

第38回上海IPG会合

日時 2009年1月15日(木)

場所 上海龍之夢麗晶大酒店4階BallroomA

## 「上海 I P Gピックアップ講座」

○司会 本日は、ソニー・チャイナの内山様のほうから、ソニー社の中国における知財活動の事例ということでご講演をお願いしております。

ピックアップ講座というのは、過去に取り上げたテーマで重要だと思われるテーマを再度取り上げるということで、ソニーさん、以前も上海 I P Gのほうでご講演いただいておりますことから、今回、ピックアップ講座の枠のほうでご講演をお願いいたしました。50分間の講義ということで、最後には時間があれば質疑応答等の時間を設けたいと思います。

それでは、内山様、よろしく願いいたします。

○内山 ただいまご紹介にあずかりましたソニーチャイナの内山でございます。本日は、このような機会をいただきましてまことにありがとうございます。

きょうは、ソニーの知的財産活動ということで、前半はソニーグループのお話をさせていただき、後半に中国の施策を話させていただきたいと思います。

ソニーグループの概要でございますが、1946年、昭和21年に弊社は創業いたしました。現在、18万人の従業員、8兆円に近い売上げを上げております。

ソニーグループのビジネス領域ですけれども、ソニー本社、ヘッドクォーターがエレクトロニクスを基幹としまして、これらの事業領域のハブの機能を担っております。ソニー・ミュージックを初めとする音楽、それから、プレイステーションを中心としたゲーム事業、ソニー・ピクチャーズ、映画ですね。それから、日本だけになります、ソニー銀行、ソニー損保などの金融事業なども行っております。

これら、こういう事業領域を一括で行っている企業は、世界じゅうでも余りない例だと思います。こういうグループの融合戦略で、グループ全体でシナジーがつくれて、トータルなアプリケーションやビジネスモデルが構築できるというのが我々の強みと感じております。

ソニーグループの連結ベースの売上構成比でございます。ごらんのように、全体の67%ぐらいがエレクトロニクスにかかわるものになっております。国別に見ますと、日本、アメリカ、ヨーロッパ、その他と、ほぼ4分の1ずつの構成比になっております。実はこれはグループの全体の値なんですけれども、エレクトロニクスだけで見ますと、日本の売上げというのはすべての売上げの20%以下という状況になっております。そういう意味では、このように事業展開が海外を中心に行われているというところで、例えば特許出願をどこの国で出願するかということについては、やはり日本中心の考え方からもっと海外に重点をおくということで、その実態に合った対策をとれるような戦略を立てております。

これはソニーの組織の概念図です。先ほどの、右側にありますフィナンス、ミュージックエンターテインメント、ゲーム、それから、携帯電話のソニー・エリクソンモバイルがグループ会社としてつながっておりますが、ソニー本社内のエレクトロニクスビジネスとしては、いわゆるコンシューマープロダクツ及びセミコンダクター・コンポーネンツということで、いわゆる完成品とその部品の事業、それから、真ん中にある業務用の機器を中心に展開しています。我々知的財産センターは、いわゆるヘッドクォーターとして本社機能の中に属しております。

知的財産センターの組織図ですけれども、ごらんのように、6つの部門で分かれております。一番上のパテント部、これは、特許エンジニアが約140名ほどいるような部門で、特許出願、権利形成、他社特許採用などを行っています。それから、一昨年組織変更をしたのですが、情報戦略部、こちらは、特許技術の動向分析、分析力をもっと高めようということで新たにつくられた組織です。それから、業務部、こちらは、自社の特許資産をいかに活用するかと。場合によっては他社の特許を買収するというような検討も行うということで新たにつくられた組織です。あと、ライセンス部は、特許警告を受けたり訴訟を受けたりするものに対する対応ですが、模倣品対策業務もこのライセンス部の中に属しております。

世界的には、東京の知財センターを中心に、現在、ごらんのようなところにブランチが置いてあります。アメリカはニュージャージーとサンホセ、サンディエゴに、それから、ヨーロッパはイギリスのベージングストークとドイツのシュツットガルト、中国は北京、ソニー香港の中にも模倣対策担当の人が置いてあります。

ソニー・コンピューターエンターテインメントとソニー・エリクソンは、それぞれ協力体制を持っているものの、独立した知財部門を持っております。

では、ソニーについてお話しさせていただきます。これは、創業時の御殿山の木造バラック2階建ての工場です。当時の名前は、ご存知のように、東京通信工業という名前でした。現在はこの御殿山を離れまして、品川の港南口にありますソニー・シティーという新しいビルの中に本社が移されております。

これはよく話に出でてきます、弊社の設立趣意書でございます。ソニー・スピリットの原点ということで、創業者の井深がつくったもので、我々がしばしば困難にぶち当たったときに、この趣意書を再度見直して自分たちのあるべき姿を考えるというようなことによく今でも引用されて用いられています。特に、ここの2番目にありますように、「非常に進歩したる技術の国民生活内への即時応用」、それから「応用価値を有する優秀なるものの迅速なる製品・商品化」ということから、ソニー・スピリットの1つは技術の商品化ということになると思います。

ちなみに、創業者の井深は、ご存知かもしれませんがエンジニアで、早稲田の理工を出られているんですけども、学生時代に、「走るネオン」という発明で特許をとって、パリの万博に出して金賞をとったというような話もあるそうです。

で、ソニーの最初の特許、これは井深の特許なんですけれども、非常に目を引くところは、出願日が1946年の5月9日なんですね。創立したのが5月7日ですので、創立から2日後に既に特許を出しているということで、ソニーの創業者みずから特許、知的財産に関心の深いエンジニアだったということが言えると思います。

その後、いろいろな製品を発表したり、いろいろな他社との合弁、買収などをして、新しい事業にどんどん参入して現在に至っているわけでございます。ごらんのように、トリニトロンテレビ、ウォークマン、コンパクトディスク、それから、8ミリビデオ、ベータ、プレイステーション、フェリカ、バイオ・コンピューター、ブルーレイディスクなどなど。

ただ、創業の最初のころは、失敗作として幾つか物がありまして、実は、ソニー・ミュージアムという展示館があるんですけども、そちらには電気釜ですとか、それから、電気座布団とか、そういうものも展示されています。電気釜は御飯が焦げてつくれなかったとか、電気座布団はお客さんがやけどをしてしまったというふうな、いろいろ失敗が多かったというふうに聞いております。

さて、このような技術開発の中で、知的財産戦略はどうやって行われていったかということで、1949年になりますが、交流バイアス特許をアンリツ電気から買収しまして、これをテープレコーダーに結びつけました。それから、1953年にウェスタンエレクトリック社から、トランジスタのライセンスを取得しまして、携帯用のラジオへの応用をしました。ここにはありませんが、いわゆるカメラの電子の目と言われておりますCCDも、基本原理は他社が発明したが、それをソニーがイノベーティブな製品に仕上げたというような話も残っております。

これがウェスタンエレクトリック社との契約書なんですけれども、ちょっと見にくいかもしれませんが、創業者の盛田昭夫のサインがあります。このように、初期の段階から他者の知的財産を尊重して、その種となる技術のライセンスを受けて、それをもとに産業を構築するというような方法をとっておりました。

その後、ベータを初めとするいわゆるメディアフォーマットをつくりまして、他社にライセンスをするという手法で業界をリードしてまいりました。フィリップスとジョイントライセンスをしたコンパクトディスク、それから、3.5インチフロッピーディスクも最近は見なくなりましたが。それからMD、それからDVD、ブルーレイディスクと。

メディアのフォーマットというのは、かつては25年続くと言われていたそうですけれども、DVDが出たかなと思ったらハードディスクドライブになって、フラッシュメモリーになってということで、今のビデオ・カムコーダーを見ると、本当に記録媒体にとらわれないような時代がもう来ているなど感じております。そういう意味で、もはやいわゆる記録媒体形状の標準化というのはなくなっていく傾向にあるのかなというふうに感じます。

先ほどの、CDとかDVDといったような製品フォーマット、これらから、技術のフォーマット、MPEGとか802.11とかありますけれども、時代の流れとしてはそういう技術フォーマットに流れてまいりました。ソニーは、MPEGのライセンスの設立を行うなどして、いち早く技術フォーマットの時代に対応してまいりました。

現在は、本当にデジタルネットワークの時代ということで、いわゆるアナログの時代ですとVHS 1台つくるのにかかる特許数十件程度で、特許を持っている人も3社ぐらいしかいなかった。それが、DVDになりますと不可欠特許が400件ぐらいあるといわれています。で、ブルーレイディスクに至っては1,000のオーダーとかということで、時代が変わることによって知的財産に対する考え方も、今までの考えを超えた新しい枠組みを模索する必要があるというふうに考えております。

ちょっと話を変えまして、模倣品対策をする意味でのいわゆるブランド、ソニー最大の資産であるブランド、S・O・N・Y、「SONY」ですね。これについてお話ししたいと思います。

ソニーは、ご存知のように造語でありまして、ラテン語の「ソナス」、それから「坊や」という意味のソニーと合わせてつくった言葉です。実は、このロゴも時代ごとに変わってきてまして、試行錯誤の結果残ったものとして、今は1973年につくられたロゴを使い始めて今に至っております。

ソニーは、先ほど申し上げましたように、東京通信工業からソニーというふうに名前を変えました。昭和33年です。これで、非常に感心するところですが、ソニー電気株式会社とか、ソニー工業株式会社とか言わず、あえてソニー株式会社ということにしたと。創業者は、そのときほかにもいろいろやりたいことがあったからだというふうに言っているそうですが、なかなかいい判断だったと感じております。

さて、ブランドの戦略ですが、このSONYをトップブランドにするには、6つの施策が存在しております。経営理念とトップのクリアーの理論。例えば、先ほどの井深の「自由闊達なる理想工場の建設」ですとか、先ごろの会長であります出井の「デジタルドリームキッ

ズ」、今の会長、ハワード・ストリンガーの「ソニー・ユナイテッド」とか、クリアーな理論を提唱する。それ以外にも、時代をリードする製品、それから、商標・ロゴ・デザインに対する強い意識、利用行動、強力な相互ブランド、ブランドマネジメントの意識ということで、これらの戦略を中心に、これを持ってブランドの価値を維持することに努力しております。

1つの逸話なんです、1955年にブローバーという会社にソニーがつくったトランジスタラジオを売りに行ったことがあったそうです。10万台買ってくれるというふうに言われて非常に喜んだところが、そのかわりブローバー社の商標をつけなさいと。ブローバーのブランドは50年の歴史があるんだというふうに言われたんですが、そのとき、創業者の盛田が、やはりソニーのブランドをつけなければ意味がないということで拒否しました。営業としては本当にのどから手が出るようないい話だったと思うんですけども、50年後はブローバー社と同じようにソニーも負けない有名なブランドになっていると主張したということで、ブランドにかなりこだわりを持ったことが見えると思います。

それから、ライフスタイルの創造ということです。いわゆる時代をリードするような商品を送り出してライフスタイルの創造を行うことで、ブランドイメージの創造に一役買っております。

時代を追って並んでいますけれども、「ポケッタブルラジオ」という和製英語ですけども、自分だけの番組を楽しむラジオ。それから、アメリカでは裁判になりました「タイムシフト」を主張した、テレビを録画するビデオテープレコーダー、それから、音楽をいつでもどこでもということでウォークマン。それから、個人的に家庭で撮るカムコーダーから、旅に持っていくということでパスポートサイズのカムコーダーですね。これも、ライフスタイルを提唱したものの1つになっています。これなどは、まず最初にサイズが決まって、そこから開発が始まったと聞いております。

それから、今、なくなっちゃいましたけれども、「アイボ」というエンターテインメントロボット。それから、日本の交通その他で流通しておりますフェリカですね。パスモやスイカが日本の交通で使われております。このような製品を送り出して、人のまねをしない、新しいものをつくり出すということを大事にしてブランドイメージを構築してまいりました。

さらに、ソニーは、いわゆるサブブランドがたくさんあることでも有名なんですけれども、ウォークマンを初めとしたエレクトロニクス商品以外にも、サービスに対するブランドについても強く活用しているというところがあります。これがひとつソニーの強みを主張しようというところがあらわれています。

さて、ここから、中国についての知的財産活動についてご紹介させていただきます。

ソニーチャイナは、1996年10月に設立しました。本社は北京になります。中国国内にはごらんのように8つの工場がございます。上海にも2つあります。そのほか、無錫などにもありますが、トータル8つの工場ということで、関連会社として中国で事業しております。

研究部門ですが、研究部門はいわゆるソニーチャイナ・リサーチラボということで北京にございます。ご存知のように北京で有名な中関村という電子モールがありますけれども、その近くに所在しております。

また、いわゆる事業部門、テレビ、パソコン、ビデオ、業務用機器などは上海の方に所在しております。ソニーチャイナの上海オフィスが新天地の方にあります。本社は北京なんです。が、実際のところ上海の方が従業員が多いという状況になっています。

ソニーチャイナの知識産権部の組織ですが、私がGMというところにおりますけれども、総勢今9名で担当しております。模倣品対策要員ということで4名、それから、特許・意匠、ライセンス系ということで3名。弁護士であり弁理士のアトニーを私の下にぶら下げています。ちなみに、私の上にはジェネラルカウンセルがいるんですが、彼は法務とかほかの部門も担当していますが、彼は日本語はしゃべれませんので、常にレポートは英語です。

ちなみに、ソニーチャイナの中も公用語は英語でして、英語か、日本語が話せる人は日本語でも話しますけれども、本当は私が中国語をしゃべれば一番いいんですが。公用語は英語ということで、そちらに頼って業務しているといった状況です。

人材育成ですが、やはり中国語というのは特殊な言語でして、やはり今まで欧米への対応と違った新しいやり方を考えなくてはいけないということで、中国の技術系の新卒社員を毎年採用活動をしております。毎年何名か入るような状況で、基本的には東京のソニー本社知財部門で採用という形になっております。

一方、日本人の中国語の語学力も高めようということで、北京の語言大学に4カ月程度留学をさせて、その間は仕事を忘れてとにかく中国語を覚えてこいということで、今、実質的に11名ほど経験者がおります。今でも続いております。

それから、東京の本社には、中国のワーキング・グループというのをつくりまして、中国語の留学経験のある人、及び中国人の社員を交えて、中国の法改正とか、あるいはいわゆる誤訳の問題とかに対して対応することを行っております。現在、弁護士事務所からも人材交流ということで弁護士の方を派遣していただいたりもしております。

それから、一つの社会貢献という意味もあるのですが、リクルーティングの意味でも、

企業知財講座を昨年行いました。北京郵電大学で6回ほど講座を開いております。

特許についての活動ですけれども、大きく分けてこの3つになると思います。1つは、いわゆる中国国内での発明の発掘、及び社員教育です。いい発明があるかどうかを確認しに行く作業です。特に研究所は大学と共同研究しておりますので、その契約書の条件とか、そういう検討もしております。

それから、中国はご存知のように独自の技術標準規格が多数ございまして、その情報を集めて分析して本社のほうに情報提供する、あるいは、それに関係する特許の情報を分析したりするというも行っています。

それから、特許調査については、やはり中国語の特許の調査ということで、中国国内の、例えば外部のリソースですとか、あるいは社内のエンジニアのリソースなども用いまして、東京の Patent エンジニアとも協力して行っております。

大学との共同研究ですけれども、先ほどの中関村にあります研究所と中国各地の大学とは共同研究契約の条件について議論しております。もちろん、権利化後の利用について、中国はいろいろ特殊な状況がありますのでそれを考慮して、先ほどご紹介したインハウス・アトニーの力ももらいながら、どういう条件が適切かということを検討しながら進めております。

意匠ですが、意匠は東京が中心なんですけれども、世界にいくつかのブランチがありまして、2005年に上海のほうにデザインセンターをつくりました。やはりデザインというのは、その地域の特色、文化などが影響すると思いますので、そういうものをちゃんと取り入れて、ライフスタイルに合った、求められている商品の提案というものをつくるように取り組んでいます。現在では、中国向けの商品だけではなく、世界向けの商品のデザインも扱っております。中国人の現地デザイナーの方の創作活動を推進しているという状況です。

では、次に模倣品対策活動についてご紹介します。ソニーのブランドはいろいろありますが、中国特有という意味では、ソニーのサブブランドにごらんのようにタグラインをつけるということを行っております。こういうタグラインについても、商標登録する努力を行っております。

また、いわゆるソニーのブランドのダイリューション、希釈化が起きないように、特に悪質なケースにおいては全世界での積極的な権利行使を行っております。右側にあるのは「ソニー・チョコレート」、これは日本の話の事件ですが、ソニー・チョコレート事件ということで本などにも取り上げられている題材です。

それから、模倣品対策で強化しなくてはならないことは、やはり危険性、特にお客様が危険

な目に遭うということのあるものについては、やはりプライオリティーが高くなるというふう  
に考えております。2次電池などの模倣品は爆発したりしますので、そういう悪質な粗悪品は  
重点商品の1つとして模倣対策活動を行っております。それから、いわゆるメモリーカード、  
ソニーはメモリースティックと呼んでおりますけれども、こちらにも力を入れております。

レイドアクション、昨年度は、ごらんのように146のアクションを行いました。かなり去年  
は積極的に行って、特にマーケットよりも模倣品の巣をたたくほうが効率的ということで、工  
場やホールセラーのほうを中心にアクションを行ってまいりました。工場というと大きなファ  
クトリー、大きな工場を想像されると思うんですけども、例えば先ほどご紹介したメモリー  
スティックのようなものは、それこそアパートの一室で模倣品をつくっているということもご  
ざいます。そういうものも一応このファクトリーの中に入っておりますのでこういう数字にな  
っています。ごらんのように、そういうものをつくっている巣のほうを積極的に対応したとい  
うことになっております。

そのレイドの行政機関別の内訳ですけれども、やはりA I Cがその大半を占めております。  
これは具体的な数字で示しておりますけれども、ごらんのように年々増加しているというこ  
とがおわかりになるかと思えます。

摘発の事例ですけれども、これは非常に数が多かったということで1つここに挙げましたが、  
A I CとP S B、両方でやっていただいたメモリースティックの摘発、12万個。この摘発のと  
きは、右上にありますいわゆる印刷原版ですとかつくる工具、すべて押収できたということで、  
非常に象徴的な摘発の1つでした。

それから、これは広州のほうの摘発ですけれども、いわゆるバッチです。SONYのバッチ  
の摘発ということで、非常にこれは効果があったのは、金型も差し押さえられたというところ  
にあると思えます。よく見るとわかるんですけども、ソニー以外のブランドの金型もたくさ  
んそこにありまして、そういう意味では非常に大きな摘発でした。

税関摘発の件数の推移ですけれども、ごらんのように年々ふえております。現状、弁護士事  
務所を経由しまして摘発を行なっておりますけれども、今後、費用とかあるいは自分たちの中に  
ノウハウをためるということも考慮しまして、来年度から、広州のほうにソニーチャイナの広  
州ブランチがありますが、そこにソニーチャイナの知財部門のブランチオフィスも今つくろう  
というふうに考えております。地元で、やはり直接行政機関の方々と顔の見える形で仕事がで  
きればというふうに考えています。

今年度、08年度はこういう数字ですけれども、恐らく昨年度よりも数はふえると思えます。

やはり、これだけふえてきているのは、非常に地方税間の摘発の本数がふえているということからの影響もあると思います。

地域別ですが、明らかに広州、深圳、圧倒的な数字になっておりまして、またごらんのように、そのほかの地域でも少しずつですが摘発の報告を受けております。

で、深圳税関などは破壊祭りですね、年1回やると思うんですけども、これに訪問して、ソニー以外でもソニー・エリクソンの携帯電話などについても積極的に摘発してくれているようです。

ちなみに、ソニー・エリクソン、ソニー・コンピュータエンターテインメントもそれぞれ関連会社に模倣対策の担当者がございます。必要に応じては共同して摘発を行うこともしております。

これはホアンプー税関の事例でございます。

やはり、ジェトロさんのサポートもたくさんいただいております、各地区でセミナー活動を行っております。深圳や広州などは我々がみずから訪問して謝意を表明したりもいたしました。やはり、1回訪問するとリアクションがよくなるという印象はあります。

個別に訪問するときは、特に大きな摘発をやっていたり、数が多かったりというようなところに対しては、いわゆる謝意を述べるということで訪問して、写真にありますけれども、盾のようなものをお渡しして感謝の意を示しております。

それから、セミナーですが、これはいわゆるソニーだけでなくソニーグループということで、ソニー・エリクソン、ソニー・コンピュータエンターテインメント共同でセミナーを行うこともしました。

それから、模倣品の判定の仕方ということで、細かくて見にくくて申しわけないんですけども、弊社はバッテリー、メモリースティックなどにはこのようなシール、ステッカーをつけております。ご存知の方たくさんいると思いますけれども、トラストグラムというキラキラしたステッカーです。これを特殊なビューワーでのぞきますと、本物であれば見え方がにせものと異なるということで、非常にわかりやすいということでこれを活用させていただいております。今申し上げたのは左側のやつですね。右側のやつは、3Dのホログラムと言いまして、角度を変えて見ると映像が動くようなステッカーになっています。これもかなりつくるのは難しい技術を要するステッカーだそうで、今のところこれのにせものというのはまだ見つかっておりません。

それから、もう一つ、ピーパスステッカーというのが右下にあります。これは、ちょっと消

極的なステッカーなんですけれども、この商品を買ってステッカーをはがすと番号が出てくるんですね。この番号を所定のネットとかに入力しますと、これは本物ですというような返答が返ってくるというようなものを採用しております。

それから、海関総省のウェブサイトのホワイトリストを弊社は積極的に活用しています。各事業部から登録依頼を受けて、北京のほうで対応しています。ここに商標を入力しますとこういう画面になるんですけれども、個々の商標ごとにオーソライズドディーラーがこの画面の下のほうにずっと流していくと見えるということになっています。一応、ソニーグループではこの登録している商標、税関登録済みの商標が全部で25件あります。「ソニー」、「SONY」の他にいわゆるサブブランドについても登録していますが、結局摘発されるほとんどすべてが「SONY」の模倣品ということになってはいますが。プレイステーション商標とか、ソニー・エリクソンのハウスマーク図形はそれぞれの会社で登録、対応しています。

それから、香港ですが、先ほど申し上げましたように、ソニー香港にも模倣対策の担当者1名、現在おります。なので香港税関の対応はそちらから直接担当者が対応しているという状況です。中国と同じようにセミナーや訪問も行っています。ごらんのように、多分、今年度は昨年より少し下回るかなというふうな数字になっています。理由としては、輸出に使うような港が、香港から別に移ってきているということが考えられます。

ちなみに、マカオの税関もこの香港の担当者が見ているんですけれども、07年度に3件摘発があったぐらいですね。今年度は今のところ1件です。

それから、いわゆる「にせものを買うのはやめましょう」という一般消費者への広報活動なんですけど、例えばこういう新聞に声明を出したり、それから、先ほど申し上げた北京の中関村の電子モールに工商局とコラボレーションしてポスターを張るとか、そのような活動を行っています。

今年度は、主要なモールにこういうポスターとあわせて、先ほどのトラストグラムのビューワーを置きまして、お客様が実際ににせものかどうかというのを見られるようなイベントを行ってみました。

その他、対外活動としまして、ソニーはQ B P Cのボーディングメンバーとして参加しております。それから、ジェトロさんには大変お世話になっておりますが、I P Gワーキング・グループ、セミナー、各種活動を通じまして模倣品対策の取り組みに参画させていただいている状況でございます。

私の発表は以上でございます。ご清聴ありがとうございました。（拍手）

○司会 内山様、ありがとうございました。

そうしましたら、時間がまだ若干残っておりますので、質問等お受けしたいと思います。質問等ございます方、挙手の上、恐れ入りますが会社名とご氏名を初めに言ってからご質問いただければと思います。

それでは、質問等ございます方、挙手をお願いできますでしょうか。お願いします。

○多田 講演ありがとうございました。オムロンの多田と申します。

ソニーにはグループ会社が非常に多くあると思いますが、その対策の費用は、本社が持っているのか、それとも子会社で負担しているのか教えてください。

○内山 先ほど、別会社としてのソニー・コンピューターエンターテインメント、ソニー・エリクソンなどなどは別ですね。で、ソニーチャイナにいる我々は、ソニー本社から直接の指示ですべて動いている状態ですので、そういう各地に散らばっているソニー本社のブランチはソニー本社が見ているという状態です。

○多田 ありがとうございました。

○司会 ほかにご質問ございますでしょうか。お願いします。

○保坂 お話、どうもありがとうございました。三菱電機の保坂です。

ソニー本社が新たに特許調査等を行う部門を設けたということですが、中国での文献調査はどのようになさっているのでしょうか。出願時及び係争時、それぞれの対応について教えていただけないでしょうか。

○内山 ああいうふうに申し上げましたけれども、中国はデータベースがなかなかないですよ。やはり特許出願になるとS I P Oのデータベースになってしまいます。あとは、そういうノウハウを持っているような特許事務所ですとか調査会社を使って、我々の要求に応じた答えを出してもらうというようなやり方をしています。

○保坂 どうもありがとうございました。

○司会 ほかにお願いできますでしょうか。挙手お願いします。じゃあ、お願いいたします。

○何 パナソニック・チャイナ、何と申します。

先ほどご紹介されたソニー中国の知財等の中では、意匠と特許のライセンス活動も行われているということですが、実際にどんな活動を行われているのでしょうか。

○内山 余り詳細は答えられないですけれども、ソニー本社が中国で行いたいライセンス活動を、中国人のネイティブの人たちの力を使って行うというために行っております。そういう意味では、ソニーチャイナの知財部が何か積極的にやるというわけではなく、ソニー本社のブラ

ンチとして活動するというライセンス活動です。

これは、実際アメリカもヨーロッパも皆同じで、ヘッドクォーターがすべて方針を決めて、アメリカならアメリカの弁護士、ヨーロッパの弁護士を使って、インハウスの弁護士として使って対応するというので、中国もそういう形にしていきたいというところで始めています。

○何 わかりました。ありがとうございました。

…… (テープ反転) ……

(休 憩)

○司会 以上となります。どうもありがとうございました。放送中、お見苦しい点がありましたことをおわび申し上げます。

もう時間ですけれども、あと数分休憩の時間をとらせていただきたいと思いますので、ぜひコーヒー等もお飲みになっていただければと思います。

「上海 I P G 全体会合」

第 1 部 各種承認・連絡事項

○司会 それでは、定刻となりましたので 3 時からの本会合の方を始めさせていただきます。

議事次第のほうに沿って進行させていただきます。大体、今から 1 時間弱を報告事項とさせていただきます。16 時からマイクロソフト様のご講演、17 時過ぎから旭化成様のご講演をちょうだいします。

まず、各種承認・連絡事項の①番として、先ほどジェトロのテレビ番組を放映させていただきました。

続きまして、②点目として、新規の運営幹事のご紹介をさせていただきます。

前回をもちまして前グループ長の住友化学のツダ様、前々回幹事の味の素の村瀬様をご帰任等されまして、そのかわりということで新しい幹事の方にお越しいただいております。お一人が住友化学の三分一様。もう 1 名がシャチハタの山田様です。山田様は、今日はお出張ということでお越しただけておりません。

ということで、まず、三分一様のほうから簡単にごあいさつをちょうだいできますでしょうか。

○三分一 こんにちは。住友化学上海の三分一といいます。

このたび、上海 I P G の運営幹事ということで、ツダの後を受けてやらせていただくということになりました。よろしく願いいたします。

先ほど、V T R にもありましたけれども、ツダが非常に熱心にやっておりましたので、その後を受けるということで非常に心配を実はしております。ただ、自分としては皆さんのご支援とご協力のもとに一生懸命やっていきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。  
(拍手)

○司会 どうもありがとうございました。

続きまして、新規メンバー、今回 2 社様ご加入いただいております。1 社ずつごあいさついただきたいと思えます。

まず、大塚製薬国際本部 I T 担当の吉成様、お願いできますでしょうか。

○吉成 ただいまご紹介いただきました、大塚製薬工場のヨシナリと申します。このたび、上海 I P G のメンバーとしてご承認いただきましてどうもありがとうございました。厚く御礼申し上げます。

私ども大塚製薬工場は、名前のおり大塚グループを構成する 1 つの会社でございまして、大塚製薬が病気の治療用の医薬をメインにしておるのに対しまして、私ども大塚製薬工場は、患者さんへの栄養補給ということで、点滴薬を初めとする臨床栄養製品を事業の柱の 1 つとしております。

大塚製薬のほうは、中国を初め東南アジアへの進出というのはもう既に果たしておりますが、私どもも遅ればせながら中国進出ということで 2007 年に蘇州大塚製薬を設立いたしました。現在、早期の製造開始を目標にしまして工場の建設を急ピッチで進めているところでございます。

そのように、製品の中国での上市はまだ果たしておりませんが、知的財産の面で言いますと、そっくりの出願が数多く見られておりまして、今後将来的に、模倣品あるいは係争が懸念されるところでございます。特に医薬品の模倣品といいますのは、人間の健康に直接影響があるものですから、未然に防止するというのは製薬企業の役目だと考えております。

今後、皆様方のご指導をいただきながら知的財産の対応について勉強してまいりますので、どうかよろしく願いいたします。(拍手)

○司会 どうもありがとうございました。

続きまして、リコーの丸山様、よろしく願いします。

○丸山 株式会社リコーの丸山と申します。よろしく願いします。

本日は、リコーの再加盟ということでご挨拶させていただきます。以前加盟させていただいたのですけれども、残念ながら出席率が悪くて、退会になりました。昨年の末、私が上海に駐在することになり、改めて加盟の申請をさせていただきました。その後、承認していただきまして、ありがとうございました。

私が現在おりますのが、ここから5分ほど歩いたところにあるリコーの中国の統括会社になります。我々リコーは、複写機等を販売しておりますが、その複写機のトナーという粉がリコーの利益の根源になっております。このトナーが入ったトナーカートリッジの模倣品が華南地区でたくさん出ております。リコーの利益のためになるべく純正品が使われるようにしていきたいと思っております。これにあたっては、皆様のいろいろな知識を吸収させていただき、頑張っていきたいと思っております。今後ともよろしく願いいたします。どうもありがとうございました。（拍手）

○司会 丸山様、ありがとうございました。二度と除名にならないようにお願いします。（笑い）

この先、着座で進めさせていただきますが、その前に、本日お配りしている議事次第の2枚目に配布資料等を記載してございますので、もし不備等がございましたら、後ほど事務局までお知らせください。

今回は、資料としてインターネット関係の調査報告書を1冊配布しております。それから、本日この後でご講演いただきますマイクロソフト様のご講演において、コンピュータソフトウェア著作権協会の魏様にもご協力いただく予定になっております。コンピュータソフトウェア著作権協会の冊子も1部、青色のものをお配りしておりますので、もし手元にない方がいらっしやいましたら、事務局までお声をおかけいただければと思います。では、ここから着座で進めさせていただきます。

続きまして、議事事項④番、模倣品水際対策ワーキング・グループの活動報告、石川グループ長をお願いします。

○石川 石川 YKKの石川です。

昨日、第22回の水際ワーキング・グループ会議が、開催されました。その中で、ソニーさんに、「ソニーの水際対策」についての講演をいただきました。

次に資料に基づいて簡単に説明させていただきます。

資料2を見ていただけたらと思います。昨年の11月18日に、上海税関に対するセミナーを開催いたしました。こちらは、7月にも開催しておりますけれども、応募企業が多かったという

ことで2回に分けて開催いたしました。前回は8社、今回は8社の参加となりましたが、税関の方も熱心に聞いていただいて、かなり良かったのではないかと考えております。

また、そのセミナーの後に、上海税関の法規処の処長さん、あと、知識産権科の科長さん、副科長さんの3名と水際対策ワーキング・グループのメンバーと対話会という形で意見交換を行いました。その対話会でもこちらの疑問点に対して熱心にお答えいただけき、良かったのではないかなと考えております。

続きまして、資料3になりますが、今度は深圳税関との対話会を12月5日に開催いたしました。これも、昨年春に第1回の深圳税関の対話会を開催しましたが、その第2回目ということで開催いたしました。

こちらの深圳税関の対話会ですけれども、法規処長さん、あとは知識産権科の科長さん並びに科員全員参加されて、6名対ワーキング・グループのメンバーの対話会という形でした。対話会のやり方として、ワーキング・グループ側から疑問点や運用方法で知りたい部分について質問をし、それに対しお答えをいただくという対話会でしたが、すべての疑問点、問題点に対して熱心にお答えいただきました。もともと時間制限2時間でありましたが、延長してでもすべての事項について討議しましょうと先方からご提案いただき、30分ほど延長いただきましたが、すべての討議内容について意見をいただいたということで、かなり良かったのではないかと考えております。

以上です。

○司会 石川様、ありがとうございました。

続きまして、⑤点目、中国化粧品工業会での立法提案についてということで、前回、化粧品ワーキング・グループで検討しましたインターネット関係の模倣品対策に係る立法提案をご紹介させていただきました。その後の状況について、幹事の岩間様よりご紹介いただこうと思います。よろしく申し上げます。

○岩間 カネボウ化粧品の岩間でございます。

11月20日開催の前回全体会議で、我々の提案を上海IPGとして行うことのご承認をいただきましたが、それを受けまして、その翌日、11月21日に北京で化粧品工業会が開催いたしました「化粧品業界知識産権保護と偽物打撃工作会議」という会議におきまして、既にご承知いただいております内容の法案を提案いたしました。

当日は当局からは工商管理総局、あるいは質量監督局、食品・医薬品監督管理局、知識産権局、あるいは中国消費者協会、中華商標協会といったような部門の方々、あとはマスコミ関係

者、そしてメーカー関係者など約100名が出席して開催されました。

会議では五つのテーマに関して報告がありまして、その中の一つとして我々の提案もあり、化粧品ワーキング・グループのグループ長であるコーセイの金さんから発表していただきました。

私どもといたしましては、インターネットでの問題について、何とかしてくれ、何とかしてくれと言うだけではなくて、このような形で法令化してやってもらえばいいんじゃないかというこの提言をしたわけですが、何と申しますか、そこまで法令提案したということから言えば、私どもとしては一つの大きな画期的なことをしたとは思いますが、それではさでそれですぐ効果があらわれたかという、なかなかそういうふうにはまいりません。

とりあえず、こういうやり方があるじゃないかということで投げてはおりますが、政府関係者の中には、「化粧品業界だけではなかなかこういうのは取り上げられる問題じゃない。いろいろな業界、いろいろな消費者の幅広い分野からこういう声があつて初めて法律というのは出来る」というようなことを言う人もありました。最初の一步は踏み出したということは言えると思いますが、成果を挙げるためにはこれからまだまだいろいろなことにたくさん取り組んでいかなければならないと思います。

したがって、もしほかの業界におかれましても、インターネットでの模倣品問題、知財問題等でお困りの業界がございましたら、引き続きまして私どもの作成いたしました内容を参考にいただきながら、また新たに声を上げていただけたらと、そんなふうに思いますし、私どもといたしましても今後引き続き北京政府の関係当局に対しましてさらにコンタクトを図って、積極的に働きかけを続けていきたいと思っております。

報告、以上でございます。

○司会 岩間様、ありがとうございました。

続きまして、⑥点目、⑦点目、中国知財法勉強会、前回の上海 I P G 会合の翌日のもの。それから、12月12日の上海 T S B 向けセミナー、この2点に関しては配布資料をお配りしておりますので、後ほどお目通しいただければと思います。

続きまして、⑧点目、ハイテク企業認定管理弁法関連のヒアリング実施について、こちらはグループ長の久永様よりご報告いただきます。よろしく申し上げます。

○久永 お手元にある資料の8をご覧ください。時間の関係で詳細はご説明申し上げませんが、背景について簡単にご説明申し上げます。

昨年、この総会で法律事務所をお招きしまして、ハイテク技術企業管理弁法について説明し

て頂きました。簡単に申しますと、当該弁法下で認定が受けられますと、中国において生産・開発をやっている会社は税務上いろいろな恩典が得られます。特に、税率が低いものが得られるということです。しかし各地域で当該弁法の解釈、あるいは運用において差があるのではないかと思われたため、ジェトロ上海様、ジェトロ北京様、シャープ様、オムロン様、三菱電機様、松下電器様のご協力の下、質問事項を整理し、幾つかの省と市に聞き込みをしております。

これまでに浙江省、天津、上海、江蘇省の科学技術庁を訪問し、聞き込みをした結果が今お手元にある資料でございます。今後、四川省広東省についても聞き込みを行い、最終的にまとめたものを皆様にご紹介したいと思います。特に知的財産関係で申し上げますと、特許、開発組織について、どのような基準であればよいのかということについて鋭意聞き込みをしております。

今の段階では、完全に確認がとれているわけではございませんが、例えば、日本の親会社との共有特許でも地域によっては申請が可能な状況でございますし、R&Dの組織等につきましても、申請側が用意する書類で一応受理可能というところまで分かっております。最終的には、先ほど申しましたように、残りの4省等について聞き込みを行い、皆様に詳細をご報告いたしたいと思います。以上でございます。

○司会 ありがとうございます。

続きまして、「IPG Best Practice Award 2008」の進捗について、幹事の林様よりお願いいたします。

○林 それでは、私から、IPG Best Practice Award について報告させていただきます。

2007年度もこのBest Practice Awardを開催しましたけれども、そのときは案件で選定するというやり方をしました。しかし、今回は、日系企業の知的財産保護について特にすぐれた成果を創出した地方行政政府や、司法部門を選定しようということで進めております。

実際のイベントですが、当日に中央政府からより多くの方に来ていただきたいということが目的なので、開催しようとするイベントとしましては、江蘇省、浙江省、上海の知識産権局が開催するイベントと併催するような形でやろう進めております。それ以外の準備作業としては、今、北京、上海、広東IPGで、例えば推薦案件のエントリーホームの作成や、評価項目の整備などについて、今話し合っていて決めています。

実際には、そのエントリーホームを作成後、近日中には、皆様に推薦募集をかけたいと思っております。皆さんには、案件の推薦をしていただきたいと思います。今後、その推薦してい

いただいたものの中から1次スクリーニングを行い、選定委員会にて最終決定を行う予定です。尚、選定の部門としては10部門を予定しております。

BPAについては以上になります。

○司会 ありがとうございます。

Best Practice Awardは、昨年4月に第1回を開催しまして、その後、北京、上海、それから広東で2009年の開催に向けた作業を進めているところですが、非常に難しいところもございます。恐らくはまた皆様にご協力を仰ぐことであろうかと思っておりますので、その際にはよろしくお願いたします。

続きまして、⑩点目の、江蘇省TSBブランド保護フォーラムの2008年度事業進捗について、ごくごく簡単にご紹介させていただきます。資料は、配布資料の9番と10番になります。

ご承知のとおり、情報の提供ですとか安全性関連のビデオ作成というものを進めておまして、こちらは前回ご報告したところと同様、粛々と進めているところでございます。もう少ししましたらアウトプットが出てくるところでございます。

一方で、幹事会におきましては、資料の10番のほうになりますけれども、この江蘇省ブランド保護フォーラムに限らずですが、これまで行ってきた真贋識別セミナー等のイベントをかなりやり切ってしまった地域、例えば江蘇省のTSBについて言えば、ほぼ500人ぐらいにはもうセミナーを実施しているところでございまして、こういった地域でこういった新しい活動をしていくかということをお話をしております。例えば、テーマ別の意見交換会を開いたりですとか、あるいはこれまでやってきた真贋識別セミナーの効果を確かめるような催しをやってはいかがかと、そんな検討をしているところでございます。

この点につきましても、本日お配りしているアンケート等々、皆様のご意見を願うことがあろうかと思っておりますので、ぜひ、積極的にご意見をちょうだいできればと思います。

続きまして、⑪点目、ブランド保護フォーラムの長江デルタ（長三角）地域への拡大について、幹事の今村様より願いたします。

○今村 旭化成の今村でございます。

資料の11になります。宮原さんからご紹介がありました、江蘇省のTSBブランド保護連携フォーラムということで今ご紹介がありました。

この長三角、揚子江デルタの3局、当局との連携についてこれからご説明いたしますが、先ほどテレビでもありましたように、江蘇省とは2007年にこの連携フォーラムを始めておまして、先ほど出たテレビはちょうど1周年の模様を放送しておりました。これは、当局からも、

それから、会員の皆様方からもなかなかいい取り組みであるという評価がありまして、ここにありますように、今後、上海市、浙江省、それからもともと取り組んできました江蘇省、合わせて3つの行政当局と一定レベルの連携フォーラムという形にレベルアップをしてやっていこうと、こういうものでございます。

12月の18日に第1回目の会合をやりまして、これから、この3番にありましたが、ことし4月以降へ向けての設立のために、定款を決めてその取り組み内容、それから、こちらからの要望事項などもきちんと整理をするということで今準備をしているところでございます。この要望事項については、この3番のところに6項目書いてございまして、先日、この要望事項については第1回目の会合に参加された当局の方々にもご説明をいたしました。

次に、4番目に、ではどういった内容のイベントなりを実施していくかということが書いてございますが、こういったものを議論をいたしまして、これから1月、3月、個別に訪問をしましたり、そのほか連絡を当局と取り合った上で、この定款をきちんとしたものにし、そして、4月以降の設立総会に向けて準備をしていくということになっております。

こういう取り組みについて会員の皆様から、こういう項目も挙げてほしいというものがございましたら、また改めて事務局にご連絡くださればと思います。

以上です。

○司会 ありがとうございます。

後ほど別途またご案内しますが、資料の12番ということでIPG事業の実施アンケートというものをお配りしております。この中で、今の長三角デルタのブランド保護フォーラムについても言及されています。例えば定款に盛り込みたい事項等ございましたら、ご記載いただければと思います。

続きまして、⑫点目、IPG-IIPPF意見交換会開催報告について、副グループ長の松島様にお願いいたします。

○松島 コニカミノルタの松島でございます。配布資料はございませんので、口頭でポイントのみご報告いたします。

昨年の11月19日、IIPPFとIPGの意見交換会が開催されました。私も出席させていただきましたが、主な内容は、IIPPFの活動の進捗状況並びに今後のIPGとIIPPFの連携活動の方向性について議論を行いました。明日、16日も引き続き意見交換会が予定されております。まだ議論がそんなに固まっておりませんので、ある程度議論が固まり次第、適宜皆様にフィードバックさせていただきたいと存じます。

以上です。

○司会 ありがとうございました。

I I P P Fとの会議については、あすも北京のグループ長、それから上海の幹事等々のメンバーにお集まりいただきまして検討する予定でございます。

続きまして、I P Gグループ長会議の開催について、私のほうからご紹介させていただきます。

来週の23日、金曜日に今年度第3回目、通算で6回目のグループ長会議を広州で開催いたします。主な議題等々、あるいはその結果等は次回のこの会合でご案内できると思っております。現状といたしましては、各I P Gからできるだけ来年度の計画を出してグループ長会議で検討させていただきたいということで、特にワーキング・グループの皆様には、来年度の活動の項目立て等をお願いしているところでございます。もうあと1週間というところで、事務局のほうから幾つかご質問等行くかもしれませんので、ご検討、ご対応のほうをよろしくお願いできればと思います。

引き続きまして、⑭番目、上海I P G 2009年度活動方針についてということで、こちらは今、幹事会のほうで来年度方針を策定しているところでございます。今年度につきましては、ぜひ皆様からも広く意見をいただきたいと思います。まずは2008年度のレビューから現状について、幹事会、事務局で検討している内容をご紹介させていただいて、その上で本日のアンケート等を用いて皆様のご意見をちょうだいしたいというところでございます。

これから、15分程度の時間をいただきまして、私どもの森永のほうから簡単にご紹介させていただきます。

○森永 今、宮原のほうからもご説明しましたけれども、来年度の上海I P Gの活動計画をつくる上での基盤となるこれまでの活動、実績等のレビューをこれからご説明させていただきたいと思います。

配布資料のほうで、すみません、アジェンダの番号と振ってある番号が違っているんですけども、右上に資料13と書いてありますパワーポイントの資料、それから、同じものを前の画面でも映しながらご紹介させていただきますので、そちらをご参照いただければと思います。

内容といたしましては、2009年度の活動方針をつくるに当たってのこれまでの活動実績をレビュー、それから、機能をレビューする、それから、組織形態のレビュー、これらについては上海I P Gを取りまく環境の変化等を交えながらご説明させていただきます。それぞれにこれまで積み上げてきた実績、それから、活動変化に応じて来年度どういうことをすればいいか、

または、何を検討しなければいけないかということをもとめたものでございます。それに基づいてきょうお配りしたアンケートで皆様からご意見をちょうだいしたいという趣旨でございます。

まず、初めに、活動実績のレビューから始めたいと思います。

2008年度上海 I P G の活動につきまして、基本的な枠組みはごらんのとおり、知財全般の問題と模倣品問題に分け、それぞれ活動項目を立てております。これらにつきましては、ちょうど2008年度の活動方針を策定するに当たって考えました模倣品問題に関する活動ビジョン、ごらんなような活動ビジョンを策定させていただきましたが、今年度の活動につきましては、ちょうど「政府当局との交流促進」、これが活動ビジョンの中期ビジョンのほうに該当し、「直近課題への個別対応」というところが短期ビジョンのところに該当するというような考え方で進めてまいりました。

具体的に、それぞれの活動項目についてどのような活動をこれまで行ってきたかということをご紹介します。

まず、知財全般問題として、情報提供・情報共有を図るということで全体会合を2カ月に1度開催し、いろいろなテーマを取り上げて各種講演等を行ってまいりました。また、講演以外にも、メンバーの皆様からのご協力のもと、いろいろなホットなテーマを取り上げていろいろ調べたりして、皆様にご紹介するというような活動を行ってまいりました。また、上海 I P G の全体会合に合わせて、主に中国人のスタッフの方を対象にしました中国の知財関連法の勉強会等を開催してまいりました。

また、政府当局との交流促進では、2008年度、B P A ですか江蘇省 T S B とのフォーラム、それから、知識産権局の方に全体会合で講演していただいたということもございました。また、全体会合でもその都度ご報告させていただいておりますが、各地方当局とのセミナーの開催ですとか意見交換会、そういった活動を進めてまいりました。

また、個別にメンバー企業の皆様が抱えている課題への対応といたしましては、基本的には業界別ワーキング・グループを中心にさまざまな活動を展開してまいりました。

では、こういった活動がどういった成果を上げているかというのを、若干補足になりますけれども簡単にご紹介させていただきます。

例えば、連携フォーラムにおいては、詳細のご説明は割愛しますが、いろいろな会社さん、それから、セミナーも含め業界団体さん、ごらんなようないろいろな成果が上がってきております。上海 I P G といたしまして、こういったフォーラムですとか当局とのセミナー等

を通じた交流、また、Best Practice Award、こういった活動の枠組みを構築していくことで、企業さんにとってもいろいろなメリットがあるということがおわかりいただけると思います。

こういったメリット、まだまだメンバーの皆様、報告等では聞いているかもしれませんが、実際にもっと多くのメンバーの方がメリットを享受できるはずであると思っておりますので、上海IPGの活動により積極的にご参加いただき、またご活用いただきたいと思っております。

次にこれまでの活動実績について、まず華東地区から見ていきたいと思っております。質量技術監督局、TSBとは、ご承知の通り2007年に「ブランド保護連携フォーラム」を設立し、各種活動をおこなってきましたが、これからさらにどのように成果を挙げてゆくか、また他地域への展開といったことが課題として挙げられると思っております。これについては、現在、長江デルタ地区への拡大ということで、江蘇省TSB、および浙江省・上海市のTSBとそれぞれ協議を進めているところでございます。TSBとは「フォーラム」を設立し、その中で協力活動をおこなっていますけれども、工商行政管理局（AIC）ですとか知識産権局とは、上海IPGとしてどのような枠組みをつくり、どのような活動をこれから展開していくのかということも議論をする必要があると思っております。また、先ほどご紹介した、1市2省以外の地域でも、恐らく皆様のニーズがごありの地域があろうかと思っておりますので、こういった地域のこういった当局にアプローチをして、こういった活動をしていくかということも今後検討が必要なのかなというふうに考えております。

次に、中国全国に目を戻しますと、北京、上海、広東にIPGがございしますが、まずは、上海IPGベースでは模倣品水際対策ワーキング・グループ、それから、業界別のワーキング・グループで既に全国各地のAIC、TSB、それから、税関との交流が進んでおります。また、昨年度、グループ長会議ができることで3カ所のIPGの協力事業ということが進められております。また、IIPPFとの連携も進んでおりまして、こういった活動の中では既に活動の対象となる地域は全国規模ということになっております。特にIIPPFとの連携ですとか、また、BPAなんかもそうですけれども、当然ながら活動の対象は全国ということになっております。

具体的にこういった活動かということになりますと、繰り返しになりますが、Best Practice Awardでは、昨年、2007年の選定された当局は、天津市、安徽省、広東省など全国が対象となっております。また、水際ワーキンググループではごらんのとおり、既に全国13カ所の税関にてセミナーを開催しております。また、各業界別ワーキング・グループでは、それぞれの問題に応じて全国のいろいろな地域で当局との交流が図られております。

ちなみに、この全国での活動、実際どのような地域でどのような当局と交流を持ったかというところをまとめたのがこの資料でございます。ごらんのとおり上海 I P G ベースでもこういった地域の当局と既に交流・協力が図られております。

対全国での活動の課題といたしましては、これまでワーキング・グループベースセミナー等、どちらかという一度切りということも多かったんですけども、今後は、一度交流を持った当局とどのように交流を継続していくのか、新たな活動を展開していく必要があるのかといった部分も検討が必要かと思っております。

次に、環境変化、状況変化というところなんですけれども、上海 I P G 全体会合の参加メンバーをここでご紹介したいと思います。一番左の第 1 回から一番右の第 37 回、前回にかけてこういった形で参加メンバーがふえております。本日は、残念ながら若干参加者が少ないんですけども、前回までここ数回は 120 名後半ということになっております。非常に多くの方にご参加いただいております、事務局といたしましても非常にありがたいと思っております。

また、会合に参加される方のご担当の内訳なんですけれども、下に示します赤が法務・知財担当、青がそれ以外の方ということになります。ちょうど 2 年ちょっと前、第 22 回、それまではおよそ法務・知財のご担当専門の方というのが約 4 割、そう出ない方が 6 割という状況だったのですが、ここ二、三年でその 4 対 6 というのが逆転いたしまして、なおかつ、ここ数回は実際の法務・知財をご担当されている方、または専門家の方というのが 7 割近いというような状況になってきております。こういった状況になってきますと、当然、上海 I P G の活動内容そのものもそれに合わせた内容に変えていく必要があるかと思っております。

ここで挙げられる課題といたしましては、参加者の増加、増加そのものでもニーズの幅が広がるということですから、また質的变化も合わせましていろいろな課題に対応していく必要がある。特に模倣品問題につきましては、これまで商標権侵害がメインだったんですけども、特許権侵害、意匠権侵害、または模倣品以外のさまざまな知財に関する問題に対応していかなければならないということが課題として挙げられるかと思っております。また、ニーズが高まるというのは、テーマもそうですけれども、必要となる対象の地域や当局の幅も広がってくるということが言えるかと思っております。

次に、上海 I P G を取りまく環境の変化をまとめてみました。まず一つは、今ご紹介したような参加者の変化ということが挙げられます。模倣品問題も商標から意匠、特許へ、また、その他のテーマとニーズが多様化しているということが挙げられました。これは今ご説明したとおりです。

また、2007年度に立ち上げましたワーキング・グループの活動がますます活発化しているということが挙げられるかと思えます。例えば、前回、前々回の会合等でもご紹介されました化粧品ワーキング・グループでの立法提案や、農薬ワーキング・グループでの展示会への対応、また、自動車・自動車部品ワーキング・グループで計画されております刑事保護シンポジウム等、非常に内容が活発になってきているということが環境の変化として挙げられるかと思えます。

また、対国家政府とのパイプが広がってきたということがあります。これは、特にグループ長会議の発足で各 I P G との連携も始まりまして、Best Practice Award の開催、または水際ワーキング・グループでは税関総省との対話も始まっております。また、その他にも各業界別のワーキング・グループでも、既に国家政府との対話というのが始まっております。

もう一つの環境変化といたしましては、I I P P F との連携が始まっているということが挙げられます。I I P P F ベースでも当然国家政府へ意見を具申する窓口という位置づけもございますし、国家政府とのアプローチの幅が広がる、または、I P G といたしましてこの国家政府との対話の場であるミッションに参加したり、または I I P P F と協力して中国の知財問題に取り組むというような連携が始まっております。

また、その他といたしまして、今、A S E A N、東南アジア等、その他インド、ロシア等も含めて I P G が発足しております。昨年の秋口にはシンガポールにて東南アジアの I P G の方々との連携会議も始まりまして、こういった全世界的な I P G の広がりというのも 1 つの環境変化として挙げられるかと思えます。

これらをまとめてみますと、参加者の変化によってより高度なテーマについて議論・討論・検討する母体の必要性が生じてきた。それから、ワーキング・グループ活動の活発化。これは、つまり実績が出てきた、「やればできる」というような状況になってきているというのが上海 I P G の環境の変化として挙げられます。また、国家政府とのルートが多層化してきた。それから、I I P P F との連携によって幅広い、重みのある活動が可能になってきた。それから、アジアや他国との連携によって情報収集ルートが広がってきたり、また、活動の国際化といったことが環境の変化として挙げられるかと思えます。

次に、上海 I P G の機能についてちょっと見てみたいと思えます。

模倣品に限らない知財問題の解決の流れというのは、ごらんのとおり問題・トピックの抽出から情報共有、分析・考察、活動実施して成果を測定して、ソリューション、解決策をつくり出していく、こういう一つの流れが考えられるかと思えます。これは、最近よく言われる P D C A サイクルにこれが該当するかと思えます。

これまでの活動を見てみますと、模倣品問題、商標権侵害、デッドコピーというのは、特にワーキング・グループベースで比較的突っ込んだ活動がなされておりますが、その他の権利侵害ですとか営業秘密漏えい問題、また、規制制度を初めとするその他の知的財産のトピックについては、全体会合ではいろいろな講演等をやっておりますので、情報の共有という意味では既に行われております。商標権侵害、デッドコピー、模倣問題についてはワーキング・グループ活動である程度場が進んでいるというところではございますが、この商標権以外の権利侵害の問題、営業秘密の問題、それから、各種差の他の知的財産の問題については、情報の共有から先ですね、考察・分析し、実際の活動をし、成果測定し、解決策をつくっていくというような活動が、今までの上海 I P G の活動においてはまだそこまで行っていないということが言えるかと思えます。

課題としてまとめてみますと、多様化・高度化する問題をどのようにまずは抽出していくのかと。それらの問題を分析・考察して具体的な解決策を導き出すためには、どのように専門性を確保すればいいのかということが課題として挙げられるかと思えます。

これを上海 I P G の、今のが「機能」というところなんですけれども、実際の活動項目でちょっと見てみたいと思えます。

これまでの、従来の上 海 I P G 活動は、権利侵害対策としては主に模倣品、特に商標権侵害の問題の活動をしてまいりました。で、模倣品以外の問題は一応スポット的な情報提供のみということになっております。先ほどの繰り返しになりますけれども、侵害対策については商標権以外、それから、その他のスポット的なテーマについても、これも継続的にプロジェクトとして実施すべきではないかということが課題として挙げられます。

そうなりますと、将来の上 海 I P G 活動はどうあるべきかということを議論しました結果、まず、権利侵害については商標権のみならず意匠権、特許権、営業秘密等まで幅を広げるべき。特に営業秘密につきましても、意図せざる技術流出防止策についてベンチマークし、ノウハウを I P G 内で共有するということが考えられるかと思えます。

また、その他の知財問題につきましても、例えば法改正の草案をウォッチしパブコメに対応していくと。または、例えば規制実態調査に対する対応策を検討する。これらについて専門チームを設置して活動していくというようなことが 1 つの案として挙げられるかと思えます。

こういった活動をすることで活動分野が広がり、これまで模倣品対策にはそれほど参加しなかった、ご関心のなかった企業の方が仮にいらっしゃったとして、そういった方にも活動に積極的に参加する機会が提供されるのではないかというように思われます。

次に、上海 I P G の組織の形についてレビューしてみたいと思います。

これが、非常に簡単ですが今の組織図なんですけれども、まず、上海 I P G の全体としては全体活動がある、ということになります。各ワーキング・グループでもいろいろな活動、政府に対しての活動を行っております。また、各地の I P G とグループ長会議をベースに協力して活動をしているということがあります。ここで、環境変化でも挙げましたけれども、実際に立法提案や政策提案、「できる」という実績も上がってきております。また、ニーズが多様化しておりますから、こういったことをやることも必要となってくるのではないかとということが言えます。また、これも環境変化でもあげましたけれども、I I P P F との連携が深まることによって、実際に共同活動をしたり事業提案をしたり、I I P P F が行っております専門的かつ幅広い活動に I P G として協力していくために母体が必要になってくるということが言えるのではないかと思います。ここで、運営幹事会等でも検討した結果、仮の名前ですけれども、「立法研究チーム」のようなものを設立してこれに対応していったらどうかということが案として挙がっております。

それぞれの活動主体について、実際に活動内容、機能等をここにまとめてございます。それぞれが活動する効果といたしましては、全体としては当然情報共有して認識が統一する、メンバーの皆様の知識、経験がアップしていく。そして、組織として活動を進めていくということでの影響力の拡大があるということになります。また、運営幹事会があり、かつワーキング・グループがあり、それぞれごらんのとおりの効果があるというふうにまとめられるかと思えます。また、グループ長会議では、各 I P G との連携が図られております。

ここで、先ほどご提案させていただいた「立法研究チーム（仮称）」が発足し、実際に問題抽出から実際の調査・分析・検討をし、その解決策をつくり上げていくということで、これまで上海 I P G がなかなか手が出せなかった部分、専門性の確保ができ、実際に問題解決案が提示でき、場合によっては実際の制度の改善が図られるというような効果が見込まれるわけでございます。ここが今ご提案させていただいている部分の新たな機能・効果とすることができるかと思えます。

以上で、まず、レビューがこれで終わったわけなんですけれども、ここから、これまでの課題、挙げたところを整理して、それぞれについて検討すべき内容というのを見ていきたいと思えます。

まず、江蘇省 T S B との連携フォーラムについてですけれども、これは長江デルタに広げるということが方針として決まっております。ここでは、実際に何をやっていくかというのが検

討課題として挙げられるかと思えます。

次に、A I Cや知識産権局については、こういった形で協力関係を確立して、何をやっていくかということが検討課題で挙げられるかと思えます。なお、青字の部分は既に方向性としてはこういうことをやっていくということが決まっている部分、赤字が実際の検討課題ということになります。これまでに交流のない地域、さらなる地域については、これもどこをやっていくかということが検討課題として挙げられます。

また、これまで交流のあった地域とはこういった活動をしていくかということですが、国家という意味ではB P Aは引き続き開催、また、その他の地方政府とは新たなイベント等をやっていく必要があるのかというようなところが課題として挙げられるかと思えます。

次に、専門性の確保、高度化するニーズへの対応ということでは、チームを設置すると。また、その他の取りまく環境も踏まえ、こういったチームを設置し、環境変化を踏まえて、模倣品以外への対応をしたり、I I P P Fとの連携を推進する、パブコメに対応する立法提案をするといった、さらに高度な活動をしていくべきではないかというのがご提案の趣旨でございます。

こういったことを実施することで、昨年度策定した上海I P Gの役割、模倣品問題改善サイクルの法の運用法の周知化から、さらに法の制定整備のほうまで我々の活動の幅を広げていくべきではないかということが言えるかと思えます。

以上が説明になります。最後に、メンバーの皆様へのお願いということになりますが、本日のお配りしておりますアンケート等、非常にアンケート多いと思えますけれども、ぜひ今後ともご協力いただければと思えます。また、活動への積極的なご参加、また、未加入メンバー、I P Gに参加されていない方への情報提示等もお願いしたいと思えます。そして、最後に、今ご説明させていただきました活動方針を策定するに当たってのご意見というのをぜひいただきたいと思えます。

私のほうからは以上で終わりにしたいと思います。どうもありがとうございました。

○司会 どうもありがとうございました。

最後に、アンケートの配布についてということで、先ほど来申しておりますが、前回この会合において通常のアンケートをお配りしましたところ、回収14点という過去最低の状況で非常に寂しい思いをいたしましたので、本日は、ぜひとも皆さん、お書きいただければと思えます。

ただ、今回のものは年に1回の事業実施アンケートですので、また別途メールでもお送りさせていただきますこうと思っております。

以上で報告事項を終わらせていただきますが、何かご質問等ございますでしょうか。よろしいでしょうか。

そうしましたら、幹事の皆様お席のほうにお戻りいただければと思います。

## 第2部 講演会

○司会 では、引き続きまして、第2部、講演の方に移らせていただきます。

まず、初めの演題は、マイクロソフト（中国）が取り組む不正コピー対策活動ということで、マイクロソフトチャイナのディビジョンマネジャーの原様にご講演いただきます。最後のほうは、先ほど申し上げた、コンピュータソフトウェアの著作権協会の魏様にもご協力いただく予定でございます。

それでは、原様、よろしくお願いたします。

### 講演（1）マイクロソフト（中国）が取り組む不正コピー対策活動

微軟（中国）有限公司 跨区客户服务／日企本部本部長 原 義弘氏

○原 ただいまご紹介にあずかりましたマイクロソフト（中国）有限公司クロスボーダー・ディビジョン日系企業担当グループに所属しております原と申します。どうぞよろしくお願いいたします。また、本日はIPG会合出席の機会を賜りまして誠にありがとうございます。

本日のテーマですが、マイクロソフト（中国）が取り組む不正コピー対策活動と題しまして、マイクロソフト製品にまつわりますソフトウェア模倣品の現状とその対策に関して事例を踏まえましてお話できれば幸いかと存じます。

本日は、社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会の魏様にもご支援いただき、中国の特殊事情や法的なお話などについてもご支援いただき進めて行きたいと思っております。

本日の内容ですが、最初簡単に中国IT事情、そしてソフトウェア知財にかかわる政府の動きなどをお話させていただき、その後弊社として具体的に取り組んでおります違法コピー対策の話へ進めさせて頂きたいと思っております。

中国国内では多くのマイクロソフト製品の違法コピー版が結構出回っている現実がございますが、もう一点販売チャンネルに関する大きな問題があります。マイクロソフトの名前を使ってインターネットや電話を使って模倣品を販売するという悪質な手口によって、不正規品を知らないうちに購入してしまうケースも多く報告されています。また、媒体自体を巧みに改造した高度な技術を使った例もございます。

それに対する弊社マイクロソフトの対策ですが、実際の違法製品の実態、CD-ROMやDVDへの技術的な対策につきましてもお話もさせていただきます。

また、マイクロソフトのジェネイン・アドバンテージプログラムとして中国におけるお客様への対策方法についてもふれさせていただきます。また、ロビー活動及びセールス、マーケティング活動ですが、実質的な正規版推進活動に関してもお話しできればと考えております。私現在、マイクロソフト中国の本社である北京に駐在しておりますが、中国に進出されている日系企業様をサポートさせていただく仕事としてマイクロソフト株式会社より出向にて勤務しております。中国には約2万社あると言われる日本企業様が、正規版ソフトウェアをスムーズに導入できるような環境整備がゴールとなります。マイクロソフト中国は、言葉や文化の壁から生じる様々な問題について、国を越えた高品質な販売サポートモデルを構築することを目指しておりますが、私の部門がクロスボーダーディビジョンとして中国にて日本企業担当させていただいております。

まず、最初のスライドですが、お手元の資料とともにご覧ください。

現在、世界規模で企業コンプライアンスの重要度が話題になっております。特に日本企業にとっては昨年4月から施行されておりますJ-SOX法もあり、内部統制に係るIT資産管理についても多くお問い合わせを頂くようになってきました。中国におけるIT事情を幾つかここにまとめさせていただいておりますが、中国のソフトウェア不正規版使用率が82%というBSAからの数値がございます。実際、びっくりする数字ではございますが、これが現状のようです。

最近、不正規版を使用した、セキュリティ、IT管理上のトラブルが最近頻繁に起こっています。本日はご列席の方々におかれましては、それぞれの業務、業種でのIT環境があるかと思いますが、不正規版使用によるシステムの不具合や思いがけないトラブルも想定されるかと考えられます。

こちらにインターネットの人口が中国では1.1億人という数字がございます。これは日本をすでに超えており、世界全体が10億と言われておりますので、ここでも中国の市場規模の大きさには思い知らされます。その他、携帯電話に関しては、すでに中国は4億を超える契約数となっており、ITモバイル端末として発展することが期待されています。

さて、IT市場拡大から弊社マイクロソフト製品は、様々なソフトウェアの提供方法を行っております。一般コンシューマ向けのパッケージによるもの、ハードウェア企業へのOEM契約による提供、企業包括契約などそれぞれのニーズに応じた方法などライセンス使用許諾方法には

工夫を施してはおりますが、不正規版対策につきましては、以前として多くの問題を抱えております。特にアジア新興国における状況は、BSA様調査データである82%という数字では、なおも多くの問題として考えております。インターネットやウェブサービスの普及により、今後の使用者側の使用許諾方法は変わっていくかと思われませんが、DVDやCDなど媒体を使った提供方法はしばらくの間続くと思われま

す。昨今、企業コンプライアンスが要求される中、世界経済は金融危機の影響で停滞はしているものの、中国の内需ビジネスを狙う傾向が顕著に出てきており、日本企業自体がグローバル展開を考えなくてはならず、特に東南アジア地区、中国に続いてインドなどの進出において、関連企業や取引先への企業コンプライアンスを考慮しなくてはならないのも課題となります。

中国政府の知財保護に関する取り組みですが、去年の胡錦濤国家主席来日時の日中共同声明を抜粋しましたが、知的財産保護に関する強化というようなコメントも記述されています。胡錦濤国家主席は、訪米時も、弊社元会長ビル・ゲイツとも対談しており、知財保護をテーマとした討議を5年前ですが行っています。

次に、昨年10月21日に全世界規模の違法コピー対策キャンペーンにてグローバル・アンチパイラシーデーという位置づけで開始いたしました。詳しくはこのウェブサイトをご覧くださいければ詳細情報がありますが、簡単に内容をご説明したいと思います。ポイントとしては、実際に知財向上に重要な要素として、パートナー企業との連携が挙げられます。多くのソフトウェア製品を取扱うパートナー様、ハードウェアメーカー様、エンドユーザー様、それぞれの連携強化が必要とされています。教育フォーラムの開催など、いわゆる知財に関するそれぞれの立場の方々へのモラルの向上対策が世界的に行われております。また、法執行機関ある各国政府が主催するトレーニングなど、政府機関との連携も含めて活動が行われています。中国政府機関という観点では、マイクロソフト中国はBSA会員として各地の著作権局と共同で違法コピー撲滅運動を行っております。後ほどご説明はいたしますが、中国では違法コピー版にパッチをあてると正規版がインストールされるプログラムのご提供などのキャンペーンを実施しております。

それでは次に、弊社ソフトウェア入手に関する詐欺行為の実態事例を踏まえましてご紹介したいと思います。

まずは最初に、「再バンドルされたソフトウェア」についてお話しいたします。ソフトウェアがハードウェアとバンドルされている場合、正規のものと不正規のものがあります。また、本来バンドルされてなくてはいけないものが、単体のソフトウェアのみで流通してしまうケー

スがあり、これは不正規なものとなります。このケースは使用者側として全く気付かない状況で、不正規版を使っている形になりますが、これらの多くは流通過程に発生した不正販売行為が原因となります。また、オークションサイトやスパムメールにて、キャンペーンを称して破格の価格が付けられているケースは、ほとんどが偽造品であると考えていただいてもよろしいかと思えます。

次に、「別の地域からの購入」ですが、こちらは具体的に申し上げますと日本で購入したソフトウェアを中国で使用するケースが例となります。後程ACCSの魏様からお話を頂けると思いますが、日本で購入したものを中国で使用してよい製品がどうかは、製造メーカーごとによって違います。マイクロソフトの製品に関しても、使用許諾ライセンスの形態によって異なります。日本の家電店などでパッケージで販売されているWindows製品は、日本国内のみの版權としての登録、サポートを受けられることが使用許諾書に記載されており、国外に持ち出すことはユーザーサイドでのリスクを抱えることとなります。企業で購入する際も輸出手続きや現地での固定資産として計上するかの判断が必要となってきます。ここでは、必要な手続きを行わないと不正規品として見なされるケースがありますので注意が必要となります。

次に弊社のサイト、microsoft.com以外からのダウンロードですが、Windowsアップデートなど多くのサービスをご提供しておりますが、製品に関するダウンロードは、チャンネルを経由することはありませんのですべて偽造品ということになります。

また、そのほかにハードディスクのまま販売されているケース、露店商で売られているCD/DVDなどはほとんどが偽造品となります。

次のスライドですが、代表的な偽造品の事例になります。何となく本物のように見えますが、実はこれらはすべて偽造品例です。こちらの一部だけを抜粋しておりますので、ウェブサイトをご参考にいただければと思います。

これらのCD/DVDに関しては、緻密なホログラムが施してあり、ライセンス証書などには透かしなどの細工があります。しかしながら、細部に渡ってまでの巧妙な偽造も発覚している状況もあるようです。

次のスライドでは、COA (Certificate of authenticity) というラベルをご紹介します。Windowsが搭載されているPCバーコード入りのCOAシールが必ず張られているかと思えます。安価にPCを入手した場合の多くはこのシールがない場合がありますので、正規版がどうかを見分けるひとつの手段となります。

また、これらはいくつかの種類があり、パッケージで購入した場合のCOA、大手ハードウェア

メーカー製品のプレインストール版WindowsのCOA、組み込み型のWindowsなどすべてデザインや形が異なっています。

もう1点、マイクロソフトが行っておりますライセンス認証システムとして、製品ごとのアクティベーションのプロセスがございます。こちらはユーザー登録のシステムですが、現在はネットからのアクティベーションを行い、ライセンス認証を行う仕組みになっております。こちらにつきましても弊社のデータベースに登録がされるため、正規品かどうかを確認する一つの手段となります。

本日はご紹介させていただいております情報に関しては、ほとんどが弊社ウェブサイトに掲載されている情報ではございますが、あくまでも弊社が知的財産保護対策の観点から、顧客、パートナーなどへどのように発信しているかという点でのプロセスを次にご紹介します。

まずチェックポイントの第1番目でございますが、信頼できるチャネルから購入しているかどうか。先ほどお話いたしましたチャネルの問題は非常に重要です。全世界で展開しておりますマイクロソフト認定パートナーであるかというのも一つの指標になります。中国には、それ以外の多くの販売チャネルが存在し、偽造品を取り扱うチャネルが後を絶ちません。先ほどお話いたしましたCOAがついてない製品、試用版などを平然として製品として販売するケースが最近深刻な問題となっております。

2番目のチェックポイントですが、先ほど例にあげました製品パッケージ及びドキュメントの品質です。CD/DVDの品質についても先ほど触れましたが、記載されている文字や内容などが少しでもおかしい場合は、すでに偽造品を手に入れていることにもなります。

3番目は、ソフトウェアが適正な形でライセンス供給されているかという点で、特に企業におけるソフトウェア資産管理上、登録の棚卸をお勧めいたします。先ほど一部触れましたが、ライセンス提供方法にはOEMライセンス、パッケージ製品、大中規模向け企業ライセンスなど様々なため、IT管理者がなかなか設定できない中国では、情報不足もありますが、これらを管理する体制の未整備から起こる原因不明のシステム上のトラブルが現実的に発生しています。これらを改善するために11月から始めましたGGSというプログラムにつきましては後ほどご紹介いたします。

これらの対策の一環として、使用者が被害を受けたときに、著作権侵害報告を弊社ウェブサイトまたはメール経由にて受け付けております。頂きました事象をもとに、マイクロソフト全世界規模のレベルでディスカッションが行われ、その対策が投じられるしくみとなっております。

また、中国における信頼度の高い大手販売会社については、マイクロソフト認定パートナー

または、信頼できる流通ルートから購入しているかどうかを確認していただいております。また、正規版かどうか疑わしい場合については、個別にお問い合わせいただく場合がほとんどですが、その場合はパートナー、使用者それぞれの協力のもとで実施しております。

先ほど少々触れましたが、WGAという正規版対策プログラムがあります。現在インストールされているソフトウェアが正規版かどうかを確認し、WGAキットというのを無料で入手するプログラムが提供されております。これは、日本語版、中国語版とそれぞれ各国で提供され、写真上がマイクロソフト株式会社、下がマイクロソフト中国より提供しているものです。こちらを入手するためには、現在手元にある偽造ソフトウェアと、オンラインで作成した著作権侵害の報告書、購入日、販売会社に関する情報をいただくことによって提供されるものです。このプログラムにより正規版へ変更が可能になります。

WGAのプログラムは、正規版でない製品を使い続けると警告の画面が表示され、最終的にはブラック画面となり使えなくなるというようなものでございます。これは、お客様に対する注意を促し、それをWGAキットというのを当てることによって正規版へ変更を喚起するものです。中国内では多くの報道にて多くの論議がありましたが、現在はこのプログラムを活用する企業も増えております。

次のステップで正規ライセンスへの改善プログラムで、中国ではGGSやGGWAというプログラムを活用してWindows製品に関する正規化が進められています。通常のWindows製品ライセンスよりも安価で手に入れることができるバリューから採用する企業が出てきております。過去に不正規版を使っており、日本においては過去を遡って損害賠償請求された某地方の専門学校の事例もあります。

次にご紹介いたします弊社マイクロソフト中国での知財保護対策活動ですが、LCレターという企業への注意喚起方法をとっております。3段階のコミュニケーション方法をとっており、第一段階LC1では正規版の導入チェック、棚卸しをお願いするレターになっております。弊社の登録データベース上、実際に中国における購入履歴がないケースに対し送付され、それに対して営業を通じてレスポンスがない場合は、第二段階のLC2という方法で、正規版でない場合の企業リスク等の情報を再度コミュニケーションし、それでも回答がない場合、第三段階のLCAとして、弁護士事務所を通じた催告通知を送る方法をとっています。

日系企業へのアプローチもかつては中国企業と同等のものでしたが、現在では同じプロセスではありますが、日本側とのコミュニケーションを間にはさみますので、第三段階のLCAまで行くところは少なくなっています。

私の部門では、日系企業への情報不足に起因するところも多いため、セールスマーケティング活動の一部としてLC0というコミュニケーションから始めております。これは、正規版推進活動、模造品対策の第1ステップということで、広告やウェブ掲載による活動と、パートナーを通じた情報提供を行っています。あくまでも「あなたの会社のIT資産管理体制整備はできていますか」というメッセージから、ソフトウェアの最適なアセットマネジメントをご提案する方法になります。本日お話しさせていただいた内容を総合的にチェックしていただく方法を段階的に改善してもらおうのが狙いになります。

次に、中国の日系企業様に起こった案件の事例を幾つかご紹介したいと思います。

まず一つ目が、日本で包括契約を行っている企業で、中国で使用しているながら主要国指定が中国として契約がない場合、使用許諾が確認できず不正扱いをされてしまっているケースありました。海外事業所のライセンスは、現地で追加購入をする方法と本社契約に紐つける方法とがありますが、ソフトウェアの輸出規制や中国における資産にかかわる税制など多くの煩雑な手続きがあるため、その企業の管理体制に応じた方法を専門のコンサルタントと相談することをお勧めしております。

2つ目として日本語フルパッケージを海外に持ち込んだ場合の企業資産としての取扱いです。使用許諾書では、「この製品は日本（中国）のみです」と記載されているものを中国の知財として登録ができるかどうかは、著作権局の判断になります。

3つ目は、ハードウェアのバンドル時のみに購入できるCOEMパッケージを単体で購入してしまい、不正規版とみなされるケースがあり、最近多く発生しています。悪徳な業者がハードウェアと一緒に販売したと見せかけて、実はお客様はそのハードウェアバンドルのCD媒体だけを非常に安価に買わされてしまうケースです。これに関しては、お客様から販売会社へ返品措置請求と、正規品入れかえ措置を推奨していますが、流通ルートの特定ができずに泣き寝入りのケースが発生しています。

これは、何が不適切で何が適切なのかという不透明な点が多いことにお気付きかもしれませんが、ミスコミュニケーションから起こる事象やもちろんメーカー側の責任でもあると感じております。かつて日本においてもソフトウェア違法コピー率が高かった時代もわずか15年前程度ですので、中国においてもそれぞれの立場の方々の意識改革により改善できるものと信じております。

もう一点、日本からパッケージ化されたITシステムソリューションを中国にて導入・運用、展開しているケースですが、今一度ライセンス使用許諾契約の所在を確認する必要があります。

特に中国では多くのソフトウェア輸入規制があり、暗号化製品とかセキュリティの製品は注意しなくてはならないでしょう。

ここで、社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会の魏さんをご紹介しますと思いますが、海外からのソフトウェアの輸入、中国の法律、税制などの観点で注意しなければいけないところを少しご紹介していただきたいと思います。

○魏 ご紹介いただきました社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会中国担当・魏でございます。

貴重なお時間をいただきまして、ソフトウェアライセンスの輸入についてお話ししたいと思います。その前に、ちょっとだけACCISの近年の活動を簡単にご紹介したいと思います。

まずは、セミナーを初めとする著作権意識の普及、啓蒙活動をご紹介しますと思います。2007年に中国国家版權局とWIPOが共催した中国国際版權フォーラムに、ACCIS事務局長久保田が誘われまして講演を行いました。

あとは、大連での活動のご紹介ですが、ご存知のように大連は日系企業様が多く集まるところです。現地カウントパートの大連市版權保護協会と一緒に、中国ソフトウェア交易会の期間中に、著作権を初めとするIP保護フォーラムを共催しております。

中国現地政府部門などとの交流活動をご紹介します。2008年と2009年に、ジェトロさんのご協力をいただきまして、JEXTA事業を通してACCISが20年にわたって蓄積したソフトウェア資産管理における知識・ノウハウを、大連市版權保護協会と上海市版權保護協会を対象にお伝えしました。

三番目ですが、2008年1月28日と6月22日に大連の日系企業を対象にソフトウェア正規版推進表彰活動として、大連市版權保護協会と一緒に表彰活動を行いました。大連市政府からは、この活動は大変ご好評をいただきました。同活動は今までは主に大連を中心に行っております。今後、ほかの地方にも普及させたいと考えています。

四番目。ご存知のように中国の違法アップロードがあちこちで起きています。2008年後半に日本側の権利者のご協力を頂きながら、中国の大手のウェブサイトに対して違法アップロード削除要請を行っているところです。一つのパターンとして、通知書類一式をご用意した上で、権利者から直接中国サイトに送ってもらいます。もう一つのパターンとして、弁護士事務所経由で送っております。意外と思った以上の効果を得ております。効果を深めるため、上海市版權局、上海市版權保護協会からご協力を頂きながら、上海で違法アップロード対策センターを

運営する方向に向かっています。日本の著作権者の権利を守るために、このような活動をどんどん展開してまいりたいと思います。

話は戻りますが、ソフトウェアライセンスの輸入について、非常にややこしく分かりづらいことなので、先に中国の法律をご説明します。

ご存知のように、著作権というものは私的権利ですね。エンドユーザーにソフトウェアをどこで使わせるか、いつまで使わせるか等は全て使用許諾契約書に定められております。例えば、日本でソフトウェアライセンスを買って中国に持ち込んで使えるかどうかは、ライセンス契約の中身によって異なります。ということで、インストールする前にまず契約書の内容をちゃんと確認しておいたほうがいいでしょう。

マイクロソフトのように、一部のライセンス、いわゆるグローバルライセンスでは、地域関係なく世界中で使うことができるようになっています。実は、EA、Selectはこのようなものです。例えば日本でEAライセンスを買えば中国でも有効です。ただ、この場合はライセンス輸入の問題は発生します。税関の観点では、ライセンスというのは、本質的に「モノ」と違うところはあります。海外からソフトウェア、即ちライセンスを中国に持ち込む時には通関手続を済ませなければいけません。関係する中国の法律は主に3つありまして、「中国輸出入関税条例」、「中国増値税暫定条例」、「中国消費税暫定条例」です。言い換えますと、ソフトウェアライセンスを輸入する場合3種類の税金が課されます。つまり、関税、増値税（付加価値税）、消費税です。

ソフトウェアの場合、消費税はゼロになるわけですから、大丈夫です。中国も日本もWTOに加盟しているので関税も発生しないはずですが、ただし、17%の増値税が発生しますので気をつけなければなりません。ソフトウェアを載せるメディアによって税金率が変わりますが、時間のため、ここでは詳しくはご説明できません。ご容赦ください。

ソフトウェア輸入に関わる法律がまだ普及していないので、「脱税」が多い状態にあります。中国国内で、この点について「人民網」で関係報道を見かけました。皆さんも気づかれていますところですが、税務局は無作為抽出で企業に立ち入り、財務監査を行うことがあります。その時に資産の由来を詰問しますよね。勿論、ソフトウェア資産（＝ソフトウェアライセンス）も対象に含まれるでしょう。この点についてぜひ気をつけていただければと思います。

また、販売の目的でソフトウェアを輸入する場合は、中国ソフトウェア協会（CSIA）というところに、まずソフトウェア製品登録手続を済ませないといけない規定があります。詳しくはCSIAのウェブサイトをご参照ください。私からは以上です。ありがとうございました。

○原 最後に、まとめになります。今ACCS魏さんからコメントを頂きましたが、知財保護を考える上での留意点というのをざっくり項目として並べさせていただきました。

日本と中国におけるギャップには驚かされる点は多々ございますが、企業内個人における意識の格差というのが非常に大きいと感じております。中国企業、日系企業でも総経理の意識とITマネジャーとのギャップ、根本的なモラル教育の問題、これを向上するまでには多くの時間が必要だと感じています。考え方がやはりなかなか先進国と新興国での意識の差、企業コンプライアンスの定義、中国の文化と世界規模で会話されるコンプライアンスギャップなどでしょうか？

また、地方と都市部とのギャップは大きく、上海は中国の中では一番発展していると思いますが、大変ショッキングだったのは、ある地区で、企業のコスト削減のためにITマネジャーは海賊版を導入することが企業のコスト削減に貢献したことであると考えていたり、今後の知的財産保護、モラル教育は関係者全員で考えなくてはいけないところだと感じております。

また、「物質文明社会の中国」と記述いたしました。ソフトウェアやサービスなど、見えないものに対価を支払うという意識がまだまだ低いと感じます。我々はソフトウェアという知的財産を取り扱っておりますが、まだビジネス系ソフトウェアに関してはまだしも、ゲームソフトはほとんど違法コピーがされています。中国の子供社会を中心にゲームソフトは無償だという意識です。ここでも日本との社会的意識が違っています。ローカリズムの強い中国ですが、まだまだ中国独自特有の仕事の仕方も非常に多いような気がします。

最後に、私自身中国におけるソフトウェアライセンスという知的財産ビジネス経験は、おそらく凡例として今後アジア各国にも同等のプロセスが適用でき、その重要性を感じております。

以上、まとめとして、弊社としては業界団体での共同活動を推進しており、BSA様、それから、本日ご講演いただきましたコンピュータソフトウェア著作権協会（ACCS）様と共同にて知財保護活動を今後進めていきたいと考えております。今後もIPG会員企業の皆様にもぜひご支援をいただきながら、引き続き活動を続けていきたいと。

私の内容は以上でございますが、ここでご質問を受けたいと思います。

○司会 原様、魏様、どうもありがとうございました。

それでは、まだ時間もございますので、質問をお受けしたいと思います。社名を言っていた上でご質問いただければと思います。いらっしゃいますでしょうか。

○久永 デンソーの久永でございます。ご講演下さりましてありがとうございます。

3つ質問がございます。順次1つずつ質問させていただきます。

まず、パワーポイントの最初のほうで、タイトルが「中国におけるIT事情とソフトウェア知財保護推進の状況」という資料で、右下のほうにグラフがございまして、「違法コピー等の推移」というのが書いてございますね。このグラフでは横軸が年だと思えますが、縦軸のパーセンテージが見にくいものですから、違法ソフトの割合がどの程度であるのか分かりません。このグラフは、中国の事情であると思えます、どのくらいのパーセンテージでしょうか。

○原 これは、現在、82%というのが正しい数字でございます。これは、一昨日、ACCS様の講演にて、最新の数字が82%。左のほうに78%とありますがこれはミスでございまして、82%が正しい数字でございます。

○久永 2番目の質問は、この右のほう、棒グラフの青2つが下がった状態になっています。それ以前については黄色でほとんど変化がないですが、これはどういう理由でいわゆる違法コピー率が下がっているとお考えですか。

○原 こちらに関しては、まず、中国政府、国家政府自身が正規版化をしたというところで少し下がった部分でございます。

実は、数年前から国営企業、民間企業という流れになっており、今現在は民間企業への推進活動を行っております。少しずつの改善という点で少し下がっているということだと思います。

○久永 3番目の質問ですが、私、上海に住んでおりまして、私が住んでいる家のそばでも、いわゆるWindows Vista、XPの中国語も、日本語も、英語バージョンも売られています。それから、Office Professionalの2007とか2003も、値段を聞いたところ四、五十円で売られています。

このような状況については、何か模倣品対策所と言いますか、違法コピーをなくする対策はとられているのでしょうか。あるいは、もしもとられてない場合、今後どのような対策をとられるお考えでしょうか。

○原 れは、露店でDVDやCDメディアの販売ですね。確かに実態はご経験いただいたような状況です。これは、国家レベル、いわゆる公安や地方局、政府機関にお願いしているというのが現状でございます。定期的な取り締まりを政府は行っているようですが、これはマイクロソフトが直接できるものではございません。やはり国の協力。関連団体、ACCS様やBSA様のご協力をいただいた上で推進できるかと考えております。

○司会 そのほかに何かございますでしょうか。

○保坂 三菱電機の保坂です。今日はどうもありがとうございました。

レターの送付は、マイクロソフト自体から2段階に分けてご送付され、そして最後に弁護士

さんから送付という形で、

合計3段階に分けて行っていますけれども、この3段階に分けたのは何か意味があるのでしょうか。

最初に企業から出した方がいいのか、或いは弁護士から出した方がいいのか、そしてそれぞれの効果について議論があると聞いています。

その点に関してもご教授願います。

○原 まず、これを段階的に行わせていただいている部分は、まだまだ中国での現状が、実はマイクロソフト自身もお客様の状況がプロフィールができていなくて、最初から弁護士を通したレターを送って失礼になってしまうケースというのは多々あるかと考えております。それによりLC1、LC2という段階を踏ませていただいているのが大きな理由です。

ただ、ここではお客様に対して情報提供を行う、お客様とコミュニケーションをまず最初のステップとして行う理由でのLC1になります。LC1自体がお客様のPC台数や、お客様が今現在困っていることなど、そういったコミュニケーションのラインを作らせていただくところから始めるのがLC1でございます。逆に、それにお返事をいただけない場合に関して、今後の対策のご提案として、「ITの対策をとらないとこういうリスクがありますよ」、「こういう事故が起こりますよ」と、注意喚起を踏まえたレターが2番目のステップになります。あくまでもお客様のCSを損ねないような方法を取らせていただいております。

○保坂 どうもありがとうございました。

○司会 もう1点、お受けしようと思っております。

○竹市 トヨタ自動車の竹市と申します。きょうはどうもありがとうございます。

業界が違うので、どこまで感覚が同じかわかりませんが、我々の業界でもいわゆるメンテナンスパーツ等々でも模倣品が出て苦慮している中で、やはり全体が見えないという状況で、一体どれだけやったらいいのか不明です。

そこの表を見ていますと、82%だとかかなり具体的詳細な数字が出ています。これはどういう形でこういういわゆる模倣行為を把握されていらっしゃるのでしょうか。

○原 この調査はBSA様の数字ですが、調査方法等は私のほう把握できておりません。

参考までに我々マイクロソフト中国自身が持っているデータベースに中では中国に進出している日系企業2万社のうち1万1,000社です。そのほか、9,000社というのが実はわからないところですが、この中で過去の購入記録があるのは4,000程度になります。そういう意味では日系は優秀なほうです。1万1,000社の中でも、ちゃんとITの環境を整備している会社は実は

1,000社ぐらいしかございません。ほかに関しては、業務を縮小したりとか拡張したりとか、その辺の動きというのがなかなかとれてないというのが実情でございます。そこに関しては、地道なデータベースを扱われている会社さんとか、そういったところからデータベースを購入しているというのが現状でございます。

ちょっと補足がACCSさんのほうから。

○魏 毎年の不正コピー率はBSA（ビジネスソフトウェアアライアンス）主導の調査によるものです。計算方法は、毎年PCの出荷数とソフトウェアメーカー商品、Windowsとか、Officeとかの出荷数を比較して計算される結果です。Windows、Office、CADなどのパッケージソフトは統計対象になり、組み込みソフト、業務システムなどは計上されません。

○司会 あと1つだけお受けできるかと思えますけれども、いかがでしょうか。どなたかご質問のある方いらっしゃいますでしょうか。よろしいですか。

そうしましたら、原様の方に拍手で御礼を申し上げて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。

○原 どうもありがとうございました。（拍手）

○司会 では、休憩に入らせていただいて、5時10分から再開して、旭化成様のご講演をいただきます。

（休 憩）

○司会 ……中国知財活動の紹介ということで、坂元様よりご講演をちょうだいします。

坂元様、よろしく申し上げます。

講演（2）旭化成の中国知財活動の紹介

旭化成株式会社知的財産・研究基盤部知財交渉グループ長 坂元孝至氏

○坂元 バックにいい音楽がかかっていますが、旭化成の坂元です。きょうは、このような機会に招いていただきまして、上海IPGの運営幹事の皆様、宮原さん初めジェトロ上海の方に感謝いたします。

我々旭化成は、こういう場で中国の知財活動を紹介するには、まだまだ稚拙と言いますか未熟な会社でございます。ようやく中国での企業活動も活発となりまして、徐々に知財の問題が――、もともと多分起こっていたんでしようが、ようやく把握できてきたというような状況で

す。で、いろいろ苦労されてきた先達の企業様に情報をいただきながら何とか知財対策をとっているというような状況ですので、そういう意味で、きょうは旭化成の活動を紹介させていただきながら、皆さんからいろいろご指導をいただければいいかなと思っています。

また、旭化成、まだ中国に専任の知財の組織とか知財の専任者は置いておりません。ということで、ここには恐らく現地に駐在されながら生々しい事例に対応されている方が多いかと思えますけれども、きょうは、東京の本社のほうでの知財活動で、中国の知財活動をどのようにマネージしていると言いますか、そういう観点でお聞きいただければいいかなと思います。

それでは、きょうの内容ですが、これですので、旭化成の簡単な紹介と知財戦略の紹介をさせていただいて、具体的なこちらでの知財活動としまして、模倣品以外ということで、今回は現地の工場での先使用权の保全手続、それと、ボーニン商標出願への対応として異議申立と模倣品対策をパッケージで行った事例、この2つの事例を紹介させていただきたいと思います。後半の2つの紹介のほう、皆さん興味おありかと思えますので、前半は簡単に紹介させていただきます。

旭化成の紹介ですが、こういう形で理念は、「技術で命と暮らしに貢献する」ということで、冒頭のソニーさんのような格好いい理念とはちょっと違いますが。売り上げ1兆6,000億くらいの規模の会社です。

旭化成の特徴と言いますと、これは会社の中にいるとなかなか感じないんですが、非常に事業が多岐にわたっているということで、通常のケミカル、化学系のものから、ヘーベルハウスという住宅あるいは通常の医薬品、さらにメディカル・デバイスのような医療機器、さらにはもともとのオリジナルであります繊維から、エレクトロニクスもいわゆるLSIから液晶とかの材料に使われる電子材料まで、非常に多岐にわたっているというのが旭化成の特徴かと思えます。

したがって、知財活動も1人の知財担当者がLSIを扱ったり、サランラップ扱ったり、あるいはポリマーのプラントの知財戦略を立てたりと、そういう形をごくごく我々の知財部の中では普通にやっているというのが状況です。商品もこのように、横軸が川下・川上だと思えますが、川上のケミカル製品から、川下の住宅から医療機器まで、あるいはサランラップといったものまで、知財担当者もこのように川上の知財対策から川下の知財対策を担っているというところが特徴かと思えます。

非常に簡単ですが、旭化成の事業の紹介で、中国での拠点の紹介ですが、これも旭化成の事業の多様性を写してしまっていて、非常に多種多様な製造拠点、といっても大きくは6カ所程度で、

この華東地区に集中しております。

例えば何通のソーシャルネット系の樹脂の硬化剤の製造、ここはデュポンとの合弁になりますが、エンジニアリング・プラスチックの製造です。蘇州ですと、ここはいわゆる電子材料、プリント配線板の感光性レジストの製造工場、こちらに行きますと、どちらかというところとスペシャリティー・ケミカルで、水処理槽に使う水処理モジュールの分離膜の組立工場であったり、医療機器である人工腎臓の組立工場、さらには繊維のこれはポリウレタン弾性糸の製造工場であります。こういったように非常に中国での製造拠点も多種多様にわたっている、そのような特徴があるかと思えます。

それら非常にバラエティーに富んでいるこういった工場群の知財対策、知財管理を日本の東京のほうの知財のほうでやっているという形になります。

これは、先ほどのクンシュウにありました分離膜工場で作っているものの、もしかしたら見られたこともあるかと思えますが、新聞の一面広告で何回かやらせていただいているものです。以前は、旭化成の「化」の字、化けるという字を2つに分けて「イヒ」ということでちょっと軽いコマーシャルを打っていましたが、最近は王道的な感じで、これは多分中国でロケしたらしいんですが、干上がった湖に舟があって、老人が釣竿を垂らして、「水の星ふたたび」ということで、これは中空糸のモジュールです。これは断面なんでこれですが、縦にストロー上の中空の糸、中空様糸、我々「糸」と呼んでいますが、糸の側面が非常に微細な穴があいていて、そこが膜の働きをして水をろ過する。汚水をろ過したり、浄水のろ過に使ったりというようなもの。こういったのを現在製品として持っております。これは、クンシュウの工場で作っているものでございます。

以上が旭化成の本当に簡単ですがさわりで企業の紹介をさせていただきまして、次に知財戦略ですが、特徴としまして3つ挙げさせていただきました。

我々、とにかく知財活動の根底は、特許管理の要諦は特許情報だということで、特許情報調査の徹底。あと、とにかく知財というのは成果の権利化ですので、その徹底と、特に意識しているのは特許出願かノウハウかの峻別、これはもう必ずきちんとやるということになります。あと、パテント・リエゾン活動、これはもう30数年パテント・リエゾンと社内で言葉が確立してしまっていて、これで現場の発明・発掘から現場での知財対策までということ。

ソニーでは、発明者が創業者ということで、我々、もともとの企業の成り立ちがヨーロッパからアンモニアの製造方法の特許を買ってきてというところで、経営トップの知財に関する認識が非常に高いと思っております。そういう意味で、非常に知的財産活動しやすい環境の中

で我々活動させていただいています。

簡単に体制ですが、旭化成、持ち株会社で事業会社、各ケミカルズとか繊維とか住宅の事業会社と持株会社がありますが、一応こういった事業会社を担当している知財部員はすべて持ち株会社の中に属して、例えば1人の人でもケミカルズとホームズを担当したりとか、そういう形である意味会社は事業会社に分社化されていますが、知財は比較的一元管理で機能しております。そういったことで、こういった中国問題についても、余り事業分野にとらわれず活動することができております。

簡単に中国での出願件数等々ですが、当社、大体日本での特許出願件数が千数百件規模、化学会社としては、当然電機メーカーさんと比べて一けた違う数とはなりますが、こういった規模の出願件数で、昔は当然のことながらアメリカ、欧州といったところの出願が多かったですが、最近中国がやはり海外の中でも一番多い。大体1割程度が海外出願で、ほとんど中国には出願されているというような状況です。恐らく、知財の専門家の方ですと、知財の規模ということで大体千数百件ということであれば、大体の人数、その他活動の規模というのがおわかりいただけるのではないかと思います。

このように、海外の出願もふえてきているということで、「現地に駐在員」と書いていますが、どちらかという知財の研修みたいな位置づけです。どこの会社さんでもそうかと思いますが、初期はアメリカに人を置いて、アメリカの特殊な知財制度を勉強するという形で進めてまいりましたが、やはり2000年あたりからアメリカだとなかなか訴訟等起きませんが、ヨーロッパは比較的訴訟も多発する、さらにやはりヨーロッパ特許庁の域制度というのが、各国域がなくなっている状況では特許性を判断すると言いますか、その1つの主戦場となってきたというような位置づけでロンドンですとかミュンヘンに駐在を置き始めております。

で、2006年から、やはり中国も重要ということで、中国に「駐在」と書いてありますが、半分語学研修と実務研修というような形で人を置いている状況です。中国では、2006年から1人目を送っております。この最初のケースは、日本で夜間の中国語学校に行ってもらって、半年間復旦大学で語学をして、その後半年は上海の特許事務所で研修を受けながら、また語学の勉強も継続しながらということで、ここに写っているのがその1期目の卒業生で、彼がこの後紹介させていただく先使用権の保全の手続ですとか商標への対策等々を実際に切り盛りしてきたということで、この研修、2006年からスタートして本当によかったなと思っております。

以上が旭化成の会社概要と知財の説明で、ここまではお手元の資料にありましたが、これからはこの画面のほうでやらさせていただきますので、画面のほうに注目していただくということ

で、知的財産活動の紹介の前にキャンペーンモデルをご紹介させていただければと思います。

これが、歴代の、余り大きくしますといろいろ問題があるかと思いますが……。第1代がアグネス・ラム、松嶋菜々子も実は旭化成の水着のキャンペーンモデルでした。本人は最近はやったがらないというような経歴です。で、2004年からは日中Wキャストということで、中国でも選んできています。日本人の方と中国人の方を2人ずつ、ずっとことしのモデルという形です。これは、ホームページのほうに詳しく載っておりますので、興味ある方はぜひお願いいたします。

それでは、旭化成の中国の知財活動ということで、きょうは2つ、先使用権の保全手続と放任商標出願への対応ということでお話しします。

まずは、保全手続のほうですが、なぜ中国の製造拠点、これすべてデュポンとの合弁以外は独自の製造拠点ですが、そこで先使用権の保全手続をしたのか。本社主導でやったんですが、その経緯、目的等、あと、実際どうやって繊維使用権保全手続を行ったかというところをご紹介します。

……（テープ交換）……織ってない布ということで不織布、あるいは最近紙袋のようなかわりにも使われているかと思いますが。不織布からなるもので、日本ですとこの材料が属する類が24類、材料として不織布が挙げられている類が24類と、あと、これは、クリーンルーム用の油ふきんですので、ワイパー等が入る清掃用具の21類、これを出しておけば十分ということで、中国でもこの24類と21類の商標を持っております。

ところが、まさしく我々の当社のこれを模した出願が見つかったと。で、これが16類出されていたということで、16類の指定商品、衛生紙ですか、何と読むのかちょっとわからないですけども、紙という区分で出されたということです。

これ、中国で若干区分が違いまして、この結果調べてみてわかったんですが、どうもワイパー、本来これもワイパーですので24類のほうに分類されるはずなんですが、どちらかという材料重視ということで、中国だと紙であればワイパー紙というのは16類に分類されているというのが、これを見て気づきました。ということで、16類に出願されてしまったという例です。

社内ではもちろん不織布という材料もカバーする21類、あと、ワイパーをカバーする24類の商標を持っていますので、別に無視してもいいんじゃないかというような話もあったんですが、いろいろ現地の弁護士等々のご相談した結果、やはり不織布——、不織布というのはある意味紙、紙というのも繊維をすいてつくるわけですから織ってない、ある意味不織布ですので、非常に紙と不織布というのは見た目が近いんで、この商標出願人が仮に不織布を出してこれが紙

であるということになれば、やはり正当な使用となるのではないか。

あと、さらには、我々の商品が不織布なんです、布なんです、見た目は非常に紙に近いということで紙だとして、場合によっては商標侵害と、この16類の商標侵害となるのではないかと、この16類の出願が商標使用ができる。さらに、当社が商標侵害になってしまうんじゃないかと、やはり異議申立てをしようということになりました。

異議の理由は、やはり通常どおり周知・悪意ということで、周知の方は、これはもう皆さんの方がご存知かと思いますが、こういったさまざまな使用の証拠とかで、これはやはり社名商標で苦勞された方からいろいろお聞きしたところ、こういったユーザーとか業界団体から非常に周知であるよという何かレターのようなものが非常に有効だということで、その辺は使わせていただいております。

で、これと悪意の主張というのは、通常は全く同じで、ベンコットというのはもともと意味がない言葉ですので、悪意があるんじゃないかという主張になるわけですが、何かもっと有効な手段ができないかと思っていましたら、どうも出願人が模倣品を製造しているんじゃないかという情報をつかみまして、この模倣品が摘発できれば、この事実も異議に使えるのではないかと、調査会社と協力しまして模倣品摘発を行った。その結果、こういった形で模倣品摘発に成功することができました。

通常の模倣品摘発といいますと、販売のほうからつくっているところへということなんです、今回の場合は、異議申立人の情報を頼りに、その異議申立人の情報の住所ですとかそういうことを頼りに、模倣品行為を見つけてそれを摘発しと。実際、過去このベンコットという商品、何回か模倣品摘発はやっていたんですが、その過去の中でも最大という思わぬ副産物まであったんですが、過去最大の摘発もできたし、異議申立てのほうも悪意の証明のところに非常に強力な証拠をつけることができたというような事例でございます。

以上で、当社の2つの知財活動の事例、紹介させていただきました。今話した内容は、1つは当社の全体的な中国の知財戦略という意味では、去年の『化学経済』の2月号に弊社の、旭化成の知財部長とその第1代の中国留学のカサイの共著で論文を出していますので、読んでいただければと思います。

また、この先使用権のほう、詳しいお話をこの『パテント』の6月号でやはりカサイの論文を掲載しておりますので、もし詳しくお知りになりたいければ、こちらのほうを読んでいただけたらと思います。

どうもありがとうございました。

○司会 坂元様、どうもありがとうございました。

それでは、ご質問をお受けしたいと思います。

○松島 コニカミノルタの松島でございます。貴重なお話、どうもありがとうございます。

私の質問は、御社の体制（持ち株会社制）に関連して2点ほど有ります。1点目は、特許出願の名義ですが、これは各事業会社が出されるのか、それとも持ち株会社なのか、それがまず1点。2点目は、研究開発の役割分担です。研究開発には、基礎研究、応用研究、製品関係研究がありますが、それは全部事業会社がやるのか。

又は、例えば、中央研究所なるものがある、そこがある部分を担当するのか、その辺をお伺いしたいと思います。

○坂元 出願のほうは、これは各事業会社でやっていますので、当然、先後願の問題が起り得るんですが、知財部が、先ほど説明したとおり、持ち株の中に集中管理しているというところで、そこは担当者間で連絡を取り合いながら何とかクリアーしていこうと。比較的そういうところも風通しをよくするということで対応しております。

研究開発のほうは、基本的におっしゃるとおり、事業に直結する部分は事業会社の負担で、コーポレートはコーポレートで一応研究所は持っていて、そこで基礎的な研究はコーポレートの費用でやっているという状況です。ということでよろしいでしょうか。

○司会 そのほかに何かございませんか。

○竹市 トヨタ自動車の竹市でございます。ありがとうございました。

商標の話で、最後に差し押さえができたということでよかったんですけども、まだ異議が成立してないという状況ですと、ひょっとしたら相手方としては、出願中の商標の使用に当たるという等々のいろいろなディフェンスがあるんじゃないかなと思います。さらに、差し押さえ実施機関がが工商局なのかよくわからないんですけども、差し押さえ現場でその辺の非常にプロフェッショナルな商標分類の議論について、本当にどこまでわかってもらえるのかなと思いました。そういう意味では今回の差し押さえについて、簡単にご紹介いただきましたけれども、結構大変だったんじゃないかなと思います。その辺のところはいかがだったんでしょうか。簡単にできるようなものなんでしょうか。

○坂元 タケウチさん詳しいですね、ありがとうございます。

詳しいことは、懇親会のほうで実際にやった者から説明させますが、確かにおっしゃるとおり、相手方も出願中の、抗告中の商標を持っているということで、その反論はあったということです。そこに対しては、調査会社のほうで事前に、そういう場合であっても摘発ができると

というような何かが出ていたんですよね、たしか……。それを持って行って、それを公安のほうに見せて、説明して、やってもらったと。相手方が持っていてここは当社の商標権の侵害とということを説明したということだったというふうに理解しているんですが。

○笠井 旭化成の笠井と申します。

この案件なんですけれども、実際に今ご質問のあったとおり、摘発の当日に出願人のほうから、「我々は16類の立派な紙というもので出願している」と。だから、何で摘発されなきゃいけないんだというようなどうも抗弁はあったようです。ただ、そこ後のやり取りが、私たちも現場に立ち会っていたわけではないので、調査会社からのコメントにはなるんですけれども、実際に、中身自体が紙なのか布なのかというような話をし始めたら、それは実際には摘発を躊躇するということもあるかとも思うんですが、これは実際広東省のA I Cのほうで、P S BではなくてA I Cのほうで摘発をしてもらっているんですけれども、実際に理屈づけというところはちょっと難しいんですが、少なくとも弊社の不織布という24類と21類の権利侵害を間違いなく構成すると。で、相手方は、少なくともまだ出願段階であって、まだ異議申立段階であるということは、全く権利としては何も持ってないというような状況だということも工商局のほうからコメントがされたということです。

そういった観点から摘発に成功して、摘発後もこちらの出願人、いわゆる模倣業者のほうからも特に摘発に対する異議申立だとか、そういったことは起きてないということで、今ご質問のあったようなシチュエーションはこの案件でもありましたということです。

○司会 そのほかにご質問ございますでしょうか。

○久永 デンソーの久永でございます。ご講演ありがとうございました。

聞き違えたかもしれませんが、公証人の方を2人立てて公証の手続を行ったということですが、なぜ1名でなく2名の公証人を立てて手続を行ったのか、その理由を教えてください。

○坂元 それは、こちらからの指定ではなくて、公証人側のそういう仕組みだというふうに公証所から、必ず1人ではなくて2人でやらせてもらうという公証所からの……。

○久永 このような手続については公証人が2名要るということですか。それとも、あらゆるこの手の公証手続には2名要るということですか。

○坂元 これ以外の手続でどうかというのは、ちょっとわかりませんが、少なくとも我々が依頼した手続については2名で行くということで、すべての工場、2名来ております。

○久永 わかりました。ありがとうございました。

○司会 まだもう少し時間がございますので、ご質問がございましたら挙手をいただけますで

しょうか。

○石川 YKKの石川です。貴重なお話、ありがとうございました。

先使用权確保の証拠保全の部分ですが、その中で、特許法ではその時点の部分で確保できますが、増設部分には疑問がつくかと思えます。その中で、証拠資料にも入れていたと思えますが、生産規模と生産量についての資料を入れましたと。あとは、撮影時に増設部分はこのように行いますよということをしたと思えますが、資料については社内資料だと思いますが、実際に何か問題が起きた際に、その社内資料に基づいて、うちはこの時点でこれだけの生産量がありました、生産規模も機械が何台ありました、という形で、証拠として利用し、どこまでできるかについて疑問があるんですが、その辺りはどのように理解されておりますでしょうか。

○坂元 そうですね、生産量、生産規模というのは、当然工場の出荷記録ですとか運転日誌のようなもので、例えばここですと、そんなにここは何本も1日につくるところではないんですが、水処理もジューロを何本つくったというような記録等、実は出荷のほうの記録等々も合わせて、そういう複合的なやはり証拠で生産能力、生産規模をしっかりと押さえておかなきゃいけないということで、このやはり生産量に関する部分は、実際の生産量だけじゃなくてその周辺の証拠もなるべく少しでも客観性を担保するよということを入れてました。

ただ、それでもしよせんはもちろん内部的な資料が多くなりますけれども、それでだめだったらもうしようがないかなというところかと思うんですが、ただ、やはりここが当然先使用权、実際もし箱をあけて裁判の場であるということになると、生産量というのが非常に重要になると思いますので、ここは特に……。日本ではこの部分は注意して資料等を入れることは余りないかと思うんですが、特に中国の場合は、なるべく多面的な、ですから原材料の入手の購入量とかももちろん入れてありますし、そういうところから何となくストーリーができるような形で入れるようにはしておりました。

○司会 もしございましたら、最後に1つだけお受けしようと思いますが、何かご質問はございますでしょうか。よろしいですか。

それでは、もう一度、坂元様に拍手をいただければと存じます。どうもありがとうございました。（拍手）

それでは、これもちまして第38回の上海 I P G 会合を終了させていただきます。6時からいつもと同じ場所で懇親会を行いますので、参加される方は移動いただければと思います。

どうもお疲れさまでございました。（拍手）