

Lever 判決を利用した 合衆国のラベリング制度導入



一橋大学大学院 国際企業戦略研究科修士課程
弁護士

渡辺 智子

要 約

本稿は、合衆国の並行輸入政策であるラベリング制度の意義について論じる。

合衆国は並行輸入政策として、ラベリング制度を採用している。このラベリング制度導入の意義を明らかにするために、合衆国の並行輸入政策の推移を論じ、制度導入の根拠とされる 1989 年の Lever 判決及び立法事実を分析する。この分析により、ラベリング制度は、Lever 判決を受けて導入されたものではなく、商標権者保護と自由市場確保の調和という目的を達成するために、判決以前より政府内で導入が検討されており、判決はその導入の契機にすぎないことが明らかになった。この目的の積極的達成がラベリング制度の一義的意義であり、本稿ではこの観点から、ラベリング制度の効果にも評価を加えている。

その上で、ラベリング制度の問題点及び導入の経緯の疑問点を指摘することで、ラベリング制度が上記一義的意義以外にも様々な目的を包含することを示唆し、今後の研究の展望とすることで、本稿の結びとする。

目次

1. 研究目的
2. Lever 判決に至る経緯と Lever Rule の確立
 - (1) Lever 判決以前の合衆国関税局の政策と例外事例の拡大
 - (2) Lever 判決と Lever Rule の概要
3. Lever Rule の関税局規則化とラベリング制度の導入経緯
 - (1) Lever Rule の運用と関税局規則化
 - (2) ラベリング制度導入の経緯と問題点
 - (3) ラベリング制度導入の意図とその評価
4. まとめ

1. 研究目的

並行輸入品、いわゆる「グレーマーケット商品」は、それを輸入する多くの国において、国内商標権者の権利保護と自由市場の確保の対立という問題を惹き起こす。この問題への対処が、まさしく当該国政府の輸入政策及び商標権・著作権政策の重要な要素となることは、多言を要しないところである。

日本における現在の並行輸入政策は、フレッドベリー判決（2003 年）の三要件に準拠し、この要件に照らして並行輸入品の輸入可否を判断することで、商標権者保護と自由市場確保の調和を図っている⁽¹⁾。フレッドベリー判決は、1972 年の合衆国関税局規則の改正に歩調を合わせて並行輸入の取扱いを変更した大蔵省関税局通達第 1443 号（1972 年）の規定を参考にし

たものとも解釈されている。とすると、その判断のルーツは合衆国の関税局規則にあるといえる。

このように、合衆国の並行輸入政策が日本の並行輸入政策に少なからず影響すると考えられる以上、合衆国が 1999 年以降、通関業務として運用しているラベリング制度を考察することは、日本の並行輸入政策を理解する上で不可欠といえる。

そこで、本研究では、現在合衆国で運用されているラベリング制度について、制度導入の意義を明らかにするために、合衆国の並行輸入政策の推移を論じ、制度導入の根拠とされる 1989 年の Lever 判決及び立法事実を分析する。その上でラベリング制度の意義と効果を評価するものである。

2. Lever 判決に至る経緯と Lever Rule の確立

(1) Lever 判決以前の合衆国関税局の政策と例外事例の拡大

Lever 判決（1989 年）以前、合衆国の関税局は、Katzel 事件合衆国最高裁判決（1921 年）を受けて制定された関税法 526 条（1922 年、通称「真正商品排斥法」）に基づき、合衆国に輸入される外国製商品に、「合衆国民が所有する合衆国登録商標が付されている場合には、当該商標権者の書面による同意がない限り、当該商品の輸入を禁止」する政策を採っていた。

関税法 526 条は、並行輸入から合衆国の商標権者を保護することを趣旨として立法されたものである。この時点では、合衆国は、並行輸入を一律禁止することで、国内の商標権者の保護を最優先としていたといえる。

確かに、商標権は産業財産権の一部を構成する権利であり、その排他的独占権は尊重されなければならない。しかし、権利者に与える権利が余りに強すぎると、商標権者の利権が拡大し、「競争の障害」と「需用者の不利益」という自由市場経済を機能不全とする大きな問題が生じることになる。

「競争の障害」とは、権利者に余りに強い権利を認めることによって、他者の市場参入の機会が阻まれ、販売努力や商品の品質に対する向上心がおざなりになってしまうために生じる弊害である。これは、消費者との関係では「需用者の不利益」へと繋がる⁽²⁾。商標権者保護と自主市場確保の対立である。

この対立が明確になるにつれ、合衆国は、関税法 526 条による並行輸入禁止の原則を運用の段階で緩め、一定の要件の下での例外を容認することで、市場における「公正な競争」と「需用者の利益」の保護、すなわち、適正な自由市場を確保する方向へと政策を転換し始めた。1953 年になると、合衆国商標法 42 条、旧 1905 年商標法 27 条による「並行輸入禁止の適用除外」を拡大する解釈が採用され、その後、1972 年に改正された関税規則 133.21 条によって、「並行輸入禁止の適用を除外する」政策が 1990 年代まで運用されることとなった。具体的には、合衆国関税局は、真正な商標を付されたグレーマーケット商品に対しては、合衆国商標所有者と外国商標所有者が共通の所有権または管理体制に係わっている場合、当該輸入品が合衆国への輸入及び販売が許可された真正な商標を付された商品と比較して、「物理的かつ実質的に」異なる場合でも、合衆国への国内搬入を許容するというものであった。

(2) Lever 判決と Lever Rule の概要

こうした流れの中で、1989 年、並行輸入を巡る合衆国政策において、メルクマールとなる判例が出された。Lever Brothers (合衆国) とその子会社 Lever Brothers Limited (英国) の並行輸入品を巡る判決、いわゆる Lever 判決である。Lever Brothers (合衆国) とその子会社 Lever Brothers Limited (英国) はそれぞれ《Shield》(デオドラント・ソープ) と《Sun

light》(液体食器洗剤) を製造し、製品には《Shield》《Sun light》の商標が使用されていた。いずれの商標もそれぞれの国で登録されていたものの、その材料、品質等が両社の同商標製品で大きく異なるため、その並行輸入の可否が問題となった事件である。

Lever 判決によって提示された Lever Rule は、次のようなものである。

『真正な商標のついた並行輸入品が、合衆国で販売されている商標権者の許可品と「物理的かつ実質的に」異なっている場合には、関税規則 133.21 条(c)の(1)及び(2)の「共通の支配の例外」は適用すべきでない』

これまで、合衆国関税局は、真正な商標を付されたグレーマーケット商品に対しては、合衆国商標所有者と外国商標所有者が共通の所有権または管理体制に係わっている場合、当該輸入品が合衆国への輸入及び販売が許可された真正な商標を付された商品と比較して、「物理的かつ実質的に」異なる場合でも、合衆国への国内搬入を許容していた。Lever 判決は、これを覆し、真正な商標が付されていても、国内製品と並行輸入品が「物理的かつ実質的に」商品が異なっている場合には、たとえ内外権利者の関係が「共通の支配」、すなわち同一会社または親子会社の関係であっても、関税規則 133.21 条による並行輸入禁止の例外条項が適用されず、当該外国商品は合衆国商標法 42 条に反するものとして、輸入を認めないとしたのである。

Lever 判決については、日本でも多くの判例解釈がなされており、ここで詳細を論じるまでもないが、この判決によって確立された Lever Rule が、現在の合衆国通関業務として運用しているラベリング制度の基礎となったと評価されている点で、合衆国、ひいては我が国の輸入政策において大きな影響を与えた判決といえる。

3. Lever Rule の関税規則化とラベリング制度の導入経緯

(1) Lever Rule の運用と関税規則化

Lever 判決によって Lever Rule が提示されて後、いくつかの判例 (たとえば, Societe des Produits Nestle, S.A. v. Casa Helvetia (Inc., 982 F.2d 633 (1st Cir.1992)) や Gamut Trading Co. v. U.S. Int'l Trade Comm'n (200F.3d 775 (Fed.Cir.1999)) など) において Lever Rule が適用されるに至り、合衆国関税局は

1999年2月24日、関税局規則133.23条を制定し、Lever Ruleの関税局規則化をなした。

同規則(a)(3)によれば、「合衆国の商標を有する者、その親会社若しくは子会社、または合衆国の商標を有する者と共通の所有関係若しくは共通の支配関係にある当事者によって申請され、合衆国関税局が、合衆国への輸入、合衆国での販売についての合衆国の商標を有する者が許諾した物品とは、物理的かつ実質的な相違があると決定した物品について申請された」標章を付した物品が、輸入制限を受けるグレーマーケット商品とされている。

(2) ラベリング制度導入の経緯と問題点

合衆国関税局は、前述1999年2月24日の規則改定によるLever Ruleの導入の際に、ラベル貼付(合衆国関税局規則133.23条(b))⁽³⁾による救済措置も明定した。これが、いわゆるラベリング制度である。

ラベリング制度とは、そのままであればLever Ruleによって輸入が禁止されるグレーマーケット商品であっても、商品または包装に、「商品には米国の商標所有者からの輸入許可がないこと」と「商品は許可された製品とは物理的かつ実質的に異なること」を示すラベルが付されていれば、輸入が許可される場合もあるとする、いわばLever Ruleに対する救済措置である。なお、ラベルは「商品、小売りの容器、または包装の最も目立つ場所にある商標付近」に、「合衆国市場で当該商品が最初に販売される時点で剥がれない様に添付」されていなければならない。

上記のように、Lever判決によって従来の合衆国関税局の政策が覆され、その後改正された関税局規則においてラベリング制度が導入されたという時間的経緯だけをみるならば、ラベリング制度は、Lever判決で示されたLever Ruleの確立によって、自由市場確保を重視していた合衆国関税局が、その政策の転換を余儀なくされた結果として、Lever判決を受けて立法、導入されたと解釈することもでき、一般的にそのような見解が定着している⁽⁴⁾⁽⁵⁾⁽⁶⁾。

しかし、ラベリング制度の導入について、上記のように、関税局が並行輸入品政策の転換を余儀なくされた結果、Lever Ruleの救済措置として、判決に従って立法、導入したと考えるのは誤りである。

上記Lever判決は、これまでの関税局による自由市場確保の政策を覆すものであったが、その意図は、商

標権者の保護ではなく消費者保護である。その点で、ラベリング制度は、ラベルの付与によって当該商品が並行輸入品であることが消費者をして識別可能といえるため、消費者の混乱を防ぐ手段として、一見すると有効のように思われる。しかし、ラベリング制度は、次のような問題点が指摘されている⁽⁵⁾⁽⁶⁾。

- ① 商品によっては、その性質上、ラベルを貼付しにくい商品(例 腕時計、宝石、コンピューター・チップ等)もありうるため、ラベルの貼付という方法自体に問題がある。
- ② 包装上でも可とするラベルの性質上、ラベルが貼付されたまま並行輸入商品が消費者の手元に届く保証が無い。
- ③ ラベリング制度は、ラベルにグレーマーケット業者を表示する義務を課していない。したがって、ラベルの表示内容の責任を問えない。
- ④ ラベリング制度は、グレーマーケット業者に対して、ラベルに国内正規商品(genuine product)と並行輸入商品の品質の具体的な違いを明記する義務を課していない。したがって、消費者は、時として、並行輸入商品の品質が国内正規商品に匹敵すると誤解をする可能性がある。
- ⑤ 消費者は、並行輸入商品も国内正規商品と同様に、合衆国の品質管理手続きや合衆国の消費者の健康や安全を守るために作られた州および連邦の規制に適合している、と誤信する危険がある。
- ⑥ 消費者は、時として、並行輸入商品から生じたトラブルに関して、当該正規商品自体にトラブルの原因が包含されていると誤信し、結果的に国内正規商品の信用低下に結びつく。
- ⑦ 消費者は、時として、並行輸入商品から生じたトラブルを、国内正規商品取扱業者に解決するように求める可能性がある。
- ⑧ Lever判決がラベリング制度に言及していない以上、関税局がLever判決を根拠にラベリング制度を導入するのは、関税局の権限を超える疑いがある。上記のように、Lever判決が消費者保護を趣旨とするのに対して、ラベリング制度は、消費者保護という点から必ずしも有効とはいえない点が指摘できる。何より、Lever判決は、Lever Ruleを確立し、消費者を混乱させる並行輸入品を規制したものの、消費者保護のための手段については言及していない。

また、合衆国関税局は、合衆国取引委員会に対し、

ラベリング制度を導入するための打診を、遅くとも1986年10月17日以前になしており、それに先立ち、同局は1986年6月17日付の官報(Federal Register Vol.51, No.116)において、レーガン大統領(当時)の諮問機関である経済政策会議(Economic Policy Council)の提案として、ラベリング制度に関する意見公募を行っている。この意見公募は、経済政策会議が、1986年3月5日、同年5月19日の会議⁷⁾で、知的財産権に関する専門調査委員会からの3月3日の提言をもとに、ラベリング制度についての利点と問題点を問い、多数決で、関税局の従来の方針である「関連当事者例外による並行輸入品の許可」の変更と、ラベリング制度について官報で意見公募を行う旨の決定をしたことを受けて行われたものである。さらに、この意見公募の決定以前の1985年10月25日の経済政策会議の議題に、並行輸入政策の転換及びラベリング制度が議題として挙げられ、専門委員会による検討を示唆している⁷⁾。

いずれも1989年のLever判決以前である。当然ながら、これらの会議においてLever事件への言及はなく、経済政策会議議事録には、グレーマーケット商品への対策が「合衆国商標権者からの要望」として記載されている。この点からも、ラベリング制度の導入は、Lever判決とは無関係に、合衆国の政策として、政府内で以前より検討されていた事実が判明した。ラベリング制度の導入を積極的に検討し、時期を窺っていた合衆国関税局にとって、Lever判決は、まさに制度導入にお墨付きを与える絶好の機会であったといえよう。

(3) ラベリング制度導入の意図とその評価

ラベリング制度の導入の経緯からは、合衆国関税局は、Lever判決を奇貨として、ラベリング制度の導入に踏み切ったと考えられる。しかし、ラベリング制度自体は、非常に批判の多い制度である。第一に、前節「ラベリング制度導入の経緯と問題点」で述べたように、ラベリングでは必ずしも消費者保護に資さないことが挙げられる。前述1986年10月17日以前になされた合衆国取引委員会へのラベリング制度導入の打診について、取引委員会・競争局、消費者保護局および経済局は、合衆国関税局国境警備局に対して、①関税局はグレーマーケット商品の輸入に関して、《無許可の輸入品であるとのラベルを添付する》か、《商標を取

り外す》ことを、輸入の条件とすることを提案しているが、合衆国取引委員会は、この提案は排斥されるべきと、強く勧告する、②ラベルの添付は、問題を解決する方法として、適当ではない、という意見書を提出している。

次に、商標権者の保護としても不十分であることが挙げられる。合衆国の商標権を守る会は、1999年2月26日、ラベリング制度の導入を含むLeverルールに対して、詳細な反対意見を表明している⁶⁾。同様に、国際商標協会会長は、2006年10月17日国際商標協会は会長声明でラベリング制度に対する強固な反対声明を発し、ラベリング制度の根拠となっている関税局規則の削除を求めて当局と協議を開始したいとの申し入れをした⁶⁾。これら一連の反対活動は、合衆国政府は、グレーマーケット商品への対策を合衆国内の商標権者の要望としつつも、ラベリング制度は合衆国内の商標権者保護という観点からも十分なものではないことを示している。

上記のように、ラベリング制度は、商標権者、消費者いずれの立場からも強く反対されている。このようなラベリング制度を、かなり以前より検討し、機会を窺い、Lever判決を利用してまで導入にこぎつけた関税局の意図はいかなるものか。

一義的にはやはり商標権者保護と自主市場確保の調和であろう。合衆国の現在のラベリング制度は、既述の問題を抱えているにしても、商品の品質に差異がある場合でも、市場で商品を選択する需要者が誤認することがなければ、その状態を是とするものである。これにより、グレーマーケット商品の輸入によって侵害される、真正商標商品の有する品質への信頼等は、ある程度治癒されることとなる。また、ラベリングという比較的容易で安価な方法によって、グレーマーケット商品の輸入禁止が回避できるのであれば、輸入業者も対応しやすく、グレーマーケット商品の輸入、ひいては自由市場確保という目的を達成することもできる。

以上の検討結果に基づき、米国関税局規則133.23条に規定されるラベリング制度は、幾つかの問題点を有するものの、商標の品質保証機能の治癒をそれなりに図ると同時に、並行輸入商品の合衆国内における流通を一定程度確保することで、商標権者と取引者ないし需要者の各利益の保護という、商標権者保護と自由市場確保のバランスを図る効果を生じさせている制度であると評価できる。

4. まとめ

合衆国の並行輸入品政策としてのラベリング制度は、導入の契機となった Lever 判決を分析し、立法事実を検討するに、一応は肯定的な評価が与えられるものである。しかし、それだけでラベリング制度を評価し尽くしたとするのは早計であろう。ラベリング制度が、真に商標権者保護と自由市場確保の調和のみを目的とするのであれば、目的達成により適うよう、ラベルには品質保証の責任を負うべき輸入業者名や正規品との品質の具体的な違いを明記させることもできたはずである。予めそうした指摘を受けつつも、簡易なラベルでグレーマーケット商品の輸入を可能とし、かつ Lever 判決が理由であるかのごとくラベリング制度を政府が導入したタイミングなどを鑑みるに、ラベリング制度は、あたかもグレーマーケット商品の輸入をより容易にするために、あえて反対しにくい時期を狙って導入に踏み切ったようにも思われる。仮にそうだとするならば、関税局、ひいては合衆国政府がそこまでしてラベリング制度を導入した意図が問題となるが、その解明には、合衆国の国内事情のみならず、合衆国の貿易立国としての根底にある利益追求と、それによる諸外国との軋轢、貿易の平等主義の建前との整合性についてまで視野を広げた合衆国の貿易政策についての考察が必要となろう。

本稿では、そこまで論考するに至らず、上記考察は次稿に譲ることとするが、本稿において、合衆国のラベリング制度導入に対して、具体的な事実の分析に基づいて一定の評価を与えることができ、ラベリング制度及び合衆国の並行輸入政策について、さらなる多角的な研究の必要性を提示できたことは十分な成果であると考えられる。

*本稿は、2012年（平成24年）5月29日逝去した筆者渡辺智子の研究ノートに、浅井正（愛知大学法科大学院教授・弁理士・弁護士）が補筆したものである。補筆にあたり、合衆国の資料収集に中村良隆氏（明治学院大学法学部非常勤講師）をはじめ多くの方々のご協力を得た。記して感謝する。

注釈

- (1) 蘆立順美, 「フレッドベリー最高裁判決における商標機能論の検討」, 別冊パテント, Vol.64, No.5, pp.11~23, 2011.3
- (2) 大熊まさよ, 「並行輸入の不当阻害に関する独占禁止法上の考え方」, 公正取引, No.439, pp.11, 1987
- (3) § 133.23 Restrictions on importation of gray market articles
 - (a) 省略
 - (b) Labeling of physically and materially different goods. Goods determined by the Customs Service to be physically and materially different under the procedures of this part, bearing a genuine mark applied under the authority of the U.S. owner, a parent or subsidiary of the U.S. owner, or a party otherwise subject to common ownership or control with the U.S. owner (see 133.2(d) and 133.12(d) of this part), shall not be detained under the provisions of paragraph (c) of this section where the merchandise or its packaging bears a conspicuous and legible label designed to remain on the product until the first point of sale to a retail consumer in the United States stating that: "This product is not a product authorized by the United States trademark owner for importation and is physically and materially different from the authorized product." The label must be in close proximity to the trademark as it appears in its most prominent location on the article itself or the retail package or container. Other information designed to dispel consumer confusion may also be added.
- (4) 荒木秀文, 「グレーマーケット問題における商標の品質保証機能の考察」, 立命館法政論集 2号, pp.151~194, 2004
- (5) 合衆国の商標権を守る会 (COPIAT) HP 掲載 1999年2月26日反対意見
<http://www.cov.com/files/Publication/c47c3806-5a4c-475b-9ef8-8ecd3e1197b3/Presentation/PublicationAttachment/42cc0dc0-e3a0-48e2-8697-9e90f2eada13/oid6056.PDF> (2013年10月19日現在参照可)
- (6) 国際商標協会 (INTA) HP 掲載 2006年10月17日会長声明
<http://www.inta.org/Advocacy/Documents/October172006.pdf> (2013年10月19日現在参照可)
- (7) Ronald Reagan Presidential Library 所蔵, MINUTES ECONOMIC POLICY COUNCIL, FG010-04, BOX.93, No.342664~342665

(原稿受領 2013. 10. 19)