

第 18 回「上海 IPG」会議 議事録

日時：2005 年 9 月 9 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（ジェトロ上海）

これより第 18 回上海 I P G 会合を始めます。まず、新規メンバーよりご挨拶をお願いします。

吉松氏（エプソン香港）

初めまして、エプソン香港の吉松と申します。以前から参加させて頂きたいと思っておりましたがやっと本日参加できることになり光栄です。

私の所属しております部門の活動内容としては主に全世界の消耗品の模造品対策、水際対策の強化、商標、特許侵害への対策活動です。

今後は広東 I P G にも参加させて頂きたいと思いますが、上海 I P G は中国での知財活動に経験豊富な企業が多数参加されていらっしゃると思いますので、ここでも是非勉強させて頂きたいと思います。

本日はルイヴィトンさんの講演があるということでこれも楽しみです。

今後とも宜しくお願いいたします。

小川氏（キリンビール）

麒麟麦酒技術戦略部知的財産グループの小川と申します。よろしく申し上げます。上海 IPG には、キリングループの一員である錦江麒麟社が以前からお世話になっておりますが、麒麟麦酒からの参加は今回が初めてになります。

いま私は東京におります。出張ベースで、この会にできるだけ参加し、上海にも事務所がございますので、連携を取りながら取り組んでいきたいと思っております。

キリングループは、中国では、ビール、清涼飲料、医薬品、アグリバイオという分野で事業を行っています。中国においてもキリングループの商品やブランドが信頼を受けるような形になるように、知的財産の面から取り組んでいきたいと思っております。水田様をはじめとして、上海 IPG の皆様にはお世話になると思っておりますので、宜しくお願いいたします。

荒川氏（ダイセル）

初めまして、ダイセル中国の荒川でございます。私は、知的財産はもとより、法務の専門でも何でもないのでありますが、この会に非常に興味をもっておりました。やっと今日参加させていただくことができたのですが、今後ともいろいろとご指導をいただきながらやっていきたいと思っております。私どもは中間素材の会社ですが、いろいろトラブルが起きる

可能性を抱えておりますので、勉強させていただきたいと思います。どうぞよろしく願
いいたします。

佐藤氏（林原）

初めまして、林原上海駐在事務所の所長の佐藤と申します。事務所を昨年1月にオー
プンして、これから我々の食品添加物を主に中国で販売していこうということでやってきま
した。我々の製品のプルランという原料があって、それはご存じかもしれませんが、リス
テリンのポケットパックの原料なのです。このプルランのサンプルを勉強のためにほしい
という大学があって、一応100グラムだけ提供したのですが、既に特許を出願されてしま
いました。これに対してどうしていこうかということで、皆様と一緒に勉強させていただ
きたいと思い、今日は参加させていただきました。今後ともよろしく願います。

福永氏（JUKI）

重機株式会社の福永と申します。私は今年に入ってから、日本の本社をベースに中国の
現地法人と兼任で籍を置くような形で、模倣品担当として、2カ月に1度くらいこちらに
来て、既存の案件の進捗や調査の指示等を進めております。弊社の事業は、主に工業用ミ
シンとチップマウンターですが、チップマウンターのほうは、まだ模倣品の発生の報告が
ほとんどないので、いまは工業用ミシンの模倣対策が主になっております。

多くの会社さんが集まっているので、製品分類などが全然違うと思います。製品分類の
違いによって、多分対策の仕方が違うと思うので、皆さんと情報交換をしつつ、私どもで
したら、マシンに合った対策の仕方を模索していければと思っています。情報交換をさせ
てください。よろしく願います。

水田（ジェトロ上海）

引き続き、上海 IPG の中に立ち上げた「模倣品水際対策ワーキンググループ」の第1回
会合を昨日開催しましたので、その報告をカシオ計算機の荒川さんからさせていただきます。
皆様のお手元に、現時点でのワーキンググループのメンバーリストがあります。上海 IPG
メンバーの中で、模倣品水際対策に関心があるという14社の方と、今後活動していきます。
皆様の中で、この活動に参加したい方がいらっしゃいましたら、適宜メンバーを受け付け
ておりますので、遠慮なくおっしゃってください。

荒川氏（カシオ計算機）

上海 IPG の模倣品水際対策ワーキングに関しては、水田部長のほうからご説明がありま
したように、14社の方に手を挙げていただきました。昨日集まりまして、どういう問題点
があるのか、自社の模倣状況等の説明等を話し合いながら、問題点の抽出で、どうい
うな形で話を進めていこうかというような全般的なことについて話し合いました。

そのメンバーの中には、製品自体を模倣されている会社、製品の中に使われている部品
を模倣されている会社、それから、製品ではなくて材料を模倣されている会社と、いろい
ろな立場から、どういう形で海関に対して働きかけを行っていったらいいのかを中心とし
て、今後話を進めていきたいと思っています。

話し合った内容に関しては、1枚のメモにまとめてあります。ザッとこういうような形
なのですが、やはり模倣品というものは、中国で製造され、全世界へ出ていく。特に中近

東などの大きなマーケットに対して、模倣品がどんどん出ていく。そういった現状に関しては、どの会社も変わらないのかなという印象を受けました。

デッドコピーという形状も商標も模倣されているものから、類似商標、類似意匠のように侵害性の判断をしにくい模倣品が流通しているというのが、最近の傾向ではないかと思っております。そういった状況を、税関のほうにも理解してもらいながら、税関のほうからも、水際で対策をとってもらう際に、どのようなことを企業側に要望するのかについてフランクに話し合えるような働きかけを今後やっていきたいと思っております。

方向としては、模倣品水際対策ワーキンググループは、2カ月に1回程度しか集まれないので、随時、次回の話をしていこうということになりました。まず地元である上海の海関に対して、このようなワーキング部会が立ち上がったこととお話して、税関からの要望点や日本の企業として抱えている問題点をフランクに話し合える形で設定していきながら、海関との交流を深めていきたいという方向を、昨日の会議で確認いたしました。

次回は10月31日を目標に、上海の海関と話し合う場を設定する。随時、このような活動に関しては、重要だと思われる海関に対して、そういったような打合わせをもてるような形で話を進めていきたいと考えております。

14社で今スタートしておりますが、実際問題、中国の海関の水際で、いろいろな問題を抱えている企業さんがいらっしゃると思いますので、そういう方に関しては、随時入っていただければよいのではないかと思います。今後、またこういう形で活動していきますので、よろしくご協力をお願いいたします。

水田（ジェトロ上海）

荒川さん、どうもありがとうございました。次回10月31日に上海海関を訪問して、上海海関との協力関係を構築していくということで進めたいと思っておりますが、このワーキンググループの活動について、何かご意見、ご質問がございましたら、多少今日は時間がありますので、宜しく願いいたします。

特にないようなので、水際対策ワーキンググループについては、毎回上海 IPG 会合で進捗状況を皆様に報告していきたいと思っております。繰り返しになりますが、皆様の中で、このワーキンググループに参加したいという方は、いつでも大歓迎ですので、ご遠慮なく私のほうにご連絡いただきますようお願いいたします。

続いて、お手元にお配りしてある「改訂版商標権利集の作成と参加のお願いについて」です。今日はこれに時間を割いて、ご説明します。本日、私の左隣には、ジェトロ北京で知財業務を担当し、北京 IPG の事務局もやっている秋葉が来ております。今回すでに皆さんにご連絡しておりますが、権利集を作成した後にセミナーを実施するに当たって、各地方の工商行政管理局とネットワークがある中華商標協会を窓口にしてセミナーを実施していくために、秋葉がその窓口として北京で意見を集約しております。今日は私が質問に答えられない場合に、秋葉に助けてもらおうということで、来てもらいましたので、よろしく願いいたします。

前回の権利集は昨年3月に作ったのですが、皆様のテーブルの真ん中に、参考までに1部ずつ置いてあります。前回は北京と上海の IPG メンバー、全部で48社がこれに参加していただいたのですが、その後上海 IPG メンバーが増えたということもあって、私のメール

を受け取っても、よく分からないという方が、おそらくいらっしゃるのではないかと思いますので、今日この場で、この商標権利集については是非ご理解をいただいて、できるだけたくさんの方に、この権利集に参加していただきたいと思っております。

前回これを作るきっかけになったのは、上海 IPG の幹事会メンバー、北京の戦略委員会メンバーなどから、中国当局と模倣品問題で連携を図っていくには日本企業からの情報提供も不可欠であるという趣旨から、一昨年度、本プロジェクトを立ち上げました。作成の過程でいろいろなことがありましたが、こういう冊子を作って、セミナーも中国国内全部で5地域10カ所でやりましたところ、それも上海 IPG 会合でもご紹介しましたが、ある企業の方は、この冊子に参加したことで、実際に中国当局が模倣品を摘発したという、一定の成果を上げております。

これは権利関係の冊子なので、時間が経つと、メンバーの方の増減もさることながら、例えば権利がなくなる。商標権の場合、あまりそういうことはないのかもしれませんが、新しく取得した権利については、さらにここにバージョンアップをしていきたい、あるいは、連絡先も結構変わっているものと思われるので、そろそろ更新していく必要があるだろうということで、前回の上海 IPG 会合でも、津田グループ長から話がありました。今年6月に、日本の官民合同ミッションが北京に派遣され、この権利集のリバイズをやりましょうということが決まって、それに向けて北京 IPG、上海 IPG、さらには先月発足した広東 IPG、さらに、日本の IIPPF に参加しているメンバー、いわゆるオールジャパンという位置づけで、この権利集を改訂していきましようということに決まりました。

皆様のお手元にお配りした「お願いについて」というフォームに沿ってご説明しますと、ここに書いてあるように、2004年3月に第1回目を作成して、それを中国全省・直轄市の担当機関に配布して、セミナーもやりました。その後、新たに参加を希望される企業が多いことや最新情報を掲載したいという意見があり、さらには、中国の取締当局から要望などが寄せられました。前回は上海・北京 IPG のアイデアで作ったのですが、今回はそれに加えて、中国側の意見もこの権利集に反映させるということで、若干内容・体裁を変えています。

前回は、商標権、意匠権、著作権、さらには偽物と本物の識別方法を載せていたのですが、今回は工商局向けに商標に特化した権利集を作ることになりました。

次に、「作成要領」ですが、基本的にはジェトロ北京センターのサンプルに沿うような形で作成していただきます。さらに、言語はすべて中国語です。各社の責任で中国語に翻訳してください。登録によりすでに権利が確定し、かつ現に存続している権利のみを記載するものとし、出願中あるいは拒絶確定など、未登録のものや権利が消滅しているものは記載しないでください。

フォームは商標が3つまでと6つまで掲載できるバージョンを用意させていただきましたので、このどちらかを選んでください。必ず1社1頁ということで、2頁以上にならないようにしてください。

「指定商品欄」というところがあるのですが、例えば家電製品とかデジカメとか、そういった文字での記載をお願いいたします。

さらに「備考欄」を用意しましたが、これについては自由掲載ということで、内容は各社の判断にお任せします。前回は偽物と本物の見分け方を、商標権の頁とは別に、最大2

頁まで掲載することができたのですが、今回は紙面のボリュームの関係で各社1頁におさめていただきますので、例えば類似商標についての情報や偽物と本物の見分け方などを載せたい場合は、備考欄に掲載願います。このスペースでは足りないと思われる方も結構いらっしゃると思いますが、オールジャパンで作っていく中で、どうしても紙面のことを考えると、これが精一杯という状況なのです。

すでに模倣品対策が進んでいる企業の中には、独自で自社の模倣品の真贋に関するハンドブックを作られている企業もありますが、今回、IPGメンバーを中心として作る本冊子については、このフォーム1頁のみで対応していただきます。締切りは9月23日必着ということで、データを電子メールまたはフロッピーディスクとかCD-ROMにダウンロードした形で郵送していただければと思います。

送付先は、上海IPGメンバーの場合は、ジェトロ上海の趙まで送っていただきたいと思えます。北京と上海のIPGの両方に跨って参加されている方は、例えば北京にいらっしゃる方は北京IPGに送っていただくとか、その辺は適宜お好きなほうに送っていただければと思いますので、よろしくお願いします。

原則として原稿内容の校正はしませんが、不明確な点、あるいは疑わしき点などがある場合には、事務局から連絡してご相談の上、修正または削除をお願いする場合がありますということをご了承いただければと思います。

いまのところ12月にまず3カ所くらいで、工商局向けにこの権利集を利用して、昨年11月にやりましたようなセミナーを開催する予定です。

発刊時には日系のマスコミにプレスリリースをする予定です。ただし、各社個別の内容については、なるべく開示しないように調整したいと思います。

今回は工商局向けの冊子を作りますが、海関向け、技術監督向けについても作っていきこうという話が出ておりますので、今後検討していきたいと思えます。

なお、今週月曜日に皆様へメールをお送りしたところ、上海IPGメンバーの2社の方から、すでに原稿をいただいております。

本件について、これから大幅に修正することはもうできませんが、もしご質問がありましたら挙手をお願いします。質問される方は、会社名とお名前をお願いします。

宇野氏（オムロン）

いつもお世話になっております。この権利集の今までと違うところで、IIPPFのメンバーが共同で実施ということであれば、IIPPFのどの辺にまで落ちるかということが非常に気になります。IIPPFというのはご存じのように知財協なども入っていますね。知財協だけで、いま大体1,000社くらいあります。同業社団体等いろいろあるのですが、例えば我々は、電気制御機器工業会というメンバーの一員でもありまして、そこもIIPPFに入っています。その会社というのは、中小含めていま50社くらいあるのですが、そういうところまで落ちていくとすると、膨大な数になるのではないかと思うのが1点です。

いままでは、こういう薄さで、持って行くのに非常に便利だったのですが、百科辞典みたいになってくると、非常にやりにくいのではないかと思います。その点、どういう見込みなのかということについては、さっきチラッと出たかもしれませんが、もうちょっと詳

しくお聞かせいただきたいというのが1点です。

もう1つが、第1回目の資料を作ったときに、連絡先のところで、中国に拠点のある会社、または中国に連絡先のある代理人事務所等を有する会社のみにしなすよとしました。なぜなら、工商行政管理局の人とかは、当然中国語で問い合わせてくるわけですから。それが日本の住所になっていたりすると、当然言葉は通じないですね、意味ないですねということで、中国のところの会社、またはその代理人事務所にしていたと思うのです。今回その注意書きがないのですが、これはどうなのだろうかということです。

それで、さっきの IIPPF の絡みも合わせると、中国に拠点のある会社というのは、そんなに多くないと思うのです。今日も日本から出張ベースで来られているというご挨拶がありました。そういった方々について、日本の住所、電話番号、連絡先にしているのかどうか。この点について、何も触れられていないのですが、どうお考えなのでしょう。

秋葉（ジェトロ北京）

ジェトロ北京センター知識産権部の秋葉と申します。ご質問ありがとうございました。実は今回の改訂版権利集には、北京、上海と、先日結成された広東 IPG のグループの企業も参加されています。もう1つ IIPPF の日本側からも、是非ともこの権利集に参加したいという連絡がありました。

我々も、こういった日系企業の権利集を大きく公表できるのであれば、是非とも参加をということで認めたわけですから。実は先週、IIPPF の幹事会でも、こういった説明をすでにしてあります。その幹事会で意見が出て情報をもったのですが、実際、この IIPPF でコアになって動いている企業さんは、北京 IPG もしくは上海の IPG に参加されています。よって非常に知財関係に興味をもっている企業の方は、だいが重なっている部分が多いのではないのでしょうか。

ほかに、IIPPF のラインを通して、東京側で集約して広報していくと申しておりました。我々は中国側での見込みの数は把握していないのですが、東京側からの参加というのは、北京・上海・広州をプラスした数以上は上回らない。ですので、今回合計で 100 社くらいを実際想定して、それ以上になると、先ほどおっしゃったとおり、ハンドブックではなく、かなり分厚いものになってしまいますので、大体いま 100 社程度を想定して、見込みとしてやっております。

もう1つのご質問の連絡先については、サンプルの所に、すべて中国語ということで、「中国語可」と書いてあります。やはりおっしゃるとおり、工商局の担当の方が、電話してくるわけですから、このように書いてだけでも、担当者の方は電話しやすいと思うのです。これが日本の住所となると、国際電話をかけてまで連絡することはないと思いますので、IIPPF には、日本側から参加する場合は、中国で使っている特許事務所などの連絡先を書いてくださいと申しております。

ただ、中国に進出されている北京・上海の IPG 企業の方は、是非とも自社の、できれば工商局からダイレクトに中国語で対応できる体制をとった連絡先を書いていただきたいと思っております。

宇野氏（オムロン）

注意書きの所には書いてないのですが、それは暗黙のルールというご認識でしょうか。

水田（ジェトロ上海）

宇野さんが言われるとおり、もうちょっと詳しくお願いの中で述べるべきところだと思います。基本的には、北京・上海・広東の IPG に入っているメンバーは、中国に拠点をもっています。日本から参加されている方も本社の知財部の方で、拠点は中国にもあるというのが、ほとんどです。

ですから、今問題になりそうなところは、IIPPF メンバーの中で、中国に拠点が無い所なのですが、正直申し上げて、事前にどれくらいの IIPPF メンバーが参加すると言っているかを把握した上でスタートすべきだったので、このやり方は本当はよくないのかもしれませんが、予定しているセミナーの日程から逆算していくと、早速作ったほうがよいのではないかということになりました。権利集への参加企業が最終的に 300 社とか 400 社になることはまずないと思いますが、そうなったときは、編集方法も含めて考えていかなければいけないと思います。

宇野氏（オムロン）

IIPPF の参加団体が、どこまで自社傘下の会社を下ろしていくかということですが。例えば知財協ルートで情報が取れるから IIPPF に入らなくていいよ、業界団体に入っているから俺は入る必要はないよという会社がほとんどですから、そのところをどう把握したらいいかということですが。これくらいにしておきましょう。

水田（ジェトロ上海）

多分今後、編集等で調整することがあると思いますが、なるべく良いものを作りたいと思います。ここに参加されている皆様、是非たくさんの方にご参加いただきたいと思いますので、よろしくお願いします。

濱氏（ダイキン）

ダイキン中国の濱です。昨年も、我々の会社は、第 1 回目参加企業 48 社の中に入り、権利集に掲載させていただきました。今回、確認させていただきたいのは、備考欄についてです。今回は、オールジャパンでの掲載ということでページ数も考慮して、1 社 1 頁と聞いております。昨年の場合、1 頁には自社の製品を紹介し、別途、対外的にアピールする模倣商標事例を抱えている企業は、更に 2 頁目、3 頁目を使って、追加の情報を掲載致しました。弊社の場合は、判決が確定したような商標問題はなかったため、1 頁で掲載致しました。

今回、備考欄が自由記載となると、昨年の掲載経験がある企業は、多分この欄に自社商品を並べる企業もあれば、模倣商標事例を並べる企業もでてくるのではないかと想像いたします。弊社の場合も昨年同様自社商品を並べる予定にしております。

このようにすると、各地の商標局、工商行政管理局の方が見たときに、弊社が正規の自社商品、登録商標を掲載しているのに対して、別の企業は模倣品や模倣商標を掲載するなど、見る側にとってもとまどう可能性がでてくるのではないかと心配いたします。

つきましては、備考欄の記載内容について、自社の製品もあります、他社の模倣事例もありますなど、注意書きを本を作る前提の頁に書いていただければ、見る側に対しても

かりやすくして誤解を招かないのではないかとと思うのですが、いかがでしょうか。

秋葉（ジェトロ北京）

そうですね、目次の前に、このような内容が備考欄に記載されていますという説明の文を入れるのは良いアイデアだと思いますので、それは是非取り入れて書きたいと思います。

実は、備考欄がこんなに狭いスペースでは何も書けないだろう、類似商標こそ是非ともアピールしたい部分だということは、結構多くの企業さんからありました。

今回は、やはり使われる工商局の担当官の立場になって、まずは見やすいように、1社1頁としました。なおかつそれを見た工商局の担当者が、さらにほしい情報があれば電話して連絡するというファーストコンタクトができるような冊子を目指している関係で、類似商標の部分は、さらにページを設けずに、1頁そのままですとまとめるような形にしました。

備考欄は、そういった意味で、何でも各社の判断に任せますということだったのですが、いまご意見をいただいたように、予め前の頁のほうに注意書きとして、こういった書き方がありますということを示したいと思います。

水田（ジェトロ上海）

他にどなたかいらっしゃいますか。それでは、細部については、多分皆様と個別に調整していくことが出てくるかと思いますが、今後編集していくに当たっても、前回作った経路上多分一筋縄ではいかないと思いますが、なるべく良いものを作るように頑張りますので、個別に皆様といろいろ調整する部分についてはご協力お願いします。

これで連絡事項を終わります。コーヒブレイクを挟んで、本題のルイヴィトンさんにお話をさせていただきます。その前に一言、前回の幹事会でもちょっとだけ話題になったことがあります。これだけ人数が増えてくると、携帯電話が鳴ると、若干気になるときがあります。特に講師の方がお話されているときに、携帯電話がずっと鳴っていると失礼だと思います。あまりうるさいことは言いませんが常識の範囲で、マナーモードとか、どうしてもマナーモードにできないのであれば、速やかに外に出てお話をさせていただくなど、是非皆様にご協力をいただきたいと思います。

それでは、これより10分コーヒブレイクを挟んで、引き続きルイヴィトンの講演に移ります。

【講演】

ルイヴィトンの中国における知的財産権の管理と保護

講演者：S氏

皆さんこんにちは。非常に申し訳ありませんが、日本語はフランス語と同じように下手なので、本日は中国語で申し上げます。第18回IPG会合に参加するお招きをジェトロよりいただきましたことを感謝申し上げます。本日ここで申し上げたいテーマは2つあります。1番目は、偽造品による本当の危害にはどういうものがあるか。2番目は、当社の偽物退治の考え方と手法についてです。

早速1番目のテーマに入ります。まずは、偽物の本当の危害性とその偽物の裏でどういう人たちが被害を受けているかについて説明いたします。ご承知のとおり、偽物は国際的

な公害になっております。偽造品犯罪という行為は、世界中に存在しているといえます。ここの地図で表しているのは、世界中でレイヴィトン社の製品を偽造している所を記録したものです。赤の部分は、当社の偽物を販売している拠点を表しています。黒の部分は、当社の製品を偽造している国です。この地図でおわかりのように、黒い面積がいちばん広い部分は中国大陸です。当社の偽物対策マネージャーは、世界地図を全部赤に染めたほうがいい、というジョークを言いました。それは、世界中どこでもその商品売っているということです。

なぜ、その偽造品を取り締まらなければならないかということです。私たちの情報分析と調査によると、テロリスト、組織的犯罪、子供労働者を利用する不法組織が、偽物を製造・販売する黒幕となっているからです。

今年1月、ニューヨークで発行される『バーサー』というファッション誌と提携して調査を行いました。その調査の結果は先ほど申し上げましたように、偽造品の裏には非常に不法な組織がコントロールしている事実があるということです。中国の消費者及び政府に、その偽物の黒幕について知ってもらうように、今年4月に調査報告の中国版を発表しました。手元に、そのレポートを掲載した雑誌が少し残っておりますので、興味があれば私に申し出てください。

レポートの内容をご紹介します。これはわりと新しいニュースですが、そのニュースの事実について我々は非常に細かく研究をしました。そのニュースに掲載された事実は正確に把握しております。テロリストは、いかに偽造品を利用して資金をつくっているかということです。

その報告を提出した当時は人によって、その内容あるいは結論について疑いを持っていましたが、7月27日のロンドンの爆発事件という不幸な事件の後、ロンドン警察局が対象拠点を調査したことによって、たまたま我々の結論は裏付けられました。

2004年7月に、香港警察当局と提携し、香港の主要な商業地であるゼンサンピン、ウマリー、ワンチャイの3カ所で、ウイムパイプというコードを付けた取締りキャンペーンを行いました。当時、香港警察が主に取り締まった対象は、香港で有名なマフィア組織であるシンキヤム、ショーワ及びフーアンロンです。延べ451名の警察官がマフィア社会に出勤して、延べ500人の容疑者を逮捕しました。

その中に、直接当社の製品の偽造に参加した人が7名入っております。摘発された偽物の鞆は延べ7,000個、価値は100万香港ドルでした。この写真の中で黒いヘッドカバーをかぶっている人は、レイヴィトン製品を偽造する活動に直接参加した人です。テロ組織とマフィアのほかに、偽物の偽造に携わっているのは不法商人、つまり人権を無視して、子供の労働者と従業員を搾取している商人です。こういう劣悪な作業環境で働くことがいかに苦痛であるかということも、皆様も想像してみてください。その中でも、いちばん悪辣な商人は、子供たちを利用して偽物を作っている業者です。これは、もっと多くの子供労働者を使っている写真です。

私たちが直面している偽造業者は、非常に計画をもって組織的に偽造活動をやっています。当社が開発した今年の春と夏のシーズンに出すサクランボバンブーという商品です。私たちがパリでこの新商品を展示して間もなく、偽造業者はデジタルカメラを使って写真を撮り、インターネットを経由して偽物の製造拠点へその写真データを転送しました。パリのファッションショーで展示して、また広州のある偽物工場の初出荷までたった2週間

ぐらいです。我々は、非常に厳しい挑戦に直面しております。

一方、我々の創作活動を、彼らは非常にいろいろな方法を使って監視しております。これらの写真は、すべてルイヴィトンの偽物を作っている工場です。ルイヴィトンの偽物を買っていると同時に、我々の調査・捜査を避けるための対策を彼らはとっております。

上海在住の皆様は、上海のシャンヤンルーというマーケットがどういうものかご存じだと思います。例えば、これはシャンヤンルー・マーケットにある秘密商店の様子です。また、彼らは製品を輸出するときにもいろいろな方法を使って税関の抜き取り検査を回避しています。これは、鞆の中に鞆を内蔵する、といった巧みな手法です。

ここで1番目の取りまとめをしています。我々が直面している犯罪者は、頭が非常に良く、計画的に我々の財産を盗んでいますので、我々もちゃんとした手段で対応しなければなりません。

2番目のテーマは、当社の偽物退治の方法についてです。まず、当社の知的財産部の組織から申し上げます。全世界で、合計35名の知的財産担当のマネージャー、スタッフがおります。世界中を5つの地域に分けています。つまり、北米、南米、日本、アジア太平洋、ヨーロッパとアフリカです。私は、アジア・パシフィック地域の傘下にある1つ組織でグレーター・チャンランという組織におります。

大中華地域をカバーしている範囲は、中国大陸、台湾、香港、マカオです。私自身は、シンガポールの警察出身者ですので、うちのボスはその経験を活かしてシンガポールも大中華地域の中に取り入れて、その対象としました。組織の紹介はこれまでといたしまして、我々の偽造品対策、策略について説明いたします。

我々の会社では、偽物の取締は麻薬などと同じ策略をとらなければならないという仕組みにしております。つまり、偽物の供給チャンネルを取り締まり打撃すると同時に、その偽物に対する需要を抑制しなければなりません。こういう策略をもって、いろいろな方法で実施しております。

こういう4つの方法を採用しています。1番目は法律の執行、2番目は政府との交流、3番目は各方面の教育、4番目は自分の技術・手段をもって偽造の防止対策をとります。1つずつ具体的に説明していきます。

具体的な活動の内容について紹介します。まずは先ほど言った法律の執行をせまり、エンフォースメントをする。そのためには情報収集が大事です。情報を収集し、分析した上で目的を絞った調査を行うことができます。この調査によって具体的な結果を入手できれば、現地の政府当局に連絡をしてエンフォースメントを締結することができます。場合によっては、資金・実力のある対象者とやる場合は、裁判所へ売主提訴を提出します。また、中国の偽物を輸出するすべも多いですから、税関とも提携して、輸出ポートで偽物を取り調べるといった取締りを行います。

昨日も、福建省のある偽物製造に関連する情報提供者から密告を受けて、福建省福州の税関と提携してあるコンテナを摘発しました。その中には、アメリカ向けの偽物の鞆が6,000個見つかりました。ご存じのように、中国政府当局に、自分の会社の知的財産権を保護してもらうためには、その当局と良好な関係を維持しておかなければなりません。政府とのよい関係を維持するための力、あるいは手間をかなり多くかけております。政府との

関係維持は、ただ食事とか遊ぶ等という簡単なもので済むものではないです。法律・法規、また政策を研究した上で、我々のコメント、提案を提出する必要があります。当社は、たくさんの方の業界組織にも関係しておりますので、そういう業界組織を通じて、政府への提案を提出しております。

そのほかに、私は教育活動にもかなりの力を入れております。教育はいくつかの分野で行われております。1つは、上海の知的財産権に関するトレーニングです。例えば、ルイヴィトンの店舗に勤める店員は、1カ月間トレーニングを受ける必要があります。その1カ月間のトレーニングの最初の日には私と会って、私はいろいろなルールを要求します。そのうちの1つは、勤務時間ではルイヴィトンの偽物を使ってはいけませんということです。かなりの時間を個人店員に、又は資金を費やして地方政府に対するトレーニングを行っております。

我々に協力している弁護士や弁理士に対しても、会社の偽造品対策、商品知識の教育とトレーニングを行っております。公衆教育にも、かなりの資金をかけております。去年1年間で、延べ1万2,000件以上の案件を処理しました。また5,000回ぐらいの取締りキャンペーンに参加しました。各地の政府と協力して、合計987名の犯罪容疑者を逮捕しました。その作業量は非常に大きいものです。しかし、当社は自分の知的財産権をよく守るためには、そういう投資、また投入はどうしても必要としております。

次は、各地の政府と一緒に交流した様子の写真です。これは、香港の税関関係者と香港警察関係者です。ウイムパイプ・アクションの後、香港警察署を表敬訪問し、その協力に感謝しました。

これはシンガポールの警察署、入国管理所、税関のスタッフに対してトレーニングを行った記念写真です。これは、上海市公安局経済偵察大隊の大隊長です。去年1年間の協力について感謝を述べた様子です。これは、台湾のRTR公司以、私どもの台湾本社の社長が感謝状を送った様子です。

私が説明したいことは以上ですが、最後にまとめて言いたいことは、日本の知的財産権を保護するためには、よい戦略と対策が必要です。つまり、良い戦略をつくってから、必要な資源を投入し、初めてその目的は達成できます。私の説明は以上です。皆様からご質問がありましたらお願いいたします。

質 疑 応 答

水田（ジェトロ上海）

どうもありがとうございました。質問の時間が1時間くらいあります。ルイヴィトンのSさんも、日系企業の方と意見交換をしたいということだと思います。質問だけではなく、自社がこれまで取り組んでいる模倣品対策の中で、いろいろご相談などがありましたら遠慮なくご質問いただきたいと思います。

朝日氏（東芝）

発表をありがとうございました。最初に、かなりの数の対策をルイヴィトンさんとしてされているというのは、いまの発表でわかりました。おそらく知的財産部門単独で闘争されるのではなくて、代理人を使って闘争をかなりやられているのではないかと推測しております。

我々日系企業も、代理人を使つての対策をやっています。我々はこういう対策を始めてそんなに日が長いわけではありません。いま、偽物が産業になっているという説明もあつたとおり、偽物対策をする代理人の数もすごく増えているということです。

ここに参加されている企業の方がいちばん気にしているところは、代理人として信用していい代理人と、信用できない代理人がいるのではないかと思っています。もし差し支えなければ、そういう代理人の見分け方、御社ではたぶんないと思うのですが、騙された事例、こういう代理人がこういう悪いことをした、というような事例をご存じでしたらご紹介いただけると幸いです。

講演者 S 氏（ルイヴィトン）

非常に良い質問です。確かに当社も騙された経験があります。現行の中国の法律では、こういう調査会社を管理する、適用できる法律はありません。そういう法律の抜け道、あるいは空白があるからいろいろな会社が乱立し、1人の個人が1台のパソコンを持って、1つの調査会社がつくれます。

私がルイヴィトン社に入社するまでは、ルイヴィトン社中国の偽造品対策部の専属職員はいませんでした。私が入社した当時、ルイヴィトン社の協力業者、つまり代理業社数は26社でした。26社のうちには良い会社もあるし、良くない会社もありました。また外国人が経営している会社もあるし、中国人が経営している業者もあります。26社も使っている現状は、私としてはとても容認できないから、私が就任してからは26の調査会社を1つずつ訪問し、その会社の企業登記簿、財務諸表をチェックし、それから調査事業の主要な担当者も訪問して話をしました。それで、すべての会社と、これからうちの事業に対する協力の取決めをつくりました。そういう取決め、あるいは契約書の中に、我々の会社の目標や指標や価格、特に我々が要求するモラルについてはっきり決めました。

一部の疑わしい対象者については、私はほかの調査会社、知的財産権の調査会社ではなく、商業調査会社の人を雇い調査を依頼しました。6カ月間という時間をかけて契約の締結、業務依頼、調査会社を使った調査のいろいろな結果をまとめて、我々の会社の要望に合わない代理業者をカットしました。本日現在、当社では代理業社6社としか付き合いをしていません。あとの20社は全部捨てました。

私が就任してから、1つの策略を決めました。ある人の密告を軽く聞いて、報奨金を出すようなことは絶対にしません。見知らぬ代理業者が進んでコンタクトしてくる場合は、必ずその会社の顧客名簿を提供するように要求します。その顧客から、その会社の能力や資質を調べるようにしております。

中国が、まだそういう法律を整備していない現状では、代理業者の選別と選定について、会社は自分で力をかなり入れなければなりません。ルイヴィトンを信用していただければ、当社が付き合いしている6社の代理業社の名簿を公開しても構いません。

上村氏（カヤバ工業）

こういう模造品に対する対策をするときに、必ず出てくるのが費用対効果という話です。特に、日本の本社サイドからだど、常にそれを説いていて遅々として進まないのが当社の実情です。実際にリーガルアクションを起こす前に、模造品による被害額の推定計算をする方法はお持ちでしょうか。

講演者 S 氏（ルイヴィトン）

実は、これについてはいつも当社で、あるいは私自身も悩んでいる課題の1つです。中国で費用対効果という言葉は、パフォーマンス・プライス・インキュベーションという言葉を使っています。MBAコースの中でも、いわゆる見返り利益という名前があります。当社では単件の案件や、あるいは長期間の計画実施に当たっては、事前に必ず代理業者と細かく打合せを行います。そういうキャンペーンを行うことにより、どういう成果が期待されるのか、所要時間はどのぐらい必要か、予算金額はどれぐらいかかるか、ということについて相談します。

現在まで、当社ではまだ決まった計算方法は持っていません。しかし、客観的に一つひとつの案件について討論するときは、我々が要望している成果はこうです、これに対してどのぐらいの経費を請求するかというように、実際に実施してから、その結果と当初要求した成果とを比べることはできます。

具体的な例を申し上げますと、いま当社では2006年の予算枠の討議をやっております。執行役員会は、もっと具体的な数字、業績を表せる数字の提出を要求します。客観的なデータと数字をもって、我々のボスを説得し、次のアクションを起こすための支援と理解を求めたいです。

同じように、社外に対しても、弁理士、弁護士、代理業者に対しても1万ドルの請求に対してどういう成果をつくってくれるか、という目標を定めて、その目標を達成できない場合はどうするかというはっきりした目標を明確にさせる必要があります。

もっと簡単な方法は、上海IPGという組織のメリットを利用し、会員同士で交流し、目安あるいは参考となる費用、その費用に対してどういう効果を得られるかというデータは入手できると思います。

田中嶋氏（エバラ食品）

偽物の摘発の際に、非常に危険な場面もあるうかと思います。過去に脅迫その他暴力的なこととか、そういう危険な場面はありましたか。それに対して御社では危機管理マニュアル、対策は何かありますか。

講演者 S 氏（ルイヴィトン）

幸いなことに、いままで暴力的な行為が私の身の上に及んだことはありません。私は、自分が警察出身者ですから、そういう原則あるいは常識をもって行動しております。つまり、行動する場合、エンフォースメントの行動をとる場合、十分威嚇力に足りる人手を連れていかないと、軽く行動は起こせません。皆さんも、こういう行動を起こす場合は、絶対優位性の力をもっていれば、その弱い力を制圧するようなことを是非心がけてください。絶対的な力をもって、その場面をコントロールできるし、思わぬ結果、危ない状況を避けることはできます。

暴力行為は、いろいろな対策で回避できますけれども、脅迫というのは各方面から寄せてくることがあります。個人に対する脅迫もありますし、より多くあるのは会社に対する脅迫です。いくつか例を申し上げます。私個人に対する脅迫には、携帯電話のショートメッセージという形で送られてきたもので、5万元出してお前の足を買うというものもあり

ました。会社に対するものは、ある町で新しい店舗を出店する直前に、その店長にそういう連絡があり、新しい店を開くときには訪れて、ざまあみろというような言い含めの連絡がありました。

自分の安全を保護するために、会社としてどういう対策をとっているかについて説明します。まず、事務所のセキュリティ・システムをかなり強く構築しております。そのセキュリティ・システム構築にも私は参加しました。

1つ認識していただかなければならないのは、ある人が報復活動をやる場合に、偽造品対策部門がどこにあるか、ということを知る余裕はないです。ただ会社のブランド、ソニーはどこにあるかとか、その会社はどこにあるかを調べて、北京か上海かという大きい会社の施設を狙うこととなります。

もう1つの対策は、当社のすべての社員に対して、会社の偽造品対策行動についての言論を自由に発表してはいけないということです。政府からそういう要望があっても、個人としていろいろな交流や様子を紹介してはいけません。そういう要望や要求がある場合は、すべて私の所、つまり偽造品対策部門へ必ず伝えてください、という要求を出しています。

我々の販売ルートは小売が主体ですから、各町に設置した小売店、店舗は非常に目立っております。ですから、政府機関も、その面の専門の情報提供者も、また一般消費者も簡単に小売施設に立ち寄って、自分はこういう仕事をしたい、偽物退治の仕事をしたいから協力してくれないか、という要望を寄せてきます。

社員教育のときには、必ずそういうことを要求します。偽造品に関する質問や連絡がありましたら、全部上海本部へ回し、上海本部の対策部が対応します。皆さんは、ただ小店舗の店員として物を売るだけで、ほかは知らないと答えてよいと教育しております。事後の対策よりも、事前の予防がいちばん大事だと私たちは認識しています。

野口氏（田崎真珠）

本日は、大変貴重なお話をありがとうございました。質問が2つあります。1つは、ルイヴィトンさんのIPRは全世界を、北米、ラテンアメリカ、日本、アジア・パシフィック、欧州とアフリカの5つに分けていると聞きました。これだけ偽物が全世界を駆け回るようになりましたので、ほかの地域のIPRとの連携や、情報交換はどういう体制になっているのかをお伺いします。定例的に会議や情報交換をされているのか、というのが質問の1つ目です。

2つ目の質問は、本日お話をいただいたのは、ルイヴィトンさんの中国における対策でしたけれども、ブランドを守るためには、ルイヴィトンさんだけの努力では限界があるかもわかりませんので、同業のほかの会社との協力体制はあるのかということ。例えば、化学品などでは、業界で協力して模造品対策を積極的に推進されているようですけれども、ルイヴィトンさんの場合は、特に模造品対策に対する業界活動をされておりましたらその辺のところをお伺いします。

講演者 S 氏（ルイヴィトン）

1つ目の質問です。会社では知的財産部は、年2回世界中の会議を開催しております。1回目の会議は、毎年春から夏の間です。開催の場所は、フランス以外の所を選びます。2回目の会議は、秋から冬の間で、そのときの会議の場所はフランスに戻ります。

去年の春夏期の会議はニューヨークで、今年の春夏期の会議は中国の広州で開催しました。そういう会議は、毎回2、3日は開催します。各地域のマネージャーが集まり、まず共通した問題点の討議、それから策略が正しいかどうかの反省と討議、上司から経費の使い方についての報告があります。

この2回の定期会議のほかに、マネージャーは全部で30数名おりますが、お互いに電話やeメールを通じて、ときどき情報交換などを行っています。私が直接管轄を受けている上司とは、毎月1回の頻度で会って会議をします。アジア太平洋本部は香港にありますので、私は毎月1回香港へ行ってその会議に参加します。

発生した案件は、いくつかの地域に跨がる場合があります。そういう案件が発生する度に、まず電話会議を開催し、その後は関係している担当者同士がeメールで連絡を取ります。あとは、私たちが依頼している調査会社や弁護士とも3カ月に1回、四半期ごとに会議を1回開催します。大体1日の会議で、そういう作業や活動について討議します。

いま現在の情報交換は先ほど申し上げたものですが、パソコンネットワークを利用し、ケース・マネジメント・システムというプラットフォームをつくり、そのプラットフォームを経由し、世界中のIPRマネージャーがその案件や情報を入手し、対策を考えるような手段をいま構築しているところです。

2番目の質問の、業界その他企業と提携し、あるいは業界活動に参加しているかということですが、中国でルイヴィトン、優良ブランド保護協会のメンバーとなっております。このメンバーの企業は約130社ほどあります。そのうち、我々と同じ業種の企業は7社か8社あります。有名ブランドとしては、Chanel、Tiffany、Prada、Burberry、Coachというものが入っています。

そういうブランドと一緒に、高級品作業グループ、という活動グループの組織をつくりました。そのグループを通じ、提携して取締りキャンペーンをする、あるいは政府とのコミュニケーション、政府へのロビー活動などを行っております。1つの実例として、そのグループを通じて北京の新しいチュースイ市場を提訴しようと考えております。その市場で、たくさんのルイヴィトン・ブランドやその他の有名ブランドを販売されました。

私が知っている範囲では、数多くの日本企業もその優良ブランド保護協会のメンバーとして加入しています。また、業種別のグループに入っています。ITグループ、白物家電グループなどがあります。自動車グループに入っているかどうかは把握しておりません。

ここで私が推奨したいことがあります。皆さんも可能な場合は、公的でも民間レベルでも、品目別あるいは業種別の専門のグループをつくることを推奨します。ご存じのように中国は、ある地域に集中し、同じ品目、たくさんの有名ブランドを偽造して販売しているという検証があります。同業者と提携してやれば、情報の共有や取締りコストの分担の面で有利だと思います。

加茂氏（トヨタ）

エデュケーションを消費者向けにもしておられると思うのですが、例えばこういうアパレルとか装飾品の関係では、食品や薬品、それから我々自動車などと比べて、買った人に直接健康への被害がないということで、どういうところを訴えかけているのか。これは、すごく難しいところだと思うのですが、あなたのバッグを持つと手が腐りますよ、という

ことは言えないと思うのです。そういうところで、消費者向けの啓蒙・教育活動というのはどういふところを強調して訴えているのか、その辺で工夫しているところがあれば教えてください。

講演者 S 氏（ルイヴィトン）

消費者教育は非常に難しい課題です。先ほど説明した内容は、かなりの部分は消費者に向かっている教育している内容です。つまり、「偽物の製造と販売の裏には非常に悪い人たちがおりますよ。テロ組織、マフィア、人権無視で子供を使っている不法商人がおりますよ。偽物の鞆を買ったと、そういう悪い人に資金を出していることにもなりますし、場合によってはその鞆を買ったらテロ組織に支援している、子供を搾取している行為につながりますよ」という方法で消費者教育をしています。

それは非常に固い課題、あるいは真面目な教育・説得方法です。一方、気軽な教育・宣伝方法も使っております。ルイヴィトン社の歴史や文化、製品の品質の良さを宣伝し、それから有名なタレントや芸能人を使ってそのブランドの宣伝をしております。その両面から、いずれにしても偽物を買うことは面白いことではないということを、消費者に説得しております。主にその2つの手段を取っております。

加茂氏（トヨタ）

こうした消費者向けの啓蒙活動の効果をはかるような手法や考え方はお持ちですか。ここは、我々にとってもいちばん難しいところなのですが、もしそういうものがあれば教えてください。

講演者 S 氏（ルイヴィトン）

消費者に対する教育、あるいは宣伝の計画は、今年1月に実施したばかりです。会社としては、年末ごろ、消費者に対する調査、あるいは評価の聞き取り調査をやりたいです。つまり、消費者が当社の宣伝・教育を聞いてから、消費意欲と消費方法にどのような変化があるかについて調査したいです。非常に申し訳ないのですが、いまのところでは、客観的な評価数値は持ってありません。

私は、セミナーや講演でこのパワーポイントを何度も使ってきました。そういう会議の後、一部の参加者から、このパワーポイントを見て、もう偽物は買わないことにしたという話もよく聞きます。

久永氏（デンソー）

2つ質問があります。先ほど、2004年の摘発は5,887件という非常に多い数をご紹介いただきました。この摘発に際して、ある程度の基準はお持ちでしょうか。例えば、偽物のバッグが何千個ある、あるいは生産量としてどのくらいあるというような基準をお持ちの上で、こういう摘発を実施されているのでしょうか。

2番目の質問は、先ほどの調査会社が、当初ご就任されたときには26社あって、それを6社に絞られた。そして契約を見直したという話がありましたけれども、例えばこの6社と長期的な契約を定めて、その契約の下でそれぞれの調査会社にある程度の裁量権を与えて摘発をやらせているのか、それとも個別に6社から上がってくるいろいろな情報に基づき、個別の案件ごとに摘発の指示を出しているのか、いずれでしょうか。

講演者 S 氏（ルイヴィトン）

おっしゃられたように、去年 1 年全世界で 6,000 件以上の摘発アクションを起こしました。300 日で割ると、1 日 20 件ぐらいやっていることになります。ですから、数は結構多いです。

その判断基準は、偽物の数量よりも、そのキャンペーンにどれほどの価値があるのかについて判断をしています。案件処理の価値判断については、その案件が発生した場合に、その性質から判断します。例えば、対象者が小売業者の場合、その小売業者はどこに店を持っているか、我々の専売店の近くにあるかどうか、またその小売店の偽物の販売方法によって、我々の正規品の販売にどれだけ影響を与えるかというように判断しています。

また生産業者、卸業者、輸出業者の場合はその規模、あるいは偽物取扱いの期間、長期的にやっているかどうか、大規模にやっているかどうか、海外に大きなネットワークを持っているかどうかという要素を判断します。それから、お金をかけてどのぐらいの効果が出てくるか、その当事者は刑法によって処罰を受けるか、あるいは経済的な賠償を取得できるかというふうに判断しています。

中国では、いろいろ不思議なことがよくありますので、ただ偽物の数量だけを判断基準にして行動を起こすことはやめたほうがいいと思います。例えば、調査会社がわざと偽物の発注をし、それから当社へ報告する、それで取締りをさせることもあります。法律執行部門は、なかなか思いきった対策がとりきれなくて、一旦押収した偽物をまた製造業者へ返すこともあります。

2 番目の、調査会社との契約の形は、私たちは枠組み型でやっています。つまり、実際の行動を起こす前には、必ず我々が内容を審査し、認可してから行動を起こすような方法です。

竹本氏（サントリー）

本日はお話をありがとうございました。私の所もそうなのですが、御社の場合は非常に世界中広範囲に偽物が製造され流通しています。先ほど、アクションの第 1 段階では情報の収集ということですが、どのような形で情報を吸い上げているのか。それに応えている組織的なやり方がありましたらご紹介ください。

講演者 S 氏（ルイヴィトン）

先ほども説明したとおり、いまケース・マネジメント、つまり案件管理システムというプラットフォームを構築中です。システムの構築作業は、社内の IT 担当部門に依頼しています。ただ、知的財産担当部門としては、一部指定したデータがあります。そういうデータを指定して、必ず収集対象となって、また収集し、上層部門へ報告するようにしております。

私たちは、会社で 3 種類の報告を必ず作って同僚の交流に、あるいは上司の報告に使います。1 種類は週間報告です。その 1 週間でどういう案件を処理して、どういう活動を行ったかを記録します。2 番目の報告は月間報告です。マンスリーレポートは、エクセルで作成したものです。この 1 カ月に、その地域でどういう大きな出来事があるか、どういう重要な人が会社に入ってきたか、どういう発表セミナーをやったかという記録を出します。

最終的な報告は年次報告です。この1年間取り扱った案件により、結論や今後の予測を作成し、同僚との交流、上司への報告に使います。その3種類の報告は、定期的な情報交換で、あとは不定期な情報交換として、先ほど言ったように地域を跨ぐ案件がある場合はeメールで、その関係先の地域へ流していきます。

黄志氏（日本精工）

私たち自身、もしくは代理業者を使って、偽物の製造業者を摘発する場合、法律を執行する当局の協力がないと動けないわけです。例えば工商局とか技術監督局とかです。ところが、偽物製造業者は、地方政府の保護を受けることがよくあります。結局、当局の協力でレイドをかけても、ささやかな罰金で片づけられてしまうことになってしまいます。こうなると、偽物製造業者を壊滅させることができなくて、そのうちまた別の所で作り出すということで、モグラ叩きの状態に直面するわけです。この辺は、ルイヴィトン社でもよく経験されるのか、それに対して何か良いアドバイスがあればお願いいたします。

講演者S氏（ルイヴィトン）

当社でも毎日、毎時間、毎分間いつもそういう問題を抱えています。指摘された問題は、中国独特のものではないと思います。ただし、こういう現象は中国で特別に目立っています。まず、中国の法律は重大な欠陥を持っています。法律の欠陥があるだけに、質の良くない法律執行部門が、我々にとって不利な行動をする原因の1つになります。

中国の言葉で言うと、地方保護主義といいます。法的執行部門、工商管理局でも、技術監督部門でも、彼らの給与は地方政府から支給されます。私たちは、浙江省のあるメーカーへ取締りに行きましたが、その対象業者は地元でいちばん税金を納めている企業でした。当然現地の政府が、そういう法的機関へ圧力をかけます。非常に簡単な質問を、そういう法的部門に出します。「あなた方は、この企業を閉鎖したら、彼らが納めていた税金を納める代わりに企業はどこで探すか。そういう税金がないと、その村の人々の生活はどう維持できるか」という質問です。

よく見られている地方保護主義という現象に対して、当社は2つの対策をとっております。1つは短期間の対策で、1つは長期間の対策です。短期的な対策というのは、中国各レベルの政府関係者との関係を積極的につくります。こういう政府機関との関係は、1カ所に集中することではなく、いろいろな部門と、またいろいろな階層と関係をつくります。例えば工商局、技術監督局、公安局、検察などいろいろな部門と協力関係をつくります。

各方面、各階層の関係をつくっておくと、ある行政部門が協力にあまり積極的でない場合は、同じクラスの別の部門に依頼するか、その機関の上級部門、あるいはその機関の監督部門へ働きかけて、その部分に圧力をかけるような手法を使っています。1つの実例を言いますと、広州であるエンフォースメントを起こし、行動を起こしましたが、事前情報の収集も不十分で、実際に行動を起こしてみると、使っている場所は広州軍区、解放軍の敷地を貸し出して偽物の事業をやっていました。行動を起こすと、住んでいた住民たち、解放軍関係者がたくさん押し寄せて集ってきました。摘発行動に参加した広州市工商局、一般の職員、軍人関係者がたくさん寄ってくると、彼らも非常に恐れます。

偶然にも、当社の担当者は、広州軍区の規律検査官という人と親しい関係をつくってました。その検査官に電話をして呼んできたら、それは工商局の法律執行行動ですから、住民たちに関与しないで撤去すべきものは撤去しなさいという指示を出し、その案件は受

結しました。また、そのおかげで広州軍区とも良い関係ができました。それは短期的な対策で、つまり各方面とのマルチレベルという関係をつくる必要があります。

長期的な対策として我々は、はっきりとした立場を持っております。中国政府に対して、行政によって法律を執行する方法を早く取り上げるように呼びかけています。つまり、行政部門はいずれも現地の政府にコントロールされますので、私たちはすべての案件に刑事法を適用するように希望しています。中央政府専属の知的財産案件処理の部門を発足し、その案件を担当するように考えております。

しかし、それを実現するためには、政府組織の構築、あるいは法律の見直しとかで、かなり多大な政府への働きかけ、ロビー工作は必要です。しかし、我々は長期間かかっても実現へ向けて努力しております。私の目標は、10年間かけて成功するでしょう。

水田（ジェトロ上海）

まだ質問があるかと思いますが、時間がまいりましたので質問はここまでとさせていただきます。講演者Sさんにもう一度拍手をお願いいたします。

事務局からお知らせですが、今回は11月1日に会合を行います。テーマは、ホンダさんによる「中国における知財訴訟において日本企業が注意すべき点」と、もう1つは、経済産業省の模倣品対策の担当者に来ていただき、日本政府の中国における模倣品への取組みということをお願いしております。

これで、第18回上海IPG会合を終了いたします。本日はどうもありがとうございました。