

中国での商標登録における「不良影響」要因について

中国弁護士 李 蕾 中国弁護士 尉 力
翻訳・編集 吳 文文 翻訳・編集 田澤 洋輔

要 約

中国の『商標法』第十条⁽¹⁾は8種類の商標を使用の禁止を明確にしており、この条項の(8)に列挙されている「社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の不良影響を及ぼすもの」に疑いのある商標（この条項は「不良影響」と呼ぶ）も使用禁止商標に属する。この条項に関連する「不良影響」の概念が抽象的で曖昧なため、商標審査において、この条項をどの様に適用するか判断基準が把握し難い。商標が「不良影響」で、拒絶された場合、審査の結果を覆す確率は低く、実務中、この様なケースの約90%の商標は商標登録に至らなかった。そこで、出願商標の「不良影響」を回避すべく、本文はこの条項と関連事例を分析した上で、助言を記す。

目次

- はじめに
- 『商標法』の中の「不良影響」の定義
 - 道徳、風習を害する定義
 - その他の不良影響の定義
- 「不良影響」商標のタイプ
 - 道徳、風習を害する商標
 - 国家主権、国家安全及び民族の尊厳を害する商標
 - 宗教信仰や民間信仰を害する商標
 - 突発的な公的イベントの名称や公人の名前が含まれた商標
 - 不規範な漢字や成語を使用し、公衆、特に未成年者の認知をミスリードしやすい商標
 - 公共の利益や公共の秩序に悪影響を与えるその他の商標
- 「不良影響」の判断基準と考慮要素
 - 商標標識に「不良影響」の内容を含むか
 - 出願商標の商品や役務の組合せに「不良影響」が存在するか
 - 主観的悪意を判断基準とする事の禁止
 - 「不良影響」商標と実際の悪影響の発生を判断基準とする事の禁止
 - 「不良影響」商標が公共の利益を害す、または特定の民事上の利益となってはならない
 - 「不良影響」商標の知名度獲得は考慮しない
 - 時間の変化の考慮
- 「不良影響」に対する審査の厳格化、及び範囲の拡大
 - 「不良影響」商標の取締を反映した『商標法』と『商標審査審理指南』の改訂
 - 国家知識産権局による「不良影響」商標の注視、及び取締りの発表
- 「不良影響」のため拒絶された商標の判決が取り消される確率の低さとその原因分析
 - 不服審判と行政訴訟での「不良影響」裁定の覆り難さ
 - 「不良影響」商標の判決が取り消される確率の低さの原因の分析
- 商標が「不良影響」によって拒絶されることを避けるために
 - 注目を集めるために商標をデザインして出願する事を避ける
 - 商標には、できる限り造語や意味の定まらない文字や言葉を使用する
 - 商標には、できる限り肯定的な言葉または中立的な言葉を使用して、否定的な言葉の使用を避ける
 - 商標出願前の事前審査の依頼

8. おわりに

1. はじめに

本論説では、この「不良影響」条項の定義から、2021年に中国国家知識産権局（以下、「国知局」と称す）が改訂した『商標審査審理指南』及びその他の関連法規から「不良影響」認定商標の種類を抽出し、国知局が商標審査の際に「不良影響」と認定する判断基準、及び考慮すべき要素を多数の事例を通じて紹介する。また、商標のデザイン及び出願の際に「不良影響」認定される事を可能な限り回避するための助言を記す。

2. 『商標法』の中の「不良影響」の定義

中国『商標法』第十条第一款第（八）項では、社会主義の道德風習やその他の不良影響を害する商標の使用禁止を規定している。当該法律条項は「不良影響」に係るもので、法律上「不良影響」は2つの部分に分かれており、一つは「道德、風習を害するもの」、もう一つは道德、風習を害するもの以外の「その他の不良影響」である。従って、「不良影響」の定義は、2つに分けて説明する必要がある。

2. 1 道德、風習を害する定義

国知局が公布した「商標一般違法判断基準」第10条によると、「社会主義的道德風習を害するもの」とは、中国国民の共同生活及びその行為の準則を害する基準、規範及び一定期間、社会で流行した良い習慣、風習を指す。

その中で、道德風習は通常中国の經濟、政治、文化状況に適応して、一定の時期に社会で普遍的に流行する道德觀念、善惡の基準、道德行為のパターンと道德の心理的習慣などを指して、商標も中国の国情及び中国人の普遍的で素朴な道德の規準、公共の秩序と善良な風俗に符合する必要がある。中国人の一般的な認識によると、商標の中に中国で一般的に遵守されている道德基準や風習を損なう様な文字や図形が存在し、社会に悪影響を及ぼす可能性がある場合、この商標は道德風習を害するという理由で登録されない。

例を挙げると、「黑社会⁽²⁾」、「包二奶⁽³⁾」等は、道德風習を害し、社会に悪影響を及ぼすため、商標の登録と使用が禁止されている。

2. 2 その他の不良影響の定義

「商標一般違法判断基準」第11条の規定によると、「その他の不良影響」とは、標識の文字、図形又はその他の構成要素に負の意味がある、又は、商標使用によって、中国の政治、經濟、文化、宗教、民族などの社会公共利益や公共秩序に悪影響を与えるという事である。

注意すべきは、「その他の不良影響」には「道德風習を害する」状態は含まれない。出願登録商標が道德風習を害し、悪い風習が発生しやすい場合「道德風習を害する」という理由で拒絶または無効となる。

また、「その他の不良影響」は、商標自体が負の意味を有するだけでなく、例えば「神经病」や「闯红灯（赤信号を無視する）」など、商標自体は負の意味を有さないが、商標使用によって、負の影響が生じることも含まれる。他にも観光地である「少林寺⁽⁴⁾」や、病院名の「火神山」「雷神山⁽⁵⁾」等が同理由で拒絶されている。

3. 「不良影響」商標のタイプ

2021年、国知局は『商標審査及び審理基準』を廃止し、改訂版である『商標審査審理指南』を公布し、それを商標審査の最新基準としている。当該審理指針は、従来の『商標審査及び審理基準』を基に、『商標法』第十条第一款第（八）項に規定された各種の「不良影響」商標類型をより詳細的に列挙しており、同時に『商標一般違法判断基準』第十二条⁽⁶⁾に「道德風習を害する」以外の8種類の「その他の不良影響」の具体的状況を明示している。『商標審査審理指南』と『商標一般違法判断基準』から、「不良影響」商標は次の様に類別できる。

3. 1 道徳、風習を害する商標

道徳風習を害する商標とは、例えば、一部の商標出願人が誘引を目的として、各種の低俗、粗雑な言葉を商標として出願したが、道徳風習を害するとして拒絶、又は無効となり、使用禁止商標となる様な事である。具体的事例として「MLGB⁽⁷⁾」商標無効案件⁽⁸⁾がある。

2010年、上海俊客貿易有限公司（以下「俊客公司」と称する）は第25類被服商品に「MLGB」商標を出願し、登録された。しかし、その後、他人から不良影響を理由に無効審判を請求され、商標審評委員会が審査した結果、「MLGB」商標のアルファベットの組み合わせが、SNS上での流行語であり、消極的且つ下品な意味で、商標使用が道徳風習を害し、悪影響を及ぼすと判断された。俊客公司是、この商標は「My Life's Getting Better」という宣伝文句の頭文字であると主張したが、この宣伝文句が認知されておらず、やはり「MLGB」は非文明的用語として認知されている。よって、裁定は「MLGB」商標を無効宣告とした。俊客公司是裁判所に起訴したが、一審・二審いずれも敗訴し、当該商標は道徳風習を害するものとして認定された。

この案件は様々な議論を呼び、反対者は、この商標の無効は言語文字とアルファベットの使用に制限を課し、商標使用に不利だと主張し、賛同者は、「MLGB」がネット用語由来のもので、悪影響の範囲が広いと主張する。当該商標の登録は、低俗なファッションの流行を推し進めるもので、社会風習の形成に不利となり、特に青少年の成長に悪影響を及ぼす。裁判所がこの2つの異なる見解を判決文の中で述べたのは、商標行政訴訟としては異例のことである。

上記の例以外では、「叫了个鸡⁽⁹⁾」、「粘花惹草⁽¹⁰⁾」等がある。その為、商標出願の際には、低俗で粗雑な文字及び文字の組合せを選択すべきでない。

3. 2 国家主権、国家安全及び民族の尊厳を害する商標

このタイプは識別が容易で、例えば、「完全な中国地図」を含まない商標、「拉登⁽¹¹⁾」、「⁽¹²⁾」、「黒鬼⁽¹³⁾」等である。

3. 3 宗教信仰や民間信仰を害する商標

ここでいう宗教とは仏教、道教、キリスト教、イスラム教、カトリックと一部の民間信仰を含み、邪教を含まない。例えば「観音」、「碧霞元君⁽¹⁴⁾」、「媽祖⁽¹⁵⁾」、「GOD」等がある。

但し、宗教団体等の関連主体は、自らの宗教活動の場所名称の商標出願が可能である。これは「不良影響」商標には該当せず、例えば、河南嵩山少林寺の仏教団体は「少林寺」商標を出願登録している。

3. 4 突発的な公的イベントの名称や公人の名前が含まれた商標

近年、注目を集め、不当利益獲得を目的として、突発的な公共イベント名称、公人氏名等の商標出願がある。この様な行為は、『商標審査審理指南』公布後、中国政府及び国知局が厳しく取り締まっている。東京オリンピックの開催後、一部企業が「添神⁽¹⁶⁾」、「陈梦⁽¹⁷⁾」、「全红婵⁽¹⁸⁾」等を冒認出願したが、国知局はこれらの商標を拒絶し、企業を非難する通達⁽¹⁹⁾を出した。

また、「新型コロナ」や「抗疫」等も、突発的な公共の事件という事由から拒絶された。

3. 5 不規範な漢字や成語を使用し、公衆、特に未成年者の認知をミスリードしやすい商標

ある熟語の一字を同音の字に置き換えた商標の出願が存在する。目的としては、その商標を口に出し易くする為、且つ、その経營業務を一目で理解させる為である。例えば、レストラン等の役務で「味所欲为」商標を出願した場合、「味所欲为」は、四字熟語の「为所欲为」の頭文字を「味」に置き換えたもので、両者の発音は非常に似ており、（どちらも「wei」である。）且つ飲食業であると理解できるが、これは熟語の不規範使用であり、商標使用が、公衆をミスリードし、不良影響を及ぼす為、拒絶される。

数年前、この様な漢字熟語を使用した商標が、数多く出願登録されていたが、近年では、漢字と熟語の使用を規

制する事が重要視され、特に未成年者による濫用や混用を防止する必要があるとされた。商標審査基準は今後更に厳しくなり、この様な形態の商標登録は難しい。例えば、「茶顔观色⁽²⁰⁾」の商標は2008年に登録されたが、2018年に不良影響があるとして無効審判を請求された。国知局の無効審判手続き、及び行政訴訟一審・二審を経て、最終的に「茶顔观色」商標は熟語「察言观色」の非規範な使用だと判断された。「茶顔观色」の商標使用は、中国の言語文字の正しい理解と認識、中国の教育文化事業、中国の言語歴史文化の伝承と国家文化建設の発展、及び中国の文化など社会公共利益と公共秩序に悪影響を与える為、当該商標を無効とすべきとされた。この他に、「糖糖正正⁽²¹⁾」、「小蹄大作⁽²²⁾」等の商標も、非規範な熟語を使用しているとして拒絶された。

3. 6 公共の利益や公共の秩序に悪影響を与えるその他の商標

前述までの「不良影響」に分類できない商標も近年、出現している。上記5種類の「不良影響」に該当しない「不良影響」には、包括条項を設けて対応している。

例えば「老鼠仓⁽²³⁾」、「HIO⁽²⁴⁾」、「单身狗⁽²⁵⁾」等がある。

4. 「不良影響」の判断基準と考慮要素

「不良影響」の概念が曖昧、且つ、法規や審査指針だけでは予見できない為、「不良影響」に対して正確な定義、及び完全な分類ができない。現在、『商標一般違法判断基準』第13条⁽²⁶⁾だけが「不良影響」商標の構成判断に対して比較的詳細な基準を有する。しかし、この基準も抽象的で、国知局や裁判所が考慮する要素を直感的に理解できない。本項では、多くの国知局や裁判所の事例を通して、「不良影響」商標の判断基準と考慮要素を紹介する。

4. 1 商標標識に「不良影響」の内容を含むか

一般的な商標の場合、最も基本的な構成要素は文字や図形であり、まずこれらの要素から「不良影響」を判断する。商標の文字や図形自体に「不良影響」が含まれている、或いは連想しやすい内容であると、拒絶の可能性は高い。

例えば、「FLIRT」商標拒絶査定不服審判の案件⁽²⁷⁾では、ドイツのディスカウントストアのチェーン企業 ALDI (以下、「ALDI」という)は第30類で「砂糖菓子、スイーツ」等の商品に「FLIRT」商標を出願したが、国知局は、「FLIRT」は英語で「いちゃつく」という意味であり、浮気や不倫を煽るような意味合いの低俗な言葉である事から、商標使用が中国の公共秩序や公共利益に悪影響を及ぼす為、「不良影響」商標に該当するとして、当該商標を拒絶した。ALDIは、これを不服とし、北京知的財産権裁判所に提訴し、決定の取消と再審を求めたが、国知局の主張が正しいとして、ALDIの訴えを退けた。

ALDIは、「FLIRT」には「揺れる」という意味もあり、商標としての使用は社会主義的な風習に有害ではないと主張した。しかし、国知局と裁判所は、依然として前述の主張を変えなかった。なお、商標審査員は、外国語商標について、翻訳ソフトを使用して、その意味を調べる。その為、中国語、外国語いずれにも「不良影響」の内容や下品な言葉が存在すると、拒絶され易い。類似の事例として「吃货⁽²⁸⁾」商標がある。多くの商標出願者が「吃货」の二字を含んだ商標を出願したが、国知局と裁判所は否定的な意味を含み、下品であり、間違った価値観を提唱し易いとの理由で拒絶した。

4. 2 出願商標の商品や役務の組合せに「不良影響」が存在するか

商標は、標識と使用されている商品・役務の2つで構成されているので、「不良影響」があるかは、両者を合わせて判断する必要がある。標識自体に「不良影響」がなくとも、場合によっては、出願した商品・役務との組合せで「不良影響」が生じる可能性がある。

例えば「GoingDown」商標拒絶査定不服審判案⁽²⁹⁾で、南京達群医療科技有限公司(以下「達群公司」と称する)は第10類「コンドーム」等の商品に「GoingDown」商標を出願した。国知局は、この商標と指定商品と組合せは社会に不良影響を及ぼすとして拒絶し、達群公司はこの決定を不服として北京知財裁判所(一審裁判所)に提訴し

た。一審では、この商標は「GoingDown」という文字商標で、よく使われる言葉であり、「下がる、沈む」という意味があると判断した。英語の「GoingDown」は、それ自体は悪い意味ではなく、関連公衆も「GoingDown」を非文明的な用語として認識していない。この為、係争商標の指定商品への使用には不良影響がないとして、国知局の決定を取消し、再審を求める判決が下された。国知局は、一審の判決を不服として北京市高級人民裁判所（二審裁判所）に上告し、原審の判決を取消し、決定を維持するよう求めた。二審では、「GoingDown」は直訳すると「下がる、沈む」という意味ではあるが、指定商品「コンドーム」等は状況によっては非文明的な意味があり、関連公衆に「够淫荡⁽³⁰⁾」という消極的で下品な意味があると認識されると認定した。出願人の行為は、商標標識の低俗な意味合いによって誤解を招くことを目的とし、公衆の注目を集め、結果、公共秩序、ビジネス文化、社会道徳風習に悪影響を与えやすい。また、ルールの境界線ギリギリを突くような「三俗」に迎合する行為を止めるため、二審は一審の判決を取下げ、国知局の決定を維持し、達群会社の「GoingDown」の商標出願を拒絶した。

本件のプロセスは、拒絶、登録許可、再拒絶という複雑なプロセスを経ていることから、「不良影響」の判断基準を把握するのが難しい事がわかる。「GoingDown」という言葉自体は中立的で、決して低俗で不良影響を及ぼすとは言えない。しかし、当該商標は「コンドーム」等の商品を指定した事で、低俗な意味を有する事となり、社会に悪影響を及ぼす。二審判決で裁判所は、商標は商品の出所を表示し、企業価値を支える以外にも、価値の伝達と文化の伝播という一定の機能を担う事を明確にし、最終的に、当該商標は不良影響のため拒絶された。

類似事例として、「成吉思汗」を第11類「便器」等の商品に出願すると、歴史上の人物に悪印象を与え、「少林寺」を第33類アルコール飲料等の商品に出願すると、宗教自体に悪影響を及ぼす。その為、商標標識と商品・役務との間に不良影響が生じない様、特段の注意が必要である。

4. 3 主観的悪意を判断基準とする事の禁止

商標に客観的の不良影響が存在する場合、「不良影響」は商標の使用と登録を禁止する絶対事由であることから、その使用と登録を禁止しなければならない。逆を言えば、商標出願人の主観的悪意は考慮しない。例えば、「金融八卦女」商標拒絶案⁽³¹⁾中、出願人は「八卦」は中国古代占いの八種類の記号であり、主観的悪意は存在しないと主張した。しかし、国知局と裁判所は、「八卦」は国代占いの記号以外にも、「噂話」や「根拠のない話」、或いは非公式に情報を得たという意味があると判断した。商標の「女」との組合せだと、「噂話や非公式に情報を得た女性」となり、全体的に下品で、国家の主流文化や価値観に悪影響を及ぼすと判断し、拒絶した。

同様の事例として、中国の有名スポーツブランド「安踏」が第25類の被服と靴を指定して「要瘋」商標を出願した際、国知局から不良影響を理由に拒絶された⁽³²⁾。安踏会社はその後、行政訴訟を起こし、「要瘋」とは「流行」「賑やかな極みに達する」「繁栄の極みに達する」という意味であり、商標に不良影響はないと主張した。しかし、一審・二審を経て、裁判所は、「要瘋」という言葉は、「狂う」「精神に異常をきたす」「ヒステリー状態になるほど興奮する」という否定的な意味が含まれ、全体的に下品であると判断した。もし、「要瘋」商標を衣服やスポーツシューズ等の商品に使用した場合、着用者が不健康であるという誤解が生まれ、他人の人格否定や、差別的な誤認に繋がり、正常で健全な社会の公共利益と公共秩序に否定的な影響を与える恐れがある。最終的に、訴訟は棄却され、登録が許可されなかった。

本件で、安踏会社は「当該商標を出願する目的は、積極性の体现であり、他人を貶めたり差別したり、注目を集める為の主観的悪意はない」と主張した。しかし、裁判所は、当該商標が客観的に見て、消極的、否定的な効果を生み、不良影響があると判断した。主観的悪意の有無に係わらず、当該商標を商標として使用し、登録することはできない。

『商標一般違法判断基準』第13条では、商標使用者の主観的意図が不良影響を構成するかどうかを判断する要因の一つだと述べているが、『商標審査審理指南』177頁では、商標出願人の主観的意図は有害影響の有無を判断する参考要因であって、必然的な考慮要因ではないと述べている。実際には、客観的に不良影響の有無が判断基準となる。

4. 4 「不良影響」商標と実際の悪影響の発生を判断基準とする事の禁止

不良影響の構成の有無の検討は、主に不良影響を与える可能性を審査するものであって、商標による不良影響の実際の発生を考慮しない。また、不良影響を理由として拒絶された商標の多くは使用されていないので、実際の不良影響について語ることはできない。『商標一般違法判断基準』第11条では、「易」という字が、中国の政治、経済、文化、宗教、民族などの社会公共の利益や秩序に悪影響を及ぼす「その他の不良影響」に属すると規定しており、この「易」の字も、不良影響が出る可能性がある限り使用や登録を禁止すべきものであって、実際の不良影響の発生は判断基準としていない。

例えば、「IIO」⁽³³⁾商標拒絶査定不服審判案では、シンガポールの antegochemistry private 有限公司（以下、「antegoinc.」という）が第1類工業用接着剤などの商品に「IIO」商標を出願したが、国知局は不良影響を理由に拒絶した。antegoinc. はこれを不服とし、行政訴訟を起こした。antegoinc. は、当該商標はすべてアルファベットで構成され、数字ではなく、第1類工業用ゴムなどの商品は警察に通報する電話番号とは関係がなく、公衆に誤解させるには不十分で、不良影響はないと主張した。しかし北京知的財産権裁判所は、この商標が中国の警察通報番号「110番」と類似しており、「IIO」を商標使用する事は、社会の公益と秩序に不良影響を及ぼすと判断し、請求を拒絶した。

当該案件では、antegoinc. の「IIO」商標は使用されておらず、実際に否定的な影響を与えていないが、当該商標には否定的影響がある可能性がある為、否定的影響の発生の有無に関わらず、使用と登録を禁止すべきと判断された。

4. 5 「不良影響」商標が公共の利益を害す、または特定の民事上の利益となつてはならない

「不良影響」条項は公共の利益を保護し、公共の秩序を守る為であり、特定の民事上の権益を保護するものではない。商標が特定の民事上の権益を侵害した場合、不良影響条項ではなく、『商標法』やその他の法規の中の当該民事上の権益を保護する条項で保護すべきである。『商標授權確権行政事件の若干問題に関する最高人民裁判所の意見』第3条では、「関連標識の登録が特定の民事上の権益を害するのであれば、商標法に救済方式と相応の手続きが規定されている為、その他の不良影響がある状況とは認められない」と規定している。

例えば、「微信」の商標異議申立案⁽³⁴⁾では、創博亜太科技（山東）有限公司（以下「創博公司」）が第38類情報配信などのサービスで商標「微信」を出願し、国知局と北京知的財産権裁判所（一審裁判所）は、当該商標は、テンセントが開発して中国人に広く使われているチャットソフト「微信（WeChat）」と文字構成や使用サービスが同一、且つ既に数億人以上のユーザーを獲得していた事から、当該商標の承認は、膨大なユーザー層の認識や使用習慣を変えるのに多大な社会的コストがかかり、公共の利益を侵害する事になるため、国知局と一審裁判所は、「不良影響」として、創博会社の「微信」商標の登録を拒絶した。

創博公司是、これを不服として提訴した。北京市高級人民裁判所（二審裁判所）は、「不良影響」は商標登録の絶対禁止事項である為、「不良影響」の認定は、いかなる主体も全ての種類の商品や役務でその商標の登録・使用が禁止される。その為、商標の「不良影響」の認定は慎重に行うべきだと判断した。他社の「微信」の商標登録・使用は、テンセントに対する特定の民事上の利益侵害に留まり、社会の公共の利益や秩序を毀損するものではなく、「不良影響」条項を適用すべきではないとした。二審は、最終的に、顕著性の欠如を理由に「微信」の商標登録を拒絶した。

当該事件は、大きな注目を集め、「不良影響」条項の適用について議論が交わされた。上記判決から、裁判所は「不良影響」条項の適用に慎重を要するという基本概念を定めた。特に特定の主体の民事権益に対して、安易に「不良影響」条項を適用するのではなく、他の救済手段を適用して当該特定の主体の民事権益を保護すべきであるとした。

4. 6 「不良影響」商標の知名度獲得は考慮しない

「不良影響」条項に関連する商標授權確権案件では、商標出願人は多くの知名度証拠を提出し、その商標が広範

困に渡って、既に高い知名度を有しており、不良影響は生じないことを証明する。しかし『商標法』や『商標審査審理指南』、『商標一般違法判断基準』等の関連法規に関わらず、「不良影響」を判断するには商標の知名度を考慮する必要があるとは言及されていない。

前述の「MLGB」案件では、当該商標の広範囲の使用、高い販売量を示す証拠が提出され、業界内での知名度も高くなっていた。しかし裁判所は、商標の知名度を考慮せず、商標の文字の構成と意味から「不良影響」がある事を認定した。

また、「THE WALKING DEAD」の商標拒絶査定不服審判案⁽³⁵⁾でも、認知度を考慮せず、商標出願登録を拒絶した。「THE WALKING DEAD」はアメリカの漫画家ロバート・カークマンなどによって創作された漫画作品で、有名なアメリカのテレビドラマ「ウォーキング・デッド」にもなった。ロバート・カークマンは国外で「THE WALKING DEAD」を商標登録しており、この商標を中国でも登録する事を希望した。しかし、国知局は、この商標は「歩く死人」を意味し、一般市民に消極的なイメージを持たせると判断し、不良影響を理由として登録出願を拒絶した。ロバート・カークマンはこれを不服とし、北京知的財産裁判所（一審裁判所）に行政訴訟を起こした。一審は、ロバート・カークマンの訴えを支持し、この商標には猥褻、封建的迷信、違法などの内容は含まれておらず、漫画やテレビドラマなどの宣伝を通じて、この商標は既に知名度が高く、不良影響はないと判断した。一審の判決後、国知局は控訴した。北京市高級人民裁判所（二審裁判所）は、「THE WALKING DEAD」は直訳すると「歩く死人」となり、中国文化に否定的な影響を与える可能性があり、商標としては不適切だと判断した。同時に、たとえこの商標が既に知名度を有するとしても、知名度がその消極的負の要素を変更できず、商標として使用した場合、公衆に対して不良影響を発生させると判断した。その結果、一審の判決は取り下げられ、当該商標の出願は拒絶された。

同事件では、「不良影響」条項に関わる事件を審理する際、商標の知名度を考慮せず、商標自体及び使用商品・役務のみを考慮して不良影響の要素の有無を判断し、商標の知名度がいくら高かったとしても「不良影響」条項の規定を突破することはできないことが分かった。

4. 7 時間の変化の考慮

道徳風習と社会風習が社会の発展に伴い変化し、同時にインターネットの普及によって、各種の語彙の意味も変化する。元々、中立的だった言葉が、良い意味、又は悪い意味、どちらにもなり得る。従って、「不良影響」の有無の判断には、時間的要素も加味する必要がある。

前述の「MLGB」案件では、商標登録時点では、「MLGB」はネット上では非文明的な用語として使用されているが、まだ広く使われているものではなかった。しかし、時間の経過につれ、「MLGB」の非文明的な用語としての認知度が高まり、「MLGB」と言えば非文明的な用語を連想する様になった。従って、当該商標の使用は、悪い社会風土を発生させ、良い道徳風習の形成に不利である。よって、当該商標の登録と使用を禁止する必要性があり無効となった。

5. 「不良影響」に対する審査の厳格化、及び範囲の拡大

近年、注目を集める事を目的とした商標の出願が増加している。その中には、著名な事件や有名人の名称の冒認出願も現れている。『商標法』と『商標審査審理指南』は、この様な悪しき風潮を抑制し、健全な道徳風習を体現すべく、「不良影響」の審査基準を修正した。また、国知局は「不良影響」に関する審査基準を厳しく把握し、「不良影響」の要素がある商標は登録を禁止している。

5. 1 「不良影響」商標の取締を反映した『商標法』と『商標審査審理指南』の改訂

2023年1月、『商標法』改訂草案（意見募集稿）が発表され、その中で「不良影響」商標の認定と取扱いが厳格化された。例えば、この改正草案の第15条商標使用禁止条項の中で、第9項は明確に核心的価値観に反し、道徳風習、中華の優秀な伝統文化に有害で、その他の悪影響がある商標は全ての登録・使用を禁ずる、とした。現行の

『商標法』第10条第8項の規定と比べ明確且つ厳格である。また、この改正草案の第22条は悪意的登録の状況を規定している。その中の第3項は国家利益、社会公共の利益又はその他の重大な不良影響がある商標を申請した場合、悪意のある登録に該当する。同時に第67条は悪意のある登録に対しての処罰を規定している。この改訂草案は正式な実施前だが、中国は「不良影響」商標に対して更に厳格な基準を適用することを示している。

また、2021年に公布された『商標審査審理指南』でも、改訂前の『商標審査及び審理基準』に比べ、「不良影響」に関する様々な事例が追加され、「不良影響」の認定範囲が更に拡大されている。

5. 2 国家知識産権局による「不良影響」商標の注視、及び取締りの発表

近年、著名な事件や有名人の名称の冒認出願が確認されている。例えば、コロナ禍に関連した「雷神山」、「火神山」、北京冬季オリンピックに関連した「冰墩墩」、「谷爱凌」、東京オリンピックに関連した「陈梦」、「全红婵」等がある。冒認出願の抑制、注目を集める為の「不良影響」商標の出願を抑制すべく、国知局は「不良影響」商標の出願登録に対する取締方針を何度も発表している。

前述の、国知局が2021年8月に発表した『「杨倩」「陈梦」「全红婵」など109件の商標出願登録を法律に基づいて拒絶することに関する通達』では、誠実信用の原則の違反、悪意的出願登録、不当利益の獲得をした出願人と商標代理機関に対して、法規則に基づいた厳正に取締りが明記されている。

また、『国家知識産権局の第13期全国人民代表大会5回会議の第4579号建議に対する答申』（国知建提出函〔2022〕6号）において、国知局も、重大有害商標の迅速なる処分のメカニズムを確立し、重大有害商標の厳格な管理を行い、政治、経済、文化、社会に悪影響を及ぼす商標の出願は、法律に基づき、速やかに拒絶する発表した。また、不良影響を及ぼす商標の事前警告メカニズムの改善と、既存の商標審査禁止ワード、ガイドラインワード、重大な不良影響を及ぼすワードのライブラリ構築の強化を明確にした。

6. 「不良影響」のため拒絶された商標の判決が取り消される確率の低さとその原因分析

6. 1 不服審判と行政訴訟での「不良影響」裁定の覆り難さ

2020年に北京知的財産権裁判所が公式サイト⁽³⁶⁾で発表した「不良影響」条項の商標拒絶査定不服審判事件の審理状況によると、北京知的財産権裁判所は2014年の設立から2020年8月末までに結審した「不良影響」条項の商標拒絶査定不服審判事件は2,000件余りで、いずれも修正率が低く、維持率が高いという特徴がある。2020年だけでも、北京知的財産権裁判所の審理における被訴決定維持率は89.4%に達している。つまり、「不良影響」があると判断された商標は、拒絶査定不服審判や行政訴訟を経ても、最終的には90%近くの登録が拒絶されている。その為、一度でも「不良影響」認定されると、その後の拒絶査定不服審判や行政訴訟で結果を覆す可能性は低いという事がわかる。

6. 2 「不良影響」商標の判決が取り消される確率の低さの原因の分析

まず、「不良影響」は商標の使用と登録の絶対禁止事由に当たり、「不良影響」に関連する商標は登録・使用が禁止される。その為、国知局は「不良影響」要素の審査を慎重に行う。

また、商標が拒絶査定不服審判や行政訴訟を経て登録されたとしても、その間に激しい論争が起こり、紆余曲折を経て登録されることがある。例えば、「溥儀眼鏡」商標の拒絶査定不服審判案件⁽³⁷⁾で、香港の中雅有限公司（以下、「香港中雅」と称す）が第44類「検眼」等の役務で「溥儀眼鏡」商標を出願したが、国知局は「溥儀は清朝の最後の皇帝の名前で、特別な身分と影響力を持つ歴史上の人物であり、商標として使用することは社会に不良影響を及ぼしかねない」として、商標登録を拒絶した。香港中雅は、これを不服として行政訴訟を起こしたが、一審の見解は国知局の決定と一致し、社会的な不良影響を及ぼす為、拒絶すべきと判断した。香港中雅は、上訴し、溥儀が特赦により新たな中国の公民となったという宣伝記事、毛主席と周総理が何度も溥儀を接見した歴史資料、溥儀が政治協商会議委員になったという証拠を提出し、溥儀が肯定的な人物になっていることを証明して、不良影響を与えない、と主張した。二審では、「溥儀」という文字は、出願商標の構成要素として社会の公益や秩序に直接的

な影響を及ぼさないとして、商標登録が可能と判断した。上記は特例だが、商標が「不良影響」を理由に拒絶された場合、商標審査委員会や裁判所の支持を得て、その商標に「不良影響」がない事を証明するのは非常に難しい。

次に、「不良影響」商標は道徳風習を破壊する可能性があるため、社会の公共利益を損ね、社会全体の風習や国家と民族の安定と団結にも否定的な影響を及ぼす可能性があり、このような悪影響は広範囲に及ぶとされる。その為、「不良影響」の要素を含む商標を審査する際、より厳格な基準が適用される。国知局も裁判所も、「不良影響」商標の審査基準が常に一致しており、公共の利益に損害を与える可能性がある商標は登録すべきでないとされる。

最後に、先に述べた様に、中国では近年、「不良影響」商標に対する審査基準が厳格化しており、国家レベルの政策も「不良影響」商標に対して厳しく対応している。「商標法」と「商標審査審理指南」の改正もこの傾向を反映している。その為、今後は「不良影響」商標の認定の逆転は更に難しくなる。

7. 商標が「不良影響」によって拒絶されることを避けるために

「不良影響」とされた商標を覆す確率は非常に低く、一旦、商標が「不良影響」と認定されると、登録されない可能性が高い。その為、商標が「不良影響」で拒絶されることを避ける為、推奨すべき事を以下に記す。

7. 1 注目を集めるために商標をデザインして出願する事を避ける

「不良影響」商標の中には、注目を集める事を目的に出願したものがある。これは現在、中国が取締りを重視しており、この様な目的で出願した商標は「不良影響」を理由に拒絶される可能性が高い。従って、商標出願人は自身のブランドの位置と商品、又は役務の特徴を結合して、商標を設計する事が推奨される。

7. 2 商標には、できる限り造語や意味の定まらない文字や言葉を使用する

本論文で挙げた事例のうち、「不良影響」商標は、ほとんどの事例において、言葉に元々の意味が含まれており、造語や図形で作られた商標はほとんどない。商標が固定的な意味を有する場合、その意味自身が原因で、商標使用が適切でないとして、「不良影響」を及ぼす可能性がある。例えば、前述の「FLIRT」商標は、この言葉に含まれた意味と出願指定商品や役務との組合せによって不良影響を及ぼす可能性が存在し、「少林寺」商標が第33類アルコール飲料などの商品に使用する場合も同様である。そのため、「BOSCH 博世⁽³⁸⁾」、「SONY 索尼⁽³⁹⁾」、「海尔⁽⁴⁰⁾」などのような、なるべく造語や意味のない文字や図形を商標として出願し、できるだけ「不良影響」で拒絶されることを避け、同時に、先願商標との類似、顕著性の欠如を避けることができれば、商標登録の成功率は必然的に高まる。

7. 3 商標には、できる限り肯定的な言葉または中立的な言葉を使用して、否定的な言葉の使用を避ける

商標をデザインする際、一定の意味を持つ言葉の使用が避けられない場合、肯定的な言葉や中立的な言葉を使用することが推奨される。肯定的な言葉の商標であれば、例えば「吉利⁽⁴¹⁾」、「美的⁽⁴²⁾」、「红双喜⁽⁴³⁾」、「朝日⁽⁴⁴⁾」等があり、中立的なものであれば、「小米⁽⁴⁵⁾」、「苹果⁽⁴⁶⁾」、「明治⁽⁴⁷⁾」等がある。同時に、否定的な言葉の使用もできるだけ回避すべきである。否定的な言葉はそれ自体が悪影響と認定され、拒絶される可能性が高い。例えば、「吃货」、「小刘忙⁽⁴⁸⁾」などがある。

7. 4 商標出願前の事前審査の依頼

中国の代理機関は中国の法律及び商標審査の最新動向に詳しく、中国語の意味にも精通している。その為、商標出願前の商標の不良影響の有無を知る事ができ、修正意見・助言を得る事ができる。

8. おわりに

「不良影響」条項は商標の使用と登録を禁止する絶対事由であり、商標の使用と登録を妨げる非常に厳しい条項である。ひとたび国知局や裁判所が「不良影響」条項を適用して商標登録出願を拒絶した場合、拒絶査定不服審判

や訴訟の段階で大量の証拠を提出して反論しても、その後、拒絶査定不服審判や行政訴訟で認定が覆る可能性は依然として低い。また、「不良影響」に関する商標の審査基準も厳格化傾向にあり、適用範囲も拡大している。その為、商標出願人は、注目を集める事のみを目的に商標をデザインして出願するのではなく、前述の判断基準に基づいて自分の商標に「不良影響」が含まれている可能性があるかどうかを精査し、商標審査の動向を把握し、「不良影響」によって商標が拒絶されることを避けるべきである。

(注記)

(1) 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、国歌、軍旗、軍章、軍歌、勳章等と同一又は類似するもの及び中央国家機関の名称、標識、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、軍旗等と同一又は類似するもの。ただし、当該国政府の許諾を得ている場合は、この限りでない。

(三) 各国政府よりなる国際組織の名称、旗、徽章等と同一又は類似するもの。ただし、同組織の許諾を得ている場合、又は公衆に誤認を生じさせない場合は、この限りでない。

(四) 実施管理し保証することを表す政府の標章又は検査印と同一又は類似するもの。ただし、その権利の授権を得ている場合は、この限りでない。

(五) 「赤十字」、「赤新月」の名称、標章と同一又は類似するもの。

(六) 民族差別扱いの性質を帯びたもの。

(七) 欺瞞性を帯び、公衆に商品の品質等の特徴又は産地について誤認を生じさせやすいもの。

(八) 社会主義の道徳、風習を害し、又はその他の悪影響を及ぼすもの。

県級以上の行政区画の地名又は公衆に知られている外国地名は、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つ場合、又は団体商標、証明商標の一部である場合は、この限りでない。地名を使用して既に登録された商標は、引き続き有効とする。

(2) 「黒社会」とは不法な利益を得るために、法律秩序に反する不法な地下秩序の組織犯罪グループのこと。暴力性と組織性があり、社会の安定と安全に対して極めて破壊的である。(所謂ヤクザ・暴力団の類)

(3) 「包二奶」とは俗称で、配偶者のいる男性が婚外の女性に金銭、家、車などの貴重品を支払い、双方が比較的安定した同居関係や比較的固定的な関係を保つことを指す。

(4) 「少林寺」は中国で有名な仏教寺院の名称であるが、少林寺以外の主体がこの商標を出願すると、悪い影響があると見なされ、登録されていない。

(5) 「火神山」と「雷神山」は、中国が新型コロナウイルス発生によって建設した2つの臨時医療施設の名称。2つの医療施設の主体自体が当該商標を出願する以外、他の主体がこの商標を出願すると悪影響があると判断された。

(6) 『商標一般違法判断基準』第12条：使用した登録されない商標に次の状況のいずれかがある場合、すべて『商標法』第十条第一款第八項の規定のその他の不良影響に属する：

(一) 国家の安全、国家の統一に対して危害がある。

(二) 国家の主権、尊厳、イメージを損なうことがある。

(三) 民族、人種の尊厳または感情に有害である。

(四) 宗教信仰、宗教感情または民間信仰に有害である。

(五) テロ組織、カルト組織と同じ名称または類似のものである。

(六) 突発的な公共のイベントに特有な名称と同じまたは類似である。

(七) 商標またはその構成要素が政治、経済、文化、宗教、民族などの公衆人物の名前、肖像などと同一または類似しており、社会の公共の利益と公共の秩序に否定的な影響を及ぼす場合である。

(八) その他、公共の利益や公共の秩序にマイナス、否定的な影響を及ぼすものである。

(7) 「MLGB」とは、中国語のインターネットで流行している非文明的な用語「妈了个B」の頭文字。(「妈了个B」所謂「FUCK」である。)

(8) 本件行政訴訟の一審案番号は(2016)京73行初6871号、二審案番号は(2018)京行終137号である。

(9) 「鷄」は特定の言語環境でポルノサービスを提供する女性を指し、「叫了个鷄」は買春という意味である。

(10) 「粘花惹草」は熟語で、女好きで、配偶者以外の女性と曖昧な関係を結ぶという意味

(11) テロ組織の指導者

(12) ナチスドイツのシンボル

(13) 黒人に対する差別用語

(14) 中国の道教の偶像

- (15) 中国福建省などで流行している民間信仰
- (16) 中国の有名なスプリンター蘇炳添のニックネーム
- (17) 東京オリンピックで卓球女子シングルの金メダルを取った中国の有名スポーツ選手
- (18) 東京オリンピックで飛び込みの金メダルを取った中国の有名なスポーツ選手
- (19) 『「杨倩」「陈梦」「全红婵」など109件の商標登録出願を法律に基づいて拒絶することに関する通達』、国知局、2021年8月19日に発表した。
- (20) 熟語「察言观色」との読みが同じ、この熟語の「察言」を「茶顔」に置き換えたもので、飲料やミルクティーなどの商品に使用されている。
- (21) 熟語「堂堂正正」との読みが同じ、この熟語の「堂堂」を「糖糖」に置き換えたもので、スイーツなどの商品に使用されている。
- (22) 熟語「小題大做」との読みが同じ、二字目の「題」を「蹄」に、四字目の「做」を「作」に置き換えたもので、肉や燻製肉などの商品に使用されている。
- (23) 金融従事者の不正行為の俗称
- (24) 中国の警察への通報電話「110番」に類似
- (25) 「恋愛や結婚をしていない独身の状態」という意味であるが、軽蔑や、見下す意味がある。
- (26) 『商標一般違法判断基準』第13条では、使用された登録されない商標が社会主義の道德風習に有害であるかどうか、その他の有害な影響があるかどうかを判断するため、以下の要素と各要素間の相互影響を総合的に考慮すべきである。
 - (一) 商標使用時の政治的背景、社会的背景、歴史的背景、文化伝統、民族風俗、宗教政策などである。
 - (二) 商標の構成要素および使用する商品、又は役務である。
 - (三) 使用者の主観的な意図、使用方法および使用行為の社会的な影響などである。
 公衆の日常生活の経験、或いは辞書、道具書などの記載、或いは関連公衆の通常認識は、社会主義の道德風習に有害であるその他の悪影響がある事を判断する根拠とする事ができる。
- (27) (2019)京73行初11921号行政判決文
- (28) 様々な物を食べるのが好きな人の事であるが、怠け者という意味でも使われる。
- (29) (2019)京行終1512号行政判決文
- (30) 「够淫荡」(GouYinDang)は「GoingDown」と発音が似ている。
- (31) (2017)京行終2997号
- (32) (2019)京行終7329号行政判決文
- (33) (2020)京73行初8695号行政判決文
- (34) (2015)高行(知)終字第1538号行政判決文
- (35) (2017)京行終874号行政判決文
- (36) 『北京知産法院は「不良影響」条項に関連する商標拒絶査定不服審判案件の審理状況を通知する』、北京知識産権法院、2020年11月3日、ウェブサイト：<https://bjzcfy.bjcourt.gov.cn/article/detail/2020/11/id/5560258.shtml>
- (37) 一審案号：(2009)一中行初字第1783号、二審案号：(2010)高行終字第524号
- (38) ドイツの自動車部品、電動工具、家電ブランド
- (39) 日本の電子製品ブランド
- (40) 中国の家電ブランド
- (41) 中国の自動車ブランド
- (42) 日本の家庭電子製品ブランド
- (43) 中国のスポーツ機器ブランド
- (44) 日本のビール飲料ブランド
- (45) 中国の電子製品ブランド
- (46) アメリカの電子製品ブランド
- (47) 日本の食品ブランド
- (48) 中国語の発音が「小流氓」と同じである。

(原稿受領 2023.8.31)