

## 第四節 実体的規定

### 一、公衆によく知られた外国地名

#### (一) 立法沿革と最新動向

日本の地名の多くが、中国の商標冒認出願者のターゲットとなっている。例えば日本の香川県の特産品である讃岐うどんはかつて中国の冒認出願者が「讃岐烏冬」という名称で登録を出願した。同出願公告後、日本香川県や業界団体からは共同で登録異議申立てを行い、最終的に中国商標局は出願を拒絶した。<sup>42</sup>

中国 1982 年「商標法」には、地名商標の問題について具体的な規定はない。1993 年の商標法改正時には、県級以上の行政区画の地名及び公衆によく知られた外国地名は商標登録できない旨の規定と、地名が別の意味を持つ場合は例外とする旨が盛り込まれた。また、商標権者の適法な利益や権利を尊重するという原則に則り、すでに登録、使用されている商標は継続して有効とした。<sup>43</sup>2001 年「商標法」第二次改正の際は、対象となる地名を増やし、また県級以上の行政区画及び公衆によく知られた外国地名は証明商標や団体商標として登録できる旨の規定が新たに加わった。

1982 年商標法	1993 年「商標法」	2001 年「商標法」
関連規定無し	第 8 条第 2 項 県級以上の行政区画の知名又は公衆に知られた外国地名は、商標とすることができない。ただし地名がその他意味を有する場合はこの限りではない。すでに登録された	第 10 条 県級以上の行政区画の地名又は公衆に知られた外国地名は、商標とすることができない。但し、その地名が別の意味を持ち又は団体商標、証明商標の一部とする場合にはこの限りではない。既に地理的表示を利用した商標として登録された商標は、引き続き存続することができる。

<sup>42</sup> 張娣「日中商標冒認出願の状況を理性的に扱う」中国知識産権報 2012 年 3 月 28 日第 08 版

<sup>43</sup> 卞耀武主編『中華人民共和國商標法解釈』法律出版社（2002 年）54 頁

## (二) 外国地名の判断基準

中国国家工商行政管理総局商標局、商標評審委員会配布の「商標審査及び審理基準」中の規定によると、公衆に知られた外国地名とは、中国公衆に知られた中国以外の国家及び地域の地名を指す。地名は正式名称、略称、外国語名称及び通用の中国語訳語を含む。「地名が別の意味を持ち」とは、地名が言葉として確定された意味を持ち、かつその意味の影響力が地名としての意味よりも強く、公衆に誤認を生じさせないことを指す。商標が公衆に知られた外国地名により構成され、または公衆に知られた外国地名を含む場合、公衆に知られた外国地名と同一であると判定される。(例：加州紅(「加州は米国のカリフォルニア」)、華沙貴族(華沙はポーランドの首都ワルシャワ))ただし、例えば倫敦霧(ロンドンの霧)等、商標が公衆に知られた外国地名とその他の文字によって構成され、全体が別の意味を持ち、かつその指定商品について使用する上で公衆に商品の産地について誤認を生じさせないものはここから除外される。

外国地名の判断について、北京市第一中級人民法院は「外国地名の中国語訳名は地名の使用と判断するべきだが、この訳語は必ず定まった俗称の訳語でなければならない。例えばHollywoodの訳語である「好萊塢」は地名の使用に該当するが、一般的でない「荷里活」と訳す場合はHollywoodを指し示すことができない。また外国語表記の中国語訳名の使用について、例えば英語の場合、公衆がその英語名を比較的良好に知っている場合、地名としての使用と判断することができる(例：PARIS、TOKYO)。使用されるのが英語の何らかの変形であり、原則上消費者に対応関係を想起させることが出来る場合、地名の使用と判断することができる。中国公衆間で外国地名の中国語名称はよく知られているが、その外国語名称があまり知られていない場合は外国地名の使用と認定できない。例えば「馬賽」は中国公衆の間でよく知られた地名であるが、その英語名称である「Marseilles」は公衆にあまり知られていない、といったケースがこれに該当する。地名が英語以外の外国語で表記される場合、中国消費者間で相応の知識水準にある者が極めて少ないので、その他の文字で表記した外国地名については、通常、商標法上の意味での地名の使用とは認定されない。」と

している。<sup>44</sup>

例えば第 4585357 号“NARACAMICIE”商標拒絶不服審判事件において、商標局と商標評審委員会はいずれも、出願商標中の“NARA”は日本国本州中南部の一都市である「奈良」と訳され、公衆に知られた外国地名であるとして、当該商標の登録出願を拒絶するとした。北京市高級人民法院は最終審の判決において「出願商標である“NARACAMICIE”中の前から 4 つのアルファベット“NARA”という言葉の中国語における意味は「奈良」、すなわち日本国本州の一都市名である。しかし文化上の理由により、我が国の公衆が通常認知しているのは漢字表記の「奈良」であり、“NARA”という名称に触れることは少なく、英語表記の“NARA”を直接「奈良」と認知するのは困難である。したがって“NARA”が中国公衆の間で普遍的に知られる程度に達した外国地名であると認定することはできない」とし、「商標評審委員会は出願商標中の“NARA”の部分についてのみ審査を行なっており、出願商標の全体的顕著性について審査を行なっておらず、事実誤認をしていると認定すべきである」としている。以上に基づき、北京市高級人民法院は被告による裁定の取り消しを命じた一審判決を維持した。<sup>45</sup>

## 二、代理人や代表者による冒認出願

### (一) 立法沿革と最新動向

代理人や代表者による商標冒認出願の禁止は 2001 年「商標法」改正時に新たに規定された条項であり、本条を規定した目的はパリ条約第 6 条の 7 に規定される義務を履行し、中国において増加する商標冒認出願現象を抑止することである。<sup>46</sup>同様に、本条は信義誠実の原則を商標法中で体現したものである。

2012 年「商標法」改正草案では、本条が修正され、第 2 項が新たに規定されている。同項では冒認出願の禁止対象が代表者と代理人の他、商標の先使用者と契約、取引関係もしくはその他の関係を有し、先使用者が先使用する商標の存在を明らかに知っている者まで広げられた。本項の追加は商標冒認出願を

<sup>44</sup> 北京市第一中級人民法院知的財産権法廷『商標権の確定をめぐる行政審判に関する難題の研究』知識財産出版社（2008 年）22-23 頁

<sup>45</sup> 劉曉軍「「商標法」第 10 条第 2 項の地名商標に関する問題の研究」中国專利与商標 2012 年第 1 期 54 頁

<sup>46</sup> 卞耀武主編『中華人民共和國商標法解釈』法律出版社（2002 年）179 頁

より効果的に抑止することを目的としている。

2001年「商標法」	2012年商標法改正草案
<p>第 15 条 権限を授けられていない代理人又は代表者が自らの名義により被代理人又は被代表者の商標について登録出願を行い、また被代理人又は被代表者が異議を申し立てた場合には、その出願を拒絶しかつその使用を禁止する。</p>	<p>第 15 条 権限を授けられていない代理人又は代表者が自らの名義により被代理人又は被代表者の商標について登録出願を行い、また被代理人又は被代表者が異議を申し立てた場合には、その出願を拒絶しかつその使用を禁止する。</p> <p>同一区分の商品または類似する商品について登録出願する商標は、他人が先に使用した商標と同一または類似し、出願人が当該他人と前項の規定以外の契約、取引関係もしくはその他の関係を有し、当該他人の商標の存在を明らかに知り、当該他人が異議を申し立てた場合には、その出願を拒絶する。</p>

## (二) 代理人及び代表者の画定

実践においては、「代理人」について二種類の理解が存在する。一つの考え方は狭義の解釈をすることである。例えば、「頭孢西靈」事件において、北京市高級人民法院は、代理人とは商標代理人、すなわち委託を受けて、委託人を代理して商標に関する手続を行う者のみを指すとしている。代表者とはすなわち商標代表者であり、当該企業を代表して商標登録手続を行い、その他商標に関連する事項に従事する者を指すとしている。<sup>47</sup>一方で例えば商標評審委員会や北京第一中級人民法院は、その意味を広義に解釈すべきと考え、代理には販売代理も含むべきであるとの考えを示している。<sup>48</sup>

中国最高人民法院は広義の解釈を支持しており、「頭孢西靈」事件において、商標法第 15 条の立法過程、立法趣旨、パリ条約の規定及び関連司法解釈の精神に則り、「特別な販売代理関係により他人の商標を知るに至った、または使用する販売代理人または代表者が信義誠実の原則に反し、他人の商標を冒認登

<sup>47</sup> 北京市高級人民法院（2006）高行終字第 93 号行政判決書を参照

<sup>48</sup> 北京市第一中級人民法院（2005）一中行初字第 437 号行政判決書を参照

録する行為を制止するためには、商標第 15 条に規定される代理人を広義に解釈し、商法登録出願人または商標登録人による委託を受け、委託された権限の範囲内で商標登録等の事務を代理する商標代理人、代表者のみに限らず、総販売代理（独占販売代理）、総代理（独占代理）等特別な販売代理関係にある代理人、代表者をも含むと解するべきである。」<sup>49</sup>

当然、この代理もしくは代表関係は係争商標の登録時期より早く成立していなければならない。例えば、「東洋」事件において、東洋テックス株式会社は、高嵩は同社製品の販売代理店であり、高嵩が第 19 類「床板」等の製品について商標「東洋」を登録する行為は、中国「商標法」第 15 条に違反しており、当該商標登録は取り消されるべきであると主張した。同事件において、東洋テックス株式会社は高嵩と締結した販売契約書面、伝票、コンテナリスト、送金請求書の写し及び商業書簡等の証拠を提出した。しかし、これらの証拠が形成された時期はいずれも登録異議申立てがなされた商標の登録出願日より後であった。非当事者が提出した、双方がかつて販売代理関係にあったことを証明する文書にも代理関係が形成された時期が明確に示されていなかった。よって、同事件について、法院は東洋テックス株式会社が提出した証拠は異議申立てがなされた商標の登録の出願日前に原告と第三者の間に代理または代表関係が存在したことを証明するには不十分であり、東洋テックス株式会社の主張は支持することができないとの見解を示した。<sup>50</sup>

### （三）代理人及び代表者の商標範囲

被代理人、被代表者の商標に関しては、「商標審理基準」に詳細に規定されている。

被代理人の商標の範囲については、(1) 契約又は授權委託書に明記されている被代理人の商標、(2) 当事者間に約定がない場合において、代理関係が既に確定しているときは、被代理人が販売を代理させる商品/役務についてすでに先使用している商標を被代理人の商標とみなす、(3) 当事者間に約定がない場合において、代理人が販売を代理する商品/役務に使用する商標は、代理

<sup>49</sup> 最高人民法院（2007）行提字第 2 号行政判決書を参照

<sup>50</sup> 北京市第一中級人民法院（2010）一中行初字第 3215 号行政判決書を参照

人自身の広告宣伝等の使用行為によって、関連する公衆に当該商標が被代理人の商品/役務と他人の商品/役務との違いを示すものであると認識させるに足るときに、被代理人の商品/役務に関してこれを被代理人の商標とみなす、と規定されている。また被代表者の商標には（1）被代表人がすでに先使用している商標、（2）法により被代表人に帰属するその他の商標、が含まれる。

このほか、「商標審理基準」には、被代理人、被代表人の商標に対する保護の範囲は、当該商標を使用する商品/役務と同一の商品/役務だけでなく、類似の商品/役務にも及ぶと規定されている。また代理人又は代表人が登録を出願してはならない商標標章は、被代理人又は被代表人の商標と同一の標章だけでなく、被代理人又は被代表人の商標と類似する標章も含まれると規定されている。

#### （四）現行制度の評価と分析

「商標審理基準」の規定によれば、代理関係終了後に代理人が被代理人の商標の登録を出願し、被代理人又は利害関係者の利益が損なわれる可能性をもたらしたときは、「商標法」第 15 条を適用し、これを登録せず、又は係争商標を取り消す判定を行うことができる。代表関係終了後の代表人の悪意の冒認出願行為については、前項を参照して処理する。一方、日本国「商標法」第 53 条の 2 の規定では、法的な禁止期間は 1 年とされている。この点について、中国の商標制度では被代理人の商標に対しより強い保護を与えている。

最新の「商標法」改正草案には取引関係等によって他人がすでに先使用している商標を明らかに知っていた場合の冒認出願行為を禁止する旨が加わり、商標冒認出願防止が強化されている。また、改正草案第 9 条には信義則条項が加わり、商標冒認出願の抜け穴防止条項となっている。

現行の商標法体系における悪意の登録防止のための制度としては（1）悪意が全くなかったとしても、著名商標であれば、登録を制止することができること、（2）一定の知名度に一定の悪意が重なる場合も制止の効果を得ることができること（商標法第 31 条）、（3）欺瞞的な手段又はその他の不正な手段による登録は取り消されること（商標法第 41 条第 1 項）などがあげられる。

今回の商標法改正のプロセスをみると、立法者は第 15 条、すなわち代理人による冒認出願の制止についての条項の拡充によって悪意の登録の制止についての改善を意図しており、第 41 条第 1 項の改正を選ばなかった 2012 年 12 月に公布された草案第 15 条第 2 項はすで立法目的を満たしているが、過去の版本中の「中国において使用する」という要件が同草案では削除されていることには注意しておくべきである。改正説明において当該要件が削除された理由もしくは意図が明確にされれば、今後の法律適用にとって有益であるが、もし明確にされなければ、現行商標法第 31 条中の「使用」には「中国において」の文言がついていないものの、実際の保護においては中国での使用に限って法律適用がなされることになるであろう。

現在の草案が最終的に採択され、現行法第 41 条第 1 項の構成に変更がないとしても、基本的には悪意の登録に関する問題は解決されるはずである。ただしこの理由は完全に相対的事由の解決枠組みに組み込まれているため、悪意の登録に対する無効審判の請求期間の制限の面においては不満が残る。<sup>51</sup>

### 三、他人の適法な先行権利の侵害及び他人の一定の影響力を有する商標の悪意による冒認出願

#### (一) 立法沿革と最新動向

1982 年中国「商標法」制定まもない頃は先行権利や悪意の冒認出願といった問題についての規定は存在していなかった。1993 年「商標法」改正の際に、「欺瞞的な手段又はその他の不正な手段で登録を得た場合は」、商標局はその登録商標を取消すことが規定され、対応する細則において「他人の適法な先行権利を侵害すること」が欺瞞的な手段又はその他の不正な手段の一つに該当することが規定された。

2001 年中国「商標法」改正の際、他人の先行権利との衝突があってはならないという規定が基本原則の地位まで高められ、総則部分第 9 条に新たに規定された。また、第 3 章「商標登録の審査及び認可」部分の第 31 条には「商標

---

<sup>51</sup>黄暉「商標の登録、使用、共存についての信義則の適用を論ず」未発表

登録の出願は他人の有する先行権利を侵害してはならない。また他人が先に使用している一定の影響のある商標を不正な手段で登録してはならない。」と規定されている。2001年の商標法改正は中国の商標法に対する認識が深化し続けていることを示している。2001年法改正前は、当時の歴史的制約もあり、立法において著名商標、商標権以外の他の権利及び未登録商標に対する保護についての条項が欠けており、理論家の間でも登録主義や先願主義を絶対化して理解する傾向が存在していた。また1995年杭州の「天平」、「天称」商標冒認出願事件や1998年の深圳某企業による商標冒認出願事件は、法執行機関が厳しい課題を突きつけただけでなく、学界においても激しい論争を巻き起こした。最終的に、上記冒認出願行為は信義誠実の原則に違反しているため、制止されるべきであるという考え方が徐々に公認されるようになっていった。<sup>52</sup>

また2001年の商標法改正はTRIPS協定との整合性をとることも目的としていた。TRIPS協定第16条の1では、商標権はいかなる既得権も害するものであってはならず、また、加盟国が使用に基づいて権利を認める可能性に影響を及ぼすものであってはならないと規定されている。中国はTRIPS協定加盟後、当然条約遵守の義務を果たす必要に迫られた。

2012年の「商標法」改正草案においては、第9条に「商標の登録出願及び使用において、信義誠実の原則を遵守しなければならない。」という条項が第2項として追加された。

1993年「商標法」	1993年「商標法実施細則」	2001年商標法	2012年「商標法」改正草案
第27条第1項 すでに登録された商標が本法第8条の規定に違反している場合、若しくは欺瞞的な手段又はその他の不	第25条第1項 次の行為は「商標法」第27条第1項でいう欺瞞的な手段又は他の不当な手段で登録を得る行為とする。 (1) 虚構、事実、真相の隠蔽或は願書及び関係書類を偽造して登録を取得すること。	第9条第1項 登録出願にかかる商標は、顕著な特徴を有し、容易に識別でき、かつ <b>他人が先に取得した合法的権利と衝突し</b>	第9条 登録出願にかかる商標は、顕著な特徴を有し、容易に識別でき、かつ他人の先に取得した合法的権利衝突してはならない。

<sup>52</sup> 文学「先行商標権に対する保護—「商標法」第31条の理解と適用も踏まえて」中華商標2004年第3期55頁

<p>正な手段で登録を得た場合は、商標局はその登録商標を取消す。その他の組織又は個人は、商標評審委員会にその登録商標の取消についての裁定を請求することができる。</p>	<p>(2) 信義誠実の原則に反し、複製、模倣、翻訳などの方法で公衆によく知られている他人の商標を使って登録を取得すること。</p> <p>(3) 権限を授けられていない代理人が自己の名義で被代理人の商標を登録すること。</p> <p><b>(4) 他人の合法的な優先権を犯して登録すること。</b></p> <p>(5) その他の不正手段で登録すること。</p>	<p>てはならない。</p> <p>第31条 商標登録の出願は他人の有する先行権利を侵害してはならない。また他人が先に使用している一定の影響のある商標を不正な手段で登録してはならない。</p>	<p>商標の出願及び使用は誠実信用の原則を遵守しなければならない。</p> <p>商標権者は「登録商標」又は登録済みの表示を表記する権利を有する。</p>
--	--	--	---

## (二) 先行権利の範囲

中国の現行「商標法」の第9条及び第31条にはいずれも先行権利の範囲に対する画定について規定されていない。中国最高人民法院は「登録商標、企業名称と先行権利が衝突する民事争議案件の審理に関する若干問題の規定」第1条第1項に「原告が他者により登録商標に使用される文字、図形などによってその著作権、意匠専利権、企業名称権などの先行権利を侵害され訴訟を提起した場合、民事訴訟法第108条の規定に合わせ、人民法院はこれを受理しなければいけない。」と規定している。

最高人民法院の関係裁判官が著した法律解釈では「この種の先行権利は条文中に列挙されている著作権、意匠専利権、企業名称権の他、さらに不正競争防止法に規定される周知商品に特有の名称、包装、デザイン、ドメイン名及びその他の先行権利を含んでおり、全てを列挙しないことで、実践においては事件の具体的状況に応じた判断が可能となる」と解説されている。<sup>53</sup>

また、商標局と商標評審委員会が「商標審理基準」において先行権利について定めた範囲は、「先行権利とは、係争商標の登録出願日前に取得された商標権以外の権利を指し、商号権、著作権、意匠専利権、氏名権、肖像権等が含まれる。」とされている。この「等」を「その他を含む」と理解するならば、周知商品に特有の名称、包装、デザインも含まれることになり、最高人民法院の

<sup>53</sup> 蔣志培、孔祥俊、夏君麗「登録商標、企業名称と先行権利が衝突する民事紛争事件の審理についての若干問題に関する規定」の理解と適用『人民司法』2008年7月16頁

解釈との一致が保たれる。

上記のような解釈は学界の通説とも基本的に一致しており、当然日本国商標法中の関連規定を根拠として、先行権利となりうる対象は主に先行する商号権、先使用されている著作物のイメージキャラクターまたはその一部、あるいはその表題、先使用の未登録商標（知名度を有する未登録商標を除く）、先使用されている雅号、芸名、筆名または名称の略称、先使用されている商品に特有の名称、包装及びデザイン、先使用されているドメイン名等である、と考える学者もいる。<sup>54</sup>

日本企業も冒認出願を受けた時は往々にして先行権利も主張する。日本産業株式会社は「ラクダの図形」商標行政訴訟事件において、自らが「ラクダの図形」商標について著作権を享有するとしたが、十分な証拠によって証明することができず、最終的に当該主張は支持を得られなかった。<sup>55</sup>

各種先行権利のなかでも、著作物は創作のプライバシー性が強く、証拠の保留が困難であるため、著作権の帰属の判定はしばしば、審判事件における先行著作権の確認における焦点や難題となる。創作原稿、創作委託契約またはその他の公开发表された証拠を提出できない場合、当事者は通常、著作権登録証明書または係争の図形を含む先行商標登録証を提出し、図形についての著作権を享有することを証明しようとする。現在の中国商標評審委員会及び法院の実践によれば、両者はすでに基本的な意見の一致をみており、係争商標の登録の出願日後に登録を申請した著作権の登録証明書または先行商標登録証はいずれも単独で著作権が先行著作権が成り立つことの証明にはならないと考えている。このほか、商標評審委員会は、著作権を主張する者が後から行なった著作権登録の証明書を提出し、これに加えて先行商標登録証を提出した場合、両者が組み合わせることにより互いの証明能力上の不備を補い合うため、著作権を主張する者は初歩的な立証責任を果たしたとみなされ、立証責任は相手側当事者へと転換し、相手方当事者が反対の証拠を提出できない場合、先行著作権の成立を認定しなくてはならないと考えている。<sup>56</sup>

<sup>54</sup> 李揚「商標法における先行権利の知的財産権法的解釈」法律科学 2006 年第 5 期 45 頁

<sup>55</sup> 北京市第一中級人民法院（2010）一中行初字第 2778 号行政判決書を参照

<sup>56</sup> 徐琳「先行著作権の認定における著作権登記証書と商標登録証の証明効力」中華商標 2012 年第 7 期 28-30 頁

また、中国における実践によれば、著作物の表題は必ずしも著作権法による保護を受けるわけではないことは指摘しておくべきであろう。例えば「灌籃高手（スラムダンク）」商標登録異議申立事件において、中国商標評審委員会は「著作物の表題が独立して著作権法の保護を受けるためには、著作権法に規定される条件、すなわち文学、芸術、科学分野における独創性を有し、かつ何らかの有形の形式で複製ができる知的成果でなければならない。係争商標「灌籃高手（スラムダンク）」は漫画著作物「灌籃高手（スラムダンク）」の表題と文字上、同一を構成している。しかし「灌籃高手（スラムダンク）」とはスラムダンクシュートが得意なバスケットボール選手の称呼の一種であり、いずれの公衆も使用できる言語・文字の範疇に属しており、文字の著作物の要件である独創性を備えておらず、著作権法で指すところの文字の著作物ではない。同時に、係争商標は普通の活字体の形式で表現されており、他人の美術の著作物を侵害するような事実も存在しない。したがって、被請求人が係争商標を登録し請求人の先行著作権を侵害したという請求人の主張は成立しえない。」<sup>57</sup>

### （三）一定の影響力を有する商標

商標が一定の影響力を有することをどう判断するかについて、現行の法律、法規には明確な答えが示されていない。「商標審理基準」においては「すでに使用している一定の影響力を有する商標とは、中国ですでに使用されており、一定の地域の範囲内の関連する公衆に知られている未登録の商標をいう。」と定義されている。「最高人民法院の著名商標保護に関連する民事紛争事件審理における法律運用についての若干の問題に関する解釈」第1条には「本解釈にいう著名商標とは、中国国内で関連公衆に広く知られている商標を指す。」と規定されている。この2つの定義からわかるのは、一定の影響力を有する商標の知名度は著名商標についての要件よりも低いはずであるということである。当然、「一定の影響力を有する」とは知名度に対する要求が低いというわけではない。このような事件において、当事者の提供する広告、契約等の証拠が「すでに使用されている」ことは証明できるが、「一定の影響力を有する」程度ま

<sup>57</sup> 商評字（2008）第05727号商標争議裁定書を参照

で達していない場合、当該当事者は敗訴することとなる。<sup>58</sup>

馮曉青教授は先行商標の一定の影響力は特定地域内の関連公衆に及ぶだけでなく、被異議申立人にまで及ぶべきであると考えている。商標の影響が特定の地域の関連公衆に及ぶことは先行商標が保護を受けるための前提であり、また商標の影響が被異議申立人に及ぶことは先行商標によって被異議申立人に対抗するための前提である。なぜなら、個別の事件において商標の影響力が当該商標の登録を出願した被異議申立人の知るところとなる程度にすでに達していることが確かであってはじめて、被異議申立人の責めに帰することができるようになるからである。よって、未登録商標によって他人の登録出願に対抗するには、十分な証拠によって被異議申立人に明らかな主観的過失があることを証明することが要求されなければならない。<sup>59</sup>

一般的に、商標が一定の影響力を有する範囲は中国国内に限られ、中国国外での使用を含まない。しかし、司法の実践をみると、判例によってはすでにこの原則を破り始めている。例えば「無印良品」事件において、北京市高級人民法院は「商標法」第 31 条の「目的は悪意の冒認出願の禁止であって、冒認出願された未登録商標が中国大陸地域において使用されているか否かは同条項の適用において必須の条件を構成するわけではない」としている。本事件において、株式会社良品計画は早くも 1991 年に香港で「無印良品 MUJI」商品の専門店を設立していた。盛能公司是香港に所在し、冒認出願された商標が先使用された地域と同一の区域に位置し、かつ双方はいずれも衣服商品の生産及び取扱いに従事しており、盛能会社が本事件の係争商標を登録及び使用したときには、主観的悪意があったことは明らかである。<sup>60</sup>

ある学者は、先行登録者には多くの善意もあるものの、それは悪意の冒認出願事件であることを否定することにはならないと指摘した。商標法 31 条に規定される一定の知名度を有する、先使用されている商標であっても、司法事件

---

<sup>58</sup> 李茜「他人がすでに使用しているが一定の影響力を生じていない商標」は登録可能か—浙江力宝新材料股フェン有限公司が商標評審委員会、武漢市、武漢市科達雲石護理材料有限公司を訴えた商標登録異議申立再審査行政事件を論ず」北京市高級人民法院知的財産権法廷編『北京法院商標難事件についての裁判官の論評 2011』法律出版社（2012 年）86-89 頁

<sup>59</sup> 馮曉青、羅曉霞「先使用により一定の影響力を有する未登録商標の保護に関する研究」学海 2012 年第 5 期 143 頁

<sup>60</sup> 北京市高級人民法院（2007）高行終字第 16 号行政判決書を参照

においては「使用」、「一定の知名度を有する」等の問題に対する認識の差や立証の困難性により、真の保護を受けることができない。例えば数年前の山西老伝統会社の「家家酒」はまさにその一例である。<sup>61</sup>

#### （四）不正手段の認定

本条中に規定される不正な手段で冒認登録をする行為について、ここで強調されているのは登録人の主観的悪意であるか否か、という問題について、「商標審理基準」では専門的な検討がされておらず、悪意の判定についての基本条件を直接規定しており、両者の対応関係が直接認められているかのように見える。<sup>62</sup>

また中国「商標法」第 41 条も「欺瞞的な手段又はその他の不正な手段で登録を得た」商標は取り消すことができることに言及している。「商標審理基準」中の当該条文中の「不正手段」に対する解釈によれば、第 31 条中の「不正手段」は第 41 条中の「不正手段」と同等であると考えてもよい。<sup>63</sup>

「誠聯」事件において、中国最高人法院は「商標登録人「臧其准」は創聯公司の出資者の一人であり、同社の役員であり、創聯公司が係争商標の図形標章を使用していることを明らかに知っていながら、同類の業務を取扱う会社を設立し、かつ同類の商品について創聯公司が使用している商標及び商標図形を冒認出願した。会社を設立し、創聯公司が先使用している商標を冒認登録した時点で、臧其准はまだ創聯公司の役員であったので、臧の会社が係争商標を登録することの不正性は明らかである、と指摘している。<sup>64</sup>

また、冒認出願者が他人の商標を大量に冒認出願した場合も、社会的、経済的秩序を乱したと認定されやすく、絶対的事由を満たす。例えば蜡笔小新（クレヨンしんちゃん）事件において、北京市高級人民法院は「双葉社によって提出された誠益公司が過去及び現在において所有する商標の記録資料は、誠益公

<sup>61</sup> 馮曉青「未登録商標の先使用権及び登録商標不使用の場合に賠償をしない制度についての研究—我が国商標法最新改正草案中の 2 つの重要問題について考えること」『中国知的財産権法学研究会 2012 年年会、知的財産権法改正フォーラム論文集』49 頁

<sup>62</sup> 北京市第一中級人民法院知的財産権法廷『商標権の確定をめぐる行政審判に関する難題の研究』知産権出版社 122 頁

<sup>63</sup> 劉曉軍「「商標法」第 31 条中の先行商標が「すでに使用されかつ一定の影響力を有する」についての判定」中国專利と商標 2008 年第 4 期 47 頁

<sup>64</sup> 最高人民法院（2006）行監字第 118-1 号行政判決書を参照

司が大量かつ大規模に他人の商標を冒認出願し、かつもっぱら販売によって利益をむさぼったことを証明しており、この行為の情状は深刻である」との見解を示している。「蜡笔小新（クレヨンしんちゃん）」の文字及び図形は著作物として独創性を有し、かつ本事件の係争商標出願日前に日本、台湾、香港において比較的高い知名度を有しており、誠益公司は上記著作物を複製し、かつそれを商標として中国大陸において登録し、またこれらを組み合わせて大量かつ大規模に他人の商標を登録する行為を働いた。誠益公司は明らかに他人を侵害し、他人の商標を冒認出願する悪意を有しており、信義誠実の原則に違反していると考えられることができる」と判断している。<sup>65</sup>

## （五）商標の使用

商標使用の画定に関しては、元来は「商標法実施条例」第3条に規定されていた。2012年「商標法」改正草案ではこれについて若干の修正を行ったうえで第47条「本法にいう商標の使用とは、商品の出所を識別するために、商標を商品、商品の包装又は容器及び商品の取引書類に使用し、或いは商標を広告宣伝、展示及びその他のビジネス活動に使用する行為のことを指す。」として新たに規定している。

一般的に、商標の使用は商業活動中の実質的な使用、継続的な使用、中国国境内における使用、使用行為が未登録商標に対して影響を与え、合法に属する使用でなければならない。<sup>66</sup>ここでよく争点となるのが、一般公衆の商標に対する使用行為、つまりいわゆる「商標の受動的使用行為」は商標法上の意味での使用を構成するのか否か、ということである。

受動的使用という点に関して、商標評審委員会はこの承認しない考えであるが、一方中国人民法院では同問題に対する認識が統一されていないようである。例えば「偉哥（バイアグラ）」事件において、北京市第一中級人民法院、北京市高級人民法院及び最高人民法院はいずれもメディアによる「偉哥（バイアグラ）」に関する報道は輝瑞公司の当該商標に対する宣伝には属しないと判

<sup>65</sup> 北京市高級人民法院（2011）高行終字第1428号行政判決書を参照

<sup>66</sup> 北京市第一中級人民法院知的財産権法廷『商標権の確定をめぐる行政審判に関する難題の研究』知識産権出版社126-128頁

断し、<sup>67</sup>「索愛」事件において、北京市第一中級人民法院は「「索愛」はすでに幅広い消費者及びメディアから受け入れられ、かつ使用されており、異なる商品の出所を区別し、製品の品質を表す役割を有しており、これらの実際の使用による効果と影響は自然にソニーエリクソン社及び索尼愛立信（中国）会社に及ぶため、実質的には他人による使用と同等である」と判断している。<sup>68</sup>一方で北京市高級人民法院は「索愛（ソニーエリクソン）」製品についての報道や評論はいずれも索尼愛立信（中国）会社の所為ではないと判断した。係争商標の登録出願前に、索尼愛立信（中国）会社は「索愛」製品に関する生産、販売及び宣伝活動等のいかなる商業活動も行っていない。<sup>69</sup>

また路虎（ランドローバー）事件において、北京市第一中級人民法院と北京市高級人民法院はいずれも関連のニュース報道または評論記事を根拠に、「陸虎」が英語「LAND ROVER」の中国語の称呼であることはすでに中国の関連公衆によって広く認知されており、「LAND ROVER」の当時の権利人である BMW 社と唯一の対応関係を形成している。よって、中国語「陸虎」はすでに幅広い消費者及びメディアから受け入れられており、商品の出所を識別し、製品の品質を表す役割を果たしており、実質上すでに中国における「LAND ROVER」の使用標識となっており、かつ自動車分野及び自動車業界の関連分野において一定の影響力を形成している。」と判断した。<sup>70</sup>

時間の前後関係をみればわかるように、人民法院は徐々に商標の受動的使用を承認する傾向に向かっていると考えるよさそうである。ただし、これらの3つの事件は細部において違いがあることも指摘しておく必要がある。例えば「偉哥」事件では大衆は「偉哥」をアメリカのファイザー社（工場）と関連づけたが、訴訟の当事者は中国の輝瑞公司であった。また、「索愛」事件では、索尼愛立信公司は「索愛」をその商標の別称とすることを認めず、「偉哥」事件では輝瑞製薬公司は「万艾可（バイアグラ）」がその正式な商品名であることをはっきりと声明した。さらに、「偉哥」事件において、対応する英文商標

---

<sup>67</sup> 北京市第一中級人民法院（2005）一中民初字第11354号判決書、北京市高級人民法院（2007）高民終字第1685号判決書、最高人民法院（2009）民申字第312号裁定書を参照

<sup>68</sup> 北京市第一中級人民法院（2008）一中行初字第196号行政判決書を参照

<sup>69</sup> 北京市高級人民法院（2008）高行終字第717号行政判決書

<sup>70</sup> 北京市第一中級人民法院（2011）一中知行初字第1043号行政判決書、北京市高級人民法院（2011）高行終字第1151号行政判決書を参照

はすでに他者に譲渡されていたなどといった状況がある。<sup>71</sup>これを考えると、法院の見方は「商標の受動的使用行為は、商標の主動的な使用行為に転化された場合に限り法的意義がある、または商標の受動的使用行為は商標使用の結果を生じない、という2つの考え方は、商標の受動的使用に独立した法的地位を認めるものではない」という方向にさらに傾いているようである。<sup>72</sup>目下、中国の学術界の受動的使用に対する見方は異なっており、一致をみていない。<sup>73</sup>この問題について、引き続き注目する必要がある。

さらに、相手先ブランド生産が商標法上の意味で使用に該当するかについてもさまざまな意見があることも指摘しておきたい。学術界では商標の使用に該当しないと基本的にみなされているが、<sup>74</sup> 法院の各事件に対する判決から判断するに法院の認識は統一されていないようである。

以前、中国法院は一般に商標法第 52 条の規定に基づいて、商標権侵害を構成するものとして対処しており、例としては 2002 年の米国「耐克（ナイキ）」事件があげられる。<sup>75</sup>ただ法院の間にはほかの意見も見られる。北京市高級人民法院は「SCALEXTRIC」事件において、来料加工（無償支給原料委託加工）による完成品は実際に中国大陸市場にて流通する訳ではないが、来料加工を商標使用行為と認めないということであれば、関連商標の専用権は不使用となるので、商標の取消理由を構成することになり、公平性に欠け、対外貿易政策の拡大に反する恐れがあるとした。<sup>76</sup>この事件は相手先ブランド生産が権利侵害に

<sup>71</sup> 鄭宏光「商標の受動的使用行為の誤解を正す」知識産権 2011 年第 7 期 13 頁

<sup>72</sup> 鄭宏光「商標の受動的使用行為の誤解を正す」知識産権 2011 年第 7 期 12 頁

<sup>73</sup> この考えを支持する意見は次を参照王東勇、儀軍「冒認出願された未登録商標の先使用についての司法認定-「索愛」商標事件」を論ず」電子知識産権 2011 年第 7 期 63-67 頁鄭宏光「商標の受動的使用行為の誤解を正す」知識産権 2011 年第 7 期 11-18 頁楊敏「「HYSTERC」商標行政紛争事件から「商標法」第 31 条適用について再考する」電子知識産権 2010 年第 11 期 76-78 頁反対の意見としては黄匯、謝申文「商標受動的の使用擁護論への反論」知識産権 2012 年第 7 期 85-94 頁がある。

<sup>74</sup> この点に言及する論文として以下があげられる。林鴻姣「海外相手先ブランド生産と商標権の地域性」中華商標 2005 年第 5 期 40-42 頁張沢吾「OEM の知的財産権の責任帰属」中華商標 2005 年第 10 期間 47-56 頁方双復「海外から委託された相手先ブランド生産における商標権侵害行為の認定」電子知識産権 2006 年第 12 期 43-46 頁張玉敏「海外「相手先ブランド生産」商標権侵害紛争における法律適用」知識産権 2008 年第 4 期 70-74 頁易健雄「OEM 商標権利侵害紛争処理における態度の選択-「結果から出発する」という考え方に従う」知識産権 2009 年第 3 期 23-28 頁程永順「相手先ブランド生産における商標権侵害問題」中華商標 2008 年第 12 期 17-19 頁錢江「海外相手先ブランド生産（OEM）と商標権侵害」浙江工業大学学報（社会科学版）2008 年 12 月 474-480 頁

<sup>75</sup> 広東省深圳市中級人民法院（2001）深中法知産初字第 55 号民事判決書を参照

<sup>76</sup> 潘偉：「無償支給原料委託加工（来料加工）は商標登録を維持するための使用態様たりうる-宏比福比有限公司が商標評審委員会、温克勒國際有限公司を訴えた商標取消再審査行政事件をもとに」北京市高級人民法院知的財産権局編『北京法院商標難事件についての裁判官の論評 2011』法律出版社（2012 年）97 頁を参照

該当するか否かについて直接回答を提供するものではないが、北京高級法院の見方によれば、相手先ブランド生産であっても商標が使用される以上、他者が当該商標を登録すれば、相手先ブランド生産従事者の行為は自然と商標権を侵害する行為となることになる。

また、中国最高人民法院は、「無印良品」事件において、「商標の基本的な機能は商標の識別性、すなわち商品または役務の出所を識別することであるため、商標は商品の流通段階でのみ機能を発揮する」としている。<sup>77</sup>最高人民法院の本事件での論理によれば、相手先ブランド生産は流通段階に入っていないため、商標は使用されておらず、商標権の侵害はないということになる。

上記のいくつかの事例から、法院の相手先ブランド生産に対する見方はまだ統一されていないことがわかる。よってこの問題については今後も継続的な観察が必要である。

## 四、著名商標の冒認出願

### (一) 立法沿革と最新動向

1982年に中国で「商標法」が制定されて間もない頃は、著名商標の保護についての規定は存在しなかった。1985年、中国は「パリ条約」に加盟し、加盟国の著名商標を保護する義務を負うことになった。当時、中国の商標主管部門は「パリ条約」の規定に直接依拠して、一部の著名商標を保護していた。例として、米国ピザハット社の「PIZZAHUT」商標及び屋根の図形、英国ユニリーバ社の「LUX 及び力士」、米国フィリップモリス社の「Marlboro 及び万宝路」、中国の「同仁堂」等があげられる。<sup>78</sup>

1993年に改正された「商標法実施細則」の中で、「公衆によく知られた商標」の保護に関する条項が追加され、これは中国の法律性文書における著名商標に対する保護規定の原形と言える。1996年、中国国家工商行政管理部門は「著名商標の認定と管理に関する暫定施行規定」を公布して法律文書の形式で初め

<sup>77</sup> 上海知的財産権研究所「事例報告：OEM中の商標使用が商標法第31条の立法趣旨に適合しない場合」上海知的財産権研究所ウェブサイト [http://www.shipa.org/ip\\_litigation\\_show.asp?id=336](http://www.shipa.org/ip_litigation_show.asp?id=336)。

<sup>78</sup> 安青虎「著名商標と中国著名商標保護制度」曹中強主編『中国商標報告』第2巻，中信出版社 2005年版 298頁

て著名商標を保護し、著名商標の意味と認定基準について画定した。当然ながら、この「暫定施行規定」は、例えば著名商標に対し「積極的認定、大量認定」の手法を採用する、著名商標を保護する地域についての原則を明確にしない、市場を中国市場に限定する、関連公衆の範囲を画定しない、また著名商標を登録商標のみに限定する等といった不十分な点が多く見られた。しかし「暫定施行規定」の発表が中国の著名商標保護制度の促進にとって極めて大きな役割を果たしたことは疑いのないところである。

2001年10月、中国「商標法」第二次改正が行われ、初めて立法レベルで著名商標の保護が盛り込まれた。「商標法」の関連法規として、「商標法実施条例」も2002年9月に施行された。改正後の「商標法」と「商標法実施条例」には、著名商標に関係する条項がそれぞれ3つずつ規定された。「商標法」第13条には、著名商標保護制度について、第14条には著名商標の認定にあたり考慮すべき要素について、第41条第2項には著名商標の所有者が権利を主張できる期間について規定されている。「実施条例」第5条は、「商標法」第13条に関連する「登録拒絶」手続における著名商標の認定について詳しく規定し、第45条では「商標法」第13条の「使用禁止」手続について重要な補足を加え、第53条では著名商標と企業名称が衝突した場合について規定している。

2003年4月、中国国家工商行政管理総局は「著名商標の認定及び保護に関する規定」を公布し、それまでの「暫定施行規定」は廃止された。新たに公布された「著名商標の認定と保護に関する規定」は改正部分が比較的多く、例えば中国で著名商標を保護する地域についての原則を明確に規定して、「関連公衆」の概念について限定と説明を行い、「認知度」について量的要件を追加し、「認知」の程度を調整し、「登録商標」を「商標」に変更し、当事者が提出すべき商標が著名であることを証明する証拠資料の種類ごとに適切な調整を行い、「使用禁止」を要求手続についても明確にした。

中国の著名商標保護制度において、最高人民法院の司法解釈も重要な役割を果たしている。2001年、最高人民法院は「コンピューターネットワークドメインネームに関連する民事紛争事件の審理における法律適用の若干問題についての解釈」を公布し、ドメインネーム関連事件において、当事者の請求と

事件の具体的な状況に基づいて関連の商標が著名か否かを認定できる旨を明確に規定した。

2002年、最高人民法院は「商標民事紛争案件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」を採択、公布した。同解釈第22条には、人民法院は商標紛争事件を審理する際に、当事者の請求と事件の具体的な状況に従って、登録商標が著名か否かを認定できる旨が明確に規定された。また、「解釈」も著名商標の保護を当該商標の主要部分にまで拡大し、著名商標の主要部分を複製、模倣及び翻訳した場合も商標専用権の侵害に該当するとした。

近年、著名商標に対する認定が日増しに変化している状況を受けて、最高人民法院は2006年11月に「最高人民法院の著名商標司法認定届出制度の制定に関する通知」を下達し、各級法院に対して被告の身分及び関連行為の真実性を徹底的に確認し、当事者が事件を捏造して著名商標の認定を受けるような事態を防ぐよう求めた。また、2009年4月に、国家工商行政管理総局と最高人民法院は、「著名商標認定業務細則」と「著名商標保護に関連する民事紛争案件審査の法律適用の若干問題に関する解釈」をそれぞれ公布し、著名商標の認定を厳しく規制した。

2009年4月、最高人民法院は「現在の経済情勢下における知的財産裁判の大局支持に係わる若干の問題に関する意見」を配布し、「著名商標の司法認定に対する審査、監督を強化し、著名商標に関する司法保護制度を整備して、司法保護の権威性と公信力を確保しなければならない。」ことを強調した。

2010年4月、最高人民法院は「商標の権利付与・権利確定に係わる行政案件の審理における若干問題に関する意見」を公布し、審理が著名商標保護の権利付与・権利確定に係わる行政案件にかかわる場合は「著名商標保護に関連する民事紛争案件審査の法律適用の若干問題に関する解釈」の関連規定を参照できる旨を規定した。また、同意見は、著名商標の保護範囲はその著名性の程度に対応させる必要があるとも規定している。

2011年12月、最高人民法院は「知的財産権裁判の機能を十分に発揮させ、社会主義文化の大きな発展・繁栄を推進し経済の自主的協調的發展を促進する上での若干の問題に関する意見」を配布し、「著名商標の認定と保護を規範化

し、著名商標に対する保護を適切に強化」する必要のあることを強調した。

2012年に公布された「商標法」改正草案では、第14条で著名商標は「事件毎に認定し、受動的に保護する」ことが明確に規定されている。また、第57条では著名商標を用いて企業の屋号とする場合、「不正競争防止法」に基づいて処理することが規定されている。

1993年「商標法実施細則」	1995年「商標法実施細則」	2001年商標法	2012年「商標法」改正草案
<p>第25条第1項次の行為は「商標法」第27条第1項でいう欺瞞的な手段又は他の不当な手段で登録を得る行為とする。</p> <p>(1) 虚構、事実、真相の隠蔽或は願書及び関係書類を偽造して登録を取得すること。</p> <p><b>(2) 信義誠実の原則に反し、複製、模倣、翻訳などの方法で公衆によく知られている他人の商標を使って登録を取得すること</b></p> <p>(3) 権限を授けられていない代理人がその名義で商標</p>	<p>第25条第1項次の行為は「商標法」第27条第1項でいう欺瞞的な手段又は他の不当な手段で登録を得る行為とする。</p> <p>(1) 虚構、事実、真相の隠蔽或は願書及び関係書類を偽造して登録を取得すること。</p> <p>(2) 信義誠実の原則に反し、複製、模倣、翻訳などの方法で公衆によく知られている他人の商標を使って登録を取得すること。</p> <p>(3) 権限を授けられていない代理人が自己の名義で被代理人の商標</p>	<p>第13条 同一又は類似の商品について出願した商標が、中国で登録されていない他人の著名商標を複製、模倣又は翻訳したものであって、かつ同著名商標と容易に混同を生じさせる場合には、その登録とその使用を禁止する。</p> <p>同一又は非類似の商品について出願した商標が、中国で登録されている他人の著名商標を複製、模倣又は翻訳したものであって、かつ公衆を誤認させ、同著名商標権者の利益に損害を与え得る場合には、その登録とその使用を禁止する。</p> <p>第14条 著名商標を認定する際は以下に掲げる要素を考慮しなければならない。</p> <p>(1) 関連公衆の当該</p>	<p>第14条 <b>著名商標は、当事者の請求に基づき、商標に関わる事件の処理において認定する必要のある事実として認定しなければならない。</b></p> <p>著名商標を認定する際は以下に掲げる要素を考慮しなければならない。</p> <p>(1) 関連公衆の当該商標に対する認知度。</p> <p>(2) 当該商標の持続的な使用期間</p> <p>(3) 当該商標のあらゆる宣伝の持続期間、程度及び地理的範囲</p> <p>(4) 当該商標の著名商標としての保護記録</p> <p>(5) 当該商標の著名であることのその他の要因</p> <p>第44条 すでに登録された商標が本法第10条、第11条、第12条の規定に違反している場合、若しくは欺瞞的な手段又はその他の不正な手段で登録を得た場合は、商標局はその登録商標を取消す。その他の組織又</p>

<p>登録を取得すること。</p> <p>(4) 他人の合法的な優先権を犯して登録を取得すること。</p> <p>(5) その他の不正手段で登録を取得すること。</p>	<p>を登録すること。</p> <p><b>(4) 他人の合法的な優先権を犯して登録すること。</b></p> <p>(5) その他の不正手段で登録すること。</p>	<p>商標に対する認知度。</p> <p>(2) 当該商標の持続的な使用期間</p> <p>(3) 当該商標のあらゆる宣伝の持続期間、程度及び地理的範囲</p> <p>(4) 当該商標の著名商標としての保護記録</p> <p>(5) 当該商標の著名であることのその他の要因</p> <p>第41条第2項 すでに登録された商標が本法第13条、第15条、第16条、第31条の規定に違反している場合、商標の登録日から5年以内に、商標所有人又は利害関係者は商標評審委員会にその登録商標の取消について裁定を請求することができる。悪意による登録をした者に対して、著名商標の所有者は、5年の期間制限を受けない。</p>	<p>は個人は、商標評審委員会に対し当該登録商標についての無効審判を請求することができる。</p> <p>すでに登録された商標が、本法第13条、第15条、第16条第1項、第30条、第31条、第32条の規定に違反した場合、商標登録日から5年以内に、先行権利者又は利害関係者は商標評審委員会に当該登録商標の無効審判を請求することができる。悪意による登録をした者に対して、著名商標の所有者は、5年の期間制限を受けない。</p> <p>商標評審委員会は、登録商標について無効審判請求を受けた後、関係当事者に書面で通知し、かつ期限内に答弁を行うよう求めなければならない。</p> <p><b>第57条 他人の著名商標、登録商標を企業名称中の商号として使用し、公衆を誤認させ、不正競争行為を構成した場合は、「中華人民共和国反不正当竞争法」に基づいて処理する。</b></p>
--	---	--	---

中国の立法及び司法の実践面において、著名商標の認定はさらなる規範化が図られているところであり、著名商標に対する保護も少しずつ強化されている。もちろん、著名商標に関係する行為には様々な種類があるが、以下ではテーマに沿って、主に著名商標の冒認出願行為について検討してみたい。

## (二) 著名商標の認定基準

中国の法律制度によると、著名商標の認定方法には、(1) 商標管理手続、(2) 商標異議申立て手続、(3) 商標取消手続、(4) 司法ルートの方法がある。他者が著名商標の冒認出願を行った場合、権利者は異議申立て手続または取消手続により著名商標の侵害を理由として救済を求めることができる。

「著名商標の認定と保護に関する規定」によると、著名商標とは中国で関連公衆に広く知られ、高い名声を有する商標を指すという。この定義から、中国の商標法が保護するのは中国国内で著名な商標であることがわかる。このため、中国国外で著名であったとしても、中国国内で著名でなければ、中国国外で著名であるという事実により同条項に基づく保護を受けることはできない。

79

商標が著名な地域の範囲について、中国と日本では明確な相違が存在する。日本の商標法第4条19号には、登録商標の出願者が不当な目的により関連する商品または役務に他者の著名商標と同一または類似する商標を登録する場合、当該商標は登録を受けてはならない、と規定されている。ここにおいて、商標が著名な地域は日本であるか、外国であるかは問われない。これから分かるとおり、中国の商標はさらに地域の原則をより重視しているが、日本の商標法は著名商標の権利者の保護に重きをおいている。

中国の「商標法」第14条には、「著名商標の認定には、以下の要素を備えなければならない。(一) 関連公衆の当該商標に対する認知度 (二) 当該商標の持続的な使用期間 (三) 当該商標のあらゆる宣伝の持続期間、程度及び地理的範囲 (四) 当該商標の著名商標としての保護記録 (五) 当該商標の著名であることのその他の要因」と規定されている。

ここで、本条の規定は法院が個別の事件において推理、判断するのを補助する指導的条文に過ぎず、著名商標の認定にあたり、当該商標が同条に規定するすべての要素を満たすことを前提としてはならないことに留意したい。<sup>80</sup>「最高人民法院の著名商標保護に関連する民事紛争事件審理における法律運用に

<sup>79</sup> 孔祥俊「我が国商標司法の8つの関係について論ず」知識産権2012年第7期

<sup>80</sup> 北京市第一中級人民法院知的財産権法廷編著『商標権の確定をめぐる行政審判に関する難題の研究』知識産権出版社45頁

ついでに「若干の問題に関する解釈」第4条にも「人民法院は商標が著名であるかどうかを認定し、その著名性の事実を証明することを根拠として、商標法第14条に規定の各項の要素を総合的に考慮しなければならないが、事件の具体的状況に基づき、商標が著名であると認定できるに足る状況を除き、当該規定の全ての要素を考慮する必要はない。」と規定されている。

例えば「YKK」事件で、北京市第一中級人民法院は、「法院は当事者が提出した証拠が証明する事実を依拠とし、同条の各項の要素を総合的に考慮し、保護を求める商標が「関連公衆に広く知られている」かどうかを判断基準とすべきであり、使用期間、広告宣伝などの要素の絶対化は適切でなく、また、すべての要素をひとつひとつ考慮する必要はない」との見解を示している。<sup>81</sup>

このほか、著名商標の認定において、法院は必要に応じて認定するという原則を堅持している。例えば、「尼康（ニコン）」事件において、法院は登録商標第97095号「Nikon」と登録商標第243268号「尼康（ニコン）」を著名商標に認定したことで、株式会社ニコンの適法な権利、利益はすでに十分に保護されており、第3427916号「Nikon」について商標の著名性を認定する必要はない、とした。<sup>82</sup>

### （三）著名商標の保護範囲

中国の「商標法」は著名商標の希釈化防止制度を導入したのではなく、未登録の著名商標の保護範囲を同一または類似の商品にとどめており、登録著名商標の保護は公衆に誤認を生じさせるか否かを前提とし、保護範囲は同一でない、または類似しない商品まで拡大されるので、この点には注意したい。なお、中国における著名商標に対する保護は、公衆に誤認を生じさせるか否かを基準としており、非同一または非類似のすべての商品まで無条件に保護範囲が拡大されるわけではない。<sup>83</sup>

中国商標法の著名商標の保護条件と保護範囲に関する規定によれば、その

<sup>81</sup> 北京市第一中級人民法院（2012）一中行初字第2号行政判決書を参照

<sup>82</sup> 孫海龍、姚建軍「著名商標の指定区分を超えた保護に関する法律適用—「尼康」商標権侵害事件の分析」中国發明与專利2011年第9期

<sup>83</sup> 北京市第一中級人民法院知的財産権法廷編著『商標権の確定をめぐる行政審判に関する難題の研究』知識産権出版社49頁

保護範囲は相対的に広く、EU の制度に近いものがある。また、著名商標の保護範囲は本来杓子定規に定められるものではなく、相互間に知名度の差が存在すれば、この知名度が非類似の商品について保護の拡大する際の範囲に影響し、著名商標の保護範囲の定量化に関わってくるのである。<sup>84</sup>著名商標を保護する際、商標の知名度が高いほど、関連公衆の当該商標に対する認知度も高く、よって他者が当該商標をその他の商品に用いた場合、関連公衆が混同する可能性もますます大きくなる。<sup>85</sup>

最高人民法院は「現在の経済情勢下における知的財産裁判の大局支持に係わる若干の問題に関する意見」において「商品の類似や商標の類似を認定する際には、保護を請求する登録商標の顕著性の程度と市場における知名度を考慮し、顕著性や市場での知名度が高い方の登録商標に対して、より強力で広い範囲の保護を与えることにより、市場競争において優れた者を激励し、市場環境を浄化し、不当な便乗、模倣行為を抑止しなければならない」としている。

#### （四）現行制度の評価分析

著名商標の保護において、日本の「商標法」は未登録の著名商標の最後の救済手段として先使用権を与えている。日本の商標法第 32 条は、5 年間の無効審判請求期間を過ぎた場合も、未登録の著名商標の所有者は引き続き先使用権に基づいて自らの商標を継続使用できる旨を規定している。もちろん、このような状況では、登録商標の所有者は未登録の著名商標の所有者に対して、関連する商品または役務について説明を要求し、両者の区別を示すために用いることができる。しかし、中国の商標法には類似の規定はなされていない。

中国の学者からすると、このような防御措置が適用されるケースは非常に稀であるように思われる。「登録により商標権を取得する法体系において、著名商標の所有者は通常、速やかに自らの商標を登録するものである。速やかに登録せず、他者が登録した時も異議申立てを行わないようなケースは少ないであろう。さらに、その後 5 年以内に自らの未登録の著名商標の使用を続け、他

<sup>84</sup> 孔祥俊「我が国現行商標法律制度の若干の問題についての検討」『2011 年中国商標年鑑』769 頁

<sup>85</sup> 北京市第一中級人民法院知的財産権法廷編著『商標権の確定をめぐる行政審判に関する難題の研究』知識産権出版社 50 頁

者の登録商標について無効審判請求をしないケースとなると、さらに少ないのではないだろうか。であるから、日本商標法の第 32 条の規定は、事実上、未登録の著名商標を保護するための最終的な防御措置である。このような最終的な防護措置を必要とする未登録の著名商標は非常に稀である。」<sup>86</sup>まさに上記の理由により、中国の商標法にはこのような規定が存在しないわけであるが、著名商標の所有者にとっての影響はそれほど大きくないものと考えられる。

## 第五節 まとめと提案

企業の商標登録は、統一された全体的なブランドの発展と保護計画の下で行う必要がある。これは、単に「商標登録をすべき」という一言で片付くような問題ではない。商標の設計、登録から商標の普及、保護まで、商標の国内発展戦略から国際発展戦略まで、自身の商標の冒認出願の防止から自主的な防御性登録の実施まで、企業の業務発展と商標登録との関連付けから企業の発展のための事前準備など、企業がやらねばならない計画・実践業務は大量にある。

多くの商標の冒認出願事例において、権利者が自らの権利に対する注意が不足していることが他者による冒認出願を許してしまう主な原因のひとつとなっている。自らの適法な権利、利益の保護において、事前に備えをしておくことが事後的な対処に勝ることはいうまでもない。他者に商標の冒認出願をされた後に異議申立てや無効審判に労力を費やすくらいなら、やはり早くから中国で商標登録をしておくほうが賢明といえる。登録時期については「商品が動き出す前に、先に商標を登録する」という原則を守るべきであり、企業にとって最も好ましい冒認出願の防止措置は、他者に冒認出願をされる前に自らの商標を登録し、トラブルの発生を未然に防ぐことである。

また商標の登録において、重要なのは商標標識の設計と商品区分の選択である。しかしながら、統一されたブランドイメージを保つため、日本企業が中国で登録する商標標識は、基本的に本国で登録している商標と同一である。とはいえ、日中両国の文化的な違いを考えると、日本企業の使用する商標が英語

---

<sup>86</sup> 李明徳「中日著名商標保護比較研究」環球法律評論 2007 年第 5 期 80 頁