

# デジタル及び海外における 新市場獲得時の留意点

三村小松山縣 法律事務所

弁護士 海老澤 美幸

## 海老澤 美幸 (えびさわ みゆき)

弁護士 (三村小松山縣法律事務所)

### ■略歴

- 1998年 慶應義塾大学法学部卒業 / 自治省(現・総務省)入省
- 1999年 株式会社宝島社入社 雑誌『spring』編集部
- 2003年 ロンドンにてスタイリストアシスタント
- 2004年 フリーランスファッションエディター/スタイリスト  
雑誌『ELLE japon』『GINZA』『Casa Brutus』等
- 2014年 一橋大学法科大学院修了
- 2017年 弁護士登録 (第二東京弁護士会)
- 2017年 ココネ株式会社 / 林総合法律事務所
- 2019年 三村小松山縣法律事務所



### ■所属等

- fashionlaw.tokyo 主宰
- Fashion Law Institute Japan
- 文化服装学院 非常勤講師

### ※注意

本資料の記載事項及び本日の説明は、個人的な見解であり、現在所属する又は過去所属していた組織の見解ではありません

## 1. デジタル新市場（メタバース、デジタルファッション）

## 2. フィジカル新市場（海外市場）

- ◆ サステナブル
- ◆ 人権（ジェンダー、人種差別、文化の盗用等）
- ◆ IP関連
- ◆ 契約交渉、消費者契約法、VATなど

# 1. デジタル新市場（メタバース、デジタルファッション）

## 現 状

- ◆ 現在進行形でリーガル面の論点整理がなされつつある。
- ◆ 現状は金融商品取引法上の取り扱いなど、金融面の議論が中心。
- ◆ 著作権、意匠権、不正競争防止法を含むIP関連の議論はまだあまり進んでいないのが実情。
- ◆ メタバース上で積極的に展開するファッションブランドも現れている。

## 問 題 点 と 課 題

- ◆ 特にファッションについて、フィジカルの服や小物等のデザインがNFT市場上で模倣されるケースが増えつつある。  
(例) X社の過去のアーカイブ商品が、第三者によりNFTとしてプラットフォーム上で販売
- ◆ 商標登録されているデザインやブランド名等が使用されている場合には商標権侵害で対応することになるが、NFTまで想定して商標権を登録しているブランドは少ない。
- ◆ 意匠権については、NFTと関連づけられる画像や映像について意匠権の保護が及ばないものと考えられる。
- ◆ 一般的に服や小物等のデザインには著作権が発生しないことが多く、そのデザインを模倣された場合でも著作権侵害を主張することが難しい。
- ◆ 不正競争防止法についても、有体物から無体物への模倣である点、市場が異なる点等で問題がある。この点は、12月9日開催の産業構造審議会不正競争防止小委員会においても問題意識が共有されているところである。

## 2. フィジカル新市場（海外市場）①

### ■ サステナブル

#### 現状

- ◆ 各社がサステナブルブランドをローンチしたり、企業の方針としてサステナビリティを謳うなど、サステナブルの視点自体は浸透しているといえる。

#### 問題点と課題

- ◆ 海外取引や海外進出の際、**各国基準のサステナビリティの達成が求められるものの、こうした基準に適応できる企業は少ない。**

- ◆ 海外との契約上、サステナビリティに関する義務の遵守を求められるところ、これまでは紳士協定的な取り決めと認識されていたものが、昨今は法的義務とされている。そのため、十分認識せずに契約を締結した場合、後日**サステナビリティに関する条項に違反することが判明し損害賠償義務を負うリスク**も。

法的義務の内容も、法規制されている事項（例：使用禁止薬剤）のみならず、**企業内の労働環境の整備、倫理的に適切な原材料の選択など多岐にわたるとともに、サプライチェーンへの監督等も義務化されていることが多い。**

さらに、サステナビリティ条項を遵守していることについて、第三者機関による保証を求められることも多いが、**日本ではこのような第三者機関はまだ少ないのが実態。**

- ◆ 日本のファッション産業においては、「サステナビリティ＝環境保護」のイメージが強いが、**サステナビリティには、労働環境の整備やハラスメントの撲滅等への取り組み、サプライチェーンの労働環境等への責任等が含まれているという認識を持つことが重要。**

## 2. フィジカル新市場（海外市場）②

### ■ 人権（ジェンダー、人種差別、文化の盗用等）

#### 現状

- ◆ 昨今、ファッション企業を含む多くの企業が、クリエイティブの場面において、ジェンダーや人種差別、文化の盗用等への認識・配慮不足が原因で炎上するケースが相次いでいる。

#### 問題点と課題

- ◆ ジェンダー平等、人種差別、文化の盗用等は、法律上の規制（男女平等や差別の禁止等）のほかにも明確な基準があるわけではない。そのため、企業からは「基準がなくわかりにくい」「どう対応したらよいかわからない」との声もしばしば聞かれるところであり、その対応に苦慮している。企業が保守的にならざるを得ず、クリエイティビティが十分発揮できないとの懸念も。
- ◆ ジェンダー、人種差別、文化の盗用をはじめ、マイノリティの人権問題は、ファッション産業が連携して真剣に取り組むべき課題。  
**産業全体が協力し、一定の基準・ガイドライン等を定めることも有用**と考えられる。

## 2. フィジカル新市場（海外市場）③

### ■ IP関連

#### 現状

- ◆ ファッションブランドがいざ海外で展開しようとした際に、海外ですでに他社により商標登録がなされており、ブランド名を変えざるを得ないというケースも発生している。
- ◆ ウェブサイト上で複数言語で商品を販売していたところ、海外のブランドから意匠権や商標権の侵害を理由に警告書が送られてくるケースも増えている。

#### 問題点と課題

- ◆ ECマースを含む海外市場への進出の際に大きな問題となるのが、自社のブランドやデザイン等をどう守るかという知財戦略であるが、この視点を十分持っていない企業が少なくない。  
トラブルになってからの対応に終始する傾向があり、事前の検討が十分ではない。
- ◆ 商標権、意匠権、著作権等を含め、自社のブランドやデザイン等を効果的に保護する方法やシステムについて、海外の法制度を踏まえてしっかりとデザインする必要がある。

## 2. フィジカル新市場（海外市場）④

### ■ 契約交渉、消費者契約法、VATなど

#### 現状

- ◆ 海外取引を開始するにあたり、海外企業から、日本の企業にとって不利な契約条件を迫られたような場合、契約交渉の経験が少ないためにそのまま受け入れてしまったり、またはそもそも契約条件を十分理解せずに不利な条件を受け入れてしまうケースが多い。  
不利な条件で契約を締結してしまったために、トラブルが発生した場合でも不利な結果を受け入れざるを得ないことも。
- ◆ コロナ禍でEコマース市場が伸びていることから、自社でウェブサイトを構築し海外展開したいと考える企業も増えているものの、海外の消費者契約法やVAT等の仕組みが複雑であるため躊躇したり海外進出を諦めるケースも少なくない。

#### 問題点と課題

- ◆ 海外との取引の際の契約内容や契約交渉に関する知識を得られる場が少ない。  
また、契約交渉を誰に依頼すればよいかわからないといった声も聞かれる。
- ◆ 海外市場への展開は、ファッション産業全体にとって非常に重要な課題であることから、ファッション産業が連携し、専門家等の協力のもと、海外との取引に関する知識の啓もう活動、海外取引に関するアドバイザリーシステムや相談窓口の設置等を含む対応策を検討することが重要ではないか。

# ご清聴ありがとうございました

## 連絡先

三村小松山縣 法律事務所  
弁護士 海老澤 美幸

*Mimura*  
Mimura, Komatsu & Yamagata Law Firm

〒100-0005  
東京都千代田区丸の内1-7-12 サピアタワー8階  
TEL : 03-6275-6013  
MAIL : ebisawa.miyuki@mktlaw.jp