



越境ECにおける商標権紛争及びその対応

北京三友知識産権代理有限公司

王新艷





- 大連代表処
- 蘇州支社
- 香港代表処
- 日本代表処
- 德国代表処

1986

最初の民営特許事務所

1998

涉外特許代理業務開始

2008

標準化管理

2011

ISO9001認証

2016

三友知的財産グループ

2021



OUTLINES



一

中国越境EC市場の現状

二

中国における商標登録出願戦略

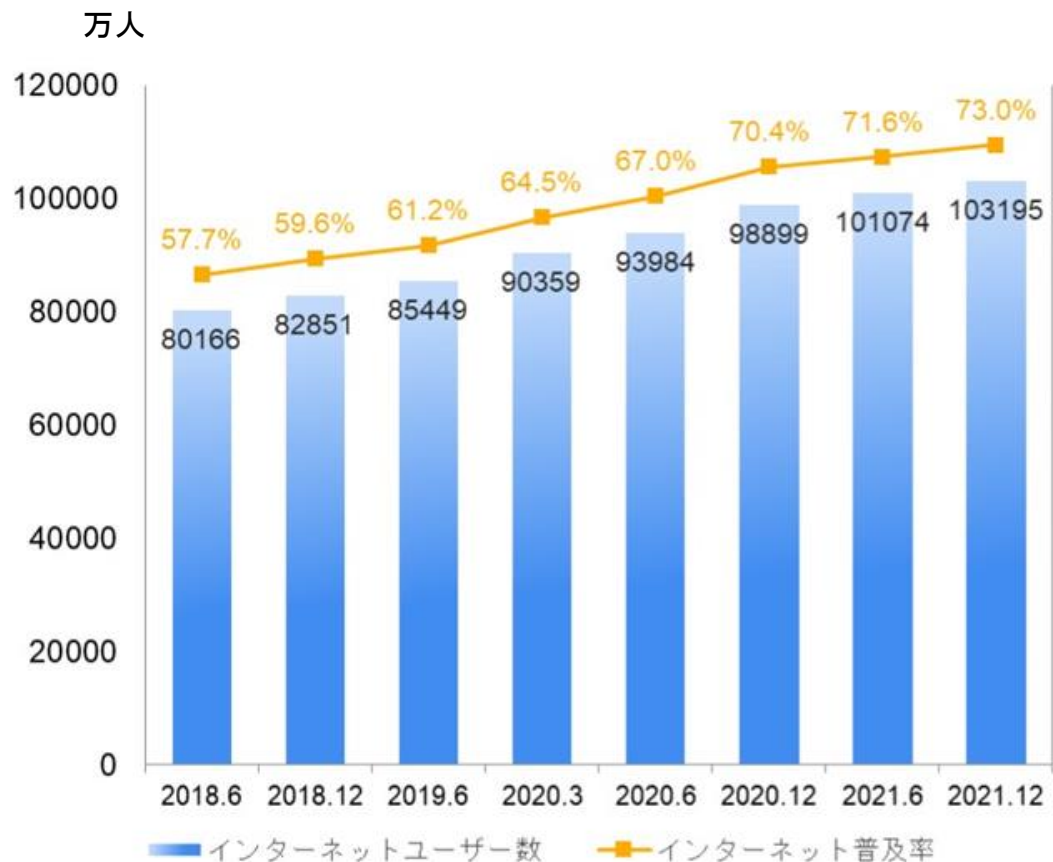
三

模倣品への対応

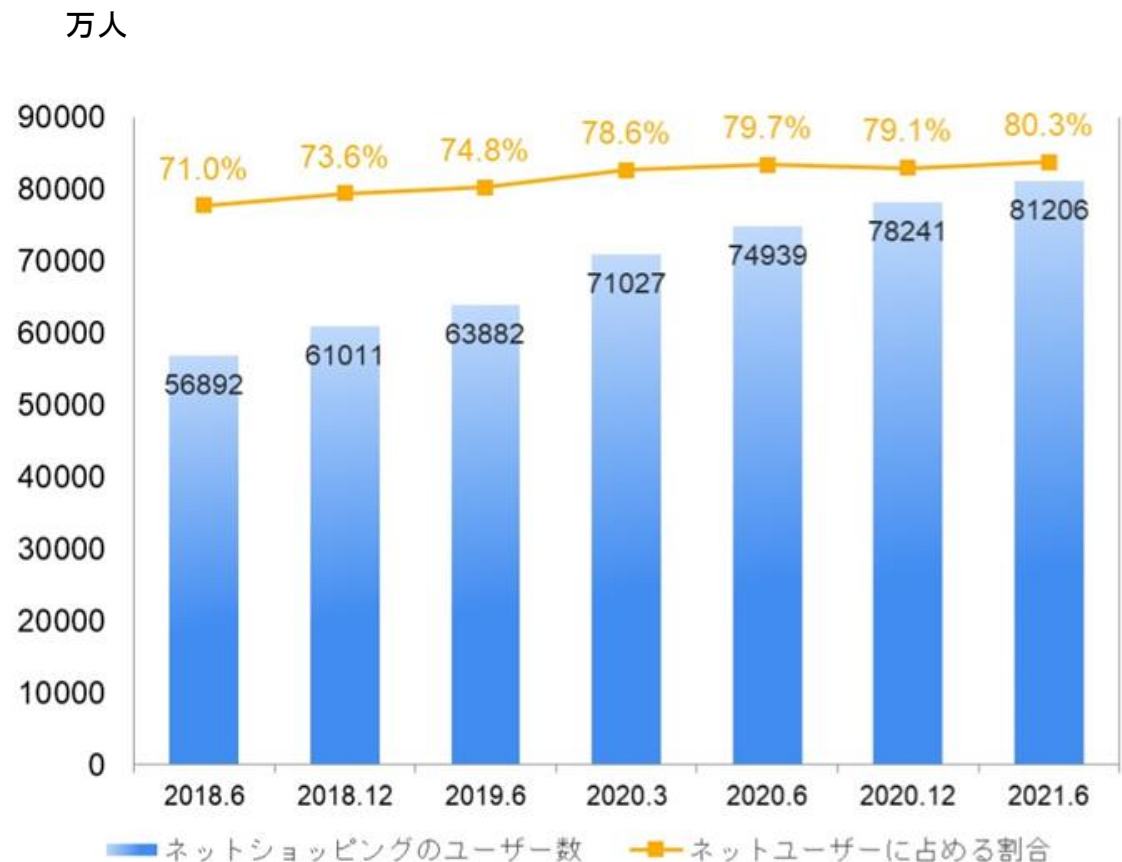


中国越境EC市場の現状

インターネット利用者数は10億人を超え、インターネット普及率は73.0%に達した



インターネットユーザー数



ネットショッピングユーザー数

出所：CNNIC第48回「中国インターネット発展状況統計報告」

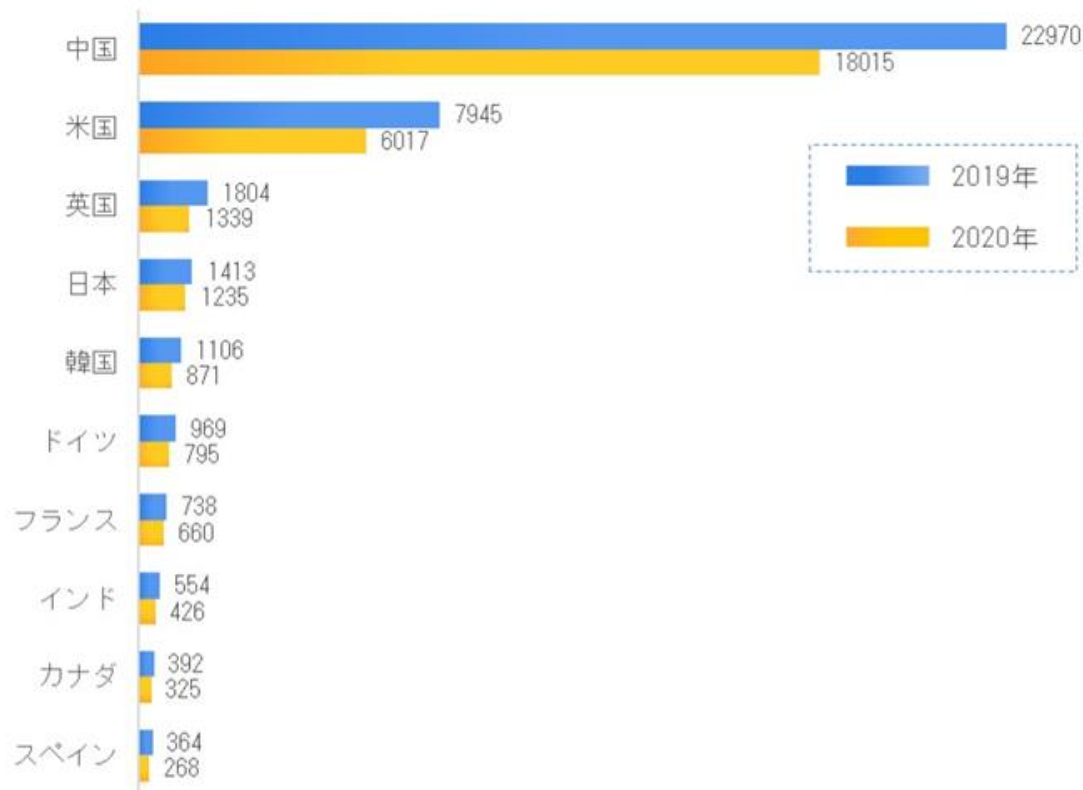




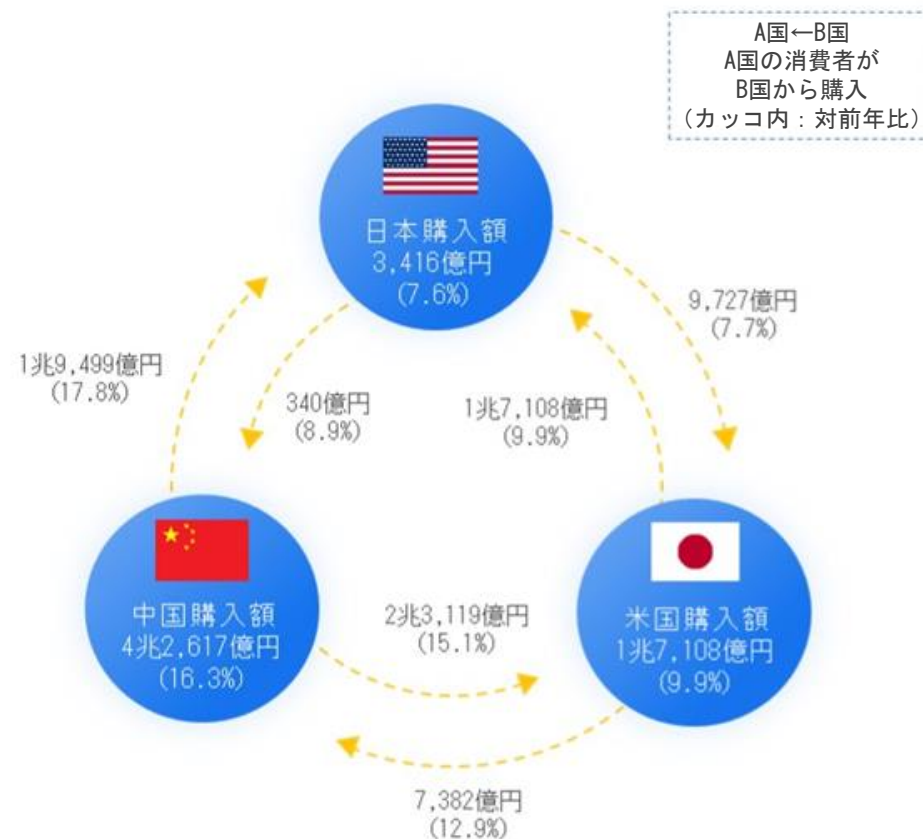
中国越境EC市場の現状

2020年以降、EC市場が世界的に増加、中国が圧倒的な市場規模を占める

国別のBtoC-EC市場規模（単位：億USドル）



中日米3カ国間の越境 EC 市場規模推計（単位：億円）

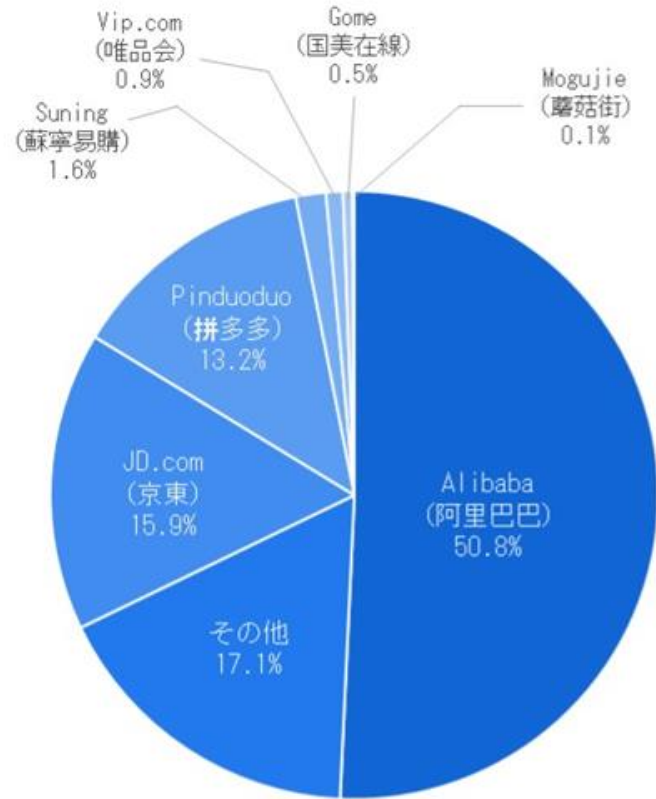


出所：「令和2年度産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）」



中国越境EC市場の現状

2020年以降、EC市場が世界的に増加、中国が圧倒的な市場規模を占める



中国ECプラットフォーム事業者のシェア



中国越境ECプラットフォーム

出所：「令和2年度産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）」

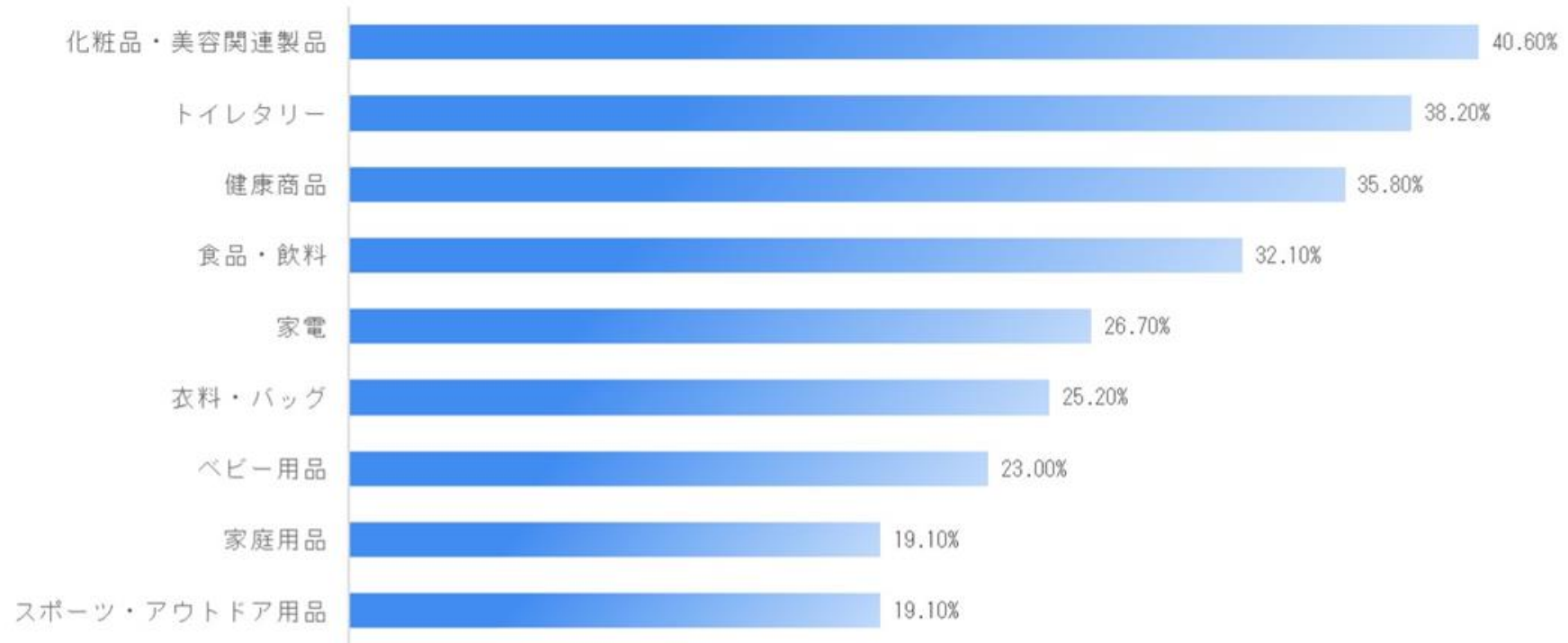




中国越境EC市場の現状

2020年以降、EC市場が世界的に増加、中国が圧倒的な市場規模を占める

中国の消費者が越境ECで購入している商品



出所：「令和2年度産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）」





二. 中国における商標登録出願戦略



中国における商標登録出願の現状

2021年順位	2020年順位	区分	2021年出願件数	2020年出願件数	増加率
1	1	第35類（公告、オンライン市場の提供など）	1,281,263	1,233,273	3.89%
2	2	第30類（お菓子、インスタント食品など）	615,841	608,809	1.16%
3	4	第25類（被服、靴、帽子など）	503,066	505,986	-0.58%
4	3	第9類（コンピュータ、科学用器具など）	495,750	526,042	-5.76%
5	6	第43類（飲食、宿泊施設の提供など）	448,259	386,201	16.07%
6	5	第29類（肉、水産物、加工食品など）	438,679	457,052	-4.02%
7	11	第33類（アルコール飲料）	391,353	292,588	33.76%
8	7	第5類（医薬品など）	356,942	385,165	-7.33%
9	9	第41類（教育、娯楽など）	350,916	339,501	3.36%
10	8	第3類（化粧品など）	335,645	383,840	-12.56%
合計			5,217,714	5,118,457	1.94%

出所：https://www.sohu.com/a/526357909_121258544



二. 中国における商標登録出願戦略

インターネット上での商標使用の形態

- ドメインネーム、サイト名及びウェブサイトでの宣伝
- アプリ名
- WeChat公式アカウント
- ネットショップの名前（店名）、看板
- サーチ・エンジン

中国越境EC出店段階の留意点

- 事前に商標登録出願を含める権利取得
- 自社EC店舗が他人の権利を侵害していないか常にチェック



二. 中国における商標登録出願戦略

中国で商標を登録しない場合のリスク



1

他人に冒認出願される恐れがある

- 自分の権利取得が困難になる
- 冒認出願に対応するためお金や時間がかかる

2

他人の商標権を侵害する恐れがある

- 使用停止、出品削除を求められる
- 中国税関で通関できない
- 損害賠償を求められる

3

権利行使できず、模倣品拡散

- ブランドのイメージダウン
- やむを得ず中国市場から撤回



二. 中国における商標登録出願戦略

商標登録出願戦略

1. できる限り早期に中国で商標登録出願をする
商標審査4ヶ月+初期査定公告3ヶ月
2. 重要な商標が登録されたら、速やかに関連する商品・役務に拡大する
冒認出願を防止するため、商標の保護範囲を拡大させる
3. 対応する中国語商標を登録出願
すでに中国の消費者に呼ばれる中国語名称があったかどうか覚えやすい、プロモーションしやすい、よい意味を表す漢字
4. 独創性のある図形商標は著作権登録もしておく
著作権登録証書は権利享有の初歩的な証拠として利用される
著作権登録証書を証拠として提出し、著作権に基づき異議申立を行うことが可能となる
5. 使用・宣伝をしたことの様々な証拠を適切に保管しておく
三年不使用取消審判、先使用主張、知名度証明
6. 重要な商標、特定の主体に対して定期的にウォッチングする



二. 中国における商標登録出願戦略

事例 1



<p>商標</p>	<p>HYSTERIC MINI 黑超奶嘴</p>  
<p>区分</p>	<p>第25類：子供服、帽子、靴など 第24類：タオル、毛布、乳児用おくるみなど 第28類：おもちゃ、ゲーム機など 第24類：弁当箱、食器、歯ブラシなど 第10類：おしゃぶり、マスクなど 第35類：販売促進のための企画及び実行の代理販売を目的とした、各種通信媒体による商品の紹介など 第3類：化粧品など 第5類：乳児用おむつ、乳児用食品など</p>
<p>著作権登録</p>	   
<p>冒認出願 ウォッチング</p>	<p>第25類「HYSTERIC DUZAI BOY」、「黑超奶爸」、「黑超小魔怪」</p> 

三. 模倣品への対応

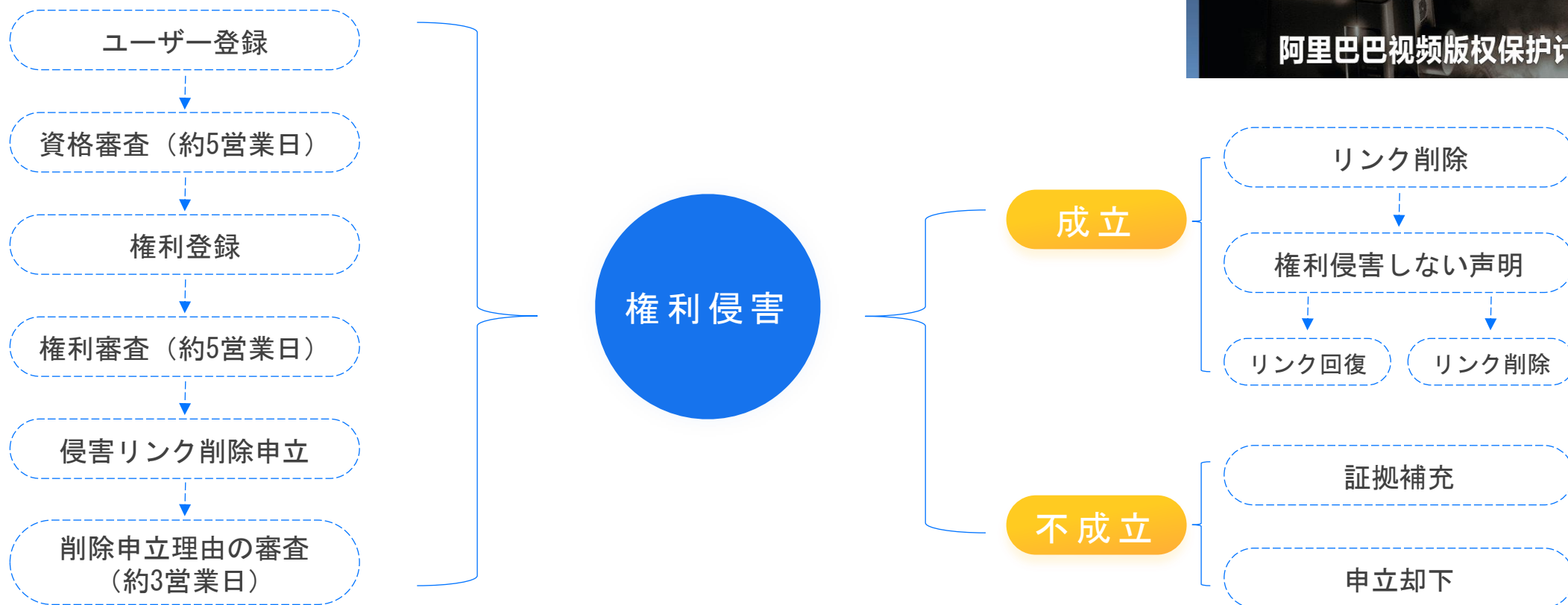
模倣品の対応手段

	対応方法	コスト	時間	期待できる効果	問題点
オンライン	リンク削除要請	低い	2週間程度	リンク削除	プラットフォーム内の経営者が異議を提出し、相違点を主張したとき、プラットフォーム側において侵害に該当するかどうかを判断能力がないとの理由でクレームを認めず、リンクを削除しないことがよくある
オフライン	警告状	低い	1ヶ月程度	侵害停止	警告書を送付しても、無視されてしまい、如何なる効果も果たせない可能性もある 不侵害確認訴訟を提訴されるリスクがある
	行政摘発	訴訟より低い	3~6ヶ月程度	侵害停止と侵害者への行政処罰	類似性の判断が慎重で、賠償金をとれない
	民事訴訟	高い	1年程度	侵害停止と賠償金	相手側が管轄異議申立、上訴などで訴訟期間を延ばす
	刑事告発	訴訟より低い	3~6ヶ月程度	侵害停止と侵害者への刑事罰	情状が嚴重であるデッドコピーの事件に限られる

三. 模倣品への対応

アリババにおける削除要請方法

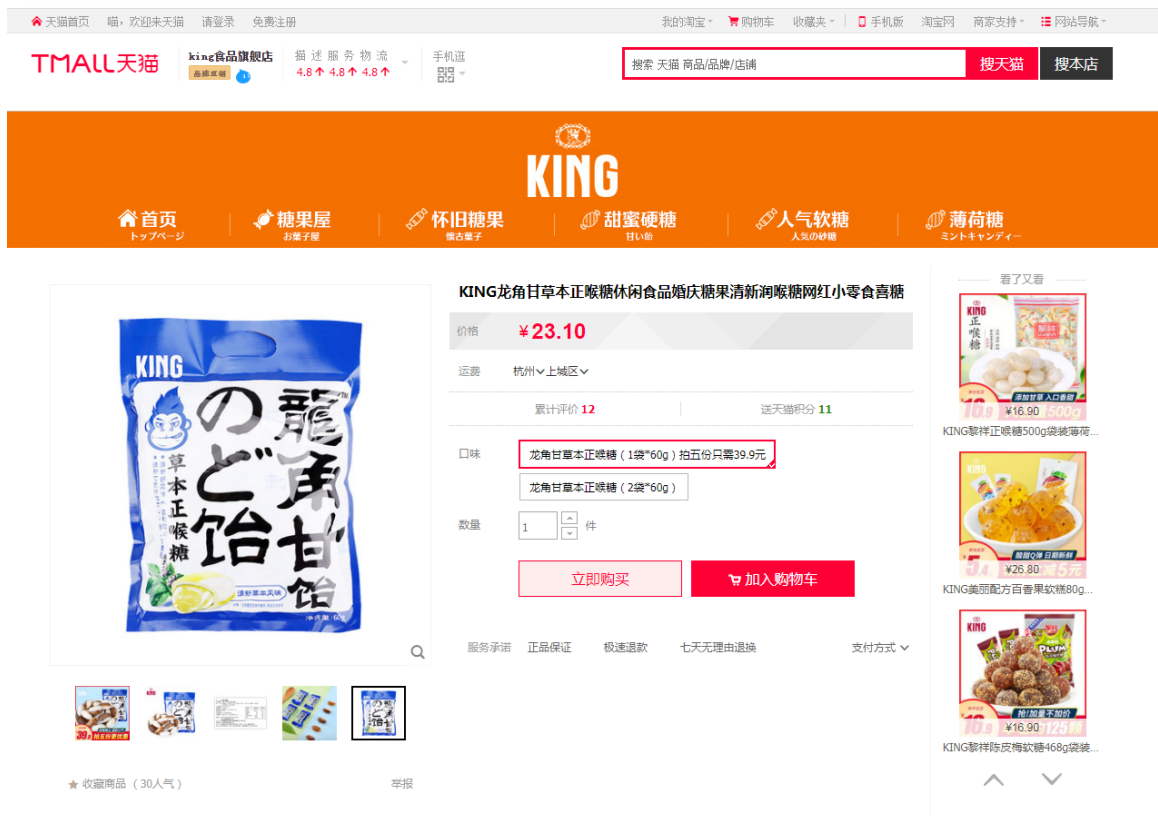
アリババ知的財産権保護プラットフォーム : <https://ipp.alibabagroup.com>



三. 模倣品への対応



事例2: リンク削除申立が却下され



三. 模倣品への対応

事例3：総合的な対応戦略



VS.



展示会で模倣品発見



実体店舗



ネット店舗

三. 模倣品への対応

事例3：総合的な対応戦略

登録番号	商標	出願日	登録日	指定商品
1090265	龙角散	1996年7月15日	1997年8月28日	飴；チョコレート（3004）等
1090266	龍角散	1996年7月15日	1997年8月28日	飴；チョコレート（3004）等
4378156		2004年11月23日	2007年06月21日	飴（3004）等

模倣業者の商標と意匠を潰す		
龍の散	<p>出願番号：第22568080号 出願日：20170110 出願人：杭州禾璽実業有限公司 指定区分：第30類 指定商品：お茶、飴、チョコレート等</p>	<p>異議申立 無効審判</p>
	<p>意匠に係る物品：包装袋(龙之散) 出願番号：CN201730498787.3 出願日：20171019 出願人：杭州禾璽実業有限公司</p>	<p>無効審判</p>

三. 模倣品への対応

事例3：総合的な対応戦略

案件種類	商標権侵害行政取締
実施時期	2019年1月
場所	上海市松江区
当局	上海市松江区市場監督管理局洞涇市場監督管理所
概要	現場で龍角散の模倣品合計 118 袋を発見 店主は展示会で杭州禾璽が展示していた製品を見て、購入したと供述 商標権侵害を構成すると認定し、販売停止命令



三. 模倣品への対応

事例3：総合的な対応戦略

案件種類	商標権侵害及び不正競争訴訟
関連商標	第1090265号「龙角散」、第1090266号「龍角散」
原告	株式会社龍角散
被告	上海市浦東新区航頭鎮道忠コンビニ 杭州禾璽実業有限公司 福建省晋江市真口味食品有限公司
一審判決 (2019)滬0115民初26465号	<ul style="list-style-type: none">被告杭州禾璽及び福建真口味は判決の発効日より、原告の第1090265号「龙角散」、第1090266号「龍角散」登録商標の専用権を侵害する行為を直ちに停止被告杭州禾璽及び福建真口味は判決の発効日より、原告の「龍角散のどすっきり飴」装飾と類似する装飾を使用する不正競争行為を直ちに停止被告道忠コンビニは判決の発効日より起算して10日間以内に、原告の経済損失及び権利侵害の阻止のために支払った合理的支出計2500人民元を賠償被告杭州禾璽及び福建真口味は判決の発効日より起算して10日間以内に、原告の経済損失及び権利侵害の阻止のために支払った合理的支出計20万人民元を連帯して賠償被告杭州禾璽及び福建真口味は判決の発効日より起算して30日間以内に、その商標権侵害及び不正競争行為につき新民晩報で声明掲載、影響除去株式会社龍角散のその他の訴訟請求を棄却
二審判決 (2021)滬76民終161号	一審判決維持



Thanks !

Beijing Sanyou Intellectual Property Agency Ltd.

16 F, Block A, Corporate Square ,

No. 35 Jinrong Street ,

Beijing 100033, P. R. China

Tel : +86-10-88091921

Fax : +86-10-88091920

Email : sanyou@sanyouip.com