

台湾商標法における商標権の効力範囲に関する考察

—著名な登録商標の保護について—

尹 復興^(*)

本稿は、日本と同じ登録主義を採用し、筆者の母国台湾の商標法の下で、商標権の保護について検討することにより、日本の商標法の下での商標権の効力範囲の検討を通じて、あるべき商標保護制度を考察することを目的とするものである。台湾商標法 35 条(商標権の効力)は 1 項に専用権と 2 項に禁止権を定めており、商標権の効力範囲の拡大として、さらに台湾商標法 36 条(2)の但し書き(権利消尽の例外)の規定がある。台湾商標法 70 条(著名商標の識別性、信用名声の毀損)は、みなし侵害であり、台湾では商標権の効力については、商標の様々な機能を十分に考慮し、商標法で関連規定の条文を設けている。日本では、権利創設法である「商標法」では十全に保護されない実情がある。商標の保護を適切に(完全に)図るために、日本商標法に改めて台湾商標法様な条文の増設によって、日本においても商標権侵害が成立しうる範囲を広くし、商標権の効力範囲をより適切に保護すべきと考える。

目次

I. はじめに

II. 商標権の効力範囲

1. 一般商標権の効力

- (1) 台湾商標法 35 条(専用権, 禁止権)
- (2) 台湾商標法 36 条(効力の制限)
- (3) 台湾商標法 68 条(商標権の侵害)
- (4) 台湾商標法 69 条(侵害除去又は防止と損害賠償請求)

2. 著名商標の商標権の効力

- (1) 台湾商標法 30 条 1 項 11 号(商標登録を受けることができない商標)
- (2) 台湾商標法 70 条(商標権みなす侵害)
- (3) 著名商標の周知性に対する台湾司法実務適用範囲

3. 台湾不正競争防止法における著名商標に関する規定

III. 著名な登録商標の保護に対する台湾司法裁判所の見解

1. 三井日本料理 v. 三井物産事件
2. 台糖營造株式会社 v. 台湾糖業株式会社事件

V. まとめ

VI. おわりに

I. はじめに

台湾商標法は、1930 年 5 月 6 日制定公布、1931 年 1 月 1 日施行。現行の商標法は、2011 年 6 月 29 日に公布、2012 年 7 月 1 日施行されたものである。

2011 年の商標法改正は、商標法に関するシンガポール条約、TRIPs 協定(知的所有権の貿易関連の側面に関する協定)、パリ条約などの関連条約及び欧米日本各国の商標法を参酌し、商標制度の国際調和を図ることを目的として、2003 年旧商標法を全面的に改正したものである。

台湾の商標法は、著名な登録商標希釈化の規制に関して 2003 年 5 月 28 日改正が行われ、2003 年 11 月 28 日に施行された。即ち、著名な登録商標の識別力を希釈化した場合、又は消費者に混同誤認を生じさせた場合は、「商標権のみなし侵害」とされた。

2003 年の改正によって、商標権の保護範囲は信用名声の毀損まで至り、欧州⁽¹⁾と同等に、商標権の効力範囲を拡大した。

(*) 校友、日本大学 法学部 国際知的財産研究所 研究員

(1) 1993/12/20 COUNCIL REGULATION (EC) No.40/94 on the Community trade mark Article 9 Rights conferred by a Community trade mark
1. A Community trade mark shall confer on the proprietor exclusive rights therein. The proprietor shall be entitled to prevent all third parties not having his consent from using in the course of trade:
(c) any sign which is identical with or similar to the Community trade mark in relation to goods or services which are not similar to those for which the Community trade mark is registered, where the latter has a reputation in the Community and where use of that sign without due cause takes unfair advantage of, or is detrimental to, the distinctive character or the repute of the community trade mark.

さらに、著名な登録商標の保護が不十分になることを回避するため、商標権侵害とみなす行為に関する規定の2011年の改正は、「識別性又は信用名声を損なう場合」という要件を、「識別性又は信用名声を損なうおそれがある場合」と改めた。

なお、欧州商標指令7条(2)⁽²⁾と英国商標法12条2項⁽³⁾の規定を参照した台湾商標法26条2項は、権利消尽の例外規定を設けており、商品は市場に流通後、その品質、毀損、又はその他正当な理由がある場合、商標権権利の消尽にはならない。

2009年以後、欧州司法裁判所のL'Oréal⁽⁴⁾などの判決は、商標に認められるコミュニケーション機能、投資機能⁽⁵⁾を認めている。このように、商標が消費者に商品及び役務に関するさまざまな情報、すなわち品質、特性、信頼性、品位、イメージ等の情報を伝達する標識であることは理解できるところであり、こうした情報をより少ないコストで入手できることは、これに接する需要者の利益ともなる。

これに対して、台湾の2011年の法改正では、「希釈化した」又は「混同誤認を生じさせた」との要件を、「希釈化するおそれがある」又は「混同誤認を生じさせるおそれがある」のように改めた商標法の下での保護対象につき、商品及び役務の自他識別機能を商標の本質的機能として構成する一方で、商標的使用の概念を、商品及び役務の出所表示としての使用に限定せず、そこから派生する品質保証機能及び広告宣伝機能まで含めて捉えることによって、欧州と台湾の商標制度の下で商標の機能の保護を図っている。

台湾では、商標権の効力の及ぶ第三者による使用は、出所表示機能を害する使用という狭い概念ではなく、商標の機能全般に影響するおそれのある使用として把握されている。このように、商標権の効力範囲においては、商標の出所表示機能が基礎となって派生する、種々の機能の保護が可能となっている。この結果、台湾では、商標法の中で商標権が果たす社会的・経済的

機能が正常に営まれることにより形成される業務上の信用、ひいてはプロパティとしての保護が、十分に図られている。

本論文は、世界的に商標制度による保護(商標権の効力範囲)のスコープが拡大する傾向にあるとも考えられる今日、日本と同じ登録主義を採用し、筆者の母国である台湾の商標法の下における商標権の保護について検討することにより、日本の商標法の下での商標権の効力範囲の拡大を見越して、あるべき商標保護制度を考察することを目的とするものである。

以下、Ⅱでは台湾における商標権の効力範囲について、一般の商標と著名商標とに分けて、解釈を検討する、Ⅲでは著名商標に関する著名な登録商標の保護に対する台湾司法裁判所の見解、Ⅳでは、台湾商標法における商標権の効力、一般の登録商標から信用名声を得た著名な登録商標までの保護を明文化した条文規定をまとめて、最後のⅤでは、本稿でみてきたように、台湾では信用名声を有する著名な登録商標の商標権による保護が商標法上に定められている。登録商標が有する商標の諸機能をきちんと保護するため、不正競争防止法ではなく、台湾商標法の下では対応が完備されており、このような台湾の商標権保護の現状は、多くの示唆に富んでいると考えることで結びとする。

なお、参考資料として、末尾に、台湾商標法の関連条文和訳、台湾公平交易法(「不正競争防止法」)の関連条文和訳、及び、著名商標認定の参酌要素・著名商標認定の証拠を掲げる。

Ⅱ. 商標権の効力範囲

1. 一般商標権の効力

まず、一般の商標権の効力とその制限、さらに侵害に関わる条文について、解釈を検討する。

(2) 2008年10月22日付け欧州議会及び欧州理事会指令2008/95/EC

7条 商標により付与された権利の消尽

(1) 商標は、所有者により又はその同意を得て当該商標の下で共同体域内において市販されている商品に関して、その使用を禁止する権限を所有者に付与するものではない。

(2) (1)は、所有者が当該商品の更なる商業化に反対する正当な理由が存在する場合、特に商品の状態についてそれらが市販された後に変化し又は悪化した場合は、適用しない。

(3) 英国商標法 12条 登録商標により付与される権利の消尽

(1) 登録商標は、所有者により又はその同意を得て当該商標の下に欧州経済地域の市場に出されている商品について当該商標を使用することによっては侵害されない。

(2) 商品を更に扱うことに所有者が反対する正当な理由がある場合(特に商品が市場に出された後に商品の状態が変更され又は損なわれた場合)は、(1)は適用しない。

(4) ECJ, 18 June 2009, C-487/07, L'Oréal v. Bellure NV Rec. 2009

(5) ECJ, 24 March 2011, C-323/09, Interflora v. Marks & Spencer Rec. 2011

台湾 商標権の効力が及ぶ範囲		指定商品又は役務		
		同一	類似	非類似
登録商標	同一	専用権 35条1項	禁止権 35条2項	禁止権 70条1号
	類似	禁止権 35条2項	禁止権 35条2項	禁止権 70条1号
	非類似	×	×	×

【注】「×」印は、商標権の効力の及ばない範囲。

図 1

(1) 台湾商標法 35 条(専用権, 禁止権)

「第三十五条 商標権者は登録された指定商品又は指定役務において、その登録商標を専用する権利を取得する。

2 本法三十六条に別段の規定がある場合を除き、次に掲げる情況については、商標権者の同意を得なければならない。

- 一 同一の商品又は役務において、登録商標と同一の商標を使用する場合。
- 二 類似する商品又は役務において、登録商標と同一の商標を使用することにより、関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある場合。
- 三 同一又は類似の商品又は役務において、登録商標に類似する商標を使用することにより、関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある場合。

3 商標が登録されると、登録商標である旨又は国際的に通用する登録記号を表記することができる。」

1 項に専用権と 2 項に禁止権を定めており、その効力が及ぶ範囲は、同一の商品・役務についての同一の商標、類似の商品・役務についての同一の商標、同一又は類似の商品・役務についての類似の商標である。

3 項は、商標を使用する際に、登録商標である旨又は登録記号を明記し、第三者に権利を侵害しないよう注意を喚起することにより、商標権の保護を可能とするものである。

(2) 台湾商標法 36 条(効力の制限)

「第三十六条 次に掲げる情況は他人の商標権の効力による拘束を受けない。

一 商業取引の慣習に符合する誠実且つ信用できる方法で、自己の氏名、名称、又はその商品又は役務の名称、形状、品質、性質、特性、用途、産地又はその他商品又は役務自体に関する説明を表示し、商標として使用しない場合。

二 商品又は役務の機能を確保するために必要な場合。

三 他人の商標の登録出願日前に、善意で同一又は類似の商標を同一又は類似する商品又は役務に使用する場合。但し、それは原使用の商品又は役務に限る。その場合、商標権者は該商標を使用する者に対して、適当な区別表示の付記を要求することができる。

2 登録商標を付した商品が、商標権者又はその同意を得た者により国内外の市場で取引され流通する場合、商標権者は該商品について商標権を主張することができない。但し、商品が市場に出された後、商品の変質、毀損が発生するのを防止するため、又はその他正当な事由がある場合はこの限りでない。」

商標権の効力が及ばない範囲の商標の使用については、米国商標法⁽⁶⁾の下で、商標権の効力を制限する法概念として、クラシック・フェア・ユース(classic fair use)とノミナティブ・フェア・ユース(nominative fair use)がある。台湾の商標に関する実務及び司法では、クラシック・フェア・ユースを「描写性(descriptive)の合理的使用」、ノミナティブ・フェア・ユースを「指示性の合理的使用」と翻訳している。

ここで、描写性の合理的使用⁽⁷⁾とは、第三者が他人の商標を以て自己の商品又は役務の名称、形状、品質、性質、特性、産地等を説明することをいう。この使用は、他人の商標が商品又は役務の出所表示機能の利用ではなく、単に第三者の商品又は役務自体を説明するものである。

商標権者には、第三者が自分の商標を第三者の商品又は役務の出所表示機能を使用することを排除する権

(6) Lanham act Section 33 15 U.S. Code §1115 Registration on principal register as evidence of exclusive right to use mark; defenses

(b) Incontestability; defenses

(4) That the use of the name, term, or device charged to be an infringement is a use, **otherwise than as a mark**, of the party's individual name in his own business, or of the individual name of anyone in privity with such party, or of a term or device which is **descriptive** of and used fairly and in good faith only to describe the goods or services of such party, or their geographic origin; or

(7) 台湾知的財産局編「民國 110 年版商標法逐條釋義」145 頁(智慧財産局, 2021 年)

利がある一方、第三者がその出所表示機能を使用しない場合、商標権の効力は及ばない。

また、指示性の合理的使用⁽⁸⁾とは、第三者が他人の商標を以て該他人(即ち商標権者)又は該他人の商品又は役務を示すことをいう。この使用は、他人の商標が他人の商品又は役務の出所表示機能を利用して、自己の商品又は役務の品質、性質、特性、用途等を示すのに用いるものである。

使用情況は、比較方式を採る広告やメンテナンスサービスに多く見られる他、自己のパーツ等の製品と商標権者の製品に互換性があることを表示するのに用いる。このような場面では、自己の商標としては使用していないので、商標権の効力は及ばない。

この指示性の合理的使用は、ドイツ商標法 23 条⁽⁹⁾を参考にして新設したものであり、商品又は役務の「性質」、「特性」、「用途」の文言を明記した。

1 項の 2 号は、色彩や音などの商標が登録可能であるために、その機能性の問題は商品又はその包装容器の立体形状だけに限らない。

2 項では、商標権の国際消尽理論を採用することも明記した。「国外市場」を明確に示すために、「国内外」の文言を加えた。

2 項の但し書きは、商品が市場に出された後、商品の変質、毀損等が生じる情況に限り、商標権者は当該商品に対し商標権を主張できることを明確にするため、2009 年 2 月 26 日欧州共同体商標規則 13 条 2 項⁽¹⁰⁾及び英国商標法 12 条 2 項⁽¹¹⁾の規定を参考にして、「商品が市場に出された後」の文言を付加した。

(3) 台湾商標法 68 条(商標権の侵害)

「第六十八条 商標権者の同意を得ずに販売を目的と

して、次に掲げる各号のいずれかの情況がある場合、商標権の侵害とする。

- 一 同一商品又は役務に、登録商標と同一の商標を使用した場合。
- 二 類似の商品又は役務に、登録商標と同一の商標を使用し、関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある場合。
- 三 同一又は類似の商品又は役務に、登録商標と類似する商標を使用し、関連する消費者に混同誤認生じさせるおそれがある場合。」

台湾商標法に規定する商標権侵害の行為は、5 条⁽¹²⁾(「商標の使用」の定義)でもいうように、「販売の目的」を有すること、すなわち商業上(in the course of trade)商標を使用する行為を指し、単純な商品購入という消費行為を含まないことを明確にした。

旧法は商標権侵害行為の内容を明確に規定したが、2011 年の改正では、商標権の排他的な範囲を明確にするため、商標権者が他人の使用を排除できる商標権侵害の情況を本条各号に明確に定めた。

(4) 台湾商標法 69 条(侵害除去又は防止と損害賠償請求)

「第六十九条 商標権者は、その商標権を侵害した者に対し、その除去を請求することができる。侵害のおそれがある場合は、侵害防止を請求することができる。

2 商標権者が前項の規定により請求するとき、商標権侵害に係る物品及び侵害行為に利用される原料又は器具を廃棄するよう請求することができる。但し、裁判所は侵害の程度及び第三者の利益を審

(8) 台湾知的財産局・前掲註(7)145～146頁

(9) ドイツ商標法 23 条 名称及び記述的表示の使用；部品の取引商標又は取引上の表示の所有者は、第三者が次の各号に掲げるものを取引上使用することを差し止めることができない。ただし、その使用が容認された道徳原理に反さない場合に限る。

(1) 自己の名称又は住所

(2) 当該商標又は取引上の表示と同一又は類似の標識であるが、商品又はサービスの特徴又は特性、特に、その種類、品質、用途、価格、原産地、商品の生産時期又はサービスの提供時期を表示しているもの

(3) 特に、付属品若しくは部品としての製品又はサービスの意図された用途を示すことが必要な場合、当該の商標又は取引上の表示

(10) 2009 年 2 月 26 日欧州共同体商標規則 13 条 共同体商標により与えられる権利の消尽

(1) 共同体商標は、その所有者により又はその同意を得てその商標の下に共同体市場に出した商品について、その商標の使用を禁止する権利をその所有者に与えるものでない。

(2) 所有者が商品をさらに市場に出すことに対し反対する合法的な理由がある場合、特に、商品が市場に出された後に、商品の状態が変更され又は損なわれた場合は、(1)の規定は適用しないものとする。

(11) 同前掲註(3)2項

(12) 台湾商標法第 5 条 商標の使用とは、販売の目的で、以下の情況を有し、かつ関連消費者にそれが商標であると認識させることができるものをいう。

一 商標を商品又はその包装の容器に用いること。

二 前号の商品を所有し、陳列し、販売し、輸出し又は輸入すること。

三 商標を役務の提供に関わる物品に用いること。

四 商標を商品又は役務に関連する取引書類又は広告に用いること。

前項各号の情況は、デジタルマルチメディア、電子メディア、インターネット又はその他の媒体を利用する場合も同様とする。

らかに斟酌した後、その他の必要な処置を行うことができる。

- 3 商標権者は、故意又は過失によりその商標権を侵害された場合、損害賠償を請求することができる。
- 4 前項の損害賠償請求権は、請求権者が損害及び賠償義務者の存在を知ったときから二年間行使しないと消滅する。侵害行為があった時から十年を経過した場合も同様である。]

商標権侵害の排除及び防止請求権は、行為者に故意又は過失があることを必要としないが、損害賠償請求権は、行為者に故意又は過失があることを必要とする旨を明確化した。侵害除去又は防止請求権を本条1項に定めた。

商標権侵害の民事救済方式は、その性質によって二種類に分けられた。

一つは、損害賠償請求権である。台湾民法184条1項⁽¹³⁾前段の規定により、主観上、行為者に故意又は過失があることを必要とする。

もう一つは、侵害除去又は防止の請求権である。これは、台湾民法767条1項⁽¹⁴⁾に定める物上請求権に係る妨害除去及び防止に関する請求に類似している。客観的には、侵害の事実又は侵害のおそれがあることで充分であり、行為者の主観要件を論じる必要はない。

2項は、商標権侵害に係る物品又は侵害行為に利用される原料、器具に対する廃棄請求は、侵害除去又は侵害防止の請求権の一種である。1項の侵害除去又は防止請求権を主張するときのみ適用する。

侵害行為に関し、商標権者は本来、商標権を侵害する物品及び侵害行為に利用される原料又は器具を廃棄するよう、請求できる。しかしながら、相手方及び第三者の利益に対する損害がより小さい手段を以って、しかも、商標権者の利益への保障が同様に達成することができるならば、裁判所は、廃棄に替えて、その損

害がより小さい手段を採用して、比例原則に符合させることができる。

例えば、商標権を侵害した物品については、権利者に損害をもたらすいかなる方式も避け、商業ルート以外でそれを処分するよう命じる。商標権侵害物品の製造を主な用途とする原料又は器具でなければ、廃棄を命じる必要はない。

主に侵害物品の製造に用いる原料又は器具についても、再度侵害する危険を最小限に減じさせる方式により、商業ルート以外でこれを処分するよう命じることができる。裁判所は廃棄を命じる権限を付与されているが、廃棄による方式を採用する義務はなく、損害がより低くなる方式を選択することができる。

本項の但し書きは、TRIPs協定46条⁽¹⁵⁾の規定の主旨を参考にして規定された。裁判所は、前述の考慮を行う際、侵害の程度と当事者以外の第三者(例えば、事情を知らない製造受託者)の利益等の要素を審らかに斟酌することができる。

ただし、TRIPs協定46条の規定に注意を払いながらも、これら商標権侵害物品及び主に侵害物品の製造に用いられる原料又は器具が商業ルートに再度入り込むことのないように確保することが必須である。

3項は、商標権侵害行為が主観上の故意又は過失という要件にかかわるが、これらの要件を具備していなければならないか否かについて、実務では意見が分かれている⁽¹⁶⁾。

ある主張は、商標法は民法の特別法であり、特別法に規定されていない場合は、民法の規定を適用しなければならないと、よって民法の権利侵害行為の主観的要件を商標権侵害行為に適用しなければならないというものである。

他の主張は、現行条文に商標権侵害行為に係る主観的要件を規定していないのは、意図して規定を定めなかったのである。商標登録は公告しなければならない、公告してすでに周知となっているのだから、行為者が

(13) 台湾民法第2編 債 第184条(单独権利侵害行為の責任)

1項 故意又は過失によって、他人の権利を侵害したときは、損害賠償の責任を負う。故意に善良な風俗に反することによって、他人に損害を与えたとき、又同じ。

(14) 台湾民法第2編 物権 第767条(所有権の保護物上請求権)

1項 所有者は無権占有又はその所有物を侵奪する者に対し、返還の請求ができる。

(15) TRIPs 46条 他の救済措置

侵害を効果的に抑止するため、司法当局は、侵害していると認めた物品を、権利者に損害を与えないような態様でいかなる補償もなく流通経路から排除し又は、現行の憲法上の要請に反しない限り、廃棄することを命ずる権限を有する。司法当局は、また、侵害物品の生産のために主として使用される材料及び道具を、追加の侵害の危険を最小とするような態様でいかなる補償もなく流通経路から排除することを命ずる権限を有する。このような申立てを検討する場合には、侵害の重大さと命ぜられる救済措置との間の均衡の必要性及び第三者の利益を考慮する。不正商標商品については、例外的な場合を除くほか、違法に付された商標の単なる除去により流通経路への商品の流入を認めることはできない。

(16) 2008年3月30日台湾知的財産局での「商標法修正草案第1回研究会」議事録、2008年8月28日「商標法修正草案第2回公聴会」議事録。
<https://topic.tipo.gov.tw/trademarks-tw/lp-513-201-xCat-02.html>

故意又は過失であったことは説明できる。よって、更に規定する必要はないというものである。

ところで、商標権の侵害とは、同一の商標を同一の商品又は役務に使用するだけでなく、類似する商標が同一又は類似の商品又は役務に使用されて、混同誤認を生じさせるおそれがある場合も含む。その判断では常に、個別案件によって参酌する要素が異なるので、認定も異なる。

ここから、本項では、損害賠償の請求については行為者に主観上の故意又は過失があることを必要とするとして明確にし、争議が生じないようにした。

4項は、商標権侵害行為に対する請求権の消滅時効に関して定める。この点は、ドイツ商標法は、20条1項⁽¹⁷⁾に明文化しているが、他の主要国の商標法は明文化していない。

規定を定めていない理由は、商標権侵害が権利侵害の一種なので、その消滅時効にはその他の法律、特に民法における権利侵害行為に係る消滅時効の規定を適用すればよいというものである。

台湾の現行特許法96条⁽¹⁸⁾及び著作権法89条の1⁽¹⁹⁾は、これについてすでに規定しているので、これらの知的財産権法の関連規定と一致させるために、2011年法改正によりこれを規定した。

消滅時効の期間については、民法の関連規定を適用した。

2. 著名商標の商標権の効力

続いて、著名商標の商標権について、商標登録の制限規定、商標権侵害に関わる条文と著名商標の周知性に対する台湾司法実務適用範囲について、解釈を検討する。

(1) 台湾商標法30条1項11号(商標登録を受けられない商標)

「第三十条 次の各号のいずれかの事情に該当する商

標は、登録することができない。

十一 他人の著名な商標又は標章と同一又は類似のもので、関連する公衆に混同誤認を生じさせるおそれがあるもの、あるいは著名な商標又は標章の識別性又は信用名声を損なうおそれがあるもの。但し、出願人が商標又は標章の所有者の同意を得て登録出願する場合は、この限りでない」

この規定は、著名商標や標章の保護を強化することを目的とする。これに関して、2000年3月、アジア太平洋経済協力会議(Asia Pacific Economic Cooperation)⁽²⁰⁾は、1999年9月に世界知的財産組織(World Intellectual Property Organization WIPO)が発表した著名商標保護規定に関する共通決議⁽²¹⁾に則った決議を採択した。

同決議は、著名商標の識別は、関連する公衆の認識を考慮するべきであることを明らかにした。

翻って、台湾の実務上では、30条後段の商標の著名性に関する要件は、商標の使用期間と範囲、商標広告および宣伝の期間と範囲、商標で販売される商品または役務の数、金額、または地理的範囲にかかわらず前項よりも、その要件の期間、数量、金額および範囲が長く、より広範である。また、商標の登録が本項に違反した場合、悪意のある者は、5年間の無効審判期間の請求制限を受けない。

ここで、著名といわれるのは、前掲したWIPOの著名商標保護規定と同様に、商標が「関連」事業または消費者に広く認識されている限り、商標または標章を著名として認識し、商標出願の判断基準として、関連する事業または消費者に広く認識されていると認めるのに十分な客観的な証拠を有するもの⁽²²⁾とされている。

また、本号適用の構成要件は、(一)類似の有無、(二)著名かどうか、(三)関連する公衆の混同誤認混

(17) ドイツ商標法 20条 出訴期限

[1] 第14条から第19条までに規定する権利の侵害に対する請求権は、その請求をする者が侵害の事実及び侵害者を知った時から3年後に、また、これらのことを知ったか否かに係わりなく、侵害から30年後に出訴期限法の適用を受けるものとする。

(18) 台湾特許法 96条 特許権侵害の救済方式 6項

第二項及び前項の請求権は、請求権者が該侵害行為及び賠償義務者の存在を知った時点から2年以内に行使しなければ消滅する。該侵害行為があった時点から10年を超えた場合も同様とする。

(19) 台湾著作権法 89条の1 損害賠償請求権の時効

第85条及び第88条の損害賠償請求権は、請求権者が損害の発生及び賠償義務を負う者を知った時から2年間行使しなければ消滅する。権利侵害行為発生時から10年を経過した場合も同様とする。

(20) 2000年3月2～3日北海道札幌市京王プラザホテルで開催された第10回APEC知的財産権専門家会合 Intellectual Property Rights Experts Group (APEC/IPEG)に民間セクター(国際商標協会)からなされた商標保護についての提案をきっかけとした議論の結果、周知商標保護の共同勧告が採択された。(https://www.jpo.go.jp/news/kokusai/apec/2000_03.html 参照)。

(21) WIPO, "Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks" Sept. 1999

(22) 台湾知的財産局編「商標法第30条第1項第11号著名商標保護審査基準」4～5頁(智慧財産局, 2011年7月)

招くおそれがあるかどうか、(四)著名な商標又は標章の識別性又は信用名声を損なうおそれがあるかどうか、である。

以上に加えて、「商標法第30条第1項第11号著名商標保護審査基準」における著名商標認定の参酌要素⁽²³⁾、さらに著名商標認定の証拠⁽²⁴⁾(ともに別紙参照)により、著名商標の判断ができる。

(2) 台湾商標法70条(商標権みなす侵害)

「第七十条 商標権者の同意を得ずに、次に掲げる各号のいずれかの状況がある場合、商標権侵害とみなす。

- 一 他人の著名な登録商標であることを明らかに知りながら、同一又は類似の商標を使用して、該商標の識別性又は信用名声を損なうおそれがある場合。
- 二 他人の著名な登録商標であることを明らかに知りながら、該著名商標中の文字を自己の会社、商号、団体、ドメインネーム又はその他の営業主体を表彰する名称とし、関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある、又は該商標の識別性又は信用名声を損なうおそれがある場合。
- 三 六十八条の商標権侵害に該当するおそれがあるのを明らかに知りながら、商品又は役務と結び付いてないラベル、タグ、包装容器、又は役務と関係のない物品を製造、所持、展示、販売、輸出又は輸入する場合。」

本条の主旨は著名な登録商標の保護を強化することであり、国際規範と調和を図るため、商標権に対する擬制侵害として構成した。

著名な登録商標の保護が不十分になることを回避するため、「識別性又は信用名声を損なう場合」という要件を「識別性又は信用名声を損なうおそれがある場合」と改めた。

また、商標権の侵害のおそれがあることを明らかに

知りながら、商品又は役務と未結合のラベル、タグ、包装容器、あるいは役務に関する物品を製造、所有、陳列、販売、輸出又は輸入する等の行為は、商標権の侵害行為とみなすこととした。

1号は、著名な登録商標の識別性又は信用名声を損なう「おそれ」のある状況には適用した。著名商標権者は、損害が実際に発生する前には有効な予防ができず、実際に損害が発生したときになって初めて主張することができる。加えて、著名商標権者は、実際に損害が発生したことを挙証して証明しなければならず、特に、著名商標の識別性又は信用名声が実際に損なわれた状況を証明することは、相当困難である。そのために著名商標への保護が周到を欠くことのないよう、米国商標法43条⁽²⁵⁾の規定を参考にして、1号及び2号に「おそれ」の文言を加えた。

2号は、商標の使用による権利侵害の様態と区別するため、前後段の条文を規定した。

2号前段の「団体の名称」とは、会社法、商業登記法又はその他の関連法規に基づき、各該主務官庁に設立、成立を申請し、又は開業登記を行った会社、商号、団体の名称をいう。それらに使用される文字の多くが中国語であるが、本号に規定する擬制侵害行為の様態は、中国語を使用したもののみに限らない。

著名な当該登録商標中の文字が外国語であり、商標権者の同意を得ていないのに、該外国語を自己の会社、商号又は団体等の外国語による名称としたり、輸出入業者が貿易局に登録する会社の外国語名にしたときも、これに該当する。

2号後段の「関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれ」という状況とは、行為者の会社、商号、団体の名称又はドメインネームが、著名な登録商標中の文字と同一で、その取扱い業務の範囲が著名な登録商標を使用する商品又は役務と同一又は類似のものであって、関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある状況をいう。

著名商標権者に対する保障を周到にするため、実際に混同誤認が生じる必要がない、「混同誤認を生じさ

(23) 台湾知的財産局・前掲註(22)7～9頁

(24) 台湾知的財産局・前掲註(22)9～10頁

(25) 米国商標法 43条 虚偽の原産地呼称、虚偽の記述及び表示

(c) 不鮮明化による希釈化；質の低下による希釈化

(1) 差止命令による救済：衡平法の諸原則に従うことを条件として、本来的に又は獲得した識別性により、識別性を有する著名標章の所有者は、他人であって、当該所有者の標章が著名になった後に、その著名標章について不鮮明化による希釈化又は質の低下による希釈化を生ずるおそれのある標章又は商号の取引における使用を開始した者を相手として、実際の又は生じるおそれのある混同、競争又は現実の経済的侵害があるか否かに拘らず、差止命令の付与を受ける権原を有するものとする。

せるおそれがある」とした。

3号は、ドイツ商標法14条⁽²⁶⁾の規定を参考にして設けられ、直接に商標権を侵害する行為を認定するほか、商標権侵害の準備、加工又は補助行為も、商標権侵害の行為とみなすこととした。更に、権利侵害者以外の第三者が加工又は補助する行為のほか、権利侵害者本人が為す準備行為も、本号に規定する行為に該当する。

なお、ドイツ商標法第14条4項の規定は、2項及び3項の権利侵害行為の「おそれ」があることを適用の前提とするが、同条2項及び3項の権利侵害行為の成立を要件としていない。

(3) 著名商標の周知性に対する台湾司法実務適用範囲⁽²⁷⁾

以上に紹介した商標法第30条第1項第11号及び第70条第1号及び第2号は、著名商標の保護に関して、前者は商標登録出願拒絶に関して他人の登録を防止する消極的な規定であり、後者は他人のフリーライドによる商標の侵害に関し、他人の使用を防止する積極的な規定である。

さらに、著名商標の「毀損」と「混同」の保護は、それぞれ異なる理論的な基礎と適用要件を有し、異なる程度の信用名声を必要とする。著名商標が商品に使用される場合、商標登録による保護を取得したかどうかにかかわらず、市場での知名度を考慮し、他人が同一または類似の商品に同一または類似の商標を使用する場

合、関連する消費者が商標を混同誤認する可能性が非常に高い。このため、直接に「混同誤認」の規定を適用することにより、著名商標を保護するという目的を達成することができる。さらに、著名商標が提供する商品や役務の品質やブランドイメージを毀損する場合、今日の社会における商標の信用名声の重要性に鑑みて、著名商標をパロディする行為をも許さない現状の下、その保護を強化するために、同時に、毀損と混同の保護を与える必要性があるように思われる。

商標権侵害紛争において、関連する消費者が混同誤認を招く可能性があるかどうかの判断は、市場取引の事実と一致するように、市場での商標の実際の使用に焦点をあてるべきである。

著名商標が、それが使用商品や役務の間の関連性やブランドイメージのために、消費者の心に深く根ざしており、実際の使用に関する証拠がない場合、消費者は、異なる商品や役務に別の登録商標が存在することを認識困難し、消費者が後の商標に対して混同誤認を生じる可能性がある。

これについて、2016年11月8日の第1回最高行政裁判所裁判長合同会議では、商標法第30条第1項第11項の後段にいう著名商標の毀損保護の適用は、「一般消費者」に一般に知られている著名商標に限定して解釈された⁽²⁸⁾。

現在、商標行政訴訟に関しては、実務上に、上記の最高行政裁判所裁判長合同会議決議の趣旨が引用される。

(26) ドイツ商標法 14条 商標の所有者の排他的権利；差止命令による救済；損害賠償

[1] 第4条の規定に基づいて商標の保護を取得することにより、その商標の所有者には、その商標について排他的権利が与えられるものとする。

[2] 第三者は、商標の所有者の同意を得ないで次の標識を取引上を使用することを禁止されるものとする。

(1) 商標が保護されている商品又は役務と同一の商品又は役務について、当該商標と同一の標識

(2) 標識と商標との同一性又は類似性並びにその商標及び標識が対象とする商品又は役務の同一性又は類似性のために、その標識と商標が関連があるものと思わせるおそれを含め、公衆の側に混同を生じさせるおそれがある場合における当該標識

(3) 保護商標の対象である商品又は役務類似しない商品又は役務について使用される当該商標と同一若しくは類似する標識の場合で、当該商標がドイツ連邦共和国において名声を得ており、かつ、正当な理由なくこのような標識を使用することが当該商標の識別性又は名声を不正に利用し又は害するものであるときにおける当該標識

[3] [2]に定める条件が満たされた場合は、特に、次のことが禁止されるものとする。

(1) 商品又はその梱包若しくは包装に当該標識を付すこと

(2) 当該標識の下に商品の提供を申し、販売し又はこれらの目的のために商品を保管すること

(3) 当該標識の下にサービスを申し又は提供すること

(4) 当該標識の下に商品を輸入又は輸出すること

(5) 営業書類又は広告に当該標識を使用すること

[4] 第三者が、商標所有者の同意を得ないで、取引の過程において、

(1) 当該商標と同一若しくは類似する標識を梱包若しくは包装、又はラベル、値札、縫込ラベル若しくはこれに類する標識媒体に付すこと、

(2) 当該商標と同一若しくは類似する標識を付した梱包、包装又は標識媒体の提供を申し、それらを販売し、又はこれらの目的のためにそれらを保管すること、又は

(3) 当該商標と同一若しくは類似する標識を付した梱包、包装又は標識媒体を輸入又は輸出することは、

そのような梱包若しくは包装が、[2]及び[3]の規定により第三者が当該標識を使用することが禁じられている商品若しくはサービスの梱包若しくは包装のために使用され、又は標識媒体がかかる商品若しくはサービスの識別のために使用されるおそれが存在する場合には、禁止される。

(27) 台湾知的財産局電子新聞特捜情報センター 2011年6月18日版 <https://www.tipo.gov.tw/tw/cp-886-881821-64997-1.html>

(28) 台湾司法院編「司法院公報」第59巻2期158～167頁(司法院、2017年2月)

商標法第70条第1号及び第2号は、民事侵害の擬制規定であり、前述した最高行政裁判所の裁判長合同会議の決議は、民事訴訟について拘束的な効果を有しない。しかし、そのような民事侵害の擬制規定は、著名商標の毀損保護規定にも関連しており、商標毀損の概念、理論的基礎、立法目的等の観点から、商標行政審査又は民事侵害審判に関わらず、一致した判断基準を適用しなければならない。それにより、保護の不均等を避けることができる。

また、民事侵害訴訟について、知的財産裁判所は、「商標法第70条第1号、第2号に言われる著名登録商標は、一般消費者または関連消費者に一般に知られているものを区別せず、国内で著名登録商標である限り、第三者は、これらの規定に違反してはならない。」⁽²⁹⁾という見解を示している。

しかし、最近の知的財産裁判所の民事判決⁽³⁰⁾を見ると、前述の最高行政裁判所裁判長合同会議決議の見解を法律の適用の根拠として、「同じ法令では、同一用語同一意味の法理に基づいて、商標権の侵害に関する紛争において、同じ解釈しなければならない、著名商標の識別性や信用名声の減損は商標権侵害行為とみなす、保護される著名商標は一般消費者が一般に知られている高度著名程度に限定しなければならない。」⁽³¹⁾と述べており、このような民事訴訟における法規制の適用における矛盾は、その後の動向に引き続き注意を払う必要がある。

3. 台湾不正競争防止法における著名商標に関する規定

さらに、不正競争防止法にも、以下のように、著名商標に関連する規定があることから、これについて検討する。

台湾公平交易法(不正競争防止法) 第三章 不正競争 第22条

「第二十二條 事業者は、その営業により提供される商品又は役務につき、次の行為をしてはならない。

- 一 著名な他人の氏名、商号又は会社の名称、商標、商品容器、包装、外観或いはその他の他人の商品を表す表徴を以て、同一又は類似の商品に同一又は類似の使用により、他人の商品と混同させ、又はその表徴を使用した商品を販売、

運送、輸出、又は輸入すること。

- 二 著名な他人の氏名、商号又は会社の名称、商標、商品容器、包装、外観或いはその他の他人の商品又は役務を表す表徴を以て、同一又は類似の役務において同一又は類似の使用により、他人の営業又は役務の施設又は活動と混同させること。
- 2 前項の氏名、商号又は会社の名称、商標、商品容器、包装、外観或いはその他の他人の商品又は役務を表す表徴が法律により登録され商標権を取得した場合、これを適用しない。
- 3 第一項の規定は次の各号の行為においてこれを適用しない。
 - 一 通常の使用方法を以て商品又は役務の慣習上の通用する名称を使用し、或いは取引上の同類の商品又は役務の他の表徴を利用し、又はその名称又は表徴を使用した商品又は役務を販売、運送、輸出又は輸入する場合。
 - 二 自己の氏名を善意で使用し、又はその氏名を使用した商品又は役務を販売、運送、輸出又は輸入する場合。
 - 三 第一項第一号又は第二号に定める表徴につき、著名になる前、善意に同一又は類似の表徴を使用し、又はその表徴の利用がその善意の利用者からその営業と併せて譲り受けて使用し、又はその表徴を使用した商品又は役務を販売、運送、輸出又は輸入する場合。
- 4 事業者は、他の事業者が前項第二号又は第三号の行為により、その商品又は役務の出所が混同誤認されるおそれがある場合、適切な区別表示を付加するよう他の事業者に請求することができる。但し、商品の運送のみのためになされる場合はこれを適用しない。」

台湾公平交易法は、日本でいう不正競争防止法に相当する。同法の第22条は、現行商標法が実施する著名な登録商標の保護に係る立法規範との均衡を図り、公平交易法と商標法の規範の間に矛盾又は重複が生じ、ひいては互いの立法規範が均衡を失うことのないようにするため、旧公平交易法20条を全面的に改正し、2015年2月4日に公布され、同年2月6日に発効したものである。

現行「公平交易法」では、商標法により商標登録を受

(29) 107年度(2018年)商上字第3号民事判決

(30) 107年度(2018年)民商訴第43号などの民事判決

(31) 107年度(2018年)民商上字第5号民事判決

けた商標は公平交易法によっては保護されなくなる⁽³²⁾。登録済みの商標は、商標法によってのみ保護を受けることとなる。現行「公平交易法」では、著名商標又はその他表徴の保護の範囲や方式も、大幅に縮減されている。

このように、著名な氏名、商号若しくは会社の名称、商標、商品容器、包装、外観、又は他人の商品若しくは役務を示すその他の表徴は、いずれも「公平交易法」による保護の対象であるが、現行「公平交易法」では、商標法により登録され商標権を取得した商標の保護を排除する、すなわち、現行「公平交易法」では、未登録の商標又はその他表徴のみが保護されることが明文化された。

また、旧「公平交易法」で区分されていた「関連事業者又は消費者に一般的に認識されている」又は「著名」な表徴につき、両者をどのように区別するのか、論争が生じやすかったため、現行「公平交易法」では商標法の用語を参酌し、規範用語を「著名」に統一した⁽³³⁾。

さらに、「内国民待遇原則」に反することのないよう、著名商標の保護は国内外の著名商標を区分せず、現行「公平交易法」では、旧法における「外国」の著名商標についての特別規範は削除されている⁽³⁴⁾。

現在の実務見解又は「公平交易法」の法改正について、国内外の商標を問わず、商標が著名であるか否かは、「国内の消費者の認知度」を基準としなければならない。

商標法の規定によれば、商標権侵害の責任には、民事及び刑事責任が含まれる。現行「公平交易法」の未登録の著名商標又はその他表徴に対する保護は、裁判所の民事訴訟にのみ提供される救済手段である。

未登録の著名商標又はその他の表徴が侵害された場合、「公平交易法」により裁判所に民事訴訟を提起して侵害排除又は損害賠償を請求することしかできず、旧法時の規範のように公正取引委員に告発することはできなくなり、公正取引委員会は原則として著名商標又はその他表徴の権利侵害事件を受理しない。

以上のように、現行「公平交易法」では、著名商標又は表徴に対する保護につき、明らかにその範囲又は方式が大幅に縮減されている。

Ⅲ. 著名な登録商標の保護に対する台湾司法裁判所の見解

以下では、前章にみた著名な登録商標の保護に関する規定の解釈を台湾の司法裁判所が示した事案を検討する。

1. 三井日本料理 v. 三井物産事件



図 2⁽³⁵⁾

三井日本料理餐廳有限公司(以下、「三井日本料理」)は、2010年に、商標「三井 MITSUI 及び図形」について、第35類「食品小売り、飲料品小売り、農産物小売り、水産物小売り」等を指定役務とする出願を行った。

台湾知的財産局は、審査の結果、当該商標は、日本企業である三井物産株式会社(以下、「三井物産」)の「三井」、「三井農林」、「三井銘茶」、「MITSUI」等の商標と構成が類似しており、両社の商標が指定又は使用する役務の間にも関連性がある上、三井物産の商標は三井日本料理の出願前に登録されており、需要者が一般に認知し、著名と言える域に達していると認定した。そして、出願商標「三井 MITSUI 及び図形」は、需要者間で容易に混同誤認を生じさせるとして、拒絶査定した。

台湾知的財産局は、審査において、拒絶査定を下した理由として以下を挙げた。

①商標の類似性：係争商標は「日商三井物産股份有限公司」(三井物産)およびその関連企業より出願登録された「Mitsui」・「三井農林 Mitsui Norin」・「三井銘茶 Mitsui Green Tea」等の先行登録商標(以下「引用商標」)と類似する、

②指定商品・役務の関連性：係争商標と先行登録商標の指定商品又は役務は関連性がある、

(32) 台湾公正取引委員会編「公平交易法修正條文對照表」19頁(公平交易委員会、2015年2月)

(33) 台湾公正取引委員会・前掲註(32)18頁

(34) 台湾公正取引委員会・前掲註(32)18～19頁

(35) (独)工業所有権情報・研修館 新興国等知財情報データベース 2015.01.09
<https://www.globalipdb.inpit.go.jp/precedent/10364/>

③引用商標の著名性：係争商標の出願時に先行登録商標は既に関連事業または消費者において広く普遍的に認知され著名となっており、係争商標は関連公衆を混同誤認させるおそれがある。

三井日本料理はこれを不服とし、経済部訴願審議委員会に対して不服を申し立てたが却下され、後に行政訴訟を提起した。知的財産裁判所は三井日本料理敗訴という判決⁽³⁶⁾を下した。

裁判所は、①「引用商標」は著名商標である、②係争商標と引用商標は類似に該当する、③係争商標と引用商標の指定商品役務は異なるが、引用商標は程度が高い著名商標に属するため、商品の保護範囲は指定された商品区分に制限されない、よって係争商標は関連公衆に対し混同誤認を招くおそれがあると判示した。

本件において裁判所は、引用商標権者の関係企業は多角化経営を進めており、その経営項目にも食品の小売等役務が含まれ、引用商標も著名程度が非常に高いと判断したため、その保護は指定された商品役務に限られてはならない、という見解を示した。

三井日本料理は、当該判決を不服として上訴を提起したが、2014年10月30日に最高行政裁判所は、三井日本料理が原判決にどのような法令違反があるかを具体的に指摘していないと認定して、上訴を棄却する判決⁽³⁷⁾を下し、出願拒絶が確定した。

2. 台糖營造株式会社 v. 台湾糖業株式会社事件



図3 台湾糖業株式会社商標

台湾糖業公司(台湾糖業株式会社)の前身、台湾製糖株式会社は、1900年(明治33年)12月に設立された台湾最初の新式製糖工場を建設した製糖会社である。その傍ら、1903年塩水港精糖株式会社、1906年には明治製糖株式会社と大日本製糖株式会社が、台湾へ進出

した。

戦後、上記の台湾製糖株式会社・塩水港精糖株式会社・明治製糖株式会社・大日本製糖株式会社の製糖会社4社の台湾における資産を中華民国政府が接収し合併させて、1946年5月に台湾糖業公司を設立させた。同公司は台湾でも通称「台糖」と呼ばれている。

ここで、旧法の1993年商標法第65条によれば、「著名商標を自己の社名として使用する会社は、当該著名商標の指定商品と“同じ又は類似する業務分野を経営する場合”しか商標侵害に該当しない」という制限がかけられていた。これは、現行商標法第70条第2号⁽³⁸⁾では、商標権を侵害するものとみなすと規定されている。

台湾糖業株式会社(以下は、台糖社という)は、2014年1月に台糖營造株式会社(台糖營造社という)を相手に訴訟を提起し、会社名称を変更するように請求した。台糖社は、角砂糖等を指定商品として、1953年に登録を受けた登録第1675号商標を挙げ、台糖の商標は著名商標であるため、台糖營造社は社名を変更しなければならないと主張した。

これに対して、台糖營造社は、法律不遡及の原則により、創立当時の旧法を適用すべきであると抗弁した。更に、台糖社の商標の著名分野はあくまでも砂糖等の商品であるため、「同じ又は類似する商品の業務分野を経営する」という旧法の構成要件に該当せず、旧法の規定に違反していないとした。そして、当時は旧法の信頼に基づいて創立したため、本件は信頼保護原則が適用されるべきであると主張した。

第一審⁽³⁹⁾と控訴審⁽⁴⁰⁾は、台糖營造社が「台糖」を会社名称とすること自体が権利侵害に該当するかどうかは、やはり、創立当時の旧法により判断すべきであると判示した。

上告審において、台湾最高裁判所は、「ひとつの事象が、新・旧法時代を跨いで新法施行の後も継続して存在し、更に新たな法令に公益性がある場合、新法の法律効果の規定を以て、制定以前に遡ってその構成要件事実と結合し、将来継続に存在している法律要件の客観的な事実を適用させるのが、『要件事実への遡及的結合』であり、不遡及の原則とはまた別件であるた

(36) 102年度(2013年)行商訴字第154号判決

(37) 103年度(2014年)裁字第1544号判決

(38) 他人の著名な登録商標であることを明らかに知りながら、該著名商標中の文字を自己の会社、商号、団体、ドメインネーム又はその他の営業主体を表彰する名称とし、関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある、又は該商標の識別性又は信用名声を損なうおそれがある場合。

(39) 103年度(2014年)民商訴字第31号判決

(40) 104年度(2015年)民商上字第7号民事判決

め、法律不遡及の原則に違反することに当たらない⁽⁴¹⁾と判示し、本件を差し戻した。

再審の知的財産裁判所は、「台糖營造社は、旧法時代に創立したにもかかわらず、当該社は、著名商標の中国語文字と一致する状態がまだ継続している。しかしながら、需要者に混同誤認を生じさせる恐れに対処する新法の公益性は、やはり社名への信頼保護より重んじるべきである。このため、新法の法律効果の規定を以て、新法制定以前に遡ってその構成要件事実と結合し、将来継続に存在している法律要件の客観的な事実を適用させる必要が本件にはある。従って、本件は新法を適用すべきであり、たとえ著名商標の指定使用商品が会社の業務分野と異なっているとしても、商標権侵害とみなす。また、著名商標の識別力を低下させるおそれがあるというのは、必ずしも、権利侵害側が著名商標の指定商品と同じまたは類似する使用をすることを必要とせず、その業務分野が指定商品と無関係であるからこそ、著名商標の自他商品識別機能は権利侵害側の使用行為により減殺され、また希釈化されてしまう可能性がある⁽⁴²⁾と指摘し、台糖營造社が「台糖」を社名の一部として使ってはならないと判決を下した。

以上のように、台湾商標法の下では、登録商標が著名になり、信用名声を得て、グッドウイール(営業上の顧客吸引力)を有するようになり、かつ、著名商標の認定基準を満たした場合に、他人の同一または類似の商標の登録出願拒絶から会社の名称または商号の使用禁止までの商標権の保護ができるように、対応が完備されている。

IV. まとめ

台湾商標法 35 条(商標権の効力)は 1 項に専用権と 2 項に禁止権を定めており、その効力が及ぶ範囲は、同一の商品・役務についての同一の商標、類似の商品・役務についての同一の商標、同一又は類似の商品・役務についての類似の商標である。

また、台湾商標法 70 条(識別性、信用名声の毀損)は、みなし侵害規定であり、「他人の著名な登録商標であることを明らかに知りながら、同一又は類似の商

標を使用して、該商標の識別性又は信用名声を損なうおそれがある場合には、商標権の侵害とみなす。」としている。

なお、さらに、商標権の効力範囲の拡大として、台湾商標法 36 条 2 項の但し書き(権利消尽の例外)の規定がある。36 条 2 項は、「登録商標を付した商品が、商標権者又はその同意を得た者により国内外の市場で取引され流通する場合、商標権者は該商品について商標権を主張することができない。但し、商品が市場に出された後、商品の変質、毀損が発生するのを防止するため、又はその他正当な事由がある場合はこの限りでない。」としている。

このように、台湾では、出所混同のおそれを問わず、第三者による標識の使用が登録商標の識別性又は信用名声を害することを条件として、登録商標の指定商品・役務に類似しない範囲においても商標権侵害が成立するとしている(70 条)。

台湾商標法では、信用名声を有する登録商標については、商標法の下でダイリューションやフリーライドからの保護を受けられるのである。

台湾も日本と同様、登録主義を採用しており、商標権者に同一の範囲を保護する専用権と類似の範囲も保護する禁止権を付与して、商標を保護している(35 条)。これに加えて、台湾では、著名な登録商標については出所表示機能(識別性)の希釈化および広告宣伝機能・投資機能など信用名声の毀損を防ぐため、直接商標法上の措置(70 条)を採ることができるようになっている。こうして、台湾では商標法で、商標権の効力について、商標の様々な機能を十分に考慮した条文を設けている。

V. おわりに

台湾では、著名な登録商標の保護に当たり、信用名声を有する商標については、混同のおそれの有無及び商品又は役務類否を問わず、商標の識別性や信用名声への影響のおそれがある限りは、商標法の下で保護している。

さらに、フリーライド規制を商標法に取り込むことによって、商標の機能に基づいて築き上げられた商標の顧客吸引力、信用名声を保護し、取引秩序を図るこ

(41) 106 年度(2017 年)台上字第 2088 号民事判決

(42) 107 年度(2018 年)民商上更(一)字第 1 号民事判決

とができる。

日本では、権利創設法である「商標法」では十全に保護されない範囲を、行為規制法である「不正競争防止法」がカバーしているというのが、実情である。ただし、不正競争防止法による保護は、商標の所有者において「商標の周知・著名性」や「出所の混同やそのおそれ」等を立証しなければならず、しかもこの立証も容易ではなく、手間がかかる一面がある。

台湾の場合には、登録商標は著名商標の認定基準を満たせば、商標法70条の規定のとおり、権利侵害の判断ができる。その著名性の立証の手間も省くとなる。

また、台湾では、著名商標(広告宣伝機能・コミュニケーション機能・投資機能なども含む)の商標権による保護が商標法上に定められている(図4参照)。登録商標が有する商標の諸機能をきちんと保護するため、不正競争防止法ではなく、商標法の下での対応がある。

以上から、商標の保護を適切に(完全に)図るために、商標の保護範囲を拡張しつつ、消費者の利益だけではなく、商標権者のプロパティとしての利益にも配慮するという観点から、商標権の効力の範囲を見直してはどうか。日本商標法に、改めて、台湾商標法の30条1項11号、70条、36条2項但し書きのような条文を増設することによって、日本においても商標権侵害が成立する範囲を広くし、商標の機能、いわゆる商標権の効力範囲を、より適切に保護すべきと考える。

台湾における商標権の効力範囲と商標の機能との関係図

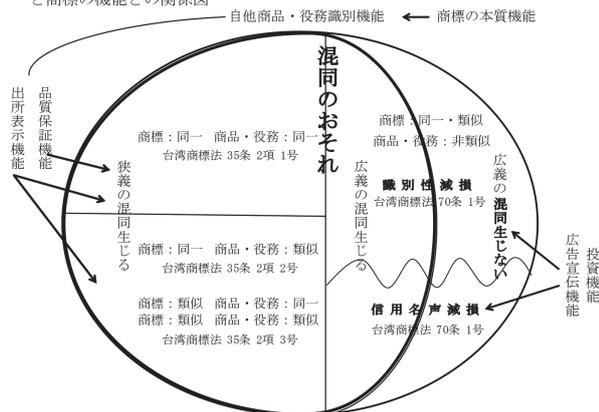


図4

<参考資料>

◎台湾商標法の関連条文和訳

◎台湾公平交易法(「不正競争防止法」)の関連条文和訳
◎著名商標認定の参酌要素・◎著名商標認定の証拠

◎台湾商標法の関連条文和訳

台湾商標法 35 条(専用権, 禁止権)

「第三十五条 商標権者は登録された指定商品又は指定役務において、その登録商標を専用する権利を取得する。

2 本法三十六条に別段の規定がある場合を除き、次に掲げる情況については、商標権者の同意を得なければならない。

一 同一の商品又は役務において、登録商標と同一の商標を使用する場合。

二 類似する商品又は役務において、登録商標と同一の商標を使用することにより、関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある場合。

三 同一又は類似の商品又は役務において、登録商標に類似する商標を使用することにより、関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある場合。

3 商標が登録されると、登録商標である旨又は国際的に通用する登録記号を表記することができる。」

第 35 條 商標権人於經註冊指定之商品或服務, 取得商標權。

2 除本法第三十六條另有規定外, 下列情形, 應經商標權人之同意:

一 於同一商品或服務, 使用相同於註冊商標之商標者。

二 於類似之商品或服務, 使用相同於註冊商標之商標, 有致相關消費者混淆誤認之虞者。

三 於同一或類似之商品或服務, 使用近似於註冊商標之商標, 有致相關消費者混淆誤認之虞者。

3 商標經註冊者, 得標明註冊商標或國際通用註冊符號。

台湾商標法 36 条(効力の制限)

「第三十六条 次に掲げる情況は他人の商標権の効力による拘束を受けない。

一 商業取引の慣習に符合する誠実且つ信用できる方法で、自己の氏名、名称、又はその商品又は役務の名称、形状、品質、性質、特性、用途、産地又はその他商品又は役務自体に関する説明を表示し、商標として使用しない場合。

二 商品又は役務の機能を確保するために必要な

場合。

三 他人の商標の登録出願日前に、善意で同一又は類似の商標を同一又は類似する商品又は役務に使用する場合。但し、それは原使用の商品又は役務に限る。その場合、商標権者は該商標を使用する者に対して、適当な区別表示の付記を要求することができる。

2 登録商標を付した商品が、商標権者又はその同意を得た者により国内外の市場で取引され流通する場合、商標権者は該商品について商標権を主張することができない。但し、商品が市場に出された後、商品の変質、毀損が発生するのを防止するため、又はその他正当な事由がある場合はこの限りでない。]

第36条 下列情形，不受他人商標權之效力所拘束：

一 以符合商業交易習慣之誠實信用方法，表示自己之姓名，名稱，或其商品或服務之名稱，形狀，品質，性質，特性，用途，產地或其他有關商品或服務本身之說明，非作為商標使用者。

二 為發揮商品或服務功能所必要者。

三 在他人商標註冊申請日前，善意使用相同或近似之商標於同一或類似之商品或服務者。但以原使用之商品或服務為限；商標權人並得要求其附加適當之區別標示。

2 附有註冊商標之商品，由商標權人或經其同意之人於國內外市場上交易流通，商標權人不得就該商品主張商標權。但為防止商品流通於市場後，發生變質，受損，或有其他正當事由者，不在此限。

台湾商標法 68 条 (商標權の侵害)

「第六十八條 商標權者の同意を得ずに販売を目的として、次に掲げる各号のいずれかの状況がある場合、商標權の侵害とする。

一 同一商品又は役務に、登録商標と同一の商標を使用した場合。

二 類似の商品又は役務に、登録商標と同一の商標を使用し、関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある場合。

三 同一又は類似の商品又は役務に、登録商標と類似する商標を使用し、関連する消費者に混同誤認生じさせるおそれがある場合。]

第 68 條 未經商標權人同意，為行銷目的而有下列情形之一，為侵害商標權：

一 於同一商品或服務，使用相同於註冊商標之商標者。

二 於類似之商品或服務，使用相同於註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。

三 於同一或類似之商品或服務，使用近似於註冊商標之商標，有致相關消費者混淆誤認之虞者。

台湾商標法 69 条 (侵害除去又は防止と損害賠償求)

「第六十九條 商標權者は、その商標權を侵害した者に対し、その除去を請求することができる。侵害のおそれがある場合は、侵害防止を請求することができる。

2 商標權者が前項の規定により請求するとき、商標權侵害に係る物品及び侵害行為に利用される原料又は器具を廃棄するよう請求することができる。但し、裁判所は侵害の程度及び第三者の利益を審らかに斟酌した後、その他の必要な処置を行うことができる。

3 商標權者は、故意又は過失によりその商標權を侵害された場合、損害賠償を請求することができる。

4 前項の損害賠償請求權は、請求權者が損害及び賠償義務者の存在を知ったときから二年間行使しないと消滅する。侵害行為があった時から十年を経過した場合も同様である。]

第 69 條 商標權人對於侵害其商標權者，得請求除去之；有侵害之虞者，得請求防止之。

2 商標權人依前項規定為請求時，得請求銷毀侵害商標權之物品及從事侵害行為之原料或器具。但法院審酌侵害之程度及第三人利益後，得為其他必要之處置。

3 商標權人對於因故意或過失侵害其商標權者，得請求損害賠償。

4 前項之損害賠償請求權，自請求權人知有損害及賠償義務人時起，二年間不行使而消滅；自有侵權行為時起，逾十年者亦同。

台湾商標法 30 条 1 項 11 号

(商標登録を受けることができない商標)

「第三十條 次の各号のいずれかの事情に該当する商標は、登録することができない。

十一 他人の著名な商標又は標章と同一又は類似のもので、関連する公衆に混同誤認を生じさせるおそれがあるもの、あるいは著名な商標又は標章の識別性又は信用名声を損なうおそれがあるもの。但し、出願人が商標又は標章の所有者の同意を得て登録出願する場合は、この限りで

ない]

第 30 條 商標有下列情形之一，不得註冊：

十一 相同或近似於他人著名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者。但得該商標或標章之所有人同意申請註冊者，不在此限。

台湾商標法 70 条(商標権みなす侵害)

「第七十条 商標権者の同意を得ずに、次に掲げる各号のいずれかの状況がある場合、商標権侵害とみなす。

- 一 他人の著名な登録商標であることを明らかにしながら、同一又は類似の商標を使用して、該商標の識別性又は信用名声を損なうおそれがある場合。
- 二 他人の著名な登録商標であることを明らかにしながら、該著名商標中の文字を自己の会社、商号、団体、ドメインネーム又はその他の営業主体を表彰する名称とし、関連する消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある、又は該商標の識別性又は信用名声を損なうおそれがある場合。
- 三 六十八条の商標権侵害に該当するおそれがあるのを明らかにしながら、商品又は役務と結び付いてないラベル、タグ、包装容器、又は役務と関係のない物品を製造、所持、展示、販売、輸出又は輸入する場合。」

第 70 條 未得商標權人同意，有下列情形之一，視為侵害商標權：

- 一 明知為他人著名之註冊商標，而使用相同或近似之商標，有致減損該商標之識別性或信譽之虞者。
- 二 明知為他人著名之註冊商標，而以該著名商標中之文字作為自己公司，商號，團體，網域或其他表彰營業主體之名稱，有致相關消費者混淆誤認之虞或減損該商標之識別性或信譽之虞者。
- 三 明知有第六十八條侵害商標權之虞，而製造，持有，陳列，販賣，輸出或輸入尚未與商品或服務結合之標籤，吊牌，包裝容器或與服務有關之物品。

◎台湾公平交易法の関連条文和訳

台湾公平交易法(不正競争防止法) 第三章 不正競争

「第二十二条 事業者は、その営業により提供される商品又は役務につき、次の行為をしてはならない。

一 著名な他人の氏名、商号又は会社の名称、商標、商品容器、包装、外観或いはその他の他人の商品を表す表徴を以て、同一又は類似の商品に同一又は類似の使用により、他人の商品と混同させ、又はその表徴を使用した商品を販売、運送、輸出、又は輸入すること。

二 著名な他人の氏名、商号又は会社の名称、標章或いはその他の他人の営業、役務を表す表徴を以て、同一又は類似の役務において同一又は類似の使用により、他人の営業又は役務の施設又は活動と混同させること。

2 前項の氏名、商号又は会社の名称、商標、商品容器、包装、外観或いはその他の他人の商品又は役務を表す表徴が法律により登録され商標権を取得した場合、これを適用しない。

3 第一項の規定は次の各号の行為においてこれを適用しない。

一 通常的使用方法を以て商品又は役務の慣習上の通用する名称を使用し、或いは取引上の同類の商品又は役務の他の表徴を利用し、又はその名称又は表徴を使用した商品又は役務を販売、運送、輸出又は輸入する場合。

二 自己の氏名を善意で使用し、又はその氏名を使用した商品又は役務を販売、運送、輸出又は輸入する場合。

三 第一項第一号又は第二号に定める表徴につき、著名になる前、善意に同一又は類似の表徴を使用し、又はその表徴の利用がその善意の使用者からその営業と併せて譲り受けて使用し、又はその表徴を使用した商品又は役務を販売、運送、輸出又は輸入する場合。

4 事業者は、他の事業者が前項第二号又は第三号の行為により、その商品又は役務の出所が混同誤認されるおそれがある場合、適切な区別表示を付加するよう他の事業者に請求することができる。但し、商品の運送のみのためになされる場合はこれを適用しない。」

第三章 不公平競争

第 22 条 事業就其營業所提供之商品或服務，不得有下列行為：

一 以著名之他人姓名，商號或公司名稱，商標，商品容器，包裝，外観或其他顯示他人商品之表徴，於同一或類似之商品，為相同或近似之使用，致與他人商品混淆，或販賣，運送，輸出或輸入使用該項表徴之商品者。

- 二 以著名之他人姓名，商號或公司名稱，標章或其他表示他人營業，服務之表徵，於同一或類似之服務為相同或近似之使用，致與他人營業或服務之設施或活動混淆者。
- 2 前項姓名，商號或公司名稱，商標，商品容器，包裝，外觀或其他顯示他人商品或服務之表徵，依法註冊取得商標權者，不適用之。
- 3 第一項規定，於下列各款行為不適用之：
- 一 以普通使用方法，使用商品或服務習慣上所通用之名稱，或交易上同類商品或服務之其他表徵，或販賣，運送，輸出或輸入使用該名稱或表徵之商品或服務者。
- 二 善意使用自己姓名之行為，或販賣，運送，輸出或輸入使用該姓名之商品或服務者。
- 三 對於第一項第一款或第二款所列之表徵，在未著名前，善意为相同或近似使用，或其表徵之使用係自該善意使用人連同其營業一併繼承而使用，或販賣，運送，輸出或輸入使用該表徵之商品或服務者。
- 4 事業因他事業為前項第二款或第三款之行為，致其商品或服務來源有混淆誤認之虞者，得請求他事業附加適當之區別標示。但對僅為運送商品者，不適用之。

◎著名商標認定の參酌要素

- ① 商標識別性の強弱
- ② 関連する事業又は消費者が商標を知悉，認識する程度
- ③ 商標の使用期間，範囲及び地域
- ④ 商標宣伝の期間，範囲及び地域
- ⑤ 商標の出願又は登録の有無及びその登録，登録出願の期間，範囲及び地域
- ⑥ 商標の権利行使が成功した記録，特に行政又は司法官庁に著名であると認定されたことがある状況を指すもの
- ⑦ 商標の価値
- ⑧ その他著名商標と認定するに足りる要素

◎著名商標認定の証拠

- ① 商品 / 役務の販売レシート，マーケティング書類，輸出入書類及びその販売数，市場占有率，マーケティングに関する統計の明細などの資料
- ② 国内外の新聞，雑誌又はテレビ等のマスコミにおける広告資料
例：広告面のサイズ，金額，数量，広告依頼書，テ

レビ広告の放送監視記録表，車両，バス停，地下鉄駅，高速道路の広告及び店頭広告，路上広告等の証拠資料を含む

- ③ 商品 / 役務の販売拠点及びその販売ルート，場所の配置状況
例：百貨店，チェーン店又は各地のテナント設置状況及び時間等の証拠資料
- ④ 市場における商標の評価，鑑定価格，販売額の順位，広告額順位又はその営業状況等の資料
例：国内外で公信力を具える新聞，雑誌が調査した世界 100 大ブランドランキング，台湾で最も価値ある 10 大ブランド，各種商標商品に対する消費者の満足度調査或は中国語のネットフォーラムとネチズン評価等の証拠資料
- ⑤ 商標の創作時間及びその継続使用等の資料
例：会社の歴史沿革及び紹介，看板広告設置の日付等の証拠資料
- ⑥ 商標の国内外における登録資料
例：登録証又は世界各国の商標登録一覧表等
- ⑦ 公信力を具える機構から発行された関連証明又は市場調査報告等の資料
- ⑧ 行政又は司法官庁が下した認定に関する書類
例：異議申立審決書，無効審判審決書，訴願決定書又は裁判所の判決書等
- ⑨ その他商標が著名であると証明する資料
例：国内外の展覧会，展示会での商品展示又は販促サービス等の証拠資料