

中国における企業の模倣品対策活動

トヨタ自動車株式会社

加茂 廣

前置き

「中国における企業の模倣品対策と、北京IPGの模倣品対策活動について」という内容での執筆依頼を頂いたときに思い起こしたのは、筆者が過ごした3年11ヶ月の中国駐在における「知的財産活動」の多くの部分が「模倣品対策」に費やされて来たことと、日本でも模倣品問題がかなり大きく取り上げられていたにもかかわらず、現地での模倣品対策活動の実態が意外に知られていないということでした。

その意味で、この度中国における模倣品対策活動について紹介させて頂く機会を与えて頂き大変感謝すると同時に、果たして読者の皆様のご期待に沿えるような内容の記述ができるのか不安に思っております。そして、現地の様子を端的に伝えることができるのか、「仲間」として同じ模倣品対策を行ってきた皆様に対しても大きな責任も感じております。しかし、筆者としましては、この機会に、自分の経験の中で書けることを率直に書かせていただこうと覚悟を決めてお引き受けいたしました。

なお、ここに記載させていただく内容はあくまでも筆者自身の経験や見聞に基づく個人的な見解や意見ですので、この点ご了承ください。

はじめに

前置きが長くなりましたが、本題に入らせていただきます。

現在、世界で流通する模倣品の流通規模は、80兆円(WCO、インターポールによる推計)、日本企業の中国製模倣品による被害も9兆円余り(04年特許庁調査報

告)とも言われておりますが、その実態は闇の中で、掴みきれていないのが実際のところだと思います。

そして、現在世界中で流通する模倣品の50%以上が中国で製造されていると言われております。

その中国において、さまざまな形で行われる模倣行為に対して、企業がどのように対抗しているのか、またその活動をサポートするためにどのような組織(ここでは特にJETRO主催によるIPG＝知的財産問題研究会)が存在し、何をしているのかを、筆者の経験を元に紹介させていただこうと思っております。

模倣品対策と、一口に言われていますが、模倣品という呼び方と、模造品、偽造品などという呼び方との違いを詳しく述べ始めると、実にさまざまな種類があり、これらをどのように分類し、定義付けするかだけで、本が一冊書けるのではないかと思います。

ここでは、そのような厳格な定義付けをすることが目的ではありませんので、一般に模倣品、模造品と呼ばれて、知的財産権侵害行為や不正競争取締法違反行為などとして取締りの対象とされる製品、行為を総称して「模倣品」「模倣行為」と呼ぶことにさせていただきます。

中国に限らず、企業によっては以前から模倣品対策を実施してきた所もありますが、多くの企業が中国で本格的に模倣品対策に乗り出してきたのは2000年前後からではないかと思います。

というのも、2000年に中国における模倣品問題について問題を抱えている日本企業の情報交換や対策検討の場として北京IPGが発足し、同じ年に欧米系企業を中心とする外資企業が集まって模倣品対策を行おうと

QBPC (Quality Brand Protection Committee = 欧米系企業が中心になって設立され、現在180社以上が会員。中国政府商務部の認可団体として発言力もある。)が発足し、模倣品対策活動が活発になってきたからです。

これらの組織は年々その規模を拡大し、活動も活発になって、単に模倣品対策に関する情報交換に限らず、共同の模倣品摘発から刑事訴追、取締り当局に対する真贋鑑定セミナー、中国政府、地方政府などに対するロビー活動、法改正に対するパブリックコメントの提出等々の活動を展開してきています。

IPG活動について

まずご紹介させて頂きたいのは、現在中国において日系企業が模倣品対策活動を展開するに当たって大きな役割を果たしている、JETROを事務局として企業が集合したIPG (Intellectual Property Group = 知的財産問題研究会) です。

IPGは、模倣品問題対応にさまざまな問題を抱えていた日本企業の担当者が情報交換し、対策の効果向上などを図るために2000年に北京JETROで発足したのに続き、上海、広州と、そのニーズの高い地域で設立されてきたものです。

中国におけるIPGは、北京、上海、広州のJETROの知的財産部が事務局となり、メンバー企業の代表がグループ長、副グループ長、幹事として運営を行っています。

当初、この3地域はそれぞれが独自の活動をしていましたが、07年に3地域のIPGがグループ長会議を開催して協議の結果、各地域の独自の活動は残しながら地域間の垣根を低くして、IPGとしてより統一的な活動につなげていくことが合意されました。その結果、3地域のどれかひとつのIPGのメンバーになれば、他地域IPGの活動(全体会合とそれに伴うセミナー、取締り当局向け真贋鑑定セミナーなど)に参加可能とすることが実現しています。

そして現在も、より統一的な組織としての運営を目指して見直しなどを行っています。

その後、グループ長会議は定例的なものとして各地域の活動方針のすり合わせ、年間計画の調整、IPG全体としての方針の協議などを話し合う場として機能しています。



北京IPG全体会合



上海IPG全体会合

これに伴い、グループ長会議では、それぞれのIPG活動の長期的な目標に基づいた継続的な活動を実施する事により、一層効率的、効果的活動をしていくことを目的に、IPG毎の中長期計画を策定していくこととし、当面の目標を「模倣行為がしにくくなる環境作り」に置くこととしました。

これは、模倣品を作る、売る、買うのが「当たり前」の状態から、そういうことが「特別なこと」として見られるような状況にしていくことで、模倣行為を封じ込めていくことを狙いとしたものです。

現在IPGは、地域毎の特色を生かした活動を展開し、メンバーはその必要性に応じた活動のためにIPGというプラットフォームを活用するという形になりつつあります。

IPG全体として共通に行っているものもありますが、ここでは特にそれぞれの地域での活動の特徴的な部分について説明いたします。

〔北京IPG〕

北京という首都機能に特許庁（知識産権局）を始めとする各省庁の中核が集まっていること、特許事務所などが集中していることなどから、各社の知的財産部門からの知的財産業務専任の駐在員が多いという特徴があります。

このため、知的財産の専門家集団として法律問題、法改正動向などへの議論などの対応が可能であり、パブリックコメント募集に対する内容検討、意見提出、政府機関への意見具申など、法律関係、対政府活動関係の活動が主体となっています。

また、企業が保有する登録商標の情報を取締り関係機関（質量技術監督局＝TSB、工商行政管理局＝AIC、税関など）に配布して商標侵害品の発見に役立ててもらおうための「権利集」の編纂、配布を行っています。

〔上海IPG〕

進出企業の数が多く、営業系の駐在員も多いことから、より実務に近い模倣品対策活動を展開しており、06年に発足した税関での取締り促進を目的とした「模倣品水際対策WG」や業界別WGが、それぞれにその共通性、特殊性などを生かしてJETROの支援を受けながら各WGとしての独自の対策（市場調査、セミナー開催、広報活動、取締り当局との意見交換会など）を実施しています。

中でも模倣品水際対策WGは、業種を超えたWGとして最も参加企業が多く、各地税関職員に対する真贋鑑定セミナーを実施すると共に、税関での取締りの活性化を図るため、税関と企業側との意見交換会により問題点を洗い出し、水際での模倣品摘発の効果を挙げることに取り組んでいます。

また、地方政府の取締り当局との交流活動にも力を入れ、07年には江蘇省TSBとのブランド保護フォーラ



税関セミナー



権利集



TSBセミナー

ムを結成、中国における、民間団体と政府機関との初の共同事業として注目を集めました。

このフォーラムを起点に、IPG業界別WGが江蘇省TSBと共同で江蘇省内における取締り推進のための共同事業（意見交換会、市場調査、TSBによる摘発活動など）を実施していますが、この動きに刺激されて、江蘇省AIC、浙江省TSB、上海TSBなどもフォーラム結成の希望を表明するなど、積極的な活動を展開しています。



税関意見交換会



江蘇省TSBフォーラム



ベストプラクティスアワード表彰式

このような動きの中で、08年には、各地の取締り当局の中から特に企業との連携で協力的に活動して大きな成果を挙げた担当当局を表彰するという「ベストプラクティスアワード」を実施し、取締り当局のモチベーション向上に役立てています。

この「ベストプラクティスアワード」は、上海だけでなく、全IPG会員からの推薦を募って対象を選定しています。

〔広東IPG〕

広東省の特殊性（進出している日系企業……製造業が多い、模倣品の製造販売拠点が多い）を元に、広東省政府など取締り関係機関と良好な関係を構築して取締りの効果を挙げるべく、上海の業界別WGとも連携して、JETRO事務所の協力の下、特に広東省内の取締り当局との共同活動などに力を入れています。このような地方政府との良好な関係の下、08年11月の広州モーターショーでは主催者側から展示ブースを優先的に斡旋されて、模倣品問題を来場者にアピールする展示をすることができました。



広州MS展示ブース

この他、IPG活動の紹介ということで、IIPPF（国際知的財産保護フォーラム）との連携強化について少し紹介させていただきたいと思えます。

これまで、IIPPFは日本国内で会員企業、団体の要望を収集し、これによって中国政府に対する申し入れをしていました。会員企業・団体からの意見は各社の中国駐在員への意見聴取という形で現場に意見を求めているのですが、中国政府に具体的に何を言っているのか上手く伝わってこないため、本当に現場の意見が反映されているのかわからない、という危惧がありました。この原因として、中国現地で活動しているIPGと日本で集めた情報を基礎として活動するIIPPFの連携が必ずしもうまく行っていたとはいえないものがあり、現場の実態から考えて必要なことが中国政府に提言されているのか疑問であるという意見もありました。

このため、08年4月からIIPPFとIPGの間で意見調整が行われ、IIPPFとIPGの活動の住み分け、情報交換やテーマ選定、発言内容の確認のための会議が開催されるようになってIPGの要望がIIPPFの発言に直接に反映されるようになると共に、08年9月の実務ミッションでは初めてIPGの代表者がIIPPFのメンバーと中国政府との交渉の場に同行することになりました。

このように、IIPPFとIPGが密接に関わった活動を展開することで、中国政府に向けて、これまで以上に効果的な発信ができていくのではないかと期待しています。

模倣品対策の国際展開を踏まえて、アジア各地のIPGとの連携会議も行われるようになり、08年10月にはシンガポール、タイ、インドネシア、マレーシア、中国のIPG関係者が集まって活動紹介などの情報交換を行い、今後の連携のための第1歩を踏み出しました。

このようにIPGは、今や日系企業の模倣品対策活動のプラットフォームとして大きな役割を果たしており、中国政府に対しても「物申せる」だけの組織としての実績を作ってきています。

このため、各社がIPGの活動に参加することで、自社の模倣品対策活動を積極的に推進することができる、すなわち1企業では不可能なことが、IPGの支援を受けられることや、WGの共同活動を通じて可能になる、などのメリットを生かすことができることとなります。

また、IPG活動全般が活発になることでIPGそのものの存在感が大きくなると、中国政府に対する影響力も大きくなるため、日本企業全体としての模倣品対応にも大きなメリットがあると思われます。

以上、IPGについてご紹介させていただきました。

次に個別の企業としての模倣品対策活動について弊社の事例をご紹介させていただきます。

トヨタの模倣品対策活動

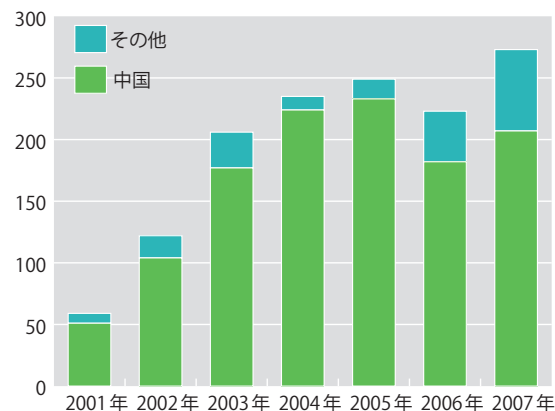
〔歴史〕

弊社が模倣品対策専任担当を設置したのは1999年8月からです。

筆者は2000年1月に前職から異動して知的財産部に里帰りした時に、模倣品対策担当も統括するようになりました。

専任者設置以前は、海外の事業体、代理店、販売店、税関などから模倣品の情報が寄せられ、それに単発的に対応していた程度でした。

専任者設置以後は上記の対応に加え、調査会社（いわゆる探偵社のようなもの。但し、中国においては、調査会社なるものは公式には存在していないため、現在では弁護士を採用したり、法律事務所との提携をして知的財産コンサルタントのような名称にしている。なお、現在、中国では調査会社の数は、数百社程度にのぼり、その質は玉石混淆であるため、残念ながら悪質な調査会社が虚偽の報告をする等の被害も出ているようである。したがって、調査会社の選定・管理に慣れないうちは、経験



摘発件数の推移

のある日本企業の評判などを聞いたりしつつ、慎重に実施していくことが重要と思われる。)からの模倣品発見情報(サイティングレポート)に基づいて、摘発を依頼していました。

その後、04年に中国のQBPC(Quality Brand Protection Committee)に参加し、対策活動を積極的に進めることになりました。

また、中国における知的財産機能の拠点を構築すること、模倣品対策を現地で推進することなどを目的として、05年2月に知的財産機能の初代の駐在員として筆者が北京(トヨタ自動車技術センター(中国)有限公司=TTCC北京分室)に赴任しました。

【業務の流れ】

トヨタの模倣品取締りの組織、流れなどについて紹介させていただきます。

現在北京にいるTTCC知的財産部が模倣品対策を業務としています。

人員は、部長(駐在員)と中国人スタッフ4名の合計5名で構成されています。

業務内容は知的財産機能全般ですが、模倣品対策業務専任のスタッフ工数はほぼ3名分というところ です。

中国における模造品取締りは、行政機関に依頼して行われます。

行政機関による摘発は、商標権侵害事件としてAICで扱われるケースが多く、次いで製品品質法などによって産地虚偽表示などを理由にTSBが製造工程で取り締まるケースがあります。基本的にはAICは流通領域、



摘発現場

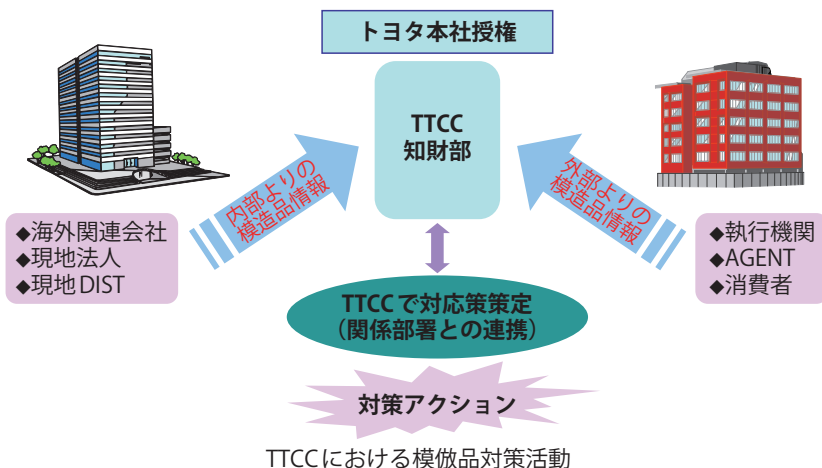
TSBは生産領域という分担がありますが、これを厳格に適用する地域と、TSBが流通領域での摘発も実施する地域があります。

また、不正競争法に基づく取締りケースも近年散見されています。

取締り当局に対して取締りを依頼する場合は、商標権などの権利者からの委任が必要なため、トヨタ自動車本社から、TTCC宛に模倣品取締りの諸手続きに関する委任状(授權証)が発行されています。

通常、調査会社を利用した模倣品発見から摘発までの流れですと、調査会社が模倣品を販売している店、模倣品を製造している工場、模倣品を貯蔵している倉庫などを発見すると、トヨタ(TTCC)に店名、住所、摘発可能数量予測、などを連絡してきます。

トヨタでは摘発可能数量などから摘発実施可否を判断して調査会社に摘発の指示を出します。



調査会社は模倣品を購入し、領収書を入手するなど証拠を収集し、それらを持って取締り機関に摘発を依頼します。

当局による摘発がされると、摘発・押収した製品が模倣品であるか否かの鑑定を行い、トヨタが鑑定書を発行します。

この摘発に伴い被疑者には行政罰が与えられることになります。

この行政罰には、模倣品の没収、罰金、営業停止処分などがあります。

基本的な摘発の流れは以上のとおりですが、刑事事件に立件するための基準を満たす場合は、公安に事件を移送し、検察を通じて刑事裁判を行います。この場合は立件基準の判断、証拠の収集などに様々な問題があり、刑事事件になるケースは、行政摘発の件数のごくわずかな部分に限られています。

TTCCは06年8月に模倣品摘発業務について、本社から全面的に移管を受け、企画から実行までを担当することになりました。

それに伴い、これまでの摘発活動を見直し、調査会

社からのサイティングレポートによる摘発活動から、TTCCが作成する企画に基づいた摘発活動を主体にするよう方向転換することにしました。

これは、地域、対象（製造業者と販売業者の割合など）、期間、目標摘発件数、費用対効果目標（摘発した模倣品の総額を、対応する純正品価格に置き換えて計算）、予算総枠などを定めて調査会社に指示し、さらに摘発実施地域の事前、事後の市場や製造工場の状況を比較調査するというものです。

これにより、調査会社が「やりやすい」所ではなく、権利者として重要と思われる地域に対して重点的に取締りを行う、という方向に転換を図ることが目的です。

この方法での問題は、全国的に取り締り機関の人手不足が常態となっている現状で、同一地域の取り締り機関が、半年程度の期間内に一企業のために何度も摘発に動いてくれないことや、一斉に多数の模倣品製造／販売拠点に対しての摘発が困難であるということから、目標の件数に達しないという事態が起きることです。

また、費用対効果の「縛り」があることで、目標摘発



摘発現場写真

件数に達しない場合もあり、期間終盤になると、調査会社の方からも件数を優先するか、費用対効果の目標を優先するかの問題が提起されています。

このように、今後解決すべき問題はありますが、これまでの「調査会社主導」から「権利者（企業＝発注者）主導」へと変わりつつあることも事実です。

ただ、これは自ら市場を見て歩き、状況がわかって来てからできることで、中国に駐在員もおらず、市場の状況も良くつかめていない企業にとっては調査会社頼みにならざるを得ない状況であることも実態です。

〔市場調査〕

現場としての感覚を養うため、模倣品を販売している現場を実際に確認する、という目的で中国各地にある自動車部品市場（汽配城と呼ばれている）の調査をはじめました。

05年の初回は、駐在員が北京にいた同業他社に働きかけ、3社で8都市の部品市場を視察しました。

これにより、規模、販売形態、部品市場形態の相違、また輸出の経由地としての機能、地方へのハブとしての機能などを持つ市場などが見えてきました。

市場調査については毎年地域を変えて、できるだけ

多くの市場や製造地域の状況を自分の目で見るようにしてきました。

さらに08年からはIPG自動車・自動車部品WGの活動にも取り入れ、より多くのWGメンバーにも実態を確認してもらう機会を提供することにしました。

この市場調査では、部品市場側も摘発の危険を知っているところでは警戒感が強く、市場の写真撮影していると「なぜ写真を撮るのか」と詰め寄られたり、市場管理者から撮影を禁じられたりしたこともありますし、我々が車から降りて市場に入っていくと、シャッターを下ろしたり、我々の行く先を見張っていたり、ということもありました。

〔団体活動〕

弊社の団体活動は、先に記載しましたQBPC、IPGの2団体での活動が主になっています（日本ではJAMA、IIPPFにも参画しておりますが、ここではTTCCの中国の活動に絞らせていただきます。）

QBPCでは主に業界WG（IWG=Industrial Working Group）、と税関WG、法律関係WGに参画し、共同作業（セミナー開催、啓発活動など）、法規動向の情報収集、意見交換会への出席などを行っていますが、QBPCの中



模倣品市場

国政府に対する影響力が大きい（現在会員企業数は180社を越える）ため、情報収集、ロビー活動を中心に利用しています。

IPGは、先に紹介しましたように、JETROが事務局として企業活動をサポートしていますので、さまざまな活動についての当局との交渉、活動に当てるの庶務事項の対応など、大変効率的に進められています。

このため、関係当局への働きかけ（セミナー、広報活動など）、人脈作りなどは、IPGのWG活動を活用しており、現在は「模倣品水際対策WG」と業界別WGに参加して活動しています。

業界別WG活動では、関係する企業9社で「自動車・自動車部品WG」を結成して活動していますが、活動内容は年度始めに各社から実施希望テーマを集め、優先度、重要度などからWGで実施項目と幹事を決定しています。

08年度の実施項目としては、刑事立件移送手続きの検討と検証、市場調査（江蘇省、安徽省）、不正看板取締り、消費者啓蒙活動、調査会社の価格調査など8項目を実施しています。

このWGでは、メンバー間で模倣品発見情報も共有し、共同摘発を実施することにしており、これによって費用低減、摘発規模の拡大を図っています。

〔社内体制〕

弊社内部でも関係部署との連携を図り、効率的・効果的な活動を目指しています。

本社海外部品用品部には真贋鑑定の協力（部品用品の流通ルートの確認なども含む）を要請し、中国における部品用品関連部門とは、各事業体の関連部署と情報交換をして広報・啓蒙活動での協力、授權部品販売店のリストなど必要情報の共有などを実施しています。

〔広報活動〕

模倣品対策は「作らせない」「売らせない」という摘発だけでなく、「買わせない」という消費者向けの広報、啓蒙活動も重要です。

摘発というのは、どちらかという、製造工場、倉庫、販売店という「点」と「線」を制圧することが主となりますが、広報活動は多くの消費者、場合によっては模倣品業者にも注意を喚起する、という「面」の活動という意味も持ちます。

この意味で、摘発実行時にメディアを同行してTV、新聞で摘発の様子を報道するというのも実施しています。

広報活動は、1企業だけではなく、業界としての共通のメリットがあることから、IPGのWG活動に取り入れ、取締り当局との協力関係で行うことで、効果的な活動が期待できます。

このひとつの事例が、先にご紹介しました広州モーターショーにおける反模倣品キャンペーン活動です。



報道事例

〔税関対策〕

摘発される数量、市場規模などからも、中国内で製造、販売されている模倣品の量は、中国内で消費する量に対してはるかに多いと思われます。

さらに、世界各地の税関で摘発される模倣品の製造元、輸出元の多くが中国であることから、製造される模倣品の多くが輸出されている、と言えると思います。

中国では輸出時点での摘発が可能であることから、各地の税関に対して働きかけをすることで、模倣品の輸出を食い止めることが期待されます。

ただし、税関での疑義品の開梱率は全体で3%未満と言われており、大きな効果が得られるとはいえません。それでも税関に対して自社の情報を提供することで、摘発件数を少しでも増加できれば、模倣品輸出による拡散を防ぐ事に繋がるため、IPG「模倣品水際対策WG」などに参加して各地税関に対してセミナー、意見交換会などを実施して摘発を推進すべく働きかけを続けています。

〔関係作り〕

関係当局との良好な関係作りも、摘発活動の円滑な推進に欠かせない部分です。

このため、年に一度、弊社の模倣品対策活動について効果の大きかった当局、協力的であった当局などを評価して、上位の当局に対して表敬訪問を行い、謝意を表して一層の取締りを依頼すると共に、現状の問題などについても意見交換をすることで、当方の希望や問題事項を知らせると共に、当局の要望などを把握して次の方策検討の参考にしています。



表敬訪問

〔真贋鑑定セミナー〕

すでに何度か触れていますように、当局向けの真贋鑑定セミナーは当局に対して自社の権利状況を知らせ、権利者としての模倣品取締りに対する姿勢を示すと共に、当該市場での模倣品存在の注意を喚起することで摘発へ繋がるという面を持っているため、IPG主催のセミナーには極力参加することにしていきます。

〔JAMA 活動支援〕

TTCCは、トヨタ自動車が参画しているJAMA（日本自動車工業会）の中国におけるプロジェクト活動に対する支援も行っています。

これは、すでに述べました、真贋鑑定セミナー、取締り当局との意見交換会、広報活動などですが、IPGとの協力も含めてより効果的、効率的活動ができるよう支援しています。



JAMAセミナー

弊社は、以上のように中国における模倣品対策活動を実施しておりますが、現在最大の課題は、模倣品対策を実施している各企業共通の課題でもあります「効果検証」の部分です。

これまで紹介させていただきました対策を実施した結果、どのような効果があったのか、模倣品は減ったのか、消費者の意識は変わったのか、などの効果検証についてはさまざまな手法が試みられていますが、現実には模倣品が減っている、という兆候は残念ながら筆者の駐在期間中には見られなかったと思われます。

この「効果検証」については今後も様々な方法を試みて、指針として適用できるようなものを見つけていく

ことになると思います。

ただ、実際の摘発活動により工場が閉鎖されたり、店舗の看板から商標が消されたりしてきたこと、意見交換会やセミナーなどを通じて中国政府がそれなりに企業の意見に耳を傾けるようになったこと、自国消費者の保護という観点で企業側と方向性が合って来始めたことなどは感じられるようになってきました。

勿論、国土の大きさ、人の多さなどから、中央の意向がすぐに反映されるということは困難で、多くの条件を克服しなくてはならず、企業側としても根気よくそのための活動を続けていかなくてはならないと思います。

〔コピー車問題〕

中国での模倣問題を取り上げるときに、自動車メーカーとして避けて通れないものに「コピー車」と呼ばれる、デザイン模倣車問題があります。

これにつきましては、各国の自動車メーカーが経験しており訴訟も起こっていますが、現在の中国の意匠法の判断では「非類似」の結論になる場合が多く、自動車各社およびJAMAとしてもデザイン開発に対する根本的な意識改革から始めなくては解決できない問題として、「意匠シンポジウム」などを開催して、啓蒙活動を実施しています。

この基礎には、開発投資を抑え、利益を優先するあ



デザインをコピーしたと思われる事例

まり、他社のデザインをそのまま流用することに罪悪感を感じていないことがあるのではないかと考えられます。

しかも、意匠法では類似にならないと思われるような部分的デザイン変更、または「前はカローラ後ろはフィット」と言われるような、他車種との組み合わせで外観を作る例が増えています。

また、意匠の実態審査制度がないため、他社のカタログから写したようなもので意匠が登録されているような例も見られますし、このような権利を主張されることもあるため、これらの排除も考えなくてはなりません。

中国の自動車産業は海外からの技術輸入に依存しており、海外企業との合弁会社で自動車を製造しているため、技術そのものの先行開発もせず、外観意匠についても「ありもの」を利用する、というのが普通になっているのではないかと考えられます。

技術開発の重要性の認識や知的財産を尊重する考え方が熟成してこない、「デザインコピー」の問題から「技術コピー」の問題へと、予想通りの発展？をしていくのではないかと考えられます。

残された問題

今の中国において模倣行為はそれがひとつの事業として成り立っていると言ってよいと思います。

これには、取締りに関する制度、法律はあるもののそれが模倣行為を抑制するだけの実効性を伴っていない、という部分があります。

行政取締りによる罰金の額は「ビジネスリスク」として考えられる程度のもので、抑止力となり得ていません。

また、刑事事件にしようとするれば、一定の条件（被害金額、不法収入金額のレベルによる）を満たしていなくてはならないと共に、行政摘発から刑事事件に移送するためにも当局間の思惑、煩雑な手続き、中途に介入する機関による判断の問題などをクリアする必要があり、刑事事件にすることが難しい状況です。

すなわち、「法・制度はあっても運用が追いついていない」状況であり、運用面でも「法治ではなく人治」と言われるような状態があるということも挙げられますが、これは弊社の実施事項の中で、「当局との関係作り」

が、対策のひとつとして挙げられること自体がそれを表していると思います。

現在の中国の状況では、沿海部の経済発展地域と地方の経済格差が大きく、地方都市では経済発展を図るべく、開発区を整備して企業誘致を進めています。

ここに、摘発を逃れて模倣品製造業者が工場を移設してくるにより、地方経済に寄与する（税収、雇用など）結果になると、地方政府の保護を受けることになり、摘発活動が困難になります。

このように、地方においては模倣品業者と言っても地方経済に寄与するものは、地方政府の保護を受けることになり、町、村の単位では模倣品事業そのものがその町や村の経済を支えていることになり、こういう状況での模倣品取締り、というのは大変難しいということになります。

実際に、弊社が行った東北地方の工場摘発では、現地のAICが模倣業者の抵抗を排除するため、公安を同行して工場に立ち入った際に、大型トラックを数台横付けにして出入り口をふさぎ、押収品の持ち出しを妨害したため、数時間かけてトラックを排除して押収品を持ち出したという例もありますし、部品商の店舗での摘発時にも暴力行為による抵抗や、立会の調査会社の調査員が暴行を受けるなどの事例が多く発生しています。

某都市の経済開発区での取締りを行った際も、工場に差し押さえた模倣品を運び出そうとしたところ、開発区を管理する市当局から持ち出しを禁止され、摘発を行ったTSBと市当局の交渉の結果、結局半分だけ押収できた、という例もあります。

そういった意味で、現在は模倣品事業が地方経済を支えているという部分も考えると、こういった模倣行為が一種の必要悪として存在していると言っても過言ではないと思いますし、この状態で中央政府が本当に模倣品撲滅を目指しているのか、ということが疑問にも思っています。

終わりに

以上のように、中国における模倣品対策について、IPGの活動、弊社の活動を紹介させていただきましたが、中国における模倣品実態の奥の深さ、幅の広さ、深刻さなどが少しでもご理解いただければ幸いです。

このような模倣対策の活動を続けていて、模倣行為が日・欧・米でも未だに存在していることから、中国での模倣行為の「撲滅」が不可能とするなら、前項にて記載しましたような問題を抱えた状況で、中国が現在の日・欧・米並みになってくる為に、はるかに長い時間をかけなくてはならないのではないかと思います。

では、どのようにしてこの問題と戦っていけばいいのか、ということになると、やはり、環境整備というところから入らざるをえないのではないかと思います。

これは大変多くの要素が絡み合っているところで、単に知財保護意識が高まればよいという問題でもなく、中国政府が経済格差の是正という大きな課題から取り組まないといけないものであり、そういった問題を含めて私たちが側面からどのように働きかけをしていくのかを考える必要があると思います。

その意味で、今の活動が無意味であるというわけではなく、摘発活動も、広報・啓蒙活動も模倣品が作りにくい、売りにくい、買にくい環境を醸成していくためのひとつの方策であり、遠い道のりであっても、これらを続けていく必要があると思います。

そして、そこではIPG、IIPPFなどの官、民が一体となった活動の積極的展開がますます期待される場所であると思っています。

以上、筆者の個人的な経験に基づく拙い文章でどこまで実態をお伝えできたか、甚だ心もとないものがありますが、これを読まれた読者の皆様が少しでもこのことに興味を持っていただければ幸いです。

今回、筆者が体験してきました中国における模倣品対策というものの一端をご紹介させて頂く機会を与えて頂きましたことに感謝いたしますと共に、本稿の執筆にあたって多大なるご協力とご支援をいただきました、北京、上海、広州のJETROの知的財産部門の皆様および経済産業省模倣品対策・通商室分部専門官殿、並びにTTCC知的財産部の皆様に厚くお礼申し上げます。

profile

加茂 廣 (かも ひろし)

- 1974年4月 トヨタ自動車工業株式会社入社
(1982年 自工・自販合併によりトヨタ自動車株式会社に社名変更)
- 1974年10月 特許部管理課 (海外商標担当)
- 1981年10月 特許部渉外課 (技術開発契約、ライセンス契約担当)
- 1989年11月 トヨタテクニカルセンターU.S.A. 出向
人事・総務担当 General Manager
- 1994年7月 トヨタ自動車 知的財産部ライセンス室主担当員 (技術開発契約、ライセンス契約担当)
- 1998年1月 トヨタ自動車 試作部調達室長 (試作部品調達)
- 2000年1月 トヨタ自動車 知的財産部企画総括室長 (商標、意匠、模倣品対策、部総括担当)
- 2005年2月 トヨタ自動車技術センター (中国) 有限公司出向 知的財産部長
- 2009年1月 トヨタ自動車 知的財産部企画総括室主査
- 2009年4月 トヨタ自動車 知的財産部コーポレート知財渉外室主査