



永新知識産権
NTD IP ATTORNEYS

中国知的財産権 実務研究

| OCT 2022 |

PRACTICAL RESEARCH OF CHINA INTELLECTUAL PROPERTY



今回のハイライト

2022 年上半期（1～6 月）商標特許に関する重要なビッグデータ

鐘鳴博士コラム

商標法における指示的使用の実践と問題

メタバース関連知的財産権保護に関する新しい命題 | 龔秋劍

《反不正競争法》の司法解釈における主な条項の簡単な解釈（連載） | 鐘鳴

2022年上半期（1-6月）商標特許に関する重要なビッグデータ

商標：

項目	数/件
商標累計登録量	40545000
商標登録量	3674000
商標審査案件裁定	217000
商標却下復審申請	168762
商標却下復審裁定	184200
商標異議申請	86344
商標異議裁定	80663
商標異議復審申請	1686
商標異議復審裁定	1567
商標無効申請	34338
商標無効裁定	24683
商標取消復審	7130
商標取消復審裁定	6635

特許：

項目	数/件
発明特許有効量（累計）	3906000
PCT出願量	33000
意匠国際出願の提出	353
発明特許権付与量	393000
実用新案特許権付与量	1473000
意匠特許権付与量	383000
特許復審結審量	31000
特許無効結審量	5000
集積回路レイアウト設計登録申請量	7661
集積回路レイアウト設計登録証明書発給量	5233
集積回路レイアウト設計登録申請量（累計）	74000
集積回路レイアウト設計登録証明書発給量（累計）	57000

商標法における指示的使用の実践と問題¹

一、関係国と地域の実践についての簡単な紹介

中国の現在の商標法律、行政法規、司法解釈及び司法政策には、指示的使用に関する明確な規範がない。通常、指示的使用は、米国の法律の実践に由来すると考えられ、第三者が他人（商標登録者）の商標でその他人（商標登録者）の商品又はサービスを指示し、他人の商品又はサービスの出所を指示するという機能により自分が提供している商品又はサービスの内容又は用途などを表すことを意味する。したがって、従来、指示的使用は、自分の商品の部品が商標権者の商品に由来するか、又は自分が提供する部品が商標権者の商品と互換性があるか、又は商標権者の商品の補修サービスを提供するか、又は比較用広告などのよく見られる商業取引習慣に現れていることを表すことが多い。現在よく見られる指示的使用の例としては、レノボが製造して販売している Think Pad ノートパソコンについて、商品とその包装に「Intel inside. . .」が記されており、その中の「Intel」商標は、そのCPUとしてIntel社から提供されたある特定のタイプのCPUを使用することを示すことで処理演算能力を示しており、また商品とその包装には、該ノートパソコンにMicrosoft Windows オペレーティングシステムがプリインストールされていることを示すように、「Microsoft 及び図形」商標が付けられており、この「Intel」、「Microsoft 及び図形」商標の使用は、典型的な指示的使用である。使用者が商標権者の商標を用いて商標権者からの商品を表すため、通常、公衆に混同を生じさせないため、指示的使用は、侵害とはならない。これは、以下の2つの問題を説明する。第1に、商標権者の商標に対する使用者の使用は、記述的使用ではなく商標的使用であり、この使用の最終目的は自分の商品の何らかの機能又は用途を説明することであるが、直接的な手段は依然として商標を用いて商品が商標権者に

¹ 指示的使用に関するケースは、特に豊富であり、関連するまとめは、張敏の「100個のケースに基づく商標の指示的で合理的な使用に対する実証分析」、唐春、李文紅編集の「知的財産権文献とケースの総合研究（2016）」、第190～263ページ、知的財産権出版社2017年8月第1版を参照されたい。注意すべきこととして、この文において、指示的使用と記述的使用を混同しているところがある。また、2017年7月に公表された北京君策知的財産権発展センターの「流通分野における商標の正当使用に関する研究」を参照でき、このタイトルには「正当使用」が使用されているが、その実際の研究は、主に指示的使用である。

由来することを示すことである。²第2に、それに応じて、このような指示的使用が商標権の侵害にならない原因は、該行為が商標権によって制御された範囲に属さないためではなく、このような行為が商標権者の商標を用いて商標権者の商品を表し、関連公衆に混同を生じさせず、或いは商標権者の同意を得るか又はその望む結果であるためである。

上記状況を定義するために指示的使用という用語を最初に用いた「New Kids」案³では、米国連邦第9巡回区控訴裁判所のKozinski裁判官は、「指示的使用は、記述的使用のような積極的な抗弁ではなく、混同を判断する多要因分析法の簡略化された代替形式に過ぎない」と指摘した。これは、指示的使用と記述的使用との性質での違いを示し、即ち、一定の混同があっても記述的使用が成立できるが、ある指示的使用行為が必要な限界を超えて関連公衆に混同を生じさせるのに十分であれば、指示的使用を構成せず、商標権侵害を構成する。その意味では、記述的使用の構成で考慮すべき混同可能性は、補助要因のみであり、備えがあれば憂いのないという役割を果たしており、これに対して指示的使用の場合、混同可能性の判断が重要であり、混同可能性があれば指示的使用が成立しない。

Kozinski裁判官は、前述の案件において、指示的使用を構成するか否かを判断するために考慮すべき以下の3つの要因を与えている。第1に、原告の商標を使用しないとその商品又はサービスを識別できないか否か、第2に、被告が合理的に必要な限度内に原告の商標を使用して原告の商品又はサービスを表しているか否か、第3に、被告のこのような使用行為が被告と原告との間に賛助、許可などの特定の関連があることを示唆するか否か。

しかしながら、第3巡回区控訴裁判所は、「New Kids」案の意見に同意せず、「Century 21」案では、以下のとおり指摘した。指示的使用が記述的使用と同様に積極的な抗弁であるため、被告が提出した事実主張が成立すれば構成可能であり、混同の有無を考慮する必要がなく、或いは指示的使用が積極的な抗弁に属する場合に、混同可能性の立証責任が原告にあり、第9巡回区控訴裁判所で認定されたように、指示的使用の消極的な抗弁を主張する被告によって混同がないことを立証する必要があることではない。第

² Brothers Records, Inc. v. Jardine, 318 F. 3d 900, 908 (9th Cir. 2003)。

³ New Kids on the Block v. News America Publishing, Inc., 971 F. 2d 302 (9th Cir. 1992)。

3巡回区控訴裁判所は、「Century 21」案では、指示的使用の抗弁に対して以下の2ステップ法を用いて判断した。第1のステップは、指示的使用の案件の修正のみに適用される混同可能性テストであり、即ち案件状況のみに基づいて混同可能性多要因テスト法のうちのいくつかの指示的使用に関連する要因を調べることであり、原告が第1のステップで混同可能性があることを証明した後に、次の第2のステップでは、被告によって、被告が原告の商標を用いて原告と被告の商品又はサービスを記述することが必要であり、被告が原告の商標を用いてこそ原告の商品又はサービスを記述することができることを証明し、被告の言動は、原告と被告の商品又はサービスとの真の関係を正確に反映していることを示した。⁴

第2巡回区控訴裁判所は、指示的使用の性質に関して、第9巡回区控訴裁判所と意見が一致しているが、その構成要件に関して食い違いがあり、「TIFFANY」案では2ステップテスト法を用いて直接権利侵害行為が存在しないと認定した。この案件では、eBayがそのサイトでTIFFANY商品を販売する際にTIFFANY商標を使用しており、裁判所は、権利侵害とはならないと判断し、その理由は以下のとおりである：第1に、eBayサイトには、販売対象がTIFFANYの正規品であることが正確に記述されている。第2に、eBayサイトには、TIFFANY商標に関して、原告のTIFFANY社とeBayとが関連関係を有することが示唆されておらず、またeBayサイトを介して販売されているTIFFANYのための裏書きもない。裁判所はまた、以下のとおり指摘した。eBayがそのサイトにおいてTIFFANY名義に列挙されている販売対象商品のうちに一部の偽商品があることを知っていても、直接的な権利侵害とはならず、「eBayがそのサイトで販売されているTIFFANY商品がすべて正規品であることを確保できないという理由で、eBayに責任を課せば、そのサイト上のTIFFANY正規品の合法的な販売が阻止される」。⁵

米国の他の巡回区控訴裁判所が通常混同可能性の多要因テスト法で指示的使用行為を判断するため、指示的使用行為の性質について、第9巡回区控訴裁

⁴ Century 21 Real Estate Corp. v. Lendingtree, Inc., 425 F. 3d 211, 76 U. S. P. Q. 2d 1769 (3d Cir. 2005)。

⁵ Tiffany (NJ) Inc. v. eBay Inc., 600 F. 3d 93, 103, 94 U. S. P. Q. 2d 1188, 2010-1 Trade Cas. (CCH) ¶77013 (2d Cir. 2010)。

判所の意見に傾き、即ち消極的な抗弁のみに属し、被告は、その使用行為が混同を生じないことを証明する必要がある。

欧州連合は、1989年に「商標に関する構成国の法を調和する第一理事会指令」を發布し、その第6条第1項(C)項には、「商標の所有者は、第三者が貿易活動中に、...を禁止することを許可してはならない。(C)商品又はサービスの用途を表す必要があり、特に商品又はサービスを部品又は部材として使用する場合、商標を使用する際、当該第三者が商工業の誠実慣行に基づいて上記使用を行うことを前提とする」という指示的使用の内容が規定されている。各国は、これに基づいてその国内法の規定を調整した。例えば、フランス知的財産権法第L713の6条b)項には、「商標登録は、以下の場合にそれと同一又は類似する標識を使用することを妨げることはない:... b)商品又はサービス、特に付属品や部品の用途をレーベリングする際に必要な参照説明は、生産源誤認を招かなければよい。しかしながら、このような使用が登録者の権利を損なう場合、登録者はその使用の制限又は禁止を要求することができる」と規定されている。

欧州連合による指示的使用に関する実践は、主にBMW案とGillette (ジレット) 案に体现されている。BMW案では、他人の商標を使用する必要性の判断方法を決定した。欧州連合裁判所は、この案件では、他人の商標の使用が全面的かつ完全な情報を提供する唯一の方法でなければならない場合には、前述の規定の「必要性」を構成することを強調した。他人の商標を使用することにより、使用者が該商標の商品の販売、メンテナンスを従事していることを公衆に知らせ、該他人の商標を使用しないと関連情報を伝えることができない場合、商標の使用が情報を提供する唯一の方法となり、必要な使用を構成することになる。⁶Gillette案では、欧州連合裁判所の判断は以下のとおりである。前述の規定の適用は、部品の場合に限らず、部品は、例示的に説明するためのものに過ぎない。「商工業における誠実な慣行」については、他人の商標を用いて商品を販売する全体的な表現、特に該他人の商標をどのように提示するか、該他人の商標と使用者自身の商標をどのように区別するか、及び消費者が区別できるようにするための努力を考慮する必要がある。⁷

⁶ ECJ Case C-63/97, Bayerische Motorenwerke AG (BMW) and BMW Nederland BV v. Ronald Karel Deenik, [1999] ECR I-905.

⁷ ECJ Case C-228/03 The Gillette Company and Gillette Group Finland Oy v. LA-Laboratories Ltd Oy, [2005] ECR I-2337.

中国台湾での「商標法」の実践は、欧州連合の上述の規則を参考にしている。台湾の「商標法」は、記述的使用と指示的使用を混合して規定し、その第36条第1項には、「次に掲げる場合は他人の商標権の効力による拘束を受けない。一、商業取引の慣習に符合する誠実かつ信用できる方法で、自分の氏名、名称、又はその商品又はサービスの名称、形状、品質、性質、特性、用途、産地又は他の商品又はサービス自体に関する説明を表示し、商標として使用しない」と規定されている。その「公式解釈」では、指示的使用の有無を判断する参酌要因を列挙する際に、欧州連合の前述の指示及びケースとほぼ同じルールを採用している：「一、商業取引の慣習に符合する誠実かつ信用できる方法は、主観的要件として行為者に不正競争の意図又は他人の商標に取り入れる意図がなく、客観的要件として使用の事実証拠が誠実かつ信用できる方法に符合することであり、正確でないか又は真実でない表示がなく、或いは他人の商標の信用を意図的に影射するか又は取り入れることで公平な競争秩序に影響を与えることがない。二、他人の商標に対する使用が必要な行為であることは、行為者が自分の商品又はサービスの目的を表明するために、他人の商標を使用する必要があることを指し、特に自分の商品の組み立て部品又は部品が他人の商標商品からのものであるが、他人の商標を用いて自分の商品又は提供したサービスを説明しない場合に、人に容易に認識させることができないことを指す。しかしながら、商工業における誠実な慣行に符合して使用されなければならない。三、使用の結果としては、関連消費者に商品又はサービスの出所に対して混同を生じさせる可能性がない：他人の商標を用いる場合、商標権者が賛助、保証するなどの関係があることについてのいかなる暗示がなければならず、行為者は、その行為が、他人と行為者との間の商品又はサービスの真実と精確な関係を反映するのに十分であることを証明すべきである。また、比較用広告の場合、競争者の商標を用いる場合、内容が不実であるか又は関連消費者に製品又はサービスの出所又は品質に対して混同を生じさせることができないだけでなく、相手を傷つけて不公平な競争行為を行うことができない。」⁸

二、中国の実践と初歩のまとめ

中国の元の国家工商行政管理局は、メンテナンスサービスにおける他人の商標への指示的使用と商標権侵害の限界の決定について、早くて1995年と1996年に、それぞれ「自動車部品販売店、自動車整備拠点による他人の登

⁸ 台湾「經濟部知的財産局」編集印刷：「商標法逐条解釈」、139～140頁。

録商標の無断使用を禁止することに関する通知」(工商標字〔1995〕第195号)、「他人の登録商標の専門店(専門修理店)企業名及び営業看板としての無断使用を禁止することに関する通知」(工商標字〔1996〕第157号)が公布されている。上記通知には、「XX専門店」、「XX専門修理店」、「XX高級店」などは、商標登録者によってその商品又はサービスを提供することが指定された営業場所であるべきであることを指摘している。商標登録者の許可を得ない場合、自動車部品販売店及び自動車整備拠点などの他人は、中国内外自動車企業の登録商標などを専門店、高級店、専門修理店の企業名又は営業看板として使用してはならず、当店の経営商品及び提供するサービスの業務範囲を説明する必要がある場合に、記述的な文字を直接的に使用し、即ち「当店でXX自動車部品を販売している」、「当店でXX自動車を整備している」、「当店でXX製品を修理している」、「当店でXXスーツを販売している」などの記述的な文字を使用すべきであり、そしてそのフォントは、一致すべきであり、その中の商標部分を強調してはならず、また他人の図形商標を使用するか又は他人の文字商標を単独で使用してはならない。

中国の裁判所は、早期に指示的使用と記述的使用を明確に区別していない。北京市高級人民法院が2006年に公布した「商標民事紛争案件の審理における若干の問題に関する解答」第26条における構成要件の正当な使用について、両者を一体にして規定することは、典型的な実例である。江蘇省高級人民法院が2011年11月に公布した「商標権侵害紛争案件審理ガイドライン」においても指示的使用と記述的使用を統一的に正当使用の抗弁に入れており、確定された構成要件は、北京市高級人民法院の前述の意見とほぼ一致している。北京市高級人民法院は、「GRE」、「GMAT」、「TOEFL」商標侵害シリーズ案件において、被告が書名に「GRE」、「GMAT」、「TOEFL」という文字を強調して使用した行為を記述的な使用であると認定し、このような行為の目的は、出版物の内容が「GRE」、「GMAT」、「TOEFL」試験に関係していることを説明し強調し、読者に出版物の内容を容易に理解させることであり、出版物の出所を示すことではなく、読者に商品の出所に対して誤認及び混同を生じさせない。⁹本文の前述の分析から見れば、このシリーズの案件に関連する使用行為は、記述的使用ではなく、指示的使用に属する可能性が高い。

⁹ 北京市高級人民法院(2003)高民終字第1391号、第1392号及び第1393号民事判決書を参照されたい。

もちろん、「指示的使用」又は類似する用語を使用しない判決もあるが、その裁判理由が前述の米国第9巡回区控訴裁判所の指示的使用に関する認定原則により近い。例えば、「トヨタ」「TOYOTA」商標権侵害案では、被告である吉利公司がその美日自動車販売の際に「美日自動車トヨタ動力」、「トヨタ8Aエンジン」、「技術パラメータ：TOYOTA8A」などの宣伝用語を使用したことに基づいて、北京市第二中級人民法院は判決において以下のとおり判断した。宣伝時における被告による「トヨタ」及び「TOYOTA」文字の使用は、消費者に自動車製品の基本的な状況がある程度理解させるために、美日自動車のエンジンの性能、出所を説明し、消費者に自動車製品の構成の主要部品の技術、製造などの出所を紹介したものであり、このような自動車製品の構成に対する紹介と説明する方式は、商習慣と合致している。吉利公司は「トヨタ」及び「TOYOTA」文字を美日自動車の商品の標章として使用しておらず、「トヨタ」及び「TOYOTA」文字は、ここでは米日自動車製品及び吉利公司を識別するための意味を持たず、「トヨタ」及び「TOYOTA」の登録商標権に損害を与えておらず、中国の法律で規定されている登録商標専用権を侵害する行為ではない。¹⁰「VOLVO」、「CATERPILLAR」、「EPSON」「大衆」などの商標権侵害案では、異なる地域の裁判所がいずれも混同可能性の観点から認定しており、部品、互換、メンテナンスなどのサービスに関しては、他人の商標を強調して使用するため、自己商品の機能用途を不規範に指示説明すると、関連公衆の混同を招きやすいことに基づいて、他人の商標権の侵害となっている。¹¹

最高人民法院が2012年に審結した「五糧液」商標権侵害案でも指示的使用の判断に触れた。この案件の原告は、「五糧液」文字、図形などの商標の登録者である五糧液会社であり、被告の天源通海会社は、五糧液会社の許可を得てその「錦繡前程」シリーズの酒を販売する山東事業者である。被告は、そのサイト、チェーン店加盟マニュアル、誘致広告、ブランド販売権利付与契約書などの経営活動に「五糧液」文字、ピンイン及び図形商標を使用し、五糧液会社に権利侵害を起訴された。最高人民法院の判断は以下のとおりである。正規販売店がその権利付与身分を示し、商標権者の商品を宣伝するために商標を善意で使用し、商標の識別機能が破壊されていない場合、商標権侵害にならな

¹⁰ 北京市第二中級人民法院（2003）二中民初字第06286号民事判決書を参照されたい。

¹¹ 「VOLVO」案について、上海市浦東新区人民法院（2005）浦民三（知）初字第40号民事判決書を参照し、「CATERPILLAR」案については、上海市浦東新区人民法院（2006）浦民三（知）初字第122号民事判決書を参照し、「EPSON」案については、広東省深セン市中級人民法院（2010）深中法民三初字第209号民事判決書を参照し、「大衆」案については、山東省高級人民法院（2008）魯民三終字第72号民事判決書を参照されたい。

い。天源通海会社の上述の経営活動に「五糧液」などの商標を使用する行為は、五糧液会社の許可を得ていないが、商標を用いる目的は、「錦繡前程」シリーズの酒が五糧液会社によって生産され、自分が五糧液会社の「錦繡前程」シリーズの酒の山東事業者であることを表明することであり、しかも五糧液という3つの字は、五糧液会社の商標であるだけでなく、五糧液会社の屋号であり、「錦繡前程」シリーズの酒自体に商標がレーベリングされている。同時に、天源通海会社が経営活動に上記商標を使用する目的は、「錦繡前程」シリーズの酒をよりよく宣伝して販売することであり、主観的な悪意がなく、このような使用行為は、商標の商品の出所を識別する主要な機能を破壊していないため、権利侵害とはならない。¹²

しかし、その後の「Aqua-scie」商標権侵害案では、上海知的財産権法院は、指示的使用を記述的使用に分類した。この案件の原告の開徳阜公司開徳阜公司是、Aquat herm公司の商品の正規販売店であり、中国で商品を販売するために自ら「潔水」商標を登録し、使用により関連公衆に開徳阜公司開徳阜公司販売しているAquat herm公司の管材、管路、地温システムを「Aqua-scieブランド」と認識させた。Aquat herm公司が開徳阜公司との協力を中止し、被告の闊盛公司闊を総代理店と確定した後、闊盛公司是、宣伝に「潔水」商標を使用し、「ドイツ潔水はすでにドイツ闊盛に改名した」と主張した。これにより、開徳阜公司是出訴した。上海知的財産権法院の判断は以下のとおりである。闊盛公司が商業活動中に「潔水」商標を使用する目的は、ただある客観的な状況を記述又は説明することであり、関連する公衆を商品又はサービスの出所が闊盛公司であると混同させることができないので、この行為は、商標法の意味での商標使用行為ではなく、商標の正当な使用行為であり、商標権者は、このような行為を禁止する権利がない。¹³

以上より、本文における主張は以下のとおりである。指示的関連案件が現在も「原則裁判」モデルにあり、指示的構成要件に関する正確なまとめを提供することができないため、各国の実践と一致して指示的使用を認定する考慮要素を提供することしかできず、その核心要素は、使用の必要性及び使用の結果

¹² 最高人民法院（2012）民申字第887号民事裁決書は、この案が「最高人民法院知的財産権事件年次報告（2012）」に収録されている。

¹³ 上海知的財産権法院（2015）滬知民終字第161号民事判決書を参照し、この案は、最高人民法院によって2015年の中国裁判所50件の典型的な知的財産権ケースとして選ばれた。

という2つである。最も明確な結果は、その使用行為が混同を生じさせる可能性がないことである。中国の商標法実践では混同可能性の判断を通常事実に基づく法律判断としているため、証拠だけでは混同可能性の有無を認定又は否定するには不十分であり、混同可能性の有無を判断する際には、使用行為の方式が業界の誠実慣行に合うか否か、双方の真の関係を正確に反映しているか否か、使用行為の目的が自分の商品及びサービスの機能を説明することのみであるか否か、使用行為の結果が関連公衆に商品又はサービスの出所に対して誤認を生じさせるか否かを考慮して、結論を出す必要がある。



■ 鐘鳴

2002年から2016年にかけて、北京市高級人民法院知財権庭裁判官、審判長、第一調査組長を経験し、北京市政法系統「十百千」人材とも選出されたことがある。中国知識産権法律学研究会理事と、中華商標協会中国企業商標鑑定センターのコンサルティング専門家も兼任している。裁判官として知財権に関する民事と行政訴訟を3000件余り審理したことがある。2010年度、2011年度、2014年度、2015年度中国裁判所10大知財権案件、2014年度中国裁判所50件の典型案件に選ばれた案件などを担当した。

緒言

過去の2021年は、「メタバース元年」と呼ばれる。この年から、国家レベルでも各地方政府レベルでも、「メタバース」関連産業に対する政策設計を秩序正しく進み始めている。国家レベルでは、中央紀律委員会国家監察委員会は、2021年12月に「メタバースがどのように人間の生活を変化させるか」という文章において、メタバースがもたらした新たな技術革命と社会への影響を理性的に見る必要があると述べた。2022年1月に、国務院は、「「十四五」デジタル経済発展計画」を公表し、「クラウド生活」サービスを革新的に発展させ、人工知能、仮想現実、8Kハイビジョンビデオなどの技術の融合を深化させ、社交、ショッピング、娯楽、展覧などの領域での応用を開拓し、生活消費品質のアップグレードを促進することを指摘した。地方政府レベルでは、統計によると、2022年8月までに、7つの省の17個の市の地方政府が相次いで「メタバース」建設計画を発表した。

この背景の下で、「メタバース」が知的財産権保護にもたらす新しい命題を検討することは、現実的な意義を持っている。本文は、「メタバース」の概念及び内包に対する理解に基づいて、従来の知的財産権法律制度の枠組みの下で、業界内外の人々に注目されている商標権と著作権の保護という2つの命題を選択し、「メタバース」がもたらした新しい問題と挑戦を検討した。

一、「メタバース」の概念及び内包

「メタバース」という言葉は、1992年の空想科学小説『スノウ・クラッシュ』に生まれ、小説では、著者のニール・スティーヴンソンは、人々がよく想像しているインターネット「仮想現実」とは異なり、社会と密接に関連する3次元デジタル空間を作った。この空間は、現実世界と平行であり、現実世界では地理的に離れた場合にいる人々が自分の「デジタルキャラクター」によってコミュニケーションと娯楽を行うことができる。「メタバース」の英訳「metaverse」は、「meta」と「verse」という2つの語根からなり、前者は、ギリシャ語では「仮想的、無形」という意味を有し、後者は

、「宇宙」(u n i v e r s e) に対応する。以上から分かるように、「メタバース」が表現して構築したいのは、「仮想的で無形の平行宇宙」である。



近年、インターネット技術、デジタル経済の発展及び資本の介入に伴い、「メタバース」概念が突然に盛んになり、非常に人気があり、新たな技術革命を起こす態勢がある。その内在的本質について、異なる主体は、異なる視点で、異なる定義と解釈を与えた。フェイスブックの創業者でCEOであるマーク・ザッカーバーグは、「メタバースは、多くの会社、さらには科学技術業界全体にまたがるビジョンであり、モバイルインターネットの後継者と見なすことができる」と考えている。エヌビディアのCEOである黄仁勳氏は、「現実世界とメタバースとがつながっている」と考えている。中央紀律委員会国家監察委員会サイトの刊行文「メタバースがどのように人間の生活を変化させるか」には、世界には「メタバース」と呼ばれる単一の技術がなく、メタバースは従来の様々な技術の組み合わせとアップグレードであり、「3D版のインターネット」と理解できることが指摘されている。

また、百度百科には、科学技術手段を利用してリンクと創造を行い、現実世界とマッピングしてインタラクションする仮想世界であり、新しい社会システムを備えたデジタル生活空間であるという比較的に分かりやすい「メタバース」の定義が記載されている。この定義及び前述した異なる視点での解釈から容易に分かるように、「メタバース」の本質は、従来の様々な技術での仮想世界とデジタル生活空間を統合したものである。

二、「メタバース」関連知的財産権保護に関する新しい命題

前述した「メタバース」の概念と本質から見れば、その内包と外延は、実質的に非常に広い。「メタバース」は、「従来の様々な技術」の統合として、様々な基礎技術とハイテク技術と関連しているため、それによって引き起こされる特許権保護問題が様々となり、かつ次々と現れる。また、技術革新も他の権利の保護、例えば著作権の保護に対して多くの新しい問題をもたらし、権利確定、証拠取得、侵害停止などの難題を含む。

一方、「メタバース」の応用シーン及び構築された世界が「仮想的、デジタル的」であるため、現実生活における知的財産権の保護問題が仮想世界で再現され、かつ新しい形態を呈する可能性が高く、そして伝統的な知的財産権保護制度に新たな衝撃と挑戦をもたらすことは避けられない。

これにより、知的財産権制度下の様々な権利タイプ及び規制行為は、いずれも「メタバース」によって関与され、新しい問題を引き起こす可能性がある。これらの問題は、技術革新だけでなく、当時の社会倫理、道徳及び法律原則にも関連する。

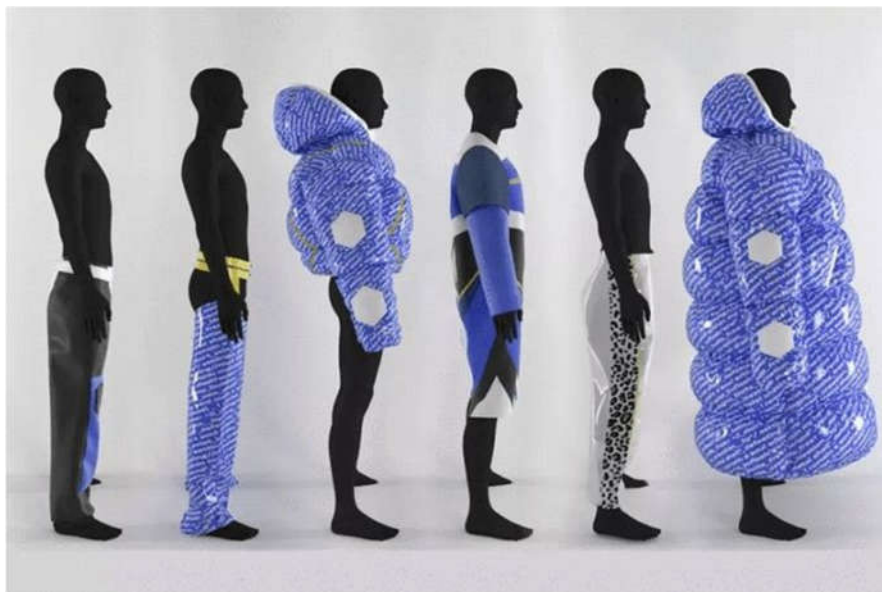
人気のある概念と分野として、現在、学界及び業界関係者は、既に「メタバース」が直面した多くの新しい問題及び直面する可能性のある多くの新しい問題について広く検討し、特許権、著作権、商標権、商業秘密（不正競争）などをカバーしている。また、「メタバース」に由来する基礎的な問題、例えば「仮想人間の人格権」、「仮想物の財産権」などに関して、同様に議論や研究を引き起こす。本文の長さや筆者自身の従業分野に限りがあるため、本文では、業界内外の人々に注目されている2つの問題が選択され、「メタバース」が商標権及び著作権の保護に与える挑戦と可能な対応構想が検討される。

三、仮想商品の商品分類の問題

「メタバース」の概念の追加により、様々な仮想商品が出て来た。そのうち、非常に人気のあるのは、仮想服である。実際に着ているものとは異なり、仮想服は、消費者に実際に身につけることができず、消費者が自分の写真を提供するか又は自分の仮想イメージを作ることにより、デジタル空間で自分の好きな服を購入して着て、ユニークな「専属ファッション大作」を作る必要がある。

報告によると、早くも2018年には、ノルウェーのブランドCarlingsは、傘下の初の仮想ファッションシリーズNeo-Exを発売し、スタイルがストリートファ

ッションの感覚があり、各デザインの価格も主に10ユーロから30ユーロに集中している。



その後間もなく、オランダのデジタルファッション会社The Fabricantは、2019年に世界初のブロックチェーン服Iridescenceを発売した。報告によると、この仮想服は、真に迫る質感と虹のような光沢があり、風に揺れ動くダイナミックな効果がある。この仮想ロングスカートは、最終的に最高9500ドルの価格でニューヨークEthereal Summitブロックチェーンオークションで成約と競売され、世界のメディアを騒然とさせた。



今後、ますます多くの企業、ブランド、デザイナーが仮想服飾の分野に足を踏み入れている。例えば、Gucciは、2020年に仮想ファッション市場を配置し、Geniesと連携して仮想クローゼットを作り、そのプラットフォーム上でGucciが様々な仮想服を販売することができる。これに続き、他の高級ブランドも仮想衣装で行動を起こす。バレンシアガは、「フォートナイト」と連携してデジタル衣装を発売し、LVは、ゲーム肌を試み、Pradaなども仮想衣装の発売を発表した。また、スポーツブランドNikeは、仮想運動靴を発売し、OpenSeaプラットフォームに販売し、最低販売価格が5万円を超えた。

仮想服が人気になることは、巨大な市場があることのおかげであり、より多くの会社は、利益を追求本性により続々とこのような試みをする。一方、デジタルファッション支持者の観点から、仮想服ないし仮想商品の消費は、資源浪費を減少させ、環境保護と二酸化炭素排出の削減を実現することができ、特に「服がが写真撮影のみに用いられる」若い世代に適している。環境保護のほか、仮想衣装には、性別なし、サイズなし、想像無限の美しいビジョンが寄せられている。しかしながら、新規な商品形態として、仮想服を含む仮想商品は、商標申請登録に関する商品分類において、一連の新しい問題を引き起こしている。

中国で商標登録を申請する際には、基本的に「類似商品及び役務区分表」及び商標五省会談で決定された商品及びサービス項目名に基づいて、登録が申請される商品及びサービスを選択する必要がある。一方、中国の最新版の「類似商品及び役務区分表（2022テキスト）」には、仮想商品に関する商品／サービス種別が収録されていない。また、これまでに、国家知的財産権局が公表した商標五省会談に基づく、「類似商品及び役務区分表」以外の受け入れ可能な商品及びサービス項目名には、仮想商品に関する商品／サービス種別も含まれていない。これにより、中国で関連業務を展開して商標登録を申請することを意図する場合、公式案内のみを基にすると、商品登録の申請及びサービスの選択が困難になる。

中国海外の実践から見ると、ますます多くの国が仮想商品に関する商標申請と審査を積極的に探索し、開放し始めている。例えば、韓国知的財産権局（KIPO）は、今年仮想商品の商標申請をカバーする新たな審査ガイドラインを発表し、該ガイドラインは、今年7月14日から発効した。このガイドラインには、仮想商品を、第9クラスで「仮想XXX（商品名）」という簡単な形で指定することができ、例えば、「仮想衣装」又は「仮想靴」であり、仮想商品の名称を詳細に指定する必要があり、「仮想商品」のような曖昧な記述が、範囲が広すぎるため受け入れられないと規定されている。また、仮想商品間、及び実体商品と仮想商品の間に類似商品を構成しているか否かについては、該ガイドラインには、仮想商品間でそれらのタイプに応じて、その実体商品のように分類と比較を行うこ

とが明確にされている。実体商品と仮想商品の間では、通常、非類似製品と黙認し、衝突とはみなされない。¹⁴

また、欧州連合知的財産権局（EUIPO）も今年、仮想商品とNFT分類方法に関するガイドラインを発表した。この方法は、2023年版ガイドライン草案「EUIPOシステムユーザーの主な基準点」に書き込まれる。EUIPOは、仮想商品とNFTがニース分類の第9クラスに属することを示しており、その理由として、仮想商品とNFTがデジタルコンテンツ又は画像とみなされていることである。このような商品に関する商品サービスは、従来の実践に従って分類される。EUIPOに申請を提出する際には、「仮想商品」と「NFT」という2つの用語自体が受け入れられない。逆に、仮想商品に関連する物品の内容は、具体的でなければならない。¹⁵

前述の外国の経験から見れば、仮想商品に関する商品分類は、よりニース分類の第9クラスの商品として受け入れられている。一方、よく見られる仮想商品の本質及び中国の「類似商品及び役務区分表」の従来の商品名の実際から見ると、第9クラスの商品は、確かに仮想商品につながっているようである。例えば、現在人気のなるNFT美術コレクションにとって、その本質は、1枚のデジタル画像であり、これに対して、現在中国の第9クラスの商品に「090696ダウンロード可能な映像ファイル」（第9クラス0901グループ）が含まれており、即ちデジタル画像の特徴と本質と一致している。一方、仮想服については、異なるビジネスモデル及び製品の特徴、例えば消費者とインタラクションできるか否か、或いは1つの単純なNFT服飾コレクションに応じて、その本質は、第9クラスの「ダウンロード可能なコンピュータアプリケーション」、「ダウンロード可能な携帯アプリケーション」、「ダウンロード可能な映像ファイル」、「ダウンロード可能な携帯電話画像」などに関連している可能性がある。

第9クラスの商品に加えて、仮想商品の特徴から見ると、第35クラス、第41クラス、第42クラスの一部のサービスに関連している可能性がある。例えば、第35クラスの「コンピュータネットワーク及びサイトのオンライン普及」、「小売目的で通信媒体上での商品の展示」などのサービス、第41クラスの「ダウンロード不可能なオンライン電子出版物の提供」、「ウェブサイトを介した娯楽情報の提供」、「オンラインコンピュータゲームの提供」、「ダウンロード不可能なオンラインビデオの提供」などのサービス、第42クラスの「マルチメディア製品の設計と開発」、「衣服の設計」、「コンピュータソフトウェアの設計と開発」、「動画の設計（他者のため）」、「仮想現実ソフトウェアの設計と開発」などのサービスである。

¹⁴ 「韓国知的財産権局が発表する仮想商品商標審査ガイドライン」、中国知的財産権保護網から由来する。

¹⁵ 「欧州連合知的財産権局が更新するNFTと仮想商品商標申請ガイドライン」、中国知的財産権保護網から由来する。

中国の仮想商品に関する商標申請登録実践及び対応する行政司法実践は、いずれも初期段階にあるため、対応する商品分類問題は、まだ公式な認定及び解釈がない。仮想商品が最終的にどのクラスの商品に分類されるべきか、仮想商品間及び仮想商品と実体商品の間に類似点があるか否かなどの実際の問題は、依然として行政機関により明確にして解決する必要がある。もしかしたら、我々も、仮想商品に関する「類似商品及び役務区分表」の修正及び調整も迎えるかもしれない。

四、NFTデジタル作品の著作権の保護問題

NFTは、全称がNon-Fungible Tokenであり、デジタル資産を表すための唯一の暗号化通貨トークンである。NFTは、特定のオブジェクトの初期発行者、発行日及び将来の毎回の流通情報を記録することができる。これにより、NFTのデジタル作品を有すると、マークされた唯一の「アイデンティティ」を有し、NFTは、その正体を検証する「鍵」である。この特性に基づいて、公衆がNFTデジタル作品のアップロード者（クリエイター）、譲渡記録及び所有者などの情報を知ることができ、作品のトレーサビリティ問題をある程度で解決することができる。

NFTデジタル作品は、作品の一意性とトレーサビリティの態様において利点を有するが、著作権紛争がないことを意味するわけではない。最近、中国国内ではNFTデジタル作品に関連する著作権紛争案が発生した。2022年4月、杭州インターネット法院は、「奇策迭出奇策迭出公司訴原与宙公司の作品情報ネットワーク伝達権侵害」案について判決を下し、この案件は、中国国内の「NFTデジタルコレクション」に関する初の案件と呼ばれ、関連判決は、中国の初の判決である。

該案の被告の原与宙公司是、NFTデジタルコレクションプラットフォームの経営主体であり、該プラットフォームのあるユーザーが価格899元の「胖虎にワクチンを接種する」というNFTデジタル作品を作って発表し、原告の奇策迭出公司是、該作品が、独占使用許可が本公司によって得られ、漫画家の馬千里により作られた「私は胖虎ではない」シリーズの1枚の作品と完全に一致していることを発見した。奇策迭出公司是、その持っている著作権が被告の原与宙公司の行為によって深刻に侵害され、経済的損失をもたらしたと主張したため、被告が10万元の損失を賠償することを裁判所に請求した。被告の原与宙公司是、自分が第三者プラットフォームであり、該作品がユーザー自身によってアップロードされ、プラットフォームが権利侵害責任を負うべきではないと主張した。



裁判所が審理したところ、以下のとおり判断した。NFTデジタル作品の作り、取引は、該デジタル作品の複製、販売及び情報ネットワーク伝達という3つの行為を含む。NFT取引モデルは、本質的に、デジタル化された内容を取引内容とする売買関係に属し、購入者が獲得したのは、財産権益であり、デジタル財産の使用許可でなく、知的財産権の譲渡又は権限を与えることの許可でもない。ネットワークユーザーが許可を得ずにNFTデジタル作品をプラットフォームで取引する行為は、権利者の作品の情報ネットワーク伝達権を侵害すると認定すべきである。

また、裁判所は、被告、即ち取引プラットフォームの責任問題について、さらに以下のように判断した。プラットフォームは、一般的なネットワークサービス提供者の責任を履行する必要があるだけでなく、有効な知的財産権審査メカニズムを構築し、プラットフォームで取引されるNFT作品の著作権を初歩的に審査すべきであり、例えば、NFT作りを申請したユーザーが著作権に係る下稿、原本、合法的出版物、著作権登録証明書、認証機関が出した証明などの初歩的な証拠を提供して自分が著作権、著作権の権益に関する権利者であることを証明するか否かを審査することである。判断基準から見れば、「一般可能性」の基準を採用すべきである。即ち、この初歩的な証拠としては、明らかに著作権、著作権の権益に関する権利者であることを証明できない証拠が除外されべきであり、一般理性者に権利の存在を信じさせる可能性を有すればよい。

この案件の関連作品が原告の美術作品情報ネットワーク伝達権を侵害し、しかも被告のプラットフォームが対応する注意義務を履行していないため、最終的に、裁判所は、被告が直ちに侵害行為を停止し、原告の経済損失と合理的な支出を4000元賠償すると判決した。¹⁶

¹⁶ (2022)浙0192民初1008号民事判決書を参照されたい。

上記案件が示しているように、NFTデジタル作品の作りと発行中に、他人の作品を詐称して盗用する可能性が高い。ブロックチェーンの暗号化とデジタル化について、トレーサビリティ情報を提供すると共に、作品の真実のソースも不明確になるため、名をかたり盗用し、権限を与えないか又は権限範囲を超えて他人の作品を作って販売する不正の気風を助長している。これにより、著者に対して、自身の著作権を保護する際に追加の障壁とリスクがさらに増加し、即ち、伝統的なよく見られる権利侵害分野に注目するだけでなく、NFTデジタル作品市場にも目を向ける必要があり、明らかに、これはまだ規範的で秩序がなく、迷惑の多い新しい市場である。

著者に対して著作権保護に関する問題を有する以外に、プラットフォームも審査の難題に直面している。上記案件について、プラットフォームが知的財産権審査責任を履行し、「一般可能性」の基準で審査すべきであり、例えば、作りを申請したユーザーが著作権登録証明書を提供しているか否かを審査すべきであると考えられる。しかしながら、この判決にはまた、「被告は、ユーザーが作品をアップロードする前に何の権利審査もしておらず、被告の審査範囲が作りようとする作品の登録情報があるか否かを「全国作品登録情報公示システム」において照会することに限られており、オフラインの有形の作品と、インターネット上で公開されて伝達された作品が含まれておらず、明らかな限界がある」と記載されている。これは、裁判所が、プラットフォームが「全国作品登録情報公示システム」でのみ照会する行為を認めておらず、オフラインやオンラインの作品発表などの状況を確認する必要があることを意味しており、これは、裁判所による「著作権登録証明書の審査は合理的である」という判断とはある程度で矛盾しており、一方で、実際に、プラットフォームに完成しにくい責任、即ち「オフラインの有形作品及びインターネット上で公開されて伝達された作品」の状況を確認することを負わせる。

また、中国の著作権登録制度は、形式審査の登録記録制度であり、即ち、登録機関は、作品の著者、創作、発表時間などの情報を実質的に審査していない。これはまた、盗用者が法に違反して他人の作品をNFTデジタル作品に作って発行販売することを意図すれば、形式審査の著作権登録に基づいて著作権登録証明書を取得し、その後プラットフォームの「一般可能性」の審査基準によりNFTデジタル作品を成功裏に作って発行することができることを意味する。もちろん、この問題がNFTデジタル作品の分野のみに存在する可能性が低いため、プラットフォームの審査義務を強化することも現実的な可能性がない可能性があるが、権利保護と審査義務のバランスをどのようにとるか、さらに著作権保護システム全体で制度を調整する必要があるか否かについては、さらに考える必要がある。

まとめ

仮想商品、NFTデジタル作品を含む「メタバース」産業全体は、現在中国ではまだ初期段階にある。これにより、また、関連する行政と司法実践がまだ初歩的な探索段階にある。本文で述べたように、新しい技術、商品ないし業界の発展により、新しい法律問題が次々と出現しているが、研究と実践の遅れのため、事業者は、これらの問題について明確で一般的な解答を行うことが困難であることが多い。「初の案件」の後、未来は、必ず「第2の案件」、「第3の案件」ひいては「第Nの案件」が出現し、対応する行政動向と司法実践を密接に注目し、そして中国国外の先行経験を参考することは、我々が迷惑を克服し、新しい事物の本質と前進経路を見るのに役立つ。

■ 龔秋劍

龔秋劍，中国人民大学法学部、修士，主な業務分野は知的財産権であり、特に商標権、著作権、反不正競争分野の調査・分析と争訟に集中していた。着実な法律基礎と豊富な実務経験を持ち、法律の総合運用と事件の詳細の把握を通じて、クライアントにその訴訟及び商業目標を達成するために合理的、有効な解決を提供することができる。



《反不正競争法》の司法解釈における 主な条項の簡単な解釈（連載）

■ 鐘鳴

四、「反不正競争法」第8条における虚偽宣伝及び第11条における商業中傷の規定の適用について

「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第16条～第18条は、「反不正競争法」第8条の「虚偽の、又は人に誤解を生じさせる商業宣伝」の規定がどのように適用されるかについての解釈である。第16条は、「虚偽の商業宣伝」をどのように認定するかの規定であり、第17条は、「人に誤解を生じさせる商業宣伝」をどのように認定するかの規定であり、2007年の中華人民共和国反不正競争法の適用における若干問題に関する解釈の第8条から第2項を削除したものであり、第18条は、（権利侵害及び賠償）因果関係の立証責任に関する規定であり、「主張する者が挙証すべきである」という原則の直接運用である。

1993年「反不正競争法」第9条には、「事業者は広告又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、産地などに対し人に誤解を生じさせる虚偽宣伝を行ってはならない」と規定されている。2007年の「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第8条第2項には、「明らかに誇張した方法で商品を宣伝しているが、関連する公衆の誤解を生じさせるまでに至らない場合については、人に誤解を生じさせる虚偽宣伝行為には該当しない」と規定されている。最高人民法院は、後者を解釈した際、以下のように指摘している。人に誤解を生じさせる虚偽宣伝の本質的な属性は、「人に誤解を生じさせる」ことであり、通常、人に誤解を生じさせる目的又は結果を有している。経済生活において、商品宣伝は、常に一定の誇張性を有しており、広告は、さらに一定の芸術誇張成分を持つ必要がある。誇張した宣伝形式を採用するが、人に誤解を生じさせるのに十分でなければ、人に誤解を生じさせる虚偽宣伝として判定処罰する必要はない。これにより、「解釈」第8条第2項は、「明らかに誇張した方法で商品を宣伝しているが、関連する公衆の誤解を生じさせるまでに至らない」

行為を、「人に誤解を生じさせる虚偽宣伝」から除外する。¹⁷ 2017年に「反不正競争法」が改正された後、従来の規定における「人に誤解を生じさせる虚偽宣伝」は、「虚偽の、又は人に誤解を生じさせる商業宣伝」に改正され、「人に誤解を生じさせる」と「虚偽」を共同で「商業宣伝」の限定条件としなくなったため、2007年の「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第8条2項の規定は存在する必要がなくなった。

「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第16条及び第17条には、それぞれ、虚偽の、又は人に誤解を生じさせる商業宣伝が規定されており、いずれも積極的で、虚偽の状況を告知するか又は意図的に誤解を招く行為が列举されており、意図的に（一部の）真実の状況を隠蔽する不正競争行為の規制が無視されている。世界知的所有権機関による「反不正競争保護に関する模範規定」第4条には、「商工業活動において企業又はその活動、特にこのような企業によって提供される製品又はサービスが公衆に誤解を生じさせる可能性のある行為又はやり方は、不正競争を構成するものである」と規定されている。ある学者は、第4条について、以下のとおり指摘した。第4条には、「行為」のほかに「やり方」という言葉を用いることにより、「不正競争行為」を構成するものが、厳格な意味での「行為」であるだけでなく、行動を伴わないおこないとしても表現できることを明確にし、情報漏洩も潜在的に誤導性を持つ可能性があり、例えば、消費者雑誌に掲載されているある製品のテスト情報を訂正したり補完したりしないことで、人々に発売された製品の品質に対して間違った印象を与える。¹⁸ 国家市場監督管理総局は、2021年8月に公開された「ネットワーク不正競争行為禁止規定（公開意見募集稿）」において「誤導的な情報」を解釈した際にも、誤導とは、情報は真実であるが、一部の事実のみを述べており、誤った連想を起ししやすい情報であることを明確にしている。¹⁹

「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第19条及び第20条は、「反不正競争法」第11条「商業中傷」がどのように適用されるかに関する解釈である。第19条には、「商業中傷行為を実施したことを主張する当事者は、その主張した行為の特定損害対象であることを立証しなければならない」ことが要求されており、損害を受けた主体の利害関係者が商業中傷不正競争訴訟の原告資格を有していないと考えているようである。第20条は、「反不正競争法」第11条を補完して整備するものであり、「反不正競争法」第11条は行為者自身による「虚偽情報又は誤導的な情報を捏

¹⁷ 蔣志培、孔祥俊、王永昌：「「不正競争民事事件の審理における法律の適用に係わる若干問題の解釈」の理解と適用」、《人民司法》2007年第3期で掲載されている。

¹⁸ 謝曉堯：「経験と制度の間：不正競争司法ケース分類化研究」、法律出版社2010年版、第329頁。

¹⁹ 国家市場監督管理総局による「ネットワーク不正競争行為禁止規定（公開意見募集稿）」第11条1項には、「事業者は、ネットワークを利用して虚偽情報又は誤導的な情報を捏造し、又は伝播し、競争相手の商業信用・名誉を損なってはならない」と規定されている。同条第3項は、誤導的な情報の概念を解釈し、司法省立法意見募集システム、<http://zqyj.chinalaw.gov.cn/readmore?listType=2&id=4532>に掲載されている。

造し、又は伝播する」商業中傷行為のみを禁止しているため、「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第20条は、行為を「他人の捏造した虚偽情報又は誤導的な情報を伝播する」商業中傷行為に拡大し、保護をより全面的にした。

五、「反不正競争法」第12条「インターネット特別条項」の適用について

「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第21条及び第22条は、「反不正競争法」第12条におけるインターネット不正競争条項がどのように適用されるかに関する解釈である。「反不正競争法」第12条は、業界では「インターネット特別条項」と呼ばれ、2017年改正時に追加された内容であり、例示と概括の方式で事業者が「技術的手段を利用し、ユーザーの選択に影響を与えるか、又はその他の方法により」インターネット不正競争行為を実施することを禁止しており、例示されている具体的な行為は、以下の3つである：(1) 他の事業者の同意を得ずに、当該事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスにおいて、リンクを挿入し、強制的に特定のページに遷移させる。(2) 他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスを修正、クローズ、アンインストールするようユーザーを誤った方向に導き、欺き、強迫する。(3) 悪意をもって他の事業者の合法的に提供するネットワーク製品又はサービスが互換性を持たないようにする。要約すると、「反不正競争法」第12条において禁止されているのはいずれも「他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスの正常な運用を妨害したり、破壊したりする行為」であり、この点は、同条第2項及びその雑則としての(4)において重複規定により強調されている。

「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第21条は、「反不正競争法」第12条第2項(1)において禁止されている「リンクを挿入し、強制的に特定のページに遷移させる」という「トラフィックハイジャック」行為を解釈している。「反不正競争法」第12条第2項(1)に規定されている「強制的に特定のページに遷移させる」ことは、「他の事業者の同意を得ていない」ものであり、「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第21条1項には、さらに、「ユーザーの同意を得ていない」という条件が追加され、そして「特定のページへの遷移」が「直接的に生じる」ことであることが要求されている。実践中に、常に、事業者が他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスにリンクを挿入しているが、特定のページへの遷移を実現するためにはユーザーのトリガが必要とされ、事業者のこのようなリンク挿入行為が不正競争を構成しているか否かについては、様々な要因を総合して判定する必要がある。したがって、「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第21条2項には、リンクを挿入する具体的な方式、合理的な理由があるか否か、及びユーザーの利益及び他の事業者の利益への影響など、考慮すべき要因が

列挙されている。「易車App」案²⁰では、ユーザーが被告の易車Appをダウンロードしインストールした後に原告の淘宝Appをクリックして使用すると、ユーザーに易車Appに遷移するか否かを選択させる提示がポップアップし、この際に、ユーザーが「確認」をクリックすることで遷移がトリガされる。これに対して、裁判所の判断は以下のとおりである。被訴行為は、一部のユーザーの移動データが淘宝Appに入ることを妨害し、疑いもなく、元々原告に属する潜在的な取引機会を攫取し、インターネット事業者間の良性競争関係を破壊し、消費者の正常なネットショッピングを妨害し、原告のトラフィックをハイジャックして自身に導入し、誠実な原則に反し、市場競争秩序及び消費者の利益も損ない、「反不正競争法」第12条第2項（1）に規定される不正競争行為を構成する。「検索推薦語」案²¹では、ユーザーが被告の運営している搜狗ブラウザを用いて原告の愛奇藝サイトにアクセスする際に、ブラウザページの下部に推薦検索キーワードが設置されており、ユーザーがその検索キーワードをクリックすれば、被告の運営している搜狗検索サイト又は搜狗愛玩サイトに遷移することができる。これに対し、裁判所の判断は以下のとおりである。被告が搜狗ブラウザの機能を拡張するために、ユーザーが愛奇藝サイトにアクセスする際に「検索推薦語」の欄を設けるという原因だけでは、その行為の正当性を否定することができない。案件に関わる行為は、愛奇藝サイトの正常な運営を過度に妨害することはなく、ユーザーの選択に影響を与えることもなく、市場競争秩序を乱し、法律による介入が必要とされる程度には至っていない。

「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第22条は、「反不正競争法」第12条第2項（2）において禁止されている「他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスを修正、クローズ、アンインストールするようユーザーを誤った方向に導き、欺き、強迫する」という「妨害」行為を解釈している。まず、「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の第21条と同様に、第22条にも「事業者+ユーザーの二重同意」の基準が採用されている。次に、第22条には、「反不正競争法」第12条第2項（2）に列挙された「修正、クローズ、アンインストール」以外に「など」の字が追加されているため、その禁止できる範囲がより広がっている。最後に、「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈には、「他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスを悪意で妨害したり、破壊したりする」という別の条件が追加されている。「インターネット特別条項」が実施される前に、訴訟実践では、「公共の利益ではなくかつ必要がない」場合に、他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスを妨害してはならないという原則が提出されたことがある。例えば、「百度アイコン挿入」案²²では、被告の360

²⁰ 浙江省杭州市中級人民法院（2020）浙01民初8743号民事判決書を参照されたい。

²¹ 北京市海淀区人民法院（2019）京0108民初55073号民事判決書、北京知的財産権法院（2021）京73民終3276号民事判決書を参照されたい。注意すべきこととして、裁判所が本案件に適用するのは、「反不正競争法」第12条第2項（4）及び第2条であり、第12条第2項（1）は適用されていない。

²² 最高人民法院（2014）民申字第873号民事裁決書を参照されたい。

安全衛士は、原告の百度網の検索結果ページに警告標識として赤地に白い感嘆符のアイコンを選択的に挿入して、該検索結果に対応するサイトにリスクがあることをユーザーに警告し、そして徐々にネットワークユーザーがクリックして360安全ブラウザをインストールすることを誘導して、そのブラウザ製品を普及させた。これに対し、裁判所の判断は以下のとおりである。ネットワークサービス提供者は、特定の場合にネットワークユーザーの了解、能動的な選択、及び他のインターネット製品及びサービス提供者の同意を得ずに、他人のインターネット製品又はサービスの動作を妨害することができるが、ネットワークユーザーなどの社会公共利益を保護することに限定する必要がある、妨害手段の必要性と合理性、すなわち「公共の利益ではない妨害しないという原則」を確保すべきである。被告は、その警告アイコンを追加する行為が合理的な基礎を有していることを証明しておらず、原告が提供する検索エンジンサービスが合法的であるか否かにかかわらず、被告のセキュリティソフトウェアが原告の検索エンジンの結果に介入している理由がない。許可を得ずに他人が提供するサービスに直接介入する行為は、公共の利益を維持する最良の方法ではなく、逆にサービス提供者間の対立や衝突を引き起こす可能性があり、良好な競争秩序の形成に不利である。

「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈には、その意見募集段階では、「反不正競争法」第12条第2項(3)「悪意をもって互換性を持たせない」という行為に対して具体的に適用される意見、「反不正競争法」第12条第2項(4)雑則が適用される5つの条件、商業データ保護が「反不正競争法」第12条第2項(4)に適用される条件などがさらに規定されており、実践や理論上の議論があるため、正式に施行されている「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈には、これらの条項が削除された。

近年の訴訟実践から分かるように、「反不正競争法」の「インターネット特別条項」における具体的な条項も、「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈も、インターネットの不当な競争を規制するニーズに適応するには不十分であり、多くの行為は、「反不正競争法」第12条第2項(4)の雑則、さらに「反不正競争法」第2条の原則条項でしか規制することができない。例えば、「分身ソフトウェア」案²³では、被告は、「X分身ソフトウェア」を開発して運営しており、ユーザーは、このソフトウェアで開いたウィーチャットクライアントによりウィーチャット偽装、ワンクリック転送、ワンクリック「いいね」集め、メッセージ撤回防止、紅包自動獲得、音声転送などの原告のウィーチャットソフトウェアが本来持たない機能を取得することができる。これに対し、裁判所の判断は以下のとおりである。被訴行為は、表現形式的には「反不正競争法」第12条第2項(1)及び(2)に規定されている行為とは異なるが、本質的には技術

²³ 北京市海淀区人民法院(2019)京0108民初52890号民事判決書を参照されたい。

手段を利用して他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスの正常な運営を妨害したり、破壊したりすることであり、いずれも他人の正当な経営を不正に損害した上で、自身のために不当な利益を得ようとし、市場競争秩序を乱す行為である。したがって、この行為は、前述の条項に明示的に列挙されていないが、第12条第2項(4)で規制された不正競争行為に属するべきである。さらに、例えば「番号レンタルプラットフォーム」案²⁴では、被告は、その「刀鋒プラットフォーム」、「番号レンタル遊び」プラットフォームに原告の優酷網に対する映像レンタル専門ゾーンを設置し、複数の取引成功を促進する有料サービス項目を提供するなどの方式を通じて、大量、集中的にそのユーザーに優酷会員のアカウントを貸し出すか又は借りるレンタルサービスを提供し、その中から費用を徴収し、利益を貪った。これに対して、裁判所の判断は以下のとおりである。関連する番号レンタルプラットフォームは優酷網の会員サービス、会員番号に対して設定された制限及び規則を知らないはずはないが、依然として大規模に、専門的に会員アカウントのレンタルに従事し、かつそれによって高額な収益を貪り、優酷網がその商業モデルに基づいて生産した経営収益を直接損害し、徐々に市場インセンティブメカニズム機能を失わせ、ネットビデオ業界の正常、秩序のある発展を阻害し、最終的に消費者福祉の減損をもたらし、「反不正競争法」第2条に規定される不正競争行為と認定すべきである。

最後に、商業データの保護は、現在、訴訟実践の注目される焦点となっている。裁判所が近年公表した典型的なケースから分かるように、これらのケースに関連する法律問題は、20数年前の「S C Iリアルタイム金融システム」案²⁵に現れた問題と実質的な差がなく、いずれも許可を得ずに他の事業者のデータを取得し、直接使用して、他の事業者の製品又はサービスを「実質的に代替する」行為である。もちろん、市場経済の継続的な深化に伴い、商業価値のあるデータタイプも増え、不正に取得されて利用されているデータは、金融情報²⁶だけでなく、ビジネス運営のネットワークライブラリー文書²⁷、ネットショッピングプラットフォームの販売データ²⁸、公共交通情報²⁹、ソーシャルプラットフォーム上の世論情報³⁰及びスター動態³¹、飲食評価プラットフォーム上の消費者評価データ³²及

²⁴ 北京市海淀区人民法院(2020)京0108民初2913号民事判決書、北京知的財産権法院(2021)京73民終3955号民事判決書を参照されたい。

²⁵ 北京市第一中級人民法院(1996)一中知初字第54号民事判決書、北京市高級人民法院(1997)高知終字第66号民事判決書を参照されたい。裁判所の判断は以下のとおりである。覇才会社は、陽光会社の許可を得ず、陽光会社の上海の顧客を通じてS I Cリアルタイム金融情報電子データベースにおける上海証券取引所、深セン証券取引所、天津持分取引所の相場データを取得し、商業目的のためにその顧客に有償で即時に伝送し、その行為は、事業者が市場取引中に従うべき誠実な信用原則と公認された商業道徳に違反し、陽光会社の合法的權益を損害し、不正競争を構成している。

²⁶ 「万得の同花順に対する訴訟」案、上海市高級人民法院(2017)沪民終字39号民事判決書及び「万得の灯塔に対する訴訟」案、浙江省高級人民法院(2018)浙民終字1072号民事判決書を参照されたい。

²⁷ 「百度文庫」案、北京市海淀区人民法院(2019)京0108民初51116号民事判決書、北京知的財産権法院(2020)京73民終2972号民事判決書を参照されたい。

²⁸ 「生意参謀」案、浙江省杭州市中級人民法院(2018)浙01民終7312号民事判決書を参照されたい。

²⁹ 「車来了App」案、広東省深セン市中級人民法院(2017)粵03民初822号民事判決書を参照されたい。

³⁰ 「イーグルストライクシステム」案、北京市海淀区人民法院(2018)京0108民初28643号民事判決書、

びビデオ集約プラットフォーム上のビデオデータ³³なども含む。現在の訴訟実践から見ると、被告がデータを不正に取得した後にさらなるデータの加工、ひいては革新的なデータ利用行為が少ないため、最高人民法院は、「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の意見募集稿で「実質的に代替する」ことをデータ権益保護の核心要件としている。しかしながら、「実質的に代替する」という要件は、現在の訴訟実践に対する総括に過ぎず、その要求も厳しすぎて、全ての不正競争行為、例えば、「クリックファームと信用の誇大宣伝」を通じて他人の虚偽宣伝を助け、飲食評価プラットフォームの関連データを事実と合わないものにし、他人の経営データを破壊する行為を規制することができない³⁴。インターネット技術及び商業モデルの更新発展を予測できない状況で、最高人民法院は、慎重な態度で、最終的にデータ権益保護問題に対して明確な指示性規則を提供していない。³⁵ある研究者は、データ権益に関連する不正競争訴訟では、データタイプとその保護程度、被訴行為の損害程度、被訴データ取得行為の方式、被訴データ使用行為の革新程度、個人情報に対する保護などの5つの面から分析し、異なる価値指向の間で利益を判定し、データ競争行為の正当と不正の境界を合理的に画定すべきであることを指摘した。³⁶近い将来、立法機関、行政法執行機関又は司法機関が現実性と先見性を兼ね備えたデータ競争ルールを作成できることが期待される。

北京知的財産権法院（2019）京73民終3789号民事判決書及び北京市高級人民法院（2021）京民申5573号民事裁決書を参照されたい。

³¹ 「超級星飯団App」案、北京市海澱区人民法院（2017）京0108民初24512号、（2018）京0108民初13742号民事判決書を参照されたい。

³² 「大衆点評」案、上海知的財産権法院（2016）滬73民終242号民事判決書。

³³ 「360ウェブサイトの放送と録画を同時に行うワンクリック共有」案、北京市西城区人民法院（2020）京0102民初17017号民事判決書、北京知的財産権法院（2021）京73民終496号民事判決書を参照されたい。

³⁴ 「鉄魚霸王餐」案、山東省青島市中級人民法院（2020）魯02民初2265号民事判決書を参照されたい。

³⁵ 最高人民法院による「中華人民共和国反不正競争法」の適用における若干問題に関する解釈の意見募集稿のデータ権益保護条項の詳細な分析は、蘇志甫、陳彦蓉、張好の「商業データ競争法規の行方の解説と展望」を参照することができ、ウィーチャット公式アカウント「天同訴訟圈」2022年4月6日に掲載されている。

³⁶ 何瓊の「企業データ権益知的財産権保護」（講座実録）を参照して、ウィーチャット公式アカウント「智産家」2022年5月14日に掲載されている。

永新知識産権の実績 2021-2022



永新知識產權の扱った高額 損害賠償事件 2021-2022

番号	判決賠償額	裁判所	代理弁護士	
1	RMB 27060000.00	北京知的財産権法院	 董慧芳	 張超
2	RMB 20000000.00	最高人民法院	 賈慶忠	 穆豪亮
3	RMB 11000000.00	上海知的財産権法院	 苗微	 寇飛
4	RMB 6000000.00	広東省高級人民法院	 楊寧	 周琪
5	RMB 3620000.00	上海知的財産権法院	 唐旌元	
6	RMB 3200000.00	広東省仏山市中級人民法院	 傅鳳喜	 黃偉蘭
7	RMB 3150000.00	仏山市禅城区法院 北京知的財産権法院	 楊寧	 張琰



www.chinantd.com

Patent: hujianxin@chinantd.com;

sunjian@chinantd.com

Trademark & Law: qonqiujuan@chinantd.com

上級顧問：鐘鳴

編集：劉方円、王智慧

總責任者：沈春湘、李雅瓊