

中国における船用模倣品対策に 関する調査

2007年3月

社団法人 日 本 船 用 工 業 会

刊行によせて

当工業会では、我が国の造船関係事業の振興に資するために、競艇公益資金による日本財団の助成を受けて、「造船関連海外情報収集及び海外業務協力事業」を実施しております。その一環としてジェトロ船舶関係海外事務所を拠点として海外の海事関係の情報収集を実施し、収集した情報の有効活用を図るため各種調査報告書を作成しております。

本書は、当工業会が日本貿易振興機構と共同で運営しているジェトロ・上海・センター船舶機械部にて実施した「中国における船舶模倣品対策に関する調査」の結果をとりまとめたものです。

関係各位に有効にご活用いただければ幸いです。

2007年3月

社団法人 日本船舶工業会

はじめに

近年、中国政府は知的所有権に係る法令及びその運用規定の整備に積極的に取り組むとともに、ニセ物の取り締まり体制を強化して、ニセ物や技術の不正使用に厳しく摘発する姿勢を打ち出している。また、取り締まり関連の役所では、ニセ物と本物の区別を行うためのトレーニングセミナーも開かれ、多くの担当者が熱心に勉強を行っている。

しかしながら、その一方でニセ物の販売現場はどうなっているであろうか。

2006年6月、上海市内の中央に立地し、有名ブランドのコピー商品等の販売で活況を呈していた襄陽服飾市場（通称“ニセ物市場”）が撤去されたが、当該市場に出店していた企業のうち、かなりの企業が別の市場に集団移転し、往事の活況を取り戻そうとする試みも行われている。また、外国人が多数住む古北新区では、日本の人気テレビドラマに中国語の字幕をつけた海賊版がCD・ビデオの専門店でも多数販売されており、大型外資系スーパーを除けば、今でも、ニセ物を扱っていない店を探すことの方が難しいと思われるほどである。

中国では、既に知財法の整備も相当程度進んではいるものの、法の運用を行う審査官の判断に疑問を抱かざるを得ないケースも見受けられ、多額の費用を投じて中国企業との行政訴訟を行った企業が、残念ながら必ずしも報われるとは限らないという状況である。

このように依然としてニセ物が跋扈し、技術・意匠の不正使用が後を絶たない理由としては、中国企業が既に一定の製造技術力を備えていること、急激な経済成長に乗り遅れないように“手っ取り早く儲けたい”とする商業主義、地元経済の発展を最優先とする一部の地方政府の姿勢など様々な要因が重なっており、中国におけるニセ物問題は非常に根の深いものとなっている。

こうした社会情勢の下で、権利を侵された企業としては、目の前の問題に対して、どのようなアプローチでの対処が長期的視点から最も効果的であるかを検討しつつ、一つづつ地道に取り組んでいくしかない。本報告書がこうした企業にとって、中国におけるニセ物問題の現状を理解し、対策を検討する上での一助になれば幸いである。

ジェトロ・上海・センター 船用機械部
ディレクター 赤 星 貞 夫

目 次

1. 模倣品と模倣品業者	1
1-1 模倣品と模倣品業者	1
1-2 模倣手口の具体例や特殊例	5
1-3 模倣品業者の手口・対策の変遷	11
1-4 船用模倣品等による被害のケーススタディー	13
2. 権利者	15
2-1 模倣品対策を行う理由	15
2-2 調査会社への摘発依頼の仕方	16
2-3 調査会社に摘発を依頼する前に	18
2-4 摘発現場への立会い	20
3. 中国の模倣品取り締まり機関と摘発	22
3-1 中国の模倣品取り締まり機関とその使い分け	22
3-2 根拠法と条例	25
3-3 行政機関を効率良く活用する	28
3-4 刑事責任の追及	31
3-5 行政摘発	33
3-6 真贋鑑定と鑑定証明	37
3-7 摘発後の処理（処罰結果の確認）	41
3-8 摘発後の処理（廃棄事実の確認）	43
3-9 損害賠償請求と民事訴訟	44
3-10 取り締まり機関に対する感謝表明	45
4. 調査会社	46
4-1 調査会社誕生の経緯	46
4-2 調査会社の役割	47
4-3 摘発行動	48
5. 模倣品対策	52
5-1 戦略的思考の必要性	52
5-2 法的対応措置と非法的対応措置	52

添付資料

1. 最高人民法院による不正競争民事紛争案件の審理における法律適用の 若干の問題に関する解釈（意見募集稿）（use for ○○の取締りを可能と する法的根拠）	59
2. 中華人民共和国商標法（工商行政管理局（AIC）の取締りの根拠法）	69
3. 中華人民共和国製品品質法（質量技術監督局（TSB）の取締りの根拠法）	81
4. 著名商標の認定と保護に関する規定（馳名商標（＝著名商標）に関する法）	95

1. 模倣品と模倣品業者

1-1 模倣品と模倣品業者

模倣品とは、他者の正当な権利（商標権、意匠権、特許権、著作権等）を無断で使用した製品の事を指す。模倣品は本物そっくりに作られているにも関わらず、本物とは一切無関係の製品である。よって、それがもとで起きた事故やトラブルについても、権利者の関与する所ではない。

オリジナルの製品には企業が時間をかけて研究開発により築き上げた最先端技術や企業秘密としてのノウハウが組み込まれており、簡単に他者が 100%模倣できるわけではない。

中国にはまだまだ技術レベルの低い製造業者が数多く存在するが、彼らはオリジナルの製品そっくりに作り上げる技術を持つどころか、製品の表面や化粧箱に印刷された標示にすら、明らかな誤記を犯していることも珍しくはない。

例えば日本語のひらがな、カタカナは日本独自の文字であるが、日本独自の文字であるが故に、中国人には異質の外国語として写り、“シ”と“ツ”や“ろ”と“る”の間違いなど、その模倣レベルは決して高くはないものもある。

おそらく模倣する中国人の側にとっては、そもそも日本人に対して販売する事を目的としていないから、同じ中国人なら日本語の細かな表記の違いまではわからないだろうと高を括っているのかもしれない。

船舶用品の模倣品にも上述のことが当てはまる。

一方、模倣品業者とはそのような模倣品を作ったり、売ったりする業者全般を指す。

特に 1990 年代半ば頃より、中国経済の急速な発展によって国内の各産業は急速に成長しており、熾烈で過酷な生存競争の中で、ハイリターンを求めて他者よりもより早く、より大きく成長・発展する為には多少の違法行為というハイリスクは覚悟せねばならないと考えるものもいる。

また、まだまだ法整備が追いついていない中国での知的財産権に関して、付け入る隙が非常に大きかったという面もある。

とりわけ商標権に関していえば、たとえ粗悪品であっても、ひとたび日本や欧米の有名ブランドを製品やパッケージに標示さえすれば、場合によっては市価の 5~10 倍、もしくはそれ以上の高値で売ることができる。

日本や欧米の有名ブランド製品の価格と中国国内製品の価格との大きな開きを一言で説明すると、「品質に対する信頼の差」であると言えることができる。

模倣品業者はこのニセブランドを付すことによって、消費者に対して「品質に対する信頼の差」を欺く代わりに、自己が「大きな金銭的利潤」を得ているのである。逆にブランドの権利者は「品質に対する信頼」と共に「金銭的利潤」を失っている事になる。

したがって、理論的には権利者側のメーカーが真正品の販売価格を引き下げればニセモノは激減する事になる。とは言え、権利者は製品開発や広告等の為に莫大な資金を投入してきているので、そう簡単に販売価格を引き下げることができない。

このような権利者側のジレンマに付け込むかのように、真正品の“価格差の大きい”模倣品であるほど、模倣品業者は数多く生産・販売し、あぶく銭を儲けている。

模倣品業者は、一般的には工場等を主とする「生産業者」と、販売店や保管倉庫等を中心とする「流通・販売業者」とに大別される。

ただ一口に模倣品業者と言っても、近年のように模倣品ネットワークの複雑化により、それに製造領域から流通・販売領域にかけて従事する製造工場やパッケージ・ラベル印刷業者、包装業者、運送業者、保管倉庫、卸売り業者、小売り業者等の全てが模倣品業者としての可能性を持つ事になる。

船舶用品の模倣品業者にも上述のことは当てはまり、中国においては船舶関連部品の需要が大きいゆえに、船舶用品を扱う模倣品業者は少なくないと考えられる。

【製造領域】

- ・ 生産設備を備えた正規の製造工場
- ・ 民家や倉庫などを改造したヤミ工場（無許可の営業をおこなっている業者や機械設備らしいものも持たず、簡単な工具の使用による組立てや包装専門の業者）
- ・ パッケージ・ラベル印刷業者

【流通領域】

- ・ 運送業者（運送会社や運搬車両そのもの）
- ・ 卸売り業者（外部に離れ倉庫を所有するケースが多い。上述の“ヤミ工場”との区別が付かなくなっている。）
- ・ 保管倉庫
- ・ 小売業者

これらの模倣品業者らは時には区域をまたぎ、工場を分割して分業としてのネットワーク生産を行う事によって、権利者による模倣品対策活動をますます困難にしている。

ただ模倣品業者は生産や販売のネットワークをあわせると、中国全土に広がりを見せているが、これらの業者はそれぞれが自らの経済的利益の為に動いている者が集まった半ば自然発生的な模倣品ネットワークばかりであり、特に彼らを背後からたばねている大きな黒幕のようなものは存在しないと言われている。

模倣品業者の手口はますます狡猾化し、またますます隠蔽化している。

また、模倣品業者はそれこそ夜間や土日祝日を問わず、場合によってはほとんど年中無休に近い形で、製造や販売等の模倣行為を行う意欲を見せており、ある意味では非常に勤勉であるとも言える。ただし、そんな模倣品業者にも唯一の例外があり、中国の国民的休暇である旧正月（中国では春節という）の時期については活動を完全に休止するところが多い。

模倣品業者というのは、一般的には非常に貧しい階層の出身者はどちらかというとな少なく、中国の中では比較的経済状況に恵まれた大中規模レベルのような一定の社会的な影響力を持つ業者が大半を占めている。

そして彼らのほとんどは模倣品を作る／売る行為が違法であり、行政機関に見つかれば没収や罰金の処罰を受けるという事を十分に知りながら、それでも敢えて違法行為を行っている“確信犯”ばかりとなっている。

決してちょっとした“出来心”から来たものではなく、見つければ運が悪かった、見つからなければもうけもの、といった博打的な感覚で薄利多売を営んでいるものが非常に多い。

摘発を受けた模倣品業者の中には、「今回はゲームに負けただけだ。次は見つからないように注意すればいい」という主旨の言葉を吐いている者さえいるように、模倣品業者がこのような発想をしなくなるまで、徹底的に対策を取り続ける必要があると言える。

それ故に彼らが“運悪く”行政機関から摘発を受けた際は、コネ、ワイロ、暴力、泣き落とし等、ありとあらゆる手段を講じて摘発の手を止めさせようとしてくる。

特に中国では比較的よく見かけられる手法とは言え、泣き落としの為には彼らは平気で老婆や幼い子供、果ては妊婦までをも摘発現場に出させて捜査の妨害を行い、周囲に同情的な雰囲気を作り上げようとする。

ただこれについては、もしも心に少しでもやましい事（確信的な模倣品の製造や販売）をしているという気持ちがあれば、老婆や幼い子供ましてや妊婦までをも摘発現場に出させて泣き落としを行うような事まではしないはずである。これではまるで理不尽な悪代官に怯える弱者（模倣品業者）と悪者（行政機関）という構図のようであり、現実とは全く正反対である。

結局こういった間接的な妨害を行って来る模倣品業者というのは、心理的にはより悪質な確信犯であると言え、行政機関からの同情を誘って、捜査の手を緩めてもらおうとする駆け引きを行っているに過ぎない。摘発時に捜査に素直に従う無抵抗の模倣品業者らと比べても、よほどタチが悪い業者であると言える。

模倣品業者の分布地域

模倣業者分布の二大地域と言え、**「広東省」と「浙江省」**を中心とする中国沿海地域が特に有名であり、これらの地域は、いまだに中国の模倣品の生産地点としての代名詞であるかのようにその名が定着している。

これからの傾向としては、特に模倣自動車部品の生産地域が広東省や浙江省の沿海地域から徐々に山東省や河北省を含む内陸地域（非沿岸地域）に比重を置きつつある現状から見ても、自動車部品と機能上比較的類似した船舶の模倣部品についても、今後は徐々に内陸地域への生産の比重を高めていく事になるのかもしれない。

現状では、山東省や河北省等のような内陸地域の模倣品業者の動向については、「取り締まりに対する警戒心が比較的ゆるく」、かつ「品質はまだまだ粗雑」という数年前の広東省や浙江省の沿海地域にも見受けられていた特性をそのまま有している。

一方で中国沿海地域では生活レベルも上がり、賃金の上昇や模倣品に対する風当たりも強くなってきている事から、今後模倣品業者が内陸地域に移行していくのは時代の流れでもあるとも考えられる。

模倣品業者の“棲み分け”

中国では主に沿海地域を中心として経済が発達しており、それに伴い産業の“棲み分け”が成されているのが特徴的である。

自動車やバイクのような機械部品については、主に広東省や浙江省を中心に工場が集中している。これは船舶部品についてもその分布図は幾分重なっているとの見方ができると思われる。

さらに細かく見てみると、フィルターは浙江省温州市、ウォーターポンプやコネクティング・ロッドは浙江省玉環県、ベアリングは山東省臨清市や浙江省慈溪市、スパークプラグは浙江省寧波市、ブレーキ部品は広東省仏山市、電子部品ならば浙江省樂清市や広東省東莞市、文房具は浙江省寧波市や広東省潮州市、パッケージやラベル、(海賊版) CDについては浙江省温州地区蒼南県と、細かく“棲み分け”が成されている。

模倣品業者の“成長段階”

MADE IN JAPAN 神話は強固である。

商品 1 つを取ってみても、日本製であるか中国製であるかはおよそ 5 倍近くと言われるその価格差に大きく反映されており、模倣品業者が潜り込む隙が存在していると言える。

MADE IN JAPAN や日本ブランド、あるいはひらがな、カタカナの付された製品は中国の消費者にとっても魅力的であり、また模倣品業者にとってもその価格差、すなわち利益率が魅力的なのである。

したがって企業の規模が小さければ小さいほど、商標やデザインをそっくりそのままねたデッドコピーを作りたがる傾向が強い。

独自ブランドで勝負できる経営体力もない故に、当然と言えば当然の成り行きである。

しかし技術レベルも模倣品製造のキャリアも低い模倣品業者が作った模倣品は、一目見てそれとわかる粗悪なニセモノであることが多い。

しかし彼らはこうしてどんどん技術レベルや経験を上げ、やがては模倣品もちょっとやそっとでは見分けが付かなくなるレベルにまで達する。最後には本物そっくりに作り上げるまでに技術レベルが向上するのである。

しかし模倣品工場としても、そういつまでもデッドコピーばかりを作っている訳にもゆかない。何よりデッドコピーは行政機関による摘発というリスクが非常に大きい。言わば利益率も高い代わりにひとたび摘発を受けた時に被る被害も馬鹿にならない為にハイリスクハイリターンの世界である。

よくまねをされることは有名税として仕方がない、という言い方を耳にすることがあるが、これはとんでもない話である。

中国の模倣品業者は最初はそれこそ“猿まね”から入り、粗悪なのでひと目でそれとわかるニセモノを作り上げるのだが、それをそのまま放置していると、やがて技術レベルが向上し、ぱっと見た目はよくできたニセモノなのだが、よく見ると付されている商標はアルファベットを一字二字変えていたり、オリジナルブランドを付したり、まぎらわしいが商標権侵害に抵触するか否かの判断が難しいグレーゾーンで対抗して

くる。

さらに規模が大きい企業となると、もはやリスクの最も高い商標権侵害に抵触するような行為は決しておこなわない。判断基準の困難な意匠権（デザイン）を侵害したり、あるいは意図的に商標の付されていない製品、つまりノーブランド品を大量生産し、自らとは直接の資本関係のない下請け業者らに偽造商標を付させて販売させるのである。こうなると手口は非常に巧妙で、おおもとである生産元の侵害行為を糾弾するのは非常に困難になってくる。

なおこうした模倣品業者は規模が小さい段階から、模倣品を製造することによって徐々に成長していくのであるが、やがて一定の影響力を備える企業に成長すると、今度は巧妙な手口で自らに被害が及ばない方法で、模造行為を裏でアシストする。

そして最後には模造行為を止めるのだが、その時には自らのブランドで“正々堂々と”オリジナルブランドのメーカーと“勝負”をかけてくる。

権利者にとっては、自らの権利に寄生して成長し続けた業者が、やがて自らの“正当な”ライバルとして表れ出るのは何ともやり切れないことである。

「生産業者」と「流通・販売業者」との因果関係

ほとんどの製品の模倣品業者にいえることだが、「生産業者」対策と「流通・販売業者」対策とは、密接な因果関係にある。

「生産業者」に対する摘発を強めていくと、やがて模倣品の受注数量を減少させざるを得ず、また「流通・販売業者」の手元にわたる模倣品の数量が減少する事になり、結果として模倣品の市場への流出をある程度防ぐ事ができる。

一方、「流通・販売業者」に対する摘発を強めていくと、自身が摘発により損害を被った経験から、今後は侵害品の販売については自ずと慎重にならざるを得なくなり、彼らの中にはやむなく模倣品の仕入れ量や倉庫内の在庫品を減らしたり、また店内に公然と並べていた侵害品を全て奥に引っ込め、相手を見ながらこっそり販売する体質に転換せざるを得なくなる。また今度も摘発を受けるかもしれないという恐怖感を抱きながら模倣品の販売を行う事になり、そういう意味では一定の抑止的効果は発揮されていると言う事ができる。

このように「生産業者」と「流通・販売業者」に対する摘発はいずれも表裏一体のような関係にあり、いずれも決して手を緩める事はできない対象であると言える。

摘発を受けた模倣品業者は確かにダメージを受けており、その為絶えず行政機関の出方をうかがいながら彼らなりに生き残りの対策を練っている。模倣品業者が追いつめられていき、やがて模倣行為ができなくなるまで、対応については続けていくべきであると考えられる。

1-2 模倣手口の具体例や特殊例

権利者にとって模倣品対策とは、いわゆるもぐらたたきのようなものであるとか、いちごっこのようであるとか言われ、ともすればいつ終わるとも知れない末永い闘いを強いられる結果になる。ここでは模倣品業者による模倣手口の主な具体例や特殊例を紹介していきたい。

地方保護主義

中国では、外来の企業よりも地元の企業の立場を保護する傾向が強い。この地方保護主義は、模倣品対策では、避けて通れない課題である。

特に中国で需要の高い船舶用品については、地元には大きな利益をもたらすので、それが模倣品を生産する企業であっても、その地元企業の立場を保護する可能性は低くはないと考えられる。

しかし、地方保護主義が発生する時期は、大きく以下の3通りのケースが考えられ、その方式はある程度パターン化されているので、事前に対策を万全に行っておけばその弊害はしっかりと防ぐ事ができる。

・ 案件の通報時

地方保護主義に根ざした行政機関と地元模倣品業者との癒着から、行政機関への模倣品案件を通報し摘発を依頼する際に、その情報が、行政機関から模倣品業者に漏洩してしまう可能性を懸念する向きもあるが、近年、こうした癒着は減少しつつある。

しかし、こうした懸念が払拭できなければ、模倣品案件の通報を行う時は、模倣品業者の社名や住所等の具体的な情報を電話や文章で通報するのみでなく、まず、行政機関に模倣品の現場を視察してもらう事を説得することである。

更に、特に不正行為取り締まりへの意志が強固な行政機関の役人と連携すれば、地方保護主義を全く懸念せずに摘発を実施できる。

こうした、情報漏洩の懸念のない通報の方法及び意志が強固な行政機関の役人の選定は調査会社に指示すれば可能である。

特に船舶は中国の基幹産業といえるので、意志が強固な行政機関の役人であれば、問題を重要視し、案件に徹底的に取り組んでくれるものと考えられる。

・ 摘発現場にて

模倣品業者が、摘発現場において密かに行政機関と交渉を求めようとする場合がある。例えば、模倣品の押収数量を軽減してもらい、それにより罰金等の処罰の軽減を求める場合がある。

更には、模倣品業者が、摘発を実施している行政機関とは異なる行政機関を介入させ、摘発を混乱させる場合もある。

これらに対しては、事前に模倣品業者の背後を調べたり、異なる行政機関が介入して来る場合に備え、介入の予想される行政機関より、より上部のレベルの行政機関（例えば、介入の予想される行政機関が「市」レベルの行政機関であれば、「省」レベルの行政機関）に話を通しておく対応がある。

これらの対応も、調査会社に指示すれば可能である。

・ 摘発後の後処理時

摘発後も、模倣品業者は、地方のコネクションを利用して、押収された模倣品の返却や処罰の軽減を働きかける場合がある。

これに対しては、模倣品業者に正当な処罰が下されるように、行政機関との連絡を

密に保ち、行政処罰決定書の写しの入手や具体的な処罰内容の確認を行う必要がある。これらの対応も、調査会社に指示すれば可能である。

地方保護主義に対抗する最良の方策は、複数の船舶関連企業が一緒に模倣品の多発している地域の行政機関を訪問し、模倣品問題の重要性を説き、積極的な取り締まりの要請を行うことである。

上記の通り、いわゆる地方保護主義に対抗する方策とは、いわば権利者（もしくは調査会社）と模倣品業者との背後のコネの力比べを行い、それに打ち勝つという事といっても過言ではない。

地方保護主義による弊害を極力避ける為にも、省や市レベルといった上級の行政機関主導による摘発を行う事によって、無用な地方保護主義による弊害を避けるべきであると言える。ただし、より厳密に言えば、中国の取り締まり機関の中にも「自己利益を第一優先しただけの悪質な地方保護主義」と「取り締まり機関なりの純粋な考えを持って行う地方保護主義」の2通りが存在する事については述べておかねばならない。前者については反論の余地なく許されるべきものではないが、後者については、今日の権利者によるやみくもかつ強制的な模倣品対策の進め方について、権利者側との根本的な視点の違いがある事に起因している。

模倣品対策としての摘発や訴訟という手段は、強制的に模倣品を市場から駆逐する事を目的としている。彼らもこのようなやり方自体に対して間違っているとは言わないものの、現状ではやや懐疑的な見方もあり、必ずしも現地の全ての取り締まり機関から全面的な支持が得られているという訳でもない。

現地の取り締まり機関によっては、地方保護主義という行為を必ずしも悪とは見ていない。現地の企業の利益を優先し、現地の利益を最重要視して奉仕する事は、むしろ役人の務めとしては当然の正しい責務との見方を持っている者も少なからずいる。

よって一権利者が模倣品被害により受ける実害よりも、むしろ模倣品対策を厳しくやりすぎた結果、これまで現地にとどまっていた投資が他の都市に逃げて税収が減り、現地の経済発展が滞る事をより恐れている。こうした取り締まり機関としては、模倣品業者に対しては何とかしてより穏やかな対応方法をもって解決に望みたいと考えている。

これについては、権利者としては是非とも取り締まり機関と膝を割って話し合う機会を設けるべきかもしれない。

模倣品を取り締まる立場にある機関が、模倣品業者に対して同情的で、かつ取り締まり行為そのものに対しても躊躇心を持っているようでは、徹底した模倣品対策など望みようもないからである。

外部への頻繁な出荷

模倣品工場では摘発を受けた時のダメージを和らげる事を考慮して、模倣品を生産しては数日に1回のペースで小出しで外部に出荷を行っているケースがよく見られる。とりわけ浙江省のような比較的小規模の工場が密集する地域においてはよく見られる

傾向である。

これに対抗する為には生産工場のみならず、関連の運送業者や出荷元（国外向け製品の場合には税関）、パッケージやラベル業者も含めた模倣品ネットワークを調べ上げ、ネットワーク全体に対する一斉摘発を実施する等の対応を行うのが賢明と言える。

再犯

中国においては過去に摘発を受けた模倣品業者が何度も再犯行為を行う例は頻繁に見受けられる。これはやはり知的財産権の侵害に対する国の処罰が、罰金を中心とした非常に軽いものであるのが根本原因の1つとなっているのかもしれない。

また中国の現行の法律では知的財産権侵害行為の再犯であるからとあって、特に処罰が重くなったり、必ず刑事罰が科せられたりする訳ではない事が、再犯行為に対する抑止につながっていない理由の1つとも理解できる。

その他、中国では工商行政管理局（AIC）や質量技術管理局（TSB）等の行政機関同士、または同じ行政機関同士でも別省にまたがるケースや省、市、県間においても情報の共有化が行われていない為に取り締まりを行った対象が実は再犯業者であった事に気付かず、しばしば初犯として処理されてしまうケースが見られる。

ただし、過去短期間で複数回の再犯・摘発を繰り返しているような悪質な再犯者に対しては、工商行政管理局等に働きかけて営業許可の取り消しのような厳罰が科される事もある。また、中国政府としても法律や制度の見直しを進めていく事によって、一刻も早く先進諸国並みの水準に追いつこうと努力しており、こうした姿勢についてはうかがい知る事ができる。

しかし、現実には模倣品業者の手口も年々巧妙になっており、行政機関からの取り締まり対策を不断に行っているのが実情で、当面は、いたちごっこ感をぬぐえないかもしれない。

近似商標

“SONY”に対する“SONI”、“TOYOTA”に対する“TAYOTA”、“HONDA”に対する“HONYA”

といった、1～2文字を変えて消費者を誤認させる方法である。

そして、異なる文字部分に値札や宣伝資材を貼り付け、更に消費者への誤認を図る。全くの同一商標を使用する手口の次に、模倣品業者が取った方法で、2年程前までは、市場で多く見受けられたが、権利者である企業の商標局への申し立てや商標権侵害訴訟の提訴等の措置により、中国政府も問題を重要視し対応の結果、減少しつつある。

しかし、一方で、上記の措置を取っていない業界の商標に対しては、問題は今も残っている。

船舶業界においても、近似商標の市場調査により問題視される近似商標が有れば、商標局への申し立てもしくは訴訟等の措置が必要である。

use for ○○○

船舶用品に関しても多いと推定される模倣品業者の手段である。

製品に“SONY”や“TOYOTA”のようなニセ商標をそのまま貼付刻印するのではなく、

use for SONY (SONY 向け使用) や use for TOYOTA (トヨタ向け使用) のような表示を貼付刻印する。そして「use for」の部分を小さ目に表示したり、商標部分と「use for」部分の色を変えたりして、商標部分を目立つように表示する。

一見では、れっきとした商標権侵害と疑われるが、模倣品業者側は、「use for」部分を盾に、非侵害であると対抗してくる。

中国においては、反不正競争法（日本の不正競争防止法にあたる）もしくは地方条例を法的根拠に摘発可能な場合もあるので、模倣品業者側の対抗を念頭に入れつつ、事前に、中国の弁護士や調査会社を通じて、工商行政管理局との話し合いが必要である。

原産地虚偽表示品

原産地虚偽表示品とは、製品上に“JAPAN”あるいは“MADE IN JAPAN”のような原産地を偽った表示が付されている製品をいう。

権利侵害としての商標が一切付されていないような物もあり、その場合には商標権侵害には当たらない。しかし質量技術管理局（TSB）により製品品質法の適用によって、取り締まりを行う事は非常に容易である。

しかしながら近年さらに悪質かつ巧妙な模倣形態も現れており、権利侵害としての商標が一切付されていない製品上に、“TECHNOLOGY OF JAPAN”や“JAPANESE TECH”（ともに“日本の技術”の意）、あるいは“LICENCE OF JAPAN”（“日本の委託”の意。“日本国からの委託”とでもいう意味なのか？）のような表示が入った製品も現れ出てきている。

さらに巧妙なケースになると、日本のダミー会社から生産委任を受けた形をとって、上述のような製品の製造を中国国内において堂々とするようなものである。

目下の所、中国の現行の法律では対応の施しようがなく、権利者や行政機関も頭を抱えている状態である。

ノーブランド品

外観の形態はもとより、印刷や刻印の表示まで純正品にそっくりなのだが、よくよく見ると肝心の商標や原産地が一切表示されていない為に、現行の商標法や反不正競争法でもなかなか取り締まる事ができない製品である。

近年模倣品業者らは、ノーブランド品の出荷直前に偽造商標を取り付ける事によって、摘発のリスクを交わそうという試みがなされている為、時折このような行為が見受けられる事がある。

一般的にはこのようなノーブランド品単独では“ブランド競争力”という決定的な“売り”がない為に、模倣品業者もノーブランド品そのものを販売するような事はあまり行っていないようである。

彼らはこれらのノーブランド品を最終的には偽造商標入りパッケージに包装して、消費者に売りつける事を目的としている。

基本的にはノーブランド品単独に対する摘発は、外観意匠権でも主張しない限りは非常に難しい。

ただし例外があり、ノーブランド品と偽造商標入りパッケージが一つの生産現場内において発見され、これらが明らかに組み合わせられて偽造完成品となる事が客観的に明らかであると判断されるようなケースでは、ノーブランド品は偽造商標入りパッケージもろとも押収される事がある。

またこれに類似したケースでは、たとえパッケージに詰められた中身の製品が全くの真正品であったとしても、そのパッケージがニセモノであった場合には、製品全てをニセモノとみなし、取り締まりの対象とする事ができる。

サードパーティー品

サードパーティー品についてもノーブランド品と同様に、現行の商標法や反不正競争法ではなかなか取り締まる事ができない製品である為に、その対応には頭を悩まされる。

しかもデッドコピー品やノーブランド品のように、消費者が真正品と誤認して購入する可能性も低い為に、なおさら権利の主張が難しくなっている。

まずは反不正競争法の解釈を最大限に拡大して、権利侵害を止めさせるよう努めていくぐらいしか、目下、対応策がないと思われる。

横流し品

中国において真正品の存在を脅かすものとして、中国国内からその全域やあるいは国外へ向けて流出されていく“模倣品”の存在が挙げられるが、それ以外にも中国国外から国内へと流入する“横流し品”の存在が挙げられる。

“横流し品”はそれ本来が真正品である為に品質がある程度保証されており、かつ不正なルートで流入されている為に価格も安い。よって消費者にとっては直接的な被害を被らせる事は少ない。しかし一方、権利者の側にとっては不当に安く押さえられた製品が市場に出回る事は、正規品の市場での売り上げに多大な悪影響をもたらす結果に至り、正当な価格体系を根本から破壊してしまう事につながりかねない。よって権利者にとっては市場での販売戦略上、“横流し品”は決して見過ごす事のできない死活問題である。

商標権侵害でもなく、また品質が劣悪な製品でもない“横流し品”問題は、工商行政管理局や質量技術監督局にとっても手が出しづらい領域であると言える。そしてその管轄は専ら税関の独壇場となってくる。

税関内において輸出対象製品の中に“模倣品”が確認された場合は、輸出差し止め措置を発動する事ができ、最終的には廃棄処分が実施されるが、一方で“横流し品”については正規の税関手続きが行われていない可能性が強く疑われる為、“脱税”等の名目で“横流し品”に対する取り締まりが行われる事になる。

ただ現状では“横流し品”の流入を防ぐ決定的な手立てがない為に、税関部門と協力を密にして、その都度不正商品の取り締まりを厳格に行っていくしかない。

不正看板

中国では市内の店舗の看板や外壁に権利者に無断で商標や社名を掲げているものが多々見受けられる。

このような“不正看板”については市場の秩序化の為にも、是非とも解決してゆかねばならない課題ではある。しかし現状の中国での“不正看板”撤去に関する法的根拠が弱い事から、現実には中国各地の行政機関の見解や対応がまちまちとなっており、具体的対応を執るのが困難な状況となっている。

実際、2004年1月、日系企業による“不正看板”撤去案件に関する商標権侵害訴訟が敗訴に終わった事が日系企業にとって逆風となっており、現状では安易な対策を行う事は下手をすると命取りにさえなる事が考えられる。あくまでも万全を期した準備の上で、対応をとる必要があると考えられる。

模倣品生産の分業化（ネットワーク化）

かつて、模倣品製造業者は一つの模倣品を作り上げる為に、自らの工場内において製品の製造から組立てまでの全工程を一貫して受け持っているようなケースがほとんどであった。

しかし近年見られる傾向としては、模倣品業者は行政機関からの摘発を逃れる為に、生産過程においては極力製品に権利者の商標や社名表示を入れず、ノーブランドのまま生産を進め、出荷直前の最終工程を行う段階になって、外部の地下工場に持ち込み、そこで初めて権利侵害商標を取り付けたり、偽造パッケージを用いて包装を行ったりしている。したがって偽造パッケージやラベルの持つ意味合いが、以前にも増して強くなっている事がうかがわれる。

また模倣品業者は生産の分業化をこれまで以上に明確に割り当てる事によって、「部品工場」、「パッケージやラベルの印刷工場」、「完成品への組立て工場」、「運送業者」、「卸売り店」、「小売り店」等のように、4~7程度の複数の業者による模倣品ネットワークを築き上げてきている傾向が増えてきている。この中には看板や営業許可証すら持っていないヤミ工場が含まれている例も珍しくはない。

模倣品ネットワークの概要を解明調査する為には、これまで以上の高度な調査能力や労力を必要とするようになってきている。

さらに、船舶用機械、自動車、電気製品等、多くの部品からなる機械の場合、その部品等の細部、例えば、エンジンのカバー、ボルト類等だけに、侵害商標を刻印し、製品もしくはエンジン等の大型部分の全体を、真正品のように見せかける手段もある。

1-3 模倣品業者の手口・対策の変遷

模倣品の製造・販売業者は製品の品目を問わず、行政機関からの摘発の厳しさの度合いに応じて、その都度模倣行為の手口や対策を変化させている実態が伺える。

その為ここ数年に関して見ても、表向きこそ模倣品の製造・販売業者はかつてに比べて、あたかも減少しているかのような錯覚を受ける事もあるかもしれないが、その実模倣品業者は決して減少しているとは言い難く、むしろ「巧妙化している」、「地下

にもぐっている」、「発見し難くなっている」等の傾向や特徴が顕著に現れ、年々その実態がつかみづらくなっているとすら言える。

模倣品業者が4、5年前に比べて、巧妙化の傾向や特徴が見られるようになってきたのにも、模倣品業者ら自信による以下のような段階を踏んだ対策が具体的に行われているからであると考えられる。

【第1段階】：工場の場合は真昼間から堂々と模倣品の製造を行っており、販売店の場合は店内に堂々と模倣品を陳列して販売を行っているようなケース。また販売先についても誰彼問わず、無差別積極的に商談に乗る。これらの模倣品業者は摘発自体に対する警戒心はまだ非常に薄いかもしくは摘発そのものに対してほとんど未経験であるケースが多い。

【第2段階】：一度摘発を受けたか、もしくは周辺で摘発に対する警戒心が強まり始める事により“教訓”を得た模倣品業者は、それまでのような堂々とした模倣品の生産もしくは販売行為を行わなくなる。生産工場では行政機関からの摘発を逃れる為に、行政機関が休暇の時間帯である夜間や休日を狙って生産を行うようになる。また販売店では用心深く顧客を選びながら、注文に応じて店内奥等から模倣品を取り出してきて販売を行うようになる。

【第3段階】：自らの工場内部やあるいは販売店内に対しても徹底的に摘発を受けると、模倣品業者はようやく自社内には模倣品を生産・販売・保管する為の安全な所がなくなってしまう事を自覚する事になる。彼らが次に取る手は、自分の工場や販売店から離れた所に生産・販売・保管の為の「拠点」を設け、リスクを分散化する事である。この「離れ拠点」の所有者名義は、必ずしも上述の工場や販売店の経営者と同一とは限らない。敢えて経営者を別々にしているケースすら多いとも言える。その「離れ拠点」に対して摘発を実施し、押収した模倣品の数量が甚大で、刑事訴追の可能性すら見込めると考えられる場合には、多くの模倣品業者はなおさらその「離れ拠点」が自分の所有である事を決して認めがらない。それでも「離れ拠点」に対する摘発は模倣品業者にとっての最後の砦でもあり、これを崩された事による模倣品業者の心理的動揺は非常に大きい。模倣品業者が受ける経済的損失についても工場内や販売店内に対する摘発以上のものがあるケースが多く、それだけに、「離れ拠点」に対する摘発は現状では非常に効果の大きい対策の1つであると言える。

特に中国において頻繁に摘発を実施している企業にとっては、その対象製品の模倣傾向はほとんど【第3段階】の状態に至っているとすら言える。

また一般的に、中国の模倣品業者は模倣行為そのものにより生活を支えている部分が多いという現実問題と、加えて中国の法律では模倣行為に対しては物品の押収と罰金で済んでしまう部分が多い。この為、模倣行為の完全停止といった強い抑止にまでは至らない為に、再犯率についてもどうしても高くならざるを得ないという歯がゆい課題が残っている。

これは中国の法的な問題に根本的な原因があると言え、必ずしも行政機関の摘発が生ぬるいという事情とは一線を画している問題である事は補足しておかなければなら

ない。

模倣行為を根絶していく為には、まずは前提として模倣品業者を【第3段階】まで追い詰めていく必要があると考えられる。そして模倣品業者が外部に所有する離れ拠点を中心にしてみつけ出すか、そしてそれらを中心に効果的に摘発をしていくかが、模倣行為を止めさせる重要なポイントとなるのかもしれない。

模倣品業者にとって外部に拠点を設けるという行為は、それはすなわち倉庫の賃貸料や管理人員等、これまでになかった余分なコストが発生してきている事を証明している。また模倣品業者にとっては“隠している”という意識が強い分、大量の模倣品や重要な権利侵害商標入りの金型や刻印等が保管されているケースも数多く見られる。

よって模倣品業者にとっての最後の砦である隠し拠点に対して打撃を与えるという対応は、最初のうちこそ模倣品業者らは隠し拠点をあちらこちらに移す事を試みるかもしれないが、やがては模倣行為を縮小する（あるいはまったく別の模倣品を生産・販売する）事が最も得策なのだという根本的な事実に関心し始める事になる。

ただ今後、このような「離れ拠点」に対する摘発を進めていくに連れて、模倣品業者は次なるいわゆる第4段階の対策を取り始める事についても警戒しないといけないかもしれない。

しかしこの対策とはかつてのような積極的な侵害行為からは幾分後退する事になるであろうと考えられる。すなわち内外部を含めて安全な所は1つもなくなってしまった事を自覚した模倣品業者は、模倣品を必要な分だけ生産・販売して、極力在庫を持たない体勢に変質する事になるであろうと考えられる。そしてこの模倣品業者による消極的対策は、生産数量の減少と市場への流入の減少という目に見える形で直接的かつ間接的に模倣品業者らのネットワーク全体に対しても、じわじわとダメージを与えていく事が予想される。

こうした気長な対策を行っていく事が、やがては模倣品の氾濫に歯止めをかける一歩になるのではないかと考えられる。

1-4 船用模倣品等による被害のケーススタディー

目下、船舶用部品の不正商品を取り扱っていると目される企業は、現状では中国沿海地域（大連、天津、上海、広州、深圳）及び長江沿岸（武漢）の地域に多く、少なくとも20社弱の企業の存在が確認されている。

これら企業の所在地は、いずれも大都市の繁華街やビジネスエリアのオフィスビル内となっている。とは言え、これら企業の中には、確かに正規の企業と思われるものもあれば、どう見ても零細企業か個人経営企業としか思えない得体の知れないものも混ざっている。

これら企業は専ら外部への販売を主とした業務を行っており、よって彼ら自身がサードパーティ品やOEM詐称品を含む不正商品を自らが直接生産している可能性になってくると、非常に低いと言わざるを得ない。

むしろこれら20社弱の企業には、外部に不正船舶部品を供給しているそれぞれの製造元が存在する可能性が強く疑われる。

さらに一部の企業については、船舶部品とともに自動車部品も取り扱っている事か

ら、おそらくは自動車部品生産地域と一部“棲み分け”が重複している可能性についても疑われる。

もちろん、今後の調査の余地はあるが、少なくとも河北省、山東省、浙江省、広東省の4省を中心として、偽造船舶部品が製造されている可能性について調査活動を行ってみる価値はあると考えられる。

もっとも被害規模については、他の業種の製品に比べると、比較的小さい方ではないかと思われる。また、あまりに露骨な権利侵害（特に商標権侵害）は比較的少ないように見受けられる。これはすなわち皆が最低限の警戒心を持っている企業ばかりだということも考えられる。

2. 権利者

2-1 模倣品対策を行う理由

権利者である日本の企業にとって、模倣品の被害に遭った時に対策を取る理由については、以下のような事情が挙げられる。

- ・権利者自らの為（ブランド価値や市場競争力を維持する）。
- ・一般消費者の為（消費者の正当な利益や安全を保護する）。
- ・模倣品業者に対する為（摘発等の対応を徹底的に進め、模倣品業者にとって侮れない相手だと思わせる。あるいは他社のブランドをまねるという不正な手段で成長した模倣品業者が、将来的に権利者の強豪なライバルとなってしまう事を防ぐ）。
- ・模倣品被害者や取り締まり機関に対する為（決して模倣品問題を放置しているのではなく、常に対策を行っているという姿勢を対外的に見せる。すなわち模倣品が原因で起こったトラブルにより、本来権利者が受ける事になったであろう風当たりを幾分弱める事を意図とする）。

中国は今や世界の製造拠点と化し、多くの企業にとって業務の拡大・発展の為には中国市場なくしては語る事ができないほどとなっている。

しかしながらそれとは裏腹に、ありとあらゆる模倣品も中国において製造され、中国国内はもとより世界各地の市場に向けても大量に流出されているという実情がある。

このような権利者の中には、模倣品の被害がすでに中国全土くまなくいきわたり、今さらいったいどこから手を付けていくべきなのか、その対応に頭を悩ませている状態となっている所も少なくない。

一方、日本の中小企業においても、ここ数年で模倣品被害の確認実例が急増してきている。

模倣品対策は被害を受けてから初めて対応を行うよりは、むしろ被害が未確認の段階かもしくは被害規模がより小さいうちに、“事前対応”を行っておけるのが非常に望ましい。

“事前対応”とは、1つは商標権や意匠権（中国では専利権という）、著作権等の権利を中国において取得しておく事と、もう1つは定期的な市場のウォッチング実施という事になる。この市場という意味の中には、中国各地で定期的に関催される展示会も含まれる。

模倣品が現れ出す初期段階においては、模倣行為が行われている地域も比較的限定されており、よって対策も比較的行き易い。よって模倣品対策の実施エリアをかなりしぼった上で、集中的な治療・対応を行う事が許されている条件化にあるとも言える。

仮にこのような模倣品出現の初期段階を放置して何も対抗策を打たないでいると、模倣品被害はさらに拡大し、その後に対策に要する費用や時間は今まで以上のものになってしまう。

ひとたび模倣品によって侵食された市場を、再びこの手に取り戻す作業は決して容

易なものではない。また仮に模倣品がもとで消費者に対して人身事故等が発生し、それが結果として権利者の信用やその製品ブランドに対して大きな傷を付ける事になってしまった場合、それを回復する作業は並大抵のものではなくなってくる。

中国において模倣品業界というのは放っておくとどんどん成長を続け、やがて力を付けた模倣品製造企業は自社ブランドを確立して、明日の権利者の強力なライバルとさえなる事もある。いわば宿主の栄養を吸って大きくなった寄生虫のようなものであるとも言える。

模倣品対策というのはまず実害ありき、その後に対策というように、ともすれば受け身の形になり易く、対応も後手後手に回り易いのが一般であるが、権利者としては随時攻勢に出られるような体勢を作っておく事が必要であると考えられる。

そしてその為には中長期的計画や戦略をもって、模倣品業者の最新動向を計り<調査>、さらにしかるべき対象には強い対応に出る<摘発や訴訟>姿勢が必要であると考えられる。

しかしながら一方で、権利者にとってはただ漠然と模倣品業者に対して摘発による打撃を与え、追い詰める事を目的とするのではなく、最終目的を模倣品業者がライセンスの使用料を権利者に対して支払ってくればそれでよいとする考え方もある。

これについては模倣行為というものを、権利者に無断で権利を使用していることに問題があると理解し、その為になるべくライセンス契約の締結を目的に、交渉主体で模倣品業者と臨んでいくとする考え方である。

しかし交渉が決裂すれば行政摘発も辞さないという次の手も持っており、言わばアメとムチの使い分けによる模倣品対策の試みとも言える。

ただし、いずれにしても共通するのは、模倣品の存在そのものは決して許せないという断固たる決意・姿勢を持ち続ける事であると言える。

2-2 調査会社への摘発依頼の仕方

案件を依頼する調査会社が決まれば、具体的な依頼手続きを進める事になる。調査着手に際して、権利者から調査会社に対して、おおよそ以下のものを提供する事になる。

・ 契約書

主に契約金額や支払い時期、支払方法に対する確認、また委託期間や調査・摘発が失敗に終わった場合の想定について触れておくのが良いと言える。

なお費用の支払い方式については、中国の調査会社では一般的には調査もしくは摘発の完了後、一括して支払いを行うケースが多いが、調査会社によっては調査着手前に一部前払い金、手付け金が発生する所もあるので、事前に確認の必要がある。

・ 委任状（中国では“授權委託書”と呼ぶ）

調査会社との間で交わす委任状については中国語文で作成する（通常は調査会社が委任状のサンプルを作成してくれる）。記載内容を確認の上、社印を捺印かもしくは担当者の署名をもって発効となる。

ただし最近では委任状にさえもニセモノが出現しており、行政機関によっては必ず“公証”が行われた委任状しか認めないという所もある。

(委任状への“公証”の必要の有無については中国各地の行政機関によってそれぞれ方針が異なっており、必ず必要とする所やあまり意に介さない所がある)

なお日本での“公証”手続きについては、通常以下のような手順を踏んでおこなわれる。

- 1) 日本の公証人役場による証明
- 2) 法務局による証明
- 3) 中国駐日本大使館（もしくは総領事館）による認証

所要日数については、“公証”作業開始から代理人である調査会社の手元に届くまで、おおよそ1ヶ月前後の期間を見ておけば十分である。

ちなみに“公証”済み委任状のニセモノについては、現在までのところまだ耳にされてはいない。

一方、“公証”以外のニセ委任状への対策としては、権利者が中国人に不慣れな平仮名やカタカナ等の日本語文字を用いて署名をおこなうという方法もある。

調査会社ではこの委任状をもって現地の行政機関に摘発の依頼を行う。正当な法的権限を行使する上での証明となる。

委任状には具体的な調査・摘発対象者の社名を記載する事も可能で、その場合には当該対象に対する摘発が終了した時点で、当該委任状の効力も終了する事になる。

一方で、一つの調査会社に対して年間で頻繁に依頼を行う予定がある場合には、敢えて具体的な調査・摘発対象者の社名は記載せず、「中国国内における甲方（権利者）の知的財産権に関する事件」等のように、地域や対象を拡大させた表現を用いる事で、調査会社に最大限の権限を与える方法がある。ただその為には権利者としてはなるべく信頼を置ける調査会社を用い、管理・確認がし易い体制を構築しておく事が望ましい。

・中国での権利登録証明の写し

権利登録証明の写しについては、現場で調査を実施する調査員らに対して、権利者の所有する権利内容を明確に理解させて調査方向を誤らせない為と、もう1つは摘発や訴訟等の法的権限を行使する際に、現地の行政機関や人民法院（中国の裁判所にあたる）らに中国における正当な権利を確認させる為に必要とする。

・調査対象業者の社名や住所が判明している場合には、その情報

調査対象業者の社名や住所が不明の場合は、まずその対象者の所在地追求作業調査から開始する事になる。その場合には調査の手間や難易度が高まる上に、費用や日数もその分余計にかかる事になる。また調査失敗のリスクも高まる事になるので、権利者としては極力社名や住所が特定できている案件を依頼する方が良好な結果を期待する事ができるかもしれない。

- ・調査対象製品のサンプル現物かもしくはその写真（真正品、模倣品共にあれば尚可）

模倣品製品サンプルについては、相手の警戒心が極度に強かった為に、入手できていなかったとしても特に問題はなく、必ずしも調査上の支障になる訳ではない。ただ模倣品の外観特徴等がわかっているならば調査の手助けになり、なお良い。そうでない場合は調査時間が若干長引く可能性は覚悟せねばならない。またその際には真正品サンプルかその詳細写真についての提供が必須となる。

特に模倣技術の高いニセモノ製品については、調査員としてもなかなか判別することが困難であると予想されるので、あらかじめ調査会社に対してその特徴を説明しておく必要があると言える。

基本的には調査会社との間で契約書や委任状を交わした時点で、即業務の開始という事になる。ただ中間報告確認やその都度具体的な行動指示を出す場合には、逐一 E-メール等による確認が取られるケースが多い。

2-3 調査会社に摘発を依頼する前に

権利者としては、調査にかかる時間や手間を省く為、またコストをより安くあげる為にも、まず事前に自らで把握・対応のできる最低限の事があれば、極力解決しておくのが望ましい。

例えば中国各地で催されている展示会では模倣品に関する最新の情報が把握し易い為、こまめな展示会へのご参加を勧めたい。

- ・具体的にどのような被害があるのかを知っておく。
- ・自らの権利を取得しておく。
- ・偽造防止対策を行っておく。

権利者の立場としては、一般的に他人の権利にタダ乗りしている模倣行為というのは規模の大小を問わず、見過ごすべきではないと考えている。

しかしながら現実問題を鑑みた時に、次から次へと現れ出る模倣品業者に対する対応の優先順位や、あるいは会社から与えられた限りある予算をいかにして有効に用いるかという費用対効果上の問題を考慮してみた時に、やはりその対応方法には一定の“基準”が必要となってくる事に気付かされる。

権利者は調査会社から提供された模倣品業者に関するレポート内容をもとに、主に摘発を中心とした法的措置を執るか否かを判断する訳だが、その判断材料は実際には多くあればより多いに越した事はない。調査レポート以外にも、調査会社や調査員らが把握している核心情報がないかどうか確認を取ってみるのも一つの方法かもしれない。

なお調査会社に摘発等の対応を指示・依頼する前に、大きく以下の 2 点に注意したい。

- ① 調査対象者は本当に権利模倣品業者なのか？実は権利者の正規の委託メーカー（一次、二次、もしくは三次下請け）であるという可能性はないか？
- ② 侵害規模としてはどのぐらいなのか？あまりに小さければひとまず見送り、もっと侵害規模の大きい業者を優先して対応を進めるべきではないか？

②については各社の予算や戦略上の都合に応じて優先順位を定めていけば良い。一方①については、この場合は調査対象者が実は権利者の関連会社であり、つまりそこで作られている製品は全て正真正銘の“ホンモノ”ではないのかとの可能性を疑っている。

権利者が誤って自らの下請け会社に対して摘発実施の指示を出してしまったなどという行為は努めて避けなければならない。正常な生産行為を妨げてしまった上に、納期まで遅らせてしまうという悪循環は言うまでもなく、無駄に会社の貴重な資金を投入して、下請け会社や果ては行政機関や調査会社らからまでも信頼まで損ねてしまうという結果にまで陥りかねない。

なお調査会社の調査員は、一般的には以下の状況等から判断して、調査対象者が模倣品業者であると断定するに至る核心をつかんでいる。

「製造の手口」から判断

生産者自身が他社の権利侵害行為を行っていたという事実を本当に知らず、警告や矯正でそれを正す事に成功すれば、これほど簡単な事はない。しかし残念な事に中国の模倣品業者の大半は、自らが違法行為を行っているという事実を強く自覚している確信犯が非常に多い。

調査員は模倣品業者による警戒心の非常に強い環境下において、模倣品業者からの信頼関係を構築する事に成功すれば、そこで作られている物が実は全てニセモノであるという事実を簡単に明かしてもらう事ができる場合もある。

模倣品工場ではニセモノだけでなく、特に中国の現行の法律では違法とは言えない自社ブランドやノーブランドの製品も同時に作られているケースがしばしば見かけられる。

工場内では違法ではない製品の管理が比較的大ざっぱで、ひとたび工場内に入れば誰でも目に付くような位置に無造作に保管されているのに対して、模倣品についてはやはり比較的良好に管理されており、保管場所が限られており、一目でその警戒心の強さを伺い知る事ができる。

また工場内での模倣品の製造行為については、必ずしも工場内全ての従業員がそれを知っているとは限らず、経営者や一部の管理者のみの間で秘密裏に製造が行われているような場合がある。

このような“不自然なおい”を嗅ぎ付けた調査員が、その「製造手口」を以って権利侵害行為であると判断しているようなケースも多い。

「製品の外観」から判断

調査員はある特定の製品調査に長く従事していると、製品を見ただけである程度純

正品と模倣品の判別が付くようになる。

なかには明らかに作りが粗悪なものもあり、そのような場合の判別は非常に容易であるが、一般的には製品やパッケージに印刷された文字のシミや誤字、脱字やわずかな字体の変化に注目して、本物とニセモノとを見分けている。

ただし上記内容とやや矛盾するようでもあるが、調査情報は生ものであり、模倣品業者の行動は刻一刻と変化している。権利者が調査対象者について時間をかけて慎重かつ詳細な確認を取っている間に、肝心の模倣品は生産が全て終わり、製品は外部に全て出荷されてしまったというのであれば、一つの貴重な摘発のタイミングを逸してしまった事になる。

権利者としてはいかにして正確かつ迅速に調査内容を判断し、調査会社に的確な指示を出すかという事についても念頭に置かなければならない事になる。

2-4 摘発現場への立会い

一般的に調査会社としては、摘発現場での顧客（＝権利者）の立会いについては、明らかな危険が予測されるケースを除けば、特に反対としての立場は取っていない。

よく摘発などに立会えば模倣品業者に顔を覚えられたり、最悪の場合には携帯電話のカメラ付き機能で顔を撮影され、後で脅迫を受ける危険性があると言われる。

しかしながらそれが事実であるとすれば、日常的に調査・摘発業務に携わっている調査会社の人間にしてみれば、そのようなリスクはたまたに摘発現場に立会う権利者の比ではない。

勿論、何事も絶対という事はないのだが、基本的に中国の模倣品業者は中国の経済的階層の中流もしくは上流に位置する一般人であり、マフィアのような悪質な連中と密接な関係を持っている業者については数えるほどしかない。

またそもそも彼らの行動原理は自らの経済的利益を追求する事を第一前提としており、摘発の現場においてあくまでも警告や嫌がらせの目的で、カメラで撮影するような事はあっても、しかしそれ以上の具体的行為に及べば、あとで自らが刑事責任を追究されるリスクがある事が目に見えている。

ましてや摘発現場から遠く離れたよその土地までわざわざ出向いて（もしくは人を差し向けて）報復を行うなど、経済的非効率も甚だしい。

もしもそのような時間やお金があるならば、まずは真っ先に摘発で被った損害をいかにして取り戻すかを考えるはずである。

摘発現場において、権利者がよほど模倣品業者を侮辱する行為でも行うか、もしくは摘発の際に徹底的に模倣品業者の面子を潰す行為にでも出れば話は別だが、一般的には現場に立会う権利者は現場でおとなしく見学をしているものであり、通常は相手から強い恨みを買うような懸念はほとんどないと言っていい。したがって後で脅迫を受ける危険性についてはそう過敏に神経質になり過ぎる必要はないと言える。

ただまだまだ上述のような懸念が存在する故に、調査会社の側としても権利者に対して敢えて強く摘発現場への参加を要請するような事はしていない。

ただし例外的に唯一、調査会社から権利者に対して摘発への立会いを積極的に要請

するケースがあるとするれば、摘発対象者が小売りや倉庫を所有する卸売りのような販売業者であった場合となる。

製造工場ではそこで生産中の製品は全て模倣品であると断定するのが非常に容易であるが、一方販売店については模倣品業者が故意に純正品と模倣品をごちゃ混ぜにして展示・保管しておき、取り締まりの際に敢えて真贋鑑定ミスを誘発させて、逆に行政機関や権利者らを営業妨害等で訴えようとする行為が行われている。

したがって販売業者に対する摘発の際には現場において製品の真贋鑑定能力を有する者が立会う事が必須となる。

行政機関は真贋鑑定能力を有していないのは勿論のこと、場合によっては摘発対象製品の基本的知識すら持ち合わせていない者もいたりするケースも珍しくない。

一方、調査会社によっては自らが真贋鑑定のノウハウを持っている所もあるので、そのような場合は現場での真贋鑑定を調査会社に任せておけば良い事になる。

権利者が摘発現場に立会う際には、自らの身の安全を第一優先するのは当然だが、それ以外には本当に模倣品だけが押収されているのかを念の為によく確認しておいた方がいい。不要な物を押収してしまったが故に、逆に模倣品業者から訴えられるようなケースは絶対に避けなければならない。

さらには調査会社の現場での仕事のやり方をしっかりと理解し、かつ仕事に手抜きやごまかしがないか、あるいは今後調査会社とのやり取りの中で、不可解な問題が発生した時に、自らでその是非を判断できる貴重な現場経験を得ておく絶好の機会であると捉えるのも悪くはない。

3. 中国の模倣品取り締まり機関と摘発

3-1 中国の模倣品取り締まり機関とその使い分け

中国では模倣品に対して取り締まりを行う機関としては、公安局（PSB）や工商行政管理局（AIC）、質量技術監督局（TSB）、知識産権局、食品薬品管理局、煙草（タバコ）管理局、税関（中国語では“海関”）等の機関が存在し、それぞれ管轄や領域に応じて棲み分けが成されている。

取り締まり機関として公安部門を通して摘発を行うケースについては、模倣品業者の「違法経営金額や違法所得金額が一定の額に達した場合」かもしくは「侵害行為が甚だ悪質であった場合」に基づいて対応が行われるのが一般的ではある。

とりわけ「侵害行為の悪質さ」については、過去には自動車メーカーの偽造ラベルを数十万枚印刷していた印刷工場が工商行政管理局により摘発され、その後案件が公安局に移行された実例があった。この事件について、公安部門では1枚あたりにして日本円で数円にも満たない偽造ラベルの商品単価に注目したのではなく、その行為が社会に与える悪影響を考慮して刑事責任追及に踏み切っている。

中国の現状として、知的財産権侵害案件に対する刑事責任の追及というのは窃盗や殺人案件に比べて公安局の腰が重いという感が拭えない。

さらにはそのようにしてせつかく公安局を動かして摘発を行う事に成功したにも関わらず、押収した模倣品の商品価値が刑事責任追及の基準に達していないと、案件はそのまま工商行政管理局等の管轄に移行され、行政処罰のみの処理で終わってしまう。

そういう意味で、公安部門を通しての摘発というのはまだまだそのハードルは高く、とても頻繁かつ柔軟に案件を依頼できる機関とは言い難いと言える（詳細については**3-4 刑事責任の追及**を参照）。

また税関については、輸出対象製品の中に模倣品が確認された場合、輸出差し止め措置を発動する事ができ、最終的には廃棄処分が実施される。

ただしその管轄領域は専ら税関敷地内に限られており、しかも抜き取り検査が主で、全品検査は行われていない。したがって事前のたれ込みでもない限りは税関敷地内において効率の良い摘発を実施するというのは容易な事ではない。

また、税関のもう一つの重要な役割として、中国国外から流入して来る横流し品（**1-3 模倣手口の具体例や特殊例の横流し品**を参照）への対応がある。横流し品は権利者側のメーカーによって生産された正規の製品でこそあるが、しかし違法な手段を通して中国国内に流入している製品を指す。

目下横流し品については、現状の法律では工商行政管理局や質量技術監督局ら他の行政機関には権限上、手の出しようがなく、専ら税関の管轄領域となっている。

よって現状では税関部門と協力して侵害品の国内外への流出入を食い止めていく為の努力を行っていくしかない。

一方、知識産権局では外観意匠権侵害に関する取り締まりを行ってくれる。ただしこの機関も工商行政管理局や質量技術監督局ほど摘発慣れしているとは言い難く、過去にも強制力の弱さや要領を得ない不安点を露呈し、まだまだ権利者らからの強い信

頼を得るまでには至っていない。例えば外観意匠権侵害疑いでとりあえず押収したものの、後に判定がくつがえり、お咎めなしとの判定が下り、押収品がもとの模倣品業者に返還されるといったケースも起こっている。目下、外観意匠権侵害についてはまずはその行為が侵害に当たるのか当たらないのか、また知識産権局にて対応が可能か否かの判断を行ってもらふ事が最初の関門であるとも言えよう。

調査能力と調査会社との連携の必要性

先に挙げた各取り締まり機関のうち、公安局（PSB）と海関（＝税関）のような独自の警察機能を持っているような機関を除くと、他のほとんどの機関は実は模倣品対策上必須とされる調査能力を有していないのが実情である。

後出の 4-1 調査会社登場の経緯の項において述べるように、かつてはそれほどでもなかったが、近年の模倣品対策には専門的な調査能力の駆使は不可欠の条件となってきた。

かつては警戒心が比較的緩い模倣品業者に対しては、それほど深い調査技術を持たない弁護士事務所の弁護士や私服の行政機関の役人ですら、ある程度の調査活動を行う事ができた。

しかしその後の頻繁な摘発の実施と、それに連れて引き上がる模倣品業者の警戒心の高まりが、皮肉にも調査そのものの難易度をますます高めてしまう結果となってしまった。

よって近年の模倣品対策には、高度な調査能力を持つ調査会社との連携が必要不可欠という結果になるに至っている。

工商行政管理局と質量技術監督局の違いと使い分けのポイント

模倣品被害に対する取り締まり機関の中でも、工商行政管理局と質量技術監督局については、いずれも通報に煩雑な手続きを必要とせず、摘発のフットワークも軽くかつ強制力がある事から、企業の模倣品対策担当者にとっては特に重宝がられている傾向がある。

工商行政管理局が取り締まりを行う上での法的根拠は主として“商標権侵害”に基づく“商標法”の適用であるのに対して、質量技術監督局の場合は主として“原産地虚偽”に基づく“製品品質法”の適用となる。

両者の最も大きな違いは、工商行政管理局が製品上に付された“TOYOTA”や“HITACHI”をいずれもマークとしての商標とみなすのに対して、質量技術監督局はこれらをいずれも社名（の英語表記）としてみなす。つまり質量技術監督局の法的根拠は他人の社名を騙って模倣行為を行っている業者を取り締まる事にある。したがって明らかに中国生産であるのに、“MADE IN JAPAN”や“JAPAN”のような表示があるものに対しては容赦なく取り締まりを行う事が可能となる。

なお、工商行政管理局、質量技術監督局それぞれの処罰内容やその効力については、両者間にほとんど差はない。

また両者の棲み分けについては、質量技術監督局が生産領域を管轄し、工商行政管理局が流通及び販売領域を管轄するとなっている。しかし実際には中国各地において

その適用方法や解釈にもややまちまちな所があり、必ずしも完全に徹底されているとは言いがたい。

例えば質量技術監督局にとっては、生産領域である工場に対する取り締まりを行っている過程で、保管倉庫もしくは販売店による侵害事実が確認された際には、これも共に取り締まる事ができるとあり、工商行政管理局に関してもその逆は可能である。

生産領域と流通・販売領域を明確に区分し切れる法律や条令がなく、また現実的に完全な区分化も困難な事から、現実には中国の各行政機関らは自主的な判断に基づいて行動を行っている。

権利者が模倣品被害に遭い、工商行政管理局と質量技術監督局のいずれに対して取り締まりを依頼すべきかという問題については、主に以下に挙げるような案件の性質や取り巻く環境を鑑みながら、慎重に選択していくべきであると考えられる。

1) 権利侵害の性質

商品名やマークといった商標に関するケースは、専ら工商行政管理局に摘発を依頼する事になる。

一方で商標権侵害は行われておらず、企業名や原産地（MADE IN JAPAN も含む）の虚偽表示や品質上、著しく問題があると判断されるようなケースにおいては質量技術監督局に依頼して摘発を行う事になる。

2) 地方保護主義の弊害の有無

模倣品業者が現地の工商行政管理局もしくは質量技術監督局関係者らと強いつながりを持っているような場合は、極力つながりのない方、もしくはつながりが弱い方の行政機関を選択するものとする。

一般的に、工商行政管理局は市場や経済を管轄する機関であり、企業に営業許可証を発行する立場から、個々の企業体と関係が深くなり易く、当然模倣品業者とも密接な関係になり易い傾向があるのに比して、質量技術監督局とのつながりを持つ模倣品業者のケースというのはどちらかというところあまり耳にしない。質量技術監督局はいわば市場からはやや距離を置いた機関であり、よって地方保護主義の干渉も受けにくいからであるともいえる。

だが、各地方ごとの取り締まり機関や取り締まり環境にもそれぞれ違いがあり、その都度の権利侵害案件ごとに状況を分析して実施機関を選択せねばならない。

なお、模倣品業者が地元の有力企業で、工商行政管理局、質量技術監督局共に多大な影響力を行使できるような企業の場合は、上部機関である省あるいは国家レベルの行政機関を通して摘発を依頼するのも一つの方法である。

3) 現地の行政機関の質

各省、各市によっても工商行政管理局、質量技術監督局の仕事の質はそれぞれ異なっている。

例えばある省では工商行政管理局よりも質量技術監督局の方が仕事を真面目かつ積極的に行うが、しかし別の省においてはむしろ工商行政管理局の方が対応が良いというようなケースもある。

あくまでも現地の“行政機関の質”を見極めた上で、その都度臨機応変な選択を行うようにしなければならない。

4) 調査会社との相性

権利者が依頼している調査会社との相性も抜きには考えられない。摘発の際には行政機関と調査会社との密接な連携は必要不可欠条件である。よってなるべく調査会社と“健康的な関係”を保っている行政機関を通して摘発を実施した方が効率良く進められるとは言える。

各取り締まり機関の枠組みを超えた連携

中国の省、市、県それぞれの取り締まり機関は、自らの領域内で発生した通常案件については、特に逐一上部機関からの指示を受ける事なしに独自で判断・処理（＝摘発）を行う事が許されている。しかしもしも一つの局だけで手に負えないと判断されるような大案件に遭遇したような場合には、事前に上部機関に協力を要請して、省、市、県の連合などにより処理を行うような柔軟性も持っている。

工商行政管理局や質量技術監督局等の行政機関による摘発の際に、公安局の警官が同行するようなケースが見られるが、これはあくまでも摘發現場での秩序維持を主目的とするものであって、摘発の主導者はあくまでも工商行政管理局や質量技術監督局等の行政機関側にある。しかし現場の状況次第では、公安局が担当するにふさわしいとの判断から、工商行政管理局や質量技術監督局が手を引き、公安局が主導権が代わるような事も実際にはある。

あるいは当初は質量技術監督局のみが案件に介入していたものの、純粋な商標権侵害案件である事が判明すると、途端に質量技術監督局から工商行政管理局に案件の主導権がバトンタッチされる事もある。

このように各機関同士の役割分担の棲み分けは、原則としてほぼ明確に分けられていると言える。

ただし 2004 年 3 月度の広東省におけるニセタバコ取り締まり事件の際のように、現地政府の主導により、公安局、タバコ専売局、工商行政管理局、質量技術監督局等から成る計 1,700 人の取り締まり官が動員されて、連合で摘発が実施された事もある。とは言え、一つの摘発案件について、複数の行政機関が協力して対応するという例はまだまだどちらかと言うと珍しいと言える。

3-2 根拠法と条例

中国の行政機関（特に工商行政管理局や質量技術監督局）による模倣疑い企業に対する強制捜査や押収措置の権限に関する根拠法（条文）については、以下に述べる通りとなっている。

工商行政管理局（AIC）

根拠法（条文）：主に“商標法”、“商標法实施条例”。

主に“流通・販売領域”を管轄とする。

1) 法人や個人からの告発を受けたり、もしくは行政機関の自主的な判断により、模倣疑い業者に対していわば自由に“捜査”を実施する権限については、以下の通り明記さ

れている。

- ・“商標法”第五十四条 登録商標専用権を侵害する行為に対して、工商行政管理部門は法律より調査、処分を行う権限を有する。犯罪の疑いがある場合、直ちに司法機関に移送し、法により処理する。
 - ・“商標法”第五十五条 県クラス以上の工商行政管理部門は違法の疑いのある証拠又は通報により、他人の登録商標専用権侵害に疑義のある行為に対して取り調べをする際、以下の職権を行使することができる。
 - (一) 当事者を尋問し、他人の登録商標専用権の侵害に関する状況を取り調べること
 - (二) 当事者の侵害行為に関係する契約、領収書、帳簿及びその他の資料を閲覧、複製すること
 - (三) 他人の登録商標専用権の侵害行為に疑いのある場所を現場検証すること
 - (四) 侵害行為に関係する物品を検査し、他人の登録商標専用権を侵害する物品であることを証明する証拠がある場合、これを封印し、差し押さえること
2. 工商行政管理部門は前項に基づき職権を行使する場合、当事者はこれに協力し、拒絶、妨害してはならない。

2) “捜査”の結果、“模倣疑い品”が発見された場合には、行政機関は強制権でもって当該“模倣疑い品”を押収(一時没収)する権限については、以下の通り明記されている。

- ・“商標法”第四十八条 登録されていない商標を使用し、下記の各号の行為の一つがあるときは、地方の工商行政管理部門はこれを差止め、期間を定めて是正させ、かつ警告又は罰金を科すことができる。
 - (一) 登録商標と偽っているとき
 - (二) この法律第十条の規定に違反しているとき
 - (三) 粗製濫造し、品質を偽り、消費者を欺いているとき
- ・“商標法实施条例”第四十四条 商標法第四十条第2項の規定に違反した場合、工商行政管理部門は期限を定め是正を命じる。期間を過ぎても是正しなかった場合は、その商標標識を没収し、商標標識と商品が分割しがたい場合は、商品を同時に没収し、処分する。
- ・“商標法实施条例”第四十五条 商標の使用が商標法第十三条の規定に違反する場合、関係当事者は工商行政管理部門に使用禁止を請求することができる。当事者は請求を申請する場合、当該商標が著名商標であることを証明する材料を提出しなければならない。商標局は商標法第十四条の規定に基づいて著名商標と認定した場合、工商行政管理部門は権利模倣品業者の商標使用行為を差し止め、商標標識を没収し、廃棄させる。商標標識と商品が分割しがたい場合は、商品を同時に没収し、処分する。

質量技術監督局 (TSB)

「国家質量監督検験検疫総局」は、国内市場において販売されている製品（輸入製品も含む）の監督を行う「国家質量技術監督局」と、輸入製品の水際での管理を行う

「国家出入境検査検疫局」の2つの行政機関が合併して出来た機関である。

かつては人事、財政、物資等に関する全ての権限は、各都市の地方政府からの管轄を受けていた。しかし現在では制度の変革により、国家質量監督検査検疫総局 → 省質量技術監督局 → 市質量技術監督局 → 県質量技術監督局の指示系統が強く機能するようになった。よって地方政府の管轄からは全く独立し、干渉の入る余地がなくなっている。

質量技術監督局は以下の「3つの法律」と「3つの条例」という根拠法（条文）に基づいて、主に“製造領域”を管轄として行動を行っている。

「3つの法律」

- ・ 製品品質法
- ・ 標準化法
- ・ 計量法

「3つの条例」

- ・ 工業製品生産許可証条例
- ・ 特殊設備安全検査管理条例
- ・ 認証認可監督管理条例

さらに上述の「3つの法律」と「3つの条例」以外にも、中国の各地方ごとに定められた条例が存在する。

1) 法人や個人からの告発を受けたり、もしくは行政機関の自主的な判断により、模倣疑い業者に対していわば自由に“捜査”を実施する権限については、以下の通り明記されている。

- ・ “製品品質法” 第 15 条 国は製品の品質に対し、抜き取り検査を主な方法とした監督検査制度を実施し、人体の健康と人身・財産の安全を脅かす恐れのある製品に対し、また、国家経済と国民生活に影響のある重要な工業製品及び消費者、関係組織から品質上問題があると指摘された製品に対し、抜き取り検査を行う。抜き取り検査のサンプルは、市場に出回っている又は企業の完成品倉庫内の出荷待ち製品の中から無作為に抽出しなければならない。監督抜き取り検査は、国务院製品品質監督部門が計画及び組織を行う。県級以上の地方製品品質監督部門も、当該行政区域内において監督抜き取り検査を組織することができる。法律に製品品質の監督検査に対し別途規定がある場合は、関係法律の規定に従い執行する。
- ・ “製品品質法” 第 16 条 法に基づき行われた製品品質監督検査に対し、生産者・販売者は拒否してはならない。
- ・ “製品品質法” 第 18 条 県級以上の製品品質監督部門はすでに取得した違法嫌疑の証拠又は告発に基づき、本法の規定に違反する疑いのある行為について調査処理を行う際、以下に掲げる職権を行使することができる。

(1)当事者が本法に違反する生産、販売活動に従事したと疑われる場所に対し、現場検証を行う。

(2)当事者の法定代表人、主要責任者及びその他の関係者に対し、本法に違反する生産、販売活動に従事したことを疑われる関係状況を調査し把握する。

- (3)当事者に関係のある契約書、領収書、帳簿及びその他の関係資料を検閲、複製する。
- (4)根拠があって人体の健康及び人身・財産の安全を保障する国家基準、業界基準に合致しないと認められる製品又はその他の重大な品質上の問題を有する製品及び当該製品の生産・販売に直接用いられた原材料、補助材料、包装物、生産用具に対し、封印または差し押さえを行う。

2) “捜査”の結果、“模倣疑い品”が発見された場合には、行政機関は強制権をもって当該“模倣疑い品”を押収(一時没収)する権限については、以下の通り明記されている。

- ・“製品品質法”第49条 人体の健康と人身・財産の安全を保障する国家基準、業界基準に合致しない製品を生産・販売した場合、生産・販売を停止するよう命じ、違法に生産・販売した製品を没収し、……
- ・“製品品質法”第50条 製品中に混じりもの・偽物を混ぜる、偽物を本物の代替とする、粗悪品を優良品の代替とする、不合格製品を以て合格製品を偽称した場合、生産・販売停止を命じ、違法に生産・販売した製品を没収し、……
- ・“製品品質法”第53条 原産地を偽造した場合、他人の工場名、工場住所を偽造又は盗用した場合、認証マーク等の品質マークを偽造又は盗用した場合は、是正を命じ、違法に生産・販売した製品を没収し、……
- ・“製品品質法”第56条 法により実行する製品品質監督検査を受けることを拒絶した場合、警告を与え、是正を命じ、あくまで是正しない場合は、営業停止・整顿を命じる。情状が特に重い場合は営業許可証を取り上げる。

3-3 行政機関を効率良く活用する

行政機関と模倣品業者の力比べ

中国での模倣品対策は、行政機関と模倣品業者の“力比べ”のようなものであるとさえ言える。

模倣品業者の中には摘発を受けた後、自身のコネクションを通して行政機関に対して揺さぶりをかけ、押収した模倣品を返還してもらったり、あるいはなんとか処罰を軽減してもらおうと必死の攻勢をかける業者もある。

船舶用品の模倣品の摘発の場合も、社員や調査会社を通じ、行政機関と密に連絡を取り、頻繁に新しい摘発案件を見つけては積極的に通報を行うと同時に、現地の省レベルのような上級の行政機関らとも緊密な関係を築き上げておき、下部の行政機関が不正を働かないかどうかの監視を行ってもらったりしておく必要があるとも言える。

行政機関とうまく連携して効果的な摘発を実施していく為には、まず何よりも実務能力の高い行政機関と連携していく必要があるのは言うまでもない。それでは能力の高い行政機関や清廉潔白な行政機関というのはどうやって見分けていくのか？

摘発行動とともに参加して人物像を見極めるという方法や、摘発実施に対する謝礼を受理するかもしくは拒絶するか、もしくは拒絶の仕方によってその人物の本質を見極めたりするのも一つの方法ではある。

基本的に古今東西、世界中どこにおいても似たような傾向や現象が見られるが、中国の行政機関においても品性の良し悪しや名誉欲や金銭欲、出世欲、実績を挙げたい、評価されたい、面子（メンツ）を上げたい、模倣品業者を数多く摘発して罰金をたくさん徴収したい等、のような何らかの強い気質を備えている者は多い。

上述のように行政機関の行動原理を刺激するような対応を行っていくことも、行政機関のモチベーションを高める一つの方法である。

行政部門からの“金銭”の請求

中国の行政機関においては、摘発を依頼する際に、“感謝費”、“残業費”等の名目で摘発実務に必要とされる“金銭”を要求される事がある。勿論、領収証が発行されることはない。近年はこの“感謝費用”についても、高額になる傾向がある。

行政機関としては多くの人員を出動させて、摘発終了後、模倣品業者に対して行政処罰を課して罰金を徴収する事ができるとは言っても、さらに別途それ相応の“感謝費”、“残業費”等が得られる事を望んでいるのである。

もし企業側からの自発的な「賛助」であるならば、それはあくまでも合法的とみなされる事もあり、行政機関としてはこの費用を「賛助」とみなさせたいとの意向がうかがえる。

行政機関によっては、“感謝費”、“残業費”等の要求についても、時には全く遠慮が感じられないケースもある。

しかしながら、摘発の出動に同意させる為や、差押え通知書写しを発行してもらう時等に、要求に応じてやむを得ず支払わざるを得ないケースも生じる。

これらの“感謝費”等は、行政機関の摘発に対する積極性を駆り立てる事にもなり、全力で案件を処理してくれ、模倣品業者に対してより厳しい処罰を与えてくれる事も期待できる。

また権利者や調査会社側の立場としても、行政機関に対して摘発時の要求をあれこれ指示するのも容易ではない事情から、“感謝費”の支払いとともに摘発時の要求事項を行政機関に吞ませるという駆け引きも行われている。

このように“感謝費”等というものも行政機関の摘発に対するモチベーションを高める為には一つの方法とも考えられる。

その他、摘発に対する行政機関のモチベーションを高めさせ為には、案件の規模をいかにして大きく、かつ特殊化させる事によって、彼らに手柄を立てさせ甲斐があるような摘発とするのも一つの方法である。

行政機関の摘発に対する積極性に対する疑問

中国全土にはこれほど模倣品があふれている状態だというのに、行政機関はなぜ自発的かつ積極的に取り締まりをしてくれようとししないのか？やる気がないのではないのか？との疑問を投げかけられる事がある。

これについては行政機関側の名誉の為にも説明しておく必要がある。少なくとも以下のような止むに止まれぬ実情や理由もある為、全ての行政機関が決して怠惰の理由から自ら取り締まりをしないという訳では決してないという事をここに強調しておく

たい。

- 1) 模倣品業者の数があまりにも多すぎる一方で、行政機関の側ではいくら人手や予算があっても足りず、対応が追いついていない為。
- 2) 行政機関にはそもそも“調査能力”がない為に、年々巧妙になっている模倣品業者の内部動向を探るのは困難になり、自らの能力だけでは権利侵害の事実自体もなかなか把握できなくなっている。ましてや摘発実施のベストタイミングは模倣品の出荷直前であるが、このような正確な時期・タイミングを把握する為には調査能力が必須となる。このような現状から、目下その調査能力を外部の調査会社に頼らざるを得ない状態となっている為。
- 3) 行政機関の側としては、世界中の登録商標（日本や欧米企業先進諸国にその他諸国の登録商標、それに中国国内企業）全てに対する理解・認識を持っている訳ではない為、時には捜査の際に、模倣商標とは知らずに見過ごしてしまうケースも少なくないのかもしれない。結局は外部からの通報に頼らざるを得ない体質になってしまっている為。

行政機関から権利者への要望事項：

一方、中国の行政機関から見て、権利者としての日本企業の対応については、決して全ての面で満足している訳でもない。特に以下に述べるような点において、行政機関が不満を持つケースがある。

1. 「鑑定証明」の速やかな発行

摘発後に権利者から発行される事になっている「鑑定証明」については、原則として7日以内に行政機関の手元に届くように発行いただきたい。

なお、「鑑定証明」は必ずしも権利者自身より発行する必要はなく、中国の現地法人や、もしくは調査会社等の外部の代理会社と委任状さえ取り交わしていれば、「鑑定証明」の発行についても委任する事が可能となっている。

2. 真贋鑑定を容易にする為の偽造防止マークの付与

行政機関は日々多種多様な模倣製品の取り締まりを行っている為、全ての製品について真贋鑑定のノウハウを持っている訳ではない。よって権利者には模倣され易い製品を製造する際には、権利者だけが把握している偽造防止の印を付けていただきたい。

3. 侵害行為の分業化に対する対策～ノーブランド品を減らしていく対応

近年見られる模倣行為の特徴の1つとして、一つの模倣品を製造する為に、事細かな分業体制が確立されてきている傾向が挙げられる。

特にノーブランド製品を生産する工場とパッケージやラベルを印刷する工場、そして最終的に完成品に仕上げる為の組み立て工場らがそれぞれ独立した形で別々の箇所に存在している。

それぞれの工場における具体的な模倣行為の手口や特徴は、それぞれの業者自身しか把握していない事すらあり、調査時や摘発時の証拠取りに困難をもたらしている。

しかも現状の法律ではノーブランド製品に対する摘発の実施は非常に困難である為（ノーブランド品が模倣品とともに現場内で発見され、それが明らかに模倣完成品と

して製造されるという客観的な根拠が証明されて、初めて押収が可能)、行政機関にとっては以前にも増して摘発が行いにくい状態になってきている。

権利者側に要望したいのは、摘発の効果を上げていく為にも模倣行為の分業化に対抗する策として、極力ノーブランド品の製造工程をなくしていくような対応をお願いしたい。具体的にはノーブランド製品にも、商標もしくはメーカー名を刻印するような形が取られるのが望ましい。

このように模倣品業者との知恵比べは、ますます困難を呈してきている様子が伺える。

3-4 刑事責任の追及

2004年度末の法改正により、中国での知的財産権侵害の刑事案件化への訴追基準が以下の通りに引き下げられている。

- 1) 刑事訴追の基準となる違法経営金額を、従来までの10万元以上から5万元以上に引下げ、「違法経営金額が5万元以上の場合、刑法213条に規定する『情状がひどい場合』ものとみなす」(本司法解釈第1条)との規定を設けた。
- 2) 「違法出版物に関する規定」より、違法所得金額を従来までの5万元以上から3万元に引下げ、「違法所得金額が3万元以上の場合『違法所得金額が比較的大きい』ものとみなす」(本司法解釈第5条)との規定を設けた。
- 3) これまで「訴追基準」には違法所得に関する金額がなかったが、「本司法解釈」第1条には、違法所得が3万元以上の場合を情状がひどいものと規定した。

この動きだけを見ていけば、中国は従来に比べて知的財産権侵害事件に対して、より厳しい態度をもって臨んでいこうとする姿勢をうかがい知る事ができる。

現状では被害を受けた権利者が模倣品業者に対して刑事罰を与えるよう働きかけていく為には、主に以下の2通りの方法があると言える。

1) 直接公安部門を通して刑事摘発を実施させる。

一般的に直接公安部門を通しての摘発は、刑事罰という抑止効果の高さはいうまでもないものの、行政機関を通しての摘発と比べると、やはり非常に詳細かつ煩雑な事前確認作業や時間を要する事は否めない。

公安部門による摘発の際には、依頼者側(すなわち権利者)としては特に必ずとり行うべき手続きや必要事項というものはないが、調査会社の側としては場合によっては公安からの指示を受けて、摘発実施前に摘発目標(主に「経営責任者」や「模倣品」)に対する刑事調査の実施を依頼される場合がある。これは経営者の個人情報や日常の動向に加え、模倣品の保管場所やその数量に関する事細かな情報を公安に提供させる事を目的とする。そしてその調査結果に基づいて、公安部門では経営者の拘留及び模倣品の押収といった対応を執る事になる。

2) 工商行政管理局や質量技術監督局等の行政機関による摘発後、違法経営金額や違法所得金額が上記基準に達した時、公安部門に移行させる。

行政機関を通して摘発を行う事の最大の利点は、対応が迅速故に手間や時間を簡略化して、随時柔軟かつタイムリーな対応をとる事ができる所にある。

よって現実には対応の問題上、まずは行政機関による摘発を実施させた後に、案件を公安部門に移行させる方法を狙うのも一つの方法であると考ええる。

なお模倣品業者に対する刑事責任追及の可否については、あくまでも公安部門が判断を下すものであるため、行政機関や実際に被害を受けた権利者ら自身には、一切の決定権や影響力がある訳ではない。

また上述の方法を応用したやや変則的な方法として、模倣品業者に対してまずは行政機関を主導で摘発を実施させ、同時に身辺保護の目的で公安部門を同行させる。摘発に同行している公安は現場の秩序維持を最大の目的としており、摘発の主導権はあくまでも行政機関にある事になる。

このような中で、模倣品業者による違法経営金額や違法所得金額が刑事訴追基準に達している事が明らかになった時に、摘発の主導権を初めて行政機関から公安部門へと切り替えさせるという方法である。

さらには別の方法として、模倣品業者の違法経営金額や違法所得金額が刑事訴追基準に達してはいなかったものの、摘発の際に模倣品業者が行政機関や権利者（もしくは調査会社）らに対して、悪質な暴力・妨害行為を行った場合、公安部門の主導により、関係者らを拘束する事もできる。ただしこの場合に課される処罰は、当然ながら知的財産権の侵害というよりも、むしろ暴行事件に応じて取り扱われる事になるのと言うまでもない。

しかしながらこのように刑事訴追の基準が引き下げられたとは言えども、模倣品業者に対する刑事責任追及の過程ではまだまだ以下のような深刻な課題も残っており、今後のさらなる法整備を期待していかなければならない一面もある。

① 模倣品業者にとっては法律上の抜け道が多く、あまり強い抑止効果に至っていない事

多くの模倣品業者も知的財産権に関する法律知識を理解・研究している為に、刑事訴追の基準に達する程の模倣品や違法経営金額を示す決定的な帳簿や伝票等を無造作に工場内に残しておくような事はしていない。よってそう簡単には刑事事件に発展しにくいのが現状である。

調査会社を通して摘発を実施する際にも、出荷直前の模倣品在庫数量が最も多い時を“摘発実行の絶好のタイミング”としているが、それでも現実には刑事訴追の基準になかなか達する事ができないのが現状となっている。

さらには模倣行為がより地下に潜り込み、調査会社の調査員らにとってはそれらを見つけ出すのが年々困難になってきている。このように調査活動にかつて以上の時間や手間、難易度が生じてきているという懸念もある。

② 模倣行為の違法金額が真正品換算ではなく模倣品換算にて計算される為に、なかなか刑事訴追の基準に達しない事

知的財産権侵害事件に対する処罰審理の際には、模倣品業者による違法経営金額や違法所得金額が算出される事になる。これらの金額については、一般的に真正品の5分の1ともそれ以下とも言われる模倣品の売上げ価格に基づいて算出される事になる。よって違法経営金額や違法所得金額は思いのほか高くはならないという悩ましい問題が残る。

結果として案件は刑事訴追基準にまでは達せず、微々たる行政処罰が課されるのみで終わってしまう。

この為、摘発実施時に、いかにしてより多くの模倣品を見つけて摘発を実施するかという課題にもつながってくる。まだまだ克服していくべき部分が多いと言える課題である。

③ 公安部門が知的財産権侵害事件の立件にあまり積極的ではないこと

2004年度末の法改正で刑事案件化への条件が引き下げられたとは言え、地域によっては地方保護主義による弊害も絡んで、実情では刑事訴追は半ば有名無実と化しているように感じられる所も少なからずある。

それは、おそらく公安部門にとっては、窃盗事件や殺人事件に比べてはるかに規模の小さい知的財産権侵害事件のような案件の類の処理にはなるべく時間や労力をかけたくないとの意識をもっていることに一因がある。

このような現状のシステムが、刑事案件化への困難をもたらしている原因の1つとなっているのではないかと考えられる。

とは言え、模倣品業界全体の流れから見てゆけば、中国の法強化により模倣品業者らに対する引き締めは、権利者にとっても調査会社にとっても明らかに追い風となっており、良好な時代の流れであると言える。

3-5 行政摘発

行政摘発を行う主な目的については、大きく以下の2点をもってまとめる事ができると考えられる。

- 1) 摘発によって権利侵害品を押収すること（行政機関発行の“差押え通知書”写しを入手すること）
- 2) 摘発実施後に権利侵害業者に対して処罰（警告・罰金・押収品処分）が与えられた事を確認すること（行政機関発行の“処罰決定書”写しを入手すること）

中国の行政機関では主に外部からの権利侵害に関する通報を受けてから、初めてその処理の為の行動を進める事となる。

中国全体におけるここ数年の侵害案件の告発数は決して減少はしておらず、どちらかと言うと上昇傾向にすらあるが、よって行政機関の側としては外部からの告発処理に対応するだけで手いっぱいとなっており、あまり自主的に侵害案件を探し回るような活動は行っていない。

外部からの告発を受けた行政機関は、案件に関して事実確認調査を行った後、取り締まり部隊を率いて模倣品業者に対して行政摘発を実行する。

なお国家や省レベルのような上級行政機関の担当者らになってくると、摘発現場に参加しても目に付いた模倣品については勿論押収措置を執るが、しかし彼ら自身がわざわざ自らの手を汚してまで模倣品の搜索する気持ちは決して強いとは言えない。汚れ仕事は専ら調査会社の手で行われているのが実情である。

よって摘発時には調査会社等が現場に立会い、模倣品の搜索や搬送等の実務を担当する事になる。

近年の模倣品業者の特徴としては、技術力も全体的に引き上がっており、国外向けの輸出が以前よりも増加していると見られている。

また船舶や自動車の製品や部品では、中古部品や模造部品を使って完成品に組立てる業者も存在するが、「中古品を新品と見せかけ」で消費者を欺いていると判断された場合には、質量技術監督局による「製品品質法」や「旧貨交易法（＝中古品取引法）」の安全要求に違反する行為とみなして摘発の対象とする事もできる。

摘発の際には模倣品のみならず、その生産設備が専ら侵害品の生産に使用されていると判断された場合には、生産設備もろとも差押え・押収が行われる。

しかしその生産設備により、模倣品以外にも他の無関係の製品も生産されている場合には、原則として差押え・押収は行う事はできない。

また多くの模倣品工場の経営者は模倣品の生産実務を部下に任せて、自らは電話による指示等の遠隔操作を行っているケースが多い。結果として摘発の際に経営者に対する取調べが困難という難点もある。

正当な権利行使の為に

工商行政管理局や質量技術監督局のような中国の行政機関では、法人や個人からの告発を受けたりあるいは行政機関の自主的な裁量により、模倣の疑いがある企業に対していわば自由に“捜査”を実施する正当な権限を有している。

そして“捜査”の結果、仮に模倣品が全く発見されなかったとしても、捜査を受けた企業側としては行政機関による正当な捜査行為に対して、裁判所等に訴える権限は一切ない。

一方行政機関による“捜査”の結果、模倣“疑い”品が発見された際には、行政機関は当該模倣“疑い”品を強制的に押収（一時没収）する権限を持っている。

ここで問題なのは“捜査”を行った際には、行政機関側が模倣品であると判断し押収してみたのだが、よくよく調べてみると実は他者の権利を侵害していない正当な製品である事が判明した場合であり、行政機関側としては“速やかに”当該製品を元の企業に返還しなければならない。

仮に、すでにニセモノではないと判明していながらも、行政機関が正当な理由もなく、捜査を受けた企業への製品の返還を長々と拒み続けた場合、その企業としては正常な業務に多大な支障をきたす事になる。このような場合、時として被捜査企業としては損害賠償の名目で行政機関を訴える事ができる。また場合によっては製品返還拒否に加担しているとされる調査会社や権利者までも巻き込んで訴えてくるという可

能性も否定はできない。

その為、行政機関の側としては、摘発実施前に対象製品に対して、具体的にどの部分が権利者の正当な権利を侵害しているのかをはっきり確認・認識した上で、現場に赴き摘発を実施しなければならない。

すなわち摘発実施前に行政機関が対象製品のサンプル現物かもしくはその写真を必要とする理由は、極力誤認捜査を避け、効率化を図る為であるとも言える。サンプルを確認して摘発対象製品に対する理解を深め、製品のどの部分が他者の権利を侵害しているかを正確に判断する為の材料として必要としているのである。

摘発実施前のサンプルの入手については、一般には領収証の入手や公証等のような煩雑な手続きは必要とはしない。

そのサンプルは模倣品の現物であるのが当然最も望ましいと言えるが、もしくは純正品のサンプルや撮影写真等でも、調査上それほど大きな支障をきたすことはない。要は行政機関に対して、摘発対象物品や本物とニセモノとの違いを理解・認識させる事ができれば十分と言える。

ただ調査会社では、一般的に事前に摘発対象企業に対する内部調査を済ませており、明らかに模倣行為を行っているとの確証を得た上で、タイミングを見計らって行政機関に対して告発を行っている為に、余計なトラブルが発生する可能性はそれほど高くないとは言える。

摘発により得られる具体的戦果

摘発により得られる具体的戦果とは、主に以下のものが挙げられる。

- 1) 物的戦果：模倣品現物やそのパッケージ、ラベル、金型、刻印等の証拠品。あるいは模倣品の出荷先や入手先を示す証拠帳簿や伝票等の書類。
- 2) 精神的戦果：模倣品業者に対する経済的打撃による心理的なダメージ。また模倣行為が白日の下にさらされた事による、もうバレているという不安感。
- 3) 二次的戦果：摘発を受けた模倣品業者は、行政機関との関係悪化を防ぐために余計な神経や労力等を費やす事になる。

このように、模倣品業者が摘発後に受ける打撃は小さくない。

金型や刻印、製造設備の押収

摘発においては、模倣製品及びそのパッケージやラベルのみならず、偽造表示入りの金型や刻印、場合によっては製造設備についても押収の対象となっている。

これは調査会社にとっても、調査の際に模倣製品の金型や刻印を見つけ出し、しかもその押収に成功した場合には評価が高まる事から、なんとかそれらを抑えようと努めている。

とは言え、現場で摘発を行う側の立場から見ると、摘発の際に真っ先に押収を行わなければならない物品について、以下のような優先順位というものが存在する。

- ① 偽造商標の入った製品

- ② 偽造商標の入った金型・刻印
- ③ 模倣品製造に関わる帳簿や伝票類

摘発の際に①すら見つからないとなると、②や③を見つけ出す事はなお難しい事と考えられる。したがってひとたび相手の懐に入って摘発を実施する際には、① 偽造商標の入った製品 を見つけ出す事がどうしても最優先課題となってくる。しかも①は数量の上でも最も多くかつ手間もかかる為に、ここに多くの集中力が要される結果となる。

こうして①の押収作業が順調に乗り出した事を確認できて、初めて②や③の捜索が行われる事になる。

または①、②、③を同時並行で進行させる事もあるが、それでも心理上の最優先課題はどうしても①という事になる。

なぜそこまで①を最優先課題とするかについては、もしも①が未発見で②もしくは③が発見された場合は、模倣品業者は模倣品製造事実そのものを認めようとせず、もうとっくに模倣行為を止めていると主張するか、あるいは金型や刻印についてはたまたまそれだけを外部から借りて預かっていただけという言い逃れをする可能性があるからである

このように摘発を行う側にとっては、偽造金型や刻印の押収がどうしても二の次にならざるを得ない事情であるのに対して、摘発を受ける側（特に経営者）の立場からこれを見ると、偽造金型や刻印というのは以下のような深刻な意味合いを持っている事がうかがえる。

- ①偽造金型・刻印は模倣品製造の言い逃れの出来ない動かぬ証拠である。
- ②偽造金型・刻印は持ち運びが便利ゆえ、経営者は普段は自宅や自らの車両の中、場合によっては自らのカバンやポケットの中に用心深く隠し持っている。

よって偽造金型・刻印の押収については、摘発時に発見すれば当然押収を行うものの、毎回押収に成功しているとは限らない。

なお摘発の際には模倣品の製造もしくは販売行為に関わっていたと判断されるものであれば、金型や刻印はもちろんの事、帳簿、伝票、時には製造機械設備やコンピュータまでをも押収の対象とする事ができる。

しかしながら機械設備については、当該設備が模倣品のみを専門で製造していたと判断された場合にのみ押収される事となる為に、その機械設備で純正品やノーブランド品も同時に製造されているような場合には、通常は押収されない事となっている。

「就地封存」（摘発現場での保存）と「異地扣押」（別箇所への保存）

一般的に行政機関による摘発の際に取り締まりを受けた模倣疑い品については、「就地封存」（摘発現場での保存）でも「異地扣押」（別箇所への保存）でもかまわない事になっている。しかし権利者の立場としては特に別箇所への保存、すなわち「異地扣押」という形をとってもらうのが望ましい。

これは摘発現場での保存、すなわち「就地封存」という形では模倣品業者に対して、まだまだ精神的ゆとりを与えている事になり、真の意味での打撃を与えたとは言い難いからである。また取り締まりが終わった後、模倣品業者と行政機関との間で癒着があり、せつかく取り締まった模倣品をその場で開封してしまう心配がないとは言えない。

ただし模倣品業者の独断により、模倣品が無断で開封されてしまう事については、一般的には心配ないと言っていい。中国では行政機関により封印された物品を無断で開封したり移動したりすれば、最悪の場合公務執行妨害により刑事責任を問われるのである。

ただ摘発を行った時間帯が夜遅く、すでに運搬用の車両の手配がつかなかった場合や、摘発を行った地点が郊外の辺鄙な場所で、模倣品業者や周囲の村民らの不穏な動きもあり、ひとまず無用な刺激を与えてトラブルが発生するのを避ける為に、一時的に模倣品を現場に「保存」する事はある。

ただその場合にも、原則としては現場での保存はあくまでも一時的なものとし、後日車両を手配し、模倣品を別箇所に運び込む事になる。

企業間による共同調査・摘発

模倣品業者は模倣品を製造する場合、その業界内の複数ブランドの模倣品を製造しているケースが多い。よって摘発の際には期せずして複数ブランドの模倣品が押収される事がある。

調査会社では摘発の結果、依頼を受けた企業以外の他社ブランドの模倣品が発見・押収され、後付けで摘発の参加を受けた場合には、これを複数社連合摘発とみなしている。

またこの場合には調査会社に支払われる費用についても、ディスカウントが行われる事になる。

よって権利者側も調査会社側も、ともに一模倣品業者に対してより多くの権利者が参加する形での摘発を望んでいる。

このような連合摘発については以下のような具体的なメリットもあり、多くの業種間においても比較的好く見られる傾向である。

- ① 押収量の増大によって摘発の効果が高くなる
- ② 行政機関のモチベーションが高まる
- ③ 権利者側の費用対効果が良い

3-6 真贋鑑定と鑑定証明

真贋鑑定の実施

「真贋鑑定」とは、摘発実施時に押収した製品について、「押収した製品は権利者もしくは権利者が正式に委託した会社が、製造もしくは販売したものではない事を証明すること」である。

スムーズな真贋鑑定実施という観点から言えば、「権利者が摘発現場に立ち会って、

鑑定をおこなう」という形が望ましいと言える。

しかしながら現実問題では権利者側の日程調整や安全面の配慮に関する問題から、そう容易に摘発への参加が可能とは限らない。

この場合には、「権利者が調査会社等に依頼し、まずは現場で初歩鑑定をおこなった上で押収を行った後、現物サンプルや写真をもとに権利者がのちに正式な真贋鑑定をおこなう」という方式を取る事になる。

ところがそうは言っても、生産工場に対する摘発の際には、その工場が権利者と一切の関係のない工場であれば、それは即模倣品工場と断定でき、そこで作られているモノ全てをニセモノと断定する事はできるが、しかし販売店や保管倉庫の場合だとそう簡単にはいかない。

販売店や保管倉庫では、模倣品業者が 100%模倣品のみを販売しているというケースはむしろ少なく、どちらかというところと真正品と模倣品とを敢えてごちゃ混ぜにした状態で陳列・販売しているようなケースがある。

これは消費者からの需要が必ずしも価格の安い模倣品だけに向けられているのではなく、時には真正品が売れる事も見越して在庫を持っている為であるが、皮肉にもこの行為が摘発時の真贋鑑定ミスを誘発させる可能性を高め、期せずして模倣品業者にとっては一石二鳥の結果となっている。

なお余談だが、模倣品を買う消費者というのはその大半がニセモノである事にはうすうす気付いているか、もしくはそれを確信しているケースが大半である。しかしたまに地元ではない外来の顧客などがやって来た場合には、敢えて高値で（場合によっては真正品と同額で）模倣品を売りつけるような事もある。

よって上述の通り、工場に対する摘発の際には現場での真贋鑑定の重要性は低い、しかし一方で、販売店や保管倉庫に対する摘発の際には現場での真贋鑑定はむしろ必須という事になる。

理想としては「権利者が摘發現場に立ち会って、鑑定をおこなう」という形が最も望ましく、後のトラブルを極力避ける事ができるであろう。しかしそれもやむを得ない場合には、「権利者からの委託を受けた代理会社（調査会社も含む）が、真正品と模倣品との判別の仕方に関する比較的高度な鑑定能力の訓練を受けた上で、権利者に代わり現場での真贋鑑定を行う」という方法もある。

また「真贋判別マニュアルを作成し、代理会社はその判別マニュアルに基づいて真贋鑑定を行う」という方法もある。

しかし、船舶用品の場合は、用品の種類も多く、一つの用品に関しても、様々な種類があるので、一冊のマニュアルにまとめるのは困難な場合もあろう。更に新製品が導入されるごとにアップデートの必要も生じるので、真贋判別に関する詳細情報は、外部に配布するのではなく、社内資料としてまとめておき、必要に応じて、調査会社や行政機関に説明する方が確実と考えられる。

特に調査員の出入りが激しい調査会社などでは、調査会社を辞めた調査員が真贋判別マニュアルを持って模倣品業者に公開してしまわないとも限らない。よってあまり詳細な真贋判別マニュアルについては特に慎重な取り扱いが必要である。

最後に摘発現場での真贋鑑定者は何の基準をもって、製品が本物であるかニセモノであるかを見極めているのであろうか？

一般的には主に以下の3つの方法を用いて、真贋の判別が行われている。

・真贋判別機器や用具（バーコードリーダーや真贋判別用の下敷き等）

真贋判別機器であるバーコードリーダーとは、製品パッケージやラベルに付されているバーコードを読み取る手のひらサイズの機器を言う。価格は20万円前後とやや高額だが、日本では市販もされているので入手はし易い。

疑わしき製品を1つ1つバーコードリーダーにかけて、表示される番号と製品上に付された番号とが一致しない時、ニセモノであると断定する事ができる。これには模倣品業者も反論の余地がない。

勿論、バーコードそのものがニセモノと判断されれば、例え中の製品が本物であろうかニセモノであろうかはすでに関係はなく、一切が行政機関による押収の対象となる。

一方、真贋判別用の下敷きとは、権利者の製品や部品のパッケージやラベルのデザインそのものを透明のフィルターに印刷したものである。

鑑定の際には、この下敷きをニセモノと疑われる製品にかざして、ちょっとした印刷のずれやミスを見つけ出して判別を行う事になる。

しかしながら近年の印刷業者の模倣品印刷技術は高まりを見せており、製品の外観が明らかにニセモノであると思われるのに、バーコードリーダーで読み取った際には、本物としての表示が出るものも現れてきている。

彼らの中には全く正常な反応を示すニセ・バーコード入りパッケージやラベルを作り上げる能力を持ち始めてきている為に、バーコードリーダーによる真贋鑑定能力を徐々に上回り始めている傾向すら見える。

また、一方でニセビールのように、真正品の古い瓶を使ってニセビールを詰めているようなケースではバーコードも当然正常に反応する為に、ここでは全くその効力を成さない。

よって真贋鑑定の際には、100%バーコードリーダーのみに頼りきって鑑定を行うのはむしろ非常に危険であると言えらる。バーコードリーダーの現状の最大の欠点として、「精巧に作られたパッケージには通用しない」事と、「肝心の中身の製品に対する鑑定の際には一切通用しない」事が挙げられる。

結局最終的には取り締まり対象製品の外観的・技術的特徴に熟知している人員らによって真贋が鑑定される事になる。

・販売価格の確認

摘発現場での真贋鑑定の際に、もっと容易に判別を行う方法もある。模倣品と疑わしき製品については、その販売価格を確認するという方法である。

模倣品は往々にして真正品では明らかにコスト割れしてしまうような安値で販売されているケースが多い。

もしも店内の帳簿や伝票、あるいはコンピュータの中に、これら製品の販売価格が

記されている情報が入手できれば、この価格を証拠にニセモノとみなして、押収措置を執る事ができる。

ただ模倣品業者というのは皆確信犯ばかりであるので、模倣行為の致命的な証拠となるような帳簿や伝票を無造作に置いているような事はあまりないし、また例え見つかったとしてもそこに製品の名称や型番が素直に記されているとも限らない。

あとは店主らが疑わしき製品の販売価格を素直に告白してくれれば良いのだが、これには当然あまり期待はできないと言える。

・ 目視

結局前述の通り、権利者としては委託会社に対して、現場での真贋判別を行う事ができる技術をトレーニングさせることしかないのかもしれない。勿論あまり高度すぎる真贋鑑定技術の伝授は同時に外部への流出という危険もはらむのであまり進められないが、摘発現場において一般的によく見られる真贋判別ポイントをいくつか伝授するという方法がある。

このように真贋判別機器や用具による鑑定にしても、また販売価格の確認による鑑定方法にしても所詮上述のような限界があり、結局最後に頼るのは実は目視による鑑定となるのである。

なお現場での鑑定の際に、どうしても真贋の判別の付きにくいものにも遭遇する事がある。当然この際には非常に慎重な対応が必要となってくる。

とりわけ代理会社に鑑定を行わせる場合には、その後の余計なトラブルの発生を避ける為にも、真贋判別の困難なものについては必ず権利者の指示・決定を仰がせるよう徹底せねばならない。

例えば製品を権利者のもとに送らせるか、あるいは写真撮影の上、権利者自身による真贋鑑定を行う等の方法を取る事である。

もしくはその製品の重要性が高くないようなケースや現場での事情によっては、真贋判別の付きにくい製品については、むしろ押収しないようにする対応を取っておく方が無難である時もあるとすら言える。

鑑定証明の発行

上述の通り、無事に摘発現場での（初歩的な）真贋鑑定が行われた後は、権利者としては押収された物品が確かにニセモノであるという証明、すなわち模倣品業者の行為が他者の権利を侵害している事を正式に証明する為の書面（鑑定証明）を発行しなければならない。

この鑑定証明は、原則として摘発を行った後には必ず発行しなければならない書面となっている。

この権利者による鑑定証明の発行があつて、行政機関としては初めて模倣品業者に対して行政処罰を下す為の対応を進めていく事ができる。

逆に権利者からの鑑定証明がない場合、最悪の場合には行政機関による製品の押収

行為すら不当捜査とみなされ、模倣品業者から訴えられてしまう危険すらある。

なお一般的に鑑定証明の発行者については以下の通り、2通りの方法が認められている。

1. 権利者の名義・捺印による発行
2. 権利者からの委託を受けた代理会社（調査会社も含む）の名義・捺印による発行（この場合には権利者からの委任状のコピーも必要）

なお権利者が摘発現場に立会いを行わなかったケースで、権利者が自らの名義・捺印による鑑定証明の発行を希望する場合には、代理会社や行政機関らが入手したサンプルや撮影写真に基づいて確認が行われ、鑑定証明が発行される事になる。

よって権利者の側としても、実際に押収物の確認を行った訳ではないので、「当事者が模倣行為を認めるような言動を行った事実」や「同時に押収された他社ブランド製品も模倣品であったという事実」等の状況証拠も加味した上で、押収した物品が模倣品であるという全体的な確信を高める事となる。

しかし若干例外ながら、特に工商行政管理局（AIC）によって摘発が実施された際に、誰がみても疑いようのない商標権侵害行為であった場合には、権利者からの鑑定証明を必要とせず、そのまま行政処罰が科されるケースもある。

3-7 摘発後の処理（処罰結果の確認）

行政処罰

行政摘発が実施されると、行政機関では権利者側から正式に模倣品と判定された鑑定証明の発行を受けて、案件そのものが案審委員会（＝案件審理委員会。すなわち案件の処理を行う機関）に委ねられる。

そして案審委員会における審査の結果、案件内容に関して修正の必要が生じた際には随時、行政機関に差し戻されて修正が行われ、案件は再度案審委員会において再審査される。こうして模倣品業者に対して行政処罰を科す必要の有無や具体的処罰内容についての審理が行われる事になる。

また模倣品業者からの提訴があった場合にも再審査が行われる事がある。

その為、案審委員会において審査が行なわれ、実際の行政処罰が下されるまでの期間は、どんなに早くとも通常は1～3ヶ月、時には1年近くかかるようなケースすらある。

行政処罰の具体的な処罰内容とは一般的には以下の3点全てが課される事になる。

- 1) 警告（権利侵害行為の停止命令。ただし法的拘束力はない）。
- 2) 罰金（通常は押収物品の商品価値の1～5倍）。
- 3) 押収物品の“没収”

行政機関により模倣品業者に対して行政処罰が下された結果、押収措置が執られた権利侵害品や徴収された罰金は全て国の資産として取り扱われる。

しかし現実問題では模倣品業者による倒産、逃亡、偽造離婚等の手段により、行政処罰による罰金の徴収さえままならない場合も少なくはない。

ただここでは実際の権利侵害を受けた権利者側の意向が反映される事は一切なく、問題はあくまでも国（行政機関）と模倣品業者との二者間の問題であるとみなされて処理が行われる事になる。

さらに注意したいのが、3) 押収した物品の“没収”処分についてであるが、押収した物品は厳密には行政機関により“没収”が行われるのであり、“廃棄処分”が行われるとはどこにも明記されていない。あくまでも押収した物品の所有権が模倣品業者から行政機関に移っただけの話（すなわち“没収”）であるという事である。

よって行政機関にとっては押収物品を毎年3月15日の“消費者保護日”の機会に一斉廃棄処分にしてしまう事も可能であるし、または押収した物品があるいは再び直接的な権利侵害を招く事がないと判断される前提で、そのまま“競売”にかけて、自らの収益としてしまう事も認められている。

ただし、行政機関がすでに権利侵害品と確定されている物品を、再び元の模倣品業者らに返却する行為については固く禁じられている。

なお行政処罰の一環として、模倣品業者を営業停止にする可能性については、「商標法や製品品質法の罰則の中には、営業許可証の剥奪に関する規定は一切記載されていない」事情により、行政機関による営業許可証の剥奪については下手をすれば職権濫用とも受け取られかねず、慎重に対応せざるを得ないのが実情である。

それよりはむしろ模倣品業者に対する刑事責任追及の可能性を探っていく方が、まだしも現実的と言える（詳細は **3-4 刑事責任の追及** を参照）。

処罰決定書写しの入手

行政機関により、模倣品業者に対して行政処罰が課される際には、必ず処罰決定書の内容に基づいて対応が行われる。

権利者としては模倣品業者に対する処罰内容の確認（すなわち処罰決定書の写しの入手）をもって、当該案件を総括させている事情からも、なんとしても処罰決定書の写しを入手したい所である。

処罰決定の確認やその書面写しの入手については、基本的には代理会社である調査会社側にて対応を行う事になっている。

しかし現実には以下のような種々の“時間”や“手間”、“費用”等がかかるという事情があり、その入手には容易ならざる困難が生じているようである。

- ・ 行政機関や調査会社が人手不足による多忙の為に対応が追いつかない場合
- ・ 行政機関が処罰決定書の写しを発行するにあたって、主に調査会社側に金銭等の報酬を要求するようなケースがあり、その交渉が決裂してしまったような場合
- ・ 行政機関の担当者の人事異動等により、案件の処理状況がうやむやになってしまい、担当者が不明やもしくは処罰決定書そのものが発行されなかった場合

3-8 摘発後の処理（廃棄事実の確認）

3・15 一斉廃棄処分

日本では知的財産権侵害に関する刑事事件では、裁判所からの判決後、裁判所から証拠品（押収品）の廃棄命令が担当警察署に出る。そして警察が立会いの上で、押収品全てに対して、切断や焼却等の方法により、再利用が不可能な状態になるまで処理が行われる。勿論廃棄が終わるまで1つ残らず確認が行われる。またその事実については写真撮影も行われている。

一方中国においては、権利侵害者に対する処罰が確定された後、押収された物品は行政機関の所有物となり、競売さえ免れる事ができれば、通常は毎年3月15日前後をシーズンとする「消費者保護日」の期間に一斉廃棄処分が行われる事になる。

中国では模倣品業者から押収した権利侵害物品は、実際に取り締まりを行った機関の監督責任下で処理が行われるのが前提となっている。

廃棄時には望めば権利者や調査会社らの立会い参加も許可されるし、また通常は写真やビデオによる撮影も許可される。なおサンプルとしての模倣品現物や金型等の入手については、念の為に行政機関に対して確認を取り、入手の可否を問い合わせた方が無難ではある。

ただし、押収品の廃棄処分については、中国各地の行政機関においても、どうも見解に若干まちまちな部分があるように感じられる所があり、中国全土の行政機関が必ずしも全て3月15日前後に一斉に廃棄処分を行っているという訳でもなく、中には多忙等を理由として、全く何のアクションもおこさない行政機関も存在する。

またこの廃棄処分については、過去1年間で押収された多種多様かつ大量の模倣品が1ヶ所に集められて一斉廃棄される為に、権利者が被害を受けた製品のみの特化した廃棄処分が行われる訳ではないという事にも注意したい。

したがって廃棄処分現場においては、権利者の模倣品の押収数量全てが本当に廃棄処分されているのか否か、あるいはそもそも権利者の模倣品が廃棄現場のどの箇所にあるのかさえ確認するのが非常に困難な場合がある。

これは前述の通り、3・15一斉廃棄処分という行為が、行政機関自身の所有物に対する内部での総括的作業である為、権利者を含む外部に対する配慮は行っていないという実情からきている。

ただし、そうであるからこそ、この一斉廃棄処分に関しては、権利者に対して廃棄処理実施の為の一切の費用が請求される事もない。

臨時的な廃棄処分

権利者の中には、3月15日前後の「消費者保護日」における一斉廃棄処分の時期よりも早い段階で他の製品を交えずに単独での廃棄処分実施を望むようなケースもある。

行政機関によっては、臨時的に廃棄処分を実施してくれる事もある。ただし、この場合には廃棄処分実施の為の実費費用を、行政機関は権利者に対して請求してくることもある。

行政機関側としては、臨時で廃棄処分を実施する為に、環境保護を考慮した廃棄場

所や施設、あるいは運搬・作業の人員手配や行政機関各人員への手当てまでも含めて余分な費用が発生してしまう事になり、国家から支給される支給額の水準では不足しがちである。

そこで、一部の行政機関では、権利者側からの臨時的な廃棄処分依頼に対して、発生する費用の負担を、「感謝費用」や「廃棄処理費用」等の名目で請求する事によって、不足分を補う方法をとっている。

廃棄処分にかかる費用については、「押収した物品の数量や商品価格」、あるいは「実施する廃棄処分の規模、参加人員数」等に対応している。廃棄処分実施の際に行政機関に支払う費用の相場については廃棄対象物品の物量や行政機関の裁量 1 つで決まるような所もあるが、概ね 5,000 人民元前後（約 7 万円）から高ければ 10,000 人民元（約 14 万円）を超える事もあり、また地域差もあり、一概には断言できない。

ただし、もしも廃棄処分にかかる費用が高いと思われるのであれば、一度行政機関と交渉してみる価値もあると言える。

なお、これら費用については領収証、廃棄処分要請書や廃棄を実際に実施した事の証明書のようなものは一般には発行されないことが多い。

廃棄方法

なお権利侵害品の廃棄の方法については原則として、「再使用不能」と「環境への配慮」の 2 点が守られていれば、基本的にはいかなる手段を用いて廃棄を行っても構わない事になっている。

廃棄の方法については多種多様であり、例えば刃物や器具を用いて 1 つ 1 つを使用不能にしていく方法や、大型廃棄処理施設の中に放り込む等の方法がある。

以上の廃棄処理の確認をもって、一つの案件がひとまず締めくくられる事となる。

3-9 損害賠償請求と民事訴訟

権利侵害を受けた権利者にとって、摘発を受けた模倣品業者の行政処罰が確定されてさえいれば、「模倣被害による権利者の被害額の回収」を主目的として、当該模倣品業者に対して賠償金の請求を前提とした「民事訴訟」を提起する事については全く問題はない。

ただ人民法院を通して訴訟で争うとなると、むしろそれ相応の巨額の権利侵害案件である場合や社会的に影響力の大きい模倣品業者を対象とした方がまだより確実かもしれない。

そうでないとせっかく費用や時間をかけて勝訴したにも関わらず、そもそも当事者に賠償金の支払い能力がなかったり、あるいは逃亡されてしまったりすると、実際にダメージを受けるのは、訴えを受けた模倣品業者というよりも、むしろ訴えた側の権利者という本末転倒の結果になりかねない。

さらにはこの民事賠償請求を必ずしも人民法院を通しては行わず、法廷外での和解をもとらんで交渉を行うという方法もある。

この場合には権利者が依頼した弁護士が、権利侵害者と相対して賠償金支払いに関する交渉を行う事になる。

勿論、通常交渉はそう順調には進まない。模倣品業者側ののりくすりした対応を言いくるめて交渉のテーブルにつかせたり、また賠償結果が確定したにも関わらず、いつまで経っても賠償金が支払われない等の問題も生じ易い。手間ひまがかかる割には権利者の側の思う通りの結果が得られるとも限らない事から、やはり事前に見込みのある個々の案件を選定して、民事賠償請求の必要性の有無を検討するべきかもしれない。

3-10 取り締まり機関に対する感謝表明

3-8 摘発後の処理（廃棄事実の確認）の項においても少し述べたが、取り締まり機関らの心象を良くし、今後も積極的に権利者の為に動いてもらう為に、権利者が取り締まり機関に対して感謝表明を行うという方法がある。

取り締まり機関への感謝の表明により、取締機関による、より権利者の側に立った対応が行われる事が期待できるものと思われる。

ただしこの場合の感謝表明といっても、必ずしも金銭を伴うものではない。いやむしろ中国の取り締まり機関は公安にせよ工商行政管理局や質量技術監督局にせよ、とりわけ外国の企業から直接金銭を受け取る事に対しては非常に強い警戒心を持っている事から、金銭のやり取りについてはむしろ効果を成さない。

権利者がよく行っている取り締まり機関への感謝表明の手法には、以下のようなものがある。

- ・当局への表敬訪問
- ・感謝状や記念品の贈呈（なお近年の感謝状についてはかつてのような錦の旗ではなく、木製の額が送られる傾向が多くなっている）
- ・会食（特に夜の時間帯に酒を交えると効果的）

最も無難かつ効果的と思われるのは、上記の3手法を全て取り入れる事である。

例えばもしも感謝状の贈呈のみで済ませた場合、取り締まり機関側の立場としては時間の合間の対応のみに終わってしまい、権利者がかけた労力に比して、相手に与える印象が弱くなってしまう不安がある。

また、会食のみだと取り締まり機関側から時間の都合を付けられる可能性があり、また仮に会食が実現したとしても、権利者の意図する所がうまく相手に伝わらないというリスクもある。

なお、訪問相手としては、より上級の取り締まり機関であり、かつより上級の幹部であれば非常に望ましい。

このように感謝表明の進め方としては、まずは「取り締まり機関に対する摘発実施への感謝表明」という具体的要件をもって当局を訪問し、権利者からの感謝の意を相手に強く示した後、次に会食にて当局の個々人と親睦を結ぶ、こういう方法を採用するのが最も効果的と考えられる。

4. 調査会社/弁護士事務所

4-1 調査会社誕生の経緯

中国では1976年に文化大革命が終結後、鄧小平が本格的な政治の実権を行使する事になった1979年を契機として、これまでの経済体制を大胆にも従来の社会主義計画経済体制から市場経済体制へと移行させた。

それに伴って欧米系、日系を始めとする外資系企業が中国の潜在的な可能性を見越して徐々に参入を始めた。こうして20年近くの準備期間を経て、中国経済が本格起動に乗り出す事になったのは1990年代後半あたりからであった。

中国の飛躍的な経済発展に伴い、中国に投資を行った外資系企業の現地での業績も飛躍的に高まりを見せた。しかし外資系企業による中国市場への参入は必ずしも企業に対して恩恵というプラス的要素ばかりをもたらしていた訳ではなかった。

市場にはいつからともなく、企業が作った製品のブランドや形態を模倣した製品が現れ始め、企業は対策に苦慮し出すという負の一面を見せ始めた。

ただし、1980年代から90年代までの模倣品というのは、一目でそれと見て判る作りの粗雑な物ばかりであった。そのような模倣品は企業にとっては市場競争上、まだまだ脅威を感じさせるに足るものではなかったが故に、一部の大企業においては専ら企業のブランド価値の保護を主目的とした模倣品対策に乗り出している企業もいた。

1990年代半ば頃までは、企業が模倣品の被害に遭い、その解決策を求める先はほぼ現地の弁護士事務所と相場が決まっていた。弁護士事務所では顧客から依頼を受けると、弁護士自らが調査に乗り出し、証拠取りを行った。調査と言っても現在の状況と比較すると、当時の調査はさほど高度な能力や労力を必要としなかった。

当時は行政機関による取り締まりも現在ほど厳しくない時代であったので、生産者も警戒心が緩かったのであろう。模倣品工場を探し出すことはそれほど困難を伴う作業ではなかった。

また一方、のどから手が出るほど“顧客”が欲しかった模倣品工場側にとっても、外からの“来訪者”は有無を言わずに歓迎された。

このような模倣品業者は白昼工場内において生産を行い、ひとたびバイヤーとなりそうな外来者と巡り合うと積極的に商談に応じ、生産現場や製品のような決定的な侵害証拠をそれこそ隠す事なく紹介・宣伝してくれた。

したがって弁護士にとっても模倣品工場に対する調査というほどの調査も必要なかった。中国の弁護士事務所の弁護士は調査員としての身分も兼ねていて、単身ニセモノ工場内に入り込む。模倣品の数量や保管場所などを聞き当てて、それを行政機関に報告し、そのまま摘発を実施すれば良かった。

こうして収集した権利侵害情報をもとに、弁護士事務所では権利行使可能な現地の法律や条令に基づいて現地の行政機関（当時は主に工商行政管理局であったが）に対して告発し、模倣品業者に対して行政摘発を行わせた（注）現在の調査会社がほぼほとんどの摘発現場に立会っているのに対して、弁護士事務所では基本的には摘発現場への立会いというあまりにリスクな行為は行わず、その対応は専ら行政機関任せであった）。

しかし模倣品業者らはひとたび摘発を受けると、自然と外部に対する警戒心を強め始めた。ましてや一度模倣品工場を訪問した弁護士などはすでに顔が割れている可能性があるから、その付近にはなかなか近づく事ができない。いつどこでかつて摘発を受けた工場の従業員がその弁護士の顔を覚えているかわからないからである。報復を受ける可能性すらある。

模倣品業者はひとたび摘発に遭遇すると、このようにほぼ必ず事後対策を行う。模倣品業者の行動原理は（その行為が合法か違法かは別として、）あくまでも経済的利益の追求であり、経済的利益を生まない行為には魅力を感じないし、ひとたび自らの経済的利益を阻む存在が現れると、その“対策”を行う為に必死で対応に努める。

弁護士事務所と行政機関との連携による調査・摘発が年々困難になってくるにつれて、模倣品業者による製造・販売行為はどんどん地下に潜り始めるようになった。すなわち白昼の生産から夜間の生産へ、また平日の生産から土日の生産へと切り替え初めたのだ。

これは行政機関が主に平日の日中を中心として業務を行っているという事実からも、夜間や土日の摘発の手が緩い時間帯を選んで模倣行為を行うという、言ってみれば“合理的な”対策を行っているにすぎなかった。

加えて弁護士事務所の弁護士はもともと専門の調査能力を持っていた訳でもなく、ひとたび地下に潜ってしまった模倣品業者を見つけ出し、その侵害行為を暴き出す作業についてはすでに対応が追いつかなくなりつつあった。

ここに調査会社の必要性が生まれた。調査会社の調査員は警戒心の強い模倣品工場内にも潜り込み、企業側（権利者側）が必要とする情報を入手する。

調査員は一般的には権利者である企業からの委託を受けて、時にはバイヤーを装い、時には内部に情報提供者を作り上げ、また工場周辺での監視や尾行という手段を用いて、模倣品の生産や販売に関する行為の調査を行ったり、行政機関とともに模倣品の取り締まりに協力を行ったりする。

さらに模倣品の出荷直前の時期という摘発実施のベストタイミングがあるが、調査会社はそのベストタイミングを探り出し、絶妙のタイミングで行政機関と連携の上、摘発を実施する。

模倣品業者は外部からの来訪者に対して今まで以上に警戒心を高めているにも関わらず、さらに出荷直前という最も手痛い時期に摘発を受けることになり、その打撃は計り知れなくなった。

これは非常に画期的な出来事であった。調査を専門とする調査会社の登場は、結局調査・摘発の領域を調査会社に、また訴訟の領域を弁護士事務所へと、棲み分けを明確にさせる事につながった。

4-2 調査会社の役割

本来中国の模倣品業者に対する摘発については、現地の取り締まり機関が相応の対応能力や人員さえ有していれば、全ては自らの範囲内において責任を持って解決すべき問題であったと言ってもいいぐらいかもしれない。

しかしながら模倣品業者の巧妙化や狡猾化ゆえに、今日ではより高度な調査能力を

要するようになってきており、専門の調査能力を持たない取り締まり機関ではもはや対応が追いつかなくなっている。

こうした状況下で、調査会社の担う役割には以下のようなものがある。

- 1) 摘発を成功に導くための調査活動の実施。
- 2) 権利者と取り締まり機関との間の、言語的なコミュニケーションの仲介。
- 3) 権利者に代わって、行政機関との円滑な対応の実施。
- 4) 権利者に代わって、摘発を順調かつ円滑に進める為の代行。
- 5) 権利者に代わって、摘発現場における初歩的な真贋鑑定の代行。

調査会社にはそれぞれの自らの得意分野がある。例えば機械系分野が得意な調査会社は機械系分野に強い調査員を抱えているという事を意味しており、衣料系や飲食品系が得意な調査会社はすなわち衣料系や飲食品系分野に強い調査員を抱えているという事を意味している事になる。

よって調査会社にとってこれまでに対応した事のない未知の分野の調査については、調査会社自身でさえ果たしてどこまで対応が可能なのかは判らない。これについては運や相性の問題もあり、たまたま調査をおこなった結果、思いのほか調査がスムーズに進み、好結果をもたらすようなケースもあれば、あるいは逆に調査が袋小路に入ったり、致命的な失敗を犯す危険性もあるという事になる。

よって権利者にとって望ましいのは、やはり過去にその分野に対して調査経験のある調査会社に依頼をする事となるのかもしれない。

調査会社に対する監督

権利者側としては、一旦慎重に選定した調査会社に対しても定期的に監督を行っていくことが必要であり、全て調査会社の言いなりになってばかりいるのは危険である。

例えば調査会社による架空案件のでっち上げや委託費用のごまかしのようケースについては、日本企業の間でも時に耳にする頭の痛い問題である。

権利者にとって、調査会社との信頼関係の構築は重要ではあるが、調査会社の言う事を何でも盲目的に受け取ってばかりいるのは危険である。

4-3 摘発行動

行政摘発の事情については 3-5 行政摘発においてすでに述べているが、ここでは特に調査会社の立場に立った摘発行動について見ていたい。

調査会社では摘発を成功に導く為に、特に以下の点に注意を払いながら、対応を進めている。

- 1) 摘発実施の時期・タイミングをつかむ
- 2) 通報する取り締まり機関の選択
- 3) 地方保護主義の干渉を排除
- 4) 現場での暴力・妨害行為に対する対策

1) 摘発実施の時期・タイミングをつかむ

摘発の際の最も重要なポイントは、調査員がいかにして摘発実施の為の最良の時期・タイミングをつかむかという点に尽きる。

勿論、最も良い時期・タイミングとは、模倣品業者の内部において模倣品在庫がまさに出荷直前となる数量の最も多い時をおいて他にない。

このタイミングをつかみ出す能力に、調査会社や調査員の力量が強く問われている事になる。

2) 通報する取り締まり機関の選択

詳細については、3-1 中国の模倣品取り締まり機関とその使い分けを参照いただきたいが、間違っても地方保護主義に毒されていたり、実務能力の弱い取り締まり機関を選択する事がないよう、その都度案件の性質に応じて、最も力を発揮できると思われる取り締まり機関に案件処理を依頼する必要がある。

3) 摘発対象者の背景調査

調査会社としては、調査の段階で摘発対象者の背景も含めて調査をしておき、摘発時のリスクを極力避ける対応を取っていく必要がある。

例えば、模倣品業者が権力者との強いコネクションを持っていたり、マフィアのような犯罪者がらみのケースなどである。

摘発実施の際の障害になると疑われる地方保護主義については、極力事前に排除した上で、摘発に臨むようにしたい。

なお以下に少々厄介な、軍がらみのケースについて触れておきたい。

中国では軍の権力というのは公安や行政機関よりも強大であり、特権が認められており、調査会社としても、例え軍関係者やその敷地内における模倣行為の関与事実を発見したとしても、半ば聖域とみなされている軍敷地内に対しては、誰もそうおいそれとは手を出せない。

そもそも軍敷地内などという一般人の立入りできない特別区域内に物品を保管する事のできる模倣品業者というのは、例え一般人であったとしても、それ相応のコネや勢力は持っていると思われるべきである。

よって仮に軍関係者やその敷地内に対する摘発がなんとか順調に実施されたとしても、その後の対応が終わるまでは安心できない。鑑定証明の発行や行政処罰等、その後の対応についても引き続き慎重に対応せざるを得ないのである。

例えば鑑定証明の記載内容一つをとっても、権利者側には「なぜその製品が本当に模倣品であるとの確信に至ったのか」等の慎重かつ詳細な内容を要求される事になる。詳細な鑑定結果に基づいて、押収した製品が確かに模倣品である事を証明し、模倣行為の当事者やその背後にいる権力者らのクレームをかわす事を狙いとしているのである。

実際に工商行政管理局や質量技術監督局のような行政機関の権限も軍関係者に比べれば非常に脆いと言え、案件の処罰審査過程上に、軍や政府関係者らを通して頻りに横やりや圧力をかけて来る事も決して珍しくはない。軍関係者やその敷地内に対する

摘発の際には、相当の慎重な対応が要される事になる。

(注：ここで言う「軍関係者」とは、軍敷地内で軍務以外の業務に従事する者あるいは軍関係の出入り業者のことを指し、軍人の模倣行為への関与を指すものではない。)

4) 現場での暴力・妨害行為に対する対策

摘発の最中には、模倣品業者は暴力による威嚇や泣き落とし等の手段を講じて、模倣品業者自身がなんとか取り締まり機関や調査会社らよりも心理的優位に立とうとしてくる。

中国においてそもそも暴力行為が起り易い地域として有名なのは中国東北部などであるが、近年ではこれら地域に関わらず、摘発現場における調査会社の人員らに対する暴力・妨害行為が年々増加傾向にある。

そこで摘発現場において暴力や妨害行為が発生する可能性があるケースでは、事前に現地の公安を同行させた上で摘発を進めていく事になる。

模倣品業者としても、まさか公安人員の見ていない前であからさまな暴力をふるう事はできない。また行政機関の正当な捜査行為を妨害すれば、公務執行妨害で公安に逮捕されかねない。

このように摘発現場に現地の公安を同行させる事以外には、現地のテレビ局や新聞社らのようなマスメディアに摘発現場への取材参加を呼びかけるという方法もある。

これについても、もしも模倣品業者が捜査の妨害や暴力行為を行えば、それが即白日のもとで世間一般に公開されてしまうからである。

再起の効く“失敗”と、決して犯してはならない“失敗”

ただ摘発というものは毎回必ず成功するとは限らない。それは調査会社においても同様で、時には摘発を“失敗”する事もある。

ただその“失敗”の形にしても、再起の効く“失敗”と決して犯してはならない“失敗”との2つに大きく分けられる。

まず決して犯してはならない“失敗”とは、摘発の現場において模倣品業者らから暴力行為や威嚇を受け、それにひるんで捜査の手を緩めてしまう。もしくはそのまま撤退してしまう事である。

これはその後の模倣品業者に大きな自信を与えてしまう結果にもなるし、心理的に優位に立った模倣行為はその後も続けられるが、しかしその尻尾はよりつかみにくくなり、負の面があまりにも大きくなってしまう。

さらには周辺の模倣品業者らにも自信を与えてしまう事になりかねないので、この手の“失敗”については極力避けてゆかねばならない。

これは摘発現場で指揮を取っている者の心理状態にも深い影響を与え、今後の摘発実施に対して心にひるみや妥協を生じさせかねない。

一方、再起の効く“失敗”とは、これは摘発の“失敗”というよりはむしろ調査段階での“失敗”であるとも言える。

いわゆる摘発を行って見たが、事前に相手に感づかれていた為か、工場内には一つ

として模倣品が発見されなかった等のケースを指す。

この手の“失敗”については確かに模倣品業者らにとっては、反撃の口実や自信を与える結果になるかもしれないが、しかし模倣品業者はやはり心理的に劣勢に立たされており、一種の警告的効果は発せられている事になる。

しかも摘発を行う側としては、直接の痛手を被った訳でもなく、かつ模倣品業者に対して全ての手の内を明かしてしまった訳ではないので、後日再度確実な内部調査を行い、次回の摘発成功につなげる事ができれば問題ないと言える。

5. 模倣品対策

5-1 戦略的思考の必要性

何年も模倣品対策を行ってきた担当者らは、皆口をそろえて「模倣品というものはそう簡単にはなくなるものではない」と主張している。

もはや模倣品の存在は一種の有名税だなどというのんびりした考え方は一切捨てて、「模倣品は絶対に許さない！」との決意を強く持つ必要がある。

模倣品に対して正面から立ち向かっていく為には、まずは何よりもその現場を知る事が必要であると言える。

模倣品の製造工場を視察することは安全上問題があるが、販売市場についてなら通常中国の主要都市内にある為に、視察も比較的容易である。

市場視察を行う意義については、以下のようなものが挙げられる。

- ・ どのような人たちが模倣品を買っているのか？
- ・ なぜ模倣品を買うのか？
- ・ 中国の模倣品ネットワークに関する全体構図を把握する為。
- ・ またそれに係る各地の真正品と模倣品の分布具合に関する実地確認を行う為。

模倣品がはびこっている現場やその環境、そこに携わっている人々を理解する事によって、模倣品というものが実は彼らの生活に根ざしたものであり、それを取り除こうとするからには、こちらとしてもそれなりの覚悟を決めて臨む必要がある事を思い知らされるであろう。

権利者にとっては模倣品対策を中長期計画で目標を定めて一步一步対応していくという手法を取る方向に転換して行かざるを得ないであろう。

決してその場限りの行き当たりばったりの対策だけでは、本当の効果などというものは望めないのかもしれない。

5-2 法的対応措置と非法的対応措置

1. 法的対応措置

中国における模倣品対策上の法的対応措置といえ、前述の通り、調査や摘発、訴訟などが挙げられる。

これらはいずれも直接的かつ法的な強制力を持っているという観点から、日本企業を主とする権利者らにとっても、比較的重宝されている手段である。

ただ一方でこのような法的対応措置についても費用が高額であるとか、処罰が軽いとか、模倣行為の再犯に対する抑止につながっていない等の悩みは尽きない。

以下に模倣品業者に対する法的な強制力を行使しない非法的対応措置について、1つ1つ検討していきたい。

2. 非法的対応措置

非法的対応措置は、法的対応措置と比べて法的な強制力が弱いかもしくはそもそも

持っていない為に、いかにして模倣品業者に対して有形無形の圧力を与えていくかという所に苦心を払わされる。

その手法についてはざっと以下のようなものが挙げられる。

主として権利者の自己防衛を高めていく方法や、模倣品業者の良識や世論に対して訴えかけていく方法等がある。

- 1) 偽造防止対策
- 2) 馳名（＝著名）商標化
- 3) （弁護士による）警告
- 4) 法廷外の和解交渉（賠償金請求交渉も含む）
- 5) 模倣品業者やその予備軍に対する啓蒙指導
- 6) 現地取り締まり機関へのミッション派遣
- 7) 新聞や雑誌への厳正声明や具体的案件の掲載
- 8) マスコミによる摘発現場での取材活動

1) 偽造防止対策

権利者の自己防衛を高めていく方法の1つとして、偽造防止対策がある。

例えば権利者が製造の過程において、模倣され易い製品に“偽造防止シール”等を貼り付けるなどの対応を行うものである。

この“偽造防止シール”は、非常に高い印刷技術が使われている。しかもこの“偽造防止シール”にはシリアル番号が付されており、もし模倣品が見つかったとしても、番号の照合により真偽が付き易い上に、偽造モデルとなった製品のおおよその出荷先さえつかみ出す事ができる。またひとたび貼り付けられたシールは再びはがそうとすると、破れてしまう仕組みになっているので、模倣品業者にとっては“偽造防止シール”をはがして、模倣品に貼り付けるという偽造手法も通用しない。

しかしながら、このように手の込んだ手法にも関わらず、“偽造防止シール”の模倣品も出現しており、過去には広東省広州市の印刷工場に対する摘発の際に、“偽造防止シール”のニセモノが押収された事もある。このニセの“偽造防止シール”はすでに一部の製品に貼り付けられていたものもあり、素人目では本物・ニセモノの区別が付かないぐらい精巧に作られていたそうである。まるで模倣品業者との知恵比べを思わせる人たちごっこの状態のようであるが、将来、“偽造防止シール”のニセモノが大量に現れた際には、権利者としては再度新たな“偽造防止シール”を開発しなければならないという懸念もある。

2) 馳名商標（＝著名商標）化

現在中国において馳名商標に認定されているのは、日系企業では日産、YKK、ダイキン工業、ホンダ、松下電器、トヨタ等の所有する商標である。

馳名商標に認定されるという事は、半ば中国政府からお墨付きをもらうような意味合いすら含まれる。その結果、中国では全ての分類の製品に関して、その商標の保護が認められる事になる為、これを最大限に利用して、模倣品対策に活用する事ができ

れば非常に心強いと言える。

ただ中国企業にとってはそれほど困難ではない馳名商標への認定も、日本を含む外国企業にとってはややハードルが高い。

現状の課題は、「いかにして馳名商標に認定させるか？」という事と、また「馳名商標に認定された後は、いかにしてこれを有効利用するか？」の2点に尽きる。

3) 警告

模倣品業者への警告状の発送は、非法的対応措置の手段としては比較的よく用いられる方法の1つである。

とりわけ模倣行為の事実が確定している業者に対して、弁護士名義等で送り付けるものである。

書面に記された内容としては、「模倣行為に対する警告」、「権利侵害行為の即時停止要求」、場合によっては「謝罪」や「賠償」を求めるケースもある。

しかしながら「当事者の反応がなかなか返ってこない」、さらには「受け取ったのかどうかもわからない」といった実情をよく耳にし、その効果にも疑問符が持たれている。

また警告状の中で、あまり過激な表現や誹謗中傷を含むとされる表現を記した場合には、逆に模倣品業者から言葉尻を捉えて名誉毀損や脅迫とみなし、訴えてくる恐れがないとも限らない。

なおこれから調査や摘発を実施しようとする相手に対して警告状を送るのは、非常に懸命ではない対応と言える。

なぜなら警告状を受け取った模倣品業者は、対外的には何ら反応を見せない事が多いが、しかし内心ではかなり動揺しているような事がよくある。

少なくともほとぼりが冷めるまでは、模倣品と目される製品の生産を休止したり、調査員と疑われるような外来者に対しては極度の警戒心を持ち、なかなか内部に対する調査を展開させないようにしてくる。

これではただ闇雲に相手の警戒心ばかり高めてしまい、模倣品対策としての効果が発揮できたとはとても言い難い。

なお、警告状を確実に相手に受領させる一つの方法がある。行政機関によりすでに摘発を受けているような模倣品業者に対して警告状を送付する時は、警告状の発送先を担当行政機関宛てとし、当事者には直接行政機関まで赴かせて警告状を直接受領させ、受取り証明も記載させるというものである。

4) 法廷外の和解交渉（賠償金請求交渉も含む）

これについては上述 3) 警告とも関連する部分もあるが、おおよそ以下の手順にて勧められる。

- ①権利者と弁護士の両者名義により、模倣品業者に対する警告状の発送とその受領を確認させる。
- ②権利者と弁護士の両者名義により、模倣品業者に対する民事賠償金請求書簡の発

送と、弁護士による賠償金の請求交渉を実施。

- ③（②が失敗に終わった場合は、）弁護士による模倣品業者に対する人民法院においての行政訴訟。

もっとも仮に模倣品業者との間で賠償金の請求交渉に成功したとしても、実際に賠償金を支払わせるのもまた一苦勞ではある。

5) 模倣品業者やその予備軍に対する啓蒙指導

特に現地取り締まり機関による呼びかけ等を通じて、過去に摘発を受けた事のある模倣品業者らを一同に集め、知的財産権に関する講習を行ったり、意見を交し合うものである。

権利者はともすれば自らの視点でのみ模倣品対策を考えがちであるが、一方で模倣品業者の立場からの考え方や意見を耳にする機会が得られるのは新鮮であると言える。

これをもとに権利者と模倣品業者との間で、より建設的な対応策が見つければ、それこそ言う事はない。

6) 現地取り締まり機関へのミッション派遣

これはいわば現地行政機関に対して、知的財産権保護の重要性を啓蒙する為の活動という側面も持っていると言える。

一般的なスケジュールについては、「会議」、「感謝状の贈呈」、「会食」の3点セットが比較的効果的。行政機関に対して強い印象を与えておく事が必要だと言える。

訪問先はあまり下級の行政機関では効果が薄いと思われ、可能であるならば国家や省レベルの取り締まり機関が最も望ましい。

権利者自身が中国の取り締まり機関のもとを訪れ、論点を狭義かつ明確にまとめた議題をもとに意見をぶつけ合う事によって、お互いに模倣品問題をより真剣に考え合い、より前向きな解決策が見つかる事も期待できるかもしれない。

7) 新聞や雑誌への厳正声明掲載

上記 3) 警告で延べた警告状と幾分似ているようであるが、警告状が特定の模倣品業者を対象としているのに対して、新聞や雑誌への厳正声明の掲載は、まさに一般世論を対象としている。

中国の新聞には全国紙や地方紙、また工商行政管理局や質量技術監督局ら行政機関が発行する機関紙が挙げられる。また雑誌の場合は、各業種・業界の専門誌がある。

模倣品問題について、一般消費者や模倣品業者もしくはその予備軍となりそうな対象らに対しての厳正声明掲載を希望するのであれば、全国紙や地方紙の新聞がもっともふさわしいかもしれない。

また取り締まりを行う機関らの意識を啓蒙する目的であれば、むしろ工商行政管理局や質量技術監督局ら行政機関が発行する機関紙への掲載が望ましいかもしれない。

8) マスコミによる摘発現場での取材活動

現地のマスコミによる摘発現場での取材活動

現地の新聞やテレビ等のメディア同行の上で摘発現場を取材させる事は、1つは模倣品業者らによる暴力行為を抑制させる効果と、もう1つはこれが社会に報道される事によって、一般消費者や模倣品業者もしくはその予備軍となりそうな対象らに対して牽制を行う効果もある。

日本のマスコミによる摘発現場での取材活動

中国では外国（日本も含む）のマスコミ機関が取材を行う際には、事前に国の関連部門に届け出を行う必要がある。また摘発を行う中国の行政機関に対しても同様の届け出が必要となっている。

しかしながら中国の行政機関は、そのような面倒な届け出を嫌う傾向があること、また外国のマスコミから取材を受けて、万一それが悪いように判断されて彼らの立場を悪くするような場合には取り返しのつかない事になるという事情から、一般的には中国の行政機関は外国からの取材は許可しない傾向が強い。

そうした場合、摘発現場の撮影は、摘発に同行参加している調査会社のスタッフが行うことも一つの方法である。

その為、あまり大がかりなカメラ設備を所持するのは好ましくなく、また摘発参加の際には極力目立たない地味な格好をする事を勧めている。

またカメラ撮影の際にあまり露骨に何でも撮影していると、行政機関の役人が不愉快に感じたり、あるいは模倣品業者から抵抗を受けたりする可能性もあるので、注意しなければならない。

なお、日本のマスコミによる模倣品関連報道については、日本企業は以下のような配慮を希望するところが多い。

- ・日本対中国という国対国の対立図式で報道してもらいたくない。
- ・日本の大企業による中国の弱者たたきという構図で放映される事を望まない。また摘発の際には現場に(老人、子供に限らず)中国の経済的弱者がいないか？
- ・取材に中国の経済矛盾(不正品を製造販売しなければ生活できない他)を意図的にクローズ・アップする趣旨はないか？
- ・被害にあっている日本企業という「キャッチフレーズ」はマイナスである。権利者と取り締まり機関が、危険な模倣品から消費者の身体と利益を守っているというポジティブな視点で取材をお願いしたい。
- ・単なる興味本位のものとしてもらいたくない。
- ・メーカー名や商標が出ないような取材は可能か？これは中国にいる各社関係者への危害を避ける為である。
- ・撮れた映像を当方らが事前に見せて頂くことは可能か？ ...等々。

添付資料

- 最高人民法院による不正競争民事紛争案件の審理における法律適用の若干の問題に関する解釈（意見募集稿）（use for ○○の取締りを可能とする法的根拠。P8 関連）
- 中華人民共和国商標法(工商行政管理局(AIC)の取締りの根拠法。P25 関連)
- 中華人民共和国製品品質法(質量技術監督局(TSB)の取締りの根拠法。P26 関連)
- 著名商標の認定と保護に関する規定(馳名商標(=著名商標)に関する法。P53 関連)

最高人民法院による不正競争民事紛争案件の審理における 法律適用の若干の問題に関する解釈（意見募集稿）

（2005年11月18日）

不正競争民事紛争案件の正確な審理、法による事業者の合法的權益保護、市場競争秩序の維持のために、『中華人民共和國民法通則』、『中華人民共和國反不正當競争法』、『中華人民共和國民事訴訟法』など法律の関連規定をもとに不正競争民事紛争案件の実際の判例を合わせ、本解釈を制定する。

一 詐称行為

第1条 反不正當競争法第五条第（二）項でいう「知名商品」とは、特定の市場の範囲において関連公衆に知られている商品を指す。人民法院は知名商品を認定する際には通常、当該商品の市場での販売期間・販売の地域・販売額・市場占有率、当該商品を宣伝するための広告その他に費やした資金・継続期間・程度・地理的範囲、当該商品が行政主管機関または人民法院に知名商品と認定された記録等の要素を考慮し、総合的に判断しなければならない。

第2条 知名商品は原則的に全国市場の範囲において知名でなければならず、知名商品の保護は、全国的に円滑な取引・平等な競争が行われる統一的大市場の構築に役立つものでなければならない。

特定地域市場において知名であるものについて、他人が当該特定地域市場内で信義誠実に反し無断で当該知名商品の特有の名称・包装・装飾と同一または類似する名称・包装・装飾を使用し、混同・誤認を招いた場合には、不正競争にあたり認定される。

国外で知名だが国内では知名でない商品について、国内で当該商品の名称・包装・装飾と同一または類似する名称・包装・装飾を使用した場合には、不正競争を構成しない。国内市場に進出していない商品は、一般には未知名商品と認定されない。

第3条 反不正當競争法第五条第（二）項にいう「特有」とは、商品の名称・包装・装飾が商品の出所を区別させる顕著な特徴を備えていることを指す。商品の名称・包装・装飾が「特有」であるかどうかは、商標法の第9条と第11条の規定を参照して認定することができる。

第4条 反不正當競争法第五条第（二）項にいう「装飾」は、営業場所・営業用ツール・営業員等の装飾や服飾などを含む、商品の識別と美化のために商品またはその包装に付加され

る文字、図案、色彩およびその配列・組合せを指す。

第5条 知名商品特有の名称・包装・装飾の権益帰属に係る紛争は、先使用の原則に基づいて認定する。

先使用商品の名称・包装・装飾が知名商品特有の名称・包装・装飾にあらず、後使用商品の名称・包装・装飾が知名商品特有の名称・包装・装飾にあたる場合、先知名の原則に基づいて保護を行うか否かを定める。先使用者がその商品の名称・包装・装飾を引き続き使用することができる。ただし、混同・誤認を避けるために、その商品に適当な区別標識を付加することを命じることができる。

第6条 知名商品特有の名称・包装・装飾に当該商品の通用の名称・図形・規格が含まれ、または商品の品質・主要原料・機能・用途・重量・数量その他の特徴を直接に示し、または地名が含まれるが、商品を客観的に述べるために他人が使用したのは、正当な使用であり、不正競争の行為には当たらない。

第7条 反不正当竞争法第五条第（二）項に定める「他人の知名商品との混同を招き、購買者に当該知名商品だと誤認させる」とは、関連公衆に商品の出所を容易に誤認させる、あるいは詐称商品の出所と知名商品に特定の関係があると認識させる、あるいは知名商品の名声を利用することで容易に関連公衆の認知を得ることを指す。

反不正当竞争法第五条第（二）項で定める混同・誤認を認定する際には、通常、権利侵害と訴えられた商品と他人の知名商品が同一または類似する商品であるかどうかを考慮しなければならない。ただし訴えられた権利侵害者が他人の知名商品特有の名称・包装・装飾の信用を利用するために、同一でも類似でもない商品に同一または類似する使用を行い、実際に混同・誤認を招いている場合、反不正当竞争法第五条第（二）項の規定に基づき処理できる。

第8条 反不正当竞争法第五条第（二）項でいう「他人の知名商品との混同を招き、購買者に当該知名商品だと誤認させる」には、既に実際に混同・誤認を招いている場合と、混同・誤認を十分に招く可能性がある場合、の二つの状況がある。

同一の商品に他人の知名商品特有の名称・包装・装飾と同一の名称・包装・装飾を使用した場合は、十分に混同・誤認を招くものと認定でき、原告は混同・誤認を招くかどうかについて立証する必要は無い。

同一または類似する商品に他人の知名商品特有の名称・包装・装飾に類似する名称・包装・装飾を使用している場合、あるいは類似する商品に他人の知名商品特有の名称・包装・装飾と同一または類似する名称・包装・装飾を使用している場合には、原告は混同・誤認を招くかどうかについて立証しなければならない。原告に実際に購買者の混同・誤認を招いていると証明できる証拠がある場合には一般的に、既に実際に混同・誤認を招いていると認定できる。原告が二つの商品の名称・包装・装飾が、文字・称呼・図案・形状・色彩またはその組

合せにおいて、購買者の視覚的識別が困難である、商品が機能・用途などにおいて同一または類似している、販売ルートや対象となる消費者グループが同一である、原告の商品に相応の知名度がある、等を証明できる場合は、一般的に両者間に混同・誤認を十分に招く可能性がある」と認定できる。

第9条 知名商品の名称・包装・装飾と同一または類似すること、また類似する商品であることを認定する際には、『最高人民法院の商標民事紛争案件の審理における法律適用の若干の問題に関する解釈』第八条・第九条・第十条・第十一条・第十二条の規定に照らし認定を行うことができる。

第10条 反不正当竞争法第五条第(三)項でいう「企業名称」は、我が国の企業登記主管機関により法的に登記された企業名称でも、外国(地域)企業の企業名称でも良い。

国内で未使用の外国(地域)企業の企業名称は、反不正当竞争法第五条第(三)項の規定に適用しない。

関連公衆に広く知られる企業名称の略称・略語・外国語名称・屋号(商号)等を無断で使用し、当該企業の商品であるとの誤認を引き起こす場合は、反不正当竞争法第五条第(三)項で定める行為と見なす。

第11条 反不正当竞争法第五条第(三)項でいう「姓名」とは、商品事業または営利性役務に従事する自然人の姓名を指し、使用した姓名の主体が商品事業または営利性役務に従事するものでない場合は、本項に規定する不正競争行為には当たらず、対応する法律に基づき処理する。

関連公衆に広く知られる当該自然人のペンネーム・芸名・別名等を無断で使用し、当該者の商品であるとの誤認を引き起こす場合は、他人の姓名を無断で使用したものと見なす。

第12条 反不正当竞争法第五条第(二)・第(三)項でいう「使用」とは、知名商品特有の名称・包装・装飾または企業名称・姓名を商品、商品の包装または容器および商品取引の文書に直接使用すること、若しくは広告・展示及びその他商業活動に使用することを含む。

二 虚偽宣伝と営業誹謗

第13条 反不正当竞争法第九条第一項でいう「誤解を招く虚偽宣伝を行う」とは、事業者が商品について虚偽またはその他誤解を招くような宣伝を行うことを指す。次のように、関連公衆に誤った理解を生じさせるあるいは生じさせるに十分なものは、虚偽宣伝と認定することができる。

(一) 宣伝の内容は真実であるが、その内容が一面的で、宣伝する商品の真の状況を全面的に反映していないもの。

(二) 「最高級」「最良」など競業者を排斥する意味の文字を用いるもの

(三) 科学上まだ論定されていない事実を既に論定したものとして、商品の品質・性能・用途などの宣伝に用いるもの

(四) あいまいな言葉、または複数の意味にとれる言葉で商品の宣伝を行うもの

第 14 条 反不正当竞争法第十四条でいう「虚偽事実」には、虚偽の事実だけでなくその他の誤解を招く事実も含まれる。

三 営業秘密の侵害

第 15 条 反不正当竞争法第十条第三項でいう「営業情報」には、事業者の顧客リスト・営業計画・財務資料・調達ルート・入札最低基準価格・入札案内等がある。また「技術情報」には、製品の配合法・製造プロセス・設計図面・製品模型・コンピューターソースプログラム・コンピュータードキュメント・重要データなどがある。

第 16 条 反不正当竞争法第十条第三項でいう「公衆に知られていない」とは、関連の情報分野を通常に扱う者を含む公衆が普遍的に知っているまたは容易に取得できるものではないことを指す。

第 17 条 ある情報が公衆に知られているかどうかを具体的に判断する際には、通常次の要素を考慮しなければならない。

(一) 当該情報が国内外の公開出版物に記載されているかどうか。もし当該情報の全体あるいはその各部分の具体的な配列組合せがすでに関連の公開出版物に記載されている場合は、当該情報は公衆に知られていることになる。

(二) 当該情報が国内での使用により公開されているかどうか。もしある情報が製品のサイズ・構造・材料・部品の簡単な組合せ等を示しているだけで、その情報に関わる者が製品自体を観察することで直接に当該情報を得ることができる場合は、製品発売後、当該情報は使用により公開されたと見なされる。

もしある情報がある製品の調合法・製造方法等を示しており、製品発売後、他人がその製品に対し複雑な検査測定や分析試験を行わずに製品本体から直接に当該情報を得るのは困難な場合は、当該情報は使用によって公開されたと見なさない。

(三) 当該情報が公開の報告会・懇談・展覧等の方式で公開されたかどうか。

(四) 当該情報がその情報に関わる者の一般常識または業界の慣例であるかどうか。

(五) 情報保有者が当該情報を取得または産出するのに払った努力や代価、および他人が当該情報を知るのに払った努力や代価を含めた、当該情報取得の難易度。例えばある情報の各構成部分は関連の公開出版物に記載されている可能性があるが、これら構成部分を具体的に配列しまたは組合せて積極的な効果を産み出させるためには、情報保有者は努力と代価を払わねばならず、また他人が当該情報を知るにも努力と代価を払わねばならない。こうした情報は公衆に知られていないとの要件に当てはまる。

第 18 条 関連情報と公開出版物に記載された対応情報とを対比する際には、通常最も似た現有の情報と比較しなければならない。もし当該情報が各部分の厳密な配列や組合せからなり、その各部分是对应する最も似た現有の情報とを比較できる。情報の各構成部分が同一であるかどうかを比較するだけでなく、情報の各構成部分の相互間の厳密な配列や組合せが同一であるかどうかも比較しなければならない。

関連情報と公開情報とは、関わる情報分野、解決しようとする問題、情報の内容が実質的に同一で、同一の効果が期待できる場合には、両者は同一の情報と見なされる。

第 19 条 反不正当竞争法第十条第三項でいう「権利者に経済的利益をもたらす、実用性がある」とは、営業秘密に備わる営業的価値と理解することができる。営業的価値とは経済的利益の増加またはある競争優位性として現れる。

第 20 条 反不正当竞争法第十条第三項でいう「権利者が秘密保護措置をとっている」とは、とられた秘密保護の措置が合理的・具体的・有効なものであると理解しなければならない。合理的とは、その秘密保護措置が保護される客体に適切で、他人が窃盗・買収・脅迫等の不正手段を使いあるいは約定に違反しない限りは取得が困難であることが必要である。具体的・有効とは、権利者の秘密保護措置が、守秘義務を負う対象者に対し相応の情報が守秘の必要がある情報であることを十分認識させることを指す。

次に掲げる状況の一つがある場合、権利者が秘密保護の措置をとったものと初歩的に判断することができる。

(一) ある情報について秘密を知る者の範囲を限定し、必要がある従業員に対してのみ公開している

(二) 当該情報が普通の状況下では容易に他人に取得または接触されないよう、情報の担体に鍵をかけるあるいはその他物理的防備措置を施している

(三) 関連秘密情報の担体に秘密と表示している

(四) 配合法・含有量・工程手順などにコードを使用する

(五) 秘密情報に暗号を用いる

(六) 守秘契約を締結する

(七) 秘密情報のある機器・工場・作業場等の場所では訪問者を制限するまたは訪問者に対し守秘を求める

(八) 情報の秘密を確保するためのその他の努力を行っている

第 21 条 営業秘密の侵害を構成するかどうかを認定するには、原告が法定条件に合致した営業秘密を保有し、被告が当該営業秘密を取得、開示、使用、許諾使用したことを考慮するほかに、被告が反不正競争法第十条第一項・第二項に挙げた手段を用いたかどうかについても同時に考慮しなければならない。

第 22 条 反不正競争法第十条第一項・第二項で挙げた手段を使わずに営業秘密を取得した方法は、合法的方法であるとみなすべきである。自主研究開発・リバースエンジニアリング・合法的譲渡等が含まれる。ただし法律・行政法規がコンピューターソフト等ある種の客体についてリバースエンジニアリングを禁じているなど別に規定がある場合には、この限りではない。

第 23 条 前条にいう「リバースエンジニアリング」とは、公開ルートで取得した製品を分解・測量製図・分析等の技術手段を使って当該製品の関連技術情報を取得する方法を指す。リバースエンジニアリングによって得られた情報が営業秘密の条件を備える場合は、法的に保護されるべきである。ただし当事者が他人の営業秘密を不正手段で取得した後に、その技術情報がリバースエンジニアリングによって得られたものだと主張する場合は、これを支持しない。

第 24 条 顧客リストについての営業秘密侵害案件の審理において、顧客が従業員個人への信頼に基づき当該従業員が在籍する職場との取引を行っているのであれば、当該従業員が元の職場を離れた後、顧客が自ら当該従業員または当該従業員の新たな職場との取引を行うことを選択したと証明できれば、不正手段を使っていないと認定すべきである。ただし競業禁止を約定している場合には、約定に基づき処理する。

第 25 条 営業秘密侵害案件は一般に主張者本人が立証するという立証責任分配原則を適用する。原告が他人がその営業秘密を侵害したと主張する場合には、自身が法定条件に合致した営業秘密を保有すること、被告が違法手段を使ったこと、被告の取得・使用・開示・許諾使用する情報が自身の保有する営業秘密と同一または実質的に同一であること、についての立証責任を負う。

第 26 条 原告は証拠を提示し法定条件に合致した営業秘密の保有を証明する際には、当該営業秘密を記載している担体、営業秘密の具体的内容、当該営業秘密の出所、営業価値（必要

があれば当該営業秘密を産み出すための支出状況も)、当該営業秘密に対して行った秘密保護措置などを提出しなければならず、そうすることで原告が法定条件に合致した営業秘密を保有することについての立証責任を一通り果たしたと認定される。原告が上記の立証責任を果たした後、被告が原告の営業秘密の具体的構成要件を否認する場合には、被告がその主張に対して相応の立証責任を負う。

第 27 条 原告が証拠を提示し、被告が原告の把握する営業秘密に接触したこと、または被告には原告の営業秘密を非法に取得する条件があり、被告が使用した営業秘密が原告の営業秘密と同一または実質的に同一であることを証明し、案件の具体的状況またはすでに明らかになった事実と日常生活の経験則に基づき被告が違法に営業秘密を取得した可能性が大きいと判断できる場合には、被告が違法手段を使って営業秘密を取得したと推定できる。ただし被告がその営業秘密の合法的出所を証明した場合はこの限りでない。

四 民事責任と民事制裁

第 28 条 不正競争行為の認定は、まず反不正当竞争法第二章の規定を適用する。自由意思・平等・公平・信義誠実の原則と公認の商業道徳に違反し、その他の事業者の合法的權益を損なう行為であるが、反不正当竞争法では具体的に規定されていないものについては、反不正当竞争法第二条第一項・第二項に基づき処理することができる。

反不正当竞争法第二条第一項・第二項を適用して不正競争行為を認定する際には、次の条件を守らなければならない。

- (一) 当該行為の主体が事業者である
- (二) 当該行為が市場取引行為である
- (三) 当該行為が自由意思・平等・公平・信義誠実の原則と公認の商業道徳に違反している
- (四) 当該行為がその他の事業者の合法的權益を損なっている
- (五) 当該行為が反不正当竞争法で具体的に規定されておらず、かつその他の法律・行政法にも特別の規定がない

第 29 条 反不正当竞争法第五条・第九条・第十条、第十四条で定める不正競争行為、および反不正当竞争法第二条の規定に照らし認定した不正競争行為について、人民法院は民法通則第一百三十四条第一項・第二項および反不正当竞争法第二十条の規定に基づき、権利侵害者に侵害停止・妨害排除・影響除去・財産返還・損失賠償等の民事責任を負うよう判決を下すことができる。

第 30 条 人民法院が権利侵害者への民事責任負担の判決を下す際には、行為の結果と民事責

任の対応という原則を遵守しなければならない。権利侵害者が行った不正競争行為が権利者の名誉、商業信用、商品名声に良くない影響を招いていない場合は、権利侵害者に影響除去・謝罪の民事責任を負うよう判決を下すべきでない。

第 31 条 営業秘密の侵害に対し侵害停止の民事責任を適用する際には、その侵害停止期間は通常当該営業秘密が公開されるまで継続するとするが、ただし当該継続期間が明らかに合理的でない場合、例えば保護を受ける営業秘密が顧客リスト等の営業情報であるまたは簡単な技術情報である場合には、権利者が当該営業秘密による競争上の優位を有することを前提に、権利侵害者に当該営業秘密の実施を一定の期間または範囲で停止するよう判決を下すことができる。

営業秘密侵害の行為の原因で他人の営業秘密が公開された場合、侵害者に損失賠償の民事責任を負うよう判決を下すことができる。

第 32 条 反不正当竞争法第二十条では不正競争の損害賠償決定の一般原則を定めている。不正競争の損害賠償額を具体的に算出する際には、第十条に規定する営業秘密の侵害にあたるものについては、その損害賠償額は『最高人民法院の専利紛争案件の審理における法律適用問題に関する若干の規定』（法積〔2001〕21号）第二十条から第二十三条までの規定を参照して確定することができる。その他の不正競争案件の損害賠償額については、『最高人民法院の商標民事紛争案件の審理における法律適用の若干の問題に関する解釈』（法積〔2002〕32号）第十三条から第十八条までの規定を参照して確定することができる。

反不正当竞争法第五条第（四）号と第九条第一項に規定する不正競争行為にあたるものにおいて、損害を受ける対象は特定のものでも不特定のものでもあり得る。損害を受ける対象が不特定の複数の事業者である場合、直接に損害を受けたいかなる事業者も人民法院に不正競争の訴訟を提起することができる。ただし、損害賠償額の算出に際して、通常は不正競争行為による原告の損失だけを損害賠償額算出の依拠とする、またはこれに基づき適当に賠償額を定める。

反不正当竞争法第十四条に規定する不正競争行為にあたる場合は、その損害賠償は『最高人民法院の名誉権案件の審理における若干の問題に関する解釈』（法積〔1998〕26号）第十条の規定を参照して確定することができる。

第 33 条 損害賠償額を算出する際、安易に定額賠償を適用することは避けなければならない。

原告が被告の関係資料に記載された利益獲得状況を損害賠償額決定の根拠とするよう主張する場合、被告は当該資料に記載された利益獲得状況の真実性について証拠を提示すべきであり、被告が証拠を提示しないあるいは提示した証拠が信用できる証拠として採用されない場合には、人民法院は原告の主張を支持して良い。

原告が自身の実際の損失を損害賠償額決定の根拠とするよう主張し、被告が原告の損失は市場要因や管理不全により生じたものだとする場合は、被告がそれについて証拠を提示する

責任を負う。

原告が定額賠償を主張し、被告が証拠を提示し実際に得た利益や原告の実際の損失を証明できる、あるいは参考となる許諾契約がある場合で、なおかつ原告が反対証拠を提示してそれを否定できない場合は、被告が実際に得た利益や原告の実際の損失に照らしあるいは許諾契約に照らして賠償額を確定する。

第 34 条 営業秘密の侵害で営業秘密の開示を招いた場合は、当該営業秘密の経済的価値に基づき損害賠償額を確定するべきであり、安易に定額賠償を適用してはならない。営業秘密の経済的価値を確定する際には、当該営業秘密の研究開発コスト・競争優位性・当該営業秘密の実施による収益・取得可能な利益・競争優位性の維持期間等の要素を考慮して確定しなければならない。必要があれば資産評価機関に委託し評価を行うことができる。

第 35 条 人民法院は不正競争紛争案件の審理にあたり、権利侵害者に民事責任を負うよう判決を下すことができる他、民法通則第一百三十四条と反不正当竞争法の関連規定および案件の具体的状況に基づき、過料を課し、権利侵害商品・権利侵害商品を生産するために専ら使用される材料・工具・設備等の財物および違法所得を没収する民事制裁の決定を下すこともできる。過料額については反不正当竞争法の関連規定に参照して確定することができる。

関連行政管理部門が同一の不正競争行為に対し既に行政処罰を行っている場合は、人民法院は新たに民事制裁を加えないものとする。

五 関係する手続問題

第 36 条 営業秘密侵害が起こった場合は、営業秘密独占許諾契約の被許諾人が人民法院に訴訟を提起することができる。排他的使用許諾契約の被許諾人は権利者と共同で起訴することもでき、権利者が起訴しない時に自ら訴訟を提起することもできる。一般許諾契約の被許諾人は権利者の明確な授権を経て、単独に訴訟を提起することができる。

第 37 条 従業員が競業禁止約定期に違反し、企業の営業秘密の侵害に係る場合は、反不正当竞争法第十条の規定に基づき処理不正競争紛争として受理することができる。

競業禁止とは、企業の従業員が在職期間中または離職後一定の期間内に、本企業と競合する業務に従事できないあるいは本企業と競争関係にある他の企業に勤務できないことである。

第 38 条 人民法院が営業秘密侵害案件の審理において、関わる情報が公衆に知られているかどうか、そして被告が取得・開示・使用した情報が原告の保有する情報と同一または実質的に同一であるかどうか、など専門技術の問題について、技術鑑定を委託することができる。

原告の情報が営業秘密にあたるかどうか及び権利侵害を訴えられた行為が権利侵害にあたるかどうかは技術鑑定範囲には当たらない。営業秘密の成立とや営業秘密侵害にあたるかどうかの認定は、人民法院が法に基づきこれを認定すべきである。

第 39 条 不正競争民事紛争第一審案件は中級以上の人民法院が管轄する。

各高級人民法院は本管轄区の実情に基づき、最高人民法院の承認を経て、不正競争民事案件の第一審を受理する複数の下部人民法院を決定できる。

第 40 条 不正競争を理由に提起された民事訴訟の地域管轄は、『最高人民法院の商標民事紛争案件の審理における法律適用の若干の問題に関する解釈』（法積〔2002〕32号）第六条・第七条の規定を参照して決定することができる。コンピューターネットワークでの伝送方式により虚偽広告を公表した場合には、『最高人民法院のコンピューターネットワーク著作権紛争案件の審理における法律適用の若干の問題に関する解釈』（法積〔2004〕1号）第一条の規定を参照して管轄権を決定することができる。

第 41 条 不正競争訴訟の当事者が起訴の際あるいは訴訟中に侵害停止・妨害排除・影響除去・証拠保全を必要とする場合には、人民法院は当事者の請求に応じ、『最高人民法院の「中華人民共和国民法通則」徹底執行の若干の問題に関する意見（試行）』第162条の規定に基づきまず裁定を行うことができる。

第 42 条 人民法院が受理した不正競争民事案件が、既に行政執法部門に不正競争行為にあたるまたは不正競争行為にはあたらないと認定されている場合でも、人民法院は当事者の民事訴訟請求について全面審査を行わなければならない。

中華人民共和国商標法

1982年8月23日第5期全国人民代表大会常務委員会第24次会議にて採択。

1993年2月22日第7期全国人民代表大会常務委員会第30期会議「中華人民共和国商標法改正についての通知」に基づき、一回目改正。

2001年10月27日第9期全国人民代表大会常務委員会第24期会議の「中華人民共和国商標法改正についての通知」に基づき二回目改正。

目次

- 第一章 総則
- 第二章 商標登録の出願
- 第三章 商標登録の審査及び認可
- 第四章 登録商標の更新、譲渡及び使用許諾
- 第五章 登録商標争議の裁定
- 第六章 商標使用の管理
- 第七章 登録商標専用権の保護
- 第八章 附則

第一章 総則

第一条 商標管理を強化し、商標専用権を保護し、生産者及び経営者に商品と役務の品質を保証させることを促がし、商標の信用を維持し保護することにより、消費者と生産者及び経営者の利益を保障し、社会主義市場経済の発展を促進することを目的としてこの法律を制定する。

第二条 国务院の工商行政管理部門商標局は、全国の商標登録及び管理業務を主管する。
2. 国务院工商行政管理部門は、商標評審委員会を設置し、商標争議に係わる事項の処理に責任を負う。

第三条 商標局の審査を経て登録された商標を登録商標という。登録商標は、商品商標、役務商標、団体商標、及び証明商標とからなる。商標登録権者は商標専用権を享有し、この法律の保護を受ける。

2. この法律にいう団体商標とは、団体、協会又はその他の組織の名義で登録され、当該組織の構成員が商業活動の使用に供し、これを使用する者が当該組織の構成員資格を表示する標章のことをいう。

3. この法律でいう証明商標とは、監督能力を有する組織の管理下にある特定の商品又は役務に対して使用するものであって、かつ当該組織以外の事業単位又は個人がその商品又は役務について使用し、同商品又は役務の原産地、原材料、製造方法、品質又はその他の特別な品質を証明するために用いる標章をいう。

4. 団体商標、証明商標の登録、管理に関する事項は国務院工商行政管理部門により規定される。

第四条 自然人（注：人。法人を含まない）、法人又はその他の組織が、その生産、製造、加工、選定又は販売する商品について商標専用権を取得する必要がある場合には、商標局に商品の商標登録を出願しなければならない。

2. 自然人、法人又はその他の組織が、その提供する役務内容について商標専用権を取得する必要がある場合には、商標局に役務商標の登録を出願しなければならない。

3. この法律の商品商標に関する規定は役務商標に適用する。

第五条 二以上の自然人、法人又はその他の組織は、商標局に共同で同一の商標登録を出願し、共同で同商標権を享有、行使することができる。

第六条 国が登録商標を使用すべき旨を定めた商品については、商標登録出願をしなければならない。登録が未だ認められていないときは、市場で販売することができない。

第七条 商標を使用する者は、その商標を使用する商品の品質に責任を負わなければならない。各クラスの工商行政管理部門は、商標管理によって消費者を欺瞞する行為を禁止しなければならない。

第八条 自然人、法人又はその他の組織の商品を他人の商品と区別することができるいかなる視覚的標章（文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状及び色彩の組合せ、並びにこれらの要素の組合せを含む）は、全て商標として登録出願することができる。

第九条 登録出願にかかる商標は、顕著な特徴を有し、容易に識別でき、かつ他人の先に取得した合法的権利と抵触してはならない。

2. 商標権者は「登録商標」又は登録済みの表示を表記する権利を有する。

第十条 次に掲げる標章は、商標として使用してはならない。

（一）中華人民共和国の国名、国旗、国章、軍旗、勳章と同一又は類似したもの及び中央国

家機関所在地の特定地名又は標章性を有する建築物の名称若しくは図形と同一のもの。

(二) 外国の国名、国旗、国章、軍旗と同一又は類似したもの。ただし当該国政府の承諾を得ている場合にはこの限りではない。

(三) 各国政府よりなる国際組織の名称、旗、徽章と同一又は類似するもの、ただし同組織の承諾を得ているもの、又は公衆に誤認を生じさせない場合にはこの限りではない。

(四) 管理下での実施が明らかであり、その保証を付与する政府の標章、又は検査印と同一又は類似したもの。ただし、その権利の授権を得ている場合にはこの限りではない。

(五) 「赤十字」、「赤新月」の名称、標章と同一又は類似したもの。

(六) 民族差別扱いの性格を帯びたもの。

(七) 誇大に宣伝しかつ欺瞞性を帯びたもの。

(八) 社会主義の道徳、風習を害し、又はその他公序良俗に反するもの。

2. 県クラス以上の行政区画の地名又は公知の外国地名は、商標とすることができない。ただし、その地名が別の意味を持ち又は団体商標、証明商標の一部とする場合にはこの限りではない。既に地理的表示を利用した商標として登録された商標は、引き続き存続することができる。

第十一条 以下に掲げる標章は、商標として登録することができない。

(一) その商品に単に一般的に用いられる名称、図形、記号

(二) 単なる商品の品質、主要原材料、効能、用途、重量、数量及びその他の特徴を直接表示したにすぎないもの

(三) 顕著な特徴に欠けるもの

2. 前項に掲げる標章が、使用により顕著な特徴を有し、かつ容易に識別可能なものとなった場合には、商標として登録することができる。

第十二条 立体標章をもって商標出願する場合、単にその商品自体の性質により生じた形状、技術的効果を得るために必然な形状、又はその商品に本質的な価値を備えさせるための形状である場合には、これを登録してはならない。

第十三条 同一又は類似の商品について出願した商標が、中国で登録されていない他人の著名商標を複製、模倣又は翻訳したものであって、かつ同著名商標と容易に混同を生じさせる場合には、その登録とその使用を禁止する。

2. 同一又は非類似の商品について出願した商標が、中国で登録されている他人の著名商標を複製、模倣又は翻訳したものであって、かつ公衆を誤認させ、同著名商標権者の利益に損害を与え得る場合には、その登録とその使用を禁止する。

第十四条 著名商標の認定には、以下の要素を備えなければならない。

(一) 関連公衆の当該商標に対する認知度

- (二)当該商標の持続的な使用期間
- (三)当該商標のあらゆる宣伝の持続期間、程度及び地理的範囲
- (四)当該商標の著名商標としての保護記録
- (五)当該商標の著名であることのその他の要因

第十五条 授権されていない代理人又は代表者が自らの名義により被代理人又は被代表者の商標について登録出願を行い、また被代理人又は被代表者が異議を申し立てた場合には、その出願を拒絶しかつその使用を禁止する。

第十六条 地理的表示を含めた商標は、その商品が同表示に示された地域によるものではなく公衆を誤認させる場合、その登録とその使用を禁止する。ただし、既に善意によって登録したものは存続する。

2. 前項にいう地理的表示とは、商品がその地域に由来することを示し、同商品の特定の品質、信用又はその他の特徴が、主に同地域の自然的要素及び人文的要素によって形成されたものの表示をいう。

第十七条 外国人又は外国企業が中国に商標登録を出願する場合、その所属国が中華人民共和国と締結した取決め、又は相互に加盟する国際条約、あるいは相互主義の原則によって手続きを行うものとする。

第十八条 外国人又は外国企業が中国で商標登録を出願し又はその他の商標関連事項を申請する場合、国が認可した商標代理資格を有する代理組織に委託しなければならない。

第二章 商標登録の出願

第十九条 商標登録を出願するときは、定められた商品分類表に基づき商標を使用する商品類及び商品名を明記しなければならない。

第二十条 商標登録出願人は異なる区分の商品について同一の商標を出願する場合には、商品区分表に従い出願をしなければならない。

第二十一条 登録商標を同一区分のその他の商品に使用する必要がある場合には、別に登録出願しなければならない。

第二十二条 登録商標がその標章を変更する必要がある場合には、新規に登録出願をしなければならない。

第二十三条、登録商標が登録者の名義、住所又はその他の登録事項を変更する必要がある場合には、変更出願をしなければならない。

第二十四条、商標登録出願人は、その商標を外国で初めて登録出願をした日から6ヶ月以内に中国で同一商品について同一の商標登録出願をする場合には、当該国と中国が締結した取決め又は共同で加盟している国際条約、若しくは相互に承認する優先権の原則に従って、優先権を享受することができる。

2. 前項の規定により優先権を主張する場合には、商標登録を出願するときに書面で主張し、かつ3ヶ月以内に最初の出願にかかる商標登録出願の願書の副本を提出しなければならない。書面による主張がなく又は期間内に商標登録出願の副本を提出しない場合には、その優先権を主張しないものとみなす。

第二十五条、その商標が中国政府の主催又は承認した国際展示会に出展した商品に最初に使用された場合であって、かつ同商品が出展された日から6ヶ月以内である場合には、同商標出願人は優先権を享受することができる。

2. 前項規定により、優先権を主張して商標登録を出願するときは、商標登録の願書を提出するときに書面により主張し、かつ3ヶ月以内にその商品が出展された展示会の名称、出展された商品に同商標を使用した証拠、出展期日などの証明書類を提出しなければならない。書面による主張を提出しないか又は期間を満了しても証明書類を提出しない場合には、優先権を主張しないものとみなす。

第二十六条、商標登録出願のために申請する事項と提出した資料は、真実、正確、完全でなければならない。

第三章 商標登録の審査及び認可

第二十七条 登録出願にかかる商標が、この法律の関係規定を満たすときは、商標局は初歩審定の決定を行い公告する。

第二十八条 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。

第二十九条 2人又は2人以上の商標登録出願人が、同一の商品又は類似の商品について、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歩審定をし公告する。同日の出願については、先に使用された商標について初歩審定し公告し、他方の出願は拒絶する。

第三十条 初歩審定された商標について、その公告の日から3ヵ月以内に、何人も異議を申し立てることができる。期間を満了しても異議申立がなかった場合、登録を許可し商標登録証を交付し公告する。

第三十一条 商標登録の出願は先に存在する他人の権利を侵害してはならない。他人が先に使用している一定の影響のある商標を不正な手段で登録してはならない。

第三十二条 出願を拒絶し公告しない商標については、商標局は商標登録出願人に書面で通知しなければならない。商標登録出願人はこの決定に不服があるときは、通知を受領した日から15日以内に、商標評審委員会に再審を請求することができる。商標評審委員会は決定を下し、出願人に書面で通知する。

2. 当事者は商標評審委員会の決定に不服がある場合、通知を受領した日から30日以内に人民法院に訴えを提起することができる。

第三十三条 初歩審定され公告された商標に対して異議申立があるときは、商標局は異議申立人及び被異議申立人が陳述する事実及び理由を聴取し、調査をして事実を明らかにした後、決定を下さなければならない。当事者は不服があるときは、通知を受領した日から15日以内に、商標評審委員会に再審を請求することができる。商標評審委員会は裁定を下し、異議申立人及び被異議申立人に書面で通知する。

2. 当事者は商標評審委員会の裁定に不服がある場合、通知を受領した日から30日以内に、人民法院に訴えを提起することができる。人民法院は、商標再審段階での相手方当事者に対し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。

第三十四条 当事者が法律で定める期限内に商標局の裁定に対して再審を請求しないか、又は商標評審委員会の裁定に対して人民法院に訴えを提起しない場合、裁定は効力を発生する。

2. 裁定により異議が成立しないと決定された場合は、登録を認め商標登録証を発行し公告する。異議が成立すると決定されたときは、登録を認めない。

3. 裁定により異議が成立しないと決定され登録を許可した場合、商標登録出願人が取得する商標専用権の期間は、初歩審定の広告後3ヶ月が満了した日より起算する。

第三十五条 商標登録出願と商標再審請求は、直ちに審査しなければならない。

第三十六条 商標登録出願人又は登録人は、商標の出願書類又は登録書類に明らかな誤りを発見した場合、訂正を請求することができる。商標局は法律に基づき、職権の範囲内でそれを訂正し、あわせて当事者に通知する。

2. 前項でいう誤記の訂正は、商標の出願書類又は登録書類の実質的な内容を含まない。

第四章 登録商標の更新、譲渡及び使用許諾

第三十七条 登録商標の有効期間は10年とし、当該商標の登録日から起算する。

第三十八条 登録商標の存続期間が満了し、継続して使用する必要があるときは、期間満了前6ヵ月以内に更新登録の出願をしなければならない。この期間に出願できないときは、6ヵ月の延長期間を与えることができる。延長期間を満了して出願しないときは、その登録商標を取消す。

2. 毎回の更新登録の有効期間は10年とする。
3. 更新登録は審査により許可された後、公告される。

第三十九条 登録商標を譲渡するときは、譲渡人と譲受人は譲渡契約を締結し、共同して商標局に申請しなければならない。譲受人は使用するその登録商標の商品の品質を保証しなければならない。

2. 登録商標の譲渡は、許可された後公告される。譲受人はその公告日より商標専用権を享有する。

第四十条 商標登録人は商標使用許諾契約を締結することで他人にその登録商標を使用することを許諾することができる。許諾者は被許諾者がその登録商標を使用する商品の品質を監督しなければならない。被許諾者はその登録商標を使用する商品の品質を保証しなければならない。

2. 他人の登録商標を使用することを許諾されているときは、その登録商標の商品に被許諾者の名称及び商品の原産地を明記しなければならない。
3. 商標使用許諾の契約は商標局に届出なければならない。

第五章 登録商標争議の裁定

第四十一条 登録された商標がこの法律第十条、第十一条、第十二条の規定に違反している場合、又は欺瞞的な手段又はその他の不正な手段で登録を得た場合は、商標局はその登録商標を取消す。その他の事業単位又は個人は、商標評審委員会にその登録商標の取消についての裁定を請求することができる。

2. 登録された商標がこの法律第十三条、第十五条、第十六条、第三十一条の規定に違反している場合、商標の登録日から5年以内に、商標所有人又は利害関係者は商標評審委員会にその登録商標の取消について裁定を請求することができる。ただし、悪意による登録、著名商標の所有者に対しては5年の期間制限を受けない。

3. 前二項に規定された状況以外を除き、登録商標に異議がある場合は、その商標の登録日から5年以内に、商標評審委員会に裁定を請求することができる。

4. 商標評審委員会は裁定請求を受けた後、関係する当事者に通知し、かつ期間を限り答弁書を求めなければならない。

第四十二条 異議申立を経て登録許可された商標については、同一の事実及び理由で再び裁定を請求することはできない。

第四十三条 商標評審委員会は、争いがある登録商標の維持又は取消を裁定した後、関係する当事者に書面で通知しなければならない。

2. 当事者は商標評審委員会の裁定に不服がある場合、通知を受領した日から30日以内に、人民法院に対して訴えを提起することができる。人民法院は商標裁定手続きの相手側の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。

第六章 商標使用の管理

第四十四条 登録商標の使用において、次の各号行為の一があるときは、商標局は期間を定めて是正を命じ又はその登録商標を取消す。

- (一) 登録商標を許可なく変更したとき
- (二) 登録商標登録人の名義、住所又はその他の登録事項を許可なく変更したとき
- (三) 登録商標を許可なしに譲渡したとき
- (四) 継続して3年間使用しなかったとき

第四十五条 登録商標を使用している商品が粗製濫造され、品質を偽り、消費者を欺瞞しているときは、各クラスの工商行政管理部門は、それぞれの状況に応じて、期間を定めて是正を命じ、警告又は罰金を科し、又は商標局を通じてその登録商標を取消すことができる。

第四十六条 登録商標が取消され又は期間満了し更新されていないときは、取消又は消滅の日から1年以内は、商標局はその商標と同じか又は類似する商標の登録を認めない。

第四十七条 この法律第六条の規定に違反しているときは、地方の工商行政管理部門は期間を定めて登録出願を命じ、かつ罰金を科すことができる。

第四十八条 登録されていない商標を使用し、下記の各号の行為の一つがあるときは、地方の工商行政管理部門はこれを差止め、期間を定めて是正させ、かつ警告又は罰金を科すことができる。

- (一) 登録商標と偽っているとき
- (二) この法律第十条の規定に違反しているとき
- (三) 粗製濫造し、品質を偽り、消費者を欺いているとき

第四十九条 商標局の登録商標取消の決定について、当事者に不服があるときは、通知を受け取った日から15日以内に商標評審委員会に再審を請求することができる。商標評審委員会は決定を下し、請求人に書面で通知する。

2. 当事者は商標評審委員会の裁定に不服がある場合、通知を受領した日から30日以内に、人民法院に訴えを提起することができる。

第五十条 工商行政管理部門がこの法律第四十五条、第四十七条、第四十八条の規定に基づき下した罰金の決定について、当事者に不服があるときは、通知を受け取った日から15日以内に、人民法院に訴えを提起することができる。期間内に訴えが提起されないか又は決定を履行しないときは、関係する工商行政管理部門は人民法院に強制執行を請求する。

第七章 登録商標専用権の保護

第五十一条 登録商標の専用権は、登録を許可された商標及び使用を定めた商品に限られる。

第五十二条 下記の各号行為の一つがあるときは、登録商標専用権の侵害とする。

(一) 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する商標を使用しているとき

(二) 登録商標専用権を侵害する商品を販売しているとき

(三) 無断で他人の登録商標の標章を偽造、無断で製造された登録商標の標章を販売しているとき

(四) 商標登録権者の許諾を得ずにその登録商標を変更し、変更した商標を使用する商品を市場に流通させたとき

(五) 他人の登録商標専用権にその他の損害を与えているとき

第五十三条 本法第五十二条に定める登録商標専用権を侵害する行為の一つがある場合、当事者の協議により解決する。協議しないか、又は協議が成立しない場合は、商標登録権者又は利害関係人は人民法院に訴えを提起でき、また工商行政管理部門に処理を請求することができる。工商行政管理部門が権利侵害行為と認めた場合、即時に侵害行為の停止を命じ、権利侵害商品及び権利侵害商品の製造のために使用する器具を没収、廃棄処分し、かつ罰金を科すことができる。当事者は処理に不服があるときは、処理通知を受け取った日から15日以内に「中華人民共和国行政訴訟法」により人民法院に訴えを提起することができる。権利侵害人が期間内に訴訟を提起せず、かつ決定を履行しないときは、工商行政管理部門は人民法院に強制執行を請求することができる。処理を担当する工商行政管理部門は当事者の請求により、商標専用権侵害の賠償金額について調停することができる。調停が不調の場合、当事者は「中華人民共和国行政訴訟法」により人民法院に訴えを提起することができる。

第五十四条 登録商標専用権を侵害する行為に対して、工商行政管理部門は法律より調査、処分を行う権限を有する。犯罪の疑いがある場合、直ちに司法機関移送し法により処理する。

第五十五条 県クラス以上の工商行政管理部門は違法の疑いのある証拠又は通報により、他人の登録商標専用権侵害に疑義のある行為に対して取り調べをする際、以下の職権を行使することができる。

- (一) 当事者を尋問し、他人の登録商標専用権の侵害に関する状況を取り調べること
- (二) 当事者の侵害行為に関係する契約、領収書、帳簿及びその他の資料を閲覧、複製すること
- (三) 他人の登録商標専用権の侵害行為に疑いのある場所を現場検証すること
- (四) 侵害行為に関係する物品を検査し、他人の登録商標専用権を侵害する物品であることを証明する証拠がある場合、これを封印し、差し押さえること

2. 工商行政管理部門は前項に基づき職権を行使する場合、当事者はこれに協力し、拒絶、妨害してはならない。

第五十六条 商標専用権侵害の損害賠償額は、侵害者が侵害した期間に侵害により得た利益又は被侵害者が侵害された期間に侵害により受けた損失とし、被侵害者が侵害行為を抑止するために支払った合理的な支出を含む。

2. 前項にいう侵害者が侵害により得た利益、又は被侵害者が侵害により受けた損失を確定することが困難な場合には、人民法院が権利侵害行為の情状により50万元以下の損害賠償を命ずる。

3. 登録商標専用権の侵害製品であることを知らず善意により販売した場合、当該商品を合法的に取得したことを証明でき、かつ提供者に説明できる場合には、損害賠償の責を負わない。

第五十七条 商標権者又は利害関係者は、他人がその商標専用権の侵害行為を行っているか又はまさに行おうとしていることを証明する証拠を有しており、これを直ちに制止しなければ、その合法的權益に回復しがたい損害を被る恐れがある場合には、訴えを提起する前に、人民法院に侵害行為の停止と財産の保全措置命令を採るよう請求することができる。

2. 人民法院は前項の請求を処理するにあたり、「中華人民共和國民事訴訟法」第九十三条から第九十六条及び第九十九条の規定を適用する。

第五十八条 侵害行為を差止めるに際し、証拠が消滅する可能性がある、又は今後の入手が困難である場合、商標権者又は利害関係者は訴えを提起する前に人民法院に証拠の保全を請求することができる。

2. 人民法院は当該請求を受領した後、48時間以内に裁定を下さなければならない。保全措置を採るよう裁定したものについては直ちに執行しなければならない。

3. 人民法院は請求人に担保の提供を命じることができる。請求人が担保を提出しない場合には、その請求を却下する。

4. 請求人が、人民法院が保全措置を採用してから15日以内に提訴しない場合、人民法院は保全措置を解除しなければならない。

第五十九条 商標登録者の許諾なしに、同一商品にその登録商標と同一の商標を使用し、当該行為が犯罪を構成する場合は、被侵害者の損失を賠償する外に、法により刑事責任を追求する。

2. 他人の登録商標の標章を偽造し、無断で製造し、若しくはその偽造し、無断で製造した登録商標の標章を販売することで犯罪を構成する場合は、被侵害者の損失を賠償する外に、法により刑事責任を追及する。

3. 登録商標を盗用した偽造商品と知りながら販売することにより犯罪を構成する場合は、被侵害者の損失を賠償する外に、法により刑事責任を追及する。

第六十条 商標の登録、管理及び再審業務に従事する国家公務員は、私情なく公平に法律を執行し、廉潔に自らを律し、職務に忠誠を尽くし、文明的に奉仕しなければならない。

2. 商標局、商標評審委員会及び商標登録・管理、再審業務に従事する国家公務員は、商標の代理業務及び商品の生産活動に従事してはならない。

第六十一条 工商行政管理局は、健全な内部監督制度を確立し、商標登録、管理及び再審業務を責務とする国家公務員の、法律及び行政法規の執行に対して、また規則の遵守についての状況を監督、点検しなければならない。

第六十二条 商標登録、管理及び再審業務に従事する国家公務員は、職務を怠り、職権を濫用し、情実にとらわれ不正行為を行い、商標の登録、管理及び再審を違法に処理し、当事者から財物を受け取り、不正な利益をむさぼり、犯罪を構成する場合は、法により刑事責任を追及する。なお犯罪を構成しない場合には、法により行政処分を与える。

第8章 附 則

第六十三条 商標登録出願及びその他の商標事務手続をするときは、手数料を納付しなければならない。具体的な手数料の基準は別に定める。

第六十四条 この法律は、1983年3月1日より施行する。1963年4月10日国務院が公布した「商標管理条例」は同ときに廃止する。その他の商標管理に関する規定は、この

法律と抵触するときは、同ときに失効する。

2. この法律の施行前に既に登録された商標は、継続して有効とする。

中華人民共和国製品品質法

中華人民共和国主席令第三十三号

(1993年2月22日、第七期全国人民代表大会常務委員会第三十回会議にて採択、2000年7月8日第九届全国人民代表大会常務委員会第十六回会議の『「中華人民共和国製品品質法」改正に関する決定』により改正)

[頒布日期]19930222

[実施日期]19930901

目次

- 第1章 総則
- 第2章 製品品質の監督
- 第3章 生産者、販売者の製品品質責任と義務
 - 第1節 生産者の製品品質責任と義務
 - 第2節 販売者の製品品質責任と義務
- 第4章 損害賠償
- 第5章 罰則
- 第6章 附則

第1章 総則

第1条 製品品質に対する監督管理を強化し、製品品質のレベルを向上させ、製品品質の責任を明確にし、消費者の合法的權益を保護し、社会経済秩序を維持するため、本法を制定する。

第2条 中華人民共和国国内において製品の生産、販売活動に従事する場合、必ず本法を遵守しなければならない。

本法でいう製品とは加工、製造を経て、販売に用いる製品を指す。

建設工事には本法の規定は適用しない。ただし、建設工事に使用する建築材料、建築部材・部品及び設備が前款に規定する製品範囲に属する場合は、本法の規定を適用する。

第3条 生産者、販売者は健全な内部製品品質管理制度を確立し、厳格に職場品質規範、品質

責任及び然るべき検査方法を実施しなければならない。

第4条 生産者、販売者は本法の規定に従い製品の品質に対する責任を負わなければならない。

第5条 認証マークなどの品質マークの偽造又は盗用を禁止する。製品の原産地の偽造、他人の工場名、工場住所の偽造又は盗用を禁止する。生産・販売する製品に混じりもの・偽物を混ぜること、偽物を本物の代替とすること、粗悪品を優良品の代替とすることを禁止する。

第6条 国は科学的な品質管理方法を奨励・推進し、先進的科学技术を採用し、企業の製品品質が業界基準、国家基準及び国際基準に達しかつ超えることを奨励する。

製品の品質管理が先進的で、製品の品質が国際的先進レベルに達しており、その成績が顕著な単位及び個人に対しては報奨を与える。

第7条 各級人民政府は製品品質の向上を国民経済及び社会発展計画に組み入れ、製品品質に対する統一的手配及び組織的指導を強化し、生産者、販売者に製品品質管理を強化するよう指導し、製品品質を向上させ、関係部門を組織して法に則った措置を講じ、製品の生産、販売における本法規定に違反する行為を制止させ、本法の施行を保障しなければならない。

第8条 国務院製品品質監督部門は、全国の製品品質監督事務を主管する。国務院の関係部門は、各自の職責の範囲内で、製品品質監督に責任を負う。

県級以上の地方製品品質監督部門は、当該行政区域内の製品品質監督を主管する。県級以上の地方人民政府の関係部門は各自の職責の範囲内で、製品品質監督に責任を負う。

法律に製品品質の監督部門に対し別途規定がある場合は、関係法律の規定に従い執行する。

第9条 各級人民政府の職員及びその他の国家機関職員は職権濫用、職務怠慢、私情にとらわれた不正、当該地区・当該系列において発生した製品の生産・販売における本法規定に違反する行為の隠蔽・放任、製品の生産・販売における本法規定に違反する行為に対する法による調査処理の実施を妨害・干渉してはならない。

各級地方人民政府及びその他の国家機関に、製品の生産・販売における本法規定に違反する行為の隠蔽・放任があった場合、法によりその主要責任者の法的責任を追及する。

第10条 如何なる単位及び個人も本法規定に違反する行為に対し、製品品質監督部門又はその他の関係部門に告発する権利を有する。

製品品質監督部門及び関係部門は、告発者の秘密を保持しなければならない、かつ省、自治区、直轄市人民政府の規定に基づき報奨を与える。

第 11 条 如何なる単位及び個人も、当該地区以外又は当該系列以外の企業が生産した品質合格製品の当該地区、当該系列への参入を排斥してはならない。

第 2 章 製品品質の監督

第 12 条 製品の品質は検査に合格しなければならない、不合格製品を以て合格製品を偽称してはならない。

第 13 条 人体の健康及び人身・財産の安全を脅かす恐れのある工業製品については、必ず人体の健康と人身・財産の安全を保障する国家基準、業界基準に合致していなければならない。国家基準、業界基準を制定していない場合は、必ず人体の健康と人身・財産の安全を保障する要求に合致していなければならない。

人体の健康と人身・財産の安全を保障する基準及び要求に合致しない工業製品を生産・販売することを禁じる。具体的管理方法は国务院が規定する。

第 14 条 国は国際的に通用する品質管理基準に基づいて、企業品質体系認証制度を推進する。企業は自由意思の原則に基づき、国务院製品品質監督部門が認可した又は国务院製品品質監督部門が授権した部門が認可した機関に対し、企業品質体系認証を申請することができる。認証を経て合格した場合、認証機関が企業品質体系認証証書を発給する。

国は国際的先進品質基準及び技術要求を参照し、製品品質認証制度を推進する。企業は自由意思の原則に基づき、国务院製品品質監督部門が認可した又は国务院製品品質監督部門が授権した部門が認可した認証機関に製品品質認証を申請することができる。認証を経て合格した場合、認証機関が製品品質認証証書を発給し、企業が製品又はその包装上で製品品質認証マークを使用することを許可する。

第 15 条 国は製品の品質に対し、抜き取り検査を主な方法とした監督検査制度を実施し、人体の健康と人身・財産の安全を脅かす恐れのある製品に対し、又、国家経済と国民生活に影響のある重要な工業製品及び消費者、関係組織から品質上問題があると指摘された製品に対し、抜き取り検査を行う。抜き取り検査のサンプルは、市場に出回っている又は企業の完成品倉庫内の出荷待ち製品の中から無作為に抽出しなければならない。監督抜き取り検査は、国务院製品品質監督部門が計画及び組織を行う。県級以上の地方製品品質監督部門も、当該

行政区域内において監督抜き取り検査を組織することができる。法律に製品品質の監督検査に対し別途規定がある場合は、関係法律の規定に従い執行する。

国が監督抜き取り検査を行う製品については、地方は別途重複して抜き取り検査を行ってはならない。上級機関が監督抜き取り検査を行う製品については、下級機関が別途重複して抜き取り検査を行ってはならない。

監督抜き取り検査の需要に基づき、製品に対しテストを行うことができる。テストを行う抜き取りサンプルの数量はテストの合理的需要を超えてはならず、かつテストを受ける人から費用を徴収してはならない。監督抜き取り検査に必要なテスト費用は国务院の規定に基づき支払われる。

生産者・販売者が監督抜き取り検査のテスト結果に対し異議のある場合、テスト結果を受け取った日から15日以内に監督抜き取り検査を行った製品品質監督部門又はその上級の製品品質監督部門に再検査を申請することができ、再検査を受理した製品品質監督部門は再検査の結果を出す。

第16条 法に基づき行われた製品品質監督検査に対し、生産者・販売者は拒否してはならない。

第17条 本法の規定に基づき監督抜き取り検査が行われた製品の品質が不合格だった場合、監督抜き取り検査を行った製品品質監督部門が、その生産者・販売者に期限を切って是正するよう命じる。期限が過ぎても是正しない場合、省級以上の人民政府製品品質監督部門が公告を出し、公告を出した後の再検査で尚不合格だった場合、営業停止、期限を切った整頓を命じる。整頓期間が満了した後、再検査を行い製品の品質が尚不合格だった場合は、営業許可証を取り上げる。

監督抜き取り検査の製品に重大な品質上の問題があった場合、本法第5章の関係規定に基づき処罰する。

第18条 県級以上の製品品質監督部門はすでに取得した違法嫌疑の証拠又は告発に基づき、本法の規定に違反する疑いのある行為について調査処理を行う際、以下に掲げる職権を行使することができる。

(1)当事者が本法に違反する生産、販売活動に従事したと疑われる場所に対し、現場検証を行う。

(2)当事者の法定代表人、主要責任者及びその他の関係者に対し、本法に違反する生産、販売活動に従事したことを疑われる関係状況を調査し把握する。

(3)当事者に関係のある契約書、領収書、帳簿及びその他の関係資料を検閲、複製する。

(4)根拠があつて人体の健康及び人身・財産の安全を保障する国家基準、業界基準に合致しないと認められる製品又はその他の重大な品質上の問題を有する製品及び当該製品の生産・販売に直接用いられた原材料、補助材料、包装物、生産用具に対し、封印または差し押さえを行う。

県級以上の工商行政管理部門は、国务院が規定する職責範囲に基づき、本法の規定に違反した疑いのある行為に対し調査処理を行う際、前款で規定する職権を行使することができる。

第 19 条 製品品質検査機関は、必ず然るべき検査条件と能力を有していなければならず、省級以上の人民政府製品品質監督部門又はその授権する部門での審査を経て合格した後、初めて製品品質の検査を担当することができる。法律、行政法規に製品品質検査機関に対し別途規定がある場合は、関係法律、行政法規の規定に基づき執行する。

第 20 条 製品品質検査、認証に従事する社会仲介機関は、必ず法に基づき設立され、行政機関及びその他の国家機関との間に隷属関係又はその他の利害関係があつてはならない。

第 21 条 製品品質検査機関、認証機関は、必ず法に則り、また関係基準に基づき、客観的かつ公正に検査結果又は認証証明を出さなければならない。

製品品質認証機関は、国の規定に基づき、認証マークの使用を許可した製品に対し、認証後の追跡調査を行わなければならない。認証基準に合致せず認証マークを使用した者に対し、その是正を求め、情状が重い場合には、その認証マークの使用資格を取り消す。

第 22 条 消費者は製品の品質上の問題に対し、製品の生産者、販売者に問い合わせる権利を有し、また、製品品質監督部門、工商行政管理部門及び関係部門に対し訴える権利を有する。訴えを受けた部門は責任を持って処理しなければならない。

第 23 条 消費者の權益を保護する社会組織は、消費者の指摘した製品の品質上の問題について、関係部門に責任を持って処理するよう建議を出すことができ、また、消費者が製品の品質が原因で被った被害に対し人民法院に訴えを提起することを支持することができる。

第 24 条 国务院及び省、自治区、直轄市人民政府の製品品質監督部門は、定期的にその監督

抜き取り検査を行った製品の品質状況の公告を発布しなければならない。

第 25 条 製品品質監督部門又はその他の国家機関及び製品品質検査機関は、社会に向けて生産者の製品を推薦することはできず、また、製品に対する監督、販売に関する監督等の方式により製品の経営活動に参加することはできない。

第 3 章 生産者、販売者の製品品質責任と義務

第 1 節 生産者の製品品質責任と義務

第 26 条 生産者はその生産した製品の品質に対し、責任を負わなければならない。

製品の品質は以下に掲げる要求に合致していなければならない。

(1)人身・財産の安全を脅かす不合理な危険が存在しない。人体の健康と人身・財産の安全を保障する国家基準、業界基準がある場合は、その基準に合致していなければならない。

(2)製品が具備すべき使用機能を具備していなければならない。ただし、製品に存在する使用機能上の瑕疵に対し説明がなされている場合を除く。

(3)製品又は包装上に採用を明記した製品基準に合致し、製品説明、実物見本などの方式で表明した品質状況に合致している。

第 27 条 製品又はその包装上の表記は必ず真実で、かつ以下に掲げる要求に合致しなければならない。

(1)製品品質検査合格証明を有する。

(2)中国語で明記された製品名称、生産工場名称及び工場住所を有する。

(3)製品の特徴及び使用要求により、製品の規格、等級、含有する主要成分の名称及び含有量を明記する必要がある場合は、中国語により然るべき明記し、消費者に事前に知らせるべき事柄は外側包装上に明記し、又は事前に消費者に関係資料を提出する。

(4)使用期限のある製品は、目立つ位置にはっきりと製造年月日及び安全使用期限又は失効期限を明記しなければならない。

(5)正しく使用しないと製品自身が容易に壊れる又は人身・財産の安全を脅かす恐れのある製品については、警告マーク又は中国語での警告説明を有さなければならない。

無包装食品及び製品の特徴により表示が付けづらいその他の無包装製品については、製品表示を付けなくてもよい。

第 28 条 壊れやすい、燃えやすい、爆発しやすい、有毒、腐蝕性のある、放射性のある危険物及び貯蔵・輸送中に倒してはならない、又はその他の特殊な要求のある製品については、その包装品質は必ず相応する要求に合致していなければならない、国の規定に基づき警告マーク又は中国語の警告説明を作成し、貯蔵・輸送注意事項を明記する。

第 29 条 生産者は国が明確に淘汰を命じた製品を生産してはならない。

第 30 条 生産者は、原産地を偽造してはならず、他人の工場名、工場住所を偽造又は盗用してはならない。

第 31 条 生産者は認証マークなどの品質マークを偽造又は盗用してはならない。

第 32 条 生産者が生産する製品については、混じりもの・偽物を混ぜてはならず、偽物を本物の代替としたり、粗悪品を優良品の代替としてはならず、不合格製品を以て合格製品を偽称してはならない。

第 2 節 販売者の製品品質責任と義務

第 33 条 販売者は仕入れ時の検収制度を確立及び執行し、製品の合格証明及びその他の表示に対し検査し確認しなければならない。

第 34 条 販売者は措置を講じ、販売する製品の品質を保持しなければならない。

第 35 条 販売者は国が明確に淘汰を命じかつ販売停止になっている製品及び効力を喪失した又は変質した製品を販売してはならない。

第 36 条 販売者が販売する製品の表示は、本法第 27 条の規定に合致しなければならない。

第 37 条 販売者は原産地を偽造してはならず、他人の工場名、工場住所を偽造又は盗用してはならない。

第 38 条 販売者は認証マークなどの品質マークを偽造又は盗用してはならない。

第 39 条 販売者が販売する製品については、混じりもの・偽物を混ぜてはならず、偽物を本物の代替としたり、粗悪品を優良品の代替としてはならず、不合格製品を以て合格製品を偽称してはならない。

第 4 章 損害賠償

第 40 条 販売した製品に以下に掲げる状況の一つがある場合、販売者は修理、交換、返品の原因を負わなければならない、製品を購入した消費者に損害をもたらした場合、販売者は損害を賠償しなければならない。

(1)製品が具備すべき使用機能を具備しておらず、事前の説明がないもの。

(2)製品又はその包装上で採用を明記した製品基準に合致していないもの。

(3)製品の説明、実物見本等の方式で表明した品質状況に合致していないもの。

販売者が前款規定に基づき責任を持って修理、交換、返品、損害賠償した後、生産者の責任又は販売者に製品を提供したその他の販売者（以下、製品供給者という）の責任に帰する場合、販売者は生産者、製品供給者に求償する権利を有する。

販売者が第 1 款の規定に基づき、修理、交換、返品を行わなかった又は損害を賠償しなかった場合、製品品質監督部門又は工商行政管理部門が是正を命じる。

生産者間、販売者間、生産者と販売者の間で締結した売買契約、請負契約に異なる約定がある場合、契約当事者は契約の約定に基づき執行する。

第 41 条 製品に欠陥が存在することにより、人身、欠陥製品以外のその他の財産（以下、他人の財産という）に損害をもたらした場合、生産者は賠償責任を負わなければならない。

生産者は以下に掲げる状況の内の一つを証明できる場合、賠償責任を負わない。

(1)製品を流通に回していない。

(2)製品を流通に回した時には損害を引き起こした欠陥がまだ存在していなかった。

(3)製品を流通に回した時点での科学技術レベルでは、まだ尚欠陥の存在を発見することが不可能だった。

第 42 条 販売者の過失により製品に欠陥を存在させたことにより、人身、他人の財産に損害をもたらした場合、販売者は賠償責任を負わなければならない。

販売者が欠陥製品の生産者を明確に指摘できず、欠陥製品の供給者をも明確に指摘できない場合は、販売者が賠償責任を負わなければならない。

第 43 条 製品に欠陥が存在することにより、人身、他人の財産に損害をもたらした場合、被害者は製品の生産者に賠償を要求してもよいし、製品の販売者に賠償を要求してもよい。製品の生産者に責任があり、製品の販売者が賠償した場合、製品の販売者は製品の生産者に求償する権利を有する。製品の販売者に責任があり、製品の生産者が賠償した場合、製品の生産者は製品の販売者に求償する権利を有する。

第 44 条 製品に欠陥が存在していることにより、被害者に人身傷害をもたらした場合、加害者は医療費、治療期間の看護費、休職により減少した収入などの費用を賠償しなければならず、身体障害が残った場合は、身体障害者の自活用具費、生活補助費、身体障害賠償金及びその扶養者が必要とする生活費などの費用を支払わなければならない。被害者が死亡した場合、葬儀埋葬費、死亡賠償金及び死者が生前に扶養していた人が必要とする生活費などの費用を支払わなければならない。

製品に欠陥が存在することにより被害者の財産に損害をもたらした場合、加害者は原状回復又は金銭に換算して賠償しなければならない。被害者がそれによりその他の重大な損害を被った場合、加害者は損害を賠償しなければならない。

第 45 条 製品に欠陥が存在していることによりもたらされた損害に対する賠償要求の出訴期限は二年とし、当事者がその権益が損害を受けたことを知った又は知り得べき時から起算するものとする。

製品に欠陥が存在することによりもたらされた損害に対する賠償要求の請求権は、損害をもたらした欠陥製品が最初の消費者に渡された日から満十年で消失する。ただし、明記された安全使用期限を超えていない場合はこの限りではない。

第 46 条 本法でいう欠陥とは、製品に人身、他人の財産の安全を脅かす不合理な危険が存在することを指し、製品が人体の健康と人身・財産の安全を保障する国家基準、業界基準を有する場合、その基準に合致していないことを指す。

第 47 条 製品の品質が原因で民事紛争が発生した場合、当事者は協議又は調停により解決することができる。当事者が協議又は調停による解決を望まない場合、又は協議、調停が成立しなかった場合、各当事者の協議に基づき、仲裁機構に仲裁を申し立てることができる。各当事者が仲裁合意に至らなかった又は仲裁合意が無効の場合、直接人民法院に訴えを提起することができる。

第 48 条 仲裁機構又は人民法院は、本法第 19 条で規定する製品品質検査機関に委託し、関係製品の品質に対し検査を行うことができる。

第 5 章 罰則

第 49 条 人体の健康と人身・財産の安全を保障する国家基準、業界基準に合致しない製品を生産・販売した場合、生産・販売を停止するよう命じ、違法に生産・販売した製品を没収し、違法に生産・販売した製品（すでに売り出された、まだ売り出されていない製品を含む、以下同様）の商品価値金額と同額以上三倍以下の罰金を併科する。違法所得がある場合は違法所得の没収を併科し、情状が重い場合は営業許可証を取り上げ、犯罪を構成する場合は法により刑事責任を追及する。

第 50 条 製品中に混じりもの・偽物を混ぜる、偽物を本物の代替とする、粗悪品を優良品の代替とする、不合格製品を以て合格製品を偽称した場合、生産・販売停止を命じ、違法に生産・販売した製品を没収し、違法に生産・販売した製品の商品価値金額の百分の五十以上三倍以下の罰金を併科する。違法所得がある場合は違法所得の没収を併科し、情状が重い場合は営業許可証を取り上げ、犯罪を構成する場合は法により刑事責任を追及する。

第 51 条 国が明確に淘汰を命じた製品を生産した場合、国が明確に淘汰を命じかつ販売停止になった製品を販売した場合、生産・販売の停止を命じ、違法に生産・販売した製品を没収し、違法に生産・販売した製品の商品価値金額と同額以下の罰金を併科する。違法所得がある場合は違法所得の没収を併科し、情状が重い場合は営業許可証を取り上げる。

第 52 条 効力を喪失した又は変質した製品を販売した場合、販売の停止を命じ、違法に販売した製品を没収し、違法に販売した製品の商品価値金額の二倍以下の罰金を併科する。違法所得がある場合は違法所得の没収を併科し、情状が重い場合は営業許可証を取り上げ、犯罪を構成する場合は法により刑事責任を追及する。

第 53 条 原産地を偽造した場合、他人の工場名、工場住所を偽造又は盗用した場合、認証マークなどの品質マークを偽造又は盗用した場合は、是正を命じ、違法に生産・販売した製品

を没収し、違法に生産・販売した製品の商品価値金額と同額以下の罰金を併科する。違法所得がある場合は違法所得の没収を併科し、情状が重い場合は営業許可証を取り上げる。

第 54 条 製品の表示が本法第 27 条の規定に合致しない場合は是正を命じ、包装のある製品の表示が本法第 27 条第 (4) 項、第 (5) 項の規定に合致せず、情状の重い場合は生産・販売の停止を命じ、違法に生産・販売した製品の商品価値金額の百分の三十以下の罰金を併科する。違法所得がある場合は違法所得の没収を併科する。

第 55 条 販売者が本法第 49 条から第 53 条までの規定で販売を禁止する製品を販売し、当該製品が販売禁止となっている製品であることを知らなかったことを証明するに十分な証拠を有し、かつその仕入れ先を真実通りに説明した場合、処罰を軽減することができる。

第 56 条 法により実行する製品品質監督検査を受けることを拒絶した場合、警告を与え、是正を命じ、あくまで是正しない場合は、営業停止・整顿を命じる。情状が特に重い場合は営業許可証を取り上げる。

第 57 条 製品品質検査機関、認証機関が検査結果を偽造した場合又は虚偽の証明を発行した場合、是正を命じ、単位に対し五万元以上十万元以下の罰金を課し、直接責任を負う主管者及びその他の直接責任者に対し一万元以上五万元以下の罰金を課す。違法所得がある場合は違法所得の没収を併科し、情状が重い場合はその検査資格、認証資格を取り消し、犯罪を構成する場合は法により刑事責任を追及する。

製品品質検査機関、認証機関が発行した検査結果又は証明が事実でないことにより損害をもたらした場合、相応する賠償責任を負わなければならないが、重大な損害をもたらした場合はその検査資格、認証資格を抹消する。

製品品質認可機関が本法第 21 条第 2 款の規定に違反し、認証基準に合致せず認証マークを使用した製品に対し、法によりその是正を要求していない又はその認証マークの使用資格を取り消しておらず、製品が認証基準に合致しないことが原因で消費者に損害をもたらした場合、製品の生産者、販売者とともに連帯責任を負い、情状が重い場合はその認証資格を抹消する。

第 58 条 社会団体、社会仲介機構が製品の品質に対して承諾、保証を行い、当該製品がその承諾、保証の品質要求に合致せず消費者に損害をもたらした場合、製品の生産者、販売者とともに連帯責任を負う。

第 59 条 広告の中で製品の品質に対し虚偽の宣伝を行い、消費者を欺瞞・誤導した場合、『中

華人民共和国広告法』の規定に基づき法的責任を追及する。

第 60 条 生産者が生産の専用とした本法第 49 条、第 51 条で列挙した製品又は偽物を本物の代替とした製品の原材料・補助材料、包装物、生産用具に対しては、これを没収しなければならない。

第 61 条 本法の規定により生産・販売を禁止する製品に属していることを知り又は知りえたにもかかわらず、そのために輸送、保管、貯蔵などの便利な条件を提供し、又は偽物を本物の代替とした製品に偽物製造技術を提供した場合、輸送、保管、貯蔵又は偽物製造技術で得た収入を全て没収し、違法収入の百分の五十以上三倍以下の罰金を併科する。犯罪を構成する場合は法により刑事責任を追及する。

第 62 条 サービス業の経営者が本法第 49 条から第 52 条で販売を禁止する製品を営業上のサービスに用いた場合、使用停止を命じ、その使用した製品が本法で販売を禁止する製品であることを知っている又は知り得た者に対しては、違法に使用した製品（すでに使用した及びまだ使用していない製品を含む）の商品価値金額に基づき、本法の販売者に対する処罰規定を参照し処罰する。

第 63 条 製品品質監督部門又は工商行政管理部門により差し押さえられた物品を隠匿、移動、売却、破壊した場合、隠匿、移動、売却、破壊された物品の商品価値金額と同額以上三倍以下の罰金を課し、違法所得がある場合、違法所得の没収を併科する。

第 64 条 本法の規定に違反した場合、民事賠償責任及び罰金納付を負わなければならないが、その財産が同時支払いに足りない時は、まず民事賠償責任を負う。

第 65 条 各級人民政府の職員及び国家機関の職員に以下の状況の一つがあった場合、法により行政処分を与え、犯罪を構成する場合は法により刑事責任を追及する。

(1)生産・販売における本法の規定に違反する行為を隠蔽・放任した場合。

(2)本法の規定に違反し生産・販売行為に従事した当事者に対し、秘密情報を提供し、調査処理からの逃避を助けた場合。

(3)製品品質監督部門又は工商行政管理部門が法により製品の生産・販売において、本法の規定に違反した行為に対する調査処理を実行するのを妨害・干渉し、重大な結果を招いた場合。

第 66 条 製品品質監督部門が製品品質監督抜き取り検査において、規定の数量を超えてサン

プルを取り出し、又は検査を受ける人からテスト費用を徴収した場合、上級の製品品質監督部門又は監察機関が返還を命じ、情状が重い場合、直接責任を負う主管者及びその他の直接責任者に対し、法により行政処分を与える。

第 67 条 製品品質監督部門又はその他の国家機関が本法第 25 条の規定に違反し、社会に向けて生産者の製品を推薦し、または製品に対する監督、販売に関する監督等の方式により製品の経営活動に参加した場合、上級機関又は監察機関が是正を命じ、その影響を取り除く。違法所得があった場合これを没収し、情状の重い場合は、直接責任を負う主管者及びその他の直接責任者に対し、法により行政処分を与える。

製品品質検査機関に前款に挙げた違法行為があった場合、製品品質監督部門が是正を命じ、その影響を取り除く。違法所得があった場合これを没収し、違法収入の一倍以下の罰金を併科することができる。情状の重い場合は、その品質検査資格を抹消する。

第 68 条 製品品質監督部門又は工商行政管理部門の職員が職権濫用、職務怠慢、私情にとらわれた不正を行い、犯罪を構成した場合、法により刑事責任を追及する。犯罪を構成しない場合、法により行政処分を与える。

第 69 条 暴力、威嚇の方法で製品品質監督部門又は工商行政管理部門の職員の法による職務執行を妨害した場合、法により刑事責任を追及する。暴力、威嚇方法を用いずに拒絶・妨害した場合、公安機関が治安管理处罰条例の規定に基づき処罰する。

第 70 条 本法に規定する営業許可証取り上げの行政処罰は、工商行政管理部門の決定による。本法第 49 条から第 57 条、第 60 条から 63 条に規定する行政処罰は、製品品質監督部門又は工商行政管理部門が国务院の規定する職権範囲に基づき決定する。法律、行政法規に行政処罰権の行使に対し別途規定がある場合は、関係法律、行政法規の規定に基づき執行する。

第 71 条 本法の規定に基づき没収された製品については、国の関係規定に基づき廃棄又はその他の方式を採用し処理する。

第 72 条 本法第 49 条から第 54 条、第 62 条、第 63 条に規定する商品価値金額は違法生産・販売した製品の定価により計算する。定価がない場合は、同種の製品の市場価格により計算する。

第 6 章 附則

第 73 条 軍事工業製品の品質監督管理方法は、国务院、中央軍事委員会が別途制定する。

核施設、核製品によりもたらされた損害の賠償責任については、法律、行政法規に別途規定がある場合、その規定による。

第 74 条 本法は 1993 年 9 月 1 日より施行する。

著名商標の認定と保護に関する規定

2003年5月6日

中華人民共和国国家工商行政管理総局第5号令

「著名商標の認定と保護に関する規定」は、中華人民共和国国家工商行政管理総局常務会議の審議を経て公布し、2003年6月1日より施行する。

局長 王衆孚

2003年4月17日

第一条 「中華人民共和国商標法」（以下「商標法」と略称）、「中華人民共和国商標法实施条例」（以下「实施条例」と略称）に基づき、本規定を制定する。

第二条 本規定にいう著名商標とは、中国において関連公衆に広く認知され、高い名声を有する商標のことをいう。

2 関連公衆とは、商標を使用する特定商品又は役務を享受する消費者、同商品を生産し同役務を提供するその他の経営者、及び流通に係る販売者及びその他の関係者を含む。

第三条 以下に掲げる資料は商標が著名であることを証明する証拠資料とする。

- (1) 関連公衆が当該商標に対する認知度を証明する関係資料。
- (2) 当該商標の継続使用期間を証明する関係資料。商標の使用、登録期間及び登録範囲の関係資料を含む。
- (3) 当該商標の全ての宣伝活動の継続期間、程度及び地理的範囲を証明する関係資料。広告宣伝と販売活動の方法と地理的範囲、広告メディアの種類及び広告宣伝費などの関係資料。
- (4) 当該商標が著名商標として保護された記録を証明する関係資料。当該商標が中国又はその他の国及び地域において著名商標として保護された関係資料を含む。
- (5) 当該商標が著名であることを証明するその他の証拠資料。当該商標が使用された主要な商品の過去三年間の生産量、販売量、販売額、利益及び販売地域などの関係資料。

第四条 当事者は初歩審定で公告された他人の商標が、商標法第十三条の規定に違反していると認識する場合には、商標法及びその实施条例の規定に従い、商標局に異議を申し立て、且つその商標が著名であることを証明する資料を提出することができる。

2 当事者は、他人の登録商標が商標法第十三条の規定に違反していると認識する場合には、商標法及びその实施条例の規定に従い、商標評審委員会に当該登録商標の抹消を請求し、且

つその商標が著名であることを証明する資料を提出することができる。

第五条 商標管理事務において、当事者は他人が使用している商標が商標法第十三条に規定する状況にあると認識し、その著名商標の保護を請求する場合、事件発生地（市、州以上）の工商行政管理部門に書面による使用禁止請求を提出し、且つその商標が著名であることを証明する資料を提出することができる。それと同時に、所在地の省級の工商行政管理部門にその写し報告しなければならない。

第六条 工商行政管理部門は、商標管理事務において著名商標保護の申請を受理した場合、同事件が商標法第十三条に規定している以下の状況に該当するか否かを審査しなければならない。

(1)他人が同一又は類似した商品について当事者が中国で登録していない著名商標と同一又は類似した商標を無断で使用し、容易に混同を生じる場合。

(2)他人が同一でない又は類似しない商品について当事者が中国で登録した著名商標と同一又は類似した商標を無断で使用し、容易に公衆を誤認させ、当該著名商標登録人の利益に損害を及ぼしうる場合。

2 市（地、州）の工商行政管理部門は前項の各状況にある案件に対し、当事者の請求を受理した日より 15 労働日間以内に全ての事件資料を所在地の省（自治区、直轄市）工商行政管理部門に報告し、且つ当事者に事件受理通知書を発行しなければならない。省（自治区、直轄市）の工商行政管理部門は当事者の請求を受理する日より 15 労働日以内に全ての事件資料を商標局に報告しなければならない。当事者の所在地の省級工商行政管理部門は発生した事件が前項の各状況にあるとした場合、商標局に報告することができる。

3 前項の各状況に該当しない場合、商標法及び実施条例の関連規定に基づき、迅速に処理しなければならない。

第七条 省（自治区、直轄市）工商行政管理機関は、本管轄区域内の各地（市、州）工商行政管理機関が報告した著名商標保護の関係事件資料を審査しなければならない。

2 本規定第六条第一項に該当する事件と認めた場合、本管轄区域内の各地（市、州）工商行政管理機関が報告した著名商標保護の関係事件資料を、受領した日より 15 労働日以内に、商標局に報告しなければならない。

3 本規定第六条第一項に該当しない事件については、関係資料を原受理機関に戻し、商標法及び実施条例に基づいて迅速に処理させなければならない。

第八条 商標局は、関連事件資料を受領した日より 6 ヶ月間以内に認定を行い、認定結果を事件発生地の省（自治区、直轄市）の工商行政管理部門に通知し、同時にその写しを当事者の所在地の省（自治区、直轄市）の工商行政管理部門に送付しなければならない。

2 関連の商標が著名であることを証明する資料以外に、商標局はその他の事件資料を事件

発生地のある省（自治区、直轄市）の工商行政管理部門に送付しなければならない。

第九条 著名商標として認定していないものについて、認定結果を下す日より一年間以内に、当事者は同一の商標について同様の事実及び理由によって再び認定を請求することができない。

第十条 商標局、商標評審委員会は、著名商標を認定する場合、商標法第十四条に規定する各要素を総合的に考慮しなければならない。ただし、当該商標が当該条規定の全ての要素を満たすことを求めない。

第十一条 商標局、商標評審委員会及び地方工商行政管理部門は、著名商標を保護する場合、当該商標の識別性と著名性を考慮しなければならない。

第十二条 当事者は商標法第十三条の規定に基づき商標の保護を請求する場合、当該商標がわが国の関連主管部門に著名商標として保護された記録を提供することができる。

2 受理された事件が、著名商標として保護された範囲と基本的に同様であって且つ相手当事者が当該商標の著名性について異議がなく又は異議があるものの当該商標が著名ではない証拠を提出することができない場合には、事件を受理した工商行政管理部門は当該保護記録に基づき、事件について裁定又は処理を下すことができる。

3 受理された事件が、著名商標として保護された範囲と同様ではなく、又は相手当事者が当該商標の著名性について異議があり、且つ当該商標が著名ではない証拠資料を提供する場合には、商標局又は商標評審委員会は当該商標の資料について改めて審査し認定しなければならない。

第十三条 当事者は、他人がその著名商標を企業の名称として登録し、公衆を欺瞞し又は公衆に誤解を与え得る場合、企業名称の登録機関に当該企業名称の抹消を請求することができる。企業名称の登録機関は「企業名称管理規定」に基づき、処理しなければならない。

第十四条 各級の工商行政管理部門は、著名商標に対する保護を強化し、偽商標犯罪事件については迅速に関連部門に移送しなければならない。

第十五条 処理機関は、著名商標を保護する処理決定を所在地の省（自治区、直轄市）の工商行政管理部門に報告しなければならない。

第十六条 各級の工商行政管理部門は、相応の監督制度を構築し、相応の監督規制措置を制定し、著名商標の認定に係る全ての業務について監督検査を強化しなければならない。

2 著名商標の認定に関与する関連人員は、職権を濫用し、私利私欲のために不正を働き、

不正の利益をむさぼり、法に違反して著名商標の認定を行った場合には、法に基づき行政処分を行い、犯罪を構成する場合には、刑事責任を追究しなければならない。

第十七条 本規定は 2003 年 6 月 1 日より施行する。1996 年 8 月 14 日、国家工商行政管理总局が公布した「著名商標の認定と管理の暫定規定」は同時に廃止する。



この報告書は競艇の交付金による日本財団の助成金を受けて作成しました。

中国における船用模倣品対策に関する調査

2007年（平成19年）3月発行

発行 社団法人 日本舶用工業会 業務部

〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-15-16 海洋船舶ビル

TEL 03-3502-2041 FAX 03-3591-2206

URL : <http://www.jsmea.or.jp>

E-mail : info@jsmea.or.jp

本書の無断転載、複写、複製を禁じます。

ISBN978-4-9903018-8-0