

輸入ビジネスと知的財産権

キャラクター商品の 輸入販売時に 知っておきたい留意点



mipro

はじめに

ミプロでは販売を目的とした小口輸入に必要な情報を提供するため、セミナー開催や相談業務、参考資料の作成といった事業を行っています。その一環として知的財産権についても「知らなかったということで権利を侵害してしまうリスクを低減するために…」をテーマにして情報提供をしています。一方、ご自身で発掘し育てようとする商材について、知的財産権を利用して先行者としての利益を守ることはできないかとのご相談をいただくことがあり、輸入ビジネスにおいては権利を守ることも重要な課題であると捉えています。

知的財産権の侵害についてはあらかじめ明確に確認することは難しい場合もあり、リスクとして受け止め、備える必要があります。

その中で、コンスタントにご相談をいただくキャラクター商品については、「ライセンサー」「ライセンシー」「輸入販売者」といった立場の違いによる留意点があり、ビジネスを進めるためのご説明ポイントも異なります。ミプロでは2021年度事業においてオンラインセミナー「ライセンス商品を輸入販売する際の留意点～キャラクター商品を中心に～」を開催しましたが、本資料ではキャラクター商品の輸入販売者という視点に絞って講演内容をまとめ、セミナーでの講師をお願いした 弁護士 恩田 俊明 氏に監修をいただきました。

内容につきましては法的な正確さよりもわかりやすさを優先しておりますので、参考情報としてご利用いただきたく、具体的に法的手続き等が必要な場合は弁護士など専門家にご相談下さい。

本資料が輸入ビジネスを安全にすすめるための一助となれば幸いです。

2022年3月

監修：ライツ法律特許事務所 パートナー弁護士・弁理士 恩田 俊明氏

2010年弁護士登録、2020年弁理士登録。

国際特許事務所で国内外のクライアントの知財創出・活用案件に携わったのち、ベンチャー企業支援特化の法律事務所で活動。特にスタートアップ企業の法務戦略・知財戦略アドバイザーとしての業務を多く手掛け、著作権・商標権・特許権・意匠権等各種の権利保護のほか、データビジネスその他情報の利活用分野においても各種の案件を手掛ける。

2020年1月より現職。

もくじ

◆市場に流通するキャラクター商品を輸入販売する際のリスクの考え方	4
I キャラクター商品とは	5
II キャラクター商品に関わる知的財産権について	6
III ライセンス契約について	14
IV キャラクター商品と並行輸入について	16
V 販売時の留意点	18
VI さいごに	19
参考資料 1 キャラクター商品の輸入販売に留意すべきその他のこと	20
参考資料 2 関税法基本通達 69 の 11-7	21
参考資料 3 税関で行われる認定手続きの一般的な流れ	22
参考資料 4 相談窓口	23

市場に流通するキャラクター商品を輸入販売する際のリスクの考え方

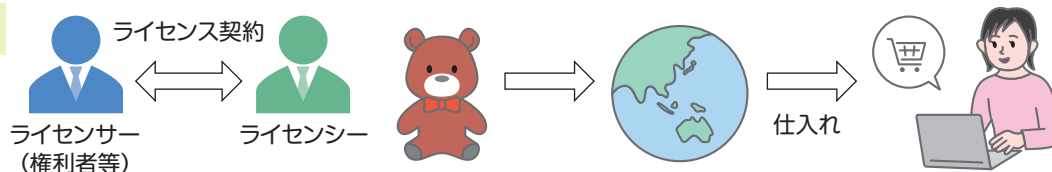
インターネットサイトや、海外の小売店などで販売されているキャラクター商品を仕入れ、日本で販売するビジネスを進める上で、差止などのリスクについてどのような点に留意すべきなのでしょう？

他者が皆さんの輸入や販売を差止める際には当然に、法律上の根拠（権原）が必要です。その前提において皆さんが留意すべき点にはまず、商材となるキャラクター商品に存在する知的財産権があります。そして、商品の製造販売について知的財産権等の利用許諾に関わる契約の成立によって生じる、当事者間の義務と権利についても注意すべきことがあります。



キャラクター商品のライセンサーから直接、販売の許諾を受けてはいないのですが…

ケース 1

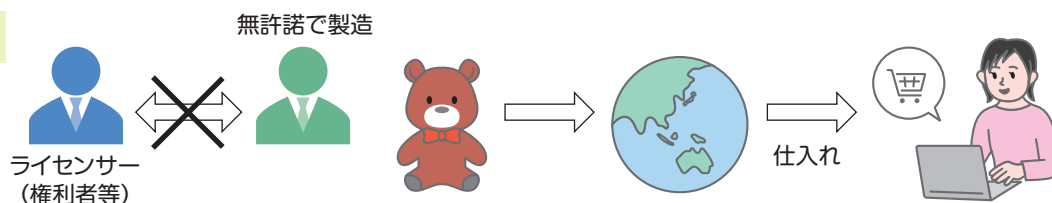


原則としてですが、

- ◎日本で保護すべき知的財産権が存在しないのであれば、販売することは可能です。
ただし、類似する商品について、日本市場での流通状況を確認しましょう。
- ◎著作権のみ存在する商品（DVD など動画を含む商品を除く）であれば、販売することは可能です。
- ◎日本において登録商標や登録意匠などがあれば、権利の種類ごとに求められる適法な並行輸入の要件に注意が必要です。
- ◎販売時には、商品の写真やネット画面上の図柄やロゴの扱いなどには注意しましょう。



ケース 2



- ◎ライセンサーに無許諾で製造された商品（違法なコピー商品）であれば、その輸入や販売も、権利を侵害する行為です。



◎リスクについて検討すべきポイント

1. 違法なコピー商品を仕入れない ⇒ 仕入先の信頼性が重要
2. 商材となるキャラクター商品について、日本で保護を受ける知的財産権の存在について確認する
3. 項目 2. で存在を確認した知的財産権について、適法な並行輸入の要件について確認する
4. 日本市場における類似する商品の流通状況については確認する
5. 製造販売にかかわるライセンス契約に違反しないことについて入手可能な裏付けについて確認する。



検討すべきポイントの確認を進める上で知っておきたいことについて、これから解説します。



キャラクター商品とは



日本ではいろいろなキャラクター商品が流通しており、その人気は子どもから大人まで幅広く広がっています。市場規模は1兆円を超えるとも言われており、キャラクター自身の持つ知名度や顧客誘引力によって、自ら広告宣伝をするまでもなく消費者の購買意欲にアピールすることが可能です。キャラクター商品の輸入販売に興味を持つ方が少なくないことも、もっともなことと言えるでしょう。

そしてニセモノのキャラクター商品を輸入販売することは違法行為であることは、誰もが認識していることです。ところで「ニセモノ」とはどのような商品をいうのでしょうか？

多くの方はキャラクターには著作権が存在しており、その権利者に無断で商品化されたものを「真正品ではない商品」≡「ニセモノ」とイメージしているかもしれませんが、もちろんその通りなのですが、キャラクターであれば必ず著作権が存在するのでしょうか。そしてキャラクター商品に関わる知的財産権は著作権だけなのでしょうか。

また、一般にキャラクター商品はライセンサーとライセンシーとの間で交わされた契約に基づき製造販売される商品です。契約を交わす当事者以外の第三者がその内容を知ることが容易ではありませんが、そのライセンス契約に違反して製造された商品もまた、正規に製造された商品とはいえないことに留意する必要があります。

1. キャラクターとはなんでしょう？

そもそも「キャラクター」とはなんでしょう？ 視覚的に表現されている有名なキャラクター名がまず浮かぶかもしれませんが、そのほか、年齢や性別、容姿から始まって性格や話し方など抽象的なイメージの総体＝設定として使われることもあります。また、キャラクターの出どころに注目すると、テレビや映画のキャラクター、漫画雑誌のキャラクター、絵本のキャラクター、オリンピックなどのイベントキャラクター、自治体が地域おこしなどに利用するゆるキャラなどもあります。

このように一般的な用語としての「キャラクター」にはいろいろなイメージが存在します。本資料では次のような分類を設定し、知名度のあるいわゆるキャラクターに加えて、ファンシー雑貨に描かれている動物などのイラストも含め、話を進めます。

- 視覚的に表現されている具体的な画像やデザイン⇒連載漫画やアニメの登場人物、もの、動物など
⇒商品化のために単体で創作されたもの、動物など
- 文学作品に登場する人物などの「キャラ設定」、「イメージ」⇒言語による人物設定など

さて、「キャラクター」ということばに対する法律上の定義はありませんが、知的財産権関連法がその保護の対象としているのは、目に見える具体的な画像やデザインなどであることは押さえておきましょう。個々の頭に存在するアイデアやイメージについて、法律で規定し、保護することは難しいからです。

目には見えないキャラクターの設定やイメージについては、商品の製造販売に関わるライセンス契約において、キャラクターの価値を損なうような行為を禁止する条項を定め、保護することはよくあるようです。

「キャラクター」の意味	知的財産権としての保護	対処方法
目に見える具体的な画像やデザイン	対象	契約でも保護を補強することがある
抽象的なもの、「キャラ設定」「イメージ」など	非対象	契約でカバーすることがある

2. 商品化にかかる契約とは

キャラクター商品とは文字通りキャラクターを利用等した商品ですが、一般に、キャラクターに関わる著作権といった知的財産などを独占する権利者が、他者にその利用等を許諾することによって製造され、販売されます。許諾を与える側をライセンサー、許諾を得る側をライセンシーといい、両者の間では通常、ライセンス契約、あるいは商品化権許諾契約と呼ばれる契約が結ばれます。

キャラクター商品に関わるライセンス契約では一般に、対象となるキャラクターの種類や、利用の範囲・期間、そして前述のイメージ保護にかかる条項などなど、ライセンサーとライセンシーとの間で合意した内容を規定します。さらに契約当事者間での秘密保持契約が併せて交わされることもあります。

第三者となる輸入販売事業者は多くの場合、契約の内容を知らないままに問題のない商品であることを模索しなければなりません。キャラクター商品の仕入れでは、仕入先に対する信頼が大きな意味をもつこととなります。

II

キャラクター商品に関わる知的財産権について

日本において著作権法などの知的財産権関連法によって保護すべき権利が存在する場合、その権利者の許諾を受けずに製造されたキャラクター商品を輸入販売する行為は、権利侵害の責任を問われることがあります。

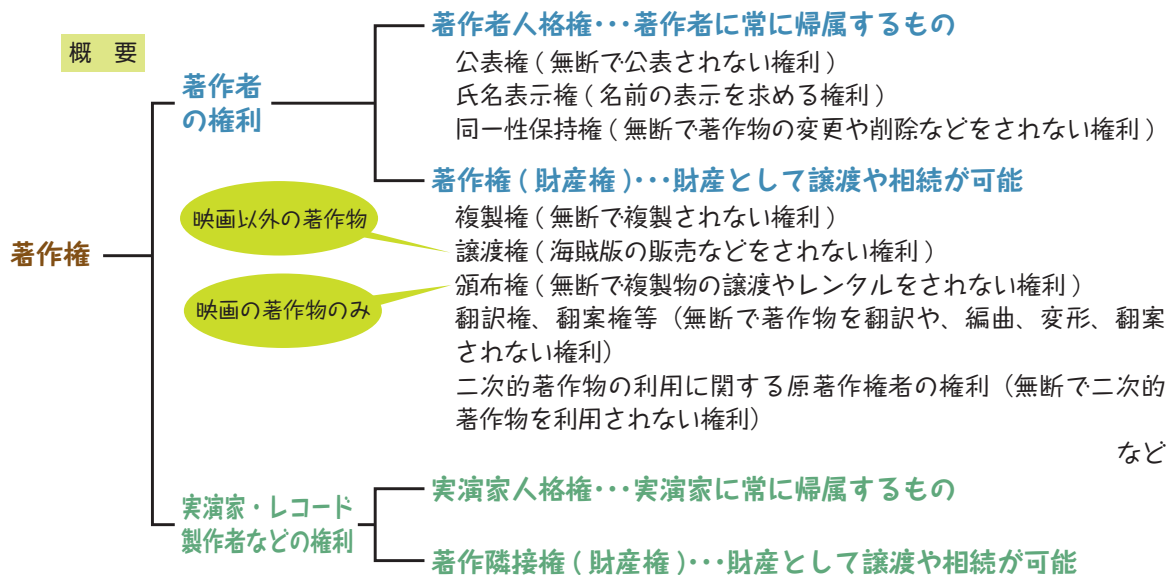
まずは、取扱う商材が適法に製造されたものなのかについて確認する際に、知っておきたい知的財産権について確認しましょう。

キャラクター商品にかかわる主な知的財産権としてまず浮かぶのは前述の著作権ですが、そのほか、商標権や意匠権にも留意する必要があります。それぞれ、著作権法、商標法、意匠法によって権利化の方法や権利の範囲、侵害時に権利者が取りえる対抗措置などが規定されています。

また、当該商品の輸入販売が不正競争防止法に定められる不正競争行為に該当しないかなどについても確認する必要があります。

1. 著作権について

日本では著作権は著作権法に基づき保護されます。知的財産権のなかでも商標権や意匠権などの権利は、特許庁への登録によって発生する方式主義を採っているのに対し、著作権は海外の多くの国と同様に、「著作物」が創作されたときにその権利が発生する無方式主義を採っています。その内容は、「著作物を創作した人（著作者）などに与えられる一定の種類の特権的権利の総称」であって、下図のようないろいろな権利の集まりとなっています。著作権の保護期間は、原則として著作物創作の時から著作者の死後 70 年を経過するまでの間となっています。



ところで創作と同時にこのような著作権が発生する「著作物」とはなんでしょう？

著作権法では「思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術、または音楽の範囲に属するもの（第 2 条第 1 項）」と定義づけられており、次のような著作物の種類が例示されています（第 10 条）。

◇著作権法で例示される著作物の種類例（抜粋）

【一般の著作物】

言語の著作物（小説、脚本など）、音楽の著作物、美術の著作物（絵画、漫画など）、映画の著作物、写真の著作物 など

【上記一般の著作物を原作として新たに創作的な加工を加えた著作物 など】

二次的著作物（上記のような原著作物を、翻訳、編曲、変形、翻案などして作成したもの）

❗ 二次的著作物には、たとえばキャラクターのイラストをもとに商品化された、ぬいぐるみやフィギュア、キーホルダーなどが含まれます。

※参考：公益法人著作権情報センターウェブサイト「著作権 Q&A 著作物にはどんな種類がある？」
<https://www.cric.or.jp/qa/hajime/hajime1.html>

著作権侵害のリスクを避けるための第1歩は、キャラクター商品に利用されているイラストなどが著作権法で保護の対象となる著作物に該当するかどうかについて検討するところから始まります。しかし、前述のとおり法律では著作物を「思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術、または音楽の範囲に属するもの」と定義しているだけなので、著作物への該当性やその保護の範囲について裁判で争われることも少なくありません。裁判例を参考にしながら、いろいろなキャラクターと著作物との関連について考えてみましょう。

裁判例 ポパイネクタイ事件（最高裁判所 平成9年7月17日判決）

著作権法上の著作物は、「思想又は感情を創作的に表現したもの」（同法二条一項一号）とされており、一定の名称、容貌、役割等の特徴を有する登場人物が反復して描かれている一話完結形式の連載漫画においては、当該登場人物が描かれた各回の漫画それぞれが著作物に当たり、具体的な漫画を離れ、右登場人物のいわゆるキャラクターをもって著作物ということはできない。ただし、キャラクターといわれるものは、漫画の具体的表現から昇華した登場人物の人格ともいふべき抽象的概念であって、具体的表現そのものではなく、それ自体が思想又は感情を創作的に表現したものであるということができないからである。



ポパイネクタイ事件において最高裁判所は、いわゆるキャラクターそのものは著作物とはいえないこと、具体的表現物となる各回の漫画の図柄それぞれが著作物に当たること、しかしながら特定の登場人物の絵と細部まで一致しなくとも、その特徴から当該人物を書いたものであることがわかればその絵は漫画の著作物の複製となることなどについて判示しました。



ということは…

◆漫画、アニメーション等で視覚的に表現されている図柄やデザイン

漫画やアニメーション等で描かれているキャラクターなどのそれぞれの図柄などは「美術の著作物」あるいは「映画の著作物」として、創作と同時に著作権が生じると考えてよいでしょう。ですから、著作権を持つ権利者に無断でその図柄などをそのまま商品に付したり（複製権）、図柄をもとに立体化して人形にしたり（複製権・翻案権）することは、そのキャラクターに存在する著作権を侵害する行為ということになります。

◆小説などの登場人物として言語によって表現された人物の容姿、性格、設定など

言語によって表現された人物などをどのようにイメージするのかは、人によって異なります。文章表現そのものは「言語の著作物」として保護の対象となり得ますが、言語による設定に基づくキャラクターのイメージは、具体的表現そのものではないということで著作物とはならないでしょう。

裁判例 けろけろけろっぴ事件（東京高等裁判所 平成 13 年 1 月 23 日判決）

- 「現実になされた具体的な表現に創作性が認められる場合に、次に問題となるのは当該著作物の保護の範囲であり…」
- 「カエルを擬人化するという手法が広く知られた事柄であることは明らかであり、カエルを擬人化する場合に、顔、目玉、胴体、手足によって構成されることになることも自明である。そして、本件著作物の基本的な表現に着目してみる限り、前述のとおり、それは、通常予想されるありふれた表現といえる範囲に属するものであるから、これ自体を保護に値するキャラクターの構成要素とすることはできず…」



動物などを擬人化したイラストは、具体的な表現物であってもそれがありふれた表現であれば、その創作性を問われることにより著作権法によって保護される範囲は限定されると考えられます。

裁判例 チョコエッグフィギュア事件（大阪高等裁判所 平成 17 年 7 月 28 日判決）

菓子類のおまけとなる量産品フィギュアの模型原型について、個々のケースごとにその創作性の程度を検討し、著作物に相当するか否かについて判断した。

- 「本件動物フィギュアは、実際の動物の形状、色彩等を忠実に再現した模型であり、動物の姿勢、ポーズ等も、市販の図鑑等に収録された絵や写真に一般的に見られるものにすぎず、制作に当たった造形師が独自の解釈、アレンジを加えたというような事情は見当たらない」 ⇒**否定**
- 「本件妖怪フィギュアは、本件動物フィギュアと異なり、空想上の妖怪を造形したものである。（中略）一定の美的感覚を備えた一般人を基準に、純粋美術と同視し得る程度の美的創作性を具備していると評価されるものと認められるから、応用美術の著作物に該当するというのが相当である」。⇒**肯定**
- 「本件アリスフィギュアは、テニエルの挿絵を立体化したものである。（中略）本件アリスフィギュアには、テニエルの原画を立体化する制作過程において、制作者の個性が強く表出されているとまではいえず、その創作性は、さほど高くないと言わざるを得ない。⇒**否定**



動物やイラストをいかに精巧に立体化しても、立体化に当たって純粋美術とみられるほどの美的創作性がその制作者に認められなければ、著作物とは認められないと考えられます。



ということは…

◆商品化のために単体で創作された動物などの図柄について

動物の形態をリアルに表現したり、擬人化したりするキャラクターを利用した商品の場合、その著作権の存在の有無や範囲は、限定されると考えられます。



知名度のあるいわゆるキャラクターではなく、動物などのイラストが付されている商品について著作権の有無を検討する際も、このような裁判例は参考となるでしょう。

とはいえ、リスク回避という面においては、著作権は存在するという前提でビジネスを進めるという考え方もあります。

◇海外の著作物と日本の著作権法に基づく保護について

さて、海外で創作された著作物に対する日本での保護についてはどのように考えるのでしょうか？

日本の著作権法では保護を受ける著作物として、①日本国民の著作物 ②最初に国内において発行された著作物 ③条約により我が国が保護の義務を負う著作物 と規定しています（第6条）。

つまり多くの国が参加するベルヌ条約や WTO 協定など各条約における同盟国の著作者が創造した著作物は、日本においても保護されることとなりますので、海外の著作物を無断で和訳したり、複製したりすることはできません。

また、著作権を侵害する商品を輸入販売する行為についても、「著作権を侵害する行為とみなす」とする以下規定があります。

第百十三条 次に掲げる行為は、当該著作者人格権、著作権、出版権、実演家人格権又は著作隣接権を侵害する行為とみなす。

- 一 国内において頒布する目的をもつて、輸入の時ににおいて国内で作成したとしたならば著作者人格権、著作権、出版権、実演家人格権又は著作隣接権の侵害となるべき行為によつて作成された物を輸入する行為
- 二 著作者人格権、著作権、出版権、実演家人格権又は著作隣接権を侵害する行為によつて作成された物（前号の輸入に係る物を含む。）を、情を知つて、頒布し、頒布の目的をもつて所持し、若しくは頒布する旨の申出をし、又は業として輸出し、若しくは業としての輸出の目的をもつて所持する行為

2. 商標権について

商標は商品やサービスに使用することにより消費者等に商品の出所などを知らしめるもので、日本では商標法によって商標権のあり方や保護について規定しています。

商標とそれを使用する商品やサービスを指定して特許庁に登録することにより、商標権としての効力が生じます。

商標権は信用の維持を目的とした営業上の標識に関わる権利なので、原則として10年の期限ごとに何度でも更新して永久に権利を保持できる仕組みとなっています。

商標権は国ごとに異なる仕組みや手続きによって権利化され、法的な保護の対象となりますので、権利を得た国でのみその効力が生じることが原則です。

キャラクターの名称は一般に著作物には当たらないと考えられていますし、前述のとおりキャラクターの形態によっては著作権としての保護を受ける範囲に限られることもあります。そこで、商品に利用されるキャラクターの名称、ロゴ、図柄などを商標として登録し、商標権によるキャラクターの保護を考えるライセンスは多いと思われます。登録商標の権利者は、日本において同一の商標を独占して使用できることはもちろんのこと、類似する範囲において他者がその商標を使用することを禁止する権利を持ちます。

キャラクターの名称等に商標権が存在する場合には、商品に当該商標を付すことのほか、商品の販売、配布等、さらにはそのような行為を目的とした輸出入、展示、広告といった行為にも原則として権利者の有する使用权が及びます。その中で当該権利者に許諾を得ずに輸入するかたちがいわゆる並行輸入ということになります（ご参考：Ⅳ. キャラクター商品と並行輸入について）。

◆登録商標例

MICKEY MOUSE

登録番号 第 2037193
指定商品 新聞、雑誌、額縁



登録番号 第 3315388
指定商品 卵立て、時計など



登録番号 第 3302503 号
指定商品 トランプ、写真立てなど

商標権侵害のリスクを避けるための第1歩は、キャラクター商品に使用されている商標が日本で登録されているのかについて調査することから始まります。

商標調査は弁理士など専門家に依頼することもできますし、独立行政法人 工業所有権情報・研修館（INPIT）がネット上で提供する無料サービスサイト「特許情報プラットフォーム J-PlatPat」を利用するなどして、ある程度自分で行うこともできます。

3. 意匠権について

物品等の意匠、つまりデザインを保護するための権利が意匠権です。日本では意匠法によって意匠権のあり方や保護について規定しています。

意匠は物品等の外観を特許庁に登録することにより、意匠権としての効力が生じ、その存続期間は意匠法改正により2020年4月1日以降の出願意匠については出願日から25年となっています*。

意匠権は国ごとに異なる仕組みや手続きによって権利化され、法的な保護の対象となりますので、商標権と同様に権利を得た国でのみその効力が生じることが原則です。

* 2020年3月末日以前の出願については、登録日から20年となっています。

意匠権は、キャラクターの図柄そのものではなく、キャラクターを利用した物品等についての新しいデザインを保護する権利です。たとえば、ぬいぐるみやストラップ、玩具といった立体的なデザインのほか、ノートなどの文具品や衣料品などのデザインも保護の対象となります。

意匠権者は登録意匠の実施、つまり意匠にかかる物品を製造し、使用し、譲渡し、レンタルし、輸出入するなどの行為を行う権利（実施権）を有します。その中で当該権利者に許諾を得ずに輸入するかたちがいわゆる並行輸入ということになります（ご参考：Ⅳ. キャラクター商品と並行輸入について）。

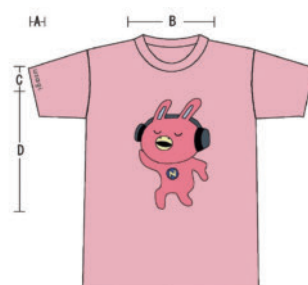
◆登録意匠例



意匠登録 1640632
物品名 ハンドストラップ付
ぬいぐるみおもちゃ



意匠登録 1689368
物品名 ノート用表紙



意匠登録 1202867
物品名 ティーシャツ

意匠権侵害のリスクを避けるための第1歩は、キャラクター商品に使用されている物品等のデザインが日本で登録されているのかについて調査することから始まります。

意匠調査は商標と同様に、独立行政法人 工業所有権情報・研修館（INPIT）がネット上で提供する無料サービス

サイト「特許情報プラットフォーム J-PlatPat」を利用するなどして、ある程度は自分で行うことができます。しかし、意匠権には権利者ニーズに応じたいろいろな出願方法（関連意匠制度や部分意匠制度など）があり、他社権利の範囲について確認する必要がある場合には、意匠権を得意とする弁理士に相談することが望ましいと思われます。

◇登録商標や登録意匠を「特許情報プラットフォーム J-PlatPat」で調べてみましょう

J-PlatPat は、日本にて出願・登録された産業財産権（商標権、特許権、実用新案権、意匠権）の情報を検索することができるデータベースサービスで、現在独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）の運営によりウェブサイト上で無料提供されています。

J-PlatPat は誰でもアクセスできますし、中でも商標はその読み方（称呼）を入力する、あるいは図形として検索することで、比較的簡単に国内の登録状況についての情報をある程度得ることができます。

また、意匠権については、たとえば「意匠に係る物品／物品名／言語物品名（例：ノート、ストラップなど）」や、「出願人／権利者」などによって検索することが可能です。ただし、関連意匠制度や部分意匠制度など権利化にはいろいろななかたちがあることに、注意が必要です。

これから取扱うつもり輸入商品名などについて、日本では他者の商標権がすでに存在していないだろうか、あるいは自身の輸入ビジネスは並行輸入にあたるのだろうか、などを確認するために、登録商標や登録意匠の有無を確認することは重要です。まずはご自身で検索してみたいでしょうか。

検索方法については J-PlatPat のホームページ上にマニュアルの提供と、電話によるヘルプデスクがあります。

「ぷらっとぱと」 URL : <https://www.j-platpat.inpit.go.jp/>

ただし J-PlatPat を利用して自身で検索した結果登録商標や登録意匠の存在が確認できなかった場合でも、検索の仕方によって洩れているだけで実は商標権や意匠権が存在する可能性があります。また権利の及ぶ範囲について判断するためには専門的な知識が求められます。必要に応じて弁理士（参照：参考資料 4. 相談窓口）に調査を依頼し、コストをかけてより確かな情報を得ることも検討しましょう。

参照：ミプロ資料：「初心者のための商標権を学ぶ」

4. 不正競争防止法について

不正競争防止法では事業者間の公正な競争を促進するため、不正な競争にあたる行為を法律で定義し、規制しています。商標権や意匠権といった産業財産権法では保護すべき権利が発生する要件として、特許庁への「登録」が必要ですが、不正競争防止法では先行者の努力の成果に他人がただ乗り（フリーライド）する行為自体を類型化し、不正競争行為として定義して（第 2 条第 1 項）規制するものです。

知的財産権保護の観点からみると、同法は産業財産権法などによる保護が難しいところを補完する働きがあります。たとえば未登録の商標や意匠に対する保護だけではなく、商標権等侵害と併せて輸入販売行為に対する違法性を訴える場合に、同法が利用されることがあります。

同法に定義された行為の中で、輸入ビジネス上特に注意したい不正競争行為として、「周知な商品等表示の混同惹起（第 1 号）」、「著名な商品等表示の冒用（第 2 号）」、「商品形態を模倣した商品の提供（第 3 号）」などがあります。

【ポイント】

●周知な商品等表示の混同惹起

日本市場である程度知られているキャラクターの名前やロゴ、あるいはその図柄などを、他者が商品等表示として使用したことにより、その両者の出所について消費者等に混同が生じるような行為をいいます。

●著名な商品等表示の冒用

誰でも知っているようなキャラクターの名前やロゴ、あるいはその図柄などを、他者が商品等表示として使用する行為をいいます。



同法において「商品等表示」は、「人の業務にかかる氏名、商号、商標、標章、商品の容器・包装、その他の商品・営業を表示するもの」と規定されています。

たとえば人気アニメを連想させる衣装の柄を利用した商品等の販売者に対し、周知な商品等表示の混同惹起行為違反の罪で起訴、つまり検察が刑事事件として裁判所の審判を求める事例がありました。

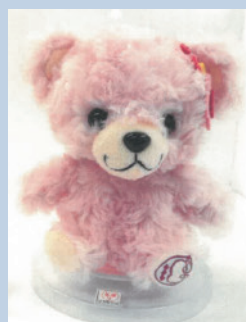
●商品形態を模倣した商品の提供

日本国内において最初に販売された日から起算して3年を経過しない他人の商品について、その形態を模倣（ドコピー）した商品を譲渡し、貸渡し、譲渡もしくは貸渡のために展示し、輸出し、または輸入する行為をいいます。

裁判例 シュニッティーベア事件（大阪地方裁判所平成26年8月21日判決）

—商品形態の模倣を不正競争行為と定める趣旨は、資金、労力を投入して新たな商品の形態を開発した者を、資金、労力を投入せず、形態を模倣することでその成果にただ乗りしようとする者との関係において保護しようとする点にあるから、前記不正競争行為が成立するためには、保護を求める商品の形態が、従前の同種の商品にはない新たな要素を有し、相手方の商品がこれを具備するものであると同時に、両者の商品を対比し、全体としての形態が同一といえるか、または実質的に同一であるといえる程度に酷似していることが必要であり、これらが認められる場合に、後者が前者に依拠したといえるかを検討すべきものと解される。

原告商品



被告商品



裁判所は商品の開発や販売の経緯、商品の全体的形態や目、口・鼻などについてその特徴を細かく確認した上で、原告商品と被告商品との相違点および実質的同一性、模倣性を指摘し、被告商品は原告商品の形態を模倣したと認めました。



著作権、商標権、意匠権などが存在しなくとも、すでに市場に流通する類似商品が存在する場合には、不正競争防止法に定める不正競争行為違反として差止等のリスクが生じます。

他社の築いた人気に便乗するような行為には、十分注意しましょう。

5. 知的財産権侵害にともなうリスクについて

これまで説明した著作権、商標権、意匠権を侵害したり、不正競争防止法に定める不正競争行為違反が認められたりした場合には、様々なリスクが生じます。

(1) 商品の輸入差止めリスク

関税法では「輸入してはならない貨物」として、特許権、実用新案権、意匠権、商標権、著作権、などを侵害する物品のほか、不正競争防止法に規定される周知表示の混同を惹起する物品、商品形態模倣品、営業秘密侵害品などの

輸入を禁止しています（関税法 第 69 条の 11）。

税関ではこのような知的財産権侵害物品の日本への流入を防ぐため、いわゆる「水際での取締り」と呼ばれる輸入の取締りを行っています。

取締りでは知的財産権を侵害する疑いのある物品の通関を差止め、認定手続きを開始します。税関は権利者と輸入者両方の意見を確認しながら、輸入の是非について 1 か月以内をめどに輸入の可否について認定することとなっています（参考資料 3. 税関で行われる認定手続きの一般的な流れ）。

また、税関は水際での取締りを効率よく行うため、職務権限に基づく取締りと共に、権利者から模倣品等に関する情報提供を受付ける「輸入差止申立制度」を取り入れています。

税関ホームページでは「輸入差止実績」や「輸入差止申立情報」を公開しており、たとえばどのようなキャラクターの商品が、何の権利に基づき差止めされたのか、あるいはどのような権利に基づく輸入差止めの申し立てが行なわれ、受理されているのかについて、誰でも確認することができます。

参照：税関「知的財産侵害物品の取締り」

<https://www.customs.go.jp/mizugiwa/chiteki/>

◇真正品であることの確認について

任意とはなりますが、スムーズな輸入通関をするために、通関時に知的財産権を侵害しない商品であることを確認できる書類提出が、輸入者に求められることがあるようです。

真正品であることを裏付けるものは通関時のみならず、販売時にも必要となるかもしれません。たとえばネット上での販売時に、消費者や同業他社、あるいは両者からの問合せがあった場合にはプロバイダーサービス事業者等から同様の資料提出を求められることがあります。

当該商品の製造にかかるライセンス契約書は入手することは難しいとしても、直営店等との売買契約書や輸入元や権利者のホームページ（代理店のリストが掲載されているケース等があります）の写しなど、書類のフォーマットや種類が定められているわけではありませんが真正品であることを裏付ける資料の入手に努めることは、安全なビジネス運営につながります。それが難しい商品の仕入れには、改めてそのリスクについて検討することが必要でしょう。

(2) 商品の販売差止め等のリスク

著作権法、商標法、意匠法、不正競争防止法には、法的な措置として権利者による民事的な対抗措置と、刑事責任を追及するための罰則についての定めがあります。権利者は民事上の請求と、刑事告訴といった手段を講じることができます。

民事と刑事は別の手続きとなりますので、権利者側が両方の対抗措置を講じた結果、侵害者に対し民事訴訟では損害賠償が命じられた一方、刑事訴訟では無罪が言い渡された、ということもあります。

詳細は著作権法や商標法など、それぞれの権利を保護する法律に定められていますが、概要は以下のとおりです。

◎民事上の請求について

民事とは、主に民間人と民間人との間で生じた財産などが関係するトラブルのことです。当事者による解決が難しい場合には、裁判でお互いの意見を主張して裁判所の判断（＝判決等）を求めることもありますし、裁判に至る前に和解というかたちで終わることもあります。

権利者は、権利を侵害する者、又は侵害するおそれがある者に対し、侵害の停止や予防を請求すること、つまり権利侵害品の輸入や販売の差止、廃棄を求めることができます（差止請求権）。また、輸入事業者が事業者として求められる注意義務を怠っていたり（過失）、権利侵害品と知って輸入販売していたり（故意）した場合には、権利者に損害賠償請求権（民法 709 条）が認められます。

権利侵害によって得られた不当な利益に対しては、侵害者の故意、過失の有無にかかわらず、権利者は不当利得返還を請求することができます（民法第 703 条、704 条）。

◎刑事告訴について

権利者が重大な事件の被害者として加害者に対する刑事責任の追及を望む場合、捜査機関に対し告訴することになります。刑事裁判で知的財産権侵害に犯罪性と故意が認められた場合、懲役もしくは罰金、または両方が科せられます。著作権法、商標法、意匠法、不正競争防止法にはそれぞれ、侵害行為に対する罰則が規定されています。罰則規定の例：商標権又は専用使用権を侵害した者は、10年以下の懲役もしくは1,000万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する（商標法78条）。

◇知的財産権だけではない！ 留意したいパブリシティ権について

キャラクター商品販売の魅力がキャラクターの持つ顧客吸引力にあるとすれば、有名な映画俳優やアーティスト、音楽グループ、スポーツ選手といった人物を利用した商品にも同じことが言えるでしょう。

商品に付された人物のイラストや写真にはもちろん著作権が存在する可能性がありますし、グループ名などに商標権が存在する可能性もあります。

さらに留意したいのは、顧客誘引力のある人物に対し特別に付与される「パブリシティ権」を認める裁判例があることです。経済的な価値があり、利益を生むことが可能な人物が持つパブリシティ権は、商標権や著作権と同様に、ライセンス契約の対象となると考えてよいでしょう。

知名度のある人物のイラストや写真を利用した商品を扱う際には、そのイラスト等を創作した作者等々の著作権などとともに、モデルとなった人物のパブリシティ権についても、許諾の有無などに留意する必要があります。

III ライセンス契約について

繰返しとなりますが、キャラクター商品とは一般に、キャラクターに関わる著作権といった知的財産などを有する権利者（ライセンサー）が、他者（ライセンシー）にその利用等を許諾（ライセンス）することによって製造販売される商品です。当該許諾を受けずに製造された権利侵害品を扱うリスクを回避するために、知っておきたい知的財産権について確認をしました。

次は知的財産権の利用等の許諾の内容を定める契約についてです。

1. ライセンス（許諾）とは

●知的財産権とライセンス

【権利者の独占が認められている権利】

著作権（利用する権利）

複製や翻案（アレンジ）、譲渡（販売）などの行為を独占できる権限 など

商標権（使用する権利）

商品やその包装、広告に附する行為、当該商品を譲渡（販売）、輸出入等を独占できる権限 など

意匠権（実施する権利）

物品等の生産や使用、譲渡（販売）、輸出入等を独占できる権限 など



許諾された条件に基づきキャラクターの商品化が可能となります

利用等をライセンス（許諾）する



2. 契約について

契約は当事者同士が自由に定めた内容に合意することにより成立し、成立後には当事者間に権利と義務が生じることとなります。

日本では民法の基本原則において、契約の内容は当事者間で自由に決められることができるという「契約自由の原則」があります。また、契約において書面に書かれていないことは、商法や民法などの規定が適用され、補われることとなります。

一方、海外の国内で交わされる契約については通常その国における法のルールが適用されますし、国を超えた当事者同士の契約については、どこの国や地域のルールを適用するのかについて、通常、契約に規定しておくこととなります。

さて、キャラクター商品の製造・販売に関わるライセンス契約では、その許諾の内容について詳細な取決めが存在すると認識する必要があるでしょう。

知的財産権者であるライセンサーが持つ権限を、どこまで、どのように、ライセンシーに認めるのか提示し、交渉し、そしてその合意点を「見える化」したものが契約書ということとなります。

◇ライセンスを取扱う契約で重要となる「5W1H」

- What (なに?)** ⇒対象に含まれているキャラクターとは何か
☆変形や立体化など利用の範囲は？
- When (いつまで?)** ⇒許諾期間は？
☆知的財産権の存続期間にも留意
- Who (だれが?)** ⇒ライセンスの人的な範囲は？
☆独占権の有無、サブライセンス*の可否など
※ライセンシーがさらに他社に販売や製造等の許諾を与えること
- Where (どこで?)** ⇒製造や販売の国、地域の限定は？
- Why (目的は?)** ⇒販売機会の限定は？
☆イベント（五輪等）による限定
- How (どうやって?)** ⇒販売手段（ネットや実店舗など）や、製造商品の限定、
宣伝広告に対する制限など



「独占権」については、何を独占する権利なのかについて意識することが重要です。たとえば、キャラクターを利用して玩具を製造する独占権がA社にあったとしても、文具を製造する権利は持っていないことがあります。この場合A社の製造する文具は無許諾で製造されたこととなります。あるいは米国での販売について独占権を持っているB社は日本での販売権を持たないことがあります。この場合、日本で独占販売権を持つ他社の存在に留意する必要があるでしょう。

そのほかの規定として、商品化に伴いライセンシーからライセンサーに支払われるキャラクターの使用料（ロイヤルティ）、商品に対する品質管理の方法や責任、商品事故に対する責任や保険、知的財産権侵害が生じた際のライセンサーとライセンシーの責任、契約違反が生じた際のペナルティ、契約終了期間・要件、その後の商品の取扱い、前述の当該契約が拠り所とする法律や訴訟を起こす裁判所などに関する規定があり、併せてこのような契約内容等に関する守秘義務などが挙げられます。

3. 契約に違反して製造された商品に関わるリスクについて

契約の内容は原則として当事者が自由に定めることができますし、キャラクター商品の製造・販売には実際にいろいろな規定があること、そしてその権利と義務に関わる効力は契約の当事者間において生じるものであることをお伝えしました。

そもそも無断でキャラクターを利用し製造した商品は論外であるとして、第三者にはうかがい知ることの難しい契約内容に違反して製造された商品を、知らずとはいえ輸入販売することのリスクには何があるのでしょうか？

ひとつには、海外の仕入先には販売地制限条項による日本への輸出制限があるにもかかわらず、日本での販売を目的とする売買が行われている場合、その仕入先と安定した取引が継続できるとは限りません。ライセンス契約に基づくペナルティの存在が要因となって、出荷が止まる可能性があります。

そして契約に定められた独占権に基づく総代理店が存在している中で、並行輸入ビジネスを進める場合には、キャラクター商品に存在する知的財産権の種類ごとに、権利侵害とはならない要件について確認する必要があります。

特に日本に商標権が存在するキャラクター商品を並行輸入する際には、品質に関わる契約条項違反があった商品の輸入は商標権侵害であると判断した裁判例があることに留意が必要となるでしょう（参照：Ⅳ. キャラクター商品と並行輸入について）。

Ⅳ キャラクター商品と並行輸入について

正規ルートと呼ばれている総代理店などを通じた輸入ルートが存在しており、これとは別の第三者による真正品の輸入を一般に並行輸入と言います。言い換えますと、日本に著作権や商標権など保護すべき知的財産権が存在している商品を、その権利者の許諾を受けずに輸入するかたちを並行輸入ということもできます。

キャラクター商品にかかわる主な知的財産権となる著作権、商標権、意匠権の存在する商品の並行輸入について確認します。

1. 著作権が存在する商品について

著作権に関する並行輸入については、「映画以外の著作物」と「映画の著作物」とに分けて考える必要があります。

著作権法において例示する著作物の中で、文字通り映画の著作物以外の著作物、たとえば美術の著作物（漫画、イラストなど）については、*譲渡権の消尽に基づき真正品の並行輸入は権利侵害とはならないことが著作権法で規定されています（同法第26条の2）。

一方、映画の著作物（映画やテレビのDVD、動画を含むゲームソフトなど）についてはその映画の著作物のみが存在する頒布権の消尽について、著作権法での規定がありません。裁判例でも映画の著作物の並行輸入を認める案件はこれまでないことから、その著作権侵害とされるリスクは低くはないと考えるべきでしょう。

*譲渡権の消尽とは、適法に一度市場に流通した時点でその商品にかかる権利者の譲渡権は消失することを言います。

◇著作権にかかわる並行輸入のポイント

- ライセンス契約に基づき製造された真正品であること
- 映画以外の著作物（絵本、玩具など）であること
- キャラクターを利用したDVDやゲームソフト（映画の著作物）の輸入は要注意



ところで輸入した絵本やゲームソフトなどに著作者に無断で和訳などを付した場合は、並行輸入とは関係なく権利侵害となりますのでご注意ください。

2. 商標権が存在する商品について

日本において登録されている商標を付した商品を、その権利者に無断で輸入販売することは、形式的には権利侵害行為となります。しかし、自由な商品流通の確保による経済の発展や、国民の利便性や利益の確保といった面を考慮した数々の裁判例に基づき、一定の要件を満たす並行輸入については実質的には権利侵害とは言えないとして、許容しているという状況にあります。

◇商標権にかかわる並行輸入のポイント

裁判所の示す以下要件を満たし、商標の機能である出所表示機能や品質の保証機能を損なうことのない場合に、並行輸入は認められます。

- ① 商品の真正商品性（ライセンス契約に基づき適法に製造された商品であること）
- ② 内外権利者の同一性（海外の商標権者と日本の商標権者は同じだと認識することができ、商標の出所表示機能が損なわれていないこと）
- ③ 品質の実質的同一性（日本で流通する商品と海外の商品に対する品質管理者が同じだと認識することができること）



国内外の権利者が法律的、あるいは経済的に同一と認められる範囲はどこまでなのか、同一の品質の範囲とはどの程度なのかなどは明示されておらず、いろいろな裁判例を参考に判断するしかありません。また実務上、特に品質の同一性について判断することは容易ではありません。とはいえ、要件を満たしているのかについて問われたときに、その確認を裏付ける資料を何も示すことができなければ、厳しい立場に置かれることもあるでしょう。

〈ライセンス契約条項違反について〉

「Ⅲ. ライセンス契約について」において挙げたいろいろな契約条項について、契約違反がひとつでもあれば並行輸入は認められないのでしょうか？

商標権に関わる並行輸入において、商標使用の許諾はあるものの、その契約条項に違反して製造・販売された商品の輸入における商標権侵害の有無について判断した事案がありますので、参照してみましょう。

◎適法な並行輸入と認められなかった事例

裁判例 フレッドペリー事件（最高裁判所 平成 15 年 2 月 27 日判決）

一商標権者の同意なく、契約地域外である中華人民共和国にある工場に下請製造させたものであり、本件契約の本件許諾条項に定められた許諾の範囲を逸脱して製造され本件標章が付されたものであって、商標の出所表示機能を害するものである。

また、本件許諾条項中の製造国の制限及び下請の制限は、商標権者が商品に対する品質を管理して品質保証機能を十全ならしめる上で極めて重要である。これらの制限に違反して製造され本件標章が付された本件商品は、商標権者による品質管理が及ばず、（中略）本件商標の品質保証機能が害されるおそれがある。

◎真正商品の並行輸入と認められた事例

裁判例 ボディーグローブ事件（東京地方裁判所 平成 15 年 6 月 30 日判決）

一前記ライセンス契約において、BGM の商品の販売地域がマレーシアに制限される旨の合意があったとしても、ライセンス契約における販売地域の制限に係る取決めは、通常、商標権者の販売政策上の理由でされたにすぎず、商品に対する品質を管理して品質を保持する目的と何らかの関係があるとは解されない。上記取決め違反して商品が販売されたとしても、市場に拡布された商品の品質に何らかの差異が生じることはないから、本件商品の

輸入によって、BGIの出所に係る商品の品質ないし信用の維持を害する結果が生じたということとはできない。
※本件は、許諾のない表記を商品の下げ札にしている点についても、「一出所に係る商品の品質ないし信用維持を害する結果を生じせしめる行為と評価することはできない」と判じています。



「このような裁判例から、ライセンス契約違反があって製造された商品の並行輸入については、違反のあった条項によってその是非の判断が異なると考えられます。」

3. 意匠権が存在する商品について

これまで、意匠権に関する並行輸入の是非が裁判で争われたことはありません。

しかし、意匠権を保護する意匠法では、権利を保護することによって発明に対するインセンティブを与えることにより、その機会を創造するという目的を掲げており、その考え方において特許法と共通することから、特許権と同様の扱いとなると考えられています。(参照：参考資料2. 関税法基本通達 69の11-7(3))

〈特許権にかかわる並行輸入〉

裁判例 BBS事件(最高裁判所平成9年7月1日判決)

「…我が国の特許権者又はこれと同視し得る者が国外において特許製品を譲渡した場合においては、特許権者は、譲受人に対しては、当該製品について販売先ないし使用地域から我が国を除外する旨を譲受人との間で合意した場合を除き、譲受人から特許製品を譲り受けた第三者及びその後の転得者に対しては、譲受人との間で右の旨を合意した上特許製品にこれを明確に表示した場合を除いて、当該製品について我が国において特許権を行使することは許されないものと解するのが相当である。」

◇意匠権にかかわる並行輸入のポイント

「当該特許権にかかわる並行輸入を扱った裁判例から、日本に登録意匠が存在する商品においても、「日本での販売不可」「中国国内のみ」などの権利者の意向が和英文などで表示された商品の輸入は、権利侵害を問われるリスクがあることに留意が必要です。」

V 販売時の留意点

商品自体の権利侵害に留意するだけでなく、販売時にも次のような点について注意が必要です。

1. 商品の写真掲載について

真正商品であっても、インターネットで販売する場合には、商品写真の掲載に注意が必要です。

前述のとおり、キャラクターが美術の著作物となることがあり、本来は著作権者に無断でこれらの画像をインターネット上に掲載することは、著作権(複製権、公衆送信権など)侵害行為となってしまいます。

しかし、商品をインターネットで販売する際には通常、買い手に商品を紹介するために画像の掲載が必要不可欠です。そこでこのような不都合を解消するため、著作権法では、「美術の著作物と写真の著作物」に限り、権利者の利益を不当に害しないための以下に掲げるような一定の対策を立てた場合には、著作権者の許諾を得ずにその著作物を複製するなどして、広告のためにインターネット上に掲載することを可能とする例外を定めています。

◇権利者の利益を不当に害しないための措置（施行令第7条の3規則第4条の2）について

（概要）

- ・ 図画として複製された著作物の大きさが50cm²以下であること
- ・ デジタル画像として「複写」や「公衆送信により送信」される場合、画像の精度が32,400画素以下であること
- ・ 「公衆送信」を受信して行われる著作物の複製に対しコピープロテクションを用いるなどした場合、画像の精度が90,000画素以下であること

など

2. 商標の使用について

当該キャラクターの名称やロゴなどが登録商標となっている場合、商品を販売するために必要な範囲において商品写真を広告に掲載する行為であれば、商標権侵害にはあたらないとされています。もちろん、当該商品が真正商品であることが前提となります



その他、キャラクターによって特定の企業や商品などが市場で周知されている場合には、不正競争防止法にも留意する必要がありますし、パブリシティ権についても注意しましょう。

3. その他留意点について

海外から輸入するキャラクター商品において、たとえばキャラクターを利用する生地を使用してハンドメイドのバッグを製作販売したり、絵本やコミックを翻訳したりすることなどは、著作権侵害について十分注意する必要があります。

◎生地について

生地はそもそも何かを製作するための材料として使用することが前提となる商品ですが、それでも商用を目的とする使用に対しメーカーの意向が生地等に表示されていないか、注意しましょう。表示がなければ、直接問い合わせ確認してもよいでしょう。

◎日本語訳について

著作者に無断で日本語訳を作成、添付することは、著作権（著作者人格権、翻訳権等）侵害行為となります。

VI さいごに

市場に流通するキャラクター商品を仕入れる場合、まず、ライセンス契約に基づき正規に製造された商品であることを確認することは容易ではない、との認識が必要でしょう。仕入先の信頼性が何よりの安全弁となります。

しかし実務上、正規ルートを利用しない仕入れを選択することがあります。違法性が明らかなコピー商品を扱わないことはもちろんのこと、そのほかどのような点に留意すべきかについて事前に理解した上で、できる限り安全を確認しながらビジネスを進めましょう。



調達先は？

直営店、正規代理店などであれば安心ですが、代理店とはいえ、日本に輸出する権限（許諾などにより可能な状況にある）があるのかなどの確認は必要です。





正規代理店などとの取引でなければダメでしょうか？

並行輸入に該当する場合には、権利ごとに侵害とはならない要件について確認が必要です。そして取引先については、実績などの確認した上で正規品であることを裏付ける資料の入手に努めましょう。



参考資料 1 キャラクター商品の輸入販売に留意すべきその他のこと

キャラクターはいろいろな商品に利用され、商品化されますが、商品によっては輸入時に法令に基づく届け出や、審査、検査等が必要な品目があります。また、輸入時は法規制がかからないものの、販売に際しては基準を満たす必要のある品目、表示が必要な品目があります。

知的財産権侵害などへの注意とともに、商品ごとに必要な手続きの必要性についても忘れずに確認しましょう。

品目名	輸入時にかかる主な法規制	販売時にかかる主な法規制
食品全般	食品衛生法	食品衛生法、食品表示法
香辛料	植物防疫法、食品衛生法	食品衛生法、食品表示法
ソーセージなど食肉加工食品	家畜伝染病予防法、食品衛生法	食品衛生法、食品表示法
ビールなどの酒類	酒税法、食品衛生法、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律	酒税法、食品衛生法、食品表示法、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律
お茶、紅茶、コーヒーなど	植物防疫法、食品衛生法	食品衛生法、食品表示法
健康食品	食品衛生法	食品衛生法、食品表示法 健康増進法
食器、調理器具	食品衛生法	食品衛生法、家庭用品品質表示法
衣料品		家庭用品品質表示法、有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律
皮革製品（靴、バッグなど）		家庭用品品質表示法
※家電製品	電気用品安全法	電気用品安全法、食品衛生法、家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法、電波法、水道法、省エネ法、家電リサイクル法等
※衛生用品関連品目（消毒薬、マスク、ばんそうこうなど）	医薬品医療機器等法	医薬品医療機器等法
※おもちゃ	食品衛生法	

※商品により異なりますので、それぞれの法規制該当性について確認しましょう。

ミプロ資料「小口輸入ビジネス入門 2020」p.3を参考に作成

(1) 商標権に係る並行輸入品の取扱い

商標権者以外の者が、我が国における商標権の指定商品と同一の物品につき、その登録商標と同一の商標を付したものを輸入する行為であっても、次の全てを満たす場合の当該物品は、商標権の侵害とはならない並行輸入品として取り扱うものとする。

イ 当該商標が外国における商標権者又は当該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場合

ロ 当該外国における商標権者と我が国の商標権者とが同一人であるか又は法律的若しくは経済的に同一人と同視しうるような関係があることにより、当該商標が我が国の登録商標と同一の出所を表示するものである場合

ハ 我が国の商標権者が直接的に又は間接的に当該物品の品質管理を行いつる立場にあり、当該物品と我が国の商標権者が登録商標を付した物品とが当該登録商標の保証する品質において実質的に差異がないと評価される場合

(2) 特許権に係る並行輸入品の取扱い

イ 我が国の特許権者又はこれと同視し得る者（以下この項において「特許権者等」という。）が国外において適法に拡布した特許製品が、特許権者等又は当該製品を輸入する権利を有する者以外の者によって輸入される場合において、次の場合以外の当該製品は特許権の侵害とはならない並行輸入品として取り扱うものとする。

(イ) 輸入者が譲受人であるときは、特許権者等と譲受人との間で当該製品について販売先ないし使用地域から我が国を除外する旨の合意がされた場合

(ロ) 輸入者が譲受人から特許製品を譲り受けた第三者及びその後の転得者であるときは、特許権者等と譲受人との間で当該製品について販売先ないし使用地域から我が国を除外する旨の合意がされた場合であって、かつ、その旨が当該製品に明確に表示された場合

ロ 上記イにおいて、特許権者等と譲受人との間で当該製品について販売先ないし使用地域から我が国を除外する旨の合意がされたことを確認するための資料とは、契約書又はこれに類する文書で、販売先ないし使用地域から我が国を除外する旨の合意があることを確認できる資料をいう。

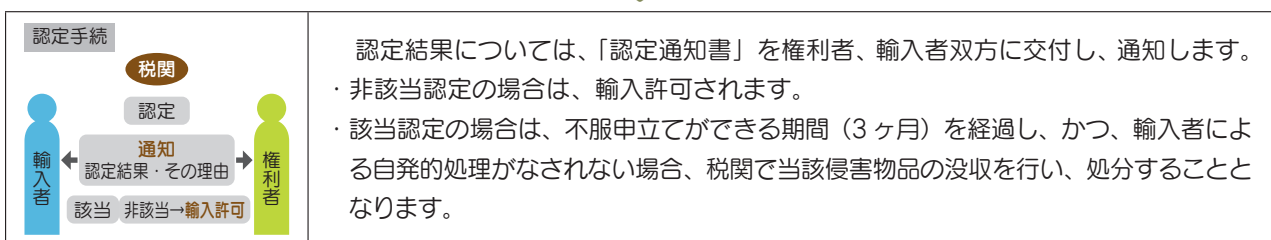
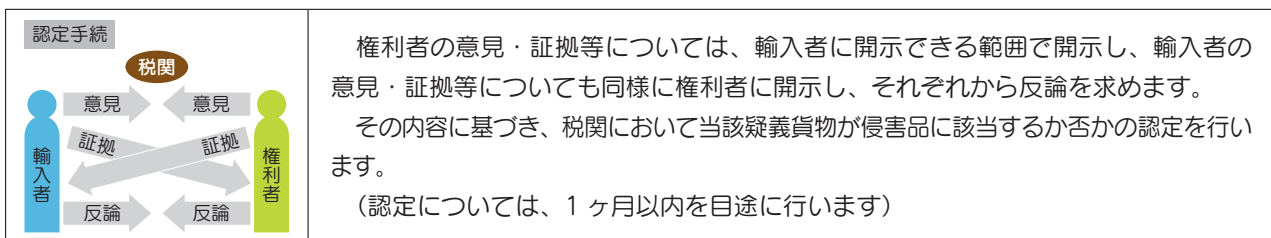
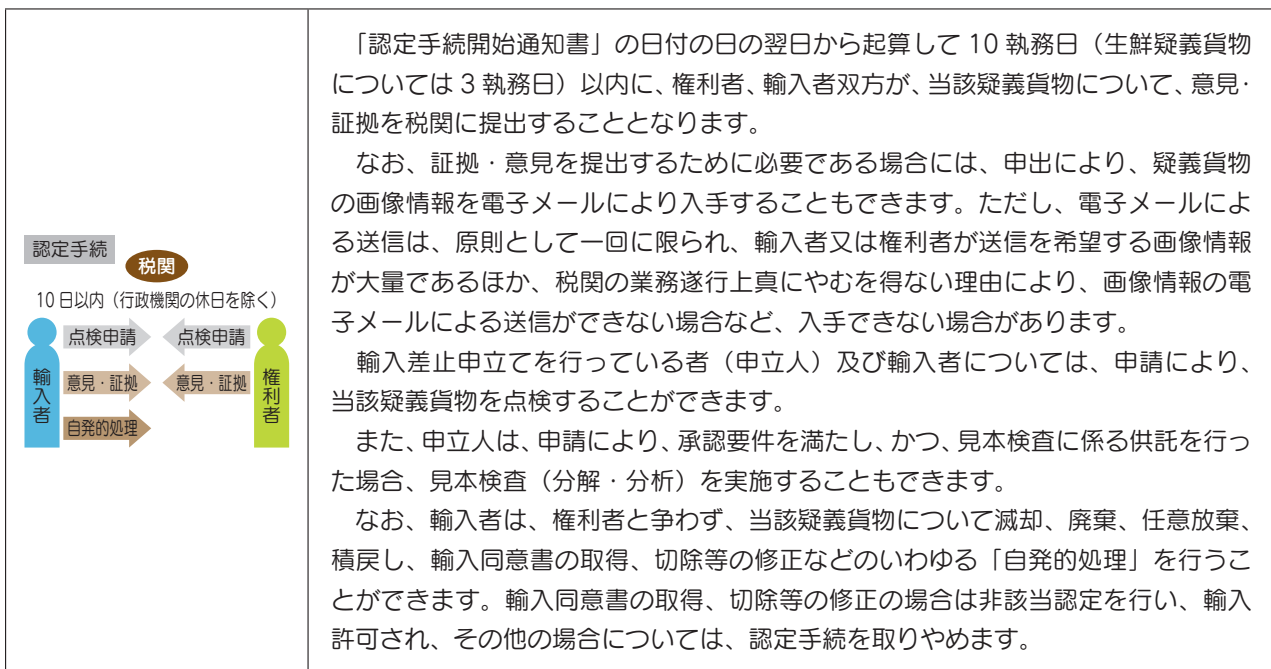
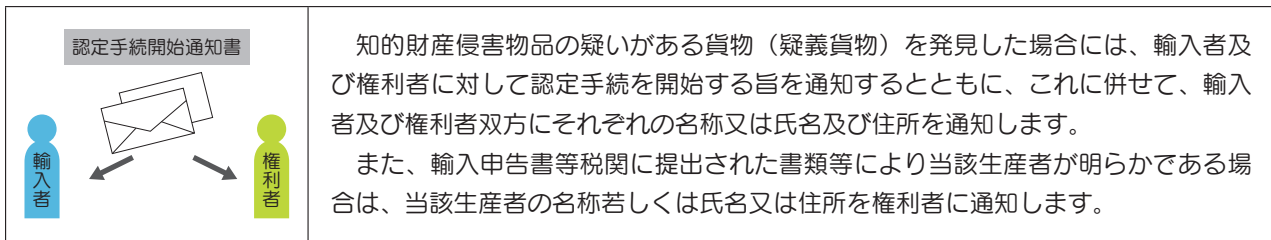
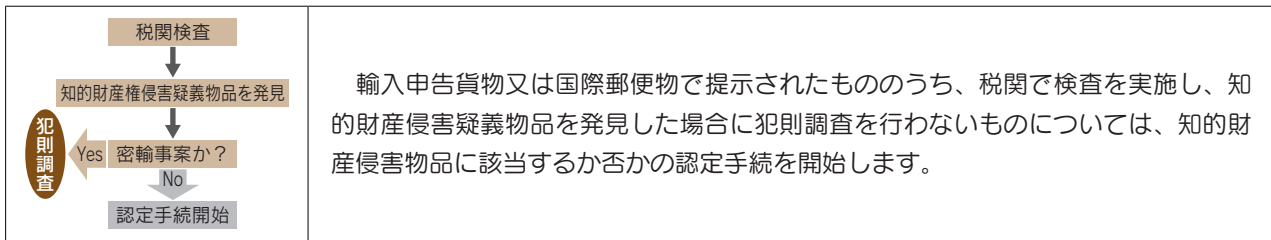
ハ 上記イの(ロ)中「その旨が当該製品に明確に表示された場合」とは、当該製品の取引時において、製品の本体又は包装に刻印、印刷、シール、下げ札等により、通常の注意を払えば容易に了知できる形式で当該製品について販売先ないし使用地域から我が国が除外されている旨の表示がされている場合で、当該製品の取引時にはその旨の表示がされていたことが輸入時において確認できる場合をいう。

(3) 実用新案権及び意匠権に係る並行輸入品の取扱い

上記(2)の規定は、実用新案権及び意匠権に係る並行輸入品について準用する。

参考資料 3

税関で行われる認定手続きの一般的な流れ



出所：税関 HP ―水際での取締り―知的財産権侵害物品の取締り「一般・輸入者の方々へ」 > 「認定手続きの流れ」
https://www.customs.go.jp/mizugiwa/chiteki/pages/c_001.htm

参考資料 4 相談窓口

公益社団法人著作権情報センター（CRIC）著作権テレホンガイド（無料）

著作権に関する一般的な質問や、著作物の利用に関する相談に応じてくれます。ただし、トラブルに関する具体的な案件について相談には応じていません。

- URL <https://www.cric.or.jp/index.html>
- 電話 / 03-5333-0393
- 受付時間 / 10:00~12:00 13:00~16:00（土日、祝日を除く）

INPIT（インピット）「知財総合支援窓口」（無料）

知財総合支援窓口とは、中小企業等が抱える様々な経営課題について、自社のアイデアや技術など「知的財産」の側面から解決を図る地域密着型の相談窓口です。47都道府県に設置されています。より専門的な内容の相談は、弁理士や弁護士などの知的財産に携わる専門家と連携し、海外展開やデザイン・ブランド等幅広い経営課題に対しても、よろず支援拠点等をはじめとする関係支援機関と協力をしながら、効率的・網羅的な支援を提供します。

- URL <https://chizai-portal.inpit.go.jp/>
- 全国共通ナビダイヤル 0570-082100
- ご案内時間帯：平日 9:00~17:00（土日・祝祭日は除く）

日本弁護士連合会 中小企業のためのひまわりほっとダイヤル

地域の弁護士会の専用窓口につながります。弁護士からの折り返しの電話で、知的財産権を含む幅広い分野について弁護士との相談の予約ができます。一部の地域を除き、初回相談 30 分無料です。

- URL：<https://www.nichibenren.or.jp/ja/sme/index.html>
- 全国共通電話番号 0570-001-240
- 受付時間 月曜日～金曜日（祝日を除く）10:00~12:00 / 13:00~16:00

弁護士知財ネット（有料）

全国各地の会員弁護士が知的財産権に関する法律問題について、相談から訴訟を含む紛争解決までの依頼を有料で受けます。弁護士知財ネットでは各地域会を窓口にして、法律相談を受け付けています。

詳細は弁護士知財ネットウェブサイト (<https://iplaw-net.com/consultation>) をご参照下さい。

日本弁理士会 常設知的財産相談室（無料）

日本弁理士会では、無料の知的財産相談室を常設しています。特許・実用新案・意匠・商標の出願手続、調査、鑑定、異議申立、訴訟はもちろん、諸外国の制度や知的財産権全般について弁理士が無料で相談に応じています。ご相談は日本弁理士会の各地域会にて承っておりますので、お近くの地域会をご利用ください。詳細は日本弁理士会ホームページ「無料相談のご案内」(https://www.jpaa.or.jp/howto-request/free_consultation/) をご参照ください。

- JPAA 知財サポートデスク 0120-19-2723
- 北海道会 011-736-9331
- 東北会 022-215-5477
- 北陸会 076-266-0617
- 関東会 03-3519-2707
- 東海会 052-211-3110
- 関西会 06-6453-8200
- 中国会 082-224-3944
- 四国会 087-822-9310
- 九州会 092-415-1139

貿易・起業に関するお問合せ先

貿易・起業相談 専用

TEL.03-3989-5151 FAX.03-3590-7585

相談時間:平日 午前10時30分～午後4時30分

発行:一般財団法人 対日貿易投資交流促進協会(ミプロ)

〒170-8630 東京都豊島区東池袋3-1-3

ワールドインポートマートビル6階

URL :<https://www.mipro.or.jp>

本資料は、(一財)貿易・産業協力振興財団令和3年度振興事業費助成を受けて作成したものです。

※本誌掲載内容の無断転載を禁じます。

2022年3月