

Wyeth第二事件からみる 中国商標権侵害訴訟における懲罰的賠償

岩 井 智 子*

抄 録 米国医薬品大手Wyeth（以下「米国ワイス」という）が、ファイザーに買収されたのが2009年、それから十年以上が経過し医薬品やワクチン事業における「Wyeth¹⁾」のグッドウィルは名実共に「Pfizer」に呑み込まれた。一方で、米国ワイスは乳幼児用調製粉乳のパイオニア企業でもあり、かかるニュートリション事業は、2012年に食品大手ネスレが買収し、粉ミルクの著名ブランドとして多くの国でネスレ傘下での事業が展開されている²⁾。

本稿で取り上げるWyeth第二事件は、かかる「Wyeth（恵氏）」ブランド³⁾を巡り、組織的に商標権侵害を続けてきた中国法人らを被告とする商標権侵害訴訟である。米国ワイスと中国現地法人が原告となり、同一組織に対し広東省で提起されたWyeth第一事件は侵害論を中心として最高人民法院まで争われたが、浙江省で争われた第二事件は損害論、特に損害額の基準と懲罰的賠償の適否が主な争点となり、一審及び控訴審ともに3,055万元（約5.4億円）の高額賠償が認められた。2021年の新たな司法解釈施行後すぐの先駆的事例であり、要件としての「故意（悪意）性」や「情状の重大性」の解釈、補填的賠償と懲罰的賠償の関係性、倍数の捉え方等について示唆的な判断が下された。

目 次

1. はじめに
2. Wyeth第二事件
 2. 1 事実の概要
 2. 2 判 旨
 2. 3 一審の争点
 2. 4 控訴審の新証拠と新たな争点
3. 懲罰的賠償責任
 3. 1 立法と司法解釈
 3. 2 適用要件
 3. 3 損害賠償額の算出根拠
 3. 4 「執行難」の問題
4. 関連事件
 4. 1 Wyeth第一事件
 4. 2 広州恵氏への行政訴訟
 4. 3 「恵氏小獅子」にかかる審判等
5. おわりに

1. はじめに

懲罰的損害賠償制度とは、実質的な損害賠償

とは別に、加害者に制裁を加える目的の賠償を認める制度であり、米国や韓国、中国では認められている一方で欧州や日本では法律上認められていない⁴⁾。2021年1月より施行されている中国新民法典には、「他人の知的財産権を故意に侵害し、その情状が重大（深刻）であるときは、被侵害者は相応の懲罰的賠償を請求する権利を有する。」と規定されている。中国商標法では、2013年改正により3倍賠償が規定され、2019年改正で更に厳罰化し最高5倍の賠償が認められている。直近の実務においては、商標法下において、懲罰的賠償が認められた判決が散見されるようになっている。一方、その適用について明確な規定がおかれていなかったことから、最高人民法院は「知的財産権侵害にかかる民事訴訟の審理における懲罰的賠償の適用に関

* 特許業務法人 三枝国際特許事務所
副所長・弁理士 Tomoko IWAI

する解釈」⁵⁾(以下、「司法解釈」という)を公表し、2021年3月3日より施行した。

本件被告らの筆頭は「広州惠氏宝贝母婴用品有限公司(第一被告,以下「広州惠氏」という)」であり、広く中国全土に及ぶ組織的な侵害行為を継続し続けてきた。既に、広東省を舞台として広州惠氏を被告とするWyeth第一事件は、最高人民法院に係属している最中ではあったが、更に元締めの人々を被告に含め、舞台を浙江省に変えてWyeth第二事件が提起された。

本稿では、Wyeth第二事件の一審及び控訴審の概要や争点をまとめながら、わが国ではなじみの薄い懲罰的賠償の意義や要件を論じていく。

2. Wyeth第二事件

2.1 事実の概要

米国ワイス(Wyeth LLC 第一原告・被控訴人)は、1926年にアメリカで設立された法人である。同社は、1980年以降中国で商標「Wyeth」「惠氏」等を商品区分第5類の離乳食や粉ミルク等に登録しており、「Wyeth」及び「惠氏」ブランドは長年の継続的使用や広告宣伝を経て、中国において高い評価を得ている。

本件は米国ワイスと商標「Wyeth」の通常使用権者である現地法人上海ワイス(惠氏上海貿易有限公司)を共同原告とし、広州惠氏(第一

被告・控訴人)他三社(販売者)及び自然人二名の6被告に対して商標「WYETH」及び「惠氏」の使用差止、「惠氏」を含む商号の使用差止及び変更、加えて、6被告の連帯賠償として3,000万元(5.4億円)の損害賠償を求めた事件である。



※原告の色の組み合わせ及びライオンのロゴの商品イメージがそっくりそのままコピーされている。

図2 被告の侵害時のWebサイト(抜粋)

ちなみに、広州惠氏はベビー用化粧品やおむつ、虫よけ等の商品について、商標「WYETH」及び「惠氏」に係る6件の商標権⁶⁾(後述4.2参照)を有していたが、米国ワイスらの無効審判及びその審決取消訴訟を経て2018年にいずれの登録商標も無効となっている。

2.2 判旨

一審の浙江省杭州市中级人民法院は、6被告の悪意と侵害状況を十分に勘案し、商標権侵害及び不正競争行為を認め、商標及び商号使用差止と商号の変更を命じた。加えて、原告が開廷時に主張した3倍の懲罰的賠償を適用し、原告の請求額3,000万元(約5.4億円)及び訴訟に要した合理的費用55万元の損害賠償の支払を6被告の連帯責任として命じた。

かかる判決を不服とした6被告は、浙江省高



※リニューアル前後でデザインこそ異なるが、一貫してネイビーとゴールドの組合せとライオンのキャラクターが使用されている。

図1 中国向けの原告商品パッケージ

級人民法院に控訴した。同裁判所は、原审の懲罰的賠償の基礎となる補填的賠償とその倍数の解釈に瑕疵を認めたが結論に誤りはないと判断し、一審判決を維持し控訴を棄却した。

2. 3 一審の争点

争点1) 6被告の行為の共同侵害の成否

侵害商品の包装、ドメイン、広告宣伝等に使用される「Wyeth」「惠氏」「惠氏小獅子」の標識は商標法上の使用であり、原告の登録商標と比較して視覚上の差異はなく、称呼や書体及び觀念が完全に共通しており、かつ原告商標の高い知名度から互いに類似と判断する。また、商品の類似については、「最高人民法院の商標民事訴訟案件の審理に適用する法的問題の解釈」第11条を適用し、共に乳幼児商品の範疇に属すること、両者の販売ルート・消費者層等が共通すること、原告の知名度⁷⁾により関連する消費者がこれら乳幼児商品について互いに何等かの関係があると誤認するおそれ（わが国の「広義の混同」に相当する）があることから互いに類似商品と判断する。

かかる商標権侵害を前提とし、広州惠氏（被告1）は侵害品を製造販売しており、広州正愛日用品有限公司（被告2、以下「広州正愛」という）、杭州單恒母嬰用品有限公司（被告3、以下「杭州單恒」という）、青島惠氏寶貝母嬰用品有限公司（被告4、以下「青島惠氏」という）らがインターネット上でこれら商標を広告宣伝し販売する行為は商標権の侵害行為に該当する。陳澤英（被告5）は広州惠氏の株主であり、侵害品代金の受取口座の名義人で共同侵害行為を構成する。また陳澤英及び管曉坤（被告6）は広州惠氏や広州正愛らの取締役や筆頭株主で、かつて両名は婚姻関係にあった事実から計画的かつ意図的な共同侵害行為である。

争点2) 青島惠氏の企業名称に係る不正競争行

為の成否

青島惠氏は、広州惠氏から授権を経て「惠氏」「Wyeth」の使用をしたと主張するが、これら登録商標は既に無効となっており、その抗弁に合理性は認められない。青島惠氏が「惠氏」を屋号に使用する行為は、客観的に青島惠氏が米国ワイスに帰属していることを想起し、それにより市場取引の機会を得ることは、誠実信用の原則と商業的道德に反し、秩序ある市場競争を錯乱することから不正競争行為を構成する。

争点3) 6被告の民事上の損害賠償責任負担

侵害品のインターネット販売を行った広州正愛、杭州單恒、青島惠氏は抗弁として、全ての侵害品は広州惠氏（被告1）より合法的に購入しており、商標法64条2項⁸⁾の適用により、損害賠償責任は免れると主張した。しかし、原告の乳幼児用調整粉乳の知名度は高く、当該被告らも乳幼児商品の販売者として原告を熟知しているはずであるとして、かかる抗弁は成立しない。

続く損害論において、原告らは3倍の懲罰的賠償を求めた。その主張の基礎となる補填的賠償の具体的算出は次の通りである。なお、利益率50%は同業のボディケア商品の利益率（58.8～61.07%）が根拠となっている。

- ①オンライン販売の事実から販売総額を導き出した被告が得た利益
2,150万元（4,300万元×50%）
- ②オフラインの販売代理店との約定による初年度販売ノルマ（60万元）と店舗数から導き出した被告の利益
1,260万元（60万元×42店舗×1年×50%）
- ③関係者証言による年間売上額の立証
3,000万元（6,000万元×50%）

これら算出手法のいずれを採用したとしても、被告が得た利益は1,000万元（約1.8億円）

を下回ることはなく、懲罰的賠償の倍数については被告の主観的な悪意の程度や、侵害の行為の性質、期間、規模、原告商標の顕著性や知名度、侵害行為が乳幼児食品に及ぶ事実等を総合的に考量すれば、利益の3倍により賠償額を算出するのが適当とし、原告の請求額3,000万元（約5.4億円）を全額支持した。

2. 4 控訴審の新証拠と新たな争点

控訴審では、広州惠氏は新たな証拠として、「企業所得税清算報告書（2016-2018）」、貸借対照表、損益計算書を提出し、加えて同業他社三社の利益率を追加した。また、侵害品のTmall店舗の経営を行っていた杭州單恒（控訴審では「杭州向笛」に名称変更）は共同不法行為を否定し各種証拠を提出した。米国ワイスは、広州惠氏が所有すると主張する登録商標無効の確定事実を立証する判決や広州惠氏の強制商号変更の執行事実を新たな証拠として提出した。更に2021年初旬に商標「惠氏小獅子」の冒認登録について国家知識産権局（CNIPA）の審決が下され、「不正の手段により抜け駆けて取得した登録」（44条1項）を理由に無効の審決が下されたことを明らかにした（4. 3参照）。また、一審判決後もオンライン販売を継続している事実やWyeth第一事件の最高人民法院判決後も製品の生産販売が一部継続されている事実を提出した。

かかる新証拠や新事実も参酌された上で、控訴審の争点は以下の4点に絞られた。

争点1) 第一事件との二重起訴の成否

広州惠氏らは、既に確定している第一事件の存在により、本案件は同一人による同一行為についての二重起訴が適用されると主張した。しかし、第一事件の原告には、ワイスニュートリションやワイス製薬も含まれており、被告も一部異なること、第一事件では広州惠氏のドメイ

ンの使用差止が確定したことから、本件ではその重複請求範囲は審理外としていること、被控訴人らは一審段階で広州惠氏の商号変更等の重複請求部分について請求を取り下げていることから、両事件の被告の侵害対象商品、侵害期間、その範囲は互いに異なり二重起訴との主張は成立しない。

争点2) 侵害品に使用された標識の使用が合法的か否か

広州惠氏は、商標「惠氏」「Wyeth」の登録をかつて有しており、悪意の登録として無効となったが、その無効となる前の使用については合法的であると抗弁した。しかし、かかる登録商標が無効とは最初から存在しないこと（商標法47条）から、かかる抗弁は成立しない。また、真の権利者である米国ワイスらの一定の影響のある屋号を無断で使用した行為は不正競争を構成する。

争点3) 控訴人らの行為が侵害にかかる共同不法行為⁹⁾に該当するか

控訴人である自然人陳澤英及び管曉坤2名については、広州正愛ら他の控訴人の侵害企業を設立し、実効支配をしていたことは明らかであり、関連会社を複数設立することで侵害行為の道具としていることから連帯責任を負うべきである。また、杭州單恒の株主認定について一審では錯誤があったが、広州惠氏の株主と親族関係にあることは事実であり、設立時には同様に「惠氏」を屋号としており大量の侵害品を販売等していたことから、共同不法行為が成立する。このように、控訴人4社は共同して意思の連絡があり、共通した損害を生じさせていることから連帯してその責任を分担しなければならない。

争点4) 一審法院の賠償額算出の合理性

控訴人らの悪意は明白であり、その侵害期間

も7年以上に及び、全国100以上の都市に代理契約が成立し、オンライン店舗も多く大規模な侵害行為を展開していることから、懲罰的賠償の算出倍数を補填的賠償額（中国では「基数」と呼んでいる）の3倍と確定する。

侵害商品の販売利益については、以下の二種類の算出方法から導き出すことができ、控訴審において広州恵氏が提出した訴外三社の利益率（平均28.23%）は、侵害品の分野と近似していることから、この数字を採用する。

- ①広州恵氏が新たに提出した財務資料の記載により補填的賠償額は789.08万元（約1.4億円）となる（ $3,829,038.55\text{元} \times \text{期間}7.3\text{年} = \text{総売上} 2,795.20\text{万元} \times 28.23\%$ ）。
- ②広州恵氏が代理店契約に約定される販売ノルマにより算出された売上から得られる利潤により補填的賠償額は5,193.19万元（約9.2億円）となる（ $\text{契約年間売上ノルマ}60\text{万} \times 42\text{ヶ所} \times 7.3\text{年} = \text{総売上} 18,396\text{万元} \times 28.23\%$ ）。

ここで、懲罰的賠償の補填的賠償（基数）と懲罰的賠償の倍数は分けて計算されなければならない。補填的賠償に懲罰的賠償を加えることで確定される。つまり、3倍の懲罰的賠償の場合、補填的賠償の4倍を意味することとなる。一審法院はかかる理解に錯誤があり、損害賠償の総額3,156.32万元（ $789.08\text{万元} \times 4$ ）～20,772.76万元（ $5,193.19\text{万元} \times 4$ ）は被控訴人の請求額を超えていることからその全額を支持した。

3. 懲罰的賠償責任

3.1 立法と司法解釈

中国における懲罰的賠償制度は、1993年の中国消費者權益保護法に始まるが¹⁰⁾、知的財産権法において懲罰的賠償制度が最初に導入された

のは商標法である。知的財産権の懲罰的賠償は、その本質的な機能が「懲罰」と「予防」にあり、「賠償」の機能と共に、知的財産権を「奨励」する機能を備えていると評価されている。特に中国においては、賠償額が低過ぎて抑止力が弱いという点が課題となっており、また、侵害訴訟の数が多く、損害論の審理にそれほど時間をかけられないという司法実務の弱点もあり、歴史的に法定賠償による判断が重視されてきた¹¹⁾。

商標法においては、2013年商標法第三次改正で3倍賠償が最初に導入され、その後、2019年商標法第四次改正において、侵害の厳罰化を理由として、悪意かつ情状が重大な事件について5倍の損害賠償までを認める懲罰的賠償制度が採用されている。また、翌年2020年の全国人民代表大会において、故意かつ情状が重大な知的財産権侵害に係る懲罰的賠償責任を規定する一般法が民法典として明文化され、2021年1月1日より施行された。

商標法 第63条

商標権侵害の損害賠償額は、権利者が侵害により受けた実際の損失により確定する。実際の損失を確定することが困難な場合には、侵害者が侵害により得た利益により確定することができる。権利者の損失または侵害者が得た利益を確定することが困難な場合には、その商標の使用許諾料の倍数を参照して合理的に確定する。悪意の商標権侵害行為で情状が重大な場合、上述の方法により確定した金額の1倍以上5倍以下で賠償金額を確定することができる。賠償金額には、権利者が侵害行為を抑止するために支払った合理的な支出を含まなければならない。

民法第1185条

他人の知的財産権の侵害が故意であり、その情状が重大である場合、侵害者は相応の懲罰的損害賠償を請求することができる。

しかし、法律に定められるのは「故意（悪意）性」及び「情状の重大性」の二要件と最大の倍数の規定のみであり、裁判における懲罰的賠償の採否基準やその額の決定についての一貫した基準は設けられていなかった。

そこで、改正商標法施行後の2020年4月には北京市高級人民法院より、知的財産権事件一般の損害賠償額確定に関する指導意見¹²⁾（以下、「北京ガイドライン」という）が公表され、賠償額の算定基準や適用の判断基準が詳細に規定された。また、訴額の大きい案件の管轄裁判所となりやすい深圳市中級人民法院は2020年に独自の指導意見（以下、「深圳ガイドライン」という）を公表し、その運用を開始している¹³⁾。同時期に天津市高級人民法院も司法委員会の議事録を公表する等¹⁴⁾、あくまで地方レベルの規定が先に運用されはじめた。

かかる背景により、中国全土で統一された基準として、2021年3月に最高人民法院の懲罰的賠償にかかる司法解釈¹⁵⁾を公布し、懲罰的賠償の運用について一定の基準が形成された。前述したように、Wyeth第二事件の控訴審は、当該司法解釈が適用された初の事例である。

3. 2 適用要件

懲罰的賠償責任を追及するためには、司法解釈にも規定されているように、(1) 主観的要件としての「故意（悪意）」の成立、及び(2) 行為要件としての「情状の重大性」の二要件を具備しなければならない。

(1) 「故意（悪意）性」

懲罰的賠償の構成要件として「故意」が必須となるが、商標法や不正競争防止法では「悪意」との文言が用いられている。「北京ガイドライン」において、「悪意」とは直接的故意である旨が規定されているが¹⁶⁾、故意を区別する議論については最高人民法院判事¹⁷⁾の否定的見解がある。同判事は、故意の区別には意味がなく「悪意」とは「主観的な故意」と解釈するのが適切としている¹⁸⁾。この点、「深圳ガイドライン」の故意の定義は、「侵害者自らの行動が侵害結果につながることを主観的に知っており、かかる結果が発生することを期待又は許容していることを意味する¹⁹⁾」としており、わが国の未必の故意（間接的故意）の心理状態と近い概念を用いている点で共通する。つまり、被告の精神状態が「直接的」か「間接的」かの区別は、最終的に懲罰的賠償の倍率の決定に反映させることができ、過失でなく主観的な故意があればよいと解釈される²⁰⁾。

故意の判断は、侵害対象の種類、権利の状態、関連製品の人気度、被告と原告又は利害関係人との関係等を考慮し判断すると規定されている²¹⁾。具体的には、原告又は利害関係人から通知や警告を受けた後も被告は侵害行為を継続していること、原告と被告が何等かの支配関係や過去に接触を有していること、被告が登録商標を偽造又は冒認していること等を理由に故意を肯定できるとしている²²⁾。

本件における「故意性」の判断では、商標「Wyeth」が一般的ではない外国語であること、「Wyeth」の翻訳である「惠氏」の組合せは強い独創性と顕著性を有し特別な意味を有さないこと、米国ワイスらは長きに亘り乳幼児食品等に当該商標を使用し高い評価を得ている事実があること、広州惠氏らが有していた「惠氏」 「Wyeth」等について、2013年には原商標評審委員会より不良な影響を生じさせる登録として

無効が判断されていること等からその後の2018年の上訴審により知ったとの理由は成立しないこと、米国ワイスの知名度や顕著性を踏まえると乳幼児製品の競業者としてその知名な商標を知っているはずであるが、管曉坤（被告6）は2009年頃から香港で同じ商標や商号をもつ「惠氏中国有限公司」や広州惠氏等の関連会社を設立し、多くの冒認出願を行い、譲渡やライセンスを繰り返していたこと等からこれらの行為は米国ワイスらの商標にフリーライドするという主観的な故意が明白であり懲罰的賠償の適用を満たしていると判断した。

このように本件においても主観的な故意を懲罰的賠償責任の構成要件としている点で、最高人民法院判事の意見及び「深圳ガイドライン」の立場で判断がなされている。

（2）侵害行為の「重大性」

懲罰的賠償の適用には、侵害行為が重大であることを客観的に判断する必要がある。また、その侵害の重大性を判断するために、裁判所は侵害の手段及び数量、侵害期間、地理的範囲、規模及び結果、並びに訴訟における侵害者の行為を考慮しなければならない²³⁾。情状の重大性を肯定できる状況として、“行政処罰や判決で責任を問われた後に再び同一又は類似の行為を行う場合”や、“知的財産権侵害を業としていること²⁴⁾”、“権利者に多大な損害を与えていること”、“侵害行為が公共の利益や個人の健康を脅かす可能性がある場合²⁵⁾”等が例示列挙されている²⁶⁾。

本件においては、原審被告らが第一事件や第二事件一審判決後も侵害品の生産を継続しており、侵害が完全には停止されていない点が指摘されている。また、管曉坤を株主とする訴外第三者名義で商標「惠氏小獅子」を大量に使用し続けている点から、“判決で責任を問われた後に再び同一又は類似の行為を行う場合”に該当

し、その常習性が肯定された。次に、管曉坤が香港で「惠氏中国有限公司」を設立し、夫婦で広州惠氏等の被告企業を設立し支配下においていることや、被告企業全ての設立目的、過程、侵害の規模、生産量等を勘案すると、これら企業は完全たる“侵害を生業とした組織”であり、かかる立証が「情状の重大性」における重要なポイントとなった。更に、広州惠氏と広州正愛は、多数の商標「惠氏」「Wyeth」の登録出願をしていること、それを第三者に譲渡し、全国100以上の都市の900以上の代理店へ使用許諾することで長期間かつ甚大な利益を得てきたことから、“米国ワイスら権利者に多大な損害を与えている”について争いの余地はない。最後に、本件の侵害品は母子の健康に関する商品であることから、“侵害行為が公共の利益や個人の健康を脅かす可能性がある場合”にも当てはまる。このように、本件の侵害の手段及び数量、期間、地理的範囲、規模及び結果、並びに侵害者の行為は全て、情状が重大であり司法解釈やガイドラインに示される基準に完全に合致した事件であるといえよう。

3. 3 損害賠償額の算出根拠

懲罰的賠償は、補償、懲罰、抑止機能を一体に集める特殊な民事上の損害賠償制度であり、その機能を正確に理解し、発揮するためには司法においてその具体的な適用条件をさらに明確にする必要があるという指摘がある²⁷⁾。商標法は、商標権者の実際の損失、侵害者の違法収入又は利益額、適切なライセンス料のいずれかにより賠償額を算定するが、原告が懲罰的な損害賠償を請求する場合には、起訴時に損害額、計算方法、根拠となる事実と理由を明示しなければならない²⁸⁾。

Wyeth第二事件の一審では、Tmall（天猫）、Taobao（淘宝）、JD（京東）等の各種店舗における取扱商品の価格レンジ、口コミ数、販売数

量と売上額が公証と共に提出されている。また、広州恵氏が全国の各代理店と締結した契約書における初年度の販売ノルマ等から得られる収入も立証された。広州恵氏は、商標「恵氏」の無効審判に係る審決取消訴訟において、自らの正当性や周知性を主張するために侵害品の雑誌広告、請求書、写真等を提出し、オフラインの販売代理店についても立証していた経緯があり原告の立証を容易にさせた点も興味深い。更には、関係者からの売上の証言も証拠として採用されている。

その上で原告らは一審の口頭弁論において3倍の懲罰的賠償による主張を行った。

(1) 基礎となる補填的賠償額の算出

裁判では、原告が被った損害額、被告が得た違法な収入、又は侵害の結果得られた利益が懲罰的賠償を算出する際の計算の基礎となるが、これらの算出が困難な場合はライセンス料が参照される²⁹⁾。実際には、原告が被った客観的な損害額の立証はほぼ不可能である。

一審では、①被告らのオンライン販売の販売総額を根拠とした被告が得た利益、②オフラインの販売代理店との約定による初年度販売ノルマと店舗数から導き出した被告の利益、③関係者証言による年間売上額、の三パターンの算出手法が採用されている。

控訴審においては、広州恵氏の財務資料が新たな証拠として提出された。そこで、一審の②オフラインの販売代理店との契約から導き出した被告の利益と広州恵氏の財務資料による算出の二択となっており、それらの額の差は6.5倍と相当な乖離があることに驚かされる。また、一審で参酌された①オンライン販売額と③関係者証言による算出方法は、控訴審では全く採用されていない。広州恵氏らは悪意が明白な侵害者であり裏帳簿の可能性は十二分に予測できるものの、広州恵氏の納税額等や同社主張の利益

率をそのまま採用している判断には疑問を投げたい。侵害品代金の受取口座は陳澤英のものであったことから、かかる口座を開示させることで資金の流れは確認できたと考えられるが、答弁段階で裁判所に証拠提出命令を求めることでより具体的な被害収入が明白になったとも考えられる。この点、中国における口頭審理（開廷）は多くて2回であり、ほぼ1回の短い開廷中に審理され、仮に新たな証拠を用いたとしても結論に変わりはないとの心証を得たことからの控訴審判決であったと思われる。但し、控訴審では、それぞれに侵害期間7.3年を乗じたこと、更に利益率について広州恵氏が提出した同業三者の利益率の平均28.23%が採用されたことから、一審法院の算出手法とはその前提が大きく異なっている。

仮に一審における③関係者証言が控訴審で採用された場合を考えると、年間売上額6,000万元前後 $\times 28.23\% \times 7.3\text{年} = 12,364.47\text{万元}$ （約22億円）と巨額の補填的賠償額となる。多くの公証認証による書証によりオンライン店舗販売における侵害額4,200万元が確実に証明できたのであれば、控訴審においてオンライン販売の証拠を採用すべきであり、この点で大いなる疑問が残った。

本件では、米国ワイス側のライセンス料は主張されなかったが、原告側のライセンス料により補填的賠償額を算出することも可能である。例えば、中国における著名商標「欧普 OPPL」事件³⁰⁾においては、原告の正規代理店の使用許諾契約における年間ロイヤリティである36.5万人民币を根拠としている。被告の侵害期間の1.75年を乗じ、かつ被害の甚大さを考慮し当該ロイヤリティの2倍を補填的賠償額として算出している。

(2) 利益率の特定

損害賠償請求において、対象商品の利益率の

算出根拠は極めて重要となる。一審では、同業としてボディケア用品の利益率(58.8~61.07%)から50%を導き出している。一方、控訴審では、広州恵氏が提出した訴外三社³¹⁾の乳幼児用品ケア事業等の平均利益率28.23%が算出根拠となり、より市場に近い後者が採用されている。このような利益率の立証は懲罰的賠償を請求する際には極めて重要であり、例えば、原告仏法人ルイヴィトンがニセモノのオンライン店舗等に向けて商標権侵害を訴えた事件においては、侵害品の公証購入等はなされており訴訟中に懲罰的賠償を主張したものの、裁判所は経済的損失等の算出根拠が示されていないとし懲罰的賠償を認めなかった³²⁾。一方で、例えば、小米(Xiaomi)が「小米生活」を商標や店舗名として主にオンライン販売を展開していた被告を訴えた事件³³⁾では、小型家電のGree(格力)、Midea(美的)の年度報告書における利益率の平均33.35%が一審及び控訴審で採用されている。懲罰的賠償を主張する場合には、裁判所に対して利益率の根拠を客観的に示す数字が必要であり、今後の訴訟戦略において重要な立証材料になるものと思われる。

(3) 懲罰的賠償の倍数

裁判所は、法に基づき懲罰的賠償の倍数を決定するにあたり、被告の主観的な過失の程度、侵害の重大性等を考慮しなければならない³⁴⁾。また、その倍数は商標法や不正競争防止法が定める法定倍数1~5倍の範囲内で算出されることとなるが、倍数は整数でないこともある³⁵⁾。

最高人民法院は、かかる倍数は侵害の情状の重大性と相対応しており、比例原則に従うとしている。つまり、情状が重大な場合には2倍、より重大な場合には3倍、特に重大な場合には4倍となり、「直接的故意、完全なる不法行為、期間や規模の程度が大きく損失又は利益も多大、証拠妨害」等の認定要件が全て揃えば情状

が極めて重大な5倍の懲罰的賠償が認定されることもある³⁶⁾。

Wyeth第二事件では、第一審の杭州中級法院も控訴審の浙江省高級人民法院も、懲罰的損害賠償の倍率について原告が請求した3倍を認定している。しかし、控訴審では一審の認定を承認しながらも、補填的賠償額を単純に3倍するのではなく、あくまでも補填的賠償と懲罰的賠償は分けて算出されるべきとし、一審判決の修正を行っている。即ち、最終的な損害賠償総額は、(補填的賠償+補填的賠償×3)、即ち補填的賠償の4倍となるとした。

ここで、一審と控訴審の懲罰的賠償の理解が異なるように、懲罰的賠償額の中に補填的賠償が含まれるか否かについては議論が分かれるようである。この点、司法解釈やガイドラインにも明確な規定はおかれていない。裁判においても懲罰的賠償としての倍数が言及される案件と商標法63条の条文に従い補填的賠償額を確定した上で a 倍の賠償を確定するとして懲罰的賠償の倍数を直接述べない案件に二分されている。例えば、「大自然」事件³⁷⁾では、懲罰的賠償の構成要件に該当するとして「懲罰的賠償を1倍とする」と決定している。つまり、結果は補填的賠償の2倍になるが、文言としては懲罰的賠償と補填的賠償の線引きを明確に行っている。同様に、「小米」事件³⁸⁾においても、一審において懲罰的賠償を2倍とし、控訴審で損害賠償額は補填的賠償の3倍と述べている点で(補填的賠償+補填的賠償× a)と判断している。

一方で、「五粮液」事件³⁹⁾では、懲罰的賠償の倍数を述べず、悪意性が明白であり情状の重大性により懲罰的賠償を適用するとして、被告利益の2倍に相応する損害賠償額を確定するとの表現を採用していることから、懲罰的賠償は1倍と見るべきであろう。同様に、「アディダス」事件⁴⁰⁾においても、経済的損失として補填的賠償額を定めた上で、その3倍の賠償額を

決定しており、正しい懲罰的賠償は2倍となるがかかる直接的な言及はない。

商標法においては、「確定した金額の1倍以上5倍以下で賠償金額を確定することができる。」と規定されていることから、Wyeth第二事件の控訴審の倍数の考え方を踏襲すれば、懲罰的賠償の最高額は補填的賠償の4倍、即ち(補填的賠償+補填的賠償×4)を限界値と捉えてよいと考えられる。

3. 4 「執行難」の問題

中国では、債務名義における給付請求権が完全実現されない状態を「執行難」と呼ぶ⁴¹⁾。最高人民法院は、全国人民代表大会常務委員会の会議において、効果的な判決の執行は、知的財産保護の終局的な効果を決定させることから、知的財産事件の判決の執行を強化すると公表している⁴²⁾。「執行難」を払拭し、執行強化の必要性が高い背景として、勝訴判決を得たとしても被告である中国企業が財産を隠匿・散逸する可能性が極めて高く、廃業により法人格を喪失している等、差し押さえるべき財産がなく空振りに終わる実効性の欠如がある。Wyeth第二事件も自然人二名を共同被告におき、その一名の口座が特定できている点で評価できるものの、懲罰的賠償の効果を生かすためには強制執行を念頭に据えた財産保全手続も有効に活用できたかもしれない。被告から確実に賠償金を回収するために保全手続を有効に活用した事例として、例えば、フィットネス器具ブランド「MOTR」商標権侵害事件⁴³⁾がある。本件については、3倍の懲罰的賠償が認められているが、民事訴訟が受理された後⁴⁴⁾に300万元の財産保全を請求し、訴訟中に被告の資産凍結を行っている⁴⁵⁾。勝訴判決の確定により、債務名義を速やかに執行させるためには極めて重要な実務であり、提訴前に被告財産の手がかりを掴み、資産の所在を確実にしておくこと、特にオンライン店舗販

売であれば売上回収口座の特定を行う等が検討に値する。

4. 関連事件

4. 1 Wyeth第一事件 (商標、商号、ドメインの差止請求訴訟)

2011年に、米国ワイス、ワイスニュートリション中国、上海ワイス、中国ワイス製薬の4社が原告となり、広州惠氏を被告とし、商標、商号及びドメインの差止め等⁴⁶⁾を広州市中級人民法院に提訴した先行事件である。2012年12月19日、広州市中級人民法院により、不正競争行為が認定され5万人民元の損害賠償が認められた⁴⁷⁾。しかし米国ワイスらはその他の請求の全てが棄却されたことを不服とし、広東省高級人民法院に控訴したが原審が維持された⁴⁸⁾。米国ワイスらは当該控訴審判決に不服とし、最高人民法院に再審を上告しながらも、並行して6件の登録商標に対して無効審判の審決取消訴訟の控訴審を係属させ、行政訴訟係属を理由として上告審の中止を求めた⁴⁹⁾。

並行して争われていた広州惠氏の登録商標の無効審判の審決が確定し、上告から6年半を経て、最高人民法院は米国ワイスの上告理由を全面的に認め、広州惠氏の「Wyeth」と「惠氏」を付した商品の製造及び販売の差止め、「惠氏」が含まれる企業名称の変更命令、wyethが含まれるドメイン名の停止、及び損害賠償額70万元、「人民日報」「新民晩報」への謝罪声明等が命じられた⁵⁰⁾。

かかる第一事件の最高人民法院の審理係属中に、本稿のWyeth第二事件が提起されている。

4. 2 広州惠氏への行政訴訟

第一事件及び第二事件を通じ、米国ワイスを苦しめたのは、2001年出願に係る6件の商標権の存在であった。

第 1816489 号
申请日期 2001 年 5 月 29 日
商 标

惠 氏



使用商品 浴液；洗衣用淀粉；织物柔软剂（洗衣用）；
洗发液；化妆品；去渍剂；擦鞋膏；护发
素；口红；带香味的水

申 请 人 中山市东风镇物博购销部
地 址 广东中山市东风镇兴华中路

第 1811793 号
申请日期 2001 年 5 月 29 日
商 标

Wyeth



使用商品 浴液；洗衣用淀粉；织物柔软剂（洗衣用）；
洗发液；化妆品；去渍剂；擦鞋膏；护发
素；口红；带香味的水

申 请 人 中山市东风镇物博购销部
地 址 广东中山市东风镇兴华中路

图 3 一部の係争商標の出願公告

広州惠氏は、2011年に移転により商標権を取得しており、商標権の有効性については多くの審判及び訴訟が繰り広げられた。これら冒認登録の指定商品は、化粧品やベビーパウダーの3類、哺乳瓶の10類、紙製おむつの16類⁵¹⁾であり、米国ワイスは2002年に乳幼児粉乳等の先行登録商標を理由に異議申立、2006年に旧商標法下での異議決定に対する不服審判を請求したが異議は認められなかった⁵²⁾。

その後、米国ワイスは2011年に無効審判を請求したが、旧商標評審委員会は馳名商標による無効理由については異議の結論を維持しつつ、広州惠氏の先の権利者である盧国基が他にも30件近くの冒認出願をしていたこと等から、「不正の手段により抜け駆けて取得した登録」（商

第 561819 号
申请日期 1990 年 8 月 7 日



惠 氏

使用商品 医用药物，婴儿食品
申 请 人 美国家庭用品公司
AMERICAN HOME PRODUCTS CO-
RPORATION

地 址 美国

注册号 154650

WYETH

使用商品 药膏、药剂、婴儿及病弱者食品
企业名称 美国 美国家庭产品公司
AMERICAN HOME PRODUCTS
CORPORATION

专用期限 自1982年2月27日至1992年2月26日止

图 4 一部の引用商標（米国ワイスの商標権の出願公告）

標法44条1項)ではなく、「社会主義の道德、風習を害し、又はその他の不良な影響を及ぼす」（同10条1項8号）として無効が認められた。この審決に不服とした広州惠氏は、審決取消訴訟を提起したところ、北京市第一中級人民法院は「不良な影響」の適用については、社会公共の利益及び公共の秩序について負の影響を生じさせる公益的理由であり、米国ワイスが主張する先の権利者盧国基の悪意性や誠実信用原則、大量の冒認出願行為に適用されるものではなく、無効審決を取り消す旨の判決を下した。商標評審委員会と米国ワイスは、一審判決に不服として控訴したところ、北京市高級人民法院は無効審判の段階で「不正の手段により抜け駆けて取得した登録」（同41条1項）を米国ワイス

が主張していたにも拘わらず、審判では審理されなかった錯誤を指摘し評審委員会に対して再度の審理を行うよう差戻しを命令した⁵³⁾。かかる差戻しにより、広州恵氏の6件の登録商標については不正手段による抜け駆け登録による無効理由が成立し新たな審決が下された⁵⁴⁾。広州恵氏は、審決の違法性等を理由として二審まで争ったが、米国ワイス側勝訴の判断が覆ることはなく、2018年に北京市高级人民法院による控訴審判決が下され全ての登録についての無効が成立した⁵⁵⁾。

4. 3 「恵氏小獅子」にかかる審判等

Wyeth第二事件では、更に広州徳創投資有限公司名義で登録された商標「恵氏小獅子」、

「」（色彩あり）⁵⁶⁾ に

ついて、広州恵氏が中国大陸の販売権を得ていると主張していた⁵⁷⁾。

CNIPAの審査段階では、「恵氏小獅子」の出願について米国ワイスの先行商標「恵氏」が引用されておらず、米国ワイスは登録後に無効審判を請求した。審決において、CNIPAは、商標権者は米国ワイスの「Wyeth」の状況を知り得たはずであること、「Wyeth」と「恵氏」の対応関係は独創的であり高い顕著性を有すること、本件商標権者は、3類、5類、10類、16類、21類と多くの区分に「Wyeth baby」「恵氏小獅子」「wgefth baby」等の米国ワイスの商標と類似する商標登録出願を行ったことは他人の商標を複製、模倣する故意が明白で正当化されるものではないこと、かかる悪意の登録は関連する公衆に誤認混同を生じさせるのみならず、商標登録の正常な秩序を錯乱し、市場の公正な競争秩序を損なう行為であること等を理由として「不正の手段により抜け駆けて取得した登録」（44条1項）であると判断し、登録無効と判断された⁵⁸⁾。しかし、一部の係争はまだ係属して

いる模様である。

5. おわりに

著名ブランドの主要業務とは異なる周辺商品を狙った商標や、商標の構成中に他人の著名商標を埋め込む商標を「ニセモノ商標権」と名付けよう。2019年改正商標法では、侵害行為の厳罰化と共に使用を目的としない悪意の大量出願対策が図られたが、使用を目的とする商標はその対象外となっており（商標法4条）、「ニセモノ商標権」の根絶は難しい。

本稿でも取り上げた「欧普OPPLE」事件⁵⁹⁾、「小米」事件⁶⁰⁾及び「大自然」事件⁶¹⁾は、いずれもWyeth事件と同じく「ニセモノ商標権」が強力な支配力を持ち、組織的な侵害行為が繰り広げられたケースである。「ニセモノ商標権」を印籠にフランチャイズ店を募り、オンライン店舗を開設させ、その販売網を巧みに拡大させる手法は中国において常套化しており、コロナ禍によるデジタル化の加速と相まって問題を更に深刻なものとしている。当然に侵害の放置はブランドの社会的評価や信用の失墜につながることから侵害対応を余儀なくされるが、一瞬で拡大された販売網の根絶に、真の権利者の時間的かつ経済的負担は大きくのしかかる。

Wyeth事件は、乳幼児用調整粉乳の消費者に近づいた大規模な侵害行為であったが、有効な6件の「ニセモノ商標権」が存在したことが事件を長期化させた。2002年の異議申立を皮切りに、約20年の長きに亘る紛争であり、根幹の商標権は無効となったが、周辺の商標権はまだ存在しており、これからも係争は続いていくと思われる。第一事件では侵害の差止執行を中止しながら、「ニセモノ商標権」の無効確定を待ち続け、約7年間に及ぶ損害行為を根拠に第二事件で懲罰的賠償を勝ち取ったが、補填的賠償額の算出等についてはどの手法を採用してもその根拠が希薄であることを感じさせる事件でも

あった。膨大な知財訴訟が存在し、審理を長期化することはできない中国の司法実務の弱点は理解できるものの、補填的賠償額が懲罰的賠償の基礎となり、法律上は補填的賠償の5倍の損害賠償も適法であることから緻密な検討が望まれる。

ところで、日本では、侵害者に制裁を加えることを目的とする懲罰的賠償制度については否定的な意見が多く出され、早期の制度化に向けた検討を進めることには慎重であるべきだと考えられている⁶²⁾。確かに、日本では商標権侵害が発覚しても警告による和解がほとんどであり、多額の賠償が伴うことは稀である。かかる風潮から日本企業が中国で民事訴訟を提起する場合も、損害賠償は法定賠償に止まることが一般的である。

しかし、中国の民事訴訟には企業調査、証拠収集及びその公証作業に費用を要すること、相手方からの管轄異議の申立は通常の実務となっていること、控訴や上告を想定する必要があること等から訴訟費用は驚くほどに高額となり、企業の訴訟担当者の時間的負担は計り知れない。

そこで、悪質な侵害行為者が得た利益を確実に回収し、更なる侵害の助長を防止するためにも、また権利者として持ち出した費用を相殺するためにも懲罰的賠償の請求は最後のカードとなり得るかもしれない。その被害の程度により、中国式の正しい法執行を求めていくべきであり、懲罰的賠償制度は中国本土の需要に合致している。一方で、懲罰的賠償の採否は原告側の事実立証によることから、証拠収集により基礎となる補填的賠償額を明らかにすること、更に悪意性や侵害放置による深刻な実情を客観的に立証し主張していくこと、被告財産の手がかりを明らかにし必要な範囲で保全申請を行うこと等が求められる。Wyeth第二事件は、かかる意味で訴訟戦略に用いることのできる示唆に富む事件といえよう。

注 記

- 1) Wyeth LLC & Wyeth (H.K.) Limited v. Wyeth (China) Limited [2012] HCA 7/2010 (C.F.I.)
香港におけるパッシングオフ事件であるが、被告はWyeth第二事件の管曉坤が代表取締役である香港法人であり、米国ワイスらの青と金のトレードドレス、配色、ライオンのロゴがそっくりそのままコピーされていることからパッシングオフが認定された。同事件で、商標「Wyeth」の由来は、米国ワイスの創業者の姓による、と述べられている。
- 2) わが国における粉ミルクは「Wyeth」から「アイクレオ」の名で展開されており、製造を除くすべてニュートリション事業は江崎グリコに売却されている。
- 3) 中国における商標「Wyeth」は「惠氏」と中国語翻訳され、最も古い商標登録出願は旧商標法下の1979年に遡る。既に40年以上の長きに亘り中国で愛されて続けてきた粉ミルクへの信頼は厚く、現在も「惠氏」は突出したブランド力を誇っている。
- 4) 最小判平成9年7月11日・平成5(オ)1762, 最小判令和3年5月25日・令和2(受)170
- 5) 法積〔2021〕4号
- 6) 登録第1816489号「惠氏」(3類), 登録第1811793号「Wyeth」(3類), 登録第1793492号「惠氏」(10類), 登録第1774094号「Wyeth」(10類), 登録第1785801号「惠氏」(16類), 登録1780900号「Wyeth」(16類)が冒認登録されており、2011年より無効審判に係属し、一審では米国ワイス側が敗訴したが、2018年3月30日及び同年5月10日に北京市高級人民法院による控訴審判決が下され全ての登録についての無効が成立した。
- 7) (2018)行73行初5818号において、米国ワイスの5類の商標「惠氏」(561819号, 5641776号)は既に公衆に広く熟知されており、馳名の程度に達していると判断されている。
- 8) 商標法64条2項 登録商標にかかる商標権の侵害品であることを知らずに販売したときは、当該商品を合法的に取得したことを証明でき、かつ提供者について説明できる場合に限り、損害賠償の責を負わない。
- 9) 二人以上が共同で侵害行為を実施し、他人に損害を生じさせたときは連帯して責任を負う。(民

- 法典1168条)
- 10) 管育鷹「知的財産権侵害の懲罰的賠償の適用問題」42頁「令和2年度知的財産に関する日中共同研究報告書」(一般財団法人知的財産研究教育財団, 2021)
 - 11) 前掲注10) 18頁
 - 12) 「知的財産権侵害及び不正競争事件における損害賠償額の確定についての指導意見及び法定賠償の判断基準」といい, 著作権法・商標法・特許法・不正競争法等の知的財産権法一般の基準であり, 全8章全109条項から構成されている。
 - 13) 2020年11月18日深セン中級人民法院は, 「知的財産権侵害にかかる民事訴訟で適用される懲罰的賠償についての指導意見(試行)」を公布している。
 - 14) 2020年10月23日公表 天津市高級人民法院の「知的財産権侵害事件における懲罰的補償の適用に関する天津高級法院司法委員会の議事録」の公布にかかる通知(津高発〔2020〕226号)
 - 15) 前掲注5) なお, 「司法解釈」とは, 中国立法機関である全国人民代表大会により認められた最高人民法院に付与される権限であり, 最高人民法院が下級法院の裁判における法律, 法令の具体的な適用に関する問題に対する解釈であり, 一つの準法律として法的拘束力があると捉えられている。
 - 16) 前掲注12) 1.13には, 「“悪意”とは一般的に, 直接的故意をいう」と規定される。
 - 17) 2020年11月24日判決(2019)最高法知民終562号「“卡波”営業秘密不正競争事件」を担当した徐卓斌判事
 - 18) 最高人民法院判事 徐卓斌「最高人民法院における懲罰的賠償の最初の事案－営業秘密“卡波”事件の合議体の詳述－」2021年3月1日
(<https://mp.weixin.qq.com/s/QGRItD5SxliOqNUNIDHmVQ>, 2021年11月6日最終閲覧)
 - 19) 前掲注13) 6条参照
 - 20) 前掲注18)
 - 21) 司法解釈3条1項
 - 22) 司法解釈3条2項
 - 23) 司法解釈4条1項
 - 24) 「北京ガイドライン」1.16(1)「完全に侵害を生業としていること」とある。
 - 25) 前掲注24) 1.16(5)「同時に食品, 薬品, 医療, 衛生, 環境保護等の法律法規にも違反しており, 人身の安全に危害を与え, 環境資源を破壊し, 又は公共の利益に重大な侵害を生じさせること」とある。
 - 26) 司法解釈4条2項
 - 27) 前掲注11)
 - 28) 司法解釈2条1項 なお, 同2項には, 一審での口頭弁論終了前に原告が懲罰的賠償の請求を増額した場合, 人民法院はその請求を認めなければならないと規定されている。
 - 29) 司法解釈5条
 - 30) 2020年4月22日判決(2019)粵民再147号「欧普」事件上告審(広東省高級人民法院)下級審である一審及び控訴審においては, 共に非侵害と判断されたが, 上告審においては, 被告がオフラインの大手小売店舗(Walmart等)や大手プラットフォームのオンライン店舗(Tmall, Taobao, JD等)等で「欧普特」を同じ照明機械器具に使用した行為について, かつての品質劣悪を理由とした行政処罰書等における悪意性等も勘案されて三倍賠償が認定されている。補填的賠償(36.5万人民币元×2倍×1.75年)を三倍した額が請求額300万元(約5,360万円)を超えていることから, 原告の請求額全額が認容された。
 - 31) 25.77%(愛嬰室Bebemax), 28.96%(青蛙王子), 29.95%(孩子王Kidswant)
 - 32) 2021年8月31日判決(2020)粵0111民初32200~32202号「LOUISVUITTON」事件(広東省広州市白雲区人民法院)3事件共に侵害が認められたが, 同一被告同一行為に対して3件の登録商標「」「」「」(モノグラム柄, LVモノグラム, ダミエ柄)にかかる各商標権で3件の訴訟を提起している点が興味深い。併合審理はなされておらず, それぞれに損害賠償は認められている。なお, 本件は一審であり, 控訴の有無は確認できていない。
 - 33) 2019年12月31日判決(2019)蘇民終1316号「小米生活」事件(江蘇省高級人民法院)馳名商標「小米」の信用や市場における影響力を低下させたとして, 家電製品等について「小米生活」等を使用した被告4社に対して侵害の差止と共に損害賠償を提起した事件。冒認にかかる「小米生活」の無効が裁判で確認された以降も侵害を継続し, オンライン店舗数も商品の種類も多く, その規模は大きく, かつその品質も市場監督管理局で

不合格品を出している等の問題から懲罰的賠償が認定され、請求額の5,000万元（約9億円）全額が認められた。

- 34) 司法解釈第6条1項
- 35) 北京ガイドライン1.19参照
- 36) 前掲注18)
- 37) 2021年2月5日判決（2020）蘇05民初60号「大自然」事件、フロアリング等床材製品の著名ブランド「大自然」と類似する商標「大自然〇〇」を大量に出願し、かかる出願商標が「大自然」と類似することを知りながらも、行政訴訟中も侵害品のフランチャイズ店舗を増やし続け、かつ判決後には責任回避のために法定代表を別の人物に変更したこと等に明白な故意を有することから、懲罰的損害賠償の対象と判断され、原告の請求額である1,500万元（約2.7億円）の損害賠償請求が全面的に支持された。
- 38) 前掲注33)
- 39) 一審判決（判決日不明）（2019）浙8601民初1364号 杭州鐵路運輸法院、及び2020年10月9日控訴審判決（2020）浙01民終5872号 浙江省杭州市中級人民法院 中国を代表する銘酒「五糧液」の偽造品を製造販売していた被告らはかつて行政処罰や有期懲役等の刑事処罰を受けていたにも拘わらず、商標権侵害を継続した行為が考慮された事件。
- 40) 2020年7月23日（2020）浙03民終161号 商標「Adidas」を付したスニーカーを販売し、過去3年間で3度の行政処罰を受けた自然人二名を被告として原告ドイツ法人Adidas AGが懲罰的賠償を求めた事件。一審では懲罰的賠償が認められず20万元のみの賠償額であったが、控訴審では懲罰性が肯定され103万人民元（約1,850万円）が認められた。なお、両被告は浙江省高級人民法院へ再審を請求したが、Adidas側との和解が成立している（2021年1月18日（2020）浙民申4878号）。
- 41) 史明洲「中国における強制執行手続の輪郭」1191頁、『一橋法学』（一橋大学大学院法学研究科）第15巻第3号（2016）
- 42) 2021年10月21日第13届全国人民代表大会常務委員会第31次会議において最高人民法院院長周強による「最高人民法院の裁判所における知的財産権の裁判状況についての報告」参照
- 43) 2019年9月6日判決（2018）滬0115民初53351号

「MOTR」事件 米国フィットネス器具「MOTR」の模倣品を販売する被告は、既に2011年にスペイン輸出商品について原告より警告を受けており既に和解合意が締結されている背景があった。その後も同様の侵害行為を継続した行為は同義的に許されないこと、2016年の販売総額は800万人民元で市場規模が大きく広範囲であること、侵害品の接合不良等の品質問題が存在すること等、明白な故意と市場への負の影響が大きいためとして懲罰的賠償が認められ、原告の請求額300万元（約5,360万円）の損害賠償請求が全面的に支持された。本件は上海で初の懲罰的賠償が認められた事件である。

- 44) 中国の民事訴訟においては、被告が裁判所の管轄異議の申立てを行うことが恒常化している。「MOTR」事件では、裁判所が案件を受理した後に被告側の管轄異議申立及びその決定の控訴を経て、執行機関となる管轄裁判所に被告財産の保全申請を行っている。
- 45) 2018年10月29日（2018）滬0115民初53351号之一（300万人民元の資産凍結等の決定）及び2019年10月25日（2018）滬0115民初53351号之二（前保全の解除）これら公開された財産保全の裁定及び解除のみでは、債務名義における給付請求権の全額回収が実現されたか、強制執行手続が終了し、MOTR事件が既済として処理されたかを知る術はない。
- 46) 2012年12月19日判決（2011）穗中法民三初字第760号 アメリカワイスラ四社からの請求として、
 - 1, 商標「Wyeth」「惠氏」と同一又は類似の商標の使用停止、展示や宣伝、他人への使用許諾の停止
 - 2, Wyethの屋号と同一又は類似の企業名称の停止と14日以内の抹消
 - 3, wyeth-baby.com, wyeth-baby.com.cn及びwyeth-baby.cn並びにその他Wyethや惠氏を含むドメインの使用の停止と原告への無償移転
 - 4, 原告らの商標にかかる権益と誤認混同を生じさせ損害を生じさせる全ての商標や商号の使用停止
 - 5, 侵害商標を含むすべての製品、ラベル、包装、販促物、広告、スタンド、看板、文房具等の廃棄
 - 6, 市場に流通している侵害商標を含む全ての商品及びそのパッケージの回収及び廃棄
 - 7, 人民日報、人民日報海外版、新民晚報への謝罪文掲載と侵害による影響排除
 - 8, 50万人民元の賠償
 - 9, 弁護士費用・調査費用等訴訟

- に要した合理的費用40万人民元の負担 10, 全ての訴訟費用の負担, を請求した。
- 47) 2012年12月19日判決 (2011) 穗中法民三初字第760号
- 48) 2013年8月6日判決 (2013) 粵高法民三終字第218号
- 49) 2014年12月1日裁定 (2014) 民申字第1035号
- 50) 2020年3月9日判決 (2016) 最高法民再85号
- 51) 本件は2001年の出願でありニース国際分類第8版が採用されており, 当時の乳幼児用おむつは16類に分類されている。現行分類は5類に移行している。
- 52) 2006商標異字第02004号, 商評字(2009) 第22452号等 異議申立においては商品の効能, 用途等が完全に異なり, 非類似商品であることや, 広州恵氏が中国やその他の国における登録証, 商品の広告宣伝, 販売資料等を証拠として提出したことから不正な競争を構成せず, 異議理由は成立しないと判断された。
- 53) 2014年12月18日 (2014) 高行(知) 終字第3673号等
- 54) 商評字〔2013〕63599号重審469号, 63600号重審460号等
- 55) 2018年3月30日 (2017) 京行終870号, 871号等
- 56) 指定商品は, 化粧品 (3類), 乳児用粉ミルク・薬剤 (5類), 哺乳瓶 (10類), ごみ箱 (21類) に及ぶ。
- 57) 広州恵氏の侵害品は, 同携網で確認できる。
(http://www.tbw-xie.com/px_50014259/
- 24711928394.html, 2021年11月12日最終閲覧)
- 58) 商評字〔2021〕第0000031668号等
- 59) 前掲注30)
- 60) 前掲注33)
- 61) 前掲注37)
- 62) 2020年12月24日 産業構造審議会知的財産分科会特許制度小委員会「ウィズコロナ／ポストコロナ時代における特許制度の在り方」
具体的な意見としては, 近時の裁判例 (知財高裁令和元年6月7日 平成30年(ネ)第10063号) のように実施料相当額の算定に当たり相場の倍額の賠償額が認められることが定着するのであれば, あえて, 懲罰的賠償制度を導入する必要性はないという意見, 日本では悪質性の高い侵害が多い状況ではないのではないかという意見, 生命侵害の場合でも懲罰的賠償が認められない中で特許権侵害の場合に懲罰的賠償を認めることは困難ではないかという意見, 仮に日本で懲罰的賠償制度を導入すれば, 海外の高額な懲罰的賠償の判決を日本で執行しなければならなくなる可能性があることについて危惧する意見, なぜ, どこまで制裁を加えるのか, 侵害態様の悪性をどのように特定するのか, 過剰な制裁とならないような歯止めをどのように設定するかなど, 制度設計上の困難さを指摘する意見が出された。

(原稿受領日 2021年11月14日)