

中国の商標登録出願にかかる中間処理

岩 井 智 子*

抄 録 現行中国商標法は、2014年5月1日より施行された第三次改正商標法であり、既に施行から3年が経過した。しかし、「審査基準及び審理基準」は、2017年1月4日に公告されたばかりである。それに追従する形で、最高人民法院が「商標権の付与、権利確認にかかる行政案件の若干の問題に関する規定」（以下、司法解釈）を公布し、2017年3月1日より施行されている。

新法下での一定の規則性がみえてきた今、日本企業が日々直面する権利形成における問題点に焦点をあてていく。特に、日本とは大きく異なる拒絶査定への対応策を取り上げ、2017年施行の新基準や解釈を参照し、かつ直近の判決をも紹介しつつ、中間処理の対応策を述べていく。

目 次

1. はじめに
2. 出願から権利形成まで
 2. 1 商標登録出願
 2. 2 方式審査とその対応
 2. 3 実体審査とその対応
 2. 4 査定、審判、提訴
3. 中間処理時の個別対応
 3. 1 不使用取消
 3. 2 同意書
 3. 3 商品及び役務の実質非類似の主張
 3. 4 異議申立及び無効審判
 3. 5 譲渡交渉、名義／名称変更
4. おわりに

1. はじめに

世界中を震撼させたブリグジット、“自国第一主義”思想の米国トランプ大統領の言動、日々緊迫化する北朝鮮問題と、「平和」「平等」「自由」「人権」「民主主義」「グローバル化」といった普遍的価値観に揺らぎが生じている。

一方、中国は、賃金の上昇で「世界の工場」としての魅力が薄れ、不動産バブルや環境問題への懸念等もあるが、巨大市場たる中国なくし

て世界経済を語ることはできない。

ところで、国家工商行政管理総局商標局の統計によると、2016年の出願件数は369.1万件、前年比28.4%増である。2017年の同件数はおそらく500万件を超えるといわれる。年間出願件数が100万件を突破した2010年以降、継続して前年比20%増の数字を誇る国は類をみない。中国やアジア諸国の経済力が今後の世界を牽引していく方向性は確実であり、その基盤に商標権も位置する。

本稿では、日本とは大きく異なる中国商標制度、特に拒絶査定への対応を取り上げ、2017年施行の審査及び審理基準、司法解釈を基礎として、直近の判決をも紹介しつつ、中国における確実な商標権の権利形成への対応策を詳述していきたい。

2. 出願から権利形成まで

2. 1 商標登録出願

日本企業が中国において商標登録出願を行う

* 特許業務法人 三枝国際特許事務所 弁理士
Tomoko IWAI

場合には、商標局に認められた商標代理組織(事務所)を通じ、国家工商行政管理総局商標局(以下、商標局という)に出願を行うことが義務づけられている(商標法18条2項、以下商標法は省略)。出願後は、方式審査を経て、書式等に不備がない場合には、出願から約3ヶ月後に出願番号が付与され、出願受理証が発行される。

(1) 出願することができる者

自然人、法人又はその他の組織であれば、出願人適格を有する(4条)。法人名等の中国語翻訳が必要となる。また、共同出願も可能である(5条)。自然人が出願人になる場合には、パスポート番号等の個人のID番号を準備する。

(2) 商標法上の商標

文字、図形、アルファベット、数字、立体形状、色彩の組合せ、音声、及びこれら要素の組合せは商標登録出願することができる(8条)。新しいタイプの商標としては、“視覚的”な要件が削除され、音声商標が追加されている。

(3) 代理事務所への委任

日本企業又は日本人(自然人)が出願するとき、商標局に認可されている商標代理機構(商標事務所)に委任しなければならない(18条)。

2016年末時点の認可事務所の総数は、26,635ヶ所に及ぶというが¹⁾、様々な中間処理対応において、代理人の選任は非常に重要である。特に、2015年5月1日より新行政訴訟法が施行され、行政訴訟の代理人は弁護士のみとなり、施行後の訴訟案件について商標代理人の代理行為は禁止されている。多くの事務所は弁護士をも擁しているが、事後的な訴訟代理について事前に確認をしておくが良い。

なお、中華商標協会が事務所評価ランキングを行っているのでこちらも参考にされたい²⁾。

(4) 指定商品又は役務の区分表

2017年1月1日より国際分類11版に基づく類似商品及び役務の区分表(以下、区分表という)が施行されている。区分表は日本の「類似商品・役務審査基準」と同様、商標局の統一の見解であり、実務では、区分表に規定される類似群により画一的な審査がなされている。


区分表に未掲載の商品又は役務を積極的に記載した場合には、原則として補正指令が下される。また、後述する品質誤認の拒絶事由を回避すべく事前に商品を減縮しておくことも賢明であるが、補正指令は覚悟しなければならない。

2. 2 方式審査とその対応

出願書類に不備がないものの、指定商品等の記載について補正を必要とする場合は、商標局は出願人に補正を行う旨を通知する。出願人は当該通知を受領してから30日以内に、指定された内容に基づき補正を行わなければならない。補正を行わない、または審査官の要求に従った補正を行わない場合には、出願の不受理が決定される(商標法実施条例18条2項、以下条例と省略)。

現行商標法では、審査官の要求に従わない補正の不受理処分が追加され、複数回の補正は原則として認められていない。以下の事例①は、商標局への補正は一度しかないことを理解しつつ、ターゲットの商品又は役務に説明が必要な場合には商品説明を行い、審査官にも確認しながら確実な補正を行わなければならないことを示唆している。補正回避のためには区分表の記載を尊重することが望ましい。

事例① アストンマーティン事件

商標「」(出願14863693:出願人ASTON MARTIN LAGONDA)40類「ヨットの注文建造、バニシング仕上げ加工等」が2014年7月23日に出願されたが、商標局より「ヨットの注文建造」が不明確であるとの補正が通知

された。同年12月25日に補正対象役務を「ヨットの注文建造（他人のため）」に補正したが、商標局より不受理決定が下された。出願人は、商標局から再度の補正の機会を与えられず、本来補正対象役務のみを放棄できたが補正指示が不明確との理由で出願日喪失の不利益行為に対して行政不服審査法の復讐を主張した。かかる決定で商標審査委員会（以下、委員会という）は、次のように判断している。

当然に区分表の表現には限界があり、科学技術の発展に伴い、市場では新商品が常に現れる。規範的ではない商品及び役務の表現が曖昧である場合、審査官は商品の機能や用途、区分を確定することが難しく、補正意見も具体的に提供できない。区分表に規定されていない商品又は役務を権利化したい場合には、区分表を十分に研究し、規範的でない商品等を相応する表現にし、審査官に区分を当てはめやすく提供すべきである。また、「商品又は役務の説明」を正確に理解し、区分表のどの商品かがわからない場合には、条例15条にあるように当該商品等の説明をしなければならない。特に、補正対象の役務は「ヨットの注文建造」であるが、これは40類ではなく、37類であることから、商標局の要求に応じた補正ではない。また、補正要求に従わない出願について二度目の補正を通知する義務はなく、一部の役務を放棄したとみなす規定もない。以上より、商標局の不受理決定に違法性はない。

2. 3 実体審査とその対応 ～主な不登録事由とその対策

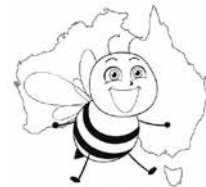
方式審査を経た商標登録出願は、商標局による審査官の実体審査に係属する。実務における主な不登録事由とその対策を紹介する。

(1) 禁用商標（一）公益保護

商標の構成中に「中国」「Japan」等の国名、国旗、国際機関の名称等と同一または類似の商標は商標として使用してはならない、と規定されている（10条1項1号乃至4号）。かかる規定に抵触すると拒絶査定となるが、当該政府の承諾がある場合、類似の程度が弱く公衆に誤認を生じさせない場合、旧名称を利用する場合等については、例外的に登録が認められる。

日本企業でも、「日本・株式会社」等、国名

を含む屋号は多くあり、権利化の必要性も高い。かかる場合には、出願人名義を一致させ、日本で既に登録されていることを主張しつつ、審判等において反論を行うこととなる。



事例②「AUSTRALIAN SUNSHINE HONEY」事件³⁾ →登録○

商標の構成に「AUSTRALIAN」が含まれていることに起因し同2号で拒絶された。北京知識産権法院（以下、知財法院という）は、図形を含む商標全体とオーストラリアの国名は非類似と判断し、審査委員会の審決を覆した。

事例③「PHILIPPINE DE ROTHSCHILD」事件⁴⁾ →拒絶×

本願商標には、世界でも名が知られたボルドーワイン界の著名人バロン・フィリップ・ド・ロスチャイルドの娘フィリピーヌ（PHILIPPINE）のファーストネームが含まれていた。審査では、中国の一般大衆はフィリピン国を意味するとして、同2号で拒絶査定された。司法でも、「PHILIPPINE」はフランスの一般的な女性名を指すとの出願人の主張を否定し、中国において周知ではないとの理由で、国家名の尊厳保護の立場をとった。

(2) 禁用商標（二）品質誤認

商標法改正に伴う新たな審査において、その影響が最も大きいのが品質誤認（10条1項7号）に関する規定である。旧法下の「誇大広告であり欺瞞性を帯びた標章」の不登録事由が拡大され、公序良俗のみが同8号に残り、公衆への品質誤認等は新設7号に二分されている。

条文には「欺瞞性を帯びたもので、容易に公衆に商品の品質等の特徴又は産地の誤認を生じさせる標章は商標として使用することができない」とある。つまり、商標の構成要素に品質表示等の記述的な部分が含まれると、同号の拒絶

査定を受けることが多い。

いわゆる日本における品質誤認（日本商標法4条1項16号）を意識すると理解しやすいが、中国では実体審査着手後に補正手続はできない。即ち、日本で一般的に行われる「○○産の○○，○○を含有した○○」等のような誤認回避の減縮補正はできないことから、日本の中間処理の対応とは完全に異なる。

審査基準では、「模造金製品」について「24K」を構成要素とする商標、「砂糖，食塩」について「醬（ソース）」を構成する商標，需要者に効能を訴える用語が加わっているもの等，は同号に該当する旨，規定されている。

しかし，運用後間もない不登録事由であることから審査官における判断基準に差異があり，行政と司法の判断に少なからず乖離が生じている。行政側は，条文前段の「欺瞞性」と後段の「混同可能性」を独立して解釈するとしており，欺瞞性はなくとも誤認可能性があれば本号を適用する。一方，司法は両者の該当可能性を総合的に判断している点に違いがある。通常は，公衆の認知水準，経験則及び常識等の要素を考慮し，単に誇張的な表現に止まる場合には欺瞞性は認定できず，多くの案件が司法段階で覆っているのも興味深い。

また，本規定は単なる不登録事由ではなく，商標として使用することができない禁用規定であることにも留意しなければならない。北京市高级人民法院（以下，高級法院という）は，本号は絶対的禁用規定であることから一般公衆に誤認の生ずる可能性が高い場合にのみ適用すべきとの考えを示している。識別力を有する場合の主張と同様，実際の使用実績等を証拠として誤認が生じない旨の主張をすることがポイントとなる。新たな規定であり，審査官や審判官も十分な条文解釈と経験値を有しておらず，納得できない場合は，反論証拠を十分に準備し，司法判断を仰ぐこともお勧めしたい。

なお，知財法院の一審判断で欺瞞性及び誤認性が否定された場合でも，評審委員会は上訴を行うのが通例である。望ましいのは，事例⑧のように審判段階で十分な議論を行い，司法に係属させることなく早期に登録を獲得することにある。また，提訴時には二審に係属することを前提にスケジュールをたて，予算計上を行っておくことも蛇足ではあるが企業活動においては重要な視点である。

*CTO→商標局，TRAB→評審委員会，以下同様

事例④「SMARTSTRAND FOREVER CLEAN」(27類 じゅうたん，ラグ，マット)⁵⁾→登録○

	CTO	TRAB	一審	二審
誤認	肯定	肯定	否定	否定

審査・審判段階で品質誤認（同7号）及び識別力欠如（11条1項2号）にて拒絶された。審判段階では，検査機関による商品の試験統計表やパンフレット，メディアの資料等を証拠として反論したが認められず，一審では逆転判断され審決の取消と差し戻しが下された。評審委員会は上訴したが，原審が維持され登録性が認められた事件。禁用規定の同7号の適用について，裁判所は，商標に誇大表現が含まれていたとしても，実取引又は関連公衆の通常の認識等において誤解を与えない場合があることを示唆し，かかる場合に誇大広告であり欺瞞性を帯びた標章と認定することはできないとの基準を示し，「FOREVER CLEAN」を常識的に判断してこれは誇張表現であり，商品の品質を誤認させるものではなく本号の適用はないとした。識別力の有無については，「SMARTSTRAND」に顕著性があり，「FOREVER CLEAN」の識別力は弱いものの全体としての識別力の妨げにはならず，行政判断を全面的に否定する結果となった。

事例⑤「全药」（5類 獣医科用薬剤，獣医科用製剤等）⁶⁾→登録○

	CTO	TRAB	一審	二審
誤認	肯定	肯定	否定	否定

審査段階では，商品の原料や成分等の特徴を誤認させ不良な影響を生じさせるとして品質誤認（同7号）にて拒絶された。審判段階では，「药（薬）」が一定の物質ではなく総称である旨や国家図書館での報道において誤認を生じさせない

こと、また先行する登録例を提出し、反論を行ったが拒絶は維持された。出願人、日本全薬工業株式会社は、かかる審決に不服として知財法院に提訴したところ、登録性が認められた。評審委員会の上訴にかかる二審では、係争商標は出願人の屋号「全薬」であり、一般人の認識水準ではその指定商品と薬品とに関係があるとは認識するが、誇大表現ではなく需要者は、商品の原料、成分等の特徴について誤認しないと判断した。

事例⑥「美皮護」(5類 軟膏, 医療用湿布等)⁷⁾
→登録○

	CTO	TRAB	一審	二審
誤認	肯定	肯定	否定	否定

ケロイド防止テープ薬剤に使用される中国向け商標「美皮護」について、行政段階では品質誤認の判断が維持されたものの、一審ではこれを撤回、評審委員会により二審に係属した事件。二審においては、同7号は商標使用の絶対的禁用規定であり、一般公衆の誤認の可能性が比較的高いときに、敢えて当該商標の登録と使用を禁止するために適用する。「美皮護」の三つの漢字の組合せは、確かに一種の特徴や効果を暗示させるものの、かかる表現を信じて購買決定することを誘導するものではない。加えて、権利形成の審査が禁用規定に及ぶときは、個別具体的な審査の原則によらなければならない。本件はかつて商標「美皮康」「美皮貼」について権利を有している事情も考慮すれば、品質誤認と判断することは妥当ではないと判断した。

事例⑦「 GONGCHA」(30類 茶, 茶飲料, コーヒー飲料, はちみつ等)⁸⁾ →拒絶×

	CTO	TRAB	一審	二審
誤認	肯定	肯定	肯定	肯定

世界でも人気の台湾ティーのフランチャイズブランド貢茶の事件である。出願商標を構成する「貢茶」は、中国古来の皇帝に捧げる最高品質の茶葉を示すことから、行政判断においても司法判断でも同7号の禁用商標に該当し登録性が否定された。裁判所は、一般公衆の通常有する認知水準及び能力を基準としつつ、指定商品をも考慮し、商標そのものや構成要素に欺瞞性を有するか否かを判断しなければならないと述べ、「茶及び茶飲料」については商品の品質上乗行為であり品質誤認を招来するとした。また、茶

以外のコーヒー飲料等については、その原料に茶又は茶の成分が含有するものと誤認することから成分等の特徴に誤認が生ずると結論付けた。

事例⑧「大奶罐」(3類 シャンプー, 洗顔ミルク, 化粧品等)⁹⁾ →登録○


	CTO	TRAB	一審	二審
誤認	肯定	否定		

出願商標「大奶罐」について、商標局は「奶罐(ミルク缶)」の文字が構成されていることから、指定商品に使用されると需要者に誤認を生じさせる、との判断についての拒絶査定不服審判事件。審判では、条文上の欺瞞性及び誤認の有無が争点になったが、本願人はミルク缶を思わせるパッケージで、ヤギミルクを含有する化粧品について出願商標を使用しており、品質誤認も生じさせない旨が審判で確認された。

(3) 識別力の有無

識別性の有無についての審査では、以下の1から3号に該当する場合に不登録事由となる(11条1項)。


- (1) その商品に単に一般的に用いられる名称、図形、型番
- (2) 単なる商品の品質、主要な原材料、機能、用途、重量、数量及びその特徴を直接表示したに過ぎないもの
- (3) その他顕著な特徴を欠くもの

日本の商標法3条1項1号、2号が上記(1)号に、同3条1項3号が上記(2)号に該当し、同3条1項5、6号が上記(3)号に該当すると考えると分かりやすい。しかし、日本の「…のみからなる商標」との規定は存在しないことから、例えば、以下の事例⑩「」のような結合商標も識別力の争いの対象となる。安易に識別力のある構成要素を結合させて、登録を促す日本的な対応策は中国では通用しない。

なお、ありふれた図形、アルファベット一文字及び二文字、キャッチフレーズ、単一色、包装用容器等のパッケージのみの立体商標は、(3)号のその他の顕著な特徴を欠く標章として拒絶

の対象となる。立体商標については、後述する。

事件⑨「AIRLIQUIDE」(1, 6, 7類)¹⁰⁾ →登録○
 フランス系の産業ガス大手エアリーキード社の中国法人による商標「AIRLIQUIDE」(1, 6, 7類)についての識別力欠如及び品質誤認を争点とする審決取消訴訟。評審委員会は、商標局と同様に、係争商標は、「液化気体」を意味し、商品「液化二酸化炭素」について単にその状態を記述しているにすぎず、商標としての顕著性を欠くことから11条1項3号に該当し、それ以外の商品については10条1項7号の品質誤認を生じさせる商標に該当する。その他の商品については、商品の機能や用途等の特徴を直接表示したにすぎず11条1項2号に該当すると判断、全ての商品についての拒絶査定を維持した。エアリーキード側は、該審決を不服とし、新証拠(多くの外国語商標の識別力に関する判決と使用証拠、外国における登録例等)を提出し、本来的な識別力と先行事例による審理の統一を主張し知財法院に提訴した。知財法院は、「AIR」は多義的な英単語であり、フランス語「LIQUIDE」の認知度は低く、また「気体」の対訳は「GAS」で、「液化ガス」は「liquefiedgas」となる点を述べた。判決には、“わが国の外国語教育は英語を主としており、多くの需要者はフランス語の単語はよく知らず、フランス語の単語については一般的にアルファベットの組合せとして認識し、「LIQUIDE」が「液状、希薄」等の固定の意味を有するとしても、わが国の公衆の一般的な認知能力は当該単語の意味する程度にとどまり、フランス語が当該使用商品の機能や用途を記述するものとして認識することはなく、顕著性を有している。”と述べ、その知名度も相俟って本来的な顕著性を認め、品質誤認をも否定した。評審委員会は知財法院の一審判決に不服として審決の取消を求め上訴したが、高級法院は、司法解釈¹¹⁾を引用し、一審の判断を維持した。

事例⑩「数字動物園DIGITAL ZOO」(41類 教育, インターネットにおけるゲームの提供等)¹²⁾ →拒絶×
 16, 18, 25, 35, 41, 42, 43の複数区分について商標「」を出願したところ、41類については役務の特徴を直接示するにすぎないとの識別力欠如の拒絶が査定されたことから、これを不服とする審判及び訴訟に係属した¹³⁾。係争商標はコンピュータ技術による模擬動物データ又は模型を提供するサービスを意味するにすぎないとの判断は、一審及び二審共に維持された。



(4) 先行商標との類否

～直近の15の事例からの考察

先願主義を採用する中国において、先行する他人の登録商標もしくは予備査定が下された商標と同一又は類似の商標登録出願については拒絶査定が下される(30条, 31条)。商標の類似については、審査基準に詳細に規定されるが、文字商標はその書体、称呼、観念が類似すること、図形はその構成、着色、外観が類似すること、文字と図形の結合商標は配置方法や外観が類似すること、立体商標についてはその形状や外観が類似すること、色の商標については色及びその組合せが類似すること、音声商標についてはその聴覚感や全体的な音楽のイメージが類似することをいい、併せて、同一又は類似の商品又は役務に使用することで混同を生じさせるおそれのある状況を指す、と規定される。

判断主体は、中国の取引需要者であるから、漢字商標は中国語として認識され称呼される。また、カタカナやひらがな等の外国語については、図形商標として捉えられ、原則として称呼は発生しない。日本的感覚からは判断が難しい事例も多くあるが、若干の典型例を紹介しつつ、類似判断についての特徴を示していく。

*「=」→類似, 「≠」→非類似, 以下同様

事例番号	出願商標	CTO	TRAB	引用商標
		一審	二審	
⑪	庐境	=	=	
入れ違い商標は原則として類似する ¹⁴⁾ 。				
⑫	东冠坊	=	=	
		=	≠	
識別力が弱い文字部分は除き要部が抽出される。「坊」が日本の「屋、庵、亭」等の場所を意味することから、識別力のある要部は「東冠」となり「冠東」と類似と判断された(最終審では、図形の特徴も相俟って非類似と判断されたが、				

他の引用商標の類似は維持されたことから結論は一審を踏襲した¹⁵⁾。なお、分離観察されるか否かは、中国漢字の有する意味の顕著性の有無等によることから、一定の基準は存在しない。

⑬	欣欣	=	=	欣
		=	=	
漢字の繰り返し商標は称呼や観念が共通することから類似と判断されるのが原則である ¹⁶⁾ 。				
⑭	阿玛尼	=	=	阿曼尼
		=	=	


「瑪 (ma)」と「曼 (man)」の称呼が近いこと、商標の漢字構成がよく似ていることから類似商標となる¹⁷⁾。日本の類似判断では、比較的称呼重視の審査が行われるが、中国については称呼と外観、観念が共に審査され、特に外観類似の影響が大きい。

⑮	贝丽天使	=	=	Beimeiangel 貝美天使
		=	≠	

両者は文字構成、称呼、全体的な視覚上の効果に一定の差異がある¹⁸⁾。中国においては、アルファベットと漢字の組合せ商標では、漢字商標が意識的に要部になりやすい。本件は「麗」と「美」の違いであるが全体観察において、二審では非類似と判断されたが、一文字違いには留意すべきである。

⑯	贝丽天使	=	=	
		=	=	


両者は漢字において文字構成、称呼、観念等において類似する¹⁹⁾。本件は「麗」と「貝」の違いであるが、こちらは類似が維持されている。事例⑮と⑯の混同の違いは難しいが、出願商標が漢字のみではなく結合商標であれば、異なる結論が導き出せたかもしれない。

⑰		=	=	G2000 men
		≠	≠	

行政段階では類似と判断されたが、一審及び二審では、出願商標の男性の図形部分の顕著性が類似に与える影響を踏まえ、両者は非類似と判断された²⁰⁾。事例⑯同様、一方が文字のみの商標であるときには、行政段階では厳しい判断が下される傾向にあることから、このような顕著性の強い図形を結合させて出願する方法は検討に値する。

⑱	改革	=	=	INNOVATE
		=	≠	

観念類似として拒絶される点については日本の類似の審査とは大きく異なることも特徴の一つといえる²¹⁾。需要者において唯一の翻訳か否かがポイントとなる。

⑲	九朵云 Cloud 9	=	=	
		≠	≠	

観念類似として拒絶されたが、裁判所は一審及び二審共に、両者は全体の外観において明らかに区別可能であるとして非類似と判断した²²⁾。

⑳	使者	=	=	Chiaus
		≠	≠	

「Chiaus」はトルコの言葉で「使者」を意味することから行政段階では類似と判断されたが、裁判所は、一般需要者の認識で判断すべきであり、両者は非類似の商標であると結論付けた²³⁾。

文字の類似については、類似の先行商標が確認できれば、それを事前に回避するために外観に差異を設け再出願する等の方法も検討に値する。実務上、年間の出願件数の伸びに審査官の経験値が追いつかず、同一の商標であっても異なる引用商標により拒絶を受ける等、安定した審査は望めない。納得できない引用商標については、拒絶査定不服審判を請求しつつ、また後述する不使用取消等の個別対応を講じることも重要である。

続き、図形商標の類否判断について考察する。以下のように図形の有するイメージやタッチが完全に違っていても、モチーフに近似性があれば類似と判断され、反論に窮することも多い。日本の図形商標における判断基準と完全に異なることを受け入れる姿勢も重要であり、審判では、“実際の使用における両図形商標の違いを主張し混同が生ずるおそれがないことを主張する”、“細かな差異を多く主張するより、一言で違いを表現し反論する”等の努力が必要である。具体的には、事例⑳においては「鹿の角」と「サンゴ」と表現する、事例㉓については「犬」と

「馬」が分かりやすい。また、他の区分での並存例を多数証拠収集する等の積極的な反論が求められる。

また、前述した通り、アルファベット一文字及び二文字については、日本と同様に本来的な識別力が認められないが、事例⑳のように一旦ロゴで権利化されてしまうと後願排除を可能とする強い権利に変化する。このことから、アルファベット一文字、二文字の商標を採用している場合には、ロゴ化された商標について最先の権利を取得することが商標戦略上のアドバンテージとなり得る。

	出願商標	CTO	TRAB	引用商標
		一審	二審	
㉑		=	=	
		=	=	
㉒		=	=	
		≠	≠	
㉓		=	=	
		≠	≠	
㉔		=	=	
		≠	≠	
㉕		=	=	
		=	≠	

㉑～㉕の事件番号²⁴⁾

審査において、他人の先行商標が引用された場合には、指定商品及び役務の抵触範囲を確認し、ターゲット商品が一部公告される場合にはそのまま放置により公告に促す方法が賢明である。日本のように別途手続補正書を提出することは要しない。障害が存在しない指定商品又は役務の範囲を速やかに権利化しつつ、一部拒絶部分についても不服を主張する場合には、評審委員会に審判請求と共に分割出願を行い、分割

による新たな出願を先に公告させる（条例22条）。分割出願は、再度審査には係属されず、登録可能な指定商品又は役務に枝番Aが付与され、原出願は拒絶査定不服審判に係属する。なお、中国において分割出願は、拒絶査定不服審判請求と同時のこのタイミングに限られる。

非類似の主張については、商品及び役務の非類似の主張も併せ検討すべきであるが、その点については後述する。また、中国では所謂「精神拒絶」の不登録事由は存在しない。同一人の同一商標についても重ねて権利化できることから、権利整理の目的での新たな出願も検討しやすい。

(5) 立体商標の審査

立体商標の審査では、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不可欠な形状、又はその商品に本質的な価値を備えさせる形状を不登録事由としている（12条）。パッケージや包装容器等の立体形状は、顕著性欠如として、拒絶が通知される（11条、司法解釈9条）。なお、願書ではその使用方法を説明し、少なくとも三面図の提出が求められている（条例13条）。

事例㉖のTetraのプリズマ型飲料用容器の判決でも述べられているが、立体形状が出願人の独創によるもの、又は最も早くに使用したものとの主張は顕著性を獲得する要因とはならない（司法解釈9条2項）。事例㉗のディオールの香水瓶の形状については、マドプロルートの出願であったが、国際登録簿への登録日から3ヶ月以内に三面図が提出されていないことから、条例43条違反として平面図形として審査された。マドプロルートの立体商標出願では方式面にも注意が必要である。

ところで、審査基準では、識別力を有しない立体形状と識別力を有する文字等の組合せは全体として識別力を有する、と規定されている。

しかし、司法解釈では立体と文字等の商標の組合せでも顕著性を有さない場合があることが規定されており（司法解釈9条1項）、事例⑳のモンブラン事件でも既登録の文字商標が構成されていても、全体として出所識別機能が発揮されないとして識別力が認められなかった。事例㉑は、ガレの花が描かれたペリエジュエのシャンパンボトルの事件であるが、一審では識別力を認めたが、二審では立体商標の主たる部分は一般的なボトル本体もあり、花模様は単なる装飾にすぎず出所識別機能を有しないと判断し、全体としての識別力を認めなかった。

⑳		㉑	
	識別力× 11条1項3号 ²⁵⁾		識別力× 11条1項3号 ²⁶⁾
㉒		㉓	
	識別力× 11条1項1号 ²⁷⁾		識別力○（一審） 識別力×（二審） 11条1項2号 ²⁸⁾

このように、立体商標の権利化は、例え文字や図形を結合させたとしても識別力のハードルは極めて高いことがよく分かる。一方で、侵害事件において、パッケージの多面図による登録商標を利用し、勝訴を勝ち取ったヤクルト事件²⁹⁾は興味深い。模倣品対策において、立体商標の権利化に注力することも重要な視点ではあるものの、中国の司法判断が厳格であることから逆

に識別力欠如を曝す結果に繋がりがかねない。平面図形や文字商標を大きく結合させた立体商標で無難に権利化させ、侵害事件等で実績を積み、最後に立体商標の権利化に挑む方法がより賢明かもしれない。特に中国では、民事訴訟は地方色が出ることから、ヤクルト事件のような事例も多く、ハードルの低い商標からの権利化を段階的に行う方法をお勧めしたい。

2. 4 査定, 審判, 提訴

(1) 予備査定, 公告

商標局は、出願の願書を受領した日から9ヶ月以内に審査を完了し、登録要件を具備するときは予備査定の公告を行う（28条）。

数年前までは、公告までに1年半程を要したが、現在では出願から平均10ヶ月程度で審査が完了し、異議申立のための3ヶ月の公告が行われている。



図1 商標予備査定公告（2017年8月27日）

ちなみに、マドプロ経由の中国出願については、国内での公告は行われぬ（条例44条）。

WIPOの国際公報の発効日の翌月1日から3ヶ月以内に異議申立が認められている(条例45条)。

(2) 拒絶査定, 同不服審判

実体審査を経て, 不登録事由を有すると判断された場合には, 拒絶査定又は一部拒絶査定が通知される(30条, 34条)。日本のように, 査定前の拒絶理由通知により意見書や手続補正書, ヒアリング等の機会は設けられていない。一部拒絶査定を承服する場合には, 自動的に一部商品又は役務が公告され, 異議申立期間を経て登録に至る。

拒絶査定又は一部拒絶査定に不服があれば, 査定受領の日から15日以内に, 評審委員会に拒絶査定不服審判を請求する(34条)。請求時には評審委員会用の委任状を要するが, 公証認証は不要である。原則として審判請求期限の延長は認められていない。

ちなみに, マドプロ経由で暫定拒絶査定書(Provisional Refusal)を受領した場合には, 同書記載の通知日(Date of notification by WIPO to the holder)から30日以内に拒絶査定不服審判を請求する(条例10条2項)。

また, 審判請求の日から3ヶ月以内に証拠を補充することができる。日本のような理由補充ではなく, 審判請求時には根拠と共に理由を十分に述べなければならない。かかる証拠補充期間の3ヶ月を利用し, 過去の審判や判決の研究, 不使用取消の準備, 同意書交渉等を行うこととなる。証拠は原則として一度に限り提出するものとされているが(審判規則23条), 不使用取消決定書等については新たな証拠として3ヶ月経過後に上申することも可能である。

このように, 中国の期限管理については, 急な対応を迫られることが多いことから, 事前に緊急時の対応策を講じておくのも中間処理対策の一つといえよう。

なお, 拒絶査定不服審判に係属した場合, 通

常は約1年~1年半程で審決が下される。

(3) 審決取消訴訟

評審委員会の審決に不服があれば, 審決受領日から30日以内に, 知財法院に提訴し, 審決取消訴訟に係属させる(34条)。知財法院は, 一審法院としての役割を担い, 評審委員会が下した行政判断の正当性を改めて審理する。

2016年1年間における知財法院の受理案件は1万件を超えており, その内商標の行政紛争事件は6,000件近くに及ぶ。裁判官一人の担当案件数は優に200件を超えていることから, 開廷時に与えられる口頭弁論の時間は10分程度である。争点を裁判官に分かりやすく準備し, 口頭審理(開廷)後に裁判官向けに代理意見をまとめる力が現地代理人に強く求められている。通常, 知財法院の判決は3~6ヶ月前後で下されるが, 涉外事件においては1年以上かかる案件もある。

知財法院の一審判決に不服があれば, 高級法院の二審に係属する。出願人側が一審で勝訴したとしても, 評審委員会が上訴する場合には被告として応訴しなければならない。中国では二審制が採用されていることから, 二審は終審判決となるが, 一定の条件の下で最高人民法院に再審査請求(再審)を行う(行われる)ことも少なくない。

3. 中間処理時の個別対応

引用商標による拒絶査定の場合に, 引用商標の性質により様々な対応策が検討できるが, 主だった個別対応とその特徴は次の通りである。

3.1 不使用取消

日本と同様, 引用商標が登録から3年以上であれば不使用取消を請求する方法が頻繁に用いられる(49条2項)。ちなみに, 2016年統計では, 商標局への不使用請求は年間4万件近くあり,

審判に係属した案件は5,000件弱である。かかる数字からも、商標登録出願又は拒絶査定不服審判と並行し、不使用取消が積極的に利用されていることを窺い知ることができる。

ところで、中国の不使用請求は、日本の3年不使用取消審判制度とは大きく異なる。審判制度ではなく答弁書が請求人側に届かず弁駁の機会は与えられないこと、不使用の決定に不服があれば審判を請求すること（行政二審制）、遡及消滅ではなく取消公告後に事後的に消滅すること等の特徴を有している。

一方で、日本と同様、立証責任は被請求人である商標権者に転換されていることから、請求自体は至って簡単である³⁰⁾。当初の商標局での審査は、商標権者側の答弁書及び使用立証書類は請求人側には送達されることなく決定が下される³¹⁾。答弁書が提出されず、又は証拠により商標の使用が認められなければ、通常8ヶ月程度で先行の登録商標の取消が決定される。逆に、被請求人である商標権者の使用が認められた場合には商標権は維持される。被請求人側は答弁書を確認することなく維持決定が下されることから、これに不服とするときは上級審である評審委員会に対して不服審判を請求することとなる。

ところで、不使用において判断基準となる商標の使用とは、商標を商品、商品の包装又は容器、及び商品の取引文書に用いること、或いは広告宣伝、展示及びその他の商業的活動に商品の出所を識別するために用いる行為をいう（48条）。また、証拠により市場における当該指定商品（役務）の使用が発揮されているか否か、使用行為が商標法の禁止規定に反していないか、真実、公開、合法といえる有効な使用か、が確認される³²⁾。“合法”の意味するところは、商標法以外をも含む広義の“合法”に解釈されている。例えば、製造許可を有していない商品の使用証拠を提出したとしても、他法の違法性を反証できれば商標法上の使用とは認められな

い。審理基準においても、単なる商標権を所有していることを声明する広告、無償のノベルティ等の使用、商標の譲渡行為、商標権維持だけの名目的な使用行為等は、商標の使用とは認められていない³³⁾。名目的な使用行為については、「口服液（医療用）」について3年間で二度の販売しか行っていない使用行為については真実の商業目的と認定し難いと判断している³⁴⁾。

また、請求にかかる登録商標と実際の使用態様の同一性も論点の一つである。原則として、登録商標の顕著な特徴部分が改変されていなければ同一性があるとみなされ、日本でいう社会通念上の同一と判断される。また、類似商品についての使用は、登録商標の使用とはされず、これに基づき登録の有効性は認められない³⁵⁾。但し、最近の事例では商標に差異があるものや商品が同一でないものでも緩やかに解釈され使用が認められているものもある³⁶⁾。

ところで、商標登録出願の中間対応として不使用取消を請求する場合には、請求人側の攻めの対応策となるが、商標局での維持決定については必ず不服審判を請求し使用証拠である答弁内容を確認することに始まる。証拠を一つ一つ紐解き、証拠チェーン³⁷⁾をほどく理由を検討することが重要である。特に、証拠の信憑性、証拠の証明力の有無、商標としての使用か否か、請求にかかる商標との同一性の有無等を検討していく。仮に、提供された証拠の一部が偽証であることが反証できれば、被請求人の偽証行為について厳しく取り扱うとの司法意見により請求人側に有利に働く³⁸⁾。不使用取消は、商標局及び評審委員会の行政二審、審決取消訴訟一審及び二審の司法二審のいわば四審制であり、紛争が長期化し費用も高額になることも予め想定しておく必要がある。極めて面倒なことは、拒絶査定不服審判や審決取消訴訟では、並行して争われている不使用取消の結論が出るまで、審理が中止されず不使用係争中の商標を有効とす

る審決や判決が下されてしまうことにある。かかるリスクを回避するために不使用取消と共に、新たな出願を行うことも実務においては一般に用いられる。しかし、かかるリスクはあるものの、多くの不使用取消請求は、答弁されず自動的に取り消されることから、商標登録出願の中間対応としては最も使いやすい制度である。一点、日本企業として注意をしなければならないのは、駆け込み使用の特例規定が設けられていないことである。交渉後の駆け込み使用を回避する意味で、交渉と並行して不使用取消を進める場合には、先に不使用取消請求を行っておくことが望ましい。

3. 2 同意書

商標法において同意書制度は規定されていない。しかし、2016年の審決取消訴訟において裁判所が同意書を容認し、商標の類似を否定し登録を認めた案件は80数件に及ぶ³⁹⁾。このように、先行商標権者からの同意書による拒絶回避は有効性の高い対応策として、実務では頻繁に用いられている。一般的に、拒絶査定不服審判の証拠補充時（困難な場合には同審判係属中）に、双方署名又は引用商標権者の一方署名の共存契約書又は同意書の形式で提出する。引用商標権者が外国籍の場合には、当該国での公証認証が求められることから、同意書交渉時に必要な書類を確認しておくことも重要である。

ところで、同意書の有効性については「商標権は私権であり先行商標権者の自由な処分権限を尊重すべき」との積極説と、「権利者保護のみではなく需要者保護を立法趣旨とすることから公衆への誤認混同の可能性は同意書だけでは完全には排除できない」という慎重説が対立している。法律や司法解釈等の明文規定がないことから、同意書の採否は審判官又は裁判官の裁量に委ねられるからである。特に、両商標が同一もしくは同一に近い場合には同意書による併

存登録は認められない傾向が強い。

しかし、ほぼ同一商標の同意書の採否が争点となったGoogle社の最高人民法院の再審事件（NEXUS事件⁴⁰⁾）では、極めて同一に近い商標同士の間併存が認められたことから注目に値する。最高人民法院は、“同意書が提出されることは、係争出願商標の登録及び使用を引用商標権者が明確に認めている訳であり、実質的には引用商標権者の合法的な権利処分形式の一つといえる。当該同意書が国益又は社会公共の利益又は第三者の合法的權益に損害を生じさせない状況においてこれは尊重に値する。”との考えを示した。直近の判決においても、同意書の採用は比較的緩やかに判断される傾向にある⁴¹⁾。

一方で、商標法の立法趣旨に立ち返り、審査における混同可能性は、権利者の保護と共に需要者の利益をも保護する、との反対意見も根強く残っている。かかる慎重説にたてば、同意書だけでは混同の可能性を完全に排斥することはできず、後願商標の登録について十分な理由とはなり得ない。慎重説の立場にたつ判決⁴²⁾によると、同意書の採否は商標構成の類似の程度、商品の関係性の程度、顕著性、知名度、使用状況等を総合的に判断すると述べられており、同意書で完全に類似が否定される訳ではないことから振れ幅が大きい。

このように見解は分かれるものの、多くの裁判例が同意書肯定説に立っていることから、3年不使用請求と共に極めて有効な手段であることは確実であり、積極的に取得し証拠とすることが望ましい。但し、単に同意書のみの提出ではなく、慎重説が用いられた場合でも類似を回避できるよう、互いの商標における構成要素の違い等を強く主張する、先行商標の商品（役務）との違いを述べる、実際の使用状況を主張し混同が生じないことを需要者の目線で反論する等、重畳的な対応策を講じておくことが肝要である。

3. 3 商品及び役務の実質非類似の主張 ～区分表の推定を覆す反論

引用商標との関係において、実取引における商品（役務）間の混同可能性を否定できる場合には、類似の推定を覆すことも対応策の一つとして考えたい。用途、機能、販売ルート、需要者・取引者層等の差異を述べ、業界団体の証明や、鑑定機関を利用した中国専門家会議の鑑定書等は有力な証拠となり得る。例えば、8類（0806類似群）で類似関係にあった「手動工具（手持ち）」と「ひげそり、つめやすり、脱毛器等」とはその機能、販売ルート等が異なるとして司法において非類似が認められた⁴³⁾。

しかしながら、区分表で規定された類似基準を一方の企業規模等の具体的事情を根拠として覆すことに司法は極めて消極的である。Microsoft社の出願にかかる指定商品「ゲームソフト（9類）」について、他人の先行商標にかかる商品「車修理管理システム、コンピュータ及びその周辺機器」と類似関係にあったが、非類似が争われた事件が興味深い⁴⁴⁾。評審委員会では、共に類似商品と判断したが、一審では用途や需要者層等の差異に着目し類似を否定した。続く二審で再び類似に覆った事件である。裁判所は、中国が登録制度を採用し、先願主義を原則としている以上、有効な先行商標の権利範囲が後願の経営規模等の個別事情で影響を受けるものであってはならない、と示しつつ、昨今のネットワーク・データコミュニケーションの発展と経営の多角化等によって商品間の連想はより強くなっている背景を踏まえて、区分表の類似基準を墨守しなければならないと述べた。もちろん商品（役務）類否の判断は時代と共に変化する現状に理解を示しながらも、類似の推定を覆すことは、司法の予測可能性や安定性に影響を与えるものと苦言を呈し、個別具体的な事情に拘泥することなく商標権形成段階に

における商品（役務）の類似判断は厳格に取り扱うべきとの判断を行った。

積極的な商品非類似の主張も方法の一つではあるものの、予備的主張と捉え、まずは不使用や同意書等を最優先に考えるべきであろう。

3. 4 異議申立及び無効審判

引用商標が出願中であり、異議理由が存在する場合には、その公告を待ち3ヶ月以内に異議を申し立てる。既に登録後であるときは、無効審判を請求することになるが、登録後5年の除斥期間には注意が必要である。拒絶査定不服審判と併せて、引用商標の異議や無効審判が係属している場合には、査定系の審理の中止（保留）を申し入れることが重要である。異議申立や無効審判における対応策については、次なる機会に紹介させていただきたい。

3. 5 譲渡交渉、名義／名称変更

商標登録出願における引用商標を早期に譲り受けることができれば、侵害のリスクは回避できる。その点、譲渡交渉も一つの手段といえる。また、自社の先行登録商標が旧名称や旧住所のままである場合に、引用商標として拒絶を受けることも多い。かかる場合には、拒絶査定不服審判を請求しつつ、譲渡による名義変更や名称・住所変更を申請し、その事情を説明することで拒絶を解消することができる。

注意事項は、同一名義人の同一及び類似商標は一括譲渡を行うこと（42条2項、条例31条2項）、旧名称・住所を変更する際には、他の案件についても一括変更が必要となる（条例30条2項）。

既存の登録を複数有する譲渡人との交渉時には、類似商標も併せて契約客体に含める必要があることも注意したい。また、一括の名称・住所変更に想定以上の現地費用が生ずることにも気をつけておきたい。

4. おわりに

新法施行から概ね3年が経過したが、中国における審査のムラと適用条文の曖昧さに日々直面する。本稿ではその疑問に焦点を当て、拒絶査定の後を考察した。昨年の商標に関する行政訴訟(第一審)の勝訴率は22%、前年比3%増加の理由は、新法の適用錯誤等に起因していると思われる。新たな論点である品質誤認の解釈や同意書採否の争点も審判決データベースの充実でタイムリーなものを示すことができた⁴⁵⁾。

ところで、2016年に評審委員会が受理した審判事件は12.5万件、評審委員会が知財法院(旧制度の北京市中級人民法院含む)から受領した一審判決は6,000件を超える。数字だけを捉えると、日本の年間出願件数と同数の審判事件が係属し、その半数が裁判に至る現実は想像するに難しい。しかし、多くの日本企業が、少なからずこの数字に巻き込まれていることを考えるとき、日本企業が苦手とする争点の取捨選択、大陸的な主張の重要性を改めて認識させられる。

中国では、昨今の判例指導主義に基づき「前後左右上下」の原則が用いられた判決も多い。上級法院の判決を遵守、先の判例を遵守、同級法院間の相互的尊重を意味するが、直近の判決を繙くことで紛争の事前回避を期待したい。なお、色の組合せ及び音声商標については、新判決が十分に蓄積されていないことから本稿では詳細を割愛させていただいた。また、商標登録出願の流れを図式化したフローチャートを別表として掲載したので、本稿とともに参照いただきたい。

拙稿が、中国への商標戦略と共に、中間処理における参考として、会員企業の一助となれば幸いである。

注記

1) 2017年1月23日 国家工商行政管理総局ウェブ

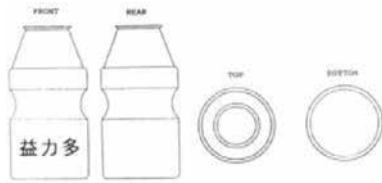
サイト

<http://sbj.saic.gov.cn/>

- 2) 2017年8月24日 中華商標協会「2016-2017年度優秀商標代理機構」
- 3) (2016)京73行初4601号 2016年11月16日
- 4) (2016)京行終497号 2016年3月31日
- 5) (2017)京行終2172号 2017年5月24日
- 6) (2015)高行(知)終字第3424号 2015年11月20日
- 7) (2016)京行終5647号 2017年2月14日
- 8) (2017)京行終1844号 2017年5月25日
- 9) 中華商標 2017年第04期 4月26日特刊 p.59
- 10) (2017)京行終1621号 2017年6月15日判決
- 11) 第8条 係争商標が外国語の標章であるとき、人民法院は中国の領域内における関連公衆の認識に基づいて、当該外国語の標章が顕著な特徴を有するか否かを審査し判断しなければならない。標章のうち外国語の固有の意味がその指定商品についての顕著な特徴に影響し得るものの、当該固有の意義についての関連公衆の認識の程度が低く、商品の出所を識別できるときは、それが顕著な特徴と認定できる。
- 12) (2017)京行終2198号 2017年5月19日
- 13) 41類以外の区分については、分割により既に登録されている(登録第15460935A)
- 14) 商評字(2017)48071号 2017年4月27日
- 15) (2017)京行終429号 2017年3月31日
- 16) (2017)京行終1528号 2017年5月15日
- 17) (2017)京行終161号 2017年3月17日
- 18) (2017)京行終233号 2017年4月6日
- 19) 前掲注18)
- 20) (2017)京行終1402号 2017年5月31日
- 21) (2017)京73行初1143号 2017年3月27日
- 22) (2017)京行終888号 2017年5月12日
- 23) (2016)京行終5564号 2017年2月23日
- 24) ㉑ (2016)京73行初6011号 2016年12月7日
㉒ (2016)京行終2912号 2016年7月7日
㉓ (2016)京行終4267号 2016年10月31日
㉔ (2013)高行終字965号 2013年8月16日
㉕ (2015)高行(知)終字1990号 2015年8月4日
- 25) (2017)京行終2109号 2017年8月18日
テトラ・プリズマアセプティック容器立体商標(16類 紙製包装用容器等)
- 26) (2017)京行終744号2017年5月23日
DIORジャドール香水瓶(3類 香水等)事件
- 27) (2017)京行終734号2017年6月5日

MONTBLANCペン（16類 ペン等）事件

- 28) (2013) 一中知行初字2865号 一審
(2014) 高行終字882号 二審
- 29) (2017) 滬73民終53号 2017年6月28日（訴訟では、ヤクルトの中国文字商標「益力多」と以下の登録商標の侵害が認定された）

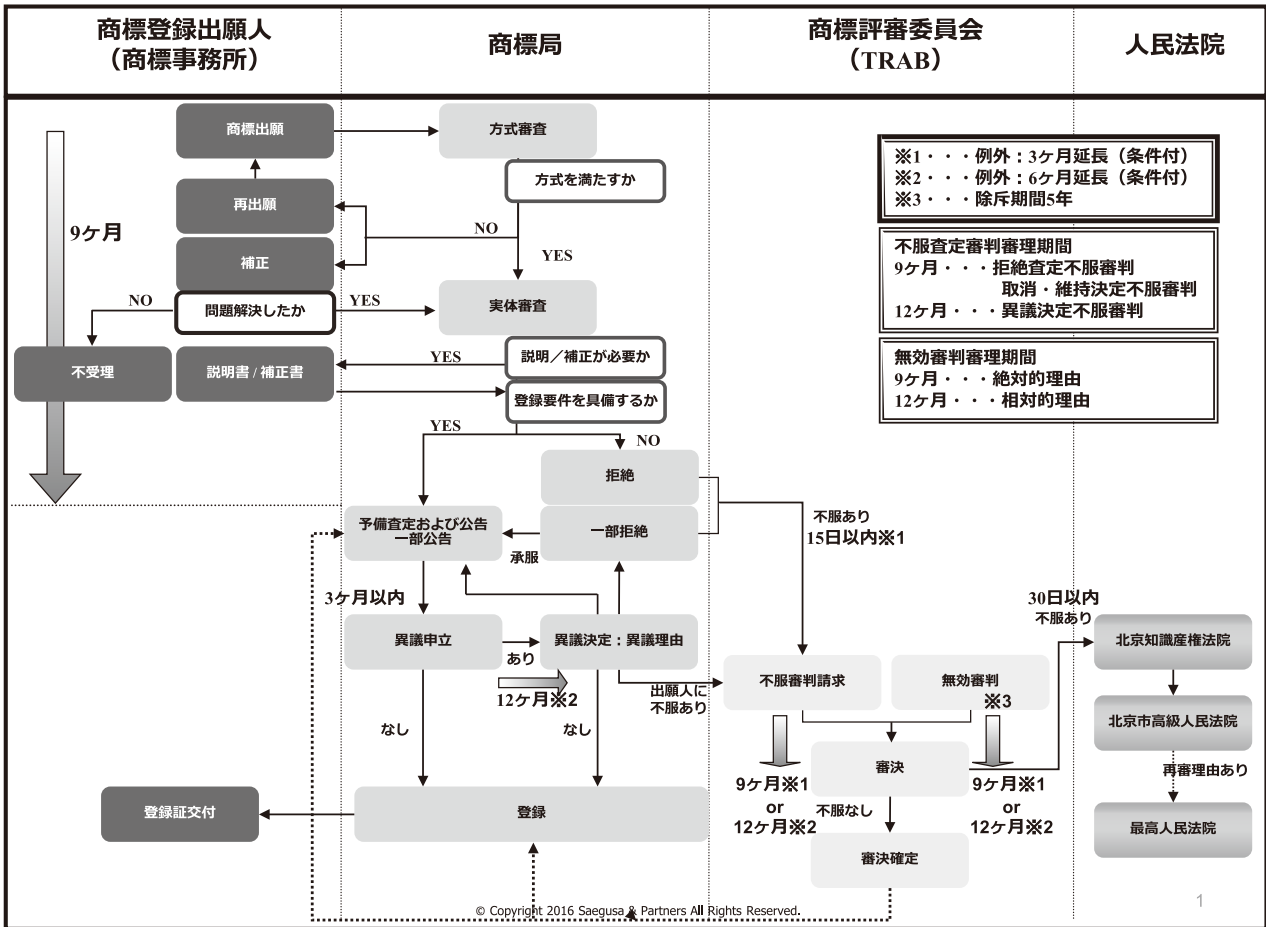


- 30) 請求時に不使用の立証は求められないが、商標局段階では弁駁の機会がないことから不使用が明らかな場合には請求時に不使用の立証をすることも得策である。
- 31) 商標審判規則の適用外であり当事者対立構造をとらない。
- 32) 2016年5月公布 北京市高級法院の意見「知的財産権の審理において、現時点で注意が必要な法律問題（一、二、三）」
- 33) 「商標の審査及び審理基準」下編七， p.186
- 34) (2015) 京知行初字第4056号 2016年6月23日
- 35) 前掲注32)
- 36) SAGA事件（2016）京行終3402号 2016年9月9日…国際登録商標「SAGA DE R」（ワイン）の使用証拠は「SAGA」「SAGA R」であったが使用が認められた事件，等
- 37) 証拠チェーン（証拠鎖条）との概念は、中国の刑事訴訟で多用され複数の物証と客観的事実と

が完全に繋がることをいう。不使用の答弁では証拠チェーンが厳しく要求される。

- 38) 2016年5月 高級人民法院の意見「提供された証拠の一部が偽証であれば、全ての証拠を慎重に判断し、証明基準を引き上げ、偽証行為についても刑罰を科し警告を行わなければならない。」と規定されている。
- 39) 国家工商行政管理総局商標評審委員会法務通訊総第70期（2017年6月）2017年9月20日
- 40) (2016) 最高法行再102号，103号 2016年12月23日
- 41) 同意書を尊重し，併存登録を認めた事件の一例（2016）京73行初2082号 2017年6月15日，（2017）京行終733号 2017年3月30日，（2016）京行終2929号 2016年12月26日，（2015）高行（知）終字2077号 2016年12月28日，（2016）京行終3406号 2016年12月20日，（2016）京73行初3978号 2016年9月29日，等
- 42) (2016) 京行終3683号 2016年10月18日，（2017）京行終247号 2017年2月7日等
- 43) (2016) 京行終2629号 2016年6月21日TATA事件
- 44) (2015) 京知行初字第2893号 2015年11月19日（2016）京行終3210号 2016年11月23日 LAUNCHWORKS事件
- 45) 審判決データ出典：Darts-ip
<https://www.darts-ip.com/>
URL参照日は全て2017年9月29日

別表 商標登録出願の流れを図式化したフローチャート



(原稿受領日 2017年10月2日)