

2020年度 模倣品対策委員会 成果報告

『オフライン及びオンラインの知財保護の 研究及び改善提案』



2021年3月12日

中国IPG 模倣品対策委員会
野々山律男(電装(中国)投資有限公司)

0. 2020年度 模倣品対策委員会の概要

1. 委員会の概要

(1) 背景

- ・模倣品被害が多数確認されるECサイトでの知財保護について研究し、プラットフォームとの交流を引き続き希望するIPG会員が多い
- ・現在オフラインでの模倣品対策を検討する専門委員会がなく設置が望まれていた
- ・オンライン/オフラインを連携させたO2O対応を検討したいという要望もあり

(2) 概要

チーム名	議論内容	参加企業数 (重複参加あり)
オンライン	ECサイトに関する課題/要望抽出、ECサイトとの交流等	18社
BP/課題検討	O2O(オンラインtoオフライン)等	12社
取締当局交流	税関対応に関する課題/要望抽出、税関との交流等	12社

(3) 委員会メンバー

爱普生（中国）有限公司	松下電器（中国）有限公司 広州分公司	Linda Liu & Partners Shanghai Office	三菱電機(中国)有限公司
三菱マテリアル(株)	三菱重工業（中国）有限公司	尼康映像儀器銷售（中国）有限公司	KYB株式会社
貝親管理(上海)有限公司	日立（中国）有限公司	豊田汽車（中国）投資有限公司	兄弟中国商業有限公司
ヨネックス株式会社	日産（中国）投資有限公司	啓源国際特許商標事務所	富士施乐(中国)有限公司
北京天達共和法律事務所	日本技術貿易株式会社	電装(中国)投資有限公司	迅銷（中国）商貿有限公司
本田技研工業（中国）投資有限公司	オムロン（中国）有限公司	カシオ(中国)貿易有限公司	索尼（中国）有限公司
ヤマハ発動機株式会社北京事務所	富士電機（株）北京事務所	日東電工(中国)投資有限公司	東陶（中国）有限公司

順不同

1. 現状認識と課題・調査目的

【現状認識と課題】

模倣品対策活動の課題は以下の3点に分類できると考えている。

1: 模倣品対策委員会の参加企業の知見で検討/解決できる課題
税関交流をどのように行っているか? 各社の摘発実績の共有等

2: 外部との交流を通じて解決できる課題

個社では交流しにくいECサイト(拼多多等)に対して、模倣品対策委員会として交流会を企画

3: 個社の努力では解決できない課題

税関で摘発した場合、輸送業者名は分かっても、本当に模倣品を発送した業者が分からない



**各社が抱える課題・解決方法を共有し
参加企業の模倣品対策のレベルアップを図る**

2. 研究に基づく成果

外部との交流

■ ECサイト

- ・ 微信との意見交換会(12月)

参加者:15社

- ・ 拼多多との意見交換会(1月)

参加者:16社

- ・ 抖音との意見交換会(3月→先方の都合で中止)

■ 税関

- ・ 杭州/寧波税関の交流会(3月17日予定)

参加予定者:10社

2. 研究に基づく成果

交流形式

■ ECサイト

- ・ECサイト側から模倣品対策活動の説明
- ・事前送付した質問事項に基づき意見交換を実施

■ 税関

- ・事前送付した質問事項に基づき意見交換を実施

(中文版)	(中文版)
问题8: 关于在海关黑 以前听说, 权利人可 过去在海关被查扣的 ホワイトリストと同 と聞いたことがある をブラックリストと	问题7: 关于行邮渠道查获侵权货物 根据18年以后的统计数据, 行邮渠道的查扣次数占全 , 没有印象海关要求权利人判断行邮渠道的嫌疑货物 1) 实际业务上, 行邮渠道的嫌疑货物是怎么处理? 体 2) 如果用职权对应的情况下, 查扣的比例是大概多少 18年以降、手荷物・小口郵便での摘発(ロット数)回数が全 いと理解しています。ただ、税関から権利者へは貨物に は来ているが、手荷物・小口郵便の真贋判定依頼が来てい 1) 手荷物・小口郵便はどのように処理されているのでし なしで職権で対応しているのでしょうか？ 2) もし職権で対応している場合、差止をしている割合は か？

4、Wechatによる自主対策及び情報提供について

質問③

Wechatユーザーから権利者に、ユーザーの朋友圈で模倣品が販売されていると連絡が入ることが多発、しかし権利人としてどうやってWechatプラットフォームで販売者情報入手できるか知らないため、対策しにくいです。

権利人が要求した上でWechatプラットフォームが権利人ブランドの商標を販売しているIDなど情報を提供していただけますが、そこから模倣品販売しているかどうかを区別して、対応します。



9/10

2. 研究に基づく成果

模倣品対策委員会内での議論

議論内容(一部抜粋)

- 各社の知見を共有して検討/解決できる課題
- ECサイトとの継続的な交流が必要な課題
- 個社の努力では解決できない課題

項目	議論内容
税関関係	税関との交流回数と摘発回数との関係(税関との交流方法)
	税関が発表している摘発状況の分析
	税関で摘発した場合に、輸送情報から上流に遡れるか？
	中国外の税関で摘発した場合に、中国の上流に遡れるか？
	各社の税関摘発状況の共有
O2O関係	各社の各ECサイトに対する印象の共有 → アリババ、京東、拼多多、微信、抖音
	商標以外で投訴した場合の成功事例の共有
その他	複数回摘発の厳罰化希望
	地方保護主義に対する対応

3. 積み残された課題

1: 模倣品対策委員会の参加企業の知見で検討/解決できる課題

→ 得られた知見の共有化

2: 外部との交流を通じて解決できる課題

→ 各ECサイトとの継続的な交流会の実施

3: 個社の努力では解決できない課題

→ 白書への提言を通じたロビー活動等、解決方法の模索