

第2次改正中華人民共和國商標法(2)*

— 逐条解説1 —

咎 文静**・監修 高石 郷***



さん ぶんせい



たかいし さとる

はじめ

2001年12月11日のWTO加盟にともなって、中国では各種法律・法規の改正が相次いで行われている。特に加盟当初から完全に遵守することを約束したTRIPs協定の方針に沿うための知的財産権関係の法整備・改正作業については、特許法の改正が最初に行われ、2001年7月1日から施行されている⁽¹⁾。その後、商標法、著作権法が同時に改正され、中華人民共和国主席令第59号により2001年12月1日施行されている。然し、これに伴って改正が行われている商標法実施細則の公布は予定より大幅に遅れ、実務上の運営が円滑に行われていない現状が続いている。

第1章 総 則

第1条 商標の管理を強化し、商標の専用権を保護し、生産・経営者に商品及びサービスの品質を保証するように促し、商標の信用を維持し、消費者、生産者及び経営者の利益を保障し、社会主義の市場経済の発展を促進するため、本法律を制定する。

【解説】本条は商標法の立法趣旨について規定したものであり、商標の管理(監督)、商標専用権の保護及び商品またはサービスの品質に関する保証責任を本法の趣旨として規定している。

「商標の管理」とは、商標の使用管理及び商標の印刷管理であり、商標の使用管理は登録商標の使用或いは未登録商標の使用が管理対象となり⁽²⁾、商標の印刷管理は、政府⁽³⁾から発行された「印刷商標会社証書」⁽⁴⁾を有するものが登録商標の標識を印刷することができ、政府の許可なく登録商標を印刷する行為は違法行為と定めている⁽⁵⁾。

「商標専用権の保護」は旧法と同様に工商行政管理局による行政処分及び人民法院⁽⁶⁾による司法裁定の2つの保護システムを採用し、さらに両者の権限について明確に規定している。

「商品またはサービスの品質に関する保証責任」については、登録商標または未登録商標を付した商品或いはサービスの品質に関し、商標権者及び商標使用者である生産者、経営者にその品質保証義務を負わせ⁽⁷⁾、消費者を保護する。各級⁽⁸⁾の工商行政管理局が商標の管理を通し、その役割を果たす。また、利益の保護対象としては消費者、生産者及び経営者とし、旧法より保護対象は拡大している⁽⁹⁾。

第2条 國務院工商行政管理部门の商標局は全国の商標登録及び管理業務を主管する。

國務院工商行政管理部门は商標審査委員会を設置し、同会が商標の係争事項の処理に責任を負う。

【解説】本条は国家工商行政管理部门の商標局及び商標審査委員会⁽¹⁰⁾の職責について規定したものである。

中国の商標管理体制は中央政府における集中管理と各行政区における区分管理との2本立てのシステムから構成されている。

集中管理の権能を行使する国家工商行政管理部门の商標局は、主に①登録商標の出願に関する審査及び許可、②登録商標の権利移転、権利の抹消及び権利の延長の手続、③違法商標の取消し、④「商標公報」の編集・発行、⑤商標使用許諾契約書⁽¹¹⁾の登録審査、⑥商標管理の法規または政策の制定などの役目を担い、商標審査委員会は登録商標に係る紛争を裁定する役目を担う⁽¹²⁾。区分管理の権能を行使する各級工商行政管理局は主に①商標の出願、権利の移転、権利の抹消及び権利の延長に関する認可、②登録商標及び未登録商標の使用管理・監督、③商標権侵害行為に対する行政処分、④商標印刷の管理・監督などを担当している。

今回の改正は商標審査委員会の職責を明文化したも

* 5回シリーズでお届けします。(1)は4月号に掲載

** 中華人民共和国弁護士

***会員

のである。また、中央政府による集中管理によって取得した登録商標は全国的範囲で保護され、商標の混同が回避されることは本法の一つの特色である。

第3条 商標局の許可を経て登録された商標を登録商標とし、登録商標は商品商標、サービスマーク、団体商標及び証明商標とする。商標登録権者は登録商標の専用権を享有し、法律の保護を受ける。

本法の団体商標とは、団体、協会又はその他の組織の名義による登録であり、当該組織の構成員が商取引活動の使用に供し、その使用者が当該組織の構成員の資格を有することを表す標識をいう。

本法の証明商標とは、ある商品又はあるサービスに対し監督能力を有する組織によってコントロールされ、且つ当該組織以外の企業又は個人によってその商品或はサービスに使用し、同商品又はサービスの原産地、原材料、製造方法、品質又はその他の特定品質を証明するために用いる標識をいう。

団体商標、証明商標の登録及び管理の特殊事項は、国務院工商行政管理部门が規定する。

【解説】 本条は登録商標の取得及び保護について規定されたものである。

中国は出願による登録商標の取得を認める登録主義を採用している。同一の日に複数の出願人が同一の商品或いは類似商品について同一または類似の商標或はサービスが出願された場合には、①各出願人は商標局が定められた期間中に「出願商標の最先使用状態証明」⁽¹³⁾を提出することによって当該商標の最先出願人であることを商標局が認定し出願人となる、②各出願人間の協議によって最終的な出願人が決定される、③商標局が定めた抽選日に行われた各出願人の抽選によって最終的に商標出願人となることもある⁽¹⁴⁾。なお、商標局が定めた期間中に最先使用状態証明の不提出或いは抽選会に参加しない出願人は出願権を放棄するものとみなされる。

登録を許可された商標の所有者（以下、商標権者という）は同商標の専用権⁽¹⁵⁾及び他人に対して同商標の使用を禁止する権利を有する。すなわち、商標権者は登録商標に対し独占的、排他的な権利を付与されている。商標権者の許可なく、商標権者の登録商標と同一或いは類似または近似の商標を使用することが禁じられ、商標権者は法によって保護されている⁽¹⁶⁾。

また、旧法が規定していない、「商標法実施細則」⁽¹⁷⁾第6条に規定した団体商標及び証明商標は登録商標の対象として本条に明確に規定している。団体商標、証明商標の登録及び管理の特殊事項については、「団体商標、証明商標の登録及び管理方法」⁽¹⁸⁾が適用される。同方法の第2条規定によると、「地理の標識」⁽¹⁹⁾は証明商標として登録することができると規定されている⁽²⁰⁾。

第4条 自然人、法人又はその他の組織が、その生産し、製造し、加工し、選択し又は販売する商品に対し商標専用権を取得する必要がある場合は、商標局に商品商標登録出願をしなければならない。

自然人、法人又はその他の組織が、その提供するサービス項目について商標専用権を取得する必要がある場合は、商標局にサービス・マークの登録出願をしなければならない。

本法の商品商標に関する規定はサービス・マークに適用する。

【解説】 本条は登録商標の出願人について規定したものであり、旧法が企業、事業単位及び個人商工業者として規定していたのを「自然人、法人及びその他の組織」と改正している。これは自然人による商標登録出願が認められていなかった点を修正し、自然人にも商標登録の出願人適格を認めたもので、従来の出願人適格の範囲を拡大したものである。また、1987年施行の「民法通則」や1999年施行の「契約法」における権利義務主体の概念に沿い、法概念の統一化を図ったものである⁽²¹⁾。2002年12月17日の中国の「市場報」⁽²²⁾は商標局が史上初の自然人の共同出願を受理しているニュースを報道している。

第5条 複数の自然人、法人又はその他の組織は同一商標につき共同で商標局に商標登録を出願することができる。当該商標専用権を共同で享有し行使することができる。

【解説】 本条は共同出願人について規定したものである。複数の出願人が同一の商標登録を共同で出願した場合、その複数の出願人は共同出願人となり、許可された登録商標権の共有者となる。本法は共有者が登録商標の共有商標権者として商標専用権を有し、行使することができる規定しているが、共有登録商標の使

用、持分の割合、処分については規定していない。共有登録商標権の使用、持分の割合及び処分については、「民法通則」⁽²³⁾及び最高人民法院の「貫徹執行〈中華人民共和國民法通則〉若干問題的意見に關して」⁽²⁴⁾の関連規定が適用されると思われ、また共有者間の契約に従うべきものとも考えられる。

また、近く公布される「商標法實施細則」は今回の商標法改正に従って修正されるものであり、共有登録商標についての規定も含まれることが期待される。

第6条 国が登録商標を使用すべきものと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。登録許可がされない場合は、市場で販売してはならない。

【解説】本条は登録商標の使用が義務づけられている商品について規定したものである。

本条は「薬品包装、ラベル規範細則」⁽²⁵⁾または「タバコ専売法」⁽²⁶⁾の規定と同様に、人体にかかる薬品或はタバコ製品に登録商標の使用を要求され、登録商標を付していない薬品或いはタバコについて市場での販売を禁止している。また、「獣医管理条例」⁽²⁷⁾に定められた獣用薬にも登録商標の使用が義務づけられている。

本商標法第4条の規定によると、商品に対して登録商標を使用することは使用者の任意であって、商標局に対し商標登録を出願するのは登録商標の専用権を得る目的である。但し、国は人体生命または消費者の日常生活に密接な関係を有する一部商品に対し登録商標を使用することを強制的に要求し、これらの商品の品質を監督し、生産者或いは販売者に対し一定の品質保証義務を負わせている。

第7条 商標使用者は、その商標を使用する商品の品質に対し責任を負わねばならない。各級の工商行政管理部门は商標の管理を通し、消費者を欺瞞する行為を阻止しなければならない。

【解説】本条は登録商標を使用する商品の品質管理について規定されたものである。品質保証機能を有する商標は消費者にとって商品を識別する便利な目印であり、消費者が同一商標を付した商品は同一の品質または性能等を有しているという認識で商品を選択するのが一般的である。従って、商標使用者である商標権者、商標の譲受人及びライセンシーに商品の品質保持義務を負わせ、各級工商行政管理局に商品の品質に関する

管理・監督の権限を与え、商品の品質管理を通して消費者を保護するのが本条の趣旨である。

各級工商行政管理局は、同法、「製品品質法」⁽²⁸⁾及び「消費者利益保護法」⁽²⁹⁾に基づき、市場で販売している偽物及び粗悪品に対する取締⁽³⁰⁾、消費者に対する詐欺行為についての処罰のみならず⁽³¹⁾、関係官庁と協力して悪質な生産者・販売者に対し刑事責任を追究することもできる⁽³²⁾。

第8条 他人の商品と区別できる自然人、法人又はその他組織の商品の文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せ及びこれらの要素の組合せを含む如何なる可視性標識も、全て商標として登録出願することができる。

【解説】本条は商標の構成要素について規定したものである。

商標は同類商品における自己の商品と他人の商品とを識別するとともに、商品の出所を示す標識である。本条では、「標識」を「文字、図形、アルファベット、数字、立体的形状、色彩の組合せ及び前述要素の組合せ」とであると定義している。また、登録しようとする標識は同類の他人の商品と区別できる識別性を有することが要求され、識別性がない標識は商標として登録しない旨を規定している。

文字商標とは、主に漢字または漢字のローマ字表音式表記で構成されている商標である。少数民族の文字を使用する場合は、漢字と結合すること或いは文書により説明することが要求されている⁽³³⁾。但し、文字として理解することができない文字商標（例えば、日本語のカタカナまたはひらがな文字、アラビア文字など）は、類似判断などの問題などでは、文字商標というよりむしろ図形商標として評価する方が一般的である⁽³⁴⁾。

図形商標とは、図形のみで構成されている商標であり、写実的な図形、変形的な図形、幾何学的な図形、図形と図形の結合のものまたは文字を図案化したものからなる標識である。また、今回の改正には、記号商標を規定していないが、記号商標は記号から構成されている商標であり、標識の起源として最も古く、数千年の歴史を有するものであるといわれる。図形の一種として認められていると考えられる。

アルファベット商標とは、ラテン文字またはローマ

字で構成されている商標である⁽³⁵⁾。例えば、SONY 商標などである。

数字商標とは、2つ以上の数字から構成されているのが一般的である。例えば、タバコの555商標などである。

立体商標（立体的形状標識）とは、商品或いはサービスと無関係の装飾性のもの、商品自身の形状または商品パッケージの形状を表すもの、文字の立体化を造形したものから構成されている立体的形状の標識である。

色彩の組合せ商標とは、2種類以上の色の組合せで構成されている商標である。色の組合せは特定の意図または順番で2つ以上の色を特定の形状または位置で連係して一体となり、且つ各色が対照的に表示しているものである。

立体商標または色彩の組合せ商標は、出願の際に提出した説明書類の内容及び図形によって権利範囲が判断され、少なくとも、立体商標または色彩の組合せ商標の場合は、色の配置及び形状、色の組合せによって示された全体的な特徴などについての詳細説明が必要であると思われる。

第9条 登録を出願する商標は、顕著な特徴を有し、容易に識別できるものでなければならず、且つ先に取得した他人の合法的権利と抵触するものであってはならない。

商標登録者は、「登録商標」或いは登録標記を表示する権利を有する。

【解説】 本条は商標登録の要件について規定しているものである。

本条は、消費者の注意を引く顕著な特徴を有し、且つ自己商品またはサービスと同一或いは類似商品またはサービスを区別することが可能となる商標は登録を認めることができるという商標の登録要件に関する規定である。一方、長期間の使用及び大量の広告宣伝により消費者が識別できる商標は、顕著な特徴がなくても登録を認めることができるとしている⁽³⁶⁾。

商標の同一性又は類似性について、一般消費者の注意力を判断の基準として、2つの商標の全体比較と要部比較とを結合した観察方法を行い、総合的に判断するという考えが取られている。視覚的に一致すれば2つの商標は同一商標となり、消費者の商品の出所に対

する視覚的な認知が混同を生じれば2つの商標は類似商標となる。

文字、アルファベットまたは数字商標は、字形、発音及び意味から直接に消費者の誤認を招くか否かを基準として同一性または類似性を判断する。「同一発音を有する2つの異なる文字商標は類似商標である」という考えは必ずしも取られていない。それは、発音より文字の意味の方が重要であるという中国語の特徴を重視した結果であると解されている⁽³⁷⁾。

図形商標は、図の外観、商標見本中の選択範囲及び主要部分からなる全体的な構成要素、或いは視覚的效果が容易に消費者の混同を招くか否かを基準として同一性または類似性を判断する。例えば、区別しにくい植物を構成した2つの図形商標の視覚的效果が同一であれば、同一であると考えて差支えない⁽³⁸⁾。

また、商標の同一性または類似性を認定するには、国家工商行政管理局商標局が編集した「商標登録用商品及びサービスの国際分類表」⁽³⁹⁾及び「類似商品及びサービス区分表」⁽⁴⁰⁾を参照し検討する必要があると思われる。

立体商標の同一性または類似性の判断については、構成要素によっては不同と判断されうる。商品或いはサービスと無関係の装飾性を有する立体商標は、図形商標の判断基準と同様に判断すべきである。文字の立体化を造形した立体商標は、その性質が文字商標の性質と同じものであり、文字商標と同様の判断基準で判断するのが適切である。また、商品自身の形状または商品パッケージの形状を表す立体商標は、その文字部分及び図形部分に識別性があるもの、或いは商品の形状または商品パッケージの形状は同類の商品またはパッケージの普通形状と区別できて、識別性を有するもの、或いは商標全体に識別性が表われているものであるか否かを基準として同一性または類似性を判断するのが一般的である。

立体商標の識別性とは、商品の形状と同一又は類似商品の普通形状との間に著しい差異があり、消費者が直観的に区別できるものであり、或いは商品の形状が他人の同一又は類似商品と一定の区別ができ、且つこのような区別は同一又は類似商品の普通形状に対する単なる修飾または変形によるものではなく、さらに消費者の直観的な認識で区別できるものである。また、商品の形状は頻度、範囲（エリア）、期間などに基づき

消費者が同一又は類似商品と識別できることが立証⁽⁴¹⁾されたものであると思われる。

色彩の組合せ商標は、色の組合せにより示された全体の特徴が容易に消費者の混同を招くか否かを基準として同一性または類似性を判断する。

本条には登録しようとする商標は先に取得した他人の合法的権利と抵触するものであってはならない旨を規定している。他人の合法的な権利とは、姓名権、肖像権、商号権、著作権、著名商品特有名称、包装及び装飾に関する権利、特殊標識に関する権利、意匠権などの権利が含まれていると解されている⁽⁴²⁾。

また、旧法の商標権者に対し要求される「登録商標」または®の表示義務を登録商標権者が自己の商品に「登録商標」または「登録標記」を表示する権利があると改正し、権利者の意思に委ねたものとなっている。

第10条 次の標識は商標として使用してはならない。

- (1) 中華人民共和国の国家名称、国旗、国章、軍旗、勳章と同一又は類似のもの；及び中央国家機関所在地の特定場所の名称または標識となる建築物の名称、図形と同一のもの；
- (2) 外国の国家名称、国旗、国章、軍旗と同一又は類似のもの；但し、当該国の政府の同意を得たものを除く；
- (3) 政府間の国際組織の名称、旗、徽章と同一又は類似のもの；但し、当該組織の同意を得たものまたは公衆を誤認させ難いものを除く；
- (4) 実施制限を表明された又は保証された政府側の標識、又は検査記号と同一或いは類似のもの；但し、授權を得た場合は除く；
- (5) 「赤十字」、「赤新月」の名称、標識と同一又は類似のもの；
- (6) 民族差別性を帯びたもの；
- (7) 誇大に宣伝し且つ欺瞞性を帯びたもの；
- (8) 社会主義の道德、風俗を害し又はその他の悪影響を与えたもの；

県級以上の行政区画の地名又は公知の外国地名は、商標としてではない。但し、地名がその他の意味を有する場合又は団体商標、証明商標の構成部分となる場合はこの限りではなく、また既に登録され使用されている地名の商標は引き続き有効のものとする。

【解説】 本条は使用を禁止される商標について規定し

ているものである。

本条の各号に該当する標識は商標として使用することが禁止されている。また、本条は商標登録の禁止の絶対条項とも言われている⁽⁴³⁾。

(1) 国家名称、国旗、国章、軍旗、勳章等

本項は、国の尊厳を保つためのものである。国家名称、国旗、国章は国家の象徴であり、国旗法、国章法は国旗及び国章の使用に関して厳密に規定している。国家名称、国旗は国を表象する名称、旗を言う。軍旗は軍隊を表象する旗であり、勳章は国家に勲功のあったものに授与されるものである。また、今回の改正によって中央国家機関所在地の特定場所の名称、または標識となる建築物の名称、図形と同一のものも新たに追加された。

(2) 外国の国家名称、国旗、国章等

本項は、各国間相互にこれらを尊重しようとするものである。外国とは、パリ条約、世界貿易機構及び商標条約の加盟国である。例外として、外国の政府の同意を得た場合は、その国の国旗、国章、軍旗と同一又は類似のものを商標として使用することができる。

(3) 国際組織の名称、旗等

本項は、国際組織の尊厳を保つためのものである。「パリ条約」6条の3(1)-(b)の内容に対応している。但し、国際組織の同意を得たもの或いは公衆を誤認させ難いものは商標として使用することができる。

(4) 標識、検査記号

本項は、「パリ条約」6条の3(1)-(a)及び(2)に対応するものである。これらの政府側が認定した表示、標識、検証記号の權威の維持及び消費者の認識の混同を生じないためにも、商標としての使用を許すべきではない。但し、これら政府機関により授權された場合に限り、表示、標識及び検証記号も商標として使用することができる。

(5) 「赤十字」、「赤新月」の名称、標識

本項は、「赤十字」及び「赤新月」の權威を保つためのものである。「赤十字」は中立の国際的救済機関の標識である。イスラム教国家には「赤十字」と対応する救済機関の標識は「赤新月」である。これらの標識は商業活動に使用してはならないとされている⁽⁴⁴⁾。

(6) 民族差別的な性質

中国は多数民族の国であり、憲法には民族差別の禁止規定も設けられている。本項は、各民族の文化、慣

習等を尊重する、憲法の規定に対応している。ここの民族は外国民族及び種族が含まれていると解されている。例えば、商標局及び商標再審委員会が“DWARKIE”文字と黒人の図形と黒人の漢字とを結合した商標の登録出願に対し、“DWARKIE”文字の発音は“DARKY”の発音とよく似ていて、且つ図形及び漢字がともに黒人を表現しているので、差別商標として登録を拒絶し、且つ同商標の使用を禁止している。

(7) 誇大宣伝、且つ欺瞞的な性質

本項は、消費者の利益を保護するためのものである。商標は商品の品質保証機能を有するもので、商品の性質、原料、機能などを誇張して宣伝し、消費者を欺瞞する商標の使用を禁止している。

(8) 社会主義の道德、風俗を害す又はその他の悪影響

本項は公序良俗原則に基づくものである。商標の構成は矯激、卑わい或いは他人に不快な印象を与える文字、図形である場合は社会主義の道德に反するものとして使用することができないとしている。

本条第2項は、県級以上の行政区画の地名又は良く知られている外国の地名は、商標として使用してはならないと規定している。例外として、地名がその他の特殊な意味を有する場合、又は団体商標、証明商標の構成部分である場合は商標として使用できるとされる。また既に登録され使用されている地名商標は引き続き有効なものと認めている⁽⁴⁵⁾。

第11条 次の標識は商標として登録することができない。

- (1) その商品の普通名称、図形及び型番のみのもの；
- (2) 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に表示するのみのもの；
- (3) 顕著な特徴に欠けるもの；

前項に掲げる標識が、使用により顕著な特徴を取得し、且つ容易に識別できるものとなった場合、商標として登録することができる。

【解説】 本条は商標の不登録事由について規定されているものである。

商品の普通名称及び図形とは、取引において同業者或いは消費者がその商品の一般的名称であると認めているものである。いわゆる、特定の商品に使用している商標が識別性をなくしたときにその商標は商品の普通名称となる。なお、商品の普通名称が使用によって

識別性を有するに至った場合は、商標として登録を認めることとなる⁽⁴⁶⁾。

品質、主要原材料、効能、用途等を表示する商標は自他商品の識別をすることができないため、商標の登録を認めないとしている。一方、商品の品質又は機能等を商標として使用すると、商品を誇張的に宣伝することにもなり、消費者を誤導する恐れが生じると考えているのである。

尚、識別性がないものが使用により識別力を取得した場合には登録を認めている⁽⁴⁷⁾。

第12条 立体標識を商標として登録出願する場合、単に商品自体の性質からなる商品の形状、技術的な効果を得るために必要な商品の形状又は商品に実質的な価値を備える形状は登録することができない。

【解説】 本条は立体商標の不登録事由について規定しているものである。

商品或いは商品の包装の機能によって形成された形状は立体商標の顕著性があっても商標登録を認めないと規定している。

商品の性質のみからなる商品形状とは、単に自然によるもの、或は加工により当然形成されるものであって、如何なる特徴をも具備していないものであると考えられる。このような商品形状は自他商品を区別することができないため、商標登録を認めないとしている。また、このように自然或いは加工によるものに専有権を与えるのは公平な競争を阻害するものと理解されている。

技術的な効果を得るために必要な形状とは、商品の製造、運輸、使用などを行うために設計され、一定の技術的效果を有する形状である。これらの商品又は包装の形状は商標の登録を認めないとされる。一方、立体商標として登録を認めるには、他の形状と置換できるという条件を満たすことを要件としている。

実質的な価値を備えるための商品形状とは、一定の審美性を有し、且つ消費者にとって商品を購入する実質的な動機となるものを意味する。商品の形状がその実質的な購入の動機となるものであれば、商標の登録を認めない。

尚、識別性がない立体商標であっても使用によって識別性を得た場合は登録を認めることとなった。

注

- (1) 2000年8月25日全国人民代表大会常務理事会第17回会議で改正がなされ、2001年7月1日から施行されている。これに伴う特許法実施細則が2001年6月15日に改正され、特許法と同時に7月1日施行されている。
- (2) 同法48条は未登録商標に対する管理権を地方工商管理部に与えていることを規定している。工商行政管理局は市場経済の監督管理機関である。
- (3) 中国の国務院に直属する国家工商行政管理局或いは地方工商行政管理局である。
- (4) 2001年8月2日施行の国務院令第315号「印刷業管理条例」及び1996年9月5日国家工商行政管理局令第57号で公布された「商標印刷管理方法」に規定されている。
- (5) 同法59条は他人の登録商標の標識を無断で製造することは違法行為であり、法に基づき刑事責任を追及すると規定している。
- (6) 中国の司法機関であり、日本の司法機関である裁判所に当たる。
- (7) 同法7条参照
- (8) 中国行政区分によって設けられた各級工商行政管理局という。
- (9) 旧法の利益保護の対象は、消費者又は生産者と規定されている。
- (10) 国務院に直属する国家工商行政管理局に商標局及び商標審査委員会が設置され、商標局または商標審査委員会は国務院工商行政管理部門商標局または国務院工商行政管理部門商標審査委員会とも言う。
- (11) 同法40条3項、また、国家工商行政管理局商標局1997年8月1日公布、施行「商標使用許諾契約登録届管理方法」の規定に基づく商標使用許諾契約書は国家工商行政管理局商標局に登録しなければならない。
- (12) 同法41条規定により商標審査委員会は同法13・15・16・31条の規定に違反している登録商標の取消裁定或いは争議商標についての裁定を請求することができる。
- (13) 中国の実務上は、公証付の証拠を最先使用状態証明として提出することが一般的である。
- (14) 同法29条参照
- (15) 同法51条規定に定められた範囲内で専用権を有するものである。
- (16) 同法52条は登録商標専用権の侵害行為を定めている。
- (17) 現行「商標法実施細則」は1983年3月10日公布され、国務院の承認による1988年1月3日第1回修正、1993年7月15日第2回修正及び1995年4月23日第3回修正を行い、1995年5月15日に施行されたものである。
- (18) 国家工商行政管理局第86号修正「団体商標、証明商標登録及び管理方法」(1998年12月3日)
- (19) 原産地標識と同等の意味を有する。
- (20) 前掲注(18)の「団体商標、証明商標の登録及び管理方法」2条参照
- (21) 野村高志 改正中国商標法の概要について(上) 国際商事法務 Vo1.12. No.12(2001)
- (22) 中国の新聞の一紙であり、全国的な範囲で発行されている。
- (23) 1986年4月12日公布されており、民法典がない中国には民事行為に関する基同法とも言える。
- (24) 1988年4月2日公布され、1989年1月1日施行されている。「民法通則」の補充内容である。
- (25) 国薬検注「2001」482号「薬品包装、ラベル規範細則」(2001年11月7日)3項参照
- (26) 「タバコ専売法」20条規定によると、紙巻きタバコ
- (27) 「獣医管理条例」38条参照
- (28) 第9回全国人民代表大会常務委員会第16次会議により改正「製品品質法」(2000年7月8日)
- (29) 第8回全国人民代表大会常務委員会第4次会議採決「消費者利益保護法」(1994年1月1日)
- (30) 工商消字「2001」第301号「市場監督管理を強化し偽劣の違法行為を取締に関する若干措置」(2001年10月15日)に添付された「商品品質監督抽查暫行方法」に基づき粗悪品を取り締まる。
- (31) 前掲注(29)「製品品質法(修正)」50・52・53条参照
- (32) 法釈「2001」10号「最高人民法院、最高人民検察院生産、販売偽劣商品刑事案件を処理する適用法律の若干問題に関する解釈」(2001年4月10日)参照
- (33) 黄赤東、梁書文主編「商標法及配套規定新訳新解」124頁(中国民主法制出版社、1999年1月)
- (34) 国家工商行政管理局商標局案件指導処の「商標行政執法中若干問題的意見」第5条参照(<http://www.saic.gov.cn>掲載)
- (35) アルファベット商標の構成としては、少なくとも2つ以上の母字からなる説もあり、単母字からなる説もある。
- (36) 黄赤東、梁書文・前掲注(29)133頁
- (37) 黄赤東、梁書文・前掲注(29)134頁
- (38) 国家工商行政管理局商標局案件指導処・前掲注(33)第5～8条参照
- (39) 中国語訳の第7版である。
- (40) 商標国際分類の第7版に基づき編集されたものである(1998年5月版)
- (41) 識別性を有するものであることを立証する、例えば、販売実績、販売エリア(地域)、販売年数、販売促進資料など。
- (42) 鄭成思「応対入世認識新商標法」(2001年11月20日中国人大新聞)
- (43) 「国家工商行政管理総局局長王衆孚談新商標法」人民日報海外版(2001年12月11日第5版)
- (44) ジュネーブ公約参照
- (45) 鄭成思・前掲注(40)
- (46) 鄭成思・前掲注(40)
- (47) 彭声「新商標法の第二含意規則」<http://www.civillaw.com.cn> 掲載

(原稿受領 2002.7.8)