

中華人民共和国「反不正当竞争法」の改正

何 英 韜*

抄 録 「反不正当竞争法（不正競争防止法）」は1993年12月1日に施行されて以降、2017年で24年になる。2015年、元国家工商行政管理総局は「反不正当竞争法」の改正業務を開始した。2017年11月4日、改正「反不正当竞争法」が全国人民代表大会常務委員会の表決を経て可決され、2018年1月1日に施行された。改正「反不正当竞争法」は、「商標法」、「反壟断法（独占禁止法）」などの法律と重複する規定を削除した上で、新たな不正競争行為を規制するため、インターネットを利用した不正競争行為などを禁止する規定を追加した。さらに、執行権の付与、法執行手続きを明確に規定した上で法執行の行政機関に強い権限を与えた。そして、民事責任、行政責任及び刑事責任の体系を確立すると同時に、各種不正競争行為に対する罰則が設けられており、法律の抑止力を強化した。本稿は、「反不正当竞争法」改正の内容を紹介すると共に、日本企業が特に留意すべき点を説明する。

目 次

1. はじめに
2. 改正の主な内容
 2. 1 不正競争行為に関する総括的規定
 2. 2 不正競争行為に関する具体的規定
 2. 3 不正競争が疑われる行為に対する調査に関する規定
 2. 4 不正競争行為の法律責任に関する規定
3. 混同行為に関する規定（第6条）
 3. 1 改正の主な内容
 3. 2 「一定の影響力」について
4. 営業秘密の保護に関する規定（第9条）
 4. 1 営業秘密の構成要件
 4. 2 「ビッグデータ」について
5. 監督・検査の手段及び措置（第13条～第16条）
 5. 1 法執行機関の監督・検査職権の強化
 5. 2 法執行措置の報告、承認手続きの明確化
 5. 3 調査の拒否、阻害行為に対する処罰規定の追加
 5. 4 行政調査・処分手続きの有効利用
6. おわりに

1. はじめに

1993年12月1日に、中国初の「反不正当竞争法」が施行され、市場における公平な競争の保障、取引秩序の維持などにおいて重要な役割を果たした。中国経済は、20年以上の発展を経て、市場化レベルは大幅に向上し、経済総量、市場規模、市場競争の程度及び競争状態に極めて深く広範囲にわたって変化が生じた。一部の公平な競争を妨害する新たな現象や新たな問題が相次いで生まれた。改正前の「反不正当竞争法」は経済発展の需要に適応できなくなっていることが明らかであった。

第一に、実務において新たに現れた競争秩序の乱れ、明らかな不正競争行為について、改正前の「反不正当竞争法」に規定されていなかった。改正前の「反不正当竞争法」に規定された不正競争行為の特徴は変化し、反不正競争の法執行の根拠が不十分となった。

* 北京集佳知識産権代理有限公司 パートナー中国弁護士 Yingtao HE

第二に、不正競争行為に対する規制や管理の仕組みがまだ十分に整備されていなかった。法執行の行政機関が分散されている、法執行基準が統一されていない、法律責任制度の整備が不十分である、処罰内容が過度に軽いなどの問題があった。損害賠償制度の不正競争行為の管理における民事の役割をより一層強化し、行政調査・処分の措置はさらに刷新する必要がある。事中・事後の管理監督を強化する要求に応じて、民事責任と行政処分の有機的な連携や、刑事責任を最後の懲戒の手段とする法律の責任体系を整備しなければならない。

第三に、改正前の「反不正当竞争法」施行以降、「反壟断法（独占禁止法）」、「招標投標法（入札法）」などの法律が制定され、さらに「商標法」、「広告法」などの法律が改正され、関連法の条文に交錯や重複の問題が生じた。改正前の「反不正当竞争法」はこうした法律との交錯、重複、さらには不一致の内容が存在し、法律規定の同調・一致を維持するために「反不正当竞争法」を改正する必要があった¹⁾。

2017年11月4日、中国の全国人民代表大会常務委員会において改正「反不正当竞争法」が表決により可決され、改正法は2018年1月1日に施行された。改正「反不正当竞争法」は現在の市場競争において現れた新たな状況、新たな問題に焦点が合わせられ、不正競争行為に対する規制、規則をより明確にしておき、公平な競争を奨励、保護し、事業者と消費者の合法的な権益を保護する上で有利に働く。本稿では、主な改正の内容について説明する。

2. 改正の主な内容

2.1 不正競争行為に関する総括的規定

「反不正当竞争法」第2条の基本原則に関する規定において、改正前の「事業者が市場取引において」従わなければならない原則が「事業

者が生産・経済活動において」従わなければならない原則に改められた。不正競争行為の概念を定義する際、改正前の「事業者が本法の規定に違反し、他の事業者の合法的な権益を害し、社会秩序を攪乱する行為」が「事業者が生産・経済活動において本法の規定に違反し、市場の競争秩序を攪乱し、他の事業者又は消費者の合法的な権益を害する行為」に改められた。事業者の概念を定義するとき、改正前の「商品の取扱又は営利を目的とする役務に従事する法人、その他の経済組織及び個人」が「商品生産、取扱又は役務の提供に従事する自然人、法人、非法人組織」に改められた。以上の修正を通じて、不正競争行為の概念の定義に対して新たな情勢に適応した修正が行われ、不正競争行為は事業者の生産・経済活動における行為であり、不正競争行為の結果は市場競争秩序を攪乱し、他の事業者または消費者の合法的な権益を害することであることが明確にされた。「反不正当竞争法」の改正に「消費者」が加えられたことは、改正「反不正当竞争法」が従来の事業者の保護から現在の事業者、消費者、公共の利益の保護に発展したことを体現している。

第2条不正競争行為の定義に関する規定（「一般条項」）は一種の定義的な規範であるだけでなく、援用することもできる一般条項である。すなわち、法院（裁判所）は規定されていない不正競争行為を認定する根拠とすることができる。「一般条項」の適用要件について、最高人民法院は「山東省食品進出口公司等と青島聖克達誠貿易有限公司などの不正競争紛争再審事件」²⁾において、「反不正当竞争法」第2条を適用し、不正競争行為を構成すると認定し、次の条件をすべて備えなければならないとした。①法律が当該競争行為に対し特別の規定をしていない。②他の事業者の合法的な権益が当該競争行為により実際の損害を受けたことが確かである。③当該競争行為が信義誠実の原則と公認

の商業道徳の違反行為に該当することが確かであることが確かで正当性がない。上述の最高人民法院の判決によって確立された「一般条項」の適用要件は、改正「反不正当竞争法」の施行後も適用される。

ただし、人民法院が不正競争紛争を処理するとき、案件の実情に基づき、第2章（第6条から第12条）の規定を適用することも、第2条の不正競争行為の定義に関する規定（「一般条項」）を適用することもできるが、「反不正当竞争法」に「一般条項」の違反について相応の処罰を設定していないため、「行政処罰法」第3条「法定根拠がない、又は法定手続きに従わない場合、行政罰は無効である」という規定に基づき、行政機関（監督検査部門）は不正競争行為を「一般条項」を適用して調査し処分することができない³⁾。つまり、改正「反不正当竞争法」第6条から第12条に明確に規定された不正競争行為に対しては、司法手続きを選択することも行政手続きを選択することもできるが、第6条から第12条の規定以外の新たな類型の不正競争行為については司法手続きを選択することしかできない。

2. 2 不正競争行為に関する具体的規定

改正前の「反不正当竞争法」第2章に定める不正競争行為は11種類あったが、改正「反不正当竞争法」では5種類が削除され、インターネットに関する行為を1種類加え、計7種類となった。

(1) 第6条

第6条では混同行為の関連条項に対し修正されたもので、混同行為の概念がより明確にされ、混同行為の内容が拡大された。詳細については、3. で詳細に解説する。

(2) 第7条

第7条では、商業賄賂の関連条項に対し修正

が行われ、商業賄賂の対象、範囲が明確にされた。賄賂の対象には、取引相手の従業員、取引相手方の委託を受けて関連の事務手続きを行う組織または個人、職権または影響力を利用して取引に影響を及ぼし得る組織または個人の3種類が含まれている。また、事業者の従業員の賄賂行為が事業者の行為と認定されなければならないことが明確にされた。すなわち、事業者の従業員が賄賂を贈った場合、事業者が従業員の行為であると証明する、または事業者のビジネスチャンスもしくは競争優位の獲得と無関係であることを証明する明確な根拠がある場合を除き、事業者の行為と認定されなければならない。

改正「反不正当竞争法」第7条の後半の但し書きにおいて、従業員の行為が雇用主と無関係であると雇用主が証明できる場合、免責されることが明確にされたが、実務において従業員の行為と雇用主がビジネスチャンスまたは競争優位の獲得と無関係であることをいかに証明するかは難点である。雇用主は従業員の賄賂行為を知らなかったと証明しなければならないほか、雇用主がそれによりビジネスチャンスもしくは競争優位を獲得しなかった、またはビジネスチャンスもしくは競争優位の獲得が従業員の賄賂行為と無関係であると証明しなければならない。これにより、企業の従業員に対する管理と企業リスクの制御に対しより厳しい要求が出されたことは確かである。

(3) 第8条

第8条では、虚偽の宣伝に関する条項に対する修正が行われ、広告を利用して虚偽の宣伝を行うこと、虚偽の取引量、虚偽のユーザー評価により虚偽の取引を行うことが含まれる。いわゆる虚偽の取引とは、真実の取引がなく、最終目的は宣伝を通じて消費者の商品購入を誘導することである。改正「反不正当竞争法」では虚偽の取引を利用して虚偽の宣伝を行うことに焦

点を絞った規定を追加し、販売状況とユーザー評価により虚偽の宣伝行為を実施することが規制された。

(4) 第9条

第9条では、営業秘密の行為が規範化された。改正「反不正当竞争法」では2つの点が修正された。営業秘密の定義がより明確にされ、「権利者に経済利益をもたらす、実用性がある」が「商業的価値を有し」に改められ、「実用性」の要件が削除され、権利者の商業的価値の保護に重きを置かれている。「秘密保護措置を講じる」の前に「相応の」が加えられ、過度な秘密保持措置が要求されず、護りたい営業秘密の商業的価値、独自取得の難易度などに応じて秘密保護措置を選択できるようになっている。上述のように営業秘密保護のハードルがある程度下げられ、営業秘密保護の範囲が拡大された。一方で、第三者が、営業秘密が権利者の従業員、元従業員またはその他組織、個人が営業秘密の侵害行為をはたらいて得たものであると知っているまたは知っているはずであるにもかかわらず、その営業秘密を獲得、開示、使用したまたはその使用を他人に許可した場合、営業秘密の侵害とみなすことがさらに明確にされた。

(5) 第10条

第10条では、懸賞付き販売に関する条項に対し修正が行われた。改正「反不正当竞争法」では、懸賞付き販売の情報が明確でなければならないことが新たに規定され、また抽選式の懸賞付き販売における最高賞の金額が5万円に引き上げられた。

(6) 第11条

第11条では、商業上の名誉、商品の名声の侵害行為（信用毀損）にかかわる条項に対する修正が行われた。改正「反不正当竞争法」では「虚

偽の事実を捏造、流布」が「虚偽情報又は誤導的情報を捏造、散布する」に改められた。信用毀損行為と虚偽の宣伝は類似しているが異なる。類似点は両者の内容は虚偽情報であることであり、違いは虚偽の宣伝は自身の製品の宣伝であり、信用毀損行為は他人の製品または競争相手の製品を対象にした可能性があることである。ここで注意すべきは、信用毀損行為は「反不正当竞争法」において適用される主体は最も厳格であり、「競争相手」でなければならず、競争相手の営業上の信用、商品の評判を害することによっていけないという点である。

(7) 第12条

第12条は、新たに加えたインターネット不正競争行為を規制する条項である。インターネット分野特有の不正競争行為は、技術を利用して市場を独占する、ユーザーの選択に影響を及ぼし、または、その他の方式を通じて行う、他の事業者の合法的製品の正常な運用を妨害、破壊する、の3つの要素が含まれる。改正「反不正当竞争法」では3つのインターネット分野における不正競争行為が規定された。他の事業者の同意を得ずに当該事業者が合法的に提供されるネットワーク製品また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ジャンプさせること、他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品またはサービスを修正、終了、アンインストールするようユーザーを誤導、欺罔、強迫すること、悪意をもって他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品またはサービスが互換性を持たないようにすることである。このほか、改正「反不正当竞争法」ではキャッチオール条項が追加され、他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品またはサービスの正常な運用を妨害、破壊する行為が規制される。

2. 3 不正競争が疑われる行為に対する調査に関する規定

改正「反不正当竞争法」の第13条から第16条までは不正競争が疑われる行為の調査について規定されている。修正の内容については、後述の第5章で詳細に説明する。

2. 4 不正競争行為の法律責任に関する規定

改正「反不正当竞争法」では経済の発展状況及び新たに公布されまたは新たに改正された法律にかかわる法律責任の規定が考慮されており、違法行為に対する処分の重罰化が図られ、それに応じて罰金と損害賠償額の基準値が引き上げられ、上限が300万元とされた。混同行為に基準値の規定がないことを除き、不当な懸賞付き販売行為の基準値を5万元、商業賄賂、営業秘密の侵害、信用毀損行為、他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品またはサービスの正常な運用の妨害または破壊を行った場合の基準値を10万元、虚偽の宣伝行為の基準値が20万元とされた。このように基準値を比較的高くすることによって法律の抑止力を強化できる。

第17条から第31条では改正「反不正当竞争法」第6条から第12条の規定に対応した不正競争行為により負うべき法律責任が総合的に規定され、負うべき行政責任、民事責任、刑事責任間の民事責任が優先する関係が明確にされ、「反不正当竞争法」の実務における新たな情勢の要求に適応可能となり、より高い実施可能性が備わった。

改正「反不正当竞争法」第26条では企業の信用評価、公示制度も取り入れられた。国家信用管理体系の整備が進み、これに伴って信用記録の懲戒、信用失墜行為者の拘束においてますます重要な役割を果たしている。一度だけの罰金または損害賠償と比較して、信用評価と公示は権利侵害者の今後の商業活動に及ぼす影響が長

時間、広範囲にわたりより強い拘束力を有する。

3. 混同行為に関する規定（第6条）

3. 1 改正の主な内容

改正「反不正当竞争法」第6条では、混同行為についてより正確な定義が行われた。そのうち、第一号が「他人の一定の影響力のある商品の名称、包装、装飾等と同一の又は類似した標章を無断で使用すること」と、第二号が「他人の一定の影響力のある企業名称（略称、屋号などを含む）、社会組織名称（略称などを含む）、氏名（ペンネーム、芸名、訳名などを含む）を無断で使用すること」と、第三号を「他人の一定の影響力のあるドメイン名の主体部分、ウェブサイト名称、ウェブページなどを無断で使用すること」とそれぞれ明確にされた。さらにキャッチオール条項として第四号「その他の、他人の商品である又は他人と特定の関連性があるとの誤認を生じさせる混同行為」が追加された。

以上の修正では以前の「周知」が「一定の影響力のある」に変更され、包括的に列举する方式で商品の名称、包装、装飾、企業名称、氏名、ドメイン名、ウェブページなどの誤認を生じさせるいかなる行為も混同行為に該当することを説明し、現在実務において散見される標章を混同する行為が網羅されており、キャッチオール条項が追加された。改正「反不正当竞争法」では混同行為の範囲の定義がより明確になり、適用範囲が拡大された。すなわち、他人の商品であるまたは他人と特定の関連性があるとの誤認を生じさせる行為はすべて「反不正当竞争法」が取り締まる混同行為に該当する。

3. 2 「一定の影響力」について

「一定の影響力」とは、「市場における一定の知名度を有し、関連公衆に周知されている」と理解することができる。すなわち、知名度は高

いが「著名」の程度まで達している必要はない。反不正当竞争法は標章に対する保護は登録しているか否かを要件とせず、標章を構成するか否か及び混同を容易に招くか否かに立脚している。商標、企業名称、氏名またはドメイン名などの標章を登録しているかにかかわらず、実際の市場の知名度がなければ、出所を識別する役割を果たすことができない。このため、一定の知名度があることは「反不正当竞争法」が標章を保護する前提条件である⁴⁾。

改正前の「反不正当竞争法」において、「周知商品」のような言葉は一種の表彰・称号として濫用されやすいため、新たに改正された法律では「商標法」第32条「一定の影響のある商標」の表現を参考にし、統一して「一定の影響のあること」によって標章に対する知名度の要求が表現された。解釈において、以前の「周知商品」との実質的な差異はない。いかに「知名度」を認定するかについては、2007年最高人民法院の「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」の第1条から第7条に明確な規定があり、改正「反不正当竞争法」の施行後、新たな司法解釈が公布されるまでは、上述の司法解釈で確立された判断基準がなお適用される。

ここで特に注意すべきは、最高人民法院の「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1条（中国国内において一定の市場知名度があり、関連公衆に周知されている商品）、第6条（中国国内において商業上使用する外国（地域）企業名称）及び第7条（中国国内において商業上使用する周知商品特有の名称、包装、装飾又は企業名称、氏名を含む）はいずれも「中国国内で使用する」という点が強調されている。訴えられた権利侵害者の行為が「不正競争」行為を構成することを認定するには、権利者はその標章、企業名称、ドメイン名などその使用を通じて中国国内です

で「一定の影響がある」ことを証明する証拠を提出しなければならない。中国国内での「一定の影響力」をいかに証明するかについては、最高人民法院の「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1条における知名度の認定に関する規定を参照し、日常業務において「関連商品の販売期間、販売地域、販売額及び販売対象、いずれかの宣伝を行った継続時間、程度、地域の範囲、周知商品として保護を受ける状況など」の証拠資料に注意を払って収集、保存しなければならない。なお、中国国内で「一定の影響がある」か否かに対する認定に、中国で全国的に「一定の影響がある」ことが求められているのではないということである。上海の知識産権法院がかつて終審判決で認定したように「地域の範囲については、特定の地域で周知されていれば、周知の条件に達し、全国的に周知されている必要はない。他人が周知されている地域の範囲以外で悪意をもって他人の周知商品特有の名称、包装、装飾を使用するならば、不正競争行為を構成すると認定することができる⁵⁾」。また、中国で使用を開始していないまたは使用が少なく知名度が十分に高くない商品の名称、包装、装飾などについては、「反不正当竞争法」だけに頼ることはできず、商標権、意匠権または著作権を通じて効果的に保護することを考慮しなければならない。

4. 営業秘密の保護に関する規定(第9条)

4. 1 営業秘密の構成要件

今回の改正後、営業秘密の構成要件は4条件から3条件に減少した。①当該情報が公衆に周知されていることではなく秘密性があること。②当該情報に商業的価値があること。③権利者が相応の保護措置を講じたこと。上述の構成要件の具体的判断基準については、最高人民法院

の「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9条から第17条に詳細に定められている。

営業秘密は特許権または商標権と比較して、関連行政機関の実質的審査を受けないため保護範囲が明確でない、権利侵害行為の隠ぺい性により権利者の立証がより困難になるなどの特徴がある。司法実務においても「権利者の勝訴率が高くない」という特徴が表れている。例えば、上海市浦東新区人民法院の統計によると、2002年から2011年8月末までに計58件の営業秘密侵害事件を結審した。内訳は、判決24件、訴訟取り下げ26件、調停4件、取り下げとして処理2件、移送2件である。判決が下された24件のうち、原告の訴訟請求が全部支持されたのは1件のみであり、一部支持が9件、全部棄却が14件であった⁶⁾。また、これまでの司法実務によると、営業秘密侵害事件は企業の従業員が起こしたものが多数である。上海市第二中级人民法院が2007年から2011年までに結審した34件の営業秘密侵害事件のうち、27件が直接または間接的に企業の従業員が原告の営業秘密を漏えいまたは使用して引き起こしたもので、営業秘密侵害事件全体の79.4%を占めている⁷⁾。したがって、事後の権利保護より事前の保護をするに越したことはなく、営業秘密侵害行為の発生を可能な限り回避したほうが得策であると考えられる。営業秘密侵害事件において、「商業的価値のある」という要件に対して一般に異議は大きくなく、争議は主に「秘密性」と「保護措置」に集中する。このため、次の措置を講じて営業秘密侵害発生の可能性を低くし、営業秘密侵害が発生した際に十分に立証できるようにすることを考慮することができる。

- ①従業員に対する教育・研修を強化し、従業員に営業秘密保護の重要性及び営業秘密を侵害した場合の深刻な結果を認識させる。
- ②営業秘密の管理体制を構築する。例えば、技

術情報または経営情報が発生した後、公知の情報を削除した後、速やかに当該情報を固定化し、体系化して、それを物理的媒体に記載して完全な内部文書とし、それにより営業秘密の保護内容と境界を確定しなければならない。

- ③営業秘密の商業的価値、独自取得の難易度などに基づき、秘密の保護措置を制定し、相応の保護措置を講じる。最高人民法院の「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11条の規定によると、次の状況の1つに該当し、正常な状況下では十分に機密に関わる情報の漏えいを防止する場合、権利者が秘密の保護措置を講じたことと認定されなければならない。
 - i) 秘密関連情報を知る範囲を限定し、知る必要のある関係者にのみその内容を知らせる。
 - ii) 秘密関連情報の媒体に対しロックなどの漏えい防止措置を講じる。
 - iii) 秘密関連情報を記載する媒体に秘密保護のマークを付ける。
 - iv) 秘密関連情報に対し暗号またはコードなどを採用する。
 - v) 秘密保持契約書を締結する。
 - vi) 秘密のある機器、作業場、現場などの場所に対し、来訪者を制限し、または秘密保持要求の提出を求める。
 - vii) 情報の秘密を保護するその他の合理的措置をとる。
- ④自社の営業秘密に対する保護の仕組みのほか、他社の営業秘密の侵害を防止する保護の仕組みを構築しなければならない。例えば、中国の現地の子会社が業務経験のある、特に同業の業務経験のある従業員を雇用するとき、当該従業員が提供する経験や技術が元の企業の営業秘密を含むか否かについて気を配らなければならない。

4. 2 「ビッグデータ」について

「ビッグデータ」の保護について、改正「反不正当竞争法」には明確な規定がない。ビッグデータは一般に2種類ある。1つは、他人の権利またはプライバシーにかかわるデータであり、収集者はこうしたデータを集めるとき、法律の規定を順守しなければならない。合法的な目的にのみ利用することができ、商業上の利益獲得のために利用することはできない。例えば、電信、銀行、運送会社、ウェブサイトなどの機関が業務処理で把握する個人情報、適切に管理し特定の目的に利用することのみ可能であり、漏えい、転売をすることはできない。

もう1種類のデータは他人の権利に関わらないもので、情報収集者が自ら合法的に収集して取得したものであれば、商業目的に利用することができる。こうした「ビッグデータ」が上述の営業秘密の構成要件に合致する場合、営業秘密として保護されることができる。例えば、最高人民法院が（2013年）民三終字第6号判決書において「商業用不動産プロジェクトのコスト利益分析などの情報を含むプロジェクトの利益の分析レポート」は、原告が大量の不動産開発情報から選別、調査、政府との協議、分析など特定の経営活動を通じて獲得したものであり、最高人民法院の「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9条の営業秘密に関する「公衆に周知されていない」という認定要件を満たしており、すなわち「所属分野の関係者が普遍的に知られ、容易に獲得できるものではない」と認定した。当該プロジェクトの利益の分析レポートは不動産企業が投資するプロジェクトを選択し、投資の決定をするのに資し、ゆえにレポートの所有者にとって実用性があり、それにより経済的利益を生むことができる。その他、原告はその商業経営活動において、社内的にはその従業員との間

に秘密保持条項を含む労働契約を締結し、対外的には係争の不動産プロジェクトの具体的地点の情報を隠し、かつ秘密保護の要求を明確に行うことにより、原告が秘密の保護措置を講じたことと認定することができる。以上の通り、プロジェクトの利益の分析レポートを媒体とする「商業用不動産プロジェクトコスト利益分析状況の不動産開発プロジェクトの経営情報」は営業秘密を構成する⁸⁾。

5. 監督・検査の手段及び措置（第13条～第16条）

5. 1 法執行機関の監督・検査職権の強化

法改正前の不正競争の監督・検査手段の不足、程度の低さ、抑止力の弱さなどの状況について、改正「反不正当竞争法」では法執行機関に多くの職権を与えられている。例えば、第13条では不正競争行為が疑われる物品に対して差押、押収を行う、不正競争行為が疑われる事業者の銀行口座を照会するなどの行政上の強制措置が追加規定された。

5. 2 法執行措置の報告、承認手続きの明確化

法改正前、県級以上の地方人民政府の法執行部門はすべて法律の執行権を有し、執行基準の統一が難しく、企業は法執行の動機に対する疑い、選択的な法執行、管轄権が不明な地域にまたがる法執行の問題に直面せざるを得なかった。改正「反不正当竞争法」第13条に「(一)不正競争行為が疑われる営業場所に対して立入検査を行う、(二)調査を受ける事業者、利害関係者及びその他の関係組織、個人に質問し、当該者に関連の状況の説明又は被調査行為に係るその他の資料の提供を求める、(三)不正競争行為が疑われる契約書、帳簿、証票、文書、記録、業務用通信文及びその他資料を照会、複

製する、(四)不正競争行為が疑われる物品に対して差押、押収を行う。(五)不正競争行為が疑われる事業者の銀行口座を照会する」調査措置を講じる場合、監督検査部門の主要責任者に書面で報告するとともに、承認を得なければならず、第四号、第五号の措置を講じる場合、市轄区を設置している市級以上の人民政府の監督検査部門の主要責任者に書面で報告するとともに、承認を得なければならぬと定められている。これは必ずや客観的に一部の企業の正常な経営に干渉する、恣意的で法執行動機が疑われる「調査」行動を減少させ、不純な動機による法執行、企業の正常経営に影響を及ぼす法執行行動を抑制する上で有利に働く。

5. 3 調査の拒否、阻害行為に対する処罰規定の追加

改正「反不正当竞争法」では法律の執行権の行使がさらに規範化された上で、法律の実施を保障し、法執行の効率を向上させるため、事業者の調査協力義務に対しても要求が厳しくなっている。第14条においては、「調査を受ける事業者、利害関係者及びその他関連の組織、個人は、関連の資料または状況をありのままに提供しなければならない」と定められ、さらに第28条においては、「監督検査部門が本法に従って職責を履行することを妨害し、調査を拒否、阻害した場合、監督検査部門が改善を命じ、個人に対しては、5,000元以下の罰金に処することができ、組織に対しては5万元以下の罰金に処することができ、かつ公安機関が法により治安管理処分を与えることができる」と定められている。これは法改正前、法執行の職員が調査に協力しない事業者に遭遇し、調査・処分手続きが長期間延期され、ひいては放棄せざるを得ないという状況を変え、企業にこれまでにない圧力を加えることになる。改正「反不正当竞争法」の実施後、企業は監督検査部門の調査への対応

に、より高い認識とより適切な措置が求められ、協力が適切でないことにより直接の処罰が与えられることを回避しなければならないだけでなく、調査を受ける過程において必要以上に資料を提供することによる営業秘密漏えいのリスクが生じることにも注意しなければならない。

5. 4 行政調査・処分手続きの有効利用

前述の通り、営業秘密侵害事件において、権利者は権利侵害行為の隠ぺい性による立証困難の問題に直面する。標章混同の権利侵害事件において、権利者はたとえ権利侵害行為の客観的存在を証明することができても、権利侵害行為の実施による生産、販売記録、帳簿などすべて訴えられた権利侵害者が所持、保存しており、権利侵害行為の具体的実施状況、特に権利侵害行為による利益を得た状況を権利者が立証することは依然として困難である。例えば、標章混同の権利侵害事件、営業秘密侵害事件のいずれであっても、権利者は相手方の営業場所内に立ち入って証拠を収集することが難しい。監督検査部門は不正競争行為に関する通報を受けた後、不正競争行為が疑われる営業場所に対して立入検査を行うことができ、不正競争行為が疑われる状況について質問し、不正競争行為が疑われる契約書、帳簿、業務用通信文などを複製し、不正競争行為が疑われる物品に対して差押、押収を行い、不正競争行為が疑われる事業者の銀行口座を照会することができる。こうした一連の不正競争が疑われる行為にかかわる証拠は行政手続きにおいて不正競争行為を判定、処罰する証拠となるだけでなく、民事訴訟においても有効に利用されることもできる。

改正「反不正当竞争法」の施行後、権利侵害状況が複雑で自身では証拠を収集することが難しい不正競争権利侵害事件に対し、権利者はまず改正「反不正当竞争法」第16条に基づき管轄権のある監督検査部門に不正競争行為を通報

し、監督検査部門の調査、処罰を通じて、行政手続きによる権利侵害行為の阻止、処罰が行われるだけでなく、権利侵害行為にかかわる実際の状況、違法に利益を得た証拠及び権利侵害者の口座、資金の状況の情報をさらに取得することができる。その後、司法手続きを開始し、法院に監督検査部門に保存されている証拠の取り調べを申請し、また民事訴訟法の証拠保全、財産保全などの手続きに基づき証拠を固め、物品を封印することにより権利侵害者により重い処罰を与えることができ、また勝訴判決が適切に実行され、損害賠償獲得を保證することができる。

6. おわりに

「反不正当竞争法」の改正及び施行は、日本企業が中国で商業活動を展開するために、より健全な市場環境を提供し、法令順守の意識が高い企業を競争においてより有利にすることになる。また、改正「反不正当竞争法」では雇用主が従業員の営業秘密侵害行為、商業賄賂行為に責任を負わなければならないことが明確にされ、企業の信用評価制度も導入された。中国の現地の子会社または従業員がなんらかの違法行為を働けば、子会社及びグループ全体の企業イメージに重大なマイナスの影響を及ぼす。これにより、中国で商業活動を展開する日本企業の管理及びリスク制御についてより厳しい要求が突き付けられることになる。

本稿では「反不正当竞争法」の改正の主な内

容ならびに日本企業が今後注意しなければならない問題及び講じることができる措置を説明した。しかしながら、改正「反不正当竞争法」は施行されてまだ間がなく、不正競争行為の具体的判定基準など実質的問題及び監督検査部門の調査、処罰の具体的執行措置などの手続きの問題についてはいまだ明確になっておらず、今後の関連する司法解釈、行政法規の制定、公布状況及び改正「反不正当竞争法」の今後の司法手続き、行政手続きにおける具体的適用状況を注意深く見守っていく必要がある。

注 記

- 1) 張茅. 「《中華人民共和國反不正當競爭法（改正草案）》についての説明. 2017年2月22日第12期全國人民代表大會常務委員會第26回會議において」.
- 2) 最高人民法院. 2009, 民申字第1065号民事裁定書.
- 3) 王瑞賀編. 中華人民共和國反不正當競爭法積義. p.6. 2018, 法律出版社
- 4) 第12期全國人民代表大會常務委員會第30回會議において全國人民代表大會法律委員會張鳴副主任委員が行った反不正當競爭法改正草案審議結果についての報告. 『人民日報』. 2017年11月1日
- 5) 上海知識產權法院. 2017, 滬73民終53号.
- 6) 最高人民法院知識產權審判庭 最高人民法院知識產權司法保護研究中心編. 『知識產權司法實務 新型疑難問題解析』. p.319.
- 7) 前掲注6) p.331.
- 8) 最高人民法院. 2013, 民三終字第6号.

(原稿受領日 2018年5月11日)