、被異議申立人が異議申立人に対して高額な譲渡費用を請求したことが示された。上述の状況について、被異議申立人は、合理的な説明をすることができていない。よって、本事案の審査では、被異議申立人の商標登録出願については、使用を目的とするものでなく、大量販売又は高額な譲渡費用の請求を通じて不正な利益を獲得しようとするものであるとされた。したがって、被異議申立人の上述の行為は、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

6.10 その他悪意のある商標登録出願行為があると認定できるもの

事案例 1

同異議申立人は、90 件余りの商標登録出願をした。そのうち被異議申立件数が 20 件ある。異議申立人が提供した資料によって次に掲げることが確認された。某国際貿易有限会社は、74 件の商標登録出願をし、そのうち被異議申立件数が 14 件ある。某展覽（北京）有限会社

は、42 件の商標登録出願をし、そのうち被異議申立件数が 7 件ある。同社の営業許可証は、未開業又は未経営により取り消されている。某メディア株式会社は、65 件の商標登録出願をし、そのうち被異議申立件数が 3 件ある。上述の 3 社の法定代表者又は株主は、被異議申立人の法定代表者と同一であり、上述の会社は本事案の被異議申立人と関連性があると判断することができる。被異議申立人及び当該特定の関係性が認められる会社は、他人が先行して登録・使用し、かつ、一定の知名度を備えた商標と同一又は類似の商標を、異なる商品と役務の区分において登録出願した。同事案においては、上述の要素を総合的に考慮した上で、使用を目的としない悪意のある登録出願商標には、被異議申立人が自ら登録出願した商標に限らず、被異議申立人と特定の関係性を有する自然人、法人又はその他の組織が登録出願した商標も含まれることを認めた。そして、本事案の被異議申立商標は他人の一定の顕著性を有する商標と完全に同一であり、被異議申立人の出願行為は、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当するとした。

事案例 2

甲市の A ブランド企画事務所は、計 100 余りの商標登録出願をした。ほとんどの商標の構成は、任意の 2～3 文字を結合してなるものである。商標登録部門は、同出願人の商標登録出願を審査する際に、一部の商標が甲市の B ブランド企画事務所、甲市の C 服装設計事務所が出願した商標と同一のものであり、出願時期も近いことに気付いた。さらに調べて確認したところ、甲市の A ブランド企画事務所、甲市の B ブランド企画事務所、甲市の C ブランド企画事務所及び甲市の D 貿易商社は、いずれも個人事業主によるもので、その法定代表者が同一の自然人である。当該自然人及び上述の主体は、直近の 1 年間において、計 1,200 件余りの商標登録出願をした。商標登録部門は、特定の関係性が認められる上述の主体の審査段階にあるすべての商標登録出願を対象に、審査意見書を発出し、出願人に商標登録出願の意図及び使用状況について説明を求め、必要な証拠を提供するよう要求した。しかし、出願人は法定期間内に回答をしなかった。

出願人及び出願人と特定の関係性が認められる当該主体は、短期間に大量の商標登録出願申請をしており、このことは明らかに正常な経営活動に係る必要性を超えるものである。出願人は、上述の商標登録出願行為について、合理的な説明をしなかったため、当該出願は、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

事案例 3

被異議申立人は、第 5 類、第 9 類、第 35 類など 40 余りの区分の商品又は役務において、1,000 件余りの商標登録出願を相次いで行った。大量の商標は、他人の一定の顕著性を有する先行登録商標と同一又は類似のものであり、例としては、「LA MER COLLECTIONS」、「SMEG」、「喵趣 KITEKAT」、「張小泉」などが挙げられる。被異議申立人は、過去に商標審査段階において、使用を目的としない悪意のある商標登録出願行為があると認定されている。被異議

申立人が登録出願した被異議商標と、異議申立人が先行して登録した一定の顕著性を有する商標とが偶然に同一のものになったとはいえない。また、被異議申立人は、その大量に登録出願した商標の使用意思についても合理的な説明をしていない。以上の要素を総合的に考慮すれば、被異議申立人による、被異議商標の出願行為は、「商標法」第四条にいう「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する。

第三章 商標として使用してはならない標章の 審査及び審理

1. 法的根拠

「商標法」

第十条 次に掲げる標章は、商標として使用してはならない。

(一) 中華人民共和国の国名、国旗、国章、国歌、軍旗、軍章、軍歌、勲章など同一又は類似のもの及び中央国家機関の名称、標章、所在地の特定場所又は代表的な建築物の名称若しくは図形と同一のもの

(二) 外国の国名、国旗、国章、軍旗など同一又は類似のもの。ただし、当該国政府の承諾を得ている場合は、この限りでない

(三) 政府間組織の名称、旗、徽章など同一又は類似のもの。ただし、当該機関の承諾を得ている場合、又は公衆に誤認を生じさせない場合は、この限りでない

(四) 管理措置の実施及び保証の付与を示す政府の標章又は検査印と同一又は類似のもの。ただし、その権利の授権を得ている場合は、この限りでない。

(五) 「赤十字」、「赤新月」の名称、標章と同一又は類似のもの

(六) 民族に対する差別的扱いの性質を帯びたもの

(七) 欺瞞性を帯びており、商品の品質などの特徴又は産地について公衆に誤認を生じさせやすいもの

(八) 社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすもの

県級以上の行政区画の地名又は公知の外国地名は、商標とすることができない。ただし、その地名が別の意味を持つ場合、又は団体商標、証明商標の一部である場合は、この限りでない。地名を使用して既に登録された商標は、引き続き有効とする。

2. 解釈

本条は、商標として使用してはならない標章を列举し、地名を商標とする場合の制限を明確にしている。その目的は、国家の尊厳、公益、公共の秩序、民族の団結、宗教の信仰などを害し、又は害するおそれがある標章、又は善良の風俗に違反した、その他の悪影響を及ぼす標章の登録と使用を禁止することにある。標章の登録が単に特定の民事上の権利や利益だけを害している場合、「商標法」に別の救済方法と相応の手続が規定されているため、そのような場合について、その他の悪影響を及ぼす状況に該当すると判断することは望まし

くない。「商標として使用してはならない」とは、これらの標章を商標として登録することを禁止するほか、上述の標章を商標として使用することも禁止することをいう。

本条第一項では、特定の標章を保護し、そのような標章を商標として登録・使用することを禁止している。具体的には次のようなものが含まれる；中国の国名、国旗、国章、国歌、軍旗、軍章、軍歌、勲章、同中央国家機関の名称、標章、所在地の特定場所又は代表的な建築物の名称若しくは図形など；外国の国名、国旗、国章、軍旗など；政府間組織の名称、旗、徽章など；管理措置の実施及び保証の付与を示す政府の標章又は検査印；「赤十字」、「赤新月」の名称、標章。

本条第一項では、公序良俗などの公共の利益を害する標章を商標として使用することを禁止している。具体的に次のようなものが含まれる；民族に対する差別的扱いの性質を帯びた標章；欺瞞性を帯びており、商品の品質などの特徴又は産地について公衆に誤認を生じさせやすい標章；社会主義の道徳、風習を害する標章；その他の悪影響を及ぼす標章。

上述の標章を含む商標登録出願に対しては、審査及び審理を厳格化しなければならず、原則、その登録と使用を禁止する。標章は多くの意味又は多くの使用方法を持ち、その意味又は使用方法のいずれかが、公衆に対して、本条第一項にいう事由に該当すると認識させやすい場合は、同項の規定に違反すると判断することができ、標章の具体的な使用状況については、通常、考慮しない。例えば、「叫個鴨子（鳩を呼ぶ）」を例とすると、鴨は普通の意味で家禽の一種であるが、特殊な言語環境においては、非主流文化で「男性のセックスワーカー」の意味も持つため、同標章は品位に乏しく、中国の公序良俗に背き、社会主義の道徳、風習を害する事由に該当する。

実際のところ、標章が本項の使用禁止事由に該当するか否かについての理解は、社会集団によってそれぞれ異なる。しかし、合理的で十分な理由に基づき、当該標章を商標として使用することが、ある特定の集団においては本項の規定に違反するものであると認識されるのであれば、当該標章は上述の使用禁止事由に該当するものであると判断されなければならない。例えば、「MLGB」について、インターネット環境下の特定インターネット利用者にとって、無礼な意味を持つものであると認識されるのであれば、当該標章は依然として上述の使用禁止事由に該当するものとなる。

本条第二項は、県級以上の行政区画の地名又は公知の外国地名は、商標とすることができないとしている。その例外としては、主として次のような事由が挙げられる。第一に、地名が行政区画以外の別の意味を有し、かつ当該別の意味が一般公衆において、より受け入れられやすいものであるか、熟知されやすいものである場合である。例えば、「鳳凰」は行政区画である地名を意味するほかに、「伝説上の百鳥の王」の意味を持ち、かつ、後者の方が公衆に知られている。第二に、地名が団体商標又は証明商標の構成部分となっている場合である。第三に、既に登録となっている地名を含む商標については、引き続き有効とする。商標権者の合法的権利・利益を保護するため、現行法が発効する前に登録されていた地名を含む一般商標に対しては、本条を遡及適用しない。例としては、「北京牌」テレビなどが挙げら

れる。

2.1 中華人民共和国の国名、国旗、国章、国歌、軍旗、軍章、軍歌、 勳章など同一又は類似のもの、及び中央国家機関の名称、標 章、所在地の特定場所又は代表的な建築物の名称、図形と同一 のもの

本条にいう「国名」には、全称（訳注：略されていない正式な名称）、略称、略語が含まれる。わが国の国名の中国語全称は「中華人民共和国」、略称は「中国」、「中華」、英語の全称は「The People's Republic Of China」、略称又は略語は「CHINA」「CHN」「P. R. C」「P. R. CHINA」などである。

「国旗」は 、「国章」は 、「国歌」は「義勇軍進行曲」、「軍旗」は 、

「軍章」は 、勳章は   である。

中央国家機関の名称、標章、所在地である特定の場所の名称又は代表的な建築物の名称には、「全国人民代表大会」「國務院」「中南海」「釣魚台」「天安門」「新華門」「紫光閣」「懷仁堂」「人民大会堂」などが含まれる。

中華人民共和国の国名などと「同一又は類似」とは、標章が全体として国名などと同一又は類似のものであることをいう。中華人民共和国の国名などを含むが、標章が全体として同一又は類似のものではない場合であって、当該標章を商標として登録することが国家の尊厳を害するおそれがあるときは、「商標法」第十条第一項第八号にいう事由に該当すると判断することができる。

商標登録の審査及び審理では、商標登録者の利益を保護するだけでなく、国家の尊厳、公益と社会主義市場の経済秩序の維持及び消費者権利の保護の役割を果たさなければならない。上述のわが国の国名、国旗、国章などの国家標章は、国家の尊厳と密につながるため、同類標章に関する商標については、厳格に審査・審理しなければならない。原則、上述の商標の登録と使用を禁止する。

2.2 外国の国名、国旗、国章、軍旗などと同一又は類似のもの


本条にいう「外国の国名」には、中国語と外国語による全称、略称、略語が含まれる。「国旗」は国家により公式に決定されたその国を象徴する旗である。「国章」は国家により公式に決定されたその国を象徴する標識である。「軍旗」は、国家により公式に決定されたその国の軍隊を表す旗である。


わが国は、国際交流において、「平和共存五原則」に従い、国家は、その大小、貧富、強弱を問わず、一律に平等であると主張している。外国の国家主権を尊重するため、あらゆる外国の国名、国旗、国章、軍旗などと同一又は類似の標章は、商標として使用してはならない。ただし、外国政府がその国名、国旗、国章、軍旗などと同一又は類似の標章を商標として使用することを許諾している場合は、本条の使用禁止規定を適用しない。

2.3 政府間組織の名称、旗、徽章などと同一又は類似のもの

本条にいう「政府間組織」とは、いくつかの国と地域の政府が特定の目的のために条約や協定を通じて設立した、一定の規則や制度を有する団体をいう。例としては、国際連合、世界貿易機関、世界知的所有権機関、アジア太平洋経済協力会議、上海協力機構、欧州連合、東南アジア諸国連合、アフリカ連合などが挙げられる。

政府間組織の名称には、全称、略称又は略語が含まれる。例えば、

国際連合の英語の全称は「United Nations」、略称は「UN」、旗は  である。

「欧州連合」の略称は「欧盟」、英文名称は「European Union」、略称は「EU」、旗は  である。上海協力機構の略称は「上合組織」、英語名は「The Shanghai Cooperation




Organization」、略称は「SCO」、旗は  である。

上述の標章を商標として使用・登録することを禁止する理由は以下のとおりである；当該政府間組織の承諾を得ずに、他人がこれらの標章を商標として使用・登録した場合、公衆に対して、これらの標章の使用者が当該組織から権限を委任され、又は当該組織と関連性を有すると誤認させやすいためである。ただし、政府間組織の承諾を得て、又は、公衆に対して、製品又は役務の出所などについて誤認を生じさせない場合には、本項の使用禁止規定を適用しない。


2.4 管理措置の実施及び保証の付与を示す政府の標章又は検査印 と同一又は類似のもの

本条にいう「管理措置の実施」とは、関係公的機関が、法律の規定に基づき、いくつかの商品の品質や精度について、把握し、監督する行為をいう。「保証の付与」とは、関係公的機関が法律の規定に基づき、品質、精度などに関して、一定の要件を満たした製品となっているかを確認する行為をいう。「政府の標章、検査印」とは、商品の品質、性能、成分、原料などに関する管理措置を実施し、保証を付与したことや検査を実施したことを表すために用いる公的機関の標識や刻印をいう。例としては、デンマークのチーズ印、オランダの商品検査印などが挙げられる。これらの標章は、これらの機関のみが所有しているものである。本項にいう管理、保証機関は、通常、非公的機関を指すものではなく、公的機関を指すものである。管理措置の実施、保証の付与を示す政府の標章、検査印は、政府が職責を履行し、監督管理する事項に対する承認と保証を示し、国家の公信力を備えたものであるため、商標として使用することは望ましくない。他人がこのような政府の標章、検査印又はこれらと類似の標章を使用し、又は登録出願し、かつ、当該組織から権限を委任されていない場合、公衆は、当該使用者又は登録出願人がこれらの標章の所有者である、又は、関係公的機関から権限を委任された者であると誤認しやすいため、このような標章の公信力が損なわれてしまう。ただし、公的機関が他人に使用権限を委任し、又は、他人に政府の標章、検査印に係る商標登録出願の権利を委任した場合には、当該機関と当該個人の間には権限委任と被委任の約束が既に存在しているため、同項の禁止的規定を適用しない。

2.5 「赤十字」、「赤新月」の名称、標章と同一又は類似のもの

本条にいう「赤十字」  は国際人道支援の保護標章で、武装部門における医療機関の特定の標章であり、赤十字社専用の標章である。その図案は  である。「赤新月」  は、アラビア国家と一部のイスラム国家における赤新月社の専用標章であって、赤十字標章と同じ性質と機能を備えているものである。赤新月標章は右又は左に曲がる赤新月である。「赤十字社法」の規定に基づき、赤十字標章は、武装衝突においても、尊重され、保護を受けなければならない人と設備を示すものである。その使用方法については、ジュネーブ諸条約及び付属議定書の関連規定が準用される。赤十字標章は、赤十字活動に関わる人又は物を示すために表示・使用される。その使用方法は、国务院が規定する。宗教の信仰により、赤新月の標章を使用する場合、その使用方法については、赤十字標章の使用規定を適用する。

赤十字標章を乱用することは、禁止されている。

また、「赤水晶」の標章 （図案は白い背景に赤い枠の縦正方形）についても、国際人道保護条約に規定された第三の戦場救護の特別標章であり、「赤十字」、「赤新月」の標章と同等の法的効力と地位を有する。「赤十字」、「赤新月」の名称、標章と同一又は類似の標章は、商標として登録及び使用してはならない。

2.6 民族に対する差別的扱いの性質を帯びたもの

本条にいう「民族に対する差別的扱いの性質」とは、標章において、特定の民族を醜く描き、けなし、又は当該民族を平等視しないその他の内容が含まれることをいう。同項は、民族に対する差別的扱いの性質を帯びた標章などを商標として使用・登録することを禁止する狙いのものである。

2.7 欺瞞性を帯びており、商品の品質などの特徴又は産地について

公衆に誤認を生じさせやすいもの

本条にいう「欺瞞性を帯び」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、商品又は役務の品質などの特徴又は産地について公衆に誤認を生じさせやすいことをいう。例としては、「健康」、「長寿」の文字からなる標章の使用商品として「たばこ」を指定する、「万能」の文字からなる標章の使用商品として「薬」を指定する場合は挙げられる。

標章が当該状況に該当するかどうかを判断するには、必ず指定商品又は役務そのものの特徴に合わせて、具体的に分析しなければならない。例えば、「好土（良い土）」を指定商品「卵」に使用する場合、消費者に商品の質（等級）、品質、飼育方式などの特徴について誤認を生じさせやすいため、同類状況に該当する。

ただし、公衆の日常生活における経験などに基づけば、標章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誤認を生じさせない場合は、この限りでない。

2.8 社会主義の道德、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすも

の

本条にいう「社会主義の道德、風習」とは、わが国の人々の共通の生活及び行動の準則、規範及びある時期において社会に流行した良好な気風や習慣のことをいう。富強、民主、文明、調和、自由、平等、公正、法治、愛国、勤勉、信義誠実、友愛の社会主義の核心的価値観は、中国の各民族共通の思想道德の基礎となるものである。「その他の悪影響」とは、社会主義の道德、風習を害するもの以外の状況で、一般的に標章の文字、図形又はその他の構成要素が貶める意味を持ち、又は当該標章そのものは貶める意味を持たないものの、当該出願人が登録し、使用することにより、中国の政治、経済、文化、宗教、民族などの公共の利益と公共秩序に消極的、マイナスな影響を及ぼすものをいう。「社会主義の道德、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすもの」に該当するかを判断するにあたっては、政治背景、社会背景、歴史背景、文化伝統、民族風習、宗教政策などの要素を考慮するほか、標章の構成要素と指定商品又は役務を考慮しなければならない。公衆の日常生活における経験、又は辞書、参考図書、権威のある文献、又は関連分野の関係者の常識などに基づいて、標章又はその構成要素が中国の公共の利益及び公共秩序に消極的、マイナスな影響を及ぼすおそれがあると認定することができる場合には、「その他の悪影響」を及ぼすものであると判断することができる。出願人の主観的意図、使用方法、社会影響などは、「その他の悪影響」を及ぼすかを判断するための参考要素とすることができる。審査及び審理の際における、標章又はその構成要素が「その他の悪影響を及ぼす」かの判断については、通常、登録の審査時及び審理時における事実状態に準じる。

2.9 地名を含む標章の審査及び審理

本条にいう「県級以上の行政区画」とは、県級行政区画（例えば県、自治県、県級市、市轄区など）、地区級行政区画（例えば市、自治州、地区、盟）、省級行政区画（例えば省、直轄市、自治区）、特別行政区、すなわち香港特別行政区とマカオ特別行政区、台湾地区が含まれる。県級以上の行政区画の地名は、中国の民政部により公布された「中華人民共和国行政区画簡冊」に準拠する。本条にいう県級以上の行政区画の地名には、全称、略称及び省、自治区、直轄市、特別行政区、省都、計画単列市、著名な観光都市の名称のピンインが含まれる。

本条にいう「公知の外国地名」とは、中国において一般に知られている中国以外の国や地域の地名をいう。地名には全称、略称、外国語名称、通用の中国語訳が含まれる。例としては、「東京」、「紐約（訳注：ニューヨーク）」などが挙げられる。中国において一般に熟知さ

れていない外国の地名については、この限りでない。

本条にいう「地名が別の意味を持つ」とは、地名が言葉として固有の意味を持ち、かつ、その意味が地名としての意味よりも影響が強く、公衆に誤認を生じさせないことをいう。

地名を商標とすること自体は、顕著性に乏しく、又は顕著性が弱く、消費者による商品や役務の出所の識別に不利であり、混乱を引き起こしやすいものである。県級以下の行政区画又は中国の公衆に知られていない外国地名は、同項の登録禁止状況には該当しないが、対応する地域そのものが指定商品の生産又は指定役務の提供によって有名になっている場合には、出願・使用する商品と役務に合わせて、誤認を生じる状況に該当するか否かを総合的に判断する必要がある。

実務においては、地名とその他の要素からなる標章が他の要素を加えることにより、全体として顕著な特徴を備え、かつ、全体として上述の地名よりも影響力が強い別の意味を形成するようになった場合、又は全体として意味を持たず、かつ、通常において上述の地名と認識されにくい場合には、本項には該当しないと判断することができる。

3. 具体的な適用

3.1 中華人民共和国の国名、国旗、国章、国歌、軍旗、軍章、軍歌、

勲章など同一又は類似のもの、及び中央国家机关の名称、標章、所在地の特定場所の名称又は代表的な建築物の名称、図形と同一のもの

3.1.1 わが国の国名と同一又は類似のもの

標章がわが国の国名と同一の文字からなる場合、わが国の国名と同一のものであると判断する。例としては、**CHINA**が挙げられる。標章の意味、発音又は外観などがわが国の国名と類似し、公衆に対して、それがわが国の国名であると誤認させやすいものについては、わが国の国名と類似のものであると判断する。例としては、ZHONGGUO と **CHINAR** が挙げられる。そのうちの **CHINAR** については、全体として意味を持たないが、外観上でわが国の国名の英語 CHINA と類似し、混同を引き起こしやすいため、わが国の国名と類似のものであると判断される。

例：



圀中

(「圀」は「国」の異体字である)

3.1.2 わが国の国旗、国章、国歌と同一又は類似のもの

わが国の国旗、国章、国家の名称、図案又は音と同一又は類似の標章であって、公衆にそれをわが国の国旗、国章、国歌と関連付けさせるのに十分であるものについては、わが国の国旗、国章、国歌と同一又は類似のものであると判断する。

例： **五★红旗**

例外：

本項に該当する標章には、「五星」や「红旗」の文字又は「5つ星の図案」や「赤い旗の図案」が含まれるが、公衆に対して国旗との関連付けをさせないものについては、中国の国旗と同一又は類似のものとは判断しない。



例：

3.1.3 中国の軍旗、軍章、軍歌などと同一又は類似のもの

中国の軍旗、軍章、軍歌の名称、図案又は音などと同一又は類似の標章であって、公衆にそれを軍旗、軍章、軍歌と関連付けさせるのに十分であるものについては、中国の軍旗、軍章、軍歌と同一又は類似のものであると判断する。



例：

3.1.4 中国の勲章と同一又は類似のもの

中国の勲章の名称、図案など同一又は類似の標章であつて、公衆にそれを勲章と関連付けさせるのに十分であるものについては、中国の勲章と同一又は類似のものであると判断する。



3.1.5 中央国家機関の名称、標章、所在地の特定場所の名称又は代表的な建築物の名称、図形と同一のもの

中央国家機関の名称、標章、所在地の特定場所の名称又は代表的な建築物の名称、図形と同一の標章については、審査及び審理の際に、同項の使用禁止規定を適用する。



3.2 外国の国名、国旗、国章、軍旗など同一又は類似のもの

3.2.1 外国の国名と同一又は類似のもの

外国の国名と同一の標章については、外国の国名と同一であると判断する。外国の国名と類似又は外国の国名と同一又は類似の文字を含む標章については、外国の国名と類似のものであると判断する。



例外：

(1) 当該国の政府の承諾を得ているものについては、通常、当該使用禁止規定を適用しない。ただし、出願人は、当該国の政府の承諾を得ていることを証明する書類を提出しなければならない。



(出願人は、公証により認証された日本の商標登録証書の写しと翻訳文を提出したため、出願に係る商品との関係における標章登録については、日本政府の承諾を得ているとみなされる)

出願人が当該商標について、同一又は類似の商品・役務において、当該国で登録を受けている場合には、当該国の政府の承諾を得ているとみなされる。


例：




(出願人は、当該標章に係る商品・役務において、イタリアでの登録を受けているため、イタリア政府の承諾を得ているとみなされる)

ただし、外国政府が、本国での登録が外国において登録を受ける権限の付与を意図するものではない旨を明確に示している場合、又は当該権限の付与に対して他の明確な要件がある場合には、外国政府の承諾を得ているとは当然にはみなされない(例：スイス)。

(2) 明らかに他の意味を有し、かつ公衆に誤認を生じさせないものについては、通常、同使用禁止規定を適用しない。例えば、「被服、靴、ネクタイ」を指定商品として出願される

 (Frank) は、フランスの国名の「FRANCE」とはアルファベット2文字の違いがあり、英語では「素直、誠意ある」の意味を有する語であって、英語の人名「Frank」としてもよく見かけるものでもあるため、審査及び審理の際には、通常、上述の使用禁止規定を適


用しない。また、例えば、「被服」を指定商品として出願される  は、トルコの国名と同一であるが、「シチメンチョウ」という公衆に知られている他の意味が存在する。「テレビ、

マイク」を指定商品として出願される **Span** は、スペインの国名の「SPAIN」とはアルファベット1文字の違いがあり、英語では「幅、間隔」の意味を有する語である。以上の2件の商標を審査・審理する際には、通常、上述の使用禁止規定を適用しない。


(3) 外国の旧国名と同一又は類似の標章については、通常、上述の使用禁止規定を適用しない。例えば、被服商品において出願される **天竺** (訳注：インド)、**花旗** (訳注：米国) が挙げられる。ただし、特定の商品との関係で、公衆に対して商品の産地に係る誤

認を生じさせやすいものについては、「商標法」第十条第一項第七号の規定をもって拒絶する。例：「米」を指定商品として出願される**暹罗**（訳注：タイ）。

(4) 標章が二つ以上の国名の中国語略称による組み合わせであって、公衆に対して商品の産地に係る誤認を生じさせないものについては、通常、同項の禁止規定を適用しない。例えば、「コンピュータ」を指定商品として出願される**德意**、「照明用器具」を指定商品と

して出願される  が挙げられる。ただし、特定の商品との関係で、公衆に対して商品の産地に係る誤認を生じさせやすいものについては、「商標法」第十条第一項第七号の規定をもって拒絶する。例：「化粧品」を指定商品として出願される**韩日**、「ぶどう酒」を指定商品として出願される**法美**。

(5) 標章に含まれる国名が、その他の顕著な特徴を持つ標章と相互に独立しており、国名が単に出願人の所属国を如実に表示する役割を果たすか、又はその他の描写的な言語と共同して指定商品・役務の特徴を如実に表示するものである場合には、本使用禁止規定を適用しなくてもよい。例えば、イタリアの出願人 CIELO E TERRA S.P.A. が出願した


 について、構成中の「ITALIANO」の訳は「イタリア」であるが、「ITALIANO」がその他の顕著な特徴を持つ標章「MAESTRO」と相互に独立しており、当該国名部分が単に出願人の所属国を如実に表示する役割を果たすにすぎないものであるといえるため、本使用禁止規定を適用しない。例えば、「和風料理レストラン」の役務において出願された


柚子日本料理 について、外国の国名を含むものであるが、全体として指定役務の特徴を如実に表示しているため、本使用禁止規定を適用しない。


3.2.2 外国の国旗、国章、軍旗などの名称又は図案と同一又は類似のもの

外国の国旗、国章、軍旗の名称又は図案と同一又は類似の標章であって、公衆にそれを外国の国旗、国章、軍旗と関連付けさせるのに十分であるものについては、外国の国旗、国章、

軍旗と同一又は類似のものと判断されるものであり、商標として使用・登録してはならない。

例えば、が商標登録出願された場合には、アメリカの国旗と類似のものであると判断

する。が商標登録出願された場合には、イタリアの国旗と類似のものであると判断

する。 (UNION JACK) が商標登録出願された場合、「英国の国旗」と翻訳することができるため、イギリスの国旗と類似のものであると判断する。


例外：

当該国の政府の承諾を得ているものについては、通常、当該使用禁止規定を適用しない。ただし、出願人は、当該国の政府の承諾を得ていることを証明する書類を提出しなければならない。出願人が当該商標について同一又は類似の商品・役務において、当該国で既に登録を受けている場合には、当該国の政府の承諾を得ているとみなされる。

3.3 政府間組織の名称、旗、徽章など同一又は類似のもの

公衆にそれを政府間組織の名称、旗、徽章などに関連付けさせるに十分な標章については、政府間組織の名称、旗、徽章と同一又は類似のものと判断すべきものであり、商標と



して使用・登録してはならない。例えば、、、、

の出願はそれに該当する。

例外：

(1) 当該政府間組織の承諾を得ているものについては、本使用禁止規定を適用しない。ただし、出願人は当該政府間組織の承諾を得ていることを証明する書類を提出しなければならない。



(2) その他の明確な意味、又は特定の表現形式を有し、公衆に対して誤認を生じさせないものについては、本使用禁止規定を適用しない。例えば、「比重計」を指定商品として出

願される 、「ヒト用薬」を指定商品として出願される  については、全体的な表現形式が特殊であって、通常、公衆に対して国際連合の英語表記の略称又は世界保健機関の会章と関連付けさせるものではないことから、本使用禁止規定を適用しない。


3.4 管理措置の実施及び保証の付与を示す政府の標章又は検査印

と同一又は類似のもの

管理措置の実施及び保証の付与を示す政府の標章又は検査印と同一又は類似の標章につ

いては、商標として登録・使用してはならない。例えば、、は、それぞれ中国の強制製品認証の標章、外貨両替の統一標章である。そのため、上述類型の標章と同一若しくは類似の標章又は上述類型を含む標章については、商標として登録・使用してはならない。


公衆にそれを管理措置の実施及び保証の付与を示す政府の標章又は検査印と関連付けさせるに十分な標章については、当該政府の標章、検査印と同一又は類似のものであると判断

する。例えば、「照明用器具及び装置」を指定商品として出願される  については、中国の強制的製品認証標章と類似のものであると判断する。

例外：

(1) 当該公的機関に権限を委任されている場合には、本使用禁止規定を適用しない。ただし、出願人は、当該公的機関からの権限の委任を証明できる書類を提出しなければならない。


(2) 別の明確な意味又は特定の表現形式を有し、公衆に対して誤認を生じさせないものについては、本使用禁止規定を適用しない。例えば、「携帯電話用電池、携帯電話用充電器」


を指定商品として出願される 、「蛇口、シャワー用設備」を指定商品として出願さ

れる 。

3.5 「赤十字」、「赤新月」の名称、標章と同一又は類似のもの

「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、図案と視覚上でほぼ差がない標章については、「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、標章と同一のものであると判断する。例え

ば、 について、構成中の「Red Cross」の訳は「赤十字」である。

 について、構成中の「red crescent」の訳は「赤新月」である。

公衆に「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、図案と誤認させるに十分な標章について

は、「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、標章と類似のものであると判断する。

例：



指定商品：医療用薬剤



指定商品：ブドウ糖サプリメント



指定商品：救急バッグ




祈福医疗管理
CLIFFORD MEDICAL MANAGEMENT

指定商品：医療機器


例外：

明らかに別の意味又は特定の表現形式を有するものであって、公衆に対して誤認を生じさせないものについては、本使用禁止規定を適用しない。例えば、「消火器」を指定商品と

して出願される 、「印刷用インキ、顔料」を指定商品として出願される .

3.6 民族に対する差別的扱いの性質を帯びたもの

標章そのもの又はその構成要素が、民族の名称と同一又は類似のものであって、特定の民族を醜く描き、貶めるような標章については、民族に対する差別的扱いの性質を帯びたもの

と判断する。例えば、「蜂蜜」などを指定商品として出願される  標章について、蛮子は少数民族に対する蔑称に属する。

3.7 欺瞞性を帯びており、商品の品質などの特徴又は産地について

公衆に誤認を生じさせやすいもの

具体的に次に掲げるものを含むが、それらに限らない。

3.7.1 商品又は役務の質（等級）、品質、機能、用途、原料、内容、重量、

数量、価格、製法、技術などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすいもの

3.7.1.1 商品又は役務の質（等級）、品質などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすいもの

例：



指定商品：染料



消費者满意的好家具

指定商品：家具



指定商品：ミネラルウォーター



指定商品：茶



指定商品：人造金製品

皖典优级原浆

指定商品：白酒、烧酎

儿童第一城
First community for KIDS

指定役務：乳幼児の一時保育

頭文字が「国」である商標登録出願については、次の基準に基づき、厳格に審査・審理しなければならない。

「『国』の文字に商標の指定商品の名称を組み合わせたもの」又は商標の構成中に「『国』の文字と商標の指定商品の名称を含むもの」が商標出願された場合、「欺瞞性を帯びており、商品の品質などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすいもの」に該当することを理由に拒絶する。標章の具体的な状況を踏まえて、公平競争の市場秩序を損ない、悪影響を及ぼす可能性が高いもの、又は顕著な特徴に欠けるものである場合には、第十条第一項第八号又は第十一条第一項第三号を同時に適用することができる。例えば「白酒」を指定商品として



出願される**国酒**、「レストランサービス」を指定役務として出願される**国宴**、「生の果

国果网

物」を指定商品として出願される **GUOGUOWANG** が挙げられる。

頭文字が「国」であるが、「『国』の文字と商標の指定商品の名称を組み合わせたもの」ではない出願商標については、個々の状況に応じて具体的に判断しなければならない。指定商品に使用され、商品の品質の特徴を直接的に表示し、又は欺瞞性を帯びており、ひいては公平競争の市場秩序を損ない、又は悪影響を及ぼす可能性が高いものについては拒絶しな

なければならない。例えば、「焼酎」を指定商品として出願される**国 贡**、「輸送」を指定役務

として出願される**国 圣** が挙げられる。

3.7.1.2 商品の機能、用途などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすいもの

例：

肺力长

指定商品：茶、蜂蜜

代谢修复

指定商品：食用燕の巣、果物の缶詰

超感白

指定商品：漂白剤

妇医生

指定商品：ヒト用薬

清雪剂

指定商品：ヒト用薬

(「清雪剂」は「清血剂」と発音が同じであり、消費者に当該指定商品が血をきれいにする機能を有するものであると誤認させやすい)

3.7.1.3 商品の種類、主要な原料、成分などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすいもの

例：



指定商品：魚の加工食品

铁观音

指定商品：紙巻たばこ



指定商品：穀（穀類）



指定商品：乳児用食品

优加倍乳铁

指定商品：乳児用食品

（「乳鉄」とは「ラクトフェリン（乳鉄蛋白）」の略称で、
食品添加剤として使うことができる）

ただし、登録出願をした標章、文字などが示す意味又は物品が、登録出願をした商品と業界的な関連性がないものを除く。

蓝莓
lanmei

指定商品：食器洗い機

苹果

指定商品：コンピュータ

3.7.1.4 商品の重量、数量、価格、生産時間、製法、技術などの特徴について
公衆に誤認を生じさせやすいもの

例：



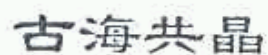
指定商品：お菓子

明 嘉靖十八年

指定商品：宝飾品



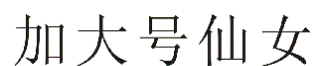
指定商品：小金物器具



指定商品：凍結防止剤



指定商品：被服



指定商品：被服

倒 笃

指定商品：家禽肉（生きているものを除く）、魚の加工食品など
（「倒篤」は漬物の一製法）

3.7.1.5 役務の内容、性質などの特徴について公衆に誤認を生じさせやすいもの

例：



指定役務：研修



指定役務：薬の小売又は卸売

（「前列線」は「前列線（前立腺）」と類似しており、
役務の内容について消費者に誤認を生じさせやすい）



指定役務：金融管理

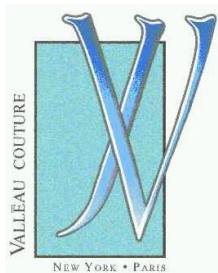
（「公益」は公益事業の略称で、

消費者に役務の性質について誤認を生じさせやすい)

3.7.2 商品又は役務の産地、出所について公衆に誤認を生じさせやすいもの

3.7.2.1 標章が地名からなり、又は標章に地名が含まれるが、出願人が当該地域に由来する者ではなく、指定商品に使用すると産地について公衆に誤認を生じさせやすいもの（「商標法」第10条第2項により商標としての使用が禁止されている状況に当たる場合、本条項を同時に適用する）

例：



指定商品：被服、帽子

出願人：北京盛世傑威服装服飾有限公司

（「NEW YORK」の訳は「ニューヨーク」であり、「PARIS」の訳は「パリ」である）



指定商品：エッセンシャルオイル、化粧品

出願人：M. SERGE LOUIS ALVAREZ

出願人の住所：……BP 148 F-26905 VALENCE CEDEX 9 (FRANCE) (FR)

（「PARIS」の訳は「パリ」であり、出願人の住所はフランス国のヴァランス市である）



指定商品：時計、腕時計

出願人：Fredric Constantin Holdings Limited (弗雷德瑞克康士丹頓控股有限公司)

出願人の住所：オランダ領アンティルス諸島、キュラソー島

（「GENEVE」の訳は「ジュネーブ」である）

3.7.2.2 標章の文字構成が中国の県級以上の行政区画の地名又は公知の外国地名とは異なるものの、字体や発音が類似しており、当該地名と誤認させるに十分なものであって、商品の産地について公衆に誤認を生じさせやすいもの

例：



指定商品：焼酎



指定商品：果物酒（アルコール含有）

出願人：南通富豪酒業有限公司



指定役務：喫茶店、バー

出願人の住所：雲南省麗江市滇西明珠花園別荘



指定商品：焼酎

出願人の住所：河南省南陽市唐河县城関鎮

3.7.2.3 標章が中国の県級以上の行政区画の地名以外のその他地名からなり、又は商標に当該地名が含まれ、それをその指定商品に使用すると、商品の産地について公衆に誤認を生じさせやすいもの

例：

酷艾阳澄湖

指定商品：甲殻類動物（生きているもの）

出願人：広州匡恒服装有限公司

西街口

指定商品：生の果物、生のニンニク

出願人の住所：雲南省曲靖市富源县黄泥河鎮

（「西街口」は雲南省昆明市石林彝族自治州管轄の鎮の名称で、同鎮で産出された西街口人参果実、西街口ニンニクなどの農産副産物の知名度が比較的高い）

今治

指定商品：紡織品タオル、毛布

出願人：上海夕爾実業有限公司

（「今治」は日本の市の名称である。同市のタオル生産量は日本で1位であり、関連公衆において一定の知名度がある）

1 de MENDOZA

指定商品：ぶどう酒

出願人：北京衆拓必亨国際貿易有限公司

（「MENDOZA」はアルゼンチンの歴史的名城で、ぶどう酒の醸造で有名になったクージョ地域を中心地帯に位置している）

ただし、指定商品が指している場所又は地域と特別の関連性がなく、商品の産地について公衆に誤認を生じさないものは除く。

例：



指定商品：オートバイ

盛泽

指定商品：油圧ポンプ



指定商品：非金属箱

3.7.2.4 標章に国名が含まれるが、出願人が当該国に由来する者ではなく、その指定商品に使用すると商品の産地について公衆に誤認を生じさせやすいもの

例：

法国双飞人

指定商品：医薬製剤

出願の住所：アラブ首長国連邦ドバイ、DNIR Building, Sheikh Zayed Road, Dubai

得卡罗
Prodotto in Italia · dal 1898

指定商品：穀類製品、アイスクリーム

出願人：蘇州淘味道食品有限公司

3.7.2.5 標章に企業名称が含まれ、当該名称が出願人の名義と実質的な差異があり、公衆に誤認を生じさせやすいもの

本条にいう企業名称は全称、略称、中国語名称、英文名称及び名称のピンインなどを含み、かつそれを企業主体の身分を示す標章と公衆に誤認させやすいことを判断の要件とする。

通常、標章に含まれる企業名称の行政区画又は地域の名称、商号、業界又は経営特徴、組織構成が出願人の名義と一致しない場合には、出願人の名義と実質的な差異があると判断する。

例：



指定商品：被服

出願人：濰坊体会製衣有限公司



(アルファベットは「北京茂盛園肉食品廠」のピンイン)

指定商品：食肉

出願人：褚某某



指定役務：病院、獣医補助、動物の飼育

出願人：鄭某某

潮創集團

指定役務：土地、建物の貸与

出願人：広州潮創房地產開發有限公司

汇智銀行

指定役務：法律的事項に関する研究

出願人：深セン市中興達文化傳播有限公司

海涛医院

指定役務：病院、整形外科

出願人：蕪湖濟仁網絡科技有限公司



指定役務：就職斡旋、人事管理コンサルティング

出願人：河北爱聘人力资源有限公司

標章に含まれる企業名称が出願人の名称と一致しないものの、商慣習に適合し、かつ商品又は役務の出所について公衆に誤認を生じさせないものは除く。

例：



(宏全公司)

指定商品：プラスチック製包装容器

出願人：(台湾) 宏全國際股份有限公司



新松公司

指定商品：ロボット (機械)

出願人：瀋陽新松机器人自動化股份有限公司



指定商品：家具用の付属品（金属製のものを除く）

出願人：上海永春裝飾有限公司



指定商品：ワイヤーロープ（金属製縄）

出願人：誠志股份有限公司



指定商品：ソーセージ

出願人：瀋陽長香斯食品有限公司

（当該商標の「Shen Yang ChangXiangSi Food Limited Company」の一部は出願人の名称とみなすことができる）

3.7.2.6 著名な人物の氏名、肖像など同一又は類似のものであって、公衆に誤認を生じさせやすいもの

標章又はその構成要素が著名な人物の氏名、肖像など同一又は類似のものであり、本人の承諾を得ておらず、商品又は役務の出所などについて公衆に誤認を生じさせやすいものについては、本規定を適用する。氏名には、戸籍登記に使用された氏名が含まれるほか、別名、筆名、芸名、雅号、愛称なども含まれる。

例：

顾景舟

指定商品：家庭用食器、磁器

出願人：江某

（顧景舟は「中国工芸美術大師（国家級称号）」を保有する人物である）

沃伦巴菲特

指定役務：資本投資

出願人：蘇州国一智孵化器管理有限公司

葛优

指定商品：医療用栄養剤、殺虫剤

出願人：盛某

3.7.2.7 一定の知名度を有する教育機関、体育組織、環境保護組織、慈善組織などの組織名称、標章と同一又は類似のものであって、当該組織の承諾を得ておらず、商品又は役務の出所について公衆に誤認を生じさせやすいもの

例：

北大金秋

指定役務：科学技術文書を書く

出願人：北京北大金秋技術新有限公司

（「北大」は北京大学の略称で、中国の100年以上の歴史を有する名門大学として、社会において高い知名度を有している）

哈工程

指定役務：教育、研修

出願人：ハルピン亮角落広告伝媒有限公司

（ハルピン工程大学の略称は「哈工程」で、中国の有名大学である）



出願人：寧徳市米勒耐磨材料有限公司

（当該標章は外観全体として、ライオンズクラブ国際協会の会章と類似している。ライオンズクラブ国際協会は非課税の社会福祉団体であり、その会章は関連公衆に熟知されている）

3.7.2.8 重要な試合、展示会、考古学的発見の名称（規範的略称を含む）、標章などと同一又は類似のものであって、主催者又は主管機関から権限を委任されておらず、公衆に誤認を生じさせやすいもの

冬奥蜂谷

指定商品：粉末穀加工食品、蓮の実を擦り潰したもの、蜂蜜入りのお菓子

出願人：孫某某

（「冬奥」は「冬季五輪」の略称である）

环渤海国际自行车赛

指定役務：教育、運動競技の運営

出願人：曲某某

（「環渤海国際自転車レース」は国家体育総局が主催する国際スポーツ競技会である）

渝洽会

指定役務：広告、商業又は広告のための見本市の運営

出願人：重慶壘昇企業策劃有限公司

（「渝洽会」は「中国（重慶）国際投資・世界購買会」の略称である）

进博会

指定商品：安全監視ロボット

出願人：重慶亢谷網絡服務股份有限公司

（「進博会」は中国国際輸入博覧会の略称である）

海昏侯

指定役務：盗難財産の追跡、死体防腐役務

出願人：翁某某

（海昏侯は西漢の爵位である。江西省南昌市にある漢時代の海昏侯国考古遺跡は中国が現在までに発見した、面積が最大で、保存が優良で、構成が最も完備し、内容が最も豊富で典型的な漢代列侯国都城集落遺跡である）

3.7.3 その他公衆に誤認を生じさせやすいもの

央储

指定役務：コンピュータネットワーク上のオンライン広告

出願人：趙某某

（「央儲」は「中央備蓄」の意味を持っており、中央政府が国家の食料、食用油、食肉、砂糖などの市場を安定させ、重大な自然災害又はその他突発的な事件に対応するために備蓄した食料、食用油、食肉、砂糖などの資源である）

3.8 社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすもの

3.8.1 社会主義の道徳、風習を害するもの

例：



（「山炮」は東北の方言で、知能が低く、見聞が平凡な人を形容する言葉で、一般生活において人を貶める意味をもって用いられる）

3.8.2 政治的に悪影響があるもの

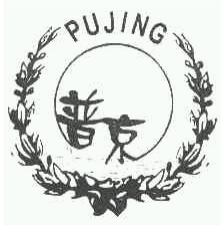
3.8.2.1 中国の党と国家指導者の氏名と同一又は類似のもの

党と国家指導者の氏名又は名前を商標として登録出願をし、中国の公益と公共秩序に消極的、マイナスな影響を及ぼすものは、「商標法」第十条第一項第八号をもって拒絶する。

当該標章が党や国家指導者の氏名や名前と類似のものであって、中国の公共利益や公共秩序に悪影響を与えるに十分なものである場合、「商標法」第十条第一項第八号を適用して拒絶する。

3.8.2.2 公知のその他の国・地域又は政治的国際機関の指導者の氏名と同一又

は類似のもの



古特雷斯

埃马纽埃尔·马克龙

甘地

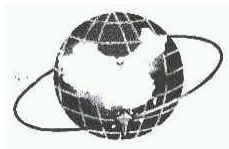
3.8.2.3 国家の主権、尊厳、イメージを害し、又は国の安全保障に危害を与え、 国家統一を破壊するもの

「国家安全法」の規定に基づき、中華人民共和国の公民、すべての国家機関と国家武装組織、各政党と各人民団体、事業体（中国語は「企事業単位」）及びその他の社会組織は、国の安全保障を守る責任と義務を有する。中国の主権と領土保全を侵害・分割することは許されない。国家の主権、統一と領土保全を守ることは、香港・マカオ・台湾の同胞を含む全中国人民の共同の義務である。

例：



（植民地主義者によるわが国の台湾に対する称呼）



（不完全なわが国の版図が含まれているもの）

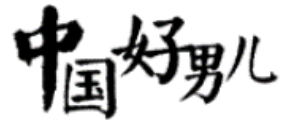


中国国名の濫用、国家尊厳の損害を防ぐため、標章にわが国の国名と同一又は類似の文字が含まれる場合、その他の要素と結合することにより、全体としてわが国の国名と同一又は類似しなくなったとしても、同項の禁止規定を適用しなければならない。

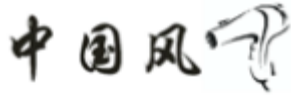
例：



指定商品：ぶどう酒



指定役務：広告



指定商品：ドライヤー



指定商品：家具

例外：

(1) 標章にわが国の国名と同一又は類似の文字が含まれるが、客観的な物事を記述するものについては、同項の禁止規定を適用しない。

例：



(2) 標章にわが国の国名と同一又は類似の文字が含まれるが、全体として新聞、定期刊行物、雑誌の名称を構成し、かつ、出願人の名義と一致するものについて、出願人がその合法的出版発行資格を証明することができる場合、新聞、定期刊行物、雑誌（定期刊行物）、新聞刊行物などの特定の商品への使用に対しては、同項の禁止規定を適用しない。

例：



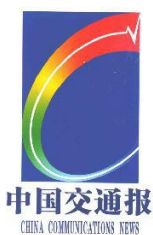
指定商品：新聞

出願人：中国消費者新聞社



指定商品：定期刊行物

出願人：「中国国家地理」雑誌社



指定商品：新聞

出願人：中国交通新聞社

中国环境报

指定商品：新聞

出願人：中国環境新聞社

(3) 標章にわが国の国名と同一又は類似の文字が含まれるが、全体として事業体の略称を構成するものについては、次に掲げる条件を備えた場合、同項の使用禁止規定をもって拒絶しない：出願人の権利能力が、国務院又は国務院によって権限が委任された機関による承認を経て設立されたものである場合；出願人の名称が、名称登記機関により法に準じて登記されたものである場合；出願標章が出願人の名称の略称と一致し、略称が国務院又は国務院によって権限が委任された機関による承認を得たものである場合；出願標章が出願人により中長期にわたって広く使用され、関連公衆に認知され、出願人と唯一の対応関係が形成されている場合。

例：



指定商品：石油化工設備

出願人：中国石油化工集团有限公司。英語の略称は Sinopec Group である



指定役務：電話ビジネス

出願人：中国電信集团有限公司。英文名称は China Telecom

中国人保

指定役務：保険

出願人：中国人民保險集团股份有限公司



指定役務：テレビ・ラジオ

出願人：中国連合網絡通信集团有限公司。英文名称は China Unicom



指定役務：電力線路の修理

出願人：中国南方電網有限責任公司。英文名称は China Southern Power Grid Company Limited である。

(4) 標章にわが国の国名が含まれ、国名がその他の顕著な部分と相互に独立し、標章の全体構成における主な部分又は付属部分に属さず、単に商品又は役務の出所国を如実に表示するだけの役割を果たすものであって、その登録・使用が、通常、わが国の国家の尊厳、公共の利益と公共秩序に対して、消極的でマイナスの影響を及ぼさない場合には、同項の使用禁止規定を適用しない。

例：



指定商品：電力網絶縁体

3.8.2.4 党の重要な理論的成果、科学的方法による結論・判断、重要な政治論述など同一或いは類似のもの、又は、国家戦略、国家政策、党と国家の重要な会議など同一或いは類似のものであって、公衆にそれを連想させやすいもの

实事求是

绿水青山就是金山银山

六穩六保

一帶一路

粵港澳大湾区

长三角一体化

两会
Liang Hui

金砖会晤

3.8.2.5 政治的意味を有する数字などからなるもの

例：

七・七

九一八

3.8.2.6 政治的意味を有する事件、場所の名称などからなるもの

例：



八一起义

兩相坡

三条驴腿

(河北省遵化市西鋪村「三条驢腿 (ロバの足3本)」の事績は1950年代の中国における農村合作化運動 (農業の集団化) の典型的な代表例であり、持ち分を「ロバ1頭の足3本」しか保有しない貧困農家23世帯が農業生産合作社「窮棒子社」を結成し、全国の先進的モデルとなった)

3.8.2.7 テロ組織、邪教組織、暴力団又は暴力団の性質を有する組織の名称又はそのリーダーの氏名と同一又は類似のもの

例：



(図中の文字は「地下組織 (アルカイダ)」である)

3.8.2.8 その他政治的な悪影響を及ぼすもの



(ナチスの記号)



(図中の文字は「反貪 (汚職取締り)」である)

3.8.3 わが国の経済、文化、民族、宗教、社会に対して、消極的でマイナスな影響を及ぼし、公益を損ない、公共秩序を乱すもの

3.8.3.1 わが国の全体発展戦略と密に関わる国家レベル新区又は国家レベル重点開発区域の名称 (規範的略称を含む) などと同一又は類似のものであって、わが国の経済、公共の利益を害するもの

例



出願人：河北雄安保府酒業有限公司

ただし、国務院及び国務院によって権限を委任された部門の承諾を得たものについてはその限りではない。ただし、出願人は書面にて関係証明文書を提出する必要がある。

例：

雄安建投

出願人：中国雄安集团有限公司

3.8.3.2 各国の法定通貨の図案、名称又は表記と同一又は類似のもの

例：



(人民元の符号)



美金 (「美金」は「米ドル」)

KRONE

(デンマーク通貨の名称は「クローネ」)

3.8.3.3 標章の中に規範的ではない漢字が含まれるもの又は熟語の規範的ではない使用に該当するものであって、公衆、特に未成年者に誤認を生じさせやすいもの

書き方が規範的ではない漢字が含まれ、又は規範的ではない熟語が使用された標章を商標として使用し、わが国の文化など公共の利益と公共秩序に消極的でマイナスな影響を及ぼす可能性の高いもの

例：

随心所欲

(成語「随心所欲」の規範的ではない使用に該当する)

左右逢缘

(成語「左右逢源」の規範的ではない使用に該当する)

商標に使用される漢字は、原則として規範的漢字であることを要求されるが、商標業務の特殊性及びわが国の香港特別行政区、マカオ特別行政区及び台湾地区の現状と歴史伝統を考慮し、繁体字及び行書、草書、隶書、篆書などの書道形式の漢字の使用も許される。

商標に含まれる漢字が規範的かを判断する際には、印刷体又は一般的な手書き形式の漢字は厳しく扱わなければならない。外字、筆面の増減又は筆画に誤りのある漢字であって、公衆、特に未成年者にその筆記に対し、誤認を生じさせやすいものは、規範的ではない漢字とみなさなければならない。

例：



绿宇

(外字)

天下千賊

(「賊」の字は筆画が1つ多い)

微运

(「微」の字は筆画が1つ少ない)

(「緑」の字は筆画が誤っている)

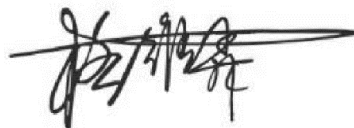
值头条

(「值」の字は筆画1つ少ない)

ただし、商標に含まれる漢字が書道体又はその筆画が図形化、芸術的な手法で設計され、公衆、特に未成年者にその書きに対して、誤認を生じさせないものは、規範的ではない漢字とみなさなくてよい。



(篆書体の「野草」)



(中国語の筆記体)



(「橙晶網逅」の図形化)



(「麗」の字の図形化)

3.8.3.4 民族的、種族的尊厳や感情を害するもの

わが国は全国各民族が共同に築き上げた多民族統一の国家で、各民族が一律に平等である。「憲法」第四条の規定に基づき、「いかなる民族に対する差別及び抑圧を禁止し、民族団結を破壊する行為及び民族を分裂させる行為を禁止する」。わが国の「刑法」「治安管理処罰法」で、民族への憎悪、民族差別を煽るなどの行為について、相応の処罰を定めている。

標章そのものについては、いかなる民族を醜く描き、或いは、差別するものでないが、商標として使用・登録されると、民族的尊厳又は感情を害し、民族団結、民族平等などを阻害するおそれがある場合には、本条の使用禁止規定を適用する。

例：

苗族妹

红瑶
HONGYAO

喜利妈妈

(「喜利媽媽」はシボ族の信仰)

標章に種族的尊厳や感情を害するおそれのある文字や図形などが含まれる場合においても、本条の使用禁止規定を適用する。

例：



HONKY

(中国語に訳すと「白鬼子」、黒人による白人に対する蔑称である)

民族的、種族的尊厳や感情を害するかを判断するにあたっては、その標章の構成及びその指定商品と指定役務を総合的に考慮しなければならない。一部の民族又は種族に関する文字・図形などは、それ自体が民族的、種族的感情を害するものではないが、特定の商品又は指定役務に使用された場合において、民族的、種族的感情を害するおそれがあるため、拒絶しなければならない。例えば、衛生清潔用品において、「インディアン」の文字標章を登録・使用することがそれに該当する。

ただし、標章そのものに明確に他の意味がある場合は、通常、当該禁止規定を適用しない。



例えば、「フローラルウォーター」を指定商品として出願される

「怒」が挙げられる。

3.8.3.5 宗教信仰、宗教感情又は民間の信仰を害するもの

本指南にいう「宗教」には、仏教、道教、イスラム教、キリスト教（主にプロテスタントを指す）、ローマカトリック教及びこれらの宗教の各宗派が含まれる。本指南にいう「民間の信仰」とは、主に媽祖など民間の信仰をいう。

次の各号のいずれかに該当する標章については、宗教信仰、宗教感情又は民間の信仰を害するものと判断する。

(1) 宗教又は民間の信仰対象の名称、図形又はそれらの結合

例：



(仏教の偶像)



(道教の偶像)



(民間の信仰)

MY GOD SOFT

(「GOD」の訳は「神」)

(2) 宗教の活動地点、場所の名称、図形又はそれらの結合
例



(「MECCA」の意味はイスラム教の聖地である
「メッカ」)



(よく見かける道觀の名称)



(中国チベット仏教の寺院)



(道教の有名な道觀)

(3) 宗教の教派、経書、用語、式典、習俗、専属用品、及び宗教人士の称呼、イメージ。
例



(道教の一教派)



(仏教經典)



(仏教の6字からなる警句)



(キリスト教「聖書」の中の内容)



(唐代の高僧の一人に義中禪師が挙げられるが、仏教禪宗の法師であり、福建省南部一帯で「三平祖師公」と称される)



(標章の中の文字は「雪域小和尚」)

次の各号のいずれかに該当する商標は、宗教信仰、宗教感情又は民間の信仰を害するものと判断しない。

(1)「宗教事務条例」第五十六条の規定に基づき、宗教団体、宗教教育機関、宗教活動場所、宗教教職員は法に基づき、公益慈善事業を設立・運営することができる。宗教団体、宗教教育機関、宗教活動場所、宗教教職員及びその授権を受けた宗教企業は、自己専属の宗教活動場所の名称を商標として登録出願することができるが、その他の宗教活動場所の利益及び関連公衆の宗教信仰、宗教感情を害してはならない。

例



出願人：中国嵩山少林寺



出願人：北京雍和宮管理处

ただし、当該宗教のタブー、又は使用が望ましくない商品又は役務は除く。

例：

少林寺

指定商品：米酒、白酒

出願人：中国嵩山少林寺

(2) 商標の文字又は図形が宗教又は民間の信仰に係るものであるが、別の意味を有し、又はその宗教関連の意味が既に一般化されており、公衆に対して特定の宗教又は民間の信仰と関連付けさせることがなく、関連公衆の宗教信仰、宗教感情を害しないものについては、宗教信仰、宗教感情又は民間の信仰を害するものと判断しない。

例：



(「仏頂山」が実在しており、浙江にも、貴州にも、遼寧にも存在している)



月老

3.8.3.6 わが国の各党派、公的機関、社会团体などの事業単位又は組織の名称、標章と同一又は類似のもの

本条にいう党派には、中国共産党及び民主党派と総称される中国国民党革命委員会、中国民主同盟、中国民主建国会、中国民主促進会、中国農工民主党、中国致公党、九三学社、台湾民主自治同盟という8政党が含まれる。本条にいう名称には全称、略称、略語などが含まれる。本条にいう標章には、徽章、旗などが含まれる。

例：



(「民建」は中国民主建国会の略称)



(中国消費者協会の標章と同一である)



(わが国の税関の徽章と類似する)



(中国少年先鋒隊の徽章と同一である)

3.8.3.7 わが国の党・政府機関、軍、警察などの職務、職級、肩書きの名称と同一のものであって、これらの特定主体と関連、混同又は誤認させやすく、公共の利益を害し、公共秩序を乱すもの

本条にいう党・政府機関には、中国共産党機関、人民代表大会機関、民主党派機関、政治協商会議機関、行政機関、裁判機関、検察機関などが含まれる。行政機関の職務には、総理、

部長、局（司）長、処長、科長、科員などが含まれる。行政機関の職級には、巡視員、調研員などが含まれる。軍の行政職務には、司令官、軍長、師長、旅長、団長、営長、連長、排長などが含まれる。軍の肩書きには、将官三級（上将、中将、少将）、佐官四級（大校、上校、中校、少校）、尉官三級（上尉、中尉、少尉）が含まれる。警察の肩書きには五等十三級が含まれる。例えば、総警監（副総警監）、警監、警督、警司、警員などがある。消防救援の肩書きには総監、副総監、総監補佐、指揮長、指揮員、高級消防員、中級消防員、初級消防員などが含まれる。税関の肩書きには、税関総監、税関副総監、関務監督、関務督察、関務督弁、関務員などが含まれる。外交の肩書きには大使、公使、参事官、秘書官、随員などが含まれる。

例：

部長

軍長



ただし、わが国の党・政府機関、軍、警察などの職務、職級、肩書きの名称と同一又は類似の文字が含まれているものの、その他の意味を有し、特定の主体との関連付け又は混同をさせることなく、公衆に誤認を生じさせないものは除く。

例：



3.8.3.8 わが国の突発公共事件（公共の緊急事態）における特有の語彙と同一又は類似のものであって、公共秩序を乱すもの

「突発事件対応法」に基づき、突発事件とは突発的に発生し、重大な社会的危害をもたらし又はもたらすおそれがあり、かつ応急処置を講じて対応する必要がある自然災害、事故災害、公衆衛生事件及び社会の安全に関する事件をいう。

(1) 標章及びその一部が重大な疫病などの公共衛生事件に係る特有語彙と同一又は類似のものであって、公衆に対して当該突発事件を連想させやすく、社会公共秩序を乱す場合

重大な疫病が発生したときに、疫病のウイルス名、疾病名などの標章と同一又は類似の商標が出願された場合、通常、本使用禁止規定を適用する。

例：

非典

抗冠

新型冠状
XINXINGGUANZHUANG

抗疫

(2) 標章及びその一部が重大な自然災害、重大な事故災害に係る特有の語彙と同一又は類似のものであって、公衆に対して当該突発事件を連想させやすく、社会公共秩序を害する場合

例：

512

指定商品：医療機器

出願人：広東思創格電子電器有限公司

出願日：2008年5月20日

(2008年5月12日に、四川省アバチベット族羌族自治州汶川県で破壊力が極めて大きい大地震が発生した。国務院の批准を得て、2009年以降、5月12日は「全国防災減災日」に指定された)

(3) 標章及びその一部が社会の安全に関する事件に係る特有の語彙と同一又は類似するものであって、公衆に対して当該突発事件を連想させやすく、社会公共秩序を害する場合

例：

占中

3.8.3.9 わが国の政治、経済、文化、社会発展と密接な関係を有する国家重点大型プロジェクト、重大な科学技術プロジェクトなどの名称と同一又は類似のものであって、当該出願人による登録・使用がわが国の公共の利益と公共秩序に消極的でマイナスな影響を及ぼす可能性が高いもの

例：

港珠澳大桥

出願人：謝某某



出願人：尋夢文伝科技（珠海）有限公司

（「HZM BRIDGE」は英語「HONG KONG-ZHUHAI-MACAO BRIDGE」の略称）

神舟六号

出願人：西安亨通光華製薬有限公司

中国天眼

出願人：平塘県国有資本營運有限責任公司

国家関係部門に権限を委任された適格主体により出願され、わが国の公共の利益と公共秩序に消極的で、マイナスな影響を及ぼすものではない場合、当該使用禁止規定を適用しない。ただし、出願人は書面にて関係証明文書を提出する必要がある。

例：

港珠澳大橋

出願人：港珠澳大橋管理局

中国天眼

出願人：中国科学院国家天文台

3.8.3.10 わが国の烈士の氏名と同一又は烈士の氏名を含むものであって、公衆に対して烈士の氏名を連想させやすいもの

「英雄烈士保護法」は、「英雄烈士の事績と精神を歪曲、醜態化、冒瀆、否定することを禁止する。英雄烈士の氏名、肖像、名誉、榮譽は法律に保護される。いかなる組織と個人は公共の場、インターネット又はラジオ・テレビ、映画、出版物などを利用して、侮辱、誹謗又はその他の方法で英雄烈士の氏名、肖像、名誉、榮譽を侵害してはならない。いかなる組織と個人は英雄烈士の氏名、肖像を商標、商業広告に使用し、又は形を変えて使用してはならず、英雄烈士の名誉、榮譽を損なってはならない」と規定する。よって、烈士の氏名と同

一又は烈士の氏名を含む標章であって、公衆に対して烈士の氏名を連想させるものは、悪影響を及ぼすものであると判断しなければならない。

烈士の氏名と同一又は烈士の氏名を含む標章について、当該標章の構成要素、指定の商品・役務、出願人が所在する地域と当該烈士との関連度合などの要素を踏まえて、総合的に当該標章の登録・使用が、烈士の名誉や栄誉を害し、又はその他の悪影響を及ぼすかを判断しなければならない。

例：

刘胡兰

例外：

(1) 標章そのものに別の意味があり、公衆に対して烈士の氏名を連想させることがなく、烈士の栄誉と公衆の愛国の心を損なう可能性が低いものについては、前項の規定を適用しない。

例：

万家福

(2) 標章そのものが出願人の氏名、企業の名称、社会団体の略称などであって、烈士の氏名と同一ではあるが、公衆に対して烈士の氏名を連想させるものでなく、烈士の栄誉や名誉及び公衆の愛国の心を損なう可能性が引くい場合には、前項の規定を適用しない。

(3) 標章が烈士の氏名と同一又は烈士の氏名を含むものの、特定烈士との対応関係を形成することがなく（例えば周班長、陳先生、熊氏、周木匠）、烈士の栄誉や名誉及び公衆の愛国の心を損なう可能性が低い場合には、前項の規定を適用しない。

3.8.3.11 政治、経済、文化、民族、宗教などの著名な人物の氏名と同一又は類似のものであって、わが国の政治、経済、文化、民族、宗教などの公共の利益と公共秩序に消極的、マイナスな影響を及ぼすに足りるもの

本規定にいう氏名には、戸籍登記に使用される氏名が含まれるほか、公衆に熟知されている別名、筆名、芸名、雅名、愛称なども含まれる。

例：

孔子 梅兰芳 鲁迅
宗喀巴

(「宗喀巴」はチベット仏教のゲルク派の創立者である)

3.8.3.12 その他わが国の経済、文化、民族、宗教、公共の利益と公共秩序に悪影響を及ぼす可能性が高いもの

上述の類型に加え、その他の悪影響を及ぼすおそれのある標章については、本項の使用禁止規定を適用する。

例：

老鼠仓

(金融分野従事者が私腹を肥やすために不正をし、公益を損なう行為の俗称で、商標として使用すると、悪影響を及ぼす可能性が高い)

奉天承運

(「奉天承運」は天子が天命を受け全国を統治することをいい、歴史上の一部の皇帝による詔書の冒頭の決まり文句である。商標として使用されると、悪影響を及ぼす可能性が高い)

巴城
羊絨

出願人：昆山市巴城鎮沃時尚羊絨被服廠（無限責任組合）

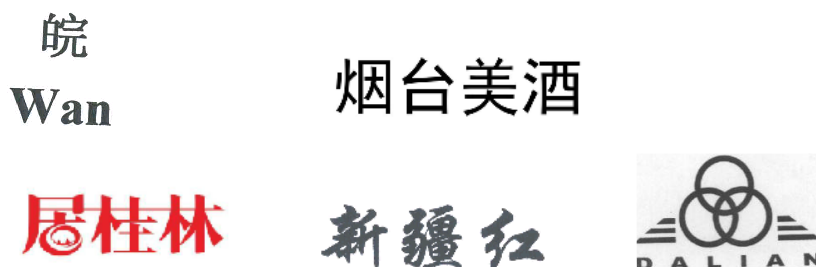
(十分な証拠により、「巴城羊絨」は、カシミヤ関連の各従業者による長年の宣伝・使用を通じて、現地で高い影響力を有し、巴城全域のカシミヤの品質と商業的信用を示すための代表的な文言であり、巴城鎮がここ数年力を入れ育て上げた重点産業及び地域的特徴のあるブランド名であることが証明されている。出願人は巴城鎮に所在しているが、当該標章を1社に独占させることは公平性に欠け、公共の利益を害し、もって悪影響を及ぼす可能性が高い)

3.9 地名を含む商標

3.9.1 県級以上の行政区画の地名を含む標章の審査及び審理

標章が県級以上の行政区画の地名からなり、又は県級以上の行政区画の地名を含むものである場合、通常、商標としてはならない。

例：



ただし、次の各号のいずれかに該当するものは除く。

3.9.1.1 地名が別の意味を持ち、かつ、その意味が地名としての意味より影響力が強いものである場合

例：



ただし、上述の標章が「市、県、区」などと結合した場合であって、地名としての意味が顕著であるといえるときは、本使用禁止規定を適用する。例えば、黄山市が挙げられる。

3.9.1.2 商標が地名とその他の文字からなり、全体として地名としての意味よりも強い意味を持つものである場合

例：

寧遠堂

指定役務：薬剤の小売又は卸売など



秦淮河

3.9.1.3 商標が二つ以上の行政区画の地名の略称からなり、商品の産地などの特徴について公衆に誤認を生じさせないものである場合

例：



指定商品：肥料

湘鄂牌

指定商品：石膏ボード

ただし、指定商品の産地又は役務の内容などの特徴について消費者に誤認を生じさせやすいものについては、「商標法」第十条第一項第七号の規定により拒絶する。

例：



指定役務：観光・旅行

川藏

CHUANZANG

指定役務：旅行手配

3.9.1.4 商標が省、自治区、直轄市、特別行政区、省都、計画単列市、著名な観光都市以外の地名のピンインで構成され、かつ商品の産地について公衆に誤認を生じさせないものである場合

例：



指定商品：伝動装置（機器）

（TAI XING は江蘇省泰興市のピンインと同じである）



指定商品：自転車

（「XIANG HE」は河北香河県のピンインと同じである）

3.9.1.5 商標が地名を構成する文字及びその他の文字からなり、全体としてその他の地名とも異なるものであり、消費者に地名を連想させることなく、産地に係る誤認を生じさせないものである場合

例：



3.9.2 公知の外国地名を含む商標の審査及び審理

標章が公知の外国地名から構成される場合、又は、標章に公知の外国地名が含まれる場合、商標としてはならない。

例：

加州紅

指定商品：ビール、ミネラルウォーター

（「加州」は米国のカリフォルニア州）

Olympia

指定商品：被服

（ギリシアのオリンピア）



指定商品：ビール

（「柏林」はドイツの首都ベルリン）



指定商品：靴

（「華沙」はポーランドの首都ワルシャワ）

ただし、商標が公知の外国地名とその他の文字から構成され、全体として別の意味を有し、かつ、その指定商品への使用によって公衆に対して、商品の産地に係る誤認を生じさせないものは除く。

例：

LONDON FOG

指定商品：ブリーフケース、傘

（ロンドンの霧は一種の自然現象である）

3.9.3 商標に含まれる地名とその他の顕著な特徴を持つ要素とが相互に独立し、地名が出願人の所在地を如実に表明する役割だけを果たすものは除く

例：



出願人：楊某某

住所：天津市武清区汉沽港鎮一街



出願人：鳳凰股份有限公司

住所：上海市浦東新区塘南路 20 号



(「GENEVE」の訳はジュネーブ)

出願人：QUINTING S.A. 住所：スイス・ジュネーブ



出願人：COCO DE MER LIMITE

住所：……LONDON, ENGLAND, WC2H 9EY

3.9.4 地名が団体商標、証明商標の構成部分であるものは除く

例：



商標の類型：地理的表示の証明商標

指定商品：黄酒

出願人：紹興市黄酒業界協会

帕尔玛火腿

商標の類型：地理的表示の団体商標

指定商品：ハム

出願人：CONSORZIO DEL PROSCIUTTO DI PARMA



商標の類型：団体商標

指定役務：飲食物の提供

出願人：沙县小吃同業公会

3.9.5 「地市级以上の行政区画の地名」と「公共事業の名称」を組み合わせてなる標章の審査及び審理

標章が「地市级以上の行政区画の地名及び公共事業の名称」から構成される場合であって、

出願人と出願標章が同時に次に掲げる各号の条件を満たすものであるときは、初歩査定を行ってよい。

(1) 出願人主体は、法に基づいて登記しなければならない。資産の投入主体が国有資産管理部門の国有企業である場合、商標登録出願を行うにあたって、上級主管部門による権限の授与を得なければならない。

(2) 標章の名称は、出願人の企業名称の略称と一致しなければならない。「行政区画の地名」と「公共事業の名称」を組み合わせたもの、又は「行政区画の地名及び公共事業の名称」とその他の要素を組み合わせたものから構成されなければならない。

(3) 出願に係る指定商品又は指定役務に対応する業界分野は、国の経済と国民の生活に係る公共事業でなければならない。例えば、ガス、電力、地下鉄、高速道路など

(4) 出願する標章については、長期間に渡る実際の使用を経て、出願人の主体と関連公衆において、唯一の対応関係を形成していなければならない。

例：

重庆燃气

指定商品：燃料

出願人：重慶燃气集团股份有限公司

第四章 商標の顕著な特徴の審査及び審理

1. 法的根拠

商標法 第十一条 次に掲げる標章は、商標として登録してはならない。

(一) その商品の一般名称、図形、規格にすぎないもの

(二) 商品の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接的に表示したにすぎないもの

(三) その他の顕著な特徴に欠けるもの

前項に掲げる標章が、使用により顕著な特徴を獲得し、かつ容易に識別可能なものとなったときは、商標として登録することができる。

2. 解釈

商標法第十一条は、商標の登録禁止に係る規定で、顕著な特徴に欠ける標章は商標として登録してはならない旨を規定する。しかし、これは絶対的な禁止ではなく、相対的な禁止であり、使用により顕著な特徴を獲得したものについては、商標として登録することができる。

商標の顕著な特徴は、すなわち商標の顕著性であり、商標標章を登録する上での重要な要件である。商標の顕著な特徴とは、商標が備えなければならない、関連公衆に商品又は役務の出所を十分に識別させる特徴をいう。具体的には、商標が消費者に認識・記憶され、商品又は役務の出所を表示する機能と役割を果たせることが必要である。商標の顕著な特徴は、二つの方法で備えることができる。すなわち、固有の顕著性と使用により獲得した顕著性である。固有の顕著性は商標そのものに備わっているものであり、使用により獲得した顕著性は、商標の実際の使用を重ねることにより獲得したものである。

商標が顕著な特徴を有するかを判断するにあたっては、商標の標章そのものの意味、称呼と外観の構成のほか、商標の指定商品、指定役務、指定商品又は指定役務の関連公衆の認知習慣、指定商品又は指定役務の所属する業界における実際の使用状況などを具体的、総合的、全体的に判断しなければならない。

2.1 商品の一般名称、図形、規格にすぎないもの

「商品」とは、商標登録出願の具体的な指定商品又は役務をいう。

「一般名称、図形、規格」とは、国家規格、業界規格に規定する又は社会的に認められる

名称、図形、規格であり、名称には全称、略称、略語、俗称が含まれ、登録を経て登記された植物新品種も一般名称に含まれる。商品又は役務の一般名称、図形、規格に該当するかを認定するルートは二つある。一つ目は法律の規定又は国家規格、業界規格に基づくものである。二つ目は、関連公衆の認知において、既に広く認められているか、又は普遍的に使用されているかにより判断するものである。通常、全国における関連公衆の通常認識を判断の基準とする。歴史伝統、風土人情、地理的環境などの要素により形成され、関連市場に定着している商品又は役務については、当該関連市場で通用する称呼、図形、規格は一般名称、図形、規格であると認定してもよい。

「にすぎない」とは、登録出願された商標に商品又は役務の一般名称、図形、規格以外にその他の構成要素がないことをいう。

商品又は役務の一般名称、図形、規格については、その業界内又は公衆に広く使用されているものであり、異なる生産者又は経営者の商品又は役務を区別する機能を明らかに備えておらず、顕著な特徴を備えていないものである。また、この種の標章は、当該業界の生産者又は経営者に、生産又は経営活動において共同で使用されるものであって、特定の生産者又は経営者に独占的に使用されるべきものではない。この種の標章を商標として登録することを認めることで争議が起こる可能性が高まり、それによって公平・競争的な市場秩序を混乱させることになるため、登録を禁止しなければならない。

注意すべきは、本号では「その商品の一般名称、図形、規格にすぎない」標章を商標として登録してはならないと強調されていることである。標章の構成が「本商品の一般名称、図形、規格にすぎないもの」ではなく、その他の顕著な特徴を備えた要素と組み合わせるものであれば、当該標章を顕著性が乏しいものであると直接的に判断してはならず、構成全体として顕著な特徴を備えているか否かを総合的に判断しなければならない。

2.2 商品の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接的に表示したにすぎないもの

「直接的に表示したにすぎない」とは、商標が指定商品又は指定役務の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴について直接的な説明性かつ描写性のある標章のみにより構成されている場合、又は、商標がその他の構成要素を含むものの、全体的にみて前記のような特徴を直接的に表示したに過ぎないものをいう。

「直接的に表示したにすぎない」ものであるかを判断するにあたっては、商標に含まれる直接的な説明性かつ描写性のある要素をもって機械的に判断するのではなく、商標の指定商品又は指定役務、関連公衆の認知習慣などの要素を踏まえなければならない。指定商品又は指定役務の特徴を全体的に説明する商標についてのみ、登録が禁止される。

「品質」とは、商品又は役務の良し悪しをいう。例えば、「一流」「頂（トップクラス）」

「優良」など。

「主要な原料」とは、商品の主要成分又は主な加工材料若しくは中間加工材料をいう。例えば、「グレープフルーツ」（指定商品：ジュース）、「ウール」（指定商品：カーペット）。

「機能」、「用途」とは、商品又は役務が果たす役割などをいう。例えば、「積載」（指定商品：自動車）、「清掃」（指定役務：家政サービス）、「物流」（指定役務：輸送）。

「重量」とは、商品又は役務の重さをいう。重量単位で表す。例えば、「カラット」（指定商品：宝飾品）、「三十吨（三十トン）」（指定役務：輸送サービス）。

「数量」とは、商品又は役務の多さをいう。例えば、「2副（2セット）」（指定商品：ランプ）、「両頓（2人前）」（指定役務：飲食店）。

「その他の特徴」とは、商品又は役務の価格、サイズ、特色、使用方法、内容、製法、技術特徴、販売場所などに対する説明又は描写をいう。例えば、「9元9（9.9元）」（指定商品：家庭厨房用容器）、「麻辣」（指定役務：レストランサービス）、「超肥大（特Lサイズ）」（指定商品：被服）、「機織（ミシン刺繍）」（指定商品：被服）。

商品又は役務の品質、主原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接的に表示したにすぎない標章については、通常、商品又は役務の出所を区別することが困難であるため、商標の顕著性を備えていない。また、これらの標章は、よく関係業界の生産者と経営者によって、その商品又は役務の説明に使用されるものであって、業界に共用されるべきものであり、1社に独占的に使用されるのが望ましいものではなく、この種の標章を商標として登録することを認めると、争議が起りやすくなり、それによって公平・競争的な市場秩序に混乱させることになるため、登録を禁止しなければならない。

標章が上述の「商品の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接的に表示したにすぎないもの」のいずれかを含むだけでなく、その他の顕著な特徴を備えた要素と組み合わせてなる場合には、当該標章については顕著性が乏しいと直接的に判断することはできず、その全体が顕著な特徴を備えているか否かを総合的に判断しなければならない。

2.3 その他の顕著な特徴に欠けるもの

その他の顕著な特徴に欠ける標章とは、前記二号に規定されるもの以外のものであって、社会一般の観点により、それ自体が、又は商標として指定商品又は指定役務に使用する際において、商標としての顕著な特徴が備わっていない標章をいう。

主に次の各号に掲げるものを含む。

(1) 商標が簡単すぎるもの又は複雑すぎるもの。例えば、簡単すぎる線、普通の幾何学図形、普通形で表された一又は二のアルファベット、又は複雑すぎる文字、図形、数字、アルファベット又はこれらの要素の結合など

(2) 商品又は役務の特徴を表示するフレーズ又は文、又は一般的な広告宣伝用語。同類

の文又はフレーズは、通常、関連消費者において、商品又は役務の出所を表示する標章と認識されないため、商標としての顕著な特徴を備えていない

(3) 日常の取引場所、用語又は標章。これらの商業取引によく使われる場所、言語又は標章は、顕著な特徴に欠ける

(4) 企業の組織形態、当該業界の名称又は略称。これらは、関係業界の生産者又は経営者にとって、その業界を呼称するもの、その業界の組織形態を説明するもの、又は業界に共用されているものであるため、商標としての顕著な特徴を備えていない

(5) 出願人（自然人を除く）の名称のみからなるもの。通常、出願人（自然人を除く）の名称の全称は商標としての顕著な特徴に欠け、消費者に商標として識別されない

(6) よく使われる祝福の言葉と日常用語、インターネット流行語及び SNS 用スタンプ、よく使われる標章記号、祭日の名称、格言や警句など。これらは日常生活において大衆によく使われているため、消費者に通常、それらを商品又は役務の出所を表示する標章とみなされないため、商標としての顕著な特徴を備えていない

市場経済の発展及びネットワークの更なる発達に伴い、商標の表現形式は多様化され、全類型を網羅することは困難であるため、顕著な特徴を備えているか否かについて、経済社会の発展、大衆の関係認識などと結びつけ、総合的に判断する必要がある。

2.4 使用により顕著な特徴を獲得したもの

前項に掲げる標章であって、使用により顕著な特徴を獲得し、かつ容易に識別できるものは、商標として登録することができる。

商標法第十一条第一項にいう、使用により、関連公衆が、当該使用者が提供する商品又は役務を識別することができる標章となったものについては、商標法第十一条第二項の規定に基づいて、商標として登録することができるものであると判断する。

商標法第十一条第二項の規定に基づき、標章が使用により、顕著な特徴を獲得したかを判断するにあたっては、次に掲げる要素を総合的に考慮しなければならない。

- (1) 関連公衆の当該標章に対する認知度
- (2) 当該標章の指定商品又は役務における実際の使用時間、使用方式、同業の使用状況
- (3) 当該標章を使用する商品又は役務の販売量、売上及び市場占有率
- (4) 当該標章を使用する商品又は役務の広告宣伝状況及びカバー範囲
- (5) 当該標章が使用により顕著な特徴を獲得したといえるその他の要素

使用により顕著な特徴を獲得した標章に該当するかを判断するにあたっては、関連公衆の認知度に準ずる。当事者が、当該標章が使用により顕著な特徴を獲得したと主張する場合、相応の証拠資料を提出して証明しなければならない。当該標章の使用状況を証明する資料は、使用する商標標章、商品又は役務、使用した日時及び当該標章の使用者を示すことができるものでなければならない。当該商標の使用には、商標登録出願人及び商標の被許諾者に

よる使用が含まれる。

登録出願の過程において、使用による顕著な特徴の獲得を主張する標章については、原則として実際に使用している標章と一致するものでなければならず、当該標章の顕著な特徴を改変してはならない。また、商品又は役務は実際に使用しているものに限定しなければならない。当該標章がその他の標章とともに使用されている場合、当該標章とその他の標章の顕著な特徴を区別し、当該標章そのものが使用により顕著な特徴を獲得しているか否かを判断しなければならない。

拒絶査定不服審判事案、不登録決定不服審判事案において、標章が使用により顕著な特徴を獲得したものに該当するかの判断をする際には、審理時の事実状態に準じなければならない。無効審判事案では、原則、係争商標の登録出願時の事実状態に準じ、審理時の事実状態は参考とする。

本部分で解釈する内容は、一般商標の顕著性の審査を中心とし、立体商標、音商標、色彩結合商標の顕著性の審査については別途説明する。

3. 具体的な適用：顕著な特徴に欠けるもの

3.1 その商品の一般名称、図形、規格にすぎないもの

3.1.1 指定商品又は役務の一般名称にすぎないもの

例：

紅富士

指定商品：生の果物

（「紅富士」はリンゴ品種の一つで、一般名称に該当する）

MULLER

指定商品：研磨道具（手工具）

（「MULLER」の訳は研磨機。研磨機はグラインダーの一種で、指定商品「研磨道具」の一般名称に該当する）

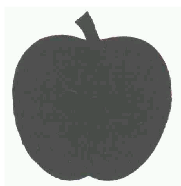
拍賣

指定役務：競売

（「競売」は指定役務の一般名称）

3.1.2 指定商品又は役務の汎用図形にすぎないもの

例：



指定商品：生の果物
（同「リンゴ図形」は指定商品「リンゴ」の汎用図形である）



指定商品：靴底
（同「靴底図形」は指定商品「靴底」の汎用図形である）



指定役務：散髪
（同図形は「散髪店」の入り口によく使われており、指定役務「散髪」の汎用図形である）

3.1.3 指定商品又は役務の汎用規格にすぎないもの

例：



指定商品：工業用接着剤
（「502」は指定商品「工業用接着材」の汎用規格である）



指定商品：被服
（「XXL」は指定商品「被服」の汎用規格である）



指定商品：空調機
（「ZK」はパッケージ空調機の等級コード、「T」は汎用ユニットコードで、指定商品「空調機」に使用される場合、商標としての顕著な特徴に欠ける）

3.2 商品の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接的に表示したにすぎないもの

3.2.1 指定商品又は指定役務の品質を直接的に表示したにすぎないもの

例：

纯净
Chunjing

超一流

指定商品：食用油

指定役務：レストランサービス

（「纯净（混じりけがない）」は指定商品「食用油」の品質を直接的に表示したにすぎない）
（「超一流」は指定役務「レストランサービス」の品質を直接的に表示したに過ぎない）

ただし、指定商品又は役務の品質を直接的に表示していないものは除く。

例：

纯净山谷

指定商品：食用油

（「纯净（混じりけがない）」は指定商品「食用油」の品質を直接的に表示したにすぎないが、顕著な特徴を備える「山谷」と結合すると、全体的には商標としての顕著な特徴を備えている）

3.2.2 商品の主要な原料を直接的に表示したにすぎないもの

例：

彩棉

龙眼

田七

指定商品：被服

指定商品：キャンディー

指定商品：ヒト用薬

ただし、指定商品の原料を直接的に表示していないものは除く。

例：

桔子红了

指定商品：果実の缶詰、ジャム

3.2.3 指定商品又は役務の機能、用途を直接的に表示したにすぎないもの

例：



指定商品：車用タイヤ

溶栓清脂

指定商品：医薬品

出行管家

指定商品：ダウンロード可能な携帯電話ソフトウェア
指定役務：ジム指導コース

SAFETY

指定商品：漏電保護装置

脳基因

指定商品：食餌療法用飲料

快快減脂

3.2.4 指定商品又は役務の重量、数量を直接的に表示したにすぎないもの

例：

50kg

指定商品：米

四菜一汤

指定役務：飲食物の提供

50支

指定商品：紙巻たばこ

3.2.5 指定商品又は役務のその他の特徴を直接的に表示したにすぎないもの

(1) 指定商品又は役務の特定消費者／使用対象者又は提供者を直接的に表示したにすぎないもの

例：

女过四十

指定商品：食餌療法用食品・飲料・薬剤
飲料

法律达人

指定役務：訴訟役務

醫生

指定商品：医療・手術用手袋

月嫂

指定役務：臨時の乳児看護

(2) 指定商品又は役務の価格を直接的に表示したにすぎないもの

例：

百元店

指定役務：販売促進のための企画及び実
行の代理

九块九

指定商品／役務：肥料、販売促進のための
企画及び実行の代理

(3) 指定商品又は役務の内容を直接的に表示したにすぎないもの

例：

名师说课

指定商品：光ディスク、コンピュータソ
フトウェア(記憶されたもの)

三国演义onweb

指定商品：連環画・漫画

俄罗斯方块

指定商品：ビデオゲームの画像及び音声
ソフトウェア

大鬧天宮

THE MONKEY KING: UPROAR IN HEAVEN

指定商品：アニメーション

名车快修

指定役務：自動車の保守及び修理

炭烤鱼

指定商品：レストランサービス

(4) 指定商品又は役務の特徴又は特色を直接的に表示したにすぎないもの

例：

中式

指定商品：家具

果味夹心

指定商品：ビスケット

泰式

指定役務：マッサージ

杭帮菜

指定役務：飲食物の提供

(5) 指定商品又は役務の利用方式、使い方を直接的に表示したにすぎないもの
例：

冲泡

指定商品：インスタントめん

自助

指定役務：教育、書籍の出版

(6) 指定商品又は役務の製法を直接的に表示したにすぎないもの
例：

二锅头

指定商品：酒

(「二鍋頭」は原料をかまどで2回目に蒸留するときに出る「鍋頭(かまど)」酒である。一種の製法であり、商標としての使用は指定商品「酒」の製法を直接的に表示したに過ぎない)

蜡染

指定商品：布地

(「蠟染(ろうけつ染め)」は中国古代の捺染技法であり、商標としての使用は指定商品「布」の製法を直接的に表示したに過ぎない)

(7) 指定商品又は役務の製造場所、時間、年代などの特徴を直接的に表示したにすぎないもの
例：

990418 5.5 度

指定商品：焼酎(蒸留酒)

指定商品：アペリティフ(食前酒)

藏地特产

指定役務：販売促進のための企画及び実行の代理

(8) 指定商品の形態を直接的に表示したにすぎないもの

例：

SOLID

指定商品：ケイ酸塩、工業用接着剤
(訳語は「固体の」)

果晶

指定商品：ノンアルコール果実飲料(“果晶”
は粉末飲料の一種)

(9) 指定商品又は役務の有効期限、消費期限又は役務の提供時間を直接的に表示したにすぎないもの

例：

全天

指定役務：ラジオ放送、有線テレビジョン放送

24 小时

指定役務：銀行業務

(10) 商品又は役務の経営場所、商品の販売場所又は地域の範囲を直接的に表示したにすぎないもの

例：

酒 軒

指定商品：白酒(蒸留酒)

露天

指定役務：映画放映

大食堂
DASHITANG

指定役務：レストランサービス

(11) 商品又は役務の技術的特徴、サービス提供の方式を直接的に表示したにすぎないもの

例：

蓝牙

指定商品：通話用器具

共晶

指定商品：一般の金属合金

3D 美容

指定役務：エステなど

(共晶技術は冶金、熱処理産業に応用さ (「3D 美容」は指定役務「エステ」の技術的

れている。ある種の液体は一定の温度下で、成分と結晶構造がそれぞれ異なる2種のを結晶させるもので、「共晶」は指定商品の技術的特徴を表示したにすぎない)

近場通讯

指定役務：情報伝送
（「近場通讯（近距離無線通信）」とは、近距離での無線通信技術をいう。指定役務「情報伝送」の技術的特徴を表示したにすぎない）

零售网

指定役務：販売促進のための企画及び実行の代理
（零售（小売）は役務の一つの方式である。当該商標は指定役務「販売促進のための企画及び実行の代理」のサービス方式を表示したにすぎない）

P2P租车

指定役務：レンタカー

（「P2P」は「個人対個人」と解釈でき、一つの新しい経営モデルである。「P2P 租车」は個人と個人間の車レンタル行為を指すことができる。「P2P 租车」は車のレンタルなどの役務に使用されるときは、役務の内容、サービス方式などの特徴を直接的に表示している）

云计算

指定役務：技術研究

（注：「雲計算（クラウドコンピューティング）」は分散コンピューティングの一種であり、ネットワーク「クラウド」を通じて、巨大なデータコンピューティング処理プログラムを無数の小プログラムに分解し、それから複数台のサーバーからなるシステムを通じ、プログラムの処理と分析を行い、その結果をユーザにフィードバックすることをいう。「雲計算」は指定役務に使用されるときに、技術研究の方式や方法を直接的に表示したにすぎない）

商標は指定商品又は役務に使用され、指定商品又は役務の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接的に表示する可能性があり、公衆に上述の特徴について誤認を生じさせる可能性がある場合は、同時に商標法第十条第一項第七号の規定を適用する。

3.3 その他の顕著な特徴に欠けるもの

その他の顕著な特徴に欠ける標章とは、商標法第十一条第一項第一号、第二号に規定されるもの以外のものであって、社会の一般の観点により、商標として指定商品又は役務に使用した場合に、商品又は役務の出所を表示する機能を有していない標章をいう。主に以下のようなものが挙げられる。

3.3.1 簡単すぎる線、普通の幾何学図形

例：



3.3.2 普通に用いられる方法で表された一又は二文字のアルファベット

例：



ただし、普通の字体ではないもの、又はその他の要素と結合して全体として顕著な特徴を備えているものは除く。

例：



3.3.3 普通に用いられる方法で表されたアラビア数字

例：



ただし、普通に用いられる方法で表されていないもの、又はその他の要素と結合して全体として顕著な特徴を備えているものは除く。

例：



3.3.4 複雑すぎる文字、図形、数字、アルファベット又はこれらの要素の結合

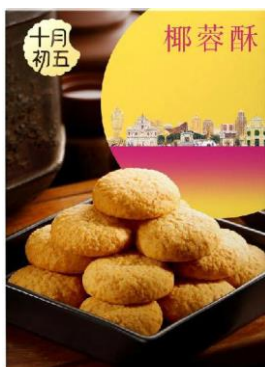
例：



3.3.5 商品の外装

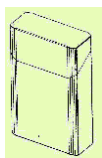
商品の外装は、一般消費者にとって、商品又は役務の出所を区別するための商標標章と認識されるものではなく、商標としての顕著な特徴を備えていない。

例：



3.3.6 指定商品の容器又は装飾図案

例：



(平面商標)

指定商品：紙巻たばこ



(平面商標)

指定商品：黄酒（醸造酒）



(平面商標)

指定商品：食卓用皿

ただし、その他の要素と結合して全体として顕著な特徴を備えているものは除く。

例：



(平面商標)

指定商品：ミネラルウォーター



(平面商標)

指定商品：チョコレート

(すべてのチョコレートに「Ritter sports」と刻印されている)



(平面商標)

指定商品：グラス (容器)

3.3.7 商品又は役務の特徴を表示するフレーズ又は文、一般的な広告宣伝用語

このようなフレーズ又は文は、通常、関連公衆に商品又は役務の特徴についての説明、又は一般的な広告宣伝用語であることを認識させるに過ぎないものであり、指定商品又は役務に使用された場合において、商品又は役務の出所を表示する機能を果たせず、商標としての顕著な特徴に欠けるものである。

広告用語が独創的なものであるかは、顕著な特徴を備えているかを判断する際の基準ではないことに注意が必要である。

例：

一旦拥有，别无所求

(「一旦擁有，別無所求 (一旦持ったら、何も欲しくない)」は、利用者に対する誘導のための広告用語であり、商標としての顕著な特徴を備えていない)

让养殖业充满生机

(「讓養殖業充滿生機 (養殖業に活気を満たす)」というフレーズは、商品の効果を表示するもので、商標としての顕著な特徴を備えていない)

一般的な広告宣伝用語とその他の顕著な要素とを結合してなるものであって、全体とし

て顕著性を有していないときは、商標としての顕著な特徴を備えていないとみなす。

例：

行走在寬窄之間

（「行走在寬窄之間（寬窄巷子を行き来する）」は、一般的な広告宣伝用語である。「寬窄」（訳注：ここでは四川省成都市の有名横丁「寬窄巷子」を指す）は、顕著性を有するが、関連公衆にとって、全体として一般的な広告宣伝用語と認識されるものであり、全体的に顕著な特徴に欠けている）

ただし、その他の要素と結合して、全体として顕著な特徴を備えているものは除く。

例：



（「一旦擁有、全程無憂（一旦持ったら、道中に憂いなし）」は、一般的な広告宣伝用語であるが、「世紀行」及び図と結合した場合には、全体として顕著な特徴を備えているものといえる）



（商標の文字は「貼心還是千金（親密といえれば千金だ）」で、一般的な広告宣伝用語であるが、図形と結合した場合には、全体として顕著な特徴を備えているものといえる）

3.3.8 よく使われる取引場所の名称、取引用語又は標章

例：

超市

指定役務：販売促進のための企画及び実行の代理

酒店

指定役務：宿泊施設の提供

打折



（「打折（割引）」と「二維碼（QRコード）」は共によく使われる取引用語で、商標としての顕著な特徴を備えていない）

网购

指定商品：コンピュータソフトウェア（記憶されたもの）

mall

指定役務：販売促進のための企画及び実行の代理

ただし、その他の要素と結合して、全体として顕著な特徴を備えているものは除く。

例：

清漾超市



指定役務：販売促進のための企画及び実行の代理

指定役務：販売促進のための企画及び実行の代理

卓越网购

指定商品：コンピュータソフトウェア（記憶されたもの）

3.3.9 企業の組織形態、業界の名称又は略称

企業の組織形態、業界の名称又は略称であって、関係業界の生産者又は経営者にその業界の組織形態を呼称又は説明するために使用され、業界通用のものとなっており、かつ、消費者が指定商品又は役務をその他の生産者又は経営者の商品又は役務と区別することが困難なものについては、商標としての顕著な特徴を備えていない判断する。

例：

Inc

公司
CO.

（「Inc」と「CO.」の訳は「公司（会社）」。「公司」は単に企業の組織形態であり、使用に際して、商標としての顕著な識別のための特徴を備えていない）

重工

指定商品：クレーン・搬送機械

（当該業界では「重工」は重工業の略称であり、使用に際して、商標としての顕著な特徴を備えていない）

ただし、その他の要素と結合して、全体として顕著な特徴を備えているものは除く。

例：



3.3.10 出願人（自然人を含まない）の名称の全称のみからなるもの

一般的に、出願人（自然人を含まない）の名称の全称のみからなるものは、商標としての顕著な特徴を備えていない。

例：

湖北宏业百顺建材有限公司

ただし、図形などの要素と結合して、全体として顕著な特徴を備えているものは除く。

例：



河南瀚源水务有限公司



西安利洲装饰工程有限公司

事業体及びその他の組織の全称であって、長期的な使用により、既に指定商品又は役務との関係で対一の対応関係が確立され、消費者に対する誤認混同を生じさせず、商品又は役務の出所を識別することができるものについては、商標としての顕著な特徴を備えていると判断されることに注意が必要である。

例：

清華大學

指定役務：学校教育、書籍出版など

贵阳市口腔医院

指定役務：病院、医療介護、教育検定など

3.3.11 電話番号、住所、番地などの要素のみからなるもの

例：

95557

(ある会社のお客様サービスの電話番号)

1 Donghai Road

東海路1號

3.3.12 よく使われる祝福の言葉と日常用語からなるもの

よく使われる祝福の言葉と日常用語とは、普段の仕事や生活又は祭日によく使われる言葉又はフレーズをいい、商標としての顕著な特徴を備えていない。

例：

HAPPY NEW YEAR **阖家幸福**
恭喜發財
GONGXIFACAI

(「Happy new year」、「阖家幸福 (ご家族の幸せをお祈りします)」、「恭喜發財 (お金持ちになりますように)」はよく使われる祝福の言葉に該当する)

啥都行 **走好运** **吃嘛嘛香**

(「啥都行 (なんでも良い)」、「走好运 (好運に巡り合う)」、「吃嘛嘛香 (何を食べてもおいしい)」は、日常生活用語に該当し、公衆に広く使われている)

3.3.13 インターネット流行語とインターネットで流行しているスタンプ

インターネット流行語と流行しているスタンプとは、インターネットにおいて、広く使われている言葉、SNS用スタンプを指し、インターネットユーザーに広く認められている表現方式であり、商標としての顕著な特徴を備えていない。

(1) インターネット流行語

例：

真香警告

(「真香警告」(おいしいネタ注意) はインターネット流行用語である)

蓝瘦香菇
Lanshouxianggu

「藍瘦香菇」はインターネット流行用語で、通常、「つらい、泣きたい」という意味を表す

(2) インターネットで流行しているスタンプ



3.3.14 よく使われる標章記号からなるもの

日常生活又は仕事においてよく見かける標章記号で、かつ、消費者が商品又は役務の出所を区別するための標章と識別することが困難なものは、商標としての顕著な特徴を備えていない。

例：



(「左折禁止」の交通標章)



(「感電注意」の標章)



(「リサイクル可能」の標章)



(「緊急通報用電話」の標章)

3.3.15 祭日の名称からなるもの

祭日の名称とは法定或いは慣例による祭日の名称をいう。

例：



春节

泼水节

Valentine's Day

3.3.16 格言や警句からなるもの

格言や警句とは、名高い人物の名言、又は先人が世渡りをし、身を修め、家庭を整えるためにまとめたフレーズ若しくは四字熟語、文などを指し、商標としての顕著な特徴を備えていない。

例：

仁義礼智信

(「仁義礼智信」は「孟子·告子上」より出典)

人之初性本善

(「人之初性本善」は「三字経」より出典)

また、著名な古詩、対聯なども商標としての顕著な特徴を備えていない。

例：

生意通四海，财源达三江

床前明月光

3.4 顕著な特徴を備えていない標章を構成中に含む商標の審査

3.4.1 商標が顕著な特徴を備えていない標章とその他の要素によって構成されている場合であって、関連公衆がその他の要素又は商標全体を通じて商品又は役務の出所を識別することが難しいときは、依然として、顕著な特徴を備えていないものであるとみなされる。

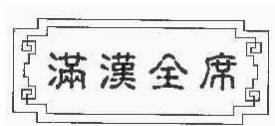
例：



指定商品：工業用接着剤



指定商品：ナノファイバー性被服



指定役務：飲食物の提供

ただし、その他の要素又は商標全体が商品又は役務の出所を識別する機能を果たしているものは除く。

例：



指定商品：工業用接着剤



指定商品：金属製収納箱

「reliable」の訳は「信頼できる」。



指定商品：靴

「SHOE」の訳は「靴」。



指定商品：ミネラルウォーター

（「PURITY」の訳は「洗浄」）

商標が独立した文字部分と独立したその他の要素から構成される場合であって、文字部分に顕著な特徴が備わっていないときは、当該商標については、全体として識別力が乏しいと認定しなければならない。

例：



指定商品：ナノファイバー性被服



指定役務：飲食物の提供



爆丸焼

指定役務：飲食物の提供

(「爆丸焼」ははたこ焼き系統の間食の一種)

その他の要素に比較的顕著な特徴が備わっており、商標登録部門が当該要素により商品又は役務の出所の区別が可能であると判断した場合は、審査意見書を発出し、出願人に顕著な特徴が欠けている部分について専用権を放棄するよう求めることができる。出願人が放棄せず、又は定められた期間内に審査意見書に応答しない場合は、その商標登録出願を拒絶する。

3.4.2 商標が顕著な特徴を備えていない標章とその他の要素によって構成される場合であって、構成中の顕著な特徴を備えていない標章が指定商品又は役務の特徴と一致し、かつ商業的慣例と消費習慣により関連公衆に誤認させることがないときは、関連する使用禁止条項は適用せず、顕著な部分についてのみ審査を行えばよい。

例：

利郎商务男装

指定商品：被服、靴



指定商品：食器戸棚、事務用家具

北大医疗

指定役務：診療所、病院

4. 具体的な適用：使用により顕著な特徴を獲得したもの

もともと顕著な特徴を備えていない標章であっても、使用により、商標としての顕著な特

徴を獲得し、商品又は役務の出所を区別する機能を果たせるようになったものについては、商標として登録することができる。

事案例 1 : 「十万個為什麼 100000 WHYS と図」商標拒絶査定不服審判事案

(1) 商標の情報



指定役務：書籍出版、オンライン電子書籍と雑誌の出版など

(2) 審理の要点

商標の主要機能は、商品又は役務の出所を区別することである。商品又は役務の特徴を説明する標章そのものは、商標として有すべき顕著性を備えていないが、使用により顕著な特徴を獲得すれば、商品又は役務の出所を区別する機能を果たすことができるようになる。本事案において、商標登録出願人は書籍「十万個為什麼（十万個のなぜ）」関連の印刷部数統計、受賞資料、宣伝報道、監査報告及びその他の使用を証明するための証拠資料を提出した。これらの証拠は、出願商標が書籍出版などの指定役務において、出願人の使用により、中国の関連公衆に知られ、かつ、商標としての顕著な特徴を獲得したことを証明しているため、当該標章は、商標法第十一条第二項にいう商標として登録することができるものに該当するといえる。

事案例 2 : 「fresh ROSE FACE MASK」商標の拒絶査定不服審判事案

(1) 商標の情報



指定商品：化粧品、美容マスクなど

(2) 審理の要点

本事案で、商標登録出願人は、店舗の情報リスト、販売に係るインボイスなどの使用の証拠を提出し、出願商標を出願する前に、「fresh」を冠する製品を上海、北京、成都、杭州、武漢、温州、西安、長沙、広州など多くの地域で販売していたことを証明した。当該出願人が提出した広告掲載契約、雑誌掲載ページなどの宣伝証拠は、出願人が「fresh」ブランドの製品を長期にわたって広く宣伝したことを証明した。出願人は「fresh」ブランド製品の販売に関連して、「fresh」ブランドを大量に使用・宣伝し、「fresh ROSE FACE MASK」の商標としての識別力を強めたといえる。これにより、当該商標を第3類「化粧品」などの商品に使用した場合には、商品の出所を識別する機能を十分果たすことができ、商標として有すべき顕著な特徴を備えているため、商標法第十一条第二項「使用により顕著な特徴を獲得し、

容易に識別ができる」事由に適合するといえる。

第五章 商標の同一又は類似の審査及び審理

1. 法的根拠

「商標法」

第三十条 登録出願に係る商標が、この法律の関連規定を満たさないとき、又は他人の同一の商品若しくは類似の商品について既に登録若しくは初歩査定された商標と同一若しくは類似するときは、商標局は出願を拒絶し、公告しない。

第三十一条 2以上の商標登録出願人が、同一の商品又は類似の商品について、同一又は類似の商標に係る登録出願をしたときは、先に出願された商標について初歩査定をし、公告する。同日の出願については、先に使用された商標について初歩査定をし、公告し、他の出願については、拒絶し、公告しない。

2. 解釈

商標の同一とは、二つの商標における視覚効果又は音商標における聴覚において、完全同一又はほぼ差異がないことをいう。ほぼ差異がないとは、二つの商標におけるごく一部の副次的部分が完全には一致していないものの、主要部分が完全に同一で、又は全体的にほぼ差がなく、通常の注意力では、関連公衆や一般消費者が視覚又は聴覚により両者を区別することが困難であることをいう。

商標の類似とは、文字、図形、アルファベット、数字、立体標章、色彩の組合せと音など、商標の構成要素に係る称呼、外観、観念や配列の順序などにおいて、一定の差異が存在するものの、全体として差異が軽微であることをいう。文字商標の類似については、「外観、称呼、観念」の三つの要素を考慮しなければならない。図形商標については、主として構図、外観及び着色を考慮しなければならない。結合商標については、全体的な表示形式だけでなく、顕著な部分についても考慮しなければならない。

同一商品とは、名称が同一の商品、又は名称が異なるものの、機能、用途、主要な原料、生産部門、販売ルート、消費対象などが同一又はほぼ同一で、関連公衆が、通常、同一のものであると認識する商品をいう。

同一役務とは、名称が同一の役務、又は名称が異なるものの、役務の目的、内容、方式、対象、提供の場所などが同一又はほぼ同一で、関連公衆が、通常、同一方式のものであると認識する役務をいう。

類似商品とは、機能、用途、生産部門、販売ルート、消費対象などがほぼ同一又は密接に関連する商品をいう。

類似役務とは、役務の目的、内容、方式、対象などがほぼ同一又は密接に関連する役務をいう。

同一又は類似の商品又は役務の認定にあたっては、「商標登録のための商品・役務国際分類表」、「類似商品・役務区分表」を参照する。

「類似商品と役務の区分表」に網羅されていない商品については、関連公衆の通常の認識を基に、商品の機能、用途、主要な原料、生産部門、消費対象、販売手段などの要素を総合的に考慮した上で、同一又は類似の商品になるかの判断をしなければならない。

「類似商品と役務の区分表」に網羅されていない役務については、関連公衆の通常の認識を基に、役務の目的、内容、方式、対象、場所などの要素を総合的に考慮した上で、同一又は類似の役務になるかの判断をしなければならない。

立体商標、色彩結合商標、音商標、団体商標、証明商標の同一又は類似に係る審査については、本編のその他の関連部分の規定を適用する。

3. 判断の原則と方法

商標の同一又は類似の判断にあたっては、まず、指定商品又は役務が同一又は類似の商品（役務）に該当するかを判断する。次に商標そのものの「外観、称呼、観念」及び構成全体などについて、関連公衆の通常の注意力と認識力を基準とし、分離観察並びに全体観察及び要部観察という方法を通じて、商標標章そのものが同一又は類似であるかの判断を行う。さらに商標そのものの顕著性、先行商標の知名度などの要素を考慮し、関連公衆に商品又は役務の出所を混同・誤認させる可能性などを判断しなければならない。

3.1 分離観察、全体観察と要部観察の方法

分離観察とは、通常商標の類似性を判断するときに、比較対象を分離した状態で別々に観察することをいう。ただし、商標を審査するときに、比較は直接的で、非分離で実施するしかない。したがって、分離観察は、審査をするにあたって、できる限り消費者が商品を購入する際の実情に基づいて、二つの商標が混同を生じさせるかを判断することを求めている。

全体観察が基本であるが、商標の要部又は顕著な識別部分を同時に考慮する必要がある。二つの商標の要部又は顕著な識別部分が同一又は類似であれば、同じく関連公衆に混同を生じさせやすいといえる。

3.2 関連考慮要素

商標標章の類否は、混同の可能性に影響を及ぼす、最も根本的な要素と基本的な事実である。商標登録出願の審査における同一又は類似の判断にあたっては、主として商標標章そのものの類否を考慮することになる。その他の手続においては、商標標章の同一又は類似に係る判断を基にして、次に掲げる要因を考慮した上で、商標を同一又は類似の商品又は役務に使用した場合に、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるかどうかを総合的に判断しなければならない。

3.2.1 先行商標の顕著性

出所について混同を生じさせやすいかの判断にあたっては、先行商標の顕著性を考慮しなければならない。商標の顕著性の強さは、関連公衆に対して混同を生じさせるかどうかということと密接な関連性を有する。商標の顕著性が強いほど、商標としての識別機能が高い。顕著性が強い先行商標は、標章に対する変更がなされても、関連公衆に混同を生じさせるおそれがある。

3.2.2 先行商標の知名度

出所について混同を生じさせやすいかの判断にあたっては、先行商標の知名度を考慮しなければならない。知名度を有する商標については、使用により、既に商品又は役務の出所と比較的に密接な関連性を生じている。後願の商標が、他人の比較的に高い知名度を有する先行商標を完全に含むものである場合、関連公衆に出所が同一又は関連性があると認識させるおそれがある。

3.2.3 関連公衆の注意力

出所について混同を生じさせやすいかの判断にあたっては、関連公衆が商品又は役務を購入するときの注意力を考慮しなければならない。商品又は役務の価格、商品購入ルート又はサービスの提供方式などは、関連公衆の注意力に影響を及ぼす。一般の日常用品に対しては、関連公衆の注意力が低く、異なる商標の差異を識別する度合いは弱い。自動車など価値が高い製品に対しては、関連公衆の選択・購入時の注意力はより高くなり、異なる商標の差異を識別する能力もより強くなる。

3.2.4 商標登録出願人の主観的意図

出所について混同を生じさせやすいかの判断にあたっては、商標登録出願人の主観的意図を考慮しなければならない。商標登録出願人に明らかに悪意がある場合、その他の要素が

同一であるときに、関連公衆に対して混同をより生じさせるおそれがある。

3.2.5 その他の関連要素

上述の要素のほか、出所について混同を生じさせるおそれがあるその他の状況がなお存在する。例えば、商標登録出願人の所在地域、商標の使用方式、商標出願人と引例商標の権利者が同業者であるか否かなどが挙げられる。

4. 具体的な適用：商標の同一に関する審査

4.1 文字商標の同一の審査

文字商標の同一とは、商標に使用する言語が同じであって、かつ、文字の構成と配列の順序が完全同一であることをいう。字体、アルファベットの大文字・小文字、或いは、文字の配列に横と縦の違いがあることで二つの商標に微かな差異があるとき、又は、漢字、アルファベット、数字などの間の間隔や色彩のみを変更したときも、同一の商標と判断する。

4.1.1 文字の字体においてのみ微かな差異がある場合

例：



4.1.2 アルファベットの大文字・小文字においてのみ微かな差異がある場合

例：

Lifebloom
Susanna

LifeBloom
SUSANNA

4.1.3 文字の配列方式においてのみ微かな差異がある場合

例：

泰山

泰山

Old West

OLD
WEST

4.1.4 文字の間隔又は色彩においてのみ微かな差異がある場合

例：

喜茶

喜茶

JANTAMINIAU

JAN TAMINIAU

4.2 図形商標の同一の審査

図形商標の同一とは、商標の図形に構図要素、表示形式など視覚的な差異がほぼないものであって、関連公衆に対して、商品又は役務の出所の混同、出所の誤認を生じさせるおそれがあることをいう。

例：



4.3 結合商標の同一の審査

結合商標の同一とは、商標の文字構成、図形の外観及びその配列・結合の方式がほぼ同一であり、商標の称呼と全体の視覚効果において差異がほぼないものであって、関連公衆に対して、商品又は役務の出所の混同、出所の誤認を生じさせるおそれがあることをいう。

例：



5. 具体的な適用：商標類似の審査

5.1 文字商標類似の審査

5.1.1 中国語の商標であって同じ漢字で構成され、字体若しくはデザイン、注音（訳注：発音記号）、配列の順序だけが異なり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

（「龍」は書き方が工夫されても、「龍」と識別されるため、簡体字の「龙」の商標と類似する商標と判断する）

（商標が芸術的な手法で設計されているとしても、漢字の「龍山」が識別されるため、「龍山」の漢字商標と類似する商標と判断する）

（二つの商標は注音が異なるが、漢字部分が全く同一であるため、類似商標と判断する）

（二つの商標を構成する漢字が同じで、商標の要部である漢字部分において、配列の

順序のみが異なるという差異にすぎないため、類似商標と判断する)

新康得

斯波帝卡

新得康

波斯・卡帝

5.1.2 中国語の商標であって、顕著な識別力のある部分の漢字の構成が同じで、単に配列の順序が異なり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

慧奥教育

指定役務：教育、訓練

奥慧

指定役務：教育、訓練

坤星文具

指定商品：文房具

星坤

指定商品：文房具



ただし、商標の観念又は称呼において明らかな差異があり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

例：

亚美航空

美亚医疗

5.1.3 商標の文字が字、単語の重複により構成され、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

(1) 商標の文字が、単一の漢字の重複によって構成される場合

例：

星 牌 牛 牌 牛 牛

(商標「牛牌」は二つの字で構成されるが、「牌」の字が商標の顕著な識別力のない部分に該当しており、顕著な識別力のある部分は「牛」である。そして、「牛牛」が「牛」の重複により構成されているため、二つの商標は類似商標と判断する)

ただし、単一の漢字が芸術的な手法で設計され、又は、よく見かけない古代字体が採用されることにより、商標が文字と判断されることが困難になり、商標全体の外観に明らかな差異を有し、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

例：



(「典」の字が芸術的な手法で設計され、図形として公衆に識別されやすく、全体の外観に普通の字の「典典」との差異が明らかであるため、類似商標とは判断しない)



(鼎の字は篆書書道字体で書かれており、図形として公衆に認識されやすく、全体の外観において、普通の字体で書かれた「鼎鼎」との差異が明らかであるため、類似商標とは判断しない)

(2) 商標の文字が、単語の重複により構成される場合

例：

哈罗

哈罗哈罗

Vicki

VICKI·VICKI

5.1.4 商標文字の称呼、又は顕著な識別力のある部分の文字の称呼が同一又は類似であるほか、字体又は全体の外観が類似しており、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する

(1) 商標文字の称呼が同一又は類似であるほか、字体又は全体の外観が類似しており、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものは、類似商標と判断する。

例：

嶺

洛淇

(二つの商標の称呼が同一で、かつ字体が類似しているため、類似商標と判断する)

椒宴

椒晏

(二つの商標の称呼が同一で、かつ字体が類似しているため、類似商標と判断する)

惠特曼

蕙特曼

(二つの商標の称呼が同一で、かつ文字の形が類似しているため、類似商標と判断する)

活力汪

活力旺

(二つの商標の称呼が同一で、かつ文字の形が類似しているため、類似商標と判断する)

梦娜丽莎

蒙娜丽莎

(二つの商標は、頭文字が異なるが、称呼が類似しており、観念に明らかな差異がないため、類似商標と判断する)

CATANA

KATANA

(二つの商標は頭文字が異なるが、称呼と全体の外観が類似しているため、類似商標と判断する)

Marc O'Polo

MACAO POLO

(二つの商標は称呼と全体の外観が類似しているため、類似商標と判断する)

AUTEC AUTEK AUTECH

(三つの商標は、称呼と全体の外観が類似しているため、類似商標と判断する)

(2) 商標構成中の顕著な識別力のある部分の文字の称呼が同一又は類似であるほか、文字の形が類似しており、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

華賓面粥

華 濱

指定商品：お粥、ヌードル

碧成教育

碧城

指定役務：教育、訓練

ただし、商標の観念、字体又は全体の外観の差異が明らかであり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

例：

好哥

好歌

(二つの商標は称呼が同一であるが、観念と全体の外観の差異が明らかであるため、類似商標とは判断しない)

幸 运 树

幸运数

(二つの商標は称呼が同一であるが、観念と全体の外観の差異が明らかであるため、類似商標とは判断しない)

高太丝

高泰斯

(二つの商標は称呼が同一で、かつ観念を有しないが、全体の外観の差異が明らかであるため、類似商標とは判断しない)



容达

(二つの商標は称呼が同一でかつ観念を有しないが、全体の外観の差異が明らかであるため、類似商標とは判断しない)



(二つの商標は呼称が同一又は類似であるが、全体の外観の差異が明らかであるため、類似商標とは判断しない)

喜马辣鸭

喜馬拉雅

(二つの商標は称呼が類似しているが、「喜馬拉雅」が公衆に熟知されている文字の観念を持つことに対して、「喜馬辣鴨」に特定の暗示的な意味が含まれる可能性があり、二つの商標の全体の外観の差異が明らかであるため、類似商標とは判断しない)

5.1.5 商標の文字構成、称呼が異なるが、商標の文字の形が類似しており、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

(1) 商標の文字構成が類似することにより、商標の全体の外観が類似する場合には、類似商標と判断する。

例：

(商標の文字：「雕」)

(商標の文字：「周佳」)

(商標の文字：「藍妹」)

(商標の文字：BOSS)

(商標の文字：13055)

(商標の文字：8088)

(2) 商標を構成する文字の書き方又はデザインにおいて工夫されることにより、商標の全体の外観が類似する場合には、類似商標と判断する。

例：

(商標の文字：「荷在」)

(商標の文字：「荷花」)

(商標の文字：「青伶酒」)

福沃

(商標の文字：「福沃」)



(商標の文字：「双訂」)

山楂樹下

(商標の文字：「山楂樹下」)



(商標の文字：「clunlzill」)

(商標の文字：「汾酒」)

福天

(商標の文字：「福天」)



(商標の文字：「双訂」)

川
CHUAN
楂
ZHA
樹
SHU
下
XIA

(商標の文字：「川楂樹下」)



(商標の文字：「dunhill」)

5.1.6 商標の文字構成、称呼が異なるが、観念において同一又は類似であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

(1) 商標が漢字又は数字により構成され、観念において同一又は類似であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

玫瑰花

3506

玫瑰

三五零六

红太阳

珠穆朗玛峰

太阳

珠穆朗玛

(「珠穆朗玛」は通常、「珠穆朗玛峰」(チョモランマ)をいう)

(2) 外国語の商標の意味が中国語、数字商標の主要な意味と同一(意味は一对一の対応関係を有する)又はほぼ同一(意味は強い対応関係を有する)であって、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例:

CROWN

(訳語は「皇冠」)

皇冠

victory

(訳語は「勝利」)

勝利牌

Onetwothree

(訳語は「123」)

123

一 二 三

ROSE OF NO MAN'S LAND

(訳語は「無人区玫瑰」)

无人区玫瑰

B³

SK-TWO

B三

SK-Π

ただし、外国語の商標の意味が関連公衆の一般的な認知力を超え、関連公衆に意味を生じない外国語の商標と認識されやすく、混同を生じさせるおそれがないものは除く。

例:



(「BRUIN」の訳は(童話物語の中の)熊である)



(「CLIPPERS」の訳は「大剪刀」、「快速帆船」、「速い馬」などである。関連公衆は「scissors」と「剪刀」について、よく使われる中国語と英語の対応関係を有するものであると認識する。そのため、「CLIPPERS」が「大剪刀」の中国語の意味を持つとしても、関連公衆の一般的な認知範疇を超えているため、二つの商標を類似商標とは判断しない。

(3) 二つの外国語の商標について、主要な意味が同一又はほぼ同一であり、文字の形に大きな差異がなく、関連公衆に対して商品又は役務の出所を混同させるおそれがある場合には、類似商標と判断する。

例：

Life Solutions

(訳語は「生活解决方案」)

LIVING SOLUTIONS

(訳語は「生活解决方案」)

5.1.7 中国語の商標であって、三つ以上の漢字からなり、個別の漢字は異なるものの、全体としては観念を生じず又は観念において明らかな差異がなく、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

(1) 二つの商標が全体的な観念を生じない場合

例：

帕尔斯

帕洛尔斯

蒙爾斯特

蒙爾斯吉

(2) 二つの商標が觀念において明らかな差異を有しない場合

例：

心至必达

心之必达

熊猫老爸

熊猫爸爸

奔跑的果子

奔跑吧菓子

勇者地下城

勇士与地下城

ただし、商標の頭文字の称呼又は文字の形が明らかに異なり、又は全体的な觀念が異なることで、商標全体としての差異が明らかになり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

例：

君运来

福运来

东方雪

東方雪狼

迷尔派斯

舒尔派斯

北美风情

北欧风情

5.1.8 商標が一又は二の外国語のアルファベット又は数字からなり、字体又はデザインだけが異なり、商標の全体の外觀が類似しており、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについて

は、類似商標と判断する。

例：



通常の字体でない外国語のアルファベットからなり、字体が明らかに異なることで、商標全体の差異が明らかになり、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

例：



5.1.9 商標が三つ以上の外国語のアルファベットからなり、個別のアルファベットは異なるものの、全体として観念を生じない又は観念において

明らかな差異がなく、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

(「個別のアルファベットは異なる」は、アルファベットの改変、アルファベットの増加又は減少、近接するアルファベットの順序の変更などを含む。商標の文字の長さ、字体、外形設計、意味の有無、それぞれの位置などの状況に合わせて総合的に類否の判断を行う必要がある)

(1) 商標が三つのアルファベットからなり、個別のアルファベットは異なるものの、字体が類似しており、全体として観念を生じない又は観念において明らかな差異がなく、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：



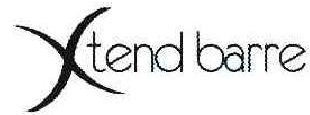
(2) 商標が四つ以上のアルファベットからなり、個別のアルファベットの字体又はデザインだけが異なり、全体として観念を生じない又は観念において明らかな区別がなく、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

e-CIS



XTEND BARRE



EDEN



(3) 商標が四つ以上のアルファベットからなり、個別のアルファベットだけが異なり、全体として観念を生じず、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

SOMI

SOMIS

TREC

TREG

WOOSH

VVOOSH

BILLDAN

BILLDANY

COURSERA

CourseRa

IZUCU

ISUZU

(4) 商標が四つ以上のアルファベットからなり、個別のアルファベットだけが異なり、その一つが意味を持ち、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

MIRROR

(「鏡」と訳す)

MIROR

(意味は生じない)

Triumph

(「勝利」と訳す)

TRIMPH

(意味は生じない)

(5) 商標が四つ以上のアルファベットからなり、個別のアルファベットだけが異なり、観念において明らかな差異がなく、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

Artist

(「芸術家」と訳す)

ARTLSTE

(「芸術家」と訳す)

ただし、次に掲げる三つの状況に該当するものであって、商標の頭文字の称呼と字体が明らかに異なり、構成全体より生じる観念が異なり、アルファベットの配列の順序が異なることで、商標全体の差異が明らかとなり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

(1) 商標の頭文字の称呼と字体が明らかに異なり、商標全体の差異が明らかで、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものについては、類似商標とは判断しない。

例：

LOVE

(「愛」と訳す)

EOVE

(意味は生じない)

Desire

(「願望」と訳す)

Jesiré

(意味は生じない)

RELGAN

(意味は生じない)

SELGAN

(意味は生じない)

(2) 商標の構成全体より生じる観念が異なり、商標全体の差異が明らかで、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものについては、類似商標とは判断しない。

例：



(「馬」と訳す)



(「考える」と訳す)

HOUSE

(「家」と訳す)

THANK

(「感謝」と訳す)

(3) 商標が三つ以上の外国語のアルファベットからなり、アルファベットの配列の順序だけが異なり、商標全体の差異が明らかで、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものについては、類似商標とは判断しない。

例：



ARNEGI

(意味は生じない)



(意味は生じない)



(意味は生じない)



AIGNER

(意味は生じない)



(「貸し馬車」と訳す)

HBS 华博士

(意味は生じない)

5.1.10 商標が二つの外国語の単語からなり、単語の順序だけが異なり、観念において明らかな差異がなく、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

HAWKWOLF

WOLFHAWK

(HAWK の訳は「鷹」、WOLF の訳は「狼」)

T e c h B l i t z

Blitztech

(「Blitz」の訳は「電撃戦」、Tech は「技術」)

5.1.11 商標の文字が「MORE」、「THE」、「LA」、「LE」、「AND」、「BY」、「FROM」などのように、単に形式的な面における、単数・複数、動詞・名詞、略語、比較級又は最上級、品詞、冠詞の追加、接続詞の追加、前置詞の追加などの変化があっただけで、観念が基本的に同一で、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

(普通形)

**THE
EXPLORERS**

(複数形／冠詞が付された形)

ST. TROPEZ

(「ST.」は「SAINT」の略語形式)

(原級)

more attractive

(比較級)

NOUVELLE

(普通形)

LA NOUVELLE

(冠詞が付された形)

(普通形)

A*HOLON

(冠詞が付された形)

(普通形)

by FANG

(前置詞が付された形)

(普通形)

FROM: FRANK

(前置詞が付された形)

5.1.12 商標が単に他人の先行商標の顕著な識別力のある部分と当該商品又は役務の一般名称、規格又は商品又は役務の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接的に表示する文字のみからなり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

(1) 商標が他人の先行商標の顕著な識別力のある部分とその商品又は役務の一般名称、規格のみからなり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

乐曼啤酒

指定商品：ビール

华旗文旅

指定役務：旅行手配

华旗

嘉人医美

指定役務：医療クリニック

嘉人

指定役務：整形外科

青蜂直播

指定役務：娯楽サービス

青蜂

指定役務：公演

KALDI COFFEE AND TEA

指定役務：シンポジウムの手配と開催。カフェや見映えが美しい食べ物に関するシンポジウムなどを含む)

(顕著な部分は KALDI。COFFEE AND TEA は「コーヒーとお茶」と訳す。役務の内容、分野を明示している)

3M

指定商品：外科と医療用マスク

3MN95

指定商品：医用衛生マスク
(「N95」はマスクの防護等級)

(2) 商標が他人の先行商標の顕著な識別力のある部分及び商品又は役務の品質を直接的に表示する文字のみからなり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

珀清香 石清音

指定商品：ヨーグルト

碧 清

指定商品：ヨーグルト

华盛耐磨

指定商品：耐摩耗金属

華盛

指定商品：メタルラス

BLANCO Professional

指定役務：商業機構向けのコンサルティング、など

(顕著な部分は BLANCO。「PROFESSIONAL」は「専門的」と訳すことができ、品質の特徴を示している)

BIANCO.

(3) 商標が他人の先行商標の顕著な識別力のある部分及び商品の主要な原料を直接的に表示する文字のみからなり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

老龙潭山泉

老龙潭

指定商品：ミネラルウォーター

雅妮本草
YANIBENCAO

指定商品：化粧品

指定商品：ミネラルウォーター

雅妮
YANI

指定商品：化粧品

(4) 商標が他人の先行商標の顕著な識別力のある部分及び商品の機能、用途、或いは役務の内容などの特徴を直接的に表示する文字のみからなり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

中信貸

指定役務：抵当ローン

中信

指定役務：抵当ローン

乘风制冷

指定商品：冷凍設備と機器

乘风

指定商品：冷凍庫

adamSport

指定商品：靴

ADAM

指定商品：運動靴

ELITE-LIGHTING

指定商品：照明用器具と装置

ELITE

指定商品：電球

(「LIGHTING」は「照明」と訳す)

(5) 商標が他人の先行商標の顕著な識別力のある部分及び商品の重量、数量を直接的に表示する文字のみからなり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

古 瓮 頭

来 二 两

指定商品：焼酎（蒸留酒）

汇 源 一 桶

指定商品：ミルクティー



指定商品：白酒（蒸留酒）、焼酎（蒸留酒）



指定商品：アルコールを含有しない果実飲料（ミックス）

(6) 商標が他人の先行商標の顕著な識別力のある部分及び商品又は役務のその他の特徴を直接的に表示する文字のみからなり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

富 力 通

指定商品：テレビ電話

首 信 高 科

指定商品：ビデオディスクプレーヤー

风 味 黎 红

指定商品：調味料

Cirrus3d

指定商品：電子計算機周辺設備の音声又は映像の録画、伝送、再生装置、3Dメガネなど

（顕著な部分は「CIRRUS」。「3d」とは技術的特徴をいう）

LILLYDOO for mom



指定商品：テレビ電話

首 信

指定商品：ビデオディスクプレーヤー



CIRRUS

Lilly doo

指定商品：家庭用妊娠検出製剤など
(顕著な部分は LILLYD00。「for mom」は「母親用」と訳すことができ、使用対象を示している)

FIREFLY MINI

FIRE FLY

指定商品：喫煙パイプなど
(顕著な部分は FIREFLY。「MINI」は「小型、ミニ」と訳すことができ、規格の大きさの特徴を示している)

5.1.13 商標が他人の先行商標の顕著な識別力のある部分及び役務の提供場所又は商品の生産、販売、使用場所を表示する文字のみからなり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

金鼎軒

指定商品：家具



指定商品：蜂蜜

麗人坊

指定役務：エステ

来福楼

指定役務：飲食物の提供

金鼎

指定商品：家具

华仁

指定商品：食用蜂蜜

麗人

指定役務：エステ



指定役務：飲食物の提供

云趣店

指定商品：空気入りタイヤ

和劑局

指定商品：ヒト用薬

DTX STUDIO

指定商品：歯科設備と器具

PARKER'S CELLAR

指定商品：ぶどう酒

云趣

指定商品：車用タイヤ

和劑堂

指定商品：漢方薬製剤

The logo for DTX features the letters 'DTX' in a stylized, red, serif font. The 'D' and 'T' are connected at the top, and the 'X' is positioned to the right. The letters are set against a light grey rectangular background.

指定商品：医用診断設備

The logo for Parkers is written in a classic, black, cursive script font. The letters are fluid and connected, with a prominent 'P' at the beginning.

指定商品：アルコールを含有する液体

ただし、商標が単一の漢字ならなり、又は構成全体より生じる観念の差異が明らかで、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

例：

顾

顾堂

大洋

大洋房

5.1.14 二つの商標に修飾的な形容詞又は副詞、名詞及び「新」「大」「好」「宝」「世家」「国際」「珍品」「DR.」などその他の商標における顕著性が比較的弱い文字を加えたものであって、観念がほぼ同一又は類似であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

新吉澳

好美人娇

老庆福

万宝王

小润发

指定役務：販売促進のための企画及び実行の代理

百盛世家

超力一族

活力派

慧腾国际

美客优购

e-JBN

指定商品：コンピュータプログラム、ス

吉澳

美人娇



万宝

大润发

指定役務：販売促進のための企画及び実行の代理

百盛

超力

活 力

慧 腾

美客

JBN

イッチなど

(「e-」は「電子的」を表示)

SIKA-DESIGN

(「DESIGN」は「設計」と訳す)

STRADA SERIES

(「SERIES」は「系列」と訳す)

ZETA GROUP

(顕著な部分は「ZETA」。「GROUP」は「集団」と訳すことができ、会社の性質についての説明に該当する)

Dr. Mayson

SIKA

strada

ZETA

Mayson
漫森

ただし、商標の観念又は全体の差異が明らかで、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同・誤認させるおそれがないものは除く。

例：

球王

球

WHISPERING ANGEL

(「呟く天使」と訳す)

ANGEL

STEAM TRAIN

STEAM

(「STEAM TRAIN」は「蒸気汽車」又は「蒸気研修」と訳されるものであり、第41類「教育、研修」の指定役務に使用する場合には、「STEAM」と類似の商標と判断する。ただし、第42類「内装設計、電子計算機又はソフトウェアの開発」などの指定役務に使用する場合には、構成全体より生じる観念の差異が明らかであるため、「STEAM」と類似する商標とは判断しない)

5.1.15 二つの商標又はその中の一つの商標が、相対的に独立する二つ以上の部分により構成される場合であって、その構成中の顕著な部分が類似

し、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

(二つの商標は漢字部分が異なるが、ピンイン部分が全く同じで、かつ「benge」が商標の要部に該当し、二つの商標の全体の外観が類似しているため、類似商標と判断する)

ただし、商標全体より生じる観念の差異が明らかで、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

例：

星 跃
Xingyue

QQ 眼

3D 时代

22 世纪

K 宝

英 越
Xingyue

e 眼

U9 时代

世纪

M 宝

5.1.16 商標が高い知名度又は強い顕著性を有する他人の先行文字商標を完全に含むものであって、関連公衆に対して、それらがシリーズ商標であると認識させ、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

华为海思

指定商品：スマートフォン

出願人：某自然人



指定商品：肉

华为

指定商品：携帯電話、スマートフォン

出願人：某技術有限公司



指定商品：豚肉食品

箭一口一牌

指定商品：水洗トイレ

凯悦长城
KAIYUECHANGCHENG

指定商品：ぶどう酒



指定商品：潤滑油

一品蓝之梦

指定商品：白酒（蒸留酒）

IROBAMI

指定商品：ガストーブなどの商品

CHUANHONG 川虹

指定商品：テレビ

箭牌

長城

指定商品：ぶどう酒



指定商品：潤滑油

梦之蓝

ROBAM老板

CHANGHONG

六 必 居
风 味 酱
居 必 六

（「六風」「必味」「居醬」を同一出願人が出願する3件の商標であり、組み合わせると「六必居風味醬」になり、「六必居」と類似商標と判断される）

5.1.17 漢字とそれに対応するピンインが含まれる商標と、単独で同一のピンインを含む商標との関係において、関連公衆に対して、商品又は役務

の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

雅叶
YAYE

YAYE

密语MIYU

MIYU

5.2 図形商標の類似の審査

5.2.1 商標の図形の構図と全体の外観が類似し、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：





5.2.2 商標が高い知名度又は強い顕著性を有する他人の先行図形商標を完全に含むものであって、関連公衆に対して、それらがシリーズ商標であると認識させ、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：



指定商品：被服



指定商品：被服



5.3 結合商標の類似の審査

5.3.1 商標構成中の漢字部分が同一又は類似であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：

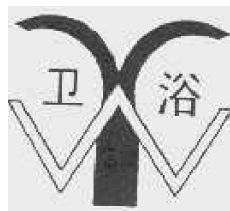


ただし、漢字が商標の顕著な識別力のない部分又は要部でない部分であり、商標の外観の差異が明らかで、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

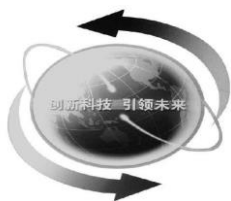
例：



指定商品：シャワー用設備



指定商品：バスルーム装置



(商標構成中の漢字部分は「創新科技 引領未来」)



5.3.2 商標構成中の外国語、数字の部分が同一又は類似であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：



KIKO

牧 家
BOCCA

BOCCA COFFEE

指定商品：コーヒー、茶など

指定商品：コーヒー、コーヒーエキスとコーヒーなど

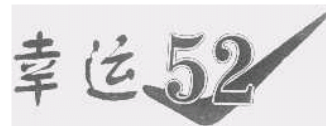
BERLUTI
贝尔履提

1895
BERLUTI
PARIS



ただし、商標全体の称呼、観念又は外観が明らかに異なり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

例：



CHANGYING

365DAY

DAY 8

5.3.3 商標構成中の中国語と外国語の文字の主要な意味が同一又はほぼ同一で、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：



企鵝紳士

BOSS

(「ボス」と訳す)



GENTLEMAN PENGUIN

(「紳士ペンギン」と訳す)

鸚鵡武鳥

Parrot
MINIDRONES
ROLLING SPIDER

(「Parrot」は「鸚鵡 (オウム)」と訳すことができ、商標の要部に該当し、漢字の「鸚鵡」と類似商標と判断する)



指定役務：訓練の手配と運営など



指定役務：教育又は娯楽ゲームの運営など

(「HappySnail」は「快樂蝸牛」と訳す)

ただし、商標全体の構成、称呼又は外観が明らかに異なり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

例：

HAPPYTREE
開心樹

KUALLESHU
快樂樹



(「UNIQUE」は「唯一的、独特な」と訳すことができ、「不二」と一定の対応関係を有する)

5.3.4 商標構成中の図形部分が同一又は類似であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：





ただし、商標構成中の図形がその商品によく使われる図案又は主に装飾、背景としての役割を果たすものであって、商標における顕著性が比較的弱く、さらに、商標全体の観念、称呼又は外観の差異が明らかであるために、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがないものは除く。

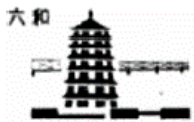
例：





5.3.5 商標を構成する文字、図形が異なるが、配列・結合の方法又は全体として表現する事物がほぼ同一であるため、商標全体の外観又は観念が類似し、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、類似商標と判断する。

例：



6. 具体的な適用：一般商標、団体商標及び証明商標の同一又は類似の審査

一般商標、団体商標及び証明商標の同一又は類似の審査においては、本章の基本規定を適

用する。

例：

环都

商標の類型：一般商標

指定商品：ビート

出願人：劉●●

环都菜园

商標の類型：団体商標

指定商品：生の野菜

出願人：河北省蔬行業發展聯合總社

绿色食品

商標の類型：一般商標

指定商品：五香大根（大根の漬物）など

出願人：楊●●



绿色食品

商標の類型：証明商標

指定商品：漬物など

出願人：中国綠色食品發展中心

（当該一般商標の審査時に、文字が完全に同一の先行証明商標を引用商標とするほか、消費者に対して指定商品の品質などの特徴について誤認を生じさせやすいという理由をもって拒絶する必要がある）

同一の出願人は、同一又は類似の商品又は役務において、商標の類型が異なる二つの同一又は類似の商標を登録することができない点には、留意が必要である。団体商標、証明商標と一般商標は、機能や役割、使用方法、使用条件、登録者と使用者の権利、義務などにおいてそれぞれ異なるものであるため、同一又は類似の商品又は役務において、商標の類型が異なる二つの商標を同時に登録することは、公衆に対して、商品又は役務の出所及びその品質などについて容易に誤認を生じさせるため、拒絶しなければならない。

例：

嶂山

商標の類型：一般商標

指定商品：生の果物など

出願人：鎮江市潤州区蔣喬嶂山果品協會

嶂山

ZHANGSHAN

商標の類型：団体商標

指定商品：水蜜桃、桃など

出願人：鎮江市潤州区蔣喬嶂山果品協會

（公衆に対して、商品の出所及びその品質などについて誤認を生じさせることを避けるため、同一の出願人の後願となる団体商標「嶂山」については、先行して登録された一般商標「嶂山」を引用し、拒絶する）

第六章 立体商標の審査及び審理

1. 法的根拠

「商標法」

第八条 自然人、法人又はその他の組織の商品を他人の商品と区別することができる文字、図形、アルファベット、数字、立体標章、色彩の組合せ及び音声など、並びにこれらの要素の組合せを含む標章は、すべて商標として登録出願することができる。

第十二条 立体標章としてなされた商標登録出願において、単に商品自体の性質により生じた形状、技術的効果を得るために必然な形状又は商品に本質的な価値を備えさせるための形状であるときは、これを登録してはならない。

「商標法実施条例」

第十三条 立体標章を商標登録出願する場合には、その旨を願書に声明し、商標の使用方を説明するとともに、立体的形状を確定できる見本を提出しなければならない。提出する商標見本は少なくとも三面図を含まなければならない。

第四十三条 中国を指定する領域指定出願人は、立体標章、色彩の組合せ、音声標章を商標として保護するか、又は団体商標、証明商標として保護を要請する場合、同商標が国際事務局の国際登録簿に登録された日から 3 か月以内に、法に基づいて設立した商標代理機構を通じて、商標局に本条例第十三条に規定される関連資料を提出しなければならない。上記期間内に関連資料を提出しなかった場合、商標局は当該領域指定出願を拒絶する。

2. 解釈*

立体商標とは、立体標章により構成される商標、又は、その他の要素を含む立体標章により構成される商標をいう。立体商標は、商品自体の形状、商品の包装、容器の立体的形状又はその他の立体標章として表すことができる。

本章は、立体商標の登録出願の実体審査について規定するものである。立体商標の実体審査には、使用禁止条項の審査、顕著な特徴の審査、機能性の審査及び同一又は類似の審査が含まれる。

* 表示と説明のために、本章における一部の図形例については、出願人が提出した立体商標の複数の図面のうち、正面図だけを選定している。

立体商標の実体審査は、平面商標と同じく商標そのものの構成、指定商品又は役務の区分、関連公衆の認知習慣などの一般的要素を考慮するほか、立体商標の使用形態に合わせて、当該立体商標が商品又は役務の出所を識別する機能を果たしているかを総合的に判断しなければならない。顕著な特徴に欠ける立体的形状と顕著な特徴を備える平面要素を結合して構成される立体商標が登録されたとしても、当該登録により、顕著な特徴に欠ける立体的形状そのものが商標専用権としての保護を得たことを示すものではないことには、注意すべきである。

3. 立体商標の実体審査

3.1 立体商標の使用禁止条項の審査

立体商標の登録出願は、商標法の使用禁止条項の関連規定に違反してはならない。

例：



指定商品：香水
(髑髏の頭骨形状、悪影響を及ぼすもの)



指定商品：空気が含まれるキャンディー
又はグミキャンディー
(眼球の形状、悪影響を及ぼすもの)

3.2 立体商標の顕著な特徴の審査

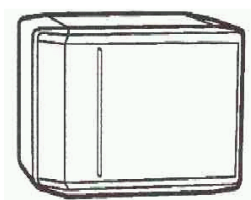
立体商標の顕著な特徴に係る審査は、平面商標と同じく、商標そのものの構成、指定商品又は役務、関連公衆の認知習慣、所属する業界における実際の使用状況などの要素を総合的に考慮しなければならない。また、立体商標の構成要素、視覚効果、使用形態などの特別な要素を考慮しなければならない。

3.2.1 商品自体の立体的形状

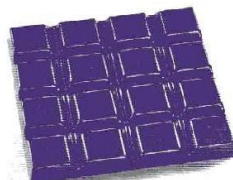
商品自体の立体的形状のみからなるものを立体商標として登録出願する場合、通常の場合において、それが指定商品の出所を表示する標章であると関連公衆に対して認識させ

ることが困難であり、商品の出所を識別する機能を果たすことができないため、商標としての顕著な特徴を備えていないと判断する。

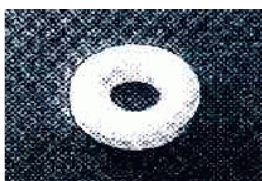
例：



指定商品：拡声器



指定商品：チョコレート



指定商品：キャンディー



指定商品：時計



指定商品：チョコレート

商品自体の立体的形状が、デザイン化された独特な視覚効果を有する場合であっても、その独創性をもってそれが商標としての顕著な特徴を備えていると当然に判断することはできない。ただし、当該立体的形状が、長期的又は広範な使用により、商品の出所を識別する機能を果たしていることを証明できる場合には、顕著な特徴を獲得したと判断することができる。

3.2.2 商品の包装又は容器に係る立体的形状

商品の包装又は容器の主要な機能は、貯蔵や輸送又は販売をしやすいように商品を保護・収納することである。商品の包装又は容器の立体的形状のみからなるものを立体商標として登録出願する場合、通常の場合において、それが指定商品の出所を表示する標章であると関連公衆に認識させることが困難であり、商品の出所を識別する機能を果たすことができないため、商標としての顕著な特徴を備えていないと判断する。

例：



指定商品：児童用毛布



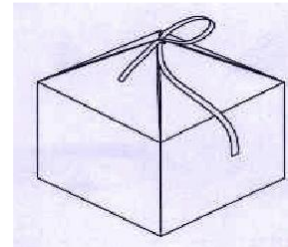
指定商品：薬



指定商品：アルコール飲料



指定商品：ジャム



指定商品：ケーキ



指定商品：食用油



指定商品：サイダー

商品の包装又は容器に係る立体的形状が、デザイン化された独特な視覚効果を有する場合であっても、その独創性をもってそれが商標としての顕著な特徴を備えていると当然に判断することはできない。ただし、当該立体的形状が、長期的又は広範な使用により、商品の出所を識別する機能を果たしていることを証明できる場合には、顕著な特徴を獲得したと判断することができる。

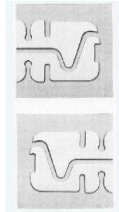
3.2.3 その他の立体標章

(1) 単純・一般的な立体的形状、又は、装飾的な立体的形状であって、商品の出所を識別する機能を果たすのに十分ではないものについては、顕著な特徴に欠けるものと判断する。

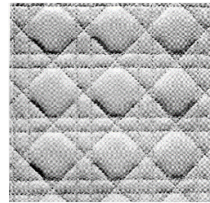
例：



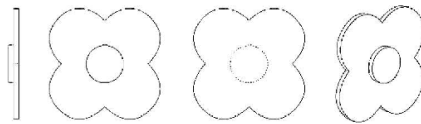
指定商品：被服



指定商品：サングラス
(当該立体標章はサングラスの柄に
付された模様)



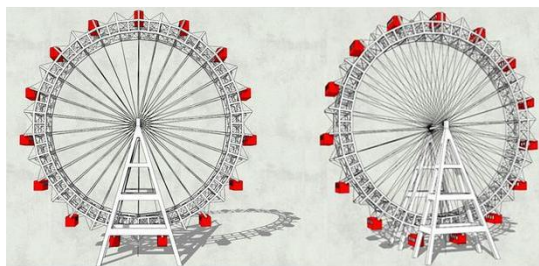
指定商品：被服
(当該立体標章は
立体模様の生地)



指定商品：被服
(当該立体標章は、装飾物として商品に直接付されている)

(2) サービス業において、役務の提供の際に使用される、汎用品又は必需品に係る立体的形状で、役務の出所を識別する機能を果せないものについては、顕著な特徴に欠けると判断する。

例：



指定役務：遊園地サービス

(当該立体標章は、観覧車のイメージ図である。遊園地のサービスにおいて、当該設備がよく使われるため、当該立体的形状をもって役務の出所を識別することはできず、顕著な特徴に欠けるものであると判断する)

(3) 独特なデザインを有し、指定商品又は役務と直接の関連性を有しない立体標章については、顕著な特徴を備えていると判断する。

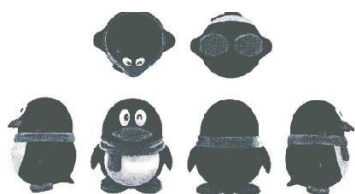
例：



指定役務：飲食物の提供



指定役務：宴会運営



指定役務：インターネット検索エンジン 指定商品：手動の手工具

3.2.4 立体的形状と平面要素の結合

3.2.4.1 顕著な特徴を備える立体的形状と顕著な特徴を備える平面要素の結合により構成されるもの

立体商標が、顕著な特徴を備える立体的形状と顕著な特徴を備える平面要素の結合により構成される場合、当該立体商標については、全体として顕著な特徴を備えていると判断する。

例：



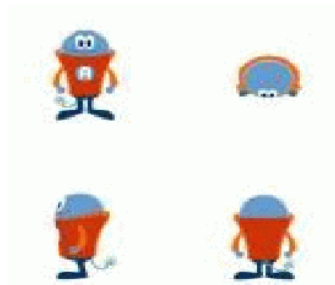
指定商品：酒

(願書の立体的形状に関する説明には、葡萄の木の枝が連なる帯状ラベルであり、上部に「ITALO CESCIN」の文字があるとの記載がある)

3.2.4.2 顕著な特徴を備える立体的形状と顕著な特徴に欠ける平面要素の結合により構成されるもの

立体商標が、顕著な特徴を備える立体的形状と顕著な特徴に欠ける平面要素の結合により構成される場合、当該立体商標については、全体として顕著な特徴を備えていると判断する。

例：



指定役務：飲食物の提供

(商標はキャラクターの立体的形状とアルファベット「A」からなる)

3.2.4.3 顕著な特徴に欠ける立体的形状と顕著な特徴を備えるその他の平面要素の結合により構成されるもの

立体商標が、顕著な特徴に欠ける立体的形状と顕著な特徴を備える平面要素の結合により構成される場合、当該立体商標については、全体として顕著な特徴を備えていると判断する。当該立体商標が登録された場合、商標全体として保護される。すなわち、当該商標権者は、顕著な特徴を備えない立体的形状のみについて、単独で権利を主張することができない。出願人が顕著な特徴を備えない立体的形状部分の商標専用権を放棄する旨を自発的に声明していない場合、審査時に審査意見書を発出し、出願人に放棄する旨を声明するよう求めなければならない。さらに、専用権の放棄に係る説明を、商標公告と商標登録証書に注記しなければならない。

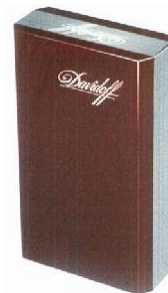
例：



指定商品：ビール



指定商品：チョコレート



指定商品：紙巻たばこ製品



指定商品：蒸留水



指定商品：化粧品

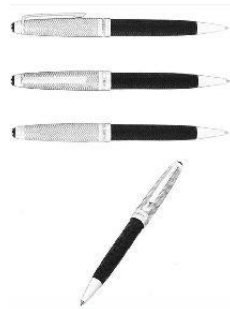


指定商品：チーズ

ただし、次に掲げる場合を除く。

(1) 顕著な特徴を備える平面要素について、当該平面要素と顕著な特徴に欠ける立体的形状の結合により構成される立体商標全体における割合が小さすぎる場合、又は、立体商標の識別が困難な位置にあり、関連公衆の通常の注意力では、その全体が商品又は役務の出所を識別する標章であると認識することが困難な場合には、当該立体商標は、全体として顕著な特徴を備えていないと判断する。

例：



指定商品：万年筆、水性ボールペン

(図に示す立体商標は、立体的形状と平面要素の結合により構成されるものであって、立体的形状は万年筆の汎用的な形状であり、顕著な特徴を備えていない。平面要素は、「星型図形」「リング図案」「M」字型模様図形及び「MONTBLANC」「MEISTERSTUCK」の文字を含むものであり、平面要素そのものは顕著な特徴を備えている。しかし、平面要素部分について、万年筆の本体部分における割合が極めて小さく、全体を立体商標として「万年筆、水性ボールペン」などの商品に使用した場合に、関連公衆の識別能力では、それが万年筆の汎用的な形状のみから構成されているものであると認識される可能性が高いため、当該立体商標は、全体として顕著な特徴を備えていないといえる)

(2) 顕著な特徴を備えない立体的形状と顕著な特徴を備える平面要素の結合により構成される立体商標が、全体として包装の装飾又は商品の装飾と認識されやすい場合、当該立体商標については、顕著な特徴を備えていないと判断する。

例：



指定商品：アルコール飲料

(図に示す立体商標は、立体的形状と平面要素の結合により構成されるものであって、立体的形状は酒瓶の汎用的な形状であり、顕著な特徴を備えていない。平面要素部分は、花の図案で、それ自体は顕著な特徴を備えている。しかし、当該立体商標全体を「アルコール飲料」などの商品に使用した場合に、関連公衆の識別力では、全体として包装の装飾又は酒瓶の装飾であると認識される可能性が高いため、当該立体商標は、全体として顕著な特徴を備えていないといえる)

3.2.5 固有の顕著な特徴を有しない立体商標に係る長期的又は広範な使用による顕著性の獲得

顕著な特徴を有しない立体商標について、当該立体商標に係る長期的又は広範な使用により、商標の出所を識別する機能が備わったことを示す十分な証拠がある場合、顕著性を獲得したと判断することができる。

審査官は、商標登録出願の実体審査の段階において審査意見書を発出し、出願人に対して、使用の証拠を提出するとともに、出願に係る立体標章が長期的又は広範な使用を通じて顕著な特徴を獲得したことについて説明するよう、要請することができる。審査官は、出願人が提出した使用の証拠と状況説明などを踏まえて、更なる審査・審理を行う。

例：



指定商品：香水

出願人：パルファン・クリスチャン・ディオール



指定商品：チョコレート

出願人：フェレロ・ロシェ有限公司

3.3 立体商標の機能性の審査

商標法第十二条は、機能性を有する商品の外観の登録禁止を規定している。その目的は、適法な市場競争を奨励するために、実用的価値又は美的価値を有する商品の特徴が、存続期間を無限に更新可能な登録商標の専用権を取得することにより、永久に保護を受けられるようになる状況を防ぐことにある。よって、立体標章が機能性を有すると認定された場合には、それが長期的に使用されているものであっても、登録してはならない。

3.3.1 立体標章が単に商品自体の性質により生じた立体的形状により構成される場合、すなわち、当該立体的形状が商品固有の目的と用途を実現するために採用しなければならない、又は、通常採用される立体的形状である場合には、当該立体標章は、機能性を有するものであると判断する。

例：



指定商品：タイヤ

（タイヤは、各種の自動車又は機械に装備される路面と接触して回る円状の弾性ゴム製品であり、車体を支え、外部からの衝撃を軽減し、路面との接触を実現し、車両の走行性能を保証するものである。タイヤはその車両の走行目的を実現するため、図に示す立体的形状を備えなければならない。よって、当該立体標章は、商品自体の性質により生じた立体的形状のみからなるものであり、商品「タイヤ」に使用される場合には、機能性を有するものであるといえるため、登録してはならない）



指定商品：ミシン針

（ミシン針は、糸を引いて被服に刺し通して縫製するという目的を実現するために、針の先端と針の穴を備えなければならない。通常は図に示す立体的形状を採用する。よって、当

該立体標章は商品自体の性質により生じた立体的形状のみからなるものであり、商品「ミシン針」に使用される場合には、機能性を有するものであるといえるため、登録してはならない)

3.3.2 立体標章が単に技術的効果を得るために必要な商品の立体的形状により構成される場合、すなわち、当該立体的形状が、商品に特定の機能を持たせるため、又は、商品固有の機能をより実現しやすくするために採用しなければならない立体的形状である場合には、当該立体標章は機能性を有するものであると判断する。

例：



指定商品：歯ブラシ

(図に示すものは、商品「歯ブラシ」に使用されている商標の一つの立体的形状である。当該立体的形状を採用する歯ブラシは、歯ブラシハンドルの下部に重りを設置することで、重心が歯ハンドルの下部になり、歯ブラシがだるまのように倒れることがなくなり、どこにでも置くことができ、コップに入れることで汚染されるリスクが避けられるようになる。よって、当該立体標章は、商品に特定の機能を持たせる立体的形状のみからなり、商品「歯ブラ」に使用される場合には、機能性を有するものであるといえるため、登録してはならない。



指定商品：電気シェーバーヘッド

(図に示すものは、3つ部分からなる電気シェーバーヘッドの立体的形状である。当該立体的形状を採用する電気シェーバーは、作動時に使用者の顔の輪郭に合わせて顔との接触角度を変え、髭剃りの面積を増やすことで、髭剃りの効果を高めている。よって、当該立体標章は、商品固有の機能をより容易に実現させるために必要な立体的形状のみからなり、商

品「電気シェーバーヘッド」に使用される場合には、機能性を有するものであるといえるため、登録してはならない)

3.3.3 **立体標章**が単に商品に本質的な価値を備えさせるための立体的形状により構成される場合、すなわち、当該立体的形状が、商品の外観又は造形に美的価値を持たせ、もって実質的に消費者の購買意向に影響を及ぼすために採用している立体的形状である場合には、当該立体標章は機能性を有するものであると判断する。

例：



指定商品：ジュエリー

(図に示すものは、商標として商品「ジュエリー」に使用・出願されている立体的形状で、造形が美しく、模様があり、一定の美的価値を有する。当該立体的形状により、ジュエリーの外観と造形がより美観に満ち、消費者の当該商品への購買意欲を促進している。よって、当該立体標章は、機能性を有するものであるといえるため、登録してはならない)



指定商品：磁器の花瓶

(図に示すものは、商標として商品「磁器の花瓶」に使用・出願されている立体的形状である。花瓶の形状が古典的で、図案のデザインが精美で、一定の美的価値を有する。当該形状により、磁器の花瓶の外観と造形がより美観に満ち、もって消費者の当該商品への購買意欲を促進している。よって、当該立体標章は、機能性を有するものであるといえるため、登録してはならない)

3.4 立体商標の同一又は類似の審査

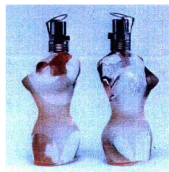
立体商標の同一又は類似の審査には、立体商標間の同一又は類似の審査及び立体商標と平面商標間の同一又は類似の審査が含まれる。審査時に、商標構成中の立体的形状の任意の観察可能な角度を考慮し、観察した表示内容と視覚効果を他人の先行商標と比較しなければならない。

3.4.1 立体商標間の同一又は類似の審査

3.4.1.1 立体商標が立体的形状のみからなるものである場合

立体的形状のみからなる立体商標であって、その全体的な視覚効果が他人の先行立体商標と同一又は類似であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、同一又は類似の商標と判断する。

例：



指定商品：香水



指定商品：香水

3.4.1.2 立体商標が顕著な特徴を備える立体的形状とその他の平面要素の結合からなるものである場合

立体商標が、顕著な特徴を備える立体的形状とその他の平面要素の結合により構成され、顕著な特徴を備える立体的形状部分又は顕著な特徴を備える平面要素部分が、他人の先行立体商標の対応する部分と同一又は類似であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、同一又は類似の商標と判断する。

例：



指定商品：香水



指定商品：香水

(図に示す二つの商標は、立体的形状及び平面図形が類似することにより、全体の視覚効果が類似しており、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるもの

であるため、類似商標と判断する)

3.4.1.3 立体商標が顕著な特徴を有しない立体的形状と顕著な特徴を備える平面要素の結合からなるものである場合

(1) 立体商標が、顕著な特徴を有しない立体的形状と顕著な特徴を備える平面要素の結合により構成され、二つの商標の顕著な特徴を備える平面要素が同一又は類似であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、同一又は類似の商標と判断する。

例：



指定商品：チョコレート



指定商品：チョコレート

(図に示す二つの商標は、立体的形状部分がともに顕著な特徴を有しておらず、その顕著な特徴を備える平面要素部分が類似しており、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものであるため、類似商標と判断する)

(2) 立体商標が、顕著な特徴を有しない立体的形状と顕著な特徴を備える平面要素の結合により構成され、二つの商標の顕著な特徴を備える平面要素部分の差異が明らかで、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を識別させることができるものについては、同一又は類似の商標と判断しない。

例：



指定商品：酒



指定商品：酒

(左側の標章の平面の文字は「KURG」であり、右側の平面の文字は「LA GRANDE DAME」である。図に示す二つの商標は、立体的形状部分がいずれも顕著な特徴に欠けるものであり、その顕著な特徴を備える平面要素部分が類似しておらず、関連公衆に対して、両者の出所を

識別させることができるものであるため、類似商標とは判断しない)

3.4.2 立体商標と平面商標間の同一又は類似の審査

3.4.2.1 立体商標が立体的形状のみからなるものである場合

立体的形状のみからなる立体商標であって、他人の先行平面商標と全体的な視覚効果が同一又は類似であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものについては、同一又は類似の商標と判断する。

例：



指定商品：被服



指定商品：被服

(図に示す二つの商標の構成中、左側の立体商標のペンギンの立体的形状は右側の商標のペンギンの平面図形と全体的な視覚効果が類似しており、関連公衆に対して、商品の出所を混同させるおそれがあるため、類似商標と判断する)



指定商品：洗浄剤



指定商品：洗浄剤

(図に示す二つの商標の構成中、左側の立体商標の立体的形状は全体として「G」字型であり、右側の平面文字の「G」と全体的な視覚効果が類似しており、関連公衆に対して、商品の出所を混同させるおそれがあるため、類似商標と判断する)



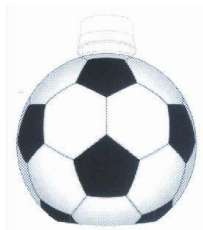
指定商品：アルコール飲料



指定商品：アルコール飲料

(図に示す二つの商標の構成中、左側の立体商標の立て馬の立体的形状は右側の商標の立て馬の平面図形と全体的な視覚効果が類似しており、関連公衆に対して、商品の出所を混

同させるおそれがあるため、類似商標と判断する)



指定商品：飲料



指定商品：飲料

(図に示す二つの商標の構成中、左側の立体商標のサッカーボールを模した瓶型の立体的形状は右側の平面標章の平面サッカーボール図形と全体的な視覚効果が類似しており、関連公衆に対して、商品の出所を混同させるおそれがあるため、類似商標と判断する)

3.4.2.2 立体商標が立体的形状とその他の平面要素の結合からなるものである場合

立体商標が、立体的形状とその他の平面要素の結合により構成され、顕著な特徴を備える立体的形状部分と他人の先行平面商標とが、全体的な視覚効果において同一又は類似であり、又は、顕著な特徴を備える平面要素部分と他人の先行平面商標とが同一又は類似であり、かつ、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同させやすいものについては、いずれも同一又は類似の商標と判断する。

例：



指定商品：香水

OFFENSIVE

指定商品：香水



指定商品：香水

(図に示す三つの商標の構成中、左側の立体商標のサッカーボール状の立体的形状は、右側の平面商標の平面サッカーボール図形と全体的な視覚効果が類似し、関連公衆に対して、商品の出所を混同させやすいものであるため、類似商標と判断する。左側の立体商標の平面文字「OFFENSIF」は、中央の平面商標の平面文字「OFFENSIVE」と類似し、関連公衆に対して、商品の出所を混同させやすいものであるため、類似商標と判断する)



指定商品：化粧品



指定商品：化粧品

(図に示す二つの商標の構成中、左側の立体商標の頭文字「R」は、右側の平面商標の頭文字「R」と極めて類似しており、関連公衆に対して、商品の出所を混同させやすいものであるため、類似商標と判断する)



指定商品：アルコール飲料



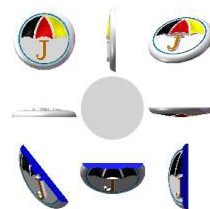
指定商品：アルコール飲料

(図に示す二つの商標の構成中、左側の立体商標の平面文字「GARDET」は、右側の平面商標の文字「GUADET」と類似し、関連公衆に対して、商品の出所を混同させやすいものであるため、類似商標と判断する)

4. 立体商標の実体審査時におけるその他の注意事項

立体商標の実体審査手続において、出願人の説明を参照した上でも、出願人に提出された商標見本に係る唯一の立体的形状を認識、特定することができない場合には、商標法第三十条、商標法実施条例第十三条第三項の関連規定に基づき、登録不許可とする。

例：



指定商品：自動車

デザイン説明：商標は、開いた傘を描いた六つのレリーフ状の造形物からなり、六つの開いた傘に黒、赤、黄の順で付された色彩はドイツの国旗を象徴するものであり、もってドイ

ツ車であることを示している。中央の大文字「J」は、自動車ブランドの名称の頭文字が「J」であることを示している。周辺の青色の凹んだリング部分は、地球を表している。同商標は、自動車のロゴとして使用される。

(図に示す立体商標に示される見本において、断面図で示されている立体的形状は、唯一のものでなく、その他の図面からなる立体的形状と相違する可能性があるため、立体商標出願の要件に適合しない)

第七章 色彩結合商標の審査及び審理

1. 法的根拠

「商標法」

第八条 自然人、法人又はその他の組織の商品を他人の商品と区別することができる文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せ及び音声など、並びにこれらの要素の組合せを含む標章は、すべて商標として登録出願することができる。

「商標法实施条例」

第十三条第四項 色彩の組合せを商標登録出願する場合には、その旨を願書に声明し、商標の使用方を説明しなければならない。

第四十三条 中国を指定する領域指定出願人は、立体標章、色彩の組合せ、音声標章を商標として保護するか、又は団体商標、証明商標として保護を要請する場合、同商標が国際事務局の国際登録簿に登録された日から 3 か月以内に、法に基づいて設立した商標代理機構を通じて、商標局に本条例第十三条に規定される関連資料を提出しなければならない。上記期間内に関連資料を提出しなかった場合、商標局は当該領域指定出願を拒絶する。

2. 解釈

色彩結合商標とは、二種類以上の色を特定の方式で組み合わせたものにより構成される商標をいう。

自然界における単色の種類が極めて限られているため、単色を商標として出願、登録することは、ある色彩の使用を独占させ、その他の生産経営者の正常な使用を阻害するおそれがある。よって、当面、中国においては、色彩の組合せについては商標として出願、登録することができるが、単色については商標として出願、登録することはできない。

色彩結合商標は、色彩のみからなり、具体的な形状を限定せず、特定の方式で使用される色彩の組合せそのものを保護の対象としている。商標見本において表示される形状は、色彩結合商標の保護対象とならない。文字、図形などの要素を含み、色彩を指定する商標については、色彩結合商標には該当しない。

色彩結合商標を商品に使用する際には、商品の全部又は一部に使用することができ、商品の包装の全部又は一部に使用することもできる。色彩結合商標を役務に使用する際には、役務の提供に必要な媒体に使用することができる。例えば、速達便サービスにおける包装箱、輸送具又は配達員の作業服、又は役務の提供場所の外装や内装などが挙げられる。

通常、色彩結合商標は、固有の顕著性を備えていないため、長期的又は広範な使用により、

出願人と安定した関連性を生じ、商品又は役務の出所を識別する機能を獲得してからはじめて、顕著な特徴を備えることができる。

本章では、使用禁止条項の審査、顕著な特徴の審査及び同一又は類似の審査を含む、色彩結合商標の登録出願に係る実体審査について規定する。

3. 色彩結合商標の実体審査

色彩結合商標の実体審査においては、その使用方法に合わせて、全体的にその登録可能性について審査しなければならない。

3.1 色彩結合商標の使用禁止条項

色彩結合商標の使用禁止条項の審査においては、本編第三章「商標として使用してはならない標章の審査及び審理」の規定を適用する。色彩結合商標が使用禁止条項に違反するか否かについて、その具体的な使用方法に合わせて判断しなければならない。

例：

色彩結合商標であって、出願人が記載した使用方法で使用され、表示された全体的な視覚効果が中国又は外国の国旗、国章、軍旗の色彩結合と同一又は類似のものについては、商標として使用してはならない。



商標の説明：本商標は、緑、白、赤という三つの色彩からなり、1：1：1の比率で縦棒状を呈して広がり、商品の外観に使用される。

(出願人が記載した使用方法で使用される場合、表示された全体的な視覚効果がイタリアの国旗と類似するため、商標として使用してはならない)

ただし、色彩結合商標であって、商標活動に使用される際に、出願人が説明した使用方法で使用されることにより生じる全体的な視覚効果が、公衆に対して中国又は外国の国旗、国章、軍旗と関連付けさせるおそれがないものについては、商標として登録・使用することができる。



商標の説明：本商標は、黒、赤、黄色という三つの色彩からなり、1：10：1の比率で縦棒状を呈して広がり、指定商品「空気乾燥機」の表面に使用される。黒の色数はRALで、国際基準色コードは9011号である。赤の色数はRALで、国際基準色コードは3020号である。黄色の色数はRALで、国際基準色コードは1018号である。

（出願人が記載した使用方法で指定商品に使用する場合、実際の使用形態、表示形式、表示された全体的な視覚効果におけるドイツ国旗との差異が明らかであり、公衆に対してドイツ国旗と関連付けさせるおそれがない）

3.2 色彩結合商標の顕著な特徴に係る審査

色彩結合商標の審査は、伝統的な商標の顕著性に関する判断原理、基準と規則に基づいて行う。色彩の組合せは、指定商品又は役務に使用されるときに、通常、消費者にそれが製品自体、製品の包装又は経営場所の装飾設計などであると認識され、商標と認識させることが困難なものであるため、商標固有の顕著性を備えておらず、商品又は役務の出所を識別する機能と役割を果たすことができないものである。通常、十分な証拠をもって、色彩結合商標が長期的又は広範な使用を通じて顕著な特徴を獲得し、商品又は役務の出所を識別することができることを証明する必要がある。

色彩結合商標の顕著な特徴を審査する際には、その他の種類の商標の顕著な特徴の審査と同様に、商標そのものの構成、指定商品又は役務、関連公衆の認知習慣などの要素を総合的に考慮する必要があるほか、色彩結合商標そのものの属性、構成要素、使用方法、継続使用時間、使用強度、同業経営者による同類色彩の使用状況、関連業界の商標使用慣例、色彩結合商標の広告宣伝と効果、関連公衆における周知度などの要素を総合的に考慮し、判断しなければならない。

審査の際には、審査意見書を発出し、使用の証拠を提出するとともに、色彩結合商標が使用を通じて顕著な特徴を獲得したことについて説明するよう、出願人に要請することができる。使用の証拠については、色彩の組合せが使用を通じて、既に商品又は役務の出所を示す機能を獲得したこと、すなわち、関連公衆が色彩の組合せを見た際に、色彩の組合せそのものを認識するのではなく、当該色彩の組合せから特定の商品又は役務の出所が直ちに連想されることを証明するものでなければならない。

3.2.1 単に指定商品の天然色、商品自体又は包装及び役務の提供場所において汎用的に用いられる色彩又は常用の色彩でしかなく、商品又は役務の出所を識別する機能を果たせないものについては、顕著な特徴に欠けるものであると判断する

例：



指定商品：歯磨き剤

(図に示す色彩の組合せは、指定商品によく用いられる色彩の組合せであり、商品の出所を識別する機能を果たせない)



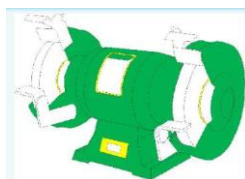
指定商品：洗剤、洗濯シート

(図に示す青、白の色彩の組合せは、指定商品自体又は包装によく用いられる色彩の組合せであり、商品の出所を識別する機能を果たすのに十分ではない)



指定役務：整髪

(図に示す色彩の組合せは、整髪サービスの提供場所の屋外に一般的に使用される標章であり、役務の出所を識別する機能を果たせない)



指定商品：電動グラインダー

(図に示す色彩の組合せは、指定商品によく用いられる色彩の組合せであり、商品の出所を識別する機能を果たすのに十分ではない)

3.2.2 十分な証拠をもって、特定の 방법으로使用される色彩の組合せが、使用を通じて顕著な特徴を獲得したことを証明できた場合には、色彩結合商標として登録することができる

色彩結合商標が、使用を通じて顕著な特徴を獲得したかの認定については、本編第四章2.4「使用により顕著な特徴を獲得したもの」の一般規則を適用する。

色彩結合商標が、使用を通じて顕著な特徴を獲得したかを判断する際には色彩結合商標の実際の使用方法が関連公衆の注意力と認知状況に与える影響について注意する必要がある。また、色彩結合商標が、出願人に独創され又は最初に使用されたものであったとしても、当該事実をもって、商標としての顕著な特徴を備えていると当然に判断することができない点にも注意が必要である。

例：



指定商品：電池

(実際の使用方式の見本)

商標の説明：商標は棒状の色彩の組合せである。二つの色彩は、それぞれサンディブラウンと黒で、全体の3分の1、3分の2を占める。



指定役務：車両ガソリンスタンド

(実際の使用方式の見本)

商標の説明：当該商標は、白、黄、赤の三つの色彩からなる。白 (Pantone white C) は30%、黄色 (Pantone 116C) は50%、赤 (Pantone 485C) は20%をそれぞれ占めており、図に示す通りに配列され、車

両サービスステーション、車両ガソリンスタンドの外観に使用される。

3.3 色彩結合商標の同一又は類似の審査

色彩結合商標の同一又は類似の審査には、色彩結合商標間の同一又は類似の審査、及び、色彩結合商標とその他の種類の商標間の同一又は類似の審査が含まれる。

色彩結合商標の同一又は類似の審査をする際には、登録出願に係る色彩の組合せ要素、及び「商標登録願書」に記載された具体的な使用方法を根拠としなければならない。審査の際には、色彩の組合せ要素について検索をする必要がある。同一又は類似の判断をする際には、色彩結合商標の使用 방법에合わせて、主として、全体的な視覚効果について審査、判断しなければならない。

3.3.1 色彩結合商標間の同一又は類似の審査

(1) 色彩結合商標を構成する色彩及びその配列の方法が同一又は類似であり、商業活動における具体的な使用方法に明らかな差異がなく、全体的な視覚効果の差異が明らかでなく、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を誤認させるおそれがあるものについては、同一又は類似の商標と判断する。

例：



指定商品：電気チェーンソー

商標の説明：当該色彩の組合せは、オレンジ色、灰色の2種類の色彩によって構成され、そのうち、オレンジ色はPantone PQ-17-1464TCXで、灰色はPantone P 179-15 Cである。灰色は、芝刈り機の本体に使われ、オレンジ色は空気フィルターとハンドルに使われている。点線部分は、色彩の当該商品上の位置を表し、チェーンの刃の輪郭とデザインは、商標を構成する要素ではない。



指定商品：林業と園芸用チェーンソー

商標の説明：本商標は、色彩結合商標であり、商標の図形の輪郭は、単に色彩の位置を表すためのもので、当該輪郭そのものは出願商標を構成する部分ではない。本商標に含まれる色彩は、オレンジ色(RAL 色彩対照表番号 2010)と灰色(RAL 色彩対照表番号 7035)で、本商標の指定商品「ガソリンチェーンソー」の色彩と同一である。そのうち、オレンジ色は指定商品のカバーの上部にあり、灰色は指定商品のカバーの下部にある。

(2) 色彩結合商標の色彩が同一又は類似であるが、配列・結合の方法又は商業活動における具体的な使用方法が異なり、全体的な視覚効果の差異が大きく、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を誤認させるおそれがないものは、同一又は類似の商標と判断しない。

例：



指定商品：電動工具用充電ステーション
商標の説明：当該色彩結合商標は、ゴールドと黒という二つの色彩からなり、製品全体がゴールドで、縦のしま模様が上乗せされている。

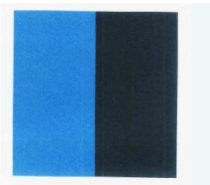


指定商品：電池
商標の説明：商標は、棒状の色彩の組合せからなる。二つの色彩は、サンディブラウンと黒で、それぞれ全体の3分の1、3分の2を占める。

3.3.2 色彩結合商標とその他の類型の商標間の同一又は類似の審査

(1) 通常、出願人が提供した商標の説明に基づいて、色彩結合商標の色彩の配列・結合方法及び商業活動における具体的な使用方法を把握する。その上で、全体的な視覚効果が、その他の類型の商標の全体的な視覚効果と大きく相違し、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を誤認させるおそれがないものについては、同一又は類似の商標とは判断しない。

例：



(色彩結合商標)

指定商品：金属製パイプのスリーブ
商標の説明：本商標は、色彩結合商標であり、青（国際基準色コード：2925）と黒（国際基準色コード：黒）の色彩からなる。実際の使用において図形による制限がある。青と黒は同心円の形で指定商品に使用され、黒の円は中心部にあり、その周辺は青の枠に囲まれている。



(平面商標)

指定商品：金属パイプのエルボーなど

(2) 特定の状況下では、色彩結合商標とその他の類型の商標間の同一又は類似の判断において、色彩結合商標を構成する色彩が、その他の類型の商標において指定された色彩と同

一又は類似であり、かつ、出願人が説明した使用方法で使用了場合に生じる全体的な視覚効果においてほぼ差異がない又は差異が軽微であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を誤認させるおそれがあるときは、同一又は類似の商標と判断する。

第八章 音商標の審理と審査

1. 法的根拠

「商標法」

第八条 自然人、法人又はその他の組織の商品を他人の商品と区別することができる文字、図形、アルファベット、数字、立体標章、色彩の組合せ及び音声など、並びにこれらの要素の組合せを含む標章は、すべて商標として登録出願することができる。

「商標法实施条例」

第十三条第五項 音声標章を商標登録出願する場合には、その旨を願書に声明し、要件に適合する音声見本を提出するとともに、登録出願する音商標、商標の使用方式を説明しなければならない。音商標を説明する場合には、五線譜又は略譜により商標として出願する音声について説明するとともに、文字による説明を添付しなければならない。五線譜又は略譜により説明できない場合には、文字により説明しなければならない。商標に対する説明は音声見本と一致しなければならない。

第四十三条 中国を指定する領域指定出願人は、立体標章、色彩の組合せ、音声標章を商標として保護するか、又は団体商標、証明商標として保護を要請する場合、同商標が国際事務局の国際登録簿に登録された日から 3 か月以内に、法に基づいて設立した商標代理機構を通じて、商標局に本条例第十三条に規定される関連資料を提出しなければならない。上記期間内に関連資料を提出しなかった場合、商標局は当該領域指定出願を拒絶する。

2. 解釈

音商標とは、商品又は役務の出所を識別するための音声そのもので構成された商標をいう。音商標は、一節の曲など音楽的な音声によっても、自然界の音声、人間又は動物の音声など非音楽的な音声によって構成することもできる。さらに、音楽性と非音楽性を兼備する音声により構成することもできる。

音商標は固有の顕著性を備えていないため、長期的又は広範な使用により、出願人と安定した関連性を生じ、商品又は役務の出所を識別する機能を獲得してからはじめて、顕著な特徴を備えることができる。

本章では、使用禁止条項の審査、顕著な特徴の審査、及び同一又は類似の審査を含む、音商標の登録出願に係る実体審査について規定する。

3. 音商標の実体審査

音商標の実体審査においては、その他の使用方法に合わせて、全体的にその登録可能性について審査しなければならない。

3.1 音商標の使用禁止条項の審査

音商標の使用禁止条項の審査においては、本編第三章「商標として使用してはならない標章の審査及び審理」を参照する。

例：

- (1) 中国の国歌、軍歌又は「インターナショナル（国際歌）」と同一又は類似の音声
- (2) 「歌唱祖国（祖国を歌い讃える）」など公衆によく知られている愛国歌曲と同一又は類似の音声
- (3) 宗教音楽又は恐怖・暴力・ポルノなど悪影響を及ぼす音声

3.2 音商標の顕著な特徴に係る審査

音商標の審査は、伝統的な商標の顕著性の判断原理、基準と規則に基づいて行う。通常、商標の多くは文字、数字、図形、色彩などの要素又はそれらの要素の組合せから構成され、視認可能で直感的に表されるものである。使用する際には、商品又は役務と比較的密接に関連しており、関連公衆に対して、商標に係る定着された視覚的認知習慣を形成している。それに対して、音商標に対する認識は、主として聴覚を通じて実現されるものであり、かつ、音声の再生媒体への依存度があることから、多くの商品や役務との関係で直感的、密接に結合することが難しく、使用する際にも、バックミュージックや広告宣伝と認識されるにとどまっている。独特な音声であっても、商標固有の顕著性を必然的に備えてはおらず、商品又は役務の出所を識別する機能と役割を果たすことは難しい。通常、十分な証拠をもって、音商標が長期的又は広範な使用を通じて顕著な特徴を獲得し、商品又は役務の出所を識別することができることを証明する必要がある。

音商標の顕著な特徴を審査する際には、伝統的な視認可能な商標に係る顕著な特徴の審査と同様に、商標そのものの構成、指定商品又は役務、関連公衆の認知習慣などの要素を総合的に考慮する必要があるほか、音商標の聴覚的感知、音声の効果、使用方法、継続使用時間、使用強度、同業経営者による同類音声の使用状況、関連業界の商標使用慣例、音商標の広告宣伝と効果、関連公衆における周知度などの要素を総合的に考慮し、判断しなければならない。

審査の際には、審査意見書を発出し、使用の証拠を提出するとともに、音商標が使用を通じて顕著な特徴を獲得したことについて説明するよう、出願人に請求することができる。使用の証拠については、音声が使用を通じて、既に商品又は役務の出所を表す機能を獲得したこと、すなわち、関連公衆が音声を聞いた際に、音声そのものとして認識するのではなく、当該音声から特定の商品又は役務の出所が直ちに連想されることを証明するものでなければならない。

3.2.1 単に指定商品又は役務の内容、消費対象、品質、機能、用途及びその他の特徴を直接的に示す音声については顕著な特徴に欠けるものと判断する

例：

ピアノを弾く音を、「楽器」に使用する場合

児童の笑いさざめく声を、「ベビーミルク」に使用する場合

犬や猫の鳴き声を、「ペット飼育」に使用する場合

クラシック音楽を「コンサートの手配と運営組織」に使用する場合

「沸きました！沸きました！」という呼び声を、「電気ポット」に使用する場合

3.2.2 その他の顕著な特徴に欠ける音声

その他の顕著な特徴に欠ける音声には、次に掲げるものが含まれるが、それらに限定されない。

(1) 商品を使用する際又は役務を提供する際に避けられない音声又は普通に生じる音声

例：

酒びんを開けるときの「シュポッ」という音を、「ビール」に使用する場合

偽札鑑別機が紙幣を数えるときの「ペラペラ」という音を、「銀行」役務に使用する場合

(2) 業界内に汎用的に用いられる又は常用の音声又は音楽

例：

「結婚行進曲」の主題のメロディーを、「結婚披露宴役務の企画と手配」に使用する場合

(3) 簡単すぎる音声又は複雑すぎる音声

例：

簡単で一般的な音調又は旋律

曲として完成した又は冗長な歌曲又は楽曲

(4) 普通の口調で又は簡単な旋律で直接歌い、読み上げる普通のフレーズ

例：

簡単な旋律で歌う「恭喜你發財（商売繁盛）」

普通の口調で歌い、読み上げる「来了、您呐（いらっしゃいませ）」

普通の口調で読み上げる「人行千里、声動我心（人は千里を歩み、声は我が心に響く）」

普通の口調で読み上げる「人頭馬一開、好運自然来（レミーマルタンを開けると、幸運が自然に寄ってくる）」

3.2.3 音商標が長期的又は広範な使用により顕著な特徴を備えるようになったことについての認定

音商標が、使用を通じて顕著な特徴を獲得したかの認定については、本編第四章 2.4「使用により顕著な特徴を獲得したもの」の一般規則を適用する。

音商標が使用により顕著な特徴を獲得したかを判断する際には、さらに以下の点について留意しなければならない。まず、文字を称呼する形式の音商標については、使用過程において、まさしく識別機能として称呼される文字であるか、それとも音声そのものであるかを区別するように留意しなければならない。音商標が、普通の口調又は極めて簡単な旋律で文字を称呼する形式の音声で構成される場合、使用過程において識別機能を果たすのはやはり文字であり、音声については文字を補助する背景的な存在だとみなされるおそれがある。同類の音商標については、長期的又は広範な使用により、関連公衆によく知られていることが証明される可能性があるとしても、音声そのものが商品又は役務の出所を識別・区別する商標として認識されているかについては、実際の状況を踏まえ分析・判断する必要がある。また、音声商標が、出願人に独創され又は最初に使用されたものであったとしても、当該事実をもって、商標としての顕著な特徴を備えると当然に判断することができない点にも注意が必要である。

使用により顕著な特徴を獲得した音商標の例は、次のとおりである。

例：

该声音商標是由六声短促且频率一致的“嘀嘀嘀嘀嘀嘀”
(di-di-di-di-di-di)的
声音构成。

（本音商標は短くかつ均一の長さの6音「ティティティティティティ」(di-di-di-di-di-di)の音声から構成されている）

（本件音商標は、オンラインフォーラムの提供などの指定役務に使用するものである。商標出願人は、テンセント科技（深セン）有限公司である。当該商標は、出願人が指定した役務に使用されるものであり、具体的には出願人が提供するアプリケーションのメッセージ提示時に流れる短い「ティティティティティティ」の音から構成されている）



声音由引子、主题和尾声三段构成。引子由铜管演奏，分解的大三和弦旋律庄严而神圣；中段为弦乐演奏的主题；结尾由三个音构成。

（音声は提示部、主題と結尾部の三部形式からなる。提示部は金管楽器で演奏され、分解すると長三和音からなる旋律が荘厳かつ神聖で、中間部は弦楽で演奏される主題で、結尾部は三つの音からなる）

（本件音商標は、「新聞社の役務」など指定役務に使用するものである。商標出願人は、中央電視台（中国公共放送テレビ局）である。音声は提示部、主題と結尾部の三部形式からなる。提示部は金管楽器で演奏され、分解すると長三和音からなる旋律が荘厳かつ神聖で、中間部は弦楽で演奏される主題で、結尾部は三つの音からなる。当該音声は「新聞聯播」（ニュース報道番組）のオープニング曲である）



本声音商標是爱奇艺出品视频的片头曲，全长5秒，共2小节，四分之二拍慢板节奏，E大调。整段声音商標前奏部分为下滑音、顺波音和上滑音三个合成的物体弹性声音；2个小节为整段声音商標主题部分，曲调为E大调，旋律为F到G各一拍，最后一个小节由十六分音符G回到一级音程BE上，该声音商標结束。

（本音商標は愛奇芸（VOD サービスのブランド名）が提供するビデオのオープニング曲であり、長さは5秒、あわせて2小節、4分の2拍子のゆっくりとしたテンポで演奏され、ホ長調である。音商標全体の前奏部分はグリス・ダウン、アッパー・モルデント、グリス・アップの3つを合成した物体がはじける音声である。2小節は音商標全体の主題部分であり、調性はホ長調、旋律はFからGに各1拍、最後の小節は音声は16分音符のGから高いBとEに向かい、この音商標が終わる）

（本件音商標は、指定役務「VOD サービス」に使用するものである。商標出願人は、北京奇芸科技有限公司である。商標は、ビデオのオープニング又はエンディング或いはウェブサイトを使用される。本音声はビデオのオープニング又はエンディングに使用される）



人声用真假嗓音急变互换的方式歌唱出“YAHOO”。

(人声で生の声と作り声を素早く交互に切り替える方法で「YAHOO」と歌っている)

(本件音商標は指定役務「インターネット検索エンジンの提供」など及び指定役務「電子情報伝送用コンピュータソフトウェアなど」に使用するものである。商標出願人は、奥誓公司(原出願人：YAHOO社)である。構成中の人間の声の部分については、生の声と作り声を素早く交互に切り替える方法で「YAHOO」と歌っているものである。当該音商標は、コンピュータソフトウェア、プロモーションビデオ、CM、展示会及びイベントなどで使用され、商品又は役務の出所を識別するものである)

3.3 音商標の同一又は類似の審査

音商標の同一又は類似の審査には、音商標間の同一又は類似の審査、及び、音商標とその他の種類の商標間の同一又は類似の審査が含まれる。

3.3.1 音商標間の同一又は類似の審査

二つの音商標の聴覚的感知又は全体の音楽イメージが同一又は類似であり、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同・誤認させ、又は両者の間に特別なつながりがあると認識させるおそれがある場合には、同一又は類似の商標と判断する。

3.3.2 音商標とその他の種類の商標間の同一又は類似の審査

音商標における音声に対応する文字又はその他の要素が、視認可能な商標に含まれる文字又はその他の要素と同一又は類似の称呼を有し、関連公衆に対して、商品又は役務の出所を混同・誤認させ、又は両者の間に特別なつながりがあると認識させるおそれがある場合には、同一又は類似の商標と判断する。

例：



人声用真假嗓音急変互換的方式歌唱出
“YAHOO”。

人声で生の声と作り声を素早く交互に切り
替える方法で「YAHOO」と歌っている
(音商標)

YAHOO

(外国語商標)

第九章 団体商標、証明商標の審査及び審理

1. 法的根拠

「商標法」

第三条 商標局の審査を経て登録された商標を登録商標という。登録商標は、商品商標、役務商標、団体商標及び証明商標からなる。商標登録者は商標専用権を享有し、この法律の保護を受ける。

この法律で団体商標とは、団体、協会又はその他の組織の名義で登録され、当該組織の構成員が商業活動の使用に供し、これを使用する者が当該組織の構成員資格を表示する標章をいう。

この法律で証明商標とは、監督能力を有する組織の管理下にある特定の商品又は役務に対して使用するものであって、かつ当該組織以外の事業単位又は個人がその商品又は役務について使用し、同商品又は役務の原産地、原料、製造方法、品質又はその他の特別な品質を証明するために用いる標章をいう。

団体商標、証明商標の登録、管理に関する事項は、国家商標行政管理部門により規定される。

第八条 自然人、法人又はその他の組織の商品を他人の商品と区別することができる文字、図形、アルファベット、数字、立体標章、色彩の組合せ及び音声など、並びにこれらの要素の組合せを含む標章は、すべて商標として登録出願することができる。

第十条第二項 県級以上の行政区画の地名又は公衆に知られている外国地名は、商標とすることができない。ただし、その地名が別の意味を持つ場合、又は団体商標、証明商標の一部である場合は、この限りでない。地名を使用して既に登録された商標は、引き続き有効とする。

第十一条 次に掲げる標章は、商標として登録することができない。

- (一) その商品の一般名称、図形、規格にすぎないもの
- (二) 商品の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接的に表示したにすぎないもの
- (三) その他の顕著な特徴に欠けるもの

前項に掲げる標章が、使用により顕著な特徴を獲得し、かつ容易に識別可能なものとなつたときは、商標として登録することができる。

第十六条 商品の地理的表示を含む商標は、当該商品が当該表示に示された地域に由来するものでなく、公衆を誤認させるときは、その登録をせず、かつその使用を禁止する。ただし、既に善意によって登録したものは、引き続き有効とする。

前項にいう地理的表示とは、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定

の品質、評判又はその他の特徴が、主に当該地域の自然的要素又は人文的要素によって形成されたものの表示をいう。

「商標法実施条例」

第四条第一項 商標法第十六条に定める地理的表示は、商標法及び本条例の規定に基づき、証明商標又は団体商標として登録出願することができる。

「団体商標及び証明商標の登録と管理に関する弁法」（国家工商行政管理総局令第6号、2003年6月1日より施行）。

2. 解釈

団体商標、証明商標は、商標法第八条に規定された標章によって構成することができる。本章の3節及び4節は、団体商標、証明商標の審査及びその出願人の権利能力、使用管理規則などの特有の事項に係る審査について規定する。

団体商標として商標出願される地理的表示（以下、「地理的表示団体商標」）及び証明商標として商標出願される地理的表示（以下、「地理的表示証明商標」）については、「団体商標及び証明商標の登録と管理に関する弁法」第八条に規定された標章によって構成することができる。地理的表示である団体商標、地理的表示である証明商標の出願人の権利能力、使用管理規則などは「商標法実施条例」、「団体商標及び証明商標の登録と管理に関する弁法」に規定する特別な要件に適合しなければならない。本章の5節及び6節は、地理的表示である団体商標、地理的表示である証明商標の審査及び出願人の権利能力、使用管理規則などの特有の事項に係る審査について規定する。

団体商標、証明商標は商標法第十条第一項、第十一条、第三十条及び第三十一条の規定に違反してはならず、審査と審理においては、本編のその他の章の基本規定を適用する。

3. 団体商標と証明商標の審査

団体商標、証明商標は商標の一類型であり、商標法の関連する基本規定に基づいて、当該商標が商標法に規定する使用禁止の対象に該当するものであるか、顕著な特徴を備え、識別が容易なものであるか、先行権利と抵触するものであるかについての審査をしなければならない。

ただし、団体商標、証明商標は、機能や役割、使用条件、登録権者及び利用者の権利、義務などのいずれにおいても一般商標とは異なるため、審査の際には、審査基準の一貫性ある履行と案件ごとの審査原則を保持しなければならない。例えば、商標法第十条第二項は、「県級以上の行政区画の地名又は公衆に知られている外国地名は、商標とすることができない。ただし、……団体商標、証明商標の一部である場合は、この限りでない」とする。本章の3.4

節は、他の意味を有しない県級以上の行政区画の地名を含む団体商標及び証明商標の審査基準を明らかにしている。

3.1 団体商標と証明商標の使用禁止条項の審査

団体商標、証明商標を登録する場合、商標法第十条第一項の規定に違反してはならない。具体的な審査基準については、本編第三章の「商標として使用してはならない標章の審査及び審理」を参照すること。

例：



商標の種類：団体商標

指定商品：第 30 類 穀類製品、米類、小麦粉など

出願人：敖漢旗四道湾子水稻協会

(本件商標は、消費者に対して、製品の品質を誤認させるおそれがあるため、商標法第十条第一項第七号の規定に違反する)



商標の種類：団体商標

指定商品：第 25 類 シャツ、被服など

出願人：陝西省愛国主義ボランティア協会

(本件商標構成中の図形に描かれている鎌と槌は、中国共産党の党旗と類似のものであり、商標として使用した場合には、不良な影響を生じるおそれがあるため、商標法第十条第一項第八号の規定に違反する)



商標の種類：証明商標

商標の種類：証明商標

指定商品：第 31 類 生の果実、生の野菜など

出願人：山東省緑色食品発展中心

(本件商標に含まれる「放心農産品〔安全な農作物〕」、「reliable」の文字を指定商品に使用した場合には、消費者に対して、農産物の品質を誤認させるおそれがあるため、商標法第十条第一項第七号の規定に違反する)

3.2 団体商標と証明商標の顕著な特徴の審査

顕著性は、商標が異なる商品又は役務を識別する機能を果たすための基本的な要素であり、商標を登録する上での重要な要件でもある。団体商標、証明商標は、商標の一類型として、顕著な特徴を備え、識別が容易なものでなければならない。その登録にあたっては、商標法第十一条の規定に違反してはならない。団体商標と証明商標の顕著な特徴の審査については、本編第四章の基本規定を適用する。

団体商標、証明商標が顕著な特徴を備えているか否かを判断する際には、商標標章そのものの意味、称呼と外観構成を考慮するほか、商標の指定商品又は役務の区分、関連公衆の認知習慣、所属する業界における実際の使用状況などを踏まえて、個別に判断をしなければならない。

例：



商標の類型：団体商標

指定商品：第 21 類 強化ガラス蓋、強化ガラスカバーなど

出願人：社団法人日本硝子製品工業会

(本件商標の日本語の意味は「強化ガラス蓋の認証」であり、指定商品に使用した場合には、商品の品質や特徴を直接的に表示するにすぎず、商標法第十一条第一項第二号の規定に違反する)

烹飪名師

商標の類型：証明商標

指定役務：第 43 類 宿泊施設の提供、飲食物の提供など

出願人：中国料理協会

(本件商標を第 43 類役務「宿泊施設の提供」などに使用した場合には、指定役務の内容や特徴を直接的に表示するにすぎず、商標法第十一条第一項第二号の規定に違反する)

3.3 団体商標と証明商標の同一又は類似に係る審査

団体商標と証明商標を登録する場合、商標法第三十条及び第三十一条の規定に違反してはならない。同一又は類似の審査については、本編第五章の基本規定を適用する。

例：



商標の類型：団体商標

指定商品：第 31 類 生の野菜

出願人：河北省野菜業界発展聯合総社



商標の類型：一般商標

指定商品：第 31 類 甜菜

出願人：劉某林



商標の類型：団体商標

指定商品：第 31 類 生の大根など

出願人：天津市曙光沙窩蘿卜專業合作社



商標の類型：地理的表示証明商標

指定商品：第 31 類 生の大根

出願人：天津市西青区辛口鎮沙窩蘿卜産銷協會

同一の出願人は、同一又は類似する商品又は役務において、商標の類型が異なる二つの同一又は類似の商標を登録することができない点には、留意が必要である。団体商標、証明商標と一般商標、地理的表示である団体商標、地理的表示である証明商標は、いずれも商標の一類型であるが、機能や役割、使用方法、商品（又は役務）の使用条件、登録者と使用者の権利・義務などにおいてそれぞれ異なるものであるため、同一又は類似の商品（又は役務）において、商標の類型が異なる二つの商標を同時に登録する場合、公衆に対して、商品（又は役務）の出所及びその品質などについて誤認を生じさせるため、拒絶しなければならない。

例：



商標の類型：団体商標

指定商品：第 31 類 水蜜桃、桃

出願人：鎮江市潤州区蔣喬嶂山果品協會



商標の類型：一般商標

指定商品：第 31 類 生の果実など

出願人：鎮江市潤州区蔣喬嶂山果品協會

（公衆に対して商品の出所や品質などに係る誤認をさせないように、出願人が先行して登録を受けた一般商標「嶂山」を引用商標とし、同一の区分、類似の商品を指定した後願

の団体商標「嶂山」を拒絶した)

3.4 他の意味を有しない県級以上の行政区画の地名を含む団体商標 と証明商標の審査

商標法第十条第二項では、県級以上の行政区画の地名については、原則、商標として使用することができない旨が定められている。ただし、団体商標と証明商標そのものの性質を踏まえ、当該条項には「地名が団体商標、証明商標の一部である場合を除く」旨が規定されている。地名は、通常、商品の出所を示すだけで、商品の生産経営者又は役務の提供者を識別することができないものであることから、商標が備えるべき出所の識別機能を有していない。それゆえに、標章全体の顕著な特徴や知名度などの要素を総合的に考慮し、他の意味を有しない県級以上の行政区画の地名を含む団体商標と証明商標の登録の可否を判断しなければならない。

商品又は役務の出所に対する公衆の誤認を防ぐため、該当する地域に住所や経営地を有しない生産者や経営者については、該当する地域の名称を含む団体商標、証明商標を出願してはならない。

本節の基準は、地理的表示としての、他の意味を有しない県級以上の行政区画の地名を含む団体商標又は証明商標には適用しない。

3.4.1 出願商標が他の意味を有しない県級以上の行政区画の地名とその他の顕著性を持つ文字要素により構成され、全体として地名の意味がなお強いものであって、次に掲げる条件を満たすものは、商標法第十条第二項の規定に適合すると判断する

- (1) 出願人が、商標に含まれる地名の人民政府又はその直近の上級人民政府から権限を委譲されている
- (2) 出願商標が、長期的な使用を通じて顕著性を獲得している
- (3) 出願商標が、関連業界において高い知名度を有する場合又は関連消費者層において広く知られている
- (4) 出願に係る指定商品又は役務が、国家政策において支持される産業であることが明らかである

例：

麗水山耕

商標の種類：団体商標

指定商品：第 29 類、第 30 類、第 31 類など計 16 区分の商品 肉加工食品、果実加工品、
生きている動物、生の果実、生の野菜など

出願人：麗水市生態農業協会

(2019 年末時点において、「麗水山耕」の登録出願人は、その傘下に提携基地 1, 122 か所、
会員企業 866 社、ブランド保証付き農産物 1, 000 余り品目を所有しており、キノコ、
茶、果物、野菜、薬、牧畜、油茶、竹の子や漁業など 9 つの主力産業を形成していた。
製品の累計売上高は、123 億 2, 200 万元に上り、「麗水山耕」の地域ブランドとしての
価値は 26 億元であった)

3. 4. 2 出願商標が他の意味を有しない県級以上の行政区画の地名と商品 又は役務の一般名称により構成されものであって、上記 3. 4. 1 に掲げる条 件を満たすとともに、次に掲げる条件を同時に満たすものについては、商 標法第十条第二項の規定に適合すると判断する

指定商品又は役務が、商標に含まれる商品又は役務の一般名称と一致するもの又は密接
に関連するものである。

指定商品又は役務に関する特定の品質が、現地の自然的要素と人文的要素によって形成
されたものではないが、その評判が商標に含まれる地名と密接に関連し、地理的表示と誤認
されないもの。

例：



商標の種類：団体商標

指定商品：第 20 類 家具

出願人：贛州市南康区家具協会

(南康家具産業は 1990 年代の初めに発足し、20 年余りの発展を経て、加工製造、販売通
流、付属施設、家具基地などが一体となった産業クラスターを形成し、南康の上位産業、
貧困脱却と富裕化への誘導産業となっている。南康に定着している家具生産企業は

7,500社余り、従業者数は40万人に上り、一定の規模を超えている家具企業は300社余り、家具専用の売り場面積は220万㎡、完成済み営業面積と年間取引額は全国の上位にある。2020年、「南康家具」クラスターの生産高は1,600億元に上り、全国最大の家具生産基地となった)



商標の種類：団体商標

指定商品：第43類 宿泊施設の提供、飲食物の提供など

出願人：沙县小吃同業公会

(沙县小吃〔訳注：軽食〕は歴史が長く、その調理法は1,000年余り昔の中原地帯の民間風習に由来している。「沙县小吃」は、沙県の主力産業の一つでもある。沙県県共産党委員会、県人民政府は沙県の軽食産業の発展を促進するために、1998年3月に沙县小吃業発展指導チームを発足させ、事務局をその傘下に設けた。同年に沙县小吃同業公会を発足させた。沙县小吃を宣伝し、推し広め、保護するために、沙県政府はヒト、モノ、カネを投入してきた。沙县小吃は、長年の使用を通じて、顕著性を備え、全国において、高い知名度を有するようになった)

3.4.3 上記3.4.1、3.4.2にいう地名が省級行政区画である場合であって、上述の条件を満たすとともに、次に掲げる条件を同時に満たすものについては、商標法第十条第二項の規定に適合すると判断する

出願商標が全国範囲において高い知名度を有する。

出願に係る指定商品又は役務が国家政策において支持されていることが明らかで、かつ、重点的に援助を受ける産業となっている。

出願に係る指定商品又は役務が、現地の基幹産業であり、現地の経済発展への貢献が大きく、かつ、全国の業界において高いウエイトを占めている。

商標が長期的な使用を通じて顕著性を獲得したかの判断については、第四章2.4節の「使用により顕著な特徴を獲得したもの」及び第4節「具体的な適用：使用により顕著な特徴を獲得したもの」を参照すること。出願人が提出した資料によって、出願商標が3.4.1、3.4.2、3.4.3に掲げる要件を満たしていることが証明できない場合には、拒絶する。

例：



商標の類型：団体商標

指定商品：第 25 類 作業服、シャツ、ジャケットなど

出願人：株州市芦淞区服飾行業協會

(本件標章に含まれる「芦淞」は、他の意味を有しない県級以上の行政区画の地名に該当する。出願人が提出した資料によれば、当該標章は、依然として、長期的使用を通じて商標の顕著性を獲得したものにはなっていない)

锦州烧烤

商標の類型：団体商標

指定役務：第 43 類 宿泊施設の提供、飲食物の提供など

出願人：錦州市烹飪協會

(本件標章に含まれる「锦州」は、他の意味を有しない県級以上の行政区画の地名に該当する。一方、出願人は、当該商標が関連業界において高い知名度を有するものであること又は関連公衆に知られているものであることを証明する資料を提出していないため、当該標章については、商標として備えるべき顕著性を有していないものであると判断する)



商標の類型：団体商標

指定役務：第 41 類 教育、会議の手配と運営など

出願人：商河県農業科技教育ステーション

(本件標章に含まれる「商河」は、他の意味を有しない県級以上の行政区画の地名に該当するものであって、単に役務の提供の場所を示すにすぎず、商標として備えるべき顕著性を有していない。さらに、出願人が提出した資料によっては、当該商標が関連業界において高い知名度を有していること又は関連公衆に知られていることを証明することができていない)



商標の種類：団体商標

指定商品：第16類 紙、トイレペーパーなど

出願人：四川省造紙行業協會

(本件標章に含まれる「四川」は、他の意味を有しない省級行政区画の地名に該当するものである。出願人は、当該商標が長期的な使用を通じて、全国の業界において高い比重を占め、公衆に知られていることを証明する関連証明資料を十分に提出していないため、商標として備えるべき顕著性を有していないものであると判断する)



商標の種類：団体商標

指定役務：第41類 教育、会議の手配と運営など

出願人：広西獣医協會

(本件標章に含まれる「広西」は、他の意味を有しない省級行政区画の地名に該当するものである。出願人が提出した資料によっては、当該商標が広範な使用と宣伝により国内の公衆に知られていることが証明できていないため、商標として備えるべき顕著性を有していないものであると判断する)

4. 団体商標と証明商標の特有の事項に係る審査

「商標法実施条例」、「団体商標及び証明商標の登録と管理に関する弁法」の規定に基づいて団体商標を登録出願する場合、出願人は権利能力証明書類、団体商標使用管理規則、団体構成員の名称と住所を提出しなければならない。証明商標を登録出願する場合、出願人は権利能力証明書類、証明商標使用管理規則、出願人の監督検査能力の証明資料を提出しなければならない。

団体商標と証明商標については、商標の特別な類型の一つであるため、標章に対する審査のほか、出願人の権利能力、使用管理規則、指定商品又は役務の品質基準、検査測定能力などの特有の事項についても審査しなければならない。

4.1 団体商標特有の事項に係る審査

4.1.1 出願人の権利能力の審査

団体商標の基本的機能は、その構成員である生産経営者の商品又は役務に共通性を付与

することで、生産経営者が団体組織の構成員であることを示し、当該団体組織の構成員でない生産経営者と区別させることにある。したがって、団体商標は、共通性という特徴を明示するものであり、登録出願の主体は団体組織でなければならない。例えば、中国新華書店協会、仏山市湖南省岳陽市商会、北京市大興区厪各莊西瓜産銷聯合会などが例として挙げられる。

農家專業組合は、「農民專業合作社法」に基づいて設立されるもので、農村家庭の請負経営を踏まえて、農産物の生産運営者又は農業生産経営サービスの提供者、利用者が自己の意思により連合し、民主的に管理する互助的経済組織であり、商標法第三条第二項にいう「その他の組織」に該当するため、団体商標の登録出願主体となることができる。しかし、地理的表示団体商標の登録出願主体となることはできない。

陽高県農業技術普及ステーション、海寧市袁華鎮經濟建設サービスセンター、阿魯科爾沁旗食糧総公司、蘭州安寧区安寧堡郷人民政府などの単一の企業、個人経営者又はグループ会社は、団体組織ではないため、団体商標の出願人となることができない。

団体商標の登録出願主体は、法に基づいて成立したその身分証明書類を提出し、自身が出願の権利能力を有することを証明しなければならない。身分証明書類には、事業単位法人証書、社会团体法人登録証及び農家專業組合の営業許可書などが含まれる。

4.1.2 団体商標の使用管理規則の審査

「団体商標及び証明商標の登録と管理に関する弁法」第十条の規定に基づき、団体商標の使用管理規則は、次の主要な内容を含むものでなければならない；当該団体商標の使用趣旨、当該団体商標を使用する指定商品又は役務の品質、当該団体商標を使用するための手続、当該団体商標の使用に係る権利と義務、使用管理規則に違反した場合に構成員が負うべき責任、登録権者による当該団体商標を使用する商品に対する検査監督制度。

これらの内容は、当該団体商標を登録出願した団体構成員が生産経営を行い又は役務を提供する際に根拠の提示を容易にするとともに、団体組織による管理及びその他の団体構成員による監督を容易にするために、明確で具体的なものでなければならない。例えば、団体商標の登録出願人は使用管理規則において、ありきたりな表現で「その他の権利」、「その他の義務」のように記載するのではなく、自己管理上の必要性に応じて、団体構成員が享受する権利及び履行すべき義務を明らかにしなければならない。

4.1.3 団体商標の指定商品又は役務の品質の審査

「団体商標及び証明商標の登録と管理に関する弁法」第十条の規定に基づき、団体商標の使用管理規則は、当該団体商標の指定商品の品質（又は役務の規範）を含むものでなければならない。団体商標の指定商品又は役務の品質について、有効的、具体的、明確で、かつ指定商品又は役務と関連する現行の基準がなければならない。当該基準は、国家規格、業界規格、地方規格又は団体規格でも、出願人が自ら設定した規格又は規範でもよい（ただし、当

該基準は国家規格を下回るものであってはならない。

出願人が提出した基準が要件に適合しない場合、これを拒絶しなければならない。例えば、出願人が2019年末に登録出願をした団体商標の指定商品が「米」である場合、出願時に有効であるGB/T 13542018【米】国家規格を準用することができるが、廃止されたGB/T 1354-2009【米】国家規格を準用することはできない。出願人が登録出願をした団体商標の指定商品が「トウモロコシ」である場合、GB1353-2018【トウモロコシ】規格を準用することができるが、GB/T 35835-2018【トウモロコシわらペレット】規格を準用することはできない。

4.2 証明商用の特別事項の審査

4.2.1 出願人の権利能力の審査

証明商標の基本的機能は、商品又は役務の原産地、原料、製造方法、品質又はその他の特定の品質を証明することにある。したがって、証明商標の登録出願の主体は、中国酒業協会、中国緑色食品発展センター、米国UL有限責任公司などのような、法に基づいて設立し、かつ出願した商品又は役務の特定の品質に対して監督能力を有する組織でなければならない。

証明商標の登録出願人は、法に基づいて成立したその身分証明書類を提出し、自身が出願の権利能力を有することを証明しなければならない。身分証明書類には、営業許可書、事業単位法人証書、社会团体法人登録証などが含まれる。

4.2.2 証明商標の使用管理規則の審査

「団体商標及び証明商標の登録と管理に関する弁法」第十一条の規定に基づき、証明商標の使用管理規則は、次の主要な内容を含むものでなければならない；当該証明商標の使用趣旨、当該証明商標が証明する商品又は役務の特定の品質、当該証明商標の使用条件、当該証明商標を使用するための手続、当該証明商標を使用に係る権利と義務、当該使用管理規則に違反した場合に使用者が負うべき責任、登録権者による当該証明商標を使用する商品に対する検査監督制度。

これらの内容は、証明商標の登録権者による管理を容易にするとともに、当該証明商標を出願・使用する出願人が商品の生産経営を行い又は役務を提供する際に根拠の提示を容易にするために、明確で具体的なものでなければならない。例えば、使用管理規則には、当該証明商標が証明する内容（原料、製造方法、品質又はその他の特定の品質などを含む）を詳細に記載しなければならない。また、使用管理規則には、「その他の権利」、「その他の義務」などの不明確な記述があってはならない。

4.2.3 証明商標の指定商品又は役務の品質基準の審査

「団体商標及び証明商標の登録と管理に関する弁法」第十一条の規定に基づき、証明商標の使用管理規則は、当該証明商標が証明する商品又は役務の特定の品質を含むものでなければならない。

証明商標は、当該商品又は役務の原産地、原料、製造方法、品質又はその他の特定の品質を証明するための標章である。その目的は、第三者による市場評価の仕組みの導入を通じて、企業の経営行為を適正化し、業界全体の製品品質レベルを高めることにある。したがって、登録後における、当該証明商標を使用する商品又は役務の品質の監督・管理や、当該証明商標の利用者による商品の生産経営又は役務の提供に係る根拠を提供しやすくするとともに、消費者が管理規則を通じて当該証明商標を使用する商品又は役務が有する同類商品又は役務とは異なる特別な長所を知った上で購入する際の利便性を高めるために、出願人は、使用管理規則に当該証明商標が証明する商品又は役務の原料、製造方法、品質又はその他の特定の品質の具体的な基準を詳細に記載しなければならない。

証明商標を使用する商品又は役務の品質は、国家規格を上回るものでなければならない。
例：

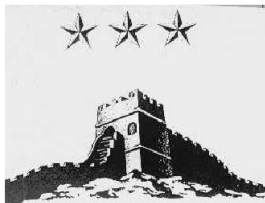


商標の種類：証明商標

指定商品：第 16 類 鉛筆

出願人：中国製筆協会

(本件証明商標の使用管理規則によると、使用を承認する商品「鉛筆」の品質基準は「鉛筆（試験用とカード塗り用鉛筆は GB/T26698-2011【試験用鉛筆とカード塗り用鉛筆】国家規格を満たし、又はそれを上回るものでなければならない）(1) 試験用鉛筆に「2B」の文字が明瞭に見えること、断面が平らで芯が真ん中にあること、鉛筆軸の径が均一で、長さが統一していること、塗装面がなめらかでつやがあり、色彩が均一であること、螺旋回転して削るときに折れにくく、鉛筆芯の性能が鉛筆の基準又はその以上に達するもの、すなわち、芯の先端における応力は ≥ 9.31 で、摩擦度（摩擦係数）は ≤ 0.175 である。(2) 押し出し式カード塗り用鉛筆は QB/T1023-2007【シャープペンシル】軽工業規格第 4 章に定めのある、鉛筆芯の公称直径が 1.0mm である押し出し式シャープペンシルの要件を準用する)



商標の類型：証明商標

指定役務：第 42 類 住所（宿泊施設、食事付き寄宿所）

出願人：国家旅游局旅游質量監督管理所

（本件証明商標の使用管理規則に基づき、当該「図形」証明商標を使用する場合、次に掲げる要件に適合しなければならない。すなわち、「施設については、ホテルの規模に相応しいサービスカウンターがあり、配置が合理的で、ホテルのサービス項目に関する資料や宿泊料金などの情報を提供する。飲食エリアがあり、テーブル、椅子などの付帯施設を提供し、照明が十分で、風通しが良い。客室の内装が良く、美観を備え、ソフトマットレス、化粧台又は机、クローゼット及びハンガー、椅子又は簡易ソファ、ベッドサイドテーブル及び荷物置台などの付帯家具がある。…サービスについては、24 時間体制で管理人と警備員が勤務する。24 時間体制で受付、問合せ、チェックアウトと伝言サービスに対応する。勘定科目の仕訳書を提供する決済サービス、クレジットカードによる決済サービス、クレジットカードによる決済サービスを提供する。客室に 24 時間体制で給湯し、無償による茶葉又はコーヒーを提供する。朝食、昼食、夕食サービスを提供する。…」）

4.2.4 証明商標の登録出願人の検査能力の審査

証明商標登録権者の主な職責は、証明商標を管理することである。この管理は二つに分かれる。一つ目は、商品又は役務の品質に対する管理である。二つ目は証明商標を使用する使用者の行為に対する監督である。よって、証明商標登録権者は、その出願した商品又は役務に対して、監督能力を有する組織でなければならない。

出願人は、証明商標の登録出願をする際に、当該証明商標が証明する特定の商品品質を監督する能力を有することを示すために、自己又は受託機関の専門技術者、専門検査設備の保有状況などについて詳細に記載しなければならない。

証明商標の出願人自らが検査能力を有する場合、自社の検査資格証書、検査担当者名簿及び検査設備リストを提出すれば、当該証明商標が証明する特定の商品品質を監督する能力を有すると認定される。

証明商標の出願人自らが検査能力を有しておらず、他人に検査を委託する場合、検査委託契約書、受託機関の検査資格証書、検査担当者名簿及び検査設備リストを提出すれば、出願人が当該証明商標が証明する特定の商品品質を監督する能力を有すると間接的に認定される。

5. 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の審査

「商標法」と「商標法実施条例」の規定に基づき、地理的表示とは、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、評判又はその他の特徴が、主に当該地域の自然的要素又は人文的要素によって形成されたものの表示をいう。地理的表示は、証明商標又は団体商標として登録出願することができる。

地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標については、当該商標が「商標法」に規定する使用禁止の対象に該当するものであるか、顕著な特徴を備え、識別が容易なものであるか、先行権利と抵触するかなどについて、「商標法」の関連する基本規定に基づいて審査しなければならない。よって、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の審査原則は商標法第十条、第十一条、第三十条及び第三十一条などの規定に違反してはならず、本編第三章、第四章及び第五章の規定を適用する。

ただし、地理的表示により表示される商品の特定の品質、評判又はその他の特徴は、長い歳月を経て次第に形成された自然の賜物及び労働者の汗や知恵の結晶であり、表示方法、機能や役割などにおいて、一般商標と明らかに異なるものである。よって、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の審査においては、その特殊性を考慮しなければならない。

5.1 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の使用禁止条項の審査

5.1.1 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の登録は、商標法第十条第一項の規定に違反してはならず、本編第三章の基本規定を適用する。

例：

汝城晒香茶

商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第30類 緑茶

出願人：汝城県農業産業化促進会

(本件商標は「硒(セレン)」の文字を含むものである。出願人は、指定商品の生産地域範囲内に国の指定するセレンを含有する自然土壌地区があること、又はセレンに富む地区があることを証明する資料を提出していない。そのため、当該製品の品質的な特徴において産地の自然要素との必然的な関連性を証明できておらず、消費者に対して、商品の品質的な特徴を誤認させやすいことから、商標法第十条第一項第七号の規定に違反する)

地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標が使用禁止条項に違反するかを判断する際には、機械的に条項を適用するのではなく、地理的表示の名称の由来、地理的表示製品の特定の品質及び生産地域の自然環境との関連性、当該地理的表示に対する公衆の認知度などを踏まえて、個別に判断をしなければならない。長い歳月を経て着実に形成されてきたものであって、表示された製品の特定の品質と生産地域の自然環境との間に既に密接な関連性が生じており、公衆に誤認を生じさせるおそれ又は悪影響を及ぼすおそれがないものについては、使用禁止条項の規定に違反するとは判断しない。

例：

(1) 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標に、宗教的用語が含まれるが、当該用語が宗教と関連する意味は薄くなっており、又は、特定の言語環境においてその言葉が指す意味が明確で、別の意味を持ち、公衆に特定の宗教と関連付けられるおそれのないもの。



商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第30類 茶葉

(「観音」とは通常、観音菩薩を指し、仏教において慈悲と知恵を象徴する宗教用語である。一方、「鉄観音」は茶葉の一つを示す一般名称で、茶葉の形が観音の顔に似て鉄のように重いため、乾隆帝により「鉄観音」と名付けられた。指定商品に使用した場合、公衆に特定宗教と関連付けられるおそれがないものである)

普陀佛茶

商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第30類 茶

(普陀仏茶は、生産の歴史が長い。普陀山での茶の栽培は約1,000年余り前の唐の時代又は五代十国時代から始まった。明代の李日華による「紫桃軒雜綴」に「『普陀山の年僧が小白岩茶ひと包みを贈ってくれた。葉は白い茸のようで、これを点ると水色は無色

透明で、飲むと涼気が心とはらわたに染み透るようであった』。その僧侶が言うには『この小白岩茶は年間 5、6 斤しか採れず、もっぱら仏道に通じた人へのみ供するもので、僧侶でこれを飲める者は少ない』と記載されている。「浙江通志」には「定海県誌」から引用する形で、「定海の茶の多くは山谷の野生のものである。……普陀仏茶は肺腫瘍や赤痢を治せるが、採れる量が限られる」と記載されている。清朝光緒時代(1875～1908年)、普陀仏茶は皇帝の献上品に指定された。2010年に普陀は中国国際茶文化研究会によって「仏茶の里」の榮譽称号が与えられた)

佛头寺黒陶

商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 21 類 陶器

(黄河口の黒陶は黄河流域における生活・文化の精華である。黒陶の発祥地が壘利県勝垵鎮仏頭寺村であることから、「仏頭寺黒陶」とも呼ばれる。仏頭寺村は黄河の川下に沖積した天然の赤土砂を有している。これは陶芸に最上の原料である。仏頭黒陶は既に 200 年余りの歴史があり、地下十数メートルの深さにある黄河に自然沖積した「火」と「土」の結晶からなる赤土砂を原料とし、現地の職人が伝統的な陶芸法と結び付けて開発生産されてきたものである。「墨のような色、鐘のような音、紙のような薄さ、鏡のようなつや、磁器のような硬さ」という特徴があり、手に取るとあるやなしやの軽さで、叩くと澄んだ音がする。「齊魯黒陶の花」という美名を有している)

(2) 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標に、「硒(セレン)」又は「富硒(セレンに富む)」の文字が含まれる場合、当該商標はその指定商品の生産地域範囲内に国の指定するセレンを含有する自然土壌地区があること、又はセレンに富む地区があることを示す。国家規格又は業界規格において、指定商品がセレンを含有する又はセレンに富むと言えるための含有量が明確に規定されている。出願人が提出した使用管理規則における指定商品の品質的特徴に関する記載において、セレンを含有する又はセレンに富むというための国家規格又は業界規格を満たす含有量の数値が明示されており、当該指定商品に含有する「セレン」、又は「セレンに富む」ことが、その形成過程において自然の土壌から吸収されたものであることを明確に示している。



商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 30 類 茶

出願人：安康市茶業協会

(業界規格 NY/T 600-2002 はセレンに富む茶を指す。2002 年 12 月 20 日より施行)



商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 30 類 茶

出願人：恩施市茶業協会

5.1.2 地理的表示を含み、公衆に誤認を生じさせるおそれがある商標の 審査

商品の地理的表示を含む商標であって、当該商品が当該表示に示された地域に由来するものでなく、公衆を誤認させるものである場合には、商標法第十六条第一項を適用し、その登録を不許可とし、かつその使用を禁止する。

例：



指定商品：茶など

出願人の住所：湖南省長沙市

(「碣灘茶」は中国の茶製品の地理的表示であり、湖南省懷化市沅陵県の特定地域における茶製品に由来する特有の品質を表すものである。被異議申立商標「杜泉碣灘」は、「碣灘」の二文字を含むものであるが、出願人は地理的表示に示された生産地域に由来する者でない。そのため、被異議申立商標を茶製品に登録出願すると、公衆を誤認させるおそれがある。よって、被異議申立商標の登録出願は、商標法第十六条第一項にいう事由に該当する)



指定商品：茶

地理的表示の権利者：沅陵県茶葉協会

香檳小乔

指定商品：ぶどう酒など

出願人住所：河南省民権県

香檳

指定商品：ぶどう酒

地理的表示の権利者：フランスシャンパン
業界委員会

(「香檳 CHAMPAGNE」はフランス北部にある町で、シャンパンの聖地として世に知られている。本件において異議申立人が提出した証拠によって、「香檳」が商品「ぶどう酒」の地理的表示であり、被異議申立商標を使用する指定商品が当該地理的表示で示されている地域に由来するものでなく、公衆を誤認させるおそれがあることを証明されている。よって、被異議申立商標の登録出願は、商標法第十六条第一項にいう事由に該当する)

5.2 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の顕著な特徴の審査

5.2.1 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標は商標の一類型として、他の商標の類型と同様に商標法第十一条の基本規定に違反してはならない。

例：



商標の類型：地理的表示である団体商標

指定商品：第30類 チャーハンなど

出願人：揚州市烹飪協会

（「揚州炒飯（チャーハン）」は、中華料理の一般名称であるため、商標法第十一条第一項第一号の規定に違反する）

ただし、地理的表示は、商品の特定の品質と生産地域との密接な関連性を強調するものであり、ある商品が由来する地域、当該商品の特定の品質、評判又はその他の特徴が、主に当該地域の自然的要素又は人文的要素によって形成されたことを示す標章として、その名称が歴史の推移に伴って自然に形成され、表示形式は一般的な「地名」と「商品の一般名称」を組み合わせたものからなり、長期的な使用を通じて商標全体としての顕著性を獲得した事由に該当するため、顕著な特徴に欠けるものであるとは判断しない。

例：



商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第31類 生の梨

出願人：碓山酥梨營銷管理協会

五常大米

商標の類型：地理的表示で証明商標

指定商品：第 30 類 米
出願人：五常市大米協会

5.2.2 一般商標とは異なり、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の顕著な特徴を審査する際には、商標法第十六条第二項などの関連規定を踏まえて、総合的に判断しなければならない。商標法第十一条の商標の顕著性に関する基本規定には適合するものの、第十六条第二項の地理的表示の定義要件に適合しないものについては、拒絶しなければならない。

例：

(1) 人文的要素のみ又は自然的要素のみによって、商品の品質が決まるもの

盱眙野生蜈蚣

商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 31 類 ムカデ（生きているもの）

出願人：盱眙県中薬材産業联合会

（野生のムカデにおける特定の品質の形成は、産地の人文的要素と必然的な関連性がなく、地理的表示の定義に適合しないため、商標法第十六条の規定に違反する）

(2) 商品種類の名称を含むもの

肥乡食用菌

商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 31 類 食用キノコ

出願人：肥郷県特色農産物行業協会

（「食用キノコ」とは、人間の食用又は薬用に供することができる大型菌類をいう。中国では、平茸、椎茸など 657 種類が知られ、製品の品質を統一することが難しく、地理的表示の登録要件に適合しないため、商標法第十六条の規定に違反する）

(3) 非地理的表示の構成要素を含むもの

三亚芒果, 爱上三亚的另一个理由!

商標の類型：地理的表示である団体商標

指定商品：第 31 類 マンゴー

出願人：三亚市芒果協会

(本件商標の「爱上三亚的另一个理由(三亚を愛するようになったもう一つの理由)」は、地理的表示の定義要件に適合しないため、商標法第十六条の規定に違反する)

5.3 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の同一

又は類似に係る審査

地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標は、商標の一類型として、他の商標の類型と同様に商標の類否に係る審査を行い、商標法第三十条、第三十一条の規定に準じなければならない。同一又は類似の審査については、本編第五章の基本規定を適用する。

例：

金秀红茶



商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 30 類 紅茶

出願人：金秀瑶族自治县大瑶山茶葉産業協会

商標の類型：一般商標

指定商品：第 30 類 茶、アイスティー、茶飲料

出願人：金秀瑶区農林土特産有限公司



宜昌白山羊

商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 29 類 羊肉、羊（生きてゐるものを除く）

出願人：宜昌畜牧綠色産業研究所



商標の類型：一般商標

指定商品：第 29 類 肉、家禽（生きてゐるものを除く）など

出願人：紅河県宏旭農業開發有限公司

赵县黄冠梨

商標の類型：地理的表示である証明商標
指定商品：第 31 類 生の梨
出願人：趙県大安綠色梨果協會

赵县雪花梨

ZHAOXIANXUEHUALI

商標の類型：地理的表示である証明商標
指定商品：第 31 類 生の雪梨
出願人：趙県梨果産業協會

ただし、地理的表示は、その産地における関連生産経営活動に従事する市場関係者が共有する権利であり、機能、用途、製品の特定の品質、歴史的由来などにおいて一般商標とは明らかに異なることから、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の同一又は類似に係る審査にあたっては、機械的に条項を当てはめるのではなく、個別に判断をしなければならない。

先行して一般商標の出願がなされ、その後、地理的表示団体商標、地理的表示証明商標に係る出願がされた場合、地理的表示団体商標、地理的表示証明商標の知名度、顕著性、関連公衆の認知度などの要素を考慮しなければならない。関連公衆に対して、誤認を生じさせるおそれがないものについては、類似の商標と判断しない。

先行して地理的表示である団体商標、地理的表示証明商標の出願がなされ、その後、一般商標の出願が行われた場合であって、関連公衆に商品又は役務の出所を混同・誤認させるおそれがあり、地理的表示団体商標又は証明商標の知名度にフリーライドするものといえるときは、両者を類似商標と判断する。

5.3.1 漢字の逆順配列形式

地理的表示である団体商標、地理的表示である証明商標の構成中の一般名称には該当しない文字部分が、先行商標を構成する文字と同一であるが、文字の配列順序が異なる場合、地理的表示である団体商標、地理的表示である証明商標の知名度と顕著性、関連公衆の認知などの要素を踏まえて、総合的に判断をしなければならない。関連公衆の誤認混同を生じるおそれが低い場合、類似商標とは判断しない。

例：



岚山绿茶

商標の類型：地理的表示である証明商標
指定商品：第 30 類 茶
出願人：日照市嵐山区農業技術服務協會



商標の類型：一般商標
指定商品：第 30 類 茶、茶の代用品
出願人：嵯州市谷来農業總公司

5.3.2 大小地名の組み合わせ使用

地理的表示である団体商標、地理的表示である証明商標の名称が、包含関係を有する二級の地名、すなわち「大地名」、「小地名」及び「商品の一般名称」の組合せにより構成される場合であって、小地名が大地名に従属し、かつ小地名の先行商標権者が大地名に表示された地域に由来するときは、誤認を生じさせるおそれがあるため、類似商品に使用した場合には両者は類似すると判断する。

例：

巨鹿哈口西瓜 哈口

商標の類型：地理的表示である証明商標

商標の類型：一般商標

指定商品：第31類 西瓜

指定商品：第31類 生の果実、西瓜など

出願人：巨鹿県哈口西瓜種植協会

出願人：巨鹿県哈口果蔬專業合作社

(哈口は、河北省邢台市巨鹿県所轄の村の名前である。当該村のある果物野菜専門組合は「哈口」の一般商標を先行して登録した。公衆の誤認を避けるために、後願の「巨鹿哈口西瓜」の地理的表示である証明商標について、先行の「哈口」を引用商標とし拒絶しなければならない)

地理的表示である団体商標、地理的表示である証明商標とその他の商標との類否判断を行う際における商品の類似関係の判断については、本章6.1.2「指定商品の類似関係の判断」を参照すること。

6. 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の特有の事項に係る審査


「商標法実施条例」第四条と「団体商標及び証明商標の登録と管理に関する弁法」の関連規定に基づき、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標を登録出願するには、権利能力証明、地理的表示により表示された地域の人民政府又は業界主管部門の承認書類、出願人の検査能力の証明資料などを提供しなければならない。したがって、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標を審査する際には、その標章を審査するほか、出願人の権利能力、使用管理規則、検査測定能力などの特有の事項についても審査しなければならない。

6.1 指定商品の審査

6.1.1 地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の出願に関する注意事項

地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標を使用する指定商品に係る審査は、「類似商品・役務区分表」を基本的な根拠とするが、地理的表示が商品の特定の品質を強調し、さらにその特定の品質と生産地域の自然的要素、人文的要素との関連性を強調するものであるため、地理的表示が表示する商品には、通常、農産物、食品、ぶどう酒、スピリッツのほか、手作りの伝統工芸品などのその他の製品が含まれる。産地の自然的要素と関連性のない手作りの工芸品、地方の軽食又は産地の人文的要素と関連のない純粋な工業製品、鉱物、野生動植物など、単なる自然的要素又は人文的要素によって特定の品質が決まるものは、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標を使用する指定商品とすることができない。

地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標を使用する指定商品は、明確で具体的なものでなければならない。さらに当該商品は、地理的表示の名称と密接な関連性を

有するものでなければならない。例えば、地理的表示である証明商標「」について、使用が認められる商品は、「生の果実」ではなく、「生のリンゴ」である。地理的表示である証明商標「象州大米」について、使用が認められる商品は、「米類」でなく、「米」である。

地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の指定商品の多くは、単一の商品であるが、特別な状況においては、「類似商品・役務区分表」における複数の商品又は区分に及ぶ場合もある。例えば、「**遠阳建盏**」は、第 21 類の「磁器、日用磁器（鉢、茶碗、皿、壺、食器、甕、缶を含む）」を指定商品とする。また、「**宜昌白山羊**」は、第 29 類「羊肉、羊（生きているものを除く）」及び第 31 類「羊（生きているもの）」を指定商品とする。

6.1.2 指定商品の類似関係の判断

地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の指定商品と先行商標の指定商品との間の同一又は類似関係の判断においては、「類似商品・役務区分表」を基本的な根拠とする。ただし、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標と先行商標との同一又は類似の判断においては、単に指定商品の同一又は包含関係を基礎として判断する。例えば、「西瓜」と「リンゴ」は、同じく 3015 の類似グループに属するが、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の指定商品が「西瓜」であり、先行商標の指定商品が「リンゴ」である場合、当該地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標については、当該先行商標と同一又は類似のものであるとは判断しない。先行商標の指定商品が

「生の果実」である場合、「生の果実」の商品項目に「西瓜」が含まれるため、当該地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標については、当該先行商標と同一又は類似のものであると判断する。

6.2 出願人の権利能力の審査

「民法典」第一百二十三条では、民事主体が法に基づいて地理的表示について専有権を有する旨が定められている。したがって、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の出願人は、前提として民事主体でなければならない。

次に、地理的表示は、その産地において関連生産経営活動に従事する市場関係者が共有する権利である。したがって、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の出願人は、当該地理的表示に表示された地域の県級以上の人民政府又は業界主管部門に承認され、当該地理的表示を使用する製品の特定の品質に対する監督検査能力を有する営利を目的としない団体、協会又はその他の組織でなければならない。通常は社会団体法人、事業単体法人であって、かつ、その業務範囲は使用・監督する地理的表示製品に関わるものとなる。

会社や農民専業合作社などは、営利主体であるため、地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の登録権者となることができない。

出願人は、法に基づいて設立したことを示す権利能力証明書類を提出しなければならない。権利能力証明書類には、事業単体法人証書、社会団体法人登録証などが含まれる。

地理的表示である団体商標の登録出願をする団体、協会又はその他の組織は、当該地理的表示により表示された地域の範囲内の構成員により構成されなければならない。

6.3 地理的表示により表示された地域の県級以上の人民政府又は業界主管部門の承認書類の審査

地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の登録出願人は、当該地理的表示により表示された地域の県級以上の人民政府又は業界主管部門が発行した、その登録出願を許可し、当該地理的表示を監督管理する旨の承認書類を提出しなければならない。

地理的表示により表示された地域範囲が一つの県又は市の範囲内に該当する場合、当該県又は市の人民政府又は業界主管部門が承認書類を発行する。地域範囲が二つを超える県又は市の範囲に該当する場合、いずれにも共通する直近の上級人民政府又は業界主管部門が承認書類を発行する。

例：

晋州山楂

商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 31 類 生のサンザシ

出願人：晋州市盛林山楂協会

生産地域の範囲：晋州市の馬于鎮、総十荘鎮、東里荘鎮域内

（「晋州山楂」の生産地域は、晋州市のいくつかの鎮のみであるが、当該地理的表示により表示された地域が「晋州」であるため、晋州市以上の人民政府又は業界主管部門が承認書類を発行しなければならない）



商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 31 類 梨

出願人：巴音郭楞蒙古自治州庫爾勒香梨協会

生産地域の範囲：孔雀河流域とタリム川流域、タクラマカン砂漠北境界、冷気と暖気が合流する地帯である庫爾勒市、尉犁県、輪台县、庫車県、新和县、沙雅県、阿克蘇市、阿瓦提郷及びこれらの地域に分布する国営農（団）場である。

（本件地理的表示の名称は「庫爾勒香梨」となっているが、その生産地域の範囲には、庫爾勒市だけでなく、これを所轄する巴音郭楞蒙古自治州のその他の県・郷及び阿克蘇など、その他の地域も含まれている。したがって、新疆ウイグル自治区人民政府又は業界主管部門が承認書類を発行しなければならない）

6.4 出願人の監督検査証明能力の審査

出願人自身が監督検査能力を有する場合、検査資格証明、検査設備リスト及び検査者名簿を提出すれば、当該地理的表示製品の特定品質を監督検査する能力を有する者であるとの認定を受けることができる。

出願人自身には監督検査能力がなく、他人に検査を委託する場合、地理的表示製品の特定品質検査委託契約、検査受託側の検査資格証書、検査設備リスト及び検査者名簿を提出することで、出願人が当該地理的表示製品の特定品質を監督検査する能力を有する者であるとの認定を受けることができる。

6.5 地理的表示により表示された生産地域の範囲の審査

地理的表示が表示する生産地域の範囲は、県誌、農業誌、製品誌、年鑑、教科書に記載される地域の範囲であってもよく、地理的表示が表示する地域の人民政府又は業界主管部門から発行される地域範囲証明書類によって決定されるものであってもよい。地理的表示が表示する地域の範囲が、一つの県又は市内である場合、当該県或いは市の人民政府又は業界主管部門が証明書類を発行するものとする。地域の範囲が、二つを超える県又は市である場合、当該県或いは市に共通する直近の上級人民政府又は業界主管部門が証明書類を発行するものとする。省を跨る場合、中央人民政府の関連業界主管部門又は対応する省の人民政府間が協議をして、対応するものとする。

当該地域の範囲は、所在する地域の現行の行政区画の名称、範囲と一致しなくてもよい。

生産地域の範囲は、次に掲げる方法のいずれか一つ又はそれらの組み合わせによって確定することができる。

- (1) 行政区画
- (2) 経緯度
- (3) 自然環境にある山、川など地理的特徴に基づく境界線
- (4) 地図の表示
- (5) その他の生産地域の範囲を明確に確定する方法

ただし、記述については、明瞭かつ明確で、具体的なものでなければならない。例えば、「主に……に分布」、「主に……を含む」などのような曖昧な記述については、要件に適合しない。複数の記述で記載するその製品の地域範囲は、相互に一致しなければならず、相互に衝突してはならない。

6.6 地理的表示製品の特定の品質、評判又はその他の特徴と当該地域の自然的要素、人文的要素との関係についての説明に係る審査

地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の指定商品の特定の品質、評判又はその他の特徴は、主に当該地理的表示により示された地域の自然的要素又は人文的要素によって形成されたものでなければならない。地理的表示製品の特定の品質の形成過程における生産地域の自然的要素、人文的要素の寄与度によって、次に掲げる三種類の状況に分けることができる。

6.6.1 主として現地の自然条件によって形成されたもの

例：



商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 31 類 生のぶどう

出願人：吐魯蕃地区葡萄産業協会

(トルファン盆地でのぶどう栽培は、二千年の歴史がある。当該地域は、高温で、乾燥し、降水量が極めて少ない。日射強度が高く、気温差が激しく、日照時間が長い。独特な土壌と太陽エネルギーなどの自然条件によって、「吐魯蕃葡萄」は皮が薄く、歯ざわりがよく、糖の含有量が高く、酸っぱくなく、干しブドウの生産性が高いといった特有の品質を有する)



商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 30 類 茶葉

出願人：安溪県茶葉総公司

(「安溪鉄観音」は半発酵茶に属し、福建省の安溪県内で栽培されている。栽培地域は、亜熱帯モンスーン気候地帯で、山々に囲まれ、土層は厚く、有機物に富む。栽培地域固有の土壌、標高、積算温度、降水、気温及び湿度に加え、独特な製造方法によって作り上げられた「安溪鉄観音」は、その外観はずっしりと固まっており、つやのある濃い緑色を帯び、お湯を注いだ後は香りが長く続き、茶の色は黄金色に輝き、鮮やかで透き通り、味は芳醇で、後口は爽やかで甘い、といった独特な品質を有する)

6.6.2 自然的要素と人文的要素のいずれもが、決定的な役割を果たしているもの

例：



商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 33 類 黄酒

出願人：紹興市黄酒業界協会

(紹興黄酒の特定の品質は、鑑湖の水及び独特な製法によって形成されたものである。産地は四季がはっきりして、降水量が多くて、酒醸造に必要な微生物の繁殖に適している。

鑑湖水域は水が澄んで、微量元素とミネラルに富んでいる。紹興黄酒は、精白糯米を原料とし、鑑湖の水を使って醸造され、オレンジ色で、澄み切って、味が奥深く、柔らかくてさっぱりとした味を有するといった品質が形成されている)

6.6.3 主に人文的要素によって形成されたもの。

例：



商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第21類 磁器

出願人：景德鎮陶磁協会

(景德鎮磁器は、現地で産出された「高嶺土(カオリン)」と「陶石」という独特な二元配合を主な材料としている。さらに、鉄、銅、コバルトなどの酸化物を用いて多様な顔料を調合し、それらを生土又は磁器の下地の表面に施して、高温又は低温で焼くことで、景德鎮磁器に仕上げる。これにより、景德鎮磁器は、色彩豊かで、透き通った輝きで目を楽しませ、独特な風格で、玉のように白く、鏡のように明るく、紙のように薄く、鐘のような音がする、といった特徴を有する)

自然的要素のみ又は人文的要素のみによって形成された製品については、地理的表示の定義に適合しない。

例：



商標の類型：地理的表示証明商標

指定商品：第14類 宝飾品

出願人：泗水県泗濱砭石協会

(出願人が提供した資料では、当該表示を使用する指定商品の品質が当該表示により表示された地域の自然的要素と密接な関係性を持つことのみが証明されており、その特定の品質の形成が産地の人文的要素と必然的な関係を持つことを証明することができない。また、商品に係る評判も備えていないため、地理的表示である商標の登録要

件)に適合せず、商標法第十六条の規定に違反する)

南汇甜瓜

商標の種類：地理的表示である団体商標

指定商品：第 31 類 生のメロン

出願人：上海市浦東新区農協会

(出願人が提出した「南匯農業誌」、「南匯県統誌 1986-2001」、「南匯甜瓜(メロン)生産技術操作規程」などの資料によると、「南匯甜瓜(メロン)」の栽培には、温室栽培が採用され、人工的に成長環境が制御されている。このような栽培法による成長環境は、どの地域でも整えることができ、その特定の品質の形成が産地の自然環境要素と必然的な関連性を有するとは認められないため、地理的表示の定義に適合せず、商標法第十六条の規定に違反する)



商標の種類：地理的表示である団体商標

指定役務：第 43 類 飲食物の提供、宿泊施設の提供など

出願人：靈宝市小吃協会

(「小吃(訳注：手軽な料理や軽食を意味する)」は、特別な風味と特色がある一種の食品の総称で、一つの地域において欠かせない重要な食文化である。しかしながら、「小吃」には複数の種類が含まれ、その味と製品の品質がそれぞれ異なり、地理的表示製品の特定の品質が明確に単一であるという要件に適合しない。更に、出願人が出願した地理的表示「靈宝小吃」は第 43 類の飲食物の提供などを指定しており、人的活動である役務に区分され、現地の自然的要素といかなる関連性も認められないため、当該役務商標は地理的表示の定義に適合せず、「商標法」第十六条の規定に違反する)

6.7 地理的表示が客観的に存在すること及びその評判に係る証明資料の審査

地理的表示が客観的に存在すること及びその評判に係る状況についての証明資料は、地

理的表示の権利確定のための重要な根拠となるものである。次に掲げる証明資料は、地理的表示が客観的に存在しているかを判断する際における、主要な根拠となるものである。


(1) 県誌、農業誌、製品誌、年鑑、教科書

(2) 上記以外の公式に出版された書籍、国家級の専門定期刊行物、古籍などの資料

(3) 当該地理的表示製品が客観的に存在すること及び評判に係る状況を証明できる資料
地理的表示が客観的に存在すること及びその評判に係る証明資料は、原文でも、発行機関の社印付表紙、著作権ページ部分及び内容記載ページ部分が含まれる写しでもよい。

上述の証明資料は、当該地理的表示の名称及び評判などが、明確に記載されたものでなければならない。



例えば「」が表示した証明商標が客観的に存在することを証明するための証拠は、公式に出版された書籍「蒼山県誌」である。その中において、「蒼山大蒜（ニンニク）は、山東省の有名な特産品である。産地の蒼山県に因んで名付けられ、頭が大きく玉が均一で、皮が紙のように薄く、玉のように白く、粘り気と辛みがあり爽やかな香りがし、栄養が豊富である、といった特徴を有し、国内外においてその名が知られている。これによって、蒼山県は、国家級の良質なニンニク生産・輸出の拠点となり、ニンニクの里と称されている。

6.8 使用管理規則の審査

地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の使用管理規則の審査においては、本章 4.1.2 節と 4.2.2 節を適用するほか、指定商品の特定の品質、評判又はその他の特徴及び生産地域の範囲などについて審査しなければならない。

6.8.1 指定商品の特定の品質の審査

地理的表示である商品の特定の品質には、当該商品に対する感覚による特徴、物理化学的指標又はその他の特別な製作方法が含まれる。

感覚による特徴には、形状、サイズ、色、模様など視覚的特徴や嗅覚、味覚による感知などが含まれる。物理化学的指標には、所属する族、種などの生物的特徴、重量、密度、PH 値などの物理的特徴、水分、タンパク質、脂肪、微量元素含有量などの化学的特徴が含まれる。製作方法には、動物製品では飼育過程、屠殺方法など、植物製品では栽培過程、収穫実践、保存方式など、伝統的な手作り工芸品では原料、配合材料及び製作過程などのように、加工技術についての記載及最終製品の品質基準が含まれる。

例：



烟台苹果

商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 31 類 リンゴ

出願人：煙台市リンゴ協会

(煙台リンゴは形が丸くきれいで、皮がつやつやして、色が鮮やかで、水分が多くて美味しく、果肉がさっぱりしている。果形指数は 0.8 以上、着色面積は 80%以上、可溶性固形物含有量は 15%以上に達し、果実の硬度は 8.0kgf/cm² 以上、総酸含有量は≤0.4%である)



商標の類型：地理的表示である証明商標

指定商品：第 31 類 ネギ

出願人：済南市章丘区大葱産業協会

(章丘のネギは、背が高く、葉鞘(白い部分)が長く、シャキシャキし、甘いという四つの特徴を持っている。一般的に高さ 1.5 メートルで、高いものは 1.8~2 メートルに達し、白い部分は 0.6 メートルで、長いものは 0.8 メートル以上に達する。直径は 3~5 センチ、1 本の重さは約 500g。葉身は鮮やかな緑色で、葉鞘は真っ白で、滑らかでつやがあり、落せば折れるほどさっくりしており、汁が多くて筋が少なく、みずみずしくて柔らかく、噛んでも筋を感じない、といった特長がある)

地理的表示である団体商標、証明商標の指定商品に係る特定の品質が不明確或いは非客観的で、当該商品に係る特定の品質、評判又はその他の特徴が、現地の自然的要素と人文的要素によって形成されたものとはいえない場合、商標法第十六条第二項の規定を適用し拒絶する。

例：

昌吉火烧

CHANG JI HUO SHAO

商標の類型：地理的表示団体商標

指定商品：第 30 類 火烧(こねた小麦粉を丸く平たく焼いた食品)

出願人：昌吉種子協会

(出願人が提出した関連資料によると、「昌吉火焼」は、新疆の手作り菓子で、強力粉、エッセンシャルオイル、蜂蜜が主要な原材料である。生産者は、それぞれの習慣に応じて、ピーナツ、メロンシロップ、クルミ、卵、ローズシロップ、サクランボなど様々な補助的材料を入れる。製法が独特で、食材にもこだわり、皮がサクサクして中身が柔らかく、甘くて美味しいため、回族の食品において独自で特色ある伝統的栄養食品とされている。「昌吉火焼」については、製造された完成品に係る特定の品質にばらつきがあり、物理化学的指標も固定化されておらず、地理的表示の定義には適合しないため、「商標法」第十六条を適用して拒絶する)

6.8.2 指定商品の特定の品質、評判又はその他の特徴と当該地理的表示による表示された地域の自然的要素との関連性の審査

地理的表示製品の特定の品質と生産地域の特定の自然地理環境との関連性を審査する際には、両者の間の因果関係について重点的に審査しなければならない。具体的な時間、具体的な環境要素が、特定の品質に具体的な影響を及ぼすことを示す因果関係の記載については、論理が明確で、完全なものでなければならない。単に産地の気温、日照、降水、土壌、河川などの自然条件を羅列するものについては、要件に適合しないと判断する。

産地の人文的要素を併せて記載する場合、栽培地域（山の表側と裏側、向きなど）、栽培時期の選択、特別な生産建築物（製粉所など）、現地特有の生産技術などに関する記載を盛り込まなければならない。



例えば、「**金郷黒ニンニク**」について、金郷では、毎年10月上旬の平均気温は17.6℃であるため、ニンニクの若葉が冬に入る前に5の葉と1つの芯からなる丈夫な苗になり、安全に冬を越すことに寄与している。翌年3月下旬から4月上旬までは、ニンニクの核と身の形成という成長の最重要な時期であるため、高い地温が必要とされているが、金郷のこの時期の平均気温は12.3℃で非常に適している……。金郷の黒ニンニクは、完全で、ふっくらとして、皮が剥かれておらず、カビが生えていないもののみ採取し、現地の弱アルカリ性の水に浸して乾燥させてから、60～90℃の高温高湿の密閉容器で40日間に渡り、特殊な発酵方法によって作られたものである。

6.8.3 生産地域の範囲の審査

地理的表示である団体商標、地理的表示である証明商標の使用管理規則における地理的表示製品の生産地域の範囲についての記載については、本章6.5「地理的表示により表示された生産地域の範囲の審査の審査」を参照すること。

6.9 外国人又は外国企業による地理的表示である団体商標と地理的表示である証明商標の出願の審査

外国人又は外国企業が、中国で地理的表示団体商標と地理的表示証明商標を出願する場合には、本章の規定を同様に遵守しなければならない。ただし、外国人又は外国企業が地理的表示団体商標と地理的表示証明商標を出願する場合には、「団体商標及び証明商標の登録と管理に関する弁法」第六条第二項の規定に基づき、当該地理的表示がその名義で原所属国において法的保護を受けていることを証明する資料を提出しなければならない。したがって、前述した有効な証明資料を提供した場合、当該出願人は、本章の6.2、6.3、6.5、6.6、6.7の要件に適合している者であるとみなす。

第十章 他人の馳名商標の複製、模倣又は翻訳の 審査及び審理

1. 法的根拠

「商標法」

第十三条 関連する公衆に熟知されている商標について、所有者がその権利を侵害されたと判断したときに、この法律の規定に基づいて、馳名商標の保護を請求することができる。

同一又は類似の商品について登録出願した商標が、中国で登録されていない他人の馳名商標を複製、模倣又は翻訳したものであって、容易に混同を生じさせるときは、その登録をせず、かつその使用を禁止する。

非同一又は非類似の商品について登録出願した商標が、中国で登録されている他人の馳名商標を複製、模倣又は翻訳したものであって、公衆を誤認させ、当該馳名商標登録権者の利益に損害を与え得るときは、その登録をせず、かつその使用を禁止する。

第十四条 馳名商標は、当事者の請求により、商標に係る事案の処理において認定が必要な事実として認定を行わなければならない。馳名商標の認定には、次に掲げる要素を考慮しなければならない。

- (一) 関連する公衆の当該商標に対する認知度
- (二) 当該商標の持続的な使用期間
- (三) 当該商標のあらゆる宣伝業務の持続期間、程度及び地理的範囲
- (四) 当該商標の馳名商標としての保護記録
- (五) 当該商標が馳名であるその他の要因

商標登録の審査、商標業務管理部門による商標法違反事案の摘発の過程において、当事者がこの法律の第十三条の規定に基づいて権利を主張する場合、商標局は、事案の審査、処理の必要性に応じて、商標の馳名性の状況について認定することができる。

商標紛争の処理過程において、当事者がこの法律の第十三条の規定に基づいて権利を主張する場合、商標評審委員会は、事案の処理の必要性に応じて、商標の馳名性の状況について認定することができる。

商標に係る民事、行政事案の審理過程において、当事者がこの法律の第十三条の規定に基づいて権利を主張する場合、最高人民法院が指定した人民法院は、事案の審理の必要性に応じて、商標の馳名性の状況について認定することができる。

生産、経営者は、「馳名商標」の表示を商品、商品の包装若しくは容器に使用したり、又は広告宣伝、展示及びその他の商業活動に使用したりしてはならない。

第四十五条第一項 既に登録された商標が、この法律の第十三条第二項及び第三項、第十

五条、第十六条第一項、第三十条、第三十一条、第三十二条の規定に違反した場合、商標の登録日から5年以内に、先行権利者又は利害関係者は、商標評審委員会に当該登録商標の無効審判を請求することができる。悪意のある登録であるときは、馳名商標所有者は、5年間の期間制限を受けない。

「商標法実施条例」

第三条 商標所有者が、商標法第十三条の規定に基づいて馳名商標の保護を請求する場合には、その商標が馳名商標に該当する証拠を提出しなければならない。商標局及び商標評審委員会は、商標法第十四条の規定に基づいて、審査処理する事案の必要性及び当事者が提出した証拠資料をもとに、その商標の馳名状況について認定しなければならない。

2. 解釈

馳名商標は、知的財産権分野における重要な法的概念である。馳名商標に対する保護は、「商標法」の重要な内容の一つである。すなわち、馳名商標所有者の利益を保護し、公平な競争と消費者の権利・利益を守ることを出発点として、馳名商標の知名度と信用価値を利用し、市場の混同又は公衆の誤認を招き、馳名商標所有者の利益を侵害するおそれがある商標登録行為を禁じることで、馳名商標に一般商標より力強い法的保護を提供している。

商標異議申立事案の審査と不登録決定不服審判、無効審判事案の審理において、馳名商標の保護に関係する場合には、本基準を原則として案件ごとに個別の判断をする。

3. 馳名商標の認定原則

3.1 事案ごとの個別の認定原則

まず、馳名商標の保護を請求する当事者（以下、当事者という）は、商標に係る具体的な事案において、係争商標が、既に関連公衆に熟知されている商標の複製、模倣、翻訳に該当し、かつ公衆に混同又は誤認を生じさせ、当事者の利益を侵害するおそれがあると考えられる場合においてのみ、馳名商標の認定を請求することができる。また、馳名商標の認定が必要な事案において、馳名商標の認定の結果は当該事案についてのみ有効なものとなる。馳名商標と認定されたものは、当該事案において馳名商標としての保護が記録されたものとして、考慮することができる。

3.2 受動的保護の原則

商標登録部門は、商標に係る具体的な事案において、当事者の請求に応じて、その商標が馳名であるかを認定し、かつ事実認定をした上で、決定又は裁決を出すことができる。当事者が馳名商標としての保護を主張していない場合、商標登録部門は、自発的に認定しない。

3.3 必要性に応じた認定の原則

当事者の商標が、馳名商標の認定を通じて、商標法第十三条に基づく保護を受ける確かな必要性がある場合、商標登録部門は、その商標が馳名であるかを認定することができる。記録が残されている証拠によって、「商標法」のその他の条項を適用し、当事者の商標を保護することができる場合、又は係争商標の登録・使用が公衆を混同・誤認させることで、当事者の利益を侵害するおそれがない場合、商標登録部門は、当事者の商標が馳名であるかについての認定をする必要がない。

3.4 信義誠実の原則

当事者は、馳名商標の保護を請求する場合において、信義誠実の原則に基づき、記載した事実及び提出した証拠資料の真実性、正確性及び完全性に係る責任を負わなければならない。また、不誠実な承諾をした場合の法的責任を負うことについて、法に基づき、書面による承諾をしなければならない。当事者が国家企業信用情報開示システムと「信用中国」ウェブサイトにおいて経営異常リスト、重大違法信用喪失リスト、信用喪失連合処罰対象リストに掲載された場合、又は直近の3年間において資金の凍結、税金の滞納、経済犯罪などの情状があった場合には、当事者の商標が馳名商標であるかについての認定をしない。

4. 適用要件

4.1 商標法第十三条第二項の適用要件

商標法第十三条第二項を適用するには、次に掲げる要件を満たさなければならない。

- (1) 当事者の商標は、係争商標の出願日前に既に馳名となっていたが、中国において登録されていないものである
- (2) 係争商標は、当事者の馳名商標に係る複製、模倣又は翻訳に該当するものである

- (3) 係争商標を使用する商品又は役務は、当事者の馳名商標を使用する商品又は役務と同一又は類似のものである
- (4) 係争商標の登録又は使用は、混同を生じさせやすい

4.2 商標法第十三条第三項の適用要件

商標法第十三条第三項を適用するには、次に掲げる要件を満たさなければならない。

- (1) 当事者の商標が係争商標の出願日前に既に馳名となっており、かつ中国で登録されている
- (2) 係争商標が当事者の馳名商標に対する複製、模倣又は翻訳に該当する
- (3) 係争商標を使用する商品又は役務は、当事者の馳名商標を使用する商品又は役務と同一又は類似していない
- (4) 係争商標の登録又は使用は、公衆を誤認させ、当事者の利益を侵害するおそれがある

5. 馳名商標の判断

馳名商標とは、中国において関連公衆に熟知されている商標をいう。

5.1 関連公衆

関連公衆には、次に掲げるものが含まれるがこれらに限らない。

- (1) 商標を付された商品又は役務の消費者
- (2) 商標を付された商品の生産者又は役務の提供者
- (3) 商標を付された商品又は役務の販売ルートに関わる経営者や関係者など

5.2 勘案要素

馳名商標に該当するかを認定する際には、事案ごとの個別の状況に応じて、次の各号に掲げる要素を総合的に勘案しなければならない。

- (1) 関連公衆の当該商標に対する認知度
- (2) 当該商標の使用継続期間
- (3) 当該商標のあらゆる宣伝活動の継続期間、程度と地理的範囲
- (4) 当該商標が馳名商標として保護を受けた記録

- (5) 当該商標が馳名であるその他の要素

5.3 関係証拠

馳名商標を認定するには、次に掲げる証拠によって総合的に判断することができる。

- (1) 当該商標を使用する商品又は役務に係る契約、領収書、貨物引替証、銀行入金証票、輸出入証憑、電子商取引（EC）販売記録などの関連資料
- (2) 当該商標を使用する商品又は役務に係る販売地域の範囲、販売網の分布及び販売ルート、方式に関する資料（伝統的な経営方式と非伝統的な経営方式を含む）
- (3) 当該商標に係るメディアの広告・評論・報道・ランキング及びその他の宣伝活動資料（伝統的メディアと非伝統的メディアを含む）
- (4) 当該商標を使用する商品又は役務が参加した展示会、博覧会に関する資料
- (5) 当該商標を最初に使用した時期及び継続使用の状況に関する資料
- (6) 当該商標の中国国内並びに国外及び関係地域における登録の証明書
- (7) 当該商標が馳名商標として認定され、保護を受けたことに関する法律文書、及び当該商標が侵害又は模倣被害を受けた状況
- (8) 資格を有する監査法人から発行された、当該商標を使用する商品又は役務の売上、利益、納税などの経営状況の財務監査及び広告投入状況の公告監査報告
- (9) 権威ある機構から発行された当該商標を使用する商品又は役務の売上、税引前利益、生産高の集計及び市場シェア、広告投入額の集計など。例えば、統計部門から発行された統計証明、税務部門から発行された納税証明など。
- (10) 当該商標を使用する商品又は役務に係る全国の同業種におけるランキング又は市場シェア。国家業界主管部門の証明書、国家業界主管部門の公式の公開データ、民政部に登録された全国的業界団体の公開又は半公開（開示もせず機密保護もしない）のデータ及びそれらが発行した証明書、権威ある評価機構の評価など。業界でのランキング又は市場シェアを証明できる資料であれば、いずれも証拠とすることができる。
- (11) 当該商標を使用する商品又は役務が国家特許権を取得した状況、及び当事者のイノベーションに関するその他の状況
- (12) 当該商標を使用する商品又は役務に係る技術が国家規格、業界規格になっていること
- (13) 当該商標の受賞状況
- (14) 当該商標の知名度を証明できるその他の資料

5.4 馳名性の認定におけるその他の証拠要件

(1) 当該商標を使用する商品又は役務の販売、経営状況は、販売契約、領収書など有効な証拠により裏付けられるものでなければならない。当事者は、販売契約又は販売発票（訳注：中国の税務局が発行した領収書）などの証拠を提出し、当該商標を使用する商品又は役務が既に複数の省（自治区、直轄市）で販売又は経営されていることを証明しなければならない。

当事者の経済的指標を証明する企業の年次報告又は上場企業の年報については、原本又は公証を受けた写しを提出しなければならない。納税金額については、税務当局による納税証明書の原本、公証を受けた納税証明書の写し、又は公証を受けた電子版納税証明書のプリントにより裏付けられていなければならない。

(2) 当事者は、当該商標の広告契約、領収書、広告媒体などの証拠を提出し、当該商標宣伝の広告費用、形式・媒体、継続期間、対象範囲などについて証明しなければならない。

(3) 上記の証拠は、原則として、係争商標の出願日前の証拠に限定する。当該商標が未登録商標である場合、その使用継続期間が5年を下回らないことを証明する証拠資料を提出しなければならない。当該商標が登録商標である場合、その登録期間が3年を下回らず、又は使用継続期間が5年を下回らないことを証明する証拠資料を提出しなければならない。

(4) 当事者が提供した域外の証拠資料は、当該商標が中国の関連公衆に知られていることを証明できるものでなければならない。

当該商標に係る馳名商標の認定請求において、上記のすべての条件を満たさないものの、当事者が提出した記録に残されている証拠によって、当該商標が市場において高い信用価値があることを証明することが確かにでき、馳名商標であると認定するに足りる場合には、認定することができる。

馳名商標の認定については、当該商標の中国での登録、登録出願、又は当該商標を使用する商品又は役務の中国での実際の生産、販売若しくは提供を前提としていない。当該商標を使用する商品又は役務の宣伝活動も当該商標の使用にあたり、これに関連する資料は、当該商品が馳名であるかを判断する際の証拠とすることができる。

(5) 当該商標の使用継続期間と状況を証明するための証拠資料については、商慣習として使用した商標標章、商品又は役務、使用期日と使用者を示せるものでなければならない。

(6) 当事者は、馳名商標の保護を請求する際に、信義誠実の原則に基づき、主張する事実及び提出した証拠資料の真実性に係る責任を負わなければならない。当事者が虚偽の資料を提出し、又は不良企業の信用記録が残されている場合には、認定しない。

5.5 馳名商標所有者による馳名商標保護の再請求

保護を請求する商標が、馳名商標として保護された記録を有し、当該商標が馳名商標として保護された当時の馳名な状態が本件請求にも及ぶことを示す証拠が馳名商標所有者によって提出された場合であって、当該馳名商標保護の再請求の範囲は、既に馳名商標として保護を受けている範囲と基本的に同一、かつ、相手方当事者において当該商標の馳名性に対する異議がないとき、又は異議はあるものの異議申立理由及び提供した証拠が明らかに当該異議申立を容認するのに足りないときは、当該保護の記録に基づき、さらに関係証拠と結び付けて、当該商標を馳名商標として保護することができる。

6. 他人の馳名商標の複製、模倣又は翻訳の判断

6.1 複製

複製とは、係争商標が他人の馳名商標と同一であることをいう。

6.2 模倣

模倣とは、係争商標が他人の馳名商標を盗用し、他人の馳名商標の要部又は顕著な特徴を踏襲することをいう。

馳名商標の要部又は顕著な特徴とは、馳名商標の主な識別機能を果たす部分又は特徴をいい、特定の文字、アルファベット、数字又はその結合方法及び字体の表示形式、特定の図形構成方法・表示方法、特定の色彩の組合せなどが含まれる。

6.3 翻訳

翻訳とは、係争商標が他人の馳名商標を別の言語文字で表現したものであって、かつ、当該言語文字が既に他人の馳名商標と対応関係を形成しており、関連公衆によく知られ、習慣的に用いられ、又は関連公衆に当該言語文字が他人の馳名商標と相当程度の関連性を有すると誤認させるおそれがあることをいう。

7. 混同・誤認の可能性の判断

7.1 混同・誤認の主要な状況

混同・誤認には、主に次に掲げる状況が含まれる。

- (1) 関連公衆が商品又は役務の出所について、係争商標が表示されている商品又は役務を馳名商標の所有者が製造し、又は提供したものと誤認させる場合
- (2) 関連公衆に対して、係争商標が表示されている商品の生産者又は役務の提供者と馳名商標の所有者との間に投資関係、許諾関係又は提携関係などなんらかのつながりがあると連想させる場合
- (3) 関連公衆に対して、係争商標と他人の馳名商標の間に一定程度のつながりがあると認識させ、馳名商標の顕著性を弱める場合
- (4) 係争商標の登録・使用により、馳名商標の市場での信用価値が低下するおそれがある場合
- (5) 係争商標の登録・使用により、馳名商標の市場での信用価値が不正に利用されるおそれがある場合

7.2 混同・誤認の判断要件

混同・誤認の判断においては、混同・誤認が実際に発生していることを要件とせず、混同・誤認のおそれがあるかどうかを判断するだけでよい。

7.3 混同・誤認の可能性の判断における勘案要素

混同・誤認の可能性の判断においては、次の各号に掲げる要素を総合的に勘案しなければならない。

- (1) 係争商標と他人の馳名商標との類似の程度
- (2) 他人の馳名商標の独創性
- (3) 他人の馳名商標の知名度
- (4) 係争商標及び他人の馳名商標をそれぞれ使用する商品又は役務の関連性の程度
- (5) 混同・誤認を生じさせるおそれがあるその他の要素

8. 悪意のある登録の判断

他人の馳名商標を複製、模倣又は翻訳して登録出願をした場合、馳名商標の所有者又は利害関係者は、当該商標の登録日から5年以内に、当該係争商標の無効審判を請求することができる。ただし、悪意のある登録に対する、馳名商標の所有者による係争商標の無効審判請求については、5年間の期間制限を受けない。

係争商標の出願人の悪意の有無を判断するにあたっては、次の各号に掲げる要素を考慮することができる。

- (1) 係争商標の出願人と馳名商標の所有者の間に過去に取引又は提携関係があった
- (2) 係争商標の出願人と馳名商標の所有者とが同一地域にあり、又は双方の商品又は役務において同一の販売ルートや地域範囲がある
- (3) 係争商標の出願人と馳名商標の所有者の間に過去にその他の争いが生じたことがあり、当該馳名商標を知り得る状況があった
- (4) 係争商標の出願人と馳名商標の所有者との間に過去に内部人員の行き来があった
- (5) 係争商標の出願人に、登録後、不当利益の獲得を目的とし、馳名商標の信用価値と影響力を利用して誤認を生じさせる宣伝を行い、馳名商標の所有者に自らの取引提携を強要し、馳名商標の所有者又は他人に高額の譲渡費用、使用許諾料又は権利侵害に対する賠償金などを請求するなどの行為があった
- (6) 馳名商標には高い独創性がある
- (7) 悪意を認定することができるその他の事由が存在する

9. 典型的事案例

事案例1：「外研社」商標異議申立事案

- (1) 商標の概要

外研社



被異議申立商標

指定商品：ゲーム器具、プレイングカードなど

引用商標

使用商品：書籍、印刷出版物など

- (2) 審査の要約

異議申立人が提出した経済的指標テーブル、会計監査レポート及び納税証明、製品販売領収書の写し、業界主管部門が発行した分析報告、獲得した栄誉と賞、マスコミの報道などの証拠によれば、異議申立人が先行登録し、商品「書籍、印刷出版物」に使用する「外研社 FOREIGN・LANGUAGE・TEACHING・AND・RESEARCH・PRESS 及び図」商標は、被異議商標登録出願の前から、長期的な使用と広範な宣伝を通じて既に高い知名度を有しており、関連公衆に熟知されている。被異議商標「外研社」は、異議申立人の商標の文字「外研社」の文字部分と完全に同一である。被異議商標を使用する指定商標「ゲーム器具、プレイングカードなど」は、異議申立人の商標を主に使用する商品「印刷出版物」などと同様に文化娯楽・スポーツ用品に該当し、販売ルート、消費者層も重なっている。したがって、被異議商標登録出願は、異議申立人の商標の盗用及び模倣といえるものであり、公衆を誤認させ、異議申立人の利益を損なうおそれがあるため、商標法第十三条第三項の関係規定に違反する。

事案例 2：「SKECHERS」商標の異議申立事案

(1) 商標の概要

SKECHERS

被異議商標

指定商品：髭剃り、ハサミなど

SKECHERS

引用商標

使用商品：男性用、女性用及び子供用の靴及び服など

(2) 審査の要約

異議申立人が提出した年次財務諸表、売上特別監査レポート、納税完了証明、広告宣伝資料、国内外マスコミの関係報道などの証拠によれば、異議申立人が登録し、「男性用、女性用及び子供用の靴」などの商品に使用する「SKECHERS」商標は、被異議商標登録出願の前から、既に長期的な使用と広範な宣伝を通じて、高い知名度を有し、関連公衆に熟知されている。被異議商標を構成するアルファベットは、異議申立人の商標と全く同一である。被異議商標を使用する指定商品「髭剃り」などは、異議申立人の商標を主に使用する商品「男性用、女性用及び子供用の靴」などと同様に日常用品に該当し、消費者層が重なる。したがって、被異議商標登録出願は、異議申立人の馳名商標の複製といえるものであり、公衆を誤認させ、異議申立人の利益を損なうおそれがあるため、商標法第十三条第三項の関係規定に違反する。

事案例 3：「酷狗 Ku Gou」商標の無効審判事案

(1) 商標の概要



酷狗

被異議商標

指定役務：カラオケサービスの提供など

請求人の未登録商標

指定役務：音楽ストリーミングサービスの提供（非ダウンロード式のもの）

(2) 審理の要約

請求人が提出した業界団体が発行した証明、納税金額証明、宣伝使用契約及び領収書などの証拠によれば、請求人の長年の使用と宣伝を通じて、請求人の「酷狗」商標は、「音楽ストリーミングサービスの提供（非ダウンロード式のもの）」の役務において、係争商標の出願日の前には既に馳名商標となっていた。係争商標は「酷狗」の二文字を完全に含み、その他の要素も「酷狗」に対応する漢字のピンインとなっており、請求人の「酷狗」商標と極めて類似するものである。係争商標を使用する指定役務「カラオケサービスの提供」などは、請求人の商標を主に使用する役務と、役務の対象、役務の内容・特徴において極めて類似している。したがって、係争商標の登録は、関連公衆に対して、提供者と請求人の間に関連性が存在すると認識させ、よって混同を生じさせ、請求人の利益を損なうおそれがあるため、2001年改正商標法第十三条第一項の関係規定に違反する。

事案例4：「施華洛（スワロ）及び図」商標の無効審判事案

(1) 商標の概要



施華洛

係争商標

指定役務：ウエディングドレス写真撮影など

施華洛世奇

引用商標

指定商品：宝飾品など

(2) 審理の要約

商標法第四十五条第一項の規定では、請求人が商標法第十三条の規定をもって係争商標登録の無効審判を請求できる期間を商標登録日から5年以内としているが、悪意のある登録であるときは、馳名商標所有者は5年間の期間制限を受けないとされている。本件において、請求人が提出した証拠及び商標登録部門の調査により判明した事実によると、係争商標の登録出願の前に、請求人の「スワロフスキー」「スワロ」などのブランドは、国内の数十

社の著名な新聞社、ウェブサイトなどのメディアにより大量に宣伝報道されていた。さらに、引用商標は、人民法院の關係判決書により関連公衆に熟知されていると認定され、原商標評審委員会が行った複数件の無効審判の審決でも同様の認定を受けている。したがって、本件では、引用商標は、これを使用する指定商品「宝飾品」との關係において既に関連公衆に熟知しているため、係争商標は引用商標を複製、模倣したものであると認定する。さらに、係争商標を使用する役務「ウエディングドレス写真撮影など」は、引用商標を使用する商品「宝飾品など」と一定の関連性を有するものである。また、複数の無効宣告審決においても、被請求人が実際の使用において、請求人の知名度が高い商標にフリーライドする主観的故意があると認定しており、法院が下した判決でも確認されている。したがって、係争商標については登録後5年の期間を満了しているが、指定役務に使用された場合において、消費者に対して、指定役務が請求人に由来するもの又は請求人と密接な關係があるものと誤認させ、請求人の権利・利益を損なうため、係争商標の登録は、2001年改正商標法第十三条第二項の關係規定に違反する。

事案5：「」商標の異議申立不服審判事案

(1) 商標の概要



被異議商標

指定商品：ヒト用薬など



引用商標

指定商品：被服など

(2) 審理の要約

請求人の引用商標は、長期的、広範な使用と宣伝を通じて、極めて高い知名度と広範な影響力を形成しており、社会公衆に広く知られたものである。改正商標法第十四条に基づき、引用商標は、商品「被服、靴、帽子」における馳名商標と認定することができる。被異議商標は、純粋な図形商標であり、請求人の独創性のある引用商標と全体的な視覚効果が類似している。被異議商標の指定商品である「ヒト用薬」などの商品は、請求人の引用商標を使用する「被服」などの商品との關係性が強いものではないが、請求人の引用商標が既に社会公衆に広く知られていることから、被異議商標が「ヒト用薬」などを指定商品として登録出願された場合には、公衆を誤認させ、請求人の馳名商標の利益を損なうおそれがある。したがって、被異議商標登録出願は、商標法第十三条第三項の關係規定に違反する。

第十一章 被代理人又は被代表者が無断で 商標を登録した場合の審査及び審理

1. 法的根拠

商標法第十五条第一項 授權されていない代理人又は代表者が自らの名義により被代理人又は被代表者の商標を登録し、被代理人又は被代表者が異議を申し立てたときは、その登録をせず、かつその使用を禁止する。

2. 解釈

本項は、代理人又は代表者が、被代理人又は被代表者の商標であることを知りながら、同一又は類似の商品において、悪意によって抜け駆け登録をする行為を禁じる規定である。

3. 適用要件

代理人又は代表者が授權を得ずに被代理人又は被代表者の商標を無断で登録する行為である旨の認定を得るためには、次に掲げる要件を満たさなければならない。

- (1) 係争商標の登録出願人が、商標所有者の代理人又は代表者である
- (2) 係争商標が、被代理人・被代表者の商標に係る同一又は類似の商品又は役務に使用されている。
- (3) 係争商標が、被代理人・被代表者の商標と同一又は類似のものである
- (4) 代理人又は代表者が、登録出願行為について被代理人又は被代表者から授權されていることを証明することができない

4. 代理関係・代表関係の判断

4.1 代理人・代表者の意味

代理人には、「民法典」に定める代理人のほか、商事取引に基づいて、被代理人の商標を知り得る販売者も含まれる。

代表者とは、被代表者に従属する特定の身分を有し、職務行為を遂行することによって被代表者の商標を知り得る個人をいい、法定代表者、取締役、監事、支配人、パートナーなどが含まれる。

4.2 代理人・代表者の無断登録行為の認定

代理或いは代表関係を形成するための交渉段階において、代理人・代表者が、被代理人・被代表者の商標を知り、登録することで、被代理人・被代表者の利益が損なわれるおそれが生じた場合、商標法第十五条第一項にいう「代理人・代表者の無断登録行為」に該当すると判断する。

代理、代表関係が終了した後に、代理人・代表者が被代理人・被代表者の商標の登録出願をすることで、被代理人・被代表者の利益が損なわれるおそれが生じた場合、「商標法」第十五条第一項にいう「代理人・代表者の無断登録行為」に該当すると判断する。

代理人又は代表者の名義で被代理人又は被代表者の商標の登録出願はしてはならないものの、登録出願人と代理人又は代表者が結託、共謀していることを証明できる証拠が存在する場合、「商標法」第十五条第一項にいう「代理人・代表者の無断登録行為」に該当すると判断する。結託、共謀による抜け駆け登録行為については、状況に応じて、商標登録出願人と上記代理人又は代表者の親族関係や投資関係が存在することなどにより、推定することができる。

4.3 代理関係・代表関係の存在を証明する証拠

次に掲げる証拠によって、代理関係の存在を証明することができる。

- (1) 代理、販売契約
- (2) 代理、販売関係を証明できる取引証憑、調達資料など
- (3) 代理、販売関係の存在を証明できるその他の証拠

次に掲げる証拠によって、代表関係の存在を証明することができる。

- (1) 企業の登録登記資料
- (2) 企業の給与表、労働契約、任命文書、社会保険、医療保険などの資料
- (3) 一方の当事者が、被代表者に従属する特定の身分を有し、職務行為を遂行することで被代表者の商標を知り得ることを証明できるその他の証拠資料

5. 被代理人・被代表者の商標

5.1 被代理人の商標

被代理人の商標には、次のようなものが含まれる。

- (1) 契約又は授權委託書に明記されている被代理人の商標
- (2) 当事者間に取り決めがない場合、代理関係が確定している段階で、被代理人が、その代理・販売される商品又は役務において先に使用していた商標については、被代理人の商標とみなされる
- (3) 当事者間に取り決めがない場合、代理人がその代理・販売される商品又は役務に使用する商標については、代理人自身の広告宣伝などにおける使用行為によって、関連公衆に対して、当該商標が被代理人の商品又は役務を他人の商品又は役務から区別するための標章であると認識させるに足りるときに、被代理人の使用商品又は役務において被代理人の商標とみなされる

5.2 被代表者の商標

被代表者の商標には、被代表者が先行して使用していた商標、及び、法に基づき、被代表者に帰属するその他の商標が含まれる。

6. 代理人・代表者が商標登録に係る授權を得たかについての判断

被代理人・被代表者による授權の内容については、代理人・代表者が登録できる商品又は役務及び商標標章を含むものでなければならない。また、授權の意思表示は、明瞭かつ明確なものでなければならない。

代理人又は代表者は、次の証拠資料を提出し、授權の事実が存在することを証明しなければならない。

- (1) 被代理人・被代表者が、代理人・代表者に対して行った書面による授權文書
- (2) 被代理人・被代表者が、代理人・代表者に対して明瞭かつ明確な授權の意思表示を行ったと認定できるその他の証拠

代理人・代表者が、登録出願の段階において、被代理人・被代表者から明確な授權を得て

いなかったが、被代理人・被代表者が事後的に当該登録出願行為を追認した場合、代理人・代表者は被代理人・被代表者からの授権を得たものとみなす。

商標登録出願の段階において、被代理人・被代表者からの授権を得ていた場合、被代理人・被代表者が後になって、その授権を後悔し、撤回したとしても、代理人・代表者は、依然として、被代理人・被代表者から授権されているものとみなされる。

7. 典型的事案例

7.1 代理人が自らの名義で被代理人の商標を登録した場合

事案例：第 22737360 号「緑博士」商標（以下、係争商標という）の無効 審判事案

(1) 商標の概要

緑博士

指定商品：ナイフ・フォーク食器など

(2) 審理の要約

2017 年、外国のある会社（以下、請求人という）は、天津のある会社（以下、被請求人という）と、請求人の「RISOLI」ブランドシリーズ製品の中国本土における販売代理契約を締結した。被請求人は、請求人の中国本土における販売者である。請求人の「RISOLI」ブランドシリーズ製品には「DR. GREEN」シリーズ製品が含まれている。請求人の中国地域における代理店は、2015 年の段階で既に「DR. GREEN」標章を使用する製品を宣伝、販売していた。被請求人は、請求人の販売代理店として、請求人が先に使用し、かつ強い独創性を有する「DR. GREEN」商標の存在を知りえたはずである。係争商標「緑博士」は、請求人の先使用商標「DR. GREEN」と、中国語の意味が類似し、かつ、係争商標を使用する商品「ナイフ・フォーク食器など」は、請求人が先行して使用していた鍋などの商品と、売り場、販売ルート、消費対象者などにおいて一定の関連性を有する、類似の商品である。以上からすると、係争商標の登録は、既に 2013 年改正「商標法」第十五条第一項が規定する、被代理人から授権されていない代理人が、被代理人の商標を登録出願する状況に該当する。

7.2 代表者が自らの名義で被代表者の商標を登録した場合

事案例：第 16899795 号「高原維金 GAOYUANWEIJIN 及び図」商標（以下、
係争商標という）の無効審判事案

(1) 商標の概要



指定商品：ビール、サイダーなど

(2) 審理の要約

本事案において、青海の某バイオテクノロジー開発有限公司（以下、請求人という）が提出した企業の営業許可証、陳某宇（以下、被請求人という）の身分情報、労働契約などの資料から分かるように、青海の某グループ有限公司は、被請求人である陳某宇と 2014 年 12 月 27 日に無固定期間労働契約を締結し、食品飲料部マネージャーの職務を担当させた。請求人は、2015 年 2 月 10 日に設立された青海の某グループ有限公司傘下の 100%出資企業で、その法定代表者が被請求人である陳某宇であった。これらの証拠からすると、被請求人は、請求人の法定代表者として、請求人が所有する「高原維金 GAOYUANWEIJIN 及び図」の商標を知り得たはずであり、両者の間には 2013 年「商標法」第十五条第一項にいう代表関係が存在したと認定することができる。係争商標を使用するビール、水（飲料）、ミネラルウォーター調合材料などの商品は、請求人の「高原維金」商標に係る飲料商品と、消費対象者、機能・用途、消費ルートなどにおいて交差又は重複するところがあり、同一又は類似の商品であるといえる。したがって、被請求人が、何らの授權もなく、これらの商品について請求人の商標を登録したことは、2013 年「商標法」第十五条第一項が規定する、被代表者の商標を無断で登録する事由に該当する。

第十二章 特定の関係者による他人の先使用商標の 抜け駆け登録に係る審査及び審理

1. 法的根拠

「商標法」第十五条第二項 同一又は類似の商品について登録出願された商標が、他人により先使用されている未登録商標と同一又は類似のものであって、出願人が当該他人と前項の規定以外の契約、業務上のやり取り関係又はその他の関係を有することにより、当該他人の商標の存在を明らかに知っており、当該他人が異議を申し立てたときは、その登録をしない。

2. 解釈

本項は、前項の規定以外の契約、業務上のやり取り又はその他の関係で、他人の商標であることを知りながら、同一又は類似の商品において、悪意によって抜け駆け登録をする行為を禁じる規定である。

3. 適用要件

特定の関係者による他人の先使用商標の抜け駆け登録である旨の認定を得るためには、次に掲げる要件を満たさなければならない。

- (1) 他人の商標が、係争商標の出願前に先使用されている
- (2) 係争商標の登録出願人は、商標の先使用者と契約、業務上のやり取り関係又はその他の関係を有しており、当該特定の関係により、登録出願人が他人の商標の存在を知っていることが明らかである
- (3) 係争商標において、他人の先使用商標と同一又は類似の商品又は役務を指定している
- (4) 係争商標は、他人の先使用商標と同一又は類似のものである

4. 「先使用」の判断

本項にいう先使用には、実際に販売されている商品、提供されている役務に使用されてい

る商標だけでなく、商標に関して実施した普及宣伝における使用も含まれる。

さらに本項にいう先使用には、先使用者がその商標が表示された商品又は役務を、市場に参入させるために行った実際の準備活動も含まれる。

先使用者は、単に商標が使用されていることを証明すればよく、商標が使用を通じて一定の影響力を持っていることを証明する必要はない。

5. 契約、業務上のやり取り関係及びその他の関係に係る判断

5.1 契約、業務上のやり取り関係及びその他の関係の意味

契約、業務上のやり取り関係とは、双方に代表、代理関係以外のその他のビジネス提携、貿易のやり取り関係があることをいう。その他の関係とは、双方の商業上の取引以外のその他の関係をいう。契約、業務上のやり取り又はその他の関係の範囲の定義については、信義誠実の原則を遵守するという立法主旨を出発点とし、先行権利の保護と不正競争の防止に立脚点を置かなければならない。契約、業務上のやり取り関係又はその他の関係によって、他人の先使用商標の存在を明らかに知りながら抜け駆け登録するものでさえあれば、例外なく、本項の規定を適用して規制しなければならない。

5.2 よく見られる契約、業務上のやり取り関係

よく見られる契約、業務上のやり取り関係には、次のようなものが含まれる。

- (1) 売買関係
- (2) 委託加工関係
- (3) 加盟関係（商標使用許諾）
- (4) 投資関係
- (5) イベントの賛助、共催
- (6) 業務視察、協議関係
- (7) 広告代理関係
- (8) その他の商業上の取引関係

5.3 よく見られるその他の関係

よく見られるその他の関係には、次のようなものが含まれる。

- (1) 親族関係
- (2) 従属関係（例えば、商標法第十五条第一項に規定する代表者以外のその他の一般社員）
- (3) 商標出願人と先使用者の営業住所が近い

本章 5.1、5.2 に挙げられた以外のその他の関係が存在することにより、先行商標を知った場合についても、本項に規定するその他の関係に該当するものと判断する。

5.4 契約、業務上のやり取り関係及びその他の関係が存在することを証明するための証拠

次に掲げる証拠により、契約、業務上のやり取り関係及びその他の関係の存在を証明することができる。

- (1) 契約
- (2) 契約、業務上のやり取り関係を証明できる説明文書、取引証憑、調達資料など
- (3) 企業の給与表、労働契約、社会保険、医療保険資料、戸籍登記証明など
- (4) 特定関係の存在を証明するその他の証拠

特定の関係者の名義で登録出願をしてはいないものの、登録出願人と特定の関係者が結託、共謀していることを証明できる証拠が存在する場合、商標法第十五条第二項にいう特定の関係者の抜け駆け登録行為に該当すると判断する。結託、共謀による抜け駆け登録行為については、状況に応じて、商標登録出願人と上記特定の関係者の親族関係や投資関係が存在することなどにより、推定することができる。

6. 典型的事案例

6.1 営業住所が近いことにより他人の商標の存在を知りながら登録出願をした場合

事案例：第 20680736 号「煤研賓館」商標（以下、係争商標という）の無

効審判事案

(1) 商標の概要

煤研賓館

指定役務：宿泊施設の提供（宿泊施設の提供、飲食物の提供）など

(2) 審理の要約

本件では、煤某賓館（以下、請求人という）が提出した記録に残されている証拠によれば、翁氏（以下、被請求人という）の住所は請求人の営業住所に近く、被請求人が過去に請求人のホテルに宿泊したことがある。それに加えて、被請求人は係争商標の専用権を取得した後、請求人に対して「商標権侵害告知書」を発出し、電話で巨額な譲渡費用を請求している。このことからすると、被請求人は、請求人が先使用している「煤研賓館」商標の存在を知らず、抜け駆け登録をする悪意を有していたものと推定できる。係争商標を使用する宿泊施設の提供（宿泊施設の提供、飲食物の提供）、バイキングレストランなどの役務は、請求人が先使用している「煤研賓館」商標を実際に使用しているホテル、宿泊などの役務と類似するものであり、係争商標を登録する行為は、2013年改正商標法第十五条第二項にいう事由に該当するものである。

6.2 他人と委託加工関係にあることにより他人の商標の存在を知り

ながら登録出願をした場合

事案例：第 12035146 号「CHOPPIES」商標（以下、係争商標という）の無効審判事案

(1) 商標の概要



指定商品：粉末洗剤など

(2) 審理の要約

本件では、外国の某会社（以下、請求人という）が提出した証拠によれば、請求人は、凱瑞会社経由で某化工有限公司（以下、被請求人という）に対して、中国国内における「CHOPPIES」ブランドの粉末洗剤の加工を委託していた。また、当該証拠は、同製品を中国国内からボツワナへ輸出していたことを証明するに足るものである。これらからすれば、被

請求人は、請求人の「CHOPPIES」商標が商品「粉末洗剤」に使用されていることを明らかに知っていたと認定できる。一方で、請求人は商品「粉末洗剤」に「CHOPPIES」商標を使用しており、その最終的な目的は、関連公衆にブランドを目印に商品を購入させ、当該商標の商品の出所識別の機能を発揮させることにある。中国国内の市場において、同識別機能の発揮が実現したわけではないが、被請求人が請求人の OEM 企業として請求人の商標の存在を知りながら、同一又は類似の商品において、同一の商標を登録出願した行為は、明らかに信義誠実の原則に違反するものである。そのため、係争商標を登録出願する行為は、2013 年改正商標法第十五条第二項にいう事由に該当するものである。

第十三章 商標代理機構による商標登録出願の 審査及び審理

1. 法的根拠

「商標法」

第十九条第四項 商標代理機構は、その代理している業務に関する商標登録出願を除き、その他の商標登録出願をしてはならない。

「商標法实施条例」

第八十四条第一項 商標法にいう商標代理機構には、国家商標行政管理部門の登記を経て商標代理業務に従事するサービス機関及び商標代理業務に従事する法律事務所が含まれる。

第八十七条 商標代理機構がその代理業務以外のその他の商標に関する登録出願又は譲受申請を行う場合、商標局はそれを受理しない。

2. 解釈

上記条項の立法主旨は、公益を保護し、商標代理機構がその業務上の優位な立場を利用し、悪意をもって他人の商標を冒認出願することで利益をむさぼり、商標市場の秩序を乱し、商標の実際の使用者の利益を損なうことを防ぐことにある。

商標代理機構とは、届出を経た商標代理業務に従事するサービス機関及び商標代理業務に従事する法律事務所をいう。届出を行っていないが、市場監督管理部門の登録時に商標代理、知的財産権代理などの業務に従事する主体であることを明示している場合、又は、市場監督管理部門に商標代理などの業務に従事することを登録していないが、実際の証拠をもって、商標代理の業務に従事していることを証明できる場合は、商標代理機構とみなされる。

商標代理業務とは、商標代理機構が委託者の委任を受け、委託者の名義にて商標登録出願、商標審判又はその他の商標に関する事項を行うことをいう。これには、商標登録出願、変更、更新、譲渡、異議申立、取り消し、審判、権利侵害請求などに関する事項の代理、商標に係る法的コンサルティングサービスの提供、商標に係る法律顧問サービスの提供、及びその他の商標に係る事務などの代理が含まれる。

3. 商標代理機構による商標登録出願に係る審査

商標代理機構は、その代理している業務に係る商標登録出願を除き、その他の商標登録出願をしてはならない。商標代理機構の代理業務は、「類似商標・役務区分表」における第45類の4506グループ内の役務項目に限る。改定がされた場合には、審査時点における最新版の「類似商品・役務区分表」を適用する。

商標代理機構が、代理業務以外の指定商品又は役務での商標登録出願をした場合、商標登録出願を受理しない。既に受理した場合、実体審査において、商標法第十九条第四項を適用して拒絶する。

商標代理機構が代理業務を指定して商標登録出願をした場合、商標法第十九条第四項を適用せず、法に基づいて審査する。

第十四章 他人の先行権利の侵害に関する 審査及び審理

1. 法的根拠

商標法 第三十二条 商標登録出願は、他人の現存する先行権利を侵害してはならない
……

2. 解釈

本条に規定する先行権利とは、係争商標の登録出願日前に既に取得した商標権以外のその他の権利をいい、商号権、著作権、意匠権、氏名権、肖像権、地理的表示及び保護すべきその他の適法な先行権利・利益が含まれる。

「現存する」とは、係争商標の登録出願日前に既に形成され、かつ、適法に存続していることをいう。先行権利が係争商標の登録時に既に存在しなくなった場合は、通常、係争商標の登録に影響を及ぼさない。

3. 先行権利に係る具体的な審査と審理

3.1 商号権

3.1.1 概要

他人が先に登録・使用し、かつ一定の知名度を有する商号と同一又は類似の文字を商標として登録出願し、中国の関連公衆を混同させ、先行商号権者の利益を侵害するおそれがある場合、他人の先行商号権に対する侵害に該当すると認定しなければならない。係争商標の登録を不許可とし、又は、無効宣告をしなければならない。

当事者が、一定の知名度を有しかつ企業と安定した対応関係が確立されている企業名称の略称であることを根拠として、本条の適用を主張する場合、本指南を適用する。

事業単位及びその他の組織の名称、二人以上の個人による共同運営及び自営業者の商号を根拠として、本条の適用を主張する場合、本指南を参考適用する。

3.1.2 適用要件

- (1) 係争商標の登録出願日前に、他人が先行して商号を登録し、又は使用している
- (2) 係争商標の登録出願日前に、当該商号が中国の関連公衆において一定の知名度を有している
- (3) 係争商標を登録・使用することが、中国の関連公衆に対して、当該商標に表示される商品或いは役務が商号権者に由来するものである又は商号権者と特定の関連性を持つものであるとの誤認を生じさせ、先行商号権者の利益を侵害するおそれがある。

係争商標が先行商号と同一又は類似のものである場合には、原則、混同を生じさせるおそれがあるといえるが、個別事案に応じて、先行商号の独創性、知名度を踏まえ、係争商標と商号が基本的に同じものであるかといえるかを判断しなければならない。次に、先行商号権としての保護を受ける範囲は、原則、商号権者が実際に経営している商品又は役務と同一又は類似の商品又は役務に限定しなければならない。ただし、個別事案に応じて、先行商号の独創性、知名度及び双方の商品又は役務の関連性を踏まえて、当該先行商号の保護範囲を具体的に確定しなければならない。

3.2 著作権

3.2.1 概要

著作権者の許諾を得ずに、他人が著作権を有する著作物に係る商標登録出願をした場合、他人の先行著作権の侵害に該当する旨を認定した上で、係争商標の登録を不許可とし、又は無効宣告をしなければならない。

「著作物」とは、「著作権法」の保護を受ける対象をいう。先行著作権とは、係争商標の登録出願日前に、他人が既に著作物を創作し完成させことをいう。

3.2.2 適用要件

- (1) 係争商標の登録出願日前に、他人が先行して著作権を取得し、かつ、その著作権が保護期間内にある。

先行して著作権を取得しているという事実は、次に掲げる証拠資料によって証明することができる；当該著作物を先に公表したことを示す証拠資料、当該著作物を先に創作・完成させたことを示す証拠資料、著作権登録証、相続や譲渡などの方式により先に著作権を取得したことを示す証拠資料など。発効済みの裁判文書において確認された、「当事者が先行して著作権を取得していた」という事実については、十分な反証がない限り、これを認めることができる。商標登録証又は係争商標の登録

出願の日より遅い日に登録された著作権登録証は、単独で先行著作権の成立を認定するために十分な証拠とすることができない。

(2) 係争商標が、他人が先行して著作権を取得した著作物と同一又は実質的に類似のものである

(3) 係争商標の登録出願人が、他人が著作権を有する著作物に接触したことがあり、又は、接触した可能性がある

係争商標の登録出願人が、独自の創作によって係争商標を完成させたことを証明することができる場合には、他人の先行著作権に対する侵害には該当しない。

(4) 係争商標の登録出願人が、著作権者の許諾を受けていない。

係争商標の登録権者は、係争商標の登録出願の段階において著作権者の許諾を受けていたと主張する場合、当該事実に係る挙証責任を負わなければならない。

典型的事案例：「peppapig 及び図」商標の無効審判事案

(1) 商標の概要



指定役務：広告、販売促進のための企画及び実行の代理

(2) 審理の要約

第一に、請求人の「Peppa・Pig」キャラクターイメージは、表示形式が独特で、強い独創性を有し、著作権法により保護される美術著作物に該当する。請求人が提出した知的財産権の譲渡に関する契約及び「Peppa・Pig」美術著作物の米国での著作権登録証、著作物見本などの証拠は、完全な証拠チェーン（訳注：証拠と要証事実間の繋がりを構築し、互いに逐次に関連関係を伝送するいくつかの証拠の組み合わせのこと）を形成するに十分なものであり、請求人が「Peppa・Pig」美術著作物の著作権を先行して取得していたことを証明している。中国及び米国は、共に「ベルヌ条約」の加盟国であるため、請求人が米国で取得した著作権についても、中国の著作権法上で、同等の保護を受けることができる。第二に、係争商標の図形部分は、請求人が著作権を有する事案に係る著作物と構成要素、表示形式、デザインの細部などにおいて極めて類似し、公衆に与える視覚効果においてほぼ差異がないため、著作権法上の実質的類似を構成している。第三に、請求人が提出した証拠によれば、係争商標の出願日の前に、中国国内の多くのメディアにより、「Peppa・Pig」シリーズの図書及びゲームに関する報道がなされており、被請求人は、係争商標の出願日の前に、請求人の著作物に接触する可能性が十分にあった。本件係争商標の文字部分も請求人の事案に係る著作物の

動画キャラクターの名称と全く同一である。したがって、係争商標に係る登録出願は、偶然とは言い難い。第四に、被請求人は、請求人の許諾を得ていない。以上により、係争商標に係る登録出願は、請求人の先行著作権を侵害するものであるといえる。

3.3 意匠権

3.3.1 概要

授權を得ずに、他人が専利（特許、意匠、実用新案を含む）権を有する意匠を商標として出願することで、先行意匠権者の利益を侵害するおそれがある場合、他人の先行意匠権に対する侵害行為に該当すると認定し、係争商標の登録を不許可とし又は無効宣告をしなければならない。

3.3.2 適用要件

- (1) 係争商標の登録出願日と使用日の前に、他人が既に意匠権を先行して取得し、かつ意匠権が保護期間内にある。
当事者は、意匠権登録証、特許料納付証憑、専利登記簿副本などの証明資料を提出し、意匠権の登録公告日が係争商標の登録出願日と使用日の前であることを証明しなければならない。
- (2) 係争商標を登録・使用した場合、関連公衆を混同させ、先行専利権者の利益を侵害するおそれがある。混同の可能性を判断する際には、係争商標と意匠の全体を比較しても、係争商標の要部と意匠の要部を比較してもよい。意匠構成中の文字については特別な表示形式のみが保護され、当該文字より生じる称呼や観念は、専利権の保護範囲には含まれない。
- (3) 係争商標の登録出願に係る専利権者の授權を得ていない。
係争商標の登録権者は、係争商標の登録出願の段階において意匠権者の授權を得ていたと主張する場合、当該事実に係る挙証責任を負わなければならない。

3.4 氏名権

3.4.1 概要

許諾を得ずに、他人の氏名を商標として登録出願することで、他人の氏名権を侵害するおそれがある場合、係争商標の登録を不許可とし又は無効宣告をしなければならない。

他人の氏名には、本名、筆名、芸名、翻訳名、別名などが含まれる。

「他人」とは、係争商標を登録出願した時点において存命中の自然人をいう。係争商標を登録する時点において、自然人が既にこの世を去ってしまっている場合、本規定を適用しない。

3.4.2 適用要件

- (1) 氏名が一定の知名度を有し、自然人と安定した対応関係が確立され、関連公衆に当該氏名権者と認識されている。
- (2) 係争商標を登録することで、他人の氏名権を侵害するおそれがある。
個別事案に応じて、氏名の知名度及び係争商標を使用する指定商品又は役務と氏名権者が知名な分野との関連性を総合的に考慮し、当該先行氏名権の保護範囲を具体的に確定する。
他人の氏名であることを知りながら、他人の利益を侵害する目的で商標登録出願をした場合、他人の氏名権に対する侵害に該当するものであると認定しなければならない。
- (3) 係争商標を登録出願することについて、氏名権者の許諾を得ていない。
係争商標登録出願人は、係争商標の登録出願の段階において氏名権者の許諾を得ていたと主張する場合、当該事実に係る挙証責任を負わなければならない。

3.4.3 氏名権の保護に係るその他の問題

氏名を用いて商標登録出願をした場合であって、上記氏名権の保護に係る適用要件には適合しないときであっても、公衆を誤認させ、公序良俗に反し、又はその他の悪影響を及ぼすときは、商標法第十条第一項第七号、第八号の規定に係る審査と審理を行う。

典型的事案例：「屠呦呦」商標の無効審判事案

- (1) 商標の概要

屠呦呦

指定商品：メガネなど

- (2) 審理の要約

請求人である屠呦呦は、薬学者で、係争商標の出願日の前に、既に中国の公衆において高い知名度を有していた。「屠呦呦」の文字は、間違いなく請求人と関連付けられるものである。被請求人が、請求人の許諾を得ずに、請求人の氏名と完全に同一の文字「屠呦呦」よりなる係争商標を登録し、当該商標を指定商品「メガネなど」に使用した場合には、関連公衆に対して、当該商品が請求人に由来するもの又は請求人による授権を得たその他の主体に由来するものであると誤認させるおそれがある。したがって、係争商標の登録出願行為は、

請求人の先行氏名権を侵害するものである。

3.5 肖像権

3.5.1 概要

許諾を得ずに、他人の肖像を商標として登録出願することで、他人の肖像権を侵害するおそれがある場合、係争商標の登録を不許可とし又は無効宣告をしなければならない。

肖像とは、映像、彫刻、絵画などの方式で一定の媒体に反映される特定の自然人が識別できる外見的なイメージとをいう。

「他人」とは、係争商標を登録出願した時点において存命中の自然人をいう。係争商標を登録する時点において、自然人が既にこの世を去ってしまっている場合、本規定を適用しない。

3.5.2 適用要件

- (1) 関連公衆の認識において、係争商標の画像から当該肖像権者が連想される。

他人の肖像写真が商標として登録出願された場合において、当該他人が、公衆における知名度を有しているかどうかは、保護の前提条件とはならない。

他人の肖像画が商標として登録出願された場合、係争商標に係る肖像画は、関連公衆に対して特定の自然人を識別させるに足る特徴を有し、かつ、当該自然人と安定した対応関係を形成するものでなければならない。

- (2) 係争商標を登録することで、他人の肖像権を侵害するおそれがある。

他人の肖像写真が商標として登録出願された場合において、当該商標が付された商品又は役務が当該自然人の許可を受けたものであること又は当該自然人と特定の関係があることを公衆が認識するおそれがあることを保護の前提としてはならない。

他人の肖像画が商標として登録出願された場合には、個別事案に応じて、係争商標を登録・使用した際に、関連公衆に対して、当該商標が表示された商品又は役務が当該自然人の許諾を得たものである又は当該自然人と特定の関連性が存在すると認識させるおそれがあるかを考慮して、当該先行する肖像権の保護範囲を具体的に確定する。

他人の肖像であることを知りながら、他人の利益を侵害する目的で商標登録出願をした場合、他人の肖像権に対する侵害に該当するものであると認定しなければならない。

- (3) 係争商標を登録出願することについて、肖像権者の許諾を得ていない。

係争商標登録出願人は、係争商標の登録出願の段階において肖像権者の許諾を得ていたと主張する場合、当該事実に係る挙証責任を負わなければならない。

3.5.3 肖像権保護に係るその他の問題

肖像を用いて商標登録出願をした場合であって、上記肖像権の保護に係る適用要件には適合しないときであっても、公衆を誤認させ、公序良俗に反し、又はその他の悪影響を及ぼすときは、商標法第十条第一項第七号、第八号の規定に係る審査と審理を行う。

典型的事案例：「真英雄及び図」商標の無効審判事案

(1) 商標の概要



指定商品：被服など

(2) 審理の要約

請求人は、ジャマイカ国籍の陸上競技選手で、短距離の世界記録を複数回更新している。勝利のあとに弓を引くようなポーズを見せる。大量のニュース報道により、請求人及びその勝利のあとに見せる定番のポーズは、係争商標の登録出願前に既に中国の公衆において高い知名度を有していた。係争商標構成中の人物イメージとポーズは、関連公衆に対して、請求人及び勝利のあとに見せる定番のポーズを認識させるものであって、当該係争商標を指定商品「被服など」に使用した場合には、当該商品が請求人の許諾を得たもの又は請求人と特定の関連性を有するものであると誤認させるおそれがある。被請求人は、請求人の許諾を得ずに、係争商標の登録出願をしており、当該出願行為は、請求人の先行肖像権に対する侵害に該当するため、係争商標に対して無効宣告を下した。

3.6 地理的表示

3.6.1 概要

先行地理的表示と同一又は類似の文字や図形などを商標として登録出願することで、関連公衆を容易に混同させ、先行地理的表示の権利者の利益を侵害するおそれがある場合、係争商標の登録を不許可とし又は無効宣告をしなければならない。

地理的表示とは、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、評判又はその他の特徴が、主に当該地域の自然的要素又は人文的要素によって形成されたものの表示をいう。

3.6.2 適用要件

- (1) 係争商標を登録出願した時点において、既に地理的表示が客観的に存在している。
- (2) 係争商標を登録・使用することで、公衆に誤認を生じさせ、先行地理的表示に関連する適法な権利・利益を侵害するおそれがある。係争商標と先行地理的表示の類似の程度、地理的表示に客観的に存在する状況及びその知名度、顕著性、関連公衆の認知度を総合的に考慮し、係争商標の登録出願人が、地理的表示の知名度に不当にフリーライドしようとする主観的な悪意などの要素について判断しなければならない。
- (3) 係争商標を登録出願した時点において、既に団体商標又は証明商標として登録出願されている場合、商標権の保護に関連する規定を適用し、本章の規定は適用しない。
- (4) 係争商標の構成中に商品に係る地理的表示が含まれる場合であって、当該商標が既に善意によって登録されているときは、商品が地理的表示で示される地域に由来しないものであったとしても、引き続き有効なものとする。

3.6.3 地理的表示の保護に係るその他の問題

商標が先行地理的表示と同一又は類似のものであって、公衆に混同を生じさせやすい場合であって、当事者が商標異議申立、審判手続において、商標法第三十二条及び商標法第十条第一項第七号又は第十六条第一項を主張し、適用要件に適合するときは、第十条第一項第七号又は第十六条第一項の規定を優先して適用する。

3.7 一定の影響力がある商品又は役務の名称、包装、装飾

3.7.1 概要

他人の一定の影響力のある商品又は役務の名称、包装、装飾と同一又は類似の文字、図形などを商標として登録出願することで、関連公衆を混同させ、他人の適法な権利・利益を侵害するおそれがある場合、他人の一定の影響力のある商品又は役務の名称、包装、装飾に対する侵害に該当するものであると認定し、係争商標の登録を不許可とし又は無効宣告をしなければならない。

一定の影響力のある商品又は役務の名称、包装、装飾とは、機能的な形状のみから構成されるものでなく、顕著性を有し、かつ、係争商標の登録出願前に既に一定の知名度を獲得しているものであって、関連公衆が商品又は役務の出所を区別することができる標章をいう。

3.7.2 適用要件

- (1) 当事者が先行権利・利益を主張する商品又は役務の名称、包装、装飾が、係争商標の登録出願前に既に一定の影響力を有している。

(2) 係争商標を登録・使用することにより、関連公衆に対して、混同又は誤認を生じさせやすく、一定の影響のある先行商品又は役務の名称、包装、装飾に係る権利・利益を損なうおそれがある。

係争商標と当該一定の影響を有する商品又は役務の名称、包装、装飾の類似性、及び係争商標の指定商品又は役務と当該一定の影響を有する商品又は役務の名称、包装、装飾の関連性を総合的に勘案しなければならない。

(3) 他人の一定の影響のある商品又は役務の名称、包装、装飾が、商標として登録出願されていない。

既に商標として登録出願された一定の影響のある商品又は役務の名称、包装、装飾については、商標権の保護に係る規定を適用し、本章の規定を適用しない。

典型的事案例：「可立停」商標の無効審判事案

(1) 商標の概要

可立停

指定商品：調合済みの薬、薬剤など

(2) 審理の要約

請求人は、1994年の時点で、衛生部門に「可立停」をそのリン酸ベンプロペリン飲み薬の商品名称とすることを認められた。一定規模の実際の使用を経て、係争商標の登録出願の前には、請求人の「可立停」薬品の商品名称は、既に関連公衆において一定の影響を有するものとなっていた。被請求人は、請求人と同じく製薬企業であり、係争商標を登録出願し、咳止め類薬に使用した場合には、関連公衆に対して、商品の出所を混同させるおそれがある。したがって、係争商標に係る登録出願行為は、請求人の一定の影響がある商品名称が有する先行民事権利・利益を損なうものであり、商標法第三十二条「他人の既存の先行権利を侵害」にいう事由に該当する。

3.8 その他の保護すべき適法な先行権利・利益

3.8.1 概要

商号権、氏名権、肖像権、著作権、意匠権、一定の影響のある商品或いは役務の名称以外の適法な権利又は利益としては、例えば、著作物の名称に係る権利・利益や、著作物のキ

キャラクター名称に係る権利・利益などが挙げられる。著作物の名称や著作物のキャラクター名称などが、係争商標の登録出願前において既に高い知名度を有している場合、これを商標として関連する商品又は役務に使用したときは、関連公衆に対して、先行標章権者の許諾を得たものである又は先行標章権者と特定の関連性を有するものであると誤認させるおそれがある。したがって、先行標章権者が本条の適用を主張した場合には、係争商標の登録を不許可とし又は無効宣告をしなければならない。

3.8.2 適用要件

- (1) 先行権利・利益の帰属が明確で、適法に存続している。
- (2) 保護を請求する先行標章は、高い知名度を有する。
- (3) 係争商標の登録出願人に主観的な悪意がある。
- (4) 係争商標を指定商品又は役務に使用した場合に、関連公衆に対して、当該商品が先行標章権者の許諾を得たものである又は先行標章権者と特定の関連性を有するものであると誤認させるおそれがある。当該要件については、係争商標と先行標章との類似の程度、先行標章の知名度、知名である分野及び係争商標を使用する指定商品又は役務と先行標章が知名である分野との関連性などの要素を総合的に勘案しなければならない。

典型的事案例：「哈利波特（ハリー・ポッター）Halibote 及び図」商標の無効審判事案

- (1) 商標の概要

哈利波特
—Halibote—

指定商品：医用栄養食物、栄養補給剤、乳児用食品、乳児用粉ミルク、乳児用オムツ、ヒト用薬など

- (2) 審理の要約

某娯楽企業は、江川某商務有限公司が登録した「哈利波特 Halibote 及び図」商標について無効審判を請求した。記録された証拠によれば、請求人は、「ハリー・ポッター」シリーズの映画プロデューサーである。係争商標の登録出願の前に、「ハリー・ポッター」シリーズの小説と映画については、既に国内で広範な宣伝、放映が行われ、高い知名度を有していた。「ハリー・ポッター」は、請求人の映画著作物の中の主役の名称であり、関連公衆に熟知されている。このような知名度の獲得は、請求人の創造的労働の結晶である。係争商標構成中の顕著な識別文字は、請求人の映画著作物の主役の名称「哈利波特（ハリー・ポッター）」

と同一のものである。映画やテレビ著作物から派生する商業市場の幅広さを考慮すれば、係争商標を登録し、「栄養補給剤、乳児用食品、乳児用オムツ」などの商品に使用した場合には、関連公衆に対して、当該商品が請求人の「ハリー・ポッター」シリーズ著作物と関係があるものである又は請求人に授権されたものであると誤認させるおそれがある。したがって、係争商標の登録・使用は、請求人の著作物に係る主役の名称の知名度に不正にフリーライドするおそれがあるものであり、請求人の適法な先行権利を損なうといえる。

第十五章 他人が既に使用し、一定の影響力を有している商標の抜け駆け登録に係る審査及び審理

1. 法的根拠

商標法 第三十二条 商標登録出願は、……他人が既に使用し、一定の影響力を有している商標を不正な手段で抜け駆け登録してはならない。

2. 解釈

上述の規定は、信義誠実の原則に基づき、既に使用され、一定の影響力を有している未登録商標を保護し、不正な手段によって抜け駆け登録する行為を抑制し、登録主義の厳格な実施を補うものである。

未登録商標には、係争商標の登録出願日前に商標登録出願されていない又は登録期間満了後に更新をせず、商標専用権を喪失した商標が含まれる。

3. 適用要件

- (1) 他人の商標が、係争商標の出願日前に、既に使用されており、一定の影響力を有している
- (2) 係争商標が、他人の商標と同一又は類似のものである
- (3) 係争商標の指定商品又は役務が、他人が商標を使用している商品又は役務と基本的に同一又は類似のものである
- (4) 係争商標の出願人が不正な手段を使った

本条にいう状況を構成するかどうかは、「一定の影響力」の程度と「不正な手段」の状況を総合的に考慮しなければならない。

4. 既に使用され、一定の影響力を有している商標の判断

4.1 定義

先行する未登録商標が、商業宣伝と生産経営活動によって、商品又は役務の出所を識別する機能を果たしており、中国の一定の範囲内の関連公衆に知られている場合、「既に使用され、一定の影響力を有している商標」と認定される。

法律の規定に基づき、商標として使用してはならない標識については、「既に使用され、一定の影響力を有している商標」と認めてはならない。

関連公衆に係る判断については、本編第十章 5.1「関連公衆」を適用する。

4.2 証拠資料

未登録商標が既に使用され、一定の影響力を有していることを証明するため、次に掲げる証拠資料を提出することができる。

- (1) 当該商標を最初に使用した期日と継続使用に係る状況などの関連資料
- (2) 当該商標を付された商品又は役務に係る契約、領収書、貨物引替証、銀行入金証票、輸出入証憑、電子商取引（EC）取引伝票又は販売記録など
- (3) 当該商標を付された商品又は役務の販売地域の範囲、販売量、販売ルート、方式、市場シェアなどの関連資料
- (4) 当該商標の使用者がラジオ、映画、テレビ、新聞、定期刊行物、インターネット、屋外などのメディアで公表した商業広告、及びこれらのメディアにおける当該商標に係るすべての評論、報道、その他の宣伝活動などの資料
- (5) 当該商標を付された商品又は役務に係る展示会、博覧会、競売などの商業活動に参加したことに関する資料
- (6) 当該商標の受賞歴などの信用資料
- (7) 当該商標に既に使用され、一定の影響力を有していることを証明できるその他の資料

商標の使用状況の証明に用いる証拠資料は、使用した商標標識、商品又は役務、使用日及び使用者を示せるものでなければならない。

4.3 期日

未登録商標は、原則として、係争商標の出願日前に既に使用され、一定の影響力を有していたものでなければならない。

係争商標の出願日前に使用され、一定の影響力を有していたが、継続して使用されていない場合には、当該商標の影響力が係争商標の出願日まで継続していたかを判断しなければならない。

5. 不正な手段の判断

係争商標の出願人が、他人が未登録の商標を使用していることを知りながら、又は知るべきであったにもかかわらず、当該商標を抜け駆け登録したことが「不正な手段」に拠るのであったかを判断する際には、以下に掲げる要素を総合的に考慮することができる。

- (1) 係争商標の出願人と先使用者との間に過去に取引又は提携関係があった、又はそのような関係を築くことについて協議したことがある
- (2) 係争商標の出願人と先行商標の使用者とが同一地域又は地理的に近接した場所に所在している、又は競業関係にある
- (3) 係争商標の出願人と先行商標の使用者との間に紛争が発生したことがあり、先使用者の商標を知り得る状況があった
- (4) 係争商標の出願人と先使用者との間に過去に内部人員の行き来があった
- (5) 係争商標の出願人と先使用者との間に親族関係がある
- (6) 係争商標の出願人に、先使用者の一定の影響力を有する商標の信用および影響力を利用して誤認を生じさせる宣伝を行い、先使用者に自らとの取引提携を強要し、先使用者又は他人に高額の譲渡費用、使用許諾料又は権利侵害に対する賠償金などを要求するなどの行為があった
- (7) 他人の商標に比較的強い識別力や高い知名度があり、係争商標がそれと同一或いは極めて類似している
- (8) その他、他人が未登録の商標を使用していることを知っていた、又は知るべきであったとすべき状況が存在する

6. 典型的事案例

事案例 1：「金鼎軒」商標の無効審判事案

(1) 商標の概要



指定役務：飲食物の提供など

(2) 審理の要約

請求人が提出した企業登記書類、新聞、定期刊行物広告、報道、納税証明、ウェブサイトなどの証拠によると、飲食サービスにおいては商号と商標を同一のものとするのが一般的であり、チェーン展開の状況や強い地域性を有するといった特徴が確認できる。そのため、係争商標の出願前に、「金鼎軒」は、請求人がチェーン展開する飲食店の商号及び提供する飲食サービスに使用する商標として既に一定の影響力を有していることが、請求人が提出した証拠によって証明されている。被請求人は、請求人と同じく北京地域に所在し、請求人が「金鼎軒」を使用していることを知り得る状況にあった。さらに被請求人は係争商標の登録を受けた後、飲食業の経営資格を取得していない状況にもかかわらず、当該商標を利用して誘致活動を行った。これは実質的に請求人の営業権を利用し、加盟料と商標使用料を徴収する方式で、利益をむさぼることになる。その主観的意思、市場行為は不正なものである。したがって、係争商標の登録出願は、「他人が先に使用し、一定の影響力を有している商標を不正な手段で抜け駆け登録する」事由に該当する。

事案例 2：「陌陌」商標の無効審判事案

(1) 商標の概要

陌陌

指定役務：安全警備コンサルティング、友達作りサービスなど

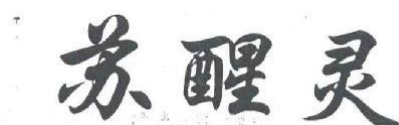
(2) 審理の要約

請求人が提出した「陌陌モバイルソーシャルソフトウェア」コンピュータソフトウェアの著作権登記証書、陌陌ソーシャルアプリ使用証拠（オフラインでのプロモーション資料、広告宣伝、メディア報道を含む）などの証拠によると、係争商標の出願日前に、請求人が開発した「陌陌」モバイルソーシャルソフトウェア製品は、社交サービスにおいて既に一定の影響力を有していたことが確認できる。被請求人の営業許可書には、主要な業務内容としてコンピュータソフトウェア開発などのサービスが記載されているところ、同業の競合他社として、請求人が既に使用し、一定の影響力を有していた「陌陌」商標を知っていた可能性が

高いといえる。このような状況において、被請求人が友達作りサービス、結婚相談サービスにおいて「陌陌」商標を登録出願することは、善意によるものであるとはいいがたいものである。したがって、係争商標を当該2つの役務について登録出願することは、「他人が既に使用し、一定の影響力を有している商標を不正な手段で抜け駆け登録する」事由に該当する。

事案例3：「蘇醒靈」商標の無効審判事案

(1) 商標の概要



指定役務：獣医用薬などの商品

(2) 審理の要約

本件では、請求人が提出した科学研究プロジェクト契約、成果報告などの書類によると、「眠乃寧」「蘇醒靈」の特別プロジェクトを1988年に立ち上げ、1992年に専門家の鑑定に合格した。1989年、その研究開発者は、「中国林副特産」などの定期刊行物に薬理学作用、使用価値などに関する論文を発表し、業界内の組織及び専門家に評価され、複数の賞を獲得した。これらの証拠は、当該商標の最初の使用期日及び継続使用の状況を示し、関連公衆において一定の影響力があることを証明することができる。被請求人の法定代表者は過去に請求人と「蘇醒靈」獣医薬についての仕入販売関係があったことから、同一地域の同業者として、請求人の識別性のある「蘇醒靈」標章を当然知っていたと推定されるが、それにもかかわらず、信義誠実の原則に反し、係争商標を登録出願した。係争商標の登録は「他人が先に使用している一定の影響力のある商標を不正な手段で抜け駆け登録する」事由に該当する。

事案例4：「ムヒベビー」商標の無効審判事案

(1) 商標の概要



指定商品：かゆみ止め液などの商品

(2) 審理の要約

請求人が提出した中国サプライヤーネットワーク、網易（ネットイース）などのウェブサイト、「日本でよく売れている薬図鑑」などの書籍によると、請求人の蚊除け液、かゆみ止め液などの製品である「ムヒ」「ムヒベビー」は宣伝広告され、中華圏向けに販売される液体タイプ「ムヒ」製品については「無比滴」と名付けられた。係争商標の出願前には、請求

人のこれらの商標がかゆみ止め液などの商品において既に使用され、その影響力が中国の関連公衆に及んでいることが確認できる。被請求人が、製品を販売する際に、「日本無比滴」「国内授權バージョン」などのキャッチフレーズを採用し、請求人とほぼ同一の製品包装を使用していることは、請求人の商標の存在を知らず、先使用者の一定の影響力のある商標の信用価値と影響力を利用して、誤認を生じさせるために宣伝をした疑いがあるといえる。事案記録に残された請求人の証拠及び被請求人の悪意の状況を総合的に勘案すれば、係争商標の登録出願は「他人が先に使用し、一定の影響力を有している商標を不正な手段で抜け駆け登録する」事由に該当する。

第十六章 欺瞞的な手段又はその他の不正な手段により登録された商標の審査及び審理

1. 法的根拠

商標法 第四十四条第一項 登録された商標が、この法律の第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十九条第四項の規定に違反している場合、又は欺瞞的な手段若しくはその他の不正な手段によって登録を受けた場合は、商標局は当該登録商標の無効審判を行う。その他の組織又は個人は、商標評審委員会に当該登録商標の無効宣告を請求することができる。

2. 解釈

上記規定は、欺瞞的な手段又はその他の不正な手段で商標登録がなされた場合における処理について規定するものである。

商標登録出願においては、信義誠実の原則を遵守しなければならない、虚偽を弄する手段によって商標登録部門を騙し、登録を受けてはならず、商標登録秩序の攪乱、公益の侵害、公共資源の不正占用、又はその他の不正な方法による不正利益の獲得などの不正な手段で登録を受けてはならない。

商標異議と登録不許可の決定に対する再審プロセスにおいては、本条の基準を参照し、適用する。

3. 適用要件

3.1 欺瞞的な手段によって商標登録を受ける行為

欺瞞的な手段によって商標登録を受ける行為とは、係争商標登録出願人が商標登録出願をする際に、商標登録部門に対して事実を偽り、又は真相を隠し、偽造された出願書類又はその他の証明書類を提出するなどの手段で商標登録を騙し取ることをいう。当該行為には、次に掲げるものを含むが、これらに限定されない。

- (1) 願書書類の押印又は署名を偽造する行為
- (2) 出願人の身分証明書類を偽造、改ざんする行為。当該行為には、虚偽の身分証明書や営業許可書などの身分証明書類を使用し、又は身分証明証や営業許可書などの身

分証明書類における重要な登記事項を改ざんする行為などが含まれる。

- (3) その他の証明書類を偽造する行為

3.2 その他の不正な手段によって商標登録を受ける行為

3.2.1 定義

その他の不正な手段によって商標登録を受ける行為とは、係争商標の出願人が、欺瞞的な手段以外の商標登録秩序の攪乱、公益の侵害、公共資源の不正占用、又はその他の不正な方法による不正利益の獲得などの不正な手段で登録を受ける行為であって、当該行為が信義誠実の原則に反し、公益を損なったことを証明できる証拠が確かに存在するものをいう。単に特定の民事的権利・利益を損なったにすぎない場合には、商標法第四十五条と商標法のその他の関連規定を適用しなければならない。

3.2.2 「その他の不正な手段によって登録を受けた」場合

以下は、本条にいう「その他の不正な手段によって登録を受けた場合」に該当するものである。

- (1) 係争商標の出願人が複数の商標登録出願をし、かつ、その構成が他人の一定の知名度又は比較的に強い顕著な特徴を有する商標と同一又は類似のものである場合
- (2) 係争商標の出願人が複数の商標登録出願をし、かつ、その構成が他人の商号、企業名称、社会組織及びその他の機構の名称、一定の影響力のある商品名称、包装、装飾などと同一又は類似のものである場合
- (3) その他の不正な手段によって登録を受けたと認められる状況が存在する場合

3.2.3 考慮要素

係争商標の出願人が不正な手段によって商標登録を受けた場合であって、係争商標に係る使用意思を有するとき、又は、実際に営業に使用しているときは、本編第二章の4「考慮要素」に準拠して使用意思に係る判断をすることができる。

係争商標の出願人が不正な手段によって登録を受けた商標には、係争商標の出願人自身が登録出願したものだけでなく、係争商標の出願人と結託、共謀している者又は特定の身分関係やその他の特定のつながりを持つ者が登録出願した商標も含まれる。

3.2.4 適用の制限

事件の証拠に基づき、商標法の他の条項を適用することによって係争商標の不登録又は無効宣告ができる場合には、商標法第四十四条第一項を適用しない。ただし、悪意が明らかかな場合を除く。

第十七章 登録商標取消事案の審査及び審理

1. 法的根拠

「商標法」

第四十九条 商標登録権者が登録商標を使用する過程において、登録商標、登録権者の名義、住所又はその他の登録事項を許可なく変更したときは、地方の商標業務管理部門は、期間を定めて是正するよう命じる。期間が満了しても是正しないときは、商標局はその登録商標を取り消す。

登録商標が使用許可された商品の一般名称となり、又は正当な理由なく継続して3年間使用しなかったときは、いかなる組織又は個人も、商標局に当該登録商標の取り消しを請求することができる。商標局は、請求を受領した日から9か月以内に決定を行わなければならない。特別な事情があり、延長することが必要な場合、国家商標行政管理部門の許可を得て、3か月延長することができる。

第五十四条 登録商標を取り消す又は取り消さないという商標局の決定に対して当事者が不服であるときは、通知を受領した日から15日以内に商標評審委員会に不服審判を請求することができる。商標評審委員会は、請求を受領した日から9か月以内に決定を行い、書面で当事者に通知しなければならない。特別な事情があり、延長することが必要なときは、国家商標行政管理部門の許可を得て、3か月延長することができる。当事者は商標評審委員会の決定に不服があるときは、通知を受領した日から30日以内に、人民法院に提訴することができる。

「商標法实施条例」

第六十五条 商標法第四十九条における「登録商標が指定商品の一般名称になっている」という事情がある場合、いかなる組織又は個人も商標局に当該登録商標の取り消しを請求することができる。請求する際には、証拠資料を送付しなければならない。商標局は受理した後、商標登録権者に対し、通知を受領した日から2か月以内に答弁を行うよう要求しなければならない。期間内に答弁しない場合であっても、商標局の決定に影響を及ぼさない。

第六十六条 商標法第四十九条における「正当な理由なく3年間連続して登録商標を使用しなかった」行為がある場合、いかなる組織又は個人も商標局に、その登録商標の取り消しを請求することができる。請求する際には、関連する状況を説明しなければならない。商標局は受理後、商標登録権者に対して、通知を受領した日より2か月以内に、当該商標の取消請求が提出される前に使用された証拠資料を提出するか、又は不使用の正当な理由を説明するよう通知しなければならない。期限内に使用の証拠資料を提出せず、又は証拠資料が無効で、かつ、不使用の正当な理由がない場合には、商標局はその登録商標を取り消す。

前項にいう商標の使用の証拠資料には、商標登録権者が登録商標を使用する場合の証拠

資料と商標登録権者が他人に登録商標の使用を許諾した場合の証拠資料が含まれる。

正当な理由なく 3 年連続で使用されていないことを理由に登録商標の取り消しを請求する場合、その登録商標の登録公告日から満 3 年後に請求しなければならない。

第六十七条 次に掲げるいずれかの事情がある場合、商標法第四十九条に規定される正当な理由に該当する。

- (一) 不可抗力
- (二) 政府政策による制限
- (三) 破産清算
- (四) 商標登録権者に帰責できないその他の正当な事由

2. 解釈

商標登録権者は、登録商標を規範的に連続使用するとともに登録商標の識別性を積極的に維持する法定義務を負う。上記の条項は、登録商標、登録商標登録権者の名義或いは住所又はその他の登録事項などの無断変更などの行為を禁止するとともに、指定商品の一般名称となった登録商標や正当な理由なく 3 年連続で使用されなかった登録商標を取り消すことについて規定するものである。

3. 登録商標、登録権者の名義、住所又はその他の登録事項の無断変更があるか否かの判定

登録商標の無断変更とは、商標登録権者又は使用許諾を受けた者が登録商標を実際に使用するとき際に、当該商標を構成する文字、図形、アルファベット、数字、立体標章、色彩の組合せなどを無断で変更したことにより、元の登録商標の要部と顕著な特徴が変更されたことをいう。元の登録商標と比べて、変更後の標章は同一性がないと判断されるおそれがある。

登録商標の登録権者の名義の無断変更とは、商標登録権者の名義（氏名又は名称）に変更が生じた際に、法に基づき商標登録部門に変更申請を提出していないために、実際に使用している登録商標の登録権者の名義が「商標登録簿」に記載のある登録権者の名義と一致しないことをいう。

登録商標の登録権者の住所の無断変更とは、商標登録権者の住所に変更が生じた際に、法に基づき商標登録部門に変更申請を提出していないために、商標登録権者の実際の住所が「商標登録簿」に記載のある住所と一致しないことをいう。

登録商標のその他の事項の無断変更とは、登録商標、商標登録権者の名義・住所以外のそ

の他の登録事項に変更が生じた際に、法に基づき商標登録部門に変更申請を提出していないために「商標登録簿」に記載のある関係事項と一致しないことをいう。

上記のいずれかの行為があり、かつ商標の登録権者が地方の市場監督管理部門から期間を定めて是正するよう指示されたにもかかわらず、定められた期間が満了するまでには是正がされない場合、法に基づき取り消す。

4. 登録商標が指定商品の一般名称となっているか否かの判定

4.1 定義

「登録商標が指定商品の一般名称となっている」とは、もともと商標の顕著な特徴を持つ登録商標が、市場における実際の使用過程において、指定商品の一般名称となってしまうことをいう。

4.2 判定

係争商標が商品の一般名称であるか否かの判断には、商標標章の全体を審査し、かつ、一般名称に該当するとされた具体的な商品を認定しなければならず、当該商品と類似する商品については考慮をしない。

係争商標が商品の一般名称であるか否かを判断する際には、当該商標の機能が、商品の違い（訳注：商品の種類の違い）を区別するためのものであるか、それとも商品の出所の違いを区別するためのものであるのかを判断することが肝心である。商標の主要な機能が、商品の違いを区別することにある場合、一般名称であると判断しなければならない。本編第四章の3.1「商品の一般名称、図形、規格に過ぎないもの」部分の審査及び審理に準拠するほか、辞典や専門的な参考書、国家規格又は業界規格、関係業界団体の証明、市場調査報告書、市場での宣伝に係る使用証拠及びその他の関係者が同一商品に当該商標標章を使用している証拠を参照して、審査審理を行うことができる。

登録商標が指定商品の一般名称となっているかの判断の基準時については、原則、取消請求時の事実状態を基準としなければならないが、事案の審査又は審理を行う時点における事実状態を参考とすることができる。

4.3 適用要件

- (1) 登録商標が登録を許可された時点において、指定商品の一般名称となっていないこと
- (2) 登録商標が市場において実際に使用される過程において、商品の出所を識別する機能を喪失しており、かつ、取り消しを請求された時点において指定商品の一般名称となっていること

登録商標が指定商品を表す一般的な図形や規格となっているか否かの判断は、上述の一般名称に関する判断基準を参照する。

5. 継続して3年間使用されていない登録商標に係る判断

5.1 定義と起算時間

継続して3年間使用されていない登録商標とは、ある登録商標がその有効期間において使用されておらず、さらにその状態が継続して3年間以上続いているものをいう

継続して3年間使用されていない登録商標の起算時期は、請求人が商標登録部門に当該登録商標の取り消しを請求した日から、過去に3年間遡って計算しなければならない。

5.2 商標の使用に係る判断

商標的使用とは、商標の商業的な使用をいう。商標を商品、商品の包装又は容器及び商品の取引書類に使用する行為、又は商標を広告宣伝、展示及びその他の商業活動に使用して商品の出所を識別する行為が含まれる。

商標登録権者が提供した商標の使用証拠に対しては、その市場主体の類型、実際の経営形式、商標登録の状況に合わせて、それが真実で、公開され、合法的に商標を使用しているか否かを判断しなければならない。

商標登録権者は、指定商品に登録商標を使用しなければならない。商標登録権者が指定商品に登録商標を使用している場合、当該商品に類似する商品における登録を維持することができる。商標登録権者が指定商品以外の類似商品にその登録商標を使用している場合、登録商標の使用とはみなされない。

係争商標を実際に使用している商品が、「類似商品・役務区分表」における規範的商品名称には該当しないものであるが、係争商標の指定商品と単に名称が異なるだけで、本質的に

は同一の商品である場合、又は実際に使用している商品が、指定商品の下位概念に属する場合、指定商品に対する使用とみなすことができる。

係争商標の登録を許可する時点においては、登録を許可されたが実際には使用していない商品が、実際に使用している商品と「類似商品・役務区分表」において類似商品には該当しなかった場合であって、「類似商品・役務区分表」の変更によって、事案の審理時には類似商品になっているときは、事案の審理時における事実の状態に準じて、実際に使用していない商品の登録について維持することができる。係争商標の登録を許可する時点において、登録を許可されたが実際には使用していない商品が、実際に使用している商品と「類似商品・役務区分表」の類似商品に該当していた場合であって、「類似商品・役務区分表」の変更によって、事案の審理時には類似商品に該当しなくなっているときは、登録許可時における事実の状態に準じて、実際に使用していない商品の登録について維持することができる。

係争商標を実際に使用している商品が、中国国内で流通せずにそのまま輸出されるものである場合であっても、指定商品に対する使用がされているとみなすことができる。

次に掲げる状況は、商標法上の商標の使用とはみなさない。

- (1) 商標登録情報の公布又は商標登録権者による登録商標専用権保持の声明
- (2) 公開された商業分野で使用されていない場合
- (3) 登録商標の要部と顕著な特徴を変更した後の使用
- (4) 単に譲渡や許諾行為があるのみで、実際に使用されていない場合
- (5) 単に商標登録の維持を目的に象徴的に使用されている場合

5.3 商標を指定商品に使用する具体的な方式

- (1) 直接貼り付け、刻印、烙印又は編み込みなどの方式で商標を商品、商品の包装、容器、ラベルなどに付着させ、又は商品に付帯する標識、製品の取扱説明書、カタログ、価格表などに使用すること
- (2) 商標を商品販売に関連する取引書類に使用すること。商品の販売契約書、領収書、伝票、受領書、商品の輸出入検査検査証明書、通関伝票、電子商取引（EC）取引伝票又は販売記録などが含まれる。
- (3) 商標をラジオ、テレビ、インターネットなどのメディアにおいて使用すること、又は公開發行される出版物において発表すること、及び広告看板、郵送広告又はその他の広告方式で商標そのものや商標を使用する商品を宣伝する目的で行った広告宣伝において使用すること。
- (4) 商標を展示会、博覧会に使用すること。展示会の印刷物とその他の資料、出展者パス、案内掲示板、バックボードなどで商品と役務の出所を表示する方式での使用が含まれるが、この限りではない。
- (5) 商標の使用を国家機関、検査又は鑑定機構及び業界団体が発行する法的書類、証明

書類に具現化すること。

(6) 法律規定に適合するその他の商標の使用形式

5.4 商標を指定役務に使用する具体的な方式

- (1) 商標を役務の提供場所に直接的に使用すること。役務の紹介マニュアル、提供場所の看板、店舗の内装、スタッフの服飾、ポスター、メニュー、価格表、クーポン、事務用品、便箋及びその他の指定役務関連用品への使用が含まれる。
- (2) 商標を役務に関連する書類資料に使用すること。領収書、送金伝票、役務の提供契約書、修理・保守証明書、電子商取引（EC）取引伝票又は販売記録などが含まれる。
- (3) 商標をラジオ、テレビ、インターネットなどのメディアに使用すること、又は公開発行される出版物において発表すること、及び広告看板、郵送広告又はその他の広告方式で商標そのものや商標を使用する役務を宣伝する目的で行った広告宣伝において使用すること。
- (4) 商標を展示会、博覧会に使用すること。展示会、博覧会において提供される当該商標を使用した印刷物とその他の資料における使用が含まれる。
- (5) 商標の使用を国家機関、検査又は鑑定機構及び業界団体が発行する法的書類、証明書類に具現化すること。
- (6) 法律規定に適合するその他の商標の使用形式

5.5 係争商標が継続して3年間使用されていないものには当たらないこと

いことの挙証責任は、係争商標の登録権者にある

係争商標が継続して3年間使用されていないものには当たらないことを証明する証拠資料は、次に掲げる要件を満たさなければならない。

- (1) 使用している係争商標の標章を示すものであること。
- (2) 係争商標が指定商品又は役務に使用されていることを示すものであること。
- (3) 係争商標の使用者を示すものであること。商標登録権者自身のほかに、商標登録権者が許諾した他人、及び、その他の商標権者の意思に背かない商標の使用者も含まれる。他人に使用を許諾した場合、使用許諾関係が存在することを証明しなければならない
- (4) 係争商標の使用日を示すものであって、取消請求日から遡って計算して、過去3年以内のものであること。
- (5) 係争商標の商標法の効力が及ぶ地域範囲内での使用を証明するものであること。

次に掲げる証拠を単に提供するだけでは、商標法上の商標の使用とはみなされない。

- (1) 商品の販売契約書又は役務提供協議書、契約書
- (2) 書面による証言
- (3) 改ざんの有無が識別できない物証、視聴資料、ウェブサイト情報など
- (4) 実物と複製物

6. 典型的事案例

事案例 1：第 10691087 号「PHILLIPS」商標取消再審事案

- (1) 商標の概要

PHILLIPS

指定商品：金属ホルダー

- (2) 審理の要約

本件において商標登録権者は、登録権者と広東省にある某会社及び某国際貿易会社との間で締結した仕入販売契約を提出した。契約書には「PHILLIPS」商標と鉄製ホルダー商品が明記されており、締結時期も本件の指定期間内にある。また、商標登録権者は、増値税（訳注：付加価値税の一種）専用領収書を提出しており、当該領収書に示されている商品の名称、数量、金額は、前述の仕入販売契約書と一対一の対応関係を形成し、前述の仕入販売契約がすでに履行されていることを証明できるものである。さらに、証拠において示されている鉄製ホルダー商品は、「PHILLIPS」商標の指定商品「金属ホルダー」に該当するため、当該事案における証拠によって、実際に「PHILLIPS」商標を指定商品に使用していることが証明されているといえる。

事案例 2：第 7040019 号「一丸土」商標取消再審事案

- (1) 商標の概要

一丸土

指定商品：茶道具、ポットなど

(2) 審理の要約

商標登録権者が提出した証拠には、商標の使用授權書、タオバオ店舗「一丸土事務室」のトップページのスクリーンショット、タオバオ店舗の店主名 fiships が張某霞であることを認証する資料、店舗の取引記録、紫砂壺の包装ボックスの写真、中国接着剤取引プラットフォームが紫砂コップを調達した記録及び微信（ウィーチャット）での調達対話記録などが含まれている。これらの証拠によって、商品「紫砂壺、紫砂コップ」に対して、「一丸土」商標が商標法上の使用をされていることが証明できている。商品「紫砂壺、紫砂コップ」は、「類似商品・役務区分表」の規範的商品名称には該当しないが、係争商標の指定商品「茶道具、ポット」の一種に該当するため、商品「茶道具、ポット」への使用と認定することができる。これにより、類似商品である「陶器、磁器、日常用陶器（鉢、茶碗、皿、甕、壺、砂鍋、ポット、炆器）」などについても、「一丸土」商標の登録を維持することとする。

事案例 3：第 5417364 号「宜派 ipai 及び図」商標取消再審事案

(1) 商標の概要



指定商品：自動車など

(2) 審理の要約

国家税務総局全国増値税領収書確認プラットフォームにおいて、商標登録権者が提出した深セン増値税普通領収書 3 枚を確認した結果、そのうちの 1 枚に示している商品の名称及び金額は、いずれもプラットフォームに登録された情報と一致していない。残りの 2 枚の領収書を確認したところ、同領収書に関する情報は存在していないという結果となった。商標登録権者の主要な証拠に係る真実性に疑いがあるため、当該証拠を認めることはできず、「宜派 ipai 及び図」商標を取り消さなければならない。

事案例 4：第 11666678 号「六堡茶」商標取消事案

(1) 商標の概要

六堡茶

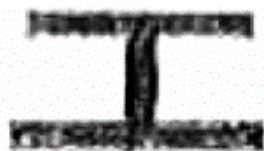
指定商品：茶

(2) 審査の要約

広西のある会社が提供した証拠資料「中華人民共和国国家規格 GB/T 32719. 4-2016」によると、六堡茶は既に黒茶の概念に盛り込まれ、当該国家規格の施行日である 2017 年 1 月 1 日より、「六堡茶」は法により定められた商品の一般名称となっていた。当該会社が提出したインターネット検索結果は、茶産業における「六堡茶」の汎用的な使用の裏付けとすることができるものである。商標登録権者が商標の専用権の維持を怠ったことにより、業界内において、「六堡茶」と名付ける会社が大量に現れるようになった。広西のある会社が提出した証拠は、「六堡茶」商標がその指定商品第 30 類「茶」との関係において、一般名称となり、商標法第四十九条に規定される指定商品の一般名称に適合することを十分に証明できるものである。

事案例 5：第 602490 号「工」商標取消事案

(1) 商標の概要



指定商品：ワイヤーロープクランプ

(2) 審査の要約

商標登録権者は、「工」商標を使用しなかったことに係る正当な理由に関する証拠資料を提出した。当該証拠によると、商標登録権者は、2009 年 10 月 30 日に、債務超過で青島市四方区人民法院により破産清算と民事裁定されている。主管部門である青島市市北区発展・改革局は、説明文書を発行し、「工」商標を無形資産として資産に計上して負債と相殺する旨を説明した。本件についての審査を経て、商標登録権者の不使用に係る正当な理由が成立すると認定し、「工」商標を維持することとする。

第十八章 「商標法」 第五十条の審査及び審理

1. 法的根拠

商標法 第五十条 登録商標が取り消されたとき、無効宣告されたとき又は期間が満了しても更新されないときは、取り消し、無効宣告審決又は抹消の日から1年以内において、商標局は当該商標と同一又は類似する商標の登録を認めない。

2. 解釈

登録商標が取り消されたとき、無効宣告されたとき、又は期間が満了しても更新されないときは、商標登録権者の商標専用権はもう存在しないこととなる。このような状況において、その他の組織又は個人が当該商標と同一又は類似する商標登録出願した場合には、権利衝突の問題が存在しない限り、これを認めなければならない。しかし、取り消され、無効宣告され、又は抹消された登録商標は、取り消され、無効宣告され又は抹消される以前において、継続して3年間使用されていない状況がある場合を除き、使用され、かつ、多かれ少なかれ市場において一定の影響を及ぼしていたものである。異なる主体が提供する同一又は類似する商標を使用する商品又は役務が市場において同時に存在することによって、商品又は役務の出所について消費者を混同させることを防ぐために、商標法第五十条を適用し、一定の隔離期間を設定する必要がある。

したがって、本条では、登録商標が取り消されたとき、無効宣告されたとき又は期間が満了しても更新されないときは、取り消し、無効宣告審決又は抹消の日から1年以内において、商標登録部門は当該商標と同一又は類似する商標の登録を許可しないと明らかに規定している。

3. 適用要件

審査決定を行う時点において、先に存在する同一又は類似の他人の登録商標が取り消された（継続して3年間使用していないことを理由に取り消された場合を除く）場合であって、取消公告日から1年間未満であるときは、商標法第五十条を適用し、引用しなければならない。

審査決定を行う時点において、先に存在する同一又は類似の他人の登録商標が無効宣告された場合であって、無効宣告審決又は裁定の応訴期間満了日から1年間未満であるとき

は、商標法第五十条を適用し、引用しなければならない。

審査決定を行う時点において、先に存在する同一又は類似の他人の登録商標が、有効期間が満了しても更新されていない場合であって、登録商標の有効期間満了日から 1 年間未満であるときは、商標法第五十条を適用し、引用しなければならない。

審査決定を行う時点において、先に存在する同一又は類似の他人の登録商標が継続して 3 年間使用されていないことを理由に取り消された場合、取消公告日から商標法第五十条の規定を適用しない。

第十九章 審査意見書

1. 法的根拠

「商標法」

第二十九条 審査の過程において、商標局が、商標登録出願の内容に関して説明又は補正が必要であると判断した場合には、出願人に説明又は補正を行うよう要求することができる。出願人が説明又は補正を行わない場合であっても、商標局の審査決定に影響を及ぼさない。

「商標法実施条例」

第十一条 次に掲げる期間は商標審査及び審理の期間に計上しない。：……

第二号 当事者が証拠の補足又は書類の補正のために必要とする期間、及び当事者の変更により再答弁が必要とされる期間……。

第二十三条 商標法第二十九条の規定に基づいて、商標局が商標登録出願の内容について説明又は補正する必要があると判断した場合には、出願人は商標局の通知を受け取った日から15日以内に説明又は補正をしなければならない。

2. 解釈

審査の過程において、商標登録部門が、商標登録出願の内容に関して説明又は補正が必要であると判断した場合には、審査意見書を発出する形式で、出願人に説明又は補正を行うよう要求することができる。

- (1) 審査意見書は、商標登録部門が商標法及びその実施条例の関係規定に基づき、審査の過程において、商標登録出願が規定に適合しない部分を含んでいるものの、説明と補正を行えば、当該問題を解消することが可能であると判断した場合に、審査の実情の必要性に応じて、職権により、商標登録出願人又はその代理人に対して、法定期間内にその商標登録出願についての説明又は補正を行い、かつ相応の補足証拠又は補正書類を提供するよう求める法的手続である。ただし、審査意見書は、商標登録審査において必須の手続ではない。事案の状況が複雑で、確かな必要性が認められるときにおいてのみ、当該手続を実施する。
- (2) 審査意見書においては、原則として、一括で説明又は補正が必要な事項を告知する。出願人、代理人が完全に同一である複数の商標登録出願について、悪意のある登録と疑われるなどの同じ事由が存在し、商標登録出願人又はその代理人に一括の説明又は補正を行うよう要求する場合、事案を統合して一通の審査意見書を発出することがで

きる。

- (3) 商標法第二十八条と商標法実施条例第十一条第一項第二号の規定に基づき、商標登録出願人又はその代理人が、法定期間内に補足証拠又は補正書類を提供した場合、審査意見書に記載された発出日から、商標登録出願人又はその代理人が補足証拠又は補正書類を提供する日までの期間については、商標審査期間に計上しない。法定期間が満了しても、商標登録出願人又はその代理人が補足証拠又は補正書類を提供しない場合、審査意見書に記載された発出日から、法定期間満了日までの期間については、商標審査の期間に計上されない。
- (4) 出願人は、その商標登録出願に係る補足証拠又は補正書類を提供するにあたって、所定の書類フォーマットを使用し、かつ、要求事項に沿って規範的に記入しなければならない。提供する補足証拠又は補正書類は原本であるか、公証された写し又は原本発行者が捺印又は署名した写しでなければならない。出願人は商標登録出願の補正時に、商標の顕著でない部分の専用権の放棄を声明することができるが、商標を修正してはならない。

3. 適用状況

次に掲げる状況において、審査意見書手続を実施することができる。

- (1) 商標法第十条第一項第二号、第三号、第四号、第二項但し書きの規定に適合し、出願人が補足証拠又は補正書類を提供すれば、関連する商標登録出願は初歩査定となる可能性がある場合。
- (2) 商標は、中国の国名と同一又は類似する文字を含むが、その全体として事業体の略称である場合（同条の適用には次の条件を満たす必要がある：出願人の権利能力が国务院又はそれにより授権された機関の承認により設立されている、出願人の名称が名称登記機関により法に基づいて登記されている、登録出願の商標が出願人の名称の略称と一致し、略称は国务院又はそれにより授権された機関により承認されている）。
- (3) 「地区・市級以上の行政区画名＋公共事業名」で構成される商標が、関係部門より、商標登録出願の指定商品又は役務項目に当該標章を使用して商標登録出願することについて授権される可能性がある場合。
- (4) 新聞、雑誌、定期刊行物、ニュース刊行物など4項目の商品を指定して、国名、県級以上の行政区画名、中央国家機関の所在地特定地点名、又は標章的建築物の名称及び顕著的な特徴のない標識を含むものなどを登録出願した場合、関係部門により発行された新聞、定期刊行物出版許可証明書などの関係証拠資料を提出することで、当該標章が承認された新聞、定期刊行物の名称であることを証明しなければならない。
- (5) 登録出願する商標が、国内外の重要な競技大会、展示会などのイベントに直接関連するが、公開情報の検索を経て、当該出願人が当該競技大会、展示会などのイベント

主催者と関連し、主催者から授権されて商標登録出願の指定商品又は役務項目に当該標章を使って商標登録出願する可能性がある」と推定することができる場合。

- (6) 登録出願する商標が、国の重点プロジェクトに直接関連するが、公開情報の検索を経て、当該出願人が当該プロジェクトと関連し、関係部門から授権されて商標登録出願の指定商品又は役務項目に当該標章を使って商標登録出願する可能性がある」と推定することができる場合。
- (7) 登録出願する商標が、国家級公園などの公共施設に直接関連するが、公開情報の検索を経て、当該出願人が公共施設と関連し、関係部門から授権されて商標登録出願の指定商品又は役務項目に当該標章を使って商標登録出願する可能性がある」と推定することができる場合。
- (8) 商標が一定の知名度がある自然人の氏名と肖像を含み、かつ出願人自身の氏名又は肖像でなく、例えば、公開情報の検索を経て、当該自然人が出願人と関連する可能性がある」と推定できるなど、消費者に商品又は役務の出所を誤認させるおそれがある場合には、出願人に対して、当該自然人の氏名又は肖像によって構成される商標について、商標登録出願の指定商品又は役務項目において登録出願をすることを当該自然人から授権されていることを示す補足証拠又は補正書類を提供するよう要求することができる。
- (9) 商標登録出願人と引用商標の所有者は、共に中国の公民で、かつ氏名、住所が同一であるものの、身分証明書の番号の個別の数字又はアルファベットのみが公民の身分番号のコーディング規則の変化によって異なり、同一主体であるかが疑われる場合。外国籍の出願人について、国籍、氏名、住所が共に同一であり、パスポート番号のみがパスポートの更新によって異なり、同一の主体であるかが疑われる場合。外国籍の出願人について、英語名称、英語住所が言語の種類、略語形式などの理由によって、極めて微細な差異があり、同一の主体であるかが疑われる場合。このような場合においては、出願人に対し、補足証拠又は補正書類を提供し、引用商標所有者と同一の主体であるか否かを説明するよう要求することができる。
- (10) 出願情報に誤りがあり又は確認できない場合。出願人又はその代理機構が記入した商標出願情報に誤りがあり、出願人の権利能力証明書類と一致しない場合。出願人が商標登録願書に添付した営業許可書について、国家企業信用情報公示システムで照合することができない場合。このような場合においては、出願人に対して、変更又は訂正手続を通じて誤りを解消するよう、又は補足証拠や補正書類を提供し、その営業許可書の真実性と有効性について説明するよう要求することができる。
- (11) 商標にその書き方が規範的であるか否かを確定しにくい漢字が含まれる場合、出願人に対し、補足証拠又は補正書類を提供して、その出所について説明するよう要求することができる。
- (12) 音商標、色彩結合商標などについて、商標法第十一条第二項の規定に適合する可能

性がある場合、出願人に対し、補足証拠又は補正書類の提供を求めることができる。長期的な使用を通じて顕著な特徴を備えるようになったと説明がなされたものについては、初歩査定することが可能である。

- (13) 立体商標を構成する立体的形状が顕著な特徴を有していない場合、出願人は、立体的形状の専用権の放棄を声明する必要がある。
- (14) 商標に一人の出願人の独占的使用が望ましくない顕著でない部分が含まれている場合、出願人は、専用権の放棄を声明する必要がある。
- (15) 審査決定に重大な影響を及ぼす先行商標に係る変更、譲渡又は出願人の名義訂正に係る手続が進められているものの、変更、譲渡又は訂正決定を当該商標登録出願の法定審査期間内に下すことができない場合には、審査意見書を発出して、出願人に対し、法に基づいて書面による審査猶予請求を提出することができる旨を告知することができる。先行事案の審理結果を待つ期間は、当該商標登録出願の審査期間に計上されない。
- (16) 使用を目的としない悪意のある商標登録出願の疑いが持たれる場合、出願人に対して、商標登録出願の意図及び使用状況について説明を求めることができる。
- (17) 団体商標、証明商標の登録出願の内容について説明又は補正する必要がある場合。
- (18) 審査意見書手続を実施する確かな必要性があるその他の場合。

出所：2021年11月24日付け中国国家知識産権局 ウェブ サイト

https://www.cnipa.gov.cn/art/2021/11/24/art_527_171611.html?xxgkhide=1

※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・解釈などが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障するものではないことを予めご了承下さい。