

●国際活動センターからのお知らせ

【アジア情報】

担当:外国情報部 佐藤 大輔

＜中国判例紹介＞

上海市第一中級人民法院

浙江淘宝網絡有限公司 対 衣念（上海）時装貿易有限公司

2011年4月25日判決

1. 事件の経緯及び概要

一審原告の衣念（上海）時装貿易有限公司（以下、衣念公司という）は、訴外E. L A N D L T Dから第1545520号商標（以下、登録商標1）および第1326011号商標（以下、登録商標2）等の登録商標の独占的实施許諾を受けており、これらのブランドのアパレル商品を製造・販売している。



登録商標1

【指定商品】

第25類 被服



登録商標2

【指定商品】

第25類 ジャケット（被服）、ショートパンツ、作業服、ワイシャツ、ブラウス、下着、マフラー、靴下、帽子、運動靴

一審被告の浙江淘宝網絡有限公司（以下、淘宝公司という）は、淘宝网の運営者である。淘宝网は、中国最大のオンラインショッピングモールであり、1億4500万人のユーザを擁し、2009年の上半期における取引額は809億人民元にのぼる。淘宝网では、B2C（企業対個人）取引だけでなく、C2C（個人対個人）取引も盛んに行われている。淘宝公司是、その管理規則において、他人の知的財産権を侵害する商品の情報を公開することを禁止しており、処罰措置を制定している。具体的には、権利侵害の程度に応じて違反点数を設定し、ユーザの違反点数に応じて、商品情報の公開停止、商品情報の削除、警告の公表、アカウントの一時停止、無期限停止等の処分を行う。管理規則によれば、権利者から申立を受けると、淘宝公司はその申立内容を審査した上で、権利侵害商品のリンクの削除、権利侵害行為を行ったユーザの氏名、連絡先等の開示、申立を受けた販売者に対する処分等を行うこととなっている。

衣念公司是、淘宝网を介して大量の商標権侵害商品が販売されていることを認識し、2006年から淘宝公司に権利侵害の申立を行っている。2009年9月29日から2009年11月18日にかけて、衣念公司是131,261件の権利侵害商品の申立を行い、淘宝公司是そのうち117,861件について商品情報を削除した。これらの申立のうち、7件は一審被告A（個人）の販売する商品に対するものであり、うち4件は登録商標1に関するものであり、残り3件は登録商標2に関するものである。淘宝公司是衣念公司からの申立を審査し、7件とも商品情報を削除したが、Aに対する処分は行っていない。

本件は、衣念公司が、淘宝网を利用して商標権侵害商品を販売していたAと、淘宝网を運営する淘宝公司に対して、商標権侵害による損害賠償を請求した事件である。

2. 争点

本件では、Aが商標権を侵害する商品を販売していたことは明らかであり、Aが商標権侵害商品の販売に利用したオンラインモールの運営者である淘宝公司が、衣念公司に対して損害賠償責任を負うか否かが主な争点となった。

3. 一審の判断

上海市浦东新区人民法院（以下、一審法院という）は、淘宝公司の衣念公司に対する損害賠償責任を認め、淘宝公司にAと共同で損害賠償額10,000人民元を支払うよう命じた。

判決の中で、一審法院は、以下のように判示した。オンラインサービスの提供者が権利者からの申立を受けて権利侵害情報を即座に削除することは、賠償責任を免れる必要条件ではあるが、十分条件ではない。情報を削除した後も、ユーザが依然としてそのサービスを利用して権利侵害を継続するのであれば、権利侵害の継続を制止するためのさらに必要な措置をとるべきである。ここでいう必要な措置は、オンラインサービスの種類、技術的なフィージビリティ、コスト、侵害行為の状況などに基づいて特定される。オンラインモールの提供者であれば、ユーザに対する警告を公表する、信用ランクを低下させる、商品の公開を制限する、およびユーザのアカウントを停止するなどが、必要な措置となるであろう。淘宝公司がその管理規則を厳格に適用すれば、侵害行為を根絶することはできないまでも、ユーザが権利侵害を行い難くして、権利侵害行為を減らす目的を達成することはできる。本件について言えば、淘宝公司是衣念公司からの申立てを受けた後、申立ての内容を審査してAが公開した商品情報を削除しているが、管理規則に定めている、商品情報の公開制限、違反点数の付与、アカウントの停止などの処分を行っておらず、申立のあった商品情報の削除以外の措置をとっていない。同じユーザに対して同じ権利者から7度も申立があり、淘宝公司是Aが権利侵害商品の情報を何度も公開していることを知っていたにもかかわらず、管理規則を厳格に適用せず、Aが権利侵害を継続して行うことを放置し、

容認していた。これはAが侵害商品を販売することを故意に助長するものであり、権利侵害の幫助にあたるから、淘宝公司には主観的な過失があり、Aと連帯して損害を賠償する責任を負う。

淘宝公司は、上記の一審法院の判断を不服として、上海市第一中級人民法院（以下、二審法院という）に上訴した。

4. 二審の判断

二審法院は、一審法院の判断を支持し、淘宝公司の上訴を棄却した。

判決の中で、二審法院は、以下のように判示した。通常は、オンラインサービスの提供者はユーザの権利侵害行為を予測し回避する能力をもたないから、ユーザが権利侵害行為をしてもオンラインサービスの提供者が当然に賠償責任を負うものではない。しかしながら、ユーザがサービスを利用して権利侵害行為を行っていることを、オンラインサービスの提供者が明らかに知っている、あるいは知っているべきであるにも関わらず、侵害行為者に対して引き続きサービスを提供し、あるいは侵害行為の発生を回避する適切な措置を取らない場合には、オンラインサービスの提供者はユーザと共同して賠償責任を負うべきである。本件について言えば、淘宝公司は、Aがオンラインサービスを利用して商標権侵害行為を実施していることを知りながら、申立を受けた商品情報を個別に削除するという実効性のない措置を取るだけで、権利侵害行為の発生を防止するために必要な措置を取っているとはいえず、侵害行為の発生を放置、容認しているといえる。従って、淘宝公司は、主観的には過失があり、客観的にはAの権利侵害行為を幫助しているから、Aと連帯して損害賠償責任を負うべきである。

5. 判決についてのコメント

近年、オンラインモールにおいて商標権を侵害する商品が販売された場合の、オンラインモールの運営者の法的責任について、日本（平成22年（ネ）第10076号判決）、韓国（2009ラ1941号判決）をはじめとして、様々な国で同様の訴訟が行われており、いずれも同様の判断がなされている。すなわち、オンラインモールの運営者は、そこで売買される全ての商品について事前に権利侵害の有無をチェックする必要はないが、権利者からの申立等によって侵害行為が行われていることを認識した後は、その後の侵害行為を防止するための適切な措置を取る必要があり、これを怠ることは侵害行為の幫助にあたる、というものである。本判決では、権利者から申立のあった商品について、その商品の情報を個別に削除するだけでは適切な措置を取っているとは言えず、権利侵害行為を頻繁に行うユーザに対して厳しい措置を取ることを運営者に要求している。本判決を受けて、オンラインモールにおける商標権侵害に対する運営側での対策が強化され、権利者側での対策の労力が軽減されることを期待したい。

以上