



最高人民法院、「这！就是街舞 sdc（これが！ストリートダンス sdc）」商標は識別力欠如ではないと判示

はじめに

商標は商品又は役務の出所を識別し、区別するための重要な商業標識として、それが関連公衆に識別及び認知される本質は、商標の標識自体の顕著な特徴にあり、このような識別力は商標が商品又は役務の出所を識別するという核心的な役割を果たすことができるか否かを決定する。近年、「識別力欠如」条項は、商標の権利付与段階や行政訴訟段階の両方で広く適用されており、企業の商標選択及び権利取得の際に一定の困難をもたらしている。最高人民法院はこのほど、「这！就是街舞 sdc（これが！ストリートダンス sdc）」商標の拒絶査定審判案件の再審判決を下し、この判決は商標自身に内在する識別力と使用による識別力の獲得、業界での使用、類似商標の登録などのいくつかの面から十分に考慮し、係争商標の識別力について最終的に識別力があると認定した。この判決は商標の「識別力」の判断及び商標法第 11 条の適用について前向きな指針を示した。

一、基本的な情報

「这！就是街舞 sdc（これが！ストリートダンス sdc）」は、優酷網絡技術（北京）有限公司（以下、「優酷公司」という）が 2018 年に発表したストリートダンス選抜リアリティショーで、これまで 6 シーズンを発表しており、国内外の若手ダンサーと観客から高い人気を集めている。また、番組の大成功を踏まえ、「这！就是街舞 sdc（これが！ストリートダンス sdc）」と同名の衣装と周辺グッズが発売されるとすぐに好調な販売実績を収めた。優酷公司は 2020 年 7 月 31 日に商標第 48585981 号

「」の登録出願を提出し、第 25 類「T シャツ、衣料品、靴、帽子、靴下、手袋（衣料品）、スカーフ、ベルト、睡眠用アイマスク、シャワーキャップ、ウェディングドレス」商品に使用することが認められた。2021 年 1 月 19 日及び 2021 年 9 月 14 日、国家知識産權局は、相次いで拒絶査定及び審判決定を下し、係争商標の使用が指定商品において顕著な特徴を欠いており、商標法第 11 条第 1 項第 3 号に該当するとして、当該商標を拒絶した。

優酷公司はこの決定を不服として、北京知的財産権法院及び北京高級人民法院に第一審及び第二審の請求を提起したが、第一審法院、第二審法院は審理の結果、係争商標は日常生活用語であり、それ自体に識別力がなく、同時に当該商標が使用により顕著な特徴を得たことを証明することができないと判断し、優酷公司の請求をいずれも支持しなかった。

万慧達は、優酷公司を代理して本件について最高人民法院に対して再審請求を行うとともに、係争商標が衣料品等の指定商品に使用されている証拠及び他の有名バラ



エティ番組がその同名名称を商標として第 25 類衣料品等の商品に登録している有力な証拠等を提出した。最高人民法院は審理の後、2024 年 6 月 27 日に再審判決を下し、優酷公司の再審請求を支持した。

二、審判のポイント

最高人民法院は、本件について、係争商標の固有の識別力、係争商標の使用状況及び商標審査基準の一貫性の 3 つの側面から論述した。

商標固有の識別力について、最高人民法院は、係争商標「」は優酷公司がバラエティ番組「这！就是街舞 sdc（これが！ストリートダンス sdc）」のために創作した言葉であり、日常生活の中で一般的に組み合わせられる言葉又は語彙ではなく、またその指定商品に関連する宣伝用語又は記述的用語でもなく、係争商標の使用は第 25 類衣料品等の指定商品に使用した場合は識別力があると判断した。

係争商標が使用による識別力を獲得したか否かについて、最高人民法院は、優酷公司が提出した第 25 類衣料品等の商品における使用証拠を検討し、それら一連の証拠は、優酷公司が衣料品等の商品において係争商標をある程度使用していることを証明することができ、かつ優酷公司のバラエティ番組と一定の対応関係を形成することができ、商品の出所を識別する役割を果たすことができると判断した。

商標登録審査基準について、最高人民法院は、優酷公司が提出した複数の有名バラエティ番組がその同名名称を商標として第 25 類衣料品等の商品において登録されている状況、例えば「爸爸去哪儿（パパどこへ行く）」、「极限挑战（極限挑戦）」、「奔跑吧兄弟（走れ兄弟）」、「乐队的夏天（バンドの夏）」、「向往的生活（あこがれの生活）」などを考慮し、係争商標の識別力の判断基準は一貫性を持つべきであると判断した。

三、識別力欠如条項の適用基準の明確化が急務

商標法第 11 条は、商標の識別力の構成要件を規定する条項であり、普通商標が識別力を有するか否かを判断する主な根拠でもある。当該条項は第 1 項と第 2 項があり、第 1 項は、商標が「識別力を欠く」かどうかの判断項目であり、第 1 項第 1 号に規定する「一般的標識」（一般名称、図形、規格）、同第 2 号に規定する「記述的標識」、同第 3 号に規定する「その他識別力を欠く」状況を含む。第 2 項は「使用による識別力の獲得」であり、商標が固有の識別力を有するか否かを判断する際には、通常、商標と指定商品との関係（記述的であるか否か）、商標の意味が消費者に商品の属性と直接の関連性を有するか否か、又は連想や暗示等によって関連性を有するか否か等が考慮される。一方、使用による識別力の獲得は、出願人が提出した使用証拠が、固有の識別力が欠如している場合に、使用による識別力を獲得するのに十分であるか否かを審査する必要があるが、一般的な実務では「使用によって識別力を獲得した」という主張を裏付けることは難しい。

現在、商標が商標法第 11 条の識別力欠如の状況に該当するか否かについては、商標の権利付与及び司法審査手続きにおいて、標識自体と登録出願した商品又は役務との関係を考慮して総合的に判断するのではなく、行政機関の主観的判断が支配的な



要素を占め、さらには同一の標識であっても区分が異なれば審査基準についても違いがあり、商標審査の過程において、権利者はその商標出願の標識が行政機関の定める「識別力」の基準をどのように満たすことができるかについても把握することができない。

筆者は、商標法第 11 条第 1 項第 3 号は絶対的理由条項であり、その個別事件の測定余地は厳格に制限されるべきであり、行政機関はこの条項を適用する際に、通常ケースバイケースを理由にその審査基準が一致しておらず、適用境界が曖昧であるという事実を回避するのは誤りであると考えている。相対的理由条項の適用とは異なり、絶対的理由条項の商標専用権の保護範囲及び禁止範囲はいずれも相対的に広く、その立法趣旨は、商標権者をより全面的に保護し、社会公衆の利益及び公共秩序の安定的な運営をより十分に保護すべきであり、恣意的に適用すると商標専用権の保護及び禁止の基準が揺らぎ、立法趣旨に反することになる。

最高人民法院は「这！就是街舞 sdc （これが！ストリートダンス sdc）」商標拒絶案件において、係争商標が「識別力欠如」の状況に該当するか否かの判断において、まず、係争商標自体の識別力から着手し、指定商品の衣料品等との関係、衣料品の記述的用語又はそれに関連する広告宣伝用語であるか否かを踏まえ、係争商標が商品の出所を識別する役割を果たし得ると認定し、次に係争商標と同名バラエティ番組との対応関係を考慮し、その使用により高い識別力を獲得した事実を認定した。そして、最後に識別力の判断基準を統一すべきであるとの態度を示した。本件判決は、商標法第 11 条第 1 項第 3 号の行政及び司法段階における広範な適用について前向きな指針を示し、各級機関が最高人民法院の判決の精神を十分に理解し、商標が商品の出所識別の役割を發揮できるか否かの判断を市場に委ねるようにした。

著者：張涵、趙楠©万慧達知的財産権 2024



万慧達知識產權

WANHUIDA INTELLECTUAL PROPERTY

日本部

Add:北京市海淀区中關村南大街 1 号友谊宾馆頤園オフィスビル

Tel : +86-10-68921006

Fax : +86-10-68928030

www.wanhuida.com



Wechat: wanhuidaIP