

## 目次

### 1. 中国知財ニュース

- 1) 中国でのOEM生産と「商標の使用」に関わる動向
- 2) 中国知財最新ニュース

### 2. 気になるあの話題

中国で大注目“自転車シェアリング”

### 3. 中国にまつわるあれこれ

中国人が大好きな火鍋をご紹介

### ◀おまけ▶プチ中国語講座

「感嘆詞」を表す言葉 パート②



Season's Greeting & Happy New Year !

## 【1】中国知財ニュース

### 1、中国でのOEM生産と「商標の使用」に関わる動向

今回は、最近注目されている、中国におけるOEM生産と商標の使用に関わる判例をご紹介します。

**OEMとは**・・・オリジナル・エクイップメント・マニュファクチャリング（Original Equipment Manufacturing）の略語。直訳すると「自社の製品を製造する会社」となり、“製造メーカーが他社ブランドの製品を製造する”ということを指す。

中国では、国外企業が、中国国内製造会社に自社ブランド製品の製造を委託する「OEM生産」が活発に行われています。

このOEM生産時の商標の使用について、2013年の中国商標法第3次改正前の商標法では、製造過程において、製品に商標を付加させることが、「商標の使用」に当たるため、中国国内で流通のないOEM生産も商標権侵害に該当するとの見解が裁判所においては優勢でした。

しかし、中国商標法の第3次改正(2013年8月30日改正、2014年5月1日施行)で、新設された条文、「この法律での商標の使用とは、商品、商品の包装若しくは容器及び商品取引書類上に商標を用いること、又は広告宣伝、展示及びその他の商業活動中に商標を用いることにより、商品の出所を識別するための行為をいう。（中国商標法第48条）」の中で、「商品の出所を識別するための行為」という文言が明記されたことにより、中国国内で流通のないOEM生産における商標の付加行為は、中国国内で商品の出所を識別する機能を有せず、商標の使用行為に該当しないという見解が優勢となりました。

では、中国国内で流通のないOEM生産はすべて商標権侵害には当たらないのか、という決してそうではありません。

以下、近年OEM生産において、商標権侵害と判断された事件をご紹介します。



## 「PEAK」事件（上海知識産権法院）

裁判所及び事件の種類	商標
上海知識産権法院（二審） 商標権侵害訴訟 事件番号： （2016）滬73民終37号 結論： 商標権侵害に当たる	Peak sportsの中国での登録商標  振宇公司の使用標識 係争商標 第25類 被疑侵害標識  

### 事件の概要

中国企業peak sports（泉州匹克体育用品有限公司）は、商標「PEAK」の商標権者であり、2005年9月、この「PEAK」ブランドのスニーカーは「中国有名ブランド」の称号を与えられました。「PEAK」は2005年末より、NBA、ユーロリーグの中国スポーツブランドとしてのスポンサーにも同時になり、2009年4月、中国商標局によりスニーカーでの著名商標に認定されました。

一方、米国の衣類メーカーであるMORRIS（ISAAC MORRIS LTD）は、2010年11月に米国で商標「PEAK SEASON」を登録しており、振宇公司という中国企業にOEM生産を委託し、「PEAK SEASON」「BY ISAAC MORRIS LTD」というラベルを衣類等に付し、米国への輸出を行っていました。

2014年、上海外港税関は、「PEAK SEASON」というラベルが付された振宇公司の輸出用衣類を発見し、これを知ったpeak sportsは上海地方裁判所に対し、MORRIS及び振宇公司が自社の商標「PEAK」侵害しているとし、訴訟を提起しました。

#### 一審判決 …… 訴訟請求を棄却

振宇公司のOEM生産は、海外輸出のみで中国国内市場で流通していないため、中国における商品の出所表示機能がなく、商標法で意味する商標の使用には当たらないとし、侵害を認めませんでした。

一審判決を受け、peak sportsは上海知識産権法院に上訴を行いました。



#### 二審判決 …… 一審判決を破棄

上海知識産権法院は、一審判決を破棄し、商標権侵害を認める判決を下しました。その主な理由は以下の通りです。




- ①衣類に付されている「PEAK SEASON」というラベルは、「PEAK」が著しく大きく、目立っている。
- ②国内市場には流通していないが、商品はAmazonで販売されており、中国消費者も購入可能である。指定商品が同一又は類似であり、消費者の混同を招く恐れがある。
- ③peak sportsの「PEAK」ブランドは世界的な認知度も上がっており、MORRISが使用していた「PEAK」が目立つ標識には、悪意がないとは言いきれない。



## 「Roadage」事件（浙江省高級人民法院）

裁判所及び事件の種類	商標	
浙江省高級人民法院 商標権侵害訴訟 事件番号 （2016）浙民再121号 結論：商標権侵害に当たる	係争商標 第12類  被疑侵害標識	于遜剛の登録商標  容大公司の使用標識 
事件の概要		
<p>中国の個人である于遜剛が保有する、商標「Roadage」は2004年中国で登録され、メキシコのDAVASA 会社が保有する商標「Roadage」は、2006年メキシコで登録されました。中国の容大公司是、2014年3月 から2019年2月までDAVASAとOEM契約を行い、登録商標に道路の図形を追加した標識を商品に付けて、メキシコへの輸出を行っていました。</p> <p>この裁判では、①被疑侵害標識と于遜剛の登録商標が類似する商品で使用されていること、②DAVASA の商標登録が于遜剛の商標登録よりも後に登録されており、且つ于遜剛とDAVASA間に貿易関係があった ことから、DAVASA公司の商標登録が善意登録とはいえないこと、③DAVASA及び容大公司が実際に使 用していた標識が登録商標と異なり、于遜剛の登録商標や、于遜剛が実際に使用していた道路の図形を含 めた標識と著しく類似していたこと等が認められ、委託受任時に委託元の企業監査を怠ったとして、容大公司 に商標権侵害の判決が下されました。</p>		

## 「DONG FENG」事件（江蘇省高級人民法院）

裁判所及び事件の種類	商標	
江蘇省高級人民法院（二審） 商標権侵害訴訟 事件番号： （2015）蘇知民終字第00036号 結論：商標権侵害に当たる	係争商標 第1類、第7類  被疑侵害標識	上柴公司の登録商標   常佳公司の使用標識 
事件の概要		
<p>中国企業「上柴公司」は、商標「东风DONG FENG」の権利者で、この商標は2000年に中国で著名商標として認定されました。中国のOEM生産メーカー「常佳公司」はインドネシアで「东风DONG FENG」の商標権を保有するメーカーから委託を受け、インドネシア輸出向けに「DONG FENG 东风」標識を付した製品のOEM生産を行っていました。</p> <p>この判決では、①被疑侵害標識と上柴公司の登録商標が同一種の商品で使用されていること、②上柴公司の商標「东风DONG FENG」が中国の著名商標であり、委託元のインドネシアメーカーが、インドネシア企業であるにもかかわらず、商標に中国語「东风」を使用しており、善意登録とはいえないこと、等から、常佳公司が委託受任時に委託元の企業監査を怠ったとして、商標権侵害の判決が下されました。</p>		





## 2. 中国知財最新ニュース

### 中国工商総局が2018年度中の審査期間の短縮等実施目標を発表

2017年11月17日に、中国工商総局より、「商標登録の利便化改革を深化させ商標登録の効率を確実に向上することに関する意見」が公布され、2018年中の審査期間の短縮等実施目標が発表されました。

主な内容は右記の通りです。

2017年末までに：  
商標出願受理通知書の発行を3か月から2か月に短縮  
商標登録審査期間を9か月から8か月に短縮

2018年末までに：  
商標出願受理通知書の発行を2か月から1か月に短縮  
商標登録審査期間を8か月から6か月に短縮  
商標譲渡審査期間を6か月から4か月に短縮  
商標変更、更新審査期間を3か月から2か月に短縮  
商標検索におけるタイムラグを3か月から2か月に短縮

出典：中国商標局

### 中国商標評審委員会が裁決文書を全面的に即時公開

中国商標評審委員会は2017年12月28日より、裁決文書を全面的に公開することを発表しました。

公開されるのは、拒絶査定不服審判決定書、登録不許可不服審判決定書、無効審判請求裁定書、無効宣告不服審判決定書、不使用取消審判決定書、その他評審過程を終えた文書等で、郵送による交付日から20作業日以内に公開をします。一部公開されない文章として、①当事者の商業秘密や個人のプライバシーに関わるもの、②当事者が非公開を要求し、評審委員会が要求が合理的であると判断したもの、③評審委員会が公開すべきでないとは判断した特殊な状況であるもの、が挙げられています。

出典：知識産権那点事

### 中国インターネット企業が挑む自動車製造、その成功は如何に

中国のベンチャー企業である蔚来(NIO)が、12月16日に新型EV（電気自動車）のNIO『ES8』を発売しました。

蔚来(※中国語では「未来」と同音)、は2014年11月、由李斌（中国最大級の自動車販売サイトを運営する「易車公司」創業者）、劉強東（中国最大級のECサイト「京東商城」創業者）、李想（「汽车之家」等企業の創業者）、騰訊（Tencent）、hillhouse capital、順為資本（小米創業者の雷軍等による投資企業）等、インターネットトップ企業及び起業家が共同で設立をした企業で、その他複数の著名な機関からも投資を受けています。

サンゼ、ミュンヘン、ロンドン、上海などに13の研究開発、デザイン、生産、ビジネス機関を設立しており、世界トップの自動車、ソフトウェア、ユーザーエクスペリエンス等業界から、数千名に及ぶ人材が集結しています。

この蔚来が発売した新型EV NIO『ES8』は、NECD（新欧州ドライビング）基準で355キロの継続走行が可能で、時速60キロの場合、500キロの継続走行が可能とのこと。

価格は44.8万元～（約761万円～）で、充電式ではなく、電池交換式を選べば、毎月電池交換費用として1280元（約21700円）を支払う代わりに、購入費用が10万元（約170万円）安くなるとこのことで、電池交換が3分以内に完了できることも売りにしています。EV向けの充電車も開発しており、10分の充電で100キロの走行が可能になるそうです。2020年までに中国全体で1100か所の充電スタンドを建設し、1200の充電車を導入する予定であることを発表しています。

その名の通り、「未来」を担う自動車メーカーとなるのか、今後の発展に注目したいと思います。

出典：百度/易車



NIOが発売したES8



## 【2】気になるあの話題

### 中国で大注目“自転車シェアリング”

中国では現在、自転車シェアリングが大流行しており、北京や上海などの大都市に行くと、オレンジや黄色の自転車が街中にあふれています。中国の2大シェア自転車大手として名を馳せているのが、黄色い自転車「ofo」と、オレンジ色の自転車「Mobike」です。ofoは2014年北京で設立され、現在は都市部を中心に世界7ヶ国、170都市以上でサービスを展開しています。

Mobikeは、2015年に北京で創業し、翌年に上海で事業を

開始。その利便性から爆発的な人気を誇り、現在では150を超える都市に導入されています。

出典：newsweek



#### 革新的な使用方法

使用法は極めて簡単で、スマートフォンでアプリをダウンロード、もしくはwechatの専用ページで個人情報をもとに登録し、その後使用したい時に専用ページから近くに駐車されている自転車を検索し、自転車に備え付けられているQRコード（Mobikeの場合）を読み取って解錠すればそれだけでOKです。自転車にはGPS機能が備え付けられているため、使用履歴を後から確認することもできます。

使用料は30分0.5元（約8円）程度とかなりの安さで、1か月乗り放題で20元（約320円）という破格のパスもあります。このシェア自転車、以前はどこで乗ってもどこへ返却してもOKという完全に乗り捨て自由がウリだったのですが、マナーなどの問題もあり、最近乗り捨ては原則禁止で、指定エリア内に駐車することが義務づけられるようになりました。

その他、12歳以下の子供の使用禁止、保険加入の義務付け（企業側負担）など安全面での強化も徹底していくようです。

中国では、都心部でも最寄り駅から目的地（家や会社、商業施設等）までの距離が遠く、1キロ程度歩くのは普通のことです。この「ラスト1キロ問題」を解決するため、市民の足としてシェア自転車が大いに活躍しています。

#### 日本にも2017年に進出！

この自転車シェアリング中国大手2社mobikeとofoは、実は日本でも今年以降進出を予定しています。Mobikeは8月に札幌市で既にサービスをスタートさせ、今後日本各地10都市でサービスを展開する予定です。つい先日LINEがmobike日本法人との資本業務提携を発表ばかりですね。「LINE」のユーザー基盤を活用し、モバイル決済サービス「LINE Pay」を導入したサービスを2018年から順次開始していくとのこと。ofoはソフトバンクグループの傘下企業グループと組んで、9月以降、東京と大阪でサービスを展開することをリリースしていますが、現時点ではまだ事業はスタートしていないようです。

日本企業ではすでにドコモが自転車シェアリングサービスを開始していますが、2018年にはメルカリも自転車シェアリングサービスに参入する意向を発表しています。



モバイク・ジャパン ホームページ

<https://mobike.com/jp/>

ofo ホームページ



<http://www.ofo.so/bikes.html>

参考文献：シェアリングエコノミーラボ  
AMP/日経新聞





## 冬といえば・・・火鍋！中国人が大好きな火鍋をご紹介

火鍋は中国人にこよなく愛される人気の料理です。火鍋はまずスープの種類を選び、お肉や野菜魚介類等の具材を垂れにつけて食べるスタイルで、日本のしゃぶしゃぶと似ています。辛いスープの中に具材を入れるイメージが強いですが、実際はそんなことはなく、お店によってはトマトやキノコ類等の色々なバリエーションがあります。

そんな火鍋が日本でも味わえるお店をご紹介します。



出典：百度

### 海底捞火鍋（かいていろうひなべ） 店舗所在地：池袋・新宿

中国で大人気の火鍋チェーン店です。中国四川省に本店を置き、中国国内に100か所以上、その他、台湾、シンガポール、日本、韓国、米国に展開をしています。

数十種類の更新料をブレンドした麻辣スープや素材の味を生かしたトマトスープが特徴で、セルフサービスのタレバーで自分好みのタレを作ることができます。お客様の目の前で麺をのばす「カンフー麺」も人気のお店です。

日本では、2015年10月に池袋に一号店がオープンし、先日12月6日に新宿に二号店がオープンしました。店内はスタッフもお客さんも9割が中国人で中国の賑わいのある雰囲気の中で、本場の火鍋を味わうことができます。人気店の為かなり混んでいるので、事前の予約は必須です。



自分好みのタレが作れるタレバー

出典：ヒトサラ

### 小肥羊（しゃおふえいやん） 店舗所在地：全国18店舗

中国内モンゴル地区発祥の火鍋専門店で、2006年小肥羊ジャパンを設立し、日本の店舗運営を行っています。中国火鍋の特徴を取り入れながら、日本のオリジナルの旨みを調和させた火鍋を味わうことができます。

小肥羊のスープは白湯と麻辣の特製スープ2種類を使用しており、香辛料に数十種類の漢方食材を取り入れているのが特徴です。おいしい火鍋を味わいながら、血行促進や老化防止等健康面での効果も期待できます。

小肥羊では、オンライン販売も行っているため、お店の本格的な火鍋を家庭でも堪能することができます。



白湯と麻辣の特性スープ

出典：小肥羊公式ページ

## プチ中国語講座

### 第12回は 「感嘆詞」を表す言葉 パート②

前回に引き続き中国語でよく使う感嘆詞をご紹介します。

**唉 (āi) アイー** ため息をつくときの、**ああ** という感じです。

唉，又没赶上末班车(āiyā wǒ bǎ yàoshi nòngdiū le)  
ああ、また終電に乗り過ごしちゃった・・・。

**哦 (ò zhīdào) オー** ああ、なるほど

哦！知道了。(ò) なるほど！わかりました。

**嗯 (èn) オン** うん、はい

嗯，是的。(èn shìde) はい、そうです。

それではまた次号でお会いしましょう。下次再见！

当Newsletterに含まれる情報は、一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、特定の目的を前提とした利用、その他専門的なアドバイス等を行うものではありません。IP案件に関するご相談は、個別に弁理士までお問合せください。

<Newsletterに関するご意見やご質問がございましたら、下記までお問合せください。>

こんなことを知りたい！等のご要望もお待ちしております。

北京品源知識産権代理有限公司 日本オフィス 担当 朴 (パク) Tel: 03-5847-8242 / Email: Tokyo@boip.com.cn