



中国における知的財産権の最新情報について (2016年11月)

PART I : 中国知財保護の最新情報2

1. MAXMARA 社、異議申立て「瑪克斯瑪佐 MAXIMAZO」の登録を阻止に(HFG 代理事件) ..2
2. 北京知財裁判所、史上最高の侵害賠償金額を判決に＝美巢商標侵害事件3
3. 「微信」(ウェイシン)区分 36 で係争商標に＝微信支払いの導入店舗経営者が被告に4
4. 「双十一」商戦、TMALL の売上高が1千億元を突破＝模造品問題も多発中5
5. 老舗の慶豊饅頭、商号冒認による商標侵害事件に勝利＝老舗の商標保護が難航か6
6. 芜湖公安局、「アディダス」、「ナイキ」のオンライン模造品販売事件を解決＝模造品 8,000 件没収、販売額 30 万元超7

PART II : 中国知財環境の最新動向8

7. 国務院、財産権保護ガイドライン文書を公布＝中国知的財産権保護の方針を更新に.....8
8. 中国商標局評審委員会、郵送資料の送付先の規範化を強調9

PART I : 中国知財保護の最新情報

1. MAXMARA 社、異議申立により「瑪克斯瑪佐 MAXIMAZO」の登録を阻止に (HFG 代理事件)

瑪克斯瑪佐 MAXIMAZO v. s. MAXMARA
係争マーク 引証商標

近日、中国商標局は「瑪克斯瑪佐 MAXIMAZO」の区分 25 の指定商品「ニット製被服」、「被服」、「新生児用被服」、「水泳着」、「履物及び運動用特殊靴」、「帽子」における商標の登録出願を拒絶した。

2013 年 10 月、杭州酷酷街貿易有限公司は区分 25 の指定商品「ニット製被服」、「被服」、「新生児用被服」、「水泳着」、「履物及び運動用特殊靴」、「帽子」「メリヤス下着、メリヤス靴下」、「スカーフ」、「ガードル」で「瑪克斯瑪佐 MAXIMAZO」を商標として出願した。なお、該当マークの公告期間において、麦克斯・馬拉アパレルグループ有限公司は該当マークに対し異議申立を実施した。

商標局は異議申立に対し審査した結果、係争マークの一部の指定商品は、機能、用途、販売ルート、消費対象などにおいて、麦克斯・馬拉アパレルグループ有限公司の所有商標「MAXMARA」（以下は「引証商標」）の指定商品の類似しており、ローマ字組み合わせ、読み方、視覚上において引証商標に類似している観点から、係争マークと引証商標の共存は消費者に混同が生じると認定した。

よって、中国商標局は、出願番号 13455327 号「瑪克斯瑪佐 MAXIMAZO」の区分 25 の指定商品「ニット製被服」、「被服」、「新生児用被服」、「水泳着」、「履物及び運動用特殊靴」、「帽子」における商標の登録出願を拒絶する決定を下した。

【HFG's Comments】

商標法第 3 次改訂後、中国商標局は、商標異議申立案件に対して、厳格な審査基準を徹底しています。即ち異議申立の審査効率を考慮し、ある程度公平性及び合理性を保つ前提で、出願マークの登録を支持する傾向があります。実務上の統計によれば、商標法第 3 次改訂以来、中国商標局が異議申立者を支持した確率は低下しています。

なお、本件の審査過程を見ますと、中国商標局は、まだ馳名商標ではない「MAXMARA」に対して、馳名商標の基準に参照して保護しました。また、審査結果によると、係争マークのほとんどの指定商品における登録は拒絶されたことから、商標局による拡大保護の意向が確認されています。本件の結果を通して、異議申立における中国商標局の方針は、国内外の知名商標の保護を強化するものではないかと期待しましょう。

2. 北京知財裁判所、史上最高の侵害賠償金額を判決に＝ 美巢商標侵害事件



2016年11月18日、北京知的財産権裁判所は、北京秀潔新興建材有限公司（被告）の対美巢集団股フン有限公司（原告）の商標権侵害事件に対し判決を下した。結果、被告は、①直ちに「牆鋼」商標を使用するコンクリート表面処理剤の生産・販売を中止する、②原告に経済損害賠償金1,000万元を支払う、ことになった。本件は、北京知的財産権裁判所の設立以来、史上最高の経済損害賠償金額を挙げた。

原告は「牆鋼」商標の商標権者であり、区分1で「工業用接着剤」、「工業用にかわ」など商品を指定した。また、原告は「牆鋼」商標を既に馳名商標として認定された「美巢」商標、「易呱平」商標と結合して商業宣伝に利用しており、市場において高い知名度を得ている。被告は、原告の許可を得ずに、自社生産・販売の製品に「秀潔牆鋼」、「易康牆鋼」、「興潮牆鋼」など表現を利用した。これに対し、原告は被告に商標侵害行為の停止、経済損失賠償金1,000万元を要求した。

被告は、「牆鋼」が既に同類商品の通用名称になっており、商標としての使用は法的上の使用とされないと弁解した。なお、本件の裁判中、被告は会社の経営状況を反映できる会計帳簿、販売実績など証拠の提出に拒絶した。

北京市知的財産権裁判所は、双方当事者から提出した証拠に基づき、「牆鋼」が全国範囲においてコンクリート表面処理剤商品の代名詞に至らない程度にある観点から、「牆鋼」を通用名称とされる主張を認めなかった。故に、被告が「牆鋼」を自社製品包装の顕著位置で標示することは、原告が所有する商標権を侵害した行為として成立した。原告が挙証責任を尽くし、損害賠償金額を主張する要素が事実により証明されたものの、被告が

【HFG's Comments】

本件は、北京知財裁判所ないし中国の商標侵害事件において、史上最高の経済損害賠償金額を挙げたものです。

新商標法では、法定の賠償金額の上限は300万元となっているが、本件における賠償金額はそれを突破して1,000万元に達しました。

裁判所が本件の判決を下した根拠としては、商標法第六十三条2項「人民法院は、賠償額を確定するために、既に権利者は挙証に尽力したが、侵害行為に関連する帳簿、資料を主に侵害者が有している状況において、侵害者に、侵害行為に関連する帳簿、資料の提供を命じることができる。侵害者が提供しないとき、又は虚偽の帳簿、資料を提供したときは、人民法院は、権利者の主張及び提供した証拠を参考に賠償額を判定することができる。」を参照したものです。

北京知的財産権裁判所は、2016年初に国際化の知財裁判所を目指し、知的財産権訴訟における賠償金額を合理的に向上させる方針を決めました。本件の判決は、知財侵害行為の代償が大幅に上昇し、侵害行為で市場シェアを取るメリットを消滅させる同所の旨を示したものであろう。

実際の販売数量、販売単価など情報の提供に拒絶した結果を負担する観点から、被告が原告に経済損失賠償金 1,000 万元を支払う判決を下した。

3. 「微信」(ウェイシン) 区分 36 で係争商標に = ウェイシン支払いの導入店舗経営者が被告に



微信

近日、北京市中欣銀宝通支付サービス有限公司(原告)は、上海市楊浦区裁判所へ上海肯德基有限公司(被告)による「微信」商標権の侵害行為に関して提訴した。原告は被告に対して、①「微信」商標を利用した決済サービスの使用を中止する、②経済損失賠償金 50 万元の支払い、を要求した。上海市楊浦区裁判所は既に本件に関して立案した。

原告は、2011 年 7 月 20 日付で、同社の出資先である北京中欣安泰投資発展集团有限公司の経由で「微信」商標を区分 36 の「金融サービス」で登録した。2015 年 11 月までに、原告は北京中欣安泰投資発展集团有限公司に計 210 万元の商標使用料を支払った。被告が原告及び商標権者の許可を得ずに、傘下店舗で「微信支付」オンライン支払・決済への対応を導入し、店舗内で「微信支付」の標示及び宣伝をした行為は、商標権侵害になり、50 万元の経済損失賠償を主張した。

また、原告は同じ理由で北京趣拿情報技術有限公司(観光サイト)、蘇果超市有限公司(コンビニ)、青島麗晶大酒店有限公司(ホテル)、杭州屈臣氏個人用品商店有限公司(ドラッグストア)、広州百佳超級市場有限公司(スーパー)を起訴した。

一方、「微信」(ウェイシン)は中国オンラインサービス大手 Tencent 社が開発した即時通信アプリケーションとして周知されている。同社は

【HFG's Comments】

商標冒認は中国において関心度の高い知財問題です。商標法第 3 次改訂においても冒認出願に対する規制内容が盛り込まれています。

一方、2016 年中国で注目を浴びたニューバランス事件は、商標冒認業者の勝利で終了した見本となっており、冒認業者による経済損害賠償を目的にする侵害提訴が多発しています。

本件を見ると、原告が数多くの企業に対し起訴したのは、やはり経済損失賠償を狙っています。

冒認出願に対しては、ブランドの設立初期に全方位で商標を保護する体制を構築することが必要です。商標の核心商品・役務はもちろん、冒認を防ぐための防御出願を実施するのは、万一の際に比較すると、時間的にも、コスト的に妥当なものであろう。

2014年3月より「微信」(ウェイシン)上のオンライン支払・決済機能「微信支付」をリリースし、高い知名度を得ている。しかし、Tencent社が2015年に区分36で「微信」マークを出願したが、当該出願が難航している模様。

本件に対し、Tencent社は①原告が提起した「微信」商標は商標局の法的手続き上で取消されたものである、②あらゆる店舗や業者が「微信支付」の利用により商標侵害訴訟の被告にされた場合、Tencent社は該当の店舗・業者を全力でサポートし、全ての責任を負う、との声明を発表した。

なお、専門家の分析によると、係争商標である「微信」は現在商標取消決定の取消審判中なので、Tencent社の声明が正確ではない。一方、原告が直接関係者であるTencent社を被告に入れないことは、原告の訴訟戦略の一環であるとの指摘。

4. 「双十一」商戦、TMALLの売上高が1千億元を突破＝模造品問題も多発中



2016年11月11日、中国は「双十一」オンライン商戦を迎えてきた。中国ECサイト大手のTMALL(天猫)において、当日(11月11日)の売上高は1,207億元と記録を刷新した。

一方、「双十一」に係るクレームも多発している。上海では、11月11日～20日の期間、上海市における各消費者権益保護委員会で受理した「双十一」関連のクレーム事件が221件、うち、虚偽宣伝、アフターサ

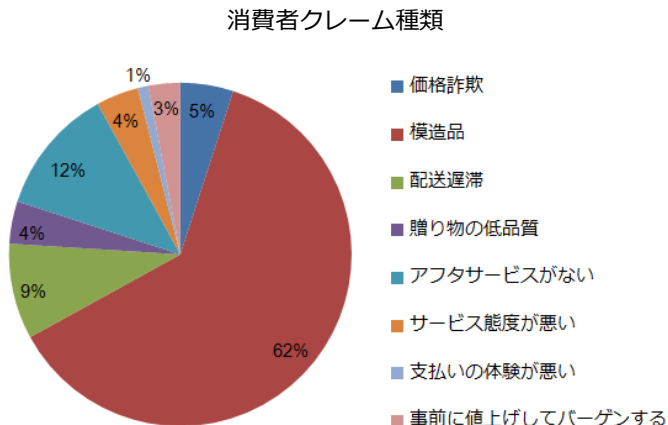
【HFG's Comments】

オンラインショッピングは、利便性と価格のメリットで消費者で歓迎されています。しかし、ネット上の店舗は実体がないため、模造品の製造・販売が生じる場所になります。

ECプラットフォームは、広告、有償検索、電子金融商品など業務を提供したり、キャッシュフローによる利息収入を得ており、既に単なるプラットフォームではなく、ECに係る経済活動に参与し利益を獲得する主体になっているため、インターネット安全、模造品防止など分野で更なる責任を負うべきものです。

ECプラットフォームが適用する「避難港条項」は、本来経済活動に

ービスなど問題が顕著である。また、360 検索ビッグデータと北京市テレビ局が共同発表した「2016 年『双十一』消費傾向ビッグデータ白書」によると、消費者のクレーム問題において、模造品問題は 62%の比率を占めた。詳細は下図をご参照ください。



中国 EC 大手のアリババ社は、模造品を撲滅するために毎年 2,000 名の調査員を動かしているという。なお、同社は、模造品問題で国際模倣対策連合 (IACC) に除名されており、「悪名市場」ブラックリストへの記載について米国アパレル・フットウエア協会 (AAFA) に 2 度も摘発された。

5. 老舗の慶豊饅頭、商号冒認による商標侵害事件に勝利 = 老舗の商標保護が難航か



近日、最高人民法院 (最高裁判所) は、山東慶豊餐飲管理有限公司 (被告) の対北京慶豊包子鋪 (原告) の商標侵害事件に対して判決を下した。

参加せず、公益目的でサービスを提供するプラットフォームのためになります。

関係筋によると、現在、起草中の「電子商務法」では、EC プラットフォームに対して、更なる社会責任及び義務を背負う方向で検討されていると云います。

【HFG's Comments】

商号の冒認登録は、中国における主な知財侵害問題の一つです。知名な商標を商号として冒認登録し、市場を混同させる様な宣伝を行うのはよく見られる手法です。

近年、中国の工商システムは、以前より大幅に進化されており、馳名商標の場合、商標権者もしくは関連企業以外の主体による当該商標に係る商号登録は禁止されています。

なお、この保護は、馳名商標のみが対象となり、該当商標権者の所在

結果、①被告が直ちに「慶豊」標示の利用を中止する、②被告が原告に経済損害賠償金として5万元を支払う、判決になった。

2013年、原告は山東市場に進出し、被告が2009年に「山東慶豊餐飲管理有限公司」という商号を登録したことを発見した。所有商標が商号に冒認登録され、市場進出の支障になったことについて、原告は済南市中級人民法院へ提訴し、被告に対して、①「慶豊」標示の利用中止、②謝罪声明の発表、③経済損失賠償金59万元の支払う、を要求した。しかし、一審、二審の結果、被告による对原告の商標侵害行為が成立しないことになった。この結果に不服する原告は、最高裁判所に控訴した。

近年、稻香村、同仁堂、王致和、内聯陞など老舗企業は相次ぎに商標侵害問題に直面している。今回、原告は、商標侵害行為に対する主張が最高裁判所の支持を得たが、結果的に3年以上の時間が消耗されて5万元の経済損害賠償金を得たことに留まった。老舗の経営者らは、商標保護のコストが高すぎる一方、侵害者に対する処罰が足りないと非難している。北京老舗内聯陞の経営者によると、老舗の保護は地域に限られており、北京の老舗が外地に進出すると、老舗の知的財産権が保護されなくなる場合が多いという。

6. 芜湖公安局、「アディダス」、「ナイキ」のオンライン模造品販売事件を解決＝模造品8,000件没収、販売額30万元超



2016年11月15日、芜湖公安局は、犯罪容疑者汪氏を現場逮捕し、「アディダス」、「ナイキ」の被服模造品8,000件を没収し、模造品を出

地外において適用されない制限があります。即ち本件の様に、北京の老舗が所有する商標を山東省で商号登録することです。

また、実務上では、知名な商標にも係らず、商号として登録された場合、既存の工商管理体制上で、工商局に企業の商号を強制的に変更させる権力がいないため、裁判や審判の結果の執行難問題が存在しています。これに対し一部の工商局は、消極的な姿勢を見せているのも、仕方がないことであろう。

【HFG's Comments】

中国では、オンラインで模造品を販売する現象が多発しています。ブランドオーナーらは、オンライン模造品販売に対し苦戦しています。

本件、芜湖公安局は2ヶ月の捜査をかけてオンライン模造品ディーラーを特定して逮捕しました。刑事事件で模造品流通に打撃を与えたのは、該当地域における不法業者を驚かせるものであろう。

一方、犯罪金額の認定について、

荷するための宅配便の配送記録 2,500 件を発見した。

2016 年 9 月、芜湖公安局は同市のある賃貸住宅で夜間だけで荷物の入荷が行われている摘発を受けた。これに対し約 2 ヶ月間で捜査した結果、犯罪容疑者である汪氏は賃貸住宅を倉庫として取扱っており、オンラインで「アディダス」、「ナイキ」の被服模造品を販売している事実と証拠を把握できた。

汪氏は、取調べに対し、広東省から低価格で被服模造品を購入しており、タオバオで販売している事実を認めた。関連のタオバオ店舗は既に「五つダイヤモンド」級の信用階級になり、販売金額が 30 万円を超えているという。

各地の公安局では査定の基準が異なっています。本件、タオバオ上の販売額が 30 万元超になったが、没収品の購入額で犯罪金額を確定する可能性もあります。

実務上、浙江省の公安部門は、模造品事件に対し、販売額で犯罪金額を確定する傾向があります。

PART II : 中国知財環境の最新動向

7. 国務院、財産権保護制度のガイドライン文書を公布 = 中国知的財産権保護の方針を更新に

2016 年 11 月 27 日、国務院は「中共中央国務院の財産権保護制度の健全化及び法に基づく財産権の保護に関する意見」（以下は「意見」と略す）を公布した。「意見」は、知的財産権を含む財産権の保護と実現を経済発展の基盤に位置づけており、中国知的財産権保護制度のガイドラインとなる重要文書になる。

「意見」は、現在、中国において知的財産権の保護が不十分であり、侵害行為が発生しやすく多発している問題点を指摘し、今後中国における知的財産権の保護方針に対し指導性のある表現で明確にした。「意見」の知的財産権に関する内容は以下に整理する。

1. 知的財産権保護の「五つの保護」原則：平等保護、全面保護、法に基づく保護、共同参与、末梢と根本を兼ねて解決する。
2. 知的財産権侵害行為に対する処罰を強化し、知的財産権の侵害

【HFG's Comments】

「意見」は国務院によるガイドラインであり、中国における知的財産権保護の方針を明確にしました。

「意見」において、注目を浴びる内容を言うと、知的財産権侵害行為に対する懲罰賠償体制の導入になります。今までの司法判例において、「懲罰性賠償」を応用したものがなおありませんでした。これは中国政府が知的財産権保護を重視するシグナルになろう。

今後、中国における知的財産権侵害行為の代価が高まるものになろう。

代価を上昇させる。①知的財産侵害行為に対する法定賠償上限の引き上げ、②特許権、著作権侵害行為に対する懲罰的な賠償制度の検討、③事情が深刻である悪意侵害行為に対し、懲罰的な賠償を課する、④権者による侵害行為を阻止するための合理的な支出が侵害者に負担させる。

3. 模造品の源の情報収集体制の構築。①意図的に知的財産を侵害する行為は、該当企業もしくは個人信用記録に記入する、②知的財産権侵害行為に対する行政処罰の情報公開を推進する。
4. 知的財産権の裁判体制の健全化。①知的財産権裁判所で知的財産権に関する民事、刑事、行政事件の裁判を1ヶ所に対応する。②知的財産権侵害行為に対する行政処罰と刑事司法の連携を強化する。
5. 涉外知的財産権の管理体制の健全化。①刑事事件の国際協力の強化、②涉外知的財産権犯罪案件の捜査強化。
6. 不正競争行為に対する打撃の強化。ブランドの商業名譽の保護強化。
7. 知的財産権情報プラットフォームの構築。

「意見」は、各地区の関連部署・部門が「意見」の要求に従い実施案を速やかに作成すると要求した。

8. 中国商標局評審委員会、郵送資料の送付先の規範化を強調

近日、中国商標局評審委員会は重要通知を公布し、審判請求資料の郵送届出に関する規定を明確にした。同通知によると、商標関連の審判資料の郵送送付先の情報は以下になる。

宛先：国家工商行政管理総局商標評審委員会

住所：北京市西城区茶馬南街1号中国商標ビル 商標評審院会収文課

【HFG's Comments】

商標評審委員会は、審判における公平性を示すために本通知を公布しました。郵送宛先についてはご参考までよろしくお願い申し上げます。

電話：010-63219181/68050313

〒：100055

また、郵送資料の受領は、上記宛先での受取りのみとなり、資料を直接に商標評審委員会のスタッフに渡したのは、商標評審委員会の受領とされず、商標評審委員会はこの行為による法律責任を負わないものと強調した。

HFG 法律事務所

2016年11月30日

弊所概況

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法律事務所として、世界各産業のクライアントに高基準、高品質のサービス提供しております。HFG はクライアントのニーズを十分理解したうえ、クライアントの最大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おり、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になります。HFG は北京、上海の 2 本部体制でサービスを提供しております。

HFG は長年で実務経験を積上げており、深く多様な知識に多言語で対応していることを目指しています。中国の各省、直轄市、自治区等の司法、行政機関と効率のあるコミュニケーションを取っており、クライアントのために多方面、多角度から知的財産権業務を進んでおります。HFG は知的財産権に関する訴訟・非訴訟案件、ビジネス及びコーポレートのリーガルサービス、ライセンス取得、特許技術の収益化など専門分野を集約して、無形資産を重視するクライアントのためにワンストップソリューションを提供できます。HFG は IT・通信、機械・設備、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・医薬品など様々な産業のクライアントにサービスを提供しております。

HFG が代理した案件は、数年連続で中国公安部の「十大典型的案例」及び「五大經典的案例」、中国外商投資企業協会優質ブランド保護委員会の「中国知的財産権案件ベスト 10」、複数の省の中級、高級人民法院の「年度典型訴訟案件」に入選されました。HFG は長年の努力により数年連続で数多くのグローバル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」を受賞しました。2010 年以來、HFG は「Legal 500」より数年連続上海地区で知的財産権業務「第一位」に入選しました。「知的財産権管理」からの推薦を得ました。チェンバース法律評価機構及び「世界商標評論 1000 強」からの評価を得ています。



本号について、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 : hding@hfgip.com、lli@hfgip.com、Hfg_china@hfgip.com

- ◆ 当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。
- ◆ ご利用に関して全て御自身でご判断くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。
- ◆ 当資料は信頼できるとされる情報に基づいて作成されていますが、当所はその正確性を保証するものではありません。
- ◆ 当資料の内容は予告なしに変更することがありますので、予めご了承ください。
- ◆ 当資料は著作物であり、著作権により保護されております。全文又は一部を転載する場合は出所を明記してください。