

2004年 上海IPG / 会員アンケート

結果概要について -

上海IPG事務局

1. 中国に知財部門があるが全体の29.4%、中国に知財部門がないが68.6%と昨年とほとんど変化なし。
一方、年間予算は、ほとんどなしの割合が全体の59.0%から48.0%に減少、また1,000万円以上の割合が9.8%から24.0%に拡大するなど、予算の増加は顕著である。
2. 今後については、日本本社から支援強化の方向と回答した割合が昨年の31.1%から37.3%に拡大。一方、削減の方向は今年も0であった。
3. 中国の知財問題に対する日本本社の認識も、トップまで強く認識(41.2%)と担当部署までは強く認識(37.3%)を合わせると全体の約8割を占めた。一方、本社の認識が低いのは15.7%となっている。
4. 中国におけるR&D展開については、既に展開しているが31.4%、今後展開する予定は35.3%となっている。
既に展開または今後展開予定と回答した企業のうち、中国でのR&D展開の方針については、中国国内向け製品開発(79.4%)とする企業が圧倒的に多い。同様に、欧米企業のR&D戦略については、非常に興味があり参考にしたい(67.6%)が過半数を占めている。
5. 中国の知財に関連する問題のトップは、ニセモノ問題(64.7%)で、昨年の57.4%から7.3ポイント増加した。続くデザイン侵害の増大(49.0%)は昨年とほぼ同水準の約半数を占め、その次の弁護士・弁理士問題(27.5%)は昨年の16.4%から11.1ポイントの大幅な増加となった。
6. 知財問題の改善傾向については、変化なし(54.0%)が昨年に引き続き最も多かった。また、改善傾向(28.0%)が昨年の21.3%より増加する一方、悪化傾向(14.0%)も昨年の8.2%より増加した。
7. 上海IPG活動については、多くの日系企業の体験情報が得られる(94.1%)、豊富で貴重な情報が得られる(82.4%)を評価する一方、自社が抱える課題解決につながらない(13.7%)、内容がニセモノ問題に偏り過ぎ(11.8%)、活動成果が見えない(7.8%)点を不満としている。
8. 欧米企業・団体との連携については、66.7%が積極的に図って行くべきと回答する一方、7.8%が時間を割かれるだけで意味が無い、5.9%が全く興味なし、3.9%が情報を与えるだけで損であると回答し、残りのうちの17.6%は「現状の自社の体制では連携しても活動に参加できない」、「欧米企業の置かれている現状を見てから時間をかけて判断すべき」など現状ではすぐに対応するのは難しいという回答であった。

【備考】

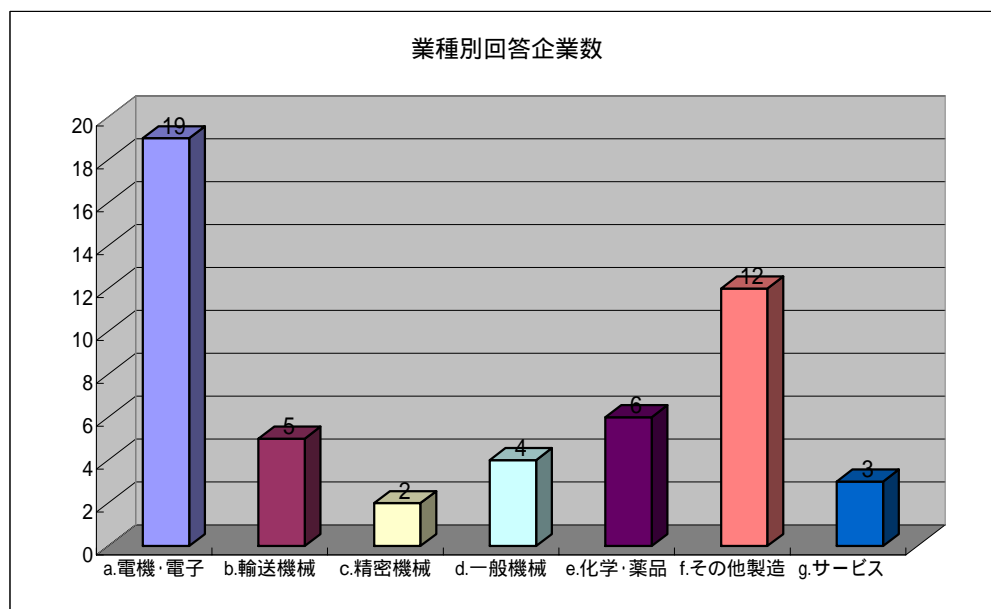
回答企業数: 51社(IPG参加102社、うち8社は法律事務所・政府機関等であり、実質回答率は54%)

アンケート期間: 2004年12月

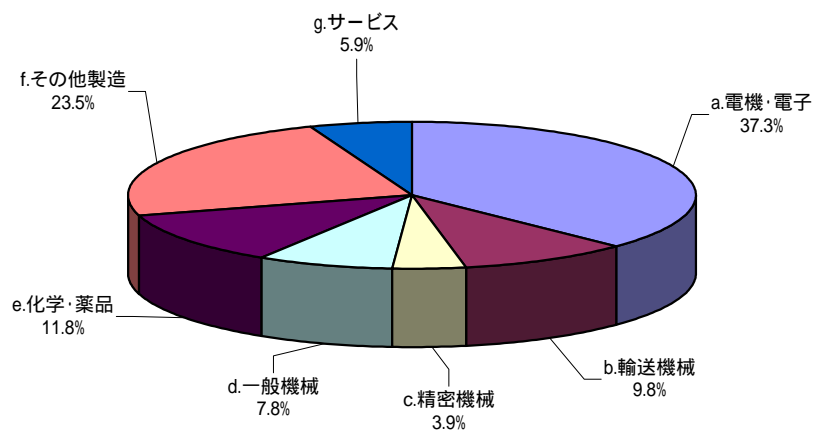
- 結果詳細 -

回答企業の業種別内訳

	Count	Percent
a. 電機・電子	19	37.3%
b. 輸送機械	5	9.8%
c. 精密機械	2	3.9%
d. 一般機械	4	7.8%
e. 化学・薬品	6	11.8%
f. その他製造	12	23.5%
g. サービス	3	5.9%
Total	51	100.0%



回答企業業種別構成比率

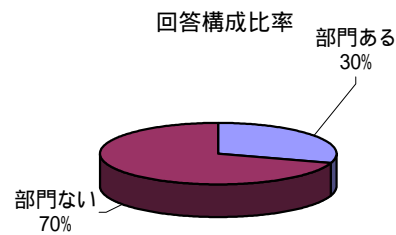
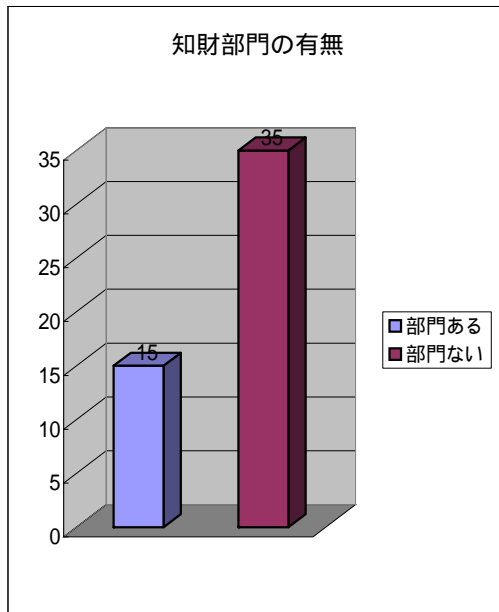


． 知財体制等について

Q 1 . 中国での知財関連の体制

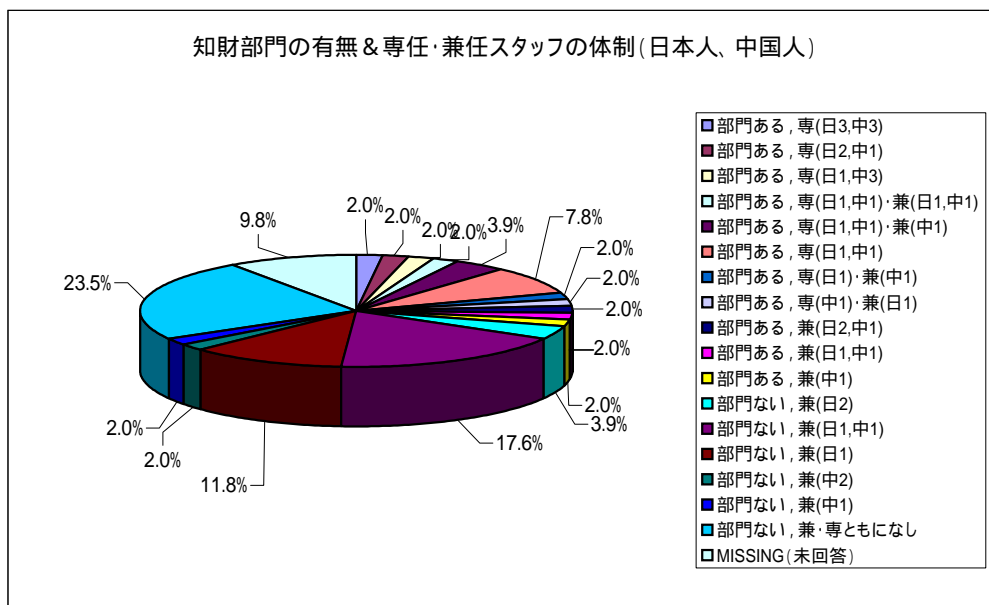
知財部門の有無

	Count	Percent
部門ある	15	29.4%
部門ない	35	68.6%
MISSING (未回答)	1	2.0%
Total	51	100.0%



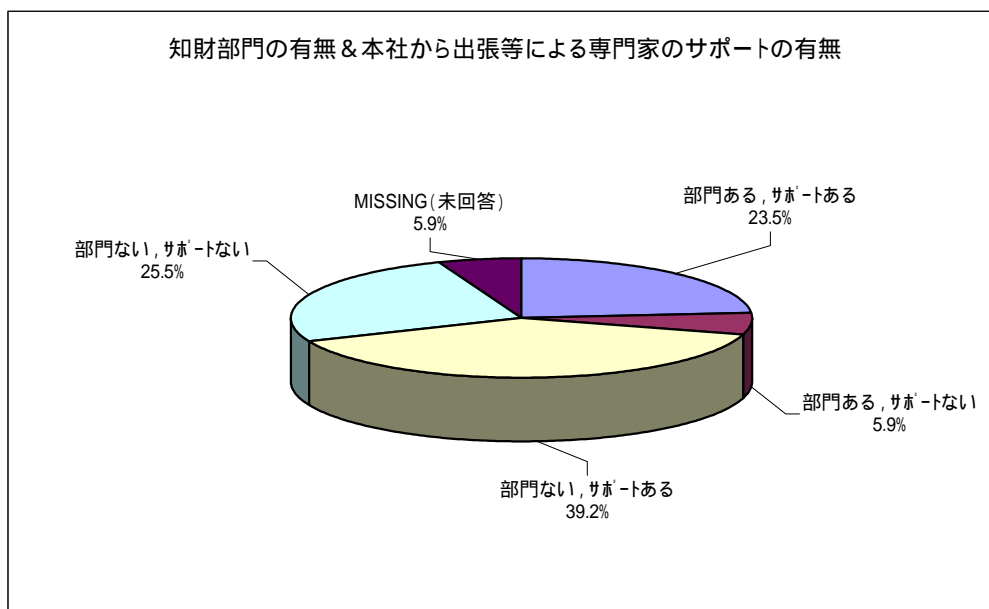
知財部門の有無 & 専任・兼任スタッフの体制（日本人、中国人）

	Count	Percent
部門ある, 専(日3, 中3)	1	2.0%
部門ある, 専(日2, 中1)	1	2.0%
部門ある, 専(日1, 中3)	1	2.0%
部門ある, 専(日1, 中1)・兼(日1, 中1)	1	2.0%
部門ある, 専(日1, 中1)・兼(中1)	2	3.9%
部門ある, 専(日1, 中1)	4	7.8%
部門ある, 専(日1)・兼(中1)	1	2.0%
部門ある, 専(中1)・兼(日1)	1	2.0%
部門ある, 兼(日2, 中1)	1	2.0%
部門ある, 兼(日1, 中1)	1	20.0%
部門ある, 兼(中1)	1	2.0%
部門ない, 兼(日2)	2	3.9%
部門ない, 兼(日1, 中1)	9	17.6%
部門ない, 兼(日1)	6	11.8%
部門ない, 兼(中2)	1	2.0%
部門ない, 兼(中1)	1	2.0%
部門ない, 兼・専ともになし	12	23.5%
MISSING (未回答)	5	9.8%
Total	51	100.0%



知財部門の有無 & 本社から出張等による専門家のサポートの有無

	Count	Percent
部門ある, サポートある	12	23.5%
部門ある, サポートない	3	5.9%
部門ない, サポートある	20	39.2%
部門ない, サポートない	13	25.5%
MISSING(未回答)	3	5.9%
Total	51	100.0%

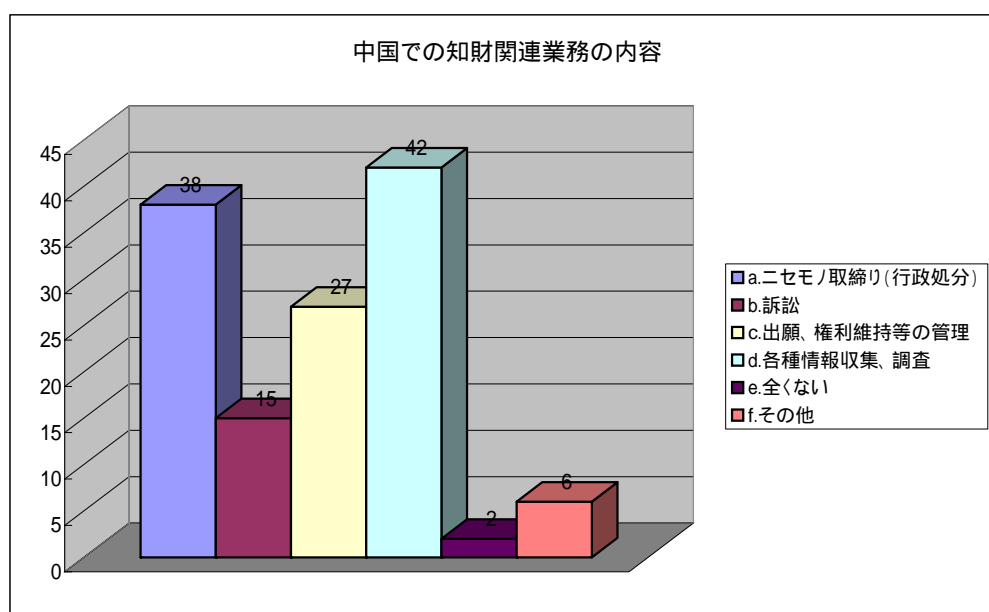


Q 2 . 中国での知財関連業務の内容（複数回答可）

	Count	Percent
a.ニセモノ取締り（行政処分）	38	74.5%
b.訴訟	15	29.4%
c.出願、権利維持等の管理	27	52.9%
d.各種情報収集、調査	42	82.4%
e.全くない	2	3.9%
f.その他	6	11.8%
MISSING（未回答）	1	2.0%
Total		0.0%

その他

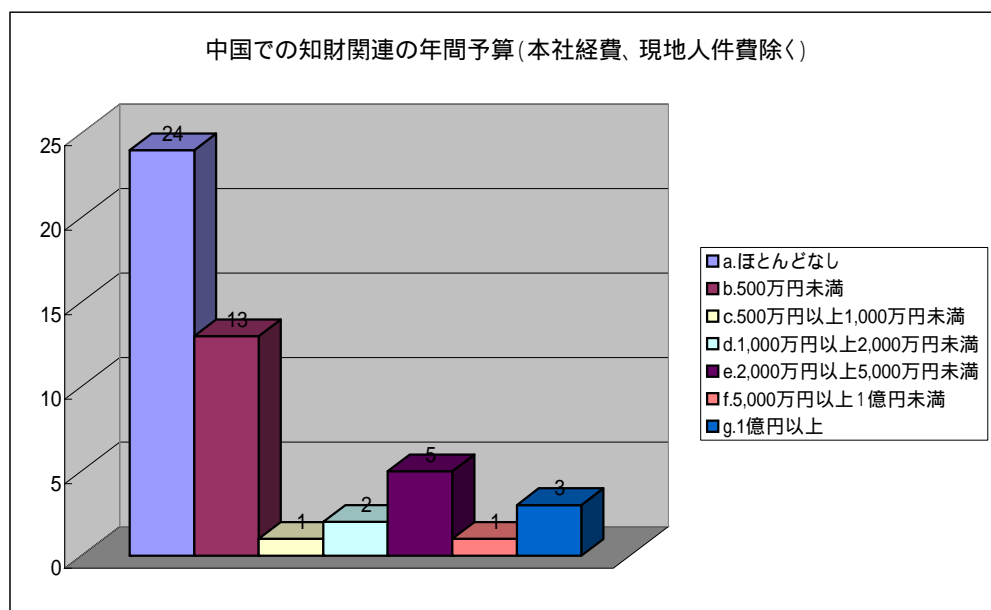
- ・ 真贋鑑定は行っているが、それ以上の事項はできていない <1社>
- ・ 中国知財戦略の策定、実行ほか何でも <1社>
- ・ 偽物証明書の発行など <1社>
- ・ 技術情報 / ノウハウ管理 <1社>
- ・ 技術流出の防止、契約履行状態の監査、技術関連契約の交渉 <1社>
- ・ 市場での撲滅 / 訴訟及び取締りのサポート、情報提供 <1社>



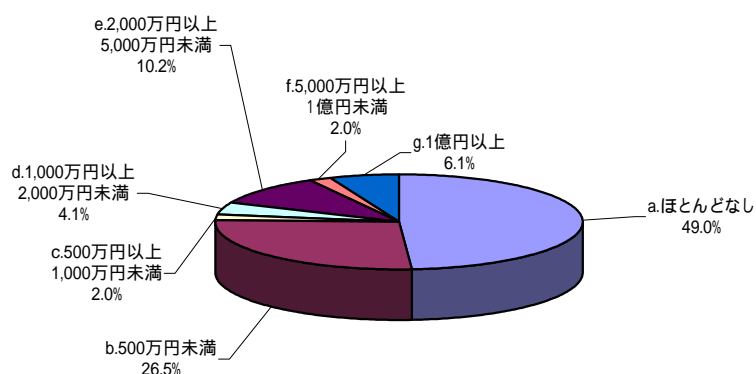
Q 3 . 中国での知財関連の年間予算（本社経費、現地人件費除く）

	Count	Percent
a.ほとんどなし	24	48.0%
b.500万円未満	13	26.0%
c.500万円以上1,000万円未満	1	2.0%
d.1,000万円以上2,000万円未満	2	4.0%
e.2,000万円以上5,000万円未満	5	10.0%
f.5,000万円以上1億円未満	1	2.0%
g.1億円以上	3	6.0%
MISSING（未回答）	1	2.0%
Total	50	100.0%

- ・ f .について（特許、意匠出願費用を除く） <1社>
- ・ 特に予算はきめていません。 <1社>



回答構成比率

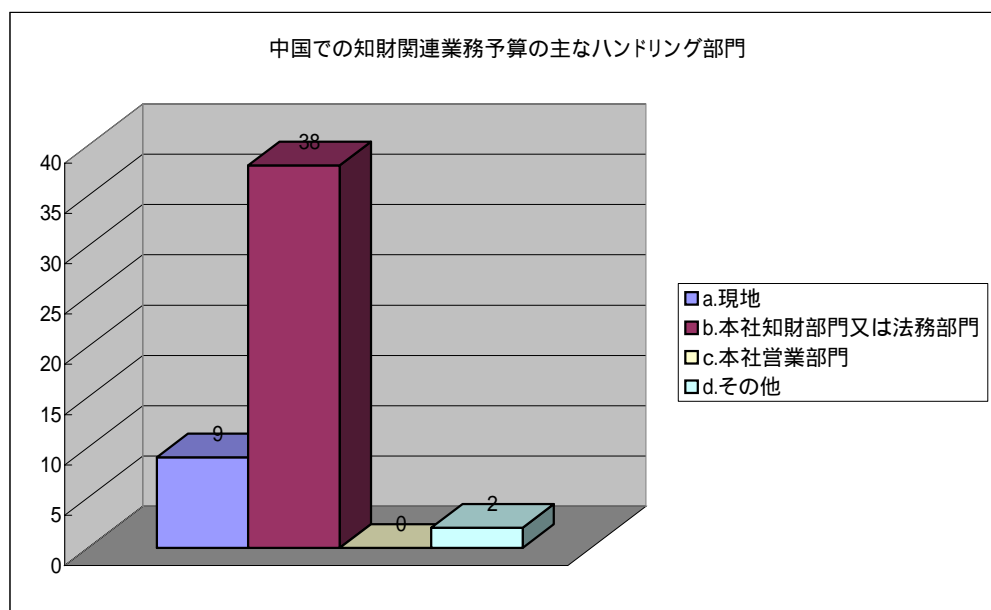


Q 4 . 中国での知財関連業務予算の主なハンドリング部門

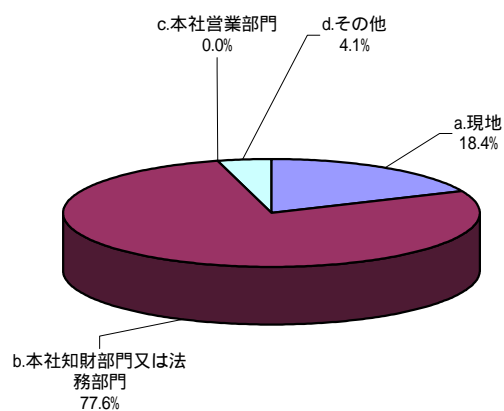
	Count	Percent
a.現地	9	17.6%
b.本社知財部門又は法務部門	38	74.5%
c.本社営業部門	0	0.0%
d.その他	2	3.9%
MISSING (未回答)	2	3.9%
Total	51	100.0%

その他

- ・ 必要に応じて本社より支出(総務・経理部門) <1社>
- ・ 本社事業部(当該製品生産事業部) <1社>



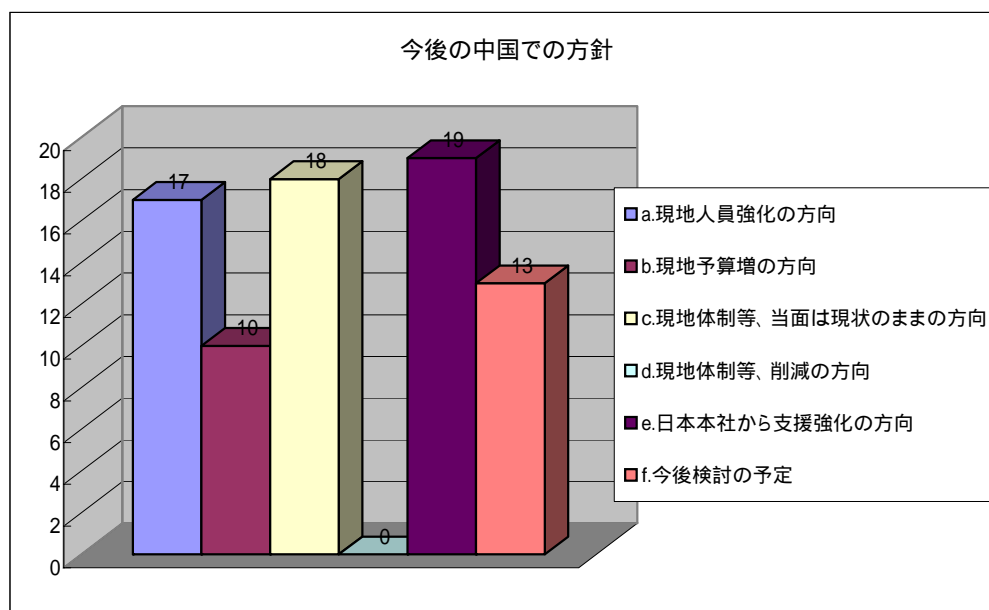
回答構成比率



Q 5 . 今後の中国での方針（複数回答可）

	count	Percent
a. 現地人員強化の方向	17	33.3%
b. 現地予算増の方向	10	19.6%
c. 現地体制等、当面は現状のままの方向	18	35.3%
d. 現地体制等、削減の方向	0	0.0%
e. 日本本社から支援強化の方向	19	37.3%
f. 今後検討の予定	13	25.5%
MISSING（未回答）	1	2.0%
Total		

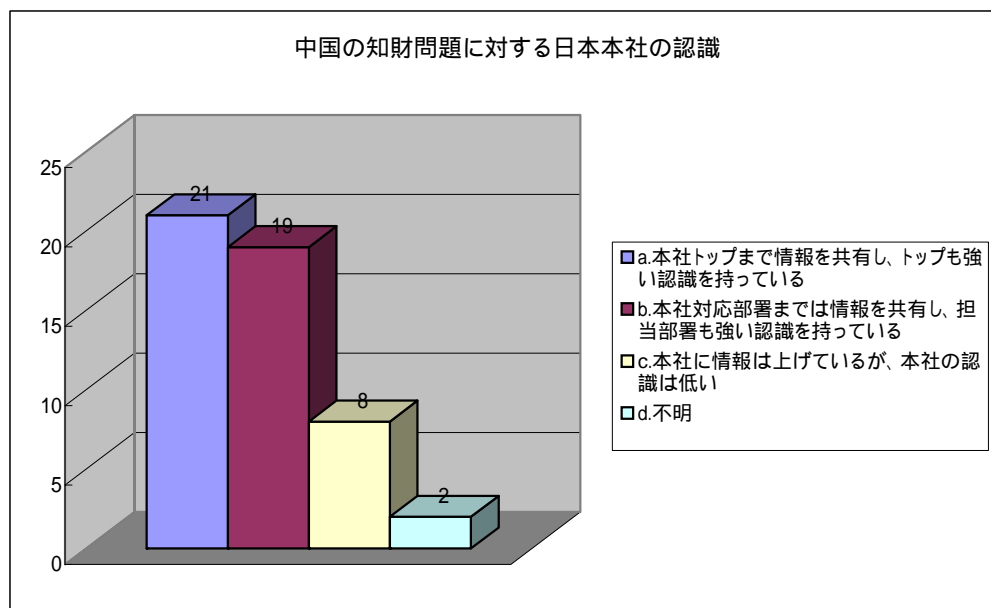
・ f . について（模倣品対策に関する基本方針を本社で決定し、それを展開していく段階）<1社>



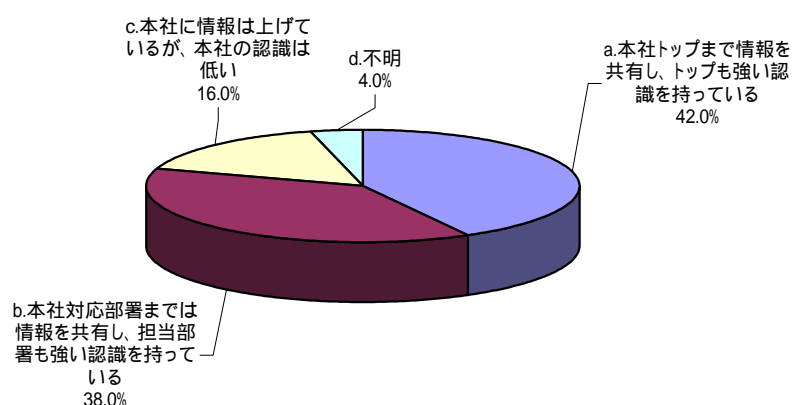
Q 6 . 中国の知財問題に対する日本本社の認識

	Count	Percent
a. 本社トップまで情報を共有し、トップも強い認識を持っている	21	41.2%
b. 本社対応部署までは情報を共有し、担当部署も強い認識を持っている	19	37.3%
c. 本社に情報は上げているが、本社の認識は低い	8	15.7%
d. 不明	2	3.9%
MISSING (未回答)	1	2.0%
Total	51	100.0%

- ・ c. について問題が発覚してから、対応しているのが現状 <1社>
- ・ c. について製品群が中間製品の為、意識が低い <1社>



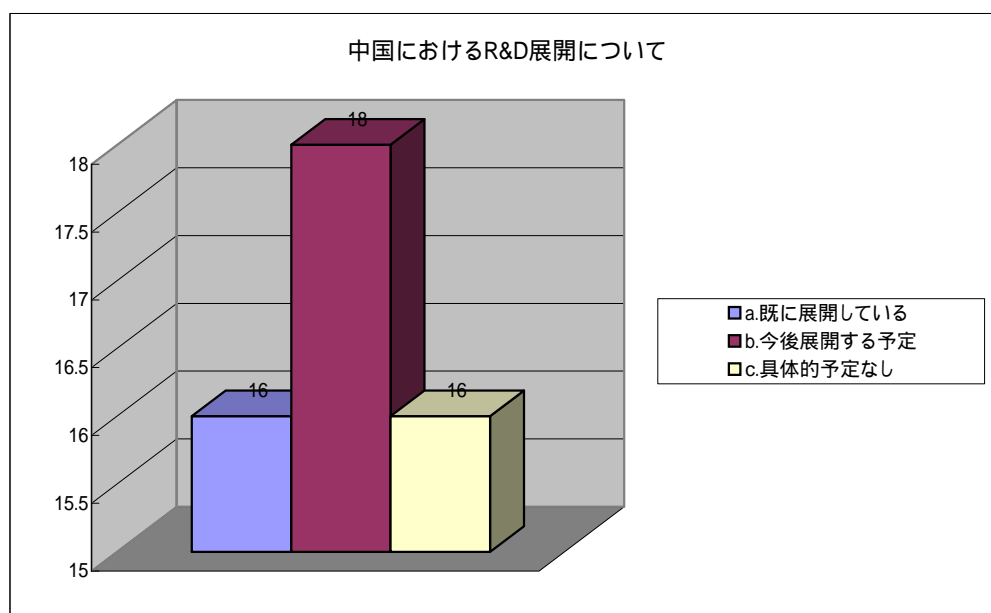
回答構成比率



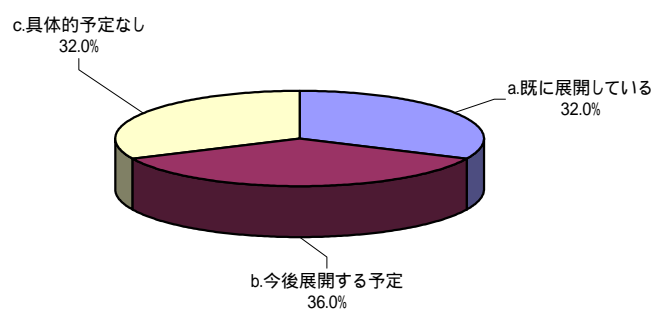
中国におけるR & D活動について

Q7. 中国におけるR & D展開

	Count	Percent
a.既に展開している	16	31.4%
b.今後展開する予定	18	35.3%
c.具体的予定なし	16	31.4%
d.MISSING(未回答)	1	2.0%
Total	51	100.0%



回答構成比率



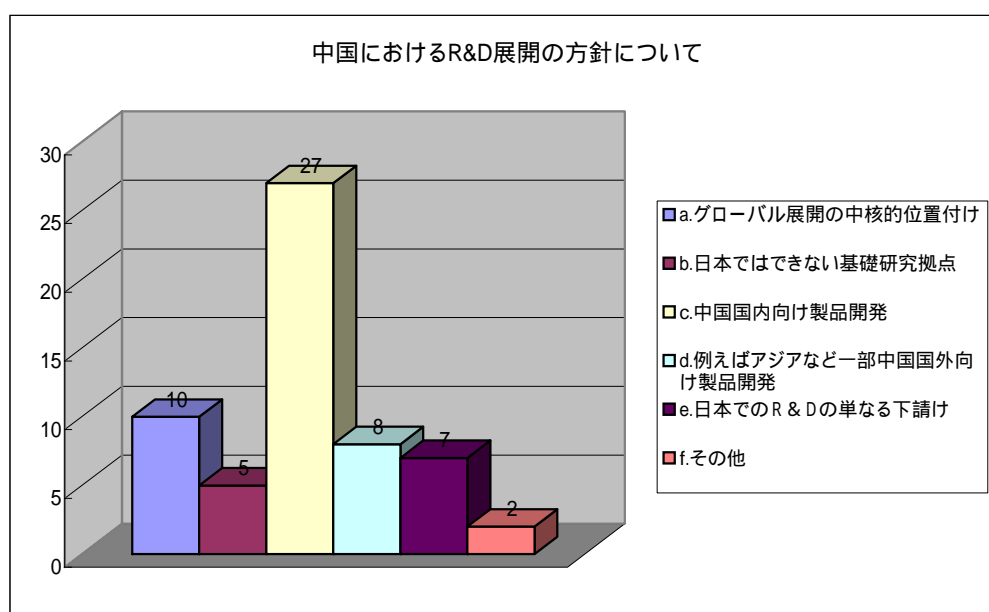
〔 Q 8 . Q 9 . は Q 7 で a または b とした企業のみ回答 〕

Q 8 . 中国における R & D 展開の方針（複数回答可）

	Count	Percent
a. グローバル展開の中核的位置付け	10	29.4%
b. 日本ではできない基礎研究拠点	5	14.7%
c. 中国国内向け製品開発	27	79.4%
d. 例えばアジアなど一部中国国外向け製品開発	8	23.5%
e. 日本での R & D の単なる下請け	7	20.6%
f. その他	2	5.9%
MISSING（未回答）	4	11.8%
Total		

その他

- ・ 技術研究者の育成、客先へのサービスの一環 <1社>
- ・ 中国国内向け流通（販売網）開発及び商品開発 <1社>

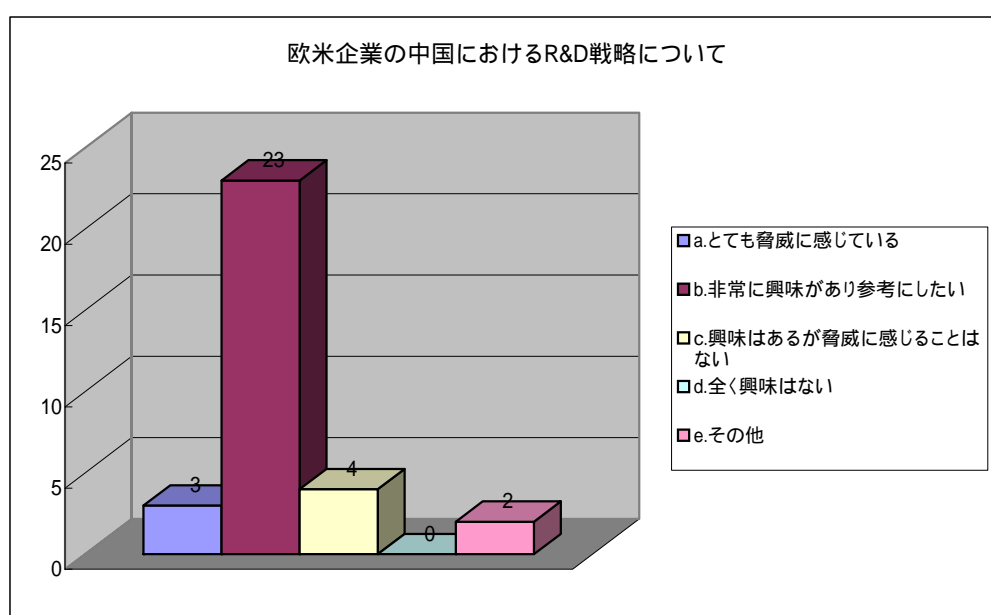


Q 9 . 欧米企業の中国における R & D 戦略について

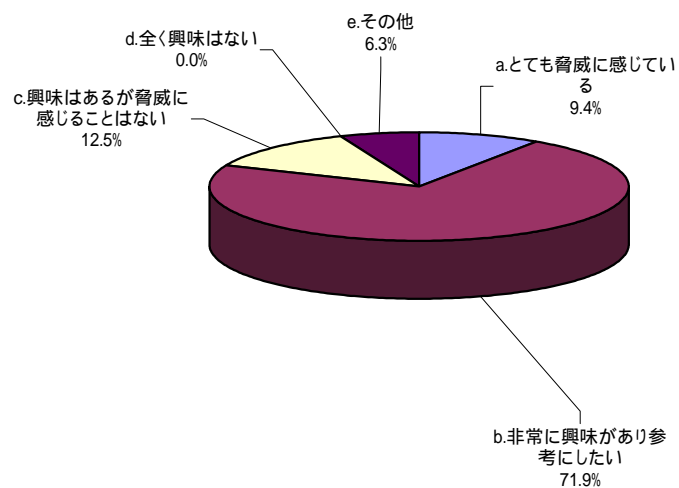
	Count	Percent
a.とても脅威に感じている	3	8.8%
b.非常に興味があり参考になりたい	23	67.6%
c.興味はあるが脅威に感じることはない	4	11.8%
d.全く興味はない	0	0.0%
e.その他	2	5.9%
MISSING (未回答)	2	5.9%
Total	34	100.0%

その他

- ・いまだ実態をつかめていない。現在調査研究中。 <1社>
- ・わからない <1社>
- ・a.について(ソフトウェアの分野では2バイト言語対応のための開発の中心になると思う)
(EX:マイクロソフトの開発センターIN上海) <1社>



回答構成比率



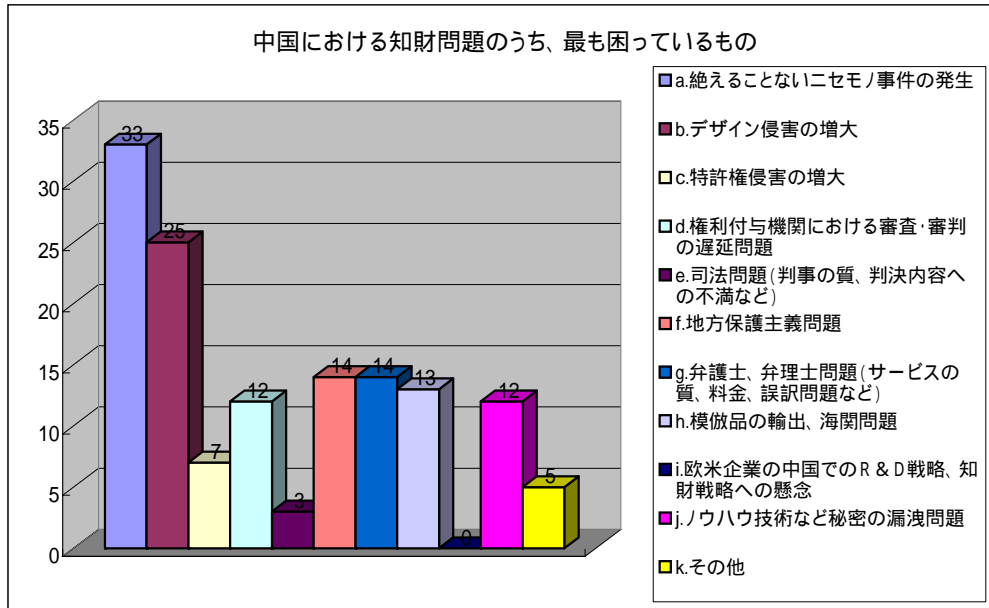
中国における知財問題について

Q10. 中国における知財問題のうち、最も困っているもの（3つ選択）

	Count	Percent
a. 絶えることないニセモノ事件の発生	33	64.7%
b. デザイン侵害の増大	25	49.0%
c. 特許権侵害の増大	7	13.7%
d. 権利付与機関における審査・審判の遅延問題	12	23.5%
e. 司法問題（判事の質、判決内容への不満など）	3	5.9%
f. 地方保護主義問題	14	27.5%
g. 弁護士、弁理士問題（サービスの質、料金、誤訳問題など）	14	27.5%
h. 模倣品の輸出、海関問題	13	25.5%
i. 欧米企業の中国でのR & D戦略、知財戦略への懸念	0	0.0%
j. ノウハウ技術など秘密の漏洩問題	12	23.5%
k. その他	5	9.8%
MISSING（未回答）	1	2.0%
Total		

その他

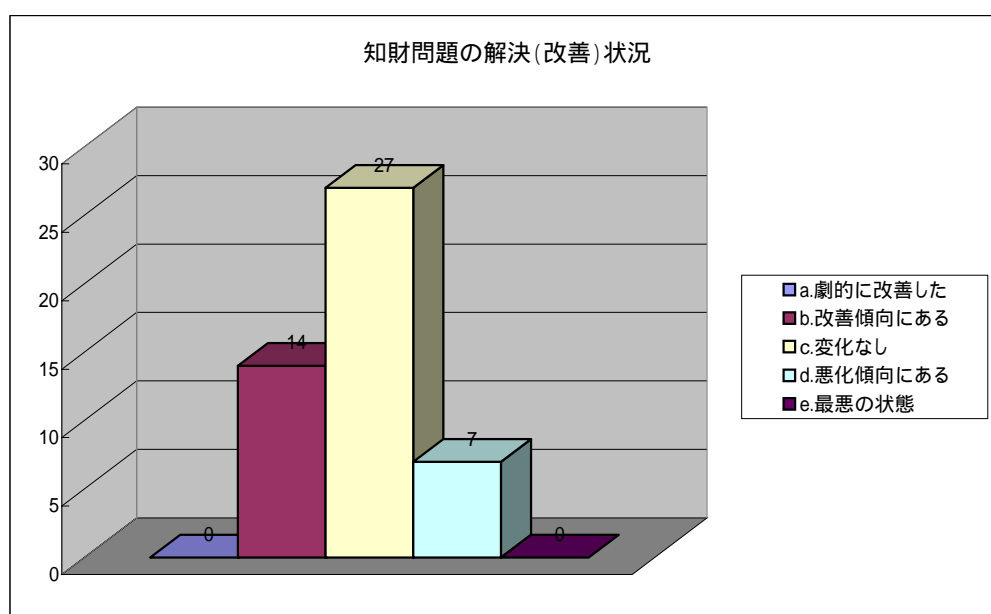
- ・上記d.に関連しますが、記載不備や不明瞭との拒絶により特許審査で許可される範囲が日米等に比べて狭くなる傾向にある点 <1社>
- ・大学や中国企業との技術提携問題、法律と運用の乖離が相変わらず激しい。調査会社のやり方、存在、仕事の姿勢に疑問を感じる。 <1社>
- ・審査の不整合（植物は特許されない） <1社>
- ・社名（グループ名）と類似の社名が散見される。 <1社>



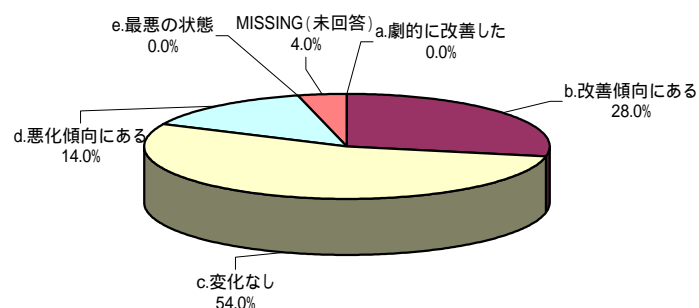
Q 1 1 . 知財問題の解決（改善）状況

	Count	Percent
a. 劇的に改善した	0	0.0%
b. 改善傾向にある	14	28.0%
c. 変化なし	27	54.0%
d. 悪化傾向にある	7	14.0%
e. 最悪の状態	0	0.0%
MISSING (未回答)	2	4.0%
Total	50	100.0%

- ・ 状況の把握すらできていない状態
- ・ c. について（中国での日系車両のプレゼンスが増大するにつれて、今後悪化する。） <1社>
- ・ d. について（正確な被害実態は掴みきれしていない。） <1社>
- ・ d. について行政当局、司法当局は積極的に対策をして頂いているが、それを上回る侵害問題の発生、再発がある点で悪化傾向との認識。



回答構成比率



Q12. 知財に関して特に困っている問題等（自由記載）

- ・ 当社登録商標と類似か比類か判断が難しいギリギリの商標が数多く出願され（一部登録）、実際に使用されて困っている。全てを潰すためには当社商標が馳名である必要があるがその認定を受けるのも困難な状況である。 <1社>
- ・ 他社では、模倣品被害の実態をどのような方法で把握しているのを知りたい。本社に言っても費用対効果を示せなければ説得力がないと言われてしまい予算化できていない。 <1社>
- ・ 現地にいてできさ、情報が入ってこない。弁護士といえどもレベルが低く、適切なアドバイスを感じることが少ない。法律と運用の乖離が相変わらず激しい。調査会社のやり方、存在、仕事の姿勢に疑問を感じる。 <1社>
- ・ 中国メーカーが当社製品を無断でカタログやホームページに掲載しているが、販売している実績は確認できず、客寄せとして使用している模様でもあるが、販売実績が無い為に意匠権を有していても権利行使ができない。カタログやホームページでの掲載を差止できるように日本の意匠法のように販売の準備行為も権利侵害となるよう中国の特許法改正が望まれる。 <1社>
- ・ 意匠権に係る侵害とそれに対抗するノウハウの欠如 <1社>
- ・ 弊社の投影機のあるモデルを中国企業に仕様・外観から見て、完全に模倣されている。弊社の顕微鏡のあるモデルが弊社の類似商標を使い、展示会に展示されていた。 <1社>
- ・ 模倣品問題の急増 <1社>
- ・ 前述のアンケートの回答の通り、中国国内のみならず輸出までされて全世界に供給・氾濫する模倣品。弊社本来の販売機会を損失するのみならず、正規品の価格への悪影響、品質問題による顧客からの信頼の失墜などなど。 <1社>
- ・ デットコピー品（商標権侵害、製造国、製造社表示もインチキ）に対しては、TSB・AICで摘発してもらっていますが、最近は製造工場を調査しても見つけなくなっています。当社に關係する模倣品は意匠権侵害が多い、警告状発送・当事者間対応で現在進めています。警告状を送っても全く返答してこない会社に対してどのように対応すべきか、現在迷っています（汕頭市の会社です。）先日のJETROさんのセミナーで意匠権侵害の裁判の話を知ったら裁判も大変そうに思いました。（当方に裁判に費やす工数がありません。）とりあえず行政摘発しかないかと思っています。 <1社>
 意匠権侵害で警告状を送付し、侵害者から返答があり、当事者間交渉で解決しようと思っ
 てる事件がありますが、なかなかまとまりません。冒認意匠の放棄・販売中止・金型廃棄等は認めています。他の条件で折り合いがつかず1年以上交渉を続けていま
 す。当社側の中国人弁護士は頼りにならないことがはっきりしてきました。当社から相手
 方に当社側条件を認めるべきとして理由を述べても、日本企業はこのように言ってますと、
 翻訳して相手方に送付する翻訳者の仕事しかしません。専門家としての助言等は全く期待
 できません。（相手は上海市の会社です。） <1社>
- ・ 1) 中国で模倣品が製造され、米国のアフター市場で出回っていること。 <1社>
- ・ 2) 他国で登録された案件が中国でのみ拒絶されたこと。 <1社>
- ・ 意図せざる技術流出：現地の第三者ライセンス、或いは、当社がマイナリティー出資である
 合併企業の契約履行（特に機密保持義務、流出禁止義務）に関する意識が低く、下請
 げ等を経由して、技術が流出している。 <1社>
- ・ 商号・商標模倣事件 <1社>
- ・ 社名商標の使用 <1社>
- ・ 車両外観のデザイン模倣・冒認出願、特許明細書の誤訳、商標関係の審査遅延 <1社>
- ・ 知財だけではなく、政府による外国企業への差別的待遇が問題。数年後、特許権
 侵害で日本企業が訴えられるケースが増加すると思われる。この場合、専利局では中国
 企業を優先して審査を加速し、即提訴ということになる。現状は中国企業の被告としての防
 戦に、裁判審理遅延、さまざまな異議の悪用、無効審判の審理遅延による裁判の長期化な
 どの国ぐるみ対応であるが、攻撃が最大の防御であることから、中国企業による提訴は
 現実的。 <1社>
- ・ 商号問題（香港、マカオ、日本などでの架空の商号登記をし、それを用いる行為） <1社>
- ・ 出願中の特許に関し中国で侵害製品が出回り出したが、日本・米国・韓国などでは既に権利
 化した特許出願が、未だに登録にならない。現地弁護士に調べさせたところ、侵害企業か
 らの圧力で審査が遅れているようだ、との情報あり。 <1社>
- ・ 中国では商標の使用許諾契約を契約する必要がある。またはOEM生産委託の場合でも商標
 の使用許諾契約が必要になるという独特な制度になっている為、国際協調に欠け煩雑だと
 感じている。 <1社>
- ・ 税関での鑑定作業と担補金、刑事移送基準の適正運用 <1社>
- ・ 今は無いが、今後備えている。 <1社>
- ・ 1、現地発明を日本に移転する際の移転価格税制の問題。適正な移転価格とは？
 2、技術輸出入条例に関し、現地発明の制限技術を原始的に日本帰属にできるのか？
 3、当社商標と紛らわしい他社の商標登録（権利行使できない）。 <1社>

- ・ 中国での弊社の規模は、中国に知財の専門家を置くには無理があり、日本の知財管理室に依頼して進めているのが現状です。又、模倣品がどの程度、中国国内で製造・販売しており、中国での販売にどの程度、影響を及ぼしているのかを正確に掴むことが難しいと考えています。数値的に被害額を把握できない為、どの程度まで予算をとり、進めていかなければならないかの判断ができていません。 <1社>
- ・ 巧妙かつ拡大する模倣品問題、有効性及び侵害性の乏しい権利で提起される侵害訴訟、中国内技術標準制定過程における知的財産権の扱い <1社>

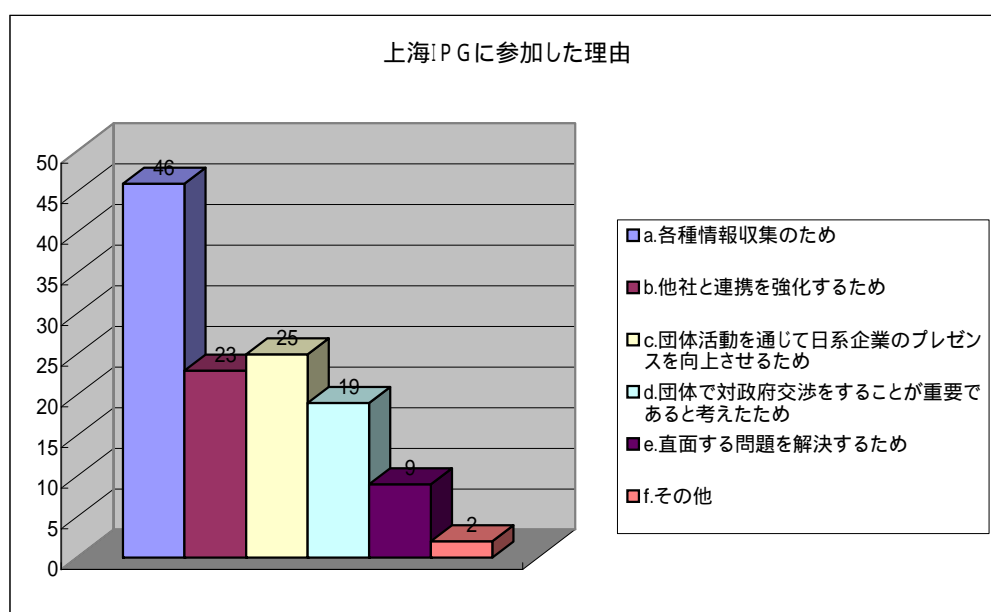
上海IPG活動について

Q13. 上海IPGに参加した理由（複数回答可）

	Count	Percent
a. 各種情報収集のため	46	90.2%
b. 他社と連携を強化するため	23	45.1%
c. 団体活動を通じて日系企業のプレゼンスを向上させるため	25	49.0%
d. 団体で対政府交渉をすることが重要であると考えたため	19	37.3%
e. 直面する問題を解決するため	9	17.6%
f. その他	2	3.9%
Total		

その他

- ・ 本社内の意識を高めるため <1社>
- ・ 問題が発生した際に備えるため。 <1社>
- ・ 同問題の変化を把握する為 <1社>

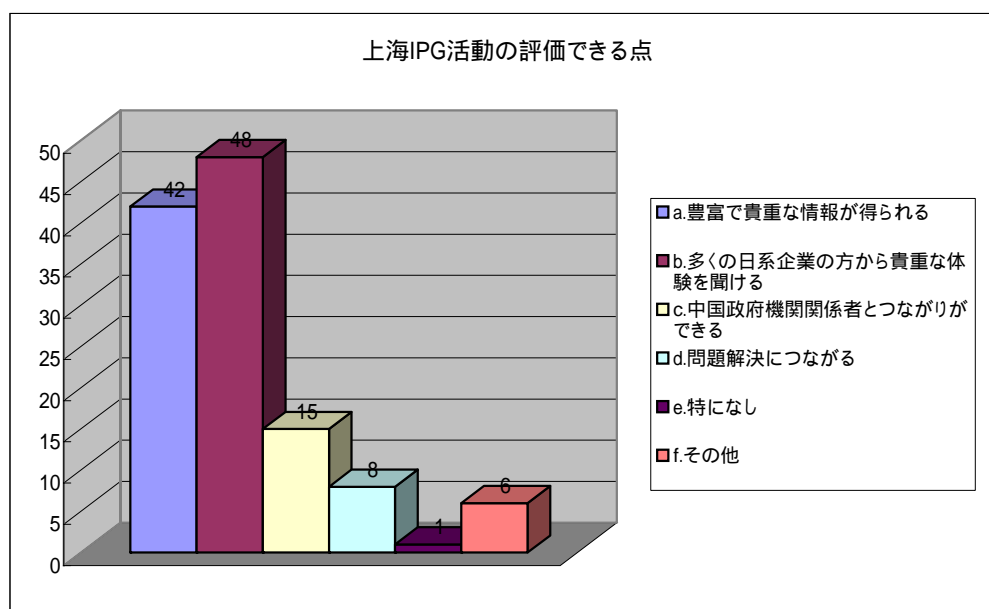


Q14．上海IPGの活動内容について評価できる点（複数回答可）

	Count	Percent
a.豊富で貴重な情報が得られる	42	82.4%
b.多くの日系企業の方から貴重な体験を聞ける	48	94.1%
c.中国政府機関関係者とつながりができる	15	29.4%
d.問題解決につながる	8	15.7%
e.特になし	1	2.0%
f.その他	6	11.8%
Total		

その他

- ・ 仲間が増える。 <1社>
- ・ 人脈形成を通じて模倣品問題等で他社と連携できる。 <1社>
- ・ 当局、多国籍・中国企業の活動や取組がわかる。 <1社>
- ・ 現場の専門家集団として貴重な経験の集積がある。 <1社>
- ・ 権利情報のような貴重な資料発行。政府機関向けセミナー <1社>
- ・ 共通の課題での人脈が出来る。 <1社>

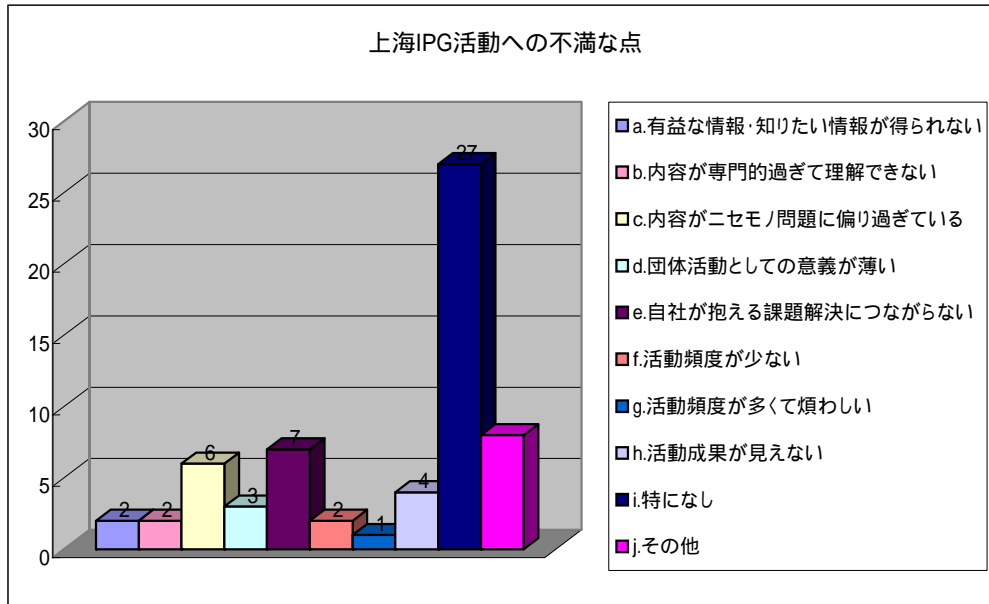


Q 15 . 上海 I P G 活動への不満な点（複数回答可）

	Count	Percent
a.有益な情報・知りたい情報が得られない	2	3.9%
b.内容が専門的過ぎて理解できない	2	3.9%
c.内容がニセモノ問題に偏り過ぎている	6	11.8%
d.団体活動としての意義が薄い	3	5.9%
e.自社が抱える課題解決につながらない	7	13.7%
f.活動頻度が少ない	2	3.9%
g.活動頻度が多くて煩わしい	1	2.0%
h.活動成果が見えない	4	7.8%
i.特になし	27	52.9%
j.その他	8	15.7%
MISSING（未回答）	2	3.9%
Total		

その他

- ・アイデアを出す人が少ない。小さなアウトプットで満足している傾向。大局的に、戦略的に物事が考えられていない。（IPGに不満というよりも政府関係者に対してです） <1社>
- ・日本の知財担当の専任者がいないため、常時参加は困難である。 <1社>
- ・もっと会合に出席したいと思いますが、現在の当社の体制では上海出張～会合出席は難しい状態にあります。 <1社>
- ・ワーキンググループの事業などをつくって直面する課題に取り組むなどを検討してほしい <1社>
- ・今後は欧米企業や中国大手企業との連携を強化して頂きたい。 <1社>
- ・活動成果が見えにくい。活動上やむを得ないが、時々専門化することがある。 <1社>
- ・参加早々ですので、判断できません。 <1社>
- ・新規参加の為不明 <1社>
- ・講演等で時間が短過ぎて内容が省略され、十分に満足できない場合がある。 <1社>
- ・d.について（ハイアールの積極的な特許申請が良い例と思料するが、今後中国がプロパテント政策に転じた際に、日系企業にとって不利な展開になる可能性がある」と個人的には考えています。その辺りの対応についても、注意喚起をしていくとより良いのでは・・・?と(素人ながら)考えております。 <1社>

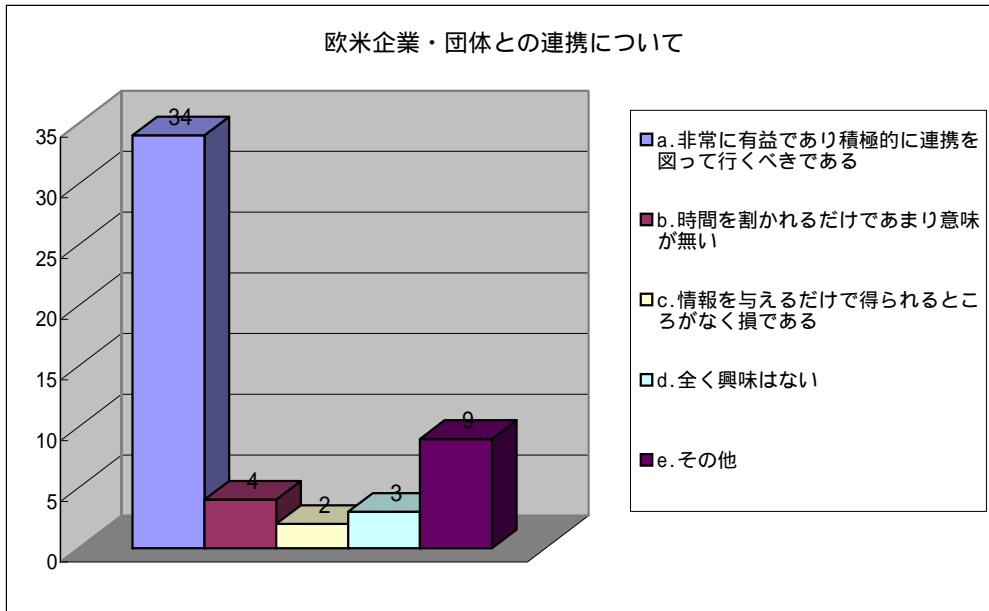


Q 16 . 欧米企業・団体との連携について、どのようにお考えですか？（複数回答可）

	Count	Percent
a.非常に有益であり積極的に連携を図って行くべきである	34	66.7%
b.時間を割かれるだけであまり意味が無い	4	7.8%
c.情報を与えるだけで得られるところがなく損である	2	3.9%
d.全く興味はない	3	5.9%
e.その他	9	17.6%
MISSING（未回答）	3	5.9%
Total		

その他

- ・米企業との連携は今のところ意味がない。求めるものが違う。
（著作権と商標特許権など。I I P P Fの活動については、場当たり的で戦略性を感じない。企業の声を聞いて、分析をして、捨てるものは捨てる、守るものは死守する、実行責任を取る姿勢と覚悟が必要と考えます。期待は大きいですが、今のままでは何の結果も生み出せない <1社>
- ・業種による。 <1社>
- ・連携すれば効果的な活動ができると思いますが、連携するに十分な工数、体制がない <1社>
- ・当社グループの事業(文具・事務用家具)においては欧米企業・団体との連携は考えにくい<1社>
- ・欧米企業がどのような状況にあり、どのような対策を取り、活動しているのか、実状を知りたい。 <1社>
- ・極めて重要であると考えます。しかし、連携するには考え方の相違を克服し一致して取り
取り組める措置、大きな観点でポリシーの策定、実務的面で姿勢、決定の迅速さ、費用負担面
などを作ることが重要と考えます。 <1社>
- ・わからない <1社>
- ・弊社の今の体制では積極的な活動ができない。 <1社>
- ・実際に彼らが情報(手の内)を何処まで正直にみせてくれるのか、連携を図るべきか否かは
彼らの目的を見定めてからでも良いのでは・・・? <1社>
- ・a.について（欧米企業による対日本戦略に有利な影響を与えない程度において） <1社>



Q 17 . その他上海 I P G へのご意見・ご要望（自由記載）

- ・いつも、出席できなくてすみません。ただ、実は、こちら情報を出し惜しみしているわけではないのです。
模倣品被害がどの程度かを客観的に示す指標や証拠でもあれば、本社を説得できるのですが。被害があるということは十分認識しているのですが、数字に乏しいのが活動のネックになっております。
他方、現地では、模倣品の襲撃は、マーケティング部門に決定権があるのですが、現在は、売上高の増加が彼らにとってのターゲットであり、模倣品に時間を割く暇があれば、売り上げをとって来いというような状況で、現地では予算化されていません。また、本社サイドの方針決定がなされていないことが、場当たりのと捉えられ、現地の活動に熱が入らないという状況です。
このような悪循環から抜け出せていないのが実情です。当社としては、参加企業がどのように実態把握に努めているかとか、本社への支援依頼に成功したかという情報が有益です。いきなり、対策系の話ができる以前の状態にいる企業は案外多いのではないのでしょうか。
<1社>
- ・もっと活動が大きくなるように、アイデアを出していきましょう。私も協力します。 <1社>
- ・ 上海IPG様はいつも貴重な情報を得られる場として感謝しております。
また上海IPG様を通じて、共通の問題を抱える他の日系企業様と交流できることができて、更なる情報の収集に役立っております。 <1社>
- ・業務の都合上、開催会議に全て出席はできていませんが、情報収集及び弊社にて問題が出た場合のアドバイスを頂く絶好の場として極力参加させていただき、感謝しております。今後ともご指導の程、宜しく御願致します。 <1社>
- ・成果について、短期的なものの中長期的な目標を設定し、評価を固めつつ進めてはどうか？ただし、厳しいまたは高すぎる目標を立てる必要はなく、現実に沿ったものであることが、必須。それが将来への発展の基盤となり、かつ、時間をかけての成果になると思います。予算があっても 現場でできることとできないことがあろう。 <1社>
- ・いつも各種情報を提供いただきありがとうございます。 <1社>
- ・北京IPGよりも多くの企業に門戸が開かれている現状を維持して頂きたい。中国政府に対するロビー活動を活発化して頂きたい。 <1社>
- ・北京と上海で年間6回づつ会合を開催していますが、年に1テーマ程度、共通テーマで開催していただくと助かります。 <1社>
- ・今後ともよろしく御願致します。 <1社>
- ・引き続き、どうか宜しく御願申し上げます。 <1社>
- ・開催日を前以って連絡いただけるので、他の上海主張案件と調整でき、大変助かります。最近では、中国企業との特許係争事件も増えてきており、その点の調査研究も重要になってきていると思います。また、中国独占禁止法、PL事件に関連しての中国の鑑定機関（鑑定制度）の情報など有りましたら、ご教示願えれば助かります。
今後ともよろしく御願致します。 <1社>
- ・弊社は上海IPGに十分な貢献が出来ず誠に申し訳なく、何とか貢献できるよう現在、検討しております。1月の会合は上海在の販売子会社からの出席を調整中です。今後とも宜しくご指導のほど御願申し上げます。 <1社>
- ・何時も有益なる情報をあり難く存じます。日本企業のため、努力され工夫頂いており、感謝しています。 <1社>
- ・いつも積極的な活動をされておられ、敬意を表します。特に、昨年は着実な成果が目に見られ、私自身の活動の範としたいと考えております。 <1社>
- ・非常に有効な活動を展開されていると思います。ありがとうございます。 <1社>
- ・1.目に見える活動成果のOUT PUT(権利集、権利集セミナー以外)
2.同業同志での企業連合の水先案内人的役割
(連合ができれば、あとは、その連合の自主性に任せればよい) <1社>
- ・特になし <1社>