

特許庁委託事業

中国における悪意の商標出願対策マニュアル

(2021年版)

2022年3月

独立行政法人日本貿易振興機構

北京事務所

<目次>

第一章 序論	5
第1節 中国における商標法等の制度の概要	5
1 関連法令等	5
2 中国の商標法制度の概要	6
第2節 中国における悪意の商標出願の現状はどうなっているか	8
第3節 中国において悪意の商標出願が広く行われる原因は何か	9
第4節 中国で悪意の商標出願が行われてしまうと、どのような不利益が生じるか	9
第5節 悪意の商標出願が発見されるきっかけ	10
第6節 悪意の商標出願が問題となる対象の性質	11
第7節 悪意の商標出願に対する近時の中国政府の対応	11
第二章 悪意の商標出願を防止するための事前的手段	13
第1節 総説	13
第2節 具体的対策	13
1 適時に商標出願・登録を行うこと	13
2 著作権登録	16
3 悪意の商標出願の監視	18
4 日本のブランド等及び悪質な業者のリストの提示	21
第三章 悪意の商標出願に対する事後的手段	23
第1節 総説	23
第2節 中国における悪意の商標出願に対しとり得る法的手段	26
1 使用を目的としない悪意の商標登録出願を理由とする異議申立・無効宣告請求（4条1項後段）	26
(1) 商標法4条1項後段の概要	26
(2) 商標法4条1項後段違反を主張する場合の問題点	28
2 他人の既存の先行権利を侵害する抜け駆け登録、他人がすでに使用している一定の影響力を有する商標の不正な手段による抜け駆け登録を理由とする異議申立・無効宣告請求（商標法32条）	29
(1) 商標法32条前段の概要	29
(2) 商標法32条前段違反を主張する場合の問題点	35
(3) 商標法32条後段の概要	36
(4) 商標法32条後段違反を主張する場合の問題点	38
3 欺瞞的な手段又は不正手段による登録を理由とする異議申立・無効宣告請求（商標法44条1項）	39
(1) 「欺瞞的な手段」	40

(2) 「その他の不正な手段」	40
(3) 商標法 44 条 1 項違反を主張する場合の問題点	41
4 馳名商標に基づく異議申立・無効宣告請求（商標法 13 条）	41
(1) 馳名商標を根拠とする異議申立・無効宣告請求の概要	41
(2) 馳名商標の定義	42
(3) 馳名商標の保護を求める者がなしうる請求	43
(4) 馳名商標と登録商標との差異	44
(5) 認定申請の方法	44
(6) 馳名商標の認定の考慮要素	45
(7) 馳名商標に基づく悪意の商標出願の取消を主張する場合の問題点	45
5 欺瞞性、公序良俗違反等を理由とする異議申立・無効宣告請求（商標法 10 条 1 項 7 号・8 号）	49
(1) 商標法 10 条 1 項 7 号・8 号の概要	49
(2) 商標法 10 条 1 項 7 号違反を主張する場合の問題点	49
(3) 商標法 10 条 1 項 8 号違反を主張する場合の問題点	50
6 無権限の代理人・代表者による悪意の商標出願であることを理由とする異議申立・ 無効宣告請求（15 条）	50
(1) 商標法 15 条の概要	51
(2) 代理関係、代表関係の判定	51
(3) 商標法 15 条違反を主張する場合の問題点	52
7 3 年間不使用を理由とする登録商標取消申立（商標法 49 条 2 項）	53
(1) 商標法 49 条 2 項の概要	53
(2) 商標法 49 条 2 項違反を主張する場合の問題点	54
8 識別力がないことを理由とする異議申立・無効宣告請求（11 条）	54
(1) 商標法 11 条の概要	54
(2) 商標法 11 条違反を主張する場合の問題点	55
9 公衆に知られた外国地名であることを理由とする異議申立・無効宣告請求（商標法 10 条 2 項）	56
(1) 商標法 10 条 2 項の概要	56
(2) 商標法 10 条 2 項違反を主張する場合の問題点	57
10 地理的表示であることを理由とする異議申立・無効宣告請求（商標法 16 条）	58
(1) 商標法 16 条の概要	58
(2) 商標法 16 条違反を主張する場合の問題点	59
第 3 節 異議申立	60
1 異議申立主体及び理由	60

2	異議申立の内容及び要件	61
3	異議申立人の変更	62
4	異議不成立の場合の手續	62
第4節	無効宣告請求	64
1	無効宣告請求事由	64
2	無効宣告手續.....	65
3	無効宣告の効果.....	68
第5節	3年間不使用取消請求	68
第6節	実務上の留意点	68
1	代理人の選任.....	68
2	費用	69
3	事実関係の調査.....	70
4	証拠収集.....	70
5	中国のマスコミへの対策	71
6	登録商標の買取要求への対応方法.....	71
第7節	悪意の商標出願に対する事後的手段を検討する際の考え方	73
第8節	悪意の商標出願の類型ごとの事後的手段の整理	74

第一章 序論

第1節 中国における商標法等の制度の概要

1 関連法令等

知的財産権に関する法律の中でも、商標法は、その最も重要なものの1つであるといえる。なぜなら、商標法は、ビジネスの根幹・インフラを形成するものであり、とくに中国では従来から、模倣品や悪意の商標出願の問題が大きな注目を集め、膨大な数の紛争が生じていたからである。

商標法は、1982年に制定・公布され、1983年に施行された。その後、1993年に第一次改正が公布され、1993年に施行された。そして、中国は、WTO加盟のために、TRIPs協定との整合性をはかるべく、2001年に第二次改正を公布し、2001年に施行した。さらに、その後の実務運用を踏まえ、2013年に第三次改正が公布され、2014年に施行された。そして、2019年4月23日、第四次改正が公布され、2019年11月1日に施行された。なお、商標法と密接に関わる不正競争防止法も、2019年4月23日に、第二次改正が公布・施行された。

商標法に密接に関連する行政法規として、商標法実施条例がある。このほか、商標行政を担当する国家市場監督管理総局（2018年の国家機構改革以前は、国家工商行政管理総局）及びその商標局¹が、商標法に関連する様々な部門規章やガイドライン等を制定・公布している。また、最高人民法院が、現在までに、いくつかの司法解釈を制定・公布している。

2021年11月16日、国家知識産権局は、「商標審査審理指南」（以下「指南」という）²を公布した（施行日は2022年1月1日）³。指南は、商標法の2019年改正に適合させる等の目的のために公布されたものであり、実質的には、従来の「商標審査及び審理基準」（2016年12月版）⁴が改正されたものといえる。指南の公布に伴い、「商標審査審理指南の解説」⁵、及び商標の登録出願や異議申立て等に関する46種類の書式の改訂版も

¹ 中国の国家知識財産権局商標局が管理するウェブサイト「中国商標網」(<http://sbj.cnipa.gov.cn/sbcx/>)において、日本から誰でも無料で、中国における商標出願・登録状況を調査・検索することができる。

² https://www.cnipa.gov.cn/art/2021/11/22/art_74_171575.html

³ 本書における指南の和訳は、JETRO 北京事務所知的財産権部のものを主に参考にした。

⁴ http://sbj.cnipa.gov.cn/tzgg/201701/t20170104_233075.html

⁵ http://sbj.cnipa.gov.cn/zcwj/202112/t20211203_337745.html

公布された⁶。指南の施行と同時に、従来の「商標審査及び審理基準」は廃止された。指南は、大きく、「上編 方式審査及び事務作業編」（以下「指南上」という）と「下編 商標審査審理編」（以下「指南下」という）に分かれている。前者は、方式審査や手続に関して具体的に規定したものである。他方、後者は、従来の「商標審査及び審理基準」に相当するものであり、悪意の商標出願に対する法的根拠となり得る規定等、重要な内容を含むものとなっている。本書の中でも、適宜、指南の内容を紹介する。

2 中国の商標法制度の概要

第三次改正前の商標法では、商標登録の対象は、文字・図形・色彩の組み合わせ等の視覚的標章に限定されていたが、第三次改正により、音声商標が認められるようになった。

商標は、識別力のあるものでなければならない。①商品の一般名称、図形、型番のみを有する標章、②単に商品の品質、主要原料、効能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接に表示しただけの標章、③その他顕著な特徴を欠く標章は、原則として、商標として登録することはできない。但し、当該標章が、使用により顕著な特徴を取得し、且つ識別が容易になったときは、商標として登録することができる。

登録商標には、普通商標のほかに、特殊な登録商標として、団体商標（団体等の名義で登録し、その団体等の構成員が、自己の商業活動の使用に供する商標）及び証明商標（ある特定の商品や役務に対して監督能力を有する組織が管理しており、当該組織以外の第三者が使用する商品や役務の原産地、原料、製造方法、品質等を証明する商標）という制度もある（商標法3条）。

生産経営活動において用いる商品・役務に対して商標専用権を取得する必要がある場合には、商標局に商標登録の出願を行い、登録しておく必要がある。「商標専用権」の内容には、①専有使用权（自己の登録商標を排他的に独占使用することができる権利）、②収益権（商標を第三者に許諾することによりロイヤルティを取得することができる権利）、及び③処分権（商標を第三者に譲渡、出資又は質入れすることができる権利）がある。

中国の商標法においては、原則として、登録商標（商標局の審査確認を経て登録された商標）のみが、商標専用権の保護を受けることができる。しかし、商標法は、この原則を修正し、中国で未登録の商標であっても、それが「馳名商標」（中国全土において関連公衆に熟知されている商標）であって、混同を容易に生じさせるときは、第三者の商標登録を認めず、使用を禁止することとしている。また、すでに中国で登録されている商標が馳名商標であって、公衆を誤導し、当該馳名商標の登録者の利益に損害を与え

⁶ http://www.cnipa.gov.cn/art/2021/12/10/art_75_172047.html

る可能性があるときは、同一又は類似でない商品・役務においても、第三者の商標登録を認めず、使用を禁止することとしている。馳名商標の認定は、個別の紛争案件ごとに、権利者の請求に基づいて行われることになっており、その認定の効果は、当該紛争案件のみに限定される（個別認定・受動認定の原則）。ところが、近時、中国では、①馳名商標の認定が濫発されていること（中国で「馳名」とはいえない商標であっても、實際上、馳名商標の認定を受けていることが少なくない。また、とくに地方政府が、地元企業の「馳名商標」認定の取得を奨励してきたという事情もある）、及び②馳名商標の認定を受けたことが、商品や包装・容器に表示されたり、広告宣伝等に利用されたりしていること（本来、馳名商標の認定は個別の紛争案件ごとに判断されるものであり、その効果も当該紛争案件のみに限定されるにもかかわらず、商品、包装・容器、広告宣伝等一般に利用されることは制度の趣旨を逸脱している）、という問題が指摘されてきた⁷。

そこで、第三次改正商標法は、上記①の「馳名商標の認定の濫発」の問題に対処するため、商標局、商標評審部（国家知識産権局商標局の内部機構。2018年の国家機構改革以前は、商標評審委員会）、最高人民法院の指定する人民法院のみが馳名商標の認定を行う（それら以外の機関は認定できない）こととした。また、上記②の「商品、包装・容器、広告宣伝等への利用」の問題に対処するため、商品、包装・容器、広告宣伝等において「馳名商標」と表示することを禁止するとともに、違反した場合には、是正命令、10万元の過料に処することとした。

商標登録出願について、第三次改正前の商標法では、一出願一区分制が採られていた。しかし、第三次改正商標法は、国際的趨勢に合わせ、一出願多区分制（中国語では「一標多類」）を導入した。これにより、多数の区分にわたる商品・役務を指定して1件の商標登録出願を行うことが可能となった。

中国の商標法は、「先願主義」（複数の商標登録出願人が、同一商品又は類似商品について、同一又は類似の商標登録出願をしたときは、先に商標登録出願した者に商標登録を認める主義）を採用している。

登録商標の有効期間は10年であるが、10年ごとの更新を続ける限り、半永久的に商標登録を存続させることができる。

登録商標が正当な理由なく3年連続して不使用である場合は、誰でも商標局に当該登

⁷ 中国語では、「馳名商標」、「著名商標」及び「知名商品」という3つの概念がある。中国語の「馳名商標」とは、本文に述べたとおり、中国全土において関連公衆に熟知されている商標をいう。これに対し、地方性法規には、しばしば、「著名商標」という中国語が使用されるが、これは中国の一地方において広く認識されている場合をいう。また、「知名商品」という中国語もある（「商標」ではなく「商品」となっていることに注意）。これは、中国の不正競争防止法（中国語では「反不正当竞争法」）5条2号に用いられている概念であり、市場においてある程度の知名度を持ち、関連公衆に知られている商品を指す。これら3つの概念は、混同しないように、明確に区別して用いる必要がある。

録商標の取消を申請することができる。ここにいう「商標の使用」とは、商標を商品、商品包装又は容器及び商品取引文書に用い、又は商標を広告宣伝、展示及びその他の商業活動で用い、商品の出所の識別に用いる行為をいう。

登録商標専用権者は権利侵害者に対し、権利侵害行為の差止、損害の賠償を請求することができる。賠償額は、①権利者の被った損失、②権利侵害者の得た利益、③商標の使用許諾料の倍数の順で確定される。悪意の商標専用権侵害に対しては、情状が重いときは、上記①～③の方法に基づき確定した金額の1倍以上5倍以下で賠償金額を確定することができる。上記①～③のいずれも確定が難しい場合、法院は、権利侵害行為の情状に基づき、500万元以下の賠償を命じることができる。

第2節 中国における悪意の商標出願の現状はどうなっているか

中国において、近時、外国企業の有名な商品ブランドや外国地名等を第三者が商標出願するという「悪意の商標出願」⁸の事案が多発しており、大きな問題となっている。中国における悪意の商標出願問題は、過去、日本のマスコミ報道でしばしば取り上げられてきたこと、とくに日本の地名や地域ブランドの悪意の商標出願問題については、ジェトロ北京事務所から、「中国における日本の地名等に関する商標登録出願について」という調査結果が公表されている⁹こと等から、日本の世論の関心は非常に高いといえよう。例えば、「クレヨンしんちゃん」の中国語名（「蜡笔小新」）及びキャラクターの図柄、「青森」等の地名、或いは、日本企業のブランド名等が、第三者により中国で商標出願されていた事例が挙げられる。中国における悪意の商標出願の事例は、他にも数多く生じている。

中国における悪意の商標出願の対象となるものには、さまざまなものがある。例えば、商品ブランド、商号（企業名称）、地名、地理的表示、特産品名、著名な人物名、キャラクターの名称・図柄、小説や音楽等のタイトル等がある。とくに日本のアニメ・キャラクターの名称・図柄等は中国国内においても有名なものが多く、それだけに悪意の商標出願の対象とされやすい傾向がある。アニメ・キャラクターの名称・図柄等は、いずれも、服装、靴、帽子、アクセサリ、文房具、玩具、自転車、時計、飲料、眼鏡等、どのような種類の商品にでも、簡単に商標として使用することができる。今後も、アニメ・キャラクターの名称・図柄等に関する悪意の商標出願が無くなることはないであろう。

⁸ 本書では、外国の商標が中国では出願・登録されていないことを奇貨として、第三者が先に当該商標を出願することを、「悪意の商標出願」と呼ぶ。ほかに、「冒認出願」、「剽窃出願」、「抜け駆け登録」、「不正商標登録」等と呼ばれることもある。

⁹ https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/tm_misappropriation/2018.pdf

第3節 中国において悪意の商標出願が広く行われる原因は何か

第2節で述べたように、中国では様々な種類の悪意の商標出願が広く行われているが、その原因はどこにあるのだろうか？

第一に、実際のビジネス活動がグローバル化しているのに対して、外国企業や地方自治体等による商標の中国出願が十分かつ適切に行われていないということが挙げられる。例えば、日本では、2006年4月1日より、地域ブランドを「地域団体商標」¹⁰として登録することが認められるようになり（商標法7条の2）、数多くの登録申請がなされた。しかし、地域ブランドの中国出願があまり行われておらず、出願をしていない中国において第三者に先行出願されるという状況を招いてしまっている。

第二に、現代社会においては、インターネット検索や電子商取引プラットフォーム等を通じて、誰でも外国ブランド等の情報を容易に知り得る。そのため、外国のブランド等を知った者が、中国では当該ブランド等がまだ商標登録・出願されていないことを奇貨として、先に悪意の商標出願を行うということが、非常に生じ易くなっているという事情も挙げられる。

第三に、中国においては、外国のブランド等を自分のビジネスに利用してフリーライドしたり（良いイメージで消費者に広く知られた外国のブランド等の名前の方が、消費者の関心を引き易く、販売が容易であるため）、登録商標を高値で買い取らせたり（将来中国に進出してきそうなブランドを片っ端から先に商標出願・登録しておき、後で当該ブランドの本来の保有者である外国企業に対し警告状を送付して商標を高値で買い取らせようとする）する目的の者が現実に多数存在することが挙げられる。

第四に、商標法制度が先願主義を採用していることや、商標出願・登録のコストが比較的安いこと¹¹等の制度的背景も原因として指摘できるであろう。

第4節 中国で悪意の商標出願が行われてしまうと、どのような不利益が生じるか

もし、日本企業の有するブランドが中国で悪意の商標出願が行われてしまうと、当該ブランドの真の保有者たる日本企業としては、将来、大きな困難に直面することになる

¹⁰ 「地域団体商標」と「地理的表示」は、類似する面もあるが、別々の制度であり、要件・効果・手続等が異なる。

¹¹ 中国における商標出願・登録のコストが比較的安い理由としては、商標局に納付する官費が安いことや、②近時、AI システムを用いて極めて安い金額で商標出願代理業務を提供する業者が出現していること等が挙げられる。なお、かつて存在した地方政府等による商標出願の補助金制度については、中央政府の方針に沿って、縮小・廃止となっている。

可能性が高い。

第一に、先願主義により、同一又は類似の指定商品・役務では、同一又は類似の商標の登録ができなくなるリスク（日本企業等が日本で商標登録しているブランドにつき、中国では商標登録できなくなる）がある。即ち、中国の商標法は、日本等多くの国の商標法と同様に、「先願主義」を採用している（31条、7章等）。先願主義の下では、既に商標を実際に使用している者であっても、他の第三者が先に当該商標を出願してしまうと、原則として、同一又は類似の指定商品では、同一又は類似の商標の登録ができなくなる。

第二に、登録名義人の許諾を得ずに当該商標を使用すると、商標権侵害を主張されるリスクがある。即ち、もし登録名義人の許諾を得ずに当該商標を使用すると、商標権侵害を理由に訴えられ、販売等を差し止められたり、自社や取引先等が損害賠償を請求されたりすることになりかねない。さらには、商標登録者から、当該商標を法外な値段で買い取るよう要求されるおそれもある。

第三に、中国において、商標権を有するか又は使用許諾を受けていることの証明文書が必要となる場合がある（例えば、中国の税関や越境 EC プラットフォーム企業から商標権の証明文書の提出を求められることがある）。その際、中国で商標登録を有するか、又は商標登録者から使用許諾を受けていないと、商標権の証明文書を提出できず、その結果、輸出入貿易や越境 EC プラットフォームでの販売ができなくなるリスクがある。

上記のとおり、日本企業等の有するブランドが悪意の商標出願をされることによる実際のビジネス上のリスクには、甚大なものがある。他方、外国のブランドがいまだ中国で商標出願・登録されていないことを奇貨として先に当該悪意の商標出願をした悪意の第三者を保護することは、信義誠実の原則に照らし、明らかに不合理である。

第5節 悪意の商標出願が発見されるきっかけ

悪意の商標出願は、さまざまなきっかけにより発見される。

例えば、①中国での商標出願を日本の弁理士又は中国の商標代理会社等に依頼したところ、既に第三者が当該商標の出願・登録をしていたことが判明した、というケースがある。実際、これが最も多いパターンであろう。

また、②中国で模倣品が発見されたので、事実関係を調査したところ、当該模倣品の製造販売業者が当該商標の出願・登録をしていたことが判明した、というケースもある。

さらに、③中国の商標代理会社に商標公報のウォッチングを依頼していたところ、第三者による出願・登録が判明した、というケースもある。

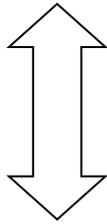
数は少ないが、④中国大陸又は香港の商標代理会社から日本企業に突然Eメールが送られてきて、当該日本企業のブランドが中国で第三者により商標出願（及びドメインネーム登録申請）されたことが判明した、というケースもある。但し、当該代理会社と商

標登録出願人が共謀している場合や、そもそも「中国で第三者により商標出願（及びドメイン登録申請）された」ことが虚偽である場合もあるので、当該代理会社のEメールの内容の真偽を見極める等、慎重に対応する必要がある。

第6節 悪意の商標出願が問題となる対象の性質

悪意の商標出願が問題となる対象には、企業等の商品・役務のブランド、存命中の有名人の名前、キャラクターの図柄、キャラクターの名称、小説・映画・音楽等のタイトル、地理的表示、歴史上の人物の名前、地名というように、様々なものがあり、性質上、「一企業・一個人に帰属すると言いやすいもの」と、「一企業・一個人に帰属すると言にくいもの」がある。それらの性質によって、実際に対抗手段をとるべき必要性や、とり得る対抗手段の種類等が異なることに、留意する必要がある。

図表：悪意の商標出願が問題となる対象とその性質

悪意の商標出願が問題となる対象	性質
企業等の商品・役務のブランド、存命中の有名人の名前、キャラクターの図柄	
キャラクターの名称、小説・映画・音楽等のタイトル	
地理的表示、地域団体商標	
歴史上の人物の名前	
地名	
	一企業・一個人に帰属すると言にくい

第7節 悪意の商標出願に対する近時の中国政府の対応

近年、中国における悪意の商標出願は大きな問題となっており、日本や米国等が問題視してきたところである。そこで、最近では、中国政府も、悪意の商標出願を行った者に対し、厳格に対処するという姿勢を見せている。2019年の商標法改正、2021年の商標審査審理指南の公布等の動きも、そのような流れの中に位置付けることができる¹²。とくに2019年の商標法改正により、「使用を目的としない悪意のある商標登録出願は、

¹² 主な法令等として、商標法改正（2019年11月1日施行）、商標登録出願行為の規範化に関する若干の規定（同年12月1日施行）、商標に関する一般違法行為の判断基準（2022年1月1日施行）、商標審査審理指南（同日施行）が挙げられる。また、2019年以来、悪意の商標出願等の代理行為を取り締まるための「藍天特別行動」といったキャンペーンを実施しているほか、2021年3月には「悪意による商標の冒認出願行為に対する取締りに関する特別行動計画」を公布する等、政府として積極的に対応を図っている。

これを拒絶するものとする。」という規定（4条1項後段）が追加されたことは、画期的であった。詳しくは後述するが、当該規定により、使用する意思が無いのに、大量の多数の商標を出願・登録したり、本来のブランド所有者の適切な事業運営を妨害したり、本来のブランド所有者に高値で商標を売りつけようとしたりすることは、悪意の商標出願として拒絶されることが明確化された。

第二章 悪意の商標出願を防止するための事前的手段

第1節 総説

中国商標法が、先願主義を採用している以上、悪意の商標出願の問題が発生することは、今後も不可避である。一旦、日本企業が悪意の商標出願の被害に遭えば、中国ビジネスに与える悪影響は極めて大きい。しかも、悪意の商標出願が登録されてしまうと、それを取り消すためには、多くの時間的・金銭的・労力的コストがかかるだけでなく、最終的に日本企業が商標の取り戻しに成功することができるとは限らない。

そこで、事後的対策よりも、事前対策により悪意の商標出願の出現を防止できれば、それに越したことはないといえる。

以下では、日本企業が悪意の商標出願の出現を防止するためにとり得る事前的手段を検討する。

第2節 具体的対策

1 適時に商標出願・登録を行うこと

まず、当然のことであるが、中国等で商標の出願・登録を適時に行うことである。

日本で事業展開を開始する際に、中国の事業展開を想定しているのであれば、日本での商標出願と合わせて中国での商標出願を行うことが必要である。日本の事業展開の状況を見ながら中国での対応を検討するという選択肢もあるが、日本の情報はすぐに中国に伝わっていくという現在の状況に鑑みると、日本での事業展開と合わせてグローバルなブランド戦略を立て、適時に必要な商標出願を行う体制を整備しておくべきである。

中国等で商標出願をする際には、ブランド名を日本のものと同じにするのか、若干の変更を加えたブランド名とするのか¹³、全く異なるブランド名とするのか等の点について、徹底的に検討しておく必要がある。同じ漢字から構成される言葉であっても、日本語と中国語では意味やイメージが異なることは多い。例えば、日本では国語辞典に掲載されているような普通名詞や形容詞である日本語の言葉が、中国では一般的な言葉ではないために「造語」とであるとみなされて商標登録が認められることも少なくない。また、日本では有名な地名や人名等であっても、中国ではほとんど知られておらず、「造語」

¹³ 特に日本でのブランド名が平仮名、片仮名又はアルファベットで構成されている場合、中国での商標出願にあたって、中国人にも覚えやすく、発音し易く、良いイメージの漢字を当てはめてブランド名をつくることも少なくない（例えば、サントリーの「三得利」）。

であるとみなされてしまうことも少なくない。このような日本語と中国語の違いを含む様々な事情を考慮して、中国でのブランド展開を考えていくことが必要である。

香港・マカオ・台湾において商標出願をする場合、これらの地域だけでなく、中国大陸でも商標出願を行うことが肝要である。なぜなら、香港・マカオ・台湾と中国大陸は、1つの中華文化圏として捉えることができ、香港・マカオ・台湾のいずれかの地域で有名になった日本のブランドやキャラクターは、同じ中華文化圏である中国大陸においても、すぐに有名になる可能性があり、悪意の商標出願を行う第三者が出現する可能性が非常に高いからである。

また、日本企業が事業展開する予定のある指定商品・役務で出願するだけでなく、被服、履物、日用品等、悪意の商標出願をした第三者が比較的容易に製造できる物に関しても、指定商品・役務を広げにして出願しておくことが望ましい¹⁴。

万が一、先に第三者に日本企業等のブランドを悪意の商標出願されてしまった場合でも、直ちにあきらめるのではなく、例えば、①他の指定商品・役務について商標出願しておくこと、②当該ブランドに他の言葉を付加したりロゴマーク化したりして商標出願すること等の対処方法を検討すべきである。

また、企業だけでなく、地方自治体や協同組合等の団体においても、ブランドを含めた知的財産権の戦略及び管理体制を構築していく必要がある。

コラム：商品・役務の分類

中国の商標法 22 条 1 項は、「商標登録出願人は、規定の商品分類表に従い商標を使用する商品類別及び商品名称を記入し、登録出願を提出するものとする。」と規定している（なお、商標法 4 条 2 項により、商標法の商品商標に関する規定は、役務商標にも適用される）。また、商標法 30 条は、「登録出願された商標が、本法の関連規定に合致せず、又は他人の既に同一商品若しくは類似商品で登録若しくは初期査定された商標と同一若しくは類似するときは、商標局は、出願を拒絶し、公告をしない。」と規定し、同法 31 条前段は、「2 名又は 2 名より多くの商標登録出願人が、同一商品

¹⁴ このように、自社ですぐに当該商標を当該指定商品・役務で使用する予定が無くても、第三者の悪意による商標出願をさせないように、防衛目的で先に商標出願することを、「防衛出願」という。防衛目的で商標登録出願することや、現実的に見込まれる将来の業務のために予め適量の商標登録出願をすることは、商標法 4 条に違反しない（指南下 2 章 3）。なお、防衛目的で商標登録しても、登録後 3 年間使用しないと、取り消される可能性がある（商標法 49 条 2 項）。しかし、①実際に第三者から取消請求を受けなければ、取り消されることはないこと、②「正当な理由」により使用しなかった場合は、取り消されないこと、③何らかの使用行為（例えば、インターネット上での宣伝や販売等）をすることにより、取り消されるリスクを低減できる可能性があること等に鑑みると、防衛目的で商標登録しておくことにはメリットがあると考えられる。

又は類似商品について、同一又は類似の商標登録出願をしたときは、先に出願された商標について初期査定をし、且つ公告をする。」と規定している。そこで、商標登録出願の段階において、「商品が類似しているか否か」という点は、極めて重要な問題ということになる。

中国では、商品・役務の類似性の判断基準を明らかにするため、商標局により、『類似商品及び役務の区分表』（中国語では「類似商品和服务区分表」。以下「区分表」という）が作成・公表されている。これは、中国も加入している「標章の登録のための商品及びサービスの国際分類に関するニース協定」に準拠したものである。区分表は、商品・役務を45の区分に分けている。商品は、第1類から第34類までの計34分類があり、役務は、第35類から第45類までの計11分類がある。区分表は、中国の商標局が商品・役務の類似性の判断基準について示した統一見解といえるものであり、中国における商標審査官による実務は、基本的に、区分表に従って行われている。但し、必ずしも区分表に限定されるわけではなく、それ以外の事情（例えば、商標の顕著性及び知名度、商標と使用する商品の関連の程度等）も考慮され得る。

但し、中国の区分表を見る場合、以下の点に留意されたい。

- ① 中国の区分表に記載されている4ケタの数字が類似群を表しており、同一の類似群に含まれる個々の商品・役務（6ケタの数字で表される）は、原則として「類似」と判断される。しかし、例外的に、4ケタの数字の下に、「(一)」、「(二)」というようにカッコ書きの数字で商品・役務が分類されている場合、各カッコ書きの部分の商品・役務は類似しないと判断されることがある（各類似群の注意書きに、「本類似群は、各部分の商品間において類似しない。」、「第(一)部分の○は、第(二)部分の●と類似する。」というような説明が記載されている）。また、異なる区分又は類似群における商品・役務であっても、「類似」と判断される場合もある（この場合は、各類似群の注意書きに、「本類似群の商品は、第★類の●と類似する。」というような説明が記載されている）。
- ② 中国の区分表に記載された商品・役務は、限定列举ではなく、例示列举である。即ち、区分表に記載されていない商品・役務について、商標登録出願することも可能である¹⁵。実際の出願実務においては、区分表に記載されていない商品・役務を願書に記載すると、商標局から補正指示通知が行われ、商標審査官とのやり取りの中で、区分表に記載されていない商品・役務の記載を認めてもらう、又は審査官の指示に従って区分表に記載されていない商品・役務を記載するという流れになる。
- ③ 中国の区分表は、ニース協定の改訂に合わせる等の目的で改訂される。区分表の改訂の際、商品・役務の区分又は類似群が変更されることがある（変更があった場

¹⁵ 区分表以外に認められる商品・役務名について、国家知識産権局商標局は、定期的にリストを公表している。

合、各類似群の注意書きに、「○は、第9版及び以前の版本、第★類の●と交錯して検索する。」というような説明が記載される)。商品・役務の区分又は類似群が変更された場合には、必要に応じて、新たに商標登録出願するか否かを検討すべきである。商品・役務の区分又は類似群が変更された場合には複数の商標が類似関係にあるか否かの判断も複雑になるため、商標審査官のミスが生じる可能性もあるので、とくに注意が必要である。

- ④ 中国の区分表には、日本等には存在しない、中国独自の商品・役務が含まれている。それらの商品・役務には、6ケタの数字の前に「C」という記号が付されている。

2 著作権登録

中国での著作権登録は、(強制ではなく、)任意で著作権の登録を行うという制度であるが、①悪意の商標出願への対抗措置を講じる上での根拠資料となること、②商標の出願・登録に比べて、手続きに要する時間や費用が少なくすむこと、といった利点がある。また、中国での著作権登録だけでなく、「文学的及び美術的著作物の保護に関するベルヌ条約」(以下「ベルヌ条約」という)の加盟国における著作権登録であっても、悪意の商標出願への対抗手段となり得る。よって、費用対効果の観点から商標の出願が困難であるような場合であっても、著作権登録を行うことは検討に値するといえよう。

中国における商標権と著作権の主な異同を表にすると、下表のとおりである。

図表：中国における商標権と著作権の主な異同

	商標権	著作権
根拠法令	商標法、商標法实施条例等	著作権法、著作権法实施条例等
出願・登録の要否	必要(例外として、登録していなくても、馳名商標の保護の可能性あり)	不要(任意で登録することは可能)
権利の存続期間	登録日から10年、更新可	・自然人：著作者の死後50年 ・法人：公表時から50年目の年末まで
侵害の要件	①商標が同一又は類似であること、②商品・サービスが同一又は類似であること、③被疑侵害者が商標権者の許諾を経ないこと。 なお、商標又は商品・サービス	①係争物が、他人が先に著作権を有している著作物と同一又は実質的に同一であること、②被疑侵害者が、他人が著作権を有する著作物に接触したことがあり又は接触した可能性が

	が類似の場合、「消費者に誤認・混同を生じる可能性があること」も必要。 「被疑侵害者が登録商標の存在を知っていたこと」は不要。	あること、③被疑侵害者が著作権者の許諾を経していないこと。
侵害訴訟による救済手段	使用差止請求、損害賠償請求	使用差止請求、損害賠償請求

中国の著作権登録の所轄機関は、「版權保護センター」¹⁶である。「版權保護センター」に著作権登録を申請しようとする者は、以下の書類を提出する必要がある。

図表：著作権登録申請に必要な書類

書類	備考
①著作物著作権登録申請書	オンラインにより申請書を提出する。 申請者の署名又は捺印が必要。
②申請者の身分証明書	登記簿謄本（「履歴事項全部証明書」、「現在事項証明書」のどちらでもよい。）
③権利帰属証明書	申請者の署名又は捺印がある原本の提出が必要。
④著作物の見本	原稿用紙、又は電子データが記録された媒体。
⑤著作物説明書	創作意図、創作過程、独創性について説明し、且つ「著作者」の署名が必要。
⑥申請者の委任状	原本が必要。

上記の②～⑥が外国語で作成されたものである場合、中国語の訳文が必要である。

「版權保護センター」での著作権登録手続は形式的な書類審査のみであり、真に著作権登録申請者が著作権者であるか、著作物説明書に記載された創作過程等の内容は真実であるか等についての実体審査や調査は行われない。

著作権登録を行うためには、それが「著作物」とすると「版權保護センター」の担当者に認めてもらうことが必要であり、その意味で、ある程度の「創作性」が必要である。例えば、単なる文字商標の場合は、著作物性が認められにくく、著作権登録の制度を利用することは難しい場合がある（そこで、当該文字をデザイン化したり、ロゴマークにしたりする等の工夫が必要となる）。

著作権登録は、悪意の商標出願の出願日より前に申請しておくことが理想的である。しかし、実務上、悪意の商標出願の出願日より後に申請された著作権登録であっても、

¹⁶ http://www.ccopyright.com.cn/cpcc/index_jp.jsp

裁判官や審査官により、悪意の商標出願を取り消す根拠資料として証拠採用されることもある。

3 悪意の商標出願の監視

外国企業等の有するブランドにつき中国において悪意の商標出願が行われていないか否かを監視することは、悪意の商標出願の権利化を防止するために非常に有益である。

具体的な監視方法としては、各企業が自社社員により若しくは中国の現地代理人に委託して定期的に悪意の商標出願を監視することのほか、業界団体等が一元的に悪意の商標出願を監視して各企業に情報をフィードバックするような体制を構築することも考えられる。

中国における商標出願・登録の状況を調べるためには、中国商標局の管理運営するウェブサイト『中国商標網』¹⁷を利用すればよい。多少の中国語の知識があれば、当該ウェブサイトでも誰でも無料で調査することができる（但し、平日のオフィスアワー以外の時間帯には、アクセスが困難となることがあること等に注意が必要である）。具体的な検索方法は、「『中国商標網』の商標検索マニュアル」（JETRO 北京事務所、2020年3月）を参照されたい¹⁸。

悪意の商標出願を監視する場合、指定商品・役務の範囲は、ビジネスで使用することを想定しているものよりも広い範囲で調査してみるべきである。例えば、婦人服メーカーがそのブランドに関して悪意の商標出願の有無を調査する場合、被服だけでなく、アクセサリー、靴、帽子、ベルト、眼鏡、ハンカチ、化粧品、宝石、香水等のように、当該ブランドがもともと想定している被服よりも広い範囲で商標調査を行うことが肝要である。なぜなら、実際上、上記のような広い範囲に含まれる商品につき、第三者により悪意の商標出願・登録が行われれば、当該婦人服メーカーの被服との関係で、消費者の誤認・混同を招くおそれがあるからである。

¹⁷ <http://sbj.cnipa.gov.cn/sbj/index.html>

¹⁸ https://www.jpo.go.jp/news/kokusai/bonin/document/shohyo_syutugantaisaku/01search-manual.pdf

コラム：『中国商標網』で「令和」を検索してみると・・・

『中国商標網』（トップページは下記のとおり）は、日本からでも、誰でも無料で利用することができる。



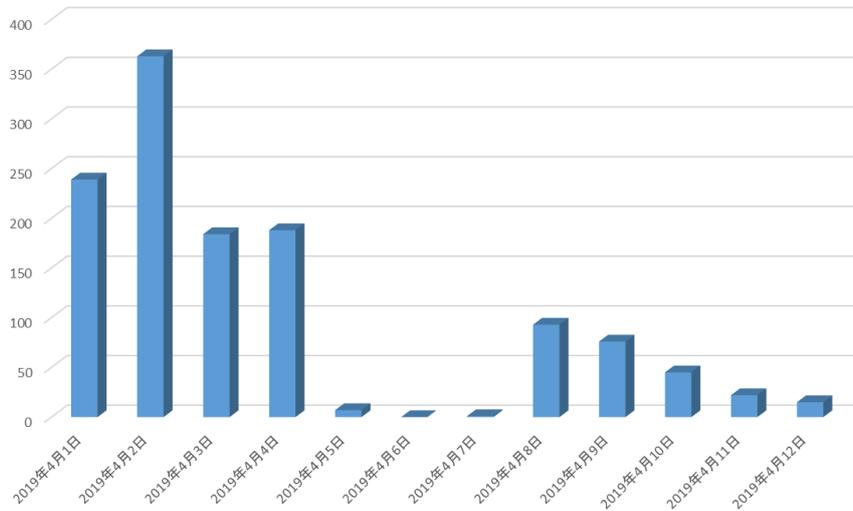
日本では、新しい元号「令和」が2019年4月1日に公表された。その後、中国では、「令和」が大量に商標出願された。下記ウェブページは、その一部である。

1435	37204237	35	2019年04月01日	令和	虞艳玲
1436	37203653	5	2019年04月01日	令和	王瑞洁
1437	37203640	43	2019年04月01日	令和	王瑞洁
1438	37203637	3	2019年04月01日	令和	王瑞洁
1439	37203612	30	2019年04月01日	令和	咸爱华
1440	37203599	36	2019年04月01日	令和	如东双马针业有限公司
1441	37203439	42	2019年04月01日	令和	何磊
1442	37203425	41	2019年04月01日	令和	何磊
1443	37203039	29	2019年04月01日	令和	福建雅集食品有限公司
1444	37203021	21	2019年04月01日	令和	苏州日作文化艺术有限公司
1445	37201835	43	2019年04月01日	令和	星上文化(北京)有限公司
1446	37201834	14	2019年04月01日	令和	星上文化(北京)有限公司
1447	37201679	35	2019年04月01日	令和	星上文化(北京)有限公司
1448	37201678	6	2019年04月01日	令和	星上文化(北京)有限公司
1449	37201677	20	2019年04月01日	令和	星上文化(北京)有限公司
1450	27516311	33	2017年11月16日	令和	李晓亮

筆者が調べた範囲では、2019年4月1日以降に出願された「令和」の商標出願は、「令和」2文字のものも、他の言葉を付加したものも、全て拒絶されている。

出願日を調べてみると、下記のとおり、2019年4月1日以降、中国で「令和」が大量に出願され、その後は減少していることが分かる（2019年4月5日から7日までは、中国では三連休であったため、出願件数が少なくなっている）。

「令和」の商標出願件数



下記のとおり、「令和」商標が1件だけ登録されているが、これは出願日が2017年11月16日となっており、日本の新元号の発表よりもかなり前であったことから、偶然の一致であったことが分かる。指定商品は、カクテル、リキュール、ウォッカ、ワイン、ブランデー、ラム、白ワイン、日本酒、ウイスキー等である。

	商品/サービス	鸡尾酒; 利口酒; 伏特加酒; 葡萄酒; 白兰地; 朗姆酒; 白酒; 清酒 (日本米酒); 米酒; 威士忌; 查看详情			
	类似群	3301;			
申请/注册号	27516311	申请日期	2017年11月16日	国际分类	33
申请人名称 (中文)	李晓亮				
申请人名称 (英文)					
申请人地址 (中文)	河北省石家庄高新区珠峰国际花园19号楼1单元2203				
申请人地址 (英文)					
初审公告期号	1608	注册公告期号	1620	是否共有商标	否
初审公告日期	2018年07月20日	注册公告日期	2018年10月21日	商标类型	一般
专用权期限	2018年10月21日至2028年10月20日		商标形式		

以上のように、『中国商標網』でさまざまなキーワードを検索してみると、意外なことを発見することもある。『中国商標網』での商標検索をご活用いただきたい。

4 日本のブランド等及び悪質な業者のリストの提示

中国で悪意の商標出願が多い理由の一つとして、中国の商標審査官が日本のブランド、キャラクター、地名、特産品等をあまり知らないという事情があると考えられる。中国商標法には「情報提供」に関する明文規定は無いものの、実務上、悪意の商標出願に対する情報提供をすることが可能になっている。情報提供の際には、同一の出願人や代理人（代理機構）による他の悪意の商標出願事例をリスト化して示すといったことが行われることが多い。その際、業界団体等が過去に悪意の商標出願をされた日本のブランド、キャラクター、地名、特産品等のリストをまとめ、商標局に提出する等の方法をとることも検討に値するかもしれない。日本の団体や企業は、マニュアルやテンプレート等に頼りがちであるが、現地の専門家（代理人等）とも相談をしながら、効果的な対策を柔軟な発想で考えていくことも必要である。

この点に関し、商標法の第三次改正及び第四次改正により、法制度の改善が行われた。即ち、従来、中国において、商標出願の代理業務を行う商標代理機構は、野放し状態であった。実際、一部の商標代理機構において、悪意の商標出願等の問題が生じていた。そこで、第三次改正商標法は、商標代理機構に対する監督管理を強化する規定を置いた。具体的には、商標代理機構に対して、誠実信用の原則を遵守するとともに、委託者の営業秘密を保持する義務を明記した（19条1項）。また、委託者の登録出願しようとする商標が登録できない可能性があるときは、その旨を委託者に告知すべき義務（19条2項）が規定されたが、これは、委託者の利益を保護するための規定である。これに対し、委託者の登録出願しようとする商標が4条、15条及び32条といった悪意の商標出願関連規定に該当する可能性があるときは、委託を引き受けてはならない義務（19条3項）も規定されたが、これは、悪意の商標出願防止のための規定である。また、第四次改正商標法は、商標代理機構が悪意の商標出願を行った場合、警告・過料等の行政処罰を下すこと等を規定した（68条1項4号）。このような方策が、今後どの程度の実効性をもって運用されるかが注目される。

コラム：漢字文化圏でのネーミングとブランディング

中国等の漢字文化圏の国・地域では、商品や会社の名称は、（英語アルファベット名よりも、）漢字名の方が消費者に浸透しやすいといえる。そこで、商品や会社名の漢字名のネーミングは極めて重要である。中国で成功している良い例としては、サントリー（三得利）、コカコーラ（可口可樂）、BMW（宝馬）、カルフル（家樂福）等が挙げられる。これらは、いずれも、中国語の発音がもとの言葉と似ており、かつ、中国の消費者によい印象を与える漢字を使用している。

日本企業の商品名や会社名は、カタカナやひらがなの場合が少なくない。中国の消

費者は、一般的に、カタカナやひらがなは読めないので、漢字名又は英語アルファベット名でビジネス展開していくことになる。

前述のとおり、中国の消費者には、漢字名の方が浸透しやすいことから、カタカナやひらがなの商品名や会社名につき、適切な漢字名を考案し決定することが重要な課題となる。

適切な漢字名の考案にあたっては、いくつかの注意点がある。

第一に、中国の消費者が覚えやすく、よい印象を持ってもらえる漢字名にすることである。日本と中国とでは、同じ漢字の言葉であっても、意味が異なることも少なくないため、数多くの中国人社員の意見を広く聞く必要がある。

第二に、漢字名を決めた後、すぐに、日本、中国本土、香港、台湾等で商標出願・登録することである。日本、中国本土、香港、台湾等では、可能な限り、同じ漢字名を使用することが望ましい。

第三に、一旦、漢字名を決めたら、原則として、それを使用し続けることである。みだりに漢字名を変更すべきではない。この点に関し、カタカナの屋号を有する日本企業が中国で商標出願をする際、カタカナを漢字に変換して商標出願書類に記入することがよくあるが、担当する弁理士によって、異なる漢字名を使用していることがある。このようにしてしまうと、後になって、中国で、「異なる漢字名の日本企業は、同じ会社とはいえない」とみなされ、面倒なことになるリスクがあるので、注意が必要である。

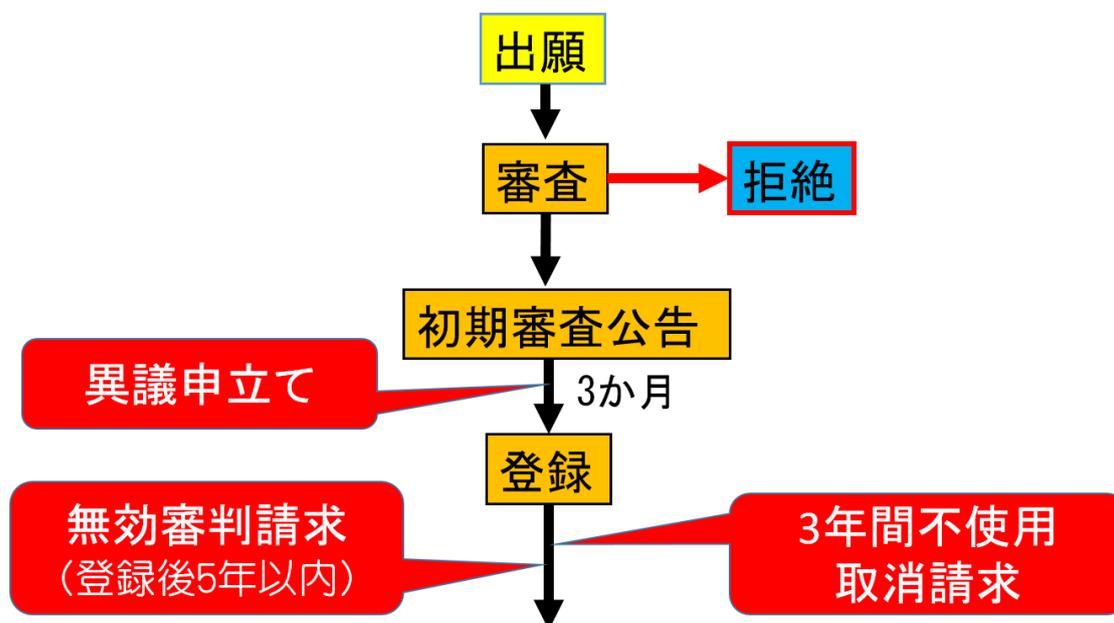
第三章 悪意の商標出願に対する事後的手段

第1節 総説

前述のような事前的手段をとった上で、なおも、中国で日本企業等の有するブランド等の悪意の商標出願がなされてしまった場合には、適切な法的対抗措置をとることが肝要である。

法的対抗措置としては、①異議申立、②無効審判請求、③登録後3年間不使用の場合の取消請求の3つがある¹⁹。

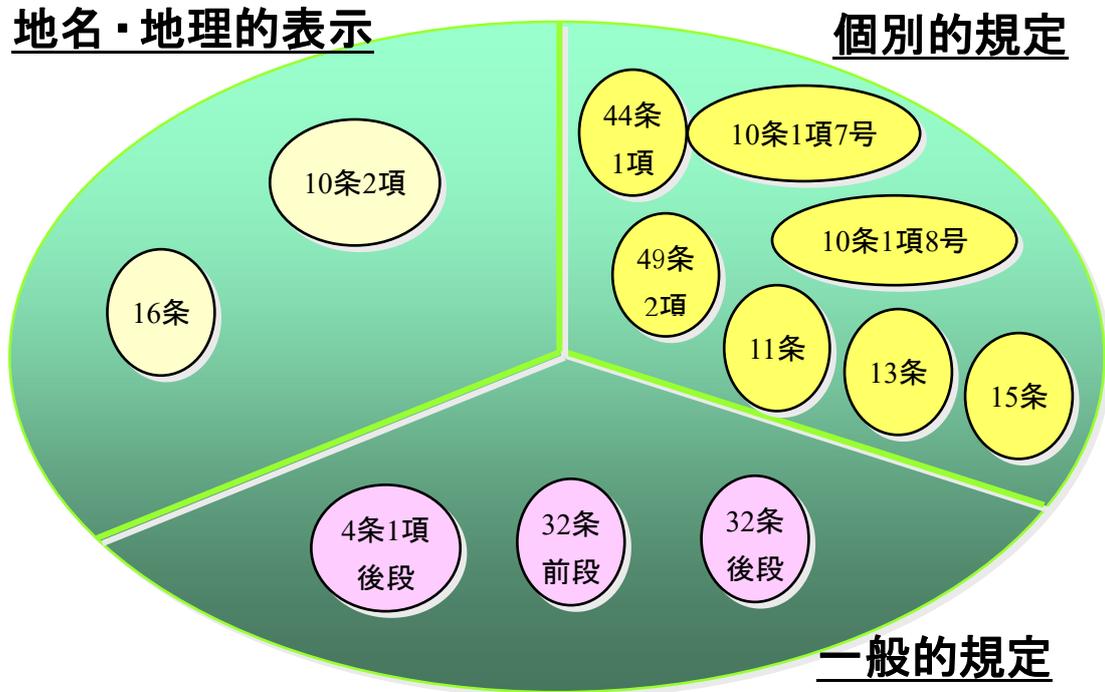
図表：悪意の商標出願への3つの法的対抗措置



中国の商標法は、以下に述べるように、悪意の商標出願に対する多くの法的根拠を用意している。そのうち、商標法の4条1項後段、30条、31条、32条前段・後段、44条1項は、適用場面があまり限定されていないという意味で、一般的規定であるといえる。商標法の10条2項及び16条は、特に地名・地理的表示の悪意の商標出願のケースに適用される規定である。商標法の10条1項7号・8号、11条、13条、15条、49条2項は、適用場面が限定されている個別的规定である。

¹⁹ 他に、商標法に明文規定は無いが、事実上、商標局に「情報提供」することにより、悪意の商標出願の登録を阻止するという手段もある。

図表：悪意の商標出願に対する商標法上の法的根拠



図表：悪意の商標出願に対する事後的な法的対抗手段

法的手段（商標法の条文）	異議申立（初期査定公告から3か月以内に申し立てる）	登録商標の無効宣告請求（登録後、原則として5年以内に請求する）	登録後3年間不使用の取消請求
使用を目的としない悪意の商標出願（4条1項後段）	○	○	×
他人の既存の先行権利を侵害する抜け駆け登録（32条前段）	○	○	×
他人がすでに使用している一定の影響力を有する商標の不正な手段によ	○	○	×

る抜け駆け登録 (32条後段)			
不正手段による登録 (44条1項)	○	○	×
馳名商標 (13条)	○	○ (悪意の商標登録の場合、5年の期間制限は無し)	×
欺瞞性を帯び、公衆に商品の品質等の特徴又は産地について誤認を生じさせやすいもの (10条1項7号)	○	○	×
公序良俗違反 (10条1項8号)	○	○	×
無権限の代理人・代表者による悪意の商標出願 (15条)	○	○	×
3年間不使用 (49条2項)	×	×	○
識別力がない商標 (11条)	○	○	×
公衆に知られた外国地名 (10条2項)	○	○	×
地理的表示 (16条)	○	○	×

上記の他にも、具体的事案によっては、商標法の他の規定の適用を主張することも考えられる（例えば、先願主義への違反）。

中国における悪意の商標出願に対しては、上述したとおり、理論的にはいくつかの法的手段が用意されているが、実際にどの法的手段を用いるべきか、特に争点となるのはどのような点か、どのような証拠が特に必要とされるか等は、ケース・バイ・ケースであり、一概に論じることはできない。

事後的な法的対抗手段をとる際の実務上の注意事項としては、以下の点が挙げられる。

- ・ 異議申立や無効宣告請求の段階から、できるだけ多くの関連証拠を、早めに提出することが必要である。なぜなら、後の訴訟の段階になって証拠を提出する

ことは、原則として認められないからである。

- ・ 商標法 13 条（馳名商標）、15 条（代理人・代表者による悪意の商標出願）、16 条（地理的表示）、32 条（他人の既存の先行権利を侵害する抜け駆け登録、他人がすでに使用している一定の影響力を有する商標への不正手段による抜け駆け登録）等を理由として異議申立・無効宣告請求を行うことは、先行権利者又は利害関係者にしか認められていない。
- ・ 商標法 4 条（使用を目的としない悪意による出願）、10 条（使用禁止商標）、11 条（登録禁止商標）、44 条 1 項（不正手段による登録）、49 条 2 項（3 年間不使用）を理由として異議申立・無効宣告請求を行う主体については制限は無いが、實際上、誰が主体となるか（例：民間企業、地方自治体、協同組合等）、コストを誰がどのように負担又は分担するか、期限を徒過していないか、別途行う商標出願を誰の名義で行うか等の実務上の問題について、よく検討すべきである。
- ・ 理論的には法的対抗手段をとることが可能な場合であっても、実際上も法的対抗手段をとる必要があるか否かについては、勝てる見込み、予想される様々な影響、コスト等について、よく検討する必要がある。選択肢としては、具体的事案によっては、「何もしない」という方法や、「商標登録者から譲り受ける」という方法も、完全に無いとは言い切れない。

以下では、悪意の商標出願に対してとり得る事後的手段のそれぞれについて、要件及び効果、実務上の留意点等について説明していくこととする。

第 2 節 中国における悪意の商標出願に対しとり得る法的手段

1 使用を目的としない悪意の商標登録出願を理由とする異議申立・無効宣告請求（4 条 1 項後段）

（1）商標法 4 条 1 項後段の概要

第四次改正により、商標法 4 条 1 項後段として、「使用を目的としない悪意のある商標登録出願は、これを拒絶するものとする。」という規定が追加された。悪意のある商標登録出願行為には、例えば、多数の販売用商標の蓄積、他の事業者による既存市場又は新規市場での適切な事業運営に対する妨害、特定の権利保有者への脅迫、他人の営業上の信用にフリーライド（ただ乗り）して需要者の誤認混同を引き起こすこと等の場合が含まれると解されている。

指南によると、「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」とは、出願人が生産経営活動の需要に基づくことなく、大量に商標登録出願をし、真実の使用意思に欠け、

不正に商標資源を占用し、商標登録秩序を乱す行為をいう（指南下2章2）。

「使用を目的としない悪意のある」を構成するかを判断するには、出願人が所属する業界の特徴、経営範囲、経営資格等の基本的な状況、出願人が提出した商標登録出願の数、区別の違いや時間的間隔等の全体的な状況、提出した商標登録出願標章の具体的な構成、商標の実際の使用状況、及び出願人がそれ以前に悪意のある商標登録及び多数の主体の登録商標専用権の侵害行為を行ったか等、多方面の要素を総合的に考慮した上で、その出願が明らかに商慣例に適合しないか、明らかに適切な経営ニーズと実際の経営能力を超えているか、及び、明らかに不正な利益を獲得し、正常な商標登録秩序を乱そうとする意図があるかを判断しなければならない（指南下2章2）。

以下のいずれかに該当する場合は、「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」には該当しない。即ち、①出願人が、防衛目的で登録した商標標章と同一又は類似の商標を出願する場合、②出願人が、現実的に見込まれる将来の業務のために予め適量の商標登録出願をする場合である（指南下2章3）²⁰。

以下に掲げる行為は、反対証拠が無い限り、「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に該当する（指南下2章5）。

①商標登録出願の数が極めて多く（中国語では「数量巨大」）、明らかに正常な経営活動に係る必要性を超過し、真実の使用意思に欠け、商標登録の秩序を乱すもの。
②多数の主体の一定の知名度又は比較的強い顕著性がある先行商標を大量に複製、模倣、剽窃し、商標登録の秩序を乱すもの。
③同一主体の一定の知名度又は比較的強い顕著性がある特定の商標について、繰り返し登録出願をし、商標登録の秩序を乱すもの。
④他社の商号・企業名称の略称・電子商取引運営者の名称、ドメイン名、一定の影響のある商品の名称、包装、装飾、他人の有名かつ識別力を獲得している広告のローガン、デザイン等の商業標章と同一又は類似の標章を大量に登録出願するもの。
⑤著名人の氏名・著名作品又は役柄の名称、他人の有名かつ識別力を獲得している美術作品等の公共文化資源と同一又は類似の標章を大量に登録出願するもの。
⑥行政区画の名称、山河の名称、観光地の名称、建築物の名称等と同一又は類似の標章を大量に登録出願するもの。
⑦指定商品又は役務における一般名称（中国語では「通用名称」）、業界用語、商品又

²⁰ これらの場合、「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」には該当しないとしても、登録してから3年間継続して使用していない場合は、商標法49条2項により、当該商標登録が取り消される可能性があることに留意が必要である。しかし、①実際に第三者から取消請求を受けなければ、取り消されることはないこと、②「正当な理由」により使用しなかった場合は、取り消されないこと、③何らかの使用行為（例えば、インターネット上での宣伝や販売等）をすることにより、取り消されるリスクを低減できる可能性があること等に鑑みると、防衛目的で商標登録しておくことにはメリットがあると考えられる。

は役務の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量等を直接的に表示する、顕著性に乏しい標章を大量に登録出願するもの。
⑧大量に商標登録出願をし、大量に商標を譲渡し、かつ譲受人が比較的分散しており、商標登録の秩序を乱すもの。
⑨出願人について、不正な利益の獲得を目的として大量に販売し、商標の先使用者又は他人に事業連携を強要、高額の譲渡費、使用許諾料又は権利侵害に対する賠償金等を請求する行為があるもの。
⑩その他悪意のある商標登録出願行為があると認定できるもの。

以上のうち、③及び⑨については、主に異議と評審手続において適用される。その他のものについては、登録審査、異議と評審手続において適用される（指南下2章5）。

「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」の対象となる商標には、出願人本人が登録出願した商標に限らず、出願人との結託共謀行為がある又は特定身分関係若しくはその他の特定の関係がある自然人、法人又はその他の組織が登録出願した商標が含まれる（指南下2章5）。

商標の譲渡は、商標出願人による商標法第4条違反の認定に影響を及ぼすことはない（指南下2章5）。

また、商標法19条3項には、「商標代理機構は、委託者の登録出願する商標が『使用を目的としない悪意のある商標登録出願』に属することを知り又は知るべきときは、その委託を引き受けてはならない。」という内容を追加し、悪意のある商標登録出願行為を防ぐため、商標代理機構に対しても義務を負わせている。

商標法68条1項3号によると、悪意のある商標出願行為を行った商標代理機構や、「使用を目的としない悪意のある商標登録出願」に属することを知り又は知るべきであるのに、委託を引き受ける等した商標代理機構に対し、処罰を下すこととしている。また、改正後の商標法68条1項4号によると、悪意のある商標登録出願については、警告・過料等の行政処罰を下し、また、悪意のある商標訴訟については、人民法院が法により処罰を下すこととされた。

商標法33条によると、いかなる者も、使用を目的としない悪意のある商標出願であることを理由として、商標局に対し、異議申立を行うことができる。また、商標法44条によると、使用を目的としない悪意のある商標出願が登録された場合、商標局に対し、無効宣告請求を行うことができる。

（2）商標法4条1項後段違反を主張する場合の問題点

商標法4条1項後段違反を主張する場合の証拠としては、例えば、以下のものが考えられる（但し、具体的にどのような証拠を要するかは、一概に簡単に述べることはでき

ず、事案の内容等を個別に分析して判断すべきであることに留意されたい)。

- ・出願人又は登録者が大量の商標出願・登録を行っていることを示す、『中国商標網』での検索結果。
- ・出願人又は登録者が出願・登録した商標の多くが、他企業の有名ブランド、有名人の氏名、有名な地名等であることを示す、『中国商標網』での検索結果。
- ・出願人又は登録者が、真のブランド保有者に対し、高額での商標の買取を要求するレターやEメール等。

2 他人の既存の先行権利を侵害する抜け駆け登録、他人がすでに使用している一定の影響力を有する商標の不正な手段による抜け駆け登録を理由とする異議申立・無効宣告請求（商標法 32 条）

中国の商標法 32 条は、「商標の登録出願は、他人の既存の先行権利²¹を侵害してはならない。他人がすでに使用している一定の影響力を有する商標を不正な手段によって抜け駆けして登録してはならない。」と規定している。すでに登録された商標が 32 条の規定に違反している場合は、商標の登録日から 5 年以内に、商標所有者又は利害関係者は、商標評審部にその登録商標の無効宣告請求を行うことができる（商標法 45 条 1 項）。

32 条は、係争商標に係る商標局への異議申立においても、また、登録に至った商標に係る商標評審部への無効宣告請求においても、主張が可能である。

（1）商標法 32 条前段の概要

登録出願する商標は、他人が先に出願し、又は登録した商標と競合してはならず、また、他人が先に取得したその他の合法的権利と競合してはならない。また、本条に規定する既存の先行権利とは、係争商標の登録出願日前に既に取得した商標権以外のその他の権利をいい、商号権（中国語では「字号権」）、著作権、意匠権（中国語では「外觀設計専利権」）、氏名権、肖像権、地理的表示、一定の影響力がある商品・役務の名称・包装・装飾、その他の保護すべき適法な先行権利・利益が含まれる。「既存の」とは、係争商標の登録出願日前に既に形成され、かつ、適法に存続していることをいう。もし、先行権利が係争商標の登録時に既に存在しなくなった場合は、原則として、係争商標の登録に影響を及ぼさない（指南下 14 章 2）。

本条前段の適用を受けるためには、どのような「既存の先行権利」が侵害されたのかを主張・立証しなければならない。「既存の先行権利」として、以下では、商号権、著作権、意匠専利権、氏名権、肖像権、一定の影響力がある商品・役務の名称・包装・装

²¹ 中国語では「現有的在先権利」。

飾、その他の保護すべき適法な先行権利・利益について説明する。

①商号権

他人が先に登録・使用し、かつ一定の知名度を有する商号と同一又は類似の文字を商標として登録出願し、中国の関連公衆を混同させ、先行商号権者の利益を侵害するおそれがある場合、他人の先行商号権に対する侵害に該当すると認定しなければならない（指南下 14 章 3.1.1）。

適用要件は、以下のとおりである（指南下 14 章 3.1.2）。

・係争商標の登録出願日前に、他人が先行して商号を登録し、又は使用していること。
・係争商標の登録出願日前に、当該商号が中国の関連公衆において一定の知名度を有していること。
・係争商標を登録・使用することが、中国の関連公衆に対し、当該商標に表示される商品或いは役務が商号権者に由来するものである又は商号権者と特定の関連性を持つものであるとの誤認を生じさせ、先行商号権者の利益を侵害するおそれがあること。

先行商号権としての保護を受ける範囲は、原則、商号権者が実際に経営している商品又は役務と同一又は類似の商品又は役務に限定しなければならない。ただし、個別事案に応じて、先行商号の独創性、知名度及び双方の商品又は役務の関連性等を踏まえて、当該先行商業の保護範囲を具体的に確定しなければならない（指南下 14 章 3.1.2）。

②著作権

著作権者の許諾を得ずに、他人が著作権を有する著作物に係る商標登録出願をした場合、他人の先行著作権の侵害に該当すると認定される。先行著作権とは、係争商標の登録出願日前に、他人が既に著作物を創作し完成させたものをいう（指南下 14 章 3.2.1）。

適用要件は、以下のとおりである（指南下 14 章 3.2.2）。

・係争商標の登録出願日前に、他人が先行して著作権を有し、かつ、その著作権が保護期間内にあること。
・係争商標が、他人が先行して著作権を取得した著作物と同一又は実質的に類似のものであること。
・係争商標の登録出願人が、他人が著作権を有する著作物に接触した又は接触した可能性があること（但し、係争商標の登録出願人が、独自の創作によって係争商標を完成させたことを証明することができる場合を除く）。
・係争商標の登録出願人が、著作権者の許諾を受けていないこと。

日本企業が日本で創作した著作物は、日本も中国もベルヌ条約に加盟しているため、

中国においても保護を受けることができる。従って、著作権に関しては、日本企業が「既存の先行権利」として保持していることは十分あり得るのであり、その場合には、商標法 32 条前段の主張の可能性がある。但し、著作物といえるためには、ある程度の創作性が必要であるため、単なる文字商標の場合は、著作物性が認められにくい。これに対し、アニメのキャラクター等であれば、著作物性が認められる可能性が比較的高い。

中国において、文字のロゴマークに関して著作物性が争われた事例としては、例えば、商標評審委員会が、「NifCO」という文字のロゴマークの著作物性を認めず、旧商標法 31 条（現行商標法 32 条）前段の「先行権利」が侵害されたことを理由としては係争商標の取消を認めなかった、2006 年 3 月 8 日付け裁定がある（案件番号：商評字（2006）第 0528 号）。その理由は、「申立人がバックル、ファスナー、プラスチック製品等の商品上に使用した「NifCO」商標は、その中のアルファベット「f」が N、I、C、O の 4 つのアルファベットと字体、大文字と小文字、色彩及びサイズ比率等の面において異なっており、当該アルファベットの組合せに表現形式において一定の特徴を持たせていると判断される。しかし、当該商標はよく見かける字体のアルファベットを組み合わせで構成されているだけであり、これを著作権法における美術著作物、即ち線、色彩又はその他の方式により構成される審美的な平面又は立体の造型美術著作物であると認定するまでには至らない。従って、当該標識は著作権法上の保護を受けられるべきだという申立人の主張は、理由が成立しない。」というものであった。但し、この事件では、旧商標法 31 条（現行商標法 32 条）後段を根拠として、つまり、著作権以外の理由により、第三者の冒認商標の取消が認められた。

中国において、文字のロゴマークの著作物性が問題となった事例は、上記以外にも、数多く存在する。そのうちのいくつかを整理すると、下表のとおりである²²。

図表：中国において、文字のロゴマークの著作物性が問題となった事例

著作物であるとして、著作権の成立が肯定された例	著作物とはいえないとして、著作権の成立が否定された例
	
	

²² 「NifCO」以外の例については、汪正・张妍著「商標争議案件中在先著作権的保護」を参照した。

上表の各例からすると、単なる文字を少しデザイン化した程度では、著作物性は認められないが、「線、色彩又はその他の方式により構成される審美的な平面・・・の造型」であれば、美術著作物と認められる。

但し、実際には、著作物性の有無の判断は、単に、形の複雑さやデザイン性等の要素だけで行われているのではなく、一般公衆によく知られているか否かという知名度の要素が強い影響を及ぼしているといえる。例えば、上表の「SANYO」と「NIFCO」という文字のロゴマークは、いずれも、英語アルファベット5文字で構成されており、中央の文字だけが特徴的なデザインとなっているものの、他の4文字は一般的なデザインである。にもかかわらず、「SANYO」は著作物性が肯定され、「NIFCO」著作物性が否定されたのは、これらのロゴマークが一般公衆によく知られているか否かという知名度の差が、結論に強い影響を及ぼしたものと考えられる。

また、中国の訴訟において著作物と実質的に同一であるか否かについて判断された事例としては、下表のものがある²³（それぞれ、左側が著作権の主張の根拠となった著作物であり、右側が被疑侵害者のデザインである）。

図表：中国の訴訟において、著作物と実質的に同一であるか否かが判断された事例

著作物と実質的に同一であるとされた例	著作物と実質的に同一とはいえないとされた例
--------------------	-----------------------

²³ 故宮博物院以外のロゴマークについては、汪正・張妍著「商標争議案件中在先著作權的保護」を参照した。

文字のロゴマークの著作物性を根拠に、商標法 32 条を主張して悪意の商標出願への異議申立又は無効宣告請求をしようとする企業は、是非、上記の 2 つの表の各例を参考にしていきたい。

③意匠専利権

授權を得ずに、他人が意匠専利権を有するデザインを商標として出願することで、先行意匠権者の利益を侵害するおそれがある場合、他人の先行意匠専利権に対する侵害行為に該当すると認定される（指南下 14 章 3.3.1）。

適用要件は、以下のとおりである（指南下 14 章 3.3.2）。

<ul style="list-style-type: none"> ・係争商標の登録出願日と使用の前に、他人が既に意匠権を先行して取得し、かつ意匠権が保護期間内にあること。
<ul style="list-style-type: none"> ・係争商標を登録・使用した場合、関連公衆を混同させ、先行専利権者の利益を侵害するおそれがあること。
<ul style="list-style-type: none"> ・係争商標の登録出願に係る専利権者の授權を得ていないこと。

④氏名権

授權を得ずに、他人の氏名を商標として登録出願することで、他人の氏名権を侵害するおそれがある場合、他人の氏名権に対する侵害行為に該当すると認定される。他人の氏名には、本名、筆名、芸名、翻訳名、別名等が含まれる。氏名権の主体たる「他人」とは、係争商標を登録出願した時点において存命中の自然人をいう（指南下 14 章 3.4.1）。

適用要件は、以下のとおりである（指南下 14 章 3.4.2）。

<ul style="list-style-type: none"> ・氏名が一定の知名度を有し、自然人と安定した対応関係が確立され、関連公衆に当
--

該氏名権者であると認識されていること。
・係争商標を登録することで、他人の氏名権を侵害するおそれがあること。
・係争商標を登録出願することについて、氏名権者の許諾を得ていないこと。

なお、他人の肖像を用いた商標登録出願が、上記の適用要件を満たさない場合であっても、公衆を誤認させ、公序良俗に反し、又はその他の悪影響を及ぼすときは、商標法10条1項7号又は8号に該当するとされる可能性がある（指南下14章3.4.3）。

⑤肖像権

許諾を得ずに、他人の肖像を商標として登録出願することで、他人の肖像権を侵害するおそれがある場合、他人の肖像権に対する侵害行為に該当すると認定される。肖像とは、映像、彫刻、絵画等の方式で一定の媒体に反映される特定の自然人が識別できる外見的なイメージをいう。肖像権の主体たる「他人」とは、係争商標を登録出願した時点において存命中の自然人をいう（指南下14章3.5.1）。

適用要件は、以下のとおりである（指南下14章3.5.2）。

・関連公衆の認識において、係争商標の画像から当該肖像権者が連想されること（係争商標に係る肖像画は、関連公衆に対して特定の自然人を識別させるに足る特徴を有し、かつ、当該自然人と「安定した対応関係」を形成するものでなければならない）。
・係争商標を登録されることで、他人の肖像権を侵害されるおそれがあること。
・係争商標を登録出願することについて、肖像権者の許諾を得ていないこと。

なお、他人の肖像を用いた商標登録出願が、上記の適用要件を満たさない場合であっても、公衆を誤認させ、公序良俗に反し、又はその他の悪影響を及ぼすときは、商標法10条1項7号又は8号に該当するとされる可能性がある（指南下14章3.5.3）。

⑥一定の影響力がある商品・役務の名称・包装・装飾

他人の一定の影響力のある商品又は役務の名称、包装、装飾と同一又は類似の文字、図形等を商標として登録出願することで、関連公衆を混同させ、他人の適法な権利・利益を侵害するおそれがある場合、他人の一定の影響力のある商品又は役務の名称、包装、装飾に対する侵害に該当するものであると認定する。一定の影響力のある商品又は役務の名称、包装、装飾とは、機能的な形状のみから構成されるものでなく、顕著性を有し、かつ、係争商標の登録出願前に既に一定の知名度を獲得しているものであって、関連公衆が商品又は役務の出所を区別することができる標章をいう（指南下14章3.7.1）。

適用要件は、以下のとおりである（指南下14章3.7.2）。

・当事者が先行権利・利益を主張する商品又は役務の名称、包装、装飾が、係争商標
--

の登録出願前に既に一定の影響力を有していること。
・係争商標を登録・使用することにより、関連公衆に対して、混同又は誤認を生じさせやすく、一定の影響力のある先行商品又は役務の名称、包装、装飾に係る権利・利益を損なうおそれがあること。
・他人の一定の影響力のある商品又は役務の名称、包装、装飾が、商標として登録出願されていないこと。

⑦その他の保護すべき適法な先行権利・利益

その他の保護すべき適法な先行権利・利益としては、例えば、著作物の名称やキャラクター名称に係る権利・利益が挙げられる。著作物の名称や著作物のキャラクター名称等が、係争商標の登録出願前において既に高い知名度を有している場合、これを商標として関連する商品又は役務に使用したときは、関連公衆に対して、先行標章権者の許諾を得たものである又は先行標章権者を特定の関連性を有するものであると誤認させるおそれがある場合、「その他の保護すべき適法な先行権利・利益」に対する侵害に該当するものであると認定される（指南下 14 章 3.8.1）。

適用要件は、以下のとおりである（指南下 14 章 3.8.2）。

・先行権利・利益の帰属が明確で、適法に存続していること。
・保護を請求する先行標章は、高い知名度を有すること。
・係争商標の登録出願人に主観的な悪意があること。
・係争商標を指定商品又は役務に使用した場合に、関連公衆に対して、当該商品が先行標章権者の許諾を得たものである又は先行標章権者と特定の関連性を有するものであると誤認させるおそれがあること。

（2）商標法 32 条前段違反を主張する場合の問題点

中国における悪意の商標出願が問題となる事案では、悪意の商標出願の出願時において、日本企業はまだ中国ビジネスを展開していない場合が多い。そのような場合においては、当該日本企業は、いまだ中国では「既存の先行権利」といえるような権利を保持しておらず、商標法 32 条前段の主張をすることは困難であることが多い。

商標法 32 条前段違反を主張する場合の証拠としては、例えば、以下のものが考えられる（但し、具体的にどのような証拠を要するかは、一概に簡単に述べることはできず、事案の内容等を個別に分析して判断すべきであることに留意されたい）。

- ・「既存の先行権利」として、係争商標の登録出願日前に取得された権利（商号権、著作権、意匠専利権、氏名権、肖像権、一定の影響がある商品・役務の名称・包装・装飾、その他の保護すべき適法な先行権利・利益）のいずれかを有することを示す証拠。例えば、商号権の場合は、日本企業の会社登記簿謄本・履歴事項証明書。著作権の場合は、日本企業と他のデザイン企業が締結した「デザイン制作委託契約書」や「著作権登録証」。意匠権の場合は、「意匠公報」。氏名権の場合は、パスポート又は身分証明書。
- ・当該「既存の先行権利」が、中国の関連公衆において一定の知名度を有することを示す証拠。例えば、中国における製造・販売・使用等の事業活動の実績、中国での知名度に関するアンケート結果、新聞・雑誌・ウェブページ上の宣伝広告等。

（3）商標法 32 条後段の概要

商標法 32 条後段の規定は、信義誠実の原則に基づき、既に使用されている一定の影響力を有する商標を保護し、不正な手段による悪意の商標出願行為を制止し、登録の原則を厳格に実施することによって生じかねない不公平な結果を補うものである。

先行する未登録商標が、商業宣伝と生産経営活動によって、商品又は役務の出所を識別する機能を果たしており、中国の一定の範囲内の関連公衆に知られている場合、「既に使用され、一定の影響力を有している商標」と認定される（指南下 15 章 4.1）。

適用要件は、以下のとおりである（指南下 15 章 3、4.3）。

- | |
|---|
| ・他人の商標が係争商標の出願日前に既に使用されており、一定の影響力を有していること（係争商標の出願日前に使用され、一定の影響力を有していたが、継続して使用されておらず、当該商標の影響力が係争商標の出願日まで継続していなかった場合を除く）。 |
| ・係争商標が他人の商標と同一又は類似のものであること。 |
| ・係争商標の指定商品又は役務が、他人が商標を使用している商品又は役務と基本的に同一又は類似のものであること。 |
| ・係争商標の出願人が不正な手段を用いたこと。 |

未登録商標が既に使用され、一定の影響力を有していることを証明するための証拠資料としては、例えば、以下のものがある（指南下 15 章 4.2）。

- | |
|--|
| ・当該商標を最初に使用した期日と継続使用に係る状況等の関連資料。 |
| ・当該商標を付した商品又は役務に係る契約書、領収書、貨物引替証、銀行入金証票、輸出入証憑、電子商取引（EC）取引伝票又は販売記録等。 |
| ・当該商標を付された商品又は役務の販売地域範囲、販売量、販売ルート、方式、市 |

場シェア等の関連資料。
・当該商標の使用者がラジオ、映画、テレビ、新聞、定期刊行物、インターネット、屋外等のメディアで公表した商業広告、及びこれらのメディアにおける当該商標に係る全ての評論、報道、その他の宣伝活動等の資料。
・当該商標を付された商品又は役務に係る展示会、博覧会、競売等の商業活動に参加したことに関する資料。
・当該商標の受賞歴等の信用資料。
・当該商標に既に使用され、一定の影響力を有することを証明できるその他の資料。

係争商標の出願人が、他人が未登録の商標を使用していることを知りながら、又は知るべきであったにもかかわらず、当該商標を抜け駆け登録したことが「不正な手段」に拠るものであったかを判断する際には、以下に掲げる要素を総合的に考慮することができる（指南下 15 章 5）。

・係争商標の出願人と先使用者との間に過去に取引又は提携関係があった、又はそのような関係を築くことについて協議したことがあったこと。
・係争商標の出願人と先行商標の使用者とが同一地域又は地理的に近接した場所に所在していること又は競業関係にあること。
・係争商標の出願人と先行商標の使用者との間に紛争が発生したことがあり、先使用者の商標を知り得る状況があったこと。
・係争商標の出願人と先行使用者との間に過去に内部人員の行き来があったこと。
・係争商標の出願人と先使用者との間に親族関係があること。
・係争商標の出願人が、先行使用者の一定の影響力を有する商標の信用及び影響力を利用して誤認を生じさせる宣伝を行い、先使用者に自らとの取引提携を強要し、先使用者又は他人に高額の譲渡費用、使用許諾料又は権利侵害に対する賠償金等を要求する等の行為があったこと。
・他人の商標に比較的強い識別力又は高い知名度があり、係争商標がそれと同一又は極めて類似していること。
・その他、他人が未登録の商標を使用していることを知っていた、又は知るべきであった状況が存在すること。

「商標の使用」の定義については、2014 年改正前の「商標法実施条例」3 条では、「商標を商品、商品包装又は容器及び商品取引文書に用い、又は商標を広告宣伝、展示並びにその他の商業活動で用いることを含む。」と規定されていた。

第三次改正商標法は、下表のとおり、上記の「商標の使用」の定義に、「商品の出所の識別に用いる行為」であることを追加した（48 条）。逆にいえば、商標の出所の識別に用いない態様での商標の使用は、商標法でいう「商標の使用」の定義には該当しない

ことになるため、注意を要する。

図表：「商標の使用」の定義の比較

根拠法令	定義
2014 年改正前の「商標法実施条例」3 条	商標を商品、商品包装又は容器及び商品取引文書に用い、又は商標を広告宣伝、展示並びにその他の商業活動で用いることを含む。
第三次改正商標法 48 条	商標を商品、商品包装又は容器及び商品取引文書に用い、又は商標を広告宣伝、展示及びその他の商業活動で用い、 <u>商品の出所の識別に用いる行為</u> を指す。

指南も上記の商標法 48 条と同じ定義を規定するとともに、以下のとおり要件についても規定している（指南下 1 章 3.6）。

・商標の使用者が商標権者又は権利者から権利を委ねられた者であること。
・商標が指定又は使用を許可された商品又は役務に使用されること。
・商標標章の使用が規範的な使用であること。
・商標の使用場所は中国国内であり、中国国内で商品の生産、加工、販売に従事すること、又は関係役務を提供すること。
・公然の使用であって、真実かつ合法的な商業上の使用であること。

（４）商標法 32 条後段違反を主張する場合の問題点

前述のとおり、指南下 1 章 3.6 によると、「商標の使用場所は中国国内であり、中国国内で商品の生産、加工、販売に従事すること、又は関係役務を提供すること」が、商標の使用の要件とされている。また、指南下 15 章 4.1 によると、「既に使用され、一定の影響力を有している商標」といえるためには、「中国の一定の範囲内の関連公衆に知られている」ことが必要である。

しかし、商標法 32 条後段の適用が問題となる事案における日本企業にとっては、商標登録者の出願時以前においてはまだ中国ビジネスを展開する前であり、上記のような証拠を提出することは不可能又は著しく困難であるのが通常である。この点がネックとなって、商標法 32 条後段の適用要件の立証に苦しんでいる日本企業は少なくない。

商標法 32 条には、「中国」という文言は存在しないにもかかわらず、指南は「中国」という要件を付加している。万一、第三者に悪意の商標出願をされて紛争となり、商標法 32 条後段の適用が問題となった場合には、「商標の使用場所は中国国内であり、中国国内で商品の生産、加工、販売に従事すること、又は関係役務を提供すること」及び「中

国の一定の範囲内の関連公衆に知られている」ことを直接的又は間接的に証明する証拠を社内や取引先からかき集めて提出する必要があることとなる。

商標法 32 条後段違反を主張する場合の証拠としては、例えば、以下のものが考えられる(但し、具体的にどのような証拠を要するかは、一概に簡単に述べることはできず、事案の内容等を個別に分析して判断すべきであることに留意されたい)。

- ・「商標の使用場所は中国国内であり、中国国内で商品の生産・加工・販売に従事すること、又は関係役務を提供すること」を証明する証拠として、例えば、係争商標出願日以前の取引に関する、日本から中国への貿易の通関書類、中国での生産・加工・販売等に関する契約書・発票・領収書・伝票・販売記録等。中国での展示会・博覧会等での出展に関する契約書・発票・領収書・パンフレット等。
- ・「中国の一定の範囲内の関連公衆に知られている」ことを証明する証拠として、例えば、中国の新聞・雑誌・ウェブページ上の宣伝広告、中国の消費者のアンケート結果、中国における製品販売の数量・金額・シェア等に関する統計データ、中国での受賞歴に関する資料等。

3 欺瞞的な手段又は不正手段による登録を理由とする異議申立・無効宣告請求(商標法 44 条 1 項)

商標登録出願は、信義誠実の原則を遵守しなければならない、虚偽を弄する手段によって商標登録部門をあざむいて登録を受けてはならず、商標登録秩序の攪乱、公益の侵害、公共資源の不正占用、又はその他の不正な方法による不正利益の獲得等の不正な手段で登録を受けてはならない。このような趣旨から、商標法 44 条 1 項は、「既登録商標が……欺瞞的な手段若しくはその他の不正な手段により登録を得たときは、商標局は、その登録商標の無効を宣告する。その他の単位又は個人は、商標評審委員会(現在は商標評審部)にその登録商標の無効宣告を請求することができる。」と規定している。

商標法 44 条 1 項は、①「欺瞞的な手段」(虚偽を弄する手段によって商標登録部門をあざむいて商標登録を受ける行為)や、②「その他の不正な手段」(商標登録秩序の攪乱、公益の侵害、公共資源の不正占用、又はその他の不正な方法による不正利益の獲得等の不正な手段で商標登録を受ける行為)に適用される。

商標法 44 条 1 項は、その文言上は、あくまで「既登録商標」の無効宣告請求を行う際の法的根拠とすることができるのみである。しかし、既登録商標でさえ登録が無効と宣告されるのであれば、異議申立の段階においても、法律規定に反する商標の登録は許可されるべきではないとの理由により、商標法 44 条 1 項を異議申立の段階においても適用すべきだという考え方が、近時は認められるようになった。指南 16 章 2 も、商標異議と登録不許可決定に対する復審において、商標法 44 条 1 項の基準を参照し、適用するものとしている。

(1) 「欺瞞的な手段」

「欺瞞的な手段」によって商標登録を受ける行為とは、係争商標の登録出願人が商標登録出願をする際に、商標登録部門に対して事実を偽り、又は真相を隠し、偽造された出願書類又はその他の証明書類を提出する等の手段で商標登録を受けることをいう。例えば、①願書書類の押印又は署名を偽造する行為、②出願人の身分証明書類を偽造・改ざんする行為（虚偽の身分証明書や営業許可書等の身分証明書類を使用し、又は重要な登記事項を改ざんする行為等）、③その他の証明書類を偽造する行為が含まれる（指南下16章3.1）。

上記のように「欺瞞的な手段」にあたるもの主張は、日本企業の有するブランド等の悪意の商標出願事案の多くの場合においては、あまり役に立たないと考えられる。「欺瞞的な手段」にあたるもの主張は、例えば悪意の商標出願をしようとする出願人が、自己の身分証明書類を偽造・改ざんした場合等であれば認められる可能性があるが、そのような事実が存在しなければ認められない。

(2) 「その他の不正な手段」

「その他の不正な手段」によって商標登録を受ける行為とは、係争商標の出願人が、欺瞞的な手段以外の商標登録秩序の攪乱、公益の侵害、公共資源の不正占用、又はその他の不正な方法による不正利益の獲得等の不正な手段で登録を受ける行為であって、当該行為が信義誠実の原則に反し、公益を損なったことを証明できる証拠が確かに存在するものをいう。単に特定の民事的権利・利益を損なったにすぎない場合には、商標法44条1項ではなく、45条その他の関連規定を適用しなければならない（指南下16章3.2.1）。

「その他の不正な手段」によって商標登録を受ける行為としては、例えば、①係争商標の出願人が複数の商標登録出願をし、かつ、その構成が他人の一定の知名度又は比較的強い顕著な特徴を有する商標と同一又は類似のものである場合、②係争商標の出願人が複数の商標登録出願をし、かつ、その構成が他人の商号、企業名称、社会組織及びその他の機構の名称、一定の影響のある商品名称、包装、装飾等と同一又は類似のものである場合、③その他の不正な手段によって登録を受けたと認められる状況が存在する場合がある（指南下16章3.2.2）。

係争商標の出願人が不正な手段によって登録を受けた商標には、係争商標の出願人自身が登録出願したものだけでなく、係争商標の出願人と結託、共謀している者又は特定の身分関係やその他の特定のつながりを持つ者が登録出願した商標も含まれる（指南下16章3.2.3）。

商標法の他の条項を適用することによって係争商標の不登録又は無効宣告ができる

場合には、商標法 44 条 1 項を適用しない（但し、悪意が明らかな場合を除く。指南下 16 章 3.2.4）。

（3）商標法 44 条 1 項違反を主張する場合の問題点

前述したとおり、商標法 44 条 1 項は、商標法 32 条と並んで、悪意の商標出願の無効宣告請求をしようとする者がしばしば主張の根拠とするアプローチであるが、商標法 32 条後段と商標法 44 条 1 項の「その他の不正な手段」の両方の要件を満たす場合には、商標法 32 条後段を適用すべきとする傾向があるため、商標法 44 条 1 項の「その他の不正な手段」の存在意義は相対的に低下している。

現在は、商標法 44 条 1 項の存在意義は、主に、「欺瞞的な手段」を主張する場合に認められるといえる。その意味で、商標法 44 条 1 項の適用範囲は、以前よりも狭まっているといえよう。

商標法 44 条 1 項違反を主張する場合の証拠としては、例えば、以下のものが考えられる（但し、具体的にどのような証拠を要するかは、一概に簡単に述べることはできず、事案の内容等を個別に分析して判断すべきであることに留意されたい）。

- ・ 係争商標の出願人が商標登録出願をする際に商標登録部門に対し提出した出願書類や身分証明書類であって、偽造と思われる押印又は署名があるもの。
- ・ 出願人の真の押印又は署名が確認できる書類。

4 馳名商標に基づく異議申立・無効宣告請求（商標法 13 条）

（1）馳名商標を根拠とする異議申立・無効宣告請求の概要

中国商標法においては、原則として、登録商標（商標局の審査を経て登録された商標）のみが、商標専用権の保護を受けることができる（商標法 3 条 1 項、7 章）。但し、商標法は、この原則を修正し、中国で未登録の商標であっても、それが馳名商標であるときは、一定の法的保護を与えることとしている。

まず、中国で未登録の馳名商標と同一又は類似の商品上に当該馳名商標を複製、模倣又は翻訳した商標を登録することを認めず、かつ当該商標の使用を禁止している（商標法 13 条 2 項）。また、13 条 3 項は、同一又は類似しない商品について出願した商標の場合には、①当該馳名商標を中国で登録しており、②公衆に誤認させ、③当該馳名商標権者の利益に損害を与えるときには、その登録とその使用を禁止することができると規定している。

そして、商標法 45 条 1 項は、「既登録商標が本法 13 条 2 項及び 3 項、15 条、16 条 1

項、30条、31条、32条の規定に違反していたときは、商標登録日から5年以内に、先行権利者又は利害関係者は、商標評審委員会（現在は商標評審部）に当該登録商標の無効宣告を請求することができる。悪意登録に対しては、馳名商標の所有者は、5年の期限の制限を受けない。」と規定しており、馳名商標を根拠として商標登録の無効宣告請求をすることが可能とされている。

以上のことから、悪意の商標出願がなされた場合でも、当該商標が馳名商標として保護される場合には、異議申立・無効宣告請求をすることができる。また、予め馳名商標と認定されていれば、悪意の商標出願を阻止することも事実上容易となる。このように、悪意の商標出願対策として、馳名商標の認定を受けることは有効である。

馳名商標の認定は、個別の紛争案件ごとに、権利者の請求に基づいて行われることになっており、その認定の効果は、当該紛争案件のみに限定される。第三次改正商標法は、14条1項の冒頭に、「馳名商標は、当事者の請求に基づき、関連商標案件を処理するために認定の必要がある事実として認定するものとする。」との一文を置き、いわゆる「個別認定・受動認定の原則」を明確化した。

近時、中国では、①馳名商標の認定が濫発されていること（中国で「馳名」とはいえない商標であっても、實際上、馳名商標の認定を受けていることが少なくない。また、とくに地方政府が、地元企業の「馳名商標」認定の取得を奨励してきたという事情もある）、及び②馳名商標の認定を受けたことが、商品や包装・容器に表示されたり、広告宣伝等に利用されたりしていること（本来、馳名商標の認定は個別の紛争案件ごとに判断されるものであり、その効果も当該紛争案件のみに限定されるにもかかわらず、商品、包装・容器、広告宣伝等一般に利用されていることは、制度本来の趣旨を逸脱していると言わざるを得ない）、という問題が指摘されてきた。

そこで、上記①の「馳名商標の認定の濫発」の問題に対処するため、商標局、商標評審部、最高人民法院の指定する人民法院のみが馳名商標の認定を行う（それら以外の機関は認定できない）こととした（商標法14条2～4項）。

また、上記②の「商品、包装・容器、広告宣伝等への利用」の問題に対処するため、商品、包装・容器、広告宣伝等において「馳名商標」と表示することを禁止する（商標法14条5項）とともに、違反した場合には、是正命令、10万円の過料に処することとした（商標法53条）。

（2）馳名商標の定義

「馳名商標の認定及び保護規定」（国家工商行政管理総局制定、2014年7月3日公布、2014年8月3日施行）は、「馳名商標」につき、「中国において関係公衆に熟知されている商標」と定義している（2条1項）。ここにいう「関係公衆」には、使用する商標が付けられたある種類の商品・役務と関連する消費者、上述の商品を生産し若しくは役務

を提供するその他の事業者、及び取次販売チャネルに係る販売者及び関係者等が含まれる（2条2項）。これにより、従来も解釈上存在した「中国において」という限定が明文化された²⁴。外国ブランド等の悪意の商標出願が問題となる事案においては、当該外国ブランド等が中国ではいまだ有名とはなっておらず、「馳名商標」には該当しない場合が少なくない。

（3）馳名商標の保護を求める者がなしうる請求

「馳名商標の認定及び保護規定」によると、他人が初期査定を受けかつ公告した商標、又は他人が既に登録した商標が、商標法 13 条の規定に違反すると認められた者は、その者の有する商標が馳名であることを証明する関連資料を提出して、商標局に対して異議を申し立て、又は無効宣告請求を行うことができる（5条・6条）。

また、商標法 13 条の規定に違反すると認め、その馳名商標の保護を請求する者は、市場監督管理部門に対して、使用差止を請求することもできる（7条）。馳名商標の保護を請求する者は、その商標が馳名であることを証明する関連資料とともに、市レベル以上の市場監督管理部門に対して使用差止についての書面による請求を提出し、かつ、省レベルの市場監督管理部門にその写しを提出し（7条）、その案件が商標法 13 条に規定する事由に該当するか否かについての審査を受けなければならない（11条・12条）。

²⁴ 一般に、商標法等において「中国」という場合には、中国大陸のみを対象とし、香港・マカオ・台湾は含まれないと解釈されている。

(4) 馳名商標と登録商標との差異

馳名商標と登録商標との差異は、下表のとおりである。

図表：馳名商標と登録商標との差異

項目	馳名商標	登録商標
定義	中国において関係する公衆に熟知され、かつ比較的高い名声を有する商標。	商標局の審査を経て登録された商標。
判断主体	商標局、商標評審部、人民法院。	商標局。但し、紛争になった場合は、商標評審部及び人民法院も主体となる。
存続期間	当該案件のみ有効。但し、馳名商標として保護されたことが後の別件でも考慮され得る。	登録日から10年（更新可）。

(5) 認定申請の方法

馳名商標認定申請の方法としては、下表のとおり、4つの方法がある。

図表：馳名商標認定申請の方法

方法	主管機関	対象	根拠規定
行政による馳名商標認定①： 商標異議申立において馳名商標認定を申請する方法	商標局	初期査定及び公告を経たが、まだ登録に至っていない商標	「馳名商標の認定及び保護規定」5条
行政による馳名商標認定②： 商標の登録不許可再審査案件、無効宣告請求案件において馳名商標認定を申請する方法	商標評審部	登録不許可とされた商標、既登録商標	「馳名商標の認定及び保護規定」6条
行政による馳名商標認定③： 商標管理において馳名商標認定を申請する方法（行政当局により模倣品の取締り等を行なう場合等）	商標局	未登録商標、既登録商標	「馳名商標の認定及び保護規定」7条・11条、商標法实施条例72条
司法による馳名商標認定： 人民法院による商標紛争案件の審理において馳名商標認定を申請する方法	人民法院	未登録商標、既登録商標	「商標民事紛争案件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈」22条

馳名商標の認定申請については、特別の手続があるわけではなく、具体的な案件の審理の中で、原告や異議申立人等が馳名商標を有しているか否かが判断され、その結果は、

判決文等の理由中で示されることになる。従って、特に馳名商標専用の認定申請書や決定書等があるわけではない。行政による馳名商標認定は、商標異議申立等の手続の決定書において、また、司法による馳名商標認定は、民事訴訟手続の判決書において、「馳名商標である」ことが記載されることになる。司法による認定の場合、馳名商標の認定手続に関し、最高人民法院、高級人民法院、中級人民法院という人民法院のランクによる違いはない。

(6) 馳名商標の認定の考慮要素

馳名商標の認定の際に考慮すべき要素としては、①関連する公衆の当該商標に対する認知度、②当該商標の継続的な使用期間、③当該商標のあらゆる宣伝業務の継続期間、程度及び地理的範囲、④当該商標の馳名商標としての保護記録、⑤当該商標が馳名であることのその他の要素がある（商標法 14 条）。

馳名性の認定にあたっては、中国において当該当事者がどの程度、使用・宣伝等してきたか等の事実が考慮される。この意味で、馳名性の認定にあたっては、事実関係の立証がポイントとなるといえる。

(7) 馳名商標に基づく悪意の商標出願の取消を主張する場合の問題点

上述のとおり、もし、外国有名商標が「馳名商標」の概念に該当するのであれば、商標法 13 条に基づき、悪意の商標出願された商標の取消を請求することができる。

しかし、外国有名悪意の商標出願が問題となる事案においては、当該外国有名商標が「中国では」いまだ有名とはなっておらず、「馳名商標」には該当しない場合が多い。日本や欧米諸国では相当に有名なブランドであるとしても、中国国内で馳名といえるものでなければ、馳名商標に基づく法的手段をとることは困難である。日本企業関連のブランドで中国において馳名商標として認められた商標としては、下表のものがあるが、馳名性のハードルはかなり高いことが分かる。

図表：中国において馳名商標として認められた日本企業関連の商標の例（一部）

番号	馳名商標	所有者	商品・役務区分
1	東芝 TOSHIBA	株式会社 東芝	第 9 類 テレビ電話設備等
2	SANYO	三洋電機株式会社	第 7、9、11 類 電子製品、家電製品
3	诗芬	花王株式会社	第 3 類 シャンプー

4	YKK	YKK 株式会社	第 26 類 ファスナー
5	PIONEER/先鋒	パイオニア株式会社	第 9 類 音響等
6	KAWASAKI 及び図	川崎重工業株式会社	第 7 類 掘削機 (機械)、穿孔機 (機械)
7	愛普生 EPSON	セイコーエプソン株式会社	第 9 類 プリンター
8	LEXUS 及び図	トヨタ自動車株式会社	第 12 類 自動車及びその部品
9	Panasonic	パナソニック株式会社 (旧社名:松下電器産業株式会社)	第 9 類 テレビ
10	HONDA	本田技研工業株式会社	第 12 類 自動車、オートバイ
11	豊田	トヨタ自動車株式会社	第 12 類 自動車及びその部品
12	大金 DAIKIN 及び図	ダイキン工業株式会社	第 11 類 空調設備
13	NISSAN 尼桑	日産自動車株式会社	第 12 類 自動車
14	JVC	日本ビクター株式会社	第 9 類 ビデオカメラ、テレビ
15	日産 NISSAN 及び図形	日産自動車株式会社	第 12 類 自動車
16	夏普 SHARP	シャープ株式会社	第 9 類 テレビ用端末、テレビ
17	Nikon 尼康	株式会社ニコン	第 9 類 撮影機、映像機器等
18	CASIO 卡西欧 卡西欧 CASIO	カシオ計算機株式会社	第 9、14、15 類 電卓、腕時計、電子音楽機器 等
19	三洋	三洋電機株式会社	第 11 類 冷蔵庫、空気調和器、 電子レンジ
20	MINOLTA 美能達	コニカミノルタ株式会社	第 9 類 写真用器械及び機器、 複写機及び器械

21	資生堂 SHISEIDO	株式会社資生堂	第3類 化粧品
22		トヨタ自動車株式会社	第12類 自動車
23	丘比	キューピー株式会社	第30類 マヨネーズ、サラダ用調味料
24	KENWOOD 建伍	株式会社 JVC ケンウッド	第9類 ラジオ、動画設備等
25	TOTO	TOTO 株式会社	第11類 透明衛生陶磁器、水栓金具、給水・衛生設備及びその部品等
26	HOYA 豪雅	HOYA 株式会社	第9類 眼鏡、レンズ等
27	本田	本田技研工業株式会社	第12類 軽自動車、モーターサイクル、電動自動車
28	SONY	ソニー株式会社	第9類 映画撮影機器、音声又は画像の記録、転送及び複製設備、データ処理設備及びコンピュータ
29	SMC 及び図形	SMC 株式会社	第7類 気動及び水圧バルブ、気動及び水圧促進器、圧力及び液体スイッチ
30	YAMAHA 及び図形	ヤマハ株式会社	第15類 楽器
31	欧姆龙 OMRON	オムロン株式会社	第10類 電子血圧計、臨床用電子体温計
32	碧柔	花王株式会社	第3類 洗顔ミルク、化粧落とし剤、スキン洗浄泡、ボディ用シャンプー
33	brother	ブラザー工業株式会社	第9類 ファックス

34	音叉マーク図形	ヤマハ発動機株式会社	第12類 モーターサイクル
35	KOMATSU	株式会社 小松製作所	第7類 土木工事機器及び器械、建築 機器及び設備

また、同一又は類似でない商品等の場合は、公衆の誤認及び馳名商標の登録者の損害のおそれが要件となる（商標法13条）点で、馳名商標の主張は「万能」ではない。例えば、以下の訴訟事件が参考になる。原告は、第33類の「蒸留酒、アルコールを含む飲料」を指定商品とする登録商標「杏花村」を有しているところ、原告の商標「杏花村」は酒類商品における馳名商標となった。第三者は、第31類の「木、穀物、種苗、果物、野菜、飼料」等を指定商品とする商標「杏花村」を登録出願した。原告は異議申立をしたが、商標局は、登録を認める裁定を下した。原告はこれを不服として法院に提訴したが、法院は、原告の請求を棄却し、被告の商標登録を認めた²⁵。判決理由の要旨は、以下のとおりである。原告の登録商標「杏花村」は酒類商品における馳名商標となったが、「杏花村」という文字は原告独自の造語ではないし、「杏花村」と酒の繋がりには杜牧の詩に由来するものであり、他人が杜牧の詩のような公共的資源から自己のブランドを構築することは禁止されるべきではない。被告が商標「杏花村」を「木、穀物、種苗、果物、野菜、飼料」等に使用したとしても、公衆が連想するのは、杜牧の詩であって、原告や原告の酒ではなく、従って、公衆に誤認が生じるには至らない²⁶。

馳名商標に基づく悪意の商標出願の取消を主張する場合の証拠としては、例えば、以下のものが考えられる（「馳名商標の認定及び保護規定」9条を参照。但し、具体的にどのような証拠を要するかは、一概に簡単に述べることはできず、事案の内容等を個別に分析して判断すべきであることに留意されたい）。

- ・中国の関連公衆における知名度を証明する証拠として、例えば、中国の新聞・雑誌・ウェブページ上の宣伝広告、中国の消費者のアンケート結果、中国における製品販売の数量・金額・シェア等に関する統計データ、中国での受賞歴に関する資料中国での現地法人の設立・運営の状況を示す資料等。
- ・当該商標の継続的な使用を証明する証拠。当該商標が未登録商標である場合は、その継続使用期間が5年を下回らないことを証明する資料。当該商標が登録商標である場合は、その登録期間が3年を下回らないこと、又は継続使用期間が5年を下回らないことを証明する資料。
- ・当該商標の宣伝活動の継続期間・程度及び地理的範囲を証明する証拠。例えば、直

²⁵ 北京市高級人民法院(2010)高行終字第1118号

²⁶ 関琳琳著「著名商標の保護制度のあり方 - 日米中における希釈化理論の発展分析」66～68頁。

近3年の広告宣伝及び販促活動の方式、地域範囲、宣伝媒体の種類及び広告投入量等の資料。

・当該商標がかつて中国等で馳名商標として保護を受けたことを証明する判決書、決定書その他の文献等。

5 欺瞞性、公序良俗違反等を理由とする異議申立・無効宣告請求（商標法10条1項7号・8号）

（1）商標法10条1項7号・8号の概要

商標法10条1項は、「次に掲げる標章は、商標として使用してはならない」として、8つの類型を規定している。そのうち、7号の「欺瞞性を帯び、商品の品質等の特徴又は産地について公衆に誤認を生じさせ易いもの」、又は8号の「社会主義道徳、風習に害となり又はその他の悪影響を及ぼすもの」²⁷に該当するとして、悪意の商標出願の登録を阻止又は無効化することが考えられる。

（2）商標法10条1項7号違反を主張する場合の問題点

商標法10条1項7号にいう「欺瞞性を帯び」とは、標章がその指定商品又は役務の品質等の特徴又は出所について、固有の程度を超えた表示又は事実と一致しない表示を行い、商品又は役務の品質等の特徴又は産地について公衆に誤認を生じさせやすいことをいう。例としては、「健康」、「長寿」の文字からなる標章の使用商品として「たばこ」を指定する場合や、「万能」の文字からなる標章の使用商品として「薬」を指定する場合等が挙げられる（指南下3章2.7）。

標章が7号の「欺瞞性を帯び、商品の品質等の特徴又は産地について公衆に誤認を生じさせ易いもの」に該当するか否かを判断するにあたっては、必ず指定商品又は役務そのものの特徴に合わせて、具体的に分析する必要がある。例えば、「好土（良い土）」という商標を「卵」に使用する場合、消費者に商品の等級、品質、飼育方式等の特徴について誤認を生じさせやすいため、7号に該当する。但し、公衆の日常生活における経験等に基づけば、標章の指定商品又は役務の品質等の特徴又は出所について誤認を生じさせない場合は、この限りでない（指南下3章2.7）。

商標法10条1項7号違反を主張する場合の証拠としては、例えば、以下のものが考えられる（但し、具体的にどのような証拠を要するかは、一概に簡単に述べることはで

²⁷ なお、日本の商標法では、4条1項7号が、「公の秩序又は善良の風俗を害するおそれがある商標」は登録できない旨を規定している。

きず、事案の内容等を個別に分析して判断すべきであることに留意されたい)。

・「係争商標が、その指定商品・役務の品質等の特徴又は出所について、本来の程度を超えた表示又は事実と一致しない表示を行い、商品・役務の品質等の特徴又は産地について公衆に誤認を生じさせやすいこと」を証明する証拠として、中国語の辞書・新聞・雑誌・ウェブページ等で、当該係争商標と同一の語が掲載・使用されているもの、消費者による誤解を示すアンケート結果等。

(3) 商標法 10 条 1 項 8 号違反を主張する場合の問題点

商標法 10 条 1 項 8 号にいう「社会主義道徳、風習」とは、中国人民の共通の生活及び行動の準則、規範及びある時期において社会に流行した良好な気風や習慣をいう。また、「その他の悪影響」とは、標章の文字、図形又はその他の構成要素が貶める意味を持ち、又は当該標章そのものは貶める意味を持たないものの、当該出願人が登録し、使用することにより、中国の政治、経済、文化、宗教、民族等の公共の利益と公共秩序に消極的、マイナスな影響を及ぼすものであって、社会主義の道徳、風習を害するもの以外のものをいう。出願人の主観的意図、使用方法、社会影響等は、「その他の悪影響」を及ぼすか否かを判断する際の参考要素とすることができる（指南下 3 章 2.8）。

商標法 10 条 1 項 8 号の「その他の悪影響を及ぼすもの」に該当するとの理由で商標出願の登録が拒絶された例は少なくない（例えば、「札幌」商標、「SolingenCN」商標）。日本企業の有するブランドやキャラクターの名称等が悪意の商標出願された場合において、商標法 10 条 1 項 8 号違反の主張にどの程度実効性があるかは不明であるが、地名、地理的表示、人名等のような悪意の商標出願の特殊事例のケースでは、この商標法 10 条 1 項 8 号違反の主張は十分検討の価値があると思われる。

商標法 10 条 1 項 8 号違反を主張する場合の証拠としては、例えば、以下のものが考えられる（但し、具体的にどのような証拠を要するかは、一概に簡単に述べることはできず、事案の内容等を個別に分析して判断すべきであることに留意されたい）。

・「中国人民の共通の生活及び行動の準則、規範及びある時期において社会に流行した良好な気風や習慣」を害したり、「標章の文字、図形又はその他の構成要素が貶める意味を有しており、又は当該標章そのものは貶める意味を有しないものの、当該出願人が登録・使用することにより、中国の政治、経済、文化、宗教、民族等の公共の利益と公共秩序に消極的な影響を及ぼす」ことを証明する証拠。中国語の辞書・新聞・雑誌・ウェブページ等で、当該係争商標と同一の語が掲載・使用されているもの、社会に悪影響を及ぼすことを示す消費者アンケート結果等。

6 無権限の代理人・代表者による悪意の商標出願であることを理由とする異

議申立・無効宣告請求（15条）

（1）商標法15条の概要

商標法15条1項は、「授権を経ずに、代理人又は代表者が自己の名義で被代理人又は被代表者の商標につき登録を進め、被代理人又は被代表者が異議を提出したときは、登録せず、且つ使用を禁止する。」と規定している。また、同条2項は、「同一商品又は類似商品について登録出願した商標が、他人の先に使用した未登録商標と同一又は類似し、出願人が当該他人と前項の規定以外の契約、業務往来関係又はその他の関係があることにより、他人の商標の存在を明らかに知っており、当該他人が異議を提出したときは、登録を認めない。」と規定している。

第三次改正前の商標法には、同条1項しかなかった。その制度の下では、厳密には「代理人又は代表者」とはいえない者（例えば、単に取引関係の相手方であるにすぎない者）による悪意の商標出願が少なくなかった。そこで、最高人民法院が制定した「商標権の付与、権利確定に関する行政事件の審理における若干問題についての意見」（2010年4月20日施行）12条は、特約店、代理店等の販売代理関係にある者も商標法15条の「代理人又は代表者」に含まれると規定し、ある程度、「代理人又は代表者」の範囲を広く解釈してきた。それでも、何らかの意味で「代理人又は代表者」といえるものでなければならぬという意味で、商標法15条の適用範囲の拡大には限界があった。

そこで、第三次改正商標法は、15条2項を追加し、「代理人又は代表者」以外の、契約、業務往来関係等がある者による悪意の商標出願をも明文で禁止することとした。これにより、悪意の商標出願を禁止する範囲がかなり広がったといえる。

なお、商標法15条を根拠とする登録商標取消申立は、係争商標の登録日から5年以内に申し立てなければならない（商標法45条1項）。

適用要件は、以下のとおりである（指南下11章3）。

・係争商標の登録出願人が、商標所有者の代理人又は代表者であること。
・係争商標が、被代理人・被代表者の商標に係る同一又は類似の商品又は役務に使用されていること。
・係争商標が、被代理人・被代表者の商標と同一又は類似のものであること。
・代理人又は代表者が、登録出願行為について被代理人又は被代表者から授権されていることを証明することができないこと。

（2）代理関係、代表関係の判定

商標法15条にいう「代理人」には、民法典に定められた代理人のほか、商事取引に基づいて、被代理人の商標を知り得る販売者も含まれる。また、「代表者」とは、会社

の法定代表者のように、被代表者に従属する特定の身分を有し、職務を遂行することによって被代表者の商標を知り得る個人をいう（指南下 11 章 4.1）。

商標法 15 条 1 項の「代理人・代表者の無断登録行為」に該当するケースとしては、例えば、①代理・代表関係を形成するための交渉段階において、代理人・代表者が、被代理人・被代表者の商標を知り、登録することで、被代理人・被代表者の利益が損なわれるおそれが生じた場合、②代理、代表関係が終了した後に、代理人・代表者が被代理人・被代表者の商標の登録出願をすることで、被代理人・被代表者の利益が損なわれるおそれが生じた場合、③代理人又は代表者の名義で被代理人又は被代表者の商標の登録出願はしていないものの、登録出願人と代理人又は代表者が結託、共謀していることを証明できる証拠（商標登録出願人と代理人・代表者の親族関係又は投資関係の存在を示す証拠等）が存在する場合等が挙げられる（指南下 11 章 4.2）。

（3）商標法 15 条違反を主張する場合の問題点

第三次改正商標法により 15 条 2 項が追加され、商標法 15 条の適用範囲が広がったことから、悪意の商標出願に対する事後的手段が以前よりはある程度改善されたといえよう。しかし、15 条 2 項違反を主張する際には、「出願人との契約、業務往来関係又はその他の関係の存在・内容」や、「出願人が商標の存在を明らかに知っていたこと」等を主張立証する必要があるため、日頃から、取引先との連絡について記録に残しておく等の配慮が必要である。

商標法 15 条違反を主張する場合の証拠としては、例えば、以下のものが考えられる（但し、具体的にどのような証拠を要するかは、一概に簡単に述べることはできず、事案の内容等を個別に分析して判断すべきであることに留意されたい）。

- ・「代理人又は代表者」であることを証明するための、委任契約書、授權書、販売代理店契約等。
- ・日本企業がもともと当該商標を保有・使用していることに関する証拠として、例えば、日本等での商標公報、日本等での会社の宣伝広告資料・ホームページ等。

7 3年間不使用を理由とする登録商標取消申立（商標法 49 条 2 項）

（1）商標法 49 条 2 項の概要

商標法 49 条 2 項は、登録商標の使用に際し、継続して 3 年間使用²⁸を停止した場合は、商標局は、期限を定めて是正を命じ、又はその登録商標を取り消す旨を規定している。従って、商標法 49 条 2 項は、登録商標の取消裁定を申し立てる場合にのみ法的根拠とすることができ、未登録商標に対する異議申立てをする場合の法的根拠とすることはできない。

商標法 49 条 2 項による場合、いかなる者も、商標局に当該登録商標の取消裁定を申し立てることができる。この場合、商標局は、商標登録者に通知しなければならず、その通知を受け取った日から 2 か月以内に当該商標の取消請求の提出前に使用したことの証拠資料を提供させるか、又は使用しなかった正当な理由を説明させる。期間が満了しても使用した証拠資料を提出できず、又は証拠資料が無効であり、かつ正当な理由がないときは、商標局はその登録商標を取り消すことになる（商標法実施条例 66 条 1 項）。

上記の「使用したことの証拠資料」は、商標登録者が登録商標を使用したことの証拠資料及び商標登録者が他人に登録商標の使用を許諾したことの証拠資料を含む（同条 2 項）。また、上記の「正当な理由」には、①不可抗力、②政府の政策的制限、③破産清算、及び④商標登録者の責めに帰すことのできないその他の正当な事由の 4 つが含まれる（商標法実施条例 67 条）。

「商標の使用」とは、商標の商業使用をいい、これには、商標を商品、商品包装又は容器及び商品取引文書に用い、又は商標を広告宣伝、展示及びその他の商業活動で用い、商品の出所の識別に用いる行為が含まれる（指南下 17 章 5. 2）。

指南下 1 章 3. 6 によると、「商標の使用」の要件は、以下のとおりである。

・ 商標の使用者が、商標権者又は権利者から権利を委ねられた者であること。
・ 商標が指定又は使用を許可された商品又は役務に使用されること。
・ 商標標章の使用が規範的な使用であること。
・ 商標の使用場所は中国国内であり、中国国内で商品の生産、加工、販売に従事すること、又は関係役務を提供すること。
・ 公然の使用であって、真実かつ合法的な商業上の使用であること。

また、3 年不使用取消請求を受けた商標登録者が、一部の指定商品・役務について当

²⁸ 商標法及び商標法実施条例における「商標の使用」とは、商標を商品、商品包装又は容器及び商品取引文書上に用い、又は商標を広告宣伝、展覧並びにその他の商業活動において用いることを含む（商標法 48 条）。

該登録商標を「使用」したことの証拠を提出した場合、その指定商品・役務と類似する範囲の商品・役務について商標登録が維持される（指南下 17 章 5.2）²⁹。即ち、商標登録者又は被許諾者が一部の指定商品・役務に登録商標を使用した場合、当該商品・役務に類似する範囲の商品・役務についての商標登録が維持されるが、それ以外の指定商品・役務についての商標登録は取り消される。

係争商標を実際に使用している商品が、中国国内で流通せずそのまま輸出されるものである場合であっても、指定商品に対する使用がされているとみなすことができる（指南下 17 章 5.2）。

以下の場合、商標法にいう「商標の使用」とは認められない（指南下 17 章 5.2）。

- ①商標登録情報の公布又は商標登録者による登録商標専用権保持の声明
- ②公開された商業分野で使用されていない場合
- ③登録商標の要部と顕著な特徴を変更した後の使用
- ④単に譲渡や許諾行為があるのみで、実際に使用されていない場合
- ⑤単に商標登録の維持を目的に象徴的に使用されている場合

（2）商標法 49 条 2 項違反を主張する場合の問題点

商標法 49 条 2 項の「使用」は、商標登録者が自分で使用する場合だけでなく、他人に登録商標の使用をさせた場合でも、「使用」に該当するとされる。しかし、商標登録者が他人と商標使用許諾契約を締結しただけでは不十分であり、実際に被許諾者が製造や販売等の商標使用行為を行うことが必要と解釈されていることに留意されたい。

商標法 49 条 2 項違反を主張して登録商標取消申立を行う場合、実際には、申立人は申立書を提出すれば足り、「不使用」に関する証拠を提出する必要はない。商標を使用したことの立証責任は、商標登録者が負う。但し、「商標の使用」の定義は非常に広いものとされている。実務上、悪意の商標出願の事案において商標法 49 条 2 項の主張が提出されることが多くあるが、商標登録者から、当該商標を「使用」したことの何らかの証拠が提出され、結局、上記主張は認められないことが多い。

8 識別力がないことを理由とする異議申立・無効宣告請求（11 条）

（1）商標法 11 条の概要

²⁹ 商標法実施条例 68 条は、「商標局、商標評審委員会が登録商標の取消又は登録商標の無効宣告をするとき、取消又は無効宣告の理由が一部の指定商品のみにある場合は、当該一部の指定商品上に使用する商標登録に対し、取消又は無効宣告をする。」と規定している。

商標法 11 条 1 項は、①商品の一般名称、図形、型番にすぎないもの、②単に商品の品質、主要原料、効能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接に表示したにすぎないもの、③顕著な特徴を欠くもの、のいずれかに該当する標章は、商標として登録してはならない旨を規定し、同条 2 項は、上記に掲げた標章が、使用により顕著な特徴を有し、識別しやすいものとなったときは、商標として登録することができる旨を規定している。日本の地名、地域ブランド又はその他のブランド等について、仮に中国で第三者に商標を悪意の商標出願されてしまった場合、商標法 11 条 1 項にいう「その他の特徴を直接に表示したにすぎないもの」又は「顕著な特徴を欠くもの」として、当該商標について異議申立・登録商標取消申立を行うことも検討に値する。

指南下 4 章には、商標法 11 条に関する多くの具体例が掲載されており、参考になる。

図表：商標法 11 条に関する具体例

商品の一般名称、図形、型番にすぎないもの	紅富士（指定商品：生の果物）、MULLER（指定商品：研磨道具）、XXL（指定商品：被服）
単に商品の品質、主要原料、効能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接に表示したにすぎないもの	純淨 Chunjing（指定商品：食用油）、超一流（指定役務：レストランにおける飲食物の提供）、SAFETY（指定商品：漏電保護装置）、50kg（指定商品：米）、三国演義 onweb（指定商品：連続絵物語本）中式（家具）、泰式（指定役務：マッサージ）5.5 度（指定商品：食前酒）
顕著な特徴を欠くもの	重工（指定商品：クレーン、輸送機械）

（2）商標法 11 条違反を主張する場合の問題点

商標法 11 条は、事案によっては、異議申立・無効宣告請求を行うにあたっての有効な根拠になり得る規定である。例えば、以下の異議申立事案が参考になる。

被申立人である北京華旗資訊科技發展有限公司は、2000 年 8 月 22 日に第 9 類の「コンピュータ、コンピュータ周辺機器」等を指定商品として、被申立商標である「鑽石瓏」商標の登録を出願した。これに対し、異議申立人である北京英特普羅知識産権代理有限公司は、「鑽石瓏」は英語の「DIAMONDTRON」の中国語の音訳であるが、「DIAMONDTRON」は、日本の三菱電機株式会社がリリースしたコンピュータ・モニター等の商品に応用する平面ブラウン管の名称であることを理由に、「鑽石瓏」商標について異議を申し立てた。これについて、商標局は、次のとおり判断した。「『DIAMONDTRON』は三菱電機株式会社がリリースしたコンピュータ・ディスプレイ商品に応用するブラウン管の名称であり、中国のコンピュータ業界においては『鑽石瓏』ブラウン管と呼んでいる。『鑽石瓏』ブラウン管は……すでに市場においてはブラウン管の主流製品となっている。従って、被申立人がコンピュータ及びコンピュータ周辺機器設備等の商品について登録出願し

た『钻石瓏』商標は、顕著な特徴に欠け、商標としての識別作用を備えていない。」以上の理由により、商標局は、商標法 11 条 1 項 3 号の規定に基づき、異議申立人の異議申立理由は成立し、第 1650264 号「钻石瓏」商標について登録を認めない旨を裁定した（2005 商標異字第 00017 号）。

上記事例では、商標法 11 条 1 項 3 号の「顕著な特徴を欠くもの」に該当するとされたわけであるが、このように、商標法 11 条を主張する際は、特に同条 1 項のいずれの事由に該当するのかをいかに主張・立証するかがポイントとなると思われる。

商標法 11 条違反を主張する場合の証拠としては、例えば、以下のものが考えられる（但し、具体的にどのような証拠を要するかは、一概に簡単に述べることはできず、事案の内容等を個別に分析して判断すべきであることに留意されたい）。

・①商品の一般名称、図形、型番にすぎないもの、②単に商品の品質、主要原料、効能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接に表示したにすぎないもの、③顕著な特徴を欠くもの、のいずれかに該当することを証明する証拠として、例えば、中国語の辞書・新聞・雑誌・ウェブページ等で、当該係争商標と同一の語が掲載・使用されているもの等。

9 公衆に知られた外国地名であることを理由とする異議申立・無効宣告請求 (商標法 10 条 2 項)

(1) 商標法 10 条 2 項の概要

商標法 10 条 2 項は、「県級以上の行政区画の地名又は公衆に知られた外国地名は商標としてはならない。但し、その地名が別の意味を含み又は団体商標、証明商標の構成部分である場合はこの限りでない。」と規定している。ここにいう「公衆に知られた」とは、あくまで、「中国の公衆に知られた」という意味であり、日本の公衆にいくら知られていても、関係がない。10 条 2 項は、指定商品との関連性を問わないため、もし、ある日本の地名が、「公衆に知られた外国地名」であるといえれば、係争商標の指定商品が何であるかを問わず、商標登録が認められないため、悪意の商標出願に対する強力な手段となる。「公衆に知られた外国地名」は、出願人が誰であっても、商標登録は認められない（但し、後述する商標法 16 条に留意されたい）。

商標法 10 条 2 項にいう「公衆に知られた外国地名」とは、中国において一般に知られている中国以外の国や地域の地名をいう。地名には、全称、略称、外国語名称、通用の中国語訳が含まれる（例えば、「東京」、「紐約（ニューヨーク）」等）。中国において一般に熟知されていない外国地名には、商標法 10 条 2 項は適用されない（指南下 3 章 2.9）。

商標法 10 条 2 項にいう「その地名が別の意味を含み」とは、地名が言葉として固有

の意味を持ち、かつ、その意味が地名としての意味よりも影響が強く、公衆に誤認を生じさせないことをいう。実務上においては地名とその他の要素からなる標章が他の要素を加えることにより、全体として顕著な特徴を備え、かつ、全体として地名よりも影響力が強い別の意味を形成するようになった場合、又は全体として意味を持たず、かつ、通常において地名と認識されにくい場合には、商標法 10 条 2 項に該当しないと判断される（指南下 3 章 2.9）。

（2）商標法 10 条 2 項違反を主張する場合の問題点

すでに報道されているとおり、日本の地名である「青森」が、同条項の「公衆に知られた外国地名」に該当するとの理由で、商標評審委員会（現在は商標評審部）により、異議申立が認められたことがある³⁰。しかし、日本の全ての都道府県や政令指定都市が中国で「公衆に知られた」といえるわけではない。「公衆に知られた」の立証にあたっては、（日本におけるものではなく、）中国における過去の報道等を大量に提出する必要がある。また、公衆に知られた外国地名や、公衆に知られた外国地名と他の文字により構成された言葉が、全体として別の意味を持ち³¹、指定商品での使用によっても商品生産地に関し公衆に誤認混同を生じさせないものには、10 条 2 項は適用されず、商標としての使用が認められる。

図表：「公衆に知られた外国地名」の該当・非該当の事例

該当	非該当
青森	NARA
格林威治（グリニッジ）	MARGAUX
神戸	Romanee Conti
横浜	Shimizu
仁川	BOHEMIA
OLYMPIA（オリンピック）	AVENE

³⁰ もし「青森」が商標登録されてしまった場合には、「青森産」と箱に表示したリンゴを日本から中国へ輸出することは商標権侵害となる可能性があること（言い換えると、「青森産」は「原産地表示」であり商標権侵害は成立しないとの抗弁は認められない可能性があること）に注意が必要である。たしかに、商品箱の裏に小さく、「原産地：日本国青森県」と表示するだけであれば、商標権侵害とはならないであろう。しかし、商品箱の表に「青森」と大きく目立つように表示したいと考える販売業者が、実際上は多いと思われ、このように大きく目立つ表示をした場合、商品箱の装飾に当該商標を使用したとの理由により、商標権侵害となる可能性があると考えられる。

³¹ 例えば、「京都」という言葉は、中国語で「古い都」を意味するという面がある。

莱克星顿 (レキシントン) TUSCANY (トスカーナ) Nha Trang (ニャチャン) WINDSOR (ウィンザー) CINCINNATI (シンシナティ) PAROS (パロス島) LE MANS (ル・マン)	
---	--

上述したように、「公衆に知られた」の立証は、(日本におけるものではなく、)中国における過去の報道等を大量に提出する必要があり、ハードルは相当に高いと思っておいた方がよい。

もし商標法 10 条 2 項の主張に成功した場合、悪意の商標出願の全ての指定商品・役務について、取消等が可能となると考えられる。この点は、商標法 10 条 2 項の主張の持つ大きなメリットといえよう。

商標法 10 条 2 項違反を主張する場合の証拠としては、例えば、以下のものが考えられる(但し、具体的にどのような証拠を要するかは、一概に簡単に述べることはできず、事案の内容等を個別に分析して判断すべきであることに留意されたい)。

- ・日本の地名が中国の新聞・雑誌・ウェブページ等に掲載されているもの、日本の当該地方で開催されたスポーツ大会・イベントや勃発した事件等であって、中国で大きく報道されたもの等。
- ・日本の当該地方が、中国の都市等と姉妹都市提携を結んだり、訪問団の相互往来を含む友好的な交流活動を行ったりしてきた実績に関する資料等。
- ・中国人の観光客が日本の当該地方を訪問した人数に関する統計データ等。

10 地理的表示であることを理由とする異議申立・無効宣告請求 (商標法 16 条)

(1) 商標法 16 条の概要

商標法 16 条 1 項前段は、「商標に商品の地理的表示が含まれ、当該商品がその表示に示された地域を産地とするものでなく、公衆を誤認させる場合は、これを登録せず、かつその使用を禁止する。」と規定する。同条 2 項によると、「地理的表示」とは、「ある商品がある地域を産地とし、当該商品の特定の品質、信望又はその他の特徴が主に同地域の自然的要素又は人文的要素によって決定されていることを表す表示」を意味する。中国における地理的表示の例としては、例えば、「紹興黄酒」が挙げられる。このように、地理的表示は「地名プラス商品名」で構成されるものが多いが、地名だけの地理的

表示や、商品名だけの地理的表示もある。いずれにしても、「ある商品がある地域を産地とし、当該商品の特定の品質、信望又はその他の特徴が主に同地域の自然的要素又は人文的要素によって決定されていることを表す表示」である点では共通している。

商標法 16 条に違反する場合、その商標出願は認められず、また、登録商標は無効とされる。

(2) 商標法 16 条違反を主張する場合の問題点

地理的表示の悪意の商標出願に対しては、上記のとおり商標法 16 条 1 項を根拠とすることもできるほか、商標法 32 条前段（「既存の先行権利」としての地理的表示）、10 条 1 項 7 号・8 号も根拠となり得る。複数の根拠規定の適用要件に適合するときは、10 条 1 項 7 号又は 16 条 1 項の規定を優先して適用する（指南下 14 章 3.6.3）。

商標法 32 条前段（「既存の先行権利」としての地理的表示）の適用要件は、以下のとおりである（指南下 14 章 3.6.2）。

- ・係争商標の登録出願した時点において、既に地理的表示が客観的に存在していること。
- ・係争商標を登録・使用することで、公衆に誤認を生じさせ、先行地理的表示に関連する適法な権利・利益を侵害するおそれがあること。

係争商標の登録出願時において、既に地理的表示が団体商標又は証明商標として登録出願されている場合、指南下 14 章の規定は適用されない。また、係争商標の構成中に商品に係る地理的表示が含まれているが、当該商標が既に善意によって登録されている場合は、当該商品が地理的表示で示される地域に由来しないものであったとしても、引き続き有効な商標登録であるとして取り扱われる（指南下 14 章 3.6.2）。

外国人又は外国企業が、中国で地理的表示団体商標と地理的表示証明商標を出願する場合には、当該地理的表示がその名義で原所属国において法的保護を受けていることを証明する資料を提供しなければならない（指南下 9 章 6.9）。

前述した商標法 10 条 2 項の「公衆に知られた外国地名」といえない日本の地名や地域団体商標（地域ブランド）であっても、商標法 16 条の地理的表示に該当するものであれば、商標法 16 条、32 条前段、10 条 1 項 7 号又は 8 号を根拠として、第三者による悪意の商標出願の取消等の手段をとることができると考えられる。その場合、当該商標が地理的表示の定義、即ち、「ある商品がある地域を産地とし、当該商品の特定の品質、信望又はその他の特徴が主に同地域の自然的要素又は人文的要素によって決定されていることを表す表示」に該当することを立証できるか否かがポイントとなろう。また、「当該商品がその表示に示された地域を産地とするものでなく、公衆を誤認させる」ことの立証も必要である。

商標法 16 条違反を主張する場合の証拠としては、例えば、以下のものが考えられる（但し、具体的にどのような証拠を要するかは、一概に簡単に述べることはできず、事案の内容等を個別に分析して判断すべきであることに留意されたい）。

・「ある商品がある地域を産地とし、当該商品の特定の品質、信望又はその他の特徴が主に同地域の自然的要素又は人文的要素によって決定されていることを表す表示」に該当することを証明するための証拠。例えば、中国・日本等における地理的表示の登録証。

第 3 節 異議申立

1 異議申立主体及び理由

悪意の商標出願に対しては、初期査定公告日から 3 か月以内であれば、商標局に異議申立をすることができる（商標法 33 条）。

異議申立の主体について、第三次改正前の商標法では、誰でも異議申立が可能であった（30 条）。ところが、実務上、第三者による権利者への妨害活動により、商標登録の遅延の問題が発生していた。そこで、第三次改正商標法は、一定の場合に、異議申立の主体を、先行権利者（原文は「在先権利人」）又は利害関係者のみに限定した（33 条）。即ち、具体的には、10 条、11 条、12 条に規定される絶対的無効理由の場合は、全ての者が異議申立の主体となるのに対して、13 条 2 項・3 項、15 条、16 条 1 項、30 条、31 条、32 条に規定される相対的無効理由の場合は、先行権利者又は利害関係者のみが異議申立の主体となることとした。

初歩的審査を経て公告された商標に対する異議申立の主体及び理由をまとめると、下表のとおりである（指南上 3 章 3.2）。

図表：異議申立の主体及び理由

主体	理由
先行権利者、利害関係者	商標法 13 条 2 項・3 項（馳名商標）、15 条（代理人による冒認出願）、16 条 1 項（地理的表示）、30 条（初期査定された先願商標と同一又は類似する場合）、31 条（先願主義）、32 条（抜け駆け登録）
何人でも	商標法 4 条（悪意による出願）、10 条（使用禁止商標）、11 条（登録禁止商標）、12 条（立体商標）、19 条 4 項（商標代理機構による業務外の商標出願）

「先行権利者」とは、先行権利の所有者をいう。「先行権利」には、先行商標権、商号権、著作権、意匠権、氏名権及び肖像権等が含まれる。

「利害関係者」とは、当該商標の登録出願により、関連する先行権利が侵害される又は弱まり、その利益が侵害される可能性がある主体である。例えば、①先行商標権等の被許諾使用者、②先行商標権の合法的承継者、③先行商標権の質権者、④先行商標権等の支配株主、⑤関連する人身権について特別授権書類を提出している被許諾者、⑥先行商標権等と利害関係があることを証明できるその他の主体が含まれる。係争商標の登録出願により影響を受けるのみで、先行権利と直接的な利害関係を有しない主体については、「利害関係者」とはいえない。

2 異議申立の内容及び要件

1 件の異議申立は、初歩的審査を経た 1 件の商標に対してのみ、行うことができる。複数区分を指定する 1 件の商標に対して異議を申し立てる場合、1 通の異議申立書に複数区分を明記することも、異議申立対象商標の区分ごとにそれぞれ異議申立書を提出することもできる（指南上 3 章 3.3.1）。

先行権利者又は利害関係者による異議申立の場合、異議申立の内容等に応じて、「異議申立人が先行権利者又は利害関係者であること」を示す証明資料を提出しなければならない（指南上 3 章 3.3.4.1）。

図表：異議申立の内容等と証明資料

異議申立の内容等	証明資料
先行登録商標又は先行出願商標	申立書に商標登録番号又は商標出願番号を明記する
先行使用商標	使用する商標の標識、商品又は役務、使用日と使用者等を示す先行使用の証拠を提出する
代理人による冒認出願	被異議申立人との間の代理・代表関係又はその他の特定関係の存在を証明できる証拠を提出する
地理的表示	地理的表示の関連資料を提供する
先行商号権	企業の営業許可証の複写物等で、商号の登記・使用日が、被異議申立商標の登録出願日より早いことを示すことができる資料を提出する
先行著作権又は意匠権	著作権又は意匠権の証書、制作委託契約書、著作権又は意匠権譲渡契約書の複写物等を提出する
先行氏名権	自然人の身分証明書又はパスポートを提出する。芸名、筆名、別名、雅号等に基づいて権利を主張する場合、自然人とその名称の対応関係を証明できる書類の複写物も提出する

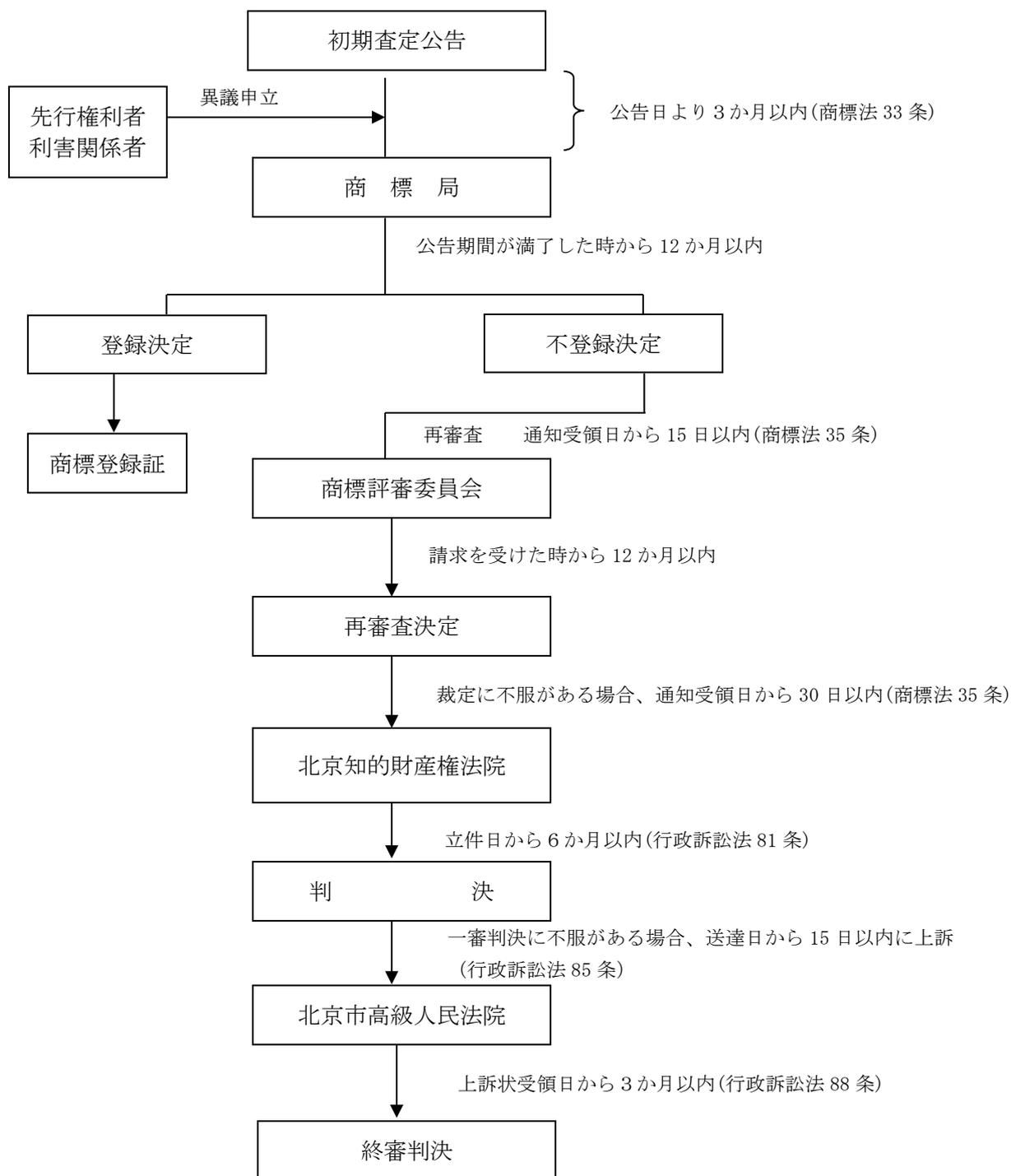
3 異議申立人の変更

「異議申立人の変更」とは、異議申立から異議決定が下されるまでの間に、異議申立人が異議申立を提出した根拠となる先行権利が無関係の第三者に移転され、その第三者が異議申立人の主体的地位を受け継ぎ、後続の異議手続に参加し、相応の結果を負うことをいう。例えば、自由意思による譲渡、合併、相続等が含まれる（指南上3章6.1）。

4 異議不成立の場合の手続

異議不成立の場合の手続について、第三次改正前の商標法では、異議不成立の決定に対して商標評審委員会に再審査を申請し、さらに行政訴訟で争うことができるとされていた（33条）。しかし、上記のような制度においては、異議申立及びそれに続く行政訴訟が行われると、それだけ商標登録が遅れることになり、権利者への妨害の問題が発生していた。そこで、第三次改正商標法は、異議不成立（登録許可決定）の場合には商標登録証を発給して公告するものとし、異議申立人としては、商標登録後において、商標評審部における無効宣告請求で争うべきものとした（35条2項）。そして、異議不成立（登録許可決定）の場合、商標専用権は、異議申立期間の満了日に発生するが、満了日から登録許可決定までにおける他人の商標使用行為に対しては、原則として遡及力は生じないものとし、例外的に、使用者の悪意により商標登録者に損害を与えた場合には、賠償義務が生じるものとした（36条2項）。

図表：異議申立手続のフローチャート



第4節 無効宣告請求

1 無効宣告請求事由

悪意の商標出願された商標が登録された後は、登録商標の無効宣告請求を行うことができる。

登録商標の無効宣告請求事由は、下表のとおりである。

図表：登録商標の無効宣告請求事由

無効宣告請求事由	効果	条文
既に登録された商標が商標法10条（商標使用が禁止される標章）、11条（商標登録が禁止される商標）、12条（立体的形状としての登録が禁止される場合）の規定に違反している場合	その他の単位又は個人は、商標評審部にその登録商標の取消裁定を申し立てることができる。時効はない。	商標法44条1項
欺瞞的な手段又はその他の不正な手段により登録を得ていた場合		
既に登録された商標が商標法13条（馳名商標）、15条（無権代理人等による悪意の商標出願）、16条（地理的表示）、30条（登録出願された商標が、本法の関連規定に合致せず、又は他人の既に同一商品若しくは類似商品で登録若しくは初期査定された商標と同一若しくは類似するときは、商標局は、出願を拒絶し、公告をしない。）、31条（2名又は2名より多くの商標登録出願人が、同一商品又は類似商品について、同一又は類似の商標登録出願をしたときは、先に出願された商標について初期査定をし、且つ公告をする。同日出願のときは、先に使用された商標について初期査定をし、且つ公告をする。	商標の登録日から5年以内に、商標所有者又は利害関係人は、商標評審部にその登録商標の取消裁定を申し立てることができる。馳名商標の所有者は、悪意による登録をした者に対して、5年の期間の制限を受けず、時効はない。	商標法45条1項

その他の者の出願は拒絶し、公告をしない。)、32条(不正手段による悪意の商標出願の禁止)の規定に違反している場合		
--	--	--

同一の異議申立人が、同一の理由、事実及び法律根拠をもって同一商標に対し再度異議申立を提出している場合、商標局はこれを受理せず、書面で出願人に通知し、且つ理由を説明する（商標法実施条例 26 条 4 号）。

2 無効宣告手続

登録商標の無効宣告請求を行うためには、商標の登録日から 5 年以内に申し立てなければならない（商標法 45 条 1 項）。しかしながら、実際には、日本企業が有するブランド等を中国で悪意の商標出願されるケースにおいては、当該日本企業が悪意の商標出願の事実気付かずに、上記期間を経過することがよくあるため、注意が必要である。

商標評審部は、無効宣告請求を受領した後に書面で関係当事者に通知し、かつ期間を定めて当事者に答弁書を提出させなければならない（商標法 44 条 3 項及び 45 条 2 項）。

商標局、商標評審部の職員が、①当事者であるとき、又は当事者若しくは代理人の近親者であるとき、②当事者又は代理人とその他の関係があり、公正さに影響するおそれがあるとき、又は③商標登録の出願又はその他商標に関する事項と利害関係を有するときのいずれかに該当する場合、回避しなければならない、当事者又は利害関係人は、その忌避を申し立てることができる（商標法実施条例 7 条）。

商標評審部は、申立書を受領した後、審査を経て、受理条件に合致する場合はこれを受理する。受理条件に合致しない場合はこれを受理せず、書面により申立人に通知し、理由を説明する。補正を必要とする場合は、申立人に通知し、通知を受領した日から 30 日以内に補正させる。補正しても規定に合致しない場合は、商標評審部はこれを受理せず、書面により申立人に通知し、かつ理由を説明する。期間が満了しても補正していない場合は、申立を取り下げたものとみなし、商標評審部は書面により申立人に通知しなければならない（商標法実施条例 57 条 2 項）。

商標評審部は、商標審査の申立を受理した後、受理条件に合致しないことを発見した場合は、これを拒絶し、書面により申立人に通知し、かつ理由を説明する（商標法実施条例 57 条 3 項）。

商標評審部は、商標審査申立を受理した後、速やかに申立書の副本を相手側当事者に送付し、申立書の副本を受領した日から 30 日以内に答弁させなければならない。期間が満了しても答弁しない場合でも、商標評審部の審査には影響しない（商標法実施条例 58 条）。

当事者は、審査申立を提出し、又は答弁した後に関連証拠資料を補充する必要がある

場合、申立書又は答弁書において表明し、かつ申立書又は答弁書を提出した日から3ヵ月以内に提出しなければならない。期間が満了しても提出しない場合は、関連証拠資料の補充を放棄したものとみなされる。但し、期間満了後に作成され、又は当事者にその他の正当な理由があり、期間満了前に提出できなかった証拠を期間満了後に提出した場合は、商標評審部は、証拠を相手方当事者に交付し、且つ証拠調べ後に採用することができる（商標法実施条例59条）。

商標評審部は、当事者の請求又は実際の必要性に基づき、審査申立について口頭審理を行うことを決定することができる（商標法実施条例60条1項）。商標評審部は、審査申立について口頭審理を行うことを決定した場合、口頭審理の15日前までに書面により当事者に通知し、口頭審理の期日、場所及び審査員を告知しなければならない。当事者は、通知書において指定されている期間内に回答しなければならない（商標法実施条例60条2項）。申立人が回答せず、口頭審理にも参加しない場合、その審査申立は取り下げられたものとみなし、商標評審部は書面により申立人に通知しなければならない。被申立人が回答せず、口頭審理にも参加しない場合、商標評審部は欠席審査を行うことができる（商標法実施条例60条3項）。

申立人は、商標評審部が決定又は裁定を出す前に申立の取下げを要求する場合、書面により商標評審部に対して理由を説明することにより、取り下げることができる。申立を取り下げた場合、審査手続は終了する（商標法実施条例61条）。

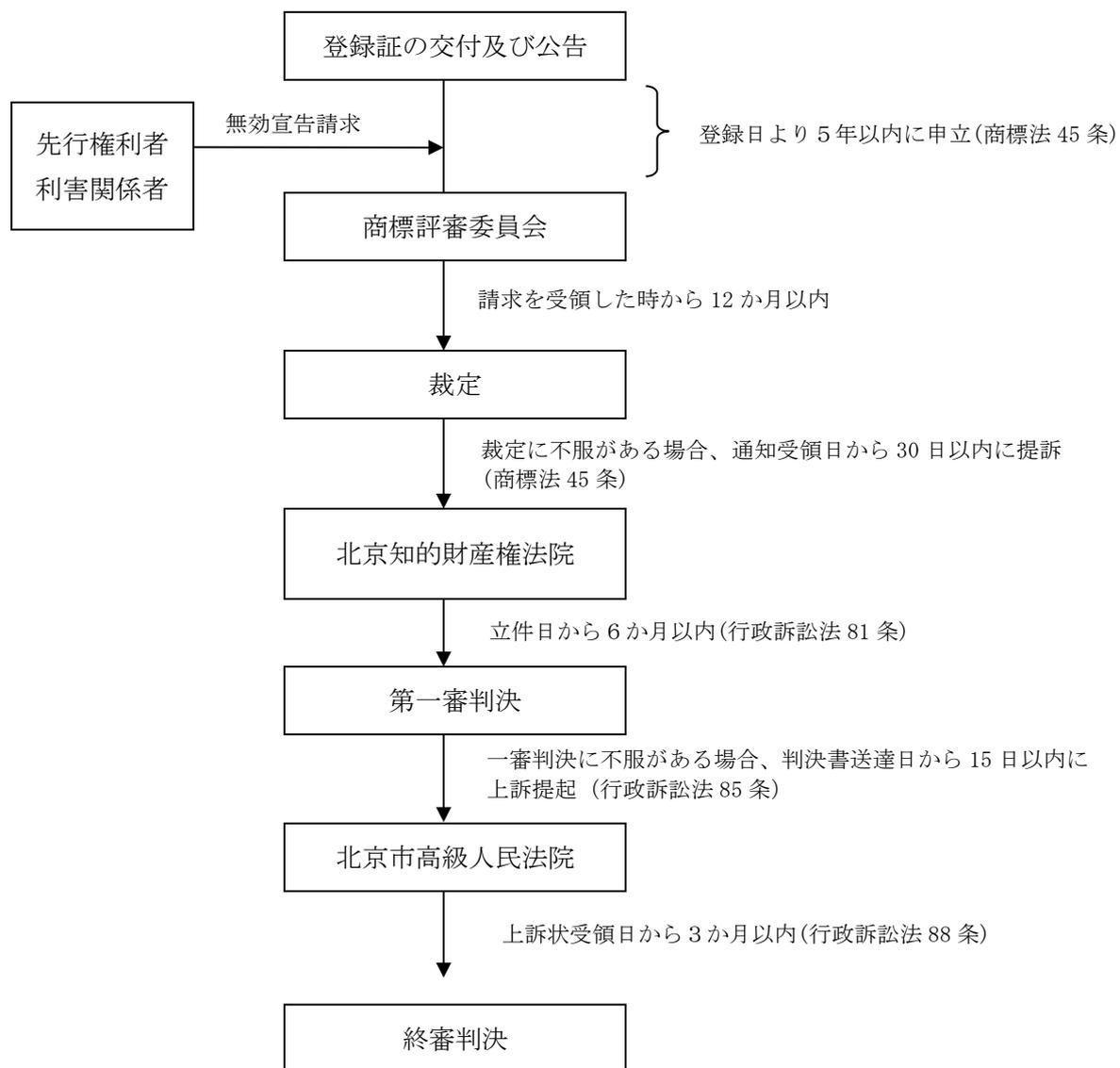
申立人は、商標審査申立を取り下げた場合、同一の事実又は理由により審査申立を再度提出してはならない。商標評審部が商標審査申立に対して既に裁定又は決定を出した場合は、いかなる者も同一の事実又は理由により審査申立を再度提出してはならない。但し、登録不許可審判再審査手続を経て、審査確認登録許可を得た後、商標評審部に登録商標の無効宣告を提起する場合を除く（商標法実施条例62条）。

商標評審部は、請求を受領した日から9ヵ月以内に決定を行い、書面で当事者に通知しなければならない（商標法44条3項）。

商標評審部は申請の受領日から12ヵ月以内に登録商標維持又は登録商標無効宣告の裁定を下し、且つ当事者に書面で通知しなければならない（商標法45条2項）。

当事者は商標評審部の裁定に不服がある場合は、通知を受領した日から30日以内に、人民法院に提訴することができる。人民法院は、商標裁定手続の相手方当事者に第三者として訴訟に参加する旨を通知しなければならない（商標法44条3項、商標法45条2項）。

図表：無効宣告手続のフローチャート



3 無効宣告の効果

無効宣告された登録商標の商標専用権は、始めから存在しなかったものとみなされる。登録商標の無効を宣告する決定又は裁定は、①無効宣告前において人民法院が出し、かつ既に執行していた商標権利侵害案件の判決、裁定、調停書、②及び工商行政管理局が出し、かつ既に執行していた商標権利侵害案件の処理決定、及び③既に履行された商標の譲渡又は使用許諾契約に対して、遡及力を有しない。但し、商標登録者の悪意により他人に損失をもたらした場合は、賠償しなければならない（商標法 47 条）。

仮に一部の指定商品・役務について立証に成功したとしても、当該指定商品・役務と同一又は類似の範囲でのみ悪意の商標出願登録を取り消し得るにすぎない（商標法実施条例 68 条）。それ以外の指定商品・役務については悪意の商標出願登録を取り消すことができず、結局、悪意の商標出願登録が残ってしまうことがある点に留意が必要である。

第 5 節 3 年間不使用取消請求

3 年間継続して登録商標を使用していなかった場合の登録商標取消請求（以下「3 年不使用取消請求」という）における取消対象商標は、有効な登録商標であり、かつ、登録から 3 年以上経過したものでなければならない。3 年の起算点は、商標登録の公告日である（指南上 5 章 1.3.1）。

3 年不使用取消請求を受けた商標登録者は、当該登録商標を使用したという証拠を提出しなければならない。当該証拠は、3 年不使用取消請求が行われた日から過去に遡って 3 年以内のものでなければならない（指南上 5 章 1.5）。

商標登録者から提出された使用証拠は、原則として、返還されない。所定の期限を超えて商標登録者が使用証拠を提出したが、まだ商標登録部門が審査手続を終了していない場合、商標登録部門は、当該使用証拠を、記録されている使用証拠として参照・採用することができる。これに対し、商標登録部門が審査手続を終了した後提出された使用証拠は、記録されている使用証拠としては審査されない（指南上 5 章 1.6）。

第 6 節 実務上の留意点

1 代理人の選任

中国では、①商標出願を主な業務とする「商標代理機構」（商標法にいう商標代理機構には、市場監督管理部門の登記を経て商標代理業務に従事するサービス機構及び商標代理業務に従事する律師事務所が含まれる（商標法 84 条）と、②訴訟業務を主な業務とする「律師」（日本でいう弁護士に相当する）とが存在するが、両者は得意分野が異

なることから、うまく使い分ける（あるいは、協働させる）必要がある。商標局や商標評審部での審理の段階だけであれば、商標代理機構のみに依頼し、弁護士を選任する必要性は少ないが、その後の訴訟の段階では、訴訟手続の専門家である弁護士に依頼することは必須といえよう。将来の訴訟のことを考えると、商標局や商標評審部での審理の段階から、弁護士に参加してもらうことも検討に値する。中国の商標代理機構や弁護士を選定する際には、日本（外国）企業のクライアントを多く持つ者に依頼することが、日本（外国）企業にとって役立つノウハウ・情報の集積を利用できるという点（例えば、関連法令の和訳が既に用意されていれば、非常に効率的である）からして、合理的である。

日本企業と商標代理機構や弁護士との間で、どの言語でコミュニケーションをとるかの問題は極めて重要である。中国人の中でも、日本語能力にはかなり個人差がある。日本語を口頭で話すだけでなく、日本語の文章を書かせてみて、日本語の論理的な文章を書く能力があるか否かを確かめておく等の方策が考えられる。英語でコミュニケーションをとれば足りるとの意見もあるだろうが、やはり日本語でコミュニケーションをとる場合に比べると、やり取りされる情報の質と量には問題がある（英語は、日本人にとっても中国人にとっても母語ではないため、英語でのコミュニケーションの困難さはやむを得ないことであろう）。

中国の商標代理人や弁護士は、転職・独立が多い。実際の仕事は商標代理人や弁護士が1人で行っているのではなく、その下で働いているスタッフが行っていることも多いので、その事務所の執務体制の実態や仕事の進め方・細かさをよく見極める必要がある。

2 費用

商標代理機構や弁護士の代理費用については、個々の商標代理機構・弁護士や事務所により異なる。

商標代理機構の費用は、一般に、出願の場合と同様、「何をするか」という仕事の内容により定型的に費用が決まっていることがほとんどである（日本の弁理士の場合も、同様である）。仕事の内容が比較的定型的であるため、費用はそれほど高くないのが普通である（但し、翻訳等の実費は別であるため、大量の文書の翻訳も依頼した場合には、予想外に実費が高くなることもある）。

他方、弁護士の場合、主に中国国内の案件のみを扱う弁護士が訴訟等の紛争事件の依頼を引き受ける場合は、係争目的物の価額に応じて代理費用を受け取る方式をとることが多いが、当該価額を算定することが困難な案件（悪意の商標出願の案件もここに含まれる場合が多い）の場合は、依頼者との協議により費用の算定方式を定めることになる。また、国際的な案件や外国企業からの依頼を受任することが多い弁護士の場合は、通常、案件内容にかかわらず、タイムチャージ方式（1時間当たりの額に、案件処理に実際に要した時間を掛けて算出した額を請求する方式）で費用を算定することが多い。

悪意の商標出願の案件における商標代理機構や律師の代理費用としていくらが適切かは、事案の複雑性、被告の数、被告の対応如何等により様々であり一概に論じることはできない。

3 事実関係の調査

悪意の商標出願の案件においては、例えば、3年間不使用による登録商標取消を主張する前提として登録商標権者の実際の使用状況を調査したり、外国企業のブランド等を大量に悪意の商標出願しているか否かを調査したりすることが多い。

簡単な調査であれば、自社従業員による調査（例えば、卸売り・小売店への訪問、登録商標権者の商品のカタログ・サンプルの入手等）が可能であるが、登録商標権者に連絡をとって面会等する場合には、むしろ、調査会社に依頼することが多い。

調査会社による調査は、通常、いくつかの段階（例えば、①登録商標権者の工商登記資料の入手、②登録商標権者の実際の製造・販売場所への訪問調査、③登録商標権者及び関係者への電話聞き取り調査、④登録商標権者及び関係者との面会・インタビュー調査等）に分けて行われる。調査会社による調査は、何をどこまで依頼するかにより費用は異なるが、一般的には、数十万円程度であることが多い。調査対象や調査項目が多い場合や、手間隙がかかる調査の場合、かなり多額の費用がかかることもあるので、調査の目的を明確にし、調査事項・調査対象を絞ることが肝要である。

調査会社は、ダミー会社の名刺を使った買付け等の手段により、情報収集を行うこともあるようだ。しかし、登録商標権者側の警戒感が強く、証拠がほとんど入手できない場合もある。また、信頼のおける調査会社への依頼が重要なことにも留意すべきである。

4 証拠収集

証拠の証明力を高めるため、公証人を通じて証拠を収集・保全することは、1つの有力な方法である。

民事訴訟法 69 条は、「法定手続を経て公証証明された法律事実及び文書については、人民法院は事実認定の根拠とする。但し、公証証明を覆すに足る反証のある場合についてはこの限りではない。」と規定している。即ち、公証を経た法律事実及び文書は、訴訟の際に比較的強い証拠能力を有する。従って、証拠を収集する際には、公証手続を行い、証拠を固定すべきである。これから証拠を作成しようとする場合（例えば、これから物品を購入するとき）には、（中国国内・国外を問わず、）公証を行うことが強く望まれる。しかし、中国国内で過去に作成された資料（例えば、数年前に締結された契約書等）を証拠として訴訟に提出する場合は、必ずしも公証を経る必要はなく、写しを人民法院に提出するだけでよい（口頭審理の際、原本と写しの同一性を裁判官が確認するこ

とになる)。

中国大陸外の国又は地域（香港・マカオ・台湾を含む）で作成された証拠は、その国又は地域で公証を行い、かつ中国大使館領事部で認証を行わなければならないとされている（「民事訴訟証拠に関する若干規定」³²16条）。但し、中国大陸外の国又は地域で発行された雑誌等が中国の図書館に所蔵されている場合は、当該図書館でとったコピーに図書館の印章を押印してもらえば足りる。日本で過去に作成された資料（例えば、数年前に日本企業の間で締結された契約書等）であれば、宣誓認証の方法により公証人の公証を受け、中国領事の認証を受けることが望ましい。

5 中国のマスコミへの対策

日本企業が中国企業に対し、提訴等をする場合、中国企業及び中国の消費者から反発・批判を受けることがある。

マスコミに不公正な報道をされないための手段・方法として、以下のものが挙げられる。第一は、マスコミに事実を説明し、理解を得る方法である。多くの場合、真相がわかれば客観的かつ公正な報道がなされ、関連報道も次第に少なくなる。第二は、PR会社を活用する方法である。日系あるいは欧米系のPR会社は、マスコミ対応の能力や経験が豊富であると同時に、中国のマスコミと独自のネットワークも持っているため、その活用も重要な手段である。第三は、中国の上層機関のマスコミへの指導、監督を利用する方法である。一般的なやり方としては、日中友好団体や経済団体又は中国の業界団体を通じて外商投資企業の主管機関の理解と協力を得ておき、その主管機関からマスコミの主管機関へ報告し、主管機関にマスコミに対する指導、監督を行わせるという形になる。第四は、消費者協会の理解と協力を得て、マスコミに公正な報道を行わせる方法である。一般的に、消費者協会は既に発生した消費者問題に注目しているが、マスコミは報道する前に消費者協会の意見を求めることも多いため、消費者協会の見解がマスコミに対して重要な影響を持つ。従って、例えば、悪意の商標出願により消費者に誤認・混同を生じ消費者問題に繋がる可能性があるような場合には、できるだけ早く消費者協会に報告し、理解と協力を得ておくことが必要である。

6 登録商標の買取要求への対応方法

悪意の商標出願を行った者から、例えば、「1億円払えば、当該登録商標を貴社に売ってもよい。」との文書が送付されてくることがある。

そのような買取要求への対応方法としては、①返信しない、②「現時点で和解の話を

³² 最高人民法院制定、2019年10月14日改正、2020年5月1日施行

するつもりはない」旨の返信をする、③「支払要求には、一切、応じるつもりはない」旨の返信をする、④「〇〇万円なら和解に応じてよい」旨の返信をする、⑤具体的な金額を明示せず、「和解の交渉に応じて用意がある」旨の返信をする等が考えられる。

もちろん、個別具体的状況に応じて対応方法を検討する必要があるが、一般論として述べると、以下のことがいえる。

まず、上記④及び⑤の方法であるが、日本企業が商標登録者に対し、和解交渉の姿勢を示したからといって、本当に商標登録者が真摯に和解交渉に応じてくれるかは疑問である。つまり、このようなケースにおける商標登録者の多くとは正当なビジネスを行うことが難しい。なぜならば、このようなケースにおける商標登録者の目的は、「少しでも高額で商標を買い取りさせること」にあり、仮に和解交渉をすとしても、スムーズにいくかは疑問である。日本企業がどのような態度をとるにせよ、商標登録者が新たな攻撃（例えば、侵害訴訟提起、税関における輸出差止め等）を仕掛けてくる可能性は否定できない。また、日本企業から商標登録者に対し、和解の余地がある旨の書簡を送ると、商標登録者から新たな書簡が来ることになるかと予想されるが、その場合、第三者（特に裁判官）の目には、当事者同士がお互いに和解交渉中であるかのように見え、商標登録者の悪意性が見えにくくなり、将来の訴訟において日本企業の不利に作用する可能性がある。この意味で、④及び⑤の方法を採用することは、日本企業にとって有利にならないだけでなく、不利になるおそれが懸念される。

そこで、①～③の方法をとることが日本企業にとって得策であると考えられる。ただ、②や③の方法のように、日本企業が商標登録者に対し返信の書簡を送付すると、今後も商標登録者から新たな書簡が来ることが予想されるが、これは前述と同様、日本企業にとって不利となる可能性を完全には否定できない。

従って、結論としては、①の方法をとることが日本企業にとって最も望ましいと考えられる。

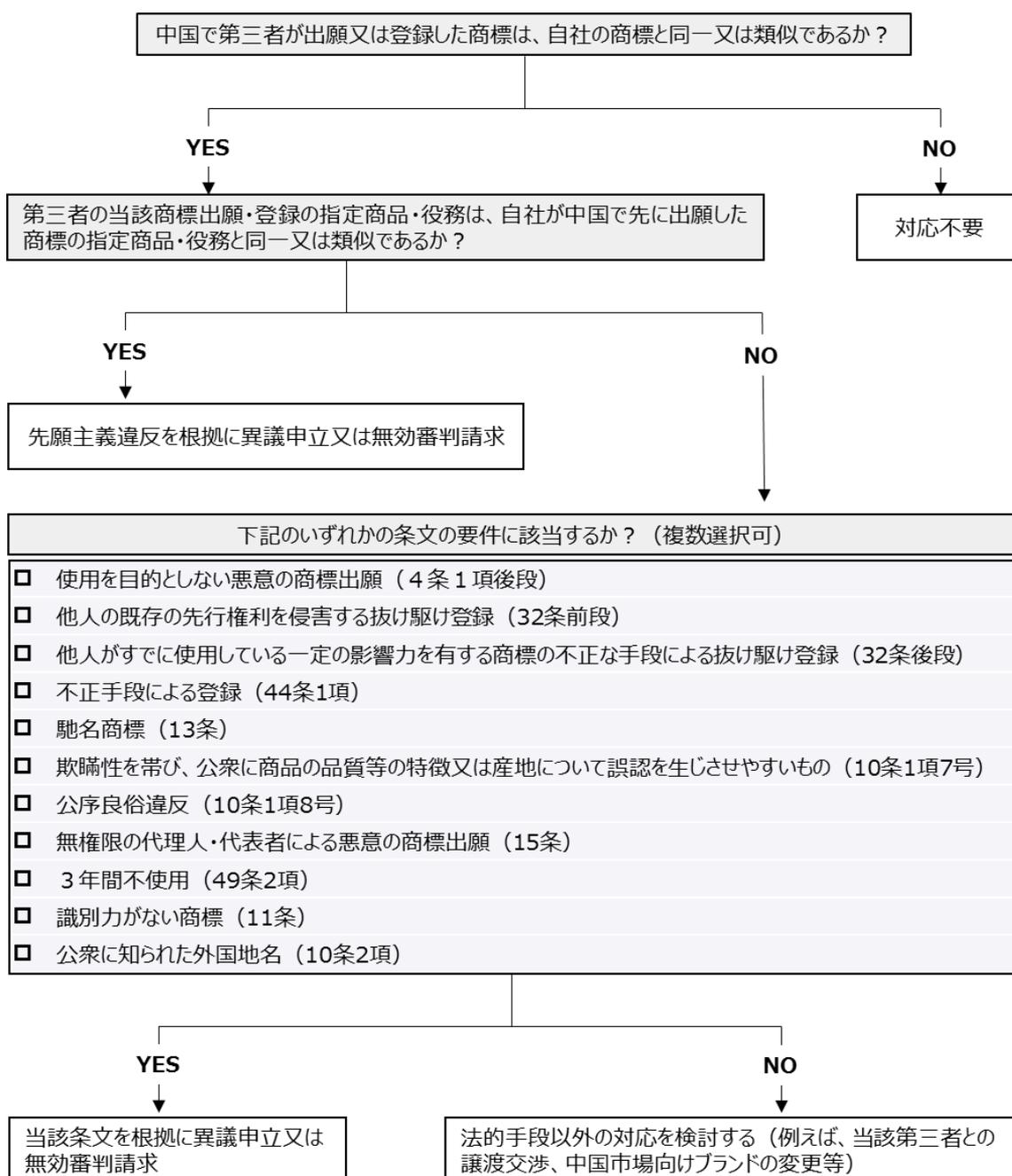
なお、商標登録者からの買取請求を記載した文書は、将来の審理・訴訟手続において、悪意性の立証に用いることができ、日本企業にとってかえって好都合といえる。

但し、実務上、場合によっては、当該登録商標を買い取るという選択肢があり得ることも、完全には否定できない。

第7節 悪意の商標出願に対する事後的手段を検討する際の考え方

前述したとおり、悪意の商標出願に対する事後的手段にはさまざまなものがあるが、何をどのような順番で考えていけばよいかを、フローチャートにまとめると、以下のとおりである。

図表：悪意の商標出願に対する事後的手段を検討する際のフローチャート



第8節 悪意の商標出願の類型ごとの事後的手段の整理

ここでは、悪意の商標出願の類型ごとに事後的手段を整理し、どのような商標法の規定に基づき、どのような証拠をもって対応することができるかを紹介する。なお、法的主張の根拠となる「商標法の規定」としては、下表に記載したものの他にも、10条1項7号（欺瞞性を帯び、公衆に商品の品質等の特徴又は産地について誤認を生じさせやすいもの）、11条（識別力がない商標）、15条（無権限の代理人・代表者による悪意の商標出願）、44条1項（不正手段による登録）、49条2項（3年間不使用）等があり、事案によっては、これらの規定が適用されることもある。

図表：悪意の商標出願の類型ごとの事後的手段の整理

類型	商標法の規定	証拠
自社の商号（屋号）が冒認出願・登録されている場合	32条前段（他人の既存の先行権利を侵害する抜け駆け登録）	<ul style="list-style-type: none"> ・日本企業の会社登記簿謄本、履歴事項証明書 ・中国の関連公衆において一定の知名度を有することを示す証拠。例えば、中国における製造・販売・使用等の事業活動の実績、中国での知名度に関するアンケート結果、新聞・雑誌・ウェブページ上の宣伝広告等
	13条（馳名商標）	<ul style="list-style-type: none"> ・中国の関連公衆における知名度を証明する証拠として、例えば、中国の新聞・雑誌・ウェブページ上の宣伝広告、中国の消費者のアンケート結果、中国における製品販売の数量・金額・シェア等に関する統計データ、中国での受賞歴に関する資料中国での現地法人の設立・運営の状況を示す資料等。 ・当該屋号の継続的な使用を証明する証拠。当該屋号が未登録商標である場合は、その継続使用期間が5年を下回らないことを証明する資料。当該屋号が登録商標である場合は、その登録期間が3年を下回らないこと、又は継続使用期間が5年を下回らないことを証明する資料。 ・当該屋号の宣伝活動の継続期間・程度及び地理的範囲を証明する証拠。例えば、直近3年の広告宣伝及び販促活動の方式、地域範囲、宣伝媒体の種類及び広告投入量等の資料。 ・当該屋号がかつて中国等で馳名商標として保護を受けたことを証明する判決書、決定書その他の文献等。

	4条1項後段(使用を目的としない悪意の商標出願)	<ul style="list-style-type: none"> ・出願人又は登録者が大量の商標出願・登録を行っていることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が出願・登録した商標の多くが、他企業の有名ブランド、有名人の氏名、有名な地名等であることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が、真のブランド保有者に対し、高額での商標の買取を要求するレターやEメール等。
自社のロゴマークの図柄が冒認出願・登録されている場合	32条前段(他人の既存の先行権利を侵害する抜け駆け登録)	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイン制作委託契約書、著作権登録証 ・中国の関連公衆において一定の知名度を有することを示す証拠。例えば、中国における製造・販売・使用等の事業活動の実績、中国での知名度に関するアンケート結果、新聞・雑誌・ウェブページ上の宣伝広告等
	13条(馳名商標)	<ul style="list-style-type: none"> ・中国の関連公衆における知名度を証明する証拠として、例えば、中国の新聞・雑誌・ウェブページ上の宣伝広告、中国の消費者のアンケート結果、中国における製品販売の数量・金額・シェア等に関する統計データ、中国での受賞歴に関する資料中国での現地法人の設立・運営の状況を示す資料等。 ・当該図柄の継続的な使用を証明する証拠。当該図柄が未登録商標である場合は、その継続使用期間が5年を下回らないことを証明する資料。当該図柄が登録商標である場合は、その登録期間が3年を下回らないこと、又は継続使用期間が5年を下回らないことを証明する資料。 ・当該図柄の宣伝活動の継続期間・程度及び地理的範囲を証明する証拠。例えば、直近3年の広告宣伝及び販促活動の方式、地域範囲、宣伝媒体の種類及び広告投入量等の資料。 ・当該図柄がかつて中国等で馳名商標として保護を受けたことを証明する判決書、決定書その他の文献等。
	4条1項後段(使用を目的としない悪意の商標出願)	<ul style="list-style-type: none"> ・出願人又は登録者が大量の商標出願・登録を行っていることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が出願・登録した商標の多くが、他企業の有名ブランド、有名人の氏名、有名な地名等であることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が、真のブランド保有者に対し、高額での商標の買取を要求するレターやEメール等。

<p>自社の商品ブランドが冒認出願・登録されている場合</p>	<p>32 条後段（他人がすでに使用している一定の影響力を有する商標の不正な手段による抜け駆け登録）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・係争商標出願日以前の取引に関する、日本から中国への貿易の通関書類、中国での生産・加工・販売等に関する契約書・発票・領収書・伝票・販売記録等。中国での展示会・博覧会等での出展に関する契約書・発票・領収書・パンフレット等。 ・「中国の一定の範囲内の関連公衆に知られている」ことを証明する証拠。例えば、中国の新聞・雑誌・ウェブページ上の宣伝広告、中国の消費者のアンケート結果、中国における製品販売の数量・金額・シェア等に関する統計データ、中国での受賞歴に関する資料等。
	<p>13 条（馳名商標）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・中国の関連公衆における知名度を証明する証拠として、例えば、中国の新聞・雑誌・ウェブページ上の宣伝広告、中国の消費者のアンケート結果、中国における製品販売の数量・金額・シェア等に関する統計データ、中国での受賞歴に関する資料中国での現地法人の設立・運営の状況を示す資料等。 ・当該商標の継続的な使用を証明する証拠。当該商標が未登録商標である場合は、その継続使用期間が 5 年を下回らないことを証明する資料。当該商標が登録商標である場合は、その登録期間が 3 年を下回らないこと、又は継続使用期間が 5 年を下回らないことを証明する資料。 ・当該商標の宣伝活動の継続期間・程度及び地理的範囲を証明する証拠。例えば、直近 3 年の広告宣伝及び販促活動の方式、地域範囲、宣伝媒体の種類及び広告投入量等の資料。 ・当該商標がかつて中国等で馳名商標として保護を受けたことを証明する判決書、決定書その他の文献等。
	<p>4 条 1 項後段（使用を目的としない悪意の商標出願）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・出願人又は登録者が大量の商標出願・登録を行っていることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が出願・登録した商標の多くが、他企業の有名ブランド、有名人の氏名、有名な地名等であることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が、真のブランド保有者に対し、高額での商標の買取を要求するレターや E メール等。
<p>日本の漫画の図柄が冒認出願・登録されている</p>	<p>32 条前段（他人の既存の先行権</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・漫画が掲載された雑誌や単行本等の現物、出版契約書、著作権登録証

場合	利を侵害する抜け駆け登録)	<ul style="list-style-type: none"> ・中国の関連公衆において一定の知名度を有することを示す証拠。例えば、中国における漫画の出版・販売の実績、漫画の図柄が印刷された商品の製造・販売・使用等の事業活動の実績、中国での知名度に関するアンケート結果、新聞・雑誌・ウェブページ上の宣伝広告、受賞歴等
	4条1項後段(使用を目的としない悪意の商標出願)	<ul style="list-style-type: none"> ・出願人又は登録者が大量の商標出願・登録を行っていることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が出願・登録した商標の多くが、他企業の有名ブランド、有名人の氏名、有名な地名等であることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が、真のブランド保有者に対し、高額での商標の買取を要求するレターやEメール等。
日本の有名人の氏名が冒認出願・登録されている場合	32条前段(他人の既存の先行権利を侵害する抜け駆け登録)	<ul style="list-style-type: none"> ・パスポート、芸能・スポーツ等の活動実績 ・中国の関連公衆において一定の知名度を有することを示す証拠。例えば、中国における新聞・雑誌・ウェブサイト等への掲載の実績、氏名が印刷された商品の製造・販売・使用等の事業活動の実績、中国での知名度に関するアンケート結果等
	4条1項後段(使用を目的としない悪意の商標出願)	<ul style="list-style-type: none"> ・出願人又は登録者が大量の商標出願・登録を行っていることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が出願・登録した商標の多くが、他企業の有名ブランド、有名人の氏名、有名な地名等であることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が、真のブランド保有者に対し、高額での商標の買取を要求するレターやEメール等。
	10条1項8号(公序良俗違反)	<p>「中国人民の共通の生活及び行動の準則、規範及びある時期において社会に流行した良好な気風や習慣」を害したり、「標章の文字、図形又はその他の構成要素が貶める意味を有しており、又は当該標章そのものは貶める意味を有しないものの、当該出願人が登録・使用することにより、中国の政治、経済、文化、宗教、民族等の公共の利益と公共秩序に消極的な影響を及ぼす」ことを証明する証拠。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中国語の新聞・雑誌・ウェブページ等で、当該有名人の氏名が掲載・紹介されているもの、中国の消費者のアンケート結果等。

日本の地名からなる商標が冒認出願・登録されている場合	10条2項（公衆に知られた外国地名）	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の地名が中国の新聞・雑誌・ウェブページ等に掲載されているもの、日本の当該地方で開催されたスポーツ大会・イベントや勃発した事件等であって、中国で大きく報道されたもの等。 ・日本の当該地方が、中国の都市等と姉妹都市提携を結んだり、訪問団の相互往来を含む友好的な交流活動を行ったりしてきた実績に関する資料等。 ・中国人の観光客が日本の当該地方を訪問した人数に関する統計データ等。
	16条（地理的表示）	<ul style="list-style-type: none"> ・「ある商品がある地域を産地とし、当該商品の特定の品質、信望又はその他の特徴が主に同地域の自然的要素又は人文的要素によって決定されていることを表す表示」に該当することを証明するための証拠。例えば、中国・日本等における地理的表示の登録証。
	10条1項8号（公序良俗違反）	<ul style="list-style-type: none"> 「中国人民の共通の生活及び行動の準則、規範及びある時期において社会に流行した良好な気風や習慣」を害したり、「標章の文字、図形又はその他の構成要素が貶める意味を有しており、又は当該標章そのものは貶める意味を有しないものの、当該出願人が登録・使用することにより、中国の政治、経済、文化、宗教、民族等の公共の利益と公共秩序に消極的な影響を及ぼす」ことを証明する証拠。 ・中国語の地図・辞書・新聞・雑誌・ウェブページ等で、当該地名が掲載・紹介されているもの、中国の消費者のアンケート結果等。
	4条1項後段（使用を目的としない悪意の商標出願）	<ul style="list-style-type: none"> ・出願人又は登録者が大量の商標出願・登録を行っていることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が出願・登録した商標の多くが、他企業の有名ブランド、有名人の氏名、有名な地名等であることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が、真のブランド保有者に対し、高額での商標の買取を要求するレターやEメール等。
日本の地域団体商標の名称が冒認出願・登録されている場合	10条2項（公衆に知られた外国地名）	<ul style="list-style-type: none"> ・地域団体商標に含まれる日本の地名が中国の新聞・雑誌・ウェブページ等に掲載されているもの、日本の当該地方で開催されたスポーツ大会・イベントや勃発した事件等であって、中国で大きく報道されたもの等。 ・日本の当該地方が、中国の都市等と姉妹都市提携を結ん

		<p>だり、訪問団の相互往来を含む友好的な交流活動を行った りしてきた実績に関する資料等。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中国人の観光客が日本の当該地方を訪問した人数に関する統計データ等。
	16 条（地理的表示）	<ul style="list-style-type: none"> ・「ある商品がある地域を産地とし、当該商品の特定の品質、信望又はその他の特徴が主に同地域の自然的要素又は人文的要素によって決定されていることを表す表示」に該当することを証明するための証拠。例えば、中国・日本等における地理的表示の登録証。
	10 条 1 項 8 号（公序良俗違反）	<p>「中国人民の共通の生活及び行動の準則、規範及びある時期において社会に流行した良好な気風や習慣」を害したり、「標章の文字、図形又はその他の構成要素が貶める意味を有しており、又は当該標章そのものは貶める意味を有しないものの、当該出願人が登録・使用することにより、中国の政治、経済、文化、宗教、民族等の公共の利益と公共秩序に消極的な影響を及ぼす」ことを証明する証拠。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中国語の地図・辞書・新聞・雑誌・ウェブページ等で、当該地域団体商標が掲載・紹介されているもの、中国の消費者のアンケート結果等。
	4 条 1 項後段（使用を目的としない悪意の商標出願）	<ul style="list-style-type: none"> ・出願人又は登録者が大量の商標出願・登録を行っていることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が出願・登録した商標の多くが、他企業の有名ブランド、有名人の氏名、有名な地名等であることを示す、『中国商標網』での検索結果。 ・出願人又は登録者が、真のブランド保有者に対し、高額での商標の買取を要求するレターや E メール等。

特許庁委託事業
中国における悪意の商標出願対策マニュアル
2021年改訂版

[作成協力]
BLJ法律事務所
弁護士 遠藤 誠

[発行]
独立行政法人 日本貿易振興機構
北京事務所 知的財産権部

2022年3月発行 禁無断転載