

改正点を網羅的に理解したい人のための 第三次改正中国商標法解説

Chikako Mori & Kan Touei



中国商標法31条と使用状況が類否判断に与える影響

前回（2016年11月号）に引き続き、第14回の本稿も商標の類否に関する事項を中心に取り上げる。先願主義に関する31条について触れるが、商標の類否判断における使用状況が影響を与え得るという点についてスポットを当てる。



1. はじめに

前回、商標の類否判断は、① 商品の類否と② マークの類否、すなわち、外観・称呼・観念の同一・類似で決するが、それ以外の要素も考慮されることを説明した（その他の要素が考慮されることについては、「商標の権利付与・権利確定に係る行政案件の審理における若干問題に関する最高人民法院の意見」（法発〔2010〕12号）1条に規定がある）。

本稿では、その他の要素の一つとして、使用状況（実績）が類否判断に影響を与える場合について紹介する。

なお、後半で事例を紹介するが、類否判断は登録の判断の際のみならず、侵害場面でも問題になることから、本稿では、異議申立て事件に加え、侵害事件も併せて取り上げることとした。

2. 中国商標法31条

「2または2以上の商標登録出願人が、同一の商品または類似の商品について、同一または類似の商標の出願をしたときは、先に出願された商標につ

いて初歩査定し公告する。同日の出願については、先に使用された商標について初歩査定し公告し、他方の出願は拒絶し公告しない」

本条は先願主義について定めている。前回取り上げた30条と併せて拒絶理由や異議申立て理由などとして頻繁に挙げられる規定である。

日本の商標法の規定と異なり、同日出願の場合には、「先に使用された商標」が登録される（日本の場合は、協議により定め、協議不成立もしくは届け出がない場合はくじで決する）。ただし、中国においても実務上協議がなされるケースは少なくない。

同日出願は、使用の先後が登録に影響される場合の一つである。

なお、下記では使用の先後で登録の可否を決するものではなく、使用の状況が類否判断に影響を与える場合について取り上げる。

3. 法発〔2011〕18号19条

最高人民法院が2011年12月16日に公布した「知的財産権裁判の機能を十

分に発揮させ、社会主義文化の大いなる発展と繁栄を推進させ、経済の自主・協調的發展を促進させるための若干の問題に関する意見」（法発〔2011〕18号）19条は、使用状況の有無などが商標の類否判断に影響する場合について規定している。

複雑な規定であるが、主なポイントは以下ようになる。

- ・通常、商標の構成要素に若干の違いはあっても、それらが全体的に類似する場合、商標は類似すると認定できる。
- ・商標の構成要素が全体的に類似しているものではないが、権利行使する商標の知名度が侵害をしている商標より高い場合または侵害されている商標の知名度が他方より高い場合、要部を比較し、類否判断を行う。
- ・登録商標と被疑侵害商標がいずれも高い知名度を有している場合、既に形成されている市場秩序等を尊重するように注意を払い、商標の構成要素のみで単純に類否判断を行うことを防ぎ、紛争当事者の利益に配慮する。

4. 「太太楽」事件（(2014) 高行（知）終字1992号）

（1）本件商標と引用商標

本件商標と引用商標を整理すると表1のとおりである。引用商標に基づき（実際には表1に取り上げた以外の商標も引用商標として挙げられているが、紙幅の都合上、割愛する）、異議申立てがなされ、かかる申立てが認められた。そして、該決定に対する不服審判請求がなされたものの、審判請求は認められず、商標出願人側が判断の取り消しを求めて提訴した事件である。

（2）中国商標局の判断

結論：両商標は非類似であるとして、異議申立てを却下し、本件商標の登録を認める判断を示した。

（3）評審委員会の判断

結論：両商標は類似しているとして、登録は認められないとした（商標局の

判断を覆した）。

● マークの類似性

本件商標は文字商標であり、一方の引用商標は文字と図形からなる商標である。両商標は、文字に着目すると共通している。

● 商品の類似性

本件商標の指定商品は「クレームドマント」など、アルコール含有の液体商品であることから、引用商標の指定商品である「ビール」とは、商品の機能と用途、販売経路、消費者群などにおいてそれぞれ緊密な関連性を有し、類似商品に属する。

● その他の事情

本件商標の出願人は、太太楽公司であり、社名に「太太楽」が含まれていることで、消費者がより出所の混同を生じやすい。

※異議申立決定を不服とする審判において、本件商標の出願人は、関連する商標として、商標第3198511号（表2）

を有しており、

- ① 本件商標と同商標は要部が共通する関連のものであること、
- ② 本件商標の使用実績に基づいて登録されるべきである

との主張を行った（筆者注：出願人が類似商標の存在が問題になる場合、既に登録を受けている他の商標と要部が共通する商標なので、出願された商標についても登録されるべきであるとの主張をするケースは珍しくない）。

（4）人民法院の判断

結論：両商標は類似しているとして、登録は認められないとした（評審委員会の判断を支持）。

● マークの類似性

商標の同一性または類似性の判断は、商標文字の字形、発音、意味および図形の構図、設計および表現形式などから、全体的に観察し、主な部分に対比する方法を採用し、かつ関連商標

表1 「太太楽」事件の商標


	本件商標	引用商標
出願・登録番号	6994633	1535039
マーク		
出願人	太太楽公司	ネスレ産品有限公司
区分	第33類	第33類
指定商品	クレームドマント、料理酒等	ビール、水（飲み物）、ノンアルコール飲料等

表2 太太楽公司の使用商標



太太楽公司は、「太太楽」の簡体字と女性の図形からなる商標について権利を有している（第3198511号）。

の顕著性および認知度、使用した商品の関連度などの要素を考慮する必要がある。

また、関連公衆の一般的な注意力が商品の出所に対して混同し、誤認しやすいか否かを基準とする必要がある。

本件においては文字部分が共通し、マーク自体の類似性が認められる。

● **商品の類似性**

本願の指定商品である食前酒などの商品と引用商標に係る商品のビールなどは、機能、用途、販売場所、消費者などにおいて、比較的大きな関連性を有する。

● **その他の事情**

本件商標の出願人が訴訟において提出した使用状況に関する証拠は、大部分が自社で撮影した写真である。他の証拠を用いて補っているものの、写真の真実性の裏付けができていない。そのため、証拠として認められるのは一部の紹興酒、料理酒の販売契約のみである。

さらに、領収書類が示す取引金額は少なく、地域範囲も限定されているため、本件商標が使用・宣伝によって、一定の認知度を有することを証明するには足りない。

また、類似商品において引用商標と本件商標とを互いに識別でき、関連公衆に誤認混同が生じない程度に至っていない。

5. 「ワニの図形」事件（(2009)民三終字3号）

(1) 本件商標と引用商標

表3左～中側の登録商標権（いずれもワニの口が右向き）を有するラコステ（LACOSTE）社が、表3右側の商標（ワニの口が左向き）を使用する鱈魚国際機構私人有限公司（CROCODILE INTERNATIONAL RTE LTD. 以下、鱈魚国際公司）に対して商標権侵害で提訴した事件である。

(2) 第一審の判断

第一審である北京市高級人民法院は、本事件を審理し、原告の申立てを却下する判決を下した（(2000)高民初字第29号）。

(3) 最高人民法院の判断

訴訟に係る商標の中国市場における併存状態および使用状況から見れば、両者は、中国市場でそれぞれ独自の消費者を有しており、市場ではいずれも

類似しない状態を形成し、互いに識別可能である。

原審の「鱈魚国際公司が訴えられた不正商品……に『ワニの図形』を単独で使用する行為はラコステ社の商標権を侵害しない」との判断を支持するという判決を下した。

● **ラコステ社の販売等の状況**

ラコステ社は、1984年から正式に中国市場に進出したが、市場参入当時、その販売量はそれほど大きくなかった。

同社は、1994年から中国において百貨店内に特定の商品を扱うブースを設置し始め、1996年末までにはそうしたブースを国内に3カ所所有する状況になっていた。

確認された事実に基づくと、1994年当時ラコステ社のワニ商標は、比較的高い認知度を有するに至っていない。

● **鱈魚国際公司の販売等の状況**

鱈魚国際公司は、1994年から専門店設立などを開始し、その後、経営規模を急速に拡大し、1995年だけで、

表3 「ワニの図形」事件の商標と引用商標

ラコステ社		鱈魚国際機構私人有限公司
141103号 	879258号 	標識1 
940231号 	1318589号 	標識2 

上海、武漢、広州、江西、新疆、山東、浙江、江蘇、雲南、福建などの都市で、85カ所の専門店や百貨店内に特定の商品を扱うブースを設立した。

1996年に、遼寧、河北、江蘇、山東、安徽などの都市において、89カ所の専門店や百貨店内に特定の商品を扱うブースを設立し、その認知度および影響力を急速に高め、異なる消費者群を形成した。

● その他の事情

両者の商品価格には明らかな差があり、それぞれ異なる消費群を形成している。

また、本件標識1、標識2は実際の使用において、その他の関連標識と共に用いられており、関連の標識が併せて表示されていることにより、商品の出所を容易に識別するための特殊な使用状態を形成していたと認められる。

これらの事情を鑑みると、両当事者の商品は関連市場において異なる市場を形成し、商品の出所を導き出すのに十分である。したがって、ラコステ社の市場シェアが不正に占有されることを引き起こすことはない判断するのに十分である。

以上の要素を総合的に考慮すると、故意に^{ひようせつ}剽窃・模倣する意図がなかったという前提のもと、鱈魚国際会社が本件商標を使用することによって他社の商品から区別可能となったことは、同社が中国国内において商業的成功を取

めた結果の一つである。

よって、本件標識1、標識2がラコステ社の登録商標と類似する箇所があったとしても、関連公衆は両者の商標を客観的に識別可能であり、併存することにより消費者に商品の出所について混同を生じさせることはない。

また、商標権の実際的な価値は、商品の出所を識別させることであり、商標権者が単に特定の標識を独占することではない。実際に商品の出所を識別することができる場合、被疑侵害商標またはその要部は、登録商標と一定程度の類似性を有しても、商標権を侵害する類似商標を構成すると認定すべきではない。

以上のように、本件標識1、標識2（ワニの図形と共に使用された関連標識）とラコステ社が保護を求める登録商標の構成要素の対比および両社の発展の歴史や併存状態その他の関連要素により、両商標において異なる市場が形成された事実に基づいて、本人民法

院は、本件標識1、標識2とラコステ社の登録商標とが商標権を侵害するほどに類似するとは認めず、ラコステ社の登録商標に対して損害をもたらすものではないと認定する。

なお、本件事件において、商標を使用する商品はいずれもポロシャツなどの衣服である。

6. おわりに

本稿で取り上げた1つ目の事件は、商標の構成要素自体に類似性が認められても、使用実績によって、併存して登録される場合があることを示唆している。

また、2つ目の事件は、使用実績や使用態様などが類否判断の結論に影響を与えている事案である。

今回は、商品の記載や商品の補正に関する事項を中心に取り上げる予定である。

森 智香子 Sun East知的財産事務所 所長・弁理士

早稲田大学非常勤講師。平成28年度日本弁理士会商標委員会委員。

中国で「日本商標法実務」、発明協会から「中国デザイン関連法」を出版。

2015年国際商標協会発行の学術ジャーナル「The Trademark Reporter」のシニアエディターに就任、国際的に活躍している。

【連絡先】〒140-0061 東京都中央区銀座2-12-3 ライトビル5F info@suneast-ip.com

韓 登啓 (Kan Touei) チャイナ(華夏)正合知識産権代理事務所所長／中国弁理士／工学博士

長年にわたり、特許および意匠出願業務に携わり、数多くの侵害事件、無効審判事件および、審決取消訴訟事件の代理人として活躍している。特に、「小型二輪車」意匠権審決取消訴訟二審逆転勝訴事件は、中国意匠審査基準に影響を与えたとして高く評価されている。

【連絡先】〒100044 中国北京市西城区西直門外大街1号院西環広場2号楼17階C5室

TEL(86)10-5830-1655(代表) http://www.czipa.com