

## 中国反不正競争法に関する司法解釈の概要（5条関係）

2007年4月

弁理士 加藤 真司

2007年2月1日より「不正競争の民事事件の審理における法律運用の若干の問題についての最高人民法院の解釈」という司法解釈（法釈〔2007〕2号）が施行されている。この司法解釈のうちの反不正競争法第5条の不正競争行為に関する部分について概説する。

中国の反不正競争法第5条は、次の不正手段を用いて市場取引に従事し、競争相手に損害を与える場合を不正競争行為としている。

（一）他人の登録商標を詐称すること

（二）知名商品<sup>(1)</sup>（役務を含む。以下同じ。）の特有の名称、包装若しくは装飾<sup>(2)</sup>を無断で使用<sup>(3)</sup>し、又は知名商品に類似する名称、包装若しくは装飾<sup>(4)</sup>を無断で使用<sup>(3)</sup>して、他人の知名商品と混同を生じさせ、購買者に当該知名商品であると混同させる<sup>(5)</sup>こと

（三）他人の企業名称<sup>(6)</sup>又は氏名<sup>(7)</sup>を無断で使用<sup>(3)</sup>して、他人の商品であると誤認させること

（四）商品について、認証マーク、優良マーク等の品質マークを偽造し、又は盗用し、産地表示を偽造して、商品の品質について誤解を招く虚偽の表示をすること

司法解釈では上記の下線を付した箇所について解釈を行っているので、これを以下に紹介する。

（1）「知名商品」

中国内にて一定の市場知名度を有しており、関連する公衆に知られている商品はこれに該当する。判断の際には、当該商品の販売の期間、地域、額及び対象、宣伝の継続時間、程度及び地域的範囲、知名商品として保護を受ける状況等を考慮して総合的に判断する。市場知名度についての立証責任は原告が負う。

（2）「特有の名称、包装若しくは装飾」

商品の出所を区別できる顕著な特徴を有する商品の名称、包装若しくは装飾はこれに該当する。一方、I) 商品の通称、図形、型番、II) 商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接示すにすぎない商品名称、III) 商品自体の性質のみから生じる形状、技術的効果を得るために必要な商品形状、及び商品に実質的価値を持たせる形状、IV) 顕著な特徴を欠くその他の商品名称、包装又は装飾は、これに該当しない。但し、I)、II)、IV) については、使用によって顕著性を取得した場合には、「特有の名称、包装若しくは装飾」と認めることができる。

知名商品の特有の名称、包装又は装飾に、上記II) のような内容又は地名が含まれており、他人が商品を客観的に叙述するために正当に使用する場合は不正競争行為にはならない。

営業者の営業場所の装飾、営業用具のデザイン、営業人員の服飾等、独特の風格を有する全体としての営業イメージは、「装飾」該当する。

商標法の規定により商標として使用できない標章については保護しない。

（3）「使用」

知名商品の特有の名称、包装若しくは装飾又は企業名称若しくは氏名を商品、商品の包

装及び商品取引文書に用いる場合、及び広告宣伝、展覧及びその他の商業活動に用いる場合を含め、中国内で商業的に使用する行為は「使用」に該当する。

(4) 「知名商品に類似する名称、包装若しくは装飾」

「類似する」か否かは、商標の同一類似の判断原則及び方法を参照して判断することができる。

(5) 「他人の知名商品と混同を生じさせ、購買者に当該知名商品であると混同させる」

知名商品の営業者から使用許可を得ていると公衆に誤解させる場合や知名商品の営業者と関連企業関係等の特定の関係にあると公衆に誤解させる場合を含め、商品の出所について関連する公衆に誤認させるに足りる場合は、これに該当する。

同一商品に同一又は視覚上基本的に差のない商品名称、包装又は装飾を使用する場合は、「他人の知名商品と混同を生じさせる」とみなされる。

(6) 「企業名称」

登記機関で登記された名称、中国内で商業的に使用する外国企業の名称、一定の市場知名度を有し、関連する公衆に知られている企業名称中の屋号は「企業名称」と認められる。

(7) 「氏名」

商品の営業で使用される自然人の氏名、一定の市場知名度を有し、関連する公衆に知られている筆名、芸名等は、「氏名」と認められる。

以上