

中国における知的財産権の最新情報について

(2016年8月)



Part I : 中国 IP 保護の最新情報 2

1. 商標評審委員会、「CADINI/卡缇尼」商標に無効を判定＝冒認出願への打撃強化か（HFG代理案件） 2
2. 米裁判所、アリババグループに対する模造品販売促進告訴を却下 2
3. ネット用語の「洪荒の力」、すでに商標として出願中＝商標が公告に 3
4. ワンピース v. s 麦わら帽子船長、携帯ゲーム侵害行為の提訴は受理に 4

Part II : 中国 IP 産業最新動向 4

5. 「インターネット広告管理暫行弁法」公布、9月1日より施行に 4
6. 中国五輪委員会、「規則」「声明」を相次ぎに公布、五輪知財保護を強調に 5

Part I : 中国 IP 保護の最新情報

1. 商標評審委員会、「CADINI/カ缋尼」商標に無効を判定＝冒認出願への打撃強化か(HFG 代理案件)



引証商標

V.S CADINI
カ缋尼

争議商標

近日、中国商標評審委員会(以下は商評委と略す)は、「カ蒂尼集团有限公司」(以下はカディーニ会社と略す)が「詹尼ブランド管理有限公司」(以下は詹尼会社と略す)により出願登録された商標「カ缋尼 CADINI」に対する無効請求案件において、争議商標に無効を判定した。

争議商標の出願者である詹尼会社は、香港で設立された会社で、2015年に第18類のバックパック、リュックサックなど品目で争議商標を出願登録した。

請求者であるカディーニ会社は、2001年に第25類の被服、履物及び運動用特殊靴、帽子など品目で「CADINI MADE IN ITALY」(以下は引証商標と略す)商標を出願登録した。引証商標は、カディーニ会社長年のブランド経営及び宣伝により、業界において高い知名度及び影響力を持つものになった。

商評委は、争議商標に無効を判定した理由として、①両商標の顕著的な部分が相似すること、②両商標の出願区分品目に係る商品が機能、販売範囲、目標消費群が相似すること、と確認した。

本件は、商評委による有数な異なる区分にもかわらず商標の先願を承認する案件となり、代表的な例として思われるものである。

【HFG コメント】HFG 主任弁護士 Lanny : 今までは商標局及び商評委による判例を整理しますと、馳名商標もしくはかつて馳名商標として認定された商標の以外に、行政審判の段階で商品区分の限界を突破し先願承認をした例はめったにないものとなります。本件は、商標官庁の冒認登録に対する打撃姿勢を示したものと思われます。

2. 米裁判所、アリババグループに対する模造品販売促進告訴を却下

KERING V.S
开云



2016年8月5日、米マンハッタン地方裁判所は、ケリンググループ(Kering SA、傘下ブランド Gucci、Balenciaga、BOTTEGA VENETA、YSL)がアリババグループに対する模造品販売促進行為に係る告訴を却下した。

ケリンググループは、2015年5月にアリババグループを起訴した。これはケリンググループが同じ理由でアリババグループを起訴した2回目となった。被告者として、アリババグループ傘下のアリババ商城、タオバオ、全球速販通の3サイトにおける多数の店舗及び同3サイトに関連する7企業が含まれている。

原告の主張によると、アリババグループは、事情を認識したうえ、模造品の販売店舗を向けに市場、物流、決済など一連の協力を提供し、利益を図っている。アリババグループはアリババ商城を中心に「アリ生態圏」を構築した。同「生態圏」の存在は、模造品販売行為に対し促進効果を生じ、アリババグループと模造品販売者が RICO (反詐欺腐敗組織集団犯罪法)に適用される要因となる。

アリババグループは、RICO 関連の告訴に

対し、同グループが典型的な「中心輻射型」組織(即ち一つの活動中心と周辺の行動関連者により構築された双方向、数方向な提携関係を構築するもの)となり、RICO 企業ではないと反発した。

裁判所は、RICO 組織の認定条件について、以下要素、①組織構造及び人員に持続性がある、②共通の目的を持つこと、③組織犯罪と異なる内部固有構造を持つこと、の同時達成が必要と考慮する観点から、アリババグループが RICO 組織ではないと判定した。一方、原告者が主張した、アリババグループ及び関連店舗が、同社 EC サイトにおいて模造品購入者と模造品販売者が共に増加しており、さらなる販売者や購入者を誘致できる「ネットワーク効果」により利益を獲得することは、模造品販売者が正規品販売者より多くの利益を獲得することを証明できる証拠が提出されていないため、却下された。

【HFG コメント】 本件は、アリババグループの、国際反模造品連盟 (IACC) 会員資格が停止された以来、グローバルで注目が集まるものとなります。2016 年 5 月、MK、Tiffany、Gucci、Longchamp など知名ブランドの抵触により、アリババの IACC 会員資格が僅か加盟 1 ヶ月後に停止されました。アリババグループは、本件の裁判において勝利を得ましたが、グローバルブランドから信頼されていないのも事実です。メーカーとの信頼関係の構築は、アリババグループにとっても、あらゆる EC サイトの経営者にとっても、成長に係るものとなり、いつでも重視しなければならないのです。

3. ネット用語の「洪荒之力」、すでに商標として出願中商標が公告に



最近閉幕した 2016 年リオオリンピックにおいて、中国競泳選手の傅园慧氏が取材に対し派手な反応がネット上でブームになった。特にその「既に『洪荒之力』を使った」(ありとあらゆる全ての力を出したという意味)の回答により、「洪荒之力」ネット用語になった。

現在、ネット用語を商標出願に利用することが普通になっている。「洪荒之力」は、すでに商標としてたくさん出願されている状況。

序号	申请号/注册号	类号	商标名称	申请人名称	商品
1	18080360	25	洪荒之力	郭家璇	查看
2	17389518	30	洪荒之力	厦门传奇饮品实业有限公司	查看
3	18212091	11	洪荒之力	潍坊市南兴水之韵水产品销售中心	查看
4	18711423	11	洪荒之力	樊永光	查看
5	18711878	31	洪荒之力	樊永光	查看
6	18711210	1	洪荒之力	樊永光	查看
7	19249253	32	洪荒之力	江西长富贸易有限公司	查看
8	19480725	19	洪荒之力	王玉珍	查看
9	19034696	33	洪荒之力	河南九曲酒业有限公司	查看
10	19395320	7	洪荒之力	郝吉	查看
11	18080180	14	洪荒之力	郭家璇	查看
12	18864948	32	洪荒之力	北京明瑞饮料有限公司	查看
13	18711515	19	洪荒之力	樊永光	查看
14	18098841	3	洪荒之力	郭家璇	查看

仅供参考，不具有法律效力

(出所: 国家商標網による検査結果)

実際、「洪荒之力」は、2015 年に放送されたネット IP (Intellectual Property) ドラマの台詞によりネット用語になり、その際にブームになれなかったが、傅园慧選手により人気用語になった。現在、「洪荒之力」に関わり、審査待ちの出願が 10 何件、うち 1 件が公開段階に入っている状況。

【HFG コメント】HFG 主任弁護士 Lanny：ネット用語を商標として出願するのは商業行為です。覚えられやすい商標は、拡販に有効なものになります。なお、ネット用語が商標として登録されても必ず市場の認可を得るわけではありません。商標の市場価値は、製品の品質及び企業の経営により支えられるものです。

4. ワンピース v.s. 麦わら帽子船長、 携帯ゲームの侵害行為に対する提 訴は受理に



(「麦わら帽子船長」のロゴ、ゲーム画面)

近日、北京海淀裁判所の公表によると、東映アニメーション株式会社(以下は東映アニメと略す)、株式会社バンダイナムコエンターテインメント(以下はバンダイナムコと略す)が北京有愛互娛科技有限公司による「ワンピース」著作権侵害及び不正競争行為に対する提訴が同所で受理された。原告者の主張としては、侵害行為の中止、各ポータルサイト上での謝罪声明掲載、経済損害賠償金 500 万元、合理費用 30 万元を要求されている。

「ワンピース」(中国では「海賊王」と呼ぶ)は日本の人気漫画・アニメ作品で、中国においても「70 後」、「80 後」世帯で人気が高まっている。一方、スマート携帯の普及と共に漫画・アニメを改編した携帯ゲームが繁栄して

きた。

原告の主張によると、本件に該当する携帯ゲーム「麦わら帽子船長」(原名「夢想海賊王」)は、授權を得ずに 214 枚の「ワンピース」キャラクター像を無断に使用した。360 携帯助手アップストアにおいて、当該ゲームは、既に正規品である「海賊王启航」に互角なダウンロード量になっているという。

【HFG コメント】知名度の高いアニメ・映画キャラクターを携帯ゲームのキャラクター、背景紹介などに利用するのは、ユーザー誘致及び市場拡販に有効な手段としてよく提起されています。北京市の裁判所において、過去 1 年間の携帯ゲームに係る著作権侵害賠償請求案件は、すでに商標侵害賠償請求案件に次ぐ 2 番目の知財賠償請求案件になるよう激増してきました。

Part II : 中国 IP 産業最新動向

5. 「インターネット広告管理暫行 弁法」公布、9 月 1 日より施行に



2016 年 7 月 8 日、国家工商行政管理総局は「インターネット広告管理暫行弁法」(以下は「暫行弁法」と略す)を公布した。暫行弁法は、2016 年 9 月 1 日より施行される。本稿

にてポイントを以下に整理してみる。

1. 暫行弁方第 3 条によると、有償サービスを提供する際の検索エンジン運営業者は、広告媒体業者として判定され、広告法及び暫定弁法の規定に従うものになる。有償検索を利用する企業・個人は、広告主として判定され、広告法及び暫定弁法で規定された義務を負わなければならない。
2. インターネット広告の制限事項及び係る各主体の責任を明確にした。インターネット広告では、「広告」と 2 文字の表示を顕著に標示しなければならない。即ち現状の「商業推广」を標示することは、正確ではない。ポップアップウインドウ式広告の場合、顕著な閉じ標示及び、ワンクリックで確実に閉じられることが必要となる。

インターネット広告の広告主は、広告内容の真実性に対し責任を負わなければならない。企業が所有のミニブログ、ウィーチャットなどで発布した広告もインターネット広告となされる。

インターネット情報サービス提供者、即ちインターネット広告の経営活動に参加せず、インターネット広告のために情報サービスを提供する EC プラットフォーム、ウィーチャット、ミニブログなどのようなプラットフォームは、同プラットフォームを利用し不法広告を送信、発布する行為を明らかに認識できるもしくは認識すべき場合、その行為を阻止すべきものとする。
3. 暫行弁法第 13 条、第 14 条、第 15 条により、アフィリエイト広告における各主体の定義及びその法律関係を明確された。

4. インターネット広告における不正競争行為について、広告遮断行為について、傍受、フィルタリング、上書き、早送りなど方式を言及した。実務上において、前述行為は不正競争行為として認定され場合が多い。

【HFG コメント】立法の角度から言いますと、暫行弁法は、広告法の基本原則を踏まえ、革新的な内容で今まで不明な点を明確にし、広告業(特にインターネット広告業)に対し積極な効果を奏するものとなります。なお、実務上において、暫行弁法に係り多々の点が明確にする必要があるので、**HFG**としては、施行の状況を継続に観測して参りたい。

6. 中国五輪委員会、「規則」「声明」を相次ぎに公布、五輪知財保護を強調に



2016 年 8 月、ブラジルのリオデジャネイロで五輪が開催した。中国においても、五輪の風に乗る促販活動を展開する企業が多々あるが、中国五輪市場開発部法律事務処長・李雁軍が取材を受けたところ、7、8 社に

よる 20 件ほどのリオデジャネイロ五輪に係る侵害案件を対処しているという。

中国五輪市場開発部は、8 月 3 日に「企業によるリオデジャネイロ五輪知財権侵害行為の中止を勧める声明」(以下は「声明」と略す)を公布し、中国域内で発生した数件の五輪知財権を侵害した促販活動を指摘した。

「声明」によると、五輪に係るカウントダウン、メダルランキング、特約報道、五輪選手応援主旨の広告に使われる五輪要素やデータ、五輪バージョン製品、五輪チケットや番組ガイドラインの提供など形式の促販活動は、不正等販売行為として指摘されている。

前述の不正販売行為は、中国の広告、商標、著作権、五輪マーク保護に係る法律・規定ならびに、「オリンピック憲章」、「オリンピック主催都市契約書」により設定された五輪マーケティング規則に違反したものとなり、五輪のスポンサーなどの正当な五輪知財権を侵害したものになる。

中国五輪委員会は、2016 年リオデジャネイロ五輪に対し、公式サイト上で「企業によるオリンピック営業と知財権使用規則の遵守提唱について」、「オリンピック知財権商品営業秩序の共同擁護に関する声明」を公表し、五輪関係の知財権保護を強調している。

【HFG コメント】 イベント営業は、企業の通常拡販手段として周知されています。ある期間中、ある事件・イベントに企業の営業活動に関連させることは、注目を集めるものになります。なお、イベント営業を行う際に、関連法律の遵守は不可欠なものとなります。例えば 2008 年の北京五輪の期間において、五輪マークを無断利用した案件は 1,721 件、五輪知財権の侵害案件は 5,858 件取り締まられた。企業にとって、五輪は知財権に係るものとして無視できず、かかる法律リスクを慎重に評価すべきものとなります。

HFG 概況

HFG は 2003 年以來、高度一体化された中国・外国籍専門家チームの共同経営する事務所として、高標準、高品質のサービスを提供し続け、世界各業界のクライアントのニーズを徹底的に了解に基づき、クライアントの為に最大な商業利益を追求しています。現在、HFG は三つの組織で構成されているが、それぞれ恒峰法律事務所、恒方知識産権咨询有限公司、及び上海衡方知識産権代理有限公司であり、北京、上海に二つの事務所があります。

HFG は長年の実務経験を通じて、深く多様な知識と多言語のコミュニケーション能力を駆使し、全国の省、直轄市、自治区等の司法、行政機関において、クライアントのために多様な知的財産権業務を展開しています。HFG は知的財産に関する訴訟・非訴訟案件やビジネス及びコーポレートのリーガルサービスを集約しクライアントの無形資産が有形資産より多い会社のためにワンストップソリューションを提供します。HFG が扱っている分野は IT・通信、石油化学、ワイン・雑酒、ファッション、化粧品、小売・電子商取引、食品医薬品基準、ライセンス取得、特許技術の収益化等に係っています。

HFG が代理した案件は、数年連続中国公安部から「十大典型的案例」及び「五大經典的案例」と評価され、また中国外商投資企業協会優質ブランド保護委員会より「中国知的財産権案件ベスト 10」と評価され、及び複数の主要省の中級、高級人民法院より当年度の經典的訴訟案件と評価されました。私たちの長年の努力により HFG は数年連続複数の国際クライアントより当年度の「最優秀知的財産権サービス提供者」と評価されました。2010 年以來、当事務所は「Legal 500」より数年連続上海地区で知的財産権業務の一位と推薦され、また「知的財産権管理」からも強力に推薦され、同時にチェンバース法律評価機構及び「世界商標評論 1000 強」からも高い評価を取得しました。



本号の知的財産権の最新情報について、ご不明な点がございましたら、ご遠慮なく以下にてお問い合わせください。

Tel : +86 21 5213 5500

Fax : *86 21 5213 0895

Mail : lli@hfgip.com; Hfg_china@hfgip.com; hding@hfgip.com