

事務所:

台湾10409台北市南京東路二段125号

偉成大樓7階

Tel: 886-2-2507-2811・Fax: 886-2-2508-3711

E-mail: tiplo@tiplo.com.tw

Website: www.tiplo.com.tw

東京連絡所:

東京都新宿区新宿2-13-11

ライオンズマンション新宿御苑前 第二506号

Tel: 81-3-3354-3033・Fax: 81-3-3354-3010

記事提供: TIPLO Attorneys-at-Law 台湾国際專利法律事務所

© 2011 TIPLO, All Rights Reserved.

TIPLO News

2011 年 5 月号(J141)

このニュースメールは、知的財産分野を中心に、台湾の法律情報等を様々な角度から取り上げ、日本語と英語の両方で月に一回お届けしています。

台湾知的財産事情に対する理解を深め、新着情報をいち早くキャッチするための道具として、このニュースメールだけでなく、特許・商標・著作権等に関するあらゆる情報を完全網羅し、関連法制の改正から運用実務まで徹底解説する当所サイト <http://www.tiplo.com.tw> もぜひご活用ください。

今月のトピックス

- 01 時計「JUVENIA」商標の類似係争、台湾「JUVGET」が敗訴
- 02 ピカソ（畢加索）がピカソ（畢加索）を訴えて敗訴
- 03 アウディのドイツ語商標「識別性なし」で敗訴
- 04 商標類似係争、台湾の「JUMP」がナイキの「JUMPMAN」に勝訴
- 05 商品標記の虚偽に初の刑法適用、奇威（Key Wear）の責任者が有罪
- 06 「奶油獅」に酷似、「泡泡羊」商標に拒絶査定
- 07 台湾ビールの「上蓋青、上蓋順」商標、登録に失敗
- 08 ビール商標「在地現作へ、上青」の登録請求訴訟、棄却される
- 09 書籍の違法複製に 1682 新台幣ドルの賠償命令
- 10 「国父紀念歌」著作権侵害訴訟、原作者遺族が敗訴
- 11 クーラー広告で「No.1」多発、和泰興業に 100 万新台幣ドルの過料
- 12 友達（AU Optronics）、シャープとのパネル特許係争は和解
- 13 東レグループ、台湾に生産拠点を設置
- 14 「特許法改正案」立法院一読を通過
- 15 卵型マウス特許、酷似のため販売できず
- 16 保知大隊、日本アニメキャラ玩具の海賊版卸売業者を検挙
- 17 サイバーエージェントから巨額投資、「愛評網」の市価は 1 億新台幣ドルを突破
- 18 BFA アジア競争力レポート、台湾はアジアで 2 位
- 19 台湾はジュネーブ国際発明展で金賞 42 個、ロシア発明展で最高栄誉を獲得
- 20 台湾の輸出入成長率、世界 2 位に

台湾知的財産権関連判決例

01 実用新案関連

行政処分は当事者のみならず、相手方、関係者及び原処分機関に対しても拘束力を発生する。即ち行政処分は一方的に作成されるものだが、拘束力は双方向的に発生する。

02 商標権関連

スニーカーやスポーツウェアの周知商標「K・SWISS」の時計等についての商標登録は時計製造で世界に名を知られる国「SWISS」という地理的表示と混同誤認を惹起するおそれがあり、知的財産裁判所から取消しとする判断を示した事例

03 著作権法・公平取引法関連

テレビショッピングなどによる平行輸入品の通信販売は独占販売代理権を取得した業者の著作財産権を侵害せず、また公平取引法にも反しない事例

今月のトピックス

J110412X2

01 時計「JUVENIA」商標の類似係争、台湾「JUVGET」が敗訴

スイス時計「JUVENIA」の代理店である尊皇（香港）有限公司（Juvenia (Hong Kong) Com.、以下「尊皇（香港）」）は台湾時計業者の李〇〇が登録している腕時計ブランド「JUVGET」文字商標が極めて類似しているとして經濟部知的財産局に「JUVGET」商標登録取消を請求したところ認められた。李〇〇はこれを不服として、知的財産裁判所に提訴していた。裁判官の合議体は、「JUVENIA」商標の登録日が「JUVGET」商標よりも早く、またより早い時期から時計類商品への使用を開始しており、両商標が類似を構成しているため誤認混同を生じさせるおそれがあると判断し、訴えを棄却する判決を下した。本案件はさらに上訴することができる【知的財産裁判所行政判決-99 行商訴 205-20110323】

李〇〇側の主張によると、自らの「JUVGET」は相手方の商標とは単語の長さや呼称が異なるため、混同するおそれはない。自分はすでに9年前から対外的に「尊爵表（JUVGET）」ブランド名で腕時計を販売している。

裁判官はスイス「JUVENIA」の代理店である尊皇（香港）が提出している資料に基づいて李〇〇の「JUVGET」商標は確かに「JUVENIA」商標と混同を生じると認めた。判決文では、「李〇〇は台湾企業だが、スイス百年の老舗、SWISS、スイスの有名ブランド等の文言を用いて対外的に宣伝販売を行っている」と指摘し、李〇〇の「JUVGET」登録は善意によるものではない疑いがあるため、李〇〇に対して敗訴の判決を言い渡した。(2011.04)

J110325X2

02 ピカソ（畢卡索）がピカソ（畢加索）を訴えて敗訴

畢卡索国際開発有限公司（以下「畢卡索」）は畢加索国際企業股份有限公司（Picasso International Incorporated、以下「畢加索」）がネット上で「PICASSO」商標を使用したため、使用の差し止めを請求する訴えを起こした。

裁判官によると、商標法は「属地主義」を原則としている。畢加索は中国で「PICASSO」商標を登録しており、中国語簡体字のサイトを設置して当該商標で販売を行っている。台湾からもネットを通じて当該サイトへアクセスできるものの、被告である畢加索が台湾で「PICASSO」商標を使用したと認定するには不十分であるため、裁判官は畢卡索の訴えを棄却した。【台北地方裁判所民事判決-99 智 14-1000325】(2011.03)

J110406X2

03 アウディのドイツ語商標「識別性なし」で敗訴

ドイツの大手自動車メーカーであるアウディ（中国語名：奧迪股份有限公司、外国語名：AUDI AG）は2009年にドイツ語「Vorsprung durch Technik」商標の登録を出願したが経済部知的財産局から拒絶査定を受けたため、知的財産裁判所に提訴していた。裁判官は審理の結果、当該ドイツ語は「テクノロジーでリードする」という意味を持ち、形容詞的に使用されているため、識別性がないと判断し、アウディの訴えを棄却した。【知的財産裁判所行政判決-99 行商訴 236-20110323】

アウディ側の主張によると、当該商標はアウディの独創であり、これによってドイツ車がテクノロジーでリードしていることを強調できる。またドイツ語は台湾人に馴染みが薄く、一般消費者が字面をみて意味を理解することが難しいため識別性を有する。さらに欧州連合司法裁判所は2010年1月に当該商標は先天的な識別性を具えるとの判決を下している。

一方、知的財産局の主張によると、アウディの商標は英語に訳すと「テクノロジーでリードする」という意味があり、この商標を登録すると、消費者に商品の機能を標榜する宣伝文言であると思わせる可能性がある。また、アウディは当該商標を海外で使用する際にアウディの従来の4つの輪の商標と組み合わせて使用しており、台湾でも単独で宣伝に使用することはほとんどない。

知的財産裁判所は知的財産局の主張を認め、たとえ台湾人に馴染みが薄いドイツ語であるため辞典を引く等の方法で調べなければ当該商標の意味を知ることができないとしても、商標の識別性審査基準に基づいて、外国語の意味が指定商品又は役務に関連する説明である場合は識別性を具えない、と判断した。(2011.04)

J110411X2

04 商標類似係争、台湾の「JUMP」がナイキの「JUMPMAN」に勝訴

ナイキ・インターナショナル・リミテッド（中国語名：百慕達商耐克國際股份有限公司、外国語名：Nike International Ltd.、以下「ナイキ」）は「JUMPMAN」とマイケル・ジョーダンの背番号「23」を組み合わせた「JUMPMAN 23」を商標として登録を出願したが許可されなかったため、知的財産裁判所に行政訴訟を提起していた。裁判官は、台湾ブランド将門「JUMP」商標はナイキよりも早く商標を登記しており、商標が類似しているため、ナイキに敗訴を言い渡した。【知的財産裁判所行政判決-99 行商訴 234-20110329】

ナイキ側の主張によると、「JUMPMAN」はジョーダンがバレージャンプしている写真の輪郭で作画したもので、ナイキは25年前からこれを使いジョーダン関連の商品「Air Jordan」バスケットシューズ等を宣伝してきた。「JUMPMAN」商標は「Michael Jordan」や「Air Jordan」とともに知名度を高め、著名商標となっている。

また当該商標は将門「JUMP」商標とともにオーストラリア、香港、米国で併存登録されており、「JUMPMAN」と「JUMP」が類似商標ではないことは明らかであるとして、ナイキは裁判官に対して「JUMPMAN 23」商標登録の許可を請求していた。

裁判官によると、将門「JUMP」スポーツ用品を販売する旅東貿易股份有限公司（Lutong Enterprise Corp.）は1982年に「JUMP」の文字で次々と多くの商標を登録しており、登録出願日はナイキよりも早い。長い間にわたって台湾のメディアに広告を載せ、商品が台湾全土の売り場や百貨店で販売されており、消費者に広く知悉されている。

一方、ナイキは「JUMPMAN 23」が台湾で使用されている資料を提出しておらず、「JUMPMAN 23」商標が台湾消費者に知悉されていることを証明していない。さらに「JUMPMAN 23」と将門「JUMP」商標は類似度が高く、消費者に同一企業の商品だと誤認されるおそれがある。このため裁判官はナイキの訴えを棄却した。(2011.04)

J110409X2

05 商品標記の虚偽に初の刑法適用、奇威（Key Wear）の責任者が有罪

經濟部標準検驗局（The Bureau of Standards, Metrology and Inspection）によると、「進口異常商品聯合稽核大隊（輸入異常商品連合調査チーム）」が2010年5月に発足されて以来、初めて台湾の著名婦人服ブランド「奇威（Key Wear）服飾」の責任者が「商品標記の虚偽不実」の罪で有罪判決を言い渡された。これは台湾でタグ偽造、タグ切断の商品が積極的に調査され始めて以来、初めての例でもある。【台湾桃園地方裁判所刑事判決-99審易2179-20110311】

同局によると、タグが偽造、切断された商品の多くは中国と東南アジアから入ってきたもの。従来は「商標法」で処罰され、販売差止めと回収を要求されるだけだったため、抑止効果には限りがあった。効果的に悪習を抑止するため、検察側は「刑法」を適用するかどうかを考慮している。

裁判官によると、奇威服飾の責任者である何〇〇と桃園物流センター現場責任者の林〇〇の2名は衣料の原産地が中国であると知りながら、台湾製と標記した。消費者の権益に対する影響は大きいと、「農工商妨害罪（Offenses Against Agriculture, Industry, and Commerce）」違反でそれぞれ懲役6ヵ月、4ヵ月を言い渡された。ただし両者とも反省がみられるため2年の執行猶年がついている。（2011.04）

J110420X2

06 「奶油獅」に酷似、「泡泡羊」商標に拒絶査定

首都国際商業有限公司（So-Do International Business Co., Ltd.、以下「首都国際」）は「BoBo Young 泡泡羊及び図」商標の登録を出願したが、当該商標が雄獅鉛筆廠股份有限公司（Lion Pencil Co., Ltd.）の「奶油獅及び Butter Lion」に酷似しているため、知的財産局から拒絶査定を受けた。首都国際はこれを不服として訴願を提起したが棄却されたため、さらに知的財産裁判所に対して行政訴訟を提起していた。知的財産裁判所は審理の結果、知的財産局の主張を認め、首都国際に敗訴を言い渡した。【知的財産裁判所行政判決-99行商訴227-20110407】

首都国際側の主張によると、「泡泡羊」商標はわかい抽象化された羊の頭部であり、体躯と四肢がない。一方「奶油獅」図案は黄色を主調としており、オレンジの横じまの衣類をまとい、尾があるため、両商標が人々に与える印象は明らかに異なり、名称も異なる。このため、一般消費者は容易に区別することができ、誤認混同を生じさせるおそれはない。

知的財産裁判所は審理の結果、両者はいずれも擬人化されたデザインであり、頭部は横長の楕円形で、その外側は類似する波状のもので囲まれ、類似度が高い。さらにいずれも玩具類の商品に使用され、原料、用途及び機能が極めて類似している。このため裁判官は首都国際に敗訴を言い渡した。本案件はさらに上訴することができる。（2011.04）

J110424X2

07 台湾ビールの「上蓋青、上蓋順」商標、登録に失敗

台湾菸酒股份有限公司（Taiwan Tobacco & Liquor Corporation、以下「台湾菸酒」）は「上蓋青、上蓋順」（訳注：台湾語で「最も新鮮、最も飲み口がよい」の意）を台啤（台湾ビール）の商標の1つとして登録しようとしたが許可されなかったため、知的財産裁判所に行政訴訟を提起していた。裁判官によると、「上蓋青、上蓋順」だけだと台湾ビールを最も新鮮で飲み口がよいと描写する広告文句にすぎず、識別性を具えないため、台湾菸酒に敗訴を言い渡した。同案件はさらに上訴できる。【知的財産裁判所行政判決-99行商訴209-1000414】

台湾菸酒側の主張によると、「上蓋青、上蓋順」商標は同社の独創で、台湾の郷土らしさを具えている。同社は1999年から生産しているビールを「上青」の特色で位置づけ、地元で生産されるビールは輸入ビールより新鮮であることを標榜してきた。台湾語の「有青」が一番ピッタリ当てはまる言葉だと考えている。

同社は「有青才敢大声」（訳注：台湾語で「新鮮だからこそ自慢できる」の意）、「台湾啤酒、上青」（訳注：台湾語で「台湾ビールは最も新鮮」の意）など数多くの有名な宣伝文句を生み出してきた。「上蓋青、上蓋順」は歌手の伍佰がイメージキャラクターとなりテレビや紙面で

広告した後、幅広く知られ、極めて独創性の高い商標となった。(当該商標は)消費者は一目見ただけで識別できる効果を持ち、消費者に選択と購買を喚起しやすく、通常の広告文句とは異なるとして、裁判所に対して「上蓋青、上蓋順」商標の登録を請求していた。

裁判官によると、台湾菸酒はイメージキャラクターとして歌手の伍佰を起用してテレビ及び紙面で大量の広告を打ち、「上蓋青、上蓋順」は独創性と識別性を具える商標となっているが、実際のところ「上蓋青、上蓋順」はビールが最も新鮮で飲み口が良いことを形容する広告文句でしかなく、消費者はこの商標が台湾ビールと認識するのに十分ではなく、商標は識別性を具えないと判断して、台湾菸酒の訴えを棄却した。(2011.04)

J110427X2

08 ビール商標「在地現作へ、上青」の登録請求訴訟、棄却される

台湾菸酒股份有限公司(Taiwan Tobacco & Liquor Corporation、以下「台湾菸酒」)は「上蓋青、上蓋順」(訳注:台湾語で「最も新鮮、最も飲み口がよい」の意)商標を台啤(台湾ビール)の商標の1つとして登録しようとしたが訴えを棄却されてしまった。同社は諦めずに再び「在地現作へ、上青」(訳注:台湾語で「地元で生産したばかり、最も新鮮」という意味)という文字商標を台湾ビールの商標として登録するよう請求していたが、これも裁判官に棄却されてしまった。【知的財産裁判所行政判決-99 行商訴 219-20110421】

2006 年台湾菸酒は「在地現作へ、上青」を台啤(台湾ビール)の商標の1つとして登録しようとした。知的財産局が審査をした結果、当該商標は消費者が他の商品と区別できないとして登録を許可されなかった。台湾菸酒はこれを不服として訴願を提起したがこれも棄却され、知的財産裁判所に対して行政訴訟を提起していた。

台湾菸酒側の主張によると、同社は1999年から生産しているビールを「上青」の特色で位置づけ、地元で生産されるビールは輸入ビールより新鮮であることを標榜してきた。独創的な台湾語の発音を採用した「在地現作へ、上青」という文字商標は台湾の郷土らしさを具えている。また歌手の伍佰がイメージキャラクターとなりテレビや紙面で広告した後、幅広く知られ、消費者は一目見ただけで台湾ビールだと識別でき、通常の広告文句とは異なるとして、裁判所に対して「在地現作へ、上青」商標の登録を請求していた。

裁判官によると、「在地現作へ、上青」の文字は生産した場所と時期および新鮮度を示しているが、消費者が台湾ビールを連想することは不可能ため「在地現作へ、上青」商標は識別性を具えていないと判断し、台湾菸酒の訴えを棄却した。(2011.04)

J110421X3

09 書籍の違法複製に1682 新台湾ドルの賠償命令

『三国演义計謀大破解』の原作者である趙安郎(中国籍)氏が海外から知的財産裁判所に対して提訴していた。新雨出版社が趙氏の同意や授權を経ず勝手に当該著作の第1~8巻、1巻あたり1000部を出版したため、134万4000新台湾ドルの賠償金支払いを請求していた。裁判官は審理の結果、新雨出版社は確かに趙氏の同意を得ておらず、合法的に著作物を出版、販売する権利はないため、損害賠償責任を負う必要があるが、一部の販売は10年の時効が切れているため、1682新台湾ドルの賠償金支払いを命じる判決を下した。本案件はさらに上訴することができる。【知的財産裁判所民事判決-99 民著訴 69-20110415】(2011.04)

J110423X3

10 「国父紀念歌」著作権侵害訴訟、原作者遺族が敗訴

台湾人に親しまれている「国父紀念歌」を巡り著作権侵害係争が勃発している。米国へ移住して久しい黎澤遂(LI ZESUI)氏によると、原曲名が「總理紀念歌」である「国父紀念歌」は歌詞・楽曲ともに父の黎錦輝氏が創作したものであるが、台湾の国立国父紀念館は作詞者を戴傳賢と標示しているため、国父紀念館による新聞への謝罪文掲載と賠償を請求していた。台北地方裁判所は22日に結審し、黎澤遂氏に敗訴を言い渡した。

裁判官によると、教育部が1978年に審定した「国父紀念歌」の作詞家は戴傳賢氏となっており、今まで長年にわたって国父紀念館はこれを踏襲して記載してきたため、いかなる故意または過失があったかは判断し難い。

また著作権法第86条の規定に基づき著作者が死亡した後、その子女は同法第85条の「著作人格権侵害」規定に基づく金銭的損害に対する賠償を請求することはできない。このため黎澤遂氏に敗訴が言い渡された。(2011.04)

J110331X4

11 クーラー広告で「No.1」多発、和泰興業に100万新台湾ドルの過料

ダイキン空調機の台湾総代理店である和泰興業股份有限公司(Ho Tai Development Co., Ltd.、以下「和泰」)は広告のなかで自らが世界一だと標榜し、さらには競合相手である台湾日立股份有限公司(Taiwan Hitachi Co., Ltd.、以下「台湾日立」)に対して「日立のクーラー、がんばって」という新聞広告を掲載し、消費者に誤認させた疑いがあるため、公平交易委員会(公取委に相当)は不実広告と認定して100万新台湾ドルの過料を科した。ダイキンは行政裁判所に上訴していたが、台北高等行政裁判所は広告内容が事実であると証明することができず、明らかに消費者に誤認させた疑いがあるとして、和泰に敗訴を言い渡した【台北高等行政裁判所判決-99訴2107-20110317】

和泰の広告は行き過ぎで、公平交易委員会に過料を科された。同委員会の調査によると、ダイキンの2年前の広告では自らを世界一と標榜し、さらには全商品が日本一で、市場シェアは33%を上回り、総トン数も日本一だと述べており、これはダイキンがトップブランドだと容易に消費者に誤認させてしまう。さらには新聞で競合相手の台湾日立に対し「日立のクーラー、がんばって」という広告を出している。これは消費者に台湾日立の経営が思わしくないと誤認させる可能性があり、誇大広告の疑いがあるとして、100万新台湾ドルの過料を科した。(2011.04)

J110416X5

12 友達(AU Optronics)、シャープとのパネル特許係争は和解

台湾のパネルメーカー、友達光電股份有限公司(AU Optronics Corp.、以下、「友達」)は日本のシャープとパネル特許侵害を巡って互いに提訴していたが和解の合意に達したため、相互ライセンス契約を結び、それぞれが所有する特定の特許に関して互いに使用を許諾しあうことに同意している。双方はそれぞれ告訴を取り下げている。

友達によると、互いの知的財産権を尊重しあうことに基づき、双方は相手方に自社で所有する特定の特許の使用を許諾することに同意している。将来は相互ライセンスを通じてさらに特定の特許技術を使用し合うことができ、最先端のTFT-LCD技術をイノベーションの形で発展させていくことにしていく。(2011.04)

J110418X5

13 東レグループ、台湾に生産拠点を設置

化学材料の世界大手である東レグループは、今年5月台湾に生産拠点を設置すると発表した。南部サイエンスパーク(高雄園區)に資本金12.37億新台湾ドルで設立する新会社「東麗尖端薄膜股份有限公司(Toray Advanced Film KaoHsiung Co., Ltd.)」は世界でトップシェアを占める表面保護フィルム「トレテック」、太陽電池部品フィルムを製造するとともに、研究開発と販売も行っていく。新工場は2013年1月に操業を開始し、年産量は1万7000トンに達する予定。

今回の投資は東レグループにとって初めての対台湾投資であると同時に、初の「トレテック」海外生産拠点設置でもある。台湾を生産拠点として、海外フィルム事業を展開していく。

「行政院全球招商聯合服務中心(InvesTaiwan Service Center)」が2010年に設置されて以来、プロジェクト毎に専任の担当者がついてカスタマイズ化されたサービスを提供し、たゆま

ぬ努力を続けてきた。すでに米 Super Micro、仏 Decathlon 等を含む海外大手の対台湾投資に協力している。これらの投資で約 1 万 5000 人分の就業機会と数百億新台幣ドルの商機が創出されることが見込まれる。今回の東レグループによる投資以外に、さらに少なくとも 3 社の大手日本企業が同センターと密接に連絡を取り合い、対台湾投資について話し合いを行っており、日本企業による投資ブームが再燃することが予測される。(2011.04)

J110406Y1

14 「特許法改正案」立法院一読を通過

「特許法改正案」は 2011 年 4 月 6 日に立法院の一読を通過した。今回の審査では、「海峡兩岸知的財産保護協力協定」の締結に合わせて、第 28 条及び第 29 条の改正をすでに公布しており、原改正案の第 28 条と第 29 条の文言と一部異なるため今後与野党間の調整を行う必要があるが、その他の条文については審査が完了した。

今回の審査会において注目された重点には、美術工芸品のデザインパテントの保護、農民が自家用に種子を残す行為の範囲、及び植物を特許の対象に加えた後の農業テクノロジー政策等の事項が含まれている。經濟部知的財産局は行政院農業委員会と具体的な補充措置について話し合っていく。

特許法は 2003 年 2 月に改正公布されて以来すでに 8 年が過ぎている。審査会を可決した改正内容が今後立法院の院会（本会議）における審議を通過すれば、国内バイオテクノロジーの向上、精密農業及び文化創造（クリエイティブ）産業の発展、特許審査システムの健全化、特許権保護の強化に役立ち、台湾特許制度の国際化に有利になるだろう。

一読を通過した「特許法改正案」は合計 162 条(改正 108 条、追加 39 条、削除 15 条)から成る。改正の重点は以下の通り。

- (1) 動・植物を特許の対象とするとともに、農民が自家用として種子を残す行為に対する免責、権利消尽、特許権と植物品種権（育成者権）の相互強制実施権許諾等の補充規定を追加。
- (2) 故意によらず特許出願と同時に優先権を主張していない場合、又は特許年金の未納により権利を失った場合、権利を回復するシステムを追加。
- (3) 出願人による補正の自主的提出に関する時間的制限が削除される他、特許出願案件の分割出願については元の出願の特許査定後 30 日以内に緩和する。
- (4) 医薬品及び農薬品の特許権期間延長に関する規定を改正。
- (5) 商業目的ではない未公開行為、国内外薬物の発売許可取得を目的とする必要な行為、明確に国際消尽原則が採用される場合等の特許権効力が及ばない事項を追加、改正。
- (6) 強制許諾に関する事由及び補償金査定に関する規定の改正。
- (7) 職権による審査制度の廃止、一部の請求項目についての無効審判請求、無効審判請求案と訂正案の合併審査及び合併査定等を含む特許の無効審判制度の改正。
- (8) 特許権侵害の主観的要件の明文化、損害賠償金額の算定方式及び特許標示規定の改正。
- (9) 同一の者が同日にそれぞれ特許及び実用新案登録の出願をした場合の規定を追加し、実用新案訂正の形式審査（方式審査）を明文化。
- (10) 部分意匠、コンピュータ画像（Icons）及び図形化ユーザーインターフェース（GUI）、組物の意匠の登録規制を緩和し、関連意匠制度を追加。

今回の特許法改正は多くの制度の変革に関わっている。各界が改正後の制度を十分に理解して運用できるよう、その施行日は行政院が別途定める。さらにその他の関連法規、審査基準、出願書及びシステムの改正などが含まれる補充措置については、知的財産局が積極的に検討している。(2011.04)

特許法改正案の重点	
重点	内容
意匠保護の拡大	● 名称を「新式様専利（意匠）」から「設計専利（デザインパテント）」に変更 ● 部分意匠、関連意匠、組物の意匠、コンピュータ画像（Icons）及び図形化ユーザーインターフェース（GUI）等の創作についてデザインパテントの登録出願を緩和。

バイオテクノロジー産業発展の奨励	● 動・植物に特許登録出願を緩和。 ● 医薬品及び農薬の特許権期間延長規定を緩和し、一度に限り最長 5 年延長でき、特許権期間は最長 25 年とする。
強制許諾の請求	● 公益を高める非営利の実施 ● 特許権又は実用新案権が以前の特許よりも経済的意義を具えた重要な技術改良である場合 ● 育成者権が以前の特許よりも経済的意義を具えた技術改良である場合 ● 特許権者が競争制限又は不正競争により裁判所又は行政院公平交易委員会の処分を受けた場合
損害賠償金額の算定	ロイヤリティを損害賠償金とできる規定を新設し、故意の特許侵害に対する懲罰的賠償金（損害額の最高 3 倍）に関する規定を削除する。
資料出所：立法院	

J110429Y1

15 卵型マウス特許、酷似のため販売できず

エレコム株式会社（中国語名：日商・宜麗客股份有限公司、以下「エレコム」）が開発した「EGG Mouse（中国語名：彩蛋滑鼠）」は卵のような外観を持ち、小さくて可愛らしいため高い人気を得ている。博斯普有限公司（Prosperich Technology Company Limited、以下「博斯普」）も卵型マウスを発売したため、エレコムは知的財産裁判所に対して提訴していた。裁判官の合議体によると、両マウスは視覚的な設計がほぼ同一であるため、卵型マウスを「EGG Mouse」特許の範囲にあることを認め、博斯普に対して賠償金 42 万新台湾ドルの支払い、当該製品の製造・販売差し止め、卵型マウス在庫の廃棄を命じた。同案件はさらに上訴できる。【知的財産裁判所民事判決-99 民專訴 173-20110421】（2011.04）

J110408Y6

16 保知大隊、日本アニメキャラ玩具の海賊版卸売業者を検挙

「ベイブレード（中国語名：戦闘陀螺）」は小中学生に最も人気の高い玩具となっており、米国、日本、台湾ではベイブレード大会まで開催され、コレクションブームが起きている。

保護知的財産権警察大隊（以下、「保知大隊」）は 2011 年 3 月に桃園県大園郷の大型倉庫でベイブレード、ポケモンバトリオ（中国語名：三隻組対戦）パック、アニマルカイザー（中国語名：百獣大戦）カード等の約 30 万点、末端価格計 1,000 万新台湾ドルに上る海賊版玩具を押収した。王〇〇容疑者は、これらの人気玩具は中国から輸入したもので、低価格で全国の文具店、玩具店、書店、ゲーム店などに卸していたと自供しており、商標法違反の容疑で書類送検された。

代理店によると、これらの商品は大型百貨店に専門の売り場があり、正規の商品の価格は 400 新台湾ドルから 1,000 新台湾ドル余りに上る。ゲーム機を大型ゲームセンターに設置して対戦できるよう提供している。海賊版が大量に販売されることで大きな損害を受けている他、品質が粗悪なため信用も毀損されている。幸いなことに今回は警察がすぐに検挙したため、合法的な企業の権益が守られ、犯罪者に喝を入れることができた。保知大隊は消費者に対して専門店で品質が確かな正規の製品を購入することを呼びかけた。警察も海賊版の取り締まりを強化して、消費者の権利を保護し、台湾の国際的イメージアップに努めていくとしている。（2011.04）

J110401Z7

17 サイバーエージェントから巨額投資、「愛評網」の市価は1億新台幣ドルを突破

台湾ネット産業が再び海外ファンドから注目を集めた。有名なレストランレビューサイト「愛評網 (iPeen)」はサイバーエージェント・ベンチャーズ・チャイナ (日本サイバーエージェントの子会社、以下「CA」) から100万米ドルの投資を獲得し、サイトの市価総額は1億新台幣ドルの大会を突破したと発表した。

CAは近年アジアのネット産業に対して積極的に投資を行っているベンチャーキャピタルで、台湾ではSNS「愛情公寓 (iPartment)」の中国サイト事業にも投資している。

CAはSNSへの投資が多く、すでに日本最大のSNSである「Mixi」や中国のレストランレビューサイト「飯桶網」、動画サイト「土豆網」、Androidゲームサイト「機鋒網」などを含む70社以上に投資している。

愛評網によると、今回の資金獲得で中部及び南部での投資を加速できる。従来、愛評網が経営する店やレストランの多くが北部に集中してきたため、元来の計画では今年第3四半期に中南部に拠点を設置する予定だったが、すでに前倒しで計画が始動している。3月には台中にオフィスとチームを設置しており、続いて南部にも進出する予定。(2011.04)

J110407Z8

18 BFA アジア競争力レポート、台湾はアジアで2位

ボアオ・アジア・フォーラム (中国語名: 博鳌亞洲論壇、英語名: Boao Forum for Asia、略称 BFA) の研究院が初めて「2011 年アジア競争力年度レポート (Asian Competitiveness Annual Report 2011)」を発表した。それによると台湾は35 アジア経済体のなかで2位にランキングされ、「人的資本 (Human Capital) と革新」指標に関しては首位となった。

BFAは10年目を迎え、今年初めて発表された「2011 年アジア競争力年度レポート」はBFAの研究院が中国国際経済交流センター (China Center for International Economic Exchanges) の研究チームに委託して作成したもの。同センター研究部の王軍処長によると、同レポートはアジアの主要経済体及び上場企業の競争力をトータルに調べたもので、国際的影響力を持つ経済体及び企業の競争力ランキングを作成し、競争力を示す指針となることを目指している。

経済体の競争力評価指標は、「商業行政効率」、「インフラ」、「マクロ経済」、「社会の発展水準」、「人的資本と革新」の5項目。台湾は35 アジア経済体において韓国に次ぐ2位となり、それに日本、シンガポール、香港が続いている。レポートによると、台湾の最大の競争力は「人的資本 (教育) と革新」にある。台湾の高等教育機関への進学率はアジアで2位、革新に関する潜在力は1位となっており、国民1人あたりの特許件数も上位に入っている。

アジアの上場企業競争力に関しては、調査対象企業数が1万2700社余りで、合計300社がランキングされ、台湾企業は15社が入っている。台湾企業上位5社は鴻海科技 (Hon Hai Precision Ind. Co., Ltd., 33位)、台湾積体電路 (Taiwan Semiconductor Manufacturing Company Ltd., 80位)、台塑石化 (Formosa Petrochemical Corp., 111位)、広達電腦 (Quanta Computer Inc., 124位)、中華電信 (Chunghwa Telecom Co., Ltd., 129位)。(2011.04)

J110410Z8

19 台湾はジュネーブ国際発明展で金賞42個、ロシア発明展で最高栄誉を獲得

2011年スイス「ジュネーブ国際発明展 (Exhibition of Inventions Geneva-Palexpo)」において台湾は金メダル42個、銀メダル34個、銅メダル5個、特別賞メダル6個を獲得し、団体優勝を果たし、昨年金メダル28個という記録を塗り替えた。

ジュネーブ国際発明品展は独ニュールンベルグ国際発明展 (International Trade Fair "Ideas-Inventions- New Products"、略称 IENA)、米ピッツバーグ INPEX 発明展 (Invention & New Product Exposition) と並んで世界の三大国際発明展と呼ばれている。今年は45カ国から1000点以上の発明品がエントリーし、約6万人の参観者を動員した。台湾の発明家である林碧芬氏と魏崇山氏がそれぞれ開発した作品2点はいずれも金賞を獲得している。また「デジ

タル増強型無線通信デバイス（digital enhanced cordless telecommunication device）」は国際プレス賞（International Press Prize）の栄誉を手にした。

また第 14 回「モスクワ国際交流工業資産サロン―アルキメデス国際発明展」（Moscow International Salon of Industrial Property “Archimedes”）では台湾の代表団が金メダル 17 個、銀メダル 20 個、銅メダル 9 個、最高の栄誉であるゴールドアルキメデス賞、ベスト海外発明賞、ウクライナ科学院とワルシャワ発明協会が提供した 2 つの特別賞を獲得した。

台湾の発明品は美しさとアイデアに溢れ、素晴らしいパフォーマンスをみせた。（2011.04）

J110412Z8

20 台湾の輸出入成長率、世界 2 位に

世界貿易機構（WTO）が発表した 2010 年世界商品貿易及び役務貿易最新ランキングによると、台湾は輸出入ともに番付を 1 ランクずつ上げ、それぞれ世界 16 位、17 位となった。また貿易国・地域トップ 30 において輸入成長率、輸出成長率ともに世界 2 位に番付された。

WTO の統計によると、2010 年世界商品貿易国・地域トップ 30 において台湾の輸出・輸入成長率はいずれも 2 位となった。そのうち輸出成長率は 35%で、オーストラリアの 38%に次いでいる。輸入成長率について台湾は 44%で、インドネシアの 46%に次いで 2 位となっている。（2011.04）

台湾知的財産権関連判決例

01 実用新案関連

行政処分は当事者のみならず、相手方、関係者及び原処分機関に対しても拘束力を発生する。即ち行政処分は一方的に作成されるものだが、拘束力は双方向的に発生する。

■ハイライト

行政手続法第 92 条第 1 項により、行政処分とは、行政機関が公法上の具体的な事件についてする決定又はその他の公権力措置であって、対外的に直接法律効果を発生する一方的な行政行為である。また、相手方又は関係者による行政訴訟の提起は行政処分が確定するのを阻却するが、行政処分作成後、対外的に直接法律効果を発生する時に、相手方、関係者及び原処分機関に対して拘束力を発生することから、行政処分が一方的に作成されたものであっても、その拘束力は双方向的に及ぶ。本件控訴趣旨では、特許権取り消しの処分の拘束力は国に対してのみ発生するという主張は、拘束力が及ぶ対象を誤解するもので、取るに足りない。よって、原判決は被控訴人の不受理処分を維持したのは根拠がある。適用法の誤りがあり、法律にない制限を加え、法律留保原則に違反するとは言い難い。

最高行政裁判所判決

裁判番号：99 年度判字第 289 号

裁判期日：2010 年 03 月 25 日

控訴人：建準電気工業股份有限公司

被控訴人：經濟部知的財産局

主文：

控訴を棄却する。

控訴審の裁判費用は控訴人の負担とする。

一、事案の概要：

控訴人は 2007 年 5 月 22 日に第〇〇〇号「放熱扇風機の貝殻式スタンド構造」に関する実用新案（以下、係争実用新案）について被控訴人に対し実用新案登録請求の範囲の補正を出願したが、被控訴人が審査を行ったところ、2007 年 4 月 20 日付 96 智専三（一）05026 字第

09620220930 号無効審判審決書で「(係争実用新案に対する) 無効審判請求が成立し、実用新案権を取り消す」との処分があり、またこの処分に対する行政救済手続きが進められているため、行政争訟手続きで当該処分が取り消されるまで係争実用新案についての変更申請を受理すべきでないことを理由に、2007 年 6 月 15 日付 (96) 智専一 (二) 15140 字第 09641008710 号書簡で本件変更申請を不受理とする処分 (以下、原処分) をした。控訴人はこれを不服として、相次いで訴願、行政訴訟を提起したが、いずれも退けられたため、本件控訴を起こした。

二. 理由

(一) 専利法 (日本の特許法、実用新案法、意匠法に相当) 第 108 条が準用する第 64 条により、「特許権者が明細書又は図面の補正を出願するときは、次に掲げる事項についてのみこれを行うことができる。一. 特許請求範囲の縮減。二. 誤記事項の訂正。三. 不明瞭な記載の釈明。前項の補正は、出願時の原明細書又は図面に掲示された範囲を超えることができず、また特許請求範囲を実質的に拡大し、又は変更することもできない。特許所管機関は補正を許可した後、その事由を特許公報に掲載しなければならない。明細書、図面が補正され、公告されたときは出願日に溯って効力を生じる。」。また第 71 条により、「特許所管機関は無効審判の審査を行うときは、請求又はその職権により期間を限定して特許権者に次の各号の行為をするよう通知しなければならない。一. 特許所管機関出向いて面接を受けること。二. 必要な実験をし、模型又はサンプルを追加提出すること。三. 第 64 条第 1 項及び第 2 項により、補正をすること。前項第 2 号の実験、模型又はサンプルの追加提出について、特許所管機関は必要なときに現場又は指定場所へ赴き、検証を実施することができる。第 1 項第 3 号の規定による特許明細書又は図面の補正があったときは、所管機関は無効審判請求人に通知しなければならない。」。特許の無効審判において、係争特許の明細書及び図面は審決をする基礎となるため、原処分機関が無効審判の審決をする前にすでに同法第 71 条により特許権者に通知し、かつ相当の期間を限定してその期間内に為される補正出願を認める場合、特許権者がその期限内に法により補正の出願をせず、又は期限内に補正の出願をしたが、認められなかった場合、原処分機関は期限が切れた後、原公告内容に基づいて審査を行ったうえ、無効審判が成立するという審決をし、その特許権を取り消す場合、当該無効審判請求成立の審決について特許権者が法により行政訴訟を提起したため、未確定だが、同法第 71 条に定めた期限内の作為の立法趣旨に合致し、並びに無効審判への審決の基礎の安定性を維持するため、原処分機関はすでに原公告内容について審査し、無効審判請求成立という審決をし、その特許権を取り消した後は当然特許権者による補正出願を認めるわけにはいかない。

(二) 本件控訴人は 2007 年 5 月 22 日に第〇〇〇号係争実用新案について被控訴人に実用新案登録請求の範囲の補正を出願したが、係争実用新案は被控訴人が 2007 年 4 月 20 日付 (96) 智専三 (一) 05026 字第 09620220930 号無効審判審決書で無効審判の請求が成立し、実用新案権を取り消すとの処分があり、また控訴人により行政救済中 (台北高等行政裁判所 97 年度訴字第 673 号判決で控訴人の訴えを棄却、控訴審は本裁判所にて審理中) のため、被控訴人の係属から離脱している。係争実用新案に対する無効審判の審決前に、無効審判の請求が為された 2004 年 7 月 30 日から審決書が発行される 2007 年 4 月 20 日までの約 2 年 8 か月余りの間に補正出願をすれば併合審査ができるかも知れないのに、控訴人はただ 2004 年 9 月 7 日に補正出願をただけで、しかも係争実用新案に対する実質的な変更は認められないと被控訴人がその補正出願を退けた後も、控訴人はその期間内に新たな補正出願をせずにして、無効審判請求が成立して係争実用新案が取り消されることになってからの補正出願はもう遅い。

行政処分が相手方又は関係者による行政訴訟の提起で確定するのを阻却されるが、行政処分作成後、対外的に直接法律効果を発生する時に、相手方、関係者及び原処分機関に対して拘束力が生じる。すなわち、行政処分が一方的に作成されるものではあるが、その拘束力は双方に及ぶ。控訴趣旨では、実用新案権取り消しの処分は国家に対してのみ拘束力を発生する (取り消しの法律効果は処分が確定するのをまって発生する) と主張するが、これは拘束力が及ぶ対象を誤って理解している。被控訴人の不受理処分を維持する原判決は根拠があり、適用法の誤りがあり、法律にない制限を加え、法律の留保原則にも反するとは言い難い。このほか、被控訴人が係争実用新案の補正出願について実体審査をしないことは比例原則及び明確性原則に違反し、本件補正出願は係争実用新

案の実質的な技術内容を変更するものではないと云々するが、それによって係争実用新案登録請求の範囲が変更されるかどうかは、「手続きに合わず、実体を論じない」原則により本件で追究すべき範囲ではない。

本件判決参照条文：

行政手続法

【第 5 条】行政行為の内容は明確なものでなければならない。

【第 7 条】行政行為は、次の各号に掲げる原則によりしなければならない。

- 一、 採用する方法は目的の達成に有利なものでなければならない。
- 二、 目的を達成するのでできる方法が複数ある場合、人民の権益に対する損害が最も少ないものを選ばなければならない。
- 三、 採用する方法によりもたらされる損害は目的を達成しようとする利益との均衡性を著しく失うものであってはならない。

【第 92 条】本法でいう行政処分は、行政機関が公法上の具体的な事件について為した決定又はその他の公権力の措置であって、対外的に直接法律効果を発生する一方的な行政行為をいう。

前項の決定又は措置の相手方は特定されていないが、一般の特徴からその範囲を確定することができるものは一般の処分であって、本法の行政処分に関する規定を適用する。公物の設定、変更、廃止又はその一般の利用者に関しても、亦同じである。

行政訴訟法

【第 98 条】訴訟費用は裁判費用及びその他訴訟を進めるのに必要な費用を言い、敗訴の当事者が負担する。但し第 198 条の判決をするときは、被告が負担する。

訴訟の提起は一件につき裁判費用新台幣ドル 4000 元を徴収する。簡易訴訟手続きを適用する事件については、新台幣ドル 2000 元の裁判費用を徴収する。

【第 255 条】最高行政裁判所は控訴に理由がないと認めるときは、棄却の判決をしなければならない。

原判決はその理由から不当なものではあるが、その他の理由により妥当であると認めるときは、控訴に理由がないとしなければならない。

特許法

【第 64 条】特許権者が明細書又は図面の補正を出願するときは、次に掲げる事項についてのみこれを行うことができる。

- 一、 特許請求範囲の縮減。
- 二、 誤記事項の訂正。
- 三、 不明瞭な記載の釈明。

前項の補正は、出願時の原明細書又は図面に掲示された範囲を超えることができず、また特許請求範囲を実質的に拡大し、又は変更することもできない。

特許所管機関は補正を許可した後、その事由を特許公報に掲載しなければならない。明細書、図面が補正され、公告されたときは出願日に溯って効力を生じる。

【第 71 条】特許所管機関は無効審判の審査を行うときは、請求又はその職権により期間を限定して特許権者に次の各号の行為をするよう通知しなければならない。

- 一、 特許所管機関出向いて面接を受けること。
- 二、 必要な実験をし、模型又はサンプルを追加提出すること。
- 三、 第 64 条第 1 項及び第 2 項により、補正をすること。

前項第 2 号の実験、模型又はサンプルの追加提出について、特許所管機関は必要ときに現場又は指定場所へ赴き、検証を実施することができる。

第 1 項第 3 号の規定による特許明細書又は図面の補正があったときは、所管機関は無効審判の請求人に通知しなければならない。

【第 73 条】特許権が取り消され、次の各号の一に該当するときは、その取消しが確定したものととする。

- 一、 法により行政救済を提起しなかった場合。
- 二、 行政救済を提起し、却下の決定が確定した場合。

特許権の取消しが確定したときは、特許権の効力は初めから存在しなかったものと

みなす。

【第 108 条】第 25 条から第 29 条まで、第 31 条から第 34 条まで、第 35 条第 2 項、第 42 条、第 45 条第 2 項、第 50 条、第 57 条、第 59 条から第 62 条まで、第 64 条から第 66 条まで、第 67 条第 3 項、第 4 項、第 68 条から第 71 条まで、第 73 条から第 75 条まで、第 78 条第 1 項、第 2 項、第 4 項、第 79 条から第 86 条まで、第 88 条から第 92 条までの規定は、実用新案に準用する。

02 商標権関連

スニーカーやスポーツウェアの周知商標「K・SWISS」の時計等についての商標登録は時計製造で世界に名を知られる国「SWISS」という地理的表示と混同誤認を惹起するおそれがあり、知的財産裁判所から取消しとする判断を示した事例

■ハイライト

アメリカで人気のスニーカーブランド、「K・SWISS」は 2006 年、「K・SWISS & Shield Device」（以下、係争商標）をもって時計等の商品について台湾で商標登録されている。ところが、知的財産裁判所は先日、スイスは品質の優れた時計で世界に名を馳せる国であり、一般の人々が SWISS をみると、スイスで製造したものと連想する可能性が極めて高く、K・SWISS が保有する登録商標は消費者に混同誤認を生じさせるおそれがあり、台湾の商標法に反するとして、知的財産局に係争登録商標の取り消しを命じる判決を言い渡した。

K・SWISS は 1966 年に設立以来、運動靴、スポーツウェアなどが海外で広く販売されるほど著名である。2006 年 6 月 22 日に K・SWISS は係争商標について時計及び時間計算機、腕時計等を指定商品に、台湾知的財産局から商標登録の認可を受けている。

「SWISS」という英文字が商標登録を受けられるとは思ってもみなかったと、スイスの時計製造業界で問題視され、そこでスイス時計業界団体のスイス時計協会は台湾国際専利法律事務所に委託して、知的財産局に異議を申し立てたが、異議申立不成立の処分になり、さらにその上級機関の経済部に訴願を提起した。しかし、訴願決定でも知的財産局による異議申立不成立の原処分が維持されたため、知的財産裁判所に裁判を起こした。

知的財産裁判所は先日、知的財産局の原処分及び訴願決定、並びに係争商標の商標登録の取消しを命じる判決を言い渡し、スイス時計協会は勝訴を獲得した。

知的財産裁判所は審理するに当たり、K・SWISS 社に意見を陳述する機会を与えるため、訴訟への参加を認める裁定を下した。K・SWISS 社は抗弁で、同社がスニーカーで世に名を馳せるものの、会社は多角化した経営を目指しているし、両社の指定商品の関連性が低く、市場での区別が鮮明で、かつ商業上の競争関係が存在せず、消費者に混同誤認を生じさせるようなことはあり得ないと主張。

知的財産裁判所は K・SWISS 社が提出した係争商標の使用証拠について判断したところ、同社の商標の範囲は主に、靴類や衣類に集中し、当該商標を多くの種類若しくはサービスに使用することはなく、同社で多角化した経営が行われているとは認定しがたい。

台湾の商標法により、商標にその商品又は役務の性質、品質、産地について公衆に誤認、誤信させることがあれば、登録ができないとなっている。

知的財産裁判所行政判決

裁判番号：98 年度行商訴字第 18 号

裁判期日：2009 年 06 月 11 日

原告：スイス時計協会 FH

被告：經濟部知的財産局

参加人：アメリカ企業 K・SWISS 社

主文：

訴願決定及び原処分は全て取り消す。

被告は第〇〇号「K・SWISS & Shield Device」の商標登録を取り消す処分をするものとする。

訴訟費用は被告が負担する。

一. 事案概要

- (一) 参加人は2006年6月22日に「K・SWISS & Shield Device」について商標法施行細則第13条所定の商品及び役務分類表第14類の「時計及び時間計算機；腕時計」を指定商品に被告に対し商標登録出願をした。被告がこれを、第〇〇号商標（以下、係争商標。添付図をご参照）として登録することを認めた。その後、原告¹は係争商標が商標法第23条第1項第11号～第14号に反するとし、異議を申し立てた。被告が審査したところ、2008年6月20日付中台異字第G〇〇〇号商標異議査定書をもって「異議申立人が商標法第23条第1項第11号を主張した部分の異議は不成立とし、商標法第23条第1項第12～14号を主張した部分の異議は棄却する。」との処分を下した。原告はこれを不服として、商標法第23条第1項第11号の部分について訴願を提起したが、經濟部は2008年11月19日付経訴字第09706116210号の決定をもって原告による訴願提起を棄却した。原告はなおこれに不服があり、知的財産裁判所に行政裁判を起こした。本裁判所は職権により参加人が本件訴訟に参加することを命じた。

訳注1：（スイス時計協会F H（Federation of the Swiss Watch Industry FH）はスイス時計メーカーの団体である。本部はスイス・ビエンヌ市にあり、前身はスイス時計製造業者の連盟として1924年に設立されたものだが、1982年にスイス時計商工会議所と合併し、現在の組織となった。）

※争点：係争商標は果たして商標法第23条第1項第11号に反するや否や？

四. 判旨

- (一) 参加人は靴、衣類等製品のメーカーとして知名度が高い。参加人は1966年設立以来、係争商標をその生産・製造する各種商品に使用してきた。係争商標は1987年からアメリカで登録され、各種運動靴、衣類等商品に使用されている。その後、更に次々にカナダ、EU、シンガポール、オーストラリア、香港、韓国、フィリピン等の国々で登録されている。参加人は世界各国で商標登録されているほか、係争商標が使用されたスポーツ用品を広く宣伝普及を行った。また台湾市場を開拓するため、係争商標は台湾においても1987年に商標専用権を取得し、第398155号、第550074号、第552743号、第691450号、第722709号、第911618号等に登録されている。

参加人は1991年、参加人が製造するスポーツ用品及び係争商標に関するマーケティング活動を展開するため、台湾に「蓋世威有限公司」（K・SWISS International Ltd.）を設立した。これについて、参加人が提出した1990年、1995年、2000年、2001年の台湾専用カタログ、1991年12月の中国時報（台湾の主要紙）、1992年9月聯合報（主要紙）、1996年4月民生報、時報週刊誌1992年10月号、1997年、2000年～2005年の雑誌広告、参加人が2005年に向遠広告代理店に放送を委託した広告回数明細、2005年、2006年のNielsen 広告代理店に広告の放送を委託した回数明細、参加人が台湾北部、中部、南部にも販売拠点をもち等の資料が参考になる。これらの資料から、係争商標は既に国内関連事業者或いは消費者に広く認識され、著名商標に達するほどになったと考えられる。

- (二) 次に、係争商標は広く使用され、スポーツ用品、衣類及び関連消費者に広く認識されている著名商標である以上、係争商標がSWISSという地名と同一又はこれに類似し、関連公衆に混同誤認を生じさせるおそれがあるかどうかを判断するには、係争商標とSWISSという地名の指定役務との関連性の程度、参加人の多角化した事業経営の状況、混同誤認を引き起こした事実及び関連消費者が後願に対する認知度等の要素を考量しなければならない。

本裁判所で調べたところ、係争商標はスニーカー、衣類の商品に使用されるのであって、SWISSという地名は時計商品を指定商品とすることである。その指定商品の性質が異なり、消費者のニーズ及び目的も異なる。それぞれが事業を展開する市場の相違が著しく、商業上の競争関係を持たない。両商標の指定役務の関連性が甚だ低い。次に、著名商標はその著名の程度及び多角化した経営の程度の相違によって、それに対する保護の程度も違って来る。若し、当該著名商標の商標権者による多角化した事業経営の程度が高い、又は当該商標がすでに一般の人々によく知られるようになった場合、その保護範囲は同一又は類似の商品又は役務に限らないし、また関連性のある商品又は役務に跨ることもある。本件参加人は係争商標を著名商標として主張するから、保護範囲は同一

又は類似の商品又は役務に使用する場合に限らない。ただ、参加人が提出した使用証拠からみて、係争商標が著名である範囲は主に、スニーカーや衣類の商品及びその関連消費者に集中し、係争商標を多くの種類の商品又は役務に使用していない。上に述べたように、係争商標の保護範囲は関連性が甚だ低く、かつ商業上の競争関係を持たない時計商品に跨ることと認めがたい。

(三) 係争商標が商標法第 23 条第 1 項第 11 号の規定に違反するか？

1. 商標法第 23 条第 1 項第 11 号により、商標であって、公衆にその商品又は役務の性質、品質若しくは産地について誤認誤信をするおそれがあるときは、登録を受けることができない。本号の適用対象は、商標そのものとその指定商品のつながりが、当該商標が表示する商品の性質、品質若しくは産地について誤信誤認を人々に生じさせることをさす。

商標の属地的性質から、本号でいう公衆はわが国消費者を指し、かつ産地とは、関連商品を盛んに生産するところに限らないし、商品又は役務の生産地及び出所もこれに属する。

2. 本件参加人による登録出願に係る係争商標は、英文字の「K・SWISS」が斜線が描かれた盾の図形の上に構成されている。係争商標は「SWISS」のほか、「K・」及び一つの盾があるものの、SWISS と K が分かれていて、非常に目立つ。一目で見ると、SWISS の文字が見える。そのうち、「SWISS」は地名であり、時計の製造で世界に名を馳せる。スイス製の時計はスイスの製造業の代表のような存在であり、時計に原産地「スイス製」(SWISS Made) 又は「瑞士(中国語で言うスイス)」(SWISS) が表示されることは、消費者に最高の品質を保証するに等しい。しかも、世界知的所有権機関(WIPO)がホームページにおいて公布している地理的表示に関する保護の規定では、SWISS は多くの国々で地理的表示とみなされ、スイスで製造されたものの表示とそうでないものと区別し、SWISS という表示を保護するためである。SWISS という文字で商品の原産地がスイスであることを代表する。特に時計商品はそうである。原告は SWISS Made、SWISS、という英文字で表示されたスイス製の時計、時間計算機及び腕時計等商品について、アメリカ及び香港などで第〇〇〇号、第〇〇〇号証明標章及びこんこん第 2006C00140 号証明標章の専用権を取得したことが、原告から提出した証拠で裏付けられている。

以上をまとめると、スイスは品質が優良な時計で世界的によく知られ、人々が SWISS をみると、時計を連想する。係争商標の使用指定商品は時計であり、消費者が参加人の時計商品をみると、一目で SWISS をみると、SWISS に目が引かれ、スイス製時計と連想してしまいかねない。連想したら混同誤認を生じさせやすくなる。かつ参加人はアメリカ企業であるにもかかわらず、SWISS という地理的表示を本件商標の図形の一部として「時計及び時間計算機；腕時計」に使用することを指定することは、一般の消費者にその商標が表示しようとする商品の出所は「SWISS」であると誤認して、つい購入してしまうおそれがある。したがって、係争商標の登録出願は商標法第 23 条第 1 項第 11 号に反する。

係争商標



03 著作権法・公平取引法関連

テレビショッピングなどによる平行輸入品の通信販売は独占販売代理権を取得した業者の著作財産権を侵害せず、また公平取引法にも反しない事例

■ハイライト

カナダのカヌス社（CANUS）が生産するヤギのミルクから作られているスキンケア製品シリーズの台湾における独占的販売代理権を取得した代理商、海貝絲（SEA BASE）股份有限公司（股份有限公司は「株式会社」の意。以下、原告という）は台湾テレビショッピング最大手の東森得易购股份有限公司（以下、被告）が同じ商品を販売していたことで、同社が享有する著作財産権を侵害し、かつ公平取引法（日本の独占禁止法及び不正競争防止法に相当）に違反するとして、損害賠償請求の訴えを起した。知的財産裁判所は先日、被告が販売する係争製品は並行輸入業者（本件訴訟参加人の新格興企業股份有限公司）が提供する商品であって、法に違反する事実はないとして、原告の敗訴を言い渡した。

カヌスのゴートミルクシリーズは、カナダの契約農家で遺伝子組み換え食品やホルモン剤を一切使用せずに飼育されたヤギ（ゴート）のミルクから作られている。日本ではあまり知られていないカヌス社の製品は、カナダ、米国、オランダ、ドイツフィリピン、韓国、ニュージーランドなど多くの国々で売られており、いくつかの賞も獲得している。台湾では代理商がデパートなどのリアル店舗で販売しているが、テレビショッピングやその通信販売カタログでも売られ、消費者の間でゴードミルクシリーズ製品に関する認識が徐々に広がっている。

原告は台湾でカヌス社が生産するゴードミルクスキンケアシリーズ製品の販売を認められた唯一の代理商であって、カヌス社製品を台湾市場に導入した後、デパートなどで販売店を構え、加盟店を拡大するために巨額の資金や人力を投入し、完全なる販売ルートを構築し、速やかに台湾国内における知名度を開き、市場で一定のシェアを占めるようになったという。

被告によるカヌス製品の通信販売が、同社が享有する係争製品に関するパンフレットの著作財産権を侵害し、かつ公平取引法で禁じられている、欺もう又は著しく公平性を欠く行為にあたるとして、300 万円の損害賠償金の支払を求めた。

知的財産裁判所民事判決

裁判番号：97 年度民著訴判字第 11 号

裁判期日：2009 年 05 月 11 日

原告：海貝絲（SEA BASE）股份有限公司

被告：東森得易购股份有限公司

参加人：新格興企業股份有限公司

主文：

原告の訴え及びその仮執行の申立てはいずれも棄却する。

訴訟費用は原告が負担する。

事実及び理由

一．原告の主張

- （一）原告は台湾において、カナダのカヌス社が生産するヤギのミルクから作られているスキンケアシリーズ製品の独占的販売代理権を取得した唯一の代理商である。カヌススキンケア製品は品質が優れたため、原告がそれを台湾国内に導入し、巨額の資金を投入して大量の広告を通じてマーケティング活動で宣伝普及させ、並びに百貨店で販売コーナーを設置し、加盟店を募集するなど完全なる販売ルートを構築し、係争製品が台湾で速やかに知名度を高められたのもそのおかげである。係争カヌス製品は売上げを伸ばし、消費者に愛用され、市場に一定のシェアを占めるようになった。
- （二）被告は原告がカヌス製品を販売して得た多大な利益を企んで、自力によって努力せず、原告の許諾或いは同意を得ないで、その経営するテレビショッピングチャンネルを通じて原告が作成した広告 DM（以下、係争パンフレット）を公に伝送、展示し、テレビで消費者に並行輸入したカヌス製品（係争カヌス製品）を売り込んで、偽物を本物の中に入れて消費者をごまかそうとした。被告が販売する係争カヌス製品がカナダのカヌス社

の代理商又は原告会社の合法的な許諾を受けて販売した物であるという誤解を消費者に与え、原告会社の権益を著しく害した。

被告は消費者に混同誤認を生じさせるため、係争パンフレットを公に伝送、展示し、テレビ局ショッピングチャンネルで公開に使用していた。これは録画した映像で証明できる。被告が消費者をごまかすつもりで、その販売する係争カヌス製品は原告の許諾を受けた上で販売するものという誤解を消費者に与えた。

被告の前掲行為は原告会社の販売店・加盟店の売り上げに多大な影響を及ぼし、また前掲係争パンフレットを使用した行為も著作権法第91条、第92条に反する。さらに、被告は広告で商品の内容や出所、輸入業者の名称及び住所などの事項について積極的に代理商が輸入した商品であるという印象を消費者に与えようとした。これは即ち「便乗行為（ただ乗り）」行為であり、公平取引法第24条に定めた「欺もう」又は「著しく公平性を欠く行為」にあたる。

二. 被告の主張

- (一) 被告と参加人の商品販売委託契約書第8条第1項、第2項（以下、係争契約）により、被告は参加人の委託を受けてその代わりに商品を販売をするだけであって、係争カヌス製品及び係争パンフレットが他人の権益を害し又は著作権法及び公平取引法に違反することについては一切被告と無関係である。
- (二) 係争パンフレットは参加人から提供されるもので、被告は原告の著作財産権について如何なる複製も侵害もしなかった。著作権法第91条第1項が処罰する対象は、複製を手がける者である。然しながら、係争パンフレットは参加人から提供された物で、しかも参加人は係争パンフレットを合法に入手したと保証している。したがって、係争パンフレットは他人が複製し、或いはカナダカヌス社製品に付属する広告DMかどうか、被告とは一切関わらない。言い換えれば、係争パンフレットについて言えば、被告は最初から如何なる複製もしていない。複製行為がない以上、当然ながら著作権法第91条第1項を適用する対象ではない。
- (三) 係争カヌス製品は参加人が被告に販売を委託するために提供するもので、宣伝資料も参加人が提供するものである。予め許諾を受ける必要があるなら、それは参加人が事前に得べきである。参加人が被告に提供する係争カヌス製品及びその包装、商標、特許、説明、広告写真の電子ファイル、企画宣伝材料並びに公的機関や民間機関が発行する認証及び検査の証明資料等は確かに合法かつ正当なルートを通じて入手したものであり、模倣或いは他人の権益、肖像権を侵害したり法令違反したりするようなことは一切ないと、参加人は被告に保証している。そのうえ、双方は、第三者若しくは主務官庁が「目的商品」そのもの、又は参加人が提供した広告文案（キャッチフレーズ）等について権利侵害又は法令違反を主張する場合は、一切被告と関わらない、と約束している。したがって、係争カヌス製品について、被告はただ参加人の要求にあわせて受託販売をするだけで、商品そのものについては消費者を欺いたり公平性を欠くような如何なる行為もしていない。
- (四) 被告は参加人の委託を受けて係争カヌス製品を販売しただけで、当該商品はカナダカヌス社の真正品であり、原則として真正品の平行輸入は公平取引法に違反しない。しかも業者は故意に消費者にその商品の出所を誤認させようとしてはじめて前掲規定でいう「欺もう」又は「公平性を著しく欠く」可能性がある。本件被告は参加人の委託を受けて係争カヌス製品を販売するときに原告会社の名称について言及していないし、係争パンフレットにも原告の商標（SEA BASE）が見られないことから、消費者に当該商品の出所は原告会社であるという誤解を与えるようなことはないはずである。また被告は参加人から係争カヌス製品の委託販売を受けたことは個別で非経常的取引行為であり、取引秩序に影響するに足りることは考えられない。以上のことから、公平取引法第24条を適用する余地はないはずである。

三. 理由

本件双方当事者が次の三点について争っている。1. 係争パンフレット1ページ目の「ヤギの品種に関して」の文字は著作権法の保護を受けられるか？ 2. 被告が経営するショッピングチャンネルは原告の係争パンフレットを公に伝送したり展示したりすることによって、原告の前掲著作権を侵害したか？ 3. 被告がその経営するショッピングチャン

ネルで、係争パンフレットを公に伝送したり展示したりし、係争カヌス製品を販売していたのは公平取引法に定めた欺もう又は公平性を著しく欠く行為にあたるかどうか？この三点について次のように分析する。

- (一) 著作権法の保護を受けようとする著作物であるためには、その表現が「創作」でなければならない。即ち二つの要件を満たしている必要がある。一つは狭義の「オリジナリティー」、即ち当該作品は著作者が独立して完成したもので、他人の作品を複製、抄襲、模倣したものではない。もう一つは「創作性」である。即ち、相当程度の精神的作用があって、作者の個性及び独特性を十分に表現できるものである。

裁判所で調べたところ、原告が主張する係争パンフレットは著作権法によって保護される著作物であることは、被告及び参加人が否認しないが、原告が著作権者であることを否認している。原告が提出した係争パンフレットの記載からして、その内容は文字と写真でカヌス製品を紹介し、「カヌスのゴードミルクに関して」、「ヤギの品種に関して」、「Prize 最高品質を堅持して世界的に評価されている」、生産過程の写真、「原産工場の声明記事」、「Q & A 質問と回答」、各シリーズ製品の紹介、「Vip 会員資格及び權益」、「Return 返品について」、「どこで買う？Where to buy」、「E shop」、「information」等の文字と写真があり、思想若しくは感情において一定の表現形式等が要件を満たしている。係争パンフレット 1 ページ目の「ヤギの品種に関して」の文字は著作権法の保護を受けられるべきであって、著作権を有する。しかも、係争パンフレットの「information」の部分においては、「このカタログの写真、文字は海貝絲國際有限公司の許諾・同意を得ない限り、写真や文字の転載、及び公開陳述によって不当な利益を獲得することができない。これに反する場合は、法により告訴を提起する」という記載があることから、原告は係争パンフレットに自分は著作権者であることを文字ではっきりと表示していることがわかる。

- (二) 次に、著作権法第 3 条第 1 項第 10 号、第 13 号はそれぞれ次のように定める。公開伝送は、有線電気通信、無線電気通信の電気通信回路その他の通信方法により、音声又は映像を通じて公衆に対して著作物の内容を提供し又は伝達することをいい、公衆が各自に選定する時間に、又は場所において上記の方法により著作物の内容を受信することを含むものとする。同法でいう公開展示とは、公衆に著作物の内容を展示することをいう。

原告は、被告がその経営するショッピングチャンネルで原告の係争パンフレットを公に伝送したり展示したりしたと主張し、並びにそれを録画した光ディスク（以下、係争光ディスク）を証拠として提出している。本裁判所で 2009 年 3 月 2 日及び同年 4 月 13 日に法廷で係争光ディスクを検証したところ、当該光ディスクには販売員が係争カヌス製品を販売し、製品説明書の画面が出ていたが、当該製品説明書と係争パンフレットは同じで、かつ当該製品説明書をストップした画面から係争パンフレット 1 ページ目の「ヤギの品種に関して」と同じ文字が記載されているところが見えるので、被告はショッピングチャンネルで原告の係争パンフレット 1 ページ目の「ヤギの品種に関して」の文字を公開に展示する行為があったことを認めるに足りるが、珪藻パンフレットの残りの部分について公開展示をする行為をしていない。したがって、被告は係争パンフレット 1 ページ目の「ヤギの品種に関して」の文字を公開展示したという原告の主張には理由があるが、係争パンフレットの 1 ページ目の「ヤギの品種に関して」を除く部分の公開展示があったことは認められない。

音声又は映像を通じて公衆に著作物の内容を提供し又は伝達する有線チャンネルは、有線電気通信、無線電気通信の通信回路又はその他の通信方法とは違う。故に、被告には係争パンフレットを公開に伝送した行為があったという原告の主張は採用できない。

また、係争光ディスクの長さは 14 分 46 秒、そして係争パンフレット 1 ページ目の「ヤギの品種に関して」の画面（以下、係争画面）は 1 秒足らず、被告が係争画面を放送した時間が係争光ディスクに占める時間の割合が極めて少ない（1/886）。しかも係争画面はストップの時にのみ「ヤギの品種に関して」の記載であることが分かり、正常に放送するときはその内容を判別することが難しい。したがって、被告が経営するショッピングチャンネルで係争パンフレット 1 ページ目の「ヤギの品種に関して」の画面を公開に展示したことが原告の著作財産権を侵害したと認定しがたい。被告には著作権法第 91 条、第 92 条に違反する行為があったという原告の主張は採用できない。

- (三) 公平取引法第 24 条により、公平取引法に別段の定めがある場合を除き、事業者はその他取引秩序に影響するに足りる欺もう又は著しく公平性を欠く行為をしてはならない。本

件原告は被告が係争カヌス製品の平行輸入品を販売することについては、権利侵害による不法行為を主張しない。被告がその経営するショッピングチャンネルで原告の係争パンフレット 1 ページ目の「ヤギの品種に関して」の文字を公開に展示したことは著作権侵害に当たらないとすでに本裁判所で認定している。上述のように、被告がテレビショッピングチャンネルで係争カヌス製品を販売するときに、カヌス又は原告会社名称に言及しておらず、かつ画面においても原告の商標（SEA BASE）が見当たらないことから、当該商品が原告から提供されるもの、又は被告がカナダカヌス社の代理商であるとか、又は原告のために販売すると消費者に混同誤認を生じさせるようなことはないはずである。その情状からも、不正競争の欺もう又は著しく公平性を欠く行為がなく、公平取引法第 24 条を適用する余地はない。したがって、原告が公平取引法第 31 条、第 32 条により損害賠償を請求することは理由がない。



台灣國際專利法律事務所

事務所:

台湾10409台北市南京東路二段125号

偉成大樓7階

Tel: 886-2-2507-2811 • Fax: 886-2-2508-3711

E-mail: tiplo@tiplo.com.tw

Website: www.tiplo.com.tw

東京連絡所:

東京都新宿区新宿2-13-11

ライオンズマンション新宿御苑前 第二506号

Tel: 81-3-3354-3033 • Fax: 81-3-3354-3010

記事提供：TIPLo Attorneys-at-Law 台湾國際專利法律事務所

© 2011 TIPLo, All Rights Reserved.

Attorneys-at-Law