

特許庁委託事業

中国の知的財産権侵害 判例・事例集

日本貿易振興機構（ジェトロ）

2017年3月

目次

| | |
|--|----|
| 【特許権】 | 4 |
| 1. 被疑侵害製品がある特定の適用環境の下で本件方法特許を技術的範囲に含む場合であっても、通常の使用の際に上記の特定の適用環境で当該製品が使用される可能性が低ければ、特許権侵害を構成しないと判示した紛争事件 | 4 |
| 2. 被疑侵害製品と本件意匠製品との類否を判断するにあたり、本件意匠の設計の自由度を考慮すべきであると判断した事件 | 13 |
| 3. 被疑侵害製品が特許の構成要件をランダムに再現する場合において、特許権の保護範囲に含まれないと判断された事件 | 21 |
| 4. 実用新案権侵害紛争において、被疑侵害製品の販売価格が同種の他の製品より高いこと、及び数多くの有名なネット販売プラットフォームで販売されていたことが重視され、法定賠償額の上限の損害賠償額が認定された事件 | 31 |
| 5. 組立関係が唯一でない組立製品の意匠権の権利侵害に関する紛争事件 | 36 |
| 【商標権】 | 40 |
| 6. 被疑侵害標識は登録商標とは明らかに区別があり、その指定役務も異なるため、商標権侵害が認められなかった事件 | 40 |
| 7. 真正品を販売する場合、当該商品に関する商標の使用許諾がなくても当該商品の出所を識別するのに必要な範囲であれば商標の使用が許されるが、その範囲を超えて商標が使用され、役務の出所を識別する効果が生じているとして、同一商標権者の役務商標権に対する侵害を構成するとされた事件 | 45 |
| 8. 商標の類似性の判断基準に関する紛争事件 | 50 |
| 9. 貸店舗で商標権侵害商品が販売されている場合、店舗賃貸人も商標権侵害に連帯責任を負うと判示した紛争事件 | 55 |
| 10. 販売者が商標権者の許諾を得ず、地理的表示証明商標付きの包装材を使って商品を包装し、かつ販売する場合、商標権の二重（製造及び販売）侵害行為に該当すると認定された事件 | 60 |
| 11. 商標の登録より先に使用され、かつ知名度を有する商号は商標権にとって「既存の権利」に該当すると判示した事件 | 65 |
| 【著作権】 | 69 |
| 12. 実用新案に付した製品設計図の著作物該当性が認められた著作権紛争事件 | 69 |
| 13. ウェブページの特徴的な構成（色、配置等）にいわゆる編集著作物として著作物性が認められた事件 | 75 |
| 14. 衣料品に係争美術的著作物を勝手に使った結果、複製権・発行権の侵害を構成したほか、さらに著作権者の氏名表示権も侵害したと認定された事件 | 82 |
| 15. 著作権者の氏名表示をラジオ・テレビ局の法定許諾の適用要件の一つと判示した紛争事件 | 87 |
| 16. 戦闘機と同比例で作られた模型は模型の著作物を構成すると判示した紛争事件 | 92 |
| 【不正競争】 | 98 |

| | |
|--|-----|
| 17. 商品の種類が多数である場合、特徴のある共通の装飾を知名商品特有の装飾と判示した紛争事件 | 98 |
| 18. 企業名称と登録商標との間で権利の抵触が生じた際に信義誠実、公正な競争及び既存権利の保護の原則に従うと判示した紛争事件 | 104 |
| 19. 他人の企業のビジネスモデルを妨害する行為を不正競争行為に該当すると判示した紛争事件..... | 110 |
| 20. 宣伝者が商品の実際の製造業者であるか否かにかかわらず、宣伝を受ける公衆の一般的な認知状況を虚偽宣伝の判断要素とすると判示した不正競争紛争事件 | 115 |

【特許権】

1. 被疑侵害製品がある特定の適用環境の下で本件方法特許を技術的範囲に含む場合であっても、通常の使用の際に上記の特定の適用環境で当該製品が使用される可能性が低ければ、特許権侵害を構成しないと判示した紛争事件

1. 事件の性質

特許権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：華為技術有限公司と中興通迅股份有限公司、杭州阿里巴巴広告有限公司との特許権侵害紛争事件

争点：方法特許の請求項に含まれていない適用環境が権利侵害の判断にどのような影響を与えるか、製品がある特定の適用環境の下で方法特許を再現できる場合において、通常の使用の際に上記適用環境で当該製品が使用される可能性が低いときも、方法特許権侵害を構成するか

3. 書誌的事項

第一審：浙江省杭州市中級人民法院（2012）浙杭知初字第419号

原告：華為技術有限公司（以下「ファーウェイ」という）

被告：中興通迅股份有限公司（以下「ZTE」という）、杭州阿里巴巴広告有限公司（以下「アリババ」という）

判決日：2014年4月17日

第二審：浙江省高級人民法院（2014）浙知終字第161号

上訴人：ファーウェイ

被上訴人：ZTE

第一審被告：アリババ

判決日：2015年2月13日

再審：最高人民法院（2015）民申字第2720号

再審申立人：ファーウェイ

被申立人：ZTE

第一審被告：アリババ

裁定日：2015年12月11日

関連条文：特許法第 11 条第 1 項、第 59 条第 1 項、最高人民法院「特許権侵害紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第 2 条、第 7 条

出典：

第一審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=7f9a1200-a5ff-4516-b7d1-103af89546db>

第二審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=576080ec-2a4e-4b75-a774-cf2f707760e3>

再審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=38c5b718-89d1-4e3b-bf50-20b91eead75e>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

2002 年 6 月 21 日、ファーウェイは、中国の国家知的財産局に対して「動的 IP アドレスを割り当てる過程における IP スプーフィングを防止する方法 (Method for preventing IP address deceit in dynamic address distribution)」との名称の特許を出願し、2005 年 12 月 21 日に特許権を付与された（特許番号は ZL02125007.3、以下「本件方法特許」という）。

本件方法特許の請求項 1 は、動的 IP アドレスを割り当てる過程における IP スプーフィングを防止する方法であり、その構成要件は次のとおりである。

- ① 正規ユーザーアドレス表にユーザー端末の MAC アドレス及びソース IP アドレスを記載する。
- ② ユーザー端末からスイッチへ ARP メッセージを送る。
- ③ スwitch は、ARP メッセージにおけるソース MAC アドレス及びソース IP アドレスについて、正規ユーザーアドレス表にそれと一致する項目が存在するか否かを確認する。存在する場合には、当該 ARP メッセージにおけるソース MAC アドレス及びソース IP アドレスを ARP テーブルに入れ、ユーザー端末がネットワークにアクセスできるようにする。存在しない場合には、当該 ARP メッセージを破棄する。

また、請求項 2 は、請求項 1 の①の詳細なプロセスを記載しており、その主要内容は、DHCP リレーを通じてユーザー端末と DHCP サーバーとの間でメッセージを取り交わすことである。

一方、ZTE は、型番が ZXR103952A であるレイヤ 3 スイッチ¹（以下「被疑侵害製品」という）を製造し発売している。ファーウェイは、アリババが運営するプラットフォームから、

¹ レイヤ 3 スイッチとは、OSI 参照モデルのネットワーク層（レイヤ 3）でパケットの宛先を判断して転送を行なう装置である。

被疑侵害製品を購入し、当該購入の過程を公証した。

ファーウェイは、被疑侵害製品の技術方案が本件方法特許の請求項 1 と完全に一致しており、ZTE 及びアリババが特許権者であるファーウェイの許諾を得ずに本件方法特許を無断で使用して製品を製造し販売しているとして訴訟を提起し、両被告に対しては直ちに特許権侵害行為を停止すること、ZTE に対しては権利侵害行為による損害及び侵害阻止のための弁護士費用等の合理的支出として合計 500 万人民元を賠償することを請求した。

ファーウェイの提訴に対し、ZTE は、被疑侵害製品は本件方法特許を侵害していないと反論し、アリババは、①プラットフォームにおける被疑侵害製品の販売に関する情報はアリババがアップロードしたものではなく、②アリババは当該情報が権利を侵害するか否かを知らず、かつ、事前にアップロード者に対して権利を侵害する情報をアップロードしないよう注意喚起しており、しかも事後に当該情報を削除したため、十分な注意義務を果たしている、と反論した。

本件方法特許及び被疑侵害製品は、高度な専門知識にかかわるため、第一審法院は、双方当事人の同意を経て、北京紫図知的財産権司法鑑定センター（以下「鑑定機構」という）に対し、被疑侵害製品の構成要件が本件方法特許の請求項 1 の 3 つの構成要件と同一又は均等であるか否かの鑑定を依頼した。

また、当該鑑定は、方法特許にかかわる鑑定であり、被疑侵害製品が本件方法特許の請求項 1 を再現できるか否かを鑑定する必要がある。このような鑑定を行うためには、まず、被疑侵害製品をテストする必要がある。そのため、鑑定機構は、まず、中国泰爾ラボ（以下「テスト機構」という）に被疑侵害製品のテストを依頼した。

ファーウェイ及び ZTE は、それぞれ被疑侵害製品のテスト方案（以下、「ファーウェイ方案」及び「ZTE 方案」という）を提出した。ファーウェイ方案と ZTE 方案の主要な相違点は、①ファーウェイ方案の場合、被疑侵害製品の DHCP リレーは OFF にされており（DHCP リレーを OFF にするネットワーク構成方式、以下「ファーウェイネットワーク構成方式」という）、②ZTE 方案の場合、被疑侵害製品の DHCP リレーは ON にされている（DHCP リレーを ON にするネットワーク構成方式、以下「ZTE ネットワーク構成方式」という）、という点である。当該相違点に関して、ZTE は、本件方法特許の請求項 1 には「DHCP リレーを ON にする」という必要な構成要件が暗に含まれていると主張し、ファーウェイは、「DHCP リレーを ON にする」という必要な構成要件が含まれていないと主張した。

テスト機構は、ファーウェイ方案及びZTE方案に基づき、それぞれテストを行った。その結果、ファーウェイ方案を採用した場合には、被疑侵害製品の3つの構成要件は、それぞれ対応する本件方法特許の3つの構成要件と同一であった。一方、ZTE方案を採用した場合には、被疑侵害製品の手順は本件方法特許と異なり、本件方法特許の請求項1の保護範囲に含まれない。

しかし、鑑定機構は、本件方法特許の請求項1に「DHCPリレーをONにする」という必要な構成要件が暗に含まれているか否かは特許審査の段階で検討すべき問題であり、鑑定機構が判断すべきことではないとして、「DHCPリレーをONにする」という必要な構成要件を含まないファーウェイ方案に基づくテスト結果を採用し、被疑侵害製品の構成要件は本件方法特許

の請求項1の3つの構成要件にそれぞれ対応しており同一である、との鑑定意見を出した。

しかしながら、第一審法院は、鑑定意見のみでは、被疑侵害製品が本件方法特許の請求項1の保護範囲に含まれるか否かを直接に認定することはできず、被疑侵害製品が本件方法特許権を侵害するか否かの判断は、ファウエイネットワーク構成方式が被疑侵害製品に使用されたか否かによる、との見解を示した。

なお、ZTE 方案を採用した場合には、被疑侵害製品は本件方法特許の請求項1を再現しておらず、ファウエイもこれを認めた。

(2) 第一審判決

審理を経て、第一審法院は、本件の争点は、①ファウエイネットワーク構成方式が本件方法特許の保護範囲に含まれるか否か、②被疑侵害製品を使用するための一般的なネットワーク構成方式を採用した場合に、被疑侵害製品が本件方法特許を再現するか否かであると判断した。

上記の争点に対し、第一審法院は、以下のとおり判示した。

(ア) ファウエイネットワーク構成方式が本件方法特許の保護範囲に含まれるか否かについて

本件方法特許の請求項1は、確かに DHCP リレーの ON/OFF に言及していない。しかし、請求項1以外の請求項は、すべて DHCP リレーを ON にした状態での技術方案である。また、本件方法特許の明細書における背景技術の内容も、DHCP リレーを ON にすることを前提としている。さらに、明細書における発明内容に記載されているプロセス、及び付属図に示されている実施例も、すべて DHCP リレーを ON にした状態での技術方案である。確かに、明細書は、DHCP リレーを OFF にした状態での技術方案を明確に排除しておらず、また、本件方法特許は「DHCP サーバーとユーザー端末が異なるネットワークセグメントにある場合」²にのみ適用できると明確に限定していない。しかしながら、明細書は、ファウエイネットワーク構成方式に一切言及しておらず、「DHCP サーバーとユーザー端末が同じネットワークセグメントにある場合³、又は DHCP リレーを OFF にした場合も、本件方法特許の請求項1を再現できる」とは明記していない。上記により、ファウエイネットワーク構成方式は、本件方法特許の保護範囲に含まれておらず、ファウエイの「本件方法特許の請求項1には、DHCP リレーを ON 又は OFF にするすべてのネットワーク構成方式が含まれている」という主張は成立しない。

(イ) 被疑侵害製品の一般的なネットワーク構成方式について

第一に、被疑侵害製品はレイヤ3スイッチであり、一般的には、異なるネットワークセグメント間でのメッセージの送信のために使用され、そのためには DHCP リレーを ON にする必要がある。異なるネットワークセグメント間でのメッセージの送信が必要でなければ、より安価なレイヤ2スイッチを購入するのが普通である。したがって、一般的には、被疑侵害

² DHCP サーバーとユーザー端末が異なるネットワークセグメントにある場合、DHCP リレーを ON にすることが必要である。

³ DHCP サーバーとユーザー端末が同じネットワークセグメントにある場合、DHCP リレーを ON にする必要はない。

製品を使用する際に、被疑侵害製品を購入した使用者は DHCP リレーを ON にするはずである。第二に、被疑侵害製品のユーザーハンドブックも、「DHCP のセッティング実例」の部分において、「DHCP リレーを ON にすることを通じて本製品の機能を実現している」と記載しており、ファイアーウェイネットワーク構成方式には一切触れておらず、関連する示唆も与えていない。第三に、ファイアーウェイは、ユーザーが本件方法特許を再現するセッティングによって被疑侵害製品を使用したことを証明できる有効な証拠を提出していない。以上から、ファイアーウェイネットワーク構成方式は、被疑侵害製品の一般的なネットワーク構成方式ではない。

(ウ) ZTE が被疑侵害製品の検品段階においてファイアーウェイネットワーク構成方式でテストを行っているか否かについて

ZTE は、被疑侵害製品の完成品の検品段階で、被疑侵害製品のテストを行っているはずである。しかし、被疑侵害製品に関連するソフトウェアの数が膨大であるため、被疑侵害製品を使用する際の想定しうるセッティングの種類も膨大である。ZTE がすべてのセッティング方案でテストを行うことは不可能であり、かつ、それを実施する必要もない。被疑侵害製品は、レイヤ 3 スイッチであり、一般的には、異なるネットワークセグメント間でのメッセージの送信のために使用されるため、ZTE ネットワーク構成方式が最も合理的なセッティング方案である。したがって、ZTE は、最も合理的なセッティング方案でテストを行うのが普通であり、被疑侵害製品の最も基本的な機能を実現できないファイアーウェイ方案でテストを行うことは考えられない。

以上から、第一審法院は、次のように判断した。ファイアーウェイネットワーク構成方式は被疑侵害製品の一般的なネットワーク構成方式ではなく、ファイアーウェイは ZTE が完成完成品の検品段階においてファイアーウェイネットワーク構成方式で被疑侵害製品をテストしていることを証明できない。よって、本件の現有証拠では被疑侵害製品がファイアーウェイネットワーク構成方式を使用していることを証明できず、ファイアーウェイ方案に基づく鑑定意見は被疑侵害製品が権利を侵害していることの根拠とならない。

以上の理由により、第一審法院は、立証責任を有するファイアーウェイが立証不能の法律効果を負うとの判断を下し、ファイアーウェイの請求を棄却した。

(3) 第二審判決

ファイアーウェイは、第一審法院が本件方法特許の請求項1の範囲を不当に縮小し、被疑侵害製品の使用状態について間違った認定をしたとして、浙江省高級人民法院に上訴した。

第二審法院は、第一審の判断を支持し、以下の理由を追加で説明し、ファイアーウェイの上訴を棄却した。

(ア) ZTE ネットワーク構成方式こそ本件方法特許を実施するための最も一般的なネットワーク構成方式である

本件方法特許は、実際に応用する際のネットワーク構成方式を請求項 1 に盛り込んでいないが、特許の実施はネットワーク構成方式と切り離すことができず、当該分野の技術者が明細書を読めば、ZTE ネットワーク構成方式こそが、本件方法特許の実施における最も一般的なネットワーク構成方式であると理解する。

(イ) ファーウェイネットワーク構成方式は経済的に不合理である

たとえ DHCP サーバーとユーザー端末が同じネットワークセグメントにある状況で被疑侵害製品を使用するとしても、被疑侵害製品の付属 DHCP サーバー機能を ON にするのが普通であり、ファーウェイネットワーク構成方式のように当該機能を OFF にして別途 DHCP サーバーを設置することは経済的に不合理である。

(ウ) 被疑侵害製品を購入した使用者がファーウェイネットワーク構成方式で被疑侵害製品を使用する必然性がない

被疑侵害製品はレイヤ 3 スイッチであり、異なるネットワークセグメント間のメッセージ送信等のサービスを提供することがその最も合理的な用途であって、IP スプーフィングを防止することは被疑侵害製品の付属機能に過ぎない。そのため、本件の現有証拠では、被疑侵害製品を購入した使用者がファーウェイネットワーク構成方式で被疑侵害製品を使用することを証明できない。

(4) 再審裁定

ファーウェイは、第二審法院の判決を不服とし、最高人民法院に再審を申し立てた。

最高人民法院は、第二審の判断を支持し、ファーウェイの再審申立を却下した。

最高人民法院は以下のように説明した。特許法第 59 条第 1 項の規定によれば、発明特許権の保護範囲は、その請求項の内容を基準とし、明細書及び添付図面を請求項の内容の解釈に用いることができる。請求項の役割は、特許権の境界を明確にすることであり、明細書及び付属図の役割は、主に当該分野の技術者が特許を理解し、実施できるよう特許の技術案を明確かつ完全に説明することである。特許の明細書に当該特許のすべての実施方法を記載することは不可能であるため、明細書及び付属図をもって請求項を解釈する場合に、明細書及び付属図の例示的な記述を根拠として特許権の保護範囲を制限してはならない。本件の場合、本件方法特許の請求項 1 には、「DHCP リレーを ON にする」という内容が含まれておらず、本件方法特許を実施するためのネットワーク構成方式は「DHCP リレーを ON にするネットワーク構成方式」と限定されていない。そして、本件方法特許の明細書及び付属図によれば、DHCP サーバーを使用して動的 IP アドレスを割り当てる過程において DHCP リレーを ON にするか否かは、DHCP サーバーとユーザー端末が同じネットワークセグメントにあるか否かに左右されるものであり、DHCP リレーを ON にする場合と DHCP リレーを OFF にする場合の両方がありうる。したがって、第一審の『本件方法特許の請求項 1 には、DHCP リレーを ON 又は OFF にするすべてのネットワーク構成方式が含まれている』という主張は成立しない」という判断は不適切である。

本件方法特許は実際に応用する際のネットワーク構成方式を請求項 1 に盛り込んでいないが、本件方法特許の実施はネットワーク構成方式と切り離すことができない。第一に、本件方法特許の請求項を体系的に解釈すると、従属請求項の内容から、請求項 1 の「正規ユーザーアドレス表にユーザー端末の MAC アドレス及びソース IP アドレスを記載する」という手順が「DHCP リレーを ON にする」ことを前提としていることが読み取れる。第二に、明細書の記載から、DHCP 機能による動的 IP アドレスの割当ては、サーバーと端末との間のネッ

トワークセグメントをまたぐことのできない DHCP メッセージのやり取りを通じて行われるものである。ネットワークセグメントごとに DHCP サーバーを設置することは経済的に考えられず、また、セキュリティの観点から DHCP サーバーを 1 つのネットワークセグメントに設置するのが一般的であるため、DHCP リレーを通じて異なるネットワークセグメント間で DHCP メッセージを転送することは不可欠である。第三に、付属図にも、DHCP サーバーとユーザー端末を異なるネットワークセグメントに設置し、DHCP リレー機能を備えたレイヤ 3 スイッチで接続するという実施例が示されている。以上から、当該分野の技術者は本件方法特許を実施するための最も一般的なネットワーク構成方式は DHCP リレーを ON にするネットワーク構成方式であると理解するはずである、と判断することができ、第二審の判断は正確である。

被疑侵害製品が本件方法特許を侵害しているか否かの判断は、ZTE が本件方法特許を実施したか否かという判断に基づくものである。しかし、ファーウェイが提出した証拠は、特定のネットワーク構成方式において被疑侵害製品が本件方法特許を再現できることを証明するだけで、ZTE が被疑侵害製品をテストする際にファーウェイネットワーク構成方式で本件方法特許を実施していることは証明できず、被疑侵害製品を購入したユーザーがファーウェイネットワーク構成方式で本件方法特許を実施することも証明できない。したがって、被疑侵害製品が本件方法特許を侵害していることを証明できず、立証責任を有するファーウェイが立証不能の法律効果を負う。

5. 解説

本件において、特に注目に値する問題点は以下のとおりである。

(1) 特許の請求項に含まれていない適用環境が権利侵害の判断にどのような影響を与えるか
特許権侵害を判断する際に特許の適用環境等の要素を考慮する必要があるか否かについて、最高人民法院はこれまでの裁判例を通じ、「請求項に含まれている適用環境は請求項の必要な構成要件であり、請求項の保護範囲を限定する作用を有しており、当該限定の程度については案件ごとに判断する必要がある」という原則を確立している⁴。しかし、請求項に含まれていない適用環境が特許の請求項の保護範囲の確定及び権利侵害の判断にどのような影響を及ぼすかについては、法令や司法解釈に明確な規定が存在しない。本件は、当該問題に対する回答となりうる初めての裁判例である。

本件についていえば、本件方法特許の請求項 1 に含まれていない適用環境、すなわち「DHCP リレーを ON にするネットワーク構成方式」が、本件の判断に影響を与えている。DHCP リレーを ON にするネットワーク構成方式は、本件方法特許の請求項 1 に明記されていないが、請求項 1 以外の請求項は、すべて DHCP リレーを ON にした状態での技術方案であり、また、本件方法特許の明細書における背景技術の内容と発明内容に記載されているプロセス、及び

⁴ 王江橋、張書青「方法特許に明記されていないが通常それが読み取れる適用環境の特徴は特許権侵害の認定に影響を与える」(原文「方法專利中未写明但通常会作此理解的应用环境特征可影响專利侵权认定」)、人民司法2016.14、84頁。

付属図に示されている実施例も、すべて DHCP リレーを ON にするネットワーク構成方式に基づくものである。当該分野の技術者が本件方法特許の明細書及び付属図を読めば、本件方法特許の主な適用環境は DHCP リレーを ON にするネットワーク構成方式であると理解する。DHCP リレーを ON にするネットワーク構成方式をもって本件方法特許の請求項 1 の保護範囲を限定することはできないが、権利侵害を判断する際の重要な判断要素になる。本件の結論として、人民法院は、DHCP リレーを ON にするネットワーク構成方式を考慮に入れ、鑑定意見は採用しなかった。

(2) 製品がある特定の適用環境の下で方法特許を再現できる場合において、通常の使用の際に上記の適用環境で当該製品が使用される可能性が低いときも、方法特許権侵害を構成するか

方法特許の侵害を証明するためには、被疑侵害者が当該方法特許を実施したことを証明しなければならない。本件の場合、被疑侵害製品をファウエイネットワーク構成方式で使用すると、本件方法特許を再現することができる。ファウエイは、これを理由に、①ZTE は被疑侵害製品の完成品検品段階において、被疑侵害製品のテストを行う際に本件方法特許を実施するはずであり（直接の権利侵害）、また、②被疑侵害製品を購入した使用者もファウエイが提供した被疑侵害製品のユーザーハンドブックに従って本件方法特許を実施するはずである（間接的な権利侵害）、と主張した。

上記①の直接の権利侵害については、人民法院のこれまでの実務では、製品がその使用過程において特許を再現できる場合、生産者が生産段階でも特許を実施したと判断し、直接証拠がなくとも権利侵害を認定した例がある⁵。なお、ここでいう「使用過程」とは、製品がその用途にしたがって適切に使用される状態のことである。しかし、本件の場合、ファウエイネットワーク構成方式は、訴訟のために構築された経済的合理性を欠くネットワーク構成方式であり、被疑侵害製品の「通常の使用状態」に該当しないと判断された。そのため、人民法院は、立証責任を有するファウエイが立証不能の法律効果を負うとの判断を下し、ファウエイの請求を棄却した。すなわち、本件により、「製品が適切な使用状態ではなく、その用途に合わない特殊な使用状態で特許を再現できる場合には、当該製品の生産者が生産段階でも特許を実施し、特許権を侵害したと判断することはできない」という新しい原則が確立された⁶。

上記②の間接的な権利侵害については、間接的な権利侵害の成立の 1 つの要件は他人が権利侵害行為を実施したことである。しかし、上記のとおり、ファウエイネットワーク構成方式は、訴訟のために構築された経済的合理性を欠くネットワーク構成方式であるため、一般的に考えると、使用者がファウエイネットワーク構成方式に基づいて被疑侵害製品を使用することはあり得ない。また、たとえファウエイネットワーク構成方式で被疑侵害製品を使用した使用者が実際にいたとしても、販売者が使用者に教唆した事実の存在が必要とされる。人民法院が確認したところ、ZTE はユーザーハンドブックにファウエイ方案にかか

⁵ (2011) 粵高法民三終字第 326 号：

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=f00fba76-b647-11e3-84e9-5cf3fc0c2c18>

⁶ 王江橋、張書青、前掲注 4) 人民司法 2014.14、85 頁。

わる内容を一切記載しておらず、その他のルートでも使用者に対してファールウェイネットワーク構成方式にかかわる内容を掲示していないため、教唆を実施しておらず、主観的な悪意はない。以上から、人民法院は、ファールウェイの間接的な権利侵害の主張を否定した。

第一審の担当裁判官によれば、当該判断は、米国の最高裁判所が1984年のソニー対ユニバーサルスタジオ事件において確立した「実質的な非侵害用途 (substantially non-infringing use) の原則」を運用したものであり、簡単に言えば、製品に実質的に権利を侵害しない用途があれば、たとえ当該製品をもって権利侵害となるような使用が可能であっても、製造者に過失があるということにはならず、間接的な権利侵害を構成しない⁷。

6. 企業へのメッセージ

本件の場合、人民法院は、鑑定意見は鑑定及びテスト結果の全体像を示しておらず、不適切であるとして、鑑定意見を採用しなかった。特許権侵害訴訟の場合、争点が非常に専門性の高い問題であるため、専門機構に鑑定を依頼し、鑑定意見を出してもらうことが多い。この場合、権利侵害を判断するためには高度な専門知識が必要であることが多く、専門機構の出した鑑定意見が権利侵害の判断に多大な影響を及ぼすのが一般的である。しかし、鑑定意見はあくまでも証拠の一種であり、人民法院は鑑定意見をそのまま採用して権利侵害を判断するのではなく、鑑定意見が適切か否かをまず確認し、そのうえで、本件特許又は製品等の技術背景、実際の運用等も考慮して総合的に判断することが望ましい、とされている⁸。企業としては、特許関連の紛争対応においては、鑑定意見の証拠としての限界を念頭に置きつつ、慎重に対応する必要がある。

⁷ 王江橋、張書青、前掲注4) 人民司法 2014.14、85頁。

⁸ 陳宇「被疑侵害製品が実際の使用の際に特許方法を実施しているという事実の確定」(原文「被诉侵权产品在实际使用中实施专利方法的实然性界定」)、人民司法 2016.14、88頁。

2. 被疑侵害製品と本件意匠製品との類否を判断するにあたり、本件意匠の設計の自由度を考慮すべきであると判断した事件

1. 事件の性質

意匠権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：上海星客特汽車銷售有限公司と天津世之源汽車銷售有限公司との意匠権侵害紛争事件

争点：被疑侵害製品と本件意匠製品との類否を判断するにあたり、本件意匠の設計の自由度を考慮すべきであるか否か

3. 書誌的事項

第一審：天津市第二中級人民法院（2014）二中民三知初字第 23 号

原告：上海星客特汽車銷售有限公司（以下「星客特公司」という）

被告：天津世之源汽車銷售有限公司（以下「世之源公司」という）

判決日：2014 年 9 月 17 日

第二審：天津市高級人民法院(2014)津高民三終字第 19 号

上訴人：星客特公司

被上訴人：世之源公司

判決日：2015 年 3 月 6 日

関連条文：特許法第 11 条第 2 項、第 59 条第 2 項、最高人民法院「特許紛争事件の審理における法律適用問題に関する若干の規定」第 20 条第 1 項、第 21 条、第 22 条、第 24 条、最高人民法院「特許権侵害紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第 8 条、第 10 条、第 11 条

出典：

第二審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=c2f25fbd-da54-4a45-ab1a-226fd74e9e79&Keyword=ZL200730158973.9>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

星客特公司是、「自動車『2008 款客戶之星』(2008 年型ビジターズ・スター)」の意匠権(以下「本件意匠」という)の権利者であり、本件意匠は 2007 年 6 月 20 日に出願され、2008 年 5 月 21 日に登録された(登録番号は ZL200730158973.9)。2014 年 1 月 16 日、世之源公司是、その営業所でアメリカの「フォード E350」(以下「原型車」という)を改造したキャンピングカー(以下「被疑侵害製品」という)を展示即売した。星客特公司是、かかる事実について天津市北方公証役場に依頼して公証を行った。

星客特公司在本件意匠に基づき製造した「自動車『2008 款客戶之星』」製品(以下「本件意匠製品」という)も同じく原型車を改造したキャンピングカーであるが、星客特公司是、世之源公司的被疑侵害製品のデザインが本件意匠と類似しており、自らの意匠権を侵害していると主張し、天津市第二中級人民法院に訴訟を提起した。

(2) 第一審判決

第一審法院は、世之源公司的被疑侵害製品が星客特公司的本件意匠を侵害したか否かについて、以下のとおり判示し、星客特公司的訴訟請求を棄却した。

本件の被疑侵害製品と本件意匠製品はいずれも原型車に基づいて改造された自動車であるから、同類製品に該当する。

被疑侵害製品と本件意匠製品との比較について、①正面図を見ると、被疑侵害製品はフロントバンパーの下にプラスチックのスポイラーが取り付けられており、スポイラーの両側に丸いヘッドライトと長方形のスモールライトがあり、ラジエーター部分に水平方向のメッシュ状の金属バーがあるが、本件意匠製品にはそのような装飾はない。②背面図を見ると、被疑侵害製品には一本の細長いブレーキランプが装着されているが、本件意匠製品にはこれがない。③左側面図と右側面図を見ると、両者の両側面のウィンドウの形状、大きさ、数はいずれも異なっている。④平面図を見ると、被疑侵害製品は車両の最後尾に円形のパラボラアンテナに似た装飾があるが、本件意匠製品にはそれがない。

上記に基づき、全体的な観察と総合的な判断を行った結果、被疑侵害製品と本件意匠製品の間には、多くの特定部位又は全体的な視覚効果について、いずれも実質的な差異があるので、類似意匠に該当せず、被疑侵害製品のデザインは本件意匠の保護範囲に含まれず、権利侵害を構成しない。

星客特公司是第一審判決を不服として、上訴した。

(3) 第二審判決

第二審において、星客特公司是、以下の上訴理由によって、第一審判決の破棄、世之源公司的権利侵害行為の停止、及び 80 万元の損害賠償を請求した。

①第一審法院は、被疑侵害製品と本件意匠の全体的なデザイン特徴を比較しておらず、事実認定が不明確であり、一部の識別的特徴に対する事実認定には誤りがある。

②第一審法院は、全体的な視覚効果について総合的に判断するという原則を採用せず、法律適用に誤りがある。

これに対し、世之源公司は以下のとおり答弁し、星客特公司の上訴請求を棄却すべきであると主張した。

被疑侵害製品と本件意匠製品との間には比較的大きな差異があり、類似意匠に該当しない。よって、第一審判決の法律適用は妥当かつ適法であるから、維持されるべきである。

第二審法院は、審理の結果、以下の事実を認定した。

まず、被疑侵害デザインと本件意匠を比較すると、以下の同一の特徴があることが分かる。

①正面図を見ると、頂部は中間が高く盛り上がり、両側が下に凹み、後部が水平にやや伸びる流線型のデザインを呈しており、パンクヘアスタイル (Punk hairstyle) のようなデザインとなっている。中部はフロントガラスが台形のデザインとなっている。底部はラジエーターグリルとヘッドライトのすぐ下に長方形のフロントバンパーがあり、その左側が左のヘッドライトと、右側が右のヘッドライトと同じ高さになっており、中間は透かし彫りの長方形のデザインとなっている。フロントバンパーのすぐ下にはスカートがあり、スカートの両側は透かし彫りの長方形デザインになっており、これにライトが内装されている。

②背面図を見ると、頂部は台形デザインになっており、両側がすこし盛り上がり、中間には長方形のハイマウントストップランプが装着されている。なお、第一審法院が調査した被疑侵害デザインによれば、背面図を見ると、その頂部には一本の細長いブレーキランプがあるとされているが、これは誤りである。中部には同じ大きさの両開きドアがあり、ドアの上部にはいずれも同じ大きさの台形のドアガラスがあり、左側のドアの上には上部が狭くて下部が広いタラップが装着されている。タラップには上から下まで三角形デザインの透かし彫りの4つのステップが並べられている。底部にはリアドアの下にステッププレートが付けられており、ステッププレートは後ろへ伸びた部分が比較的広く、長さは車両の幅と基本的に同じであり、その中部にはアーチ形に下に沈んだステップが取り付けられている。

③左側面図を見ると、頂部は全体的に台形で、ルーフが高くなっており、フロントドアのルーフはやや流線型のデザインになっており、中部には平行四辺形のガラス装飾がなされている。前部はノーズが比較的短く、ボンネットと水平面との夾角は比較的小さい。ボンネットの下にはヘッドライトが見える。ホイールフェンダーのタイヤ近くの部分には盛り上がったスカートがある。中部のフロントピラーと水平面との夾角は比較的大きい。フロントドアウィンドウは直角台形のデザインとなっている。右側フロントドアのスカートにステップが装着されている。車両中部の下部に沿って盛り上がったスカートがあり、その上にステップが装着されている。後部にはサイドドアに隣接して大きな台形のウィンドウがある。クォーターパネルのタイヤ近くには盛り上がったスカートがある。車両の最後尾には長方形のリアコンビネーションランプとステップが見える。

④右側面図を見ると、頂部は全体的に台形で、ルーフが高くなっており、フロントドアのルーフはやや流線型のデザインになっており、中部には平行四辺形のガラス装飾がなされている。前部はノーズが比較的短く、ボンネットと水平面との夾角は比較的小さい。ボンネットの下にはヘッドライトが見える。ホイールフェンダーのタイヤ近くの部分には盛り上がったスカートがある。中部は大きな長方形のウィンドウである。車両中部の下部に沿って盛り上がったスカートがある。後部には上記の大きな長方形のウィンドウに隣接して大きな

台形のウィンドウがある。クォーターパネルのタイヤ近くには盛り上がったスカートがある。車両の最後尾には長方形のリアコンビネーションランプとステップが見える。

また、被疑侵害デザインと本件意匠の間には以下の相違点がある。

①正面図を見ると、被疑侵害デザインはラジエーターグリルの透かし彫り部分の内側とフロントバンパーの中間の透かし彫り部分の内側に放熱フィルタを取り付けたデザインとなっているが、本件意匠には放熱フィルタがない。被疑侵害デザインはスカート中部の透かし彫り部分に比較的に大きな穴が空いているが、本件意匠の穴は比較的に小さい。

②背面図を見ると、被疑侵害デザインは台形の頂部にエアディフレクターが装着されているが、本件意匠にはエアディフレクターがない。

③左側面図を見ると、被疑侵害デザインではフロントドアに隣接するのは1つの比較的に広いサイドドアで、その上部に長方形のウィンドウが装着されており、その上下のフレームはフロントガラスの高さと揃っているが、本件意匠デザインではフロントドアに隣接するのは広いサイドドアと狭いサイドドアの2つのドアである。被疑侵害デザインは、サイドドアのウィンドウに隣接した大きな台形のウィンドウの上下のフレームがサイドドアのウィンドウの上下のフレームの高さと揃っているが、本件意匠はサイドドアのウィンドウに隣接した大きな台形のウィンドウの下側のフレームがサイドドアのウィンドウよりもやや低くなっている。被疑侵害デザインは、上記の大きな台形のウィンドウに隣接するのが小さな平行四角形のウィンドウで、その上下のフレームはいずれも上記の大きな台形のフレームの高さと揃っているが、本件意匠には大きな台形のウィンドウに隣接した部分に窓がない。

④右側面図を見ると、被疑侵害デザインは、フロントドアのウィンドウに隣接するのは大きな長方形のウィンドウで、その大きな長方形のウィンドウに隣接するのは大きな台形のウィンドウであり、その大きな台形のウィンドウに隣接するのは小さな平行四角形のウィンドウであり、これらのウィンドウの上下のフレームの高さはいずれも揃っているが、本件意匠ではフロントドアの後ろに隣接する2つのウィンドウの下側フレームはいずれもフロントドアのウィンドウの下側フレームよりもやや低くなっている。

⑤平面図を見ると、被疑侵害デザインは車両の最後尾には盛り上がった円形の装飾があるが、本件意匠にはそれがない。

⑥車両の最後尾のサイズを見ると、被疑侵害デザインは本件意匠よりもやや長い。

また、審理期間において、星客特公司是本件意匠製品の原型車が「2007年型フォード E350」であることを証明する証拠として1組の写真を提出した。世之源会社は被疑侵害製品の原型車が「2008年型フォード E350」であることを証明する証拠として1組の写真を提出した。

本件意匠と上記の原型車デザインを比較すると、以下の相違点がある。

①頂部：本件意匠には頂部を高くするルーフがあるが、原型車にはない。

②前部：本件意匠と原型車の間にはバックミラー、ラジエーターグリル、ホイールアーチ、ステップ等に相違点がある。

③中部：本件意匠には頂部を高くする流線型のルーフがあるが、原型車にはない。

④後部：本件意匠には頂部を高くする台形のルーフがあるが、原型車にはない。

上記に基づき、第二審法院は、本件の争点を以下のとおり総括し、判示した。

(ア) 本件意匠の保護範囲について

特許法第59条第2項の規定によれば、本件意匠の保護範囲は、図面又は写真に示された当該製品の意匠を基準とし、簡単な説明は、図面又は写真に示された当該製品の意匠の解釈に用いることができる。

意匠は製品の外観に表れる知的労働成果であり、可視的製品の全体的なデザイン様式と創意によってもたらされる顕著な視覚効果は意匠として保護されるべき内容であり、したがって、本件意匠の保護範囲を判断するにあたっては、主に全体性、可視性及び創意性の3つの要素を考慮する。本件意匠の写真はカラー写真であるが、簡単な説明において色彩と図案の保護について特に説明をしなかったから、本件意匠の保護範囲には製品の色彩と図案は含まれない。よって、本件意匠の保護範囲は製品の形状によって形成される全体的な視覚効果である。

本件意匠製品は原型車の頂部、前部、中部及び後部を改造し、一定の美感を備えたいくつかの部品を加えており、全体的な外観からみると、原型車との間には比較的に大きな差異がある。また、ラジエーターグリル、バックミラー、ヘッドライトの形状、両側のウィンドウの形状等の一定の新規性を備えたデザイン特徴には、本件意匠権者の斬新なデザイン構想と創造的な知的労働効果が凝縮されている。そして、これらの位置も製品において一般消費者の注意をより引き付けやすい位置にあることから、ほかのデザイン特徴に比べて、全体において一般消費者の視覚効果に対しより顕著な影響を与える。

(イ) 被疑侵害デザインが本件意匠の保護範囲に含まれるか否かについて

本件の被疑侵害製品と本件意匠製品はいずれも自動車であり、同一種類の製品に属するから、類似性について比較することができる。両者を比較するにあたり、主に以下の点を考慮すべきである。

①本件意匠製品の一般消費者の知識水準と認知能力については、本件意匠製品と同種の製品の購入者群を考慮すべきである。関連公衆は、確かにキャンピングカーをデザインする能力がない。しかし、市場で販売されているキャンピングカー及びキャンピングカーの広告で宣伝されている情報についてある程度の知識があり、キャンピングカーのデザイン能力は有していないものの、キャンピングカーの購入時にその改造の前後の状況について一定の常識的な知識を備え、キャンピングカーの外観デザインについても精通しているはずである。

②本件意匠製品の設計の自由度について、本件意匠製品は原型車のデザインを改造したキャンピングカーであり、その改造箇所は車両の頂部、前部、中部と後部であり、かつ、それらの改造箇所には、意匠権者の斬新なデザイン構想と創造的な知的労働効果が表された新規的なデザイン特徴が含まれていることから、改造箇所が本件意匠製品のデザインに対し比較的大きい設計の自由度を与えていると考えることができる。ゆえに、本件意匠製品は設計の自由度が比較的大きい製品であると認定することができ、通常の場合、一般消費者が異なるデザイン間の比較的小さな差異にまで気づくのは困難である。

③本件意匠と被疑侵害デザインを区別するデザイン特徴は全体的な視覚効果に影響を与えるか否について、上記の両者の識別的デザイン特徴はいずれも製品の通常使用時に容易に気づくことができない部分にあり、又は同種製品において通常よく見られるデザイン方式であ

り、又は改造前の車両固有の特徴であり、それに加えて本件特許製品の設計の自由度が比較的大きいことから、一般消費者は本件意匠と被疑侵害デザインを全体的に観察した際に、両者の比較的小さな差異にまで気づくことはないから、上記の識別的デザイン特徴が全体的な視覚効果に与える影響は比較的小さい。

④本件意匠と被疑侵害デザインの間の一のデザイン特徴が全体的な視覚効果に影響を与えるか否かについて、人民法院が明らかにした事実を踏まえると、本件被疑侵害デザインと本件意匠の同一部分はいずれも本件意匠の新規的部分に存在する。そして、それ以外の両者の同一部分はいずれも本件意匠の正面部分と製品の通常使用時に気づかれやすい部分に表れている。通常、製品の意匠の正面部分、新規的部分及び気づかれやすい部分は全体的な視覚効果に対しより顕著な影響を与える。被疑侵害デザインと本件意匠の同一のデザイン特徴はいずれもこのような部分と位置に存在する。よって、両者の識別的デザイン特徴が全体的な視覚効果に対し特に顕著な影響を与えない状況においては、両者の同一のデザイン特徴が全体的な視覚効果に及ぼす影響はさらに大きなものとなる。

上記のとおり、本件の一般消費者がキャンピングカーの改造前後の状況について一定の常識的な知識を有しており、キャンピングカーの意匠にも精通している状況において、「全体的観察、総合的判断」の方法によって本件意匠と被疑侵害デザインを比較した場合、新規的部分、正面部分及び気づかれやすい部分に表される同一のデザイン特徴は一般消費者に顕著な視覚的衝撃力をもたらし、全体的な視覚効果にもたらされる顕著な影響はさらに大きくなる。ゆえに、本件意匠と被疑侵害デザインの間には実質的な差異がなく、両者は類似意匠に該当し、被疑侵害製品は本件意匠の保護範囲に含まれる。第一審判決における当該部分に対する認定は誤りであるため、これを是正すべきである。

(ウ) 世之源公司の行為が星客特公司の本件意匠権を侵害するか否かについて

世之源公司はその展覧ホールで被疑侵害製品を販売する意思を示し、経営の目的を有していることから、当該行為は、特許法上の販売申し出行為に該当し、かつ、世之源公司は星客特公司の許可を得ていないため、本件意匠権を侵害している。しかしながら、星客特公司は、世之源公司が被疑侵害製品を販売していると主張したものの、かかる主張を証明する十分な証拠を提出しなかったため、本院はこれを支持しない。

上記に基づき、第二審人民法院は、世之源公司による被疑侵害製品に対する無断の販売申し出行為は星客特公司の意匠権に対する侵害行為を構成すると認定し、第一審判決を破棄した上で、世之源公司に侵害行為を停止するよう命じた。また、損害賠償については、星客特公司は世之源公司が権利侵害により得た利益を立証しなかったものの、第二審人民法院は総合的に判断し、世之源公司に対して40万人民元の損害賠償（侵害を制止するための合理的支出を含む）を言い渡した。

5. 解説

意匠権侵害民事事件においては、主として、最高人民法院「特許権侵害紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」（以下「司法解釈」という）第8条、第10条及び

第 11 条に基づき侵害の成否が判断される。簡潔に述べると、第 8 条は判断の対象範囲を「同一又は類似する種類の製品」とすること、第 10 条は判断の主体を「一般消費者」とすること、第 11 条は判断方法を「全体的な比較」とすることを定めている。

「司法解釈」第 10 条に定める「一般消費者」は、仮想の主体であるため、司法実務においては、ある意匠が属する分野の「一般消費者」の知識水準と認知能力を判断することが必要となる。できる限り客観的かつ公正に当該判断を行うために、近年、人民法院は、「設計の自由度」という概念を導入した⁹。すなわち、最高人民法院は、(2010)行提字第 5 号判決書において、「設計の自由度とはデザイナーが特定製品を創作する際の自由度を指す。特定製品の分野において、デザイナーの設計の自由度は既存デザイン、技術、法律及び観念等の多くの要素に制限され、かつそれらの影響を受ける。特定製品の設計の自由度の大きさは、当該意匠製品が属する分野の一般消費者が同一又は類似的製品の意匠に対して有する知識水準及び認知能力と密接に関連する。設計の自由度が大きい製品分野においては、デザイナーの創作自由度は比較的高く、当該製品分野のデザインの形式は非常に多くなるため、当該意匠製品の一般消費者は比較的小さなデザインの差異に気づきにくくなる。その一方、設計の自由度が小さい製品の分野においては、デザイナーの創作自由度は比較的低くなり、当該製品分野には同一又は類似のデザインが多く存在することになるため、当該意匠製品の一般消費者は比較的小さなデザインの差異に気づきやすくなる。」と判示した¹⁰。

本件の場合、本件意匠製品と被疑侵害製品はともに原型車に基づく改造車であり、このような製品は、近年中国の自動車マーケットにおいて新興製品であるので、当該製品に対する一般消費者の知識水準と認知能力をどのように判断するかが、本件の主要な争点であった。第二審法院は、設計の自由度について意匠権侵害の判断主体である一般消費者の知識水準と認知能力を影響要素として導入したが、主観性の強い意匠権侵害をより客観的に判断した点で評価できる。

具体的に言えば、本件意匠製品は設計の自由度が比較的大きい製品であると認定した上で、一般消費者は、本件意匠製品と被疑侵害製品を全体的に観察する際に、両者の細かい差異にまで気づくことはできないと判断した。また、本件意匠と被疑侵害製品のデザインを比較したところ、両者の識別的デザイン特徴がいずれも一般消費者が全体的に観察した際に気づくことができない小さな差異である一方で、両者の同一のデザイン特徴がいずれも新規的部分、正面部分及び気づかれやすい部分という一般消費者に視覚的衝撃力を与え、かつ全体的な視覚効果により顕著な影響をもたらす部分に存在していたことから、第二審法院は、本件意匠と被疑侵害製品のデザインの間には実質的な差異がなく、両者は類似意匠に該当し、被疑侵害製品は本件意匠の保護範囲に含まれると判断した。

6. 企業へのメッセージ

⁹ 何懷文「意匠権：判断主体と設計の自由度」（原文「外观设计专利：判断主体与设计空间」）、中国特許及び商標 2012.1、第 34～37 頁。

¹⁰ 「最高人民法院知的財産事件年度報告（2010 年）」（原文「最高人民法院知识产权案件年度报告（2010 年）」）における判例第 10 号を参照されたい。

本判決は、改造車の意匠の類似性判断の要素として、いわゆる設計自由度論を導入した点で注目される。設計自由度について、近時の動向として、最高人民法院は、2016年3月21日に「特許権侵害紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈(二)」を公布し、その第14条において、「人民法院が一般消費者が意匠に対して有する知識水準及び認識能力を認定する場合、原則として権利侵害で訴えられた行為が発生した時点における権利を付与する意匠が属する同一又は近い種類の製品の設計の自由度を考慮しなければならない」と規定し、設計自由度論を明文化した。企業にとって、自社製品の意匠を保護するためにどのような意匠を出願しておけば十分であるかは難しい問題であるが、本判決は当該問題を考える上で参考になるものとする。

3. 被疑侵害製品が特許の構成要件をランダムに再現する場合において、特許権の保護範囲に含まれないと判断された事件

1. 事件の性質

特許権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：皇家飞利浦有限公司と超人集团有限公司等との特許権侵害紛争事件

争点：被疑侵害製品が特許の構成要件を特定の条件下のみで充足する場合において、特許権の保護範囲に含まれるか

3. 書誌的事項

第一審：広東省深圳市中级人民法院（2012）深中法知民初字第 1419 号

原告：皇家飞利浦有限公司（オランダのフィリップス社、以下「フィリップス」という）

被告：超人集团有限公司（以下「超人公司」という）、L 氏

判決日：不明

第二審：広東省高级人民法院（2014）粵高法民三終字第 912 号

上訴人：超人公司

被上訴人：フィリップス

第一審被告：L 氏

判決日：2015 年 12 月 16 日

関連条文：特許法第 11 条第 1 項、第 59 条第 1 項、第 65 条第 2 項、最高人民法院「特許紛争事件の審理における法律適用問題に関する若干の規定」第 17 条第 2 項、最高人民法院「特許権侵害紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第 2 条、第 7 条

出典：

第二審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=e7a4024e-7de9-4825-ac7d-2210f8d8b884>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

フィリップスは 1912 年 9 月 11 日にオランダ法に基づき設立された公開有限責任会社であ

る。会社の経営範囲には、電気、電子、機械又は化学工業製品の生産及び販売等が含まれている。

1995年7月12日、フィリップスは、中国国家知識産権局に「髭剃り器」という名称の特許について特許出願し（1996年9月11日に出願公開）、1999年12月22日に特許（特許番号ZL95190642.9、以下「本件特許」という）を付与された。その後2008年12月15日に本件特許権の請求項1が無効宣告を受け、2013年8月16日、フィリップスは無効宣告の審査過程において本件特許権の請求項2及び請求項3について権利を放棄した。特許年金は2014年7月11日まで納付されている。

超人公司是、広東省深圳市に設立された中国法人であり、その経営範囲には電動髭剃り器等の製品の製造が含まれている。また、L氏は、広東省深圳市に設立された中国法人である深圳市沙井湘江喫煙用具卸売商社の責任者であり、その経営範囲には喫煙用具、工芸品、家具用品等の販売が含まれている。

フィリップスは、公証人の立ち会いのもと、L氏が経営する店舗と他の実店舗、及びインターネットを通じて超人会社が生産したSA90、SA128、SA855、SA866、SA867、SA2628、SA2629、SA2630、SA2631、SA2632、SA2637、A2638の計12モデルの製品（以下、「被疑侵害製品」という）を購入した。フィリップスは、被疑侵害製品が本件特許の権利範囲に含まれると主張し、超人公司及びL氏による被疑侵害製品の製造・販売等の行為が本件特許の請求項4の特許権侵害を構成するとして、広東省深圳市中級人民法院に提訴した。

本件特許（参考図面は図1）の請求項4の発明は、以下の①～⑧の構成要件に分説される。

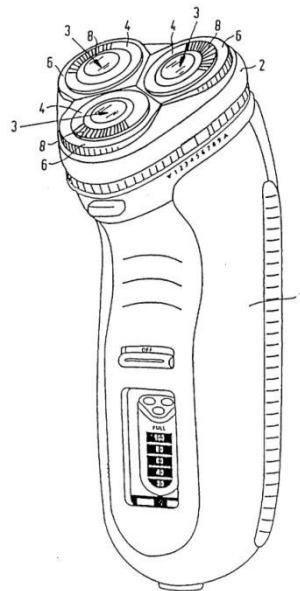


図1

「①一種の髭剃り器であり、②ホルダ付きの筐体を有し、当該ホルダには少なくとも一つの髭剃りユニットが装着されており、③当該髭剃りユニットには1つの外刃及びかかる外刃に対して回転駆動が可能な内刃があり、④かつ外刃を囲む皮膚支持リムが設けられており、⑤

かかる外刃には少なくとも1つの髭捕捉口（原文「进须口」）が備えられており、かつホルダに対して可動するように装着され、⑥かかる内刃はかかる外刃と弾性的にかみ合い、⑦その特徴は、かかる皮膚支持リムが同時に相応する外刃及びホルダに対して回転運動（原文「枢轴运动」）を行うことが可能な点である。⑧かかる髭剃り器には、2つ又はさらに多数の円形髭剃りユニットがあり、髭剃りユニット毎に1つの皮膚支持リムが備えられており、一本の軸を中心として回転運動をすることができる。かかる軸は外刃の外表面により限定された髭剃り面に平行する平面内に位置し、かかる軸は各髭剃りユニットの中心と髭剃りユニットが結合する重心との間を連結する線に垂直して伸展する。」

本件では12種類の被疑侵害製品を対象としていたところ、人民法院の訴訟指揮の結果、構成要件該当性判断のために、髭剃りユニットを2つ備える製品と、3ユニットの製品に分類され、さらにその他の構成により2ユニットの製品は(1) SA128、SA90からなるタイプと、(2) SA26シリーズの7つのモデルからなるタイプに分類され、同様に3ユニットの製品は(3) SA855のタイプと、(4) SA866とSA867からなるタイプに分類された。そして、(1)～(4)の4タイプの被疑侵害製品はそれぞれ、SA128、SA2629、SA855、SA866を代表として特許製品との比較対象とするものとされた。

(2) 第一審判決

第一審では、フィリップスは、超人公司に対して、フィリップスの本件特許を侵害した被疑侵害製品の製造、販売（輸出も含め）、販売許諾行為を停止し、被疑侵害製品の専用生産設備・金型等、及び被疑侵害製品のすべての在庫を破棄し、フィリップスに損害賠償及びフィリップスが侵害行為を制止するために支払った合理的支出200万元を支払うよう請求し、L氏に対して、被疑侵害製品の販売行為を停止するよう請求した。

第一審法院は、超人公司の被疑侵害製品がフィリップスの本件特許を侵害したか否かについて、以下のとおり判断し¹¹、フィリップスの請求を一部容認した。

第一審法院は、上記構成要件⑦及び⑧について、以下のとおり判断し（その他の構成要件は両当事者の間に争いなし）、本件に係る12種類の被疑侵害製品はいずれもフィリップスの本件特許の請求項4のすべての構成要件を有し、完全にフィリップスの本件特許の保護範囲に含まれるものと判断した。

(ア) 構成要件⑦：皮膚支持リムが対応する外刃に対して運動するかについて

被疑侵害製品の皮膚支持リムと外刃の接合は固定されておらず、両者の運動方向、運動幅にはいずれも差異があり、相対的に運動する。したがって、被疑侵害製品は、いずれも構成要件⑦を充足する。超人公司の皮膚支持リムと外刃とが相対運動をしないという主張について、支持しない。

(イ) 構成要件⑧前段：回転運動について

皮膚支持リム、外刃はいずれも皮膚支持リムの中の2つの開口を通る軸線のまわりを回転運動をすることについては、両当事者に争いがなかった。以上を前提に、超人公司は、フィ

¹¹ 本件では、特許権侵害に関する争点以外に、飞利浦公司の特許権者としての主体適格性及び裁判管轄も争点となっていたが、本解説では上記2点に関する判旨は割愛する。

リップスの本件特許における軸線は固定した動かない一本の軸線であるのに対し、被疑侵害製品は、その皮膚支持リムの開口が比較的に大きく、かかる軸線の位置は開口部により限定された区域において絶えず変化しているため、回転運動ではなく、複雑な放物線運動であると主張した。それに対して、第一審法院は、回転運動とは、1つの軸のまわりを旋回する運動であり、本構成要件では、皮膚支持リムが一本の軸線のまわりを回転運動をすると要求するのみで、軸線の運動位置は固定又は制限されていない。したがって、開口の中の軸線の位置が移動又は変化するか否かは、それが回転の中軸となることには影響しないものであり、皮膚支持リム、外刃は変わらずかかる軸線のまわりを回転運動する。したがって被疑侵害製品は、いずれも構成要件⑧を充足する。

(ウ) 構成要件⑧後段：軸線はかかる外刃の外表面により限定された髭剃り面に平行する平面内に位置するかについて

超人公司是、さらに被疑侵害製品はある瞬間において回転運動するとしても、当該軸線はかかる外刃の外表面により限定された髭剃り面に平行する平面内に位置するものではなく、髭剃り面に交差する平面にあると主張した。第一審法院は、本件の12種類の被疑侵害製品は、皮膚支持リムの開口とホルダ上の突起とを挟む又ははめる方式で連結するにせよ、皮膚支持リムの開口とホルダ上に固定されたアームの末端とをはめる方式で連結するにせよ、皮膚支持リムの開口とホルダ上の突起、アームの末端との間の隙間が狭く、皮膚支持リムの回転は上記隙間に制限され、その両端の回転幅は比較的に小さく、皮膚支持リムの中心に位置する軸線の位置は変わらず、髭剃り面に平行する特性を変えるものではないと判断し、超人公司の上記主張を支持しなかった。

以上により、第一審法院は、超人公司在12種類の特許侵害製品を無断で生産、販売し、特許侵害製品の図面を展示すること、L氏については、4種類の特許侵害製品を無断で販売することはフィリップスの特許権侵害にあたりと認定し、それぞれの特許侵害行為を停止するよう命じた。また、損害賠償については、フィリップスは侵害により生じた実際の損害賠償又は超人公司在得た利益について立証できなかったが、第一審法院は総合的に考慮し、超人公司に対して損害賠償（侵害を阻止するための合理的支出を含む）100万人民元の支払いを言い渡した。

超人公司是第一審判決を不服として、広東省高級人民法院に上訴した。

(3) 第二審判決

第二審では、超人公司是、被疑侵害製品がフィリップスの本件特許を侵害していないとして以下のとおり上訴理由を述べた。

本件特許の請求項4の構成要件⑦の「かかる皮膚支持リムは同時に相応する外刃及びホルダに対して回転運動を行うことが可能である」及び構成要件⑧「(皮膚支持リムが) 一本の軸を中心として回転運動をすることができる。かかる軸は外刃の外表面により限定された髭剃り面に平行する平面内に位置し、かかる軸は各髭剃りユニットの中心と髭剃りユニットが結合する重心との間を連結する線に垂直して伸展する」という記載は、典型的な機能的クレームであり、明細書及び添付図面に照らしてその技術的内容を確定しなければならない。明細

書の図 9a～9c（図 2）に具体的な実施方式が示されているが、開口は突起よりわずかに大きく、軸線のまわりを回転できることを確保できればよく、開口と突起は緊密に結合している。一方、被疑侵害製品の SA2629、SA866、SA867、SA128、SA855、SA866、SA867 は、皮膚支持リムは回転運動を行っておらず、一種の不規則的な運動であるとして、いずれの点も非充足であると主張した。

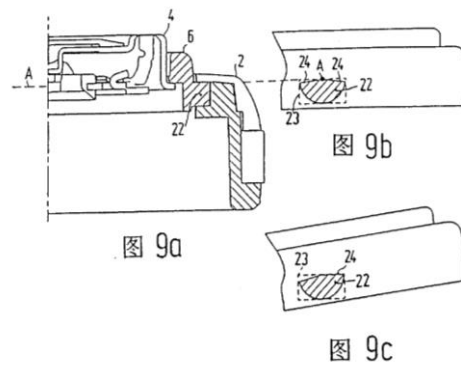


図 2

それに対して、フィリップスは以下のとおり反論した。

(ア) 請求項 4 の構成要件⑦及び⑧は機能的クレームではなく、「回転運動」は本技術分野において一般に知られている技術用語であり、構成要件には、さらに軸線の具体的な位置も規定されている。被疑侵害製品の皮膚支持リムの運動は回転運動であり、かかる軸線は外刃の外表面により限定された髭剃り面に平行する平面に位置し、また少なくとも静止状態において構成要件に合致する。仮に文言侵害に該当しなくても、均等侵害に該当する。

(イ) 構成要件⑧の「外刃の外表面により限定される髭剃り面」は、当該髭剃り器が静止、非使用状態時における髭剃り面を意味する。

(ウ) 髭剃り器が属する機械装置の精度要求に基づき、被疑侵害製品の回転運動の軸線は一定であり、かかる軸線は外刃の外表面により限定された髭剃り面に平行する平面内に位置する。髭剃り器は、精密機械と違い、その回転運動については肉眼の観察により位置が基本的に固定された軸線のまわりを一定の幅で上下振動できれば、回転運動が実現できる。被疑侵害製品の皮膚支持リムが回転する場合、周りのホルダの開口の制限により大幅な振動は起きず、その軸線は一定して変わらない。かつ、両側の軸線を限定する開口の位置は髭剃り面からの距離が同じであるため、それらが突起とともに形成する軸線は外刃の外表面に限定される髭剃り面に平行する平面の中に位置する。

(エ) 請求項 4 に記載された皮膚支持リムは「1 本の軸線のまわりを回転できる」と記載されており、皮膚支持リムがいかなる状況においても回転運動しかなしとは限定していない。したがって、被疑侵害製品は 1 つの軸線のまわりを回転運動すれば、当該構成要件を実現することになり、皮膚支持リムに特定の条件において他の運動形態が存在するか否かは、構成要件充足性を判断する上で考慮されるべきではない。

(オ) 被疑侵害製品の皮膚支持リムの運動に請求項 4 に記載される構成要件と一定の差異が存在するとしても、被疑侵害製品は特許実施例と基本的に同様の「開口＋突起」の構造を採用しており、皮膚支持リムが基本的に髭剃り面に平行する軸線のまわりを回転運動する機能を実現することは、本領域の技術員にとって容易に想到することができる。

また、二審の審理の過程において、被疑侵害製品の外刃と皮膚支持リムはいずれも任意の方向へ移動可能、かつ押圧されることができ、外刃の外表面に限定される髭剃り面は皮膚支持リムに対して円周の各点において、皮膚支持リムの外表面が所在する平面は円周の各点において下方に向けて一定幅で押圧されうる事実が認定された。

第二審法院は、構成要件⑧をさらに分説し、「⑧かかる髭剃り器には、2つ又はさらに多数の円形髭剃りユニットが含まれ、⑨それぞれの髭剃りユニットには1つの皮膚支持リムが備えられており、一本の軸を中心として回転運動をすることができる。⑩かかる軸は外刃の外表面により限定された髭剃り面に平行する平面内に位置し、⑪かかる軸は各髭剃りユニットの中心と髭剃りユニットが結合する重心との間を連結する線に垂直して伸展する。」と⑧～⑪の構成要件に分けて、本件特許製品と被疑侵害製品との比較を行った。

第二法院は以下のように判断し、超人会社の被疑侵害製品が本件特許権を侵害しないと認定し、第一審判決を破棄し、フィリップスの訴訟請求を棄却した。

(ア) 本件特許の特許権の保護範囲の認定

超人会社は、構成要件⑦、⑨、⑩及び⑪はいわゆる機能的クレームであり、明細書と添付図面に基づき具体的な実施方法及び均等な実施方法について解釈すべきと主張したが、機能的クレームは機能又は効果のみによって現れる構成要件であり、同業者が当該クレームを一読するだけで直接かつ明確に当該表現及び効果の実施方法を確認することができれば、かかる表現は機能的クレームには該当しない。本件においては、皮膚支持リムは「回転運動」ができると記載されているが、この「回転運動」は、機械分野においては普遍的知られている知識であり、明確な特定の意味を有する技術用語であり、当業者はクレームを一読することにより、直接かつ明確にその実施方法を知ることができる。しかも、構成要件⑩及び⑪は回転運動の軸線についてさらに限定しているため、構成要件⑦、⑧、⑩及び⑪は機能的クレームには該当しない。回転運動の構造は明細書の図（上記の図 2）9a～9c に限定されるとすべきであるとの超人会社の主張については、これを支持しない。また、特許権の保護範囲はその請求項の記載を基準とすべきであるから、これに記載されていない構成要件をもって特許権の保護範囲を限定してはならない。したがって、本件特許の構成要件を明細書の図の 9a～9c の構造に限定することはできない。

フィリップスは、構成要件⑩は、静止、非使用状態時の構造であると主張したが、権利取得又は無効宣告手続中にそのような主張をしたことはない。また、請求項の構成要件を見ても、髭剃り器が静止、非使用状態にあることと限定した文言もなく、明細書及び添付図面にもかかる記述はない。当業者が明細書及び添付図面を閲覧しても、かかる髭剃り器の静止、非使用状態における構成要件であることを理解できない。請求項の記述によれば、皮膚支持リムが特定の軸のまわりを回転運動することができ、当該軸線は外刃の外表面により限定される髭剃り面に平行する平面内に位置するという構造上の特徴は、本件特許製品の使用状態

による制限を受けない。

(イ) 被疑侵害製品は、構成要件⑦、⑨及び⑩の文言を充足するかについて

「特許権侵害紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」(以下「特許権侵害紛争審理解釈」という。)第7条によれば、本件において、被疑侵害製品の技術案が特許権の保護範囲に含まれるか否かについて判定する場合、12モデルの被疑侵害製品が特許の請求項4とすべて同一又は均等な構成要件を含むか否かを審査しなければならない。

第二審の審理において、フィリップスと超人公司是、第一審の審理で比較対象として選択された4タイプの被疑侵害製品はさらに、(1) SA866、SA2629を代表とする「1つの開口+1つの突起」の構造を有する製品、(2) SA128を代表とする「1つの開口+2つの突起」の構造を有する製品、(3) SA855を代表とする「1つの開口+弾性アームに設置された突起」の構造を有する製品に分類できると確認した。

まず、SA866、SA2629を代表とする被疑侵害製品を本件特許と比較する。被疑侵害製品の突起は開口内に設置されており、そこには隙間が存在するが、隙間の大きさは突起が開口内を自由に移動できるほどではないが、皮膚支持リムが外刃及びホルダに対して回転運動できないわけではない。皮膚支持リムが回転運動が可能であることは、かかる軸線が固定しているか否か、及びその軸線の具体的な位置とは関係がない。したがって、超人公司の皮膚支持リムが一本の軸線のまわりを回転運動をしていないという主張は成立しない。被疑侵害製品は、構成要件⑦及び⑨と同じ特徴を有する。

被疑侵害製品は構成要件⑩「皮膚支持リムが回転運動を行う軸線が外刃の外表面により限定された髭剃り面に平行する平面に位置する」と同一であるか否かについては、被疑侵害製品の皮膚支持リムの開口とホルダの突起との間に一定の隙間が存在し、髭剃り器のように微細な部品が含まれ、かつ精度が比較的高い製品にとっては、かかる隙間は製造誤差の範囲を超えており、回転運動の軸線の両端にはかかる隙間に一定の移動スペースがあり、そのため軸線と外刃平面が交差する夾角は無視できない程度に達している。それと同時に、被疑侵害製品の外刃は一定範囲内の任意の方向に移動可能又は押圧可能である、すなわち、外刃の外表面により限定された髭剃り面は皮膚支持リムに対して円周の各点において下方に向けて一定の幅で押圧することができる。髭剃り器の使用時、顔は髭剃り面と皮膚支持リムに密着し、押圧力が生じ、皮膚支持リムの髭剃り面に対する変位はランダムに変化する。したがって、皮膚支持リムが回転運動を行う軸線が常に外刃の外表面に限定される髭剃り面に平行する平面内に位置することは不可能である。偶然状態下の特定の瞬間を除き、かかる軸線は前述する平面内以外に位置し、多くの場合においては軸線は前述の平面と交差し、ひとたび軸線が前述の平面と交差した場合、軸線が所在するいかなる平面も前述の平面に平行することは不可能である。さらに、フィリップスが主張したように、被疑侵害製品の皮膚支持リムの軸線が固定して変わらないものであるとしても、被疑侵害製品の外刃が一定範囲内において任意の方向へ移動し押圧されることが可能であるため、外刃の外表面に限定される平面は絶えず変化しており、極めて多くの場合において皮膚支持リムの回転運動の軸線に交差する。したがって、偶然状態下の特定の瞬間を除き、皮膚支持リムが回転運動を行う軸線は外刃の外表面に限定された髭剃り面に平行する平面に位置するものではない。被疑侵害製品の構成は、

本件特許の構成要件⑩と異なる。

さらに、軸線が偶然に外刃の外表面に限定される髭剃り面に平行する平面に位置することが、構成要件⑩と同一であり、本件特許権の保護範囲に含まれるか否かの問題については、特許の構成要件は明確であるべきであり、保護を求める技術案は科学的方法で表現できなければならない。すなわち、規則性がなく、ランダムに発生する偶然状態は、特許権の保護範囲に含めるべきではない。さもなければ、特許権の保護範囲が不適切に拡大され、公衆が先行技術に基づき創造発明を行う際に、既存の特許権の保護範囲を正確に理解することができず、自らの発明創造行為の正当性を判断することが困難になり、それによって科学技術の進歩が妨げられ、特許法の発明創造を奨励、保護する本来の目的に反することになる。特許が偶然状態における技術課題を解決するものであったとしても、かかる技術案は規則的で、把握され実施されることができ、かつ請求項を記載することで明確に表現できるものでなければならない。本件被疑侵害技術案は、通常の実施において、殆どの状況において特許の技術案とは異なっており、偶然に本件の技術案と同一の構造上の特徴が現れるのみであり、しかもかかる偶然状態はランダムに出現し、規則的に実施又は運用されることは困難であり、また、特許の技術案においてもこの特定の偶然状態について限定していない。したがって、当該被疑侵害製品が構成要件⑩を充足すると認めることはできない。SA128を代表とする製品及びSA855を代表とする製品についても、構成要件⑦及び⑨を充足すると認めるが、偶然状況下の特定の瞬間を除き、皮膚支持リムが回転運動を行う軸線は、外刃の外表面により限定された髭剃り面に平行する平面に位置しないため、構成要件⑩を充足しない。

(ウ) 構成要件⑩について均等侵害が成立するかについて

「特許紛争事件の審理における法律適用問題に関する若干の規定」第17条第2項では、「均等な特徴とは、記載されている構成要件と基本的に同一の手段を用いており、基本的に同一の機能を実現し、基本的に同一の効果を達成し、かつ当業者が被疑侵害行為の発生時に創造的な労働を経ずして連想することのできる特徴をいう」と規定している。したがって、均等であるか否かを判断するには、当業者の認知能力を観的基準とすべきであり、被疑侵害行為の発生時を基準時として、技術手段、機能及び効果が基本的に同一であるか否かを審査しなければならない。本件被疑侵害製品が構成要件⑩と異なる機能が均等になるか否かについては、被疑侵害製品の皮膚支持リムの回転軸線は、殆どの状況において、特許製品と同様に、外刃の外表面により限定された髭剃り面に平行する平面に位置するのではなく、かかる髭剃り面と交差している。平行と交差は、2つの対立的かつ本質的に異なる位置関係であり、両者が技術手段において基本的に同一であるとは認定できない。また、その位置関係の違いにより、皮膚支持リムが他の部品、特に外刃に対する運動方式に大きな違いをもたらす。髭剃り器は微細な部品が含まれるため、精度に対する要求が高い。運動/駆動方式の違いによりその効果にも差異が生じる。さらに、特許明細書の記載内容によれば、皮膚支持リムが肌の形状に沿って押圧されるため、保護作用を果たす点で無視できない影響がある。被疑侵害製品の皮膚支持リムの回転軸線の両端は突起と開口の隙間に一定の移動スペースがあり、皮膚支持リムが限られた範囲内で押圧され、皮膚支持リムの相応する運動/駆動方式が異なる。被疑

侵害製品は構成要件⑩の特徴と異なり、特許と同一の技術手段、機能及び効果を実現することはできず、当業者が被疑侵害行為が発生した時点で創造的な労働を経ずに連想することができないため、均等侵害を構成しない。

したがって、12種類の被疑侵害製品は本件特許請求項4の構成要件①ないし⑨、及び⑩を充足するが、構成要件⑩とは同一でも均等でもないため、本件特許請求項4の保護範囲に含まれない。

5. 解説

本件で主に問題となったのは、構成要件⑩「(皮膚支持リムが回転運動を行う)軸は外刃の外面により限定された髭剃り面に平行する平面内に位置する」の解釈である。人民法院は、被疑侵害製品の外刃と皮膚支持リムが一定の幅において相対的に動くことができるため、皮膚支持リムが回転運動を行う軸は常に外刃の外表面により限定された髭剃り面に平行する平面内に位置するわけではなく、偶然状況においてランダムに出現すると認定した。そのうえで、被疑侵害製品が偶然状況においてランダムに特許の構成要件を体現する場合には、被疑侵害製品は特許権の保護範囲に含まれないと判示した。その理由としては、そうでなければ、特許権の保護範囲が不適切に拡大されることになり、公衆が先行技術に基づき創造発明を行う際に、既存の特許権の保護範囲を正確に理解することができず、自らの発明創造行為の正当性を判断することが困難になり、それによって科学技術の進歩が妨げられ、特許法の発明創造を奨励、保護するという本来の目的に反することが挙げられている。

さらに、被疑侵害製品を本件特許製品と比較し、その技術手段、機能及び効果を比較し、当業者が提訴時点で創造的な労働を経ずに連想できるか否かという基準で、被疑侵害製品は構成要件⑩と均等ともいえないと判断した。

また、特許権侵害紛争審理解釈第7条では、「権利侵害で訴えられた技術案の構成要件が請求項に記載されるすべての構成要件と比較して、請求項に記載される1つ以上の構成要件を欠く場合、又は1つ以上の構成要件が同一でも均等でもない場合、人民法院は、それが特許権の保護範囲に含まれないと認定しなければならない」という規定に基づき、上記構成要件⑩について、被疑侵害製品が特許製品と同一でも均等でもないため、特許権侵害を構成しないと判断し、原審判決を破棄し、特許権者であるフィリップスの主張を全面的に退けた。

本判決は、被疑侵害製品が特許の構成要件を偶然状態においてランダムに実現できる場合に当該被疑侵害製品が特許権侵害になるか否かについて判断した点において、特に意義を有する。

但し、二審判決では、「偶然状態における技術課題を解決する場合においても、かかる技術案は規則的で、把握され実施されることができ、かつ請求項を記載することで明確に表現できるものでなければならない。」と明記している。すなわち、特許制度は、偶然状態で発生する技術案について一律に権利付与をしないわけではない。例えば一定の確率でしか発生しない化学合成について、それは規則的で、把握され実施されることができ、かつ明確に表現できるものであれば、偶然状態でしか発生しない構成要件であっても、特許権により保護され

る可能性があるという点について留意する必要がある。

6. 企業へのメッセージ

本件の第二審判決は、被疑侵害製品において、規則性がなく、ランダムに発生する偶然状態は、本件特許権の保護範囲に含まれないと判断した点で注目される。本判決によれば、原告の立場に立った場合には、侵害の立証において規則的に侵害状況が再現できるかについて提訴前に十分な検討が必要であり、逆に被告の立場に立てば、侵害状況の発生が偶然に支配される事実を反証することにより侵害を否定することができることになる。実務上珍しいケースと考えられるが、実務上参考になるものと考えられる。

4. 実用新案権侵害紛争において、被疑侵害製品の販売価格が同種の他の製品より高いこと、及び数多くの有名なネット販売プラットフォームで販売されていたことが重視され、法定賠償額の上限の損害賠償額が認定された事件

1. 事件の性質

実用新案権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：杭州耐德制冷電器廠と東莞市創恒実業有限公司、亜馬遜信息服务（北京）有限公司上海分公司との実用新案権侵害紛争事件

争点：被疑侵害製品の販売価格が同種の他の製品より高く、かつ複数の有名なネット販売プラットフォームで販売されている場合の損害賠償金額の確定

3. 書誌的事項

第一審：上海知的財産権法院（2015）滬知民初字第 144 号

原告：杭州耐德制冷電器廠（以下「耐德電器廠」という）

被告：東莞市創恒実業有限公司（以下「創恒公司」という）、亜馬遜信息服务（北京）有限公司上海分公司（以下「アマゾン上海」という）

判決日：不明

第二審：上海市高級人民法院（2016）滬民終 12 号

上訴人：創恒公司

被上訴人：耐德電器廠

原審被告：アマゾン上海

判決日：2016 年 4 月 21 日

関連条文：特許法第 11 条第 1 項、第 59 条第 1 項、第 65 条、最高人民法院「特許権侵害紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第 2 条、第 3 条、第 7 条

出典：

第二審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=2ad04476-0d42-44ab-afe7-88701111df2>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

2010年4月28日、耐德電器廠は中国国家知識産権局に「洗淨が容易なる過器」という実用新案を出願し、2011年1月12日に、実用新案権（以下「本件実用新案」という）を付与され、現在も有効である。

2014年11月18日、耐德電器廠は、「天猫(Tmall) 電器城淨邦旗艦店」、「京東商城(JD.COM) 淨邦旗艦店」、「蘇寧易購(Suning) 淨邦旗艦店」及び「アマゾン(Amazon)」のウェブサイト上に創恒公司が製造した淨邦(GEE.BON) FF06B-W型の前置ろ過器（以下「被疑侵害製品」という）に関する販売サイトが存在すること、及び関連価格についてウェブサイトの証拠保全のための公証を行った。その後、耐德電器廠は公証人の立ち会いの下で、天猫(Tmall)、京東商城(JD.COM)、蘇寧易購(Suning)、一号店(yhd.com)のウェブサイトで、それぞれ被疑侵害製品を購入し、購入価格は198元又は188元であった。なお、天猫(Tmall) 電器城淨邦旗艦店では、被疑侵害製品はすでに48,192台売れたと宣伝されている。

その後、耐德電器廠は、創恒公司及びアマゾン上海が本件実用新案を侵害したとして、創恒公司による権利侵害の停止、影響の除去、合計1,856,360元の損害賠償、及びアマゾン上海による1万円の連帯損害賠償を求め、第一審法院に提訴した。

法廷で、耐德電器廠が購入した被疑侵害製品を開梱し、比較した結果、被疑侵害製品の相応の技術的特徴は本件実用新案の請求項1の構成要件と一致すると認定された。なお、耐德電器廠は、被疑侵害製品と類似する製品である「上益前置ろ過器」の販売価格は39-55元、「美固反洗淨前置ろ過器」の販売価格は50元であることに関する証拠を提出した。

(2) 第一審判決

第一審法院は以下の理由により、創恒公司による被疑侵害製品の製造・販売の停止、耐德電器廠への経済的損失及び合理的費用合計100万円の賠償金の支払を命じ、影響の除去に関する請求は棄却した。

(ア) 耐德電器廠が天猫(Tmall)、京東商城(JD.COM)等のウェブサイトで購入した被疑侵害製品は、名称、包装及び現物がいずれも同一であり、その外箱及び取扱説明書に創恒公司の名称が記載されているため、創恒公司が被疑侵害製品を製造・販売したと認定できる。

(イ) 被疑侵害製品が本件実用新案の保護範囲に含まれるか否かについて、創恒公司は被疑侵害製品の構成要件と本件実用新案の構成要件との間には、排水弁の設置、フィルターの清掃装置、及び底部の固定の仕方という3つの相違点が存在すると主張したが、法廷で比較した結果、上記の3点はいずれも本件実用新案の請求項1の構成要件と一致すると認定できる。

(ウ) 被疑侵害製品を販売するアマゾンのウェブサイトのドメイン名はamazon.cnであり、アマゾン上海が提出した「付加価値電信業務経営許可証」によれば、上記ドメイン名を運営するのは亞馬遜卓越有限公司であり、アマゾン上海ではない。したがって、アマゾン上海が権利侵害行為を実施したとする耐德電器廠の主張は事実の根拠を欠くため、支持しない。

(エ) 耐德電器廠は被疑侵害製品と同種の製品の販売価格に基づき創恒公司の得た利益を計算することを主張したが、他社の類似製品には、品質及びマーケティング等の違いにより

コストにも違いがあるため、耐德電器廠が提供した類似製品の販売価格に基づいて、創恒会社が被疑侵害製品の販売により得た利益を正確に計算することはできない。耐德電器廠は権利侵害によって被った実際の損失又は創恒会社が権利侵害によって得た利益を証明できず、かつ実用新案の使用許諾料に関する情報も提供できなかったため、実用新案の類型、権利侵害行為の性質及び情状等の要素に基づいて賠償金を確定する。

まず、被疑侵害製品と同種の製品である「上益前置ろ過器」の最低販売価格は 39 元であり、同じく類似製品である「美固反洗浄前置ろ過器」の販売価格は 50 元であり、かかる販売価格は被疑侵害製品のコストを確定する際の参考にすることができる。これに比べると、被疑侵害製品の販売価格は 198 元又は 188 元であるから、同種の製品の販売価格より著しく高い。

また、創恒会社は、天猫 (Tmall) 店舗のサイトで、被疑侵害製品はすでに 48,192 台売れたと宣伝しており、2015 年 1 月 1 日現在の累計販売数は 46,522 台、累計コメント数は 12,894 件、月販売数は 929 台であると記載されており、かつ 2014 年 11 月 18 日付の公証資料によれば、被疑侵害製品の月販売数は 1,510 台である。上記データは相互に裏付けとなるものであり、創恒会社は反対証拠を提出していないため、上記のすでに 48,192 台が売れたという事実を認定する。

さらに、創恒会社は、天猫 (Tmall)、京東商城 (JD.COM)、蘇寧易購 (Suning)、一号店 (yhd.com) の複数のプラットフォームにおいて被疑侵害製品を販売し、被疑侵害製品の外箱に「浄邦は世界の浄水分野のハイエンド・ブランドであり、CCTV で頻繁に放映されているブランドでもある」と記載し、かつ、国際的に有名な映画女優である T 氏をイメージキャラクターに採用している。

また、第一審法院は、賠償額を確定する際には、本件において耐德電器廠が支払った合理的な諸費用、及び権利侵害によって得た利益への寄与率等も総合的に考慮すべきであるとした。

以上から、第一審法院は、法定賠償額の上限にて、創恒会社は耐德電器廠に対して経済的損失及び合理費用合計 100 万元の賠償金を支払うものとする判決を下した。なお、耐德電器廠が主張した影響の除去については、耐德電器廠は創恒会社の権利侵害行為により悪影響が生じ、その商業的信用が損なわれたことを証明していないため、当該請求を支持しない。

一審判決後、創恒会社は判決を不服とし、上海市高級人民法院に提訴した。

(3) 第二審判決

第二審法院は、以下の理由により、第一審判決を維持する旨の判決を下した。

(ア) 耐德電器廠が天猫 (Tmall)、京東商城 (JD.COM) 等のウェブサイトで購入した被疑侵害製品は、名称、包装及び現物がいずれも同一であり、その外箱及び取扱説明書に創恒会社の名称が記載されているため、創恒会社が被疑侵害製品を製造・販売したと認定できる。

(イ) 被疑侵害製品の構成要件は本件実用新案の請求項 1 の構成要件を完全にカバーしているため、被疑侵害製品は本件実用新案の保護範囲に含まれる。

(ウ) 創恒会社が提出した公証書に記載されている天猫 (Tmall) 浄邦旗艦店の 2012 年 11 月 8 日から 2015 年 1 月 26 日までの被疑侵害製品の販売数が 16,982 台であることは認めるが、

創恒会社が製造者であると同時に販売者でもあること、本件実用新案の類型、権利侵害行為の性質と結果、市場における同種の製品の価格、被疑侵害製品が複数のプラットフォームで販売されていること、被疑侵害製品の月販売数、創恒会社がネット上で宣伝している販売数、ネット上のコメント数、被疑侵害製品の外箱及びネット販売プラットフォームの広告宣伝、本件実用新案の権利侵害により得た利益への寄与率等の一連の要素を考慮し、特に、被疑侵害製品の販売数が莫大で、販売ルートが広く、継続時間が長い等の要素を考慮すれば、第一審法院が下した創恒会社が耐德電器廠に対して合計 100 万元の賠償金を支払う旨の判決は妥当であり、これを維持する。

5. 解説

中国では、特許権、実用新案権及び意匠権の権利侵害に関する賠償責任は「損失補填責任」とされており、特許権等の知的財産権侵害の賠償額の算定方法は、特許法第 65 条によれば、まず、①権利者の実際の損失により確定し、②損失の確定が難しい場合は、権利侵害者が権利侵害によって得た利益により確定し、③上記の損失の確定も利益の確定もできない場合は、当該特許の使用許諾料の倍数を参照して合理的に確定し、④上記の方法がいずれも難しい場合は、特許権の類型、権利侵害行為の性質及び情状等の要素に基づき 1 万元以上 100 万元以下の賠償を確定できる、とされている。そして、日本と同様に、上記金額を確定する際には、寄与率等の要素も考慮すべきであるとされている。

しかし、特許権侵害紛争事件においては、挙証責任は原告側にあり、損失額又は利益の計算は複雑で困難であるため、法定賠償（上記④）の方法により賠償額が確定されることが多いと言われている。そして、実務上、法定賠償の方法によって算定された賠償金額は低すぎるとの批判がある¹²。

本判決は、耐德電器廠及び本件実用新案製品の知名度が高くないにもかかわらず、被疑侵害製品の販売価格が本件実用新案を利用しない同種の他の製品の価格より高いこと、複数の有名なネット販売プラットフォームで被疑侵害製品が販売されていたこと、販売数が莫大であること、及び被疑侵害製品が盛んに宣伝されていること等の権利侵害行為の性質及び情状に鑑み、法定賠償額の上限にて賠償金額を確定し、実用新案権利者の権利を保護した点で、有意義であると思われる。

6. 企業へのメッセージ

法定賠償は知的財産権侵害事件においてよく適用される賠償額計算方法であるが、法定賠償の金額の確定が従来から裁判における難点でもあった。本件は、上海の人民法院が初めて法定賠償額の上限にて実用新案権侵害の賠償額を確定した事案である。本件において、侵害された実用新案製品の知名度が高くないにもかかわらず、人民法院が法定賠償額を算定する

¹² 例えば、中国法院網における 2013 年の報道によれば、国家知識産権局の調査研究により、特許、実用新案及び意匠を侵害する紛争事件の 97%は、法定賠償方法によって賠償金額を算出されていることが判明された。

中国法院網、：<http://www.chinacourt.org/article/detail/2013/04/id/948027.shtml>

際に、被疑侵害製品の価格、販売数、販売範囲及び宣伝効果等を総合的に考察した上で高額な賠償額を確定したことは、実務上参考になると考えられる。

5. 組立関係が唯一でない組立製品の意匠権の権利侵害に関する紛争事件

1. 事件の性質

意匠権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：北京樂智林教育科技有限公司と北京七色花教育科技發展有限公司との意匠権侵害紛争事件

争点：組立製品の意匠権侵害はどう認定すべきか

3. 書誌の事項

第一審：北京市第三中級人民法院（2014）三中民（知）初字第 8951 号

原告：北京七色花教育科技發展有限公司（以下「七色花公司」という）

被告：北京樂智林教育科技有限公司（以下「樂智林公司」という）

判決日：不明

第二審：北京市高級人民法院（2015）高民（知）終字第 3072 号

上訴人：樂智林公司

被上訴人：七色花公司

判決日：2015 年 9 月 24 日

関連条文：特許法第 11 条第 2 項、第 23 条、第 31 条、第 59 条第 2 項、第 65 条

出典：

第二審：裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=393b0c5b-ae1e-406d-8870-2d85c86ccdcc>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

2013 年 4 月、七色花公司は自社が生産、販売する積木製品の意匠（以下「本件意匠」という）について意匠出願し、同年 12 月に意匠登録された。本件意匠には 49 個の部品が含まれている。2014 年 4 月 15 日に、七色花公司は、樂智林公司のウェブサイトにおいて「年長組 テーマ積木セット」、「年中組 テーマ積木セット」、「年少組 テーマ積木セット」の三つの製品（以下「被疑侵害製品」という）が掲載されていることについて公証を行った。また、

2014年4月16日に、七色花公司是樂智林公司の工場から被疑侵害製品を購入したことについて公証を行った。人民法院が、第一審の開廷審理において被疑侵害製品と本件意匠とを対比したところ、被疑侵害製品には、本件意匠権の49個の部品と同一の部品が含まれていることが判明した。

七色花公司是、樂智林公司が被疑侵害製品を無断で生産、販売及び許諾販売し、本件意匠を侵害したと主張し、人民法院に対して①樂智林公司の権利侵害行為に対する差止め、②七色花公司が被った80万元の経済的損失及び侵害を制止するための103,700元の合理的支出の賠償を請求した。

これに対して樂智林公司是、七色花公司が本件意匠を出願する前の2009年から被疑侵害製品を生産、販売していたとして、先行デザインの抗弁と先使用権の抗弁を行い、七色花公司の請求を棄却するよう求めた。

(2) 第一審判決

第一審法院は以下の理由により、樂智林公司に対して、被疑侵害製品の生産、販売の差止め、七色花公司の経済的損失及び合理的支出に対して合計15万元を賠償するよう判決した。

(ア) 七色花公司是本件意匠の権利者であり、法律に定める権利を有する。本件意匠には49個の独立した積木部品が含まれ、「組物」(原文は「成套产品」)の意匠である。組物とは、習慣上セットで販売され、又は使用される2つ以上の独立製品から構成され、各独立製品にそれぞれの使用価値があるほか、各独立製品の組合せによって組合せ使用による価値も表すことができる製品である。組物の意匠は、同一区分であり、かつセットで販売又は使用する製品に使われる2つ以上の意匠を、1件の出願として意匠登録したものである。組物に関する意匠権の保護範囲には、組物全体の意匠のほかに、組物における各独立製品の意匠も含まれる。よって、人民法院は樂智林公司の被疑侵害製品は本件意匠の保護範囲に含まれると認定した。

(イ) 樂智林公司是、先行デザインの抗弁と先使用権の抗弁を行ったが、本件意匠の49個の部品に対応する先行デザインの抗弁の証拠を提出できなかったため、人民法院はこの抗弁を支持しなかった。

(3) 第二審判決

樂智林公司是、第一審判決を不服として、以下の理由により上訴した。①本件意匠について国家知識産権局がすでに樂智林公司の無効宣告申立の審理を行っているため、本件の審理は中止すべきである。②樂智林公司是先使用権を有する。③本件意匠は先行デザインに該当する。④本件意匠は意匠権の保護対象に該当しない。⑤七色花公司是悪意によって本件意匠を登録し訴訟を提起した。

第二審法院は、以下の理由を述べ、第一審判決の法律の適用には誤りがあるが、結論は正しいと認定し、第一審判決の結論を維持し、樂智林公司の上訴請求を棄却した。

(ア) 樂智林公司是、国家知識産権局特許再審委員会の決定に対して行政訴訟を提起しているが、本件意匠は現時点では有効な状態にあり、法律に従い保護すべきである。よって、

本件の審理を中止せよとの請求には法的根拠がない。

(イ) 組物は、2 つ以上の同一分類に属する独立製品から構成され、各独立製品のデザインや発想が同じで、各独立製品が独立の使用価値を有するほか、各独立製品の組合せによって組合せ使用による価値も表すことができる製品である。本件意匠には、49 個の部品が含まれるが、各部品は独立製品ではなく、組み立てることによって本件意匠製品の価値を發揮する。よって、本件意匠は組物の意匠ではなく、49 個の部品から構成する組立製品の意匠である。本件意匠権は組物意匠であるという第一審法院の認定は正確でないため、第二審法院はこれを是正する。

(ウ) 組立製品の意匠権保護について、特許法第 59 条第 2 項に従い、図面又は写真に示された当該製品の意匠を基準として保護範囲を確定する。組立関係が唯一である製品の意匠権について、被疑侵害デザインが当該製品の組み立てられた状態で全体的な意匠と同一又は類似する場合、被疑侵害デザインは意匠権の保護範囲に含まれると判断すべきである。各部品間に組立関係がない場合又は組立関係が唯一でない場合、被疑侵害デザインがその全ての単独部品の意匠といずれも同一又は類似する場合、意匠権の保護範囲に含まれると判断すべきである。被疑侵害デザインに、一部の単独部品の意匠を欠き、又は同一もしくは類似しない場合、意匠権の保護範囲に含まれないと判断すべきである。

本件意匠は、組立関係が唯一でない製品の意匠である。樂智林会社が生産、販売する被疑侵害製品には本件意匠の 49 個の部品と同一の部品が全部含まれるため、意匠権の保護範囲に含まれる。また、樂智林会社の先行デザインの抗弁と先使用権の抗弁について、樂智林会社が証拠を提出しなかったため、かかる主張は支持しない。

5. 解説

本件判決は、組立製品の意匠権の権利侵害を認定した事件であり、組物と組立製品の意匠権の保護範囲を判示した点に参考価値があると考えられる。

(ア) 組物と組立製品の区別は、国家知識産権局が 2010 年 1 月に公布した「専利審査指南」において説明されている。本件判決は組物と組立製品の区別について、抽象的な見分け方を示した。組物は、2 つ以上の同一区分に属する独立製品から構成され、各独立製品のデザインや発想が同じで、各独立製品が独立した使用価値を有するほか、各独立製品の組合せによって組合せ使用による価値も表すことができる製品である。例として、コーヒーカップ、コーヒーポット、ミルクポットとシュガーポットから構成されるコーヒー用具セットが挙げられた。これに対して、組立製品は各部品に独立した使用価値はなく、組み立てることによって全体の使用価値を發揮できるものである。

(イ) 本件判決において、人民法院は、組物と組立製品の意匠権の保護範囲について、組物の場合は各独立製品の意匠権を保護すべきである一方、組立製品の場合は当該組立製品を全体として保護すべきと判示した。同様の趣旨は 2016 年 3 月 21 日に公布された「特許権侵害紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈 (二)」(以下「特許権侵害紛争事件解釈 (二)」) という) の第 15 条、第 16 条においても規定された。「特許権侵害紛争事件

解釈（二）」では「組物」（原文「成套产品」）の意匠について、被疑侵害デザインがそのうちの 1 つの意匠と同一又は類似する場合は、人民法院は被疑侵害デザインが特許権の保護範囲に含まれると認定しなければならない」（第 15 条）と規定しており、「組立関係が唯一である組立製品の意匠について、被疑侵害デザインがその組み合わせられた状態における意匠と同一又は類似する場合は、人民法院は被疑侵害デザインが特許権の保護範囲に含まれると認定しなければならない」（第 16 条第 1 項）、「各部材間に組立関係がなく、又は組立関係が唯一でない組立製品の意匠について、被疑侵害デザインがその全ての個別部材の意匠といずれも同一又は類似する場合は、人民法院は被疑侵害デザインが特許権の保護範囲に含まれると認定しなければならない。被疑侵害デザインがその個別部材の意匠を欠いており、又はこれと同一でなく、かつ類似もしない場合は、人民法院は被疑侵害デザインが特許権の保護範囲に含まれないと認定しなければならない」（第 16 条第 2 項）と規定している。組物と組立製品の意匠権の保護範囲の違いは、意匠権侵害に関する民事訴訟のみならず、意匠権の無効宣告請求に対しても影響を及ぼす。組物の意匠権の無効は各独立製品について判断され、組物の意匠権の一部が無効と宣告されても、他の部分は引続き有効な状態に維持されることがある。一方、組立製品の意匠権は全体として判断されるため、かかる組立製品の意匠が先行デザインと同一又は類似する場合、全体として無効になる。このように、組物と組立製品の意匠権の保護範囲は異なるため、組物と組立製品を区別することが重要である。

6. 企業へのメッセージ

複数の部品から構成される製品の意匠権を主張する場合、組物と組立製品とでは、前述の「特許権侵害紛争事件解釈（二）」の第 15 条と第 16 条のとおり、意匠権の保護範囲が異なっているため、両者の区別について、意匠権の出願及び行使の際に留意する必要があると考えられる。

【商標権】

6. 被疑侵害標識は登録商標とは明らかに区別があり、その指定役務も異なるため、商標権侵害が認められなかった事件

1. 事件の性質

商標権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：広州市睿馳計算機科技有限公司と北京小桔科技有限公司との商標権侵害紛争事件
争点：「滴滴打車」商標を使用して提供する役務に国際商標分類第 35、38 類の役務内容が含まれるか否か

3. 書誌的事項

第一審：北京市海淀区人民法院（2014）海民（知）初字第 21033 号

原告：広州市睿馳計算機科技有限公司（以下「睿馳公司」という）

被告：北京小桔科技有限公司（以下「小桔公司」という）

判決日：不明

関連条文：商標法第 57 条第 2 項、最高人民法院「商標民事紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第 9 条、第 10 条

出典：

第一審：中国知的財産権律師網

http://www.ciplawyer.cn/articleview/article_view_15671.htm

4. 事件の概要

(1) 事実関係

睿馳公司是、本件に関わる以下の登録商標 3 件の商標権者である。当該登録商標の概要は以下のとおりである（以下「睿馳会社の登録商標」という）。

| 商標 | 登録番号 | 商標類型 | 出願日 | 登録日 | 指定商品又は役務の類型 |
|----|----------|------|-----------------|------------------|---|
| 滴滴 | 11122098 | 文字商標 | 2012 年 6 月 26 日 | 2013 年 11 月 14 日 | (第 38 類)：メッセージの送信、コンピューターを利用した文字情報・映像による通信、電気通信に関する |
| 滴滴 | 11282313 | 文字商標 | 2012 年 7 月 31 日 | 2014 年 2 月 28 日 | |

| | | | | | |
|----|----------|------|------------|-------------|--|
| | | | | | 情報の提供、電子掲示板、ネットワークとの通信接続を提供する役務、電子計算機端末による通信ネットワークへの接続を提供する役務、インターネットチャットルームの提供、データベースへの接続用回線を提供する役務、デジタルファイルの送信 |
| 滴滴 | 11122065 | 文字商標 | 2012年6月26日 | 2013年11月14日 | (第35類)：販売促進(他人のため)、商業管理、営業組織コンサルティング、商業・広告目的の展示会の運営、ビジネス情報、電子計算機を用いて行う情報検索事務の代行 |

小桔公司是、「滴滴打車」というタクシー配車サービスの運営者であり、「滴滴打車」という名称は、2014年5月20日付で「滴滴打車」から正式に変更されたものである(以下、「滴滴打車」という)。「滴滴打車」のサービス対象は、タクシー等の乗客と運転手である。「滴滴打車」は、従来からのタクシーの配車方法を変更した。まず、モバイルインターネットと配車アプリを通じて乗客と運転手の需要を把握し、その付近でタクシーサービスを提供できる運転手の関連情報を集め、その後、サービス提供者側でプログラムの処理、選択、手配・調整等を行い、運転手と乗客が携帯電話のインターネット地図を利用して互いの位置を確認した上、電話で連絡を取って取引を完了できるようにするという方法である。

2014年7月31日、睿馳公司是、公証人の立ち会いのもと、携帯電話に「滴滴打車」アプリをインストールし、タクシーを呼んで乗車し、その後に料金を支払い、領収証を取得し、この全ての過程について公証手続を行った。また、睿馳公司是、インターネットにおける「滴滴打車」に関連する宣伝情報についても公証手続を行った。「滴滴打車」アプリ及びそれに関する宣伝において「滴滴打車」という標識(以下「被疑侵害標識」という)が使用されていることを証明するためである。

睿馳公司是、小桔公司在「滴滴打車」アプリのインターフェースの目立つ部分において「滴滴」という文字を使用し、また、小桔公司在乗客の情報を収集してネットワークを通じて運転手に送信して取引をさせる事業行為は、上記38類の指定役務に属する電信関連役務に含まれると主張した。さらに睿馳公司是、小桔公司的「滴滴打車」のサービス内容には、タクシー運転手の販売促進、商業管理、情報転送等が含まれているので、第35類の商業管理にも属すると主張した。つまり、小桔公司による「滴滴打車」の使用は、睿馳公司的登録商標の指定役務と重なる部分があり、商標権者の許諾を得ずに使用した行為は商標権の侵害にあたるとした。そこで、睿馳公司是、人民法院に対して、小桔公司在権利侵害行為を停止すること、ホームページ及びアプリ上の「滴滴」を削除すること、メディアを通じて声明を公表し、悪影響を除去することを求めた。

これに対し、小桔公司是以下のとおり抗弁した。

まず、小桔公司是「滴滴」という文字を単独では使用していない。小桔公司在使用してい

る被疑侵害標識は文字と図形の組合せ標識（以下「組合せ標識」という）であり、その顕著性は比較的高く、睿馳会社の文字商標との区別は明らかである。しかも、被疑侵害標識は、小桔会社の役務と緊密な関係があり、睿馳会社の役務との混同や誤認が生じることはない。かつ、小桔会社の営業許可証の日付は2012年7月10日ではあるが、「滴滴打車」アプリは2012年6月10日にすでに配信されており、当時、睿馳会社の登録商標はまだ出願中であった。

また、睿馳会社の登録商標の指定役務は、38類の電信関連役務と第35類の企業向けの商業経営に関する支援の提供である。一方、「滴滴打車」のサービス内容は、運輸に関する仲介役務の提供であり、その指定役務は第39類の運輸仲介に属し、睿馳会社の登録商標の指定役務とは異なる。「滴滴打車」アプリは、確かに電信関連役務とモバイルインターネットの便利さを利用してはいるが、いかなる業界の発展もこれらの技術と切り離すことはできない。小桔会社は電信関連役務とモバイルインターネットに関する役務の提供者ではなく、使用者なのである。

なお、睿馳会社は、自らが睿馳会社の登録商標を指定役務に使用したことを証明することができなかった。

(2) 第一審判決

第一審法院は、以下の理由により、睿馳会社の訴訟請求を全て棄却した。

商標法の規定によれば、登録商標の専用権は、登録された商標及指定した商品に限る（第56条）。商標権者の許諾を得ずに、同一商品にその登録商標と同一の商標を使用した場合は商標権の侵害に該当し、商標権者の許諾を得ずに、同一商品にその登録商標と類似の商標を使用し、又は類似商品にその登録商標と同一又は類似の商標を使用し、容易に混同を招く場合も権利侵害になる（第57条第1項、第2項）。

一般的に、商標権を侵害するか否かを判断するにあたっては、被疑侵害行為に使用された商標・標識と登録商標との類似性、それぞれの商品又は役務の類似性、両者の共存が公衆の主観上、容易に混同を招くか否かを考慮に入れるべきである。

本件の場合、第一に、標識そのものから見ると、被疑侵害標識が使用している図形と文字の組合せ標識には、営業内容である「打車」（タクシーを呼ぶこと）が明記されており、顕著性が高く、睿馳会社の文字商標との区別は明らかである。睿馳会社は、上記の組合せ標識のうち「滴滴（滴滴）」の二文字が最も顕著であり、その他の内容を加えても新しい顕著な標識を創り出すには不十分で、混同を構成すると主張したが、日常生活において、「滴滴（滴滴）」とは車のクラクションの擬声語であり、タクシー業界において商標として使用するには顕著性は低い。一方、被疑侵害標識は、文字と図形とを組み合わせることで使用することによって比較的高い顕著性が得られる。

第二に、役務の類似性から見ると、「滴滴打車」のサービス対象は運転手と乗客であり、サービス内容はインターネットとアプリを利用し、タクシーの配車効率を高めることである。さて、第35類の指定役務の内容は商業経営、商業管理等である。「滴滴打車」の関連事業行為は、業界の特徴に応じて採用した経営手段又は小桔会社が自身の経営目的に即して採用し

た一般的な管理方法であり、第 35 類の指定役務に定めるものとは異なる。会社である以上、その事業活動には「商業性」、「管理性」を有する行為が含まれる可能性があり、このような性質の有無により商標がカバーする範囲に含まれるか否かを判断するのは、商標分類の本来の目的ではない。他方、第 38 類の指定役務は電信関連役務である。「滴滴打車」は直接に電信技術支援役務を提供するわけではなく、小桔会社が「滴滴打車」を通じて提供するサービスについて、その提供方式、対象、内容は、睿馳会社の登録商標の指定役務とは明らかな区別があり、同一又は類似する役務にはあたらない。

第三に、睿馳公司による睿馳公司の登録商標の実際の使用状況も、「滴滴打車」の使用行為が容易に混同を招くか否かを判断する要素の 1 つである。睿馳公司が提出した証拠では、睿馳公司の登録商標の範囲内においてそれを使用したことを証明することはできない。一方、被疑侵害標識は短期間に比較的高い知名度と影響力を獲得した。したがって、実際の使用状況から見ると、睿馳公司の登録商標と被疑侵害標識との間で消費者の混同・誤認が生じるとはいえない。

5. 解説

通常、商標侵害案件において、2 つの商標が商標法上の類似商標にあたるか否かを判断する際には、商標自体の類似性を比較するほか、商標の顕著性、商品又は役務の種類及び性質、商標の実際の使用状況等を総合的に考慮に入れなければならない。

インターネット経済の急速な発展とともに、既存業界はモバイルインターネットやモバイルアプリを通じてサービス等を提供することが多くなりつつある。「滴滴打車」がまさにそれである。このような背景のもと、商品や役務を分類するとき、単にインターネットやアプリを通じてサービス等を提供していることを理由に電信類の役務に属すると判断するのではなく、役務全体から総合的に判断すべきである。また、インターネットや電信類の役務の「使用者」を誤って「提供者」として認定してはならない¹³。

本件において、人民法院は、「滴滴打車」の事業行為は業界の特徴に応じて採用された経営手段、及び企業が自らの経営目的に即して採用した一般的な管理方法であるとし、第 35 類の指定役務の「商業経営、商業管理等」には属しないと判断し、かつ、「滴滴打車」は電信技術支援役務の直接の提供者ではないため、第 38 類の指定役務にも属しないと判断した。

6. 企業へのメッセージ

本件では、「インターネットやアプリの利用が直ちに第 38 類の『電信関連役務』にあたるわけではなく、役務の『提供者』なのか『使用者』なのかの視点が必要である」との主張を人民法院が支持したため、注目を集めた。本件は、インターネット業界の企業の商標出願及び商標保護における典型的な事例として、今後、参考になるものと考えられる。

¹³ 文海宣「海淀法院、『滴滴打車』商標權被疑侵害事件の第一審審理を終了」(原文「海淀法院一審申結“滴滴打車”被訴商標侵權案」)、北京法院網：<http://bjgy.chinacourt.org/article/detail/2015/04/id/1577526.shtml>

7. 真正品を販売する場合、当該商品に関する商標の使用許諾がなくても当該商品の出所を識別するのに必要な範囲であれば商標の使用が許されるが、その範囲を超えて商標が使用され、役務の出所を識別する効果が生じているとして、同一商標権者の役務商標権に対する侵害を構成するとされた事件

1. 事件の性質

商標権侵害及び不正競争紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：維多利亞的秘密商店品牌管理公司与上海麦司投资管理有限公司との商標権侵害及び不正競争紛争事件

争点：真正品である商品を販売するとき、当該商品の商標を使用する行為は商品の出所を識別するための使用行為なのか、役務の出所を識別するための使用行為なのか

3. 書誌的事項

第一審：上海市第一中級人民法院（2014）滬一中民五（知）初字第33号

原告：維多利亞的秘密商店品牌管理公司（以下「維多利亞公司」という）

被告：上海麦司投资管理有限公司（以下「麦司公司」という）

判決日：2014年9月25日

第二審：上海市高級人民法院（2014）滬高民三（知）終字第104号

上訴人：麦司公司

被上訴人：維多利亞公司

判決日：2015年2月13日

関連条文：民法通則第118条、商標法第57条第1項、第2項、第64条第1項、不正競争防止法第5条第2項、第9条第1項、第20条第1項、最高人民法院「不正競争民事事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第17条第1項

出典：

第一審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/Content/Content?DocID=55820cb2-bbf3-46c3-bd0d-2afbc02f0943>

第二審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=ded885b5-e303-421f-9c10-30b7aab704b0>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

維多利亞公司是、本件に関わる以下の登録商標 4 件の商標権者である。当該商標の登録情報はそれぞれ以下のとおりである。

| 商標 | 登録番号 (有効期限) | 指定商品又は役務の類型 |
|----------------------|------------------------------------|--|
| 維多利亞的秘密 | 4481217 (2008.9.14～2018.9.13) | 指定役務 (第 35 類) : 通信販売を利用した広告、ダイレクトメールによる広告、商業ショーウィンドーの装飾、コンピューターネットワークにおけるオンラインによる広告、事業に関する情報の提供、広告又は販売のためのファッションショーの企画、販売促進 (他人のため)、アーティストのショーに関する商業管理 |
| 維多利亞的秘密 | 4481218 (2008.12.21～2018.12.20) | 指定商品 (第 25 類) : 被服、女性用下着等 |
| VICTORIA'S SECRET | 9120211 (2012.2.14～2022.2.13) | 指定役務 (第 35 類) : 通信販売を利用した広告、広告宣伝、広告又は販売のためのファッションショーの企画、広告又は販売促進のためのモデルの提供、他人のための販売促進等 |
| VICTORIA'S SECRET | 1505378 (2011.1.14～2021.1.13) | 指定商品 (第 25 類) : 被服、ベルト (衣服用)、ソックス、ストッキング、マフラー、手袋 (被服) |

維多利亞公司是、中国において特約店の設置による製品の販売は行っていないが、インターネット又は通信販売により中国の消費者に商品を販売している。また、維多利亞公司及びそのヴィクトリアズ・シークレットブランドに関する情報は、中国の週刊誌、テレビで報道・宣伝されたことがある。

麦司公司是、維多利亞公司的販売許諾を受けた会社からヴィクトリアズ・シークレットシリーズの余剰在庫品の販売を授権されたが、独占販売権は付与されておらず、商標権の使用許諾も受けていない。

麦司公司是、その運営する店舗の看板、店内の壁、商品棚、レジ、従業員のバッジ、VIPカード、ファッションショー等において「VICTORIA'S SECRET」の標識を使用し、その販売する商品にも「VICTORIA'S SECRET」、「維多利亞的秘密」を使用している。また、麦司公司是「商品宣伝マニュアル」、「加盟店販売マニュアル」において、「VICTORIA'S SECRET」と「維多利亞的秘密」の標識を使用し、ヴィクトリアズ・シークレットブランドの中国におけるブランド運営業者等であると自称した。さらに、麦司公司是、中国レディースファッションサイト (原文は「中国女装網」)、新浪ミニブログ、微信アカウント等において、「VICTORIA'S SECRET」と「維多利亞的秘密」の標識を使用し、自らがヴィクトリアズ・シークレットブランドの中国における総代理店等であると宣伝し、加盟店への参加を呼びかけた。

そこで、維多利亞公司是、麦司公司的上記商標使用行為及び宣伝行為は商標権侵害行為及び不正競争行為を構成するとし、商標の使用停止、虚偽宣伝行為の停止、謝罪、虚偽宣伝物品の廃棄、経済的損失及び合理的支出の合計 510 万元の支払を求めて、訴えを提起した。

これに対し、麦司公司是、主に以下のとおり抗弁した。①真正品を販売するための商標使

用行為は合理的使用にあたり、商標権侵害行為及び不正競争行為には該当しない。②虚偽宣伝行為を実施したことはなく、虚偽宣伝の資料等も存在しない。③維多利亞公司はすでに吸収合併されたので、原告適格がない。④維多利亞公司は中国において本件登録商標を商業的に使用したことがないので、その損害賠償請求は棄却すべきである。

(2) 第一審判決

第一審法院は、商標権侵害行為及び不正競争行為の存否、本件の民事責任の負担について、以下のとおり判示した。

(ア) 商標権侵害行為について

本件の特殊性は、同じ標識、つまり「VICTORIA'S SECRET」と「維多利亞的秘密」のそれぞれに対して、維多利亞公司が同時に役務商標及び商品商標を登録していたことにある。麦司公司是、維多利亞公司から商標に関する授權を受けてはいないものの、その販売している商品は真正品である。商標権者は、一般に、他人が真正品の販売においてその商品の出所を識別するために商品商標を使用することは禁止できず、たとえ商標権者が同時に商品商標の標識と同一の役務商標を登録しているとしても、その商品の出所を識別するための商品商標の使用は禁止できない。本件においては、麦司公司是真正品を販売しているため、商品商標の商標権を侵害したとの維多利亞公司的主張は成立しない。したがって、本件においては、麦司公司在維多利亞公司的役務商標権を侵害したのかという点についてのみ判断すべきである。即ち、麦司公司的商標使用行為は、商品の出所を識別するための商標使用行為なのか、それとも役務の出所を識別するための商標使用行為なのかの判断である。その判断は、商標使用行為が商品の出所を識別するのに必要なのか、及び同商標使用行為が役務の出所を識別する効果を持つのかの総合判断に基づくべきである。商標使用行為がその商品の出所を識別するのに必要な範囲を超えて、役務の出所を識別する効果を持つ場合、役務商標に対する侵害を構成する。

本件において、麦司公司是広告宣伝において関連公衆に自らがヴィクトリアズ・シークレットのブランド経営者、当該ブランドの加盟店招致業務を展開する旨の情報を伝えている。当該使用方法是役務商標の使用に該当し、「VICTORIA'S SECRET」（第35類）、「維多利亞的秘密」（第35類）商標の指定された役務と同じであるため、同一の役務にその登録商標と同一の商標を使用することにあたり、関連公衆に役務の出所を誤解させることになり、商標権を侵害する。

(イ) 不正競争行為について

維多利亞公司是麦司公司的商標使用行為（店舗の看板、VIPカード等において「VICTORIA'S SECRET」の標識を使用する行為）がその知名商品¹⁴の特有の装飾を無断で使用し、虚偽に宣伝する不正競争行為を構成すると主張した。しかし、維多利亞公司是中国において実体経営を行っておらず、その提供する役務及び商品が中国において公知であるとも証明できず、麦司公司的行為は商標に対する使用行為であって、商品を宣伝する行為ではないため、その主張は成立しない。

¹⁴ 不正競争法第5条第2号にいう「知名商品」とする。

但し、麦司公司是自らがヴィクトリアズ・シークレットブランドの中国におけるブランド運業者、総代理店等であると宣伝する行為によって、関連公衆に被告と原告の間にライセンス関係が存在することを誤解させ、麦司公司に不当に競争における優位性をもたらした。また、麦司公司の商品販売価格は維多利亞公司の公式サイトでの同類商品の販売価格を大きく上回っており、これを麦司公司の虚偽宣伝行為と合わせて考えると、維多利亞公司の今後の中国国内における商業活動に影響をもたらさう。

以上、麦司公司の、事実を偽り維多利亞公司の商業信用に乗じる意図は明白であり、かつ虚偽宣伝行為を実施し、不当な競争利益を獲得し、維多利亞公司の利益も侵害を受けたため、不正競争行為を構成する。

(ウ) 損害賠償責任について

維多利亞公司是中國において実体経営を行っておらず、その役務商標を中国において使用したこともなく、麦司公司の商標侵害行為により被った損失を証明できないため、麦司公司是、役務商標侵害について損害賠償責任を負わない。

不正競争に係る損害賠償について、維多利亞公司が逸失した金額、また麦司公司が取得した不正利益のいずれも証明はできないが、人民法院は、麦司公司の主観、権利侵害行為の性質、期間、結果、維多利亞公司の支払った合理的費用等を斟酌して確定した。

以上の理由により、第一審法院は、麦司公司に対して、謝罪、役務商標の使用停止、虚偽宣伝の停止及び損害賠償として 50 万元の支払を命じる旨の判決を下した。

(3) 第二審判決

第二審法院も、第一審判決と概ね同様の理由により、第一審判決を維持した。

5. 解説

国家工商行政管理局の「役務商標の保護に関する若干問題についての意見」第 2 条によれば、商品商標権に対する侵害行為に関する規定は役務商標権にも適用され、商品の類似及び商品商標の類似の判断基準も役務及び役務商標に適用される。したがって、商品商標権に対する侵害の認定と役務商標権に対する侵害の認定は同じ基準による。また、「役務商標の保護に関する若干問題についての意見」第 7 条によれば、役務の提供場所、看板、宣伝用品、商業文書等に役務商標を使用することは、役務商標の使用行為に該当する。

商標法上、出所識別のための合理的使用に関する具体的な規定は存在しないが、商標の「出所識別のための合理的使用」とは、事業者が商業活動において他人の登録商標を善意かつ合理的に使用し、客観的に自己の提供する商品又は役務が他人の商品又は役務に由来することを説明し、又は客観的に自己の商品の用途、役務対象及びその他の特性が他人の商品又は役務と関係があることを表示することであると一般に理解されている。実務上、「出所識別のための合理的使用」とされた場合、商標権の侵害にはならないと判断される。したがって、他人から商品商標権の授權を受けていないとしても、その商品が真正品である以上、正確にその商品の出所を表示するために、当該商品商標を使用することは許され、商標権者がそれを

権利侵害であると主張しても人民法院の支持を得られない。但し、そのような使用行為は合理的な範囲に限定され、その範囲を超えた場合は商標権侵害になりうる。

特に、本件のように、商標権者が、同一の標識について同時に商品及び役務の商標権を取得している場合、授権のない当該標識の使用行為について、商品商標権に対する侵害が認められないとしても、使用行為が合理的な範囲を超えて役務商標の使用行為に該当すれば、役務商標権の侵害だと判断される可能性がある。本件において、第一審及び第二審のいずれの人民法院も、まさにこのような考え方に基づき役務商標権に対する侵害を認めた。すなわち、麦司会社が「VICTORIA'S SECRET」、「維多利亞的秘密」の標識を店舗の看板、店内の壁、レジ、ファッションショー、ウェブサイト等で使用し、ヴィクトリアズ・シークレットの直営店、中国本部、ブランド経営者等であると自称し、関連公衆に麦司会社が役務の提供者である、又は維多利亞公司与商標権の授権関係があると誤認させることは、商品商標の合理的使用範囲を超え、役務商標の使用行為に該当し、役務商標権に対する侵害を構成する。また、そのような使用行為は、不正競争防止法上の虚偽宣伝に該当しうる。

6. 企業へのメッセージ

本件において、維多利亞会社が主張した商標権侵害が認められたが、商標権侵害による損害賠償の請求は棄却されたことは注目に値する。

商標法第 64 条は、「商標権者が賠償請求し、権利侵害で訴えられた者が、商標権者が登録商標を使用していないことをもって抗弁した場合、人民法院は、商標権者に、これより前 3 年以内に当該登録商標を実際に使用したことの証拠の提供を要求することができる。商標権者が、これより前 3 年以内に当該登録商標を実際に使用したことを証明できず、権利侵害行為によりその他の損失を被ったことも証明できないときは、権利侵害で訴えられた者は賠償責任を負わない」と規定している。

本件において、麦司会社は、維多利亞会社が、本件登録商標を一度も中国において商業的に使用したことはないと反論し、かつ、維多利亞会社も商標使用及び損害の発生を証明できなかったため、麦司会社による商標権侵害行為を認定しながらも、損害賠償責任は負わないと判断した。今後の商標権紛争事件において、損害賠償を求める日系企業としては、事前に中国における商標使用及び損失に関する証拠を集めておくことが重要である。

8. 商標の類似性の判断基準に関する紛争事件

1. 事件の性質

商標権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：3M 社、3M 中国有限公司と常州華威材料有限公司等との商標権侵害紛争事件

争点：商標の類似性の判断基準

3. 書誌的事項

第一審：浙江省杭州市中級人民法院（(2013) 浙杭知初字第 424 号）

原告：3M Company、3M 中国有限公司（以下「3M 社」と総称する）

被告：常州華威材料有限公司（以下「華威公司」という）、S 氏（華威会社の生産した反射標識の販売店舗の経営者）

判決日：2015 年 6 月 30 日

第二審：浙江省高級人民法院（(2015) 浙知終字第 152 号）

上訴人：3M 社、華威公司

被上訴人：3M 社、華威公司

判決日：2015 年 9 月 9 日

再審：最高人民法院（(2016) 最高法民申 187 号）

申立人：華威公司

被申立人：3M 社

判決日：2016 年 3 月 24 日

関連条文：商標法（2001 年改正）第 52 条第 1 号、「商標法実施条例（2002 年）」第 50 条第 2 項

出典：

再審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=32131ff0-2b8b-4178-b948-05e26ef95c35>

（本件について、第一審及び第二審の判決文書が公表されていないため、事実の概要並びに第一審及び第二審判決の内容に関して、主に下記の文献により情報を補って執筆した。

張棉「3M 社、3M 中国有限公司と常州華威材料有限公司等との商標権侵害紛争事件——商標

権の限界の確定及び類似商標の容認標準」

浙江法院新聞網：http://www.zjcourt.cn/art/2016/3/2/art_86_9359.html)

4. 事件の概要

(1) 事実関係

3M社は世界企業のランキング500位以内に入る企業であり、第884963号（指定商品は第17類の非包装用プラスチックシート、アスベスト、防護マスク、セロテープ等）、第5966501号（指定商品は第17類の非包装用プラスチックフィルム、非包装用プラスチック反射ベルト、反射プラスチックストリップ等）登録商標「3M」（以下「3M登録商標」という）（図1）の権利者である。3M社は、2004年から中国で自動車車体反射標識商品（以下「反射標識」という）を生産・販売し、中国市場で知名度が高く、重要な地位を占めている。



図1

華威公司是、2003年に設立され、反射標識に「3N」（図2）という標識を使用していた。華威公司是、2005年に第19種類商品（発光板材等を含む）に「3N」商標（以下「被疑侵害商標」という）の登録を申請したが、3M社は異議を提出した。2013年に商標審判委員会が華威公司的登録を認めない旨の決定を下した。この間、華威公司的反射標識がすでに全国27省で販売されていて、一定の知名度及び影響力を積み重ねた。



図2

3M社は、S氏が経営する店舗で華威公司の生産した反射標識を購入し、公証を行った。当該反射標識の白い部分に目立つ赤い「3N」標識があり、右下に小さなccc認証標識及び「ABLAZE 艾普莱斯」との商標がある。3M社は、商標権を侵害するとして、華威公司及びS氏による権利侵害行為の停止、華威公司に経済的損失1300万元及び合理的支出20万元の賠償を求め、訴訟を提起した。

(2) 第一審判決

第一審法院は、以下の理由により、華威公司に対し、直ちに3M社の商標権の侵害行為を停止し、被疑侵害商標を記載する反射標識の販売を停止し、3M社の経済的損失及び合理的支出合計350万元の賠償金の支払いを命じた。

(ア) 被疑侵害商標と3M登録商標に類似性があるか否かについて、文字の形、発音、意味等の構成要素だけでなく、市場で混同の程度に達したかどうかにも配慮すべきである。本件具体的な状況から、両社の商品が同じく赤白の縞模様の带状商品であり、その機能、用途、生産分野、販売ルート及び販売対象等の面から判断すれば、同一商品を構成するといえる。被疑侵害商標と3M登録商標の構成要素及び全体構造も類似していることから、少なくとも両商標の間に関連性が存在するという認識を消費者に生じさせ、これにより誤解及び混同を招いた。かつ、3M登録商標が反射標識という製品分野においてすでに高い知名度があるにもかかわらず、華威公司は既存の3M登録商標との衝突を回避せず、同一商品に類似の被疑侵害商標を使用した。この行為は正当であるとはいえず、主観的に善意であるとはいえない。よって、華威公司による被疑侵害商標の使用行為は、3M社の商標権に対する侵害と認めた。

(イ) 現有証拠では、華威公司が権利侵害により獲得した利益又は3M社の損失を確定することができない。しかし、審理で明らかになった事実に基づき、華威公司の権利侵害により獲得した利益が商標法(2001年改正)で規定されている50万元の法定賠償最高限度額を上回ったことが明らかであるため、様々な要素を考慮し350万元の賠償金を命じた。

3M社及び華威公司は、いずれも第一審法院の判決に不服があり、上訴した。

(3) 第二審判決

第二審法院は、以下の理由により、第一審判決を維持する旨の判決を下した。

3M社の同業競争者である華威公司は、市場に参入したばかりで商業上の信用の蓄積が全くない時期に、同一の商品に3M登録商標の要素及び全体の外観と類似している被疑侵害商標を使用した。当該行為は、実質的には3M登録商標の市場における評判及び知名度を利用して消費者に混同を生じさせ、不当な利益を図るものである。確かに、現在、被疑侵害商標が反射標識市場において一定の影響力を持っていることが認められる。しかし、華威公司の当初の上記使用行為は正当性及び合法性がない。第一審法院による賠償金額の決定も本件の事実にあわせて、合理的な裁量範囲内であると認められる。よって、第二審法院は上訴を棄却し、第一審判決を維持した。

華威公司はこれを不服とし、最高人民法院に対して再審を申し立てた。

(4) 再審裁定

最高人民法院は、華威公司の再審申立を却下した。その理由は以下のとおりである。

第一審及び第二審により認定された事実は不当ではない。第一審及び第二審により認定された賠償金額は、華威公司の権利侵害行為の期間が長く、範囲が広く、情状が重いこと、3M登録商標の高い知名度、及び華威公司の主観的な悪意等の要素を総合的に考慮したうえで認定されたものである。特に、華威公司は、権利侵害行為を通じて獲得した利益に関する財務諸表等の証拠を提供できるにもかかわらず、その提供を拒否し、これにより、人民法院は権利侵害者たる華威公司の利益獲得状況を明らかにすることができなかった。華威公司は、再審申立の際に、原判決の考慮要素を覆すに足る証拠を提供しなかったため、その再審申立の理由が成立しない。よって、華威公司の再審申立を却下した。

5. 解説

2011年、最高人民法院より公布した「知的財産権の裁判職能作用を十分に発揮し、社会主義文化の大いなる発展及び繁栄を推進し、並びに経済の自主的及び調和的発展を促進するための若干問題に関する意見」（以下「意見」という）の第19条には、「商標の類似と商標の構成要素の類似との関係を適切に処理し、商標類似を認定する法的基準を正確に把握する。類似商標を構成するか否かの認定は、事件の具体的な状況に基づかなければならない。通常の場合、関連商標の構成要素が全体的に類似を構成する場合には、類似商標と認定することができる。関連商標の構成要素が全体的に類似を構成しないが、権利を主張する商標の知名度が権利侵害で訴えられる商標よりはるかに上回る場合には、その主要な部分の比較を通じて類似するか否かを決定することができる。『商業標識間の境界を可能な限り明確にすること』と『特殊な状況において構成要素が類似する商標間の適当な共存を認めること』との間の関係を適切に処理しなければならない。関連商標がいずれも比較的高い知名度を有する場合、又は関連商標の共存が特殊な条件のもとで構成される場合には、商標類似の認定は、さらに両者の実際の使用状況、使用の歴史、関連公衆の認知状態、使用者の主観的状态等の要素を総合的に考慮して判断しなければならず、すでに客観的に形成されている市場構造を重視することに注意を払い、商標の構成要素の類似をもってむやみに商標類似に等しいと判断することを防止し、事業者間の共存及び発展を実現する」と規定している。

要するに、商標類似の認定の際に、関連商標の構成要素の類似性以外に、さらに関連商標の実際の使用状況、使用の歴史、関連公衆の認知状態、使用者の主観的状态等の要素を総合的に考慮すべきである。すなわち、商標の構成要素の類似を商標の類似と簡単には同じであると評価してはならない、ということが明確にされた。

本件の場合、3M登録商標と被疑侵害商標は、その文字の形、発音、意味等の構成要素及び全体的な構造を比較すると、全体的には類似性を構成する。かつ、車体反射標識商品の外観からみると、両社の商品が同じく赤白の縞模様の帯状商品であり、その機能、用途、生産分野、販売ルート及び販売対象等の面から判断すれば、同一商品を構成するといえる。これを理由に、3M登録商標と被疑侵害商標について、商標の構成要素の類似を認定すべきである。

、一方、本件事案の特別なポイントは、華威会社が7年間にわたって被疑侵害商標を継続使用し、市場で一定の知名度及び影響力を積み重ねたことである。

当該特別なポイントに対して、上記の最高人民法院の「意見」によれば、本件のような商業上の信用を積み重ねた被疑侵害商標について類似商標を構成するか否かを判断する際に、消費者に誤解及び混同を招いたことを考慮することはもちろん、被疑侵害商標及び登録商標の使用開始時間、知名度の比較、登録申請状況及び実際使用状況等を考察し、各事実に基づき権利侵害者の主観的意図を全面的に考察すべきである。具体的にいえば、もし、被疑侵害者に「フリーライド」や不正競争の意図があれば、被疑侵害行為が保護対象外となり、人民法院はブランドの保護及び公平な競争の維持という価値判断のもとで、被疑侵害者に責任があると認定し、商標の類似を構成すると判断することができる¹⁵。

上記に鑑み、本事件において、華威会社は、3M登録商標の高い知名度を知りつつ、それを回避せずに同一商品に類似商標を使用したことは、便乗的に不正な利益を貪る行為に該当し、主観面について善意といえない。したがって、華威会社は、大量な証拠を提示し、被疑侵害商標と3M登録商標の共存が混同を生じさせず、安定な市場構造を形成していると証明しようとしたが、人民法院は、華威会社の主観的意図を考察し、華威会社の使用により積み重ねた類似商標の知名度や商業上の信用を法律上保護しないと判示した。

6. 企業へのメッセージ

本件では、最終的に権利侵害が認定されたが、具体的な状況によっては異なる判断が下されることもあり得る。本件事案のように、他社が類似商標を長年にわたり使用し、商業上の信用を積み重ねること避けるため、日本企業としては、知的財産権管理の一環として、定期的に商標局の商標情報照会システムで自社の商標と類似する商標が存在するかを検索し、類似商標を発見次第異議申立や登録商標の無効審判申立等の措置を講ずるなどの対応を行うことが望ましい。

¹⁵ 張棉「3M社、3M中国有限公司と常州華威材料有限公司等との商標権侵害紛争事件——登録商標権の限界の確定及び類似商標の容認標準」(原文「3M Company、3M中国有限公司诉常州華威新材料有限公司、聂某某侵害商标权纠纷案——注册商标权利界限的划定和近似商标的容忍标准」)
浙江法院新聞網：http://www.zjcourt.cn/art/2016/3/2/art_86_9359.html

9. 貸店舗で商標権侵害商品が販売されている場合、店舗賃貸人も商標権侵害に連帯責任を負うと判示した紛争事件

1. 事件の性質

商標権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：シャネル株式会社とW氏、広州凱旋大酒店有限公司等との商標権侵害紛争事件

争点：貸店舗で商標権侵害商品が販売されている場合、店舗賃貸人も商標権侵害に係る連帯責任を負うか

3. 書誌的事項

第一審：広州市越秀区人民法院（2014）穗越法知民初字第119号

原告：シャネル株式会社（以下「シャネル社」という）

被告：W氏、広州凱旋大酒店有限公司凱旋華美達大酒店（以下「華美達酒店」という）及び
広州凱旋大酒店有限公司（以下「凱旋酒店公司」という）

判決日：不明

第二審：広州知的財産権法院（2015）粵知法商民終字第9号

上訴人：シャネル社

被上訴人：W氏、華美達酒店及び凱旋酒店公司

判決日：2015年5月4日

関連条文：商標法（2001年改正）第3条、第52条第2号、第5号、第56条第1項、第2項、
第57条第3号、第63条第3項、権利侵害責任法第9条第1項、「商標法実施条例（2002年）」
第50条第2項、最高人民法院「商標民事紛争事件の審理における法律適用の若干問題
に関する解釈」第16条第1項、第2項、第17条

出典：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=6870e554-4617-43ec-b16f-84c9c6cebc6d>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

シャネル社は、1954年8月27日にフランスで設立された株式会社であり、香水、化粧品、

服装及び革製品等の商品を製造し、販売している。中国工商行政管理総局商標局によると、シャネル社は、図形商標（登録番号は第 768908 号（指定商品は第 25 類の被服、履物、帽、スカーフ、水泳着等）、第 799412 号（指定商品は第 25 類の被服、履物、帽、スカーフ、水泳着等）、793287 号（指定商品は第 18 類の皮革人工皮革、財布、ハンドバッグ等）、第 145863 号（指定商品は第 18 類の皮、革、人工皮革及び他の類に属さない革、人工皮革製品））及び「CHANEL」の文字商標（登録番号は第 75979 号（指定商品は第 25 類の被服）、第 G546534 号（指定商品は第 25 類の被服、履物、帽）、第 145865 号（指定商品は第 18 類の皮革人工皮革、財布、ハンドバッグ等）、以下「登録商標」と総称する）を登録した。

凱旋酒店公司是、1985 年 10 月 10 日に設立された有限責任公司であり、華美達酒店は、凱旋酒店公司が 1991 年 6 月 13 日に設立したホテルである。

W氏は、華美達酒店一階にある店舗の経営者であり、服装、革製品及び日用品を販売していた。なお、華美達酒店との間で「店舗賃貸借契約」を締結したのは、W氏の娘であった。

2012 年、ルイヴィトン社（以下「LV 社」という）が商標権侵害を理由として、W氏、華美達酒店及び凱旋酒店公司を訴えた。裁判では、LV 社の主張が認められ、W氏、華美達酒店及び凱旋酒店公司が損害賠償金を支払うという内容の判決が下された。2013 年 3 月、華美達酒店とW氏の娘と間の店舗賃貸借契約を更新する際、契約書において、店舗で権利侵害商品を販売しない旨を承諾する内容を約束した。それに加え、華美達酒店は、権利侵害品を販売してはならないという旨の通知を発送し、パトロール及び警告等の措置も講じた。

2013 年 10 月 22 日、シャネル社は公証役場に対して公証の申請をした上で、華美達酒店一階にあるW氏が経営する店舗で登録商標を記載した偽物の財布 2 個、靴 2 足を購入した。しかし、シャネル社は華美達酒店に当該事実及び状況を知らせなかった。同年 10 月 29 日、広州市工商行政管理局秀越支局は、W氏に対し強制措置決定書を交付し、被疑侵害商品である財布 3 個及びハンドバッグ 1 個等を差し押さえ、1500 元の過料を科した。

シャネル社は、W氏、華美達酒店及び凱旋酒店公司の行為が商標権侵害に該当すると主張し、権利侵害行為の差止め、経済的損失及び合理的支出として合計 30 万元の支払いを求め、訴訟を提起した。

(2) 第一審判決

第一審法院は、W氏がシャネル社の商標権を侵害することを認定し、W氏に対して権利侵害行為の差止め及び損害賠償を命じたが、凱旋酒店公司及び華美達酒店は権利侵害を構成しないと認定した。理由は以下のとおりである。

(ア) W氏が販売した財布、靴及び鞆等には登録商標が使用されており、当該使用は商標権利者の許諾を得ずに同じ商品又は類似商品に登録商標又は類似商標を使用する行為に該当する。W氏は、シャネル社の商標権を侵害したため、侵害行為差止及び損害賠償の民事責任を負わなければならない。賠償金額については、シャネル社がW氏の侵害行為に起因する実際の損失額に関する証拠を提供できないため、第一審法院は法定賠償限度額の範囲内で賠償金額を決定した。W氏が LV 社に訴えられ敗訴した後にも引き続き他人の商標権を侵害する商品を販売していたことから、人民法院は、その販売行為について「情状が重い」と認定し、

賠償金額を5万元とした。

(イ) 他方、華美達酒店及び凱旋酒店公司の行為が「商標法実施条例(2002年)」第50条第2項「倉庫、運送、郵送、隠匿等の便宜を故意に与える」¹⁶という間接的な権利侵害に該当するか否かについて第一審法院は主観的故意及び客観的行為を分析し、判断した。まず、シャネル社が提供した証拠は、華美達酒店が間接的な故意を持っていたことを証明するには不十分である。次に、登録商標の知名度等の事実から、華美達酒店がW氏の権利侵害行為を明らかに知っていたことを認定することはできない。最後に、華美達酒店は市場監督管理の主体ではなく、賃貸人としてW氏の経営行為に干渉する権限を有さないため、W氏の販売行為を阻止することはできなかった。したがって、華美達酒店がシャネル社の権利を侵害し、連帯賠償責任を負うという主張は認められない。

シャネル社は、第一審法院の判断を不服として、上訴した。

(3) 第二審判決

第二審法院は、第一審法院がシャネル社のW氏への請求を認めた点については支持したが、華美達酒店及び凱旋酒店公司への請求を棄却した点について、下記のとおり判示し、第一審法院の判決を破棄した。

「商標法実施条例(2002年)」第50条第2項によれば、商標法(2001年改正)第52条第5項の「他人の商標権にその他の損害をもたらした場合」を構成するか否かを認定するとき、3つの要件を満たさなければならない。すなわち、①他人の商標権を侵害する行為が存在すること、②客観的に当該侵害行為に便宜を与えること、及び③主観的に故意があることである。W氏が商標権を侵害したことは、裁判において調査により明らかになった事実である。華美達酒店がW氏に店舗を賃貸した行為は、客観的に当該権利侵害行為に便宜を与えたといえる。したがって、本件の争点は、華美達酒店に主観的に故意があるか否かにある。

ここでいう故意とは、被疑侵害者は、自分の行為により他人に損害を与えることを明らかに知っていたか、又は直接的な証拠による立証はできないが、一定の事実に基づき、自らの行為により他人に損害を与えることを知っていたことが推定でき、かつ当該損害結果に対して、主観的に希望又は放任する態度をいう。本件において、W氏の権利侵害行為に対して、華美達酒店の故意の有無を判断する際に、下記の要素を考慮しなければならない。

まず、華美達酒店はW氏の経営する店舗により高い注意を払うべきであることについて、①登録商標は国際的な有名ブランドであるので、華美達酒店は、ホテルの経営者として、当該ブランド商品の市場販売ルート又は小売価格等の情報に対して、普通の消費者に比べより高い注意及び判断能力を有すべきである。②華美達酒店は高級ホテルであり、W氏の店舗がホテルのロビーにある。一般的に、ホテルの店舗で商品を購入する消費者は、ホテルの顧客であり、ホテルの店舗で提供する商品販売サービスは当該ホテルが顧客に対して提供するホテルサービス全体の重要な部分と考えられる。ホテルの店舗において権利侵害行為が存在すると、当該ホテルの評判に影響することから、華美達酒店は、その店舗における権利侵害行

¹⁶商標法(2013年改正)第57条第6号、「商標法実施条例(2014年改正)」第75条をご参照ください。

為の有無に対して、より高い注意を払うべきである。③上述のホテルと店舗との間の特殊な関係と両者の契約書に基づき、華美達酒店は、W氏の店舗に対して広い管理権限を有する。④W氏の過去のLV社権利の侵害行為に鑑み、華美達酒店は、W氏の店舗における他の国際的に有名なブランドの権利侵害商品に注意を払わなければならない。前記に鑑み、華美達酒店はW氏の店舗により高い注意を払うべきであったといえる。

また、W氏が長期的に、かつ連続して国際的有名ブランドの権利を侵害する行為が何度もあり、かつ、その侵害行為は隠ぺいされていたとはいえ、華美達酒店が発見することは難しくなかった。

以上より、華美達酒店が高い注意義務を負っていたこと、W氏の侵害行為が明らかであることに鑑み、華美達酒店はW氏の権利侵害行為を知っていたことを推定できる。

したがって、華美達酒店は、W氏の権利侵害行為を見て見ぬふりをし、権利侵害行為を放任したことにより、シャネル社に対する共同権利侵害を構成し、W氏と連帯責任を負うべきである。

以上の理由により、第二審法院は、華美達酒店の係る行為は権利侵害の幫助行為に該当し、W氏と共同権利侵害を構成し、連帯責任を負うことを認めて、W氏と華美達酒店及び凱旋酒店公司に対して、連帯してシャネル社の経済的損失及び合理的費用の5万円を支払うことを命じた。

5. 解説

ホテルの経営者は、ホテルに入居している店舗（賃借人）が商標権等の侵害行為を知っているか否かについて認定する際に、司法実務において、主にホテルが高い注意を払うか否か、及び、店舗（賃借人）の商標権等の侵害行為が発見されやすいか否か、等の要素を考慮すべきである。

そのうち、ホテルが高い注意を払うか否かについて、被疑侵害商標の知名度、店舗（賃借人）の過去の権利侵害を理由とする処罰の有無、ホテルと店舗（賃借人）との契約関係等の要素を考慮すべきである。一方、店舗（賃借人）の商標権等の侵害行為が発見されやすいか否かについて判断する際に、店舗（賃借人）の所在する場所、侵害行為の内容、期間、過去の処罰状況等の要素が挙げられていた。

本件の第二審判決は、上記の要素を考慮した上、華美達酒店が高い注意義務を負い、かつ、W氏の侵害行為が明らかなものであるとの理由によって、華美達酒店の共同侵害責任を認めた。

この点、司法実務において、仮に権利者が、ホテル等に対し、警告書等の文書を送付し、かつ、ホテル等がこれを受領した場合、ホテル等が商標権等の侵害行為を明らかに知ったと認定できる。

しかし、本件において、シャネル社がW氏の権利侵害行為に関する文書等を華美達酒店に送付したことはなかった。これに対して、第二審法院によって、本件の事実に基づいて、ホ

ホテルが入居している店舗（賃借人）の商標権等の侵害行為を知っていたことを推定できることに加え、ホテルが依然として十分な対応措置を取らず、これを放任した場合、権利者が権利告知文書等を送付しなくとも、係る権利侵害行為に関して、ホテルの故意を認定できると判示した。

本件は、ホテル（賃貸人）とホテル内に入居する店舗（賃借人）の共同権利侵害が問題となった事例だが、ショッピングモール（賃貸人）と、そこに入居する店舗（賃借人）等の共同権利侵害の成否を検討する際にも参考となる。但し、注意義務の程度等に関する認定は、状況によって異なり得ることに留意する必要がある。

6. 企業へのメッセージ

ホテルの経営者は、ホテルにテナントとして入居している店舗（賃借人）の商標権等の侵害行為に対して、高度の注意を払うべきである。そのため、ホテルの経営者は、日常の経営において、入居している店舗（賃借人）に対して、しかるべき事前防止措置等を講じ、権利者からの権利告知通知書等を受け取り、店舗の商標権等の侵害行為を発見次第、速やかに十分な事後制止措置を行うことが必要となる。類似のビジネスモデルである商業賃貸ビル、ショッピングモール（インターネット上のものを含む）についても同様の注意が必要である。

10. 販売者が商標権者の許諾を得ず、地理的表示証明商標付きの包装材を使って商品を包装し、かつ販売する場合、商標権の二重（製造及び販売）侵害行為に該当すると認定された事件

1. 事件の性質

商標権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：杭州市西湖区龍井茶産業協会と広州市種茶人貿易有限公司との商標権侵害紛争事件
争点：地理的表示証明商標の侵害はどのような場合に認められるか、ばら売り商品を登録商標と類似する標識で包装して販売することは二重（製造及び販売）侵害に当たるか

3. 書誌的事項

第一審：広東省広州市越秀区人民法院（2014）穗越法知民初字第 457 号
原告：浙江省杭州市西湖区龍井茶産業協会（以下「龍井茶協会」という）
被告：広東省広州市種茶人貿易有限公司（以下「種茶人公司」という）
判決日：不明

第二審：広州知的財産権法院（2015）粵知法商民終字第 2 号
上訴人：種茶人公司
被上訴人：龍井茶産業協会
判決日：2015 年 2 月 12 日

関連条文：商標法第 3 条、第 16 条、第 57 条、第 63 条、商標法（2001 年改正）第 52 条、「商標法実施条例（2014 年改正）」第 4 条、「商標法実施条例（2002 年）」第 6 条、最高人民法院「商標民事紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第 17 条、「団体商標及び証明商標の登録及び管理規則」第 11 条、最高人民法院「商標法改正決定施行後における商標事件の管轄及び法律適用問題に関する解釈」第 9 条

出典：

第二審：北大法宝

http://www.pkulaw.cn/case/pfnl_1970324845303012.html

4. 事件の概要

(1) 事実関係

龍井茶協会は第 9129815 号地理的表示証明商標「西湖龍井」(図 1) の登録者である。同協会が制定した「西湖龍井」という地理的表示証明商標使用管理規則に『西湖龍井』という商標は製品の原産地及び特質を証明するものであり、使用条件に合致する製品の経営者は当該商標の使用を申請できる。なお、申請者は龍井茶協会に商標使用申請書を提出しなければならない」と定められている。

西湖龍井

図 1

2013 年 11 月 18 日、龍井茶協会の委託代理人は広州市海珠公証役場による商品購入行為の証拠保全公証を通じて、広州市越秀区明月二路二巷にある「種茶人」の店舗で茶葉を購入し、領収書及び名刺を取得した。公証員は上記店舗の外観及び購入商品、領収書と名刺について写真撮影した。公証役場により密封保管された茶葉のパッケージには「西湖龍井」という文字が表示されている。

龍井茶協会は上記標識が登録商標と同じであると考え、種茶人公司是上記の行為により、自らの有する商標権を侵害したとして、2014 年 7 月 21 日に訴訟を提起し、商標権侵害行為の差止め及び損害賠償の支払いを求めた。

種茶人公司是公証役場に密封保管された茶葉について、自ら西湖龍井茶の生産地区から仕入れ、販売したと述べたが、それが商標権侵害行為に該当することを否定した。理由は以下のようになる。

①「西湖龍井」は地理的標識であり、龍井茶協会は茶葉の栽培・生産に専有性を持たないので、メンバー以外の農家が自らの龍井茶を販売することを禁止することができない。

② 西湖龍井茶そのものはブランドであり、その知名度と高い評判は龍井茶協会に由来するものではない。龍井茶協会が提出した証拠は種茶人公司が販売した茶葉が西湖龍井茶ではないことを証明できない。

③種茶人公司が販売した被疑侵害商品は西湖龍井茶産地の農家から直接仕入れたものである。それを証明する仕入証憑は持っていないが、その挙証責任は種茶人公司が負うべきではない。

④種茶人公司是正当な経営活動を行い、被疑侵害商品の売り上げは少ない。

(2) 第一審判決

第一審法院は以下の理由により、種茶人公司に対して商標権侵害行為の停止、40,000 元(権利侵害行為を差止めるために支出した合理的費用を含む)の損害賠償額の支払いを命じた。

(ア) 種茶人公司が販売者であるかについて

公証役場が行った現場公証及び種茶人公司が被疑侵害商品を販売したことを自ら認めた事

実より、種茶人会社が被疑侵害商品の販売者であると認定できる。

(イ) 被疑侵害商品に使用されている「西湖龍井」という標識は登録商標と同じであるかについて

地理的表示証明商標の主要な機能は、商品の原産地を証明することにある。本件の被疑侵害商品に使用する「西湖龍井」という標識は登録商標と字形が異なるが、パッケージ表側の目立つ位置に大きい字体で表示されるため、商品の原産地を証明する意図は明らかである。両者の字音・意味は同一で、特に産地証明という機能も同じであるため、両者が一致すると判断し、被疑侵害商品に使用する標識は登録商標と同じであると認定できる。

(ウ) 被疑侵害商品の産地に関する挙証責任

「商標法実施条例（2014年改正）」第4条第2項には「地理的表示を証明商標として登録した場合、その商品について当該地理的表示を使用する条件に合致する自然人、法人又はその他の組織は、当該証明商標を使用することを要求することができ、当該証明商標を管理する組織はこれを認めなければならない」と定めている。したがって、本件において、商品が地理的表示を使用する条件に合致するか、即ち、被疑侵害商品の産地は登録商標が使える特定地域であるかについては重要なポイントとなる。この点について、双方とも証拠を挙げていないため、人民法院は挙証責任をどちらが負うかを決めなければならない。種茶人公司是「商標法実施条例（2014年改正）」第4条第2項を根拠として自らが登録商標の使用条件に合致すると抗弁した以上、自らが販売した商品が「西湖龍井茶」の特定生産地区を産地とすることを証明しなければならない。また、被疑侵害商品の産地を証明する責任を商標権者に押し付けることは公平とはいえない。したがって、当該挙証責任は種茶人会社が負うべきである。よって、種茶人公司是商標権侵害商品を販売し、かつその合法的な仕入れ先の証明もなされていないため、権利侵害行為を停止し、損害賠償責任を負うべきである。

(3) 第二審判決

第二審法院は、以下の理由により、第一審判決を維持した。なお、最高人民法院「商標法改正決定施行後における商標事件の管轄及び法律適用問題に関する解釈」第9条により、本件権利侵害行為は商標法の2013年改正・施行決定前に発生したため、改正前商標法を適用することに是正した（一審は、改正後商標法を適用した）。

(ア) 商標法（2001年改正）第52条の規定によれば、商標権者の許諾を得ずに、同一種類の商品にその登録商標と類似の商標を使用する行為、及び商標権を侵害する商品を販売する行為は商標権侵害行為に該当する。種茶人公司是「西湖龍井」という類似標識を商標として使用していたわけでないことを主張したが、人民法院は関連の公衆をして商品の出所及び商品の特質に対して誤認を生じさせるためにその標識を使用したと構成できると判断した。また、種茶人公司是龍井茶協会の許諾を得ずに、自ら「西湖龍井」という標識を使用してばら売り茶葉を包装し、販売することは、商標権侵害商品を製造する行為にも該当し、権利侵害商品の製造及び販売という二重侵害行為を構成し、龍井茶協会の商標権を侵害したことを認めた。

(イ) 種茶人公司是権利侵害商品の出所が西湖龍井茶生産地区であると主張したが、それに対して、第二審法院は「仮に種茶人公司的述べたことが事実だとしても、種茶人公司是勝手

に登録商標と類似する商標を使用する権利がなく、龍井茶協会に商標使用申請をしなければならぬ。そうしなければ、商標権の侵害行為を構成することになる」旨示した。したがって、権利侵害商品の産地がどこであるかという問題は本件の権利侵害の認定に影響しないため、産地についての鑑定及び証明は一切必要ないと判断された。

5. 解説

商標法によれば、「地理的表示」とは、ある商品がある地域を産地とし、当該商品の特定の品質、信用又はその他の特徴が主に同地域の自然的要素又は人文的要素によって決定されていることを表す表示を指し（第16条第2項）、「証明商標」とは、特定の商品又はサービスに対して監督能力を有する組織が管理しており、当該組織以外の単位又は個人がその商品又はサービスについて使用し、当該商品又はサービスの原産地、原料、製造方法、品質又はその他の特別な品質の証明に用いる標章のことをいう（第3条第3項）。証明商標の登録者は、自分が提供する商品に当該証明商標を使うことができず、当該商標の使用について管理と監督責任を負う。商標制度が、証明商標権者に証明商標の使用に対しての監督と管理責任を与え、証明商標使用者の商品又はサービスを証明商標使用管理規則の要求に満たすように要求するのは、証明商標権者、証明商標利用者及び消費者の利益を保護し、市場の正当な競争を促進することを目的としている。地理的表示証明商標の使用者は、商標使用又は管理規則の条件に適合することを説明し、証明商標権者に申請を提出し、証明商標管理制度で規定されている手続を履行しなければならない。

本件は地理的表示証明商標権をめぐる紛争事件であり、係争行為の性質を適切に認定することが本件のキーポイントである¹⁷。第二審法院は、「仮に種茶人会社が主張した通り被疑侵害商品が『西湖龍井茶』の特定産地で生産されたとしても、種茶人会社が龍井茶協会に対し商標使用申請をしない限り、登録商標と類似する標識を使用する権利はない」と認定した。被疑侵害商品の産地は登録商標が使える特定地域であるかという問題は、事実の問題であり、事実がどうであっても、本件の商標権侵害行為の認定には影響を与えないこととされた。

また、第二審法院は、種茶人会社が龍井茶協会の許諾を得ずに、自ら「西湖龍井」という標章を使用してばら売り茶葉を包装することは、権利侵害商品の販売行為を構成するだけでなく、権利侵害商品の製造行為も構成し、商標権の二重侵害行為となることも認定した。

以上のように、本件の判決は、農業品の茶葉の産地が権利侵害行為の認定に対して影響を与えないこと、権利侵害商品の製造及び販売という二重侵害行為という考え方を示した。

6. 企業へのメッセージ

商標権者の許諾を得ずに、地理的表示証明商標を使うことは、原則として商標権侵害行為

¹⁷ 林広海、李徳軍「販売者による商標権の『二重』侵害に対してどのように責任追及するか——杭州龍井茶産業協会と広州市種茶人公司との商標権侵害紛争事件に対するコメント」（原文「销售者“叠加式”商标侵权应如何追责——评杭州龙井茶协会与广州种茶人公司商标权纠纷案」）、中国知的財産権報 2015年10月14日第8版。
中国知的財産権報情報網：<http://www.cipnews.com.cn/showArticle.asp?ArticleId=38112>

となる。

また、2017年1月10日に、最高人民法院が公布した「商標権の付与、権利確定に関する行政事件の審理における若干問題についての規則」第17条は「地理的表示利害関係人は『商標法』第16条に従って他人の商標を登録させない又は無効にさせることを主張した場合、登録商標の指定使用の商品が地理的表示製品と同じ商品ではなく、かつ地理的表示利害関係人が当該商品に登録商標を使用することによって関連公衆に商品の出所及び商品の特質に対して誤認を生じさせることを証明できれば、人民法院は、当該主張を支持する。当該地理的表示が既に集体商標又は証明商標に登録された場合、集体商標又は証明商標の権利者又は利害関係者は、本条又は『商標法』第13条（馳名商標¹⁸の保護）及び第30条（出願の拒絶）に基づき権利を主張することができる」と規定されている。

企業が、他人に地理的表示証明商標を冒認され、または他人が保有する地理的表示証明商標に類似することが疑われる地理的表示を使用したい場合、上記の基準に照らし、異議申立手続き又は無効審判が認められるか慎重な検討が必要となる。

¹⁸ 中国法では、「馳名商標」と「著名商標」の両方が存在する。中国語の「馳名商標」とは、「中国国内において関連の公衆に広く知られる商標」をいう（「馳名商標保護に係る民事紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第1条）。これに対し、中国語の「著名商標」とは、省・市レベルの市場において比較的高い名声・信用を有し、関連する公衆に知られている商標をいう（各省・市が制定する「著名商標認定及び保護規則」に定義が存在する）。混同を避けるため、「馳名商標」は原文のまま翻訳する方針にしている。中国語の「馳名」を「名を馳せている」と読み下せば、意味が分かると考える。

11. 商標の登録より先に使用され、かつ知名度を有する商号は商標権にとって「既存の権利」に該当すると判示した事件

1. 事件の性質

商標行政紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：开灤（集団）有限責任公司与商標審判委員会、第三者 Z 氏との商標行政紛争事件

争点：商標の登録より先に使用されている商号は、商標より優先するか

3. 書誌的事項

第一審：北京市知的財産権法院（2014）京知行初字第 193 号

原告：开灤（集団）有限責任公司（以下「开灤社」という）

被告：商標審判委員会

第三者：Z 氏

判決日：2015 年 3 月 18 日

関連条文：商標法（2001 年改正）31 条

出典：

第一審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=6d815949-259c-4f7b-a076-2b9e9f7831c4>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

1912 年、開平鉍物有限公司と灤州鉍物有限公司が経営統合により「開灤鉍務総局」を設立した。その後、「開灤鉍務総局」が、「開灤煤鉍総管理处」、「開灤鉍務局」といった名称を経て、1997 年から有限公司への組織再編を行い、2001 年に「开灤（集団）有限責任公司」へと名称変更した。开灤社は、1980 年からその営業許可証の経営範囲に「浴池」（浴場）が含まれ、开灤社の傘下企業の中の複数社も営業許可証の経営範囲に「洗浴」（入浴）、「公共浴池」（公共浴場）等が含まれている。

2000 年 3 月 31 日、开灤社は医療機構執務許可証を取得して「开灤（集団）有限責任公司医院」（以下「开灤社医院」という）を設立した。开灤社医院の許可証により許可される診療科目に医療美容科が含まれている。2011 年 7 月、开灤社医院が三級甲等総合医院（中国の病

院システムの中で最上級の病院)と認定された。また、开灤社医院が、2004年8月、2006年5月、2007年8月、2008年2月、2008年12月、及び2010年1月に複数の広告会社に広告宣伝を依頼した。

开灤社は、中国国内で「全国誠実信用単位」、「契約を守り、信用を重んじる企業」、「中国企業グループ納税500強」、「中国企業500強」等の名誉を獲得し、さらに2013年にフォーチュン誌の「世界500強企業」に選ばれた。

一方、2006年10月18日、第三者Z氏は商標局に「开灤」という文字商標(以下「登録商標」という)を出願し、2010年3月28日に登録された。当該商標の使用範囲は、第44類「美容院、公共衛生浴等の役務」である。第三者Z氏は、本件の審理までに登録商標を使用していなかった。また、登録商標以外に、第三者Z氏は、第16類、第34類及び第44類の「鑑宝」、「週末鑑宝」、「芸術及び投資」、「开灤林西医院」等の複数の商標を有している。

2013年8月12日、开灤社は、登録商標が商標法(2001年改正)第31条¹⁹に違反することを理由に、商標審判委員会に対して登録商標の取消を申請した。2014年10月11日、商標審判委員会は商評字[2014]第71444号「第5667073号『开灤』商標無効宣告請求に関する裁定書」(以下「第71444号裁定」という)を下し、登録商標を維持した。

开灤社は、商標審判委員会の第71444号裁定の取消を求めて、行政訴訟を提起した。

(2) 第一審判決

第一審法院によれば、「商標法改正決定実施後商標事件の管轄及び法律適用の問題に関する解釈」²⁰は、商標法2013年改正決定実施前に登録した商標に対し、商標審判委員会が実施前に受理し、実施後に再審査決定又は裁定を下し、当事者が行政訴訟を提起する場合、人民法院は手続的関連の問題を審査する場合は改正後の商標法を適用し、実体的問題を審査する場合は改正前の商標法を適用すると定めている(同第7条)。本件の争点は、登録商標が開灤社の既存の権利を侵害しているか否かであり、実体的問題に属するため、改正前の商標法を適用した。

商標法(2001年改正)第31条は、商標の登録出願について、「商標の登録出願は、他人の既存の権利を侵害してはならない。他人がすでに使用している一定の影響力を有する商標を不正な手段によって抜け駆けして登録してはならない」と定めている。本件において、开灤社は、「开灤」という商号について関連する商号の権益を有している。开灤社は、1912年から「开灤」商号を使用しており、登録商標の登録は「开灤」という商号の形成時期より遅いため、开灤社の商号権が登録商標にとって「既存の権利」に該当する。

第一審法院は下記の理由に基づき、登録商標の登録が開灤社の「开灤」商号の既存の商号権を侵害していると認定した。

第一に、商号と商標は、両方とも商業標識に属する。开灤社は、今まで品質、信用、慈善等の多くの面において賞を獲得し、かつ2013年に「世界500強企業」に選ばれた。「开灤」商号は、既に开灤社と密接不可分な関係がある。

¹⁹ 商標法(2013年改正)第32条。

²⁰ 最高人民法院2014年2月10日制定、2014年3月25日公布、2014年5月1日施行。

第二に、开灑社は、その傘下の病院が1999年から美容医療の診療科を有し、登録商標の登録出願前にすでに実際に経営している。また、开灑社の傘下企業の中の複数社も営業許可証の経営範囲に「洗浴」、「公共浴池」等を含んでおり、かつ登録商標の登録出願前にすでに実際に経営している。开灑社の上記経営は、登録商標の使用範囲である第44類「美容院、公共衛生浴等の役務」と同一又は類似する役務に属するものであり、「开灑」という文字が開灑社以外の美容院又は公共衛生浴役務に使用されると、消費者に誤認又は混同を生じさせる可能性が高い。

第三に、第三者Z氏は、「开灑」の知名度を知ったうえで登録商標を登録したのであり、登録商標以外にも、「鑑宝」、「週末鑑宝」、「芸術及び投資」、「开灑林西医院」等の商標を有し、一定の主観的悪意を認定できる。

第一審法院は、登録商標の登録が開灑社の「开灑」商号の既存の商号権を侵害していると認定し、商標審判委員会の第71444号裁定を取り消し、商標審判委員会に対して第5667073号「开灑」商標無効宣告請求について改めて裁定するよう命じた。

5. 解説

本件のように、他の事業者がその企業名称において使用している商号を商標として登録することは、商号権と商標権との間の権利衝突の典型事例である。

商号は、一般的には文字により構成されるのであり、異なる事業者を区別する役割を有する。商号権とは、事業者が適法に取得した商号について、一定の範囲内で独占的に使用する権利である。

一方、商標も、商号と似たような役割を有し、異なる事業者、商品及び役務を区別するために用いられるものである。また、商標においても、文字商標という種類が存在し、文字商標は形式上商号と似ている。このように商号権と商標権には機能上及び形式上の類似性があることから、両者の間の権利衝突を引き起こしやすいと考えられる。

商標法（2001年改正）第31条²¹は、商標の登録出願は、他人の既存の権利を侵害してはならないと定めている。しかし、「商号権」は「既存の権利」に属するか否かについて、法令上明確な規定が存在しない。また、そもそも、学説において商号権が定義されているものの、法令上は、商号権の具体的な定義は存在しない。そのため、法令上、商号権と商標権との間の権利衝突の判断について、必ずしもルールが明確ではない。

いままでの裁判実務において、商号権と商標権との間の権利衝突が生じる場合、基本的には先に登録された方を保護することを原則として、同時に知名度、公平競争及び信用誠実の原則等の要素に配慮しつつ判断が行われている²²。本件もそうであるように、开灑社は、登録商標が登録される前に既に「开灑」商号を使用しており、かつ一定の知名度を獲得しているため、商号権が登録商標にとって「既存の権利」に該当する。また、第三者Z氏には、一定の主観的悪意がある。そのため、人民法院は、开灑社の主張を支持し、「开灑」商号が本件商

²¹ 商標法（2013年改正）第32条。

²² 湖北省高級人民法院（2011）鄂民三終字第25号、最高人民法院（2010）民提字第15号。

標より優先することを認めた。

6. 企業へのメッセージ

本件は、商標の登録より先に使用されている商号にかかる商号権も、現行商標法第 32 条にいう「既存の権利」に該当することを明確にした裁判例である。また、知名度の高い商号の保護や、悪意を有する商標登録を支持しない等、人民法院は、その判断に公平競争及び信用誠実の要素も取り込み、異なる権利間のバランスを図っていることが窺え、実務上参考になると思われる。

【著作権】

12. 実用新案に付した製品設計図の著作物該当性が認められた著作権紛争事件

1. 事件の性質

著作権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：福建僑龍専用汽車有限公司とZ氏との著作権侵害事件

争点：実用新案に付した製品設計図は著作権の保護対象に該当するか

3. 書誌的事項

第一審：福建省龍岩市中級人民法院（2014）岩民初字第268号

原告：福建僑龍専用汽車有限公司（以下「僑龍公司」という）

被告：Z氏

判決日：2015年3月25日

第二審：福建省高級人民法院（2015）閩民終字第990号

上訴人：僑龍公司

被上訴人：Z氏

判決日：2015年7月15日

関連条文：著作権法第2条、第3条、第9条、第10条、第11条、第47条、第48条、不正競争防止法第10条第3項、「著作権法实施条例」第2条

出典：

第一審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=f3375f8a-8225-422a-a615-0febef4af725>

第二審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=47186cfa-17d6-4e29-a38e-6856a6aa0db9>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

僑龍公司是国家により認定された自動車改装資格を有する専用自動車製造企業である。

2011年4月1日、僑龍公司与Z氏との間に雇用契約が締結された。Z氏は電気技工として、僑龍公司の新製品の電気部分の設計について技術案を提案し、また製品の電気配線の生産製作に関する業務を担当していた。2011年6月27日に、僑龍公司是品質管理部を立ち上げ、Z氏は当該部門の責任者に就任した。2013年11月30日、Z氏が僑龍公司を退職した。

僑龍公司与Z氏との契約では、Z氏の秘密保持義務について規定があり、退職後においても、在職中と同等な秘密保持義務を負い、かつ僑龍公司の秘密情報を無断で使用しないという定めがあった。

2010年9月30日、僑龍公司が国家知識産権局に「垂直入井作業排水車」の実用新案について出願し、2011年4月27日登録（登録番号ZL201020558765.4、図1）された。

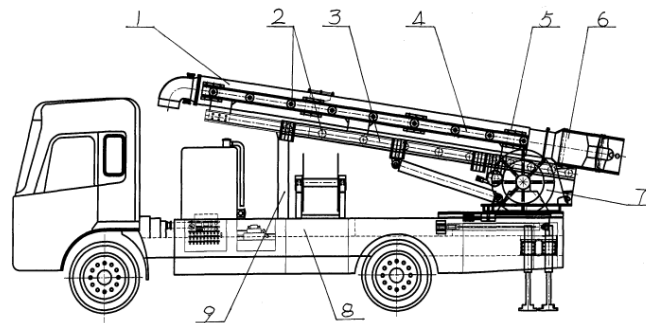


図1

2013年1月28日に、Z氏が国家知識産権局に「折り畳み式排水応急車」の実用新案（登録番号CN203078389U、図2）を出願し、2013年12月23日に、「水平移動式伸縮排水応急車」（登録番号CN203611841U、図3）「ダブル折り畳み排水車」（登録番号CN203739726U、図4）の実用新案を出願した。

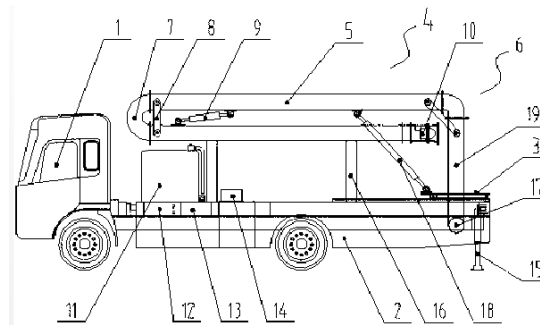


図2

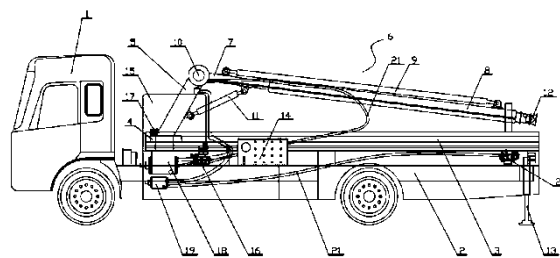


図3

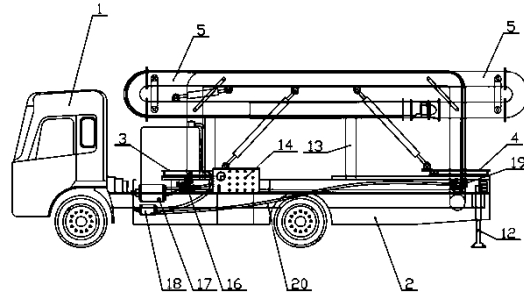


図 4

僑龍公司是Z氏が秘密保持義務に違反したと同時に、僑龍公司の實用新案に付した図面の署名権、修正権、複製権を侵害したとして、Z氏を被告として、侵害の停止、出願した實用新案の取消を申し立てること、謝罪文の掲載、損害賠償等を求めて福建省龍岩市中級人民法院に対して訴えを提起した。

(2) 第一審判決

僑龍公司が、第一審において、Z氏が職務を利用して、僑龍公司の製品設計図を窃取して、2013年1月28日及び2013年12月23日に当該製品設計図を添付図面として實用新案を出願したと主張した。それについて、Z氏は、自らの設計図は僑龍公司の設計図に相似する点はあるが、それらの寸法が異なり、窃取したものではないと主張した。また、實用新案は公開されているため、その図面に著作権がなく、僑龍公司の著作権を侵害したとの主張に根拠がないと答弁した。

第一審法院は、以下の通り判示し、僑龍公司の訴訟請求を棄却した。

(ア) 著作権法にいう著作物とは、文学、芸術及び科学の分野において獨創性を有し、かつある種の有形的な形式で複製できる知的成果を指す。製品設計図は各種線により描かれ、生産される製品の形状及び構造を説明するための平面図案であり、上記定義に符合するため、僑龍公司の「垂直入井作業排水車」の製品設計図は著作権にかかる著作物の特徴に符合し、法により当該製品設計図に著作権を有する。また、「垂直入井作業排水車」の製品設計図の署名者は僑龍公司であり、著作権法の規定に基づき、僑龍公司是当該製品設計図の著作権者となる。したがって、著作権法に基づき、僑龍公司の許諾なしに何人も僑龍公司の「垂直入井作業排水車」製品設計図を無断に複製してはならない。

(イ) 著作権法は表現だけを保護し、思想を保護しないという原理から、著作物があらず思想は、著作権法により保護されない。製品設計図を保護するのは、かかる類型の著作物に線の形状、構造、構図等が含まれているためであるが、立体的な製品は機能性のみを有し芸術的な美感がない場合、又はその実用的な機能は芸術的な美感と区別できない場合、著作物として著作権法により保護することができない。製品設計図の保護範囲は、図面に限り、製品自身に及ぶものではない。製品設計図は著作権の保護を得るためには、最低限の獨創性を有することが条件となっており、その著作物の属性、所属分野の著作物の現状、創作の幅、産業政策、公衆の需要等の要素を総合的に考慮する必要がある、技術的著作物についての獨

創性のレベルの基準は文学芸術著作物についての通常の独立創作基準より高い基準を適用すべきである。

(ウ) 僑龍公司与Z氏の製品設計図を比較したところ、製品は主に自動車本体、ホース、ポンプ等から構成されており、その中で、自動車本体が基本的に相似しているが、ホースとポンプの配置と組合せが異なり、その他の装置の種類と数量もそれぞれ相異なる。僑龍公司、Z氏の製品設計図は全体的なイメージとして相似していない。すなわち、Z氏の製品設計図はZ氏自らの選択、取捨、安排、設計、総合の結果であり、僑龍公司の製品設計図から単純に複製したものではなく、独創性があり、法により著作権を有すると認める。したがって、Z氏が僑龍公司の著作物について署名権、修正権、複製権を侵害した旨の主張を支持しない。

(エ) 僑龍公司の実用新案はすでに公開されているため、営業秘密に該当しない。Z氏が僑龍公司の営業秘密を侵害したと認めない。

僑龍公司が第一審判決を不服として、福建省高級人民法院に上訴した。

(3) 第二審判決

第二審では、僑龍公司は以下の通り主張した。①第一審法院が製品設計図全体について比較したのは間違いであり、僑龍公司の主張する「車体図」のみについて判断すべきであり、排水ホース等の部分とは関係がない。②僑龍公司の「垂直入井作業排水車」の製品設計図での車体設計図は、ホースをよりよく設置できるような設計がされている等により、独創性がある。③Z氏の車体図は、フロントガラスの角度、線、形状、運転室の形状、車窓及び車輪の数量、線等は僑龍公司の車体設計図と完全に一致しており、さらに、僑龍公司の車体設計図での誤記部分とも完全に一致しているため、著作権侵害を構成する。

それに対して、Z氏は、実用新案は公開されているため、その図面は著作権により保護されず、また、僑龍公司の図面全体に著作権があるとしても、各部分にそれぞれ著作権があるとはいえないと反論した。

二審法院は、以下の通り判示し、第一審判決を維持した。

(ア) 僑龍公司の実用新案に付した図面は製品表示図面であり、全体的な構図及び配置に独創性があり、著作権法上の著作物と認める。また、僑龍公司は、「垂直入井作業排水車」実用新案権の権利者として、相反する証拠がない状況において、法によりその製品設計図の著作権を主張できる。

(イ) 僑龍公司の実用新案に付した図面はその特許製品の外形、構造及び配置についての全体的な表現であり、製品設計の全体的な構想を体現するものである。僑龍公司が車体部分について著作性を主張する場合、その部分に独創性があることを証明しなければならない。但し、僑龍公司の車体前部、車輪、プラットフォームについての設計はいずれも慣習的な設計であり、独創性がない。また、僑龍公司が主張した車体の設計特徴は、いずれも機能的な設計に該当する。著作権法は表現だけを保護し、思想を保護しない原理から製品設計図に対する保護を製品の機能的な設計に及ぼすことはできない。したがって、製品設計図の車体部分に独創性があるとの僑龍公司の主張は成立しない。

(ウ) 本件では、僑龍公司与Z氏の実用新案に付した図面を全体的に比較する必要がある、

車本体部分は相似しているが、排水ホース部分のホース、ポンプ等の設計は明らかに異なるため、Z氏の実用新案製品設計図は僑龍会社のそれを複製したのではなく、権利侵害にならない。

5. 解説

本件では、実用新案に付した製品設計図は、著作権法上という著作物に該当するかが争点になった。本件各判決はいずれも、実用新案に付した図面は、著作権法上の著作物として認め、作成者は著作権を有すると判示した。

第一審では、製品設計図に線の形状、構造、構図等が含まれており、その独創性が認められている場合、著作権法上の著作物の概念に合致するため、製品設計図に対して著作権保護を与えるが、その保護はその図面のみであり、それに対応する立体的な製品にまでは及ばないとして製品設計図に関する著作権の範囲を限定した。また、製品設計図の独創性について、その著作物の属性、所属分野の著作物の現状、創作の幅、産業政策、公衆の需要等の要素を総合的に考慮する必要があるとあり、技術的著作物についての独創性レベルの基準は文学芸術著作物についての通常の独立創作基準より高い基準を適用すべきという見解を示している。

さらに、第二審では、僑龍会社が著作物の一部の著作権についての主張に対して、裁判所は、当該部分の著作権を主張するには、当該部分の独創性を証明する必要があると説示し、また、著作権法は表現のみ保護し、思想を保護しないという原理から、製品の機能的な設計については著作権の保護が及ばないとして、僑龍会社の主張を退けた。

要するに、特許、意匠又は実用新案制度は、特許等を公開する対価として独占的権利を受けられる制度であり、その公開によって、直ちにそれを表現する図面自体が公開され、営業秘密に該当しないが、それ自体の表現や配置などに独創性がある図面は、著作物としての保護を受けられる。本件判決は以上の趣旨を明確にしたものである。

6. 企業へのメッセージ

中国企業が、日本企業の特許等を冒認出願する事例が後を絶たない。このような事例では通常新規性や進歩性の欠如を理由として、特許無効審判を請求して対処するのが通常である。但し、実務上、特に実用新案において、図面のみを流用し、技術的には別の出願なされる例も散見される。特許、意匠又は実用新案に付する図面は特許等の技術的思想を表す機能を有する一方、それ自体の表現や配置などに独創性がある場合、著作権法上の著作物としても認められる。本件は、第三者が出願した特許等の明細書に、自社の創作した図面と類似した図面が使われている場合、仮にその添付図面より示された技術的な思想が自社の特許の明細書等とは異なる場合でも、図面の表現を全体的に比較して、複製又は類似しているといえる場合、著作権侵害に問うことができる可能性があることを示したユニークな判例であり、実務上参考になるとと思われる。

13. ウェブページの特徴的な構成（色、配置等）にいわゆる編集著作物として著作物性が認められた事件

1. 事件の性質

著作権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：上海帕弗洛文化用品有限公司と上海芸想文化用品有限公司及び上海欧鰐文化用品有限公司との著作権侵害紛争事件

争点：①ウェブページの構成は、著作権上の編集著作物に該当するか、②他人のウェブページに構成が類似したウェブページを作成し使用した場合、著作権の支分権の一つである情報ネットワーク伝達権侵害となるか

3. 書誌的事項

第一審：上海市閔行区人民法院（2014）閔民三（知）初字第154号

原告：上海帕弗洛文化用品有限公司（以下「帕弗洛公司」という）

被告：上海芸想文化用品有限公司（以下「芸想公司」という）、上海欧鰐文化用品有限公司（以下「欧鰐公司」という）

判決日：2015年1月8日

第二審：上海知識産権法院（2015）滬知民終字第14号

上訴人：芸想公司、欧鰐公司

被上訴人：帕弗洛公司

判決日：2015年5月12日

関連条文：著作権法第10条第1項第12号、第17条、第48条第1号、第49条、最高人民法院「著作権民事訴訟事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第25条第1項、第2項、第26条、最高人民法院「コンピューターネットワーク著作権事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第2条

出典：

第一審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=bf34e308-7caf-495b-a9a4-42a3abb577c6&>

第二審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=4d2c84ad-128a-44cf-abca-9402ca49bcc1>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

帕弗洛公司是、2003年6月22日に設立された会社であり、経営範囲は、文化用品、事務用品等の卸売、小売並びにペン、衣料品等の加工及び販売等である。

2010年3月29日、帕弗洛公司是、訴外厦門三五インターネット科技股份有限公司上海支社（以下「三五公司上海支社」という）との間でウェブサイト制作契約を締結し、三五公司上海支社にウェブサイトの制作を委託した。当該契約では、ウェブサイトの作成が完了し、帕弗洛公司在検収した後は、ウェブサイトの関連ファイル、著作権及び管理権限はすべて帕弗洛公司に帰属すると定められている。2010年4月20日、完成したウェブサイト（www.sh-picasso.com）がインターネット上で公開された（以下「帕弗洛サイト」という）。

芸想公司是、2008年5月29日に設立された会社であり、経営範囲は、文房具、事務用品の販売等である。欧鱈公司是、2002年5月9日に設立された会社であり、経営範囲は、文化娯楽・スポーツ用品、工芸品、事務用品の販売等である。

2011年6月以降、欧鱈公司及び芸想公司是、それぞれ自社のウェブサイトを立ち上げた（トップページのアドレスは、それぞれ、www.picassopen.com、www.crocodilepen.com）。

帕弗洛公司サイトのトップページ²³（図1）は、赤褐色を基調とし、中間部分は赤を使用し、周囲は比較的濃い黒褐色及び臙脂色となっている。ページは上から順に商標及びナビゲーションバー、商品展示、会社紹介の3つのパーツで構成されている。ナビゲーションバーは黒褐色となっており、8つの項目が設置されており、商品展示部分は、左上は宣伝用文字（以下「ARTS文字」という）、左下はペンの品番及び小売希望価格が表示されており、中間部はペンの全体、ボディ部分、キャップ部分を左から右に並べて一組とした図がモデル別に陳列されており、左右に配置されている矢印を使って各組の商品を順に拡大、縮小表示することができ、中心の一組及び左右各一組のペンは周囲に星がきらめくアニメ効果を伴っている。また、下層ページ（原文「内頁」、図2）は、中間が赤褐色、周囲が比較的濃い黒褐色及び臙脂色となっている。ページは上から順に商標及びナビゲーションバー、ARTS文字及びペンの画像、内容の3つのパーツで構成されている。商標、ナビゲーションバー及びARTS文字はトップページと一致し、ARTS文字の右側に二三本のペンの組合せが展示されており、各ページに展示されているペンのモデルは異なっている。ARTS文字及びペンの間には気泡が上昇するアニメ効果が付されている。

²³ 本稿で掲載している各サイトのページ参考図はいずれも2017年1月10日にアクセスしたものであり、本件判決時の各ページと異なる可能性があるため、ご了承ください。



図1 帕弗洛公司サイトのトップページ (<http://www.sh-picasso.com/index.asp>)



図2 帕弗洛公司的下層ページの一例 (http://www.sh-picasso.com/product_blank.asp?id=68)

一方、芸想公司与欧鳄公司的ウェブサイトの各ページは、社名表示以外、基本的に同じである。トップページ(図3)は赤と黒の2色を基調とし、中間部分は赤色となっており、周囲に向かって色が段々濃くなり、ページの左右の枠及び下部はいずれも黒色となっている。ページ全体に微かな網掛けがかかっており、上部に金色のハレーション効果があり、下部は、微かな世界地図が背景になっている。トップページは上から順に商標及びナビゲーションバー、商品展示、会社紹介の3つのパーツで構成されており、ナビゲーションバーはページの色と異なる金色となっており、6つの項目が設置されている。商品展示部分の左上には、宣伝用文字、フランス語文字及び蝶の図案(以下併せて「芸術文字」という)があり、中間部には、ペンの全体とボディ部分を左右に並べて一組とした画像が5組展示されており、左右の矢印を使って、順に各組の製品を拡大、縮小表示することができる。中心の一組のペン

が拡大表示され、ペンのボディ部分及びペン先には光を放つ効果が付されている。左右の各2組の画像はこれよりも小さく、各組の周囲に小さな白く輝く点がついている。また、下層ページ(図4)の色、網掛け、ハレーション等はトップページと基本的に一致している。下層ページは上から、商標及びナビゲーションバー、芸術文字及びペンの画像、内容の3つのパーツからなっている。芸術文字の右側に一組のペンのボディ部分とキャップ部分で構成された画像が配置されている。



图3 芸想公司的トップページ (<http://www.picassopen.com/ch/Default.asp>)

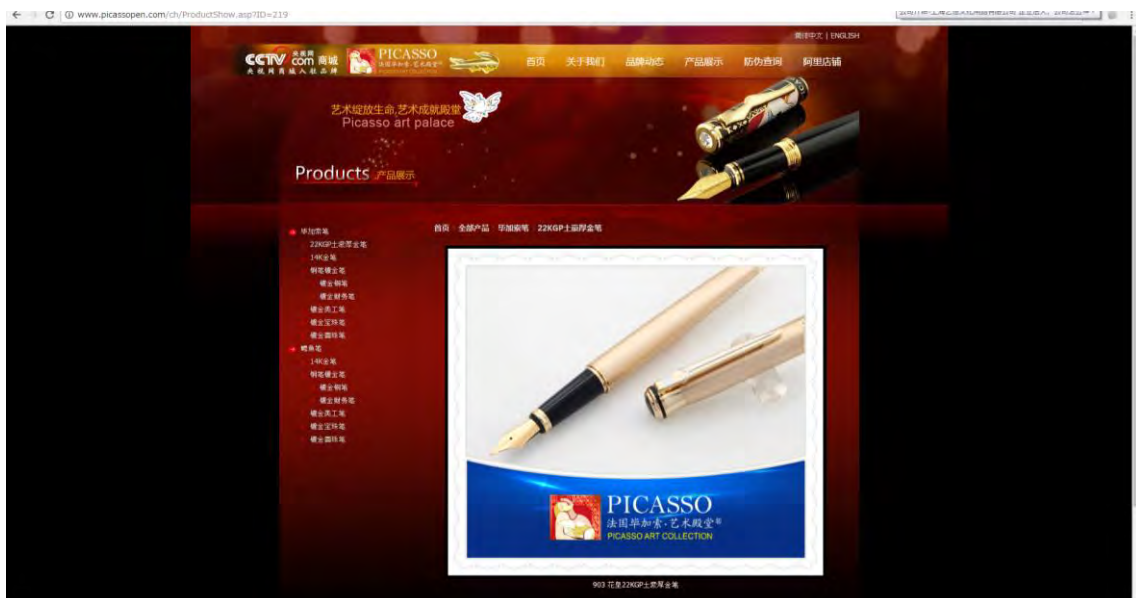


图4 芸想公司的下層ページの一例 (<http://www.picassopen.com/ch/ProductShow.asp?ID=219>)

帕弗洛公司在、欧鳄公司及芸想公司に対して、自己のウェブページの著作権を侵害する

として、侵害の停止及び損賠賠償を求めたのが本件訴訟である。

(2) 第一審判決

帕弗洛公司是、帕弗洛サイトのトップページが1つの著作物に該当し、上部、中間部、下部の3つのパーツから構成され、商品展示の位置及び方式、星がきらめくアニメ効果がある点に独創性があること、また、下層ページも併せて1つの著作物に該当し、背景の色、ペンの位置及び気泡のアニメ効果がある点に独創性があることを主張した。そして、芸想公司与欧鰐公司的ウェブサイトの相応する下層ページがそれぞれ帕弗洛サイトの下層ページに対応しており、帕弗洛公司的有する自己のウェブページ著作物についての情報ネットワーク伝達権及び修正権を侵害したと主張した。

これに対して、芸想公司与欧鰐公司是、被疑侵害ウェブサイトの背景、蝶の図案、ハレーション効果、及びペンの陳列方法や下層ページの背景、商品の展示方法等に帕弗洛サイトとの差異があると反論した。

第一審法院は、以下の通り判示し、帕弗洛公司的訴訟請求を一部容認し、一部棄却した。

(ア) ウェブページはハイパーテキストマークアップランゲージ (HTML) で作成された基本ドキュメントである。デジタル化された形式でコンピューターの記憶装置に保存され、インターネットブラウザを通じて、文字、画像、音声及びその組合せ等のマルチメディア効果をコンピューターの出力装置に表示させ、かつ、様々な形式での複製を可能としている。ウェブページの内容又はインターフェイス全体の編集効果に独創性があるか否かという点は、ウェブページが著作権について保護を受けられるか否かの鍵となる。本件において、帕弗洛サイトのトップページの内容は、文字、図形、アニメ効果及び独特な色彩選択及びレイアウトデザインが結合されていた。当該ウェブページに使用する色、文字、商品展示の方式、星がきらめくアニメ効果は、個々の要素について見ればパブリックドメインに由来するかもしれないが、ウェブページ的设计者は上記各要素についてデジタル化方式により特定の組合せを行い、単純な羅列ではなく、視覚的な美感をもたらした。その色、内容の選択及び構図、編集には独特な構想が表れており、独創性と複製可能性を有し、著作権法上の著作物に該当する。また、帕弗洛公司与三五公司上海支社との契約によれば、帕弗洛公司是帕弗洛サイトの著作権及び管理権限を有するため、帕弗洛公司是法により帕弗洛サイトのトップページについて著作権を有しており、その著作権は保護されるべきである。

一方、下層ページについては、その内容と構図の編集は比較的簡単なものであり、原告によるこれらのウェブページの独創性に関する陳述にも、ウェブページの中のペンの位置及び気泡のアニメ効果の独特な構想について表すことができていないため、帕弗洛サイトの下層ページは著作権法上の著作物に該当しないと判断した。

(イ) 本件においては、芸想公司与欧鰐公司的両サイトのトップページは細部においては帕弗洛サイトのトップページと差異があるが、背景の色、ページの配置、各パーツの割合・構成及び構図、商品展示の位置及び方式は、いずれも帕弗洛サイトのトップページの表現と基本的に同一であり、実質的な類似を構成する。芸想公司与欧鰐公司是これらの同一部分の表現について独自に創作したことを証明できず、かつ、両サイトの ICP 登録日及びその掲載された文章の日付はいずれも帕弗洛サイトの完成日より遅く、しかも、同業競争者として、

インターネットを通じて、帕弗洛サイトの内容にアクセスする機会があった。したがって、人民法院は、芸想公司与欧鰐公司在帕弗洛公司的同意を得ずに無断で帕弗洛サイトのトップページに実質的に類似するページを情報ネットワーク上に置いたことは、帕弗洛公司在有する当該ウェブページ著作物の情報ネットワーク伝達権の侵害を構成すると判断した。

(ウ) 一方、修正権は、著作者人格権であり、著作者の精神的及び人格的な権利の保護に着目したものである。芸想公司与欧鰐公司的両サイトは帕弗洛サイトと細部において差異が存在するものではあるが、帕弗洛サイトを直接修正したものでなく、帕弗洛公司在著作者人格権の損害をもたらしてはいないため、修正権侵害に関する帕弗洛公司的主張は認めない。

(エ) 人民法院は、芸想公司与欧鰐公司に対し、自らのサイトのトップページを直ちに削除し、それぞれ帕弗洛公司に対して損害賠償 10,000 人民元及び帕弗洛公司在侵害を差止めるために支出した合理的支出 5,000 人民元を支払うよう判示した。

芸想公司及び欧鰐公司是、第一審判決を不服として、上海知識産権法院に上訴した。

(3) 第二審判決

第二審法院は、一審と概ね同様の理由により、上訴を棄却し、第一審判決を維持した。

5. 解説

本件は、ウェブページの構成について編集著作物への該当性を具体的に判断した事例であり、実務上参考になると思われる。著作権法及び「著作権法实施条例」において、ウェブページは著作物の例として挙げられていない。このため、ウェブページの著作物該当性については、著作物の定義に沿って個別に判断することが必要となる。著作物該当性は、主に、①複製可能性と②独創性の有無の2点から判断される。本件の判決では、ウェブページの複製可能性を認めた上で、ウェブページの構成がいわゆる編集著作物に該当するか否かを判断するには、その内容及び全体のインターフェイスの編集効果に独創性があるかが鍵となると説示した。すなわち、ウェブページを構成する各部分又は要素が、個別にはパブリックドメインに属するものであったとしても、その組合せの編集、内容の選択、構図等により視覚的な美感をもたらされる場合、当該ウェブページの独創性が認められ、著作物として保護を受けると判断した。本件では、帕弗洛サイトが使用している色、文字、商品の展示方法、アニメ効果等は、パブリックドメインに属するため、いずれも独創性が認められるものではないと判断されたが、そのトップページにおける各要素の選択、組合せ、構図の編集には独特な構想が表われていたため、トップページに関しては独創性があるとして、著作物性が認められた。一方、帕弗洛サイトの下層ページについては、各要素の組合せが簡単なものであるとして、その独創性が認められず、著作物性が否定された。すなわち、著作物の独創性についてはケースバイケースの判断が必要となるが、デザイン要素がパブリックドメインに属するものであっても、それらの要素の組合せが視覚的な美感をもたらすものであれば、ウェブページの著作物性が認められ得る。

また、著作権侵害の有無に関しては、中国の裁判実務では、主に、①実質的な類似性及び

②アクセスの有無の2点から判断されている²⁴。本件においては、芸想公司与欧鰐公司の両サイトのトップページで使用されている文字やアニメ効果のように帕弗洛サイトと異なる点は複数あったが、背景の色、ページの配置、各パーツの構成、商品展示の位置及び方式がほぼ一致しているという点から、実質的に類似すると認定された。また、アクセスの有無に関しては、人民法院は、①芸想公司与欧鰐公司の両サイトの ICP ライセンス（中国におけるウェブサイトの許認可）の届出日、掲載された文章の日付がいずれも帕弗洛サイトの完成日より遅いこと、②芸想公司与欧鰐公司が帕弗洛公司と同業者であり、帕弗洛サイトにアクセスする可能性があることからアクセスの機会があったことを認定した。したがって、本件では、芸想公司与欧鰐公司が、帕弗洛公司の有する著作権について、その情報ネットワーク伝達権を侵害したことが認められた。

6. 企業へのメッセージ

中国において日系企業のウェブサイトのデザイン等が中国企業や個人に模倣される事例が後を絶たない中、本件は、中国においてウェブサイトの編集著作物性について判断を行った貴重な裁判例であり、実務上参考になると考えられる。

また、ウェブページが、いつ作成され、修正されたかを証明することは、厳格な証拠法則を採用する中国においてはとりわけ困難である。本件では、ウェブページの作成時期を、ICP ライセンスの届出日及び掲載された文章の日付から認定した。この点でも本判決は注目に値する。しかしながら、日本企業としては、自社のウェブページについて、制作委託契約書、メールやファックス、業務日誌等ウェブページを独自に制作した事実や日付を裏付ける証拠を保管し、他者にウェブページの著作権侵害をされた場合、又は著作権侵害として他者から訴えられた場合に備えるべきである。

²⁴ 吳漢東『「実質的類似+アクセス」の権利侵害認定規則に関する試論』（原文「试论“实质性相似+接触”的侵权认定规则」）、法学 2015 年第 8 期。 <http://article.chinalawinfo.com/ArticleFullText.aspx?ArticleId=93503>

14. 衣料品に係争美術的著作物を勝手に使った結果、複製権・発行権の侵害を構成したほか、さらに著作権者の氏名表示権も侵害したと認定された事件

1. 事件の性質

著作権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：S氏と快尚時裝（広州）有限公司、広州優岸美致時裝有限公司との著作権侵害紛争事件

争点：著作権者の氏名を明示せず、衣料品に係争美術的著作物を無断で利用した行為は氏名表示権の侵害になるか

3. 書誌的事項

第一審：広東省広州市白雲区人民法院（2014）穗雲法知民初字第 812 号

原告：S氏

被告：快尚時裝（広州）有限公司（以下「快尚公司」という）、広州優岸美致時裝有限公司（以下「優岸美致公司」という）

判決日：不明

第二審：広州知的財産権法院（2015）粵知法著民終字第 177 号

上訴人：S氏

被上訴人：快尚公司、優岸美致公司

判決日：2015 年 6 月 11 日

関連条文：著作権法第 3 条、第 10 条、第 11 条、第 48 条、第 49 条、「著作権法实施条例」第 19 条、権利侵害責任法第 2 条、第 15 条、第 22 条、最高人民法院「著作権民事紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第 7 条、第 19 条、第 20 条、第 25 条、第 26 条

出典：

第二審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=7dcc96e1-7a61-48ed-903f-daa7505a9e87>

4. 事件の概要

を言い渡した。しかし、S氏が求めた書面による謝罪、謝罪広告と精神的損害の慰謝料の支払などの訴訟請求を棄却した。

(ア) 快尚公司与優岸美致公司是S氏の係争作品における複製権・発行権を侵害しているかについて

被疑侵害商品にプリントされた麒麟図案はS氏の係争作品とほぼ同じであった。衣料品における係争作品の使用について著作権者であるS氏の許諾を得ていないため、著作権侵害が認定された。なお、両社間の契約によれば、優岸美致公司是商品のデザインを担当していたが、両社の法定代表者、営業住所、連絡先などがすべて同じ、また、被疑侵害商品の領収書の裏に優岸美致公司の名称も明記されているため、両者は共同で被疑侵害商品の製造・販売を行っていたと判断した。したがって、両社がS氏の複製権・発行権を共同して侵害していることを認定できる。

(イ) 両社はS氏の氏名表示権を侵害しているかについて

優岸美致公司の職員は係争作品を収集・使用するときその著作権者を明らかにすることができないため、氏名表示権侵害の主観的故意はないと認定した。また、「著作権法实施条例」第19条は、「他人の著作物を利用する場合は、著作権者の氏名及び著作物の名称を明示しなければならない。但し、当事者に別段の約定がある場合、又は著作物の利用方法の特性により明示することができない場合は、この限りでない」と定めている。本件において、権利侵害商品は服装であり、係争作品は図案として服装の表側の目立つ位置にプリントされている。服装デザイン業界の慣例及び常識からすれば、服装の目立つ位置に図案の著作権者の名前を明示することは極めて珍しいと思われる。したがって、本件は「著作物の利用方法の特性により明示することができない場合」に該当し、著作権者の氏名表示権を侵害していると認めない。また、S氏が求めた氏名表示権の侵害による精神的損害の慰謝料の支払も認めない。

(ウ) S氏からの謝罪、影響の除去という請求を認めるかについて

謝罪及び影響の除去という民事責任は著作者人格権を侵害するときに適用されるが、本件の場合、氏名表示権という著作者人格権の侵害が認められないため、この訴訟請求についても支持しない。

(3) 第二審判決

第二審法院は、第一審判決について、事実の認定に問題はないが、法律の適用に誤りがあったと判示した。第二審法院は複製権・発行権侵害の停止、販売中の権利侵害商品及び在庫品の廃棄という部分について、原判決を維持すると同時に、快尚公司与優岸美致公司に対し、氏名表示権侵害の停止、損害賠償額80,000元と合理費用20,000元の支払、「中国製衣」紙における謝罪広告の掲載を命じた。その理由は以下のとおりであった。

(ア) 氏名表示権の侵害について

係争作品は「紅門創意Tシャツ図案コンテスト」の受賞作品である。これは、係争作品はそもそもTシャツの図案として作成されたことを示し、本件における係争作品の利用方法に「著作権法实施条例」第19条にいう特性があるとはいえない。快尚公司与優岸美致公司是デザイン全体の美観を損ねることなく図案の隣、襟又は商品タグに著作権者の名前を表示する

ことができる。しかも、このような実例も珍しくないと思われる。また、係争作品は「站酷網」で発表するときすでに著作権者の名前を表示されたので、優岸美致公司是著作権者の名前を確認できるはずであった。にもかかわらず、著作権者の名前を示さず係争作品を使用したことから、優岸美致公司には主観的故意があるといえる。したがって、快尚公司与優岸美致公司がS氏の氏名表示権を侵害していることを認定できる。また、氏名表示権は著作権者人格権であり、快尚公司与優岸美致公司のS氏の氏名表示権を侵害した行為は、S氏の著作権者人格権を侵害したと認め、法に従い、両社はS氏に対して謝罪を行う民事責任を負担すべきであると判示した。

(イ) 賠償額の算定について

快尚公司与優岸美致公司が権利侵害により獲得した利益又はS氏が権利侵害により受けた実際の損失のいずれも立証できないため、最高人民法院「著作権民事紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第25条及び第26条に基づき、人民法院は係争作品の知名度、快尚公司与優岸美致公司の主観的悪意、権利侵害の範囲、権利侵害者の経営規模、権利侵害商品の利益実現における係争作品の役割などの要素を総合的に考慮し、第一審判決が決めた賠償額が明らかに低いと判断し、改めて80,000元の損害賠償額を算定した。しかし、S氏が主張している10,000元の精神的損害の慰謝料について、S氏が重大な精神的損害を受けたことを立証できないため、支持しなかった。

5. 解説

著作権法第10条は、氏名表示権が著作権者の身分を示し、著作物に名前を表示する権利であると規定している。氏名表示権は、創作の事実に基づき生じる権利であり、著作権者が有する著作人格権の1つである。「著作権法实施条例」第19条によれば、他人の著作物を使用する場合は、著作権者の氏名及び著作物の名称を明示しなければならない。但し、当事者に別段の約定がある場合、又は著作物の使用方法の特性により明示することができない場合は、この限りでない。

本件は、服装デザイン領域で生じた著作権侵害の紛争であり、権利侵害者は、著作権者の許可を受けずに、その製造又は販売する服装において係争作品を使ったことは、複製権・発行権の侵害に該当すると認定された。本件事案の主な争点は、服装デザインにおいて他人の美術作品を無断で使用する場合、著作権者の氏名表示権の侵害になるかという点である。これについて、第一審法院と第二審法院は異なる意見を示している。第一審法院はやや保守的であり、業界慣例と世間の一般的な常識からすると「服装には図案作者の氏名を示せない」という結論を出した。それに対し、第二審法院はもっと進歩的な態度をとり、「図案の隣、襟又は商品タグに作者の名前を表示することが可能であり、図案の全体的な美感を損なうこともなく、実際にTシャツに挿絵作家の署名があることは業界でも珍しくない」、つまり、法律上の「著作物の使用方法の特性により明示することができない場合」に該当しないという意見を示した。第二審法院は著作権者の利益を重視するという一側面も見られ、服装デザイン領域における著作物使用行為の規範化に重要な意義を有する。

6. 企業へのメッセージ

中国の著作権には、著作者人格権と財産権が含まれる。さらに、著作者人格権の支分権は、公表権、氏名表示権、改変権及び同一性保持権である。製品のデザインに他人の美術作品を使用する際に、著作権者の氏名を表示しないことにより、著作権を侵害する可能性があることについて注意すべきである。著作権者不明の挿絵については、なるべく慎重な態度をとり、出所を調べるべきである。

15. 著作権者の氏名表示をラジオ・テレビ局の法定許諾の適用要件の一つと判示した紛争事件

1. 事件の性質

著作権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：仏山人民ラジオ局とG氏との著作権侵害紛争事件

争点：ラジオ・テレビ局は、著作権法第43条第2項の法定許諾を適用する場合、どのような要件を満たさなければならないか

3. 書誌的事項

第一審：北京市東城区人民法院（2014）東民初字第01501号

原告：G氏

被告：中国科学文化音響映像出版社有限公司（以下「中国音響映像公司」という）、仏山人民ラジオ局（以下「仏山ラジオ局」という）、S氏

判決日：2014年11月24日

第二審：北京知識産権法院（2015）京知民終字第122号

上訴人：仏山ラジオ局

被上訴人：G氏

原審被告：中国音響映像公司、S氏

判決日：2015年4月12日

関連条文：著作権法第10条第1項第2号、第5号、第6号、第11号、第14号、第2項、第11条、第43条第2項、第47条第6項、第48条第1項、第49条、最高人民法院「著作権民事紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第20条第1項、第2項、第24条、第25条第1項、第2項、第26条

出典：

第一審：北京法院裁判情報網

<http://www.bjcourt.gov.cn/cpws/paperView.htm?id=100197508230>

第二審：首都政法総治網

http://www.bj148.org/zt/2015zt/2015sjzscqr/cpws/201505/t20150506_882584.html

4. 事件の概要

(1) 事実関係

G氏は、「G氏の春秋に関する話（全7巻）」の著作権者であり、2009年7月から2011年5月の間、出版社を通じて当該著作物を順次出版発行していた。

中国音響映像公司及び仏山ラジオ局は、G氏の許可なく、上記の著作物に基づき、「世界の春秋に耳を傾ける」という読み物を作成し、2年半の間、仏山ラジオ局の従業員であるS氏の創作著作物として、仏山ラジオ局のチャンネルにより放送していた。更に、2012年7月から、中国音響映像公司、仏山ラジオ局及びS氏は、「世界の春秋に耳を傾ける」を光ディスク（音声）にし、S氏の創作著作物として出版し、60人民元の単価で販売していた。

それに対し、G氏は、中国音響映像公司、仏山ラジオ局及びS氏が自らの氏名表示権、修正権、複製権、放送権、情報ネットワーク伝達権、改編権、発行権、報酬を受ける権利を侵害したとして、光ディスクの廃棄、経済的損失の損害賠償、精神的損害賠償、謝罪を求めて訴訟を提起した。

(2) 第一審判決

第一審法院は、仏山ラジオ局及び中国音響映像公司の行為が著作権侵害になるかの問題について、次のように判示した。

(ア) 仏山ラジオ局による「世界の春秋に耳を傾ける」の放送は、著作権の侵害になるか

第一に、鑑定機構の鑑定によれば、「世界の春秋に耳を傾ける」のうちのおよそ122.4万の漢字は、「G氏の春秋に関する話」の表現と同じであり、その同じ部分は、「世界の春秋に耳を傾ける」の全体の74%、「G氏の春秋に関する話」全体の89%を占めた。更に、仏山ラジオ局は、「世界の春秋に耳を傾ける」の関連内容が「G氏の春秋に関する話」以外の適法な出所によるものであることを証明できないため、「世界の春秋に耳を傾ける」は、「G氏の春秋に関する話」に依拠していると認められる。

第二に、仏山ラジオ局による「世界の春秋に耳を傾ける」の放送の際、「G氏の春秋に関する話」の内容を使用したとき、原著物の基本表現を維持しながらも、放送のため原著物の表現をラジオ放送に適する話し言葉に修正し、かつ再創作をした。その再創作した内容は、一定の独創性を有し、かつG氏の許可を得ていなかったため、G氏の改編権を侵害した。

第三に、仏山ラジオ局は、G氏の許可を得ずに改編された「世界の春秋に耳を傾ける」を公衆に放送したことが、G氏の放送権を侵害した。

第四に、仏山ラジオ局は、「世界の春秋に耳を傾ける」を放送していた2年間の中で、放送の最終回に1回だけG氏のことを言及した。このような行為は、「世界の春秋に耳を傾ける」がG氏の「G氏の春秋に関する話」に依拠したものではなく、S氏の創作著作物であるとの誤解を聴衆に与える。そのため、仏山ラジオ局は、G氏の氏名表示権を侵害した。

第五に、ラジオ局は、他人の公表した著作物を放送するとき、著作権者の氏名及び著作物の名称を明示しなければならず、かつそれを使用するとき、他人の著作物を修正してはならず、又は放送に必要かつ合理的な範囲内で修正すべきである。しかし、本件で仏山ラジオ局

は、「世界の春秋に耳を傾ける」を放送していた間、G氏の氏名を明示しておらず、かつ、G氏の著作物に対する修正が必要かつ合理的な範囲を超えたため、著作権法第43条第2項の「法定許諾」を適用することができない。

(イ) 中国音響映像公司及び仏山ラジオ局による「世界の春秋に耳を傾ける」の光ディスクの出版発行が著作権の侵害になるか

「世界の春秋に耳を傾ける」の光ディスクの内容は、「世界の春秋に耳を傾ける」の放送の内容と一致したため、G氏の複製権、発行権を侵害し、更に、光ディスクの内外包装にG氏の氏名を明示しなかったため、G氏の氏名表示権も侵害した。

(ウ) 著作権侵害に関する損害賠償の計算基準について

「世界の春秋に耳を傾ける」の放送について、G氏は受けた実際の損失を証明することができなかったため、裁判所は、図書の評価、知名度、仏山ラジオ局の権利侵害行為の性質、権利侵害行為の継続時間、実際に使用した著作物の部分がG氏の著作物全体に占める比率、提訴された権利侵害放送内容の視聴者数、光ディスクの販売価格及び販売数等の要素を総合的に考慮し、損害賠償金額をあわせて55万元と決定した。

以上の理由により、第一審法院は、次のとおり判示した。

仏山ラジオ局による「世界の春秋に耳を傾ける」の放送は、G氏の氏名表示権、放送権、改編権、報酬を受ける権利を侵害した。また、中国音響映像公司及び仏山ラジオ局による「世界の春秋に耳を傾ける」の光ディスクの出版発行は、G氏の複製権、発行権、氏名表示権、報酬を受ける権利を侵害した。

G氏の訴訟請求（既存の「世界の春秋に耳を傾ける」の光ディスクの廃棄、経済的損失の損害賠償、2万元の精神的損害賠償、謝罪）は支持する。

仏山ラジオ局は、第一審判決を不服として、北京知的財産法院に上訴した。

(3) 第二審判決

第二審において、仏山ラジオ局は、その放送行為が著作権法第43条第2項の「法定許諾」の規定により、G氏の氏名表示権又は改編権を侵害しない旨主張した。これに対して、第二審法院は、次のように判示し、仏山ラジオ局の上訴を棄却し、第一審判決を維持した。

(ア) 仏山ラジオ局による「世界の春秋に耳を傾ける」の放送は、著作権法第43条第2項の「法定許諾」を適用できるか

著作権法第43条第2項は、「他人が公表した著作物を放送するラジオ局、テレビ局は、著作権者の許諾を受けなくてもよいが、報酬を支払わなければならない。」と定めた。この条文は、ラジオ・テレビ局による公表された著作物の放送に関する法定許諾を規定するものであり、公表された著作物の広い伝達を促進するために、著作権者の権利を制限している。ラジオ・テレビ局は、当該条文を適用するため、公表された著作物を使用する場合、著作権者の他の権利を侵害せず、著作権者に与える損害を最小化しなければならない。言い換えれば、ラジオ・テレビ局は、他人の著作物を使用する場合、原著作物を尊重すべきであり、たとえ原著作物を修正するとしても、放送に必要な範囲内にとどめなければならない。しかし、本件で仏山ラジオ局は、「世界の春秋に耳を傾ける」を放送する際、スタジオに適する話し言葉

に修正するため、助詞等の増加、語順の変化等を行っていた他、原著作物に存在しない内容も加えた。その追加された新たな内容は、「G氏の春秋に関する話」の内容と緊密に関連し、新たな著作物ということができ、「G氏の春秋に関する話」に対する改編に該当する。

また、著作権法の基本的な要求として、いかなる者も、他人の著作物を使用する場合、著作権者の氏名を明示しなければならない。法定許諾の場合でも、同様である。例えば、著作権法第22条の教科書の編集に関する法定許諾規定は、編集者が著作権者の精神的権利を十分に尊重し、著作権者の氏名を明示しなければならないと要求した。そのため、著作権法第43条第2項は、著作権者の氏名の明示との要求を明らかに規定していないが、法定許諾それ自体が氏名の明示を要求しており、氏名の明示が法定許諾の1つの適用要件を構成する。更に、氏名表示権は、著作権者それ自体がその著作物との創作関係を表明する権利である。氏名表示権を実現するため、読者、聴者等に対して適切な方法で著作権者を明示しなければならない。

しかし、本件で仏山ラジオ局は、「世界の春秋に耳を傾ける」の放送中及びその後、著作権者であるG氏のことを3回しか言及しておらず、そのうちの1回がラジオ局の最終回放送において行われ、2回が放送の主宰者の個人ブログにおいて行われた。更に、放送の主宰者の個人ブログにおいて行われた2回の著作権者の氏名表示行為は、放送の主宰者の個人ブログにおいて行われたことであり、仏山ラジオ局の放送行為と関係せず、かつ仏山ラジオ局の放送の最後日又は放送後に行われたため、著作権者の氏名を明示する効果を有しない。

以上、仏山ラジオ局は、「世界の春秋に耳を傾ける」を放送していた間、G氏の氏名を明示しておらず、かつ放送に必要な範囲を超えて新たな内容を追加し、G氏の原著作物を改編した。そのため、仏山ラジオ局による「世界の春秋に耳を傾ける」の放送は、著作権法第43条第2項の「法定許諾」を適用できない。

(イ) 仏山ラジオ局による「世界の春秋に耳を傾ける」の光ディスクの複製、発行は、G氏の氏名表示権を侵害したか

「世界の春秋に耳を傾ける」の光ディスクの内容は、「世界の春秋に耳を傾ける」の放送内容と一致したため、仏山ラジオ局は、G氏の氏名を明示すべきであるが、光ディスクの内外包装にG氏の氏名を明示しなかったため、G氏の氏名表示権を侵害した。

(ウ) 著作権侵害に関する損害賠償の計算基準について

「世界の春秋に耳を傾ける」の放送について、各当事者が損害賠償に関する確実な証拠を提出していなかったため、原判決における仏山ラジオ局の権利侵害行為の性質、権利侵害行為の継続時間、実際に使用した著作物の部分がG氏の著作物全体を占めた比率、提訴された権利侵害放送内容の視聴者数等の要素によって損害賠償金額を決定したことは、支持する。

5. 解説

著作権法第43条第2項は、ラジオ局及びテレビ局（以下総称して「ラジオ局等」という）による著作物の使用に関する法定許諾の規定である。本条文によれば、ラジオ局等は、著作権者に報酬を支払った上、著作権者の許諾を受けなくても著作権者の公表された作品を直接

に放送することができる。このような規定の目的は、公共利益のため、著作権者の専用権利に対して一定の制限を行い、すでに公表された作品を公衆により広く伝達し、国の文化と科学の発展を推進することにある。しかし、ラジオ局等に対しての法定許諾は、著作権者の権利に対しての制限であり、公共利益と個人利益との間の衝突を避けられない。当該衝突を適切に取り扱うため、利益のバランスを考慮する必要がある。すなわち、ラジオ局等の使用に関する法定許諾制度は、著作権者の権利と公共利益、又は著作権者の権利と伝達者・使用者利益との間のバランスを考慮しなければならない。公共利益のため著作権者の権利を制限すると同時に、一定の条件を課す必要がある。即ち、ラジオ局が法定許諾に従って他人の作品を使用するとき、著作権者の他の利益を損害してはならず、必要な報酬を支払い、著作権者の利益の損害を最低程度にしなければならない。また、原著作物に対する修正の程度も必要かつ合理的な範囲にとどめる必要がある²⁵。

なお、中国の著作権法は、ラジオ局等の法定許諾の適用について、ラジオ局等の報酬の支払義務のみを規定し、その適用要件を規定していないため、理論上及び実務上において議論されている。本件は、ラジオ局等による法定許諾の適用に関する法律問題を説明したものである。本件において、裁判所は、公表された著作物の使用者は、著作物を修正することができるが、その修正をラジオ局等の放送に必要かつ合理的な範囲内にとどめなければならない、著作物以外の新たな内容を追加してはならないこと、著作権者の氏名表示権が法定許諾の1つの適用要件であり、公表された著作物の使用者は、法定許諾を適用する場合でも、著作権者の氏名を明示しなければならない、これらの条件を満たさない場合、法定許諾を適用しないことを示した。

6. 企業へのメッセージ

本判決は、ラジオ局等が、著作権法第43条第2項の法定許諾に基づき、公表された第三者の著作物を権利者で無断で使用する場合であっても、著作権者に報酬を支払う義務がある共に、著作物を改変する場合、その改変を必要かつ合理的な範囲内に行わなければならない、それを超えて原著作物以外の新たな内容を追加してはならない、また著作権者の氏名を明示しなければならないことを明らかにした。

日本企業が保有するコンテンツの著作物が、デッドコピーされる例に加え、近時、改変して使用される例も増加している。本判例は、中国のラジオ局等が著作権を権利者に無断で使用することが、著作権法第43条第2項の法定許諾に基づく許される範囲を超えるか否か判断する基準を示しており、日本のコンテンツの保有者にとって実務上参考になると思われる。

²⁵ 周文君「ラジオ局法定許諾の法律適用及び権利侵害の民事責任の認定に関する検討——仏山ラジオ局と賈志剛との著作権侵害紛争事件に対するコメント」(原文「广播电台法定许可法律适用及侵权民事责任认定问题探讨——评析佛山人民广播电台侵害贾志刚著作权纠纷案」)、中国版權2015年第3期、第28頁。

16. 戦闘機の同比例で作られた模型は模型の著作物を構成すると判示した紛争事件

1. 事件の性質

著作権侵害紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：北京中航智成科技有限公司と深セン市飞鹏達精品制造有限公司との著作権侵害紛争事件

争点：戦闘機のデザイン及びその模型は美術の著作物と模型の著作物をそれぞれ構成するか

3. 書誌的事項

第一審：北京市第一中級人民法院（2013）一中民初字第7号

原告：北京中航智成科技有限公司（以下「中航智成公司」という）

被告：深セン市飞鹏達精品制造有限公司（以下「飞鹏達公司」という）

判決日：不明

第二審：北京市高級人民法院（2014）高民（知）終字第3451号

上訴人：中航智成公司

被上訴人：飞鹏達公司

判決日：2015年2月5日

関連条文：著作権法第3条、第10条、第48条、「著作権法实施条例」第4条第8号、第12号、第13号

出典：

第二審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=ae8b2d36-9673-4b4f-b75e-bda299093fa3&>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

「歼10」戦闘機は成都飛行機設計研究所（以下「成飛所」）が設計、開発した戦闘機である。2007年1月5日、「歼10」戦闘機の模型が北京釣魚台国賓館で公開された。2007年11月、成飛所は中航智成公司に、「歼10」戦闘機の模型の製造・販売の独占的権利及び「歼10」戦闘機のデザインとその模型に関する知的財産権の紛争において権利を主張する権利を授権

した。中航智成公司是 2007 年 12 月 10 日、他社から「舩 10」戦闘機の模型の製造依頼を請け負い、2010 年 8 月から「舩 10」戦闘機の模型を販売した。

訴外鄢兆飛は 2007 年 8 月 27 日、2011 年 11 月 29 日に、名称が「飛行機模型（舩 10）」の意匠を出願した（登録番号「ZL200730172725.X」、同「ZL201130451088.6」）。また、飞鹏達公司是 2011 年 6 月 1 日、2012 年 5 月 30 日に、訴外鄢兆飛とライセンス契約を締結し、「飛行機模型（舩 10）」の意匠権の排他的使用権の許諾を受けた。

2011 年 9 月 1 日、中航智成公司是飞鹏達公司の営業場所で中航智成公司の戦闘機模型と類似する模型を購入した。

そこで、中航智成公司是、「舩 10」戦闘機本体、設計図及び模型がそれぞれ美術の著作物、図面の著作物及び模型の著作物であり、飞鹏達公司在中航智成公司の著作権である複製権及び発行権を侵害したとして、模型の生産・販売の停止、謝罪、経済的損失 500 万元及び合理的費用 36,690 元の支払を求めて、訴えを提起した。

これに対し、飞鹏達公司是、①「舩 10」戦闘機本体が著作物ではない、②中航智成公司在適格な原告ではない、③飞鹏達公司在生産、販売している戦闘機模型は中航智成公司在主張する設計図及び模型と実質的に近似していない、④飞鹏達公司在生産する戦闘機模型は合法的授權を受けているとして、抗弁した。

(2) 第一審判決

第一審法院は、「舩 10」戦闘機本体、模型及び設計図が美術の著作物、模型の著作物及び図面の著作物に該当するかの問題について、以下のとおり、判示した。

(ア) 「舩 10」戦闘機本体は美術の著作物に該当するかについて

著作権法上の著作物を構成するために、①文学、芸術及び科学の分野に属する知的成果であること、②独創性を有すること、③ある種の有形的な形式で複製できること、との条件を具備する必要がある。著作権法は思想を保護せず、思想の表現を保護する。

「著作権法实施条例」第 4 条第 8 号は、「美術の著作物とは、絵画、書道、彫塑等の線、色彩又はその他の方法で構成される審美的意義を有する平面的又は立体的なデザイン芸術の著作物を指す」と規定している。一方、実用芸術品は実用性と芸術性を有し、その実用の部分が技術案、実用機能等の思想を含むため、著作権法の保護を受けない。実用芸術品が著作権法上の美術の著作物として保護を受けるのは、その実用の部分ではなく、芸術の部分である。したがって、実用芸術品が美術の著作物として保護を受けるために、美術の著作物の条件を満たす以外、その実用の面と芸術の面が相互に独立していることが必要である。両者が分離できない場合、芸術の面に対して提供した著作権法の保護は実質的に実用の面にも及び、著作権法の基本原則に抵触することになる。相互に独立というのは、物理上の分離可能又は觀念上の分離可能があれば足りる。実用芸術品の芸術の面に対して変更を行うと実用機能が喪失することになる場合、当該実用芸術品の実用の面と芸術の面が分離不可能と認定すべきであり、著作権法上の保護は受けない。

本件の「舩 10」戦闘機は芸術性を有するが、それが設計過程での付帯産物に過ぎなく、その芸術の面に対する変更は必然的に実用機能の実現に影響する。したがって、「舩 10」戦闘

機の芸術の面と実用の面が相互に独立しておらず、美術の著作物としての保護を受けることができない。

(イ)「舩 10」戦闘機の模型は模型の著作物に該当するかについて

著作物を構成するために、「独創性」を有しなければならない。「独創性」とは、「独立完成」と「創作性」の両面を有する。「独立完成」とは、著作物が著作者の独立の思想で作られたもので、他人の著作物を模倣又は剽窃してはならないことを指す。

本件の「舩 10」戦闘機の模型は本体を一定の比例により、縮小製作したもので、本体に対する正確な複製にすぎず、中航智成会社が独立に創作したものではなく、著作物を構成しない。また、中航智成会社が「舩 10」戦闘機の模型が本体より前に作られたと主張しても、著作権の保護を受けない。その理由は、「舩 10」戦闘機の本体が著作権の保護を受けない以上、その模型が本体より前に作られたか、後に作られたかは関係なく、いずれも本体と同一の表現に対する異なる表現方法に過ぎないため、模型に対して著作物として保護を与えると、実質的に著作物ではない本体に対して著作権の保護を与えることになるため、「舩 10」戦闘機の模型にも著作権の保護を与えることはできない、ということである。

(ウ)「舩 10」戦闘機的设计図は図面の著作物及び美術の著作物に該当するかについて

図面の著作物が著作権の保護を受ける理由は、図面の著作物の点、線、面等の要素の組み合わせによる科学的な美にある。図面の著作物と美術の著作物との区別は、その保護する表現対象の違いにある。図面の著作物の表現対象は科学分野に属し、美術の著作物の表現対象は芸術分野に属する。したがって、図面の著作物と美術の著作物を区別するために、その表現対象の所属分野を判断基準とすべきである。所属分野を判断するために、当該著作物に「審美的意義」の芸術性を有するかを判断することを原則とし、当該著作物の機能、著作物を創作する主観的目的、当該著作物により工業製品を製造できるか、製造された工業製品がなお美術の著作物に該当するか等の具体的状況を総合的に考慮し、認定する。

本件の設計図は特定の線と面により構成され、一定の科学的な美を有する。但し、本件の設計図は、「舩 10」戦闘機を製造するためのもので、「舩 10」戦闘機が美術の著作物ではない以上、本件の設計図も美術の著作物ではない。したがって、本件の設計図の表現対象は科学分野に属し、図面の著作物を構成する。

図面の著作物に含まれる技術案等の「思想」的な要素は著作権の保護を受けないため、図面の著作物の複製権の範囲は「平面から平面へ」の複製である。本件において、飛鵬達会社の行為、すなわち模型を製造することは「平面から立体へ」の複製であり、その本質は図面に含まれる技術案を利用するものである。したがって、飛鵬達会社は設計図の複製権を侵害していない。また、図面の著作物の発行権の侵害が成立するために、複製行為が前提である。飛鵬達会社は複製行為を実施していないため、設計図の発行権に対する侵害もない。

また、設計図の著作権を侵害しない理由は他にもある。一つは、「舩 10」戦闘機的设计図と本体は同一の表現の異なる表現方法に過ぎない。本体に対してすでに著作権の保護が否定された以上、設計図も著作権法の保護を受けない。もう一つは、著作権侵害行為が成立するために、権利侵害側が著作物に接触した可能性が必要である。本件の設計図は秘密文書であり、中航智成会社は飛鵬達会社が設計図に接触した可能性があることを証明していないため、

飛鵬達会社が設計図の著作権を侵害したとの主張は認められない。

以上の理由により、第一審法院は、中航智成公司に対して、そのすべての訴訟請求を棄却する旨の判決を下した。

中航智成公司是、第一審判決を不服として、北京市高級人民法院に上訴した。

(3) 第二審判決

第二審において、中航智成公司是、「舛 10」戦闘機のデザイン及びその模型に対する著作権のみを主張し、設計図の著作権を主張しないことにした。これに対して、第二審法院は、以下のとおり、判示した。

(ア) 「舛 10」戦闘機のデザインが美術の著作物に該当するかについて

著作権法は思想の独創的な表現を保護するもので、思想、実用機能等の要素を保護しない。そのため、立体的なデザインが美術の著作物に該当するかを判断するにあたって、実用機能に決定された部分と純粋な芸術表現の部分を区別する必要がある。即ち、実用機能に決定され分離できないデザイン部分を除いたあと、純粋な芸術表現の部分について独創性を有し、美術の著作物を構成するかを判断する。

著作権の観点から、「舛 10」戦闘機のデザインは、実用機能に決定された部分を除いたあと、独創性の芸術表現に属し、美術の著作物として著作権法の保護を受けることができる。但し、一般的に、飛行機の研究・開発・設計により作られた特殊な飛行機デザインは飛行機の性能（即ち、実用機能）で決定されたもので、当該デザイン部分は飛行機の機能と一体となって、物理的、観念的に分離できない。本件において、中航智成公司是、「舛 10」戦闘機のデザインが美術の著作物を構成すると主張するため、証拠をもって「舛 10」戦闘機のデザインには飛行機性能で決定されたデザイン以外にどの部分が飛行機の機能と独立する純粋な芸術表現に属するかを証明又は合理的に説明する証明責任を負う。しかし、中航智成公司是挙証証明又は合理的に説明する義務を果たしていない。中航智成公司是証明責任を尽くしていない場合の不利な法的効果を受ける。「舛 10」戦闘機のデザインは美術の著作物と認定されない。

(イ) 「舛 10」戦闘機の模型が模型の著作物に該当するかについて

第二審において、中航智成公司是、「舛 10」戦闘機の模型が本体より前に製作されたものであり、中航智成公司的製造、販売している「舛 10」戦闘機の模型が成飛所の完成した模型を複製したもので、その主張する権利は成飛所の模型の著作権であることを明確した。

模型の著作物は物体の一定比例により拡大又は縮小して作られたものである。展示、試験又は観測等の用途のために、模型と原物の類似程度が高ければ高いほど実際の需要を満たし、その独創性が高くなる。模型の著作物該当性を判断するには、「著作権法実施条例」の関連規定及びその目的から、合理的に解釈し、法律規定から離れてはならない。本件の「舛 10」戦闘機の模型は「舛 10」戦闘機のデザインの等比例で縮小して作られたものであるため、模型の著作物に該当する。第一審の模型が本体の等比例で縮小して作られたものであるためその製作時間の如何に関わらず独創性を有しないと認定に誤りがある。

第二審法院は、観察比較により、飛鵬達会社が製造した模型は中航智成会社の模型と高度に近似していると認定した。また、「舛 10」戦闘機の模型は訴外鄢兆飛の意匠出願及び飛鵬達会社の模型の製造・販売より前に公開されたため、飛鵬達会社は当該模型に接触した可能性を有する。

したがって、飛鵬達会社は中航智成会社の「舛 10」戦闘機の模型の著作物の複製権及び発行権を侵害した。

以上の理由により、第二審法院は、第一審法院の判決を取消し、飛鵬達会社に対して、模型の製造、販売行為の停止、40 万元の経済的損失（法定賠償額の範囲内）及び 33,360 元の合理的費用の支払を命じる旨の判決を下した。

5. 解説

本件は、中国で初めての戦闘機のデザインに関する著作物紛争事件である。第一審法院と第二審法院はともに、「舛 10」戦闘機の本体が美術の著作物として保護を受けることができないと判断している（但し、第二審法院は、中航智成会社が挙証責任を果たしていないことを理由に、本件戦闘機本体の著作権を否定しているため、戦闘機の本体に著作権を付与することを完全に否定していないと考えられる）。それは、戦闘機の特殊なデザインは飛行機の性能、即ち、実用機能により決定され、当該デザイン部分と飛行機の機能が一体になり、物理上、観念上は分離できず、戦闘機本体に対して著作権をもって保護するのはその実用機能の独占につながりかねないためである。

中国の著作権関連法令において、実用芸術品について規定がない。実務上、実用芸術品について、美術の著作物に該当する場合、その著作権を保護するとの取扱がなされている。「著作権法实施条例」第 4 条第 8 号は、「美術の著作物とは、絵画、書道、彫塑等の線、色彩又はその他の方法で構成される審美的意義を有する平面的又は立体的なデザイン芸術の著作物を指す」と規定している。美術の著作物に著作権が付与されるのは審美的意義を有するデザインを有するからである。したがって、実用芸術品にも審美的意義を有するデザインが認められると、美術の著作物に該当する可能性がある。但し、一般的に、実用芸術品のデザインを決めるのは、その求められる機能にある。そのような機能的デザインを保護するために、意匠権制度が設けられた。そのため、実用芸術品のデザインは同時に意匠権の保護対象と著作権の保護対象に該当する可能性がある。意匠権の保護期間は著作権の保護期間より短く、著作権で保護を与えると、意匠権の保護期間を過ぎて公用領域に入った技術的な思想を著作権者により独占され、技術の進歩に阻害をもたらすおそれがある。それを防ぐため、実務上、実用芸術品が著作物として保護を受けるには、実用的機能的なデザインと分離できる芸術的なデザインの部分の存在が必要になる。それを判断するために、芸術的な部分に対して物理的又は観念的に変更を加えると、機能的な部分はなお有効であるかが重要な判断基準である。分離できると判断された場合、当該実用芸術品に対して著作権法の保護を与えることができる。本件において、第二審法院は戦闘機のデザインには芸術的な表現が存在すると認めつつも、それが戦闘機の機能的な部分と分離できるか否かは権利主張者の証明責任であるとし、

証明責任を果たさなかった場合、戦闘機の著作権は否定されるとしている。

但し、第一審法院と第二審法院は、「舛 10」戦闘機の等比例で縮小された模型について「模型の著作物」を構成し、著作権法上の保護を受けることができるかについて相反する判断を示している。第一審法院はそれが模型の著作物を構成しないとするのに対し、第二審法院はそれが模型の著作物を構成するとしている。

模型の著作物について、「著作権法実施条例」第 4 条第 13 号は、「模型の著作物とは、展示、試験又は観測等の用途のために、物体の形状又は構造に基づき、一定の比率に従い製作された立体著作物を指す」と規定している。第二審法院は、「著作権法実施条例」の規定から、模型が原物との類似性が高ければ高いほど、その独創性が高くなると判示した。しかし、その点について、学説には、強い異論²⁶がある。学説の主張の主な理由は第一審法院の判示と類似している。即ち、一般的に、著作物と認定するために、当該著作物に独創性が必要である。単純な複製物は、どれだけの労力を注がれども、独創性がないとされ、単独な著作物とは認められない。言い換えれば、「舛 10」戦闘機の等比例で縮小された模型は平面又は立体のデザインに作者の十分な個性的な選択と表現を表していなく、実質的に模型の母体と同一の表現であり、独創性を有していないともいい得る。

但し、本件では、「舛 10」戦闘機の模型が本体よりも前に作られたと認定されたので、この点は第二審法院の著作権認定に影響を与えていると考えられる。

6. 企業へのメッセージ

本件は、工業製品のデザインについて、著作権法による保護の範囲（実用性と芸術性の分離が必要など）について興味深い判断を行った。工業製品のデザインについては、著作権の他に、意匠権による保護も考えられ、その場合、事前に特許法上の出願手続を行う必要がある。企業がその有する実用の工業製品について権利を主張する場合、著作権又は意匠権のいずれかのルートによる保護を検討する必要がある。また、模型の独創性について、第二審法院はそれを認めているが、学説又は実務（第一審法院のように）による反論が強いため、慎重に対応する必要があることに留意されたい。

²⁶ 王遷「等比例模型の著作権法上の性質—初めての飛行機模型事件に関するコメント」（原文「论等比例模型在著作权法中的定性——兼评“首例飞机模型著作权侵权案”」）、中国版權 2015 年第 4 期、5 頁。

【不正競争】

17. 商品の種類が多数である場合、特徴のある共通の装飾を知名商品特有の装飾と判示した紛争事件

1. 事件の性質

知名商品特有の名称、包装、装飾、企業名称の無断使用紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：卡駱馳公司、卡駱馳靴飾（上海）有限公司と厦門卡駱馳貿易有限公司、卡駱馳（晋江）商貿有限公司との知名商品特有の名称、包装、装飾の無断使用、模倣冒用、他人の企業名称の無断利用紛争事件

争点：商品の種類が多数で、各商品の装飾に一定の差異が存する場合、知名商品特有の装飾をどのように認定すべきか、商業装飾が知名商品特有の装飾ではないとされた場合、不正競争防止法の一般条項で権利者を保護すべきか

3. 書誌的事項

第一審：上海市第二中級人民法院（（2013）滬二中民五（知）初字第172号）

原告：卡駱馳公司、卡駱馳靴飾（上海）有限公司（以下「卡駱馳靴飾公司」という）

被告：厦門卡駱馳貿易有限公司（以下「厦門卡駱馳公司」という）、卡駱馳（晋江）商貿有限公司（以下「晋江卡駱馳公司」という）、晋江明吉靴業有限公司（以下「明吉公司」という）、L氏、上海来紅商貿有限公司（以下「上海来紅公司」という）

判決日：2015年4月14日

第一審：上海市第二中級人民法院（（2013）滬二中民五（知）初字第173号）

原告：卡駱馳公司、卡駱馳靴飾公司

被告：厦門卡駱馳公司、晋江卡駱馳公司、L氏、上海来紅公司

判決日：2015年4月14日

第一審：上海市第二中級人民法院（（2013）滬二中民五（知）初字第174号）

原告：卡駱馳公司、卡駱馳靴飾公司

被告：厦門卡駱馳公司、晋江卡駱馳公司、L氏、上海来紅公司

判決日：2015年4月14日

関連条文：権利侵害責任法第8条、第15条第1項第1号、第6号、第8号、不正競争防止法

第2条、第5条第2項、第3項、第9条第1項、第20条、最高人民法院「不正競争民事事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第1条第1項、第2条第1項、第6条第1項、第8条第1項、第17条第1項

出典：

第一審（(2013)滬二中民五（知）初字第172号）：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=912f2152-c322-41fa-a783-dec00cf26e33>

第一審（(2013)滬二中民五（知）初字第173号）：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=06d9b63a-ee6e-48d2-9336-47eef2f3df88>

第一審（(2013)滬二中民五（知）初字第174号）：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=92176fb1-fd2a-4038-8fde-fd70f04606f0>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

カ駱馳公司は2005年4月にアメリカで設立され、中国国内において多数の関連企業（カ駱馳靴飾公司もその中の1つ）を設立している。2006年から、カ駱馳公司は代理事業者に中国国内におけるクロックスブランド商品の代理、販売及び宣伝を委託した。2009年以来、カ駱馳靴飾公司とその関連会社は上海、北京等の都市における200社を超える販売事業者と販売契約を締結し、434軒のクロックスブランド店舗及び51社の分公司を設立しクロックスブランド商品を販売した。2006年から、カ駱馳公司等及びその関連会社は中国国内において新聞、雑誌、ネット、テレビ等のメディアを通じて継続的にクロックスブランドの靴類商品の広告を出し、プロモーション活動を行った。2009年から2012年までに、クロックスブランドの靴類商品は各地で行政上、司法上の保護を受けていた。

2011年から、カ駱馳公司等は深セン市、上海市等の各地で「COQUI」ブランド（厦門カ駱馳公司が開発）の店舗において「COQUI」ブランドの「カ迪」、「欧羅」等の数種類の靴類商品を購入した。また、厦門カ駱馳公司が授権した淘宝网の「COQUI専門店」の店舗、厦門カ駱馳公司が経営する天猫網の「COQUI」ブランド旗艦店及び天猫網の3軒専門店のホームページ上において、「COQUI」ブランドの「欧羅」、「巴雅」等の靴類商品を販売していることも発見した。カ駱馳公司等が主張する7種類の商品装飾と「COQUI」ブランドの靴類商品の7種類の装飾とを比較すると、基本的に同じである。また、厦門カ駱馳公司等が経営の際に使用している店舗装飾の色、商品陳列の方法、商品マニュアルの配置、キャラクター、広告宣伝の内容はカ駱馳公司等のそれと類似している。

厦門カ駱馳公司等はカ駱馳公司の発展の歴史沿革を盗用し自己の会社の成立の歴史として宣伝し、かつ、カ駱馳公司等の許可なしで、「カ駱馳」文字を企業名称として登記し、それをもって広告宣伝を行い、「カ駱馳」と記載された商品を販売するなどの経営活動を行った。

そこで、カ駱馳公司等は、カ駱馳公司等のクロックスブランドの靴類商品が知名商品に該当することを前提として、①厦門カ駱馳公司等が生産、販売した十数種類の靴類商品に使用

された装飾、商品名称はカ駱馳公司等のクロックスブランドの靴類商品に使用されている装飾、名称と同一又は類似であるため、知名商品特有の名称、包装、装飾の無断使用を構成している、②厦門カ駱馳公司等がカ駱馳公司等と類似の商業装飾（商業標識、店舗装飾、平面设计、キャラクター、広告宣伝等を含む）を使用し、かつ、カ駱馳公司等の商品の特徴及びブランドの歴史に関する説明文を盗用し、消費者の混同又は誤認を惹起しているため、虚偽宣伝を構成している、③厦門カ駱馳公司等は勝手にカ駱馳公司等の企業商号である「カ駱馳」を自己の企業名称として登記し、商業活動において大量に使用することにより、市場の混乱を招き、他人の企業名称の無断利用を構成していると主張して、権利侵害行為の停止、謝罪、損害賠償及び合理的費用計 500 万元の支払を求めて、訴訟を提起した。

これに対し、厦門カ駱馳公司等は、①カ駱馳公司等の商品は知名商品ではない、②その靴類商品の装飾、名称及び商業装飾は特有性を有せず、知名商品特有の装飾等を構成しない、③カ駱馳公司等「カ駱馳」文字に対して、如何なる権利も有しない、等と反論した。

(2) 第一審判決

本件は、カ駱馳公司等が厦門カ駱馳公司等に対して 3 つの訴訟を同時に提起した事案である。3 つの訴訟において、カ駱馳公司等は、①「カ漫」、「カ駱班」、「猛獁」、「迪特」、「欧羅」、「貝雅」、「伊莱克託」の 7 種類の靴類商品に知名商品特有の装飾の認定及び保護、②「カ漫」、「カ駱班」、「猛獁」等 10 類の靴類商品の名称に知名商品特有の名称の認定及び保護、③商業標識、店舗装飾、平面设计、キャラクター、広告宣伝等を含むその商業装飾に知名商品特有の装飾の認定、及び不正競争防止法第 2 条²⁷に基づく保護を求めている。

これに対して、第一審法院は、3 つの判決書それぞれにおいて、以下のとおり、判示した。

(ア) 知名商品特有の名称、包装、装飾の無断使用について ((2013) 滬二中民五 (知) 初字第 172 号)

① 知名商品に関する認定

カ駱馳公司等は 2006 年から中国国内でクロックスブランドの靴類商品の販売を開始している。カ駱馳公司等は巨額の資金を投じて、クロックスブランドのために広告宣伝を行った。それにより、クロックスブランドの靴類商品の知名度が上がり、販売地域も中国大部分の地域に及び、毎年の売上高も高額である。したがって、クロックスブランドの靴類商品は知名商品に該当する。

② 特有の包装、装飾に関する認定

カ駱馳公司等の「カ漫」等 6 種類の靴類商品（「猛獁」を除く）の装飾は他の同類の靴類商品の装飾と区別できる 3 つの顕著な特徴を有する。それは、①靴の頭部が大きく、円弧形に

²⁷ 不正競争防止法

第 2 条（不正競争及び事業者の定義）

事業者は市場における取引の過程で、自由意思、平等、公正、誠実信用の原則に従い、広く認められている商業道徳を遵守しなければならない。

本法にいう不正競争とは、事業者が本法の定め違反し、他の事業者の合法的な権益に損害を与え、社会の経済秩序を乱す行為をいう。

本法にいう事業者とは、商品販売又は営利性のサービス（以下「商品」にはサービスを含む）に従事する法人、その他の経済組織及び個人をいう。

なっている、②靴の表面に均等に丸状の穴がある、③靴の尾部に移動式バンドがある、ということである。この3つの共通特徴を有する装飾はカ駱馳公司等の長期的使用により、商品の出所を区別する役割を有し、法律に規定する特有性の要求を満たし、知名商品特有の装飾と認定することができる。上記6種類の靴類商品の装飾は上記3つの共通装飾をベースとして、それぞれその他の特徴を施したものである。クロックス穴靴の共通の装飾が知名商品特有の装飾と認定された以上、カ駱馳公司等の6種類の靴類商品の装飾を保護するのに足りるため、カ駱馳公司等の6種類の靴類商品それぞれに対し知名商品特有の装飾を認定すべきとの要求を支持しない。また、「猛獁」について、証拠からその装飾の特有性を認めることができないため、その装飾が知名商品特有の装飾であるとの主張は支持しない。

カ駱馳公司等が権利を主張する商品ラベルの装飾は、円形のワニ図形、カラー丸点及び灰色の基本色から組み合わせたものである。その装飾要素の選択及び全体的な配置は独特な設計特徴を表し、経営において使用することは顕著な区別的な特徴を有するため、知名商品特有の装飾と認定することができる。

③特有の名称に関する認定

特有名称について、カ駱馳公司等の提出する証拠から、その主張する10種類の商品名称が商品の出所を区別する役割があることを証明できず、法律に規定する特有性の要求を満たしていないため、当該10種類の商品名称が知名商品特有の名称であるとの主張は支持しない。

(イ) 商業装飾の模倣冒用について ((2013) 滬二中民五 (知) 初字第173号)

①クロックスブランドの商業装飾に関する認定

カ駱馳公司等が主張する商業装飾の1つである店舗装飾は店舗の営業場所の装飾であり、白と緑を主として、それ自体は顕著性を有せず、靴類商品の吊り方もカ駱馳公司等特有のものではない。「CROCS」はカ駱馳会社の登録商標であるが、商標を店舗の看板、レジに使用することは商業経営において通常のやり方である。したがって、上記の組み合わせが一定の設計スタイルを有しても、顕著性が足りず、関連公衆がそれによって役務の出所を区別することもできず、知名商品特有の装飾の要件を満たさない。カ駱馳公司等が主張する商業標識、図表、説明図、材料分析文字、ウェブサイトの設計スタイル、商品マニュアルの配置、広告宣伝、キャラクター等の内容は、商業装飾の構成要素との関連性が乏しいため、商業装飾の構成要素ではなく、知名商品特有の装飾を構成しない。

また、カ駱馳公司等が商業装飾に対し不正競争防止法第2条に基づく保護を求める主張について、不正競争防止法第2条と第5条は一般条項と特別条項の関係にある。第5条第2号は特別条項として商業装飾について規定する以上、原則条項としての第2条を適用することは適切ではない。したがって、カ駱馳公司等の当該主張は支持しない。

②虚偽宣伝に関する認定

厦門カ駱馳公司等は経営においてカ駱馳会社の発展の歴史沿革を借用し自らの設立の歴史等を宣伝して、カ駱馳公司等の商業上の名誉に乗じる意図を有し、カ駱馳公司等の合法的利益を侵害し、虚偽宣伝を構成する。

(ウ) 企業名称の無断使用について ((2013) 滬二中民五 (知) 初字第174号)

カ駱馳公司等は「カ駱馳」文字を「CROCS」の商号及び商標の中国語訳として、2007年か

ら経営活動を通じて中国国内で普及させ、業界及び関連消費者の間に公知となり、比較的高い市場知名度を有している。したがって、卡駱馳公司等は「卡駱馳」文字に対する企業名称の権利を持っている。

厦門卡駱馳公司等は「卡駱馳」文字についていかなる合法的な権益も有しないにもかかわらず、卡駱馳公司等が企業名称の権利を持つ「卡駱馳」文字を自らの企業名称として登記し、経営活動において使用した。厦門卡駱馳公司等のそのような行為は、明らかに卡駱馳公司等の商業上の名誉に乗じる意図を有し、関連公衆に厦門卡駱馳公司等と卡駱馳公司等に対する企業及び商品の認識において混同を惹起し、違法な商業利益を獲得し、誠実信用の原則及び商業道徳に違反し、不正競争行為を構成する。

以上の理由により、第一審法院は、厦門卡駱馳公司等に対し、知名商品特有の名称、装飾への権利侵害行為と不正競争行為の停止、謝罪及び経済的損失計 52 万元と合理的費用計 11 万元の支払を命じる旨の判決を下した。

5. 解説

不正競争防止法第 5 条第 2 号では、知名商品特有の装飾を無断で使用する行為を不正競争行為の 1 つとして規定している。したがって、知名商品特有の装飾の認定は、知名商品の認定と特有の装飾の認定の二段階に分けられる。

まず、知名商品の認定について、「不正競争民事事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第 1 条第 1 項は、「中国国内において一定の市場知名度を有し、関連公衆に知られている商品は、不正競争防止法第 5 条第 2 号に規定する「知名商品」と認定しなければならない。人民法院は知名商品の認定において、当該商品の販売時期、販売区域、販売額及び販売対象、宣伝の継続時間、程度及び地域範囲、知名商品として保護を受ける状況等の要素を考慮し、総合的に判断しなければならない。原告は、商品の市場知名度について立証責任を負わなければならない」と規定している。本件法院は、まさにこの規定に基づき、クロックスブランドの靴類商品の販売時間、販売地域、広告宣伝の程度等を総合的に考慮し、クロックスブランドの靴類商品が知名商品であると認定した。

そして、特有の装飾の認定について、「不正競争民事事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第 2 条では、商品の出所を区別する顕著な特徴のある商品の装飾を知名商品特有の装飾と規定している。商品の装飾の類型として、文字図形類装飾と形状構造類装飾がある。本件は形状構造類装飾に関する事例である。商品の形状構造が商品本体と分離できないため、関連公衆はそれを商品本体の一部とみなし、一般的にはそれと商品の製造者、提供者との関連性を認識しにくいいため、形状構造類装飾を知名商品特有の装飾と認定するには、文字図形類装飾と比べより厳しい条件が必要となり、実務上、形状構造類装飾を知名商品特有の装飾と認定する事例は少ない。通常、形状構造類装飾を知名商品特有の装飾と認定するための条件として、①当該形状構造は一般設計と区別できる顕著な特徴を有すること、②市場での使用を通じて、関連公衆は当該形状構造と特定の製造者、提供者との関連性を認識できること、があげられる（最高人民法院（2010）民提字第 16 号）。本件法院もこの判断基準

に従い、クロックスブランドの靴類商品の共通の装飾は他の同類の靴類商品と区別する顕著な特徴を有し、かつカ駱馳公司等長期的使用により商品出所を区別する役割を有するとし、知名商品特有の装飾であると認定した。

また、通常の事例では1つの知名商品特有の装飾の認定のみを求めるところ、本件ではカ駱馳公司等は数種類の商品装飾それぞれに知名商品特有の装飾の認定を求めており、これは本件の最大な特徴ともいえる。それに対し、本件法院は、逐一に各商品装飾が知名商品特有の装飾に該当するか否かを検討するのではなく、各商品装飾の共通となる装飾が知名商品特有の装飾と認定した。本件は、1つのブランドのもとで多数なラインナップ商品が存在する場合の知名商品特有の装飾（特に形状構造類装飾）の認定に新たな判断手法を提供したといえる。

なお、本件では、カ駱馳公司等が不正競争防止法第2条に基づき、知名商品特有の装飾に対する保護を求めている。不正競争防止法第2条は市場競争の誠実信用の原則、不正競争と事業者の定義を定めている。実務上、第2条をもって不正競争行為を認定し、判決する事例がある。一般的に、第2条を適用する条件として、①法律は当該競争行為について特別な規定がないこと、②他の事業者の合法的権益は当該競争行為により実際に損害を受けたこと、③当該競争行為は確かに誠実信用及び商業道徳を違反し、不当性及び帰責性を有すること、があげられる（最高人民法院（2009）民申字第1065号）。本件法院は、知名商品特有の装飾について、不正競争防止法第5条第2号に特別な規定がある以上、一般条項である第2条を適用することはないとして、当該主張を支持しなかった。

6. 企業へのメッセージ

本件の3つの訴訟では、厦門カ駱馳公司等の法定代表者であるL氏の行為が不正競争行為に該当するかが争われた。人民法院は、L氏が権利侵害で訴えられた商品装飾について意匠出願して、その出願する意匠がカ駱馳公司等の知名商品特有の装飾を侵害したことを知りながら、なおこれを厦門カ駱馳会社に授権したため、L氏に知名商品特有の装飾を無断使用する不正競争行為責任があると認めた。但し、虚偽宣伝及び企業名称の無断使用に関する不正競争行為責任について、本件法院は、L氏が職務行為以外に個人としてそれらの不正競争行為を実施したと認める証拠がないとして、その責任がないと認定した。不正競争防止法違反事件において、相手企業だけではなく、その法定代表者にも責任を追究しようとする場合、原則としてその法定代表者が職務行為とは別に個人として不正競争行為を行ったことを証明する必要があると考えられる。

18. 企業名称と登録商標との間で権利の抵触が生じた際に信義誠実、公正な競争及び既存権利の保護の原則に従うと判示した紛争事件

1. 事件の性質

企業名称と登録商標との間で権利の抵触が生じた不正競争紛争事件

2. 事件名、争点

事件名：中糧集团有限公司と桐城市中糧福潤肉業有限公司等との不正競争紛争事件

争点：他人の企業名称と登録商標を自らの企業名称として使用することは不正競争行為に該当するか

3. 書誌的事項

第一審：安徽省安慶市中級人民法院（2014）宜民三初字第70号

原告：中糧集团有限公司（以下「中糧集团」という）

被告：桐城市中糧福潤肉業有限公司（以下「福潤公司」という）、安徽海一郎食品有限公司（以下「海一郎公司」という）

判決日：2015年1月21日

第二審：安徽省高級人民法院（2015）皖民三終字第65号

上訴人：中糧集团

被上訴人：福潤公司、海一郎公司

判決日：2015年6月29日

関連条文：不正競争防止法第2条、第5条第3項、第9条第1項、第20条第1項、「企業法人登記管理条例」第10条第1項、「企業名称登記管理規定」第3条、第10条第2項、最高人民法院「登録商標、企業名称と既存の権利との抵触に係る民事紛争事件の審理における若干問題に関する規定」第2条

出典：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=1366f925-29af-4a7d-8fc6-334ea2695983>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

中糧集团は「中糧」という登録商標の権利者であり、2005年12月30日、国家工商行政管

理総局商標局より、第 35 類「輸出入代理役務」において登録された「中糧」商標が馳名商標と認定され、かつ第 29 類において「中糧」という商標を出願し、登録されている（第 1185323 号、第 5669057 号）。そして、中糧集団の経営範囲は、食糧の買付、包装食品の卸売等である。また、2009 年 3 月 20 日、中糧肉食投資有限公司は北京市で設立され、経営範囲に肉食品領域での投資、投資した企業の管理、技術開発センターの設立、技術の研究開発、コンサルティングサービスの提供、卸売・小売・フランチャイズの従事等が含まれ、その株主は中糧肉食（香港）有限公司である。

福潤公司是 2009 年 8 月 20 日に安徽省桐城市で設立され、経営範囲には家禽の屠殺と第一次加工、生肉の分割と第一次加工、農産物の買付、第一次加工、販売等が含まれている。また、福潤公司の同族企業である海一郎公司是 2009 年 5 月 4 日に安徽省桐城市で設立され、その経営範囲が福潤公司とほぼ同様であり、家禽と生肉の第一次加工等が含まれている。

福潤公司及海一郎公司の商品ハンドブック及びウェブサイトで、「海一郎公司是中糧福潤肉業が投資・支配する企業の 1 つであり、中糧肉業が中部地域で設立した最大の家禽・家畜の屠殺加工工場でもある。海一郎公司是中糧肉業の豊富な資金、専門的な営業販売の人材及び熟練したブランド運営管理経験等によって」経営を行う企業であるとの宣伝が行われていた。

上記事実をもって、中糧集団は、福潤公司が許可なしに「中糧」という知名度の高い登録商標を企業名称として使用すること、及び海一郎公司が無断で中糧集団の商標及び商号を使用することにより、消費者及び公衆をして福潤公司及海一郎公司の主体及び商品の出所に対して混同を生じさせたため、不正競争に該当することを理由に、福潤公司及海一郎公司に対し、①福潤公司の企業名称の変更、②宣伝資料及びウェブサイトで「中糧」という文字を含む商号の使用停止、及び③経済的損失及び合理的な支出、合計 6 万元の賠償を求め、第一審法院である安徽省安慶市中級人民法院に提訴した。

(2) 第一審判決

第一審法院は、以下の理由により、中糧集団の主張の一部のみを認め、1 万元の損害賠償を命じる旨の判決を下した。

(ア) 福潤公司の企業名称に「中糧」という文字を含むことができるかについて

中糧集団と福潤公司の経営範囲が異なり、かつ福潤公司の企業名称が法定手続に従い審査認可を経て登録されたものであり、そのうち、「中糧」が単なる「中糧福潤」の一部であることから、中糧集団と福潤公司の企業名称について行政区画も事業の特徴も異なっているため、福潤公司による登録された企業名称の使用は、不正競争防止法第 5 条における「他人の企業名称を無断で使用」する行為に属せず、不正競争に該当しない。また、中糧肉食投資有限公司と福潤公司の設立時期が近接するため、福潤公司を設立する際に中糧肉食投資有限公司の企業名称の信用を利用する主観的な悪意があることを認定すべきではない。したがって、中糧集団による福潤公司の企業名称変更に関する請求を支持しない。

(イ) 福潤公司及海一郎公司が宣伝資料で「中糧」の文字を使用できるかについて

福潤公司及海一郎公司是同族企業であり、海一郎公司が福潤公司の企業名称を利用し宣伝

を行うことは信義誠実の原則に違反したとは認められない。また、5年以上継続して経営し、一定の市場シェアを保有する福潤公司及び海一郎公司にとって、法に従い登録された商号である「中糧福潤」のうちの「中糧」の使用停止が命じられれば、同様に公正な競争の原則に反するものである。したがって、中糧集団による宣伝資料及びウェブサイトでの「中糧」の文字の使用停止に関する請求を支持しない。

(ウ) 海一郎公司及び福潤会社に虚偽の宣伝が存在するかについて

海一郎公司及び福潤公司是、「海一郎公司是中糧福潤肉業が投資・支配する企業の1つであり、中糧肉業が中部地域で設立した最大の家禽・家畜の屠殺加工工場でもある。海一郎公司是中糧肉業の豊富な資金、プロな営業販売の人材及び熟練したブランド運営管理経験等を借りて」経営を行う企業であるとの宣伝を行う際に、その商号である「中糧福潤」を一体として使用していないため、公衆にその商品を誤認させる可能性があり、虚偽の宣伝行為が存在する。したがって、海一郎公司是上記の虚偽の宣伝行為を停止すべきである。中糧集団が、海一郎公司及び福潤会社の虚偽の宣伝行為により自らが被った損失額、及び海一郎公司及び福潤会社が虚偽の宣伝行為により取得した利益を証明できないため、海一郎公司及び福潤会社が行った虚偽の宣伝の情状及び社会への影響の程度に鑑み、事情を斟酌して、両社が中糧集団の経済的損失及び権利保護に要した合理的な費用、合計1万元を賠償するものとする。

以上のように、第一審法院は、福潤公司及び海一郎会社が連帯して、中糧集団に対して1万元を賠償することを命じる旨の判決を下したが、企業名称の変更、「中糧」という文字を含む商号の使用停止等の訴訟請求を棄却した。

一審判決後、中糧集団は判決を不服とし、安徽省高級人民法院に上訴した。

(3) 第二審判決

第二審の安徽省高級人民法院は、第一審判決を取消して、以下のとおり、中糧集団の主張の多くを認める判決を下した。

(ア) 福潤会社が企業名称に「中糧」という文字を使用することは不正競争に該当するかについて

登録商標と企業名称との間の紛争、及び企業名称の間の紛争に対して、信義誠実、公正な競争の維持及び既存権利の保護等の原則に従い、法により処理すべきである。

本件において、まず、中糧集団は先に「中糧」という文字を使用していた。1998年6月に、中糧集団は「中糧」の商標を第29類に登録し、2007年3月2日から「中糧」という文字を商号として使用してきた。中糧集団による長期にわたる使用により、「中糧」系列商標及び「中糧」という商号は農産物の領域において高い知名度を有し、その他の「中糧」文字を含有する農産物に関する事業を営む経営企業の名称に対して強い排斥的效果を有するため、「中糧」系列商標及び商号に対してより広い範囲と強さの保護を与えるべきである。これに対して、福潤会社が2009年8月20日に設立され、「中糧」系列商標及び「中糧」商号の登録時期より遅いため、中糧集団は先に「中糧」の文字を使用し、商標権及び企業名称権を有する。

そして、現代の中国語において、「中」と「糧」は使用上の固定的な組み合わせではなく、「中糧」商標及び「中糧」商号の使用により、本来独立したこの2つの文字が新たな組み合

わせになる。福潤公司がその企業名称を登録する際に「中糧」の文字を使用するのはいかなる正当、合理的な理由もないため、当該行為は他人の高い知名度の登録商標及び商号を自己の企業名称として登録する行為に該当する。

また、福潤公司の企業名称は「中糧福潤」という 4 つの漢字によって構成されているが、「中糧」系列商標及び「中糧」商号がより高い知名度と顕著性を有するため、「中糧福潤」のうち、もっとも識別しやすいのは「中糧」という文字であり、「中糧」は企業名称の核心文字である。そのため、当該商号は、福潤公司の商品の出所は中糧集団との間に特別な関係があるとの誤認を公衆に生じさせやすく、よって、市場の混同を生じさせる。

以上のように、中糧集団が「中糧」に対して既存の権利を有し、かつ「中糧」系列商標及び「中糧」商号が高い知名度を有するため、福潤公司が企業名称を選択する際に、上記の商標及び商号を自発的に避けるべきである。福潤公司が正当、合理的な理由を有せずに「中糧」文字を含む商号を使用することは、それを際立つように使用しているか否かを問わず、市場の混同が生じることが避けられない。したがって、かかる行為は、中糧集団の商業信用を取り入る主観的な意図があり、信義誠実の商業道徳に違反するため、不正競争に該当し、企業名称の変更及び損失の賠償に関する責任を負うべきである。

(イ) 海一郎公司在ウェブサイト及びパンフレットに「中糧」の文字を使用するのは不当競争に該当するかについて

前述のように、長期にわたる宣伝と使用により、「中糧」系列商標及び「中糧」商号が農産物の領域において高い知名度を積み重ねている。海一郎公司在福潤公司の企業名称を「中糧肉業」と簡略にして使用するの、誤解を招きやすい表示を意図的に使い、その商品が中糧集団の商品であると関連公衆に誤認させやすいため、不正競争行為に該当し、権利侵害行為の停止及び損失の賠償に関する責任を負うべきである（当該行為について、原審が虚偽宣伝と認定した部分を取消し、不正競争行為であると認定した）。

(ウ) 第一審判決における 1 万元の賠償金は明らかに低いかについて

本件において、海一郎公司在 2009 年 5 月に設立され、福潤公司在 2009 年 8 月に設立されたため、数年にわたる経営により、その商品は一定の市場占有率を有し、大きな利益を取得し、かつ中糧集団が権利保護のために公証費等の合理的な費用を支出したことに鑑み、第一審法院による 1 万元の賠償額の認定は著しく低い。中糧集団がその主張している 6 万元の賠償額の根拠を提出できなかったため、本法院は、「中糧」系列商標と中糧集団の知名度、及び福潤公司与海一郎公司的経営規模、主観的過失の程度、権利侵害の情状及び損害の結果等の要素を総合的に考慮し、事情を斟酌して、福潤公司及海一郎公司在連帯して、中糧集団の損失及び不正競争の差止に支出した合理的な費用、合計 4 万元を賠償することを命じた。

以上のように、第二審法院は、第一審判決を取消した上、福潤公司による企業名称の変更、海一郎公司による「中糧」の文字を使用する宣伝の停止、及び福潤公司与海一郎公司在連帯して中糧集団に対して 4 万元の賠償の支払いを命じる旨の判決を下した。

5. 解説

通常、工商行政部門の登記を経た場合、企業は登記を経た企業名称に対する権利を有している。但し、行政登記を経たとしても、企業が限界なしに企業名称を使用する権利を当然に付与されるものではない。本件では、登記済みの企業名称と知名商号及び登録商標に抵触が生じた際の処理が問題となった。

(1) 企業名称が他人の既存の企業名称に抵触する場合の処理

「企業名称登記管理規定」第6条第1項において、企業は登記主管機関の管轄区域内においては、すでに登記登録されている同一業種の企業名称と同一の、又は類似する名称を使用してはならないと規定されている。但し、中国においては分級登記管理制度が実施され、当該登記主管機関の管轄区域内に同一又は類似する企業名称を登記することはできないが、異なる管轄区域において、同一又は類似する名称を使用する企業が存在する可能性は免れない。

また、最高人民法院が2008年に公布した「登録商標、企業名称と既存の権利との抵触に係る民事紛争事件の審理における若干問題に関する規定」第2条によれば、企業名称が他人の先行企業名称と同一又は類似のもので、関連の公衆をしてその商品の出所に対して混同を生じさせるに足りる場合、不正競争防止法第5条第3号の「他人の企業名称又は姓名を無断で使用し、他人の商品と誤認させること」に関する規定を適用できると定められている。すなわち、ある企業名称の知名度が当該登記主管機関の管轄区域を超えた場合、その名称に対する不正競争防止法上の保護は当該管轄区を超え、その知名度が及ぼした地域範囲に及ぶこととなると考えられる²⁸。

(2) 企業名称が他人の登録商標と抵触する場合の処理

最高人民法院が2002年に公布した「商標民事紛争事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第1条第1号において、他人の登録商標と同一又は類似する文字を企業の商号とし、同一商品又は類似商品において際立つように使用し、容易に関連する公衆に誤認を生じさせる行為は、他人の商標権に損害を与える行為に該当するとされている。

また、最高人民法院が2009年に公布した「当面の経済情勢下における知的財産権裁判が社会大局をバックアップすることに関する若干問題についての意見」第10条によれば、企業名称が際立つように使用されることにより他人の商標権を損害した場合は商標権侵害事件として処理し、企業名称が際立つように使用されないが、その使用により市場混同を生じさせ、公正な競争を違反した場合は、不正競争防止法違反事件として処理すると規定されている。

前記に鑑み、企業名称が他人の登録商標と抵触する場合、商標権侵害事件として処理するか、不正競争防止法違反事件として処理するかは、当該企業名称が際立つように使用（中国語：突出使用）されたか否かによって区別されると考えられる。

(ア) 企業名称が際立つように使用された場合の処理

企業名称を際立たせた使用とは、たとえば、他人の登録商標の文字と同一又は類似する自らの商号を企業名称から抜き出して、又は自らの企業名称若しくは商号を略称して、その字

²⁸ 蔣志培、孔祥俊、夏君麗『「登録商標、企業名称に係る民事紛争事件の審理における若干問題に関する規定」に対する理解と適用（下）」（原文「对《最高人民法院关于审理注册商标、企业名称民事纠纷案件若干问题的规定》的理解与适用（下）」）、工商行政管理2008年第9期、50頁。

体、サイズ、色等において際立つように使用し、公衆に強い印象を与える行為であると考えられる。かかる使用によって、企業名称又は商号に商標法上の標識と区別の効果を持たせるため、すなわち、当該企業名称又は商号が商標として使用されているため、当該行為は商標権に対する侵害に該当し、商標権侵害事件として処理される。

(イ) 企業名称が際立つように使用されない場合

他人の登録商標と抵触している企業名称を際立つように使用していない場合、商標権への侵害に該当しないことがあり得るが、状況によって、不正競争行為として認められる可能性が存在すると考えられる。

また、不正競争行為を認定する際に、①主観的悪意、②企業名称と先行登録商標との同一性又は類似性、③商標の知名度、④市場に対する混同の程度等の要素を考慮すべきであると²⁹考えられるが、競争関係の存否の要件について、他人の知名度の高い名称又は商号を不当に利用し、自らの競争力を向上させる行為がある限り、不正競争行為に該当すると認定できるため、経営範囲が一致することを厳格に求める必要はないと考えられる。

要するに、企業名称を登録する際に、企業は信義誠実の原則に従い、他人の既存の権利（例えば、登録商標、企業名称等）を避けるべきであるが、企業名称と登録商標との権利抵触及び企業名称の間の抵触に関する紛争が生じたとき、人民法院は、信義誠実、公正な競争の維持及び既存権利の保護等の原則に従い処理すると明確にされた。そして、本件の判決の内容からすれば、人民法院は、知名度の高い企業が保有する顕著性と知名度の高い商業標識に対し、より強く保護する傾向があると考えられる。

6. 企業へのメッセージ

企業にとって、必要ではない紛争を回避するため、企業名称を選択・登録する際に、登録しようとする企業名称が、企業の登録地において登録済みの企業名称に同一又は類似でないか事前に確認するのみならず、登録地以外における知名度の高い既存の企業名称又は登録商標に抵触するか否かについても十分確認する必要があると考えられる。

また、自社の企業名称に類似する企業名称を使用する企業に対して、商標権侵害に加え、不正競争防止法違反を理由として、使用の差止め、損害賠償を求めていくことを検討する必要があると考えられる。

²⁹ 張婷、陳成建「企業名称が他人の商標と名づけられた行為への認定」(原文「企业字号以他人商标命名的定性」)、
人民法院報 2014年2月12日、第7版

19. 他人の企業のビジネスモデルを妨害する行為を不正競争行為に該当すると判示した紛争事件

1. 事件の性質

ネット上のビデオ広告を遮断するソフトウェア等を提供する行為の不正競争該当性に関する紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：北京極科極客科技有限公司と北京愛奇芸科技有限公司の間のネット上のビデオ広告を遮断するソフトウェア等を提供する行為に関する不正競争紛争事件

争点：主力業務又は業種が違う事業者の間に競争関係があると認定できるか、アドオンソフトウェアを利用して、ビデオの広告部分を非表示させる行為は不正競争行為に該当するか

3. 書誌的事項

第一審：北京市海淀区人民法院（2014）海民（知）字第 21694 号

原告：北京愛奇芸科技有限公司（以下「愛奇芸公司」という）

被告：北京極科極客科技有限公司（以下「極科極客公司」という）

判決日：2014 年 10 月 28 日

第二審：北京市知的財産法院（2014）京知民終字第 79 号

上訴人：極科極客公司

被上訴人：愛奇芸公司

判決日：2015 年 2 月 13 日

関連条文：不正競争防止法第 2 条第 2 項、第 2 条第 3 項、第 20 条

出典：

第一審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/Content/Content?DocID=75eabbc0-90a5-4a91-afdb-e3f507716e1e>

第二審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/Content/Content?DocID=e1a8c351-679e-47a7-92bd-29b1712bee39>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

愛奇芸公司是、愛奇芸ネット（www.iqiyi.com）を通じてユーザーにオンラインビデオ放送サービスを提供すると共に、ビデオが再生される前に広告を放映（以下「ビデオ広告」という）し、広告主から広告費を徴収することによって商業利益を得ていた。

極科極客公司是、「極陸由」というシリーズルーター（以下「極陸由ルーター」という）の生産販売者である。極科極客公司是、ビデオ広告の遮断を目的として極陸由ルーターを販売した。また、極科極客公司是自ら運営するプラットフォームにおいて、ビデオ広告を遮断するためのアドオンソフトウェア（以下「アドオンソフトウェア」という）を提供した。ユーザーは、極陸由ルーターを購入設定の上、このアドオンソフトウェアをインストールすると、愛奇芸ネットのビデオ広告を視聴することなくビデオ放送を視聴できる（以下「ビデオ広告の遮断」という）。このアドオンソフトウェアのダウンロードページにはアドオンソフトウェアについて、「第三者から提供」、「作成者は OpenGG である」旨の説明があるが、極科極客公司是「作成者は OpenGG である」ことに関する情報を提供できなかった。

愛奇芸公司是、極科極客公司が愛奇芸公司的合法的な権利を侵害し、正常な商業秩序を妨害することによって、数多くのユーザーを集め不正な経済利益を獲得した行為が不正競争行為に該当すると主張し、訴えを提起して、不正競争行為の差止めと、210 万円の損害賠償等を請求した。

極科極客公司是、①自社は無線ルーターの生産販売業者であり、愛奇芸公司是オンラインビデオサービス業者であるから、両者はそれぞれ別の分野に属していて、競争関係がない、②本件にかかわるアドオンソフトウェアは第三者からアップロードしたものであり、極科極客公司が開発又はアップロードしたものではない、③アドオンソフトウェアの利用を決めるのは消費者であり、極科極客公司には過失がない、④ビデオ広告の遮断はユーザーの個性化のニーズに対応する技術革新であり、既有産業に影響を与えるため不正競争と認定されれば技術革新を阻むおそれがある、⑤愛奇芸公司が主張する損害賠償の根拠は正確ではない、と主張反論した。

（2）第一審判決

第一審法院は、下記の理由で、極科極客公司的行為が不正競争行為に該当すると認め、40 万円の損害賠償を命じる判決を下した。

（ア）競争関係について

不正競争防止法を適用する事業者は競争関係になければならないところ、競争関係にあるかどうかは、主力業務又は業種だけで判断すべきでなく、具体的な行為からみて、当該行為が他の事業者の競争利益を損うかどうかを分析すべきである。主力業務からみれば愛奇芸公司与極科極客公司是競争関係にないように見える。しかし、極科極客公司是ビデオ広告遮断のアドオンソフトウェアと極陸由ルーターによって、愛奇芸ネットのユーザーがビデオ広告を遮断することを可能とすることを通じて、自社の商業利益を増加する一方で、愛奇芸公司的広告収入を減少させた。以上の結果、もともと競争関係にない両社の間に、競争関係が生じた。

（イ）行為者について

第一審法院は下記の理由で、極科極客公司是アドオンソフトウェアの開発者かつ、アップロード者と認定した。①極科極客公司是自ら運営するプラットフォームにおけるアドオンソフトウェアは第三者がアップロードしたものであるという主張に対して立証責任があり、一方で極科極客公司是第三者の身分に関する情報を提供できなかった。②極科極客公司是関連アドオンソフトウェアの積極的な推薦者と主要な利益取得者であり、極科極客公司的広告や顧客の質問に対する回答やプラットフォームにおける記述等の証拠は、極科極客公司在アドオンソフトウェアを開発しアップロードした事実を裏付けた。③人民法院が愛奇芸公司的行為保全申請書を極科極客公司に送った3日後、関連アドオンソフトウェアは愛奇芸公司的ビデオ広告を遮断しなくなったことからみれば、関連アドオンソフトウェアの開発・アップロード者が極科極客公司と同じ立場に立っているといえる。

(ウ) 関連行為の正当性判断

愛奇芸公司是ユーザーに対してオンラインビデオサービスを提供するとともに、ビデオ広告によって商業利益を得るビジネスモデルは合法であり、関連商業利益は法的保護に値する。事業者は技術革新とビジネス創造によって競争優位を正当に獲得する。しかし、公共利益のためではない場合、直接的に競争相手の経営行為を妨害してはならない。極科極客公司的行為は、正当競争の合理的な限界を超え、愛奇芸公司的合法利益を侵害し、誠実信用の原則と商業道徳に違反し、不正競争に該当する。人民法院はこの判断について、下記の理由を述べた。①極科極客公司是、アドオンソフトウェアがビデオサイトの事業者に重大な損失を被らせることを明らかに知っており、主観的な責任がある。②技術の利用は法律の限界を突破できない。一方で、極科極客公司的行為はすでに不正競争防止法に違反した。③インターネット上においてビデオ広告を遮断できるソフトウェアが存在するが、こうしたソフトウェアの存在は違法行為の深刻さしか説明できなく、行為自身が合法であるわけではない。

(エ) 法律責任

極科極客公司是すでにアドオンソフトウェアを更新して愛奇芸公司的ビデオ広告を遮断しなくなったため、人民法院は関連アドオンソフトウェアのダウンロードサービス等を停止させない。賠償金額について、愛奇芸公司在請求する210万元は高すぎて、これを証明する証拠は足りないため、人民法院は経済的損失と合理的支出を併せて40万元の損害賠償請求を認める。

(3) 第二審判決

極科極客公司是第一審判決を不服として、①自社は関連アドオンソフトウェアの開発者又はアップロード者ではない、②自社と愛奇芸公司与競争関係がない、③40万元の損害賠償を認定する根拠はないことを理由として上訴を提起した。

第二審法院は下記の理由で極科極客公司的上訴を棄却し、第一審判決を維持した。

(ア) 事実認定について

法人の行為と意思表示は外観から見られる事実状態を判断根拠とする。極科極客公司是自ら運営するプラットフォームを第三者に公開しないかぎり、外観からみれば本件アドオンソフトウェアの開発・アップロード者は独立の第三者ではないと認定できる。よって、極科極

客会社は関連アドオンソフトウェアの開発者及びアップロード者と認定することは合理で、極科極客会社は結果発生に責任を負うべきである。第一審判決の事実認定を支持する。

(イ) 競争関係の認定について

双方の間に最終利益の面で競争関係があれば、双方は競争関係があると認定し、不正競争防止法を適用する。本件において、双方の核心的な利益はいずれもネットユーザーの獲得を源泉としているから、競争関係がある。よって、本件は不正競争防止法を適用できる。

(ウ) 極科極客会社の行為の正当性について

インターネット企業間の市場競争では、他の事業者の正当かつ合法的なビジネスモデルを妨害することで、自らの利益を獲得してはならない。事業者はサービスの品質、便利さ、価格に関する正当な競争を通じて他の事業者のビジネスモデルを変えさせることは可能である。しかし、本件において、極科極客会社は愛奇芸会社のビジネスモデルを強引に変化させてネットユーザーにサービスを提供し、悪意をもって他人のビジネスモデルを破壊することによって、自らの利益を増加しており、こうした行為は法律によって禁止されているものである。よって、極科極客会社の行為は不正競争に該当する。

(エ) 賠償金額の確定

本件において、極科極客会社は不正競争行為によって高い市場シェアを獲得して、潜在的な営利価値を獲得した。こうした事情を賠償金額を計算する際の重要な要素として考慮するべきで、第一審判決が定めた40万円の損害賠償は不当ではなく、これを維持する。

5. 解説

本件は、他の事業者のビジネスモデルを不当に妨害する行為を不正競争として認定した事例である。市場における事業者の競争行為は多かれ少なかれ他の事業者に対して影響をもたらす。特に新しい経済状況において、広告やネットページの遮断、他人の開発するプログラムの制限などが不正競争行為として認定される可能性がある。そこで、どのような行為が不正競争行為に認定されるかが問題になる。

不正競争行為と認定する際、競争関係にあることは前提となる。通常、伝統的な分野において競争関係があるか否かは業種や主力業務によって判断する。しかし、社会経済が迅速に発展し、特にインターネット業界の勃興により、伝統的経済モデルと異なる両面市場(two-side market)が現れた。本件は、特に新経済においては、最終利益の面で競争関係があれば、事業者の間に競争関係があるという考え方を示した。

本件において、競争関係にある事業者の行為は不正競争に該当するかどうか二段階で検討している。まず、行為の影響で不利益を受けた事業者からみて、関連利益は法的保護に値するかどうかの問題である。関連利益は正当かつ合法的な利益ではない場合、これを妨げる行為も不正競争に該当しない。例として、セキュリティソフトウェアの場合を考えてみよう。インターネットを利用する時、悪質なアドオンソフトウェアや広告などが存在する。セキュリティソフトウェアはこれを遮断又は非表示とすることができる。悪質のアドオンソフトウェアや広告はそもそも不正当又は非合法的なものであるから、セキュリティソフトウェアを提

供する行為は不正競争行為に該当しない。

次に、行為者は該当行為によって、直接に他の事業者の正当かつ合法的な利益を妨害して、自己の利益を増加するかどうかの問題になる。ある事業者が開発したプログラムは、パソコンに既存のプログラムと抵触し、後者を利用させない場合、当該事業者は客観的に他の事業者の利益を妨害したが、他人のプログラムを無効化する主観的な要素がない場合であれば、不正競争に該当しない可能性がある³⁰。

また、本件において不正競争防止法第2条の適用も争点になった。不正競争防止法が1993年制定されて以来20年余り経ち、この間の競争態様は日進月歩である。不正競争防止法が制定される時点で予想できなかった新しい型の不正競争行為に対して、不正競争防止法の第5条から第15条まで明記された不正競争行為に属しないにもかかわらず、第2条の一般条項によって不正競争行為を認定できるという論点は、既存の判決において肯定した先例³¹があり、本件判決もこれを肯定した。

6. 企業へのメッセージ

本件は、インターネットにおける近時頻発している不正競争防止法違反事件の典型的な事例である。本件の争点は、不正競争防止法（改正草案審議提出稿（2016年2月））第13条においても示されている。同条はインターネット技術等を利用した経営妨害行為を、不正競争行為の類型として追加している。すなわち、①ユーザーの同意を得ず、技術的な手段でユーザーが他の事業者のネットサービスを利用すること阻止妨害すること、②許可又は授權を得ず、他の事業者が提供するネットサービスにリンクを入れ、自らのサイトにユーザーを誘導すること、③誤導、詐欺、強引な方法等で、ユーザーに他人が合法的に提供するネットサービスを、修正、閉鎖、アンインストールさせ又は正常に利用させないこと、④許可又は授權を得ず、他人が合法的に提供するネットサービスの正常な運営を妨害又は破壊すること、である。同条は、未だ審議中の段階であるが、本判決は、現時点からこのような行為を発見した場合に不正競争行為に該当すると主張して出訴することも十分に考えられることを示した点で、実務上参考になると思われる。

³⁰ 王文敏「インターネット競争における不当な妨害行為の認定について」（原文「互联网竞争中不当干扰行为的认定」）、知的財産権2016年第10期、48頁～49頁。

³¹ その例として、最高人民法院〔1999〕知終字第17号が挙げられる。

20. 宣伝者が商品の実際の製造業者であるか否かにかかわらず、宣伝を受ける公衆の一般的な認知状況を虚偽宣伝の判断要素とすると判示した不正競争紛争事件

1. 事実の性質

虚偽宣伝紛争事件

2. 事件名・争点

事件名：広州医薬集团有限公司と広東加多寶飲料食品有限公司との虚偽宣伝紛争事件

争点：加多寶会社が掲出した広告宣伝が虚偽宣伝に該当するか否か

3. 書誌的事項

第一審：広東省広州市中级人民法院（2012）總中法知民初字第 263 号

原告：広州医薬集团有限公司（以下「広薬集団」という）

被告：広東加多寶飲料食品有限公司（以下「加多寶公司」という）

被告：H氏

判決日：2013 年 1 月 31 日

第二審：広東省高级人民法院（2014）粵高法民三終字第 482 号

上訴人：広薬集団

上訴人：加多寶公司

原审被告：H氏

判決日：2015 年 12 月 2 日

関連条文：不正競争防止法第 2 条第 1 項及び第 2 項、第 9 条第 1 項、最高人民法院「不正競争民事事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第 8 条第 1 項第 3 号及び第 3 項

出典：

第二審：中国裁判文書網

<http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=1e4b52a2-8d2c-426e-8d8a-ed6d23a69d32>

4. 事件の概要

(1) 事実関係

「涼茶」という茶飲料があり、中国の広東、広西地域等で広く販売されている。「王老吉」

は、涼茶の調合方法として 1828 年ごろに開発され、本件当時、広葉集団が所有する登録商標名称となっていた。

広葉集団は、「王老吉」に関して、第 9095940 号、第 3980709 号、第 958049 号、第 626155 号の登録商標を有し、これらの商標いずれもが第 32 類（ノンアルコール飲料、ジュース/固形飲料等を含む）の商品に使用されている。

加多寶公司是、1998 年 9 月 17 日に（香港）鴻道集団有限公司（以下「鴻道集団」という）により設立された独資有限責任公司である。

1995 年、鴻道集団は、広葉集団から上記第 626155 号の登録商標の独占使用許諾を取得し、「王老吉」を印字した赤紙ベースのパッケージ及び赤缶を使って涼茶を製造販売してきた。更に、2000 年 5 月 2 日、広葉集団は、鴻道集団と「商標許可協議」及びその補充協議を締結し、鴻道集団に対して鴻道集団及びその投資した企業が中国国内（香港、マカオ及び台湾地域を除く）に上記第 626155 号、第 3980709 号、第 9095940 号の登録商標を使用し、赤缶及び赤瓶の「王老吉」涼茶を独占的排他的に製造販売する権利を許諾した。これらの商標独占使用許可契約があるため、広葉集団及びその傘下企業は、中国国内において、自らが既に製造販売している緑紙ベースのパッケージの「王老吉」涼茶を製造販売し続けるが、「王老吉」の商標を第 32 類の商品に使用することができず、「王老吉」の商標の使用を加多寶公司以外の第三者に許諾することができない。上記商標許諾の期間は、2000 年 5 月 2 日から 2010 年 5 月 2 日までである（実際には、当該商標許諾の期間は 2012 年 5 月 16 日まで延長）。

2011 年 12 月 29 日、鴻道集団と加多寶公司是、両社と広葉集団とが上記の「商標許可使用契約」めぐって争っていたと表明し、2012 年 3 月 29 日、加多寶公司是、「2011 年末をもって、加多寶の製造した赤缶の「王老吉」涼茶は新たな包装の使用を開始する」と公表した。2012 年 5 月 16 日、加多寶公司是、中国国際経済貿易仲裁委員会において「王老吉」の商標使用権に関する仲裁に敗訴した。その後、加多寶公司是、「加多寶」という涼茶の製造販売を開始した。更に、加多寶公司是、2012 年下半年から、中国全国で様々な媒体を通じて「従来の赤缶の王老吉の名称が加多寶涼茶に変更された」、「全国において販売量がトップの赤缶の涼茶の名称が加多寶に変更された」及びそれに類似するキャッチコピー等の広告宣伝を多く掲載してきた。そのため、「王老吉」の商標をめぐる加多寶公司と広葉集団との紛争及び両社の涼茶商品に関する報道が多くなった。

同時に、2012 年 2 月 28 日、広葉集団の傘下企業である広州薬業股份有限公司は、その 100% 子会社である広州王老吉大健康産業有限公司（以下「王老吉公司」という）を設立した。同年 5 月 11 日、広葉集団は、王老吉公司与「商標許可使用契約」を締結し、王老吉公司に対して王老吉公司在第 32 類の商品に広葉集団の上記第 626155 号、第 9095940 号、第 3980709 号、第 958049 号の商標を使用することを許諾した。広葉集団及び王老吉公司にて製造販売された「王老吉」涼茶は、赤缶の包装であり、その赤缶に上記の 4 つの商標及び「広葉集団」との商標が印字されているほか、「王老吉」との名称も印字されている。

2012 年 12 月 7 日、広葉集団は、広東省広州市中級人民法院において、加多寶公司在「従来の赤缶の王老吉の名称が加多寶涼茶に変更された」、「全国において販売量がトップの赤缶の涼茶の名称が加多寶に変更された」とのキャッチコピー等の広告宣伝を行ったことが、虚

偽宣伝であり、不正競争に該当することから、上記広告宣伝の差止め、及び、虚偽宣伝の結果、広葉集団の有する「王老吉」の商標が存在しなくなったと公衆に誤認させ、「王老吉は名称を変更していない」との宣伝（飛行場、テレビCM等）をしなければならないこととなったことに伴う費用等の損害の賠償、並びに謝罪文の掲載等を求め、訴訟を提起した。また、広葉集団は、H氏がその経営場所において、加多寶公司の上記の広告宣伝を掲出し、その経営場所の目立つ位置に上記の広告宣伝を有する加多寶公司の涼茶を販売したことが、虚偽宣伝であり、不正競争に該当するとし、上記広告宣伝の差止め等を求め訴訟を提起した。

また、訴訟提起と同時に、広葉集団は、その合法的な権益の損害を防ぐために、以下の内容を含む保全措置を申し立てた。すなわち、①加多寶公司がその広告宣伝及び製品包装において使った「王老吉が加多寶に変更された」又はその意味と同じもしくは近似する広告宣伝の不正競争行為を直ちに差止める、②加多寶公司、H氏がその広告宣伝及び製品包装において使った「全国において販売量がトップの赤缶の涼茶の名称が加多寶に変更された」又はその意味と同じもしくは近似する広告宣伝の不正競争行為を直ちに差止める。第一審法院は、案件の証拠を初歩的に審査した後、2013年1月31日に（2012）總中法知民初字第263号民事裁定をもって以下の裁定を下した。①加多寶公司是、「王老吉が加多寶に変更された」又はその意味と同じもしくは近似する広告宣伝を直ちに停止しなければならない、②加多寶公司、H氏は「全国において販売量がトップの赤缶の涼茶の名称が加多寶に変更された」又はその意味と同じもしくは近似する広告宣伝を直ちに停止しなければならない、③広葉集団の他の請求を棄却する。

（2）第一審判決

第一審法院は、次のように判示した。

（ア）本件の広告宣伝は虚偽宣伝であるか否か

広葉集団は、加多寶公司に対する「王老吉」の商標の使用許諾を終了した後、赤缶の「王老吉」涼茶の製造販売を開始した。そのため、2012年5月16日以後、赤缶の「王老吉」涼茶について、その製造業者は変更したが、その名称は「王老吉」涼茶のままで、変更されていなかった。「加多寶」と称する涼茶が加多寶公司に製造販売されたとしても、赤缶の「王老吉」涼茶の名称が加多寶涼茶に変更したとはいえない。そのため、「全国において販売量がトップの赤缶の涼茶の名称が加多寶に変更された」、「従来の赤缶の王老吉の名称が加多寶涼茶に変更された」との広告宣伝は虚偽宣伝に該当する。

（イ）本件の広告宣伝は誤認を招くか否か

赤缶の「王老吉」涼茶は、中国国内において相当なブランド知名度を備えている。2012年下半年から2013年3月まで、加多寶公司是、「全国において販売量がトップの赤缶の涼茶の名称が加多寶に変更された」、「従来の赤缶の王老吉の名称が加多寶涼茶に変更された」等の虚偽宣伝を数多く行った。それに従い、当時、中国国内の様々なウェブサイト、新聞雑誌等の媒体には、王老吉涼茶と加多寶涼茶をめぐる疑問、報道、評価等が非常に多く掲載された。それらの疑問、報道、評価等からすれば、加多寶公司の上記虚偽宣伝は、公衆の王老吉涼茶と加多寶涼茶との関係に対する誤認を招いたといえる。更に、H氏が加多寶涼茶（6缶入り）

を販売していた際、そのレシートに記載された商品名称が「王老吉（6缶入り）」であるとの事実が、より高い認知能力を有する小売業者までも王老吉涼茶と加多寶涼茶との関係に対する誤認を招いたことを証明している。以上より、加多寶会社の虚偽宣伝は、公衆の誤認を招く効果を有すると認められる。

加多寶会社は、涼茶市場における優位的な地位を獲得するため、上記誤認を招く虚偽宣伝（不正競争行為）を数多く行い、消費者が自社の涼茶を購入するように誘導しており、不正競争防止法にいう誠実信用の原則に違反し、広葉集団の利益を侵害し、市場秩序を乱した。また、H氏の虚偽宣伝も、広葉集団の利益を侵害し、市場秩序を乱したため、不正競争行為に該当する。

広葉集団の訴訟請求（虚偽宣伝の停止、権利侵害商品の廃棄、広葉集団の一部の損害の賠償（加多寶会社が広葉集団に対して経済的損失1000万元及び合理的支出81万元を賠償する、H氏が広葉集団に対して合理的支出2500元を賠償する）、謝罪）を支持する。

一審判決後、広葉集団と加多寶会社は判決を不服とし、広東省高級人民法院に上訴した。

(3) 第二審判決

第二審法院は、次のように判示した。

(ア) 公衆にとって、加多寶会社の「従来の赤缶の王老吉の名称が加多寶涼茶に変更された」、「全国において販売量がトップの赤缶の涼茶の名称が加多寶に変更された」との広告宣伝について、加多寶会社の製造する涼茶のみを指しているとはいえず、「王老吉」の商標の連想をより容易に喚起する

上記キャッチコピーが加多寶会社が製造販売する涼茶のみ指しているか否かを判断する場合、当時の商品の状況及び公衆の認知状況を踏まえて判断すべきである。「王老吉」の商標が高い知名度及び顕著度を有するため、公衆は、赤缶の「王老吉」涼茶を見るとき、具体的な製造業者ではなく、まず「王老吉」の商標が示した商品の出所を喚起する。そのため、公衆が加多寶会社の上記広告宣伝を読むとき、「王老吉」の商標ではなく、「加多寶会社」の製造した商品のみを喚起するとの加多寶会社の主張は、事実と合致しない。

(イ) 加多寶会社の行為が虚偽宣伝に該当するかの判断について、加多寶会社が商品の実際の製造業者であるかどうかにかかわらず、加多寶会社の宣伝を受ける公衆の一般的な認知状況が重要な判断要素である

現在では、商標使用許諾、委託加工等の商業提携モデルが普及しているため、商品の包装装飾、製造業者などの変更が多く、それらの変更が合法であれば、法律で禁止されない。更に、本件では、加多寶会社の広告宣伝が掲載された初期及びそれより前の長期間において、「赤缶の涼茶」の宣伝は、「王老吉」の商標と密接に行われており、加多寶会社の涼茶の製造販売において、その製造販売業者が特に強調されていなかった。そのため、加多寶会社の行為が虚偽宣伝に該当するかを判断する場合、「赤缶の涼茶」の製造業者を区別する意義がない。その代わりに、公衆は、「全国において販売量がトップの赤缶の涼茶」及び「従来の赤缶の王老吉」との記載を読むとき、「赤缶の涼茶」と（それを製造する）加多寶会社との関係ではなく、まず「王老吉」涼茶を喚起するため、加多寶会社の行為は虚偽宣伝に該当するといえる。

なお、たとえ一部の消費者又は卸売業者は、加多寶公司与広葉集團の争いを把握した後、「全国において販売量がトップの赤缶の涼茶」に対する理解が変わっても、このような少数者の主観的な認知の変化が公衆全体の認知状況を代表することとはいえず、更に、それによって加多寶公司の上記広告宣伝が誤認をもたらした事実の存在を否定できない。

(ウ) 加多寶公司の広告宣伝がもたらした公衆の誤認は、広葉集團の合法的な利益を直接に侵害した

加多寶公司は、長年にわたって赤缶の「王老吉」涼茶を独占的に製造販売していたため、「長年にわたって赤缶の王老吉涼茶を独占的に製造販売していたこと」を自社の競争上の優位性として宣伝することは問題ない。しかし、その宣伝について、合理的な限界を把握すべきである。加多寶公司は、市場競争の主体として、誠実信用との基本的な商業道徳を遵守し、他の事業者の合法的な利益を侵害するべきではないが、本件において、「王老吉」の商標が有効であると認識しながらも、誤認を招きやすく、事実と合致しない広告宣伝を使用し、「王老吉」の商標に対する信用を不正に「加多寶」涼茶に移し、「王老吉」の商標が存在しなくなったとの誤認を招き、広葉集團の合法的な利益を著しく侵害した。

以上の理由により、第二審法院は、上訴を棄却し、原判決を維持した。

5. 解説

不正競争防止法第9条第1項は、「事業者は広告又はその他の手段を利用し、商品の品質、原材料名、性能、用途、生産者、有効期限、産地等を誤認させる虚偽の宣伝をしてはならない。」と定めた。また、最高人民法院が2007年に公布した「不正競争民事事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」第8条は、「虚偽宣伝」に関する一般的な判断要素を定めた。すなわち、

「事業者に以下のいずれかの行為があり、関連公衆の誤認を十分に招く場合は、不正競争防止法第9条第1項に規定する人を誤認させる虚偽の宣伝行為と認定することができる。

- (1) 商品についての一方的な宣伝又は対比を行った場合
- (2) 科学上定説のない観点、現象等を定説の事実として商品宣伝した場合
- (3) 多義的な文言又は人を誤認させる方法で商品宣伝した場合

明らかな誇張による方法で商品を宣伝し、関連公衆の誤認を招くに至らない場合、人を誤認させる虚偽の宣伝行為には該当しないものとする。

人民法院は、日常生活の経験、関連公衆の一般的な注意力、誤認発生の実事及び被宣伝対象の実情等の要素に基づき、人を誤認させる虚偽の宣伝行為について認定を行わなければならない。」

要するに、日常生活の経験、関連公衆の一般的な注意力、誤認発生の実事及び被宣伝対象の実情等の要素を総合的にとらえて、虚偽宣伝に該当するかを判断することとされている。本件の広告宣伝は、上述の(3)「多義的な文言又は人を誤認させる方法で商品宣伝した場合」に該当すると考えられる。

本件の人民法院によれば、現在、商標使用許諾、委託加工等の商業提携モデルが普及して

いるため、商品の包装装飾、製造業者などの変更が多く、それらの変更が合法であれば、法律で禁止されない。したがって、宣伝者の行為が虚偽宣伝に該当するかの判断について、宣伝者が商品の実際の製造主体であるかどうかにかかわらず、宣伝を受ける公衆の一般的な認知状況を判断要素とすると判示した。

また、本件は、全国において、新しく改正された民事訴訟法の訴訟保全制度に基づき、保全措置を執ることを命じた初めての不正競争紛争民事事件である³²。広告宣伝がもたらす誤認効果を挽回することが困難である状況を考慮し、係争虚偽宣伝行為の継続を遅延なく防止するため、第一審法院は、案件を受理した後、改正後の民事訴訟法に従って保全措置を執り、加多寶公司の関連広告宣伝行為を禁止し、公衆の誤認の拡大を防止した。

6. 企業へのメッセージ

現在、中国において、消費者を誤導するため、信用性の乏しいデータに基づく企業信用ランキングや、比較広告が多く見られる。それに対し、不正競争行為を取り締まる工商行政管理部門は、比較行為について取り締まると共に、「売上高が中国一」、「市場シェアが業界一」等の最上級の表現にとりわけ注視しているといわれている。企業は、事実に合致しない宣伝を行わないよう留意すると共に、自らの宣伝が虚偽宣伝に該当するか否かを判断する場合、一般消費者がどのように認知するかを重視しなければならない。また、企業は、市場において、自社の競争上の優位性を宣伝するとき、その合理的な限界を把握しておくべきである。特に、ライセンサーやフランチャイザーが変更された場合、結果として、広告宣伝の内容に虚偽の事実が含まれ、公衆の誤認を招く事態とならないよう注意が必要である。

³² 国家知的財産局：http://www.sipo.gov.cn/ztl/ndcs/qgzscqxcz/dxal/201604/t20160422_1264244.html