



News Letter



天達共和律師事務所
East & Concord Partners

目 次

◆ 天達共和及び知的財産部ニュース速報-----	2
➢ 薛俞弁護士、寧夏海外知的財産権紛争対応指導専門家名簿の第 1 陣に選出	
➢ 天達共和法律事務所、律新社『優良法律サービスブランド・ガイド(2026)』の「ブランド影響力のある法律事務所－知的財産分野」に選出	
◆ 最新知財動向 -----	3
➢ 国務院、「知的財産権の保護・活用に関する『第 15 次五カ年計画』」を発表	
➢ 商標法、初の全面改正へ	
◆ 代表事例速報 -----	5
➢ 天達共和、営業秘密侵害事件で良好な成果	
➢ 携程(Ctrip)グループに総額 51.7 億元の行政処分	
◆ TOPICS -----	7
➢ 公有領域の図形が商標登録された場合の権利範囲	

薛侖弁護士、寧夏海外知的財産権紛争対応指導専門家名簿の第1陣に選出



このほど、寧夏知識産権保護センターは、全国から海外知的財産権紛争対応の専門家を公募し、審査を経て第1陣25名を選定した。天達共和の薛侖弁護士も同専門家名簿に選出された。

選出された専門家は、海外知的財産権訴訟、国際貿易調査、越境 EC 紛争等の実務経験を有し、特許、商標、著作権、営業秘密等の分野をカバーしている。今後、寧夏企業の海外展開におけるリスク対応や紛争処理等を支援する。

薛侖弁護士の選出は、同弁護士および天達共和の知的財産分野における実務経験が評価されたものといえる。天達共和は今後、海外知的財産権リスクへの対応、個別案件の支援、実務研修等を通じ、企業の海外展開を支援していく。

天達共和法律事務所、律新社『優良法律サービスブランド・ガイド(2026)』の「ブランド影響力のある法律事務所—知的財産分野」に選出

このほど、北京で律新社「優良法律サービスブランド・ガイド(2026)」の授賞式が開催され、天達共和法律事務所は「ブランド影響力のある法律事務所—知的財産分野」に選出された。

天達共和知的財産部は、弁護士、弁理士、法務担当者、翻訳担当者等からなる専門チームで、知的財産権の取得・保護、紛争対応、コンプライアンス等、企業の事業ニーズに応じたサービスを提供している。日本語・英語にも対応し、中国における知的財産案件を中心に、国内外の顧客を支援している。



国務院、「知的財産権の保護・活用に関する『第 15 次五カ年計画』」を発表

国務院はこのほど、「知的財産権の保護・活用に関する『第 15 次五カ年計画』」を発表し、2026～2030 年の知的財産政策について、保護、活用、管理および国際協力の重点方針を示した。

計画では、知的財産権の創造・活用・保護・管理・サービスを総合的に強化し、イノベーションを支える知的財産保護環境の整備、知的財産の事業化・活用の促進、管理・公共サービスの高度化、国際協力の深化を重点課題としている。2030 年までに知的財産の総合力・国際競争力をさらに高め、2035 年には世界トップレベルの知的財産強国を基本的に完成させることを目標としている。

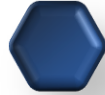
また、戦略的新興産業、人工知能、地域発展、「一帯一路」等を対象とする 12 の重点プロジェクトを実施する。外国関連知的財産権の保護や国際的な知財ガバナンスへの参加も重点項目とされており、中国企業の海外展開をめぐる知財環境にも影響する内容となっている。

出典：新華社



商標法、初の全面改正へ

2026 年 6 月 26 日、第 14 期全国人民代表大会常務委員会第 23 回会議において、改正「中華人民共和国商標法」が採択された。1983 年の施行以来初の全面改正であり、2027 年 1 月 1 日から施行される。条文は「8 章・73 条」から「9 章・87 条」に増加した。



主な改正点は以下のとおりである。

(一) 商標業務に関する総則的要件の整備

商標登録・管理・法執行を担う行政機関の役割分担を明確化するとともに、商標情報のデジタル化・公共サービスの高度化を進める。また、商標の出願・使用について信義則を明確にし、国家利益、社会公共利益または他人の適法な権益を害する権利濫用を禁止する。

(二) 商標登録要件の整備

登録可能な標識の範囲を拡大し、動的標章等を明文化する一方、登録要件を厳格化した。特に、一定の政治的・歴史的標識等の登録禁止、機能的な色彩・音・動的効果等の保護対象からの除外、使用意思のない大量出願や悪意ある出願への対応を強化している。

(三) 馳名商標関連制度の整備

馳名商標の保護について、登録の有無による保護範囲の区別を縮小し、非類似商品についても冒認出願を禁止する方向で保護を強化した。また、中国企業の海外における商標保護を支援するため、一定の場合に中国国内での馳名性について行政認定を受けられる制度を設けた。

(四) 商標管理の強化

商標管理を強化し、欺瞞的な出願、使用意思のない出願等に対する責任を明確化した。公衆を誤導する登録商標の使用については、是正命令や罰金等の措置を強化し、違法営業額が5万元以上(約103万円以上)の場合はその5倍以下、違法営業額がない場合または5万元未満(約103万円未満)の場合は25万元以下(約513万円以下)の罰金を科すことができる。また、3年間不使用の登録商標について、行政機関による職権取消しを認める。

(五) 商標代理機関および従業者に対する監督・管理の強化

商標代理機関および従業者について、職業倫理・善管注意義務を明確化し、利益相反、悪意ある出願への関与、無資格・重複業務等を規制する。代理機関には関連情報の届出義務も課される。

(六) 登録商標専用権の保護の強化・適正化

登録商標専用権の侵害について、刑事・行政手続の連携を強化するとともに、法執行機関による関連文書・電子データ等の調査・保存権限を拡充した。また、侵害に伴う合理的な権利行使費用を損害賠償に含めることを明確化し、悪意ある商標訴訟についても責任を問う。

出典：法治日報



天達共和、営業秘密侵害事件で良好な成果

天達共和の刑事チームは、劉某による営業秘密侵害事件で、損失額を 700 万元超(約 1 億 4,350 万円超)から 200 万元超(約 4,100 万円超)に減額するとともに、刑期を 3~10 年の量刑枠から有期懲役 2 年・執行猶予 2 年 6 か月へと引き下げる結果を得た。

01 起訴:損失額 700 万元超(約 1 億 4,350 万円超)、刑期 3~10 年

劉某は設備の研究開発・生産を行う上場企業 A 社で研究開発業務に従事し、退職後、同業他社に転職した。起訴状では、A 社の 2 件の営業秘密を不正な手段で取得し、その一部を転職先で使用したとして、損失額 700 万元超(約 1 億 4,350 万円超)、情状が特に重大とされた。

刑法第 219 条および「知的財産権侵害刑事事件の法律適用に関する若干の問題についての最高人民法院・最高人民検察院の解釈」第 17 条の規定によれば、上記の起訴内容が認定された場合、劉某は 3 年以上 10 年以下の有期懲役に処される可能性があった。

02 弁護:権利帰属・取得手段・損失額をめぐる争点

1. 権利帰属。第 1 の営業秘密について、A 社は独自開発の成果と主張したが、証拠を精査した結果、実際には B 社が設計・製造したものであることが判明した。A 社と B 社の契約にも知的財産権の帰属が明確に定められていなかったため、弁護人は関連契約の取調べを求め、最終的に A 社単独の所有権を否定する重要な証拠を得た。

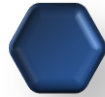
2. 取得手段。起訴状は「不正な手段」による取得と主張したが、この類型は損失額の算定方法に大きく影響する。弁護人は証拠に基づき、劉某が営業秘密に接触・使用した実際の経緯を示し、「不正な手段」による取得との主張を覆し、損失額の引下げにつなげた。

3. 損失額。第 2 の営業秘密(試験報告書)について、評価報告書は合理的なライセンス使用料を基礎に 200 万元超(約 4,100 万円超)と評価していた。弁護人は、コスト、実際の利用状況および商業的価値を検討し、評価方法の問題点を指摘した。

03 判決:損失額 200 万元超(約 4,100 万円超)、刑期 2 年、執行猶予 2 年 6 か月

裁判所は弁護人の主張を採用し、第 1 の営業秘密を A 社・B 社の共同所有と認定し、「不正な手段」による取得との主張および第 2 の営業秘密に関する評価結果を採用しなかった。最終的に





全体の損失額を 200 万元超(約 4,100 万元超)と認定し、劉某に有期懲役 2 年、執行猶予 2 年 6 か月、罰金 10 万元(約 205 万元)を言い渡した。

本件は、営業秘密事件では刑事法上の構成要件だけでなく、知的財産権の帰属、契約関係、技術内容および損害評価を総合的に検討することが重要であることを示す。また、研究開発企業にとっては、第三者との協力時に知的財産権の帰属を明確化し、営業秘密の管理体制を整備することが重要である。



携程(Ctrip)グループに総額 51.7 億元(約 1,060 億元)の行政処分

国家市場監督管理総局は 7 月 25 日、携程集团有限公司による市場支配的地位の濫用について、「中華人民共和國反独占法」に基づく行政処分を発表した。違法所得 16.58 億元(約 340 億元)を没収し、35.21 億元(約 722 億元)の罰金を科したほか、ホテル事業者から強制的に差し引いていた注文予約保証金 1.22 億元(約 25 億元)の全額返還と全面的な是正を命じた。

市場監督管理総局は 2026 年 1 月に立件し、競合プラットフォームやホテル事業者への調査、ビッグデータ・アルゴリズム分析等を実施した。その結果、携程はオンラインホテル予約市場における支配的地位を濫用し、プラットフォームのルールや技術的手段を利用して、一部ホテルに独占的提携および「全ネット最低価格」を要求し、競争を制限したと認定した。

認定された行為は、①一部ホテルへの独占的提携の要求(取引先限定行為)、②「全ネット最低価格」の強制(不合理な取引条件の付加)の 2 点である。今回の処分は、プラットフォーム企業に対する競争法コンプライアンスの常態的な監督強化を示す事例として注目される。

出典:新華社



公有領域の図形が商標登録された場合の権利範囲

商標制度は、特定の商品・サービスについて標識の使用を独占させることで出所識別機能を保護する一方、その保護は公有領域を前提とする。したがって、公有領域に属する言語、文字、図形等について、商標登録によって権利者に無制限の排他権が与えられるものではない。

一、公有領域の図形商標に対する保護の具体的な範囲

(一) 基礎となる図形概念ではなく、具体的な図形の全体としての独自の表現を保護する

図形商標の類否判断では、「全体観察、離隔観察、要部観察」を踏まえ、「公共的な基礎要素」と「独自のデザイン要素」を区別する必要がある。被疑図形が独自のデザイン要素を模倣し、全体として実質的に類似する場合には類似と認定され得るが、公共的な基礎要素が共通するだけで独創的な細部が異なる場合は、通常、類似とはいえない。

(二) 識別力が弱いほど、保護範囲は狭くなる

一般的な図形にわずかな変更を加えた商標など、識別力が弱い商標の保護範囲は狭い。他方、長期間の使用・広告等によって強い識別力と知名度を獲得した商標は、相対的に広い保護を受け得る。

(三) 商標的使用は侵害認定の前提である

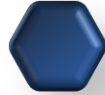
形式上の類似だけでは足りず、被疑図形が出所識別機能を有する態様で使用されているかが重要である。例えば、ブランドロゴとして店舗看板や商品の目立つ位置に継続的に使用する場合は商標的使用となり得る一方、背景模様や装飾、テーマに付随する挿絵として使用する場合は、非商標的使用となる可能性がある。判断に当たっては、使用位置、サイズ、頻度、「TM/®」表示の有無、業界慣行等を総合的に考慮する。

(四) 商品・サービスの関連性による保護範囲の限定

商標権は全商品・サービスに及ぶ絶対的権利ではない。類をまたぐ保護の可否は、商品・サービスの機能、用途、需要者、販売チャネルの重複、業界の異業種展開の実情、消費者が許諾・共同ブランド等の関係を想起する可能性等を総合的に判断する。馳名商標であることは考慮要素となるが、それだけで関連性が認められるわけではない。

(五) 実際の使用証拠が類否判断に与える影響

実際の使用証拠も類否判断に影響する。大量の広告・使用により安定した識別力が形成されたことを示す証拠が十分であれば保護範囲が広がる可能性がある一方、証拠が乏しい場合には、



独自のデザイン細部についてより高度な類似性が求められる。また、被疑者側の使用位置や表示方法が権利者の実際の使用態様と大きく異なり、誤認のおそれが高い場合には、侵害が否定される可能性がある。

二、合理的使用制度

(一) 合理的使用の法的性質

合理的使用は、商標権侵害の「例外」ではなく、そもそも商標権の支配範囲に属しない行為である。これは、他人が非商標的な目的で、善意かつ合理的に一定の標識を使用することの正当性を認めるものである。商標権者は、その商標の出所識別機能を害する商業的使用のみを禁止でき、商業的文脈において形式上同一または類似する標識のすべてを禁止することはできない。

(二) 合理的使用の限界

合理的使用には、善意であり、混同を生じさせないことが求められる。著名商標の独自デザインを模倣して自社ブランドとして使用する行為、商品・店舗の最も目立つ位置で強調する行為、複数の顧客接点で反復・統一的に使用して独立したブランド識別機能を形成する行為、権利者との関係を誤認させる宣伝等は、通常、合理的使用の範囲を超える。

合理的使用か否かは、関連公衆の客観的認識、実際の使用態様および市場への影響を総合して判断する。

公有領域の図形が商標登録された場合でも、その基礎となる図形自体が公有領域から外れるわけではない。自然界の一般的形象、幾何学的図形、普遍的な文化的記号等については、その基本的形態や公共的表現は原則として社会一般が自由に利用できる。

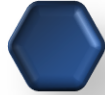
公有領域の要素を含む図形商標の権利範囲は、識別力のある独自の特徴を中心に、図形全体の視覚的効果、実際の使用態様、市場での認識、混同のおそれ等を総合して判断すべきである。保護されるべきなのは公共的な視覚表現そのものではなく、出所識別機能を有する独自の全体的表現である。

この考え方により、ブランド・イノベーションの促進、消費者利益の保護、公正な競争の確保とのバランスを図ることができる。

出典：天達共和法律事務所

パートナー弁護士 管冰





お問い合わせ

天達共和法律事務所

<http://jp.east-concord.com/>

E-mail : ip@east-concord.com

上海支所

住所: 上海市虹口区東大名路 501 号
上海白玉蘭広場 11 階

Tel: (86-21) 5191 7900

Fax: (86-21) 5191 7909

郵便番号: 200080

深セン支所

住所: 深セン市福田区金田路 3088 号
中洲大廈 24 階

Tel: (86-755) 2633 8900

Fax: (86-755) 2633 8939

郵便番号: 518026

杭州支所

住所: 浙江省杭州市錢江新城劇院路
358-369 号宏程国際大廈 29 階

Tel: (86-571) 8501 7000

Fax: (86-571) 8501 7085

郵便番号: 310020

南京支所

住所: 江蘇省南京市建鄴区江東中路 347
号国金センターオフィスビル 36 階

Tel: (86-25) 8317 8000

Fax: (86-25) 8317 8111

郵便番号: 210019

北京東城区支所(デジタル化)

住所: 北京市東城区東直門南大街 1 号
ラッフルズシティ北京 オフィスビル 17 階

Tel: (86-10) 6590 6639

Fax: (86-10) 6510 7030

郵便番号: 100007

香港支所

住所: 香港灣仔港灣道 26 号華潤大廈 28 楼
2803、2803A 室

Tel: +852 2816 6888

Fax: +852 3797 3835

北京本部

住所: 北京市朝陽区東三環北路 8 号
亮馬河大廈 1 座 22 階

Tel: (86-10) 6590 6639

Fax: (86-10) 6510 7030

郵便番号: 100004

武漢支所

住所: 湖北省武漢市洪山区徐東大街
19 号金禾センター 28-29 階

Tel: (86-27) 8860 3060

郵便番号: 430074

成都支所

住所: 成都市高新区天府二街 99 号
天府金融大廈 A 座 15 階

Tel: (86-28) 6010 8998

郵便番号: 610094

西安支所

住所: 西安市高新区錦業路 1 号都市
之門 B 座 709 室

Tel: (86-29) 6886 1913

Fax: (86-29) 6866 1913

郵便番号: 710065

広州支所

住所: 広州市天河区珠江新城洗村路
5 号凱華国際中心 39 階

Tel: (86-20) 3885 7515

郵便番号: 510623

バンクーバー支所

住所: カナダ ブリティッシュコロンビア州 バ
ンクーバー 西ジョージア通り 701 号 555 室

Tel: +1 236 607 0146

Fax: +86 20 2282 9269

東京支所

住所: 東京都千代田区有楽町 1-13-2 第一生
命日比谷ファースト 12 階 〒100-0006

Tel: +81 3 6892 5570