

最高人民法院による

「不正競争防止法の適用に関する若干問題の解釈」の公布

遠藤 誠¹

I はじめに

2022年3月17日、最高人民法院は、「不正競争防止法の適用に関する若干問題の解釈」（法釈〔2022〕9号）（以下「本解釈」という）を公布した（施行日は、2022年3月20日）²。本解釈は、不正競争行為による民事事件を適切に審理するために、「民法典」、「不正競争防止法」、「民事訴訟法」等の法律に基づき、裁判実務の実践を結合して策定されたものである。

全29条からなる本解釈は、2018年1月と2019年4月に改正された「不正競争防止法」（中国語では「反不正当竞争法」。以下「不競法」という）に基づいて、不競法2条の「不正競争行為」、模倣行為、偽造と混同、虚偽の宣伝、インターネットを利用した不正競争行為等について、より具体的な解釈を示す規定を設けている。

なお、最高人民法院により2007年に公布・施行された「不正競争の民事事件の審理における法律適用の若干問題についての解釈」（法釈〔2007〕2号）があったが、これは本解釈の施行と同時に廃止された。

本稿では、本解釈のとくに知的財産権に関わる部分、具体的には、一般条項（不競法2条）、混同惹起行為（不競法6条）、虚偽宣伝行為（不競法8条）、信用毀損行為（不競法11条）、インターネットを利用した不正競争行為（不競法12条）、損害賠償（不競法17条）及び管轄に関する重要な条項について解説するとともに、実務上の留意点についても述べることにしたい。本稿の最後に、本解釈の和訳を掲載するので、参考にさせていただけると幸いである。

II 本解釈の内容

1 不競法2条³の位置付け及び適用条件に対する解釈

¹ えんどう まこと、弁護士・博士（法学）、BLJ法律事務所（<https://www.bizlawjapan.com/>）代表。

² <https://www.court.gov.cn/fabu-xiangqing-351291.html>

³ 不競法2条の和訳：「事業者は、生産・経営活動において、自由意思、平等、公平、信義誠実の原則を遵守し、法律及び商業道徳を遵守しなければならない。

本法において不正競争行為とは、事業者が生産・経営活動において、本法の規定に違反し、

不競法 2 条は、一般条項として、人民法院が新しい類型の不正競争行為に対する判断をする際の主な根拠規定であり、公正な競争市場の維持のためにも大きな役割がある。

本解釈 1 条によれば、事業者が市場競争秩序を混乱させ、その他の事業者又は消費者の合法的權益を害し、且つ、不競法第二章（不正競争行為）及び特許法・商標法・著作権法等の適用から除外される場合、人民法院は、不競法 2 条（一般条項）を適用して判断することができる。これにより、一般条項たる不競法 2 条の適用は、不競法第二章（不正競争行為）及び特許法・商標法・著作権法等の具体的規定が適用されない場合における「受け皿条項」としての位置づけが明確となった。

人民法院が不競法 2 条の一般条項を用いて市場における競争が正当であるか否かを判断するとき、商業道徳に対する違反行為であるかどうかが必要となる。そこで、本解釈 3 条 1 項は、特定のビジネス分野で一般的に遵守され、認められている行動規範は、不競法 2 条 1 項にいう「商業道徳」として認定できるものと規定した。また、本解釈 3 条 2 項によると、「商業道徳」に違反するか否かの認定にあたって、人民法院は、事件の具体的な状況に応じて、業界規則又は商慣習、事業者の主観的状态、取引の相手方の意思、消費者の權益、市場の競争秩序、社会公共の利益に与える影響等の要素を総合的に考慮し、法に基づき商業道徳に違反しているか否かを判断しなければならないものと規定した。

2 「混同惹起行為」（不競法 6 条⁴）に関する規定

本解釈の 4 条から 15 条までは、不競法 6 条に関するより詳細な解釈となっており、3 つの側面から規定されている。以下、主な条文について紹介する。

第一に、本解釈 4 条は、不競法 6 条にいう「一定の影響がある」要件の意味とその判断方法を明確にしている。まず、一定の市場での知名度があり、且つ、商品の出所を区別する顕著な特徴のある標章について、人民法院は、不競法 6 条にいう「一定の影響がある」標章であると認定することができる（4 条 1 項）。また、「一定の市場での知名度」を認定する場合、中国域内の関連公衆における周知の程度、商品販売の期間、地域、金額及び対象、宣伝の継続期間、程度及び地域範囲、標章が保護を受けた状況等の要素を総合的に考慮しな

市場の競争秩序を攪乱し、その他の事業者又は消費者の合法的權益を害する行為をいう。

本法において事業者とは、商品の生産、経営或いは労務の提供（以下「商品」という場合は労務を含む）に従事する自然人、法人及び非法人組織をいう。」

https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20171104-1.pdf

⁴ 不競法 6 条の和訳：「事業者は、次の各号に掲げる混同行為を実施し、他人の商品である又は他人と特定の関連性があるとの誤認を関連公衆に生じさせてはならない。

(1) 他人の一定の影響のある商品の名称、包装、装飾等と同一又は類似した標識を無断で使用すること。(2) 他人の一定の影響のある企業名称（略称、屋号等を含む）、社会組織名称（略称等を含む）、氏名（ペンネーム、芸名、訳名等を含む）を無断で使用すること。(3) 他人の一定の影響のあるドメイン名の主体部分、ウェブサイト名称、ウェブページ等を無断で使用すること。(4) 他人の商品である、又は他人と特定の関連性があるとの誤認を生じさせるその他の混同行為。」

https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20171104-1.pdf

ればならない（4条2項）。とくに、中国域内の関連公衆における周知の程度を考慮すべきという点が注目される。さらに、本解釈5条は、前記の「商品の出所を区別する顕著な特徴のある」に関して、商品の出所を区別する顕著な特徴がない状況として、「商品の通用の名称、図形、型番」、「商品の品質、主要な原料、機能、用途、重量、数量その他の特徴を直接示すにすぎない標章」等を列挙している。本解釈の13条は、不競法6条4項にいう「他人と特定の関連性があるとの誤認を生じさせるその他の混同行為」に該当する行為として、「他人の登録商標、未登録の馳名商標を企業名称における屋号として使用し、公衆を誤認させること」等を挙げている。

第二に、本解釈第7条によれば、不競法6条にいう「標章」又はその顕著な職別部分が商標法10条1項に規定する標章として使用してはならないものに該当する場合、当事者の不競法6条の規定による保護を求める請求につき、人民法院は支持しない。つまり、商標法が使用を禁止している標章は、不競法でも保護されないことを明確にしている。

第三に、本解釈9条及び11条は、不競法6条2号にいう「企業名称」等の範囲について明確化した。

3 「虚偽宣伝行為」（不競法8条⁵）に関する規定

中国における模倣品業者は、知的財産権侵害行為を行うだけでなく、虚偽宣伝行為を行っているケースが少なくない。

本解釈16～18条は、虚偽宣伝行為についての不競法8条をより明確化したものである。

とくに、本解釈17条は、不競法8条1項の「関連公衆に誤解を生じさせる商業宣伝」に該当するケースとして、①商品に対し、一方的な宣伝または対比を行うこと、②科学的結論が出ていない観点・現象等を、結論が出ている事実として商品宣伝に用いること、③曖昧な言語を使用して商業宣伝を行うこと等を列挙している。そして、人民法院は、日常生活の経験、関連公衆の一般的な注意力、誤解が生じた事実及び宣伝対象の実際状況等の要素に基づき、人に誤解を招いた商業宣伝行為に対し認定を行うべきものとしている。

虚偽宣伝行為により損害を被ったことを理由に損害賠償請求しようとする者は、虚偽または人に誤解を招く商業宣伝行為により自身が損害を被ったことを証明しなければならない（18条）。

4 「信用毀損行為」（不競法11条⁶）に関する規定

⁵ 不競法8条の和訳：「事業者は、その商品の性能、機能、品質、販売状況、ユーザーの評価、受賞歴等を偽り、又は関連公衆に誤解を生じさせる商業宣伝を行い、消費者を欺き、誤った方向に導いてはならない。」

事業者は、偽の取引を企てる等の方法により、その他の事業者が虚偽の、又は関連公衆に誤解を生じさせる商業宣伝を行うことを幫助してはならない。」

https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20171104-1.pdf

⁶ 不競法11条の和訳：「事業者は虚偽情報又は誤導的情報を捏造、流布し、競争相手の名誉或いは商品信用を侵害してはならない。」

中国における模倣品業者は、知的財産権侵害行為を行うだけでなく、信用毀損行為を行っているケースも少なくない。

本解釈 19～20 条は、信用毀損行為についての不競法 11 条をより明確化したものである。

商業的中傷行為を実施されたと主張する事業者は、自身が商業的中傷行為の特定損害対象であることを証明しなければならない（19 条）。

本解釈 20 条は、「他人の捏造した虚偽情報または誤解を招く情報を伝播し、競争相手の商業的信用、商品の名声を損なう行為」も、不競法 11 条の信用毀損行為に該当することを明確化した。

5 「インターネットを利用した不正競争行為」（不競法 12 条⁷）に関する規定

本解釈 21 条・22 条は、2017 年改正により新設された不競法 12 条をより明確化したものである。

本解釈 21 条によれば、他の事業者やユーザーの同意を得ずに特定のページに移動させる行為につき、人民法院は、不競法 12 条 2 項 1 号にいう「強制的に特定のページに移動」に該当するものと判断する。また、リンクを貼ったことにより、特定のページへの移動がユーザーによって引き起こされる場合、人民法院は、リンクの付け方に対して、合理的正当性の有無、ユーザーの利益及び他の事業者の利益への影響を考慮した上で、当該行為が不競法 12 条 2 項第 1 号の規定に違反するかどうかを判断する。

本解釈 22 条によれば、事業者が、事前に明確な提示をせずかつユーザーの同意を経ずに、誤導、詐欺、脅迫により、ユーザーに修正、クローズ、アンインストール等をさせる方式をもって、他の事業者が合法的に提供するネットワークの製品又はサービスを悪意で妨害又は破壊した場合、人民法院は、不競法 12 条 2 項 2 号に該当すると認定する。

6 「損害賠償」（不競法 17 条⁸）に関する規定

https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20171104-1.pdf

⁷ 不競法 12 条の和訳：「事業者は、ネットワークを利用して生産・経営活動に従事するにあたり、本法の各条項を遵守しなければならない。

事業者は、技術的手段を利用し、ユーザーの選択に影響を与え、又はその他の方法により、次の各号に掲げる、他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスの正常な運用を妨げたり、破壊したりする行為を実施してはならない。

(1) 他の事業者の同意を得ずに、当該事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスにおいて、リンクを挿入し、強制的に特定のページに遷移させる。

(2) 他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスを修正、クローズ、アンインストールするようユーザーを誤った方向に導き、欺き、強迫する。

(3) 悪意をもって他の事業者の合法的に提供するネットワーク製品又はサービスが互換性を持たないようにする。

(4) 他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品又はサービスの正常な運用を妨害、破壊するその他行為。」

https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20171104-1.pdf

⁸ 不競法 17 条の和訳：「事業者は、本法の規定に違反し、他人に損害を与えた場合、法により

本解釈 23～24 条は、損害賠償についての不競法 17 条をより明確化したものである。

不競法 17 条 4 項は、事業者が 6 条（混同惹起行為）及び 9 条（営業秘密侵害行為）の定め違反し、権利者が権利侵害されたことにより被った実際の損失、権利侵害者が権利侵害したことにより取得した利益の確定が難しい場合、人民法院は、権利侵害行為の状況に基づき、権利者に 500 万元以下の賠償を行うよう判決すべきものとしている。他方、不競法 2 条（一般条項）、8 条（虚偽宣伝行為）、11 条（信用毀損行為）、12 条（インターネットを利用した不正競争行為）の定め違反した場合については、そのような規定は無かった。そこで、本解釈 23 条は、これらの場合についても、混同行為や営業秘密侵害行為の場合と同様に、権利者が権利侵害により被った実際の損失、権利侵害者が権利侵害により獲得した利益の確定が難しい場合、人民法院は、権利侵害行為の状況に基づき、権利者に 500 万元以下の賠償を行うよう判決すべきことを明確化した。

また、不競法違反行為の事案においては、しばしば、著作権、特許権または登録商標専用権等の侵害行為も行われる。しかし、このような事案の場合に、二重の損害賠償請求が認められるとすることは不合理である。そこで、本解釈 24 条は、「同一の権利侵害者が、同一の主体に対し同一の時間及び地域範囲において実施した権利侵害行為について、人民法院が既に著作権、特許権または登録商標専用権等の侵害を認定し、かつ民事責任を負うよう命じ、また当事者が当該行為は不正競争を構成することを理由に、同一権利侵害者に民事責任を負担するよう求めた場合、人民法院はこれを支持しない」ことを明確化した。

7 「管轄」に関する規定

本解釈 26～27 条は、不正競争行為紛争の管轄をより明確化したものである。

本解釈 26 条によると、不正競争行為により起こされた民事訴訟は、権利侵害地または被告住所地の人民法院が管轄する。但し、当事者が、ネットワーク購入者により任意選択できる商品受領地のみを権利侵害行為地とすると主張しても、人民法院はこれを支持しない。

より重要であるのは、国際的な不正競争行為紛争の管轄である。この点、本解釈 27 条は、「被訴不正競争行為が中華人民共和国の領域外で発生したが、権利侵害結果が中華人民共和国の領域内で発生し、当事者が当該権利侵害の結果の発生地 of 人民法院が管轄すること

民事責任を負わなければならない。

事業者は、その合法的な権益が不正競争行為により損失を受けた場合、人民法院に訴えを提起することができる。

不正競争行為により損害を被った事業者の賠償金額は、それが権利侵害されたことにより被った実際の損失に基づいて確定する。実際損失の計算が難しい場合、権利侵害者が権利侵害により取得した利益に基づいて確定する。事業者が悪意をもって営業秘密を侵害する行為を実施し、情状が重大である場合、上述した方法に基づいて定めた金額の 1 倍以上 5 倍以下にて賠償額を確定することができる。賠償金額は、事業者が権利侵害行為を制止するために支払った合理的な支出を含むものとする。

事業者は、本法第 6 条、第 9 条の定め違反し、権利者が権利侵害されたことにより被った実際の損失、権利侵害者が権利侵害したことにより取得した利益の確定が難しい場合、人民法院は、権利侵害行為の状況に基づき、権利者に 500 万元以下の賠償を行うよう判決する。」

を主張する場合、人民法院はこれを支持する」ことを規定した。この規定によれば、例えば、インターネットを利用した不正競争行為が中国国外で行われたが、中国にいる事業者等が損害を被った場合、当該事業者等は、中国の人民法院に提訴することができることになる。

Ⅲ 実務上の留意点

以上の本解釈に関する検討からすると、日本企業としては、実務上、以下の点に留意する必要がある。

1 不競法 2 条は一般条項として主張できることを認識すべき

前述したとおり、本解釈 1 条によると、不競法第二章（不正競争行為）及び特許法・商標法・著作権法等の具体的規定が適用されない場合であっても、一般条項たる不競法 2 条は、「受け皿条項」として適用できることが明確となった。その適用の際には、商業道德に対する違反行為であるかどうかが必要な問題となることに留意すべきである。

日本企業が中国で権利主張しようとする場合、もし特許法・商標法・著作権法等の具体的規定が適用されないとしてもあきらめず、一般条項たる不競法 2 条が適用されないか否かについて、よく検討してみる必要がある。

2 不競法 6 条の混同惹起行為の予測可能性が高まった

本解釈により、不競法 6 条の混同惹起行為の要件が明確化される等したため、日本企業にとっても、予測可能性が高まったといえる。例えば、不競法 6 条にいう「一定の影響力のある」という要件については、本解釈 4 条がかなり詳しい規定を置いたため、中国で権利主張しようとする日本企業としては、当該要件を満たすか否かにつき、あらかじめ具体的に検討しておく必要がある。

3 中国の模倣品業者による虚偽宣伝行為・信用毀損行為の有無についても検討すべき

中国における模倣品業者は、知的財産権侵害行為を行うだけでなく、虚偽宣伝行為や信用毀損行為を行っているケースも少なくない。幸いにも、本解釈により、虚偽宣伝行為や信用毀損行為の要件等について、以前より明確化された。日本企業としては、知的財産権侵害の主張が困難であるケースにおいても、簡単にあきらめるのではなく、虚偽宣伝行為や信用毀損行為を理由とする不競法違反を主張できないかにつき、よく検討してみるべきである。

4 インターネットを利用した不正競争行為に関する中国での議論状況や立法動向について、よく検討しておくべき

最近の中国では、インターネットを利用した不正競争行為に関する紛争が多発している。本解釈も、他の事業者やユーザーの同意を得ずに特定のページに移動させる行為、事前に明

確な提示をせずかつユーザーの同意を経ずに、誤導、詐欺、脅迫により、ユーザーに修正、クローズ、アンインストール等をさせる方式をもって、他の事業者が合法的に提供するネットワークの製品又はサービスを悪意で妨害又は破壊する行為は、不競法 12 条に該当することを明確化した。日本企業としては、日進月歩の中国での議論状況や立法動向をキャッチアップし、自社の対応を考える必要がある。

5 中国での損害賠償算定は、500 万元以下の範囲内で裁判官が裁量で決定することが多いことに留意すべき

従来、不競法 6 条（混同惹起行為）及び 9 条（営業秘密侵害行為）の場合に、人民法院が、500 万元以下の範囲で賠償額を決定することが認められてきた。本解釈により、今後は、2 条（一般条項）、8 条（虚偽宣伝行為）、11 条（信用毀損行為）、12 条（インターネットを利用した不正競争行為）の場合についても同様に扱われることとなった。中国の人民法院における損害賠償額算定は、大部分が上記の算定方法によっており、比較的高額の賠償額が認められてきた。日本企業としては、中国では、今後も上記の算定方法が一般的に用いられるであろうことを認識しておく必要がある。

6 日本国内で不正競争行為が行われた場合でも、中国の人民法院で訴訟が提起される可能性があることに留意すべき

中国の人民法院は、国際的な訴訟事件について、積極的に管轄権を得ようとする傾向がある。本解釈 27 条も、不正競争行為の事案について、例えば、インターネットを利用した不正競争行為が中国国外で行われたが、中国にいる事業者等が損害を被った場合、人民法院に裁判管轄を認める規定を置いた。日本企業としては、中国の人民法院における訴訟に巻き込まれる可能性が高まっていることを認識しておく必要がある。

IV おわりに

本解釈は、不競法の改正を受けて必要な修正を行いつつ、不正競争に関する司法実務で積み重ねられてきた経験・成果を反映させて、判断基準等を明確化したものである。今後の中国における不正競争に関する司法実践において重要な意味を有する。

特に、知的財産権との関係では、一般条項（不競法 2 条）、混同惹起行為（不競法 6 条）、虚偽宣伝行為（不競法 8 条）、信用毀損行為（不競法 11 条）、インターネットを利用した不正競争行為（不競法 12 条）、損害賠償（不競法 17 条）及び管轄に関する重要な条項が含まれていることに留意すべきである。

また、不競法の規定の適用が問題となるケースの多くでは、民法、商標法、著作権法等のように関連法令も適用される可能性があるため、不競法だけでなく、それらの関連法令についても十分に検討する必要がある。

最後に、本解釈の全文和訳を掲載するので、参考にしていただけると幸いです。

参考和訳：「不正競争防止法の適用における若干問題に関する解釈」

(最高人民法院審判委員会、2022年3月16日公布、2022年3月20日施行)

第1条 事業者が市場競争秩序を乱し、他の事業者または消費者の合法的権益に損害を与え、かつ不正競争防止法第2章及び特許法、商標法、著作権法に違反する等の規定外の状況にある場合、人民法院は、不正競争防止法第2条を適用し、これを認定することができる。

第2条 生産事業活動において、事業者と取引機会を争奪し、競争上の優位性を損なうおそれがある等の関係がある市場主体について、人民法院は、不正競争防止法第2条に規定する「他の事業者」として認定することができる。

第3条 特定の商業分野で普遍的に遵守され、及び認可されている行動規範を、人民法院は不正競争防止法第2条に規定する「商業道徳」として認定することができる。

人民法院は、事件の具体的状況を結び合わせ、業界規則または商業慣例、事業者の主観的状態、取引相手の選択意向、消費者の権益、市場競争秩序、社会的公共利益に対する影響等の要素を総合的に考慮し、事業者が商業道徳に違反したかどうかを、法により判断するものとする。

人民法院は、事業者が商業道徳に違反したかどうかを認定するとき、業界主管部門、業界協会または自主規制組織が制定した従業規範、技術規範、自主規制公約等を参考にすることができる。

第4条 一定の市場知名度を有し、かつ商品の出所を区別する顕著な特徴を有する標識について、人民法院は、不正競争防止法第6条に規定する「一定の影響力を有する」標識と認定することができる。

人民法院は、不正競争防止法第6条に規定する標識が一定の市場知名度を有するかどうかを認定するにあたっては、中国国内の関連公衆の知悉程度、商品販売の期間、区域、数量、金額及び対象、宣伝の継続期間、程度及び地域範囲、標識が保護を受ける状況等の要素を総合的に考慮するものとする。

第5条 不正競争防止法第6条に規定する標識が次に掲げる状況のいずれかを有する場合、人民法院は、それは商品の出所を区別する顕著な特徴を有しないと認定するものとする。

(1)商品の通用名称、図形、型番。

(2)商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量及び他の特徴のみを直接表示する標

識。

(3)商品自体の性質のみから生じる形状、技術的効果を獲得するために必要な商品の形状及び商品に実質的な価値を持たせる形状。

(4)その他、顕著な特徴に欠ける標識。

前項第1号、第2号、第4号に規定された標識が、使用を経たことにより顕著な特徴を取得し、かつ一定の市場における知名度を有し、当事者が不正競争防止法第6条の規定に基づき、保護を求めた場合、人民法院はこれを支持するものとする。

第6条 客観的描写、商品を説明するために、下記に掲げる標識を正当に使用し、当事者が不正競争防止法第6条に規定する状況に該当すると主張する場合、人民法院はこれを支持しないものとする。

(1)本商品の通用名称、図形、型番を含む。

(2)商品の品質、主要原料、機能、用途、重量、数量及び他の特徴を直接表示する。

(3)地名が含まれている。

第7条 不正競争防止法第6条に規定する標識またはその顕著な識別部分が、商標法第10条第1項に規定する商標として使用してはならない標章に該当するとき、当事者が不正競争防止法第6条の規定に基づき保護を求める場合、人民法院はこれを支持しない。

第8条 事業者の営業場所の装飾、営業用具の様式、営業人員の服装等が構成する独特の風格を有する全体的な営業イメージについて、人民法院は、不正競争防止法第6条第1項に規定する「装飾」として認定することができる。

第9条 市場主体の登記管理部門が法により登記した企業名称、及び中国国内で商業使用されている国外の企業名称を、人民法院は、不正競争防止法第6条第2項に規定する「企業名称」として認定することができる。

一定の影響力を有する個人事業主、農民專業協力社（連合社）及び法律、行政法規が規定する他の市場主体の名称（略称、屋号等を含む）を、人民法院は、不正競争防止法第6条第2号に基づき、これを認定することができる。

第10条 中国国内において、一定の影響力を有する標識を、商品、商品包装もしくは容器及び商品取引文書上に用い、または広告宣伝、展示及び他の商業活動において用い、商品の出所を識別するために用いる行為を、人民法院は、不正競争防止法第6条に規定する「使用」と認定することができる。

第11条 事業者は、他人の一定の影響力を有する企業名称（略称、屋号等を含む）、社会組

織名称（略称等を含む）、氏名（ペンネーム、芸名、訳名等を含む）、ドメイン名の主体部分、ウェブサイト名称、ウェブページ等と類似する標識を無断で使用し、他人の商品、または他人と特定の関係が存在すると人に誤認させるとき、当事者は不正競争防止法第6条第2号、第3号に規定する状況に該当すると主張する場合、人民法院はこれを支持するものとする。

第12条 人民法院は、不正競争防止法第6条に規定する「一定の影響力を有する」標識と同一または類似すると認定するとき、商標の同一または類似の判断原則及び方法を参照することができる。

不正競争防止法第6条に規定する「他人の商品、または他人と特定の関係が存在すると人に誤認させる」には、商業連合、ライセンス使用、商業命名、広告宣伝等、他人と特定の関係を有すると誤認させることが含まれる。

同一商品上に同一または視覚的に基本的に差異のない商品名称、包装、装飾等の標識を使用するとき、他人の一定の影響力を有する標識と混同させるに足るとみなすものとする。

第13条 事業者が、次に掲げる混同行為のいずれかを実施し、他人の商品、または他人と特定の関係が存在すると人を誤認させるに足る場合、人民法院は、不正競争防止法第6条第4号に基づき、これを認定することができる。

(1)不正競争防止法第6条第1号、第2号、第3号に規定する以外の「一定の影響力を有する」標識を無断で使用すること。

(2)他人の登録商標、未登録の著名商標を企業名称の中に屋号として使用し、公衆に誤解を招くこと。

第14条 事業者が不正競争防止法第6条の規定に違反した標識を付した商品を販売し、他人の商品、または他人と特定の関係が存在すると人に誤認させ、当事者が不正競争防止法第6条に規定する状況を構成すると主張する場合、人民法院がこれを支持するものとする。

前項に規定された権利侵害商品であると知らずに販売し、当該商品が自ら合法的に取得したことを証明し、かつ提供者に説明することができ、事業者が賠償責任を負わないと主張する場合、人民法院はこれを支持するものとする。

第15条 他人が混同行為を実施するために、故意に貯蔵、運輸、郵送、印刷、隠匿、事業場所等の便宜条件を提供し、当事者が民法第1169条第1項に基づき、認定を求める場合、人民法院はこれを支持する。

第16条 事業者が商業宣伝をする過程において、真実ではない商品関連情報を提供し、関連公衆を欺き、誤解を招いた場合、人民法院は不正競争防止法第8条第1項に規定する虚偽宣伝として認定するものとする。

第 17 条 事業者が、次に掲げる行為のいずれかを有し、関連公衆を欺き、誤解を招いた場合、人民法院は、不当競争防止法第 8 条第 1 項に規定する「人に誤解を招く商業宣伝」として認定することができる。

(1)商品に対し、一方的な宣伝または対比を行うこと。

(2)科学的結論が出ていない観点・現象等を、結論が出ている事実として商品宣伝に用いること。

(3)曖昧な言語を使用して商業宣伝を行うこと。

(4)その他、人に誤解を招くに足る商業宣伝行為。

人民法院は、日常生活の経験、関連公衆の一般的な注意力、誤解が生じた事実及び宣伝対象の実際状況等の要素に基づき、人に誤解を招いた商業宣伝行為に対し認定を行うものとする。

第 18 条 当事者は、事業者が不正競争防止法第 8 条第 1 項の規定に違反したと主張し、損害賠償を求める場合、虚偽または人に誤解を招く商業宣伝行為により損失を被ったことを証明するため挙証するものとする。

第 19 条 当事者は、事業者が不正競争防止法第 11 条に規定する商業的中傷行為を実施したと主張する場合、それが当該商業的中傷行為の特定損害対象であることを証明するため挙証するものとする。

第 20 条 事業者が、他人の捏造した虚偽情報または誤解を招く情報を伝播し、競争相手の商業的信用、商品の名声を損なった場合、人民法院は不正競争防止法第 11 条に基づき、これを認定するものとする。

第 21 条 他の事業者及びユーザーの同意を得ずに、直接発生する特定のページへの移動を、人民法院は、不正競争防止法第 12 条第 2 項第 1 号に規定する「強制的に特定のページに移動させること」と認定するものとする。

リンクのみが挿入され、特定のページへの移動がユーザーによって引き起こされる場合、人民法院は、リンク挿入の具体的方式、合理的理由を有するかどうか、並びにユーザーの利益及び他の事業者の利益に対する影響等の要素を総合的に考慮し、当該行為が不正競争防止法第 12 条第 2 項第 1 号の規定に違反するかどうかを認定するものとする。

第 22 条 事業者が、事前に明確な提示をせず、かつユーザーの同意を得ずに、ユーザーに誤解を招き、欺き、脅迫して、修正、閉鎖、アンインストールさせる等の方法で、他の事業者が合法的に提供するネットワーク製品またはサービスを悪意で妨害し、または破壊した

場合、人民法院は、不正競争防止法第 12 条第 2 項第 2 号に基づき、これを認定するものとする。

第 23 条 不正競争防止法第 2 条、第 8 条、第 11 条、第 12 条に規定する不正競争行為について、権利者が権利侵害により被った実際の損失、権利侵害者が権利侵害により獲得した利益の確定が難しい場合、当事者が不正競争防止法第 17 条第 4 項に基づく賠償金額の確定を主張する場合、人民法院は、これを支持するものとする。

第 24 条 同一の権利侵害者が、同一の主体に対し同一の時間及び地域範囲において実施した権利侵害行為について、人民法院が既に著作権、特許権または登録商標専用権等の侵害を認定し、かつ民事責任を負うよう命じ、また当事者が当該行為は不正競争を構成することを理由に、同一権利侵害者に民事責任を負担するよう求めた場合、人民法院はこれを支持しない。

第 25 条 不正競争防止法第 6 条の規定に基づき、その企業名称の使用差し止め、または変更を被告に命じる判決を下すよう主張する当事者の訴訟請求が支持されるべきである場合、人民法院は、当該企業名称の使用差し止め判決を下すものとする。

第 26 条 不正競争行為により起こされた民事訴訟は、権利侵害地または被告住所地の人民法院が管轄する。

当事者が、ネットワーク購入者により任意選択できる商品受領地のみを権利侵害行為地とすると主張する場合、人民法院はこれを支持しない。

第 27 条 被訴不正競争行為が中華人民共和国の領域外で発生したが、権利侵害結果が中華人民共和国の領域内で発生し、当事者が当該権利侵害の結果の発生地 of 人民法院が管轄することを主張する場合、人民法院はこれを支持するものとする。

第 28 条 不正競争防止法の改正決定施行後、人民法院が受理した不正競争民事事件が、当該決定施行前に発生した行為に及ぶ場合、改正前の不正競争防止法を適用する。当該決定施行前に発生し、当該決定施行以降も継続する行為に及ぶ場合、改正後の不正競争防止法を適用する。

第 29 条 本解釈は、2022 年 3 月 20 日から施行する。『最高人民法院による不正競争民事事件の審理における法律適用の若干問題に関する解釈』（法積 [2007] 第 2 号）は、同時に廃止される。

本解釈の施行以降も終結していない事件は、本解釈を適用する。施行以前に終結した事件

は、本解釈を適用して再審査しない。

※ 初出：『特許ニュース No.15695』（経済産業調査会、2022年、原題は「中国知財の最新動向 第32回 最高人民法院による「不正競争防止法の適用に関する若干問題の解釈」の公布）。

※ 免責事項：本稿は、中国の法制度の概要を一般的に紹介することを目的とするものであり、法的アドバイスを提供するものではない。仮に本稿の内容の誤り等に起因して読者又は第三者が損害を被ったとしても、筆者は一切責任を負わない。