

平成 16 年 1 月 27 日

偽ブランド商品の国内流通 を阻むために必要と思われる対策



フランス公益社団法人
ユニオン・デ・ファブリカン
日本局・東京事務所



International AntiCounterfeiting Coalition, Inc.

「第 154 回国会に於ける施政方針演説」のなかで、小泉内閣総理大臣が日本国の保有する知的財産権を戦略的に保護・活用していく旨のことを言われて以降、知的財産権に関わる環境は激変しつつある。平成 14 年 7 月には知的財産戦略大綱が取りまとめられ、国家戦略として「知的財産立国」を目指すとのことが明らかにされ、同年 11 月に制定された知的財産基本法に基づき「知的財産戦略本部」も、平成 15 年 3 月に設置されている。同年 7 月には「知的財産の創造、保護及び活用に関する推進計画」が発表された。

海外著名ブランドを会員とする弊法人は、平成 15 年 4 月に、「知的財産の創造、保護及び活用に関する推進計画」に盛り込んで頂きたいとの趣旨で、「知的財産戦略本部」へ意見を上申させて頂いている。

結果として、税関において知的財産権侵害物品を差し止められた場合、輸入者・輸出者の氏名等の情報を権利者に開示して頂けるように関連法令の改正をご検討頂けるとの事や、小口貨物等の検査の強化や、必要な知的財産担当職員の確保をお図り頂けるとの事、等々、偽造品対策の為に必要と、長年、思量していた事に、具体的に、ご配慮を賜れたと感謝の念を強く抱いている。

が、一方、昨年 5 月に「知的財産戦略本部」に提出させて頂いた「日本国内に於ける商標権侵害物品の金額的被害に関する考察」で記載したが、日本国内に於ける偽ブランドによる商標権に対する年間の被害額は約 5 千億円以上になる劣悪な状況にあり、この状況は更に必要な方策を要求していると言わざるを得ない。いわんや、日本国内に於ける偽造品の流通は、知的財産権の所有者のみならず一般の消費者を被害者にするものであって、一連の大手スーパーや専門量販チェーン店による偽造品販売・回収、テレビショッピングでの偽造品販売の発覚等の騒動は、記憶に新しいものであって、消費者の抱く流通不安は増加している現状下、迅速、且つ、妥当な対策は強く望まれているものと思量する。

以上の事を鑑み、日本国内に於ける知的財産の保護の強化を願い本意見書を提出するものである。

A) 偽造品の種類と流通の現状

a) 偽造品の種類

偽造品は大別すると2種類存在する。

「消費者が偽造品と認識していることが前提で取り引きされているもの」、

「消費者が本物と認識していることが前提で取り引きされているもの」

の2種類である。

過去においては、前者の偽造品は、主に、繁華街の露店などで外国人により販売されていた。

後者の偽造品は、大手のスーパーや量販店、専門のチェーン店、ひどい場合は、その株式を上場している企業により並行輸入された真正品と称して販売されていた。

現在においても上記の流通形態は残っており、露店や大手量販の偽造品販売が根絶されたわけではない。しかも、インターネットという名の先進的市場が新たに加わった事により、更に、複雑化している。

b) 流通の現状

過去、偽造品を排除しようとの活動を続けた結果、大手量販から駆逐された偽造品、露店で売りづらくなった偽造品は、摘発されにくい販売方式であるインターネットのオークションでの販売や、催事場での販売、雑誌媒体での販売、パチンコ屋での販売と言った形式をとりその供給量は下げてはいない。

全ての販売形式について、この場で、詳しく記述する事は不可能であるが、法令の改正等や行政力等がなくては事態の改善が望めないであろうと思量される「インターネットでの偽造品流通の現状」と「並行輸入市場での偽造品流通」を以下に記述する。

b?1) インターネットでの偽造品販売

前提として二つの事を確認しておかないと混乱を起こすと思う。

第一の前提は、インターネットでは、2種類の偽造品が流通していると言う事である。即ち、「消費者が偽造品と認識していることが前提で取り引きされているもの」と「消費者が本物と認識していることが前提で取り引きされているもの」の両方である。

第二の前提は、インターネット上で偽造品流通が多量に起きてしまっている場所を二つに分けて考える必要があるという事である。即ち、大手プロバイダーが運営する「オークション」と「モール」である。

オークション

「株式会社A」が運営するオークションの規模は国内最大であって、全体の90%とも95%を占めるともいわれている。従って、「株式会社A」が運営する「オークション」を主体に説明を行う。

「株式会社A」の運営するオークションに対して弊法人が削除の依頼をできるものは、原則的に、「消費者が偽造品と承知の上で購入することが前提で流通する」偽造品に限られる。

この種類に属する偽造品が多く出回っているのは、ルイ・ヴィトン、ロレックス、エルメス等だけであり、これらのブランドの偽造品の内、インターネットの画面上から明らかに偽造品と判断できるものに対して、弊法人は、削除の依頼を「株式会社A」に対して行っている。削除依頼に関わる数値は下の表の通りになる。

日付	出展資格ID削除依頼	出展品削除依頼
H14年3月	62	1,093
4月	120	7,972
5月	97	5,054

6月	109	6,043
7月	205	7,294
8月	214	6,367
9月	68	1,975
10月	208	7,527
11月	98	6,550
12月	331	20,698
H15年1月	133	4,997
2月	234	9,608
3月	156	6,975
4月	97	2,007
5月	98	5,921
6月	147	8,106
7月	161	8,968
8月	115	3,687
合計	2,653	120,842

留意を賜りたいのは、これらの数値には、インターネットの画像等の情報のみで偽造品と断定できるもの以外のものは含まれないと言う事である。即ち、画面上から偽造品か真正品かの区別がつかないものは、当然、削除の依頼は出来ないし、偽造品か真正品かを確かめるための購入は、時間的・経済的にも負担が多すぎて実施できないのが実情である。従って、「消費者が本物と思って購入することが前提で流通している」偽造品は、殆ど、インターネットで野放し状態になっている。

野放し状態ではないはずの、「消費者が偽造品と承知の上で購入することが前提で流通する」偽造品についても、これだけの削除依頼をしても、焼け石に水の状態である。

何故、焼け石に水の状態から脱し得ないのかについては色々な事情が考えられるが以下に箇条書きする事が主たる原因と考えて良い。

?出展資格IDは、有料のものでも無料ものでもeメールアドレスが一個とク

レジットカード一枚があれば安易に取得できる。即ち、出展資格IDが取り消されてもすぐに取り直しができる。

?出展資格IDがあれば、出展している偽造品が削除されても、即時の再出展を阻むものはない

?プロバイダー責任法等により、偽造品出展者は自らに関わる情報が権利者や購入者に滅多な事では伝わらないとの確信を、即ち、刑事・民事を含む法的責任を問われないとの安心感を持っている。

平成 15 年 5 月 30 日に試みに状況を把握してみた。

「株式会社A」のオークションでブランド品のカテゴリーに出品されている総数は、32万点余りであり、内、ルイ・ヴィトン約4万1千点出品されていた。例えば、ルイ・ヴィトンのマルチカラーと呼ばれているラインの品物は414点出品されていたが、内、193点が偽造品であった。又、モノグラムと呼ばれているラインのポストバックのカテゴリーに出品されている数は、1,288点になるが、内1,172点が偽造品であった。偽造品汚染率は従って80パーセントを超える。

「株式会社A」に対しては、かなりの強い調子での申し込みを行っているが、道徳的責任は認めるとしているものの、自分たちは場所を貸しているだけであり法的責任はないとして、積極的な改善に努めようといったような態度は得られるに至っていない。酷な評価が許されるならば、多少良くなったことと言えば、話し合いにすらまともに応じていなかった以前の態度が、話し合いには応じてみようかというものに変わった程度である。

「株式会社A」の場合、オークションで売買された商品価格の3%をシステム利用料の名目で商品を販売した者から徴収している。名目はともあれ、実質的に、偽造品が売買されたときにもその売買価格の3%が「株式会社A」の収入となっているし、その金額は軽視できないものとなっている。穿った見方が許されるならば、「株式会社A」は偽造品対策に本格的に乗り出すと、対策費がかかるのは勿論の事、偽造品を排除する事によりシステム利用料の収入も減る事を懸念して、偽造品対策を本格的に行わないのではないかと判断せざるを得ない。現に、某サイトでは、偽造品にかかる弊害を懸念してのことと推測されるが、特

定ブランド品の扱いを、一時的にせよ、禁じたところもあると聞いている。国内で圧倒的なシェアを有し、世界的にも第2位の規模を有する「A」が、偽造品蔓延の現状を知悉しながら、あくまで「場所を貸しているだけであるから法的責任はない」との立場を維持するのであれば、消費者及び権利者の被る損害は計り知れないものがあり、この点でプロバイダーの法的責任を問えるような制度の構築が望まれる。

モール

大手の検索サイトや大手プロバイダー等は店舗を多く集めた形で「モール」を運営している場合がある。このモールの運営についての各サイトが有している責任感「オークション」の場合のそれとは大きく隔たりがあり、通常の場合、偽造品の販売に神経質である。

サイト側は出店に際して希望者の審査を行うが、この際、ほぼ自動的にサイト側が当法人に問い合わせをかけてくるシステムが構築されている。

当法人としては、関係する権利者側がそれぞれ有する思惑や方針を尊重した上で、且つ、法的に問題が発生しない範囲で、更には、当法人に課せられた守秘義務を尊重した上で、可能な範囲で回答を行っている。

実際の作業はさほど単純ではない。店舗の屋号が頻繁に変えられ、実態は同じというものや、例えば代表者の名前だけが同じだとか、住所だけが一致するとか、電話番号だけ一致するとかを見抜かなければ堤防を築くことはできない。

例えば、サイト「A」で偽造品を販売して退店させられた業者がサイト「B」に出店を希望していた場合に、サイト「A」に許可を求めた上でサイト「B」に通知するとか、権利者「C」の偽造品を販売した前歴のあるものがサイト「A」に出店を求めてきた場合に権利者「C」の承諾を得た上で情報を開示するとかのアレンジメントを行う。

平成13年8月から平成15年8月の数を列挙すると下記の表のようになる。

	確認依頼件数	出店拒否の進言回数
A	442 件	74 件
B	22 件	8 件
C	4 件	1 件
合計	468 件	83 件

又、既にどこかのモールへ出店している者が偽造品を販売した場合で、悪質と判断されるものについては、出店の許可を取り消して、退店を求めることとなる。

この場合、情報の収集・分析に割く時間よりも、どのような手法で退店の根拠を作るのかと言う方法を考えることと、これを実行していくことに時間が費やされる。

例えば、サイト「A」に出店している業者が偽造品を販売していたとする。販売している事実は、当法人の調査、消費者の通報、権利者側の調査、サイト側の申し出により判明する。次に、悪質と判断した場合は、サイト側に退店の処置を取るようにより要求するが、サイト側としても何の理由もなく退店させられない状況であると判断した場合は、偽造品を購入し、権利者側から通告状を発送してもらってその通告状送付の事実をサイト側に突きつけた形を取り退店に持ち込むと言った流れを取る。

権利者側、弁護士、サイト側を巻き込んだ一連の作業をこなさなければ退店に追い込めない例が殆どであり、大変な時間を割く作業である。

平成 13 年 8 月から平成 15 年 8 月の数を列挙すると下記の表のようになる。

	事案発生数
A	41 件
B	30 件
C	8 件
合計	79 件

最後に両方の種類の偽造品が含まれるが、法的処置を目的にインターネットで購入を行った件数は、平成 14 年度で 44 件、平成 15 年度は 5 月末までで 41 件になる事を申し添える。

b?2) 並行輸入品市場での偽造品販売

並行輸入された真正品であると称してインターネットで販売されている偽造品については、改めて記述しない。

並行輸入された真正品であるとして偽造品が販売されるケースは、旧来の大手量販店での販売や、雑誌媒体に多く宣伝を掲載している小規模並行輸入品販売店舗での販売、パチンコ店での販売、催事場販売等があげられる。

パチンコ店での偽造品汚染率は、特定のイタリア高級著名海外ブランド品については、ほぼ100%である。パチンコ店に対しては、平成13年には大阪府警察が地元の遊技協会に対する指導を行っているし、平成14年に入り、山口県警察、秋田県警察、徳島県警察などが偽造品を販売したパチンコ店に対する事件に着手し、逮捕者まで出ているが状況は好転していない。

雑誌媒体に多く宣伝を掲載している小規模並行輸入品販売店舗での販売も目を覆うべきものがある。日本国内では、主なところで4つの月刊誌が販売されていて、各紙公称で一回の発行で25万部から20万部を販売している。一誌にあたり、約160店舗ほどが宣伝を掲載しているが、多くの店舗は実体がないに等しいマンションの一室でコンピュータのネットを活用して販売している様な企業であり、偽造品を販売した事に対する権利者側からの通告状を受け取ると夜逃げをしてしまうようなところがある始末である。

現在の法体制では、この状況に対して、刑事摘発力はほぼ無力である。法律的な整備が必要であると思料するが、偽造品を偽造品として販売した場合は商標法をもって刑事摘発が可能であるが、偽造品と知って販売したとの立証が出来ない場合には刑事罰則を科す事はできない。従って、刑事摘発の内1%から3%が、消費者が本物と認識していることが前提で取り引きされている偽造品の事犯の摘発であり、残りは、消費者と販売者が偽造品と認識していることが前提で取り引きされている偽造品の事犯である。実数的に言えば、平成12年度に警察が全体で取り扱った商標法違反被疑事件は504件になり、平成13年度では417件になるが、ユニオン・デ・ファブリカンの把握する限りでは平成12年度で消費者が本物と認識していることが前提で取り引きされている偽造品の事犯は5件、平成13年度に至っては0件である。即ち、偽造品と承知して販売していたとの立証が出来ない限り刑事摘発は不可能であるというのが現実である。

B) 求められる対策

偽造品販売者や消費者に対して抑止的效果を狙った法律環境の整備を行い、インターネット市場や並行市場に中心をおいた行政的なアシストがこれをサポートする体制を構築すべきであると思量する。

言うまでもない事であるが、日本国が自国の保有する知的財産権の保護を諸外国に訴えていくなれば、逆に、日本国として他国の知的財産権の保護に積極的にならざるを得ないはずである。更には、長期的な視点に立った場合、日本国内での偽造品の流通は消費者にとって「悪」以外の何者でないことは明白である事からも、日本国自らにとっての利益として、早急な対策が望まれていると思量する。

a) 法律の強化

フランスでは、所謂ロンゲ法（1994年2月法）なるものが存在していて偽造品の所持そのものを禁止している。実質的には、この法律が厳格に運用されているとは言い難いのは否めないが、消費者に対して偽造品の所持は違法であると言う事は啓発的・抑止的意味では大きな意味を持っていると考察できる。特に、日本人の持つ特殊性、法律を遵守する傾向の強い国民性を考えた場合、同様の法律が日本に存在したならばその効力は絶大であろうと思量する。

又、刑事事件においての現行法の非有効性と経済的打撃の大きさを考えた場合、少なくとも、仕入れの際に真正品であるかないかの確認を甚だしく怠った場合、即ち、重過失が認められる場合、刑事での摘発が可能である法律に改正を行うべきであると思量する。

b) インターネット対策

インターネットを舞台として起こる種類の犯罪の根元の一つにその匿名性をあげる事ができると思量する。

偽造品の問題を考えた場合、出展者IDの取得の際にクレジットカードとeメ

ールアドレスがあればよいとの条件は、少なくとも、クレジットカードを発行している会社とサイト運営者がイコールでないとの一点のみからみても匿名性が発生していると見るべきである。これを回避するためには、サイト運営者に出席者IDの取得の際には、銀行口座取得の際に課している身元確認義務を、準じて、負わせる事であろうと思量する。

又、所謂プロバイダー責任法（特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律）第4条に基づけば、違法行為を行った者の身元他の情報を、違法行為を行った者の同意なく、権利侵害にあった者にサイト運営者が開示した場合、サイト運営者は違法行為を行い、且つ、情報開示された者に対して賠償責任を負う場合がある事を否定していない。これが、インターネットでの匿名性を補強している事実を認識し、違法な行為を増長させる意味のない匿名性保持を排除する意図を持った上で、同法を改正し、権利の侵害行為が明らかである場合には、権利侵害を行った者の同意無しにサイト運営者が違法行為を行った者の身元他の情報を権利侵害にあった者に開示しても賠償責任は問われないと言う事にすべきであると思量する。

又、サイト運営者はシステム利用料の名目で、オークションで売買された商品金額の何パーセントであるとか一回の売買行為でいくらとかの収入を得ているが普通であるのだから、こういった収入を得ている場合には、運営の責任が増大する事を鑑み、新たな運営責任を法的に課するべきであると思量する。

当然ながら、サイト運営者にはサイト運営者側の事情があるであろうし、前述した諸問題も多岐にわたっている。発展途上にあるインターネットでの事象は変化を続けていると言う事情もある。例えば、外国から偽造品を出展し、日本在住の多数の購入者に小口多数で販売するものが現れており、この販売数量も軽視できない。従って、これらの諸問題の解決の糸口を見いだすための官民合同の検討の機会を設ける事を提案する。

c) 並行輸入市場対策

偽造品の流通の形態を考えてみればよく理解できるように並行輸入の名前を騙

った偽造品の存在は大きな偽造品の発生源となっていることは否めない。誤解なきように申し述べるが、並行輸入は合法であると認められている現状において、並行輸入の存在が消費者やそのほかの人々にとって当然となっている中で、その存在によって発生している弊害を並べ立てて、並行輸入の単純な禁止を訴えるつもりはない。

但し、並行輸入が合法とされるが故に、「並行輸入した真正品」であると称する偽造品が多量に市場に侵入している事実は訴えざるを得ない。

政府が並行輸入もしくは個人輸入を、奨励した当初の理由の内の一つは、「並行輸入や個人輸入が存在することにより消費者は内外価格差の不利益を被らなくて済むから消費者にとって有益」とのものであったが、為替の状況や、ブランド側の価格への配慮等からこの理由は成り立たなくなっている。逆に、並行輸入の真正品であると称する多量の偽造品の存在により一番の被害を受けているのは消費者であるといっても過言ではない。更には、政府が並行輸入もしくは個人輸入を、奨励した当初の理由のもう一つは、「黒字削減のための輸入促進」であったが、現在の経済状況に鑑みるに全く意味を為さなくなっている。

平成 15 年 10 月 15 日の「クローズアップ現代」で、NHKは、1兆とも1兆5千億の規模とも言われる並行輸入市場の品物の半分ほどについて、通関の際等に適正な税金が支払われていないとの発言を報道している。このような状況下では、先進諸国に倣って、雇用の促進や税金の増収のため代理店制度の保護の政策を、前後の体制を考えないなら、取った方が良くらいである。

上記のことを総合的に考察すると、並行輸入とされる品物の輸入対象物は此処までであり、且つ、当該の輸入に際してはこれこれの注意義務があると定めた方が、消費者側にとって、並行市場の業界にとって、偽造品汚染率が低下する一点においても利益が大きいものと判断する。同時に、ある程度の代理店保護は、雇用の促進や税金の増収の観点からも有益であり、税関業務の軽減化のためにも有効である。

従って、以下の3項目を行う事を提案する。

- ?偽造品の売り逃げ、社名等を変更した上での偽造品の続行販売を防ぐために、
並行輸入を業とする者に、適切と判断される所管官庁に、規制緩和の流れの中で許される範囲内で、自らに関わる諸情報の登録制度を設置する
- ?繰り返しになるが、並行輸入業者に適切と思われる注意義務を商標法に基づ

いて課する事

?刑事事件での摘発件数が低い事が偽造品の流通量を増やしている事や、立証に際してより以上の時間や専門知識が要求される事、更には、国内においての知的財産権全般を保護するためにも、検察や各都道府県警察に専門官等を配置するなどをして人的環境を強化する事と、これらの方々に日々変化するブランドビジネスの実態や、偽造品の流通現状などを権利者側から系統的に提供できる方法を設置する事

上記の 3 項目が代理店保護の政策を政府が選択する余地を考慮しつつ為された方が、日本国政府に経済政策に選択肢を残すといった意味で有効であろうと考察する。