



中国における商標実務

昨年のリーマンショックにもかかわらず、2008年における中国のGDP実質成長率は9.0%でした。一方、わが国のGDP成長率は-0.7%です。また、日本の平均年齢44歳（国立社会保障・人口問題研究所のHPより）に対し、中国は32.1歳です。このように、中国市場は若く成長段階であり、ビジネスチャンスが多いと考えられますが、冒認出願問題や模倣といった商標問題が発生しているのが現状です。

プロシード国際特許商標事務所 弁理士 鈴木 康介

1. 中国での冒認出願問題

日本国内で商標権を持っていたとしても、その商標権は日本国内でしか通用しません。このため、日本ブランドの商標権を第三者が勝手に中国で取得するという、いわゆる冒認出願事件が起きています。

例えば、渋谷の「109」にあるブランドのほとんどが中国で第三者に商標権を取得され、一部のブランドでは、買い取り交渉をしたと伝えられています。

日中間を行き来するビジネスマンや学生が日本のブランドを知って冒認出願したり、ファッション雑誌やインターネットから冒認出願する場合もあるようです。また、一部の日本人が中国で冒認出願をしているということもあるようです。

そして、中国、香港、台湾、マカオには、それぞれ別の商標制度があります。中国と台湾が別の制度というのは理解しやすいかもしれませんが、実は、香港とマカオも別制度を採用しています。

香港は1997年にイギリスから中国に返還されましたが、返還以前から商標制度がありました。マカオもほとんど同様です。このような歴史的経緯から、香港とマカオは中国大陸とは別制度が運用される、いわゆる「一国二制度」です。例えば、企業が香港に進出し、香港で商標出願をしたとします。香港も中国の一部ではありますが、香港で商標権を取得しても、中国で商標権を取得したことにはなりません。

このため、香港に進出する際、香港でのみ商標権を取得し、中国大陸で商標登録をしていなかったため、第三者が中国大陸で商標登録した事例があります。

例えば、良品計画（無印良品）が、1991年に香港で「無印良品」の商標出願をして、同年、香港で合併会社の営業を開始しました。

すると1994年に香港のA社が良品計画に断りなく、中国大陸に「無印良品」の商標出願をしました。

そして、1995年に中国大陸ではA社の「無印良品」の商標が登録されました。最終的に、良品計画が商標権の登録取り消しを求め、A社の「無印良品」の商標権の登録は取り消されました。

この事件では、「無印良品」が香港でも有名だったこと、また、世界で事業展開していたことが有利に働き、さらに、A社の「無印良品」が登録されてから、すぐに対応策を講じたことが幸いしたのだと思います。

これに対して双葉社は、香港で「クレヨンしんちゃん」の漫画を販売していたところ、中国企業が1997年に「クレヨンしんちゃん」の中国語訳である「蠟筆小新」の商標権を複数の商品で取得しました。さらに、その中国企業の登録商標のため、中国において、「クレヨンしんちゃん」の公式商品が偽物扱いされるという事件が発生しました。この事件では、双葉社が第三者の登録があつてから、数年後の行動だったため、商標の取り消しは認められませんでした。

現時点で、香港と中国大陸の商標法は異なりますが、ヒト、モノ、情報は、香港と中国との間を行き来しています。香港にのみ進出した商品の商標が、中国大陸で勝手に登録されて、中国大陸に進出する際、香港で使用していた商標が使えなくなる可能性があります。

さらに、香港市場での自社商品の模造品を中国大陸で販売された場合、中国大陸において商標権がなければ権利行使することは非常に困難です。

このため、香港に進出する際、中国大陸における商標権の取得を考えるべきなのです。また、冒認出願行為を発見した場合、いち早く対応することが重要です。

また、特許庁の「2008年度模倣被害調査報告書」によれば、中国での冒認出願（商標の不正な権利取得）は、131件あると報告されています。

さらに近年、日本の地名が中国大陸で商標登録されるという事件が多く発生しています。例えば、「青森」

「讃岐」等、日本の地名が登録されている事件も多発しています。日本貿易振興機構(JETRO)の調べでは、福島、秋田等、多くの地名が出願されているようです。

日本では、外国の地名の商標は原則として登録できません(商標法3条1項3号)。これに対し中国では、周知な外国の地名は登録できないことになっています(中国商標法10条2項)。ここで要注意なのは、中国国内において周知でなければ、審査の時に気づかれずに登録されてしまう可能性があるということです。

ところで皆さんは、北京、上海、大連はご存じだと思いますが、寧夏、昆明、石家荘はどうでしょう。

いずれも中国では日本の盛岡、金沢、仙台に相当する有名な地名です。中国でも東京、大阪、北海道などには有名ですが、それ以外の地名は、審査官が周知な地名と知らずに登録してしまう可能性があるのです。

それでは、中国で第三者に商標登録出願された場合、どのようにすればいいのでしょうか? 中国商標法には、第三者の商標登録出願を取り消す異議の申立てという制度があります。この制度を利用するためには、以下の2つの作業が必要になります。

まず、定期的に、自社の商標や地元の地名等が登録されているか否かを調査する。

次に、自社の商標や地元の地名などが出願され、まだ登録されていない場合、異議の申立て手続きをする。

異議の申立て手続きは、商標局の実体審査(内容の審査)が終了し、登録可能と認められた商標出願が初審査定公報に掲載される初審査定公告の日から3カ月以内に手続きを始める必要があります(中国商標法30条)。このため、第三者が勝手に自社の商標を出願し、初審査定公報に掲載されていないか、当該商標出願を監視する必要があります。仮に初審査定公報に気づかずに3カ月が経過してしまった場合、異議の申立てができなくなるからです。

しかし、2007年の日本の商標出願件数が14万3221件なのに対し、中国大陸では70万7948件と膨大な商標出願があるため、監視コストがかかります。また、異議の申立ての結果が出るまでに、2~3年かかるといわれています。さらに、上級審にいくと解決までにはかなりの時間がかかりますし、必ずしも取り消せるとは限りません。

このように、中国における冒認出願は、発生しても、異議の申立てをするにもコストがかかるのです。

そして、異議の申立てをしても、必ずしも相手の商標を取り消すことができません。仮に、異議の申立て手続きの期間経過後に、自社の商標や、地元の地名などが既に登録されていたことに気づいた場合、どのようにすればいいのか——。こういった場合、買い取り交渉のほか、取消審判手続きがあります。つまり、冒認出願の疑いがある登録商標に対し、商標評審委員会に取消審判手続きをすることが可能なのです(中国商標法41条)。この取消審判は、当該登録商標の登録の日から5年以内に提起する必要があり、その期限に注意することが必要です。悪意に登録された著名商標に対する取消審判の期限はこの限りではありません。

2. 中国での模倣問題

また、中国では、冒認出願以外にも模倣問題が発生しており、日本全体における模倣問題による逸失利益は、178億4000万円になるそうです(特許庁調べ)。

模倣問題が発生した場合、中国で商標権を持っていれば、商標権侵害として対応できます。中国では以下のとおり2つのルートがあります。

① 行政ルート

各工商行政管理機構に手続きします。地方によって手続きの期間が異なりますが、一般的に3週間から1カ月かかるといわれています。迅速、かつ、安価というメリットがありますが、案件受理の期間や具体的な要件について法律の規定がないため、工商行政管理機構ごとのばらつきが多い点がデメリットです。

② 司法ルート

商標権侵害による民事訴訟は、人民法院に手続きします。損害賠償が得られ、司法上の公正が担保されるというメリットがあり、また、保全処分を求めることができます。例えば、損害賠償の事例では、ヤマハ発動機株式会社(ヤマハ)の事例が知られています。

中国において、ヤマハは、指定商品「オートバイ」で、商標「YAMAHA」「雅馬哈」「Future」の登録商標を持っていました。そして、「YAMAHA」「雅馬哈」は、全国重点商標保護目録に掲載されていました。

このような状況下で、ある中国企業Aが日本国内で、「日本雅馬哈株式会社」の商号を登記しました。

日本では、商標と商号は別の法律で保護されているため、登録商標(「YAMAHA」「雅馬哈」と同じ商号(「日本雅馬哈株式会社」)でも登録されたのです。

そして、中国企業Aが登記した「日本雅馬哈株式会社」は、中国企業Aとの間に「日本雅馬哈株式会社」と「日本YAMAHA株式会社」の企業名を使わせる契約を結びました。そして中国企業Aは、「日本YAMAHA株式会社」「Future」と表示したエンジンとオートバイを販売しました。

まず、ヤマハは、日本の「日本雅馬哈株式会社」の商号の使用が不正競争防止法による不正競争行為だとして、商号の使用禁止などを求め、勝訴しました。

さらに、中国でも商標権侵害で訴え、約830万人民元（約1億1200万円）の損害賠償請求を勝ち取りました（筆者注：これが現地では、どのくらいの額に相当するかというと、例えば山東省では、100円を支払えば90分程度のマッサージが受けられるので、大体7億円ぐらいの損害賠償という感覚だと思います）。

このように、最近では中国でも日本企業が現地企業を商標権侵害で勝訴し、かなりの額の損害賠償請求が認められるようになりました。当然、ヤマハが中国で宣伝活動を行い、知名度を上げたこと、訴訟手続きなどがうまくいったことなど、さまざまな要因が考えられますが、ヤマハが中国で商標権を取得していなければ、勝負にすらならなかったと思います。

3. 対応策

中国で冒認出願や模倣問題を防ぐには、積極的に商標出願することが重要だと考えられます。2006年の商標出願件数は以下のとおりです。

- ・中国：74万1942件（この5年間で平均約23.9%上昇）
- ・香港：2万3529件（この5年間で平均約2.9%上昇）
- ・日本：14万3237件（この5年間で平均約2%の上昇）

また、中国では、第25類（被服など）の出願件数が8万4300件あり、全体の約11%を占めていますから、被服メーカーで中国進出を考えている企業や、インターネットで自社ブランドを紹介している場合などは、特に注意が必要です。さらに、中国で商標出願をする際の留意点を以下に紹介します。

① 中国語名が重視される

ほとんどの中国人にとって、英語は外国語であり、商品名やサービス名、社名は、中国語（漢字）が使用されます。日本には、横文字の社名が格好いいという風潮があり、片仮名や英語の社名が多く存在しますが、中国も同様だと考えると失敗することになります。

例えば、ファイザーの「バイアグラ」は、マスコミで紹介された「バイアグラ」の中国語名「偉哥」（「偉いやつ」の意味）の商標権を第三者に取られてしまいました。「偉哥」は、「バイアグラ」の良い翻訳名で、しかも、中国人にとって覚えやすい商品名です。このため、「バイアグラ」の代わりに「偉哥」が、EDの治療薬として消費者にその名前が認知されました。

そのためファイザーは、「万艾可」をバイアグラの中国語名として商標登録するしかなかったのです。その後、ファイザーは、「バイアグラ」の著名性を訴え、取り消しを求めましたが認められませんでした。今年の7月になって、中国最高人民裁判所はファイザーの再審請求を廃却しました。これは、中国語名を重要視していなかったため起きた事件だと思います。中国に事業進出する場合、中国語名を考えて、商標出願の手続きを開始してから、さらに、マスコミを教育することでトラブルを減少することができるのです。

② 日本と中国では漢字の発音が異なる

同じ漢字表記でも、日本と中国では発音が異なるため、漢字社名の企業が中国商標出願をするときに考慮が必要です。例えば「鈴木」は、日本では「su zu ki」と発音しますが、中国では、「ling mu」と発音します。

こういった場合、「鈴木」という漢字で商標出願するか、「SUZUKI」というアルファベットで商標出願するかについての検討が必要です。筆者は、2段書き、もしくは漢字とアルファベットの両方で出願すべきと考えます。なぜなら、この「鈴木」株式会社が中国に事業進出して、商品に「鈴木」や「suzuki」の商標を付けたとしましょう。仮に、「鈴木」だけで商標権を取得した場合、「suzuki」には権利が及ばないからです。

つまり中国では、「鈴木」しか商標権を持っていないと、「suzuki」を使った模倣品に対して、「鈴木」の商標権に基づく権利行使ができないのです。中国商標の実務では、「鈴木（ling mu）」と「suzuki」とでは、見た目、発音、意味が全く異なるため、非類似の商標として扱われる可能性が極めて高いのが現状です。

このため、漢字の社名を持つ企業が、中国でアルファベット表記をする場合には、漢字とアルファベットのそれぞれを商標出願するか、2段書きで商標出願することをお勧めします。

さらに中国では、片仮名や平仮名は凶形として認識されるため、基本的に発音を守ることはできません。

③ 漢字の意味を考える

中国では日本と異なり、アルファベットの社名登記が認められていないため、アルファベットや片仮名の社名の場合、中国語の社名を考えなければなりません。

例えば、ソニー、キヤノン、カシオは、中国ではそれぞれ「索尼」「佳能」「卡西欧」となっています。

さらに、漢字に対する日本人と中国人の感覚の違いを考慮する必要があります。例えば、中国人の知り合いによれば、「越」という漢字には、非常に優雅で女性的なイメージがあるのだそうです。

このように、漢字の持つ印象が異なるため、中国語の社名を考える場合、良いイメージとなるように現地の知恵を借りるべきです。ちなみに、中国大陸と香港でも微妙に感覚が異なるらしいので、ビジネスを行う場所に合わせるのがいいでしょう。

④ 類否判断において、漢字の意味の影響が大きい

日本では、商標の類否判断は外観・称呼・観念・取引の実情で行われますが、中国でも基本的には外観・称呼・観念で判断されます。しかし、以下のような事例もあることに注意が必要です。

「好歌（良い歌）」と「好哥（良いお兄さん）」は、共に「hao ge」と称呼が同じで、外観も似ていますが、意味が全く異なり非類似と判断されます。このように、中国では観念（意味）によって類否判断がされる傾向が強いのです。調査、権利形成、権利行使などの類否判断では、この相違点にも注意が必要です。

⑤ 現地商標代理人の質の問題

日本の弁理士は、特許と商標の代理人資格ですが、中国では、特許代理人と商標代理人が別の制度となっています。このため、中国の特許代理人に商標の話をして、専門外となることが多いのです。また、中国では以前、商標代理人になるために資格試験制度がありましたが、現在は資格試験制度がなくなったため、実力差が生じています。例えば、商標代理人によっては、中国に商標出願する際、香港、台湾の商標の問題についても示唆してくれます。

さらに、日本語や日本文化への理解度という問題があります。商標出願する場合、商標と指定商品・指定役務を現地代理人に伝える必要があり、例えば、日本発の新しい商品・役務を説明する際、英語でコミュニケーションすると、日本語から英語、英語から中国語と、2回翻訳が行われます。一方、日本語から中国語

に直接翻訳する場合、翻訳は1回です。

翻訳ごとに誤訳が生じる可能性があるため、翻訳回数は少ないほうが日本側の意図した権利範囲を押さえることができます。また、日本文化に理解のある代理人の場合、新しい商品や役務の中国語訳や、しゃれっ気が利いた中国語訳などを行ってくれます。そういった代理人を探すのは難しいかもしれませんが、日本語や日本文化への理解度が高く、試験にも合格している現地商標代理人を使うことをお勧めします。

4. 最後に

中国商標法は1983年より施行され、1993年と2001年の2回、改正されました。現在、第3回改正の作業中で、2010年中に採択するといわれています。今回の商標法改正案には、多区分出願、審査手続きの迅速化・効率化、不正冒認出願の防止、商標権の保護措置の強化などが挙がっているようです。

中国では、知財の保護は受けにくいと考えている方も多いと思いますが、近年、中国の法制の整備は進んでおり、権利保護の実行性が高まっています。例えば、工商行政管理総局が、2009年上半期に模倣品4万1700件を摘発、総額3億9200万元の模倣品を取り締まりました。さらに、全国の工商当局が上半期に摘発した商標違法案件は1万5500件です。このように、中国の知財への意識は高まっています(JETRO北京のHPより)。

このため、欧米企業は、中国で年間平均1億円のコストをかけ、模倣対策等を行っています。また、中国企業「華為」のPCT出願件数がPanasonicを抜き、世界第1位になったのは記憶に新しいところです。

模倣大国といわれる中国ですが、一部の企業は知財力を身につけていますし、商標権侵害による訴訟数も年々増加しています。約10年前、中国で起きた知的財産権訴訟の特徴は、ほとんどの場合、原告が外国企業で被告は中国企業でしたが、最近、中国企業の知財に対する意識が高まり、知的財産権の法的保護制度が整備されるに従って、被告席に立つ外国企業や外資系企業が少しずつ増加している傾向にあります。

伸長著しい中国マーケットにおいて、日本企業が知的財産権の保護にさらに注力し、自社の利益を守られることを祈っています。

(鈴木 康介 kosuke.suzuki@japanipsystem.com)