

# 中国における商標権侵害判断基準の解説



北京銀龍知識産権代理有限公司

第3事業部 第2商標部

中国弁護士 傅 文浩

北京銀龍知識産権代理有限公司は1998年に専利局の認可を受けて設立された代理機構である。傅氏は、中国で高校を卒業後、2003年に来日し、日本の大学の法学部に入学した。その当時、中国における模倣品の問題がクローズアップされていたことから知財に興味を持ち、大学3年次から知財に関する授業やゼミを受け、更に知財について学ぶために大学院に進学した。大学・大学院では、日本の知的財産法を中心に学んだ。2011年に中国に帰国し、北京銀龍に入社した。主に日本クライアントからの中国商標関連業務を担当している。

## 【概要】

2019年12月18日、中華人民共和国（以下「中国」という）国家知識産権局は、『商標権侵害判断基準』（以下「基準」という）の意見募集稿を公表し、翌年1月18日までの1か月にわたる意見募集期間を経て、2020年6月15日、正式に『商標権侵害判断基準』を公布し、同日から施行した。基準は、全38条から構成され、商標の使用、同一または類似商品または役務の判断、同一または類似商標の判断、需要者の混同、販売者の法的責任の免除、商標権者の抗弁などの内容について細かく規定している。

また、基準は、中国国家知識産権局が公表したものであるが、各地方の行政当局が担当する模倣品対策などの行政摘発の案件や商標権者の権利主張に影響を与える重要な基準の1つと考えられる。本稿では、基準の一部の内容について説明する。

## 1. 商標の使用に関する規定

まず、基準の第3条から第7条では、商標の使用についての規定が設けられている。基準の第3条では、商標権侵害の判断にあたって、一般的に商標の使用に該当するか否かを判断することを明文化した。商標権侵害の判断においては、まず商標の使用に該当するか否かを判断することは、実務上では一般的に行われているが、明文化されたのは初めてであり、極めて重要な判断基準の1つだと考えられる。

なお、意見募集稿では、「先に商標の使用に該当するか否かを判断しなければならない」としていた文言が、基準では「一般的に、……商標の使用に該当するか否かを判断する」という柔らかな表現に修正されたことより、第3条の規定は実務を考慮し、現場の担当者にその判断を委ねていると理解することができる<sup>1</sup>。

基準の第4条、第5条、第6条では商標の具体的な使用例を規定している。商標の使用例が明確化されることにより、各地方の行政当局だけでなく、商標権者、商標使用者ないし権利侵害者側も商標の使用態様、判断基準を明確に理解することができる効果があると考えられる。

基準の第7条では、商標的使用に該当するか否かは、使用者の主観的な意図、使用方法、宣伝方法、業界の習慣、消費者の認識などの要素を考慮することを規定した。使用者の主観的な意図、消費者の認識レベルなどは、明確な判断基準が存在しないため、基準に含めることは基準の予測可能性、安定性を損なう印象があるが、実情を考慮した上での規定と考えられる。中国の場合、国土面積が広く各地方の実情、習慣、需要者の認識レベルなどが大きく異なるため、具体的な案件の実情に沿って判断したほうが良いケースが多い。従って、このように規定することは、商標の使用に該当するか否かについて判断の漏れや錯誤を減らす有効な手段だと思料する。

## 2. 同一または類似の商品または役務の判断基準に関する規定

次に、基準の第9条から第12条では、同一または類似の商品または役務についての規定を設けられている。

基準の第9条では、同一商品または役務の判断基準を明文化し、権利化された指定商品または役務が中国の『類似商品および役務の区分表』（以下「区分表」という）に記載されていないものも含むことを明文化した。区分表にない商品または役務の合法性を明文化することは、実務上極めて有益なものだと考えられる。例えば、マドプロ出願を利用して中国で権利化される際、区分表に記載されていない商品ま

<sup>1</sup> (2018)黔行終 1590号：商標を店頭において使用する行為は、商業行為に該当し、商品の出所識別機能を有し、商標的使用として認定すべきである。

たは役務が多く認められている。この規定により、行政摘発の案件において、区分表にない登録商標の指定商品にも権利が及ぶことが確認できると考えられる<sup>2</sup>。

基準の第10条では、類似商品または役務の基準を明文化した。

基準の第12条では、区分表は商品または役務の類似性判断の参考であり、商品または役務の類似性判断は、需要者の通常の認識を基準とし、機能、用途などの要素から類似性を判断すべきであると明記した。この規定は、区分表の役割を明確にし、実務に沿った内容であると考えられる。

### 3. 同一または類似商標の判断基準に関する規定

加えて、基準の第13条から第18条では、同一または類似商標についての規定が設けられている。

基準の第13条、第14条では、同一商標の判断基準を明文化した。同一商標の判断基準を明文化することにより、刑事責任と行政責任との区別が明確化されたと考えられる。実務上、模倣品業者は、刑事責任から逃れるために、登録商標と同一商品または役務における同一商標の使用を避ける傾向がある。また、模倣品業者も登録商標を持っており、自己の登録商標の使用であると主張するケースも多数存在している。したがって、当該規定により、行政当局による摘発の根拠が明確化され、模倣品の摘発や公安との連携もスムーズになると考えられる<sup>3</sup>。

### 4. 需要者の混同の判断基準に関する規定

さらに、基準の第19条から第21条では、需要者の混同についての規定を設けている。

基準の第19条では、同一商品若しくは役務において類似商標を使用する場合、または、類似商品若しくは役務において同一若しくは類似商標を使用する場合、需要者の混同の有無を判断すべきであると明記している。

基準の第20条、第21条では、需要者の混同に関する判断の考慮要素を明確化した。具体的には、商標の類似状況、商品または役務の類似状況、登録商標の識別

<sup>2</sup> (2018)浙02行終123号：アルファベットの大きい文字と小さい文字は同一と判断。

<sup>3</sup> (2016)川01行終617号：商品。

力および周知・著名性、商品または役務の特徴、商標の使用方法、需要者の注意力および認知レベルなどが挙げられている。

## 5. 販売者の法的責任の免除に関する規定

基準の第 27 条から第 29 条では、販売者の法的責任の免除についての規定が設けられている。

販売者の場合、販売している商品は、商標権侵害品であることを知らない、かつ、行政当局の摘発要請において侵害品の提供者を適切に説明できれば、法的責任を負うことはなく、行政処罰の対象にならない。そこで、基準の第 27 条、第 28 条では、中国商標法第 60 条第 2 項が規定する「商標権侵害品を販売していることを知らない」に該当しないものを明文化し、「提供者を説明」に該当する具体的な説明事項まで明確化した<sup>4</sup>。

基準 29 条では、販売者の再犯に関する規定を設け、権利侵害品の販売停止の法的責任を負いながら、再犯の場合、行政処罰の対象になることを明確化した。

## 6. 商標権者の抗弁に関する規定

基準の第 32 条から第 33 条では、商標権者の抗弁についての規定が設けられている。

基準の第 32 条では、先行の意匠権、著作権を有する場合、商標権侵害の抗弁になることが明記された。

基準の第 33 条では、先使用权における商標の周知性に関する判断基準を明文化し、先使用权が認められた場合、本来の使用範囲を超え、認められないケースについても明記された。

基準では、上記内容以外に「5 年以内に 2 回以上商標権侵害行為を実施」に関する判断基準（基準第 34 条）、行政摘発案件の審理中止に関する判断基準（基準第 35 条）、販促品の権利侵害に関する判断基準（基準第 26 条）など、実務上、非常

<sup>4</sup> (2021)湘 10 知民初 154 号：販売者は、合法的なルートによって入手したこと及び権利侵害品の提供者を説明することという 2 つの要件を同時に具備しないと法的責任を負う。

に有益な内容について多数規定されている。これらの規定は、各地方の行政当局の行政摘発において重要な法的根拠となり、また、行政ルートを利用する商標権者においても非常に有用な根拠になると考えられる。

#### 【ソース】

中国商標権侵害判断基準

(中国語) [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/origin/section20200615.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/origin/section20200615.pdf)

(日本語) [https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/section/20200615.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/section/20200615.pdf)

(編集協力：日本国際知的財産保護協会)