

=====

コンテンツ (No.5)

今回は、2月2日、北京市内のホテルで開催された「ニセモノ対策シンポジウム」の様について紹介いたします。今回の添付ファイルはシンポジウムの模様と日中経済協会 知的財産権室が用いたパワーポイントのプレゼンテーションです。

1. 基調講演 - 米津模倣品対策室長 (特許庁国際課)
2. 中国の制度の概要 - 魏啓学弁護士 (国際貿易促進委員会専利商標事務所)
3. 商標侵害案件処理の実務 - 福沢弁護士 (高橋・大谷法律事務所)
4. 農薬のニセモノ対策事例について - 津田総経理 (住友化学 (上海))
5. 松下電器グループの活動状況 - 紀ノ岡知財部長 (松下電器 (中国))
6. まとめ - 日系企業の取るべき対応 - 関 (日中経済協会 知的財産権室)

=====

1999年2月2日、北京市内のホテルで日系企業関係者約90名が出席し、JETRO北京事務所主催、日中経済協会知的財産権室後援で、「ニセモノ対策シンポジウム」が開催された。

シンポジウムでは、まず特許庁国際課米津模倣品対策室長が模倣品問題の現状と特許庁の対応について基調講演を行い、続いて中国国際貿易促進委員会特許商標事務所副所長 魏啓学弁護士、高橋・大谷法律事務所 福沢弁護士、住友化学(上海)有限公司 津田総経理、松下電器(中国)有限公司 紀ノ岡知的財産部長、日中経済協会 知的財産権室 関からそれぞれ報告があった。以下、それぞれの報告内容を紹介する。

また、セミナーの最後には、中国で活動している日系企業同士の情報交換や今回と同様のセミナーを継続的に開催するための会が設立されることとなった。参加ご希望の方は、日中経済協会知的財産権室またはJETRO北京事務所までご連絡下さい。

1. 基調講演 - 特許庁 米津模倣品対策室長

基調講演では、米津室長より不正商品問題について、プロパテント政策との関係、アジア地域における被害の状況、政府の取り組みなどが紹介された。

特に、アジア地域は、日本からの直接投資残高が米国に次いで多いと同時に、日系企業のニセモノ製造による被害も全世界の80%が集中しておりニセモノ対策としての重要地域であること。また、アジアにおけるニセモノ被害の約3分の1は中国が関係していること(判明しているだけで中国における被害は約52億円)が報告された。米津室長は、このような地域に対しては、まず、特許や商標の出願し、権利を取得することが重要である。欧米企業は投資を行う前に知的財産権を取得するが、日系の場合はその逆のことが多い。また、特許や商標といった知的財産権は、企業の重要な資産であり、「自分の財産、権利は自分で守る」との姿勢が重要である旨の指摘があった。

2. 中国の制度の概要 - 魏啓学弁護士

魏弁護士からは中国の知的財産権制度の概要、特に最近の法制の動向や日本の法制と比較した場合の特徴点の説明があった。

(1) 最近の法制の動向と中国法制の特徴点

最近の法制の動きについては、現在、特許法、商標法、著作権法、ソフトウェア保護条例等について、WTOのルール等を参照して見直しが進められており、営業秘密保持法についても草案が検討されていることが紹介された。営業秘密については、既に不正競争防止法が施行されており、施行後には追加規定等も発表されているが、まだ不十分であるため、現在、経済貿易委員会が中心となり、営業秘密の保護法を検討中とのことであった。

なお、個別の法律の特徴点については、発明特許については、輸入が侵害行為と規定されているため、並行輸入は必ず侵害となること。また、実用・意匠は実体審査なしで登録になること。商標法では、他人の商標を盗用した商品の販売のみならず、他人の商標標識を製造することや、侵害品の保管・輸送、販売のための便宜供与も間接的な商標権の侵害行為となること。製品品質法は、製造元だけでなく販売者も責任を負わなければならない規定があることなどの中国法制の特徴点が紹介された。

また、中国の法制を理解するためには、法律のほかに最高裁、国務院・主管官庁の通達・解釈にも十分注意する必要がある点も指摘された。

さらに、現在の問題点として、中国では、特許製品・登録商標であることを知らずに販売した場合は侵害とならないことが法律に規定されているため、この規定を悪用して侵害者が言い逃れをする場合が多いこと。不正競争防止法は商品の形態は保護しないので、商品の形態を保護するためには意匠権を取得する必要があることなども紹介された。

(2) ニセモノ対策

紛争処理については、中国では、裁判所以外に地方政府（専利管理局、工商局、著作権局等）が取り締まりを行っており、商標権侵害の紛争処理の約95%は裁判所ではなく工商局に申立てが行われている。また、見本市として有名な広州交易会では知的所有権侵害告発センターが設置され、見本市の中で不正商品があれば、このセンターに取り締まりを申し出ることが出来ることも紹介された。

最後に、不正商品に対しては、日本の本社任せではなく、現地で取り組むことが肝要であり、ニセモノの排除を販売促進活動の一部として、現地の駐在員が取り組むことが重要であるとの指摘もあった。また、情報の収集等には、調査会社を使う以外にも新聞広告の活用も有効との指摘があった。

3. 商標侵害案件処理の実務 - 福沢弁護士

福沢弁護士からは、ニセモノ情報収集から商標権侵害事件を解決するまでの紛争処理がどのような過程で進行するのかについて、実際に用いられる侵害者への警告書、工商局への申立書、工商局が下す処罰決定書等の見本を交えながら解説があった。

(1) 情報収集

まず、侵害品を発見する発端は、自社の社員による発見以外に、外部の情報提供者から情報が得られることが多い。この場合、注意すべきなのは情報提供者の立場や情報の内容である。例え

ば、情報提供者が一般消費者の場合は、報酬は不要な場合が多いが、報酬目的の場合には、ある程度の報酬を負担することを覚悟しなければならない。金銭目的の情報提供者の多くはニセモノ工場や商店の従業員であり、情報の価格は比較的高額である。また、仲間割れした元共同経営者が復讐目的で情報を持ち込むこともよくあるが、このような場合はそれほど高くない。いずれの場合でも、金銭目的の情報提供者の場合には、後のトラブルを避けるため、事前に対価の相談をしておいた方がよい。例えば、最初に対価の条件を取り決めておき、最初に一部金を支払い、案件処理が終了した後に残金を払うというやり方は賢明な方法である。あるいは、工商局にニセモノ工場に乗り込む際に、一緒に連れていき、門のところで待たせておく。そして、摘発が成功したら残金を支払うとの方法もある。対価の金額は情報の価値によるが、地域格差もある。例えば経済の発達した広州市などでは、数万元要求されることも希ではない。

調査会社の場合、情報を小出しにしてくることが多い。「ニセモノがあるらしい」との情報は只で提供してくれるが、地域を聞くと800ドル。更に工場の住所や規模等を聞くと2000ドル程度を要求されることがある。

自社の社員を使えば、調査費用も安いし、信頼もできるが、価値ある情報を得るためには、大量に買い付ける振りをしてニセモノ業者に接触する必要がある、特に工場からこの種の情報を得るときには身の危険を伴うこともあるので注意を要する。この点、プロの専門調査会社に依頼すれば、工場や商店の写真、見本品、領収書、希には工場の責任者の名刺等の証拠を取得できることもある。

新聞にニセモノ情報の懸賞広告を出すのも一考の価値がある。例えば、ニセモノ一箱に対して100元、ニセモノの工場を探し当てたら5万元といった広告例がある。ただ、新聞広告は掲載料が比較的高額であり、「北京晩報」のような有名紙の場合、1面に掲載すると10万元程度要する。地方の一般紙では1面で6万元程度が相場となっている。

(2) 警告状

情報が収集が終わると、次は警告状を送付するのが一般的である。警告状には、自分が登録商標権を有していること、相手が権利侵害をしていること、侵害行為を停止の要求、及び、今後権利侵害をしないことの保証書の提出要求を記載した文面を用いることが多い。そして、警告書と一緒に保証書のサンプルを同封しておく、保証書にサインして素直に返送してくることが多い。この保障書は侵害が再発した場合に有用である。

(3) 工商局への申立と摘発

警告書を出しても効果がないと、次は工商局への申立(投訴)となる。迅速に処理が進めば、工場を発見してから処罰決定書が出るまで2ヶ月で終了することもある。申立書に記載する事項は、申立人と侵害者の特定、申立者が登録商標権者であること(商標登録証のコピー)、侵害の内容、証拠としての工場写真、請求内容(侵害行為の停止、侵害品の押収、損害賠償金、今後侵害をしないとの保証書の提出)等である。場合によっては、地方保護主義の影響を避けるため、申立書のコピーを、申立書の提出機関の更に上級機関にも送付することもある。

ただ、注意しなければならないのは、このような申立書を長い間工商局に提出したままにしておくと、ニセモノ業者側に情報が漏れてしまい、摘発を事前に察知されて、摘発が空振りに終わる危険があることである。書類の準備が出来たら、工商局に事前に連絡を取り、担当者に取り締まりの内諾を取り、取り締まりの前日に書類を提出し、翌日にニセモノ工場を摘発するといった手順を取って摘発した事例もある。

4．農薬のニセモノ対策事例について - 津田総経理

津田総経理からは農薬分野における中国人営業マンを使ったニセモノの証拠集め、関係当局との連携を密にしたニセモノ排除活動、また、欧米の同業者と連携したニセモノ排除活動について、事例を交えた紹介があった。

(1) 農薬の保護

現在、住友化学が主力として販売している農薬は、開発当時中国が物質特許制度を有していなかったことにより、特許による保護が受けられず、商標と農薬管理条例による保護のみが受けられる状況である。

(2) 侵害品対策

これまでに受けた侵害の事例は商標侵害が多い。中国には包装ラベルの偽造会社も存在していることもあり、現在のところ侵害事件の内90%は商標関係の違法ラベルある。ニセモノの品質については、全く有効成分が入っていないケースから不純物が異なるだけのものまで様々である。

当社の侵害品へ対策としては、まず、ニセモノが発見された場合4段階からなるアクションプランを用意している。モニタリング・証拠品の入手、警告状の送付と陳謝状の回収、当局へ申立(投訴) 損害賠償請求告訴の4段階である。しかし、現在のところ、ほとんどが段階までで収まっている。

最初の段階では、中国の8省に各1名、合計8名配置している販売員を活用して、営業活動で地方を回るとき、自社及び関係他社の製品のニセモノがあったらサンプルとして購入して、ラベルを上海に送付させている。95年から約100件の偽ラベルを収集した。これらの内、自社商品については、すべて段階にすすめ、警告状の送付とともに釈明陳謝状を要求しており、その回収率は約90%以上である。この段階で収まらないときには、段階である工商行政管理局、技術監督局等に訴えることとなる。農薬検定所も監督権限を有するが、マンパワー不足で取り合ってもらえないため、当社は技術監督局や工商局に申立を行っている。これまでの経験では、技術監督局が強力である。

(3) 対応上のノウハウ

これらの役所に申立をする際には証拠をつけて申立をすることが必要であるが、以前、証拠が不十分で相手に反論され苦い経験をした。それは、ニセモノをある販売店からサンプルとして領収書付きで購入し、日本で成分分析をし、2ヶ月後に技術監督局の役人とともにその店に摘発に行った。しかし、そのときには店からニセモノは消えていたため、2ヶ月前に買った商品の分析結果とそのときの領収書を証拠としてニセモノ販売の事実を認めるよう詰め寄ったところ、相手は当社が成分分析をしたものと2ヶ月前にその店が売ったものが同一でないと反論し、当方は応答できなかった。それ以降はニセモノを発見すると、まず、技術監督局の役人に店に来てもらい、その場で封印し、それから成分分析をするようにしている。このように、証拠の厳格性には十分注意する必要があると感じている。

また、別のノウハウであるが、ニセモノ業者に警告状を送付する際には、必ず国家及び地方の関係当局すべてにも警告状のコピーを送付している。当局がどう動くかは判らないが、少なくともニセモノ業者にとっては、警告状のコピーがかなりの数出回っていることが精神的プレッシャーになっていると思う。

また、別の対策としては、監督官庁には、製品の真偽を見分けるためのマニュアルを配布している。現在のところ侵害事件の内90%は商標関係の違法ラベルなので、ラベルの見分け方をマニュアルで教えることによりほとんど解決できると考えている。

なお、自社品の管理保護体制としては、製剤・分装工場を10指定し、人民日報にも広告している。また、包装・ラベルの製造会社も指定工場に一括して住友化学が直接発注管理している。

(4) 外国企業との連携

外国同業他社との連系については、中国で農業ビジネスをしている外資系の企業（欧州7社、米国7社）と住友化学で Crop Protection Association of China という業界団体を結成し、その中で知的財産権及び偽商品の部会を作って行動している。具体的には、相互の情報交換を目的として、ニセモノの情報センターを1社の駐在事務所の中に設立した。各社は加盟各社のニセモノを発見すると情報センターに連絡し、共同対応することとしている。ある加盟他社が3ヶ月を要して当社の製品のアルミ袋を偽造している工場を発見し、摘発したこともある。既にセンターには数十社におよぶ違法工場、偽商品分布等の情報が集積されている。現在は、朱容基首相宛にニセモノ問題の連名の陳情書を作成しているところである。このように共同対応した方が、相手への効果の点でも、経費の点でも効率がよいと考えている。

5. 松下電器グループの活動状況 - 紀ノ岡松下電器知財部長

松下電器の紀ノ岡部長からは、中国内に約30数社の傘下製造会社をかかえる企業グループとしての知的財産管理の様子が紹介された。

(1) 松下電器グループの活動概要

松下グループではそれぞれの企業が独立自主経営ではあるが、ブランドイメージの向上、知的財産権の保護等については1994年に設立された事業支援会社としての松下電器(中国)有限公司が総括的に扱っている。

現在、中国における知的財産管理の仕組みづくりと人材育成を行っており、北京と広州で中国人スタッフを交え業務を展開している。中国知財情報の収集と分析、中国内の製造会社の知財担当を集めての知財会議、技術者・研究者を集めての知財研修、知的財産権の取得と行使に関する支援業務などを行っている。

(2) 模倣品対策

模倣品問題は、当社が中国に進出当初から発生していた問題。初期の段階は有名税と考え寛容に対応していた面もあるが、やがて、模倣品の数が増大し、シェアも下落し、毎月60~70件の情報が寄せられ、とても看過できる状況ではなくなり、対策を講じるようになった。

対策の内容の第1は、関係情報の選別と収集であるが、現在では、工商局、技術監督局等の官庁、調査会社、販売店、消費者等あらゆるところから情報が入ってくる。これらは、玉石混交であるので、模倣品自体の評価、地域的・量的規模、規模拡大のスピード、悪質性から、当社製品に与える影響を考慮し、直ちに関係部門に連絡し対策検討に入るもの、引き続きウォッチングするもの、当面放置するものに分類している。

対策の検討にあたり、まず、自己の法的根拠を明確にすることが必要となる。商標権、意匠権が適切に取得されていることを確認する必要がある。特に、商標権については権利のカバー範囲が要注意である。代理人と英語で連絡している場合には翻訳ミスや商品名の記載漏れが発生しや

すいので確認が必要である。また、自社で出願・登録を忘れており、逆に模倣業者に権利を取られているケースもあるのでこれも要注意である。権利侵害の判断についても日本とは解釈が違う場合があるので、専門家の判断を仰ぐ必要がある。

(3) ニセモノ業者の傾向

ニセモノ対策としては製造工場にターゲット絞って対策を講じていることが多いが、これに対しニセモノ業者側も次のような対応を講じている場合がある。例えば、製造を各地の工場に分散させ、最終製品をどこで作っているのかわかりにくくしている。注文を受けてから必要部品を調達し、組立後にすぐに出荷してしまい、製造現場を取り押さえられないようにしている。倉庫を散在させ、一つ発見されても押収量が少なくなるようにしている。工場からはノーブランドで出荷し、流通段階で偽商標を貼付するので工場を見つけても手入れが出来ないようにしている。他の地域向けの製品を輸入し、それを改造して市場に出している。

こうしたことから、どこをどのように摘発するかについてはケースバイケースで判断する必要がある。

(4) 実例

対策の実例としてテレビの「画王」のケースを紹介する。1997年に製造会社より、山東の市場でニセモノを見つけたとの情報が入った。販売量が少量であり、影響は軽微なため当面ウォッチングすることとした。しばらくは平穏であったが、昨年3月、突如、鄭州、上海で大量に出回り始めた。特に鄭州では10種類以上の「画王」が出回っていた。その結果、政府機関への投訴を決定した。第1段階として、大手7工場に対して手入れを行い、結果を見て残りの工場へ手入れの対策を検討することとした。行政機関からの決定をを全国紙に掲載し牽制効果を狙うと同時に、市場の差し押さえについては、工場の差し押さえをした後、適宜実施することとなった。昨年の4月から6月にかけて一連の対策を実施したが、なかには「画王」を「画皇」に変更するメーカーも現れた。これも最終的にはやめさせることに成功し、昨年夏にはほとんど姿を消したが、王を玉に変えた「画玉」テレビが一部残っている。日本であれば、問題なく商標権侵害品として押さえることが出来ると思うが、中国ではそれほど簡単ではない。しかし、これも放置すると、また「画玉」が氾濫するので、現在対策を検討中である。大手7工場の手入れでは約8000台のテレビを押収し、173万円の罰金が科されたので、十分な打撃を与えることが出来たと考えている。

(5) 今後の対応のあり方

これまでの経験を通じて、中国市場には模倣品業界といった一つの業界が存在しているのように感じられる。このような得体の知れない業界に対して1企業毎にバラバラに対応しているのは、知力・経済力で太刀打ちできず、永遠にモグラたたきを続けざるを得ない。中国政府も模倣品対策には注力していただいているが、なかなか地方の末端までは力の及ばないこともあるようである。そこで、将来的な対応については各社協力・相談してニセモノ対策を実施して行くことが必要ではないかと考えている。

6. まとめ－日系企業の取るべき対応－関

(1) ニセモノ被害拡大の典型例とその原因

日系企業の多くは、ニセモノが発生しても、「有名税」あるいは「日本の本社の問題」、「品質

が悪いので自然淘汰されるはず」と考え、放置していることが多い。ニセモノ発生初期の段階では確かに規模も小さく、品質も劣っており、一見してニセモノと判るケースも多いが、やがて、日本企業が何の対応もしないことを見ると、ニセモノ業者は、品質の巧みなものを大量に市場に出してくることが多い。

このような段階では、ニセモノ製造業者も投下資本等が大きくなっていることから、たとえ関係当局に訴えを起こしても、一筋縄では引き下がらないことが多く、泥沼化する。

(2) ニセモノへの具体的対応

このような状況を回避するためには、中国での権利取得を積極的に行うのは当然として、単に権利を取得しているだけでなく、ニセモノ発生の初期の段階でこれを看過することなく、厳しい態度で望むことが必要である。関係当局や裁判所に訴えを起こすだけでなく、それを新聞発表する等の手段を講じて、厳格な対応をとることを表明することも効果的である。

上記のような方策を取るためには、専門の駐在員を配置することが望ましい。日系企業はワシントンには50名以上の知財専門の管理要員を配置しているが、中国には日系企業全体で3名しか配置していない。これは、米国と中国への出願件数のバランスや他の経済指標のバランスから見ても明らかに少なすぎる。一方、欧米企業は中国南部を中心に専門要員を配置している模様である。このような状況からすると、ニセモノ業界からは「日系企業組みし易し」といったイメージで見られかねない。従って、日系企業は、もっと中国に知財の人的資源を投入すべきである。専門駐在員を配置することが困難な場合でも、少なくとも現地でもニセモノ対策が十分取れるような体制を確立すべきである。

また、当局に陳情等の行動を起こす場合は、日系企業が単独で行うよりも、特に欧米系企業と合同して行うと有効なことが多いので、同業種で連携を取ることも一案である。

China IP News Letter =====

日中経済協会 北京事務所 知財ニュース 1999/2/12号 (N0.5)

=====

発行人 関 和郎 (Kazuo SEKI)

このニュースは、中国の知的財産権の状況をお伝えするため、幅広く関係者の皆様にお配りしています。

ご意見・ご質問・ご感想、配布の停止、追加等は

(財)日中経済協会北京事務所知的財産権室

北京市建国門外大街甲 26 号長富宮弁公楼 401 郵編 100022

TEL.+86-10-6528-2781, FAX+86-10-6528-2782

E-mail:関 和郎,seki@public.east.cn.net

韓 艶梅,pkip@public.east.cn.net までご連絡ください。

Copyright 1999 Kazuo Seki, all rights reserved

=====