

商標審査及び審理基準

商 標 局
中華人民共和国国家工商行政管理総局
商標評審委員会

2016年12月

独立行政法人 日本貿易振興機構(ジェトロ)

北京事務所知的財産権部編

※本資料は仮訳の部分を含みます。ジェトロでは情報・データ・解釈などをできる限り正確に記すよう努力しておりますが、本資料で提供した情報などの正確性についてジェトロが保証するものではないことを予めご了承下さい。

目次

上編 商標審査基準

第一部分 商標として使用できない標識の審査	15
一、法的根拠	15
二、中華人民共和国の国家名称、国旗、国章、国歌、軍旗、軍章、軍歌、勲章などと同一又は類似するもの、および中央国家機関の名称、標識、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	15
(一) わが国の国家名称と同一又は類似するもの	16
1. 商標の文字、アルファベットの構成がわが国の国家名称と同一のものは、わが国の国家名称と同一であると判定される。	16
2. 商標の意味、読み方又は外観がわが国の国家名称と類似し、公衆にわが国の国家名称と誤認させやすいものは、わが国の国家名称と類似すると判定される。	16
(二) わが国の国旗、国章、国歌と同一又は類似するもの	17
1. 商標の文字、図形、音声又はそれらの組合せがわが国の国旗、国章、国歌の名称、図案又は音声と同一又は類似し、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は、わが国の国旗、国章、国歌と同一又は類似すると判定される。	17
2. 商標に「五星」、「紅旗」の文字又は「五星の図案」、「紅旗の図案」が含まれるが、公衆にそれを国旗と関連付けさせないものは、わが国の国旗と同一又は類似すると判定されない。	18
(三) わが国の軍旗、軍章、軍歌、勲章と同一又は類似するもの	18
(四) 中央国家機関の名称、標識、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	19
三、外国の国家名称、国旗、国章、軍旗などと同一又は類似するもの	19
(一) 商標が外国の国家名称と同一又は類似するもの	19
(二) 商標が外国の国旗、国章、軍旗の名称又は図案と同一又は類似するもの	22
四、政府間国際組織の名称、旗、徽章と同一又は類似するもの	22
五、管理措置の実施および保証の付与を示す公式標識、検査刻印と同一又は類似するもの	23
六、「赤十字」、「赤新月」の名称、標識と同一又は類似するもの	24
(一) 商標の文字構成、図形外観又はそれらの組合せが「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、図案とは視覚的にほぼ区別がないものは、「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、標識と同一であると判定される。	25

(二) 商標の文字構成、図形外観が、公衆にそれを「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、図案と誤認させるのに十分であるものは、「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、標識と類似すると判定される。	25
七、民族差別扱いの性格を帯びるもの.....	26
八、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	26
(一) 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.....	27
1. 商品又は役務の質、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.....	27
2. 商品の機能、用途の特徴について公衆に誤認を生じさせやすいもの.....	27
3. 商品の種類、主要原料、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.....	28
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.....	29
5. 公衆に熟知されている書籍、ゲーム、映画、テレビ番組、ラジオ番組、歌曲の名称を、関連する商品又は役務に使用する場合、指定商品又は役務の内容について、消費者に誤認を生じさせやすいもの.....	29
(二) 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.....	30
1. 商標が地名からなり、又は商標に地名が含まれ、出願人が当該地域からの者ではなく、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（別の意味を持たないわが国の県級以上の行政区画の地名又は公知の外国地名である場合、同時に「商標法」第十条第二項の規定を適用して拒絶すべきである）	30
2. 商標の文字構成がわが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違うが、字体、読み方が類似しており、それを当該地名に誤認させるのに十分であり、それによって、商品の産地について公衆に誤認を生じさせやすいもの.....	31
3. 商標がわが国の県級以上の行政区画の地名以外のその他の地名からなり、又は商標に上記の地名が含まれ、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.....	32
4. 商標に国家名称が含まれ、出願人が当該国家からの者ではなく、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.....	32
5. 商標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るもの.....	32
6. 商標が他人の名称からなり、本人の承認を受けておらず、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（政治、宗教、歴史などの著名な人物の姓名からなり、わが国の政治、経済、文化、宗教、民族などの社会公共利益と公共秩序に消極的、マイナスな影響を及ぼすのに十分である場合、「商標法」第十条第一項（八）の規定を適用して拒絶することができる）.....	35

7. その他の公衆に誤認を生じさせやすいもの	35
九、社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の不良な影響を及ぼすもの	36
(一) 社会主義の道徳、風習を害するもの	36
(二) 政治的に不良な影響があるもの	37
1. 国家、地域又は政治的国際組織の指導者の姓名と同一又は類似するもの	37
2. 国の主権、尊厳とイメージを害するもの	37
3. 政治的意味を有する数字などからなるもの	37
4. テロ組織、邪教組織、暴力団の名称又はそのリーダーの姓名と同一又は類似するもの	37
(三) 商標にわが国の国家名称が含まれ、国家名称の濫用につながり、社会公共利益と公共秩序にその他の消極的、マイナスな影響を及ぼす可能性があるもの	38
(四) 民族の尊厳や感情を害するもの	38
(五) 宗教信仰、宗教感情又は民間の信仰を害するもの	39
1. 商標が次の各号のいずれかに該当する場合は、宗教信仰、宗教感情又は民間の信仰を害するものと判定される。	39
2. 商標が次の各号のいずれかに該当する場合は、宗教信仰、宗教感情又は民間の信仰を害するものと判定されない	40
(六) わが国の各党派、政府機関、社会団体などの単位又は組織の名称、標識と同一又は類似するもの	41
(七) わが国の党・政府機関の職務又は軍の行政職務、肩書きの名称と同一のもの	41
(八) 各国の法定貨幣の図案、名称又は表記と同一又は類似するもの	42
(九) 商標中に正しくない漢字が含まれるか、又は熟語の規範的ではない使用に当たり、公衆特に未成年者の認識をミスリードしやすいもの	42
(十) 商標には政治、宗教、歴史などの著名な人物の姓名と同一又は類似する文字が含まれ、わが国の政治、経済、文化、宗教、民族などの社会公共利益と公共秩序に消極的、マイナスな影響を及ぼすのに十分であるもの	43
(十一) その他の不良な影響を及ぼすもの	43
十、地名を含む商標の審査	44
(一) 県級以上の行政区画の地名を含む商標の審査	45
(二) 公知の外国地名を含む商標の審査	47
(三) 商標に含まれる地名とその他の顕著な特徴を持つ標識とが相互に独立し、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	48
(四) 地名が集団商標、証明商標の構成部分であるものは除く	49
第二部分 商標の顕著な特徴の審査	49

一、法的根拠	49
二、関連解釈	49
三、その商品の普通の名称、図形、規格だけを有するもの	50
(一) 指定商品の一般名称だけを有するもの	50
(二) 指定商品の一般に使われている図形だけを有するもの	50
(三) 指定商品の普通の規格だけを有するもの	50
四、単に商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量およびその他の特徴を直接表示したにすぎないもの	50
(一) 単に指定商品の品質を直接表示するもの	51
(二) 単に指定商品の主要原料を直接表示するもの	51
(三) 単に指定商品の機能、用途を直接表示するもの	51
(四) 単に指定商品の重量、数量を直接表示するもの	52
(五) 単に指定商品のその他の特徴を直接表示するもの	52
1. 単に指定商品又は役務の特定消費対象を直接表示するもの、例えば	52
2. 単に指定商品又は役務の価格を直接表示するもの、例えば	52
3. 単に指定商品又は役務の内容を直接表示するもの、例えば	53
4. 単に指定商品のスタイル、特色を直接表示するもの、例えば	53
5. 単に指定商品の利用方式、使い方を直接表示するもの、例えば	54
6. 単に指定商品の製法を直接表示するもの、例えば	54
7. 単に指定商品の製造場所、時間、年度などの特徴を直接表示するもの、 例えば	54
8. 単に指定商品の形態を直接表示するもの、例えば	54
9. 単に指定商品の有効期限、賞味期限又は役務時間を直接表示するもの、 例えば	55
10. 単に役務の経営場所、商品の販売場所又は地域の範囲を直接表示するもの、 例えば	55
11. 単に商品の技術的特徴を直接表示するもの、例えば	55
五、その他の顕著な特徴に欠けるもの	56
(一) 簡単すぎる線、普通の幾何図形	56
(二) 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組合せ	56
(三) 普通の形をする一つ又は二つのアルファベット	56
(四) 普通の形のアラビア数字	57
(五) 指定商品の一般に使用されている包装、容器又は装飾図案	57
(六) 単一の色彩	58
(七) 商品又は役務の特徴を表明する連語又は文、一般の広告宣伝用語	58
(八) 当該業界又は関連業界でよく使われる取引場所の名称、貿易用語又は標識	59
(九) 企業の組織形態、当該業界の名称又は略称	60

(十) 単に電話番号、住所、番地からなるもの.....	60
(十一) よく使われる祝福・賛美の言葉からなるもの.....	61
六、顕著な特徴がない標識を含む商標の審査.....	61
(一) 商標が顕著な特徴がない標識とその他の要素により構成される場合、その中の顕著な特徴がない標識がその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、関連する使用禁止条項が適用されず、顕著な部分だけについて類似検索を行なえばよい。.....	61
(二) 商標が顕著な特徴がない標識とその他の要素により構成されるが、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しがたい場合、やはり顕著な特徴がないと見なされる。.....	61
七、使用により顕著な特徴を備えるようになった商標の審査.....	62
第三部分 商標の同一、類似の審査.....	64
一、法的根拠.....	64
二、関連解釈.....	64
三、商標同一の審査.....	65
(一) 文字商標の同一.....	65
(二) 図形商標の同一.....	65
(三) 組合せ商標の同一.....	66
四、商標類似の審査.....	66
(一) 文字商標の審査.....	66
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、配列の順序だけが違い、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させやすいものは、類似商標と判定される。.....	66
2. 商標の文字が字、単語の重複により構成され、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は、類似商標と判定される。.....	67
3. 中国語の商標であって三つ又は三つ以上の漢字からなり、単に個別の漢字が異なり、全体としては意味がなく又は意味的に明らかな区別がなく、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は、類似商標と判定される。.....	67
4. 商標文字の読み方が同一又は類似するほか、字体又は全体の外観が類似しており、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は、類似商標と判定される。.....	69
5. 商標の文字構成、読み方が異なるが、商標の字体が類似しており、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は、類似商標と判定される。.....	70
6. 商標の文字構成、読み方が異なるが、意味が同一又は類似しており、関連消費者に商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものは、類似商標と判定される。.....	71

7. 商標が同じ外国語、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、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は、類似商標と判定される。	72
8. 外国語の商標であって、四つ又は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、全体としては意味がない又は意味上明らかな差異がなく、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は、類似商標と判定される。	74
9. 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、意味上明らかな差異がなく、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は、類似商標と判定される。	76
10. 外国語の商標であって、単数・複数、動詞・名詞、略語、冠詞の添加、比較級若しくは最高級、品詞などに関して語形が変化しただけで、その意味は基本的に同一で、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものは、類似商標と判定される。	76
11. 商標は単に他人の先行商標に当該商品の普通名称、規格を加えたものであって、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は、類似商標と判定される。	77
12. 商標は単に他人の先行商標に商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量およびその他の特徴を直接表示する文字を加えたものであって、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は、類似商標と判定される。	78
13. 商標は単に他人の先行商標に商品の生産、販売又は使用場所を示す文字を加えたものであって、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は、類似商標と判定される。	79
14. 商標が単に他人の先行商標に修飾するための形容詞又は副詞および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、意味は基本的に同じで、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させやすいものは、類似商標と判定される。	81
15. 二つの商標又はその中の一つの商標は相対的に独立する二つ又は二つ以上の部分により構成されるものであって、その中の顕著な部分が類似し、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は、類似商標と判定される。	83
16. 商標が他人が持っている一定の知名度又は強い顕著性のある先行文字商標を完全に含むものであって、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は、類似商標と判定される。	85
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が含まれる商標において、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は、類似商標と判定される。	86
(二) 図形商標の審査	86
1. 商標の図形の構図と全体の外観が類似し、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は、類似商標と判定される。	86
2. 商標が一定の知名度又は強い顕著性を持つ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は、類似商標と判定され	

る。	88
(三) 組合せ商標の審査	88
1. 商標における漢字の部分が同一又は類似し、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は、類似商標と判定される。	88
2. 商標における外国語、アルファベット、数字の部分が同一又は類似し、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は、類似商標と判定される。	89
3. 商標における中国語とその他の異なる言葉の文字の主要な意味が同一又はほぼ同一で、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものは、類似商標と判定される。	92
4. 商標における図形の部分が類似し、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は、類似商標と判定される。	94
5. 商標における文字、図形は異なるが、配列・組み合わせの方法又は全体として表現した物事がほぼ同じであるため、商標全体の外観又は意味が類似し、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は、類似商標と判定される。	96
第四部分 立体商標の審査基準	98
一、法的根拠	98
二、関連解釈	98
三、立体商標の方式審査	99
四、立体商標の実体審査	99
(一) 立体商標の使用禁止条項の審査	99
(二) 立体商標の機能性の審査	100
1. 立体的標識が単に商品自体の性質により生じた立体形状により構成される場合、すなわち、当該立体形状が、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、又は通常採用している立体形状である場合には、当該立体的標識は機能性を備えていると判定される。	100
2. 立体的標識が単に技術的効果を得るために必要な商品の立体形状により構成される場合、すなわち、当該立体形状は、商品に特定の機能を持たせるため、又は商品固有の機能がより実現し易くするために採用しなければならない立体形状である場合には、当該立体的標識は機能性を備えていると判定される。	101
3. 立体的標識が単に商品に実質的な価値を備えさせるための立体形状により構成される場合、すなわち、当該立体形状が、商品の外観と形が商品の価値に影響を及ぼすようにするために採用している立体形状である場合には、当該立体的は標識機能性を備えていると判定される。	101
(三) 立体商標の顕著な特徴の審査	102
1. 顕著な特徴を備えない立体形状	102
2. 商品自体の立体形状	103
3. 商品の包装物の立体形状	103

4. 立体的標識とその他の平面要素の組合せ	105
5. 顕著な特徴を備えないその他の状況	106
(四) 立体商標の同一、類似の審査	106
1. 立体商標間の同一、類似の審査	107
2. 立体商標と平面商標間の同一、類似の審査	108
第五部分 色彩組合せ商標の審査	111
一、法的根拠	111
二、関連解釈	111
三、色彩組合せ商標の方式審査	111
四、色彩組合せ商標の実体審査	112
(一) 色彩組合せ商標の顕著な特徴の審査	112
(二) 色彩組合せ商標の同一、類似の審査	113
1. 色彩組合せ商標間の同一、類似の審査	113
2. 色彩組合せ商標と平面商標・立体商標間の同一、類似の審査	114
第六部分 音声商標の審査	115
一、法的根拠	115
二、関連解釈	115
三、音声商標の方式審査	115
四、音声商標の実体審査	117
(一) 音声商標の使用禁止条項の審査	117
(二) 音声商標の顕著な特徴の審査	118
(三) 音声商標の同一、類似の審査	118
第七部分 団体商標、証明商標の審査	119
一、法的根拠	119
二、関連解釈	119
三、普通の団体商標の審査	120
(一) 出願人の主体資格の審査	120
(二) 団体商標の使用管理規則の審査	120
四、普通の証明商標の審査	120
(一) 出願人の主体資格の審査	120
(二) 証明商標の使用管理規則の審査	120
五、地理的表示を団体商標、証明商標とするものの審査	121

(一) 出願人の主体資格の審査	121
(二) 使用管理規則の審査	121
1. 指定商品の特定の品質に対する審査	122
2. 地理的表示である団体商標、証明商標の指定商品の特定の品質、信用・ 名誉又はその他の特徴と、当該地理的表示の表示する地域の自然的要素若し くは人文的要素との関連に対する審査	122
3. 生産地域の範囲の審査	124
第八部分 特殊標識の審査	125
一、法的根拠	125
二、関連解釈	125
三、審査の内容	125
(一) 特殊標識の方式審査	125
(二) 特殊標識の実体審査	125
四、特殊標識登録の無効宣告を請求する手続き	126
第九部分 商標代理機構による商標登録出願の審査	127
一、法的根拠	127
二、関連解釈	127
三、商標代理機構による商標登録出願の審査	127
第十部分 商標法第五十条の適用に関する規定	128
一、法的根拠	128
二、関連解釈	128
三、「商標法」第五十条の適用	128
第十一部分 審査意見書の適用	129
一、法的根拠	129
二、関連解釈	129
三、審査意見書の適用	129
四、審査意見書の説明/補正意見の審査	130
(一) 説明/補正意見の方式審査	130
(二) 説明/補正意見の実体審査	130
一、他人の馳名（＝著名）商標の複製、模倣又は翻訳の審理基準	132
1. はじめに	133

2. 馳名商標の認定原則	133
3. 適用条件	133
4. 馳名商標の判定	134
5. 他人の馳名商標の複製、模倣又は翻訳の判定.....	135
6. 混同、誤認の可能性の判定	136
7. 馳名商標保護の範囲の判定	136
8. 悪意の登録の判定	136
二、被代理人又は被代表人の商標を無断で登録した場合の商標審理基準.....	138
1. はじめに	138
2. 適用の条件	138
3. 代理関係、代表関係の判定	138
4. 被代理人、被代表人の商標	139
5. 被代理人又は被代表人の商標に対する保護の範囲は、当該商標を使用する商品・ 役務と同一の商品・役務だけでなく、類似の商品・役務にも及ぶ。	139
6. 代理人、代表人が登録を出願してはならない商標は、被代理人又は被代表人の商 標と同一の商標だけでなく、被代理人又は被代表人の商標と類似の商標も含まれる。	139
7. 代理人、代表人が商標登録の授権を取得したかについての判定.....	139
三、特定関係者による他人の先使用商標の抜け駆け出願の審理基準...	141
1. はじめに	141
2. 適用の条件	141
3. 契約、業務上のやり取り関係およびその他の関係の判定.....	141
4. 「先使用」の判定	142
5. 特定関係者の名義で登録を出願していないが、登録出願人と特定関係者とが結託 共謀していることを証明できる証拠がある場合、「商標法」第十五条第二項にいう 特定関係者による抜け駆け出願行為に当る。結託共謀による抜け駆け出願行為につ いては、状況を見て、商標登録出願人と上記特定関係者間の親族、投資などの関係 により推定することができる。	142
6. 特定関係者が登録出願してはならない商標には、他人の先使用商標と同一の商標 だけでなく、他人の先使用商標と類似する商標も含まれる。	142
7. 他人の先使用商標に対する保護の範囲は、当該商標を使用する商品・役務と同一 の商品・役務だけでなく、類似する商品・役務にも及ぶ。	142

四、他人先行権利の侵害に関する審理基準	143
1. はじめに	143
2. 先行権利	143
3. 先行権益	146
五、他人が既に使用している一定影響力を有する商標の抜け駆け登録に関する審理基準	148
1. はじめに	148
2. 適用の条件	148
3. 既に使用されており一定の影響力を有する商標の判定.....	148
4. 「不正な手段」の判定	149
5. 本条項にいう状況に当るかどうかは、「一定の影響力」と「不正な手段」の事情を総合的に勘案しなければならない。	149
六、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理基準	150
1. はじめに	150
2. 適用の条件	150
七、登録商標取消案件の審理基準	152
1. はじめに	153
2. 登録商標の無断変更があるかどうかの判定.....	153
3. 登録商標の登録者名義、登録者住所又はその他の登録事項の無断変更があるかどうかの判定	153
4. 登録商標がその指定商品の一般名称となっているかどうかの判定.....	153
5. 登録商標の連続3年間不使用の判定.....	154
八、類似商品又は役務の審理基準	156
1. はじめに	156
2. 類似商品の判定	156
3. 類似役務の判定	157
4. 商品と役務が類似しているかどうかの判定.....	157

九、使用によって顕著な特徴を備えるようになった標識の審理基準... 158

1. 「商標法」第十一条第一項にいう標識は使用によって関連公衆が当該使用者から提供された商品・役務を識別するための標識となった場合、「商標法」第十一条第二項の規定に従って、それが商標として登録できると判定しなければならない。158
2. 「商標法」第十一条第二項の規定により、ある標識が使用によって顕著な特徴を備えるようになったかどうかを審査するに当たって、次の要素を総合的に勘案しなければならない。158
3. ある標識が使用によって顕著な特徴を備えるようになったかどうかを判定するには、国内関連公衆の認識を基準としなければならない。当事者は当該標識が使用によって顕著な特徴を備えるようになったと主張する場合、それ相応の証拠資料を提出して証明しなければならない。当該標識の使用状況を証明するための証拠資料は、使用している商標標識、商品・役務、使用日と当該標識の使用者を示せるものでなければならない。当該標識の使用者には、商標登録出願人と商標許諾使用者が含まれる。159
4. 使用によって顕著な特徴を備えるようになった標識を登録出願するに当たっては、実際に使用している標識とおおよそ一致しなければならない。当該標識の顕著な特徴を変えてはならない。かつ実際に使用している商品又は役務での使用を限定しなければならない。当該標識とその他の標識とを共同で使用する場合、当該標識をその他の標識の顕著な特徴から区別し、当該標識自身が使用によって顕著な特徴を備えるようになったかどうかを判断しなければならない。159
5. ある標識が使用によって顕著な特徴を備えるようになったかどうかの判定について、拒絶査定不服審判案件、不登録決定不服審判案件では審理時の事実状態を基準とし、無効宣告案件では原則的には係争商標登録出願時の事実状態を基準とし、審理時の事実状態を参考としなければならない。159

十、利害関係者の認定..... 160

1. はじめに160
2. 利害関係者160

上編

商標審查基準

第一部分 商標として使用できない標識の審査

一、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、勳章などと同一又は類似するもの、および中央国家機関の名称、標識、所在地の特定地名又は標章性を有する建築物の名称、図形と同一のもの。

(二) 外国の国名、国旗、国章、軍旗などと同一又は類似するもの。ただし、当該国政府の許諾を得ている場合は、この限りではない。

(三) 各政府よりなる国際組織の名称、旗、徽章などと同一又は類似するもの。ただし、同組織の許諾を得ている場合、又は公衆に誤認を生じさせない場合は、この限りではない。

(四) 実施管理し保証することを表す政府の公式標章、検査印と同一又は類似するもの。ただし、その権利の授権を得ている場合は、この限りではない。

(五) 「赤十字」、「赤新月」の名称、標章と同一又は類似するもの。

(六) 民族差別扱いの性質を帯びたもの。

(七) 欺瞞性を帯びており、公衆に商品の品質などの特徴又は産地について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広州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、この限りではない。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。

本条は、商標として使用できない標識を列挙し、地名を商標とする場合の制限を明確にしている。「商標として使用できない」とは、これらの標識を商標として登録することを禁止するほか、上記標識を商標として使用することも禁止することをいう。この部分の第二条～第十条は、「商標法」第十条の各項、各号の理解と適用を順次説明している。

二、中華人民共和国の国家名称、国旗、国章、国歌、軍旗、軍章、軍歌、勳章などと同一又は類似するもの、および中央国家機関の名称、標識、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

本条にいう「国家名称」は全称、略称、略語を含む。わが国の国家名称の全称は「中華人民共和国」、略称は「中国」、「中華」、英文全称は「THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA」、略語又は略語は「CHN」、「P. R. C」、「CHINA」、「P. R. CHINA」、「PR OF CHINA」である。「国旗」は五星紅旗である。「国章」は中央に五つの星に輝かされている天安門があり、

周りに穀物の穂と歯車があるものである。「国歌」は「義勇軍行進曲」である。「軍旗」は中国人民解放軍の「八一」軍旗で、赤い背景に左上角を金色の五角星と「八一」の文字で飾っているものである。「軍章」は「八一」軍章ともいわれ、金色で縁どられる赤い五角星の中央に金色の「八一」が描かれるものである。「八一」軍章は即ち陸軍の軍章であり、海軍と空軍の軍章は「八一」軍章をイメージ図案とするが、海軍の軍章は藏藍色（ダークブルー）を底色とする銀灰色の鉄の錨が描かれており、空軍の軍章は空色を底色とする金色の鷹の両翼が描かれている。「軍歌」は「中国人民解放軍行進曲」である。「勳章」は国家の関連部門が国家・社会に貢献した個人又は組織に授与する、榮譽を示す徽章（「八一勳章」など）である。「中央国家機関の名称、標識、所在地の特定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。

（一）わが国の国家名称と同一又は類似するもの

1. 商標の文字、アルファベットの構成がわが国の国家名称と同一のものは、わが国の国家名称と同一であると判定される。

例：



2. 商標の意味、読み方又は外観がわが国の国家名称と類似し、公衆にわが国の国家名称と誤認させやすいものは、わが国の国家名称と類似すると判定される。

例：



例外：

(1) 客観的に存在するものを述べるもので、公衆に誤認させない場合

例：



指定商品：化粧品



指定役務：飲食物の提供

(2) 商標にはわが国の国家名称と同一又は類似する文字が含まれているが、全体的

には新聞紙、定期刊行物、雑誌の名称であって、かつ出願人の名義と一致している場合

例：



指定商品：新聞

出願人：中国消費者新聞社

- (3) 商標にはわが国の国家名称と同一又は類似する文字が含まれているが、全体的には企業・事業単位の略称である場合（ただし、本条を適用すれには、次の条件を満たす必要がある。出願人の主体資格は国務院又はその授権を受けた機関の批准を受けて設立されたものであること、出願人の名称が名称登記機関で法により登記されたものであること、出願商標が出願人の略称と一致すること、略称が国務院又はその授権を受けた機関の批准を受けたものであること）



- (4) わが国の出願人により出願された商標に含まれるわが国の国名は、その他の顕著な特徴を持つ標識とは相互に独立しており、国名が果たす役割は、出願人の所属国を表明することに限定される場合

例：



(二) わが国の国旗、国章、国歌と同一又は類似するもの

1. 商標の文字、図形、音声又はそれらの組合せがわが国の国旗、国章、国歌の名称、図案又は音声と同一又は類似し、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は、わが国の国旗、国章、国歌と同一又は類似すると判定される。

例：

五★红旗



2. 商標に「五星」、「红旗」の文字又は「五星の図案」、「红旗の図案」が含まれるが、公衆にそれを国旗と関連付けさせないものは、わが国の国旗と同一又は類似すると判定されない。

例：



指定商品：肥料



指定商品：ビール

(三) わが国の軍旗、軍章、軍歌、勳章と同一又は類似するもの

商標の文字、図形、音声又はそれらの組合せがわが国の軍旗、軍章、軍歌、勳章の名称、図案又は音声と同一又は類似し、公衆にそれを軍旗、軍章、軍歌、勳章と関連付けさせるのに十分であるものは、わが国の軍旗、軍章、軍歌、勳章と同一又は類似すると判定される。

例：



(軍旗)



(軍章)



(独立自由勳章)



(解放勳章)



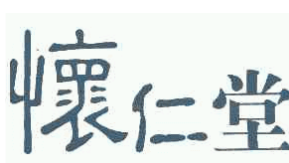
(八一勳章)



(「全国五一労働奨章」と類似する)

(四) 中央国家機関の名称、標識、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

例：



三、外国の国家名称、国旗、国章、軍旗など同一又は類似するもの

本条にいう「国家名称」は中国語と外国語による全称、略称、略語を含む。「国旗」は国家により公式に決定されたその国を代表する旗である。「国章」は国家により公式に決定されたその国を代表する標識である。「軍旗」は国家により公式に決定されたその国の軍隊を代表する旗である。

(一) 商標が外国の国家名称と同一又は類似するもの

商標の文字の構成が外国の国家名称と同一のものは、外国の国家名称と同一であると判定される。商標の文字が外国の国家名称と類似するか又は外国の国家名称と同一若しくは類似する文字を含むものは、外国の国家名称と類似すると判定される。

例：



(「FRANCE」の訳は「フランス」)



指定商品：ペイント（ペンキ）

指定商品：旅行かばん

Mei Guo

指定商品：炭酸水、コーラ飲料

拉脱維雅

指定商品：被服



(「FRANCE」の訳は「フランス」)

ただし、次の各号の一に該当するものは除く。

1. 当該国の政府の承諾を得ているもの

この規定の適用に当たっては、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。出願人が当該商標を同一又は類似する商品に使用することについて、当該外国ですでに登録を受けている場合、当該外国政府の承諾を得ているとみなされる。

2. 明らかにほかの意味を有し、かつ公衆に誤認を生じさせないもの

例：



(フランスの国名の「FRANCE」とは二つのアルファベットが違い、英語では「素直、誠意ある」の意味であって、よく見かける英語の人名「Frank」でもある。)

指定商品：被服、靴、ネクタイ



(TURKEY はトルコの国名と同一であるが、英語の意味は「シチメンチョウ」である。)

指定商品：被服

3. 商標が外国の旧国名と同一又は類似するもの

例：



(米国の旧称) 指定商品：被服

ただし、特定商品に使用され、公衆に商品の産地への誤認を生じさせやすいものは、「商標法」第十条第一項第（七）号の規定を以って拒絶する。

例：



指定商品：朝鮮人参



(タイ国の旧称)

指定商品：米

4. 商標が二つ又は二つ以上の国名の中国語略称による組合せであって、公衆に商品の産地への誤認を生じさせないもの。

例：



(中国とタイの中国語略称による組合せ)

指定商品：ハンマー



(中国とフランスの中国語略称による組合せ)

指定商品：照明用器具

ただし、特定商品に使用され、公衆による商品の産地への誤認を生じさせやすいものは、「商標法」第十条第一項第（七）号の規定を以って拒絶する。

例：



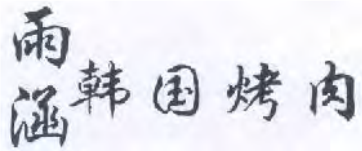
指定商品：ぶどう酒

5. 商標に含まれる国名がその他の顕著な特徴を持つ標識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葉と共同で指定商品や役務の関連特徴を如実に表示するもの

例：



(「ITALIANO」の訳は「イタリア」)
出願人：(イタリア) CIELO E TERRA S.P.A.



指定役務：飲食物の提供
出願人：わが国のある自然人

(二) 商標が外国の国旗、国章、軍旗の名称又は図案と同一又は類似するもの

商標の文字、図形若しくはそれらの組み合わせが外国の国旗、国章、軍旗の名称又は図案と同一又は類似し、公衆にそれを外国の国旗、国章と関連付けさせるのに十分であるものは、外国の国旗、国章と同一又は類似すると判定される。

例：



(訳は「英国の国旗」)



(米国の国旗と類似する)



(イタリアの国旗と類似する)

ただし、当該国政府の承諾を得ているものは除く。この規定の適用に当たっては、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当該外国ですでに登録を受けているとき、当該外国政府の承諾を得ているとみなされる。

四、政府間国際組織の名称、旗、徽章と同一又は類似するもの

本条にいう「政府間国際組織」とは、いくつかの国家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、一定の規則制度を持っている団体である。例えば、国連、欧州連盟、東南アジア諸国連合、アフリカ統一機構、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等。国際組織の名称は全称、略称又は略語を

含む。例えば、国連の英語の全称は「United Nations」、略語は「UN」。欧州連盟の中国語の略称は「欧盟」で、英語の全称は「European Union」、略語は「EU」である。

商標の文字構成、図形外観又はそれらの組合せが、公衆にそれを政府間国際組織の名称、旗、徽章と関連付けさせるのに十分であるものは、政府間国際組織の名称、旗、徽章と同一又は類似すると判定される。例：



(「UN」は国連の英文略語である)



(WTO は世界貿易機関の英文略語である)



(APEC はアジア太平洋経済協力の英文略語である)

ただし、次の各号の一に該当するものは除く。

1. 当該政府間国際組織の承諾を得ているもの。この規定の適用に当たっては、出願人は関係の証明書類を提出しなければならない。
2. 明らかにほかの意味を有し、又は特定の表現を持つものであって、公衆に誤認を生じさせないもの。

例：



(「UN」は国連の英文略語と同じであるが、全体として特別な表現方式を採用している)

指定商品: 比重計

五、管理措置の実施および保証の付与を示す公式標識、検査刻印と同一又は類似するもの

本条にいう「公式標識、検査刻印」とは、商品の品質、性能、成分、原料などに対して管理措置を実施し、保証を付与することや検査の実施を表明するための政府機関の標識や刻印である。

例：



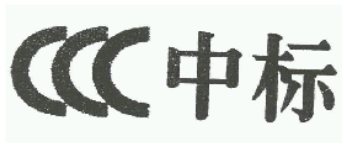
(中国強制製品認証の標識)



(外貨両替の統一標識)

商標の文字、図形又はそれらの組合せが、公衆にそれを管理措置の実施および保証の付与を示す公式標識、検査刻印と関連付けさせるのに十分であるものは、当該公式標識、検査刻印と同一又は類似すると判定される。

例：



指定商品：照明器具および装置

ただし、次の各号の一に該当するものは除く。

1. 当該政府機関の承諾を得ているもの。本条の規定の適用に当たっては、出願人は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. 明らかな別の意味又は特定の表現方式を有するものであって、又は公衆に誤認を生じさせないもの

例：



指定商品：携帯電話用電池、携帯電話用充電器



指定商品：蛇口、シャワー用設備

六、「赤十字」、「赤新月」の名称、標識と同一又は類似するもの

本条にいう「赤十字」（図一参照）標識は国際人道支援の標識であり、武装部門における医療機関の特定の標識であり、赤十字社専用の標識である。「赤新月」（図二参照）標識はアラビア国家と一部のイスラム国家の赤新月社の専用標識であって、赤十字標識と同じ性質と機能を持っているものである。赤十字標識は白い背景に赤い十字の形で、赤新月標識は右又は左に曲がる赤い新月である。

図三に示す「赤水晶」標識（白い背景に赤い枠の縦の正方形）は、国際人道法に規定される戦場救護の三番目の特別な標識であって、「赤十字」「赤新月」標識と同等の

法的効力と地位を持つものである。



(図一)



(図二)



(図三)

(一) 商標の文字構成、図形外観又はそれらの組合せが「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、図案とは視覚的にほぼ区別がないものは、「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、標識と同一であると判定される。

例：

Red Cross

(「Red Cross」の訳は「赤十字」)



(「red crescent」の訳は「赤新月」)

(二) 商標の文字構成、図形外観が、公衆にそれを「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、図案と誤認させるのに十分であるものは、「赤十字」、「赤新月」、「赤水晶」の名称、標識と類似すると判定される。

例：



指定商品：医療用薬剤

ただし、明らかに別の意味又は特定の表現方式を有するものであって、又は公衆に誤認を生じさせないものは除く。

例：



指定商品：消火器



指定商品：印刷用インキ、顔料

七、民族差別扱いの性格を帯びるもの

本条にいう「民族差別扱い」とは、商標の文字、図形又はその他の構成要素に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である。又は「民族差別扱い」に当るかを判定するに当っては、商標の構成とその指定商品・指定役務を総合的に考慮しなければならない。

商標の文字構成が民族の名称と同一又は類似するものであって、特定の民族に対して醜く描いたり、低く評価したりするものは、民族差別扱いの性格を帯びるものと判定される。

例：

印第安人
INDIAN

指定商品：水洗便所

ただし、明らかにほかの意味を有するもの、又は民族差別扱いの意味が生じないものは除く。

例：



指定商品：オーデコロン



指定商品：新生児用被服

八、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、商標がその指定商品又は役務の品質などの特徴や産地について、その固有程度を超え、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や産地について公衆に誤認を生じさせやすいことをいう。

(一) 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

1. 商品又は役務の質、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：



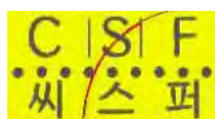
指定商品：砂糖、茶

国酒

指定商品：白酒（蒸留酒）



指定商品：ミネラルウォーター



消费者满意的好家具

指定商品：家具

周大麟 24K

指定商品：人造金製品

2. 商品の機能、用途の特徴について公衆に誤認を生じさせやすいもの

例：

清雪剂

指定商品：薬剂（人用のもの）

（当該文字は読み方が「清血剂」と同じで、当該製品が「清血」の機能をもっている」と公衆に誤認を生じさせやすい）

肺力长

指定商品：コーヒー、茶、はちみつ

捷力特 奇效转阴 99

指定商品：薬剂（人用のもの）

代謝修復

指定商品：食用ツバメの巣、果実の缶詰



指定商品：染料

3. 商品の種類、主要原料、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の

例：



指定商品：魚の加工食品

绵泉黑猪

指定商品：家禽肉（生きているものを除く）



指定商品：ビタミン製剤、たら肝油

山楂

指定商品：亀苓膏（亀ペースト）、調味料

铁观音

指定商品：紙巻たばこ

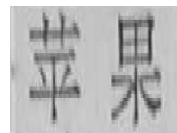
功夫醬

指定商品：砂糖、食塩

ただし、登録を出願した標識、文字などが指す意味又は物品は登録を出願した商品（役務）と業界的な関連性がないものは除く。

山楂果 Hawthorn

指定商品：被服



指定商品：コンピュータ

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：

BLUE ARROW
850ml

指定商品：ミネラルウォーター

华虎 50支

指定商品：紙巻たばこ



指定商品：磁気テープ、光ディスク（音声、映像用）、眼鏡

明 嘉靖十八年

指定商品：宝飾品

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）



指定商品：被服

古海共晶

指定商品：不凍剤

5. 公衆に熟知されている書籍、ゲーム、映画、テレビ番組、ラジオ番組、歌曲の名称を、関連する商品又は役務に使用する場合、指定商品又は役務の内容について、消費者に誤認を生じさせやすいもの

例：

三国演义onweb

指定商品：漫画本



指定商品：アニメーションを内容とする記録済み媒体及び動画ファイル

商標を指定商品に使用すると、使用を指定された商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量とその他の特徴を直接表示するほか、上記特徴について公衆に誤認を生じさせる可能性もある場合、「商標法」第十条第一項（七）の規定を適用するか、又は第十条第一項（七）、第十一条第一項（二）の規定を同時に適用するべきである。

（二）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

1. 商標が地名からなり、又は商標に地名が含まれ、出願人が当該地域からの者ではなく、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（別の意味を持たないわが国の県級以上の行政区画の地名又は公知の外国地名である場合、同時に「商標法」第十条第二項の規定を適用して拒絶するべきである）

例：



（「NEW YORK」の訳は「ニューヨーク」であり、「PARIS」の訳は「パリ」である）
出願人：北京盛世傑威服装服飾有限公司



（「PARIS」の訳は「パリ」である）

出願人：M. SERGE LOUIS ALVAREZ

出願人の住所：18 RUE ROBIN, BP 148 F-26905 VALENCE CEDEX 9 (FRANCE)

**FREDERIQUE CONSTANT
GENEVE**

(「GENEVE」の訳は「ジュネーブ」である)

出願人：Fredric Constantin Holdings Limited

出願人の住所：15 BIENWOGGER, ANTILLES-CURACAO, NETHERLANDS

2. 商標の文字構成がわが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違
うが、字体、読み方が類似しており、それを当該地名に誤認させるのに十分であり、
それによって、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（蒸留酒）

札幌

指定商品：果実のエキス 出願人：南通富豪酒業有限公司



指定役務：喫茶店、バーなど

出願人の住所：雲南省麗江市滇西明珠花園別荘 605 棟

3. 商標がわが国の県級以上の行政区画の地名以外のその他の地名からなり、又は商標に上記の地名が含まれ、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

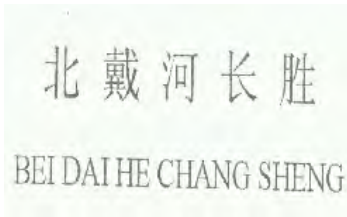
例：



指定商品：コメ、とうもろこし（ひき割り済）

ただし、指定された商品が、指している場所又は地域と特別な関連がなく、商品の産地について公衆に誤認を生じさせないものは除く。

例：



指定商品：オートバイ、自転車、ヨット

4. 商標に国家名称が含まれ、出願人が当該国家からの者ではなく、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：



出願人：（ベルギー）PAPERLOOP S. P. R. L.

5. 商標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るもの

本条にいう企業名称は全称、略称、中国語名称、英文名称および名称のピンインなどを含む。

商標に含まれる企業名称の行政区画又は地域名称、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、出願人の名義と実質的な差異があると判定される。

例：



指定商品：被服
(出願人：濰坊体会製衣有限公司)



指定商品：食肉
(アルファベットは「北京茂盛園肉食品廠」のピンイン。出願人：褚秀麗)



指定役務：病院、獣医補助、動物の飼育
(出願人：鄭伯昂)

潮創集團

指定役務：土地、建物の貸与など
(出願人：廣州潮創不動產開發有限公司)

汇智銀行

指定役務：法律的事項に関する研究など
(出願人：深セン市中興達文化傳播有限公司)

商標に含まれる企業名称が出願人の名称と一致しないが、商業習慣に一致し、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：



指定商品：プラスチック製包装容器
(出願人：「台湾」宏全国際股份有限公司)



指定商品：ロボット（機械）
(出願人：瀋陽新松ロボット自動化股份有限公司)



指定商品：家具用の附属品（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：ワイヤロープ（金属製繩）
(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。英文では出願人の名称と見なせる)

6. 商標が他人の名称からなり、本人の承認を受けておらず、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（政治、宗教、歴史などの著名な人物の姓名からなり、わが国の政治、経済、文化、宗教、民族などの社会公共利益と公共秩序に消極的、マイナスな影響を及ぼすのに十分である場合、「商標法」第十条第一項（八）の規定を適用して拒絶することができる）

姓名には、戸籍登記に使用された姓名が含まれるほか、別名、筆名、芸名、雅号、あだ名なども含まれる。

例：

顧景舟

注：「顧景舟」は「中国工芸美術大師」（国家）である。

指定商品：ティーセット、磁器（出願人：宜興市一道紫砂陶磁器製品設計室）

葛优

指定商品：食餌療法剤（医療用栄養剤）、殺虫剤など
(出願人：盛英)

7. その他の公衆に誤認を生じさせやすいもの

环渤海国际自行车赛

指定役務：教育、運動競技の運営など

（「環渤海国際競輪」は国家体育総局が主催した国際運動競技。出願人：曲安江）

渝洽会

指定役務：広告、商業又は広告のための見本市の経営など

（「渝洽会」は「中国（重慶）国際投資&世界購買会」の略称。出願人：重慶璽昇企業企画有限公司）

九、社会主義の道德、風習を害し、又はその他の不良な影響を及ぼすもの

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および行動の規準、規範およびある時期において社会に流行る良好な風習と習慣のことをいう。「その他の不良な影響」とは、商標の文字、図形又はその他の構成要素がわが国の政治、経済、文化、宗教、民族などの社会公共利益と公共秩序に消極的、マイナスな影響を及ぼすことをいう。「社会主義の道德、風習を害し、又はその他の不良な影響を及ぼすもの」に当るかを判定するに当って、社会背景、政治背景、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、商標の構成と指定商品又は指定役務を考慮しなければならない。

（一）社会主義の道德、風習を害するもの

例：



干掉它們！
GANDIAO TAMEN

街頭霸王



裸跑弟

屌丝男士

(二) 政治的に不良な影響があるもの

1. 国家、地域又は政治的国際組織の指導者の姓名と同一又は類似するもの

例：



2. 国の主権、尊厳とイメージを害するもの

例：



(殖民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)

3. 政治的意味を有する数字などからなるもの

例：



4. テロ組織、邪教組織、暴力団の名称又はそのリーダーの姓名と同一又は類似するもの

例：



(三) 商標にわが国の国家名称が含まれ、国家名称の濫用につながり、社会公共利益と公共秩序にその他の消極的、マイナスな影響を及ぼす可能性があるもの

例：



指定商品：おもちゃ、ボディーボール用具、足用プロテクター



指定商品：紙、印刷物



指定役務：広告



指定商品：ぶどう酒

(四) 民族の尊厳や感情を害するもの

例：



HONKY

(訳は、「黒人による白人に対する蔑称」である)

(五) 宗教信仰、宗教感情又は民間の信仰を害するもの

本基準にいう「宗教」には、仏教、道教、イスラム教、キリスト教など、およびこれらの宗教の各教派が含まれる。本基準にいう「民間の信仰」とは、主に媽祖など民間の信仰をいう。

1. 商標が次の各号のいずれかに該当する場合は、宗教信仰、宗教感情又は民間の信仰を害するものと判定される。

(1) 宗教又は民間の信仰における偶像の名称、図形又はそれらの組合せ。

例：



(仏教の偶像)



(道教の偶像)



(民間の信仰)

(2) 宗教活動の地点、場所の名称、図形又はそれらの組合せ。

例：



(MECCA の意味は宗教の聖地である「メッカ」)



(よく見かける道観の名称)



(中国チベット仏教の寺院)

(3) 宗教の教派、経書、用語、式典、習俗、専属用品および宗教人士の称呼、キャラクター。

例：



(商標文字：雪域小和尚)



(道教の一教派)

2. 商標が次の各号のいずれかに該当する場合は、宗教信仰、宗教感情又は民間の信仰を害するものと判定されない

(1) 「宗教事務条例」(2004年国務院第426号令、2005年3月1日施行)によると、宗教団体、宗教活動場所は法により社会公益事業を設立・運営することができ、その他の宗教活動場所の利益を損なわない前提で、宗教組織とその授権を受けた宗教企業が自己専属の宗教活動場所の名称を商標として登録を出願するもの

例：



出願人：中国嵩山少林寺



出願人：北京雍和宮管理处

(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はあるが、その他の意味を有し、又はその宗教関連の意味がすでに一般化されており、公衆にそれを特定の宗教又は民間の信仰と関連付けさせないもの

例：



(太極図は道教の標識の一つではあるが、すでに一般化されている)



(「仏頂山」が実在していて、浙江普陀にも、貴州施秉県にも、遼寧桓仁県にも存在している)

(六) わが国の各党派、政府機関、社会团体などの単位又は組織の名称、標識と同一又は類似するもの

本条にいう党派には、中国共産党およ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 の政党が含まれる。本条にいう名称には、全称、略称、略語などが含まれる。本条にいう標識には、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識と同一である)



(わが国の税関の関徽に類似する)

(七) わが国の党・政府機関の職務又は軍の行政職務、肩書きの名称と同一のもの

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、政治協商會議機関、行政機関、裁判機関、檢察機関が含まれる。例えば、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。軍の行政職務には、軍長、師長、団長、營長、連長、排長が含まれる。軍の肩書きには、上将、中將、少將に分かれる将官三級、大校、上校、中校、少校に分かれる佐官四級、上尉、中尉、少尉に分かれる尉官三級が含まれる。

商標の文字がわが国の党・政府機関の職務又は軍の行政職務もしくは肩書きの名称と同一である場合は、不良な影響を及ぼしやすいと判定される。

例：



ただし、わが国の党・政府機関の職務又は軍の行政職務、肩書きの名称と同一又は類似する文字が含まれているが、その他の意味を有し、公衆に誤認を生じさせないものは除く。

例：



(八) 各国の法定貨幣の図案、名称又は表記と同一又は類似するもの

例：



(人民元の符号)



(ユーロの符号)

KRONE

(「美金」は「米ドル」)



(デンマーク貨幣の名称)

(九) 商標中に正しくない漢字が含まれるか、又は熟語の規範的ではない使用に当たり、公衆特に未成年者の認識をミスリードしやすいもの

例：



(出願人の記載によると、「利捷」という文字)



(「逸」が「逸」となっている)

随心所欲

(成語「随心所欲」の規範的ではない使用に当たる)

(十) 商標には政治、宗教、歴史などの著名な人物の姓名と同一又は類似する文字が含まれ、わが国の政治、経済、文化、宗教、民族などの社会公共利益と公共秩序に消極的、マイナスな影響を及ぼすのに十分であるもの

例：

孔子

(出願人：自然人)

梅兰芳

(「梅蘭芳」はわが国の有名な京劇実演芸術家である)

指定役務：教育、訓練

(出願人：北京艾丹営業諮問中心)

宗喀巴

(「宗喀巴」はチベット仏教のゲルク派の創設者である)

(出願人：台州市華程日用品有限公司)

(十一) その他の不良な影響を及ぼすもの

例：

非典

(「非典」は「非典型的肺炎」の略称である。)

指定商品：紙、トイレトペーパーなど

埃博拉

（「埃博拉」は非常にまれに見るウイルスである。）
指定商品：浴室用湯沸器など



指定商品：ぶどう酒

实事求是

指定商品：肥料



（当該商標の図形部分はマカオ特別行政区画の区旗の図案と類似している）



（図中の文字は「反食」である）



十、地名を含む商標の審査

本条にいう「県級以上の行政区画」には、県級である県、自治県、県級の市、市管轄の区；地区級である市、自治州、地区、盟；省級である省、直轄市、自治区；二つの特別行政区、すなわち香港とマカオ；台湾地区が含まれる。県級以上の行政区画の

地名はわが国の民政部により編集出版された「中華人民共和国行政区画簡冊」を基準とする。本条にいう県級以上の行政区画の地名には、全称、略称および県級以上の省、自治区、直轄市、特別行政区、省都、計画単列市、著名な観光都市のピンインが含まれる。

本条にいう「公知の外国地名」とは、わが国で一般に知られているわが国以外の国家、地域の地名を指す。地名には全称、略称、外国語名称、通用の中国語訳語が含まれる。

本条にいう「地名が別の意味を持ち」とは、地名が言葉として確定の意味を持ち、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指す。

(一) 県級以上の行政区画の地名を含む商標の審査

商標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が含まれるものは、商標とすることができない。

例：

皖
Wan



台中精機

新疆紅



ただし、次の各号の一に該当するものは除く。

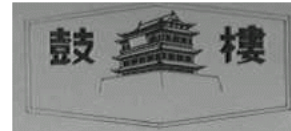
1. 地名が別の意味を持ち、且つその意味は地名としての意味よりも強いもの

例：

黄山



怒江



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

例：



指定役務：薬剂及び医療補助品の小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供など



指定商品：ザーサイ



指定商品：白酒（蒸留酒）

3. 商標が二つ又は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

例：



指定商品：肥料

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は、「商標法」第十条第一項（八）の規定により拒絶する。

例：



指定役務：観光業務

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

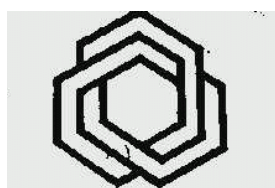
以外の地名のピンインで構成され、かつ商品の産地について公衆に混同を生じさせないもの

例：



指定商品：駆動装置(機器)

(「TAI XING」は江蘇省泰興市のピンインと同じである)



XIANG HE 指定商品：自転車

(「XIANG HE」は河北省香河県のピンインと同じである)

(二) 公知の外国地名を含む商標の審査

商標が公知の外国地名からなり、又は商標に公知の外国地名が含まれるものは、商標とすることができない。

例：

加州紅

(「加州」は米国のカリフォルニア) 指定商品：ビール、ミネラルウォーター

Olympia

(ギリシアのオリンピア) 指定商品：被服



(「柏林」は) ドイツの首都ベルリン) 指定商品：ビール



(「華沙」は) ポーランドの首都ワルシャワ) 指定商品：靴

ただし、商標が公知の外国地名とその他の文字からなり、全体として別の意味を有し、かつ指定商品での使用により商品の産地について公衆に混同を生じさせることがないものは除く。

例：

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)

(三) 商標に含まれる地名とその他の顕著な特徴を持つ標識とが相互に独立し、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：楊洪来
住所：天津市武清区漢沽港鎮一街



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



(「PARIS」の訳はパリ)

出願人：SYLVIE JESSUA
住所：11, quai de la Gironde, F-75019 PARIS

(四) 地名が集団商標、証明商標の構成部分であるものは除く

例：



指定商品：黄酒（醸造酒）

出願人：紹興市黄酒業界協会

帕尔玛火腿

指定商品：ハム

出願人：CONSORZIO DEL PROSCIUTTO DI PARMA

第二部分 商標の顕著な特徴の審査

一、法的根拠

「商標法」第十一条

以下に掲げる標章は、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) 単に商品の品質、主要原材料、効能、用途、重量、数量およびその他の特徴を直接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。

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

二、関連解釈

商標の顕著な特徴とは、商標に備えなければならない、関連公衆に商品の出所を十分に識別させる特徴をいう。商標が顕著な特徴を有するかを判定するに当たって、商標の標識自体の意味、称呼と外観構成、商標の指定商品、指定商品の関連公衆の認知度、指定商品の所属する業界の実際の使用状況などを総合して考慮しなければならない。

この部分の解釈説明の内容は一般商標の顕著性審査を主とする。立体商標、音声商標、色彩組合せ商標の顕著性に関する審査は別途説明する。以下、「商標法」第十一条に規定する項、号の審査での適用について順次説明する。

三、その商品の普通の名称、図形、規格だけを有するもの

本条にいう一般名称、図形、規格とは、国家基準、業界基準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、俗称が含まれる。

(一) 指定商品の一般名称だけを有するもの

例：



指定商品：朝鮮人参

The logo is the word 'MULLER' in a bold, italicized, serif font.

(「MULLER」には「研磨機」の意味がある)
指定商品：研磨用具(手持工具に当たる)

(二) 指定商品の一般に使われている図形だけを有するもの

例：



指定商品：りんご



指定商品：靴底

(三) 指定商品の普通の規格だけを有するもの

例：

The logo features the number '502' in a large, bold, sans-serif font, with the Chinese characters '伍零貳' below it.

指定商品：工業用接着剤

The logo features the letters 'XXL' in a large, bold, serif font.

指定商品：被服

The logo features the letters 'ZKT' in a large, bold, sans-serif font.

(ZK：組合せ式の空調機の等級記号。

T：汎用ユニット記号)

指定商品：空調設備

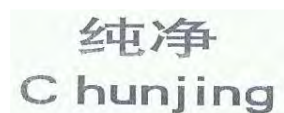
四、単に商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量およびその他の特徴を直接表示したにすぎないもの

「単に…直接表示したにすぎない」とは、商標は指定商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量又は役務の内容、品質、方式、目的、対象およびその他の特徴につ

いて直接説明、描写する標識だけにより構成されるか、又は商標はその他の構成要素を含むが全体的には直接表示しただけのことをいう。

(一) 単に指定商品の品質を直接表示するもの

例：



指定商品：食用油



指定商品：米

ただし、単に指定商品の品質を直接表示していないものは除く。

例：



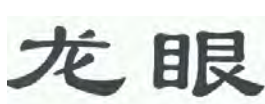
指定商品：肉、食用油

(二) 単に指定商品の主要原料を直接表示するもの

例：



指定商品：被服



指定商品：キャンディー



指定商品：薬剤（人用のもの）

ただし、単に指定商品の原料を直接表示していないものは除く。

例：



指定商品：果実の缶詰、ジャム

(三) 単に指定商品の機能、用途を直接表示するもの

例：



指定商品：車用タイヤ

SAFETY

指定商品：漏電保護装置

纯净气

指定商品：ガス浄化装置

溶栓清脂

指定商品：薬剤（医薬用のもの）

脳基因

指定商品：食餌療法用飲料

(四) 単に指定商品の重量、数量を直接表示するもの

例：

50kg

指定商品：米

50 支

指定商品：紙巻たばこ

四菜一湯

指定商品：宿泊施設の提供

(五) 単に指定商品のその他の特徴を直接表示するもの

1. 単に指定商品又は役務の特定消費対象を直接表示するもの

例：

女过四十

指定商品：食餌療法用食品・飲料・薬剤

醫 生

指定商品：医療・手術用手袋

2. 単に指定商品又は役務の価格を直接表示するもの

例：

百元店

九块九

指定役務：

指定商品と役務：

販売促進のための企画及び実行の代理

肥料、販売促進のための企画及び実行の代理

3. 単に指定商品又は役務の内容を直接表示するもの

例：

名师说课

炭烤鱼

指定商品：

光ディスク、コンピューターソフト
ウェア（記憶されたもの）

指定役務：

レストランにおける飲食物の提供

名车快修

指定役務：自動車・二輪自動車の保守及び修理

ただし、その他の要素と組み合わせて、商標の識別機能をもつものは除く。

例：



爆丸烧

指定商品：飲食物の提供

4. 単に指定商品のスタイル、特色を直接表示するもの

例：

中式

果味夹心

指定商品：家具

指定商品：ビスケット

5. 単に指定商品の利用方式、使い方を直接表示するもの

例：

自 助

指定役務：知識の教授、書籍の制作

冲泡

指定商品：インスタントめん

6. 単に指定商品の製法を直接表示するもの

例：

湘 绣

XIANGXIU

指定商品：被服

腊 染

指定商品：布地

7. 単に指定商品の製造場所、時間、年度などの特徴を直接表示するもの

例：

AMERICAN NATIVE

(意味は「米国本土、特産」)

指定商品：紙巻たばこ

990418

指定商品：焼酎（蒸留酒）

5.5 度

指定商品：アペリティフ（食前酒）

8. 単に指定商品の形態を直接表示するもの

例：

SOLID

(訳語は「固体の」)
指定商品：けい酸塩、工業用にかわ

果晶

(「果晶」は固体飲料の一つの形)
指定商品：果実飲料(アルコール分を含まないもの)

9. 単に指定商品の有効期限、賞味期限又は役務時間を直接表示するもの

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. 単に役務の経営場所、商品の販売場所又は地域の範囲を直接表示するもの

例：

大食堂
DASHITANG

指定役務：飲食物の提供

酒 軒

指定商品：白酒(蒸留酒)

11. 単に商品の技術的特徴を直接表示するもの

例：

蓝 牙

指定商品：通話用器具

NAMI

纳 米

指定商品：浴室用装置

共晶

指定商品：鉄合金及び非鉄金属の合金

共晶技術は冶金、熱処理工業に使われる。一つの液相は一定の温度下で同時に2つ異なる成分と結晶構造を結晶する。

近場通讯

指定役務：メッセージの送信のための通信

近場通讯：短距離無線通信技術

五、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識とは、「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、社会の一般の観念により、その自体又は商標として指定商品に使用するとき商品の出所を表示する役割がない標識をいう。主に以下のようなものを含む。

（一）簡単すぎる線、普通の幾何図形

例：



（二）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組合せ

例：



指定商品：茶、茶飲料



指定商品：キャンデー

（三）普通の形をする一つ又は二つのアルファベット

例：



指定商品：被服

指定商品：腕時計、時計

指定商品：
コンクリート製建築材料

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

例：



指定商品：ジュエリー



指定商品：ミシン用油

(四) 普通の形のアラビア数字

例：



指定商品：口紅
用特殊靴



指定商品：消毒剤



指定商品：靴及び運動
用特殊靴

ただし、普通の形ではないもの、又はその他の要素と組み合わせて全体として顕著な特徴を備えているものは除く。

例：



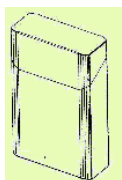
指定商品：工業用グリース



指定商品：飲料水用タンク

(五) 指定商品の一般に使用されている包装、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）



指定商品：食卓用皿

ただし、その他の要素と組み合わせて全体として顕著な特徴を備えているものは除く。

例：



指定商品：ミネラルウォーター



指定商品：チョコレート
(すべてのチョコレートに「Ritter sports」を刻印されている)



指定商品：ガラス製容器

(六) 単一の色彩

例：



(七) 商品又は役務の特徴を表明する連語又は文、一般の広告宣伝用語

例：

一旦拥有，别无所求

指定商品：スーツケース、かばん
(利用者に対する誘導)

让养殖业充满生机

指定商品：飼料
(商品の効果を表示する)

ただし、その他の要素と組み合わせて全体として顕著な特徴を備えているものは除

く。
例：



指定役務：保険の引受け



指定役務：調合済み漢方薬

(商標における文字は「貼心还是千金」

(親密といえは千金だ)である)

L'OREAL, BECAUSE I'M

指定商品：化粧品

(八) 当該業界又は関連業界でよく使われる取引場所の名称、貿易用語又は標識

例：



指定商品：被服



指定役務：販売促進のための企画及び実行の代理



指定商品：コンピュータソフトウェア
(記憶されたもの)



指定商品：マニキュア道具

ただし、その他の要素と組み合わせて全体として顕著な特徴を備えているものは除く。

例：



指定役務：販売促進のための企画及び実行の代理



指定商品：金属製床板、金属製金具

卓越网购

指定役務：販売促進のための企画及び実行の代理

(九) 企業の組織形態、当該業界の名称又は略称

例：



指定商品：出版物
（「INC」の訳は「公司」）



指定商品：出版物



指定商品：起重運送機械
（当該業界では「重工」が重工業の略称である）

ただし、その他の要素と組み合わせて全体として顕著な特徴を備えているものは除く。

例：



指定商品：音声設備（「INC」の訳は「公司」）



指定商品：掘削機

(十) 単に電話番号、住所、番地からなるもの

例：

95557

出願人：アモイ航空有限公司

(十一) よく使われる祝福・賛美の言葉からなるもの

例：

新年快乐

六、顕著な特徴がない標識を含む商標の審査

(一) 商標が顕著な特徴がない標識とその他の要素により構成される場合、その中の顕著な特徴がない標識がその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、関連する使用禁止条項が適用されず、顕著な部分だけについて類似検索を行なえばよい。

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

松下電器

指定商品：運動用機械器具

(二) 商標が顕著な特徴がない標識とその他の要素により構成されるが、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しがたい場合、やはり顕著な特徴がないと見なされる。

例：



指定商品：工業用接着剤

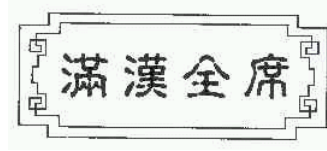


指定商品：被服



(訳：頼もしい)

指定商品：金属製貯蔵容器



指定役務：宿泊施設の提供

ただし、当該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役割を果たせるものは除く。

例：



SHNEGHUA 502

指定商品：工業用接着剤



納 米

指定商品：ナノ被服



(SHOE:靴)

指定商品：靴



(Reliable:頼もしい)

指定商品：金属製収納箱



(PURITY:清浄)

指定商品：ミネラルウォーター



指定役務：宿泊施設の提供

七、使用により顕著な特徴を備えるようになった商標の審査

顕著な特徴を備えない標識が、使用により商標の顕著な特徴を備え、商品の出所を識別する役割を果たせるようになったものは、商標として登録を受けることができる。

例：



指定商品：歯磨き

酸酸乳

指定商品：ヨーグルト

黒又亮

指定商品：靴クリーム

使用により顕著な特徴を備えるようになった商標の審査に当たっては、関連公衆による当該商標への認知状況、出願人による当該商標の実際の使用状況、および当該商標が使用により顕著な特徴を備えるようになったその他の要素を考えなければならない。

第三部分 商標の同一、類似の審査

一、法的根拠

「商標法」第三十条

登録出願にかかる商標が、この法律の関係規定を満たさない、又は他人の同一の商品又は類似の商品について既に登録され又は初歩審査を受けた商標と同一又は類似するときは、商標局は出願を拒絶し公告しない。

「商標法」第三十一条

2人又は2人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審査、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審査、公告し、他方の出願は拒絶し公告しない。

二、関連解釈

商標の同一とは、二つの商標に視覚的な差異がほとんどなく、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を混同させるおそれがあることをいう。

商標の類似とは、商標の文字の形、読み方、意味が類似し、商標の図形の構造、色彩、外観が類似し、又は文字と図形の組み合わせの全体の構造方式・外観が類似し、立体商標における立体標識の形状・外観が類似し、色彩商標の色彩又は色彩の組み合わせが類似し、音声商標の聴覚感知又は全体的な音楽イメージが類似し、同一又は類似の商品又は役務に使用するとき、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ことをいう。

「同一の商品又は役務」には名称が同一の商品又は役務、および同一の物事又は内容を指す違う名称の商品又は役務が含まれる。

類似の商品とは、機能、用途、生産部門、販売手段、消費対象などにおいて同一又はほぼ同一である商品をいう。

類似の役務とは、役務の目的、内容、方式、対象などにおいて同一又はほぼ同一である役務をいう。

同一又は類似の商品又は役務の認定に当たっては、「商標登録用商品と役務の国際分類表」と「類似商品と役務の区分表」に照らして行う。

商標の同一又は類似を認定するときは、まず指定商品又は役務が同一又は類似の商品又は役務に該当するかどうかを判断し、そして商標自体の形、読み方、意味および全体表現などについて、関連公衆の一般注意力を基準とし、全体の観察と主要部分の対比という方法を通じて、商標の標識自体が同一又は類似であるかどうかの判定を行うとともに、商標自体の顕著性、先行商標の知名度、および同一又は類似する商品（役務）に使用した場合関連公衆に商品（役務）の出所を混同、誤認させる可能性などを考慮しなければならない。

三、商標同一の審査

(一) 文字商標の同一

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、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ることをいう。字体、アルファベットの大文字・小文字、又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も、同一の商標と判定される。

例：



(二) 図形商標の同一

図形商標の同一とは、商標の図形に視覚的な差異がほぼないものであって、関連公衆に商品又は役務の出所を混同、誤認させやすいことをいう。

例：



(三) 組合せ商標の同一

組合せ商標の同一とは、商標の文字の構成、図形の外観およびその配列・組合せの方式が同一であることで、商標が称呼と全体の視覚的効果において差異がほぼないものであって、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ことをいう。

例：

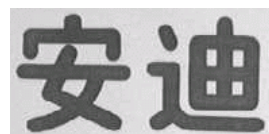
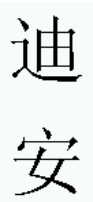


四、商標類似の審査

(一) 文字商標の審査

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、配列の順序だけが違い、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させやすいものは、類似商標と判定される。

例：



新康得

新得康

斯波帝卡

波斯·卡帝

嘉伦曼尼

曼尼嘉伦

2. 商標の文字が字、単語の重複により構成され、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は、類似商標と判定される。

例：

星

星星

牛牌

牛牛

Vicki

VICKI·VICKI

哈罗

哈罗哈罗

3. 中国語の商標であって三つ又は三つ以上の漢字からなり、単に個別の漢字が異なり、全体としては意味がなく又は意味的に明らかな区別がなく、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は、類似商標と判定される。

例：

蒙尔斯特

蒙尔斯吉

帕尔斯

帕洛尔斯

莱克斯顿

莱克斯蔓

心至必达

心之必达

ただし、商標の頭文字の読み方又は字体が明らかに異なり、又は全体的な意味が異なることで、商標全体としての区別が明らかとなり、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものは、類似商標と判定されない。

例：

东方雪

東方雪狼

生活医生

生活生

花心思

花香思

迷尔派斯

舒尔派斯

北美风情

北欧风情

4. 商標文字の読み方が同一又は類似するほか、字体又は全体の外観が類似しており、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は、類似商標と判定される。

例：

洛淇

惠特曼

蕙特曼

CATANA

KATANA

Marc O'Polo

MACAO POLO

EXPO

(特別標識)

苗方清顔

苗芳青顔

易糖

易唐



以下のような商標の意味、字体、又は全体の外観の区別が明らかで、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、類似商標と判定されない。

例：

好哥

好歌

高太丝

高泰斯

幸 运 树

幸 运 数



容达



FUDA

5. 商標の文字構成、読み方が異なるが、商標の字体が類似しており、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は、類似商標と判定される。

例：

酷几

酷儿

花中玉

花中玉

思琪

恩琪

BOSS

13055

8088

乐土

乐士



6. 商標の文字構成、読み方が異なるが、意味が同一又は類似しており、関連消費者に商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものは、類似商標と判定される。

例：

玫瑰花

玫瑰

红太阳

太阳

精卫

精卫鸟

CROWN

(「皇冠」と訳す)

皇冠

紅 & 黒

ROUGE ET NOIR

(フランス語の訳は「紅与黒」)

3506

三五零六

Onetwothree

(訳は「123」)

123

B³

B三

SK-TWO

SK-Π

7. 商標が同じ外国語、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、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は、類似商標と判定される。

例：

f4

F₄



ただし、次のいずれかの状況に該当する場合、類似商標と判定されない。

(1) 商標が一つ又は二つの通常の字体でない外国語のアルファベットからなり、意味がなくかつ字体が明らかに異なることで、商標全体の区別が明らかとなり、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。

例：



(2) 商標が三つ又は三つ以上の外国語のアルファベットからなり、順序が異なり、読み方と字体が明らかに異なり、意味がない又は意味が異なることで、商標全体の区別が明らかであり、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。

例：



ARNEGI

(意味がない)

AIGNER

(意味がない)

ANCIB

(意味がない)



(訳は「賃貸馬車」)



HBS 华博士

8. 外国語の商標であって、四つ又は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、全体としては意味がない又は意味上明らかな差異がなく、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は、類似商標と判定される。

例：

SOMI

(意味がない)

SOMIS

(意味がない)

The word "BILLDAN" is written in a bold, sans-serif font inside a rectangular border.

(意味がない)

The word "BILLDANY" is written in a bold, sans-serif font.

(意味がない)

The word "SUNMIGHT" is written in a bold, sans-serif font.

(「太陽の力」)

The word "SUNLIGHT" is written in a serif font.

(「日光」)

The word "CAROLFLEX" is written in a bold, sans-serif font.

(意味がない)

The word "CARPOFLEX" is written in a bold, sans-serif font.

(意味がない)

The word "MeGoo" is written in a stylized, cursive font.

(意味がない)

The word "MCGOO" is written in a bold, sans-serif font.

(意味がない)

The word "Yestar" is written in a serif font.

(意味がない)

The word "ycstar" is written in a bold, sans-serif font.

(意味がない)

The word "TREC" is written in a bold, sans-serif font.

(意味がない)

The word "TREG" is written in a serif font.

(意味がない)

以下の商標の頭文字の発音と字体が明らかに異なり、又は全体としての意味が異なることで、商標全体の区別が明らかであり、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、類似商標と判定されない。

例：

The word "DESIRE" is written in a serif font.

(「願望」と訳す)

The word "iesiré" is written in a cursive font.

(意味がない)

The word "RELGAN" is written in a bold, sans-serif font.

(意味がない)

The word "SELGAN" is written in a serif font.

(意味がない)

The word "HORSE" is written in a bold, sans-serif font inside a rounded rectangular border.

(「馬」と訳す)

The word "HOUSE" is written in a bold, sans-serif font.

(「家」と訳す)

think

(「考える」と訳す)

THANK

(「感謝」と訳す)

Yestar

(意味がない)

AESTAR

(意味がない)

9. 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、意味上明らかな差異がなく、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は、類似商標と判定される。

例：

HAWKWOLF

HAWK の訳は「鷹」。WOLF の訳は「狼」)

WOLFHAWK

Wintech

(Win の訳は「勝利」。Tech の訳は「技術学院」)

Techwin

10. 外国語の商標であって、単数・複数、動詞・名詞、略語、冠詞の添加、比較級若しくは最高級、品詞などに関して語形が変化しただけで、その意味は基本的に同一で、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものは、類似商標と判定される。

例：

BIG FOOT

(単数)

BIG FEET

(複数)

SAIL

(動詞の基本形)

SAILING

(動名詞)

Saint angelo

(完全の形式)

St angelo

(略語)

BEGONIA

(名詞の基本形)

La Bégonia

(名詞+冠詞)

Beautiful

(形容詞の原級)

More Beautiful

(形容詞の比較級)

Brave

(形容詞)

Bravery

(名詞)

PROSPER

(動詞)

Prosperity

(名詞)

i n v e n t

(動詞)

Inventor

(名詞)

11. 商標は単に他人の先行商標に当該商品の普通名称、規格を加えたものであって、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は、類似商標と判定される。

例：

蒙 原

(指定商品：加工済みの食肉)

蒙原肥牛

(指定商品：食肉)

緑 安

(指定商品：スモック)

緑安服飾

(指定商品：ワイシャツ類及びシャツ)



(指定役務：銀行業務)

通和金融

(指定役務：銀行)



宏源薬業
HONGYUAN PHARMACEUTICAL

12. 商標は単に他人の先行商標に商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量およびその他の特徴を直接表示する文字を加えたものであって、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は、類似商標と判定される。

例：



(指定商品：植物生長調製剤)

日新生物

(指定商品：有害動物駆除剤)

碧 清

(指定商品：ヨーグルト)

碧清香

(指定商品：ヨーグルト)



(指定商品：アルコール飲料)

九月紅

(指定商品：焼酎（蒸留酒）)

老龙潭

(指定商品：ミネラルウォーター)



(指定商品：ミネラルウォーター)



(指定商品：テレビ電話)



(指定商品：テレビ電話)



(指定商品：ディスプレイヤー)



(指定商品：ディスプレイヤー)



(指定商品：運動靴及び運動用特殊靴)



(指定商品：靴及び運動用特殊靴)



(指定商品：化粧品)



(指定商品：化粧品)



(指定役務：専門学校における知識の教授)
知識の教授)



(指定役務：専門学校における

13. 商標は単に他人の先行商標に商品の生産、販売又は使用場所を示す文字を加えたものであって、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は、類似商標と判定される。

例：



(指定役務：美容)



(指定役務：美容)

金鼎

(指定商品：家具)

金鼎軒

(指定商品：家具)

紅鳥

(指定商品：被服)

紅鳥屋

(指定商品：被服)

華仁

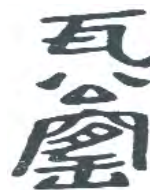
(指定商品：食用プロポリス)



(指定商品：蜂蜜)



(指定商品：陶器)



(指定商品：陶磁器)

丰盛

(指定役務：飲食物の提供)

丰盛樓

(指定役務：飲食物の提供)

君豪

(指定商品：薬剤 (人用のもの))



(指定商品：医療用薬草茶)



(指定役務：飲食物の提供)

中天館

(指定役務：飲食物の提供)



(指定役務：飲食物の提供)



(指定役務：飲食物の提供)

14. 商標が単に他人の先行商標に修飾するための形容詞又は副詞および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、意味は基本的に同じで、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させやすいものは、類似商標と判定される。

例：

吉澳

百盛

長裕

超力

活力

绅士

(指定商品：被服)

新吉澳

百盛世家

衣長裕

超力一族

活力派

绅士风

(指定商品：被服)

依丝

真依絲

美人娇

好美人娇

吉祥鳥

东方吉祥鸟

OSTRICH

(訳は「ダチョウ」)

GOLD OSTRICH

(訳は「金ダチョウ」)

DRAGON

(訳は「竜」)

BIG DRAGON

(訳は「大竜」)

 领袖
Lingxiu

金领袖

 KING

(訳は「国王」)

NEW KING

(訳は「新国王」)

ただし、意味又は全体的としての差異が明らかで、関連公衆に商品又は役務の出所を混同、誤認させるおそれがないものは、類似商標と判定されない。

例：

球

球王

太阳

蓝太阳

聪明小王子

15. 二つの商標又はその中の一つの商標は相対的に独立する二つ又は二つ以上の部分により構成されるものであって、その中の顕著な部分が類似し、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は、類似商標と判定される。

例：

波電
Bonny



Pa 爆果汽



沐林



ただし、商標全体としての意味の違いが明らかで、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、類似商標と判定されない。

例：



QQ 眼

e 眼

3D 时代

U9 时代

22 世纪

世纪

K 宝

M 宝

16. 商標が他人が持っている一定の知名度又は強い顕著性のある先行文字商標を完全に含むものであって、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は、類似商標と判定される。

例：

月圓三千里

(指定役務：飲食物の提供)

三千里

(指定役務：飲食物の提供)

星星梦特娇

(指定商品：被服)

夢特嬌

(指定商品：被服)

欧莱雅海皙

(指定商品：化粧品)

欧莱雅

(指定商品：化粧品)

红狮三龙

(指定商品：ペイント)

红 狮

(指定商品：ラッカー)

凯悦长城

KAIYUECHANGCHENG

(指定商品：ぶどう酒)

長 城

(指定商品：ぶどう酒)

海湾浪琴
H.A. P. H. A. N. G. A. N. G. A. N. G. A. N.

(指定商品：腕時計)

浪 琴

(指定商品：腕時計)

臻氏哈根达斯

(指定商品：アイスクリーム)

哈根达斯

(指定商品：アイスクリーム)



(指定商品：潤滑油)



(指定商品：潤滑油)

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が含まれる商標において、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は、類似商標と判定される。

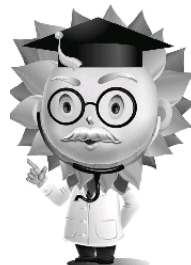


(二) 図形商標の審査

1. 商標の図形の構図と全体の外観が類似し、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は、類似商標と判定される。

例：





2. 商標が一定の知名度又は強い顕著性を持つ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は、類似商標と判定される。

例：



(指定商品：被服)



(指定商品：被服)

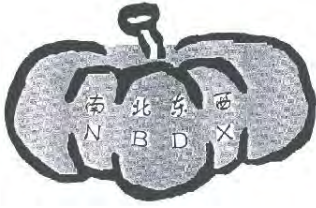


(三) 組合せ商標の審査

1. 商標における漢字の部分が同一又は類似し、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は、類似商標と判定される。

例：





東南西北



(指定商品：医療用機械器具)



(指定商品：診断用機械器具)

2. 商標における外国語、アルファベット、数字の部分が同一又は類似し、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は、類似商標と判定される。

例：





INFOGATE



SMC 蜚華



HADLEY
FASHION



CEN TEK



FISHER SCIENTIFIC

FISHER の訳は漁夫、SCIENTIFIC の訳は科学的



HERITAGE
CASHMERE

HERITAGE

HERITAGE の訳は遺産、CASHMERE の訳はカシミヤ



KIKO



3 5 2 0

SKIFF

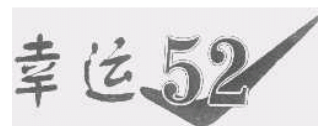


BRICKPOP



ただし、商標全体の称呼、意味又は外観が明らかに異なり、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、類似商標と判定されない。

例：





CHANGYING

3. 商標における中国語とその他の異なる言葉の文字の主要な意味が同一又はほぼ同一で、関連公衆に商品又は役務の出所を混同させるおそれがあるものは、類似商標と判定される。

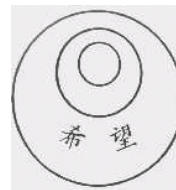
例：



(訳は「繁荣」)



(HOPE の訳は「希望」)



BOSS

(中国語訳は「老板」)



GENTLEMAN PENGUIN

(中国語訳は「企鵝紳士」)

企鵝紳士



太阳RED



5star

婴鸟武鸟

Parrot
MINIDRONES
ROLLING SPIDER

(中国語訳は「鸚鵡」)

ただし、商標全体の構造、称呼又は外観が明らかに異なり、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、類似商標と判定されない。

例：



(WELL & WELL の中国語訳は「好&好」)



HAPPYTREE
开心树

(HAPPYTREE の中国語訳は快樂樹、開心樹、幸福樹など)



miss me
蜜思蜜

(miss me の訳は思念我 (私が恋しい))





(UNIQUE の中国語訳は唯一的、独特的で、「不二」とは有る程度の対応関係にある)

4. 商標における図形の部分が類似し、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は、類似商標と判定される。

例：





ただし、以下の商標は、図形が当該商品によく使われる図案であり、又は主に装飾、背景の役割を果たすため商標において顕著性が比較的弱く、商標全体の意味、称呼又は外観の区別が明らかであることで、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ため、類似商標と判定されない。

例：





5. 商標における文字、図形は異なるが、配列・組み合わせの方法又は全体として表現した物事がほぼ同じであるため、商標全体の外観又は意味が類似し、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は、類似商標と判定される。

例：





(指定商品：飛散防止用蛇口)



(指定商品：管用蛇口（栓）)



第四部分 立体商標の審査基準

一、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のできる文字、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を出願することができる。

「商標法」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要な商品の形状、又は商品に実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。

「商標法实施条例」第十三条

立体的標識を商標登録出願する場合には、その旨を願書に記載し、商標の使用方式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。

「商標法实施条例」第四十三条

中国を指定する領域指定出願人は、立体的標識、色彩の組合せ、音声標識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求する場合、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ヶ月以内に、法に従っ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。

二、関連解釈

立体商標とは、立体的標識により又はその他の標識を含む立体的標識により構成された商標をいう。商品自体の形状、商品の包装物又はその他の立体的標識も、立体商標になることができる。

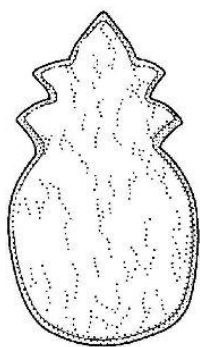
ここでは立体商標登録出願の方式審査と実体審査について規定するものである。方式審査には、普通の商標出願の一般方式要件のほかに、立体商標出願の特定方式要件も含まれる。実体審査には、立体商標の機能性の審査、立体商標の顕著な特徴の審査、立体商標の使用禁止条項の審査、および立体商標の同一・類似の審査が含まれる。

その他の顕著な要素を含む普通形状の立体商標の登録は、普通形状自体が登録を得たことを意味しない。

三、立体商標の方式審査

出願人は、立体形状を特定できる商標の図面又は写真を提出しなければならない。それは立体形状図面、多視点図面、又は立体効果図面であってもよい。また、商標登録願書には、「立体商標」であることを明記しなければならない。必要があれば、出願人は商標説明において、立体商標の図面について文字で具体的に説明することもできれば、願書において、商標に含まれる権利を主張しない部分の商標専用権を放棄することを記載することもできる。図面では立体的形状を体現できず、又は体現されているのが識別できない立体的形状である場合、立体商標とは見なされない。

例：



(指定商品：ビスケット)



(指定商品：被服)

四、立体商標の実体審査

立体商標の実体審査には、立体商標の使用禁止条項の審査、機能性の審査、顕著な特徴の審査、および同一・類似の審査が含まれる。

(一) 立体商標の使用禁止条項の審査

立体商標の登録は、商標法使用禁止条項の規定に違反してはならず、本基準第一部分の規定を適用する。

例：



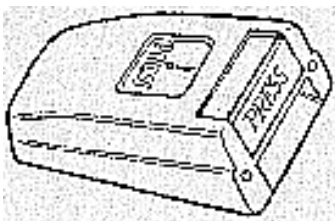
(指定商品：香水) 髑髏の頭骨形状、不良な影響を及ぼすもの。

(二) 立体商標の機能性の審査

立体的標識が機能性を備える場合、すなわち立体的標識が単にその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要な商品の形状、又はその商品に実質的な価値を備えさせるための形状である場合には、登録を受けることができない。

1. 立体的標識が単に商品自体の性質により生じた立体形状により構成される場合、すなわち、当該立体形状が、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、又は通常採用している立体形状である場合には、当該立体的標識は機能性を備えていると判定される。

例：



(指定商品：シートベルトバックル)



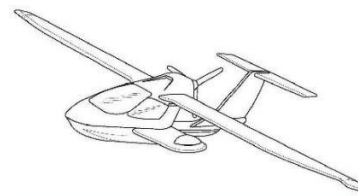
(指定商品：タイヤ)



(指定商品：裁縫針)



(指定商品：折り尺)



(指定商品：航空機)



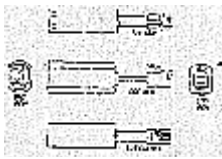
(指定商品：フラフープ)



(指定商品：筆記用具)

2. 立体的標識が単に技術的効果を得るために必要な商品の立体形状により構成される場合、すなわち、当該立体形状は、商品に特定の機能を持たせるため、又は商品固有の機能がより実現し易くするために採用しなければならない立体形状である場合には、当該立体的標識は機能性を備えていると判定される。

例：



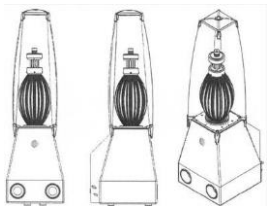
(電源プラグ)



(容器)



(シェーバーヘッド)



(指定商品：拡声器)



(指定商品：救命浮標)



(指定商品：登山用ステッキ)

3. 立体的標識が単に商品に実質的な価値を備えさせるための立体形状により構成される場合、すなわち、当該立体形状が、商品の外観と形が商品の価値に影響を及ぼすようにするために採用している立体形状である場合には、当該立体的は標識機能性を備えていると判定される。

例：



(指定商品：磁器の花瓶)



(指定商品：ジュエリー)



(指定商品：キャンディー)



(指定商品：香水)

(三) 立体商標の顕著な特徴の審査

立体商標は「商標法」第十一条に規定する審査に違反してはならず、本基準第二部分の規定を適用する。

1. 顕著な特徴を備えない立体形状

(1) 基本的な幾何学立体形状、簡単・普通の立体形状は、商品の出所を識別する役割を果たせない場合、顕著な特徴に欠けることになる。

例：

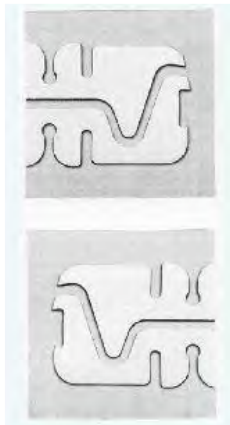


(指定商品：被服)

ただし、当該基本的な幾何学立体形状が使用を通じて顕著な特徴を備えるようになったことを証明できる場合は除く。

(2) 装飾的な立体形状は、商品の出所を識別する役割を果たせない場合、顕著な特徴に欠けることになる。

例：



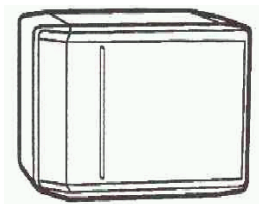
(指定商品：サングラス)

ただし、当該装飾的な立体形状が使用を通じて顕著な特徴を備えるようになったことを証明できる場合は除く。

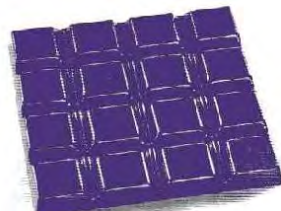
2. 商品自体の立体形状

商品自体の立体形状が業界通用又は常用商品の立体形状であり、商品の出所を識別する役割を果たせない場合、顕著な特徴に欠けることになる。

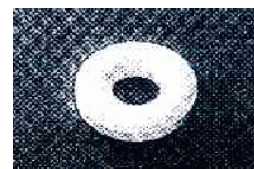
例：



(指定商品：メガホン)



(指定商品：チョコレート)



(指定商品：キャンディー)

文化財の外観立体形状を以て「容器、宝石箱」など文化財の形状と関連する商品において商標登録出願をするに当たって、文化財の外観立体形状が商品自体の立体形状を表す場合、当該立体形状が顕著な特徴に欠けることになる。

ただし、商品自体の立体形状が使用を通じて顕著な特徴を備えるようになったことを証明できる場合は除く。

3. 商品の包装物の立体形状

(1) 基本的な幾何学立体形状、簡単・普通の立体形状、装飾的な立体形状について、商品の出所を識別する役割を果たせない場合、顕著な特徴に欠けることになる。

例：



(指定商品：干しチーズ)



(指定商品：児童用毛布)



(指定商品：薬品)

ただし、当該基本的な幾何学立体形状、簡単・普通の立体形状、装飾的な立体形状が使用を通じて顕著な特徴を備えるようになったことを証明できる場合は除く。

(2) 業界通用又は常用している包装物の立体形状について、商品の出所を識別する役割を果たせない場合、顕著な特徴に欠けることになる。

例：



(指定商品：アルコール飲料)



(指定商品：ジャム)



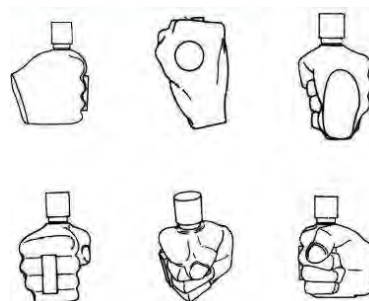
(指定商品：洋菓子)

ただし、当該立体形状が指定商品の通用又は常用する包装物の立体形状でない場合は除く。

例：



(指定商品：アルコール飲料)



(指定商品：香水)

ただし、業界通用又は常用している包装物の立体形状が使用を通じて顕著な特徴を備えるようになったことを証明できる場合は除く。

4. 立体的標識とその他の平面要素の組合せ

(1) 商標が顕著な特徴を備える立体的標識と顕著な特徴を備えるその他の平面標識の組み合わせにより構成される場合、当該立体商標は顕著な特徴を備えることになる。

例：



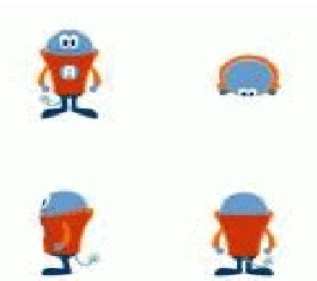
(指定商品：香水)



(指定商品：炭酸水、炭酸飲料)

(2) 商標が顕著な特徴を備える立体的標識と顕著な特徴を備えないその他の平面標識の組み合わせにより構成される場合、当該立体商標は顕著な特徴を備えることになる。

例：



(指定役務：カフェテリアにおける飲食物の提供) 商標はキャラクターの立体的標識とアルファベット「A」からなる。

(3) 商標が顕著な特徴を備えない立体的標識と顕著な特徴を備えるその他の平面標識の組み合わせにより構成される場合、当該立体商標は顕著な特徴を備えることになるが、当該商標が登録を受けた後の保護範囲は、特徴を備える平面標識の部分に限定される。また、その旨を、初歩査定公報と商標登録書に注記しなければならない。

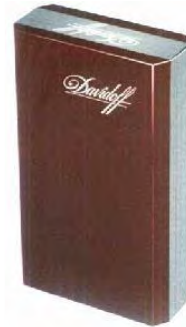
例：



(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)

5. 顕著な特徴を備えないその他の状況

出願人が提出した商標図面が出願人の説明を経ても、その立体的標識の形状と特徴を確定できない場合、顕著な特徴に欠けると判定される。

例：



(指定商品：眼鏡と眼鏡用容器)



(指定商品：車両)

立体的標識自体が顕著な特徴を備える場合は除く。

例：



(指定商品：被服)



(指定役務：飲食物の提供)

(四) 立体商標の同一、類似の審査

立体商標の同一、類似の審査には、立体商標間、および立体商標と平面商標間の同一、類似の審査が含まれる。

1. 立体商標間の同一、類似の審査

(1) 二つの立体商標の何れにも顕著な立体的標識が含まれ、かつ立体的標識が同一又は類似しており、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るものは、同一又は類似の商標と判定される。

例：



(指定商品：香水)



(指定商品：香水)

(2) 二つの商標の何れにも、顕著な平面要素が含まれ、かつ当該平面要素が同一又は類似しており、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るものは、同一又は類似の商標と判定される。

例：



(指定商品：香水)



(指定商品：香水)

(3) 二つの商標の何れも、顕著な特徴を備えない立体的標識と顕著な特徴を備えるその他の平面標識の組み合わせにより構成され、二つの商標の顕著な特徴を備えるその他の平面標識が同一又は類似しており、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るものは、同一又は類似の商標と判定される。

例：



(指定商品：チョコレート)



(指定商品：チョコレート)

ただし、その他の平面要素が明らかに異なり、関連公衆に商品又は役務の出所を誤認させるおそれがないものは除く。

例：



(文字：KURG)



(文字：：LA GRANDE DAME)

2. 立体商標と平面商標間の同一、類似の審査

(1) 立体商標が顕著な特徴を備えない立体的標識と顕著な特徴を備えるその他の平面標識の組み合わせにより構成され、当該その他の平面要素が、平面商標の顕著な特徴を備える部分と同一又は類似しており、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るものは、同一又は類似の商標と判定される。

例：



(指定商品：化粧品)



(指定商品：化粧品)



(指定商品：アルコール飲料)



注：その文字部分が先行商標の「GUADET」と類似している。

(2) 立体商標が顕著な特徴を備える立体的標識と顕著な特徴を備えるその他の平面標識の組み合わせにより構成され、当該その他の平面要素が、平面商標の顕著な特徴を備える部分と同一又は類似しており、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るものは、同一又は類似の商標と判定される。

例：



(文字：NIVEA；BEAUTE)
(指定商品：化粧品)



(指定商品：化粧品)

(3) 立体商標に含まれる立体的標識は顕著な特徴を備えるが、視覚的効果が平面商標の顕著な特徴を備える部分と同一又は類似しており、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るものは、同一又は類似の商標と判定される。

例：



(指定商品：被服)



形状は先行商標の「PAJARO」と類似している。



(指定商品：洗浄剤)



形状は先行商標の「G」頭文字と類似している。



(指定商品：飲料)



形状は先行商標の「幸運球」と類似している。



(指定商品：アルコール飲料) 瓶の形状は先行商標の「威諾」と類似している。



MERRY MAKER

麥利・美嘉

(指定商品：ビスケット) 形状は先行商標の「麦利美嘉」と類似している。



OFFENSIVE



(指定商品：香水)

注：その文字部分が先行商標の「OFFENSIVE」と類似し、形状が先行商標のサッカーボール形状と類似している。

第五部分 色彩組合せ商標の審査

一、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のできる文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せと音声など、なら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を出願することができる。

二、関連解釈

色彩組合せ商標とは、二種類又は二種類以上の色により構成される商標である。

ここでは、色彩組合せ商標に係る登録出願の方式審査と実体審査について規定する。実体審査には、使用禁止条項の審査、顕著な特徴の審査と同一、類似の審査が含まれる。

三、色彩組合せ商標の方式審査

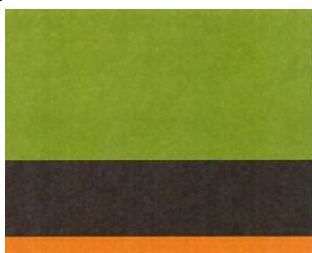
(一)色彩組合せ商標を登録出願するとき、出願人は願書でその旨を記載しなければならない。記載がない場合、出願者がカラーの図面を提出したとしても、色彩組合せ商標として審査されない。

(二) 出願人ははっきりしたカラーの図面を提出しなければならない。商標の図面は、色彩の組合せ方式を示すカラーエリアか、又は色彩の使用位置を示す図形の輪郭でなければならない。当該図形の輪郭は商標の構成要素ではなく、点線で示すべきであって、実線で示してはならない。

(三) 出願人は商標の説明において色彩の名称と色数を明記するとともに、当該色彩組合せ商標のビジネス活動での具体的な使用方式を具体的に説明しなければならない。

1. カラーエリアで色彩の組合せ方式を示し、商標の説明を添付する。

例：



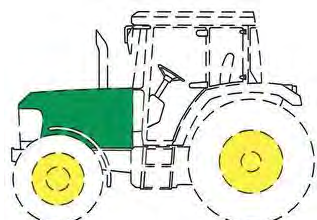
指定役務：自動車ガソリンスタンドにおけるサービス

商標の説明：当該色彩組合せ商標は緑、アントラシート、オレンジという三つの

色彩からなる。緑 (Pantone 368C) は 60%、アントラシート (Pantone 425C) は 30%、オレンジ (Pantone 021C) は 10%をそれぞれ占めており、図に示すように配列され、車両ガソリンスタンドの外観に使用される。

2. 点線による図形輪郭で色彩の使用位置を示し、商標の説明を添付する。

例：



指定商品：ダンプカー、トラクター

商標の説明：当該色彩組合せ商標は緑、黄色という二つの色彩からなる。緑は Pantone 364C、黄色は Pantone 109C である。緑は車体に使用され、黄色は車輪に使用される。点線部分は当該商品における色彩の位置を示しており、車両輪郭と外形は商標の構成要素ではない。

四、色彩組合せ商標の実体審査

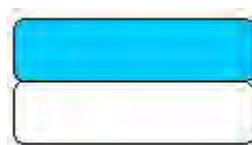
(一) 色彩組合せ商標の顕著な特徴の審査

単に指定商品の天然色、商品自体又は包装物および役務の場所に通用又は常用する色彩でしかなく、商品又は役務の出所を識別する役割を果たせないものは、顕著な特徴に欠けると判定される。

例：



指定商品：歯磨き



指定商品：洗剤、洗濯シート



指定役務：整髪

通常、色彩組合せ商標は長期間の使用を経て初めて顕著な特徴を備えるようになる。商標局は審査意見書を出して、使用の証拠を提出するとともに、商標が使用を通じて顕著な特徴を備えるようになっ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。

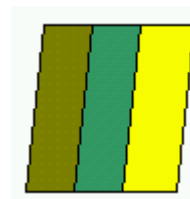
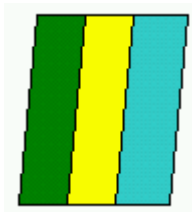
(二) 色彩組合せ商標の同一、類似の審査

色彩組合せ商標の同一、類似の審査には、色彩組合せ商標間、および色彩組合せ商標と平面商標・立体商標間の同一、類似の審査が含まれる。

1. 色彩組合せ商標間の同一、類似の審査

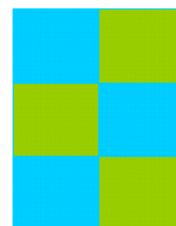
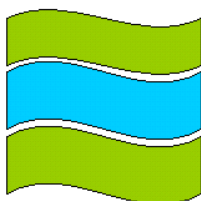
二つの商標はいずれも色彩組合せ商標で、その組合せの色彩と配列の方式が同一又は類似し、関連公衆に商品又は役務の出所を混同、誤認させるおそれがあるものは、同一又は類似商標と判定される。

例：



ただし、使用する色彩が違うもので、又は、同一若しくは類似する色彩を使用した配列・組合せの方法が違うもので、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ないものは除く。

例：



2. 色彩組合せ商標と平面商標・立体商標間の同一、類似の審査

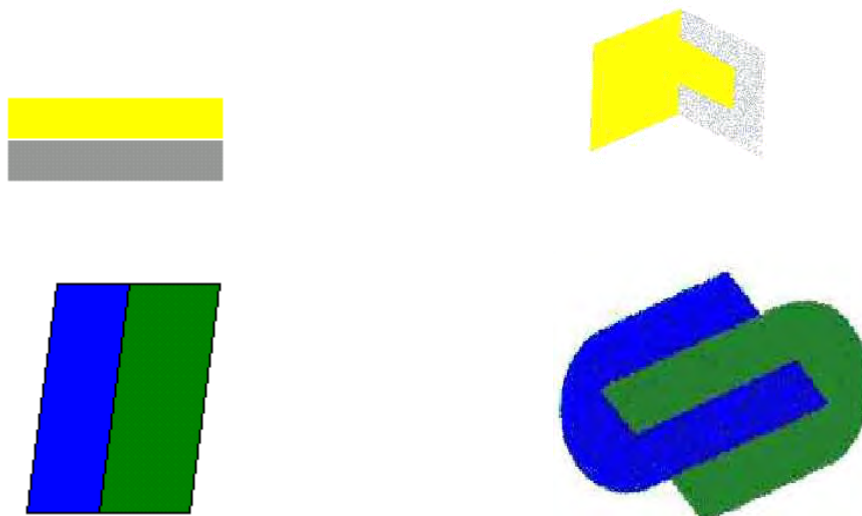
色彩組合せ商標が平面商標の図形又は立体商標の指定色と同一又は類似し、関連公衆に商品又は役務の出所を混同、誤認させるおそれがあるものは、同一又は類似商標と判定される。

例：



同一又は類似する色彩を使用したか、全体的効果が明らかに異なるものであって、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ないものは除く。

例：



第六部分 音声商標の審査

一、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のできる文字、図形、アルファベット、数字、立体的標章、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を出願することができる。

「商標法実施条例」第十三条

音声標識を商標登録出願する場合には、その旨を願書に声明し、要件に適う音声見本を提出するとともに、登録出願する音声商標を記載し、商標の使用方式を説明しなければならない。音声商標を記載する場合には、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記載するとともに、文字説明を添付しなければならない。五線譜又は略譜により記載できない場合には、文字により説明しなければならない。商標に対する記載は音声見本と一致しなければならない。

二、関連解釈

音声商標とは、商品又は役務の出所を識別するための音声自体で構成される商標をいう。音声商標は、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も構成されることができる。さらに、音楽性と非音楽性を兼備する音声により構成させることもできる。

ここでは、音声商標の登録出願の方式審査と実体審査について規定する。音声商標の実体審査には、使用禁止条項の審査、顕著な特徴の審査と同一、類似の審査が含まれる。音声商標は、全体としてその登録可能性を審査する。

三、音声商標の方式審査

(一) 音声商標を出願する場合、出願人が願書にその旨を記載しなければならない。

(二) 音声見本

出願人は要件に適う音声見本を提出しなければならない。音声見本は一つの音声ファイルに保存しなければならない。紙方式で提出する場合、音声ファイルはCD-ROMに保存しなければならない。オンライン方式で提出する場合、要件に従って正しく音声見本をアップロードしなければならない。音声見本の音声ファイルのフォーマットはwav又はmp3（音声フォーマット）であり、5MB（情報容量の単位）を下回るものである。音声見本は明確で、識別しやすいものでなければならない。

(三) 音楽的な音声商標の記載

音楽的な音声商標は五線譜又は略譜により記載するとともに、文字による説明を添付しなければならない。五線譜又は略譜および文字による説明は、当該音声商標の商標見本とする。五線譜又は略譜は明確、正確、完全なものでなければならず、それには、音部記号、声調符号、拍子記号(拍子)、小節、音符、休止符、臨時記号(シャープ、フラット、ナチュラル)などが含まれる。

例：



1、

本件音声商標は「変ニ長調、変ニ長調、変ト長調、変ニ長調、変イ長調」という五つの音符からなる楽音とコードが相次いで進行する旋律である。



2、

本件音声商標は1つの曲であり、計13の音符からなり、順番は「ホ、ニ、ヘシャープ、トシャープ、ハシャープ、ロ、ニ、ホ、ロ、イ、ハシャープ、ホ、イ」である。

(四) 非音楽的な音声商標の記載

非音楽的な音声商標は文字で記載しなければならない。文字による記載は当該音声商標の商標見本とする。文字による記載は明確、正確、完全で理解しやすいものでなければならない。例えば：

1、本件音声商標は牛が石畳を歩くときの牛蹄の音とそのあとの牛の鳴き声 (clip, clop, moo牛蹄と牛の鳴き声の擬声語) からなる。

2、本件音声商標は順番で、両手で太鼓の縁をたたく音 (1声)、しだいに強くなる太鼓をたたく音 (12声)、しだいに弱くなる電子鍵盤楽器の震音、ゴルフクラブを振る音と断裁機の音を混合した音声からなる

(五) 音楽性と非音楽性を兼備する音声商標の記載

音楽性と非音楽性を兼備する音声商標は、五線譜又は略譜で音楽的な部分について記載するとともに文字による説明を添付し、文字で非音楽的な部分について記載しなければならない。五線譜又は略譜および文字は当該音声商標の商標見本とする。

例：



1、本件音声商標は中国国際ラジオ放送局の番組のオープニング曲であり、全40秒、全18小節、4分の2拍アダージョ、ト長調とハ長調が切り替わる。前四小節は商標前奏部分であり、曲調はト長調である。中間の11小節は商標主題部分であり、曲調はハ長調である。第12、第13小節では、アナウンサーが「中国国際ラジオ放送局」と発声した後に2つの小節が続き、主題部分が終わる。最後の3小節でチェレスタが再度主題音楽を奏で、ト長調に戻り、該音声商標が終わる。



2、本件音声商標は人間の声で「恒源祥」を読み上げながら8度の音程を合わせて、3拍子LAと1/2拍子SOからなる。「恒源祥」は成年の男性の声で読み上げられ、三文字の間には短い停顿があり、発音速度が遅く、音声が重厚で男らしい。それに続く「羊羊羊」という三文字は子供のような鼻にかかった甘え声で読み上げられ、発音が早く停顿がない。

(六) 商標記載と音声見本

商標記載と音声見本は相互に一致しなければならない。

(七) 使用方式

出願人は、どのように、またはどのような状況下で、音声商標を使用するかを説明しなければならない。例えば、商品を「オン」や「オフ」にするときに又は商品を使用するとき使用する。役務を開始、終了するとき又は提供する過程に使用する。経営や役務の場所で使用する。会社のウェブサイトを使用する。ラジオ、テレビ、インターネット、又は室外などの広告宣伝で使用する、など。

四、音声商標の実体審査

(一) 音声商標の使用禁止条項の審査

音声商標は「商標法」第十条に規定する使用禁止条項の審査は、本編第一部分の規定を適用する。

例：

1、わが国又は外国の国歌、軍歌又は「インターナショナル」（革命歌）などの旋律と同一又は類似する音声。

2、宗教音楽又は暴力・恐怖など不良な影響を及ぼす音声。

(二) 音声商標の顕著な特徴の審査

1、単に指定商品又は役務の内容、消費対象、品質、機能、用途およびその他の特徴を直接示す音声は顕著な特徴に欠ける。

例：

- (1) ピアノを弾く音を、「楽器」に使用する。
- (2) 児童の笑いさざめく声を、「ベビーミルク」に使用する。
- (3) 犬や猫の鳴き声を、「ペット飼育」に使用する。
- (4) クラシック音楽を、「コンサートの案配と組織」に使用する。
- (5) 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。
- (6) 児童が叫ぶ「沸かした！沸かした！」という声を、「電気ポット」に使用する。

2、その他の顕著な特徴に欠ける音声。

例：

- (1) 簡単で一般的な音調又は旋律。
- (2) 一曲の完全で又は冗長な歌曲又は楽曲。
- (3) 普通の口調で直接広告用語又は普通の連語を唱呼する。
- (4) 業界内で通用する音楽又は音声。

通常、音声商標は長期間の使用を経て初めて顕著な特徴を備えるようになる。商標局は審査意見書を出して、使用の証拠を提出するとともに、商標が使用を通じて顕著な特徴を備えるようになっ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。

(三) 音声商標の同一、類似の審査

音声商標の同一、類似の審査には、音声商標間、および音声商標と可視性商標と間の同一、類似審査が含まれる。原則上、音声商標は主として音声サンプルの聴取で同一、類似の審査を行なう。

1、音声商標間の同一、類似審査

二つの音声商標の聴覚感知又は全体の音楽イメージが同一又は類似し、関連公衆に商品又は役務の出所を混同、誤認させ、又は二者間に特別なつながりがあると認識させやすいものは、同一又は類似商標に判定される。

2、音声商標と可視性商標間の同一、類似審査

音声商標における音声に対応する文字又はその他の要素が、可視性商標に含まれる文字又はその他の要素と同一又は類似する発音を持ち、関連公衆に商品又は役務の出所を混同、誤認させ、又は二者間に特別なつながりがあると認識させやすいものは、同一又は類似商標に判定される。例えば：「yahoo」音声商標と「yahoo」文字商標とは類似商標に当る。

第七部分 団体商標、証明商標の審査

一、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の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、原材料、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、国務院の工商行政管理部門により規定される。

「商標法」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、信用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。

「商標法实施条例」第四条第一項

商標法第十六条に規定する地理的表示は、商標法およ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。

国家工商行政管理総局「団体商標および証明商標の登録と管理に関する弁法」
(2003年6月1日より施行)

二、関連解釈

団体商標、証明商標は、「商標法」第八条に規定する標識により構成されることができる。この部分の第三条、第四条は、団体商標、証明商標の出願人の主体資格、使用管理規則の審査を規定する。

地理的表示を団体商標、証明商標とするものは、当該出願人の主体資格と使用管理規則は「団体商標、証明商標の登録と管理に関する弁法」における特別条件を満たさなければならない。この部分の第五条は、この種類の団体商標、証明商標の審査を規

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、第三十条および第三十一条の規定に違反してはならず、本編の第一部分、第二部分および第三部分の規定を適用する。

三、普通の団体商標の審査

(一) 出願人の主体資格の審査

1、出願人は、その法に基づいて設立された主体の資格を証明する書類を提出しなければならない。主体資格証明書類には、企業の営業許可書、事業単位・社会団体の法に基づいて設立された許認可書類などが含まれる。

2、出願人は当該団体の構成員の名称と住所を詳しく説明する資料を提出しなければならない。

(二) 団体商標の使用管理規則の審査

団体商標の使用管理規則は以下のものを含めなければならない。

- 1、団体商標を使用する趣旨
- 2、当該団体商標を使用する商品の品質
- 3、当該団体商標を使用するための手続
- 4、当該団体商標の使用に関する権利、義務
- 5、構成員がその使用管理規則に違反したとき取るべき責任
- 6、当該団体商標を使用する商品に対する登録権者の検査・監督制度

四、普通の証明商標の審査

(一) 出願人の主体資格の審査

1、出願人は、その法に基づいて設立された主体の資格を証明する書類を提出しなければならない。主体資格証明書類には、企業の営業許可書、事業単位・社会団体の法に基づいて設立された許認可書類などが含まれる。

2、出願人は、当該証明商標が証明する特定の商品の品質を監督管理する能力を持っているものでなければならない。出願人は、それがそれ相応の専門技術者、専門検査設備を保有するか、又は出願人の依頼を受けた機構が専門技術者、専門検査設備を保有するなどの状況について詳細に説明する資料を提出しなければならない。

(二) 証明商標の使用管理規則の審査

証明商標の使用管理規則は、以下のものを含めなければならない。

- 1、証明商標を使用する趣旨

- 2、当該証明商標が証明する商品の特定の品質
- 3、当該証明商標を使用するための条件
- 4、当該証明商標を使用するための手続
- 5、当該証明商標の使用に関する権利、義務
- 6、使用者が当該使用管理規則に違反したときに取るべき責任
- 7、当該証明商標を使用する商品に対する登録権者の検閲監督制度

五、地理的表示を団体商標、証明商標とするものの審査

(一) 出願人の主体資格の審査

1、出願人は、法に基づいて設立された主体の資格を証明する書類を提出しなければならない。主体資格証明書類には事業単位・社会団体の法に基づいて設立された許認可書類などが含まれる。

2、出願人は、当該地理的表示に表記される地域の人民政府又は業界主管部門による当該地理的表示の登録申請を許可する旨の許認可書類を提出しなければならない。授權書類は県級以上の人民政府又はその1級上の業界主管部門から発行されたものでなければならない。書類において、出願人が地理的表示の監督管理能力を持っている旨を明確に説明しなければならない。

3、出願人は当該地理的表示を使用する商品の特定の品質を監督管理する能力を持っている場合、出願人が保有する資格証明書又は県級以上の人民政府もしくはその1級上の業界主管部門から発行された出願人が検査測定能力を有する旨の文書、および出願人が保有する専門検査設備の一覧表と専門技術者の名簿（技術者の証明書も添付）を提出しなければならない。

出願人が検査測定を他人に依頼した場合、出願人と検査測定資格を有する機構とが締結した検査測定依頼契約書および受託機構の資格証明書と単位の法人証明書を提出しなければならない。

4、地理的表示をもって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、当該地理的表示に表記された地域範囲内のメンバーによって構成されなければならない。

外国人又は外国企業が地理的表示をもって団体商標、証明商標の登録出願をする場合、出願人は当該地理的表示がその名義で所属国において法的に保護されている旨の証明書を提出しなければならない。

(二) 使用管理規則の審査

地理的表示である団体商標、証明商標の使用管理規則に対する審査は、この部分の第三条、第四条の相応規定と同じであるほか、当該地理的表示を使用する商品の特定の品質、信用・評判又はその他の特徴および生産地域の範囲などについても審査を行わなければならない。

1. 指定商品の特定の品質に対する審査

地理的表示である団体商標、証明商標の指定商品は、特定の品質、信用・名誉又はその他の特徴を持たなければならない。

例：



指定商品：なし

(庫爾勒香梨は皮が薄く、歯ざわりがよく、核も小さい。収穫してからしばらく保存すれば、金色になって独特のよい香りをする。糖の含有量は 10.4%以上、ビタミンC は百グラムに 4.4 ミリグラムで、食用部分は全体の 83.6%を占める。)



指定商品：葱

(章丘の葱は高さ 1.5 メートルまで達することがある。白い部分は 0.5~0.6 メートル、茎の直径は 3~5 センチ、重さは一本 500 グラム以上で、「葱の王」とも呼ばれている。章丘の葱は辛い味が淡い、香り高く潤いがあり、白い部分は厚くてパリッとした食感である。長期に保存しても変質せず、繊維も細く、汁が多く、甘い味がする。)

地理的表示である団体商標、証明商標の指定商品に特定の品質、信用・名誉又はその他の独特の特徴がないものは、「商標法」第十六条第二項の規定を以って拒絶する。

2. 地理的表示である団体商標、証明商標の指定商品の特定の品質、信用・名誉又はその他の特徴と、当該地理的表示の表示する地域の自然的要素若しくは人文的要素との関連に対する審査

地理的表示である団体商標、証明商標の指定商品の特定の品質、信用・名誉又はその他の特徴が、主として当該地理的表示の表示する地域の自然的要素若しくは人文的要素によって決まるものでなければならない。

(1) 主として現地の自然条件により決定されるもの

例：



指定商品：ぶどう

（新疆のトルファン地域特有の水、土壌、日照、気温などの自然資源によって、「吐魯番葡萄」は皮が薄く、歯ざわりがよく、糖の含有量が高くてすっぱくなく、干しブドウの産出率が高いなど特有の品質を有する。）



指定商品：茶の葉

（「安溪鉄観音」は半発酵茶に属し、福建省の安溪県で生産されている。産地は亜熱帯海洋性季節風の気候で、山々に抱かれて豊富な有機質を含む厚い土壌などの地理的環境に恵まれている。産地の土壌、海拔、平均気温、降水、温度、湿度に独特な製造方法を加えて出来上がった「安溪鉄観音」は、茶葉が固く丸まった濃い緑色で、油を塗ったような光沢を帯びる。お湯を注いだ後の香りが長く続き、お茶の色（水色）は黄金色に輝き、爽やかな香りと芳醇で濃い味を持ち、後味は甘いなど、独特な品質を有する。）

(2) 自然的要素と人文的要素によって決まるもの

例：



指定商品：黄酒（醸造酒）

（「紹興黄酒」の特定の品質は「鑑湖水」および独特の生産工芸により決定されるものである。産地では四季の変化が明確で降水が豊富な環境に恵まれて、醸造に必要な微生物の生長に適している。鑑湖の澄み切っている水に豊かな微量元素と鉱物質が含まれる。「紹興黄酒」は精選されたもち米を原料として「鑑湖水」で醸造されるもので、酒がクリアで透明なオレンジ色で芳醇で濃い味を持ちながら、まろやかな味わいとなっている特徴を有する。）

(3) 主に人文的要素によって決まるもの

例：



指定商品：布地、室内装飾用品布地

（南京云錦は明代の早期に南京の錦織りの手工芸業者が発明した工芸で 1,500 年以上の手工の織り作業の歴史を誇っている。その「木机粧花」といった工芸はわが国の錦織りの歴史の中で今日に伝わる唯一の、機械が取って代わるができない、人間の記憶だけにより伝承してきた手工織りの工芸である。

3. 生産地域の範囲の審査

地理的表示の表示する地域の生産地域の範囲は、県誌、農業誌、産品誌、年鑑、教科書に記載する地域の範囲であってもよく、地理的表示の表示する地域の県級以上の人民政府又はその1級上の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まるものであってもよい。地理的表示の表示する地域範囲が一つの市、県内である場合、当該市、県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。地域範囲が同一の省に属する二つ以上の市、県である場合、当該市、県の共通の1級上の人民政府又は業界主管部門が証明文書を発行するものとする。省を跨る場合、中央人民政府の農業主管部門又は対応する省の人民政府間で協議して解決するものとする。

当該地域範囲は、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かまわない。

又は生産地域の範囲は、次に掲げる方法のいずれか一つ又はそれらの組合せによって画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、川など地理的特徴を境界線とする
- (4) 地図の表示
- (5) その他の生産地域の範囲を明確に特定できる方法

第八部分 特殊標識の審査

一、法的根拠

国務院 「特殊標識管理条例」(1996年7月13日より施行)

二、関連解釈

特殊標識とは、国務院の認可を得て主催される全国的、国際的な文化、体育、科学研究およびその他の社会公益活動に使用される、文字、図形で構成される名称および略称、ロゴマーク、マスコットなどをいう。

特殊標識の有効期間は四年で、登録認可の日から起算する。特殊標識の所有者が期間満了後の三カ月以内に延期を申請することができる。通常、延期は1回だけ認められる。特殊標識が期間満了時に顕著な特徴を備えている場合、商標登録を出願することで保護を受けることができる(Eurasia Commodity and Trade Expoの特殊標識事件)。

特殊標識については「特殊標識管理条例」の規定に基づき方式審査、実体審査、登録を行う。実体審査には法律、行政法規の禁ずる内容含有と顕著性欠乏の審査が含まれ、「商標法」第三十条、第三十一条の審査は含まれない。登録されている特殊標識が他人の先行の商標権、専利権又は著作権を侵害した場合、如何なる組織又は個人も、国務院の工商行政管理部門に当該特殊標識の登録無効の宣告を請求することができる。

三、審査の内容

(一) 特殊標識の方式審査

特殊標識の出願人は、以下の書類を提出しなければならない。

- 1、当該社会的公益活動を認可する国務院の書類
- 2、他人による特殊標識の許諾使用に関する条件と管理方法
- 3、特殊標識の図面5部
- 4、他人に代理を委託する場合、委託書を添付しなければならない

(二) 特殊標識の実体審査

以下の文字、図形を含んで構成される特殊標識は、登録を受けることができない。

- 1、国家又は国際組織の尊厳もしくはイメージを損なうもの
- 2、社会の公序良俗と公共秩序を害するもの
- 3、民族差別の性格を帯び、民族団結に不利なもの
- 4、顕著性に欠け、識別しにくいもの
- 5、法律や行政法規により禁止されるその他の内容

四、特殊標識登録の無効宣告を請求する手続き

登録された特殊標識が次の各号の何れかに該当する場合、如何なる組織と個人も、特殊標識の公告掲載日から有効期間満了日にかけて国务院の工商行政管理部門に理由を説明しそれ相応の証拠を提出して、当該特殊標識の無効宣告を請求することができる。

- (一) 先に出願した特殊標識と同一又は類似するもの
- (二) 先に登録を出願した商標又は登録されている商標と同一又は類似するもの
- (三) 先に出願した意匠又は登録されている意匠と同一又は類似するもの
- (四) 他人の先行著作権を侵害するもの

第九部分 商標代理機構による商標登録出願の審査

一、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、その他の商標の登録出願をしてはならない。

「商標法実施条例」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。

二、関連解釈

「商標法」にいう商標代理機構とは、商標局への届出を行なった、商標代理業務に従事するサービス機関と商標代理業務に従事する弁護士事務所をいう。

三、商標代理機構による商標登録出願の審査

商標の方式審査において、商標代理機構が代理業務以外の指定商品又は役での登録出願をした場合、これを受理しない。既に受理した場合、実体審査において拒絶する。代理業務項目については、一般の商標出願として審査を行なう。

今現在、商標代理機構による代理業務を暫定として「類似商品と役務区分表（ニース分類第10版に基づく）」における第4506グループ内の役務項目とする。

第十部分 商標法第五十条の適用に関する規定

一、法的根拠

「商標法」第五十条

登録商標が取消されたとき、無効宣告されたとき、又は期間満了しても更新されないときは、取消、無効宣告又は抹消の日から1年以内は、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。

二、関連解釈

第五十条の立法の目的は、次の通りである。登録商標が取消されたとき、無効と宣告されたとき、又は期間満了しても更新されないとき、一定の隔離期間を設定せずに同一又は類似する新しい商標を認めると、次のような状況が発生しかねない。すなわち、元の登録者の、取消された、無効と宣告された、又は期間満了しても更新されない商標に係る商品又は役務が市場から撤退していないまま、新しい商標登録者の商品又は役務が市場に投入されてしまい、結局、市場には同一又は類似する商標がついた、二つの企業に生産された商品が出回り、商品者の混同を招きかねない。このような事態を防ぐために、第五十条を適用する必要がある。

正当な理由なく3年間連続して使用されないことで取消された登録商標は、特殊性がある。すなわち、元の登録者は3年間連続して当該登録商標を使用しておらず、市場にも当該登録商標に係る商品又は役務が現れていない。これは第五十条「一年の隔離期間」の立法目的を満たすため、無効審判期間が過ぎた後に、元の登録者が無効審判を請求しなければ、引用しなくてもかまわない。

三、「商標法」第五十条の適用

審査決定を行なう時点で、先に存在する同一又は類似する登録商標が取消され（3年間連続して使用されないことで取消された場合は除く）、無効宣告され、又は期間が満了しても更新されない場合、取消公告日、無効審判期間満了日、又は商標専用権の期間満了日から起算して1年未満であれば、第五十条を適用して、引用しなければならない。

先に存在する同一又は類似する登録商標が3年間連続して使用されないことでされた場合、第五十条を適用せず、無効審判期間が満了しても、元の登録者が無効審判を請求しなければ、引用しないものとする。

元の登録者が新たに当該商標登録を出願する場合、商標法第五十条の規定を適用しない。

第十一部分 審査意見書の適用

一、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と判断したときは、出願人に説明又は補正を行なうよう要求することができる。出願人は説明又は補正を行わないときは、商標局の審査決定に影響を及ぼさない。

「商標法实施条例」第二十三条

商標法第二十九条の規定により、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取った日から 15 日以内に説明又は補正しなければならない。

二、関連解釈

審査意見書は、商標局が、商標登録出願が「商標法」の関連規定に違反しているが、例外規定に合致する可能性があるなど場合に、出願人に法定期限までに商標登録出願について説明や補正を行ない、例外規定適用対象にあたることを証明する資料などを補充するよう求めるときの手順である。

三、審査意見書の適用

(一) 適用範囲

1、「商標法」第十条第一項第(二)、(三)、(四)号、第二項但し書きの規定に合致する可能性があり、出願人による説明を経て予備査定を受け得る場合。

2、新聞、雑誌、定期刊行物、ニュース刊行物など特殊な商品を指定して、国名、県級以上の行政区画名を含むものを登録出願し、出願人に関連証拠材料(例えば、「定期刊行物出版許可証」など)を提示させる必要がある場合。

3、「商標法」第十一条第二項の規定に合致する可能性があり、出願人による説明を経て予備査定を受け得る場合。

商標登録出願は色彩組合せ商標又は音声商標であり、かつ願書によりそれが顕著な特徴を備えていることを確認できず、出願人による使用証拠の再度補充で、長期間の使用を経て顕著な特徴を備えるようになったことを説明した後に、予備査定を受け得る場合。

商標登録出願中に顕著でない部分が含まれ、これを理由に予備査定を認めるべきでないが、出願人による補正を経て予備査定を受け得る場合。

4、確かに適用する必要があるその他の場合。

(二) 使用要求

審査意見書は願書ごとに使用すべきであって、1回のみ限定する。

四、審査意見書の説明/補正意見の審査

(一) 説明/補正意見の方式審査

審査意見書への説明/補正意見をする応答側は、商標登録出願人又はその代理人とする。

商標登録出願人又はその代理人は審査意見書を受け取った日から15日以内に説明/補正意見を応答した場合、時間通りの応答とみなされる。

(二) 説明/補正意見の実体審査

出願人はその商標登録出願が「商標法」第十条第一項第(二)、(三)、(四)号、第二項の但し書きの規定に合致することを説明した場合、その説明/補正意見の審査は本基準第一部分第三、四、五、十号の関連規定を適用する。出願人が外国政府、政府間国際組織、その他の政府部門による登録許可又は登録授権の証明文書を提供し、およびその商標が外国で登録されている旨の証明文書を提出する場合、原本又は授権側からサインや押印されたコピーを提出しなければならない。法律但し書き部分の適用は、証明文書に示される範囲と限定すべきであって、商標、商品又は役務の範囲を拡大解釈してはならない。

出願人はその商標登録出願が「商標法」第十一条第二項の規定に合致することを説明した場合、その説明/補正意見の審査は本基準第二部分第七号の関連規定を適用する。

出願人は色彩組合せ商標について使用証拠を補足して、当該商標が長期間の使用を経て顕著な特徴を備えるようになったことを説明した場合、その説明/補正意見の審査は本基準第五部分第四号の関連規定を適用する。

出願人は音声商標について使用証拠を補足して、当該商標が長期間の使用を経て顕著な特徴を備えるようになったことを説明した場合、その説明/補正意見の審査は本基準第六部分第四号の関連規定を適用する。

出願人はその商標登録出願を補正するに当って、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、商標の補正を行ってはならない。

下編

商標審理基準

一、他人の馳名（＝著名）商標の複製、模倣又は翻訳の審理基準

「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は、この法律の規定により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、その登録を認めず、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、当該馳名商標登録者の利益に損害を与え得るときは、その登録を認めず、かつその使用を禁止する。

「商標法」第十四条

馳名商標は、当事者の請求により、商標に係る案件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、以下の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、程度および地理的範囲。
- (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ことのその他の要因。

商標登録の審査、工商行政管理部門による商標法違反案件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より権利を主張する場合、商標局は、案件の審査、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より権利を主張する場合、商標評審委員会は、案件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、行政案件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より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、案件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、展示およびその他の商業活動に使用したりしてはならない。

「商標法」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および第三項、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宣告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。

「商標法实施条例」第三条

商標権保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。商標局および商標評審委員会は、商標法第十四条の規定に基づいて、審査処理する案件の必要および当事者の提出した証拠資料をもとに、その商標の馳名性の状況について認定する。

1. はじめに

上記の規定は、馳名商標に対する保護を具体化したものである。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を守ることを出発点として、馳名商標の知名度および信用を利用し、市場の混乱又は大衆の誤認を招き、馳名商標所有者の利益を侵害する恐れのある商標登録行為を禁じることで、登録原則を厳格に実施することによって生じ得る不公平な結果を補うものである。

商標異議申立て、不登録決定不服審判および無効宣告案件の審理において、他人の馳名商標の複製、模倣又は翻訳問題に関するもので、商標所有者が自分の権利を侵害されたと考える場合、本基準を原則として案件ごとの個別判定を行う。

2. 馳名商標の認定原則

2.1 案件ごとの個別の認定。まず、当事者は必ず具体的な商標案件において、係争商標が自分の既に関連公衆に熟知されている商標に対する複製、模倣、翻訳に当るほか、混同を招いたり、公衆を誤認さたりして、当該馳名商標所有者の利益を損なうおそれがあると考えるときにのみ、馳名商標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案件において、馳名商標の認定結果は本案件にだけ有効である。馳名商標と認定されたものは、本案件において馳名商標の保護記録として考慮することができる。

2.2 受動的保護。商標局、商標評審委員会は、具体的な商標案件において、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。当事者は馳名商標としての保護を主張しない場合、商標局、商標評審委員会は自発的に認定をしない。

2.3 必要に応じた認定。係争商標が他人商標と大きく相違し、又は係争商標の指定商品・役務が他人商標の指定商品・役務と大きく相違し、係争商標の登録出願が、混同を招いたり、公衆を誤認させたりして、当該馳名商標の登録者の利益を損なうおそれがない場合、商標局、商標評審委員会は他人商標が馳名であるかを認定する必要がない。

3. 適用条件

3.1 「商標法」第十三条第二項を適用するには、次の条件を満たさなければならない。

(1) 他人商標が係争商標の出願日前に既に馳名(=著名)となっているが、中国で登録されていない。

(2) 係争商標が他人の馳名商標に対する複製、模倣又は翻訳に当る。

(3) 係争商標を使用する商品・役務は他人の馳名商標を使用する商品・役務と同一又は類似している。

(4) 係争商標の登録又は使用は混同を招きやすい。

3.2 「商標法」第十三条第三項を適用するには、次の条件を満たさなければならない。

(1) 他人商標が係争商標の出願日前に既に著名となっており、かつ中国で登録されている。

(2) 係争商標が他人の馳名商標に対する複製、模倣又は翻訳に当る。

(3) 係争商標を使用する商品・役務は他人の馳名商標を使用する商品・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ミスリードすることで、当該馳名商標登録者の利益を損なうおそれがあること。

4. 馳名商標の判定

4.1 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。

関連公衆には、次のものが含まれるがこれらに限らない。

(1) 商標により表示される商品の製造者又は役務の提供者。

(2) 商標により示される商品・役務の消費者。

(3) 商標により示される商品・役務の販売経路に関わる販売者および関係者等。

4.2 馳名商標に当るかを認定するときは、個々の案件の状況を踏まえて、次の各種要素を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) 当該商標のなんらかの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。

4.3 馳名商標を認定するに当たって、次に掲げる証拠に基づき、総合的に判定することができる。

(1) 当該商標を使用する商品・役務の契約、領収書、貨物引替証、銀行入金証憑、輸出入証憑等。

(2) 当該商標を使用する商品・役務の販売区域の範囲、販売網の分布および販売経路、方法に関する資料。

(3) 当該商標に係る放送、映画、テレビ、新聞紙、定期刊行物、インターネット、室外等のメディアの広告、メディアの評論およびその他の宣伝活動資料。

(4) 当該商標を使用する商品・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および使用継続状況に関する資料。

(6) 当該商標の中国、国外およ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認定され保護を受けたことに関する法律文書、および当該商標が侵害又は詐称された状況。

(8) 資格を有する会計士事務所から発行され、公信力を有する権威ある機構から公布された当該商標を使用する商品・役務の売上、利益納税金額、生産額の統計、および市場シェア、広告金額の統計など。

(9) 当該商標を使用する商品・役務の、全国同業界での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公開データ、民政部門に登録されている全国的業界協会の公開又は半公開のデータと発行した証明書、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なら、いずれも証拠となれる。

(10) 当該商標を使用する商品・役務が国家発明特許を取得した状況、および出願人の自主イノベーションのその他の状況。

- (11) 当該商標を使用する商品・役務の技術が国家標準、業界標準になっている。
- (12) 当該商標の受賞状況。
- (13) 当該商標の知名度を証明できるその他の資料。

4.4 当該商標を使用する商品・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ていなければならない。

請求人の経済的指標を証明する企業の年度報告又は上場企業の上場年報は、原本又は公証を受けたコピーを提出しなければならない。納税金額は、税務機関による証明書の原本又は公証を受けたコピーにより裏付けられていなければならない。

4.5 当事者は、当該商標の広告契約、領収書、広告メディア、などの証拠を提出して、当該商標宣伝の広告費用、形式・メディア、継続時間、カバー範囲などを証明しなければならない。

4.6 請求人は、販売契約又は販売領収書などの証拠を提出して、当該商標を使用する商品・役務が既に複数の省（自治区、直轄市）で販売・経営されていることを証明しなければならない。

4.7 上記証拠は原則的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、その継続使用時間が5年間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、その登録時間が3年間を下回らず、又は継続使用時間が5年間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。

4.8 当事者が提出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裏付けられるものでなければならない。

当該商標が馳名商標の認定請求において、上記すべての条件を満たさないが、請求人が提出した証拠により、当該商標が市場において確かに高く評価されていることを証明でき、馳名商標に認定するのに十分である場合、認定することもできる。

馳名商標の認定は、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・役務の中国での実際の生産、販売もしくは提供を前提としない。当該商標を使用する商品・役務の宣伝活動も当該商標の使用に当たり、これに関連する資料は、当該商標が馳名であるかを判断するときの証拠となる。

4.9 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は、ビジネス習慣として、使用した商標標識、商品・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。

4.10 案件の審理にあたって、既に商標行政主管機関又は司法機関によって認定された馳名商標に係る場合、相手方当事者は商標が馳名であることについて異議を有しないときは、これを認めることができる。

5. 他人の馳名商標の複製、模倣又は翻訳の判定

5.1 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。

5.2 模倣とは、係争商標が他人の馳名商標を剽窃し、他人の馳名商標の顕著な部分又は顕著な特徴を踏襲することをいう。

馳名商標の顕著な部分又は顕著な特徴とは、馳名商標の主な識別作用を果たす部分又は特徴をいい、特定の文字又はその組合せ方法および字体表現方式、特定の図形構成方法および表現方式、特定の色彩の組合せ等が含まれる。

5.3 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、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、関連公衆に広く知られ、又は

習慣的に使用されていることをいう。

6. 混同、誤認の可能性の判定

6.1 混同、誤認には、次の場合が含まれる。

(1) 消費者が商品・役務の出所について、係争商標が表示されている商品・役務を馳名商標の所有者が製造し、又は提供したものであると誤認する場合。

(2) 消費者に、係争商標が表示されている商品の製造者又は役務の提供者と馳名商標の所有者との間になんらかのつながりがあると連想させる場合。例えば、投資関係、ライセンス関係又は提携関係など。

6.2 誤認には、次の場合が含まれる。

(1) 関連公衆に、係争商標と他人の馳名商標間に一定の程度につながりがあると認識させ、馳名商標の顕著性を弱めるのに十分である場合。

(2) 係争商標の登録・使用により、馳名商標の市場評判が下げられる恐れがある場合。

(3) 係争商標の登録・使用により、馳名商標の市場評判が不正に利用される恐れがある場合。

6.3 混同、誤認の判定は、混同、誤認の実際発生を要件とせず、混同、誤認の可能性の有無を判定するだけでよい。

6.4 混同、誤認の可能性の判定にあたっては、次の各種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) 係争商標および他人の馳名商標のそれぞれを使用する商品・役務の関連度。

(5) 混同、誤認を招くおそれのあるその他の要素。

7. 馳名商標保護の範囲の判定

7.1 中国で登録されていない馳名商標については、「商標法」第十三条第二項の規定により、保護の範囲は、同一又は類似の商品・役務に及ぶ。

7.2 中国で既に登録されている馳名商標については、「商標法」第十三条第三項の規定により、保護の範囲は、同一でない、又は類似しない商品・役務に及ぶ。

同一でない、又は類似しない商品・役務において既に登録されている馳名商標の保護範囲を拡大するにあたっては、公衆を誤認することで、当該馳名商標の登録者の利益を損なうおそれがあることを前提としなければならない。個々の案件における馳名商標保護の具体的な範囲は、本基準6.3に掲げる要素を総合的に勘案して判定しなければならない。

8. 悪意の登録の判定

他人の馳名商標を複製、模倣又は翻訳して登録を出願した場合に、当該商標登録の日から5年以内に、馳名商標の所有者又は利害関係者は、商標評審委員会に当該係争商標の無効宣告を請求することができる。但し、悪意の登録について、馳名商標の所有者による係争商標の無効宣告請求は、5年の時間的制限を受けない。

係争商標出願人の悪意の有無を判定するにあたって、次の要素を考慮することがで

きる。

- (1) 係争商標出願人と馳名商標所有者との間に過去に取引又は提携関係があった。
- (2) 係争商標出願人と馳名商標所有者とが同一地域にあり、又は双方の商品・役務に同一の販売経路と地域範囲がある。
- (3) 係争商標出願人と馳名商標所有者との間に過去に他の争いが生じたことがあり、当該馳名商標を知り得る。
- (4) 係争商標出願人と馳名商標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、馳名商標の信用および影響力を利用して誤認を招く宣伝を行い、馳名商標所有者に自らとの取引提携を強要し、馳名商標所有者又は他人に高額の譲渡金、ライセンス料又は権利侵害賠償金を要求するなどの行為があった。
- (6) 馳名商標には強い独創性がある。
- (7) 悪意と認定することができるその他の事情。

二、被代理人又は被代表人の商標を無断で登録した場合の商標審理基準

「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、その登録を認めず、かつその使用を禁止する。

1. はじめに

代理人又は代表人が授權を得ずに被代理人又は被代表人の商標を無断で出願する行為は、誠実信用の原則に反し、被代理人、被代表人又は利害関係者の合法的權益を侵害するものである。上記規定の主旨は、代理人又は代表人の悪意による抜け駆け登録行為を禁じることにある。

商標異議申立て、不登録決定不服審判および無効宣告案件の審理において、代理人又は代表人が被代理人又は被代表人の商標を無断で登録する場合、本基準を原則として案件ごとの判定を行う。

2. 適用の条件

代理人又は代表人が授權を得ずに被代理人又は被代表人の商標を無断で出願する行為を認定するにあたっては、次の条件を満たさなければならない。

- (1) 係争商標登録出願人が商標所有者の代理人又は代表人である。
- (2) 係争商標の使用範囲が、被代理人、被代表人の商標と同一又は類似の商品・役務である。
- (3) 係争商標が被代理人、被代表人の商標と同一又は類似している。
- (4) 代理人又は代表人は、その出願行為について被代理人又は被代表人から授權されていることを証明できない。

登録商標の無効宣告案件において、被代理人、被代表人又は利害関係者は、係争商標登録の日から5年以内に無効宣告請求を申し立てなければならない。

3. 代理関係、代表関係の判定

3.1 代理人には、「中華人民共和國民法通則」、「中華人民共和國契約法」に定める代理人のほかに、商事取引に基づき被代理人の商標を知り得る販売者も含まれる。

代表人とは、被代表人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人の商標を知り得る個人をいい、法定代表者、董事、監事、支配人、パートナー等の人員が含まれる。

3.2 代理、代表関係について交渉している段階で、代理人、代表人が被代理人、被代表人の商標を知り、登録することで、被代理人、被代表人の利益が損なわれる可能性をもたらしたときは、「商標法」第十五条第一項にいう「代理人、代表人の無断登録行為」に当る。

代理関係が終了した後に、代理人、代表人が被代理人、被代表人の商標の登録を出願することで、被代理人、被代表人の利益が損なわれる可能性をもたらしたときは、

「商標法」第十五条第一項にいう「代理人、代表人の無断登録行為」に当る。

代理人又は代表人の名義で被代理人、被代表人の商標の登録を出願してはいるが、登録出願人と代理人又は代表人が結託共謀していることを証明する証拠がある場合、「商標法」第十五条第一項にいう「代理人、代表人の無断登録行為」に当る。結託共謀による抜け駆け商標出願行為については、状況をみて、商標登録出願人と上記代理人又は代表人間の親族、投資関係などにより推定することができる。

3.3 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、医療保険の資料。
- (3) 一方の当事者が被代表人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人の商標を知り得ることを証明できるその他の証拠資料。

4. 被代理人、被代表人の商標

4.1 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) 当事者間に約定がない場合、代理関係が既に確定している時点で、被代理人がその代理販売される商品・役務において既に先に使用している商標は、被代理人の商標とみなされる。
- (3) 当事者間に約定がない場合、代理人がその代理販売される商品・役務に使用する商標は、代理人自身の広告宣伝などの使用行為によって、関連公衆に当該商標が被代理人の商品・役務を他人の商品・役務から区別する標識を示すものであると認識させるのに十分であるときに、被代理人の商品・役務において被代理人の商標とみなされる。

4.2 被代表人の商標には、次のようなものが含まれる。

- (1) 被代表人が既に先に使用している商標。
- (2) 法により被代表人に帰属するその他の商標。

5. 被代理人又は被代表人の商標に対する保護の範囲は、当該商標を使用する商品・役務と同一の商品・役務だけでなく、類似の商品・役務にも及ぶ。

6. 代理人、代表人が登録を出願してはならない商標は、被代理人又は被代表人の商標と同一の商標だけでなく、被代理人又は被代表人の商標と類似の商標も含まれる。

7. 代理人、代表人が商標登録の授權を取得したかについての判定

7.1 被代理人、被代表人が行なった授權の内容には、代理人、代表人が登録できる商品・役務および商標標識が含まれなければならない。かつ、授權の意思表示が明瞭で明確なものでなければならない。

7.2 代理人又は代表人は、次の証拠資料を提出して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、被代表人が代理人、代表人に対して行った書面による授權文書。

(2) 被代理人、被代表人が代理人、代表人に対して明瞭で明確な授権の意思表示を行ったと認定できるその他の証拠。

7.3 代理人、代表人が登録出願時に被代理人、被代表人の明確な授権を取得していないが、被代理人、被代表人が事後に当該登録出願行為を追認した場合、代理人、代表人が被代理人、被代表人の授権を取得したとみなす。被代理人、被代表人が当該登録出願行為を知り、かつ合理的な時間以内に反対の意思を表示しなかったことを証明できる証拠がある場合、代理人、代表人が被代理人、被代表人の授権を取得したとみなす。

7.4 商標登録出願時に明らかに被代理人、被代表人の授権を取得しているが、被代理人、被代表人が事後になって後悔した場合、依然として代理人、代表人が被代理人、被代表人の授権を取得していると認定しなければならない。

三、特定関係者による他人の先使用商標の抜け駆け出願の審理基準

「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し、出願人は、当該他人と前項の規定以外の契約、業務関係又はその他の関係を持っていることにより、当該他人の商標の存在を明らかに知っていて、当該他人が異議を申し立てたときは、その登録を認めない。

1. はじめに

特定関係者が契約、業務上のやり取り又はその他の関係で他人の商標を明らかに知りながら抜け駆け出願する行為は、誠実信用原則に違反し、先行商標使用者又は利害関係者の合法的權益を侵害している。上記規定の趣旨は、特定関係を利用して他人の商標を明らかに知りながら悪意で抜け駆け出願する行為を禁止し、公平的で規則化した市場秩序を維持することである。

商標異議申立て、不登録決定不服審判および無効宣告案件の審理において、特定関係者による他人の先使用商標の抜け駆け出願に係る場合、本基準を原則として案件ごとの判定を行なう。

2. 適用の条件

特定関係者による他人の先使用商標の抜け駆け出願を認定するには、以下のような条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日前に既に使用されている。
- (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にあり、登録出願人は当該特定の関係により明らかに他人商標の存在を知っている。
- (3) 係争商標は他人の先使用商標と同一又は類似する商品・役務での使用を指定されている。
- (4) 係争商標は他人の先使用商標と同一又は類似する。

登録商標の無効宣告案件において、商標の先使用者又は利害関係者は、係争商標の登録日から5年以内に無効宣告申請を提出しなければならない。

3. 契約、業務上のやり取り関係およびその他の関係の判定

契約、業務上のやり取り関係とは、双方が代表、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にあることをいう。その他の関係とは、双方のビジネス上のやり取り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、誠実信用原則を守るという立法主旨を出発点とし、先行権利の保護と不公平な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り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出願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。

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) 業務考察、協議関係。
- (7) 広告代理関係。
- (8) その他のビジネス上のやり取り関係。

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、第十五条第一項に規定する代表人以外のその他の一般社員）。

上述関係以外のその他の関係にあることにより先行商標を知った場合、本項に規定するその他の関係に属する。

以下に掲げる証拠により、契約、業務上のやり取りおよ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、業務上のやり取りを証明できる書簡、取引証憑、購買資料など。
- (3) 企業の給与表、労働契約、社会保険、医療保険使材料、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。

4. 「先使用」の判定

先使用は、係争商標の登録出願日前に、既に中国の市場で使用されている商標でなければならない。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る商標だけでなく、商標について行なった普及宣伝も含まれる。

本条にいう先使用には、さらに係争商標が表示された商品・役務が中国市場に参入するために行な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がない。

5. 特定関係者の名義で登録を出願していないが、登録出願人と特定関係者とが結託共謀していることを証明できる証拠がある場合、「商標法」第十五条第二項にいう特定関係者による抜け駆け出願行為に当る。結託共謀による抜け駆け出願行為については、状況を見て、商標登録出願人と上記特定関係者間の親族、投資などの関係により推定することができる。

6. 特定関係者が登録出願してはならない商標には、他人の先使用商標と同一の商標だけでなく、他人の先使用商標と類似する商標も含まれる。

7. 他人の先使用商標に対する保護の範囲は、当該商標を使用する商品・役務と同一の商品・役務だけでなく、類似する商品・役務にも及ぶ。

四、他人先行権利の侵害に関する審理基準

「商標法」第三十二条

商標登録出願は、他人の既存の先行権利を侵害してはならない。……。

1. はじめに

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、肖像権および保護すべきその他の合法的先行権益が含まれる。

商標異議申立て、不登録決定不服審判および無効宣告案件の審理において、先行権利の保護に係る場合、本基準を原則として案件ごとの判定を行う。

本条にいう「既存」は、一般的には係争商標の登録出願日を基準時点として、先行権利が形成されているか、今現在にも合法状態にあるかを確定しなければならない。ただし、先行権利が案件審理時に既に存在しなくなった場合は、一般的には係争商標の登録に影響を及ぼさない。

2. 先行権利

2.1 商号権

2.1.1 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する文字を商標として登録出願し、中国の関連公衆の混同を招きやすく、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当たると認定しなければならない。係争商標の登録を認めず、又はその無効を宣告しなければならない。

2.1.2 適用の条件

(1) 係争商標の登録出願日前に、他人が既に先行してその商号を登記又は使用している。

(2) 当該商号が中国の関連公衆で一定の知名度を有する。

(3) 係争商標の登録と使用は、関連公衆に混同を生じさせやすく、先行商号権者の利益を侵害するおそれがある。

2.1.3 先行商号権の定義

商号権をもって係争商標に対抗するには、商号の登記、使用日が係争商標の登録出願日より早いものでなければならない。

商号権を先に有していた事実は、企業の登記資料、当該商号を使用した商品の取引文書、広告宣伝資料などによって証明することができる。

2.1.4 混同のおそれの判定

混同のおそれとは、係争商標の登録と使用により、当該商標によって示される商品・役務の出所が商号権者であり、又は商号権者と何らかの特定のつながりがあると、関連公衆に誤認させる可能性があることをいう。

係争商標が先行商号と混同されやすく、先行商号権者の利益を侵害するおそれがあると認定するにあたっては、次の各種の要素を総合的に勘案しなければならない。

(1) 係争商標と商号との類似性

原則的には、係争商標が先行商号と同一又は基本的に同一である場合には、混同

を招きやすい確率が高いが、個々の案件においては、先行商号の独創性、知名度によって、係争商標と商号が類似に当るかどうかを判断しなければならない。

(2) 係争商標の指定商品・役務と商号権者が実際に経営している商品・役務との関連性

先行商号権に対する保護は原則上、商号権者が実際に経営している商品・役務と同一又は類似する商品・役務に限定しなければならないが、個々の案件においては、先行商号の独創性、知名度および双方の商品・役務の関連性によって、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。

2.1.5 企業名称の略称、事業単位とその他の組織の名称と略称、個人パートナーシップと自営業者の商号と略称については、すべて本基準を適用する。

2.2 著作権

2.2.1 著作権者の許諾を得ずに、他人の著作権を有する著作物をもって商標登録を出願した場合、他人の先行著作権の侵害に当ると認定し、係争商標の登録を認めず、又はその無効を宣告しなければならない。

2.2.2 適用の条件

- (1) 係争商標の登録出願日前に、他人が既に先行して著作権を有していた。
- (2) 係争商標が他人の先に著作権を有した著作物と同一又は実質的に同一である。
- (3) 係争商標の登録出願人が他人の著作権を有する著作物に接触したことがあり、又は接触する可能性がある。
- (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。

2.2.3 先行著作権の定義

先に著作権を有するとは、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、又は相続、譲渡等の方式によって著作権を取得していることをいう。

先に著作権を有するという事実は、次に掲げる証拠資料によって証明することができる。著作権登記証書、当該著作物を先に公表したという証拠資料、当該著作物を先に完成させたという証拠資料、著作権を相続、譲渡等の方式で先に取得したという証拠資料など。商標登録証書又は係争商標登録出願日より遅い日に登記された著作権登記証書は、単独で著作権の成立を認定する立件証拠とすることができない。

発効裁判文書において確認された「当事者が著作権を先に有していた」という事実は、十分な反証がない場合、これを認めることができる。

2.2.4 「著作物」とは、「中華人民共和国著作権法」の保護を受ける対象をいう。

2.2.5 係争商標の登録出願人が係争商標を独自の創作によって完成させたことを証明できる場合には、他人の先行著作権に対する侵害に当たらない。

2.2.6 係争商標の登録出願人は、その主張する「著作権者の許諾を受けた」という事実について、挙証責任を負わなければならない。

「中華人民共和国著作権法」およびその「実施条例」の関連規定によると、係争商標の登録出願人は、著作権者が当該登録出願人に対して「著作物を使用して商標の登録を出願することを許諾する」という直接かつ明確な意思表示をしたことについて、証拠を示して証明しなければならない。

2.3 意匠権

2.3.1 授權を受けずに、他人が意匠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損なうおそれがある場合、商標法第三十二条の前半の規定を適用して、係争商標の登録を認めず、又はその無効を宣告することができる。

2.3.2 適用の条件

- (1) 係争商標の登録出願日又は使用日前に、他人が既に意匠権を有していた。
- (2) 係争商標が意匠と同一又は類似している。

2.3.3 他人の先行意匠権の定義

意匠権付与の公告日が係争商標の登録出願日と使用日よりも早いものでなければならぬ。

当事者は、意匠権を先に有していたことを主張する場合、意匠証書、年金納付証憑などの証拠資料を提出してこれを証明しなければならない。

2.3.4 係争商標と意匠との同一又は類似の判断

係争商標と意匠とが同一又は類似するかを判断するにあたっては、係争商標と意匠の全体とを比較してもよければ、係争商標の本体の顕著な部分と意匠の要部とを比較してもよい。

係争商標と意匠とが同一また類似するかを認定するにあたっては、原則として、商標の同一、類似の審査基準を適用する。意匠における文字について、その特別な表現形式のみが保護されるが、意味は意匠権の保護範囲に含まれない。

2.3.5 係争商標の登録出願人は、その主張する「意匠権者の授権を受けた」という事実について挙証責任を負わなければならない。

2.4 氏名権

2.4.1 許諾を受けずに、他人の氏名を商標として登録出願することで、他人の氏名権を損なうおそれがある場合、係争商標の登録を認めず、又はその無効を宣告しなければならない。

2.4.2 適用の条件

- (1) 関連公衆の認識では、係争商標の文字が当該氏名権者を指向している。
- (2) 係争商標の登録は、他人の氏名権を損なうおそれがある。

2.4.3 他人の氏名には、本名、筆名、芸名、別名などが含まれる。

「他人」とは、商標異議申立て、不登録決定不服審判又は無効宣告を申し立てた時点で存命中の自然人をいう。

2.4.4 係争商標が他人の氏名権を損なうかどうかを認定するに当たって、関連公衆は、係争商標がその指定商品において氏名権者を指向し、又は氏名権者との対応関係を形成するおそれがあることを前提とするべきであって、係争商標が他人の氏名と完全に同一であることを含むほか、係争商標が他人の氏名と文字構成上異なるが、他人の氏名の主要特徴を反映しており、関連公衆の認識では当該氏名権者を指向していることも含む。

許諾を受けずに有名人の氏名を用いて商標登録を出願し、又は他人の氏名であることを明らかに知りながら、他人の利益を侵害する目的で商標登録を出願した場合には、他人の氏名権に対する侵害に当たると認定しなければならない。

2.4.5 係争商標登録出願人は、その主張する「氏名権者の許諾を受けた」という事実について、挙証責任を負わなければならない。

係争商標の登録出願日前に氏名権者が許諾を撤回した場合、氏名権者が使用を許諾した商品・役務の範囲を超過して商標登録を出願した場合、氏名権者が明確に許諾していない使用商品・役務について商標登録を出願した場合には、許諾を受けていないと見なされる。

2.4.6 氏名を用いて商標登録を出願し、公衆をミスリードし、公序良俗に反し、又はその他の不良な影響がある場合には、「商標法」第十条第一項第(七)、(八)号の

規定により審査を行う。

2.5 肖像権

2.5.1 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、他人の肖像権を損なう恐れがある場合、係争商標に登録を認めず、又はその無効を宣告しなければならない。

2.5.2 適用の条件

(1) 関連公衆の認識では、係争商標の画像が当該肖像権者を想起している。

(2) 係争商標の登録は、他人の肖像権を損なう恐れがある。

2.5.3 「他人」とは、商標異議申立て、不登録決定不服審判又は無効宣告を申し立てた時点で存命中の自然人をいう。

肖像とは、撮影、絵画などの芸術手段で他人の姿を再現することをいい、写真、肖像画、ビデオなどの表現方式が含まれる。

2.5.4 係争商標が他人の肖像権を損なうかどうかを認定するに当たって、関連公衆は、係争商標がその指定商品において肖像権者を想起し、又は肖像権者との対応関係を形成する恐れがあることを前提とするべきである。

他人の肖像写真を係争商標として登録出願する場合、他人が公衆での知名度を有するかどうかを保護の前提条件としない。他人の肖像画を係争商標として登録出願する場合、通常、他人の知名度状況を勘案して、個々の案件で保護の範囲を確定しなければならない。

許諾を受けずに有名人の肖像を用いて登録商標を出願し、又は明らかに他人の肖像であることを知りながら他人の利益を損なう目的で登録商標を出願した場合、他人の肖像権の侵害に当ると認定しなければならない。

2.5.5 係争商標登録出願人は、その主張する「肖像権者の許諾を受けた」という事実について、挙証責任を負わなければならない。

係争商標の登録出願日前に肖像権者が許諾を撤回した場合、肖像権者が使用を許諾した商品・役務の範囲を超過して商標登録を出願した場合、肖像権者が明確に許諾していない使用商品・役務について商標登録を出願した場合には、許諾を受けていないとみなされる。

2.5.6 他人の肖像を用いて商標登録を出願し、公衆を誤認させ、公序良俗に反し、又はその他の不良な影響がある場合には、「商標法」第十条第一項第（七）、（八）号の規定により審査を行う。

3. 先行権益

3.1 知名商品・役務特有の名称、包装、装飾

3.1.1 他人の知名商品・役務特有の名称、包装、装飾と同一又は類似する文字、図形などを商標として登録出願することで、中国の関連公衆に混同を生じさせ、当該適法権益者の利益を損なうおそれがある場合、他人の知名商品・役務特有の名称、包装、装飾の侵害に当ると認定しなければならない。係争商標の登録を認めず、又はその無効を宣告しなければならない。

3.1.2 適用の条件

(1) 係争商標登録出願日前に他人が既に使用していた知名商品・役務特有の名称、包装、装飾。

(2) 他人の知名商品・役務特有の名称、包装、装飾が商標として登録されていない

い。

(3) 係争商標が他人の知名商品・役務特有の名称、包装、装飾と同一又は類似している。

(4) 係争商標の登録と使用により、関連公衆に混同や誤認を生じさせやすく、先行の知名商品・役務特有の名称、包装、装飾の権益者の利益を損なうおそれがある。

3.1.3 知名商品・役務特有の名称、包装、装飾の認定

商品の出所を区別する顕著な特徴を備える商品の名称、包装、装飾は、「特有の名称、包装、装飾」と認定しなければならない。以下に掲げるいずれかの状況に該当する場合、「知名商品特有の名称、包装、装飾」と認定してはならない。

(一) 商品の一般名称、図形、符号。

(二) 単に商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量およびその他の特徴を直接示す商品の名称。

(三) 単に商品自身の性質により生じた形状、技術的な効果を得るために必要な商品の形状および商品に実質的な価値を持たせるための形状。

(四) その他の顕著な特徴に欠ける商品の名称、包装、装飾。

前項の第(一)、(二)、(四)号に規定する状況は使用を経て顕著な特徴を備えるようになった場合、「特有の名称、包装、装飾」と認定することができる。

3.1.4 混同のおそれの判定

係争商標が先行の当該知名商品・役務特有の名称、包装、装飾と混同されやすく、先行権益者の利益を損なうおそれがあると認定するに当たっては、係争商標と当該知名商品・役務特有の名称、包装、装飾との類似性および係争商標の指定商品・役務と知名商品・役務との関連性を総合的に勘案しなければならない。

3.2 その他の保護すべき適法先行権益

五、他人が既に使用している一定影響力を有する商標の抜け駆け登録に関する審理基準

「商標法」第三十二条

商標登録出願は、……。他人が先に使用している一定の影響のある商標を不正な手段で抜け駆け登録してはならない。

1. はじめに

上述の規定は、誠実信用の原則に基づき、既に使用されている、一定の影響を有する商標を保護し、不正な手段による抜け駆け登録行為を制止し、登録原則を厳格に実施することによって生じ得る不公平な結果を補うものである。

商標異議申立て、不登録決定不服審判および無効宣告案件の審理において、他人が既に使用している、一定の影響を有する商標の抜け駆け登録に係る場合は、本基準を原則として個々の案件の判定を行う。

2. 適用の条件

(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、一定の影響を有している。

(2) 係争商標が他人の商標と同一又は類似している。

(3) 係争商標の指定商品・役務が他人の商標を使用する商品・役務と同一又は類似している。

(4) 係争商標の出願人が不正な手段を使った。

先に使用されており一定の影響を有する商標の所有者又は利害関係者は、「商標法」第三十二条の規定により係争商標の無効宣告を申し立てる場合、係争商標の登録日から5年以内に申し立てなければならない。

3. 既に使用されており一定の影響を有する商標の判定

3.1 既に使用されており一定の影響を有する商標とは、中国で既に先行使用されており、一定の範囲内の関連公衆に知られている未登録商標をいう。

関連公衆の判定には、「他人の馳名商標の複製、模倣又は翻訳の審理基準」の関連規定を適用する。

3.2 商標が一定の影響を有することを証明するには、次に掲げる証拠資料を提供することができる。

(1) 当該商標を最初に使用した時間と継続使用の状況などの関連資料。

(2) 当該商標に示される商品・役務の契約、発票（税務機関法定領収書）、貨物引替証、銀行入金証憑、輸出入証憑など。

(3) 当該商標に示される商品・役務の販売区域の範囲、売上高、販売経路、方式、市場シェアなどの関連資料。

(4) 当該商標の所有者がラジオ、映画、テレビ、新聞紙、定期刊行物、インターネット、室外などのメディアで公表した商業広告、宣伝資料および上記メディアにお

ける当該商標に係るすべての評論、報道、宣伝などの資料。

(5) 当該商標に示される商品・役務が展示会、博覧会、競売などの商業活動に参加したことに關する資料。

(6) 当該商標の受賞歴などの信用資料。

(7) 当該商標に一定の影響があることを証明できるその他の資料。

当事者により提出され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場合、これを採用しなければならない。

3.3 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・役務、使用日および使用者を示せるものでなければならない。

3.4 商標が一定の影響を有しているかどうかは、原則として係争商標の出願日を基準として判定する。

係争商標の出願日前に使用されており一定の影響を有していたが、継続的に使用されなかった場合、さらに当該商標の影響力が係争商標の出願日まで継続しているかどうかを判定しなければならない。

4. 「不正な手段」の判定

係争商標出願が不正な手段を使ったかどうかを判定するに当って、以下に掲げる要素を総合的に勘案することができる。

(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。

(2) 係争商標の出願人と先行商標の使用者とが同一地域にあり、又は双方の商品・役務に同一の販売経路と地域範囲がある。

(3) 係争商標の出願人と先使用者との間に過去に他の争いが生じたことがあり、先使用者の商標を知り得る。

(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) 係争商標の出願人は不当利益の獲得を目的とし、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招く宣伝を行い、先使用者に自らの取引提携を強要し、先使用者又は他人に高額の譲渡金、ライセンス料又は権利侵害賠償金を要求するなどの行為があった。

(6) 他人の商標に強い独創性があり、係争商標が他人の商標と極めて類似している。

(7) 不正な手段と認定することができるその他の事情。

5. 本条項にいう状況に当るかどうかは、「一定の影響力」と「不正な手段」の事情を総合的に勘案しなければならない。

六、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理基準

「商標法」第四十四条第一項

登録された商標が、……欺瞞的な手段若しくはその他の不正な手段で登録を得た場合は、商標局は当該登録商標の無効宣告を行う。その他の単位又は個人は、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。

1. はじめに

商標登録出願は、誠実信用の原則を遵守しなければならず、虚偽を弄する手段によって商標行政主管機関を騙し登録を受けてはならず、また、商標登録秩序の攪乱、公共利益の侵害、公共資源の不正占用、又はその他の不正な方式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。

欺瞞的な手段又はその他の不正な手段によって商標登録を受けたことに係る場合、本基準を原則として個々の案件の判定を行う。

2. 適用の条件

2.1 欺瞞的な手段によって商標登録を受ける行為

これは、係争商標登録者が商標登録を出願するときに、商標行政主管機関に対して事実を偽り、又は真相を隠し、偽造の出願書類又はその他の証明文書を提出して商標登録を騙し取った行為をいう。次のものを含むがこれらに限らない。

(1) 出願書類の署名捺印を偽造する行為。

(2) 出願人の身分証明文書を偽造、改ざんする行為。これには、虚偽の身分証明書、営業許可証などの身分証明文書を使用し、又は身分証明書、営業許可証などの身分証明文書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) その他の証明文書を偽造する行為。

2.2 その他の不正な手段で商標登録を受ける行為

これは、係争商標の出願人が欺瞞的な手段を除いた、商標登録秩序の攪乱、公共利益の侵害、公共資源の不正占用、又はその他の不正な方式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おり、その行為が誠実信用原則に違反し、公共利益を損なったことを証明できる証拠が確かにあることをいう。単に特定の民事的權益を損なった場合、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て審査・判断すべきである。

2.2.1 以下に掲げる状況は、本条にいう「その他の不正な手段で登録を受ける」に当る。

(1) 係争商標の出願人は複数の商標登録を出願し、かつ他人の強い顕著性を持つ商標と同一又は類似に当る場合。

(2) 係争商標の出願人は複数の商標登録を出願し、かつ他人の商号、企業名称、社会組織およびその他の機構名称、知名商品特有の名称、包装、装飾など同一又は類似に当る場合。

(3) 係争商標の出願人は大量の商標登録を出願し、かつ実際に使用する意図が明らかに乏しい場合。

(4) 不正な手段で登録を受ける状況と認定できるその他の場合。

2.2.2 係争商標が登録を受けたあと、係争商標の出願人は実際の使用行為も使用の準備行為もなく、単に不正な利益を獲得するために積極的に他人に商標を売りつけ、他人に自らとの取引提携を強要し、又は他人に高額の譲渡金、ライセンス料、権利侵害賠償金を要求するなどの行為があった場合、実際に使用する意図が明らかに乏しいと判定できる。

2.2.3 係争商標の出願人が不正な手段で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おり又は特定の身分関係やその他の特定のつながりを持つ人が登録出願した商標も含まれる。

七、登録商標取消案件の審理基準

「商標法」第四十九条

商標登録者が登録商標を使用する過程において、登録商標、登録者の名義、住所又はその他の登録事項を許可なく変更したときは、地方の工商行政管理部門は、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消す。

登録商標が使用許可された商品の一般名となり、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、如何なる単位又は個人も、商標局に当該登録商標の取消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ヶ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、国务院工商行政管理部門の許可を得て、3ヶ月間延長することができる。

「商標法」第五十四条

登録商標を取消す又は登録商標を取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再審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ヶ月以内に決定を行い、書面で請求人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、国务院工商行政管理部門の許可を得て、3ヶ月間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「登録商標がその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、如何なる組織又は個人も商標局に該登録商標の取消しを請求することができ、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、商標登録人に通知し、通知を受け取った日から2ヶ月以内に答弁を行うよう要求しなければならない。期間内に答弁しなかった場合であっても、商標局の決定は妨げられない。

「商標法实施条例」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、如何なる組織又は個人も商標局に、その登録商標の取消しを請求することができ、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、商標登録人に対して、通知を受け取った日から2ヶ月以内に、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。期間内に使用の証拠資料を提出せず、又は証明資料が無効で、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、商標登録者が登録商標を使用する場合の証拠資料と商標登録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年連続で不使用であることを理由に登録商標の取消しを請求する場合、その登録商標の登録公告の日から満3年後に請求しなければならない。

「商標法実施条例」第六十七条

下記の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) 商標登録者に帰責できないその他の正当な事由。

1. はじめに

商標の登録者は、登録商標を規範的に連続使用するとともに登録商標の顕著性を積極的に擁護する法定義務を負う。「商標法」は、登録商標の無断変更、登録商標の登録者名義、登録者住所又はその他の登録事項の無断変更などの行為を禁止する。

2. 登録商標の無断変更があるかどうかの判定

登録商標の無断変更とは、商標の登録者又は被許諾者が実際に登録商標を使用する際に無断で当該商標の文字、図形、字母、数字、立体的形状、色彩の組合せなどを変更することで、元の登録商標の主要部分と顕著な特徴に変更が生じることをいう。変更後の標識は元の登録商標と比較して、同一性を持たないと思われやすくなる。

上記の行為があり、かつ商標の登録者が地方の工商行政管理部門から期限を定めて是正するよう指示されても、是正しない場合、法により取消をする。

3. 登録商標の登録者名義、登録者住所又はその他の登録事項の無断変更があるかどうかの判定

3.1 登録商標の登録者名義の無断変更とは、商標の登録者名義（氏名又は名称）に変更が生じた後、法により商標局に変更申請を提出しておらず、又は実際に使用している登録商標の登録者名義が「商標登録簿」に記載する登録者名義と一致しないことをいう。

3.2 登録商標の登録者住所の無断変更とは、商標の登録者住所に変更が生じた後、法により商標局に変更申請を提出しておらず、又は商標の登録者の実際の住所が「商標登録簿」に記載する住所と一致しないことをいう。

3.3 登録商標のその他の登録事項の無断変更とは、商標の登録者名義、登録者住所以外のその他の登録事項に変更が生じた後、法により商標局に変更申請を提出しておらず、「商標登録簿」に記載する関連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、かつ商標の登録者が地方の工商行政管理部門から期限を定めて是正するよう指示されても、是正しない場合、法により取消をする。

4. 登録商標がその指定商品の一般名称となっているかどうかの判定

4.1 「登録商標がその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での実際の使用過程において、その指定商品の一般名称に退化してしまうことをいう。

4.2 係争商標が商品の一般名称であるかどうかの判定には、「商標審査基準」第二部

分「商標の顕著な特徴の審査」の三「当該商品の一般名称、図形、規格しかない場合」を適用する。

4.3 登録商標がその指定商品の一般名称となっている時点の判断には、一般的に、取消請求時の事実状態を基準としなければならないが、案件審理時の事実状態を参考とすることができる。

4.4 適用の条件

(1) 登録商標が登録を許可された時点でまだその指定商品の一般名称となっていない。

(2) 登録商標が取消を請求された時点ですでにその指定商品の一般名称となっている。

4.5 登録商標がその指定商品の一般図形、規格となっていることは、本条の規定を参考にして審理する。

5. 登録商標の連続3年間不使用の判定

5.1 登録商標の連続3年間不使用とは、一つの登録商標がその有効期間において使用されない状態が継続して3年間以上続いたことをいう。

5.2 登録商標の連続3年間不使用の起算時間は、出願人が商標局に当該登録商標の取消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。

5.3 商標使用の判定

5.3.1 商標の使用とは、商標の商業的使用をいう。商標を商品、商品の包装又は容器および商品取引文書に使用する行為、又は商標を広告宣伝、展示およびその他のビジネス活動に使用して商品の出所を識別する行為が含まれる。

5.3.2 商標を指定商品に使用する具体的な方式は、次のようなものがある。

(1) 直接貼り付け、刻印、烙印又は編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、又は商品の付帯標識、製品取扱説明書、紹介マニュアル、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文書に使用すること。商品販売契約、領収書、伝票、受領書、商品輸出入検査検疫証明書、通関書などへの使用が含まれる。

(3) 商標をラジオ、テレビなどのメディアに使用すること、又は公開發行される出版物にて発表すること、および広告看板、郵送広告又はその他の広告方式で商標や商標を使用する商品のために行なった広告宣伝。

(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が含まれる。

(5) 法律規定に合致するその他の商標の使用方式。

5.3.3 商標を指定役務に使用する具体的な方式は、次のようなものがある。

(1) 商標を直接役務提供場所に使用すること。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、便箋およ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文書資料に使用すること。例えば、領収書、送金伝票、サービス提供協議書、修理・メンテナンス証明書など。

(3) 商標をラジオ、テレビなどのメディアに使用すること、又は公開發行される出版物にて発表すること、および広告看板、郵送広告又はその他の広告方式で商標や商標を使用するサービスのために行なった広告宣伝。

(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が含まれる。

(5) 法律規定に合致するその他の商標の使用方式。

5.3.4 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、係争商標の登録者にある。

係争商標が連続3年間不使用に当たらないことを証明する証拠資料は、次のような要求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識を示せる。

(2) 係争商標が指定商品・役務に使用されていることを示せる。

(3) 係争商標の使用者を示せる。商標登録者自身のほかに、商標の登録者が許諾した他人も含まれる。他人に使用を許諾した場合、使用許諾関係の存在を証明できなければならない。

(4) 係争商標の使用日を示せる。かつ、取消請求日から過去に3年間以内遡って計算しなければならない。

(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できる。

単に以下に掲げる証拠を提出するだけでは、商標法上の商標使用と見なされない。

(1) 商品の販売契約又はサービス提供協議書、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。

5.3.5 以下に掲げる状況は、商標法上の商標使用と見なされない。

(1) 商標登録情報の公布又は商標登録者による登録商標専用権保持の声明書。

(2) 公開のビジネス分野で使用されていない。

(3) 単に景品として使用されている。

(4) 単に譲渡や許諾行為があるが、実際に使用されていない。

(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。

5.3.6 商標登録者が提出した使用証拠が登録商標の主要部分と顕著な特徴を変更させた場合、登録商標の使用と見なされない。

5.3.7 商標登録者は指定商品に登録商標を使用しなければならない。商標登録者が指定商品に登録商標を使用する場合、当該商品に類似する商品における登録は、維持できる。商標登録者が指定商品以外の類似商品にその登録商標を使用する場合、その登録商標の使用と見なされない。

八、類似商品又は役務の審理基準

1. はじめに

商標は、商品・役務の分類別にその登録、使用、管理と保護を行っている。商標関連法に商品・役務の類似関係を設けることで、商標権利と保護範囲の大小を確定する。類似商品・役務の判定は、商標権利確定案件の審理の重要な内容である。

「類似商品・役務区分表」は、わが国の商標主管部門が「商標登録用商品・役務国際分類表」を元に、長年の類似商品又は役務区分の実務経験をまとめて制定し対外的に公布したものである。

商標登録秩序を維持し、審理効率を高め、審理基準を統一するために、商標局、商標評審委員会は原則的に「類似商品・役務区分表」に従って案件を審理しなければならない。しかし、商品・役務項目が絶えず更新、発展しており、市場取引の状況も変化しつつあり、個々の商標案件間には相違があるため、類似商品又は役務の判定も、それに伴って調整される。

商標拒絶査定不服審判、商標異議申立て、不登録決定不服審判、無効宣告、無効宣告不服審判、取消、取消不服審判案件の審理において、商品又は役務が類似に当たるかどうかの判定に係る場合、本基準を原則として個々の案件の判定を行なう。

2. 類似商品の判定

2.1 類似商品とは、機能、用途、主要原料、生産部門、販売経路、販売場所、消費者層などの面で同一又は緊密に関連している商品をいう。

2.2 類似商品の判定にあたっては、次の各種の要素を総合的に勘案しなければならない。単一の要素を商品類似の唯一の判定根拠としない。

(1) 商品の機能、用途

商品の機能、用途は消費者の購買目的を直接示しており、商品類似判定の重要な根拠である。二種類の商品は機能、用途が同一又は類似しており、消費者の同様のニーズを満たすことができる場合、類似商品と判定される可能性が高い。

二種類の商品は機能、用途面で相互補完性を有し、又は一緒に使用してはじめて消費者のニーズを満たすことができる場合、類似商品と判定される可能性が高い。

(2) 商品の主要原材料、成分

商品の主要原材料又は成分は、商品の機能、用途を決める重要な要素の一つである。二種類の商品は原材料又は成分が同一又は類似しており、又は相互に代替可能性を持つ場合、類似商品と判定されやすい。

(3) 商品の販売経路、販売場所

二種類の商品は販売経路、販売場所が同一又は類似しており、消費者が両方に同時に触れる機会が多く、消費者が両者に関連性があると認識しやすい場合、類似商品と判定される可能性がある。

(4) 商品の製造者、消費者

二種類の商品は同一の業種又は分野の製造者によって生産、製造、加工された可能性が高ければ高いほど、類似商品と判定される可能性がある。

二種類の商品は同一の業種に携わる者を消費者団体としている場合、又はその消費

者団体に共通の特徴がある場合には、類似商品と判定される可能性がある。

(5) 商品と部品

多くの商品の一つ一つの部品によって組み立てられているが、当該商品と一つ一つの部品又は部品同士が当然すべて類似商品に該当すると考えてはならない。両者の関連性についての消費者の通常認識をもって判断しなければならない。

特定部品の用途が特定商品の使用機能にあわせたものであって、当該商品に当該部品がなければ、当該商品の機能を実現することができず、又は当該商品の経済的な使用目的が著しく損なわれる場合、類似商品と判定される可能性がある。

(6) 消費の習慣

類似商品の判定にあたっては、さらに特定の社会・文化的背景の下で形成された中国の消費者の消費習慣を考慮しなければならない。消費者にとって習慣上、二種類の商品が代替可能である場合、類似商品と判定される可能性がある。

(7) 類似商品の判定に影響を与えるその他の関連要素。

3. 類似役務の判定

3.1 類似役務とは、役務の目的、内容、方式、対象などの面で同一又は緊密に関連している役務をいう。

3.2 類似役務の判定に当たっては、次の各種の要素を総合的に勘案しなければならない。単一の要素を役務類似の唯一の判定根拠としない

(1) 役務の目的

役務の目的はサービスを受ける者の消費ニーズを直接示しており、役務類似判定の重要な根拠である。二種類の役務は目的が同一又は類似しており、普通のサービスを受ける者の同様又は類似するニーズを満たすことができる場合、類似役務と判定される可能性が高い。

(2) 役務の内容と方式

役務の内容と方式は、サービス提供者が消費者のニーズを満たすために行なった具体的な行為、措置と手段である。二種類の役務は役務の内容、方式が近ければ近いほど、類似役務と判定される可能性が高い。

(3) 役務の場所

二種類の役務は役務提供場所が同一であり、普通のサービスを受ける者が両方に同時に触れる機会が多い場合、類似役務と判定される可能性がある。

(4) 役務の提供者、対象

二種類の役務の提供者は同一の業界又は分野からの者であり、役務消費者は同一又は類似する消費者層からの者である場合、類似役務と判定される可能性がある。

(5) 類似役務の判定に影響を与えるその他の関連要素。

4. 商品と役務が類似しているかどうかの判定

4.1 商品と役務の類似とは、商品と役務が緊密に関連しており、関連公衆に商品と役務が同一の市場主体から提供されていると思わせるおそれがあることをいう。

4.2 商品と役務が類似しているかどうかを判定するに当たっては、商品と役務がどれほど緊密に関連しているか、用途、ユーザー、通常の効果、販売経路、販売習慣などで面での一致性を総合的に勘案しなければならない。

九、使用によって顕著な特徴を備えるようになった標識の審理基準

「商標法」第十一条

次に掲げる標識は、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、主要原材料、機能、用途、重量、数量およびその他の特徴を直接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。

前項に掲げる標識が、使用により顕著な特徴を有し、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。

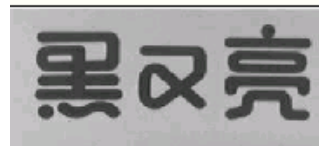
1. 「商標法」第十一条第一項にいう標識は使用によって関連公衆が当該使用者から提供された商品・役務を識別するための標識となった場合、「商標法」第十一条第二項の規定に従って、それが商標として登録できると判定しなければならない。

例1：歯磨き



两面针
LIANGMIAN ZHEN

例2：靴用つや出し剤



黒又亮

2. 「商標法」第十一条第二項の規定により、ある標識が使用によって顕著な特徴を備えるようになったかどうかを審査するに当たって、次の要素を総合的に勘案しなければならない。

(1) 当該標識に対する関連公衆の認識状況。

(2) 当該標識の指定商品・役務での実際の使用時間、使用方式と同業界での使用状況。

(3) 当該標識を使用する商品・役務の販売量、売上高と市場シェア。

(4) 当該標識を使用する商品・役務の広告宣伝状況とカバー範囲。

(5) 当該標識が顕著な特徴を備えるようになるその他の因素。

3. ある標識が使用によって顕著な特徴を備えるようになったかどうかを判定するには、国内関連公衆の認識を基準としなければならない。当事者は当該標識が使用によって顕著な特徴を備えるようになったと主張する場合、それ相応の証拠資料を提出して証明しなければならない。当該標識の使用状況を証明するための証拠資料は、使用している商標標識、商品・役務、使用日と当該標識の使用者を示せるものでなければならない。当該標識の使用者には、商標登録出願人と商標許諾使用者が含まれる。
4. 使用によって顕著な特徴を備えるようになった標識を登録出願するに当っては、実際に使用している標識とおおよそ一致しなければならない。当該標識の顕著な特徴を変えてはならない。かつ実際に使用している商品又は役務での使用を限定しなければならない。当該標識とその他の標識とを共同で使用する場合、当該標識をその他の標識の顕著な特徴から区別し、当該標識自身が使用によって顕著な特徴を備えるようになったかどうかを判断しなければならない。
5. ある標識が使用によって顕著な特徴を備えるようになったかどうかの判定について、拒絶査定不服審判案件、不登録決定不服審判案件では審理時の事実状態を基準とし、無効宣告案件では原則的には係争商標登録出願時の事実状態を基準とし、審理時の事実状態を参考としなければならない。

十、利害関係者の認定

「商標法」第三十三条

初歩査定され公告された商標について、公告の日から3ヶ月以内に、この法律の第十三条第二項および第三項、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と先行権利者、利害関係者が判断したとき、又はこの法律の第十条、第十一条、第十二条の規定に違反していると何人が判断したときは、商標局に異議を申し立てることができる。公告期間を満了しても異議申立がなかったときは、登録を許可し、商標登録証を交付し公告する。

「商標法」第四十五条

既に登録された商標が、この法律の第十三条第二項および第三項、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宣告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。

1. はじめに

「商標法」第三十三条、第四十五条に規定する「先行権利者又は利害関係者」は、相対的な理由をもって異議申立て、無効宣告請求案件を提起する請求人の主体資格に対する要求である。うち、先行権利者とは商標権を含む法的保護を受けるべき合法的先行権利の所有者をいい、利害関係者とは上記先行権利の利益関連者をいう。

2. 利害関係者

以下に掲げる主体は、先行権利の利害関係者と認定することができる。

- (1) 先行商標権およびその他の先行権利の被許諾者。
- (2) 先行商標権およびその他の先行権利の合法的な承継者。
- (3) 先行商標権の質権者。
- (4) 先行商標権およびその他の先行権利と利害関係が有ることを証明できる証拠があるその他の主体。

請求人が利害関係者であるかどうかを判断するに当たって、原則的には異議を申立て又は無効宣告を請求する時点を基準とする。請求時に利害関係がなかったが、案件審理時に利害関係がある場合、利害関係者と認定しなければならない。