

コーダイ&チャールズの ■米アクション法最前線

▷▷中

では毎年模倣品対策のために数百万円を使っているからね。有名ブランドの模倣品はたくさん業者が売っているから、いちいち個々に訴訟をしても切りがない。だから、プラットフォームを提供しているネット上のシ

では毎年模倣品対策のために数百万円を使っているからね。有名ブランドの模倣品はたくさん業者が売っているから、いちいち個々に訴訟をしても切りがない。だから、プラットフォームを提供しているネット上のシ

否が争点になりました。ただ、裁判所は、寄与侵害と認定するには、サービスが模倣品販売に使われていると知りながら、サービスを提供し続けることが必要で、ショッピングモール側には、どの売りの主のどの掲載商品

ネットショッピングモールでの模倣品販売

楽天、イーベイに責任問えるか？

CD 今朝は忙しくてティファニーの横を歩きながら一番街でベーグルを食べていたよ。

木村 ヘップバーンじゃないんだから……。でも、偶然だけど高級ブランドについて考えていたところだったんです。ネット上の模倣品販売はブランドにとって大きな問題ですよ。

CD そのとおり。「ルイ・ヴィトン」などの高級ブランド

ショッピングモールに模倣品販売の責任を問えるか、ブランドとしてはやむを得ないよ。

木村 米国ではティファニーと大手オークションサイトのイーベイの訴訟が有名ですね。

「寄与侵害」が争点に

CD イーベイのサイトでティファニーの模倣品が販売され



楽天市場で販売されていた帽子(知財高判12年2月14日判決から)

楽天市場で販売されていた帽子(知財高判12年2月14日判決から)

が侵害なのか具体的な認識がないと解釈しました。ティファニーは売りの主を特定してイーベイに通知をしておらず、裁判所は請求を認めませんでした。

木村 日本では知財高判12年2月14日があります。楽天市場で「Chupa Chups」マークをつけた帽子などが販売されていたため、「Chupa

日本でも一定の判断

CD ショッピングモール側には米国のような具体的な侵害の認識が必要なの？

木村 裁判所はかたがた米国の考え方に近い認識を要求していると思います。裁判所は売りの主と侵害写真を特定した通知が楽天に届いた日から合理的期間の日数をカウントしているので。

CD 日本の裁判所はどのような基準で判断したの？

CD なるほど。権利者側のブランドは、ショッピングモールサイトで模倣品が売られていないか監視しなくちゃいけないね。だれも他人に「自分のランチ」を食べられたくないから

木村 裁判所は運営者が運営システムの提供、出店者からの出店申し込みの許可、出店者へのサービスの一時停止などの管理・支配を行い、運営者が出店者による商標権侵害を知ったときまたは知ることができたときは、合理的期間内にウェブページから削除されない限り商標権者は運営者にも責任を問えるという基準を使いました。

木村 へえ。ところでおなすすきましたよ。ランチに行きましょ。

(CD) チャールズ・ダンシガー 弁護士、木村 剛大 弁護士