

中国における「類似商品及び役務区分表」を超えた類似性判断

松 橋 純 裕*

抄 録 中国では、「類似商品及び役務区分表」（以下、「区分表」）の範囲を超えた商品または役務の類似判断は認められるのか？中国の商標評審委員会（以下、「TRAB¹⁾」）が様々なテーマに基づいて商標実務の分析・研究をしている「法務通信」というレポートがあるが、2013年4月に発行された「法務通信（2013）第1期²⁾」では、2012年中にTRABで裁決された行政訴訟案件を分析し、裁判所でTRABが敗訴する状況について紹介している。このレポートによると、商品又は役務の類似判断に関して、TRABと裁判所との見解に相違が生じた案件が増加傾向にあるという。本稿では、「法務通信（2013）第1期」の分析結果を一部紹介するとともに、商品又は役務の類似判断に関して行政訴訟でTRABが敗訴した事例をいくつか取り上げ、その傾向について概観したい。

目 次

1. はじめに
2. 「法務通信」の分析結果
 2. 1 行政訴訟案件の最近の傾向
 2. 2 TRAB敗訴原因の傾向の変化
3. 商品類似判断についての相違
 3. 1 TRABの敗訴率の変化
 3. 2 相違が生じる3つのパターン
 3. 3 相違が生じる原因
4. 商品類似判断の考慮要素
5. 相違が生じた事例
 5. 1 “巴马格”事件
 5. 2 “JT”事件
 5. 3 “金花”事件
 5. 4 “大禹龙神”事件
6. おわりに

院)に上訴することができる。裁判は二審終審制である。「法務通信(2013)第1期」では、行政訴訟でTRABが敗訴した原因について分析している。ここでいうTRABの敗訴とは、TRABと裁判所の見解に相違が生じた結果、TRABが敗訴した判決を意味している。

本稿では、前半部で「法務通信（2013）第1期」の報告内容の中からTRABと裁判所の見解に相違が生じた原因の分析結果を紹介するとともに、後半部では、商品の類似判断が焦点となった行政訴訟でTRABが敗訴した事例を検討し、最近の中国の裁判所の判断の傾向について概観したい。

2. 「法務通信」の分析結果

2. 1 行政訴訟案件の最近の傾向

「法務通信(2013)第1期」によると、2012年にTRABが裁決をした案件は5.2万件あり、TRAB

1. はじめに

中国ではTRABの裁決に不服がある場合、第一審裁判所（北京市第一中級人民法院）に行政訴訟を提起することができる。第一審判決に不服がある場合、上級裁判所（北京市高級人民法

* 高田・高橋国際特許事務所 弁理士
Sumihiro MATSUHASHI

の裁決に不服を持った当事者が第一審裁判所に行政訴訟を提起した案件は2,525件であった。2011年と比較すると、2011年はTRABが裁決をした案件が3.5万件で、第一審裁判所へ行政訴訟が提起された案件が1,704件であった³⁾。TRABの裁決の件数と第一審裁判所への訴訟件数はいずれも2011年比約1.5倍増の状況だが、TRABの裁決の件数に対する第一審裁判所へ行政訴訟が提起された案件の比率（起訴率）は、2011年、2012年いずれも4.86%であり、変化がない。つまり、件数ベースでは増加しているが、全体的な起訴率では変化がないという状況となっている。

また、2012年に第二審裁判所まで進んだ行政訴訟は919件、最高裁判所（最高人民法院）の再審公聴会または再審まで進んだ行政訴訟は52件であった。

一方、表1のとおり、2012年に判決がなされた案件は、第一審が2,143件、第二審が903件、再審が52件であった。行政訴訟全体におけるTRABの勝訴率は79.6%で、その中で第一審での勝訴率は82.3%、第二審での勝訴率は73.2%。2011年のTRABの勝訴率は84.1%であったので、2011年比で見るとTRABの裁決が裁判所で覆されるケースが増加している傾向が見てとれる。

表1 行政訴訟案件の数量的変化

	2012年	2011年
TRAB裁決	5.2万件	3.5万件
第一審起訴	2,525件	1,704件
第一審判決	2,143件	1,650件
第二審起訴	919件	903件
第二審判決	903件	940件
TRAB勝訴率	79.6%	84.1%

2.2 TRAB敗訴原因の傾向の変化

次に、「法務通信(2013)第1期」から、TRABが敗訴した主要原因の経年変化を紹介する。

表2 TRAB主要敗訴原因の経年変化表⁴⁾

	2012年	2011年	2010年
商標類似	24%	29%	24%
商品類似	24%	17%	12%
新証拠の採用	10%	3%	不明
10条1項8号 “不良影響”	6%	8%	13%
13条2項	5%	2%	不明
31条前半	5%	7%	7%
顕著性	5%	5%	7%
挙証責任分配	4%	0.7%	不明
31条後半	4%	7%	4%
情勢変更	0.8%	6%	3%

表2を見るとわかるとおり、商標の類似判断が焦点となってTRABが敗訴したケースが主要敗訴原因の3割弱を占め、常にトップである(2010年24%、2011年29%、2012年24%)。しかしながら、注目すべきは商品の類似判断が焦点となってTRABが敗訴するケースで、前年比7%、前々年比では12%も上昇している。すなわち、TRABが裁決した商品の類似判断が裁判所で覆される率が上昇しているということだ。

3. 商品類似判断についての相違

3.1 TRABの敗訴率の変化

表3は、TRABが敗訴した全案件中で、商品の類似判断が焦点となった案件数を表している。

表3 商品類似判断の相違によるTRAB敗訴件数

	件数	割合	
2009年	22件	9%	1審+2審
2010年	36件	12%	1審のみ
2011年	38件	18%	1審のみ
2012年	88件	23%	1審のみ

2009年時点では第一審と第二審を合わせても9% (22件) だったのが、年々少しずつ増加し、

2012年には第一審だけで23%（88件）を占めるほど上昇している。

3. 2 相違が生じる3つのパターン

商品の類似判断が焦点となってTRABと裁判所の間で見解の相違が生じる主要な状況としては、以下の3つのパターンがある。

一つ目は、TRABの裁決で、区分表に則って商品または役務非類似の判定をしたのに対し、裁判所がTRABの認定を覆し、区分表の範囲を超えて類似判定をしたパターン。

二つ目は、TRABが悪意性や商品の関連性、引用商標の知名度あるいは独創性等を総合的に参酌して、区分表の範囲を超えて商品又は役務の類似判断をしたのに対し、裁判所がTRABの見解を否定し、商品又は役務に関して非類似の判断を下したパターンである。

三つ目は、TRABの裁決で、区分表に則って商品または役務類似の判定をしたのに対し、裁判所が区分表の範囲を超えて非類似判定をしたパターンである。

3つのパターンの数量的な比率は公表されていないが、TRABの分析によると、TRABの敗訴案件中、一つ目のパターンが最も多い原因とのことである。なお、本稿後半部で紹介する事例もすべてこのパターンである。

3. 3 相違が生じる原因

区分表は、WIPOのニース分類に基づいて長期にわたる商標審査の実践の中で、中国市場における商品の機能、用途、生産部門、販売ルート、消費対象者等、また役務の目的や内容、方式、対象等の要素を総合的に考慮してでき上がったものであり、公開性や統一性、安定性を備えている。その点、審査においては有用な参考資料であることは間違いない。

TRABは、裁判所との間に見解の相違が生じる原因のひとつとして、区分表に対する両者の

スタンスの違いを挙げている。

商標局における審査段階では、行政効率を最優先しながら、公平性にも配慮することが原則となっている。そのため、商品の類似判断は、基本的に区分表に従う判定がなされている。2012年に中国商標局が受理した商標出願件数は164.8万件あり、審査を行った出願件数は122.7万件に上る。これだけの件数を処理するには効率を優先して、区分表に厳格な判断がなされるのも致し方ないところであろう。

一方、商標局の審査と異なり、商標権確定段階や商標権訴訟の段階では、公平性と効率を比較すると、公平性を重視した判定がなされる。もちろん、商品の類似判断にあたっては、区分表の分類が参考とされるが、決してそれに固執せず、案件ごとの具体的な状況を総合判断して、商品の類似判断が可能である。

しかしながら、ここで注意が必要なのは、裁判所において区分表を超えた判断がなされる案件は、まだごく一部に過ぎないということである。年々比較的に上昇して来ている傾向にはあるものの、たとえば、2012年のデータでは、そのような案件は148件であり、これは、TRABが応訴した案件全体のわずか4.8%である。すなわち、実際には、裁判所においても、類似商品及び役務区分表に従って判断されている案件が圧倒的であり、なかなか区分表を超えた類似判断を引き出すことは難しいことがわかる。

4. 商品類似判断の考慮要素

さて、ここで中国における商品の類似判断の基準について確認をしておきたい。中国において、商品又は役務の類似判断が関係する主要な条文としては、中国商標法第28条と第52条（一）項の規定である。

第28条の規定ぶりは、「登録出願にかかる商標が、この法律の関係規定を満たさない、又は他人の同一の商品又は類似の商品について既に

登録され又は初歩審定を受けた商標と同一又は類似するときは、商標局は出願を拒絶し公告しない。」となっており、他人の既登録商標と同一又は類似する商標は、この規定により拒絶されることとなっている。すなわち、審査段階で商品または役務の類似判断が関係する規定である。

一方、第52条（一）項の規定ぶりは、「商標登録権者の許諾なしに、同一の商品又は類似の商品にその登録商標と同様又は類似の商標を使用しているとき」は、登録商標専用権の侵害とする、となっている。すなわち、商標権侵害の場面で商品または役務の類似判断が関係している規定である。

それでは、具体的にどのような観点から、商品または役務の類似判断がなされるのか。中国は判例法主義ではないので、法律の具体的な解釈については最高人民法院の司法解釈等を参照する必要がある。

(1) 商標民事紛争案件の審理に適用する法律の若干の問題に関する解釈⁵⁾

第十一条には、「商標法第52条（一）項に規定されている類似商品とは、機能、用途、生産部門、販売ルート、消費対象等の面において一致している、あるいは関連公衆が一般にその商品と特定の関係があると認識し、容易に混同を生じる商品のことをいう。類似役務とは、役務の目的、内容、方式、対象等の面において一致している、あるいは関連公衆が一般に特定の関係があると認識し、容易に混同を生じる役務のことをいう。」となっている。商品または役務の類似判断については第十二条に規定があり、「関連公衆の商品又は役務に対する一般的な認識に基づいて総合的に判断すべきで、『商標登録用の商品と役務の国際分類表』と『類似商品と役務区分表』は、商品又は役務の類似判断の参考としてもよい」となっている。

(2) 商標の権利付与・権利確定の行政案件の審理における若干の問題に関する意見⁶⁾

次に、2010年4月に通知された「商標の権利付与・権利確定の行政案件の審理における若干の問題に関する意見」では、「15、関連商品あるいは役務の類似判断を審理するにあたっては、商品の機能、用途、生産部門、販売ルート、消費者群等が一致している、あるいは比較的大きな関連性を有しているか、役務の目的、内容、方式、対象等が一致しているか、あるいは比較的大きな関連性を有しているか、商品と役務の間に比較的大きな関連性を有しているか、商品あるいは役務が同一の主体によって提供されている、あるいはその提供者の間に特定の関係が存在していると容易に関連公衆に認識させるかどうかなどを考慮しなければならない。『商標登録用の商品と役務の国際分類表』と『類似商品と役務区分表』は、商品又は役務の類似判断の参考としてもよい」となっている。さらに、商標の類似を認定する際には、「16、商標標識の構成要素及びその全体の近似の程度を考慮するだけでなく、関連商標の顕著性及び知名度、使用商品の関連の程度等の要素も考慮し、容易に混同を生じるおそれがあるか否かを判断の基準とする」となっている。

(3) 知的財産権裁判の機能を十分に発揮させ、社会主義文化の大きな発展・繁栄を推進し経済の自主的強調的發展を促進する上での若干の問題に関する意見⁷⁾

また、2011年12月に発行された「知的財産権裁判の機能を十分に発揮させ、社会主義文化の大きな発展・繁栄を推進し経済の自主的強調的發展を促進する上での若干の問題に関する意見」の通知では、「20、商標を使用する商品の関連性を十分に考慮し、商品類似の認定基準を的確に把握すること。商品類似の認定に当たっては、類似商品区分表を参考にしてもよいが、

市場の実情をより尊重すべきである。関連する公衆の一般認識を基準にして、商品の機能や用途、生産部門、販売ルート、消費対象者などの要素を結び付けて、商標法上の商品類似を正確に認定する。権利主張対象の商標がすでに実際に使用されておりかつ一定の知名度を有している場合には、商品類似の認定にあたり、商品間の関連性を十分に考慮する。関連する公衆が、商品に対する通常の認識及び一般的な取引観念に基づき、特定の関連性があると認める商品については、類似商品の範囲に含める実情として参酌してもよい」となっている。

以上のとおり、最高人民法院の見解では、商品又は役務の類似判断にあたっては、区分表は参考にしても良いが、案件の具体的な実情を総合的に考慮すべきだと解釈されている。

5. 相違が生じた事例

それではここから、TRABと裁判所で見解の相違が生じた事例を検討してみたい。なお、各事件の争点については、便宜上、商品の類似判断以外の争点は省略した。

5.1 “巴马格”事件

被異議商標 第1935604号
指定商品区分：第23類
指定商品：長繊維、人造絹糸等
商標

巴 馬 格

引用商標一 第273133号
指定商品区分：第7類
指定商品：熱可塑性樹脂生産用絹糸、単糸紡織機等
商標

巴 馬 格

“巴马格”事件概要

商標の類似

被異議商標と引用商標は、簡体字と繁体字で表されている点で違いはあるが、類似の商標に属する。

争点

被異議商標の指定商品は第23類の長繊維等で、引用商標の指定商品は第7類の熱可塑性樹脂生産用絹糸、単糸紡織機等。区分表上は非類似商品に該当する状況の下、被異議商標の指定商品と引用商標の指定商品が類似商品に該当するかどうか争点となった。

事件経緯

異議→登録維持裁定
復審→登録維持裁定
一審→登録維持判決
二審→登録取消し判決（2012年8月9日）⁸⁾

異議審判の商標局と復審のTRABはいずれも、区分表に従い、商品非類似の裁定を下した。第一審の北京市第一中級裁判所の審理では、原告は繊維業界の報道資料や中国化学繊維協会による証明書等を追加証拠として提出し、原告が生産している紡績機械と被異議商標に係る第23類の長繊維や人工繊維等の商品との関連性が高いこと及び原告商品の知名度等を主張した。判決では、原告商品が一定の知名度を有することは認められたが、商品の類似判断については、商品間の差異が大きいとの理由で商品非類似の判決がなされた。

これに対し、第二審の北京市高級裁判所では、第一審の判断を覆し、被異議商標の指定商品と引用商標の指定商品は、機能、用途、生産原料、販売ルート等の面で差異はあるが、商品の商業領域に密接な関係性があるため類似商品に該当するとの判決がなされた。

北京市高級裁判所は判決の中で、商品の類似認定について、次のように述べている。

「商標の権利付与及び権利確定の判定過程においては、商標法上の関連商品の類似判断は、関連商品の物理的な特性の比較ではなく、主に

商標の共存が問題ないか否かを考慮し、または商標の保護範囲の大きさを決定する。出所の混同を避けることが商品類似の関係を判断する時の基本原則のひとつである。それゆえ、審査で関連商品の類似を判断する時には、商品の機能、用途、生産部門、販売ルート、消費者群等が一致しているか、あるいは比較的大きな関連性を有しているか、商標同士の共存が関連公衆に商品あるいは役務が同一主体により提供されていると容易に認識させるか、あるいはその提供者間に特定の関係が存在するかなどを考慮すべきである。商標登録用の商品及び役務国際分類表と類似商品及び役務区分表は、商品あるいは役務の類似判断の参考としてもよい」。

本件の場合、原告商標にある程度の知名度があったことと併せて、商品同士の密接な関係性を証明する上で適切な証拠を原告が提出したことで、区分表の範囲を超えた判断を裁判所から引き出すことができたといえる。

5. 2 “JT” 事件

被異議商標 第3864752号

指定商品区分：第34類

指定商品：喫煙用ライター等

商標



引用商標一 国際登録第767433号

指定商品区分：第34類

指定商品：紙巻きたばこ，未加工あるいは加工済みたばこ，喫煙具，マッチ

商標



引用商標二 第541331号

指定商品区分：第34類

指定商品：未加工あるいは加工済みたばこ，喫煙具，マッチ等

商標



“JT” 事件概要

商標の類似

被異議商標と引用商標は、文字の構成と配列順序が共通しており、かつ外観全体に視覚的に明白な差異がない。よって、両者は近似した商標である。

争点

被異議商標の指定商品は第34類の喫煙用ライター等で、引用商標の指定商品も同じく第34類の未加工あるいは加工済みたばこ，喫煙具，マッチ等。日本の類似商品分類表では同一の商品類似群に属しているが、中国の区分表上は、喫煙用ライター，タバコ，喫煙具，マッチは別々の類似商品群に属している。このような状況の下、被異議商標の指定商品と引用商標の指定商品が類似商品に該当するかどうか争点となった。

事件経緯

異議→登録維持裁定

復審→登録維持裁定

一審→登録維持判決

二審→登録取消し判決（2012年10月18日）⁹⁾

異議審判の商標局と復審のTRABはいずれも、区分表に従い、商品非類似の裁定を下した。第一審の北京市第一中級裁判所の審理では、商品同士の一定の関連性を認めたものの、両商品の生産ルート、機能、用途上はなお一定の違いがあり、関連公衆は明確に商品の区別をつけることができ、混同は引き起こされないため、非類似商品であると判決を下した。

これに対し、第二審の北京市高級裁判所では、第一審の判断を覆し、被異議商標の指定商品と引用商標の指定商品は、生産部門、用途等の面

で一定の差異はあるが、販売ルートや消費対象者等の面では比較的強い関連性を有しているとともに、消費者が商品を購入する場面で通常同時に現れるものであるため類似商品に該当するとの判決がなされた。

本件の場合、原告は、タバコのパッケージや広告資料などを証拠として提出し、商標の知名度を主張したが、その主張は裁判所に認められなかった。しかし、商標の知名度がなくても、最終的に裁判所が区分表の範囲を超えた判断を下したのは、それだけ本件の商品同士の関連性が高かったからだといえるであろう。この点、原告が提出した証拠が決め手となって第二審の判決がなされた“巴马格”事件とは、事情が若干異なっている。

5.3 “金花”事件

被異議商標 第3570359号

指定商品区分：第5類

指定商品：衛生消毒剤，消毒剤

商標

引用商標 第3329016号

指定商品区分：第5類

指定商品：人用の薬剤，医用栄養補助食品，乳幼児用食品，薬剤用カプセル，錠剤，医用栄養添加剤，医用ロイヤルゼリー，各種注射薬，医用生物学製剤，医薬用化学剤

商標

“金花”事件概要

商標の類似

被異議商標と引用商標は、共通の文字で構成されており、近似した商標である。

争点

被異議商標の指定商品は第5類の衛生消毒剤と消毒剤で、引用商標の指定商品も同じく第5類の人用の薬剤，医用栄養補助食品，乳幼児用食品，薬剤用カプセル，錠剤，医用栄養添加剤，医用ロイヤルゼリー，各種注射薬，医用生物学製剤，医薬用化学剤。中国の区分表上は、両者の指定商品は別々の類似商品群に属している。このような状況の下、被異議商標の指定商品と引用商標の指定商品が類似商品に該当するかどうか争点となった。

事件経緯

異議→登録維持裁定

復審→登録維持裁定

一審→登録取消（異議成立）判決

二審→一審維持（上訴棄却）判決（2012年8月31日）¹⁰⁾

異議審判の商標局と復審のTRABはいずれも、区分表に従い、商品非類似の裁定を下した。第一審の北京市第一中級裁判所の審理では、TRABの認定を覆し、引用商標の指定商品中の“医用生物学製剤，医薬用化学剤”は、“抗真菌用薬剤，殺菌剤”の上位概念として理解すべきものであり、被異議商標の指定商品“衛生消毒剤，消毒剤”と比較すると、機能，用途，消費者群，販売ルートにおいて共通部分があり、類似商品と判定すべきである。さらに、原告提出の各種証拠から、引用商標がある程度の知名度を有していることも考慮すると、両商標は類似していると認定すべきであると判決を下した。

TRABは、第二審の北京市高級裁判所に不服を申し立てた。第二審におけるTRABの主な主張点は、商品の類似判断に対するTRABの見解がはっきりと表出していて、興味深いので、以下、紹介する。

(1)「商品類似区分表」は一定の客観性，科学性，安定性を備えたものであるため、類似商

品の判断にあたっては重要な参考根拠とすべきで、安易に区分表の範囲を超えるべきではない。

(2) 裁判所はできる限り区分表を参考とすべきで、原告が区分表を覆すに足る証拠を提出していない状況にもかかわらず、機能、用途、生産部門、販売ルートや消費対象者等から、裁判所が主体的に区分表を超えた判断をするだけの根拠となる事実はない。

(3) 商標の知名度は、類似商品の判断の参考要素とすべきでなく、商品類似の判断は客観的に存在する事実に基づくべきで、その他の主観的な要素の影響を受けるべきではない。

北京市高級裁判所は、第一審の判決維持の判断をするとともに、TRABの上記の主張に対し、以下のように述べた。

(1)の裁判所における「区分表」の扱いに関しては、「商標民事紛争案件の審理に適用する法律の若干の問題に関する解釈」(法釈[2002]32号)を根拠として挙げ、裁判所が商品の類似判断をするにあたっては、「区分表」を参考としてもよいが、「区分表」に機械的に従うことはせず、主に機能、用途、生産部門、販売ルート、消費対象者等の面から、共通する面があるか、関連公衆に容易に混同を生じるかを考慮する。

(2)の「原告が区分表を覆すに足る証拠を提出していない状況にもかかわらず、裁判所が主体的に区分表を超えた判断をするだけの根拠となる事実はない」との主張に対しては、TRABの主張に根拠がないとのひと言で、主張を退けている。

(3)の商品の類似判断にあたっては商標の知名度等の要素を総合考慮すべきではないという主張に対しては、商品の類似判断にあたっては、商品の物理的な属性だけを単純に比較すべきではなく、商標が共存できるか否か、商品の出所混同のおそれが生じないか否かを主に考慮する。引用商標の知名度等を総合的に考慮し、関連商品が類似商品だと判断した原審の判決は妥

当である。

上記の裁判所の主張をまとめると、商品の類似判断にあたっての裁判所の主な判断基準は、商標同士が共存しても問題ないかどうか、商品の出所に混同が発生する可能性があるか否かであり、区分表の範囲に固執することなく、引用商標の知名度等の個別具体的な事実関係を考慮したうえで、商品の類似判断を行うということである。第二審裁判所の主張は、最高人民法院の司法解釈に則った妥当な見解であるといえる。

5.4 “大禹龙神”事件

係争商標 第5050575号

指定商品区分：第32類

指定商品：ビール、モルトビール、ジンジャービール、飲料製造用調整品、飲料製造用シロップ

商標

引用商標 第3209542号

指定商品区分：第33類

指定商品：白酒¹¹⁾、ワイン、アルコール飲料

“大禹龙神”事件概要

商標の類似

係争商標と引用商標は、基本的に共通しており、近似した商標である。

争点

係争商標の指定商品は第32類のビール、モルト

ビール等で、引用商標の指定商品は第33類の白酒、ワイン、アルコール飲料。中国の区分表上は、両者の指定商品は別々の類似商品群に属している。このような状況の下、係争商標の指定商品と引用商標の指定商品が類似商品に該当するかどうか争点となった。

事件経緯

無効審判→登録維持裁定

一審→登録維持判決¹²⁾

二審→一審判決取消（無効）判決

無効審判においてTRABは、区分表に従い、商品非類似の裁定を下した。第一審の北京市第一中級裁判所もTRABの裁定を支持し、商品非類似の判決を下した。北京市第一中級裁判所の判決理由は以下のとおりである。「商標民事紛争案件の審理に適用する法律の若干の問題に関する解釈」を根拠として、商品の類似判断にあたっては、関連公衆の商品に対する一般認識を考慮し、商品の機能、用途、生産部門、生産原料、販売ルート、消費対象者等の面から総合的な判断を行うべきで、その際、区分表は参考としてもよい。

本案については、引用商標の指定商品が第33類の“白酒、ワイン、アルコール飲料”であるのに対し、係争商標の商品は第32類の“ビール、モルトビール、ジンジャービール、飲料製造用調整品、飲料製造用シロップ”であり、両者は異なる区分に属する。さらに、ビール等の商品と白酒等の商品とは、生産原料や生産加工技術等の面で比較的大きな差がある。消費対象者や販売場所等の面で両者に重なる部分は存在するが、総合的に判断をすると、係争商標と引用商標の商品は非類似である。また、引用商標が一定の知名度を備えているとの原告の主張に対しては、原告提出の証拠が不十分との理由で主張を退けた。

これに対し、第二審の北京市高級裁判所では、第一審の判断を覆し、係争商標の指定商品のビールと引用商標の指定商品の白酒とは、原料、

生産加工技術、加工場所等の面が同一ではないが、消費対象者および販売ルートは基本的に共通している。このような状況の下、もし両商標がビールと白酒の商品上で共存した場合、関連公衆に、同一営業主が提供する商品、あるいは提供者の間に特定の関係が存在すると容易に連想させる。同時に、当事者の提出した証拠は、引用商標が一定の知名度を有している証明として根拠となりうることも併せ考慮すると、係争商標と引用商標とは類似の商標に該当するとの判決がなされた。

本件は、無効審判という点で、他の3件と異なるが、司法解釈に則った商品の類似判断がなされている点は共通している。

6. おわりに

比較として、日本における商品の類似判断についても簡単に触れておきたい。日本の場合、商品の類似判断の基準についての最高裁判決の代表例は「橘正宗」事件¹³⁾である。判決中、関連部分は以下のとおり。

「商標が類似のものであるかどうかは、その商標を或る商品につき使用した場合に、商品の出所について誤認混同を生ずる虞があると認められるものであるかどうかということにより判定すべきものと解するのが相当である。そして、指定商品が類似のものであるかどうかは、原判示のように、商品自体が取引上誤認混同の虞があるかどうかにより判定すべきものではなく、それらの商品が通常同一営業主により製造又は販売されている等の事情により、それらの商品に同一又は類似の商標を使用するときは同一営業主の製造又は販売にかかる商品と誤認される虞があると認められる関係にある場合には、たとえ、商品自体が互いに誤認混同を生ずる虞がないものであっても、それらの商標は商標法(大正一〇年法律九九号)二条九号にいう類似の商品の商品にあたりと解するのが相当である。(下

線は執筆者が付した。）」

日本における商品の類似性が争われた事案としては、「ACE」事件¹⁴⁾、「SUMCO」事件¹⁵⁾、「腸能力」事件¹⁶⁾などが挙げられるが、いずれも「橋正宗」事件の判断基準に沿った判断がなされている。

「橋正宗」事件の判決の要旨をより簡単にまとめると、商品の類似判断にあたっては、商品自体の属性に縛られず、実際の取引実情を通じて商品の誤認混同のおそれを総合的に判断すべきであるという考え方である。中国と日本とで、言葉の表現は異なるものの、事案の具体的な実情を総合的に考慮して商品の類似性を判断すべき点では共通しており、本質的な考え方に大きな違いはないと思われる。

また、日本も独自の類似商品・役務区分表を審査上活用しているため、その点、効率を重視した審査段階では区分表どおりに商品の類似判断が行われているのは、中国と同様である。ただ、日本の場合、審判段階まで行けば、案件ごとの取引実情を考慮して、区分表を超えた類似判断がなされることも多く見受けられるが、中国の場合、裁判段階まで上がっても、なかなか区分表を超えた類似判断を引き出すことが難しいことは、日本と中国との実務上の違いとして十分に認識しておく必要がある。

さらには、前述のとおり、中国は判例法主義ではないため、今回事例として挙げたロジックがそのまま他の案件でも適用できると純粋に期待することはできない。しかしながら、引用商標が有する一定の知名度が商品の類似判断に与える影響が大きいことは事例から明白であるし、「巴马格」事件のように、適切な証拠集めをすれば、裁判所において区分表を超えた商品

又は役務の類似判断を引き出す有効な根拠となり得ることは、実務上十分参考に値するであろう。

注 記

- 1) 国家工商行政管理総局の管轄下の機関。商標局の決定に対する不服審判や取消審判等を司る。英文名称：Trademark Review and Adjudication Board, 略称：TRAB
- 2) 国家工商行政管理総局商標評審委員会, 法務通信(2013)第1期, 総第60期
- 3) 国家工商行政管理総局商標評審委員会, 法務通信(2012)第2期, 総第57期
- 4) 2010年のデータは、「法務通信(2012)第2期」から抜粋。
- 5) 法釈[2002]32号, 商標民事紛争案件の審理に適用する法律の若干の問題に関する解釈
- 6) 法発[2010]12号, 商標の権利付与・権利確定の行政案件の審理における若干の問題に関する意見
- 7) 法発[2011]18号, 《知的財産権裁判の機能を十分に発揮させ、社会主義文化の大きな発展・繁栄を推進し経済の自主的強調的發展を促進する上での若干の問題に関する意見》の通知
- 8) 2012年8月9日(2012)高行終字第924号
- 9) 2012年10月18日(2012)高行終字第1069号
- 10) 2012年8月31日(2012)高行終字第961号
- 11) 穀物を原料とする中国の蒸留酒。
- 12) 第一審判決は、2011年8月26日(2011)一中知行初字第378号。なお、二審については、判決文が公開されていないため、中国知識産権報社の案件紹介記事を参考とした。
- 13) 最高裁昭和36年6月27日第三小法廷判決 民集15巻6号1730頁
- 14) 平成14年(行ケ)第649号 審決取消請求事件
- 15) 平成15年(行ケ)第456号 審決取消請求事件
- 16) 平成19年(行ケ)第10042号 審決取消請求事件

(原稿受領日 2014年1月29日)