

# INSIGHT CHINA

6

2013 JUN



中国社会の透視図

米CNNによる「中国の名勝地40選」

PEOPLE 1/13億

李娜 (テニス選手)

世界一

中国自動車市場

日本関係の展示会では商標権を狙われることも多い。



京都生まれの奥村謙介さん。大学を卒業後はゼネコンに就職。社会人3年目の2003年に上海を訪れ、ビルを建造するその工事現場から成長著しい中国の姿に衝撃を受ける。その後、会社を辞め、父親の経営する和装小物製造卸会社に入社し中国での製造、仕入れ、縫製工場の立ち上げを行なう。現在は和雑貨、アクセサリーや京都の伝統工芸品の中国国内での販売。また京都府のコーディネーターとして京都物産展や展示会の企画、京都企業の中国進出支援を行うと共に、最近では日本の中小企業や行政に対して中国における商標権の保護を啓蒙する(社)日中商標権情報センターの活動が増えてきたという。主な活動は、中国に進出する企業や行政への商標権保護のコンサルティングや各地でのセミナーや講演を通してその独特な制度や現状、事例を通して早期申請取得の重要性を啓蒙している。

「もともとは京都の主に伝統産業系企業が集まった異業種交流会の中国での販路開拓のコーディネートを引き受けていたんです。それまでは中国に京都の自治体の事務所が無く、10年の上海万博を契機によりやく現地に設立されたんです」  
日本の市場規模が縮小を続ける中、中小企業も海外市場への進出に目を向けるのは必然の流れだという。  
「しかし中小企業が単独で中国に進出するには法律面の手続きが面倒です。さらにマーケティングを行ない、事務所を設立していざ商品の販売を始めようとしたら既に自社の商品のロゴが勝手に商標登録されており販売が出来ない、もしくは商標を買い戻すために莫大な費用を支払わなければ

### 中小企業に中国での商標権登録を啓蒙する

京都生まれの奥村謙介さん。大学を卒業後はゼネコンに就職。社会人3年目の2003年に上海を訪れ、ビルを建造す

## 老上海 File 13 プロフェッショナル探訪

### 奥村 謙介

日中商標権情報センター 理事長

京都で生まれる。大学卒業後、ゼネコンに入社し、2003年に上海を訪れた時に発展する中国に刺激を受ける。会社を退職後は中国で家業の和装小物の製造と販売、また京都府の中国事業コーディネーターとして成都伊勢丹内での京都府アンテナショップの運営管理や中国全土での京都物産展や展示会を企画。それと同時に日本企業の中国(中華圏)での商標権を守る一般社団法人日中商標権情報センターを設立。講演会やコンサルタントで中日間の商標権の啓蒙活動を行なう。

# 商標権を通じ日本企業の 中国進出をお手伝いします

一般社団法人  
日中商標権情報センター

<http://www.chinalogo.or.jp/>



いけないという事も多発しています。しかし中小企業が弁護士に相談すると多額の費用がかかり、ハードルが高くなってしまう。ですので我々は中国での商標調査を都道府県の紹介や弊社団のセミナーを受講された場合は無料、それがなくても1商標2800円で済んでいます。また全国の自治体主催の講演セミナーの場で商標権への意識をより高めてもらうための活動をしています」

### 展示会でも狙われやすい日本の商標ロゴ

中国に進出する場合、日本の中小企業はまだ利益が出ていないからとか、煩雑な法人設立業務や貿易実務に労力を取られ自社の知的財産保護に関して後回しになりがちです。しかし中国ではまず何よりも先に商標登録した者の権利が優先されます。どんなに日本で有名なブランドであっても、先に登録されてしまえば裁判に多くの費用と時間がかかります」

このような商標権の問題は大企業に限ったことではなく、日本の中小企業にも多発している。

「例えば、金属部品を作る企業が中国の展示会に出展。そこで中国企業と名刺交換を行ないました。数年後、中国で商品

の販売を始めると第三者から、その商品のロゴはすでに登録されており商標権を侵害していると通達がありました。調査を行なうと展示会で名刺交換を行なった中国の同業者が名刺を元にロゴを勝手に登録していたのです。その中国企業は日本企業が進出した時に、商標権の転売利益と盗用したロゴを使う事で自社商品を日本製品のように見せかけ、より多くの利益を得ようとしたのでした。展示会で名刺交換をした相手の商標を盗用するなどという事は、日本人の常識からは理解しがたいとは思いますが。しかし中国市場で商売をするならば、相手の土俵のルールを理解し、しっかりと



情報収集して自分で身を守ることも大切です」

他にも、中国に進出する企業に中国で販売するのに相応しい中国語のネーミングの提案も行なっている。

「中国人は縁起を担ぐため発音の響きや、どの漢字を使うかは非常に重要です。例えばユニークロ（中国語Ⅱ 優衣庫）、

最近人気のくまモン（酷MA萌）等がその例です。当センターは上智大学中国人留学生会と産学連携し、中国の消費者に受けるネーミングをご提

案していきます」

今後の活動の目標は？

「商標権については日本と中国の間には絶えず問題があります。日本は商標盗用の問題でただ中国を批判し続けるのではなく、中国の商習慣等を理解していかなければならないと思います。そのためには一企業、一地方自治体では限界があります。これからは日本が総力を結集しオールジャパン体制で取り組んでいかなければならないと思います。そして中国で日本の商品、地方自治体の知名度を上げ、中国人観光客を日本へと誘致するインバウンドにも力点を置き、民間交流をより活性化させるお手伝いをしていきたいですね」