

Title	アジア市場開拓に向けた国際企業の戦略：知的財産権の視点からの考察(パネルディスカッション アジア市場開拓に向けた国際企業の戦略,第22回年次学術大会)
Author(s)	中山, 喬志
Citation	年次学術大会講演要旨集, 22: xxi-xxv
Issue Date	2007-10-27
Type	Presentation
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/7190
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	パネルディスカッション

パネルディスカッション

アジア市場開拓に向けた国際企業の戦略

－知的財産権の視点からの考察－

東芝テクノセンター株式会社取締役社長、
前株式会社東芝知的財産部長

中山 喬 志

アジア市場開拓に向けた国際企業の戦略

－知的財産権の視点からの考察－

東芝テクノセンター株式会社 中山 喬志

1. 東芝の中国進出と現状

(発展過程)

東芝の中国進出は、1972年に遡る。今日までの35年の歴史は、次の4つの段階に分けられる¹⁾。

72年から89年までが第1期で、この期は、日本からの家電製品並びにカラーテレビや半導体製造設備の輸出の時代であり、また、中国企業に対する技術移転の時代であった。

第2期は、89年以降90年代中頃までで、第1期の東芝大連社設立(1991年)に象徴されるように「もの作り拠点」の設立、直接投資の時代である。

第3期は、90年代半ばから2000年までで、第2期が中国製造・海外への輸出を目的として製造会社が設立されていたのに対し、外資系企業に中国国内販売の道が開かれたことを契機に中国国内向けノート型パソコン等の生産・販売会社が設立された。この時代の1995年に、東芝の中国事業を強化するため、在中企業の統合管理機能と戦略遂行を目的とした東芝(中国)有限会社が創立された。

第4期、2001年以降は、東芝中国社を中心とするスタッフ機能の充実、事業拠点の整備を踏まえた中国東芝グループの拡大が図られた。2001年には、中国人を所長に据えた東芝中国研究所が設立された²⁾。近年は、物流会社の設立が認められるに至り、中国東芝グループには、研究開発、製造、販売、物流、サービスの全ての機能が備わった。

(現在の活動状況)

2006年度のデータ³⁾によると、東芝は中国で合資、独資会社を64社設立しており、投資総額は80億人民元(約1200億円)を越えている。従業員の総計はおよそ23,000人で、2005年の事業の規模(中国売上高+中国からの輸出額)は、約570億人民元(約8550億円)である。

(中国に根を張る)

東芝グループは、中国に根を張った企業を目指してきた。1991年に設立された東芝大連社の近年のCSRを見ると、「人材育成こそ経営の品質向上の鍵」とし、「環境経営でも結果を残す」こと、さらに「企業市民として地域との共生を図る」ことが目標として掲げられている。

また、中国東芝グループは、現地採用の人を幹部として登用することによる経営の現地化を図るばかりでなく、東芝中国社を中心とし、中国発展のために、小学校の建設などの社会貢献を実行している。

東芝の心を汲取った従業員の清掃・植樹などのボランティア活動等も、消費者の信頼や細やかな愛が東芝グループに寄せられる一因になっている。中国のために行ってきた社会奉仕活動が、2004年から3年連続の社会貢献賞(有力機関紙主催)を得ることに繋がった。

東芝グループは、短期的な計画で中国に進出しているのではなく、中国の恩義を感じ、共に発展することを目指している。“飲水思源”が中国東芝グループの気持ちである⁴⁾。

2. 中国における知的財産権の活用

中国における東芝の歴史と知的財産を関係付けるとどうなるだろうか。

(技術援助契約、ライセンス契約)

中国における商標法の施行は1983年3月であり、特許法は2年遅れることの1985年4月である。東芝も法律が施行された後、“TOSHIBA”や“東芝”ブランドの登録を行い、また特許出願を行ってきた。

このように第1期の半分は、法律施行前であり、商標、特許が有効に機能した時代ではない。技術援助契約に基づく技術移転や製造設備の設置に伴うノ

ノウハウなどの知的財産をいかに契約に定めるかの時代であった。1985年の技術導入管理条例は、技術援助を行う方(提供者)、特許のライセンスを行う方(権利者)に、当事者(ライセンシー)が訴訟に巻き込まれた場合の応訴義務、第三者の権利を侵害する結果となった場合は損害を補償する義務を課しており、契約上大変不利な立場に立たされた。この技術導入管理条例には、それ以前の慣行が反映されているようで、第1期で取り交わしていた技術援助契約は、大変不利な内容であったのではと想像される。

この技術導入管理条例に関しては、2002年1月1日に施行された技術輸出入管理条例により、幾分緩和された。応訴義務は、協力義務と緩和され、さらに最近の解釈では、契約法353条で技術提供者の免責条項を設ければその規定が優先するので、契約上の不利益は解消されている。一般的に、中国企業と契約を行う場合は、詳細まできちんと詰める米国型の契約を取り交わすことが重要であり、日本型の「将来問題が生じたときに協議」しましょうというスタイルは望ましくない。実際にその時が来たときには、契約時よりもハードな交渉になることを覚悟しておいた方がよい。

(知的財産権の行使)

特許権、意匠権、商標権、著作権等権利のEnforcementにおいては、裁判管轄の関係で疑問がある。特許に関する裁判所は、最高人民裁判所が決めた中級人民法院(地裁)(全国で約50箇所)を第一審として争うことになっているが、地方の裁判所は、特許訴訟に不慣れで、したがって、特許裁判に慣れた専門の裁判所への移送や、専門の高等裁判所の設置の声が中国国内からも出ているようである。商標権の裁判では、地方保護主義が濃い地方の下級の裁判所で争うことになり、なおさら、結果の予測が困難である。

(独占禁止法)

最近独占禁止法が制定された(施行は2008年8月)。したがって、パテントプール(規格について特許を持っているものがライセンス権を一定の団体に

預け、全体でのライセンスが可能とし、ライセンスを受けるものは、個別のライセンスを受けるときよりも圧倒的に低いレートの使用料を払うことで新規事業に参入できる。ライセンス権を預けた側は、ライセンス収入から配分を得るため、win-winの関係が出来上がる。DVDパテントプールが典型事例。)などの形態も、事前に関係の機関、公正取引委員会等に尋ね問題点をクリアーする必要がある。

(知的財産活動—発明の帰属と報酬)

中国に進出した日本企業の子会社、合併会社においては、発明創作活動、技術の流出防止などの点で対応が迫られることになる。

中国の特許法によると、職務上の発明は会社に帰属することになっている。また、国営企業に勤める技術者の発明に対する補償も法律で定められており、日本や欧米とは異なる考え方に立っている。したがって、最近日本で注目された職務発明訴訟(対価の額についての争)は、国営企業では生じる余地がないが、職務上の発明か否か(会社の施設を使用しての発明か否か)が争いとなっている。外資系の企業においては、法律の補償額の定めは単なるガイドラインに過ぎないので、転職防止のインセンティブを加味した報酬規定を策定することが重要である。知的財産管理上の視点が求められる。

(発明と第一国出願)

発明を最初にどこに出願するかも問題である。外資系の会社は、中国の合併会社等から出願権を譲り受ければ、最初に日本に出願しても問題ないというのが多数説である。一方中国企業は、中国に最初に出願しなければならないと特許法に定められている。したがって、外資系でも、中国に最初に出願すれば、リスクから開放される。現在起案中の改正特許法(案)では、米国と同様に、特許も技術情報の範疇に入るので中国からの技術輸出に絡む問題と捉え、許可制が採用されるようである(中国に最初に出願した場合、出願=許可申請と扱われる)。この改正法案には、違反した場合の罰則も明記されるようである(中国に最初に出願すべきものが、第二国出願と

して中国に出願された場合、その発明は中国では成立しないとされる)。今から中国に最初に出願するルーチンを確立しておく方が賢いと思われる。

(特許出願の中国語翻訳の質)

特許出願においては、その内容が重要である。外国企業の場合、自国で出願したものを中国語に翻訳し、中国特許庁に出願することになる。取り返しのつかない部分に誤訳があると、その出願は、当初目論んだ権利の幅が確保されておらず、第三者の権利侵害を責めても、権利が及ばない領域に第三者がいることにもなりかねない。

2002年10月に日本知的財産協会が行ったアンケートによると中国出願を積極的にチェックしていた日本企業の70%が誤訳の存在を指摘した。その後、日本企業が一斉に中国側の特許事務所に翻訳時の誤訳問題を質したため、中国側の特許事務所がチェック体制強化を行い、翻訳者の能力upに努めたため、事態は収まってきている。しかしながら、日本企業からのクレームを受けていない特許事務所は、自発的に質向上策を行ってはいないと思われるので、取引の特許事務所を選定する際注意を要す。

(デザイン保護)

中国の意匠制度は無審査登録制度である。また、現行法は海外にて出回っているデザインと同一、類似は登録しないという制限を付けていないので、中国では、外国人が外国でデザインしたものを勝手に出願するケース(冒認出願・登録)が多い。改正特許法(案)では、「世界公知・公用」を拒絶の理由と規定する予定なので、改正案が施行されれば、この不合理は解消されていくであろう。

(転職社会と技術流出防止)

中国は、思った以上に転職の社会である。外資系で知得した情報は、個人の能力(グレード)をかなりupさせる。その向上した能力を売り込んで、条件のいいところ、責任のあるポジションを与えてくれるところに転職する。ここで問題になるのは、トレードシークレット管理(技術流出の予防)である。

中国でも、不正競争防止法によりトレードシーク

レットが保護されているが、法律の精神を熟知した中国人従業員が少ないこともあり、教育並びに管理は大変のようである。また、競業他社への転職禁止は、労働契約法等で合理的理由がなければならないこと、補償を条件とすること、禁止期間は2年を超えないこと等が定められており、職業の自由とトレードシークレット保護の関係は複雑である。

中国においては、外国企業にとっての不利益が完全に払拭されたわけではないが、いろいろな局面で緩和はされてきている。中国政府に、政府だけでなく、民間からも問題点を指摘し続けてきた効果が、じわりと出てきている感じする。

3. 中国における模倣品問題

(模倣品排除と企業ポリシー)

模倣品排除は、そのブランドを信じて購入した消費者の損害を未然に防止する活動である。世の中には、模倣品で売上が落ちたのでこれを排除するという考え方もある。その裏は、被害がなければ放置するということになる。しかしながら、東芝グループは、ブランドイメージの維持を図るという側面はあるにしても、模倣品を購入した消費者が一番の被害者という気持ちで、模倣品排除活動を行っている。

模倣品排除を実施している企業から、模倣品排除は、もぐらたたきみたいなので切がない、どの程度模倣品排除を行えば、やめてもいいのだろうかとの質問を受けたことがある。確かに切がない。しかし、消費者の目線に立てば、どこまでという区切りを付けられるものではない。消費者が当社のブランドを安心して購入できる環境を商品供給側(当社)が提供しなければならない。消費者からみれば、模倣品排除に立ち上がりず市場の淘汰に任せている会社は、怠慢と映るかもしれない。消費者からの叱責を受ける前に、積極的に模倣品排除活動を行うことは、企業にとって潜むリスク対策の一端ともいえる。

(アライアンス)

企業一社で模倣品を排除することは、非常に大変

である。幸い近年は、昔と違い、日本政府の協力、他国と日本政府との政府間の協力、APEC 加盟国の協力が得られるようになり、模倣品排除網が整備されつつある。

日本では、模倣品防止を目指す企業や団体が集まり、国際知的財産保護フォーラムが形成され、模倣の事例の収集、中国の取り締まり機関との交流、協力支援を行っている。

中国国内では、JETRO 北京、JETRO 上海、JETRO 広州において、中国へ進出している企業が集まり、模倣品対策のための知的財産グループを設立し活動している。

(模倣品摘発機関)

中国の模倣品排除機関には、「適正商品の通関業務を担う税関」、「商品の品質をチェックする観点から粗悪品・模倣品を排除する略称 TSB (質量技術監督局)」、さらには「商標管理業務を担う略称 AIC (工商行政管理局)」が、また「著作権違反の CD/DVD 海賊版取締りを行う版權局」がある。これら機関による取締りは、ある程度の証拠を基に排除してくれるので効果は早い。しかし、再犯の危険を残している。警察が摘発し刑事訴追され裁判となったものは、時間が掛かるが、侵害者に対する威圧効果がある。

米国が模倣品対応に問題ありとして中国を WTO に訴えたが、大掛かりな規模の模倣事件しか刑事事件として取り上げられない傾向や、罰則・罰金が低く、模倣しても得がある構造(偽物売上－罰則＝利益)という点を問題としている。

(商号の盗用)

最近の話題としては、香港における商号管理の手ぬるさが挙げられる。中国国内で香港〇〇電器有限公司(〇〇は日本の有名電気会社)が勝手に使われている。相手を問い詰めると、香港の会社からライセンスを受けて使用していると居直る。中国においては、この手の模倣は排除しうるが、香港では、商号の消去は法人格の抹消に繋がり、会社清算と同等の効果があるため、慎重な手続きが要求される。明らかに悪意による商号を簡単に消去できないのは問

題であり、政府の関与を得て、かかる不合理な制度の改正を求める必要がある。

4. 東南アジアにおける問題

東南アジアのどの国・地域も、税関が一番の模倣品チェックに気を配っている。しかしながら、税関で疑義ある商品であっても完全に模倣品と判明したもの以外の商品を長く留め置くことは難しく、権利者側の即刻の真偽鑑定が求められる。現地に即刻真偽鑑定ができる代理店、代理人などを置いている会社は、成功する確立が高い。現場の税関吏にしてみれば、取扱貨物が多く、個々の商標を正確に把握しているわけではないので、偽者の見分け方についての講習を歓迎するところが多い。

(各国の Enforcement 機関・・・税関以外)

台湾：保護知的財産権警察大隊

タイ：Economic Crime Investigation Division

マレーシア：Ministry of Domestic Trade and Consumer Affairs

ベトナム：Market Management Department under the Ministry of Trade

今後、模倣品問題は、中国の周辺諸国・地域に発展する可能性が高い。中国から模倣品が流れ込む可能性と、これらの国・地域でも模倣品の製造が始まるという可能性である。上述の機関と上手に付き合っ

て、対策を取る必要がある。

特許・意匠などの知的財産に関しては、WTO で取り決められた TRIPs (知的財産の貿易的側面) 協定があり、各国は、ここで盛り込まれた最低限の保護体系を確立することが求められている。だが、形を作っただけで中身の充実はこれからと感じる。

引用文献

- 1) 株式会社東芝 中国総代表平田正信氏の投稿記事・・・日本財経第3号(2005年6月発行)
- 2) 現東芝中国社副総裁兼研究開発センター所長 雷海濤氏の投稿記事・・・グローバル経営 2006年6月号
- 3) 4) 東芝中国社ホームページ(中文)