2017年度　インターネット対策専門委員会
成果報告

『タオバオ・アリババ以外のISPの
知財保護の研究及び改善提案』

２０１８年3月１９日

中国ＩＰＧ　インターネット対策専門委員会

伊藤隆（ブラザー中国）

0．委員会メンバー

1.NTN（中国）
2.カシオ（中国）
3.京セラ（中国）
4.資生堂（中国）
5.ソニー（中国）
6.大王南通
7.トヨタ（中国）
8.ニコン（中国）
9.日産（中国）
10.パナソニック研究開発（中国）
11.ピジョン（上海）
12.日立（中国）
13.ブラザー（中国）
14.本田（中国）
15.ユニ・チャーム（中国）
16.YKK（中国）

社名略称　五十音順

１．現状認識と課題

知財侵害の実態、知財保護制度に関し：

2015年度以前 淘宝网 Taobao.com 阿里巴巴 1688.com **を調査・研究**

2016年度 京东 JD.COM WeChat **を調査・研究**

意見交換・改善提案

改善あり？

他のISPは？？

2．調査目的

知財侵害の実態、知財保護制度に関し：

の継続調査・研究、意見交換・改善提案

の調査・研究、意見交換・改善提案

知財保護制度の改善、知財侵害の減少

3． 調査研究方法

JD.COM 京东、WeChat に関し：

・前回意見交換会時の改善提案項目の継続調査
・前回意見交換会時の先方からの提案項目の調査

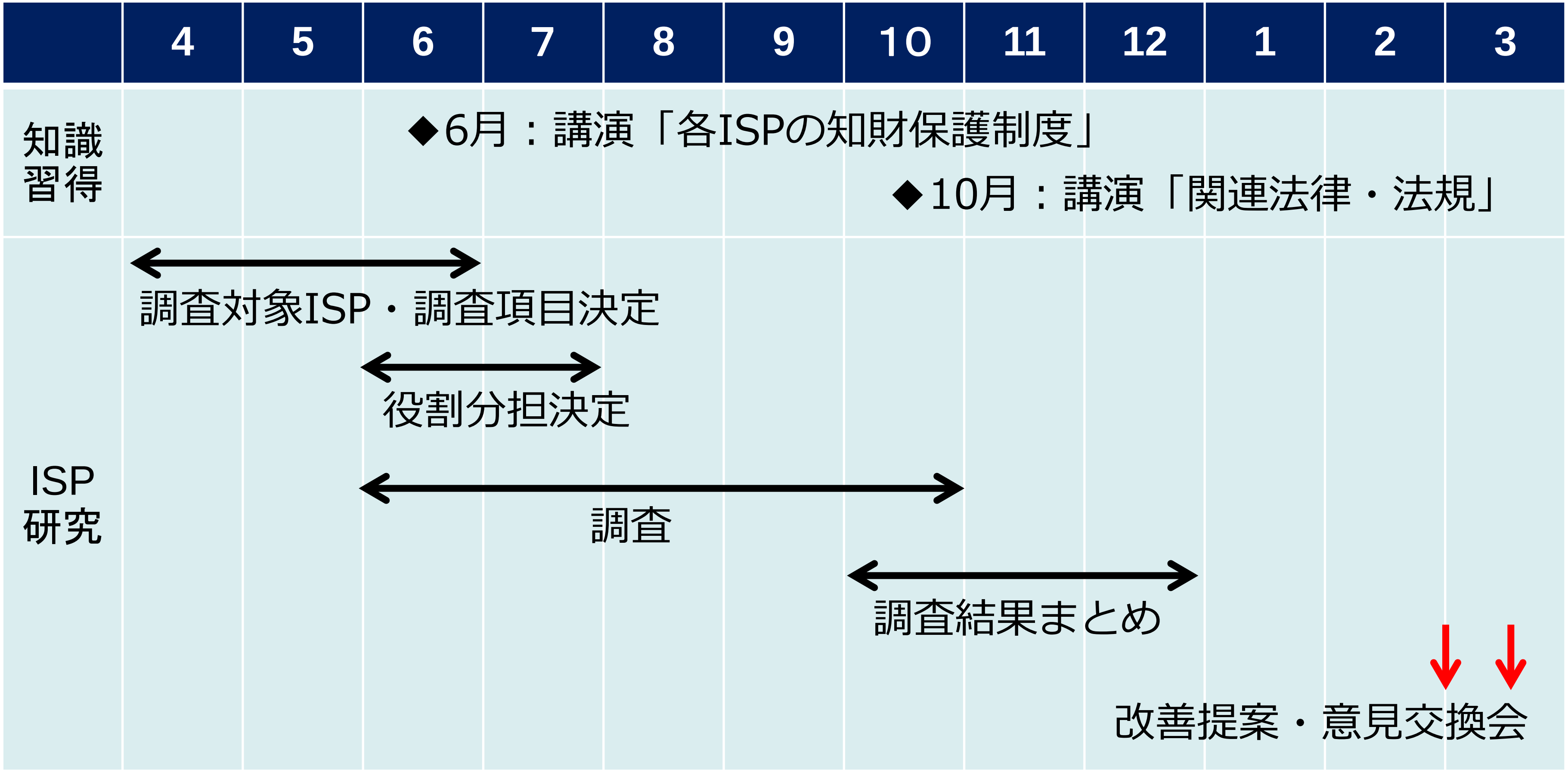
亚马逊 amazon.cn、1号店 に関し：

・知財保護規則の理解
・侵害実態調査、及び、侵害是正の申し立て

各ISPの知財保護制度、関連法律・法規に関する講演を受講

4．研究に基づく成果

活動実績



京東の調査結果の例

・画面判断で模倣品と判断できる非生産品の販売についても、店舗閉店させるためには、公証購買し、鑑定書を提出しなければならないことが再確認された。

・権利者から画像を提供し、京東の画像比較システムにて検索いただいた。結果、授権店舗を除く約７０%の商品販売ページにて、画像盗用が確認された。

・京東が模倣嫌疑品を試買し、権利者が鑑定を行う、鑑定協力プロジェクトが存在することが分かった。

・画像の著作権登録の審査が厳しくなった可能性がある。

4．研究に基づく成果

京東との意見交換会

日時：3月1日 9:00-12:00

場所：京東ビル（北京）

内容：

・当委員会より、研究結果に基づく要望について説明した。

・京東ご担当者より、要望に対する回答、京東の知財保護に対する取り組みを説明頂いた。

・当委員会より、真贋判定の講演をし、サンプル展示会において、真贋判定のポイントを説明した。

4．研究に基づく成果

WeChatの調査結果の例

・ブランド保護システムにおいて、ブランドと関係の無い申し立ての件数、割合が減少傾向にあるように見えた。

・ブランド保護システムにおいて、申し立て成功となる場合と失敗となる場合の判断基準が不明である。

・馳名商標キーワードプロテクションにおいて、普通名詞であって、本来ブロックされるべきでないアカウントの作成もブロックされてしまうとWeChat側で判断された場合は、キーワード登録できないことが分かった。

・馳名商標キーワードプロテクションにおいて、非類似商品・サービスに関するアカウントもブロック対象となるか不明。

４．研究に基づく成果

テンセントとの意見交換会

日時：3月14日 16:15-18:00

場所：T.I.T創意園テンセントビル（広州）

内容：

・当委員会より、研究結果に基づく要望について説明した。

・テンセントご担当者より、要望に対する回答、WeChatの知財保護に対する取り組みを説明頂いた。

４．研究に基づく成果

Amazon中国の調査結果の例

・他のＩＳＰと比べると、知財保護規則に関し、詳細が開示されていない。是正の対象や処罰の対象となる知財侵害行為や、是正や処罰の内容が不明。

・商標不正使用が確認された。申し立て後、是正された。Amazon中国で是正対応したのか、出店者が自主的に是正したのか不明であった。メールで問い合わせし、しばらくした後、対応済との連絡があった。

・意見交換会は実現に至らなかった。

1号店の調査結果の例

・知財保護規則は開示されていることが確認された。

・商標不正使用、模倣品販売が確認された。申し立て後、是正されたが、規則に従って、是正、処罰が行われているか、不明な点があった。

・商品写真上における商標突出使用に対しては、申し立てするも、合理的な使用であるとして、是正は行われなかった。

・意見交換会は実現に至らなかった。

5．実務への提言

いずれのISPにおいても、知財侵害が発見された。しかし、ISPによって、知財保護制度は異なっている。その違いを理解した上で、必要に応じて侵害是正の申し立てを行う必要がある。

WeChatについては、プライベートアカウント間で行われている模倣品取引は、外部から伺い知ることができない。その被害の程度を数値化することはできないが、必要に応じて、ブランド保護システムに加入して実態を把握するのも一考である。

以上