

# 中国におけるEコマースで商標を使用する際の留意点



北京魏啓学法律事務所  
(中国知財法律事務所)

王 洪亮  
中国弁護士

北京魏啓学法律事務所は2008年に創立され、前身は北京林達劉知識産権代理事務所の法務部で、主に知的財産権などの法律業務を取扱う法律事務所である。現在に至るまで、商標権、専利権、著作権、不正競争等を巡る知財侵害紛争及び技術契約などの知財業務などを大量に扱い、数多くの実績及び経験を積んでいる。王洪亮氏は2013年に入所し、模倣品対策、知財契約関連などのいろいろな知財に関する法律業務を取り扱う。

## 【概要】

近年のEコマースの急速な拡大とともに、インターネット上の模倣品被害が増加傾向にある。オンライン上での模倣品の流通は巧妙化・小口化しており、日本企業はその対応に苦慮していると考えられる。そこで、本記事では、インターネット上の模倣品に対して中国の機関で取られている対策と、模倣品被害をなくすために日本企業がどのような対応をとることができるかについて、企業名称（屋号、商号）の保護とEコマース関連知財紛争における対応策の観点から解説する。

## 【詳細および留意点】

### 1. 企業名称（屋号、商号）の保護について

企業名称と商標は、いずれも商業標識として認識されているが、商標は、主に商品または役務の出所を表示するのに対して、企業名称は、主に異なる市場主体を表示する。表面上、企業名称は商業主体を区別し、商標は商品・役務の出所を区別するものであるが、実際のところは、両者はいずれも商業標識として、商品と役務の出所を区別する類似の役割を果たしている。実務において、企業名称への侵害行為は、主に以下の3つの種類に分類できると考えられる。

## (1) 他社の企業名称の不当な権利化

知的財産の保護は、通常、属地主義<sup>\*1</sup>が採用され、その国の範囲内でのみ有効なため、海外市場に進出しようとする場合、企業名称や知的財産等を先に出願しておいたほうがよいと考える。ただし、実務において、Eコマースの急速な拡大とともに、製品が自国で発売されるとすぐにその関連知的財産等が海外のブローカーによってその所在国で不当に権利化される恐れがある。企業名称の不当な権利化といえは、主に商標、ドメイン名、および企業名称として冒認登録されることが挙げられる。

中国において、商標の冒認登録への対応策については、(a) 著名商標への保護（中国商標法（以下「商標法」という。）第13条）、(b) 利害関係者による冒認登録の制限（商標法第15条）、(c) 先行商標（先行出願を含む）への保護（商標法第30条、第31条）、(d) 先行権利への保護（商標法第32条）などが挙げられる。企業名称が他人に冒認出願された場合、具体的な状況に応じて、上記(a)、(b)、(d)を理由として登録不許可申請または無効審判を提出することが可能である。

また、企業名称、特にその識別力が一番大きな屋号、または略称がドメイン名として、冒認登録されることもある。ドメイン名に関する紛争については、ドメインネーム争議解決センターによる仲裁を通じて解決されることがよくみられる。その他の一般的な対応策として、交渉、警告状の送付、民事訴訟なども考えられる。上記対応策は、被疑侵害者に自社の企業名称として冒認登録された場合の対応方法である。これらの侵害行為の対応策について、第2部分において詳しく説明する。

\*1 属地主義の原則とは、各国の知財権が、その成立、移転、効力等につき当該国の法律によって定められ、知財権の効力が当該国の領域内においてのみ認められることを意味するものである。例えば、日本に登録している商号は、中国では権利主張が難しいことが挙げられる。

## (2) 他社の企業名称の周知度を利用したフリーライド

他社の企業名称への悪意使用行為については、中国不正競争防止法（以下「不正

競争防止法」という。)によって制限されている。不正競争防止法第 6 条 (2) において、他人の一定の影響力のある企業名称 (略称、屋号等を含む)、社会組織名称 (略称等を含む)、氏名 (ペンネーム、芸名、訳名等を含む) を無断で使用し、他人の商品、または他人と特定の関連性があるとの誤認を関連公衆に生じさせた混同行為に対し、不正競争に該当すると規定されている。

通常、模倣品メーカーが自社製品を製造および販売する際、真正品との混同あるいは誤認をさせるため、製品の販売リンクまたは宣伝ページなどで真正品の製造メーカーの企業名称を不当に利用して宣伝することがよく見られる。

さらに、不正競争防止法第 8 条において、「事業者は、その商品の性能、機能、品質、販売状況、ユーザーの評価、受賞歴等を偽り、または関連公衆に誤解を生じさせる商業宣伝を行い、消費者を欺き、誤った方向に導いてはならない」と規定され、取引関係を有しない場合、他社の企業名称を利用する行為は、虚偽宣伝になる可能性もある。

例として、「徳禄」商標権および不正競争事件 ((2021)蘇民終 2636 号) において、被疑侵害者は、権利者が投資した合併会社であったが、合併関係が終了した後も知的財産権許諾契約に違反して、権利者の企業名称を依然として使用していた。これらの使用行為に対し、裁判所は、合併関係の終了後、その「徳禄」商号を自社の商号として使用する行為は不正競争防止法第 6 条への違反を構成し、自社製品を権利者傘下のブランド名義で宣伝する行為は不正競争防止法第 8 条への違反を構成していると判断した。

### (3) 模倣品またはその包装への他社の企業名称の偽造またはその偽りの使用

実務において、混同させるため、国際的に著名なブランド製品の模倣品には、権利者の企業名称、メーカー名称およびメーカー住所まで模倣されていることもある。メーカー名称およびメーカー住所の不当標記行為については、製品品質法第 5 条<sup>\*2</sup>に基づき、各地方の市場監督管理局に当該行為に対する対応を請求することができる。

\*2 認証標示等の品質標示を偽造したり偽って使用したりすることを禁止する。製品の産地を偽造したり、他人のメーカー名、メーカー住所を偽造したり偽って使用したりすることを禁止

する。生産、販売している製品に雑物や偽物を混入させたり、偽物を本物としたり、不良品を良品としたりすることを禁止する。

## 2. Eコマース関連知財紛争における対応策について

Eコマースにおいて、類型化された侵害行為としては、商標権侵害、専利権（特許、実用新案、意匠）侵害、著作権侵害、および不正競争（企業名称、包装および装飾、虚偽宣伝など）などが挙げられるが、具体的な状況に応じて、相応しい対応策を取ることが重要である。下記に、基本的な対応策を説明する。

### (1) 調査・証拠収集

模倣品対策において、証拠の収集は非常に重要である。権利者による証拠収集の方法については、権利者自らが収集する方法と、現地の法律事務所や調査会社等の専門業者を利用して収集する方法がある。一般的には、権利保有にかかる証拠、模倣品および模倣業者の存在などの基本的な情報などについては権利者自らが収集し、侵害品の流通、製造、販売状況などの複雑な調査については、インターネット、展示会および現地調査などを通じて調査するが、公証による方法で証拠保全をする必要があるため、基本的な情報収集も含めて現地の法律事務所や調査会社等を利用することが多い。

例えば、企業名称が模倣者のウェブサイトで使用されていた場合、この侵害行為があったことを証明するため、少なくとも企業名称の掲載リンク（侵害情報の掲載ページ）、当該リンクと被疑侵害者との関係（侵害リンク・店舗などの主体情報）について、証拠を確保する必要がある。そして、権利者側の企業名称の周知度を証明するため、会社の設立時期、経営状況、製品情報、中国市場の進出状況、販売量および売上げ、受賞履歴などもできるだけ確保したほうがよい。

### (2) 交渉・警告

警告は、私的救済の一種として、行政救済や司法救済を実施する前の対処手段として利用されることが多い。権利者は、自分の知的財産権を侵害する模倣品を発見した場合、模倣業者に対して、侵害行為を中止することを求める旨の警告状を発送



し、交渉を行うことを選択することができる。模倣業者が権利者の要求に応じて侵害行為を中止するか否かは、警告状への反応によって、ある程度判断が可能である。相手側の法律意識が高い場合、適時に侵害行為を中止するが、法律意識が低い場合、権利者の要求を無視して、侵害行為を継続することも多くある。

もし、警告書の送付および交渉によって、模倣業者が権利者の要求に応じた場合は、迅速に、低コストで事件を解決することができる。しかしながら、模倣業者が密かに関連証拠を隠蔽し、権利者の要求を無視する場合も多いので、その場合には、速やかに他の対応策を考えなければならない。

### (3) クレームの提出

Eコマースでの知的財産権侵害の特有の対応方法としては、侵害リンクの削除依頼がある。中国民法典第1195条は、インターネット上において侵害行為が発生した場合、権利者がネットワークサービスプロバイダーに通知し、リンクの削除、遮断、切断等の必要な措置を取ることを要求する権利を有すること、同通知には初歩的な侵害証拠と権利者の真実身分情報が含まれるべきであること、ネットワークサービスプロバイダーは、遅滞なく同通知を侵害者に転送し、初歩的な侵害証拠と侵害行為の種類により必要な措置を取らなくてはならないことを規定している。

当該規定により定められた責任を果たすため、大部分のECプラットフォームでは、権利者向けの申立ルートを設定しており、ECサイト上において模倣品が販売されていることが確認できた場合に、被害者である知的財産権者は、侵害リンクの削除や販売店舗の閉店を求める申請を提出することができる。なお、同法においては、リンクの削除等の適切な措置を取らなかったことにより、損害が拡大した場合、ECプラットフォームは、損害の拡大部分に対して連帯責任を負わなくてはならない旨が定められている。

ECサイトに対する模倣品の販売リンクの削除等の申請については、訴訟の提起等他の対策と比べて、実施費用が安く、かつ、短期間で効果を得ることが見込めるため、紛争を解決する時間的なコストまたは費用上のコストを考えた場合には、最初に検討すべき選択肢となるものである。

インターネット上の模倣品に対するクレーム手続の流れについては、下記を参照。

#### 1) 申立提出者の情報の登録（ユーザー登録および資格審査）

ここでいう申立提出者とは、権利者自身の場合もあれば、代理人の場合もある。取引プラットフォームにより確認されることに備えて、申請時に登録する情報は企業の営業情報（企業名称や住所など）と一致しなければならない。さらに、今後提出する資料の真実性と合法性を保證する旨の保証書<sup>\*3</sup>1部を提出する必要がある。

#### 2) 権利者の権利登録

著作権登録証書、特許登録証書、商標登録証書等の権利帰属書類の複写等、合法的で有効な権利証明を提出しなければならない。

#### 3) 侵害リンクおよび侵害店舗に係る情報の提供（削除申立）

侵害品販売リンクおよび侵害店舗に係る情報を取引プラットフォームに提供し、かつ、侵害理由を簡単に説明しなければならない。

#### 4) 販売者の抗弁に対する対応（異議対応・リンク削除）

被疑侵害リンクが一時閉鎖されたことに対して販売者からの反応がない場合、ECプラットフォームは、販売者が侵害の成立を黙認したとみなし、関連リンクを削除する。

販売者が抗弁をした場合、当該抗弁理由に対する審査が行われる。審査の結果、抗弁が成立するときには、権利者は、第三者プラットフォームにおけるさらなる判断に資するよう、侵害理由に係る詳細な説明または専門鑑定報告等の根拠を追加で提供しなければならない。一方、抗弁が成立しないときは、関連リンクは削除される。なお、実務上、大多数の販売者は抗弁をする。

#### 5) 申立てに係る注意点

取引プラットフォームへの申立に関しては、例えば、知的財産権侵害を判定する能力に限りがある等、さまざまな限界がある点に注意しなければならない。また、

一部の EC プラットフォームの知的財産権に対する保護は、依然として不十分であり、対応が芳しくないことも多くある。そのため、当該申立てを唯一の手段とはせず、具体的な状況に基づいて当該手段を採用するか否かを酌量し、考慮する必要がある。

\* 3 ここでの保証書は、取引プラットフォームの要求に照合するため提出する書類をいう。  
プラットフォームによって、そのルールを変更する可能性があるからである。

#### (4) 行政摘発

行政取締は、中国特有の制度であり、当該制度に基づき、専門の行政機関（税関、各地方の市場监督管理局等）に模倣業者に対する取締りを請求することが認められている（商標法第 60 条）。行政機関が模倣行為を認定した場合、模倣品を差押え、模倣業者に対して処罰を下すこともできる。民事訴訟と比較した場合、行政取締は、それほど時間と費用をかけずに、模倣行為に打撃を与えることができる。ただし、地方保護主義の影響をより強く受ける恐れがあるほか、侵害の態様が複雑な場合、行政機関の能力次第では、事件が処理されない可能性もある。

侵害品のネット販売に対する EC プラットフォームへのリンク削除等の申立は、販売流通における問題を解決できるだけで、その根源となる侵害品の製造等を絶つ効果が欠如している。そのため、単純に第三者プラットフォームを介する申立提出方法を採用するだけでは、根本的な解決とはならず、侵害が絶えず発生してしまう可能性がある。

したがって、侵害が深刻で、権利侵害品がインターネット上に氾濫している場合、第三者プラットフォームに申立を提出することにより、販売段階から侵害品の流通を阻止すると同時に、インターネットにおける販売情報を手がかりにして、在庫のある実店舗、代理店、倉庫、製造者等を追及し、調査していくことが重要である。調査の結果、権利侵害品の製造からネット流通までの各段階における実体経営者を突き止めることができた場合、現地市場监督管理局や税関における行政摘発によって、製造分野における権利侵害行為を阻止し、権利侵害品の販売に係る問題を根本的に解決することも考えられる。

## (5) 民事訴訟

侵害品のネット販売に係るさまざまな対策の中でも、民事訴訟は、被疑侵害者に対して大きなプレッシャーを掛けることができると同時に、和解等の形式を介して早期に紛争を解決することにより、長引く訴訟手続を回避することができる（商標法第 60 条第 1 項）。特に上述のさまざまな手段によって効果がさほど見られない場合、民事訴訟の意義は非常に大きくなる。しかも、民事訴訟は、侵害行為を差し止められるだけでなく、侵害行為による損害賠償金も請求することができる点にもメリットがある（商標法第 60 条第 3 項）。民事訴訟を選択する際には、以下のことに注意を払う必要がある。

民事訴訟を提起する場合、前記の調査・証拠収集作業が非常に重要となる。行政摘発と同様に、侵害品のネット販売行為の製造元を特定することは難しく、また、掲載されている被疑侵害店舗の所在地が真実でない可能性もあるので、提訴する前に、被告の真実の身分および所在地を特定しなければならない。

行政摘発に比べ、証拠に対する裁判所の要求がより厳しく、かつ、通常、行政機関のように現場での調査・証拠集めをすることはできない点において困難を伴うことが多い。原告が勝訴を得るためには、経験のある調査会社等を利用して十分な証拠を入手するとともに、入手した証拠が瑕疵あるものとされることがないように、侵害の証拠としてサンプル等を購入する際には、購入過程において公証手続を行う等、証拠の証明力を確保することが重要になる。

## (6) 刑事告発

デッドコピー品の販売が一定の量に到達する場合、刑事告発することができるが（商標法第 67 条）、通常、デッドコピー品の販売量の証拠収集には困難を伴うことが多く、刑事告発するのは容易ではない。

前述のように、侵害品のネット販売事例においては、プラットフォームで販売記録が残されているので、対応する際に、これを証拠として利用できる。しかし、EC プラットフォームが開示するのは、関連する販売記録の一部となることがほとんどで、大部分のデータは店舗の営業秘密情報として対外的に開示されない。例え



ば、TMALL では同リンクの総販売量のデータを開示しているが、リンクが削除された後には、販売量のデータを開示することはない。

すべての販売記録は、プラットフォーム側に残されているが、秘密情報の保管と関連するため、行政機関、裁判所や公安機関によってのみ取り寄せることが可能なものとなる。

そのため、被害者自らが販売記録を取り寄せることはできず、例えば、刑事事件の場合、被害者による公安機関への告発を経て、公安機関より EC プラットフォーム側に販売データの提出を促すことになる。公安機関は、EC プラットフォームから取り寄せた情報に基づき、販売量が明らかに大きいことが確認できた場合には、これを刑事事件として扱うことになる。

上記各対応策を比較すると、下記のとおりになる。

	対応	コスト	所要期間	得られる効果	困難な点やデメリット
オンライン	クレームの提出	かなり低い	2週間程度	リンク閉鎖	相手側による異議が認められた場合、主張できなくなる
オフライン	警告状	低い	1か月程度	侵害停止	相手側が対応しない場合、別の手段で対応する必要がある
	行政摘発	訴訟より低い	3~6か月程度	侵害停止と侵害者への行政処罰	類似性の判断が慎重で、賠償金をとることができない。
	民事訴訟	高い	1年程度	侵害停止と賠償金	判断レベルが一番高く、賠償金を貰えるが、コストも高くなる。
	刑事告発	訴訟より低い	3~6か月程度	侵害停止と侵害者への刑事罰	情状が嚴重であるデッドコピーの事件に限られる。

### 3.商標不使用取消手続における立証について

商標法第49条において、「登録商標が使用許可された商品の通用名となり、または正当な理由なく継続して3年間使用しなかったときは、如何なる単位または個人も、商標局に当該登録商標の取消を請求することができる」と規定されている。

継続して3年間使用されていない登録商標とは、ある登録商標がその有効期間において使用されておらず、さらにその状態が継続して3年以上続いているもの

をいう。継続して 3 年間使用されていない登録商標の起算時期は、請求人が商標登録部門に当該登録商標の取り消しを請求した日から、過去に 3 年間遡って計算しなければならない。

商標的使用とは、商標の商業的な使用をいう。商標を商品、商品の包装または容器および商品の取引書類に使用する行為、または商標を広告宣伝、展示およびその他の商業活動に使用して商品の出所を識別する行為が含まれる。商標登録権者が提供した商標の使用証拠に対しては、その市場主体の種類、実際の経営形式、商標登録の状況に合わせて、それが真実で、公開され、合法的に商標を使用しているか否かを判断しなければならない。

実務において、商標不使用取消手続に対抗するため、商標登録権者が提供した商標の使用証拠としては、出荷伝票、インボイス、広告、メディアによる報道、ネットでの宣伝情報、売り場の展示状況などが挙げられる。留意点として、出荷伝票、インボイス等には、製品名称・規格とともに商標を記載する必要がある。広告、メディアによる報道、ネットでの宣伝情報、売り場の展示状況などについては、相応しい発表時期なども必要である。Eコマースの場合、注文・販売記録、販売リンクの展示情報、顧客のコメントなども有力な使用証拠になると考える。

## 【ソース】

- ・中国商標法（2019）（中国語）

[https://www.gov.cn/guoqing/2020-12/24/content\\_5572941.htm](https://www.gov.cn/guoqing/2020-12/24/content_5572941.htm)

- ・中国商標法（2019）（日本語）

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20191101law\\_2\\_jp.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20191101law_2_jp.pdf)

- ・中国不正競争防止法（2019）（中国語）

[http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/xinwen/2019-05/07/content\\_2086834.htm](http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/xinwen/2019-05/07/content_2086834.htm)

- ・中国不正競争防止法（2017）（日本語）

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20171104-1\\_2.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20171104-1_2.pdf)

2019 年中国不正競争防止法改正新旧対照表

[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20190423\\_jp.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20190423_jp.pdf)

- ・ 中国製品品質法（中国語）

[http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/xinwen/2019-01/07/content\\_2070255.htm](http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/xinwen/2019-01/07/content_2070255.htm)

- ・ 中国民法典（2020）（中国語）

[https://www.gov.cn/xinwen/2020-06/01/content\\_5516649.htm](https://www.gov.cn/xinwen/2020-06/01/content_5516649.htm)

(編集協力：日本国際知的財産保護協会)