

第2回「上海 IPG」会議 議事録

日時：2002年12月20日

場所：上海万豪虹橋大酒店

司会進行：水田賢治氏（JETRO 上海センター）

15：10 会議開始（高速道路で事故が発生したため、開始時間は予定より10分間遅延）

挨拶：津田小亮氏（上海IPGグループ長）

上海IPGの今後の活動方針と具体的な活動内容について、配布された"2002年度上海IPG活動について"にもとづいて説明。

【補足部分】

2002年12月初旬に日本より訪中した官民合同Missionは88名で構成されており、北京、浙江省・杭州、広東省・広州を訪問した。この官民合同ミッションは知財権問題において日本政府が企業をバックアップし、官民共同でこの問題に対処していくことを意味している。

上海IPGの今後の具体的な活動内容では「すぐに役立つ実用的なもの」を検討している。

第一部 「調査会社」による各社のPR（全て日本語によるプレゼンテーション）

1. 秋信投資コンサルタント(上海)有限公司 発表者：会員部 岡田 愛子 氏

同席者： 秋信投資コンサルタント(上海)有限公司

経営管理コンサルタント部 経済士 袁 峻 氏

上海嘉意商務諮詢有限公司（同社提携先） 総経理 卒 成 氏

上海市理平律師事務所（同社提携先） 弁護士 陳 衛 氏

配布された"知的財産権保護プロジェクト"にもとづいてプレゼンテーションを行う。

知財権侵害を受けた場合の執行機関への救済要請 P.2

被害に遭遇した場合その対処方法は主に二つある

・司法機関（人民法院） 刑事訴訟を起す。

侵害者に刑事処分を与えることができ、与えるダメージは大きい。しかし、書類準備に時間がかかり、権利侵害者に証拠隠滅の時間を与えてしまう。費用が高い。

・行政機関（工商行政管理局）（公安による直接取り締まりはコネクションが必要。）
手続きは簡単で早い。当日に取り締まりも可能であるが、与えるダメージが小さい。処分は行政範囲内の処分、主に罰金が科される。

権利侵害物の類型により適応する機関及び法律が異なる。 P.2 図1

該当機関へ取り締まり要請 P.3

調査会社の利用及び調査の具体的内容。 P.3

- ・ 各地域の監視ネットワークを通じて調査。
- ・ 侵害行為を発見。
- ・ 権利侵害商品の供給元を調査。
- ・ 模倣品などの証拠収集。
- ・ 代理人として行政機関へ訴える。

調査の流れ P.4

- ・ 権利者の決断。
- ・ 調査会社への調査委託（自社で調査するにはコスト面で限界がある）。
- ・ 調査会社による本格的な調査開始。
- ・ 調査結果報告をもとに対策決定。
- ・ 権利者が取り締まり機関へ取り締まりを要請。
- ・ 取り締まり機関による取り締まりを実施。
- ・ 侵害者への処分決定（処分決定とは罰金などのことを指す）。

実例の紹介 P.5

西藏（チベット）のQ製薬会社のケースについて。

知財権保護活動 P.6

日常業務の中での知財権保護活動

- ・ 企業内の知財権に対して権利申請を行うこと。（権利獲得は重要である）
- ・ 知財権管理制度を設立すること。
- ・ 定期的に学習会等を開催し、知財権保護に対する社員の意識を高め、企業内で

知財権

問題に対応できる人材を育てること。

- ・ 企業内部の知財権総合保護及び管理。
- ・ 知財権の戦略的運用の実施。
- ・ 企業技術及び海外輸出商品の特許状況に関する市場調査を定期的実施。

日常業務以外での知財権保護活動

- ・ 防御商標の登録。
- ・ 国際商標の登録。
- ・ 不必要な紛糾の回避。

【Q&A】

宇野元博氏（オムロン）

Q1. スタッフの人数と経歴

A. 岡田愛子氏 常勤 5名 顧問 5名 合計 10名

提携会社 上海嘉意商務諮詢有限公司 23名

提携弁護士事務所 上海市理平律師事務所（上海知財権委員）

Q2. 料金テーブル

A. 岡田愛子氏 マーケット調査 手数料 \$5,000 + 取り締まり 実費

（見積もりは随時異なる）

水田賢治氏（JETRO 上海）

Q1. 防御商標登録を登録することで、将来起こりうる知的財産権侵害を防止することが効果的とのことだが、予算の限られている日系企業にとってこのような取組みは難しいと感じるが、どの程度の効果があると考えているか？

A1. 陳衛弁護士 外形・名前中の色違い等、紛らわしいもの出現を防ぎ、消費者が誤解しないようにする。費用は余計にはかからない。

A2. 宇野元博氏（オムロン） 1件1登録なので登録費用は発生し、きりが無い。出しすぎても効果がない。不使用のものは取り消される。

A3. 岡田愛子氏 限られた大企業が採用する方法。費用は指摘通りかかる。

防御商標 = 連合商標、類似商標 不使用の物は3年で取り消される。

2. 羅思国際（英国）有限公司（rouse&co.international）

発表者：コンサルタント 範 暁春 氏

同席者：コンサルタント 唐 肖虹 氏、コンサルタント 山本 諭 氏

グローバル企業

・ 本社がロンドンにあり、中国、アメリカ、東南アジアの各支店を通じて中国、アメリカ、東南アジア等の五十数ヶ国に顧客がいる。中国には1993年に進出し、北京、上海、広州、香港の四ヶ所に拠点を持っている。

幅広いサービス

・ 知財権管理システムの構築。

専門家の視点から企業の知財権の現状を分析し、潜在的な問題を明らかにし、解決方法を提案する。

企業内において知財管理部門を設立・遂行し、外部管理機関との協力を推進する。

・ 知財権の取得。

商標登録 ・ 著作権登録 ・ 特許出願 ・ ドメイン名登録

- ・ 知財権の保護。
- ・ ブランドの保護をするために模倣品の取り締まりを行なう。
- ・ 顧客と政府機関の直接交流（工商局、技術監督局、公安局、税関局等）。
- ・ 弁護士資格所有スタッフによる取り締まりの実施。
- ・ 支店を通じた国際的な取締り（輸出した商品を海外の支店が取り締まる）。
- ・ 1998年に知財権に関する検討会を開催し、その検討会には各関連政府機関の代表及び関連企業の代表 152名が参加した。現在も定期的に行っている。

- ・ 知財権の商業上の利用。
- ・ 契約業務
- ・ 譲渡及び使用許可等の契約上の基礎管理
- ・ 登記処理
- ・ 紛争処理
- ・ 知財権に関する調査業務。

プロフェッショナル集団

350名（全世界） 中国スタッフ 80名 弁護士、商標弁理士、特許弁理士、専門家チーム
バイリンガルスタッフ

自動車、電気製品、タバコ、食品、薬品、化学、通信

【取り締まり成功事例】

- ナイジェリアへ輸出予定の模倣二輪車税関差止め案件（2002年4月）
- ・ 無錫模倣二輪車生産メーカーが模倣二輪車 1230台をナイジェリアへ輸出。
- ・ 顧客の委託を受けて、上海通関に連絡をし、通関差止めを申し立てる。
- ・ 知財保護未登録であったため、緊急臨時登録を行う。
- ・ 現地税関での調査を実施し、発見した部品全て模倣品認定を依頼。
- ・ タンクと商標のネジ位置が合致。
- ・ 処分確定（処理中）没収と罰金（二輪車解体、模倣品没収、1500万円以下の罰金）。
- ・ 流出防止。

模倣オートガラス刑事訴訟案件

- ・ 上海の大規模オートガラス生産メーカーがブランド物模倣オートガラスを販売。
- ・ アメリカ、日本、ドイツ、韓国の自動車メーカー8社が被害を受ける。
- ・ 企業より依頼を受け、2001年9月公安局と工商行政管理局に申し立てて摘発行い、短期間で模倣オートガラス 3809枚を押収する。
- ・ 押収した模倣品を科学認定した結果、被害総額 2,000万円に上ることが判明。

- ・ 公安局は本件の処理を検察局に移管する。
- ・ 検察局は被害額を認定し、裁判所に起訴する。
- ・ 裁判所はドア会社の経営者に対して懲役、会社に対しては罰金と処罰を下す。

（問題点）

- ・ 模倣オートガラス生産メーカーは公安局に摘発されていたにもかかわらず、検察局からは起訴されなかった。
- ・ 被害者側 8 社の意見を統一する必要があった。
- ・ このケースでは起訴する法的根拠が 2 通り、 は未登録商標商品販売罪、 は性悪製品販売罪であったが、司法当局へ で起訴することを助言した。

（効果）

- ・ 経営者に対し拘留や懲役の処罰を科すことにより、模倣品生産及び販売業者の経営者に摘発に対する恐怖感を与えた。
- ・ 純正ガラスの販売を促進した。

【Q&A】

高淵秀郎氏（日東電工）

Q1. 事例 の方で模倣品押収までにはどれだけの時間がかかったのか？

A1. 範曉春氏 金曜午後から月曜の間で臨時登録を行い、火曜に証拠を発見した。

A2. 唐肖虹氏 一般的には一日（緊急） FAX を税関に送る。

津田小亮氏（上海 I P G グループ長）

Q1. 臨時登録とは商標登録のことであるのか？もしそうであるならば登録するのにどの位の

時間がかかるのか？

A1. 範曉春氏 臨時登録とは税関の知財権保護登録のことである。

陳 正? 氏（上海 YKK）

Q1. 扱っている特許登録の案件数は年間どのくらいか？

A. 範曉春氏 特許登録案件は数十件 / 年であり、商標登録案件は数百件 / 年である。意匠権の案件では大手食品会社の取り締まり紛争を扱ったことがある。

宇野元博氏（オムロン）

Q1. 事例 は何に対して侵害があったのか？

A. 範曉春氏 商標権侵害である。ガラス上のロゴがラッカーによって隠されていた。

3. 上海博邦商務諮詢服務有限公司（BOB Information Service） 発表者：林祝平氏

配布されたパンフレットを基に会社紹介。

会社概要 P.1

商標登録侵害の調査及び取り締まりがメイン業務である。

中国のサービスエリア及び拠点 P.2

中国大陸全域であるが、特に沿岸区域である。

実績 P.3

主なクライアント P.3

クライアント全体の 76% は日系企業であり、また案件全体の 68% は日系企業から依頼された案件である。

得意分野 P.4

- ・ 照明器具（欧米企業が多い）
- ・ 事務機器の消耗品（FD、CD、インクカートリッジ等）
- ・ 精密機械（デットコピーや本物にない物がでまわっている）
- ・ ミシン関連（家庭用ミシン、ミシン本体に関しては中国国内の工場だけの取り締まりだけでなく、税関と共同で輸出を含めた取締りを行っている）
- ・ アニメキャラクター。

過去に取り扱った案件を報道したメディア P.5

顧客の許可を得て取り締まりの際にメディアを活用している。取り締まりにメディアを活用することにより取り締まり後の効果の波及が見込める。

調査・取締り業務の一般的な流れ P.6

【取り締まり成功事例】

SANRIO 案件（2001 年）

2000 年 12 月に上海で HELLO KITTY のジグソーパズル模倣品が販売されているのが発見された。

広東の佛山に模倣品生産工場があることが調査にて判明。その工場はジグソーパズ

ル専門工場であった。その工場で生産された模倣品は中国国内で販売されていただけでなく、日本や東南アジアにも輸出されていた。また、商標侵害を受けていたキャラクターはHELLO KITTYだけではなく、同じくサンリオのキャラクターであるPO CHACCOも商標侵害されていた。

2001年1月、広東佛山の工商局に申し立てを行って取り締まりを実施した。その際に押収された模倣品はHELLO KITTYが9カートン、PO CHACCOが17カートンでその他の商品を合わせると50カートンに及んだ。同年、工商局から模倣品製造業者に対して処分が下された。処分内容は罰金4万元と模倣品の廃棄処分であった。また、その後工場に対して高額の損害賠償を請求し、勝ち取ることができた。

（日本）YAMAHA 株式会社

2002年5月にYAMAHA株式会社の社員がウルムチに出張中、YAMAHAオーディオの模倣品専売店を2件を発見した。模倣品の品質は巧妙で模倣カタログまで配布していた。YAMAHA株式会社より依頼を受けて、ウルムチのAICに申し立てを行った。その後、2002年9月に摘発を行い、軽トラック4台分の模倣品を押収した。名刺なども揃えた組織的な犯罪であった。その代理販売店は雅馬哈（香港）電子有限公司から授權書も受け取っており、この点に関しては代理販売店も騙されていた。

調査の結果、背後の模倣品生産工場の住所を入手し、工場を1社つきとめた。その模倣品生産工場は広州にあり、スピーカーのみを生産しており、生産した製品はDVDやアンプを生産している別の工場に提供していた。また、その工場のオーナーの親戚が香港にYAMAHA株式会社とは無関係の雅馬哈（香港）電子有限公司を設立していた。

2002年10月、生産工場が広州AICの二分局の管轄に跨っていたため、広州AIC華都分局と広州白雲分局の二つの分局に依頼をし、同時摘発を行った。その結果ロゴなどを押収した。

広州の工場は摘発したものの、香港に設立されている雅馬哈（香港）電子有限公司はいまだに香港九龍佐嗽道18-24号5楼B座に所在し、偽雅馬哈店舗を展開している。現在、その会社の名称取り消し作業中である。

OSRAM（ドイツ・SIEMENSの下に属する照明会社）・GE 案件

2001年10月に浙江省の貿易会社A社がインターネット上でTUNGSRAMという品名の電球を販売し、海外に流していたが値段があまりにも安いということで、模倣品ではないかと疑われた。調査をしてみるとA社販売している製品は模倣品であったが、A社自体の規模は小さく、在庫も無かった。更に調査してみると杭州の貿易会社C社が模倣品の供給元であることが判明した。C社はA社以外にも複数の貿易会社を通じて模倣品を海外に流出していた。C社を摘発してみると杭州から100km離れた倉庫に模倣品をストックしており、そこから27万個の模倣品が押収された。これらの模倣品はC社が浙江省の開元にあ

る工場に生産させていたことが発覚した。その工場では一般電球を生産していた。AIC は C 社と工場を重点的に摘発することを決定。工場からは模倣品の生産工具と生産機材を押収し、再犯防止証書を提出させた。2 月には C 社には損害賠償 8 万元の支払い処分が下され、9 月に AIC が処分決定を行い、C 社に対して 9 万 5 千円の罰金と模倣品の廃棄処分を命じた。廃棄処分方法は AIC との連携にて行われた。

【Q&A】

永井良規氏（資生堂）

Q1. 弊社では横流しが問題となっているが、模倣品ではなく本物なので工商局から協力を得られない。どのような対処策を実施すれば良いのだろうか？

A. 林祝平氏 ポイントは二つある。

・摘発前に日本企業と中国工場の間で契約がきちんと締結されているかを確認する。製造は許可しているが、販売は不許可等の内容が契約書の中に盛り込まれている場合には政府に訴える時に有効である。

・AIC の取り締まりは地方差がある。

4 . QCAC（駿麒商務諮詢服務有限公司） 発表者：古永誠氏
配布されたパンフレットを基に会社紹介。

会社紹介 P.1、2

会社案内 P.5

得意先 P.6

組織図 P.8

主な業績 P.4

会社の特徴 P.2、3

委託費用

目標対象：工場

調査費 \$ 3,000

摘発費 \$ 2,000

合計 \$ 5,000

目標対象：卸売り店・小売店 調査費 \$ 2,000

摘発費 \$ 1,000

合計 \$ 3,000

確定ではない。複数割引や連合摘発割引有り。

【業務プロセス】

顧客からの依頼（口頭でも可）

資料提出

- ・ 商標登録書コピー
- ・ 授權委託書
- ・ 本物の製品と模倣品の見分け方の指導（可能な場合）

調査開始（期間は不定期、長期の場合は定期的に中間報告有り）

摘発依頼（口頭でも可）

法務弁護士が適切な摘発執行機関を選択し、依頼する。

調査進行具合に合わせて模倣品押収、摘発

報告書郵送（文章、ビデオ、写真）

請求書送付

摘発（3～6ヵ月後）TSB 或いは AIC 処分決定書発行

【Q&A】

藤野信博氏（松下電工）

Q1. 小規模な照明、配線などの販売店を建材市場等でまとめて摘発する際でも費用は一件で\$ 3,000 かかるのか？それとも、まとめて\$ 3,000 なのか？

A. 古永誠氏 以前の事例ではビル一棟、または通り一本をまとめて摘発する際であっても基本的には一件\$ 3,000 ですが、件数が増えるごとに割引致します。見積もりのフォーマットがあります。

津田小亮氏（上海IPGグループ長）

Q1. 費用は処分決定までのものであると思うが、もし処分決定以前に問題が生じたり、また処分

分決定後うまくいかない場合や調査・摘発を途中で中止した場合の費用はどうなるのか？

A. 古永誠氏 今まで多くの案件を行なってきたが、そのようなケースが生じる場合の原因は地方保護主義によることが多い。その場合、司法機関の選定がポイントとなる。市レベルよりも省レベル、省レベルよりも国レベルの司法機関を使う等の防止処置をとるが、最悪のケースでは費用割引を行なう。

5. SunFaith 発表者：谷本秀一氏

1996年設立され、上海に本社があるリスクコンサルティング会社で、7月から飯田橋に東京支店を設立している。

【取り締まり成功事例】

米国 化学関連会社A社案件

（A社概要）

- ・ 化学関連のリーディングカンパニーでアジア、ヨーロッパ、アメリカに生産拠点を持つ。
- ・ 中国（華東・華南）に対して1990年中旬以降大型投資を行った。
- ・ 化学製品の内販を行っており、建築現場で使用する接着剤の販売量は1996年までの業績は順調で50%のシェアを獲得。
- ・ 模倣品が販売され始めたため、97年から業績が急下降した。
- ・ 98年のシェアは50%から30%に下がった。
- ・ 99年初のシェアは18%に落ちた。

A社の模倣品対策の流れ

- ・ 当初は米国本社の知財部と連絡を取っていたが、意思の疎通やオペレーションの速度等がうまくいかず、上海事務所内に対策本部を設置した。
- ・ 専門調査会社に依頼をし、模倣品の摘発を実施。
- ・ 調査会社を通して行政組織との関係作り（自主的で調査会社任せにしない）。
- ・ 模倣品対策協会を通じて中国政府と交渉。
- ・ 模倣品対策のための社員教育。
- ・ 法務部だけの問題にはせず、営業・マーケティング担当者に至るまで教育を行な

い、現場から模倣品情報がフィードバックしてくるシステムを構築した。

数ヵ月後シェアが34%に回復

【成功した理由】

戦略が明確である。

目的（シェア奪回・ブランドイメージ再構築。一般的には目的が曖昧な企業が多い。）

地域（上海に限定。全国展開してもモグラたたき形式なら意味がない。）

予算（期間を決めて予算を作り、長期的な対策を練る。日系企業は一般的に模倣品が出てきた時に予算を作る。この場合は対策が後手に回りがちになる。）

チーム作り及び他機関との連携活動（法務部だけでなく、営業・マーケティングを含めてチームを作りを行った。法務部だけの問題ではなく、経営活動の一部である。模倣品を潰すだけでなく、潰したことによりどれだけの利益を得られるかが大切である。マスメディアを使い撲滅活動をアピールする。ロビー活動をする（IPG やロビー活動を通して活動。）

【調査会社の役割】

事前調査（ルーティンモニタリング）

調査拠点をを使って全国有名市場と模倣品販売者及び使用者について定期的に調査し、報告を行う。（月々数百ドル）

事後調査

小売ルート、小売業者、製造メーカーに対して調査を行う。

摘発

工商局、公安等と組む。調査会社によって得意な地域がある。（地域によって調査会社を選択することは重要である。）

PR 活動

調査会社によって行う会社と行わない会社がある。知財権関連の新聞とT.V.とタイアップしてPRを行う。

教育活動

撲滅だけでは費用がかかる。

- ・ 自社社員への教育 営業から情報がフィードバックするようにする。
- ・ 模倣品を使用している消費者への教育
建築現場に行き、模倣品を使うと後々問題が生じることを提言して歩く。

【欧米企業と日系企業の違い】

クライアント 80%が欧米企業で 20～30%が日系企業である。

プロジェクト契約と年間契約

欧米企業：一年の予算を決めて入札制度を実施し、プロジェクト案を提出させる。

日系企業：単発での撲滅活動。問題が生じてから。

評価の違い

欧米企業：500万円を使用し、どれだけの結果が出たかを重視。（シビアである。）

例）模倣 DVD プレーヤー 2万円×100台押収=200万円の利益

（納得しない。）

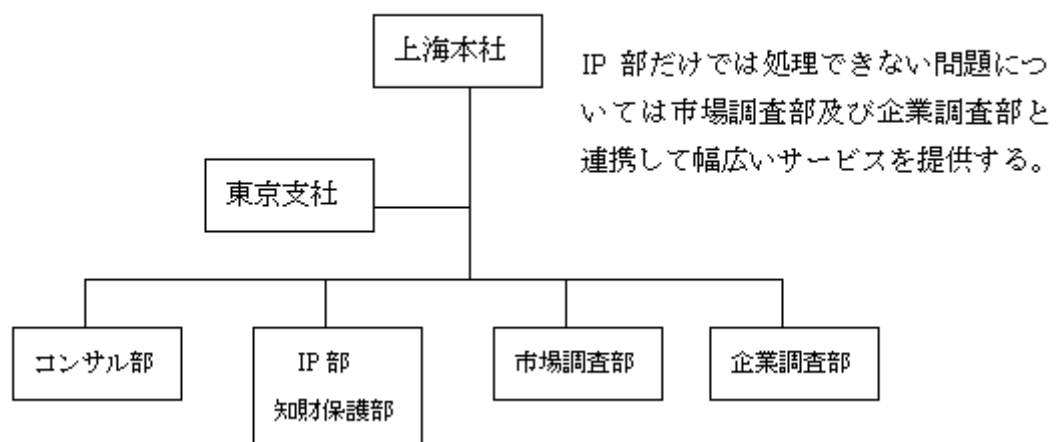
管轄部署の違い

欧米企業：知財部・法務部がメインでその他マーケティング部・営業部も入る。

日系企業：知財部・法務部

（理由）知財権を保護するだけでなく経営戦略上どれだけの利益が出るのかを考えている。

【会社概要】



【Q&A】

中嶋 栄子 氏（フリーライター）

Q1. PR 活動についての具体的な再発防止の役割

A. 谷本秀一氏 再発防止はマスコミ抜きには難しいが、使用しない方法もある。主に知財権関連の新聞にプレスリリースしている。その他 T.V.は年に数回上海テレビや中央テレビを通じて PR 活動を行っている。中国政府は WTO 加盟により知財権保護を推進していることを国外にアピールしたいと考えており、政府から調査会社にテレビ局とのタイアップに関する問い合わせが来る。テレビとタイアップすることにより全国に波及する。

Q2.何社の T.V.及び新聞会社をどういう形で使用し、どういう対象に PR しているのか？

A. 谷本秀一氏 今日ここでは正確には把握できていない。

【閉会の挨拶】

津田小亮氏（上海 IPG グループ長）

（参加者に対しての謝礼）

冒頭で述べたが、今後の活動方針内容は実用的なものを優先的に選んでいきたい。勿論、これらの取り組みにはいろいろ幅がある。また、官民合同ミッションは従来の個別対応及び民間だけの対応ではなく、これからは官民団結しても対応をしていくことを意味している。この合同ミッションでは 模倣品取り締まり強化、特に再犯防止策、 地方保護主義防止 地方政府への指導監督の徹底、 司法制度の充実、特に知的財産専門家の育成、の 3 点を中央および地方政府へ要望し要請書を手交。現在報告書は日本でまとめられている。

今後、中国における知財権問題の政府側の窓口は北京では日本大使館であり、上海では JETRO 上海であり、広東では JETRO 香港である。また、北京には北京 IPG があり、上海には上海 IPG がある。

上海 IPG では、来年も皆様のご協力及びご意見をご頂戴して実のある活動をしていきたいと思っております。