

第 20 回「上海 IPG」会議 議事録

日時：2005 年 12 月 20 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）

第 20 回上海 I P G 会合を開催いたします。まず初めに、上海 I P G の運営幹事であった富士フィルム様の担当の方が転勤された関係で、その後任としてこのたび荏原食品（上海）有限公司様に幹事をお引き受けいただきました。ということで、荏原食品（上海）有限公司様から一言ご挨拶をお願いします。

田中嶋氏（荏原食品）

皆さん、こんにちは。荏原食品の田中嶋と申します。今回、富士フィルムさんが帰任されたということで、私、途中からではございますけれども、この幹事会に参加させていただくことになりました。

私どもは、この 4 月から新設の会社ということで出来まして、まだ販売はしておりません。実際、来年の 1 月から、私ども業務開始になりますけれども、まだ何も上海で活動していない中で、なおかつ、私、知財の専門家ではございません。どこまでお役に立てるかわかりませんが、精一杯協力させていただきたいなと思っております。今後とも、ひとつ皆様のご指導、ご鞭撻よろしくをお願いいたします。ありがとうございました。

水田（ジェトロ上海）

田中嶋さん、どうもありがとうございました。引き続きまして、前回の上海 I P G 会合からちょうど 2 カ月弱が経過したところですが、その間、4 社の方が新規メンバーとなりましたので、一言ずつご挨拶をしていただきます。まず、クラレ様からお願いいたします。

松山氏（クラレ）

皆さん、こんにちは。ご紹介受けました可楽麗の松山でございます。私ども、中国とはわりあい古くから関っております。1963 年に合成繊維、ビニロンのプラント輸出からスタートしました。ところが、私どもの会長の松尾が「急いで事は仕損じる」の例えでよく使う言葉に、「バスは何台でも来る」があり、バスを見送り、中国事業展開はわりあい緩やかに進めて参りました。ようやく最終バスか、その最終の前のバスにもう一度乗りました。今年、ようやく中国で 3 カ所拠点を立ち上げ、現在は 8 拠点で事業展開をしております。栄えある本会に今回から参加させていただくことになりました。微力ではございますが、皆様方とともに、本会が盛り上がり、なおかつ有意義・有益なものになるように努力したいと思っておりますので、よろしく申し上げます。

水田（ジェトロ上海）

どうもありがとうございました。続きまして、コニカミノルタ（中国）投資有限公司様、お願いいたします。

松島氏（コニカミノルタ）

ただいまご紹介いただきました、コニカミノルタの松島でございます。私、入社以来 20 何年間、ずっと知財で過ごしてまいりましたが、いくぶん、中国は初めての赴任ですので、右も左も全然わかりません。皆様のご指導、ご鞭撻よろしくお願い申し上げます。

水田（ジェトロ上海）

どうもありがとうございました。続きまして、上海曾我玻璃有限公司様、お願いいたします。

長田氏（曾我玻璃）

どうも初めまして、上海曾我の長田でございます。ガラス食器のメーカーでございます。中国で事業を始めまして14年目ということになります。進出した当時から、このコピー問題には大変悩まされ続けておりまして、被害額についてははっきりいたしませんけれども、中国のガラス食器のメーカーの中で、弊社のコピーをしていないという工場を探すのが難しいというような状況でございます。

そんなようなことでございますので、是非、皆様のご指導を賜りまして、また情報交換を通じまして、有効的な対応策を探ってまいりたいと思っておりますので、ひとつよろしくお願いいたします。以上でございます。

水田（ジェトロ上海）

どうもありがとうございました。続きまして、常州富士常柴羅賓様、よろしくお願いいたします。

持田（常州富士常柴羅賓）

皆さん、こんにちは。常州富士常柴羅賓の持田と申します。私の会社はエンジンを造っている会社ですけれども、創業以来、5年目を迎えます。小型の汎用エンジンを造って、5年を迎えて、中国のコピーのエンジンが出てきたという状況にあります。この上海IPGで勉強しながら、有効な対策を考えていこうと思っております。どうかよろしく願います。

水田（ジェトロ上海）

どうもありがとうございました。続きまして、昨日開催いたしました第3回上海IPG模倣品水際対策ワーキンググループ会合についてワーキンググループリーダーのカシオ計算機の荒川様より、会合の報告を簡単にお願いたします。

荒川氏（カシオ計算機）

私はカシオ計算機の荒川と申します。第3回目のワーキングの打合せということで、前回、上海会館を訪問いたしまして、率直な意見交換ができました。その中で、上海会館のほうから、こういったものが欲しいというものの中に、データベースの作成、実際の検査官向けのセミナーの開催等、いろいろな形の宿題をいただいております。

メンバーの中で打合せを行いまして、この2つ、実際の検査官に対するセミナーの開催と、中国の会館のほうでどのようなデータベースが必要かを確認して、それを随時提出していくような形で進めていきたいという方向にまとまっております。どの会館にするかに関しては、上海IPGということで、上海会館を中心として、そういったデータ作りを行おうという方向でいま進んでいます。

そういったような意味で、次回の会館の分科会の対応としては、上海会館の実際の検査官に対するセミナー的なものを計画しようとしております。昨日話し合った内容はそのようなところですが、何かあれば教えていただければありがたいと思います。

水田（ジェトロ上海）

どうもありがとうございました。このワーキンググループについては、随時メンバーを受け付けており、実際に中国国外に模倣品が輸出されているという被害を受けている方であれば、どなたでも参加できますので、もしご関心のある方は、是非、私にご連絡をお願いいたします。

続きまして、「上海 I P G 会員アンケートについて」です。質疑は連絡事項が終わってからまとめて受けますので、よろしく申し上げます。これは 2005 年 11 月に上海 I P G メンバーの皆様アンケートをお願いして、現在上海 I P G メンバーは 114 社ですが、その中で今日現在、ご回答いただいた数が 85 社ということで、回答率が約 8 割に達しました。この場をお借りしましてお礼を申し上げますとともに、結果につきましては年明けぐらいにご連絡できると思います。

続きまして、「改訂版権利集利用の工商局向けセミナー」についてご連絡します。これは権利集に参加された方に特に関係する部分ですが、今回権利集にご参加いただいた企業は 82 社ありまして、各社に 7 部ずつすでに配付しておりまして、この権利集を使ったセミナーを 1 月中旬辺りから浙江省の杭州市、上海、広東省の広州市、この 3 カ所ですることによって、いま中国側のセミナーの協力機関である中華商標協会というところとジェトロ北京が窓口になりまして、調整しているところです。

そのセミナーの詳細がなかなか決まらないので、事務局は非常にイライラしているところなのですが、おそらく年明けぐらいに日程や場所が決まるのではないかと思います。是非 1 社でも多くの方にご参加いただきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

それに先立って、12 月 8 日に、ここに参加されておられる方の中にもご参加いただいた方がいらっしゃると思いますが、深でこの権利集のお披露目会が、中国各地の工商行政管理局の担当者がたくさん集まって行われました。

続きまして、「中国における営業秘密管理の実態調査に関するアンケートについて」説明します。この後は、日本知的財産協会フェアトレード委員会第 3 小委員会第 3 小委員長の宇野さんにバトンタッチをしようと思いますが、今回、日本知的財産協会から上海 I P G に対して中国における営業秘密管理の実態調査について、上海 I P G のメンバーに対してアンケートの協力をお願いしたいという依頼がありました。

この営業秘密管理というテーマについては、これまでも過去に 2 回上海 I P G 会合でも取り上げてきましたが、今後取り上げてほしいテーマとしても、「中国における営業秘密、技術流出の保護」がダントツで一位です。先日の上海 I P G の運営幹事会でもいろいろと協議をさせていただいたのですが、最終的には是非このアンケートに協力していこうということになりましたので、今日は宇野さんから、このアンケートの協力依頼について趣旨をご説明いただいて、このアンケートの回答方法についてもご紹介いただきたいと思っておりますので、宇野さん、よろしく願いいたします。お手元に「実態調査に関するアンケート」というパワーポイントの横の紙と、実際のアンケート用紙を用意していますので、それもお覧いただきながらご説明を聞いていただければと思います。

宇野氏（オムロン）

皆さん、こんにちは。日本知的財産協会のフェアトレード委員会というところで活動をしています宇野と言います。ご存じの方は多いと思うのですが、私の会社はオムロンでございます。今年の 5 月まで上海の I P G にも参加させていただいていました。今日もいろいろな方に久しぶりにお会いできて、喜んでおります。

今回は日本知的財産協会でのフェアトレード委員会というものの活動を若干説明させていただいて、その後、営業秘密管理のアンケートの話をご若干させていただきたいと思っております。

知的財産関係をやられている方は大体の方はご存じだと思うのですが、我々は世界最大のユーザー団体と言っていますが、日本に知的財産協会というのがございます。1938 年に発足して、いま 67 周年、それぐらい続いている団体です。

会員数の推移は、会社ベースで 873 社入ってございまして、大手のメーカーは、まずほとんどこの団体に所属しているというような実態です。参考会員 200 と書いてあるのは、弁護士や外国の特許事務所とか、こういう団体の方が入っております。

ここからなのですが、フェアトレード委員会というのは、いまから15年ぐらい前に発足して、何をやっているところかということ、日本の不正競争防止法を中心に、世界各国の公平公益法の研究を主としてやっている団体です。現在25名ぐらいのメンバーでやっております。

次は協会の活動成果などですが、いわゆる政府、日本の特許庁に対する情報発信であるとか、いろいろな研究課題を設けて、ここにも書いているように中国における意匠制度とか、積極的に課題を見つけながら活動を毎年行っています。企業の特許部の方が中心になって活動をしています。

模倣対策活動ということですが、ここ数年、中国を中心として、IPGもそうなのですが、模倣対策に力点を置いてまして、数年前から行われている、これはジェトロの主催でもあるのですが、IIPPF（国際知的財産保護フォーラム）にも参画していますし、東南アジアへの代表団、中国への代表団派遣、中国の政府関係との会合、この辺のことをいままで積極的にやってきました。

今日の趣旨に戻ります。皆様のお手元にもお配りしていますが、「中国における営業秘密管理の実態調査に関するアンケート」ということで、我々フェアトレード委員会のメンバーがいろいろと考えまして、現地の日系企業、特に上海IPGに参画しておられる方々へのアンケートをやってみたいという強い要望がありました。要するに、現地中国に出て来られて、皆さんの会社がどんな営業秘密管理をやっているのだろう、人材の流動化が激しい、非常に秘密保持がやりにくい、法律においても反不正競争法で保護されることにはなっていますが、果たしてどれだけ保護されるかもなかなかわからない、このような状況の中で、我々日本企業がどのような管理をやっていくべきなのだろうかということ、アウトプットを導き出すために、まず現状を把握しようということ、皆さんに今回お願いさせていただき次第です。

ここの4番目の「研究成果」というところです。今回我々のほうで日系企業に対するアンケートをやる一方、中国の判例の研究、中国の法令の研究等も同時に進めています。こういった研究成果を取りまとめて発表をするわけなのですが、今回やる営業秘密のアンケート結果については、第1番目に上海IPGというか、この場でアンケートデータの分析まではいかないかもしれませんが、我々が考える考察を含めて、現状はこのようなことになっているということを報告して、皆さんの会社の中の営業秘密管理の今後のプロテクトに役立てていただきたいということで、発表したいと思っています。

もう1つは、知的財産協会のほうで管理誌というのがありまして、『知財管理』という雑誌なのですが、その中または協会の資料の中で、アンケートデータの分析、法律情報、考察を発表していきたいと考えております。

注意点として、ここは我々フェアトレード委員会と上海IPGの、特に幹事会の皆様とのお話だったのですが、営業秘密ということで、テーマが非常に難しいというか、中身は会社の秘密に関することを聞いているわけではないのですが、要するに秘密管理のあり方みたいなものを取っているの、その部分も答えるのが少し難しいような企業があるのではないかとということで、わりと自由にデータを取りたいものですから、匿名性を保つために会社名や個人名は一切書いていただかないということで、「設問1」というのが1頁目にありますが、どのような業界で、どのような職種でというようなことで、具体的に会社名までは伺わないこととしています。

また、今回のアンケートのデータの回収については、ジェトロ上海に全面的にお願いしまして、回収の生データ自身は知財協会のほうでは保有しないということに配慮をして、この点を踏まえた上で、是非アンケートのほうを1月20日までに、ジェトロ上海のほうにお送りいただければ、非常にありがたいということで、今回配付させていただきました。

後日、ジェトロ上海を通じて、再度この内容について皆様のEメールに配信していただくことになっていきますので、年末のお忙しい時期、また春節前のお忙しい時期だとは思いますが、10～15分ぐらいでできる非常に短いアンケートですので、よろしく願いした

いと思います。以上です。

水田（ジェトロ上海）

宇野さん、どうもありがとうございました。若干補足をさせていただきますと、お手元にお配りしたアンケート用紙は、後日上海 I P Gメンバーの皆様にもメールでお送りいたします。ご回答はメールで返信していただいても結構ですし、ファックスで送っていただいても構いませんが、日本知的財産協会にデータを渡す際には、各社の情報がわからないように、例えばCD-ROMに落としたり、ファックスの場合は会社名が出てくるようなところがあれば、そこは全部消してお渡しすることにしますので、その辺の情報管理はジェトロ上海が責任をもって対応させていただきます。

上海 I P Gは本日を含めこれまでの20回はほとんどが模倣品対策がテーマでしたが、中国の知財問題は模倣品対策に限らず、営業秘密や技術流出の問題が、今後非常に重要性を増してくると思っておりますので、そういった中でこのアンケートを契機に、上海 I P Gとしても新しい取り組みをしていきたいと幹事メンバー一同考えていますので、是非ご協力いただければと思います。よろしく願います。

続きまして、2006年度の上海 I P Gのグループ長及び運営幹事について、私のほうからご説明します。

上海 I P Gは、私の横に座っていただいておりますグループ長及び幹事メンバーが参加する運営幹事会を2カ月に1回開催して、そこで今後のテーマ、上海 I P Gの今後の活動での決め事などを話し合い、この総会の場で皆様にご紹介・ご説明しており、来年度もこれまで同様に、グループ長及び運営幹事のメンバーの方を中心に、上海 I P Gの活動を続けていきたいと思っております。

上海 I P Gも発足当初は47社でスタートしたのが今は大幅に増えて、それだけ日系企業の知財保護に対する取り組みが非常に高まってきたことを、私も非常に実感しております。

そういった中で、知財専門の方が上海に駐在されたり、あるいは知財専門ではないのですが、知財保護について皆さんと協力をしながら勉強していきたいというメンバーがどんどん増えてきていまして、知財専門の方がメンバーになっている企業が39社、知財専門以外の方がメンバーとなっている企業が75社ということで、その業種も違いますし、知財に関するご経験も皆さんバラバラということで、ニーズも非常に多様化してきていることを実感しております。

そういった中、今年度もそうだったのですが、運営幹事については、知財専門の方とそうでない方をバランスよく配置していくべきではないかということで、ちょうど12月1日の幹事会で以下のことが決まりましたのでご連絡いたします。

来年度のグループ長及び運営幹事については、今年度はグループ長を含めて運営幹事メンバーは6社ということですが、来年度は2社増やして8社体制にしたいと思います。グループ長は1社、残りの運営幹事会社が7社ということで、合計8社のメンバーと事務局であるジェトロ上海が2カ月に1回程度、運営幹事会を開催します。

8社の内訳は、上海に駐在されている知財専門の方から3社、それから知財専門ではない方から5社、合計8社の中から適任だと思われる方にグループ長をお願いするというので、2006年4月1日から2007年3月31日まで幹事をお願いしたいと考えています。

この幹事については、昨年、一昨年とも、皆さんに「是非やっていただける方はいませんか」と言いましたが、自分からという方はなかなかいらっしゃらないと思っておりますし、皆様お忙しい中でこの幹事会に参加するというのは非常に難しいという方もたくさんいらっしゃるかと思いますので、事務局から後日、たぶん年明けぐらいになるかもしれませんが、幹事として適任だと思われる方にご連絡をさせていただきますので、その際は是非ご協力お願いいたします。

上海 I P Gメンバーの中には、上海以外の中国各地のほか、日本からも参加されていますが、幹事会で気軽にお会いできるということになると、上海にいらっしゃる

方が中心になると思いますので、それ以外の方にはたぶん連絡はいかないと思いますのでご安心ください。一方、上海にいらっしゃる方は、これまで皆様といろいろとやり取りをしている中で、非常に積極的な方とか、質問もよく出る方とか、上海 I P G に積極的に関わっていただけそうな方は、私から後日連絡をすることになりますので、是非、前向きなご回答をいただければありがたいと存じます。

できればここにいる現在の幹事メンバーと新しい幹事メンバーの引継ぎを、今年度最後となる 2006 年 2 月 15 日の幹事会でやりたいと思っておりますので、できれば 1 月中には新しい幹事を決めたいと考えております。

これまでのところで何かご質問やご意見のある方がいらっしゃいましたら、挙手いただけますでしょうか。

梶川氏（東電電子）

アンケートの設問について少しお伺いしたいのですが、3 頁の上から 2 番目の（5）で、「従業員が秘密保持義務に違反した場合の違約金について規定していますか」という設問ですが、お金の限ったことですか、それとも罰則がありますかという意味でしょうか。

宇野氏（オムロン）

これは違約金ということで、お金に関してということをお願いしたいと思います。

梶川氏（東電電子）

わかりました。8 番の「転入者」というのは、いわゆる転職者という意味でしょうか。

宇野氏（オムロン）

そういう意味です。

梶川氏（東電電子）

わかりました、ありがとうございました。

水田（ジェトロ上海）

他にいかがでしょうか。それでは、これで各種連絡事項を終わります。引き続き、この後講演に移ってまいりますので、私たち幹事メンバーは皆様と同じ方向を向かせていただいて、日産自動車様より、「中国における知的財産戦略」についてご講演をお願いいたします。

日産自動車の中国における知的財産戦略

～ 馳名商標が認定されるまでと今後の期待される効果～

日産（中国）投資有限公司

知識産権部 部長 能川勝男 氏

今日は「日産自動車の中国における知財戦略」と「馳名商標が認定されるまでと今後の期待」ということで、約 1 時間ほどお話をさせていただきます。この後、引き続いて Y K K の方より同じタイトルで講演があると聞いております。両方をお聞きいただいて、皆さんの会社での参考にいただければと思います。時間がなく、事前に Y K K の永井さんとは内容について相談をしておりません。馳名商標等の法解釈で相違などがあつたら、その点はお許しください。

（パワーポイント開始）

この新聞は今年6月に商標「NISSAN」が中国馳名商標の認定を受けたことを報じた、中国工商報の記事です。後ほど詳しく説明しますが、馳名商標の認定には、特許の登録証のような認定証のようなものではなくて、社内ではこの新聞を認定証に代わるものとして使用しています。

まず、簡単に中国の馳名商標について説明いたします。中国の馳名商標は、馳名商標の認定及び保護規定で、「中国で公衆に広く知られ、かつ高い信用を有する商標」と定義されており、「認定に際しては商標法、公衆の認知度、ビジネス活動、広報活動が考慮される」と規定されています。今回この馳名商標に認定されたということは、日産ブランドが中国で広く知られ、かつ高い信用を有することが、日本の特許庁に相当する中国の国家工商行政管理局、商標局で認められたということであり、非常に光栄なことと考えております。

今日は「馳名」と書く商標を「馳名（チメイ）商標」と呼んで説明をいたします。中国には著作権の著を書く「著名商標」も各地に存在しています。詳細は後ほどご説明いたしますが、特に説明をしない限り「馳名商標」と思ってください。

自己紹介をさせていただきます。私は2004年1月から北京の日産（中国）投資有限公司に駐在して、知財関係の業務を専門に担当しております。日本の知的財産部在籍時は契約関係を担当しておりました。2003年に中国の東風汽車と合弁会社を設立し、当時、合弁会社に関する契約を担当しておりました。その関係で、今後、中国での知財保護を強化しようという目的で駐在することになりました。北京に駐在しておりますが、上海IPGにも参加させていただいている関係で、今回ジェトロの水田さんより、日産の中国における知財戦略に関してIPGの場で話をしてくれないかとお誘いを受け、この場に来ております。

「日産の中国における知財戦略」というタイトルなので、実際に何をお話しようかと考えたのですが、私がこちらに来てからの2年間、本社、合弁会社である東風日産と連携を取りながら、実際に行ってきた具体的な取組み、活動を中心に今日は説明をさせていただきます。今日は日産の銀座本社と広州にある合弁会社東風日産からも知財部の人間が参加しています。私にわからないことがありましたら、そちらのほうに聞いていただければと思います。

この図は日産の外国への発明特許の出願件数を1966年から2004年まで、歴年で表した図です。意匠・商標等の出願件数は含まれておりません。ご覧いただければわかるように、2003年以降、それまでは年間50件程度の特許出願だったのですが、増加をさせているという形になっております。水色がアメリカ、黄色がヨーロッパ、赤が中国というグラフになっています。

2003年当時は欧米と比べ、まだまだの状況でした。特にその当時の中国での特許の登録件数・出願が非常に少なかったため、いわゆる権利保有件数は非常に少なく、技術模倣・技術盗用が行われた場合に、有効な権利をいかに増やしていくかということが、こちらに来る際の課題になっておりました。

いま映っているのは2003年、先ほどJIPA（日本知的財産協会）の方からも紹介がありましたが、2003年は経産省から営業秘密管理指針・技術情報流出防止指針等が相次いで発行され、国を挙げて技術情報管理について話題になっていた時期で、この関係についても北京に駐在する前に担当しておりました。技術情報管理は特に我々のような製造業にとっては、大変重要な知財管理の1つと考えておりますが、今日の説明では、簡単に技術情報管理の考え方についてだけ、後ほど紹介させていただきます。

今日はこの流れで、日産の中国における知的財産戦略、知財活動について紹介させていただきます。馳名商標の認定については、具体的な取組みの中の知的財産権の取得というところでお話をします。

今日、この上海IPGへ参加されている方は知財専門の方だけではなく、中国でビジネ

的な活動をされている方も多く参加されていると聞いております。この後の説明ではなるべく写真等も使って話を進めるつもりです。中国の現状、自動車関係の知財関係の状況を知っていただければと思っております。

日産の企業理念を簡単にご紹介します。「人々の生活を豊かに」というビジョンの下、日産は独自性に溢れ、革新的な車やサービスを創造し、その見える優れた価値を全てのステークホルダーに提供するということが日産のミッションです。ステークホルダーとは、お客様、株主、社員、自動車の販売会社、製造メーカー、日産が事業を営む地域社会を指しております。写真に写っているのはゴーンCEOと今年就任した志賀COOです。

日産自動車の概要です。設立は1933年。本社は東京の銀座にあります。写真は銀座の本社ビルです。従業員数は約3万人。連結会社を含むグローバルな従業員総数は約17万人の会社で、事業所は世界に約80カ所以上ございます。

日産自動車の中国事業の歴史について簡単にご紹介します。日産の中国での事業は1972年、セドリックの中国向け輸出を開始して以来、約33年の歴史があります。1985年に北京に駐在事務所を開設し、先ほど少しお話をしましたが、その後2003年に東風汽車と合弁会社を設立し、現在に至っております。この合弁会社は出資額1,200億円、従業員数約7万人の会社になっております。2004年に日産（中国）投資有限公司、いま私が駐在しているところなのですが、それを設立いたしました。

これは合弁会社設立の様子を撮影した写真です。

中国における拠点を紹介します。合弁会社の本社は武漢にあります。真ん中の辺りにある武漢、それと広東省の広州、それと内陸部のほうの十堰（シーイエン）、そこと襄樊（シアンファン）という所に大きな製造開発拠点がございます。また、北京、上海、杭州に日産投資会社がございます。

製品の車の紹介をさせていただきます。中国では10車種以上の車を販売しています。ここに挙げた5車種は比較的最近投入したものを紹介いたします。ティアナとティーダ、下のティーダセダン、ティーダハッチバック。これは先ほど紹介した合弁会社である東風日産で製造・販売しています。左上のフーガ、これは日本からです。その下のクエスト、これはアメリカで造ったものを輸入して販売しております。営業利益率を2桁。2社の専門技術を活用して独自の競争力を確立すること。また、販売については2007年次には50万台以上の乗用車・商用車を中国国内で販売することを計画しております。

引き続き、知財関係の話をいたします。中国における知的財産戦略について。戦略というよりは、取組みの姿勢、あるいは知財活動の基本的な考え方という表現のほうがいいかもしれませんが、知財と言うと、法律と技術を扱う専門分野というイメージが非常に大きく、実際にその中で業務を行っている、この分野のみに視野が行きがちですが、あくまでも基本的な考えは、ここに書いてあるように、中国事業の発展に資する知財活動を行っていくということと、日産技術の保護、先ほど会社のミッションのところでも触れましたが、創造された独自性に溢れた革新的な技術を保護し、企業のブランド・アイデンティティ（BI）の維持・向上に貢献していくことを基本と考えております。また、下のほうに少し書いてありますが、中国当局（政府機関、地方政府）等とも協調関係を尊重しつつ、知財分野での保護強化を図っていくことを考え、施行しております。

本社の知財体制（組織図）ですが、本社部門に「知的資産統括室」、技術開発部門に「知的財産部」があり、それぞれ連携しながら知財活動を進めております。知的資産統括室は昨年4月に新設された部署で、主に知的財産の活用を図っております。中国関係では、模倣品対策を知的資産統括室で行っております。知的財産部は特許技術、契約、意匠・商標及び企画の4つのグループからなっております。

海外の知的財産関係の活動拠点ですが、日本以外には欧州、米国、中国に拠点がありません。中国では北京に私が、広州にある東風日産の開発センターの知識産権部に、日本から出向者が駐在して知財活動を行っております。広州での知財に関する主な業務は、特許管理の他に技術情報、ノウハウの管理、開発に関する契約等の業務を行っております。

ここからは写真がたくさん出てきますが、中国の自動車関係の現状について紹介いたします。特に説明やコメント等はいたしません。見ていただければ、理解していただけるのではないかと考えております。写真の見方ですが、向かって左側に写っている車は、中国の会社が中国で製造し、販売しているものです。右側に写っている車は、左側のものより先に製造・販売された車です。今回これらの車が知的財産権を侵害しているとか、不当だというお話をしたいわけではありません。単に自動車関係の現状をご理解いただくために、写真を紹介しております。また、これから紹介する車等はすべてテレビ、新聞、雑誌等で既に報道されており、公になっているものです。

ついこの間、ブッシュ米国大統領が訪中したのですが、この写真は、その直前に和解が成立と、テレビ、新聞、インターネット等で報道された車です。写真の並べ方は先ほどと同じで、左側の白い車が中国の会社が中国で製造し販売しているもの、右側は白い車より先に製造・販売された車です。これも写真の並べ方は1枚目と同一です。

続きまして、自動車部品の現状の写真です。これは各都市の自動車部品を販売している部品商という日産の部品も、他社の部品も扱っているところで購入することができる補修用のエアフィルター、オイルフィルター、ブレーキパッドの写真です。すべて日産の車に装着可能なものですが、日産が製造・販売しているものではありません。先ほどの写真のように、写真を左側に並べて載せていないのは、商標を含め全く同じなので、写真だけでは区別ができないという理由から不必要と考え、敢えて純正部品の写真は載せておりません。

次は、中国の意匠出願について少し説明したい写真です。向かって右側がこちらの会社が意匠出願した意匠公報で使われている意匠の写真です。左側の写真は日産の車で、右側の車が製造・販売される前から製造・販売している車です。ご存じのように、中国の意匠制度は無審査のため、本来は審査で拒絶されるような他人のデザインを真似たようなものが第三者によって登録される、冒認出願と呼んでいます。冒認証出願が多く見られます。これらの冒認登録は無効審判によって無効にされるべきものと思っているのですが、証拠として中国は、アメリカで走っているとか、日本で既に走っているといった公用については中国国内に限られていること、資料が外国であった場合であっても、その証拠が、外国刊行物の場合は公知日、つまりその資料が公になった日等を立証するのに認証の手続が非常に煩雑で負担が大きいことから、冒認登録を無効にすることは、いま非常に困難な課題となっております。ちなみに、この意匠は無効審判を行い、現在、意匠権は無効になっております。

いままで説明したことを踏まえて、問題認識について少し説明いたします。先ほど話がありましたが、技術情報が流出した場合の問題と対策について表した図です。技術情報の流出はどこの国でも、もし起これば問題になるものですが、特に、ここ中国では、流出した技術が活用できる大きな市場であり、それを支える産業があることが、技術流出をした場合に、より大きな問題となる要因と捉えております。自動車の完成車を造る会社だけでも中国には100社以上あると聞いております。

上のほうですが、技術情報が流出した場合、コピー部品の横行とライバル企業の台頭という問題が考えられ、どちらも日産の中国・国際市場での競争力の低下を招くと考えております。

対策として、技術情報管理体制の構築。これは当然情報を出す側、先ほどのアンケートにもありましたが、同じように受ける側、どちらも体制を整える必要があると考えております。2点目としては、開示ルールを策定することも重要ではないか。ここで言う開示ルールというのは、情報伝達のためのインフラのことで、電子データなのか、紙媒体で開示するのか、あるいはアクセス制限をどうやるのか。電子データの場合は専用回線を設ける必要があるのかといったことを指しております。3点目は、現地での保護ということで、特許・意匠権としての知財権として権利化しておくことが対策として必要ではないかと考えております。

ここから説明する3枚の問題意識の資料は、2003年当時に作成されたものですが、中国に2年間駐在していますが、今でもこの認識は変わっておりません。ここにいらっしゃる方は既に問題認識されていると思いますが、模倣品に対する問題認識です。中国で模倣品が出たり、国際市場で日本に逆輸入ということがあった場合の問題点として、まずビジネス上、純正部品の販売悪化による収益の悪化。品質問題によるブランドイメージの低下。これにはPL（製造物責任）のリスクも伴うのではないかと。弊社に自動車部品を納めていただいている会社さんとの信頼関係が悪化するのではないかと。それから技術優位性の低下といったことが考えられると思います。ちょっと宣伝させていただくと、品質の良い驰名商标の日産ブランドの純正部品を安心して消費者の方々に買っていただくためには、模倣品対策が非常に重要なものと考えております。

次は、模倣形態が今後どのように推移するかということを表したパワーポイントです。現在はブランドを偽る商標権侵害、いわゆる贋物と、先ほど少し紹介した意匠権の侵害であるデザイン模倣が横行し、大きく取り上げられておりますが、今後、中国における技術の発展により、商標権・意匠権の侵害から技術の盗用である特許侵害へと模倣形態がより高度化するのではないかと認識しており、特許権取得の重要性がさらに増加するのではないかと考えております。

先ほどお話しした基本的な考え方、2つの姿勢を基に、大きく分けて4つの知財活動の取組みを行っております。1点目が「知的財産権の有効な取得・維持及び権利行使」です。特許については、もちろん件数は大事ですが、オリジナルの特許出願から中国語に翻訳される際の誤訳の問題。意図した、取りたい権利を正確に取得する活動も有効取得に含めて考えております。2点目は、先ほど紹介した不正商品対策、模倣品の廃除。3点目が技術情報管理。4点目は知的財産に関する渉外・広報、情報の収集。以上が具体的な取組みです。

順番を変えて、4点目の知財渉外・広報について紹介いたします。これは活動のイメージです。本社、日産中国、東風日産の3つが連携をとりながら、先ほどの4つの活動を進めております。これは渉外関係、加盟している団体等をまとめたものです。中国政府、地方行政への働きかけというのは日産だけで行ってもなかなか進みにくいことから、日本政府、業界団体、中国での知財関係の組織等とも連携をとって活動を進めております。中国で加盟している団体は、上海IPGの他に北京、広州のIPG、欧米系のメーカーを中心に構成されているQBPC等に参加しております。また、日本の自動車メーカーで構成されている日本自動車工業会、自工会と呼んでおりますが、自工会ベースでのIIPFのミッション参加等も行っております。

活動例です。これは2004年に上海IPGと北京IPGが共同編集して発行した摘発支援情報集です。これに参加して、日産の商標等を紹介いたしました。これに基づき、北京、南京、広州で開催された支援集を活用した工商行政管理局、技術監督局へのセミナーにも参加しております。

次はジェトロ発行の月刊誌『中国経済』で、2005年8月号の中で「日産の模倣品対策について」という内容を水田さんに詳しく紹介してもらっております。

QBPCの活動の様式です。いちばん右側は模倣品撲滅キャンペーンで、QBPCには欧米系のメーカーが多いのですが、パフォーマンス的なことが非常に上手で、これは模倣品をトレーラーで轢くシーンだったと思います。

これは先ほど連絡事項の中で紹介がありました、深で行われたジェトロ主催の日系企業と中国各地の工商局との交流会の様式で、約200名程度の日系企業と工商局の関係者が集まりました。

これが今年の商標権利集の内容です。左上が表紙で、下にあるのが内容になっております。知的財産権の取得について説明いたします。今日は商標を中心に説明し、その中で驰名商标について説明いたします。商標に関しては社名はもちろん、車、部品に使用する名称を確実に保護することを目的に、他社出願商標の調査、自社商標の出願権利化を図って

おります。件数的には全世界で出願件数が1万5,000件、登録件数は9,000件で、ここ中国では出願件数が400件、保有権利数は約200件です。

グローバルでの活動のイメージ図です。本社と海外の拠点がグローバルに連携して、商標活動を進めております。

具体的な数字を紹介します。商標の不正使用に対しては、裁判で争ったケースはいまのところ非常に少なく、商標の不当登録への対応と模倣品対策を主体として行っております。ここの図ですが、異議申立を行った件数をまとめてあります。2000年から2004年までに33件の異議申立を行っております。今後は登録になってきますので、2003年の合弁会社設立以降に第三者の不正に出願した商標の件数が少し増加するのではないかと心配しております。

向かって右側の数字は日産という社名、アルファベットあるいは漢字、それに類似する商標に対して、いわゆるサニー、ティアナという車ではなく、会社名に対して異議申立を行った33件の内数で、16件の異議申立を行っております。2001年の3件の異議申立の異議決定をもって、今回、中国の馳名商標に認定されました。

馳名商標については、先ほど少し説明しましたので、今回認定された認定機関を簡単に紹介いたします。認定する機関は行政ルートと裁判の中で商標権を争う司法ルートの2つあるのですが、今回、日産自動車は行政ルートである商標局で認定されました。

これを説明するとちょっと頭が混乱するのですが、先ほどお話ししたのは馳名商標。ここで言うのは著名商標。それと中国名牌産品。中国に駐在されている方はよく目にすると思うのですが、上海でも飛行場からずっと高架下の柱に、「上海著名商標」と。これは商標節のときのスナップ写真で、新京の著名商標という広告です。また、新聞の広告などで中国名牌産品という文字を目にしますが、先ほどの「馳名」と書いてあるものとは相違するそうです。

馳名商標は、国家工商局により商標法に基づき認定されるもので、商標法上法的な効果がある。一方、著名商標は、各地方の工商局がその地方の条例に基づいて独自に認定しているもので、商標法上の効力は有さないと聞いております。中国の名牌産品は個別の製品で、商標ではなく具体的な製品に対して質量監督局に認定されるもので、知的財産に対して認定される著名商標とは性格が異なるものだそうです。

今回日産が認定されるまでの簡単な経緯です。2001年に第三者、これは北京の貿易会社が出願人だったと思いますが、出願した商標、「NISSAN」に対して異議申立を行いました。その後、2003年に商標法が改正されて、外資企業に対しても認められるようになり、2005年6月に日産は中国の馳名商標に認定されました。いままで認定された主な外資企業を簡単に紹介すると、アメリカのジレット、スプライト（コカ・コーラ）、ディズニー、マクドナルド、モトローラ、フランスの化粧品ランコム、ドイツの衣料品関係のボス等があります。自動車関係では英国のジャガー、イタリアのフェラーリが既に認定されております。日本企業としては、YKKと日産の2社が馳名商標として認定されております。工商局の資料を見てみると、「NISSAN」商標の認定は496番目のようです。ちなみに、1桁台は中国の企業しかないのですが、薬販売の同仁堂、トンデンタン、たばこの赤いパッケージの中華が入っております。

異議申立のポイントは「日産の由来」「日産自動車株式会社の歴史」「中国におけるビジネス」の3つです。それから、工商局から全国重点商標保護名簿というリストを配布しているのですが、それに既に登録されていること、最後に、多くの消費者に知られており、認識度が高いことを、数十の証拠を使って主張いたしました。

これは証拠の一例です。1996年の雑誌での日産自動車の紹介記事です。証拠能力の立証の観点から、外国の資料は使えないことはないようですが、外国の資料を使うと認証などいろいろ手続が非常に複雑になることから、中国国内の図書館、自動車関係の資料がある資料館で調査をし、証拠としました。国内の証拠であっても、車のパンフレットや日産が作った広告には結構古いものがあったのですが、発行元が日産自身ということだと、公知

日の立証が難しいのではないかとということで、公になっている雑誌、新聞等を使用しました。

異議申立後の知財活動について、写真等を用いて紹介いたします。馳名商標の認定を受けることができた主な理由は、品質の良い車を開発製造する開発製造部門、それを広告して実際に販売していく営業部門、長年にわたる中国での事業活動と考えておりますが、この後紹介する知財関係に関する活動も貢献、寄与しているのではないかと考えております。

この写真は2003年10月から2004年3月まで、自工会の6社共同で、中国南方航空（CA）の機内誌に模倣品に対する注意を呼び掛けるために出した広告です。2004年はちょうど中国の商標制度が100周年を迎えたということで、その記念式典にNISSANの商標展示のブースを出展した模様です。

これは今年の世界知的財産権デー（4月26日）に北京、上海、広州の有力紙に掲載した模倣品に関する厳正声明です。この中で模倣品の問題点、日産の模倣品に対する取組み姿勢というものを、中国の消費者に呼び掛けました。

これは工商局（AIC）を訪問したときの写真です。日産の模倣品摘発活動に対して非常に貢献してもらったケース、著しく成果が挙げた案件については、その局を訪問して楯を渡したり、表彰したりしております。写真に写っているのは先ほど紹介した本社部門の人間が、日本から訪中し、楯を渡している模様です。

これは中国工商報に、日産の知財活動が紹介された記事です。

これは商標の異議決定書で、2005年6月に国家工商行政管理総局（商標局）より出された商標NISSANの不正登録に対する異議決定書です。この異議決定で商標NISSANの著名性が認定され、第三者の登録は無効となりました。アンダーラインを引いている部分に、商標「NISSAN」は著名であるという認定の文章が入っております。会社の広報部が正式に外部コメントした内容で、「日本企業が初めて認定を受けた例であり、中国における日産ブランドのイメージの確立に重要な意味を持つ」とコメントしております。

これは先ほど紹介した6月23日付で報道された新聞記事です。これは馳名商標認定後PRをしなければいけないということで、広報部とも相談して掲載した馳名商標認定に関するPR記事です。

これから少し記事が並びますが、まず左側は8月に日経新聞に認定が報道されたときの記事です。右側はイギリスの『Financial Times』の中で、日産の活動とともに「Protect It's Identify」というタイトルで、かなり大きく紹介されております。

中国の新聞にも、ここに載せた2社以外に、合計9紙に馳名商標認定という記事の紹介がありました。

これは先ほど紹介した、今月の頭に行われた第1回商標節の模様です。日産も出展しまして、「日産企業の歴史と馳名商標認定まで」ということでパネル展示をいたしました。

次に、タイトルにもあった今後期待される効果について簡単に紹介いたします。3点ありますが、1点目は馳名商標に関する文献を見ていただければ、どの文献にも認定のメリットとして載っているのですが、第三者の不正使用の禁止、不正登録の阻止、商標と違い、企業の名称、商号登記の阻止、「nissan 何々.com」といったnissanを含むドメインネームなどといったものの登録・使用阻止ということもできることから、それらに対する早急な法的対応をまず期待しております。残念ながらどうか幸いにして、馳名商標ということで第三者の不正使用を止めたり、不正登録を阻止した例は今のところありません。

2点目は、馳名商標認定による牽制効果です。これは行政が模倣品撲滅キャンペーンという取り締まり活動をよくやってくれるのですが、そのようなキャンペーンの中で優先して取締りが行われるのではないかとということです。優先して取り締まられるということは、模倣業者もよく知っていて、事前の模倣行為は少なくなるのではないかと、淡い期待かもしれませんが、そのような牽制効果も期待しております。

最後は、基本的な考え方でもある企業BIの維持向上に結び付くことを期待しております。

時間がなくなってきましたので、特許の話と模倣品対策について簡単に説明したいと思います。特許については本社、東風日産と連携を取りながら、ここに書いてあるとおり4つ、特に赤い字で書いてある優秀な渉外事務所を選定し、しっかり管理していこうと。2点目は、出願明細書の質を向上させていくこと。3点目として、そもそもどのようなものを出願するのかということで、東風日産と連携した知的財産出願戦略を策定すること。4点目が、第三者との係争、訴訟に対するリエゾン機能の4つの柱を中心に活動を行っております。

これは先ほど紹介した出願件数ですが、2003年合弁会社設立以降、倍々まではいきませんが、2005年はこれよりさらに件数を増やしております。

これが先ほど紹介した品質対策として、いま新規出願については、中国語がわかり、技術も特許もわかる人間が中国出願について全件、明細書の内容をチェックしております。横軸が明細書を読んで不備のあったも件数を評価の結果として表したものです。数字は入っていませんが、これが各渉外事務所ごとに縦軸を担当者、横軸を評価として3段階に分けて評価しております。その評価については、各渉外事務所を定期的に訪問し、評価結果を伝えるとともに、改善方法等について協議しております。

次に模倣品の対策をごく簡単に紹介いたします。グローバルに模倣品はやっているのですが、中国、タイ、中東、中東はフリーポートと言うのでしょうか、ドバイ、この3つを重点地域として活動を進めております。

これは模倣品の製造拠点、自動車関係で非常に多い製造拠点はどこかということを示しています。基本的には沿岸部に集中しており、先ほど紹介した写真のものを造っております。ちょっと見にくいのですが、これは模倣品の対策を表したもので、上が治療策、下が予防策という切り口でまとめた図です。上は短期的ではあるが、成果が目に見えるということで、摘発活動、行政措置、税関差止め、訴訟、その他。その成果を予防策としての権利取得、PR活動、政府渉外というところにフィードバックして、次の摘発活動にフィードバックしていくといったループを回すような活動を進めております。

次からは見ていただければわかるような活動ですが、啓蒙ポスター。これはディーラーに配付して掲示してもらっています。内容は、模倣品はいけない、左側のようになってしまふよ、ということが書いてあります。

これはちょっと見にくいのですが、模倣品は亀裂が起こる、安全上問題があるということ、日産車に乗っていただいているお客様にダイレクトメールを出したものです。

次は、政府機関に対し、日産のブランドを知ってもらうために、税関セミナー等を行っているのですが、その模様です。

これは摘発現場で、押収した品物の例です。

時間が押していますので、まとめです。ここに書いてあることとは少し違うことを話します。中国に駐在していて、法律、施行規則等に一部不満足というところは残っていると思うのですが、ほぼ整備されたのではないかと考えております。しかしながら、法律の運用、地方での行政、中国の一般の方の知財意識というのはまだまだの部分があるのではないかとというのが現状だと思っております。このような知財意識、運用等の問題は、一企業だけでなく、会社、業界を超えて活動することが重要ではないかと考えております。知財機能がない会社の方は、このIPG、ジェトロ等の団体への参加、優秀な弁護士・弁理士も中国にはたくさんいらっしゃいますので、そこへの相談・活用を図り、できれば本社の方と相談していただき、一緒に頑張る知財関係の人材を、是非、中国に送り込んでいただければと思います。

以上で私の説明を終わらせていただきます。ご清聴どうもありがとうございました。

質 疑 応 答

水田（ジェトロ上海）

能川さん、どうもありがとうございました。時間は多少過ぎていますが、せっかくの機会ですので、もしご質問等ある方がいらっしゃればお願いいたします。

小園江氏（バンダイ）

2つ質問させてください。1つは、2001年から異議申立されて、異議決定までの間ですが、補強証拠のようなものは出されたのでしょうか。お話を伺うと、2003年からかなり積極的に模倣品対策や権利の取得を進められているようですから、証拠類は最近のほうが多いのではないかと気がしますので、もしあれば教えてください。もう1点は、異議決定がいつごろ出たかちょっと聞き漏らしてしまったのですが、驰名商标は6月23日に決まったということですが、その間に何かされたのか、以上2点についてお願いいたします。

能川氏（日産）

2001年の異議申立以降に何か証拠を出したか、補強等をしたのかというところは、資料を出しております。2003年に改正されたときだったと思いますが、外国に対してちょうど門戸を開いたということで、補強するような証拠を補充しているという状況です。

2点目ですが、2005年6月23日付だったのではないかと。判こがちょうど押してあって、異議決定の所が見つらなくて、原本を置いてきてしまったのですが、6月23日付です。異議決定がなされて、たしかその次の日に新聞に出たので、前日が異議決定の日だったと記憶しています。

小園江氏（バンダイ）

確認ですが、驰名商标として認定されるために、何か特別な手だてをしたわけではなくて、異議申立の結果としてそのようになったということですか。

能川氏（日産）

そうです。先ほど出願のあった分類にはNISSANという商標を出願していなかったので違う分類、たしか自動車12類に対して第三者の出願は10類だったので、無効にするためには、NISSANというのは広く知られていて著名だということは2001年当時から主張しておりました。

谷口氏（フラーレン）

詳しいご説明をありがとうございました。いまのバンダイさんからの質問にも関連するのですが、NISSANという商標を、中国では登録されていたのでしょうか。

能川氏（日産）

はい、そうです。1979年です。

谷口氏（フラーレン）

そうすると、改正商標法13条2項は、商品分類が同一でなくても、登録されている驰名商标の場合は、他人の登録を阻止できますので、異議手続の中で、登録されている驰名商标という認定を受けた結果、異議が通ったという理解をしてよろしいですか。

能川氏（日産）

法律上の構成はたぶんそうなるのだと思いますが、異議決定が出る前は、まだ過去に驰名商标の認定がされていなかったので、異議の中で著名性というのを主張して、その著名性が認められたことで、第三者の「NISSAN」の出願が無効になったという形だと理

解しております。

谷口氏（フラールン）

わかりました。もう1つは、中国語の「尼桑」も馳名商標の認定を受けたということですか。そのような報道がされていますね。

能川氏（日産）

そうです、そのとおりです。実際は「NISSAN」と「尼桑（ニーサン）」の別々のケースで、異議申立をほぼ3カ月違いくらいで同じ出願人が出しておりまして、その2つに対してともに馳名商標だという認定を受けております。

谷口氏（フラールン）

馳名商標の認定を受けるときに、先ほど資料の説明をしていただき非常に参考になったのですが、実際、日産と言えばグローバル企業であり、中国でも資料をそれほど出さなくても、馳名商標の認定を受けられるのではないかと考えているのですが、日産さんでさえ、相当な資料を出さないと認定されないというご感想ですか。何点ぐらいの資料を出されたか、お聞かせいただけませんか。

能川氏（日産）

残念ながら、中国は広く、すべての地域の人が日産と言ってひろく知られているかというところ、あまり知られていないところもあるというのが現状ですし、紙として資料がないと、法律でも「考慮される事項」の中に詳しく入っているのですが、かなりの証拠を集めて出しております。日産だから著名ですよというのでは、全く門前払いをされたのではないかと思います。これは2001年なので私は携わっていないのですが、やる前に非常に心配したのは、1回申請をして駄目だという決定が下りた場合は、1年間申請ができないという規定がありまして、万全の体制でいこうということで、資料も充実させたと聞いております。

谷口氏（フラールン）

ありがとうございました。

松橋氏（日本曹達）

ご説明ありがとうございました。スライドに関連して2点ほどお聞きしたいのですが、1つは全国重点商標保護名簿に登録されたとのことですが、これはどのような手続でそのような登録がされたのかということ。もう1点は、3番目の知名度の話ですが、商標法第14条に、知名度の1つの指標として、広告・宣伝というのが入っていたと思うのですが、過去の事例で言うと、広告・宣伝費にいくらかけたかというのがかなり重要なポイントになっているというのが私のイメージだったのですが、その辺の主張というのはあまりされていなかったのかなと。お話にあまり出てこなかったものですから、その辺の主張をどのような形でしたのかを教えてくださいたいのです。

能川氏（日産）

全国重点商標保護名簿というのは、正直に言うと、私はこのために結構勉強したのですが、工商局が出しているリストだそうです。地方の工商管理局が商標事件で処理する際、参考にするような資料です。市場で非常に高い信望を集めていて、大衆に知られている登録商標で、次がポイントになると思うのですが、複数の省で侵害事件が発生していると。工商管理局の模倣品対策は行われているが、解決に至っていないといったものを重点商標リストに挙げているそうです。工商局のデータを読んでいるだけですが、中国企業は150社、日本企業は24社で、かなりの数の日本企業が重点名簿に登録されているようです。

宣伝費ですが、具体的な宣伝活動費についてはいろいろな話があって、営業からは出せないとか、そのような話が当時あったようです。実際の営業費というのは出していないと思います。広告・宣伝に関する費用は社内では取れないという話もあったのですが、具体的な数字は出しておりません。

黄氏（日本精工）

1点、立ち入ったことをお聞きしますが、御社が中国にここ数年出願されているパテントの数は劇的に増えていますが、これは御社の現地知的財産部門が主導で出されていますか、それとも、日本の本社の知的財産部門が主導で出されていますか。

能川氏（日産）

結論から言いますと、日本の知的財産部が主導で出願を行っております。中国では何をやっているかと言いますと、先ほど2人いると紹介しましたが、東風日産ではR&D活動をしていますので、そこで知財権を出していこうという活動を行っております。それから、いわゆる日産自動車が出す出願は予算、人、事務所への支払い、いまのところ日本からすべて行っております。今年の課題としては、模倣品もそうですが、それを現地化していくべきか、いまのままで進んでいったほうがいいのか、模倣品や特許出願について悩んでいるというか、どのようなやり方がいちばんいいのかを模索している状況です。

水田（ジェトロ上海）

少々時間が押してきておりますので、まだ質問があると思いますが、以上で日産さんのお話は終わります。能川さん、どうもありがとうございました。

10分程度休憩とさせていただきます、引き続き「YKKの知的財産活動の紹介」に移ります。よろしくお願いいたします。

（休憩）

#### YKKの知的財産活動の紹介

YKK株式会社 グループリスクマネジメントセンター

知的財産グループ長 永井嘉隆 氏

初めまして、日本YKKの永井です。よろしくお願いいたします。日ごろは上海IPGの皆様方に大変お世話になっており、感謝を申し上げます。今回、このような中国の地で、また、日夜最前線で活動されている皆様方の前で発表の機会をいただき、ありがとうございます。

YKKはグローバルに事業を展開しておりますが、知財活動はグローバルかな？とも思いますので、我々の知財活動が参考になるかどうか不安ですが、紹介させていただきます。

（パワーポイント開始）

まず、YKKの紹介をさせていただきます。YKKは最適な部品材料やプロセスを提供する専門メーカーを目指し、経営理念として「更なるコーポレートバリューを求めて」を

掲げ、公正で安心してお付き合いをいただける会社、真に国際的な会社、新たな価値を創造する技術の会社を目指しており、「公正」「国際的」「技術」がキーワードとなっています。

下の写真は東京の地下鉄で行ったファスナーの宣伝です。電車のドアの開閉でファスナーの開け閉めをねらったもので、大変好評でした。

YKKグループは、世界70カ国/地域に123社あります。従業員は3万7,000人で、日本に1万7,000人、日本以外の国に2万人で事業展開をしております。連結の年間売上げは、約6,000億円となっています。

グループには、ファスナーを中心とするファスニング事業のYKK株式会社と、建材事業、窓事業を中心とするYKK AP株式会社とがあります。さらにYKKには、ファスニング、建材両事業の機械、金型、エンジニアリング関係を担当する工機事業があります。工機事業はグループ内の機械、金型をすべて設計・製作しており、グループ内での使用だけです。これが後ほど説明する工場全体のブラックボックス化にもつながっていきます。現在、この3事業ともに、中国で事業を展開しております。

YKKグループの経営体制は、世界の事業エリアを6つのブロックに分け、地域ごとの特性を生かしながら、世界6極地域体制としてグローバルな経営を展開しております。

グループの知財活動は、日本を含む全世界におよび、知財の重要業務は日本の知的財産グループが中心となって対応しておりますが、各極に知財リエゾンを駐在させ、連携・協働し、全社員での知財活動を目指しております。

1992年に初めて上海YKKを設立して、中国での事業を開始しましたが、現在、中国では13社、61拠点で事業展開をしております。中国でのYKKファスナー事業は、国別のYKKファスナー生産量で、これまではアメリカ、日本に次いで第3位でしたが、2004年には中国が世界最大の生産国となっており、近い将来には、更に数倍という大きな計画もしており、YKKにとって中国は最重要国となっています。

中国で『YKK』の商標は1979年に登録になっており、事業開始の翌年の1993年からニセモノ対策活動を開始しております。

この図は、YKKファスナーとYKK APのアルミサッシを比較したものです。一見違う分野の製品ですが、「モノを開閉する」というキーワードでは一致します。また、全く違う分野の違う製品ですが、これを製造するための要素技術から見るとかなり共通したものがああり、社内保有のそれぞれの技術を上手に活用しているものと思います。

知財活動について紹介します。現在は日本に知財の主力部隊がいて、日本から世界に発信しておりますが、日本の活動は100%グローバルな展開となっています。知財担当者がキーマンとなり、全世界の全社員とともに知財活動をしています。

知財の基本方針は、お互いの知的財産の尊重/コンプライアンスで、「他社権利の侵害を絶対にしない」が当然大原則で、併せて「YKKの権利も守ってもらう、侵害は許さない」が方針です。万一紛争となった際は、主張すべきところは主張しながらも、交渉・調停にも柔軟に対応する姿勢で取り組んでおります。

現在、研究開発活動は日本のほかアメリカ、イギリス、台湾などでもしており、開発技術は、一部はローカルでの活用ですが、ほとんどがグローバル展開をします。中国での開発活動はこれからですが、知財の軸足は完全に中国となっています。

知的財産戦略の重点課題は、グローバル出願・保護の強化、侵害・ニセモノへの対応強化、技術流出防止の強化などです。

中国で知財活動を開始したのは1993年のニセモノ対応で、その後、モグラたたきと言われるニセモノ摘発を200件近くしております。中には3回、4回の再犯の企業もあります。

中国知財のミッションは、2002年に中国に知財専任者を配置して活動しておりますが、模倣品対策、現地の知財情報センター機能が中心です。しかし、今後は知財武装、技術流出防止対策等にも比率が大きく変わっていくと考えております。これまでは日本が中心とした技術開発活動を行っていた関係で、知財活動も日本からグローバル、中国へと展開していきましたが、今後はすべて日本サイドが対応・解決するのではなく、中国のやり方にあ

わせた中国発信型の知財活動に変革すべく、人員の補強等も計画しています。

知財戦略の柱の1つは技術の創出と保護です。重要分野における戦略的な特許出願などにも注力しており、権利行使を含めた保護活動等も積極的に展開しています。

柱の2つ目は、グループ全体を挙げてYKKブランドの管理・保護を強化しています。他社権利対策では、中国では出願登録となっている無審査の実用新案・意匠をどうするかということも大きな問題です。内容的には、我々の過去の技術で、新規性・進歩性に問題があるものがほとんどですが、将来の紛争に備えて無効化の資料だけを準備しておけばいいのか、あるいは無効化の手続をすべてしていくのかということところがポイントになるかと思えます。現状は、キーの技術は無効化の手続をしております。

今回、中国の馳名商標の認定をいただきました。これまで各国の著名商標も積極的に取得しており、国によって著名商標の呼び方、内容が少し違いますが、これまでに日本、トルコ、韓国でも取得しており、制度のある国では今後も申請をしていく予定にしています。

創造活動から生まれる発明を権利化するのが知財の重要な仕事ですが、過去は特許は数と言われ、YKKでもかなりの出願をした時代がありました。その後、数より質、あるいは質より戦略、選択と集中と変化していますが、ここ中国ではまだ数は力、まず出願と思えます。

しかし、公開される特許情報からも技術流出があると言われておりますし、実際、YKKの特許情報も使われています。そのため、しっかりと特許出願をして権利化するものと、あえて公開を避けて特許出願をしないものとの使い分けが重要であると考えています。

ただし、出願しないものについては単にノウハウとするだけでなく、これはYKKの制度ですが、社内認定特許というものがあり、特許の明細書と同様に文書化して知財で機密情報管理をしています。これに対しても、通常の特許出願と同等に、発明報奨規定で出願報奨あるいは実績報奨等も平等に出しております。社内認定特許については、公証認証等も取得しており、中国においても必要なものについてはそのような手続をしております。

商標戦略に入ります。YKKブランドは企業イメージとしてだけでなく、技術や製品の品質を示す『証』としての位置づけをし、我々は商標の保護にかなりの精力をかけて来ています。また最近では、ドメインネームについてもグローバルなウォッチングと対応をしております。

グローバルブランドとなった現在は、商標の使用に対してグループ内における表記や使用基準を詳細に取り決めをしており、その上で第三者が製品、カタログ、広告などの宣伝用の媒体で不正にYKK表示をしていないかといったチェックをしながら、マニュアルとなる商標の保有基準、あるいは商標の使用ガイドラインなどを整理し、グループ全体が共通の認識で出来る保護活動に努めております。

『YKK』マークは、商標の制度がない国を除いたほぼ全世界の166カ国/地域で登録となっています。これが中国で取得している『YKK』と、漢字の『威可楷』です。中国では大小を入れると、約2,000社のファスナー関連のメーカーがあると言われております。英文字3文字の商標を付けているもの、また、頭に「Y」を付けているものがいくつも見受けられます。著名なYKKにあやかってということもありますが、故意にYKKに似せたと思われる商標もあります。我々の製品は小さく、商標の表示はファスナーの小さなスライダーにマークしていますので、YKKと類似し、消費者が混同・誤認するというような出願・使用を第三者にさせないために、防御的な商標も確保しております。

これは最近入手した情報ですが、中国の商務部長が、世界第3位の経済大国である中国は170品目の製品で世界の生産高を誇る、しかし、世界ベストブランド50社に中国は4社しか入っていない。したがって、2006年度に国家財政から7億元を拠出して、自主ブランド育成の専用ファンドを設置すると発表しています。非常に素晴らしい政策だと思えますが、我々にとっては非常に手強いライバルになるのではないかと考えております。

ニセモノに対する方針と体制は、1993年から摘発などのニセモノ対策に取り組んでおり、権利者の日本YKKと中国現地の法律事務所などとの連携による、市場でのニセモノ摘発

などの対策が大きな成果を上げてきています。今後も調査会社、法律事務所などとの連携を活用しつつ、中国当局のご協力をいただきながら、根本的な解決を目指していきます。小さなファスナーですが、再犯業者の増加、巧妙化、確信犯、そして技術レベルの向上などを実感しており、「自己の権利は自己で守る。顧客と消費者を守る。」方針で、現在、取り組んでおります。

模倣品はアジア地域、東欧圏からも出てきますが、我々は、模倣品に対しては毅然として対処してきています。これは今年6月のジャカルタの新聞の例ですが、YKKニセモノジッパーを警察がバザールで摘発を行い、ニセモノに対する徹底的な捜査内容を公表し、最終的に10億ルピア相当のジッパーを焼却処分にしたことを報道する新聞です。

2005年6月にファスナー分野の馳名商標として認定をいただきました。これについては、先ほど日産様から詳細に説明がありましたのでダブる所もあるかと思いますが、お許しをお願いしたいと思います。

YKK商標は、中国において著名な商標として扱いを受けられることになりました。これはYKKが中国工商報に掲載したのですが、日本でも日経新聞、日刊工業、業界紙等で大きく取り上げてくれました。

これは商標局が出しているものを私がまとめたものですが、国家工商行政管理総局の商標局のルートで認定を受けました。馳名商標の認定は、皆様ご存じのように商標登録及び商標審判において係争が生じた場合に、認定基準に対する証拠書類を提出し、個別係争案件で馳名の認定を受けると規定されています。

馳名商標を6月に64件認定しました。その中の4件が外国企業で、YKKと日産が日本企業として認定を受けました。YKKは、商標の異議事件中での認定です。

これは商標局のホームページですが、間違いなくYKKも日産も載っています。

この図はYKKが提起した商標異議事件の概要ですが、右が『YKK』の登録でファスナーは指定商品が26類です。左は、トルコの個人が出願し、公告を受けた25類、帽子の出願YKKです。商標はズバリですし、帽子にはご存知のように大きさを調整するファスナーが使われているファスナーの利用商品分野です。それで混同・誤認するなど異議申立を行い、さらにその中で馳名商標の申請もしておりました。その結果、今年の6月に異議決定とともにYKKの著名性を認め、馳名商標の認定をいただきました。

この馳名商標の認定に向けて提出した資料は、商標の登録証、宣伝・広告資料、売上状況、YKKの歴史、中国の人名大辞典に吉田忠雄前社長が掲載されているような資料、第三者、業界誌、業界新聞等でのYKKの著名性・評価をしているような中国での記事といったもので、中国の状況及び世界の状況についてなどです。

認定後、その直接の効果はまだ体験しておりませんが、今日もこのように注目していただいていることも、効果の1つと考えております。誤認・混同を生じ、損害を与える広い領域で馳名商標としての保護強化がされると聞いておりますので、今後にかなりの期待をしております。

先に国家工商行政管理総局を訪問した際に次のようなことを言われていたので、紹介します。YKKを含め、日本企業でも著名な商標がいくつもあり、認定になっていないが、これまでも著名としての取扱いをしている。しかし、馳名商標となると拡大した保護がされ、国家、地方、人民法院等で馳名の扱いをされる。また、仕掛中の案件、不正使用などにも適用される。ただし、これまでは馳名商標の侵害は刑事罰になるという規定があったが、その規定はなくなった。

先に配布してある資料を少し補足をしますと、馳名・一般商標の商標侵害共に新しい司法解釈は、刑事罰となる侵害金額が下がり、馳名商標だけではなく、一般の商標の侵害も限度額が5万円となったということです。また「ニセモノ価格でなく本物の市場価格で計算する」と書いてありますが、これについては、「いや、これまでと同じでニセモノ価格になっている」と言う方もいらっしゃいますので、この点は少し確認する必要があるかと思えます。

日本企業でも著名な商標がいくつもある中で、今回、馳名商標が取得できた主な理由として、中国における長い事業活動と著名性に対する中国の第三者及び同業者からの高い評価があったと考えております。更に経営トップ、事業部門、中国各社全員での知財活動、継続的な二セモノ対策、現地代理人と一体となった知財保護活動など、相乗的な効果とタイミングも良かったと考えております。

馳名商標の今後の活用としては、類似商標の第三者の出願・権利化阻止あるいは第三者の不正使用排除、二セモノ対策、このようなところで効果を出したいと期待しております。当然、知財的活用以外の事業的活用にも大きい効果があると考えております。

技術流出防止について少し述べます。このテーマは今年8月にジェトロの水田さんから要望されたものです。依頼されたときは取組みがまだ不十分であるということで、お断りをしており、その状況はあまり変わっていませんが、その辺をお許しいただき、説明をさせていただきます。

海外拠点を中心とした製造現場における技術・知財保護に重点を置き、グループ共通の認識の下でグローバル規模の技術流出防止を図ることは、リスク管理上、また知財戦略上、ひいては経営戦略上において重要な課題です。YKKでは、中国でもそうですが、1998年ごろから事業部単位で機密情報管理の中での管理体制をとっていました。しかし、国によって、部門によって温度差があり、また、取り組むルールにも統一されたものはありませんでした。

しかし近年、製品の模倣だけでなく、製造装置に関する模倣も懸念されるようになって、昨年、グループ技術流出防止連絡会を立ち上げ、グループ共通の基本方針の下、活動しております。日本、海外ともに一斉にこの取組みを運用していますが、日本の活動を、随時、中国等、グローバルに展開中です。

取組みの背景としては、東アジアなど知的財産保護の弱い地域への事業拡大、人材育成の中での技術流出についての対応があります。更に従業員の流動化、特許化しない技術ノウハウの保護などもあります。社内には規則の面から見ると、就業規則あるいは機密情報管理規定があり、ある程度の機密情報に関するルールが明記されています。しかし、技術流出防止を考えると、十分なものではありません。したがって、それらとの整合性をとり、また、規則を改正するなどしながら技術流出防止規定を作り、取り組んでおります。

これは日本の経済産業省が出している指針を少し変えた技術流出パターンですが、どの要因も結局は人的要因に繋がるもので、人との対応をどのようにするかが最も重要な点であると思います。

YKKで製造するファスナー製品は小さなパーツで、ハイテクの固まりではありません。しかし、それを製造する技術は、長年蓄積されたノウハウ、先端技術、先進技術の集積です。したがって、製造現場で使用する製造機械や金型などは、我々にとっては生命線と言える技術の凝縮です。グループで使用する専用機械はすべて日本YKKで自社開発・製造し、それをグループの海外の拠点で使用してきましたし、グループ外へは出しておりません。世界で93工場ありますが、すべて同一の装置、金型、スペアパーツなどを使っており、それがYKKの強みでもある「YKK製品は世界のどこで作っても同一品質・同一サービス」ということに繋がっています。

社内の製造機械、金型図面なども、統一的な基準に従い、厳重に管理すれば技術の流出を抑えることができると考え、機械単位、製造ライン、工場単位でのブラックボックス化も進めながら、機密情報の徹底に取り組んでいます。

ハードウェア管理に加え、ソフトウェア的な要素に関するリスク管理にも注意しています。特にヒューマンファクターに着目し、従業員のモラル向上や教育活動、世界各国のYKKグループ従業員間の調和などにも注意をしています。人材を育成・活用するためにも、人の管理、対応は重要で、機密情報に関する誓約で、入社時・退社時にこのような項目について誓約書を取っております。入社時誓約書はすべての人に、退社時の機密保持誓約書は、事前に事業ごとに保護すべき高度な機密情報と、その保有者を特定しておき、退職者

が出た場合その人を対象に退社時に誓約書で、対象となる機密情報、競業禁止義務の期間あるいは補償内容等についても決定して進めています。

ここからは、機密情報管理の手法の紹介になります。会社には各種、いろいろな情報が混在していますが、機密情報管理でいちばん大変で重要なのが、それらの情報が機密情報であるかそうでないかの区分け、いわゆる棚卸しです。不正競争防止法での機密情報となる条件は、機密管理性、有用性、非公知性をいずれも備えた情報のみで、その機密情報に対し台帳の作成、機密区分の明示、区分に合わせた管理が必要となってきます。我々の場合、機密区分を極秘、秘、社外秘の3区分としており、これに対し、物的・技術的管理、あるいは人的・法的管理、組織的管理等を行っております。

日本で、表に出てくる技術流出に関する争いはまだそれほど多くありませんが、これは日本で機密管理性が否定されると言われている例です。アクセス権限の欠如として、一般情報との区別がない、保管場所の特定をしていない、保管庫を施錠していない、ネットワークにパスワードを設定していないなどがあります。また、客観的認識可能性の欠如としては、マル秘、社外秘など機密事項である旨の表示がない、あるいは、他人が見た場合に明らかに識別ができない。などがあると言われています。やるべき管理をやっておかなければ、万が一技術の流出があって争いになったときに、機密管理されていないということになりかねません。

IT技術の発展で多くの恩恵を受けて、どこでも誰でもすぐに情報を得ることができ、持ち出すことも容易となっています。反面、その管理が重要ともなってきます。ICカードによる本人認証の利用者管理、アクセスの利用履歴を取ることに機密情報のアクセス管理、パソコン・記録媒体に対する暗号化など、紛失・盗難等に備えた機密情報の持出し管理なども重要です。

ちなみにYKKでは、ノートパソコンの社外持出しは禁止です。どうしても持ち出さなければならぬときは、申請書を出し許可を得て持ち出すことになっています。

次に図面管理の例ですが、製造機械、金型図面なども統一的な基準に従って厳重に管理すれば、技術の流出のかなりの部分は抑えることができると考え、厳重にやっています。金型図面などは自由にコピーをもらえるのではなく、出図依頼書を書き、上司責任者の許可と、図面管理者の承認の下、コピーを出してもらいます。しかし、それも、3Dのイラスト図面です。どうしても図面が必要となった場合は、印刷時にマル秘表示をし、かつ、コピーガード用紙を使用しています。コピーガード用紙での図面を再度コピーすると、「これは不正コピーです」と浮き出てきます。

これら機密情報管理体制も、全員が守らなければ意味がありません。そのためにもチェックリストを作り、それに基づき定期的に内部監査もしっかり実施し、問題の発見と更なる改善のサイクルを回しています。これら、技術流出防止管理の継続も大変な作業で、経営のトップを含めた理解がなければできませんし、従業員の意識改革もしながら、現在、運用しています。これらをすることにより技術の棚卸し、技術の整理にも繋がれば良いと考え、グループ全体で、現在、運用している最中です。

以上、YKKの取組み中の知財活動を紹介させていただきました。少しでも皆様方の参考になれば幸いですし、ご紹介させていただいたことで、逆に我々に皆様からアドバイスがいただけることを大いに期待しております。どうもありがとうございました。

今井氏（富士フィルム）

素晴らしい対策をされているようですが、技術流出の防止はどこが音頭をとってやられているのでしょうか。もう1点、典型的な3文字商標だと思うのですが、類似商標を、それはどちらかという未使用になってしまうので弱い面もあると思うのですが、どのような考えでその出願をされているのでしょうか。その2点をお聞かせください。

永井氏（YKK）

技術流出防止についての主幹部門は、現在ありません。私は経営に対してこの必要性を強く言ったので、「じゃあ、お前が事務局長になれ」ということで、私になっています。ただ、取組みは全事業で事務局員を出しながら一緒にやっていますので、全社を挙げてというような形になっています。

先ほど示した防衛的商標について、当然、不使用取消しということも考えられます。その辺のリスクは覚悟しながら出願しています。

今井氏（富士フイルム）

どうもありがとうございました。

嵐氏（東風日産）

技術流出防止の所でお伺いします。機密情報の棚卸しという作業をされているようですが、その中で有用性の判断をどのような視点でされているのでしょうか。どのような情報が有用かは人によって変わってきますので。

永井氏（YKK）

事務局から、基本的考えは出します。各事業部のほうで事業の重要度にあわせてランク付けを氏、そのランクの技術を区分けし、管理しています。いわゆる事務局側から、こういうものは重要ですよということにはしておりません。

孫氏（本田）

本田知財担当の孫と申します。馳名商標の申請について1件確認したいのです。2002年7月に御社が異議を申し立てていく過程で馳名商標を申請したと。その意味は、2002年7月に異議を出したときにも申請をしたのですか。それからあとで追加して申請したのですか。

永井氏（YKK）

これは追加して申請したと思います。中国当局の馳名商標に関する規定が少し変わったということで、そのニュースを知った時点で、改めてその他の証拠資料と同時に馳名商標の申請もしました。

孫氏（本田）

ありがとうございます。

松橋氏（日本曹達）

細かい点のことをお聞きします。国家工商行政管理総局と対談されていますが、これは何かこの事件に関連してお会いになったということですか。

永井氏（YKK）

いいえ、ご挨拶に行ったときに、会っている話している中でのものです。

松橋氏（日本曹達）

異議決定が出てからということですね。

永井氏（YKK）

そうです。

松橋氏（日本曹達）

もう1点。馳名商標が取得できた主な理由という所に3点挙げられているかと思います。

細かいところで申し訳ないのですが、2点目と3点目、中国における知的財産活動、中国代理人と一体となった知財保護活動という2つの項目を挙げられていると思うのですが、具体的にその違いと言いますか。中国代理人と一緒にやってきたからという話ではないと思うのですが、何かその辺の違いと言いますか、おっしゃっているところの意味を教えてくださいいただければと思います。

永井氏（YKK）

2番目は、どちらかと言えば、社内的な活動という意味で書いています。3番目は、ニセモノ取締りもありますが、その他、異議事件や訴訟事件等についての事項を示しております。

松橋氏（日本曹達）

はい、ありがとうございます。

宇野氏（オムロン）

1点お伺いします。技術流出防止に関して内部監査等を非常に先進的に細かく、リストなども作ってされているということですが、こういったことをやればやるほど、怪しいものがポロポロ出てくると思うのです。特に中国などでは人の流動化も激しく、管理できていなかったようなことがポロポロ見えてくると思うのです。そのようなときにどのような対応をされているのか、技術流出している可能性があるときにどのような対策をとられているのか、そういった事例がありましたら教えていただきたいと思います。

永井氏（YKK）

技術流出の事例があるかという点からいきますと、内部から出たものはありません。チェックリストについては、今のところまず管理体制の徹底をしていますので、管理体制のチェックリストをしっかりとやっています。日本国内だけでなく、中国もそうですし、海外にも担当者が出向いて行って内部監査をするといった体制で計画的に実施し、悪いところが見つければ、改善する。改善させるです。

宇野氏（オムロン）

ありがとうございます。

久永氏（デンソー）

非常にしっかりした技術流出防止をされているので感銘を受けました。1つ質問がございます。御社は海外に98社あるようですが、これらは全部、100%の出資の会社でしょうか。

永井氏（YKK）

中国は独資で、他の国も法的に可能なところは全て独資です。

久永氏（デンソー）

そうすると、合併事業などに伴う技術流出防止ということで特別な措置をされているといったことはないわけですね。

永井氏（YKK）

今おっしゃったように、大半が独資ということですので、そのための配慮をした体験はあまりありません。

久永氏（デンソー）

そうすると、今ここでご説明いただいたこのような技術流出防止という考え方は、基本的には 100%出資の会社であるからできるといった部分もあるのではないかと思います。

永井氏（YKK）

たぶんそのような点もあると思います。また、先ほど言ったように、自社の機械は主要なものは全部自社で造っているということもあり、グループ内をある程度しっかり管理すれば防げるというところもうちの特徴かなとも考えています。

久永氏（デンソー）

ありがとうございます。

水田（ジェトロ上海）

ほかにいかがでしょうか。それでは、これでYKKさんの講演を終わります。どうもありがとうございました。

これで第20回上海IPG会合を終わりますが、事務局から3点連絡がございます。

1点目は、冒頭に申し上げました、日本知的財産協会から依頼のありました営業秘密に関する各社の取組みについてのアンケートですが、これは、おそらく年内に皆様にメールをお送りできると思いますので、是非ご協力いただければと思います。よろしく願いします。

2点目は、これも冒頭申し上げましたが、来年度のグループ長及び幹事について、私から年内あるいは年明けにご協力いただきたい方にご連絡をすることになると思いますので、その際は是非ご協力いただければと思います。

3点目は今年度最後の上海IPG会合を3月22日に行う予定です。テーマと場所については、まだ調整中です。

引き続き上海IPGへのご支援をよろしくお願いいたします。今日はまたたくさんの方にお集まりいただき、どうもありがとうございました。これで第20回上海IPG会合を終わります。どうもありがとうございました。