

経営視点の模倣品対策 ～eコマース戦略見直しを～

中国製が76%

2021年11月に特許庁が公表した「我が国法人の産業別模倣被害推計調査研究事業 最終報告書」によれば、世界の模倣品の76%が中国・香港から陸路・海路・空路で供給されている。

昨今は電子商取引（EC）プラットフォームを利用したeコマースによる手軽な販売が盛んになっているが、副作用として、同一ECプラットフォームのサイトに真正品と模倣品が混在する問題が発生している。ディスプレイ上の見た目では真正品と模倣品の区別がつかず、価格を比較して安い方を購入したら粗悪な中国製模倣品であり、日本の真正品メーカーに顧客からの苦情が殺到した案件を知財戦略エキスパートとして最近担当した。eコマースの初歩的な模倣品対策としてECプラットフォームへのオンラインクレームの提出「ノーティスアンドテイクダウン（NTD）」があるが、これ以外のeコマースの模倣品対策は実店舗の模倣品対策とほぼ同じである。

商標権など重要

中国の模倣品対策は裁判所への提訴より、税関（海関）や市場監督管理局などの行政機関による摘発「レイド（Raid）」が中心であり、権利侵害の認定が比較的容易な商標権や意匠権を中国で取得・保全する事が重要となる。模倣品対策に現地調査会社を利用するのは有効であるが、費用が嵩む点に留意が必要である。

模倣品は自社ブランドを毀損（きそん）し、最悪は市場を喪失するリスクもあるので、模倣品対策は必要であるが、場合によっては「もぐら叩（たた）き」のような状況も危惧される。民間企業の時代から現職の知財戦略エキスパートに至るまで、模倣品問題に関して四半世紀にわたり関与している。

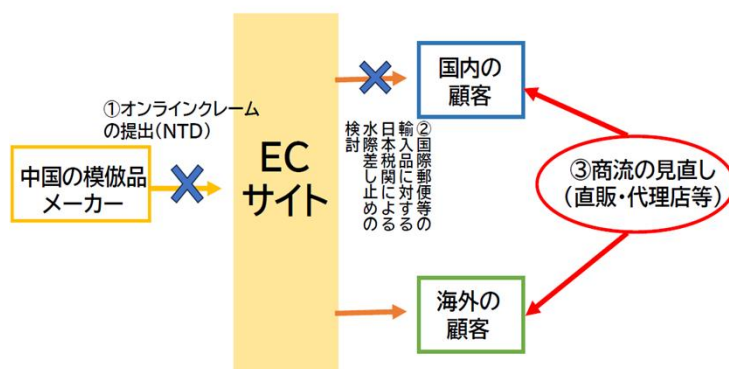
著者プロフィール

INPIT知財戦略エキスパート 松島 重夫

民間企業のR&D、知財（出願・権利化、契約・商標、涉外、知財企画、米国・中国駐在等）、技術戦略の各部門に計33年半勤務。中国では上海IPG副会長、同事務機消耗品WG長、北京IPG運営幹事。定年退職後、公設試知的財産アドバイザー、INPIT海外知的財産プロデューサーを経て現職。



ECコマースで溢れる中国製模倣品に対する「経営視点の模倣品対策」



対策に工夫

大企業とは違って経営資源の限られた中小企業等にとって厄介な問題である。次のような「経営視点の模倣品対策」の選択が賢明と思量する。

1. eコマースによる販売を含めて事業戦略の見直しを行う。
2. 外国出願補助金等を活用して、模倣品の被害が想定される事業展開国（予定国を含む）において、商標権や意匠権等比較的容易に権利侵害が主張できる知的財産権を取得・保全する。
3. 当該知的財産権に基づき、NTDに加えて、模倣品対策補助金等を活用してレイド等の模倣品排除活動を行う。
4. 模倣されにくく、かつ真贋（がん）鑑定がしやすいように製品を工夫する。
5. 自社製品（真正品）に真贋鑑定がしやすい暗証入りシール等を付す。
6. 新聞や自社ホームページ等により顧客に対して模倣品への注意喚起を行う。
7. 信用・信頼のおける販売代理店等の現地パートナーと連携して模倣品対策を行う。