

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7月号(J143)

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> もぜひご利用ください。

今月のトピックス

- 01 商標権類似でサンライダーへ 225 万新台湾ドル賠償命令
- 02 3 年間不使用で「台湾青啤」、「台湾青啤酒」の 2 商標を取消
- 03 統一速達「盛夏的紅宝石」商標、登録許可される
- 04 ソックス商標戦、「三花」が「三樹」を訴えて敗訴
- 05 コーニングが一千万米ドルで台湾に技術センターを開設
- 06 キヤノン台湾で生産規模拡張、海外最大の生産基地に
- 07 知的財産局、「特許関連案件合同面接」で審査待ち案件の審査加速
- 08 「外国支社」も特許出願可能に
- 09 食器乾燥機の特許権侵害訴訟、女王廚具が台湾桜花に勝訴
- 10 BERI、台湾の投資環境は世界 4 位

台湾知的財産権関連判決例

01 商標権関連

音声商標は新しいタイプの商標とはいえども、その識別力と文字や図形といった伝統的な態様の商標等の識別力の判断基準とは何ら変わらない。音声商標としての登録を認めがたい原因は、登録商標として保護する対象であることを公示周知するためにそれを如何に書面に固定するかにあつて、音声の識別力基準が比較的厳格なわけではない。指定使用商品、消費者の認知度を考慮せずに、単に音声を聞いただけで先天的識別力を否定してしまうことが識別力判断に反する。

02 商標権関連

健康食品に「納豆大師（大師：達人の意）NATTO MASTER」を商標として使うと、一般

の社会通念上、納豆の製造・販売業者の地位や専門能力を褒め称えるキャッチフレーズと捉えられがちで、商品出所識別力が不十分である。

03 公平取引法関連

優越的地位を濫用して、不明確で一括的な内容の約束を協同組合組合員に強制することは水平的な競争関係にある事業者の事業活動を不当に拘束し、公正な競争を制限する行為であり、消費者の権利を害し、取引秩序に影響しうる。

今月のトピックス

J110623X2

01 商標権類似でサンライダーへ 225 万新台湾ドル賠償命令

米サンライダー・コーポレーション（中国語名：美商仙妮蕾德股份有限公司、英語名：The Sunrider Corporation D.B.、以下「サンライダー」）は満庭福養生資訊科技股份有限公司（英語名：Bountiful HealthCare Technology Corp.、以下「満庭福」）の製品「青翠丰華 HomeGreen」が商標権を侵害しているとして賠償を請求していたが、裁判所は被告（満庭福）に対してサンライダーへの 225 万新台湾ドル賠償を命じた。満庭福は上訴するとしている。【台北地方裁判所民事判決-99 智 3-20110617】

サンライダーは 1983 年に「6 本の曙光、サンライズ」をハーブ製品のマークとするとともに、「LIFESTREAM」、「青翠精華 Green」などの商標の登録を經濟部知的財産局に出願していた。

サンライダー側は、満庭福が（サンライダーと）同じく直販方式でサンライダーの製品に類似している「水蔵御方 LIFESTREAM」、「青翠丰華 HomeGreen」等のハーブ製品 13 品目を販売しており、サンライダーの商標の知名度を意図的に利用し、消費者を混同させ、原告（サンライダー）の商標権を侵害しているとして、サンライダーに対する 4500 万新台湾ドルに上る賠償請求のため裁判所に提訴していた。

一方、満庭福側はサンライダーの商標権侵害を否認し、満庭福の製品は英語名ではなく中国語名に重点を置いているため、両者の商標は類似していないと主張して賠償を拒絶していた。

裁判官が双方の登録商標を比較した結果、すべての製品のうち満庭福の「青翠丰華 HomeGreen」とサンライダーの「青翠精華 Green」のみが外国語の呼称と観念において商標が類似しており、商標権侵害を構成していると判断し、満庭福と責任者に対してサンライダーへ 225 万新台湾ドルを連帯で賠償すること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。(2011.06)

J110617X2

02 3 年間不使用で「台湾青啤」、「台湾青啤酒」の 2 商標を取消

台湾菸酒股份有限公司(英語名：Taiwan Tobacco and Liquor Corporation、以下「台湾菸酒」)は 2001 年に「台湾青啤」、「台湾青啤酒」2 商標を登録したが、台湾青啤股份有限公司（英語名：Taiwan Tsing beer Corp.,LTD、以下「台湾青啤」）は台湾菸酒がこれら 2 商標を 3 年以上使用していないため、知的財産局に 2 商標の不使用取消審判を請求した。最高行政裁判所は、台湾菸酒がこれら 2 商標を「正当な事由」なく使用していなかったことを認め、台湾菸酒の 2 商標の登録を取り消すべきとの判決を下した。本案件の判決は確定となった。【最高行政裁判所判決-100 判 996-20110616】

情報筋によると、台湾青啤は 2002 年青島啤酒（ビール）を販売し始める際に「台湾青啤」の商標を登録しようとしたが、2001 年に台湾菸酒が一足早く「台湾青啤」、「台湾青啤酒」の 2 商標を知的財産局に対して登録を出願して許可され、ビール、生ビール、黒ビール、ノンアルコールビール等の各種酒類における使用を指定していた。

2009 年に台湾青啤は台湾菸酒が正当な理由なく 2 商標を 3 年以上使用していないため、商標法第 57 条第 1 項第 2 号に定められた「正当な事由なく 3 年以上不使用としてはならない」との規定に違反しているとして、知的財産局に対して台湾菸酒の 2 商標に関する登録取消審判

を請求した。

台湾菸酒はこれを不服として行政訴訟を提起した。台湾菸酒側の主張によると、「台湾青啤」、「台湾青啤酒」の2商標は2006年8月17日に登録公告された後、台湾青啤から商標法違反を理由に「登録異議」を申し立てられたが、当該案件がまだ結審していないため、2商標の登録が取り消され商標法違反による民事、刑事訴訟が提起されるというリスクを懸念して使用しなかったのであり、これは「正当な事由」である。

最高行政裁判所は、商標法第57条が規定する3年以上にわたる商標不使用の「正当な事由」とは、天災、地震、原料不足など商標権者の責任に帰属しない事由を指し、台湾菸酒の述べる事由は含まれないと判断し、台湾菸酒に敗訴（2商標の取消）確定を言い渡した。（2011.06）

J110612X2

03 統一速達「盛夏的紅宝石」商標、登録許可される

統一速達股份有限公司（英語名：President Transnet Corp.,、以下「統一速達」）は「盛夏的紅宝石（盛夏のルビー）」という文字図案を野菜果物の商標として登録するため出願したが、經濟部知的財産局は同商標が張〇〇の経営する果物店の「紅宝石」商標と類似しているため拒絶査定を行った。その後、統一速達は知的財産裁判所に提訴したところ、裁判官は登録を許可する判決を下した。【知的財産裁判所行政判決-99行商訴165-20110602】

調べたところによると、統一グループ傘下にあり「黒猫宅急便」ブランドを経営する統一速達は国内で新鮮な旬の野菜果物を販売するため、地方政府や農業組合と提携してきた。同社は数年前に台南県政府と提携して「玉井愛文芒果（マンゴー）」を販売したことがあり、「盛夏的紅宝石」という文字と1枚の緑の葉の図案を組み合わせた商標の登録を野菜果物での使用を指定して知的財産局に出願した。

しかしながら知的財産局は「盛夏的紅宝石」商標が張〇〇の経営する果物店の「紅宝石」商標と類似しており、両方とも指定商品が野菜果物であるため、消費者に誤認混同を生じさせるおそれがあると判断し、拒絶査定を行った。そこで統一速達は知的財産裁判所に対して行政訴訟を提起した。

裁判官が調査したところ、張〇〇の「紅宝石」商標は2000年9月に登録が出願され、専用期間が2010年9月までであり、延長が申請されていない。このため統一速達に勝訴を言い渡し、知的財産局に対して「盛夏的紅宝石」商標の登録を行うよう命じた。（2011.06）

J110609X2

04 ソックス商標戦、「三花」が「三樹」を訴えて敗訴

「三花棉襪（三花コットンソックス）」で有名な元亨股份有限公司（英語名 Auan Hang Co., Ltd.,、以下「元亨公司」）は彰化の陳〇〇が登録した「三樹」商標が「三花」と極めて類似しているとして、知的財産裁判所に登録取消を請求していた。裁判所は審理の結果、陳〇〇はソックスに「St」商標の2文字のみを刺繍しているが、商品全体に「三樹」等の文字があるため混同を生じさせるおそれはないとして、元亨に敗訴を言い渡した。【知的財産裁判所行政判決-99行商訴215-20110504】

「三花」が聞いたことのない「三樹」に変わってしまった。元亨公司是市場で陳〇〇の「三樹」コットンソックスを見つけた。ソックスには「St」商標の商標だけが刺繍され、商標全体を刺繍していないため、知的財産局に「三樹」商標の登録取消審判を請求したが棄却された。

元亨公司はその後知的財産裁判所に訴訟を提起し、陳〇〇の「三樹」商標は中国語の「三樹」2文字とアルファベットの「San Tree」及び「St」で構成された組合せ商標であるが、陳〇〇はソックスに「St」しか刺繍していないため、消費者に「三花」（Sun Flower）の「Sf」商標と混同させるおそれがあると主張していた。

また元亨は「三花」商標の登録日の方が陳〇〇より早く、かつすでに著名な商標となっており、さらには陳〇〇に商標を自ら変更したという著作権法違反があったとして、知的財産裁判所に対して陳〇〇の「三樹」商標登録取消を請求した。

一方、經濟部知的財産局は、両商標の「S」の設計はほぼ同一であるが、「三花」は「f」、「三樹」は「t」であり、両者を識別することは可能であると主張した。

知的財産裁判所は販売されている「三樹」コットンソックスの包装に基づき、ソックスには

「St」図案しかないが、包装とタグにはいずれも「三樹」の文字又は「San Tree」の文字があり、一般消費者がソックスを購入する場合はまずタグをみるため、混同を生じさせるおそれはないと判断し、最終的に元亨公司に対して敗訴を言い渡した。(2011.06)

J110616X5

05 コーニングが一千万米ドルで台湾に技術センターを開設

台湾コーニング（中国語名：台湾康寧顯示玻璃股份有限公司、英語名 Corning Display Technologies）が6月15日発表したところによると、1,000万米ドルを投じて内湖科技園区（内湖テクノロジーパーク）に「アドバンステクノロジーセンター」を開設した。同センター開設はアジア初となるばかりでなく、米国以外で唯一となる。台湾企業が短期間で認証を得て、テレビ、タブレット、スマートフォンなどの市場におけるビジネスチャンスを手に入れることができるよう協力していく。

台湾コーニングは台南、台中にガラス熔炉とカッティング工場がある他、新竹には研究開発センターがある。台湾コーニングの余智敦董事長によると、台湾はパネルと電子製品の重要な生産拠点であり、クライアントのニーズに応え、台湾における持続的発展を約束するため、台湾に「アドバンステクノロジーセンター」を開設することを決めた。(2011.06)

J110606X5

06 キヤノン台湾で生産規模拡張、海外最大の生産基地に

キヤノン（Canon）は台湾で生産規模を拡張し、海外最大のハイエンドデジカメ生産拠点とする。これは台湾の光学産業発展にとって極めて重要な意味を持つ。

リスクを分散するため、キヤノングループは台湾への投資を拡大し、台湾佳能股份有限公司（Canon Inc. Taiwan）は6月5日台中加工出口区（加工輸出区）の既存工場における新棟を着工したのに続いて、嘉義大埔美智慧型工業園区（Chiayi Dapumei Intelligent Industrial Park）の大型工場についても8月に着工する予定。業界では、両計画の投資規模は300億新台幣以上になると推算されている。

台湾佳能はキヤノンが海外に初めて設置し生産拠点であり、今年で満40年となる。台湾佳能は台中加工出口区に工場を設置してから40年にわたり、資金だけではなく日本の光学技術を台湾に導入し、台湾光学産業の人材を育成するゆりかごとなり、光学産業のサテライト工場に発展をもたらし、台湾中部を光学産業の拠点として発展させた。

台湾佳能の大埔美における投資計画は8月に着工する予定。新工場は敷地面積が4万坪に達し、来年7月竣工する。既存工場（台中加工出口区）の新棟とともに、キヤノンの最新デジタル一眼レフカメラを生産することになる。(2011.06)

J110628Y1

07 知的財産局、「特許関連案件合同面接」で審査待ち案件の審査加速

經濟部知的財産局は「特許関連案件合同面接」措施を推進することで、審査待ち案件の審査が加速されることを目指す。適用案件数は9,000件近くに上り、半導体、パネル及タッチパネルなどの重要技術が最も多い。

同局の説明によると、「特許関連案件」とは同一の出願人による同一の製品又は産業技術の一連の特許に対する初審案件を指す。

同局の王美花局長によると、台湾では審査待ち案件が山積しており、企業が隙のない特許による布陣を行い既存の資源を統合できるように、「一括」合同面接方式を採用して原則的に1ヵ月以内に処理することで、企業が長い間重要技術や研究開発成果の審査を待たされるという問題が解決されるだろう。

さらに王局長によると、現在特許の新規出願件数は年間に4.1万件に達しており、審査完了件数を上回っている。しかしながら次々と研究開発代替役（訳注：軍隊での兵役の代わりに、修士以上の学位を持つ者が研究開発に従事する兵役）100人を導入したため、今年(2011年)は不足部分が昨年の1.5万件から7,000件に縮小する見通しだ。また政府機関では来年(2012年)

構造改革が始まり、知的財産局は組織再編後に契約雇用の審査人員 170 人と特許審査補佐官 39 人を新規採用できるため、現在の審査待ち案件 16 万件、平均審査期間 41 ヶ月（約 3 年半）を 2015 年には 7 万件、22 ヶ月に減らすことができる。(2011.06)

J110623Y1

08 「外国支社」も特許出願可能に

外国企業が台湾で特許・商標を出願する場合、本社と支社のいずれを出願人とするべきかが長い間にわたって議論されてきた。經濟部知的財産局は 6 月 8 日に最新の解釈通知を出した。それによると「外国支社」が他の国において法律の権利・義務の主体である場合、特許・商標を出願できるようになるが、台湾支社は現行規定を維持し出願人となることができない。

知的財産局の官員によると、特許・商標権は法人又は自然人に帰属する必要がある、例えば会社責任者、企業又は団体等が含まれる。このため出願人は権利を享受し義務を負担することができる「独立した法的人格」をそなえる必要がある、一旦権利侵害や登録に関する係争が発生した場合に責任の帰属を明らかにすることができるためだ。

ただし、知的財産局は外国支社が独立した法的人格であるかどうかは各国の規定によって異なるため、今回は認定基準を緩和し、当該支社の設立地における法律がその権利・義務の主体であると認めている場合は、特許・商標の出願人となることができるとしている。(2011.06)

經濟部知的財産局 通知

発出日：中華民國 100 年（2011 年）6 月 8 日

発出番号：智法字第 10018600350 号

主旨：「外国企業」を特許・商標登録の出願人とするに関して、その関連事項を以下の通り説明するため、ご了承いただきたい。

説明：

- 一. 特許・商標の出願人とは、当局に対して特許・商標の登録を出願する者を指し、権利・義務の主体であり、独立した法的人格をそなえ、自然人又は法人でなければならない。外国企業は特許・商標の出願人となることができ、わが国に対して特許・商標の登録を出願する際に認許を経る必要がない。ただし外国企業の台湾支社は独立した法的人格がないため、特許・商標出願において当該外国本社の名義で出願しなければならない。
- 二. 当該「外国企業」が本社の設立地（所在地）以外の国で支社（以下、「当該支社」）を設立している場合、独立した法的人格をそなえるか否かは、各国の規定によって異なる。もし設立された国の国内法規に基づいて当該支社が独立した法的人格を有するならば、特許・商標出願人となることができる。このため当該支社を台湾の特許・商標出願人とする場合は、補正を通知し、出願人を当該外国本社にするか、当該支社が設立地において独立法人格をそなえる証明書を添付するか、当該支社がその設立地において独立法人格をそなえるという声明書で代替することができ、すなわち当該支社を特許・商標出願人とするすることができる。
- 三. 前述の出願人が提出する声明書が、既知の各国法令と合致しない場合や当局が必要と認めた場合は、出願者に補正を通知し、設立地の法規に基づき当該支社が確かに独立法人格を有するという証明書類を提出するように求め、期限内に補正しない、又は補正文書が証明できない場合、当該外国本社を出願人としなければならない。

J110620Y1

09 食器乾燥機の特許権侵害訴訟、女王廚具が台湾桜花に勝訴

台中の女王廚品實業有限公司（以下「女王廚具」）の経営者である蔡銀泉氏は台湾キッチン設備最大手である台湾桜花股份有限公司（Taiwan Sakura Corporation、以下「台湾桜花」）が販売している床置きタイプ食器乾燥機が蔡氏の特許権を侵害しているとして賠償請求の訴訟を提起した。専門家が鑑定した結果、蔡銀泉氏の特許権を侵害していることが確認されたため、知的財産裁判所は台湾桜花に対して 135,688 新台幣ドルを蔡氏に支払うよう判決を下した。

【知的財産裁判所民事判決- 99 民專訴 48-20110603】

台湾のキッチン設備市場においてビルトインタイプ食器乾燥機には壁掛けタイプと床置きタイプの 2 種類がある。特許権係争を惹き起こしたのは台湾桜花が販売する床置きタイプ食器

乾燥機で、容量が大きく取り付けが簡単なため人気の機種だ。

蔡氏によると、自身の「ビルトインタイプ食器乾燥機の改良構造」特許はビルトインタイプ食器乾燥機が故障した際に修理が面倒であるという欠点を改良したものである。つまり従来はシステムキッチンから食器乾燥機を取り外して修理しなければならなかったが、同特許は部品を交換するだけでよく、面倒な取り外しが必要ない。

蔡氏の主張によれば、台湾桜花が生産する「SAKURA ナノ銀殺菌食器乾燥機（型番号Q-7592L）」の製造技術の一部が蔡氏の特許権を侵害しており、且つ台湾省機械技師公会（組合）の比較鑑定の結果、特許権侵害が確認されたため、台湾桜花に対して 600 万新台湾ドルの賠償を請求したが、台湾桜花は特許権侵害を否認した。

裁判所の審理の結果、鑑定結果に基づいて台湾桜花の特許権侵害を確認し、さらに 2009 年末から 2011 年初めの販売台数 85 台に基づき、台湾桜花に対して 6 万新台湾ドル余りを女王廚具に支払うことを命じるとともに、台湾桜花が 2009 年末に女王廚具から内容証明書簡を受け取ってから同商品を販売し続けたため懲罰的賠償を加えて、合計 135,688 新台湾ドルの支払いを命じた。(2011.06)

J110610Y8

10 BERI、台湾の投資環境は世界 4 位

米国のビジネス環境リスク評価会社（Business Environment Risk Intelligence : BERI）が発表した 2011 年第 1 次（4 月分）「投資環境リスク評価報告」によると、台湾の「投資収益機会総合指数（Profit Opportunity Recommendation）」の得点は 72 点で評価対象である世界 50 カ国のうち、シンガポール、スイス、ノルウェーに次いで世界 4 位となった。またアジアでは 2 位となっている。BERI によると、台湾は 1B クラスの「投資に適した地区」と格付けされた。

また台湾の「オペレーションリスク指数（Operation Risk Index）」は前回の評価と同じ世界 3 位となった。得点は 71 点で、前回に比べ 1 点上昇している。これは主に景気が回復し、ビジネスの見通しが明るく、投資に対しても楽観的な見方が強く、昨年（2010 年）の経済成長率が 10%を上回ったため。今年は経済成長が減速するものの、民間消費はここ 7 年のピークに達することが予測される。

台湾の「政治リスク指数（Political Risk Index）」は世界 8 位(61 点)で、3 ランクアップ、1 点上昇している。アジアでは 2 位で、シンガポールに次いでいる。BERI によると、台湾の政治リスクは有効に制御されている。台湾は大規模な経済統合を達成するため、中国と交渉し続けるだろう。

台湾の「外貨支払い能力要因（Remittance and Repatriation Factor）」に関しては世界 3 位(85 点)に番付され、順位及び得点はともに前回(2010 年第 3 次)の評価と変わらず、スイス、シンガポールに次いでいる。アジアでは 2 位となっている。(2011.06)

台湾知的財産権関連判決例

01 商標権関連

音声商標は新しいタイプの商標とはいえども、その識別力と文字や図形といった伝統的な態様の商標等の識別力の判断基準とは何ら変わらない。音声商標としての登録を認めがたい原因は、登録商標として保護する対象であることを公示周知するためにそれを如何に書面に固定するかにあつて、音声の識別力基準が比較的厳格なわけではない。指定使用商品、消費者の認知度を考慮せずに、単に音声を聞いただけで先天的識別力を否定してしまうことが識別力判断に反する。

■ハイライト

国泰フィナンシャルホールディングス（以下、控訴人）は「Enrich your life 国泰世華銀行」について音声商標登録出願をしたところ、当該商標の音声は「一度聞けば脳裏に深く刻み込まれ、或いは鮮明に印象に残るようなメロディーではない」として拒絶査定処分を受けた。その後、知的財産局の判断には誤りはないと台北高等行政裁判所は同局の見解を支持する判決を言い渡したが、最高行政裁判所は先日、同判決を破棄し、本件を知的財産裁判所に移送し、新た

に適法な裁判をするよう命じた。

最高行政裁判所によると、台北高等行政裁判所は「Enrich your life」だけで、「一度聞けば脳裏に深く刻み込まれ、或いは鮮明に印象に残るようなメロディーではない」と認定し、内容については詳しく調査したり斟酌したりしなかったため、音声商標識別力への判断基準に反し、違法な判決をした誤りがあり、法により破棄すべきであるという。

控訴人は2004年3月31日に「Enrich your life 国泰世華銀行」音声商標について、広告宣伝、宣伝ビラの配送、オンライン広告、広告の企画・設計・制作・広告代理等サービスへの使用を指定して、登録出願をした。

知的財産局は同出願に対し、出願人が提出した証拠資料は銀行業務に関連するものばかりで、係争音声商標は既に営業上の役務の識別表示になり、またこれによって他人が提供する役務と区別することができることを認めがたい。したがって識別力はなく、登録を認めないとの処分を下した。

台北高等行政裁判所の判決で、その音声は、出願願書に添付された楽譜とCDで表現された男性重唱の曲調から、一度聞けば脳裏に深く刻み込まれ、或いは鮮明に印象に残るようなものでなく、また英文字「Enrich your life」は「あなたの人生を豊かにする」という意味で祝福や激励を表すときに使われる一般的な表現であり、そのような音声と「Enrich your life」との組み合わせは、消費者にCMソングと受け止められがちで、サービス提供者を区別する根拠とされることは考えにくい、との見解が示されている。

最高行政裁判所判決

裁判番号：98年度判字第670号

裁判期日：2009年06月18日

件名：商標登録

控訴人：国泰フィナンシャルホールディングス

被控訴人：經濟部知的財産局

主文：原判決を破棄し、知的財産裁判所に差し戻す。

理由

一、原判決の判旨

- (一) 音声商標は2003年11月26日に施行の改正商標法で新たに取り入れられた商標タイプである。商標の識別力には先天的識別力と後天的識別力があり、伝統的な商標或いは立体商標、音声商標等新しいタイプの商標によって違わない。したがって、新しいタイプの商標といっても、必ずしも先天的識別力がないとは限らない。ただ、音声そのものはきわめて特殊なものでなければ、客観的に一般の消費者がそれを商品若しくは役務の出所の表示と考えることが難しい。2004年7月1日に施行の「立体、色彩及び音声商標審査基準」4.3 識別力について「音声商標は視覚的でなく聴覚的方法により、商品若しくは役務の取引出所を区別するのである。ただ、その商標識別力の判断基準はその他の商標態様と同じように、係争音声は消費者がそれを商品若しくは役務の出所と十分に認識し、並びにこれによって他人の商品若しくは役務と区別する標識を持たなければならない。」と記載されていることから明らかである。
- (二) 上記登録を受けようとする係争音声商標はその願書に添付された簡易な楽譜及びCDで表現された男性重唱の曲調から、一度聞けば脳裏に深く刻み込まれ、或いは鮮明に印象に残るようなものでなく、また英文字「Enrich your life」は「あなたの人生を豊かにする」という意味で祝福や激励を表すときに使われる一般的な表現であり、そのような音声と「Enrich your life」との組み合わせは、消費者にCMソングと受け止められがちで、サービス提供者を区別する根拠とされることは考えにくい。控訴人はそれを音声商標として「広告宣伝、宣伝ビラの配送、オンライン広告、広告の企画・設計・制作・広告代理、企業買収の仲介及びそれに関するカウンセリング・顧問、マーケティング研究カウンセリング・顧問・・・市場研究及び分析・・・」サービスに使用することを指定して、先天的識別力があると認めがたい。また、もし音声商標は先天的識別力がないが、セカンドミーニングを得るようになったと証明されたときは、商標法第23条第4項「第1項第2号に定めた場合又は第5条第2項規定に該当しない場合、出願人が使用すること

によって取引上既に出願人の商品若しくは役務の識別標識になったものは、適用しない」により、登録出願が可能である。

- (三) このため、控訴人が商標法により商標登録の保護を受けようとするときは、上記先天的識別力を持たない商標についてセカンドミーニングを得たと証明するには、当然のこと当該係争商標の指定商品若しくは指定役務について使用される証拠資料を提出する必要がある。控訴人は、係争音声商標が国内の無線チャンネル、ケーブルテレビチャンネル、控訴人が設置してある現金自動預け入れ支払い機（ATM）及び台湾鉄道テレビ掲示板で広く放送され、消費者によく認識されており、後天的識別力があると主張する。ただ、控訴人が提出した「Enrich your life」の商業放送などの内容はすべて控訴人が経営する銀行業務に関するもので、係争音声商標の指定役務「広告宣伝、宣伝ビラの配送、オンライン広告、広告の企画・設計・制作・広告代理等サービス・・・」への使用証拠資料はなく、長期にわたって幅広く前述指定役務に使用され、既にその営業サービスの識別標識になり、かつこれによって他人の役務と区別することができるというようなことは見当たらない。したがって商標法第 23 条第 4 項が適用される余地はない。

二. 最高行政裁判所の判旨

- (一) 商標法第 23 条第 1 項第 1 号により、「商標であって、次に掲げる場合のいずれに該当するときは、登録されない。一. 第 5 条規定に該当しないもの・・・」。登録を認めるかどうかは、商標法第 5 条に定めた商標の種類（第 1 項）及び識別力（第 2 項）「商標は文字、図形、記号、色彩、音声、立体的形状又はその組み合わせで構成され得る。前項商標は、商品若しくは役務の関連消費者がそれを商品若しくは役務を表示する標識であると認識するに足り、並びにこれによって他人の商品若しくは役務と区別することができる」により判断する。商標に識別機能があるかないかは消費者の認識と、商品（役務）によってはじめて一般の消費者がそれを商品を表示する標識であると認識し、並びにこれによって他人の商品と区別することができるかと判断するのが可能である。
- (二) 係争音声商標のメロディーは先天的識別力がないものの、図形や文字にも相応した事象概念があり、絵画、文章が先天的識別力を持たないのと同じである。但し、そのメロディー、絵画、文章の特定の部分を商標にすると、一般の消費者がそれを商品を表示する標識であると十分に認識し、並びにこれによって他人の商品と区別することができれば、当然先天的識別力がある。さらに、商標そのものは如何なる意義もなく、その指定商品と組み合わせではじめてそこから意義が生じる。したがって、音声商標の識別力判断は、当然ながら単に音声はメロディーを理由に先天的識別力がないと認めるわけにはいかない。また指定使用商品、消費者の認知度を考慮せずに、単に音声を聞いて先天的識別力を否定してしまうこともできない。当裁判所で調べたところ、係争音声商標はその願書に示された簡易な楽譜と CD で表現された男性重唱の英文字「Enrich your life」で、指定使用商品、消費者の認知度からみると、一般の消費者がそれを商品を表示する標識であると十分に認識し、並びにこれによって他人の商品と区別することができるか？詳しく調査し、認定すべきである。原判決は指定使用商品、消費者の認知度を考慮せずに、ただ訴願決定及び原処分理由に従い、簡単に係争商標の音声を「一度聞けば深く脳裏に刻み込まれ、或いは鮮明に印象に残る曲ではない」としたことは、当然音声商標の識別力判断基準に反し、原判決における商標法の適用は誤りがある。
- (三) 音声商標は新しいタイプの商標とはいえども、その識別力とその他の態様の文字や図形商標等の識別力の判断基準とは何ら変わらない。音声商標としての登録を認めがたい原因は、登録商標として保護する対象であることを公示周知するためにそれを如何に書面に固定するかにあつて、音声の識別力基準が比較的厳格なわけではない。日本ではまだ音声商標、匂いの商標の登録を容認していないのも、音声商標・匂いの商標に先天的識別力があり得ることを否認しているわけではなく、書面に特定して公示する方法は技術上困難なためである。2004 年 6 月 10 日に発布され、同年 7 月 1 日に施行の「立体、色彩及び音声商標審査基準」4.3 の記載にも同じような見解が示されている。「新しいタイプの商標に先天的識別力があると認められるのは伝統的な商標より難しい」というわけではない。訴願決定における「新しいタイプの商標に先天的識別力があると認められるのは伝統的な商標より難しい」という言い方を取り入れ、本件の判断根拠とする原判決における商標法の適用は法にあわない。

当裁判所で調べたところ、控訴人は商標法施行細則第 10 条規定に従い、本件音声商

標登録出願について、その願書に示されたように、簡易な楽譜及び CD を提出し、男性の重唱の曲調を表現している。原審において、係争商標は果たして先天的識別力をもっているかについて詳しく調査すべきなのに、詳しく研究して調査をしておらず、単に「新しいタイプの商標に先天的識別力があると認められるのは伝統的な商標より難しい」だけで控訴人に不利な認定をし、拙速な判断と言わざるを得ない。

- (四) 音声商標であるためには、その音声を一般の消費者が商品を表示する標識であることを認識し、かつこれによって他人の商品と区別できる必要がある。さらには、商標である以上、広告販促の機能もある。したがって識別力をもつ CM ソング、メロディーはいうまでもなく音声商標である。なのに、原判決は、「消費者がそれを CM ソングと考えがちだ」ということで、係争商標を「役務の出所を区別する根拠とするのは容易ではない」と推論した。これも音声商標識別力の判断にあわない。
- (五) したがって、原判決における商標法第 23 条第 1 項第 1 号の適用は誤りである。本件事実はまだはっきりしていないため、当裁判所は正確な法律上の判断をするべきがない。当然ながら、更なる詳細な調査・究明をする必要がある。控訴趣意書で原判決が法令違反と指摘したのは理由がある。真相を明かすために、原判決を破棄し、本件を知的財産裁判所に移送して改めて適法な裁判をし、係争商標は識別力（先天的識別力及びセカンドミーニング）があるかないかを明確に調べる。

02 商標権関連

健康食品に「納豆大師（大師：達人の意）NATTO MASTER」を商標として使うと、一般の社会通念上、納豆の製造・販売業者の地位や専門能力を褒め称えるキャッチフレーズと捉えられがちで、商品出所識別力が不十分である

■ハイライト

元国営企業「台塩実業股份有限公司」（以下、原告）は「納豆大師（大師：達人の意）NATTO MASTER」について同社サプリメント商品の商標として知的財産局に登録出願をしたが、拒絶された。先日、知的財産裁判所も知的財産局の判断に同調する見解を示し、「納豆大師 NATTO MASTER」には商標としての識別力が欠如するとして、原告の敗訴を言い渡した。

知的財産局によると、原告が登録を受けようとする「納豆大師 NATTO MASTER」はサプリメントに使用されるもので、一般社会通念上、納豆の製造・販売業者の地位と専門能力が同業界をリードするキャッチフレーズとして使われることが多く、消費者に商品の出所を示す機能が不十分で、かつこれによって他人の商品と区別することもできないという。

原告は知的財産裁判所に対し、「『納豆 NATTO』は日本でよく食べられる発酵食品であって、最近になって台湾でも流行るようになった健康食品である。サプリメントなどの健康食品を使用指定商品に「納豆 NATTO」が構成の一部の商標が登録されているケースは幾らでも挙げられる。また指定商品名プラス大師（達人）或いは単に『大師』という二文字で構成される商標は非常に多いので、知的財産局は同様の審査基準でその出願を許可すべきであると知的財産局の拒絶処分と訴願決定を取り消し、並びに直接その登録を認めるよう主張する。

判決では、原告は「納豆大師 NATTO MASTER」を商標にサプリメントに使用すると、消費者からみれば、その商品は達人と呼ばれるほどのプロの納豆製造者が作ったものを指し、その商品の品質を標ぼうするキャッチフレーズのようなもので、商品を表示する標識であるという認識には至らず、かつこれによって他人の商品と区別できるほどの識別力は当然欠けている。

知的財産裁判所行政判決

裁判番号：98 年度行商訴字第 52 号

裁判期日：2009 年 07 月 09 日

件名：商標登録

原告：台塩実業股份有限公司

被告：經濟部知的財産局

主文：原告の訴えを棄却する。

訴訟費用は原告が負担する。

事実及び理由

一. 事案の概要

原告は2007年8月27日に「納豆大師 NATTO MASTER」(以下、係争商標)について商標法施行細則第13条に定めた商品及び役務分類表第5類の「栄養補充品(サプリメント)」商品に使用することを指定して被告に登録出願をした。被告が審査したところ、本件係争商標「納豆大師 NATTO MASTER」が前掲商品に使用されると、一般の通念上、納豆の製造販売者の地位及び専門能力が同業界をリードしているキャッチフレーズという印象を受け、商品又は役務の関連消費者がそれを商品又は役務を示す標識であると認識し、かつこれによって他人の商品と区別するには不十分であるため、登録を認めるべきではないとし、2008年10月16日付第310342号査定書をもって拒絶処分を下した。原告はこれを不服として、訴願を提起し、訴願決定で棄却された後、本件行政訴訟を提起した。

二. 原告の主な主張

- (一) 係争商標は中国語文字「納豆大師」と英文字「NATTO MASTER」で構成されている。そのうち「納豆 NATTO」は商品名で、「大師 MASTER」とは、ある分野で専門的知見を有し、非常に尊敬されるプロの方をいう。「納豆大師」という文字の組み合わせをサプリメントに使用すると、自社商品の優れた品質を標ぼうする意味に転じ、通常商品を説明するのに必要不可欠な文字でなくなり、当然のことながら商標識別力がある。
- (二) 原告は元国営企業「台塩」が民営化した後で設立された会社で、バイオテクノロジー及び海洋科学領域ではリーダー的な存在である。係争商標は即ち原告が最新に売り出したサプリメントシリーズのブランドで、商品は原告が全国160箇所余りを超える直営店、加盟店、取次ぎ業者などの販売拠点を通じて広く市場で販売されている。さらに原告は販促のため、資金を投入してマスコミで販促広告を掲載し、しかも2005年、2006年の「康健雑誌」で納豆類サプリメントの理想的なブランドの一位に選ばれた。要するに、「納豆大師 NATTO MASTER」は市場での知名度が相当に高い。一方、原告が各ポータルサイトで「納豆大師」をキーワードで検索したところ、該当した資料はいずれも原告の商品を示したことから、市場における消費者はすでに「納豆大師 NATTO MASTER」は原告が提供する商品の標識であると認知しているしるしである。以上のことから、係争商標は間違いなく商標識別力を有し、かつこれによって他人の商品と区別することができるといえる。

三. 被告の主な抗弁

- (一) 係争商標は係争商標は中国語文字「納豆大師」と英文字「NATTO MASTER」で構成されている。「納豆 NATTO」は日本でよく見かける伝統的な発酵食品であり、大豆に納豆菌を繁殖させて発酵させた食品。粘り気が強く、大豆の栄養価値をそのままキープし、ビタミンKに富み、たんぱく質の消化吸収率を高めた。最も重要なのは発酵の過程において様々な活性物質が生まれたことで、体内のファイバー蛋白を溶かし、生理機能を調整する保健効果がある。今や台湾でも流行っている健康食品である。「大師 MASTER」はある分野で専門的知識を有し、尊敬されるプロの方をいう。一般にも「〇〇大師」を使ってある領域の達人を尊敬して言う。したがって、「納豆大師 NATTO MASTER」をサプリメントに使用すると、一般通念上、納豆の製造・販売者の地位と専門能力が同業界をリードすることを褒め称えるキャッチフレーズと捉えられがちである。
- (二) 原告が挙げた第685766号登録商標「納豆」、第〇〇〇〇号登録商標「エッセンス大師」、・・・第〇〇〇号登録商標「マスク大師」等々、そのうち「納豆」及び図形、「納豆」とその他の中国語や英文字及び図形の組み合わせで構成された商標全体が消費者に与えた印象は商品出所識別の標識であって、単に商品の品質を説明したり標ぼうしたりするような一般的な説明的表現用語にとどまらず、本件係争商標のように、単に商品の地位、品質を褒め称えるような用語とは一概に言えない。

四. 本件の争点

- (一). 係争商標は商標法第23条第1項に反するか? (二). 係争商標は商標法第23条第4項の適用があるか? それぞれ次のように分析する。

- (一) 商標法第5条第2項、第23条第1項第1号はそれぞれ「商標は商品又は役務の関連消

費者がそれを商品又は役務を表示する標識であると十分に認識し、かつこれによって他人の商品又は役務と区別することができなければならない」、「商標は第5条規定に該当しなければ、登録されない」と定める。「商標は商品又は役務の関連消費者がそれを商品又は役務を表示する標識であると十分に認識し、かつこれによって他人の商品又は役務と区別することができなければならない」はいわば「商標識別力」である。商標に識別力があるかないかを判断するには、一般の生活経験から、その外観、呼称、観念と使用指定商品との関係が消費者からして商品又は役務の出所と識別する標識として十分に認識するかを参酌しなければならない。「・・・第5条第2項規定に該当しない場合でも、出願人が使用することによって、かつ取引上既に出願人の商品又は役務の識別標識になったものは、適用しない」は同法第23条第4項に定められている。

- (二) 調べたところ、係争商標の図形は文字のサイズが比較的小さい英文字「NATTO MASTER」が上方に、文字サイズが比較的大きい中国語文字「納豆大師」が下方に、その左右両側にそれぞれ一本の直線で構成される。英文字「NATTO MASTER」は中国語で訳すと「納豆大師」の意。そのうち、「納豆」は日本でよく見かける伝統的な発酵食品で、大豆を納豆菌で発酵させたもの。台湾でもずっと前から販売されており、消費者によく知られている健康食品である。「大師」とは、人に尊敬される学問、や芸術のプロを褒め称える言い方である。原告は「納豆大師 NATTO MASTER」を商標にサプリメントに使用すると、関連消費者に与える印象は当該商品は技芸拔群、「大師」(達人)といわれるほどの納豆メーカーが調製したものである。あくまで製品品質を標ぼうするキャッチフレーズであり、消費者がそれを商品を表示する標識と認識するにはなお不十分であり、またこれによって他人の商品と区別することもできない。いうまでもなく識別力欠如により、前掲商標法第23条第1項第1号の規定が適用されない。
- (三) 原告がいうには、係争商標についてその直営店、加盟店、取次ぎ業者等拠点を通じて販売し、さらに広告費を投入して続いてテレビなどのマスコミでコマーシャル等販促広告を掲載し、2005年、2006年の二年連続して「康健(ヘルシー)雑誌」の納豆類サプリメントの理想的なブランドの一位に選ばれ、市場における知名度が相当高く、識別力があるはずである。ただ、原告が出願段階及び訴願手続において提出した宣伝広告及びインターネットサーチなどの資料からみて、その内容は「台塩納豆大師」や「納豆乳酸菌」等製品を紹介するもので、それらの製品の包装パックには本件「納豆大師」という商標図形があるものの、消費者がそれを見て受けた印象はやはりその商品はプロレベルの納豆メーカーによって作られたもので、その製品の品質を標ぼうするキャッチフレーズに過ぎない。しかも、わが国健康食品産業の市場規模から言えば、係争商品の販売金額や投入した広告費の市場全体に占める割合が微小なはずである。加えて、テレビコマーシャルの放送が2008年1月～4月という短い期間で、放送時間帯からも効果が限定的だと考える。また、コマーシャル内容、雑誌記事、インターネット資料には係争商標は「台塩」、「台塩バイオテクノロジー」と併せて使用することが多い。消費者の「台塩」に関する認知度から考えれば、「台塩」、「台塩バイオテクノロジー」こそ商品出所の識別標識である。しかも、テレビコマーシャルの放送依頼表にはただ「商品：納豆大師・・・」と記載されているだけで、その広告の内容は分からず、係争商標はすでに原告が長期にわたって広く使用することによって、取引上既にその商品の識別標識になったと認定しがたい。
- (四) 一方、原告と紛争を起こした「芝禾食品有限公司」の商標「大師」等を含めて、原告が例として挙げたほかの諸々の登録商標の図形や事案は係争商標と異なり、この件に直接引用して、係争商標が登録されるべきと原告に有利な判断をする根拠とし難い。また「行政行為について、正当な理由がなければ、差別的取扱いをしてはならない」という原則に基づき、正当な理由があるときは、同一でない取り扱いをしてもよいということになる。被告は係争商標に関して、その図形、指定商品、消費者の認知度、業界における使用方法、市場における取引状況等々の要素を斟酌したうえで、拒絶査定処分をしたのであって、原告がいう理由不十分という違法に当たらない。

03 公平取引法関連

優越的地位を濫用して、不明確で一括的な内容の約束を協同組合組合員に強制することは水平的な競争関係にある事業者の事業活動を不当に拘束し、公正な競争を制限する行為であり、消費者の権利を害し、取引秩序に影響しうる。

■ハイライト

公平取引法第 24 条により、本法に別段の定めがある場合を除き、事業者は取引秩序に影響しうる、欺もう又は著しく公平さを欠く行為をしてはならない。本件原判決では、控訴人が車両担保ローンの取引相手方に対して優越的地位にありながら、この優越的地位を濫用して、不明確で一括的な内容の約束を強要することにより、消費者の権利を害し、市場における取引秩序に影響しうる。主務官庁の被控訴人は如何なる措置を取ること、取引秩序と消費者の権利を効果的に確保するかは、その裁量による。原処分では過料の併科について直接その理由を説明していないが、過料の裁量に関する説明からみて関連情状を一切斟酌したうえでの処分であるから、過料の併科という結果になったことには法にそぐわないところはない。

最高行政裁判所判決

裁判番号：99 年度判字第 380 号

裁判期日：2010 年 04 月 22 日

控訴人：台湾省遊覧車客運商業同業公会連合会（観光バス事業協同組合連合会）

被控訴人：行政院公平取引委員会

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

被控訴人は控訴人 2005 年 9 月 29 日付第 11 回第 2 次理事会の議事録が、公平取引法上の連合行為（共同行為）禁止規定に反する疑いがあるとして調査を行った結果、控訴人が同議事録を通して、事業者及び会員を招集して運賃の引き上げについて共通認識を達成するよう各県、市の公会（協同組合）に要請し、これに協力しない事業者に対しては加入を拒否し又は加入費を引き上げて排除することを示唆したことが判明した。控訴人のこのような行為は国内の観光バス市場の需給機能に影響し、公平取引法第 14 条第 1 項に反するとして、被控訴人は同法第 41 条前段規定により 2007 年 1 月 16 日付公処字第 096007 号処分書（以下、原処分）で処分書が送達された日の翌日から直ちに前項連合行為を停止することを命じ、併せて 50 万元の過料を科すことにした。

二. 理由

- (一) 公平取引法第 2 条 3 号により「本法において事業者とは、次に掲げるものをいう。・・・三. 協同組合。...」。同法第 7 条は「(第 1 項) 本法において連合行為（共同行為）とは、事業者が契約、協定又はその他の方式の合意によって、競争関係のある他の事業者と共同して商品若しくは役務の価格を決定し、又は数量、技術、製品、設備、取引対象、取引地区等に制限を加え、相互に事業活動を拘束する行為をいう。(第 2 項) 前項でいう連合行為は、同一の生産、販売の段階における事業者の水平的統合が、生産、商品の取引若しくは役務の需給に関わる市場機能に影響しうるものに限る。(第 3 項) 第一項でいうその他の方式による合意とは、法律上の拘束力の有無を問わず、契約、協定以外の意思の連絡が形成されることによって、事実上共同行為の成立に至らしめるものをいう。(第 4 項) 協同組合が、定款（会則）若しくは会員大会、理事会・監事会の決議又は他の方法によって事業活動を拘束する行為も第二項の水平的統合にあたる。」と定めている。また第 14 条により、「事業者は連合行為をしてはならない」。以上の規定から、公平取引法の連合行為に対する規制は、複数の事業者が協議を通じて共同行為を行うことで、競争を制限し市場力を結集することを防ぐためである。事業者は契約、協議その他の方式の合意によって連合行為を形成することができるほか、協同組合の運営で共同行為を達成することも可能である。協同組合は互いに競争関係にある事業者が結成する団体であ

り、協同組合の定款又は会務に関する決議はその組合員が直接に関与し、又は組合員の授権の下でなされたものなので、その決定が合意的なものである。それ故、連合行為が協議によるものか、又は協同組合の運営によるものかはともかく、この二つの方法はいずれも事業者間の競争を制限するものであって、市場機能、市場支配力及び経済効率に悪影響を及ぼすことに変わりはない。

従て、協同組合は定款、会員大会の議決、理事会・監事会の決議、内部組織若しくは会議の決議、組合員への書簡発付、代表者の意思表示などの方法によって組合員の事業活動を約束し、又は同調的な行動を指示することは、公平取引法の規制を受けなければならない。事業者の連合行為は市場機能に影響しうる程度に達してこそ該当するが、いわゆる市場機能に影響しうることは、事業者の合意による競争制限は、市場の需給機能に影響しうるリスクさえあれば該当し、市場機能が実質的に影響を受けた場合に限らない。また具体的に合意により実行へ移したかどうかとも問わない。連合行為を禁止するのは、事業者間の「事業活動の不当拘束」による市場機能の妨害を防ぐことを目的としている。

「事業活動の不当拘束」の行為類型は様々で、公平取引法第7条第1項は「商品若しくは役務の価格を共同で決定し、数量、技術、製品、設備、取引相手、取引地域などを制限する」といった実務上よく見かけるものを列挙するのではなく、例示するのである。同規定を列挙規定と解すれば、すべての類型をカバーしきれず、複数の事業者の協議による共同行為が互いの競争を制限し市場機能を妨害することを防止するための立法の趣旨を達成することができなくなる。控訴趣意書では、同法7条を例示規定ではなく、列挙規定と解することで、原判決における適用法の不当を主張するのは取りえない。

- (二) 本件控訴人は商業団体会法により設立した省レベルの商業同業公会連合会であり、所属会員は国内の観光バス市場シェアの62%を占めている。会員たちは互いに水平的な競争関係にあるため、控訴人の主導で各会員の営業活動の自由を拘束し、公正な競争を制限すれば、市場における需給調整機能に影響する可能性は十分考えられる。前掲第7条第4項により、連合行為に該当し、公平取引法によって処罰されるべきである。

控訴人は2005年9月29日付第11回第2次理事会で「各県、市の公会（協同組合）から事業者及び会員を招集して運賃の引き上げについて共同認識を達成するよう要請し、これに協力しない事業者に対しては加入を拒否し又は加入費を引き上げて排除する」と決議している。会議で運賃を引き上げることで合意した旨（議事録）をその後、各理事、県・市公会に通知した。決議では具体的に価格を決定していないが、明らかにその組織の影響を通じて観光バスのサービス価格に影響する意図がある。その決議は観光バス事業者が自由に価格を決定する事業活動を制限するもので、事業者が本来比較的利益のある価格、数量、品質、サービスその他の条件によってビジネスチャンス勝ち取る競争的な手段を破壊し、市場における競争機能を弱体化させ、国内の観光バス市場の需給調整機能に悪影響を及ぼすことから、公平取引法上の連合行為の構成要件を満たしている。その後会員が合意の内容を実行に移したかどうか、或いはその決議に従う会員はどのくらいあるかは前掲違法行為の成立に影響しない。決議の内容は運賃の引き上げに関する共通認識で、運賃の上げ幅など具体的な金額を共同で決定していないし、運賃を決定するにあたっての算式にも触れていないという控訴人の強弁は取りえない。

- (三) 公平取引法第41条前段規定により、「公平取引委員会は本法規定に違反した事業者に対し、期限を定めてその行為の停止、改善又は必要な是正措置を命じ、並びに新台幣ドル5万元以上、2,500万元以下の過料を科することができる。」これに基づいて、同法に違反する事業者に対し、被控訴人は下令処分—即ちその行為の停止、改善又は必要な是正措置をとることを命じることができるほか、過料処分を科することもできる。過料処分は行政罰であり、違法な行為をした者にその違法行為により生じた不利益について責任を負わせ、また将来的には二度と違法な行為をしないよう威嚇する効果もある。その行為の停止、改善又は必要な是正措置をとることを命じる下令処分は行政罰でなく、一定の危険又は具体的な危害を直接排除し、公平取引法で規制する市場秩序を回復する行政上の管理・規制措置である。そしてどのような下令処分が必要で適当な行政管制措置か、又は過料の併科をすることがどうかについては、公正な取引を有効に確保する諸関連要素を考慮したうえで被控訴人が裁量をするのである。公平取引法施行細則第36条により、「本法により過料を科するときは、一切の情状を斟酌して、かつ次に掲げる事項に注意しなければならない。一、違法行為の動機、目的及び予期の不当利得。二、違法行為の取引秩序に対する危害の程度。三、違法行為が継続して取引秩序を害する期間。四、違

法行為により得た利益。五. 事業者の規模、経営状況及びその市場地位。六. 違法の類型について中央主務官庁から是正の指導、又は警告を受けたことがあるかどうか。七. 過去にあった違法行為の類型、回数、時間間隔及び受けた処罰。八. 違法した後、違法行為について後悔したことを示す確実な証拠及び調査に協力的かどうか等の態度。」本件被控訴人は控訴人に対し、前項連合行為を直ちに停止することを命じるほか、前掲公平取引法施行細則第 36 条により違法行為の動機、違法行為の取引秩序に対する影響（軽微）、短期間、控訴人の市場支配力、本件違法行為の類型を被控訴人が是正又は警告をしたことがない、初めて違法行為をした、調査に協力的で態度も良好である、関連資料を積極的に提供したなどから、控訴人に 50 万元の過料を科すことにした。被控訴人は情状をすべて参酌したうえで裁量をしたことから、裁量権を濫用し、裁量を怠り又はその裁量が比例原則に違反するなどの事情は一切ないと考える。



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