

日本

識別力

商標法第3条第1項第3号

「その商品の産地、販売地・・・又はその役務の提供の場所・・・を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標」は商標登録を受けることができない。

判断基準

- ✓ 直接商品の産地であることが辞書等に記載されていなくとも、産地に結びつきうる要因があれば、原則として商品の産地を表すものとする。
- ✓ 著名な地理的名称等は、原則として商品の産地を表示するものとする。

GEORGIA

【指定商品】
コーヒー

拒絶

バクダッド

【指定商品】
台所用品

拒絶

使用による識別力

商標法第3条第2項

前項第3号から第5号までに該当する商標であっても、使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるものについては、同項の規定にかかわらず、商標登録を受けることができる。

品質の誤認

商標法第4条第1項16号

国内外の地名を表示する標章をその構成中に含む商標は、商品の産地・販売地、役務の提供の場所を誤認させるおそれがある場合には、商品の品質又は役務の質の誤認を生ずるおそれがある商標として、商標登録を受けることができない。

米国

識別力

商標法第2条(e)(2)

「出願人の商品に付して又は関連して使用される場合に、主として地理的にこれらの商品を記述するもの」は、商標登録を受けることができない。

判断基準

- ✓ 需要者が商品の当該地名に由来すると考える可能性があれば足りる。
- ✓ 地理的場所が無名でも辺鄙でもない場合は、通常、標章に表示された場所に由来すると推定。

Tuscany

【指定商品】
家具

拒絶

VENICE
MAID

【指定商品】
食料品(缶詰)

登録

使用による識別力

商標法第2条(f)

地理的記述を表示する標章として拒絶された商標のうち、使用による識別力を獲得したものは、商標登録を受けることができる。

品質の誤認

商標法第2条(e)(3)

出願人の商標に付して又は関連して使用される場合に、主として地理的にこれらの商品を欺瞞的に記述するもの」は、商標登録を受けることができない。

識別力

欧州共同体商標 理事会規則 第7条第1項(c)

「商品若しくはサービスの種類、品質、・・・、原産地、・・・又はその他の特徴を示すために取引上使用されることがある標識若しくは表示のみからなる商標」は、商標登録を受けることができない。

判断基準

✓ 地理的場所が関連公衆の認識の中で現実的に商品・サービスと関連づけられるか否か、又は将来当該商品の地理的原産地として使用される蓋然性があるか否か等から判断される。

Hollywood

【指定商品】
チューインガム

登録

Toledo

【指定商品】
自動車

登録

Munich

【指定役務】
財務サービス

拒絶

使用による識別力

商標理事会規則 第7条(3)

商品又はサービスの産地又は提供地が使用された結果、識別性を獲得した場合には、商標登録を受けることができる。

品質の誤認

商標理事会規則 第7条第1項(g)

「公衆を、たとえば、商品若しくはサービスの性質、品質又は原産地について欺瞞するような性質の商標」は、商標登録を受けることができない。

英国

識別力

商標法第3条(1)(c)

「商品又はサービスの種類、品質、…、原産地、…その他の特徴を表すために取引上役立つことができる標識又は表示のみからなる商標」は、商標登録を受けることができない。

判断基準

✓ 将来的にその名称が関連する商品又はサービスの地理的出所を表示する可能性があれば足りる。また、当該場所でその商品が生産された事実は必ずしも必要ない。

Marrakech

【指定商品】
カーペット

拒絶

Marrakech

【指定商品】
自動車

登録

使用による識別力

商標法第3条ただし書

原産地を表すために取引上用いられる標識のみからなる商標であっても、使用により識別力を獲得したものは、商標登録を受けることができる。

品質の誤認

商標法第3条(2)(b)

「公衆を(たとえば、商品又はサービスの内容、品質又は原産地について)欺瞞するような内容である場合」は、商標登録を受けることができない。

豪州

識別力

商標法 第41条(2)及び(6)

「商品又はサービスの種類、品質、・・・、原産地又はその他の特徴」を表示する標識のみで構成されている商標は、指定商品又はサービスを他人の商品又はサービスから識別することができないものとし、商標登録を受けることができない。

判断基準

✓ 商品又はサービスとの明確又は潜在的な関係のある地名であるか否か等から判断される。

Byblos

●古代都市名のように商品又はサービスと関連がないときは識別性あり。

●観光名所となっているときは、特定のサービスとの関係で識別性なし。

使用による識別力

商標法 41条(6)(a)

当該商標が出願日前から使用され、識別力を獲得した場合は、出願人がそれを証明することにより、商標登録を受けることができる。

品質の誤認

商標法 第43条

商標又は商標に含まれている標識が有する暗示的意味のために、その商標を特定の商品又はサービスについて使用することが欺瞞的又は混同を生じる虞がある場合は、当該の商品又はサービスについての商標登録出願は、商標登録を受けることができない。

中国

識別力

商標法 第11条第1項第2号

「単なる商品の品質、その他の特質を直接表示したにすぎないもの」は、商標登録を受けることができない。

第10条第2項

「県クラス以上の行政区画の地理的名称又は公衆に知られた外国の地理的名称は商標としてはならない。」

判断基準

- ✓ 中国国内において公知であること。
- ✓ 商標が全体として別の意味を有するときは適用されない。

加州紅

【指定商品】
ビール、ミネラルウォーター

拒絶

伯林/
BAILIN

【指定商品】
ビール

拒絶

LONDON
FOG

【指定商品】
かばん、傘

登録

青島啤酒

【指定商品】
ビール

登録

使用による識別力

商標法 第11条第2項

「前項に掲げる標章が、使用をされた結果、顕著な特徴を有し、且つ容易に識別できるものとなったときは、商標登録を受けることができる。」

品質の誤認

商標法 第16条

「商標の構成に商品の地理的標章が含まれ、当該商品が決して当該標識を示す場所に由来しない場合でも、公衆を誤認させる場合」は、商標登録を受けることができない。

韓国

識別力

商標法第6条第1項

第3号「商品の産地を普通に使用する方法で表示する商標」、
第4号「顕著な地理的名称、その略語又は地図のみからなる商標」は、商標登録を受けることができない。

判断基準

- ✓ 「商品の産地」とは、商品が当該地方で過去生産されたり、現実的に生産されている場合は勿論、その地方で生産されているものとして一般需要者が認識してしまう場合にも該当する。
- ✓ 「顕著な地理的名称」とは、一般需要者又は取引社会で広く認識されている程度でなければならず、辞典に掲載されていることを基準にするものではない。観光地ではない単純な地名、観光地でも周知でない場合は顕著な地理的名称とみない。

VIENNA

OXFORD

顕著な地名と推定されるもの

使用による識別力

商標法第6条第2項

第6条第1項第3号に該当する商標だけでなく、同項第4号に該当する商標であっても(葡萄酒及び蒸留酒の地理的表示であるなど他の不登録事由に該当する場合を除き)、使用による識別力を獲得するに至っている場合は、商標登録を受けることができる。

品質の誤認

商標法第7条第1項第11号

「商品の品質を誤認させたり、需要者を欺瞞する虞がある商標」は、商標登録を受けることができない。