

不正競争防止に関連する諸法律の適用事例に
関する考察

筑波大学
図書館情報メディア研究科
2013年3月
江貞瑤

目次

1 はじめに	p 3
1.1 研究背景	p 3
1.2 研究目的	p 3
1.3 研究方法	p 3
2 不正競争防止に関する法律	p 4
2.1 不正競争とは	p 4
2.2 中国の不正競争防止に関する法律	p 4
2.3 不正競争防止に関する法律についての国際条約	p 7
3 中国の反不正競争法	p 8
3.1 法改正	p 8
3.2 中国の反不正競争法の法概念	p 9
3.3 不正競争行為	p 9
3.4 知的財産法との関係	p 11
3.5 中国の反不正競争法の現状	p 11
4 著名商標の保護	p 12
4.1 事例 1	p 12
4.2 事例 2	p 14
4.3 小括	p 17
5 産地偽装	p 17
5.1 事例 3	p 18
5.2 事例 4	p 21
5.3 事例 5	p 22
6 事例の検討	p 26
6.1 「ダヴィンチ家具」事件と「ウナギ産地偽装」事件	p 26
6.2 問題点の検討	p 26
(1) 受理機関の混同	p 26
(2) 立法の検討	p 27
(3) 小括	p 30
6.3 原産地規則	p 30
(1) 「産地偽装」と「原産地偽装」の混同	p 31
(2) 小括	p 33
7 結論	p 33
参考文献	p 34
付録	p 36

1 はじめに

1.1 研究背景

中国は開発途上国として、国際経済的相互依存関係の深まりによって、知的財産権が国内のみならず投資先においても適切に保護されることが不可欠となっている。市場開放とともに、知的財産権の不正競争に関する事件も多発するようになった。

国際的に、多くの知的財産権が反不正競争の客体として、保護されている。たとえば、日本の不正競争防止法は、知的財産権の付加的保護をはじめ、知的財産法としてその一翼を担ってきており、法社会において、十分にその役割を果たしているといえる。英米法系では、反不正競争規範の出現以来、特許法で保護されていない技術創造と、商標法で保護されていない商業標識に対して、同規範による付加的保護がある。

しかし、中国では、知的財産権の保護が十分になされておらず、かつ複雑な法体系がとられているため、管理部門の業務が重畳し、司法や実務の場で混乱を来すようになった。特に、法律の適用について、いろいろな議論が交わされるようになった。

また、中国では、1993年に、反不正競争法が制定されたものの、その後は現在に至るまで一度も改正されていない。市場が成熟するなかで、多様的で巧妙化する不正競争行為に対応できなくなっていることは事実である。また、この反不正競争法は、僅か11種類の不正競争行為が規定されているのみであり、その後、改正が行われていないため、知的財産法と反不正競争法の法的競合問題が発生し、司法の実務にさまざまな混乱を来しているのが現状である。

1.2 研究目的

中国における不正競争防止に関する法律の適用事例を収集し、問題点について検討を行い、どのようにしたら望ましい法体系を構築することができるかについて考察する。

1.3 研究方法

文献調査を通じて、中国における知的財産法と反不正競争法の判例等を調査し、法的課題を浮き彫りにする。

主に、産地偽装問題と著名商標の保護問題に注目し、いくつかの判例について検討し、私見を提出する。

そして、日本及び大陸法系の国々における知的財産法と不正競争防止法の法的問題について、法解釈や判例研究等を行い、比較法的に法的課題とその解決策について考察する。

2 不正競争防止に関する法律

2.1 不正競争とは

日本の不正競争防止法では、不正競争とは、

- ①他人の著名な商品等表示（氏名、商号、商標、その他の表示）と同一又は類似の表示を使用することによって、混同を生じさせる行為、
- ②他人の商品（最初の販売から3年までのもの）の形態を模倣した商品の、譲渡、輸出、輸入等をする行為、
- ③窃取、詐欺、強迫その他不正の手段により営業秘密を取得等する行為、
- ④商品や役務の広告、取引書類などに、原産地、品質用途、数量等の誤認をさせる表示をするなどの行為、
- ⑤競争関係にある他人の営業上の信用を害する虚偽の事実を告知、流布する行為、などが規定されている（日本不正競争防止法2条1項各号）。

これらの不正競争に関する行為は、当該法律により差止め、損害賠償、刑事罰の対象とされている（同法3条、4条、21条等）。

日本のほか、中国、韓国、米国、ドイツ、フランスをはじめ世界各国で不正競争防止に関する法律が制定されている。

2.2 中国の不正競争防止に関する法律

中国では、不正競争防止に関する法律として、下記の法律が制定されている。ここで、順を追って説明する。

(1) 反不正競争法（1993年9月2日中華人民共和国主席令第10号公布）

本法は、「社会主義市場経済の順調な発展を保障し、公正競争を奨励、保護し、不正競争行為を制止し、事業者及び消費者の合法的な權益を保護する」ことを目的として制定されたものである（法1条）。

本法2条において、「事業者は市場取引の中で自由意思、平等、公正、誠実信用の原則を遵守し、公認の商業道徳を遵守しなければならない。」と規定した上で、「不正競争とは、事業者が本法に違反してその他の事業者の合法的な權益を損害し社会経済秩序を攪乱する行為をいう。」とし、さらに「事業者とは、商品の経営或いは営利性の労務（以下「商品」という場合は労務を含む）に従事する法人、その他の経済組織及び個人をいう。」と規定されている。

県級以上の監督検査部門は不正競争行為に対して監督検査を行うことができる(法 16 条)。本法の規定に違反した事業者は、損害賠償責任を負う。被損害事業者はその合法的な権益が不正競争行為により損失を受けた場合、人民法院に訴えを提起することができる(法 20 条)。さらに刑事責任が追求される(法 22 条～32 条)。

なお、「事業者は他人の登録商標を盗用し、勝手に他人の企業名称または姓名を使用し、品質認定標識、優秀著名標識など品質標識を偽造しまたは盗用し、原産地を偽造して商品の品質を公衆に誤解させる虚偽表示をした場合、中華人民共和国商標法、中華人民共和国産品品質法の規定に従って処罰する。」と規定されている(法 21 条)。

(2) 中華人民共和国商標法(1982 年 8 月 23 日制定)

この法律は、「商標の管理を強化し、商標の専用権を保護し、生産・経営者に商品及び役務への品質を保証するように促し、商標の信用を維持し、消費者、生産者及び経営者の利益を保障し、社会主義の市場経済の発展を促進する」ことを目的として制定されたものである(法 1 条)

商標登録の受理機関は、国务院工商行政管理部门の商標局であり、全国の商標登録及び管理業務を主管する。同管理部门の商標評審委員会は、商標の紛争の受理・処理を行う(法 2 条)。

本法の規定に違反した場合は、登録商標の取消し、損害賠償、罰金等を科せられる。さらに、紛争の解決のため、人民法院に出訴することができる。

(3) 中華人民共和国広告法(1994 年 10 月 27 日中華人民共和国主席令第 34 号公布)

本法は、1995 年 2 月 1 日から施行された。本法の目的は、「広告活動の規範化と、広告業の健全な発展の促進、消費者の合法的権益の保護、社会経済秩序の維持、社会主義経済市場における広告の積極的な効果発揮のため」である(法 1 条)。

本法の客体は、広告主、広告業者、広告発表者であり、これらの者は、中華人民共和国国内で広告活動に従事する場合は、本法の遵守を義務づけられている。すなわち、中国の国内で広告活動を行う、中国の国外の法人とその他の経済組織、個人についても包含されている(法 2 条)。

広告の内容について従来中国広告規制より明確に規定されている。本法の規定に違反した場合は、広告監督管理機関による広告停止、罰金等の行政処分のほか刑事責任を追求される場合もある。この行政処分に不服がある場合には、直接人民法院に提訴することができる(法 37 条～48 条)。

なお、広告法と競争法との連関について、両方ともに虚偽宣伝行為を規制しているが、法的競合が発生した場合で特別規定と一般規定とが一致しない場合は、特別規定が適用

される。また、新しい規定と従前の規定とが不一致の場合、新しい規定が適用されるため（中国立法法 83 条）、その場合には広告法が適用されることになる。

また、広告法は広告活動期間中、いかなる形式の正当でない競争についても禁止しているが（中国広告法 4 条）、反不正競争法は広告以外の虚偽宣伝行為を禁止している（反不正競争法 9 条）点で相違する。

(4) 中華人民共和国製品品質法（1993 年 2 月 22 日第 7 期全国人民代表大会常務委員会第 30 回会議にて採択）

本法は、「製品品質に対する監督管理を強化し、製品品質のレベルを向上させ、製品品質の責任を明確にし、消費者の合法的權益を保護し、社会経済秩序を維持する」ことを目的とする（法 1 条）。中国国内において製品の生産、販売活動に従事する場合は、必ず本法を遵守しなければならない（法 2 条第 1 文）、生産者、販売者は健全な内部製品品質管理制度を確立し、厳格に職場品質規範、品質責任及び必然すべき検査方法を実施しなければならない（法 3 条）。ここで、本法でいう製品とは加工、製造を経て、販売に用いる製品を指す（法 2 条第 2 文）。

生産者、販売者は本法の規定に従い製品の品質に対する責任を負わなければならない（法 4 条）。また、認証マークなどの品質マークの偽造又は盗用、製品の原産地の偽造、他人の工場名、工場住所の偽造又は盗用、生産・販売する製品に夾雑物・偽物を混ぜること、偽物を本物の代替とすること、粗悪品を優良品の代替とすることが禁止されている（法 5 条）。

また、生産者は、生産した製品の品質に対し、責任を負わなければならないこと（法 26 条）。さらに、原産地を偽造してはならず、他人の工場名、工場住所を偽造又は盗用してはならないことなどが規定されている（法 30 条）。

販売者についても規定があり、販売者が販売する製品の表示は、本法 27 条の要件（製品又はその包装上の表記は必ず真実で、かつ所定の要求への合致の義務）の規定に合致しなければならないこと（法 26 条）、販売者は原産地を偽造してはならず、他人の工場名、工場住所を偽造又は盗用してはならないこと（法 37 条）、販売者は認証マークなどの品質マークを偽造又は盗用してはならないこと（法 38 条）等が規定されている。

本法の規定に違反するときは、生産者、販売者は損害賠償責任を負う（法 40 条～48 条）。さらに、場合により刑事罰が適用される（法 49 条～72 条）。本法では、偽装行為、偽物や劣等品の生産販売行為が厳しく摘発される。製品品質監督部門又は工商行政管理部门が管轄する。損害賠償等の民事紛争の場合、直接人民法院に提訴できる。

(5) 中華人民共和国輸出入貨物原産地条例（2004 年 9 月 3 日中華人民共和国国务院令 第 416 号公布）

本条例の目的は、「輸出入貨物の原産地を確定し、各種の貿易措置を有効に実施し、対外貿易の発展を促進するため」である(法1条)。本条例は2005年1月1日から施行されている。

原産地の定義は以下のとおりである。完全に一つの国家(地区)から獲得した貨物の場合は当該国(地区)が、二つ以上の国家(地区)が貨物の製造に関与した場合は、最終的に実質的变化を完成させた国家(地区)が原産地となる(法3条)。ここで、「完全に一つの国家(地区)から獲得した貨物」とは例えば、(1)当該国家(地区)で生まれ飼育した、生きていた動物、(2)当該国家(地区)の野外で捕捉、漁労、蒐集された動物、(3)当該国家(地区)に生息する動物から獲得した未加工の物品、(4)当該国家(地区)で収穫した植物と植物製品、などを指す(法4条各項)。

また、本条例の規定に違反して輸入貨物原産地を申告した場合、「中華人民共和国対外貿易法」、「中華人民共和国税関法」及び「中華人民共和国税関行政処罰実施条例」の関係規定に基づいて処罰されることになる(法22条)。さらに、不法行為についての行政処分、刑事責任の追及についても規定されている(法23条～25条)。

2.3 不正競争防止に関する法律についての国際条約

不正競争に関する行為については、国際条約においても規定されている。

(1) 世界知的所有権機関(WIPO)

世界知的所有権機関は、全世界的な知的財産権の保護を促進することを目的とする国際連合の専門機関であり、1970年に設立され、スイスのジュネーブに本部が置かれている。加盟国は中国と日本を含む計184か国である。

(a) 工業所有権の保護に関するパリ条約(下記「パリ条約」)

パリ条約は、1883年に工業所有権の国際的な保護のために作成された条約であり、現在、世界知的所有権機関が管理を行っている。内国民待遇の原則、優先権制度、各国工業所有権独立の原則などについて定めている(パリ条約の三大原則)。

パリ条約の保護対象は特許、実用新案、意匠、商標、サービス・マーク、商号、原産地表示又は原産地名称及び不正競争の防止である(パリ条約1条(2))。

なお、パリ条約における「商標」とは、日本の商標法における定義(日本の商標法2条1項)とは異なり、いわゆる商品に係る商標のみを指し、役務(サービス)に係る商標を含まない点で留意する必要がある。役務の保護形態は各国の国内法令に委ねられている(パリ条約6条の6)。加盟国は中国と日本等を含む171か国である。

(b) 標章の国際登録に関するマドリッド協定の議定書

標章の国際登録に関するマドリッド協定の議定書（略称：マドリッド協定議定書、マドリッド・プロトコル、マドプロ）は、1989年に作成され、1995年12月に発効した商標の国際登録について定める国際条約である。

この条約の管理は、世界知的所有権機関が行っており、締約国は88か国である（2012年12月現在）。中国は、1995年12月1日に、日本は2000年3月14日に発効している。

国内段階で登録となった商標について、申請により国際登録が可能となるものである。

(c) 知的所有権の貿易関連の側面に関する協定（TRIPs 協定）

知的所有権の貿易関連の側面に関する協定（通称「TRIPs 協定」という。）1994年に作成された世界貿易機関を設立するマラケシュ協定（WTO 設立協定）の一部（附属書 1c）をなす知的財産に関する条約である。1995年1月1日に発効した。

知的財産に関する通商関連における保護の在り方についての論点のかなりの部分をカバーするものとして、知的財産の保護の水準を規定した新たな包括的枠組みとして評価される。意義として、①知的財産を全般的にカバーしていること、②パリ条約、ベルヌ条約等の既存条約との関係では、原則として保護水準が引き上げられているだけでなく、パリ条約やベルヌ条約に未加盟の国にもそれらの条約の内容を遵守する WTO 協定上の義務が生じたこと、③知的財産関連条約では、初めて最恵国待遇が明記されたこと、④加盟国が国内法で担保すべき義務として、実質的な保護水準・権利内容を規定するだけでなく、権利侵害行為に対する権利行使手続が詳細に規定されたこと、⑤紛争処理手続が設けられたこと、等があげられる（TRIPs 協定 4 条等）。

また、知的財産権のエンフォースメントについて、条約として初めて規定していることや、商品の品質・評価が、地理的原産地に由来する場合に、その商品の原産地を特定する表示である地理的表示についても規定していることが特徴的である。

2001年12月に WTO に加盟した中国は、模倣製品の横行する状況を重視する主要国からの強い要望に応え、加盟時から TRIPs 協定の完全履行を約束し、協定との整合化を図るため、関連国内法の大幅な見直しを行った。日本は 1994 年の協定発足時に加盟している。

3 中国の反不正競争法

3.1 法改正

中国の反不正競争法について、日本の不正競争防止法や国際条約等と対比しながら、その法内容について検討する。

中国には、前記したとおり、不正競争防止に関する法律の一つとして「反不正競争法」がある。この法律は、1993年9月2日に公布され、同年12月1日に施行されたが、その後は一度も改正されていない。

一方、日本の不正競争防止法の経緯をみると、日本は1934年に「工業所有権の保護に関するパリ条約のヘーグ改正条約」を批准し、その際に、旧不正競争防止法（昭和9年法律14号）を制定している。その後、1993年の法改正（平成5年5月19日法律47号）により、現行不正競争防止法に改正された。さらに、日本の不正競争防止法は、1993年の全面改正後も、2001年、2003年、2004年、2005年、2011年の5回にわたり改正されている。

この2011年法改正（平成23年法律62号、平成23年9月16日公布、同年12月1日施行）は、①営業秘密の内容を保護するための刑事訴訟手続の整備と、②技術的制限手段回避規制の強化の二つを目的として行われた。

3.2 中国の反不正競争法の法概念

中国の反不正競争法は、社会主義市場経済の順調な発展を保障し、公正競争を奨励、保護し、不正競争行為を制止し、事業者及び消費者の合法的な権益を保護することを目的として制定されている（中国反不正競争法1条）。

反不正競争法にいう不正競争行為とは、商品販売または営利サービスに従事する法人、そのほかの経済組織および個人が、反不正競争法に違反し、他の事業者の合法的な権益に損害を与え、社会の経済秩序をみだす行為をいう（同法2条）。受理機関は行政機関の工商局および人民法院である。

一方、日本の不正競争防止法は、事業者間の公正な競争及びこれに関する国際約束の的確な実施を確保するため、不正競争の防止及び不正競争に係る損害賠償に関する措置等を講じ、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的としている（日本の不正競争防止法1条）。

日本の不正競争防止法では、保護する対象に対して、行為の規制（禁止）となる要件を定めることで、信用の保護など、設定された権利（商標権、商号権、意匠権等）では十分守りきれない範囲の形態を、不正競争行為から保護している。

また、不正競争行為をはじめとする知的財産に関し紛争が生じた場合は、裁判所に提訴しその判断を待つことになる。

3.3 不正競争行為

中国の反不正競争法において、不正競争行為とされる行為は以下のとおりである（法5条～15条）。

- ① 商標、商号の不正使用等による取引（法5条）
- ② 公共企業の競争制限行為（6条）
- ③ 政府が行政権力を濫用し、競争を制限する行為（7条）
- ④ 商業上の賄賂（わいろ）行為（8条）
- ⑤ 虚偽宣伝（9条）
- ⑥ 営業秘密の侵害（10条）
- ⑦ 不正廉売（11条）
- ⑧ 抱き合わせ販売（12条）
- ⑨ 不正な景品付販売（13条）
- ⑩ 信用誹謗（ひぼう）（14条）
- ⑪ 入札妨害（15条）

また、日本の不正競争防止法2条1項には、「不正競争行為」として下記の9つの類型が規定されている。

- ① 周知表示混同惹起行為（法2条1項1号）
- ② 著名表示冒用行為（同2号）
- ③ 商品形態模倣行為（同3号）
- ④ 営業秘密に関する不正行為（同4号～9号）
- ⑤ コンテンツ（映像・音等）にかけられている技術的保護を無効にする装置の譲渡等（同10号～11号）
- ⑥ ドメイン名の不正登録等（同12号）
- ⑦ 品質・内容等の誤認惹起行為（同13号）
- ⑧ 信用毀損行為（同14号）
- ⑨ 代理表示等冒用行為（同15号）

中国の反不正競争法は、日本の不正競争防止法上の不正競争行為に相当する行為だけではなく、日本の「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」（以下、「独占禁止法」という。）の「不公正な取引方法」等に相当する行為及びその他の特殊な競争制限行為を含めて、不正競争行為として規制している。

すなわち、中国の反不正競争法において、日本の不正競争法の不正競争行為に相当する行為として次のものがあげられる。

- ①. 商標、商号の不正使用等による取引行為（反不正競争法5条）

- ②. 虚偽宣伝行為（同 9 条）
- ③. 営業秘密の侵害行為（同 10 条）
- ④. 信用誹謗行為（同 14 条）

また、日本の独占禁止法における「不公正な取引方法」等に相当する行為として、次のものがあげられる。

- ① 不正廉売行為（反不正競争法 11 条）
- ② 抱き合わせ販売行為等（同 12 条）
- ③ 不正な景品付販売（同 13 条）
- ④ 談合行為等入札妨害行為（同 15 条）

3.4 知的財産法との関係

中国の反不正競争防止法は、上記で日本法と対比したように、日本の不正競争防止法と独占禁止法の二つの法律に属している。これは、中国において、反不正競争法を知的財産法制度の中に位置付けることに反対する意見が多いことによるものである。

また、中国の反不正競争防止法は、市場取引の中での自由意思、平等、公正、誠実信用の原則を担保しつつ、公認の商業道徳から事業者の行為を規制するものである。違法行為は、主として、行政処分となるため、受動的な保護であり、事件が発生して裁判所が確認してからのみ、その行政処分は有効となる。知的財産法は、創作を保護する目的に徹している点で異なるが、双方、知的財産を保護するという意味においては同一の法目的を有しているといえる。

一方、日本においては、知的財産法制度は、創作の保護とともに市場の秩序維持をも包含する形で形成されているため、不正競争防止法は、知的財産法の重要な一翼を担うものとなっている。

これは、パリ条約が二つの法律を一つの範疇に取り込みをしたことが基にあるが、TRIPs 協定でますます強化されている。多くの海外論文でも知的財産権の枠組みで論じており¹、不正競争の防止は、知的財産法の研究分野の一つとして大きな位置を占めるようになってきている。

また、不正競争行為の防止に関する法規では、保護対象に対して行為の規制（禁止）となる要件を定めることで、信用の保護など、設定された権利（商標権、商号権、意匠権等）では十分守りきれない範囲の形態を、不正競争行為から保護している。

¹Georges Koumantos 「Relections on the Concept of Intellectual Property」Intellectual Property and information Law, Kluwer Law International, Hagur, 1998

実質的には、不競争法の条文が適用される場合に、一定の要件が求められることから、知的財産（無体物）等の権利が設定された場合と同様な効能を有することも解することができる。

3.5 中国の反不正競争法の現状

上記したように、国際社会で、多数の知的財産権が反不正競争の客体として保護されているが、中国では受け入れられていない。英米法系においては、反不正競争規範があり、特許法で保護されていない技術的創作と商標法で保護されていない商業標識等に対して、付加的な保護がある。また、大陸法系の日本では、不正競争防止法が知的財産法では保護しきれない権利保護を行うため十分に機能しているといえる。一方、中国では、世界的に知的財産権として認識されているものが「無形財産」というカテゴリーに属するものと認識されており、無形財産法を立法すべきだという意見も存在している²。そのため、反不正競争法は知的財産法に対する付加的保護の機能が十分とはいえない状況になっている。

反不正競争防止法と知的財産法との法的関係が定着できない理由として、①反不正競争防止法の適用範囲が知的財産法より広範であること、②知的財産法は私的権利を保護しているが、反不正競争法は国家が公正な市場取引を保護するための公的な行為であることがあげられる。この点について、公法と私法を混同することに納得できないという意見がある。³

これに対して、中国では、反不正競争防止法が付加した保護については、知的財産権法による保護と矛盾しないと考えられているが、これは、逆に、知的財産法で保護を図れない事項については、反不正競争法で保護を図るべきである。さらに、公法と私法を混同して共同立法すること（民事法の法規において刑事責任を定めること）は中国の刑法ですでに果たされていることであるが、そのまま他の法律に全面的に適用すべきではない。特許法、商標法、著作権法からなる知的財産法を三つの氷山に例えれば、不正競争防止に関する法律はこの三つの氷山を支える海水のようなものであるという論点がある⁴。

しかし、氷山の下にあるのは、すべて海水ではなく、その他のものも包含されていると考えられるから、反不正競争法は、知的財産法を支えるだけでなく、その欠陥を補うものとして、法改正を進めることが重要であり、そのための法整備をすることが肝要である。

² 马俊驹 梅夏英 「无形财产的理论和立法问题」(「無形財産の理論とその立法問題」)中国法学 2001 第2期

³ 郑思成「知的財産論」法律出版社 2007 年 9 月 P187

⁴ 刘春田 「知识产权法」(「論知的財産法」)中国人民大学出版社, 2000 年 3 月

4 著名商標の保護

次に、中国の反不正競争法について、「著名商標の保護」に係る事件を事例として検討する。同法 5 条 4 項には、「商品の上に品質認定標識、優秀著名標識など品質標識を偽造し盗用し、または原産地を偽造して公衆に誤解させる商品品質の虚偽表示をすること」が不正手段として記載されている。

反不正競争法における著名商標の虚偽表示の規制は、商標法で保護し切れない部分を補足するためのものであること、すなわち、著名商標の保護制度は知的財産法の補完であることを考察したい。

4.1 事例 1

「ホイホイ」事件（岳民初字第 02212 号）

一審：2009 年 9 月 23 日 湖南長沙人民裁判所

二審：2009 年 10 月 16 日 湖南長沙人民裁判所

[事例の概要]

原告：X 社（湖南天竜製薬株式会社）

被告：Y 社（安徽亜東薬剤株式会社）

（事件の経緯）

X 社は、1984 年に「ホイホイ」というクリームを商品開発し、「ホイホイ」という商標を登録した。1992 年、X 社は、この商品について新しい包装とデザインを施した。

1993 年、このホイホイクリームは、中国国際科学技術展覧会でゴールド賞、常德全国スパーク成果展覧フェアでゴールド賞を受賞した。X 社は、1995 年から多額の投資を行い、この商品の広告宣伝を行った。2004 年、商品の名称を「ホイホイ B6 ビタミンとフルオシノニドクリーム」に変更するとともに、包装を新デザインに変更した。

2007 年、「ホイホイ」という商標は「湖南知名商標」として評判になり、ホイホイクリームは「湖南知名商品」として受賞となった。

2009 年 3 月 2 日、X 社は Y 社の商品「“源尔康” B6 ビタミンとフルオシノニドクリーム」が X 社の著名商品「ホイホイクリーム」と類似の名称、包装、デザインを使用していることを発見し、Y 社を提訴した。

（原告の主張）

当該商品は X 社が生産する主要商品である。1993 年に上場し、2003 から長年にわたる排他的な使用権があり、X 社のロゴとして使用している。2008 年から、Y 社は、X 社の商

品と類似の包装、デザインを利用した賞品を販売していることは不正競争行為にあたる
と主張し、Y社の不正競争行為の停止と10万元（日本円で約140万円）の損害賠償を求
めた。

（被告の反論）

Y社は、メントールなどの消毒剤を生産する会社であり、X社とは別の業界である。ま
た、Y社は、X社と同じ商品を販売した事実はないし、X社の「ホイホワB6ビタミン
とフルオシノニドクリーム」が著名商品であること、特有の包装・デザインであること
の証拠がない。

（争点）

- 一 ホイホワB6ビタミンとフルオシノニドクリームの著名商品性の有無、包装・デ
ザインの特有性の有無。
- 二 Y社の不正競争行為の有無。

（裁判所の判断）

Y社は不正手段を用いて市場取引を行い、競争相手に損害を与えた。したがって、Y社
のした行為は、不正競争行為にあたるから、ただちに販売を停止するとともに、7万元
（日本円で98万円）の損害賠償金を支払え。

[判旨]

X社の商品ホイホワクリームは正規の商標登録をした商品である。また、中国国内
で受賞歴があり、多額の広告宣伝も行っており、中国でかなりの知名度がある商品と認
められる。そこで、X社の商品であるホイホワクリームの特有の包装、デザインは優
秀著名標識に該当するものと判断する。Y社はX社とは別の業界であるが、生産してい
る商品である「“源尔康” B6ビタミンとフルオシノニドクリーム」は、X社の著名商
品である「ホイホワB6ビタミンとフルオシノニドクリーム」の包装、デザインと混
同を生じ、購入者に当該著名商品であると誤認させた。この行為は不正競争行為に当該
する。

[法令の適用]

反不正競争法5条、20条

不正競争の民事事件の審理における法律適用の若干の問題について最高人民法院の解釈
一条、4条、17条

民法118条

民事訴訟法229条

[事例の検討]

本事件は、反不正競争法による商標法に対する付加的保護の典型的な事例である。登
録商標は、中国の商標法に規定された商標局の審査を経て登録された商標であり、商品

商標、役務商標、団体商標と証明商標とからなる。また、商標登録権者は商標専用権を享有し、商標法の保護を受ける（商標法3条）。そのため、著名商標を含む登録商標は商標法の保護の範囲内であるが、著名商品の包装・デザインを模倣する行為は商標法の保護範囲外であり、違法性を問うことは難しい。

一方、反不正競争防止法では、事業者が勝手に著名商品の特有な名称、包装、デザインを使用し、または著名商品と類似の名称、包装、デザインを使用して他人の著名商品と混同させ、購入者に当該著名商品であると誤認させた場合について規制をしている。そのため、反不正競争法による違法性を問うことができる。

また、本事件の争点について、X社が広告宣伝に投資した資金や受賞歴をみると、著名商標と判断することができる。また、不正競争行為の認定について、Y社の商品は、X社の商品とほぼ同じ態様であり、類似の名称、包装、デザインを使用してX社の著名商品と混同を生じているものと認められる。

そうすると、反不正競争防止法によって、Y社の行為を規制することは正しい判断であるといえる。

4.2 事例2

事例1では、商品の宣伝、流通などの行為がすべて中国国内で行われているため、著名商標と不正競争行為の問題は単純であるが、事例2のような国外が絡む事件については容易ではない。

「良品計画」商標登録異議申立再審事件（最高人民法院（2012）行提字第2号）

[事例の概要]

再審異議申立人（一審原告、二審上诉人）：X（株式会社良品計画）

被再審異議申立人（一審被告、二審被上诉人）Y（中国国家工商行政管理総局商標評審委員会）

一審第三者 Z（北京綿田織物会社）

[事件の概要]

南華会社が2000年4月6日に「無印良品」という文字の商標を出願し、2001年4月28日に、商標局は初歩審定の決定を行い公告し、第24類商品に当該する。2004年8月2日、当該商標がZに譲渡した。（商標系1561046号）

2001年4月26日、Xは商標局にYが出願された「無印良品」の商標に対して異議申立を行った。2004年1月7日、商標局は当該商標の登録を認める決定を下した。同年1月20日に、Xは商標局の決定に不服があり、商標評審委員会に再審を請求した。2009

年3月9日、商標評審委員会は当該商標の登録を認めるという商標局と同じ裁定を下した(商標評審委員会 第04991号裁定)。同年、Xは商標評審委員会の裁定に不服があり、人民法院に訴えを提起した。

[原告の主張]

一つ目は、「無印良品」と「無印」の商標はXの著名商標であって、世界的な範囲で登録または使用されている。中国で、Xは数多く類別で当該商標を登録し、長年にわたる使用されて、及び広告宣伝を行っている。かなり知名度がある。

二つ目は、当該商標はXの「無印良品」商標とほぼ一致し、消費者に対して容易に混同を生じさせ、公衆を誤認させる可能性がある。商標法13条が規制している行為に該当する。

三つ目は、Xは中国の香港と珠海で子会社があり、大量の販売と宣伝を行っているため、Yは知るべきで、商標の信用原則に違反した。また、商標法31条に規制している他人が先に使用している一定の影響のある商標を不正な手段で登録してはならない行為に該当する。

以上のとおり、商標法の第10、13、31、33条によって、Y社の当該商標の出願を拒絶すべきと主張した。

[裁判所の判断]

北京中級人民法院：商標の機能の一つに識別性があり、他の商品・役務と区別することができることにより、商品の機能はその流通の場で発揮することができる。株式会社良品計画は、中国の工場に輸出用第24類商品の製造を依頼しているが、宣伝等はすべて中国の国外で行っていることにより、使用を行っている一定の影響のある商標と認定はすることはできない。したがって、Xの訴は却下する。

[判旨の概要]

1999年11月17日から、商標局に出願したXの「無印良品」の商標は、第16、20、21、25、41類商品またはサービスに指定された。Xは上記の商標が中国で知名度がある証拠を提出していないため、Xが主張している商標法第13条が規制している行為に該当することは証明不能である。

また、2000年4月6日まで、Xは海外及び香港地域で第24類商品に「無印良品」の商標を出願したが、中国大陸地域で出願していない。さらに、「無印良品」の商標はOEMとして、中国の工場に輸出用の第24類商品の製造を依頼したが、宣伝など全部中国大陸地域境外で行っている。当該「無印良品」の商標が、中国大陸地域で使用されること

及び影響力があることを証明できていない。そのため、Xが主張する当該商標は商標法第31条に該当することは認められない。したがって、「無印良品」の商標の周知性が証明できないのであるから、YはXと同業者であるが、商品経営地域と会社住所が異なっており、YはXの商標を侵害しているとはいえない。

[法令の適用]

商標法 13 条 同一又は非類似の商品について出願した商標が、中国で登録されている他人の著名商標を複製、模倣又は翻訳したものであって、かつ公衆を誤認させ、同著名商標権者の利益に損害を与え得る場合には、その登録とその使用を禁止する。

同法 31 条 商標登録の出願は先に存在する他人の権利を侵害してはならない。他人が先に使用している一定の影響力のある商標を不正な手段で登録してはならない。

[事件の検討]

OEM（オーイーエム）とは、他社ブランドの製品を製造すること、またはその企業である。日本では「相手先ブランド名製造」、「納入先商標による受託製造」、などと訳される。

商標権侵害の判決により、OEM商品が中国で流通しないため、中国の国内で商標の識別機能を有さないことにより、商標使用の権利侵害にあたらないとしている。また、本事件は中国国内においては、未登録商標の事件であり、商標法は未登録商標に対する保護はなく、また登録商標は属地主義により中国国内に限られるため、著名商標は中国国内で登録する必要がある。本事件では、X社の宣伝等はすべて中国国外で行っており、使用をしておりかつ一定の影響力のある商標とは認定されなかった。なお、商標を、先を争って登録する事件も多発している。

このように、現在の知的財産法には適用限界があるため、反不正競争法により保護すべきである。

なお、北京最高人民法院：商標評審委員会の第04991号裁定を支持した。二審は一審の判決を維持している。また、再審請求において、良品計画は二審判決が商標の使用行為と公衆には周知の商標であることを理解していないとしているが、再審理由としては不足であると判断し、却下されている。

4.3 小括

中国商標法 51 条～62 条には、「登録商標使用の排他権の保護」について規定されている。また、未登録商標の保護については、同法 31 条に「商標登録の出願は、他の者の先の権利を害してはならず、他の者の既に使用している一定の影響力のある商標を不正な手段で先に登録することもしてはならない。」と規定されている。

商標法による保護には限界があるため、反不正競争法を知的財産権の付加的保護手段として、積極的に活用すべきだと考える。

中国では、未登録商標の侵害事件が多発している。その中で、未登録著名商標の所有者が自分のせいではなくて、他の理由により登録できない（または、直ちには登録できない）場合が、ほとんどである。未登録商標が時間の経過とともに有名になり、それに伴って模倣されるようになることは当然あり得ることである。

このようななかで、裁判所が、不公正であるものとして、商標法と反不正競争法以外の法適用を模索し、裁判を行う事例が発生しているが、多くの学者からは「法律適用の誤り」を問題として批判されており、また、高裁で却下されるリスクも高くなっている。

国際法的にみて、パリ条約6条の2に、

「周知商標の保護によって、広く認識されている登録していない商標の複製である場合又は当該登録していない商標と混同を生じさせやすい模倣である場合も、同様とする。」と規定され、また、日本の不正競争防止法2条1項2号においても、「自己の商品等表示として他人の著名な商品等表示と同一若しくは類似のものを使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供する行為」が「不正競争行為」として規制されている。加えて、「自己の商品等表示として他人の著名な商品」が定義され、登録されていなくても、広く認識されている商標については保護がなされている。

これらのことから、中国においても、著名商標の保護については、「広く認識されている」という記載を追加し、法的保護を図る必要があるものとする。

5 産地偽装

産地偽装（中国では「産地偽造」という。）とは、虚偽表示の一種で、生産地を偽って表示し、消費者、中間業者に対しあたかも、表示された生産地で生産された製品であるかのように見せる行為のことである⁵が、消費者の産地に対する信頼感を利用して収益をあげる原産地虚偽表示行為である。このような行為は、場合によっては詐欺罪として扱われているが、「地域ブランド」などを守る目的もあって、不正競争の類型とされており、産地虚偽表示については罰則も強化されている。

⁵ウィキペディア <http://ja.wikipedia.org/wiki/%E7%94%A3%E5%9C%B0%E5%81%BD%E8%A3%85>

中国の反不正競争法における産地偽装に関する行為について、下記のとおり規定されている。

5条4項 商品の上に品質認定標識、優秀著名標識など品質標識を偽装し盗用し、または原産地を偽装して公衆に誤解させる商品品質の虚偽表示をすること。

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。

5.1 事例3

そこで、産地偽装に関する事件として、「ダヴィンチ家具」事件について検討する。

「ダヴィンチ家具」事件（北京市東城区裁判所）

本事件は、ダヴィンチ家具と消費者の唐英の間の争う事件から始まった、集団訴訟になった事件である。洋家具事件、ダヴィンチコードとも呼ばれている。

[事例の概要]

一審：北京市東城区裁判所

原告：X（ダヴィンチ家具株式会社）

被告：Y（唐英）

2010年9月14日訴提起

2010年11月8日反訴提起

2011年7月21日訴取下

（事件の経緯）

X社は、イタリアから輸入した高級家具を販売する会社である。2010年9月14日、X社は、YがX社に支払うべき貸付金87万円（日本円で124万円）が未払いであるとして、Yに対し訴を提起した。

しかし、同年11月8日、YはX社が違約、詐欺、原産地偽装、誤報指導、偽物・劣等品の販売行為を行ったとして反訴し、X社に150万円（日本円で214万円）の損害賠償を求めた。

裁判所は、2010年11月24日まで審理を三回行ったが、国家品質鑑定機関による品質の鑑定がでないため、審理が引き伸ばされた。2011年7月11日、中央テレビの「毎週

質量報告」放送において、高級銘柄のダヴィンチ家具が販売する家具が「イタリア原産」である国際的な銘柄で、家具の原材料は非常に高級で高価なものであるが、調査によると、ダヴィンチ家具傘下の企業が製造した一部の家具は広東東莞で加工され、相手先のブランド名を付与されたものであって、品質が不合格で、産地を偽装したであったことが放送された。その後も、この件について大々的に報道され、大騒ぎとなった。

翌7月12日、Yは東城区裁判所に請求の賠償金額を150万円（日本円で214万円）から484万円（日本円で690万円）に引き上がる「訴訟請求変更申請書」を提出した。

同日、製品品質審査局は、上海と深センの出入国検査検疫局に、X社の2年以内の輸出入状況に対する調査を行うよう命じた。上海工商部門は、それにしたがって、X社の上海展示ホール、倉庫など数カ所を検査した。工商部門が依頼した第三者測定機関の第一次検査によると、検査を行った「高級家具」は高級木材で製造されたものではなかったということである。

同年7月14日には、上海市出入国検査検疫局から調査結果が公開された。その結果によると、同年の上半期におけるX社の家具の1/3が輸入品であるように見せ掛けるため、中国国内で生産されたものをいったん輸出する手続をとった後、上海に送り返して上海で輸入手続をとり、1日で「輸入品」にするという偽装工作を行った。

その後、工商部門がダヴィンチ家具上海青浦倉庫の一部の家具を封鎖し、不合格商品標識を改善するように命じた。

2011年7月20日と21日に、X社とYは、それぞれ起訴と反訴の取下請求を行った。北京市東城区裁判所は口頭審理を開催し、双方の撤回請求を許可した。しかし、撤回の理由については、裁判所側も解釈を明らかにしなかったため、明かでない。

この事件後、北京盈科弁護士事務所が、全国で「ダヴィンチ家具消費者の権利保護活動」を展開した。消費者による「詐欺および産地偽装」の罪名でダヴィンチ家具を起訴した。産地偽装の罪名が成立すれば、消費者は返却金と賠償金の支払いを受けることができるが、同年7月15日現在で、北京と上海において、消費者の権利保護を請求する消費者が100人以上となった。

同年7月21日、ダヴィンチ家具は、「消費者への公開状」で、「ホットラインを増設し、消費者の要求に専心する」旨回答した。同年8月5日、消費者の権利保護を請求する3名の消費者が、詐欺の容疑で上海市静安区人民裁判所に総額100万円の家具を購入し、ダヴィンチ家具会社に返金と損害賠償を合わせて200万円（日本円で285万円）の賠償を求めて、ダヴィンチ家具を提訴した。本事件の複雑性と影響力を考慮し、裁判所側は判決を未公開の状態にした。

[行政処分決定書]（中国上海工商局2011年12月23）

裁判とは別に、中国上海工商局による5ヶ月にわたる調査が行われ、2011年12月23日、X社に対して行政処分が決定された。

ダヴィンチ家具の品質不合格商品の没収と違法所得に対し133.42万元(約1667万円)の罰金を科す、広告発表停止、訂正の公開を命じる旨の決定が出された。

(決定の理由)

ダヴィンチ家具の商品は、製品品質法による、中国語で明記された製品名称、生産工場名称及び工場住所を有することについて違反がある。

ダヴィンチ家具が生産した一部の商品は、ホルムアルデヒドの放出量と生産技術が不合格であることが判明した。

罰金を併科すべきである。

(法令の適用)

反不正競争法5条4項

商品の上に品質認定標識、優秀著名標識など品質標識を偽装し盗用し、または原産地を偽装して公衆に誤解させる商品品質の虚偽表示をすること。

反不正競争法21条

事業者は他人の登録商標を盗用し、勝手に他人の企業名称または姓名を使用し、品質認定標識、優秀著名標識など品質標識を偽装しまたは盗用し、原産地を偽装して商品の品質を公衆に誤解させる虚偽表示をした場合、中華人民共和国商標法、中華人民共和国産品品質法の規定に従って処罰する。

中国製品品質法27条2項

中国語で明記された製品名称、生産工場名称及び工場住所を有する。

中国製品品質法50条

製品中に夾雑物・偽物を混ぜる、偽物を本物の代替とする、粗悪品を優良品の代替とする、不合格製品を以て合格製品を偽称した場合、生産・販売停止を命じ、違法に生産・販売した製品を没収し、違法に生産・販売した製品の商品価値金額の百分の五十以上三倍以下の罰金を併科する。違法所得がある場合は違法所得の没収を併科し、情状が重い場合は営業許可証を取り上げ、犯罪を構成する場合は法により刑事責任を追及する。

[その後の経緯]

当該行政処罰決定書に対して、X社は処分決定直後に、公式ブログで、公式権威会を掲載した。そこで、X社は偽装が存在しないこと、上海市工商局の行政処分の決定には承服できないため、工商局に行政訴訟を提起し、違法行政の法律責任を追及すると主張

した。X社の主張は、①行政処分の決定は法律の根拠がなく、②品質鑑定の手続が違法である、というものである。

その判決は、未公開である。

5.2 事例4

「杭州消費者魏和平」事件（杭州拱墅裁判所 2012年7月2日判決）

[事例の概要]

一審：杭州拱墅人民法院

原告：X（魏和平）

被告：Y（ダヴィンチ家具杭州支店）

2011年5月、XとY社は同年5月から半年以内に、物件の引渡しを行うという家具の売買契約を結び、XはY社に売買代金として、全額の323.4万元（日本円で460万円）を支払った。

2011年7月、Y社傘下の工場で生産された一部の家具は、高級銘柄とされたものの、広東東莞で加工されており、品質が不合格で産地を偽装したものだということが明らかとなったため、XはY社に対し、返金を求めた。Y社は、Xに対し支払いを拒否した。

同月22日、XはY社が虚偽宣伝を行っているとして、Y社に対し契約は無効であるとし、損害賠償70万元（日本円で100万円）を求めた

（原告の主張）

2011年7月17日、杭州工商局がY社の杭州店を検査した結果、店内にあった家具の大部分のものは標示が不合格であり、原産地と原料の標示が曖昧で、消費者に誤解を与えるおそれがある。

工商局の報告書と中央テレビ「毎週質量報告」放送によると、Y社は虚偽宣伝を行っているということが事実であって、Xに原料は高級木材の「モウハクヨウ」であると伝えられたが事実ではなく、詐欺契約である。

（被告の主張）

Y社は、英語の公証書を提出し、依然として自社の商品が輸入品だと主張した。また、Xに原材料が「モウハクヨウ」であることは契約書にはないから、詐欺契約ではない。

また、契約の物件は、未だ引渡しが終わってないため、Xが新聞放送から推量した結果であり、証拠にはならない。

(判決)

原告の請求一部認容

(人民法院の判断)

XとY社の売買契約を無効とする。Y社は、Xに対し判決日から10日以内に貸付金計3,234,849元を返却しなければならない。原告の他の控訴請求は却下する。

(判旨の概要)

Y社は、Xと売買契約前に、商品の材質と銘柄を偽装、誇張し、Xに誤解を与えた。最高級品質を吹聴した「ダヴィンチ家具」のブランドを信頼したからこそ、Y社の商品を選択したといえる。

Y社は、長期にわたって誇張性と誤報性のある広告宣伝を利用して、XにY社のブランドイメージに誤解を与え、Xの本意に違背した消費意向を導いた。そのため、Xは法律により撤回権を行使でき、売買契約を無効にする訴求を認容する。

(法令の適用)

中華人民共和国消費者權益保護法 第49条
中華人民共和国製品品質法 第5条 第22条
中華人民共和国民事訴訟法 第229条

[事例の検討]

ダヴィンチ事件を通して下記の問題点が指摘できる。

- ①国家品質鑑定機関が品質の鑑定に時間がかかったため、審理過程が引き伸ばされたこと、
- ②品質上の問題と広告の不法性等の理由で判決を行い、最も注目されている産地偽装問題について、言及が少ないこと。
- ③詐欺罪として扱われていないで、原告の他の損害賠償請求は却下されている。
- ④「杭州消費者魏和平」事件以外の訴訟は受理されておらず、2012年8月の新聞によると、ダ

ヴィンチ家具会社は依然として自社の商品が輸入品だと主張し、宣伝を行っている。

5.3 事例5

「ウナギ産地偽装」事件（神戸地裁平成21年4月27日判決）

[事例の概要]

一審：神戸地方裁判所

被告人：A（魚秀水産物輸出入販売会社社長中谷彰宏）

B（神港魚類水産物卸売会社の元担当課長北本順一）

C（魚秀福岡営業所長川上智行）

D（魚秀水産加工会社役員横山圭一）

E（高松市水産物加工会社元専務稲山恵誉）

F（魚秀水産物輸出入販売会社）

G（徳島水産物卸売会社）

H（神港魚類水産物卸売会社）

2008年12月5日 A被告ら五人に対する訴提起

2008年12月25日 F被告ら三社に対する訴提起

2009年4月27日 判決（平成20年(わ)1239号、1316号）

Fは、Gの子会社であり、実質的に同社の一部門として位置付けられ、冷凍うなぎ蒲焼の販売業務を行い、その主な商品は、Gが中国から輸入し、Fが同社から買い入れるブランド名「M」という冷凍のうなぎ蒲焼である。2007年6月、スーパーで販売されていたMから使用が禁止されている合成抗菌剤であるマラカイトグリーンが検出され、同年7月にそれが公表された。マラカイトグリーンが検出された食品は、食品衛生法に基づき、その流通、販売等が禁止されていることから、それ以降、販売先からの返品がF、Gに相次ぎ、中国産の冷凍うなぎ蒲焼の在庫は、Fが同福岡営業所分を含め約800トン（仕入値で約10億円）Gが約300数10トン（同約4億円～5億円）となった。

F、Gは、在庫の早期処分を図り、この部分の中国産ウナギのかば焼きに架空の「一色フード」を製造者とするラベルを張り「愛知県三河一色産」と偽装した。

徳島、兵庫両県警合同捜査本部は一日、徳島市に実質的な経営拠点を持つ水産物輸出入F、Hに対する不正競争防止法違反の疑いで、徳島、兵庫など六都府県約20カ所を自宅捜索した。合同捜査本部は刑事責任追及に向け、偽装にかかわった関係者からの事情聴取も本格化させた。

一連の偽装では、FがBに1千万円を渡したことや、書類上取引にかかわった都内の2社に手数料として約4千万円を払ったことなども判明した。

神戸地検は2008年12月5日に、Aら5人を不正競争防止法違反の罪で起訴し、同月25日に、不正競争防止法の両罰規定に基づき、同法違反罪でF、G、H三社を起訴した⁶。

(被告人の反論)

- (1) 本件偽装は、Mからマラカイトグリーンが検出されたことが公表されたことがきっかけとなっているところ、輸入食品については輸入に際して日本で認められていない抗菌剤や食品添加物が含まれていないかどうかを検査することになっており、本件中国産冷凍うなぎ蒲焼も税関の検査に合格したものであったから、FやGの関係者が輸入に際しての検査がもっと厳格にされておれば、本件のような問題が生じなかったという気持ちを抱くのは無理もないところであると思われ、動機にある程度同情できる余地はある
- (2) Gの社長は「書類送検については何も聞いていないので、弁護士と相談の上で対応する。親会社子会社間の取引はあるが、今回のことで不正利益は一円もないと思っている」と話した。同社の弁護士は「徳島魚市場が業務に関して虚偽表示を行った事実はなく、両罰規定に該当しない」と主張した。

(裁判所の判断)

神戸地方裁判の佐野哲生裁判官は、偽装による不法な収益が計約4億3千万円に上ると指摘し、本事件は組織的かつ巧妙に計画された悪質な事例であって、一般消費者の食品表示に対する信頼を大きく損ねたものであると述べた。

被告人5名及び被告会社3社の刑事責任は、いずれも重大であると言わざるを得ないと判断して、益を得たか否か、得た場合のその金額、共犯者間の量刑の均衡等に鑑み、被告人5名をそれぞれ、いずれも懲役2年6月及び罰金200万円、被告人Eにつき、懲役2年6月及び罰金400万円、被告会社3社につき、いずれも罰金1000万円に処することとした。

[判旨の概要]

(1) に対して、食品表示に関する一般の信頼をないがしろにして目先の利益を得るためや自己保身のために在庫の早期処分を図って国産に偽装する理由になるわけではなく、犯行に至る経緯や動機に酌むべき事情は乏しいと言わざるを得ない。ことに、C及びDは、以前にも同種犯行に及んでおり、この種犯行に対する規範意識が鈍麻している。また、Eは、多額の手数料を得る目的で積極的に本件にかかわっており、動機に酌むべき点はない。

⁶徳島新聞 2008年06月26日号、2008年07月05日号、2008年12月12日号、2008年12月27日号

また、本件では賞味期限も偽装されているところ、中国からの入港日を製造日とみなして2年間の賞味期限を設定した場合、本件偽装に供される前にすでに賞味期限切れとなっていたことが明確であるものが5,97トン(597箱)あり、そのほかに確定量は判明しないが賞味期限切れとなっていたものが相当数量存在しており、この点は、仲卸業者や一般消費者に賞味期限を誤認させるものであって、悪質である。

さらに、被告人らは、平成20年6月に本件偽装が発覚した後、何回か集まって、全容が判明しないように罪証隠滅を図ろうとするなどしており、犯行後の事情もよくないと判断した。

(2) に対して、不正競争防止法は、従業員が違反行為をした場合、法人にも罰金刑を科すと規定している。(不正競争防止法22条1項)

被告会社3社は、いずれも両罰規定により従業員に対する管理監督責任としての刑事責任を負うものであるが、3社とも本件をマスコミに大きく取り上げられて一定の社会的制裁を受けている。また、信用を失墜して売上が減少するなど多大の経済的制裁を受けていることのとおり本事件偽装商品の代金として支払った分を含め経済的損失は約11億円の多額に上る見込であることなどの事情が認められる。

本事件で、消費者は、製造業者や販売業者が食品に記載した表示を信頼して食品を購入するほかないが、本件はうなぎ蒲焼という身近な食品についてその原産地を偽装表示したものであって、その表示に対する一般消費者の信頼を大きく損なった犯行であり、その社会的影響は極めて大きいということを考量し、不正競争防止法の両罰規定に基づき、同法違反罪で処罰する。

(法令の適用)

刑法

60条 2人以上共同して犯罪を実行した者は、すべて正犯とする。

不正競争防止法

2条1項 この法律において「不正競争」とは、次に掲げるものをいう。

13号 商品若しくは役務若しくはその広告若しくは取引に用いる書類若しくは通信にその商品の原産地、品質、内容、製造方法、用途若しくは数量若しくはその役務の質、内容、用途若しくは数量について誤認させるような表示をし、又はその表示をした商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供し、若しくはその表示をして役務を提供する行為。

21条2項 次の各号のいずれかに該当する者は、5年以下の懲役若しくは500万円以下の

罰金に処し、又はこれを併科する。

1号 不正の目的をもって2条1項1号又は13号に掲げる不正競争を行った者。

22条1項 法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者が、その法人

又は人の業務に関し、前条1項1号、2号若しくは7号又は2項に掲げる規定の違反行為を

したときは、行為者を罰するほか、その法人に対して3億円以下の罰金刑を、その人に対し

て本条の罰金刑を科する。

6 事例の検討

6.1 「ダヴィンチ家具」事件と「ウナギ産地偽装」事件

この二つの事件は、同様の産地偽装事件であり、社会に物議をもたらした事件であるが、異なる結論を導き出している。

中国における「ダヴィンチ家具」事件では、工商局が5ヶ月間の調査を行い、ホルムアルデヒドの放出量と加工技術が不合格であるという調査結果を出したものの、最も注目されている産地偽装問題については、裁判所も工商局も明確な見解を示していない。

行政処分について、工商局が下した「行政処罰決定書」によると、ダヴィンチ家具の一部について、品質不合格商品の没収と、不当利益133.42万元（約1667万円）の罰金と、広告発表の停止、訂正の公開命令がなされた。さらに、裁判（事例4）では、審理に1年を要した後、売買契約の無効と貸付金の返金の判決が下された。一人の消費者が締結した323万元の契約に比べ、133.42万元の罰金は少額であり、軽い処罰といえる。

ダヴィンチ家具については、現在においても、消費者訴訟が提起されているが、詳細は不明である。ダヴィンチ家具は、行政処分決定書と判決に不服があるとし、真相を曖昧化し、依然として自社の商品は輸入品であるという宣伝を行っている。

一方、日本のウナギ産地偽装事件においては、2008年6月25日、事件地の両県警は合同捜査本部による強制捜査を行い、神戸地裁へ訴を提起した。判決は、被告人の得た不当収益を4億3000万円とし、被告人らに刑事責任を追及し、被告会社3社につき、いずれも罰金1千万円、被告人にそれぞれ懲役2年6月、罰金200万-400万の処罰を下した。

事件についてGの代表者は、消費者の食に対する信頼を損なったことを深く反省する旨述べ、同社では、今後このようなことがないように法令遵守のシステムを作成中であること、F、Gの関係では、すでに販売された本件偽装商品について、これを購入した18

業者との間で一定の被害弁償の処理をしていること、Hでは、自己の従業員が本件に関与したことを真摯に反省し、取引先や消費者に謝罪の意を表明していること、監督官庁に対し食品の表示義務遵守に向けた改善報告書を提出し、全従業員によって再発防止策を徹底していること、販売先の全業者から本件偽装商品を回収した上、関係者に対して被害弁償したこと、Dに対する監督責任は免れないものとおおり、本件偽装商品の代金として支払った分を含め経済的損失は約11億円の多額に上る見込であることを明らかにしている。二つの事件において、このような相違点が生じるのはいかなる理由に基づくものであろうか。

6.2 問題点の検討

(1) 受理機関の混同

受理機関の混同が「ダヴィンチ家具」事件で、国家品質鑑定機関が品質の鑑定に手間取ったことが、審理過程が引き伸ばされた理由の一つであると考えられる。

現在は、不正競争行為に関する法規の受理機関は工商局と人民法院の二か所である。工商局は、監督検査部門として、処罰決定書を下す機能しか有していない。当事者は行政処分決定に不服がある場合だけ、上級の主管機関に再審を申請することができ、再審決定に不服がある場合は、人民法院に訴えを提起することもできる（反不正競争法29条）。

ダヴィンチ家具の事業者は、工商局が下した行政処分決定書に不服があると主張しているが、世論を盛り上げるなどの手段を取り、真相を曖昧化しているのみであって、軽い処罰しか受けていないことは事実である。

上記した日本の事件では、農林水産省と捜査本部は、調査を行い、地裁に訴を提起し、裁判所は刑事責任を認め、適切な量刑判決を下した。さらに、偽装商品の回収とすべての関係者に対し被害に係る弁償を命じたことは評価に値する。

「ダヴィンチ家具」事件から中国の事例について検討すると、反不正競争法を適切に運用することにより、市場経済の順調な発展を保障し、公正競争の奨励・保護、不正競争行為を抑止し、事業者及び消費者の合法的な権益を保護するという本来あるべき法目的が達成できるものと考えられる。

(2) 立法の検討

反不正競争法には、産地偽装に関する行為に係る条文に問題がある。

現行の反不正競争法5条は、「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。」とし、不正手段として「商品の上に品質認定

標識、優秀著名標識など品質標識を偽装し盗用し、または原産地を偽装して公衆に誤解させる商品品質の虚偽表示をすること。」(同条4項)と規定している。

また、同法9条は、「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。」と規定している。

法5条4項は商品の上に付加する標識の偽装・虚偽表示、法9条は広告に係る虚偽宣伝を規制している。

(a) 法5条4項の解釈

上記法5条4項について、中国では、下記のような二つの法解釈が存在する。

① 商品の上に品質認定標識、優秀著名標識など品質標識を偽装し盗用し、または原産地を偽装することは、公衆に誤解させる商品品質の虚偽表示の手段である。

② 商品の上に品質認定標識、優秀著名標識など品質標識を偽装し盗用すること、原産地を偽装すること、公衆に誤解させる商品品質の虚偽表示をすることの三つの行為に違法性がある。

「ダヴィンチ」事件では、②の法解釈を取り、公衆に誤解させる商品品質の虚偽表示と判断した。

実際、品質標識と原産地を偽装することは、商品品質を公衆に誤解させる不正手段であると考えられる。産地偽装であるかの判断は、複雑であるなどの理由で行われていない。現在の判例は、上記②の法解釈を採用し、法5条4項には三つの独立行為があるとしている。この点において、不正競争行為の防止規定は、弱体化しているといえる。

(b) 法5条4項と法9条

法5条4項と9条とは、不正取引の手段が虚偽表示と虚偽宣伝ということで実施方法は異なるが、本質的には同じである。

単なる虚偽宣伝行為や製品品質の非合法性のみを追求するのみであれば、法律の編み目から漏れでた違法商品が数多く存在することになる。

「ダヴィンチ」事件において、中国輸出入貨物原産地条例により、ダヴィンチ家具が貨物について原産地証明書を提出することができない場合は、不正競争行為とみなされる可能性が高いが、ダヴィンチ家具は、虚偽証明等を利用して、原産地を偽装し、商品の価値を偽ることによって、対外貿易の秩序に悪影響を与えた。この状況は、「原産地偽装行為」に該当するといえる。

しかし、原産地等について、公衆に対し誤解を与える虚偽宣伝については、法9条に規定がないため、ダヴィンチ家具が契約金を返却した他には、何も処罰はなされておらず、宣伝を続けることができている。この点に問題がある。

(c) 量刑（制裁措置）の検討

「ダヴィンチ」事件には、量刑についての誤りが存在する。

量刑については、反不正競争法21条・24に規定がある。同法21条には、商標法及び製品品質法の規定にしたがって処罰される旨⁷、反不正競争法24条には、1万元（日本円で14万円）から20万元（日本円で280万円）までの罰金を課す⁸ことが規定されている。上記したとおり、反不正競争法5条4項と同法9条の混同は、実務において量刑を科すことが困難になっている。

さらに、中国の反不正競争法は、2条第1文で「事業者は市場取引の中で自由意思、平等、公正、誠実信用の原則を遵守し、公認の商業道徳を遵守しなければならない。」とし、同条第2文で「本法において不正競争とは、事業者が本法に違反してその他の事業者の合法的な権益を損害し社会経済秩序を攪乱する行為をいう。」と規定している。また、中国民法は不正競争の防止に関する基本原則を規定しており、同法第4条は、「民事活動においては、自由意志、公平、等価有償及び信義誠実の原則を遵守しなければならない。」と定めている。反不正競争法は、いくつかの不正競争行為について具体的な規定を置いているが、列記されていない他の不正競争行為については、反不正競争法2条を通して民法を適用することが意図されているといえる。不正競争行為に対して、法的措置は主に行政処分であるが、これは国家が市場競争活動に対する直接的な干渉を行うための規定であると思われる。

また、刑事的な制裁措置は、民事的な救済措置と行政処分のための補足的な対策とみなされている。反不正競争法の法律責任に関する条文である21条第2文⁹によると、虚

⁷ 反不正競争法21条 事業者は他人の登録商標を盗用し、勝手に他人の企業名称または姓名を使用し、品質認定標識、優秀著名標識など品質標識を偽装または盗用し、原産地を偽装して商品の品質を公衆に誤解させる虚偽表示をした場合、中華人民共和国商標法、中華人民共和国産品品質法の規定に従って処罰する。

⁸ 反不正競争法24条 事業者は広告またはその他の方法を用いて商品につき公衆を誤解させる虚偽宣伝を行った場合、監督検査部門は違法行為を停止し、影響を除去するよう命じなければならない。情状により、1万元以上20万元以下の科料を科することができる。

⁹ 事業者は勝手に著名商品の特有な名称、包装、デザインを使用し、または著名商品と類似の名称、包装、デザインを使用して他人の著名商品と混同させ、購入者に当該著名商品であると誤認させた場合、監督検査部門は違法行為の停止を命じ、違法所得を没収しなければならない。情状により、違法所得の2倍以上3倍以下の科料を科することができる。情状が重い場合、営業許可証を取り消すことができる。虚偽または品質の劣る商品を販売して犯罪を構成した場合、法により刑事責任を追究する。

偽または品質の劣る商品を販売して犯罪を構成した場合のみ、刑事責任を追求することになっている。しかし、品質の劣る商品を販売して犯罪を構成することの判断が難しいため、刑事責任が追求される事例はほとんどない。

ダヴィンチ事件の事例のように、産地偽装の調査を行っていないため、虚偽商品と判断することができず、21条第2文について適用されていない。そのため、単に違法所得の2倍以上3倍以下の過料を課す行政処分（行政処分決定書）が適当な処罰ではないものと考えられる。

一方、日本においては、「不正競争の防止に関する措置」として、不正競争のうちの一部の行為に対して刑事的な制裁措置（罰則）と、不正競争に対する差止請求と損害賠償請求等の民事的な救済措置が規定されている。

上記した「ウナギ産地偽装」事件（事例5）で、不正競争防止法21条2項の「次の各号のいずれかに該当する者は、5年以下の懲役若しくは500万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。」規定による重罰は、再発防止にも効果があるといえる。

(3) 小括

まず、反不正競争法の本質は、知的財産権では保護しきれないものを守るためのものであるにもかかわらず、中国では、法体系の混乱により、不正競争行為の防止効果を著しく弱めているといえる。それを解決するためには、反不正競争法5条4項と9条の規定について、「公衆に誤解させる商品品質の虚偽表示をする行為」を、一条文にまとめることにより、強化できるものと考えられる。

次に、中国において、不正競争行為の規制は、主に行政処分による受動的な保護であるため、「ダヴィンチ」事件のように単なる消費者が提起した訴訟は、消費者保護を目的としているため、不公正取引についてはその責任を追及することができない。また、他の保護し切れない偽装行為も多発している現状がある。

このような中国の現状に考慮し、反不正競争法は、主として民事責任を追及しつつも、刑事責任と行政責任を追求する法体系を補った法改正を行うべきである。不正競争行為に係る処罰を強化することにより、知的財産法に対する付加的保護の機能が一層発揮できるであろうし、知的財産法の完備を実現できる可能性があるものと考えられる。

最後に、「ダヴィンチ」事件から見て、産地偽装の判断が複雑・困難なため、単なる虚偽宣伝行為や製品品質不合法性と合わせて考慮することが肝要である。産地偽装の問題は、きわめて重要な課題であると考えられる。

6.3 原産地規則

原産地規則とは、原産地（物品の国籍）を決定するための規則である。原産地名称の具体的な内容については、まだ世界で統一な解釈がないが、事例分析を見ながら、原産地規則について検討する。

TRIPs 協定は、商品の品質や評価が地理的原産地に由来する場合に、商品の原産地を特定する表示である地理的表示について定めている。地理的表示とは、単なる商品の生産地表示ではなく、“シャンパン（ワイン）”のように、生産地表示が生産地に由来する商品の品質や評判を想起させるものをいうが、TRIPs 協定により、知的財産権として保護することが義務付けられている（22 条、23 条）。

それによると、原産地名称は、地理名称の標識により構成されている。地理名称は、ご当地商品の質量・特徴・評判と地域的要素と繋がっている。原産地名称は、実際の商品・役務の品質の代表である。

「ダヴィンチ」事件によると、国外に係る輸出入契約や輸入通関資料などの虚偽証明の使用も判断基準となっていると考えられるため、「産地偽装」と「原産地偽装」という二つの行為を分けて判断することが必要である。

(1) 「産地偽装」と「原産地偽装」の混同

一般に、「原産地」は、「中華人民共和国輸出入貨物原産地条例」に基づいて定義された輸入品の生産された場所を指す言葉として、そして「産地」は中国国内で流通する商品の生産された場所を指す言葉として使用されている。

そこで、事例を検討し原産地規則について考察したい。

(a) 事例 6

[事例の概要]

広州で販売されている自動車部品には、生産地が表示されていないが、販売している時に、オリジナル輸入品と明示していた。調査によると、通関申告書などの書類がなく、仕入書は広州 X 販売店が発行したものだった。

[事例の検討]

行政事件では、生産地を表示していない場合であっても、「産地偽装」であることを解明することができないため、製品品質法によっては是正を命じるしかない。

しかし、商品自体に産地を表示していなくても、生産地を追跡し、輸入品の存在を確認することによって、原産地証明の偽装行為がある場合には、原産地証明の偽装行為があったとして処罰することや訴を提起することができる。本事件は、「産地偽装」については反不正競争法では処罰できないが、「原産地偽装」の場合には処罰できる（法 21 条）。

(b) 事例7

[事例の概要]

2010年3月18日、上海市質量技術監督局（中国における知的財産権関連機関）¹⁰は告発を受けた。告発によると、管轄区内のある卸売商が販売しているかばんとベルトは偽物である疑いが生じた。検査した結果、その卸売商の一部の商品は中国語の記載がなく、“Made in Italy”（イタリア産）と表示して販売されていた。調査によると、卸売商は商品の産地出所の資料を提出できず、実際は江浙行省の工場で“Made in Italy”の記載を無断で表示して生産したものと判明した。

その結果、質量技術監督局は、製品品質法27条（中国語で明記された記載を必ず有すること）、30条（生産者による産地偽装行為の禁止）と37条（販売者による産地偽装行為の禁止）、反不正競争法5条（不正競争行為）に該当すると判断して、製品品質法53条により、違反者に偽装内容を改善するよう命じるとともに、違法商品を没収し、違法所得を徴収する旨、処罰した。¹¹

[事例の検討]

事件の背景には、国内産革製商品は安価であり、イタリア産革製商品は高価であるという価格差の問題がある。また、当該違反者は商品に虚偽産地を表示したが、輸出入契約や輸出入通関資料などは皆無だった。また、実際の実地も明確に判定できることから、「輸出入貨物原産地条例」を参照する必要はない。この場合は、「産地偽装」行為である。

(c) 事例8

[事例の概要]

中国のX社が生産する革靴には、フランス製との表示があった。調査したところ、この商品は、輸入品であるかのように見せかけるため、海外加工貿易契約を利用して、いったん輸出するのを行った後、国内に返送し、国内で輸入の取扱いをとり、1日で「輸入品」とするという偽装工作を行っていた。

(法令の適用)

中華人民共和国輸出入貨物原産地条例

第11条 輸入貨物の荷受人は「中華人民共和国税関法」及び関係規定に基づき輸入貨物の税関申告手続きをする際、本条例の規定する原産地認定基準に基づきありのままに

¹⁰中国における知的財産権関連機関の組織図一巻末に付録をつける

¹¹「質量技術監督局行政執法公文書探査」2010年執法人員検査 事例一

輸入貨物の原産地を申告しなければならない。一組の貨物で原産地が異なる場合、各自原産地を申告しなければならない。

14条 税関は輸入貨物の原産地の確定について審査する際、当該輸入貨物の原産地証明書を提出するよう輸入貨物の荷受人に求め、併せて事前審査することができる。必要な場合、当該貨物の輸出国（地区）の関係機関に対し当該貨物の原産地について審査するよう請求することができる。

[事例の検討]

このような場合、輸出入契約を商品価値の変化などの要素を加えて判定しなければならないため、「輸出入貨物原産地条例」によって考えるわけにはいかない。すなわち、生産地を判断する場合は、「輸出入貨物原産地条例」を運用し、企業が関税政策に関する規定に違反行為があるかどうかを判断して、関税政策に関する規定を適用することになっている。本事例は、海外要素を含み、中国の工場は偽造証明書を提供し、不正手段を用い市場取引をしていた。この場合は、「原産地証明偽装」であるといえる。

(2) 小括

これらの事例から、国内生産と表示されている場合は、「原産地偽装」と判断されている。海外製と表示されている場合は、関税政策に関する規則の運用を考慮し、偽造証明書を利用しているかどうか判断されて、「産地偽装」と認定される。

産地表示の中に、巨大な利益が隠れている。産地鑑定に躊躇になって、審理過程が引き伸ばされる、もしくは、市場競争に混乱を起こすことが現実だ。原産地規則を活用しなければいけない。

また、量刑についても、産地偽装となる場合は、社会に対する影響を考慮し、重罰化すべきであり、刑事責任を追求する法体系も構築する必要がある。

7 結論

本稿は、中国の不正競争行為に関する法制度において、知的財産法に対する付加的保護を図ることを検討することによって、知的財産権制法制度の改正を提案した。

まず、国際法、日本法等における不正競争行為に関する規定と中国法制度とを比較し、中国法制度における問題点を検討した。

そこで、中国法制度の現状を考慮し、反不正競争法を知的財産法の欠陥を補う法制度とすることを目的として、反不正競争法の一部法改正を進めることを提案した。

さらに、中国反不正競争法 5 条 4 項に規定する産地偽装と著名商標侵害行為に焦点をあて、知的財産法との関係を、事例を取り上げて検討を行った。検討事例から、中国では、反不正競争法が十分な機能を果たしてしていないため、知的財産権の保護（商標、著作権、特許権等）が十分にできない事例が多く、また、司法や実務の場で混乱を来しており、特に法律の適用の問題について問題があることが明らかとなった。

また、日本の事例と比較検討を行い、産地偽装と未登録商標の関する法規の改正案の提案を行った。

具体的には、著名商標の保護については、商標法による保護には限界があるため、反不正競争法を知的財産権の付加的保護手段として、「広く認識されている」という記載を追加し、法的保護を図る必要があるものとする。

産地偽装について、反不正競争法 5 条 4 項と 9 条の規定における、「公衆に誤解させる商品品質の虚偽表示をする行為」を、一条文にまとめ、救済措置において、主として民事責任を追及しつつも、刑事責任と行政責任を追求する法体系を補った法改正を行うべきである。さらに、原産地規則を明確し、実務においても活用できるように法整備を図ることが望ましい。

今後は、さらに不正競争行為に係る法規と知的財産法との関係について研究していきたいと考えている。

参考文献

[中国語文献]

- 郑思成 「知识产权法」(「論知的財産法」) 法律出版社, 2007年9月
- 刘春田 「知识产权法」(「論知的財産法」) 中国人民大学出版社, 2000年3月
- 马俊驹 梅夏英 「无形财产的理论 and 立法问题」(「無形財産の理論とその立法問題」) 中国法学, 2001年第2期
- 馬彦華 「中国商标实务」(「中国商標実務」), 日本弁理士協同組合, 2004.6
- 譚琪学 「商标侵权和不正当竞争」(「商標権侵害と不正競争」), 中国工商新聞, 2005.9.1
- 闫爱青 「浅谈不正当竞争行为及其法律责任」(「不正競争行為とその法律責任について」), 山西省政法管理干部学院学报, 2008年04期

[日本語文献]

- 土肥一史 知的財産法入門(第12版), 中央経済社, 2010.3
- 小野幸二 高岡信男: 法律用語辞典, 法学書院, 2005
- 譚琪学 商標権侵害と不正競争, 中国工商新聞, 2005.9.1.
- 青山紘一 不正競争防止法(事例・判例), 経済産業調査会, 2010.5
- 吉田慶子 中日不正競争法比較研究, 西南政法大学, 2006
- 徳島新聞 2008年06月26日号

2008年07月05日号

2008年12月12日号

2008年12月27日号

[その他]

Georges Koumantos 「Reflections on the Concept of Intellectual Property」
Intellectual Property and information Law, Kluwer Law International, Hagur, 1998

[URL]

ウィキペディア

<http://ja.wikipedia.org/>

中国裁判書文庫

<http://www.lawyee.org/Case/Case.asp>

中国反不正競争防止法法律網

<http://www.lawtime.cn/info/jingzheng/>

日本貿易振興機構（ジェトロ）

<http://www.jetro.go.jp/indexj.html>

付録

[参考法令]

中華人民共和国反不正競争法

第 1 条 社会主義市場經濟の順調な發展を保障し、公正競争を奨励、保護し、不正競争行為を制止し、事業者及び消費者の合法的な權益を保護するために、本法を制定する。

第 2 条 事業者は市場取引の中で自由意思、平等、公正、誠実信用の原則を遵守し、公認の商業道徳を遵守しなければならない。

本法において不正競争とは、事業者が本法に違反してその他の事業者の合法的な權益を損害し社会經濟秩序を攪乱する行為をいう。

本法において事業者とは、商品の經營或いは営利性の勞務（以下「商品」という場合は勞務を含む）に従事する法人、その他の經濟組織及び個人をいう。

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。

(2) 勝手に著名商品の特有な名称、包装、デザインを使用し、または著名商品と類似の名称、包装、デザインを使用して他人の著名商品と混同させ、購入者に当該著名商品であるかの誤認をさせること。

(4) 商品の上に品質認定標識、優秀著名標識など品質標識を偽造し盗用し、または原産地を偽造して公衆に誤解させる商品品質の虚偽表示をすること。

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。
広告事業者は明確なまたは知りうるべき状況のもとで虚偽の広告を代理、設計、制作、
公布してはならない。

第 21 条 事業者は他人の登録商標を盗用し、勝手に他人の企業名称または姓名を使用し、
品質認定標識、優秀著名標識など品質標識を偽装しまたは盗用し、原産地を偽装して商
品の品質を公衆に誤解させる虚偽表示をした場合、中華人民共和国商標法、中華人民共
和国産品品質法の規定に従って処罰する。

第 24 条 事業者は広告またはその他の方法を用いて商品につき公衆を誤解させる虚偽
宣伝を行った場合、監督検査部門は違法行為を停止し、影響を除去するよう命じなけれ
ばならず、情状により、1 万元以上 20 万元以下の科料を科することができる。

広告事業者は明らかに知った、または知りうるべき情態のもとで虚偽の広告を代理、設
計、制作、公布した場合、監督検査部門は違法行為の停止を命じ、違法所得を没収し、
または法により科料を科しなければならない。

中華人民共和国商標法

第 1 条 商標管理を強化し、商標専用権を保護し、生産者及び経営者に商品と役務の品
質を保証させることを促がし、商標の信用を維持し保護することにより、消費者と生産
者及び経営者の利益を保障し、社会主義市場経済の発展を促進することを目的としてこ
の法律を制定する。

第 2 条 国务院の工商行政管理部門商標局は、全国の商標登録及び管理業務を主管する。
国务院工商行政管理部門は、商標評審委員会を設置し、商標争議に係わる事項の処理に
責任を負う。

第 3 条 商標局の審査を経て登録された商標を登録商標という。登録商標は、商品商標、
役務商標、団体商標、及び証明商標とからなる。商標登録権者は商標専用権を享有し、
この法律の保護を受ける。

第 10 条次に掲げる標章は、商標として使用してはならない。

(一) 中華人民共和国の国名、国旗、国章、軍旗、勳章と同一又は類似したもの及び中
央国家机关所在地の特定地名又は標章性を有する建築物の名称若しくは図形と同一のも
の。

(二) 外国の国名、国旗、国章、軍旗と同一又は類似したもの。但し当該国政府の承諾
を得ている場合にはこの限りではない。

(三) 各国政府よりなる国際組織の名称、旗、徽章と同一又は類似するもの、但し同組
織の承諾を得ているもの、又は公衆に誤認を生じさせない場合にはこの限りではない。

(四) 管理下での実施が明らかであり、その保証を付与する政府の標章、又は検査印と
同一又は類似したもの。但し、その権利の授権を得ている場合にはこの限りではない。

(五) 「赤十字」、「赤新月」の名称、標章と同一又は類似したもの。

(六) 民族差別扱いの性格を帯びたもの。

(七) 誇大に宣伝しかつ欺瞞性を帯びたもの。

(八) 社会主義の道德、風習を害し、又はその他公序良俗に反するもの。

県クラス以上の行政区画の地名又は公知の外国地名は、商標とすることができない。但し、その地名が別の意味を持ち又は団体商標、証明商標の一部とする場合にはこの限りではない。既に地理的表示を利用した商標として登録された商標は、引き続き存続することができる。

第13条同一又は類似の商品について出願した商標が、中国で登録されていない他人の著名商標を複製、模倣又は翻訳したものであって、かつ同著名商標と容易に混同を生じさせる場合には、その登録とその使用を禁止する。

同一又は非類似の商品について出願した商標が、中国で登録されている他人の著名商標を複製、模倣又は翻訳したものであって、かつ公衆を誤認させ、同著名商標権者の利益に損害を与え得る場合には、その登録とその使用を禁止する。

第14条著名商標の認定には、以下の要素を備えなければならない。

- (一) 関連公衆の当該商標に対する認知度
- (二) 当該商標の持続的な使用期間
- (三) 当該商標のあらゆる宣伝の持続期間、程度及び地理的範囲
- (四) 当該商標の著名商標としての保護記録
- (五) 当該商標の著名であることのその他の要因

第31条商標登録の出願は先に存在する他人の権利を侵害してはならない。他人が先に使用している一定の影響のある商標を不正な手段で登録してはならない。

第32条出願を拒絶し公告しない商標については、商標局は商標登録出願人に書面で通知しなければならない。商標登録出願人はこの決定に不服があるときは、通知を受領した日から15日以内に、商標評審委員会に再審を請求することができる。商標評審委員会は決定を下し、出願人に書面で通知する。

当事者は商標評審委員会の決定に不服がある場合、通知を受領した日から30日以内に人民法院に訴えを提起することができる。

第33条初步審定され公告された商標に対して異議申立があるときは、商標局は異議申立人及び被異議申立人が陳述する事実及び理由を聴取し、調査をして事実を明らかにした後、決定を下さなければならない。当事者は不服があるときは、通知を受領した日から15日以内に、商標評審委員会に再審を請求することができる。商標評審委員会は裁定を下し、異議申立人及び被異議申立人に書面で通知する。

当事者は商標評審委員会の裁定に不服がある場合、通知を受領した日から30日以内に、

人民法院に訴えを提起することができる。人民法院は、商標再審段階での相手方当事者に対し第三者として訴訟に参加する旨を通知しなければならない。

中華人民共和国製品品質法

第5条 認証マークなどの品質マークの偽造又は盗用を禁止する。製品の原産地の偽造、他人の工場名、工場住所の偽造又は盗用を禁止する。生産・販売する製品に夾雑物・偽物を混ぜること、偽物を本物の代替とすること、粗悪品を優良品の代替とすることを禁止する。

第19条 製品品質検査機関は、必ず然るべき検査条件と能力を有していなければならない。省級以上の人民政府製品品質監督部門又はその授権する部門での審査を経て合格した後、初めて製品品質の検査を担当することができる。法律、行政法規に製品品質検査機関に対し別途規定がある場合は、関係法律、行政法規の規定に基づき執行する。

第22条 消費者は製品の品質上の問題に対し、製品の生産者、販売者に問い合わせる権利を有し、又、製品品質監督部門、工商行政管理部門及び関係部門に対し訴える権利を有する。訴えを受けた部門は責任を持って処理しなければならない。

第23条 消費者の権益を保護する社会組織は、消費者の指摘した製品の品質上の問題について、関係部門に責任を持って処理するよう建議を出すことができ、また、消費者が製品の品質が原因で被った被害に対し人民法院に訴えを提起することを支持することができる。

第27条 製品又はその包装上の表記は必ず真実で、かつ以下に掲げる要求に合致しなければならない。

2項 中国語で明記された製品名称、生産工場名称及び工場住所を有する。

3項 製品の特徴及び使用要求により、製品の規格、等級、含有する主要成分の名称及び含有量を明記する必要がある場合は、中国語により然るべき明記し、消費者に事前に知らせるべき事柄は外側包装上に明記し、又は事前に消費者に關係資料を提出する。

第50条 製品中に夾雑物・偽物を混ぜる、偽物を本物の代替とする、粗悪品を優良品の代替とする、不合格製品を以て合格製品を偽称した場合、生産・販売停止を命じ、違法に生産・販売した製品を没収し、違法に生産・販売した製品の商品価値金額の百分の五十以上三倍以下の罰金を併科する。違法所得がある場合は違法所得の没収を併科し、情状が重い場合は営業許可証を取り上げ、犯罪を構成する場合は法により刑事責任を追及する。

第53条 原産地を偽造した場合、他人の工場名、工場住所を偽造又は盗用した場合、認証マークなどの品質マークを偽造又は盗用した場合は、是正を命じ、違法に生産・販売

した製品を没収し、違法に生産・販売した製品の商品価値金額と同額以下の罰金を併科する。違法所得がある場合は違法所得の没収を併科し、情状が重い場合は営業許可証を取り上げる。

第59条 広告の中で製品の品質に対し虚偽の宣伝を行い、消費者を欺瞞・誤導した場合、『中華人民共和国広告法』の規定に基づき法的責任を追及する。

中華人民共和国輸出入貨物原産地条例

第 11 条 輸入貨物の荷受人は「中華人民共和国税関法」及び関係規定に基づき輸入貨物の税関申告手続きをする際、本条例の規定する原産地認定基準に基づきありのままに輸入貨物の原産地を申告しなければならない。一組の貨物で原産地が異なる場合、各自原産地を申告しなければならない。

第 14 条 税関は輸入貨物の原産地の確定について審査する際、当該輸入貨物の原産地証明書を提出するよう輸入貨物の荷受人に求め、併せて事前審査することができる。必要な場合、当該貨物の輸出国（地区）の関係機関に対し当該貨物の原産地について審査するよう請求することができる。

第 23 条虚偽の材料を提出して輸出貨物原産地証書を詐取した、輸出貨物原産地証書を偽造、変造、売買又は窃盗した場合、輸出入検査・検疫機関、税関は 5,000 元以上 10 万元以下の罰金を課する。税関の通過許可証書としての輸出貨物原産地証書を偽造、変造、売買又は窃盗した場合、貨物の価値に相当する金額以下の罰金を課する、但し、貨物の価値が 5,000 元以下である場合、5,000 元の罰金を課する、不法所得があった場合、輸出入検査・検疫機関、税関が不法所得を没収し、犯罪に構成した場合、法により刑事責任を追及する。

日本不正競争防止法

第1条 この法律は、事業者間の公正な競争及びこれに関する国際約束の的確な実施を確保するため、不正競争の防止及び不正競争に係る損害賠償に関する措置等を講じ、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

第2条1項 この法律において「不正競争」とは、次に掲げるものをいう。

13号 商品若しくは役務若しくはその広告若しくは取引に用いる書類若しくは通信にその商品の原産地、品質、内容、製造方法、用途若しくは数量若しくはその役務の質、内容、用途若しくは数量について誤認させるような表示をし、又はその表示をした商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供し、若しくはその表示をして役務を提供する行為。

第3条 不正競争によって営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれがある者は、その営業上の利益を侵害する者又は侵害するおそれがある者に対し、その侵害の停止又は予防を請求することができる。

第4条 故意又は過失により不正競争を行って他人の営業上の利益を侵害した者は、これによって生じた損害を賠償する責めに任ずる。ただし、第十五条の規定により同条に規定する権利が消滅した後にその営業秘密を使用する行為によって生じた損害については、この限りでない。

第21条2項 次の各号のいずれかに該当する者は、5年以下の懲役若しくは5百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

1号不正の目的をもって2条1項1号又は13号に掲げる不正競争を行った者。

7項 第一項及び第二項の規定は、刑法その他の罰則の適用を妨げない。

第22条1項 法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者が、その法人又は人の業務に関し、前条1項1号、2号若しくは7号又は2項に掲げる規定の違反行為をしたときは、行為者を罰するほか、その法人に対して3億円以下の罰金刑を、その人に対して本条の罰金刑を科する。

[判決書]

平成20年(わ)第1239号、第1316号

主文

被告人A、同B、同C及び同Dをそれぞれ懲役2年6月及び罰金200万円に、被告人Eを懲役2年6月及び罰金400万円に、被告会社株式会社F及び同G株式会社をそれぞれ罰金1000万円に、被告会社H株式会社を罰金500万円に処する

被告人A、同E、同B、同C及び同Dにおいてその罰金を完納することができないときは、各被告人についていずれも金1万円を、それぞれ1日に換算した期間、その被告人を労役場に留置する。

被告人A、同E、同B、同C及び同Dに対し、この裁判確定の日からいずれも4年間それぞれその懲役刑の執行を猶予する。

理由

(罪となるべき事実)

被告会社株式会社Fは、大阪市a区b町c丁目d番e号に本店を置き、水産物の輸出入、加工、販売等の業務を営むもの、被告会社G株式会社は、徳島市f丁目g番h号に本店を置き、鮮魚介類等の卸売等の業務を営むもの、被告会社H株式会社は、神戸市i区j丁目k番l号に本店を置き、水産物の集荷販売等の業務を営むものであり、被告人Aは、被告会社Fの代表取締役であるとともに被告会社Gの商事部課長、被告人Bは、被告会社Fの取締役、被告人Cは、被告会社Fの取締役兼同社福岡営業所長、被告人Dは、被告会社Hの冷凍塩干部凍魚課長の職にあったものであるが、被告人5名は、I及びJらと共謀の上、被告人Aについては、被告会社F及び被告会社Gのそれぞれの業務に関し、被告人B及び同Cについては、被告会社Fの業務に関し、被告人Dについては、被告会社Hの業務に関し、それぞれ不正の目的をもって、平成20年2月9日ころから同年4月8日ころまでの間、高松市m町n番地o所在の株式会社Kにおいて、中国産うなぎ蒲焼約256.69トン「愛知県三河一色産うなぎ蒲焼「原」、料原産地・愛知県（三河一色産）」等と印刷された段ボール箱2万5669箱に梱包し、前記中国産うなぎ蒲焼が愛知県三河一色産のうなぎ蒲焼であるかのように表記して、商品の原産地について誤認させるような表示をした上、同年3月10日ころから同年6月13日までの間、130回にわたり、京都府京丹後市p町q番地所在の株式会社Lほか8社に対し、前記うなぎ蒲焼のうち合計1545箱

（合計15.445トン）を譲渡し、もって、それぞれ不正競争を行ったものである。

（証拠の標目）

記載省略

（法令の適用）

罰条

いずれも包括して刑法60条、不正競争防止法21条2項1号、2条1項13号、22条1項

刑種の選択

被告人A、同E、同B、同C及び同Dにつき、いずれも懲役刑及び罰金刑

労役場留置

被告人A、同E、同B、同C及び同Dにつき、いずれも刑法18条

懲役刑の執行猶予

被告人A、同E、同B、同C及び同Dにつき、いずれも刑法25条1項

（量刑の理由）

1 本件犯行に至る経緯及び本件の社会的影響

被告会社Fは、被告会社Gの子会社であり、実質的に同社の一部門として位置付けられ、冷凍うなぎ蒲焼の販売業務を行い、その主な商品は、Gが中国から輸入し、Fが同社から買い入れるブランド名「M」という冷凍のうなぎ蒲焼である。平成19

年6月、スーパーで販売されていたM から使用が禁止されている合成抗菌剤であるマラカイトグリーンが検出され、同年7月にそれが公表された。マラカイトグリーンが検出された食品は、食品衛生法に基づき、その流通、販売等が禁止されていることから、それ以降、販売先からの返品がF 及びG に相次ぎ、中国産の冷凍うなぎ蒲焼の在庫は、F が同福岡営業所分を含め約800トン（仕入値で約10億円、G が約）三百数十トン（同約4億円ないし5億円）になった。

被告人C は、当時所長をしていたF 福岡営業所の中国産冷凍うなぎ蒲焼の在庫が500トンほどにもなり、その販売に苦慮していた。本件偽装の件を初めに言い出した者が誰であるのかは証拠上必ずしも定かではないが、Cは、内心で、多量の在庫を処理するには、国産に偽装して販売するしか方法がないと思っていた。しかし、C は、偽装するとはっきりとは言わないまま、被告人B に在庫の処理を相談するなどした上、被告人D にも偽装の話を持ちかけるなどした。C とD は、以前にもN という業者が中国産冷凍うなぎ蒲焼を鹿児島産と偽装して販売した事案に関与したことがあり、これは平成19年9月に発覚していた。被告人Aは、BやCから本件偽装の話を聞いた当初は躊躇していたものの、結局、国産に偽装して販売することを承諾し、B が被告人E に話をするなどした結果、平成19年12月ないし遅くとも平成20年1月ころには、被告人5名やほかの共犯者らとの間でF とG が在庫として抱えている中国産冷凍うなぎ蒲焼の一部を国産に偽装し、これをD がその買入れの実質的権限を有する冷凍部の課長として勤務していた被告会社H が買い受け、その一部をF が買い戻して販売し、残部はH が販売するという事になった。

以上のように、本件偽装は、M からマラカイトグリーンが検出されたことが公表されたことがきっかけとなっているところ、輸入食品については輸入に際して日本で認められていない抗菌剤や食品添加物が含まれていないかどうかを検査することになっており、本件中国産冷凍うなぎ蒲焼も税関の検査に合格したものであったから、F やG の関係者が輸入に際しての検査がもっと厳格にされておれば、本件のような問題が生じなかったという気持ちを抱くのは無理もないところであると思われ、動機にある程度同情できる余地はあるが、だからと言って、食品表示に関する一般の信頼をないがしろにして目先の利益を得るためや自己保身のために在庫の早期処分を図って国産に偽装する理由になるわけではなく、犯行に至る経緯や動機に酌むべき事情は乏しいと言わざるを得ない。ことに、C 及びD は、以前にも同種犯行に及んでおり、この種犯行に対する規範意識が鈍麻している。また、Eは、多額の手数料を得る目的で積極的に本件にかかわっており、動機に酌むべき点はない。消費者は、製造業者や販売業者が食品に記載した表示を信頼して食品を購入するほかないが、本件はうなぎ蒲焼という身近な食

品についてその原産地を偽装表示したものであって、その表示に対する一般消費者の信頼を大きく損なった犯行であり、その社会的影響は極めて大きい。

2 被告人5名の役割等

A は、材料とする中国産冷凍うなぎ蒲焼の供出や保管場所の手配を、E は、箱の詰替え

の現実の作業の管理や配送等の手配を、B は、本件全体の仕組みを構想し、E に本件を持ちかけたほか、仲介業者の手配、架空の販売元会社であるO の社印や代表取締役印、産地証明書の準備等を、C は、D を誘い入れたほか、材料とする中国産冷凍うなぎ蒲焼の供出及び偽装後の販売を、D は、上司に虚偽の報告をするなどした上で偽装うなぎ蒲焼の買付けやその販売をそれぞれ担当し、どの一人を欠いても本件偽装はできなかったものであり、また、偽装が発覚しないように、保管場所の倉庫業者や倉庫間の運搬業者には履歴が残らないように手配し、仲介業者を介在させるなど周到な準備をして敢行しており、本件は組

織的かつ巧妙に計画された悪質な事案であり、被告人5名はそれぞれに必要な不可欠な重要

な役割を果たしたものである。

3 本件偽装による不法収益

本件偽装うなぎ蒲焼は、帳簿上、架空の販売元会社であるO から株式会社P を経てQ 株式会社に販売され、同社から更にH に販売され、H は、Q に対し、その代金として7億7794万円余りを支払った。本件偽装うなぎ蒲焼の原材料となる中国産冷凍うなぎ蒲焼のG による仕入原価は3億2488万円余りであり、これを前記代金から差し引くと、本件偽装による不法収益の合計は4億3384万円余りとなり、経費等を除いた現実に得た経済的利益としては、Q が3421万円余り、P が620万円余り、E が8672万円余り、Dが1000万円、Fが1億8671万円余り、Gが1億998万円余りとなる。なお、G の弁護人は、同社がF から受領した4億3487万円余りは正当な取引の結果である旨主張するが、本件偽装に供された前記仕入原価の価額を同金額から控除するのはいいとしても、残額1億998万円余りは、本件偽装商品の売上があったからこそF から支払を受けることができたものであるから、この金額は本件偽装による不法収益というべきであり、同弁護人の主張は採用できない。

4 中国産を国産と偽装した以外の問題点

本件偽装うなぎ蒲焼からサンプルとして採取された21尾中17尾から、食品の安全面から検出されてはならないとされているマラカイトグリーン等の合成抗菌剤が検出されている。この点は、そのような食品が一部消費者に販売され、一般消費者がそれを口にしている危険が現に生じたという意味で看過できないが、これはそもそも輸入に際しての検

査の際に発見されてしかるべきものであって、そのようなことを知らなかった被告人や被告会社らの不正競争防止法上の責任がこのことによって更に重くなるものであるとはいえない。

また、本件では賞味期限も偽装されているところ、中国からの入港日を製造日とみなして2年間の賞味期限を設定した場合、本件偽装に供される前にすでに賞味期限切れとなっていたことが明確であるものが5.97トン（597箱）あり、そのほかに確定量は判明しないが賞味期限切れとなっていたものが相当数量存在しており、この点は、仲卸業者や一般消費者に賞味期限を誤認させるものであって、悪質である。

さらに、被告人らは、平成20年6月に本件偽装が発覚した後、何回か集まって、全容

が判明しないように罪証隠滅を図ろうとするなどしており、犯行後の事情もよくない。

5 被告人5名及び被告会社3社のために酌むべき事情

被告人5名は、それぞれ、本件を反省していること、一定期間身柄を拘束されたこと、本件がマスコミに取り上げられて社会的制裁を受けたことなどのほか、Aは、当初は本件に積極的でなかったこと、個人として経済的利益を直接には得ていないこと、捜査及び農林水産省の調査に協力して事実関係を詳細に供述していること、Gから懲戒解雇されたこと、Fの役員を辞任することになること、扶養すべき妻子がおり、長女は大学を中退するに至ったこと、前科前歴がないことなどの事情が、Eは、箱の詰替え以外には関与しておらず、全体の仕組みや取引の流れは把握していなかったこと、Rを退職し、今後は食品業界とは関与しない旨を述べていること、交通関係の罰金刑以外には前科はないことなどの事情が、Bは、本件で直接の経済的利益は得ていないこと、前科前歴がないことなどの事情が、Cは、捜査に協力して事実関係を詳細に供述していること、個人として経済的利益を直接には得ていないことなどの事情が、Dは、当初はこのような大規模な数量の偽装になると思っていなかったものと窺われること、Hから懲戒解雇されたこと、前科前歴がないことなどの事情がそれぞれ認められる。

被告会社3社は、いずれも両罰規定により従業員に対する管理監督責任としての刑事責任を負うものであるが、3社とも本件をマスコミに大きく取り上げられて一定の社会的制裁を受け、また、信用を失墜して売上が減少するなど多大の経済的制裁を受けていること、Gの代表者は、消費者の食に対する信頼を損なったことを深く反省する旨述べ、同社では、今後このようなことがないように法令遵守のシステムを作成中であること、F及びGの関係では、すでに販売された本件偽装商品について、これを購入した18業者との間で一定の被害弁償の処理をしていること、Hでは、自己の従業員が本件に関与したことを真摯に反省し、取引先や消費者に謝罪の意を表明していること、

監督官庁に対し食品の表示義務遵守に向けた改善報告書を提出し、全従業員によって再発防止策を徹底していること、販売先の全業者から本件偽装商品を回収した上、関係者に対して被害弁償したこと、D に対する監督責任は免れないものの、前記のとおり、本件偽装商品の代金として支払った分を含め経済的損失は約11 億円の多額に上る見込であることなどの事情が認められる。

6 まとめ

以上のような本件犯行の動機や経緯、態様及び結果、ことに一般消費者の食品表示に対する信頼を大きく損ねたものであることなどに照らすと、被告人5名及び被告会社3社の刑事責任は、いずれも重大であると言わざるを得ない。そこで前記のような諸事情を総合考慮し、被告人5名の地位や立場、直接の経済的利益を得たか否か、得た場合のその金額、共犯者間の量刑の均衡等に鑑み、被告人5名をそれぞれ、前記主文の刑に処した上、懲役刑についてはいずれもその執行を猶予して社会内で更生する機会を与えることとし、被告会社3社については、前記不法利得額やすでに受けた社会的経済的制裁及び今後の改善策の実施状況等に鑑み、主文のとおり罰金刑に処することとする。

(求刑被告人A , 同B , 同C 及び同D につき、いずれも懲役2年6月及び罰金200 万円、被告人E につき、懲役2年6月及び罰金400万円、被告会社3社につき、いずれも罰金1000万円)

平成21年4月27日

神戸地方裁判所第2刑事部

裁判官佐野哲生__