



一般社団法人ユニオン・デ・ファブリカン
専務理事・事務局長 堤 隆幸

一般社団法人 ユニオン・デ・ファブリカン

- 1872年パリ本部設立、1877年フランス政府より公益社団法人として承認
- 1980年東京事務所設置、2005年中間法人として登記、2009年一般社団法人へ法人格変更登記
- 約60ブランドが加盟

■アトランダムに抽出したメンバーは下記の通り

Adidas	Armani	Bulgari	Burberrys	Cartier
Calvin Klein	Coach	Converse	Courrège	Dior
Dunhill	Elle	Ellesse	Ferragamo	Fred Perry
Gucci	Gore-tex	Hermès	IWC	Louis Vuitton
Montblanc	Nike	North Face	Panerai	Piaget
Ralph Lauren	Renoma	Rolex	Stussy	Tiffany
Timberland	Etc.			

赤字部分がフランスのブランド

インターネットでの偽造品対策(領域と対象)

- ・ 主に商標権侵害事案に対処
- ・ 商品・役務に関する広告等を内容とする情報に商標を付して電磁的方法により提供する行為(商標法第2条第3項第8号)又は譲渡のための展示(同項第2号)
真正品を販売していないのに、商標を表題等で使用したり、商標が付された画像情報等を使用していること
- ・ 物品と文言
 - －オークションサイト、ショッピングモールサイトが対象
Yahoo!オークション、Yahoo!ショッピング、楽天オークション、楽天市場、bidders、モバオク,etc.
- ・ 文言
 - －検索サイト(検索連動型広告配信システム)が対象
Google、Yahoo!

インターネットでは、主に発信情報から商標権侵害行為に関わると判断される件に対処している
発信情報から上記判断がつかない場合は、試し買いを行い現物を確認の上で対処しているが、人的・資金的限界があり、対処には限界がある

商標権侵害物品の種類

- ・「消費者が侵害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」＝前提商標権侵害物品
露店、インターネット ルイ・ヴィトン、ロレックス等
- ・「消費者が本物と認識し、侵害品であることが前提とされず取り引きされているもの」＝非前提商標権侵害物品
チェーン店、量販店、並行輸入品販売店、インターネット グッチ、コーチ、バーバリー等

商標と他の権利との実務的相違点

- ・ 対象とするISPが限定的
Yahoo!、楽天市場、楽天オークション、DeNA、ガルオク、グーグル等十数社のみ(コンタクトのあるISPで90%以上の市場占有率を占める)
- ・ 商標権侵害物品が存在する
情報発信者は商標権侵害物品を発送するなどするため、その際に身元確認が行える可能性がある
- ・ 侵害であるか否かの判断が比較的容易
- ・ (特に非前提商標権侵害物品の場合)購入者即ちISPにとっては利用者が被害をうけるのでISP側の理解を得やすい
- ・ 個人使用目的での購入(輸入)が法的に禁止されていない
- ・ 海外に販売するものがある場合、対策が困難(商標権侵害物品それ自体に言語的な壁は存在しない)

現行体制

行政側

1. 状況の把握
2. 知的財産関連並びにインターネット関連法律の整備
3. 権利者並びにプロバイダーの話し合いの機会提供
4. ガイドライン等の策定促進
5. ガイドライン等の運用状況の把握
6. 摘発の実施の推進
7. 消費者啓発

プロバイダー側

1. 知的財産に関連する法律の把握
2. トレーサビリティの確保
3. 自主パトロールの実施
4. 権利者からの削除依頼の迅速な実施
5. 再犯防止策の実施
6. 当局への協力体制の確保
7. 顧客に対する啓発

権利者側

1. インターネットに関連する法律の理解
2. 権利確保
3. 市場パトロールの実施(目視・試し買い)
4. 削除依頼体制の整備
5. 削除を受けた利用者への対応体制の確保
6. 当局への摘発の要請及び対応体制の確保
7. 消費者に対する啓発
8. 総合的な偽造品流通阻止の施策の実施

相互協力

1. 相互理解
2. 偽造品についての情報共有
3. 悪質な利用者についての情報共有
4. 当局の摘発に対応する連携

・プロバイダ責任制限法ガイドライン等検討協議会
－プロ責法第3条運用ガイドライン－>削除
－プロ責法第4条運用ガイドライン－>情報開示

・インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会
－法令によってカバーしきれない点の調整

主要オークションへの削除依頼(1)

2002年	削除依頼点数	2003年	削除依頼点数	2004年	削除依頼点数
1月		1月	4,997	1月	14,031
2月		2月	9,608	2月	23,760
3月	1,093	3月	6,975	3月	9,870
4月	7,972	4月	2,007	4月	26,299
5月	5,054	5月	5,921	5月	15,660
6月	6,043	6月	8,106	6月	31,860
7月	7,294	7月	8,968	7月	22,778
8月	6,367	8月	3,687	8月	23,992
9月	1,975	9月	22,943	9月	6,643
10月	7,527	10月	3,744	10月	25,572
11月	6,550	11月	30,595	11月	30,625
12月	20,698	12月	25,039	12月	7,465
合計	70,573	合計	129,890	合計	238,555

2001年11月30日公布 2002年5月27日施行

主要オークションへの削除依頼(2)

2005年	削除依頼点数	2006年	削除依頼点数	2007年	削除依頼点数
1月	14,861	1月	3,698	1月	1,487
2月	5,869	2月	5,499	2月	1,982
3月	15,020	3月	1,644	3月	3,794
4月	12,039	4月	3,163	4月	2,688
5月	13,117	5月	3,828	5月	4,680
6月	4,742	6月	3,688	6月	2,421
7月	4,478	7月	6,076	7月	3,613
8月	2,542	8月	14,222	8月	1,423
9月	1,057	9月	5,453	9月	1,141
10月	2,525	10月	5,996	10月	2,685
11月	2,016	11月	5,036	11月	3,288
12月	2,638	12月	2,125	12月	7,190
合計	80,904	合計	60,398	合計	36,392

2005年9月7日よりプロバイダ責任制限法ガイドラインに基づく信頼性確認団体

主要オークションへの削除依頼(3)

2008年	削除依頼点数	2009年	削除依頼点数	2010年	削除依頼点数
1月	9,326	1月	5,414	1月	3,161
2月	5,726	2月	4,241	2月	979
3月	6,912	3月	3,578	3月	3,548
4月	8,427	4月	1,686	4月	5,051
5月	2,135	5月	1,592	5月	3,444
6月	616	6月	4,291	6月	2,236
7月	1,617	7月	2,345	7月	
8月	1,133	8月	2,988	8月	
9月	1,000	9月	1,641	9月	
10月	3,721	10月	968	10月	
11月	2,715	11月	3,807	11月	
12月	2,064	12月	824	12月	
合計	45,392	合計	33,375	合計	21,761

携帯オークションの状況

	モバオク	ガルオク	xxxx	xxxx	xxxx	ヤフオク	楽天
ルイ・ヴィトン	10,377	321	6,011	164	95	59,929	23,155
シャネル	6,520	307	1,125	44	145	20,668	8,337
グッチ	8,420	177	773	66	35	14,276	12,843
クリスチャン・ディオール	5,291	196	130	22	15	22,443	2,290
ドルチェ・アンド・ガッバーナ	9,951	324	281	66	2	19,345	5,008
ブルガリ	4,330	86	271	22	5	2,728	3,679
ティファニー	2,078	70	223	138	1	608	2,872
エルメス	2,183	62	73	9	3	18,161	5,014
プラダ	2,337	47	21	21	5	11,549	4,187
コーチ	5,089	90	87	20	15	21,342	12,116
カルティエ	1,219	30	73	3	3	2,493	2,375
フェンディ	1,025	44	5	17	0	4,814	1,611
セリーヌ	681	12	1	0	0	8,989	1,688
合計	59,501	1,766	9,074	592	324	207,345	85,175
総計(モバイル専門PC共有合算)	363,777						
比率(モバイル専門PC共有合算)	16.36%	0.49%	2.49%	0.16%	0.09%	57.00%	23.41%

295点中275点が偽造品 93.22% 2009/10/30調べ

現状

某海外著名ブランドの1アイテムについての汚染率の推移は、

- 平成15年5月30日
出品数1,288点/1,172点が商標権侵害物品で汚染率は 80%以上
- 平成16年7月5日
出品数212点/134点が商標権侵害物品で汚染率は 64.3%
- 平成16年8月19日
出品数623点/偽造品266点が商標権侵害物品で汚染率は 42.7%
- 平成20年
汚染率1.39%
- 平成21年
汚染率1.28%

但し、平成20年及び同21年については、インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会の調査結果を引用した

海外では、権利者対ISPの係争が相次ぐ中で日本ではそのような事態に至っていない

海外オークションでは依然として汚染率が40から60%、中国の某大手ショッピングモールでは汚染率95%以上という中では、「**奇跡の水準**」(海外権利者からの言を借用)を維持していると認識しても構わないと考える

プロ責法第3条

- ・ 発信情報の停止依頼はスムーズに運営されている
- ・ 停止処置依頼から利用停止処置が実施されるまでの時間は、約2時間から3時間
- ・ 70万件の発信情報停止依頼の内、錯誤(上記利用停止期間中に申立てがあり、商標権侵害に関わると断言しきれなくなったもの)は5件程度

- ・ 大手ISP(インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会主要会員)は、侵害品行為及び侵害品排除の専用監視人員(大手では3交代24時間監視体制で数百人(常時約80名)を配置してくれているものと理解している
- ・ 上記ISPによる削除件数は、権利者からのものの3倍から10倍に達するものと理解をしている
- ・ 上記ISPは、条理等から侵害品に関わる情報の発信停止を行うべきであるし、侵害品に関わる情報が発信されないような体制を構築すべきだと考えてくれていると理解をしている
但し、権利者側が為すべき事は権利者側が為すのが条件とされていると了解している
- ・ 少なくとも上記ISPは、白でないものは黒という前提に基づいた対策を執ってくれていると理解している

☆ノーティスアンドテイクダウン

商標(オークション)については実質的(2週間程度の利用停止処置後にID削除)に一種のノーティスアンドテイクダウンになっている

(但し、米国のDMCA(デジタルミレニアム著作権法)に規定されている一定期間内に権利者が発信者に対して侵害行為の差し止め請求訴訟を提起しない場合には当該発信情報を復活させなくてはならない、他方、この手続きに従えばISPは発信者及び権利者の双方に対して免責というシステムは日本にはない)

正式にノーティスアンドテイクダウンを導入した場合、現行で実施されている対策よりもしほりが強化されると考えられるが、一方、発信情報の停止依頼に一応の信頼性が確認される場合は取りあえず停止処置を執る、その後、発信者からクレームがあり権利者がその内容を認めた場合は停止処置を解除する、ISPはこれに従った場合は免責されるという類のスキームであれば停止処置がより迅速化されるもしくは現在停止処置を執ったことのないもしくはあまりない、即ちプロ責法を理解していないISPに対して発生する対応に対する躊躇を軽減できる効果があるように思われる

☆故意について

弊法人が関係するISPは白でないものは黒と捉えていてくれていると認識しているが、それ以外のISPの存在を鑑みるに権利侵害に関わる発信情報の存在を承知していようと承知していなくてもISPは責任を問われるべきと考える

但し、個々の権利侵害に関わる発信情報に対する責任という意味ではなく、全般として権利侵害に関わる発信情報が存在するという環境で何らの防護策も実施しないという意味での責任を問われるべき

具体的には、利用者に対する啓発、自主監視体制の構築とその運用を義務化すべきと考える

特定形式のファイルをアップロード、ダウンロードしようとする違法である可能性についての注意画面が出るようにするなどの注意喚起システムの構築義務化するなどして、それをしない場合にISPは責任を問われるとするのが望ましい

☆削除義務の明文化

現在、条理上の削除義務を否定する大手ISP（インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会主要会員）は存在していないと理解できる状況であるし、第3条は削除しなかった場合の免責条件を定めているので（これを充たさない限りISPは損害賠償義務を負うことになり）ISPの削除義務を裏から法的に規定しているものと捉えられ、これを否定する考え方も主流ではないと理解している（但し、ISPに対して正式に問えばその様な義務は存在しないと主張するであろう事も否定できない）従って、具体的問題は発生していないが、今後中小のもしくは商標権侵害問題に不案内なISPとの交渉が拡大する可能性を鑑みると削除義務の明文化が望ましいとも考える

但し、以下の懸念を有している

大手ISP（インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会主要会員）は、条理に照らした上で自らの判断を基に自主的に削除義務があると判断し削除を行ってくれていると捉えている

即ち、ISPとして必然と考えているインターネットの世界に於ける自由性・自主性を尊重した上でISPは誇りある自主規制を実施している状況にあると考えられる中で、ISPが押しつけられたとも捉える可能性のある削除義務の明文化は慎重に取り扱う必要があるように思われる

又、削除義務を明文化するなら、義務を負わないこととなる例外が規定されることになると考えられ、その規定が現行条理的に捉えられている削除義務の要件を緩和する可能性もあることを懸念すべきと考えている

プロ責法第4条

- ・ 発信者情報開示請求は、スムーズに運営されていない
- ・ 発信者情報開示請求から開示が実施されるまでの時間は、平均1ヵ月
- ・ 開示が行われる場合と行われた場合に発信者に通告状等を送付した場合の戻り率(宛先不明等の理由)は以下の通り

	全体	α 社	β 社	γ 社
開示率	92.85%	95.45%	88.88%	90.90%
戻り率	53.33%	52.94%	42.85%	66.66%

明細については次頁を参照のこと

問題点としては下記のことが考えられる

- ・ 費用面の加重(大手ISPで慣れているものは除く)
- ・ ISP(大手で慣れているものは除く)で、権利者もしくは権利者の代理人弁護士と面識がない場合は、確認等に手間取る
- ・ そもそも手間をかけて開示を受けても、ISPの持っている情報が不正確である場合が多い(登録住所が、公園、架空の住所、私書箱センター、海外というケースが多い)

運用実績

		A社	B社	C社	D社	E社	TOTAL
開示請求数	α社	10	1	2	8	1	22
	β社	4	0	1	4	0	9
	γ社	2	0	1	8	0	11
							42
開示された数	α社	10	1	2	7	1	21
	β社	3	0	1	4	0	8
	γ社	2	0	1	7	0	10
							39
警告状送付数	α社	7	0	2	7	1	17
	β社	2	0	1	4	0	7
	γ社	2	0	1	3	0	6
							30
宛先不明戻り	α社	4	0	1	3	1	9
	β社	2	0	1	0	0	3
	γ社	1	0	1	2	0	4
							16

期間 2004年9月から2008年8月

☆解決方法の提案

- －プロ責法発信者情報開示に係るガイドラインの広報を積極的に行う
- －時間短縮の方法として、権利者もしくは代理人弁護士が作成した書類を、信頼性確認団体が精査し、ISPに伝達するスキームを構築する
- －発信者情報の確認の義務化を行う
発信者情報の確認の義務化が困難(利用者全員に対して確認作業をするのが無理)であるならば、せめて、アランダムに抽出した利用者の所在確認を行うこと及び当該スキームを啓発目的で広報することの義務化等一定水準の確認の義務化を行う
- －4条4項によれば、ISPは、故意または重過失がない限り開示をしなくても開示請求者に対する賠償責任を負わないと規定されているので、ISPには開示義務はないようにも読める
仮に、この免責規定を維持するのであれば、商標権者が明らかに権利侵害を疎明しているのに正当な理由無く開示しなかった場合、故意重過失を推定するような規定も設けるべきである

スリーストライク制導入について

- ☆ スリーストライク制導入に反対するものではないが、現行、商標権侵害品に関して、オークションでは実質上ワンストライク制で運営されているので実質的な緩和につながる懸念がある事も否定できない(他方、従来何ら対応していないISPに対しては、少なくとも3回目には切断を強制できるという制度になるのであれば、それはそれで有用ではあると考えることも否定しない)
 - ー 本来、スリーストライク性は権利侵害の判断が難しい著作権侵害に関して発達した概念であり、権利侵害の疎明が比較的容易な商標権侵害にそのまま当てはめるべきなのか疑問がある
 - ー 更には、同制度をプロ責法で取り扱うのは、同法が権利侵害に関わる違法情報を律しているとの解釈及びスリーストライク制導入が必要と考えられる権利侵害に関わらない違法情報等の問題(児童ポルノ、自殺方法等)等の存在等を鑑み、馴染まないものとする

☆提案

- ー プロ責法以外でスリーストライク制は検討されるべき
- ー 万一、プロ責法に関わる事項としてスリーストライク制が検討されるのであるならば、インターネットへのアクセス権とオークションへの出品資格は基本的に異質なものであることを何らかの形で明確にする配慮を頂ければ有り難い