

## 中国の「LINE」～「微信」の商標権の争い —中国商標法の「公序良俗」要件の適用判例—

特許業務法人 R & C

知的財産法研究会 師 璟璐 (中国専利代理人資格保有者)

(2014)京知行初字第67号

### 第1 はじめに

中国で最も人気を博するSNSと言え、2011年からテンセント社が提供するWechat (中国語: 微信) である。最近、Wechat (微信) の月間アクティブユーザ数が5億人を突破したことがテンセント社により発表された。Wechatには現在20以上の言語版があり、200の国と地域をカバーし、70を超える国と地域でナンバーワンのソーシャルアプリであるという。

以下で説明する商標判決は、この人気の凄まじさ故に、後願であるにもかかわらずその登録が認められ、先願が拒絶された事案である。

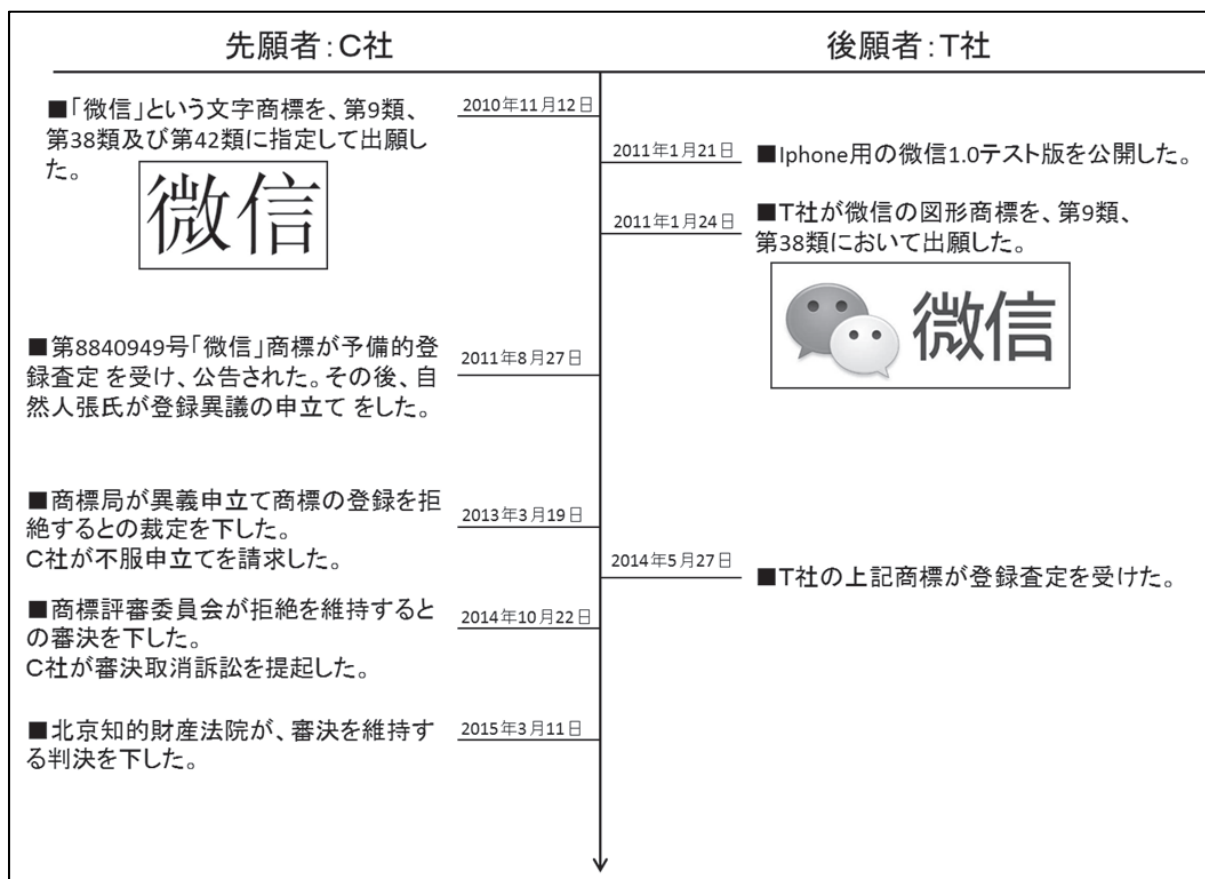
### 第2 事案の概要

創博亜太公司 (以下、C社という) は、本件事案の先出願者として、「創博亜太微信システム」を開発し、「微信」という文字商標を、テンセント社 (以下、T社という) が「微信」のサービスを開始する前の2010年11月に申請した。当該システムは、着信時に着信番号及び当該番号の都市を表示するサービスを提供するものである。C社は、当該ソフトウェアについて、「微信」ではなく、その他の名称を使用して二社の通信業者と契約を結んだ。

上記C社による出願の2ヶ月後、T社は、「微信」というアプリケーション (日本のLINEと似た機能を有する) の公開、使用を開始し、さらに、その3日後、商標出願をした。その後、当該アプリケーションは、極めて短期間に、膨大な数の登録ユーザを獲得し、一躍中国国内最大のSMSの一つとなった。

本件は、上記の事実に基づいて、先願商標が拒絶された事案である。

以下、先後願者ごとの事実を時間順に羅列した。



### 第3 争点

当該登録異議が申立てられた商標（以下、「異議申立て商標」）は、中華人民共和国商標法第10条第一款第(八)項の「その他の不良な影響を及ぼすもの」に該当するか否か。

### 第4 判決の内容

以下、北京市知的財産権法院による本件の判決文の内容を援用しながら、本件の経緯を辿ってみる。なお、判決中の「第三者張氏」とは異議申立人<sup>1</sup>である。

[判決文の和訳]

当該商標に対する登録異議の申立てについて、商標評審委員会（日本の審判部に相当）は、次のように認定した。

「C社が「微信」商標を出願する時、T社の「微信」アプリケーションが未だ公開されていない。しかしながら、異議申立人により提出された証拠により、T社が、当該商標が予備的登録査定を受ける前に既に「微信」というアプリケーションを公開し、且つユーザ数が急速に増え続けていた。2013年7月のT社の「微信」の登録ユーザは、4億人に増え、また、各地域の政府、法院、

1 公的理由に基づく異議申立て理由については、何人も異議申立てを行うことができる（中国商標法第33条）。