

事務所:

台灣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

© 2012 TIPLO, All Rights Reserved.

TIPLO News

2012年2月号(J150)

このニューズメールは、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、このニューズメールだけでなく、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 米国特許取得数で IBM が 19 年連続首位、鴻海は世界 9 位
- 02 日本企業名と重複、「三井選品」商標に敗訴判決
- 03 兩岸の知的財産保護で研究成果を保障
- 04 2012 年台湾の経済自由度、過去最高の世界 18 位に
- 05 台湾の投資環境ランキングは世界 3 位

台湾知的財産権関連判決例

01 商標権関連

宜蘭甕窯鶏 商標登録敗訴

02 不正競争関連

老舗ブランド「黒人歯磨き粉」が「白人歯磨き粉」の模倣による権利侵害嫌疑を主張して行政訴訟を提起。消費者が白黒区別できるので模倣に当たらないと最高裁判所が判断。

今月のトピックス

J120113Y1

J120111Y1

01 米国特許取得数で IBM が 19 年連続首位、 鴻海は世界 9 位

特許データベースの大手、IFI CLAIMS Patent Services が「2011 年米国特許取得数トップ 50 社 (2011 Top 50 US Patent Assignees)」を発表した。2011 年に米特許商標局 (USPTO) は合計 22 万 4505 件の特許を発行し、過去最高記録を更新した。前年比で 2% 増加している。世界最大規模を誇るコンピュータ関連サービス・製品サプライヤの IBM は合計 6180 件(前年比約 5%増)の特許を取得し、19 年連続で首位を獲得している。サムスン電子が 4894 件(同 8%増)で IBM を追いつけている他、キャノンが 2821 件(同 11%増)を取得しマイクロソフトを抜いて 3 位に躍り出た。パナソニック、東芝はそれぞれ 1 ランクずつ上昇して 4 位、5 位となった。台湾の鴻海 (Hon Hai Precision Industry) は 1514 件を取得し、9 位にランキングされた。これは同社にとって過去最高の順位であるだけでなく、台湾企業としては初めてのトップ 10 入りとなった。アジア企業 (日本、韓国、台湾) は最も勢いのあるグループであり、トップ 10 では 8 社、トップ 50 では 25 社がアジア企業で占められている。(2012.01)

2011 年米国特許取得数トップ 10 社			
順位	取得件数	企業名	国家
1	6,180	IBM (International Business Machines Corp)	米国
2	4,894	サムスン電子 (Samsung Electronics Co Ltd KR)	韓国
3	2,821	キャノン (Canon K K JP)	日本
4	2,559	パナソニック (Panasonic Corp JP)	日本
5	2,483	東芝 (Toshiba Corp JP)	日本
6	2,311	マイクロソフト (Microsoft Corp)	米国
7	2,286	ソニー (Sony Corp JP)	日本
8	1,533	セイコーエプソン (Seiko Epson Corp JP)	日本
9	1,514	鴻海 (Hon Hai Precision Industry Co Ltd TW)	台湾
10	1,465	日立 (Hitachi Ltd JP)	日本

資料出所：IFI CLAIMS Patent Services

J120116Y2

02 日本企業名と重複、「三井選品」商標に敗訴判決

三井選品有限公司 (M CULL CO., LTD.) は知的財産局に対して「三井選品」商標登録を出願していたが拒絶査定を受けたため、知的財産裁判所に対して行政訴訟を提起していた。裁判官は「三井選品」商標が日商三井物産股份有限公司に類似しており、消費者に容易に誤認混同を生じさせるおそれがあると判断し、三井選品に敗訴を言い渡した。全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-100,行商訴,145-20111229】

三井選品は約 20 年前に設立された台湾の日本料理グループ「三井餐飲事業 (MITSUI FOOD & BEVERAGE ENTERPRISE GROUP)」の傘下にある日本式スーパーマーケット。三井選品側の主張によると、該商標は特殊な設計を施した中国語「三井選品」と英語「mitsui style」を組み合わせたもので、商標の図案は陰陽篆刻で「井」の文字がデザインされ、商標の下部にはアルファベット小文字の「mitsui style」が配されている。「選品」の二文字はそれが販売するところの食材等がいずれも同社によって厳「選」された商「品」であることを伝えるものである。該商標はその創意によって消費者に強く印象づけることができる。「三井」は日本でよく見かけられる姓であり、国内 (台湾) には同じ商標が多数併存しており、「三井」という会社名も数多く存在する。三井選品の商標は「食品、海産物及び関連の輸出入サービス」として知名度が高く、三井物産の主要業務とは異なる。

一方、知的財産局側の主張によると、三井選品の商標文字は三井物産の「三井」、「三井物産」、「MITSUI」等の商標とほぼ同じで、類似商標に属する。三井物産は世界的に知名度が高く、

先に登録しているため、保護されるべきである。裁判官は審理の結果、知的財産局の主張を受け入れ、三井選品に敗訴を言い渡した。(2012.01)

J120112Y6

03 兩岸の知的財産保護で研究成果を保障

知的財産局は兩岸間の知的財産権交流の成果と展望を発表した。「海峡兩岸知的財産権保護合作協議」が2010年9月12日に発効となり、兩岸(台湾と中国)はこの協議を通じて主務官庁同士のコミュニケーションのプラットフォームと協調・処理の枠組を確立し、同協議の実現と兩岸知的財産権交流において生じる問題について直接話し合い、協調してきた。

兩岸間の優先権主張受理を例に挙げると、2010年11月22日から2011年9月までに、中国当局が台湾から受理した優先権主張は特許が計3236件、商標が計29件で、一方台湾当局が中国から受理した優先権主張は、特許が計2039件、商標が計25件だった。兩岸間では特許の優先権主張がメインであり、有効に出願者の研究成果が保障されていることがうかがわれる。

商標案件の協調・処理については、2011年12月までに知的財産局が審査を行い協調・処理原則に該当したため中国の商標局又は商標評審委員会に通報して協調・処理を行った案件は67件、そのうち完了したものが25件に達している。例えば「MSI 微星科技」、「台銀」、「台鹽生技」等の商標が中国で悪意をもった他人に先に登録されていた案件については、中国の商標局、商標評審委員会の協力の下、迅速に解決することができた。

情報交換については、現在のところ双方の情報交換作業が順調に進められている。中国が予定通りに提出した資料には、特許明細書の画像ファイル、英語特許摘要、特許明細書全文のデジタル化資料、特許公報、中薬(漢方医が使う生薬)特許データベース、中国語法律事情、中草薬(漢方医が使う生薬と民間薬)データベース、知的著作権の図書等が含まれる。台湾からはすでに、特許摘要、全文デジタル化資料、法律事情、科学技術用語及びバイオ・医学・中草薬データベースの資料を提出しており、これらは相互の業務を理解するうえで大いに役立つものである。

知的財産局によると、同協議の発効後、双方はすでに「特許」、「商標」、「著作権」、「品種権」の4つの作業グループを設置しており、毎年定期的に作業会議を開いて双方の主務官庁が関心事項と問題点を議論し、コンセンサスを得ることでスムーズに運営している。2011年にはそれぞれ6月、7月、8月に商標、特許、著作権の作業会議を開き、関心が高い議題について議論を行っている。議題には、協調・処理システムの成果向上、今後の作業グループの運営方法、今後審査実務に関して優先する交流等が含まれ、一部のコンセンサスを得ている。

知的財産局によると、今度中台双方は引き続き上記協議内容を積極的に実現し、共同で海賊版の取締を強化するとともに、業務交流や審査提携を進めて、異なる双方の審査作業や認定基準のすり合わせを行うために、特許検索や審査結果の相互利用、品種権の審査・測定試験等の交流・提携という長期目標を推進していく。(2012.01)

J120113Y8

04 2012年台湾の経済自由度、過去最高の世界18位に

米国のヘリテージ財団と米紙「ウォール・ストリート・ジャーナル」は1月12日に報告書「グローバル経済自由度指数(Index of Economic Freedom)」を発表した。台湾は179の国・地域のうち18位となり、2011年に比べて7ランクアップした。アジア太平洋地区(41の国・地域)では香港、シンガポール、ニュージーランド、オーストラリアに次いで5位、東アジア地区では3位となり、韓国(30位)と日本(22位)を上回った。

台湾の順位は2011年に25位だったが、2012年は18位となり、11年ぶりの最高記録となった。2012年の総得点は2011年の70.8から1.1ポイント上昇して71.9に達し、4年連続で上昇した。ポイントが上昇した指標は6項目あり、「政府の財政支出」、「汚職度」、「ビジネスの自由度」、「財政の自由度」、「通貨の自由度」、「労働の自由度」が含まれる。

ヘリテージ財団の報告書によると、台湾がトップ20に入った主な理由は、政府による構造改革の堅持とビジネス環境の対外的開放にあるという。さらに台湾は法治制度が極めて発展し

ており、プライベートセクター部門に活気があり、市場開放が制度化され、中小企業も競争力をそなえている。近年営利事業所得税（法人税）の税率が 17%に引き下げられ、企業設立要件である最低資本金も撤廃され、ビジネス効率が改善されている。一方、台湾は政府が介入する活動が多いものの、政府の財政支出は良好にコントロールされている。また台湾政府の財政支出が GDP に占める割合はわずか 16%に止まり、多くの国より低い水準にある。

同調査は 1995 年から開始され、10 項目の指標で経済体系の点数を計算している。10 項目には「ビジネスの自由度 (business freedom)」、「貿易の自由度 (trade freedom)」、「財政の自由度 (fiscal freedom)」、「政府の財政支出 (government spending)」、「通貨の自由度 (monetary freedom)」、「投資の自由度 (investment freedom)」、「金融の自由度 (financial freedom)」、「財産権 (property rights)」、「汚職度 (freedom from corruption)」、「労働の自由度 (labor freedom)」が含まれる。

2012 年最も自由な 10 カ国は 1 位から香港、シンガポール、オーストラリア、ニュージーランド、スイス、カナダ、チリ、モーリシャス、アイルランド、米国の順になっている。香港は 18 年連続で「世界で最も自由な経済体」に選ばれた。

台湾の経済自由度は 18 位にランキングされ、近年政府が推進している財政経済面での規制緩和という方向性が正しいことを示している。行政院経済建設委員会は今後も継続して四半期毎に「国際評比改善專案小組（国際評価改善プロジェクトチーム）」会議を開き、関連部署の副首長を招集して選定された重要な国際評価指標における弱い項目を検討し、対応策を練って実施していく予定だ。(2012.01)

2012 年世界経済自由度ランキング							
順位	国家	得点	得点の変動	順位	国家	得点	得点の変動
1	香港	89.9	+0.2	11	デンマーク	76.2	-2.4
2	シンガポール	87.5	+0.3	12	バーレーン	75.2	-2.5
3	オーストラリア	83.1	+0.6	13	ルクセンブルグ	74.5	-1.7
4	ニュージーランド	82.1	-0.2	14	英国	74.1	-0.4
5	スイス	81.1	-0.8	15	オランダ	73.3	-1.4
6	カナダ	79.9	-0.9	16	エストニア	73.2	-2.0
7	チリ	78.3	+0.9	17	フィンランド	72.3	-1.7
8	モーリシャス	77.0	+0.8	18	台湾	71.9	+1.1
9	アイルランド	76.9	-1.8	19	マカオ	71.8	-1.3
10	米国	76.3	-1.5	20	キプロス	71.8	-1.5

注：点数の変動は 2011 年との比較
資料出所：米国ヘリテージ財団 (<http://www.heritage.org/index/>)

J120111Y8

J120110Y8

05 台湾の投資環境ランキングは世界 3 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 3 次「投資環境リスク評価報告」によると、欧州債務危機と米国経済の衰退の影響を受けて、今回は多くの国に対する評価、とくにオペレーションリスク指数 (Operation Risk Index) と外貨支払い能力要因 (Remittance and Repatriation Factor) がやや下がっている。台湾の投資収益機会総合指数 (Profit Opportunity Recommendation, POR) の総スコアは 73 点 (前回と同じ) となり、ノルウェーと並んで 3 位にランキングされた。評価された世界 50 の主要国家において、台湾はシンガポール、スイスに次いで 3 位、アジア地区では 2 位にランキングされている。

台湾のオペレーションリスク指数はスコアが 72 点 (1 ポイント後退) で、シンガポールに次いで世界 2 位 (前回と同じ) となった。アジアでも 2 位。BERI によると、台湾のオペレーション条件は整っており、インフラ投資を今後 2 年間にわたって拡大し続け、さらに多くの刺激策が採用され、インフラ整備計画が加速されるだろう。

台湾の政治リスク指数 (Political Risk Index) は前回比 1 ランクアップの世界 6 位となった。

総スコアは62点で、前回より1点上昇している。アジア地区では2位で、シンガポールに次いでいる。

外貨支払い能力要因はシンガポール及びスイスに次いで世界3位(前回と同じ)。スコアは84点となり、前回比で1点後退している。アジア地区では2位にランキングされた。BERIによると、台湾の外貨支払い能力要因は依然安定した水準を維持している。(2012.01)

台湾知的財産権関連判決例

01 商標権関連

■判決分類：商標

I 宜蘭甕窯鶏 商標登録敗訴

■ハイライト

宜蘭の著名な「甕窯鶏」業者は一昨年7月に「甕窯鶏」と下方に1匹の鶏の図案を商標とし、經濟部知的財産局に商標登録を出願したが、許可されず、訴願も棄却され、知的財産裁判所に行政訴訟を提起し、裁判官に商標と業者が提供する役務には密接な関連があり、商標として登録できないと認められたので、「甕窯鶏」の敗訴になった。

「甕窯鶏」業者林宜樺は、自ら2004年に「甕窯」二つ文字を組み合わせた商標を創造し、同年12月16日に母親林王絨が知的財産局に商標登録を出願し、経営しているレストランおよび食品の商売での使用が許可されたので、「甕窯」二つ文字が商標登録において識別性があることは明らかであることを主張した。

彼が「甕窯鶏」の商標は自ら創作したもので、且ついままでなかった文字の組み合わせで、辞典にもその文字がなく、料理法も自ら創作し特許を得たので、商標法の保護が受けられるべきであると称した。更に2005年より多くのメディアによる報道、著名な芸能人の立会い写真、ネットでの美食推薦情報等を提出し、商標に高度の識別性があることを主張し、經濟部知的財産局、訴願委員会の処分および決定を撤回して頂くよう裁判官に要請した。

知的財産裁判官は、商標法の規定では「商標は商品又は役務の形状、品質、又はそのほかの説明的なものは登録を受けることができない。」となっており、林宜樺が申請した「甕窯鶏」という文字の組み合わせ及び下方の鶏図案商標は、その文字部分が消費者に鶏を甕窯に入れて料理する方法と思わせ、林が提供した役務の方式と密接な関連があり、林が「甕窯鶏」という言葉が自ら創造したものであったとしても、商標として登録できないと認めたので、訴訟を棄却することにした。【聯合報 20100826/B1】

II 判決内容の要約

■基礎データ

知的財産裁判所行政判決

【裁判番号】99,行商訴,55

【裁判期日】990617

【裁判事由】商標註冊

【裁判要旨】「商標が商品又は役務の形状、品質、効能又はその他説明的なものは、登録を受けることができない。」と商標法第23条第1項第2号で明文に定められている。「役務の説明」は商標図案の文字、図形、記号、顔色の組合若しくはその聯合式が一般的社会通念によって、もし役務自身の説明又は役務自身の説明と密接な関連があるものは、登録が受けられないことが適用されることになり、習慣上の適用は必要ではなく、一般の当該商品を製造したり、販売したりする者の共同も必要ではない。又、「第1項第2号の規定に該当する場合...、出願者の使用により取引上既に出願者の商品又は役務であることを識別できる標識となっているときは、この規定を適用しない。」と同法第23条第4項に規定されている。調べたところ、原告が出願した「甕窯鶏及び図」商標図形は、一羽の雄鶏図及び中国語文「甕窯鶏」三つの文字を組み合わせたものである。原告はその商標が人に与える主な印象は「甕窯鶏及び鶏の図形」な

ので、それは「甕窯鶏」之外形を表彰しており、「鶏の図形」は即ち「甕窯鶏」であると説明し、それは商品又は役務の形状、品質、効用又はそのほかの説明に属すると主張した。又、原告が「甕窯鶏」ははじめて彼によって創作されたもので、辞書にはそういう言葉がなく、業界又は一般的通用役務の説明文字でもない云々と主張したが、「甕窯鶏」文字そのものはその商品又は役務を表彰説明しているのので、原告が創作したこと又は業界又は一般的通用役務の説明文字ではないことであっても、説明性のある文字という性質に損なわない。従って、原告の上述主張は採用できない。

原告 甲○○
被告 経済部知的財産局

主 文

原告の訴えを棄却する。
訴訟費用は原告が負担する。

一 事実要約

原告は於 2008 年 7 月 14 日に「甕窯鶏及び図」商標で、商標法施行細則第 13 条に定められている商品及び役務分類表第 43 類役務の使用に指定することとして、被告に登録を出願した。被告の審査したところ、本件商標図様の「甕窯鶏」は甕窯を料理法とし作成された料理の意味があり、それを商標として、前掲役務の使用に指定し、当該役務の関係消費者にその役務の性質、内容に対して、直接連想を生じさせ、当該役務の説明と思わせるので、登録を許可しないことにし、2009 年 9 月 29 日付商標第 317977 号査定書でその処分を棄却した。原告は不服とし、訴願を提起したが、経済部 2010 年 1 月 6 日付経訴字第 50080 号決定で棄却されたが、又不服とし、本件の行政訴訟を提起したわけである。

二 両方当事者の請求内容

原告の主張：略（詳細は判決理由を参照）
被告の答弁：略（詳細は判決理由を参照）

三 本件の争点

本件争点は系争商標は前掲の役務の使用を指定しているが、当該役務の関係消費者にその役務の性質、内容に対して直接の連想を生じさせる虞があるか否か。又、係争商標はもし前述の状況があれば、原告は係争商標を既に使用したのか、且つ取引上既に出願者の商品若しくは役務の識別標識となっているのか。

四 判決理由の要約

(一) 調査したところ、原告が出願した「甕窯鶏及び図」商標図様は一羽の雄鶏の図及び中国語「甕窯鶏」の三つの文字を組み合わせたものである。その中「甕窯鶏」の「甕」という文字は口が小さくお腹が大きく、ものを盛る陶器であり、「窯」というのは火に耐える材料で構成し、レンガ、瓦、陶磁等器具を焼く建築物であり、「甕窯鶏」は全体的に「甕窯の中に入れて焼き上がった鶏」というイメージを与える。且つ原告はそのウェブページでも「『甕窯』は伝統的な方法で改良して製造した特殊なオープンと称しており……、『甕窯鶏』は 180 日の放し飼いした上等の雌鳥で料理され、……鶏が健康で運動量がたっぷりの上等な地鶏」、「蒸し焼きの過程でりゅうがんの木材を燃料として甕窯で一定な高温で焼いた後鶏を取り出して、温度が低くなった後、改めて高温で焼くので、完成後の『甕窯鶏』はその肉汁が中に封じられ絶対に流失しない。」云々と称しているのので、「甕窯鶏」は「甕窯」で蒸焼いた鶏料理（見商標核駁ファイル添付一）であると十分に分かる。又、原告上記のウェブページ「美食メニュー」の部分では、その看板料理は即ち「看板甕窯鶏」であり、「甕窯鶏」の前に「看板」という二文字を加えたが、「看板」はここにおいては形容詞として使用され、当該「甕窯鶏」は店内の特色のある商品であることを示しているのので、それは更に「甕窯鶏」は原告の料理商品の一種ということを象徴している。それに原告は「看板料理」の中に「甕窯鶏」とほかの商品である品「蔥油鶏」を列し、商品の一種であることが証明できるので、原告はそれを商標とし、「飲食店、軽食店」等飲食旅館サービスの使用に指定され、実際には関係消費者に提供された役務は「甕窯鶏」料理と関係があると

直接連想させる虞があり、使用役務の性質、内容の説明に属するため、商標法第 23 条第 1 項第 2 号の規定に違反することになる。

(二)原告は係争商標の看板は単一の「甕窯鶏」商標の使用ではない、「甕窯鶏及び鶏図形」商標、「放し飼いの鶏を保証」及「台湾むかしながらの味」及び「各種の山菜、有機野菜、温泉御飯」等文字を結合したものであると主張し、系争「甕窯鶏及び鶏図形」文字は約全体公告看板の三分の一を超え、消費者に与える主なイメージは「甕窯鶏」三文字および鶏図形であり、「甕窯鶏及び鶏図形」は商標形態の使用であり、商品説明ではない云々と弁解した。但し、原告は当該商標が人々に与える主なイメージは「甕窯鶏及び鶏図形」であると称したが、それは即ち「甕窯鶏」の外形を表彰し、且つ「鶏図形」は即ち「甕窯鶏」であることを説明し、やはり商品又は役務の形状、品質、効能又はそのほかの説明のことに属する。又、原告は別に「甕窯鶏」は彼が創作して用いたものであり、辞典にはその言葉がなく、業界若しくは一般通用役務の説明文字でもない云々と主張したが、「甕窯鶏」文字そのものはその商品又は役務を表彰しているので、原告が創作し用いたもの又は業界および一般通用役務の説明文字ではなくても、説明性文字の性質に損なわないため、原告の上記主張は採用できない。

(三)原告は関係ウェブページの紹介、メディアの報道資料および出荷証明表などを提出し、本件商標は原告の使用によって取引上において既に原告商品又は役務の識別標識になっており、商標法第 23 条第 1 項第 2 号規定が適用しない云々と主張した。ところが、原告が提出した出荷証明表は原告がかつて関係業者に鶏を注文したことだけが証明でき、関係紹介又は報道資料（自身のウェブページの紹介資料を含む）は「伝統的な方法によって製造した風味絶品の『甕窯鶏』」、「一つ一つの壺に『甕窯鶏』がたっぷり、.....甕窯鶏\$550」、「『甕窯鶏』、蔥油鶏がやや値段が高いほか、.....」、「『甕窯鶏』は美味しくて言い分がない」、「30 年歴史の『甕窯鶏』を賞味する」、「完成後の『甕窯鶏』は、その肉汁および香りがぎっしり中に封じられ、一滴も流失していない」等の紹介又は報道やはり「甕窯鶏」は一種の料理の名称であり、識別商品又は役務の出所の標識ではないイメージを人に与えており、関係消費者がそれによって原告商品又は役務を表彰する標識であるとは認識し難いので、本件商標販売使用の論拠にし難い。又、原告はその登録第 1088055 及び 1262001 号等 2 件「古式製造の甕窯及び図」商標および商標登録実務上において常に見られる他人の「~甕」「~窯」商標の登録が許可され、「仙女棒（線香花火）」、「健素糖」、「甜筒（アイスクリームコーン）」、「太陽餅」、「隨身碟（USB）」、「壓克力（アクリル）」、衣服に使用される素材メーカー「GORE-TEX」、「LYCRA」、商標およびステレオの「杜比（ドルビー）」等商標、「奇異筆（マジックペン）」、「能量飲料（機能性飲料）」等登録商標を証明として挙証し、被告がその商標の登録を許可すべきであることを主張した。ところが、行政程序法第 6 条では行政行為において、正当な理由がない限り、差別待遇をしてはならないとなっており、即ち行政自己拘束原則というのだが、当該原則は行政機関に対して、事物が本質上同一となっている事件において、人民の行政行為に対する一貫性の信頼を維持するため、処理を同一にすべきであることを要求する。だが、原告が挙証した登録の「古式製造の甕窯及び図」商標はその商品の役務の類別を調べると、いわゆる「製窯」、「造磚」等の商品類別がなく、窯、甕を生産する可能性がないので、当該商標はその商品又は役務の説明にならなく、原告が挙証した「~甕」「~窯」商標の登録が許可された例は、前記の叙述によると、商品の説明でもないもので、本案の状況と異なっている。又、「仙女棒」、「健素糖」、「甜筒」、「太陽餅」、「隨身碟」、「壓克力」、「GORE-TEX」、「LYCRA」、「杜比」、「奇異筆」、「能量飲料」等商標は、その後一般業者が襲用したため、商品を表彰する名称となったが、当該商品が発売されたとき、そのほかの業者が同類商品の開発、生産されていず、一般の消費者がそれ等の商品に対するイメージは「火花を出す細長い棒」、「カラフルなキャンディー」、「コーンにのせているアイスクリーム」、「口あたりが特殊な焼き菓子」、「資料をセーフする携帯ハードディスク」、「新たなプラスチック材質の一種」、「防水の布の一種」、「サラウンド効果のステレオ」、「各種の材質にでも書けるペン」、「体力補充できる飲料」等、消費者がそれ等の商標をその商品又は役務の説明と思わせる筈がなく、それ等の名称は既に使用のため識別性を具備しているので、本件の場合と異っており、同一事件とは言えず、例として引用し、係争商標の登録を許可すべき論拠にし難い。

五 関連条文抜粋

行政程序法 第6条 (2005.12.28)

商標法 第23条第1項第2号、第4号 (2003.05.28)

02 不正競争関連

■ 判決分類：不正競争

- 1 老舗ブランド「黒人歯磨き粉」が「白人歯磨き粉」の模倣による権利侵害嫌疑を主張して行政訴訟を提起。消費者が白黒区別できるので模倣に当たらないと最高裁判所が判断。

■ ハイライト

長年にわたり黒人歯磨き粉が白人歯磨き粉を権利侵害として訴えてきた事件について、最高行政裁判所は不成立と判決し、消費者が両種歯磨き粉ブランドについて識別能力を有していると認定した。

歯磨き粉界の「白黒戦争」が遂に幕を下ろした。老舗ブランド「黒人歯磨き粉」を製造している好來化工会社は、嘉聯会社が製造販売している「白人歯磨き粉」に模倣による権利侵害の嫌疑があるとして行政訴訟を提起していた。十一年もの争いの末、消費者が白黒を明確に区別できるとの、最高裁判所による好來化工敗訴の判決が下され、確定した。

本来、好來化工は裁判所による判決を通じて公平取引委員会を促すことで、白人歯磨き粉の名称、パッケージが消費者に誤認混同を与えることによる期限付き是正命令、過料処分が行なわれるものと目論んでいたが思いがけず敗訴した。これにより黒人歯磨き粉、白人歯磨き粉はこれからも同じ市場で競争してゆくことになる。

黒人歯磨き粉は伝統あるブランドであり、国内の歯磨き粉市場で重要な地位を占めていたが、白人歯磨き粉の出現後は、少なからず市場を奪われ、「白黒戦争」の局面を呈していた。

好來化工は1997年公平会に対し、白人歯磨き粉の名称及び商品外観が全て当該会社製造の黒人歯磨き粉を模倣していると告発した。しかし公平会は調査を経て、違法を構成しないと認定した。好來化工がこれを不服として行政訴訟を提起した。

これを受けて裁判所も一度は公平会の認定を取消したが、公平会の審査を経て原議が維持された。好來化工が公平会の二度目の処分を不服として再度訴訟を起こしたところ、台北高等行政裁判所も白人歯磨き粉による権利侵害を認めて好來化工会社勝訴の判決を下した。

その為、公平会が不服として上訴する立場に回り、その後審理裁判所の見解が不一であったので、案件も行きつ戻りつを繰り返した。その後、最終的に好來化工の敗訴と判決された上、最高行政裁判所への上訴も棄却されたので、再度逆転することはできず、判決が確定した。

訴訟の過程では、好來化工が両会社に関する市場調査会社のレポートを提出し、消費者が黒人、白人歯磨き粉をひどく誤認混同しており、ある売場の広告チラシには「黒人、白人同じくよい」と宣伝されていたと証明した。

好來化工によれば、白人歯磨き粉は黒人歯磨き粉の商業的名誉に便乗して、その成果を搾取したので不公平競争を構成したということである。

しかし、最高行政裁判所は黒人歯磨き粉、白人歯磨き粉のパッケージ図案、構想、と全体的なデザインが異なっており、黒人歯磨き粉は帽子を被った人頭図であるのに対し、白人歯磨き粉にはこれがなく、白人のパッケージ文字は横書きで、黒人歯磨き粉は縦書きであると指摘した。

裁判官は、消費者が異なる時間と場所で黒人、白人歯磨き粉を観察しても誤認混同をきたすことはなく、量販店が都合により同類の歯磨き粉と一緒に消費者に提供して比較購入できるようにしたが、このことを以って白人歯磨き粉が便乗したと認定することは出来ないとした。

判決では、白人歯磨き粉が1989年から96年にかけて巨額の広告費をかけて宣伝していた上に、「白人」が商標登録されてから二十年にもなり、一定の知名度があるので、黒人歯磨き粉とはそれぞれに市場を有していると指摘し、両者の名称に相対性があることを以って消費者が誤認混同すると黒人歯磨き粉が主張することはできないとした。

II 判決内容の要約

■ 基礎データ

最高行政裁判所判決

【裁判番号】99 年度行判字第 28 号

【裁判期日】2010 年 1 月 21 日

【裁判事由】公平取引法

上 訴 人 好來化工股份有限公司

被 上 訴 人 行政院公平取引委員会

参 加 人 嘉聯実業股份有限公司

上記当事者間における公平取引法事件につき、上訴人は 2008 年 1 月 17 日台北高等行政裁判所 96 年度訴更一字第 67 号判決について上訴を提起したが、本裁判所は次のように判決する。:

主 文

上訴を棄却する。

上訴審訴訟費用は上訴人の負担とする。

一 事実要約

上訴人は 1997 年に参加人が製造する「白人齒磨き粉」が上訴人製造の「黒人齒磨き粉」の名称及び商品外観を模倣し、行為時の公平取引法第 20 条第 1 項第 1 号及び第 24 条の規定に違反していると告発した。案件は被上訴人の 1998 年 4 月 21 日付(87)公参字第 8601261-009 号書簡により、被告発人は行為時の公平取引法第 20 条第 1 項第 1 号及び第 24 条規定に違反していない等とされた。上訴人がこれを不服として行政訴訟を提起したところ、本裁判所 89 年度判字第 2549 号判決により再訴願決定、訴願決定及び原処分が取消された。被上訴人は再び審査を行って、2002 年 3 月 5 日公参字第 09100001962 号書簡（以下、原処分と称す）を上訴人に返信し、本件の現有事実証拠に基づいてもやはり被告発人による「白人齒磨き粉」商品の製造販売行為が行為時の公平取引法第 20 条第 1 項第 1 号及び第 24 条規定に違反しているとは認定できないとした。上訴人はこれを不服として訴願を提起したが、棄却されたので行政訴訟を提起した。原審は参加人に被上訴人の訴訟に独立参加するよう命じ、後日次のように 92 年度訴字第 706 号判決を下した。:

「訴願決定及び原処分をとともに取消す。被告（即ち本件被上訴人）は、原告（即ち本件上訴人）が参加人が製造する『白人齒磨き粉』が『黒人齒磨き粉』商品の表徴及びパッケージ外観を模倣したので公平取引法第 20 条第 1 項第 1 号及び第 24 条規定に違反したと告発した事件について、本判決の法律見解に基づき別途処分すべきである。」被上訴人はこれを不服として上訴を提起した。本裁判所 96 年度判字第 400 号判決では前審の原判決を破棄し、原審裁判所の審理に差戻すとし、原審もやはり審理後に 96 年度訴更一字第 67 号判決（以下、原判決）を以って上訴人の訴えを棄却したので、上訴人はこれを不服として本件上訴を提起した。

二 両方当事者の請求内容

(一)上訴声明

原処分及び訴願決定を取消す判決を求める。被上訴人は公平取引法第 41 条の規定に従い、参加人に原判決付録 2 頁以下に示されている「白人齒磨き粉」商品パッケージの変更を命じると同時に、公平取引法違反行為について 5 万新台湾ドル以上 2,500 万新台湾ドル以下の過料を科すべきである。

(二)答弁声明

上訴人の訴えを棄却する判決を下すこと。

三 本件の争点

参加人が「白人齒磨き粉」商品を製造販売する行為は、公平取引法第 20 条及び 24 条の規定に違反するののか？

(一)上訴人の主張：判決理由参照

(二)被上訴人の答弁：判決理由参照

四 判決理由の要約

(一)「事業者はその営業において提供する商品又は役務について、次に挙げる行為をしてはならない。一 関係事業者又は消費者に通常認知されている他人の氏名、商号若しくは社名、商標、商品容器、包装、外観又はその他他人の商品の表徴と同一若しくは類似のものを使用し、他人の商品の表徴と混同誤認を生じさせる行為又は、当該表徴を使用した商品を販売、運送、輸出若しくは輸入する行為」、「本法に別段の規定がある場合を除き、企業はその他取引秩序に影響するに足りる欺瞞又は著しく公正さを欠く行為を行なってはならない。」、「公平取引委員会は本法規定に違反した事業者に対して、期限を定めてその行為の停止、改善又はその是正に必要な措置を命じ、並びに5万新台湾ドル以上2,500万新台湾ドル以下の過料に処することができる。期限を超えてもなおその行為を停止、改善せず、又はその更正に必要な措置を講じなかったときは、引き続きその行為の停止、改善又はその是正に必要な措置を命じることができ、またその行為が停止若しくは改善されるか、又はその是正に必要な措置が講じられるまで、回数に応じて連続して10万新台湾ドル以上5千万新台湾ドル以下の過料に処することができる。」以上は、公平取引法第20条第1項第1号、第24条、第41条でそれぞれ明確に定められている。

(二)公平取引法第20条第1項第1号で言う表徴とは、ある種の識別力若しくは二次的意義(セカンダリーミーニング)を有する特徴を指し、商品又は役務の出所を表彰することができ、関連事業者若しくは消費者にそれを用いることによって異なる商品若しくは役務を区別させるものである。識別力とは、ある種の特徴が特別顕著で、関連事業者若しくは消費者がその特徴を見ただけで直ちに当該商品がある特定事業者が製造したものだと思われるものである。二次的意義とは、ある識別力を有さない特徴が、長期的に継続使用されたことにより消費者に商品若しくは役務の出所を連想させ、その為に商品若しくは役務の出所の区別を生じさせるもう一つの意義である。同一若しくは類似の使用について、同一とは文字、図形、記号、商品容器、包装、形状若しくはその総合的外観、排列、色使いが完全に同一であることで、類似とは購買者が商品の主要部分に対し普通の注意を払ったときに、誤認混同の虞があることである。ここで言う混同とは、商品の出所に関する誤認や誤信である。即ち他人が事業者について識別力を必要とするか若しくは二次的意義の特徴と同一又は類似したものを使用し、取引相手の商品出所に対する誤認誤信を生じさせるとき、始めて公平取引法第20条第1項第1号規定違反となる。よってもし事業者が、その営業において提供する商品に、関連事業者若しくは消費者が普遍的に認知している他人の商品表徴と同一若しくは類似のものを使用して他人の商品と混同させたときは、上記規定違反として論じることができる。また、もし事業者が他人の商品の外観若しくは表徴を盗用し、積極的に他人の商業的名譽に便乗したか、他人の努力の成果を搾取し、市場での競争効果を妨害したとき、始めて公平取引法第24条の取引秩序に影響するに足る明らかに公平を欠いた行為を構成することになる。

(三)商品表徴の判断は、当該商品にデザインの独創性と全体により他の商品と区別できる特徴が存在するかを見るべきであり、商品表徴は全体的な観察に合致しているべきであり、全体パッケージを色、形状、文字等の独立項目に分解して観察することはできない。消費者若しくはその他取引相手による「黒人歯磨き粉」商品の識別は、商標の「黒人」と「白人図」の外、商品全体の外観、正面と裏面にある黒人の文字、白人図及び黄色を主要な特徴としており、単にある色を分割して観察識別するのではない。上訴人は、係争商品のパッケージについて、その基底色が黄色以外に緑色もあり、なお且つその上に黒人文字があり、中間位置には顕著な白黒二色の帽子を被った人頭図があり、その下方には「歯を丈夫、清潔、清涼に」若しくは「スーパーフッ素」、「天然ミント」等の文字の記載があると述べているが、つまり、当該商品のパッケージ図案は多くの色、図案及び文字等の組み合わせで成り立っており、単なる黄色を商品パッケージに使用したのではないことがわかる。よって上訴人が主張しているように単に「黒人歯磨き粉」商品が使用した黄色の基底色によって、単独に関連事業者若しくは消費者に普遍的に認知されている表徴を形成しているとは認定し難い。また、上訴人が広告量等の販売促進資料を提出したが、全て黒人歯磨き粉商品の全体的外観を以って訴求しているので、当該商品のパッケージに使用している黄色の基底色が既に関連事業者若しくは消費者が普遍的に認知している表徴であるとはできない。さらに、上訴人が販売している歯磨き粉のパッケージ

には多種の異なるデザイン、例えば白黒緑色のパッケージ及び単一の深黄色基底色パッケージ等があるので、消費者が上訴人の商品出所を識別する際、単に黄色で区別しているわけではない。即ち、やはり黄色の基底色が単独で関連事業者若しくは消費者が普遍的に認知している表徴を形成すると認定できるに足る具体的な事実証拠はない。

(四)本件原判決は上訴人が提出した証拠に基づき、参加人が製造する「白人歯磨き粉」について、上訴人が製造する「黒人歯磨き粉」の名称及び商品外観を模倣してはならず、また行為時の公平取引法第 20 条第 1 項第 1 号及び第 24 条規定にも違反していないと認定したが、既にその理由を詳述しており、その認定事実と適用法についても不適切なところはない。

(五)以上の論述を纏めると、原判決を調べてみても判決に法規の不適用や不適切な適用、及び判決理由の矛盾等法令違反の状況はなく、その適用した法規と当該案件で適用すべき現行法規にも違背していないので、原判決に法令違反の事情はないと言える。上訴論旨は原判決の誤りを指摘して破棄を求めたが、理由があるとは認め難く棄却すべきである。

以上から、本件上訴には理由がないと論結する。行政訴訟法第 255 条第 1 項、第 98 条第 1 項前段に従い主文のと通りの判決とする。

2010 年 1 月 21 日

最高行政裁判所第五法廷

審判長裁判官 鄭 忠 仁

裁判官 張 瓊 文

裁判官 黃 秋 鴻

裁判官 吳 東 都

裁判官 陳 金 圍

TIPLO
Attorneys-at-Law
Since 1965

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 台湾国際專利法律事務所

© 2012 TIPLO, All Rights Reserved.