

# 中国における模倣の現状と模倣対策

会員 飯島 紳行\*

一. 海外において特許権・実用新案権・意匠権及び商標権を侵害する模倣品や音楽・映画等の著作権等を侵害する海賊版の問題が益々深刻化してきている。特に近年は、中国における技術力の向上及び経済活動の発展は著しく、そのような中で模倣品や海賊版も年々増加しており、その精巧さにも目を見張るものがある。中国は、約13億の民と日本の面積の約26倍の広さの国土を有し、GDPは世界7位とはいえ東部沿海地域の発展はめざましく、急速な経済成長とともに商品市場が拡大し、一層膨大な消費量が見込まれている。しかしながら、このような経済発展の中で、中国は模倣品の製造国・流通国としても知られており、世界中に出回る模倣品の約3割が中国製といわれているのが現状である。最近では、模倣品は中国国内ばかりでなく、アジア地域はもちろんのこと、欧米にも輸入されるようになり、各国における被害額は膨大なものとなっている。

国際商業会議所の推定によると、全世界の被害額は世界貿易額の5～7%とされており、2002年のIMFの統計によれば世界貿易額（輸出ベース）が約6兆4,192億米ドルとなるため、仮に全世界の模倣被害額を7%で計算すると4,493億米ドル（約50兆円）にも上る<sup>(1)</sup>。そして、日本企業が受ける模倣被害額は、海外と国内の両方を合わせると年間約3兆円を上回るという。

二. 特許庁発表の「2003年度 模倣被害調査報告書」<sup>(2)</sup>によると、28.8%もの日本企業が海外において模倣被害にあったとしており1997年度以降拡大傾向にある。模倣被害にあった日本企業の取扱商品分野としては「一般機械・産業機械」「電子・電気機器」「雑貨」の割合が高い。模倣被害にあった企業の61.9%は大企業であるが、中小企業の割合も37.2%と増加傾向にある。模倣の態様別では、53.3%の企業が特許・実用新案の被害を挙げており、次いで、商標47.6%、意匠

46.2%、著作物20.3%となっている。かねてより意匠・商標の模倣被害は多いが、近年は、特許・実用新案の模倣被害の増加が顕著である。また、模倣品の製造・経由・販売・消費のいずれも、アジア地域が圧倒的に多くまた増加傾向にある。このアジアにおける模倣品の製造国として中国（香港を含む。）が54.1%と圧倒的に多く、台湾と韓国が20%台でこれに続く。また、模倣品の経由国としても中国が32.6%と最も多く、台湾と韓国が10%台でこれに続く。その流通パターンとしては、アジアで製造し日本で流通というパターンが最も多いが、近年はアジアで製造し他のアジア地域で流通するというパターンも多い。さらに、46%の企業が模倣品の品質も向上してきていると回答しており、真正品と遜色ない、いわゆるデットコピーも多い。そして、中国が模倣品の製造国として最も多いという傾向は、この数年変わっていない。

また、財務省発表の2003年度の日本の税関の知的財産権侵害疑義物品の輸入差止状況<sup>(3)</sup>をみると、差止件数は7,412件で前年と比較し6.2%増加したのに対し、差止点数は約77万点で前年と比較し23.3%の減少となったという。これは、輸入形態として海上輸送を利用した大口事件が減少する一方で国際郵便を利用した小口事件が増加したためとされる。差止められた場合に被害を最小限にするのが狙いであり輸入手口の巧妙化が窺える。仕出国別の差止点数実績では、中国（香港を含む。）仕出が約45万点で全体の58.8%を占め、韓国仕出が約24万点、で31.2%でこれに続いている。品目別の差止点数実績では、衣類が約26万点と全体の33.7%を占め、次いで、バック類が約14万点で18.5%、携帯電話ストラップなどの携帯電話付属品が約3万点で4.0%となっている。権利別の差止点数実績では、商標権に係るものが約59万点で全体の76.6%を占め、次いで、著作権に係るものが約14

\* 日本弁理士会産業競争力推進委員会委員長

万点で17.6%、意匠権に係るものが5.5%、実用新案権に係るものが0.1%、特許権に係るものが0.1%となっている。この調査から言えることは、水際で技術的創作に係る発見は困難であることが推測され、また、わが国の水際措置は勿論のこと中国本土においても水際措置を積極的に講ずる必要がある。

さらに、財団法人生活用品振興センターが、模倣品被害の多い、文房具・家具・プラスチック製日用品及び陶磁器の4業種の日本企業に対して2002年に行った模倣輸入品による被害調査<sup>(4)</sup>によると、模倣品の製造国及び輸出国として79.3%の企業が中国をあげている。模倣品の種類としては、技術的思想24.8%、意匠(デザイン)87.6%、商標10.7%となっている。そして、その模倣の程度は、全く同じ又は酷似との回答が76.0%にもおよび、類似との回答も16.5%となっている。特に、デザインの良し悪しが商品の売れ行きを大きく左右する業界であるため、意匠の模倣被害が突出したかたちとなっている。

さらにまた、中国に進出した日本企業を対象として、JETRO北京センターと在中国日本商工会議所が共同で2002年末から2003年初めに行った、中国模倣被害実態アンケート調査<sup>(5)</sup>によると、中国の模倣品の問題について、70.1%の企業が断固として取締るべきと回答し、25.8%の企業が製品によっては取締りを強化すべきと回答している。進出した日本企業の模倣品問題への意識の高さが窺える。また、侵害されている権利としては、商標権71.8%、意匠権68.5%、特許権14.8%となっており、被害の大きさでも、商標権の被害が53.0%、意匠権の被害が36.2%、特許権の被害が4.0%となっている。商標や意匠は模倣盗用が極めて容易であり、その生産流通点数も極めて多いことを示すものである。さらには、前年と比較した模倣品の被害状況について、17.4%の企業が悪化の傾向にあるとし、36.9%の企業がどちらかといえば悪化の傾向にあるとしている。半数以上の企業が悪化傾向にあるとの認識にある以上、中国における模倣品の取締りの実効は未だ不十分と思われる。ここで興味深いデータがある。模倣品対策予算として、1億円以上を投じている企業はわずか3.4%、2千万円未満の企業が大半で77.9%となっており、欧米企業のように金を厭わず断固として取締る姿勢とは異なり、日本企業の模倣品対策が費用対効果で決定されるように推測される。また、中国法人内における模倣対策担当者の配置に関し

ては、専任の担当者を配置しているとの企業がわずか6.7%となっており、36.9%の企業が他の業務と兼任で担当者を配置しているとし、32.9%の企業が配置はしていないものの日本本社のサポートがあるとし、23.5%の企業が配置もしておらず日本本社のサポートもないとしている。模倣問題への意識は高いものの、いざ人的組織的対応となるとそこまでは手が回らないというのが実情であるようだ。

これら各データから明らかなように、今や中国における模倣品による日本企業の被害は甚大であり、単に一企業の問題として捉えるのではなく、日本産業界全体の問題であり、官民挙げての積極的な対応がせまられている。

三. 一方、中国企業側からみた模倣の実態については、國務院発展研究中心の対外経済研究部課題グループが2003年5月に発表した「模倣品の製造販売が国民経済へ与える損害に関する調査・研究」が興味深い分析結果を出している<sup>(6)</sup>。中国の国内企業に対して2001年に実施した模倣品被害状況のアンケート調査の結果を報告しており、この報告によれば、中国市場における模倣品総額は1,600億元～2,000億元の間と算定している他、前回調査である1999年より模倣品の取締りが強化されたと答えた企業が82.8%を占め、これは、2001年12月のWTO加盟に備えた取締活動の実施の成果が窺える。

しかしながら、模倣品が摘発された事件件数は1999年の7,303件から9,699件と増加にあるものの、模倣品の販売主体に対する行政処罰の比率は1999年と同様39%にとどまり、製造主体に対する行政処罰の比率も55%から57%と微増したにすぎない。また、行政処罰の主要手段である罰金も平均1万元未満と実際の模倣により得た利益と乖離している。さらに、刑事責任の追及も不十分であり、有罪判決が下されるのは2.3%にとどまる。模倣品や生産設備の没収・廃棄処分も問題であり、19.1%の企業が模倣品の没収処分後に模倣品の製造主体や販売主体に戻されてしまうとしている。このため、87.7%の企業が罰金や模倣品の没収では模倣行為を効果的に抑止できないとしており、70%の企業が行政の執行機関の権限について執行に必要なだけの権限が与えられていないとしている。中国の地方の行政エンフォースメントは、複数の部門で実施され各々異なる法律に従うため、同時に複数の

法律違反となるものの、むしろ取締力が弱まっているとも捉えられる。さらには、地方保護主義が未だ根強く残っているとも考えられる。

模倣品が製造販売された業界別の分布として、食品飲料、紡績衣料と革製品、電子通信、化学製品、機械と専門設備、化粧品と洗濯用品、交通運輸設備などの業界において被害が顕著であるとしている。その特徴としては、中国は紡績製品の生産大国であると同時に消費大国でもあるが、著名商標やブランド製品がこの業界に集中することが多いため模倣行為もこれらの業界に集中している。また、資本が小さく技術的に高い要求を求められない業界では、中小企業や個人経営者であっても参入し易く模倣行為も発生しやすい。さらには、ブランド価値の高い業界や煙草、酒等の税金の高い業界も暴利を得やすいことを理由としている。

また、このアンケートによれば、模倣品の製造・販売活動の隠蔽性が強まりより組織化されていると感じている企業が多い。その特徴としては、政府の取締活動の強化により、模倣製造の拠点が監督管理の緩い地域に移行してきている。また、分散作業や地域を跨り組織的に製造を行う場合が多く、現に63.7%の企業が模倣品の製造が幾つかの主体の協力により行われ、地域を跨り組織的な模倣品の製造販売活動が存在するとしている。この模倣の態様として、著名な商品商標を商号として登記し商品の目立つところに表示する場合や、虚偽の原産地を表示する場合があるという。また、著名商標に類似する商標を使用し著名商標の用いる包装を模倣したり、有名企業の商標を察知し先取的な模倣品の販売を図るといふ。さらに、OEM生産に係る製品を指定数量以上に生産して横流する場合や中古品を加工して真正品と偽るなど多岐に及んでいる。

そして、これら模倣品の販売価格は二種類に分けることができ、全模倣品の70%は、低価格競争のために真正品の価格の75%以下のものとされ、30%は真正品の75%以上のいわゆるデットコピーで、本物と区別しにくく市場に入ると企業に対する被害が大きいものがあるとしている。上述した如く、この調査は、中国企業サイドからみた模倣の実態を浮き彫りにしたものであり、日本企業にあつては参考になるものであろう。

四. 模倣品の氾濫は、日本企業にとって中国市場における潜在的な販売機会の喪失、安価な模倣品による価格破壊、粗悪な模倣品による製造責任を巡るトラブル

の増加、信用の失墜、消費者に対するブランドイメージの毀損、そして、新たな知的財産の創造意欲の減退などを引き起こすものである。しかも、日本企業が何らの対抗措置を講じなければ、模倣品の製造流通業者は安心して製造流通を拡大するため、更なる模倣品の氾濫を招くこととなり、日本企業の被害は益々深刻なものとなる。模倣品の氾濫は日本企業にとって、とても見捨てておける状況ではない。

そこで、中国における模倣品対策について考えれば、何より重要なのは、中国に限ったことではないが、模倣品製造国・流通国で特許権・意匠権・商標権等の産業財産権を取得しておくことである。知的財産の分野においては、属地主義を採用する以上、日本で権利化していたとしても、中国で権利化していない場合には、中国国内における模倣品の氾濫を差止めることは困難であり、結果として元を断つことはできない。権利を取得することにより、模倣品の製造流通行為に対して権利行使をするのが模倣品の押さえ込みに最も効果的であるのは言うまでもない。日本での権利取得に満足し、中国の権利取得は模倣品を発見してからでよいとする企業も見受けられる。当然、中国における権利取得には費用が掛かるため後回しとする気持ちも理解できるが、模倣品を発見した時には既に他人により権利化されていることが多い。もはや模倣品の氾濫を差止める問題ではなく他人の権利を消滅させる問題となり、かえって莫大な費用が掛かる。

また、中国においては、日本の不正競争防止法・独占禁止法に相当する反不正当竞争法もあるが、形態模倣行為の禁止規定がなく、その適用が困難な場合も散見される。このため、現在は中国における事業展開を考えていない場合であっても、積極的に権利を取得しておくことが肝要である。少なくとも前述したアンケート結果から明らかなように比較的模倣がし易い商標やデザインについては、権利化を図っておくことが必要であろう。ちなみに、2003年度の中国の商標登録出願は約45万件であり<sup>(7)</sup>、日本の同年の約12万件から比べると圧倒的な出願件数であり、この中には日本企業の著名商標等が盗用され出願されたものが相当含まれている。また、中国の意匠制度は、国务院専利行政部門知識産権局に意匠特許の出願をすれば実体的要件については審査をしないで登録を認める無審査登録制度を採用し、しかも、わが国とは異なり、新規性に関し外国公知意匠については拒絶無効の理由として

おらず、部分意匠制度も採用していないことから、冒認出願も相当多いものと思われる。このため、既に日本国内において実施され新規性を喪失している真正品をコピーして意匠特許を取得し、その冒認した権利に基づいて権利行使をするといったこともあり、ひどい場合には、中国で生産した真正品を日本へ輸出しようとしたが、冒認した権利を根拠に税関で差止められてしまうこともある。いずれにしても、現実には商標や意匠の模倣被害を受けて始めて権利取得の重要性を認識することが多い。

五. ここで、最も模倣被害の多い商標の権利取得について概観すると共に、中国の商標審査実務の問題点について若干言及する。商標の出願は、国务院国家工商行政管理総局商標局にする必要があり、わが国同様、審査主義を採用している。このため、一般的に、商標出願前に、権利化を希望する商標に類似する先願先登録商標の有無を事前に調査することが望ましく、中国においても、この出願前の調査はやはり重要である。類似商標がない場合には登録される可能性が高く、出願費用が無駄にならない。また、仮に他人の先願先登録商標があったとしても、別の商標の採択等その後の対応を早い段階で決めることができる。商品化後パッケージや広告等まで作成した段階で調査をせずに出願する場合もあるが、結果的に権利化できないときには、パッケージの変更等を迫られるのみならず中国では別の商標を採択する必要性に迫られ、結果的に中国のみを別のブランドによるパッケージとすることは費用面で困難であるなどを理由に、商品化そのものが暗礁に乗り上げるといったこともある。中国市場は巨大であるため他国に比してその商標戦略の重要性は無視できない。

そして、仮に、調査の結果、先願先登録商標が自己の登録商標や商号商標を模倣盗用した商標であった場合でも、出願後に審査官に引用されて始めてその模倣盗用の事実を知るよりも、調査段階で知る方が、模倣盗用商標の登録の消滅等その後の対応を早い段階で決めることができ、現に流通している又は近い将来に流通するであろう模倣品の被害を最小限に抑えることができよう。

もっとも、調査をすれば全てが安心できるというわけではない。中国において出願前に調査をしても公告前の情報については公開されていないため、調査によ

り発見できる商標は、原則として登録商標及び予備的査定（初歩的決定とも訳される）後の公告された商標に限られてしまう。このため、調査段階では類似商標はなかったが出願後に公告された先願商標が引用される場合もありうる。もっとも、中国の調査会社での調査では、出願中の商標も一応調査対象としているものの、出願日、出願番号、商標（文字）及び区分程度の情報が限界である。出願から公告までには約18ヵ月を要することを考えると、あまりに多くの商標登録出願が暗数として存在する。調査を確実にを行うためには、日本の出願公開制度のように、商標法上の制度として、出願された商標はすべて公開すべきであろう。

そして、中国での商標登録出願では、一出願一区分制が採用されている。日本もかつては一出願一区分制を採用していたが現在は一出願多区分制を採用している。他の殆んどどの国でも今日では一出願多区分制が採用されている。なお、中国においては、同一区分内において10商品まで同一料金で指定でき、10商品又は役務を超える商品又は役務については各々別個に料金が加算される点、あるいは商品又は役務の区分を是正する補正や分割出願が認められていない点には注意する必要がある。もっとも、マドリッド協定議定書に基づく国際登録出願を利用すれば、中国でも一出願で多区分にわたる出願をすることができる。

さらに、中国での商標登録出願の審査において、第1回目の拒絶理由通知は実質的には拒絶査定と同様であるため、審査官の判断に不服がある場合には、前記の商標局ではなく商標評審委員会に復審（日本の審判に相当するが商標局とは別組織）を請求する必要がある。そして、この復審請求は、拒絶理由通知後15日以内にしなければならず、その上、在外者はもとより一切の期間延長が認められていないため、復審請求の必要性の確認に時間がかかったり委任状の送付が遅くなったりすると、期間を徒過してしまい結果的に請求できないことになりかねない。このため、出願段階で先に復審請求の委任状をもらっておくと便利である。

さらに、中国の著名商標についての取扱についてもわが国とは若干異なっている。著名商標の保護については、商標法13条で「著名な未登名商標の使用及び登録の禁止」を規定し、また、本法14条で「著名商標の認定要件」を規定し、これに対応する実施条例第5条で「認定請求」の規定が置かれ、さらには、前記各法条に基づき2003年6月1日には「馳名商標の認

定と保護に関する規定」が定められた。しかしながら、同規定においても中国国内における著名性が必要とされており、また、商標法で明文の規定をもって、外国において著名な未登録商標の保護を謳っているわけではないこともあって、たとえ自社商標が著名であるとしても、直ちに中国においても保護されるわけではない。著名商標の認定請求は紛争案件毎に請求するものであって、多数の日本企業が著名商標の認定請求をしたものと思われるが、現状において日本企業の商標が著名商標の認定を受けた例はない。昨年11月に公表されたものでは、合計62件が著名商標と認定され、中国企業が57件、オランダ企業が3件、米国企業が1件、スイス企業が1件となっているが、日本企業は入っていない<sup>(8)</sup>。

六. 次に、エンフォースメントについて、中国独特の特徴について述べれば、中国におけるエンフォースメントは、わが国とは相違し、極めて異なっているといえる。人民法院に差止請求や損害賠償請求等の民事的救済を求める司法ルートその他、地方知識産権局、地方工商行政管理局、地方品質技術監督局、地方版權局などに取締等の行政的救済を求める行政ルートが存する。特に行政ルートにおけるこれらの機関には、模倣品・金型等の没収・廃棄、行政処罰としての罰金等の権限が認められており、安価であるとともに簡易な手続で迅速な対応の下、早期の取締りが実行される場合もある。

しかし、中国では地方保護主義が根強く残っており、行政的救済を求めるものの、模倣品の摘発に不熱心な場合も見受けられる。模倣品の製造販売によりその地方が潤っているとの政策認識が背後にあることによるものである。今日の急速な経済発展が、同時に模倣品の品質の向上と模倣品の生産能力の向上を伴う以上、地方保護主義の問題は、模倣品問題の温床となっているともいえる。もっとも、中国中央政府とて傍観しているわけではない。模倣品の放置は、対中国投資の阻害になるとの認識もあり、粗悪な模倣品の存在は、時には中国国民の健康被害にまで及びかねないとの認識もある。さらには、国際的な知的財産への認識の高まりの中で模倣品大国の汚名は耐え得ないであろう。このため、矢継ぎ早に各種の法を制定改正し、模倣品の取締強化を図ってはいるが、そもそも地方保護主義の問題が権限を委ねられた取締官の政策認識や一般中国国民の模倣品への認識の問題とも捉えられるため、今

日では意識改善が図られているとはいえ根の深いものがある。

そこで、今日では、司法ルートによる決着も多くなってきている。必ずしも訴訟により多大な損害賠償金を得ることはできないが、その損害額の算定が困難な場合でも、状況により裁判所が50万元以下の賠償金を命ずることができる旨の明文の規定も設けられている。なお、中国の裁判制度は、二審制を採用しており、知的財産権訴訟に関しては、一般的に中級人民法院を第一審裁判所とし高等裁判所で終審となる。地理的管轄については、被告住所地の他、侵害品の製造地や販売地、差押地等も認められているため、第一審裁判所をいずれにするかは、勝敗を決するが如く、戦略上重要な事項である。証拠の収集状況を考慮し、公平な判断が下せる裁判所を選ぶ必要がある。その他のルートとして、税関や公安局・人民検察院による救済もある。特に中国の税関では、国内に輸入される場合の侵害疑義物品の輸入差止のみならず、輸出する場合も、差止の対象としているため、中国から多数の国に模倣品が輸出されその国で流通する現状では、税関への届出は模倣品対策の極めて効果的な措置といえよう。もっとも、侵害疑義物品が差し押さえられ侵害品と認定された場合でも、廃棄されずに社会公益事業に用いられたり特徴を削除した後に競売に出されたりするため、再び中国国内で流通するおそれはある。また、刑事的保護も効果的といえよう。刑罰による威圧により模倣品の製造流通を抑止し取締るものであり、国家的に取り組んでいるといえる。このように時事刻々と変幻する模倣品の生産流通状況に応じて、救済ルートの選別が極めて重要となる。

七. さらに、現地の営業担当者の養成も重要である。模倣品は現地の営業担当者によって小売店の店頭や見本市で発見される場合が多い。実際、各種の模倣実態調査によれば、模倣の発見はこの場合が最も多いというデータがある。このため現地社員に対して知的財産権の研修会等を開き、自社権利への認識を高めることが不可欠である。もっとも、かつての稚拙な模倣品とは異なり、今日では極めて精巧なデットコピーも多いことから、模倣品であるか否かを識別するための真正品用のシールを採用するなど、真偽を容易に判定し得る仕組みを設けるのも一策である。同時に、現地の模倣品対策専任者や日本国内の模倣品対策専任者の育成

も不可欠である。いくら現地の営業担当者が模倣品を発見しても、知的財産の専門部署なかったり専任者がいなかったり、制度的な理解が乏しいなどにより、対応に苦慮した現地の営業担当者が、結果的に模倣品を放置せざるを得ないとも聞き及んでいる。また、現実問題として模倣品が横行している段階で取締対策を他の業務と兼任して実行するのは困難であるため、専任担当者の存在は不可欠といえる。そして、模倣品の製造国や流通国において良き弁護士・弁理士を選ぶことも不可欠である。模倣品対策の背後には必ず法が控えている以上この法を自在に駆使し得る代理人は模倣対策の帰趨を決するともいえる。そして模倣品を発見した場合には、少なくとも警告を発することが重要であり、さらに流通経路を上流に向かってさかのぼり、最終的には製造元を突き止め、製造業者に対する権利行使により元を断ち、さらなる模倣品の発現を阻止することができるのである。

八. 模倣品・海賊版の横行は、知的財産権制度の存在を根底から揺るがすとともに、わが国の産業競争力を低下させる極めて重要な問題である。模倣品の生産流通を決して放置することなく毅然と対処することこそが、健全な競争によって得られる利益を確保することとなり、日本企業が執るべき必要最低限の政策であろう。特に、未だ模倣品の製造・流通が業としてまかり通る中国においては、他国に比してより一層の毅然とした模倣対策が不可欠であり、これを実行することこそが、巨大な中国における市場競争において日本企業の優位性を確保する礎となるのである。そして、専門性が期待される弁理士としては、日々の業務活動を通して、より積極的に日本企業の模倣品対策を支援する必要があると思われる。

以上

産業競争力推進委員会は、本年度で発足3年目になるが（なお、2年目は国際活動センター産業競争力部会）、設立当初より对中国に特化した委員会であり、特に中国による模倣問題に取り組んできた。そのため、中国の知的財産制度に関する文献のデータベースの構築、中国の知的財産権の専門家との交流及び同専門家データベースの構築について同時に検討・実行してきた。近年の中国における模倣問題は、日本の産業界において極めて深刻な問題として捉えられており、政府間レベルや民間レベルで種々の活動が行われているも

の、知的財産権の専門家としての弁理士には、他のレベルにはできない独自の活動が期待されているという観点から、中国の情報をできるだけ収集し、会員の活動を支援する環境整備を行う必要性から発足されたものである。これら活動のうち、中国の専門家交流に関して、初年度は中華商標協会と、次年度は同協会及び中華全国専利代理人協会との交流を図り、互いに情報交換をした。そして、中華商標協会とは、模倣品対策活動を共に協力して行うことに合意する覚書を平成15年11月に締結した。今年度は、委員会を専門家交流部会、日中間の知的財産紛争を日本弁理士会及び中国専門家団体との間で解決を図る仲裁・調停センター設立検討部会、中国における水際措置部会、そして、知的財産文献データベース部会の4つに分け、それぞれ討議検討している。専門家交流部会については、本年3月2日から5日迄訪中し、中華商標協会及び弁護士の団体である中華全国律師協会との交流が決定した。そして、かかる交流会の成果と共に、本年度の委員会の活動内容については、3月29日にセミナーを開催し、報告する予定である。なお、経済産業省は、「知的財産権推進計画2004」に基づき模倣品・海賊版に係る企業等からの相談に対応するため、「政府模倣品・海賊版対策総合窓口」を平成16年8月に設置したが、日本弁理士会も協力する立場から、当委員会が対応することとなっている。

#### 注

- (1) 平成16年10月1日 経済産業省 製造産業局 特許庁「模倣品・海賊版撲滅キャンペーンの実施について」
- (2) 2004年3月 特許庁「2003年度 模倣被害調査報告書」
- (3) 平成16年4月15日 財務省「平成15年の知的財産侵害疑義物品の輸入差止状況」
- (4) 平成15年3月 財団法人生活用品振興センター「輸入模倣品急増対策報告書」
- (5) 2003年2月18日 JETRO北京センター 在中国日本商工会議所 経済産業省特許庁「第2回 中国模倣被害実態アンケート調査結果」JETRO北京センター知的財産権室 (<http://www.jetro-pkip.org/>) より
- (6) 2003年5月 国務院発展研究中心 対外経済研究部課題グループ「模倣品の製造販売が国民経済に与える損害に関する調査・研究」
- (7) JETRO北京センター知的財産権室 (<http://www.jetro-pkip.org/>) 「2003年 商標登録出願と登録の概況」
- (8) JETRO北京センター知的財産権室 (<http://www.jetro-pkip.org/>) 「国家工商総局は馳名商標62件を認定」

(原稿受領 2005. 1. 31)