



ネットショッピングにおける「偽物」の新動向と法的対応  
(北京市中銀(深セン)法律事務所弁護士)楊倫理・(筑波大学人文  
社会系)星野豊

Legal Methods for the Protections of the Intellectual Property to the New Trends of  
the "Fakes" in Internet Shopping  
Attorney of Zhong Yin Law Firm in Shenzhen; Faculty of Humanities and Social Science,  
Tsukuba University  
YANG, Lunli; HOSHINO, Yutaka

---

偽物、ネットショッピング、法律上の対処、法律上の対処の限界

---

## 1. 本発表の背景と目的

2015年5月、上海の警察当局によって摘発された「偽物」を取り扱うクロスボーダー販売グループは、ここ数年のうちに、かつての「小さな工場」であったものから、いつの間にか「大きな会社」に「急成長」していた。同社は、オンライン注文システムを駆使することによって、中国国外に向けて、大量の偽ブランド商品(衣服、腕時計、貴金属アクセサリーなどを典型とする)を通信販売することにより、月平均売上高は200万元(約4000万円)以上に達し、事件全体に関係した累計金額は、7億元超(約140億円)にまで達していたとされている。

このように、偽ブランド製品販売者は、メールによる顧客勧誘を通じて、ネット発表やオンラインメッセージなどにより、中国内外の顧客からインターネット経由での注文を受け、中国各地から偽ブランド製品を買い付けたうえで、郵送その他の各種の方式で国内外へ販売している。実際、中国国内において、インターネット販売(ウィチャットにおける友だちサークルを通じた代理購入も含まれる)は、偽ブランド製品販売の新たな「メッカ」であるとの、不名誉な称号を受けている。

タオバオネットショップなどの従来から存在したネット販売と比較すると、現在のウィチャット販売には、いくつかの新しい特徴が現れている。例えば、ウィチャット販売は、友だちサークルサイトにおける転送機能を利用し、偽ブランド製品を販売しているが、当該売買の当事者が知人間であるため、製品が販売される範囲が通常のネットショッピングと比較してさらに小さく狭くなることによって、潜在性を強めることとなる結果、行政監督機関や捜査機関から発見されにくくなっている。実際、「偽物」を事実上「騙されて」購入することとなった当事者としても、販売した相手方が知人・友人である場合には、それまでの人間関係や今後の交友関係に対する懸念等から、監督機関や捜査機関に対して告発することを躊躇することとなる。まして、自己が仕入れた商品を転売していた場合に到っては、購入者との関係では自らが「加害者」となっている以上、告訴や告発が控えられることは、十分考えられるところである。さらに、購入者の側には、自己の尊厳を傷つけられたくないあまり、詐欺的商品をかまされた、すなわち、詐欺被害に遭ったこと自体を認めたくないとする心理が働く結

果、盗難に対する懸念から偽物と分かっているのに敢えて購入したものである等、告訴・告発を行わない傾向が生ずることが避けられない。このような「被害者」側における種々の要因が与る結果、偽ブランド商品の摘発にとっては、大きな困難が生じてしまっているのが実情である。

他方、ネットショッピングに特有の事情として、売買の証拠となる電子データが、当事者によって容易に消されてしまうという問題が存在するため、監督機関や捜査機関にとって、確実な証拠を把握することが難しく、結果として摘発が困難となる、ということも無視できない。実際、ネットショッピングにおける権利者の権利保護の困難さは、ネットショッピングの構造それ自体から生じているものとも考えられる。

以上で述べたインターネットショッピングにおける詐欺的な「偽物」の販売に関する問題は、理論的には中国に限ったことではないのであるが、前記のとおり大規模な販売を行う悪徳事業者が存在している関係で、中国におけるビジネス全体の信用を著しく毀損していると言って差し支えない。そこで、本発表では、中国の現行法規定に基づき、インターネットショッピングにおいて「偽物」が販売対象として現れた場合における、消費者及び企業側（ブランドの所有者）の各種の対策を取り上げ、その実効性と限界とについて、議論及び検討することしたい。

## 2. 権利者による権利保護のための法的手段

### (1) 消費者の権利保護

偽物の販売による詐欺的取引の被害は、どこよりも先に消費者の経済的利益の損害となって顕在化するわけであるから、法律上の対応としても、消費者の利益の保護あるいは損害の回復がどのように図られるかが、まず第1の課題となってくる。中国の現行法規定において、消費者の権利保護のために定められているのは、概ね次のようなものである。

#### ① 市場の監督部門（例えば工商行政部門）に対する苦情申立（クレーム）

中国では、各地方における自治体、典型的には市の監督部門が、市場の公正・公平性を監督・管理する職責を負っている。従って、友だちサークル内におけるショッピングによって当事者間に法律上のトラブルが生じた場合には、監督機関であるところの工商行政部門にクレームをつけることで、行政機関からの介入が期待できることとなる。この際、被害に遭った消費者の側が、インターネット取引に関する証拠、例えば、当事者間における取引あるいはそれ以前の交渉に関するチャットの記録や、現実に行われた取引、特に商品の対価の支払いに関する記録などを証拠として保全しておくことによって、行政機関は詐欺的な取引が行われたことを認定しやすくなり、より明確に介入を行うことが可能となってくる。

#### ② 取引プラットフォーム（仲介事業者）に対する苦情申立（クレーム）

インターネットショッピングは、多くの場合、淘宝网や騰訊ウィチャット等のプラットフォームと呼ばれる仲介事業者を提供するサイト上で行われるものであり、これらのプラットフォーム事業者においても、ネット取引に対する監視体制が採られていることが通常である。従って、取引の当事者等のユーザーが、インターネットショッ

プ等において偽物の販売などの非合法行為を発見した場合には、消費者としての告発権を行使して、プラットフォーム事業者に対して告発を行い、これによりプラットフォーム事業者が必要な事実を確認して、違法な行為をした者に対し、例えば当該取引の停止や、爾後の販売行為の禁止等、相当な制裁ないし防御措置をとることとなる。

### ③ 消費者協会に対する苦情申立

詐欺的取引による被害に遭った消費者は、消費者保護を目的とする団体である消費者協会に対して告発を行うこともできる。消費者協会は、告発に応じて、監督機関、捜査機関、あるいはプラットフォーム事業者に対し、必要な対処を求めることとなる。

## (2) 企業（ブランドの権利者）の保護

「偽物」の販売による被害の発生は、本物と信じて購入した消費者のみならず、当該商品の本物に関する権利を有している企業に対しても生じている。これは、偽物が販売された分だけ本物が売れなくなる可能性が生ずるほか、当該ブランドに係る社会的な信用が低下し、「本物」が持っていた経済的価値が大きく損なわれるおそれがあるからである。現在の中国法では、多くの国と同様、企業（ブランドの所有者）に対して、自社のブランドが許可なしで他人に生産・販売されたことを発見した場合には、行政上の告発、民事訴訟の提起、及び捜査機関に対する刑事告訴を通じて、自己に帰属する権利を保護することを認めている。

### ① 行政上の監督措置による追及

権利者は、自己に帰属するブランド商品が、自己の許可なしで第三者により生産・販売あるいは偽物が生産されていることを発見した場合には、かかる侵害行為の基本的な証拠であるところの、権利侵害の事実、自己がブランドの所有者或いは権利者であることの証明を揃えた後、市場の監督管理部門や商標管理部門に対して告発し、行政上の処分を求めることができる。中国の場合、捜査機関による司法上の対処以上に、行政部門により行われる対応措置の方が一般に協力であり、かつ迅速に行われることが期待できるため、偽ブランド商品の製造者や販売者に対して迅速かつ有効な打撃を与え、権利侵害行為の拡大と蔓延を短時間で制止することができる。

中国商標法第60条には、「工商行政管理部門は、商標権侵害紛争を処理する際、侵害行為を認定した場合には、直ちに権利侵害行為停止を命じ、侵害対象商品及び製造、偽造登録商標標識のツールを押収・破壊し、違法経営額が5万元以上の場合には、違法経営額の5倍以下の罰金を科すことができ、違法経営額がない場合や違法経営額が5万元以下の場合には、25万元以下の罰金を科すことができる。5年以内に2回以上の商標権侵害行為が実施され、或いはその他の重大な経緯がある場合には、加重に処罰することができる」と規定されている。

### ② 司法上の民事責任の追及

司法上の民事責任は、侵害者に対して、権利者が被った損害を賠償する責任として追及する必要がある場合に発動される。権利侵害行為に関連する証拠が十分存在し、かつ、侵害者の側に営業上の利益等を典型とした十分な賠償資力がある場合には、権利者としては民事訴訟を提起し、被った損害の賠償を請求することが合理的である。

これに対して、侵害の証拠を収集することが困難である場合には、行政部門に告発し、行政部門が調査した際に取得した証拠を、裁判所に申請し、民事責任の追及の際に援用する方法もある。このほか、裁判所が職権により証拠を収集する方法もありますが、裁判所はあまり積極的に調査・収集しない傾向があるので、注意が必要である。

### ③ 侵害者の刑事責任の追及

中国刑法第213条は、「登録商標権者の許可を得ずに、同一商品に同じ登録商標を使用した者について、情状が悪質である場合には、3年以下の懲役若しくは禁錮に処し、又は罰金を科し、若しくは罰金を併科する。情状が特に悪質な場合には、3年以上7年以下の懲役を科し、罰金を併科する」と規定されている。このほか、中国の法律には、偽商標登録罪、販売偽商標商品罪、違法製造、販売違法製造の登録商標標示罪などが規定されている。公安機関による立件基準に合致する場合には、公安機関に刑事告訴あるいは告発をし、刑事責任を追及すると同時に、前述した民事上の損害賠償を追及することもできる。

## 3. 権利者による法的対応の効用と限界

これまで述べてきたとおり、中国の現行法の中には、消費者やブランドの権利者を保護するための規律が複数種類用意され、かつ、行政機関を筆頭に告訴や告発に対して迅速に対応する仕組みが整備されているが、同時に、以下のような問題点あるいは法制度の限界が指摘されている。

第1に、上述した各種の法律上の対処は、「被害者」が「加害者」に対して自己の被害の回復あるいは権利の保全を求めて行うことを理論上の前提とするものであるから、違法な行為や取引が実質的に常態化し、被害者と加害者が市場の中で入り乱れる状況が生じた場合には、かかる告訴や告発が行われることは、ほとんど期待できない。実際、法律上の対処は、被害者に生じた被害を加害者の資力により回復させることが精一杯で、被害者に対して営業上の利益を確保させるものではないから、被害者が被害を回復させるための手段として法律上の対処を選ばず、違法な取引に自ら関与することによってさらなる利益の獲得を目指した場合には、法律上の対処自体が利用されないこととなってしまう。

第2に、被害者が法律上の対処により損害の回復を求める場合においても、その前提となる違法行為や権利侵害行為が、被害者や権利者により誘発されたものである場合には、法律上の対処による加害者の制裁は、実質的に「被害者」ないし「権利者」により操られたものとなってしまう、これを以て「正義の実現」と称するべきかについては、大きな疑問が生じうる。特に、商品の開発と販売に際しては、相当のリスクとノウハウとが必要となるところ、ブランドの権利者が侵害行為を感知した時点で直ちに権利行使をせず、侵害者が十分な利益を得た段階で法律上の対処を行使した場合に、かかる権利行使が果たして「妥当」「適正」であるかは、なお議論が必要である。

このように、「偽物」をめぐる法律上の対処は、法律上の権利を行使する者自体に内在する「危険性」が存在するわけであり、この点をも含めた「実効的」な規制をいかにして達成すべきかが、今後における法制度の課題であると言うことができよう。