

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. 6 韓国

### (1) 概要

いわゆる記述的な商標、顕著な地理的名称のみからなる商標、ありふれた氏又は名称のみからなる商標、簡単かつありふれた商標（商標法第6条第1項第3号から第6号）に該当する場合であっても、出願前からの使用により識別力を獲得していれば登録となる。使用商標と出願商標とは実質的に同一であればよく、使用に係る商品又は役務と指定商品又は指定役務とは同一でなければならない。

#### (1-1) 商標法上の取扱い

商標法第2条第1項第1号において、商品に係る「商標」が定義され<sup>22</sup>、役務商標については、別途定義規定がおかれ(商標法第2条第1項第2号)<sup>23</sup>、同条第3項において、役務商標に関しては法上で特別に規定したものを除いては、商標法上の商標の規定を適用するとされている。

その上で、登録できない商標として識別力のない商標が商標法第6条第1項各号に挙げられている。商標法第6条における識別力のない商標とは、(a) その商品の普通名称を普通に使用する方法で表示した標章のみからなる商標(商標法第6条第1項第1号)、(b) その商品に対して慣用する商標(同項第2号)、(c) その商品に産地・品質・原材料・効能・用途・数量・形状(包装の形状を含む。)・価格・生産方法・加工方法・使用方法又は時期を普通に使用する方法で表示した標章のみからなる商標(同項第3号)、(d) 顕著な地理的名称・その略語又は地図のみからなる商標(同項第4号)、(e) ありふれた姓又は名称を普通に使用する方法で表示した標章のみからなる商標(同項第5号)、(f) 簡単でありふれた標章のみからなる商標(同項第6号)、(g) 第1号乃至第6号以外に需要者が誰の業務に関連した商品を表示するのかを識別することができない商標(同項第7号)である。

ただし、上記(c)から(f)に該当する商標であっても、出願前から当該商標を指定商品又は指定役務に使用しており、当該使用により出所表示として認識することができるようになったものは登録が可能である(商標法第6条第2項)。

#### (1-2) 審査基準上の取扱い

識別力のない商標については、商標審査基準第6条から第14条にわたって規定されており、同第6条から第12条までが商標法第2条第1項各号に対応し、商標審査基準第14条が商標法第2条第2項の使用により識別力を獲得した商標について規定されている。

<sup>22</sup> 商標法第2条第1項第1号「“商標”とは、商品を生産・加工又は販売することを業として営為する者が自己の業務に関連した商品を他人の商品と識別されるようにするために使用する次の各目のいずれか1つに該当するもの(以下、“標章”という。)をいう」。

<sup>23</sup> 商標法第2条第1項第2号「サービス業を営為する者が自己のサービス業を他人のサービス業と識別されるようにするために使用する標章をいう」。

記述的商標(商標法第6条第1項第3号)については、「商標の外観・称呼・観念を総合的に考慮して、その商品の需要者や取引者が産地、品質、原材料等本号で規定されている商品の性質を直感することができ、商品の出所表示として認識されることがないか、特定の人に独占させる場合、当業界の競争を制限するおそれがある場合」に適用される。なお、特別な態様で使用される場合又は他の識別力のある部分と結合して全体として識別力を有する場合は適用されない。ただし、特別な態様で使用されると場合でも、その図形化された部分が、一般的な需要者からみて特に注意を引く部分ではない場合、又は一般的な需要者が文字の技術的又は説明的な意味を直感できる程度の認識力を圧倒するようなものではない場合は、適用される<sup>24</sup>。

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

KIPO 及び出願代理人のいずれも、出願商標と、使用している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(セカンダリミーニングを認めない)ことがあるとしている。

### (2-2) 商標法上の取扱い

商標法第6条第2項において、「商標を使用した結果、需要者間でその商標が何人の業務に関連した商品を表示するのか顕著に認識されているものは、その商標を使用した商品を指定商品(中略)として商標登録を受けることができる」(下線部は筆者による)とあり、使用して識別力が認められた商標と出願商標とは同一であることが必要であると解釈できる。なお、役務商標についても同様である。

### (2-3) 審査基準上の取扱い

商標審査基準第14条1項に、「使用による識別力は、原則として実際に使用された商標と同一の商標を使用する商品と同一の商品に出願した場合に限って認めることができ、類似の商標や商品については認めることができない。」とあり、使用により識別力を獲得したことを主張する場合、使用をしていた商標に限り登録が認められる。類似であっても認められない。

なお、この同一性は、「物理的な同一性」を意味するのではなく、「実質的同一性」を意味するもので取引社会の通念上、一般需要者や取引者が同一であると認識することができる商標及び商品をいう。

---


<sup>24</sup> 商標審査基準(2013年12月31日改訂, 2014年1月3日公開), URL:  
[http://www.kipo.go.kr/kpo/user.tdf?a=user\\_ip\\_info.amend\\_lat.BoardApp&board\\_id=amend\\_lat&cp=1&pg=1&npp=10&catmenu=m02\\_02\\_05&sdate=&edate=&searchKey=&searchVal=&bunryu=&st=&c=1003&seq=13159&gubun=](http://www.kipo.go.kr/kpo/user.tdf?a=user_ip_info.amend_lat.BoardApp&board_id=amend_lat&cp=1&pg=1&npp=10&catmenu=m02_02_05&sdate=&edate=&searchKey=&searchVal=&bunryu=&st=&c=1003&seq=13159&gubun=),  
2014年2月3日検索, 以下同じ

そして、使用によって識別力を有する商標の証明は、使用した結果、需要者がその商標と商品の出所を認識することができる程度と認められることができる程度でされていればよく、周知商標や著名商標程度の認識力を必要とするわけではない(商標審査基準第14条2項)。

(2-4) 審査での取扱い

KIPO 及び出願代理人のいずれも使用商標と出願商標とは同一でなければならないとし、下記のような差がある場合、使用商標と出願商標とは同一ではないとしている。

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

(例 : ABC と ABC, ABCD と  など)

KIPO は、主な事例として、特許法院 2007 ほ 3868 (2007.9.5 判決)を挙げている。この事例は、出願商標と使用商標とで下記のような差異があり、同一の商標とは認められなかった例である。

出願商標	使用商標
	

また、出願代理人は、同一の商標とは認められなかった例として下記を挙げている。

出願商標	使用商標	(使用商標は韓国で有名)
	 (“evezary”)	

なお、商標の知名度によって、商標の同一性の判断が緩和される場合はないとしている。

加えて、KIPO は、商標の同一性とは、物理的な同一性を意味するのではなく、実質的同一性を意味するとし、取引社会の通念上、需要者の認識に基づいて、その商品の取引者や需要者が特定の者の商標と同じであると認識することができる場合、同一であるとする。

### (3) 指定商品等と使用商品等との相違について

#### (3-1) 拒絶の可能性

KIPO 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が異なる場合、識別性を取得したとはいえ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

上記 5.6(2-2)と同様に、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は、同一でなければならない(商標法第6条第2項)。

#### (3-3) 審査基準上の取扱い

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とは、同一でなければならない。類似の商品又は役務であっても同一とは認められない(商標審査基準第14条1項)。

#### (3-4) 審査での取扱い

KIPO 及び出願代理人はいずれも、出願に係る指定商品と使用している商品との差異がある場合、以下のような場合には拒絶されるとの見解を示している。

- 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)
- 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)
- 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、KIPO は、上記3つ目の例において、使用していた商品「被服」には、出願に係る商品である「仮装用衣服」が含まれるため拒絶とはならないとしている。ただし、被服と仮装用衣服が包括概念の関係ではないと仮定すれば、拒絶となる。

KIPO は、主な事例として特許法院 2007 ほ 12480 (2008.2.14 判決)を挙げている。この事例は、出願の指定商品が、第5類「医療用ダイエット用カプセル型栄養補助剤、医療用ダイエット用バー型栄養補助剤、医療用ダイエット用飲料型栄養補助剤、医療用ダイエット用カパウダー型栄養補助剤」であったところ、出願人が実際にインターネット上で販売していた商品は、単なる栄養剤又は補充剤であって、指定商品の「医療用」であるか不明であると判断した事例である。

また、出願代理人は、「女性用靴、冬用衣服、女性用パンツ、パーカー、長袖シャツ、半袖又は長袖のTシャツ、半袖シャツ、登山用靴、ボクシングシューズ、ビーチ用シューズ、エアロビクス用スーツ、ジム用衣服、子供用衣服、下着、パジャマ等」についてした商標「A6」の事例を挙げている。この事例では、「女性用靴、冬用衣服、女性用パンツ、パーカー、長袖シャツ、半袖又は長袖のTシャツ、半袖シャツ」については、後天的に識別力を得たとして登録となったが、その他の商品「登山用靴、ボクシングシューズ、ビーチ用シューズ、エアロビクス用スーツ、ジム用衣服、子供用衣服、下着、パジャマ等」はあまり使用されていなかったとして拒絶となった。

このように、類似と考えられるような商品でも個別に識別力が検討され、実際に使用されていなかった商品については登録が認められない。

なお、商標の知名度によって、同一性の判断が緩和されることはない。

#### (4) 識別力の判断基準について

使用により識別力が生じていることの立証は、「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」と認定し得る程度であればよい」とされている(審査基準第14条第2項)。

なお、商標審査基準では、下記のような各項目についての詳細な記載は特になく、必要な証拠の種類や証拠方法が記載されているにすぎない。またすべての証拠をそろえればよいというのではなく、各事案について総合的に判断される。

##### (4-1) 人的範囲

出願代理人は、当該業務分野において見込まれる消費者及び者の認識が基準となるとしている。商標審査基準上では、その商品の取引者は需要者を基準とするとある(商標審査基準第14条5項(i))。

##### (4-2) 地域的範囲

従来は、全国での使用又は一地域でもよく、詳細なことは明記されていなかったが、新審査基準では、原則として、全国的に知られていることが必要であり、指定商品の性質上、一定の地域で広く知られている場合も含むが、その範囲は、少なくとも基礎自治体(市、郡、区)以上であることが明記された(商標審査基準第14条5項(ii))。

##### (4-3) 時間的範囲

出願前に相当の時間使用していることが必要である。具体的な目安はない。

##### (4-4) 営業の規模

業務分野により異なるが、マーケットシェアが高いことは、識別力を獲得していることを証明する際のよい証拠となる。

(4-5) 広告の規模，記事掲載の規模  
業務分野により異なる。

(4-6) その他

使用による識別力を主張する者は，その立証資料(例)として，次のような資料を提出することができる(商標審査基準第14条4章)。

- 1 使用した商標
- 2 使用した商品
- 3 相当期間使用し続けた事実
- 4 全国又は一定の地域で使用した事実
- 5 該当する商品の生産・製造・加工・証明・販売台数，売上高，市場シェア
- 6 使用の方法，回数及び内容
- 7 広告宣伝の方法・回数・内容・期間
- 8 客観的な消費者の認知度の調査データ
- 9 商品の品質や評判を証明できる資料
- 10 使用商標を独占排他的に使用している資料

(5) 識別力の有無を判断する基準時

商標登録を行うか否かを決定する時(査定又は審決時)である。この基準時については，特に規定はないが，これまでの判例や立法趣旨から解釈されている。なお，新審査基準では，「使用による識別力を認めるどうかの判断時点は，商標登録可否決定時とする。」と明記されている(商標審査基準第14条5項(iii))。

なお，使用により識別力を得たことを主張する場合，当該商標を指定商品又は指定役務に出願前から使用していなければならない(商標法第6条第2項)。

(6) その他

(a) 使用による識別力について判断をする場合，その判断を行う際の事実状態に基づいて判断するため，将来的に当該商標が記述的なものとなるか否かは考慮しない。記述的標章であるか否かを判断する際に，同様の記述的標章がなければ登録が可能である。

ただし，登録後にその登録商標が記述的標章となった場合，無効審判の対象となる(商標法第71条第1項第5号)。

また，後発的に記術的な標章となった場合は，商標権の効力が及ばないようにしている(商標法第51条第1項第2号)。

(b) 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については，現在かなり厳しく判断されている。このため，出願人の業務や指定商品又は指定役務と密接に関連するからといって，使用していない商品又は役務についてまで，使用による識別力を認め，登録とすることはない。

ただし，KIPOは，将来的に判断基準を緩和する予定であるとも述べている。

(7) 資料等

商標法第2条及び同法第6条は、上記1.6(4)を参照

<商標審査基準 第14条 使用による識別力(参考仮訳)>

- (1) 使用による識別力は、原則として実際に使用された商標と同一の商標を使用する商品と同一の商品に出願した場合に限って認めることができ、類似の商標や商品については認めることができない。この場合の商標と商品が同じかどうかは、「物理的な同一性」を意味するのではなく、「実質的同一性」を意味するもので取引社会の通念上、一般需要者や取引者が同一であると認識することができる商標及び商品をいう。<改正 2013.12.30>
- (2) 使用によって識別力を有する商標の証明は、使用した結果、需要者がその商標と商品の出所を認識することができる程度と認めることができる程度とされることを要するが、周知商標や著名商標程度の認識力を必要とするわけではない。<改正 2013.12.30>
- (3) 使用による識別力を認められるために、そのブランドがどの程度宣伝広告された事実があるか、その商標と類似の商標が登録されている事実があるというだけでは、これを推定することができず、具体的には、その商品の取引者や需要者の間ある程度広く認識されている「立証資料」がなければならない。<改正 2013.12.30>
- (4) 使用による識別力を主張する者は、その立証資料(例)として、次のような資料を提出することができる。<改正 2013.12.30>
  - 1 使用した商標
  - 2 使用した商品
  - 3 相当期間使用し続けた事実
  - 4 全国又は一定の地域で使用した事実
  - 5 該当する商品の生産・製造・加工・証明・販売台数、売上高、市場シェア
  - 6 使用の方法、回数及び内容
  - 7 広告宣伝の方法・回数・内容・期間
  - 8 客観的な消費者の認知度の調査データ
  - 9 商品の品質や評判を証明できる資料
  - 10 使用商標を独占排他的に使用している資料
- (5) 出願前に使用して、広く認識されているかどうかの判断基準は、i)人的範囲は、その商品の取引者や需要者を基準とし、ii)地域的範囲は、原則的には全国的に知られている場合をいうが、指定商品の性質上、一定の地域で広く知られている場合も含むが、その範囲は、少なくとも基礎自治体(市、郡、区)以上で、iii)使用による識別力を認めるかどうかの判断時点は、商標登録可否決定時とする。<改正 2013.12.30>



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、又はこれらを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する商品/サービスを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るようになった場合。	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	特に目安はない(証拠としては採用可)	特に目安はない(証拠としては採用可)	特に目安はない(提出する場合は出願日以前のもの)	特になし(証拠は提出可)	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)	特に目安はない(証拠としては採用可)	特に目安はない(証拠としては採用可)	特に目安はない(提出する場合は出願日以前のもの)	特になし(証拠は提出可)	特になし(証拠は提出可)	特になし(証拠は提出可)	識別力獲得の重要なファクターとなる。	特になし(証拠は提出可)
(7)	その他	マーケティングリサーチの結果、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	—	※1: 商標による、単独のものや言語要素のものなどはEU全域であることが必要。	—	—	—	※1: 「取引社会の選定上、である」と認識することができる ※2: 「顕著に認識」を「広く知られた」とし、その別称を審査基準に記載することを検討中(現在改正準備中)	※1: 相違が商標の主要部分であれば拒絶となる ※2: 商標が非常に記述的である場合拒絶の場合もある ※3: 事実により異なる ※4: 実質に拒絶となるとは限らない、独自の事情も考慮される。	—	