

特集《模倣品対策》

# 企業の模倣品対策の実態と税関における模倣品取締り制度の活用セミナー パネルディスカッション 「模倣品対策の実態と輸入差止制度の活用」

・コーディネーター 右田 敏之 (弁理士・是枝特許事務所)

・パネラー 嶋影 正樹 (東京税関 総括知的財産調査官 (知的財産センター長\*))  
鷺 健志 (弁理士・イグレット知財活用弁理士事務所)  
津崎 豪俊 (弁理士・住友ゴム工業株式会社)

## 要 約

2015年12月3日(木)知的財産権利者・弁理士を対象とした「企業の模倣品対策の実態と税関における模倣品取締り制度の活用セミナー」が開催された(常翔学園大阪センター)。第1部(講演)は樋口泰久様(大阪税関 知的財産調査官)より「輸入差止申立て手続及び認定手続の基礎知識」を説明いただき、併せて近年の取締り状況をご紹介いただいた。第2部(パネルディスカッション)では、東京税関総括知的財産調査官・弁理士・知的財産権利者をパネリストとして、模倣品被害の実態や対応策などについてディスカッションを実施したので、本稿においてその内容を紹介する。

## 目次

1. 企業における知的財産活動
2. 模倣品対策の意義と模倣品の実態
3. 企業における模倣品調査
4. 企業における税関制度の活用

コーディネーター： 本日は輸入差止申立制度について、多くの事例を交えて議論をしたいと考えております。具体的な事例を交えながらパネルディスカッションを進めていく予定ですので、ぜひ皆さまの実務に役立てていただければと思います。それでは、住友ゴム工業株式会社の津崎様から、住友ゴム工業株式会社の会社概要について簡単に説明をお願いします。

### 1. 企業における知的財産活動

企業： 住友ゴム工業からまいりました津崎です。本日はよろしく申し上げます。弊社グループの事業は大きくタイヤ事業・産業品事業・スポーツ事業とからなります。各事業において、こちらに示すような商標(スライドに「DUNLOP」, 「FALKEN」, 「ENASAVE」, 「XXIO」, 「SRIXON」などの商標が紹介されている。)とともに商品を世界中のお客様にお届

けております。

コーディネーター： ありがとうございます。ダンロップ、ゼクシオなど、非常になじみのある有名な商標を保有され、タイヤやゴルフクラブ、ゴルフボールなどの付加価値の高い商品を提供されていると思いますが、これらを保護するための知財活動について説明いただけますでしょうか。

企業： はい。一般論になりますが、いわゆる知的創造サイクルを効率的に回すことを目標に、「権利取得、権利活用、防御」の3点を柱とする知財活動を進めています。権利取得については、特許権、意匠権、商標権を取得しながら事業活動を支えています。具体的にタイヤの構造・トレッドパターンといった外観・分解により肉眼で把握することができる発明、素材・配合といった分析によらなければ把握することができない発明、それに加えて製造方法・製造装置、試験方法・評価方法などの発明を特許権によって保護しています。次に、タイヤのトレッドパターンやゴルフのクラブヘッドなどの商品のデザインは意匠権で保護しております。そして、商品に付す「DUNLOP」「FALKEN」

\* 原稿執筆時

「XXIO」「SRIXON」といったハウスマークや、「ENASAVE」といったファミリーネームを商標権によって保護しています。

権利活用については、いわゆる警告・訴訟などによる知的財産権侵害品の排除の他、本日のメインである「税関での水際取締り」、その他各国での行政摘発などに取り組んでいます。そして防御については、第三者からの攻撃に備えて防御する体制を整えることで事業リスクを排除しています。

コーディネーター：ありがとうございます。特許権、意匠権、商標権と多くの権利を保有されていますが、これらの権利を侵害する模倣品がやはり後を絶たないと思います。まず、模倣品は世界中のどのあたりで発見されていますか。

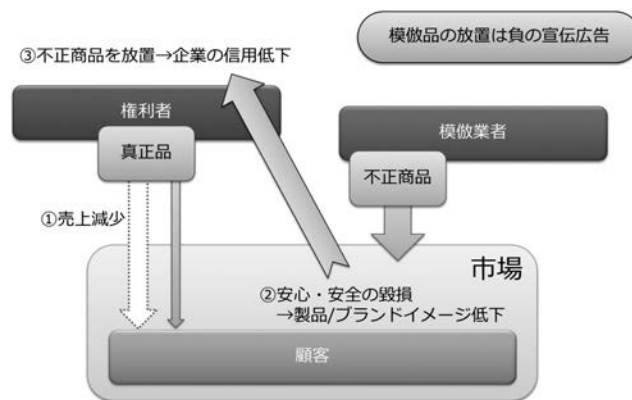
## 2. 模倣品対策の意義と模倣品の実態

企業：日本をはじめ、中国・インドネシア・フィリピンなどで模倣品の発見実績があります。

コーディネーター：続いて、その模倣の実態をもう少し具体的に、ご説明いただけますでしょうか。

企業：はい。模倣の実態をご紹介する前に、企業としての模倣品対策の意義をご紹介させていただきます。

模倣品の流通量というのは、弊社が製造販売する真正品の流通量からすると、必ずしも多いものではないのが現状です。言い換えると、売り上げの減少は大きくはなく、ここへの対策という意義は第一義ではないということになります。弊社がもっと懸念するのは、お客様の安心・安全を損なうこと、同時にブランドイメージが低下することです。そして、そのような模倣品を放置する企業姿勢があれば、ブランドイメージだけでなく企業への信用を失うことになります。即ち「模倣品の放置は負の宣伝広告」であり、単に模倣品を排して売り上げを維持・拡大するためではなく、個別のブランド価値、ひいては企業価値の維持・向上のために模倣品対策を実施している、と言えます。



コーディネーター：ありがとうございます。続いて、模倣の実態をご説明いただけますでしょうか。

企業：知的財産権を侵害する物品には、必ずしも不正の意図なく他人の特許権、意匠権、商標権を侵害してしまうものと、不正の意図をもって他人の特許権等を侵害するもの（いわゆる模倣品）があるかと思っています。ここからは前者にはあまりフォーカスせずに、後者の模倣品にフォーカスしてご紹介していきたいと思っています。

不正の意図をもって他人の知的財産権を侵害するものも、①単にデザインやブランドを模して、商品の構造や品質についてはあまり重視しない、いわゆる模倣品と、②デザインやブランドを模するだけでなく、構造や品質についても似せてくるような、いわゆるデッドコピー品とに大別できると思います。

やはり一番ボリュームがあるのは、①の模倣品ですが、この中にも単に商標を付してブランドにただ乗ってくるようなものから、ある程度真正品に寄せてくるようなものまでさまざまです。ただ、一般的には安価で粗い作りであって、買われる方には模倣品と知って買われる方もいると思います。

一方で、最近ではとても精密につくられた②のデッドコピー品も市場で散見されるようになってきました。この類のものは、模倣品とはいえ比較的高価（真正品より少し安い程度）で取引されることが多く、精巧に作られているため、真正品と誤解して購入される方が多くいらっしゃいます。

コーディネーター：引き続き、その模倣の実態をもう少し具体的に、事例に沿ってご説明いただけますでしょうか。

企業：ここに弊社が製造販売していた「SP SPORT9000」というタイヤがあります。タイヤのトレッドをじっくり見る機会が少ない方もいらっしゃる

かもしれませんので、是非この機会にご覧ください。  
 出入口に展示してある商品と同じです。



左が真正品、イ号が模倣品です。弊社の真正品のトレッドパターンの基本的な構成態様は、周方向の2本の主溝があって、その2本の主溝に挟まれる中央部に略V字の模様が連なっている形状で、イ号のタイヤはその基本的な態様を全て備えています。具体的な構成態様には多少の差異点はあるものの、意匠全体として類似します。

一方でホ号のタイヤは、真正品と共通する点がありますが、イ号と異なり、中央部にさらに2本の周方向の溝が設けられているため略V字状だった溝が分断され、基本的な構成態様にも差異点が生じ、意匠全体としては真正品と非類似の関係になっています。意匠権の効力は登録意匠及びこれに類似する意匠に及びますが、それでも意匠権の限界に残念な思いをすることもあります。

イ号のタイヤはトレッドパターンだけを模して、商品名など独自のものを使用していました。後にご紹介しますが、このようなケースでは商標権は使えず、意匠権や不正競争防止法による模倣品対策を検討することになります。

次はゴルフクラブ（アイアン）に関する事例です。左のクラブヘッドは、手書きのチラシにて販売されていたものです。少し読みにくいと思いますが、クラブヘッドの空いたスペースにお好きなロゴを有料で彫刻します、と記載されています。



弊社ではこのようなサービスは提供しておらず、弊社のゴルフクラブヘッドに似ていたため、意匠権や不正競争防止法による模倣品対策を検討することになりました。右のクラブヘッドは、先ほど空いていたスペースに「XXIO」というロゴを付していますが、書体が真正品とは異なるものでした。このような模倣品に対しては、先の意匠権・不正競争防止法による模倣品対策に加えて商標権による対策を追加検討することになります。

こちらはゴルフクラブのヘッドカバーの事例です。フェルト生地でできたかなり安い作りのもので、弊社では取り扱いのないものでした。このような模倣品に対しては、意匠権・不正競争防止法による模倣品対策は難しいため、商標権による対策が効果的です。



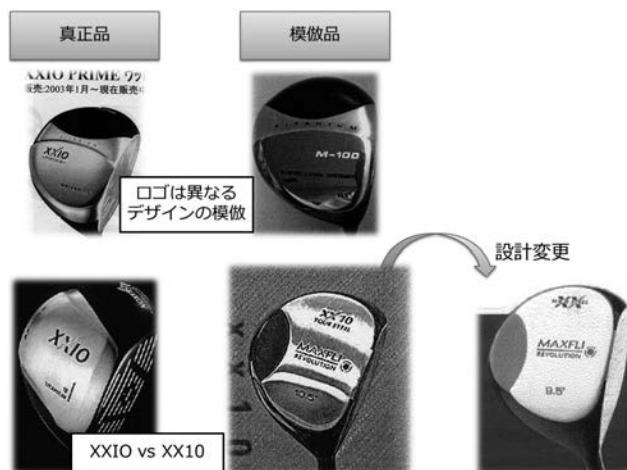
こちらはバッグの事例です。こちらも対応する弊社商品がないタイプのものでした。先と同様に、意匠権・不正競争防止法による模倣品対策は難しいため、商標権による対策が効果的です。



こちらはシューズの事例です。弊社の商品で「DUNLOP」というロゴの入っている部分に異なる標章が付されています。このような模倣品に対しては、商標権による模倣品対策は難しいため、意匠権・不正競争防止法による対策が効果的です。



こちらはゴルフクラブ（ドライバー）に関する事例です。上のクラブヘッドでは「XXIO」というロゴは模されていませんが、クラブヘッドのデザイン自体が模されていますので、意匠権・不正競争防止法による模倣品対策を検討します。下のクラブヘッド（中央）は巧妙と言えるの分かりませんが、クラブヘッドに「XXIO」に似た「XX10」というロゴが付されていますが、広告をよく見ると「xx10（テン）」と記載されていることに気がきます。このようなケースでは商標権による模倣品対策が有効になります。



コーディネーター：「xx10（テン）」は、「XXIO」と外観を似せているということで、巧妙な手口だと思います。聞いた話にはなりますが、日本のファスナーメーカーの商品の模倣品として、異なるアルファベットを組み合わせてその商品のブランド名に寄せた名称を付したものが発見された事例もあるそうです。こういった手口も比較的一般的なものなのですね。ご紹介いただける具体例は以上でしょうか。

企業：ここまで種々の模倣品をご紹介してまいりましたが、最後に、デッドコピー品についてご紹介したいと思います。中国をはじめとする新興国は優れた技術力を有しつつあって、模倣品も非常に精巧になってきています。これまでの模倣品は、出入口に展示してあるものも含めて、外観から判別できるものが多かったのですが、デッドコピー品については外観からの判別が非常に難しくなっています。

例えば、こちらに示す（本稿では図示せず）ポイントが真正品のロゴと、模倣品のロゴとの識別ポイントになりますが、その差はごくわずかです。権利者である私たちは何とか気づくことができたとしても、消費者の方が一目で分かるようなものではありませんし、税関職員の方でさえ予め識別ポイントとして意識していただかなければ判別は難しいかもしれません。

もちろん、解体して内部構造などを検証すれば、まだまだ真正品と異なる部分があるのですが、認定手続を始めていただかなければ、点検・見本検査制度を活用した真贋検査ができませんので、税関との情報共有・識別ポイントの付加などが課題となると思います。

**点検**：一定条件下、権利者及び輸入者が疑義貨物を点検できる制度。

**見本検査**：一定条件下、税関が権利者に疑義貨物の見

本を提供し、権利者による分解（分析）検査ができる制度。

コーディネーター： ありがとうございます。本当にさまざまな模倣品があることがよく分かりましたが、こういった模倣品を発見するのも大変だと思います。そのために御社で実施されている調査業務についてご紹介いただけますでしょうか。

### 3. 企業における模倣品調査

企業： はい。模倣品調査として代表的なものは、①社内通報、②見本市調査、③インターネット調査、④調査会社の利用となります。従来からあるのが、①の社内通報です。開発・営業や、海外の現地子会社・現地販売会社から情報を寄せてもらうことが多いです。最近はこのに加えて、知的財産部が主体となって模倣品を探しますので、そういった場合には、②の見本市調査、③のインターネット調査、④の調査会社の力を借りる、といった方法で模倣品調査を実施しています。

②の見本市調査は、その他の調査活動に比べて特有の効果があります。一度に多くの競合商品にアクセスできるうえ、インターネットやカタログに掲載されていないような商品群を発見できることがあります。また、仮にインターネットやカタログに掲載されていても読み取れない情報（製造時期・製造地・製造販売ルート、詳細な構造など）を実物で確認できる、などのメリットもあります。このような見本市や展示会は、業界・商品群ごとに、日本・世界中で実施されていると思いますので、時間と費用の許す範囲で情報収集をされることを提案します。

コーディネーター： インターネット調査についても簡単にご紹介ください。

企業： はい。では、弊社が調査会社の力を借りてインターネット調査を実施した際の報告の一部をご紹介します。例えば、個人出店が主なオンラインショッピングモールでの大口出品者は、模倣品を取り扱っている傾向があります。ですので、オンラインショッピングモールの出品者の情報（出品者所在地・出品件数）を整理するだけでも、その偏りに気付くことができます。一方、大口出品者もこれを用意してか、出品する商品ごとに出品者名を違えて、それぞれの商品を他人が出品しているように見せようとする場合がありますので、住所など異なる軸で整理されるといいかもしれ

ません。ほかにも「価格」「過去の取引数」「閲覧数」などが業界平均から大きくズレている出品にも留意すると良いかと思います。弊社が実施したインターネットの調査では、タイヤの価格が1本1,500円というように真正品に比べて安価な出品が模倣品であったという報告があり、また、「1日での注文生産可能」などのように業界平均から大きくズレた情報を掲載していた出品者が模倣事業者であったという報告もありました。

コーディネーター： ありがとうございます。いろいろな模倣の実態と模倣品調査について、多くの事例を交えて紹介していただきました。こういった模倣品に対して、先ほど大阪税関の樋口様からご講演があったように、税関の輸入差止申立制度を利用することが有効ということだと思います。

### 4. 企業における税関制度の活用

コーディネーター： 日本税関における輸入差止めというのは、日本国内の知的財産権に基づいて行われますが、知的財産権の侵害に対抗する措置としては、まず警告や侵害訴訟を考えますが、それに加えて輸入差止申立制度が利用できるかと理解しています。鷲先生は輸入差止申立ての実務に精通していらっしゃると思いますが、模倣品に対して輸入差止申立制度を利用することが、警告や侵害訴訟を使うことに対してどういったメリットがあるかについて説明していただけますでしょうか。

弁理士： 模倣品といってもいろいろなものがありますが、税関の輸入差止めが非常に役に立つのは、海外から日本国内に入ってくる模倣品に対して使う措置としてです。具体的には、日本国内で製造された模倣品や、既に税関を通り過ぎて日本国内に入ってしまった模倣品に対しては、警告や侵害訴訟などの選択肢で対応せざるを得ません。一方で、日本国内に入ってくる模倣品に対して、税関の輸入差止制度が良い理由は、警告や侵害訴訟の手續と異なり、税関では、誰が輸入をしても関係なく、物を侵害品だと認定してくれますので、誰が輸入をしたとしても止めてもらえる点です。

これが、例えば国内で警告を送る場合には、まず相手の住所を突きとめなければ送ることができませんし、訴訟のときも同じです。少量の模倣品を扱っている業者にいちいち訴訟を提起していたのでは時間も費

用も大変なことになりますので、日本に入る最初の段階である税関において商標権侵害などで止めてもらえば、甲さんが輸入しようが乙さんが輸入しようが全て止めてもらえる。そういう点で非常に有効な制度だと思います。

コーディネーター：ありがとうございます。輸入差止申立制度の場合は、行政機関である税関が侵害を判断することになりますけれども、嶋影センター長、これによるメリットがありましたらご説明をお願いします。

税関：先ほど、鷺先生から権利者、弁理士の方が考えるメリットを説明していただきましたが、第1部の資料にメリットが書いてありまして、簡単に申し上げれば、侵害認定が迅速にできるということです。

それから、いろいろな権利が取締りの対象になっておりますので、権利者の方にいろいろな使い分けをしていただいて、戦略的に使いやすいものを使って取締りを行うことができるようになっております。

それと、申立てが受理されますと、特定の税関だけではなくて、全国の9つの税関で一斉に取締りができるようになります。

もう一つは、侵害であると認定された貨物は、原則として没収、廃棄されることと、申立ての手数料が不要であり、お金のかからない制度となっていることもメリットです。以上が行政機関側の考えるメリットになります。

コーディネーター：ありがとうございます。先ほど、鷺先生から少しお話が出ましたように、模倣品の出所が不明な場合でも申立てが可能ということですが、模倣品の存在がはっきりわからなくても申立ては可能なのでしょうか。

税関：もちろん可能です。可能であれば輸入者が特定されていたほうが取締りがしやすい、これは当たり前のことかもしれません。しかし、税関は物を見て判断しますので、輸入者や輸出者が特定されていなくても取締りを行うことは可能です。

コーディネーター：ありがとうございます。それでは、津崎さん、権利者側からいま挙げられた以外のメリットを実感されていれば、それについてご説明をお願いします。

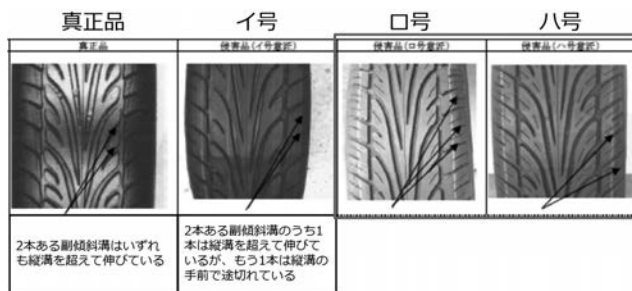
企業：はい。一つは「輸入差止申立段階で当事者（輸入者・税関・権利者）が侵害の成否について協議できる点」です。先にご紹介した「SP SPORT9000」の

事案では輸入差止申立書に「予想される輸入者」を記載しました。弊社は先ほどご紹介したイ号というタイヤが弊社意匠権を侵害すると考えて輸入差止申立てをするのですが、その際に予想される輸入者を書くと、輸入差止申立ての段階で侵害成否について協議することができます\*\*\*。

模倣品が輸入された後で侵害の成否を争うのではなく、輸入差止申立段階で侵害の成否を予め判断しておくことで認定手続をスムーズに進めることができる点も税関の輸入差止申立制度のメリットの一つだと思います。

予想される輸入者\*\*\*：輸入差止申立書に「予想される輸入者」を記載した場合、税関から該者に連絡がされ、利害関係者は公表日から10執務日以内に意見を申し述べることが可能となる。利害関係者から意見書が提出された場合等には、輸入差止申立手続の中で実施される専門委員意見照会に参加して意見陳述が可能。

もう少し付け加えると、輸入差止申立手続の中で、予想される輸入者の方は弊社登録意匠とイ号とは非類似との主張をされました。それに加えて、弊社が認識していたイ号に加えて、ロ号とハ号の非類似も主張されました。このように、輸入差止申立段階で侵害の成否を協議し、場合によっては当初認識していない情報を得られることもあります。最終的にこの輸入差止申立てはイ号にロ号とハ号とを追加した状態で受理されました。



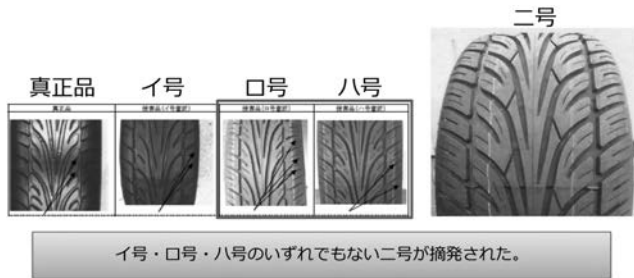
私からも嶋影センター長にお伺いしたいのですが、輸入差止申立段階で予想される輸入者が手続に参加する事案というのは、多いのでしょうか、少ないのでしょうか。

税関：具体的な多寡をお答えするのは難しいのですが、やはり利害関係者が反論してくる事案はありますので、そういった場合、専門家の方に意見を聞いて申立ての受理・不受理を決めることになります。

コーディネーター：ありがとうございました。

企業：もう一つのメリットは「侵害品情報を充実さ

せることで、申立書で侵害疎明した物品と異なる物品が侵害疑義物品として認定手続に進むことがある点です。先の例では、イ号とロ号とハ号を侵害品として記載した輸入差止申立書が受理されましたが、認定手続の段階でイ号、ロ号、ハ号のいずれでもない二号を疑義物品として認定手続が開始された際に、このメリットを実感しました。



コーディネーター： イ号、ロ号、ハ号のいずれでもない二号が実際に取締りの対象とされたということですね。これは職権で疑義貨物が発見されたということだと思いますが、嶋影センター長、こういったことは多くあることなのでしょうか。

税関： 先ほど同様、数の多寡を答えるのは難しいのですが、実際申立てられた物品に近いけれども同一ではない、そういった貨物が発見される例はあります。これは申立書に基づいた取締りということではなく、税関の職権に基づく取締り、ということになります。税関にはいろいろな商品がまとめて輸入申告されてきますので、その中で、申立書があれば、それをきっかけにそれに近いものが見つかることもありますので、取締りできそうな場合には認定手続を執っています。取締りの精度を高めるために、税関でも知的財産の勉強を重ねていますし、任期付で弁理士の方も任用し必要に応じて協議を重ねています。

コーディネーター： ありがとうございます。職権による取締りを実施していただけるのは、普段から税関を活用するというか、輸入差止申立制度を実際に使って、税関と良好な関係を構築し、権利意識の高さを認識してもらうことも重要だと思いますが、いかがでしょうか。

税関： まさにその通りだと思います。権利意識の高さが模倣品対策には求められるのではないかと思います。

コーディネーター： ありがとうございます。津崎さん、本件について補足はありますか。

企業： 本件はイ号、ロ号、ハ号を侵害品として記載

した輸入差止申立書に基づいて二号を摘発いただいた事例ですが、その後、弊社はこの二号を侵害品の一態様として輸入差止申立書に追加する手続をとりました。

先ほどご紹介したゴルフクラブのヘッドカバーとバッグについては、商標権に基づき両方とも輸入差止めいただいた事例です。

コーディネーター： 御社が製造販売する商品とは似ていないということでしたが、これも侵害品として輸入差止申立書をしていたのでしょうか。

企業： 実は、現時点で「SRIXON」商標は輸入差止申立書をしておらず、「DUNLOP」商標についても、輸入差止申立書には「ゴルフクラブ・ゴルフクラブヘッド・キャディバッグ」を侵害物品の品名として記載しているのみで「(単なる) バッグ」は記載していません。従って、いずれの物品も申立書に係る貨物ではないということになりますが、税関から認定手続の開始通知をいただき、輸入差止めに至りました。

コーディネーター： 御社が税関と非常に良好な関係を持っていることが伺えますね。

企業： 次のスライド（本稿では省略）は、税関制度のメリットをまとめたものになります。大別すると、①簡易・迅速であること、②対物的な行政処分であること、③低廉であることが挙げられます。第一部の講演の内容や、これまでに嶋影センター長・鷺先生がおっしゃった内容と重複する部分がありますね。

企業： 鷺先生から何か補足はありますか。

弁理士： 一部重複しますが、①と②に関連して税関の職権によるサービスの有用性と、③に関連して他国と比較した情報を補足します。まず、①と②に関しては、税関は職権で認定手続を開始することができますので、申立てた内容と多少違っていても、真正品とは違うものが見つかった場合には権利者に連絡をくれます。例えば商標権で実際に最初に申立てた際の侵害物品の品名が「自動車のブレーキ」であっても、その商標が「T シャツ」に使われていることを発見した場合、権利者が商標権を持っていれば連絡をくれることがあります。

自分が権利者でどのような権利を持っています、どのようなものが模倣品ですという情報を提供するのが有効です。ある意味では、「点」で申立書をするのですが、その効果は類似の範囲にも広がるし、全く関係ない、権利があるかどうかわからない物品の範囲にも広

がることもあり、「面」での効果が得られるといえます。

そのように、税関から、職権による取締りをしたときにも、認定手続の中で連絡をもらえる。税関自身が権利者へ無料でサービスしてくださる、これを利用しない手はないと思います。特に、ほかの官庁や裁判所と違って税関自体の手続は全部無料ですよね。廃棄も無料でやってくれますし、そういう意味では、こういう制度は実は世界でもそんなにありません。外国だと、申立てをしたときに担保を納めなさい、廃棄するときには権利者が費用負担をしなさいなどいろいろ言われますが、日本の税関は一切ありません。だから、これは権利者からすると、手続に慣れればこのようにオイシイ（利便性の良い）制度はないのではないかと思います。

コーディネーター： ありがとうございます。

企業： 今のご説明の後半部分に関連して、鷲先生にお聞きしたいのですが、日本以外の税関というのは、専門性の部分にあまり踏み込まないことが多いと思って良いのでしょうか。

弁理士： 日本の税関のもう一つの特徴は、輸入差止申立てをして、それを受理する間にきちんと審査をする点です。これは、良い部分と、権利者からすると少し手間に感じる部分があります。それは、申立てをほいほいと受理してくれれば、輸入差止申立手続自体は楽になると思います。実はそのような国はたくさんあります。ところが、そのように申立てを簡単に受理してくれる国は、実際に取締るときに、取締るべきものが多過ぎてチェックができない。輸入差止申立てのチェックを甘くすると、逆に真正品、つまり本物の輸入を止めてしまうことがあります。

そうすると、日本の税関のように、きちんとした専門性を持って、いろいろな権利の侵害の成否を一定程度審査した上で受理することは、効率よく偽物だけを見つけて連絡してくれるということにつながり、この意味で、結局は権利者にありがたい制度ということになります。そういう意味では、真正品が外国の税関で止められて、本物を輸入しようとした自分の正規の店舗から文句を言われる事態がなくなりますので、日本の税関では、あまり躊躇なく輸入差止申立てをして大丈夫だと思います。そういう意味でも、非常にすぐれた国だと思っています。

コーディネーター： ありがとうございます。それ

では、輸入差止申立制度の手続面での留意点について、津崎さん、簡単に説明していただけますでしょうか。

企業： 輸入差止申立ての時点では、輸入差止申立書と、添付書類として侵害疎明の資料と真偽識別ポイントを添付して税関に提出します。侵害疎明の資料に関しては、税関のホームページでも公開されていますように、裁判所の判決書・仮処分決定通知書、特許庁の判定書、弁護士等が作成した鑑定書などが提出できるとあります。そのいずれが適しているかは、事案に応じて異なりますので、税関との事前相談や専門の弁理士の先生に相談をしながら、提出する書類を選ぶことを提案します。

真偽識別ポイントについても税関のホームページにイラスト入りのわかりやすい識別の具体例が載っていますが、弊社もそれに準じて、相違点ごとに対比しながら説明するように心がけています。

もう一つ、真偽識別ポイントに加えて、真正品の情報を多く提供することで模倣品が発見されることがあります。真正品の包装形態や、仕出国、輸入数などの情報を提供することで、「そうでなければ模倣品」といった逆の観点から模倣品を発見してもらうことができます。企業における流通経路も時々刻々と変化するので、これを正確に把握するのは非常に大変だと思いますが、税関での差止めを効率的に進めていただくために、このような労は惜しまないようにしています。

コーディネーター： 今まで税関制度のメリットや、輸入差止申立て時の留意点などを説明していただいて、輸入差止めが効果的であるということがよく分かりました。先ほど津崎さんからも説明がありました識別ポイントというのは、実際、税関においてどのように使われるものなのでしょうか。

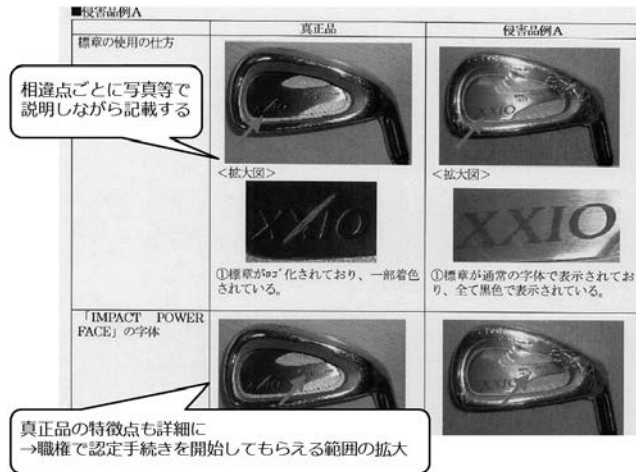
税関： 水際取締りを行う職員が、侵害疑義物品を発見した際に、認定手続を開始するか否かを判断しますが、我々は偽物を止めるのが仕事です。本物を止めるのは仕事ではありませんので、これは偽物だとある程度分かなければいけませんので、その点を識別するために使っています。

コーディネーター： ということは、水際での差止めにおいて、識別ポイントは非常に重要であるということですね。それでは、津崎さん、具体的な識別ポイントの事例をご紹介ください。

企業： こちらは真偽識別ポイントの事例です。真偽



識別ポイントの一部にはなりますが、左側は真正品のクラブヘッド、右側は侵害品 A 事例の写真です。真正品と侵害品とを相違点ごとに写真で説明しながら記載するようにしています。侵害品の特徴だけでなく、真正品の特徴も正確に記載してその差異を分かりやすく説明することを心がけています。



そして、先ほどご紹介した通り、真偽識別ポイントは、疑義物品があるほど増えますので、輸入差止申立ての内容変更届を適宜提出することが大切です。弊社では、真偽判定に有効な手順というのがあれば、併せて提供しています。例えば、ゴルフクラブはいわゆる模倣品対策ラベルを導入しています。模倣品対策ラベルでまず真贋を鑑定していただくのが一番簡単で、その次は、道具が要らないような大きな相違点を、その次にはもう少し細かな相違点という形で、真贋鑑定に適した順序があれば提案するようにしています。

コーディネーター： こまめな差しかえが有効ということですが、模倣品は新しいものが次々と出て、それに合わせて識別ポイントも更新していかなければならないということになると思うのですが、それは、企業側が自主的に行うのですか。

企業： そうですね。疑義物品が見つかったら、その都度税関に内容変更届を提出するのが基本だとは思いますが、税関から、真偽識別ポイントを更新してください、とリクエストいただく場合もあります。

コーディネーター： 税関側からそういった更新の提案があるというのは、これも企業と税関との関係が良好なものだからこそ思うのですが、嶋影センター長、いかがでしょうか。

税関： 我々はやはり模倣品をたくさん取締りたい、それが税関の仕事です。企業の皆さんもできるだけ自社のものを真似されたくないとか、真似された物の輸

入を阻止したいというニーズがあると思います。税関と企業は、模倣品対策について、お互い協力することによってより大きな成果を上げることができる、まさに Win-Win の関係になると思っています。

コーディネーター： ありがとうございます。鷲先生、専門家の観点から、真偽識別ポイントを作成するに当たって何か注意すべき点はあるでしょうか。

弁理士： 真偽識別ポイントは、本物と偽物とを見分ける目印ですので、秘密が漏れると、逆に偽物を作りやすくするだけになります。従って、きっちりと配布する範囲を限定しなければなりません。例えば、税関に真偽識別ポイントを提出していた場合に、税関が模倣品業者に対して取締りの根拠を説明する際に権利者が提出した識別ポイントを説明されてしまったら、より精巧な模倣品が出てくるだけです。そういう意味では、税関が取締るときに情報をきちんと守ってくださるのか、それから相手に反論されたときにどのように取り扱うのかしっかりしてないと、かえって模倣品を増やすことにもなります。そこは今、非常に企業が注意されていて、国ごとにそれぞれ工夫をされているところだと思います。幸い日本は、私個人としては、いまお伝えしたような観点で税関に出してトラブルになったことは聞いたことがありませんので、税関に対して識別ポイントをしっかり出すことが大事です。

特に、模倣品はいろいろ変わりますし、また、本物もいろいろ変わりますので、税関にとって一番大事なのは、そういう情報をタイムリーにどんどん出してくださいということだと思います。そういう意味では、権利者も模倣品を新たに発見したとか本物が少し変わったという情報をより密に税関に報告、申請する体制をつくるのが水際取締制度を非常に有効に活用できる重要なところだと思います。

コーディネーター： ありがとうございます。津崎さん、真偽識別ポイントについて補足はありますか。

企業： 最後に1点だけ、先ほどご紹介したゴルフクラブの模倣品対策ラベルについての追加情報です。中国をはじめとする新興国が技術力を向上させていて、デッドコピーが増えていることをご紹介しました。このような動きに対する業界全体でのアプローチとして、業界全体で模倣品対策ラベルを導入しはじめています。

**JGGA 推奨**  
模倣品対策ラベルのご案内  
メーカーが保証する純正品が安全なゴルフを支えます

近年、品質や安全が懸念される模倣品がゴルフ用品市場に広がっています。JGGAが認定する純正品は、品質や安全が保証されています。メーカー保証品であることを保証するラベルは、模倣品対策ラベルとして、ゴルフ用品メーカーに推奨されています。模倣品対策ラベルに貼られています。

3つの検証機能で、真偽判定が容易にできます。

**1 カラーシフト機能**  
見ると色が変化します。

**2 画像反転機能**  
縦を横に見ると見え方が変わります。

**3 フィルター検証機能**  
フィルターをかざすと特殊な文字が見えたり色が変わったりします。

◆業界全体でのアプローチ  
◇JGGA（日本ゴルフ用品協会）

◆模倣品対策ラベルの導入  
◇カラーシフト機能  
◇画像反転機能  
◇フィルター検証機能

◆日本国内での発見はないが、中国市場で発見されている。  
◇ラベルも精巧で肉眼での判定は困難

ゴルフクラブのシャフトにこのような模倣品対策ラベルを貼るのですが、このラベルは、大きく3つの検証機能を有していて、①見る角度によってオレンジが緑などに変化するというカラーシフト機能、②縦を横にすると見え方が変わるという画像反転機能、③フィルターをかざすと特殊な文字が見えたり色が変わったりするフィルター検証機能が真偽判定を容易にするというものです。しかし、驚くことに中国市場では、既にこのラベルが貼られた模倣品も見つかっています。その模倣品対策ラベルの模倣品自体も大分精巧とのことで、①のカラーシフト機能と②の画像反転機能というのは既に再現されており、③のフィルター検証機能が何とか再現されていない、という状況だと報告されています。

コーディネーター：ありがとうございます。ここで、鷲先生に質問ですが、模倣品が実際に出回っているが権利を取っていないケースもあると思います。そのような場合でも模倣品に対してその輸入を差止めることはできますか。

弁理士：結論としては可能ですが、ちょっと難しいところがあります。私が今までに扱った模倣品の多くは形を真似するものでした。形を真似した模倣品に対しては、皆さんもご存じのように、意匠権に基づくのが最も一般的な対応策ですが、残念ながら意匠権は商品の販売前に出願をしなければなりません。商品が売れるようになって、模倣品が出てから権利を取ることができません。そうすると、なかなか形を真似した模倣品を登録された権利で対応するのが難しい、という事態になってしまうことは珍しくありません。そのようなときに、日本には不正競争防止法がありますので、これによって保護できる場合があります。

不正競争防止法をご存じの方は、これが非常に難し

いこともご存知かもしれません。実際、結構難しいです。条文は省きますが、要は自分の商品が日本で広く知られるようになったことによって、商品の形や模様、形態が他人の商品と自分の商品を区別するマークと同じように認識されるようになったことが認められないと、残念ながら、他人の模倣品がどんなに似ていても保護してもらえません。この証明が日本の裁判所でも非常に難しいのですが、日本の税関の制度が国際的にも非常に稀なのは、このような不正競争防止法でも輸入差止めを認めることがある点です。実際に実現できているケースは、非常に少ないのですが、成功した例もありますので、ご紹介します。

（本稿においては同内容を省略する。詳細は、鷲健志「日本の水際取締の知財紛争解決手段としての活用」*パテント* 2013 Vol.66 No.12を参照されたい。）

コーディネーター：ありがとうございました。それでは、時間も迫ってまいりましたので、パネルディスカッションは以上にしたいと思います。最後に、本日聴講いただいている皆さんは、今後、輸入差止申立制度を利用されることもあるかと思っておりますので、そういった皆さんに対して何か一言ずついただけますでしょうか。

税関：今日はあまりお話できませんでしたが、輸入差止申立てがあると、第一部の講演でも説明があったように、簡素化手続を採用することができ、手続がとても迅速になります。簡素化手続については第一部で説明がありましたので省略しますが、通常手続で要求される一部の手続を行わなくてもよい場合がありますので、ぜひ輸入差止申立制度を利用していただきたいと思っております。税関も負担が軽くなりますし、権利者の皆さんも負担が軽くなりますので、よろしくお祈りします。

コーディネーター：津崎さん、お願いします。

企業：企業は、とても高いコストをかけて権利を取っていますので、積極的な活用が求められます。税関の水際取締りに関しては、輸入差止申立てをすると税関が企業の知財を活用してくれる、とも考えることもできます。そういう意味でも有効な制度であって、自動的にというか成果が上がってくるというのは、非常にWin-Winというか、ありがたい制度です。

一方で、税関に模倣品をどんどん見つけてもらうためには、権利者側としても真摯に取り組まなければならない部分はありますが、今後も税関と良好な関係を

保ちながらこの手続を活用していきたいと思っていますし、皆様にもそういった形で税関と良好な関係を築きながら知的財産権の活用をしていただければと思います。

私たちもまだまだエキスパートではありませんので、権利者同士、横横での情報交換もしていきたいと思っています。

コーディネーター： 鷲先生、お願いします。

弁理士： そうですね、今、津崎さんが言われたように、知的財産権を取得するだけで終わりますと、はっきり言うと費用がかかっただけで終わってしまいました、これはおそらく企業の内部におかれましても、知的財産部門はコストばかりかかると言われる、ということを伺うことがあります。しかし、それに反論するためには、せっかくおそらく日本企業はいろいろとい知財をお持ちなので、活用することがやっぱり会社のためにも、また知的財産部門のポジションを確

立するにも大事だろうと思います。

そういう中で、日本では、今、裁判の件数が少なく、ある意味権利行使をするメリットは少ないのではないかという声もあるんですけども、税関はそれとは違って、税関自身の手続費用が無料ですし、しかも、申立てをしてから受理までの時間が非常に早く、商標などでしたらほぼ1カ月ぐらいですし、特許なんかでも、実は専門委員の意見照会制度を使いましても、今、大体3カ月ぐらいで受理するかどうかを決めると運用されていますので、日本の中では一番早いんです。そういう意味では、有効に活用して、知財を持っている意義をあらしめる手だてにもなるのかなと思っています。

コーディネーター： パネラーの皆さん、本当にありがとうございました。

—— 了 ——

(原稿受領 2016. 7. 5)