台湾における並行輸入の適正化によるブランド保護

理律法律事務所　弁護士　羅秀培

概要

本稿は、特許庁委託事業の一環として、公益財団法人日本台湾交流協会が2021年3月に発行した「台湾における並行輸入の適正化によるブランド保護」報告書[1]を最新の情報も踏まえて再編集したものである。グローバル化の世界で、商品が自由に取引、流通されるトレンドを完全に止めることは困難である。だが、その流れに乗りつつ、企業の重要な資産であるブランドを保護するために、商品の企画段階から、宣伝広告、アフターサービスまで正規品と並行輸入品との差別化を最大限に図り、知的財産権の権利化と権利行使、並行輸入業者の法令違反の摘発、ECサイトとの連携など、ビジネスと法律的視点から網羅的な対応策を提案してみた。

1．並行輸入とその背景

「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を輸入することをいう。

内外価格差が一定範囲を超える場合、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。しかし、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できず、正規代理店のグッドウィルにただ乗りして安い価格で並行輸入品を販売できることは、実質的に公平な競争ではない。

また、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正規品の発売日が遅れることになる。正規代理店等は、商品の検査・認証を済ませ、適正な商品表示や合格シールの貼り付け等をしてから、はじめて台湾で正規品を売り出すことができる。一方、並行輸入業者は法令順守のコストをかけず、いち早く並行輸入品を台湾の消費者に届けられる。このように、台湾市場において、認証済みの正規品と、認証を得ていない並行輸入品が同時に流通されると、ブランドのイメージ低下につながる。

更に、企業はグローバル展開の中で、地域ごとにラインアップと仕様を決め、区別させる商品戦略がある。これは、現地独自のブランド力を構築するほかに、各地域の物価水準、売れ筋や消費者の好み、法令ないし産業基準の規格に対応するためでもある。また、現地正規代理店は、それ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している。ただし、並行輸入業者は巧妙な方法で海外の個人や会社から台湾仕様でない商品を転得した後に、台湾の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している。並行輸入業者による商品の改変も、ブランドオーナーとしてアクションを取りたい。

2．並行輸入の予防策

並行輸入予防策の中心として、正規品と並行輸入品との間で意図的に差異を作ることが最も重要である。その目的は、消費者による正規品の購入

1　台湾知的財産権情報サイト（https://chizai.tw/report/）から入手可能である。

意欲を喚起するとともに、並行輸入品のコストを高め、販売意欲を削ぐことにより、並行輸入品の発生を抑えるためである。

２－１　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

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当然であるが、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を企画することも考えられる。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る。

（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、及び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。

２－２　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

現地の弁護士に許容性を確認した上で、代理店契約において販売制限・輸出制限の条項を入れる。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、電圧やコンセント形状など、明らかに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ろう。

２－３　台湾における対策

（1）消費者への広告宣伝

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、台湾代理店の正規品に、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等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享受できないなど消費者に不利益があることを詳しく記載する。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

以下のことがモニタリングの対象として挙げられる。

- 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るか。
- 製造番号やシリアル番号を抹消・改変している

か。
・認証を得ないままで並行輸入品を販売しているか。
・並行輸入品に中国語の商品表示の不備・不実があるか。
・宣伝広告に虚偽・不実があるか。
・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あるか。
・海外で贈呈された景品を並行輸入し、無断で販売しているか[2]。
・正規品と並行輸入品との差異があるか。
・並行輸入業者が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[3]を超えていないか。
・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。

２－４　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[4]。

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[5]を紹介する。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。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。

３．並行輸入の対応策

３－１　商標権

並行輸入品は、台湾商標法第36条第2項における「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」に当たる。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はできないが、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、並行輸入

2　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になる。台湾知的財産局『商標法逐条解説』（2017年）142頁。

3　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、「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」との判断基準が示されている。
　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。

4　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7月25日）

5　https://sellercentral.amazon.co.jp/gp/help/external/G200936440?language=ja_JP&ref=efph_G200936440_cont_G521（最終閲覧日：2021年7月25日）

表1：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	
実質的差異なし	実質的差異あり（認証等）	権利者の意による差異	並行輸入者による加工改変
・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	（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、商品検験法違反等） ・警告状の送付	・「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
×	▲	▲	●
商標権侵害の可能性			

（著者作成）

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で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、無断で商品の改変を行った並行輸入業者に対して、刑事告訴を行い、刑事責任を追及することができる[6]。

米国では、並行輸入品と正規品との間に、商品の形態や品質等僅かな物理的差異、又は物理的でない差異（例えば製品保証又はアフターサービス）のみがある場合も、「実質的差異」（material difference）があるとし広く商標権の権利行使を認め、並行輸入を禁止している[7]。また、中国では、製品強制認証を得ていないタイヤの販売が商標権侵害に当たるという先例が既に確立した[8]。

台湾では裁判例がないが、本稿は、商標法に基づいて、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」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。小規模や軽微な案件は、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が考えられる。

３－２　著作権

著作権法の適用については、著作物[9]か、著作物でないかによって対策が異なる。並行輸入業者が流通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商品については、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り、改めて知的財産権の権利化の重要性を強調したい。もし商標登録がなければ、下記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。

6　最高裁判所82年度（1993年）台上字第5380号刑事判決、台北地方裁判所106年度（2017年）智易字第52号刑事判決。
7　SKF United States, Inc. v. ITC, 423 F.3d 1307（Fed. Cir. 2005）, Societe Des Produits Nestle, S.A. v. Casa Helvetia, Inc., 982 F.2d 633（1st Cir. 1992）.
8　湖南省長沙市中級人民法院（2009）長中民三初字第0073号民事判決。
9　台湾著作権法第５条において、著作物の例示として、言語、音楽、舞踊・無言劇等、美術、写真等、図形、映画・映像等、録音、建築、コンピュータプログラムの著作物が挙げられている。著作物とは、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するものをいうことから、実用品について、場合によって美術の著作物としては認められないが、美的鑑賞の対象になりうるような実用品は、著作物として認められる余地があると思われる。

表２：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（例えば絵本、ぬいぐるみ）	・台湾国内での流通を目的とする輸入行為：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 ・輸入後の流通行為は著作権侵害罪[10]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（例えばキャラクターのプリント付きマグカップ）	・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、下記知的財産権以外の法律により主務官庁に告発する

（著者作成）

３－３　知的財産権以外の法律

その他の法律も活用しつつ対策を組む必要がある。電信管理法、商品検験法をはじめとする、商品認証を要求する法律がある。また、商品標示法、公平交易法等は、並行輸入業者に適切な標示、広告を促す役割を果たしている。

（1）電信管理法

電信管理法及び関連規則により、電波利用の秩序を維持するために、電波規制高周波機器の製造、輸入、販売が規制されている。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。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。合格シールのイメージは下記の通りである。

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、オンラインで告発を行うことができるように国家通訊伝播委員会（以下、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/POP30/（中国語「型式認証検挙」をクリックされたい。）

違法の態様により、実店舗・オンラインショップの資料、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。

（2）商品検験法

商品検験法に基づいて検査・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り、そのイメージは以下のとおりである。

10　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、行政院の審議を経て、2021年4月12日に立法院に提出された。

認証なく輸入、販売した場合、過料に処するとともに、主務官庁は回収是正、没取、廃棄、その他必要な措置を命じることができる

経済部商品検験局は、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。

表3：2016年から2020年までの商品検験法違反件数

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

（出典：経済部標準検験局の商品安全情報ネットワークに公表された2016年度から2020年度までの違反事例要約に基づき著者作成）

商品検験法違反を経済部標準検験局に告発する場合、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。

“経済部標準検験局” https://www.bsmi.gov.tw/wSite/sp?xdUrl=/wSite/petition/MailMessage1.jsp&ctNode=2946&mp=1

（3）商品標示法

並行輸入業者は、商品標示法に従い、適正に表示する義務がある。輸入者の名称、電話番号、住所、製造日、有効期間、また中国語の表示及び説明書を加えることも要求される。その内容は、原産地の表示及び説明書より簡略であってはならない。上記並行輸入予防策で紹介されたラベル表示や説明書の工夫（詳細表示を推奨）は、この法律の定めに合わせた、並行輸入品のコストを高める一策でもある。

商品標示法について、中央官庁（経済部）における窓口がなく、地方政府の主務官庁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。

表4：商品標示法の直轄市担当官庁

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

（出典：各市政府（ママ）への確認に基づき著者作成）

A. 公平交易法

公平交易法における並行輸入に関連する主な規制として、虚偽広告[11]が禁止されている。違反行為につき、公平交易委員会は過料に処するほかに、是正を命じることができる。典型的な事例として、総代理店からの商品と偽称したものが挙げられる。

前記提案した予防策の具体例（ラベルに予め輸出先の代理店情報を表示しておく）として、知的財産裁判所107年度（2018年）公上字第4号民事判決を紹介する。

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

11　公平交易法第21条には､「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。」（筆者訳）との定めがある。

削除せず、また適切な輸入者の表記もせず[12]、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と勘違いして、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の虚偽広告に当たるとして、差止め[13]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湾ドル100万元の損害賠償請求を認容した。

虚偽報告を公平交易法の主務官庁である公平交易委員会に告発する場合、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。

"服務信箱公平交易委員会" https://www.ftc.gov.tw/internet/main/mailbox/notice.aspx?mid=1057

4. まとめ

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する。海外でどのような経由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、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。侵害が比較的に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り、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

12　別途、商品標示法の違反により３万元の過料に処された。
13　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。

表５：正規品と並行輸入品の差異と、適応可能性のある法律との関係

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、商品検験法、商標法
商品標示が不適切	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

（筆者作成）

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。

　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。以上簡単に表にまとめてみた。その他は紙幅の都合上割愛したが、詳細は報告書を参照されたい。