

顕著な特徴を備えるべき非伝統的商標に関するガイド

商標は、商品やサービスの出所の識別と区別のための標章として、顕著な特徴を備えなければならない。関連事業主体が立体標章商標、色彩組合せ商標、音声商標などの非伝統的商標の顕著な特徴に関する要件を理解することを支援し、非伝統的商標の登録出願と使用を正しくするよう指導するために、本手引を制定する。

1. 立体標章商標の顕著な特徴

立体標章商標は、通常の平面商標と異なり、立体的な形態を備える標章であり、立体標章のみ或いはその他の平面要素を含めて立体標章を構成することができる。実務上、立体標章商標は、通常、商品自体の立体的形状、商品の包装、或いは容器の立体的形状、或いはその他の立体的形状として表現される。

立体標章は、その特殊な表現形式により、関連公衆に立体標章を商品の一部、商品自体、或いは商品の外装などと認識しやすくするものの、その結果、関連標章が商品やサービスの出所を識別や区別するという基本的機能を発揮できなくさせる。

立体標章を商標登録出願する場合、願書でこれを陳述し、商標の使用方法を説明するとともに、立体的形状を確定できる図を提出し、提出する商標の図は、少なくとも3面図が含まなければならない。

関連標章に対し商標として顕著な特徴を備えるか否かの判断は、一般規則を適用するとともに、同時に商標自体の構成、使用する指定商品やサービス、関連公衆の認知習慣、所属する業界での実際の使用状況および標章の構成要素、視覚的効果、使用方法などを結びつけて総合的に考慮する。

(一) 顕著な特徴を欠くありふれた情況

1. 商品自体の立体的形状のみを商標として登録出願する場合、関連公衆には標章が商品の外観、造形、或いは装飾などと識別されやすく、商品の出所を示す標章と識別されにくく、商品の出所を区別する役割を果たしづらくいため、通常は商標としての顕著な特徴を備えていない。

例：



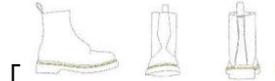
「」(注1)を立体標章商標として「時計」商品に登録申請した場合、関連公衆は当該標章を商品の外観造形と認識しやすく、当該標章を商品やサービスの出所を区別する商標とは理解しないため、当該標章は、商標として顕著な特徴に欠けている。

(注1: 例示と説明を容易にするため、本ガイドで例示する図は立体標章商標図の正面のみを選択している。)

2. 商品の外観形状の一部を商標として登録出願する場合、関連公衆には標章が商品の構成部分と識別されやすく、商品の出所を示す標章と識別されにくく、商品の出所を区別する役割を果たしづらくいため、通常は商標としての顕著な特徴を備えていない。

例:



「」を立体標章出願し「靴」商品に使用した場合、(図案は、靴の本体構造が点線で描かれ、本件商標出願は靴の縁取りの黄色のステッチである)、靴の縁取り部分は明るい黄色で、表現方法に一定の特徴があるが、靴商品の必要な構成部分としての比率が小さいため、関連公衆は、通常、当該部分を商品やサービスの出所を区別する商標として理解しない。従って、標章が商品の出所を識別させ区別する役割を果たしているか否かを、その顕著な特徴を総合的に判断しなければならない。



「参考用」

3. 商品の包装或いは容器の立体的形状のみを商標として登録出願する場合、関連公衆には標章が商品の外装、或いは容器の外形などと識別されやすく、商品の出所を示す標章と識別されにくく、商品の出所を区別する役割を果たしづらくいため、通常は商標としての顕著な特徴を備えていない。

例:



「」を立体標章商標出願し「調味料」商品に使用した場合、当該の標章は、調味料の容器の形状で構成されるため、関連公衆にはそれが商品の容器と識別されやすく、当該標章を商品の出所を区別する商標と理解しないため、当該標章は、商標として顕著な特徴に欠けている。

4. 単純、或いは一般的な立体的形状、或いは装飾的な立体的形状からなる標章を商標として登録出願した場合、関連公衆には一般的な商品の模様、或いは装飾的な外見などと識別されやすく、商品の出所を示す標章と識別されにくく、商品やサービスの出所を区別する役割を果たすこ

とができないため、商標として顕著な特徴が欠けている。

例：



「」を立体標章商標として登録出願した場合、関連公衆には一般的な立体的形状として認識されやすく、商品やサービスの出所を区別する商標として認識されにくく、商標として顕著な特徴が欠けている。

5. サービス業界が関連サービスを提供するために使用する、通用或いは常用される物品の立体的形状を商標として登録出願する場合、関連公衆にはそれが具体的なサービス内容、サービス方式などと識別されやすく、サービスの出所を示す標章と識別されにくく、サービスの出所を区別する役割を果たすことができないために、商標として顕著な特徴が欠けている。

例：



「」を立体標章商標として出願し「遊園地サービス」に使用した場合、当該標章は観覧車をイメージした図であり、ありふれた遊園地の設備に属するため、関連公衆には遊園地で提供される具体的なサービス内容と理解されやすく、サービスの出所を区別する商標として識別することが難しいため、商標として顕著な特徴が欠けている。

6. 顕著な特徴を欠いた立体的形状と顕著な特徴を有するその他の平面的要素を組合せた標章を商標として登録出願する場合、一般的に、当該立体標章商標は、全体的に顕著な特徴を備えると認定できる。但し、出願人は、顕著な特徴のない立体的形状部分の商標専用権を自発的に放棄することを陳述し、商標公告および登録証に法規の説明を注釈で加えなければならず、出願人は、顕著な特徴を備えない立体的形状単独で権利主張することはできない。

なお、平面的要素が立体標章商標に占める割合が小さすぎる、或いは、識別しにくい位置にある、また、全体が商品の包装の装飾や装飾的外見などと識別されやすく、関連公衆の通常の注意力で、その全体を商品やサービスの出所を区別する標章として識別することが難しい場合、当該標章全体は、商標としての顕著な特徴を備えない。

例：



「」を立体標章商標として出願し「ペン」商品に使用した場合、当該立体的形状には

「MONTBOLANC」、「MEISTERSTUCK」、「M」の文字と「星」および「円」の図形が描かれているが、前述の文字と図形はペン本体に占める割合が小さく、関連公衆の通常の注意力では見落としやすい、或いはペン類商品の常用形状などとして認識されやすく、立体的形状全体が商品の出所を区別する商標として識別することは困難である、従って、当該標章全体には商標としての顕著な特徴が欠けている。

(二) 使用により獲得した顕著な特徴

商標法の関連規定により、標章が長期或いは広範な使用を経て、商品やサービスの出所を識別し区別する役割を果たすことができる場合、商標としての顕著な特徴を獲得することができる。出願人は、商標出願、或いは審査意見書の応答過程で、十分な使用証拠を提出し、立体標章商標の使用状況を証明しなければならない。

2. 色彩の組合せ商標の顕著な特徴

色彩の組合せ商標とは、2種類以上の色を特定の方法で組合せて構成される商標をいい、その保護の範囲は、特定の方法で使用される色彩の組合せ標章自体に限定され、具体的な形状は含まれず、商標の図案に表現される形状は保護の範囲外である。色彩の組合せの商標は、商品、或いは商品のパッケージの全部或いは一部に使用することができ、サービスに必要な担体などに使用することができる。我が国は現在、単色の商標登録出願を受理していない。

色彩の組合せ商標とは異なり、ありふれた色を指定した普通商標は、特定の色を付けた文字、或いは図形商標をいい、その保護範囲は、色の付いた文字、図形、および他の登録要素などを含む

指定した商品やサービスに色彩の組合せの使用は、一般的に消費者にはそれが製品自体、包装或いはサービスの担体の装飾或いは装飾デザインなどと思われやすく、商品やサービスの出所を示す標章として識別されにくい、従って、色彩の組合せは商標としての固有の顕著な特徴を欠いており、長期間或いは広範な使用を通じるとともに、色彩の組合せと出願人の主体とが安定的に結びついて初めて、商標が備える顕著な特徴を備えることができる。

色彩の組合せの登録商標を出願する場合、出願人は、明瞭な色見本を提出しなければならない。商標見本は、色の組合せ方式を示すカラーブロック、或いは色の仕様位置を示す輪郭図でなければならない、当該輪郭図は、商標構成要素ではなく、破線で表示、実線で表示されてはならず、同時に、商標の説明で商品やサービスでの色彩の組合せ商標の使用方法を説明しなければならない。

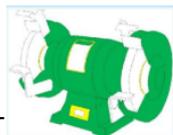
色彩の組合せが商標として顕著な特徴を備えるか否かの判断には、通常基準を適用するとともに、同時に商標自体の構成、使用を指定した商品やサービス、関連公衆の認知習慣および色彩の組合せ自体の属性、構成要素、使用方法、使用状況、同じ業界および類似の色の使用状況および慣行、広告宣伝の状況および効果、関連公衆の認知程度などの要素を結びつけて総合的に考慮する。色彩の組合せは、出願人が独創的或いは最初に使用したものであるからといって、商標としての顕著な特徴を備えると認定することは当然できない。

(一) 顕著な特徴を欠くありふれた情況

使用を指定した商品の自然の色、商品自体の一般的な色彩の組合せ形式、商品の包装物でよく見られる形式、或いは使用を指定したサービスの場所の通用或いは常用される色彩の組合せのみに基づき商標登録出願した場合、関連公衆には、色彩の組合せを見た後、商品やサービスの具体的表現形式など認識しやすく、商品やサービスの出所を示す役割を果たすことができないため、商標としての顕著な特徴が欠けている。

例：



「」を色彩の組合せ商標出願し「電気グラインダ」商品に使用した場合、当該色彩の組合せは電気グラインダで常用される色彩の組合せ形式であるため、関連公衆は、それを商品の出所を識別し区別する標章として識別することが難しく、商標としての顕著な特徴が欠けている。

(二) 使用により獲得した顕著な特徴

商標法の関連規定により、標章が長期或いは広範な使用を経て、商品やサービスの出所を識別し区別する役割を果たすことができる場合、顕著な特徴を獲得することができる。出願人は、商標出願、或いは審査意見書の応答過程で、色彩の組合せ商標の実際の使用状況、および特定の商品又はサービスとの間に確立された安定した関係を証明しなければならない。

3. 音声商標の顕著な特徴

音声商標とは、音声(サウンド)自体で構成された商標をいい、商品やサービスの出所を識別し区別するために用いられる。音声商標は、楽曲などの音楽的性質の音声で構成されることできるし、自然界の、人或いは動物の音声など非音楽的性質の音声から構成されることできるし、音楽的性質と非音楽的性質の両方の音声から構成されることできる。

ありふれた文字或いは図形などの商標と異なり、音声商標は、音声再生メディアに依存し、聴覚により認知される。一般的に、消費者は、それを商品自体が発する音、BGM、広告宣伝用語などと識別しやすいが、一区切りの音を聞いた後に、それが商品やサービスの出所を示す標章として識別するのは容易ではなく、独特の音声でも、商標としての固有の顕著な特徴を備えているとは限らないのである。従って、通常の場合では、音声を商標登録出願する場合、長期的或いは広範な使用を経て商標としての顕著な特徴を獲得するとともに、商品やサービスの出所を識別し区別する役割を果たすことができることを証明する十分な証拠を提出する必要がある。

音声を商標登録出願する場合、要件に適合する音声見本を提出するとともに、商標図中で出願商標を記載し、音声商標の記載と音声見本は一致しなければならない、同時に、商標の説明で商品やサービスでの音声商標の使用方法を説明しなければならない。音声商標が商標としての顕著な特徴を備えるか否かの判断には、通常の基準を適用するとともに、同時に商標自体の構

成、使用する指定商品やサービス、関連公衆の認知習慣および聴覚感知、音声効果、使用方法、使用状況同じ業界および類似の音声の使用状況および慣行、広告宣伝状況および効果、関連公衆の認知程度などの要素を結びつけて総合的に考慮する。音声は、出願人が独創的或いは最初に使用したものであるからといって、商標としての顕著な特徴を備えると認定することは当然できない。

(一) 顕著な特徴を欠くありふれた情況

1. 指定商品やサービスの内容、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のみを商標登録出願する場合、関連公衆は、前記の音声を聞いたとき、それを商品やサービスの具体的記述的な内容として認識しやすく、商品やサービスの出所を識別し区別する役割を果たすことができず、商標としての顕著な特徴が欠けている。

例:

「ピアノ演奏音」を「楽器」商品を指定し使用する;

「子供の笑い声」を「乳児用粉ミルク」を指定し使用する;

「クラシック音楽の音」を「コンサートのスケジュールと編成」サービスを指定し使用する;

「犬の鳴き声或いは猫の鳴き声」を「ペット飼育」サービスを指定し使用する;

「水が沸騰、水の沸騰音」を「電気ケトル」商品などを指定し使用する。

2. 商品の使用或いはサービスの提供で一般的に発生する音声を商標登録申請する場合、関連公衆は、前記の音声を聞いたとき、当該音声を無視、或いはありふれた音声と認識しやすく、商品やサービスの出所を識別し区別する役割を果たすことができず、商標としての顕著な特徴が欠けている。

例:

ボトルを開けるときに通常鳴る「カチッ(嗒)」、「ボン(嘭)」などの音を「ビール」、「ワイン」などの商品に使用する;

出金時にATM(テラマシン)が出す「ザーザー(哗哗)」という音を「銀行」サービスなどを指定し使用する。

3. 業界で通常或いは常用される音楽を商標登録出願する場合、関連公衆は、前記の音を聞いたとき、ありふれた背景音(BGM)などと認識しやすく、商品やサービスの出所を識別し区別する役割を果たすことができず、商標としての顕著な特徴が欠けている。

例:

「ウェディングマーチ」のメロディーを「結婚式の規格と手配サービス」サービスなどに使用する。

4. 単純すぎる或いは複雑すぎる音声を商標登録出願する場合、関連公衆は、前記の音声を聞いたとき、単純な効果音或いは一般的な楽曲などとして認識しやすく、商品やサービスの出所を識別し区別する役割を果たすことができず、商標としての顕著な特徴が欠けている。

例:

「エリーゼのために」のメロディー全体を「幼稚園」などのサービスに指定し使用する。

5. 通常の語調(イントネーション)や簡単なメロディーで直接歌う、読む、話す、或いはその他の方法で呼びかける文字フレーズなどを商標登録出願する場合、関連公衆は、前記の音声を聞いたとき、広告宣伝用語やありふれた表現などとして認識しやすく、商品やサービスの出所を識別し区別する役割を果たすことができず、商標としての顕著な特徴に欠けている。特定の自然人の特有な声で文字フレーズなどを歌う音声の場合、その音色の認識性や独自性により商標として必要な顕著な特徴を備えているわけではなく、関連公衆が商品やサービスの出所を識別し区別するための標章として認識できるか否かで、その顕著な特徴を判断しなければならない。

例:

単純なメロディーで「恭喜你发财(お金持ちおめでとう)」を歌う;

普通の調子で「来了, 您呐(いらっしやい、あなた)」を歌う;

普通の口調で「人行千里, 声动我心(人は千里を歩き、声は私の心を動かす)」と叫ぶ。

普通の調子で「人头马一开, 好运自然来(人頭馬が開くと幸運が自然にやってくる)」などと叫ぶ。

6. 商品やサービスの出所を区別する役割を果たすことができないその他の音声を商標登録出願する場合、その音声は商標としての顕著な特徴が欠けている。

(二)使用により獲得した顕著な特徴

商標法の関連規定により、標章が長期或いは広範な使用を経て、商品やサービスの出所を識別し区別する役割を果たすことができる場合、顕著な特徴を獲得することができる。出願人は、商標出願、或いは審査意見書の応答過程で、色彩の組合せ商標の実際の使用状況、および特定の商品又はサービスとの間に確立された安定した関係を証明しなければならない。

参照サイト:https://www.cnipa.gov.cn/art/2023/12/29/art_66_189401.html

注:上記翻訳は参考までの仮役であり、当方が責任を負うものではありません、原文でご確認をお願いします。