模倣品・海賊版対策の相談業務に関する年次報告

2022年６月

政府模倣品・海賊版対策総合窓口

はじめに

（政府模倣品・海賊版対策総合窓口の設置の経緯と概要）

内閣に設置された知的財産戦略本部は、「知的財産推進計画2004」により『権利者や企業等からの相談に対し、迅速に対応するために、政府における一元的な相談窓口を経済産業省に設置するとともに、関係府省が一体となって連携する体制を整備する。』との答申を取りまとめました。この答申を受け、2004年8月に経済産業省製造産業局模倣品対策・通商室（当時）に政府の一元的な相談窓口として「政府模倣品・海賊版対策総合窓口（以下「政府総合窓口」という。）」が設置され、相談業務をスタートしました。以来、政府総合窓口では、権利者や企業等からの相談や申立て、情報提供等に対し、関係省庁、関係団体と連携をとりつつ、丁寧かつ迅速な対応に努めています。

なお、2020年4月に政府総合窓口は経済産業省の製造産業局から特許庁に移管しています。

（近年の模倣品・海賊版を巡る状況）

近年の模倣品・海賊版を巡る状況は、一部改善の兆しもみられるものの、依然として中国を始め世界中で被害が発生していますが、模倣品・海賊版の撲滅に向けた多国間・二国間での国際的な枠組みや、各国の知財関連の制度整備が進展し、被害発生国における知財保護意識や、取締当局の執行能力の向上も図られてきています。

しかしながら、模倣品・海賊版による被害は、法の目や取締当局の監視の目をかいくぐるように、一層巧妙化、悪質化しており、侵害行為を何度も繰り返す再犯も後を絶たない状況にあります。さらには、インターネットの普及と国境をまたいだ電子商取引の急速な進展に伴い、模倣品・海賊版被害は、インターネット上でも急速に拡大している状況にあります。

このように、模倣品・海賊版はリアルマーケットに加えて、インターネット上でも世界規模で流通しており、大きな問題となっています。模倣品・海賊版の氾濫を放置すれば、本来、権利者が得るべき利益が剥奪され、また、企業が長年の信頼と努力によって培った企業のブランドイメージを悪化させます。さらには、イノベーションを創造する企業の多大な努力の上に、何も努力しない第三者が、「ただ乗り」する模倣品・海賊版行為を見過ごせば、企業のイノベーションと知的財産の創造意欲を減退させることにもつながり、経済社会の発展にとっても大きな害を及ぼします。また、粗悪で品質の劣る模倣品が出回ることで、消費者の健康や安全を脅かすことにもつながり、社会の持続的な成長を阻害する要因にもなります。

2021年は、新型コロナウイルス感染症が依然として世界で猛威を振るい、インターネット上での模倣品・海賊版被害が引き続き国内外の調査等でも報告され、インターネット上の模倣品・海賊版対策の必要性が改めて確認された１年と言えるでしょう。このような状況変化も踏まえ、各省庁においても各種法令改正を推し進め、インターネット上の模倣品・海賊版対策強化が図られています。

（本報告書について）

2005年6月10日に、知的財産戦略本部で決定された「知的財産推進計画2005」において、政府模倣品・海賊版対策総合窓口に関する年次報告書を作成することが明記されました。本報告書は、2021年の政府総合窓口の業務内容を取りまとめ、報告するものです。

政府総合窓口の業務報告

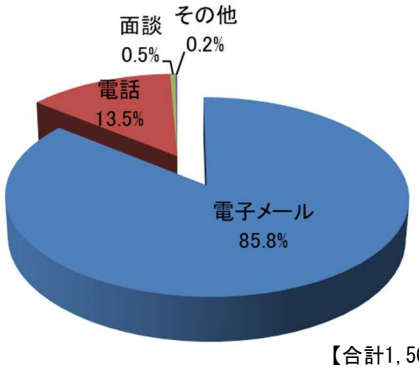
1．相談業務の状況

（1）政府総合窓口の相談受付状況

①受付件数の推移

政府総合窓口では、2004年8月の設置以来、2021年12月末までに合計17,251件の相談や情報提供等を受け付けました。2021年の受付方法は、電子メールでの受付が、電話や面談での受付を大きく上回り、全体の85.8%を占めており、政府総合窓口での相談、情報提供等の受付開始以来その傾向に大きな変化は見られません。**（図表1）**

図表１　受付方法の内訳（2021年）



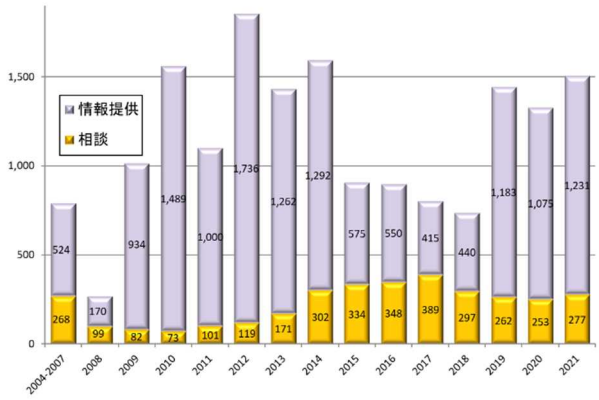
【合計1,508件】

（注）「その他」は、郵送等で持ち込まれた件数

2021年1～12月の受付件数の総数は、2020年と比べて大きな変化はなく、1,508件となり、このうち相談件数は277件、情報提供件数は1,231件でした。**（図表２）**

この相談件数（277件）の内訳は、被害を受けた権利者からの相談は111件、模倣品等を購入した消費者からの相談は44件、その他の相談は122件でした。また情報提供件数（1,231件）は2020年（1,075件）と比べて若干増加し、2021年も2020年に引き続き違法アップロードに関する通報、またCtoCマーケット、SNSにおける模倣品販売に関する通報が多く寄せられました。

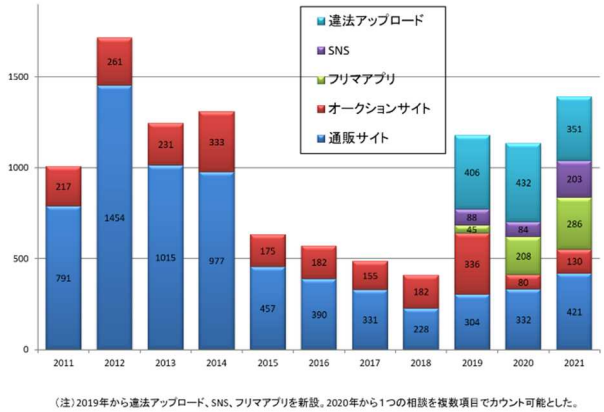
図表２　受付件数の推移（2004～2021年）



②インターネット取引関連の相談・情報提供

2021年のインターネット取引関連の相談・情報提供（通販サイト、オークションサイト、フリマアプリ、SNS、違法アップロードを合計したもの）は、「項目ベース」[1]で1,391件となっています。**（図表３）**

図表３　インターネット取引関連の相談・情報提供の推移（2011～2021年）[2]



（注）2019年から違法アップロード、SNS、フリマアプリを新設。2020年から1つの相談を複数項目でカウント可能とした。

また、2021年は、2020年と同様に2018年までほとんど見られなかった違法アップロード、SNS、フリマアプリ内で見つけた模倣品・海賊版に関連する相談・情報提供が多くあり、2021年については、違法アップロード以外は件数が増

[1] 1つの相談案件で侵害発生対象（通販サイト、オークションサイト、フリマアプリ、SNS、違法アップロード）が複数ある場合は、その複数項目数をカウントしています。

[2] 窓口での相談等の受付開始から2019年までの数値は、1つの相談案件に複数の相談対象がある場合でも代表的な項目を1つ取り上げて1件とカウントしていました。2020年からは脚注1のとおり運用を変更し、1つの相談案件でも複数項目数をカウントとしています。

加し、特にSNSとフリマアプリが増加しています。

なお、政府総合窓口には、知的財産権を侵害しているとされる通販サイト、フリマアプリ、オークションサイト等に関する情報提供が一般の消費者から数多く寄せられています。

政府総合窓口で受けたこれらの情報提供については、警察庁など関係機関にも共有しています。

さらに、近年の相談の中には、フリマアプリやオークションサイト、SNSなどを利用したインターネット上の個人間取引に関する相談・情報提供も数多く寄せられており、「項目ベース」で2021年の電子商取引関連の相談・情報提供数（インターネット取引関連から違法アップロードを除いた取引）1,040件のうち、これら個人間取引（フリマアプリ、オークションサイト、SNSの合計）に関するものが619件、59.5%を占めています。

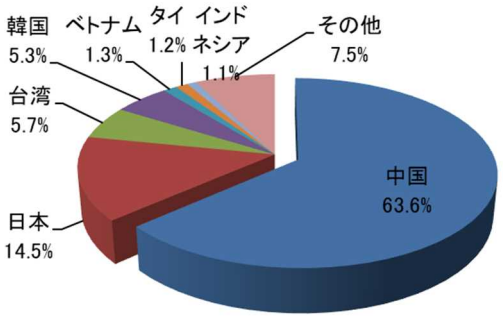
（２）国・地域別の相談件数

2004年～2021年の間に受け付けた相談案件3,375件のうち、模倣品の製造（発生）国・地域が判明しているものが「項目ベース」[3]で773件ありました。このうち中国（香港を含む）に関する相談案件が全体の約6割を占めています。次に、日本国内での案件に係る相談が多く、台湾、韓国が続きます。**（図表４）**

ただし、日本に関する相談の内容は、「近隣の店舗の名称が有名ブランドと似通っている」、「自己の商号等が他社の商標と同一であるが大丈夫なのか」といった国内での商標や商号の使用に関するものも多く、必ずしも模倣品の製造国が日本であるという内容ではない点に留意が必要です。

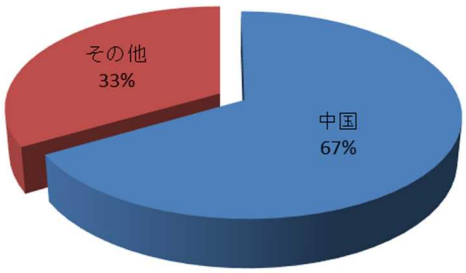
2021年の海外での模倣品の製造（発生）国・地域を見ると、「項目ベース」で中国に関する相談案件が全体の6割以上を占めており、アメリカ、イラン、ラオスがそれぞれ1件ずつで続いています。**（図表5）**

図表４　模倣品の製造（発生）国・地域が判明している相談案件の割合（2004～2021年の累計）



【2004年～2021年　累計773件】

図表５　模倣品の製造（発生）国・地域が判明している相談案件の割合（2021年）



【2021年　計9件】

（３）知的財産権別の相談件数

2004年～2021年に受け付けた相談案件3,375件のうち、対象となる知的財産権の内容が明らかなものが「項目ベース」[4]で3,356件ありました。

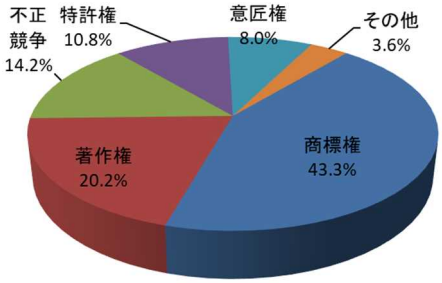
権利別の内訳をみると、「商標権」が全体の43.3%と最も多く、次いで、「著作権（20.2%）」、「不正競争（14.2%）」、「特許権（10.8%）」、「意匠権（8.0%）」の順となっています。**（図表６）**

また、2021年の権利別相談件数は、「項目ベース」で「商標権」が全体の46.8%を占め、「著作権（27.2%）」、「特許権（10.3%）」、「不正競争（6.7%）」、「意匠権（5.8%）」がこれに続いています。前年に比して、商標権と著作権の割合が更に増加しました（2020年は「商標権（42.7%）」、「著作権（23.6%）」、「不正競争（10.4%）」）。なお、情報提供も含めた権利別の内訳では、前述の著作権に関する違法アップロ

[3] １つの相談案件で模倣品の製造（発生）国・地域が複数ある場合は、その複数項目数をカウントしています。
[4] １つの相談案件で商標権、意匠権、著作権に関わる知的財産権が複数ある場合は、その複数項目数をカウントしています。

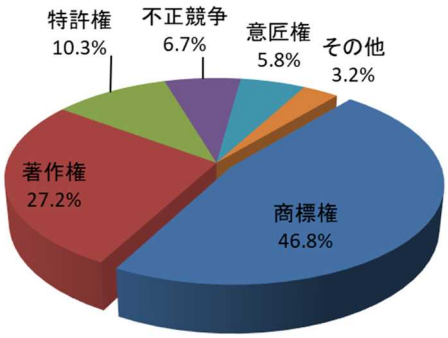
ードについての情報提供が目立って多く、著作権の侵害が権利者にとって深刻となっていることがうかがえます。**（図表７）**

図表６　知的財産権・関連法令別の相談案件の割合
（2004～2021年の累計）



【2004年～2021年　累計3,356件】

図表７　知的財産権・関連法令別の相談案件の割合
（2021年）



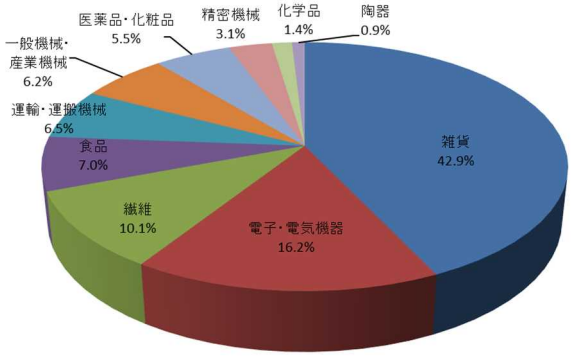
【2021年　計312件】

（４）商品分野別の相談件数

2004年～2021年に受け付けた相談案件3,356件のうち、対象となる商品の種別を明らかにした相談案件1,731件についてみると、「雑貨」が全体の42.9％と最も多く、「電子・電気機器（16.2%）」、「繊維（10.1%）」、「食品（7.0%）」、がこれに続いています。その他、幅広い日本の商品分野で模倣被害が発生しています。**（図表８）**

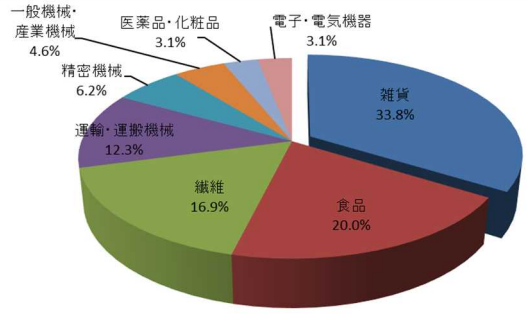
2021年は、「雑貨」の占める割合が約3割と前年に比べ減少し、食品が構成比7.5%増、繊維が同4.4%増した等の変化が見られました。**（図表９）**

図表８　商品分野別の相談案件の割合
（2004～2021年の累計）



【2004年～2021年　累計1,731件】

図表９　商品分野別の相談案件の割合（2021年）



【2021年　計65件】

（５）具体的な相談事例

模倣品・海賊版に関する相談については、被害の状況や権利の種類等を考慮しつつ、関係府省・関係機関とも連携を取って、相談者に助言を行っています。

具体的な相談内容としては、訴訟等の法的な問題の確認や輸入差止申立等の措置の申請先、無料相談が可能な専門機関の紹介が多くあります。また、（１）でも紹介したインターネット関連のよく受ける相談や情報提供としては、従来の通販サイトでの模倣品流通に加え、SNSを利用した模倣品販売に関する事例が増えています。例えば、SNSへの投稿やSNS広告から、フリマアプリやウェブサイトに誘導して模倣品を販売するような事例です。正規メーカーになりすましたSNSアカウントやウェブサイトのような、知的財産権を侵害するだけでなく、消費者を欺こうとする巧妙なサイト等もあります。

インターネット上での模倣品流通については、一部の通販サイトやSNSでは削除申請が追い

つかないほど多数の模倣品が販売されているのが明らかなのにも関わらず、状況が改善されないというご意見もいただいております。引き続き 通販サイト事業者やフリマアプリ事業者等と連携し、問題解決を図っていきます。

政府総合窓口に寄せられた主な相談、情報提供は以下のとおりです。

【例１】中国における模倣品対策についての相談
〇相談内容
中国の大手通販サイトにおいて、当社の商標を無断で使用した模倣品が流通しており、ブランドイメージに悪影響が出る恐れがある。また、最近では、当社の商標を使用せず製品の形状を模倣した模倣品が増えている。
〇回答
中国における一般的な模倣品対策として、製造者や販売者に対する製造・販売の差止めを求める警告状の送付や民事訴訟の提起、中国の取締当局に対する行政摘発の要請などの方法が考えられます。また、オンライン対策としては、 通販サイトに対する削除申請を地道に続けることが重要です。他にも、大手 通販サイトの協力が得られたことにより、自社で特定した模倣品業者に限らず、より広範に模倣品の製造施設や保管倉庫などのサプライチェーン全体を解明した事例もあります。
商標を使用していない場合、中国で特許権や意匠権を取得していればこれらの権利の活用が可能ですが、取得していない場合は著作権侵害や不正競争防止法違反、その他の法令を駆使した対策が必要となります。
これらの模倣品対策をどこまで行うかは、費用対効果の観点による検討が必要になります。なお、特許庁では、中小企業を対象とした海外の模倣品対策の一部費用を助成する制度がありますので、活用をご検討ください。

【例２】商品の形態が国内競合他社に模倣されてしまった場合の対応方法
〇相談内容
当社製品の形態が国内競合他社に模倣された。相手方は中国で製品を製造し、日本国内で販売している。この場合は、製造・販売をやめさせることは可能か。なお、当社は意匠権を取得していない。
〇回答
日本において、他人の商品形態を模倣した商品の譲渡や譲渡のための輸入は不正競争防止法２条１項３号に該当し、販売や中国からの輸入の差止請求の対象です。ただし、主張できるのは模倣の対象となった商品が日本国内で販売開始されてから３年以内に限定されるなど、主張には一定の制限があります。
また、不正競争防止法２条１項３号に該当する商品は、関税法に基づき税関で輸入を差し止めることもできます。差止申立てにあたっては、経済産業大臣の意見書を税関長に提出することが必要であり、経済産業省知的財産政策室が当該意見書の申請を受け付けています。
なお、今後は、意匠権を積極的に取得し予防することもご検討ください。

【例３】並行輸入に関する相談と解説
並行輸入とは、外国で製造された商品を輸入するに際し、日本における総代理店等によって国内に輸入するという流通経路を通らずに、外国で販売された商品を現地で購入した上、総代理店以外の者が別ルートで輸入することをいいます。通常、並行輸入については商標権者から商標の使用許諾を得ていませんが、そういった場合であっても、以下の要件を満たし、「真正商品」の並行輸入に該当する場合には、違法性が阻却され、商標権の侵害にあたらないとされています。（最高裁平成15年２月27日判決）
具体的には、①並行輸入商品に付された商標が、輸入元の外国における商標権者またはその商標権者から使用許諾を受けた者により適法に付されたものであること、②輸入元の外国における商標権者と日本の商標権者とが同一人であるか、法律的もしくは経済的に同一人と同視し得るような関係にあることにより、並行輸入商品の商標が日本の登録商標と同一の出所を表示するものであること、③並行輸入された商品と日本の商標権者が登録商標を付した商品とが、その登録商標の保証する品質において実質的差異がないと評価されることの３要件を満たす必要があります。
このため、並行輸入であっても、これら３つの要件を一つでも満たさない場合には、商標権侵害となる可能性があります。

【例４】フリマアプリへの出品に関する相談
〇相談内容
当社の模倣品（偽造サプリメント）がフリマアプリに出品されている。取りうる対応を教えてほしい。
〇回答
多くのフリマアプリでは模倣品の出品を禁止しており、権利者からの通報を受け付けています。まずは出品の削除を申し出ることが考えられます。
また、フリマアプリへの模倣品の出品については商標権侵害となる可能性があります。
すなわち、商標法上、商標権侵害が成立するためには、業として商品を譲渡等する者によって模倣品の販売等が行われる必要があります。ここにいう「業として」とは、一般に「反復継続的意思をもってする経済行為として」といった意味に解されており、フリマアプリへの出品行為は、それ自体は１回の出品行為であっても、過去の商品の出品・落札履歴、今後の出品・販売計画等から、業として商品を譲渡等する者により行われていると判断され、商標権侵害となると考えられます。
そのため、出品者を調査・特定のうえ、商標権侵害を理由に出品の差止請求や損害賠償請求といった民事責任を追及することや、故意に商標権を侵害している場合には、捜査機関に届け出て刑事責任を追及することが考えられます。

　また、フリマアプリにおいて正規品を出品しているかのように表示し、正規品が出品されていると消費者を誤認させて購入を申し込ませ、実際には模倣品を送付する行為は、消費者関連法（消費者安全法、特定商取引法等）に基づく措置の対象でもあります。

【例５】SNS広告やなりすまし通販サイトに関する情報提供
〇SNSで、百貨店の支店や免税店が閉店になること等を理由に、高級ブランド品を大幅な値引きで販売するという広告が表示されている。クリックしたところ通販サイトに誘導されたが、本物になりすました通販サイトであった。
〇SNS広告で、 通販サイトのアカウントと預金口座を開設して業者に提供すれば謝礼を支払う、という求人が掲載されている。このアカウントと預金口座を利用して、業者が模倣品を販売しており、模倣品販売の隠れ蓑になっている。

２．情報提供の取組

政府総合窓口では、幅広く情報提供できるよう、インターネット上に、政府総合窓口のホームページを設置し、模倣品・海賊版対策に関する各種の情報を提供しております。

一般的に、自社製品の模倣品が発見されて初めて、模倣品・海賊版問題に関心を持つ企業が多いことから、こうした企業・権利者の視点に立って、ホームページでは政府総合窓口に寄せられた相談事例や、企業・権利者が被害に遭わないための基本方策、被害に遭った場合の基本対応などを紹介しています。

また、相談が多かった事例を中心として、知的財産権に関するＱ＆Ａ集**（図表１０）**を掲載し、基本的な事例については、Ｑ＆Ａ集から解決が図れるようにし、さらに、救済の手続や税関での差止めの方法、関連する相談窓口の紹介など、模倣品被害に遭った際に必要となる情報も掲載しています。

加えて、国・地域毎の法令や救済措置など、模倣品・海賊版対策に関する具体的な情報を取りまとめた特許庁の模倣対策マニュアルや文化庁の著作権侵害対策ハンドブックなどへのリンクを設け、ホームページ利用者が参考とする資料を速やかに収集できるようにしています。

（図表１０）

Q9. デッドコピー商品への対策

Q： 我が社が日本で製造および販売している商品のデッドコピー品（商品形態の模倣品）が出まわっているのですが、それを止めさせるためにはどのような手段がとれるでしょうか？

A：

まず、あなたの会社が、その商品について利用されている特許権、実用新案権、意匠権、商標権や回路配置利用権を持っている場合で、デッドコピーにそれらが使用されているのであれば、それらの権利に基づいて、輸入や販売を止めさせることができます。

これらの権利を持っていない場合には、不正競争防止法第2条第1項第3号によって、輸入や販売を止めさせることが考えられます。

この不正競争防止法第2条第1項第3号は他人の商品の形態を模倣した場合を規制しています。この「模倣」とは、デッドコピーのことと考えられています。ただし、同じ種類の商品が通常有する形態を模倣した場合には、この「模倣」にはあたらず、デッドコピーの製造や販売を止めさせることはできません。具体的には、一般的な商品の形（例えば、テレビであれば、ほぼ立方体の箱形で、前面に画面、スピーカーや操作ボタンが配置されていること）や機能・効用のために避けることのできない形（例えば、CD-ROMの外形）などが考えられます。同じ種類の商品がない場合には、その商品と機能や効用が同じか類似する商品が通常有する形態と比較されます。具体的には、新しく開発された商品と同様の使われ方をしている商品のことなどで、例えば、CDプレーヤーとMDプレーヤー、ビデオデッキとDVDプレーヤーなどがあります。

また、デッドコピーが他人に譲り渡され、その人がデッドコピーであることを知らず、さらに、デッドコピーであることを知らなかったということについてその人に重大な不注意がない場合には、その人に対してはデッドコピーの販売などを止めさせることができません。

同様に、他人が商品サンプルなどからその商品の形態を模倣することが可能となったときから3年が過ぎると、この不正競争防止法第2条第1項第3号によっては、デッドコピーの製造や販売を止めさせることはできません。具体的には、販売開始、商品サンプルの配布、見本市などでの展示から3年を過ぎる場合のことです。

なお、このデッドコピーが輸入されている場合には、輸入を止めさせることができますが、裁判で、輸入業者に対して、輸入禁止の判決を得る必要があります。