

取引デジタルプラットフォームにおける  
模倣品対策の在り方に関する  
調査研究報告書

令和7年3月

株式会社マークアイ

## 要 約

**背景** 近時多発している取引 DPF（デジタルプラットフォーム）等の事業者が提供するオンラインマーケットプレイスでの模倣品被害に対し、各国政府や産業界（権利者企業）が規制や自主的な取組を強化する一方で、日本では、令和 3 年以降法制的な見直しはなされていない。一方、日本の産業界からは、取引 DPF との意見交換や覚書締結などの自助努力には限界があるとの意見も強く、国際的なルールの策定も視野に検討を進める必要がある。

**目的** 先行する他国の取組を整理し、取引 DPF 等における日本産業界のブランドやデザインの保護に必要な制度環境を探ることを目的とする。また本調査研究の成果は、日本にとって望ましい国際的なルールの策定や国内法制度見直しの基礎資料に活用する。

**公開情報調査** 2020 年から 2024 年に公表された資料、報道、論文、報告書をはじめとするインターネット上の情報に基づき、本調査研究に関する文献・情報（少なくとも我が国、アメリカ、EU 及び中国の状況に関する文献・情報を含む。）を分析し、後述するヒアリング調査及び調査結果取りまとめのための基礎情報として整理した。

### 国内ヒアリング調査

権利者（国内企業）3 社、有識者（大学教授、弁護士）2 名に事前に質問票を送付し、回答を得た後、オンライン面談又は直接面談を開催し、ヒアリングを行った。

### 海外ヒアリング調査

フランス（EU）、中国、アメリカについて、有識者（弁護士、弁理士）各国 1 名、政府関係者（特許庁）各国 1 名に質問票に回答してもらい、可能な場合はオンライン面談でヒアリングも行った。  
また取引 DPF 運営者 3 社についても質問票の回収と可能な場合ヒアリングを行った。

**まとめ** 調査項目に関する限り、デジタルサービス法（DSA）を有する EU において最も広範で厳格な規制がなされている。一方、アメリカでは INFORM 法により、オンライン・マーケットプレイス提供者に対し、一定のセラーの情報を入手・定期点検する義務を課すほか、ベストプラクティスの形で EC プラットフォームによる取組を促している（この点は、事業者が参加する「自主規約」で法令を補完する中国も同様）。さらに、このような政府主導のルールがない項目でも、国内外の取引 DPF 事業者による先進的な取組がなされているものが複数存在した。我が国としてはこのような状況を踏まえ、国内外における必要なルール作り等に取り組む必要があると考えられる。

## I. 本調査研究の背景と目的

### 【背景】

近時、模倣品被害は、取引デジタルプラットフォーム（以後 DPF という）等の事業者が提供するオンラインマーケットプレイス（特に、取引 DPF 以外の販売者（サードパーティーセラー、以後 3P という））が、当該プラットフォームを利用し、他の事業者や消費者に対して商品を販売する業態）において多く発生しており、各国政府や産業界（権利者企業）は、それぞれ各種の規制や自主的な取組を強化しつつある。

日本では、例えば特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律（「情プラ法」、令和 6 年 5 月 17 日公布、令和 7 年 4 月 1 日施行）において、権利侵害情報の削除につき、実施手続の迅速化および実施状況の透明化を図るための規制が新たに導入されたが、取引 DPF はその対象とならない可能性がある。また、その他の取引 DPF を対象とした規制法令の内容についても、欧米等とは異なる点が多い。

そこで、先行する主要国の取組を整理しつつ、取引 DPF において模倣品の被害から我が国産業界のブランドやデザインを適切に保護するために必要な制度環境の在り方を探る。

### 【目的】

本調査研究では、諸外国の状況も踏まえて、以下の項目について整理・検討することで、取引 DPF における模倣品の迅速的確な排除に関連すると考えられる制度環境の在り方を考える。

1. (ア) 取引 DPF 上の商標権侵害に関して DPF に課される法的な義務・責任
2. (イ) 模倣品取引防止のため取引 DPF が職権で行うべき取組
3. (ウ) 取引 DPF において発生した模倣品被害への対応
4. (エ) 取引 DPF における模倣品被害の再発防止
5. (オ) 取引 DPF において模倣品を購入した消費者の保護
6. (カ) 取引 DPF による 3P の審査・3P とのサービス規約
7. (キ) 取引 DPF において模倣品を販売した 3P への民事・刑事・行政制裁適用
8. (ク) 取引 DPF を介した模倣品の越境取引に対し有効な国際連携

なお、上記 (ア) ~ (ク) の項目は、本文及び資料編の該当調査項目に対応している。

## II. 本調査研究の実施方法・調査結果

### 1. 公開情報調査

EU、中国、アメリカ、日本について、2020年から2024年に公表された資料、報道、論文、報告書をはじめとするインターネット上の情報に基づき、本調査研究に関する文献・情報（少なくとも我が国、アメリカ、EU及び中国の状況に関する文献・情報を含む。）を調査した。

参照した文献は以下の通りである。

#### (1) EU

- ・ Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce)
- ・ Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) (以後、DSA という)
- ・ Commission Recommendation (EU) 2024/915 of 19 March 2024 on measures to combat counterfeiting and enhance the enforcement of intellectual property rights
- ・ Memorandum of understanding (以後、MOU という) on the sale of counterfeit goods on the internet

#### (2) USA

- ・ Memorandum on Combating Trafficking in Counterfeit and Pirated Goods (April 3, 2019)
- ・ Combating Trafficking in Counterfeit and Pirated Goods: Report to the President of the United States, DHS (January 24, 2020)
- ・ Integrity, Notification, and Fairness in Online Retail Marketplaces for Consumers Act (以後、INFORM 法という)
- ・ Stopping Harmful Offers on Platforms by Screening Against Fakes in E-commerce Act of 2024 (以後、SHOP SAFE 法案という)

#### (3) 中国

- ・ 中华人民共和国民法典 (1194-1197 条)
- ・ 中华人民共和国电子商务法 (含 2021 征求意见稿)
- ・ 最高人民法院关于涉网络知识产权侵权纠纷几个法律适用问题的批复

- ・ 最高人民法院印发《关于审理涉电子商务平台知识产权 民事案件的指导意见》的通知
- ・ 2023 网络市场监管促发展保安全专项行动方案
- ・ 2024 网络市场监管促发展保安全专项行动方案
- ・ 市场监管总局关于推进个体工商户信用风险分类管理的意见

#### (4) 日本

- ・ 取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律（以後、取引 DPF 法という、令和 3 年法律第 32 号）、
- ・ 消費生活用製品安全法等の一部を改正する法律（令和 6 年法律第 36 号）、
- ・ 特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律（以後、情プラ法という、平成 13 年法律第 137 号）、
- ・ その他関連する裁判例

調査は、弊社で調査対象の 8 つの項目に関連する質問票を Microsoft Excel で作成し、各国専門家（知的財産関連の弁護士、弁理士等）に回答を作成してもらう方法で行った。

調査の結果、8 つの項目について EU の DSA が、取引 DPF に対して厳格な義務や責任を課していたが、同法は 3P 及び権利者に対しても義務と責任を課し、遵守しない場合は制裁を課す体系であった。

中国では電子商取引法を中心に、取引 DPF と 3P が負うべき義務と責任を課しているが、権利者からの通知に対し 3P が非侵害宣言(declaration of non-infringement)を提出した後に、権利者が更なる反論をする機会を確保していないなど、最低限の法的フレームを整えてはいるものの、EU の DSA ほどの厳格性はない。

アメリカについては、仮に SHOP SAFE 法案<sup>1</sup>が成立すれば、取引 DPF 又は 3P に対して重大な責任と義務が課されることになるが、同法案に対しては、取引 DPF に対し過度な責任を課すものであるとして、反対意見が強く、議会を通過していない。

しかしながら、3P の透明性を高める目的で制定された INFORM 消費者法は、オンラインマーケットプレイス提供者の義務として、一定の要件を満たした大型 3P（以後 HV3P という）に対する審査条件の厳格化や登録情報の開示・更新を求め、マーケットプレイス提

---

<sup>1</sup> Stopping Harmful Offers on Platforms by Screening Against Fakes in E-commerce Act of 2024, 商標法を改正し、消費者の健康と安全に関わる商品を販売する 3P による登録商標の侵害について、電子商取引プラットフォームに責任を負わせる内容。売り手がプラットフォーム上でそのような商品を販売、提供、または広告する際に模倣商標を使用した場合、侵害行為の前に、主に次のような措置を講じていなければ免責されない。①3P に対して、米国における訴訟手続のための登録代理人または確認済みの住所を持つことを要求すること、②3P の身元と連絡先情報を確認すること、③3P に対して、プラットフォーム上で販売される商品に模倣商標を使用しないことに同意させること、④プラットフォーム上のリスティングを事前審査し、模倣商標が付された商品を販売するリスティングを削除するための技術的措置を実施すること、⑤繰り返し違反する者を削除し禁止するためのポリシーを実施すること。

供者がこれに違反した場合は FTC 規則違反として民事制裁金が科される可能性があるほか、各州の司法長官は、違反の差し止めや、州民の代わりに損害賠償を求めて連邦裁判所に訴訟を提起できる。

日本では、情プラ法において「大規模特定電気通信役務提供者」にはインターネット上の違法情報等に対処するため、対応の迅速化及び運用状況の透明化に係る措置が義務づけられているが、同法の検討過程における議論を踏まえると、取引 DPF はその性質から、新たな規制の対象となる「大規模特定電気通信役務提供者」としての指定の要件を満たさない可能性がある。

## 2. 国内ヒアリング調査

公開情報調査と並行して、権利者企業（3社）及び有識者（2者、大学教授及び弁護士）に対し質問票を送付し、回答を記入してもらったうえで、オンライン又は面談形式でヒアリングを行った。

権利者については特に海外の DPF において取引される場合における模倣品対策を進めるうえで、権利者企業が直面している課題及び取引 DPF に対して望まれる改善点をヒアリングした。

権利者企業への調査結果概要は以下の通り。

(1) 取引 DPF 上の模倣品販売については、主な問題は以下3点にまとめられる。

- ・ DPF 毎に異なる削除の基準と申請に必要な要件。これにより申請に準備と手間がかかる。
- ・ DPF 上の情報で判断できない場合、テスト購入が必要となり、その費用も各社の負担となっている。
- ・ DPF 運営者の対応が遅く、なかなか削除されない。また、再犯に対する規制が緩い。

(2) 権利者企業が取引 DPF に対して望む改善点は以下の通りである。

- ・ 出品の基準の厳格化：一般的市場での販売が規制されている商品について一律に出品をできないようにする、AI を利用したスクリーニングによって権利者企業の商品イメージを無断で使用している 3P の出品を禁止する等
- ・ 上記を可能とする DPF 運営者によるプラットフォームのモニタリング
- ・ 3P の審査の厳格化：審査に顔認証システムを導入し、同一人が複数アカウントを所有できないようにする、DPF 側で悪質な 3P のブラックリストを作成・更新し、管理する等

有識者については比較法的な観点から、主に権利者の希望をどのような形で法律や規則に反映できるか、或いは反映した場合の問題点等をヒアリングした。

有識者への調査結果概要は以下の通り。

- ・取引 DPF のうち、特に海外の DPF において発生する模倣品に対する対策を進めるうえで、権利者が直面する課題として以下が挙げられる。
  - ・ DPF の責任に関する法制度の、国による差異
  - ・ 侵害主体の特定（出品者・DPF 自身）
  - ・ 権利行使の手段、訴訟・判決執行の困難性
- ・特に大規模 DPF の規制について、消費者保護、不正競争防止法などの視点も踏まえた対策が必要であり、商標法の観点からは、DPF の責任について明確化することが考えられる。これは法律でもガイドライン等によるソフトローでもよい。
- ・一方で、DPF の義務を加重する（例：厳格な法人確認義務を課す、出品内容の網羅的チェック義務を課す）改正を行った場合、DPF におけるコストの転嫁先が出品者となり、結局出品者にとってのデメリットもあり、また、転嫁先が消費者となる場合には海外のプラットフォームにユーザーが流出するといった影響が生じる可能性がある。
- ・国際的には、例えば消費者保護や競争政策的な観点からの公的な規律により DPF を規制しており、そのなかに模倣品等の対策も取り込んで規制していくことが考えられる。
- ・なかでも欧州は、踏み込んだ対策を講じている。2022 年 12 月 22 日、ルブタン事件判決（Joined Cases C-148/21 and C-184/21）において EU 司法裁判所は、プラットフォームが直接侵害者として責任を負う方向に認めやすいような考え方を示した。欧州においては、このように PF に直接知財権侵害の帰責性を問う規定は著作権について明文化されている。ルブタン事件の方向は同じであり、商標権侵害について PF の責任を重くする方向。
- ・一方、法制度としては、従来から 2000 年代に電子商取引指令により責任制限規定が入っていた。それが DSA では EU 法として継承され、かつ一層 PF 側により厳しい規律を課すという内容を含んでいる。ルブタン事件は裁判所判断に過ぎないが、権利侵害についての判断と PF 規制の両面で、EU は先行している印象。
- ・日本では、取引 DPF 消費者保護法はあるが事業者による自主努力を促すものなので、これをもっと強化する、注意義務を課す、違反には制裁を科すということはある。

### 3. 海外ヒアリング

調査対象国・地域の有識者（政府関係者、弁護士等、各国・地域 2 社ずつ）及び海外の取引 DPF（3 社）に対し、事前に質問票を送付した上で、可能な場合はヒアリングを実施した。

## (1) 有識者（弁護士、弁理士等）へのヒアリング

ヒアリング対象の3名は公開情報調査の各国・地域を担当しているため、質問は専ら作成した情報の説明と深堀に焦点があてられた。

その結果概要は以下の通り。

日本の権利者企業が希望する DPF 運営者がとるべき事前の対策（モニタリング、スクリーニング等）について、現状、いずれの国・地域も義務付けてはいない。しかし、権利者からの通知があり、対応しなかった場合は各 DPF 運営者の責任となるため、結局は各 DPF 運営者がそれぞれ必要な調査等を行っている。

日本の権利者から要望があった DPF 側で作成するブラックリストについて、EU の DSA では、3P に関して各 DPF 運営者が下した決定をデータベースにまとめている。またアメリカでは Amazon の Anti-Counterfeiting Exchange では、アメリカの消費者向けに販売する 3P を扱う EC 事業者の間で、模倣業者に関する情報共有が行われている模様である。

DPF 運営者による 3P の審査の厳格化について、いずれの国・地域においても、DPF 運営者に 3P についての情報の正確さを確認する義務がある（DSA30 条 3 項、中国電子商取引法 28 条、80 条、INFORM 消費者保護法 15 U.S.C. § 45f (a) (1) (A)）。その一方で、3P に関する情報の変更を DPF 運営者が把握することは実際問題として難しいとの意見もあった。

## (2) 政府関係者へのヒアリング

EU 知的財産庁（EUIPO）、アメリカ特許商標庁（USPTO）及び中国国家市場監督管理総局（SAMR）に対して質問を送付したうえで、EUIPO と SAMR とは面談を行って回答を得た。USPTO からは書面にて回答を得た。

政府関係者へのヒアリングは、1. DPF における商標権侵害に対する効果的な執行を保証する上での現在の課題、2. DPF における模倣品に対する規制の形式や範囲の違いについて、国際的な調和を実現するために、どのような対策が適切か、3. ソーシャルメディアでの模倣品取引に対抗するため、どのような措置が効果的かの3点に焦点をあてて行われた。

1 について、EUIPO からは、DPF が遵守すべきルールとして従来存在した電子商取引指令（2000/31/EC）の執行は各国の国内法令に委ねられていたところ、DSA では欧州委員会に制裁を課す権限が付与されたこと、またこれに基づき、SHEIN と TEMU に対する初期的手続きが取られていることが挙げられた。また、DSA 成立前から欧州委員会が推進してきたネット上の模倣品取引に関する MOU については、DSA の施行に伴い、内容をアップデートすべく取り組んでいるとの情報提供があった。

USPTO からも、多数の報告書を発表し、パブリックコメントを募集して啓発を行っているとの意見があった。

2について、EUIPOからは、EUのグッドプラクティスを第三国に輸出することを目的とする「IP Key」プロジェクトの一環として各国におけるMOUを推進しており、EUは領域内における規制を強化するだけでなく、その取組を受け入れやすい形で他の地域へも拡大することで、域内外市場における欧州知財権利者の利益保護を図っていることが伺えた。

USPTOからは、DPFにおける商標が付された商品の模倣品に対する保護を改善するための国際的調和の強化は、自主的な「ベストプラクティス」の作成と民間部門の参加者による、これらの採用という形を取る場合もあれば、政府による新たなプラクティスや民間部門に対する新たな規制の採用という形を取る場合もある。INFORM法は、民間部門に対する行政からの規制といえる。また、政権交代により今後新たな見解が発せられる可能性についても示唆があった。

3について、EUIPOからマーケットプレイスの機能を持ちつつあるソーシャルメディア（Facebook Marketplace, TikTok Shop等）の問題が指摘された。SNSでのやりとりはモニタリングが困難で、犯罪者もメンバー加入について独自の基準等を有するため、その活動の把握は困難であるため、プラットフォーム側の審査強化や、プラットフォームがどのように濫用されうるかについての啓発が必要であるとの意見があった。

USPTOからは、問題が一番適切に把握できるのは商標権者であるとの意見があった。

以上のほか、EUIPOからは、近時、X、Facebookなどの主要なDPFにおいて、Content Moderationに関するルールを緩和し、DPFにおける情報の適切性をユーザーに委ねる動きがあることについて、PF側においてContent Moderationに充てられるリソースが減れば、模倣品の流通にも悪影響があるとの懸念が示された。

### （3）取引DPFへのヒアリング

いずれも複数か国に展開する大手取引DPF3社に予め質問票を送付し、回答を得たうえで、可能な場合はヒアリングを行った。その調査結果概要は以下の通り。

権利者企業から要望の多かった削除基準の統一化については、国ごとに適用される規則や法律が異なること、権利者が所有する権利も国ごとに異なる場合があること等から、公的機関から正式な指針や規則が出されない限り、それを標準化するのは難しいとの回答だった。

3社とも主にAIを活用したモニタリングを行っており、リスティング前後で2回に分けてモニタリングを行い、模倣品の出品の監視を行っているものもあった。

権利者・消費者が模倣品の疑いのある商品を報告できるシステムや機能を提供する義務があるか、の質問に対して、3社中2社が、明確に義務があると回答し、実際に報告システムを提供している。削除システムの簡易化（複数商品の通知を一度に3Pに送信、同一商品を扱う複数の3Pに一度に通知）に関しては、3社とも既にその機能を備えているとの回答だった。

削除対応の期間について1~2日との回答が多かった。また、「信頼できる報告者」又は「実績のある権利者」からの通知に関しては、通常のお知らせより早いとのことだったが、実際に期間を確認したところ、両者に差異はなかった。

取引 DPF における模倣品被害の再発防止について、3社ともポイント制や独自の制裁規定を導入しており、それに基づき段階的な罰則を適用していた。侵害行為を繰り返す 3P については、いずれも身元の確認は行っているため、複数アカウントの使用防止や再登録防止を行っているが、DPF 間での情報共有は行っていないとの回答だった。

3社とも消費者保護プログラムを導入し、自身のプラットフォーム上で模倣品を購入した消費者を保護している。また、3P の審査に関しては少なくとも公的書類の提出は求めており、少なくとも年1回の更新を求めている DPF もあった。

しかしながら、3P の身元開示請求については、司法機関の要請等公的な命令によれば開示するとの回答だった。

#### (4) まとめ

今回の調査対象国・地域では、デジタルサービス法 (DSA) を有する EU 域内において最も広範で厳格な規制がなされていた。さらに EU はそのベースとなるルールの一部を、ソフトラウ (MOU) の形式で他地域の政府機関にも導入を働きかけ、当該市場における取引 DPF における欧州企業ビジネスを側面支援するとともに、グローバルスタンダード化しつつある現状が明らかになった。一方、アメリカの INFORM 法は、出品者を販売量と取引量によってカテゴライズし、大手 3P (High Volume Third Party Seller、以後 HV3P という) について、オンライン・マーケットプレイス提供者に対し、当該セラーの情報を入手・定期点検する義務を課す一方、ベストプラクティスの形でオンライン・マーケットプレイス提供者による自主的な取組を促している。政府のルールを事業者による自主的な取組で補完する点は、「自主規約」で法令を補完する中国も同様であった。さらに、特段規制や取り決めがない項目であっても、国内外の取引 DPF 提供者による先進的な取組がなされているものがあり、そのなかには、今後他の DPF 提供者が倣うのが望ましいものもみられた。

我が国としてはこのような状況を踏まえ、国内外における必要なルール作りを含めた対応を検討する必要があると考える。

『令和6年度産業財産権制度問題調査研究「取引デジタルプラットフォーム  
における模倣品対策の在り方に関する調査研究」』  
協力先一覧

■対象範囲：

公開情報調査、国内ヒアリング調査（質問票作成、ヒアリングの実施）

アドバイザー長

増田 雅史 森・濱田松本法律事務所外国法共同事業 弁護士 パートナー

アドバイザー

嶋村 直登 同 弁護士 シニアアソシエイト

瀧山 侑莉花 同 弁護士 アソシエイト

三浦 菜々実 同 弁護士 アソシエイト

高久保 香子 同 アソシエイト

禁 無 断 転 載

令和 6 年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書

取引デジタルプラットフォームにおける  
模倣品対策の在り方に関する  
調査研究報告書

令和 7 年 3 月

請負先 株式会社マークアイ

〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー8F

電話 03-6862-9950

FAX 03-6862-9930

URL <https://trademark.jp>

E-mail [pursue@mark-i.jp](mailto:pursue@mark-i.jp)