

## 対策の背景

□中国でブランドを保護するためには、商標の確保が欠かせないが、国内企業の商標出願は、米国や日本などに比べると極めて足りない状況だ。

○韓国は対中輸出で第1位を占めているが、中国内での商標出願は7位で、特に輸出額1億ドル当たり商標出願件数で比べてみると、米国は21.4件、日本は10.4件、韓国は4.6件の水準に止まっていることが分かる。

※韓国の現地商標出願件数と輸出額の相関係数は0.96で、輸出品の保護のためには現地商標出願が伴わなければならない。(‘13.9.特許庁発表)

### <主要国別の対中輸出額および商標出願の現況(‘13基準)>

①輸出額の現況(中国輸入額基準)			②商標出願の現況		
国名 (順位)	2013		国名 (順位)	2013	
	輸出額 (百万ドル)	前年比 伸び率(%)		商標出願 件数(件)	前年比 伸び率(%)
韓国(1)	179,359	7.7	米国(1)	30,875	7.2
日本(2)	159,091	-10.5	日本(2)	16,604	-32.7
米国(4)	144,276	12.9	ドイツ(3)	10,765	-1.3
ドイツ(5)	93,765	1.9	韓国(7)	8,331	25.2

※主要国別の対中輸出額比商標出願件数	
2013	輸出額当たり商標出願件数
米国	21.4
ドイツ	11.5
日本	10.4
韓国	4.6

\*商標出願件数(件)/輸出額(億ドル)

※出处：中国海関総書、中国工商行政管理総局

□また、商標権が確保されていないまま現地に進出し、現地業者の悪質な商標の無断先取りによって被害を被る場合も多い。

■(事例)生活用品メーカーA社は、中国に大型スーパーの出店を進める過程で、従来から取引関係にあった海外業者が現地商標を無断に先取りしたため、出店契約が取り消されるなど、50億ウォンに相当する被害に遭った。

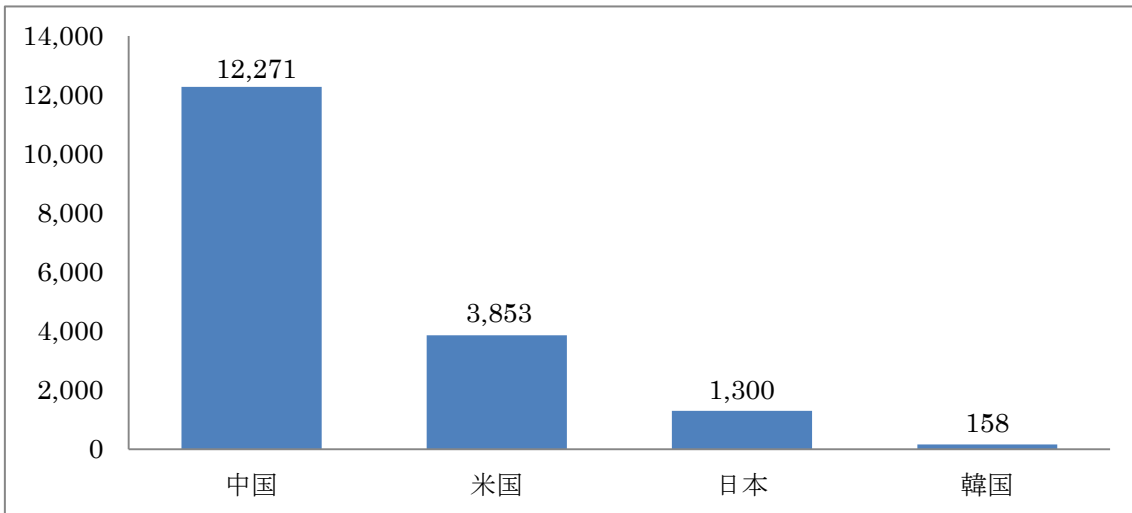
□商標権を確保した後でも、違法模倣品が現地で流通される被害に遭うケースも多いが、海外模倣品の取り締まりのためには、侵害調査の資料を備えて現地の行政機関に通報しなければならない。

○しかし、中小企業の場合は、このような調査費用の負担、現地情報の不足などによって積極的な対応が難しい状況だ。

■キョジョン・チキンの事例

- 上海法人を運営する過程で、中国現地で当該商標を模倣して営業する店舗を多数発見
- 北京の IP-DESK から侵害調査・行政取り締まりの支援を受けて広報看板やチラシ、パッケージボックスなどを没収し、罰金を賦課した。

□また、現地の税関による模倣品の取り締まりのためには、現地税関に商標など知財権を登録しなければならないが、韓国企業の登録件数は極めて低い状況だ。



※中国税関(海関)に登録された韓国企業の知財権は全体の 0.66%の 158 件水準

- 日本の 1/8、米国の 1/24 水準(中国海関統計、'14. 10.)

□韓中 FTA の妥結などにより、今後中国をはじめとするアジア諸国との貿易および企業の進出も大幅に増加する見込みであることから、ブランド管理が不十分な場合、海外市場シェアの下落、輸出減少、韓国ブランドの信頼度下落など、被害はさらに増えると予想される。

## 「K-ブランド保護総合対策」の主な内容

### 1. K-ブランド保護に向けた国内の総合支援体系を構築

- 海外進出を控えている企業を対象に事前広報を強化し、現地での商標確保の重要性に関する認識を向上させるほか、現地での商標出願支援も強化する。
- KOTRA、貿易協会など輸出関係機関と衣類・電子など産業団体との協力を通して「先商標確保」の重要性を広報し、IP-DESK と地域知識財産センター(RIPC)を介して中小・中堅企業に対する海外商標出願の支援も拡大する。
- また、海外の商標ブローカーの動向を常時モニタリングして、その情報を企業に提供するほか、商標紛争・模倣品被害の相談、コンサルティング支援などワンストップサービスを提供する国内総合支援体系も構築する。

### 2. 現地における海外模倣品の取り締まりの支援を強化

- 商品の特性を把握している産業団体が加盟社を対象に現地侵害状況の調査・行政取り締まりの支援を主導的に行えるように推進する。
- 産業団体は、企業の被害事例の収集および広報、侵害調査・行政取り締まりの支援企業を募集・選定までのプロセスを担当する。
- 侵害被害の多い衣類・電子・化粧品・食品・フランチャイズ産業を優先的に支援(15)し、農水産物などに拡大する計画だ。
- また、IP-DESK の侵害調査機能を強化し、オンラインによる侵害監視サービスも新設する。
- 侵害調査の支援費用・回数を上方修正し、オンラインで模倣品流通実態を調べた結果を企業に提供する「オンライン侵害調査モニタリングサービス」も新規推進する。

### 3. 外国税関を介した模倣品の国境措置を誘導

- 模倣品の国家間の流通を遮断するため、税関による取り締まり制度の活用を積極的に誘

導する。

○そのため、現地の税関を介した模倣品取り締まりに欠かせない税関の知財権登録支援を拡大し、模倣品の国境措置を強化していく予定だ。

□外国税関との協力を通じて K-ブランドの保護環境を構築する。

○中国・ASEAN の税関とは、模倣品識別セミナー、模倣品撲滅キャンペーンなどを合同で企画し、韓流ブランドの保護に友好的な環境を構築する。また、米国・日本など先進国の税関と取り締まりのノウハウを交換すると同時に現地に進出している企業を対象に税関による取り締まり制度の広報を並行する予定だ。

#### 4. 官民・国際協力による K-ブランドの保護基盤を構築

□国内・国外における官民協力体系を構築して、K-ブランドの保護基盤を構築する。

○国内では、国家知識財産委員会内の「知財権保護政策協議会」に政府・輸出関係機関・業界が参加し、民間の意見を収集し、政府を上げてのブランド保護策を議論する予定だ。

○海外では、在外公館・IP-DESK・現地進出企業が参加する「現地 IP 協議体」を構成・運営して被害事例の収集および対応策の策定を推進する。

□高官級会合・FTA 交渉・通商協議チャンネルなどを介した主要国における K-ブランドの保護協力体系を構築する。

○それとともに、実質的な取り締まり権限のある政府機関と交流・協力することで、海外に進出した企業ブランドの保護を有効に支援する予定だ。

#### 今後の推進計画

□KOTRA・貿易協会などの輸出関係機関と連携して、進出企業に対する事前説明会を開催するなど、広報を強化するほか、企業の被害事例を持続的に収集して支援の必要性が急がれている中小企業を対象に現地における商標出願・侵害調査などを支援する予定だ。

○また、国家知識財産委員会内に設置されている「知財権保護政策協議会」を介して輸出

関係機関・産業界などの意見を収集し、K-ブランドの保護策について持続的に議論する。

○さらに、「K-ブランド保護総合対策」の具体的な実行に向けた「実務委員会」を構成して推進していく予定だ。

□特許庁のキム・ヨンミン庁長は「海外市場において K-ブランドを有効に保護するための第一歩は、現地における商標確保だ。経済革新 3 カ年計画と連携してとりまとめた今回の「K-ブランド保護総合対策」を産業部・外交部・関税庁などの関係部処と緊密な協力を行い、韓中 FTA など自由貿易の時代を迎えている今、韓国のブランド価値が一段と跳躍するきっかけにしていきたい」と述べた。