

平成 25 年度 特許庁産業財産権制度各国比較調査研究等事業

歌手名等からなる商標の審査の運用実態に関する  
調査研究報告書

平成 26 年 2 月

一般社団法人 日本国際知的財産保護協会

AIPPI・JAPAN

## 5. 5 中国

### (1) 概要

中国では、指定商品又は指定役務との関係で、識別力がないと判断された商標であっても、使用により識別力を獲得したことを証明できれば登録が可能となる。出願商標及び指定商品又は指定役務と、使用している商標及び商品又は役務は同一であることが必要である。差異がある場合、商標に関しては、一般の消費者が異なる商標と認識するか否かを基準に判断するとし、商品又は役務に関しては、出願に係る指定商品又は指定役務に、使用していない商品又は役務が具体的に含まれる場合、拒絶の対象となる。

#### (1-1) 商標法上の取扱い

現行法商標法第9条<sup>18</sup>において、「登録出願の商標とは、顕著な特徴を有していて識別が容易であり、かつ、他の者が先に取得した権利と衝突しないものとする。」と規定されており、商標の登録要件としては、(a) 顕著な特徴を有していること、(b) 識別が容易であること、(c) 他の者が先に取得した権利と衝突しないことが要件となっている。

識別力がないとして登録することができないものとしては、現行商標法第11条に規定されており、「(1) 当該商品の普通に用いられる名称、意匠、ひな形のみからなるもの、(2) 商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接に表示したもの、(3) 顕著な特徴に欠けるもの」が該当する(なお、第三次商標法第11条(3)は、「その他の顕著な特徴に欠けるもの」(下線部は筆者による)と改正され、(1)及び(2)は識別力のないものの例示であることが明確化された。<sup>19</sup>)。ただし、同条第2項において「前段落に掲げる標識は、使用により顕著な特徴を取得し、容易に識別可能となった場合は、商標として登録することができる。」と規定している。

#### (1-2) 審査基準上の取扱い

識別力の商標及び使用により識別力を獲得した商標に関しては、商標審査基準第二部分「商標の顕著な特徴の審査」に詳述されている。

商標審査基準第二部分 二「関係解釈」において、「商標の顕著な特徴」が定義されている。すなわち、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。商標の顕著な特徴の判定に当たっては、商標の標識自体(意味と称呼、外観の構成)、商標の指定商品、その指定商品を利用する関連公衆の認知習慣、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。」とし(商標審査基準第二部分 二「関係解釈」)、現行商標法第11条第1項(1)～(3)に識別力のない商標についての具体例が挙げられている。

なお、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関しては、「関連公

<sup>18</sup> 特許庁 HP 外国知的財産権制度情報 中国 商標法 日本語訳, URL : <http://www.jpo.go.jp/cgi/link.cgi?url=/shiryous/sonota/fips/mokuji.htm>, 2013年1月9日検索

<sup>19</sup> 「第三次改正中国商標法の背景と改正の重要ポイント」, 王小青, 森智賀子, CIPIC ジャーナル Vol.217, 2013年12月号,

衆による当該商標への認知，出願人による当該商標の実際の使用，及び当該商標が使用により顕著な特徴を備えているようになることに係るその他の要素を考えなければならない。」(商標審査基準第二部分 七)とあるのみで，その審査の方法については記載されていない。その判断の方法については，商標審理基準 八「使用によって顕著な特徴が備わった標章の審理基準」に記載されている。

商標審理基準 八では，『商標法』第 11 条第 1 項にいう標章に使用によって顕著な特徴が備わり，市場における特定の意味合いを持つようになり，関連する公衆が当該使用者の提供する商品/サービスを識別する標章となった場合には，『商標法』第 11 条第 2 項の規定により，これを商標として登録できるものと判定する。」(商標審理基準 八 1)とあり，さらにその審査をする際には次の要素を勘案しなければならないとしている。

- (ア) 関係する公衆の当該標章に対する認知度
- (イ) 当該標章が指定商品/サービスに実際に使用された時期，使用方法及び同業種における使用状況
- (ウ) 当該標章が使用されている商品/サービスの生産，販売，広告宣伝状況及び当該標章が使用されている商品/サービスそのものの特徴
- (エ) 当該標章に顕著な特徴を与えたその他の要素

以下では，出願商標と使用商標の同一性，出願に係る指定商品又は指定役務と当該商標を使用している商品又は役務との同一性を中心に記載する。

## (2) 使用商標と出願商標との相違について

### (2-1) 拒絶の可能性

中国商標局及び出願代理人のいずれも，使用商標と出願商標とが異なる場合，使用により識別力を獲得したとは認められないことがあるとしている。

### (2-2) 商標法上の取扱い

使用商標と出願商標との同一性について，商標法上に特に明記されていない。中国商標局及び出願代理人のいずれも，出願が拒絶される根拠として現行商標法第 11 条を挙げている。この条文については，上記 5.5(1-2)を参照。

### (2-3) 審査基準上の取扱い

商標審理基準 八 5において，「使用によって顕著な特徴が備わった標章の登録を出願する場合には，実際の使用した標章と基本的に一致する標章でなければならないが，当該標章の顕著な特徴を変更してはならない」と規定されている。

したがって，使用商標と出願商標とは基本的には一致していなければならないが，その同一性にはある程度の幅があり，標章の顕著な特徴の変更に当たらない程度の差異であれば，使用商標と出願商標とが異なる場合があっても使用により識別力を獲得したと認められる場合があるといえる。

#### (2-4) 審査での取扱い

中国商標局及び出願代理人のいずれも、出願商標と使用商標とが差異が以下のような場合、使用により識別力を獲得したとはいえないとして出願が拒絶となるとしている。

- 出願商標と使用商標との間に書体の相違がある場合。
- 出願商標に付随した図形と使用商標に付随した図形との間に相違がある場合。
- 使用商標が出願商標に何等かの文字や記号を加えたものである場合。
- 商標の構成文字は同一であるが、大きさや配置が異なる場合。

(例：ABC と  $\overset{AB}{A}BC$ , ABCD と  $\overset{AB}{CD}$  など)

逆に以下のような場合は、当該出願は拒絶とはならないとしている。

- 出願商標と使用商標との間に大文字と小文字の相違がある場合。
- 使用商標と出願商標との間に色彩の違いがある場合。

その他の態様としては、中国商標局は、使用商標と出願商標とが全く異なる場合を挙げており、同一性がないとする目安として、一般的な消費者が全く別の商標であると認識するような差異があるもの、又はシリーズ商標は同一性がないとしている。

また、出願代理人は、基本的には、使用商標と一致する態様の商標を出願するべきであるとし、出願商標が使用商標の顕著な特徴と一致していれば同一であると認められる可能性があるとしている。その例として、多少の書体の差異があるが外観がほぼ同じである場合を挙げている。逆に、他の識別力が認められる構成要素を追加して使用していた場合、その使用証拠は出願商標の使用とはみなされないとしている。

#### (2-5) 商標の知名度による同一性の判断の緩和

中国商標局及び出願代理人のいずれも、商標の知名度によって同一性の判断が緩和されることがあるとしている。

### (3) 商品又は役務の同一性に相違について

#### (3-1) 拒絶の可能性

中国商標局及び出願代理人のいずれも、出願に係る指定商品又は指定役務と、使用している商品又は役務との間で相違がある場合、使用により識別力を獲得したとはいえない(セカンダリミーニングを認めない)として、当該出願が拒絶されることがあるとしている。

#### (3-2) 商標法上の取扱い

出願に係る指定商品又は指定役務と、使用している商品又は役務の同一性について、特に明記した規定はない

### (3-3) 審査基準上の取扱い

商標審査基準 八 3 において、使用によって識別力を得た(顕著な特徴が備わった)と主張する場合、証拠資料を提出して証明しなければならないとし、「当該標章が使用によって顕著な特徴が備わった標章であるかどうかを判断するにあたっては、中国の関連する公衆がこれを指定使用商品/サービスを示す標章であると認知し、かつこれによって他人の商品/サービスと区別していることを基準とする。」と規定されている。

このため、提出証拠において示された商品又は役務の提供に係る物等と、出願に係る指定商品又は指定役務とが同一であると認められなければ、出願商標が使用により識別力を獲得しているとは認められないと理解される。

### (3-4) 審査での取扱い

中国商標局及び出願代理人のいずれも、下記のような場合に使用により識別力を獲得したとは認められず、出願が拒絶されるとしている。

- 使用商品(B)と同一の商品に加えて、使用していない商品(A)を願書に記載した場合(例えば、靴について出願商標を使用していたが、願書には「靴」に加えて「被服」も記載した場合など)

なお、以下のような場合は、拒絶とならないとしている。

- (i) 使用商品(a)の上位概念の商品(A)を願書に記載した場合(例えば、Tシャツについて出願商標を使用していたが、願書に「被服」と記載して出願した場合など)
- (ii) 複数ある使用商品の一部(B)を含み、かつ使用していない商品(C)を願書に記載した場合(例えば、靴と被服について出願商標を使用していたが、願書には「靴」と「仮装用衣服」を記載して出願した場合など)

なお、出願代理人は、上記(ii)の場合使用していない商品「仮装用衣服」を含むが、これは使用商品の被服に仮装用衣服も含まれると考えたためであり、もし使用している商品が被服全般ではなく、帽子や靴下のような被服に含まれないものである場合は拒絶の対象となるとしている。

したがって、使用商品に含まれない商品について出願した場合、出願商標が使用により識別力を獲得したとは認められないが、使用商品と出願に係る指定商品の関係が下位概念と上位概念の関係であれば、同一の範囲内であると認められると理解できる。

なお、中国商標局及び出願代理人のいずれも、出願に係る指定商品又は指定役務と、使用している商品又は役務とが異なる場合、出願商標の知名度により同一性の判断が緩和されることがあるとしている。

### (4) 識別力の判断基準について

#### (4-1) 人的範囲

現行商標法第 11 条第 2 項の規定により、使用により顕著な特徴を有するようになった標識を審査するときは、関連する公衆の認知度を勘案する(商標審理基準 八 2(2))。

ここで、「関連する公衆」とは、「商標を使用する特定商品又は役務を享受する消費者、同商品を生産し同役務を提供するその他の経営者、及び流通に係る販売者及びその他の関係者を含む。」<sup>20</sup>と解される。

#### (4-2) 地域的範囲

中国における使用である必要がある(商標審理基準 八 4)。なお、「当該標章の使用状況を証明する証拠資料は、使用されている商標標章、商品/サービス、使用時期及び当該標章の使用者が示されるものでなければならない。」(同上)

#### (4-3) 時間的範囲

時間的範囲については特に明記されていない。出願商標が識別力を備えているかを判断するときは、審理時点における事実の状態が基準とされる(商標審理基準 八 6)ため、少なくともその時点までにある程度の期間使用している必要があるだろう。

#### (4-4) 営業の規模、広告の規模及び、記事掲載の規模

これらについては特に規定又は例示はない。なお、出願代理人は、出願商標が識別力を備えているかを判断するときは、「当該標章が使用されている商品/サービスの生産、販売、広告宣伝状況及び当該標章が使用されている商品/サービスそのものの特徴」を勘案しなければならない(商標審理基準 八 2(3))とあるため、営業、広告及び記事掲載の規模についてはこれらに含まれると考えられるとしている。

なお、出願代理人は、使用により識別力を備えたことを判断する際の具体的な基準はなく、事案ごとに総合的に判断する必要があるとしている。

#### (5) 識別力の有無を判断する基準時

審理時点における事実の状態を基準に判断される(商標審理基準 八 6)。

参考として、「BEST BUY」商標について使用により識別力を獲得したと判断した事例がある(最高人民法院 2011 年 10 月 28 日判決(2011)行提字第 9 号)<sup>21</sup>。

「BEST BUY」商標(出願番号第 3909917 号)は、黄色地の矩形状であって左側が縦方向中央に向かって狭まり、略台形図形の内側に、太字で「BEST」と「BUY」を 2 段に表記してなる商標であり、第 35 類の役務を指定して出願された。中国標章局及び評審委員会は、役務の品質及び特徴を表示するものにすぎないとして出願を拒絶し、

<sup>20</sup> 馳名商標の認定と保護に関する規定第二条(日本語訳), URL :

<http://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/ip/law/pdf/section/20030417.pdf>, 2013 年 1 月 10 日検索

<sup>21</sup> 「中国における商標の識別性判断～使用による識別力の立証～中国商標判例紹介(4)」, 河野英仁, URL : [http://knpt.com/contents/china\\_trademark/2013.08.09.pdf](http://knpt.com/contents/china_trademark/2013.08.09.pdf), 2013 年 1 月 10 日検索

第一審となる中級人民法院及び第二審の高級人民法院でも同様の判断がなされ、出願人はこれを不服として最高人民法院に訴えた。

出願人は第一審において大量の追加証拠を提出していたが、第一審及び第二審ともに新証拠を採用するための正当な理由がないとしてこれらの証拠が採用されずに拒絶の判断がされたところ、最高人民法院は、商標の拒絶に係る訴えについては、当該出願に係る手続は完成しておらず、訴訟過程中的事実状態を含んで拒絶となるかを判断すべきであり、本案において提出された大量の証拠は出願商標についての識別力に関する判断について大きな影響を与えるものであるから、これらの証拠を考慮しないとすれば救済の機会を失うとし、一審中に提出された証拠を採用すべきであると判示した。

そして、最高人民法院は、第一審において提出された証拠を考慮すると出願商標は識別力を有するとし、第一審及び第二審の判断を取り消した。

## (6) 資料(条文等)

### <現行商標法第9条>

登録出願の商標は、顕著な特徴を有していて識別が容易であり、かつ、他の者が先に取得した権利と衝突しないものとする。

商標登録人は、「登録商標」という語又は商標登録済の標記を使用する権利を有する。

### <現行商標法第11条>

次に掲げる標識を商標として登録してはならない。

- (1) 当該商品の普通に用いられる名称、意匠、ひな形のみからなるもの
- (2) 商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接に表示したもの
- (3) 顕著な特徴に欠けるもの

前段落に掲げる標識は、使用により顕著な特徴を取得し、容易に識別可能となった場合は、商標として登録することができる。

### <商標審理基準 八 使用によって顕著な特徴が備わった標章の審理基準>

(条文記載部分略)

1 「商標法」第11条第1項にいう標章に使用によって顕著な特徴が備わり、市場における特定の意味合いを持つようになり、関連する公衆が当該使用者の提供する商品/サービスを識別する標章となった場合には、「商標法」第11条第2項の規定により、これを商標として登録できるものと判定する。

例(略)

2 「商標法」第11条第2項の規定により、使用によって顕著な特徴が備わった標章を審査するときは、次の要素を勘案しなければならない。

- (1) 関係する公衆の当該標章に対する認知度
  - (2) 当該標章が指定商品/サービスに実際に使用された時期、使用方法及び同業種における使用状況
  - (3) 当該標章が使用されている商品/サービスの生産、販売、広告宣伝状況及び当該標章が使用されている商品/サービスそのものの特徴
  - (4) 当該標章に顕著な特徴を与えたその他の要素
- 3 当該標章に使用によって顕著な特徴が備わったと主張する当事者は、相応する証拠資料を提出してこれを証明しなければならない。当該標章が使用によって顕著な特徴が備わった標章であるかどうかを判断するにあたっては、中国の関連する公衆がこれを指定使用商品/サービスを示す標章であると認知し、かつこれによって他人の商品/サービスと区別していることを基準とする。
- 4 本基準において使用とは、中国における使用をいう。  
当該標章の使用状況を証明する証拠資料は、使用されている商標標章、商品/サービス、使用時期及び当該標章の使用者が示されるものでなければならない。
- 5 使用によって顕著な特徴が備わった標章の登録を出願する場合には、実際に使用した標章と基本的に一致する標章でなければならず、当該標章の顕著な特徴を変更してはならない。
- 6 ある標章が使用によって顕著な特徴が備わった標章であるかどうかを判定するときは、審理時点における事実の状態を基準とする。

各国比較一覧表  
7. 使用により獲得した識別力

#	項目	アメリカ	CTM(OHIM)	イギリス	ドイツ	中国	韓国	オーストラリア	台湾	
1	使用商標と出願商標との相違について									
1-1	相違がある場合の拒絶の可能性	あり	あり	あり	あり	あり	あり	あり	あり	
1-2	適用条文	商標法第2条(f)	CTMR第7条(3)	商標法第3条(1)但書	商標法第8条第3項	第11条	第6条第2項	第41条	第29条第2項	
1-3	審査基準/ガイドライン	TMEP § 1212	マニュアル1.3	商標審査ガイド "Evidence of Distinctiveness Acquired Through Use"	商標審査基準5.7, 5.8	商標審査及び審理基準 八、5※1	審査基準第4条	審査審査マニュアル Part 24の4	商標識別性審査基準4	
1-4	相違する場合の取扱い	商標の補正が認められる範囲/先の登録商標と法的等価でなければ拒絶。	著しく異なるバリエーションは、使用と認められず拒絶となる。	識別力のある特徴が、使用上の差異において影響を受けている場合、使用とは認められず拒絶	付された部分に識別力がある場合、使用とは認められず拒絶となる。	商標の顕著な特徴を変更した場合、使用とは認められず拒絶	実質的同一※1のもの以外は使用とは認められず拒絶	商標の本質的な部分に差異がある場合、使用とは認められず拒絶	同一性を有していなければ拒絶	
1-5	相違例									
	(1)	書体の相違がある場合	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	○(登録可)	×(拒絶)	×(拒絶)	○(登録可)※1	×(拒絶)
	(2)	大文字と小文字の相違がある場合	×(拒絶)	○(登録可)	○(登録可)	○(登録可)	○(登録可)	×(拒絶)	○(登録可)※2	×(拒絶)
	(3)	出願商標に付随した図形と使用商標に付随した図形との間の相違がある場合	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	○(登録可)※3	×(拒絶)
	(4)	使用商標が出願商標に何等かの文字や記号を加えたものである場合	×(拒絶)	×(拒絶)	○(登録可)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	○(登録可)※1
	(5)	使用商標と出願商標との間に色彩の違いがある場合	×(拒絶)	○(登録可)	×(拒絶)	×(拒絶)	○(登録可)	×(拒絶)	○(登録可)※3	×(拒絶)
	(6)	出願商標と使用商標との間で、商標の構成文字は同一であるが、大きさや配置が異なる場合	×(拒絶)	○(登録可)	○(登録可)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	○(登録可)※3	×(拒絶)
(7)	その他	先の登録に基づく識別力を主張する場合は、先の登録商標と法的等価でなければならない。	基本的な考え方として、差異がある場合、それが商標の識別力のある部分である場合は使用により識別力を獲得したとは認められない。	定型的には判断できず、その差異が商標に与える影響により適宜判断される。	文字や表示を残したり、又はこれらと交換したりすることで、それによって商標の識別力のある特徴が変更された場合、異なる形態の商標(すなわち、文字商標の代わりに図形商標、図形商標の代わりに立体商標など)を使用した場合、2つの要素からなる結合商標を分断した場合、特に、それらが互いの上に配置されている場合	消費者が異なる商標であると認識する場合、商標の顕著な特徴を変更した場合。	—	商標の主要部分を変更する場合。	○出願商標を実質的に変更しないような最低限の差異である場合のみ登録可※1	
1-6	出願商標の知名度による同一性の判断の緩和	なし	なし	なし	なし	あり	なし	なし	なし	
2	指定商品等と使用商品等との関係について									
2-1	拒絶の可能性	あり	あり	あり	あり	あり	あり	あり	あり	
2-2	適用条文	商標法第2条(f)	CTMR第7条(3)	商標法第3条(1)但書	商標審査基準5.7, 5.8	第11条	第6条第2項	第41条	第29条第2項	
2-3	審査基準/ガイドライン	TMEP 1212.02, 04	マニュアル1.3	商標審査ガイド "Evidence of Distinctiveness Acquired Through Use"	使用とは認められず拒絶	商標審査及び審理基準 八、3	審査基準第4条	審査ガイドライン Part 22, 3章	商標識別性審査基準4	
2-4	相違例									
	(1)	使用商品の上位概念の指定商品を記載	×(拒絶)	○(登録可)	×(拒絶)	×(拒絶)	○(登録可)	×(拒絶)	×(拒絶)※4	×(拒絶)
	(2)	使用商品と同一の指定商品と共に使用していない指定商品を記載	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)※4	×(拒絶)
(3)	複数の使用商品の一部と共に使用していない指定商品を記載	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)	×(拒絶)※4	○(登録可)	
2-5	出願商標の知名度による同一性の判断の緩和	なし	なし	なし	なし	あり	なし	なし	なし	
3	要求される識別力の程度	自己の商品等と他人の商品等とを識別し、その出所を示すものと認識できる程度	標識が1企業の商品又はサービス他の企業のそれらと識別できる	関連する消費者の大部分に特定の事業者がから提供されていると認識できる程度	商標の出願に係る商品又はサービスについてその商標自体が識別標識として関係取引界面上において確立している場合	使用によって顕著な特徴が備わり、市場における特定の意味合いを持つようになり、関連する公衆が当該使用者の提供した商品/サービスと識別する標準となった場合	使用した結果、需要者がその商標及び商品の出所を認識することができると認定し得る程度	使用によって、他人の商品と出願人の商品とを識別しうようになった場合。	市場で使用され、関連消費者が既にそれを一定の出所を示す表示であり、他の業者と区別できるとみなしている	
4	使用による識別力獲得の判断の									
	(1)	人的範囲(需要者、同業者など)	需要者	対象とする公衆	関連する消費者	関係取引業界の多数	関連公衆	需要者(取引者を含む)	特に目安はない。	国内関連消費者
	(2)	地域的範囲(全国、一地域など)	(商業上の使用)	基本的にEU全域※1	英国国内全域	ドイツ連邦全域	中国における使用	全国又は一定地域	識別性の判断に使用されない。	地理的範囲が広いほど識別性を獲得する可能性が高くなる。
	(3)	時間的範囲(使用期間など)	少なくとも出願前5年	期間長いほど証拠として有力(出願前)使用開始日が必要	出願日以前の使用証拠	出願日において識別標識として確立していること。	特になし(証拠は提出可)	相当期間継続して使用	長期間の使用は識別力獲得の有力な証拠となる。	使用期間が長いほど有力な証拠となるが他の要素との関連による(短期間でも大量に使用した場合など)
	(4)	営業の規模(店舗数、売上高など)	特になし(証拠としては採用可)	目安はないが、このような証拠が多いほど判断に与える影響は大きい	対象とする商品等の市場規模により異なる。(売上高は、目安として出願前5年以上が好ましい。)	関係取引業界の50%以上で受容されていること。	特になし(証拠は提出可)	具体的な数字はないが、商品取引先又は代理店等、十分に立証することのできる多数の証明文書は有力な証拠となる。	規模が大きいほど有力な証拠となる。	規模が大きいほど有力な証拠となる。
	(5)	広告の規模(広告宣伝の方法、回数など)	有力な証拠となるが、単体では証拠として不十分	特になし(証拠としては採用可)	特になし(証拠としては採用可)	出願前3年以上が好ましい。	広告の期間と頻度により判断される。	目安はないが、新聞、雑誌、ラジオ、テレビ等に宣伝、広告した期間及び回数等に関する事実証明文書が証拠の例として記載	識別力獲得の重要なファクターとなる。	関連消費者の認識による。広告の規模が大きなくても出所表示として認識されていることの証拠が別途必要。
	(6)	記事掲載の規模(一般紙、業界紙、雑誌又はインターネットにおける記事掲載の回数など)	特になし(証拠としては採用可)	特になし(証拠としては採用可)	特になし(証拠としては採用可)	特になし(証拠としては採用可)	特になし(証拠としては採用可)	特になし(証拠としては採用可)	特になし(証拠としては採用可)	特になし(証拠としては採用可)
(7)	その他	マーケットリサーチの結果、出願商標の最初の使用者であることを示す証拠、使用を開始した最初の日	世論調査やアンケート調査、取引者や消費者団体の陳述書、記事、パブリシティ、サンプル、売上高や広告費、侵害者に対する訴訟成功例、登録済みの商標	—	—	—	使用により識別力を得たことを判断する具体的な基準はなく、事実ごとく総合的に判断される。	—	公正で客観的な市場調査の結果は有力な証拠となる。	
4-2	ガイドライン/審査基準該当箇所	TMEP 1212	マニュアル1.3	商標審査ガイド "Evidence of Distinctiveness Acquired Through Use"	商標審査基準5.7, 5.8	商標審査及び審理基準 八、5※1	審査基準第14条	審査ガイドライン Part 22, 3章	識別性審査基準5	
5	識別力の有無を判断する基準時	出願日	出願日に識別標識として確立し、登録の決定時まで維持されていること	出願日	出願日に識別標識として確立し、登録の決定時まで維持されていること	審査する時(決定時)の事実状態が基準	登録決定時	出願時	審査する時(決定時)の事実状態が基準	
6	注釈	—	—	—	—	—	—	—	—	