

特許庁委託

インターネットを介した模倣品 に対する実践的対応策の検討

2024年3月

公益財団法人日本台湾交流協会

特許庁委託

インターネットを介した模倣品 に対する実践的対応策の検討

2024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
台湾恩益禧股份有限公司 副総経理 吉村 明

- 参加者（順不同）

台象股份有限公司	副総経理	藤本 達文
新加坡商三得利健益亞太（股）公司	協理	津田 奈央子
新加坡商三得利健益亞太（股）公司	資深專員	許 如涵
虎記股份有限公司	総経理	藤 憲司
虎記股份有限公司	総経理	吉川 信示
台湾朝日食品有限公司	総経理	岡部 高久
世雅育樂股份有限公司	総経理	谷岡 慎太郎
台湾三住股份有限公司	法務部副理	呉 鎧杰
台湾卡西歐股份有限公司	協理	佐藤 慧
台湾卡西歐股份有限公司	協理	田所 太郎

- 講師

萬國法律事務所	シニアパートナー弁護士	鍾 文岳
萬國法律事務所	アソシエイトパートナー弁護士	趙 珮怡
萬國法律事務所	シニア弁護士	林 欣儀

- 戦略G会議事務局

日本台湾交流協会	經濟部主任	大木 みのり
日本台湾交流協会	經濟部知財専門家	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の「インターネットを介した模倣品に対する実践的対応策の検討」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	はじめに	1
第二章	台湾におけるインターネットを介した商標権侵害の事情	2
	第一節 インターネットを介した商標権侵害のルート.....	2
	一、ECサイトを介した商標権侵害.....	2
	二、ソーシャルネットワーク（SNS）サイトを介した商標権侵害.....	3
	三、独自サイトを介した商標権侵害.....	5
	第二節 実務上商標権侵害にならない態様.....	6
	一、ウェブ取締の現状.....	6
	二、模倣品取締の現状.....	14
第三章	商標権侵害対策の最終目標に応じた具体的対策	20
	一、裁判所へのドメイン名差止、DNS RPZ（ブロック）の執行申立.....	21
	二、フィッシングサイトの通報.....	24
	三、食薬膨風広告専区（食品、薬品の誇大広告を公表するページ）の活用.....	25
	四、台湾事実査核中心（台湾ファクトチェックセンター）へ連絡.....	28
	五、ECサイト業者との連携.....	28
第四章	まとめ	31
第五章	一問一答	31

第一章 はじめに

近年のインターネット取引（EC サイトなど）の急速な発展に伴い、商標権侵害品の販売はおもにインターネット上に移行し、インターネットを介した商標権侵害品の販売、流通が増加しており、また、その手口も複雑化、多様化している。このような商標権侵害問題に対して、権利者である在台湾日系企業はEC サイトへの削除要請や刑事・民事訴訟などの法律手段を駆使しているものの、十分な成果が得られていないと認識している企業が多い。また、一部にはすでに商標権を守ることをあきらめている企業がある。

加えて昨今、インターネット取引を装った詐欺行為が急速に増加している。例えば、SNS に掲載されたネット広告から独自サイトに消費者を誘導して商品を購入させる事例や、購入者に対してノーブランド品、日系企業のブランドが印刷されたシールが貼りつけられた粗悪品、サイトに掲載された写真とは全く異なる品物、商標権利者が販売してもしない品物などが送り付けられる事例がある。

インターネット取引は実名を表示する必要がなく、小口の取引も可能で、個人も副業として気軽に始められるため、商標権利者が商標権侵害品を販売する業者の一つを告発し、販売ページを削除したところで、すぐにまた他の商標権侵害品を販売する業者が現れる。だが、商標権侵害が終わらないからといって在台湾日系企業が消極的な対応をすると、商標権侵害品はどんどん増加し、在台湾日系企業のビジネス上の信用や消費者からの信頼を失ってしまう。

以上の事情を考慮すると、商標権侵害対策の最終目標を、商標権侵害品を撲滅することから、ビジネス上の信用や消費者からの信頼の喪失を防ぐことに変えるべきである。本報告書では、これを念頭に置いて、台湾におけるインターネットを介した商標権侵害問題の効果的な対策の検討について論じていく。まず、商標権侵害の実態を把握し、前述した商標権侵害対策の最終目標に応じた具体的対策を紹介する。特に、各対策のメリット、デメリットに注意しつつ、実例を通して、様々な商標権侵害状況に対してとるべき対策、各対策をとる前の証拠の収集方法、及び、そのような対策の一連の流れを説明する。最後に、前述の商標権侵害対策以外の、インターネットを介した在台湾日系企業ビジネス上の信用侵害問題への対策を提供する。在台湾日系企業が商標権侵害対策において取りうる手段について認識した上で自社の商標権侵害対策の目標を設定し、効果的な対策を講じるに当たり、本報告書が有益なものとなることを願う。

第二章 台湾におけるインターネットを介した商標権侵害の事情

在台湾日系企業からのヒアリング内容や実際の商標権侵害事例の観察を通じて、台湾におけるインターネットを介した商標権侵害のルートが主に①EC サイト、②ソーシャルネットワーク（SNS）サイト、③独自サイトの三つのタイプに分けられることがわかった。それらのサイトでの商標の表示方法や、各ルートから実際に模倣品（商標権侵害品とは限らない）を購入するときの態様も、数多くある。商標の使用に該当すれば、当然、商標権侵害を構成する。しかし、少数の態様については、実務上、商標権の属地主義又は商標の使用に該当しない等の理由に基づき、商標権の侵害を構成しないと認定された例もあるため、商標権者は注意が必要である。

ここではまず、インターネットを介した商標権侵害の各ルートを紹介し、次に実務の事例を整理し、現在、インターネット上でよく見かける商標の表示方法が権利侵害を構成するか否かについて紹介する。また、商標権者が後述の第三章で紹介する商標権侵害対策を講じる前の正確な評価を行えるように、これらのルートから商品を購入し模倣品（商標権侵害品とは限らない）であると確かめたものの、実務上またはその他の原因により不起訴または無罪となった事例を紹介する。

第一節 インターネットを介した商標権侵害のルート

一、EC サイトを介した商標権侵害

台湾の EC サイト業者は、個人出品者と消費者の取引の場としての EC サイト（CtoC）、審査がより厳格で費用がより高い企業向けの EC サイト（BtoBtoC）、EC サイト業者が自ら運営するショッピングサイト（BtoC）に大きく分類される。EC サイト（CtoC）は、商標権侵害品の販売手段としてよく悪用されることがヒアリングを通じてわかった。一方、後二者は利用条件が厳しく、小規模の業者の利用が難しいため、商標権侵害品の販売が比較的少ないと思われる。しかし、今回、複数の在台湾日系企業のヒアリングから、企業登記が簡単なために一人で多くの会社をつくり、その会社によって企業向けの EC サイトにて商標権侵害品が販売されるという現状があることがわかった。なお、商標権侵害品が正規品に近い価格で企業向けの EC サイトで販売されている場合は安心して購入する消費者が多く、逆に大きな被害が出ているという声もあった。

ECサイトのタイプを問わず、台湾で知名度が高く、よく利用されているECサイトの多くは、商標権（他の知的財産権を含む）侵害品を処理するために、権利者がECサイトへ通知することによって、ECサイトから当該侵害品が削除されるという通報制度を提供しているが、利用者のプライバシー及び個人情報を保護するため、司法機関に要求された場合を除き、出品者の連絡先の開示を拒否することが多い。

また、たとえ司法機関がアカウント申請者の個人情報を取得して更に調査しても、アカウント作成時の資料が他人の名義や電話番号で登録されていたケースや、他人の実体の金融口座がアカウントと連携されていたケースもある。司法機関がECサイトから提供されたユーザー情報を取得しても、アカウントの申請者は個人情報が盗用されただけであると認定される場合があり、嫌疑不十分として不起訴または無罪となることを排除できない。例えば蝦皮（shopee）では、会員登録手続きが実名制ではなく、携帯電話番号などを登録してSMSメッセージによる認証を行えば簡易に完了できるため、アカウントを申請する時に記入された情報を確認することができず、実際のユーザーが誰なのか確認できない。このため、商標権侵害の侵害者（真実の出品者）を突き止めることが困難で、不起訴又は無罪となるケースがあった。

しかし、蝦皮（shopee）の2023年7月5日公告によると、蝦皮（shopee）は、《第三方支付服務業防制洗錢及打擊資恐辦法（仮訳：第三者決済サービスによるマネーロンダリングとテロ資金供与の防止対策法）》と行政院による詐欺対策に協力するべく、ユーザーの真実の身分を確認するためのアカウントの身分認証制度を開始したとのことである¹。これにより、全ての出品者（すでに売場を開設した出品者も含む）は蝦皮に実名の認証資料を提供する必要があり、審査が完了しなければ、蝦皮（shopee）での売場が一時的に表示されなくなるので、捜査をしても真実の出品者が突き止められないという状況が改善することが期待される。

二、ソーシャルネットワーク（SNS）サイトを介した商標権侵害

SNSの発展により、SNSにはECサイトよりも多くの利用者が存在している。販売者はSNSを通じて多くの利用者に情報を届けることができ、商品の販売にとって有利となるため、多くの個人の販売者が、販売ルートとしてSNSを好んで利用している。台湾ではFacebook、Instagram、LINEがよく使われている。ロイター社（Reuters）の報道によると、Facebook、Instagramは近年、Louis Vuitton、Gucci、Chanel等の有名ブランド商品の模倣品で溢れている²。今回のヒアリングにおいて

¹ 蝦皮の実名認証制度の紹介と説明：<https://seller.shopee.tw/edu/article/3373>（最終閲覧日：2024年1月17日）

² Focus: Facebook, Instagram are hot spots for fake Louis Vuitton, Gucci and Chanel：<https://www.reuters.com/technology/facebook-instagram-are-hot->

Instagram 上で商標権侵害品があったという日系企業はいなかったものの、商標権者が Instagram で商標権侵害品を発見した事例は少なからずあるので、台湾の日系企業も注意が必要である。

Facebook と Instagram を運営する Meta Platforms, Inc. は、ネット上のビジネスセンター内で「ブランドの権利保護」に関する苦情受付窓口、各種保護ツール及び取締実績定期レポートを提供している³。Facebook 及び Instagram が共同で適用している「ブランドの権利保護について」の説明によると、商標権者は Facebook 及び Instagram 「ブランドの権利保護」の利用申請をすることができる。「ブランドの権利保護」の利用申請をして、アクセス許可が付与されると、次のことができるようになる：

- (1)申請者（企業）の知的財産を不正使用しているコンテンツを検索する。
- (2)Facebook 及び Instagram に削除リクエストを送信して、権利侵害しているコンテンツを削除する。
- (3)レポートで削除リクエストのステータスをトラッキングする。
- (4)参照画像を追加して、権利侵害している可能性があるコンテンツを自動検出する。

Facebook 及び Instagram は、EC サイトと同様に、権利者から Facebook 又は Instagram へ通知して侵害品を削除させるという通報制度を提供しているが、利用者の連絡先の開示を拒否されるケースもある。また、台湾には台湾臉書有限公司（Taiwan Facebook Limited）という会社が登記されているが、ユーザーは Facebook 及び Instagram を運営管理している Meta Platforms, Inc.（前身は Facebook Inc.）と直接契約を締結しているため、通報内容に対する権利保護の対処をとることができないケースもある。検察機関を通じて利用者の連絡先情報を取得しようとしても、Meta Platforms, Inc. の要求により、担当検察官は高等検察署の専任担当者の一括窓口から書簡を Meta Platforms, Inc. に送り、その上で利用者の連絡先情報を取り寄せる必要があるため、時間がかかる上、Meta Platforms, Inc. は資料を保存していない、資料が見当たらない、言論の自由に関わる、米国では合法である、IP アドレスが台湾ではない、などの理由により、資料が提供されないケースもある。このような案件は、検察、警察としても捜査を進めることができない⁴。

[spots-fake-louis-vuitton-gucci-chanel-2022-02-09/](#)（最終閲覧日：2024年1月17日）

³ 「ブランドの権利保護」の紹介と説明：

<https://www.facebook.com/business/help/610450473951707>（最終閲覧日：2024年1月9日）

⁴ 司法権は国境を越えられない。Facebook の詐欺案件に対する捜査の限界【観点】：<https://news.pts.org.tw/article/553129>（最終閲覧日：2024年1月17日）

LINE は SNS というよりもメッセージの役割が主であり、連絡相手のアカウントまたはその他連絡方法がなければ、連絡相手と繋がることできない。プライバシーの設定で非公開にしている場合、当該ユーザーを検索して連絡をとることができない。この点からみると、LINE は公開のプラットフォームではない。LINE は Facebook や Instagram とは異なり、一般には侵害報告の手段を提供しておらず、また、LINE での違法な取引は秘密性が高いため、基本的に取引内容が権利者に知られることはない。このため、権利者や司法機関が侵害を取り締まることが困難である。今回のヒアリングでも、複数の在台湾日系企業から、LINE での違法な取引の抑止が難しいとの声があった。

三、独自サイトを介した商標権侵害

ここでいう独自サイトとは、広義の概念であり、ランディングページ (Landing Page) やシングルページ (one page) といったウェブサイト⁵が含まれる。ランディングページとは、通常1頁のみであり、短期、季節的な広告イベントによく応用されている。一方、シングルページや一般のウェブサイトはいずれも完全かつ永久に存在するウェブサイトであるが、シングルページは基本的なウェブサイトの機能のみであって素材が多くない点で、一般のウェブサイトとは異なる。一般のウェブサイトは最も完全で全面的な情報を提供している。

商標権侵害者が自ら設立した独自サイトの場合、権利者はどのようにウェブの削除を請求し、自身の権益を維持することができるのだろうか。以前は「通知と削除」という仕組みがあったものの、たいていのドメイン登録事業者が台湾域外の業者であるため、効率的な連絡手段がない、連絡をしても回答がないなど、実際にはなかなか進展しないことがあった。

近年では、ドメイン登録事業者ごとに通知システムは異なるが、WebNIC を例にすると、通報してページのスクリーンショットを提供すれば、WebNIC が通報を受けた後で当該ページの申請者に連絡するという通報制度がある。ページの申請者が返事をしない場合、WebNIC はページを削除する⁶。

ドメイン登録事業者については以下の方法で調査することかできる。実務上では、例えば TWNIC が提供している Whois⁷ というサービスが、搜

⁵ ランディングページをシングルページの一つとみなす分類方法もある。

⁶ WebNIC 連絡フォームのページ：

<https://www.webnic.cc/zh/%E8%81%AF%E7%B9%AB%E6%88%91%E5%80%91/> (最終閲覧日：2024年1月17日)

⁷ TWNIC Whois : https://www.twNIC.tw/whois_n.php (最終閲覧日：2024年1月17日)

査の助けとなっている。検索欄にドメインネームまたは IP アドレスを入力すればドメイン登録事業者を検索することができ、権利者はこの情報をもってドメイン登録事業者と連絡をとり、商標権を侵害している独自サイトの削除を要求することができる。

また、ドメイン登録事業者に連絡を取る以外にも、第三章で紹介するように、商標権者は裁判所にドメインネームの差し止めの申立てをして DNS RPZ（ブロック）の手続きをとることで、消費者がこれらのウェブサイトにはアクセスすることを防ぐことができる。

第二節 実務上商標権侵害にならない態様

一、 ウェブ取締の現状

(一) 属地主義による商標権保護の制限

在台湾日系企業からのヒアリングでは、越境 EC の発展に伴い中国大陸で生産された模倣品が台湾域内に流入するケースを阻止したいとの要望があった。台湾域内で閲覧可能な中国大陸の EC サイトに、中国大陸で製造、販売されている模倣品がアップされている場合に、台湾域内において知的財産権を利用した対応策はとりうるだろうか。残念ながら、商標権者が台湾で登録した商標権の効力は及ばないとの事例があるので、詳述する。

商標権の登録の効果は属地主義を採用しており、台湾域内で登録が許可された商標に限って商標法による保護を受けることができる。また、商標法は台湾域内法であり、台湾の市場秩序の維持がその主な機能である。台湾で登録されなくても特別に保護を受けることのできる著名商標を除き、通常、台湾で取得した商標権の保護範囲は台湾域内に限られている。

しかし、インターネットは世界中とつながっている。サイバー犯罪の管轄権の所在を判断するには、台湾の実務上、犯罪事実の態様に応じて総合的に認定すべきとされている。例えば、行為者が公開サイトに投稿することにより法的に保護されている他人の権利を侵害したり損害を与えるに足りる行為をしたりした場合、その投稿や動画の内容はウェブサイトには保存され、いつでもクリックして他人が閲覧することができるため、パソコンユーザーが閲覧して投稿の内容を知りえた場所も犯罪の「結果発生地」とであると認定し、当

該閲覧場所を管轄する裁判所に管轄権⁸⁹を取得させるべきという考えもありうる。

換言すると、商標権を侵害する投稿をされたウェブサイトが台湾域内から閲覧できる場合、台湾が犯罪の「結果発生地」と認め、商標権者は台湾で取得した商標権を主張できる可能性があるはずである。

ところが、智慧財産及び商業裁判所 111 年度刑智上易字第 33 号判決¹⁰では、商標権を侵害するウェブサイトが台湾域内で閲覧されるものの、犯罪被疑者による中国大陸地区でのビーフジャーキーの製造、販売行為は、属地主義による商標権保護の制限を受けるため、商標権者が台湾で登録した商標権の効力が及ばないとして、被告は無罪と判断された。本件の事実背景、裁判所の見解及び本件の分析について以下のとおり説明する。

1. 事実背景

⁸ 智慧財産裁判所による刑事判決の 98 年度刑智上易字第 142 号判決趣旨：「なお、台湾は未だインターネットを専門的に管轄する裁判所を設けておらず、例え設けたとしても、実益が見込めず、急場にも間に合わないゆえ、現在、各国のサイバー犯罪の管轄権の通例として折中した見解を採るほうがよいらしく、つまり刑事訴訟法の管轄権に関する伝統的な認定を尊重し、当事者及び裁判所を困らせない上、他の具体的な事件、例えば、ウェブページの設置、メールサーバーの所在地、データ配信ホストの配置場所及び実際の取引場所の有無に関するその他状況をも斟酌してから認定すべきである」。台湾高等裁判所による刑事判決の 91 年度上易字第 2338 号判決趣旨：「なお、台湾は未だインターネットを専門的に管轄する裁判所を設けておらず、例え設けたとしても、実益が見込めず、急場にも間に合わないゆえ、現在、各国のサイバー犯罪の管轄権の通例として折中した見解を採るほうがよいらしく、つまり刑事訴訟法の管轄権に関する伝統的な認定を尊重し、当事者及び裁判所を困らせない上、他の具体的な事件、例えば、ウェブページの設置、メールサーバーの所在地、データ配信ホストの配置場所及び実際の取引場所の有無に関するその他状況をも斟酌してから認定すべきである」。

⁹ 台湾高等裁判所による刑事判決 106 年度上易字第 842 号判決趣旨：「また、原判決に示されたとおり、被告は前掲の行為があったと明かした以上、被告による自訴人の名誉を妨害する誹謗行為が即成犯と認められたとしても、投稿する時点でその犯罪行為が完成し、前掲した投稿の内容はその後引き続きウェブサイトに保存され状態の継続にすぎず、つまり、パソコンを使用する他人がネットで閲覧するたびに、被告がもう一度投稿したと認定されるわけではない。但し、被告に前掲の自訴人の名誉を妨害する誹謗行為があった以上、その行為が即成犯に属し、投稿する時点でその犯罪行為が完成したとは言え、その誹謗行為により自訴人の名誉に傷がついたという「犯罪の結果」は、前掲の投稿が引き続きウェブサイトに保存されるゆえ、いつでも他人がパソコンを通じて閲覧することで継続する。被告による誹謗の自訴人の「犯罪行為」ではないものの、その行為による「犯罪の結果」であり、且つその結果が被告に預見できたはずであり、被告が承知の上で故意に発生させたり、すくなくともその発生を予見できたりして、且つその発生がその本意に反していないはずであるため、前掲の説明に基づき、当然その犯罪行為の「結果発生地」である」。

¹⁰ 台湾の暦は民国年で表され、民国年に 1911 を加えると西暦年となる。民国 111 年は西暦 2022 年である。

告訴人である A 社（以下、告訴人会社という）は「高坑 KOW KUN」及び「KOW KUN 及び図形」という、名称及び図形の商標権者であり、これらの商標は薄切り牛肉、角切り牛肉、細切り牛肉、細切り牛すじ、細切り豚肉などジャーキーへの使用が指定されている。

被告は 2017 年 7 月に中国大陸地区で「B 社」を設立し、責任者に就任した。被告はマーケティングの目的で商標法に違反する犯意をもって、告訴人会社の同意や授権を得ずに、2018 年某日より、中国大陸地区で、製品の外装袋に告訴人会社の商標に類似する「KOW KUN」、「高坑」などの図形、文字を表示し、事情を知らない中国大陸地区福建省廈門市にある印刷工場に外装袋の印刷を依頼した後、江門市にある C 社が広東省江門市に構えた工場に送付し、C 社の生産したビーフジャーキーを前記の外装袋で包装した後、被告の指定する中国大陸地区へ輸送し販売している。

2. 裁判所の見解

原審である台湾桃園地方裁判所 110 年度智易字第 30 号では、「本件で検察官が起訴した前記の外装袋で包装されたビーフジャーキーの被告による製造、販売行為はいずれも中国大陸地区で発生し、被告は台湾地区で何らの製造、販売行為も行っていない。属地主義に基づき、被告は告訴人の台湾で登録した商標権を侵害していない。従って、台湾の商標法第 95 条 3 号の違反を罪名にするわけにはいかない。

また、上記の外装袋で包装されたビーフジャーキーは中国大陸地区で生産され、中国大陸地区で設置されたウェブサイト『D』で販売されている、……、但し、中国大陸地区が行政院農業委員会の公告した口蹄疫、牛肺疫の非流行地に属さないため、中国大陸地区で製造されたビーフジャーキー、角切り牛肉は、口蹄疫、牛肺疫の感染可能な動物由来製品であり、台湾ではその輸入を禁止している。従って、被告がウェブサイト『D』で上記の外装袋で包装されたビーフジャーキーを販売しても、台湾地区への輸入はないはずであるため、被告がそれらの商品が販売、マーケティングにより台湾地区へ持ち込まれることについて、予期したり予見したりできる可能性はないはずである。よって、台湾地区でウェブサイト『D』にログインし、上記の外装袋で包装されたビーフジャーキーの販売ページが見られるというだけで、被告に告訴人の台湾で登録した商標権を侵害する意図があるとは言えないことを、ここで併せて説明する」と指摘している。

本件の控訴審である智慧財産及び商業裁判所 111 年度刑智上易字第 33 号判決は原審の見解を是認し、更に「經濟部智慧財産局の制定した登録商標の使用時の注意事項第 3.4. 節の地域、第 3.4.2 の「ネットワークでの使用」の項目に示されたとおり、使用する者が

主観的に台湾でのマーケティングの目的で、ウェブページに登録商標を表示し、消費者に認識させることとなる。もし、台湾域外のウェブアドレスを使用しているなら、なおウェブページの内容には台湾でのマーケティングの目的があることを証明しなければならない。しかし、前記の注意事項に係る規定は解釈的な行政規則に属し、参考にしかならないため、裁判官は案件の審理に際して当該規定に拘束されないので、当裁判所は当然法により、適宜に違った見解を示すことができる（司法院大法官釈字第 137、216 号解釋趣旨を参照）。」、「また、一般大衆がウェブサイト『D』で中国大陸で生産されたビーフジャーキーなどの肉製品を購入した場合、台湾へ持ち込むことができるか否かについて、当裁判所が書面にて行政院農業委員会動植物防疫檢疫局（以下、農委会という）に問い合わせたところ、農委会が 2022 年 9 月 27 日に書面にて回答した内容において『中国大陸は農委会の公告した口蹄疫、牛肺疫、豚熱及アフリカ豚熱の非流行地に属しないため、『動物伝染病防治条例』によると……、中国の偶蹄目動物（例えば：豚、牛、羊及び鹿など）の肉類及びその製品の台湾への輸入が禁じされており、……。』とも答えたため（当裁判所裁判資料第 75 頁を参照）、被告がウェブサイト『D』等で上記の外装袋で包装されたビーフジャーキーを販売したとしても、台湾地区への輸入はあり得ないことが証明された。よって、被告がウェブサイト『D』等で上記の外装袋で包装されたビーフジャーキーを販売することに、台湾でのマーケティングの目的があるとは認められない。検察官による控訴においても、相変わらず以上の事情により被告の行為に明らかに台湾でのマーケティングの目的があるとは言えず、台湾の消費者に混同誤認させてしまう恐れがあるとの主張は、採用することができない」と指摘している。

3. 分析

前掲した裁判所の見解によれば、裁判所は經濟部智慧財産局による登録商標の使用時の注意事項 3.4.2. のネットワークでの使用規

定¹¹¹²は商標権者が積極的に登録商標を使用しているかを判断する商標の「権利維持」のための行政規則にすぎず、商標の使用行為が消費者に混同誤認させているかという商標の「権利侵害使用」に関する裁判所の判断はそれに拘束されないと判断していると分かる。そのため、商標権を侵害する商品の製造、販売はいずれも、台湾域外で発生している場合、台湾地区で商標権を侵害するウェブサイトが閲覧できるということだけで被告に台湾で登録した告訴人の商標権を侵害する意図があるとは言えない。

(二) 商標の使用態様の確認

在台湾日系企業からのヒアリングでは、独自サイトで自社の商標が無断で使用されている事例が紹介された。しかしながら使用方法によっては商標権の侵害に該当しない場合があるので、具体的な判例を下記に紹介して解説する。

商標法第5条によると、「商標の使用とは、マーケティングの目的のため、次のいずれかの事情があり、消費者にそれが商標であると認識させるに足りることを指す。一、商標を商品又はその包装容器に表示する。二、前号の商品の所持、陳列、販売、輸出又は輸入。三、サービスの提供に関する物品に商標を表示する。四、商品又はサービスに関する商業文書や広告に商標を表示する。前項各号の事情について、デジタルビデオ、電子メディア、ネットワークやその他媒介物により表示する場合も、同様とする」。前述した商標の使用は更に「権利維持の使用」及び「権利侵害の使用」に分けられ、権利維持の使用とは商標権者がその権利を維持するために使用することである。権利侵害の使用とは、第三者が商標権を侵害する使用である。

¹¹ 「…インターネット上のウェブアドレスを例に、もし登録商標を使用するウェブページの第一層のウェブアドレスが“.tw”という台湾のウェブアドレスであれば、原則的に使用する者には台湾でのマーケティングの目的があると認定できる。インターネットで登録商標を使用することが商標法にいう商標の使用に該当するか否かを判断するには、以下の要素（含むがそれらに限らない）を考慮することもできる。（1）消費者は確実に当該ウェブページを閲覧したか、若しくは当該ウェブサイトの提供する情報を通してその商品を購入し又はその提供するサービスを受けたか。（2）使用する者は国内で販売後のサービス（例えば：保証やサービス）を提供したり、台湾域内の者と商的關係を築いたり、その他商業活動に従事したりしているか。（3）使用する者はウェブページに台湾域内の住所、電話や消費者が直接使用する者に注文できるその他連絡先を表示しているか。（4）提供される商品やサービスは合法的に台湾域内で交付できるか、関連価格はニュー台湾ドルで表示されているか。」。

¹² 登録商標の使用時の注意について：<https://topic.tipo.gov.tw/trademarks-tw/cp-517-860272-d71ad-201.html>（最終閲覧日：2024年1月17日）

第三者に権利侵害の使用が成立するかについて、まずは商標法第 68 条第 1 項¹³に規定される同一または類似の商品やサービスに、登録商標と同一または類似の商標を使用しているかを確認してから、その行為に関し商標法第 36 条第 1 項に係るフェアユース又は善意の先使用¹⁴を主張できるか否かを確認しなければならない。

よく見かけるウェブページでの商標表示態様としては、ウェブサイトを作成した者が商標に類似する図柄を自作したり、EC サイトの売り場ページに「送料無料~日本から仕入れた〇〇〇（商標）製品」とだけ表示したりするものが多い。実際に購入した製品が並行輸入の真正品かどうかはさておき、前記した広告に表示された自作された商標に類似する図柄、文字が商標の使用に該当するかについて、智慧財産及び商業裁判所による民事判決 111 年度民商上字第 4 号では、商標に類似する図柄の自作は商標の使用に該当するものの、類似の商標には該当せず、且つ「送料無料~日本から仕入れた〇〇〇（商標）製品」といった商標の表示は商品の出所を伝えるものであり、商標の使用に該当せず、被告には主観的に商品の出所をアピールする意向がないため、係争商標権を侵害していないと判断している。本件の事実背景、裁判所の見解及び分析について以下のとおり説明する。

1. 事実背景

原告である E 社の台湾支社が、2015 年 8 月に訴外人である F 社からその登録した第 01781681 号の「NEFFUL」という図形商標（以下、係争商標という）を譲渡され、係争商標の商標権を取得した。その後、被告が原告の同意や授権を得ず、無断で蝦皮（shopee）における個人のホームページで、多数の商品（以下に係争商品と併称する）を陳列、販売していたところ、係争商品の外包装の左上にあ

¹³ 商標法第 68 条第 1 項：「商標権者の同意なしに、下記のいずれかに該当する場合は、商標権の侵害である。一、同一の商品やサービスに、登録商標と同一の商標を使用した。二、類似の商品やサービスに、登録商標と同一の商標を使用することにより、消費者に混同誤認させてしまう恐れがある。三、同一または類似の商品やサービスに、登録商標に近似する商標を使用することにより、消費者に混同誤認させてしまう恐れがある。」。

¹⁴ 商標法第 36 条第 1 項：「以下の場合、他人の商標権の効力に拘束されることはない。一、商慣習に適合した信義則により、商標を使用する者としてではなく、自己の氏名、名称、又はその商品やサービスの名称、形状、品質、性質、特性、用途、産地若しくは商品やサービス自体に関するその他説明を表示する。二、商慣習に適合した信義則により、商品やサービスの使用目的を示すために、他人の商標を使用して当該他人の商品やサービスを指名する必要がある。但し、その使用の結果が消費者に混同誤認させてしまう恐れがある場合、商標権の効力に拘束される。三、商品やサービスの効果を発揮させるために必要である。四、他人の商標の登録出願日以前に、善意で同一または類似の商標を同一または類似の商品やサービスに使用していた。但し、その使用していた範囲を限度とする。なお、商標権者は適切な区別表示を付け加えるよう求めることができる。」

る方形区域にいずれも「NEFFUL」との文字及び2本の波型の弧線（以下、係争図形という）が表示され、且つ「日本からの良質な商品を発売中」、「送料無料~日本から仕入れた全シリーズのNEFFUL JP ネップル」といった文字で係争商品が日本から並行輸入された商品であるとアピールしていることを、原告は発見した。

2. 裁判所の見解

原審である智慧財産及び商業裁判所110年度民商訴字第41号では、「『以下の事情の場合、他人の商標権の効力に拘束されない。一、商慣習に適合した信義則に沿う方法により、自己の氏名、名称、又はその商品やサービスの名称、形状、品質、性質、特性、用途、産地若しくは商品やサービス自体に関するその他説明を表示したうえ、商標として使用していない場合』と商標法第36条第1項1号に規定されている。同規定は、商慣習に適合した信義則により、商品やサービス自体に関する情報を提供し、商標としての使用でない使用行為を指している。商標のフェアユースは、記述的フェアユースと指名的フェアユースの二通りがあり、『記述的フェアユース』とは、第三者が他人の商標をもって自己の商品やサービスの名称、形状、品質、性質、特性、産地などを記述することである。『指名的フェアユース』¹⁵とは、第三者が他人の商標をもって当該他人（つまり商標権者）又は当該他人の商品やサービスを指名することである。この使用は他人の商標が当該他人の商品やサービスの出所を指名する作用を利用して、自己の商品やサービスの品質、性質、特性、用途などを表示することである。前記の二通りの商標のフェアユースは、いずれも自己の商標として使用するのではなく、商標権の効力に拘束されない。商標としての使用であるかの判断は、その平面図形、デジタルビデオや電子メディアなどのページ（画面）内の配置の仕方、フォント、文字サイズ、色及び設計に特別顕著性の有無を勘案し、且つその使用の性質により消費者がアピールされる商品やサービスの出所を区別できるか、その使用の意図が商標権者ののれんへの便乗であるか否かなど客観的な証拠を斟酌し総合的に行わなければならない、製品の包装や広告、取扱説明書の文字、図形にいったん現れただけで当然商標の使用に該当するのではない。」、「係争商標に係る本件での原告の主張（図式のとおり）と係争商品の外包装にある商標を対比すると、係争商標は一つの円において星柄が一面に広がり、その中に『NEFFUL INTERNATIONAL』という文字が配置されている。他方、係争商品の外包装にある商標はある方形区域の中に『NEFFUL』との文字及び2本の波型の弧線が配置されており、両者は明らかに同一ではないゆえ、係争商標権を侵害していない。」、「係争ウェブページ全体を見れば、『送料無料~日本から仕入れた全シリーズのNEFFUL JP ネップル』といった文字は、確か

¹⁵ 『指名的フェアユース』は、『指示的フェアユース』、『指示的合理使用』などと訳される場合もある。

に被告の販売する商品が日本から購入された NEFFUL 商品であると説明するためのものであると確認できる。ゆえに、係争ウェブページにおける『NEFFUL JP』との表示は商品の出所を伝えるものであり、商標としての使用に該当しないため、被告には主観的に商品の出所であるとアピールする意向がないゆえ、当然係争商標権を侵害していない」と指摘している。

本件の控訴審である智慧財産及び商業裁判所 111 年度民商上字第 4 号は完全に原審の見解を是認し、係争商標と係争図形が類似するか、商品が類似するかだけについて次のように論述した。

「係争商標と係争図形、文字は類似の程度が極めて低い。上訴人による原審の告訴状に別添された添付 2 に示された係争図形、文字に係る商品における第 25 類の商品 8 (マフラー)、13 (マフラー)、14 (手袋)、16 (ショール)、25 (毛布)、第 24 類の商品 26 (薄手の夏用毛布)、27 (軽量毛布) などが係争商標に指定された商品と同一である以外、原審告訴状に別添された添付 2 に示された他の商品は係争商標に使用が指定された第 5 類、第 24 類、第 25 類と類似するが、類似の程度は高くなく、且つ係争商標と係争図形、文字はいずれもかなりの識別性があり、以上の現存要素を勘案した上で、当裁判所は被上訴人に商標法第 68 条 3 号の商標権侵害行為はないと判断する。」

本件は最高裁判所に上告され、最高裁判所は次の理由で原審に差し戻した。「但し、上訴人は、係争商標のほかに『NEFFUL』も台湾でその専用権を有する文字商標であり、被上訴人による係争商品の包装に現れた『NEFFUL』との六つの英語のアルファベットとは完全に一致するため、当然類似の商標に該当し且つ類似の程度が高く、そのため、同一商品または類似度の高い商品に表示されると、当然消費者に混同誤認させてしまう恐れがあると主張し、単一商標の明細リストを証拠として提出した。被上訴人が上訴人の商標の専用権を侵害しているか否かの判断に影響を与えるため、重要な攻撃方法である。原審はそれを見過ごし、被上訴人による係争図形、文字の使用は係争商標の侵害に該当しないことだけを理由に、上訴人に不利な認定をしたのは、当然理由不備の違法がある。」

3. 分析

調査によると、NEFFUL という係争商標の図形の中にある文字は滅多に使わない英単語であり、被告が係争商標の図形の中にある文字の NEFFUL を使用することによって、消費者に混同させることはないかと認定できるかについて、確かに更なる検討が必要である。しかし、調査の結果、本件の原告はなお「NEFFUL」という文

字商標¹⁶を登録しており、且つ係争商標に使用が指定された分類とほぼ一致することがわかった。そのため、原告の告訴時に他の配慮があった場合を除き、本件の状況からすると、被告が使用している NEFFUL との六つの英語のアルファベットが原告の登録した「NEFFUL」との文字商標と完全に一致することから、類似の商標という不確定概念と評されることを回避するためにも、原告は図形商標ではなく「NEFFUL」という文字商標の侵害で告訴したほうがよかったかもしれない。

また、本件は係争商品が並行輸入品であるか否かを検討していない。並行輸入品であり台湾域外の仕様のまま転売される場合、その商品にある商標の使用は、商標法第 36 条第 2 項¹⁷によれば権利の侵害に該当しないが、本件の状況からすれば、すくなくとも係争商品が台湾域外の仕様のまま販売されるものとは認められない。そのため、最高裁判所 82 年台上字第 5380 号刑事判決の要旨に基づくと、「台湾域外の仕様のままでない販売であり、無断で加工、改造や変更したにもかかわらず、当該商品を同一の商標の図形をもってアピールしたり、当該商標の図形を商品の広告といった類いの文書につけ加えて陳列や頒布したりした結果、当該商品の出品者が商標の専用権者又は授權された者、指定されたエージェンシー、取次業者であると消費者に混同、誤認させるに足りる場合、当然他人の商標を使用する行為に当たり、明らかに他人の商標の専用権を侵害する犯意があるため、その情状に応じて、商標法の罰則を適用し処罰しなければならない」から、商標権の侵害に該当するはずである。

一方、「送料無料~日本から仕入れた〇〇〇（商標）製品」といった表示が商品の出所を伝えるためのものであるもので、商標権者はこの類いの表示が製品の包装やその広告、取扱説明書の文字、図形において現れさえすれば、当然に商標の使用に該当するというわけでないことに留意すべきである。

二、 模倣品取締の現状

在台湾日系企業からのヒアリングでは、警察に対して模倣品被害を告発・告訴したとしても、最終的には不起訴処分になったので、警察

¹⁶ NEFFUL という文字の登録商標には第 01118791、第 01121135、第 01119803、第 01119883、第 01120002、第 01125758、第 01122176、第 01428476、第 01284687 号がある。

¹⁷ 商標法第 36 条第 2 項：「登録商標がついている商品は、商標権者又はその同意を得た者が国内外の市場で取引により流通させているものである場合、商標権者はその商品につき商標権を主張してはならない。但し、商品が市場で流通している間に、変質、損傷や他人による無断加工・改造の発生を防ぐため、またはその他正当な事由がある場合、この限りでない」。

に告発・告訴しても無駄だと考えている企業が複数あった。そこで、いかなる理由で不起訴となるかを明確にするために、法律的に不起訴処分になる4つの場合を紹介する。

模倣品の態様の多くは客観的に商標権侵害に該当するが、実務上、様々な理由により、検察官又は裁判官が不起訴処分又は無罪判決を下すこともある。ただ次の(一)を除き、検察署及び裁判所が不起訴処分又は無罪判決においても、模倣品の態様が商標権侵害に該当すると明確に判断しているため、商標権者が不起訴処分又は無罪判決を受領したとしても、商標権者に不利益をもたらすことはなく、商標権又はブランドの保護にも一定の効果が生じるため、商標権者はこの結果に落胆する必要はない。

(一) 商標の指定区分に含まれていない場合

商標登録出願に当たっては区分を指定する必要があるが、商標の指定商品・指定役務には計45の区分があり、各区分の範囲も様々であり、各区分には数百の品目が含まれるため、商標権を十分に保護するためには、区分の指定方法を慎重に検討しなければならない。例えば、自社で衣料品の企画・製造を行って、インターネット上で販売するアパレルEC企業が商標権を完全に保護するためには、被服を指定商品とする第25類とインターネットによる小売又は卸売を指定役務とする第35類の両方を出願しなければならない。第25類のみを指定商品として指定し、第35類を指定役務として指定していない場合には、商品の区分が商標の指定区分に含まれていないことを理由に、将来的に訴訟において権利を主張できない可能性がある。

ただし、これは、同一の区分でなければ、商標権が権利を主張することができないというわけではない。「商標権者又は団体商標権者の同意を得ることなく、販売目的で次のいずれかに該当する場合、3年以下の懲役、拘留、若しくはニュー台湾20万元以下の罰金に処し、又はこれを併科する。…三、同一又は類似の商品又は役務に、登録商標又は団体商標と類似する商標を使用し、関連消費者の混同誤認を引き起こすおそれがある場合。」と商標法第95条第3号に明文で定められている。「関連消費者の混同誤認を引き起こすおそれがあるか否か」の判断に当たって、実務上、裁判所はさらに商品／役務が類似するか否か、及び類似する程度を勘案しなければならない。

例えば、智慧財産裁判所民事判決第109年度民商上字第12号は、「(1) 社会及び産業における分業化・細分化が進むため、抽象的な概念に基づいて商品の類否を適切に判断することができず、各産業の性質及び具体的な個別事案に即して判断されるべきである(最高行政裁判所105年度判字第614号判決を参照)。いわゆる類似商品

とは、機能、材料、生産者その他の要素が共通又は関連する二つの異なる商品のことを言い、類似商品に同一又は類似の商標が表示された場合、社会通念及び取引事情により、商品の関連消費者に、これら異なる商品が同一又は関連する出所から出たものと誤認させやすい。

(2) G社の『Dermaheal』商標は2005年に商標登録され、第3類の『化粧品、パーマ液、カラーリング剤、人体洗浄剤、衣料・洗濯用洗剤、風呂用・トイレ用洗剤、キッチン用洗剤、床用洗剤、車用・器具用粉末・液体カルナバワックス、香料、お茶バスソルト』を指定商品としている。H社は2015年に『D Dermaheal』商標の登録出願をして、第10類の『マッサージ器、美容家電・グッズ、医療器具、医療機器』を指定商品としているが、H社のウェブサイトでは、スキンケア・コスメ・メイクアップ商品に前記商標を使用しており、その品目に『Professional Care』、『Radio-frequency』、『Post Professional』、『Intensive Care』、『Home Care』、『Color cosmetics』等スキンケア・コスメ・メイクアップ商品が含まれている上、実際に商標を使用している『アンチリンクルクリーム』商品と、G社が『Dermaheal』商標を使用している化粧品とは、いずれもスキンケア・コスメ・メイクアップに関連する商品である。

(3) 商標使用同一性の判断に当たって、商標を実際に使用するとき、両者の商品又は役務の内容、専門技術、用途、機能等が同一であるか否か、取引慣行上、一般消費者が同一商品又は役務として認識するか否かを基準とすべきである。……前掲(3)の例でいうと、化粧品は上位商品であり、アンチリンクルクリームは下位の具体商品であり、アンチリンクルクリームに使用することは登録を受けた化粧品に使用することとして認められる(最高行政裁判所108年度判字第133号判決趣旨を参照)。以上を踏まえ、社会通念及び取引事情により、H社の『D Dermaheal』商標が実際に使用している『アンチリンクルクリーム』商品とG社の『Dermaheal』商標が指定商品としている『化粧品』商品とは、類似商品に該当し、且つ類似の程度が高い。」旨判示している。

上述の智慧財産裁判所民事判決第109年度民商上字第12号から、商標権者の登録商標が上位概念の商品または役務の使用区分をすでに指定し、権利侵害者が当該商品または役務の下位概念の使用区分において当該商標を使用したとき、商標権者は権利を主張することができる。しかし、登録商標が指定した商品または役務の上位概念はカバーしていないので、商標権者は上位概念に対して権利を主張することができない。例えば、商標権者の登録商標の使用区分が「化粧品」であった場合、「アンチリンクルクリーム」は化粧品的一种であるため、商標権者は権利を主張することができる。しかし、登録商標の使用区分が「アンチリンクルクリーム」であった場合、「ファンデーション」は化粧品であるものの、「アン

チリンクルクリーム」によってカバーされていないため、商標権者は侵害者に対して権利を主張することができない。

(二) 証拠不十分（主観的要件）

通常、検察官や裁判官は、商標権者の鑑定書に基づいて商標権侵害品であるか否かを判断するため、被告人は模倣品ではなく商標権を侵害していないと抗弁することが困難である。しかし、実務上、被告が個人使用のために購入したか、又は模倣品と知らず購入したと抗弁し、検察官が不起訴処分を下すケースもある。ただ、これは通常押収された模倣品の数量が少ない場合に見られ、大量の模倣品が押収された場合、模倣品と知らなかったという被告人の主観的な抗弁は、検察官、裁判官は簡単に信用しない。

(三) 軽微事件

これは、軽微な犯罪が不起訴で終わることをいう。即ち、刑事政策の理由から、「有罪だが、不起訴とする」処分を作成することである。

刑事訴訟法第 253 条は、「第 376 条第 1 項各号に定める事件は、検察官が刑法第 57 条に掲げる事項を参酌して、不起訴処分が妥当と判断した場合は、不起訴処分とすることができる。」と規定している。軽微な犯罪で不起訴にするかどうかの判断に当たって、「事件の類型」と「当事者の事情」を考量しなければならない。事件の類型は、刑事訴訟法第 376 条¹⁸に定める犯罪でなければならない、刑の重さや罪名が重視されている。また、当事者の事情は、刑法第 57 条¹⁹各号に定める量刑の判断要素が考慮される。

¹⁸ 刑事訴訟法第 376 条：「次に規定された罪を犯した事件について、第二審で判決が下された場合、第三審の裁判所に上告することができない。ただし、第一審の裁判所で下された無罪判決、免訴判決、不受理決定、又は管轄違いの判決が、第二審の裁判所によって破棄され、且つ有罪判決を言い渡された場合は、被告又は被告の利益のために上告することができる者は、これを行うことができる。一、量刑の本刑が最大で 3 年以下の懲役、拘留又は罰金刑のみの犯罪。二、刑法第 277 条第 1 項で規定された傷害罪。三、刑法第 320 条、第 321 条で規定された窃盗罪。四、刑法第 335 条、第 336 条第 2 項で規定された横領罪。五、刑法第 339 条、第 341 条で規定された詐欺罪。六、刑法第 342 条で規定された背任罪。七、刑法第 346 条で規定された脅迫罪。八、刑法第 349 条第 1 項で規定された盗品等関与罪。九、毒品危害防制条例（薬物乱用防止条例）第 10 条第 1 項で規定された第 1 級薬物使用罪、第 11 条第 4 項で規定された第 2 級薬物 20 グラム以上所持罪。前項の但し書きの規定により上告し、第三審裁判所によって原判決が破棄され、且つ原審裁判所に差し戻され、又は他の第二審裁判所に移送された場合は、第三審の裁判所に上告することができない。」

¹⁹ 刑法第 57 条：「量刑に当たっては、行為責任の原則に基づき、諸般の情状を考慮して、特に次に掲げる事項を量刑の判断基準にしなければならない。一、犯罪動機、犯行目的。二、犯行時に受けた刺激。三、犯行の手段。四、犯罪者の生活状況。五、犯罪者の品性。六、犯罪者の教育程度。七、犯罪者と被害者との関係。」

商標法第 97 条は「他人が行った前 2 条第 1 項に該当する商品を販売又は販売を意図して所持、陳列、輸出若しくは輸入した場合は、1 年以下の懲役、拘留若しくはニュー台湾ドル 5 万元以下の罰金に処し、又はこれを併科する。」と規定している。これは、刑事訴訟法第 376 条に定める軽微事件に該当する。そのため、通常、検察官は、被告に前科がなく、一時の不注意により生じたもので、悪性が重大であるとは言えないとして、不起訴処分とすることが妥当であると認定する。

(四) 一事不再理

一事不再理とは、同一行為が、訴追、裁判、処罰の対象となるのは一度だけであることをいい、これは、被告人が模倣品を継続的に販売して且つ数回にわたって警察の取り締まりを受けた場合によくみられる。例えば、台湾台中地方裁判所刑事判決 112 年度智益字第 8 号は、「三、調べると、被告は 2019 年 3 月某日から 2021 年 10 月 14 日まで、台中市○○区○○路○○○巷○○号 12 階の住居で、不詳の設備を用いて EC サイト『I』にアクセスして、ユーザー ID 『qetkmb733n』でネットショップを立ち上げ、中国業者 J がネットショップに上記模倣品の販売情報を掲載して不特定の者から注文を受けたら、被告が商品を購入者に発送して商品代金を受け取り、その後、J と売上や各人の取り分の確認を行った。警察が 2021 年 10 月 14 日に上記場所で付表 2 に示す模倣品を押収した。被告が商標法第 97 条後半で定めるインターネット上で商標権侵害品を販売する罪を犯したとして、当裁判所は 2022 年 12 月 23 日に 111 年度智簡字第 41 号刑事簡易判決をもって、拘留 45 日又は 1 日をニュー台湾ドル 1000 円で換算した罰金に処し、2023 年 2 月 7 日に同判決が確定し（以下は「前件」という。）、これにつき、当該刑事簡易判決書及び台湾高等裁判所による被告の前案記録表各 1 部が裁判記録にあり確認することができる。よって、本件の犯罪事実と前件の犯行時期が近接しており、それぞれ接続犯の単純一罪及び創造的競合犯の科刑上一罪の関係にあり、公訴事実の同一性から、本件は二重起訴に該当すると認められる。前件は既に実体判決が確定した以上、前件判決の効力が当然本件にも及ぶはずであり、前掲説明を踏まえて、口頭弁論を経ずに、免訴判決を言い渡す。」旨判示している。

換言すれば、模倣品を販売する侵害行為がすでに別件において裁判所で下された判決が確定したため、刑事訴訟法第 252 条「次のいずれかに該当する場合、不起訴処分を下さなければならない。一、判決がすでに確定した場合。」、刑事訴訟法第 302 条「次のいずれかに該当する場合、免訴判決を言い渡さなければならない。一、判

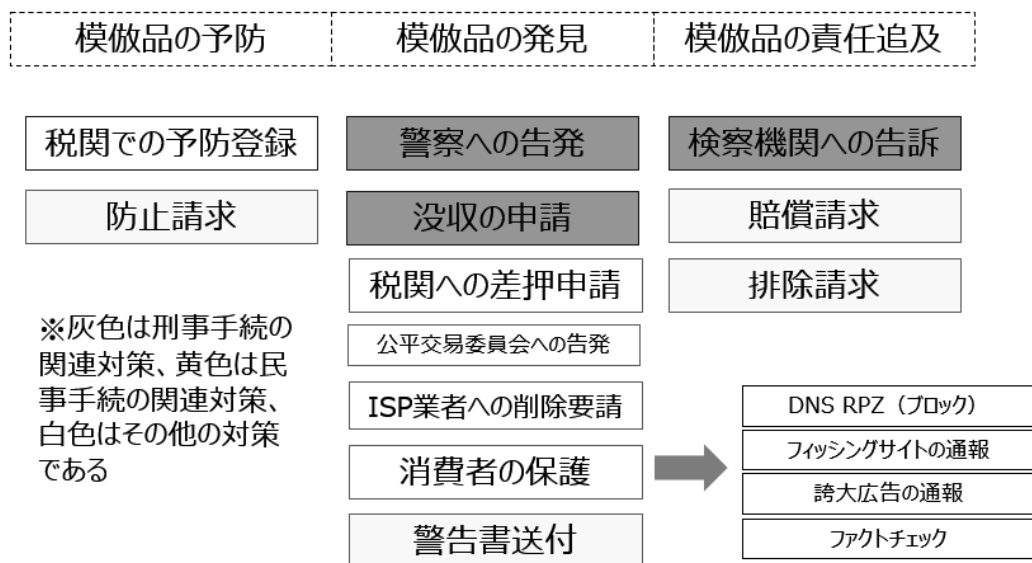
八、犯罪者の義務違反の程度。九、犯罪行為によって生じた危険や損害。十、犯行後の態度。」

決がすでに確定した場合。」に基づき、検察官は法により不起訴処分を下し、裁判所は法により免訴判決を言い渡さなければならない。

第三章 商標権侵害対策の最終目標に応じた具体的対策

在台湾日系企業からのヒアリングを通じて、台湾日系企業の多くは、下図に示したような IPS 業者への削除要求、税関での予防登録、及び民事・刑事責任の追及などの対策をとっていることがわかった。

権利者が取り得る対策のまとめ



刑事責任の追及について、インターネットの守秘性が高いという性質のため、実務上、多くは犯罪の被疑者を確認することができず、商標権者が諦めるという場合もあった。しかし、商標権侵害対策をとる最終目標を、商標権侵害品を根絶することから、ビジネス上の信用や消費者からの信頼を失うことを防ぐことに変えるべきであるとすれば、商標権者はすぐに諦めてはならない。実際、消費者がこれらのサイトに接触することを防ぐ方法は他にもある（図の右下に示す）。これらは他分野の模倣品にも適用することができ、しかも商標権侵害のみに限らない。

ICT の技術進歩や生成 AI の発展などを背景に、フィッシング詐欺などのサイバー犯罪やフェイクニュースの拡散が台湾においても社会問題化している。これらに対抗するために台湾当局や台湾民間組織は多くの新しい取組を進めている。インターネットを介した模倣品の問題は、一面ではネットを活用した詐欺行為である。以下に示す対策は、

今後も改善されながら強化されていくと思われるので、模倣品に困っている日本企業には、施策を注視しつつ、必要に応じて積極的に活用していただきたい。

一、 裁判所へのドメイン名差止、DNS RPZ（ブロック）の執行申立

調べると、台湾高等検察署はサイバー犯罪を摘発するための新たな手段として、2021年12月に査緝資通犯罪督導中心（サイバー犯罪の検挙、監督センター）を立ち上げ、「裁判所にドメインの差し止め、DNS RPZ（ブロック）の執行を申し立てる」推進計画を立てた。

財団法人台湾網路資訊中心（以下「TWNIC」という）の説明によると、TWNICは台湾域内のインターネットインフラ（ISP）を統合し、DNS RPZを構築した。DNS RPZは域内外の悪意のあるドメイン名やIPアドレスへのアクセスを制限することができ、情報セキュリティの第一線の防御措置とすることができる²⁰。

DNS RPZは、不適切なドメイン名やIPアドレスがメインノードのDNS RPZに書き込まれると、DNS RPZに参加しているすべてのサブノードが同時にこの不適切なドメイン名やIPアドレスへのアクセスを制限する。また、DNS RPZで制限されるドメイン名は国別コードトップレベルドメインが.twのものに限らない。

國家型 DNS RPZ 架構

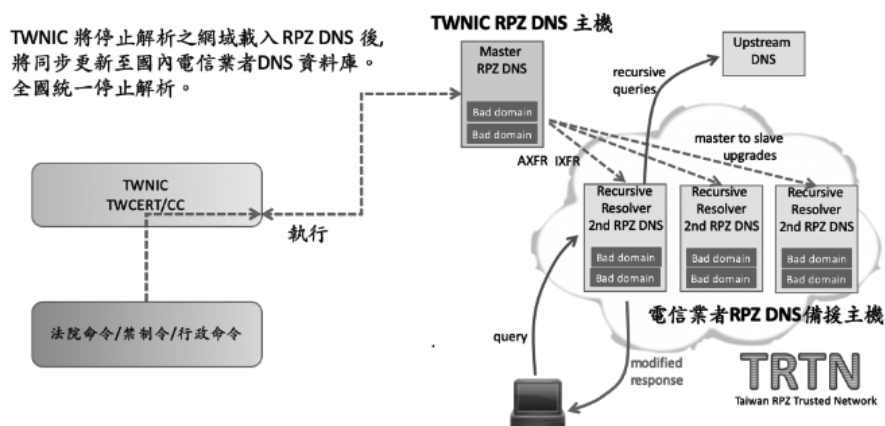


圖 1 國家型 DNS RPZ 架構

出所： TWNIC

²⁰ DNS RPZ の概要：<https://blog.twinc.tw/2020/09/23/15311/>（最終閲覧日：2024年1月17日）

DNS RPZ は、不適切または悪意のあるドメイン名へのアクセスに強制的な拘束力を持っているため、現在、TWNIC の DNS RPZ ポリシーによると、以下の 2 つの場合しか実行できない。

1. 裁判所及び行政命令によりブロックと裁定された場合
2. 犯罪防止のための緊急処理の場合

TWNIC の説明によると、1. 裁判所及び行政命令にブロックと裁定された場合の各段階の概要は次の通りである²¹。

- (1) 申立段階：申立人（如何なる人）が申立書類を整え、TWNIC に申し立てる。
- (2) 審査段階：TWNIC は申立ての書類が完備しているか、政府機関の公式文書や裁判所の裁定の有無を確認する。
- (3) 決定段階：TWNIC は RPZ に入れると決定し、申立人、ドメイン登録業者に通知し、透明性に関する報告を作成する。注意しなければならないのは、申立人は TWNIC の決定に対し、不服を申し立てることができないことである。

2. 犯罪防止の緊急処理の場合、TWNIC の説明によると、主に犯罪防止緊急案件の処理であり、(1) 選挙期間における執法機関による緊急申立て、(2) 重大な金融犯罪に関する緊急申立て、(3) 偽の政府公務機関のサイトに関する緊急申立て、(4) 詐欺サイトに関する緊急申立て、及び(5) ギャンブルサイトに関する緊急申立て、の 5 つの場合がある。被害を受けた機関が高等検察署、警察や調査機関に通報した後、検察や警察等の調査機関から TWNIC に申し立てる場合の各段階の概要は次の通りである²²。

- (1) 申立段階：高等検察署、刑事警察局、調査局及びデジタル発展部（併せて「信頼する通報機関」）から TWNIC に申し立てる。
- (2) 審査段階：TWNIC は申立ての書類が完備しているか、政府機関の公式文書の有無を確認し、ブロックするドメインのリストを作成する。
- (3) 決定段階：TWNIC は RPZ に入れると決定し、申立人、ドメイン登録業者に通知し、透明性に関する報告を作成する。

上述の 1. 裁判所及び行政命令にブロックと裁定された場合及び 2. 犯罪防止のための緊急処理の場合、いずれにおいてもドメインプロバイダの権利を保障し、ドメインプロバイダに苦情申立てのルートや関連情報を提供するために、ブロックされるドメインは特定のホームページ（Landing Page）に転送される。ドメインプロバイダの不服申立てが成立すれば、当該ドメインへの接続が解禁される。TWNIC の説明に

²¹ 裁判所及び行政命令にブロックと裁定された場合：<https://rpz.twnic.tw/d.html>（最終閲覧日：2024 年 1 月 17 日）

²² 犯罪防止緊急案件処理（RPZ 1.5 版）：https://rpz.twnic.tw/d_2.html（最終閲覧日：2024 年 1 月 17 日）

よると、実施してから、ブロックされたドメインプロバイダから TWNIC に不服を申し立てたことはないとのことである。

1. 裁判所及び行政命令にブロックと裁定された場合の TWNIC による執行状況に関して、食薬膨風広告専区（食品、薬品の誇大広告を公表するページ）（詳細は下記の三を参照）のサイトに掲載されたサイトは、行政命令の要求に適合し、食薬膨風広告専区のサイトに掲載されたことをもって DNS RPZ を申し立てることができるか否か、TWNIC 及び衛生福利部食品薬物管理署に問い合わせた。TWNIC は、「ブロック措置をする場合、裁判所による裁判や行政命令か、または刑事警察局や調査局を通じることが必要である。単純に当該アドレスを削除したいのであれば、次のアドレス <https://phishingcheck.tw/report> で通報することを勧める」と回答した。衛生福利部食品薬物管理署は、「TWNIC がドメインのブロックを実行する件について、検察官が裁判所にドメインの差止め及びブロックを申し立てる必要があるため、食品薬物管理署は、台湾台北地方検察署に対し、職務により調査するようという旨の書簡を送付した」と回答した。このことから、違法サイトが食薬膨風広告専区に掲載されたとしても、食薬膨風広告専区への掲載は行政命令に該当しないため、これをもとに DNS RPZ を申し立てることはできないものと思われる。

上述の 2. 犯罪防止のための緊急処理の場合の TWNIC による執行状況について、TWNIC の公式発表によると、緊急申請に基づいて DNS RPZ でブロックされたドメインは、2023 年（1/1 から 5/20 まで）の間に 10,853 件であり、2022 年には 2,910 件だった²³。緊急申請は、不適切または悪質なドメインの背後の運営者を明らかにすることに限らない。実例を挙げると、「バイアグラ OD フィルム 100mg」を販売するサイトの犯罪容疑者は明らかにされていないが、2023 年 5 月に台湾台中地方法院 112 年度声扣字第 16 号の裁定により、そのサイトのドメインが差し止められ、ブロックされた。

TWNIC が緊急申立てによりブロックしたドメインの数量及びこれまでの実例から、刑事訴訟法第 133 条第 1 項の「証拠とすることができる、または没収できる物を押収することができる」との定めに基づいて DNS RPZ が実行されることが増えたことが分かる。そのため、商標権利者が告訴や摘発する際には検察官、調査機関と積極的に話し合い、DNS RPZ を申し立てるよう求めることを勧める。

²³DNS RPZ2023/6/8 声明書：<https://blog.twNIC.tw/2023/06/08/27019/>（最終閲覧日：2024 年 1 月 17 日）

二、 フィッシングサイトの通報

フィッシングサイトとは、詐欺者が同じウェブページの内容や類似したアドレスを使用し、他人のサイトに見せかけたサイトであり、消費者を誤認させることにより当該サイトにアクセスさせ、元のウェブサイトのアカウントやパスワードを入力させることで、消費者のアカウントやパスワードを収集し、悪用する詐欺である。

この通報制度は TWNIC が提供するサービスであり、フィッシングサイトを発見した場合、誰でもこのプラットフォームで通報することができる（以下の画像の通り）。TWNIC の専門家が、フィッシングサイトかどうかの判定に協力する。サイトがフィッシングサイトである場合、台湾の全体のネットの安全を守るために、TWNIC は関連機関と連絡し、対処や削除をした上で、フィッシングサイトリスト

(<https://www.twcert.org.tw/tw/lp-152-1.html> 最終閲覧日：2024年1月24日)²⁴に公表する。公表されている資料から見ると、フィッシングサイトは殆どが金融詐欺関係であり、政府系企業の偽サイトや一部模倣品サイトが含まれる²⁵。

釣魚網站通報

Report

通報人 email (必填)

請輸入通報人email

釣魚網站 (必填)

請輸入釣魚網站網址

模倣對象位置 (必填)

- 國內
- 國外

出 所： TWNIC

²⁴ 公表されたフィッシングサイトサイトの種類を分析すると、最も多いのは金融保険、EC サイト、情報サービス、人材仲介、政府機関及び政府系事業で、また電信、製造業、エステ美容、教育サービス及び運輸倉庫業もある。

²⁵ TWNIC は 2022 年 4 月からフィッシングサイトのリストを公開している

(<https://phishingcheck.tw/phishingwebsites> 最終閲覧日：2024年1月24日)。統計資料によると 2022 年は 4 月 93 件、5 月 130 件、6 月 240 件、7 月 150 件、8 月 553 件、9 月 203 件、10 月 138 件、11 月 131 件、12 月 107 件である。2023 年は 1 月 1188 件、2 月 2202 件、3 月 3778 件であり、2023 年に入ってから 3 か月の統計資料を見ると、フィッシングサイトの公開数が数倍に増えていることが分かる。

三、 食薬膨風広告専区（食品、薬品の誇大広告を公表するページ）の活用

食品や薬品は人々の命、体、健康に直接に影響を与えるため、衛生福利部食品薬物管理署は、消費者の権利を保護するために、食品安全衛生管理法に違反する広告商品について、食薬膨風広告専区（食品、薬品の誇大広告を公表するページ）を設け、食品安全衛生管理法等に違反する広告を掲載する海外ウェブサイトを公表している。食薬膨風広告専区でよくある広告が違反した法規、及びページの利用方法について、次の通り説明する。

（一） よくみられる広告に関する違反

1. 食品安全衛生管理法

第 15 条第一項「食品または食品添加物が以下の状況のいずれかに該当する場合、製造、加工、調合、包装、運送、貯蔵、販売、輸入、輸出、景品としての提供、公開陳列してはならない。一、変質または腐敗した場合。二、未熟で健康に有害な場合。三、有毒であるか、人体に有害な物質または異物を含んでいる場合。四、病原体生物が寄生しているか、流行病学の調査により認定された食中毒を起こす病因。五、農薬や動物用医薬品の残留量が安全容量を超える場合。六、原子塵や放射能の汚染を受けた量が安全容量を超える場合。七、偽物や偽造がある場合。八、賞味期限を過ぎた場合。九、台湾域内で食用として供給されていないもの、且つ体に害がないことが証明されていない場合。十、中央の主務官庁の許可を得ていない添加物を添加された場合」。

第 28 条第一項「食品、食品添加物、食品用洗淨剤、および中央の主務官庁が公表した食品器具、食品容器、または包装の標示、宣伝、または広告に虚偽、誇張、または誤解を招くような内容があってはならない。第二項「食品において医療効果があるとの表示、宣伝、または広告をしてはならない」。

2. 化粧品衛生安全管理法

第 6 条第一項「化粧品に水銀、鉛、または中央の主務官庁に使用禁止された成分を含めてはいけない。ただし、当時の科学技術や専門知識水準において避けられない微量の残留成分が含まれる場合で、且つ微量の残留成分が健康に有害ではない場合はこの限りではない」。

第 10 条第一項「化粧品を表示、宣伝、及び広告に虚偽や誇張な内容があってはならない」、第二項「化粧品に医療効果があるとの表示、宣伝、または広告をしてはならない」。

3. 薬事法

第 69 条「本法で言う医薬品ではないものは、医療効果があるとの表示または宣伝をしてはならない」。

第 83 条「偽造医薬品または禁止薬品であることを知りながら、販売、供給、調剤、運送、郵送隠蔽、仲介、譲渡、または販売を意図して陳列する場合、最長 7 年の有期懲役に処し、またはニュー台湾ドル 5,000 万元以下の罰金を併科する」。

(二) 食薬膨風広告専区の利用方法

食薬膨風広告専区に特別に通報/摘発の専門ページが設けられていないので、次のルートを通じて違法のサイトの情報を提供しなければならない。

1. <https://faq.fda.gov.tw/Message.aspx> (最終閲覧日：2024 年 1 月 24 日) にアクセスし、「我有話要説明」というアイコンをクリックする。
2. 案件分類：檢舉 (通報) 類、薬品をチェックし、

3. 主旨を簡単に記入し、アドレスを提供し、当該アドレスを PDF ファイルに転換し、アップロードする。

4. 連絡先を記入し、アップロードする。

填寫個人資料 (必) 為必要輸入欄位

依個人資料保護法之規定，您於本系統填報具有特定目的之個人資料，本署不會於

(必填) 您的E-mail : ※請再次確認您的電子信箱是否正確，否則將無法

(必填) 您的E-mail確認 :

性別 : 男 女

您的其他E-mail : 多個E-mail請以逗號分隔

(必填) 真實姓名 :

(必填) 電話 :

傳真號碼 :

5. 食藥署が内部の行政作業でサイトが違法であると確認した場合、台湾域内のサイトであれば、地方衛生の主務官庁にさらに調査するよう求める。台湾域外のサイトであれば、食薬膨風広告専区に掲載する²⁶。

衛生福利部食品藥物管理署
FDA Taiwan Food and Drug Administration

請輸入關鍵字 ● 站台 ○ 站外 搜尋 進階搜尋

熱門關鍵字：食品添加物 營養標示 非登不可 基因改造

公告資訊 機關介紹 業務專區 法規資訊 便民服務 出版品 政府資訊公開 個人化服務

目前位置：首頁 > 公告資訊 > 食藥膨風廣告專區

請選擇年份：全部 分類：全部 全部 區域檢索：請輸入關鍵字 搜尋

序號	標題	發布日期
1	國外網站(https://www.twcialis.tw/)涉嫌違規廣告產品：Cialis	2023-08-17
2	國外網站(https://cialisbuy.tw/)涉嫌違規廣告產品：Cialis	2023-08-17
3	國外網站(https://cialisxe.com/)涉嫌違規廣告產品：Cialis	2023-08-17
4	國外網站(http://vagstrong.com.tw/)涉嫌違規廣告產品：Viagra	2023-07-24
5	國外網站(http://www.vapf.tw/)涉嫌違規廣告產品：Viagra	2023-07-24
6	國外網站(https://www.twviagra.net/)涉嫌違規廣告產品：Viagra	2023-07-24
7	國外網站(https://cialimall.com/)涉嫌違規廣告產品：Cialis	2023-07-20
8	國外網站(https://cialispros.com/)涉嫌違規廣告產品：Cialis	2023-07-20

²⁶ 商標權者は、前述の二、フィッシングサイトの通報時に (<https://phishingcheck.tw/report>) 模倣品サイトが食薬膨風専区に掲載された事を付記することで、当該模倣品サイトがフィッシングサイトとして公告される可能性が高くなる。

四、 台湾事実査核中心（台湾ファクトチェックセンター）へ連絡

台湾事実査核中心（台湾ファクトチェックセンター）は、台湾媒体教育観察基金会（Taiwan Media Watch）及び優質新聞発展協会（The Association for Quality Journalism）により 2018 年 4 月に共同で立ち上げたサイトであり、同年 7 月 31 日からファクトチェックの報告書を公表しはじめ、2020 年末に財団法人新北市台湾事実査核教育基金会となった。

当該基金会が公表した審査準則²⁷によると、検証する情報は、インターネットやソーシャルメディアプラットフォームから提供される疑わしい情報、一般の人々が当センターに通報するニュースや情報、及び、センターが自ら検索し収集した争議のある情報などがある。通常、ファクトチェックの結果は、正確である、一部誤りがある、誤りであるという 3 つのレベルに分類される。ファクトチェックの結果について報告書が作成され、ウェブサイトにて公開される。

五、 EC サイト業者との連携

台湾の主要 EC サイト業者（プラットフォーム）の知的財産権保護に関する取組を表に示す。各社の法務部門にヒアリングを行った結果、共通で言えることは、全ての EC サイト業者が自社のプラットフォームから模倣品を排除して、クリーンなサイトにしたいと強く願っているということである。すべての EC サイト業者は知的財産権保護の重要性を宣言し、保護のための基本的な取組を宣言した「知財保護ポリシー」や、権利者が模倣品を発見した場合、権利者（代理人を含む）からの請求により当該ページを削除する「権利侵害品販売ページの削除要求」を定めているので、積極的に活用したい。

販売者が模倣品を販売した事実に基づいてポイントを積み上げて、所定ポイントになったら登録を抹消する「ペナルティポイントシステム」は、EC サイト上での販売者が個人主体であるか事業者主体であるかによって異なるようである。個人による個人への販売（CtoC）が多い蝦皮購物（Shopee）や露天には、このシステムが設けられている。一方、事業者による個人への販売（BtoC）が多い momo や PChome にはない。設けていない理由は、模倣品を出品しないよう厳しい契約を事業者と取り交わしており、もしも知的財産権侵害品を販売した場合には、高額の罰則請求や取引停止を適用できるからということである。

²⁷ 台湾ファクトチェックの審査準則はリンクを参照ください：<https://tfc-taiwan.org.tw/about/principle>（最終閲覧日：2024 年 1 月 17 日）。

一部の EC サイト業者は、「権利侵害品販売ページの削除要求」よりも更に進んだ取組をしている。具体的には、独自のプロジェクトを展開し、権利者企業から提供された情報（商品に関するキーワードや真正品の販売価格帯など）に基づいて、EC サイト業者自らがサイト巡回を実施し、模倣品が疑われる出展情報のリストを定期的に権利者に提供する。権利者企業は提供されたリストの掲載ページなどを確認し、模倣品か否かを判断し、EC サイト業者に返答する。そして EC サイト業者は模倣品のページを一斉に削除するというものである²⁸。

日系企業に推奨したいのは、模倣品に困っている企業は、是非、EC サイト業者の法務担当やブランド保護担当部署に直接アプローチして、自社の被害状況を示し、対策の強化を強く訴えてもらいたいということである。模倣品の流通に関して最も情報を把握しているのは彼ら EC サイト運営業者である。個人情報保護などを盾にする彼らから出品者に関する情報を引き出すことは容易ではない²⁹。しかしながら、クリーンなプラットフォームにすることは、権利者と EC サイト業者の共通のゴールであることは明らかで、両者が協議することで、多くの新しい対策アイデアが生まれるだろう。

²⁸ 加えて、EC サイト業者からはヒアリングで「個人情報保護法で保護される情報は権利者に提供できないが、プロジェクト参加企業には、それ以外のある程度の情報は提供できる。例えば、サイト巡回で得られた結果から、当社が更に分析を進め、在庫を多く持つ業者（出荷頻度が多い業者、大量に出荷している業者、受注から出荷までの時間が短い業者は、在庫が多いと推測）の目星を付けて、その出品ページ情報を権利者に提供できる。その情報に基づき、現物購入などの最終確認を行うなどして、警察への告発に利用してほしい。」との回答があった。

²⁹ ある EC サイト業者からはヒアリングで「原則的に当社で商品を販売している人は企業以外に個人販売者も多数おり、個人情報保護法の規定を遵守するため、当社は、主務官庁又は裁判所から書簡によりデータ提供の要求がある時だけ個人情報の提供ができる。」との回答があった。

	蝦皮購物 (Shopee)	露天	Momo	PChome
代表的なプラットフォーム	・蝦皮購物 (CtoC、BtoBtoC、 BtoC が一体化)	・露天拍賣 (CtoC)	・momo 購物網 (BtoC) ・momo 摩天商城 (BtoBtoC)	・PChome 24h 購物 (BtoBtoC、一部 BtoB) ・PChome 線上購物 (BtoC)
知財保護ポリシー	あり	あり	あり	あり
権利侵害品販売ページの削除要求	可	可	可	可
ペナルティポイントシステム	あり	あり	なし	なし
権利者・取締機関との特別な協力	あり	なし	なし	なし
模倣品出品を抑制するための取組	・ペナルティポイントシステムに沿った処罰 (出品停止、アカウント凍結等) ・新規アカウント作成時には、本人確認を求めている。	・ペナルティポイントシステムに沿った処罰(出品停止、アカウント凍結等)	・模倣品を出品しないよう厳しい契約を取り交わしている。	・模倣品を出品しないよう厳しい契約を取り交わしている。

(出典：2021年に実施した各企業へのヒアリングに基づき作成)

第四章 まとめ

インターネットで権利侵害品や模倣品の販売が出回っているが、商標権侵害対策の最終目標は商標権侵害品の撲滅から、ビジネス上の信用や消費者からの信頼の喪失を防ぐことに変えるべきではないかと考えられる。前述の蝦皮（shopee）が《第三方支付服務業防制洗錢及打擊資恐弁法（仮訳：第三者決済サービスによるマネーロンダリングとテロ資金供与の防止対策法）》に合わせて作ったアカウントの身分認証制度や、台湾高等検察が推進する DNS RPZ（ブロック）の仕組みからは、台湾政府がサイバー犯罪を取り締まるために継続的に革新的で創造的方法を提案していることがうかがえる。

最近、デジタル発展部部長はメディアのインタビュー³⁰で、デジタル発展部の将来の計画を示し、1. Google、Microsoft、Amazon に台湾でデータセンターを設立するよう促すことや、2. 電子簽章法（電子署名法）の改正を推進することに言及した。デジタル発展部の説明によると、電子簽章法（電子署名法）の改正は、デジタル発展部が、金管会の証券投資信託及顧問法（証券投資信託及び顧問法）第 70 条の 1 によって金融広告につき実名制を求めることを参考にして、『デジタル信頼』制度を提案したものであるとのことである。広告主には電子署名（実名制）を求めるものであるが、現時点ではまだ検討中であり、具体的な草案はまだないとのことである。

以上から、台湾政府はインターネット関連犯罪を徹底的に撲滅することに対し、大変積極的な姿勢をとっていることが分かる。将来、完備された司法制度を通じて、ソーシャルメディアプラットフォームからの情報取得の速度が大幅に向上し、捜査のプロセスが簡素化され、サイバー犯罪の検挙効率が高められると思われる。

しかし、そのような司法制度が完備されるまでの間も、商標権者は可能な範囲で、例えば、模倣を難しくすること、消費者に正しい情報を発信すること、前述の対策を利用することなど、自らの商標を最大の努力で守ることが必要であり、インターネット上の侵害の対策について、消極的または無関心になってはならない。

第五章 一問一答

質問 1：保安警察第二総隊刑事警察大隊（現在の智慧財産権偵査大隊）と一般警察の業務の違いは何か？

³⁰ 自由時報 2023/8/20 財經新聞「唐鳳：インターネット広告に電子署名を導入」。

保安警察第二総隊刑事警察大隊は2014年1月1日に内政部警政署保安警察第二総隊第一大隊（知財保護隊）が改編した警察の部署であり、本部は新北市新店区安豊路にあり、管轄下には三つの中隊があり台北、台中、高雄に駐在し、知的財産権の保護に関する業務を行っていた。經濟部智慧財産局が2023年4月に公布した内政部警政署保安警察第二総隊刑事警察大隊の成果統計表³¹によると、インターネットを介した事件が全体の86.18%を占めており、案件数は商標権、著作権、営業秘密の順である。一般警察の担当する事件は特に専門がなく、例えば、交通業務、消防救災業務、営業管理業務及びその他違法行為がその業務範囲である。

2024年1月、台湾政府は、平時から戦時への転換時の重要インフラの安全を強化するため、内政部警政署刑事警察局を拡大編成した。内政部警政署刑事警察局のウェブサイトの説明によると、拡大編成後の内政部警政署刑事警察局には、第一から第九偵査大隊、電信偵査大隊及び智慧財産権偵査大隊が含まれる³²。この拡大編成により、2024年1月以降、知的財産権に関する法令違反の取り締まりは智慧財産権偵査大隊が行うこととなった。

質問2：独自サイトを介した模倣品で、サイト開設業者を特定することが不可能な場合が多い。被疑者が特定できない場合でもサイトのブロックは可能か？

以前は、ドメイン登録事業者が「通知と削除」という仕組みがあるものの、実際に要請するに当たって、たいいていのドメイン登録事業者が台湾域外の業者であるため、効率的に連絡する手段が

³¹ 2023年4月内政部警政署保安警察第二総隊刑事警察大隊による成果統計表：
<https://www.tipo.gov.tw/tw/cp-169-923101-57c95-1.html>（最終閲覧日：2024年1月24日）

³² 内政部警政署保安警察の組織説明：
<https://www.cib.npa.gov.tw/ch/app/artwebsite/view?module=artwebsite&id=1439&serno=ec073054-69f8-4431-9f45-cc5c2e821ff1>（最終閲覧日：2024年2月17日）
<https://www.cib.npa.gov.tw/ch/app/artwebsite/view?module=artwebsite&id=1387&serno=c8c098f4-1c6f-4d0b-9f1f-b07d0da4b57c>（最終閲覧日：2024年2月17日）

ない、連絡をしても回答がない、公認証の判決を提供しなければサイトのブロックできないなど、なかなか進展しないことがあった。

だが、近年は、ドメイン登録事業者ごとに通知システムは異なるが、例えば WebNIC は、通報して問題のページのスクリーンショットを提供すれば、WebNIC が通報を受けた後、そのページの申請者に伝え、ページ申請者が反論しない場合、WebNIC は当該ページを削除する措置をとる。現在、各ドメイン登録事業者にとって煩雑であった「通知と削除」の手順の簡略化が進んでおり、権利者の負担も大幅に軽減されてきている。

また、同一サイトに正規品と模倣品の両方が販売されていた場合、当該サイトに模倣品が存在する事実にかわりないので、ドメイン登録事業者に通報して削除するよう申請できる。

質問 3：ドメインプロバイダに自主通報してすでにサイトが閉鎖した場合、保安警察第二総隊刑事警察大隊（現在の智慧財産権偵査大隊）のその後の捜査に影響はないか？

保安警察第二総隊刑事警察大隊は、商標権者が自発的にドメインプロバイダに通報し、且つドメインプロバイダがウェブサイトの開鎖に協力した後でも、ウェブサイトの IP アドレスを調べることができる。

しかし、ウェブサイトを閉鎖したことで商品の注文ができなくなり、保安警察第二総隊刑事警察大隊がその金流（銀行口座など）、物流（発送元の住所）などから侵害者を特定するための情報収集ができなくなることを避けるため、商標権者が注文ページ、配送完了のショートメッセージ、商品の受領書、模倣品及び模倣品のパッケージの実物などを提供することによって、保安警察第二総隊刑事警察大隊が更に銀行や物流業者に係る金流、物流など必要な証拠の調査が行えるように、先に商標権者が自ら注文

し、支払い、且つ模倣品を受領してから、ドメインプロバイダに通報することを推奨する。

質問4：模倣品の購入時、コンビニでの受け取りと宅配、カード決済と現金着払いなどが選択できるが、どちらが保安警察第二総隊刑事警察大隊（現在の智慧財産権偵査大隊）の捜査にとって有益なのか？

通常、宅配サービスは運送会社に委託しているため、運送会社の社内情報を裁判所の命令で提供する場合は従わざるを得ないにしても、警察からの要求に対してどこまで従うのかについては、各社の基準（個人情報保護等のポリシーなど）が違う可能性が考えられる。

実務経験からみると、7-11、ファミリーマートでのコンビニでの受け取りは、比較的捜査に協力的であり、保安警察第二総隊刑事警察大隊の対応にも慣れている。また、保安警察第二総隊刑事警察大隊の説明によると、ファミリーマートが最も協力的とのことである。そのため、商標権者が模倣品を注文する際、保安警察第二総隊刑事警察大隊がより完全な金流及び物流の情報を取得し、侵害者を特定できるように、選択できるのであれば、他の支払・受取方法よりも優先的にファミリーマートのコンビニ受取サービスを利用することを推奨する。

クレジットカードや商品着払いを問わず、保安警察第二総隊刑事警察大隊はいずれも金流を調査できるため、いずれを選択してもよい。

質問5：告訴と告発の法的効力及び警察の摘発行動に対する実効力の違いについて

両者とも権利者が刑事手続を発動させる表示だが、その主体又は法的効力は異なる。

	主体	効力
告訴	犯罪の被害者、又はその被害者と特定関係がある者	<ol style="list-style-type: none"> 1. 刑事手続を発動させる 2. 親告罪の場合、訴追の必須条件 3. 再議を申出することができる
告発	誰でも	刑事手続を発動させる

なお、実務経験からいうと、「告訴」の方が警察は事件を重視する。裁判段階でも差異がある。検察や裁判官は捜査段階や裁判中に、頻繁に告訴人の意見を確認する（和解や予定する処分内容について）。「告訴」は裁判所に対して当該事件を権利者が重視しているとのプレッシャーを与える手段になる。

質問6：当社の模倣品は「本物ではない（〇〇から出てきたものではない）」という意味のコメント付きでネット上で売られているが、権利侵害を構成するか？

デットコピーであれば、商標権侵害にも著作権侵害にも該当する。購入者の認識（模倣品と知って購入したか否か）は関係ない。販売者（転売者）に、悪意があるか否かがポイントになる。なお、本物と一部相違する被疑品であれば、誤認混同するか否かも論点となる。

質問7：模倣品の販売者を警察に告発/告訴したが「模倣品であることを知らなかった」と言い逃れされて不起訴になるケースが多い。起訴に持つていくための証拠収集方法などのアドバイスを頂きたい。

まず、警察の捜査過程で、権利者が鑑定に協力しない場合があるが、警察には必ず協力すること。第二に、「模倣品であることを知らなかったか否か」は故意の有無の主観的な要件判断と関わ

るため、権利者はできるだけ多くの証拠（過去の犯罪歴や取扱数が多いことから模倣品と知っていたはず、転売者は模倣品に対する注意力が高い、正規ルートから購入しなかったことは不自然であるなど）を集めて、起訴の可能性を引き上げることができる。

質問 8 : 2022 年 4 月 15 日の商標法改正で第 97 条の「明らかに知りながら」の文言が削除された。その結果、刑事処罰は「故意」が要件となると理解している。この改正により被疑者が起訴され易くなるのか。

2022 年 4 月 15 日の商標法改正前の商標法第 97 条には「他人がなした前二条の商品であることを明らかに知りながら、販売、または販売を意図して所持、陳列、輸出または輸入した場合、1 年以下の懲役、拘留、またはニュー台湾ドル 5 万元以下の罰金を科し、またはこれを併科する。電子メディアまたはインターネットを通じた方法で行った場合も同じである。」と規定されていた。環太平洋パートナーシップに関する包括的及び先進的な協定

(CPTPP) 第 18・77 条の規定に合わせて、「明らかに知りながら」の文言が削除され、これにより、一般刑事処罰は故意を要件とする原則に回帰し、商標法第 97 条の規定は「他人がなした前二条第一項の商品を、販売、または販売を意図して所持、陳列、輸出または輸入した場合、1 年以下の懲役、拘留、またはニュー台湾ドル 5 万元以下の罰金を科し、またはこれを併科する。電子メディアまたはインターネットを通じた方法で行った場合も同じである」に調整された。

商標法第 97 条の改正はまだ施行日が公表されていない（2024 年 2 月 20 日現在）。現在のところ、実務上ではまだ大きな変化はない。刑事訴訟の裁判官の一部には、商標法侵害の要件が「明らかに知りながら」との要件があることから、現在でも一般の刑事事件よりも被疑者の悪意性が高いことが必要と考える裁判官もいる。

質問 9 : 食薬膨風広告専区の利用方法を説明していただいたが、模倣品について通報した場合には、食薬署のサイトに掲載される以外にどのような制裁等が下されるのか？

模倣品サイトの IP アドレスが台湾域内のものであること、または実質的な管理者が台湾域内にいることが調査できれば、食薬署は模倣品回収などの行政措置や行政処罰ができる。だが、IP アドレスが台湾域外のものである場合には台湾の法の適応ができないので、食薬署はさらに追求することができないと考えられる。

知的財産権における侵害対策のご案内

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：03-5573-2607

FAX：03-5573-2601

日本台湾交流協会HP：<https://www.koryu.or.jp>

台湾知的財産権情報サイト：<https://chizai.tw/>

[特許庁委託] インターネットを介した模倣品に対する実践的対応策の検討

令和6年3月 発行

【禁無断転載】

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

執筆協力：萬国法律事務所

台北市大安区仁愛路三段136号13階

リサイクル適性[®]

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。