

発行：2010年6月

韓国IPG事務局（JETRO ソウル・センター）

韓国IPG

Information

目次

< 韓国IPGの活動 >

- 第2回IPGセミナー 1頁
- SJC知財委員会
(今年度建議事項の提案) 2頁
- 今後の活動 2頁
- ご利用ください！ 3頁
- 第2回IPGセミナー 4頁

< IPを知ろう。>

- 韓国IPニュース 5頁
- 「新知財最前線は今」 6頁
(ワニの商標は誰のもの？)
- 韓国報道→日本語訳 7頁
(中国の偽物「山寨」)

韓国IPG事務局

日本貿易振興機構（ジェトロ）
ソウル・センター知的財産チーム

電話 / 02-3210-0195
e-mail / jetroiprseoul@gmail.com

榎本吉孝（エノモト・ヨシタカ）
曹 恩実（チョウ・ウンスル）
趙 乾東（チョウ・ゴントン）

韓国IPGの活動

● 『第2回韓国IPGセミナー』を開催しました。

日時：6月15日

午後3時～6時

（6時より交流会）

会場：ロッテホテル36階

アストルーム

参加者数：56名



❖ 開会の挨拶	SJC知的財産委員長	佐々木 慶弘 氏
❖ 模倣品対策事例	韓国ダイワ精工(株)	阿部 孝一 氏
❖ ポケモンコリアの 模倣品対応について	(株)ポケモンコリア	長谷川 裕史 氏
❖ 2010年度YKK偽物対策活動	YKK KOREA(株)	朴 駆禹 氏
❖ 上海IPGについて	YKK(中国)投資有限公司	石川 芳明 氏

セミナーでの講演内容については、次号にニュース記事として掲載予定
(本号の第4頁に、関連情報を掲載しています)

現在のメンバー登録 / メンバー：22社
協力メンバー：12社

韓国IPGへのメンバー登録

www.jetro-ipr.or.kr/admin/files/IPG_mem.pdf

事務局より

第1号の「韓国IPG・Information」です。模倣品対策の情報を中心に、韓国の知的財産に関する情報と、韓国IPGの活動状況を韓国IPGメンバー（韓国）、韓国知的財産ネットワーク（日本国内）のメンバーにお知らせして参りますので、応援よろしくお願ひいたします。

「韓国IPG・Information」に掲載されている寄稿・翻訳文等は全て、本紙への掲載について権利者の許諾を得ております。無断での転載はご遠慮ください。

● SJC建議事項（知的財産分野）の提案 ／SJC知的財産委員会

SJC知的財産委員会では、韓国における知的財産分野の陥路事項について日系企業各社の意見・要望を収集し、韓国政府への建議事項(知的財産分野)の提案として19項目をSJC産業政策委員会に提出いたしました。今後、SJC理事会での検討・承認後に建議事項として韓国政府に提出されますので、建議事項の内容については追ってお知らせいたします。

意見・要望の収集にあたっては、SJC会員企業を中心に、日本知的財産協会（JIPA）、コンテンツ海外流通促進機構（CODA）にも、ご協力を頂きました。

<< 参考：昨年度(2009年)SJC建議事項で、受入可能との回答があったもの(知財分野) >>

SJC建議事項	韓国政府の回答（受入可能とされたもの）
■ 模倣品の取締り強化、知財マインドの更なる向上	改善 ⇒ 特許・デザインまで水際措置を拡大予定。 <u>韓国特許庁に司法警察権を導入（本年8月）。</u> 中学1年の技術家庭の副教材（知財保護）を制作
■ 特許権など侵害の立証の容易化	改善 ⇒ 訴訟手続上の秘密維持命令制度の導入を推進
■ 映像著作物の不法アップロード除去用「ビデオ・フィンガープリントシステム」導入	改善 ⇒ 技術開発中、トライアル運営事業を実施中。不法映像著作物追跡業務を開始
■ 特許審査に対し意見書のみを提出した場合に拒絶となる傾向があるため、改善を要請	改善 ⇒ 意見書の内容を十分に検討する審査指針を運営中
■ 先願意匠の一部と同一の（又は類似する）後願の部分意匠（部品意匠）を保護	改善 ⇒ 趣旨に賛同し、意見収集を開始。
■ 画面デザイン（DVDプレイヤーのように物品と受像機が分離するケース）の保護の拡充	改善 ⇒ 保護が受けられる方向に改善を推進
■ 商標の先後願に関する規定の適用の判断時期（出願時→決定時）	改善 ⇒ 無効が確定した先登録商標は、はじめから無かったものとするよう法改正
■ 国際特許紛争支援事業の運用改善	改善 ⇒ 2010年度に運用廃止

2009年SJC建議事項については、http://www.sjchp.co.kr/sjc2/report/file/201001_jp.pdf

● 今後の活動

7月8日／知的財産権保護担当の司法警察公務員の能力強化のためのワークショップ（韓国特許庁主催）に参加し、日本企業の窮状を訴えます。

警察の模倣品・海賊版取締り職員などが参加する韓国政府主催のワークショップ。

韓国IPGでは、警察などの取締り職員に対し、日本企業の模倣被害の実態や事業への影響について直接訴えるため、ワークショップでの講演を予定しています（韓国IPGリーダー：YKK韓国社・佐々木慶弘氏に、参加・講演を依頼）。

< ワークショップ概要 >

参加者： 警察庁所属の知能犯罪・サイバー・外事捜査官 約80人余り
海洋警察庁所属の外事捜査官 約20人

特許庁産業財産保護チーム特別司法警察発令予定者16人

目的： 知的財産権保護を担当する司法警察官（特許庁の特別司法警察権の発令者を含む）の業務遂行の際に必要な識別要領及び捜査技法に対する知識習得
偽造商品取締り業務での組織間の有機的連携体系を確立し取締り効率性を向上

9月2～3日（ソウル税関）、9～10日（仁川空港税関）、16～17日（光州本部税関）

/ 税関職員向け真贋判定研修

税関で行われる「税関職員向け真贋判定研修」では、税関の取締り職員に対して、企業の担当者が自社商品の真贋判定方法を教授することにより、税関での模倣品の取締りの効率が向上することが期待できます。

韓国IPGでは、在韓日系企業や日本国内の企業が、自社製品について税関で真贋判定研修を行えるよう韓国政府（TIPA：貿易関連知識財産保護協会）と調整中です。9月分については、上記日程で開催される予定となっており、日系企業の受け入れ（4社程度）が決まりましたら、韓国IPGより参加企業募集の御案内を致します。日本国内からの参加も可能で、9月以降には12月にも開催される予定となっています。

<経済産業省の補助事業>

● ご利用ください！

■ 無料法律相談 <産業財産権制度基盤整備事業(日本特許庁)>

模倣品・コピー品の被害、知財ライセンスや技術情報漏洩のトラブルなど、韓国における知的財産に関する問題について、弁護士・弁理士など韓国の専門家がお答えいたします。相談料は日本特許庁の支援事業により全額支出されます。

■ 公開相談

商標や特許、著作権など知的財産に関する一般的な質問、素朴な疑問について、韓国IPG事務局までお寄せください。協力メンバー（法律・特許事務所）の専門家に、回答について協力を依頼します。メンバー間での知識・情報の共有を目的として、「韓国IPG・Information」や韓国IPGのホームページで<Q&A>の形式で公開させて頂きます（相談者は匿名とします）。

■ 模倣品に関する侵害調査費用の補助 <中小企業知的財産権保護対策事業(中小企業庁)>

知的財産権の侵害を受けている中小企業に対し、模倣品・海賊版の製造元や流通経路の特定、市場での販売状況等の情報を提供し、侵害調査費用総額の2/3（上限：300万円）を助成します。

7月7日（水）

/ 日中韓・知的財産戦略シンポジウム（主催：韓国特許庁ほか）

日本・中国・韓国の3カ国により、国家および企業の知的財産戦略に関するシンポジウムが開催されます。日本からは、特許庁審判部長の高木茂樹氏、本田技研工業参与の久慈直登氏が来韓し、講演されます。

日 時：2010. 7. 7(水) 14:00～17:20

場 所：グランドインターコンチネンタルホテル

参加ご希望の方は、韓国IPG事務局までご連絡ください（参加無料、日中韓・同時通訳）。

第2回韓国IPGセミナー

日時：2010年6月15日（水）PM15:00～PM18:00
会場：ロッテホテルソウル アストルーム
主催：SJC知的財産委員会、日本貿易振興機構（ジェトロ）ソウル・センター

韓国ダイワ精工（阿部孝一代表理事）

アイスボックスの模倣品では取扱説明書もコピーされ、ダイワ精工の商標はないが、日本製造を偽装していた。購入者は、ニセ物と知りつつも当社に苦情を寄せる。韓国に販売会社を設立後は、市場に近いところで監視できるようになり、露骨な模倣は減少した。今後は、韓国内で業界団体を近代化し、互いに前近代的なことはやめようという意識を高めたい。

事例⑤ RIGGOR AS-75(はさみ)の例

【経緯】
1. 2006年ソウル市内のスーパー釣具売り場で侵害品を見発。
2. 同スーパーのテナントが取引を当社に申し入れに来社した際に侵害品販売の中止を申し入れ。
3. テナント会社は販売の中止を了承。その後もパッケージ変更品が複数流通。



検査機関による摘発例

2009年7月30日、SJC（ソウルジャパンクラブ）から要請をしていただき、特許庁が警察の協力のもと、取締りを行いました。結果、ポケモンカードゲームの模倣品を全国で流通していた業者が捕まりました。当時すでに第7弾まで発売されていた模倣品で、それまでの数量が流通されていましたと思われます。

- <特別取締りの経緯>
 - 取締り要請
 - ↓
 - 誰が入手活動実施（ポケットモンスターの偽造カードゲームの流通を確認）
 - ↓
 - 流通業者に対し、特別取締りを実施
- <特別取締りの結果>
 - * 商標法違反で刑事立件：1名
 - * 拝收物：ポケットモンスターカードゲーム189箱

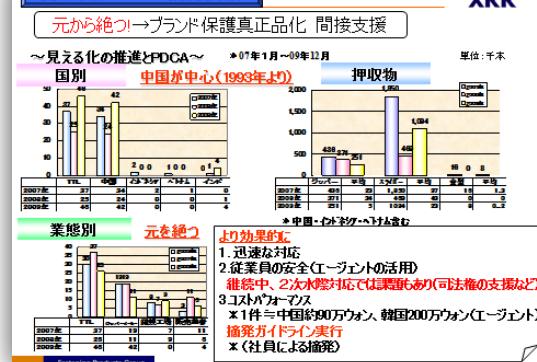
ポケモンコリア（長谷川裕史代表理事）

韓国で人気が始めた頃にニセ物が湧きってきた。韓国へのカードゲーム（正規品）の進出より先に、ニセ物のカードゲームがヒット商品になってしまい、正規品が無い状況での模倣品対策に苦慮した。取引先との契約書には、模倣品取扱い関与禁止の条項や、模倣品を発見した場合の通報協力について定めた。模倣品根絶には、お客様の認識を変える努力が重要。

YKK韓国社（朴ジンウ氏）

模倣品対策の目的は、真性品の拡大、ブランド価値の維持と確立、消費者保護の面がある。模倣品は、健全な市場を阻害する行為として取り締まるべきである。模倣品から本物への切替えを進めて、市場を獲得する。ニセ物シェア（店頭）や、摘発実績、税関差止め実績等を「見える化」して社内で模倣品対策を進めている。社員による摘発のため『摘発ガイドライン』も作成。

見える化 1-C 摘発実績



IPG活動理念

活動理念
「知的財産問題研究グループ(IPG)」は、参加する企業／団体のビジネス活動の最前線である中国の現場において、全てのメンバー企業／団体が主体となり、各々が有する知的財産権の保護のみならず、中国の経済発展と全世界の消費者保護のため、積極的に知的財産に関する課題の解決に取り組み、更なる中日友好関係の構築を目指します。



YKK(中国)投資有限公司（石川芳明氏）

IPGの活動理念は、全てのメンバー企業／団体が主体となる「企業参加型」の組織である。

中国では、①北京IPG（2000年発足、約80社加盟、法律解釈や対政府の関係の活動を主に行う）、②上海IPG（2002年発足、147社加盟、ビジネス上の問題解決を目指す）、③広東IPG（2005年発足、50社加盟、行政機関セミナーの支援を行う）が活動している。

韓国IPニュース

● 文化体育観光部が「ゲーム」の違法流通遮断に積極的に乗り出す

任天堂用ゲームである「メイプルストーリーD S」（ネクソン）が市場に発売されてから1週間余りで、違法ソフトが韓国内で広範囲に流通している。これに対し、文化体育観光部は4月28日から違法ソフトの削除・転送中断の措置を取っている。ネクソン側からの告訴をきっかけに、検査機関の検査とは別に著作権司法警察としての取締り活動はもちろん、違法ソフトの転送遮断にも積極的に乗り出している。

違法ソフトをアップロードしている者に対しては、営利目的である場合はもちろん、違反行為が軽微なアップローダーに対しても著作権者の告訴状を受け、検査に送致するなどする。オンラインサービス提供者に対しても、違法ソフトの転送遮断措置を要請し、違法コピーが複製・転送された場合には「削除または転送中断」などの是正勧告、行政処分、料金賦課などの措置とともに、著作権侵害帮助についても検査する。また、違法ソフトをゲーム機で実行する「違法ゲームチップ」の販売者を追跡・処罰する検査も進行中である。

文化体育観光部は「現在オンライン上で流通しているゲームファイルは100%違法ファイルであり、それをダウンロードする行為がゲーム開発者の意欲を削ぎ、最終的に良質のゲームを楽しめなくなるという結果をもたらす」と、インターネットユーザーの協力と注意を要請している。

● 根絶されないオープンマーケットの偽物取引、「防がないのか！防げないのか？」

インターネット上での偽造品の取引が増えている。業界によると、インターネット上のオープンマーケット（「Gマーケット」や「オークション」など）は対策システムを備えているとするだけで、積極的な取締りは行っていない状況にある。オープンマーケットは、電子商取引法上の通信販売仲介事業者であるため、取引される商品に対して法的な責任がなく、偽造商品の取引でも仲介手数料を受けているため売上に影響を与えることが、取締りに消極的な要因とされている。

これに対しGマーケットは、2008年から偽造品防止システムであるBPP (Brand Protection Program) を実施し、常時60余名のモニタリング職員が、価格が安く偽造商品と疑われる商品に対して販売者に輸入免状などの証明書類を要求しており、「導入後は、偽造品摘発件数が1年前に比べ60%減少した」、「参加ブランド数も70社から100社余りに増えている状況である」と反論している。また、オークションは、Gマーケットより早く2003年から偽造防止システムである「ベロ」システムを導入したが、7年間の実績は微々たるものようである。（デジタルタイムズ5月16日より）

● ファミリーレストランで流す音楽も著作権を支払え

韓国音楽著作権協会などコンテンツ著作権関連の5つの団体が、現行の著作権法で、900坪以下の小規模店舗のBGMの場合には対価（著作権料）を支払う必要が無いとしている条項を改正すべきであるとの見解を示した。法改正が行われれば、食堂やベーカリーなどで正規品のCDをBGMとして流した場合でも追加費用を支払わなければならなくなる。

現在の条項では、聴衆や観客から公演料などの反対給付を受けない場合には、販売用音盤及び映像著作物をいくらでも活用できると規定した上で、900坪以上のディスカウントショップやホテルなどの大規模営業場は著作権費用免除対象から除外している。著作権団体はこの条項を改正し、ホテルや公演会場のような大規模会場で音源コンテンツを使用するたびに著作権料を受けているものを、ファミリーレストランやベーカリーなどにも拡大すべきであるとしている。（電子新聞5月28日より）

< 韓国の法律等の改正 >

- 特許法施行規則一部改正令（7月28日施行）
- 実用新案法施行規則一部改正令
- 商標法一部改正法（6月8日公布、同日施行）
- 商標法施行規則の一部改正令（7月28日施行）
- 商標登録令全部改正令（5月4日公布、5月5日施行）
- 発明振興法一部改正法（6月8日公布、12月9日施行）

※ 詳細な記事、その他のニュースについては『韓国知的財産ニュース』をご覧ください。

URL : www.jetro-ipr.or.kr/news/news02.asp

中国、「山寨（偽物）携帯電話」傍観していいのか。

世界の携帯電話生産地のメッカである中国の深圳には、三星電子やノキアより有名なものがある。それは中国「山寨（偽物の意）」の最大市場である「華強北」である。華強北市場には各種電子部品から携帯やTVに至るまで、無い物が無い。最近リリースされたばかりのi-Padの偽物も堂々と展示されている。

Samsung、Nokia、アップルアイキャンなど、偽物製品名は滑稽に見える。しかし、ただ笑って見過ごすことはできない。山寨製品の成長スピードが非常に速いからである。

公式の市場調査機関によると、中国の山寨携帯市場は1億4,000万台と推算される。しかし、現地業界は山寨市場が2億台以上になると予想している。昨年からインド・アフリカ・東南アジアなどに対し、輸出まで行っている。また、機能やデザインなどが不足している部分はあるものの、20ドル前後の価格は発展途上国の消費者にとって非常に魅力的なものである。

山寨の品質も急激に改善されており、業界間の激しい競争が生んだ結果といえる。中国国内の主な山寨企業は約300社と推定されているが、毎年誕生または倒産する会社は数え切れないほどである。差別化を図った山寨製品でなければ生き残れないという激しい競争が繰り広げられている。山寨で成功して有名ブランドとなつた携帯会社も相当な数に上る。山寨業界の活況は中国部品業界を育成する効果をもたらしている。BYDやトローリーなどの中国の大型部品企業も山寨の恩恵を受けていたことが分かった。中国の携帯会社は2005年以前まで、ほとんどの部品を韓国や日本から輸入して使用していたが、現在ではメモリー半導体などの一部品目を除くほぼ全ての部品を自国で購入している。

30~40年前の日本は、米国やヨーロッパに粗雑な偽物の電子製品を売って産業を育成し、経済成長を成し遂げた。20~30年前は韓国が同じことをやって成功した。それでもまだ山寨を笑って見過ごせるだろうか。

「山寨携帯電話の天国、華強北」 本物のような偽物、1年間に2億台流通 <本物より本物らしい製品>

誰としか思えなかつた中国の山寨（偽物の電子製品）。三星電子やノキアなどのグローバル携帯製造会社は、今ではそうは思わない。ノキアは山寨フォンの市場侵蝕により、打撃を受けている。携帯市場での第1位になるため、低価格攻略が避けられなくなった三星電子も新興市場で山寨と激しい競争を繰り広げるとみられている。山寨フォンが国内外の携帯電話製造会社にどれほどの影響を与えるか、またどのように備えるべきかを現地の取材を通じて調べてみた。

世界の携帯電話製造のメッカである深圳。ここには三星電子、LG電子、ノキア、ソニーなど、世界のほとんどのメーカーと数多くの部品会社が集まり、「電子産業クラスター」を形成している。深圳の電子産業は毎年急激な上昇曲線を描きながら中国経済の成長動力となってきた。

良いこともあれば悪いこともある。深圳のもう一つの名前は「山寨天国」である。市内の真ん中にある「華強北」市場がその原因である。日本の秋葉原や韓国の龍山電気街の中国バージョンである。しかし、規模や内容は日本や韓国を圧倒する。龍山電気街より10倍以上大きい。

規模よりも、この市場を有名にしたのが山寨である。手動部品から最新のi-Padまで、そっくりコピーした山寨で

溢れている。ここで売られている山寨の中でも最も割合が多いのが、携帯電話である。

山寨携帯電話といつても全てが同じではない。外観だけを模倣したフェイク商品、すべてがオリジナルな山寨、脱税製品などに区分される。フェイク商品は既存の正規品と似た外観とブランドを使い、消費者を混乱させる。Samsung、Nokiaのようなブランドが代表的である。偽物であることが一目で分かる。

これらとは異なり、オリジナル山寨は外観やブランドが正規品とほぼ同じである。一部の部品や機能の差を、一般的の消費者はなかなか区別することができない。最近では人気を集めているアップルのi-Phoneをコピーしたものが多い。脱税製品とはヨーロッパや東南アジアなどに輸出した正規品が再び中国に流入したものである。政府の輸出支援を受け、海外に安く流通した製品を内需市場にこっそり流通させているのである。山寨であるか否かについての議論には賛否両論がある。最近、中国政府が輸出支援を減らしたことにより、脱税製品の人気はなくなりつつある。この他にも、ゲームや音楽などの機能を強化するため、スピーカー6個を装着した製品やフォルダーフォンにタッチスクリーンを取り入れた特異な製品もあった。

山寨の魅力はなんといっても価格である。華強北では20ドル出せばある程度使える携帯電話が買える。12ドルの携帯すらある。一日に1~2ドルの収入で暮らしている発展途上国の消費者にとっては山寨携帯電話はとても魅力的なものである。中国の山寨携帯電話の出荷量は年間約1億4,000万~2億台と予想されている。昨年からはインド・アフリカ・東南アジア地域への輸出も始めている。

「安いものはすぐ壊れる」という言葉も華強北には該当しない。最近、山寨の品質が飛躍的に改善しているからである。300社余りに達する山寨フォン業者と新生業者間の競争が激しくなり、品質の落ちる携帯は市場で生き残れない。偽物も品質が良くなければ生き残れないのがここ華強北である。カメラモジュール専門業者であるエムシーネックスチャイナの崔・マンホチーム長は「ここで買った20ドルの携帯電話でも、電話での通話は全く問題ない」とし、「2世代通信機能では正規品より優れた製品もある」と話した。

最新動向への対応も非常に早い。i-Phoneやブラックベリーの山寨はもちろん、まだ海外で販売されていないi-Padの山寨まで華強北で購入することができる。有名ブランドの洋服、靴、ハンドバッグを模倣し、正規品に劣らないどころか、独自の要素を追加して偽物市場を構築した中国ファッショングループの次の商品が携帯電話と言える。

<会社はどのように設立され、成長するのか？>

OPPO・BBK・ジオニ・Kタッチ・アポンは自主品牌を持つ中国ローカル携帯電話メーカーであり「ビック5」と呼ばれる。これらのメーカーは親しみやすさを武器に市場占有率を高めている。ビック5の一部企業は山寨からスタートし、ブランド企業に成長した「成功神話」を築いている。今でも数多くの山寨企業が自社ブランドを夢見ながら、激しい競争の中で生き残るために努力している。新興市場として山寨製品が徐々に増えるにつれ、グローバル携帯電話の製造会社も対応策に苦慮している。

◇ 山寨の「揺り籠」デザインハウス = 300社余りに達する主な山寨メーカーのほとんどは、デザインハウスからスタートして成長した。デザインハウスは携帯電話の主基

盤にチップ、アンテナ、カメラモジュールなどの部品を配置した設計図を作り、製造業者に販売する会社である。社長を含む5名程度のエンジニアが中心となり、一般的に1プロジェクト当たり10万ドル程度の報酬を受ける。数百、数千に達するデザインハウスのうち、山寨業者に成長できる事例はごく僅かである。それほど市場内の競争は激しい。デザインハウスで資本を蓄積した企業は製造ラインを設立または引き取り、製造工程まで関与する。この段階である程度の研究開発と管理システムが構築される。デザインハウス段階には図面作成とチューニング業務のみを行うが、製造ラインを構築すれば、工程や量産にも気を使わなければならぬからである。華強北市場の一角には顧客が望む仕様に合わせて携帯を組み立ててくれる店舗が多く存在する。彼らがデザインハウス段階から製造段階に進んだばかりの業者である。この過程で固定費の上昇に耐えられず倒産する業者も多い。

華強北市場でオーダーメイド携帯を販売しているチン・シャオチエン(34)は「独特な機能を備えるか、差別化された製品を作ることができなければ生き残れない」とし、「山寨製品も競争力がなければ生き残れない時代が到来した」と話した。

◇ 山寨、「ブランド」を狙う = 毎月200万台が製造される水準に成長した山寨はもう山寨ではない。資本と技術力のある程度確保し、一般製造会社と何ら変わりがなくなったからである。すなわち、山寨が世の中に堂々と出る時期である。この段階で多くの山寨業者がブランド企業に成長する。ローカル企業のビック5の一つであるジオニがその代表的な例である。

<国内IT業界の対応が急がれる>

毎月50万~100万台を製造する水準まではその場凌ぎ対応で何とかなったが、それ以上を製造するには体系的な管理と供給網が必要となる。月50万台以下の製造規模では華強北市場などを通じて部品調達が可能であるが、それ以上になると公式的な流通網で部品業者と直接取引きしなければならない。税金を回避できなくなることはもちろん、部品市場の需給による変動性も高まる。

ブランドを確保した中国のローカル業者は海外市場攻略を始めながら、ノキアなどの低価の携帯市場占有率が高い企業との競争を始める。中国業者がインド・東南アジア・アフリカなど、GSM系列市場で力を發揮するようになり、ノキアはもちろん、三星電子にも直・間接的な打撃を与えていた。

現地の業界関係者は「最近、中国の山寨業者6社がコンソーシアムを構成し、インドに工場を設立するなど、山寨業者の世界進出スピードが高まっている」とし、「中国政府も水面下で山寨業者を支援しており、今後は低価の携帯市場で中国企業の躍進が目立つと予想される」と話した。

山寨(偽物)業者はインド・東南アジア・アフリカなどの新興市場に領域を拡大している。既にローカルブランドとして生まれ変わった企業は低価額市場から中・高価額市場にまで進出している。さらに下半期からは中国産スマートフォンが相次いで登場すると予想されている。山寨製品も携帯やMP3プレイヤーなどの製品群を超え、ネットブック・ノートブック・TVにまで拡大している。三星電子やLG電子などの韓国企業は今後低価額市場はもちろん、中・高価額市場でも中国企業と競争しなければならない状況におかれたのである。

ここ数年間で中国企業は目を見張るほどの技術的な躍進を成し遂げた。その裏には中国と台湾の協力体制である「チャイワン(中国+台湾)」効果が作用している。台湾

の半導体専門企業であるメディアテクは低価額ベースバンドチップと携帯駆動ソフトウェアであるソースコードを中国企業に提供している。これまでには携帯製造業者がソフトウェアを開発していたが、現在はメディアテクから提供されたソースコードを利用し、簡単に携帯が作れるようになった。

中国当局は山寨業者の企業化を積極的に支援している。関連の研究開発(R&D)に莫大な資金を投資しており、税制支援などのさまざまなインセンティブを与え、中国企業の技術力向上を激励している。

技術と資本を蓄積した中国企業はスマートフォンの開発にも乗り出している。アンドロイドフォン開発に取り組んでいる中国企業だけでも、OPPO・ジオニ・ドブダ(HTCの中国ブランド)・レノバなどがある。また、ウィリヨン・メイジュなどの高級フォンの製造会社も秘密裏にスマートフォン開発に着手した。中国ローカル携帯業者であるジオニのリヤン・ジャン・チェン副社長は「今度リリースされる中国産スマートフォンがi-Phoneやブラックベリーより優れた性能を備えることはない」としながらも、「ただ、ゲームや音楽などのエンターテインメント機能に集中し、比較的廉価なスマートフォンを出す「エントリープレミアム戦略」を利用すれば、十分市場で通用すると考えている」と話した。

平日の昼にも華強北市場は大勢の客で賑わう。東南アジアなどから部品を調達するため、華強北を訪れたバイヤーも多く目につく。中国産の部品需要の増加により、最近華強北市場の部品セクターは早いスピードで拡張されている。

山寨及び中国電子業界の活況は部品業界を育成する効果に繋がっている。BYDやトローリーなどの中国の大型部品業者はタッチスクリーンパネルや各種ICはもちろん、モバイル用のCPUまで製造できる能力を備えた。特に、リチウムや鉄の2次電池は電気自動車コンテストで韓国や日本に劣らない性能をみせ、世界を驚かせたこともある。

2005年まで中国の電子業者は主要部品のほとんどを韓国や日本から輸入して使っていた。しかし、今ではメモリ一半導体などの一部品目を除いたほとんどの部品を自国で調達している。中国当局はグローバル携帯電話生産基盤確保戦略の一環として製造会社に自国部品を使用することを奨励しており、中国産の部品産業はさらに成長すると予想される。また、三星電子やLG電子などの韓国の製造業者も毎年中国産の部品調達の比重を高めている。

世界第4位のコンピュータ製造業者であるレノボのリヤン・ウィアン・チン社長は「中国がコンピュータを含むIT市場で日本や韓国に追いつくことは必然のことである」と断言したことがある。その言葉が今徐々に現実として我々に近づいてきている。

チャイワンの浮上に備え、新興地域を中心に中・低価額市場の攻略を強化し、韓国の部品・素材産業を育成しなければならないという専門家の指摘が相次いでいる。昨年、三星電子の実績が日本の電子企業を圧倒したというニュースがあった時、39年間、韓国に勤務していた三井物産の百瀬ただし顧問は「13億人口のうち、1パーセントが電子業界で従事してると考えただけでも恐ろしいものである。おそらく早ければ5年から10年以内に中国のある電子企業の営業利益が韓国の全体の営業利益の2倍というニュースが出るかも知れない」と警告したことがある。

(電子新聞/2010.4.19, 21, 22, 23)

ワニの商標は誰のもの？

FILE No: 21

日本や韓国をはじめ世界各国で有名なワニの商標をご存知だろうか。フランスのラコステ(Lacoste)とシンガポールのクロコダイル(Crocodile)の両社は、それぞれ独自にワニの图形を商標登録しブランドロゴとして長年営業活動を続けてきた企業である。ところが、2008年2月に韓国で、ラコステがクロコダイルに対して「商標登録無効審判」と「使用権者不正使用取消審判」の2件の審判を請求したことから、大法院(最高裁判所に相当)でまで争うという、まさに“ワニ同士の骨肉の法廷争い”が始まった。

ラコステは1980年からワニ图形の商標を多種類登録し、85年には韓国市場に進出しました。一方のクロコダイルは87年ごろに「*Crocodile*」という手書き風の文字とワニ图形の商標を登録して89年に韓国市場に進出し、ワニ图形のみの商標も04年に登録しました。

こうした状況のなか、クロコダイルの「ワニ图形のみ」の商標に対しては、商標登録を無効とする審判が請求されました。



商標法では、他人の登録商標と同一または類似の商標は登録を受けられないのですが、クロコダイルの商標の審査の際には、ラコステ商標とモチーフは同じであるが、よく見れば互いに非類似であると判断されて登録されたのでした。ところが、一連の法廷争いの中で、両社の「ワニ图形のみ」の商標は外観に多少の差はあるものの、ワニの姿を写実的に描写した点で類似すると判断され、クロコダイルの商標登録は無効とされてしまったのです。法廷でクロコダイルは、89年から使用している同社の商標は消費者によく知られていて、ラコステの商標と混同することはないと強く反論しました。しかし、クロコダイルのワニ图形は常に「*Crocodile*」の文字と併記した状態で知られており、ワニ图形のみだと混同の可能性があると判断されたのです。

20年使い続けたブランドが…

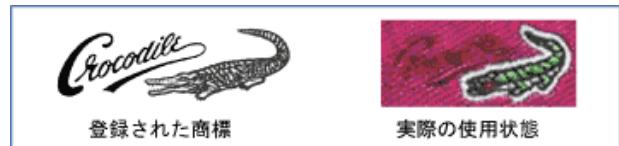
クロコダイルにとってワニ图形のみの商標は保険であり、商品に実際使用している「*Crocodile*」の文字を併記した登録商標が健在なら良いのです。

ところが、この基幹ブランドに対してもラコステは「使用権者不正使用取消審判」を申し立てて争いました。

韓国商標法には、商標の不正使用に関する規定があります(第73条第1項第8号)。これを分かり易く言いますと、①商標の権利者からライセンスを受けた者が、②その商標と同一または類似の商標を使用したことで、③他人の商品

との混同を引き起こしたときは、商標が不正に使用されたとして登録を取り消す。ただし、④商標の権利者が相当の注意を払ったときは例外とする——というものです。

クロコダイルの商標に関し韓国でのライセンスを受けていたA社は、一部商品について「*Crocodile*」をシャツの地色とほぼ同じ色の糸で刺しゅうしていました。つまり、文字のある状態で登録を受けておきながら、実際には文字がよく見えない「ワニ图形のみ」に近い状態だったのです。



クロコダイルは、A社にブランドマニュアルを交付して遵守しているか否か検査してきたと反論し、特許法院では「相当な注意を払った」と認められて、一度は取消を免れました。海外の商標権者は、ライセンシーの一挙一動まで注意監督できませんから、特許法院の判断は十分にうなづけるものです。

しかし、かつてラコステはこの点を是正するようクロコダイルに申し入れていた経緯があり、それにもかかわらずA社に是正処置をとらせなかったのは、権利者が商品の誤認・混同を放置したも同然と大法院で判断されました。競合会社からの正申入れで不正使用の事実を知っていたのに断固たる処置をしなかった(A社がそれに従うかどうかは別論として)——クロコダイルの痛恨のミスと言えましょう。

20年以上も使い続けてきた屋台骨の基幹ブランド、自社の商号でもある商標が少なくとも商標法の上では存在しなくなるという、商標権者であるクロコダイルにはなんとも過酷な結果となってしまいました。

日本にも不正使用に関する同様の規定があります。商標登録公報に掲載された状態からどの程度変更しているか、たとえ同じでもどの程度の誤認・混同が生じれば不正使用とされて登録が取り消されるかは国により異なりますが、この事件で韓国の裁判所は、不正使用に厳し過ぎるくらいの強い姿勢を見せました。

今後はこれが不正使用に関する新たな基準になるものと思われますが、韓国で商標権をお持ちの方はくれぐれも肝に銘じておきたいところです。

<今回の解説者>

金・張法律事務所・柳昌吾弁理士

1968年生まれ。92年弁理士試験合格後、97年から金・張法律事務所にて商標・意匠および模倣品対策業務を担当。02~03年には慶應義塾大学へ留学。3月10日第1回韓国I P Gセミナーにて「模倣品対策に関するリーガルサービス」について講演。

(監修: J E T R Oソウル・センター 榎本吉孝)

<< The Daily NNA【韓国版】紙上で毎月第2水曜に連載>>

