

商標権侵害に対する取り組み

高多 理吉 Masayoshi Takata

(一財)国際貿易投資研究所 客員研究員
富士インターナショナルアカデミー 学院長

要約

商標権を含む知財権侵害の影響は、莫大な規模となっており、模倣品自体の被害はもとより、それにとまなう何物にも代えがたい無形資産である「ブランドイメージ」の低下に被害企業は大きな影響をこうむっていると捉えている。

輸入差止物品に占める商標権侵害物品の比率は、件数ベースでも、点数ベースでも9割を超え、商標権侵害の占める率が大きい。仕出国別では、中国が9割を超え、断トツ一位である。

中国では、登録出願件数の増大と新しい商標の出現、手続き簡素化の必要性などから、商法の改正が行われたが、留意すべき点もある。

我が国では、官民を挙げての商標侵害への取り組みが進展しているが、企業にも取り組みの温度差があり、断固とした対策を継続する必要がある。

また、これまで、中国に傾注していた取り組みをアセアン、インドなどにも拡大していくことが重要となっている。

1. 商標権を含む知財権侵害の影響
グローバル経済の進展に伴い、知財権保護の重要性が国際的に高まり

を見せている。財・サービスの知財権が担保されなければ、当然の帰結として、新商品の開発、革新的なサービスの開発へのインセンティブが

阻害され、ひいては、経済発展の大きな阻害要因となる。

世界税関機構（WCO）と国際刑事警察機構（ICPO）の共催による第1回世界模倣品・海賊版撲滅会議（2004年5月、ブラッセル）において、世界の模倣品取引額は年間5,000億ユーロ（各種資料では、約80兆円とされているが、発表当時の対円相場仲値平均値1ユーロ＝134.46円で換算すれば、約67兆円が妥当と思われる：筆者換算）に達すると推定され、巨大犯罪組織やテロ組織も関与しているという事態の指摘がなされた。また、国際商業会議所（ICC）による全世界の模倣品被害額推定では、世界貿易額の5～7%に上るとされており、世界経済にとって、知財権侵害は見逃ごすことのできない大きな問題となっている^{（注1）}。

パリ条約（1883年）、ベルヌ条約（1886年）、WTO/TRIPS協定（1995年）などさまざまな国際条約が締結されてきた経緯には、知財権の保護が産業活動と経済発展の根幹にかかわるものであるという世界共通の認識がその背景にある。

『2014年度 模倣被害調査報告

書』特許庁（2015年3月）は、8045社を対象とし、2013年度に実施されたアンケート調査をもとにしているが、直接の被害総額以外の影響にどのようなものがあるかを明らかにしている。

それによれば、模倣被害額以外の影響で、各商品分野のトータルで最も大きいものとして、断トツ1位を占めるのが「ブランドイメージの低下」である。そして、2位が「消費者からのクレーム」、3位が「取引先とのトラブル」の順となっている。

各企業にとって、ブランドイメージは商品そのものの評価のみでなく、企業に対する信頼性でもあり、これまで積み上げてきた企業戦略の結果であって、それ自身が数値的には計りがたく、何物にも代えられない貴重な「無形資産」である。それゆえ、それを侵害されることは、多くの場合、模倣品の直接被害以上に、大きな被害を企業側に及ぼすといっても過言ではない。

2. 商標の定義の拡大と知財権に 占める商標権侵害のシェア

(1) 商標権侵害と商標権侵害物品
さて、前述の『2014年度 模倣被害調査報告書』にある「知的財産権の権利別被害社数の割合（複数回答）」によれば、模倣被害順位は、商標 57.9%をトップに、意匠 32.1%、特許・実用新案 32.1%、著作物 18.7%、営業秘密・ノウハウ 4.7%、その他 6.9%（複数回答のため、合計は100%とはならない）の順となっている。

また、『報道発表』「税関の知財侵害物品差止件数が過去最多」財務省（2015年3月4日）の知財権別輸入差止実績をまとめたものが、表1で

ある。これによると、輸入物品のうち、偽ブランド品などの商標権侵害物品が件数ベースで98.0%、点数ベースで92.1%を占めており、知財権侵害のうち、商標権侵害の割合が極めて多いことが分かる。

上記「記者発表資料」があげている輸入差止された商標権侵害物品の上位を占めるものは、幼児用衣類、運動用ユニフォーム、バッグ、医薬品、靴、コンピュータ用ソフト、イヤホン、ピアス、サングラス、バッテリー、バイク用キャブレター、自動車用ブレーキキャリパーカバー、痩身用マッサージ器、トレーニング用具等一般消費者が日常的に使用するものが列挙されている。

表1 知的財産別・輸入差止実績（2014年）

（単位：％）

件数ベース	商標権 (98.0)	著作権 (1.6)	不正競争防止法 (0.3)	意匠権 (0.1)	特許権 (0.0)
点数ベース	商標権 (92.1)	意匠権 (6.7)	著作権 (1.1)	不正競争防止法 (0.0)	特許権 (0.0)

（出所）「報道発表」（2015年3月4日：財務省）より作成

（注1）点数は1万点を1単位として、計算。このため、点数ベースでの不正競争防止法案件はゼロ%となっている。

（注2）四捨五入のため、構成比合計が100%にならない場合がある。

（注3）不正競争防止法案件は、同法第二条一、三、十、十一項に基づく知的財産権に該当するものを計上。

（財務省知的財産調査室による）

(2) 仕出国（地域）別輸入差止実績

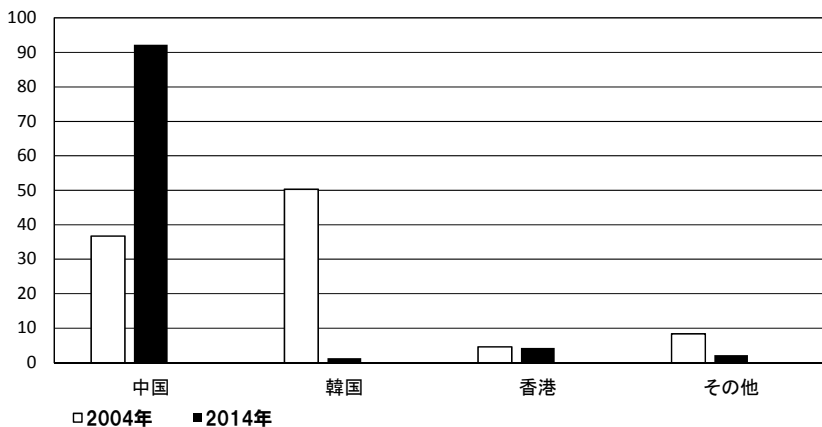
前述の財務省による『報道発表』による知財権侵害物品輸入差止実績からみると、わが国の仕出国（地域）別知財権侵害物品の輸入差止実績構成比の変化では、中国の伸長が著しい。

2004年においては、韓国を仕出しとするものが50.3%と第1位を占め、次いで中国が36.7%で2位、香港4.6%、その他が8.4%となっている。10年後の2014年では、中国の構成比が92.2%とトップで、次いで香港

の4.3%、3位の韓国はわずか1.3%に激減、その他2.2%となっている。2004年実績と2014年実績を取り出し、10年間の変化を図にしたものが、図1である。

その背景には、「世界の工場」とまで言われるに至った中国製造業の発展とわが国製造業の対中国直接投資および対中国OEMの目覚ましい増大があると思われるが、ことに商標権に関連した製造業の中国進出への集中に加え中国の知財権侵害が深刻化した事実を図1は表していると考えてよいだろう。

図1 仕出国（地域）別知財侵害物品輸入差止実績（%）



（出所）『報道発表』（2015年3月4日：財務省）より作成

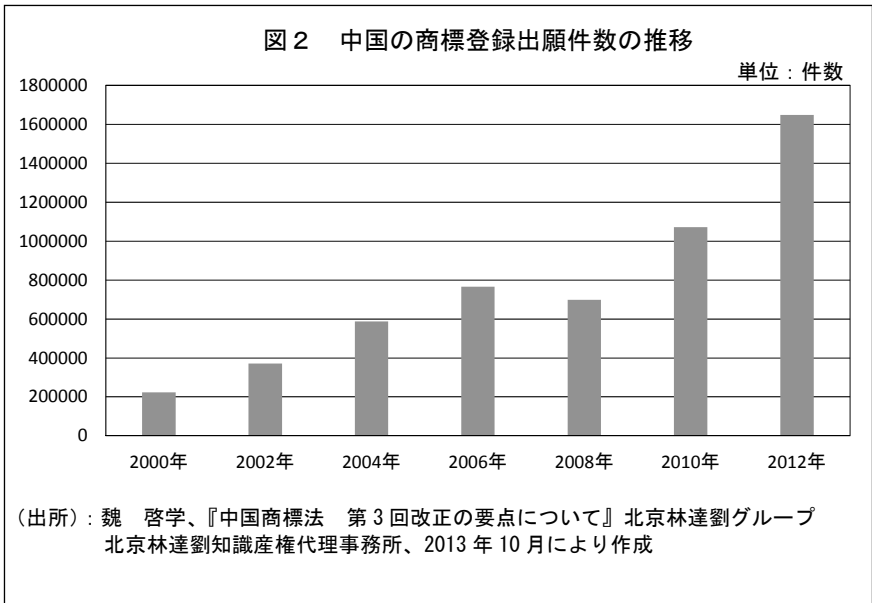
3. 中国の商標法改正

(1) 背景

中国は2013年8月、「中華人民共和国商標法」(以下中国・改正商標法)を改正し、公布した。中国における商標登録出願件数は、2012年で、164万8,316件に達している。このうち外国出願人による案件は8.8%(145,776件)を占め、米国の24,751件をトップに、日本24,676件、韓国

6,114件、英国5,680件、ドイツ4,395件となっている(注²)。

改正の背景として、このように、商標登録出願件数が増大するなか、商標出願人の便宜を図り、公平競争による市場秩序を維持し、商標専用権の保護を強化するとともに、馳名商標(関連公衆に熟知された商標)保護制度を完備し、中国が参加している国際条約に一致させようとする意図がうかがえる。



(2) 改正の具体的な事例

一部ではあるが、具体的な改正の事例を下記に列挙する

- ①音声商標の導入：「音声」が商標として新設された。
- ②馳名商標（関連公衆に熟知された商標）の認定と保護の明確化：「馳名商標」のルールを明確化し、不正な手段を抑止し、公正な競争を促進しようとするもの。
- ③冒認出願（特許を受ける権利を持たない者が他人商標を先取り出願すること）対策の強化：冒認出願の禁止規定を追加。
- ④「一出願多区分」制度の導入：一つの出願で多数の区分について同一の商標を登録することを可能とした。商標出願人の費用負担の軽減、手続きの簡素化。
- ⑤電子出願の導入：IT技術の発展を背景に、現代的な手段を活用し、出願手続きの円滑な処理を目的。

(3) 中国・改正商標法の留意点

①冒認出願に対する留意点

登録出願以前に、展示会、メディアやインターネット等を通じた広告活動などで商標を宣伝しないことが

必要である^(注3)。また、商標所有者は、提携パートナーとの提携証拠、及び効果的で、最も早い商標使用に関する証拠を保存することで、当該商標権の享有を証明することが必要となってくる^(注4)。

②「一出願多区分」制度の導入に対する留意点

仮に、複数の区分の中で、一つの区分のみについて異議を申立てられたら、問題がない区分でも登録できず、異議申立てのある区分の結果待ちとなる。さらに、商標登録となった後、他人に商標権を譲渡するとき、分割できないため、全ての区分の登録を一括して譲受人に譲渡しなければならない。

このような状況を考慮すれば、重要な商標、重要な区分について出願する際には、「一出願一区分」を採用することが得策と思われる^(注5)。

4. 商標権侵害への政府の取り組み

『特許行政年次報告 2015 年度版』（2015 年 6 月）、218～222 ページにもとづいて、日本政府の商標権侵害への取り組みを以下に紹介する。

(1) 商標法の改正

日本政府は、『特許法等の一部を改正する法律』を2014年5月に公布した。改正では、①新しいタイプの商標(「動き商標」、「ホログラム商標」、「色彩のみからなる商標」、「音商標」、「位置商標」等)に対応できる商標審査基準を整備。②国際機関の商標に関する登録要件として、国際機関が行う役務と出願に係わる指定商品または指定役務との関連について具体例を記述。③地域団体商標の周知性の要件として、商品又は役務の特性ごとに可能な範囲で、類型化したうえで、判断基準をより具体化及び明確化した。

(2) マドリッド協定議定書の周知活動

我が国特許庁は、2015年2月、アセアン各国のマドリッド協定議定書への加盟を促進するため、アセアン各国の商標審査官等政府職員を日本に招へいし、同協定議定書に特化した研修を1週間にわたって実施した。

(3) 地域団体商標に関する取り組み

2006年4月に地域団体商標制度が導入され、地域名と商品(役務)名とを組み合わせた商標を、地域団体商標として商標登録することが可能となった。

5. 民間の取り組み

(1) アンケート調査から見る企業の意識と取り組み

前述の『2014年度模倣被害調査報告書』特許庁(2015年3月)によるアンケート調査を見れば、企業の模倣被害の傾向と対策を見ることができる。

このなかで、特に9社の具体的事例^(注6)があげられており、それをまとめると以下の通りである。(中身は、模倣対策全般に関するもので、商標権に限定していないが、商標権被害に関するものが多く、商標権侵害に対する取り組みと考えてもよい)

まず、9社の取り組みを複数回答で、最も多かった取り組み上位ランキングを見ると、

1位:6社「インターネット上の対策」

2位:5社「業界団体・同業他社と連携活動」

3位:4社「製造工場の調査・摘発」

同:4社「訴訟の提起」である。

少なかった取り組みは、1位:1社「現地への駐在員派遣」、同1社「行政摘発」、同1社「生産拠点の変更」という結果が出ている。上位のうち、取組の多かった具体的回答事例を下記にあげる。

①インターネット上の対策:

- ・社内担当者がインターネット情報をウォッチし、偽サイトや冒認商法の発見に努めるとともに、消費者からのオンラインショップについての問い合わせ等から、模倣被害の事実を確認し、その都度、警察への通報、サーバーの管理者への警告状の提出。
- ・インターネット上には悪質なものが多く、義務教育段階から教え、消費者自らが考える力を養成するよう国を挙げての対策が必要と考えている。

②業界団体・同業他社との連携活動

- ・ACCS（コンピュータソフトウ

ェア著作権協会）に加入し、ACCS名で模倣者に警告をすると、当社名で警告するよりも相手側の対応が早くなったと感じている。

- ・当社はいろいろな業界団体に所属しており、一部の業界団体では、中国の模倣者の摘発を共同で行っている。共同で行うことで、コスト面も含めて効果的な模倣品対策が期待できる。
- ・業界団体のなかで情報交換を行い、いかに模倣対策を行うか議論している。そのほか、関連業界団体の様々な会合に出席し、意見・情報の収集をすることは極めて有益であると考えている。

これらから読み取ることのできる要点は、全社を挙げて対策に取り組む必要性、先送りしないで早急に対策を講じる必要性、一社だけで対応するよりも業界団体ベースで取り組むことの重要性があげられるだろう。

(2) 2015年度知財功労賞受賞企業

「サロンプラス」で知名度の高い久光製薬株式会社（佐賀県）は、日本で登録出願した商標は、貼る治療文

化を世界に広めるためのグローバル展開を実現するため、海外でも積極的に登録出願することを基本方針としている。その結果、サロンパス®は、Hisamitsu®とともに世界 185 以上の国・地域で商標登録されている。

特に商標について、同社は社内及びグループ会社の関連部門（マーケティング、広告、広報、CSR、研究開発等）と常に密接な連携を保ち、グループ会社全体のブランドの育成と保護強化のための管理運用体制を構築している^(注7)。

商標権侵害に対する取り組みは容易な道ではない。企業が哲学・戦略方針を持ち、労力を惜しむことのない、たゆまぬ努力が継続されていかなければならず、商標権を侵害する者にたいしては、断固として戦うという姿勢を貫くことしか方法はないのではないかと考える。この意味で、久光製薬株式会社の取り組みは大いに参考になりうるのではなかろうか。

むすび

中国による模倣被害に悩まされ、多くのことを学んできた日本企業で

あるが、これでよいという決定打が存在するわけではない。今後も、商標権侵害に対する取り組みについてのさまざまな試行錯誤を重ねながら、不正競争行為との戦いが続くことは間違いない。

一方、特許庁、ジェトロ、民間企業、業界団体等との連携が強まっていることは、将来展望を考える上で期待できる。

また、中国に傾注していた商標権侵害への取り組みを、技術力を増し、模倣被害が増大しているアセアン、インドにも拡げていく必要性が高まっている。味の素は、ベトナムの市場を巡回し、中国から密輸されたうま味調味料が「味の素」として売られているのを見つけるたびに公安当局に通報し、2014 年度は 25 業者の摘発につなげたと報道されている^(注8)。

海外各国の法整備が未整備の国もあれば、商標法が整備されていても、法律のエンフォースメントの問題、いわゆる「執行の欠如」の問題も深刻である。いちごっこの展開が繰り返されることが予想される。しかし、厳しい対応を取る企業よりも、

隙があるとみなされる企業が標的とされやすいのはこれまでの事実が物語っている。

相手国の知財権関係者の人材育成に協力しつつ、わが国企業・消費者側も商標権を含む知財権に対する厳しい認識を養成することがますます望まれるところである。

(注1) 「第10章模倣品対策 1節模倣被害の現状」『産業財産権制度 125周年記念誌』(特許庁、平成22年10月)(特許庁ホームページ)、459ページ

(注2) 魏 啓学 (2013) 『中国商標法 第3回改正の要点について』北京林達

劉グループ、北京林達劉知識産権代理事務所、2013年10月、5ページ

(注3) (注2) に同じ、31ページを参考

(注4) 特許庁受託事業『中国・改正商標法マニュアル』ジェトロ、2015年3月、5ページ

(注5) (注4) に同じ、82ページ

(注6) 『2014年度模倣被害調査報告書』特許庁(2015年3月11日)109～127ページ

(注7) 『特許行政年次報告書 2015年版』特許庁(2015年6月22日)230ページ

(注8) 伊藤学『東南アで日本知財守れ』日本経済新聞、2015年6月13日