

第6回「上海IPG」会議 議事録

【日時：2003年9月12日

場所：上海万豪虹橋大酒店

司会進行：水田賢治（ジェトロ上海センター）

水田賢治（ジェトロ上海センター）

これより第6回上海IPGの会合を開催します。今回は、上海IPGメンバーの方々の模倣品被害事例とその対策の紹介、および、松下電工で20年間、知的財産の部署におられて中国の知的財産問題についても非常に詳しい川瀬先生にご講演いただきます。

このIPG会合も今回が第6回ですが、昨年9月に第1回目の会合を立ち上げました。そのときに、IPGの活動の運営については、幹事を決めて、その中で幹事会を行って、今後何をやるかということ議論するということでこれまで進んできました。最初の会合で幹事の任期を1年間と決めて、グループ長の住友化学、幹事としてオムロン、YKK、日東電工、そしてマキタの5社、さらにジェトロが事務局ということでこれまで活動してきました。当初、1年間の任期ということで決めておりました、ちょうどその任期が8月で切れたという状況の中で、また新しい幹事を選んで今後の会合の運営を話し合っていきたいと思っています。個人的には、いろいろな方に会合の運営に携わっていただきたいと思っています。この中で是非幹事として上海IPGの運営に携わりたいという方がいましたら挙手していただければと思いますが、いかがでしょうか。

もしよろしければ、これまで幹事をやっていただいた皆様には是非もう一年やっていただくということで私から皆様に案を提示させていただきます。またこれから1年間活動していただくということでご賛同いただければと思いますが、何かご意見ありますか。

特にないようなので、これから1年間、グループ長を住友化学、運営幹事としてオムロン、日東電工、YKKの皆様をお願いします。なお、マキタは昆山なので、幹事会に出席するのが非常に難しいというお話をいただいており、マキタについては、今回の再選はなしということで1社減ってしまうのですが、今後こういう形で進めさせていただき、途中で適任者がいましたらそういう方もメンバーに加わっていただくということでご賛同いただければと思います。それでは、皆様再任された幹事の方に拍手をお願いします。

（拍手）

それでは、運営幹事を代表し、今回再任された住友化学の津田グループ長より一言ご挨拶をいただきます。

津田小亮 グループ長（住友化学（上海）有限公司 董事・総経理）

僭越ではありますが、またこの1年間運営幹事として上海IPGの運営を行っていきたいと思います。1年間の経験で皆様方からいろいろなご意見、またいろいろなアイデ

ア等を頂戴しまして、私どものIPGの会合は、何回も進んでいくにつれて非常に内容のあるものになってきていると思っております。今年度も皆様方のいろいろなご意見等をこの会合の中に入れて、上海IPGの存在というのが皆様方にご理解いただけるように頑張っていきたいと思っておりますので、皆様方のご協力をいただけますようお願いいたします。

水田賢治（ジェトロ上海センター）

ありがとうございました。それでは、再任されたメンバーと共に今後さらにIPGが発展するように努力していきたいと思っておりますので、皆様からも忌憚のない意見をメールでも、この会合の場でも是非いただければと思います。続いて、前回、上海IPGの今年度の重点プロジェクトである「模倣品対策プロジェクト」についてオムロンから案を提示していただきましたが、その後8月21日に、模倣品対策プロジェクトメンバーに選ばせていただいた8社の方々と会合を行いましたので、結果を報告します。

宇野元博氏（オムロン）

幹事ということで再任ということになりましたが、もう一つの顔が、模倣品対策プロジェクトというグループを今回やることになりまして、そちらのほうでのリーダーということでやらせていただくことになっております。いま水田さんから紹介がありましたように、8月21日に模倣品対策プロジェクトの第1回の会合ということでプロジェクトのメンバーにお集まりいただきまして、前回お話ししたような内容で、今後具体的にどうやって進めていくかということを検討してきました。今日は、プロジェクトの進捗状況ということで若干時間をいただき、お話をさせていただきます。

お話をする前にメンバーの方をご紹介しますので起立いただきたいと思っております。まず恩田特許。恩田特許には、サブリーダーという形でこのプロジェクトのメンバーのリーダー役をしていただくこととなります。次に岡村製作所。主に意匠関係の担当をしていただこうと思っております。次に円谷企画。主に著作権関係の担当をしていただこうと思っております。最後に松下電工。担当はまだ決まってないのですが、頑張りたいと思っております。以上のメンバーでプロジェクトを進めていきたいと思っております。

もともとこのプロジェクトというのは、折角上海に100社を超える日系企業を中心としたメンバーが集まっている。このパワーを何とか活かさないだろうか、ということが発端で始まったプロジェクトです。前回は、共通に持っているブランドを保護していこうということ。そのために自分の所の権利をアピールしよう。そして、本にして中国諸機関に対して取締り等の積極的な働きを要請していこうということにしておりましたが、前回いろいろなご意見をいただきましたように、例えば商標で困っている企業ばかりではなくて、意匠権で困っている企業も中にはある。また、代表例として円谷がそうだと思うのですが、著作権の偽物が出てきて非常に困っているということもある。ということを経験していった結果、特許だと、またノウハウだと中をずっと調べていかなないと分からないの

ですが、商標、意匠、著作権辺りになってくると、大体は見た目で見分かりますので、これぐらいの権利は保護していけるようなものを作っていきたいね、ということになりまして、先ほどちょっとご紹介しましたように、意匠担当とか著作権担当という方がおられるのですが、この3つの権利の保護を要請していこうかということになりました。

正式にはこれから詰めていかなければならないのですが、全体計画書は10月中に作成しようと。つまり、10月には、一通りのイメージというのを完全に作り上げようということですので。そして、全体計画書を幹事会および次回の上海IPGの総会に提出しようということにしております。このスケジュールでいきますと、皆さんから原稿をいただいて、それを製本化して、配付先検討などが第2ステップとしてあるわけで、一応は来年の4月ぐらいを頭に一通りのものを完成させようという計画にしております。

詳しい内容については、「各社頁の作り方」というのがありますが、1個1個説明してもいいのですが、これもまだ完全に詰まっているわけではなくて、ある程度の案段階なのですが、商標、意匠、著作権のうち1つないし2つを選択していただいて、それぞれ被害状況等をこのイメージ図に従って1頁ずつにまとめていただく。それを上海IPGに出していただいて、それを製本化していくということをしように。ただし、商標、意匠については、権利というものが発生しているものですから、例えば出願中のもの、まだ登録されていない段階では載せることは難しいだろうと。要するに、権利があってはじめて取締りであるとか裁判であるとか係争ができるのであって、権利なきものについては、これには掲載しないというような約束事を作りたいと思っています。もちろん権利が消滅したもの、例えば年金を納付しなくて、または権利の期間が過ぎてしまったものについても載せないでおこうと。つまり、現役で生きている権利だけをこれに掲載していこうということにしております。まとめ方としては、見やすさを追求して、掲載頁は業界ごとにしように。例えば、電気は電気、化学は化学、日用品は日用品というような形でやっていきたいと思えます。

費用については、製本にかかる費用等は、IPGのほうで負担しましょうと。ただし、IPGのメンバーが、会社内でも有効に活用したいと。例えば、100機関についてばらまきたいとか会社のアピールに使いたいと。社内での活動アピールに使いたいといわれるような場合は、増刷する必要があるのですが、そういう増刷分等の費用に関しては、別途ご負担いただくというようなことにしたいと思えます。

そして、5番目の「あらかじめのお願い」ということですが、最終的にフォームが正式に決定した段階で皆様に資料の作成をお願いすることになります。資料の同一性を保つために中国語で作成をお願いすることになります。したがって、日本語で、または英語で提出されても、それを載せることはできないということをおあらかじめご承知おきいただきたいと思えます。

いずれにせよ、次回の総会のときには、皆様に資料を作成いただけるフォームを開示したうえで、その作成をお願いすることになっておりますので、皆様のご参画をよろしくお願

いします。

水田賢治（ジェトロ上海センター）

北京 I P G は、上海 I P G よりも 2 年ほど前に日本商工会議所内に作られたグループです。すでにいろいろな活動をしており、北京 I P G の活動状況報告ということで本日スピーチもお願いしております。日立は、北京の I P G と上海の I P G の両方ともメンバーなので、北京 I P G の活動状況報告を受け、まとめてこの件に関して質問を受けたいと思います。

木下氏（日立）

知的財産管理は中国全体で考えなくてはいけないということで、北京 I P G についても知っておいていただきたいということでお時間をいただきました。北京の I P G は、現在で 50 社の企業を含む 66 メンバーにより構成されています。昨年までは、全体の会合と幹事会という形で進めておりましたが、今年度からは、幹事会がなくなり、戦略委員会というものを設けて、知的財産の専門的なテーマに特化して研究活動をしております。戦略委員会のメンバーは、メーカーが 14 社、法律事務所が 1 事務所、ジェトロ北京センター、あと常任のオブザーバーとして大使館の星野一等書記官に入らせていただいている議論をしております。

今年度の主なテーマは、知財関係の判例の分析、それも特に中国におられる企業にとって役に立つであろう営業秘密の問題とか職務発明の関係を主に研究しようと考えております。そのほか特許の問題も、例えば R & D と知財管理ですとか、欧米企業ですとか中国の現地企業の知財管理がどのようなものかということも一応テーマには挙げております。それと、いまから紹介させていただきます模倣対策にいちばん関係する「摘発の手引」というものを今年度の大きな柱として考えております。

（パワーポイントの画面にて）「摘発の手引」と左肩に書いておりますが、究極の目的は、模倣対策に役立つツールを出そうという発想です。そして、配付先は、中央の当局、地方の具体的な工商行政管理局、技術監督局、公安、税関等です。

北京 I P G は知財に特化した難しいことをやっているのではないかというようなイメージがありますが、そうではありません。東芝さんがワーキングのリーダーをされておられまして、東芝さんに見本を作っていて、先週出来たばかりなので皆様のお手元に配付はできないのですが、会社の案内と正規の商標の紹介という形で、正しい東芝さんを理解していただくという発想になっております。そして、3 番目に真正商品の紹介ということで、東芝さんが中国で出している主な製品を紹介しよう。つまり、模倣対策のターゲットになっているというものを提出しようということです。ここは DVD とかトナーとか電池が書かれております。これは当然商標権侵害、あるいは意匠権侵害で、著作権侵害はなかなかないと思いますが、そういう意味で宇野さんからご発表いただきました内容と整合性がとれる部分かな、という感じもいたします。4 番目に連絡先ということで、このような

東芝さんのものの問題についての問い合わせがある場合にはここにしてくださいよ、というような発想です。

これが分かりやすい部分で、次が模倣対策の専門の方でないとなじみがないのかもしれませんが、ここでは「具体的な侵害の各論」というタイトルになっております。あくまでもサンプルでして、これを掲載するかしないかは各社の自由に任せる。中には、こういう侵害事例を出すことすら企業方針で難しいという会社もあると伺っておりますので、出せる会社と出せない会社があろうかと思えます。東芝さんの場合は、VCD、充電機、カラーテレビとなっております。こういうものが侵害の対象となって被害にあっているの何かしてよ。当局はよく理解しなさいよ、認識しなさいよ、という発想です。

次は、その他ということで、ここもオプションでありまして、書いてもいいし、書かなくてもいいし、ほかの書きたいことを書いてもいいという頁のイメージなのですが、商標権侵害、商号侵害事例ということで、例えば類似商標に関する権利侵害事例も多くなってきていると思いますので、そういう事例を少し挙げよう。あと、著名商標の認定を受けた会社があれば、ある案件の工商局、もしくはTSB、もしくは裁判で、そのブランドが著名商標であるという認定を受けたということをここに掲載すれば当局に対するアピール力が相当強まるであろうという発想です。ここは商号事件ということで松下電器産業さんの香港のダミー会社の事件とか、これは潜在的、顕在化されたものとかいろいろありますけれども、こういう商号事件もこれからの中国の大きな問題だよ、ということをおアピールする意味があります。これらはすべて具体的な事例を解決して、きちんと法的、もしくは行政的な判断が下されたものを出そうではないか、という発想です。

最後に、例えば模倣対策の真贋判定のためのツールを使っていますとの例です。例えば、フォノグラムはこういうものを使っているとか、そういうものを出したい企業は出そうではないか、という発想です。こういうツールを、今年度の私どもの究極の目的である模倣対策を効率よく、かつ確実にやっていただくためのツールとしていま検討しており、先ほど宇野さんのお話を伺っていますと、発想も目的も同じですし、ただフォーマットが違うのかな、というところはありますけれども、これは出来たばかりですので、今後、宇野さんのリーダーたるワーキングと整合させていただきながら、できましたら最終的には上海、北京で一本化したものが出来れば、というようなことで考えております。

水田賢治（ジェトロ上海センター）

それでは、先ほどオムロンからお話いただいた上海IPGの模倣品対策プロジェクト、それからいま北京のIPGで考えられている「摘発の手引」について、いまお話にありましたとおり共通する部分もあるとは思いますが、お話の中で何かご質問、ご意見などありましたら是非忌憚のない意見を出していただければと思います。

竹本氏（サントリー）

上海IPGの今お考えになっている企画のプランと北京で進められているプランがあるということですが、1点は、今回のそれぞれ作っている書面は、摘発を有効に、知的財産侵害を抑制するために現地の行政に出すということだと思えるのですが、そのプロセスに違いがあるのか。もう一つは、上海のほうは、それをどこから出していくのか。北京のほうは、それをどこから出していくのか。ばらばらに同じようなものが出ていくということが、有効な手だてとしてどこか支障となるようなところがなければいいのだけれども、というようなところに若干懸念があります。

宇野元博氏（オムロン）

上海の取組みは前回の総会のおきからのスタートなわけなのですが、時を同じくして北京のほうでも同じようなことを考えられていたということで、確かに両方で同じようなことを考えるのは非常に非効率である。プロセスに違いがあるかということなのですが、ほとんど違いはないと考えております。目的は2つあると思うのです。1つは、日系企業がパワーを結集して、自分たちの商標であり、権利であり、そういうのを彼らに対して認知してもらおうということ、その認知してもらった後に、それをどうやって摘発するかということの2つがあると思うのですが、当初は、認知してもらおうほうの資料と摘発の手引としての資料を住み分けて、という考え方もあったのですが、いま木下さんからもお話がありましたように、一本化したほうがうまくいくのではないかとということで、実は、私も先週北京に行ってきました、上海IPGメンバーでもある北京IPGメンバーの東芝と話してきました、整合させるために定期的に情報交換をやってお互いのすり合わせをしようということで話がまとまっていますので、そういうやり方で進めていきたいと思っております。目的は、先ほど申し上げましたように、認知と摘発を目標としております。

どこから出していくのかということですが、まずは国家レベル、つまり北京にある国家工商行政であり、技術監督局であり、そしてそこを発端にして各地方というか、いろいろな重点地域があると思うのですが、全中国に行っていたら切りもありませんので、配付は全中国かもしれないが、直接話をしたいな、と思っているのは、被害が非常に大きい沿岸部を中心とした所になると思うのですが、まず上から行って地方に下ろしていくということをいまのところ考えています。

木下氏（日立）

北京のほうも大体同じで、配付先は、宇野さんの言われたとおりです。出所については、日本商工会議所のオーソライズを受けたほうがいいのではないかと意味で、上海と北京が合同したものを1本にして出したほうが訴求力が高いということと、受け手も、AICにしるTSBにしる、日本企業は一枚岩だと。1本で来ているのだということのほうが強いインパクトを与えますので、できれば1本にしたほうがいいということです。それは宇野さんと考え方とは全く同じだと思います。

水田賢治（ジェトロ上海センター）

このプロジェクトは、多分皆さんの感想としては、かなり共通する部分があるのではないかとこのことだと思えます。例えば、この場で北京と上海が共同でやるという話になればよかったのかもしれないのですが、一応こういう形で上海と北京から意見が上がってきて、その中で参加していただく皆様の意見もこの場である程度まとめて、それで次にこういう形でやります、ということで最終的な目指すべきものをなるべく早急に見つけたいと思っています。上海の模倣対策プロジェクトの第2回目の会合を来週の金曜日にやりますので、その場で、上海としてはこういう形でやると。それが北京とどういう整合性をつけるかということで、なるべく1つの方向にまとまるようにできればと思っていますので、皆様に次にアナウンスするときにそうできればと思っています。

前回、意匠権でご意見をいただき、プロジェクトの会合でも、特に文具メーカーや他の業種についても意匠権侵害が多いということで、今回意匠権、それから著作権も採用させていただきます。

これはとりあえず一度お預けいただき、なるべく早いうちに、どう進めていくかということを決めていきたいと思っています。

それでは、これより上海IPGメンバーによる模倣品対策事例の紹介にうつります。

木下氏（日立）

日立の場合、1950年代から日立グループの関係する家電商品、電子機器、電気機械といったありとあらゆるものが模倣の対象となっていた。さらには、日立グループの作っていないもの、例えばオイル、靴、歯ブラシ、傘、下着などにも商標が使用され被害を受けていた。被害地域は全世界にまたがり、侵害も商標権、意匠権、著作権、特許権等あらゆる権利に及んでおり、現在は知的財産権本部が主に模倣品問題に対応している。

中国では、1980年代前半から模倣品が出始め、特にブランド保護の観点から模倣品対策をこれまで積極的に行っているが、「有名税だからいいのではないの?」、「やっても無駄ではないか?」、「費用ばかりかかる」、「定量的効果が云々」など当初は社内の調整に苦労したものである。

しかし、現在では商標管理に携わる部署がブランド保護の観点から、それも狭義ではなく、広義のブランド・マネージメントの観点から、本社の予算で対応しており、予算は景気が悪くなっても維持、もしくは微増している。

中国における模倣品は相当広範な製品群になっており、地域も沿岸部を中心に中国全土に及んでいる。

中国は「法治国家」ではなく「人治国家」だと言われることが多いが、中国の模倣品問題は決して新しい問題ではないといえる。カラーテレビの模倣品事件では、ある有力な中国人が関与しており、対応がなかなか難しかった。それとともに当時の中国の国際的な位

置づけとか、台湾と中国と日本との関係とか、そういう微妙な環境の中で中国側の非常に強硬な反発を受けたということがあった。相手当事者とマカオで直接会談した大変な事件だったが、今よくいわれている地方保護主義だとか、その裏にはいろいろなバックグラウンドがあるといったことをかなり前から経験していた。

最近、ダミー会社による事件が増えてきているが、これも相当前に当社は経験している。「HITACHI」ではなく、「HITATECH」というダミー会社が米国で北朝鮮系の中国人によってつくられた。その後、「HITATECH」ブランドが中国で販売され、中国で「HITATECH」の商標も出願していたのである。これも中国の特殊性だが、当時、日立は商標局や工商行政管理局とパイプができていたため、法に則して上手く解決した事例である。

今ではどこにも見かけなくなったVTRテープも、当時企業連携を組み、大がかりな偽物テープ事件に対応した。広東、香港の大シンジケートがあって、60数社がターゲットだった。その時、北京のSAIC（国家工商行政管理局）を訪問し、局長、副局長等を招いて各社の企業PRをし、「何とかしてくださいよ」と協力を要請して、いざ、レイド（摘発）をしようと思った矢先にSAICから電話がかかってきて、『「広東省模倣品撲滅キャンペーン」が行われたため、模倣品製造業者がみんな雲隠れしてしまった。レイドで日本から行くと非常に危険なのでやめてください。』と言われた。このように、現在問題視されている地方保護主義も決して新しい問題ではないといえる。

最近の蛍光管ニセモノ事件では、日欧の同業4社でレイドに成功した。日本企業の連合だけでは中国でアピール力がない場合に欧米の企業を巻き込むと取締り側の対応も変わってくる場合がある。この場合は、技術監督局からレイドをかけて、複数箇所の現地工場で5万本以上の蛍光管を押収して焼却した。また、マスコミも活用し効果をさらに引き上げた。

電動工具の模倣品も古くから存在しているが、これは日米欧の同業5社が連携して対応している。連携することにより情報を共有し、効率の良いレイドをかけ、費用もシェアしている。

2003年9月に北京で中国の公安局の担当者を招き、「ニセモノ電動工具事件を刑事訴追したいので協力してほしい。」というロビイング（陳情）を行った。電動工具は、事故時には人体に及ぼす影響の大きなものなので、模倣品対策も重要であるという位置づけになっている。

中国の模倣品問題は、中国国内のみならず、模倣品が中国国外に輸出されているという問題が非常に大きくなってきている。日立の場合は特に中近東を注視しているが、掃除機、ガステーブル、シェーバーなどの中国製の模倣品がアラブ首長国連邦を経由して中近東各国に出回っている。

ガステーブルの模倣品は使うと爆発する危険性があるが、2001年には「HITACHI」ならぬ「HATACHI」という商標を付けた中国製のガステーブルの模倣品が中近東で見つかった。

シェーバー・バリカン事件は、類似商標であるため、権利侵害といえるケースと、いえなかもしれないケースがある。これは侵害者が類似商標でいくと日立から訴えられるので、非類似商標の領域で権利取得をしてくるものである。

例えば、ある日立のシェーバー・バリカンのうち、パッケージが黒と青と白の3色で、上部に「HITACHI」、下部に三角形の帯がある商品について、その模倣品はデザイン・パッケージのイメージが酷似しているものの、ブランド名が「HITACHI」ではなく「HITACNI」、「HILACHI」、「HILARITY」などとなっており、どこまで商標権侵害で訴えられるか分からないというものである。

最近では、「刑事事件が非常に有効だ。アピール力がある。」ということで各社とも公安への取締り要請を志向されていると思う。2002年、深?のある町で、ビル全体を冷やす大型のチラーユニットを差押えた。これは高額の商品であるという点から、簡単ではなかったが、頼み込んで深?AIC（工商行政管理局）から公安へ移送してもらい刑事訴追したところ、懲役1年の有罪判決となった。日立としても企業姿勢をアピールできる良い事例だったと評価しており、今後、各社とも刑事事件にした上で、有罪にして捕まえるということが必要になってくるだろう。

今後の模倣品問題について、日立は従来のデッドコピーから、類似商標や非類似商標に加え、意匠権侵害、トレードドレス模倣、さらには特許権侵害、著作権侵害といった各種模倣へ進化していくのではないかと推測する。こうなってくると知的財産に関わる広範な権利を取っていく必要がある。いわゆる“IP（知財）包囲網”をきちんと構築していかないとなかなか追っかけきれなくなってくる。

また、模倣品業者が類似商標を出願してくる場合もあるので、商標出願のウォッチと異議申立てや取消しの作業も必要になってくる。さらには、税関での模倣品の差止め等、模倣品対策に関する作業も幅も広く、深さも増してきている。

この他、商号事件の対策もあるが、工商行政管理局は自分たちが行政措置として登記したものであるため、「新たにそれを取り消してくれ」とか、「行政処罰をしてくれ」ということに対しては非常に消極的で、慎重な態度である。そういう意味で対応組織のシステム化、人員、予算、いろいろなパイプも必要になってくる。

企業連携では、先ほどの蛍光管と電動工具のケースのように、企業連携がうまくいくと、高レベルの対策がとれ、関係省庁、国レベルの対応策につながる。そして、当然アピール力も増してくる。ただ、企業連携の条件としては決裁権限が同レベルということが挙げられる。即断即決できる企業と社長決裁を取らないと駄目だとか、稟議書を回さなければならない企業が一緒になっては、とてもアライアンスは組めない。そういう意味で広義のブランド思想が同じような所が一緒になって進めていく必要がある。

企業経営から見ると、模倣品問題は「モグラたたき」で専門家に任せておけばいいのではないかと、ということがあがるが、果たして本当にそうなのか？模倣品による損害額というのはなかなか算定できないといわれているが、分かりやすい侵害者の売上高や利益だけで

はなく、価格破壊とか市場破壊とか、正規ルートの信頼性がダウンして、それを回復するための無形の損害とか、究極はブランド・イメージへの悪影響等があり、欧米企業は、模倣品問題を単なる知財の権利侵害の問題にとらえるだけではなく、広義のブランド・マネジメントの一環としてとらえている。企業姿勢を表すとか、企業の経営者の考え方を模倣品対策に込めている。そういう意味で、この辺りが、企業経営から見て再度評価されていかななくてはならないだろう。そうはいても、簡便な定量分析をする手法とか、経営者がすぐ喜ぶ賠償金の獲得というのも目先のテーマではあろうかと思う。

今後期待される施策については、模倣品問題は人を傷つけたり人のお金を盗んだりする犯罪行為とはちょっと違うところがあり、本当の意味で模倣品に対して「いけないのだよ」という教育が必要である。IP教育が究極の理想的な対策ではないかと考えている。また、さらなる法整備、例えば、著名商標の保護強化、権利を早期に設定するような審査の促進、再犯をくり返す犯人への加重罰則など議論され尽くしたようなことが必要かと思う。さらには、各種制度のスムーズな運用という意味で、訴訟、税関の差押え、レイド後の当局によるフォロー、徹底的な模倣品の廃棄、再犯の禁止等々、これらもすでに議論されているものである。最後は、対等な交渉環境、対等な争訟環境が整うことが必要と感じている。中国企業、中国人とは交渉しにくいとか訴訟がやりにくいというのが日本人・日本企業にはトラウマのようにできていると思う。

最後に、日立は上海IPGや北京IPGなど日系企業による反模倣品問題団体のみならず、QBPCといった外資系企業の反模倣品問題団体にも参加し、積極的な活動を展開している。

宇野元博氏（オムロン）

いろいろな商品が出てきているということで、オイル、靴、歯ブラシなどがあると書いてありますが、こういうのは一切無視されているのでしょうか。

木下氏（日立）

日立の場合は、全世界190何カ国に商標権を持っていて、偽物が出やすい分野の商標権は一応持っているのです。したがって、先ほど、ここに権利侵害、非侵害事案と出したものについては、大体商標権侵害でやれるのです。商標のHITACHI、日立、もしくはそれに近いものが付いてさえいれば全部たたくという考えです。それも先ほど申し上げた、広い意味でのブランド・マネジメントの一環だから、という思想です。

水田（ジェトロ）

6月に中国著名商標の保護規定が新しく出されましたが、御社としても今後著名商標の認定を受けるべく、すでにそういう動きというのはされているのでしょうか？

木下氏（日立）

ある案件で著名商標の認定を受けようということで作業をしております。ただ、具体的なエビデンスのボリュームですとか質がまだ明確なものが出てないのではないかと思います。相当ボリュームのあるものをいま集めておまして、それで認定をしてもらおうということをやっております。

大保氏（出光）

出光は、日本本社および米国とシンガポールの関連会社で生産された潤滑油を中国国内の自動車メーカー、電気メーカーなどに販売している。中国国内には、上海（外高橋保税區）、北京、広州の3ヶ所に事務所を設け技術サービスに努めている。この他、常州に出資製造販売会社があり、広東省仏山市等に代理店がある。

潤滑油の模倣品は中国各地で発見されている。中国には潤滑油メーカーが、シノペック、ペトロチャイナといった国営会社をはじめ、メジャーズのモービル、シェル、日系企業を含めると400ぐらいある。この他、地方都市には地場の小さな潤滑油メーカーが多数存在し、これらのメーカーが生産した模倣潤滑油が最寄りの大都市に流れることが非常に多い。昨年、杭州で模倣品が見つかったため調査したが、結局、模倣品製造メーカーをつきとめることはできなかった。杭州の近くにある中小の潤滑油メーカーで生産している、というところまでは当たりをつけたが、証拠を取り断定するところまではいかなく、訴訟にまで持ち込むのは難しい。

具体的事例としては、カーエアコンにはコンプレッサーが付いていて、この中に合成潤滑油が使われているが、高価な商品の為に模倣品が非常に多く出ており、問題視している。これには特殊合成油が使用されており、部品商とかマーケットで販売されている潤滑油の大半が模倣品とのことで、出光が北京、上海のマーケットで他社のも含め購入した潤滑油を分析したところ、そのうちの8割方は模倣品で全く違う組成物であった。カーエアコンは従来の冷媒ガスがオゾン層を破壊するということで新タイプの型式に切り替わっているが、それに使用される潤滑油も新しいタイプの特殊合成油になっている。中国でも2000年から新車には新しいタイプのものしか使えないことになっているが、新しいタイプ用、といいながら中身は全く違うものが入っていることが多く、消費者が誤って使用するとエアコンが故障する可能性がありコンプレッサー・メーカーも心配している。

次ぎの事例は、工場の生産活動で使われる設備機械用、金属加工用の潤滑油である。これらは自動車用に比べ、模倣品は非常に少ないが、出光ブランドイメージへの悪影響を心配し、対応している。

ある事例では、出光の社員が自ら現場に行き確認したところ、潤滑油の色が、水のように透明なはずなのに色が着いていたり、においが出光のものと若干異なっていた。容器も酷似していたが容器の下部の形状が異なっていた。容器は出光が契約している容器メーカーが生産しており、底の部分にそのメーカーのマークを打ち込んでいるがそれもなく

違っていた。本物の容器には、ステッカーがしっかりと貼ってあるが、現場に残されていた容器に貼られていたステッカーはすぐに剥がれてしまうほど雑に貼られていた。

この模倣品を販売していたのは、規模の非常に小さな潤滑油の販売代理店。特に中国の華南地域では、1人か2人で営業しているような代理店が多数存在する。

また、違う事例では、機械部品を生産する際、鉄などを切ったり伸ばしたりする時に使用する潤滑油の模倣品が発見された。ユーザーから、「いつもと色が違う」と問い合わせがあった。出光は品質をチェックするため、商品の容器に生産地、生産日、容器に潤滑油を充填した時期などが分かるようロットナンバーを付けているが、この番号を確認し、潤滑油を分析したところ、同社のものとは全く異なるものであることが判明した。これは模倣品が使用される前に防げた事例である。

このような模倣品が使用される背景には、潤滑油を購入する中国人購買担当者が、安く購入した方が会社で自分が評価されるということがある。購買担当者は、継続して使われている潤滑油を安く買えないか、ということで複数の代理店に声をかける。すると、模倣品を取扱う代理店から「出光の潤滑油ならある」ともちかけられ、それをすぐに購入するということである。品質よりも安ければいいということも模倣品問題の一因となっている。

模倣品の発見方法は、出光の社員が販売店や市場に行き、調査することである。具体的には、部品商のマーケットに行き定期的にサンプルを購入し、分析するというような方法をとっている。また、代理店から「最近、出光は、他の業者に安く商品を販売しているのではないか」というクレームがあり、実際に見ると本物ではなく模倣品だったといったこともある。また、同社の販売店が調査し、発見した例もある。突然オーダーが来なくなったため、それまでのユーザーの所に行き、工場の中を見てみると、模倣品が使用されていたということがあった。

模倣品問題が発生した時に、同社は製造元をつきとめるため調査会社に依頼する。これまで、ジェトロなどから紹介された調査会社に何度か依頼したが、非常に難しい。というのは、特に工場の場合、購入してから一定の時間が経過した後、使用され、その後で問題が発生する、あるいは模倣品であるということが分かるので、その場ですぐに証拠を押し返すというのはなかなかできない。また、問題が発生すると、なぜか情報がすぐに模倣品製造メーカーに伝わっており、調査会社のスタッフが模倣品製造メーカーにはりついていてもなかなか証拠を出さないため、これまで模倣品を見つけても製造元を摘発するまでには至っていない。

自動車用潤滑油の場合は、模倣品が発生する可能性がある地域、特に華南地域で情報収集をする。調査会社と契約し、定期的に調査する場合や、同社が1~2カ月に1度市場に向き確認する場合がある。

また、実際に模倣品が発生した後の措置として、「模倣品が市場に出回っていることが発覚しました。製造または取扱っているところは直ちに止めて下さい。出光は法的な手段を使って断固として責任を追及していきます。」という声明文を模倣品が出回っている地域で

よく読まれている新聞や出光のホームページに掲載し、警告している。

一般消費者が購入するエンジン・オイルには、模倣品対策の一環として容器に書いてある文字をわざと間違えたり、関係のない日本語を一部入れたりすることもある。特に、真似しにくい日本語の文字を入れると、模倣品業者は単純に間違えることがあるので識別しやすい。また、以前本物の容器を回収して再利用されるという事例もあったので、キャップは一度開けると元に戻せないようにしている。さらに、ふたを開けた中には熱で貼り付けた出光のロゴ入りシールをつけている。この他、容器にはシールを貼っている。これは地方の工商行政管理局が発行し、管理しているシールだが、はがすと番号が打ってある。1つの容器に1つの番号なので、本物か確認したい時には、若干手間ではあるが、記載してある電話番号に問い合わせると、そこに書いてある番号に従って、正しければ商品名、供給先の情報が流れてくる。

一方、工場で使われる潤滑油の模倣品に対しては、出光は正式に認定した販売代理店をはっきりさせ、ユーザーに伝えるようつとめている。これもユーザーが増えたりし、流動的なので完璧とはいかないが、同社の既存の取引先には直接、あるいは販売店経由で手紙を出している。以前も、「模倣品が発生したので気をつけてください」、「これが正式な販売店です」といった手紙を出したことがある。また、同社のホームページや上海で発行されている雑誌などで同社が正式に認めた販売店の名前を紹介している。正式な販売代理店は2次代理店を持っているが、これらについては、出光に一度文書で申請し、認定するようにしている。

出光は消費者に対し、購入先が出光に認定された販売店か確認するための「授權証」を発行することもある。「授權証」は必要に応じて発行しているが、中国で事業を始めたばかりの頃は発行に際し若干問題があり、コピーを悪用されるということもあったため、現在は「授權証」依頼者の名前をはっきりと書き、さらに出光の実印のあるもののみ有効でコピーはダメ、というような表現も入れ、「授權証」有効期限を定めている。社内では、捺印簿を作り、「授權証」を発行する際には、必ず総経理が決済し、いつ誰に発行したかが分かるようにしている。

この他、模倣品対策の一環として、「模倣品は問題である」という資料を作成し、直接ユーザーの所に足を運び、説明している。資料の裏には、模倣品がなぜ問題なのかを書き、こういう問題があるから正しいものを使いましょう、というような活動を行っている。しかし、中国内のすべてのユーザーをまわるには限界があるため、整備工場の技術担当者が集まる研修会などで説明したりもしている。

出光は、ブランドを守るために模倣品対策を行っている。まだ、規模的には大きくないが、専門家でない社員がトライ・アンド・エラーでやっており、他に良い方法があれば、できるだけいろいろ方法を試したい。

谷口氏（ブラザー工業上海事務所）

ブラザーは中国で、工業用ミシン、ファックス、プリンター、ラベリングプリンター、複合機、タイプライター、産業機器、家庭用ミシンなどの商品を生産しているが、中国において、これら商品のいくつかについて商標および意匠（デザイン）の模倣品が出てきている。

中でも、模倣品の多い商品は、ファックス、プリンター、工業用ミシンである。ファックスに関しては、熱転写のリボンのカートリッジ、レーザー系プリンターのトナーのカートリッジといった消耗品の模倣品がある。これらの模倣の形態はデザインはほとんどそのまま、商標もよく似ている。ともにたくさん売れている売れ筋商品の模倣品がある。

これらの模倣品は、中国で生産された後、米国、ヨーロッパ、UAE、香港、シンガポールなどで見ついている。このように、模倣品は中国国内だけの問題ではなく、世界中で消耗品の販売に影響が出てきている。米国やヨーロッパなどからいろいろなクレームを受け、調査を進めてきたというのが現状である。

一昨年、偶然香港の税関で見つかった模倣品は、香港税関に呼ばれたブラザーの担当者でさえもすぐには模倣品と判別することができなかつたほど酷似しており、字体が微妙に異なっていることで最終的には模倣品と判別することができた。結局その場で模倣品を差し押さえたという事例である。

米国で見つかったリボンの模倣品の場合、文字が多少異なっていたものの、非常に巧妙にできていた。ブラザーでは、大体日本語、中国語、英語というように複数の言語で箱に印刷しているが、その中の日本語の「直射日光」の「直」が、日本語の「直」ではなく、中国語の簡体字の「直」となっていたり、「場所」の「所」という字も、中国語の簡体字の「所」であったため、中国国内で製造されていることが推定される。

ブラザーの工業用ミシンは機種が何百種類もあり、その中で模倣されるのは、中国で売れ筋のモデルで、模倣形態は形状が同じでブランドが異なっている。

一昨年、上海ミシンショーで「brother」のミシンと形状がそっくりの「brosister」という商標をつけた工業用ミシンが堂々と展示されていた。「brother」と「sister」を合成した冗談のようなブランドであったが、このニセモノメーカーは、あたかも「当社のミシンは『brother』と姉妹関係である」と言いたげのネーミングであった。

またブラザーでは純製品として、ミシン針や紙やすりベルトは生産していない。にもかかわらず、「brother」ブランドを付ければ売れるということで、「brother」ブランドを付けた模倣品が販売されているが品質等は全く保証できない。

2001年6月に見つかった工業用ミシンの模倣品の場合、「brother」ならぬ「brethren」というブランドを付けていた。同年9月にその商標に対して異議申立てを行い、また同年10月に上海で開催された上海ミシンショーでも、この製品のカタログが配布されていることを確認し、模倣品を製造していた中国企業が存在する浙江省台州市の工商行政管理局に依頼して、摘発を行った。その結果、ニセモノの製品カタログ300枚を押収し、さらに「brethren」の商標を今後使用しないという声明文を入手した。この「brethren」とい

うブランドが「brother」に類似していることを、相手側も認めただけである。

また、ブラザーは国際知的財産保護フォーラム、JBMIA（社団法人ビジネス機械・情報システム産業協会）の模倣品対策特別小委員会（2002年6月設置、月1回会合を開催）、JASMA（社団法人日本縫製機械工業会）の知的財産保護対策委員会、中部経済連合会などにも積極的に参加し、今後の対策を検討している。

2002年9月の上海ミシンショーで見つかったものについては、中国版JASMAである「中国縫製機械協会」にその改善を要請した。これまでは、改善を要請しても何の音沙汰もなかったが、この時は模倣品を製造している中国企業に対し、『ニセモノの生産は法律で禁止されているので、ただちに生産を停止せよ。』ということを伝えた、というような回答書が届いたとのことである。

また、現在、ファックスやプリンターのトナー、リボンに関して、日本の本社が、米国、ヨーロッパ、シンガポールにある調査会社を使い、その後レイド（摘発）をかけるということで行っている。

ブラザーの中国における登記名称は「兄弟工業株式会社」である。しかし、中国には例えば運送会社やスポーツ用品店など業種は様々であるが、この「兄弟」という名称を使った会社が結構存在する。顧客から見ると間違いかねないところもあるが、幸いにしてブラザーと同業種の会社はないとのことである。とはいえロゴが全く同じ、あるいは似通っているものに対しては、これからいろいろなアピールや異議申立てをしていかなければいけないとのことである。

岡晴雄 取締役中国室長（大阪シーリング印刷（株））

私どもはラベルを専門に製造している会社なので、ラベルから見た偽造防止とはどういうものかということ、簡単にお話させていただこうと思います。

私どもは去年75周年を迎え、ラベル業界としては老舗のラベル屋です。資本金その他はこのようになっており、売上高も去年で632億円、従業員は約2,000名です。本社は大阪で、営業本部はいま東京にあります。営業拠点は全国32カ所で、今年やっと沖縄にも店を出しました。生産拠点としては、全国に13工場を持っています。私どもの会社はほとんど日本でしか製造していませんので、いままでは日本だけだったのですが、最近では中国に出ようではないかということで、去年計画しまして、今年初めに上海へ出させていただきました。やっといま現地法人が立ち上がったところで、日本から物が引けるようになりました。近い将来は工場もという視野で、いま活動を続けております。

今日はレジュメにいく前に、偽造防止の技術についてご紹介するという話だったのですが、偽造防止というのは、完全に技術を公開してしまいますと、本当の意味での偽造防止にはなくなってしまうので、概念としてどんなものなのかという話をさせていただきます。まずラベルのほうから見ると、ひと目見て、これは偽造防止用のラベルだなと分かるものは、製造防止の抑止力を目的としたものです。いちばん有名なのがフォノグラ

ムで、皆さんもよく銀のようなキラキラしたのを見られると思います。いまはフォノグラムも第5世代から第6世代までできているようです。こういった見て分かるものです。

見てわからないものとしては、真贋を判定する目的のものです。先ほどからのいろいろなお話の中にもありましたが、クレームが付いたので、本当にうちのものかどうかを調べるときに、特殊インキを使ったものやマイクロ文字を使ったものなどがあります。このマイクロ文字というのは、ルーペで見ても、ちょっと見にくいぐらいの細かい文字が印刷してあります。ですから、どこにそういうものが刷ってあるか分からない。あるいは最近の面白い技術では、見ると皆さん方の社名のロゴマークですが、そこに携帯電話のカメラで読み取れるぐらいの情報が入っていると、いろいろなものが進んできております。

当然、この両方を兼ね備えたものもあります。この偽造防止の技術というのは、必ずしも1つだけではないのです。1つのラベルに2つも3つも入れておくわけです。ですから見て分かるフォノグラムも付いているけれど、そのほかに誰が見ても分からないけれど、その会社の専門の人が見ると分かる、あるいは会社の人が見えないものを見れば分かるというものの両方を備えているのです。

貼替えやコピー防止をするものもあります。パソコンを買われたときにソフトが入っていますね。あのソフトを開けるとときにシールを剥がすと開封済みということで、接着剤がボロボロになる。ああいった貼替え防止もあります。あるいは複雑な抜き型が入っていて、きれいに剥がせない、剥がすとどうしても元に戻せないものなどもあります。

コピー防止としては、目には見えないけれど、コピーをしたら文字が浮き上がってしまうといったものです。あるいはデータを内蔵するものもあります。最近ではICチップを埋め込んだり、RFIDなど、いわゆるデータを書き込んだりするものなどがあります。

ただ偽造防止の技術というのは、本当に有名になってしまったものについては、本来の偽造防止ラベルにはなくなってしまいます。私どもが偽造防止ラベルを依頼されたり、「説明してくれ」と言われたとき、まず偽造防止ラベルをどのような製品に使われるのかをお聞きします。私どもがカタログを持って来て、「こういう技術、こういう技術、こういう技術が全部ありますので、どれを使いますか」と言うよりも、むしろ御社はどのような製品にお使いになるのか、それにどの程度のコストがかけられるのかというのが非常に大事になってきます。全くコストがかけられない、いままでのラベルと同じコストで偽造防止をかけてくれとか。あるいは、見たらひと目で偽物かどうか分かるようにしてほしいのか、出てきたときに真贋をすぐに判定できるようなものにしたいのか、目的をどこに置いているかです。あと、これも似たようなものですが、どこまでセキュリティをかけていくか、何重の偽造防止をかけるかです。総合的には同じことを言っているようですが、要するに目的によってどの技術をどう入れていくかというのが、我々の仕事ではないかと考えています。

これは私どもがいろいろやっていて、メーカーさんから教えられたことです。年間何百億円という損害があるので、お金はいくらかかっても、本当の高度な技術、とにかく絶対

に真似のできないものをラベルでやりたいというときに、その条件をよく言われます。まずは一般的に知られていない偽造防止技術を使ってくれ、同業界で使っていない技術を使ってくれということです。それと対象国で使われていない技術です。端的に言えば、中国へ出したいといったときに、もう中国で使っているような技術は入れないでくれということです。

極端なものでは、社内的にそれを企画している部署の人、担当者あるいは課長や部長ぐらいまで、あとは社内の誰にも知らせていない、あるいは知らないということがあります。それこそ社長や役員でも、どんな技術を使っているか分からない。要するにある一部の人間だけにそういうものを公開している。また、どんなにいい技術でも、3年以上は使わない。要するに3年経ったら、それは高度な技術ではなくなってしまうのが今の世の中だそうです。これは非常に高度なものを要求された例ですが、実はこういうことを私どもは要求されたことがあります。

偽造防止技術には、とにかく製造の一貫性が重要です。私どもはラベルメーカーですから、ラベルに限定して言うと、タック紙という接着剤の付いた紙を製版、刷版、印刷して加工して仕上げをします。この工程を、例えばタック紙はタック紙メーカーから買う。製版、刷版は製版、刷版メーカーへ頼んで、製版、刷版を上げてもらい、印刷は自分の所でして、その後の特殊な加工は加工屋さんに頼み、最後に仕上げを頼むというように、印刷会社というのは、わりと分業が進んでいますので、こういう形を取るのです。そうすると本来の意味では、それぞれに偽造防止をかけておかなければいけません。

例えばタック紙に特殊な透かしを入れておくと、このタック紙メーカーがほかへ売られては困るわけです。そのようなことはないにしても、それが出ていかないようなものを、それぞれでかけておかないと、全体が偽造防止にならなくなってしまいます。簡単に言いますと、加工会社が変わる回数だけ、偽造防止が増えなければならない。5社で使ったら、やはり5つの防止技術の中に入れておかなければいけない。タック紙の製造から当然製版、刷版、デザインは社内で行っていますし、印刷、加工、仕上げの一貫生産も社内で行っていますので、わりと偽造防止の技術を使いやすいわけです。しかし企業を選ばれるときには、やはりその辺は考えられたほうがいいと思います。

ではラベルにはどのぐらいの技術があるのか。ラベルというのは、ご存じのように表面の紙と、接着剤と、セパレータという3つの構成になっています。通常は表に印刷をしますが、内側に印刷することもあります。こういうタック紙の構成の中で、印刷ではどのようなことをするのかというと、特殊インキ使用が結構あります。特殊インキというのは、偏光インキやパールインキ、透かしインキ、示温インキ、蓄光インキなど、いろいろなインキがあります。これは見た目で行くのか、皆さんが何を防止したいのかによって、どのインキを使っていくかなのです。例えば示温インキですと、ある温度になると透けて見えてしまう、あるいは隠れてしまう。磁気インキなどですと、見た目では全然わからないのですが、磁気を感じさせると本物が偽物かすぐに分かってしまう。しかし普通に見たので

は全然わからない。このようにインキで形をやっていくものがあります。

表面用紙というのは、紙のほうです。紙にもいろいろな紙があります。いちばんポピュラーなのが、いわゆる透かしを入れる形です。実は透かしを入れるというと、相当の量を作らないといけないのですが、透かしらしいものをやるインキというのがあります。

もう一つは製版技術です。マイクロ文字などがそうですが、人間の目では見えない文字を印刷しておいて、ルーペでよく見ると分かるようなものです。あるいは「モアレ」というものもあります。本当のことを言うと、これは印刷の「ヤレ」みたいなものです。例えば無地の所にフィルムをちょっと乗せると、文字が浮き上がってきたり、マークが浮き上がってきたりする。それを1つ持っていて当ててみれば、本物かどうかが分かります。ただ通常見たのでは全然わかりません。

ラベルの形状の技術というのもあります。これは先ほどちょっと話した特殊形状加工です。例えばスーパーのカルフールさんへ行くと、貼ってある値段などのラベルから、カルフールさんのマークを抜いてあるのです。簡単に言うと、そういった形状です。ですから剥がしてこちら側のほうへ貼ってしまおうとして、よほどきれいに剥がそうと思っても、バラバラになってしまいますから剥がれない。そのような技術です。

あとは接着剤です。接着剤にもいろいろなやり方があるのですが、再剥離時の破壊というのがいちばんあります。これは剥がそうとすると、接着剤から「開封済み」という文字がペロッと出てきてしまい、もう二度と戻らない、あるいは印刷したものだけが残ってしまい、フィルムが上へ出てきて、もう絶対に戻らないということで、貼替えができないような接着剤があります。また接着剤の中に特殊なものを混ぜておいて、それに反応させれば、本物か偽物かの真贋ができます。大雑把ですが、ラベルに関してはこういう技術があります。これをどうやって組み合わせていくかが、ラベルにおいて大事なことです。

「その他」というのは、ラベルではないのですが、RFID、要するにICチップなどです。最近ではRFID、ICチップも100円とか200円の世界ですが、だんだん安いものが普及して50円、10円、5円の世界に入ってくれば、そういったものにも応用できるのではないのでしょうか。あるいは、ものすごく高いものでしたら、こういうものをどこかに貼っておけばいい。例えば機械の内側や奥のほうに貼ってあれば、真贋を調べるときは外側から読み取れば、裏を開けて見なくても本当のものかどうかすぐに分かります。そういったものがICチップなのです。

このようにインキやマイクロ文字、フィルムを当てると文字が浮き上がるモアレというもの、コピーガードされたものなど、いろいろな技術があります。やろうと思えば、ここに書き切れないぐらい、いろいろなものがあります。ですから、むしろ皆さんがこういう目的でこうしたい、お金は一切かけられないなどと言っただけならば、それにどの技術を合わせていくかということになります。ある大きな自動車メーカーの部品ラベルは、マイクロ文字を使っています。これは見た目ではわかりません。しかしルーペでよくよく見て、「この部分だよ」と言われてその部分を見ると、確かに入っているのです。あるいは普

通に見ていても何も分かりませんが、油性マジックでちょっと書くと、ある文字だけはどうしても油性マジックをはじいてしまう、そのようなものをちょっと入れておく。これは費用的には大してかからないのです。このように費用をかけないでやっていく方法と、どれだけ費用をかけてもいいからという方法とがあります。

これは宣伝になりますが、実は最近私どもが開発した、「オプティカル・セキュリティ・ラベル」と、当社で呼んでいるものがあります。角度によってインキがグリーンになったりブルーになったり、虹のように見えます。実際に貼って剥そうとすると、フィルムとインキがパッと剥がれてしまいます。このインキも、私どもはメーカーのインキを買ってきて刷っているのではありません。あるメーカーのインキとある香気剤を買ってきて、当社で当社の比率でブレンドして、印刷のときの温度管理などのきちんとした管理の下で作れば、こういうラベルになります。今のところ、ほかでは真似ができないかなというように考えています。こういったラベルにさらに連番を入れてしまうとか、ロット番も入れてしまうとか、ここへフォノグラムを打ってしまうというように二重、三重、四重とかけていけば、ちょっとやそつとでは作れないでしょう。作れないようなラベルを貼っているから、それがすべて偽造防止につながるというわけではないのですが、少なくとも抑止力にはなるのではないかと考えています。

あとは先ほど簡単に説明していますので、実際にご相談いただければと思います。実は今日もこのラベルを持ってきているのですが、このラベルを皆さんに配って「お試してください」と渡してしまうと、それが一人歩きしてしまいます。もったいぶっているわけではないのですが、ちょっと見てみたいという方にはお見せできるように持ってきていますので、ご相談いただければ、こんな技術、こんな技術というものをお見せできると思います。先ほどのブラザー様のお話もそうですが、私どももいろいろな模倣・偽造防止ラベルを作っていますが、これはどこどこメーカーのこういう技術です、このラベルにはこういう技術が入っていますなどと公開してしまうと、もう私どもが自分の首を締めるというか、本当の意味での偽造防止にならなくなってしまうので、今日の説明の中で実例を挙げることが出来ないのが、もどかしい部分なのです。以上がラベルから見た偽造防止に対する考え方と理解していただければと思います。お忙しいところ、本当にご清聴ありがとうございました。ひとつよろしくお願いします。

水田賢治（ジェトロ上海センター）

どうもありがとうございました。それでは引き続き今日の特別講演ということで、三協国際特許事務所の川瀬先生から、これまでのご経験を踏まえ、「中国の知財政策に思う」というテーマでお話いただきたいと思います。お手元には、バイクのヤマハやホンダのこれまでの案件のレジュメが2種類あるかと思いますが、それをご参考にしていただければと思います。それではよろしくお願いします。

【特別講演】

中国の知財政策に思う

三協国際特許事務所弁理士 川瀬氏

今日は中国のということで、判例を2つ用意いたしました。1つがホンダの小型バイク事件、もう1つがヤマハの商標事件です。

私が今回中国へ参りましたのは、日本の民商事報センターという財団と法務省で、いまアジアの知的財産研究会というのをやっており、私もそのメンバーで、そこから依頼があって、中国現地で実際にどのように法律の運用がされているかを調査してこいということで参っております。去年の3月でしたか、2月でしたか、日本では知的財産戦略会議というものが開催され、去年の年末には知的財産基本法というのが成立しております。政策を誤ってばかりの小泉首相にしては珍しく、知的財産立国などという正しい方向の政策を示しているということで、少しは許せるのかなという事情にあります。いま日本では知的財産について、フォローの風が吹いております。ちょうど知的財産戦略会議が開かれるのと時を同じくして、このような研究会が開かれ、私もそのメンバーにピックアップされたという事情にありますので、誠心誠意お国のために、いろいろな所を訪ねてまいりました。

日本で感じていたよりも中国で実感したのは、特に縦割りに行政が展開しているということを感じました。今回、北京で訪ねてまいりましたのが国家知識産権局、国家工商行政管理总局の公平交易局、最高人民法院、社会科学院、あるいは行政だけではなく、エンフォースメントの関係で北京市の知識産権局などを訪ねました。上海では中級人民法院と技術監督局に行って、随分詳しくお話を伺ってまいりました。ところが、ここを訪ねて痛切に感じたのは、日本で想像していたよりも、中国はもっとも縦割り行政が徹底しているのかなという印象でした。

いちばん最初に訪ねたのが、社会科学院でした。その代表者のテイさんは全人代の代表でもあるということで、知的財産というものの将来を国家的に考えたいということ、いろいろなお話を伺ったのです。その先生がおっしゃるのも、いまの知的財産に関する中国の縦割り行政、官僚支配は気に食わないという事情でした。例えば知識産権局と工商行政管理总局が分かれている、工商行政管理总局の中でも商標局と不正競争防止法に対する所とが違っているという事情については、もっと横で連携を密にしてやっていくか、それを超えて大きな知的財産基本法というもの、あるいは知的財産法典というものでまとめていくような方法もあろうけれど、おそらく中国では難しかろう、というお話をしておられました。

私も覚えています。ここで特許法が出来たのが、たしか1985年4月1日だったと思います。その日は香港におりまして、中国の特許法施行の結果、今までからどれぐらいの出願があるのか、中国本土に問い合わせた覚えがあります。それでこれだけの出願があるということでした。随分昔に商標法というものがきちんと出来ていて、十分に運用されながら、

1985年に特許法ができたという事情なのです。そこでいろいろなお話を聞いて、「当然特許法を司る国家知識産権局などは指導的だろうし、その指導的な知識産権局を軸にして、あとは工商行政管理局なり、著作権局なりが集合体を形成すればいいではないか」というお話を申し上げたのですが、「馬鹿なことを言うな。そういう事情ではない。知識産権局よりも先に工商行政管理局があり、俺のほうが古い歴史を持っている。俺のほうが強い立場にある」というようなお話でした。

実際にいろいろなことを質問したのです。質問事項もアジェンダとして訪問する先に、山ほど用意させていただいて、いろいろなことを聞くのですが、「これについては知識産権局の役目ではない。工商行政管理局へ行け」と。工商行政管理局でも、今回は公平交易委員会、不正競争防止法、こちらで反不当競争法というものに対応する部門にしか行きませんでしたので、商標の事情などもそこで聞けるだろうということで、いろいろお話申し上げたのですが、商標について俺はかかわり合わないという事情で、お話いただけなかったことがあります。非常に強い縦割り行政というものを実感しました。

今回いろいろお尋ねした中で、もう一つあります。今日の判例紹介ともかかわり合いがあるのですが、中国が2001年12月にWTOに加盟してからの考え方は、急激に先進国寄りに向いているなということが実感できました。例えばこのレジュメで申し上げますと、ホンダ小型バイク事件というのを用意しています。こちらでは意匠も特許法で保護されるので、意匠特許なのですが、これはその意匠特許に対して、無効審判が起こされたものです。

覆審委員会というのが、日本で言う審判部です。北京市の中級人民法院というのが、おそらく日本で言えば、審決取消しに関しては高裁レベルになるのだらうと思います。その上の北京市高級人民法院も、審決取消しに関してはここで終わりですので、最高裁に該当するのでしょうか。この3つの判断が示されているのです。特許覆審委員会と北京中級人民法院では、ホンダの意匠特許は無効だという答えを出しました。その無効だという考え方は、レジュメの1頁に書いてあるようなことです。覆審委員会と中級法院は全く同じ考え方です。木下さんなどのプロがおられますので、このようなことを言うと申し訳ないのですが、従前より知識産権局で扱う審査基準があって、その審査基準に従って無効審判に対応したのです。

考え方の判断方法としては離隔観察です。商標と同じように、ここでは敵の意匠を見る、ここでは私の意匠を見るというように、時と場所を変えてみたときに、あれはあれと似ていたなということで判断する方法が、従前の考え方でした。判断の要素としては、混同です。あれとこれを間違えることがあるんやろか、ということだけで判断していました。また全体観察と言いますか、全体的に受ける印象で違う違わないを決めればいいではないかとか、判断主体としては、我々一般消費者の目で見ればそれでいいということで、似ていないを判断していたのです。

ところが中級人民法院を経て、高級人民法院へ行くと、全然違う考え方で、この審査基

準を真っ向から否定する考え方を採用したのです。時と場所を離れて、あれはあれに似ていたという判断ではなく、現に目の前に置いて、これとこれは違うか違うかないかを判断したらどうかという判断の仕方でした。また、これとあれとを間違えるという事情ではなく、美しさもあります。意匠というのは美しさを額に汗しながら創り出し、その美しさが原因で意匠権という権利が与えられる類いのもので、権利を与えられる基礎となる美しさそのものが、似ているか似ていないかというところで判断しろという考え方でした。それと判断としては全体だけでなく、特に意匠の素晴らしい部分、デザインの素晴らしい部分に着目して、そこが似ているか似ていないかを重要視してはどうだろうかという考え方でした。もう一つが一般の需要者ではなく、この場合はバイクですので、バイクというものに慣れ親しんだ消費者として考えてはどうだろうかということ、北京の高級人民法院では考えたのです。そのような考え方に基づいて、2頁、3頁にあるこのバイクとバイクが似ているか似ていないかを判断したという事情なのです。

審判部と中級人民法院では昔の考え方に従って、これは似ている、したがって無効だということになりました。ところが北京市高級人民法院では新しい考え方を導入し、いや、似ていないと判断したのです。これに先進と後進があってはならないと思いますが、この新しい考え方というのは、諸外国の先進諸国の考え方に、極めてよく合致しているのです。ひょっとするとこの考え方は、日本を超えているのかもしれませんが。日本が先進国だとは言いませんが、従前は日本も特許庁で判断する判断と、裁判所で判断する判断と少し事情が違っていました。特許庁のほうがかなり先進的な考え方をしていると、私は思うのです。

従前の日本の裁判所などは、いまの中国の覆審委員会が持っている審査基準のように、実際にあれとこれとを間違えるかどうかという立場だったのです。したがって比較観察するのではなく、離隔観察だった。混合説と言いますが、あのとき見たものと今のものと似ているか似ていないかという立場で判断している事例、考え方が多かったのです。いまの中国は先進国に従って、だんだん創作説、創った美しさが似ているか似ていないかというところに目が移りつつありますが、それを一挙に飛び超えて、中国でこのような判断をしてくれたことについては、私もこの判決に非常に注目して、このような紹介をさせてもらっているという事情にあります。

この中で高級人民法院の判事さんが、従前に書いておられたいろいろな考え方を見ますと、やはり海外の考え方を十分参照しながら、いろいろなことを考えていかなければいけませんねと。特にWTOに加盟すると、あと8年ほどは監視の状態に置かれます。中国はWTOのトリップス協定を遵守するような運営をやっているか、やっていないかということで、きちんと監視される立場にあるものですから、運営する側はそのあたりを非常に気にしているという事情もあるのだと思います。早めに世界の考え方に迫り着くのだという姿勢が、ホンダ小型バイク事件に見えるのかなと思って、紹介させていただいています。レジュメは詳しくないので、中身について興味があったら、また読んでください。

もう一つ、「本件判決の紹介と解説」と書かれているものがあります。これは少し前に天

津の高級人民法院で出された、ヤマハの商標権を侵害するかしらないかということで判断が出された事例です。これも中国がWTOに加盟した瞬間の判決です。本当は旧法で判断されなければいけないものが、多分WTO加盟という事情があるのでしょう。新しい法律、新商標法というものを、随分頭に入れながら判断された、そんな判断でした。これも中国がWTOに加盟して、世界に避難されることのない素晴らしい判決を出したという意味合いで、紹介させてもらうものです。

8頁辺りをご覧ください。先ほどのご発表の中、著名商標というのがありましたね。ところが中国では著名商標という表現をうてないんです。「馳名商標」に関する規定というのが、新商標法にはありまして、「新商標法第13条において」ということで、綿々と書いてあります。非常によく知られた商標が登録されている場合、その馳名商標の権利は、類似でない商品にまで及ぶということです。登録されていないければ、とりあえず類似の商品にしか及びませんということになっている、そのような法律です。実は古い法律で判断しなければいけないヤマハ事件において、そのような法律を採用しているという気配があります。実際は法律の適用ですから、採用はできないのですが、どうもこの精神だけを汲んで、ヤマハの事件を判決しているように受け取ることができました。

もう一つ非常に特徴的なものがあります。商標権というものは、自ら登録商標を指定商品について使用する権利と、他人の使用を禁止する権利とがあります。他人の使用を禁止する権利を「禁止権」と呼ぶのですが、この禁止権が日本ではご存じのように、類似の範囲ということになっています。類似の範囲について、「あの商標を使用すると大変な目に遭うぞ。お前、それは間違ってる。使うてはいけない」ということになります。ところが、これがアメリカへ行きますと、類似の範囲という規定ではなく、混同するような事情があれば使ってはいけないということになっています。つまり、ちょっと考え方が違うのです。日本の類似というのは、法律的に言えばかなりスタティックな範囲で、商標が似ている、商品が似ているという範囲では使ってはあかんぞということなのです。しかしアメリカはそうではない。商品が似ていようが似ていまいが、知ったことではない。混同するかしらないかというところで商標権の範囲を決めるという事情になっています。多くの国が、それを紛らわしいと。紛らわしい使用はやめろという表現をする国もありますが、とりあえずはそのようになっております。

中国の場合の禁止権というのも、明確に「類似」となっているのです。したがって、類似する限り使うてはあかんぞというのが、本来かと思えます。ところがこの判決で非常に顕著だったのが、類似するということでヤマハの商標を保護したのではなく、あのヤマハをそのように使うと、日本のヤマハと関係があるのではないかと思われるのではないかと、ということなのです。これを日本では「広義の混同」と言います。ひょっとするとあのヤマハとお前の新会社のヤマハは、関係があると思われるかもしれないから、そのヤマハの使用はやめろという答えが出ているのです。これは非常にびっくりしました。日本で言えば不正競争防止法という法律にある、こちらでも反不当競争法第5条で保護されるような法

益なのです。ところが商標法の中で商標権というものを適用するかしないかという中で、そのようなことを争っているという事情です。これもアメリカ的ということで、先進国に追い付けという姿勢が、非常にはっきりと見えると思えました。そういうことでこのような判例を詳しく紹介するつもりだったのですが、とてもではありませんが、時間がありませんので、この判例紹介もこのあたりに留めさせていただきます。

今回、中国を訪問して非常に感動的だった場面があります。昨日行った北京市の第2中級法院です。第5民事法廷でしたか。これは知的財産法廷で、知的財産法廷の延長さんといろいろお話をさせていただきました。そこで馳名商標と著名商標について、馳名というのが法律的に決まっている日本で言う著名商標なのだろう、トリップス協定で well-known と表現されている著名商標に違いないと、私は確信を得たのです。また上海市著名商標ということで、上海だけが認定しようとしている著名商標の著名とは、このような意味だということも非常に詳しく説明していただきました。いままで頭の中で、馳名と著名と知名のこの3つが混同していた状態を、見事に解決していただきました。

特にこの中級人民法院では、我々日本の事情も聞いていただきました。そして日本の事情というものを、これから中国ではこのように活かしていきたいということで、3時間近くの話に及んだと思います。非常に熱心に応諾していただき、非常に素晴らしいなと思いました。WTOに加盟して、これから中国もはっきりと知的財産重視の政策を打っていくという姿を、切実に感ずることができました。今回訪問させていただき、いろいろ得た事情を日本へ帰って、最終的な国際シンポジウムなり、我々の報告書なりに活かしていきたいと思っております。ありがとうございました。

質 疑 応 答

津田グループ長（住友化学）

今の川瀬先生のお話は、非常に感銘深く拝聴させていただきました。ありがとうございました。いちばん最後中央の人民法院の方とのいろいろなお話で、中国政府はWTO加盟後、新しい考えでどんどんやっつけていかれるということをお伺いしましたが、地方までそれが及ぶことを期待しているのです。実は私どもの住友化学はいま、直近では1件、陝西省で省の技術監督局を訴えているのです。これも今のお話のように、WTOに加盟して以来、陝西省における初めての海外企業の中国行政通商案件で、庶民が官を訴えるということで、新聞に大々的に発表されているわけです。私どもも中国では地方保護主義などがいろいろありまして、いまの中央の方針というものが各地方当局、または省レベルまで行くことを非常に期待しているのですが、その辺の感じはいかがでしょうか。

川瀬氏

先ほど日立からの実例のご紹介の中に、地方保護主義の最たるものが見えたと思います。

このような事例もおそらくあるのだろうということで、いろいろな所でいろいろなお話をさせていただきました。直近ですと技術監督局です。技術監督局と申しますと、いろいろな法律を扱っているのですが、特に産品質量法という法律の中で、例えば模倣品が出たときに、商標権侵害であるとか意匠権侵害であるという立場ではなく、おそらく模倣品は品質が悪かろうというレベルで、模倣品対策をやっているのです。特に上海市では、偽物の対策委員会をつくっているのですが、ここから面白いのです。

そこでは技術監督局を中心にしながら、工商行政管理局、あるいは北京市知識産権局といった行政機関を全部集めて、横通しで処理しているという話があったのです。そのときに先ほどの地方保護主義というものが頭にありましたので、そこらとの兼合いはどうか、上海市当局の利益が優先するのではないかという質問をさせていただきましたが、いや、そうではないと。技術監督局、工商行政管理局、あるいは知識産権局いずれも国のほうから素晴らしい圧力があるのだと。給料もこちらからもらっているという話でしたね。我々がいちばん弱いのは、どこから給料をもらっているかだと。国から給料をもらっている、技術監督局から給料をもらっているとなると、そちらに従うことになる、そういう側面から地方保護主義を崩壊させていくのだと。「崩壊」という言葉を使って、そのような事情を説明しておられました。

特に地方保護主義というものに対抗するという意識が、国家にはものすごく強い。特にWTOという国際約束を実現するためには、それしか方法がないのだと。その中で上海市なら上海市、お互いの行政が自分の立場を実現しながら、かつ協力するのだということでした。どうされているのか、もうひとつよく分からない部分がありましたが、精神的にはそういうことだというお話がありました。抽象的に言えば、とにかく各々の工商行政管理局、あるいは知識産権のいずれにしる、そこはそこで十分な力を発揮しろというのは上からくる。そこを上手にアレンジしながら、上海市としては上海市としての偽物対策を実現していくのだという話がありました。

馬場氏（知財学会副会長）

ホンダのバイク事件の意匠権の逆転判決について、川瀬先生にお聞きします。高級人民法院というのは、日本で言うと高裁ですが、三審制ですから、最高裁と同じ仕組みで、それが最終判決だと思うのです。このように逆転判決が出ることを予想した日本人は、おそらく1人もいなかったと思います。この判決が出た後、中国の司法関係者に聞いてみたのです。逆転判決が出たということは、多分日本人から見ると、中国の企業側に有利になるような判決が出るであろう、一審、二審で実質的にそういう判決が出ているから、三審でも同じことが出ると予想したと思われるけれど、北京の高級人民法院のような所にいる裁判官は、主として欧米で教育を受けてきて、法理論も先進国と全く変わらない、したがって、こういう判決が出てても少しもおかしくないという、中国側の法曹関係者からのコメントをいただいたのです。川瀬先生独自のご判断、あるいはネットワークから感じたこ

とをお聞かせいただければ、ありがたいと思います。

川瀬氏

この案件については再審が提起されています。再審が提起されると、北京市高級人民法院で再審となります。最終的にはもう1つ上へ上がって、最高人民法院という可能性もあるにはあります。実はいまのお話で、2002年に北京市の中級人民法院で答えが出た後、意匠出願の審査基準および審査方法に関する疑問ということで、北京市高級人民法院の知的財産法廷のテイさんという方が、疑問を呈するというか、中級人民法院の判断とは真っ向から対立するような考え方を示しておられます。私もこれを日本で読みました。私はもともとこのような考え方、つまり種々の混同で類似を判断するのではなく、購買意欲をそそる美しさが似ているか似ていないかというレベルで判断すべきだと、常に思っておりますので、この考え方に非常に賛同いたしました。北京市高級人民法院で勝てるかどうかという確信はなかったけれど、勝ってくればいいなとは思いました。

実は私どものほうでこの担当をされたのが、一方が上海の代理人、一方が北京の代理人でした。被請求人側と請求人側に着かれて、私どもは最終的に北京のほうで負けたほうから、鑑定を依頼されたことがあるのですが、私どもの鑑定は、依頼された方には不利益になるはずだということで、最終的にはお断り申し上げたのです。おそらく中級人民法院、あるいは覆審廷で判断されたような鑑定を期待されて、我々のほうに問い合わせがあったと思いますが、我々の考えはそうではないので、鑑定はかけませんということでお断り申し上げたのです。ごめんなさい。勝てるか勝てないかについては、私は全く思いませんでした。勝ってくればいいなというところでした。

ちなみにこの話については、国家知識産権局でもお話してまいりました。国家知識産権局は北京市高級人民法院の考え方に反し、従前の審査基準を遵守するように努力するというお話でした。ところが最高裁へ行き、上海市の第二中級人民法院では、中国は判例法の国ではないから、決してこの判決そのものが規範力を持つわけではないと。規範力を持つことはないけれど、高級人民法院へ行けばあのような判断になるのだろうという事情になれば、自ずと影響はあるはずだから、従前のまま運用しようとするその態度は覆るだろうというお話を、裁判所と中級人民法院と最高人民法院で聞いてまいりました。

水田賢治（ジェトロ上海センター）

それでは、これで第6回上海IPG会合を終わります。今日のいちばん最初の活動状況の報告の中にあつた、模倣品対策のプロジェクト、北京IPGの摘発の手引書の擦り合わせ等についても調整し、早急に皆様の結果をご報告するというので、ご了解いただければと思います。どうもありがとうございました。