

# インターネット市場における偽ブランド品の 販売状況と問題点

一般社団法人  
ユニオン・デ・ファブリカン

# ユニオン・デ・ファブリカンとは？

1980年に日本に設置された

80ブランド以上が加盟する**権利者団体**(一般社団法人として1998年に登記)

母体であるパリのユニオン・デ・ファブリカンは、1872年に設立、1877年に公益社団法人としてフランス政府に認められた権利者団体である 現在日本事務所は独立し運営を行っている

日本法人の会員

Adidas、Apple、Armani、Bulgari、Burberry、**Cartier**、Champion、**Chloe**、Coach、Converse、**Dior**、Dunhill、Fred Perry、Gucci、**Hermes**、Hublot、IWC、Lacoste、**Louis Vuitton**、**Louboutin**、Marc Jacobs、Moncler、Montblanc、Nike、North Face、Panerai、Piaget、Ralph Lauren、Rolex、Stussy、Tag Heuer、UGG 他

日本法人の活動内容

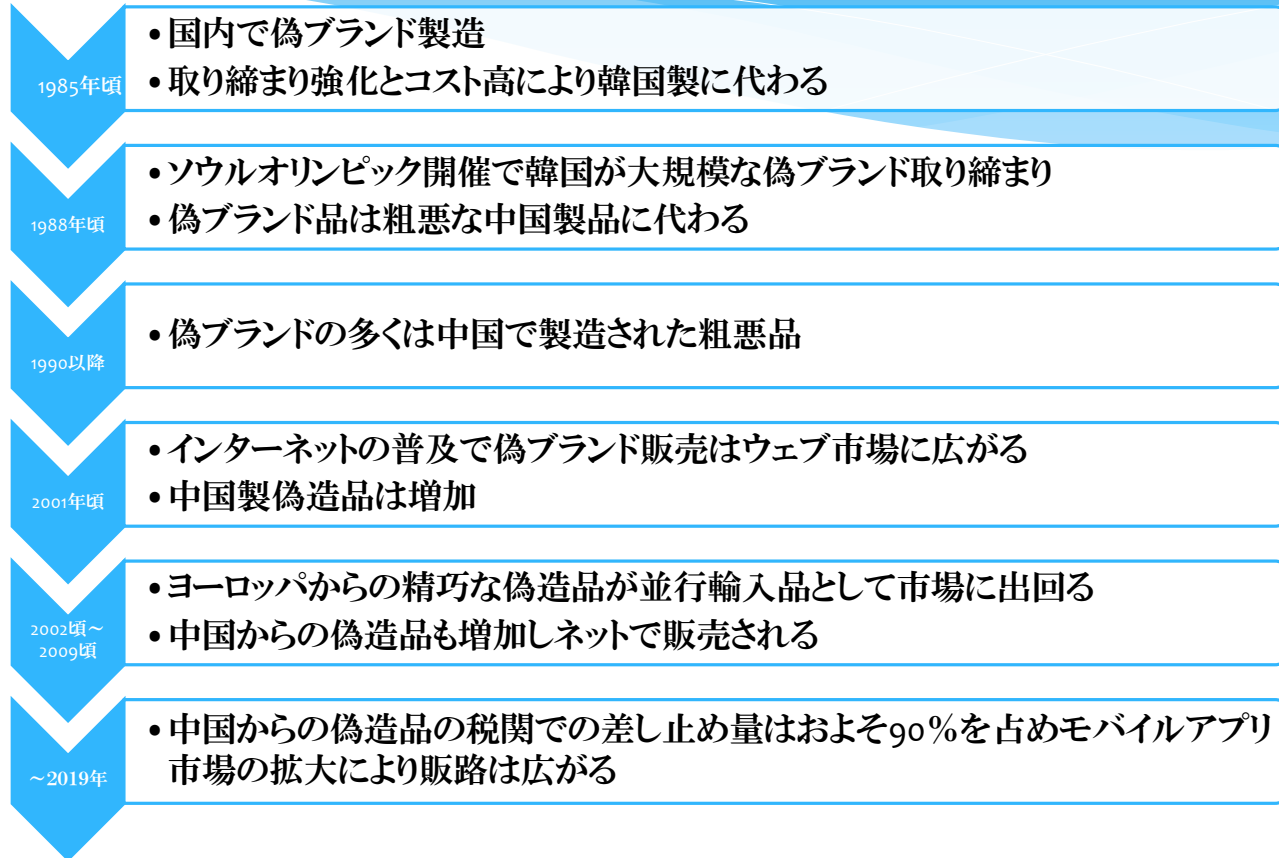
- 模倣品の調査、流通情報の収集(インターネットオークションの監視)
- 模倣品の排除(インターネット市場の模倣品排除、取締当局への対応、権利者弁護士と連携した排除活動)
- ADR(裁判外紛争解決手続)センターの運営
- 啓発活動
- ロビーイング

# 刑事対応

- 情報の提供(偽造品販売店舗等)
- 試し買い
- 試し買い・権利関係・鑑定結果に関する調書対応
- 捜索立ち会い(鑑定官)
- 押収及び任意提出物品の鑑定
- 上申書の提出

要項 \ 期間	平成29年1月1日～ 平成29年12月31日	平成30年1月1日～ 平成30年12月31日
警察からの問合せ数	241件	309件
事件数(ヤマ計算)	159件	219件
逮捕者数	75名	52名
押収数(会員関係)	19,410個	28,237個

# 偽造品の変遷と販路



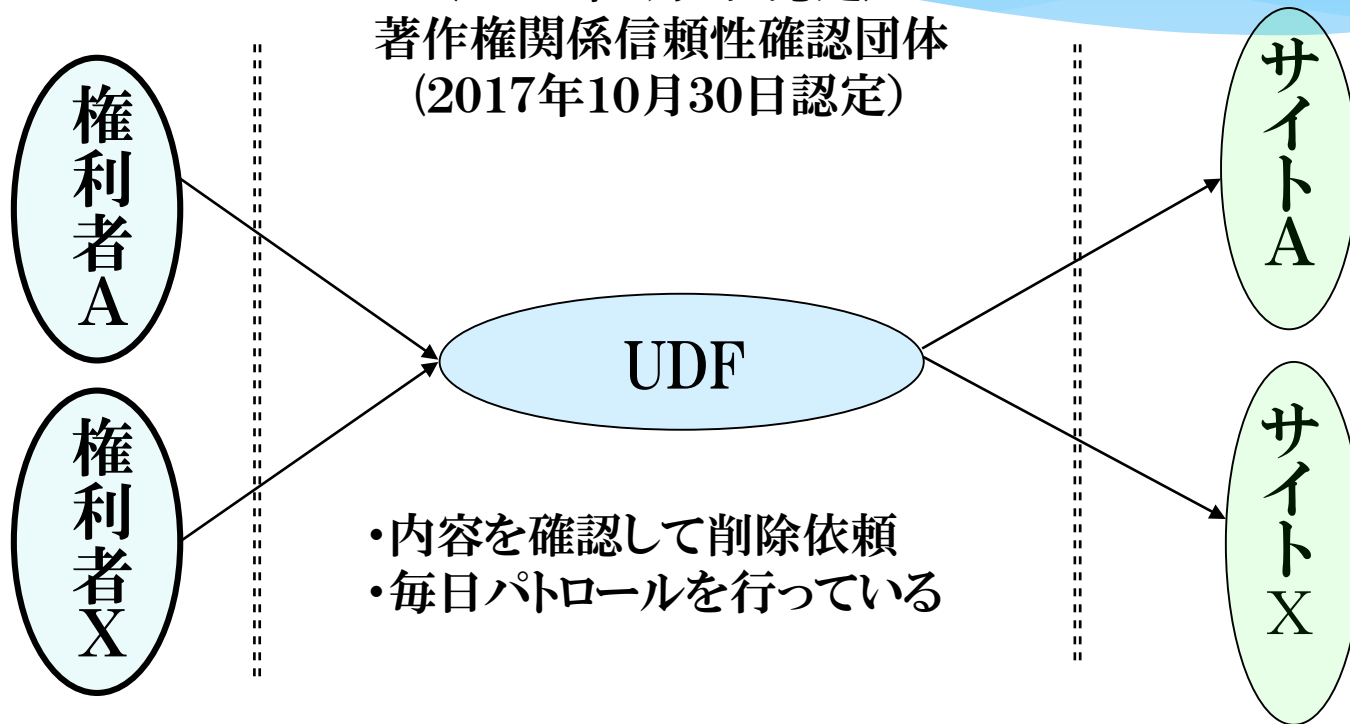
# プロ責法第3条に基づく削除対応

プロバイダ責任制限法ガイドラインに  
基づき弊法人は

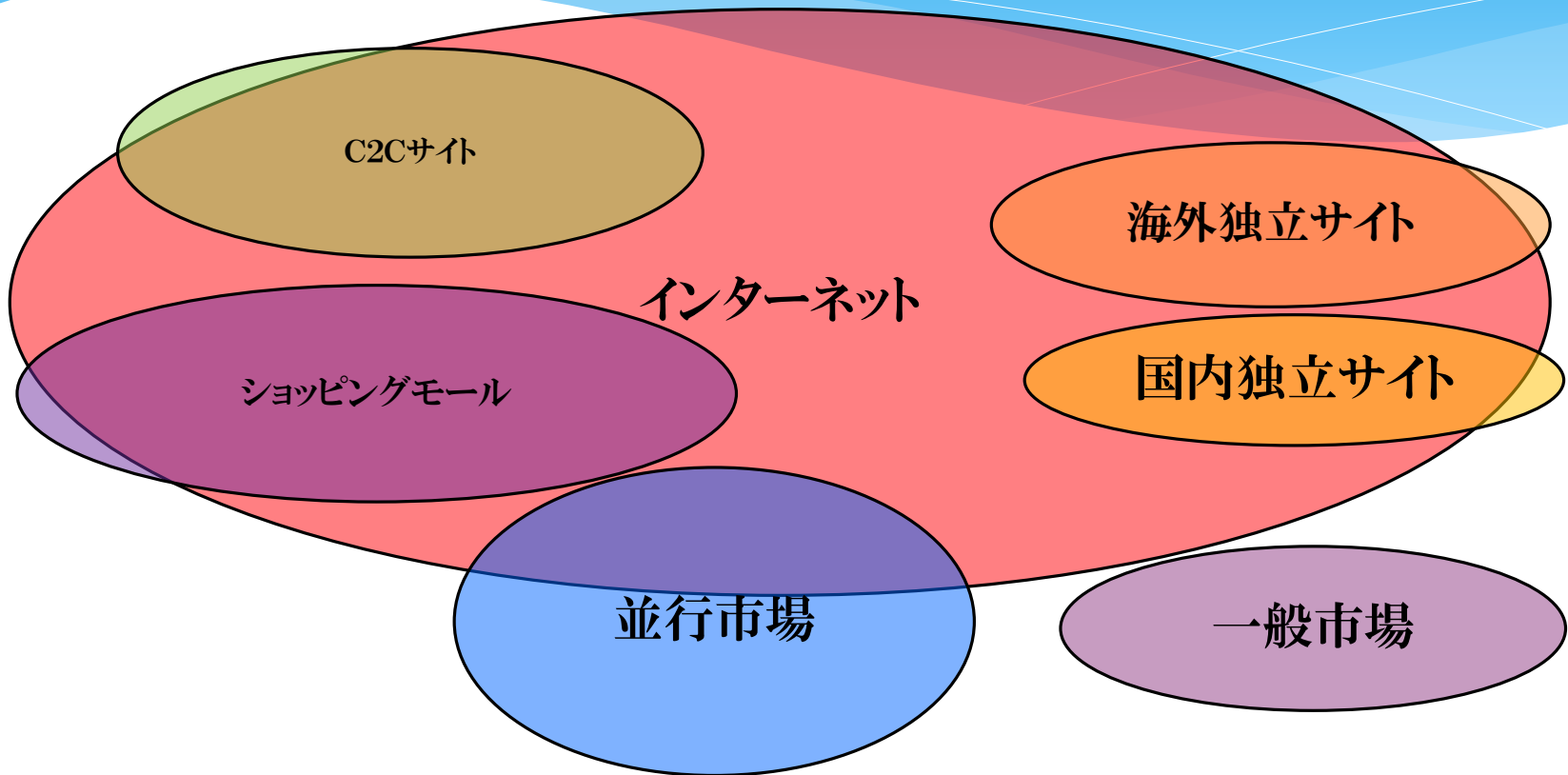
監視・発見削除依頼

商標権関係信頼性確認団体  
(2005年9月7日認定)  
著作権関係信頼性確認団体  
(2017年10月30日認定)

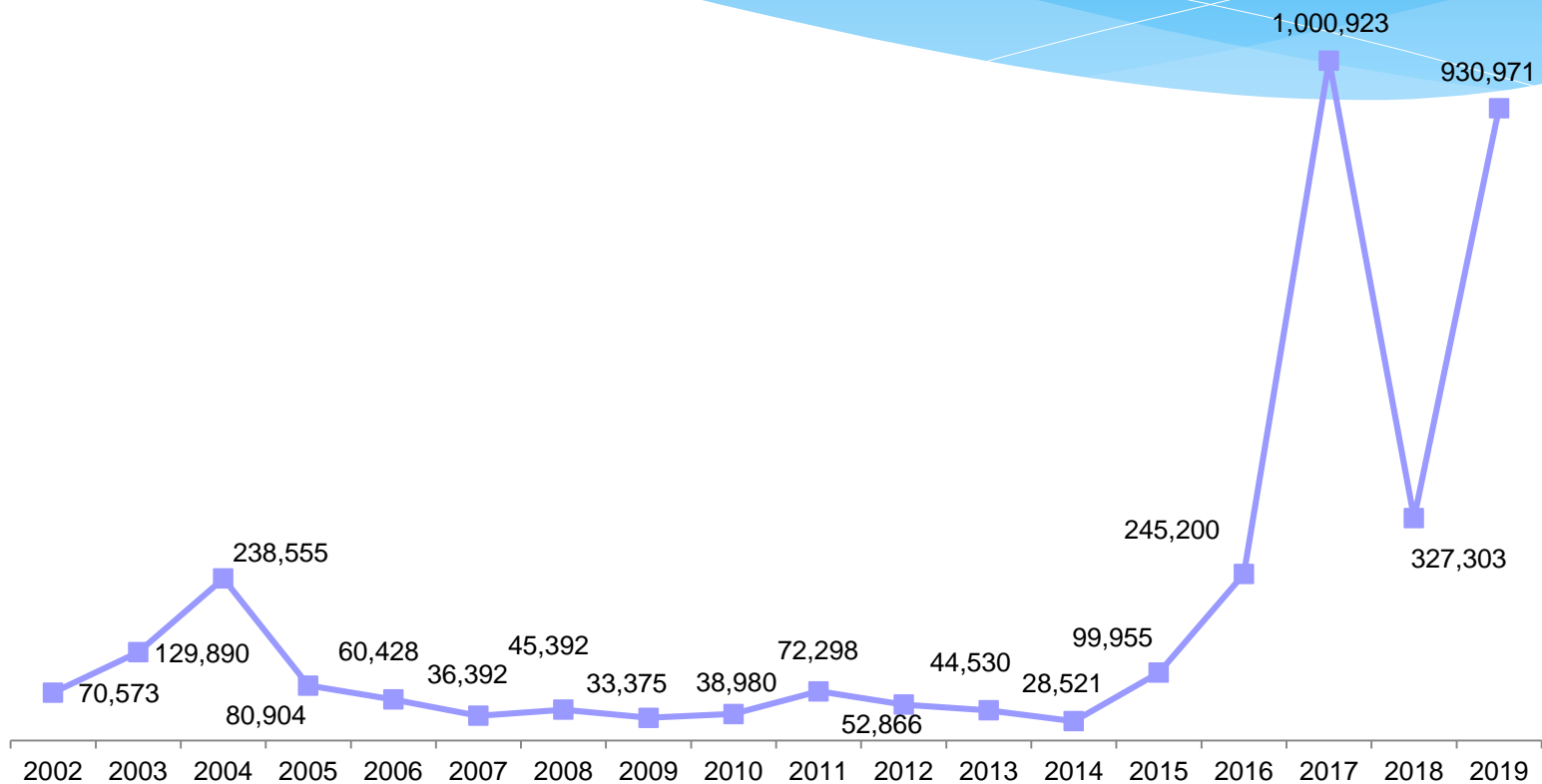
自主的な判断で削除



# 模倣品の流通(市場)



# C2Cサイト削除依頼数の推移



# C2Cプラットフォーム別 商標権削除依頼数

2018年

	Aオークション	Bオークション	Cフリマ	Dフリマ	Eフリマ	Fフリマ	Gフリマ	合計
1月	2,797	28	1,601	1,046	4,130	91,979	1	101,582
2月	1,749	19	981	1,337	873	70,076	0	75,035
3月	3,509	162	1,276	878	2,314	16,594	0	24,733
4月	3,124	114	2,286	1,097	1,477	1,324	0	9,422
5月	4,100	365	13,377	796	2,013	788	2	21,441
6月	5,456	228	8,881	1,691	1,148	439	0	17,843
7月	2,869	58	12,347	1,022	1,843	701	1	18,841
8月	4,068	17	1,039	597	3,533	2,199	0	11,453
9月	2,759	290	2,522	945	2,678	993	1	10,188
10月	4,838	116	1,202	439	4,371	687	0	11,653
11月	2,237	141	1,893	543	4,467	799	3	10,083
12月	1,460	98	1,803	2,751	8,087	830	0	15,029
合計	38,966	1,636	49,208	13,142	36,934	187,409	8	327,303
全年比率	12.01%	0.49%	15.18%	3.33%	9.24%	59.75%	0.00%	100%



# C2Cプラットフォーム別 商標権削除依頼数

## 2019年

	Aオークション	Bオークション	Cフリマ	Dフリマ	Eフリマ	Fフリマ	Gフリマ	合計
1月	4,222	52	6,659	1,957	8,298	583	9	21,780
2月	1,107	117	2,758	1,681	6,384	1,156	4	13,207
3月	2,192	64	1,629	1,433	7,139	1,114	1	13,572
4月	1,672	14	1,765	2,901	8,614	693	2	15,661
5月	1,141	38	100,061	999	8,558	332	1	111,130
6月	1,320	19	108,035	2,135	9,567	389	0	121,465
7月	3,237	22	115,946	875	7,741	1,684	2	129,507
8月	384	2	82,871	571	4,711	850	0	89,389
9月	1,095	11	43,118	1,472	11,970	3,436	0	61,102
10月	807	28	110,618	1,263	16,596	380	0	129,692
11月	749	1	131,047	4,562	11,368	266	1	147,994
12月	554	5	67,739	3,535	4,172	467	0	76,472
合計	18,480	373	772,246	23,384	105,118	11,350	20	930,971
全年比率	1.98%	0.04%	82.95%	2.51%	11.29%	1.22%	0.00%	100%

# 著作権侵害削除数

2016年	削除依頼点数
1月	27
2月	49
3月	58
4月	2
5月	60
6月	69
7月	4,106
8月	26
9月	198
10月	61
11月	46
12月	58
合計	4,760

2017年	削除依頼点数
1月	60
2月	102
3月	577
4月	107
5月	97
6月	108
7月	228
8月	230
9月	138
10月	711
11月	99
12月	990
合計	3,447

2018年	削除依頼点数
1月	160
2月	142
3月	175
4月	163
5月	258
6月	210
7月	111
8月	316
9月	405
10月	295
11月	483
12月	302
合計	3,020

2019年	削除依頼点数
1月	346
2月	339
3月	274
4月	183
5月	221
6月	318
7月	216
8月	189
9月	295
10月	402
11月	239
12月	187
合計	3,209

# フリマアプリ 削除データ補足

- \* 2017年に削除が多かったのはフリマサイトのアカウントが簡単に登録でき、また、フリマFが出品制限を行っていなかったため、出品形態などから明らかに中国に関わっていると思われる利用者が画像から判断出来る偽造品を大量に販売していた点が挙げられる
- \* 2018年初め、フリマFの侵害品出品率は、ほぼ100%だった。しかし、CIPPへの加盟や、経済産業省(製造産業局模倣品対策・通商室)、弊法人及び弊法人会員との複数回に及ぶ話し合いの結果、短時間での大量出品をシステム上できないようにするなどの対策を実施、状況は顕著に改善した。一方、同サイトから追い出された商標権侵害品出品者(中国の春節や国慶節に出品数が大幅に減少することから、中国に関わる者が出品していると推測される)は、結果として、フリマEとCに流れ込んだ
- \* 2019年フリマCの数値が上がっている点は偽造品販売で指摘された出品者をアカウントごと削除するが対象者のデータと照合していないためか当該者が容易に再登録出来てしまい、自主パトロールも追いつかず結果数値は改善されない

# C2C販売サイト オークションサイト

- 個人間で私物の取り引きを目的としてネット取引初期から始められたプログラム
- 価格からは出品の真贋の識別は難しい
- 業者もストア情報を開示の上で参加を認められている
- 一方、相当量を反復的に扱っている者(業として)でも**個人出品者として身元を開示せず利用している**
- ユーザーの**身元確認**は行っているが中には巧みに虚偽の登録をする者もあり**全てを確認出来ているとは言えない**
- 近年増えているフリマアプリに影響をうけてか**匿名取引などの選択が可能になった**
- 取引も直接メールでやりとりする事はなくシステムに組み込まれたツールで連絡を取ることが出来る
- 支払いは収納代行やプラットフォーム指定の決済によるものが多く、利用者自身の口座に振り込む決済は殆どなくなっている
- 配送も自身の**情報を秘匿し業者に託す**ことが出来る
- 偽造品削除に関しては依頼があれば直ちに対応し出品者に対しては自身の規約に照らし措置を行う
- 自社でパトロールも行っている

# C2C販売サイト フリマアプリ

- 携帯電話でどこからでも利用でき利用手数料も安いいため2013年頃から利用者が増え、伴いサイトの数も増えた
- **ID登録は簡単に取得でき身元確認をしていない**所が多く電話番号若しくは決済方法の確認がとれれば偽名で登録できる所が多い
- それにより外国人が販路拡大の目的で複数登録し大量の偽造品を出品している
- サイトによっては出品数に上限を設けなかったため自動出品され何千点もの偽造品が出品されたことがある
- 真正品の画像若しくは公式サイトから引用してきた**画像(著作権侵害)**を使用している場合があり画像から真贋の判別が出来ない出品もある
- 個人間取引を目的として開設されたはずのサイトでも**商売として利用している者が多くみられる**
- 個人として利用しているため取引相手に対し出品者情報を秘匿している者が多い
- 商品が**海外から直接購入者**に送られた場合、税関で止められることがあり、再送してくれる事もあるが自らアカウントの利用を停止し、連絡出来なくなる事も多い
- **匿名配送**を希望することが出来る
- モール毎に自社決済方法を指定している事が多い
- 削除依頼に対しては積極的に対応している所が多く、指摘のあったユーザーの**措置は自社の規約に準ずる**

# B2Cサイト 市場、ショッピングモール

- 利用者の身元確認や表記についてはなされているサイトが多いが中には**存在しない住所表記**がされていたり、サイト管理者名の記載を許可している所もある
- 利用者の管理は独自の規約にて行っているが引き締めが厳しく不正商品販売が発覚するとペナルティーを課す所があると聞く
- 在庫していない商品の出品を許可しているサイトでは**商品画像をブランドの公式サイトから盗用(著作権侵害)**する者が多く、何度削除依頼しても繰り返し無断使用をやめない、運営者も画像盗用禁止の**指導をしていない**
- 削除依頼に応じないサイトがある
- 並行輸入のブランド品(真正品)を販売する際、それぞれの商品ページまたはメニューにブランド名のみならず**ロゴや登録商標を権利者に許可なく**正規代理店であるかの様に**使用し**消費者の判断に混乱を生じさせている店舗がある
- 指摘を受けたものだけを対応するサイトが多い

# ショッピングサイト削除依頼数(2018)

サイト A	56件	(前年度128件)
サイト B	24件	(前年度 65件)
サイト C	51件	(前年度 56件)
サイト D	39件	(前年度134件)
サイト E	2件	(前年度 0件)
サイト F	6件	(前年度 0件)
サイト G	0件	(前年度 5件)
合計	178件	(前年度 388件)

※管理されていて侵害品が少ないサイトと逆に削除自体が煩雑で依頼しにくいサイトがあるため対応件数が少ない



# SNSを利用

- 投稿した画像を利用し商品の宣伝を行い、消費者とDMで連絡を取ったり、自身のHPに誘導し偽造品を販売する
- 投稿者が国内利用者の場合もあるが海外から偽ブランドの画像が投稿されているケースも多い
- SNSを利用中に掲示される**広告サイト**があるが海外のサーバーを経由したフィッシングサイトや詐欺サイトが多く、消費者が誤って商品を購入し被害に遭うケースが散見される
- 昨今では偽造品に関して削除の対応がスムーズになっている、管理社によってはアカウントを停止にしてくれるところもある



# SNS削除依頼数(2018)

各SNSに伝達した数値は、以下の通りになる

アプリA	16件
アプリB	16件
アプリC	10件
<hr/>	
合計	42件

# 独立サイト

## 国内サーバー利用 海外サーバー利用

### 国内サーバー利用

- ・国内サーバーを利用し開設されたサイトはHPの内容も販売者表記、また決済、配送も自社の物を利用していることが多い
- ・サーバーも削除依頼に対してはスムーズに対応してくれるところが多い

### 海外サーバー利用

- ・ブランドのHPを模してサイトが構成されている物があるため消費者が騙される事がある
- ・特商法の表記は実在する他者の物をコピーしている事がある
- ・海外からEMSで発送される物が殆ど
- ・商品の発送どころか注文に対し返信もなく、個人情報抜き取るためのサイトの場合もある
- ・商品価格は本物よりかなり安くなっている
- ・記載されている日本語に誤りが多い
- ・商標権侵害物品販売サイト、詐欺サイト、偽サイトへのアクセスブロッキング実施は法的な観点から問題があるとされる
- ・海外のサーバーに対して直接削除依頼をする事は容易でないため、現時点の対応策は消費者庁が悪質サイト一覧に同庁のHPに掲載、警察庁が通知をしてセキュリティソフトに警告文の表示させる、利用している口座が判明した場合は警察から凍結依頼に留まる

# 削除対応全般 補足

- \* 出品者からの削除に対するクレームは、商標権・著作権を合わせ、平成30年度、43件(前年度115件)あり、全て弊法人にて対処した。
- \* クレーム対応は、削除依頼の理由説明をメール送付するだけですむ場合もあるが、9回に渡りやり取りをした場合や、削除を受けた出品者がアポイントを取らずに弊法人事務所に来た場合もあり、当該対応には相当程度の人力が割かれる
- \* 2019年にフリマアプリから偽造品の試し買いを行ったが**46**件中**25**件が匿名配送を利用していた
- \* 匿名性が犯罪を助長している
- \* 権利者が手動で削除対応するには限界がある、まずは商標権、著作権侵害を行えないプラットフォームを築くルールが必要

# トラブル事例 1

- \* 遺失物(若しくは盗品)が出品されている事が判明し出品者に直接連絡を取ったら出品削除されアカウントも消されてしまった
- \* 手元のない商品を出品し、購入者名で後払いサービスを登録、商品を注文し直接購入者に送付、商品を購入者が受領し代金をだまし取り 後日購入者に後払いで買った商品代金の請求が送られ購入者は代金を二重に払わされた
- \* 画像を見て商品を注文したが画像と異なる商品が届いたと警察に相談、問題が発覚すると出品者はアカウントを閉鎖した
- \* 2019年に弊法人が警察から受けた捜査協力依頼**298**件中**61**件がネット取引に関する消費者からの相談であった

# トラブル事例 2

- \* 海外(中国)の偽造品会社が偽造品を輸出、日本国内倉庫に在庫し、フリマアプリ等個人利用者を通し注文を受けると倉庫から関連の発送代行会社名で発送する件が増えている 購入品は偽造品であったが返品返金の連絡が取れない
- \* 高額商品を落札したが届いたら偽造品と思われる物だったため運営会社にその旨伝え支払いを止めてもらっていたが偽造品と断定できなかったため支払い指定期限に支払いがなされてしまった
- \* 運営者が提供している高額保証の承認も手続きが煩雑で保証が受けにくい
- \* 小分けしての香水販売は、侵害行為と判断するかについて小分けの判例はある物の具体的に香水についての判例がないとして一部のサイトでは削除対応がなされない ブランドでは小分けによって品質の低下に伴う健康被害等が起こりうる事を鑑み、安全な物でないとして品質の保証ができない

# CIPP

## インターネット知的財産権侵害品流通防止協議会

- \* 権利者とプラットフォームが自主的に消費者及び知財保護を目的とし設立した任意団体
- \* 関連省庁がオブザーバーとして参加している
- \* 自主的に規制方法を検討し各社に実施を促しているが法的な強制力はない
- \* 上記効果に付き、参加プラットフォームの運営市場を年一度著作権及び商標権侵害につき検証している
- \* 対象サイトは8サイト商標は複数ブランドにて実施
- \* 過去の検証結果は下記の通り

# CIPP 侵害品出品率

年度	サイト種別	商標権		著作権		総計	
		母数	出品率	母数	出品率	母数	出品率
平成26年度		5,364	0.17%	9,044	0.02%	14,408	0.08%
平成27年度		2,292	1.83%	4,762	0.25%	7,054	0.77%
平成28年度	オークション	1,399	0.79%	2,328	0.04%	3,727	0.32%
	フリマ・アプリ	3,020	1.09%	3,924	0.00%	6,944	0.48%
平成29年度	オークション	2,147	0.09%	2,972	0.07%	5,119	0.08%
	フリマ・アプリ	5,093	1.06%	6,430	0.26%	11,523	0.61%

2019年3月12日付け CIPP「2018年度インターネット知的財産侵害品流通防止協議会報告書」より抜粋

# まとめ

## (運営者について)

- \* 匿名性を悪用する者による消費者被害が増えている トラブル防止、若しくは解決のため、アカウント利用者の**個人情報**を**運営者が正しく把握**して欲しい
- \* 個人と称し商業行為を行っている利用者(出品形態から中国に関わる者と推察)が多いが、運営者は**個人出品者と業者との定義付けの運用を強化し、業者は業者として利用する事を徹底**して欲しい
- \* トラブルがあった時に出品者情報開示が難しい今日では、少なくとも業として利用している者については特商法の表記義務に従って**ウェブ上で販売者情報の記載を徹底**して欲しい
- \* 法令や利用規約に違反した者として利用停止処分を受けた者が**アカウントを再取得出来ないよう管理**する
- \* 消費者は商品を画像で判断するので実際の販売品画像の掲載することとし、少なくとも**ブランド権利者の公式サイトから画像を盗用した場合のペナルティーを強化**して欲しい
- \* 個人利用者の出品でも**国内発送代行社が配送サービス**を行う場合、出品ページにその旨の**記載を義務づける**



# まとめ

## (行政機関について)

- \* フリマアプリでの違法出品物の削除依頼数の急激な増加に鑑み、**知的財産保護対策に不案内だったり、全くと言って良いほど関心を持たない一部のフリマアプリに対して行政による指導をお願いしたい**
- \* 業として利用している者が特商法の表記を行わなかった場合または、管理社からの報告を受け指導、監督を行う、またペナルティーを科す等の措置について**行政により具体的なフローを策定して欲しい**
- \* 各サイト運営者はベンチャー企業であることから統一された規定がないため偽ブランド品販売など違反者に対しての処分対応がそれぞれ異なる 各管理社が前述のID管理等を行えるよう、また 違反者に対しては定められた規則に則り措置を執ってもらうため**行政で最低のルールを策定してほしい**

# まとめ

## (運営者としての対応について)

- \* 捜査機関からの照会に対する回答に係る日数は3ヶ月が平均と言われているが、出来るだけ迅速に対応し悪質違反者の取り締まりに協力して欲しい
- \* 権利者から商標権/著作権侵害と指摘された物に対して対応する際、同種と判断出来る出品物に対しては同様の措置を執るようお願いしたい
- \* 法律的に商標権/著作権侵害と断定出来ない物でも消費者が被害を被るおそれのある物に関しては違反品と同様の扱いをして欲しい
- \* 悪質業者情報等を各運営者が共有出来る様**行政と連携**し機構を設けて欲しい