

スポーツ用品メーカーにおける偽造品対策



会員・ミズノ株式会社 法務部 高橋 慎太郎

要 約

企業における知的財産部門は、知的財産権の調査、出願、維持管理、ライセンス交渉、契約、係争、戦略立案、社員教育など業務は多岐にわたる。多くの企業の模倣品対策は、日常業務と並行して限られた人員、限られた予算の中で行っている。本稿では、商標権侵害物品（偽造品）対策に焦点を当て、偽造品工場、偽造品販売小売店、税関、EC サイト、SNS、オークションサイト等、様々なシーンごとの具体的な偽造品対策や留意点等について紹介する。

<p>目次</p> <p>1. はじめに</p> <p>2. 各シーンにおける対応</p> <p> (1) 工場・倉庫</p> <p> A. 行政摘発と刑事摘発</p> <p> B. 摘発の優先度</p> <p> C. 一斉摘発</p> <p> (2) 小売店摘発</p> <p> (3) 侵害訴訟</p> <p> A. 事前の調査</p> <p> B. 公証購買</p> <p> C. 行政摘発</p> <p> D. 差止・損害賠償請求訴訟</p> <p> (4) 税関水際取り締まり</p> <p> A. 権利申告（税関登録）</p> <p> B. グローバルに拡散する偽造品</p> <p> C. 荷の小口化</p> <p> (5) インターネット上の対策</p> <p> A. モール型 EC サイト</p> <p> B. 個別の販売サイト・偽サイト</p> <p> C. オークションサイト</p> <p> D. SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）</p> <p>3. 情報収集・情報共有</p> <p>4. おわりに</p>	<p>ものを使用し、性能は正規品に比べ大きく劣るケースが多い。</p> <p>偽造品対策をする理由として考えられる一つ目は消費者の保護である。偽造品と知らずに購入した消費者が劣悪な品質の偽造品を使用することによって怪我などをすれば大変なことは言うまでもなく、品質を信じた消費者の失望感はブランドイメージの毀損に即つながる。</p> <p>二つ目の理由として考えられるのは真正品の売上の減少である。偽造品は開発費や宣伝広告費がかからないため、安価で販売でき、その安価な偽造品が出回ることによって市場の価格混乱が生じ、真正品の売上減少が起きうる。</p> <p>以下、スポーツ用品メーカーで日々起こる偽造品問題について、それぞれのシーンごとに傾向と対策について紹介する。なお、本文中に挙げる国名は、特定の国や国民を批判することを目的としたものではなく、あくまで事実に基づいて偽造品対策の紹介を目的としたものであり、意見や見解に関わる部分は私見であることをお断りしておく。</p>
--	---

1. はじめに

企業が偽造品対策をする理由は何だろうか。昔は偽造品を作られるということは有名税であるなどと揶揄するような表現も巷で聞かれたが、そのような考え方は危険である。放置すれば企業の屋台骨である信用を失うことにもなりかねないからである。最近の偽造品は非常に精巧にはできているが、素材は安価で劣悪な

2. 各シーンにおける対応

(1) 工場・倉庫

A. 行政摘発と刑事摘発

弊社は過去多くの偽造品製造工場や倉庫を摘発したが、工場所在地は中国国内であることが多い。中国での摘発には二種類の方法があり、行政摘発と刑事摘発がある。

行政摘発は各工場や倉庫の所在地にある地方の工商行政管理局（AIC）に摘発を依頼し、偽造品の没収、処分、工場責任者への罰金を科す摘発方法である。

一方、刑事摘発は公安局（警察）に摘発を依頼する方法であり、基本的に行政摘発と同様の摘発内容になるが、侵害者には行政摘発よりも重い罰則（罰金だけでなく、勾留など）が科されることになる。なお、刑事摘発をするには、中国の刑法で定められた刑事訴追基準における不法経営金額又は違法所得金額を満たす必要があり、現地代理人による費用も行政摘発に比べ高くなるため、侵害物品の規模の大小、再犯など悪質なケースか否か等によってどちらを選択するかを決めることになる。



B. 摘発の優先度

偽造品が発見される場所としては①工場、②倉庫、③小売店が挙げられるが、優先的に摘発すべき場所はどこであろうか。セオリーとしては物流の上流である①工場>②倉庫>③小売店の順に取り締まりをし、物流を遮断することが効率的である。しかしながら、現実には年を追うごとに工場摘発が困難化している。したがって、工場摘発の件数は年々減少傾向にある。

また、偽造品には①金型、②部品、③完成品が存在するが、一番優先的に摘発すべきなのは主要部品の金型であると考えられる。金型は製作に時間がかかることに加えて高額であり、金型が没収されると偽造品製造者は量産を停止せざるをえないからである。二番目に優先すべきは完成品である。完成品は部品に比べ経済的価値が高いからである。

したがって、偽造品工場摘発では、抑止力を考慮し、①金型>②完成品>③部品の順に優先的に取り締まりをすることが効率的であると考えられる。



C. 一斉摘発

偽造品工場はアイテムによって製造国や製造地方が集中しているケースが多い。一軒ごとに摘発をする、同業者間のネットワークで摘発の情報を察知されてしまい、未だ摘発を受けていない他の工場が偽造品製造を隠蔽する可能性がある。したがって、事前に綿密に調査した上で、複数の工場を同日に一斉に摘発することが望ましい。

但し、最近は偽造品工場側も相当警戒を強めており、例えば中国では工商局や公安が動きにくい夜間に操業し、朝までに出荷を完了させてしまうケースや、摘発に踏み込みにくい個人宅での製造をするケースもある。

また、数年前までは偽造品工場は出荷のしやすい沿岸部に集中していたが、摘発が厳しくなると、取り締まりの厳しい沿岸部から取り締まりの緩い内陸部に生産地を移す傾向も感じられる。

(2) 小売店摘発

偽造品を販売している小売店の摘発をすることもあ

る。営業中に摘発できるため比較的容易である。しかし、一店舗あたりの在庫数は工場摘発に比べると少ないため、費用対効果という面では工場摘発よりも優先度は劣る。小売店店主より、仕入先や工場などの情報を芋づる式に聞き出す目的で摘発することは有用であると考えられる。



(3) 侵害訴訟

悪質な侵害者に対しては差止請求訴訟、損害賠償請求訴訟をおこなうことがある。中国で意図的に弊社のコーポレートマークに類似する商標を使用して商品を販売する業者が存在したため、2012年～2013年にかけて裁判で争った際の流れやポイントを紹介する。

A. 事前の調査

企業の名称、所在地、ホームページ、連絡先、法人代表、資本金、従業員数、事業内容、販売先など、事前に把握できる情報を調査しておくことが必要となる。

B. 公証購買

どの国の司法の場でも同じことが言えるが、中国では、特に訴訟で用いる証拠が重要となる。裁判所に提出する証拠物品の入手の際には公証人による公証を得ておくことが基本となる。仮に侵害品を購入し、現物とレシートを取得したとしても、公証がなければ、相手が証拠能力を認めない場合は原告側がその証拠能力を証明しなければならないからである。逆に、公証があれば、証拠能力の立証責任は相手方に転換されることになる。弊社も当該裁判においては証拠品の購入ごとに公証購入を実施した。

C. 行政摘発

裁判で侵害の事実を立証するために工場又は販売店を行政摘発した。摘発結果（差押通知書や処罰決定書）をそのまま証拠として用いることが可能になるからである。

行政摘発はどの地域で行うのが重要となる。地元企業を優遇する地域があり、地域によっては外国企業に不利な摘発結果となる場合がある、と現地代理人よりアドバイスを受けたからである。

本件事案の場合において、弊社はそのアドバイスを考慮し、侵害行為を行っている企業の製造所在地ではなく、都市部の工商行政管理局（AIC）に案件の告発をし、販売店の行政摘発の要請を行った。

なお、行政摘発後に侵害業者側は警戒を強めるため、弊社は相手に対抗措置を取られる前に速やかに訴訟を提起した。

D. 差止・損害賠償請求訴訟

一般的に1～2カ月以内に第一回口頭弁論が開催され、特段の事由により延長する必要がある場合を除き、人民法院が普通手続を適用して審理する事件は、立件した日から六月以内に審理が終結する。

弊社は、事前に公証購買をした都市部の裁判所に訴訟を提起した。主に争点は商標の類似性についてだったが、結果的に、第一審は全面的に勝訴し、販売店には販売の停止と現存品の廃棄が求められ、製造業者には製造・販売の停止と現存品の廃棄、更に損害賠償命令がなされた。

後日、相手方による上訴がなされたため、第二審でも争うことになった。第二審においても弊社の主張が認められ、第二審も勝訴となった。中国は二審制であるため、これで結審となった。

(4) 税関水際取り締まり

A. 権利申告（税関登録）

各国税関へ権利申告（権利者が自分の知的財産権を保護するよう税関に要求すること）をすることにより、侵害に係わる貨物の輸出入を通関手続段階で取締まるよう求めることができる。

ここでの注意点は、自社の真正品の製造国では、真正品が取り締まりの対象となり出荷が遅れてしまわないよう、真正品工場のリスト（ホワイトリスト）を税関にあらかじめ提出しておく必要がある。またそのリスト管理（新規工場の登録や取引停止後の削除）も必要となるため企画・生産部門も含めた社内での取り組みが必要となる。

なお、権利申告をしていなくても、税関職員の職権で偽造品の取締りがなされるケースもある。

B. グローバルに拡散する偽造品

世界各国の税関において偽造品が見つまっている。中国税関での差止件数が一番多いが、台湾、ルクセンブルク、ロシア、ドイツ、ウルグアイ、パラグアイ等の税関でも偽造品差止実績がある。



C. 荷の小口化

7～8年程前まではコンテナ単位の大きな貨物で数千点、数万点の偽造品が見つまっているケースが多かった。しかし、昨今のインターネットショッピングの普及に伴い、B to Cのみならず、B to Bの取引においても小口出荷が可能になったため、税関で見つかる偽造品も小口の荷であるケースが増加した。国にもよると思われるが、税関での取り締まりは税関職員の人手による検査、いわゆるピックアップ検査（全数検査をするのではなく、複数から一つ選び検査する手法）のため、模倣品の全てを取り締まることは事実上不可能である。筆者の願望として、今後の技術革新により税関への申告書類（INVOICE）内容と疑義貨物のX線画像を比較して税関職員の人員数に関わらず自動で疑義物品を検知するシステムなど、が登場するのを期待したい。



(5) インターネット上の対策

A. モール型 EC サイト

モール型 EC サイトで代表的なものとしては、日本では、Amazon、楽天、ヤフーショッピング、中国では Alibaba、Taobao、韓国では Gmarket、台湾では ruten（露天）、南米では Mercadolibre、東南アジアでは Lazada などが挙げられる。安価で手軽に出品ができ、EC サイトの強力な集客力を利用することができるため、偽造品が出品されている場合がある。

監視は社内の人員で各サイトのパトロールをする方法もあるが、偽造品販売サイトの検出から削除申請までワンストップで対応してくれる外部の専門会社も存在する。弊社では年間一万件位の件数を専門会社を通じて EC サイトに削除申請している。写真での真贋鑑定ができない場合は実際にサンプルを購入したうえで判断するようにしている。撲滅は難しくとも、出品後に即削除することを継続することで偽造品出品業者に一定の圧力をかけることができると考えている。悪質な出品者には別途調査を行い、証拠を集め、法的措置を実行することもある。

B. 個別の販売サイト・偽サイト

モール型ではなく、個人や事業主単位で個別のドメインを取得し、偽造品を販売している個別の EC サイトや、まるで正規のオフィシャルサイトのように装い、偽造品を販売したり、お金を払っても何も発送されず個人情報抜き取るフィッシングサイトも存在する。主に消費者からの問い合わせで発覚することが多い。

直接又は専門会社を通じてドメインサービスプロバイダへの申し出によりサイトを閉鎖させるが、閉鎖させたサイトが、後日ドメイン名、サービスプロバイダ

を変えて再開設してくるケースがあり、もぐら叩き状態になりやすい。

クレジットカードが使えるサイトであれば、消費者から当該クレジットカード会社に偽造品であったことによる返金を求め、クレジットカード会社からサイトに求償（取引の停止）をすることで被害の拡大を間接的に防ぐという方法も考えられる。

また、警察庁に通報することにより、警察庁から APWG^{*}に情報提供をしてもらい、APWG に加盟しているセキュリティソフト会社やウェブブラウザ会社に情報を共有することで、当該セキュリティソフト会社やウェブブラウザ会社による通信の遮断や、消費者にこれらサイトが危険なサイトであることのポップアップ警告をしてもらうことができる。

※ APWG (Anti-Phishing Working Group) フィッシングサイト対策を目的として平成 15 年に国際的な非営利団体として米国に設立。警察庁では、平成 28 年 7 月から偽サイト等の情報を提供している。

C. オークションサイト

ヤフオク！などのオークションサイトにも中古品に紛れて偽造品が出品される。定期的に監視は続け、警告や削除申請を行っているが、金曜夜から月曜早朝のみ出品をして、監視対象から逃れようとする偽造品出品者も存在する。一般店頭で販売されているような新品にもかかわらず、正規品に比べてあり得ない値付けがされている場合、個人が同じ商品を複数販売している場合などは注意が必要である。悪質な場合は警察と連携して摘発に動くこともある。

D. SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)

フェイスブック、インスタグラムなどの SNS で偽造品の写真と直接の連絡先を掲載したり、偽造品サイトへ誘導する URL などが掲載されている場合がある。大手 SNS 各社であれば、直接連絡や専用フォームから申請すれば、数日以内に記事の削除やアカウントの消去などの対応をしてもらえることが多い。

3. 情報収集・情報共有

偽造品対策については、情報収集が重要となる。偽造品市場は常に変化しているからである。偽造品市場については海外子会社や取引先、代理人、顧客から情報を得、対策においては各種模倣品セミナー、税関セ

ミナーなどに参加し、最新の情報を入手するようにしている。特に、企業の知財部門が集まる勉強会や、同業者間の意見交換などが非常に有用となる。普段は同業者間の知財部門の人間はライバル同士であることから面談する機会などめったにないが、偽造品対策については戦う相手が同じであり、撲滅に向けて協力関係を築くことが可能である。アイテムごとの出現地域、国ごとの詳細な法制度や運用、真贋鑑定の方法、どのような対策が有効であったかなど、生きた情報が得られやすい。

4. おわりに

偽造品対策は「もぐら叩き」「いたちごっこ」などと対策をしてもキリがないと言われることもあるが、何も対策をしなければ偽造品業者はリスクを負わずに製造販売に専念できるため、益々被害が広がる。偽造品のシェアが高くなればなるほど、偽造品の品質がブランドの品質と認識される可能性が高くなり、長年築き上げてきたブランドに対する信頼が失墜しうる。

限られた予算の中で効率的に抑止力を働かせるには、地道に摘発を行い、対策を行なっていることを公表し、偽造品業者に対して一定の圧力をかけること、つまり抑止力を働かせることが必要だと考える。偽造品業者は国や地域が限定されており、狭い範囲で情報が行き交うと考えられるためである。時には偽造品業者の気持ちになって自分だったらどのように偽造品を流通させるだろうかと逆の立場から行動を予測することもある。

初期対応も重要である。偽造品製造業者といえども、新商品が売れるかどうかは市場に出してみないと分からない。増産体制を敷く前に、商標権者の監視活動を警戒しながら少しずつ供給し、需要予測をするはずである。増産体制をとる前段階で侵害の芽をつぶしておくことが必要であると考えられる。

本稿は筆者個人の知識と伝聞、体験で執筆したものであり、企業としての公式見解等を述べたものではない。記載内容には十分注意しているが、完全に正確な内容をしめしたものであることを保証することはできない点をご了承願いたい。

以上

(原稿受領 2018. 9. 27)