

# 模倣品撲滅への取り組み

会員・ヨネックス株式会社 法務室 知的財産課

徳若 拓也

## 要 約

ヨネックス株式会社の創業は1946年ですが、当初の事業は現在とは全く異なるものでした。その後、時代の変化に対応すべく、スポーツ用品メーカーとして舵を切ったのが1957年であり、60年以上が経過しております。「独創の技術と最高の製品で世界に貢献する」を経営理念に掲げ、お客様の期待を超える製品の提供に努め続けた結果、バドミントン業界における世界シェア No.1 の地位を獲得するに至りました。一方で、シェアの拡大は模倣品の氾濫という副産物を生み出しました。このため、特許や意匠、商標といった知的財産の保護とともに、模倣品の撲滅が大きな使命となっており、これまで精力的に対策を講じてきました。しかし、今日では、インターネットの普及がその流通形態の多様化及をもたらし、模倣品の流通がグローバルなものへと変化しているため、模倣品対策の内容や対象が従来に比べて格段に広がることとなっております。本稿では、ヨネックスがこれまで行ってきた模倣品対策について紹介するとともに、その現状および課題について、以下述べてまいります。

## 目次

1. はじめに
2. ヨネックスについて
  - (1) 事業内容
  - (2) 歴史・沿革
  - (3) 技術および製品紹介
3. 模倣品対策
  - (1) 背景と理念
  - (2) 真贋識別方法（鑑定方法）
  - (3) 模倣品対策のこれまで
  - (4) 模倣品対策の現状と課題
4. おわりに

## 1. はじめに

2018年は世界的なスポーツイベントが各種開催され、スポーツへの注目度が例年に比べると高い印象ですが、そんな中、本稿執筆時点（2018年9月）で、ヨネックスにも嬉しい知らせが舞い込んでまいりました。まずは中国の南京で開催されたバドミントン世界選手権において、桃田賢斗選手が日本男子史上初の男子シングルスでの優勝を、松本麻佑選手、永原和可那選手ペアが女子ダブルスにおいて41年ぶりの優勝を果たしました。さらに、同大会での日本人選手の活躍はこれにとどまらず、男子ダブルスでは準優勝、女子シングルスでは第3位を果たし、女子ダブルスに至っ

ては準優勝および第3位も日本人選手ペアという快挙達成となりました。また、桃田選手は9月に行われた「ダイハツ・ヨネックスジャパンオープン2018」で優勝、翌週の大会で準優勝という成績を挙げたことで、9月27日発表の男子シングルス世界ランキングにおいて自己最高の1位獲得となりました。シングルス、ダブルスを通じて、日本男子選手の世界ランキング1位は史上初の快挙です。近年の日本人選手のバドミントンのレベル向上は目覚ましく、今後のさらなる発展が期待されます。

また、テニスでは、昨年より用具使用契約を締結した国枝慎吾選手が、1月の全豪オープン車いすテニス男子シングルスにおいて、3年ぶり9回目の優勝を、ドイツのアンジェリック・ケルバー選手が7月のウィンブルドン女子シングルスにおいて初優勝（全豪オープン、全米オープンに続くグランドスラム3勝目）を達成しました。そしてなんとと言っても9月の全米オープン2018において、大阪なおみ選手が日本人女子として初めてグランドスラムのシングルス部門で優勝を果たしたことは、その決勝戦の壮絶さや、謙虚な優勝インタビューとともに多くのメディアで報道されており、ご存知の方も多くいらっしゃると思います。

他の種目においても、2018年はヨネックス製品を使

用する選手の活躍が目立っており、スノーボードでは、ヨネックスが主催するジュニア育成プロジェクト「YONEX JUNIOR GROW UP PROJECT」出身の戸塚優斗選手が、昨シーズンのW杯ハーフパイプにおいて総合優勝を果たしております。

上記のほかにも、数多くの選手が活躍しておりますが、枚挙に暇がないのですが、ヨネックスとしては各選手のパフォーマンスをさらに引き出すことのできる製品の開発に邁進し、「質の高いものづくり」を追求する所存であるところ、その技術やデザイン、名称といった知的財産を適切に保護することが重要であることは言うまでもありません。そのうえで、ヨネックスにとって知的財産の保護とともに重要な使命として、「模倣品対策」を掲げております。本稿では、ヨネックスがこれまで長年取り組んできた模倣品対策の一端を紹介するとともに、現在生じている課題などについて以下述べてまいります。

## 2. ヨネックスについて

### (1) 事業内容

ヨネックスはスポーツ用品の製造および販売、並びにゴルフ場の運営を主な事業として行っております。取扱い製品の種目としては、バドミントン、テニスおよびソフトテニス、ゴルフ、並びにスノーボードであり、各種目で使用されるウェアやシューズについても製造・販売を行っております。また、ウェアについては、フットボール用も製造・販売しており、日本プロサッカーリーグ所属チームへのユニフォーム提供も行っています。

さらに、高いカーボン加工技術を生かし、2014年よりスポーツサイクル事業へ進出し、ロードバイクフレームの製造・販売も開始しています。

また、スポーツ用品のみならず、普段の生活で使用されるウォーキングシューズの製造・販売も行っております。この点、普段使いのシューズについても、ヨネックス独自の衝撃吸収材「パワークッション®」をスポーツ用シューズと同様に使用しており、スポーツ競技者ではない一般のお客様からも高い評価をいただいております。

### (2) 歴史・沿革

ヨネックスは1946年に新潟県三島郡（現長岡市）で事業を開始しました。しかし、創業当初はスポーツ用

品とは全く異なる木製品の製造販売を事業内容としており、主な製品は桐木栓（酒造用呑み口）や木製ウキでした。しかし、ウキが木製からプラスチック製に変わるなど、技術革新のあおりを受け、業績不振に陥りました。このため、新規事業開拓の必要に迫られることとなり、全国で情報収集を行った結果、当時ブームを迎えつつあったバドミントンに的を絞りを、国内のバドミントン用品メーカーの下請けとしてバドミントンラケットの製造を開始すると、その高い技術力が評価され、次第に手掛ける製品の種類が拡大していきました。しかし、1961年に親会社である国内メーカーの倒産により、連鎖倒産の危機に直面しました。再びの苦難を迎えることとなりましたが、生き残りのため、自社ブランドでのバドミントンラケットの製造・販売を開始するに至りました。



当時の工場の様子

これまでに培った高い木工技術により、国内での生産・販売での日本一を達成するに至りましたが、バドミントンラケットにおいても素材の技術革新は進み、軽量かつ安価な金属製の製品が台頭するようになりました。この流れに対し、ヨネックスは新製品開発のための試行錯誤を行う中で、シャフト部分とフレーム部分の接合部に関する技術「T型ジョイント」を開発するに至りました。当時は、フレーム部分とシャフト部分が接合される部分については、構造上耐久性が低くなってしまいう一方、シャトルコック（バドミントンで使う羽根球）を打つ際の衝撃が当該接合部分に加わるため、使用中に破損する事態が生じていました。しかし、このジョイントの技術により、当該接合部の耐久性を格段に向上させることができ、また、フレーム部分とシャフト部分のねじれを抑えることによってシャトルコックを打つ際の安定性の向上も達成することができました。また、この技術は、当時のバドミントン

ラケットの素材構成として、シャフト部分がスチール製、フレーム部分がアルミ製という構成の一步先をいく、フレーム部分もシャフト部分もアルミ製というラケットの完成をもたらしました。T型ジョイントは、その後のバドミントンラケット開発において、大きな技術革新となりました。ヨネックスは当該技術に関し、国内外で特許を取得し、現在も改良したジョイント部分についての特許を有しています（特許第5281767号）。

その後はテニスおよびソフトテニス用のラケットの製造・販売の開始を皮切りに、他の競技種目事業へ参入し、高い技術力を武器にスポーツ用品メーカーとしての規模を拡大させていきました。

### （3） 技術および製品紹介

ヨネックスは「独創の技術と最高の製品で世界に貢献する」を経営理念として掲げています。このうち、「独創の技術」については前述の「T型ジョイント」が代表的なものですが、ヨネックスが誇る技術について以下簡単に紹介します。

#### ① T型ジョイント

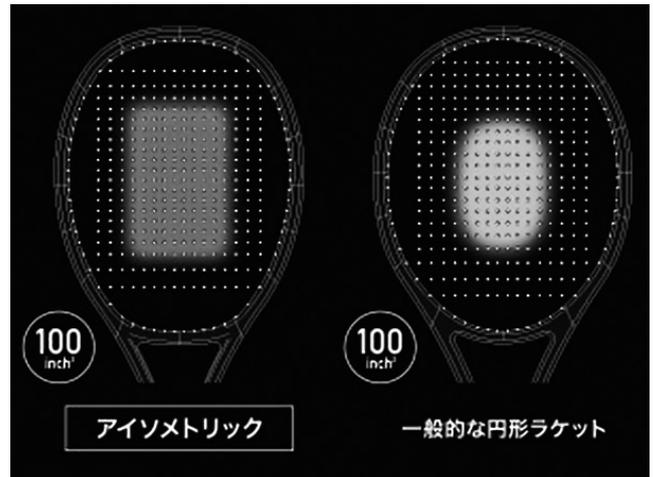
上記（2）で述べたとおり、ヨネックスの経営理念「独創の技術」を体現する技術です。フレーム部分とシャフト部分との接合部にT字型の部材を内包することで、耐久性の向上と、ショットの安定性の向上（ねじれの抑制）がもたらされます。なお、このジョイントは、ガス栓のT字片の継手形状から着想を得たものです。



#### ② アイソメトリック®形状

他社製造に係るラケットのフレーム部分は、いわゆる楕円形に形作られていますが、ヨネックスは独自の四角いフレーム形状「アイソメトリック®」を採用しています。一般的な円形フレームに比べて、縦横のス

トリングの長さを均等化することで、反発や振動が安定し、上下左右に広いスイートエリア（ボールなどを打つのに適した箇所。）を実現しています。



#### ③ パワークッション®

ヨネックスのあらゆるシューズのソール部材として使用されているヨネックス独自の衝撃吸収材です。7mの高さから落とした生卵が、割れずに4m以上跳ね返るといふ衝撃吸収性と反発性を誇ります。前述（2.(1)）のとおり、競技用のみならず普段の生活で使用されるウォーキングシューズにも採用されています。この点、歩行時にかかる衝撃でさえ、体重の1.3倍～1.5倍もあるといわれていますが、パワークッション®によって、このような衝撃を和らげることで膝などへの負担を抑えるとともに、高い反発性によって効率的に前進する推進力を得ることができま

す。なお、生卵が割れずに跳ね上がる様子は、ヨネックスホームページにおいて動画を公開しておりますので、その性能をぜひご覧いただきたく思います。



### 3. 模倣品対策

#### （1） 背景と理念

前述のようにヨネックスは様々な種類のスポーツ用

品を扱っていますが、模倣品の被害が最たるものがバドミントン用品です。この事態は、以下の3つの要素が結びついたことで生じたものと考えております。まず、第1の要素として、ヨネックスのバドミントン製品に関しては世界シェアで No.1 を獲得している、すなわち世界的に周知・著名なメーカーと認識されている点が挙げられます。次に、第2の要素として、バドミントンが中国およびアセアン諸国で非常に人気のあるスポーツであることが挙げられます。たとえば、インドネシアやマレーシアでは国技とされており、ブルネイでは王室や大臣といった社会的地位の高い人々がバドミントンの愛好家です。ヨネックスのラケットはこれらの国々では高級品として位置づけられておりますが、その性能の高さや著名なトッププレイヤーが愛用していることもあって、競技者の間での人気が高いものとなっております。そして、第3の要素は、前述の国々は、残念ながらいわゆる「模倣品大国」としての側面を有している点にあります。これら3つの要素が重なったため、すなわち、ヨネックスのバドミントン製品が世界的に有名であるとともに、特に人気が高い地域がいわゆる「模倣品大国」と目される国々であったため、模倣品業者のターゲットとなってしまったということです。したがって、事業を行う上でも非常に重要な当該地域における、ヨネックス製品の模倣品の製造・販売に対する対策が重要な使命となっております。

また、ヨネックスが模倣品対策に注力している理由として、真正品の販売増大を図ることは事業を行ううえで必然ですが、それ以上に大事なことがあります。それが「消費者の安全を守ること」です。ここで突然ですが、バドミントンのスマッシュスピードがどれほどのものかご存知でしょうか。スマッシュ初速に関するギネス世界記録（登録商標）として認定されている記録は、マレーシアのタン・ブンホン選手がヨネックスのラケットを使用して記録した「時速 493km」となっております。ここで「時速 493km」と聞いてもどの程度の速度かあまりピンとこないかもしれません。この点、他の種目ではどうかといいますと、アーチェリーの矢のスピードが時速 200～230km、ゴルフのドライバーショットの世界記録が時速約 350km となっております。これらと比較すると、上記のスマッシュの初速が群を抜いているのが明白です。バドミントンが世界最速の球技と言われる所以ですが、プロ選手で

はない、一般の競技者であっても時速 200km を超えるスマッシュを打つことが可能です。ちなみに、上記記録は初速計測用の試打において達成されたもので、実際の競技で記録された世界記録は、タン・ブンホン選手と同じマレーシアのリー・チョンウェイ選手が昨年（2017年）のジャパンオープン決勝で記録した、時速 417km となっております。いずれにしましても、バドミントンは高速で用具が使用される（振られる）競技ということなのですが、このときシャフト部分から先がグリップ部分から抜けて飛んで行ったら、あるいは何らかの理由でラケットが破損する事態となり、そのとき生じた破片が飛んで行ったら、そしてその先に対戦相手や観客がいた場合、自分のみならず、他人にも重大な傷害を負わせる可能性（危険性）が大いにあります。しかし、模倣品業者はこのような危険性をまったく顧みず、安価な材料で適当に製造し、消費者の安全など全く考えていない模倣品（粗悪品）を販売しております。ヨネックスとしては、バドミントン競技者や観戦者といった、競技を取り巻く全ての人々を上記のような危険から守るため、模倣品対策を精力的に行っております。なお、日本国内において正規に販売されているラケットにつきましては、一般財団法人製品安全協会の認定を受けており、同協会が作成する「安全性に関する基準」に合格した製品であることを示す SG マークがついております。

ラケット以外にも、足の保護が不十分なシューズを履いて激しい運動をする場合や、悪質な染料を使用したウェアの着用時に、汗によってその染料が溶け出す場合、大怪我や健康被害が生じる可能性が極めて高いことは想像に難くありません。このような事故を未然に防ぐべく、ヨネックスは消費者の安全第一を掲げ、模倣品対策に日々取り組んでおります。

## （2）真贋識別方法（鑑定方法）

ヨネックスでは、真正品であるか模倣品であるかを見分けるために、いくつかの鑑定ポイントを設けており、ホームページ上でその一部を公開しております。この点、模倣品対策の初期の頃は、模倣品のクオリティは低く、社名などのロゴが変形している、製品に付されるタグやラベル、あるいは添付されている保証書などに記載されている文章が不正確など、誰もが一目で模倣品と判別できるものが大半でした。しかし、対策を進めていくなかで、技術の進歩は模倣品業者に

も平等に技術向上という恩恵をもたらしたため、単に見て比べるだけでは真正品であるか模倣品であるかを識別することが非常に困難な、巧妙なものが出回るようになってきました。

このような状況下で、確実に真正品と模倣品とを迅速かつ簡易に識別するべく、ヨネックスは「真贋判定シール」、「真贋判定ラベル」による真贋判定方法を採用しております。特殊な技術で製造されたこのシールおよびラベルは、特定のビューワーをかざすことでそのシールなどの見え方が変わるもので、単にラベルの外見を真似ただけのシールを簡単に識別することができます。



ヨネックスは販売する全ての製品にこの「真贋判定シール」および「真贋判定ラベル」を貼付しています。したがって、真贋判定の手順として、真贋判定シールなどの有無をまず確認し、ないものについてはその時点で模倣品と判断されます。次に、真贋判定シールなどと思われるものが貼付されている場合は、上記ビューワーによって当該シールなどの真贋を判断することとなりますが、この手順自体も当該ビューワーを判定対象となるシールなどにかざすだけであり、迅速かつ簡易な真贋判定が可能となっております。後で詳細に述べますが、国内外の模倣品の取締りを担う執行機関など職員に対する真贋判定セミナーにおいて、サンプルを用いて真贋判定作業の実演を行う機会がありますが、このような判定方法は高く評価されております。また、このビューワー自体も非常に小さいものであるため、上記のようなセミナーでは出席者へ配布し、取締りへの協力を仰いでいます。なお、当該真贋判定シールそのものについて、模倣品業者によって、ビューワーをも欺く完全な複製品が使用されたケースはこれまで報告されておられません。

### (3) 模倣品対策のこれまで

#### ①模倣品業者の摘発

中国が「世界の工場」と呼ばれて久しいですが、模倣品も例外ではありません。一見すると普通の住宅にしか見えないような場所や、内陸奥地の農村で模倣品の製造がおこなわれていた例もあります。下記地図において○で囲んだ箇所は、ヨネックスが現地の調査会社などと協力して模倣品業者の摘発を行った場所を示すものです。こちらを見ていただければ一目瞭然ですが、主要都市や工場地帯はもちろんのこと、新疆ウイグル自治区のような奥地に至るまで、全土にわたって模倣品業者（製造、販売または流通拠点）が存在しております。



中国摘発分布図

中国における摘発は、各地方の工商行政管理局（以下、「工商局」といいます。）による行政摘発と、公安による刑事摘発の両方を行っております。後者においては、製造のみならず販売に関わった者も刑事拘束されますので、他の模倣品業者への牽制となる点でより効果的と言えます。ただし、公安摘発につきましても、模倣品摘発が公安の本業ではなく、その優先度が他の案件にくらべて低いことから、摘発に対し積極的ではないという実情があります。また、公安摘発の対象となるには、模倣品業者による不法な経営に係る金額や違法な所得金額が一定額を超えているという基準を満たさなければなりません。しかし、この基準の検討に関し、その算定方法が曖昧であったり、算定のために参照する帳簿がなかったりと、本来であれば上記基準を満たしているはずの案件が、なかなか公安摘発の対象とならないといった難しさがあります。また、帳簿はないが、インターネット上の販売履歴が確認できる場合であっても、直ちにこの履歴は活用できない

という点も、公安摘発を難しくしている要因となっております。

なお、近年改善されつつあるとはいえ、地方保護主義の強い地域があることも事実で、当該地域では公安、行政を問わず、摘発自体がなかなか行えないというケースもあります。



発見された模倣品



摘発の様子

## ② 関連団体の一員としての活動

ヨネックスは独自に摘発などの方法で模倣品対策を講じるとともに、独立行政法人日本貿易振興機構（以下、「ジェトロ」といいます。）の国際知的財産保護フォーラム（以下、「IIPPF」といいます。）や、一般社団法人日本知的財産協会（以下、「知財協」といいます。）といった知的財産に関する関連団体のプロジェクトなどに参加し、他社および関係省庁と協力しての模倣品対策にも取り組んでいます。たとえば、ジェトロ IIPPF ではその活動として、アセアン諸国を訪問し、税関などの模倣品の摘発を担う執行機関の職員に対する真正品と模倣品との識別方法に関するセミナーを開催しており、ヨネックスもこのセミナーに一権利者として参加するようにしています。また、同セミナーが開催される際には、上記執行機関との意見交換の場が別途設けられ、模倣品対策において日本企業が抱えている問題や、模倣品対策に関する制度や政策などに関する改善要求などを直接伝えております。このような意見交換は、知財協における海外への訪問団派遣などのプロジェクトとしても行われております。ヨネックスとしてはこのような機会を積極的に利用し、模倣品に断固として立ちむかう姿勢を示し、関係機関との協力関係を築いております。



中国でのセミナーの様子



ベトナムでのセミナーの様子



外国執行機関での意見交換の様子  
（左：マレーシア MDTCC / 右：ミャンマー税関）



また、現地へ赴くばかりではなく、来日した外国の執行機関の職員を招き、ヨネックス単体として真贋判定セミナーおよび意見交換を行うこともあります。2016年にはインドネシア警察、2017年にはミャンマー税関職員の方々がそれぞれ来社されました。また、今年6月に青山学院大学においてWCO（世界税関機構）の留学生として経営戦略・知的財産権プログラムコースを専攻している外国税関職員が、前記知的財産プログラムにおける日本企業への訪問先としてヨネックスを訪れました。当日は10ヶ国からの税関職員10名を受け入れ、真贋判定セミナー及び意見交換会を開催しました。



弊社を訪問した青山学院大学留学生との記念撮影

## （4） 模倣品対策の現状と課題

### ① EC サイトでの取引

上記（1）のように、生産拠点である工場や、販売店舗の取締りを長年精力的に行ってきた結果、ヨネックスの模倣品を中国内の実店舗で見かけることが少なく

なるほどに追いこむことができました。しかし、模倣品業者もまた進化し、その手口が巧妙になってきております。特に近年はインターネットの普及によって、あらゆる買い物がECサイトを通じて行われるようになったため、模倣品の取引も自ずと店頭販売からインターネット上での販売へとシフトしつつあります。

このようなECサイトの運営会社に対しては、模倣品販売ページを削除するよう申請を行う、あるいは出品者に対して警告状を送るなどの対応を行っています。また、前述の関連団体のミッションとして現地を訪問する際に、当該国のECサイト運営会社を併せて訪問し、意見交換を行って模倣品対策についての協力を仰いでおります。

ただ、中国では大手ECサイトに続けとばかりに新興ECサイトが活況を呈しており、これらのサイトにおける対策、および協力関係の構築が急務となっています。また、SNSを介した販売も行われているところ、会員制のグループチャットなどで模倣品の売買が行われるなど、模倣品取引自体の発見が難しく、効果的な対策が困難なケースも確認されており、ヨネックスのみならず多くの日本企業が頭を悩ませております。なお、このようなECサイトでの模倣品販売を行う事業者の中には、摘発を免れるため、あえて都市部に事務所を設置しないというケースもあります。

また、中国での模倣品販売がECサイトへと移行された結果、中国国内のみならず、中国国外から模倣品販売サイトにアクセスし、直接模倣品を購入することが可能となりました。このような事態は、下記②で詳述します、模倣品のグローバルな拡散に寄与することとなりました。

なお、中国国外からの購入者には、残念ながら日本居住者も含まれているところ、日本の各税関等より、知的財産侵害物品の疑いがある貨物を発見したことを意味する、認定手続開始通知書がたびたび送られており、意見書の提出などの対応を行っています。

## ②模倣品のグローバルな拡散

中国での模倣品対策が進んだ結果、中国国内での模倣品販売が行き詰まったことを受け、前記①のように模倣品の販売経路がネット上へ移行するとともに、その主要な販売先が中国国外へシフトしております。そして、前述のとおり、アセアン諸国ではバドミントン人気が高いことから、自ずとヨネックスの模倣品は当

該諸国へと流入することとなりました。この結果、中国国内での対策と並行して、これらの国々における対策を行うことが迫られております。しかし、アセアン諸国をはじめとする模倣品が流入している国々に関しては、それぞれの模倣品対策に関する制度自体が異なりますし、そもそも模倣品に対する温度差があるため、一筋縄ではいきません。税関登録制度を一つとってみても、制度の有無自体はもちろんのこと、登録するための要件やその効果（差止め状況など）に大きな差があります。税関での差止めが可能であるという、日本税関のような行き届いた対応は期待できないのが実情です。

また、前記①で述べたとおり、ECサイトでの取引が盛んになった結果、その購入者も当該地域や国に居住する人々に限定されず、グローバルに展開することとなりました。インターネット環境が整っていれば、誰もがあらゆるECサイトにアクセスし、製品を購入することができるという実情は、ECサイト利用者の立場からみれば、歓迎すべき事態ではありまじょうが、模倣品対策の面からは、非常に厄介な現状と言わざるを得ません。そして、このECサイト事業は、アセアン諸国内でも活況づいております。世界的な展開を見せているグローバルECサイトはもちろんのこと、当該地域や国独自のECサイトも負けておらず、その勢いを増しています。これらのECサイトに対しても、それぞれの知的財産権に関する削除プログラムがある場合は、これを活用して販売ページの削除などを行っています。

中国にターゲットを絞って調査や対策を行っていた時代に比べてその対象となる地域や取引内容は格段に広がり、対策は混迷を極めつつありますが、ヨネックスとしては各国の調査会社や代理人の協力、前述のジェットロなどの活動を通じて、それぞれのケースに応じた対策を地道に講じております。

## ③デザイン模倣

模倣品対策といえば、その対策の根拠となるのは「商標権」であるのが一般的かと思いますが、最近では製品のデザインのみを模倣して自社（現地メーカー）の商標やロゴを付して販売するといった、「デザイン模倣品」の存在もヨネックスにとっては看過できない問題となっております。このようなデザイン模倣品への対応としては、「意匠権」や「著作権」といった権利

が対策の根拠となりますが、国ごとにそれぞれの権利の取得方法や効力などはもちろんのこと、摘発などを行う現地執行機関の管轄も通常の商標権侵害である模倣品に関する対策とは異なる場合がありますので、より注意が必要となります。

#### 4. おわりに

以上、ヨネックスの歴史や製品等の紹介に始まり、これまで、そして現在の模倣品対策について述べてまいりました。種々の問題に応じた対策を行うことによって状況は一時的には改善されますが、程なくして同様の問題が、あるいは新たなタイプの問題が生ずるという、「いたちごっこ」の様相を呈しているのが実情です。しかし、「いたちごっこ」だから、という理由で模倣品の氾濫を野放しにすることこそ模倣品業者の思うつぽで、取り返しのつかない結果を招くこととなります。ここで、真正品の売上げが減少するという結果はまだ「軽傷」と考えられます。深刻な結果とは、本来的に自社のユーザーやファンである人々が模倣品すなわち粗悪品を誤って購入し、何らかの損害・損失を受けてしまった場合、ブランドそのものが大きく傷つき、信用を失ってしまうことです。このような事態は事業を行ううえで「重傷」であり、結果としてブランドの回復には模倣品対策を行う以上の労力が必要となります。

また、「いたちごっこ」とはいえ、模倣品対策は決し

て無駄にはなりません。すぐに効果が表れ、模倣品が完全に姿を消すことはありませんが、地道な対策によって確実に模倣品業者を追い込むことができます。模倣品業者としても、利益を得ることが至上命題であるところ、権利者からの対策を免れるための労力に見合う利益が得られなければ、その権利者の製品に関する模倣品事業から撤退せざるを得ません。

そして、模倣品業者をさらに追い込むために、一企業による対策とともに、「模倣品撲滅」という共通の目的の下で、競合するか否かを問わず、複数の企業が一体となって対策に当たることが重要です。この点、競合する他社との交流に抵抗を感じる方もおられるかと思いますが、むしろ競合する企業同士での共闘となれば、生産工場の分布や、取引・流通経路が共通することが想定されるため、より効果的な対策を行うことが可能となります。そのためにも、企業の立場としては、ジェトロや知財協などといった関連団体の活動へ積極的に参加し、同じような悩みを抱える他社と知識や経験を共有し、協力関係を持って対策に当たることが強く推奨されます。

最後に、本稿が、同じように模倣品の氾濫に悩み、対策を迫られている企業をクライアントに持つ弁理士、あるいは当事者として対応に当たっている弁理士の今後の対策の一助となれば幸いです。

(原稿受領 2018. 9. 25)