

輸入総代理店制度の法的问题について

——並行輸入問題を中心として——

賈

晓

莉

目次

はじめに

第一 輸入総代理店について

一 経済上の役割

二 法律上の位置づけ

(一) メーカーとの契約関係から生じる諸問題

(二) 輸入総代理店の独自の経営政策から生じる諸問題

第二 輸入総代理店が独自の経営政策として行う行為の競争法上の問題

一 カルテル及び不当表示

(一) カルテルについて

(二) 不当表示について

二 並行輸入の妨害

(一) 並行輸入の意義

(二) 並行輸入に対する考え方

ア ただ乗り論

イ 知的所有権法理論からのアプローチ
ウ 独占禁止法理論からのアプローチ

(三) 並行輸入についての検討のまとめ

第三 輸入総代理店が係った審・判決の検討

一 審・判決の概要

二 カルテル又は不当表示に関する審・判決

(一) 洋書輸入業者に対する件

(二) 宇多商会对する件

(三) スキューバプロ・アジア社に対する件

三 並行輸入妨害に関する審・判決

(一) 再販行為を伴うもの

ア オールドパー社に対する件

イ ホビージャパンに対する件

ウ ハーゲンダッツジャパン社に対する件

エ ナイキジャパン社に対する件

(二) 再販行為を伴わないもの

ア パーカー事件

イ ラジオメータートレーディング社に対する件

ウ 一〇一匹ワンチャン事件

エ 星商事に対する件

オ 松尾楽器商会对する件

カ BBS事件

四 並行輸入妨害に関する審・判決のまとめ
おわりに

はじめに

今日、時計、ウイスキー、かばん等外国の多くの有名ブランド品が国内で販売されているが、その多くは輸入総代理店を通じて、国内に供給されている。これまで、輸入総代理店は、国家間の障壁をなるべく取り払い自由な貿易の拡大を目指そうとする流れに沿って、販売数量を増やしつつ、高価格政策をとってきた。ところが一九九〇年頃から、これら輸入総代理店は、税制や国内経済の変化により以下のような対応を迫られている。

第一は、消費税導入に伴い物品税が廃止されたことにより、それまで高級品として高い税金がかけられていたブランド商品の国内販売価格が下落傾向を見せはじめ、収益が圧迫されてきたことに対応することである。

第二は、市場の成熟化、情報化社会の進展等により、消費者の嗜好が多様化し、広範囲の消費者を対象とした大量生産・大量消費型のマーケティングが行き詰まり、ブランドを軸とした商品・サービスの差別化戦略を図ることが重要となつてきて、有名ブランド品の立場をおびやかすほどになつてきたことへの対応である。

第三は、並行輸入が増大したことにより流通ルートが複雑化され、自らの価格形成に対する競争圧力が強くなつてきたことへの対処である。これまで日本では、有名ブランド品について一手販売権を中核とする輸入総代理店制のもと、高価格政策がとられ、それが国際的には同一商品の大きな内外価格差となつて現れていた。しかし、日本において他の地域より著しく高い価格で販売が続けようとするものは、経済の国際化が進む中では無理なことであり、一般消費者の利益の確保にも、不都合なことになつてきて、並行輸入が行われるようになることは自然の流れである。そして、並行輸入が盛んになってくると、流通ルートが複数化され、輸入総代理店の価格形成に対し競争圧力として機

能することにより、国内市場における競争を促進し、内外価格差を抑える効果をもつことになる。これに対し、輸入総代理店やその流通ルートで販売している小売店は、競争の激化により価格が下がり収益が悪化するのを嫌い、並行輸入を阻害する行動に出ようとするのである。

このような情勢の変化に対する輸入総代理店の具体的な対策としては、広告・宣伝の強化、大都市における小売店舗の開設等が一般に見られるところであり、このほか経営内部において利益確保のための種々の努力が払われているであろうことは当然推測することができる。しかし、このような対応策の中には、法に抵触する行為や一般消費者の利益に反する行為も少なからず見られるところである。

このように輸入総代理店をめぐっては、一方において、ブランド品を供給する側である輸入総代理店に対してはブランドの信用を構築してきた経営努力を正当に評価することが要請され、他方において、法の順守及び一般消費者の利益の確保が要請される場所である。このように相反する法的利害の調整のあり方について検討するのが本稿の課題である。

本稿においては、第一では、輸入総代理店の経済上の役割及び法律上の位置づけを行う。第二では、輸入総代理店の競争政策上問題となる行為を取り上げる。その中でも、並行輸入問題については知的所有権法理論からのアプローチを加味して詳しく検討する。第三では、本稿で検討の素材とした審・判決例を分類整理して概観する。

第一 輸入総代理店について

一 経済上の役割

有名ブランド品の多くは、イギリス、フランス、イタリア等のメーカーが、世界各国に配置した輸入総代理店を通じて供給されている。これには次のような経済的メリットがあると考えられる。①外国の事業者にとっては、商品在日本で販売していかうとする場合、商慣習や法制度などが異なることによつて生ずる各種の困難（市場に参入するコストや参入に伴うリスクなど）を、実情に明るい輸入総代理店を通じてマーケティングすることにより比較的容易に解決することができ、日本市場への進出が容易になること。②国内の輸入総代理店にとっては、契約対象商品の継続的かつ安定的な供給が保証される結果、その商品の広告宣伝を活発に行うなど組織的、合理的な販売活動が可能となり、収益が確保できること。③特に、国内の中小企業にとつては、海外の有名ブランド商品の日本における輸入総代理店に指定されることは、市場に競争者として参入する際極めて有力な手段となること。

これらの点は、日本における競争を促進する効果をもたらすものであり、競争政策の観点からみてもメリットとして評価できる面が多いといえる。

二 法律上の位置づけ

(二) メーカーとの契約関係から生じる諸問題

輸入総代理店は、法律上は、メーカーとの間に輸入総代理店契約を締結している。この契約条項の中には、民事取引上必要な条項が種々含まれているほか、競争政策上関連のある一手販売権に関する条項、商標の使用権に関する条項などが含まれている。これらの条項を競争政策の観点から分類すると次のようになる。

ア 競争政策上問題とならない条項

(ア) 輸入総代理店のメーカーからの最低購入数量等を定める条項

(イ) メーカーが輸入総代理店に対し販売のための最善努力義務を課する条項

イ 競争政策上問題となる条項

(ア) メーカーが輸入総代理店に対し再販売価格を制限する条項

(イ) メーカーが輸入総代理店に対し競争品の取扱いを制限する条項

(ウ) メーカーが輸入総代理店に対し販売地域を制限する条項

(エ) メーカーが輸入総代理店に対し取引先を制限する条項

(オ) メーカーが輸入総代理店に対し販売方法を制限する条項

(二) 輸入総代理店の独自の経営政策から生じる諸問題

輸入総代理店は、販売量を増やし、利益を確保するために、メーカーとの契約とは無関係に、独自の経営政策として、法に抵触する行為ないし一般消費者の利益に反する行為を行うことがある、それらの行為を列挙すると次のようになる。

ア カルテル及び不当表示

イ 並行輸入の妨害

(三) 以上のように、輸入総代理店の競争政策上の問題は、多岐にわたる。しかしながら、現実問題として、メーカーが輸入総代理店に対して、競争政策上問題となる条項を強要した事例は見られず、問題が発生したのは、全て輸入総代理店が独自の経営政策として行った場合に限られている。したがって、本稿では、上記のうち(二)の輸入総代理店が独自の経営政策として行う行為を取り上げることとし、中でも並行輸入の妨害行為に焦点をあてることとする。

第二 輸入総代理店が独自の経営政策として行う行為の競争法上の問題

これまで述べきたとおり、輸入総代理店の競争政策上の問題は、多岐にわたるが、本稿では、このうち輸入総代理店が独自の経営政策として行う行為を取り上げることとし、中でも並行輸入の妨害行為に焦点をあてることとする。

一 カルテル及び不当表示

(一) カルテルについて

カルテル(不当な取引制限)の定義は、私的独占禁止法二条六項に規定されており、「事業者が、他の事業者と共同して、……相互にその事業活動を拘束し、又は遂行することにより……一定な取引分野における競争を実質的に制限すること」とされている。また、事業者団体の禁止行為を定める同法八条では、その一項一号で「一定な取引分野における競争を実質的に制限すること」とされている⁽¹⁾。

カルテルは、競争市場において形成される価格よりも高い価格を実現してカルテル参加者に利益をもたらす反面、需要者に対しては不利益をもたらす。また、競争制限の結果、事業の効率化への刺激を失わせるものであるから、不能力な企業を温存させる効果を持つ。さらには、カルテル業界に独占利潤がもたらされるところから資源の配分が歪められることになる。このように、カルテルは競争制限効果が直接であるため、同法三条で禁止されており、法運用上も「当然違法」の行為とされている。輸入総代理店も一般の事業者と同じくカルテルを実施する経済的動機を持っており、これを行って取締りを受けた事例もある(第三「審・判決の検討」の二の(一)参照)。

(二) 不当表示について

景品表示法四条は、不当表示を三つの類型に分けて定義している。ア、商品又は役務の品質、規格その他の内容についての不当表示(四条一項一号)、イ、商品又は役務の価格その他の取引条件についての不当表示(四条一項二

号)、ウ、公正取引委員会の指定による不当表示(四一条一項二号)⁽²⁾。

不当表示は、自己の供給する商品について、その内容、取引条件等について、他社より優良又は有利であると表示することにより、顧客を自己に誘引することであり、かかる行為は、同条一項本文により禁止されている。輸入総代理店も、一般の事業者と同じく不当表示を実施する経済的動機を持っており、これを行って取締りを受けた事例もある(第三「審・判決の検討」の二の(一)、(三)参照)。

二 並行輸入の妨害

(一) 並行輸入の意義

いわゆるブランド輸入品は、外国事業者により、国内市場全域を対象とする一手販売権(独占的販売権)を付与された輸入総代理店を通じて輸入されるのが通例であるが、一九八五年九月のプラザ合意以降の円高の進展を背景として並行輸入が浸透してきたといわれている。それは、円高によっても、円高のメリットは十分消費者に還元されず、ブランド輸入品の価格が高く維持されている(内外価格差の問題)ことによるものである。

一般的にみて、並行輸入は、①メーカーから直接仕入れるのではなく、海外の流通業者を通じて仕入れ、中間マージンが加算されるため、一般に輸入総代理店ものよりも仕入価格が高くなり、②並行輸入品を販売するには、輸入総代理店ものに比べ相当程度割安でなければ販売できないという点で、一般的にみて競争上不利であると考えられる。このような不利な点があるにもかかわらず、並行輸入が行われるのは、①メーカーによる製品差別化政策、②輸入総

代理店の高価格政策(間接コストを回収するため)、③海外の輸入総代理店の在庫品処分等が要因となっている。このほか、輸入総代理店はブランド商品の高級イメージを保持するため販売先小売店を限定しており、販売先とならなかった小売店が品揃えの必要から並行輸入品を仕入れて、販売するケースがみられるが、これも並行輸入が行われる一因として挙げることができる。

並行輸入は以上のような要因により浸透してきたものであるが、問題点としては、並行輸入業者自身にとっては、安定的な仕入・供給が困難であり、その取引先である小売店にとっては仕入価格の安定性・アフターサービスの点で不安があり、さらに、消費者にとっては、一般的に並行輸入業者又は並行輸入品に対する信頼性が薄いと言われていることである。

(二) 並行輸入に対する考え方

ア ただ乗り論

元来、輸入総代理店は、多大の時間と費用をかけて市場を開拓するものであり、その結果、商品に対する信用と需要の増大がもたらされるのである。このような状況に乗じて並行輸入業者が同じ商品を輸入販売する行為に対し、裁判等で「ただ乗り」(フリー・ライド)の商行為であるとして非難・主張される場合が多いので、並行輸入問題の検討に入るに当たって一言述べておきたい。

同種・類似の商品が輸入販売される場合に、これを「ただ乗り」として非難するのは、確かに限られた面では妥当するであろう。例えば、以下のような場合である。すなわち、(ア)並行輸入の定義からは外れるが、商標権の侵害と

なる不正商品もしくはコピー商品の輸入販売をまずその典型例としてあげることができる。また、(イ)並行輸入に即して言えば、同じブランドでも、その国の消費者の嗜好に合わせて味わいを調整しているインスタント・コーヒーのように、日本で独自の規格と品質で販売されているブランド商品と異なる規格・品質の同一ブランド製品（別物）の輸入、あるいは質の劣化が考えられる製品の輸入などの場合である。このような場合に、消費者に対して別物であるとの正確な商品表示が行われなければ、対象商品に対する顧客の信用を害し、外国メーカーや輸入総代理店に損害を与えることとなろう。このほかにも、(ウ)誰が商標権者であり、誰が専用使用権者であるかについて需要者を混同させるような商標の派手な宣伝広告も問題である。このような場合も、ひいては消費者の信頼を害し、外国の事業者や輸入総代理店に損害を与えるおそれがあるといえよう。

しかし、本稿で取り上げる並行輸入は上記のような不正行為を全く伴わない、自由競争の領域における問題であり、輸入総代理店の利益、並行輸入業者の利益及び一般消費者の利益（経済全体の利益）をどのような考え方をもちて調整すべきかという観点から取り上げるものである。したがって、結果的に並行輸入業者の行為が違法であると認定された場合はその範囲で「ただ乗り」といえなくもないが、微妙かつ慎重な利害調整の結果下された結論を単純に「ただ乗り」という言葉で処理してしまうのはあまりにも短絡的であるといわざるを得ない。かかる理由から、本稿では「ただ乗り論」を法原理としては採用しないこととした。

イ 知的所有権法理論からのアプローチ

(ア) 一般的考え方―消尽理論

知的所有権に係る物が、権利者によって適法に拡布され、転々流通した場合、その効力がどこまで認められるかに

ついで、知的所有権法理の立場から消尽理論として議論されている。この理論によると、知的所有権の消尽とは、ある物について権利者が知的財産権を一度行使することによって、その知的財産権がその物については目的を達成して消尽(判例では「用尽」ともいう。「Exhaustion」、権利者が重ねて知的財産権を行使することができない状態になることをいう)。

消尽を認める理論によると、権利者が同一の物について知的財産権を行使することができるのは、一度きりとなり、例えば、国内で他社に実施権等を与えている知的所有権の権利者は、並行輸入の阻止が認められないこととなる。これは、各国で国内消尽の原則として普遍的に認められている。

この理論は、国際取引においては、「国際消尽」として議論されており、関係する知的財産法が適用されている外国市場で適法に行使された知的所有権は、権利を行使した国内で消尽するものである。この考え方によると、例えば、一手輸入権・商標権の権利者であっても、並行輸入の阻止は認められないこととなる。

国際消尽は知的所有権法独立の問題や属地主義の問題とも重なるものであり、国際消尽を認めるか否かは、一国の立法政策・政策選択の問題であって、⁽⁵⁾それぞれの国が独自に判断すべき事柄であると考えられている。

(イ) 個別の知的所有権ごとの考え方

① 特許権と並行輸入

特許制度の目的は、特許権の効力と公共の利益のバランスにより決定されなければならない。したがって、特許に係る物が、権利者によって適法に拡布され、転々流通した後、際限なく特許権の効力が及ぶと考えることは利害の調整を主たる役割とする法の解釈として、妥当のものであるとは考えられない。つまり、特許権の効力は、強ければ強

いほど良いというものではあるまい。権利者により拡布された物を特許権に係る権利を持たない者が仕入れて再販売したり、自己使用したりする行為が違法となるのでは、流通は混乱し、正常な経済活動は不可能となるのではあるまいか。したがって、特許権の効力の限界は、理論的な当然の帰結ではなく、優れて政策的な判断が求められるのである。この点を踏まえて、日本の通説の見解は、権利者が特許に係る物を適法に拡布した場合には、当該物に関する限り、特許権はすでにその目的を達成しており、その物について特許権は消滅したということの意味するとして捉えている。

このような特許権の消滅理論は、国内において完結している取引については、ほとんど問題なく受け容れられている。しかし、並行輸入に係る場合には、いくつかの紛争が生起している。たとえば、外国において権利者あるいはそれと同視し得る者によって特許製品が適法に流通に置かれた（拡布された）場合に、当該製品について日本でも特許権を取得している事業者は、当該特許製品の海外からの輸入を阻止し得るのかという問題（特許権の国際的消滅の問題）となって現れる。特許と並行輸入に関する事件の代表的なものとしてBBS事件がある（第三の三の（二）の参照）。この事件は、外国と日本の両方に特許権を有する事業者が、当該外国で製造された商品の日本への輸入を阻止することができるかどうか争われたものである。この事件において最高裁判決は、国際取引が極めて広範囲かつ高度に進展しつつある状況に照らし、当事者間に日本への並行輸入を認めない旨の明確な合意がない場合にはこれを阻止し得ないという判断基準を示し、これを踏まえて、本件においては並行輸入の阻止を認めなかった。

なお、特許法二条三項⁽⁶⁾では、輸入は特許の「実施」に含まれており、条文中例外は設けられていない。したがって純粹形式論からするならば、真正商品も含め、特許の権利範囲に入るすべての商品の輸入は特許実施権の侵害となる

という解釈も可能である。しかし、実際の裁判では、真正商品の輸入を「実施」に含めた上で、実施権者がその輸入を阻止することができるかどうか争われている(前記BBS事件参照)。特許法の立法の経緯を見ても、真正商品の輸入を実施権者が阻止しようということが「特許法の立法当時における我が国の社会共通の認識であったとする証拠は存しない」(BBS事件高裁判決)とされている。

結局、輸入を「実施」に含めるという解釈は、真正商品の並行輸入と認めないと主張する者が結論を先取りして解釈しているに過ぎないものであって、問題は、特許法の目的、取引の実情等を踏まえて、並行輸入を認めるか否かという法的判断に帰着するものである。つまり、この問題は、「実施」の解釈上の問題としてではなく、並行輸入の問題として、検討すべきものであると思われる。⁽⁷⁾

並行輸入を阻止する立場から特許の「独立の原則」(パリ条約四条の二)⁽⁸⁾又は「属地主義」(パリ条約二条及び四条)が主張されることがある。まず、独立の原則については、この原則から形式的に特許権の国際的消尽を否定する見解も強かったと言われており、⁽⁹⁾BBS事件においても、原告(特許権者)は、外国において、特許の独立の原則に反すると主張した。しかし、特許独立の原則とは、他国の特許権と自国の特許権とは互いに独立して存在しており、他国の特許権が自国の特許権に影響を与えるものではない、ということの意味するだけであり、自国の特許権の具体的効力を判断する際に、他国で生じた事実を勘案することまで禁止するものではないとする学説が一般的である。すなわち、一国での特許権の消滅が他国での特許権の消長に何らの影響を与えることはないのである。たとえば、BBS事件の場合においても、判決は、結局は国際消尽を認めたが、その理由は外国で消尽したからというのではなく、日本法の立場から、外国における事情等も考慮した結果、このような結論に到達したものである。⁽¹⁰⁾

次に、属地主義の原則との関係では、他国における特許権の消滅による消滅が、当然に自国特許権の消滅をもたらすと解するのは、この原則に反するという形で主張されることがある（例として、BBS事件における特許権者側の主張が挙げられる）。しかしながら、国際消滅を認める考え方は、他国で発生した消滅の事実に対し、自国法を直接適用しようとするものではなく、自国の法を自国内で適用するに際し、他国で発生した事情を勘案するにすぎないものであり、何ら属地主義の原則に反するものではないと考えるべきである（BBS事件最高裁判決参照）。したがって、日本における特許権者が日本国内でその権利を行使することに關し、日本の裁判所が、日本の法の解釈として、権利行使の対象となっている製品が、同一の発明について外国で付与された特許の実施品であり、当該国で適法に拡布されたものであることを考慮して権利の行使を制限することも属地主義の原則に反するものではない。⁽¹⁾

② 商標権と並行輸入

商標権は需要者の心理に形成される標識に対する心象との関係で成り立つものであるので、外国商標と同一の標章を国内で登録、使用する場合、当該外国商標の国際知名度や国内商標使用権者の営業努力（品質管理、アフターサービス、広告宣伝等）の状況により、国内商標権の実体が専ら親元外国企業の信用に依存する場合から国内信用権者の業務上の信用を大きく反映する場合まで、いろいろなバリエーションがあり得る。このため、画一的に消尽理論を適用し得ないことになるのである。外国で使用されている商標の場合には商標権の実体が必ずしも国内商標使用者の業務上の信用を反映していないケースが多々あるので、それぞれのケースについて実態判断をしなければ商標権の侵害の有無が認定できないのである。そこで、商標の機能（出所識別機能及び品質保証機能）の保護を目的とする商標制度の本質に照らして国際取引の実態をみると、外国の国際的に著名な商標について日本で商標登録をした者又は専用

使用権を設定された者がその商標を使用して営業する場合、需要者にとってその商標の示す出所や品質保証機能が、①親元外国企業の信用にそのまま依存する場合と、②国内商標使用者の営業努力に基づく場合とがあり、個々のケースによって区々に分かれるのが実情である。

前者(①の場合)の場合については、並行輸入業者は国内商標使用権者の業務上の信用(営業努力)に何ら損害を与えないことになる。これとは逆に、後者(②の場合)の場合については、並行輸入業者は国内商標権者の業務上の信用(営業努力)に損害を与えていることになる。

したがって、後者の場合には、外国商標権者の商標権がたとえ国際消尽していると考える立場に立つとしても、それとは別箇に日本国の商標権を侵害を構成することとなる。しかしながら、国内商標権者の営業努力を評価するとしても、並行輸入を阻止するところまで認めるか否かについては、国際貿易の振興と国内における競争の促進という観点とのバランスを顧慮して慎重に検討しなければならない。パーカー判決(第三「審・判決」)の三の(二)の「ア参照」では、商標権を有する輸入販売業者の多額の広告宣伝を認めながらも、「PARKER」商品が「日本の特定の輸入販売業者」の商品の標識であるとの認識が必要者の意識に浸透していないとして、並行輸入の阻止が認められなかった。

これは、国内商標権者にとっては、相当厳しい判断であるが、国際貿易の発展、競争の促進、ひいては消費者保護の観点から見て、妥当な姿勢であると思われる。

③ 著作権と並行輸入

映画の著作物の並行輸入に関しては、映画の著作物に対する権利の範囲として、著作権法二六条一項により、「複製物により頒布する権利を専有する」とされ、いわゆる著作権者の頒布権が認められていることから、並行輸入を阻止

しうると解されている。ここでの頒布権とは、「有償であるか又は無償であるかを問わず、複製物を公衆に譲渡し、又は貸与すること」と定義されており(著作権法二条一項一九号⁽¹³⁾)、映画著作物の複製物の流通をコントロールする権利であると解されている。具体的には、映画フィルムについては、世界的規模で、どの劇場で、何時から、どの程度の期間上映させる目的で、その複製物の貸与を行うか、また、当該映画のビデオカセットという複製物の販売を何時から開始するかと計画的に調整することができる権利と理解されている。したがって、映画の著作権者が意図していなかった輸入ルートの取引は阻止しうるという結論が導かれる訳である。

これに対し、映画以外の著作物については、かかる規定がないことから並行輸入を阻止しうるか否かは、法解釈上の問題となる。この点については、他の知的所有権と同じく、著作物取扱業者の利益と文化の発展、国際取引の促進、競争の促進、消費者の保護等の公共的利益とのバランスを顧慮して判断することとなる。しかし、著作権は基本的に無断複製を禁止することを内容とするものであるので、違法な輸入品の問題(CDの海賊版、模倣品等)はあるとしても、映画以外の著作物については、正規ルート以外のルートで販売されることが少なく(著作物には、再販売価格の維持が認められていることも、その一因であると思われる)、並行輸入の問題は現在のところ聞かれない。さらに、著作権は無方式主義がとられているから、著作権の表示を行うことにより、ベルヌ条約⁽¹⁴⁾参加各国で同時に権利が発生するという性格の権利であるため、特許権、商標権と比べて一層並行輸入を問題とする必要性は認めがたいと考えられる。

著作物の複製物を貸与する場合には、許諾製品の再貸与、転売、違法複製を禁止できるから、事実上、著作権者のコントロール下に置きつつ著作物の複製物をユーザーの利用に供することが可能となる。また、ソフトウェア

の場合については、販売ではなくライセンス（使用許諾・利用許諾）という手段が活用されており、許諾製品の転売、譲渡、違法複製などを制限することが可能である。したがって、これらの場合にも、事実上並行輸入の問題は発生しがたいと思われる。

事例としては、「10-1匹ワンちゃん事件」（第三「審・判決の検討」の三の（二）のウ参照）があるが、事態関係如何によっては異なる結論になるという余地を残しつつも、結局、正当な頒布権を有する業者の主張を認め、並行輸入業者の主張を退けている。

ウ 独占禁止法理論からのアプローチ

（ア） 総論

独占禁止法から並行輸入問題にアプローチする場合、まず検討しなければならないのは、知的所有権との関係である。この点について独占禁止法は「この法律の規定は、著作権法、特許法、実用新案法、意匠法又は商標法による権利の行使と認められる行為にはこれを適用しない」（法二三条）と規定している。これに対し、知的所有権法の方には、独占禁止法との関係について特段の規定を設けていない。したがって、両法間の調整は学説・判例に委ねられることとなっている。

ところで、同問題に対する知的所有権法理論からのアプローチでは、上記のように、「消尽理論」によって知的所有権者の利益を必要以上に保護することとならないよう、消費者の利益等との調整が図られてきた。それも、輸入総代理店にとっては相当厳しいラインで線引きが行われていることについては、前述のとおりである（イの②「商標権と並行輸入」参照）。

しかしながら、輸入総代理店は、知的所有権の有無に拘わらず、事実上、並行輸入を妨害する手段を用いることも多い、このような分野に対して独占禁止法が係ってくることとなる。以下には、並行輸入を妨害する代表的な行為類型を挙げて、法適用の問題点を検討することとする。

(イ) 並行輸入を妨害する代表的行為類型

① 海外の流通ルートからの真正商品の入手の妨害

輸入総代理店は、海外の流通ルートから真正商品を購入し、それを妨げる行為として、以下のような行為を行うことがある。

a、並行輸入業者が供給業者の海外における取引先に購入申込みをした場合に、当該取引先に対し、並行輸入業者への販売を中止するようにさせること。

b、並行輸入品の製品番号等によりその入手経路を探知し、これを海外の供給業者またはその海外における取引先に通知する等の方法により、当該取引先に対して並行輸入業者への販売を中止するようにさせること。

まず、このような行為が価格維持を目的として行われる場合は、一般指定一二項(再販売価格維持行為。原則違法)に該当すると考えられる。この点は、「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」(平成三年七月一日。以下「ガイドライン」という。)の第三に明らかにされており、以下のような審判判決が見られる(第三の三の(一)アエ参照)

- (a) オールドパー社に対する件(昭和五三年四月一八日)
- (b) ホビージャパンに対する件(平成九年一月二八日)
- (c) ハーゲンダッツジャパン社に対する件(平成九年四月二五日)

(d) ナイキジャパンに対する件 (平成一〇年七月二八日)

次に、価格維持を直接の目的とはしないけれども、低価格の並行輸入品の流入を妨害する目的で行われる場合については、競争の実態を見て、ケース・バイ・ケースに判断することとなるが、多くの場合輸入総代理店が係る行為の対象とするのは、有名ブランド品であるから、競争阻害性が認められることが多いであろう。審・判決例としては、以下のものがあり、いずれも、一般指定一五項(取引妨害)に該当し、違法であると認定されている(第三の三の二)のイ、エ、オ参照)。

(a) ラジオメータートレーディング社に対する件 (平成五年九月二八日)

(b) 星商事事件 (平成八年三月二二日)

(c) 松尾楽器商会对する件 (平成八年五月八日)

これらの事例では、輸入総代理店が行う並行輸入対策としては、海外の供給業者に対して、海外の輸入総代理店から日本の並行輸入業者への販売を中止させよう要請することは許されないとする考え方が示されている。

② 販売業者に対する並行輸入品の取扱いの制限

これは、輸入総代理店が、並行輸入品を取り扱わないことを条件として販売業者と取引するような場合である。この場合、輸入総代理店は国内市場における地位が強いので、販売業者に対してかかる条件が付されれば、並行輸入品の国内での流通ルートは事実上確保できないことになる。

③ 並行輸入品を取り扱う小売業者に対する販売制限

これは、輸入総代理店が卸売業者たる販売業者に対し、並行輸入品を取り扱う小売業者には販売しないようにさせ

るような場合であり、上記の②と同じ問題を生ずる。

④ 並行輸入品を偽物扱いすることによる販売妨害

これは、並行輸入品を取り扱う業者に対し、十分な根拠もなしに当該商品を偽物扱いし、商標権の侵害であると称して不当にその販売の中止を求めるような場合⁽¹⁵⁾であり、取引妨害の問題となる。

⑤ 並行輸入品の買占め

これは、小売業者が並行輸入品の販売をしようとする、輸入総代理店がその店頭に出向いてこれを買占めてしまい、並行輸入品の正常の販売が妨げられるような場合⁽¹⁶⁾であり、取引妨害の問題とするものであり、特に、これが価格維持を目的として行われる場合は、再販売価格維持違法行為として違法となる。⁽¹⁷⁾

⑥ 並行輸入品の修理等の拒否

これは、輸入総代理店や提携先修理業者以外の者では並行輸入品の修理が著しく困難であり、又はこれら以外の者から修理に必要な補修部品を入手することが著しく困難である場合において、自己の取扱い商品でないことのみを理由に修理若しくは補修部品の供給を拒否したり、提携先修理業者に修理もしくは補修部品の供給を拒否させるようにするような場合であり、取引妨害の問題となる。

なお、修理等のアフターサービスが商品のマーケティング上重要な手段となる場合に、かかるサービスを無料または実際のコスト以下の料金で提供しようとする輸入総代理店が、並行輸入品についても自己の取扱い商品と同一の条件で修理等を行う義務があるとはいえない。したがって、修理などにあたって、合理的な料金を徴収したり、修理等の条件に合理的な差異を設けたりすることは妨げられないと思われる。

⑦ 並行輸入品の広告宣伝活動の妨害

これは、輸入総代理店がその取引先である雑誌、新聞などの広告媒体に対し、並行輸入品の広告を掲載しないようにさせるような場合であり、取引妨害の問題となる。

ただし、広告宣伝活動の態様によっては、商標の不正使用として商標権を侵害していたり、広告宣伝活動の類似性などから輸入総代理店の営業との混同が生ずるおそれがあるような場合があり、このような場合には広告宣伝活動の中止を求めることができるのは当然であろう。

(三三) 並行輸入についての検討のまとめ

これまで見てきたとおり、並行輸入は、消尽理論によって知的所有権の壁から解放され、活動の場を拡大してきた。そして、このようにして拡大された活動の場の中にあつて、なおかつこれを妨害しようとする輸入総代理店に対しては、独占禁止法が適用されてきた。

独占禁止法の適用のあり方を見ると、当初は、再販売価格維持行為を伴う事件が取り上げられていたが、最近では、そうでない事件も広く取り上げられるようになってきている。

経済の国際化、競争の促進及び一般消費者の利益確保の観点からすると、このような法運用の傾向は正しい方向にあるもので考えられる。

(注)

- (1) なお同条第一項四号の構成員の機能活動の不当な制限の禁止規定もカルテル行為に関連するが、これは一号の予防規定でもあるので、ここでは、四号の問題は省略する。
- (2) 景品表示法四条一項一号 「商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と競争関係にある他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示すことにより、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示」
- 同二号 「商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と競争関係にある他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認されるため、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示」
- 同三号 「前二号に掲げるもののほか、商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある表示であつて、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認めて公正取引委員会が指定するもの」
- (3) 一九八〇年代、米国は、第二次オイル・ショックによるインフレ、景気後退を高金利と減税(レーガノミックス)により克服したが、高金利政策は、ドル高を招き、輸出減・輸入増により対外収支の赤字を拡大させたほか、途上国の累積債務問題を深刻化させた。以上の事情を背景として、一九八五年九月二二日米国と日・英・西独・仏の五カ国がドル高修正のため為替市場への協調介入強化で合意した。これが「プラザ合意」であり、このとき同時に、日本や西独は、内需拡大に努力する等の合意がなされており、日本ではその後の際限のない円高につながっていく。
- (4) 岸井大郎・向田直範・和田建夫・内田幸作・稗貫俊文『経済法―独占禁止法と競争政策』有斐閣 三五二頁
- (5) 日本法で著作権法二六条の二の規定が消尽に関する唯一のものであり、映画以外の著作物物について国際消尽を認めている。これに対して特許権等に関しては規定がない。なお、二〇〇四年六月三日に音楽CDの一定期間の輸入権を創設する著作権法改正がなされた(二〇〇五年一月一日施行)。これにより、音楽CDに関する国際消尽は否定されることになった。
- (6) この法律で発明について「実施」とは、次に掲げる行為をいう。①物(プログラム等を含む。以下同じ。)の発明にあっては、その物の生産、使用、譲渡等(譲渡及び貸し渡しをいい、その物がプログラム等である場合には、電気通信回線を通じた提供を含む。以下同じ。)、輸出若しくは輸入又は譲渡等の申出(譲渡等のための展示を含む。以下同じ。)をする行為、②方法

の発明にあつては、その方法の使用をする行為、③物を生産する方法の発明にあつては、前号に掲げるもののほか、その方法により生産したものの使用、譲渡等、輸出若しくは輸入又は譲渡等の申出をする行為。

- (7) 小泉直樹「並行輸入の国際経済法的規制—国際工業所有権法・著作権法の視点から」『日本国際経済法学会年報』六号 四五頁参照

(8) パリ条約は、「工業所有権の国際的保護に関する一般条約」を指す。これは、発明、実用新案、意匠、商標、サービスマーク、商号、地理的表示など幅広い範囲の工業所有権を保護対象としている。その四条の二では、各国の特許の独立を示しており、「同盟国の国民が各国盟国において、出願した特許は、他の国(同盟国であるかどうかを問わない。)において同一の発明について取得した特許から独立したものと規定している。

- (9) 土井輝生『ジュリスト』四六〇号 一四一頁

(10) 小泉直樹「著作権による国際市場の分割—並行輸入の構造」『神戸法学雑誌』四〇巻一号 一三三頁参照

- (11) 中山信弘『工業所有権(上) 特許法(第二版)』弘文堂 三六五頁

(12) 著作権法二六条一項一号は、「著作権者は、その映画の著作物をその複製物により頒布する権利を専有する」と、二号では、著作権者は、映画の著作物において複製されているその著作物を当該映画の著作物の複製物により頒布する権利を専有する」と規定している。

(13) 著作権法二条一項一九号で、「頒布」については、「有償であるか無償であるかを問わず、複製物を公衆に譲渡し、又は貸与することをいい、映画の著作物又は映画の著作物において複製されている著作物にあつては、これらの著作物を公衆に提示することを目的として当該映画の著作物の複製物を譲渡し、又は貸与することを含むものとする」と規定している。

(14) ベルヌ条約 著作権を保護するための国際条約の一つで、正式名を「文学的及び美術的著作物の保護に関するベルヌ条約」という。日本は一九七五年にこれを批准している。この条約には、四つの特徴①内国民待遇の原則の確立、②法廷地法の原則の確立、③無方式主義の採用、④遡及効)がある。

(15) このような行為が行われると、当該商品が真正商品であり、並行輸入業者がその旨を証明できるときであっても、当該小売業者は、訴えられること自体で信用を失墜するおそれがあるとして並行輸入品の取扱いを避ける要因となる。

(16) 小売業者としては、例えば、一般消費者向けに広告しているのに総代理店に買い占められると、その購入を目的に来店した

消費者からおとり広告ではないかとのクレームがつき、次の販売についての信用を失うことになる場合がある。また、小売業者にとつて並行輸入品を販売しないようにする心理的圧迫となり、この取扱いを避けさせる要因となる。

(17) 筆者個人の意見としては、たとえ価格維持の目的ではなくても、このような輸入総代理店の行為は取引妨害として違法とすべき行為であると思われる。

第三 輸入総代理店が係った審・判決の検討

一 審・判決の概要

これまでに輸入総代理店が係った審・判決は、大きくは「カルテル又は不当表示」に関するものと「並行輸入妨害」に関するものとに分けることができる。このうち後者については、さらに「再販行為を伴うもの」と「再販行為を伴わないもの」に分けられる。

以下、審・判決をこの類型別に古いものから順に検討するが、そのほとんどは独占禁止法を適用した公正取引委員会の審決(二〇〇〇に対する件)と表示する慣わしになっている)である。ただし、「並行輸入妨害」のうち「再販行為を伴わないもの」に該当するものの中には次のとおり裁判所の判決(二〇〇〇事件)と表示する慣わしになっている)が含まれている。

パーカー事件…商標権と並行輸入の問題が争点となったもの。

一〇一匹ワンチャン事件・著作権と並行輸入の問題が争点となったもの。
BBS事件・特許権と並行輸入の問題が争点となったもの。

二 カルテル又は不当表示に関する審・判決

(一) 洋書輸入業者に対する件 (平成八年五月三十一日勧告審決・審決集四三巻三一四頁)

ア 事実の概要

丸善株式会社、株式会社紀伊国屋書店、株式会社極東書店、ナウカ株式会社、株式会社国際書房、海外出版貿易株式会社及び日本出版貿易株式会社の七社(以下「七社」という。)は、それぞれ、外国新刊図書の輸入販売業を営む者である。七社は、平成二年四月以後、築波大学、千葉大学、東京大学、東京工業大学、一橋大学及び横浜国立大学の六大学が特命随意契約の方法により発注する外国新刊図書(輸入販売業者が輸入総代理店契約によらないで外貨建で輸入するものに限る。以下「特定外貨建図書」という。)について、六大学で構成する外国新刊図書等の購入価格の交渉組織である「外国出版物購入価格に関する国立六大学協議会」(以下「六大学協」という。)と原則として四半期ごとに個別に交渉することにより、特定外貨建図書に係る一五通貨ごとの納入換算率を決定し、当該納入換算率を用いて算出した納入価格により六大学に納入している。

七社の六大学への特定外貨建図書の納入金額の合計は、六大学への特定外貨建図書の総納入金額(特命随意契約によらないものを含む。)の過半を占めている。また、決算に当たっては、七社においても、他の販売業者においても、

ほとんどドル、スターリング・ポンド、スイス・フラン、ドイツ・マルク、フランス・フラン及びオランダ・ギルダの六通貨が使用されている。

イ 審決要旨

公正取引委員会は、上記の七社が行った平成二年四月以後の通貨の換算率に関する決定を破棄しなければならないこと、これに対し採った措置と今後、同様の行為を行わないこと、これらに周知徹底のこと及び採った措置についての旨を命じた。

(二) 宇多商会对する件 (平成十一年一月一日 審判審決・審決集四六卷四二頁)

ア 事実の概要

株式会社宇多商会(以下「宇多商会」という。)は、日用雑貨品等の輸出入業、卸売業、通信販売業等を営む事業者である。同社は、「リデックス」と称する商品の輸入総代理店として同商品を輸入し、直接又は卸売業者を通じて通信販売業者等に販売しているところ、自らも当該商品の通信販売を行うため、平成七年五月一日付け読売新聞に当該商品についての広告を掲載することにより、一般消費者に広告した。しかし、その広告において、前記商品のネズミを撃退する効果について、「電磁界変換方式 ネズミ撃退器リデックス」と強調して表示した上で、「コンセントへ差し込むだけで、家屋内の交流配線コード上に存在する電磁界を特殊信号で変換させ、ネズミやゴキブリの交換神経に刺激をあたえ家屋内から駆除する器具です」、「有効範囲は約七〇坪、通常長くても四〜五週間で効果が確認できます」等記載し、あたかも、当該商品にはネズミを撃退する効果があるかのように表示しているが、実際には、当該効果は認めら

れないものである。

イ 審決要旨

公正取引委員会は、宇多商会の前記広告は、「リデックス」と称する商品の性能について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に誤認されるため、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示をしているものであって、かかる行為は、不当景品類及び不当表示防止法第四条第一号の規定に違反するものであるとして、その中止を命ずるとともに、今後一年間、前記の商品の取引に関する広告をした時は、直ちに、その広告物を公正取引委員会に提出しなければならない旨命じた。

(三) スキューバプロ・アジア社に対する件(平成14年12月26日勧告審決・審決集四九巻二四七頁)

ア 事実の概要

スキューバプロ・アジア株式会社(以下スキューバプロ社という。)は、「SCUBAPRO」の商標を付したダイビング用品(以下「スキューバプロ製品」という。)及び「WVAITEC」の商標を付したダイビング用品(以下「ウワテック製品」という。)をジョンソン・アウトドアーズ・インコーポレイテッド傘下の製造子会社等から輸入するとともに、一部のスキューバプロ製品については国内外のダイビング用品製造業者にその製造を委託して、スキューバプロ製品については昭和四六年四月ころから、ウワテック製品については平成九年四月ころから、それぞれ自ら又は取引先卸売業者を通じて、小売業者に販売している。

同社は、国内におけるダイビング用品の販売分野において有力な地位を占めており、また、販売するスキューバ

ロ製品は性能・品質が優れているとして、一般消費者から指定買いされることが多く、ダイビング用品を取り扱う小売業者にとっては当該製品を取り扱うことが営業上有利であるとされている。しかるところ、平成九年から、スキューバプロ製品の並行輸入が増加したことにより、小売価格が低下してきたため、量販店等の大幅な値引き販売を防止し、小規模な小売業者及び自社の利益の確保を図ることを目的として、卸売業者及び小売業者に対し小売価格を守るように指示するとともに、違反した小売店等に対しは、出荷停止等の措置を行った。

イ 審決要旨

公正取引委員会は、上記のスキューバプロ社の前記行為は、正当な理由がないのに、自ら又は取引先卸売業者を通じて、取引先小売業者に対し、スキューバプロ・アジアの定めた値引き限度価格を維持させる条件をつけてスキューバプロ製品を供給するものであり、また、正当な理由がないのに、取引先卸売業者に対し、同卸売業者をしてその取引先小売業者にスキューバプロ・アジアの定めた値引き限度価格を維持させる条件をつけてスキューバプロ製品等を供給するものであり、不公正な取引方法の第一二項第一号、二号に該当し、いずれも独占禁止法第十九条の規定に違反するものであるとした、その上で、公正取引委員会は、スキューバプロ社に対し、上記の違反行為を速やかに取りやめなければならないこと及び今後、同様の行為を行わないことを命じるとともに、同社は、採った措置を同委員会に報告しなければならないことを命じた。

三 並行輸入妨害に関する審・判決

(二) 再販行為を伴うもの

ア オールドパー社に対する件 (昭和五三年四月一八日勧告審決・審決集二五卷一頁)

(ア) 事実の概要

オールドパー株式会社 (以下「オールドパー社」という。) は、洋酒の輸入及び販売業を営むものであり、昭和四九年八月二〇日、イギリスのマクドナルド・グリーンリース・リミテッドとの間で、同社が製造するオールドパーほか四銘柄のウイスキーについて、オールドパー社が日本において輸入総代理店となる旨の契約を締結し、オールドパーを日本リカー株式会社ほか七名の一次卸売業者 (以下「特約店」という。) に販売している。特約店は、オールドパー社から購入したオールドパーのほとんどすべてを二次卸売業者又は小売業者に販売している。

オールドパー社は、日本において、高い評価を受けており、昭和五十一年の販売量は、同種製品中第二位を占めている。

オールドパー社は、オールドパーの並行輸入量の増加に対処し、同社が販売するオールドパーの価格を維持するため、特約店に対し、以下の指示を行った。①並行輸入されたオールドパーを取り扱っている販売業者には、オールドパーを納入しないこととそれらの販売業者にオールドパーを供給する者にも、オールドパーを納入しないことを指示し、それらの販売業者に該当する者として四社を指名した。②オールドパーの小売価格を維持するため、特約店に対し、同社が定めた標準小売価格を著しく下回って販売する小売業者には、オールドパーを納入しないことと前記の小

売業者に供給する者にも、納入しないことを指示し、前記の小売業者に該当する者として二社を指名した。なお、同社は、特約店に対し、③前記指示内容を二次卸売業者に周知させるよう要請した。

上記のほか、オールドパー社は、オールドパーの流通調査のため、オールドパーの紙箱に特約店別の番号を記入すること及びオールドパーの一二本入りケースに小売業者が購入先を記入して返送するためのはがきを封入することを実施していた。また、前記指示に反した特約店に対し、出荷停止、小売業者からの買い戻させること等の措置を講じた。

(イ) 審決要旨

公正取引委員会は、オールドパー社が、オールドパーの販売について、正当の理由がないのに、特約店とこれから供給を受ける二次卸売業者及び小売業者との取引を拘束する条件をつけて、特約店と取引した行為は、不公正な取引方法の第八項に該当し、独占禁止法第一九条の規定に違反するものであるとした。その上で、前記の指示を撤回しなければならぬことと前記の調査方法を廃止しなければならぬこと及び採った措置を同委員会に報告することを命じた。

イ ホビージャパンに対する件 (平成九年一月二八日勧告審決・審決集四四卷二八九頁)

(ア) 事実の概要

株式会社ホビージャパン(以下「ホビージャパン」という。)は、書籍・雑誌の出版業並びにゲーム類の製造販売業及び輸入販売業を営む者である。ホビージャパンは、アメリカ合衆国所在のウィザーズ・オブ・ザ・コースト社(以下「ウィザード社」という。)が製造している「マジック・ザ・ギャザリング」と称するトレーディングカードゲーム(以

下「マジック」という。)を自社の代表取締役が株式を一〇〇%所有するとともに代表取締役を兼任している株式会社ポストホビーを通じて購入し、主として国内の卸売業者を通じて小売業者に販売している。なお、株式会社ポストホビーは、マジックの販売に関し、平成七年一〇月三日にウィザードとの間で、国内においてマジックを独占的に販売すること等を内容とする取引契約を締結している。

ホビージャパンは、日本のトレーディングカードゲームの販売分野において有力な地位を占めるものであり、また、マジックは、一般消費者の間において人気が高まっていることから、トレーディングカードゲームを取り扱う販売業者にとってマジックを取り扱うことが営業上有利であるとされている。マジックについては、英語版と日本語版を日本において販売しており、ウィザード社と協議の下に、希望小売価格を定めている。マジックを販売する小売業者を正規取扱店として登録・承認しており、自社が発行する雑誌に掲載し、ウィザード社が認定するマジックの公式大会を開催する権利の付与、販売促進物の提供等、マジックの販売を促進するための支援を行っている。平成七年一〇月ころから、ホビージャパンは、並行輸入業者がマジックの英語版の並行輸入品をホビージャパンがウィザード社と協議の下に定めた希望小売価格を下回る価格で販売する旨の情報及び平成八年以後日本語版を発売する予定になっていることから、ホビージャパンは、小売価格を維持するため、取引先卸売業者に対し、並行輸入業者及び並行輸入品取扱業者にはマジックを販売しないよう要請し、また、小売業者に、自ら又は取引先卸売業者を通じて、マジックを小売価格で販売するよう要請した。このような要請を受け入れるようにさせるため、取引先卸売業者に、取引先小売業者の名簿を提出させ、マジックの日本版に定めた色で印を付すとともに、並行輸入品取扱業者等の店舗を調査し、取引先卸売業者のマジックの販売先を監視していた。

(イ) 審決要旨

公正取引委員会は、ホビージャパンが、取引先卸売業者にマジックを供給するに当たり、並行輸入品取扱業者等にはマジックを販売しないようその事業活動を不当に拘束する条件をつけて当該卸売業者と取引している行為は、これは、不公正な取引方法の第一三項に該当するものとした。また、同社は、正当な理由がないのに小売業者に対して希望小売価格を維持させる条件をつけ、また、取引先卸売業者に対して、同卸売業者をしてその取引先小売業者に希望小売価格を維持させる条件をつけ、マジックを供給している行為は、これらは、それぞれ、不公正な取引方法の第一二項に該当するものとした。これにより同社の行為は、いずれも独占禁止法第十九条の規定に違反するものであるとし、その上で、前記のすべての違反行為を取りやめなければならないこと及び今後、同様の行為により、取引先卸売業者の販売先を制限してはならず、小売業者の販売価格を制限してはならないことを命じるとともに、採った措置を速やかに同委員会に報告しなければならない旨を命じた。

ウ ハーゲンダッツジャパン社に対する件 (平成九年四月二十五日勧告審決・審決集四四卷二三〇頁)

(ア) 事実の概要

ハーゲンダッツジャパン株式会社 (以下「ハーゲンダッツジャパン社」という。) は、ハーゲンダッツブランドのアイスクリーム製品 (以下「ハーゲンダッツ製品」という。) を製造販売及び輸入販売する事業を営む者であり、アメリカ所在のザ・ピルスベリー・カンパニー (以下「ピルスベリー社」という。) から一手に供給を受けて、国内において販売している。同社は、日本のプレミアムアイスクリームの販売分野において、有力な地位を占めるものであり、また、ハーゲンダッツ製品は、一般消費者の間において高い評価が得られており、ハーゲンダッツ製品を指名して購入

する顧客が多いことから、アイスクリーム製品の小売業者によってハーゲンダッツ製品を取り扱うことが営業上有利であるとされている。

ハーゲンダッツジャパン社は、ハーゲンダッツ製品を卸売業者を通じて小売業者に販売しており、取引先卸売業者に対しては他の卸売業者への販売を制限している。また、一部の取引先小売業者との間で、直接、取扱商品、販売促進活動の内容等を取り決めるための交渉（以下「商談」という。）を行っている。また、同社は、ハーゲンダッツ製品について、希望卸売価格及び希望小売価格を定めている。

ハーゲンダッツジャパン社は、平成二年四月のアイスクリーム製品の輸入自由化を控え、ピルスベリー社に対し、かねてから並行輸入が行われないようにするための対策を採るよう申し入れていたところ、ピルスベリー社から並行輸入を阻止する対応が可能であり、販売される場合、その経路を調査するためにロット番号の情報を知照するようにとの回答を得ていた。同社は、並行輸入品が自社製品の小売価格の維持等に影響を及ぼすおそれがあることから、平成六年一月下旬ころ、ピルスベリー社に対し、アメリカの取引先卸売業者に日本国内へのハーゲンダッツ製品の並行輸入につながる販売を行わないようにさせる旨を要請するとともに、並行輸入の経路調査のために並行輸入品のロット番号を通知した。ピルスベリー社は、その要請を受けて、アメリカの卸売業者等に対し、販売担当地域外への販売を行わないよう指示し、また、アメリカ所在のすべての取引先卸売業者に対し、日本への並行輸入につながる販売は販売担当地域外への販売とみなされ、取引停止の対象となる旨を書面で通知した。同社は、その後も平成七年四月ころ、ピルスベリー社に対し並行輸入を阻止するための措置を採るようと督促した。

(イ) 審決要旨

公正取引委員会は、ハーゲンダッツジャパン社が、ハーゲンダッツ製品について、正当な理由がないのに、取引先小売業者に対し、自ら又は取引先卸売業者を通じて、自ら定めた希望小売価格を維持させる条件をつけて供給している行為は、不公正な取引方法の第二項第一号及び第二号に該当するものとした。また、同社が、自己と国内において競争関係にある並行輸入品を取り扱う輸入販売業者とその取引の相手方である外国に所在するハーゲンダッツ製品の販売業者との取引を不当に妨害した行為は、不公正な取引方法の第一五項に該当するものとした。これにより、同社の行為は、いずれも独占禁止法の第十九条の規定に違反するものであるとし、その上で、前記のすべての違反行為を取りやめなければならないこと及び今後、同様の行為をしてはならないことを命じるとともに、採った措置を速やかに同委員会に報告しなければならない旨を命じた。

エ ナイキジャパン社に対する件(平成一〇年七月二十八日勧告審決・審決集 四五卷一三〇頁)

(ア) 事実の概要

株式会社ナイキジャパン(以下「ナイキジャパン社」という。)は、スポーツ用品の製造販売業を営む者である。日本のスポーツシューズの販売分野において有力な地位を占めており、また、一般消費者の間で高い人気を有していることから、スポーツシューズを取り扱う販売業者にとつては、ナイキシューズを取り扱うことが営業上有利であるとされている。同社は、取引先小売業者を店舗別に登録している。その上で、登録小売業者をキー・アカウントと一般店に分類し、キー・アカウントに対しては、重点的に販売促進活動を行っており、一般店と異なり、トップモデルの製品を販売し、製品の納期を早める等の施策を講じている。ナイキジャパン社は、かねてから、ナイキシューズの小

売価格の水準を維持する旨の方針を有しており、このため、ナイキシューズの販売に関して、小売業者に対して、定めた希望小売価格で販売すること及び並行輸入品を取り扱わないことを要請するなどの施策を講じていた。しかるところ、人気が高まり、その需要が増大してきた状況の下で、引き続き、展示受注会等の際に、自ら又は卸売業者を通じて、小売業者に対して、希望小売価格で販売すること、並行輸入品を取り扱わないこと及び希望小売価格を下回る価格を表示した新聞折り込み広告等を行わないことを要請した。さらに、キー・アカウントについては、同方針とする選定基準を定め、基準を満たすキー・アカウントからのみトップモデルの製品の注文を受け付けることとした。

また、平成九年四月ころ、在庫が増え、値下げ圧力が強まってきたことに対処し、ナイキジャパン社は、ナイキシューズの販売に関し、シーズン中及びシーズン終了後一カ月以内に販売するものについては希望小売価格で販売すること及びシーズン終了後一カ月経過した後に販売するものについては同小売価格から三割、二か月経過した後に販売するものについては同小売価格から五割（以下「シーズン終了後の値引き限度価格」という。）まで、それぞれ値引き販売を認めるものの、同小売価格を下回る価格を表示した新聞折り込み広告等を行わないことを小売業者に対し要請することとした。また、その後も、自ら又は卸売業者を通じて、小売業者に対し、同要請を再び行った。

(イ) 審決要旨

公正取引委員会は、ナイキジャパン社が、正当な理由がないのに、取引小売業者に対し、希望小売価格及びシーズン終了後の値引き限度価格を維持させる条件をつけてナイキシューズを供給した行為は、不公正な取引方法の第二二項第一号に該当するものとした。また、同社が、正当な理由がないのに、取引卸売業者に対し、同卸売業者をしてその取引先小売業者に希望小売価格及びシーズン終了後の値引き限度価格を維持させる条件をつけてナイキシューズを

供給した行為は、同項の第二号に該当するものとした。これにより、同社の行為は、いずれも独占禁止法第十九条の規定に違反するものであるとし、その上で、前記の違法行為をすべて取りやめなければならないこと及び今後、同様の行為をしてはならないことを命じるとともに、採った措置を同委員会に速やかに報告しなければならない旨を命じた。

(二) 再販行為を伴わないもの

ア パーカー事件（昭和四五年二月二七日大阪地裁判決・判例時報六二五号七五頁）

(ア) 事実の概要

日本におけるパーカー商標の専用使用権を取得していたシュリロ・トレーディング社（以下被告という。）は、エヌ・エム・シー社（以下原告という。）が香港で買い付けたパーカー万年筆を並行輸入しようとしたのに対し、商標の専用使用権の侵害を理由として、大阪税関に輸入差止めを申立てた。これを阻止しようとした。

これに対し、エヌ・エム・シー社はシュリロ・トレーディング社の専用使用権に基づく差止請求権不存在確認及び妨害禁止を求めて大阪地裁に提訴した。

(イ) 判決要旨

この事件では、大阪地裁は、原告の行為は、被告の有する商標使用権を侵害するものではなく、被告には、輸入を差止める権利はない旨の判断を示した。その理由として、原告の行為は、商標権の機能である出所・品質保証機能を何ら侵害するものではないとして、以下のような判断を示している。

まず、商標の出所識別機能については、商標が保証するのは、生産源のみに限られるか否かという点について、大阪地裁の判決は、「商標権者が内国商標権につき専用使用権を設定するのは、ほとんどの場合、専用使用権に対し外国において製造した商品の内国における一手販売権を与えるためのみの目的で行われるものであるが、そのような場合には、当該商標によって識別される商品の出所は、特別の事情のない限り、商品の生産源であって、内国の販売源ではない。」とし、商標権により保護される「出所」とは、原則として「生産源」であるとの見解を示している。その上で、本件における「特別の事情」の有無について検討を加え、被告が従来から多額の広告宣伝費を費やし「PARK ER」の知名度の向上に努めてきた事実を認めている。しかしながら、結局、被告の経営努力にも拘らず「日本の特定の輸入販売業者」の商品の標識であるとの認識が需要者の意識に浸透するに至っていないとして、被告の主張を退けている。これは輸入総代理店にとって相当厳しい判断であるといえよう。また反面、「出所」を形式的に「生産源」に限定しなかったことは、実態如何によっては被告の立場すなわち輸入総代理店の利益を保護する余地を示したものとはいえよう。

次に、商標の品質保証機能については、「その間に品質上些かの差異もない以上、原告が輸入しようとするパーカー万年筆と専用使用権者である被告が現に輸入販売しているパーカー万年筆とは、仕向国による仕様の差異もない全く同品質のものである。」とし、この点においても並行輸入品は商標権を侵害するものではないと判示している。以上の判断を踏まえて、結局、判決は「需要者に商品の出所品質について誤認混同を生ぜしめる危険は全く生じないのであって、右商標の果たす機能は少しも害されることがないというべきである。」の結論に到達している。

なお、原告の行為（並行輸入）について、経済上のメリットを評価して「原告のなす真正パーカー商品の輸入販売

によつて、被告は内国市場の独占的支配を脅かされることはあつても、パーカー社の業務上の信用が損なわれることがない以上、被告の業務上の信用もまた損なわれないものというべく、むしろ、第三者による真正商品の輸入を認めるときは、国内における価格及びサービスなどに関する公正な自由競争が生じ、需要者に利益がもたらされることが考えられるほか、国際貿易が促進され、産業の發達が刺激されるという積極的利点があり、却つて商標法の目的にも適合する結果を生じるのである。」とし、並行輸入がもたらす競争促進効果、需要者の利益促進等の積極的效果を強く打ち出している。

イ ラジオメータートレーディング社に対する件 (平成五年九月二八日勸告審決・審決集 四〇卷一二三頁)

(ア) 事実の概要

ラジオメータートレーディング株式会社(以下「トレーディング社」という。)は、ラジオメーター株式会社が一手に輸入しているデンマーク所在のラジオメーター・メディカル・エイ・エス(以下「メディカル社」という。)の製造にかかる血液ガス分析装置とこれに使用する試薬につき、ラジオメーター株式会社から一手にその供給を受け、国内において販売している者であつて、その血液ガス分析装置の販売高は、国内業界において第二位を占めている。血液ガス分析装置に使用する試薬は、装置の機種ごとに専用のもとされ、メディカル社製の装置には、同社製の試薬のみが用いられている。トレーディング社は、メディカル社製の試薬を取引先販売業者を通じて需要者である病院などに供給している。

平成三年一〇月頃、トレーディング社は、ある輸入販売業者がメディカル社製の試薬を第三国の卸売業者から並行輸入して、これをトレーディング社の卸売価格より安く同社の取引先販売業者に販売しようとしていることを知った

が、販売量が少ないと見られたので、この件については特段の措置を講じなかった。

ところが平成四年五月頃、トレーディング社は、それとは別の輸入販売業者が並行輸入試薬を同社の取引先販売業者を通じて、同社の卸売価格より安い価格で需要者に供給していることを知り、また、その販売量が予想より多いものであることが明らかとなったので、これを放置すると自社の収益が損なわれることを懸念して、同年七月下旬以後、逐次、取引先販売業者に対して、①並行輸入試薬を取り扱わないよう要請する、②要請に応じない場合、試薬の供給停止及び並行輸入試薬が用いられたメーカ社製の装置の保守管理の中止を含む対応をする旨、文書で通知した。その結果、同社の取引先販売業者は、並行輸入試薬の販売を中止するなどしている。

(イ) 審決要旨

公正取引委員会は、トレーディング社が、自己と国内において競争関係にある並行輸入試薬を取り扱う輸入販売業者とその取引の相手方との取引を不当に妨害しているものであって、これは、不公正な取引方法の第一五項に該当し、独占禁止法第十九条の規定に違反するものであるとした。その上で、同社に対して、平成四年七月以降取引先販売業者に対して行った通知の撤回及び撤回の事実の関係者への周知撤回等を命じた。

ウ 一〇一匹ワンチャン事件(平成六年七月一日東京地裁判決・判例時報一五〇一号七八頁)

(ア) 事実の概要

原告が、映画「[101DALMATIANS]」(日本名「一〇一匹ワンチャン」)。以下「本件映画」という。)のビデオカセット(以下「本件ビデオカセット」という。)(一〇〇〇本をアメリカ合衆国から並行輸入の形で輸入し、これを日本国内において販売しようとしていたところ、著作権者との契約に基づく頒布権を有する被告らが、原告の販売が違法であ

る旨の文書を原告の取引先に配付した。これに対して、原告が本件ビデオカセットの販売活動を妨害されたとして、被告らに対し本件ビデオカセットを販売すれば得たであろう利益三五〇万円（卸売価格三五〇〇円×一〇〇〇本）の損害賠償を求めたのが本件事案である。

(イ) 判決要旨

東京地裁判決では、「劇場用映画の複製であるビデオカセットを公衆に販売する行為も二六条一項所定の頒布権の対象となることは明白である。」として、ビデオカセットの公衆への販売も映画フィルムと同様「複製物の頒布」に当たるとした上、「映画の著作者である映画会社は、映画製作のために費やした多額の資金の回収及び利潤の確保のために世界各国における映画の劇場公開時期、ビデオカセットの販売時期等を計画的に調整する一環として、著作権法二六条所定の頒布権を行使することは、著作権法が目的とした著作者の利益の保護手段として予定されていたところに含まれる。また、本件ビデオカセットは、アメリカ合衆国で本件映画の著作者の許諾を得て製造販売されたものであるから、同国著作権法一〇九条(a)項⁽¹⁾あるいはファーストセール・ドクトリン⁽²⁾の法理の適用により同国の国内においてはその後の頒布、流通に制限はなかったものと解されるが、右許諾が我が国内での頒布を含んだ許諾で、我が国における頒布も予測した対価が支払われていることを認めるに足りる証拠はない以上、アメリカ合衆国における前記許諾を理由に、並行輸入された本件ビデオカセットの頒布が我が国における頒布権を侵害しないとすることはできない。」として、本件原告の請求を棄却した。

この判決は、結局のところ頒布権を有する業者の主張を認め、並行輸入業者の主張を退けたものとなっているが、頒布を許諾する契約の内容、その対価等、実態関係のあり方によっては異なる結論になるといふ含みを残したものと

なっている。

エ 星商事に対する件(平成八年三月二二日勧告審決・審決集四二巻一九五頁)

(ア) 事実の概要

星商事株式会社(以下「星商事」という。)は、ハンガリーのヘレンド社が製造する磁器製食器(以下「ヘレンド製品」という。)の日本における総代理店で、ヘレンド社から一手に供給を受けて販売しており、販売に当たっては、希望小売価格を設定し、主としてこれを百貨店等に販売している。これを受けて、百貨店等は通常、同希望小売価格で販売している。ヘレンド製品は絵柄により商品群が大別されていて、そのうち「ワインブラ」等のいくつかの商標群について、日本では高級品としての定評がある。

ヘレンド社はヘレンド製品の輸出に当たり、主要輸出相手国別に当該国内における同製品の一手販売権を付与した総代理店を通じて供給し、供給に当たっては、同製品底部にヘレンド社があらかじめ定めた輸出相手国別の国番号を付していた。日本において上記製品の並行輸入品を取り扱う輸入販売業者は、外国の輸入総代理店またはこれから供給を受けて販売する小売業者等からヘレンド製品を輸入し、主として自己の小売店舗において販売している。

星商事は平成四年秋ごろ以後、並行輸入品が希望小売価格を相当程度下回る価格で大量に販売されるようになり、小売価格の維持、その他自己の営業活動等に影響を及ぼすおそれが生じてきたことから、並行輸入品対策について検討した結果、平成五年三月ごろ、並行輸入品が希望小売価格を相当程度下回る価格で販売される場合には、当該並行輸入品について店頭調査を行い、当該製品に付された国番号により当該並行輸入品の輸出国を突き止めてヘレンド社に通報し、同社をしてヘレンド製品を並行輸入業者に供給しないようにさせる旨の方針を決定した。

上記の方針に基づき星商事は、ヘレンド製品を希望小売価格の三〇%以下で自己の小売店で販売ないし販売予約する輸入販売業者への輸出国を突き止め、ヘレンド社に対し、①香港から並行輸入業者に対するヘレンド製品の、②オーストリア及びフランスから日本向けに製品を供給しないようにさせるため二年ないし三年間ヘレンド製品の、また③イタリアから日本向けに供給されるおそれがあるヘレンド製品の、各供給停止の要請を行った。

ヘレンド社はこれを受けて、①香港及びオーストリアのそれぞれの総代理店に対して遺憾の意を表明したところ、それぞれの総代理店は、以後各々ヘレンド製品の並行輸入業者への供給を停止した。②フランスの総代理店に対し、日本向けに供給されたことが判明した物について自己に対する発注を取り消させるとともに、以後同総代理店が発注するヘレンド製成品中、日本向けに供給されることが明らかとなったものについての受注を断ることにした。③イタリアの総代理店に対し、その発注するヘレンド製成品中に日本向けに供給されるおそれのある製成品の含まれている旨指摘したところ、当該総代理店はヘレンド社に対する上記発注を取り消した。

以上の結果、並行輸入業者は、ヘレンド製品について外国の総代理店またはこれから供給を受けて販売する小売業者等からの並行輸入を行い、国内で販売することが困難となった。

(イ) 審決要旨

公正取引委員会は、星商事が、自己と国内において競争関係にある並行輸入品を取り扱う輸入販売業者とその取引の相手方である外国に所在するヘレンド社の総代理店等との取引を不当に妨害した行為は、不公正な取引方法の第一五項に該当し、独占禁止法第一九条の規定に違反するものとした。その上で、前記の方針を破棄するとともに、同方針に基づき輸入販売業者に供給しないようにさせていた行為を取りやめなければならないこと及び採った措置を同委

員会に報告することを命じた。

オ 松尾楽器商会对する件 (平成八年五月八日勧告審決・審決集四三卷二〇四頁)

(ア) 事実の概要

株式会社松尾楽器商会 (以下「松尾楽器」という。) は、アメリカ所在のスタインウェイ・アンド・サンズがドイツ所在のハンブルク支店 (以下「スタインウェイ・ハンブルク支店」という。) に製造販売させているピアノを、同支店から一手に供給を受けて、国内において販売する事業を営む者である。フルコンサート型スタインウェイ・ピアノ (以下「スタインウェイ・ピアノ」という。) は演奏者から高い評価を得ていることから、これを指名して購入する官公庁等が多く、多数の公共ホールに設置されている。なお、スタインウェイ・ハンブルク支店はスタインウェイ・ピアノに製造番号を付している。

松尾楽器は、スタインウェイ・ピアノを直接又は楽器店を通じて需要者である官公庁等に定価で販売している。同社は、かねてから、定価を相当程度下回る価格で販売される並行輸入ピアノの販売を阻止するために、スタインウェイ・ハンブルク支店にその流通経路の調査を依頼してきたところ、平成元年三月ころ、並行輸入ピアノの増加を懸念し、並行輸入対策について検討した結果、並行輸入ピアノの存在が判明して場合には、当該ピアノに付された製造番号を調べ、その製造番号を同支店に通知し、同支店にして、その入手経路を調査させる旨の方針を決定した。その後、並行輸入品の存在が判明したので、同方針に基づき同支店にして、外国に所在する同支店の代理店に対し並行輸入をした輸入販売業者に供給しないよう要請した。

(イ) 審決要旨

公正取引委員会は、松尾楽器が、自己と国内において競争関係にある並行輸入ピアノを取り扱う輸入販売業者とその取引の相手方である外国に所在するスタインウェイ・ハンブルク支店の代理店との取引を不当に妨害している行為は、不公正な取引方法の第一五項に該当し、独占禁止法第一九条の規定に違反するものとした。その上で、前記の方針を破棄すると共に、同方針に基づき輸入販売業者に供給しないようにさせていた行為を取りやめなければならないこと、今後、同様の行為を行わないこと及び採った措置を同委員会に報告することを命じた。

カ BBS事件(平成九年七月一日最高裁判決・審決集四四卷七一〇頁)

(ア) 事実の概要

BBS社(本件原告)は、自動車用アルミホイールに関する発明について、ドイツと日本で特許権を有し、ドイツ国内では、自ら又は他社から委託を受けて、製造販売しており、日本では自動車メーカー等に対して、特許権の実施権を設定している。

しかるところ、ジャップオート社(並行輸入業者・本件被告)は、原告がドイツ国内で製造販売した自動車用アルミホイールを日本に輸入しラシメックス社(販売業者・本件被告)に販売した。

これに対し、原告が特許権侵害を理由として、被告の輸入販売行為の差止め及び損害賠償を求めた。

(イ) 判決要旨

第一審(東京地裁平成六年七月二二日)⁽³⁾では、原告は、ドイツ国内で販売したことにより、ドイツの特許権は用尽したことを認めるものの、日本国内においては、日本の特許権はまだ用尽していないとして、被告の輸入を差し止め

ることができると主張した。

第一審判決は、「我国特許法の解釈」として「明文の規定はない」ものとしつつ、外国における特許発明の実施品の譲渡によりその国における特許権が用い尽されたことを理由として、我国への当該商品の輸入や、我国での販売、使用が我国での特許権の侵害に当たらないとすることが、「発明の保護及び利用を図ることにより、発明を奨励し、もって産業の発達に寄与する」との特許法の目的に沿うものとも、「特許制度による特許権と社会公共の利益の調整についての国際社会における意識に合致するものとも認められない現在においては、特許法の文言のとおり、当該商品の輸入、販売、使用は我国の特許権を侵害するものというべきである」として、原告の請求を認容した。

第二審判決（東京高裁判平成七年三月二三日⁴）は、第一審判決と同じく「我国の特許法によって成立した特許権の効力は我国の特許法の解釈によって決せられるべき問題である」としながら、結論においては、消尽論の「実質的な根拠」(二重利得の阻止、発明代償の確保等)に検討を加えた上、「特許権者等による発明公開の代償の確保の機会を一回に限り保障し、この点において産業の発展との調和を図るという前記の国際消尽論の基盤をなす実質的な観点から見る限り、拡布が国内であるか国外であるかによって格別の差異はなく、単に国境を越えたとの一事をもって、発明公開の代償を確保する機会を再度付与しなければならないという合理的な根拠を見出すことはできない」とし、この事案では、BBS社は、発明公開の代償を確保する機会が既に一回保障されていたことが明らかであるとして、同社の主張を斥けた。

上告審判決（最高裁判平成九年七月一日）は、国際消尽を認めつつも、二審判決の提示したように、二重利得の阻止等消尽を認める実質的根拠を国内的なものから国際的なものへとそのまま拡大する考え方は採用しなかった。その理

由は、同一の発明に対する特許とはいえ、外国の特許権と我国の特許権は「別個の権利である」というところにあつた。その上で、国際取引が極めて広範囲かつ高度に進展しつつある状況に照らせば、国内取引と同様に、流通阻害防止ないし取引安全保護や当事者間の合理的意思推認を考慮して、下記のような、特許権者による並行輸入に対する差止め可否の判断基準を示した。

すなわち、まず、原則として、特許権者又はこれと同視しうる者が国外において当該特許製品を譲渡した場合には、譲渡地において同一発明についての対応特許権を有するか否かにかかわらず、当該製品について日本において特許権を行使することはできないこととし、以下の場合には、例外的に特許権を行使することができることを明らかにした。⁽⁵⁾

① 直接の譲渡人に対し、特許権を主張できる場合、譲渡に際して同人との間で特許製品の販売先ないし使用地域から日本を除外する旨を合意した場合。

② 転得者に対し、特許権を主張できる場合、譲渡に際して直接の譲渡人との間で特許製品の販売先ないし使用地域から日本を除外する旨を合意し、上記の合意を特許製品上に明確に表示した場合。

最高裁は、上記の判断基準を本事案に照らして検討した結果、本事案はこのような例外的な場合に当たらないとして、二審判決の結論を支持し、BBS社の上告を棄却した。

以上の通り、第一審では、立法時において国際的消尽が共通の理解として存在したということではできず、また経済的にみても現段階においては、並行輸入を認めることが特許法の目的に沿うものとはいえないので、並行輸入は特許侵害となるとした。これに対して第二審は、現在の国際経済取引の実情を踏まえると特許権者に対して発明公開の代償を一回与えれば十分であり、特許権は消尽し並行輸入は合法であると述べている。最高裁判決は、一般論としては

特許権の国際的消尽を否定しつつ、商品の国際的流通という観点から、販売先や使用地域から日本を除外する旨の合意をし、かつその旨の明確な表示をした場合を除き、並行輸入は認められるとしている。

(注)

(1) アメリカ著作権法一〇九条(a)項では「第一〇六条(三)の規定にかかわらず、本編に基づき適法に作成された特定のコピーもしくはレコードの所有者またはかかる所有者の許諾を得た者は、著作権者の許諾なく、当該コピーまたはレコードを売却しその他占有を処分することができる」とされている。

(2) ファーストセール・ドクトリン法理 これは、米国著作権法に基づいて適法に作成された著作物の複製物の所有者または当該所有者から許諾を得た者は、著作権者の許諾を得ずに当該複製物の販売、処分ができる。つまり、著作権者が著作物を一回売ったら、当該著作物のその後の流通を制限する権利は消尽する、という法理である。

(3) 東京地判平成六年七月二二日・『判例時報』一五〇一号 七〇頁

(4) 東京高判平成七年三月二三日・『判例時報』一五二四号 三頁

(5) 三村量一「いわゆる並行輸入に対して特許権に基づく差止請求権等行使することの可否」『法曹時報』(最高裁判所判例解説)五二巻五号 一五二八―一五三一頁。なお、並行輸入に対する特許権行使の可否につき最高裁が一般的に判示する法理部分を傍論とする論評について、三村判事は「明らかな誤解」として明確にこれを否定している。

四 並行輸入妨害に関する審・判決のまとめ

輸入総代理店にとって、昭和四五五年のパーカー判決以来、商標権に基づく並行輸入の阻止は、特別の事情がない限

り不可能になった。この流れは、平成九年の特許権にかんするBBS事件に受け継がれている。また、一〇一匹ワンチャン事件では「頒布権」の効力として、並行輸入の阻止が認められたが、実態関係いかによっては、これが認められないこともあり得る旨示唆されており、並行輸入を阻止する行為に対する厳しい姿勢に変わりはない。そしてこれらの判決はいずれも特別の事情を認定をしておらず、並行輸入の阻止は事実上できなくなり、輸入総代理店にとつて並行輸入そのものは広く容認せざるを得ない状況となっている。

一方、上記のような知的所有権に基づく並行輸入の阻止ができなくなった輸入総代理店は、平行輸入品の流通の中で、それ以外の価格維持等の対策を講じるようになってきた。このような対策のうち独占禁止法に抵触する行為については、公正取引委員会が取り締まりを行っている。昭和五三年のオールドパー社に対する件以降の四件はいずれも再販行為とともに、取引先に対し、並行輸入業者への販売をしないよう要求したり、外国の製造元に対し、並行輸入品の原因となるおそれのある輸出業者への販売をしないよう要請したりして、価格の安定を図ろうとしたものである。また、平成五年のラジオメータートレーディング社に対する件以降の三件はいずれも再販行為を伴わずに並行輸入品の流通を妨害したものである。このラジオメータートレーディング社に対する件は、單純に輸入総代理店が、取引先に対し、平行輸入品の取り扱いをしないよう要請したものであったが、星商事に対する件は、輸入総代理店が、並行輸入の原因となった輸出国を突き止めた上で、外国の製造元に対し、並行輸入の原因となる販売をしないよう要請したものであり、松尾楽器商会对する件は、輸入総代理店が、製造番号を手がかりとして、製造元と協力の上平行輸入品の流通経路を調査し、平行輸入品の原因となる販売をしないよう製造元に要請したものである。このように、輸入総代理店のますます手の込んだ流通対策が取り締まりの対象となつてきている。

おわりに

本稿では、国際的な有名ブランド商品の国内への普及に大きく貢献してきた輸入総代理店を取り上げ、その法律上の問題点について、検討を加えた。

輸入総代理店は、海外のメーカーとの間で、民法上の契約により、国内における総販売店としての地位を与えられ、諸々の経済活動を行っているわけであるが、その過程で、一般の事業者と同様に発生する問題のほか、輸入総代理店特有の問題を引き起こしており、本稿はこれらの問題を取り扱った。特に、並行輸入の問題は、独占禁止法理論と知的所有権法理論の両方にまたがるものであり、審・判決例も少なからずあり、それらをつぶさに検討してきた。

現在の経済はボーダレス化、企業の多国籍化が急速に進行しつつあり、今や企業の生産拠点はその企業の本国に限定されず、商品は国境を越えて流通している。それに対して、法的に厳然として国境が存在し、適用される法も異なっている。並行輸入問題とは、この法と経済の狭間で生じた現象と言えよう。

並行輸入がなくなれば、輸入総代理店側としては利潤の増加につながり、消費者側としては選択の余地が狭くなりかつ安価に購入する機会が奪われることになる。

このことの経済的意味について、まず特許権の場合を例として述べると次のようになる。外国事業者と日本の事業者が特許権及びその特許実施権を用いて、並行輸入を阻止しようとすることは、とりもなおさず当該商品に関する特許権を用いた国際的市場分割を認めるということであり、それは国際カルテルによる市場分割に類似した経済効果があり、権利者側に対して内外価格差による超過利潤（市場を分割することによって得られる利潤）の獲得を是認する

ということを意味している。また、並行輸入は、原則として海外で販売された商品を輸入するものであり、コストやロット等を勘案すれば合理的な輸入方法とは思えず、それにも拘わらず、それが成立するということは、内外価格差が不当に大きいということの意味している。

これに対して、並行輸入を認めるということは、理論的には、権利者あるいはそのライセンスは国際的に最も経済合理性にかなった国で生産を行い、そこでの価格で世界中へ輸出するという貿易構造を成立させ、ひいては、国際的価格差を消滅させることとなる。しかし、現実の関税障壁・非関税障壁、国内の流通機構等の諸要因を考慮すれば、このような理論上の結果は、容易には実現することはないであろう。このような状況の中にあつて、並行輸入を促進させることは、このような結果の実現への有力な手段になりうるであろうことは、経験上からも間違いないことである。

今日輸入総代理店が置かれている立場を考えると、様々な経営努力の過程で、本稿で取り上げた問題を発生させる機会が今後ますます増大してくるものと思われるが、競争政策の観点からの監視を怠らないようにすることが、経済全般にとつても、輸入総代理店自身にとつても、重要であると思われる。