

国家工商行政管理总局

目 次

- 第一 前回までの要請事項の要旨
- 第二 これまでの経過に対する評価
- 第三 今後の課題

第一 前回までの要請事項の要旨

要請 1

(再犯防止対策の強化を通じた抑止効果の向上)

- (1) 再犯防止のために、制裁金の認定額を高額化していただきたい。
- (2) 再犯者は必ず告発を行い、その実態を解明していただきたい。
- (3) 権利を侵害された者に、告発の結果等の情報を開示していただきたい。
- (4) 製造設備などの廃棄処分、営業免許等の取り消し、再教育の措置などの付帯措置を徹底していただきたい。

要請 2

(商品のデザイン模倣品の対策の強化)

反不正競争法に、商品形態の模倣の禁止を加えていただきたい。

さらに下記之力添えをお願いしたい。

- (1) 部分意匠制度の導入をすること。
- (2) 意匠の新規性等の判断基準に中国以外の国での公知・公用例を採用すること
- (3) 冒認出願を無効理由とすること。

要請 3

(周知商標保護の認定)

- (1) 周知商標の認定について、制度に則って内外無差別に迅速・的確な運用がなされること。
- (2) 外国で周知な未登録商標の保護を明文化していただきたい。
- (3) 周知商標の保護に関する合理的判断基準を導入していただきたい。
- (4) 不使用取消制度において周知商標に配慮願いたい。

要請 4

(商標に関する改善)

- (1) 商標審査基準を公表し、その基準に則った審査をしていただきたい。
- (2) 取締りの際に、商標の類否を実質的に判断していただきたい。

要請 5

(営業秘密の保護の強化)

営業秘密について、保護を強化していただきたい。

要請 6

(商標との誤認混同を生じる商号に対する改善)

中国国内外の有名な商標と誤認混同を生じる商号の使用に対する制度及び運用の改善をして頂きたい。

要請 7

(押収関係の適正化)

- (1) 模倣品または知的財産権侵害品を押収した場合、これらを完全廃棄していただきたい。
- (2) 押収品の倉庫保管料・廃棄処理に係る経費等の費用を権利者に負担させないでいただきたい。

要請 8

(取締機関の連携強化による取締りの徹底)

- (1) 模倣品問題に携わる関係諸機関との連携を強化して、巧妙な手口を用いた悪質なケースの取締りを徹底していただきたい。
- (2) 商標権侵害の取締り後、必要に応じ他の行政機関に移送し、当該他の行政機関にて処分の決定を行うことをお願いします。

第二 これまでの経過に対する評価

中国行政機関の模倣品取締りの強化、法制度の改正検討努力は着実に進捗しているものと思われ、中国側の取組に感謝いたします。

特に、2004年5月の第2回ミッション実務レベル会合にて、具体的事例として説明したバンダイ社の模倣品が、その後、貴局の重点取締品の一つに取り上げられ、複数の省にまたがる広域な摘発が実施された事に対して、要請に対して積極的に対応して下さい、心より感謝いたします。

しかしながら、2005年1月に日本政府の権利保護基盤の強化に関する専門調査会が行った、模倣品・海賊版対策に対する意見募集の結果からもわかる通り、商品のデザインや、商標の侵害品による被害が世界的に拡大し深刻化し続けていると多くの日本企業から報告されています。他の日本製品の模倣品についても、同様のさらなる取締り強化を期待するところです。

■要請事項1，8に関連して

・取締りの強化

呉儀副総理が主導する知的財産権保護キャンペーンは、2004年9月から2005年12月まで、全国規模で展開されており、更なる取り締まり強化を期待しております。

2004年7月、対外貿易関連規定が施行され、違法貿易行為の処罰の厳格化が期待できます。

2004年に北京市AIC、上海AICが相次いで指定市場外での海外ブランド販売を禁止し、模倣品販売の取締りが強化されてきています。これらでの販売行為の停止の徹底を期待しています。

また、2004年12月22日施行の「最高人民法院最高人民検察院による知的財産権侵害における刑事事件の処理についての具体的な法律適用に関する若干問題解釈」においては、中国政府の知的財産権保護の強化に向けた取組であり敬意を表します。

■要請事項6，8について

・商標との誤認混同を生じる商号に対する改善

2004年5月の第2回ミッション実務レベル会合にて、「中国国内外の有名な商標と誤認混同を生じる商号の登記、使用に対する制度及び運用の改善」を求めた件について、「TRIPS協定に従い周知商標侵害は厳しく取締る」という回答を得、各地の工商行政管理局はかかる事例を積極的に取り締まっていたと聞き、感謝しておりますが、事案は従来にもまして増えており、事態を憂慮しております。

■要請事項3（3）について

・周知商標の保護に関する合理的判断基準の導入

現在、2003年6月に施行された「周知商標の認定と保護に関する規定」に従って認定がなされているものと承知しております。

第三 今後の課題

要請事項 1, 3, 6, 8 についての上述の内容については、ある程度の改善が図られたものと考えられますが、その他の要請事項について、更なる改善の余地が残されている点が今後の課題と思われま

■優先事項 1 (商品のデザイン模倣品の対策の強化)

2004 年 5 月の第 2 回ミッション実務レベル会合にて反不正競争法の改正事前ニーズ調査中と回答されており、形態模倣についても検討対象としたいと示されています。

また、2005 年 4 月の第 3 回ミッション実務レベル会合において、形態模倣を不正競争行為とする改正を含む法改正が検討されているとご提示いただいています。

2007 年までの大幅改正にこれまでの要請事項を盛りこんでいただけるよう、さらには、法改正時期が前倒しされることを要請します。

なお、被害例として、以下のようなケースが報告されています。

- (A) 継電器、光スイッチ (デザインが全く同一で形式番号を一部変えている)
- (B) 工業用テープ
- (C) キャラクター人形、電子玩具、プラモデル等
- (D) デジタルカメラ用リチウムイオン電池。(パッケージ、製品本体、取扱説明書に至るまで全て模倣されている。)
- (E) 発電機
- (F) 二輪車、自動車

具体的には、反不正競争法を以下の通り改正していただくようお願いします。

第五条

经营者不得采用下列不正当手段从事市场交易，损害竞争对手

- (一) 假冒他人的注册商标；
- (二) 擅自使用知名商品特有的名称、包装、装璜，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装璜，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品；
- (三) 擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误认为是他人的商品；
- (四) 在商品上伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志，伪造产地，对商品质量作引人误解的虚假表示。

を

第五条

经营者不得采用下列不正当手段从事市场交易，损害竞争对手

- (一) 假冒他人的注册商标；
- (二) 擅自使用知名商品 或经营 特有的名称、包装、装璜、形态，或

者使用与知名商品 或经营近似的名称、包装、装璜、形态，造成和他人知名商品 或经营相混淆，使购买者误认为是该知名商品 或经营；

- (三) 擅自使用馳名商品或经营特有的名称、包装、装璜、形态，或者使用与馳名商品或经营近似的名称、包装、装璜、形态；
- (四) 他人の商品の形態（当該商品の機能を確保するために不可欠な形態を除く。）を模倣した商品を譲渡し、貸し渡し、譲渡若しくは貸渡しのために展示し、輸出し、又は輸入する行為
- (五) 擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误认为是他人的商品；
- (六) 在商品上伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志，伪造产地，对商品质量作引人误解的虚假表示。

第五条の2

この法律において「商品の形態」とは、需要者が通常の用法に従った使用に際して知覚によって認識することができる商品の外部及び内部の形状並びにその形状に結合した模様、色彩、光沢及び質感をいう。

第五条の3

この法律において「模倣する」とは、他人の商品の形態に依拠して、これと実質的に同一の形態の商品を作り出すことをいう。

第五条の4

第五条（四）の規定は、次の各号のいずれかに定める行為については、適用しない。

- (一) 中国国内において最初に販売された日から起算して三年を経過した商品について、その商品の形態を模倣した商品を譲渡し、貸し渡し、譲渡若しくは貸渡しのために展示し、輸出し、又は輸入する行為。
- (二) 他人の商品の形態を模倣した商品を譲り受けた者（その譲り受けたときにその商品が他人の商品の形態を模倣した商品であることを知らず、かつ、知らないことにつき重大な過失がない者に限る。）がその商品を譲渡し、貸し渡し、譲渡若しくは貸渡しのために展示し、輸出し、又は輸入する行為。

に改めていただきたい。

上記の改正案の趣旨は、それぞれ以下の通りです。

- ・ 第五条（二）：周知商品の形態を加えるための改正。周知商品とともに、周知の営業を加えるための改正。
- ・ 第五条（三）：馳名な商品、営業を保護するための条文を加えるための改正。
- ・ 第五条（四）：知名、馳名に限らず、商品の形態模倣を保護するための改正。
- ・ 第五条の2：「商品の形態」について定義するための改正。
- ・ 第五条の3：「模倣する」について定義するための改正。
- ・ 第五条の4：第五条（四）の適用除外として、販売開始から所定期間を経過

した商品、他人の商品形態を模倣した商品を譲り受けた者を規定するための改正。

上記の改正を行うべき理由はそれぞれ以下の通りです。

・ 第5条（二）

商品の形態は、もともとその商品の機能又は美観等の観点から選択されるものであるが、たとえば独特の形状によるアピール効果、大量販売や宣伝活動の事実などが重なると、そのような第一次的意義を超えて、その形態自体が自他識別機能又は出所表示機能という第2次的機能を獲得することがあり、こうした場合には、その商品の形態自体が商品表示であると認定すべきものであります。

したがって、現在の反不正当竞争法第5条第2項において、名称、包装、外装に加え、商品の形態も保護の対象に加えていただきたい。

また、現在反不正当竞争法第5条（二）においては、商品主体は保護の対象となっているものの、営業主体が保護の対象となっておりません。営業主体についても保護の対象となるよう改正を求めます。

すなわち、事業者の事業活動を表象するものとしては、商品表示と営業表示が挙げられます。両者はそれぞれ、商品の販売、営業の遂行（役務の提供を含む）に際し、表示され、使用されるものであります。

しかしながら、両者はいずれも、その商品又は営業を他の事業者のものと同様に（自他識別）するため、あるいはそれが自己のものであること（出所）を明示するために表示され、使用されるものであり、現在の経済競争の中できわめて重要な役割を果たしている要素であります。

したがって、上記の通り、現在保護の対象となっていない営業主体についても、商品主体と同様、保護の対象となるよう、改正を求めます。

・ 第五条（三）

周知の商品等表示の中でも特にその表示主体の営業努力などによって高い名声、信用及び評価が備わり、全国的に広く知られるようになったものについては、現在の反不正当竞争法第5条第2項のように、「他人の商品との混同をもたらす、購入者をして当該周知商品であると誤認させること」を要件とするまでもなく、その同一又は類似のものを使用したという事実のみをもって、不正競争行為であると規定する条文を追加して頂きたい。

なぜなら、馳名な商品等表示は、現代の情報化社会の中でテレビ、新聞その他のマスメディアを広く利用し大々的に広告宣伝を行う一方で、その商品価値については企業価値を高めるために、営々たる営業努力を積み重ねて自己の商品や営業の本来の需要者や営業地域の枠を超えて全国的に広く知られ、高い名声、信用及び評価を獲得したものである。このような域に達した商品等表示は、もはやその本来の商品または営業とは全く関係のない商品又は営業に表示されても十分に顧客吸引力を有するのであり、それ自体が貴重な知識財産といつてよいほどであ

る。とすれば、第三者がその知的財産化している商品等表示と同一又は類似の商品等表示を使用しているだけで、その表示の持つ顧客吸引力を利用する「ただ乗り」が可能であるばかりでなく、当該企業においてせっかく築き上げられたその商品等表示の持つ貴重な良きイメージたるブランド力に取り返しの付かない傷がつくことになり、ひいてはその商品等表示の広告宣伝機能をも弱めるおそれがある。すなわち、いわゆる「希釈化」の問題が生じるからである。いかに営業の自由とはいえ、このような行為こそまさに不正競争と言うべきである。

そして、第五条（二）と同様、商品等表示には、「商品の形態」が含まれること、営業主体を保護の対象とすることを求めます。

・ 第五条（四）

他人の商品の形態をそのまま模倣する行為は、個別の知的財産権の有無にかかわらず、他人が資金、労力を投下した成果を他に選択肢があるにもかかわらずことさらに完全に模倣して、何らの改変を加えることなく自らの商品として市場に提供し、その他人と競争する行為であって、競争上、不正な行為として位置づける必要があり、該行為を規制する条文を追加していただきたい。

近年の複写・複製技術の発達、商品ライフサイクルの短縮化、流通機構の発達等により、他人が開発に資金、労力を投下した成果の模倣がきわめて容易に行いうる場合も生じており、模倣者は商品化のためのコストやリスクを大幅に軽減することができる一方で、先行者の市場先行のメリットは著しく減少し、模倣者と先行者の間には競争上著しい不公平が生じ、個性的な商品開発、市場開拓への意欲が阻害されることになる。このような状況を放置すれば、公平な競合秩序を崩壊されることにもなりかねない。

なお、先行者がその商品の開発や創作に対して投じた費用などの回収を終え、その努力に見合うそれなりの利益を得た後は、もはや本号による保護を存続する理由が無くなり、その後は公的財産としてこれを公衆に供すべきである。

その際、保護対象期間については、日本では、

- ・ （社）日本デザイン保護協会が実施したアンケートによれば、ほぼ全商品につきモデルチェンジのサイクルを設定するときは概ね三年以内とするものが多いという結果が出ていた
- ・ 共同体意匠に関するEC規則案（当時）において、短いライフサイクルの意匠について登録を要しない模倣禁止権の期間も、公表から3年以内とされていたことから、販売開始から3年と定めた。

参考

日本の不正競争防止法改正案（国会審議中）

第2条

この法律において「不正競争」とは、以下に掲げるものをいう。

1. 他人の商品等表示（人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するものをいう。以下同じ。）として需要者の間に広く認識されているものと同一若しくは類似の商品等表示を使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供して、他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為
2. 自己の商品等表示として他人の著名な商品等表示と同一若しくは類似のものを使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供する行為
3. 他人の商品の形態（当該商品の機能を確保するために不可欠な形態を除く。）を模倣した商品を譲渡し、貸し渡し、譲渡若しくは貸渡しのために展示し、輸出し、又は輸入する行為

第2条第4項

この法律において「商品の形態」とは、需要者が通常の用法に従った使用に際して知覚によって認識することができる商品の外部及び内部の形状並びにその形状に結合した模様、色彩、光沢及び質感をいう。

第2条第5項

この法律において「模倣する」とは、他人の商品の形態に依拠して、これと実質的に同一の形態の商品を作り出すことをいう。

第19条

[第3条](#)から[第15条](#)まで、[第21条](#)（第1項第11号に係る部分を除く。）及び[第22条](#)の規定は、次の各号に掲げる不正競争の区分に応じて当該各号に定める行為については、適用しない。

5. [第2条](#)第1項第3号に掲げる不正競争 次のいずれかに掲げる行為
 - イ) 日本国内において最初に販売された日から起算して三年を経過した商品について、その商品の形態を模倣した商品を譲渡し、貸し渡し、譲渡若しくは貸渡しのために展示し、輸出し、又は輸入する行為
 - ロ) 他人の商品の形態を模倣した商品を譲り受けた者（その譲り受けた時にその商品が他人の商品の形態を模倣した商品であることを知らず、かつ、知らないことにつき重大な過失がない者に限る。）がその商品を譲渡し、貸し渡し、譲渡若しくは貸渡しのために展示し、輸出し、又は輸入する行為

■優先事項2（取り締まりと刑事訴追の強化）

2004年12月22日施行の「最高人民法院最高人民検察院による知的財産権侵害における刑事事件の処理についての具体的な法律適用に関する若干問題解釈」が、各地方機関レベルで周知徹底され、貴局による積極的な刑事告発がなされることを望みます。また、取締機関同士の連携を強化していただきますようお願いします。

■優先事項3（再犯者対策の強化を通じた抑止効果の向上）

模倣品製造流通により摘発された者の再犯率は高く、再犯者に対して厳格に対応することが非常に重要であると考えております。

具体例として、以下のようなケースが報告されています。

- (A) 日本自動車工業会の調査では、中国の8都市での自動車部品模倣品の平均再犯率は52%との調査結果があります。
- (B) あるメーカーでは、一年間に4社の再犯を発見し、摘発しております。
 - (a) A社
初回 2002.9.13 処罰未決定 2回目 2003.7.9 廃棄証明のみ、罰金なし
 - (b) B社
初回 2003.8.29 20,000RMBの罰金 2回目 2003.9.9 20,000RMBの罰金
 - (c) C社
初回 2003.3.22 廃棄証明のみ、罰金なし 2回目 2003.9.17 処罰未決定
 - (d) D社
初回 2003.7.8 8,000RMBの罰金 2回目 2003.10.28 廃棄証明のみ、罰金なし

なお、再犯防止のために当方が過去に要請しているのは、以下の4項目です。

- (1) 再犯防止のために、制裁金の認定額を高額化していただきたい。
- (2) 再犯者は必ず告発を行い、その実態を解明していただきたい。
- (3) 権利を侵害された者に、告発の結果等の情報を開示していただきたい。
- (4) 製造設備などの廃棄処分、営業免許等の取り消し、再教育の措置などの付帯措置を徹底していただきたい。

■優先事項4（周知商標等による保護）

周知商標の認定について、制度に則って内外無差別に迅速・的確な運用がなされることという要請については、第1回ミッション要請以降、2003年6月に「周知商標の認定と保護に関する規定」が施行され、これまでに商標局及び商標評審委員会は周知商標として認定した商標を累次公表しているものと承知しております。このことは運用の透明性の観点から歓迎しております。

2005年1月に当方事前ミッションが貴局を訪問させて頂いた際、当方から述べた周知商標として認定された日本企業が無い旨の指摘に対し、貴局より日本ペイントおよびヤマハ発動機が周知商標として認定されているとの回答を受けました。

その後、他の日本企業についても調査したところ、現在、他の日本企業が周知商標保護を申請中であることが分かりました。これら案件につきましても、迅速かつ的確な判断がなされることをお願い致します。

2005年4月の実務レベルミッションにおいて、渉外関係で知名度の高い商標について、2005年12月に高知名度商標と題した冊子（高知名度商標は、TRIPs という well-known mark に相当するという説明でした。）を作成、公表することをご紹介いただきましたが、冊子作成に当たっては、知名度の高い商標を有する日本企業についてもご配慮いただくことを望みます。

■その他の事項

● 商標との誤認混同を生じる商号に対する改善

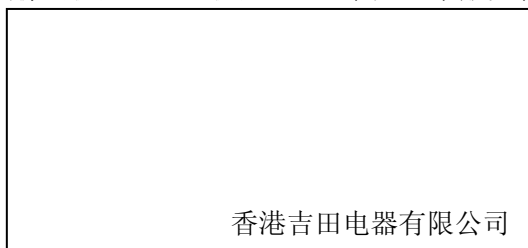
有名な商標との誤認を生じる商号の使用についての事案は従来にもまして増えており、取締についても、一層の厳格化を強く要望します。

本件については、2002年8月6日発行の「香港等商号に関する不正競争案件の調査および処罰実施についての会議議事録要約配布の通知」（別添1）、「浙江省反不正当竞争条例、浙江省工商行政管理局の見解書（2002年7月15日）」（別添2）も出されており、2005年4月の実務レベルミッションでは、商号の問題について、反不正当竞争法での問題解決の可能性についてご提案いただいております。各地においてかかる商号問題が一律かつ適切に処理が徹底されるよう以下に建議します。

特に、香港、マカオ、台湾、日本など、漢字を使用する国・地域における商号は、漢字による誤認混同を招くことから、被害が多い実態があります。

なお、被害の態様として、以下の6例が挙げられます。

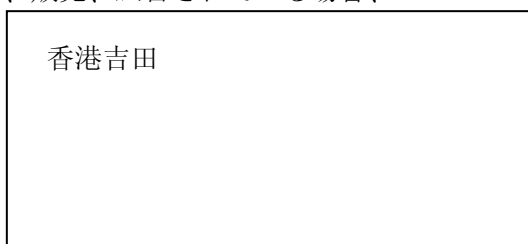
- ① 商標と同一又は類似した屋号を用いた企業名称それ自体（例えば、香港吉田電器有限公司）が、商標的使用でなく使用された商品が、販売、広告されている場合、



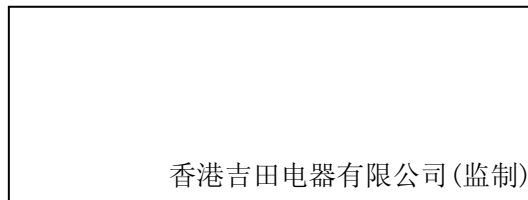
- ② 商標と同一又は類似した屋号を用いた企業名称のうち、屋号のみが強調されて使用された商品が、販売、広告されている場合、



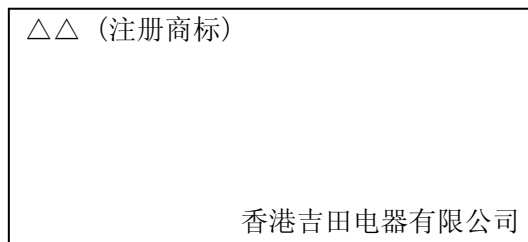
- ③ 商標と同一又は類似した屋号を用いた企業名称のうち、屋号を含む一部のみが使用された商品が、販売、広告されている場合、



- ④ 企業名称の後ろに、“監制”、“授權生産”、“委託加工”、“商標使用許可”などが付されている場合、

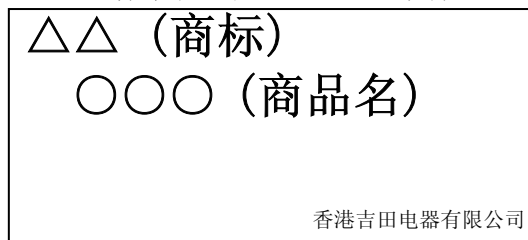


- ⑤ 企業名称の他に登録商標が用いられている場合、



注：△△（登録商標）是该商品生产者 A 在中国合法拥有的注册商标。

- ⑥ 他の商品等表示と比べ企業名称の表示が小さい場合



注：商標「吉田」は、吉田参事官が中国で正当に所有。香港で「香港吉田有限公司」を登記した者Aが以下の商品を中国で製造していると仮定。

また、こういった不正競争行為を行う者の実態として

- ① 国内、国外で企業登記を行い、国内で生産、販売行為を行う者
 - ② 国内、国外で企業登記を行い、国内での生産、販売を第三者に委託する者
 - ③ 国内、国外で企業登記を行った者から委託を受けて、国内で生産、販売を行う者があり、
 - ④ 企業登記なしに、国内で生産、販売を行うもの
 - ⑤ 企業登記なしに、国内での生産、販売を第三者に委託する者
 - ⑥ 企業登記の無いもの者から委託を受けて、国内で生産、販売を行う者
- についても、不正競争行為を行う者に位置づける必要があります。

さらに、使用を禁止すべき商号としては、

- ① 国内、国外で周知の商号または周知の商標と同一又は類似の商号
 - ② 国内、国外で著名の商号または著名の商標と同一又は類似の商号
 - ③ 国内で登記された商号または登録された商標と同一又は類似の商号
- の3点が挙げられます。

これらを包括的に解決するために、反不正競争法を以下の通り改正していただくよう建議します。

第A条 国内又は国外で知名な商標又は字号と同一又は類似の商号（国内又は国外で登記されている商号を含む。以下、「知名商標等冒用商号」という。）を以下のように用いて、購入者をして他人の商品又は営業と混同を生じさせてはならない。

- (一) 「知名商標等冒用商号」の全部又は一部を自ら使用し、又は「知名商標等冒用商号」の全部又は一部を使用した商品を自ら生産、販売し、「知名商標等冒用商号」の全部又は一部を使用した商品又は営業を自ら広告すること（“監制”、“授権生産”、“委託加工”、“商標使用許可”その他の表示をともなって使用する場合を含む。）。
- (二) 「知名商標等冒用商号」の全部又は一部を、第三者に、使用させ、又は、「知名商標等冒用商号」の全部又は一部を使用した商品を生産、販売させ、若しくは、「知名商標等冒用商号」の全部又は一部を使用した商品又は営業を広告させること（“監制”、“授権生産”、“委託加工”、“商標使用許可”その他の表示をともなって使用する場合を含む。）。

注：「字号」は、企業名称登記管理実施弁法の「字号」をいう。

第B条 国内又は国外で馳名な商標又は字号と同一又は類似の商号（国内又は国外で登記されている商号を含む。以下、「馳名商標等冒用商号」という。）を以下のように用いてはならない。

- (一) 「馳名商標等冒用商号」の全部又は一部を自ら使用し、又は「馳名商標等冒用商号」の全部又は一部を使用した商品を自ら生産、販売し、「馳名商標等冒用商号」の全部又は一部を使用した商品又は営業を自ら広告すること（“監制”、“授権生産”、“委託加工”、“商標使用許可”その他の表示をともなって使用する場合を含む。）。
- (二) 「馳名商標等冒用商号」の全部又は一部を、第三者に、使用させ、又は、「馳名商標等冒用商号」の全部又は一部を使用した商品を生産、販売させ、若しくは、「馳名商標等冒用商号」の全部又は一部を使用した商品又は営業を広告させること（“監制”、“授権生産”、“委託加工”、“商標使用許可”その他の表示をともなって使用する場合を含む。）。

第C条 国内で先に公告又は登録された商標若しくは国内で先に登記された商号の字号と同一又は類似の商号（国内又は国外で登記されている商号を含む。以下、「登録商標等冒用商号」という。）を以下のように用いてはならない。

- (一) 「登録商標等冒用商号」の全部又は一部を自ら使用し、又は「登録商標等冒用商号」

の全部又は一部を使用した商品を自ら生産、販売し、「登録商標等冒用商号」の全部又は一部を使用した商品又は営業を自ら広告すること（“監制”、“授権生産”、“委託加工”、“商標使用許可”その他の表示をともなって使用する場合を含む。）。

- (二) 「登録商標等冒用商号」の全部又は一部を、第三者に、使用させ、又は、「登録商標等冒用商号」の全部又は一部を使用した商品を生産、販売させ、若しくは、「登録商標等冒用商号」の全部又は一部を使用した商品又は営業を広告させること（“監制”、“授権生産”、“委託加工”、“商標使用許可”その他の表示をともなって使用する場合を含む。）。

上記の改正案の趣旨は、それぞれ以下の通りです。

- ・ 第A条：国内外において知名な商号又は商標と同一又は類似の商号（知名商標等冒用商号）を使用して若しくは第三者に使用させて、購入者をして他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為を不正競争行為とするための改正。
ここで、知名商標等冒用商号は、国内外で登記されているもの、いないものいずれも含みます。
- ・ 第B条：国内外において馳名な商号又は商標と同一又は類似の商号（馳名商標等冒用商号）を使用して若しくは第三者に使用させる行為を不正競争行為とするための改正。
ここで、馳名商標等冒用商号は、国内外で登記されているもの、いないものいずれも含みます。
- ・ 第C条：国内において先に公告又は登録された商標若しくは先に登記された商号と同一又は類似の商号（登録商標等冒用商号）を使用して若しくは第三者に使用させる行為を不正競争行為とするための改正。
ここで、登録商標等冒用商号は、国内外で登記されているもの、いないものいずれも含みます。
- ・ 第A—C条：第A—C条の（一）、（二）で規定する行為は、以下の行為です。
 1. 「知名商標等冒用商号」等を自ら使用すること
 2. 「知名商標等冒用商号」等を使用した商品を自ら生産、販売すること
 3. 「知名商標等冒用商号」等を使用した商品又は営業を自ら広告すること
 4. 「知名商標等冒用商号」等を第三者に使用させること
 5. 「知名商標等冒用商号」等を使用した商品を第三者に生産、販売させること
 6. 「知名商標等冒用商号」等を使用した商品又は営業を第三者に広告させること
 7. 1-6において、「知名商標等冒用商号」等を“監制”、“授権生産”、“委託加工”、“商標使用許可”その他の表示をともなって使用すること。
 8. 「知名商標等冒用商号」等を、使用許諾等を受けて使用等する行為も上記1-3にそれぞれ該当します。

上記の改正を行うべき理由はそれぞれ以下の通りです。

・ 第 A 条

国内外で周知な字号や商標と同一又は類似の商号（以下、「知名商標等冒用商号」という。）が、国内で、使用されたり、「知名商標等冒用商号」を使用した商品を生産、販売されたり、「知名商標等冒用商号」を使用した商品又は営業が広告されています。

これら「知名商標等冒用商号」は、国内外で登記されたものの他、登記されていない場合もあります。国外で登記されている場合に、その国外での登記を理由に正当な権利者であるかのごとく主張するため、明確な法的根拠をもって規制することが必要です。

また、その態様としては、商号の一部のみを表示したものや、商号と共に“監制”、“授權生産”、“委託加工”、“商標使用許可”などと記載したものなどがあり、これらも明確な法的根拠をもって規制することが必要です。

「知名商標等冒用商号」等は中国国外で商号登記された後、商号登記した者とは違う第三者に製造委託等し、第三者に製造等させることが、しばしば行われています。したがって、「知名商標等冒用商号」を使用する行為（使用許諾等を受けて使用等する行為も含む）と、使用させる行為のいずれも不正競争行為と規定する必要があります。

・ 第 B 条

被害の状況は、第 A 条と同様ですが、馳名な字号や商標の場合には、誤認や混同を要件とするべきではありません。

なぜなら、馳名な字号や商標は、現代の情報化社会の中でテレビ、新聞その他のマスメディアを広範に利用し大々的に広告宣伝を行う一方で、その商品価値ひいては企業価値を高めるために、営々たる営業努力を積み重ねて自己の商品や営業の本来の需要者や営業地域の枠を超えて全国的に広く知られ、高い名声、信用及び評価を獲得したものである。このような域に達した字号や商標は、もはやその本来の商品または営業とは全く関係のない商品又は営業に表示されても十分に顧客吸引力を有するのであり、それ自体が貴重な知識財産とあってよいほどである。とすれば、第三者がその知的財産化している字号や商標と同一又は類似の「馳名商標等冒用商号」の全部又は一部を使用しているだけで、その表示の持つ顧客吸引力を利用する「ただ乗り」が可能であるばかりでなく、当該企業においてせっかく築き上げられたその字号や商標の持つ貴重な良きイメージたるブランド力に取り返しの付かない傷がつくことになり、ひいてはその字号や商標の広告宣伝機能をも弱めるおそれがある。すなわち、いわゆる「希釈化」の問題が生じるからである。いかに営業の自由とはいえ、このような行為こそまさに不正競争と言うべきである。

・ 第 C 条

被害の状況は、第 A、B 条と同様ですが、中国国内で先に公告又は登録された商標や先に登記された商号の字号の場合には、誤認や混同を要件とするべきではありません。

なぜなら、中国国内で先に公告又は登録された商標や先に登記された商号の字号は、中国国内で明確に設定された権利であり、これを侵害する行為に対しては、商標専用権などと同様の取扱をするべきだからです。

なお、本件については、「登録商標等冒用商号」の業界（行业）が、先に公告又は登録された商標の指定商品又は指定役務や先に登記された商号の業界（行业）と同一または類似するべきであるかもしれません。

- 海賊盤の取締りについては、国家版權局によって重点的に行われております。このたび、コンテンツ海外流通促進機構（CODA）は、日本の映像（アニメ、ドラマ、映画等）、音楽、ゲームなどに代表されるコンテンツの海外流通促進を目的として「コンテンツ海外流通マーク（C Jマーク）」を策定しました。2004年8月27日付で「C Jマーク」を商標登録出願しております。ついては登録が実現し、「C Jマーク」を付した我が国コンテンツの商標権侵害品が出現した場合には、積極的な取締を要望します。
- 2005年6月の第3回ミッション実務レベル会合にて、商標審査基準については2005年6月を目途に公開できるよう作業しているとの回答がありましたので、待たれるところです。

今後、日・中で協調の上、さらなる改善協力に取り組んでいきたいと考えております。

以上

中国国家工商局への協力

中国国家工商局御中

模倣品対策における日・中協力について

国際知的財産保護フォーラム
訪中代表団 団長 宗国 旨英

拝啓 新春の候、時下ますますご清祥の段、お喜び申し上げます。

さて、わたくしども国際知的財産保護フォーラム（以下IIPPF）は2005年1月に貴機関を訪問させていただき、日・中の模倣品対策における友好的な打合せをさせていただきました。

その際にIIPPFより提案させていただきました協調と支援の内容につきまして商標類否判断事例集の作成提供とセミナーの開催 模倣品の事例集のセミナー開催プロジェクト について賛同いただきましたことを感謝致します。今後は、この内容をいかに具体的に展開していくかについて打合せをさせていただきますので宜しくお願い申し上げます。

つきましては、 と の内容につき展開計画を作成致しましたので、内容を確認いただき、要望などありましたら4月18日からの週にIIPPFとして再度訪中を予定しておりますので、その面会のときにご意見などをいただきますようお願い致します。

敬具

1. 協調と支援内容の計画について

商標類否判断事例集の作成提供とセミナーの開催

商標類否事例作成 プロジェクト <展開計画> IIPPF																
行政機関	05年												06年			
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
工商局要望	▽ 要望															
事例収集	▽ 整理		▽													
まとめ・翻訳	▽ まとめ															
提供	▽ 提供&セミナー開催															
活用状況フォロー	▽ 活用状況アンケート															

2005年9月までに事例集をとりまとめ、その後提供&セミナーを開催
提供&セミナー開催後、活用状況などについてアンケートを実施

模倣品の事例集のセミナー開催プロジェクト

模倣品事例集セミナー プロジェクト <展開計画> I I P P F																	
行政機関	05年												06年				
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
工商局要望					▽												
実施可否検討																	
実施準備																	
セミナー開催																	
実施結果フォロー																	

事例集が「3D」版の展開も合わせて検討
 段取り
 セミナー開催
 実施結果アンケート

- 2005年5月までに、セミナーを実施する工商局的決定（S A I C 要望にて）
- 2005年6月～9月まで セミナーの実施を I I P P F にて検討・準備
- 2005年10月～ セミナーの実施
- セミナー開催後、活用状況などについてアンケートを実施

2. 上記計画を推進するにあたっての貴機関の窓口を設定していただきたい。4月の訪中時にご教授下さい。I I P P F 側の窓口は、

日本知的財産協会 事務局長 土井 英男

Tel : +81-3-5205-3432、 Fax:+81-3-5205-3391 E-mail: doi@jipa.or.jp

中国国際貿易促進委員会 専利商標事務所 傅 存民

Tel : 66046032、 Fax:66413211 E-mail: fucm@ccpit-patent.com.cn

となります。

以上