

「酒」か「乳酸飲料」か ——「津威」事件から見る類似商品の認定——

要旨

商標権侵害紛争において、侵害製品を見分ける判断は、消費者の実際の認識を判断基準とすべきである。侵害製品と権利者の真正品とが、商標及び外観上において基本的に同一であり、単に製品名称のみが異なるにすぎない場合、商標権侵害の成否を判断するにあたっては、製品に表示された名称又は侵害者が主張する登録商標の指定商品区分のみを唯一の根拠とすべきではない。重要なことは、現実の消費場面において、消費者がいかに関侵害製品をどのように識別するかという実際の認識の観点及び侵害者の抗弁に係る商標の正当性の有無について実質的審査を行い、侵害製品と権利商標との指定商品の同一性を明らかにし、侵害者の形式的な正当性の外観を剥がしてその侵害の本質を顕在化させることにより、権利者及び消費者の合法的な権益を保護することにある。

キーワード： 商標権侵害 類似商品の認定 消費者の実際の認識 悪意の抗弁

一、はじめに

国による知的財産保護が強化される中、一部の侵害者は、「盾」としての商標を先取り出願し、それを他人の権利商標の指定商品範囲に触れる形で越権的に使用することを試みている。

本稿は、「津威」商標権侵害及び不正競争事件を端緒として、民事侵害訴訟における「類似商品」の認定は、「形式より実質を重んじる」という原則に従うべきであることを論じる。すなわち、業界において一般的に用いられている商品の包装、商品の成分、商業宣伝、侵害製品に表示された商品情報、現実の混同結果の有無、侵害商標の登録に係る主観的な意図等を分析することにより、侵害者が関連の商品区分において悪意で先取り出願した商標を侵害の抗弁のとして用いる「外皮」を看破し、権利者に対し、より直接的かつ効率的な権利保護の道筋を提供するものである。これにより、著名商標の他類保護を主張する際に伴う過度に高い立証のハード

ル及び手続上の障害を回避し、市場の実態に対する司法実務の尊重と、信用へのただ乗り行為に対する制裁が具現化される。

二、事案の概要

「津威」は、東莞石龍津威飲料食品有限公司（以下「東莞津威公司」という）のメイン商標であり、1990年の会社設立以来、30年以上にわたる継続的な事業運営及び販売促進を通じて、乳酸飲料の著名ブランドとして確立され、これまでに6回「広東省著名商標」に認定されている。この著名商品の包装容器全体の形態もまた顕著な特徴を有しており、東莞津威公司との間に安定した対応関係が形成されている。

ところが、市場において「津威」と称する米露汁（ミーロージュース）の製品が出現した。当該製品は、「津威」を目立つ位置に表示しているのみならず、その包装形態、瓶の形状、内容量、色彩の構成等の点においても「津威」乳酸飲料と極めて類似するものであった。侵害者である中山某会社が訴訟において主たる抗弁の根拠としたのは、事件外の第三者が第33類「アルコール飲料（ビールを除く）」等の指定商品について登録した第32016111号「津威」商標である。中山某公司是、自社が製造販売する「米露汁」が「アルコール飲料」の下位概念に該当し、当該商標の許諾を受けた上で指定商品の範囲内での合法的な使用に当たると主張した。

三、判決要旨

北京市西城区人民法院は、審理の結果、（2024）京0102民初22930号第一審判決を言い渡し、中山某公司による「津威」米露汁の製造販売行為が商標権侵害に該当すると認定した。中山某公司是、第二審の口頭弁論において、被疑侵害行為が商標権侵害にあたることとした第一審判決の認定を認め、その後、北京知的財産権法院が下した（2025）京73民終722号第二審判決も、第一審判決を維持した。その具体的な認定は以下のとおりである。

（一）侵害製品である「津威」米露汁の性質の認定及び権利商標の指定商品である「乳酸飲料」とが類似するか否かの総合的判断である。

（1）「米露」とは、新米又は稲花の蒸留液であり、「汁」とは、通常、圧搾等の

物理的手段により抽出された液体をいい、それ自体はアルコールを含有しないものである。

(2) 侵害製品は、飲料水、粉乳、乳酸菌、白砂糖等の乳酸飲料の主要成分を含む一方で、もち米酒及び食用アルコールを添加しているが、侵害製品は「米露汁」であることのみを顕著に表示しており、アルコール成分を含むことは表示していない。また、アルコール飲料に関連する注意喚起表示も一切使用されておらず、かつ、商品の封口部分には「健康飲品」と表示されている。

(3) 侵害製品の販売経路はノンアルコール飲料と異なるところがなく、その対象とする消費者層からは、法律が明確に販売を禁止する未成年者が排除されておらず、消費者の購入後の評価においても、侵害製品をアルコール飲料として購入・飲用したとは認められない。したがって、裁判所は、両商品は類似商品に該当すると認定した。

(二) 中山某公司による第 33 類の指定商品において登録された「津威」商標の使用許諾に基づいて使用しているとの抗弁の成否についてである。

(1) 国家知識産権局は、既に当該商標について無効宣告の裁決を下しており、「中華人民共和國商標法」（以下「商標法」という）第 47 条第 1 項の規定により、当該商標は初めから存在しなかったものとみなされ、中山某公司の当該商標の使用行為は法的保護を受けない。

(2) 両者間の商標使用許諾の証拠の連鎖は完全なものではない。

(3) 仮に当該商標が有効であり、又は完全な使用許諾が存在したとしても、侵害製品の宣伝において顕著に使用された商品表示、商品の販売経路、消費者層等の要素を総合的に考慮すれば、関連公衆の一般的認識から見て、侵害製品への当該商標の使用は、指定商品である「アルコール飲料」についての使用には該当せず、商標の不適切な使用行為に該当し、依然として商標権侵害を構成するものである。[1]

四、事案検討

今日、侵害者が不正な利益を図るために行う侵害行為はますます隠蔽化・複雑化しており、権利者は権利行使の過程においてしばしばジレンマに直面する。本件において侵害者が主張したのは、登録商標の指定商品の範囲内における「合法的」使用を主張することで、その侵害行為を偽装するというものであった。仮に権利者が

著名商標を主張して登録商標に対抗し、又は商標の類を跨ぐ形で著名商標の保護を求めて権利救済を図ろうとした場合には、立証のハードルが高く、認定手続も複雑であるという困難に直面することとなる。

本件は、侵害製品の物理的属性の検討、商業活動において消費者が最終的に行う識別及び商品の性質の把握、並びに悪意で登録・使用された商標が侵害の抗弁に用いられ得るか否か等の側面から、「類似商品」の認定に関する分析及び論証を強化し、侵害者が登録商標を盾とする「合法性」の偽装を看破したのである。

(一) 商業活動において、商品の属性は、侵害製品に静的に表示された商品名称のみによって確定されるべきではなく、動的な販売場面において、消費者がこれをいかなる商品として識別するかという点に帰着すべきである

商品の本質的な属性は、生産者が侵害製品に一方的に表示した静的な商品名称によって決せられるものではなく、動的な商業流通の過程において、消費者の最終的な認識によって定義されるものである。とりわけ、消費者が、実際に購入した商品が自の購入意図に係る商品ではないことに気付かず、現実の混同が生じている場合には、侵害品は、その曖昧な商品名称が存在すること又は特定の商品成分が添加されていることをもって、消費者による当該商品の性質に関する認識が左右されることはない。

東莞津威公司の「津威」乳酸飲料	侵害製品である「津威」米露汁
	
	
	

1. 製品包装の観点

(1) 本件侵害製品は、乳酸飲料に一般的に用いられる白色の小型プラスチック瓶包装を模倣しており、ビール、白酒、洋酒等のアルコール飲料に一般的に用いられ

る瓶型は使用していない。

(2) 侵害製品の原材料表示は、もち米酒及び食用アルコールが添加されている点を除き、その他の成分は権利者の乳酸飲料と基本的に一致している。

(3) アルコール飲料とはエタノール含有量が 0.5% (vol) 以上の飲料をいうところ、侵害製品は、「食品安全国家标准 蒸馏酒及其调制酒」(GB 2757-2012)等の国家标准に従い、製品の目立つ位置にアルコール飲料の警告表示及び正確なアルコール度数を表示しておらず、侵害製品のアルコール含有量に関する証拠も一切提出していない。これとは逆に、侵害製品は違法に瓶装封蓋部分に「健康飲品」と表示し、さらには輸送用外装箱全体の包装において「新商品発売」の表示を目立つように拡大表示し、侵害製品である「津威」米露汁と権利者の「津威」乳酸飲料との関連性を強めようと試みている。

(4) 侵害製品に表示された生産地は広東省であり、これもまさに権利者の会社及び製品の所在地と一致している。

2. 侵害製品の商業宣伝の観点

(1) 侵害製品は、EC プラットフォーム上において、飲料の種類を「乳酸菌飲料」と表示し、「乳酸菌飲料」を商品名の主要キーワードとしており、商品名を「津威乳酸菌兒童飲料原味新款米露汁酸奶低脂肪朝食乳」と表示している。

(2) 侵害製品の商品キーワードには、アルコール飲料の販売が禁止される消費者層である「兒童」が含まれており、かつ、商品説明の動画において、兒童が侵害製品を飲用する様子を用いている。

(3) 一部の販売業者は、権利者の製品画像、企業概要及びブランドの歴史を引用し、これを侵害製品の商品紹介として使用している。

(4) 一部の販売業者は、権利者の「津威」乳酸飲料と侵害製品である「津威」米露汁を同一の店舗又は同一の商品エリア内に混在させて販売しており、両商品の価格も基本的に一致している。

3. 消費者の最終的な認識結果の観点

ある消費者は最後まで侵害製品が模倣品であることに気付かず、それゆえ権利者のブランドに対して「新品の津威は本当にまずい」といった否定的評価を下してい

る。

また、別の消費者は誤認購入した後に気付いたものの、既にアルコールアレルギー反応が発生しており、これにより権利者の信用を毀損するに至っている。例えば、「見分けがつかなかったのではなく、注意していなかっただけだ。気付いたときには子供がとっくに飲んでしまっていた」「今日、子供が1本飲んだだけでアレルギー反応が出た」といったものである。

さらには、販売業者自身が本件において侵害抗弁の論拠の一つとして挙げたのが、侵害製品と権利者の真正品との区別に気付かなかったという点であった。

したがって、商標権侵害紛争においては、侵害製品の社会的属性を重点的に考察すべきであり、製品の外包装及び販売業者による実際の商業環境における宣伝・紹介が既に現実の誤認を生じさせているか否かを踏まえ、消費者が当該製品をいかなる商品として認識しているかを総合的に判断すべきである。侵害製品に何らかの成分が添加されていること、又は真正品を「すり替え」るような形で模倣が行われていることをもって、最終的な商品の性質を変えるべきではない。まさに「大湖」包装装潢侵害事件において、消費者が「果王」シャンプーを「大湖」飲料と認識し、混同誤認が生じた場合には、たとえ製品が実際には異なるカテゴリに属していたとしても、不正競争行為の成立を認定したのと同様の判断枠組みである。[2]












(二) 商標標識の不適切な使用に関する司法上の認定基準を参考に、指定商品について不適切な使用がなされているか否かを判断するにあたっては、侵害製品の商品属性が、権利商標の指定商品により近いのか、それとも抗弁に係る商標の指定商品により近いのかという観点から、総合的に考量すべきである

司法実務においてしばしば見受けられる商標標識の不適切な使用に加え、本件は、悪意で先取り出願された商標を利用し、意図的に商品上に不適切な使用を行っている。この種の事案における侵害認定においては、商標標識の不適切な使用に係る認定基準をも参考にすることができる。すなわち、侵害製品の商品属性が、権利商標の指定商品により近いのか、それとも侵害商標の指定商品により近いのかを判断することである。

また、権利商標の禁止権の範囲に含めて審理すべきか、それとも侵害商標の指定商品に係る専用権の範囲内の使用として扱うべきかを検討すべきである。

表 1 商標標識の不適切な使用が司法上侵害を構成すると認定された参考判例

番号	判例番号	被告の登録商標 侵害抗弁として援用	被告の実際の使用	原告の権利商標
1	(2023) 沪 0104 民初 6998 号	G2000		
				
				
				
2	(2022) 浙 01 民终 12416 号			

3	(2016) 鲁民终 2260 号			汾酒
4	(2017) 浙民 终 888 号	六个石磨		六个核桃
5	(2013) 民申 字第 819 号	贵壹品 GUI YI PIN		贵

上記の商標標識の不適切な使用に関する司法事例[3]においては、被告が自己の登録商標を用いて侵害抗弁を行ったのに対し、裁判所はいずれも、実際に使用態様は登録商標の適切な使用とは認められず、既に権利者の商標の禁止権の範囲内に入るものであり、商標権侵害を構成すると認定している。

例えば、「青汾酒」商標権侵害事件において、裁判所は、侵害者が包装箱の中央部の目立つ位置に大きなフォントで「青汾酒」を際立たせて表示しており、「青汾酒」の字体が登録商標中の「青汾」の文字とは大きく異なり、山西杏花村汾酒廠股份有限公司の権利商標である「汾酒」の字体により近いと認定した。当該事案における権利商標の顕著性及び侵害者のフリーライドの悪意を総合的に考慮した上で、裁判所は最終的に、侵害標章は登録商標の適切な使用には当たらないと認定したのである。

本件についてみると、侵害製品である「津威」米露汁の原材料表示には「もち米酒、食用アルコール、飲用水、白砂糖、果糖ブドウ糖液糖、粉乳、乳酸菌（ストレプトコッカス・サーモフィルス、ラクトバチルス・ブルガリクス）、食品添加物（カルボキシメチルセルロースナトリウム、クエン酸、アセスルファムカリウム、スクラロース、ソルビン酸カリウム、食用香料、ペクチン、リン酸）」が含まれている。一方、権利商標「津威」乳酸飲料の原材料表示には「水、白砂糖、粉乳、ラクトバチルス・デルブルエッキイ亜種ブルガリクス、ストレプトコッカス・サリバリウス亜種サーモフィルス、食品添加物（カルボキシメチルセルロースナトリウム、クエン酸、アセスルファムカリウム、スクラロース、ソルビン酸カリウム、食

用香料)」が含まれている。そして、一般的なビール、白酒、カクテル等のアルコール飲料の原材料表示は、消費者の通常の認識に照らしても、上記の成分とはいずれもかけ離れたものである。

したがって、本件侵害製品は、その商品属性自体から見て、侵害者が先取り出願した商標の指定商品である「アルコール飲料」よりも、権利者が実際に使用する指定商品である「乳酸飲料」に、より近いものである。司法において認定された商標標識の不適切な使用が侵害を構成するとした先行の関連判例を参考にすれば、本件侵害製品である「津威」米露汁は、その商品成分において権利商標の指定商品である「乳酸飲料」により近いという状況の下では、少量のアルコール成分が添加されていることをもって商品の性質が変わるものではなく、権利商標の禁止権の範囲に含めて審理すべきものである。当該使用行為は、侵害商標の指定商品である「アルコール飲料」についての適切な使用には当たらない。

(三) 侵害者が既登録商標を援用して抗弁を行う場合、その権利基盤の合法性についても重視して審理をしなければならず、当該商標が悪意の先取り出願によるものである場合には、侵害の抗弁は成立し得ない

最高人民法院が最近公表した知的財産権に係る悪意の訴訟を取り締まるための典型的な事例において指摘されたとおり、虚偽訴訟、悪意の訴訟、訴権の濫用等、イノベーションを阻害する不法行為は、法に従い規制されるべきものである。したがって、本件のように悪意で登録された商標を利用して抗弁を行う民事紛争については、総合的な審理を経た上で、必ずしも行政手続における裁決の結果を待つ必要はなく、また著名商標の認定を前提とする必要もなく、信義誠実の原則及び市場における混同の防止という立法趣旨に基づき、適時に権利者の合法的権益を保護することができる。

例えば、重慶市高級人民法院は「劳亚尔」事件において、「侵害被疑者が登録商標権を援用して正当性の抗弁を行う場合、その権利基盤について一定程度の必要な審査を行い、これにより具体的事案において司法的保護の範囲及び程度を合理的に裁量しなければならない……後発的に登録・使用されている後願商標は、具体的な商品について種類の帰属が不明確な場合には、当然に、同一又は類似の商品についての先願商標に対し合理的な回避を行い、もって先行する合法的権利又は利益を保

護し、他人の既存の合法的權益に対する侵害又は収奪を回避すべきである。行為者は、その事後的かつ善意によらず取得した登録商標専用権に基づいて、他人の正当な使用行為に対し侵害訴訟を提起することはできない。同様に、防御的抗弁を行う際の保護の盾とすることもできない」と認定した。[4]

また、上海知的財産権法院は「好時」事件において、「仮に後願商標の登録が信義誠実の原則に違反する場合、出願人がそれにより取得した登録商標は保護を受けべきものではなく、本来、先願商標との間に権利の衝突の問題は存在しない。後願商標の出願人が関連商標を適切に使用したとしても、人民法院は依然として処理を加えるべきである。このような場合、行政主管機関を通じた解決を優先する必要はなく、また先願登録商標が著名商標と認定することを通じて処理する必要もない」と認定した。[5]

本件において、「津威」は造語であり、権利商標である「津威」の知名度は、東莞津威会社が30年以上にわたり継続的に使用することを通じて蓄積してきたものである。後願登録され使用されている商標は、現実の使用商品の帰属に争いがある場合には、なおさら、後願商標権者による商標登録の主観的意図を全面的に審理すべきであり、権利商標に対する保護の程度は、当該商標の顕著性及び知名度に相応するものでなければならず、先願商標権者の合法的な權益を保護すべきである。

事件外の第三者は、第1類、第12類、第14類、第25類等の10以上の商品及び役務について、140件以上の商標を出願している。侵害者である中山某会社が抗弁の根拠として援用した商標は、当該第三者が第33類「アルコール飲料」等の商品において登録した「津威」商標であり、既に国家知識産権局により、商標法第19条第4項に規定の商標代理人による先取り出願に該当する旨の裁定がなされている（第一審判決において維持され、第二審係属中である）。

本件における侵害者である中山某会社の悪意に基づく使用行為は、主として以下の点に現れている。

(1) 同社の元実質的支配者が設立した他の関連会社は、かつて「津成」乳酸飲料を製造販売し、東莞津威会社の「津威」商標を侵害したことにより、旧中山市工商行政管理局から行政処罰を受けている。

(2) 同社はさらに、他の事件外第三者が第29類の乳酸飲料について先取り出願した第57901689号「西域津威」商標に係る商品をも製造していた。

(3) 本件侵害製品は、商標、包装装飾、商品紹介、生産地等の面において、権利者の知的財産権を全面的に模倣している。

(4) 同社は多数の商標及び包装装飾侵害紛争に巻き込まれており、各地の裁判所及び市場監督管理部門により侵害の成立を認定され、侵害を業としている疑いがある。

中山某会社の行為は、東莞津威会社の権利商標を狙った事件外の第三者による先取り出願を意図的に利用し、さらにはこれを指示した行為に該当し、これを侵害抗弁の道具として不正な利益を図るものである。

したがって、中山某会社は、商標権者としても、侵害者としても、その抗弁の根拠として主張する第 33 類「津威」商標を登録し使用したことには、いずれも明白な悪意が認められる。

五、おわりに

「津威」事件は、商標権侵害紛争における類似商品の認定に関する典型的な事例であり、「消費者の認識」を中核とし、「形式より実質を重んじる」という裁判上の論理及び価値判断を採用したものである。これは、現在の司法実務が商業販売の実態に即した論理を的確に捉え、商標保護の本質への回帰と深化を十分に体现するものであり、侵害行為が日増しに隠蔽化・複雑化するという現在の課題にも効果的に応えるものである。

本件がこの種の事案に対し提供する方法論は以下のとおりである。

(1) 商品の類似性の判断は、単に機械的に製品に表示された名称又は登録商標の指定商品名のみを依拠して形式的判断を行うべきではない。「商標民事紛争事件の審理における法律適用の若干の問題に関する最高人民法院の司法解释」に厳格に則り、関連公衆の一般的認識を基準とし、かつ、新たな業態や新商品の登場に伴い、市場の実情を踏まえた動的な認定を行うべきである。

(2) 混同は商標権侵害を判断する重要な要素であり、消費者に現実の混同誤認の結果が生じたことを示す証拠がある場合には、「結果から原因を推認する」手法を用いて、侵害製品が消費者の混同を容易に招きやすいものであり、商品の類似性が認められることを証明する重要な根拠とすることができる。

(3) 「合法的な」登録商標を「盾」とする抗弁に対しては、「商品の不適切な

使用」を認定するにあたり、「商標の標識の不適切な使用」に関する司法上の認定基準を参考にし、侵害の主観的意図及び先願商標の知名度とあわせて、侵害抗弁に係る商標の専用権の範囲と権利主張に係る商標の禁止権の範囲とを総合的にバランスさせることにより、その形式上の「合法性」という偽装を看破し、「合法」な形式を借りて違法な目的を覆い隠そうとするあらゆる行為が、最終的には法の制裁を免れ得ないようにしなければならない。

参考文献

- [1] 北京市西城区人民法院（2024）京 0102 民初 22930 号民事判决书、北京知的財産裁判所（2025）京 73 民終 722 号民事判决书。
- [2] 旧国家工商行政管理局が 1998 年 11 月 20 日に旧天津市工商行政管理局に対して発出した回答文書。同回答文書は、著名商品に特有の名称、包装、装飾を模倣する不正競争行為は、通常、同一又は類似の商品について生じるものであるが、事業者が非同一又は非類似の商品について、他人の著名商品に特有の名称、包装、装飾と同一又は類似の使用を無断で行い、混同又は誤認を生じさせ、又は生じさせるおそれがある場合には、不正競争行為と認定し得ると指摘している。
- [3] 上海市徐匯区人民法院（2023）滬 0104 民初 6998 号民事判决书、浙江省杭州市中等裁判所（2022）浙 01 民終 12416 号民事判决书、山東省高級人民法院（2016）魯民終 2260 号民事判决书、浙江省高級人民法院（2017）浙民終 888 号民事判决书、最高人民法院（2013）民申字第 819 号民事裁定书。
- [4] 重慶市高級人民法院（2021）渝民終 96 号民事判决书。
- [5] 上海知的財産権裁判所（2022）滬 73 民初 1218 号民事判决书。

著者：明星楠、李文慧

© 万慧達知識產權代理有限公司 2026 年