

特許庁委託

台湾における並行輸入の適正化 によるブランド保護

2021年3月

公益財団法人 日本台湾交流協会

【プロジェクトチーム メンバーリスト】

(敬称略)

●知的財産委員会・委員長

台湾恩益禧（股）公司 副総経理 菅井 健

●知的財産委員会・副委員長

台湾三菱商事（股）公司 董事長特別助理 齋藤 洵

●参加者（順不同）

百樂文具（股）公司	総経理	横山 和彦
台湾兄弟國際行銷（股）公司	董事長	小幡 勇二
飛龍文具（股）公司	工場長	藤谷 大輔
台湾萬代南夢宮有限公司	総経理	矢内 道雪
台湾卡西歐（股）公司	協理	田所 太郎
世雅育樂（股）公司	董事長	藤本 晋一
台湾本田（股）公司	総経理特別助理	水野 公一
台湾火星塞工業（股）公司	董事長	川原 久幸
台湾火星塞工業（股）公司	経理	徐祥璋
台湾火星塞工業（股）公司	副理	頼仕偉
台湾富士全録（股）公司	経理	黒田 太郎
三麗鷗（股）公司	営運長	李明勳
三麗鷗（股）公司	法務部	Frances Kao

●講師

理律法律事務所	弁理士	林宗宏
理律法律事務所	弁護士	張哲倫
理律法律事務所	弁護士	羅秀培
理律法律事務所	弁護士	呂書璋

●戦略G・コンテンツG会議事務局

日本台湾交流協会	經濟部主任	中根 知大
日本台湾交流協会	經濟部	後藤 光夫

※本報告書は、台北市日本工商会／知的財産委員会／戦略G・コンテンツGの「並行輸入の適正化によるブランド保護」プロジェクトチームの協力により作成された。

目次

第一章 並行輸入に関する問題及び挑戦.....	1
第二章 並行輸入に関する法令.....	4
第一節 並行輸入と消尽論.....	4
第二節 台湾の法令.....	5
第三節 諸外国の制度比較.....	10
第三章 重要判例.....	18
第一節 台湾における重要な裁判所の判決・見解及び事案類型.....	18
第二節 日本、米国、欧州、中国の重要な裁判所の判決・見解.....	22
第四章 並行輸入の予防策.....	26
第五章 問題に対する対処方法.....	32
第一節 対応策の全体像.....	32
第二節 台湾での知的財産権法による対処方法.....	33
第一項 訴訟.....	33
第二項 水際取締制度による対処方法.....	36
第三節 知的財産権法以外の法令による対処方法.....	37
第一項 電信管理法.....	37
第二項 商品検閲法.....	40
第三項 商品標示法.....	42
第四項 公平交易法.....	44
第五項 消費者保護法.....	47
第六項 その他の法律規範による対処方法.....	48
第四節 具体的な対応策.....	49
第六章 結論.....	51
添付：事例検討.....	53
事例 1.....	53
事例 2.....	55
事例 3.....	57
事例 4.....	58
事例 5.....	61
事例 6.....	63
事例 7.....	67

第一章 並行輸入に関する問題及び挑戦

1. 並行輸入の定義

本報告書で「並行輸入」(parallel import)とは、知的財産権者の許諾を得ていない第三者が、台湾の正規代理店や知的財産権者の現地法人等を通じた輸入ルートとは別に、海外で合法的に製造・流通され、知的財産権が付された商品(真正品)を輸入することをいう。

2. 並行輸入の背景

並行輸入が生じる主な理由として、内外価格差があること、国・地域ごとに発売日に時間差があること、国・地域商品ラインアップと流通経路管理の困難さ等が挙げられる。

内外価格差

内外価格差が一定範囲を超える場合、たとえ運賃、関税等の輸入に係るコストが上乘せされたとしても利益が出るので、並行輸入業者が海外から低価格で真正品を並行輸入することによって、正規代理店との自由競争が行われる。その結果、消費者がより低廉な価格で並行輸入品を購入できる可能性が生じる。

一方、正規代理店等には、輸入・販売の代理権の取得の代わりに、販売促進(一定数量の購入・販売義務が課される)、取扱商品の制限(他ブランドの代理の禁止、いわゆる競業禁止)、宣伝広告、アフターサービスの提供等が義務付けられる場合がある。台湾での宣伝広告等を通して商品の知名度や好感度を高めるとともに、商品に付加価値をつけるようアフターサービス等を提供することで、正規代理店はブランドに対して現地で独自のグッドウィルを獲得する。

並行輸入業者は、商品を販売する際に、購入後に消費者が被る不利益について十分な説明をしない場合が多々ある。後日、消費者が並行輸入品に関して正規代理店にクレームを寄せたり、保守を依頼したりしても、正規代理店はメンテナンスサポート・アフターサービスを提供できない又は有償で追加料金を請求せざるを得ず、消費者の失望を生み、それによってブランドのイメージダウンになる。

一見して価格が下がることで消費者が利益を受けるように思えるが、その裏には、代理店の努力で蓄積してきた現地のブランドのグッドウィルにフリーライド(便乗)し続けている並行輸入業者がいる。また、消費者もメンテナンスサポート・アフタ

ーサービスを受けられないという不利益を被ることもある。並行輸入業者が、正規代理店のように宣伝広告費用を拠出することなく、正規代理店並みのアフターサービスも提供せず、正規代理店のグッドウィルにただ乗りして安い価格で販売できることは、実質的に公平な競争ではない。結局、正規代理店の正規品売上減少により、宣伝広告や部品在庫の投資、保守サービスの提供等、ブランド力向上に肝心な経営資源の投入意欲が損なわれることは避けられない。

発売日に時間差

日本国内で最初に発売された真正品について、台湾での商品検査・認証や輸入手続きの関係から、商品の日本発売日と台湾発売日に差が生じる。法令順守のため、正規代理店等が、商品の検査・認証を済ませてから、関連法令に従いしかるべき表記をして合格シールを貼り付けてから、はじめて台湾で正規品を売り出すことができる。

しかしながら、並行輸入業者は法令順守のコストをかけず、発売日の時間差を短縮させることによって、いち早く商品を台湾の消費者に届けられる。かかる商法は、競争に有利な立場に立つとはいえず、法令違反の批判を免れないだろう。また、台湾市場において、認証済みの商品と、認証を得ていない商品が同時に販売、流通されると、事情の知らない消費者が、商標権者のブランド管理又は正規代理店の法令順守がしっかりなされていないと誤解してしまう可能性が極めて高い。結局、上記と同様に、ブランドのイメージ低下につながる。

国・地域商品ラインアップと流通経路管理の困難さ

企業はグローバル展開の中で、国・地域ごとに商品ラインアップと仕様を決め、区別させる場合がある。これは、現地独自のブランド力の構築のためであり、また、国・地域それぞれの物価水準、売れ筋や消費者の好み、法令ないし産業基準の規格（例えば、商業電源電圧のボルト、環境保護や騒音規制法令規制等）に対応するためである。現地正規代理店はその商品ラインアップと仕様に合わせた正規品の補修部品やアフターサービスを提供できるよう用意する。

海外の正規代理店は、当地の個人や会社にしか販売しないように努力するものの、並行輸入業者は巧妙な方法で海外の個人や会社から転得するため、正規代理店が販売後の商品の流通経路を管理することに限界がある。また、並行輸入業者は、台湾に輸入した後に、現地法令や規格に合わせるために、追加部品を取り付けたり、商品本体の改造を行ったり、変圧器等外付け装置と合わせて販売したりしている。商

品の改変ないし本来予定されていない環境、態様で使用することは、ブランド管理の観点から到底看過することができないことである。

3. 挑戦と問題解決の試み

以上のように、日系企業は並行輸入に関する様々な問題に直面している。自由競争の促進による価格の値下がりや消費者の利益になるとともに、商品が自由に取引、流通されるという観点から、法政策として並行輸入を認めることが多い。その反面で、台湾での生産販売を奨励することによって市場と産業の保護を図るとともに、知的財産権の適切且つ正当な権利行使、また正規代理店によるブランド力の向上に必要とされる努力や資源投入により生じた経営利益を重視すれば、並行輸入を禁止する方向へ転換される。賛否の考慮要素として、通商政策から、知的財産権保護、市場競争秩序の維持、消費者利益まで、まさにバランスと調和が問われる難題である。また、これは台湾の知的財産権法、公平交易法及び様々な行政法令の複雑な規制等多岐にわたり、法律分野横断型の案件に属する。オンライン取引の普及によって並行輸入の手法も変化しており、最新事情に合わせた的確な対応策を取らなければならず、常に新たな挑戦をし続けている。

このような状況の中、解決策を必要としている多くの日系企業の切なる要望に応えるため、本報告書では、並行輸入に関連する台湾の法令、判決を精査した上で、外国の立法例や判決を参照しつつ、従来台湾法上権利行使が困難とされていたこの分野において、多種多様な場面を想定して解決の糸口を見出し、検討を重ねて対応策を提案してみた。

第二章 並行輸入に関する法令

第一節 並行輸入と消尽論

並行輸入は、知的財産権の「消尽論」(Exhaustion Doctrine)に深く関わっている。「消尽」とは、特許権、著作権、商標権等に係る特許製品、著作物・複製物、商標の付された商品等が、一度正当に販売される(以下、「第一譲渡」という)ことで権利者がロイヤルティを得ることができ、その知的財産権の目的を達成したため、後に同一商品に対して、再び知的財産権を主張することが許されないことをいう。

並行輸入について言えば、国際消尽、国内消尽及び域内消尽の三つの考え方がある。

国際消尽(International Exhaustion)原則を採用すると、後述のように、詳しい要件は国・地域によって異なるものの、知的財産権の対象になる商品が一旦海外で適法に譲渡された場合、基本的に並行輸入行為は権利侵害にならない。物が国境を越えて転々流通されたとしても、国・地域ごとに知的財産権者の権利行使によって商流が止まることなく、取引の安全が確保されるメリットがある。

その反対の見解が国内消尽(National Exhaustion)という考え方であり、消尽の適用対象はあくまでも国・地域内で頒布された物に限定し、海外で第一譲渡がなされた場合、国・地域内の権利者は並行輸入品に対して再び権利を主張することができる。並行輸入業者が国・地域別で知的財産権の許諾を得る必要があるため、知的財産権の適切な保護を図るとともに、国・地域内での生産奨励、販売促進にも寄与する。

ハイブリッド式の消尽論としては、ヨーロッパ連合(以下、「EU」という)の域内消尽(Community Exhaustion)が挙げられる。第一譲渡がEUの加盟国内で行われた場合、知的財産権が消尽し、商品が加盟国間で自由に流通されるのに対して、第一譲渡が域外の国でされた場合、権利が消尽せず、商品がEUに輸入される際に知的財産権の権利行使の対象になる。域内消尽原則は、域内で商品の自由移動と取引の円滑を確保するとともに、域内市場の保護と産業競争力強化のために採択されたものとされる¹。

¹高部眞規子『実務詳説 商標関係訴訟』(金融財政事情研究会・2015年)144頁。

第二節 台湾の法令

並行輸入に関する台湾の知的財産権法を概観すると、以下の通りである。商標法及び専利法（注：日本の特許法、実用新案法、意匠法に相当する）は、国際消尽を明文で規定し、原則として並行輸入を認めている。これに対して、著作権法は、国内消尽を採用し、原則として並行輸入を否定するものの、例外として数量限定の個人的利用、機械・設備等に付随された輸入等は侵害にならないとしている。後述のように、他国との制度比較に際して、台湾法の特徴としては、いずれも法律の明文規定をもって、消尽と並行輸入について定めていることである。詳細は、以下に説明する。

1. 商標法

台湾商標法第36条第2項において、「登録商標が適法に付された商品が、商標権者又はその同意を得た者により国内外市場において流通された場合、商標権者は当該商品に対して商標権を主張することができない。但し、商品が市場に流通した後、商品の変質・毀損の発生を防止するため、又はその他正当な事由がある場合は、この限りでない。」と定められている。

並行輸入品は、ここにいう「商標権者又はその同意を得た者により国外市場において流通された商品」に該当する。法文上は、原則として、台湾の商標権者が並行輸入品に対して権利を行使することができないように読み取れる。その例外として、権利行使可能な場面として、「商品の変質・毀損の発生を防止する」こと、並びに「その他正当な事由がある」ことが挙げられている。

「商品の変質・毀損の発生を防止する」ことについて、商標の品質保証機能に関連し、第三章にて紹介する重要判例にも示されているように、並行輸入が容認される大前提として、商品の出荷・第一譲渡時の状態のまま再流通されることが条件であり、加工や改変があってはならない。したがって、もし第一譲渡後に商品の改変等があれば、もはや商標権者による品質管理が及ばず、商標の品質保証機能が害されるため、商標権が消尽せず、無断で商品の改変を行った並行輸入業者等に対して、商標権侵害を主張することができる²。

²経済部は、2020年10月27日にその上級官庁である行政院に商標法改正案を提出した。第36条第2項但書には、上記二つの例外のほか、もう一つの例外として「他人が無断で加工、改造した場合」が追加された。改正案の説明において、（並行輸入等の）「商品の原形のまま販売するのではなく、無断で加工、改造した場合、商標権侵害に当たることは、司法実務において認められている。しかしながら、台湾国内法令順守のために行われた加工又は改造は、無断とは言えず、商標権侵害から除外すべきであるため、下線を引いた部分の文字を追加した。」とある。この改正案は、2021年2月19日時点で行政院審議中であり、立法院にはまだ提出されていない。

「その他正当な事由がある」ことについて、上記商品の加工や改変を除き、未だに正面から判断した事例は見当たらない。本報告書では、例え並行輸入品は正規品と品質・仕様が全く同じ（以下、「物理的に商品同一」という）であるとしても、法令に違反し認証を受けていない並行輸入品、又は正規品のような品質保証サポート・アフターサービスを受けられない並行輸入品は、正規品との間に「実質的差異」(material difference)があるため、例外として商標権は消尽せず、商標法第36条第2項但書における「商品の変質・毀損の発生を防止する」、「正当な事由」に当たるとして、権利行使の可能性があると考える。詳細は、後に紹介する。なお、商標法第36条第2項における並行輸入を認める要件の詳細について、内外権利者の同一性、商品の品質同一性等、裁判例を通じて補完する部分もあるため、追って説明する。

2. 著作権法

台湾著作権法第87条第1項4号に、「著作財産権者の同意なく、著作物の原作又はその複製物を輸入する場合」、著作権を侵害する行為とみなすと規定されている。これは、真正品の並行輸入を認めない根拠となっている。知的財産局（中国語名：智慧財産局）の解釈によると、この輸入禁止の対象は、あくまでも著作物（書籍、音楽CD、映画DVD、プログラム等）に限定され、著作物を含むような商品（キャラクター等の美術著作物がプリントされた布団カバー、シーツ等グッズ商品）は対象外であり並行輸入が容認される（知的財産局 2003年11月18日電子メール第921118号書簡、2010年7月30日電子メール第990730b号解釈書簡）。

台湾著作権法は、みなし侵害とされながら並行輸入を許さない一方で、以下のとおり、様々な適用除外の規定を設けて、実際に並行輸入できる場面を増やしている。第87条の1第1項3号には、その例外として、「頒布目的ではない輸入者の個人的利用」と、「入国者の荷物の一部として」という条件とともに、一著作物につき一個に限定される場合（内政部1993年4月24日台(82)内著字第8284870号公告）、並行輸入を容認することとなる。頒布目的ではない個人的利用について、主務官庁の知的財産局によると、「輸入の時点で、頒布目的ではない輸入者の個人的利用の主観的意思があれば足りる。たとえ事後的な意思変更により販売したとしても、これは物権の行使にあたり、特定の者の間での譲渡は頒布権の侵害にならず、個人は輸入後販売することができ、他人の著作権を侵害する問題は生じない。しかし、輸入者名義を変えたり、分散輸入したりする行為があれば、著作権法違反に該当する可能性がある。」とされている（2008年3月31日知的財産局 著作権法第87条の1第1項3号及び頒布権の法的効果に関する説明）。また、入国者の荷物の一部として輸入される場合、その輸入目的を問わない故に、後に台湾で頒布されたとしても、著

著作権侵害にならない（知的財産局 2009 年 10 月 7 日智著字第 09800085650 号解釈書簡）。

また、著作権法第 87 条の 1 第 1 項 5 号により、「貨物・機器・設備に含まれる著作物の原作品又は複製物が、それら貨物・機器・設備の合法的輸入に伴う著作物の原作品又は複製物が輸入された場合³」、著作権侵害にならない。例えば、プリンターにコンピュータ・プログラムの著作物の複製物が含まれるとき、この条項が適用される。プリンター（設備）自体は著作物でないため、輸入の際に設備に含まれるプログラムがあるとしても、別途許諾を得る必要がないように除外規定を設けることで、著作物や情報の利用普及を図ろうとしている。結果として、プログラムの著作物がプリンターに含まれていたとしても、著作権者は並行輸入を止めることができない。

更に、同条項第 6 号により、「貨物・機器・設備に付属される取扱説明書又はマニュアルが、それら貨物・機器・設備の合法的輸入に伴い輸入された場合⁴」も、並行輸入が許される。これら著作物の付随的な輸入については、いずれも利益衡量に基づいて、物の流通の安定を重視し、著作権の行使を制限する立法政策がなされている。その枠組の中で、如何に権利行使ができるようにするか対策を立てる工夫が必要である。事例等の検討において対応策を提案する。

3. 専利法、集積回路回路配置保護法、植物品種及び種苗法

権利の取得には出願を要し、また消尽を権利の及ばない事項として明文化しているという共通点があるため、専利法、集積回路回路配置保護法、植物品種及び種苗法における消尽の規定をまとめて紹介する。

台湾専利法第 59 条第 1 項 6 号に、専利権が及ばない事情の一つとして、「専利権者又はその許諾を得た者の製造した製品が販売された後に、その製品が使用及び再販売されること。上記製造、販売は、国内に限定されない。」と挙げられている。台湾専利法は、国際消尽原則を採用し、台湾域外で製造、販売された並行輸入品が台湾にて販売されることは専利権侵害にならないとしている。

集積回路回路配置保護法は、国際消尽の規定を設けているのに対して、植物品種及び種苗法は、国内消尽原則を採用している。集積回路回路配置保護法第 18 条 3 号では、「適法に複製された回路配置又は集積回路の所有者が、その適法に保有して

³但し、その原作品又は複製物を上記設備等に使用する際に複製してはならない。

⁴但し、取扱説明書又はマニュアル自体が主に輸入されるものである場合を除く。

いる回路配置又は集積回路を輸入、頒布する」ことは、集積回路権が及ばないとされている。よって、並行輸入が認められている。

植物品種及び種苗法第 26 条第 1 項 6 号では、「品種権者自ら又はその同意を得て国内で販売し又はその他の方法で流通した品種権の品種又はその従属品種のいかなる材料に対してなされた行為⁵」は、品種権の効力が及ばないとされている。台湾域内で第一譲渡がされたことを消尽の要件としているため、並行輸入が認められていない。

表 1：台湾の知的財産権法と消尽原則

法律	条文	消尽原則	並行輸入の可否
商標法	第 36 条第 2 項 本文	国際消尽	原則容認 (商標権者は権利行使できない。)
	同条項但書		例外禁止： (1)商品の変質・毀損の発生を防止する (2)その他正当な事由がある
著作権法	第 87 条第 1 項 4 号	国内消尽	原則禁止 (例外に該当しない限り、著作権者は著作物に対して権利行使できる。)
	第 87 条の 1 第 1 項 3 号		例外容認： (1)頒布目的ではない輸入者の個人的利用 (一著作物につき一個)
	同上		(2)入国者の荷物の一部としての輸入 (一著作物につき一個)
	同条項 5 号		(3)貨物・機器・設備の合法的輸入に伴う著作物の原作品又は複製物の輸入 (数量限定なし)
	同条項 6 号		(4)貨物・機器・設備の合法的輸入に伴う取扱説明書又はマニュアルの輸入 (数量限定なし)
専利法	第 59 条第 1 項 6 号	国際消尽	容認
集積回路 回路配置 保護法	第 18 条 3 号	国際消尽	容認
植物品種 及び種苗 法	第 26 条第 1 項 6 号	国内消尽	禁止

⁵但し、その品種の増殖を除く。

表 2：著作物の輸入態様と並行輸入の可否

並行輸入品	輸入行為の態様	並行輸入容認	輸入後意思変更による販売は著作権侵害に該当するか
著作物又はその複製物	頒布目的ではない輸入者の個人的利用：一著作物につき一個（第 87 条の 1 第 1 項 3 号）	O	X
	(輸入目的を問わない)入国者の荷物の一部として：一著作物につき一個（第 87 条の 1 第 1 項 3 号）	O	X (無関係)
	例外の容認事由以外、輸入者名義を変えたり、分散輸入したりする行為（第 87 条第 1 項 4 号）	X	適用なし
	取扱説明書又はマニュアルの付随輸入（第 87 条の 1 第 1 項 6 号）	O	O (付随輸入が条件)
著作物を含むグッズ・商品	問わない（第 87 条の 1 第 1 項 5 号）	O	適用なし

第三節 諸外国の制度比較

参照しやすいよう、権利別（商標権、著作権、特許権の順）に外国の制度を比較する。

一、商標権

日本

台湾と異なり、日本商標法では、消尽や並行輸入に関する明文の規定がない。真正商品の並行輸入を認めるものの、その要件を判示した判決として、平成15年2月27日最高裁判所判決 最高裁判所民事判例集57巻2号125頁〔フレッドペリー事件〕がある。そこでは、(1)商標が適法に付された商品、(2)内外権利者の同一性：内外商標権者が同一人であるか又は法律的・経済的に同一人と同視しうる者であること、(3)商品の同一性（実質的差異なし）：日本の商標権者が直接・間接的に品質管理を行い得ることから、品質に実質的な差異がないこと、が挙げられている。

米国

米国では、商標権侵害に関する一般条項（許諾なく業として商品等の販売、頒布等をもって誤認混同の恐れを生じさせた場合、商標権者は救済を求めることができる）として連邦商標法（Lanham Act）第32条がある。とりわけ、輸入に関して、第42条は、米国登録商標と同一又は類似の商品、米国で製造されたものと誤認される商品等は、米国の税関により輸入を許可されてはならないと定めている。

更に、並行輸入を原則として禁止している定めとして、通関手続きに係る関税法（Tariff Act）第526条があり、輸入の時点において登録商標権者の書面許諾がない限り、登録商標を使用した外国製品を米国に輸入してはならない。並行輸入に関する内外権利者の同一性について、関税規則第133.23条によると、内外の商標権者が同一である場合、又は米国商標権者が外国商標権者の親会社や子会社であるか共通支配の下にある場合のみ、並行輸入が許される。よって、外国のライセンシーが製造した並行輸入品は、並行輸入が認められず、税関で差止めの対象となる。また、同条(b)により、並行輸入品は、正規品と物理的且つ実質的な差異がある場合、輸入が禁止されるが、並行輸入品にディスクレーマーのラベルを貼り付けることによって、税関は商品をリリースする。そのラベルの文言は、「この商品は、米国商標権者により輸入を許諾されたことがないとともに、許諾された商品とは物理的且つ実質的な差異がある」（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）

である。関税規則では、物理的且つ実質的な差異があることを輸入禁止対象としているのに対して、連邦商標法では、例え些細な差異のみであり、又は物理的差異がないとしても、広く商標権の権利行使を認め、並行輸入を否定する傾向にある⁶。詳細は、第三章に述べる。

EU

EU 商標に関する欧州議会及び理事会の規則 (EU) 2017/1001 第 15 条では、域内消尽原則を掲げている。EU 商標は、その所有者により又はその同意を得てその商標を付した商品が EU 市場において流通された場合、その商標の使用を禁止する権利を商標権者に与えるものではない。但し、商標権者は、商品が市場に再流通されることに反対する「合法的な理由」がある場合、とりわけ商品の状態が改変される (changed) 又は損なわれる (impaired) 場合は、この限りでない、との旨の定めがある。

EU を一つの国・市場として考えると、台湾商標法第 36 条第 2 項の条文構造と似ている。即ち、正当な理由や合法的な理由さえあれば、第一譲渡後、再び商標権を主張できる余地が残されている。消尽問題の取り扱いについて、EU 域内において、商品自体の毀損に限らず、EU 裁判所によると、商標の信用・名声が損なわれることを含むこととされている⁷。台湾法よりも、広くブランドを保護していると考えられ、後に事例を挙げて紹介する。

これに対して、EU 域外からの並行輸入品の流入については、明文の規定はないものの、欧州司法裁判所の判決 *Silhouette International Schmied GmbH & Co. KG v Hartlauer Handelsgesellschaft mbH. (Case C-355/96) (1998)* で、商標権は商品の域外における流通により消尽せず、並行輸入を阻止する権利を商標権者に付与することは EU 加盟国の義務であり、これに反した国内法は許されないとし、並行輸入を容認しない事案がある。

中国

中国商標法上は、並行輸入に関する明文の規定がないものの、裁判例で並行輸入を容認する要件を判示している。商品に実質的差異がないことや、内外権利者の同一性が要求されることが裁判例から推察される。また、商品における実質的差異の有無について、商標の信用・名声を保護する観点から、並行輸入品であるタイヤは商品認証を得ておらず中国国内で再流通されることが商標権侵害に該当するという判決が下されている。後に詳しく紹介したい。

⁶田中豊「並行輸入と商標権侵害 (下)」NBL678 号 57 頁。

⁷台湾知的財産局『商標法逐条解説』(2017 年) 141 頁。

表3：並行輸入の容認に関する各国商標法の比較

国	並行輸入の容認について	根拠 (法令、判決)
日本	以下の要件を満たす場合には容認される。 <ul style="list-style-type: none"> ● 商標が適法に付された商品 ● 内外商標権者が同一人であるか又は法律的・経済的に同一人と同視しうるような関係があること ● 日本の商標権者が直接・間接的に品質管理を行い得ることから、品質に実質的な差異がないこと 	平成15年2月27日最高裁判所判決 最高裁判所民事判例集57巻2号125頁 〔フレッドペリー事件〕
米国	関税規則により、以下の要件を満たす場合には容認される。 <ul style="list-style-type: none"> ● 内外商標権者が同一人又は親子会社（支配従属関係にある）、兄弟会社等（共通支配関係の下にある） ● 商品に実質的な差異がない ● 実質的な差異があっても、「並行輸入品」というラベルが添付される 	連邦商標法第42条 関税規則第133.23条
EU	域外→域内	容認されない。 Silhouette 事件 (1998)
	域内→域内	原則、容認される。 ただし、以下の場合には例外的に容認されない。 <ul style="list-style-type: none"> ● 商品状態が改変(changed)される又は損なわれる(impaired)場合など、「合理的な理由」がある
中国	以下の要件を満たす場合には容認される。 <ul style="list-style-type: none"> ● 内外商標権者が同一人(又は支配従属関係) ● 商品に実質的な差異がない 	Fila 事件(2020) MICHELIN タイヤ事件(2009)

EU を除き、認容要件の内容は異なる部分もあるが、基本的に、内外権利者の同一性、商品の同一性が要求されることが伺われる。

二、著作権

日本

日本著作権法第 26 条の 2 第 2 項 5 号⁸により、著作権者又はその承諾を得た者により譲渡された著作物の原作品又は複製物について、外国において第一譲渡が適法になされた場合、著作物の譲渡権は消尽し、並行輸入が許される。例外として並行輸入を禁じるものとして、外国で適法に頒布された商業用レコードが日本国内に還流できないように、著作権法第 113 条第 10 項⁹に、レコード還流防止措置の特別規定が設けられた。

米国

米国著作権法第 109 条¹⁰により、「本編に基づき適法に作成された特定のコピーもしくはレコードの所有者またはかかる所有者の許諾を得た者は、著作権者の許諾なく、当該コピーまたはレコードを売却しその他占有を処分することができる。」とし、頒布権¹¹の消尽について定めている。これはファースト・セール・ドクトリン (first sale doctrine) とも言われている。更に、条文の文言上、海外で入手された著

⁸第二十六条の二 著作権者、その著作物（映画の著作物を除く。以下この条において同じ。）をその原作品又は複製物（映画の著作物において複製されている著作物にあつては、当該映画の著作物の複製物を除く。以下この条において同じ。）の譲渡により公衆に提供する権利を専有する。

2 前項の規定は、著作物の原作品又は複製物で次の各号のいずれかに該当するものの譲渡による場合には、適用しない。

五 国外において、前項に規定する権利に相当する権利を害することなく、又は同項に規定する権利に相当する権利を有する者若しくはその承諾を得た者により譲渡された著作物の原作品又は複製物。

⁹第百十三条

10 国内において頒布することを目的とする商業用レコード（以下この項において「国内頒布目的商業用レコード」という。）を自ら発行し、又は他の者に発行させている著作権者又は著作隣接権者が、当該国内頒布目的商業用レコードと同一の商業用レコードであつて、専ら国外において頒布することを目的とするもの（以下この項において「国外頒布目的商業用レコード」という。）を国外において自ら発行し、又は他の者に発行させている場合において、情を知つて、当該国外頒布目的商業用レコードを国内において頒布する目的をもつて輸入する行為又は当該国外頒布目的商業用レコードを国内において頒布し、若しくは国内において頒布する目的をもつて所持する行為は、当該国外頒布目的商業用レコードが国内で頒布されることにより当該国内頒布目的商業用レコードの発行により当該著作権者又は著作隣接権者の得ることが見込まれる利益が不当に害されることとなる場合に限り、それらの著作権又は著作隣接権を侵害する行為とみなす。ただし、国内において最初に発行された日から起算して七年を超えない範囲内において政令で定める期間を経過した国内頒布目的商業用レコードと同一の国外頒布目的商業用レコードを輸入する行為又は当該国外頒布目的商業用レコードを国内において頒布し、若しくは国内において頒布する目的をもつて所持する行為については、この限りでない。

¹⁰米国著作権法の和訳は、山本隆司訳アメリカ著作権法、CRIC 公益財団法人著作権情報センター (<https://www.cric.or.jp/db/world/america.html>) を参照（最終閲覧日：2021年2月16日）。

¹¹第 106 条により、著作権のある著作物のコピーまたはレコードを、販売その他の所有権の移転または貸与によって公衆に頒布することを指す。

作物を輸入することについて、権利行使の対象になり、並行輸入を禁止するように読み取れる。その根拠は、米国著作権法第 602 条(a)に、「(1)輸入一本編に基づく著作権者の権原に基づくことなく、著作物のコピーまたはレコードで合衆国外で取得されたものを合衆国に輸入することは、第 106 条に基づくコピーまたはレコードを頒布する排他的権利の侵害であって、第 501 条に基づき訴訟を提起することができる。」との定めがある。

なお、例外として侵害としない輸出入行為について、第 602 条(a) (3) 「(B) 頒布のためでなく輸入者または輸出者の私的利用のために、1 回につき一つの著作物のコピー1 部もしくはレコード 1 部のみを輸入する場合、または、合衆国外から到着する者または合衆国から出発する者が個人の荷物の一部をなすコピーもしくはレコードを輸入または輸出する場合」がある。この規定は、上記台湾著作権法第 87 条の 1 第 1 項 3 号の個人輸入の例外として容認される立法と同じ内容である。海外で作成された著作物が米国に輸入される際に、著作権侵害になるかという並行輸入の典型事例について、米国著作権法第 602 条(a)の文言を見る限り、著作権者に輸入権を付与し、並行輸入を認めないという解釈がありうる。

しかしながら、連邦最高裁判所は、タイの留学生がタイから安い英語教科書を米国に輸入し販売していた著作物並行輸入の事例 *Kirtsaeng v. John Wiley & Sons, Inc.*, 568 U.S. 519 (2013) 事件において、国際消尽を採用する立場を取った。第 602 条(a)における解釈適用は、あくまでも海外において第一譲渡が適法にされていない場合に限定する（例えば、販売がないか、所有権が移転されないかにより、ファースト・セール・ドクトリンが成り立たない）ため、海外で適法に第一譲渡された著作物について、著作権者は並行輸入を阻止できないと判断した。よって、第 602 条(a)における第一譲渡は米国国内に限定されないため、国際消尽を採用し、並行輸入を容認するという解釈に帰着した。

EU

Directive 2001/29/EC 情報化社会における著作権並びに著作隣接権の調和に関する指令第 4 条第 2 項では、域内消尽の原則を掲げている。著作権者自ら又はその同意を得てなされた EU 域内における著作物又はその複製物の第一譲渡又はその他所有権の移転がない限り、頒布権は消尽しない、との定めである。

中国

中国では著作権法上明文の規定がなく、事例も見当たらない。ただ、商標については判例をもって国際消尽を認めており、特許については条文をもって（第一譲渡

が国内に限定されないため) 国際消尽を採用しているため、知的財産法の体系解釈上、著作権についても国際消尽が適用されるとの考え方が自然であるとされている。

表 4：並行輸入の容認に関する各国著作権法の比較

国		並行輸入の容認について	根拠 (法令、判決)
日本		以下の要件を満たす場合には容認される。 ● 著作権者又はその承諾を得た者により譲渡された著作物の原作品又は複製物 ただし、以下の場合には例外的に容認されない。 ● 商業用レコード	著作権法第 26 条の 2 第 2 項 5 号 著作権法第 113 条第 10 項
米国		容認される。 ● ファースト・セール・ドクトリン (first sale doctrine)	連邦最高裁 John Wiley 事件(2013)
EU	域外→ 域内	容認されない。	
	域内→ 域内	以下の要件を満たす場合には容認される。 ● 第一譲渡又はその他所有権の移転	Directive 2001/29/EC 第 4 条
中国		知的財産法体系解釈上容認され、第一譲渡が要求されると考える。	条文なし/事例見当たらない

三、特許権

日本

日本特許法では消尽に関する明文の規定がないが、平成 9 年 7 月 1 日最高裁判所判決 最高裁判所民事判例集 51 卷 6 号 2299 頁 [ベーバーエス事件] は、特許製品の並行輸入の容認について、三つの要件を挙げている。

1. 国外において特許権者又はこれと同視できる者による特許製品の譲渡
2. 譲受人との間で販売先ないし使用地域から日本国を除外する合意なし
3. 第三者及びその転得者に対して特許製品に上記合意の明確な表示なし

よって、第一譲渡の際に特許権者が留保を付し特許製品に明確に表示することによって、並行輸入を阻止することが可能である。

米国

米国特許法では消尽に関する明文の規定がない。特許製品の並行輸入について、異なる立場を取る裁判例¹²もあったが、連邦最高裁判所は、トナーカートリッジの並行輸入に関わる *Impression Prods. v. Lexmark Int'l, Inc.* 137 S. Ct. 1523 (2017) 事件において、国際消尽を肯定した。米国国外で第一譲渡された特許製品の輸入に関して、著作物と異なる扱いをする必要はなく、むしろ多くの日常製品（車、電子レンジ、電卓、携帯電話、タブレット、パソコン等）は双方の対象になるし、権利として共通の目的を有し類似している。よって、著作権と同じく、並行輸入を認める方向に転換した。

EU

特許権に関する消尽を規定する EU 法令自体はないものの、欧州司法裁判所によって域内消尽の原則が確立されている¹³。

なお、参考までに、欧州特許条約¹⁴第 32 条や、Regulation (Eu) No 1257/2012 単一特許保護の創設の領域における強化された協力を実施する欧州議会及び理事会規則¹⁵第 4 条第 2 項では、加盟国内において適法に第一譲渡された特許製品に対して正当な理由がない限り、その更なる流通について異議を唱えることができない旨の規定がある。

中国

2020 年 10 月 17 日に改正され、2021 年 6 月 1 日に施行予定の中国専利法第 75 条 1 号（現行法は第 69 条、条文内容自体は改定されていない）では、「専利製品又は専利方法によって直接得られた製品について、専利権者又はその許諾を得た部門又は個人が販売した後に、当該製品の使用、販売の申出、販売、輸入を行う場合」は、侵害とみなさない、と規定されている。第一譲渡について、中国国内で行われたことに限定されないため、国際消尽という立場であると言われている。

¹²*Jazz Photo Corp. v. International Trade Comm'n*, 264 F.3d 1094, (Fed. Cir. 2001) は、国内消尽原則を支持している。

¹³European Commission, Notice to Stakeholders Withdrawal of the United Kingdom and EU Rules in the Field of Exhaustion of Intellectual Property Rights (June 25, 2020) https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/brexit_files/info_site/exhaustion-ip-rights_en.pdf（最終閲覧日：2021 年 2 月 16 日）

裁判所先例として、*Centrafarm BV and Adriaan de Peijper v Sterling Drug Inc.* (Case 15-74) (1974), *Merck & Co. Inc. v Stephar BV and Petrus Stephanus Exler*.(Case 187/80) (1981)等がある。

¹⁴国際条約の位置づけであり、EU 法令ではない。

¹⁵EU 加盟国の国内批准を待つところ、未発効である。(2021 年 2 月 16 日時点)

表 5：並行輸入の容認に関する各国特許法の比較

国		並行輸入の容認について	根拠 (法令、判決)
日本		以下の要件を満たす場合には容認される。 <ul style="list-style-type: none"> ● 特許権者又はこれと同視できる者による特許製品の譲渡 ● 譲受人との間で販売先ないし使用地域の合意なし ● 第三者及びその転得者に対して特許製品に上記合意の明確な表示なし 	平成 9 年 7 月 1 日 最高裁判所判決 最高裁判所民事判 例集 51 卷 6 号 2299 頁〔BBS 事 件〕
米国		容認される。 <ul style="list-style-type: none"> ● ファースト・セール・ドクトリン (first sale doctrine) 	連邦最高裁 Lexmark 事件 (2017)
EU	域外→ 域内	容認されない。	
	域内→ 域内	以下の要件を満たす場合には容認される。 <ul style="list-style-type: none"> ● 権利者の同意を得て加盟国に流通された 	Centrafarm 事件 (1974 年)
中国		以下の要件を満たす場合には容認される。 <ul style="list-style-type: none"> ● 専利製品/専利方法で直接得られた製品 ● 専利権者又はその許諾を得た者が販売した 	専利法第 75 条 1 号 (現行法は第 69 条 1 号)

第三章 重要判例

第一節 台湾における重要な裁判所の判決・見解及び事案類型

1. 商標法に関する重要裁判例

(1) 商品の同一性

並行輸入品の品質が真正品と同一又は類似であることを要することについて、最高裁判所 81 年度（1992 年）台上字第 2444 号民事判決では、以下の通り判断している。

「真正品の並行輸入は、輸入品の品質が真正品と類似し、且つ消費者を欺瞞し、誤認混同させる恐れがない場合、台湾商標権者の営業上の信用・名声及び消費者の利益を害することなく、台湾商標権者による市場独占、価格支配を防止することができる。したがって、価格競争を促進し、消費者に同一の商品を購入するにあたり、選択の余地を与え、自由競争の利益を受けさせることができるため、商標法の目的に反しておらず、この範囲内で商標権侵害に該当しないと認められる。」

輸入商品が改変されることなく再流通できるという前提で並行輸入を認めている裁判例として、最高裁判所 82 年度（1993 年）台上字第 5380 号刑事判決がある。

『並行輸入品』の輸入業者は、商標権者が製造、販売した商標の付された真正品を輸入した場合、如何なる加工、改造又は改変を行うことなく、（真正品の）原形のまま販売することは、その商品の出所に正当性があるため、商標権者又はライセンシーの信用・名声を害することがないとともに、市場の独占を防止ことができ、同一商品の自由な価格競争を促進し、消費者が合理的な価格で商品を購入できる利益を受けるので、商標権者の同意を得た行為と認めるべきである。また、（並行輸入品の）商品の単純な説明又は商品の広告や類似文書を付すことができる。」

並行輸入品について、商品の改変が行われた場合、商標権侵害に当たり、刑事責任が問われることが一般的に認められている。台北地方裁判所 106 年度（2017 年）智易字第 52 号刑事判決は、並行輸入業者が米国仕様のカートリッジを輸入し、台湾のプリンター機種に合わせて使えるように、無断で米国仕様のプラスチック製カートリッジに穴を開けて消費者に販売していた事例である。並行輸入業者の代表者は、米国仕様のカートリッジが台湾のプリンター機種に出来ないことを知りながら、無断で輸入商品の外観を改変したが、その開けた穴がプリントの品質に影響を及ぼすため、もはや商標権者が製造、販売した（真正）商品とは言えず、出所表示機能と商標の信用・名声を害し、商標権を侵害したと認定された。

並行輸入業者による商品の改変が、商標権権利行使の対象になる理由について、知的財産裁判所 103 年度（2014 年）民商上字第 17 号判決では、商品の「実質的差異」概念に言及された。

「台湾商標法は、国際消尽原則を採用しており、商標権者の同意を得て流通された商品に対して、その第一譲渡が国内又は国外で行われたかに関わらず、商標権を主張することができず、真正品の並行輸入を禁止することもできない。これは、真正品の並行輸入に正当性があるからである。例外として、商品が変動された後、客観上消費者の当該商品に対する購買意欲又は購入価格に影響を与えることになり、変動された部分は消費者に誤認混同を生じさせる恐れがあり、当該変動された商品と本来の商品の間に実質的差異があるため、権利消尽の原則を適用しないことになる。」。

このように、並行輸入商品の改変が正規品との間で実質的差異を生じさせることは、従来、権利行使を認める典型的な事例である。後に紹介するように、この「実質的差異」は、物理的差異のみならず、米国判決では広く非物理的な差異を認めており、並行輸入を否定する判例の蓄積は、参考に値する。

(2)内外権利者の同一性

最高裁判所 108 年度（2019 年）台上字第 397 号民事判決は、並行輸入を認める要件の一つとして、内外権利者の同一性について、重要な判断基準を示した。

本件の争点は、内外の商標権者が異なる場合、海外の商標権者が行った第一譲渡について、台湾の商標権者が並行輸入品に対して商標権を主張できるかである。下級審は、内外権利者が同一ではない場合、台湾の商標権者は、米国で行われた第一譲渡について代償やロイヤルティを得ておらず、台湾の商標権が消尽しないため、並行輸入品に対して権利を行使することができる（第一審知的財産裁判所 105 年度（2016 年）民商訴字第 14 号民事判決、控訴審同裁判所 105 年度（2016 年）民商上字第 14 号民事判決）と判断している。要するに、内外権利者が同一でない場合、台湾の商標権者が第一譲渡を許諾したことがないため、台湾の商標権は消尽せず、並行輸入品に対して権利行使ができる。更に、控訴審判決において、内外権利者が同一でなければならない理由を以下のとおり補足説明している。

「商標の主な機能は、その商品や役務の出所を示し、マーケットの用途を有することである。控訴人は、被控訴人の同意を得ずに係争商標を使用し、被控訴人から購入したのではない係争商品を販売していた。かかる行為は、実に被控訴人が係争商標に係る商品をマーケティングするために投入したコスト、その投入によって得られた市場の知名度及び占有率を奪うことにあたる。控訴人の行為は、台湾商標法

第1条に掲げられる『商標権及び消費者利益を保障』、『市場公平競争を維持』という立法趣旨に合致しておらず、被控訴人の同意を得ることなく、係争商品を台湾に輸入して販売し、更に係争商品を使用してマーケティングすることは適法とは言えず、被控訴人は控訴人に対して商標権を主張することができる。」

上告審の最高裁判所は、下級審判決を指摘しつつ、内外権利者が同一であることに限らず、「ライセンス関係・法的関係にある」場合も商標権が消尽すると判断した。「商標権者が自ら又は他人に許諾し、各国で登録商標権を取得し又は取得させた場合、属地主義に基づいて別個の商標権であるとは言え、その文字・図形商標が同じである場合、排他権の出所は実質的に同一権利者である。米国の商標権者は、被上告人の台湾商標出願、登録に同意した。(中略)被上告人が第一譲渡について代償を得ておらず、また商標法第36条第2項に定められる消尽原則は内外権利者が同一であることに限定するという原審判決の上告人に不利な認定について、誤りがある。」ことを理由として、控訴審判決を取り消し、知的財産裁判所に差し戻した。その後、控訴の取り下げによって事件が終結となった。しかしながら、上記「法的関係」が具体的にどのような内容を指すかについて、今後裁判例の蓄積を待つところである。

最高裁判所の判旨に従い、知的財産裁判所は、後に109年度(2020年)民商訴字第25号民事判決において、内外権利者が異なるとしても、台湾の商標権者が中国の商標登録を許諾したため、中国での第一譲渡により台湾の商標権が消尽する、との見解を示した。

2. 著作権法に関する重要裁判例

著作権法は、著作権者に輸入権を付与し、原則として並行輸入を否定しているが、並行輸入の著作物に対して権利行使をした事例は見当たらない。

最高裁判所102年度(2013年)台上字第2437号民事判決は、韓国の猫キャラクターの関連商品・グッズ(鞆、コップ、手帳、Tシャツ等)の並行輸入について、専属実施権者が並行輸入業者を提訴した事例である。裁判所は、以下の通り判示した。

「著作権法の規定は、音楽CD、視聴DVD、書籍、コンピュータ・プログラム等の著作物の輸入に適用される。輸入の商品に著作物が含まれる(寝具シーツ・カバーに美術や図形著作が含まれる)場合、これらの商品は著作物に該当せず、輸入制限の規定は適用しない。これら著作物を含むグッズ・商品の並行輸入及び販売は、著作権法第87条の1第1項5号における例外事由(即ち貨物・機器・設備に含ま

れる著作物のオリジナル又は複製物がそれら貨物・機器・設備の合法的輸入に伴い輸入された場合)に該当し、著作権を侵害していない。」

類似する事案として、台湾高等裁判所高雄支部 96 年度 (2007 年) 上易字第 1063 号刑事判決がある。インドネシアから輸入されたのど飴は食品であり、コンテンツそのものを表す著作物ではなく、のど飴の包装に図形著作が含まれたとしても、上記例外事由に該当し、著作権侵害にならない、と判断された。

3. 専利法に関する重要裁判例

並行輸入に関する事例は見当たらない。

第二節 日本、米国、欧州、中国の重要な裁判所の判決・見解

並行輸入対策に関連し、商標法を中心に各国・地域の重要な判決・見解を簡単に紹介する。

一、日本

内外権利者の同一性について、日本の判決が参考になる。

平成 15 年 2 月 27 日最高裁判所判決 最高裁判所民事判例集 57 卷 2 号 125 頁〔フレッドペリー事件〕は、並行輸入の第二要件は、「当該外国における商標権者と日本国の商標権者とが同一人であるか又は法律的若しくは経済的に同一人と同視し得るような関係があることにより、当該商標が日本国の登録商標と同一の出所を表示するものであること」とし、内外権利者の実質的同一性を述べたものである。

「法律的に同一人と同視し得るような関係がある」とは、親子会社の関係や総販売代理店であることを指し、「経済的に同一人と同視し得るような関係がある」とは、同一の企業グループを構成している等密接な関係が存在するものと解釈される¹⁶。

二、米国

商標権者が並行輸入を阻止することができる根拠として、正規品と並行輸入品の間の実質的差異 (material difference) があり、消費者に誤認混同させる可能性があるという理論は、リーディングケースの Lever 事件をはじめ、多種多様な判決の蓄積がされており、大いに参考になる。

Lever Bros. Co. v. United States, 981 F.2d 1330 (D.C. Cir. 1993) 事件は、石鹼と食器用洗剤の並行輸入に関する事例である。並行輸入業者は、米国商標権者のイギリス関連会社が販売した真正品をイギリスから米国に輸入し販売していた。米国とイギリスの商品について、違う国の水質 (米国は軟水、イギリスは硬水)、消費者の好みに合わせたそれぞれ独自の成分配合があるほか、包装やロゴのデザインも異なっている。DC 巡回区連邦控訴裁判所は、内外権利者は関連会社であるにも関わらず、並行輸入品が物理的且つ実質的差異がある商品 (physically, materially different goods) であるゆえに、商標権者は連邦商標法に基づく差止めの権利を有する、と判断した。

¹⁶高部・前掲注 (1) 152 頁。

SKF United States, Inc. v. ITC, 423 F.3d 1307 (Fed. Cir. 2005)事件は、更に並行輸入品を差止める可能性を広げた。連邦巡回区控訴裁判所は、「並行輸入品が商標権を侵害することを主張するためには、物理的差異が要件ではない。なぜならば、商標権者が出所となる商標の付された商品について、その商品に伴う非物理的特徴（サービスを含む）もあるからである。当該非物理的特徴に欠ける類似商品の出所は商標権者であると消費者が誤信する可能性があり、また当該特徴を欠くことによって消費者が誤認し、商標権者のグッドウィルを損なう可能性がある。」¹⁷と判示した。

Societe Des Produits Nestle, S.A. v. Casa Helvetia, Inc., 982 F.2d 633 (1st Cir. 1992)事件において、第一巡回区連邦控訴裁判所は、傍論ながら、「適切な判断基準は、厳しく物理的差異に限定すべきではない。その他の差異、例えば、製品保証又はサービスの約束も、連邦商標法に基づいて（並行輸入品を）同一でない商品にすることができる。」¹⁸と述べ、正規品のような製品保証又はアフターサービスを欠いている並行輸入品に対して商標権を行使できることを示唆している。

米国法における「実質的差異」という理論は、正規品と同一でない並行輸入品が消費者の誤認混同を招いたりブランドのグッドウィルを損なったりするという理由で、並行輸入を認めない。商品の形態や品質という物理的差異のみならず、商品に付加価値をつけるような関連サービスの相違も、商品の同一性を否定することができる。これは、商標の品質保証機能を重視し、国内の商標権者がブランド管理をしやすくする趣旨であろう。

三、EU

徹底されたブランド管理により築き上げてきたブランドイメージを厚く保護し、商標権を行使できる「合理的な理由」の事例として、EUの裁判例を紹介したい。

Parfums Christian Dior SA and Parfums Christian Dior BV v Evora BV (Case C-337/95)(1997)事件の事案は以下の通りである。Dior社は高級香水を生産し、その香水をEU域内の正規代理店のみが販売できるようにしている。オランダのEvora社はドラッグストアであり、別ルートでDiorの香水を購入し、再販売しようとしていた。通常ならば、適法に第一譲渡された商品を再販売するにあたり、商標を使用す

¹⁷We...hold that physical material differences are not required to establish trademark infringement involving gray market goods. That is because trademarked goods originating from the trademark owner may have nonphysical characteristics associated with them, including services, such that similar goods lacking those associated characteristics may be believed by consumers to have originated from the trademark owner and, lacking such traits, may mislead the consumer and damage the owner's goodwill.

¹⁸We think the appropriate test should not be strictly limited to physical differences. Other sorts of differences – differences in, say, warranty protection or service commitments – may well render products non-identical in the relevant Lanham Act sense.

ることが許される。欧州司法裁判所は、再販業者の使用と商標権者の名声との利益衡量をした上、再販業者の使用態様が、商標権者が築き上げた名声・イメージを著しく害する場合は、合理的な理由として商標権を行使することができる、と示した。

Copad SA v Christian Dior couture SA, Vincent Gladel and Société industrielle lingerie (SIL). (C-59/08)(2009)事件は以下のとおりである。Dior社は高級品を生産し、SIL社との間でライセンス契約を締結し、ブランドのイメージを維持するために、ライセンサーの同意を得ずにディスカウントショップ等に販売してはならないこと（販売ネットワーク制限）を約定している。SIL社は経営難でその販売ネットワーク制限を解除するようDior社に求めたが、拒否されたため、その後に、ディスカウントショップに在庫を販売した。

本件の販売ネットワーク制限に違反したライセンサーに対して、ブランドイメージ、即ち商品の高級な雰囲気による魅力と商標の名声が損なわれることを理由に、商標権を行使することが可能である。

上記二件は、いずれも高級品に関わる判決であり、必ずしも別の商品に当てはまるとは限らないが、一定範囲内でブランドイメージを守るために権利消尽の例外を肯定することに大変意味があるものとする。

四、中国

法令により製品の強制認証が要求されているにも関わらず、それを受けていない並行輸入品の販売は商標権を侵害するとされた重要事例を紹介する。

中国では、「強制性製品認証管理規定」(China Compulsory Certification、3C認証とも言われている)があり、国の指定した機構による認証に合格し、認証証書を取得した後、商品に認証済みの表示をしてから、初めて販売することができる。タイヤも、認証管理の対象商品となっている。中国の並行輸入業者は、日本で製造されたミシュランの自動車タイヤを中国に輸入し、認証を得ないまま販売していた。そこで、商標権者が差止め及び損害賠償を請求することができるかが争点となり、湖南省長沙市中級人民法院は、商標権侵害の成立¹⁹を認めた上で、以下の判決理由を述べた。

「本件の被疑侵害タイヤ商品は、中国で3C認証を得ておらず、中国に適応するか、中国の安全基準に合致するかについて確認できない。安全性の観点から、タイ

¹⁹本件における商標権侵害の根拠条文として、「登録商標権を侵害する商品を販売する行為」又は「登録商標権にその他損害を与える行為」がある。

ヤの品質は、運転手及び乗客の人身と財産の安全に直接に関係する。したがって、タイヤの生産者は、様々な速度の要求、地理的又は気候的特徴、国の強制認証基準によりタイヤを製造、販売しなければならない。本来 3C 認証が必要であるにも関わらず、それを得ていない自動車タイヤ商品は、安全上の欠陥が存在する恐れがあり、中国の強行規定に違反している。本件の論点は、このような許諾を得ていない販売行為は、商標権者の利益を侵害しているかにある。」

「商標が付されたものの 3C 認証による安全保障のないタイヤが、商標権者の許諾を得ることなく中国で販売され、それによって生じた交通事故やその他民事紛争について、その法的効果や商品へのマイナス評価は、全て商品を通して『MICHELIN』の商標権者がターゲットになってしまう。また、3C 認証を得ないまま市場に流通する『MICHELIN』のタイヤに対して、商標権者として権利を行使することができる。」

「商標は、異なる商品の出所を区別するための表彰であり、商品の品質を保証し、商品提供者の信用・名声を表す機能を有する。上記の機能を害する行為は、商標権侵害に該当する。本件について、日本の工場で生産され、『MICHELIN』の商標も日本で付されたタイヤ商品は、商標権者の許諾も品質認証も得ることなく、中国で販売されていた。かかる商品の中国での販売は違法であり、且つ、性能や安全上の欠陥が存在する恐れがあるので、商標の品質保証機能及び商品提供者の信用・名声を害し、並行輸入品の販売行為は商標権を侵害している。」と判断された。

第四章 並行輸入の予防策

この章では、並行輸入品の発生を抑える方策や、対策の実施を容易にするための事前準備などの予防策を紹介する。特に留意すべきことは、正規品と並行輸入品との間で意図的に差異を作ることである。

一、商品の企画、設計・生産段階での方策

1. 商品、部品、付属品まで差別化

商品の企画段階において、地域別で商品ラインアップと仕様を決め、区別させる。具体的に、販売地域の排ガス規制、電圧やコンセント形状などの産業規格に適合させることはもちろんであるが、その地域の環境・風土や消費者の好みを考慮して独自の成分配合の商品（例えば、前記米国 **Lever Bros** 事件における石鹼と食器用洗剤など）を企画することなども考えられる。また、商品本体のみならず、部品に至るまで地域別で差異を作ることができればより望ましい。並行輸入品との差別化を最大限に図り、国・地域別での正規品の購入意欲を喚起する。

商品付属品に関して、現実的であれば、各国・地域で発売される商品について、現地言語バージョンの使用説明書やマニュアルのみを添付し、多言語バージョンは使わない。並行輸入業者に対して、現地言語バージョンの使用説明書等を作成させる負担を強い、並行輸入品のコストを高め、販売意欲を削ぐ。

2. ラベル表示の工夫

ラベルには、「FOR SALE IN JAPAN ONLY」などの限定発売、限定仕様の記載をしておく。また、予め輸出先の代理店情報を表示しておく。流通管理のために、ロット番号・製造番号も記載しておく。商品本体や包装に、警告表示を詳しく記載する。

二、輸出元における商品の販売段階での方策

1. 代理店契約における販売制限・輸出制限

現地の弁護士に確認した上で、代理店契約において販売制限・輸出制限の条項を入れる。事案によって、契約をもって制限を課すことが認められない地域もある。そこで、制限条項の合理性を裏付けるために、輸出元の代理店が現地で品質保証、

アフターサービスを提供する義務や宣伝広告義務を定めるなどして、消費者利益や公平な競争を促す観点より制限を設ける理由を明確にしておく。

2. 流通記録管理

ブランド管理や並行輸入品防止の観点から、可能である限り、製造から販売までの流通記録を管理し、海外での第一譲渡の購入者に関する情報も収集し記録する。後日、並行輸入品の出所を把握するためである。

3. EC サイトとの連携：輸出の自粛管理

ブランドの力を活用して、輸出元の EC サイトに海外販売・発送をしないように呼びかけることも考えられる。少なくとも、明らかに電圧やコンセント形状など、海外の産業規格に適合しない商品等は、海外への販売・発送を自粛すべきであると考えられる。

三、台湾における対策

1. 消費者への広告宣伝

最大限に正規品と並行輸入品との差別化を図り、宣伝広告でそれを強調し、消費者に認識させる。とりわけ、物理的でない差異として、製品保証、アフターサービス、購入者イベント招待、会員特典サービス等が挙げられる。また、台湾代理店の出所を示すとともに、商品の法令順守を強調し、台湾代理店が販売している正規品に、特別な印や「台湾仕様」、「台湾法規適合ラベル」などのシールを貼る。

正規代理店ルートで購入する消費者のみに対して、製品保証、アフターサービスを提供するとともに、正規品でなければ代理店のアフターサービスを受けないなど消費者に不利益があることを詳しく説明し記載する。

これらの宣伝広告は、現地ブランドのグッドウィルの蓄積に寄与する。

2. 並行輸入業者の動きのモニタリング

例えば、並行輸入業者が無断で商品を加工・改造・改変して消費者に誤認混同を生じさせていないか、製造番号やシリアル番号を抹消・改変していないか、認証を得ないままで並行輸入品を販売していないか、並行輸入品に中国語の商品表示の不備・不実がないか、宣伝広告に虚偽・不実がないか、正規品の写真・説明書等の著

作物が無断で複製されていないか、正規代理店と誤認される記載がないかなどが挙げられる。また、並行輸入業者は、製品保証、アフターサービスなどでどのような付加価値を提供しているかを知ること、正規品と並行輸入品との差異を確認するために必要である。

また、海外で贈呈された景品を並行輸入し、無断で販売することも商標権侵害²⁰になるため、留意し続ける必要がある。

修理等に持ち込まれた並行輸入品について、所有者の同意を得た上で、その入手経路を確かめ、並行輸入業者等に関する情報を収集する。

並行輸入品を販売するにあたり商標の使用態様は必要な限度を超えていないかを確認する。以下、詳述する。

並行輸入業者は、並行輸入品を販売するにあたり、商標権者の商標を使用することがある。この場合、台湾商標法第36条第1項1号により、「指示的合理使用」に該当する場合、商標権侵害にはならない。これは、並行輸入品を再販売する際に、自分が取り扱う商品に関する必要な情報・内容を単純に示すために、並行輸入品に付された商標を必要な限度において使用することであり、これは法的に許される。例えば、並行輸入業者が、商標が付された並行輸入品の写真を自ら撮影し、その写真を広告やウェブサイトに掲載することは、違法ではない（知的財産局2017年11月27日電子メール字第1061127号解釈書簡）。「指示的合理使用」に該当するかについては、司法院2017年5月8日知的財産法律座談会・民事訴訟類関連議題第2号議案において、以下のような判断基準が示された。

「商標権者の同意を得て市場において流通された正規品を再販売又はマーケティングするために、又はインターネットで当該商標が付された正規品を陳列するために、消費者に対して正確で、真実な商品情報を提供するためであれば、必要な使用行為に該当する。且つ、商業取引習慣における信義則の方法に合致し、商品又は役務の出所につき消費者が誤認混同する恐れがない場合、商標法第36条第1項1号に含まれる指示的合理使用に基づいて、商標権の効力が及ばないとするは適切である。」

必要な限度を超えた使用行為は商標権侵害となるが、ケース・バイ・ケースで認定される。裁判所は、更に商標権者のグッドウィルに便乗する意図の有無（知的財産裁判所108年度（2019年）民商上字第10号民事判決）を判断要素として挙げている。裁判例において、米国から輸入された並行輸入品における「商品本体の英語商標」の使用のみは「指示的合理使用」に該当し、その他使用（実店舗の商品説明

²⁰知的財産局・前掲注（7）142頁。

書、オンラインショップ、フェイスブックでの英語商標使用、ないし中国語商標の使用)は一切許されないという狭義の解釈を採用したものがある(知的財産裁判所104年度(2015年)民著訴字第33号民事中間判決)。一方、並行輸入品である説明をした上で、オンラインショップで商品内容の説明として「ブランドの中国語商標+ブランドの英語商標+商品の中国語商標」を使用することが許されるとした判決もある(知的財産裁判所100年度(2011年)民商上字第8号民事判決)。

一概には言えないが、少なくとも、並行輸入品であるとの説明もなく、商品の紹介について、商標権者又は台湾代理店のホームページにリンクさせるような行為は、消費者を誤認混同させる恐れがあり、商標権侵害が成立する余地があると考えられる。

3. 並行輸入品を輸入、販売する側のECサイトに対して並行輸入品の表示を働きかける。

例えば、台湾の「小三美日」ECサイトは、化粧品等について、「並行輸入品」であることを明確に表示し、更に「台湾代理店あり」、「台湾代理店なし」との情報まで開示している²¹。

台湾のECサイトではないものの、参考までに、米国の大手ECサイトの日本法人における取組み²²を紹介する。

このサイトでは、並行輸入品には①正規輸入代理店またはメーカーによる国内保証や修理サービスを受けられない、②製品の仕様が正規代理店取扱商品と異なり、日本国内での使用に制限がある、③仕入れルートの違いにより商品箱、装飾等に誤差が発生するなどの制限があるとして、並行輸入品は商品名に「並行輸入品」と明示させている。

加えて、並行輸入品出品禁止ブランド一覧を公開し、このリストに掲載されているブランドの並行輸入品の出品を禁止している。もしも禁止ブランドの正規輸入品以外の出品を発見した場合には、直ちに出品を停止させることを宣言している。

企業は、このような取り組みを積極的に利用することも一策である。また、他のECサイトにも同様の内部規定が無いかを確認し、もしも無い場合には導入を働きかけることも考えられる。

²¹<https://www.s3.com.tw/TC/PDContent.aspx?yano=f54366337&kw=%e6%97%a5%e6%9c%ac%e6%b4%97%e9%9d%a2%e4%b9%b3&pi=0> (最終閲覧日:2021年2月16日)

²²https://sellercentral.amazon.co.jp/gp/help/external/G200936440?language=ja_JP&ref=efph_G200936440_cont_G521 (最終閲覧日:2021年2月16日)

表 6：並行輸入の予防策

段階	対策	対策の主な内容	対策の効果
商品の企画、設計・生産段階	商品、部品、付属品まで差別化	地域別で商品ラインアップと仕様を決める	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費者の正規品の購入意欲を高める ● 並行輸入業者の並行輸入品の取扱意欲を削ぐ ● 台湾における並行輸入対策の準備
	ラベル表示の工夫	限定仕様、ロット番号・製造番号、警告表示、輸出先の代理店情報の事前の表示等	<ul style="list-style-type: none"> ● 真正品流出防止 ● 台湾における並行輸入対策の準備
輸出元における商品の販売段階	代理店契約における販売制限・輸出制限	正当な理由で販売・輸出制限をかける	<ul style="list-style-type: none"> ● 真正品流出防止 ● 台湾における並行輸入対策の準備
	流通記録管理	製造から販売までの流通記録を管理する	<ul style="list-style-type: none"> ● 真正品流出防止 ● 台湾における並行輸入対策の準備
	EC サイトとの連携：輸出の自粛管理	ブランドの力を活用して、輸出元の EC サイトに海外販売・発送をしないように呼びかける	<ul style="list-style-type: none"> ● 真正品流出防止 ● 台湾における並行輸入対策の準備
台湾における対策	消費者への広告宣伝	宣伝広告で正規品と並行輸入品との差別化を強調し、消費者に認識させる	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費者の正規品の購入意欲を高める ● 台湾における並行輸入対策の準備
	並行輸入業者の動きのモニタリング	商標権・著作権侵害行為、商品標示法・商品検査法違反行為等の有無を確認、摘発する	<ul style="list-style-type: none"> ● 並行輸入業者の並行輸入品の取扱意欲を削ぐ ● 台湾における並行輸入対策の準備
	EC サイトに対して並行輸入品の表示を働きかける	並行輸入品に関する適切な情報開示、ないし並行輸入品の出品禁止	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費者への適切な情報提供 ● 並行輸入業者の並行輸入品の取扱意欲を削ぐ ● 台湾における並行輸入対策の準備

四、参考資料：台湾知的財産局による並行輸入対策の提案

かつて台北市輸出入業者同業会が知的財産局に問い合わせた並行輸入問題の対応策に関して、知的財産局 2007 年 10 月 15 日 智商字第 09600089170 号 回答書簡が網羅的にブランド管理の対策を提案している。その内容の抜粋は以下の通りである。各社の事情又は並行輸入業者の行為態様により、必ずしも適用されるわけではないが、主務官庁である知的財産局が行った提案を適切な権利行使の場面において素材として活用したいため、紹介する。

「商標の最も重要な機能は、商品や役務の出所を識別し、商標を通じて自分の商品又は役務を表彰することによって、他人との商品又は役務を区別することができる。消費者の角度からすれば、商標を通じて自分の消費の好みを定めることができ、消費の際に選択・検索のコストを節約することができる。…並行輸入業者は、その経営コストが一般の代理店より低いものの、代理店によるブランドの宣伝効果にただ乗りで利用することができるため、国内の代理店にとってますます厳しい経営環境になっている。このことについて、具体的な状況に応じて以下の対応措置を取るよう提案する。」

「ブランドと他の商品の相違点（例えば、製品保証、メンテナンス・修理、アフターサービス、その他付加価値をつけるもの）を強調し宣伝広告を行うことで、正規品と並行輸入品との区別がつくようにする。また、随時並行輸入業者による商標の使用状況（例えば、代理店の登録商標を使用しているか、商品の原形のまま販売しているか、無断で商品を加工、改造、改変することによって消費者に誤認混同をさせているか等）に留意し、国内代理店の法的権益を守るようにする。」

第五章 問題に対する対処方法

第一節 対応策の全体像

従来、並行輸入対策に関して、商標法の適用には限界があるとされていた。しかしながら、上記外国の裁判例を参照して分かるように、商標法は、この問題解決に対する強力な法的対抗手段である。また、本報告書のタイトルは「並行輸入の適正化によるブランド保護」であり、ブランド保護の基盤となる法令は、商標法にほかならない。並行輸入品の加工・改造が行われたような事案については、侵害が明らかであり、刑事告訴を行い、刑事責任を追及することができる。また、商品認証を得ることなく市場に流通される並行輸入品のような、商標権が消尽しない「正当な事由」（商標法第36条第2項但書）に該当する可能性のある事案については、ブランドイメージを害するとの理由に基づいて民事訴訟を通して権利を行使することが考えられる。

著作権法の適用については、著作物か、著作物でないかによって対策が異なる。再頒布目的で著作物を輸入する場合、著作権を行使することができる。著作物でない場合、例えば様々な著作物を含む商品やキャラクターグッズについては、商標権があれば商標法に関連する対応策を参考にし、なければ商品認証や表示の法令違反につき主務官庁に告発することが考えられる。

専利法と集積回路回路配置保護法は、国際消尽の規定を設けているため、並行輸入を止めることはできない。それでも権利行使のできる場面として、並行輸入品を改変することで製品の使用を超えて「製造」（再生産）に該当する行為があった場合が考えられる。一方、植物品種及び種苗法は、国内消尽原則を採用しているため、並行輸入品に対して権利を行使することが可能である。

知的財産権以外の法律も活用しつつ、対策を組む必要がある。とりわけ、電信管理法、商品検査法をはじめとする、商品認証を要求する法律に基づいて、未認証商品の輸入・販売を阻止することが可能である。商品標示法、公平交易法、消費者保護法等は、並行輸入業者に適切な表示、広告を促す役割を果たしている。

第二節 台湾での知的財産権法による対処方法

第一項 訴訟

知的財産権の侵害に関する救済措置、並びに並行輸入の可否について、以下の表にまとめた。

表 7：並行輸入に関連する知的財産権侵害の責任

法律	刑事責任	民事責任	並行輸入の可否
商標法	あり	あり	原則容認
著作権法	例外に該当しない 著作物の輸入後の 頒布（現行法）	例外に該当しない 著作物の輸入	原則禁止 例外容認
専利法	なし	あり	容認
集積回路回路配置 保護法	なし	あり	容認
植物品種及び種苗 法	なし	あり	禁止

1. 商標法

権利侵害が明確な事案として、従来、権利行使が一般的に認められている商品の加工・改変²³について、これまで多数の刑事判決の先例がある。商標権者が刑事告訴を行い、真正品が勝手に改変された並行輸入品であることを説明する鑑定書の提出をもって検察官の取調べに協力することで、起訴された行為者に商標権侵害罪の刑事罰が科される（商標法第 95 条）。これは次表最右列の、正規品と並行輸入品とが「物理的に商品同一でない」場合で且つ「並行輸入業者による加工・改変」に該当する。

これに加えて本報告書は、台湾では先例がないが、斬新な対応策として、商標法の枠組みの下で、商品認証を得ていない又は正規品のような品質保証やアフターサービスが提供されていない並行輸入品に対して、その流通により商標の信用・名声が害される「正当な事由」（商標法第 36 条 2 項但書）に該当するとして民事訴訟を通して商標権侵害を主張することを提案する。これは次表最左列の、正規品と並行輸入品とが「物理的に商品同一」の場合で且つ「実質的差異あり（認証、アフターサービス等）」に該当する。

²³しかしながら、商標法改正案が可決されると、「台湾国内法令遵守のために行われた加工・改造」は、商標権侵害に当たらないことになる。前掲注 (2) 参照。

なお、小規模や軽微な案件は訴訟コストに割合わないため、費用対効果の観点から、商品認証等を得ずに輸入・販売される並行輸入品に対して主務官庁に法令違反を告発したり、並行輸入業者宛に警告状を送付したりすることを検討する。

並行輸入品と正規品との間で構造や品質などの差異を見いだせず、且つ並行輸入業者が認証も適切に取得しているような場合には商標権侵害にならない。これは次表左から2番目の「物理的に商品同一」、「実質的差異なし」に該当する。

並行輸入業者が電圧などの台湾の産業規格に適合しない並行輸入品、その他正規品との仕様が異なる並行輸入品を輸入した場合は、「正当な事由」（商標法第36条2項但書）に該当し、商標権に基づく権利行使の可能性がある。これは次表右から2番目の「物理的に商品同一でない」、「権利者の意による差異」²⁴に該当する。

表8：商標権に基づくブランド保護

物理的に商品同一		物理的に商品同一でない	
実質的差異あり (認証、アフターサービス等)	実質的差異なし	権利者の意による差異	並行輸入者による加工・改変
(重大な事案) ● 商標権侵害の可能性がある ● 民事訴訟手続きによる権利主張を提案する (軽微な事案) ● 主務官庁へ告発（電信管理法、商品検閲法違反等） ● 警告状の送付	● 商標権侵害にならない ● その他法令違反の可能性：公平交易法、商品標示法等	● 「正当な事由」として、権利行使の可能性がある ● 例えば：家電製品の電圧、乾電池の容量	● 商標権侵害罪に該当するため、刑事告訴を推奨する ²⁵
▲	×	▲	●
商標権侵害の可能性			

²⁴ 販売地域ごとの法令を遵守させるため、又は地域の消費水準や消費者の好みに合わせるため等の理由で、設計段階から商品仕様について意図的に差別化を図り、正規品と(他の地域仕様である)並行輸入品とが「物理的に商品同一でない」ことになったので、「権利者の意による差異」と表現した。「並行輸入者による加工・改変」は権利者の意によらない差異と対比する意味でもある。

²⁵ 商標権侵害罪は親告罪ではないが、権利者からの告訴に基づいて捜査を行った方が、取締りが成功しやすいとされている。福村拓「台湾における商標保護」交流第942号(2019年)4頁。

2. 著作権法

著作物又はその複製物の場合は、個人利用目的、付随輸入等の例外事由に該当しない限り、著作権法における国内消尽の原則が適用され、並行輸入業者は、輸入行為につき民事責任²⁶を負い（著作権法第 87 条 1 項 4 号、第 84 条、第 88 条）、輸入後の頒布行為につき民事責任に加えて、刑事責任²⁷（第 91 条の 1）も負わなければならない。

著作物そのものではなく、単に著作物を含むグッズである場合、著作権法に基づく権利行使は許されない²⁸。著作物を含むグッズの並行輸入品について、他の法律手段を参考に紹介する。

商標登録がなされている場合、前述のとおり商標法に基づく権利を主張することができる。並行輸入品は模倣品ではなく、真正品である観点から、通常ならば、登録商標の指定商品と同一であり、権利行使できる可能性があると考えられる。キャラクター商品について、実際に商品認証を必要とする場合が多く、商標権を活用できる分野でもある。

また、商品標示法等により並行輸入業者は並行輸入品に正しい表示をする義務を負っており、また公平交易法により不実広告による不正競争行為等も禁止されているため、関連法律に基づいて、並行輸入業者の違反行為を主務官庁に告発し、罰則を科すことが可能である。

²⁶輸入行為を刑事罰の対象にしない条文として、著作権法第 93 条では、第 87 条 1 項 4 号における輸入行為を犯罪行為として定めていない。

²⁷知的財産局の著作権法改正案第 93 条の 1 では、頒布権侵害罪のうち、並行輸入につき著作物又はその複製物を輸入した後の、台湾内での頒布行為を対象外にしたため、この改正案が通ると、刑事罰が廃止される。なお、その改正理由について、本来輸入行為自体につき民事責任のみを負わせるのに対して、輸入後の頒布行為につき刑事責任を負わせるというのは、物事の筋道が立たないため、一律に民事責任のみとしたい、とのことである。

この改正案は、2021 年 2 月 19 日時点で行政院審議中であり、立法院にはまだ提出されていない。

²⁸ゲーム機は著作物ではないので、ゲーム機に付随される内蔵のプログラムの並行輸入が許される。並行輸入対策として、プログラム内蔵式でなければ（例えば、外付けドライブ式）、プログラム自体は著作権法により著作権者の許諾なく輸入が禁止される。また、技術的手段としては、インターネット認証機能を追加し、輸入者に定期的にメーカーのサーバーに接続させ、認証の更新・アップグレードをさせる方法も考えられる。

表9：著作物・著作権を含むグッズに関連する権利行使

並行輸入品	並行輸入品に対する法的行動
著作物又はその複製物	(例外事由を除く) <ul style="list-style-type: none"> ● 輸入行為：民事訴訟を通じて差止め、損害賠償を請求することができる ● 輸入後の頒布行為は著作権侵害罪に該当する(注：現行法)。光ディスクを除き、親告罪である故に刑事告訴を行う必要がある(著作権法第91条の1、第100条)
著作物を含むグッズ・商品	<ul style="list-style-type: none"> ● 商標権がある場合、上記商標法に基づくブランド保護を参照 ● 商標権がない場合、未認証商品、表示不備、虚偽広告等につき主務官庁に告発する

第二項 水際取締制度による対処方法

水際取締措置は、模倣品を中心に商標権侵害が明らかな場合を主に対象としている。並行輸入に関して、少なくとも商品の加工・改造がある場合、水際取締の対象にしなければならないと考えられる。また、認証等を合法輸入の要件としている商品につき、認証を得ていない、即ち輸入要件を満たしていない並行輸入品も関税法第15条3号²⁹により輸入を禁止しなければならない。

著作権法上許されない著作物の並行輸入は、例え真正品であっても、輸入禁止の対象であるため、税関での差止めも可能である。

商標法と著作権法に関連する水際取締措置については、近年の法改正がされていないため、特許庁委託「台湾における並行輸入品への法的手当」(2017年3月公益財団法人日本台湾交流協会)60頁以下を参照されたい³⁰。

²⁹ 関税法第15条3号において、「下記の物品を輸入してはならない。…三、法律の規定により輸入してはならない、又は輸入が禁止される物品。」と規定されている。

³⁰ https://chizai.tw/wp-content/themes/chizai/uploads/20170418_1396320632_%E5%8F%B0%E6%B9%BE%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%E5%9C%B0%E7%90%86%E7%9A%84%E8%A1%A8%E7%A4%BA%E3%81%AE%E4%BF%9D%E8%AD%B7%E3%83%BB%E5%8F%B0%E6%B9%BE%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%E4%B8%A6%E8%A1%8C%E8%BC%B8%E5%85%A5%E5%93%81%E3%81%B8%E3%81%AE%E6%B3%95%E7%9A%84%E6%89%8B%E5%BD%93.pdf (最終閲覧日：2021年2月16日)

第三節 知的財産権法以外の法令による対処方法

第一項 電信管理法

電信管理法第 65 条第 2 項により、電波利用の秩序を維持するために、主務官庁（注：国家通説傳播委員会、以下「NCC」という。）が公告した電波規制高周波機器（中国語：電信管制射頻器材）は、許可を得てから、はじめて製造、輸入することができる。これに違反した場合、第 80 条第 1 項 5 号により、主務官庁が是正行為を命じるとともに、新台幣ドル 10 万元以上 100 万元以下の過料に処する。是正まで、違反回数に応じて連続して処罰する。同法第 66 条第 1 項に、電波規制高周波機器は、主務官庁の特別許可を得た場合を除き、技術標準仕様に合致し、認証に合格してから、はじめて販売することができる、と定められている。これに違反した場合、第 81 条第 1 項により、是正行為を命じるとともに、新台幣ドル 1 万元以上 20 万元以下の過料に処する。是正まで、違反回数に応じて連続して処罰する。

電信管理法に関連する行政規則として、電波規制無線周波機器認証管理規則（中国語：電信管制射頻器材審験管理辦法）がある。電波規制無線周波機器認証に合格した商品は、商品本体に合格シールを表示し、オンライン販売の場合も、商品紹介ページに表示しなければならない（第 18、19 条）。携帯電話、タブレット、デジカメ、プリンター等、様々な商品が対象になる。合格シール又は表示のイメージは下記の通りである。



なお、電波規制無線周波機器輸入、製造及び申告作業管理規則（中国語：電信管制射頻器材製造輸入及申報作業管理辦法）第 8 条第 1 項 6 号、第 2 項により、特定の無線通信端末設備、又は Wi-Fi（ワイファイ）、Bluetooth 機能を有する省電力無線周波機器（中国語：低功率射頻器材）の輸入について、例外として、個人使用の目的（譲渡又はその他商業用途禁止）で、個人使用誓約書を提出することをもって輸入することができる。

表 10：個人使用のための省電力無線周波機器の輸入許可要否

輸入許可不要 (入国や郵送通関時申告、個人使用誓約は税関経由 ³¹ で NCC に提出)	輸入許可必要 (事前に NCC に申請するため、個人使用誓約書は NCC に提出)
自分の荷物の一部として入国：一回 5 台まで	自分の荷物の一部として入国：6 台以上 10 台まで
郵送、その他自分の荷物の一部でない方法で輸入：一回 2 台まで	郵送で輸入：3 台以上 10 台まで
同一個人（満 18 歳）又は法人：一年に 10 台まで	同一個人（満 18 歳）又は法人：一年に 10 台まで

関税法第 15 条 3 号において、「下記の物品を輸入してはならない。…三、法律の規定により輸入してはならない、又は輸入が禁止される物品。」と定められている。税関より NCC に問い合わせたところ、輸入許可がない又は年間輸入台数が上記の数を超えたことが確認できれば、上記関連法令により輸入が禁止されるとのことである。

並行輸入業者が実店舗で認証を得てない商品を販売し、又はオンラインショップで認証シールを表示せず販売している場合、これらの法令違反行為を NCC に告発したい場合は、オンラインで行うことができる。違法の態様により、実店舗・オンラインショップの資料（住所やリンク）、商品名称、ブランド、型番、写真（認証シールが表示されていないことを示すような正面、背面、左側面、右側面、平面、底面の六方向からの写真）、レシート等の提出が要求される。

³¹ 例え税関の同意を得た上で一部輸入者の情報を入手できたとしても、電信管理法違反を告発し、又は商標権侵害を主張するためには、誓約書提出者は個人使用目的を超えて違法販売行為があったことが必要である。

オンラインで告発を行うことができるように NCC が設けたホームページは以下のとおりである。

<https://cabletvweb.ncc.gov.tw/SWSFront35/SWSF/SWSF01020.aspx?FunId=SWSF01020>

The screenshot shows a web browser window displaying the NCC (National Communications Commission) online complaint form. The browser address bar shows the URL: cabletvweb.ncc.gov.tw/SWSFront35/SWSF/SWSF01020.aspx?FunId=SWSF01020. The page header includes the NCC logo and navigation tabs for various services. The main content area is titled "型式認證檢舉" (Type Approval Complaint) and features a progress bar with four steps: 1. 填寫內容 (Fill in content), 2. 系統搜尋相關FAQ內容 (System search related FAQ content), 3. 填寫聯絡資料 (Fill in contact information), and 4. 信件送出 (Send message).

Below the progress bar, there is a "為必填欄位" (Required fields) section with a warning: "請注意：案件若未作確認作業，本會恕不受理，未作確認案件經過清理後將加案件。若有附件檔請勿忘記設定文件名稱，以免影響案件處理進度。"

The form fields include:

- * 案件類別 (Case Category): 4. 違例舉發 (Violation Report)
- * 申訴類別 (Complaint Category): C. 廣播電視事業之設備、廣播器材之電檢射頻器材 (Broadcasting and television business equipment, radio frequency equipment for broadcasting and television)
- 說明 (Remarks):
 - 為處理案件需要，須將陳情人資料轉錄至案件處理單位完成。
 - 1. 依司法院釋字第540號解釋，為維護獲得正當行使及避免濫用，廣播實體店面販賣未經型式認證、審驗合格之電檢射頻器材，僅可於本申訴案階層，若於其他申訴案階層者，將回覆陳情人應於本申訴案階層，本會始予處理。
 - 2. 依前項司法院解釋，廣播僅限「單一地址」販賣未經型式認證、審驗合格之電檢射頻器材，若廣播超過單一地址，本會將不予處理。
 - 3. 依前項司法院解釋，若未提供實體店面地址，及上載販賣實證(含發票或收據，及販賣器材外觀六面照)PDF檔，依行政程序法第173條第1項第1款規定駁回，人民陳情案無具體之內容，本會將不予處理。
 - 4. 若未提供實體店面地址及上載前項販賣實證PDF檔，則無法完成本陳情案。
- 陳情人 (Complainant): [Text input field]
- 器材種類 (Equipment Type): 錄音機 (Recording Machine)
- 陳情平台名稱類別 (Complaint Platform Name Category): "按單單平台名稱類別"
- * 實體店面地址 (Physical Store Address): [Text input field]
- * 附件 (Attachment) - 販賣實證 (Sales Evidence):
 - 目前已上傳 0 個檔案，總大小: 0 kB
 - 說明: 請將附件上傳或收據之掃描PDF檔 (請載有器材名稱與型號)
 - 註: 該附件電子檔不為該器材之發票或收據(應有器材名稱與型號)，或不為PDF檔，本會將依行政程序法第173條第1款規定駁回，人民陳情案無具體之內容，不予處理。 上傳檔案大小合計請勿超過10MB
- * 附件 (Attachment) - 販賣器材外觀 (Sales Equipment Appearance):
 - 目前已上傳 0 個檔案，總大小: 0 kB
 - 說明: 請將附件上傳或收據之掃描PDF檔 (請載有器材名稱與型號)
 - 註: 該附件電子檔不為該器材外觀之附背公分尺模之六面照(應拆正視角度拍攝)，或不為PDF檔，本會將依行政程序法第173條第1款規定駁回，人民陳情案無具體之內容，不予處理。 上傳檔案大小合計請勿超過10MB

At the bottom of the form, there are buttons for "上一步" (Previous Step) and "下一步" (Next Step).

第二項 商品検査法

商品検査法第6条により、検査・認証を要する商品について、検査・認証を得ることなく、輸入³²してはならず、販売も陳列もしてはならない。第9条第1項3号では、販売用でない個人使用品の輸入、商業サンプル、展覧品、研究開発用は検査・認証が免除される、とされている。この個人使用品の輸入については、商品価値（1,000米ドル）、商品の種類に応じて個数（2個から20個まで）の制限もある（商品検査免除規則第5条）。

商品検査法に基づいて商品検査・認証が要求される商品について、タオル、ベビー服、寝具、おもちゃ、文房具、スーツケース、電卓、マウス、スピーカー、モバイルバッテリー、オーブン等、非常に広範囲にわたり、キャラクターグッズについても馴染みのある商品が多い。商品本体等にシール又は表示をつける必要がある（商品検査法第12条）。認証シール又は表示のイメージは以下のとおりである。



認証なく輸入した場合、原則として新台幣ドル20万元以上200万元以下の過料に処するが、商品価値の総額が10万元以下であれば、その価値総額の二倍以下の過料とし、但し最低額は新台幣ドル1万元とする（第60条第1項1号、第60条の1）。更に、主務官庁は回収是正、没取、廃棄、その他必要措置を命じることができる（第63条第2項、第4項）。認証なく販売した場合、新台幣ドル1万元以上10万元以下の過料に処する（第60条の2）。

經濟部商品検査局は、年間違反事例の要約を公表している。過去5年間の資料を見る限り、件数は近年減少傾向にある。国内生産商品の違反事例もあるが、輸入違反の件数が多くあるように見受けられる。事案（商品の価格、営業規模等）により過料の金額が異なるものの、新台幣ドル1万元から20数万元程度の過料に処されることが多い。

³² 一部リスクが低いとされた商品については、一旦輸入が許されるが、市場に流通されるまでに検査・認証を完了しなければならない。

表 11：2016 年から 2020 年までの商品検査法違反件数

2020 年	313 件
2019 年	324 件
2018 年	580 件
2017 年	609 件
2016 年	507 件

商品検査法違反を經濟部標準檢驗局に告発する場合、以下のホームページを利用することが可能である。NCC と異なり、決まった書類や資料は要求されていないが、NCC の要求書類を参考し、できるだけ詳しい資料を提出することを推奨する。

<https://www.bsmi.gov.tw/wSite/sp?xdUrl=/wSite/petition/MailMessage1.jsp&ctNode=2946&mp=1>

第三項 商品標示法

輸入業者は、商品標示法に従い、適正に商品表示する義務がある。主な条文と違反効果につき、以下の表にまとめる。

表 12：商品標示法における並行輸入業者の表示義務と違反効果

条文	表示義務・要件	違反効果
第 6 条 1 号	虚偽不実又は人に誤解させる表示をしてはならない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 地方主務官庁が期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 3 万~30 万元の過料に処する。 ● 違反回数に応じて連続して処罰する。 ● 事情が重大な場合、営業停止を命じる。 (第 14 条)
第 8 条	中国語の表示及び説明書を加えること。内容は、原産地の表示及び説明書より簡略であってはならない。外国製造者 ³³ の名称及び住所は、中国語以外の言語で表示できる。	<ul style="list-style-type: none"> ● 地方主務官庁が期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 2 万~20 万元の過料に処する。 ● 違反回数に応じて連続して処罰する。 (第 15 条 2 号)
第 9 条	輸入者の名称、電話、住所製造日を表示しなければならない。但し、期限を有するものは、有効日又は有効期間を追加表示しなければならない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 地方主務官庁が期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 2 万~20 万元の過料に処する。 ● 違反回数に応じて連続して処罰する。 (第 15 条 3 号)
第 12 条	本法規定による表示がされていない商品を販売し、又は販売の意図で陳列してはならない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。身体又は健康に直ちに危害を及ぼす場合は、直ちに販売、陳列停止を命じる。 ● 是正しない場合、2 万~20 万元の過料に処する。 ● 違反回数に応じて連続して処罰する。 (第 16 条)

³³ OEM の場合、外国の製造者につき製造委託者のみを表示すれば足り、外国の製造受託者を表示する必要はない(經濟部經商字第 10702234570 号書簡)。但し、現在、商品標示法の改正案ではこの表示義務を撤廃しようとしている。この改正案は、2021 年 2 月 19 日時点で行政院審議中であり、立法院にはまだ提出されていない。

商品標示法について、中央官庁（経済部）における告発の窓口がなく、地方政府の主務官庁（市政府等）に告発を行うこととなる。通称「六都」といわれる六つの直轄市の担当官庁は、以下の通りである。告発の際に、違反の態様に応じて資料や証拠が異なることもあるが、業者に関する情報、商品写真、領収書（もしあれば）、並行輸入品の表示の不備又は誤りの部分をなるべく具体的に指摘した上での提出が望ましい。それによって、調査、処分がスムーズに進められるからである。例えば、輸入者を表示しなかったことについて、新北市政府新北府訴決字第 1062123919 号訴願決定書によると、新台幣ドル 3 万元の過料に処されたことがある。

表 13：商品標示法の直轄市における担当官庁

直轄市	担当官庁
台北市	台北市政府（産業發展局商業処商業管理科）
新北市	新北市政府（經濟發展局商業發展科）
桃園市	桃園市政府（經濟發展局商業發展科）
台中市	台中市政府（經濟發展局商業科）
台南市	台南市政府（經濟發展局工商行政科）
高雄市	高雄市政府（經濟發展局商業行政科）

第四項 公平交易法

並行輸入に関連する主な条文³⁴として、公平交易法第 21 条がある。第 21 条では、「事業者は、商品又はその広告に、或いはその他公衆に知らせる方法で、商品の取引決定に影響を及ぼすに足る事項について、虚偽不実又は誤解させるような表示又は表記をしてはならない。二 前項における商品の取引決定に影響を及ぼすに足る事項とは、商品の価格、数量、品質、内容、製造方法、製造日、有効期限、使用方法、用途、原産地、製造者、製造地、加工者、加工地及びその他顧客誘引の効果がある事項をいう。三 事業者は、前項の虚偽不実又は誤認させるような表示のある商品を販売、運送、輸出又は輸入してはならない。」とされている。

第 21 条に違反した場合、公平交易委員会は、第 42 条により期限を定めて違反行為の停止、是正又は改正措置を命じるとともに、新台幣ドル 5 万元以上 2,500 万元以下の過料に処することができる。停止、是正しない又は是正措置を取らない場合、違反回数に応じて是正等をするまで新台幣ドル 10 万元以上 5,000 万元以下の過料に処することができる。

実例として、並行輸入品であるにも関わらず、商品広告において「総代理店からのヘッドホン」と偽称した事例(2013 年公平交易委員会公処字第 102053 号処分書)がある。また別の事件では、台湾代理店が販売した正規品のみにつける黄色のラベルは、正規品の出所が台湾代理店であることを表すシンボルであるにも関わらず、その黄色のラベルが並行輸入業者が雑誌に掲載した広告の(並行輸入品)商品写真に含まれていた(2002 年公平交易委員会公処字第 091218 号処分書)ため、事実と合わない虚偽広告に該当するとされた。いずれも、新台幣ドル 5 万元の過料に処された。

なお、公平交易法が禁止している虚偽広告は、不正競争行為にあたり、代理店等が差止めや損害賠償を請求することが可能である(公平交易法第 29 条、30 条)。知的財産裁判所 107 年度(2018 年)公上字第 4 号民事判決の事案は以下の通りである。

カナダのブランドは、衣服を生産する際に、予め服のタグに台湾、日本、中国を含むアジア地域の代理店の名称を全て表示している。並行輸入業者は、中国代理店から服を入手し、台湾代理店の表記を削除せず、また適切な輸入者の表記もせず³⁵、そのまま台湾で販売していた。台湾の消費者は、商品が台湾代理店より販売された

³⁴ 並行輸入品は真正品であるため、現行法第 22 条模倣行為の禁止規定が適用されないことは、1992 年 4 月 22 日公平交易委員会公研積字第 003 号解釈書簡において示されている。また、同書簡によると、第 21 条の虚偽広告違反になるかについては、並行輸入業者の行為が事実上消費者に商品の出所を誤認させたかによって判断される。

³⁵ 別途、商品標示法の違反により 3 万元の過料に処された。

と勘違いして、台湾代理店に返品したり問い合わせたりしたため、台湾代理店が処理に追われていた。裁判所は、並行輸入業者の行為は公平交易法第 21 条における虚偽広告に当たるとして、差止め³⁶を認めるとともに、損害賠償につき、台湾代理店の表記を削除するに係る人件費が節約されたことから、並行輸入業者に対する新台幣ドル 100 万円の損害賠償請求を認容した。

なお、第 21 条の虚偽広告のような具体的違法態様に当たらないとしても、一般条項としての第 25 条に該当する場合、上記第 21 条と同様な法的効果がある。第 25 条において、「本法に別段の定めがある場合を除き、事業者はその他取引秩序に影響するに足りる欺罔又は著しく公正さを欠く行為をしてはならない。」と定められている。

公平交易法の主務官庁である公平交易委員会（中国語：公平交易委員会）に告発を提出することとなる。商品、包装、広告等、違法行為に関する具体的な事実説明と証拠の提出が要求される。

ホームページは以下の通りである。

<https://www.ftc.gov.tw/internet/main/mailbox/notice.aspx?mid=1057>

³⁶ 今後、並行輸入商品の衣服（即ち、台湾代理店からの購入でない商品）を販売するにあたり、台湾代理店の名称、電話、住所等情報を含む表示があってはならない。

https://www.ftc.gov.tw/internet/main/mailboxForm.aspx?m=hplc%40leeandli.com&c=2bb52fc9-338f-4b91-ad5a-ad73b8414e05

公平交易委員會
FAIR TRADE COMMISSION

全文檢索 查詢 查詢

熱門：交易不實廣告查詢

關於本會 業務資訊 新聞公告 法規資訊 公開資訊 學術園地 便民服務

服務信箱

1 詳閱重要事項 2 Email驗證 3 填寫服務信箱

您的大名
Your Name

請輸入姓名

您的電話
Your Phone

請輸入電話

您的e-mail
Your Email

意見主題
Title

請輸入意見主題

意見/檢舉內容
Your Comments

留言內容請勿有特殊符號，如：\$、&、^、/、_等，如需使用網址請直接輸入網址內容(如www.ftc.gov.tw)即可。

(填寫字數限定1000字以內 No more than 1000 characters.)

上傳附件
Attachments

檔案大小以15MB為限(請上傳多個檔案請用zip格式) Must be less than 15MB.(Upload multiple files please use zip format)

驗證碼
Anti-spam code

請輸入驗證碼

u6kdzj

刷新驗證碼 Switch

驗證碼中只含小寫英文字母或數字，不含大寫字母。 Numbers and small letters only.

1. 留言內容請勿有特殊符號，如：\$、&、^、/、_等，如需使用網址請直接輸入網址內容(如www.ftc.gov.tw)即可。
2. 請本會服務專線收到您的來信後，在正常上班時間內，我們會由專人受理，處理時間約七個工作天，謝謝您的配合!

確認送出 清除重填

本會服務中心專線
(02)2351-7588轉
380
(02)2351-0022

高雄服務中心專線
(07) 723-0022

傳真專線
02-2351-0022

常見問答

第五項 消費者保護法

消費者保護法第 24 条において、以下の定めがある。

「企業経営者は、商品標示法等法令により商品又は役務の表示をしなければならない。

輸入の商品又は役務について、中国語の表示及び説明書を付さなければならず、その内容は原産地の表示及び説明書より簡略してはならない。

輸入の商品又は役務について、原産地において警告表示がある場合、前項の規定を準用する。」

第 24 条に違反した場合、主務官庁が期限を定めて是正を命じ、是正しない場合、新台幣ドル 2 万元以上 20 万元以下の過料に処する（消費者保護法第 56 条）。

1999 年 1 月 11 日付台北市政府府訴字第 8801282101 号訴願決定書では、テープ商品について原産地の表示より簡略であるか否かは、字数のみならず、国・地域の事情や台湾人の生活状況を参酌し、表示全体の意味が伝わるかを判断しなければならないとした。

消費者保護法違反の告発を行いたい場合、告発資料提出先の担当官庁は以下のとおりである。

表 14：消費者保護法の直轄市における担当官庁

直轄市	担当官庁
台北市	台北市政府（法務局消費者保護官室）
新北市	新北市政府（法制局消費者保護官室）
桃園市	桃園市政府（法務局消費者保護室）
台中市	台中市政府（法制局消費者保護官室）
台南市	台南市政府（法制処消費者保護官室）
高雄市	高雄市政府（行政及び国際処消費者保護室）

第六項 その他の法律規範による対処方法

貿易法第 16 条 1 号には、輸入者は、他人の知的財産権を侵害する行為をしてはならない、との定めがある。違反した場合、經濟部国際貿易局は警告し、新台幣ドル 6 万元以上 300 万元以下の過料に処し、又は一ヶ月以上 1 年以下の輸入を停止することができる（第 28 条 1 項）。

関税法第 15 条には、「専利権、商標権、著作権を侵害する物品」、「法律により輸入してはならない又は輸入を禁止する物品」を輸入してはならない、と規定されている。輸入禁止貨物について、税関は第 96 条により、期限を定めて並行輸入業者に返送（シップバック）を命じることができる。並行輸入業者が返送しない又は書面にて貨物を放棄した場合、税関が貨物を売却し、得られた金額を関税や費用に充当することができる。商標権や著作権等を侵害する、又は上記電信管理法、商品検査法により輸入許可や認証が輸入の要件とされる並行輸入品については、輸入が認められない。

税関密輸取締条例第 39 条の 1 により、真正品の並行輸入でない専利権、商標権又は著作権を侵害する輸入貨物がある場合、貨物価格の 3 倍以下の過料に処し、その貨物を没取する。第 37 条では、貨物の名称、数量、重量を不実に申告すること、貨物の品質、価格や仕様を不実に申告すること、偽造、変造された、又は不実の領収書や（購買）証明を提出すること、その他違法行為について、輸入の過少申告税額の 5 倍の過料に処し、また貨物を没取することができる」と規定されている。輸入価格等の過少申告等を告発する場合、密輸脱税告発処理の作業要点第 1 点により、並行輸入業者の名称（法人番号を含む）と住所、並行輸入品の名称、数量、運送方法（日付、コンテナ番号、申告書番号、便名等）、その他過少申告等を判断できるような事実及び証拠を提出しなければならない。

第四節 具体的な対応策

並行輸入問題に気づいた際、まずは並行輸入業者の実態を調査しなければならない。場合によって、並行輸入業者は顧客でもある可能性があり、ビジネスへの影響も考慮する必要があり、下記の権利行使対象の「ターゲット選定」にも関連する。

また、海外でどのような経路で真正品が流出したかについて、製造番号やロット番号で確かめられる場合がある。海外の代理店による契約違反（例えば販売地域制限の違反等）が確認された場合、当該外国法上許される限り、権利者が是正を求めたり契約を解除したりすることによって個別契約で対処する。

調査結果や流通経路を確認してから、台湾での対応策を立てる。より効果的に並行輸入を阻止したい場合、調査結果に基づいて、知的財産権に基づく権利行使をすることが欠かせない。なぜならば、知的財産権のみが排他権を有するからである。侵害が比較的明確で最も勝算のあるターゲットを選定し、商標権侵害の民事訴訟を提起し、又は刑事告訴を行う。一件目の勝訴・有罪判決を得ることができれば、商標権者がブランド管理をしっかりしているという情報が広がる。これを受け、他の並行輸入業者がそのブランドの並行輸入を敬遠する牽制効果が期待できる。

訴訟を避けたい場合は、並行輸入業者に警告状を送付し、交渉を行う。また、商品認証や表示等の法令違反を告発することによって、法令違反の行為を停止させ、又はしかるべき認証を済ませて適切な表示をしてから輸入、販売させることができる。並行輸入業者が法令を遵守した場合、確かに並行輸入を完全に阻止することはできないが、並行輸入業者が必要な認証費用を拠出し適切な表示をし、かかるコストを並行輸入品の価格に反映するという結果も、公正な競争に寄与する。

並行輸入対策は、多国・地域間の協力・調整が欠かせず、商品の企画、設計・製造段階から、法務・知財、品質管理、顧客サービス、営業やマーケティング、経営管理、現地法人などの各部門が連携し、法律事務所の協力の下に国際的に取り組むべきである。まさに、企業の総合力が試される課題である。

また、権利者が並行輸入防止の方策を講じるたびに、並行輸入業者もそれに対抗する措置を取るであろう。常に並行輸入業者の動きを見極めつつ、改めて企画段階から防止策を見直す必要もあると考えられる。

対策のポイントは、正規品と並行輸入品との差異を見出し、或は意図的に作り出して、その差異を根拠に法令に基づいて対策が取れないかを検討することにある。詳細は、各章及び事例検討の説明を参照されたい。

表 15：正規品と並行輸入品の差異と、適応可能性のある法律の関係

正規品と並行輸入品の差異	適応可能性のある法律
商品の加工・改造・改変	商標法
アフターサービス等に実質的差異あり	商標法
製造番号、シリアル番号の削除・改変	商品標示法、商標法
認証等を得ていない商品	電信管理法、商品検閲法、商標法
商品表示が不適切	商品標示法、消費者保護法、刑法
広告宣伝等の虚偽、不実記載	公平交易法、商標法
広告宣伝、ホームページでの商標不適切使用	商標法
写真、説明書等の無断複製	著作権法
著作物に該当する（差異なし）	著作権法

第六章 結論

台湾商標法では、原則として並行輸入品に対して権利行使できないものの、商品に加工や改変が行われた場合には、商標の品質保証機能が害されるため、商標権侵害を主張することができる。加えて、本報告書では、認証を得ていない並行輸入品や正規品のような製品保証・アフターサービスを受けられない並行輸入品に対しても、商標法第 36 条第 2 項但書の「正当な事由」に当たるとして権利行使できる可能性を示唆した。

米国では、平行輸入品と正規品との間に、僅かな差異のみがあり、又は物理的差異がないとしても、広く商標権の権利行使を認め、並行輸入を禁止する。EU の場合、第一譲渡後の域内での再流通について、ブランドのイメージを損なうようなことがあれば権利行使を許す裁判例もある。また、中国では、既に認証を得ていない商品の販売が商標権侵害に当たるという先例が確立した。これらの事例は、大変参考になる。

物理的に商品が同一であったとしても、正規品と「実質的差異」のある並行輸入品が台湾で販売されると、その出所が同一であっても、商標権者が品質保証機能を維持することができず、ブランドのイメージが低下することとなる。よって、消費者が混乱しないよう、またブランドの信用・名声を守るためにも、商標権者は積極的に権利を行使すべきと考える。

著作権法は、国内消尽原則を採用しているため、並行輸入対策として推奨されるとされていた。著作権法は、多くの並行輸入容認の例外を設けた上で、著作物又はその複製物の輸入についてのみ阻止することができ、著作物を含むグッズの輸入は止めることができない。したがって、著作権者は、「著作物」と「著作物を含むグッズ」とを区別して、「著作物」のみを権利行使の対象にしなければならない。既存の法制度に合わせて著作権法の保護を受けられるよう、如何にして「著作物」として認められるようにするか、法律を含めた多角的な視点に立って商品企画の段階から知恵を絞る。また、「著作物を含むグッズ」について、別途商標登録をもって商標権を活用したい。

更に、公正な競争環境を整えるとともに、消費者の利益を守るために、適切でない商品表示、又は認証を得ていない並行輸入品について、法令違反行為を摘発し、法令遵守のなされた並行輸入品のみが流通されるようにして、ブランド保護を図る。

法政策として並行輸入を容認する風向きに逆らって前に進むためには、ブランドオーナーとして、商品のラインアップと表示から、流通管理、宣伝広告、モニタリング、知的財産権に基づく排他権の権利行使、並行輸入業者の法令違反の摘発、EC サイトとの連携などまで、一連のプロセスに様々な工夫を施す必要がある。正規品

と並行輸入品との差を積極的に作り出し、消費者の正規品の購入意欲を高めるとともに、並行輸入業者が正規代理店のグッドウィルに便乗しにくい環境を整えることによって、正規品のために投入された経営資源の分が適切にブランドに還元され、またその利益を消費者と共有する好循環が期待される。

なお、常に法改正の動きに留意し、ブランド管理に影響を及ぼすような制度の見直しについて、積極的に意見を述べ、当局にブランドオーナーが直面している課題とニーズを伝える必要があることを最後に付言しておく。

添付：事例検討

事例 1

台湾で代理店を活用して、プリンターの販売ビジネスを行っている。代理店や販売店から並行輸入品に対する苦情が寄せられる。台湾の安全規格・通信規格に適合していない並行輸入品が、米国、日本、中国などから輸入されている。並行輸入業者が扱う場合と、越境 EC サイトを介した個人輸入（小規模輸入）の場合がある。

個人輸入が増加しており、一般のエンドユーザーは、おそらく安全規格・通信規格に適合している/いないの認識はないと思われるので、例えば、EC サイトにおいて台湾の安全規格等に適合していないことをエンドユーザーに事前に注意喚起する方法は無いか。

並行輸入業者が扱う場合は、コンテナ単位で輸入されるが、税関で差し止めるにはどうしたらよいか。

検討：

プリンターは、商品検査法により検査・認証を要する製品である。また、Wi-Fi (ワイファイ)、Bluetooth 通信機能を有するプリンターは、電信管理法等により、認証が要求される。

表 16：プリンターの製品認証に関連する法令

法令	主務官庁	検査・認証	例外： 検査・認証不要	違反の効果
商品検査法	經濟部標準檢驗局	認証登録、型式認可パッチ検査	販売用でない個人使用品の輸入（価値が 1,000 米ドルまでは台数制限なし、1,000 米ドルを超えると 5 台まで）	<ul style="list-style-type: none"> ● 輸入・陳列・販売の禁止 ● 原則 NTD20 万~200 万元の過料（例外、最低 1 万元） ● 回収是正、没取、廃棄等
電信管理法及び関連規定 *Wifi、BT 機能付き	国家通訊傳播委員會 (NCC)	型式認証等	個人使用誓約書を提出すれば、輸入許可は不要。（個数の制限あり。一人一年に 10 台まで）	<ul style="list-style-type: none"> ● 輸入・販売の禁止 ● 違法輸入：NTD10 万~100 万元の過料 ● 違法販売：NTD1~20 万元の過料

商品検査法に違反した事例について、2018年に未認証プリンター輸入行為に対して、新台幣ドル 20 万元の過料に処されたことがある。電信管理法について、プリンターに関する事例は見当たらないが、2014年に未認証 Wifi 機能付きデジカメ輸入に対して新台幣ドル 10 万元の過料に処されたことがある。

未認証の商品が台湾域内で再流通されることは商標権侵害に当たるという考え方にに基づき、それを防止するために、以下の措置が考えられる。

1. 海外の EC サイトが商品の売り手である場合（例えばアマゾン）、認証を得ていない商品を台湾に輸出、発送しないように求めることが考えられる。

2. EC サイトが商品の売り手でない場合（例えば SHOPEE）、サイト経営者として商品の配送ポリシーを掲載し、オンラインショップ・出店者（即ち商品の売り手）に対して商品検査法や電信管理法等により認証を済ませてから販売するように呼びかける。実例として、SHOPEE の「禁止又は制限商品に関する政策」(<https://shopee.tw/docs/3519/>)にはかかる記載がある。認証シールを貼らないでオンラインショップで販売した場合、その商品紹介ページのリンク等を EC サイトに提供し、是正（商品の削除、又は認証シールの補充掲載等）を要請することが考えられる。なお、台湾域内の EC サイトの場合、主務官庁に告発し、是正を命じることができる。

コンテナ単位で輸入される場合、税関のルールにより、プリンターは商品検査法により認証が必要な商品であるため、認証を得ていないものを輸入することはできない（商品検査法第 6 条、関税法第 15 条 3 号）。また、Wi-Fi、BT 機能付きのプリンターは、電信管理法及び関連規則により、認証がなければ輸入が許されない（電信管理法第 65 条 2 項、関税法第 15 条 3 号）。実務においては、輸入申告書に輸入許可の番号を記載しなければならず、補正されるまで通関ができないとされる。これは、商標権に基づく権利行使ではないが、税関で未認証のプリンターの輸入が阻止されることとなる。

もし未認証の商品が通関されて市場に出回った場合、実質的差異のある並行輸入品であるとして商標権侵害の民事訴訟を提起し、差止めを請求する。

事例 2

台湾でキャラクター、フィギュア、おもちゃなどの販売ビジネスをしている。輸入手続きの関係から、正規品の日本発売日と台湾発売日に差が生じる。日本での発売日に個人輸入で大量に並行輸入されて台湾で販売される。短期間での大量流入による市場コントロールの崩壊、流行の短期化などのマーケティング上の問題がある。個人輸入を装って日本で購入し、台湾の EC サイトや実店舗で販売している事例が多い。越境 EC サイトを介した並行輸入を阻止するための有効な対策は有るか。

検討：

おもちゃは、商品検査法により検査・認証が必要である。

表 17：おもちゃの商品認証に関連する法令

法令	主務官庁	検査・認証	例外： 検査・認証不要	違反の効果
商品検査法	經濟部標準検査局	認証登録、監視検査	販売用でない個人使用品の輸入（価値が 1,000 米ドルまでは 5 個、1,000 米ドルを超えると 1 個に限定する。）	<ul style="list-style-type: none"> ● 輸入・陳列・販売の禁止 ● 原則 NTD20 万~200 万元の過料（例外、最低 1 万元） ● 回収是正、没取、廃棄等

検査要否の判定にあたり、主務官庁は、国家標準 CNS 4797「おもちゃ安全(一般要求)」の定義「14 歳以下の子供遊び用道具のため、設計、製造、販売、陳列又は表示されたものを含む。」によるとしている。

おもちゃには原則認証が必要だが、個人使用目的で輸入されるおもちゃ又は認証対象外のフィギュア、キャラクター（おもちゃではない物）は、商品検査法による輸入阻止はできない。

2020 年 7 月 29 日知的財産局第 1090729 号電子メール解釈書簡では、日本のキャラクター真正品は、オリジナリティ及び創作性があれば、著作権法により保護される「美術著作物」とされた。キャラクター、フィギュアが美術著作物に該当する場合、例外（個人的利用と入国者の荷物の一部としての輸入、ともに一著作物につき一個に限定）に当たらない限り、著作権侵害を理由に、税関で差止めることが可能

である。輸入後、台湾の EC サイトや実店舗で再流通される場合は、以下の対応策が考えられる。

1. 美術著作物の輸入行為による民事責任、輸入後の頒布行為による刑事責任³⁷（現行法）を追及するように、民事訴訟を提起し又は刑事告訴を行う。
2. 検査・認証を得ていないおもちゃ商品等について、經濟部商品検験局に告発を行う。
3. 別途商標権がある場合、商品が認証を得ていない並行輸入品の販売は、正規品との間に実質的差異があるという理由で、商品を販売しないように求める、又は商標権侵害の民事訴訟を提訴する。
4. 商品の販売をしていない EC サイトの運営者に対しても、商品のリンク等を提供し、侵害となる商品の出品・掲載停止を求める。

海外の EC サイトに対して、ブランドの力で自粛管理を要請することが考えられる。例えば、著作物の輸出について、台湾の著作権法により、頒布目的ではない輸入者の個人的利用のための輸入は一著作物につき一個に限定されると強調し、注意を喚起することが考えられる。

³⁷ 法改正の予定があることについて、前掲注(27)を参照されたい。

事例 3

当社は、あるキャラクターの日本における正式ライセンスであり、台湾への輸出・販売をライセンスから許可されている。台湾 A 社は、同じキャラクターの台湾のアニメの放映と関連グッズの製造を許可された正式ライセンスであるが、この台湾 A 社が、当社商品の真正品を日本で入手して、台湾に並行輸入して販売している。

台湾 A 社の行為は法的に問題があるか。また、並行輸入を止める手段はあるか。さらに、このような並行輸入の予防策はあるか。

検討：

キャラクターグッズについて、美術著作物とそれを含むグッズがある。

表 18：美術著作物と美術著作物を含むグッズ

	美術著作物	美術著作物を含むグッズ
平面の複製 平面から立体へ	美的鑑賞物になり得る実用品	美的鑑賞物になり得えない 実用品
カード/絵本 ぬいぐるみ	特殊造形コップ フィギュアのテーブルランプ等	キャラクターのプリント付 きマグカップ キャラクター付きキーホル ダー
●	▲ (事案ごとに裁判所による認定)	×
著作権権利行使の可能性		

美術著作物に該当する場合、例外（個人的利用と入国者の荷物の一部としての輸入、ともに一著作物につき一個に限定）に当たらない限り、著作権侵害を理由に、税関で差止めることが可能である。輸入後、台湾の EC サイトや実店舗で再流通される場合は、事例 2 の対応策が考えられる。しかしながら、日系企業は単に日本における正式ライセンスに過ぎず、著作権者ではない。よって、台湾の専属実施権者でない限り、著作権を行使することができない（著作権法第 37 条 4 項）。基本的にライセンス管理の問題であり、ライセンスに対して、ライセンス条項違反の可能性や権利行使の意欲を尋ねることが考えられる。

事例 4

自動車部品の製造販売を行っているメーカーである。海外で販売された真正品が台湾内で安価に流通し、自社製品の共食いに悩まされている。並行輸入業者は、正規品を扱っている卸業者や部品商に並行輸入品を販売しており、正規代理店から苦情を受けている。正規品と並行輸入品とでは品質上の差異はない。

税関から模倣品の疑いで真贋鑑定依頼の連絡があったため、税関に出向き鑑定した結果、真正品であった。しかし、輸入業者が税関への申告価格を低くし、関税や貨物税などの支払いを安く抑えるため、不良品や修理品等と嘘をついた不正の申告であった事例もある。

契約で販売地域を制限することは、台湾の公平交易法、日本の独禁法、EU の競争法（独占禁止法）などにおいて禁ずる規定がある。しかし、正当な理由があれば、全てが法に違反することにはならないと認識している。この販売地域の制限条項を活かし、かつ法に違反しない方策があれば、ご教示願いたい。

検討：

この事例は、商品が実質的に同一であり、認証を要する自動車部品ではないため、商標権を行使する余地があまりないものである。

販売地域の制限について、1992年6月20日公平交易委員会(81)公参字第0045号書簡では、以下のとおり述べている。

「(旧)公平交易法第19条6号³⁸『事業者は、取引相手方の事業活動を不当に制限することを条件として取引をしてはならない。』取引相手方の事業活動を制限することは、地域又は販売対象・顧客の制限、使用制限、その他取引相手方の事業活動を制限することをいう。

問い合わせのあった…2.代理店の販売地域を決め、決まった地域を超えて販売してはならないことは、上記地域又は販売対象・顧客の制限に該当する。3.関連商品の国内外輸出・輸入及びその他事業の投資は、代理店の事業投資活動を制限することにあたり、不当制限として公正な競争を阻害したか否かについて、当事者の意図、目的、市場地位、当該市場の構造、商品の特性及び履行の状況が市場競争に対する影響を総合的に判断しなければならない。」

輸入制限に関する事例はないが、台湾域内の販売地域制限に関するものはある。

³⁸ 現行法の条文番号は、公平交易法第20条5号である。

表 19：販売地域制限に関する公平交易法の事例

制限態様	判断基準	事例/判決
輸出・輸入制限	N/A	N/A
域内業者の販売地域制限	制限者の市場地位 市場構造 市場の競争状況	制限は違法 <ul style="list-style-type: none"> ● 最高行政裁判所 86 年度（1997 年）判字第 3288 号行政判決（セラミック製品） ● 台北高等行政裁判所 92 年度（2003 年）訴字第 4993 号行政判決、最高行政裁判所 96 年度（2007 年）判字第 396 号行政判決（教科書） ● 最高行政裁判所 95 年度（2006 年）判字第 1876 号行政判決（百貨店） ● 台北高等行政裁判所 105 年度（2016 年）訴字第 1833 号行政判決（香辛料）
		制限は適法 <ul style="list-style-type: none"> ● 82 年（1993 年）公平交易委員会公処字第 045 号処分書（乳製品） ● 95 年（2006 年）公平交易委員会公処字第 095174、095173 号処分書（タイル）

事例を見る限り、販売地域の制限が適法とされた事例の共通点として、市場において多数の事業者がいることによって競争が活発であり、制限をかけた事業者の市場シェアが高くない（即ち支配力が強くない）ことがある。

各国・地域の販売代理店に対して販売地域の制限をかけることについて、国・地域ごとにその適法性が判断される。台湾に並行輸入する観点からは、商品に違いがあればその制限条項の合理性について説明がつく（例えば電圧等の仕様が異なる）。商品は物理的に差異がない場合、少なくとも現地の販売促進、宣伝広告、顧客サービス提供の義務等、ブランドの信用・名声に寄与するように、最大限その条項を正当化するように工夫する必要がある。とはいえ、実務では、海外代理店の契約違反とは無関係で、消費者や商品の購入者から流出し、台湾に並行輸入されたことが多くある。現実問題として、海外の購入者にまで譲渡制限をかけることは困難であり、代理店に対する販売制限は一定効果があるが、第一譲渡以降の流通をコントロールできないことも実状である。

並行輸入にかかる税金の過少申告について、税関密輸取締条例第 37 条により並行輸入業者にペナルティ（過少申告税額の 5 倍の過料）を支払わせることにはなるが、直ちに並行輸入が止まるわけではない。適正申告によって輸入後の販売価格に反映することが期待され、少なくとも正規代理店との公正競争が行われる結果に結びつく。

他の対応策として、以下のものを提案する。

可能であれば、海外で製造された真正品において、予め台湾代理店の名称等の情報を表示しておく。また、国・地域ごとに異なる言語の説明書やマニュアルを添付し、台湾で販売される正規品には、台湾の中国語繁体字バージョンの説明書やマニュアルを提供する。

事例 5

専利法 98 条には、特許に係る物に特許証番号を表示しなかった場合、損害賠償を請求するときには、侵害者に故意過失があったことを立証し、証明しなければならない旨規定されているため、当社の正規品には台湾の特許証番号を記載している。その一方で、台湾には、台湾の特許証番号が記載されていない並行輸入品が流入している。

このような状況下で侵害品が出回った際には、当社（権利者）は、侵害者に故意・過失があったことを立証・証明する責任を負うことになるおそれがあると考えられる。そのような観点から、台湾の法律により並行輸入に対処することができるか。

検討：

特許番号の表示について、2011 年の専利法改正前後の比較を表にまとめた。

表 20：特許番号表示に関する法改正新旧対照

	改正前	2011 年改正後
条文内容	特許権者は、特許物品又はその包装に特許証書の番号を表示しなければならない。また実施権者又は強制実施権者にも番号の表示を要求することができる。 <u>表示をしなかった場合、損害賠償を請求することができない。</u> 但し、権利侵害者が特許物品であることを知っていたこと、又はそれを知り得たことを証明するのに足りる事実がある場合は、この限りでない。	特許物品上には特許証番号を表示しなければならない。特許物品上に表示することができない場合には、ラベル、包装又はその他の他人の認識を惹起するに足る顕著な方式でこれを表示することができる。 <u>表示を付していなかった場合、損害賠償を請求する際、侵害者が特許物品であることを明らかに知っていた又は知り得たことを立証しなければならない。</u>
表示の性質	実務では異なる見解があり、損害賠償請求の前提要件とされる説がある。	単に侵害者の故意・過失に関する攻撃防御方法の一つに過ぎない。

法改正後、裁判所は侵害者の故意・過失を認定するにあたり、侵害者は競業他社であるか、侵害者は積極的に侵害防止義務を尽くしたか、侵害者は特許権者と協力関係にあったかという判断要素に基づいて判断を行っている（知的財産裁判所 104 年度（2015 年）民専訴字第 50 号民事判決、107 年度（2018 年）民専訴字第 10 号民事判決、108 年度（2019 年）民専訴字第 11 号民事判決）。

事例における特許権者は正規品に特許番号を表示しているため、一部他人の並行輸入品には表示されていないとしても、損害賠償を請求する権利に影響を及ぼすことはないとする。

事例 6

中古機器（リース返却品、長期在庫品を含む）などを整備し、新品に準じる状態に仕上げた製品をリファビッシュ品という。主に日本や米国からの中古機輸入ルートが存在している。台湾市場に投入するリファビッシュ品は、110V へのボルテージ変更を適切に行う必要があるが、日本の中古機は特に電圧周りの改造は行わず、そのまま利用させていると思われる。当社の保守サービスは正規品だけに提供している。

中古機輸入業者・大手ディーラーと小規模ディーラーが、輸入中古機の販売・保守に携わっていると思われる。修理のためのスペアパーツは大陸などから流入していると思われる。その他に、操作パネルのプレートを交換して日本語表記を中国語表記に変更する改造や、製品に付けたシリアル番号を書き換えられている改変がされている。シリアル番号を改変されると、製品不具合が生じても当社では製品のトレースができなくなる。

もう一つの問題は、業者が当社の了解なくホームページ上に、当社の製品写真や製品パンフレットを掲載し、あたかも、正規代理店のような広告宣伝をしていることである。どのような法律に基づいて、どのような対応が可能か。

検討：

並行輸入業者により行われる様々な商品改変行為について、商標法に基づく権利行使の可能性を以下の通り整理した。

表 21：商標法に基づく複写機本体リファビッシュ品対策分析

	並行輸入業者の行為	商標権権利行使可能性	説明
電圧 ³⁹ 相違	複写機の電圧周りの改造	●	前記のとおり、現行法の下で広く認められている商標権侵害行為である。
	外付け変圧器と合わせて販売	▲	本体が加工・改変されていないので法的に問題ないとされる見解もある ⁴⁰ が、本報告書は、本来予定されていない異常の使用状態であるため、商標権者の品質保証機能が害される

³⁹家電製品等の商業用電圧等を定めるものとして、經濟部商品検閲局が頒布した国家標準 CNS 60335-1 がある。

⁴⁰特許庁委託「台湾における並行輸入品への法的手当」（2017 年）28 頁。

			ことを理由に商標権侵害を主張する余地があると考ええる。
パーツ交換	主なパーツは非正規パーツで交換	▲	新品の改造とは異なり、中古品である故に、汎用品を含めたパーツの交換が想定される。中古品であることと、改変が行われたことを明確に消費者に示すことがなければ、誤認混同の恐れがないものではない。
	主なパーツは正規パーツで交換	×	台湾高等裁判所 92 年（1993 年）上易字第 3353 号刑事判決は、商標権侵害を否定した。
商品改変	操作パネルのプレートを交換	●	商標権侵害行為に該当する。
シリアル番号削除	製品シリアル番号を改変	▲	台南地方裁判所 109 年度（2020 年）声判字第 4 号刑事決定は、正当な理由（仕入れの出所が分からなくなる）をもって削除したため、商標法違反にならないとした。かかる見解は再考の余地がある。

製品シリアル番号の削除について、まずは商品標示法、消費者保護法上の問題が生じる。商品標示法第 8 条及び消費者保護法第 24 条では、商品に付された中国語表示は、原産地の表示より簡略であってはならない、との定めがある。出荷時に商品に付された製造番号やシリアル番号は原産地の表示の一部であり、並行輸入業者が削除した場合、並行輸入商品の表示が原産地より簡略になり、商品標示法や消費者保護法に違反する（経済部商業司 2010 年 6 月 11 日経済部商字第 09002119660 号解釈書簡）。

また、商標法に違反する可能性もある。上記台南地方裁判所の刑事決定は否定の見解を取ったが、米国の事例及びその説示が参考になる。*Zino Davidoff SA v. CVS Corp.*, 571 F.3d 238 (2d Cir. 2009) 事件では、シリアル番号は品質保証の機能を果たし、とりわけ、模倣品を容易に確認することができ、また瑕疵のある商品を特定し、リコールや対応措置を取ることができる機能を有すると判示された。よって、並行輸入業者によるシリアル番号の削除も、原形のままで転売するとは言えず、無断で商品の加工・改変が行われたことと評価すべきであろう。従って、品質保証機能が害される理由で商標権侵害が成立する可能性は十分あると考える。

正規代理店になりすます並行輸入業者に対して刑事罰を下すべきとの裁判所の見解がある。最高裁判所 82 年度（1993 年）台上字第 5380 号刑事判決は、「商標権者は、その商業的名譽を守るために、特別に指定した代理店や販売店に消費者に対して商品の出所、品質、流通期限が過ぎていないこと、良いアフターサービスなどの保証義務を負わせることがある。これらの代理店や販売店について、その他中間の売店が無断で名乗ることができない。商品の広告や同様な文書に商標を付しそれを陳列や頒布した結果、消費者に当該売店が商標権者、そのライセンシー、指定の代理店、販売店と誤認、混同させるに足りる場合、悪意をもって他人の商標を使用する行為に該当する。」と判断した。したがって、刑事告訴や民事訴訟を通じて法的責任を追及することができる。無論、警告状をもって並行輸入業者に警告することも可能である。

並行輸入品を台湾代理店から入荷したと偽称した並行輸入業者は、公平交易法上の虚偽広告行為に該当する。詳細な説明は、第五章第三節第四項の説明を参照されたい。

商品写真やパンフレットに関して、著作権に基づく権利行使が可能である。無断複製行為については、民事、刑事責任が課せられる（著作権法第 84 条、88 条、91 条 1 項）。

表 22：著作権法に基づく商品写真・パンフレットの無断複製に関する対策分析

コンテンツ	著作物性/要件	権利行使可能性
商品写真	知的財産裁判所 107 年度（2018 年）刑智上訴第 1 号刑事判決：撮影者は、...撮影中に頭の中に現れる独創的なアイデアをもって、制作過程において撮影テーマ、被写体、撮影角度、構図などに対して選択及び調整を行い、客観的に創作者の思想、感情を表現したものであり、著作権法によって保護されるべきである。	●
単純な商品仕様	恐らく創作性がなく言語の著作物に当たらないと認定される。	×
パンフレット・説明書	肯定： ● 知的財産裁判所 99 年度（2010 年）民著訴字第 46 号民事判決 ● 知的財産裁判所 104 年度（2015 年）民著訴字第 33 号民事中間判決	▲

	<p>否定：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 最高裁判所 93 年度（2004 年）台上字第 5206 号刑事判決 ● 士林地方裁判所 106 年度（2017 年）声判字第 132 号刑事決定 ● 台南地方裁判所 93 年度（2004 年）智字第 40 号民事判決 	
--	--	--

パンフレット・説明書について、著作物であると肯定されやすくするために、いくつかのポイントがある。ありふれた説明又は単純な技術的説明のみによる構成ではなく、独創的なアイデアを表現するような文字で構成することが望ましい。図形や絵も同様に、工夫を加えて、独特性のあるようなものを作成する。更に、文字、絵、写真等を組み合わせて、豊かな創作性を出すような著作物にしたい。そうすれば、無断複製したホームページへの掲載を侵害行為であると肯定しやすいと考えられる。

事例 7

並行輸入品である商品又はその商品の包装、ラベル、取扱説明書等の記載に注目して、当該並行輸入品に対処したいと考えている。下記のような事例では、台湾ではどのような対処ができるか。

1. 輸入業者として、(並行輸入業者ではない) 正規代理店の名称、電話番号及び住所が虚偽表示されている。
2. 輸入商品であるにもかかわらず、輸入業者の名称等が表示されていない。
3. 真正品の商品ラベルには「日本国内限定販売品」又は「日本国外で販売してはならない」と記載している。しかし、この商品が日本から台湾に並行輸入されている。
4. 中国語による商品標示及び内容説明を付さないで、並行輸入製品が販売されている。
5. 並行輸入品の商品表示で、賞味期限等の記載事項の改ざん、ラベルの貼り換え等がされている。
6. 真正品の商標を外し、自社商標を添付して並行輸入している。
7. 中国で製造された製品が、台湾製と偽装されて並行輸入されている。
8. 正規業者が作成した取扱説明書を並行輸入業者が無断複製している。

検討：

1. 正規代理店の虚偽表示

正規代理店の虚偽表示に関して、その法的効果を以下の表にまとめた。

表 23：正規代理店の虚偽表示に関する法的責任

法令	規定	法律効果
商品標示法 第 6 条 1 号	虚偽不実又は人に誤解させる表示をしてはならない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 3 万~30 万元の過料に処する。違反回数に応じて連続して処罰する。 ● 事情が重大な場合、営業停止を命じる。(第 14 条)
公平交易法 第 21 条	事業者は、商品又はその広告に、或いはその他公衆に知らせる方法で、商品の取引決定	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 新台幣ドル 5 万~2,500 万元の過料。是正しない場合、違反

	に影響を及ぼすに足る事項について、虚偽不実又は誤解させるような表示又は表記をしてはならない。	回数に応じて 10 万~5,000 万元の過料に処する。(第 42 条) ● 民事訴訟：差止め、損害賠償を請求できる。(第 29、30 条)
消費者保護法第 24 条第 1 項	企業経営者は、商品標示法等法令により商品又は役務の表示をしなければならない。	● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 2 万~20 万元の過料に処する。(第 56 条)
刑法第 210、216 条	私文書偽造・行使罪	● 5 年以下の懲役

私文書偽造・行使罪に関して、被告が輸入された商品に正規台湾代理店の名称を無断で表示した行為について、台湾高等裁判所高雄支部 101 年度（2012 年）上訴字第 386 号刑事判決では、懲役六ヶ月が下された事例がある。

2. 輸入業者の名称未表示

輸入者名称等表示義務に違反する場合、その法的効果は以下のとおりである。

表 24：輸入業者の名称未表示に関する法的責任

法令	規定	法律効果
商品標示法第 9 条第 1 項 2 号	輸入者の名称、電話、住所を表示しなければならない。	● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 2 万~20 万元の過料に処する。違反回数に応じて連続して処罰する。(第 15 条)
消費者保護法第 24 条第 1 項	企業経営者は、商品標示法等法令により商品又は役務の表示をしなければならない。	● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 2 万~20 万元の過料に処する。(第 56 条)

違反者が商品標示法に基づく是正命令に従わず、新北市政府が新台幣ドル 3 万元の過料に処したことがある（新北府訴決字 1062123919 号訴願決定書）。

3. 台湾に輸入・販売される日本国内限定販売品

各権利ごとに、並行輸入品に対して権利を主張できる可能性について、以下の表に整理した。

表 25：日本国内限定販売品の輸入許容性

法律	法律効果	権利行使可能性
専利法	権利消尽	×
商標法	原則：権利消尽	▲
	例外：正当な事由がある場合。例えば、商品に実質的差異がある等。	
著作権法	著作物：原則禁止。 例外あり（個人的利用等）。	●
	著作物を含むグッズ。	×

4. 中国語による商品表示及び内容説明未表示

中国語表示につき不備がある場合について、その法的効果を以下の表に整理した。

表 26：中国語による商品表示及び内容説明未表示に関する法的責任

法令	規定	法律効果
商品標示法 第 8 条	中国語表示及び説明書の内容は原産地の表示及び説明書より簡略であってはならない。外国製造者の名称及び住所は、中国語以外の言語で表示できる。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 2 万~20 万元の過料に処する。違反回数に応じて連続して処罰する。（第 15 条）
消費者保護 法第 24 条第 2 項	輸入の商品又は役務について、中国語の表示及び説明書を付さなければならず、その内容は原産地の表示及び説明書より簡略してはならない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 2 万~20 万元の過料に処する。（第 56 条）

5. 賞味期限等の記載事項の改ざん

並行輸入品の商品表示で、賞味期限等の記載事項の改ざん、ラベルの貼り換え等がされている場合、その法的責任は以下のとおりである。

表 27：賞味期限の改ざん等による法的責任

法令	規定	法律効果
商品標示法 第 6 条 1 号	虚偽不実又は人に誤解させる表示をしてはならない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 3 万~30 万元の過料に処する。違反回数に応じて連続して処罰する。 ● 事情が重大な場合、営業停止を命じる。(第 14 条)
商品標示法 第 9 条 第 1 項 4 号	商品は製造日を表示しなければならない。但し、期限を有するものは、有効日又は有効期間を追加表示しなければならない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 2 万~20 万元の過料に処する。違反回数に応じて連続して処罰する。(第 15 条)
公平交易法 第 21 条	事業者は、商品又はその広告に、或いはその他公衆に知らせる方法で、商品の取引決定に影響を及ぼすに足る事項について、虚偽不実又は誤解させるような表示又は表記をしてはならない。 前項における商品の取引決定に影響を及ぼすに足る事項には、製造日、有効期限…を含む。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 新台幣ドル 5 万~2,500 万元の過料。是正しない場合、違反回数に応じて 10 万~5,000 万元の過料に処する。(第 42 条) ● 民事訴訟：差止め、損害賠償を請求できる。(第 29、30 条)
消費者保護 法第 24 条 第 1 項	企業経営者は、商品標示法等法令により商品又は役務の表示をしなければならない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 2 万~20 万元の過料に処する。(第 56 条)
刑法第 255 条	原産国及び品質の虚偽表示罪	<ul style="list-style-type: none"> ● 1 年以下の懲役

刑法第 255 条原産国及び品質の虚偽表示罪に関連する事例として、台湾高等裁判所 89 年度（2000 年）上更(一)字第 748 号刑事判決がある。被告は、食品の輸入・販売を業としており、無断で製造日の改ざんを行ったことについて、懲役六ヶ月の刑を言い渡された。

6. 真正品の商標を外し自社商標を添付した行為

かかる行為について、台湾高等裁判所 97 年度（2008 年）上訴字第 10 号刑事判決は、商標権を侵害しないとした。本件被告人は、他社より購入した「SOLUX」商標が付された電球における「SOLUX」商標を除去し、自社の登録商標「GEMPLUX」を付した。裁判所は、「SOLUX」商標を除去した行為は、商標権侵害の行為に該当せず、また電球商品は改変されておらず、被告人の権利消尽の抗弁を採用することができるかと判断した。

しかしながら、中国の法律や EU の裁判例⁴¹では、商標権侵害が成立する余地があるとされている。中国は商標法第 57 条 5 項において「商標権者の許諾を得ずにその登録商標を変更し、変更した商標を使用する商品を市場に流通させたとき」との定めがある。

一方、台湾商標法に基づく権利主張が困難であっても、商品の外観が著名である場合、他人の商標が付されたことで消費者が混乱する可能性があり、公平交易法に基づく権利行使ができるかもしれない。その条文は以下のとおりである。

公平交易法第 22 条：事業者は自ら供給する…商品について、以下の行為をしてはならない。…他人の著名な商品の…外観、その他商品を表すシンボルを自分の提供する同一又は類似の商品において、同一又は類似的に使用することにより、他人の商品と混同を生じさせること、又は当該シンボルが付いた商品を販売し…輸入すること。

なお、著名な程度まで至らなくても、一般条項として、公平交易法第 25 条により、救済を求める可能性もある。第 25 条において、「本法に別段の定めがある場合を除き、事業者はその他取引秩序に影響するに足りる欺罔又は著しく公正さを欠く行為をしてはならない。」と定められている。

⁴¹Mitsubishi Shoji Kaisha Ltd v. Duma Forklifts (C-129/17) (2018)事件において、欧州司法裁判所は、以下のとおり述べた。 [T]he proprietor of a mark is entitled **to oppose a third party, without his consent, removing all the signs identical to that mark and affixing other signs on the products** placed in the customs warehouse, such as in the main proceedings, with a view to importing them or trading them in the EEA where they have never yet been marketed.

7. 中国で製造された製品が台湾製と偽装された並行輸入

産地偽造に関する法的責任について、以下の表に整理した。

表 28：産地偽装による法的責任

法令	規定	法律効果
商品標示法 第 6 条 1 号	虚偽不実又は人に誤解させる表示をしてはならない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 3 万~30 万元の過料に処する。違反回数に応じて連続して処罰する。 ● 事情が重大な場合、営業停止を命じる。(第 14 条)
商品標示法 第 9 条 第 1 項 2 号	商品原産地を表示しなければならない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、新台幣ドル 2 万~20 万元の過料に処する。違反回数に応じて連続して処罰する。(第 15 条)
公平交易法 第 21 条	事業者は、商品又はその広告に、或いはその他公衆に知らせる方法で、商品の取引決定に影響を及ぼすに足る事項について、虚偽不実又は誤解させるような表示又は表記をしてはならない。 前項における商品の取引決定に影響を及ぼすに足る事項には、原産地…を含む。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 新台幣ドル 5 万~2,500 万元の過料。是正しない場合、違反回数に応じて 10 万~5,000 万元の過料に処する。(第 42 条) ● 民事訴訟：差止め、損害賠償を請求できる。(第 29、30 条)
消費者保護法 第 24 条 第 1 項	企業経営者は、商品標示法等法令により商品又は役務の表示をしなければならない。	<ul style="list-style-type: none"> ● 期限を定めて是正を命じる。 ● 是正しない場合、2 万~20 万元の過料に処する。(第 56 条)
刑法第 255 条	原産国及び品質の虚偽表示罪	<ul style="list-style-type: none"> ● 1 年以下の懲役

台湾高等裁判所台中支部 100 年度 (2011 年) 上易字第 524 号刑事判決では、衣服に原産地を台湾と虚偽表示し、それを販売した被告人に対して、懲役四ヶ月の刑を言渡した。

8. 取扱説明書の無断複製

事例 6 の説明書に関する部分を参照されたい。但し、後発医薬品の薬品説明書が先発医薬品の説明書を複製したものであることは、法令の要求に従い、また社会公益と公共政策に資するものであるフェアユースにあたり、著作権侵害にならない（知的財産裁判所 97 年度（2008 年）民専上字第 20 号民事判決）。

（原稿受領日：2021 年 2 月 22 日）

知的財産権における模倣対策のご案内

公益財団法人日本台湾交流協会では特許庁からの委託により、海外進出日系企業を対象とした知的財産権の侵害対策事業を実施しております。具体的には、現地にて以下の活動をしております。

1. 台湾における知的財産権の模倣対策に資する情報の収集
2. 弁護士、弁理士など知的財産権の専門家を講師としたセミナーの開催
現地で活躍する専門家から最新の情報を得る機会です。
3. 知的財産権に関する相談窓口の設置
知的財産権の権利取得手続きから、知的財産権の侵害に関する相談まで、幅広いご質問にお答えいたしますので、是非ご利用ください。

※相談窓口の利用、セミナーへの出席、その他ご不明な点については、公益財団法人日本台湾交流協会、貿易経済部までお問い合わせください。

TEL：03-5573-2600

FAX：03-5573-2601

日本台湾交流協会HP：<http://www.koryu.or.jp>

台湾知的財産権情報サイト：<http://chizai.tw/>

[特許庁委託] 台湾における並行輸入の適正化によるブランド保護

令和3年3月 発行

発行者

花木出

発行所

公益財団法人 日本台湾交流協会

東京都港区六本木3-16-33

青葉六本木ビル7階

印刷所

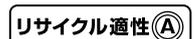
株式会社 丸井工文社

【禁無断転載】

執筆協力：理律法律事務所

Lee and Li, Attorneys at Law

(台北市忠孝東路4段555号8階)



この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。