

**経済産業省委託事業**

**ASEAN 地域における**

**インターネット上の模倣品対策に関する調査**

**2017 年 3 月**

**日本貿易振興機構（JETRO）**

**バンコク事務所 知的財産部**

## 目次

### 1. はじめに

1-1. 背景、目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P 5

1-2. 調査概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P 6

### 2. ASEAN 主要国におけるインターネット上の模倣品に係る調査詳細

2-1. シンガポール・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P 7

(1) インターネット上の模倣品の実態・・・・・・・・・・・・・・・・ P 7

(2) 主要ショッピングサイト等の選定・・・・・・・・・・・・・・・・ P 10

(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介・・・・・・・・ P 19

(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介・・・・・・・・ P 20

(5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介・ P 30

2-2. マレーシア・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P 32

(1) インターネット上の模倣品の実態・・・・・・・・・・・・・・・・ P 32

(2) 主要ショッピングサイト等の選定・・・・・・・・・・・・・・・・ P 39

(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介・・・・・・・・ P 49

(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介・・・・・・・・ P 50

(5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介・	P 64
2-3. フィリピン	P 66
(1) インターネット上の模倣品の実態	P 66
(2) 主要ショッピングサイト等の選定	P 70
(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介	P 79
(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介	P 80
(5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介・	P 97
2-4. タイ	P 98
(1) インターネット上の模倣品の実態	P 98
(2) 主要ショッピングサイト等の選定	P 101
(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介	P 106
(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介	P 107
(5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介・	P 117
2-5. インドネシア	P 119
(1) インターネット上の模倣品の実態	P 119
(2) 主要ショッピングサイト等の選定	P 125

(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介 . . . . .	P 132
(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介 . . . . .	P 133
(5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介 .	P 144
2-6. ベトナム . . . . .	P 145
(1) インターネット上の模倣品の実態 . . . . .	P 145
(2) 主要ショッピングサイト等の選定 . . . . .	P 150
(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介 . . . . .	P 158
(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介 . . . . .	P 159
(5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介 .	P 167
3. おわりに . . . . .	P 168

## 1. はじめに

### 1-1. 背景、目的

日本と ASEAN 地域の経済相互関係の深まりの中で、今後も日系企業の同地域への進出が見込まれている。同地域への更なる日系企業の進出に伴い、同地域における知的財産権に対する日系企業の関心は、より一層高まっていくものと予想される。

一方、ASEAN 地域に進出し、事業展開の機会が増えるにつれ、同地域において知的財産権に関する問題に直面する日系企業も増えることが予想される。インターネットの普及に伴い、同地域に進出し、また進出を目指す日系企業は、同地域においてインターネット上の模倣品対策について、予め把握しておくことが極めて重要になっている。

こうした状況下、日本貿易振興機構は、経済産業省の委託により、ASEAN 地域において「ASEAN 地域におけるインターネット上の模倣品対策調査」を作成する運びとなった。本冊子を皆様の知的財産権保護の活動にお役立ていただければ幸いである。

なお、本冊子の作成にあたり、現地法律事務所 Rouse & Co International (Thailand) Ltd and its local branch offices に多大な協力をいただいた。厚く御礼申し上げます。

## 1-2. 調査概要

本調査では、ASEAN 諸国のうち、特に日系企業の進出が多い地域とされる ASEAN 主要国（シンガポール、マレーシア、フィリピン、タイ、インドネシア、ベトナム）において、日本製品の通信販売が行われている主要なショッピングサイト等をピックアップし、当該サイト内で模倣品と疑われる製品の販売が確認できた場合、知的財産権を有する者（以下「権利者」という）が行使しうる具体的な模倣品対策について調査を行った。

## 2. ASEAN 主要国におけるインターネット上の模倣品に係る調査

### 2-1. シンガポール

#### (1) インターネット上の模倣品の実態

##### 【オンライン販売の市場情報（市場規模、製品の種類、顧客層など）】

人口が約 500 万人であるシンガポールのユーザー数は、ASEAN の他国と比較した場合、少数である<sup>1</sup>。しかしながら、高い経済成長と、規制の枠組み及びガバナンスは、ベンチャーキャピタルによる巨大な投資を継続的に行わせている。

シンガポールには、約 1,850 社のスタートアップ企業が存在するが、その多くの企業は、インターネットショッピングに関連している。ちなみに、ASEAN 地域においてスタートアップ企業の数が多い国は、2,033 社のスタートアップ企業を有するインドネシアである。シンガポールのインターネットショッピング市場は、2025 年までに USD54 billion を超え、シンガポールにおける小売売上高の 6.7%に達すると予測されている。これは、インドネシアの 8%に続き、ASEAN 地域における第 2 位のポジションである。

シンガポールにおけるインターネットショッピングの多くは、モバイルアプリケーションを活用したものである。シンガポールにおける人気のある C2C サイトは、Carousell、Qoo10 及び Taobao である。シンガポールにおける人気のある B2B 若しくは B2C サイトは、Ezbuy、Lazada 及び Zalora<sup>2</sup>である。

2015 年に実施された米調査会社である Nielsen による調査によると、シンガポールにおけるインターネットショッピングの多くは、Millennials 及び Gen-X<sup>3</sup>と呼ばれる人たちにより支

---

<sup>1</sup> [http://www.bain.com/Images/BAIN\\_BRIEF\\_Can\\_Southeast\\_Asia\\_Live\\_Up\\_to\\_Ecommerce\\_potential.pdf](http://www.bain.com/Images/BAIN_BRIEF_Can_Southeast_Asia_Live_Up_to_Ecommerce_potential.pdf)

<sup>2</sup> As above

<sup>3</sup> <http://www.nielsen.com/sg/en/press-room/2015/shift-in-shopper-dynamics-provides-new-opportunities.html>

えられている。Millennials とは 21 世紀に成人になった世代であり、Gen-X とは 1960 年から 1970 年代後半に生まれた人を意味する。

Millennials がインターネットショッピングで購入した商品のトップ 3 は、以下の通りである。

50% : ファッションアイテム

40% : 旅行ツアー

28% : イベントチケット

Gen-X がインターネットショッピングで購入した商品のトップ 3 は、以下の通りである。

38% : 旅行ツアー

36% : ファッションアイテム

34% : IT 及びモバイル関連

シンガポール人の 41% は、インターネットで商品を購入する前に実店舗に行き、現物を見て確かめる「ショールーミング」という消費行動をとっている。米クレジットカード会社である VISA の最近の調査<sup>4</sup>によると、シンガポール人の半分は、実際にインターネットショッピングを活用した経験があり、そのうち、58% は月に少なくとも 1 回はインターネットショッピングを行い、26% は週に少なくとも 1 回はインターネットショッピングを行っている。

【模倣品情報（製品の種類、価格、流通割合、消費者の被害実態など）】

---

<sup>4</sup> [http://www.specommerce.com.s3.amazonaws.com/dl/fs/141211\\_fs\\_singapore\\_factsheet.pdf](http://www.specommerce.com.s3.amazonaws.com/dl/fs/141211_fs_singapore_factsheet.pdf)



シンガポールを代表する経済紙であるビジネスタイムズ 2016 年の記事によると、世界で押収される模倣品を 100 個とすると、そのうちの 2 個がシンガポールにたどり着いていることが経済協力開発機構(OECD)の調査により判明した。パーセンテージにしてたったの 2%であるが、シンガポールは世界で 3 番目に多く模倣品を輩出している国に該当する。これはつまり、多くの模倣品がシンガポールを経由しているということの意味する。当該記事によると、模倣品の多くは、靴、衣料品、革製のバック、財布、高級時計などである。ブランド別では模倣品の多くは、ロレックス、ナイキ、レイバン、ルイヴィトンとなる。また、当該模倣品により被害を被った国別に並べると、米国、イタリア、フランス、スイス、日本、ドイツなどの先進国である。

#### 【国毎の特徴的な実情や傾向】

シンガポールにおけるインターネットショッピング上で販売されている模倣品の実情や傾向は以下の通りである。

- ・インターネットショッピングサイト上の写真は、カタログ写真を拝借しているように見え、販売される製品実物を写真撮影していないケースが多い<sup>5</sup>。
- ・販売店の多くは、否定的なフィードバックを多数受領している<sup>6</sup>。
- ・いくつかの販売店は、ナイトマーケットから模倣品を調達しているようである<sup>7</sup>。
- ・いくつかの販売店は、模倣品に、“inspired”、“replica”と付して販売している。
- ・いくつかの販売店は、模倣品を、VIP 用ギフト若しくはディスカウント用商品と分類して、流通させることもある<sup>8</sup>。

---

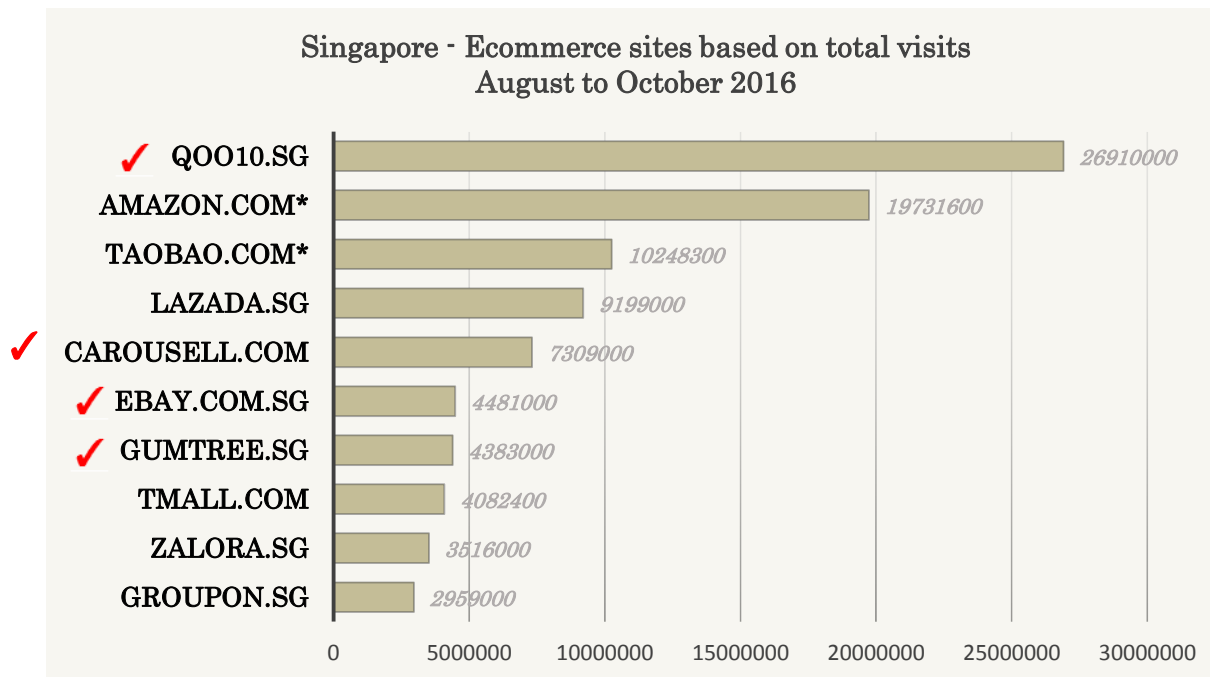
<sup>5</sup> <http://news.asiaone.com/news/crime/carousell-shoppers-investigate#sthash.ONIr0h1d.dpuf>

<sup>6</sup> As above

<sup>7</sup> <http://deluxemall.com/handbag-chat-reviews-and-sales/3283-read-about-scam-fraud-online-cases-singapore.html>

## (2) 主要ショッピングサイト等の選定

2016年、シンガポールにおいて取扱数が多いインターネットショッピングサイトは、以下の通りである。



\*Numbers for these sites are based on total for Singapore-specific visits, based on Similarweb.com's statistics

上位10社のうち、ランキング上位であり、商業的に成功しているインターネットショッピングサイトを4つ紹介する。ただし、他国で紹介したインターネットショッピングサイトは除く。

<sup>8</sup> As above

Qoo10.sg

Qoo10.sg	
サイト種類	B2C marketplace
URL	<a href="http://qoo10.sg/">http://qoo10.sg/</a>
販売製品	レディースファッション、美容ケア、男性ファッション&スポーツ、エレクトロニクス、ホーム&リビング、フード&ベビー、グッズ&書籍など
ユーザー数	2015 年末時点、1.8 million <sup>9</sup>

・ Qoo10 は、2010 年、Glosis Pte. Ltd により、USD20 million の資本で設立された。

<sup>9</sup> <https://www.techinasia.com/qoo10-series-a-funding>

- ・ Glosis Pte. Ltd は、2009年に Gmarket が eBay により USD1.2 billion で買収された後に、設立されたジョイントベンチャー企業である<sup>10</sup>。
- ・ Glosis Pte. Ltd は、2015年、シンガポールプレスホールディング(SPH)が率いる資金調達により、USD 82.1 million を調達<sup>11</sup>。
- ・ Qoo10 は、シンガポール、日本、インドネシア、マレーシア、香港、中国でインターネットショッピングサイトを開始。
- ・ Qoo10 は、当該エリアにおいて、約 1.7 億人のユーザーを抱え、2014年の総商品価値(GMV)として USD408 million を有する。
- ・ Qoo10 が運営する 6 つのインターネットショッピングサイトのうち、シンガポールが特に好調であり<sup>12</sup>、シンガポール国民のうち 60%が同社のユーザーである。

---

<sup>10</sup> As above

<sup>11</sup> As above

<sup>12</sup> As above

## Carousell

Carousell.com	
サイト種類	Mobile first C2C marketplace
URL	<a href="https://carousell.com/">https://carousell.com/</a>
販売製品	メンズファッション、美容ケア、メンズファッション&スポーツ、エレクトロニクス&ガジェット、ホーム&リビング、フード&ドリンク、書籍&文房具など

ユーザー数	2012年、41 million 以上 <sup>13</sup>
-------	-----------------------------------

- ・ Carousell は、シンガポールに拠点を置く、モバイルユーザーをターゲットとしたインターネットショッピングサイトである。
- ・ Carousell は、ユーザーがスマートフォンで商品の写真を取り、商品リストを作成し、当該商品を販売することができるアプリケーションソフトを提供している。
- ・ 当該アプリケーションソフトは、販売者とユーザーとがコミュニケーションを取ることができ、販売者は、ユーザーから当該商品のフィードバックを受けることが可能である<sup>14</sup>。
- ・ Carousell は、2014年12月にマレーシア、2016年10月にフィリピンでインターネットショッピングサイトを開始した。
- ・ その他、アジア 7 カ国でも同様のサービスを開始しており、販売総数は 2300 万点である<sup>15</sup>。
- ・ 2013年の調達資金は USD800,000、2014年の調達資金は USD6 million である<sup>16</sup>。
- ・ Carousell は急成長を遂げており、2017年1月には、マレーシアのライバル企業である Duriana を買収した。買収金額は未公開である<sup>17</sup>。
- ・ これにより、Carousell のフィリピンユーザーが約 60 万人以上増加したとみられる。
- ・ Carousell の当該買収は、この半年で 3 回目である<sup>18</sup>。

<sup>13</sup> <http://carousell.totemapp.com/company>

<sup>14</sup> <https://www.bornevia.com/blog/4-ways-technology-has-improved-retail-in-southeast-asia/>

<sup>15</sup> <https://techcrunch.com/2017/01/06/duriana-gets-carousold/>

<sup>16</sup> <https://techcrunch.com/2016/08/01/southeast-asia-based-carousell-raises-35m-for-its-social-commerce-app/>

<sup>17</sup> <https://techcrunch.com/2017/01/06/duriana-gets-carousold/>

<sup>18</sup> <http://www.mis-asia.com/tech/internet/ecommerce-tracker-malaysian-mobile-startup-acquired-by-singapores-carousell/>

## eBay Singapore

eBay.com.sg	
サイト種類	C2C marketplace
URL	<a href="http://www.ebay.com.sg/">http://www.ebay.com.sg/</a>
販売製品	電子機器、カメラ、女性と男性のファッション、コンピューターとテーブル、ジュエリー&ウォッチ、おもちゃ、コレクター、家電など
ユーザー数	未公開

- ・ eBay は、1995 年に設立され、インターネットショッピングサイトの先駆けである。
- ・ eBay は、“Verified Rights Owner(VeRO)”と呼ばれる、知財権侵害通知システムを導入している。

- ・ eBay は、2017 年 1 月、“authentication program”と呼ばれる新しい模倣品対策システムの導入を発表した。
- ・ 当該模倣品対策システムは、ユーザーが商品を受け取る前に、第三者機関による模倣品か否かの真贋判定を行い、当該判定で本物と認定された商品が、ユーザーに配送される仕組みである。
- ・ もし、当該商品が模倣品であると後日分かった場合には、eBay はユーザーに売値の 2 倍の費用を支払う。



## Gumtree Singapore

サイト種類	Classified ads site
URL	<a href="https://www.gumtree.sg/">https://www.gumtree.sg/</a>
販売製品	車関連製品、コンピューター製品、健康関連商品、電化製品、スポーツ製品、書籍、ギフト、家庭用品、女性用品及び男性用ファッション、アクセサリなど
ユーザー数	シンガポールでは、1日10万人以上のユーザー

- Gumtree は、2000 年、ロンドンに本拠地を置く広告及びコミュニティーサイトとして設立された<sup>19</sup>。
- Gumtree は、2005 年、eBay に買収され現在 eBay グループとして、英国、ポーランド、南アフリカ、ニュージーランド、シンガポール、香港を含む世界 11 カ国、76 都市にてインターネットショッピングサイトを運営中である<sup>20</sup>。
- Gumtree は、中古品を扱うサイトとして良く知られており、ユーザーの 80%は当該中古品を購入している<sup>21</sup>。
- Gumtree シンガポールは、1 日のサイト閲覧数は、1 0 万回を超えている<sup>22</sup>。

---

<sup>19</sup> [https://help.gumtree.sg/SG/articles/en\\_US/KB\\_Article/Aboutus?vgroup1=PKB&c=PKB%3AbasicsSG&vcategory2=aboutSG&s=](https://help.gumtree.sg/SG/articles/en_US/KB_Article/Aboutus?vgroup1=PKB&c=PKB%3AbasicsSG&vcategory2=aboutSG&s=)

<sup>20</sup> As above

<sup>21</sup> <https://e27.co/gumtree-singapore-goes-mobile-20140915/>

<sup>22</sup> As above

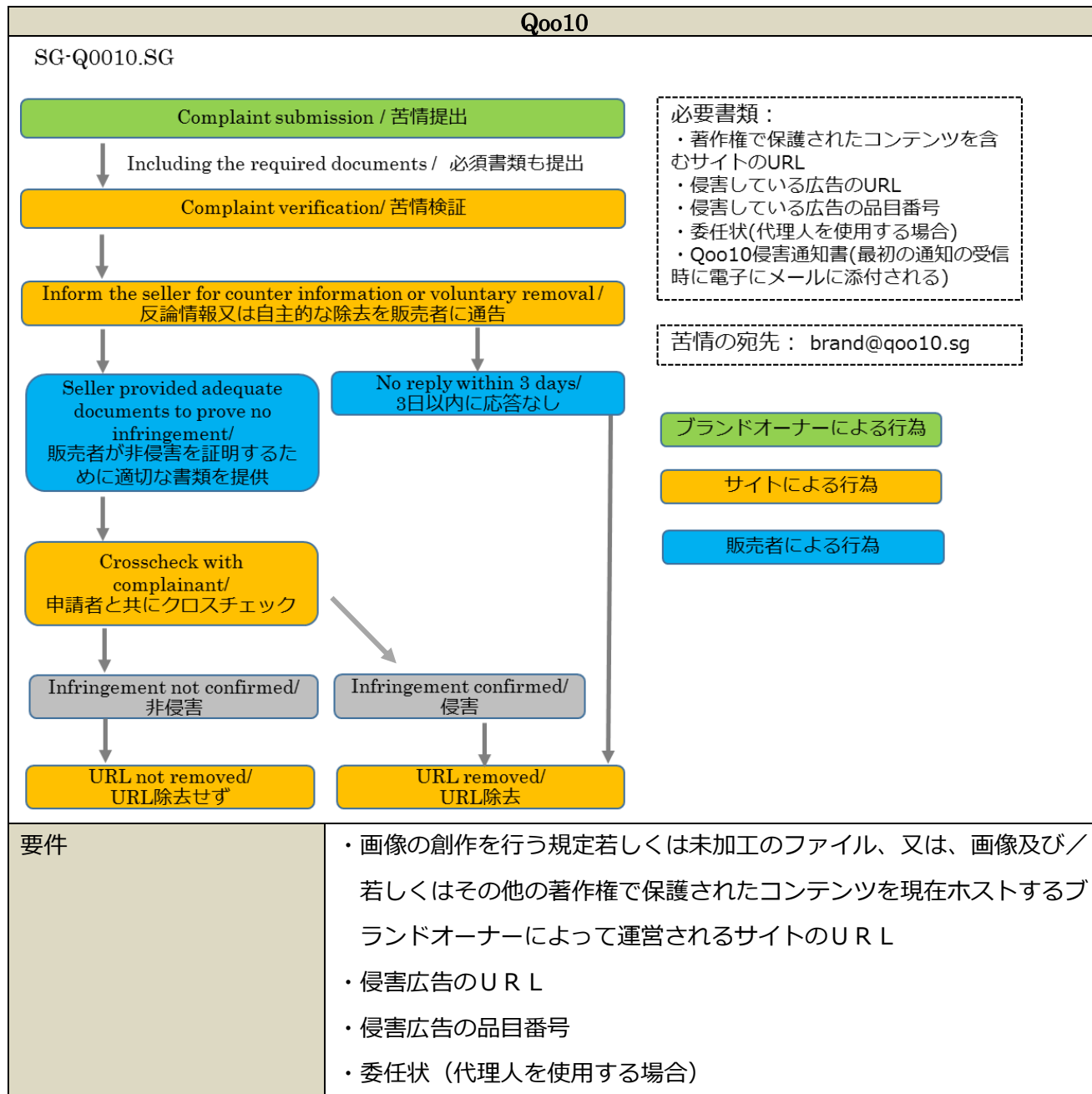
(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介

	Q0010	eBay Singapore	Carousell	Gumtree
1 利用規約中に知的財産権に関する条項があるか？	○	○	○	○
2 知的財産権についての苦情に応答できるか？	○	○	○	○
3 自動テイクダウンシステムを持っているか？	オンライン形式のみ	○	×	○
4 大量の苦情に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	○	○	○	○
5 継続して信頼されているブランドオーナーの申出に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	○	○	○	○
6 侵害者の連絡先詳細を開示するか？	×	×	×	×
7 販売者により繰り返される侵害を監視するか？	×	○	×	○
8 サイト上のその他の同様の侵害を監視するか？	×	○	×	×
9 アップロードを防ぐために特定のキーワードにフィルタをかけることに同意するか？	×	×	×	×
10. 繰り返される侵害に対してより強い罰則があるか？	○	○	○	○

(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介

【サイト運営事業者の対応】

Qoo10.sg



	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ Q o o 1 0 侵害通知書（最初の通知の受信時に電子メールに添付される）</li> </ul>
URLを消去する基準	<p>Q o o 1 0 ユーザー同意書が以下を規定する：</p> <p>ブランド保護プログラム（B P P）は、リストに掲載された品目が第三者の著作権、商標権又はその他の知的財産権を侵害しないことを保証するために取り組む<sup>23</sup>。</p>
追加措置	<p>サイト上に規定なし</p>
罰則	<p>第三者の知的財産権の侵害、又はQ o o 1 0 ポリシーに違反する行為は：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- サービス及びユーザーアカウントの制限、停止又は終了</li> <li>- サイト及びそのコンテンツへのアクセスの禁止</li> <li>- ホストされたコンテンツの遅延又は除去</li> <li>- ユーザーがサイトに立ち入らないようにするために技術的及び法的手段を講じる、ということになる。</li> </ul> <p>Q o o 1 0 は、第三者の知的財産権を繰り返し侵害するかもしれないユーザーのアカウントを停止又は終了することもある。</p>
応答時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ サイト上に規定なし</li> <li>・ 電話での問い合わせによると、サイトは、1～2日以内に受信を確認し、1週間以内に対処することになるであろうと言っている。</li> </ul>
<p>Q O O 1 0 . s g 苦情書式のスクリーンショットは以下の通りである：</p>	

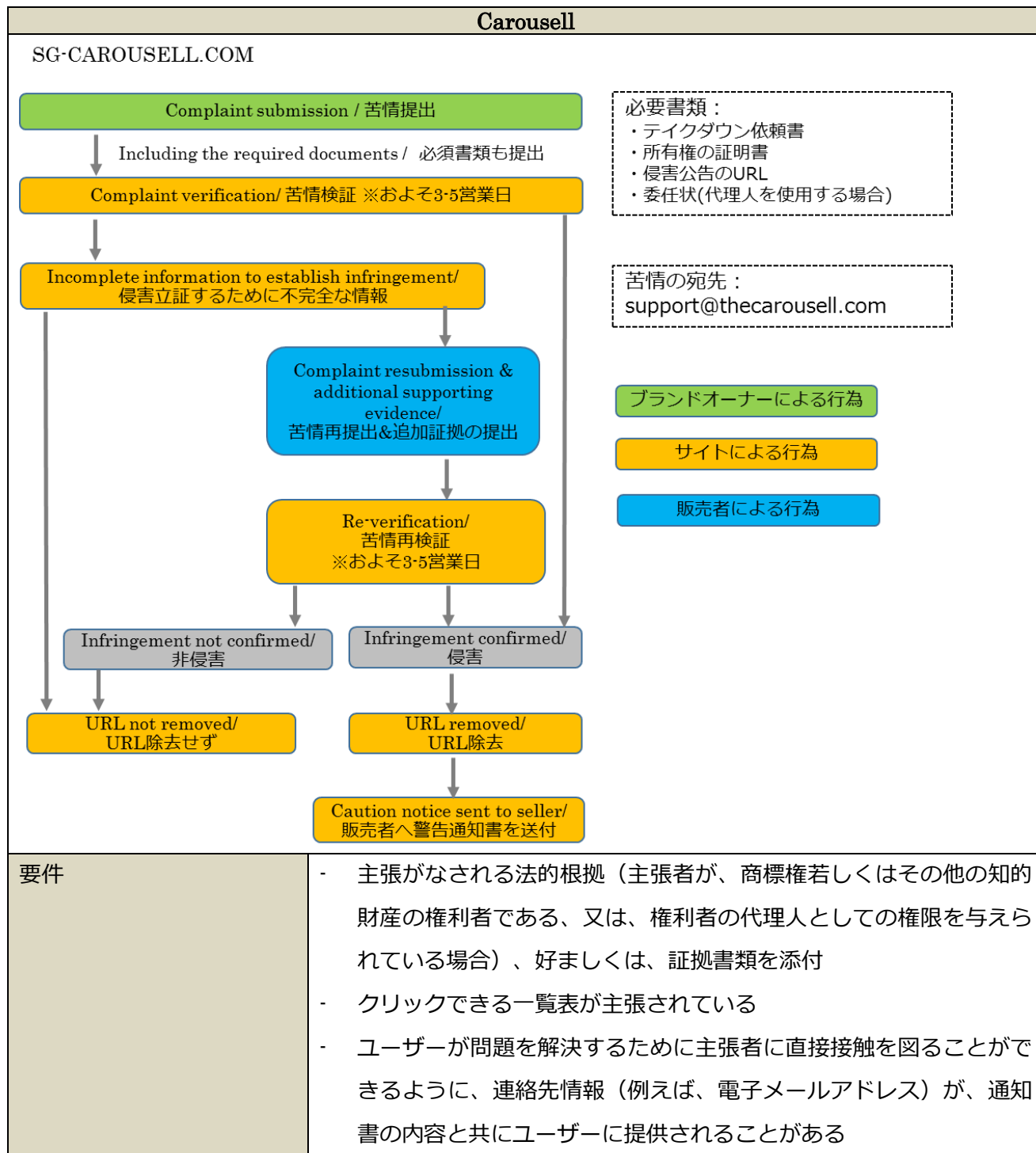
<sup>23</sup> [http://www.qoo10.sg/gmkt.inc/Company/UserAgreement\\_Buyer.aspx](http://www.qoo10.sg/gmkt.inc/Company/UserAgreement_Buyer.aspx)

# SG – Q0010.SG

Qoo10 infringement notice (provided via email upon receipt of initial notice)

Qoo10 Copyright Infringement Notice			
Name of Copyright Holder(s):			
Name of the Claimant:			
Claimant's relationship to the copyright holder:			
Details of Claim & Supporting Evidence			
Details of the Infringing Listing (e.g. the <u>exact URL</u> of the listing)	Item Code (Item code can be found in the listing., e.g. 433123456)	Details of the infringed upon image (i.e. a copy of the specific image)	Evidence verifying copyright (i.e. the <u>exact URL</u> * illustrating prior use in an official website) <i>*If raw photographs have been provided in lieu of the above, please insert the title of the relevant file.</i>

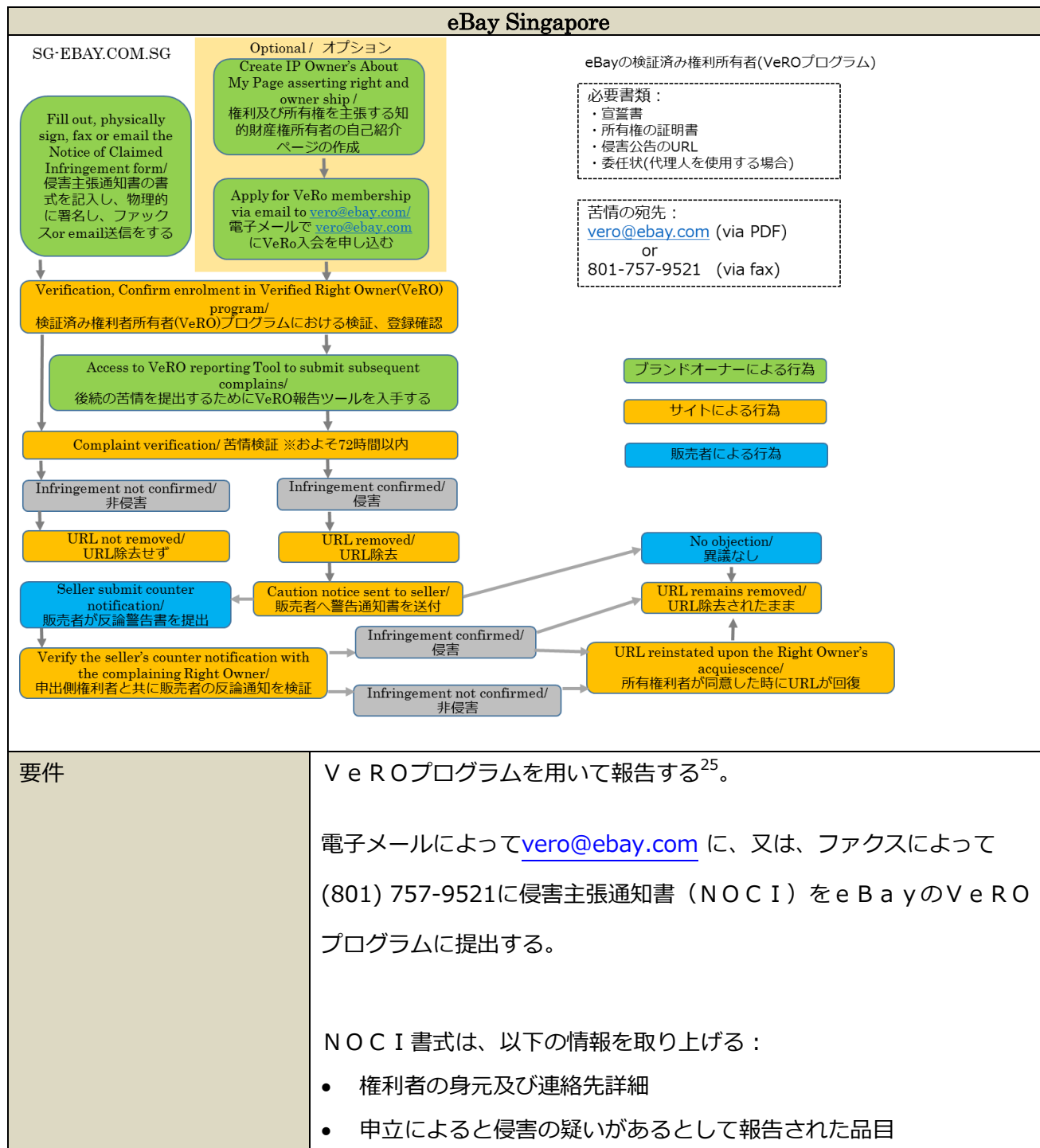
# Carousell



URLを消去する基準	<p>サイトは、この基準を指定しないが、利用規約及びポリシー<sup>24</sup>には、いかなる第三者の著作権、特許権、商標権、営業秘密又はその他の所有権若しくは知的財産権、或いは、肖像権又はプライバシー権の侵害の禁止が含まれる。</p>
追加措置	<p>利用規約及びポリシーに更に言明されていることとして、Carousellは、法律で義務づけられている場合、或いは、Carousellに対する管轄権を有する裁判所又は政府若しくは規制当局の命令に従って、或いは、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) 法的な手続に準拠するために、</li> <li>b) サービス利用規約を強制するために、</li> <li>c) 何らかのコンテンツが第三者の権利を侵害するという主張に回答するために、又は、</li> <li>d) Carousell、このユーザー、及び／又は公衆の権利、財産、又は個人の安全を保護するために、</li> </ul> <p>合理的に必要であるという善意の信頼に基づいて、アカウント情報及びコンテンツを入手し、保存し、公開することがある。</p>
罰則	<p>コンテンツ除去、サービスとの間の通信のブロック配信（フィードバック、ポスティング、メッセージ及び／又はチャットを含むが、これらに限定されない）。</p>
応答時間	<p>およそ10日</p>

<sup>24</sup> <http://help.carousell.com/article/356-terms-of-service>



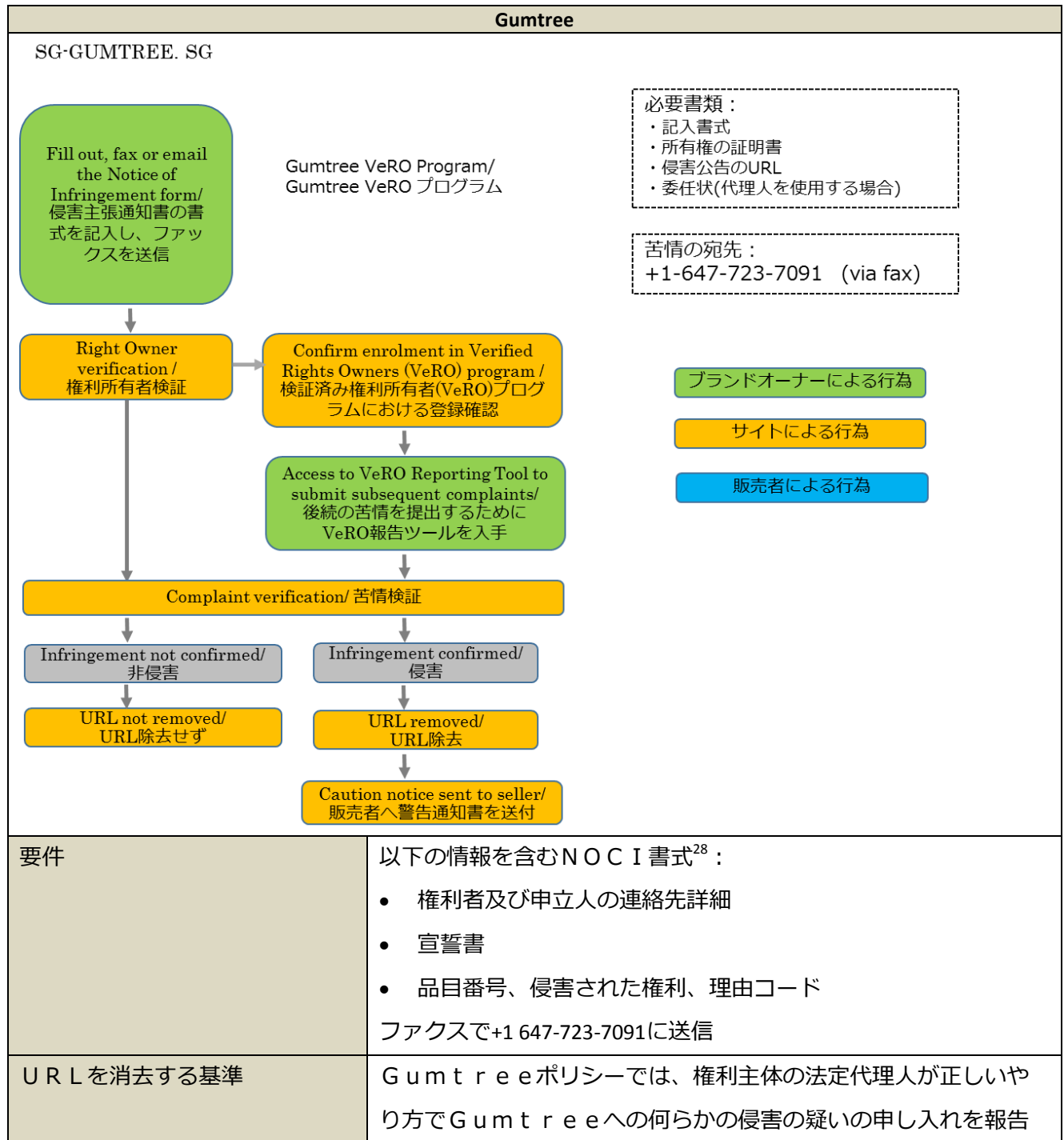


<sup>25</sup> <http://pages.ebay.com/help/tp/vero-rights-owner.html>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>宣誓書</li> </ul> <p>e B a y は、必要に応じて、他の電子手段を用いて、何らかの追加報告を提出する方法に関する情報を提供する。</p>
URLを消去する基準	サイトのポリシーによれば、e B a y は、一定の著作権、商標権、又はその他の知的財産権を侵害する可能性がある品目を許可しない <sup>26</sup> 。
追加措置	権利者が販売者に対するV e R O主張を申し立てるとき、権利者は、販売者の登録ユーザーID、名称、住所、電話番号、電子メール、及び会社名を要求する選択権を持つことがある <sup>27</sup> 。
罰則	e B a y 及び／又はその他の者の著作権又はその他の知的財産権を繰り返し侵害するユーザーのアカウントの適切な環境における終了
応答時間	N O C I を受信した後、24時間以内

<sup>26</sup> <http://pages.ebay.com/help/sell/policies.html>


<sup>27</sup> <http://pages.ebay.com/help/policies/privacy-policy.html#disclosure>



<sup>28</sup> <https://na10.salesforce.com/sfc/p/#F00000005050/a/F0000000bmXc/8w8bvSICRNbqWT750i5EqGp6OerZl7Hg0fKj3J00I0>

	する場合、知的財産権を侵害する製品はGumtreeによって除去される <sup>29</sup> 。
追加措置	サイト上に規定なし
罰則	一覧表の除去
応答時間	サイト上に規定なし

Gumtreeの苦情書式のスクリーンショットは以下の通りである：



### Gumtree VeRO Program

**NOTICE OF CLAIMED INFRINGEMENT**

DATE: \_\_\_\_\_  
Gumtree Singapore  
ATTN: Gumtree VeRO Program  
Fax Number +1 647-723-7001

Dear Gumtree:

I, the undersigned, state **UNDER PENALTY OF PERJURY** that:

- I am the owner, or an agent authorised to act on behalf of the owner, of certain intellectual property rights ("IP Owner").
- I have good faith belief that the listings identified (by item number) in the addendum attached hereto, offer items or contain materials that are not authorised by the IP Owner, its agent, or the law, and therefore infringe the IP Owner's rights; and
- The information in this notice is accurate.

Please act expeditiously to remove the listings identified in the addendum.

**I MAY BE CONTACTED AT** (\*required)

Name of IP Owner:\* \_\_\_\_\_

Name and Title:\* \_\_\_\_\_

Company: \_\_\_\_\_

Address:\* \_\_\_\_\_

City: \* \_\_\_\_\_

State/Province:\* \_\_\_\_\_

Zip/Postal Code: \* \_\_\_\_\_

Email address (for correspondence with Gumtree): \_\_\_\_\_

Email address (to be given to Gumtree ad poster):\* \_\_\_\_\_

Telephone:\* \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_

In addition to the undersigned, the following persons have the proper authority to sign future Notices of Claimed Infringement on behalf of the IP Owner:

Name: \_\_\_\_\_  
Email: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_  
Email: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_  
Email: \_\_\_\_\_

Truthfully, \_\_\_\_\_

Signature: \_\_\_\_\_

**Addendum to Notice of Claimed Infringement**  
*List of Allegedly Infringing Listings, Items, or Materials*

A note on Reason Codes: When identifying item numbers please use the reasons below. When removing items from the site, Gumtree will inform all posters of the specific reason for the removal of their items. We believe providing all posters with this information benefits all parties. Select the most appropriate reason. Please associate each item you report with only one reason code.

Reason Code: \_\_\_\_\_  
Work(s) Infringed: \_\_\_\_\_  
Item Number(s): \_\_\_\_\_

Reason Code: \_\_\_\_\_  
Work(s) Infringed: \_\_\_\_\_  
Item Number(s): \_\_\_\_\_

**Reason Codes**  
(Note that the numbers may not appear to be sequential everywhere. It is not a mistake, but simply reflects that some of our global reason codes are not applicable in all countries)

**Trademark - Item Infringement**

1.1 Trademark owner doesn't make this type of product  
1.2 Item(s) is an unlawful replica of a product made by the trademark owner  
1.3 Item(s) is an unlawful importation of product bearing trademark

**Trademark - Listing content Infringement**

2.1 Listing(s) contain unlawful comparison to trademark owner's brand name  
2.2 Listing(s) contains unlawful use of trademark owner's logo

**Copyright - Item Infringement**

3.1 Software offered for sale in violation of a license  
3.2 Item(s) is a bootleg recording of a live performance  
3.3 Item(s) is an unlawful copy of media (software, games, movies, etc.)  
3.4 Item(s) is unlawful duplication of printed material  
3.5 Item(s) is an unlawful copy of another copyrighted work (paintings, sculptures, etc.)

**Copyright - Listing content Infringement**

4.1 Listing(s) uses unauthorised copy of copyrighted text  
4.2 Listing(s) uses unauthorised copy of copyrighted image  
4.3 Listing(s) uses unauthorised copy of copyrighted image and text

**Other Infringement**

5.1 Item(s) infringes a valid patent (requires patent registration number)  
5.3 Item(s) violates a celebrity's right of publicity  
5.4 Listing(s) content violates a celebrity's right of publicity

Direct link to Gumtree Notice of Infringement form:  
<https://na10.salesforce.com/sfc/p/#F0000000505O/a/F0000000bmXc/8w8bvSICRNbqWT750i5EqGp6OoerZI7Hg0fKj3J00I0>

<sup>29</sup> [https://help.gumtree.sg/SG/articles/en\\_US/KB\\_Article/Singapore-What-are-copyright-policies/?l=en\\_US&c=PKB%3AsafetySG&fs=RelatedArticle](https://help.gumtree.sg/SG/articles/en_US/KB_Article/Singapore-What-are-copyright-policies/?l=en_US&c=PKB%3AsafetySG&fs=RelatedArticle)

## 【侵害者に対する対応（特別に取り得る手段）】

### （著作権<sup>30</sup>）

2014年に施行された改正著作権法において、ノーティスアンドテイクダウン手続きを導入。ノーティスアンドテイクダウンとは、権利侵害を主張する者からの通知によりインターネットサービスプロバイダー(ISP)が、著作権侵害か否かの実態判断を行うことなく、当該情報の削除を行うことにより、当該削除に係る責任を負わないこととする手続きである。

著作権者が、インターネットショッピングサイトにおいて侵害品を見つけた場合、その事実をISPに通知した場合、一般に想定されるISPの対応としては、申立通りに削除することが考えられる。

### （その他法律）

- ・特別な規定なし

## 【侵害者に対する対応（インターネット上の侵害について有効な救済手段）】

シンガポールにおいて、インターネット上の侵害が争点となった民事訴訟は、まだない。しかしながら、既存の救済手段は、当然、インターネット上の侵害について適応される。

---

<sup>30</sup> <http://statutes.agc.gov.sg/aol/search/display/view.w3p?page=0;query=Id%3A875d49ed-00b2-44da-8d5a-078c04fe64b3%20Depth%3A0%20Status%3Apublished%20Published%3A02%2F12%2F2014;rec=0;resUrl=http%3A%2F%2Fstatutes.agc.gov.sg%2Faol%2Fsearch%2Fsummary%2Fresults.w3p%3Bpage%3D0%3Bquery%3DId%253A875d49ed-00b2-44da-8d5a-078c04fe64b3%2520Depth%253A0%2520Status%253Apublished%2520Published%253A02%252F12%252F2014>

(5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介

<http://www.casio-intl.com/sg/en/news/2015/counterfeit/>

31 July 2015

日系の大手電機メーカーは、インターネットショッピングサイトにおいて販売されていた同社の限定モデルの腕時計について、違法に当該限定モデルを製造・販売している販売小売店がいることを消費者に対して警告をした。同社によると、同社は当該模倣品の腕時計の設計と製造には関与しておらず、違法販売店が製造・販売した当該モデルは正規品とは異なり性能も劣るため、同社の保証対象外である。また、同社の調査によると、当該模倣品はタイに製造拠点があり、模倣品は Facebook やインターネットショッピングサイトで販売されている。同社は現地の政府機関と連携し、許可なく同社のブランドロゴ、商標を使用する販売業者に対し対策を行った。

<http://www.tnp.sg/news/singapore/she-traded-her-ysl-bag-fake-chanel-bag>

16 November 2015



(Blue: counterfeit; Pink: Genuine)

シンガポール国民であるミス・リー氏は、インターネットショッピングサイトにおける模倣品の被害者である。彼女は、2015年10月、Carousell というインターネットショッピングサイトで模倣品業者に騙され、彼女所有の SGD2,800 のイブサンローランのカバン及び SGD 300 のブランド・サングラスと、SGD 5000 である中古のシャネルのバッグ（模倣品）及び SGD 450 である中古のブルガリのリング（模倣品）との交換に同意した。ミス・リー氏は、当該交換の不足分とし

て、口座に SGD 1700 を振り込むことにも同意した。

交換する当日、約束の場所に来た男はミス・リー氏に模倣品であるシャネルのバッグをチェックさせず、ミス・リー氏のイブサンローランのカバン及びブランド・サングラスを取り上げ一目散に逃げた。ミス・リー氏は、受け取ったシャネルのバッグが模倣品であるとわかるや否や、当該事実を警察に通報した。

その後、ミス・リー氏は、自分のイブサンローランのカバンが Carousell というインターネットショッピングサイトで再度販売されていたことを確認し、再度、警察に通報した。その後、Carousell における模倣品業者のサイトは、一時期、不通となった。

## 2-2. マレーシア

### (1) インターネット上の模倣品の実態

#### 【オンライン販売の市場情報（市場規模、製品の種類、顧客層など）】

マレーシアでのインターネットの利用を促進するため、政府は1996年にマルチメディアスーパーコリドー(MSC)を設立した。eラーニング、eコマース、eペイメント、eバンキングなど、日常生活でエレクトロニクスとインターネットを使用するための電子環境を作り出した。マルチメディアスーパーコリドー(MSC)の設立は、マレーシアに良い成果を残し、マレーシアにおけるデジタルユーザー数は、1996年の170万人から1600万人に増加した。インターネットは、商品の販売やサービスの提供に理想的なプラットフォームとなっている。しかしこの結果マレーシアにおいて、いつでも、どこでも、だれでも、模倣品へアクセスすることが簡単となる機会を広げてしまった。

2015年には、インターネットショッピングがマレーシアのGDPに占める割合は5.9%、額にして1兆7,000億円と推定されている。これは今後急速に拡大すると予想され、2020年までにGDPに占める割合は15%、額にして2.9兆円と推定されている<sup>31</sup>。

マレーシアのオンラインユーザーもモバイルに精通し、マレーシア人の3人に1人はスマートフォンを所有している。2011年には、マレーシア人の10分に1人しかスマートフォンを所有していなかった<sup>32</sup>。これらのうち、10人中9人が自分の保有する電子デバイスを使って製品又はサービスを楽しんでいる。5人中3人がデスクトップ上のパソコンで、インターネットショッピングを楽しんでいる。そして、2人中1人はオフライン購入を楽しんでいる<sup>33</sup>。

<sup>31</sup> [http://mdecstaging.s3.amazonaws.com/2016/10/21/11/09/16/5cfb72dc-b73e-49b4-8844-de9de4d1957f/Malaysias%20National%20eCommerce%20Strategic%20Roadmap\\_Report\\_V4\\_20-Oct.pdf](http://mdecstaging.s3.amazonaws.com/2016/10/21/11/09/16/5cfb72dc-b73e-49b4-8844-de9de4d1957f/Malaysias%20National%20eCommerce%20Strategic%20Roadmap_Report_V4_20-Oct.pdf)

<sup>32</sup> <http://brandinsights.com.my/google-research-reveals-dramatic-rise-in-smartphone-penetration/>

<sup>33</sup> As above



ASEAN の他の多くの国とは異なり、多くのマレーシア人はクレジットカード決済機関を利用し、快適に活用している。マレーシア人の 16.8%はクレジットカードを保有しており、インターネットショッピングを楽しむ 38%の人はクレジットカードにて決済している<sup>34</sup>。

2016 年 10 月、マレーシアデジタル経済公社は、マレーシアのインターネットショッピング戦略ロードマップをリリースした。当該ロードマップによると、インターネットショッピングの成長率を現在の 10.8%から 2020 年までに 20.8%に倍増させることを目指している。当該ロードマップは、マレーシアにおけるインターネットショッピングの成長要因をいくつか特定した<sup>35</sup>。具体的には、以下のとおりである。

- ・ 有利な人口 - マレーシアの成長著しい GDP、多国籍企業の成長基盤、コンピューターに精通した国民
- ・ インフラとエコシステム - マレーシア国民の 67%がインターネットを利用。そのうち、80%がインターネットショッピングで製品を購入。
- ・ 政府の介入 - 電子商取引法及び個人データ保護法を含む、業界を統制するための規則の策定。

一方で、当該ロードマップがあげるインターネットショッピングの課題は、以下のとおりである。

- ・ マレーシアの B2C 及び C2C のインターネットショッピングサイトでは、地域内の大規模な経済と比較して、利用可能な製品が少ない。

---

<sup>34</sup> [http://www.specommerce.com.s3.amazonaws.com/dl/fs/141124\\_fs\\_malaysia\\_12\\_things\\_you\\_need\\_to\\_know\\_2.pdf](http://www.specommerce.com.s3.amazonaws.com/dl/fs/141124_fs_malaysia_12_things_you_need_to_know_2.pdf)

<sup>35</sup> [http://mdecstaging.s3.amazonaws.com/2016/10/21/11/09/16/5cfb72dc-b73e-49b4-8844-de9de4d1957f/Malysias%20National%20eCommerce%20Strategic%20Roadmap\\_Report\\_V4\\_20-Oct.pdf](http://mdecstaging.s3.amazonaws.com/2016/10/21/11/09/16/5cfb72dc-b73e-49b4-8844-de9de4d1957f/Malysias%20National%20eCommerce%20Strategic%20Roadmap_Report_V4_20-Oct.pdf)

- ・ 地方中小企業の 20-25%のみがインターネットショッピングを、戦略として活用。当該地方中小企業は、依然としてインターネットショッピングに対する誤解を持っている。
- ・ 安売り企業の参加は、買い手の参加減少につながる。

マレーシア系インターネットショッピングサイトにおける 2 大人気製品は、電化製品及びファッション製品である。61%の電化製品及び 50%のファッション製品はインターネットショッピングで購入されている。海外系インターネットショッピングサイトにおいて、27%のファッション製品及び 25%の書籍がインターネットショッピングで購入されている<sup>36</sup>。

シンガポール・ポスト・リミテッドが実施した 2014 年の調査によると、インターネットショッピングにおける人気商品は、電化製品（61%）、ファッション&アクセサリー（50%）、飲食品（49%）、健康&美容（44%）、家庭ファッション&アクセサリー（27%）、書籍&雑誌（25%）、趣味&芸術（20%）、おもちゃ&ゲーム（17%）、エレクトロニクス（10%）である<sup>37</sup>。

人気ローカル系インターネットショッピングサイトである Lazada Malaysia によれば、2016 年、サイトで最も売れているトップ 5 の製品は、USB ドライブ、充電器、食器、ミキサー、おむつである<sup>38</sup>。

インターネットショッピングサイトのユーザーは、ほとんどが若く、ソーシャルメディアに対して非常に活発であり、毎日のように利用する。2014 年の SP e Commerce による調査において、マレーシアのインターネットショッピングサイトユーザーの 7%が毎日製品を購入し、

---

<sup>36</sup> [http://www.specommerce.com.s3.amazonaws.com/dl/fs/141124\\_fs\\_malaysia\\_12\\_things\\_you\\_need\\_to\\_know\\_2.pdf](http://www.specommerce.com.s3.amazonaws.com/dl/fs/141124_fs_malaysia_12_things_you_need_to_know_2.pdf)

<sup>37</sup> <http://www.thestar.com.my/tech/tech-news/2016/03/09/lazada-reveals-the-top-5-bestselling-products/>

<sup>38</sup> [http://www.specommerce.com.s3.amazonaws.com/dl/fs/141124\\_fs\\_malaysia\\_12\\_things\\_you\\_need\\_to\\_know\\_2.pdf](http://www.specommerce.com.s3.amazonaws.com/dl/fs/141124_fs_malaysia_12_things_you_need_to_know_2.pdf)

26%が週に1回製品を購入し、54%が月に1回製品を購入し、残りの13%が毎年製品を購入していると発表した<sup>39</sup>。

### 【模倣品情報（製品の種類、価格、流通割合、消費者の被害実態など）】

マレーシア知的財産公社(MyIPO)及び国内取引・協同組合・消費者省(MDTCC)は、彼らのウェブサイト(<http://www2.myipo.gov.my>)にて、インターネットショッピングにおける模倣品に関するデータを公開していない。特許、デザイン、商標、及び地理的表示の出願統計データのみ開示している。

一方で、2014年にMDTCCは、マレーシアにおいてインターネットショッピングサイトにおける犯罪が増えていることを警告し、実際の被害として、2012年には32件のケース、総額881,823円の被害がでたことを発表した。また、2013年には53件のケース、総額1,181,595円の被害がでたことを発表した。これは全てが模倣品による被害ではないものの、模倣品被害も含む<sup>40</sup>。

他のデータとして、インターネットショッピングサイトでの被害に限定していないものの、2013年21-22日に開催されたWIPOワークショップにおいて、MDTCCが2000年から2013年10月までのマレーシアにおける知財における模倣品の数を以下のように公表している<sup>41</sup>。

IP infringement cases	Value seized	Compounded	Fined
34,687	USD 113.9 M	USD 4.1 M	USD 10.6 M

Table 1

<sup>39</sup> <http://www.therakyatpost.com/news/2014/04/01/complaints-over-electronic-commerce-fraud-increasing/>

<sup>40</sup> <http://retailasiaonline.com/?p=3550>

<sup>41</sup> <http://artnet.unescap.org/tid/projects/infringing-goods-malay.pdf>

更に、最近の記事として、知財法律事務所 Shearn Delamore の Karen Abraham 弁護士が、World Trade Mark Review 2015 に寄稿した記事によると、“2014年1月から3月にかけて、全国で11,704施設において、合計235件のレイドアクションが実施され、USD250,000相当の模倣品が押収された。これらは、MDTCCがマレーシアにおける模倣品対策に力を入れている結果である”と、結論づけている<sup>42</sup>。

2016年初頭には、オンラインニュースサイト Retail Asia が、マレーシアコンピュータ緊急対応チーム(MyCERT)からのレポートとして、“マレーシア国内のオンライン詐欺の件数が増えている”ことを報告している<sup>43</sup>。特に医薬品分野では、マレーシア医薬品の5%が模倣品であると推定されている<sup>44</sup>。

地元のスター新聞に掲載された2016年6月のニュース記事では、模倣品の主な原因となっているインターネットショッピング薬局を特定した。処方箋なしで処方できる薬の90%を当該インターネットショッピングサイトで供給していると報告している。

更に、デジタルプラットフォームセキュリティのリーディングカンパニーであるイデオト(<https://irdeto.com/>)によれば、マレーシアはフィリピンについて2016年第1四半期において、東南アジアで第2位(17%)のコンテンツ著作権侵害が多い国となった<sup>45</sup>。それでも、マレーシアは2016年の米国スペシャル301監視国リストから外れている。

### 【国毎の特徴的な実情や傾向】

マレーシアにおける模倣品被害は、幅広い産業で起きている。その中には、低品質及び低価格である偽造時計、バッグ、靴など比較的容易に見つけることができる模倣品も含まれてい

---

<sup>42</sup> <http://www.worldtrademarkreview.com/Intelligence/Anti-counterfeiting/2015/Country-chapters/Malaysia>

<sup>43</sup> [https://www.jppcm.org/sites/default/files/10.5530.jppcm\\_2016.4.2.pdf](https://www.jppcm.org/sites/default/files/10.5530.jppcm_2016.4.2.pdf)

<sup>44</sup> <https://thecoverage.my/news/malaysia-shoehouze-sells-fake-shoes/>

<sup>45</sup> <http://www.thesundaily.my/node/370738>

る。一方で、消費者にあまり害をあたえにくい、電池、缶詰食品、ソース、エンジンオイル、歯磨き粉、香水、自動車スペアパーツ、洗剤などの模倣品も散見される。これらの模倣品は値段も当然安く、模倣品としての需要がユーザーにあり、模倣品として見つけることが困難なものもある。マレーシアにおけるインターネットショッピングサイトで見つけることができる模倣品の傾向は以下の通りである。

- ・マレーシアにおけるほとんどのユーザーは、模倣品と正規品との区別ができておらず、偽物は本物とほぼ同額で販売されており、模倣品販売の写真は正規品の写真が使用されていることが多い。
- ・いくつかの模倣品には、偽の補償カードまでも巧みに模倣されており、当該偽の補償カードも実際に使用されている。
- ・正規品のお酒のホログラムや追跡番号なども模倣し、一般ユーザーがお酒の模倣品を見つけ出すことは非常に難しい悪名高いケースもある。
- ・マレーシアのユーザーはソーシャルメディアを良く利用する。したがって、模倣品製造業者も、しばしばソーシャルメディアマーケティングに投資する。一例として、フェイスブック上のインターネットショッピングサイトにおいて、模倣品を販売していることも多数ある。本物の正規品が販売されているとは限らないので常に注意が必要である<sup>46</sup>。
- ・インターネットショッピングサイトで正規品を購入したと以为っていても、実際模倣品が配達されてくることは多々ある。2013年、インターネットショッピングサイトで購入したユーザーの手元に模倣品が届いたため、ユーザーがインターネットショッピングサイトに返品の手続きと苦情を申し立てたところ、当該サイトは返品の手続きを断り、更にユーザーに

---

<sup>46</sup> <http://www.ecommercemilo.com/2013/10/selling-fake-products-online-the-villain-and-guardian.html>

対して、「インターネットショッピングが何であるか理解していますか？」とコメントしたことが、ニュースとして取り上げられたこともある<sup>47</sup>。

- ・2015年、地元の新聞社によると、インターネットショッピングサイトである“Mudah.my”で販売されていた米 Apple のノートパソコン、携帯電話、韓国 Samsung の携帯電話及びスイスの高級ブランド時計を販売するために、当該正規品の写真を使用していたことをニュースとして取り上げられた<sup>48</sup>。

マレーシアには、模倣品販売業者の手口を紹介するいくつかのサイトがあるが、そこに紹介されている手口は、以下のとおりである<sup>49 50</sup>。

- ・ユーザーに対して製品在庫が少ないことをアピールして、早急に購入するようにせかす。
- ・模倣品販売業者がユーザーに対してフレンドリーに接しようと、ユーザーを“bro”や、“sis”と呼ぶ。
- ・正規品と比べて、模倣品の値段があまりにも安い。
- ・模倣品販売業者の経歴をマレーシアのエリートのように記載する。
- ・模倣品販売業者が代金引換（代引き）オプションを提供していない場合、これは疑わしい。

---

<sup>47</sup> <https://thisbeast.com/it-is-safe-to-shop-on-mudah-my/>

<sup>48</sup> As above

<sup>49</sup> <https://forum.lowyat.net/topic/2206904/all>

<sup>50</sup> <https://www.digitalnewsasia.com/business/mudahmy-trains-its-sights-mobile-users>

## (2) 主要ショッピングサイト等の選定

上位 10 社のうち、ランキング上位であり、商業的に成功しているインターネットショッピングサイトを 4 つ紹介する。ただし、他国で紹介したインターネットショッピングサイトは除く。



\*Numbers for these sites are based on total for Malaysia-specific visits, based on Similarweb.com's statistics

Mudah.my



サイト種類	Classified ads site
URL	<a href="http://www.mudah.my/">http://www.mudah.my/</a>
販売製品	乗り物、レジャー、スポーツ、趣味、エレクトロニクス、旅行、ホーム & パーソナルアイテム
ユーザー数	2016年11月現在、 7.5million ユーザー/月 750,000 ユーザー/日

・ Mudah.my は、個人インターネットオークションがメインのローカル系インターネットショッピングサイトである。



- ・ Mudah.my は、Singapore Press Holdings Limited、Schibsted Media Group、Telenor Group の合併会社である Mudah.my Sdn Bhd が運営している。
- ・ 毎日利用するユーザーの約 75%は、モバイルユーザーである<sup>51</sup>。2016 年 11 月、App Annie のレポートでは、ショッピングカテゴリにおいて、過去 1,000 日間で Mudah.my の Android アプリは Google PlayStore にて最もダウンロードされたアプリだと述べている<sup>52</sup>。
- ・ Mudah.my は、2016 年 11 月、過去 12 ヶ月間に販売店数が 29%増加したと発表した<sup>53</sup>。
- ・ Mudah.my は、2016 年 2 月、2012 年から約 50 万人の広告主をペテン師としてブラックリストとして WEB サイトで掲載している<sup>54</sup>。

---

<sup>51</sup> <https://www.digitalnewsasia.com/business/mudahmy-trains-its-sights-mobile-users>

<sup>52</sup> As above

<sup>53</sup> <http://www.thestar.com.my/business/business-news/2016/11/23/mudahmy-unique-sellers-increase-by-29/>

<sup>54</sup> <http://www.themalaymailonline.com/malaysia/article/mudah.com-blacklists-almost-half-a-million-advertisers#sthash.nxlqVVEB.dpuf>

# 11street Malaysia

サイト種類	B2C marketplace
URL	<a href="http://www.11street.my/">http://www.11street.my/</a>
販売製品	ファッション、エレクトロニクス、ホーム&リビング、スポーツ&レジャー、ヘルス&ビューティー、キッズ&ベビー、食料品、書籍
ユーザー数	2016年8月現在 販売店：2000店、年間売上額：USD6.5 billion <sup>55</sup> .

<sup>55</sup> <https://www.digitalnewsasia.com/startups/11street-sets-up-physical-education-centre-for-ecommerce-sellers>

- 11street は、2008 年、SK Planet により韓国で初めて設立された、個人若しくは事業者など誰でも商品を販売できる形態のインターネットショッピングサイトを指す“オープンマーケット”である。
- 11street は、Celcom Axiata Bhd と SK Planet Ltd.との合併会社である Celcom Planet Sdn Bhd によって運営され、2013 年にトルコ、2014 年にインドネシア、2015 年にマレーシアでインターネットショッピングサイトを開始した<sup>56</sup>。
- 11street の多くのユーザーは、モバイルユーザーである。
- 2016 年 11 月の RetailNews.Asia の記事によると、11Street の CEO は、マレーシアの 11Stret が現在 35 万件以上の製品リストを保有しており、マレーシアでトップ 3 に入るインターネットショッピングサイトに成長したと述べている<sup>57</sup>。

---

<sup>56</sup> <http://www.bangkokpost.com/tech/local-news/1061832/11street-paves-local-market>

<sup>57</sup> <https://www.digitalnewsasia.com/startups/11street-sets-up-physical-education-centre-for-ecommerce-sellers>

## Lelong

Lelong.com.my	
サイト種類	C2C/B2C marketplace
URL	<a href="http://www.lelong.com.my/">http://www.lelong.com.my/</a>
販売製品	電話&タブレット、コンピューター&ソフトウェア、ファッション、美容&パーソナルケア、ベビー&キッズ、おもちゃ&ゲーム、スポーツ&レクリエーション、ジュエリー&アクセサリ、ホーム&ガーデニング
ユーザー数	2016年11月現在 <sup>58</sup> 、 販売店：6000 ユーザー：6 million /月、売上額 MYR130-150 million /年

<sup>58</sup> <http://www.retailnews.asia/11street-malaysia-launched-shopping-app/>

- ・ Lelong は、1998 年設立されたマレーシアで最も古い eB2C 及び C2C の 1 つ。最初は、インターネットオークションサイトとして開始し、後に B2C に進化した<sup>59</sup>。
- ・ Lelong は、Interbase Resources Sdn Bhd により運営されている。ちなみに、Lmall.my、Pretty.my、Superbuy.my も同様である。
- ・ Lelong は常にマレーシアの上位 5 つの人気サイトとして位置し、毎月 600 万人のユーザーを抱えている<sup>60</sup>。
- ・ Lelong の年間取引総額は、2014 年において、USD 39million から USD 45 million の間である<sup>61</sup>。
- ・ 詐欺行為を最小限に抑えるために、Lelong は販売業者に対して ID コピーを提出することを奨励している。
- ・ Lelong はユーザーの保護にも乗り出しており、ユーザーが Lelong で Netpay にて支払い、商品を 30 日以内に受け取ることができなかった場合、Lelong はユーザーに RM1,000 を支払う<sup>62</sup>。
- ・ Lelong.my は、2016 年 11 月、MDTCC に対して、Lazada、11street、Mudah.my、LogOn と同様に、Microsoft ソフトウェアの模倣品販売を中止することを約束するための契約を締結した。

---

<sup>59</sup> <https://bijakmall.com/marketplace/42-lelong-malaysia-top-online-marketplace>

<sup>60</sup> Same as above

<sup>61</sup> Same as above

<sup>62</sup> <https://www.digitalnewsasia.com/sizzle-fizzle/digerati50-lelong-richard-tan-stays-relevant>

## Taobao Malaysia

**Taobao in Malaysia**

サイト種類	C2C marketplace
URL	<a href="http://www.buy2taobao.com/en/index.html">http://www.buy2taobao.com/en/index.html</a>
販売製品	女性のファッションとアクセサリ、子供玩具、デジタル周辺機器、ホームアクセサリ、アクセサリ、ビューティーケア
ユーザー数	2013年9月現在、 ユーザー数：210,000以上

- Taobao.com は、2003年、中国で最も人気のあるインターネットショッピングサイトである Alibaba によって設立された<sup>63</sup>。

<sup>63</sup> <http://uk.blastingnews.com/education/2016/11/malaysia-s-govt-to-combat-the-sale-of-counterfeit-software-001281257.html>

- ・ Taobao.com は、Tmall.com、Alibaba.com、Aliexpress.com、1688.com と共に、Alibaba グループの一員である。
- ・ Taobao.com は、2003 年から 2005 年にかけて市場シェアを 8%から 59%に引き上げた<sup>64</sup>。
- ・ Taobao.com は、マレーシアで人気のあるインターネットショッピングサイトの 1 つである。
- ・ 中国商務省（MOC）のニュースレポートによると、2014 年、インターネットショッピングサイトである Alibaba グループの Taobao 及び Tmall、Alibaba のライバルサイトである JD 及び他の小さなサイトで取引されている約 40%の製品は模倣品であることが判明した。
- ・ Taobao.com の親会社である Alibaba は、2015 年、当該模倣品を確認するためにテストバイ購入として、USD21.6 million を費やした。
- ・ Alibaba は、2015 年に信頼できるブランドオーナーからのテイクダウン要件を減らすため、Good Faith Take-Down Mechanism を導入した<sup>65</sup>。
- ・ Alibaba は、2016 年 5 月、International Anti Counterfeiting Coalition のメンバーからのテイクダウン要求を迅速に行う MarketSafe プログラムを導入した<sup>66</sup>。
- ・ Alibaba は、2016 年 7 月、Taobao 及び Tmall において、IP Joint Force プログラムを導入した。
- ・ Taobao は、2016 年 12 月、米国貿易代表部（USTR）の“Notorious markets リスト”に再認定された。
- ・ Alibaba は、2017 年 1 月、Taobao のサイトにて Swarovski 時計の模倣品を販売していた模倣品販売業者に対して、契約違反として損害賠償金 USD2million を裁判所に提訴した<sup>67,68</sup>。

<sup>64</sup> <http://www.globaltimes.cn/content/1029056.shtml>

<sup>65</sup> [http://www.economist.com/node/7942225?story\\_id=7942225](http://www.economist.com/node/7942225?story_id=7942225)

<sup>66</sup> <http://ipp.alibabagroup.com/infoContent.htm?skyWindowUrl=news-1-en>

- ・ Alibaba は、2017 年 1 月、Mars Inc、Huawei Technologies、Swarovski、Louis Vuitton、Samsung Electronics をはじめとする 20 社からなる Big Data Anti-Counterfeiting Alliance を発表した。彼らの目的は、模倣品の販売を撲滅するために、データ分析を使用し て執行機関と協力することである<sup>69</sup>。
- ・ 模倣品撲滅のため、2016 年 8 月までの 12 ヶ月間に、Alibaba は、3 億 8,000 万件以上の商 品リストを削除し、18 万のインターネットショッピングサイトを閉鎖したと発表した<sup>70</sup>。

---

<sup>67</sup> As above

<sup>68</sup> <http://www.retaildive.com/news/alibaba-launches-big-data-anti-counterfeiting-alliance/434214/>

<sup>69</sup> <https://www.b2becommerceworld.com/2017/01/23/alibaba-forms-alliance-find-online-counterfeits>

<sup>70</sup> As above



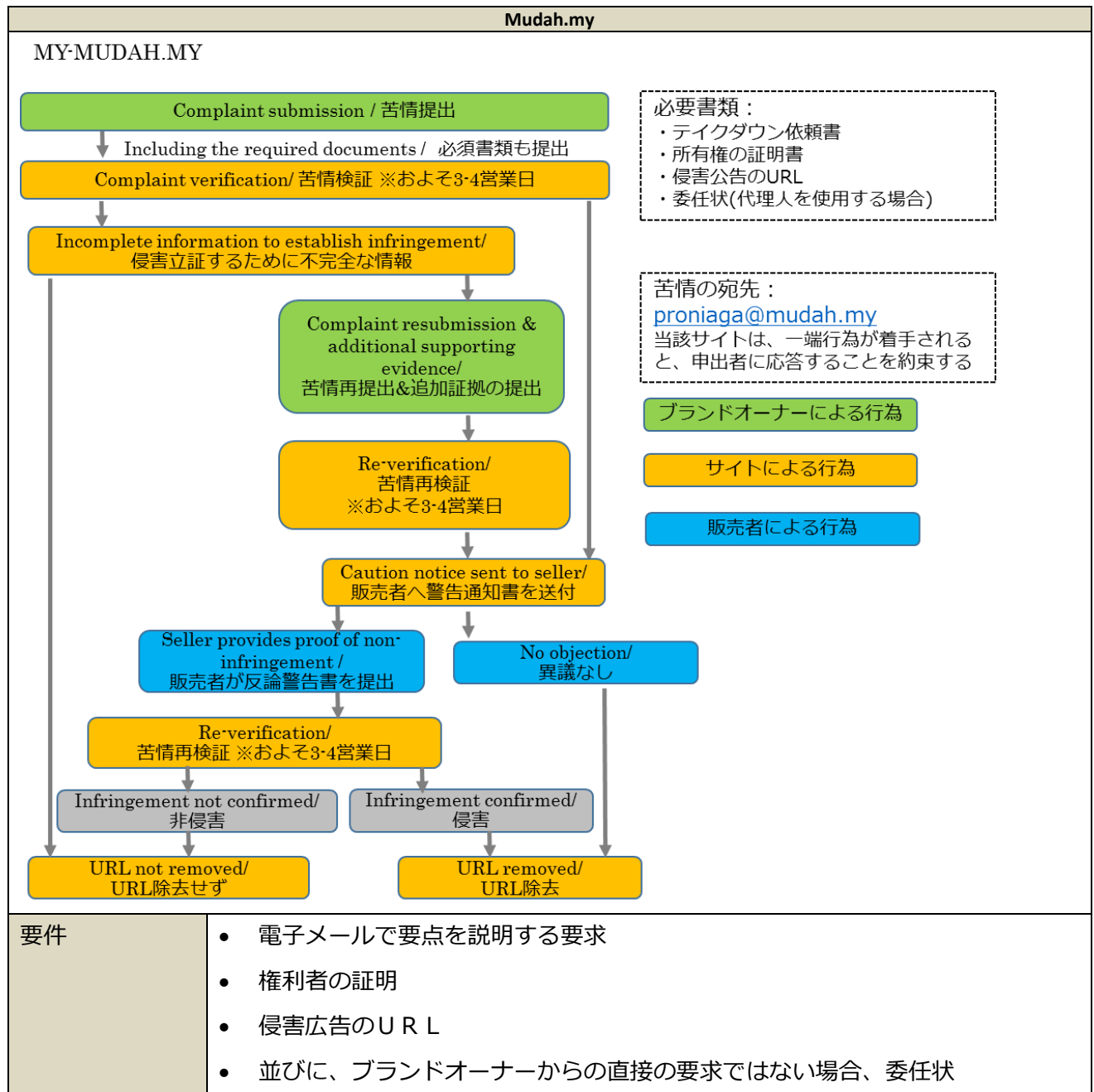
(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介

	Mudah	11Street MY	Lelong	Taobao in MY
1 利用規約中に知的財産権に関する条項があるか？	○	×	○	○
2 知的財産権についての苦情に応答できるか？	○	○	○	○
3 自動テイクダウンシステムを持っているか？	×	×	一部分	○
4 大量の苦情に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	○	○	○	○
5 継続して信頼されているブランドオーナーの申出に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	○	場合による	○	○
6 侵害者の連絡先詳細を開示するか？	×	×	×	×
7 販売者により繰り返される侵害を監視するか？	×	×	×	○
8 サイト上のその他の同様の侵害を監視するか？	マイクロソフト専用	マイクロソフト専用	マイクロソフト専用	○
9 アップロードを防ぐために特定のキーワードにフィルタをかけることに同意するか？	手動：○ マイクロソフト専用	手動：○ マイクロソフト専用	手動：○ マイクロソフト専用	○
10. 繰り返される侵害に対してより強い罰則があるか？	○	○	○	○

(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介

【サイト運営事業者の対応】

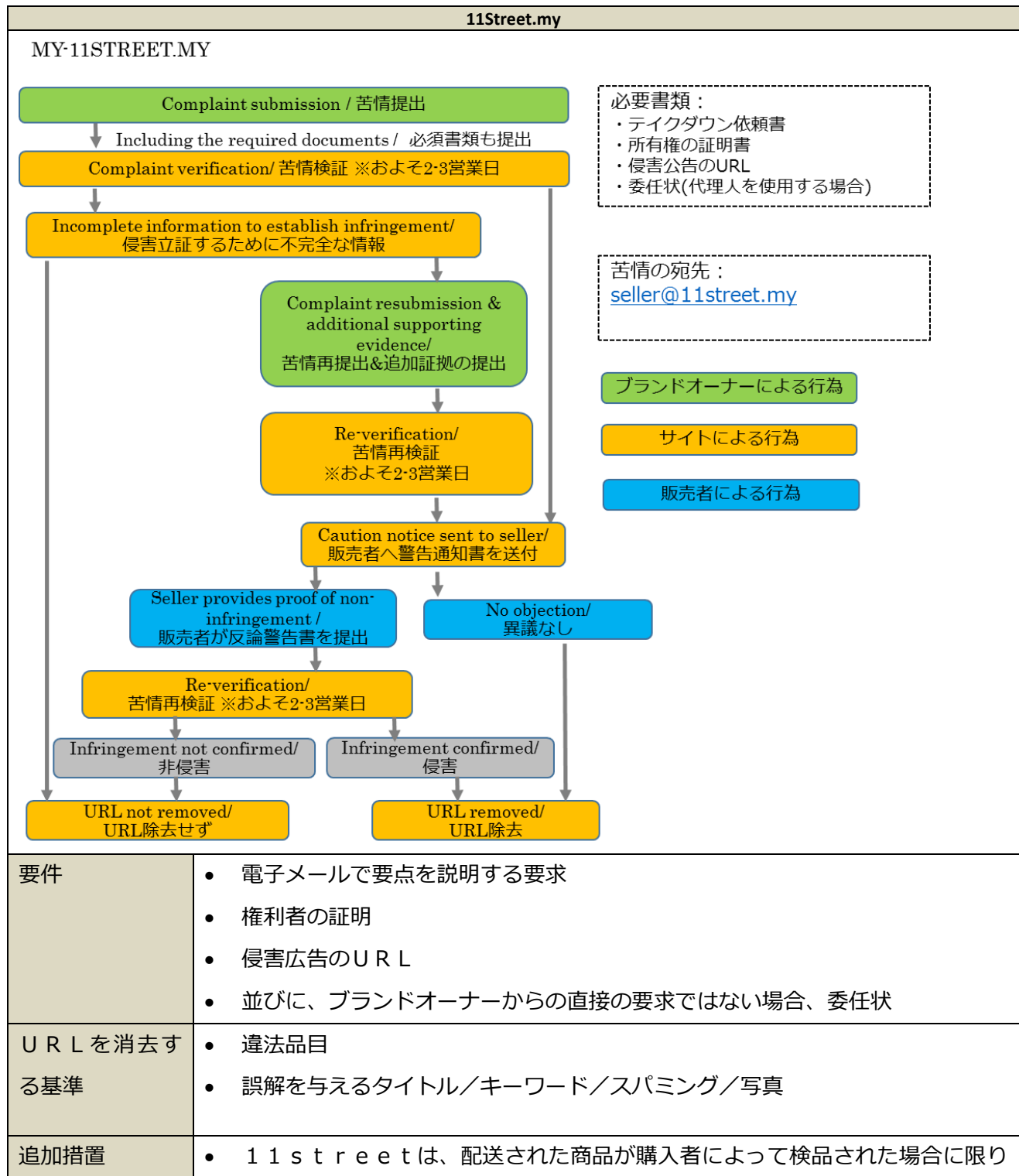
Mudah.my



URLを消去する基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 著作権、特許権、商標権、商号、意匠権、営業秘密、秘密情報、ノウハウ、のれん、プライバシー権、肖像権、若しくは、その他の財産権を含む何らかの第三者の知的財産権、又は、何らかの第三者の肖像権若しくはプライバシー権を侵害すること</li> <li>• 模倣品若しくは盗難品の販売、又はその他の不正行為に関与すること</li> <li>• 何らかの準拠法、法律、条例又は規則に違反する、又は違法であること</li> <li>• 偽の「高級」バッグと、「ブランド物の」衣類及び衣服と、CD/VCD/DVDと、コンピューター/ゲーム機ソフトウェアなどの海賊品及び模倣品が許されないこと</li> </ul>
追加措置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2016年11月に、Lelong.myは、Lazada、11Street、Mudah.my、及びLogOnと共に、偽造マイクロソフトソフトウェアの販売を廃絶するために国内取引・協同組合・消費者省（MDTCC）の大臣との誓約に署名した<sup>71</sup>。</li> </ul>
罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 広告リストを完全に除去する</li> <li>• あらゆる投稿から不適当な画像又は言葉を除去する</li> <li>• ユーザーアカウントを停止、除去又は禁止する</li> </ul>
応答時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 検証のため3～4営業日</li> </ul>

<sup>71</sup> As above

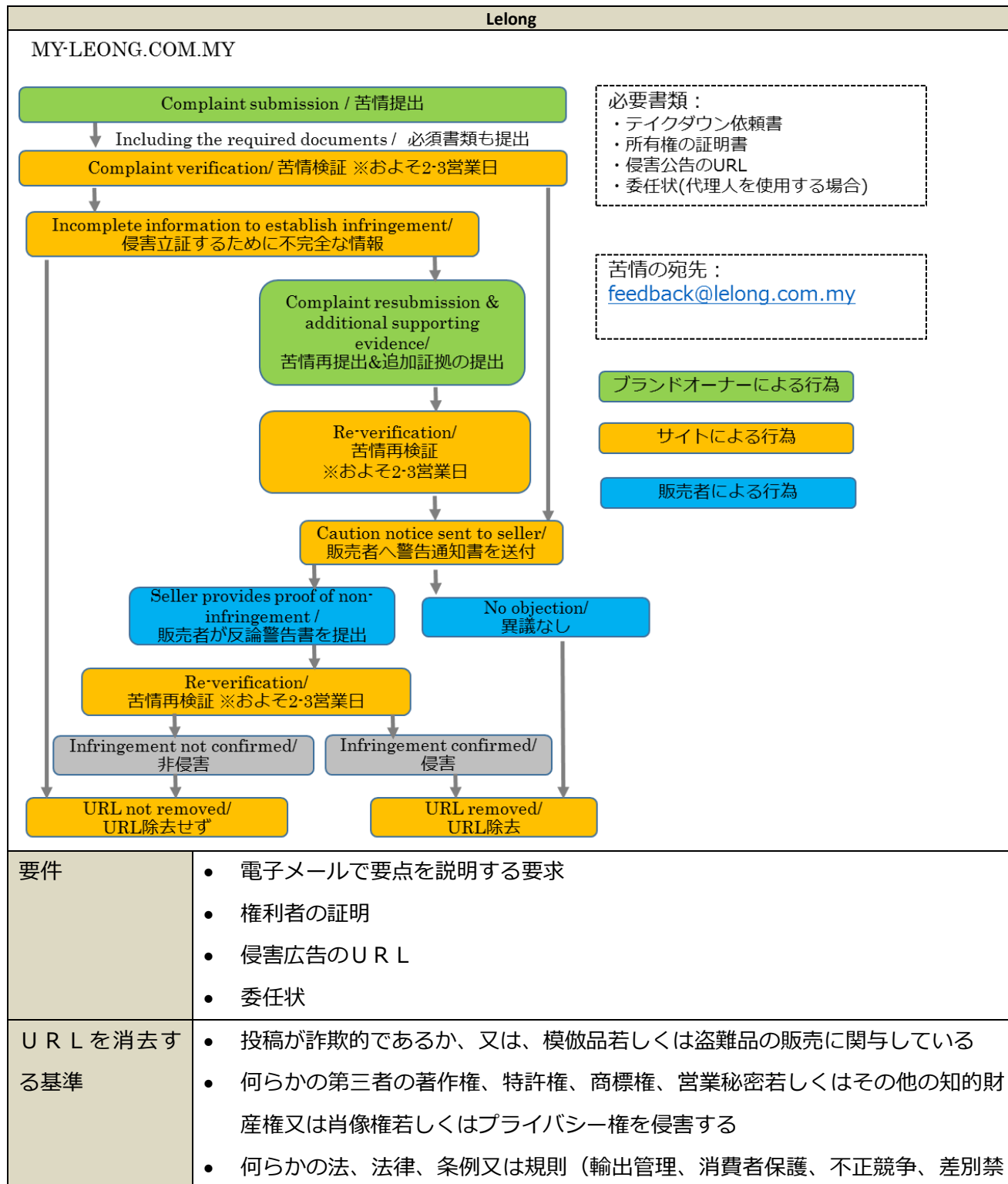
# 11Street Malaysia



	<p>支払金を引き渡す支払金保護サービスを提供する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2016年11月に、Lelong.myは、Lazada、11Street、Mudah.my、及びLogOnと共に、偽造マイクロソフトソフトウェアの販売を廃絶するために国内取引・協同組合・消費者省（MDTCC）の大臣との誓約に署名した<sup>72</sup>。</li> </ul>
罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>更なる通知なしにリストの除去</li> <li>会員の評価点からの減点</li> <li>会員資格停止</li> <li>会員資格禁止</li> </ul>
応答時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>検証のため2～3営業日</li> </ul>

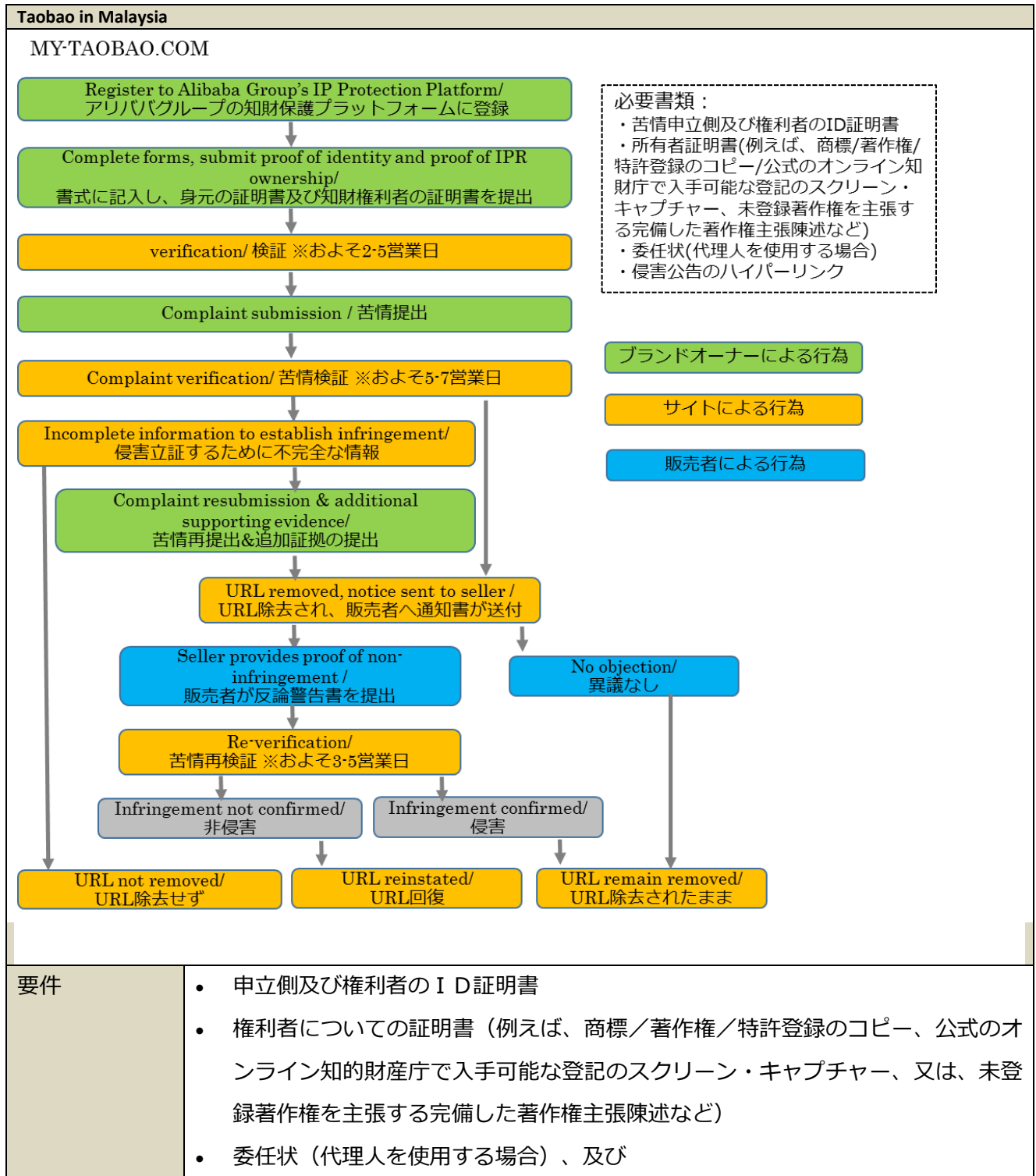
<sup>72</sup> <http://uk.blastingnews.com/education/2016/11/malaysia-s-govt-to-combat-the-sale-of-counterfeit-software-001281257.html>

# Lelong



	止又は虚偽広告を含むがこれらに限定されない) に違反する
追加措置	<ul style="list-style-type: none"> <li>偽造であることが明白である以下のマーク: R i c h e m o n t , C h e l s e a C l u b J e r s e y , S w a r o v s k i C r y s t a l , N o k i a , S o n y , P a p a g o , K a s p e r s k y , F u j i X e r o x , B o n i a , A m w a y , G a r m i n , U m b r o , N a v N G o , U s a n a , G - S t a r , R e s t y l a n e , S P I b e l t , B o o s y , B u g s l o c k , E l k e n , H e r b a l i f e , C e l l f o o d , S h i l l s , E u m o r a , C h a n e l a n d i t s D o u b l e C l o g o , T i m b e r l a n d , M a n c h e s t e r U n i t e d , J e u n e s s e , M i c r o s o f t , K e n w o o d の 広 告 の ア ッ プ ロ ー ド を 直 ち に 除 去 す る で あ ろ う 。 こ れ ら の ブ ラ ン ド に 対 し て 、 上 記 チ ャ ー ト は 適 用 さ れ ない 。 最 初 に 販 売 者 に 事 前 の 通 知 が 送 付 さ れ る こ と は ない で あ ろ う 。</li> <li>2016年11月に、L e l o n g . m y は 、 L a z a d a 、 1 1 S t r e e t 、 M u d a h . m y 、 及 び L o g O n と 共 に 、 偽 造 マ イ ク ロ ソ フ ト ソ フ ト ウ ェ ア の 販 売 を 廃 絶 す る た め に 国 内 取 引 ・ 協 同 組 合 ・ 消 費 者 省 ( M D T C C ) の 大 臣 と の 誓 約 に 署 名 し た 。</li> <li>販 売 者 が 自 分 の 国 民 I D カ ー ド と 、 I D カ ー ド 名 称 及 び 付 随 す る 住 所 に 対 応 す る 公 共 料 金 ヘ ッ ダ と を 提 供 す る こ と を 要 求 す る 。</li> </ul>
罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>リストの除去</li> <li>販売者に警告を発行する</li> <li>リストを作成する、又は、応札する会員特権を無効にする</li> <li>会員資格の一時的又は無期限停止</li> <li>アカウントが停止されると、再開のための料金がある。</li> </ul>
応答時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>検証のため2～4営業日</li> </ul>

## Taobao Malaysia





	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 侵害広告のハイパーリンク</li> </ul>
追加措置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 実際にはブランドオーナーによって製造されているかどうか疑わしい「ブランド物の」製品を提供するリストを定期的にふるいにかける。これらのリストを積極的に除去し、状況次第で、店舗を閉鎖するであろう。</li> <li>• 顧客を釣るために模倣品販売者によって使用された注意喚起キーワード（例えば、「レプリカ」及び「イミテーション」など）を含むリストの公開を阻止する。</li> <li>• 関係のない製品を広告するためにヘッドラインに人気のあるブランド名を使用する虚偽的リストを排除するためにビッグデータ技術を使用する。</li> <li>• 商品写真がブランド名又は不適切なテキストなどの一定のキーワードを含んでいるかどうかを検出するために光学文字認識（OCR）技術を使用する。</li> <li>• 事前に識別された不法写真の特性を使用して、類似した特性を有するその他の写真を積極的に検出及び除去する。写真に現れるテキストが不釣り合いに大きい場合（模倣者によって使用されるトリック）、システムは、追加調査のためこれらの品目について自動的に警告を出す<sup>73</sup>。</li> <li>• テストバイ購入、オンライン知的財産権ウェビナー、マルチブランドに的を絞った協力、知的財産権振興のためのサイト上の専用ウェブページを提供する知的財産権保護協力プログラムに参加するようにブランドオーナーを勧誘する<sup>74</sup>。</li> </ul>

<sup>73</sup> <http://uk.blastingnews.com/education/2016/11/malaysia-s-govt-to-combat-the-sale-of-counterfeit-software-001281257.html>

<sup>74</sup> <http://ipp.alibabagroup.com/infoContent.htm?skyWindowUrl=news-1-en>

## アリババの知財保護フローチャートのスクリーンショット

ipp.alibabagroup.com/cooperation.htm

### IPR Protection Cooperation

#### Benefit of cooperation

We respect intellectual property right and its owner and aim to establish right-owner-oriented cooperation with stakeholder for enhanced joint intellectual property protection.

**Intellectual Property Protection Platform**

- ① Offline Anti-counterfeiting Operation
- ② Intellectual Property Education and Promotion;
- ③ Complaint and Cooperation
- ④ Takedown and Disciplinary Action
- ⑤ Resource Sharing

Law Enforcement, Consumer, The Alibaba Group, Suspected Infringing Seller, Rights Holder

#### Mode of cooperation

Simply take the following steps:

Account registration > Intellectual property right submission > Cooperation agreement > Cooperation begins

## Alibaba Group IP Protection Platform

1. IP Holder / Agent Registration at <http://ipp.alibabagroup.com/register.htm>

Alibaba Group | IP Protection Platform  
www.alibabagroup.com

1 Verification 2 Information 3 Complete

1 You have successfully verified your email address. Please set a password for the account. In the future you can use your email address [redacted] to login ipp.alibabagroup.com.

Password Please enter your password

Confirm password Please retype your password

Confirm

2. Submitting General Information (Detail and proof of IP Holder / Agent's Identity) for verification

My IPR

General Information

Registration

Contact

My IPR

IPR submission

IPR management

Complaint Submission

Submit a complaint

Manage complaints

IPR Service

Application

Application management

Identity Information

Registration Email [redacted]

Region Others

Category of User Identity Individual Outside Mainland China Enterprise Outside Mainland China

Category of Registrant Please select

Completed Name Please provide the registrant's name in [en]/[en]/[en]

Detailed address

Type of Identity Proof Identity Proof of Applicant Other

Identity Proof of Applicant Upload File

contact information disclosed to the party complained

Name of contact person

Mobile

Phone

Email Address

Submit

contact information disclosed to Alibaba

Name of contact person

Mobile

Phone

Email Address

Trade Manager

Submit

### 3. Submitting IPR Information (detail and proof) for verification

**Submit IPR Information**

Registration Place of IPR: Mainland China

IPR Type:  Trademark  Copyright  Invention Patent  Design Patent  Utility Model Patent  Other

IPR Name/Description:

IPR Registration Number:

IPR Owner:

IPR Validity Period:

Verify The Applicable Class Of Goods/Service:

The Brand That Owns The IPR:

Jurisdiction(s) (Country):

Where The Trademark Is Protected:

**Trademark Registration** [Upload Files](#)

**Certificate**

- Please upload a digital photo or copy of the concrete trademark registration certificate (brand name and category pages are required).
- The attachment will be disclosed to the respondent or otherwise may be disclosed by Alibaba in accordance with the IPR User Agreement.
- Attachments of the following formats can be uploaded: GIF, JPG, JPEG, PNG, BMP and PDF. Each file must not exceed 5M and multiple files can be compressed for uploading.

**Certificate Of Transfer** [Upload Files](#)

- If the trademark has been transferred, please provide a digital photo or scan copy of the transfer certificate.
- The attachments will be disclosed to the respondent or otherwise may be disclosed by Alibaba in accordance with the IPR User Agreement.
- Attachments of the following formats can be uploaded: GIF, JPG, JPEG, PNG, BMP and PDF. Each file must not exceed 5M and multiple files can be compressed for uploading.

**Renewal Certificate** [Upload Files](#)

- If the trademark has been renewed, please provide a digital photo or scan copy of the renewal certificate.
- The attachment will be disclosed to the respondent or otherwise may be disclosed by Alibaba in accordance with the IPR User Agreement.
- Attachments of the following formats can be uploaded: GIF, JPG, JPEG, PNG, BMP and PDF. Each file must not exceed 5M and multiple files can be compressed for uploading.

**Modification Certificate** [Upload Files](#)

- If there has been any change to the trademark, please provide a digital photo or scan copy of the change.
- The attachments will be disclosed to the respondent or otherwise may be disclosed by Alibaba in accordance with the IPR User Agreement.
- Attachments of the following formats can be uploaded: GIF, JPG, JPEG, PNG, BMP and PDF. Each file must not exceed 5M and multiple files can be compressed for uploading.

[Confirm](#)

### 4. Once verified, member of Alibaba Group IPP Platform can submit a complaint. The process can also be tracked using the system.

**General Information**

Registration

Contact

**My IPR**

IPR submission

IPR management

**Complaint Submission**

Submit a complaint

Manage complaints

**IPR Service**

Application

Application management

**Note**

Since your identity and intellectual property right documents have already been submitted via the Intellectual Property Protection Platform, you may submit intellectual property right infringement complaint via the corresponding Complaint Handling System after you are linked up to that Complaint Handling System.

Not all of our platforms are subject to the same jurisdiction and our intellectual property protection policies vary from platform-to-platform. Please carefully read and understand our intellectual property protection policies on our platforms and submit complaint via the corresponding Complaint Handling System.

Complaint handling functions for Alibaba.com.cn, Alibaba.com, 1688.com will go live on October 20, 2016. [learn more](#)

Select complaint website

[淘宝网 Taobao.com](#)

[天猫 TMALL.COM](#)

[阿里巴巴 1688.com](#)

[Alibaba.com Global trade starts here.™](#)

[AliExpress Smarter Shopping. Better Living!](#)

## 【侵害者に対する対応（特別に取り得る手段）】

### （著作権）

2012年に施行された改正著作権法において、ノーティスアンドテイクダウン手続きを導入。ノーティスアンドテイクダウンとは、権利侵害を主張する者からの通知によりインターネットサービスプロバイダー(ISP)が、著作権侵害か否かの実態判断を行うことなく、当該情報の削除を行うことにより、当該削除に係る責任を負わないこととする手続きである。

著作権者が、インターネットショッピングサイトにおいて侵害品を見つけた場合、その事実をISPに通知した場合、一般に想定されるISPの対応としては、申立通りに削除することが考えられる。

マレーシアにおいて、MDTCCの執行部門(Enforcement Division)は、インターネット著作権侵害の発生に対応するためにインターネットショッピングサイトを監視する部門を設置している。MDTCCの執行部門は、税関、警察、通信・マルチメディア委員会などの他の機関と協力して捜査を進める。一連のステップを紹介する。

①MDTCCの執行部門は、模倣品を販売するインターネットショッピングサイトをサイバー犯罪係(cybercrimes unit)に報告する。

②サイバー犯罪係(cybercrimes unit)は、通信・マレーシアマルチメディア委員会(MCMC)に、模倣品を販売するインターネットショッピングサイトの削除を要請する。

③MCMCは、模倣品を販売するインターネットショッピングサイトの削除を、インターネットサービスプロバイダー(ISP)に要請する。

しかし、一方で、これらの規制はほとんど実施されていない。MDTCC の執行部門は模倣品を販売するインターネットショッピングサイト運営会社を起訴することができるが、犯罪性の高い案件に限られる。

### (商標権)

- ・ マレーシアにおいて、MDTCC の執行部門(Enforcement Division)は、インターネット商標権侵害の発生に対応するためにインターネットショッピングサイトを監視する部門を設置している。MDTCC の執行部門は、税関、警察、通信・マルチメディア委員会などの他の機関と協力して捜査を進める。一連のステップを紹介する。

①MDTCC の執行部門は、模倣品を販売するインターネットショッピングサイトをサイバー犯罪係(cybercrimes unit)に報告する

②サイバー犯罪係(cybercrimes unit)は、通信・マレーシアマルチメディア委員会(MCMC)に、模倣品を販売するインターネットショッピングサイトの削除を要請する。

③MCMC は、模倣品を販売するインターネットショッピングサイトの削除を、インターネットサービスプロバイダー(ISP)に要請する。

しかし、一方で、これらの規制はほとんど実施されていない。MDTCC の執行部門は模倣品を販売するインターネットショッピングサイト運営会社を起訴することができるが、犯罪性の高い案件に限られる。

### (その他法律)

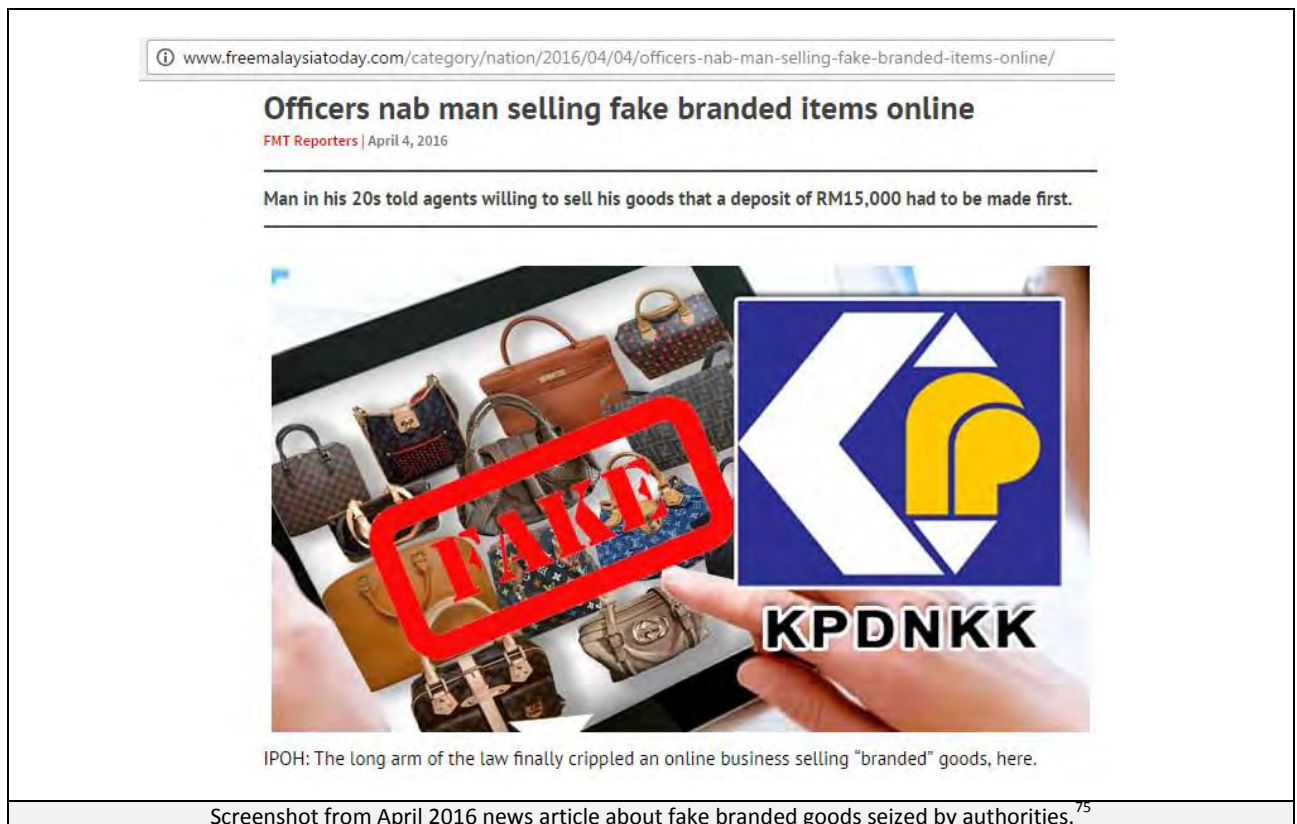
- ・ 特別な規定なし

【侵害者に対する対応（インターネット上の侵害について有効な救済手段）】

既存の救済手段は、当然、インターネット上の侵害について適応される。

## (5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介

MDTCC は、2016年4月、被害総額730万円、792品の模倣品（バック、ベルト、シャツなど）を押収した。押収された模倣品は、マレーシア及びシンガポールのインターネットショッピングサイトで販売される予定であった。MDTCCによると、押収された模倣品には証明書が添付されていたものもあったが、クオリティはとて低いと報告している。押収された模倣品の多くは、Facebook 経由で香港から輸入されていた。MDTCC の捜査により、これら模倣品を販売予定のインターネットショッピングサイトには、正規品の写真が使用されていた。従って、MDTCC は、インターネットショッピングサイトを利用する際には、十分気を付けるようにマレーシア国民に注意勧告している。本件は、まだ捜査中である。



<sup>75</sup> <http://www.freemalaysiatoday.com/category/nation/2016/04/04/officers-nab-man-selling-fake-branded-items-online/>



MDTCC は、2017 年 1 月、クアラルンプール郊外の施設から 140 台の iPhone 模倣品と 86 台の iPads 模倣品を押収した。押収された模倣品は米国と英国の海外のインターネットショッピングサイトで販売される予定であった。本件は、まだ捜査中である。

← → ↻ ⓘ www.freemalaysiatoday.com/category/nation/2017/01/10/fake-iphones-ipads-worth-rm35

## Fake iPhones, iPads worth RM350,000 being sold online seized

Bernama | January 10, 2017

The 140 units of counterfeit iPhones and 86 iPads seized were meant to be marketed online to customers in the United States and United Kingdom.



Screenshot from January 2017 news article about the counterfeit iPhone and iPad products seized by Malaysian raid authorities.<sup>76</sup>

<sup>76</sup> <http://www.freemalaysiatoday.com/category/nation/2017/01/10/fake-iphones-ipads-worth-rm350000-being-sold-online-seized/>

## 2-3. フィリピン

### (1) インターネット上の模倣品の実態

#### 【オンライン販売の市場情報（市場規模、製品の種類、顧客層など）】

フィリピンは、東南アジアでインターネットユーザーが3番目に多い国であり、2,800万人のインターネットショッピングユーザーがいる<sup>77</sup>。過去5年間で、インターネットショッピング利用者の成長率が530%であり、世界中で最もインターネット人口が急速に成長する国である。ちなみに、インドネシアとベトナムのインターネットショッピング利用者の成長率は同時期にそれぞれ430%と82%であった。

フィリピンはまた、東南アジアで最大の英語インターネットショッピング市場とみなされている<sup>78</sup>。これにより外国のサイトが市場に参入しやすい。たとえば、アマゾンでは既に有名なインターネットショッピングサイトの1つであるところ、特にフィリピン用にローカライズしたバージョンを作成していない。

2015年、フィリピンGDPの10%は、インターネットショッピングの成長によりもたされたと言われている<sup>79</sup>。2016年1月、フィリピン貿易産業省は、フィリピンの電子商取引ロードマップ2016-2020を発表した。このロードマップの目標は、2020年までにフィリピンGDPの25%まで、インターネットショッピングを成長させることである。

クレジットカード会社大手のVISAが実施した調査によると<sup>80</sup>、フィリピンのユーザーがインターネットショッピングサイトで買い物する10人のうち9人は、少なくとも1か月に1回

<sup>77</sup> [http://www.bain.com/Images/BAIN\\_BRIEF\\_Can\\_Southeast\\_Asia\\_Live\\_Up\\_to\\_Ecommerce\\_potential.pdf](http://www.bain.com/Images/BAIN_BRIEF_Can_Southeast_Asia_Live_Up_to_Ecommerce_potential.pdf)

<sup>78</sup> <http://www.physeon.eu/wp-content/uploads/2013/01/e-commerce-across-asia-trends-developments-2014.pdf>

<sup>79</sup> <http://www.slideshare.net/janettetoral/philippines-ecommerce-roadmap-final-version>

<sup>80</sup> As above

利用すると推定している。このうち、最大ユーザーは25～34歳のフィリピン人で<sup>81</sup>、女性ユーザーの数が男性ユーザーよりも多い。

フィリピンにおける、インターネットショッピングサイトの人気製品の内訳は、以下の通りである。

- 電化製品 (USD 502.7 million)
- その他 (USD 205.3 million)
- 衣類及び靴 (USD 140.1 million)
- 家具 (USD 96.5 million)
- 食品、化粧品、医薬品 (USD 56.5 million)

#### 【模倣品情報（製品の種類、価格、流通割合、消費者の被害実態など）】

フィリピン貿易産業省やフィリピン知的財産庁 (IPOPIL) は、インターネットショッピングサイトにおける模倣品の統計情報を公開していない。2010年から2014年の間に日本で押収されたUSD3 million相当の模倣品は、フィリピンから輸出されていた。これにより、日本へ模倣品を輸出する上位国は、中国、香港、韓国に続いて、フィリピンは第4位である。

シンガポールの欧州商工会議所とエコノミスト・インテリジェンス・ユニットによって発行された最新のレポートによると、フィリピンは、知財保護及び税関エンフォースメントに関してアジアの中で低いランクに位置付けられている<sup>82</sup>。

---

<sup>81</sup> <http://www.rappler.com/brandrap/finance-and-industries/134852-ecommerce-industry-philippines>

<sup>82</sup> <http://www.worldtrademarkreview.com/Blog/Detail.aspx?g=96abde77-1561-453e-83c4-8c96874e8b06>

更に、2014年のフィリピン知的財産庁レポートによると、過去数年間で模倣品の大部分（40%）がルイヴィトンやグッチなどのブランド商品、次が携帯電話のようなエレクトロニクス、その次が音楽や映画のCDやDVDであったと報告している。それに続くのが、医薬品、スペアパーツである。ちなみに、2013年のフィリピン知的財産庁レポートによると、フィリピンで製造されている模倣品は、全体の30%のみであり、70%は他国からフィリピンに密輸されたものである。特に密輸された模倣品の80%は中国産である。フィリピン政府は2005年に知的財産権委員会を新設して以来、フィリピン全土で押収した模倣品の見積もり額は、すでに352億ペソに達している<sup>83</sup>。

#### 【国毎の特徴的な実情や傾向】

フィリピンにおけるインターネットショッピング上で販売されている模倣品の実情や傾向は以下の通りである。

- ・信じられないほど割引し、あまりにも多くの無料プレゼントをする販売業者<sup>84</sup>。
- ・ユーザーにできる限り早く支払いをせまる販売業者<sup>85</sup>。
- ・代金引換の支払いオプションがない販売業者。
- ・不明瞭な返品ポリシーを持つ販売業者。
- ・販売製品が限定版であることをアピールする販売業者。
- ・販売する製品のジャンルが多岐にわたる販売業者（例えば、一つのサイトで、ジーンズ、香水、メモリーカードなどを販売）<sup>86</sup>。

<sup>83</sup> <http://news.abs-cbn.com/focus/06/14/13/counterfeiting-piracy-remain-rampant-philippines>

<sup>84</sup> <http://www.dti.gov.ph/programs-projects/e-commerce/84-main-content/eco-news/9465-shop-online-safely-and-confidently-online-shopping-safety-tips-for-the-savvy-e-consumer>

<sup>85</sup> As above

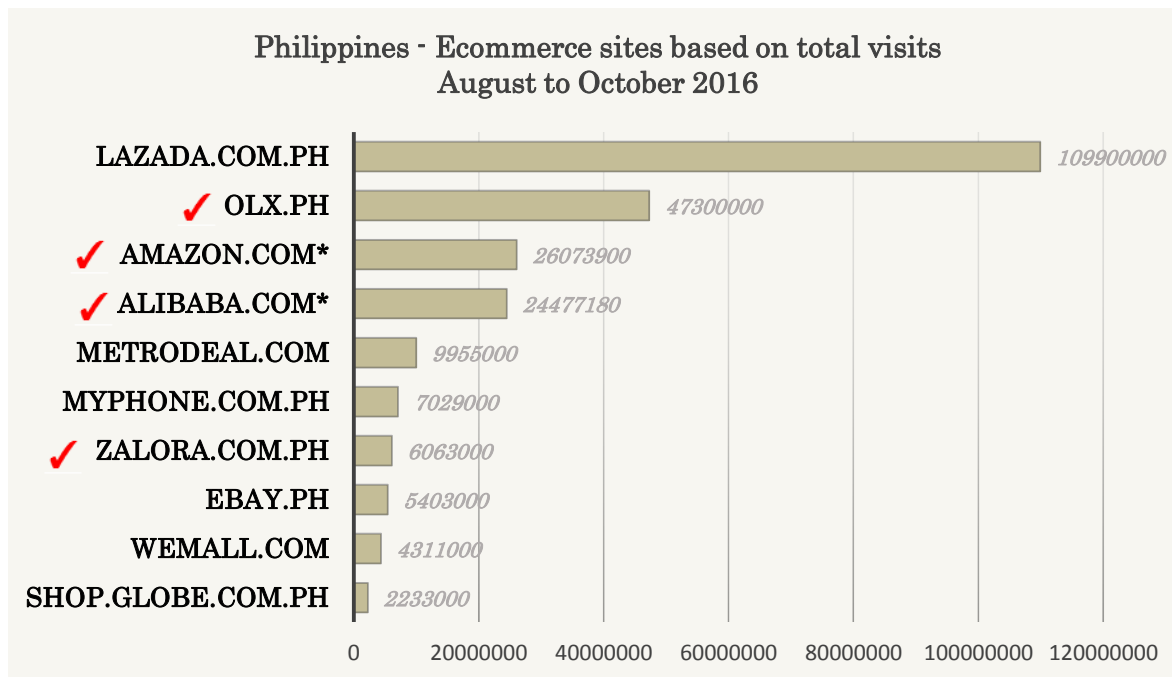
- ・ 販売されている製品がレプリカであることをアピールする販売業者。
- ・ 製品の品質が低い。
- ・ チャットルームや掲示板など比較的規制のゆるい環境で情報交換をおこなう販売業者。
- ・ 正規品を扱う企業のドメインネームに似たドメインネームサイトで販売を行う販売業者。

---

<sup>86</sup> <http://www.complex.com/style/2013/04/10-ways-to-tell-you-are-shopping-on-a-fake-site/language-barrier>

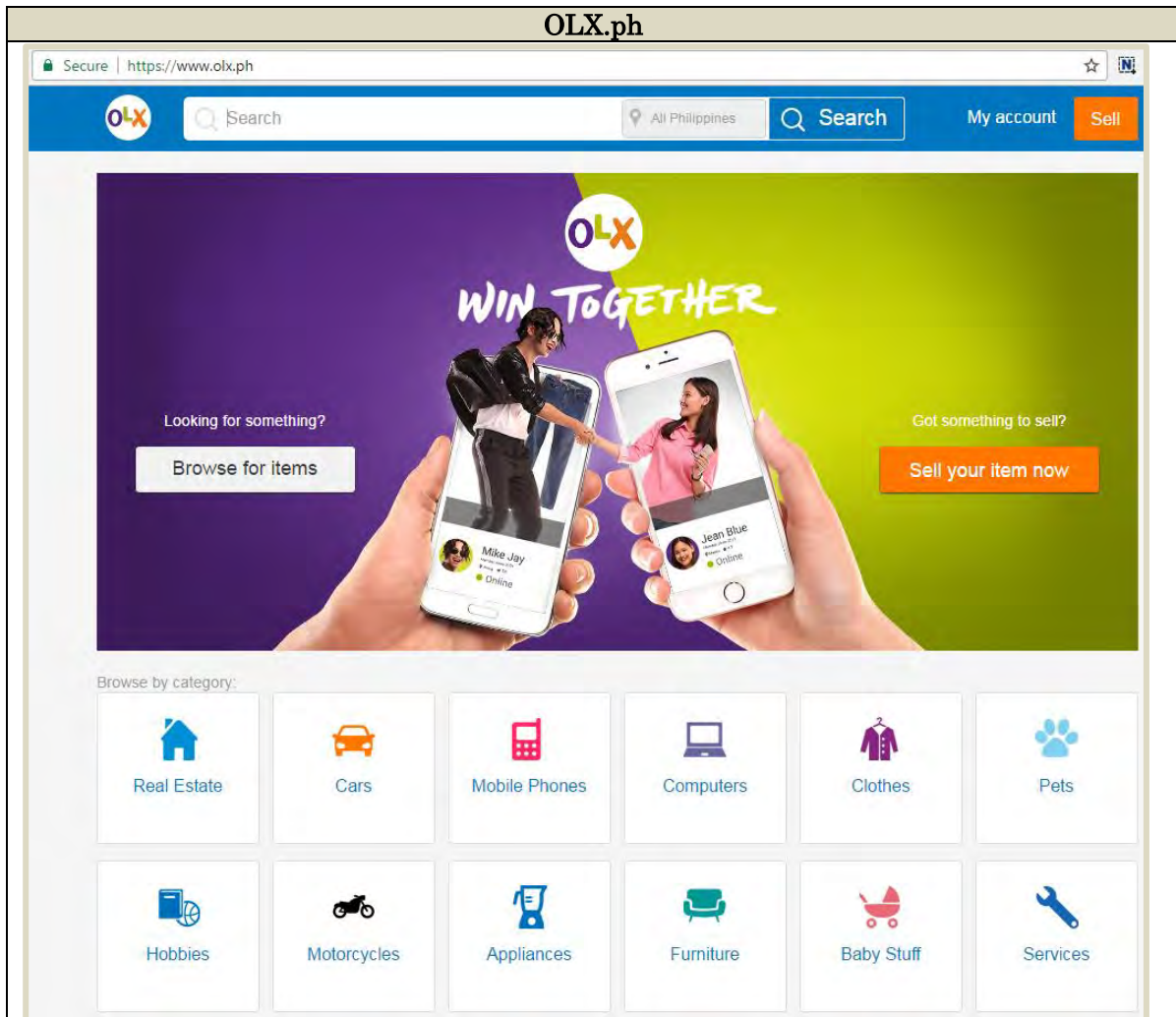
## (2) 主要ショッピングサイト等の選定

上位 10 社のうち、ランキング上位であり、商業的に成功しているインターネットショッピングサイトを 4 つ紹介する。ただし、他国で紹介したインターネットショッピングサイトは除く。



*\*Numbers for these sites are based on total for Philippines-specific visits, based on Similarweb.com's statistics*

## OLX Philippines



サイト種類	Classified ads site
URL	<a href="https://www.olx.ph/">https://www.olx.ph/</a>
販売製品	不動産、車、携帯電話、コンピューター、衣類、ペット、趣味、オートバイ、家電、家具、幼児用品、サービス
ユーザー数	ユーザー数： 1.76Million 以上(全世界：6.78M) <sup>87</sup>

- ・ OLX は、2016 年に設立 10 年を迎えた<sup>88</sup>。

<sup>87</sup> <http://corporate.olx.ph/about-us>

<sup>88</sup> <http://cebudailynews.inquirer.net/97649/olx-exec-bullish-on-e-commerce-growth>

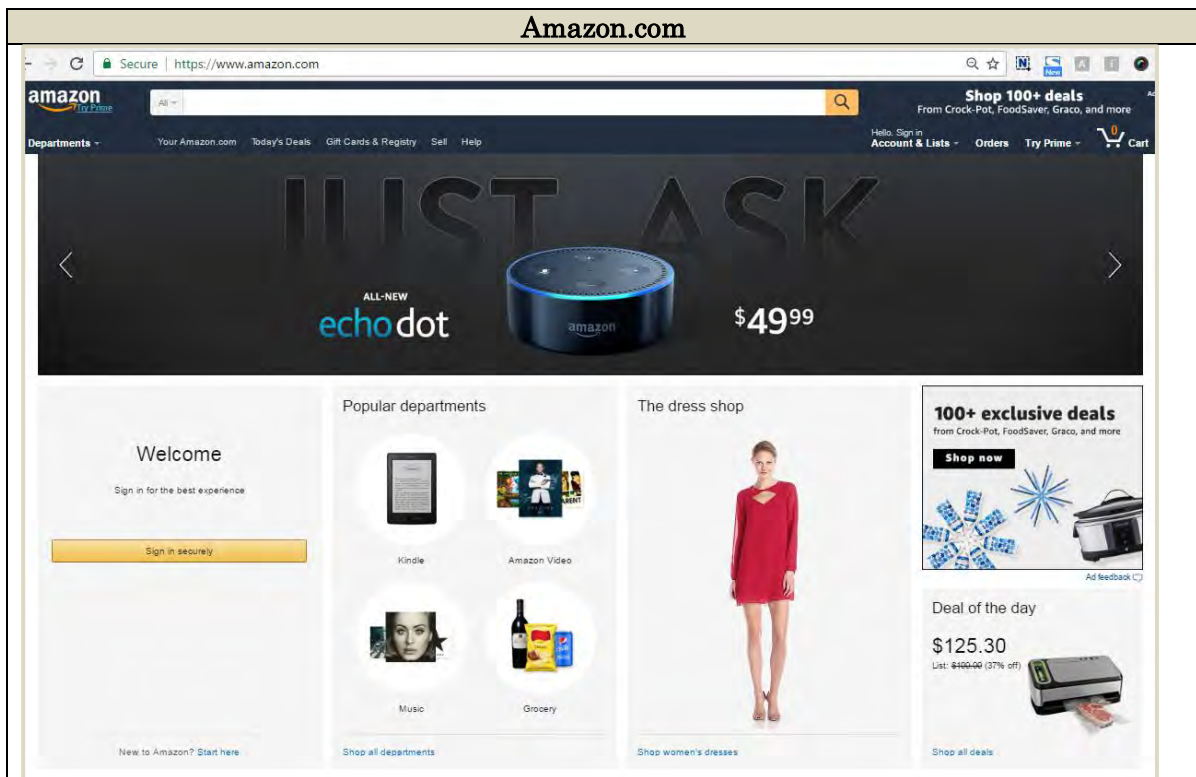
- ・ フィリピンをリードするオンライン広告サイト Sulit.com.ph が、2013 年、OLX Philippines との合併を発表した<sup>89</sup>。買収後も、OLX Philippines 名を使用。
- ・ OLX Philippines は毎日 4 万件のユーザーが訪問。

---

<sup>89</sup> <https://www.techinasia.com/sulit-olx-philippine-classified-ads-sites-merge>



## Amazon in the Philippines



サイト種類	B2C store/marketplace
URL	<a href="https://www.amazon.com/">https://www.amazon.com/</a>
販売製品	ホーム&キッチンペット用品食品&飲料ヘルス&ビューティーコスメベビー&マタニティおもちゃホビー服&ファッション小物シューズ&バッグジュエリー時計おもちゃヘルス&ビューティー食品&飲料家電&カメラ楽器カー&バイク用品文房具・オフィス用品
ユーザー数	非公開

- Amazon は、1994 年にオンライン書店としてスタートし、現在ではさまざまな製品を販売するインターネットショッピングサイトへ変貌。

- Amazon は、フィリピン向けにローカライズされたサイトを持っていないが、フィリピン国民のほとんどが英語を話すことができるため、フィリピンで人気の高いインターネットショッピングサイトの1つである。

## Alibaba in the Philippines

サイト種類	B2N/B2C store/marketplace
URL	<a href="https://www.alibaba.com/countrysearch/PH-Philippines.html">https://www.alibaba.com/countrysearch/PH-Philippines.html</a>
販売製品	スポーツ&エンターテイメント、ホーム&ガーデン、テキスタイル & レザー製品、農業、エレクトロニクス、アパレル、輸送、鉱物 & 金属。
ユーザー数	24,477,180 / 2 か月

- ・ Alibaba は、1999 年設立。今や、世界で最も人気のあるサイトの一つである。

- ・中国商務省（MOC）のニュースレポートによると、2014年、インターネットショッピングサイトである Alibaba グループの Taobao 及び Tmall、Alibaba のライバルサイトである JD 及び他の小さなサイトで取引されている約 40%の製品は模倣品であることが判明した。
- ・Alibaba は、2015年、当該模倣品を確認するためにテストバイ購入として、USD21.6 million を費やした。
- ・Alibaba は、2015年に信頼できるブランドオーナーからのテイクダウン要件を減らすため、Good Faith Take-Down Mechanism を導入した<sup>90</sup>。
- ・Alibaba は、2016年5月、International Anti Counterfeiting Coalition のメンバーからのテイクダウン要求を迅速に行う MarketSafe プログラムを導入した<sup>91</sup>。
- ・Alibaba は、2017年1月、Mars Inc、Huawei Technologies、Swarovski、Louis Vuitton、Samsung Electronics をはじめとする 20社からなる Big Data Anti-Counterfeiting Alliance を発表した。彼らの目的は、模倣品の販売を撲滅するために、データ分析を使用して執行機関と協力することである<sup>92</sup>。
- ・模倣品撲滅のため、2016年8月までの12ヶ月間に、Alibaba は、3億8,000万件以上の商品リストを削除し、18万のインターネットショッピングサイトを閉鎖したと発表した<sup>93</sup>。

---

<sup>90</sup> [http://www.economist.com/node/7942225?story\\_id=7942225](http://www.economist.com/node/7942225?story_id=7942225)

<sup>91</sup> <http://ipp.alibabagroup.com/infoContent.htm?skyWindowUrl=news-1-en>

<sup>92</sup> <https://www.b2becommerceworld.com/2017/01/23/alibaba-forms-alliance-find-online-counterfeits>

<sup>93</sup> As above

## Zalora Philippines

The screenshot shows the Zalora Philippines website homepage. At the top, there's a navigation bar with the Zalora logo, 'WOMEN', and 'MEN' categories, and a search bar. Below the navigation bar, there are several promotional banners: 'DAYS FREE RETURNS', 'FREE DELIVERY ABOVE P995', 'CASH ON DELIVERY', and 'CALL (02) 858 0777'. The main banner is a large red rectangle with the text 'END OF SEASON SALE Up To 60% Off' in white, flanked by images of a woman and a man. Below the banner is a 'Featured Brands' section displaying logos for IVY PARK, BENCH/, RIVER ISLAND, Belo ESSENTIALS, Sunnies, CASIO, MANGO, Superdry, PLAINS & PRINTS, wallis, new balance, Olay body, PEN SHOPPE, and ZALORA.

サイト種類	B2C store /marketplace
URL	<a href="https://www.zalora.com.ph/">https://www.zalora.com.ph/</a>
販売製品	女性及び男性のファッションアパレル、アクセサリ、美容ケア
ユーザー数	2015年 150,000 以上/日 Zalora app downloads 4.799 million.

- ・ Zalora は、Rocket Internet によって支援、育成され成長してきた。Zalora は、27 の新興国においてファッション業界のリーディングカンパニーとなったグローバル・ファッション・グループ（GFG）に属している<sup>94</sup>。
- ・ Zalora は、USD250 million 以上も資金調達を達成することができた<sup>95</sup>。
- ・ Zalora は、シンガポール、インドネシア、マレーシア、ブルネイ、フィリピン、香港、台湾でインターネットショッピングを開始している。
- ・ 特に、Zalora は、フィリピンで 2012 年にビジネスを開始した。
- ・ Zalora は、フィリピンで最も人気のある B2C ファッションストアで、500 を超えるインターナショナルブランドとローカルブランドを取り扱っている。
- ・ Zalora Philippines の 2014 年の売り上げは、2013 年と比較すると、150%増加した<sup>96</sup>。
- ・ 2015 年のレポートでは、合計 3500 万人のユーザーを有している。
- ・ Zalora は、2014 年、香港に初めての店舗をオープンさせたが、インターネットショッピングサイトが実際に店舗をオープンさせた初めての事例である<sup>97</sup>。
- ・ タイの小売グループであるセントラルグループは、Zalora タイ事業を買収する予定である<sup>98</sup>。

---

<sup>94</sup> <http://www.rappler.com/business/features/126782-zalora-philippines-shopping-malls>

<sup>95</sup> <http://www.forbes.com/sites/rahilbhat/2016/04/27/zalora-southeast-asias-largest-clothing-e-tailer-confirms-sale-of-thailand-vietnam-operations/#4d3d944d8cd1>

<sup>96</sup> <http://www.philstar.com/business/2015/03/18/1434707/zalora-eyes-double-sales>

<sup>97</sup> <http://www.forbes.com/sites/joshsteimle/2015/05/11/how-online-retailer-zalora-is-using-an-offline-store-to-grow-in-hong-kong/#7e30ddb620c9>

<sup>98</sup> <http://www.reuters.com/article/us-zalora-thailand-m-a-idUSKCN0XO1EX>

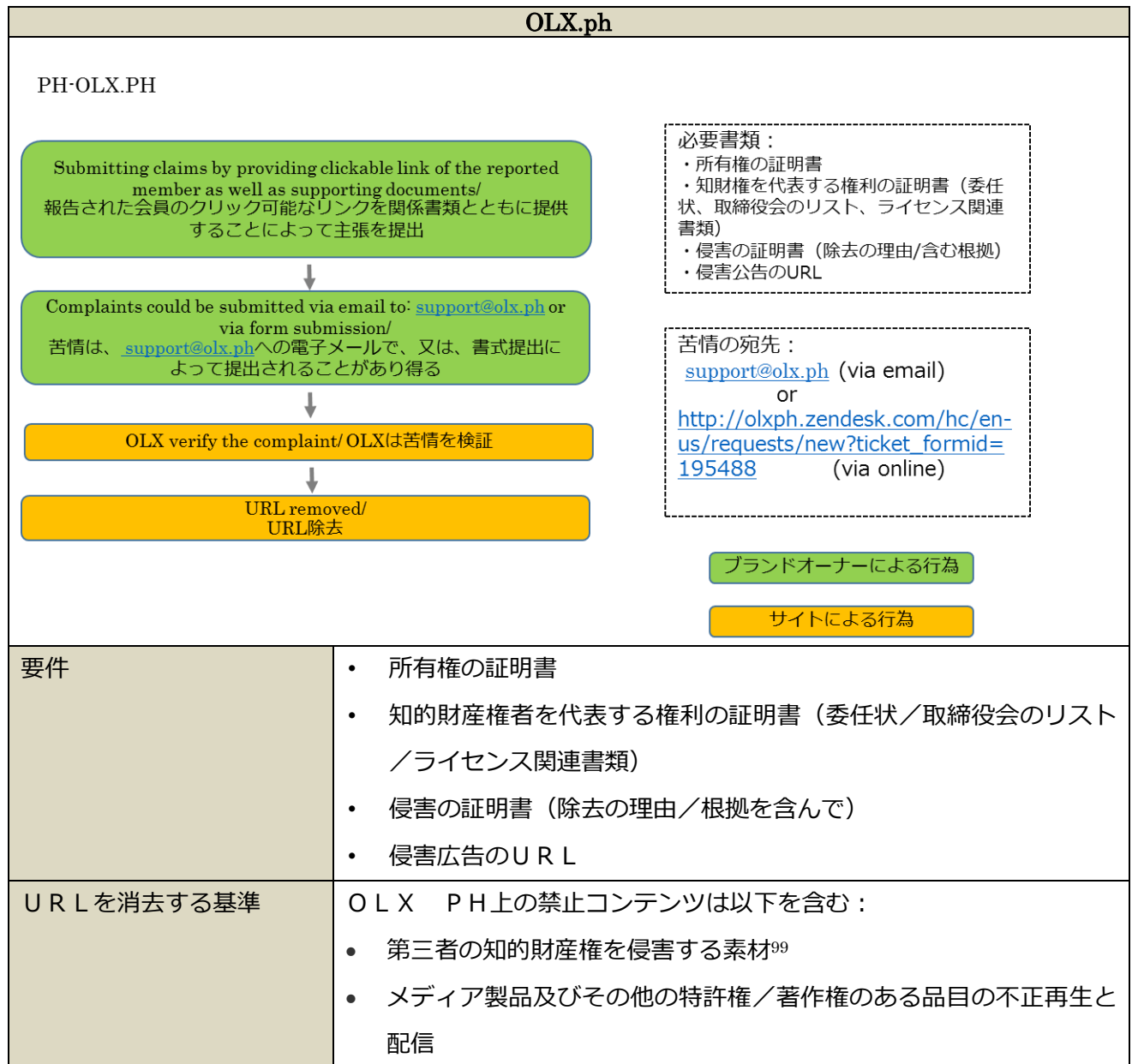
(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介

	OLX.ph	Amazon.com	Alibaba.com	Zalora.com.ph
1 利用規約中に知的財産権に関する条項があるか？	○	○	○	○
2 知的財産権についての苦情に応答できるか？	○	○	○	○
3 自動テイクダウンシステムを持っているか？	×	○	○	×
4 大量の苦情に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	○	○	○	○
5 継続して信頼されているブランドオーナーの申出に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	○	○	○	○
6 侵害者の連絡先詳細を開示するか？	×	×	×	×
7 販売者により繰り返される侵害を監視するか？	×	○	○	×
8 サイト上のその他の同様の侵害を監視するか？	×	○	○	×
9 アップロードを防ぐために特定のキーワードにフィルタをかけることに同意するか？	×	○	○	×
10. 繰り返される侵害に対してより強い罰則があるか？	○	○	○	○

(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介

【サイト運営事業者の対応】

OLX Philippines



<sup>99</sup> <https://olxph.zendesk.com/hc/en-us/articles/213529597-Content-Guidelines>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 原品目のレプリカ、イミテーション、海賊版又は複製品</li> <li>• 違法製造されたメディア製品（例えば、DVD、CD、映画、mp3、電子ブック、電子雑誌など）<sup>100</sup></li> </ul>
追加措置	サイト上に規定なし
罰則	事前通知なしのアカウント停止又はコンテンツ削除 <sup>101</sup> 。
応答時間	サイト上に規定なし

### Help us help you faster!

Accurately selecting your specific issue from the drop-down lists below will enable us to direct your message to the right department. Once you select your issue, you will be able to contact us.

How can we help you?\*

I want to report a case of fraud

I want to report a case of fraud\*

Other

Tell us more about your concern by writing a detailed explanation here\*

Please enter the details of your concern. A member of our support team will respond as soon as possible.

What OLX platform you are using?

Ad ID/ Ad link

Name\*

Your email address\*

Your Mobile Number\*

Please indicate the mobile number you used in signing up for an OLX account

Attachments

Add file or drop files here

\* Mandatory fields

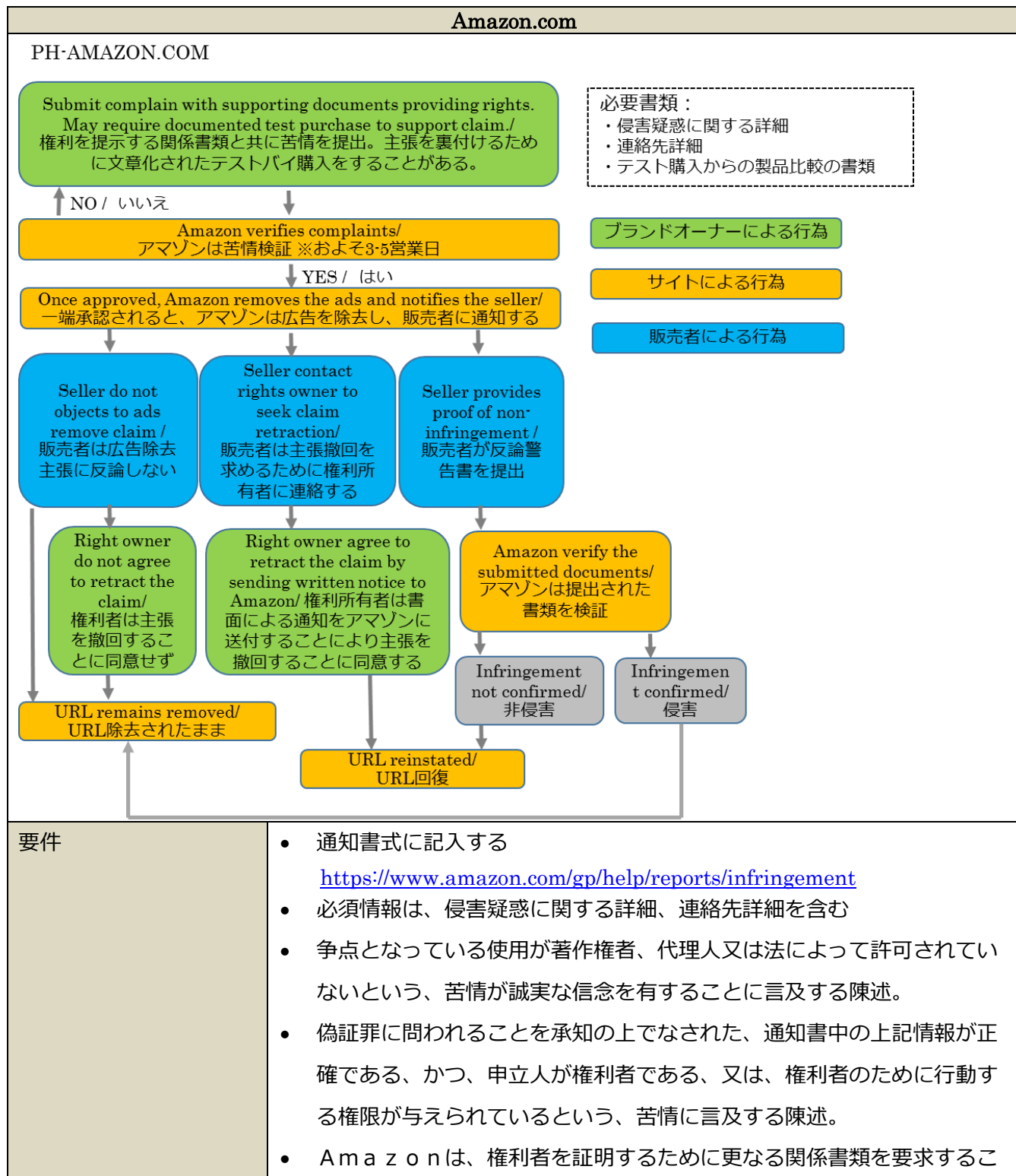
Submit

Online support form: [https://olxph.zendesk.com/hc/en-us/requests/new?ticket\\_form\\_id=195488](https://olxph.zendesk.com/hc/en-us/requests/new?ticket_form_id=195488)

<sup>100</sup> <https://olxph.zendesk.com/hc/en-us/articles/212924068-Prohibited-Items-and-Services>

<sup>101</sup> <https://olxph.zendesk.com/hc/en-us/articles/213529577-Violations-of-our-Rules>

## Amazon in the Philippines



	<p>とがある。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Amazonは、文書化されたテスト購入及び製品の比較の形式で侵害の更なる証明書を要求することがある<sup>102</sup>。</li> </ul>
URLを消去する基準	<p>Amazonは、Amazon.comで販売された品目が、サイトのコンテンツポリシー及びガイドラインに従うべきであり、除去又は変更の対象でなければならないことを宣言した<sup>103</sup>。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon.comで販売された品目は、全ての準拠法を忠実に守らなければならない。</li> <li>個人のプライバシーを侵害する、又は、侵害する虞がある品目は禁じられる。</li> <li>書籍、音楽、映像、ソフトウェア、画像などのコピー、ダビング、複製又は譲渡は禁じられる。</li> <li>プロモーション用途だけのため製造及び配布された映画、CD、ソフトウェア、書籍（新刊書見本及び訂正されていない校正刷りを含む）などは禁じられる。</li> <li>Amazon.comを通じて販売された映像ゲームは、フルリテール版でなければならない。</li> <li>フルリテール版のソフトウェアだけがAmazon.comを通じて販売されることがある。</li> <li>映画（VHS、DVDなど）の無断コピーは、Amazon.comを通じて販売されないことがある。</li> <li>ペイ・パー・ビュー方式イベントを含むテレビ番組の無断コピーは禁じられる。</li> <li>どのような形式でも再コピーされた音楽は禁じられる。</li> <li>無断レプリカ、又は、海賊版及び模倣品の販売は認められていない。</li> <li>有名人の画像及び／又は有名人の名前は、有名人又は彼らの管理者の許可なく商業目的のため使用できない。</li> </ul>

<sup>102</sup> <http://www.webretailer.com/lean-commerce/trademarks-amazon-private-label/>

<sup>103</sup> [https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref=help\\_search\\_1-8?ie=UTF8&nodeId=201995150&qid=1485870484&sr=1-8](https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref=help_search_1-8?ie=UTF8&nodeId=201995150&qid=1485870484&sr=1-8)

罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>• リストの除去</li> <li>• 販売者が繰り返し苦情を受けた場合、アカウント停止又は終了</li> <li>• 返済なく Amazon フルフィルメントセンターにおける在庫の破壊<sup>104</sup></li> </ul>
応答時間	およそ 3 ~ 5 日

## PH – AMAZON.COM

Amazon IP complaint form: <https://www.amazon.com/gp/help/reports/infringement>

**Allegation of Infringement**

Are you the Rights Owner or an Agent?  
 Rights Owner  Agent

The primary complaint pertains to:

The specific concern is:

Name of Brand:

Additional Information

4000

The ASIN (Amazon Standard Identification Number) or the URL of each product you are reporting. You can report up to 50 products for the same specific concern in 1 form. If you have different concerns to report, please submit 1 form for each concern.

ASIN/ISBN-10:  OR Product URL:

### Allegation of infringement

The ASIN (Amazon Standard Identification Number) or the URL of each alleged product ad. Complainant can report up to 50 products for the same specific concern in 1 form.

### Secondary contact details

Provided to the seller (if relevant) for queries regarding removal request.

**Your Contact Details**  
 This is the contact Amazon will use

Are you a verified contact?  
 Yes  No

Your Name:

Last Name:

Company (Optional):

Address Line 1:

Address Line 2 (Optional):

City:

State (Optional):

ZIP Code:

Country:

United States

Phone Number:

E-mail address:

Custom E-mail address:

*Complainant's contact details*

*For Amazon to contact the complainant*

**Secondary Contact Details**  
 The contact details which we will provide to **Third Party Sellers** (if relevant) for queries regarding this notification.

Use the contact details provided above

Name:

E-mail Address:

**Statements**

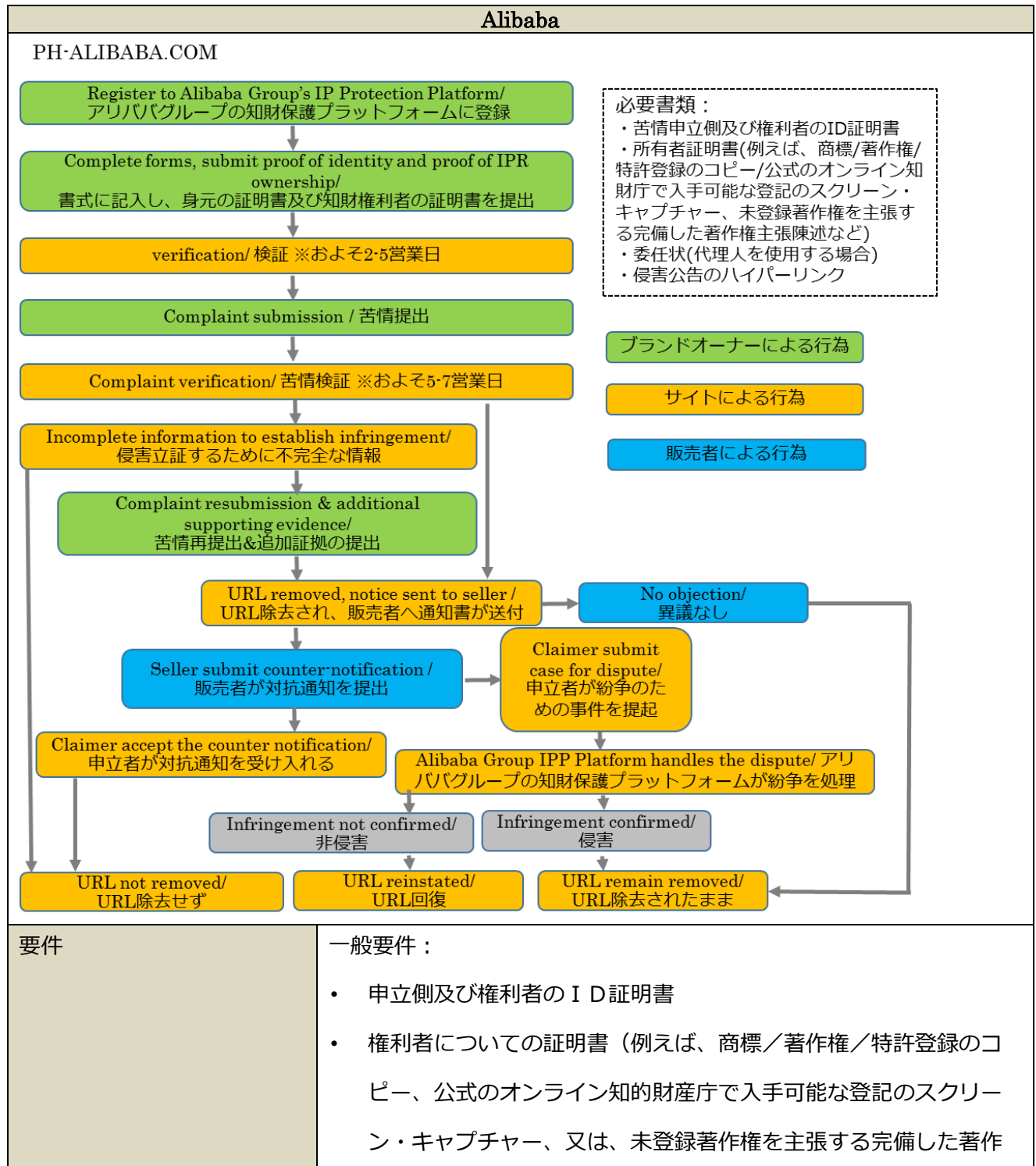
"I have a good faith belief that the content(s) described above violate(s) my rights described above or those held by the rights owner, and that the use of such content(s) is contrary to law."

"I declare, under penalty of perjury, that the information contained in this notification is correct and accurate and that I am the owner or agent of the owner of the rights described above."

I have read and accept the statements above.

<sup>104</sup> [https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref=help\\_search\\_1-1?ie=UTF8&nodeId=201166010&qid=1384386102&sr=1-1](https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref=help_search_1-1?ie=UTF8&nodeId=201166010&qid=1384386102&sr=1-1)

## Alibaba in the Philippines



	<p>権主張陳述など)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 委任状（代理人を使用する場合）、及び</li> <li>• 侵害広告のハイパーリンク</li> </ul> <p><b>商標権：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 必須詳細： I P R名／説明、登録番号、権利者、有効期間、商品／サービスの適用クラス、知的財産権を所有するブランド、商標が保護される管轄地域（国）</li> <li>- 完全な商標登録証明書（ブランド名及び分類ページが要求される）のデジタル写真又はコピー</li> <li>- 商標権が譲渡されている場合、譲渡証明書のデジタル写真又はスキャンコピー</li> <li>- 商標権が更新されている場合、更新証明書のデジタル写真又はスキャンコピー</li> <li>- 商標が変更されている場合、変更のデジタル写真又はスキャンコピー</li> </ul> <p><b>著作権：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 必須詳細： 知的財産権名／説明、登録番号、権利者、最初の出版日</li> <li>- 所有権を提示する関係書類（即ち、著作権登録証明書又は出版権所有権の証明書）のデジタル写真又はコピー</li> <li>- 最初の出版の証明書（例えば、新聞、雑誌、又は信頼できる第三者により発行された証明書）</li> </ul>
--	---

	<p><b>発明特許権／意匠特許権／実用新案特許権：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 必須詳細： 知的財産権名／説明、登録番号、権利者、有効期間</li> <li>- 特許権証明書デジタル写真又はカラースキャン</li> </ul> <p><b>その他：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 必須詳細： 知的財産権名／説明、登録番号、権利者、有効期間</li> <li>- 主張された知的財産権の所有権を提示する関係書類</li> </ul>
URLを消去する基準	<p>一般的な侵害は、特に限定されることなく以下を含む<sup>105</sup>：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) 商標権、著作権、又は製品説明、店舗名若しくはハイパーリンクにおける著作権の不正利用、又は、</li> <li>b) 製品の提供若しくは販売についての商標権、著作権、又は特許権の不正利用、又は、</li> <li>c) 他者を惑わせる、若しくは、欺く製品説明若しくはその他の情報</li> </ul> <p>重大な侵害は、特に限定されることなく以下を含む：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) 著作権者の許可なしに印刷物、視聴覚記録物若しくはソフトウェアの提供若しくは販売、又は、</li> <li>b) 商標権者若しくはライセンシーによって認められていない製品の提供若しくは販売</li> </ul>
追加措置	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 実際にはブランドオーナーによって製造されているかどうか疑わしい「ブランド物の」製品を提供するリストを定期的にふるいにかける。これらのリストを積極的に除去し、状況次第で、店舗を閉鎖す</li> </ul>

<sup>105</sup> <http://rule.alibaba.com/rule/detail/2043.htm>

	<p>る。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 顧客を釣るために模倣品販売者によって使用された注意喚起キーワード（例えば、「レプリカ」及び「イミテーション」など）を含むリストの公開を阻止する。</li> <li>- 関係のない製品を広告するためにヘッドラインに人気のあるブランド名を使用する虚偽的リストを排除するためにビッグデータ技術を使用する。</li> <li>- 商品写真がブランド名又は不適切なテキストなどの一定のキーワードを含んでいるかどうかを検出するために光学文字認識（OCR）技術を使用する。</li> <li>- 事前に識別された不法写真の特性を使用して、類似した特性を有するその他の写真を積極的に検出及び除去する。写真に現れるテキストが不釣り合いに大きい場合（模倣者によって使用されるトリック）、システムは、追加調査のためこれらの品目について自動的に警告を出す<sup>106</sup>。</li> <li>- テストバイ購入、オンライン知的財産権ウェビナー、マルチブランドに的を絞った協力、知的財産権振興のためのサイト上の専用ウェブページを提供する知的財産権保護協力プログラムに参加するようにブランドオーナーを勧誘する<sup>107</sup>。</li> </ul>
罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>- リストの除去</li> <li>- 行為の重大性に依存する罰則点<sup>108</sup></li> <li>- 警告状の発行</li> <li>- 自分のアカウントへのアクセスの制限、及び、最終的に、</li> </ul>

<sup>106</sup> <http://uk.blastingnews.com/education/2016/11/malaysia-s-govt-to-combat-the-sale-of-counterfeit-software-001281257.html>

<sup>107</sup> <http://ipp.alibabagroup.com/infoContent.htm?skyWindowUrl=news-1-en>

<sup>108</sup> <http://rule.alibaba.com/rule/detail/2043.htm>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 自分の会員資格の終了、並びに、その結果、侵害疑惑のある素材を投稿することを阻止される。</li> </ul>
<p>応答時間</p>	<p>誠実なユーザー：苦情は1～3営業日以内に処理される。  通常ユーザー：苦情は5～7営業日以内に処理される。</p>

# IPR Protection Cooperation

## Benefit of cooperation

We respect intellectual property right and its owner and aim to establish right-owner-oriented cooperation with stakeholder for enhanced joint intellectual property protection.



## Alibaba Group IP Protection Platform

1. IP Holder / Agent Registration at <http://ipp.alibabagroup.com/register.htm>

The screenshot shows the registration page for the Alibaba Group IP Protection Platform. The page header includes the Alibaba Group logo and the text 'IP Protection Platform' and 'http://ipp.alibabagroup.com'. The page is divided into three steps: 1. Verification, 2. Information, and 3. Complete. The current step is 'Verification', which shows a message: 'You have successfully verified your email address. Please set a password for the account. In the future you can use your email address to login ipp.alibabagroup.com'. Below the message are two input fields: 'Password' and 'Confirm password', both with placeholder text 'Please enter your password' and 'Please retype your password' respectively. A red 'Confirm' button is located below the input fields.


## 2. Submitting General Information (Detail and proof of IP Holder / Agent's Identity) for verification

The image displays two screenshots of the 'My IPR' web application interface. The left screenshot shows the 'Identity Information' form, which includes sections for 'Registration Details', 'Contact', 'Complaint Submission', and 'IPR Service'. The 'Identity Information' section contains fields for 'Region' (set to 'Others'), 'Category of User Identity' (set to 'Individual Outside Mainland China'), 'Category of Registrant', 'Complaint Name', 'Decided Address', 'Type of Identity Proof' (set to 'Identity Proof of Applicant'), and 'Identity Proof of Applicant'. The right screenshot shows the 'Contact' form, which includes fields for 'Name of contact person', 'Mobile', 'Phone', 'Email Address', and 'Trade Manager'. Both screenshots show a navigation menu on the left and a top header with user information and language options.

## 3. Submitting IPR Information (detail and proof) for verification

The image displays a screenshot of the 'Submit IPR Information' form in the 'My IPR' web application. The form includes sections for 'Registration', 'Contact', 'Complaint Submission', and 'IPR Service'. The 'Submit IPR Information' section contains fields for 'Registration Place of IPR' (set to 'Mainland China'), 'IPR Type' (set to 'Trademark'), 'IPR Name/Description', 'IPR Registration Number', 'IPR Owner', 'Verify The Applicable Class Of Goods/Service', 'The Brand That Owns The IPR', and 'Jurisdiction(s) (Countries) Where The Trademark is Protected'. To the right of the form, there are instructions and 'Upload Files' buttons for 'Trademark Registration Certificate', 'Certificate of Transfer', 'Renewal Certificate', and 'Modification Certificate'. Each section includes detailed instructions on what to upload and in what format. A 'Confirm' button is located at the bottom right of the form.

4. Once verified, member of Alibaba Group IPP Platform can submit a complaint. The process can also be tracked using the system.

<b>General information</b>	<b>Note</b>
Registration Contact	Since your identity and intellectual property right documents have already been submitted via the Intellectual Property Protection Platform, you may submit intellectual property right infringement complaint via the corresponding Complaint Handling System after you are linked up to that Complaint Handling System.
<b>My IPR</b>	Not all of our platforms are subject to the same jurisdiction and our intellectual property protection policies vary from platform-to-platform. Please carefully read and understand our intellectual property protection policies on our platforms and submit complaint via the corresponding Complaint Handling System.
IPR submission IPR management	Complaint handling functions for Alibaba.com.cn, Alibaba.com, 1688.com will go live on October 20, 2016. <a href="#">learn more</a>
<b>Complaint Submission</b>	Select complaint website
Submit a complaint Manage complaints	
<b>IPR Service</b>	
Application Application management	

## Zalora Philippines

<b>Zalora.com.ph</b>	
PH-ZALORA.COM.PH	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 60%;"> <p style="text-align: center;">Submitting complains with necessary supporting documents/ 必要な関係書類と共に苦情を提出</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">Complaints could be submitted via email to: <a href="mailto:customer@ph.zalora.com">customer@ph.zalora.com</a> / 苦情は電子メールで<a href="mailto:customer@ph.zalora.com">customer@ph.zalora.com</a>に提出</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">Complaint verification/ 苦情検証</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">URL removed/ URL除去</p> </div> <div style="width: 35%; border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>必要書類：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 所有権の証明書</li> <li>・ 知財権の代理人を務める権利の証明書</li> <li>・ 侵害の証明書</li> <li>・ 侵害公告のURL</li> </ul> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 20px;"> <div style="width: 60%; border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>苦情の宛先：</p> <p><a href="mailto:support@ph.zalora.com">support@ph.zalora.com</a> (via email)</p> </div> <div style="width: 35%;"> <p style="text-align: center; background-color: #c8e6c9; padding: 2px;">ブランドオーナーによる行為</p> <p style="text-align: center; background-color: #ffcdd2; padding: 2px;">サイトによる行為</p> </div> </div>	
要件	<p>Zaloraは、サイト上で見つけれられた侵害疑惑のある品目の除去について詳細情報を提供していない。しかしながら、基礎となる関係書類は、権利者がサイト上でリストに掲載された何らかの侵害製品に気づき、措置を講じたいと思う場合、更に要求されることがある。</p> <p>テイクダウン依頼状</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 所有権の証明書</li> <li>• 侵害広告のURL</li> <li>• 委任状（代理人を使用する場合）</li> </ul>
URLを消去する基準	<p>Zalora PH上のサービス利用規約では、ユーザーが自己の、又は、第三者の著作権若しくは何らかの知的財産権（限定されることなく、著作権、商標権、及び放映権を含む）、又はプライバシー権若しくはその他の権利を侵害する、又は、違反</p>

	する虞のあるものについて何ら提出を要しないものとする、と規定している（条項 1. 7） <sup>109</sup> 。
追加措置	確認応答のため 1～2 日 検証のため 3～4 日 （サイト上には表明されず、電話問い合わせに基づいている）
罰則	Zalora は、罰則のうちどれが知的財産権侵害に関係しているかを明記することなく、サイトの乱用に対する罰則の範囲だけを明記している。 Zalora は、通知なしでいつでもアクセス停止、一時的又は永久的なアカウント取消ができる。
応答時間	サイト上に規定なし。

<sup>109</sup> <https://www.zalora.com.ph/terms-of-service/>

## 【侵害者に対する対応（特別に取り得る手段）】

（その他法律）

- ・特別な規定なし

## 【侵害者に対する対応（インターネット上の侵害について有効な救済手段）】

2012年に施行されたサイバー犯罪防止法<sup>110</sup>ではサイバー犯罪行為、インターネットサービスプロバイダー(ISP)の責任を規定している一方で、2000年に施行された電子商取引法<sup>111</sup>ではISPの責任免除を規定している。例えば、電子商取引法の第30条は、電子データメッセージ又は電子文書にアクセスするだけであれば、民事又は刑事責任からISPを除外している。ISPの責任を免除する当該条項は、ホストしているWebサイトを介して行われた違法行為に対して訴追することを困難にしている。被告の抗弁として、法律知識不足による違法行為への関与を主張することは非常に容易である。同様に、そのような主張を裏付ける説得力のある証拠を集めることも同様に困難である。しかし、当該問題は、Republic Act No. 10372による最近改正された知的財産法によって対処されている。

改正法第216条は、第二次義務の概念が導入され、侵害行為に直接参加していなくても、より多くの当事者に対して責任を負わせている。つまり、当該改正によって、ISPが直接的に侵害行為を行っていないとしても、ISPが何らかの形で利益を得ていることが証明される限りにおいて、IPSは当該侵害行為に対して責任を負うことになる。さらに、ISPが侵害行為を誘発し、実質的に貢献したりする場合は二次的責任も課される。この条項の下で、違法ダウンロードなどの侵害行為をホストしているウェブサイト上のISPは、特に収入や広告などの活動から恩恵を受け続ける場合、侵害の責任を負う可能性がある。

---

<sup>110</sup> <http://www.gov.ph/2012/09/12/republic-act-no-10175/>

<sup>111</sup> [http://www.wipo.int/wipolex/fr/text.jsp?file\\_id=225418](http://www.wipo.int/wipolex/fr/text.jsp?file_id=225418)

要約すると、ISP が知財侵害に対して負う責任は、以下の通りである。

- 1.侵害行為が通知されること
- 2.侵害者の活動を管理する能力を有すること
- 3.侵害から利益を得ること

上記インターネット上の侵害訴訟に対する救済策を求めるために、刑事訴訟又は行政訴追を活用することは、より効果的であると言える。



## (5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介

2015年10月、韓国ブランド“Etude House”及び“Rosa Fioure House”のフィリピン販売代理店は、Lazada.phのサイトにて模倣品が販売されたとして、Lazada.phを提訴した<sup>112</sup>。更に、“Rosa Fioure House”は、lazada.com.phの執行役員が知的財産法第155,168,169条違反であるとして、刑事告発した。当該刑事告発の後、Lazada.phは、模倣品を販売するサイトをすぐに削除したとすぐに発表した。

2014年、インターネットショッピングサイトの一つであるCashCashPinoyは、販売店が当該インターネットショッピングサイトにて模倣品を販売することができるようにと、多数のユーザーからの苦情を受けた。Samsung Galaxy S5の携帯電話、Michael Kors、Guess、Nine Westのバッグが含まれていた<sup>113</sup>。ユーザーからの嘆願書も含まれていた。この騒動を受けて、PayPal及びクレジットカード決済プロバイダBDOは、CashCashPinoyに対する支払を止めた。また、BDOは、クレジットカード保有者に対して、サイト上の広告で当該インターネットサイトから製品購入をやめるように注意を喚起した。この騒動には、フィリピン貿易産業省も動き、フィリピン政府高官は、他のインターネットショッピングサイトであるGroupon、Ensogo、Metrodeal、LazadaからCashCashPinoyに対する苦情を多数受けていると述べた。

---

<sup>112</sup> <http://news.abs-cbn.com/business/10/23/15/why-etude-house-distributor-sued-lazada>

<sup>113</sup> <https://www.techinasia.com/bdo-suspends-cashcashpinoy-alleged-sale-fake-luxury-goods-sources>

## 2-4. タイ

### (1) インターネット上の模倣品の実態

#### 【オンライン販売の市場情報（市場規模、製品の種類、顧客層など）】

タイのインターネットショッピング市場は、過去 10 年間で着実に成長している。2016 年 4 月にプライスウォーターハウスクーパース コンサルティングタイが発表した統計によると、タイ人の 51%は、インターネットショッピングサイトを利用している。主な理由は、ユーザーがインターネットショッピング市場に容易にアクセスできることと、価格を比較することが容易であるからである。

タイの電子取引開発機構（ETDA）は、2015 年にタイにおけるインターネットショッピングサイトの取引額が JPY 7,244,178million であり、タイにおいて取引される総売上高の実に 43.47%に相当することを明らかにしている。2014 年から 10.41%の割合で増加している。そのうち、B2B E コマースは 59.45%、B2C は 22.72%を占めている。2015 年から 2016 年の成長率は 36.35%である。

2016 年、インターネットショッピングサイトでの取引額の大きいものは以下のとおりである。

- ・食品/加工食品/飲料/農漁業品：JPY 744,923million
- ・化粧品/補助食品/香水/美容機器及び付属品:JPY 532,911million

更に ETDA と情報通信省が収集した 2015 年の統計によれば、オンラインで購入された商品/サービスの優先分類は、ファッション（42.6%）、IT 機器（27.5%）、健康と美容製品（24.4%）である。一方で、女性は、男性よりもファッション、宝石/宝飾品、健康と美容製品を購入することがデータにより示されている。男性は主に IT 製品を購入する。

異なるデータとして、2016年、タイインターネットユーザープロフィール調査によると、ユーザーの59%がウェブサイトを通じて製品やサービスを購入するためにインターネットを使用していることが明らかになった。ユーザーの33.8%がウェブサイトを通じて製品やサービスを販売するためにインターネットを使用している。つまり、これはタイのユーザーの間で、インターネットショッピングが信頼されつつある証拠である。

### 【模倣品情報（製品の種類、価格、流通割合、消費者の被害実態など）】

インターネットショッピングにおける模倣品の数が増加している理由の1つは、模倣品販売業者にとって、インターネットショッピングによる取引が安全だと認識されてきたからである。なぜならば、エンフォースメント執行当局が実際の模倣品販売業者を特定することは難しいと考えられているからである。タイのインターネットショッピングサイトで販売されている製品の多くは、ファッション商品、モバイル/IT機器である。

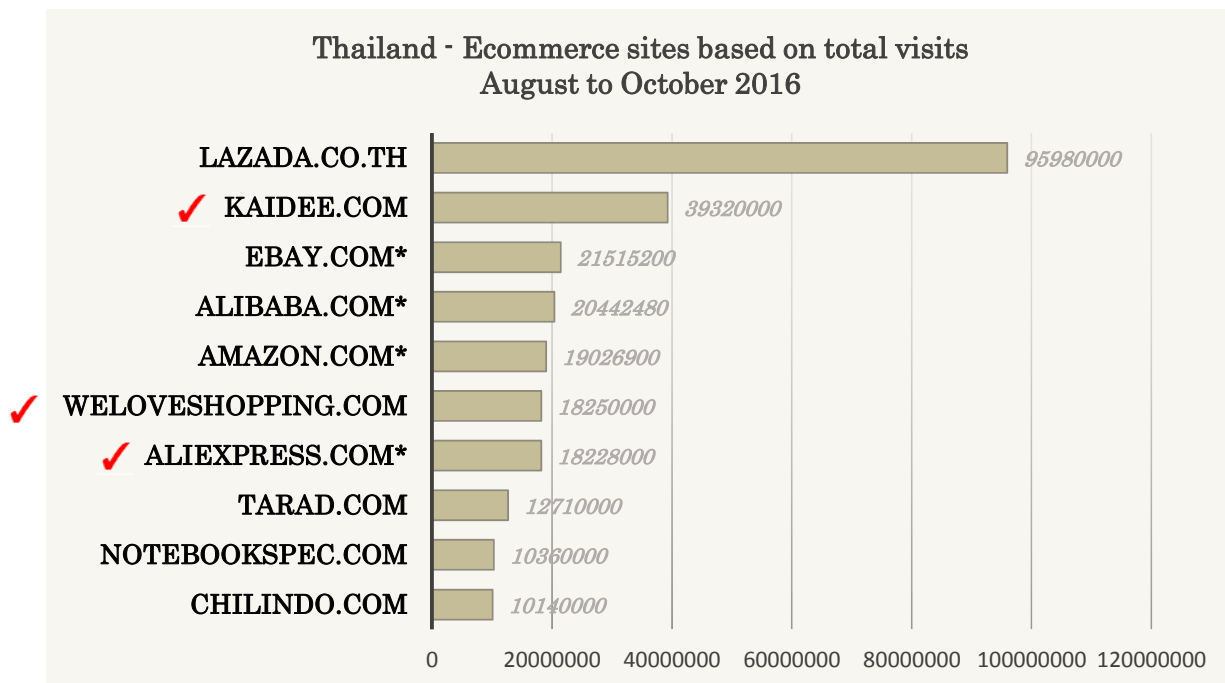
インターネットショッピングサイトにおける模倣品摘発の具体的な例の一つとして、2011年にタイ王国法務省特別捜査局(Department of Special Investigation)が実施したレイドアクションがある。当該レイドアクションにおいて、特別捜査局は、MAC、LANCOME、BOBBI BROWNなどの化粧品、香水、腕時計、革製品の模倣品を押収した。押収した数は、約20,000点、損害賠償額は約9,700万円であった。模倣品を販売していたインターネットショッピングサイトは、www.bervershops.comであった。根拠条文は、商標法110条及び108条である。当該サイトは、少なくともJPY 9,600,000以上を毎月売り上げていた。

## 【国毎の特徴的な実情や傾向】

タイにおけるインターネットショッピングサイトにおける模倣品販売は、以下のような特徴及び傾向がみられる。

- ・ 模倣品販売業者は、ユーザーを引き付けるために偽のインターネットショッピングサイトを用いる。
- ・ 当該インターネットショッピングサイトには、おそらく本物の写真を載せて、ユーザーをミスリードさせる。
- ・ 当該インターネットショッピングサイトはタイ商務省に登録させていない。
- ・ 当該インターネットショッピングサイトに、ウェブボード/顧客レビュー/販売中の製品の数の表示はない。
- ・ 当該インターネットショッピングサイトが開設からの期間が短い、多くのケースで1年未満。
- ・ ユーザーへの応答なし
- ・ 当該インターネットショッピングサイトで販売されている製品の広告が誇張されている。
- ・ 保証の有無は曖昧。払い戻し制度は、ない。
- ・ 当該インターネットショッピングサイトで販売されている製品の価格は、通常よりはるかに安い。
- ・ 後日、模倣品と判明した場合に、クレジットカード支払だと支払の拒否ができるため、当該インターネットショッピングサイトにおいてクレジットカードでの支払いは利用できない。
- ・ 商品発送前に、現金による前払いが求められるケースが多い。
- ・ インターネットショッピングサイトの連絡先詳細、住所、販売履歴は不明なケースが多い。

(2) 主要ショッピングサイト等の選定



\*Numbers for these sites are based on total for Thailand-specific visits, based on Similarweb.com's statistics

上位 10 社のうち、ランキング上位であり、商業的に成功しているインターネットショッピングサイトを 3 つ紹介する。また、2017 年 1 月に Google Play 及びアップルストアにて、タイ・モバイルショッピングアプリケーションで 1 位にランクされた **SHOPEE.CO.TH** を紹介する。ただし、他国で紹介したインターネットショッピングサイトは除く。

## Kaidee.com



サイト種類	Classified ads site
URL	<a href="http://www.kaidee.com">http://www.kaidee.com</a>
販売製品	モバイル及び IT 製品、スポーツ/音楽、ママ及びキッズ関連製品、ファッション服及びアクセサリ、健康及び美容製品、家庭用品、カメラ及び電気製品、玩具、ペット関連製品、自動車及びオートバイ関連製品
ユーザー数	2016年12月：11.4 million <sup>114</sup>

- ・ Kaidee はタイ最大のオンライン広告市場の 1 つである。
- ・ 他のインターネットショッピングサイトとの差別化ポイントは、主に中古品中心に取扱を行っていることである。
- ・ 2014 年に、OLX と合併している。

<sup>114</sup> <https://www.similarweb.com/website/kaidee.com#overview>

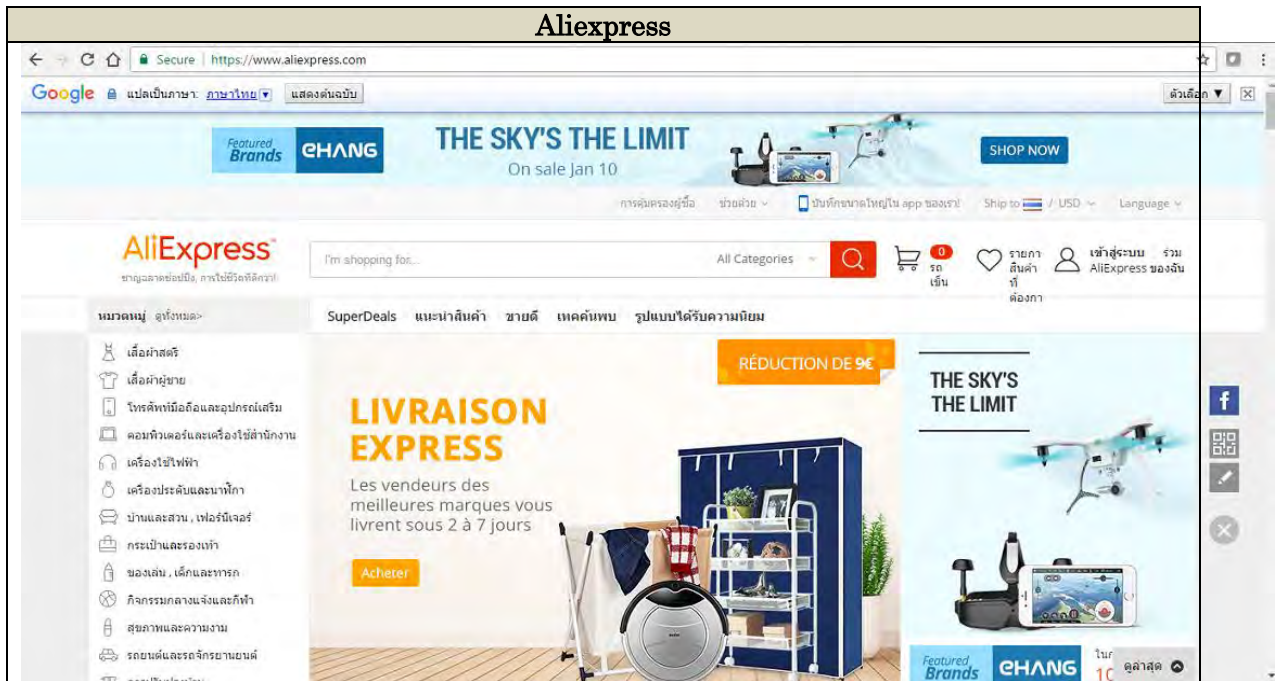
## Weloveshopping.com

サイト種類	C2C marketplace
URL	<a href="http://www.weloveshopping.com">http://www.weloveshopping.com</a>
販売製品	Fashion clothes and accessories, camera and electric products, foods and drinks, products related to factory and industry, health and beauty products, household products, mom and kids products, products related to hobbies, gadgets, motorcycles related products, products related to sports, IT products, pet related products, stationeries
ユーザー数	2016年12月：4.9 million <sup>115</sup>

- Weloveshopping は、タイで最大のインターネットショッピングサイトの1つであり、Webトラフィックの数が最も多く、タイの主要なC2Cアプリケーションの1つである。
- C.P.グループ子会社である True Corporation のスピンオフ会社である Ascend Group により、2004年に設立された。

<sup>115</sup> <https://www.similarweb.com/website/weloveshopping.com>

## Aliexpress.com



サイト種類	B2C Cross border marketplace
URL	<a href="http://www.aliexpress.com">http://www.aliexpress.com</a>
販売製品	衣類やアクセサリ、携帯電話、テレコミュニケーション、コンピューターやオフィス、電子機器、ジュエリーとアクセサリ、荷物とバッグ、スポーツと娯楽、バッグ、美容と健康、腕時計、趣味、結婚式及びイベント、自動車及びオートバイ、照明、家具、オフィス及び学校用品、食料、
ユーザー数	614.2 million <sup>116</sup>

- ・アリババグループである Aliexpress は、2010 年に開始された。
- ・Aliexpress の言語がタイ語であるため、タイ人に人気がある。

<sup>116</sup> <https://www.similarweb.com/website/aliexpress.com#overview>





サイト種類	C2C marketplace
URL	<a href="https://shopee.co.th/">https://shopee.co.th/</a>
販売製品	ファッション衣類及びアクセサリ、健康及び美容製品、携帯及びアクセサリ、家庭用品、玩具、ママ及び子供用品
ユーザー数	2016年12月：1.3 million <sup>117</sup>

・Shopee は、タイの他に、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン、台湾で利用可能なインターネットショッピングサイトである。

・2017年1月において、Google Play 及びアップルストアにてタイ・モバイルショッピングアプリケーションで1位にランクされている。

<sup>117</sup> <https://www.similarweb.com/website/shopee.co.th>

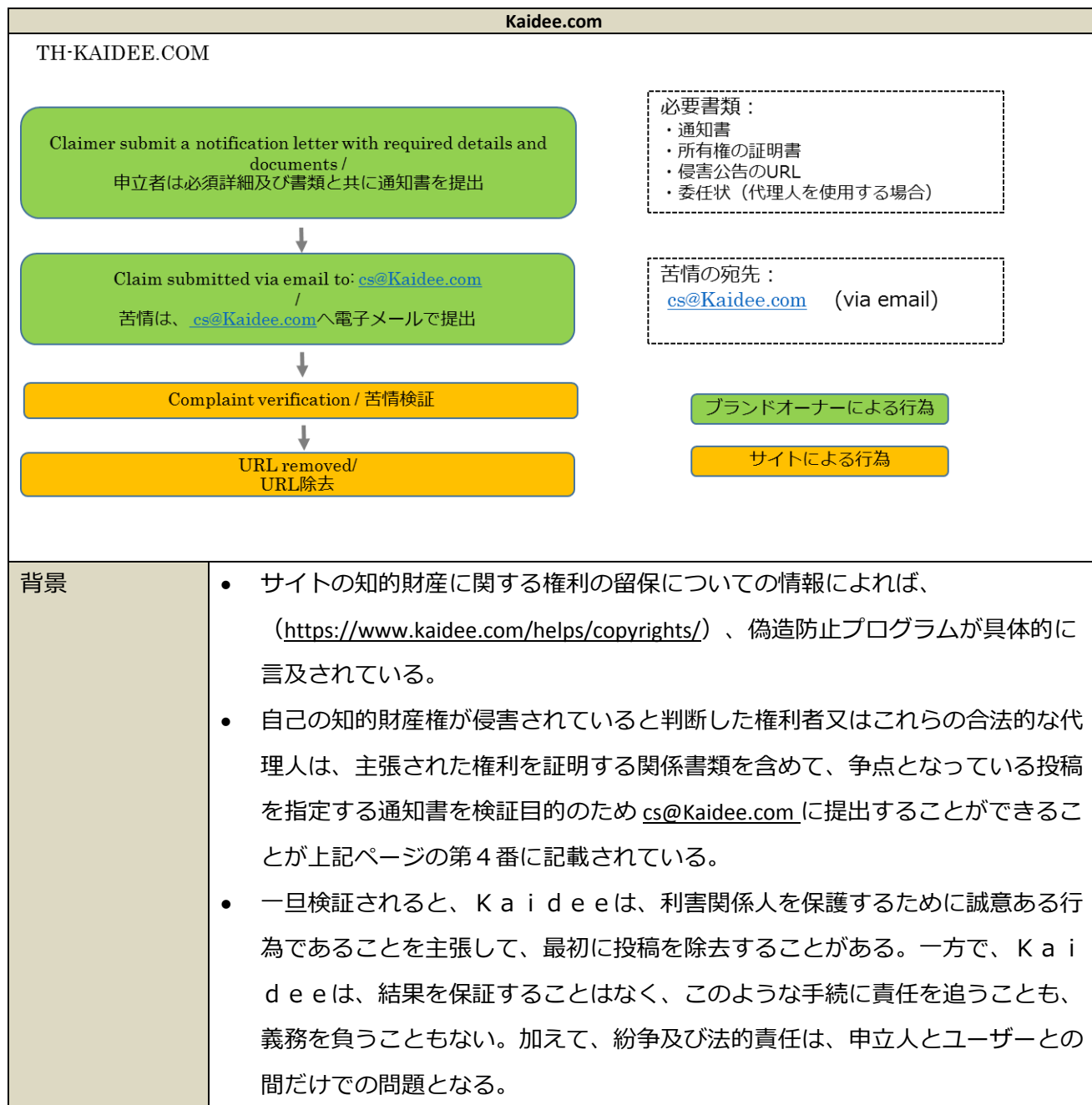
(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介

	Kaidee	Weloveshopping	Aliexpress	Shopee.co.th
1 利用規約中に知的財産権に関する条項があるか？	○	○	○	○
2 知的財産権についての苦情に回答できるか？	行政機関が苦情に回答するかどうかは規定されていない	行政機関が苦情に回答するかどうかは規定されていない	○	○
3 自動テイクダウンシステムを持っているか？	×	×	×	×
4 大量の苦情に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	×	×	×	×
5 継続して信頼されているブランドオーナーの申出に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	×	×	×	×
6 侵害者の連絡先詳細を開示するか？	○	該当なし	該当なし (しかし、知財権利者の連絡先情報は、直接的な紛争解決のため被疑侵害者に提供されるであろう)	○
7 販売者により繰り返される侵害を監視するか？	×	×	×	×
8 サイト上のその他の同様の侵害を監視するか？	×	×	○	×
9 アップロードを防ぐために特定のキーワードにフィルタをかけることに同意するか？	×	×	×	×

(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介

【サイト運営事業者の対応】

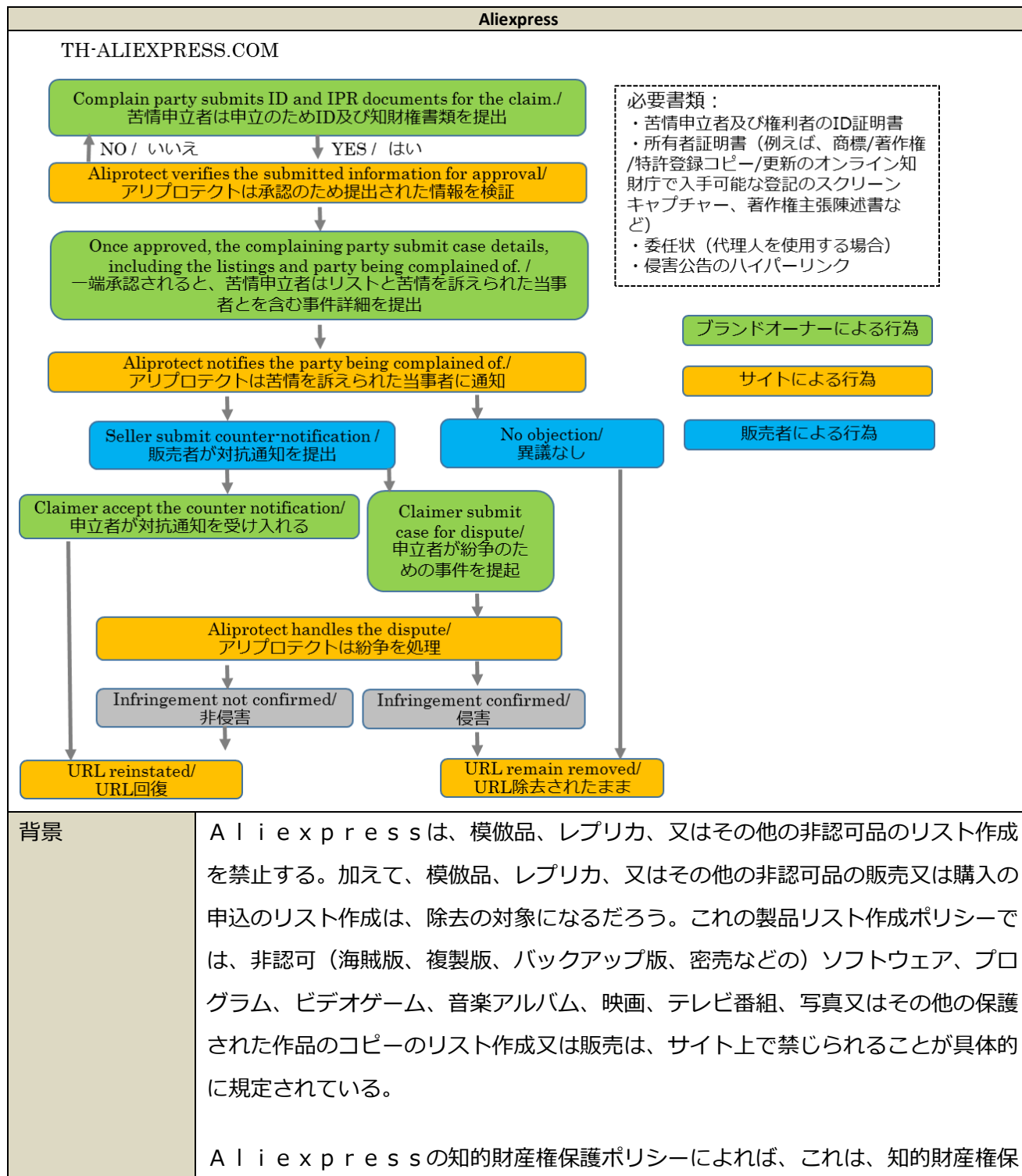
**Kaidee.com**



要件	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 通知書</li> <li>• 争点となっている投稿の詳細</li> <li>• 主張を裏付ける証拠（知的財産権者の証明書又は合法的な代理人の証明書）</li> </ul>
URLを消去する基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 基準は与えられていないが、争点となっている投稿は、知的財産権を保護するために最初に除去される。一方で、<a href="https://www.kaidee.com/helps/terms-and-conditions/#help-detail">https://www.kaidee.com/helps/terms-and-conditions/#help-detail</a>にあるウェブサイトの利用規約及び条件において、販売のために掲載される虞がない製品としては： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ケーブルTVボックスとこれに関する製品</li> <li>○ 唯一の合法的な公認配給業者が存在する製品</li> <li>○ 模倣品又は偽造品</li> <li>○ 法に違反している、又は、公序良俗に反する製品</li> <li>○ 投稿するユーザーに帰属しない他のウェブサイトのロゴを含む写真又は他者によって著作権が取得された写真が含まれる、と規定されている。</li> </ul> </li> <li>• K a i d e eによって許可されていない製品／サービス（例えば、模倣品）の販売を広告する、又は、著作権侵害写真を含む投稿については、表示されないものとする（<a href="https://www.kaidee.com/helps/ad-unshown/#help-detail">https://www.kaidee.com/helps/ad-unshown/#help-detail</a>において（第6番及び第8番で））具体的に言及されている。</li> </ul>
追加措置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 情報提供されていないが、K a i d e eは、準拠法に従って、情報を政府機関に開示する権利を留保する（K a i d e eのプライバシー・ポリシーの第5.2（4）<a href="https://www.kaidee.com/helps/privacy-policy">https://www.kaidee.com/helps/privacy-policy</a>）。</li> <li>• 情報提供されていないが、K a i d e eは、ユーザーの投稿を消去、停止又は修正する、更に、アカウントがシステムにアクセスすることを禁止する、又は、ユーザーのアカウントを制限する権利を留保する（K a i d e eのプライバシー・ポリシー第2.7 <a href="https://www.kaidee.com/helps/policies">https://www.kaidee.com/helps/policies</a>）。</li> </ul>
罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 広告投稿を除去する。</li> </ul>
応答時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 検証のため3～4営業日</li> </ul>

Weloveshopping	
TH-WELOVESHOPPING.COM	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 60%;"> <p style="text-align: center;">Claimer submit a notification letter with necessary details and documents / 申立者は必要な詳細及び書類と共に通知書を提出</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">Claim submitted via email to: <a href="mailto:support@weloveshopping.com">support@weloveshopping.com</a> Or message via weloveshopping official facebook/ 苦情は、<a href="mailto:support@weloveshopping.com">support@weloveshopping.com</a>へ電子メール、又はweloveshopping公式フェイスブックによるメッセージで提出</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">Complaint verification / 苦情検証</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">URL removed/ URL除去</p> </div> <div style="width: 35%; border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>必要書類の提出は特段求められていないが、以下の書類を添付した方が、申立者の主張裏付けに効果的である。</p> <p>必要書類：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 通知書</li> <li>・ 所有権の証明書</li> <li>・ 侵害公告のURL</li> <li>・ 委任状（代理人を使用する場合）</li> </ul> <p>苦情の宛先：</p> <p><a href="mailto:support@weloveshopping.com">support@weloveshopping.com</a> (via email) or weloveshopping公式フェイスブック によるメッセージ (via online)</p> <p style="text-align: center; border: 1px solid green; padding: 2px;">ブランドオーナーによる行為</p> <p style="text-align: center; border: 1px solid orange; padding: 2px;">サイトによる行為</p> </div> </div>	
背景	<p>Weloveshoppingでは、偽造防止プログラムを具体的に規定していないが、<a href="https://portal.weloveshopping.com/content/223-คำถามที่พบบ่อย-faq">https://portal.weloveshopping.com/content/223-คำถามที่พบบ่อย-faq</a>において、苦情は、一般に、以下のチャンネルに提出ができることが規定されている：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Weloveshopping公式フェイスブック</li> <li>• Weloveshoppingのコールセンター： +662-0202355</li> <li>• 電子メール： <a href="mailto:support@weloveshopping.com">support@weloveshopping.com</a></li> </ul>
要件	<p>詳細情報は提供されていないが、少なくとも</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 通知書</li> <li>• 争点となっている投稿の詳細</li> <li>• 主張を裏付ける証拠（権利者の証明書又は合法的な代理人の証明書）</li> </ul> <p>で構成されると考えられる。</p>
URLを消去する基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weloveshoppingは、販売者が（ソフトウェア及びシリアル番号を含む）知的財産侵害製品、又は、権利者によって流通が許可されていない製品を含む製品を販売できないと規定する（<a href="http://portal.weloveshopping.com/content/587-นโยบายสำหรับผู้ขาย">http://portal.weloveshopping.com/content/587-นโยบายสำหรับผู้ขาย</a>）。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加えて、We l o v e s h o p p i n g は、販売者が他者に帰属するコンテンツ又は写真を投稿し得ないことを明記する。透かし入りの写真は、このような写真が販売者の著作権を取得した作品であるときに許可される。</li> </ul>
罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 罰則について、以下の通り <a href="http://portal.weloveshopping.com/content/587-นโยบายสำหรับผู้ขาย">http://portal.weloveshopping.com/content/587-นโยบายสำหรับผู้ขาย</a> において We l o v e s h o p p i n g の販売者運用ポリシーに規定されている。 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 侵害製品をテイクダウンし、販売者に通知する（電子メール／電話）。一旦修正されると、再度広告される可能性がある。</li> <li>- 侵害製品をテイクダウンし、販売者に通知し（電子メール／電話）、コンテンツが修正されるまで、販売を禁止する（警告）。</li> <li>- 7日間に亘って、又は、コンテンツが修正されるまで販売を禁止する（警告）。</li> <li>- 侵害製品をテイクダウンし、販売者に通知し（電子メール／電話）、販売を制限する。</li> </ul> </li> </ul>
応答時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 指定なし</li> </ul>



	<p>有者を手助けするために「AliProject」をオンライン報告システムとして提供している。申立人は、集中処理のため知的財産権侵害主張を提起するためにAliProjectを使用することができる。当該ポリシーによれば、同報告システムは、主張を提起し、被疑侵害リストのテイクダウンを直接的に依頼するために権利者に効率的かつ透過的なツールを提供する<sup>118</sup>。</p> <p>加えて、申立人は、提供された同ツールを用いて侵害可能性のあるリストを直接、検索し、報告することができる。上記のツールを使って知財権侵害の提起やテイクダウンの依頼を行った場合は、その進捗が見られる。（知的財産権登録番号毎の）知的財産権書類は、一度検証のため提出されることが要求される<sup>119</sup>。</p>
要件	<p>必須書類／証拠は以下の通りである：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 苦情申立側、及び、苦情申立側が権利者ではない場合に関係当局の身元の証明書</li> <li>2. 権利者についての証明書</li> <li>3. ウェブサイト上の関係被疑侵害リストへの正確なクリック可能なハイパーリンク</li> </ol>
URLを消去する基準	<p>○ 侵害コンテンツのリスト掲載廃止／除去は、以下の事件 (<a href="http://activities.aliexpress.com/adcms/help-aliexpress.com/ipr_penalty.php?spm=a271m.8038972.0.0.aNJqEZ">http://activities.aliexpress.com/adcms/help-aliexpress.com/ipr_penalty.php?spm=a271m.8038972.0.0.aNJqEZ</a>)に適用されるであろう：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 画像著作権苦情</li> <li>● 一般的な侵害及び重大な侵害に対する権利者による苦情</li> </ul> <p>一般的な侵害は以下のとおりである。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.) 製品説明、店舗名、若しくはハイパーリンクにおける商標権又は著作権の不正利用、又は、</li> <li>2.) 製品の提供若しくは販売時における商標権、著作権、若しくは特許権の不正利用、又は、</li> <li>3.) 他者を惑わせる、若しくは、欺く製品説明又はその他の情報</li> </ol>

<sup>118</sup> [https://legal.alibaba.com/complaint\\_rule.htm?spm=0.0.0.0.naf0q6](https://legal.alibaba.com/complaint_rule.htm?spm=0.0.0.0.naf0q6)

<sup>119</sup> <https://helppage.aliexpress.com/buyercenter/questionAnswer.htm?isRouter=0&viewKey=1&id=20070116&categoryIds=9205401&lang=ru>.



	<p>重大な侵害は以下のとおりである。</p> <p>1.) 著作権者の許可なしに印刷物、視聴覚記録物若しくはソフトウェアの提供若しくは販売、又は、</p> <p>2.) 商標権者若しくはライセンシーによって認められていない製品の提供若しくは販売。</p>
<p>罰則</p>	<p>罰則点が課される。重大な侵害に関して、当該罰則点は、繰り返しの侵害者に対してはさらに増大される。罰則行為のレベルは、累積的に被った罰則点に応じて決定されるべきである。罰則は以下のとおりである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-重大警告の発行</li> <li>-3日間の製品投稿の制限</li> <li>-7日間のアカウント凍結</li> <li>-14日間のアカウント凍結</li> <li>-30日間のアカウント凍結</li> <li>-会員資格の終了</li> </ul> <p>繰り返しの違反に対して、罰則は、リストの除去、投稿制限、アカウント停止、及び会員サービス契約の終了を含む。</p>
<p>応答時間</p>	<p>応答時間は具体的に言及されないが、AliProjectを介して提起された知的財産権侵害主張は直ちに評価されるものであることが規定されている。AliExpressには、その自由裁量によって知的財産権侵害主張の対象となる何らかのリストを回復する権利を留保することが、更に言及されている。</p>

Shopee	
<p>TH-SHOPEE.COM</p> <div style="text-align: center;"> <p>Complaint submission/ 苦情を提出</p> <p>↓</p> <p>Complains could be submitted via email to: <a href="mailto:support@shopee.co.th">support@shopee.co.th</a> or <a href="mailto:legal@shopeemobile.com">legal@shopeemobile.com</a> / 苦情は<a href="mailto:support@shopee.co.th">support@shopee.co.th</a> or <a href="mailto:legal@shopeemobile.com">legal@shopeemobile.com</a>へ電子メールで提出</p> <p>↓</p> <p>Complaint verification / 苦情検証</p> <p>↓</p> <p>URL removed/ URL除去</p> </div>	<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>苦情書式に記入：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 書面による通知が知財権者又はその代理人の署名又は電子署名で署名される。</li> <li>・ 主張された知財権に関する説明及び権利の正当性を明らかにする書類</li> <li>・ 侵害であると主張されたリストの詳細</li> <li>・ Shopeeが申立者に戻ることを可能にさせる連絡先</li> <li>・ 主張が善意で提出され、知財権が無断で使用されたという宣言</li> <li>・ 書面による通知に記載された情報が真実であるという宣言</li> <li>・ 申立者は主張を続けるために自分が合法的な権利を有すること又は知財権によって権限が与えられていることを保証しなければならない</li> </ul> </div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>苦情の宛先： <a href="mailto:support@shopee.co.th">support@shopee.co.th</a> or <a href="mailto:legal@shopeemobile.com">legal@shopeemobile.com</a> (via email)</p> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <p style="background-color: #90EE90; padding: 2px 10px; border: 1px solid black;">ブランドオーナーによる行為</p> <p style="background-color: #FFD700; padding: 2px 10px; border: 1px solid black;">サイトによる行為</p> </div>
<p>背景</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ウェブサイトは、自己の「サービスポリシー」 (<a href="https://shopee.co.th/docs/3607">https://shopee.co.th/docs/3607</a>) において、偽造防止プログラムに言及している。ポリシーの第6. 2番において、販売者及び購入者は、特に限定されることなく、禁制品が知的財産権侵害品に及ぶ「禁制品及び撲滅されるべき品目に関するポリシー」 (<a href="https://shopee.co.th/docs/3609">https://shopee.co.th/docs/3609</a>) を含んでおり、法を犯さないことに同意すること、と規定されている。更に、模倣品のリストについては、サイトに投稿されることが許可されていない。</li> </ul>
<p>要件</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 知的財産権侵害に関する主張は、Shopeeによって提供された書式に記入されなければならない。以下の要件の下で/以下に掲載された情報と共に提出されるべきである：             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 書面による通知は、権利者又はその代理人の署名又は電子署名で署名される。</li> <li>2. 主張された知的財産権に関する説明及び権利の正当性を明らかにする書類</li> <li>3. 侵害であると主張されたリストの詳細</li> </ol> </li> </ul>

	<p>4. Shopeeが申立人に戻ることを可能にさせる連絡先詳細</p> <p>5. 主張が善意で提出され、知的財産権が無断で使用されたという宣言</p> <p>6. 書面による通知に記載された情報が真実であるという宣言</p> <p>○ 加えて、申立人は、主張を続けるために、自己が合法的な権利を有すること、又は、知的財産権によって権限が与えられていることを保証しなければならない。</p>
URLを消去する基準	<p>○ サービスポリシー（第6.4番）に規定された基準は以下のとおりである。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. リストがサービスポリシーに違反している。</li> <li>2. 他の販売者／購入者からの主張が提出されている。</li> <li>3. 知的財産侵害主張が提出されるか、リストを削除する法的命令が取得されている。</li> <li>4. リストが一部のコンテンツを含んでいる。</li> </ol>
罰則	<p>○ 「禁制品及び撲滅されるべき品目に関するポリシー」の第1番には、（模倣品の投稿を含む）ポリシー違反の罰則として以下の通り規定されている。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. リストは消去される。</li> <li>2. アカウントの特権は制限される。</li> <li>3. アカウントは抑制される、又は、取り消される。</li> <li>4. 侵害者は、準拠法に基づいて処罰可能である。</li> </ol> <p>○ プライバシー・ポリシーの第10番 (<a href="https://shopee.co.th/docs/3608">https://shopee.co.th/docs/3608</a>) には、Shopeeは、法的命令又は法的手続に従うように、法令違反の点検を対象にする目的、権利保護又はその他の目的のために取得された情報を開示する可能性がある旨規定されている。</p>
応答時間	<p>○ 期間は規定されていない。検査官がポリシーに違反して投稿された製品を見つけた場合、検査官は、「この製品を報告する」又は「このユーザーを報告する」をクリックすべきであることが「禁制品及び撲滅されるべき品目に関するポリシー」において言及されているだけである。</p> <p>その後、Shopeeは、リストが消去されることを販売者に通知し、更にこのリストを購入者に通知することになる。</p>

## 【侵害者に対する対応（特別に取り得る手段）】

### （著作権）

タイでは、ISPの責任を規定する特別な法律は存在しない。また、シンガポールやマレーシアのようにノーティスアンドテイクダウン手続きも導入されていない。

一方で、2015年1月、著作権法（No.2）B.E. 2558（AD 2015）と著作権法（No.3）という2つの著作権改正法が承認され、著作権侵害に対するインターネットサービスプロバイダー（ISP）の責任や権限が明確化された。

### （その他法律）

- ・特別な規定なし

## 【侵害者に対する対応（インターネット上の侵害について有効な救済手段）】

タイにおいて、インターネット上の侵害に特有な有効な救済手段はない。一方で、タイのプラクティスとして、権利者がインターネットショッピングサイトで模倣品を見つけて、ISPに当該事実を通報した場合、ISPは権利者の申し出を真摯に受け止め、当該模倣品を削除するように努力することが一般的である。

(5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介

2012年、タイ王国法務省特別捜査局は、インターネットショッピングサイト [www.hothitphone.com](http://www.hothitphone.com) にて販売されていた携帯電話に対してレイドアクションを実施し、約1,200点の模倣品を押収し、4人を逮捕したことを発表した。



2016年11月、タイ国家警察(ECD)は、Facebook上で模倣品を販売していた模倣品販売業者に対してレイドアクションを実施し、395点の模倣品を押収し、3人を逮捕したことを発表した。



## 2-5. インドネシア

### (1) インターネット上の模倣品の実態

#### 【オンライン販売の市場情報（市場規模、製品の種類、顧客層など）】

インドネシアは、東南アジアにおいて、最大の人口規模と面積を有しており、実に東南アジアにおける人口の約 42%を占めている<sup>120</sup>。よって、インドネシアはこの地域で最大のインターネットショッピング市場になっている。

2016年のインドネシアにおけるインターネット普及率は50.8%であり、1億2千万のインターネットユーザーがいると言われている。インターネットユーザーの半分である5,100万人がインターネットショッピングを利用している<sup>121</sup>。インターネットショッピングの利用率は、小売市場の1%にすぎないが、一部の経済アナリストは、2020年までに、小売市場全体の7～8%がインターネットショッピングによるものになると推測している。

更に、2015年時点で、インドネシアは既に東南アジアにおけるインターネットショッピングサイトの31%を占めている。2025年までに、インドネシアは東南アジアにおけるインターネットショッピングサイトの52%を占めると見込まれており<sup>122</sup>、額にしてUSD46billioinと推定されている。

インドネシアデジタル経済の成長は、モバイルインターネット普及率に支えられているところが大きい。インドネシアは、中国、インドに次いでアジア太平洋地域で3番目に大きなスマ

---

<sup>120</sup> <http://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/indonesia-asean-economic-community-aec-introduction/item6386?>

<sup>121</sup> [http://www.bain.com/Images/BAIN\\_BRIEF\\_Can\\_Southeast\\_Asia\\_Live\\_Up\\_to\\_Ecommerce\\_potential.pdf](http://www.bain.com/Images/BAIN_BRIEF_Can_Southeast_Asia_Live_Up_to_Ecommerce_potential.pdf)

<sup>122</sup> [https://docs.google.com/presentation/d/1Bp4KT-W8RF4ZorPUthts8X-B7QHBhsEnY1T5G7XifU0/edit#slide=id.g1421568192\\_0\\_51](https://docs.google.com/presentation/d/1Bp4KT-W8RF4ZorPUthts8X-B7QHBhsEnY1T5G7XifU0/edit#slide=id.g1421568192_0_51)

ートフォン市場である<sup>123</sup>。インドネシアのスマートフォンユーザーの71%は、ブラウジングやオンラインショッピングのためにモバイルアプリケーションを使用している<sup>124</sup>。

インターネットショッピングサイトで主に販売されている商品は、衣類、靴、バッグ、時計、航空券、スマートフォン、車のアクセサリ、化粧品、書籍などがある<sup>125</sup>。Google インドネシアの2016年の調査では、美容とベビー用品がインターネットショッピングで最も人気のある商品であり、その後にアクセサリ、アパレルが続く。この調査では、女性と母親がインドネシアのインターネットショッピングユーザーの過半数を占めることが分かった。また今年のジャカルタポストの記事によると、インターネットショッピングサイトの主な顧客は、若者と、主婦である<sup>126</sup>。

インターネットショッピングユーザーの多くは、ジャカルタ、スラバヤ、バンドン、メダンの主要都市で最も集中している<sup>127</sup>。しかし、最近では農村部でもユーザーが増加しており、主要都市以外のユーザーの79%が携帯電話を使ってインターネットショッピングを利用している。

インドネシア政府はインターネットショッピングに対する外資規制をかけていたが、2016年の初め、政府はこの規制を緩和した。よって今後は外国からの投資が増加し、産業全体に拍車をかけるものとみられている。

---

<sup>123</sup> <http://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/indonesia-is-the-3rd-largest-smartphone-market-in-the-asia-pacific/item6777?>

<sup>124</sup> <http://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/e-commerce-indonesia-what-do-indonesian-consumers-buy-online/item7371>

<sup>125</sup> <http://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/e-commerce-market-indonesia-online-retail-growing-strongly/item7179?>

<sup>126</sup> <http://www.thejakartapost.com/news/2016/02/18/understanding-shopping-habits-indonesia-s-middle-class.html>

<sup>127</sup> <http://www.slideshare.net/sinichi33/indonesian-online-shopping-consumer-behavior>



## 【模倣品情報（製品の種類、価格、流通割合、消費者の被害実態など）】

インドネシア反模倣協会の調査によると、インドネシアにおける模倣品とされる製品は、プリンターインク、アパレル、皮革製品、ソフトウェア、化粧品、食品、飲料及び医薬品である<sup>128</sup>。この調査では、市場の化粧品の16%が模倣品であると推定され、販売された農薬の15%も模倣品であると推定されている。さらに、自動車部品、オフィス及び電子機器、たばこ、医薬品、ノンアルコール飲料、皮革及び履物の約10%が模倣品であると推定されている<sup>129</sup>。

2014年に、インドネシアでの模倣品販売による経済損失は、USD5.6 billionと推定されている<sup>130</sup>。これは、模倣品により、毎年約USD424billionの税金が喪失していることに相当する。

化粧品及びシャンプーの模倣品は、インドネシア国内で製造されていると考えられている。一方、医薬品、電子機器の模倣品は中国で製造され、インドネシアへ輸入されていると考えられている<sup>131</sup>。国際知的財産権同盟(IIPA)は、インドネシアにおけるビジネスソフトウェアの86%は正規品でないと推測しているが、小売における違法コピー率はさらに高い可能性もあると推測している<sup>132</sup>。

米国通商代表部(USTR)は、公の情報に基づき各国における悪名高いリスト(Notorious Markets List)を作成しているが、実際に著作権侵害及び商標権侵害を行っている可能性が高いインターネットショッピングサイトを実名で記載している。USTRはこうした企業を放置することは、知財権を保有する米国企業が損害を被ると考えている。2015年版 Notorious Markets Listによると、インドネシアから当該リストに記載されたのは、以下の2つである。

<sup>128</sup> <http://industri.bisnis.com/read/20150225/12/406333/survei-miap-peredaran-produk-palsu-rugikan-negara-rp651-triliun>

<sup>129</sup> <http://jawawa.id/index.php/newsitem/counterfeits-cost-indonesia-4-billion-annually-study-1274333704>

<sup>130</sup> <http://jakartaglobe.id/business/indonesias-battle-bootleg-goods-genuine-economic-toll/>

<sup>131</sup> <http://jawawa.id/index.php/newsitem/counterfeits-cost-indonesia-4-billion-annually-study-1274333704>

<sup>132</sup> <http://www.iipawebsite.com/rbc/2016/2016SPEC301INDONESIA.PDF>

## BUKALAPAK.COM

This consumer-to-consumer marketplace is based in Indonesia and has an Alexa ranking of 12 in that country and 571 globally. While Bukalapak is a platform for legitimate sales, apparel and footwear companies report challenges with counterfeit sellers and a lack of effective procedures for reporting and removing counterfeit listings on this quickly growing e-commerce platform.

Source: <https://ustr.gov/sites/default/files/USTR-2015-Out-of-Cycle-Review-Notorious-Markets-Final.pdf>

## Harco Glodok & Mangga Dua

Jakarta, Indonesia

Harco Glodok is Indonesia's largest trade center for consumer electronics and related goods. This market reportedly serves as the retail distribution point for a complex piracy and counterfeiting network. The Government of Indonesia's efforts over the past few years have failed to rid this otherwise legitimate market of IPR-infringing goods and services. USTR urges the Indonesian Government, including the recently announced anti-piracy task force under the Creative Economy Agency, to launch a sustained, coordinated, and effective effort to tackle widespread counterfeiting and piracy at Harco Glodok and elsewhere. USTR also urges the Indonesia Government to take steps to address the broad array of allegedly counterfeit goods at Mangga Dua, another popular market in Jakarta.

Source: <https://ustr.gov/sites/default/files/2016-Out-of-Cycle-Review-Notorious-Markets.pdf>

国際知的財産権同盟(IIPA)のレポートの抜粋は、以下のとおりである。

インドネシアの作曲家協会（PAPPRI）は、2013年現在、海賊版音楽が原因で、年間USD291millionの音楽的経済損失を受けていると推定している。同様に、海賊版映画が原因で、年間USD317,092の映画的経済損失を受けていると推定している。地元の産業界は、インドネシアにおいて、1800万の海賊版映画、音楽及びソフトウェアが主にインターネットサイトで流通しており、その一部が、ショッピングモールやマーケットにも流通していると報告している。

2015年8月、インドネシア政府は、知財権侵害をおこなっているインターネットショッピングサイトに対するレイドアクションを実行した。特に、ストリーミング/ダウンロードサイト Stafaband (stafaband.info)、subscene.com (インドネシアで54番目にアクセスが多いサイト)、4shared.com (インドネシアで86番目にアクセスが多いサイト) は、悪質であると言われている。2015年、インドネシアの音楽業界は、34,705件の著作権侵害のリンクがあったと指摘しており、そのうちの86.73%のサイトを削除したと報告している<sup>133</sup>。

---

<sup>133</sup> <http://www.iipaweb.com/rbc/2016/2016SPEC301INDONESIA.PDF>

## 【国毎の特徴的な実情や傾向】

インドネシアのインターネットショッピングサイトにおける模倣品の傾向は、以下の通りである。

- ・一部のインターネットショッピングサイトは、この商品は正規品ですと宣伝し、顧客を大胆に欺いている。
- ・最も多いユーザーからの苦情は、サイト上の商品の説明と、実際の商品とが一致しないこと<sup>134</sup>。
- ・模倣品を販売するためにあえて正規品もディスカウントしている模倣品販売業者もある。
- ・模倣品の疑いがかげられるのを避けるために、模倣品の値段を正規品の値段と同等にする模倣品販売業者も増加している。
- ・インターネットショッピングサイトの写真は、正規品の写真を使用している。
- ・一部の模倣品販売業者は、本物でない商品を提供していることもあると認める場合もある。このような場合、模倣品販売業者は通常、商品がレプリカであることを示すために、「KW」や「Gred A」や「Replika」といった言葉を使っている。
- ・一部の模倣品販売業者は、正式代理店または公式代理店であると主張するが、当該正規代理店のドメイン名ではないこともある。
- ・インターネットショッピングサイトに住所の記載がなく、その場合、携帯電話番号のみが記載されている。多くの場合、数か月後には、その携帯電話は不通になっている。

---

<sup>134</sup> <http://netjournal.com/2016/05/apakah-di-tokopedia-juga-ada-seller-penipu.html>

(2) 主要ショッピングサイト等の選定



\*Numbers for these sites are based on total for Indonesia-specific visits, based on Similarweb.com's statistics

上位 10 社のうち、ランキング上位であり、商業的に成功しているインターネットショッピングサイトを 4 つ紹介する。ただし、他国で紹介したインターネットショッピングサイトは除く。

## Lazada Indonesia

Lazada.co.id	
サイト種類	B2C store
URL	<a href="http://www.lazada.co.id/">http://www.lazada.co.id/</a>
販売製品	エレクトロニクス、レディースファッション、メンズファッション、ホーム&リビング、ヘルス&ビューティー、ベビー&トイ、スポーツ&トラベル、自動車、ペット&メディア
ユーザー数	2016年12月：49.1 million <sup>135</sup>

- Lazada は、2012年にドイツのインターネット企業 Rocket Internet によって設立され、シンガポールに本社を置いている。2016年4月、中国の Alibaba は東南アジアでのシェアを拡大するために、Lazada に USD500million を投資している。

<sup>135</sup> <https://www.similarweb.com/website/lazada.co.id#overview>

- ・ Lazada は、東南アジアではインドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナムにビジネスを展開しており、5カ国すべてのマーケットリーダーである<sup>136</sup>。
- ・ Lazada の収益は、2015年の第3四半期に81%伸びてUSD190millionに増加しており、ユーザーは、3倍以上の730万人に増加している。
- ・ 2017年1月現在、日曜消費財及びファッション成長の売上げが急激に伸びているものの、一番大きく売上げているのは、モバイル関連商品である<sup>137</sup>。
- ・ Lazada Indonesia の取引の約60%は携帯電話で行われている。
- ・ Lazada には、銀行口座やクレジットカードを所有していないインドネシア人のために、商品代引き制度も導入している。

---

<sup>136</sup> <http://www.bangkokpost.com/business/news/1185097/borderless-business>

<sup>137</sup> <http://swa.co.id/business-champions/brands/lazada-cetak-pertumbuhan-volume-150>

## Tokopedia

Tokopedia	
	
サイト種類	C2C marketplace
URL	<a href="https://www.tokopedia.com/">https://www.tokopedia.com/</a>
販売製品	健康、美容、ベビー&おもちゃ、スポーツ、自動車、オフィス&文具、食品&飲料、コンピューター/ラップトップ
ユーザー数	2016年8月 : 1 million <sup>138</sup> 2016年12月(total) : 39.2million <sup>139</sup>

- ・ Tokopediaは、2009年にビジネスを開始したC2C小売市場である。
- ・ 日本のソフトバンク社から投資を受けた最初のインドネシアインターネットショッピングサイトである。
- ・ 現在までに、開示された資金調達総額はUSD247.7millionである<sup>140</sup>。

<sup>138</sup> <https://m.tempo.co/read/news/2016/08/18/056796819/tokopedia-tops-indonesia-s-e-commerce-website-list>

<sup>139</sup> <https://www.similarweb.com/website/tokopedia.com#overview>

<sup>140</sup> <https://www.techinasia.com/indonesia-tokopedia-raises-147m>



- ・ インドネシアISP協会の最近の調査によると、Tokopediaはユーザーの50.7%を占める最も人気のあるインターネットショッピングサイトであり、次点は、Lazada（46.7%）、Bukalapak（39.7%）と続いている。

## Elevenia

	
サイト種類	C2C marketplace
URL	<a href="http://www.elevenia.co.id">http://www.elevenia.co.id</a>
販売製品	ファッション、美容/健康、ホーム/ガーデン、コンピューター、エレクトロニクス、スポーツ/趣味の商品、食品
ユーザー数	2015 年 12 月 : 2 million users, 26,000 sellers, 20,000 daily transactions of 2.6 million products <sup>141</sup> .

- ・ 韓国の SK Planet、Tbk、PT XL Axiata のジョイントベンチャーとして、PT XL Planet を設立し、2014 年、Elevenia は 2014 年にビジネスを開始している。
- ・ 近年、急激な成長を見せ、ユーザーの 60% はモバイルからアクセスしている。
- ・ Similarweb の調査結果によると、Elevenia は、2016 年 8 月～10 月のトラフィック数で Lazada と Tokopedia に次ぐ第 3 位にランクされ、その他のサイトを凌駕している。

<sup>141</sup> <https://dailysocial.id/post/elevenia-target-2016>

## Bukalapak

Bukalapak	
	
サイト種類	C2C marketplace
URL	<a href="https://www.bukalapak.com/">https://www.bukalapak.com/</a>
販売製品	エレクトロニクス&ガジェット、女性と男性のファッションとアクセサリ、スポーツ用品、家電、健康と美容、自動車、コンピューター、文房具。
ユーザー数	2016年：5 million <sup>142</sup> .

<sup>142</sup> <http://www.idnfinancials.com/n/10376/Bukalapak-targets-10-million-users>

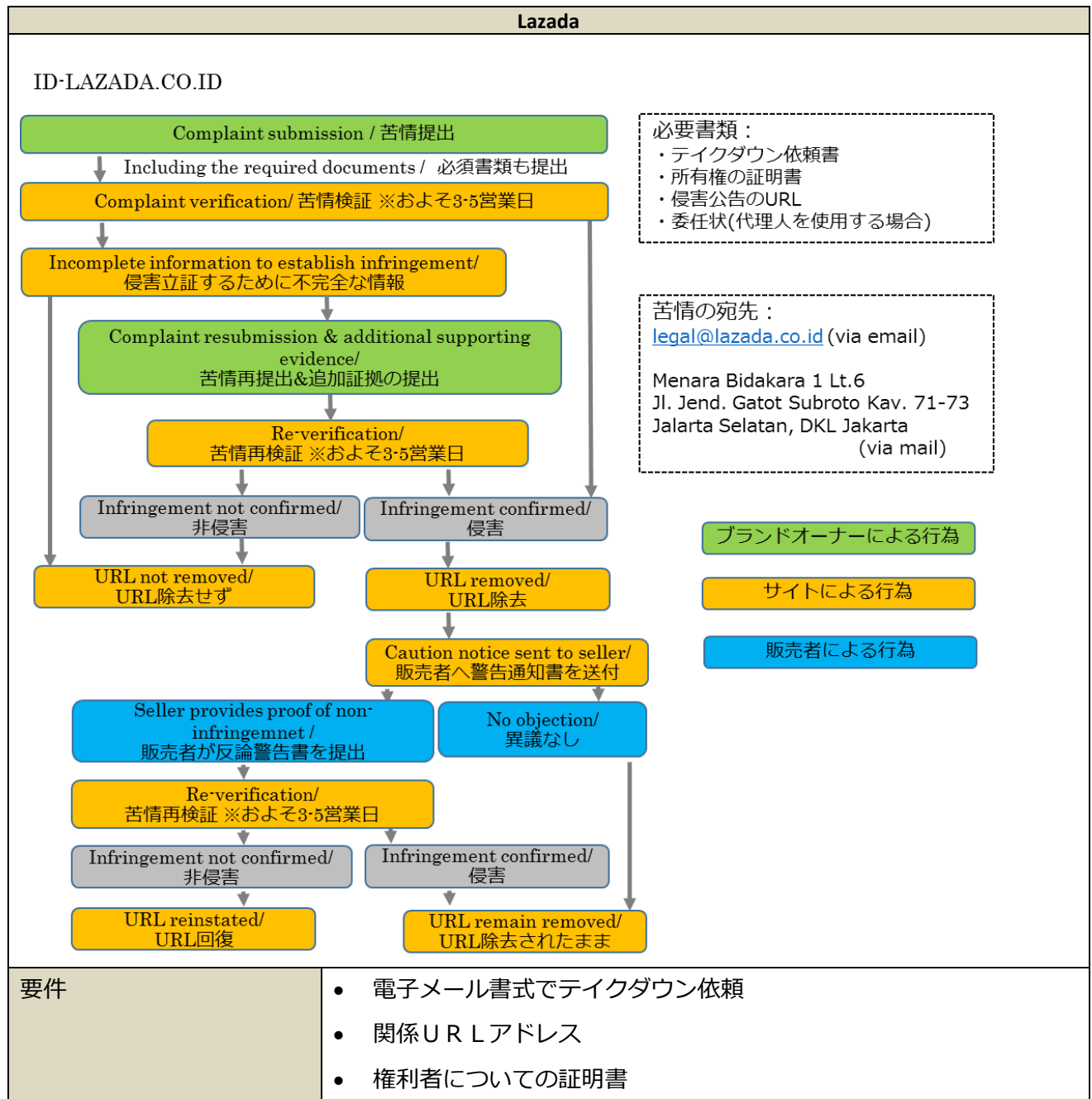
(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介

	Lazada	Tokopedia	Elevania	Buka lapak
1 利用規約中に知的財産権に関する条項があるか？	○	○	○	○
2 知的財産権についての苦情に応答できるか？	○	○	○	○
3 自動テイクダウンシステムを持っているか？	×	一部分に限る。 オンライン形式	×	一部分に限る。 オンライン形式
4 大量の苦情に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	○	○	○	○
5 継続して信頼されているブランドオーナーの申出に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	○	あり得る	あり得る	○
6 侵害者の連絡先詳細を開示するか？	×	×	×	可能性があることをユーザーに伝える
7 販売者により繰り返される侵害を監視するか？	×	×	×	×
8 サイト上のその他の同様の侵害を監視するか？	×	×	×	×
9 アップロードを防ぐために特定のキーワードにフィルタをかけることに同意するか？	×	×	×	×
10. 繰り返される侵害に対してより強い罰則があるか？	○	○	○	○

(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介

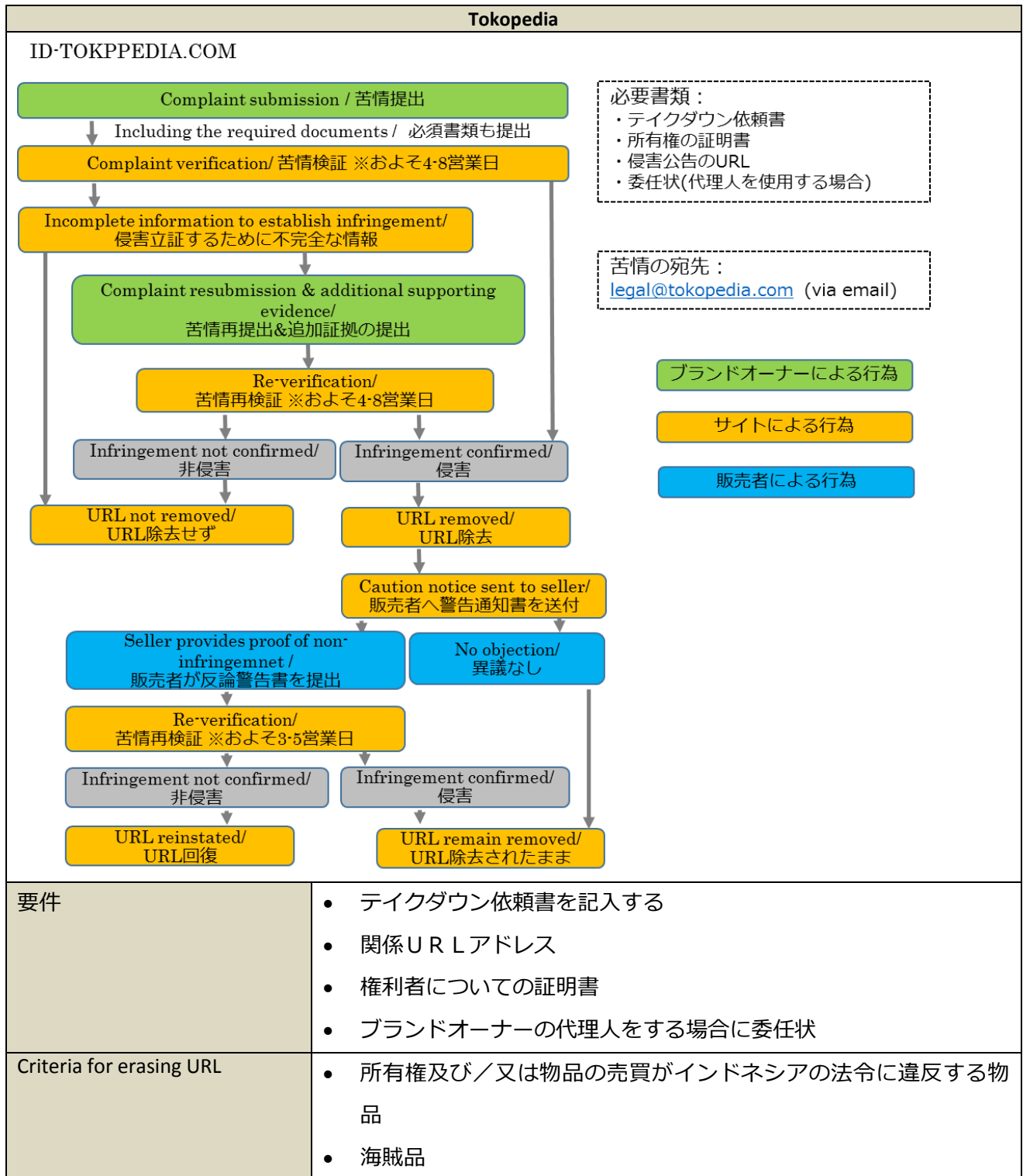
【サイト運営事業者の対応】

Lazada



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ブランドオーナーの代理人をする場合に委任状</li> </ul>
URLを消去する基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 商標権者の許可なしで、商標権によって保護される特定の設計要素（例えば、漫画キャラクター又は配色）を含む品目。</li> <li>• 購買者を騙して他の製品のブランドの権利者によって製造又は販売されていると誤解させる可能性が高い他の製品との類似性を有する品目（例えば、変造されたロゴの有無にかかわらずブランド物の品目のレプリカ）。</li> <li>• 品目が販売されている現地国法令に違反している品目。</li> </ul>
追加措置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 顧客に本物だけの保証を与える -顧客は、完全に自分の金銭を取り戻すことができる</li> <li>• 販売者と顧客との間を調停する</li> <li>• 法令に基づいて禁止された製品を見破るために手動監視を行う</li> <li>• 自分の業者に督促状及び通知書を定期的に発行する</li> </ul>
罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 製品リストからの削除を課す、又は</li> <li>• 販売者の製品全てをオフラインにさせる、又は</li> <li>• 販売者のアカウントに制限を課す、又は</li> <li>• 支払又はアカウント停止を課す、又は</li> <li>• 模倣品販売者に罰金を科す</li> </ul>
応答時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 応答時間のためおよそ2日</li> <li>• テイクダウン時間のためおよそ3～5日</li> </ul>

# Tokopedia



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 既存の独占販売権に違反する物品の販売</li> <li>• ラベル付け、標準化、輸入又は製造規制に違反する物品</li> <li>• インドネシアの法令に違反する物品 – 知的財産権侵害を含む</li> </ul>
追加措置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 製品が偽造／不適合である場合に、顧客が振替口座資金を留保するのを支援する解決センターがある。</li> <li>• 麻薬、成人向け玩具、銃などの製品に対して手動による事前アップロードフィルタリングを実施する。</li> </ul>
罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 製品のリストからの削除を課す、又は繰り返しの侵害者に対して-2番目の通知を発行する。</li> <li>• 更に繰り返される場合、アカウントを抑制状態に置くことを考慮する。</li> </ul>
応答時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 応答時間のためおよそ2～3日</li> <li>• テイクダウン時間のためおよそ4～8日</li> </ul>



## Screenshot of takedown request form (English version)

### Product Removal Request on Tokopedia Website

Submitting a claim of trademark infringement for deleting certain product in a serious matter involving legal process in the future. You may want to track out to the individual who posted the violating content before you submit a claim of trademark infringement to us. You may be able to resolve the issue simply by bringing it to the attention of the person who posted the content.

**\* Required**

**Do you wish to proceed?\***

I understand and I wish to proceed

**Contact Information**

Please provide your contact information below  
(Note that we may provide your contact information and/or the contents of your report to the user who posted the content you are reporting and to the authorities authorities)

**Your name (full name) \***

**Your organization or client (if applicable)**

**Your job title (if applicable)**

**Phone Number \***

**Your email address. If possible, please use your professional or business email address \***

**Confirm your email address \***

**On whose behalf are you asserting this right? \***

Myself  
 My Organization or Client

Please note that in order for us to process a report alleging infringement or violation of legal rights, the report must come from someone who is authorized to act on behalf of the rights owner (e.g. lawyer, agent).

**Trademark Information**  
Please provide information about your trademark rights.

**What is your trademark? \***  
Please provide information for one trademark at a time.

**What is your trademark registration number in Indonesia? \***

Give the official evidence regarding the ownership rights or the license of trademark rights, suitable with the Law of the Republic Indonesia no. 15/2001 on Marks, over the products that are requested to be removed.

These documents are necessary to prove that you have the right to forbid other parties to use the trademark. The regulation of Law in Indonesia related with the registration of trademark rights applies territorially, and the legal protection from the registration of trademark is limited to countries where the concerned brand is registered. The trademark rights protection system in Indonesia is First To File system. Trademark infringement only happens if there are usage actions of the registered trademark by parties who act in bad faith in the period of protection over the trademark in the same product class, as indicated in the certificate of trademark registration. There is no infringement without the trademark registration because in the First to File system, the legal protection is only given to the owner of the registered trademark. The issuer has to give the certificate of trademark or the other rights when doing report of trademark infringement.

**Which categories of goods and/or services are covered by your trademark registration? \***

**If possible, please provide a link (URL) leading directly to your trademark registration.**  
A direct link (URL) will help us process your report.

You are also required to attach a scan of the certificate of your trademark registration.

**Please describe how you believe this content infringes your trademark? \***

**A declaration that!\***

1. You, in a good intention, believe that the use of trademark as described above, in the manner you have complained of, is not authorized by the trademark owner, its agent, or the law.
2. The information included in your notice is accurate.
3. You declare, under penalty of perjury, that you are the owner or authorized to act on behalf of the owner of the trademark that is allegedly infringed.
4. You hereby declare that you are full responsible for further legal consequences that will occur in the future as the result of this action.

Yes, I agree

**Required to Attach:**

1. Scan of the certificate of your trademark registration	<input style="width: 100%;" type="text"/>
2. Scan of applicant ID card	
3. Scan of preservation (if applicable)	Applicant
	<input style="width: 100%;" type="text"/>
	Date
	<input style="width: 100%;" type="text"/>

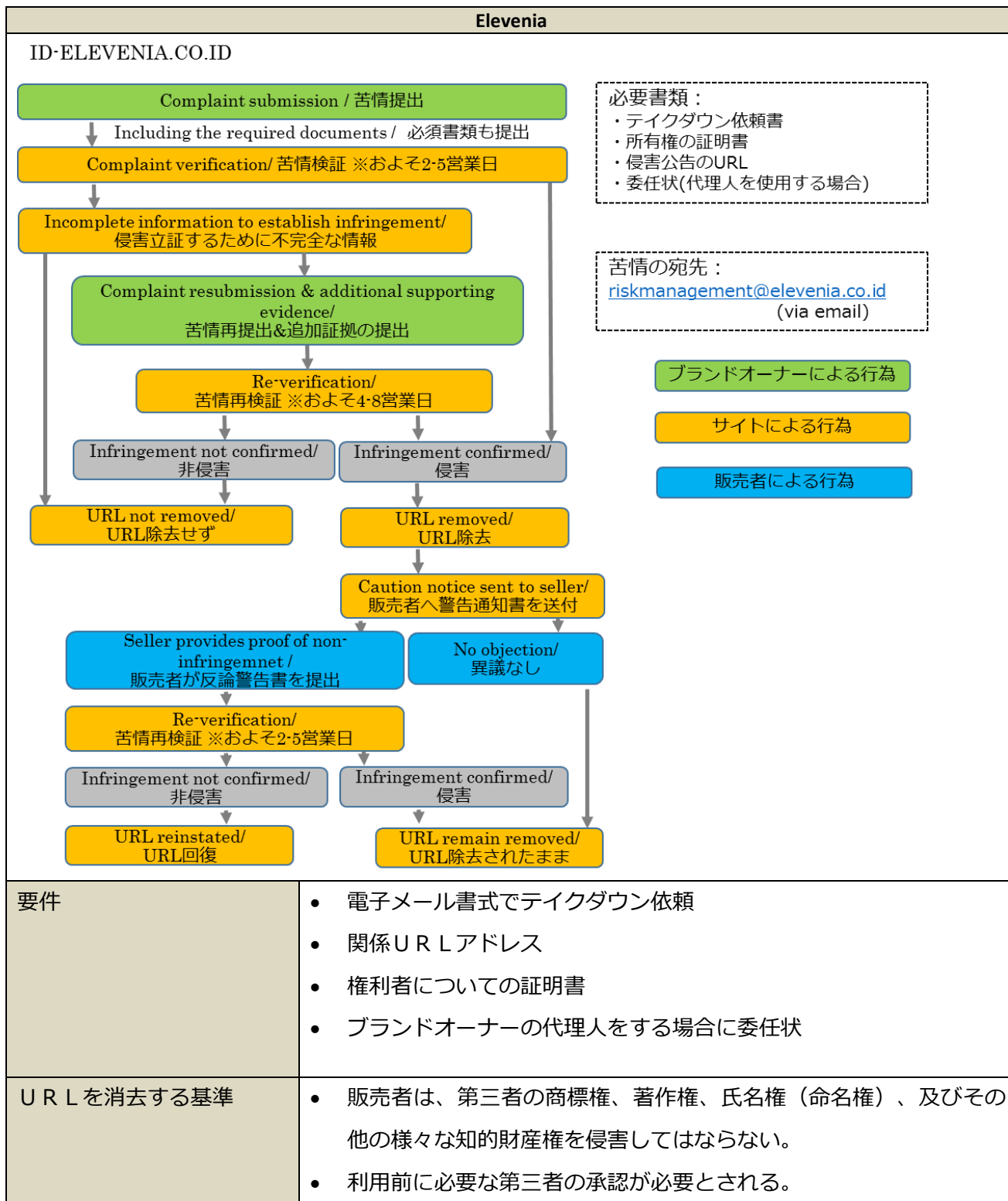
You can send this form in PDF format to legal@tokopedia.com with email title "Request Removal of Product (Applicant Name)". Please note, for the attachments, we can only accept the following file formats: PDF, JPG, and PNG. And please also attach list of link products with XLS file format.

Direct link: <http://s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/tokopedia-upload/docs/FORM+PELANGGARAN+MEREK+VER.+ENGLISH.zip>

137

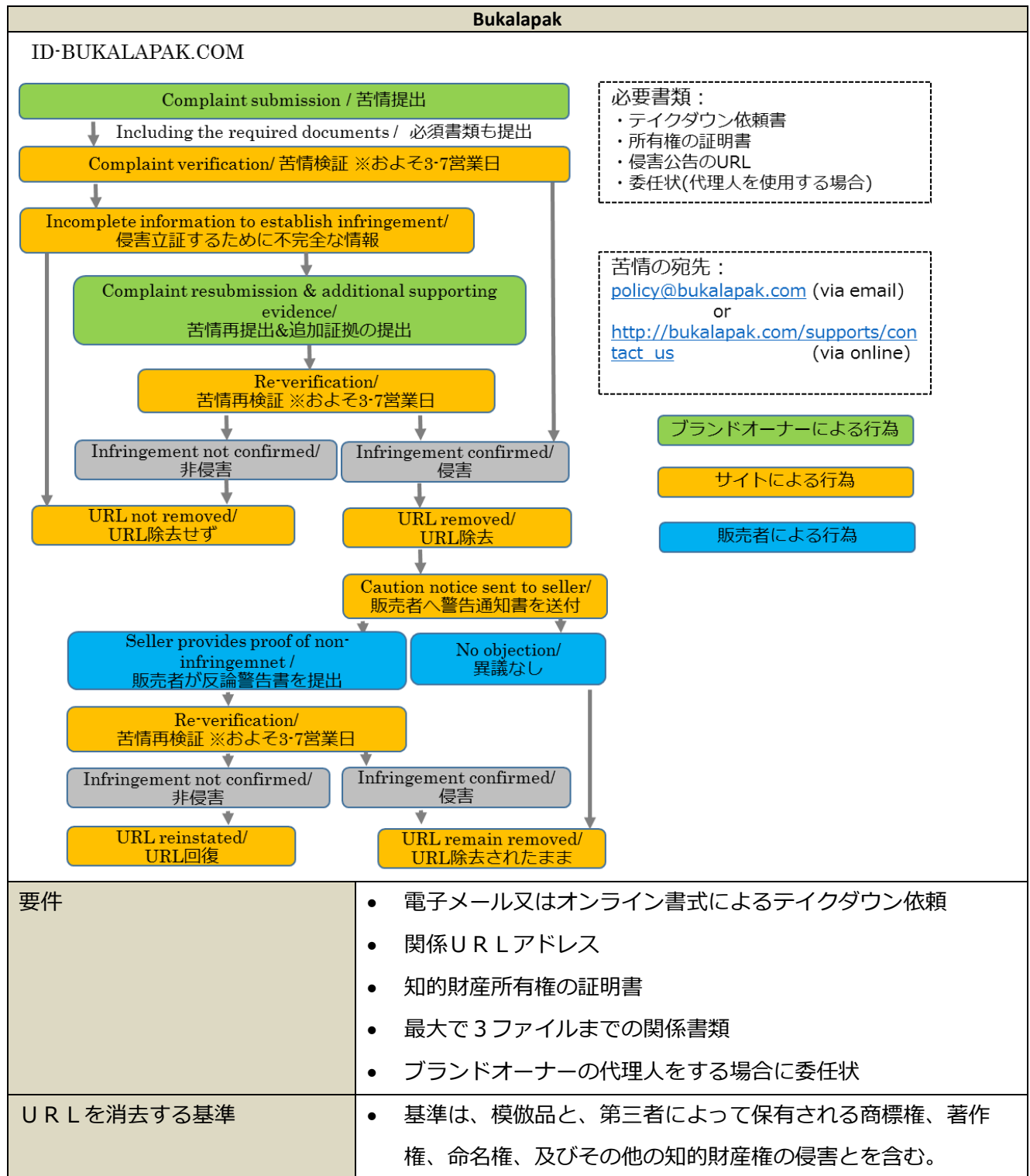
Copyright©2017 JETRO All rights reserved. 禁無断転載

Elevenia



追加措置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 販売者評価のための販売者スコアを減点することがある。</li> <li>• ブランドが検証された販売者のみによって提供された製品のリストを特色とするページを有することを許可するための、パートナーブランド選択権がある。</li> </ul>
罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 広告と広告に関係する販売取引を停止する</li> <li>• 二次攻撃で販売者が応答しない場合、広告を除去することがある。</li> <li>• 三次攻撃でアカウントを禁止し、支払保留を維持することがある。</li> </ul>
応答時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主張の応答／検証に2～5営業日</li> </ul>

## Bukalapak



追加措置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bukalapakは、販売者によって申し込まれた価格範囲及び割引率を解析するために自動システムを持っている。</li> <li>• 当該システムは、「信頼チーム」が、純正製品と、低価格で広告されている偽造の可能性がある物品とに虚偽の割引を付与する販売者を見破るのを支援する<sup>143</sup>。</li> </ul>
罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 侵害広告をリストから削除する</li> <li>• 広告主に否定的な意見を課す</li> <li>• アカウントを凍結する</li> <li>• アカウントの不活性化／期限切れ</li> <li>• 警察又は関係当局への報告</li> <li>• Aturan Penggunaan ini dilaksanakan dan tunduk pada Peraturan Perundang-udangan Republik Indonesia.</li> <li>• 1カ月以内に解決されない紛争の場合、サイトは、法的救済策を求めることがある。</li> </ul>
応答時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 検証のためおよそ3～7日</li> </ul>

<sup>143</sup> <http://tekno.kompas.com/read/2016/12/05/16320097/cegah.diskon.palsu.ini.siasat.bukalapak.di.harbolnas.2016>



【侵害者に対する対応（特別に取り得る手段）】

（著作権）

改正著作権法にて、ISP の責任が明記されることになっているが、現在審議中である。

（その他法律）

特別な規定なし

【侵害者に対する対応（インターネット上の侵害について有効な救済手段）】

インドネシアにおいて、インターネット上の侵害に特有な有効な救済手段はない。一方で、インドネシアのプラクティスとして、権利者がインターネットショッピングサイトで模倣品を見つけて、ISP に当該事実を通報した場合、ISP は権利者の申し出を真摯に受け止め、当該模倣品を削除するように努力することが一般的である。

## (5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介

2016年9月、警察は北ジャカルタの住宅地にある小さな生産施設に対してレイドアクションを実施した<sup>144</sup>。この施設は、化粧品の模倣品を1日に約500点製造していた。当該施設より、10,000点の化粧品、1,960点の美容サプリメント、1000点の空の梱包材、10kgの口紅材料などが押収された。

警察の調べによると、ジャカルタの大規模卸売市場である Pasar Asemka から原料を購入して模倣品を製造していたようである。製造後、彼らは偽のラベルを製品に張り付け、当該模倣品を Pasar Asemka にて販売していた。

また、その一部の模倣品をインターネットショッピングサイトで販売していた。警察は、ユーザーがインターネットショッピングサイトで化粧品を購入する際には、注意するように勧告している<sup>145</sup>。

---

<sup>144</sup> <http://metro.news.viva.co.id/news/read/818131-polisi-gerebek-pabrik-kosmetik-palsu-di-kapuk>

<sup>145</sup> [http://megapolitan.kompas.com/read/2016/09/05/15235831/edarkan\\_produk\\_kecantikan\\_palsu\\_di\\_asemka\\_dan\\_situs\\_jual\\_beli\\_online\\_at\\_untung\\_rp\\_30\\_juta\\_per\\_bulan](http://megapolitan.kompas.com/read/2016/09/05/15235831/edarkan_produk_kecantikan_palsu_di_asemka_dan_situs_jual_beli_online_at_untung_rp_30_juta_per_bulan).



## 2-6. ベトナム

### (1) インターネット上の模倣品の実態

#### 【オンライン販売の市場情報（市場規模、製品の種類、顧客層など）】

ベトナム産業貿易省の調査によると、同国のインターネットユーザー数は推定約 5,000 万人で、約 3,100 万人がインターネットショッピングを利用していることを報告している<sup>146</sup>。他の東南アジア諸国と比較して、利用者の多さは、インドネシアに次ぐ 2 位にランクされている。その次に続くのはフィリピン、タイであり、それぞれ 2,800 万人、2,300 万人である<sup>147</sup>。

2015 年、ベトナムのインターネットショッピング市場は USD4 billion と評価されている。これは、ベトナムの小売売上高と消費サービス収入合計の 2.8% を占めている<sup>148</sup>。インターネットショッピングの成長は、ますます強力であり、ベトナムの GDP 成長を支えている。ベトナムの GDP は 2013 年以來、毎年 5.2% の成長を遂げており<sup>149</sup>、これは東南アジア諸国で最も高い数値である。政府は、B2C のインターネットショッピング市場は毎年 20% ずつ増加し、2020 年には USD10 billion に達すると予測している。

しかしながら、インターネットショッピングの成長を妨げる以下のような問題がある。

- ・不十分な配送サービス。ユーザーによっては、遅延配送が多発するため、インターネットショッピングの利用を拒んでいる。
- ・インターネットショッピングユーザーの 95% は、オンライン決済ではなく代金引換を選択している。

<sup>146</sup> <https://m.vietnambreakingnews.com/2016/11/10-billion-usd-e-commerce-targeted-by-2020/>

<sup>147</sup> <http://e.vnexpress.net/news/news/fakes-flood-market-as-vietnam-struggles-to-combat-counterfeit-products-3419804.html>

<sup>148</sup> <https://www.vietnambreakingnews.com/tag/thegioididong/>

<sup>149</sup> <https://www.atkearney.com/documents/10192/8226719/Global+Retail+Expansion+at+a+Crossroads%E2%80%932016+GRDI.pdf/dc845ffc-fe28-4623-bdd4-b36f3a443787>

- ・ユーザーからの信頼獲得がまだ不十分であり、宣伝された製品の品質を信頼してもらえていない<sup>150</sup>。

2014年、ベトナムはオンラインショッピングキャンペーンであるオンラインフライデーを導入した。これは、ベトナム商工省（MOIT）、ベトナム電子商取引協会、インターネット新聞 VNEexpress によって主導された。その目的は、オンラインフライデー当日に、インターネットショッピングサイトに大幅な割引及び魅力的なオファーを提供することにより、ユーザーの購買意識を高め、インターネットショッピングサイトでの販売を促進することである。

2015年までにオンラインフライデーの規模は3倍に拡大し、加盟店は2,300店、63,000の製品が流通し、総売上高 VND500billion の成功を収めた<sup>151</sup>。

オンラインフライデーでのベストセラー商品は、テクノロジー商品、ファッション、家電製品であり、これは総注文の80%以上を占めている<sup>152</sup>。主催者らによると、今後5年間でベトナムにおけるインターネットショッピングサイトでの支出は2015年の2倍になると予測している。

ベトナムの市場調査会社 Q&Me が2016年7月に行った調査によると<sup>153</sup>、ベトナムのインターネットユーザーは、以下のような商品を購入している。

- ・46%：ファッション
- ・39%：テクノロジー商品
- ・35%：キッチン用品
- ・22%：食品、飲料

---

<sup>150</sup> <http://www.slideshare.net/CVEN2016/vietnam-ecommerce-report-2016>

<sup>151</sup> <http://vnexpress.net/online-friday/tag-631433-1.html>[https://translate.googleusercontent.com/translate\\_c?depth=1&hl=en&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=vi&sp=nmt4&u=http://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/thuong-mai-dien-tu/tin-tuc/ngay-mua-sam-truc-tuyen-nam-nay-dien-ra-vao-2-12-3500392.html&usg=ALkJrhI0FIANLLzFXlvuO11ecElMiuRMQ](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=en&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=vi&sp=nmt4&u=http://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/thuong-mai-dien-tu/tin-tuc/ngay-mua-sam-truc-tuyen-nam-nay-dien-ra-vao-2-12-3500392.html&usg=ALkJrhI0FIANLLzFXlvuO11ecElMiuRMQ)

<sup>152</sup> <http://vnexpress.net/online-friday/tag-631433-1.html>

<sup>153</sup> [http://www.slideshare.net/asiaplus\\_inc/online-fashion-shopping-survey-en](http://www.slideshare.net/asiaplus_inc/online-fashion-shopping-survey-en)  
<http://www.slideshare.net/CVEN2016/vietnam-ecommerce-report-2016>

- ・ 20% : 本、文具品
- ・ 20% : 化粧品
- ・ 13% : スポーツ用品
- ・ 9% : チケット
- ・ 7% : スパ用品
- ・ 6% : サプリメント
- ・ 5% : 音楽、ビデオ

インターネットショッピングサイトのユーザーは、都市部、すなわちハノイ及びホーチミン市に依然として集中している<sup>154</sup>。ベトナムのインターネットショッピングサイトユーザーは、主に 18-29 歳と 20-39 歳の年齢層である。男性よりも女性のユーザーの方が多い<sup>155</sup>。

2013 年以来、ベトナム電子商取引 IT 庁 (VECITA) 及びベトナム商工省 (MOIT) は、日本の経済産業省と連携して、年 1、2 回、電子商取引問題について議論を重ねている。この会議において、モバイルデバイス上での取引の信頼と安全の向上、電子商取引上の模倣品対策、国境を越えた取引に対する税金などの諸問題について議論している<sup>156</sup>。ベトナム商工会議所は、2017 年 1 月 15 日に、コンサルティング、ガイドライン、販売促進とユーザー増を促すことで、電子商取引の促進に役立つ電子商取引サービスセンターを設立すると発表した。

---

<sup>154</sup> <http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/67a0740047f652aab0d3f5299ede9589/EMcommerce.pdf?MOD=AJPERES>

<sup>155</sup> <https://www.emarketer.com/Article/How-Do-Vietnams-Consumers-Shop-Online/1014391>

<sup>156</sup> <http://www.moit.gov.vn/en/News/715/the-6th-annual-vietnam-japan-e-commerce-meeting.aspx>

【模倣品情報（製品の種類、価格、流通割合、消費者の被害実態など）】

ベトナム電子商取引 IT 庁（VECITA）やベトナム国家知的財産庁（NOIP）は、インターネットショッピングサイトにおける模倣品に関するデータを提供していない。ベトナム国家知的財産庁（NOIP）は、インターネットショッピングサイトにおける模倣品摘発に限ったわけではなく、ベトナムにおける行政執行に関する統計のみを提供している。行政執行は通常、最も効果的な施行措置と考えられている。詳細を以下に示す<sup>157</sup>。

Unit: VND 1,000

Year	Trademarks		Patents/ Utility solutions		Industrial designs		Geographical Indications	
	Number of cases	Fines	Number of cases	Fines	Number of cases	Fines	Number of cases	Fines
2011	1,561	9,021,421	04	10,000	107	264,354	39	18,250
2012	1,016	3,416,884	10	120,550	38	154,245	-	-
2013	2,147	18,422,475	-	-	67	199,250	02	4,000
2014	1,082	15,223,701	02	-	20	278,550	02	18,000
2015	1,450	12,426,159	02	-	28	132,250	20	48,658

<sup>157</sup>[http://noip.gov.vn/NOIP/RESOURCE.NSF/vwResourceList/DE783FF9FAB3985A47257FC0004CB312/\\$FILE/Annual%20Report%202015.pdf](http://noip.gov.vn/NOIP/RESOURCE.NSF/vwResourceList/DE783FF9FAB3985A47257FC0004CB312/$FILE/Annual%20Report%202015.pdf)

## 【国毎の特徴的な実情や傾向】

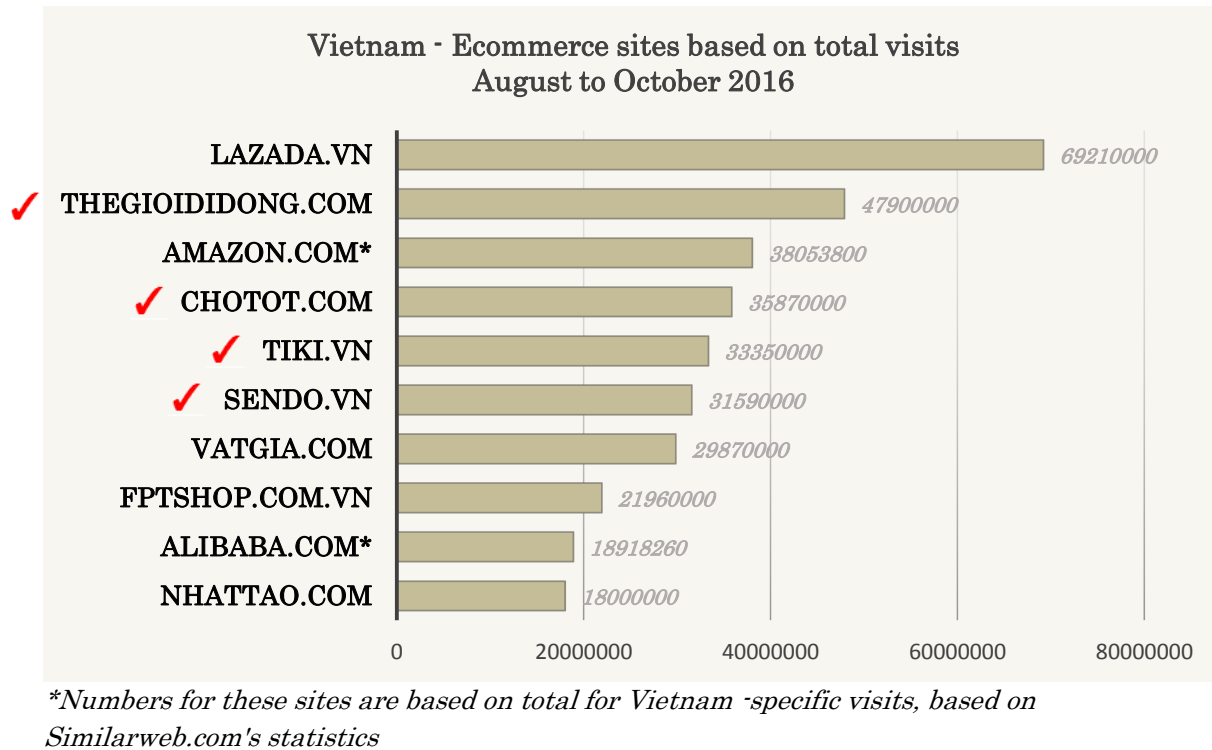
ベトナムにおけるインターネットショッピングサイトでの模倣品に関する傾向は、以下の通りである。

- ・ インターネットショッピングサイトの写真は、正規品の写真を使用している<sup>158</sup>。
- ・ 商店街などやパーティーなどの景品が、模倣品であることも多い。
- ・ 模倣品販売業者は、当該製品は、“認定された製造業者により製造された”ことをアピールしてくる。
- ・ 模倣品販売業者は、当該製品が当初輸出目的のため異なったパッケージであることをアピールしてくる。
- ・ 模倣品販売業者は、当該製品が平行輸入品であるため異なったパッケージであることをアピールしてくる。

---

<sup>158</sup> <http://www.slideshare.net/CVEN2016/vietnam-ecommerce-report-2016>

(2) 主要ショッピングサイト等の選定



上位 10 社のうち、ランキング上位であり、商業的に成功しているインターネットショッピングサイトを 4 つ紹介する。ただし、他国で紹介したインターネットショッピングサイトは除く。

## Thegioididong

サイト種類	B2C store
URL	<a href="https://www.thegioididong.com/">https://www.thegioididong.com/</a>
販売製品	エレクトロニクス周辺機器
ユーザー数	16 million visits/month <sup>159</sup>

- Thegioididong は、2004 年に設立され、全国に 230 以上の店舗を持つベトナム国内最大のモバイル小売業者である<sup>160</sup>。

<sup>159</sup> <http://www.slideshare.net/CVEN2016/vietnam-ecommerce-report-2016>

<sup>160</sup> <http://bizhub.vn/corporate-news/thegioididongcom-opens-mega-store-in-hcm-city-5914.html>

- ・ Thegioididong.com は、ベトナムにおいてインターネットショッピングに成功したベンチャー企業の一つである。

**Chotot**

**Chotot.com**

https://www.chotot.com

**Chợ Tốt** Chat Login / Register FREE NEWS

**Ad Free Market of Vietnam!**  
Thousands of bargain being advertised every day ...

*Company liquidated its many toys for sale. Try posting up his new good market. Yet posting that someone called asking for. Thank markets you can.*  
- Friend

▼ Share why you like Chotot.com!

TẢI ỨNG DỤNG TỬ **App Store** TẢI ỨNG DỤNG TỬ **Google play**

Thích 2,2 triệu người thích điều này.

**Trading in Ad Chotot.com**  
Chotot.com's website **Ad trading** allows buyers and sellers to connect and secure transactions, ease in a comfortable environment and clear. In Chotot.com, anyone can post free Classified Ad now, no need to register for an account. Website supports quick search of Ad posting form extremely fast in all the different categories of property, telephones, motorcycles, animals and so much more.

**Links** Facebook Google+ Youtube

**Mobile version** [m.chotot.com](http://m.chotot.com)

**Customer Support** Help Center Safety purchase Rules to Know Contact support

**About Chotot.com** About Recruitment Communications Blog

**Certify** **ĐÃ ĐĂNG KÝ BỘ CÔNG THƯƠNG**

All rights are protected by the Company Limited Market Good. Address: Room 1808, 18th Floor, Me Linh Point Tower, 02 Ngo Duc Ke, Ben Nghe Ward, District 1, HCMC. Phone: (08) 38664041 - Email: trogiup@chotot.vn | Good Market encourages you to contact us by email in case the operator is busy.

Please visit our Ad pages in other countries: aggelopolis.gr · avito.ma · ayosdito.ph · berniaga.com · blocket.se · bomnegocio.com · custojusto.pt · finn.no · jofogas.hu · kufar.by · leboncoin.fr · mudah.my · roloeganga.com · segundamano.com.mx · segundamano.es · soov.ee · subito.it · tori.fi · tripwell.com · tutti.ch · vende.pe · willhaben.at · yapoc.l

サイト種類	Classified ads site
URL	<a href="https://www.chotot.com/">https://www.chotot.com/</a>



販売製品	自動車、不動産購買、エレクトロニクス、レディース&メンズファッション、家庭用品&家具、エンターテインメント・スポーツ用品、オフィス家具、
ユーザー数	2013年：  150 million / 月  5 million / 日 <sup>161</sup>

- ・ Chotot は、2012年に設立され、ベトナム最大のC2Cサイトの1つである<sup>162</sup>。
- ・ Chotot は、シンガポールとノルウェーのデジタルメディア企業である701Searchが運営するサイトの1つで、テレビ広告を特集した最初のウェブサイトである<sup>163</sup>。
- ・ Chotot は、マレーシア、フィリピン、インドネシア、ベトナムにもビジネス展開している。

<sup>161</sup> <https://sg.finance.yahoo.com/news/vietnamese-classifieds-gets-over-150-123055461.html>

<sup>162</sup> <http://www.schibsted.com/en/Press-Room/News-archive/2015/Chotot-tops-YouTube-Ads-Leaderboard-in-Vietnam/>

<sup>163</sup> <https://prezi.com/-jp1we-7tkhd/marketing-strategy-for-chototvn/>

# Tiki

The screenshot shows the Tiki.vn website interface. At the top, there's a navigation bar with the Tiki logo, search bar, and user options like 'Track orders', 'Login', and 'Shopping cart'. A large banner in the center advertises a 50% discount on books. Below this, there are smaller promotional banners for mobile phone top-ups and free shipping. The main content area features a 'Suggestions for you' section with five product cards, each showing a product image, name, price, and discount percentage.

サイト種類	B2C marketplace
URL	<a href="https://tiki.vn/">https://tiki.vn/</a>
販売製品	家電、書籍、ガジェット、健康と美容、女性と男性のファッション、家庭生活、ベビー&おもちゃ、スポーツ用品
ユーザー数	7.8million /月 <sup>164</sup>

<sup>164</sup> <http://www.slideshare.net/CVEN2016/vietnam-ecommerce-report-2016>

- Tiki は、2010 年に設立され、書籍インターネットショッピングサイトとしてビジネスを開始した。
- Tiki は、ベトナムのアマゾンとも呼ばれ、ベトナムで最も人気のあるインターネットショッピングサイトの 1 つである。
- Tiki は、ショッピング・オン・モバイルのサービスを増やすことで、モバイルコマースに注力することを目指している。
- Tiki は、2015 年に、毎月 20,000 アイテムをサイトに載せると宣伝している<sup>165</sup>。
- 日本の住友商事は株式の 30%を保有しており、Tiki にとり 2 番目の大株主である。

---

<sup>165</sup> <https://www.techinasia.com/tiki-vietnams-amazon-secures-series-funding>

## Sendo

Sendo.vn	
サイト種類	B2C marketplace
URL	<a href="https://www.sendo.vn/">https://www.sendo.vn/</a>
販売製品	アクセサリ、女性とメンズファッションとアクセサリ、健康と美容、電気器具、本、家庭生活、車両、エレクトロニクス
ユーザー数	9.1million /月 <sup>166</sup>

・Sendo は、2014 年に設立され、ベトナムで最も急速に成長しているインターネットショッピングサイトの 1 つである。

・2014 年、ベトナム政府が発行した VN e コマースレポートによると、Sendo は Lazada に次いで 2 番目の取引価値があるインターネットショッピングサイトとして報告している。

<sup>166</sup> <http://www.slideshare.net/CVEN2016/vietnam-ecommerce-report-2016>

- ・ Sendo は、2016 年 3 月、日本から SBI ホールディングス、eContext Asia Group、Beenos Inc の出資を受け入れ、当該企業は 33%の株式を保有している。

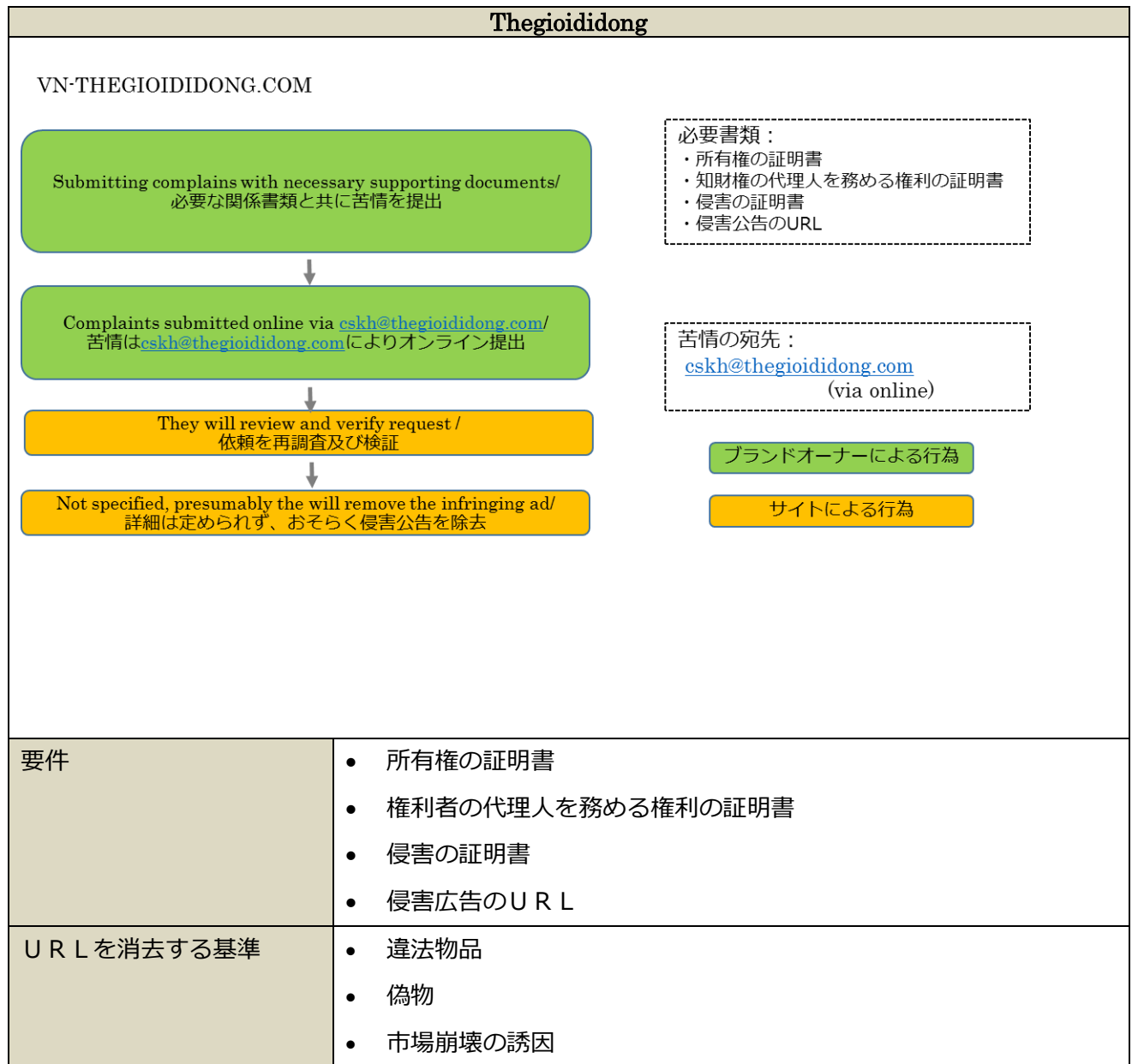
(3) 各ショッピングサイト等の模倣品対策プログラムの紹介

	Thegioididong	Chotot	Tiki	Sendo
1 利用規約中に知的財産権に関する条項があるか？	「偽りなし」 だけが許可される	○	「虚偽情報なし」 だけが許可される	○
2 知的財産権についての苦情に応答できるか？	○	○	○	○
3 自動テイクダウンシステムを持っているか？	×	×	×	○
4 大量の苦情に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	○	○	○	○
5 継続して信頼されているブランドオーナーの申出に対してテイクダウン要件が簡略されているか？	いいえ	いいえ	検討するためにブランドオーナーとの打ち合わせを必要とする	検討するためにブランドオーナーとの打ち合わせを必要とする
6 侵害者の連絡先詳細を開示するか？	×	×	×	×
7 販売者により繰り返される侵害を監視するか？	×	×	×	○
8 サイト上のその他の同様の侵害を監視するか？	×	×	×	○
9 アップロードを防ぐために特定のキーワードにフィルタをかけることに同意するか？	×	×	×	○
10. 繰り返される侵害に対してより強い罰則があるか？	○	○	○	○

(4) 各ショッピングサイト等での具体的な対策の紹介

【サイト運営事業者の対応】

Thegioididong

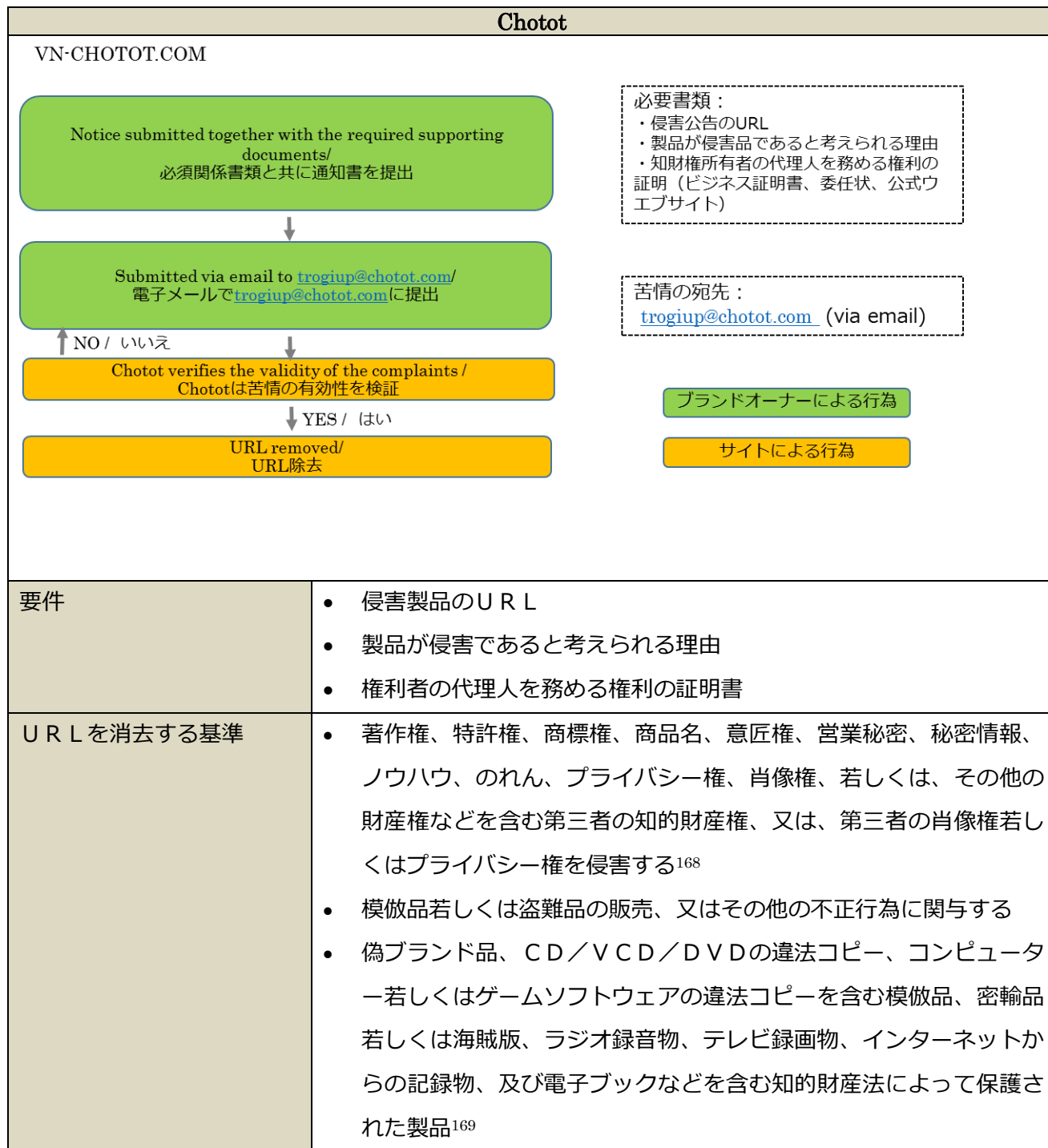


	• ベトナムにおける準拠法及び規則に違反する行為 <sup>167</sup>
罰則	リストの除去
応答時間	サイトへの電話問い合わせによると1週間以内

---

<sup>167</sup> <https://www.thegioididong.com/tos>



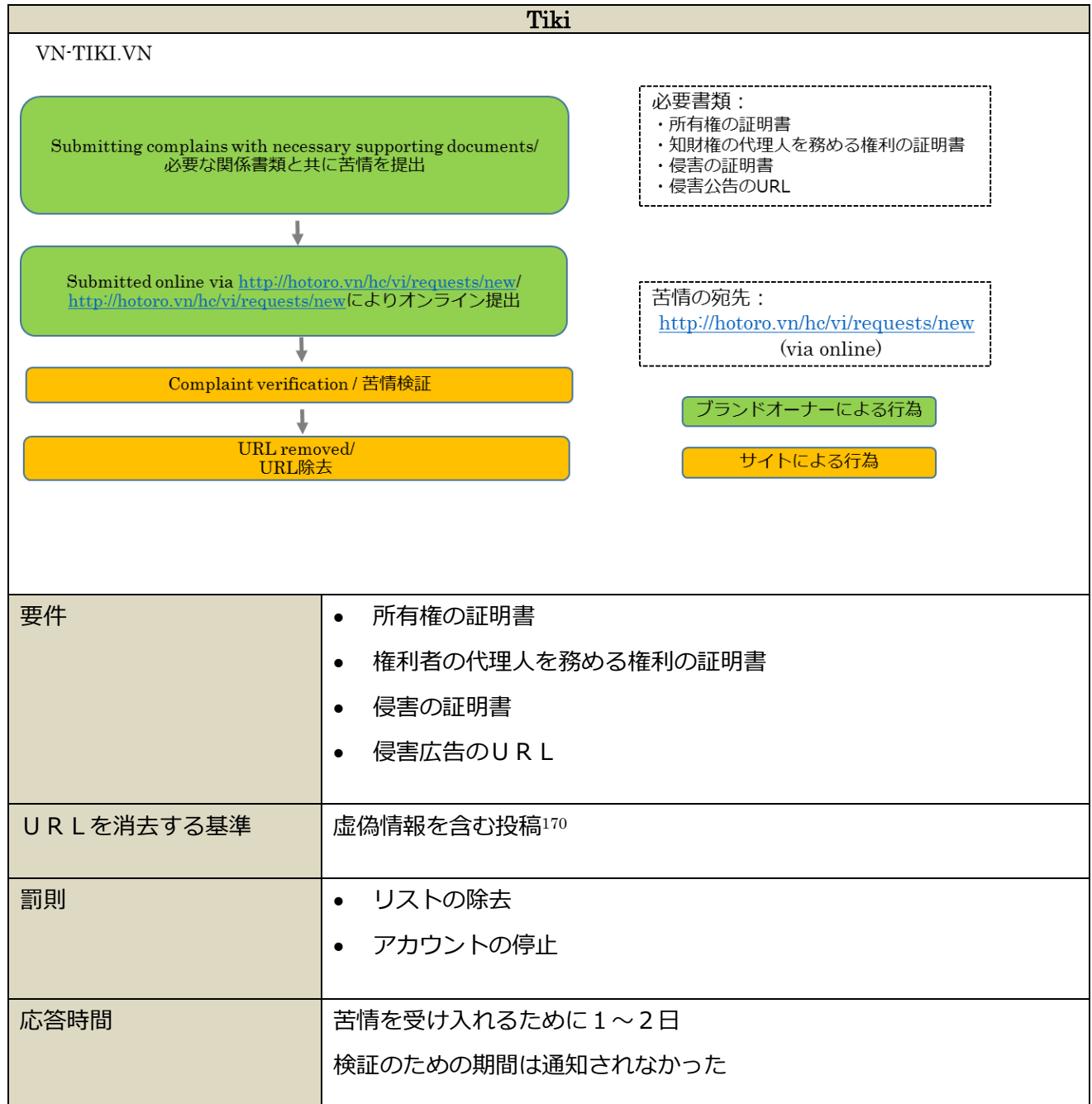


<sup>168</sup> <http://troguiup.chotot.com/quy-dinh/hoat-dong/>

<sup>169</sup> <http://troguiup.chotot.com/quy-dinh/hang-hoa-khong-duoc-ban/>

罰則	<ul style="list-style-type: none"> <li>• リストの除去</li> <li>• 一時的なアカウント停止（残高は凍結されるであろう）</li> <li>• 永久的なアカウント終了</li> </ul>
応答時間	<p>苦情を受け入れるために3日</p> <p>検証期間 – 規定なし</p>

## Tiki



<sup>170</sup> <http://hotoro.tiki.vn/hc/vi/articles/201971214>

Online form to submit complaint: <http://hotro.tiki.vn/hc/vi/requests/new>

TIKI CARE | HỖ TRỢ KHÁCH HÀNG

Tiki Care > Gửi yêu cầu

GỬI YÊU CẦU **1**

**2** Địa chỉ email của bạn \*

**3** Tiêu đề \*

**4** Nội dung \*

**5** Mã số đơn hàng

**6** Chọn vấn đề cần hỗ trợ \*

Drop down menu

**9** Tập tin đính kèm

**10** Gửi

Chọn vấn đề cần hỗ trợ \*

- Thông Tin và Hướng Dẫn
- Vấn Đề Đặt Hàng
- Thay Đổi Thông Tin Đơn Hàng
- Vấn Đề Giao Hàng
- Vấn Đề Về Đơn Hàng **7****
- Đổi Trả/Bảo Hành
- Nội bộ

Chọn vấn đề cần hỗ trợ \*

- Sản Phẩm Bị Lỗi / Không Hoạt Động
- Sản Phẩm Bị Bê Vết / Trầy Xước
- Thùng Hàng Bị Biến Dạng
- Sản Phẩm Nghi ngờ Hàng Giả / Hàng Nhái **8****
- Khác
- Xác nhận giao dịch thanh toán qua thẻ VAS
- Sản Phẩm Không Đủ / Hết Hạn Sử Dụng

1. Send request
2. Email address
3. Message subject
4. Content / message body
5. Order number (if available)
6. Select issue to report:
7. Order Issue (5<sup>th</sup> from the top)
8. Counterfeit goods
9. Attachment
10. Send

## Sendo

Sendo	
<p>VN-SENDO.COM</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p style="background-color: #90EE90; padding: 5px; border-radius: 10px; text-align: center;">Submitting complains with necessary supporting documents/ 必要な関係書類と共に苦情を提出</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="background-color: #90EE90; padding: 5px; border-radius: 10px; text-align: center;">Complaints submitted via email to <a href="mailto:hotor@sendo.vn">hotor@sendo.vn</a>/ 苦情は<a href="mailto:hotor@sendo.vn">hotor@sendo.vn</a>により電子メール提出</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; text-align: center;">They will review and verify request / 依頼を再調査及び検証</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; text-align: center;">Removed the infringing ad/ 侵害広告を除去</p> </div> <div style="width: 45%;"> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-bottom: 20px;"> <p>必要書類：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・所有権の証明書</li> <li>・知財権の代理人を務める権利の証明書</li> <li>・侵害の証明書</li> <li>・侵害公告のURL</li> </ul> </div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-bottom: 20px;"> <p>苦情の宛先：</p> <p style="text-align: center;"><a href="mailto:hotor@sendo.vn">hotor@sendo.vn</a> (via email)</p> </div> <div style="text-align: center; margin-bottom: 20px;"> <p style="background-color: #90EE90; padding: 2px 10px; border-radius: 5px;">ブランドオーナーによる行為</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p style="background-color: #FFD700; padding: 2px 10px; border-radius: 5px;">サイトによる行為</p> </div> </div> </div>	
要件	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 所有権の証明書</li> <li>• 権利者の代理人を務める権利の証明書</li> <li>• 侵害の証明書</li> <li>• 侵害広告のURL</li> </ul>
URLを消去する基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 違法物品</li> <li>• 模倣品</li> </ul>
罰則	<p>Sendoのポリシーの侵害は、行為の重大性に依存した制裁措置をもたらすことがある<sup>171</sup>。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• リストの除去</li> <li>• 繰り返し侵害者店舗の一時的又は永久的なロック<sup>172</sup></li> <li>• 苦情を受けた販売者は、苦情1回当たり高評価ポイント5点減点の罰則を科される。</li> </ul>

<sup>171</sup> <https://www.sendo.vn/chinh-sach-ban-hang/#qlvny>

<sup>172</sup> <https://www.sendo.vn/che-tai-vi-pham/>

【侵害者に対する対応（特別に取り得る手段）】

（その他法律）

特別な規定なし

【侵害者に対する対応（インターネット上の侵害について有効な救済手段）】

ベトナムにおいて、インターネット上の侵害に特有な有効な救済手段はない。一方で、ベトナムのプラクティスとして、権利者がインターネットショッピングサイトで模倣品を見つけて、ISPに当該事実を通報した場合、ISPは権利者の申し出を真摯に受け止め、当該模倣品を削除するように努力することが一般的である。

#### (5) 各ショッピングサイト等での最近の取締り実績、取締り事例の紹介

2015年1月、ベトナム公安省の国民生活検察官は、中国で製造した模倣品をヨーロッパ製として販売していた模倣品販売業者であるロイヤルベトナム社に対してレイドアクションを行い、ガスレンジ、電気コンロ、オーブン、ブロードライヤーなど約270点を押収した。

数多くの都市のスーパーマーケット、ショッピングセンターやインターネットショッピングサイトを通じて商品を販売していた。取り調べにおいて、模倣品販売業者であるロイヤルベトナム社の従業員が2008年から中国・広東から中国製模倣品を輸入し、輸入価格の約5,6倍でベトナムにて販売していたことを認めた。当該レイドアクションは、知的財産権保護を目的としたものではなく、消費者の保護に基づいて行われたものである。

### 3. おわりに

ASEAN 地域におけるインターネットショッピングの普及も急速にすすみつつあるが、各ショッピングサイトにおいて、具体的な模倣品対策プログラムを有する会社と、有さない会社とが散見された。

特に、中国のアリババ・タオババグループのインターネットショッピングサイトは、具体的な模倣品対策プログラムを有しており、今後、このような模倣品対策プログラムが ASEAN の他のインターネットショッピングサイトにおいても波及することが望まれるところ、日系企業におかれては、当該インターネットショッピングサイトに対して模倣品対策プログラムを導入するように積極的に働きかけることも必要であろう。

当該エリアにおいて、本冊子が皆様の知的財産権保護の活動にお役立ていただければ幸いです。



**経済産業省委託事業**

**ASEAN 地域におけるインターネット上の模倣品対策調査**

**発行**

**日本貿易振興機構 知的財産部**

**協力**

**felicite IP consulting asia Pte Ltd.**

**2017 年 3 月発行 禁無断転載**

本冊子は、2016 年度に日本貿易振興機構バンコク事務所知的財産部が調査委託を行った felicite IP consulting asia Pte Ltd. が作成した調査報告等に基づくものであり、その後の法改正等によって記載内容の情報は変わる場合があります。また、記載された内容には正確を期しているものの、完全に正確なものであると保証するものではありません。