

中国における並行輸入と商標権侵害
～外国での商品購入により商標権が消尽するか～
中国商標判例紹介(5)

2014年3月10日

執筆者 弁理士 河野 英仁

ヴィクトリアズ・シークレットブランド管理有限公司
原告

v.

上海錦天服飾有限公司
被告

1. 概要

外国にて商標が付された商品を正規購入した後、当該商品を中国に並行輸入し、販売する行為に対し、商標権侵害が成立するか否かが問題となる。

中国では中国商標法、実施条例及び司法解釈のいずれにも並行輸入に関する明確な規定は存在しない。本事件では、米国にて原告親会社から商標が付された商品を正規購入した被告が、中国にて当該商品を輸入販売する行為が、商標権侵害に該当するか否かが問題となった。

本事件において上海市第二中級人民法院は、関連公衆に対し出所の混同、誤認が生じていないことから、並行輸入によっては商標権侵害が成立しないと判断した。

2. 背景

(1)出願商標の内容

ヴィクトリアズ・シークレット公司(原告)は1977年にアメリカで成立した企業であり、英語商号が“VICTORIA'S SECRET”であり、対応する中国語翻訳は“維多利亞的秘密”である。また原告は上述の商号に対し企業名称権を有している。

原告は中国において以下の4つの登録商標の専用権者である。

(i) 商標登録第4481217号“ヴィクトリアズ・シークレット”

指定役務第35類：通信販売注文形式の広告；直接郵便広告；商業ショーウィンドー装飾；デジタル通信ネットワーク上のオンライン広告；商業情報；広告または販売のた

めの組織服飾展覧；セールス；芸術家演出の商業管理

(ii) 商標登録第 4481218 号“ヴィクトリアズ・シークレット”

指定商品第 25 類：衣服；女性用下着等。

(iii) 商標登録第 6699957 号“VICTORIA'S SECRET PINK”

指定役務第 35 類：広告；商業情報；セールス等。

(iv) 商標登録第 1505378 号“VICTORIA'S SECRET”

指定商品第 25 類：衣服，衣服用ベルト，ハイソックス，ストッキング，マフラー，手袋。

原告は上述した商標を、下着、化粧品等の商品、看板、ショーウィンドーデザイン、広告宣伝上に使用しており、長期間での使用及び広範囲での宣伝を通じて、原告の登録商標は、既極めて高い知名度を有し、馳名の程度にまで達している。

(2)被疑侵害行為

原告は、上海錦天服飾有限公司(被告)が原告の許可を得ることなく、被告が原告の総取次販売商であるように宣伝し、中国において直営またはフランチャイズ加盟形式により経営活動を展開し、かつ、上述した経営活動中原告の“ヴィクトリアズ・シークレット”商標、“VICTORIA'S SECRET”商標及び企業名称を用いて商品を販売していることを発見した。

原告は、被告の行為は原告の登録商標専用権を侵害し、かつ、勝手に他人の企業名称を使用し虚偽宣伝を行っており、不正競争を構成すると主張した。そして、上海市第二中級人民法院に、被告の商標権侵害及び不正競争行為の即時停止、損害賠償 500 万元(約 8 千万円)を求めて提訴した。

これに対し被告は、以下の反論を行った。

被告が販売している商品は原告の訴外親会社「有限ブランド有限公司(Limited Brands, Inc)(以下、LBI 公司)」から購入したものであり、正規ブランド商品である。原告の登録商標専用権利は既に消尽しており、被告は再度上述した商品を販売する権利、宣伝する権利があり、商標権侵害は成立しない。

また不正競争行為に関しては、被告は LBI 公司の“VICTORIA'S SECRET”ブランドの取次販売商として、事実上、中国大陸領域内での唯一の取次販売商であり、被告自ら

が総取次販売商と主張することは虚偽宣伝に係る不正競争行為には該当しないと反論した。

3. 中級法院での争点

争点 並行輸入行為に商標権侵害行為が成立するか否か

米国にて親会社を通じて正規ルートで購入した商品を中国で輸入販売する行為が商標権侵害に該当するか否か問題となった。また被告の行為が不正競争行為に該当するか否か問題となった。

4. 中級民法院法院の判断

結論：関連公衆に対し出所の混同、誤認が生じていないことから、並行輸入によっては商標権侵害が成立しない

(1) 被告の行為が原告の登録商標専用権を侵害するか否か

被告が販売するイ号商品は、原告の親会社 LBI 公司から購入したものである。被告は、LBI 公司から正規商品を購入した後、卸売り販売方式で、多くの小売業者に当該商品を販売した。

人民法院は、LBI 公司与被告との間には、輸入商品について、カタログ販売及びインターネット販売を除く伝統的な小売りのみを認める契約がなされており、小売業者への卸売りを行う被告の行為は契約に反するが、被告が輸入し、販売している商品は正規商品であり、商品を販売する過程において商品のタグ、ラック、包装袋、宣伝冊子上に原告の登録商標を使用する行為は販売行為の一部分に属すると判断した。

また、被告の販売する商品は正規商品であり、関連公衆に商品の出所に対し混同、誤認が生じていないことから、人民法院は、被告が小売業者にイ号商品を輸入販売する行為は原告の登録商標専用権を侵害しないと判断した。

(2) 被告の行為は不正競争に該当するか

被告は原告の企業名称を用いているが、当該行為が不正競争行為に該当するかが問題となる。「最高人民法院による不正競争の民事案件の審理における法律適用の若干問題についての解釈」第 6 条は以下のとおり規定している。

第 6 条

企業登録主管機関が法に基づき企業の名称を登録する場合、及び中国国内で外国（地

区) 企業の名称を商業的に使用する場合、反不正競争法第 5 条(3)項¹に規定する“企業名称”と認定しなければならない。一定の市場知名度を有し、関わる大衆周知の企業名称における屋号の場合、反不正競争法第 5 条(3)項に規定する“企業名称”と認定することができる。

すなわち、中国で現実に商業的に使用しており、かつ、一定の知名度を有する場合「企業名称」として反不正競争法による保護を受けることができる。しかしながら、原告は中国領域内で必ずしも実体的な経営活動を行っておらず、また原告の商号が既に一定の知名度を有していることを証明する証拠を提出することができなかった。

人民法院は、原告の企業名称は中国における反不正競争法が保護する企業名称には該当せず、かつ、被告が販売する商品もニセモノ商品ではないことから、被告の行為は勝手に他人の企業名称を使用する不正競争行為には該当しないと判断した。

一方で、反不正競争法第 9 条は以下のとおり規定している。

第 9 条

事業者は広告またはその他の方法を用いて商品の品質、成分、性能、用途、生産者、有効期間、産地などに対し公衆に誤解を与える虚偽宣伝を行ってはならない。

被告はイ号商品の販売にあたり、「米国最高級の下着ブランドヴィクトリアズ・シークレットの唯一指定された総取次販売業者である」と宣伝している。

これに対し人民法院は以下のように判断した。被告は、単に原告親会社 LBI 公司から在庫製品を購入し国内で販売しているに過ぎず、当該宣伝は、関連公衆に、被告は原告にライセンスを与えた関係があるかのように誤解を与える恐れがあり、それにより、原告の今後の中国境内での商業活動に影響を与える恐れがあり、原告の利益に損害を与える恐れがある。

以上の理由により人民法院は、被告には虚偽の事実が存在し、消費者に誤解を与える主観的悪意が存在し、虚偽宣伝を実施した客観的行為が存在するため、不正競争行為に

¹反不正競争法第 5 条

事業者は以下に記載する不正手段を用い市場取り引きをし、競争相手に損害を与えてはならない。

(3) 勝手に他人の企業名称または姓名を使用して公衆に当該他人の商品であることを誤認させること。

該当するとし、被告に対し、当該宣伝行為の即時停止及び損害賠償 8 万元を支払うよう命じた。

5. 結論

上海市第二中級人民法院は、並行輸入に関しては商標権侵害を認めなかった。一方被告の宣伝行為は不正競争行為に該当するとして宣伝の即時停止及び損害賠償 8 万元の支払を命じた。

6. コメント

本事件では原告商標権者の親会社から正規に購入した商標権に係る商品を輸入して販売する行為が商標権侵害となるか否かが問題となった。

中国では商標権の国際的消尽については商標法及び司法解釈でも明確化²されておらず、現実に商品の出所の混同、品質誤認が生じているか否かを案件毎に判断し、侵害の成否を判断している。

本事件では被告が総取次販売店である旨宣伝していたことから当該行為については不正競争行為であると認定されたが、商品の出所については、何ら混同は生じておらず、品質についても誤認が生じていなかったことから、商標権侵害は認定されなかった。

なお、本事件は最高人民法院の模範判例として入選された重要判例である。

以上

² なお、専利法では第 69 条に特許権者から購入した製品を輸入する行為は侵害とならない旨規定している。