

BTMU CHINA WEEKLY

EXPERT VIEW: 製品標識と製造者責任

日本の企業が中国の企業（その子会社を含みます。）に商標の使用を許諾し、技術を提供して製品を生産し、日本企業の商標を貼付し、また、技術提供者が当該日本企業である旨の表示をして製品を中国国内で販売するような取引も従前以上に増加することが予想されます。上記のような商標の貼付や製品標識がこれを許諾し、又は指示した日本企業に対してどのような法的責任を生じさせるのか、又はその可能性があるのかについて、中国における法規制を取り上げます。

Q：当社（A社）は、中国資本のB社と自社ブランドの加工設備の製造・販売提携をしています。当社はB社に対して当社のコーポレートブランド及び製品ブランドをライセンスし、製品の規格・仕様、デザイン等を提供して、B社が自ら製品を生産して中国国内に販売します。当社は、B社との間でブランドライセンス契約及び規格・仕様、デザインの提供に関する技術支援契約等の契約を締結してブランド使用料、技術支援料等の支払を受けることを合意することができました。製品の表示について、当社は、当社会社名、当社の規格・仕様による製品であること、当社の品質標準に基づき製造し、品質管理を実施していることを明記して、できる限り当社のブランドを中国に浸透させていきたいと考えています。

上記のとおり製造・販売提携の合意をしてこれを既に実行しているのですが、当社が起用しているコンサルタントからは、「中国でブランドをライセンスしたり、製品上に企業名を表示したりすると、製品の生産者とみなされ、B社が製造した製品について、無過失責任である製造者責任を負う。」との指摘を受けました。当社はブランドをライセンスし、規格・仕様、デザイン等について技術支援を行うので、その範囲で法的な責任を負うことは分かりますが、製造者責任を負い、更にこの責任が無過失責任であるというようなことがあるのでしょうか？

A：商標の使用許諾者は、法的には、商標が貼付された製品について品質監督責任を負います。他方で、この貼付された商標があたかも当該製品の生産者を表示すると認められるような場合には、製造者としての法的責任が問われる場合も法的可能性としてはあるとは言えると思います。しかし、上記の品質監督責任と製造者責任はその法的内容及び性質を異にし、また、責任の法的基礎も異なります。商標の使用許諾に係る通常の商標の使用の場合には、製品上に商標が貼付され、その商標により出所を明らかにし、及び品質に関する保証をするといった商標の普遍的な機能をもって、これを直ちに製造者責任と結び付けることは適当と思われません。商標の使用許諾者の責任は、やはり法定される上記の品質監督責任を中核的な責任と考えるべきであり、本ケースで、コンサルタントが「中国でブランドをライセンスしたり、製品上に企業名を表示したりすると、製品の生産者とみなされ、B社が製造した製品について、無過失責任である製造者責任を負う。」と説明したのは、例えば、製品に商標を貼付するといった行為を超えて、消費者をしてあたかも商標権者自らが当該製品を製造したことを表示するような実務的には普通ではないような状況を念頭になされたアドバイスではないかと思えます。

1 商標の使用許諾者（ライセンサー）の品質監督責任

商標の社会的な機能については、一般的には、商品・サービスの 識別機能、 出所表示機能、品質保証機能及び 宣伝広告機能を指摘することができます。中国でも、一般的に商標の基

本的な機能として、品質保証機能が挙げられています。その他の社会的な機能も否定されるものはないのですが、本稿では、商標の品質保証機能を中心として考察します。

商標の品質保証機能を定める条項として商標法は、第1条、第7条、第40条第1項、第45条及び第48条を設けています。第7条は、「商標の使用人は、これが使用する商標に係る商品の品質に責任を負わなければならない。・・・」と規定して、商標権者ではなく、商標の「使用者」に品質責任を課しています。他方で、第40条第1項は、「商標登録者は、商標使用許諾契約を締結することにより、他人がその登録商標を使用することを許諾することができる。許諾者は、被許諾者がその登録商標を使用する商品の品質を監督しなければならない。被許諾者は、当該登録商標の商品の品質を保証しなければならない。」と規定し、商標の使用人のみでなく、登録商標の使用を許諾したライセンサーに対しても上記の監督責任（以下「品質監督責任」といいます。）を課しています。品質監督責任の法的性質、例えば、「品質監督」の義務の根拠やその内容、製造者責任（以下で検討します。）との関係等の詳細については、現在まで、確定的な司法解釈や、学説等がなく、その法的性質は必ずしも明確にはされていません。ただし、商標による品質保証機能を重視する立場からは、商標が貼付された商品又はサービスの提供を受けた消費者との関係では、商標の使用人（生産者）とその許諾者は、（不真正）連帯責任を負い、許諾者の品質監督責任は、許諾者と被許諾者との間の責任の程度を判断する場合の要素となるとする議論もなされています。

2 製品品質に関する製造者責任

(1) 製品品質に関する製造者責任

生産者は、その製品の品質により他人の財産、人身に損害をもたらした場合には法により民事責任を負います（民法通則第122条、権利侵害責任法第41条）。更に、製品品質法第41条第1項は、製品の欠陥が人身又は欠陥がある製品以外のその他の財産に損害をもたらした場合には、同条第2項に定める免責事由がある場合を除き、原則として無過失責任を課しています。なお、中国の法規は、上記の生産者が負う責任に関する「製品の欠陥」について、これらを明確に定義しておらず、「製品が安全性を欠く」等、品質や欠陥が安全性にかかわるものである等の限定を設けていません。従って、製品の生産者は、原則として、その欠陥の性質のいかんを問わず、製品の欠陥について民事上の責任を負い、当該製品自体の損害を超えて第三者に損害が生じた場合には、原則として無過失責任を負うおそれがあるといえます。

(2) 生産者の範囲

「生産者」については、実際にその製品を製造・加工した者がこれに該当することは明らかですが、これに加え、司法解釈、法釈〔2002〕22号は、「自己の氏名、名称、商標又は識別可能なその他の標識を製品上に体现し、これが製品の製造者であることを表示したいかなる企業又は個人も、「民法通則」第122条に定める「製品製造者」及び「製品品質法」が定める「生産者」に属する。」と規定して、いわゆる「表示生産者」も生産者となりうることを規定しています。上記の司法解釈についても、自己の氏名等の標識を製品上に体现したという客観的な事実のほか、「これが製品の製造者であることを表示した」との要件がいかなる状況をいうのか、例えば、その判断は第三者による誤認を基準とするのかどうか等は示されていませんし、また、この点については、確定した実務上の取扱いもないようです。

(3) 商標の使用許諾者の製造者責任

では、商標の使用許諾者も品質監督責任表示生産者として製品欠陥に関する責任を負うことになるのでしょうか？ このように解釈すると、仮に、品質監督責任と、製造者責任とが異なる責任であるとしても、実体面では商標の使用を許諾した者は、製造者責任を負い、実際の生産者と共に無過失責任を負うという結論ともなりそうです。例えば、食品製品の生産者の従業員が故意に食品に毒物を混入した場合に、商標がその製品パッケージに表示された場合に、その使用許諾者は、当該食品製品を消費してその身体・健康に損害を生じた消費者に対し、生産者と同様の製品欠陥に係る製造者責任を負う場合があるという結論が妥当でしょうか？

法は、商標の使用許諾者については、商標の品質保証機能を重視して一定の品質に関する責任、即ち、品質監督責任を法定しているのに対し、製造者責任は、生産者がその製品の生産及び販売から事業上の利益を得ており、その製品の設計、生産の過程で、当該製品の欠陥によりその

使用者に損害をもたらさないようにする細心の注意を払うべきであるといった理解の下、消費者の利益の保証や立証責任の軽減等の要請から法定される特別な責任と考えることができます。上記両者の法的責任の基礎や根拠は異なっており、例えば品質監督責任は、法的には無過失責任と考えることは適当でなく、商標の使用許諾者として法的に負うべき品質監督に係る注意義務に故意又は過失により反した場合の民事上の責任と考えるべきです。

また、前記の法釈〔2002〕22号は、「自己の商標を製品上に体現し、これが製品の製造者であることを表示した」者の責任を定めるもので、また、この司法解釈は上記の者が訴訟当事者である被告となることについて被告としての適格があることを判断したものであり、上記のような表示生産者が実際の生産者と全く同じ製造者責任を負うという司法解釈を示したものではありません。

上記のような点を考えると、やはり、商標の使用許諾者は、それ自身として、品質監督責任や、生産者としての表示をした者としての製品欠陥に対する責任を負うべきであり、個々の事件における事情に応じて、異なる責任を負う場合があり得ると考えるべきです。品質監督責任が製造者責任と実体としては同義であるといった議論はいささか乱暴な議論といえると思います。

露木・赤澤法律事務所
弁護士 赤澤 義文
外国法研究員 封 震

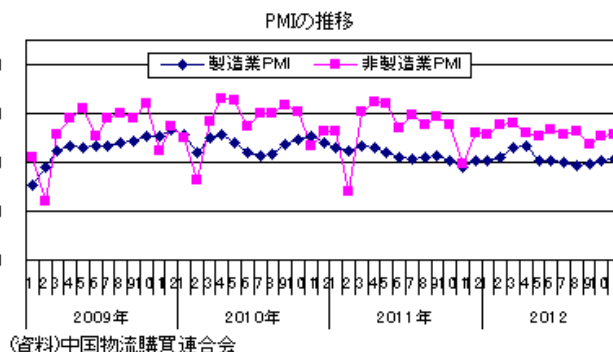
CHINA WEEKLY

WEEKLY DIGEST

【経済】

11月製造業PMI指数 前月比0.4ポイント上昇の50.6

中国物流購買連合会の1日の発表によると、11月の製造業PMI指数は、前月比0.4ポイント上昇の50.6となった。9月以降小幅上昇を続け、2ヶ月連続で景況感の分岐点となる50を超えた。同連合会は、経済の安定化傾向が一層鮮明になり、穏やかな回復の兆しが現れたとの認識を示した。項目別では、新規受注指数が前月比+0.8ポイントの51.2となり3ヶ月連続で上昇、また、生産高指数は同+0.4ポイントの52.5と過去5ヶ月で最も高い水準を記録しており、需要の回復を受け、企業が生産量を拡大している傾向が窺える。輸出受注指数は同+0.9ポイントの50.2に上昇し、欧米のクリスマス需要に加え、輸出の安定成長に向けて政府が打ち出した諸政策が功を奏したものと見られている。輸入指数は同+0.1ポイントの48.5と僅かに上昇。原材料在庫指数は同+0.6ポイントの47.9と、引き続き50を下回ったものの、3ヶ月連続での上昇となった。また、企業規模別では、大企業が同+0.5ポイントの51.4に上昇し、3ヶ月連続で50超えを維持した一方、中企業は同+0.4ポイントの49.7、小企業は同+1.1ポイントの46.1と、依然として50を下回っているものの、今後、大企業が製造業全体の回復を牽引していくと見ている。なお、11月の非製造業PMI指数は前月比+0.1ポイントの55.6となり、12ヶ月連続で50を上回った。



試行中の増値税改革 減税効果は予想以上

上海市、北京市、江蘇省等で試行されていた、営業税と増値税を一本化する増値税制度改革が、12月1日に天津市、浙江省、湖北省、寧波市の4地域でも実施され、試行地域は12地域、試行対象企業は91万社に達した。各地域での減税規模は、上海市では10ヶ月間で225億元に、北京市では2ヶ月間で25億元に上り、予想以上の効果が表れているとしている。然しながら、一部の納税者については改革によって却って税負担が増加、脱税を目的とした虚偽の領収書の発行等の問題点も見つかっており、改革を推進するにあたっては、対応策を講じる必要があると指摘。その上で、来年以降も試行地域を順次増やしていくと同時に、対象業種を拡大していくとしており、具体的には、郵便・通信業、鉄道運輸業、建築設備業を対象に組み入れるとの方針を明らかにしている。営業税は主にサービスの提供に対して、増値税はモノの販売等に対して課され、営業税の税率は3%~5%と、増値税の17%に比べ低い。増値税は仕入れ控除が適用されるのに対し、営業税には適用されないため、営業取引業者の税負担が増値税取引業者に比べて重い、また、取引形態によっては営業税と増値税の二重課税が発生する等、サービス産業発展の阻害要因となっていた。そこで、2012年1月1日より上海市を試行地域として、従来営業税が課されていた交通運輸業（陸運、水運、空運、パイプ輸送）、一部の現代サービス業（研究開発サービス、情報技術サービス、コンサルティングサービス等）については、増値税の適用に変更され、税負担の軽減が図られることとなった。

：但し、娯楽業は5%~20%

「中原経済区規画(2012-2020年)」発表 所得倍増計画が盛り込まれる

国家発展改革委員会は3日、「中原経済区規画(2012-2020年)」を発表し、所得倍増計画を含む2020年までの経済発展方針を明らかにした。中原経済区は、河南省の全域及び周囲の河北省、山西省、安徽省、山東省の一部地域から構成される経済開発区で、総面積は28.9万km²、2011年末時点の人口は1.79億人に上り、豊富な労働人口を有している。また、全国有数の農業生産地、天然資源供給地であると共に工業生産も盛んで、将来的に大きく発展し、投資・消費の潜在力も高いとの期待が寄せられている。但し、2011年時点の都市化率は40.6%と全国平均の51.3%に比べ低水準、産業構造が農業に傾斜、農村内部に多くの余剰人口を抱えている等の問題点もあり、今後の発展の為には、産業構造の転換を急ぐ必要があると指摘されている。同規画では、こうした問題を踏まえた上で、重要な産業である農業を保護しつつ、都市化、工業化、農業の近代化をバランス良く進めていくこと、さらに、環境にも配慮し持続的な発展を実現していくと表明している。具体的には、2020年までに、都市化、工業化の水準を全国水準に引き上げる、域内総生産（GRP）の一人当たり平均を2011年時点の26,317元から60,000元に引き上げる、都市部住民の一人当たり平均可処分所得を2011年の17,813元から38,000元に倍増する、農村部住民の平均純所得を2011年の6,629元から16,000元に倍増する、単位GRP当たりのエネルギー消費量を2010年比で30%引き下げる、との目標を挙げている。

人民元の動き

日付	USD				JPY(100JPY)		HKD		EUR		金利 (1wk)	上海A株 指数	
	Open	Range	Close	前日比	Close	前日比	Close	前日比	Close	前日比			前日比
2012.11.26	6.2255	6.2255~6.226	6.2255	-0.0030	7.5854	0.0045	0.80307	-0.0005	8.0748	0.0402	2.8800	2112.52	-10.40
2012.11.27	6.2223	6.2223~6.2225	6.2223	-0.0032	7.5666	-0.0188	0.80243	-0.0006	8.0644	-0.0104	2.8800	2084.98	-27.54
2012.11.28	6.2274	6.2273~6.2275	6.2273	0.0050	7.5930	0.0264	0.80205	-0.0004	8.0362	-0.0282	2.5000	2066.51	-18.47
2012.11.29	6.2291	6.2281~6.2301	6.2281	0.0008	7.5597	-0.0333	0.80003	-0.0020	8.0366	0.0004	3.2900	2055.99	-10.52
2012.11.30	6.2263	6.2263~6.2363	6.2267	-0.0014	7.5388	-0.0209	0.80297	0.0029	8.1060	0.0694	3.3900	2073.24	17.25

(資料) 中国外貨取引センター、中国人民銀行、上海証券取引所資料より三菱東京 UFJ 銀行国際業務部作成

RMB レビュー&アウトLOOK

今週の中国人民元は 6.22 台を中心に推移した。引き続き、一日の値幅上限である基準値から 1%の水準まで上昇する日が続いている。30 日に中国人民銀行が発表した対ドル基準値は 6.2892 であったが、本稿執筆時点で上限にあたる 6.2263 まで上昇している。

米財務省は 27 日に公表した為替政策報告書において、中国の「為替操作国」への認定を見送った。根拠として、人民元が 2010 年 6 月以降、実質ベース 12.6%上昇したことや、市場介入実績の大幅減少などが挙げられている。しかし、人民元は依然大幅に過小評価されていると指摘しており、さらなる切り上げ努力が必要であるとしている。これに対して中国外務省の報道官は「経常黒字の対 GDP 比率はここ数年で日々低下しており、人民元相場は均衡が取れている」としており、過小評価はしていないと反論した。

中国では連日、基準値比、値幅制限までの人民元高が続いている。ドル買い人民元売りの担い手が乏しいためだ。このため、人民元の流動性が恒常的に逼迫しているとみられる。これを受け、中国人民銀行は 11 月、徐々に基準値をドル安人民元高方向へと設定し、市場での取引成立を促す意向とみられるが、実際にはそういった状況にはなっていないようだ。流動性を改善させるには、前述以外にドル買い人民元買い介入を通じて取引を成立させる方法も考えられるが、現状当局による介入への積極姿勢はうかがえない。当面は 6.22 付近での動意に乏しい展開が続こう。

経済指標については、1 日に製造業 PMI、3 日は非製造業 PMI の発表が予定されている。製造業 PMI は 10 月に景況の分岐である 50 を 6 ヶ月ぶりに上回ったが、足もとの経済指標が概ね良好であることから、11 月も改善すると見られている。

(11 月 30 日作成) (市場企画部市場ソリューション室 グローバルマーケットリサーチ)

当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に関しては、すべてお客様御自身でご判断下さいますよう、宜しく申し上げます。当資料は信頼できるとされる情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性を保証するものではありません。内容は予告なしに変更することがありますので、予めご了承下さい。また、当資料は著作物であり、著作権法により保護されています。