

ICCLC NEWS

公益財団法人国際民商事法センター
第 61 号 2019 年 8 月

HEADLINE

本号は、2018 年 11 月 29 日北京において開催しました第 23 回日中民商事法セミナーを特集しております。

日中民商事法セミナーは日中両国の相互理解と交流を深めるため、専門家を交互に派遣、招へいしセミナーを開催しておりますが、今回は北京での 11 回目の開催となり、中国側の主催である国家発展改革委員会の林念修副主任をはじめとする関係者の方々のご尽力により大変充実したセミナーとなりました。

講演は、第 1 部で「日本の模倣品対策～模倣品対策室の取り組み～」をテーマとして経済産業省製造産業局模倣品対策室長の坂野聡氏に、「第 4 次特許法改正及び新しい知財裁判制度への期待」をテーマとして森・濱田松本法律事務所 北京事務所首席代表弁護士の小野寺 良文氏に講師をお願いしました。また、第 2 部では「匠の精神が育んだ創新力とブランド力の確立」をテーマとして、島津企業管理（中国）有限公司 副董事長の井上統雄氏に講演いただきました。

（目次）

開会挨拶	林 念修 国家発展改革委員会副主任	3
	宮原 賢次 公益財団法人国際民商事法センター会長	6
講演 1-1	「日本の模倣品対策～模倣品対策室の取り組み～」	
講師：	坂野 聡（経済産業省 製造産業局 模倣品対策室長）	7
コメント：	曹 松（湖北省発展改革委員会 副主任）	13
講演 1-2	「第 4 次特許法改正及び新しい知財裁判制度への期待」	
講師：	小野寺 良文（森・濱田松本法律事務所 北京事務所首席代表弁護士）	17
コメント：	張 青華（天達共和律師事務所 パートナー）	22
講演 1	質疑応答	26

講演 2	「匠の精神が育んだ創新力とブランド力の確立」	
講師：	井上 統雄（島津企業管理（中国）有限公司 副董事長）	27
コメント：	張 世賢（社会科学院工業経済所研究員 社会科学院研究生院教授 博士指導教官）	33
コメント：	任 興洲（國務院發展研究中心市場經濟研究所元所長 研究員 博士指導教官）	35
講演 2	質疑応答	39
総括	小杉丈夫 松尾綜合法律事務所弁護士・当財団理事	40
閉会挨拶	伊澤 正 一般財団法人日中經濟協合理事長	42
	任 志武 国家發展改革委員会副秘書長	43

第 23 回日中民商事法セミナー

開催日：2018 年 11 月 29 日（木）

会場：国家發展和委員会 中配楼 4 階多目的ホール

（司会） 尊敬する林副主任、宮原会長、ご来場の皆さん、友人の皆さん、こんにちは。第 23 回日中民商事法セミナーをただ今より始めさせていただきますと思います。この会議は中国の發展改革委員会の法規司・国際司と日本の国際民商事法センターが共同主催しています。また、日本法務省の法務総合研究所、日中經濟協会、發展改革委員会の産業司・技術司のご協力を頂いています。

今回は二つのテーマがあります。法律面でのテーマは、ビジネス環境を改善するための日本の取り組みと中国への示唆です。経済面でのテーマは、匠の精神を生かしてハイクオリティな成長を遂げた日本の経験、そして中国と日本が共にブランド文化を築き上げるための展望です。

まず、日本側の来賓をご紹介します。代表団団長・国際民商事法センター会長の宮原様、国際民商事法センター理事長の大野様、***通訳オフマイク***、国際民商事法センター理事の小杉様、日中經濟協会の伊澤理事長、法務省法務総合研究所総務企画部の石井部長、法務省法務総合研究所国際協力部の前田教官です。また、日本の講師をご紹介します。経済産業省製造産業局模倣品対策室長の坂野様、森・濱田松本法律事務所北京事務所の小野寺首席弁護士、島津企業管理（中国）有限公司の井上副董事長です。併せて、メンバーの皆さんをご紹介します。日中經濟協会の藤田部長、国際民商事法センターの北野事務局長、国際民商事法センターの戸上次長、日中經濟協会北京事務所の岩永所長、住友商事株式会社国際業務部の森川参事、そして長年セミナーをサポートしてくださっている住友商事と中国住友商事の方々、中国にある日本の団体・日本企業の皆さんにお越しいただいています。

続いて、中国側のゲストです。国家發展改革委員会の林念修副主任、国家發展改革委員会の任

副秘書長、国家発展改革委員会の伍ハイテク産業司司長、国家発展改革委員会の盧産業司副司長、国家発展改革委員会の国際司の夏副司長です。また、中国側のコメンテーターとして4名の方に来ていただいています。湖北省発展改革委員会の曹松副主任、天達共和弁護士事務所パートナー弁護士の張先生、中国社会科学院工業経済研究所研究員・大学院教授の張先生、國務院發展研究中心市場經濟研究所元所長の任先生です。そして大変光栄なことに、中国の最高裁、國務院機能転換調整オフィス、司法省、商務省、国家市場監督管理総局、知的財産権局、北京高等裁判所、北京知財裁判所の関係者にお越しいただいています。さらに、地方から主にビジネス環境担当の方々にも来ていただいていますし、中国駐在英國大使館、関連の中国企業、北京・上海・深センの国有企業と民間企業の皆さま、中国入札協会（中国招标投标协会）、精華大学・人民大学・政法大学の先生と学生の皆さま、メディアの皆さまにも来ていただいています。林副主任に代わり、皆さまのご来場に心から歓迎の意を表したいと思えます。

今回のアジェンダは三つあります。一つ目として、開会式があります。国家発展改革委員会の林念修副主任、日本国際民商事法センターの宮原会長より、それぞれご挨拶を頂きます。二つ目はキーノートスピーチとコメントです。私が法律テーマの司会進行を務め、コーヒブレイクを挟んで、産業司の盧副司長が経済テーマの司会進行を行います。まずは日本の講師にご発言いただき、その後中国の専門家によるコメント、さらには参加者と日本の講師、中国のコメンテーターの双方向の交流を行います。そして、三つ目が閉会式です。国際民商事法センターの小杉理事より総括のご発言を頂いた後に、日中経済協会の伊澤理事長、国家発展改革委員会の任副秘書長より閉会のご挨拶を頂きます。

それでは、開会式に移りたいと思えます。林念修副主任にご挨拶いただきます。

開会挨拶

林 念修（国家発展改革委員会副主任）

尊敬する宮原会長、大野理事長、ご来賓の皆さま、ご出席の皆さま、友人の皆さま、こんにちは。この初冬の季節に新しい友人、古き友人の皆さまと北京でお会いできて、共に第23回日中民商事法セミナーに参加することができて光栄に存じます。まず、中国国家発展改革委員会を代表して、遠路はるばるお越しの宮原会長、大野理事長をはじめとする日本の友人の皆さま、ご出席のゲストの皆さまに心から歓迎の意を表したいと思えます。また、中日の経済・法律界における友好交流と協力に関心と支持を寄せてくださっている各界の皆さまに、心から感謝の意を表します。

中日両国は一衣帯水の隣国です。2000年余りにわたって、平和と友好こそが両国国民の主旋律でした。両国の国民が学び合い、参考にし合って、それぞれの発展を促してきたと同時に、人類の文明と進歩にも重要な貢献を果たしました。本年は中日平和友好条約締結40周年です。これまでの40年間、中日両国の貿易額が1978年の40億ドル余りから今日の3000億ドル余りに増えています。人的交流も毎年延べ数万人から1000万人以上に上ってきています。このほど、習近平国家主席が中国を公式訪問した日本の安倍晋三首相と会談を行いました。共に中日の友好・交流・協力を新たな期待をしています。両国が各専門的な分野における交流と協力を強めることは、ま

さに時宜にかなっていると言えます。

日中民商事法セミナーは1996年に初めて開催されました。あれから20年余りの月日が流れました。国際社会にさまざまな変化が生じたにもかかわらず、われわれは初心を変えることなく、外資の投資、知的財産権の保護、大気汚染対策、政府との社会資本協力など、双方が共に関心を寄せている話題にフォーカスして、幅広く突っ込んだ議論を行いました。そして、両国の関連法規・政策の作成に大変積極的かつ重要な影響を及ぼしました。中日関係が友好発展を迎える新たな段階に際して、われわれはこれまでの優良な伝統を受け継いだ形で、絶えずイノベーションを切り開いて、これからもこのセミナーのさらなる充実を図り、持続的かつ新しみのあるセミナーを目指してまいります。これをもって両国の経済界・法律界の交流と協力をさらに広い交流の場を提供し、高効率な架け橋となるパイプをつくっていききたいと思っております。

前回のセミナーから、この日中民商事法セミナーには法律の議題の他に経済の議題を新たに設けました。今回の法律的な議題は、日本におけるビジネス環境を最適化するための法制化経験と中国に対する示唆です。また、経済的な議題は、日本の匠の精神が育んだハイクオリティな発展の経験と中日協働によるブランド力の確立に向けた将来性です。この二つの議題は、いずれも中国にとってとても重要な課題です。われわれが日本と多く交流して、お互いに学び合って参考にしていかなければいけません。ビジネス環境は、国と地域の経済のソフトパワーの重要な表れです。国際競争力の重要な中身でもあります。ビジネス環境の最適化のコアは、改革とイノベーションです。市場経済ルールを順守し、企業を主体とする活力を生かして、政府がよりよくそのファンクションを生かすことによって、経済の公平・高効率、持続可能な発展を実現することを目指さなければいけません。

中国政府はビジネス環境の改善を大変重視しています。新発展理念の貫徹、近代化された経済体制の建設、開放型経済新体制の構築、ハイクオリティな発展を実現する上での重要な措置となっています。近年、われわれが国際スタンダードの最高レベルに照らし合わせて、需要、問題意識と効果の重視、手続きの簡素化、管理と規制緩和の併用、サービスの最適化において段階的な効果を取得しました。このほど世界銀行が発表した2019年のビジネス環境に関する報告書のランキングでは、中国の順位が昨年の78位から46位になっており、32位も上昇しました。世銀のチームは、中国が企業の設立、施工許可証の取得、電力、納税、越境貿易など、七つのカテゴリーの改革において際立った進展を収めたという結論を出しています。

ビジネス環境の改善には「最も良い」はなく、「さらに良くなる」しかありません。ビジネス環境の最適化に終止符はありません。中国が国際化・法治化・利便化を目指す上では、まだまだ大きな改善の余地があると思っています。とりわけ法治化については、どのようにして立法の公開性・透明性、良き可能性を強めるかという課題がありますし、さらに公正かつ文明的な法執行の規格化、公正かつ高効率な司法体系の確立、法令順守と信義則の社会環境づくりが、今後さらに推し進めていかなければいけない重要な課題です。今月の初めに上海で開かれた第1回中国国際輸入博覧会の開会式では習近平主席が「イノベーティブで包括的な開放型世界経済の共同建設に向けて」と題した基調講演を行い、中国が世界一流のビジネス環境をつくる上で、力を入れて外国投資関連法規の発布を早め、公開性と透明性のある涉外法体系を整備し、さらに参入前内国民待遇とネガティブリスト管理制度をより踏み込んで実施していくと述べました。また、中国国

内で登記された各種企業を平等に取り扱い、外資企業の合法的権益を保護し、外資の合法的権益を侵害するもの、とりわけ知的財産権を侵犯する行為に対する処罰を厳しくしていくために、知的財産権の審査のクオリティと効率を高めて、懲罰的損害賠償制度を導入することに言及しました。これらはいずれも中国政府のビジネス環境の改善・法治化における厳かな約束です。

世界銀行が発表したビジネス環境に関する報告書においては、日本がずっと上位に位置しています。日本政府は2020年までに先進国上位3位にランクインするという目標を掲げています。とりわけ知的財産権の保護において、日本が卓越した効果のある法制度の手配により効果的な法治性のビジネス環境を構築しました。中国はこれに大いに学ぶことができます。この後の日本の坂野先生と小野寺先生による素晴らしいご発表に大変期待しています。

また、日本の匠の精神は世界でも大変有名です。職人たちは自分の作っている製品を自分の作品と見なして、しっかりとプロフェッショナルな意識で技を追求し、より美しくより良い技を求め続けてきました。これによってメイド・イン・ジャパンはクオリティが非常に信頼できることから、クオリティそのものの代名詞になって世界で大変良い評価を得ています。また、こういう形で日本では100年余りの歴史がある企業が数多く誕生しています。そして、有名ブランドもたくさん生まれています。この中には世界の「Fortune Global 500」に入っている企業もあります。さらに、おびただしい数の中小企業がニッチ分野の隠れたチャンピオンになっています。これも日本経済が継続的に発展する上での原動力になっています。

中国においても、匠の精神は舶来品ではありません。早くも春秋戦国時代において、中国の哲学者・思想家である荘子が「庖丁解牛」という物語を記述しました。優れた技があり、向上に向上を重ねる料理人の姿、イメージが生き生きと紙面から浮かび上がってくる話です。改革開放以降、中国は製造大国になりました。中国製造は安く量が多いことで世界に知られていますが、クオリティとブランドに対する注目度が高くありません。製造業は材料を受け入れ、それを加工して輸出するということしかやりませんでした。そのためにクオリティが高くなく、イノベーションの能力も強くありません。自主的知的財産権が不足している、ブランドの認知度と影響力が高くないといった問題が経済の成長パターンの転換と高度化を制約しているのです。

今、中国は大衆によるスタートアップ、万人によるイノベーションを積極的に推し進めています。中国製造から中国創造への転換、中国スピードから中国クオリティへの転換、中国製品から中国ブランドへの転換を図ろうとしています。昨年、国務院が毎年5月10日を「中国ブランドデー」に指定し、今年、初めての中国ブランド発展国際フォーラムを開催しました。その目的は、ブランド建設を早め、ブランド経済を発展させ、中国経済がクオリティによる変革・効率による変革・原動力による変革を実現することです。これからも向上に向上を重ねる匠の精神を力強く発揚し、クオリティをもって勝負するという企業家の戦略的な意識を強化し、企業家にしっかりとした精神でクオリティを求め、企業の品質管理を強めることで、100年の老舗を目指して匠の精神を生かしていきたいと思います。そういう意味では、本日、井上先生のお話には非常に期待しています。この匠精神における日本のやり方と理念を参考にしていきたいと思います。また、中日両国がこういった面における協力を強めて、ブランド文化づくりに向けて協働して力を注いでほしいと願っています。

「一年好景君須記、正是橙黄橘绿时（1年の一番良い景色を、あなたにはよく覚えておいてほ

しい。それは橙が黄色を帯び、橘が緑色になるときである)」。これは北宋の文学者である蘇軾（蘇東坡）が友人の劉景文に贈った詩文です。つまり、この秋の終わり、冬の初めの頃は、秋風に吹かれてもの寂しく、寒く感じたりしますが、果実が実り熟して収穫となる季節でもあるのです。その意味では、今回ご出席の専門家とゲストの皆さまのご意見に期待して、本日の議論の成果が今後、積極的・効果的に*展開（通訳 1/00:19:16）*・運用されていくこと、両国の政策法規の制定の参考と力になることを願っています。ぜひとも手を携えて、共通認識を図り、協力を深め、両国の友情と福祉に新たなページを書き続けていくよう努力しましょう。セミナーの成功を祝して、私のご挨拶に代えさせていただきます。ありがとうございました。

（司会） 林副主任、ありがとうございます。続きまして、宮原会長よりご挨拶を頂戴したいと思います。

開会挨拶

宮原 賢次（公益財団法人国際民商事法センター会長）

尊敬する国家発展改革委員会の林念修副主任ならびにご在席の皆さま、本日、北京において第23回日中民商事法セミナーを開催する運びとなりましたことは誠に喜ばしく、私ども日本からの一行はこれに参加できたことを心から光栄に思っています。まず、このセミナーの開催に当たり、大変ご尽力いただきました中国側を代表される林念修副主任をはじめとする国家発展改革委員会の方々ならびに関係者の皆さまに、日本からのミッションを代表して心から感謝の意を表したいと思います。

私ども公益財団法人国際民商事法センターは1996年4月に設立以来、市場経済化を進めているアジア諸国の法制度整備を支援するとともに、民商事法分野での相互理解を深めるためのシンポジウムや専門家による研究などの事業を推進してきました。中国とのこのセミナーは財団設立第1年度から、当時の国家経済体制改革委員会の全面的なご協力の下にスタートし、日本の東京・大阪と北京にて交互に開催を続け、今回で23回目を迎えることになりました。2002年の第7回セミナーから日本法務省法務総合研究所との共催を得ることとなり、また、中国側も2003年の政府機構改革に伴い、国家発展改革委員会に本件プロジェクトの中国側当事者を引き受けていただいています。時には難しい政治問題も生じる中日両国の関係の協力により、このセミナーが22年間、一度の中断もなく継続していることは特筆されてよいのではないかと考えています。

第19回セミナーから林副主任をお迎えしましたが、これまでのセミナーの成果を振り返り、今後の中日間の関係をより緊密化かつ深化させていこうというお互いの意向を踏まえて、前回、北京で開催された第21回セミナーにおいて、国家発展改革委員会と公益財団法人国際民商事法センターの間の協議書を新たなものとししました。その際、林副主任からのご提案もあり、法律関係の学術議論に加えて、より産業界に密着した交流を目指して経済分野に関する交流も行うことになり、第22回セミナーより一般財団法人日中経済協会にご協力を頂く形で新しいステージに入りしました。新協議書の下で本セミナーがさらに発展していくものと期待しています。

今回、法的テーマとして「ビジネス環境をふさわしいものにするための法制度・仕組みの経験

として」、ビジネス環境の重要な一面である知的財産権保護を取り上げ、また、経済テーマとして「日本のものづくりとブランド」を取り上げますが、それぞれの専門家に講師をお願いして、また、できる限り準備してきました。中国側のコメンテーターのご協力を頂いて、充実したセミナーを実現したいと思っています。また、長年にわたり、過去の本セミナーにて熟達した締めくくりと総括スピーチの役割を果たしてこられた公益財団法人国際民商事法センターの理事である小杉丈夫弁護士に、今回もそのお役目を務めていただきます。

最後に、ご多忙中、本セミナーにご参加いただきました皆さまに心から感謝を申し上げますとともに、本日のセミナーが実り多いものになることを願ひまして、私の挨拶を終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

講演 1-1

演題：「日本の模倣品対策～模倣品対策室の取り組み～」

講師： 坂野 聡（経済産業省 製造産業局 模倣品対策室長）

日本の経済産業省で模倣品対策を担当している坂野です。今回は国家発展改革委員会の林副主任、公益財団法人国際民商事法センターの宮原会長をはじめ、関係各機関のご配慮により日中民商事法セミナーにお招きいただき、こうしてお話をさせていただく機会を頂いたことを大変光栄に思っています。ありがとうございます。諸先輩方を前に大変緊張していますが、皆さまのご研究の一助になればと思い、今日は話をさせていただきます。

今回のセミナーは、日本におけるビジネス環境を最適化するための法制化経験と中国に対する示唆というテーマです。ビジネス環境をふさわしいものにするために、ビジネス環境の重要な一面である知的財産権保護、偽物対策について日本はどのように対応しているのかということが、本日の話の内容です。一般的な行政の取り組みのご紹介になるので、言い換えると法律や制度の枠組みの外側にある取り組みのご紹介ということで、皆さまの関心の向きに沿わないかもしれませんが、ぜひ聞いていただければと思っています。

1. 政府の対応

前提として、日本の模倣品に対する執行体制には警察の刑事取り締まりと税関の水際での差し止めしかなく、行政執行はありません。日本の権利者・企業は海外市場で流通する模倣品への対策を強く望んでおり、その対策のために模倣品・海賊版対策総合窓口としての模倣品対策室が設置されました。言うまでもなく、海外の模倣品に対しては日本の法制度は及びません。世界各国の政府と協力関係を構築していく中で、各国の知的財産制度等の充実を期待するしか方法はありません。いかに各国と連携し、模倣品をなくすことができるかということが、私に課せられたミッションということになります。

各国の知的財産制度の動向については小野寺先生がお話しになるので、私からは日本の模倣品対策についてご説明します。まず、日本の模倣品・海賊版対策の取り組みの始まりからお話しします。16年前の2002年に、知的財産の創造・保護及び活用に関する施策を推進することを目的として、知的財産基本法が制定されました。そして、施策を集中的かつ計画的に推進するために、

内閣に知的財産戦略本部が設置されました。この知的財産戦略本部は、権利者・企業の要望を受けて相談窓口の設置を決定しました。これが 14 年前の 2004 年の出来事です。この一元的窓口を経済産業省が担うことになり、私の属する模倣品対策室が誕生しました。

知的財産権の所管は特許法や実用新案法、意匠法、商標法を所管する特許庁ですし、著作権は文化庁になります。また、水際の差し止めは財務省の中にある関税局・税関、国内での取り締まりは警察庁が行っており、消費者保護の立場からは消費者庁が関わっています。このように関係部署が政府内で多岐にわたることから、模倣品・海賊版対策に関係府省が一体的に取り組むべきという権利者・企業からの要望を受けて、一元的な相談窓口として模倣品対策室が設置されたわけです。模倣品対策室は模倣品・海賊版に対する総合相談窓口として機能しながら、世界各国で製造され、流通している日本ブランドの模倣品・海賊版を根絶させるために、侵害の発生国に対して当該国の知的財産権利用者保護の取り組みに対する協力、そして法制度・執行面の改善を促すための要請の両面のアプローチでもって取り組むことになりました。

2. 被害の状況

幾つかの統計で日本国内の模倣品・海賊版による被害状況を見てみたいと思います。水際での取り締まりである税関での差し止めの状況ですが、ここ最近の差し止め件数はおおむね 3 万件前後で推移しています。その中で点数は、かつては 100 万点あったものが、昨年はその半分ほどになりました。最近では外国郵便で国内に流入してきており、貨物がどんどん小口化している傾向にあります。

どういった品物が多いのか、事例をご覧いただければと思います。一つはスマートフォンケースですが、スターバックスのロゴを使った商標権侵害の例です。また、iPhone のイヤホンです。小物で容易に作れるという典型的な模倣品の特徴が見て取れます。さらに薬もあります。ここには例示していませんが、化粧品も最近多い品目の一つです。薬にしても、化粧品にしても、人間が摂取する、あるいは直接肌に付ける類の商品であり、人の健康にも影響を与える恐れがあります。また、海外で多く見られる商品には、車のオイルフィルターやエアバッグなどの車の部品もあります。企業からの情報では手術器具もあるようです。これらは実際には十分に機能しませんから、人の安全にも甚大な影響を与えるものです。

プリンターのインクカートリッジもあります。精密機械の類いの模倣は製造コストも技術も必要であり、多くはありませんが、先ほどご紹介したとおり、車の交換部品と同様に消耗品に権利の侵害が見られます。ここでお示ししている商品では、インク漏れを防ぐ機構に特許があると聞いています。さらにブランド品のかばん、人気キャラクターを使った衣類があります。これらは売れ筋であり、言い換えれば、商品の回転が速くて在庫を持たないで済むという模倣品の特徴がよく表れています。その他、美容用ローラーと電子たばこ用バッテリーもあります。この二つは今、流行しているもので、売れ筋という模倣品の特徴をよく表しています。

今、ご紹介した品目を統計化すると、件数ではバッグ類や衣類が多く、点数ではイヤホンなどの電気製品が多いことが分かります。また、知的財産権別に侵害状況を見ると、件数、点数とも商標権の侵害が多くを占めています。

続いて、警察による国内の取り締まりの状況です。ここ数年の検挙数は 500～600 件となってお

り、国内市場での侵害状況は高止まっています。警察の取り締まりを商標権と著作権に分けて見ると、商標権侵害は300件前後で推移しており、少し増加傾向にあるようにも見て取れます。一方で著作権侵害ですが、4年ほど前をピークに減少傾向にあります。これはファイル共有ソフトを利用した著作権侵害の検挙が一巡して、利用者にも著作権を侵害する行為との理解が広がってきたものと解釈しています。

商標権侵害の品がどこから入ってきたかを見ると、点数別のデータなので摘発した年々によって状況が変わり、一定はしていませんが、総じて言えることは、国内での製造はわずかで輸入によるものが多いということです。海外で流通する模倣品が日本国内に広がっていることが分かります。また、侵害形態別に見ると、商標権、著作権のいずれも店舗型の対面販売の割合は少なくなっており、一方でインターネットを利用した販売が多くを占めるようになってきました。インターネットによる取引形態、それから税関のデータで見ていただいたように国際郵便による輸入が多くなっていることは、何らかの因果関係を示しています。インターネットでのショッピングモールやオークションサイトで購入された商品が海外から直送され、消費者に直接届けられるという形態が増えてきました。模倣品の販売事業者あるいは製造事業者は海外にいるため、摘発はさらに容易ではなくなっています。

3. 模倣品・海賊版対策の必要性

私ども模倣品対策室の取り組みをご紹介する前に、なぜ模倣品・海賊版対策が必要なのかを考えてみたいと思います。いろいろな側面からその問題点を指摘することができます。1番目は、権利者が得るべき利益の剥奪です。模倣品が市場に出回ることによって、正規の商品を販売・製造している企業の売上・利益は減少します。冒認出願されてしまった場合には、そもそも自社のブランドで販売することすらできなくなる可能性が高くなります。先ほどの模倣品の例で言えば、ブランドのバッグなどは意匠・商標をまねされることで、似たもので満足する消費者が出てきます。しかも最近は精巧な偽物も多く出てきており、こうした傾向が一層強くなるということも考えられます。

2番目は、企業のブランドやイメージの悪化です。消費者が本物と誤認して模倣品を購入して問題となった場合、企業が長年培ってきた企業ブランドや企業イメージを損なうこととなります。買ってすぐに故障した・破れたといった偽物の商品クレームが、企業やブランドの評判を落とすことにつながります。また、企業からすれば、偽物と本物が共存する市場は避けたいと考えるのではないのでしょうか。それは当該市場への投資を見合わせることにつながるかもしれません。

3番目は、消費者の健康や安全被害です。これは先ほどの偽物の事例でもご紹介しましたが、模倣品には安全性・耐久性に問題を抱えているものが多く、模倣品を購入した消費者に危害を及ぼすにとどまらず、医薬品等の模倣に至っては命を落とすケースも報告されています。健康・安全被害を出さないことを目的として模倣品対策を重視する日本の企業も増えてきています。

4番目は、企業のイノベーションと創造意欲の減退です。模倣品とは、ファーストランナーの企業の研究開発や市場の開拓等の多大な努力の上に、第三者がただ乗りをするものです。模倣品を放置することは、企業のイノベーションと新たな知的財産の創造意欲を減退させることにつながります。先ほどご紹介した商品例では、特許侵害されたインクカートリッジの事例に近いでし

ようか。新たな製品やサービスを市場に投入しても、権利侵害されてその果実が奪われるのであれば、企業の努力は報われません。

5番目は、犯罪や国際テロ組織への資金供給です。模倣品が犯罪組織の資金供給源となっているといわれています。正直なところ、私自身が犯罪組織の実態に詳しいわけではないので、分かりやすい事例を紹介することはできませんが、インターネットの発達により模倣品販売が容易になった一方で、流通経路がワールドワイドになり、実態の把握が困難になっているということは言えると思います。

以上の5点は、ビジネス環境の整備の観点からぜひ多くの方と共有したい項目だと考えています。模倣品は権利者・企業の知的財産権を侵害する問題というだけでなく、社会・経済に悪影響を与える世界共通の課題であり、各国政府や関係機関だけでなく企業や一般の消費者にも理解を深めていただきたいと思います。従って、模倣品問題の解決に向けて各国と協力して対応することが重要ではないかと考えています。

4. 模倣品対策室の取り組み

模倣品対策室では、各国の政府や近年増えているインターネット上の関係機関と連携して、協力と要請でもって対応しています。中国政府とは模倣品対策について覚書を交わすなど、良好な関係が構築できています。その最も象徴的な取り組みとして、年に一度、日中関係の政府機関が一堂に会して情報交換を行っており、知的財産権に関する法制度から執行・運用面まで幅広いテーマを議題にしています。中国側は商務部、日本側は経済産業省が議長となり、関連する部門の職員も参加します。今年の会合では日本の最高裁判所職員もオブザーバーとして参加し、司法面での相互理解を深めました。また、これは政府同士のクローズドな会合ですが、昨年からの新たな取り組みとして、オープンな場で中国、日本それぞれの法制度の最新の情報などを提供するセミナーを設けています。両国政府が胸襟を開いた議論ができる機会があるというのは大変有益なことです。こうした機会に企業も加わり、理解をより一層深める中で、協力して模倣品問題に対処できるというのは喜ばしいことだと考えています。

また、中国と日本の協力という点でもう一つご紹介しておきたいのですが、商標の冒認問題、悪意ある商標登録という問題があります。これについては、中国の商標審査の段階で日本の権利者が悪意のある商標出願を発見した場合には、経済産業省が取りまとめ、国家市場監督管理総局に情報提供し、中国の商標審査に役立てていただいています。中国側の取り計らいにこの場をお借りして厚く御礼を申し上げます。

さらに模倣品問題についての日本の取り組みとして、関心のある権利者が集まり、IIPPF（国際知的財産保護フォーラム）を2002年に設立しました。政府だけでなく企業も集まって解決を図る仕組みをつくっているというのは、どうも世界的には珍しいようです。このIIPPFを母体として、中国の中央政府や地方政府の方々と意見交換をさせていただく官民合同ミッションを派遣しています。実は来週、日本の権利者・企業の実務レベルの方々と中国の関係省庁を訪問する予定です。中国の各機関の皆さんには快く受け入れていただいております、感謝しています。

模倣品の問題解決は権利者の力を借りずして実現できません。その一つが真贋判定セミナーの開催です。各国において水際や国内での取り締まりを強化してもらうには、本物が偽物かを判定

するノウハウをそれぞれの国の執行機関に提供しなければいけません。このノウハウというのは、企業にとっては本物と偽物の違いを明らかにする機微に関わる情報です。しかし、日本政府と各国政府間での信頼関係を構築していく中で、日本の権利者・企業に協力してもらい、各国でセミナーを開催することができています。各国にとっても、取り締まりを円滑にするためには企業の協力は必須です。多くの国から開催の要請を頂いており、取り締まりに直結するだけに参加を希望する企業も多く、残念ながら参加をお断りすることもあるぐらいです。

なお、これまで税関等執行機関のご協力を頂き、中国でも真贋判定セミナーを開催しています。今年は深センと蘇州で開催しました。ASEAN 諸国だけでなく、エジプト、サウジアラビアなどの中東諸国、南米でも開催しています。各国の知的財産制度の熟度や取り締まりの手法はまちまちであり、この機会を通じて、各国の知的財産制度そのものや運用などに対する理解を深め、あるときは情報提供という協力、あるときは制度の改善を求める要請をしながら、各国との密接な関係を権利者・企業と共に構築していくために、こうした機会を活用して各機関を訪問し意見交換も行っています。資料の 21 ページの右側の写真はタイで開催したときのもので、各企業にブースを出していただいて、一つ一つの本物と偽物の見分け方を税関職員の方々にご覧いただいたという様子です。

続いて、他国になりますが、共同事業の実例をご紹介します。これはベトナムの実践例です。権利者から執行機関に模倣品の取り締まりを依頼することで、執行機関が各店舗を指導するというのが一般的な手法です。ベトナムとの取り組みでは、執行機関と権利者と大規模市場経営者が連携して、入居する店舗に対して知財の知識を広め、また、真贋の判別方法を提供し、入居店舗の知的財産に対する意識を高めながら、市場検査や指導を行っています。単に摘発するだけでなく、各店舗への啓発活動も同時並行で実施しながら、知財に対する理解を高める努力をしているわけです。これはより持続的な取り組みではないかと考えています。

もう一つ、展開している事業をご紹介します。真贋判定セミナーの実施国と重複している国もありますが、主には事業未実施国や現地で事業の開催が困難な国を念頭に、政府関係機関や弁護士などを日本にお迎えして、私ども政府や権利者の方々との意見交換を実施しています。まずは各国の知財制度の現状、執行機関の取り締まりや税関での差し止めの状況をお聞きして理解していくことが重要です。また、日本の企業や税関等を見学していただき、日本の取り組みもご紹介して、各国の取り組みの参考にさせていただいています。

模倣品対策の三つ目の柱となるのが、インターネット対策です。インターネットを通じたショッピングは拡大の一途です。日本でのネットショッピングの利用世帯の割合は約 3 割です。また、世帯当たりの支出総額は 3 万円前後です。今後もインターネットを通じたショッピングが拡大していくことは十分に予想できます。先ほど、警察の取り締まりでもインターネットを利用した侵害事犯が 8~9 割を占めることをご紹介しましたし、水際での取り締まりで国際郵便が多くなっているのは、インターネットによる通信販売で購入した商品が海外から送られてくるという現象の表れです。多くの場合、消費者は購入した物が偽物か本物かに気付かずに買っているようです。もちろん、中には本物がこの値段で売っているとは思えないと思いつつ買っている人もいるかもしれませんが、商品がどこから送られてくるかも知らない人も多いでしょう。このインターネットを通じた模倣品の取引は見過ごすことのできない状況になりつつあります。

インターネット上の模倣品への対策の一つが、電子商取引を行う事業者に対するものです。日本においては、大手のインターネット・サービス・プロバイダ事業者であるヤフーや楽天、アマゾンジャパン、それからフリーマーケットサイトのメルカリや Wowma!等との意見交換をしています。問題のあるサイトを削除するための手続き等を把握するとともに、こうした事業者に対しても真贋を見分ける技術の提供を行っています。バーチャルなマーケットですが、それぞれの事業者が展開する市場に模倣品が紛れ込んでいることはそれぞれの市場の信用にも関わることであり、事業者自身も模倣品の排除に大変熱心に取り組んでいます。

一方で、模倣品販売者も手口が巧妙化し、インターネット事業者にとっては対策が追い付かない状況も生まれています。また、新興の事業者は十分な模倣品排除対応ができておらず、大手の運営するインターネットサイトから閉め出された模倣品事業者はこういった新しいところへと流れていくようです。従って、新興の事業者とも交流を深めていくことが必要と考えています。

また、日本だけでなく、海外のサイトとも権利者を交えて意見交換を行っています。アリババには来週、日本の権利者・企業が訪問することになっています。権利者団体である IIPPF では、ASEAN 地域の EC サイト事業者を日本に招いて情報収集することも予定しています。

5. 啓発活動

模倣品を放置することは、企業の利益の減少やブランドの毀損といった問題だけでなく、人の健康や安全を傷付けたり、反社会組織の資金源になったりするということをよく知っていただく必要があります。イノベーションが起こるビジネス環境を阻害する要因につながるということも理解しておいていただきたいと考えています。さらにはインターネットを通じた販売形式が普及する中で、意図せずに模倣品を手にしてしまう消費者が増えてきていることも重要な課題です。中には、その容易さを逆手に取って小遣い稼ぎとして模倣品の販売に手を染める者も出てきています。こうした企業や消費者に対する模倣品問題に対処する啓発活動の重要性が一層高まっていると考えています。

模倣品対策室は権利者・企業等が模倣品・海賊版による侵害を受けたときの一元的な相談窓口として開設されたと、最初に説明しました。当室には弁護士も常駐しており、相談内容については関係機関への情報提供を行っています。年間 800 件ほどの相談が寄せられます。また、特許庁では JETRO 等の海外事務所知的財産の専門家を配置して、日系企業向けの相談窓口を設置しています。各国の知的財産制度の情報提供や、現地の法律事務所を活用した侵害相談等も行っています。こうした事業を通じて、日本企業の海外進出とビジネス環境整備のお手伝いをしています。

消費者からのトラブル相談については、消費者庁が国民生活センターに越境消費者センターを設置しています。海外の相談窓口と連携し、消費者と海外事業者間のトラブル解決のお手伝いをしています。また、消費者庁はファッションブランドの権利者団体等の協力も得て、模倣品の販売を確認した海外のウェブサイトをホームページに掲載し、消費者に注意を促しています。

経済産業省は特許庁と協力して、毎年、消費が増える年末年始をターゲットに模倣品対策キャンペーンを集中的に実施し、消費者向けの啓発活動を行っています。今年は「内心ひいた。ニセモノを買う友達に」をキャッチコピーに、フリマアプリや SNS を介して悪いことだと思いながら

もコピー商品を購入してしまう可能性が高い一般消費者をターゲットに、キャンペーンを実施しています。

6. まとめ

本日は知的財産権保護の観点から、日本の模倣品対策についてお話ししました。幾つかの視点を提示させていただいたつもりです。

一つ目は、模倣品は企業のイノベーションと創造意欲を削ぐものであるということです。これはまさに本日の主テーマであるビジネス環境を整えるという観点から重要です。

二つ目は、模倣品問題は全ての国に共通の課題であり、その解決に向けては各国が協力・連携をしながら進めていくことが重要であるということです。各国の知的財産制度の充実を推し進めていくことで、模倣品の撲滅につなげるという取り組みをご紹介しました。

三つ目は、企業・消費者への模倣品に対する意識を高めることが重要だということです。模倣品対策をコストとして考え、積極的ではない企業も少なくありません。消費者にしても、模倣品の一つぐらい大したことではないだろうという考えもあるように思います。そのような考えも分からないではありません。しかし、模倣品が与える社会への影響はどんどん大きく、また、広がっているようにも感じます。模倣品を放置しない・買わせないという意識を広げていくことも大切であると思います。

中国は2020年までに知的財産強国になるという強い意思を宣言し、取り組んでいます。また、取り締まりを強化していくことも表明されています。模倣品問題の解決に取り組む一人として、大変心強く思っています。中国と日本が連携を深め、両国経済のさらなる発展につながることを期待しています。

本日はプレゼンテーションの機会を与えていただき、また、私の尽きることのない悩みにお付き合いいただき、大変感謝しています。今日のプレゼンテーションは私にとって大変冒険でもありました。本日もご参集の皆さま、特に最後まで聞いてくださった寛大な中国の皆さまに心から感謝して終わります。ありがとうございました。

(司会) 坂野室長には日本の経済産業省製造産業局模倣品対策室の観点から、日本のものづくりにおける知財保護の考え方と取り組みについてご紹介いただきました。大変参考になると思います。それでは、湖北省発展改革委員会副主任の曹松さんにコメントをお願いします。

中国側コメント

曹 松 (湖北省発展改革委員会 副主任)

尊敬する任副秘書長、楊司長、宮原会長、大野理事長、ご来場の皆さま、友人の皆さま、こんにちは。本年は中日平和友好条約締結40周年の節目の年です。両国のハイレベルな指導者による相互訪問が実現され、両国の知財分野の交流、ビジネス環境の最適化に向けた良い環境整備がなされました。そして、11月初頭に第25回中日特許庁長官会合が日本で開催され、両庁の協力を商標分野やGI分野に広げることについて合意しました。しかも、日本とIoT・AIを含めた新し

い分野における交流を強化することについても合意し、大きな成果があったと言えます。

私からは3点について申し上げたいと思います。1点目として、日本の知財保護とビジネス環境の最適化における主な経験ということで、先ほど坂野室長から日本の模倣品対策や知財保護の施策、とりわけ刑事罰の強化、ビジネス環境の改善に関して大変全面的かつ詳細な説明を頂きました。次のような経験があったと思います。1番目は、各省庁間の協力を強化することです。例えば具体的な総合窓口を設置することなどが挙げられます。経産省、総務省、外務省、財務省、文化庁、消費者庁などの省庁が横断的に協力して知財関連の仕事を行い、そして模倣品をきちんと摘発して国のブランド力を維持し、運用・法執行の面での強化をしています。

2番目は、高精度な形で分析していることです。定期的に現状分析をし、全面的な分析により模倣品・権利侵害品の趨勢を見極めていきます。例えば海外からの権利侵害品は郵便小包の形で送られ、しかも小ロット化されているという分析がありました。そして、アパレルを中心に Rowe されており、さらに国内における権利侵害は商標と著作権の権利侵害であるというお話がありました。先ほどのお話を聞くと、商標権利侵害のうちインターネットを介したものが8〜9割で、水際の対策を徹底することによって国内市場への損害を最小限に抑えることができるということでした。

3番目は、国際協力を重要視していることです。中国を含めて、ASEAN や中東など18カ国の関係当局と何らかの協力のメカニズムを整備しています。交流・協力の覚書を交わし、セミナー・フォーラムの開催、官民協力、さらには訪日団の受け入れなど、手を携えて摘発しているというお話がありました。

4番目は、宣伝・普及に取り組むことです。一つの例として、権利侵害が確認されたウェブサイトの公開が挙げられます。そして、日本企業はさまざまなマスメディアを利用して宣伝しています。2018年のキャンペーンでは、消費者に対して模倣品侵害品の被害をきちんと説明し、フリマアプリやSNSなどの事業者に対して真贋判定方法を教え、騙されないようにしているわけです。また、日本政府は海外の権利者が公表したデータに基づき、不実な情報を発表しているウェブサイトを摘発する形で、権利人の権利を保護することに努めています。

2点目として、中国は知的財産権保護とビジネス環境の最適化において積極的な成果を収めたことについてお話しします。本日はSIPO (CNIPA) の何さんにご出席ですが、何さんは私の大学の同期です。先ほど専門家である何さんにも相談させていただきました。ここで私の考え方を述べさせていただきますが、中国の著作権保護は改革開放に伴って確立されました。2002年、WTOへの加盟前後に、中国が知的財産権保護に対してシステムチックな修正を行いました。国際的なスタンダードと中国の実情に見合った法体系を確立したわけです。そして、2008年に中国は国家知的財産権戦略綱要を発表し、知的財産権保護を国の戦略的な高みにまで持っていきました。2016年11月には第13次5カ年計画に関する知的財産権保護の計画が発表されました。また、第19回党大会においても、イノベーション型国家の建設、イノベーション文化の提唱、知的財産権の創造とその応用に関する一連の戦略的な措置が発表されました。

中国政府はビジネス環境の最適化だけでなく、世界各国のイノベーションを行うアクターのためにたゆまぬ努力をしてきました。新しい発展理念が絶えず浸透するにつれて、イノベーションを重視する発展戦略も深いレベルで実施されてきました。今、社会全体が一丸となって、知的

財産権の保護意識が高まっています。中国は既に世界のルールに合致し、カテゴリーの分類が非常に詳細な知的財産権保護システムが確立されています。内外一視同仁して、そして世界に対して中国が約束した事項、中国が守るべきことを実施してきました。中国は知的財産権に関わる全ての国際条約に加入しており、知的財産権保護の大国になりました。知的財産権の世界のルールの維持者であり、そのルールの作成者でもあります。

中国は知的財産権保護において積極的な成果を収めました。まず、特許出願件数がどんどん増えています。2017年は138万件の出願がありました。前年同期に比べて14.2%の伸び率で、7年連続世界一となっています。また、商標登録の申請は578万件でした。こちらは16年連続世界一です。そして、2017年末までに中国国内の1万人当たりの発明・特許件数が9.8件になりました。中国が名実ともに知的財産権大国になっています。マドリッド協定議定書による商標国際登録件数でも上位5位にランクインしました。

法執行の度合いは絶えず高まっています。これまでに19.2万件の過去5年間の著作権侵害を取り締まりました。また、商標の事件を摘発した件数が17.3万件でした。さらに、司法保護が絶えず高まっています。これまでに北京、上海、広州などでおびただしい数の知的財産法院が立ち上がり、権利人の合法的な権益を守るよう努めてきました。2017年には、全国における各級裁判機関が1年間に結審した各種の知的財産事件は22.6万件に達しています。検察機関は3880件の知的財産事件につき7157人を摘発しており、公安機関が摘発した事件は1.7万件に達し、容疑者として約2万2000人が逮捕されました。

世界とのドッキングも強めてきています。中国の効果的な知的財産権保護が、毎年、海外の権利者に大きな利益をもたらしました。2001年は中国が海外に支払う知的財産権の使用料が19億ドルでしたが、2017年には286億ドルになっています。中国の知的財産権の越境取引の貿易赤字が200億ドルに達しています。また、調査によると、中国の知的財産権保護に対する中国国内の外国企業・権利者の満足度は3年連続で上昇しています。さらに2016年、国際知的財産権指数で中国は10位にまで上がりました。その中国の上昇が特許、商標、工業デザインの出願件数を牽引してきています。

世界銀行の最近のビジネス環境に関する調査報告においても、そのような結果が出ています。中国の越境貿易が昨年の61.9ポイントから現在は82ポイントになっており、世界で97位から62位まで躍進しました。32位もランクアップしたわけです。また、先ほどのご紹介にもありましたが、ビジネス環境ランキングで中国は昨年の78位から46位へ32位も上昇しました。つまり、中国はビジネス環境の改善において一番顕著な成果を収めたエコノミーであることを物語っています。

3点目は、中国に対する示唆です。日本の知的財産権保護や模倣品の取り締まり、知的財産権の侵害に対する取り組みは、中国のビジネス環境の改善にとって次の点で参考になるものがあると思います。一つ目は、ダイナミックな調整です。変化をもって変化に対応していくわけです。知的財産権のシステムはずっと変わらないのではなく、経済の異なる発展段階に従って、あるいはそのニーズに応じて変化しなければいけません。まずは適度という原則を堅持する必要があります。知的財産権の保護レベルが経済の成長のレベルに適応し、知識の蓄積と科学研究能力のニーズに合致しなければいけません。それと同時に、グローバル化のプロセスと国際ル

ルとの整合性もなければいけません。また、ダイナミックの原則があります。経済発展のレベルが絶えず向上し、知的財産権保護をダイナミックに増強させていくことを堅持しなければいけません。それから、差別的な原則があります。各国の実践、あるいは日本の経験でいずれも表明されたように、異なる産業においては異なる知的財産権の保護基準を適用することが求められています。

二つ目として、重点にフォーカスして、的確な施策を実施しなければいけません。今のインターネットを使った犯罪に焦点を合わせなければいけません。インターネット技術の高速かつ高度な発展により、知的財産権に関する多くの問題が出ています。オンラインからオフライン、実体経済から電子商取引、ウェブサイトからスマホ・モバイル端末など、おびただしい新業態・新モデルが現れています。知的財産権保護の制度と実施においては、ターゲットを絞って正確に施策をして初めて効果を上げることができます。また、インターネットが普及した中で、知的財産権保護には越境という新たな状況が起きています。知的財産権の制度の作成、あるいは政策の供給において正確性が求められています。ピンポイントで正確に効率をアップするための施策が求められるのです。

三つ目は、窓口をつくることです。中国には既にあるのですが、異なる各省庁間の共同作業が必要です。いろいろな部署が同時に管理するということになりやすいのですが、日本の模倣品対策室のような一つの窓口による一元的な管理は非常に参考になります。公安、法院、検察院、工商、税務、工業和信息化部、商務、*水際（通訳 3/00:39:06 海関総署?）*、文化など、さまざまな省庁による法執行の力を統合して、効率良く模倣品の取り締まりに力を使っていくことが求められています。

四つ目は、開放をさらに拡大して、国際協力を強化することです。中国の発展は世界の進歩と切り離せません。世界の進歩は中国の発展を抜きにして語れません。知的財産権保護に関する問題がますます複雑になってきている今、権利の確認、技術の拡散、利益の共有、あるいは著作権の模倣を共同で取り締まることが各国にとって切実な共通問題となっています。これからも各国との協力を強め、知的財産権、イノベーションの成果に対する保護を強め、健全で秩序立った世界を保っていかなければいけません。知的財産権を保護し、さらにそういったことを世界各国がイノベーションにおいて協力する上での架け橋にしていくべきです。

さらに、多国間の共同協力システムを構築していかなければいけません。11月5日に中国の習近平国家主席が上海で開かれた輸入博の開会式で、中国はこれから国際的なビジネス環境の慣例を尊重し、中国国内で登録しているいろいろなタイプの企業を一視同仁して平等に扱うことを世界に約束しました。また、中国は外資企業の合法的権益を保護し、法に従って外資の合法的権益、とりわけ知的財産権を侵害する行為を厳しく処罰していくこと、さらに知的財産権の審査の質と効率を高め、懲罰的損害賠償制度を導入して、違法行為のコストを著しく高めていくということを明確にしました。それから昨日、李克強首相が国務院常務会議を主宰したときも、全国におけるアセスメントシステムの導入を明確にしました。中国の市場化・法治化・国際化に向けたビジネス環境はこれからますます改善されていくことを固く信じています。ありがとうございました。

（司会） 曹主任、素晴らしいコメントをありがとうございます。坂野様のご紹介を踏まえて、

曹様が政府の視点から日本の国家的なやり方をもう一回振り返って、日本の経産省の知的財産権保護に対する認識をより固めることができました。また、中国が現在、知的財産保護の大国から知的財産権保護の強国に向かって変わっているプロセスにおける中国の取り組み、そして今後の展望について言及がありました。さらに、中日双方が交流することの意義にも触れられました。知的財産権保護には国同士の国際協力を強めることが重要であり、われわれの共通した、法治化した、良いビジネス環境の構築ということも強調されました。

続きまして、日本側の森・濱田松本法律事務所の北京事務所首席代表弁護士である小野寺様より、「第4次特許法改正及び新しい知財裁判制度への期待」と題してご講演をお願いします。

講演 1-2

演題：「第4次特許法改正及び新しい知財裁判制度への期待」

講師： 小野寺 良文（森・濱田松本法律事務所 北京事務所首席代表弁護士）

森・濱田松本法律事務所北京事務所の首席代表である小野寺です。大変光栄なことに本日のセミナーにお招きいただき、発言のチャンスを与えていただきました。主催者である国家発展改革委員会の林副主任、楊司長、そして日本の国際民商事法センターの宮原会長に深く御礼申し上げます。私からは「第4次特許法改正及び新しい知財裁判制度への期待」というテーマで、中国におけるビジネス環境の改善という観点から、主に日本企業から見た中国の知財制度の状況と将来への期待についてお話ししたいと思います。

今回、この研究会は第23回を迎えたということですが、本年7月に東京で行われた第22回研究会の席上で、楊司長が中国の知的財産権の発展について日本の聴衆の皆さまに対して大変素晴らしい発表をされて、われわれ日本の聴衆は非常に感銘を受けました。今日はここ北京において、中国で知的財産権保護に日々努力されておられる多くの実務家の皆さまの前で、日本企業からの視点として発表できることを大変うれしく思います。

私は2000年に弁護士登録をして、それ以来、約20年にわたって国際的な知的財産案件、特許や商標、著作権といった問題を専門に取り扱ってきています。2014年から約5年たちましたが、北京事務所の首席代表として東京と北京を行ったり来たりしながら、主に中国の知的財産権問題を取り扱っています。私が首席代表として北京に来たときは、まだネットワークは3Gの時代でした。現在、5Gの国際標準を定めるための国際的な会議において中国企業が目覚ましい活躍を見せており、5Gについてはアメリカを優に上回る勢いで設備を導入していることに非常に感銘を受けています。中国の科学技術の発達が非常に目覚ましいことに非常に驚いていますし、また、感銘を受けています。これからは日本企業と中国企業がお互いに協力して、Win-Winの関係で技術を発展させ、また、その知的財産権を守っていかなければいけないと考えています。

今日のトピックは三つあります。1番目に導入として、日本企業から見た中国の知財裁判制度の発展についてお話ししますが、主にお話ししたいのは2番目と3番目です。まず、先ほど中国側からのコメントにもありました第4次特許法改正、それから習近平国家主席の上海でのご発言にもあった導入予定の懲罰的損害賠償制度についてお話しします。次に知的財産専門裁判所について、10月26日に第二審レベルの管轄について新たな決定がなされているので、そちらにも触

れたいと思います。

1. 日本企業から見た中国知財裁判制度の発展

中国の行政を担ってきた皆さまには言うまでもないかと思いますが、2006年に知的財産保護行動計画が定められてから今日に至るまで、12年にわたって中国の知的財産権政策は非常にスピーディに、国際的に最先端の水準まで発展してきたと思います。先ほど経済産業省の坂野室長からご紹介がありましたが、日本が知財立国と称して知的財産権を国家戦略に位置付けたのは小泉政権の時代の2002年です。中国はそれからわずか4年後の2006年に知的財産保護行動計画を定めており、その後の発展は非常に目覚ましいものがあると思います。

出願数の増大については先ほどもコメントがありましたが、中国国内での特許出願件数は2011年には米国の年間50万件を超え、2016年には年間140万件になっています。2014年には特許出願数が実用新案権出願数を超えて、非常に質も伴ってきたと思います。非常に数多くの出願が中国でなされていることについて、数年前まで日本では質が伴っていないのではないかという疑問もありました。日本の多くの人が中国語を読めないということもあり、一体どのような出願がなされているのか、こんなに数があるけれども中身はちゃんとしているのかという質問をよく受けましたが、近年は内容も非常に充実していると思っています。

例えば一昨日、私の依頼者である日本企業とミーティングをしました。ヨーロッパの企業2社と特許の覇権争いをしている状況で、ある分野の製品についてその日本企業は後発組であり、ヨーロッパの先行する2社に対して特許が足りていないので中国企業から特許を買い入れようという打ち合わせをしていて、実際に中国企業がお持ちの特許についてリサーチをしました。その結果、当該製品分野における中国特許の質がとて高く、日本企業の担当者が非常に驚いていました。ヨーロッパの企業に対抗するための特許として使えるものがたくさんあり、それらを買えばポートフォリオの差を埋めることができるということで、今はどのようなアプローチでそれが実現できるのかを検討しているところです。そういうことで、もちろん技術分野によりますが、中国の特許の質が上がっていることを非常に実感しています。

中国、ヨーロッパ、日本、韓国、アメリカの五大特許庁の国内出願数を比較しても、中国が圧倒的に増えています。また、商標出願数を五大特許庁間で比較しても、中国が一番抜きん出ています。一方で、出願数の拡大に伴い、訴訟件数も非常に多くなっています。2017年の知的財産関連民事事件の第一審における新件受任件数は23万7000件で前年比33%増となり、ついに20万件を上回りました。また、このうち特許、実用新案、意匠に関わる事件が1万6010件で、こちらも約30%増えています。この傾向が数年続いているので、件数が急速に増えていることに日本の関係者はみんな非常に驚いていると同時に、非常に感銘を受けています。それから、いわゆるノン・プラクティシング・エンティティ（パテントトロール）による提訴事例も出現していると認識しています。

20万件も訴訟があると聞くと驚いてしまうのですが、それでは外国企業及び日本企業はどのぐらい訴えられているのか、日本企業はどのぐらい中国において知財訴訟をやっているのか、もしくは訴えられてしまっているのかという質問をよく受けます。外国の渉外事件及び香港・マカオ・台湾の事件数の統計を見ると、外国法人が関わっている渉外事件は2016年に1667件で、これだ

けを見ると、まだ一部であるような気はします。ただ、ご承知のとおり、多くの日本企業が中国において中国法人を設立しています。これは中国国内法に基づき設立された中国の会社であり、こちらの涉外事件には含まれませんから、実態はこの数倍あると思っています。日本企業にとって、今や中国における特許ないしは知的財産の訴訟の問題は避けて通れなくなってきていると思います。

これは特許紛争に限った話ですが、特許侵害訴訟の受任件数はアメリカでは年間4000~5000件、ドイツでは年間1000件くらいであるのに対し、中国は1万6000件と非常に大きな数です。ただ、これは恐らく意匠事件等が入っていると思うので、同じ土台で比べられているわけではありませんし、中国における事件数の数え方とアメリカにおける事件数の数え方が違ってきますから、単純比較はできないのですが、中国は特許訴訟の事件数が世界一になっています。ちなみに中国とドイツの事件数の数え方はよく似ているので、ドイツの10倍以上の訴訟件数があるということになるかと思えます。

実際に私が20年間、国際知財紛争の仕事をしている中で、最初の10~15年まではアメリカとヨーロッパのことだけを考えていれば、大体は事足りました。これは現在、中国企業が直面している問題かと思いますが、日本企業も1980~1990年代の日本が急速に発展していた時期において、アメリカで多くの特許権侵害訴訟を起こされました。日立がIBMに訴えられた事件や、ミノルタ（コニカミノルタ）がハネウェル社に訴えられた事件が有名ですが、アメリカでは新しい国が技術を身に付けてアメリカ市場において一定のプレゼンス（存在感）を示すと、必ず特許権侵害という問題に直面します。日本は1980年代から1990年代にかけて非常にたくさん訴えられました。それ以来、日本企業はアメリカやヨーロッパにおける特許権侵害訴訟に備え、逆に訴えることによって有利な地位を築くという活動に従事してきたのですが、やはり今やアメリカとヨーロッパだけではなく中国も無視し得ない時代になっていると思います。今日も日本企業から多くの知財に関係する皆さまが同席されていますが、中国の発展は非常に目覚ましいと思っています。

なお、資料には日本、中国、アメリカ、ドイツの特許裁判制度について簡単にまとめたものを載せているので、ご参考にしていただければと思います。

それでは、日本企業から見た中国の知財裁判、主に特許裁判についてコメントしたいと思います。まず、日本企業にとって最も重要なジュリスディクションになっていると言えます。また、商標だけではなく、特許の重要性が増しています。そして、実際に中国で訴訟を提起することになった場合、証拠の収集が難しいということが提訴のハードルとして立ち上がっており、そこで止まってしまうことも多いと思います。

それから専門的な話になりますが、技術的な専門事項の立証については、中国では司法鑑定が主に使われることになります。大変高名な研究機関を含む中国の科学技術に関する研究機関など、非常にオーソリティの高い鑑定機関が名簿にたくさん名を連ねていますが、いかんせん第三者が試験をして一発勝負で決まるので、当事者にとっては非常に不安、心配だということがあります。

また、知識産権法院が2014年に設立されて4年が経過しようとしています。こちらは日本の関係者の皆さまからも非常に評価が高いと理解しています。私も何回か裁判に参加させていただきましたが、日本では考えられないような数の事件を非常に効率良く裁いていると思います。来週も坂野室長とIIPPFの官民合同ミッションで最高法院にお邪魔することになっているのです。

が、知識産権法院の裁判官の皆さまは非常に専門知識が高く、ナレッジブルかつエネルギーで、関係者の期待がとても高いと理解しています。

それから、新しく第二審レベルを今度は最高人民法院で統一的に判断するということが先日発表されましたが、こちらの動きも非常に大きく報道されています。一方で、知識産権法院、知識産権法廷が設置されていない普通の中級人民法院に事件が係属した場合の不安はやはり存在しており、裁判官の専門性と地域保護主義への不安は依然として大きいです。ただ、正直に言えば、必ずしも地域保護主義によって外国企業が不当に扱われているとは思っていません。多くのケースではどちらの当事者も平等に扱われていると感じるのですが、企業から見ると、やはり不安が大きいということです。あとは裁判官の専門性に関して言うと、技術的事項・特許制度をあまり扱っていない裁判官に当たった場合は不安が大きいということになります。

損害賠償の高額化はおおむね歓迎されていると思います。新しい法律はまだ施行されていませんが、現場の努力によって年々、損害賠償額は上がってきています。ただ、新しい3倍賠償制度については、日本企業はアメリカのトラウマがあります。しかもアメリカには3倍賠償制度だけでなく陪審員制度があるので、それによって日本企業は非常に高額な賠償を命じられたということが1980～1990年代に数多く発生したものですから、日本の関係者は中国でも同じことが起きるのではないかとということで、その運用については不安があると聞いています。

それから、判例の公開も最近は非常に充実してきており、多くの判例が公開されていることは理解しています。今後は新しい裁判所によって統一的な判断も確保されるようになってくるのではないかと考えています。

なお、統計情報については、審理期間や勝訴率がはっきりしないものですから、こういった情報が公開されるとうれしいと思います。恐らく原告勝訴率が50～60%あると聞いてはいるのですが、世界的に見ても誇れる数字ではないかと思えますから、ぜひ公表して何らかの数字が分かるようにしていただければと思っています。

2. 第4次特許法改正

第4次特許法改正についてお話ししたいと思います。2015年12月に公表された送審稿が最後であると思いますが、その後も中国の政府部内で改正作業が進んでおり、現在、立法計画にも載っているので、着々と成立に向かって作業していただいていると理解しています。

証拠収集手段の強化ということで、特許行政部門による調査と証拠確保という改正案67条が提案されています。これは特許行政部門に申し立てをすることによって証拠を事前に押さえるという手続きかと思います。この証拠収集については、日本にも中国にも英米法にあるディスカバリー制度がないので、どちらのジュリスディクションでも問題になることだと思います。この証拠収集難については日本でも非常に大きく問題となって、近年改正が議論されています。一部は実現しつつありますが、改正作業中のところとまだまだ改正できていないところがあります。

日本において、訴訟提起前の証拠収集については、中国にも似た制度がありますが、証拠保全を含めて非常に収集が難しい状況になっています。その代わりに日本はどうしているかというと、訴訟提起後、具体的態様の明示義務（特許法104条の2）が使われることが非常に多いです。中国も実際の運用はよく似ているのではないかと思います。「被告が原告の主張する物・方法の

具体的態様を否認するときは、原則として自己の行為の具体的態様を明らかにしなければならない」ということで、この規定を具体的に運用して、原告がある程度疑わしいという事情を立証した場合は、被告側に自分のやっていることを明らかにしなさいと裁判所が非常に強く命じることによって、被告（侵害者）側に情報を開示させるという形で運用しています。この規定をうまく運用すれば、証拠開示は十分であると言う方もいるのですが、それは例外的な見方であって、多くは訴訟提起前の証拠収集手段は十分でないと考えています。

2017年3月に、産業構造審議会知的財産分科会特許制度小委員会が「我が国の知財紛争処理システムの機能強化に向けて」という報告書を取りまとめており、その中で幾つかの制度を検討しています。このうち立法化に向けた方向性が示された事項として、書類提出命令等のインカメラ手続きにおいて提出の必要性を判断できるようにする制度があります。要するに裁判官だけが最初に証拠を見るという制度ができる方向で、今、議論しているということです。ただ、今回は見送りになった事項がむしろ重要で、ドイツのような強制力のある査察制度の導入を目指して真剣な議論が行われました。これは非常に強力な手段だと思うのですが、こちらは見送られています。

中国における新しい特許行政部門による証拠収集がどの程度機能するのかわかりませんし、また、あまり網羅的な制度ではないのかもしれないのですが、例えば中国において韓国メーカーが原告、日本メーカーが被告となって争われた特許権侵害事件では、やはり特許行政部門、地方のIPOが先に行政摘発の調査を行い、そこで押さえた数量に関する証拠を基に比較的高額の損害賠償が認められました。そのように行政部門の調査を通じた証拠収集は一つの手段になるのではないかと考えています。

また、既に商標法では導入されているかと思いますが、懲罰的損害賠償制度の導入と法定損害賠償金額の引き上げによって立証難への対応が非常に進むのではないかと期待しています。ちなみに日本の関係者は3倍賠償に非常にトラウマがあって、ネガティブなイメージを持っているというお話を先ほどしましたが、中国における商標法での運用を見る限り、決して極端なことにはなっておらず、非常に抑制的かつ適切に運用できているのではないかと私は思っており、聞かれた場合はそのようにご紹介するようにしています。

3. 知財専門裁判所

皆さまに対してご説明するまでもないかと思いますが、2014年に初めて北京、上海、広州に知識産権法院が設立されました。さらに最近になって、知識産権法院以外にも知財を専門とする専門法廷である知識産権法廷が15の中級人民法院に設立されたと聞いています。また、一部では集中管轄が導入され、例えば杭州市人民法院では杭州市のみならず、その他の周辺の幾つかの都市における特許等の専門的な事件を扱うこととされています。この集中管轄というのは非常に良いアイデアではないかと思っています。

それから控訴審の管轄について、これは非常に新しい動きですが、2018年10月26日に全人代常務委員会において新しい決定がなされました。これは第二審レベルを最高人民法院自らがハンドリングするというので、非常に画期的な取り組みだと思います。2019年1月1日から施行されると聞いていますが、高等裁判所に集中的に管轄させて知財の専門裁判所として判断基準を統一することに対する期待、それから第二審レベルについて専門の裁判所で審理してもらえることに対

する日本企業の安心感は非常に大きいと思います。従って、この新しい裁判制度に対する注目度は非常に高いです。

ちなみに日本は小さな国ですから、第一審レベルは東京と大阪にしか管轄がありません。これは中国と同じです。特許権、プログラム著作権等の技術的に高度な争点が含まれるような事件の管轄は東京と大阪の二つだけです。名古屋にはトヨタもあるのに知財関係訴訟の管轄権がなくなってしまうのかということで批判もあったのですが、東京—大阪間は高速鉄道で2時間半ですから、日本の大きさからすると、これでいいのではないかと感じています。一応、日本では控訴審レベルは知的財産高等裁判所で統一されており、これが2006年ぐらいから運用されていると思いますが、もう十数年がたつ中で判例の統一については非常にうまく機能していますから、中国における新しい最高人民法院による管轄にはぜひ期待したいと思います。

なお、やはり少し気になっているのは、裁判期間の問題です。中国の民事訴訟法上、第一審は6カ月以内に終わらせることになっています。少しの延長も可能ではあるのですが、知的財産関係の民事訴訟はもう少し時間がかかっているため、そのあたりがもう少し迅速化すればと思っています。

今日は大変貴重な発表の機会を頂き、大変駆け足になってしまっていて分かりにくかったかと思いますが、どうもありがとうございました。

(司会) 小野寺先生は知財の専門家であり、中国、日本、ドイツの知財保護に関して深い研究をされています。今日は日本の知財保護強化に関する法制度整備の効果的なやり方についてお話があり、また、日本の弁護士として中国の知財裁判所等に対する期待を述べられました。小野寺先生のお考えやご提案は、中国の知財保護の一層の強化、法制度の整備、中国の知財裁判所が役割を発揮する上で参考になると思います。

続きまして、中国の天達共和弁護士事務所のパートナー弁護士である張先生よりコメントをお願いしたいと思います。

中国側コメント

張 青華 (天達共和律師事務所 パートナー)

天達共和弁護士事務所の弁護士の張青華です。私の職業は小野寺先生と同じですが、小野寺先生は日本の弁護士で、私は中国の弁護士です。私は1980年代から中国の立法機関、日本の中国に対する投資、模倣対策、その後の知財保護に関する仕事に従事してきました。今日はこのようなチャンスを与えていただいて非常にうれしく思うとともに、感謝しています。

私は1980年代に法制工作委員会に入り、立法作業に5年間ぐらい従事し、その後は日本の中国に対する投資に関して法律の面でいろいろお手伝いをさせていただきました。1990年代に入ってから模倣対策や知財保護の仕事に携わってきました。今日はこのチャンスを利用して、中国は日本より非常に遅いスタートではありましたが、中国の法体制がどのように整備されてきたのか、また、知財関連の裁判や法律の状況をご紹介できればと思います。

まず、法体系の整備は私が法制工作委員会で最初にやった仕事です。知財に係る法体系は1980

年代初期から今日まで数十年間かけて、どちらかというとフルセットのものができたと言えます。いかなる先進国と比べても、例えば日本や欧米諸国と比べて遜色ないと思います。本日、私はコメンテーターとして、まず知財関連の法律について整理したいと思います。見て分かるように、相当整備されています。日本の法律は中国と細部においては違いがありますが、大きな法規定、そして法律の中身はほとんど同じレベルです。法律があつて、中国ではいわゆる省令ないし内規等があります。そして、裁判所による司法解釈や国の政策があります。これらによって中国の法制度は非常に整備されています。中国において司法解釈、国の政策は法体系の中で極めて重要な位置にあることがお分かりいただけると思います。その中でも司法解釈については、日本に行くと必ず毎回ご説明していますが、日本には裁判所による司法解釈はありません。一体どういう位置付けのものなのかというと、繰り返しになりますが、裁判による司法解釈の重みは非常に大きいです。法律、司法解釈、省令などがあつて、裁判ができます。小野寺先生が先ほど説明したとおり、既に北京、上海、広州の3カ所の知財専門裁判所があります。小野寺先生が先ほど説明したとおりです。裁判官の数は北京が多く、上海と広州はやや少ないのですが、これからさらに知財裁判所の新設が進められると思います。

中国の省令等をご覧いただきたいと思います。現在、知財に携わる部署があります。CNIPAがあつて、その中に審査部があり、直属部署があります。さらには社会团体、いわゆる外郭団体があります。そして、審判部も設けられています。日本企業を含めて海外の企業はよくご存じかと思いますが、特許の審査・無効の中で審判部は大きな役割を果たしています。特許局にはこれだけの部署があります。先ほど坂野先生から日本の制度についてご紹介がありましたが、中国も審査の部署においては役割分担が非常に細かくなっています。しかも、一人一人の審査員に対する要求は厳しく、審査のクオリティも年々高まっています。

中国においても著作権の保護は重要な役割を果たしています。著作権の保護は商標の保護と関連性があります。事実、われわれがさまざまな日本企業のコンサルタントをするときは、商標の保護が難しいという声や、どういう方法でよりよく保護できるのか、あるいは自分たちの権利をよりよく主張できるのかが分からないという声があります。実は、これについては中国著作権保護センターが大きな役割を果たせます。今、数多くの企業が利用しており、外国企業も随分利用しています。商標権の紛争に関しても、著作権の保護が非常に重要な役割を果たしています。著作権センターでの著作権の登録が毎年おびただしい数で増えています。

もう一言付け加えると、私は日本の東京都の知的財産権保護センターで特別法律顧問も務めています。そこでは日頃、著作権登録はどのような役割を果たせるのかという質問が一番多いです。登録すれば役に立つのか、登録するときの費用はどのぐらいか、時間はどれくらいかかるか、いざ紛争になったときにこの登録によって自分たちの権利が保護できるのかといった問い合わせがよくあります。われわれもシステム上、とても全面的な保護をしているということが分かります。

小野寺先生は主に特許について大変詳しくお話しされましたが、私からはここで全般的な状況をもう一度ご紹介したいと思います。商標については、商標局に日本企業が多く接触しています。先ほど坂野先生から模倣品取り締まりやパテントトロールについてお話がありましたが、後ほど商標の申請などについてお話ししますけれども、国内において先に登録されてしまったとか、あるいは異議の申し立てがあったとか、そういった問題がしょっちゅうあります。坂野室長のお話

に出てきた模倣品・偽造品の取り締まりだけではなく、実は中国の関連省庁は知的財産権と商法権利人の利益の保護にも力を入れてきました。商標評審委員会というものがあって、数多くの事件をここに持っていくことになっています。今、数多くの日本企業が中国で訴訟を起こすのは不安だと感じていますが、事実として、実際にやりはじめると、あるいは勝訴した事例を重ねると、それほど怖いものでもないということが分かります。

商標評審委員会は何ができるのか、日本企業の皆さんはよく疑問に思っています。例えば敗訴した場合にこの委員会に持っていくべきなのか、費用はどのぐらいなのか、行政訴訟になった場合にどういう効果があるのか、もし行政訴訟にならなかった場合に商標評審委員会に異議申し立てを提出することに意義があるかといったことを随分悩んでいたりします。実は、これも日本企業にとってとても重要なことです。中国の商標評審委員会が事件を受理する能力と方法、かかる時間のコントロールは非常にしっかりしてきています。また、組織自体も非常にしっかりしたものになっています。

もう一つ、坂野室長から日本の税関保護についてお話がありましたが、中国の税関保護については、私たちは日本企業を相手に20年ぐらい仕事をしてきました。法律の面で、あるいは模倣品の取り締まりにおいて、税関がとても重要な役割を果たしています。税関総署の中にはいろいろな部署があり、ルーティン的に税関の水際での偽造品・模倣品の取り締まりに関する権限を持っているのです。

それでは、知的財産権の最新状況についてお話しします。皆さんは中国の全般的なシステムに大変詳しい方々ばかりだと思いますから、その中で日本企業が特に興味・関心を持っている部分を抽出してお話ししました。ここからは最新状況についてです。まず、行政訴訟の状況ですが、2014～2017年の過去4年間において、商標登録の異議申し立て・無効申請、つまり審査結果の撤回を求める事件がどんどん多くなっていることが分かります。三つあるタイプのいずれも、毎年、増え続けています。また、最高人民法院における知的財産権に関する民事訴訟についても、2014～2016年において事件数がずっと上昇し続けています。それからライセンスについては、全般的には2015～2017年に事件数がどんどん増えています。全てのライセンスの件数が商標も含めて上昇しています。この3カ年においても大きな変化が見られました。

そして、悪意のある商標登録は2016年と2017年で大きな違いが生じています。2016年は284件でしたが、2017年は1295件に達しています。これは先ほど坂野室長のお話にあった模倣品・偽造品と関連しています。つまり、政府が悪意のある商標の事前登録に対してしっかり措置しているということです。数多くの特許の権利人、とりわけ外国の企業が中国で商標を登録しようとすると、早々と他の人に先取られてしまったことに気付くわけです。しかも、最高法院あるいは関連省庁の処理の状況を見ると、一部の人たちが実際に使ったことのない数百個の商標を登録していることが分かります。自分とは関係のない分野の商標も数多く登録申請しているのです。数多くの海外の権利人が中国に来て投資をしたい、あるいは彼らの知的財産権を中国で運用したいと思っても、もう先んじて登録されてしまっていると、自分たちの商標が中国では使えないこととなります。これは彼らの経営、あるいは彼らのプロダクトの中国での販売に影響を及ぼします。これを中国政府はとても重要視して、既に偽造品の取り締まりや商標の不正な事前登録について大いに取り組んできました。

特許の授与、あるいは効果が認められたケースの数も上昇し続けています。われわれの特許も安定的に件数が増えています。これは小野寺先生にもご紹介いただきました。この点は商標と同じです。特許の数もどんどん増えています。また、われわれの特許事件に関する統計からも分かるように、大きな変化が見られます。先ほど小野寺先生からも詳しいご紹介があったので、詳細は省きます。

地方における海外の企業からの第一審レベルの事件数をご覧ください。これは民事と刑事の両方が含まれています。2017年の数字はまだ出ていないのですが、2014年から2016年までに行政訴訟が急激に増え、2016年にいくらか減少しました。民事訴訟も増え続けています。また、中国における主に知財に関する訴訟件数が一番多いのはアメリカで、2017年に700件ぐらい、2016年は400件ぐらいでした。その次はドイツで、2017年はEUになっています。日本は3位です。2016年は120件ぐらいで、2017年は210件ぐらいになっています。事実、日本企業が中国において積極的に訴訟を起こすようになってきました。とりわけ権利が侵害されたときは非常に意欲的に措置を講じるようになってきました。これはやはり中国の司法環境が改善されたことへの評価でもあると受け止めています。

税関による水際での保護にも触れたいと思います。坂野室長から税関のことについて詳しいご紹介がありました。中国は大きな国で港湾が多いので、海関総署の直轄下に40の税関があり、さらにその下に492の港湾と検問所があります。管理所は4000カ所余りあります。従って、税関の取り締まりの度合いはとて大きいです。数をご覧くださいればお分かりかと思いますが、近年、税関の方で取り締まる件数はどんどん増えています。これは税関の知的財産権保護における取り組みの成果でもあると思います。坂野室長と小野寺先生のお話にもありましたが、この分野における中日の提携ということで、例えば官民共同での税関セミナーであるとか、関連省庁向けに企業の知的財産権保護に関する説明会を開くなど、中日間で数多くの有意義な取り組みがなされてきました。

私は近年、ずっと税関を相手に仕事をしてきましたが、税関による取り締まりの度合いがどんどん強くなっていると実感しています。昔は税関が知財の権利人に直接連絡して、彼らに現場に来てもらい、写真を撮り、鑑定してもらって、税関にこれを押収するかどうかという指示を出してもらってました。しかし、今は税関が自主的に差し押さえる例が随分増えています。つまり、権利侵害に対する認知度が随分高まっているということです。例えば外国企業の著名なブランドやプロダクトに関して、税関の方でも自分なりに豊富な経験を持つようになりました。私が弁護士として最近、現場で実感するのは、税関における知的財産権保護の度合いや真贋検定の知識が随分向上したということです。

中国ではこの30年間で、法制度の整備や知財保護、ビジネス環境の改善において大きな変化があったことをお伝えしたいと思います。外国企業の投資に適した環境があると言えます。ただし、問題がないわけではありません。楊司長が冒頭におっしゃったように、海外からいろいろと学ばなければなりません。改善すべきこともあります。小野寺先生もおっしゃったように、中国の地方保護の問題、立証の困難性の問題、司法鑑定レベル向上の問題などがあり、これらはいずれも司法実践の中で遭遇している個別具体的な問題です。とはいえ、中国は数十年間、改革開放して法制度の整備を行い、良い経験を蓄積しています。このようなセミナーの開催、交流が増える

につれて、中国における知財に関する法制度と環境がさらに改善していくことを確信しています。

(司会) 第22回のセミナーでは、中国の知財保護の強化やビジネス環境の改善に関する取り組みを日本でご紹介しました。本日は第23回のセミナーということで、前回の延長線上で日本の専門家から日本の経験・やり方を教えていただきました。中国の専門家も的を射たコメントをしたと思います。これによって相手側の知財保護に関する法制度の整備、さらには実務の運用に関して理解を深めることができたと思います。

それでは、Q&Aに移りたいと思います。お二方の講師・コメンテーターに質問があれば、お受けしたいと思います。

質疑応答

(何) 私はCNIPA(国家知識産権局)の何です。大変素晴らしいプレゼン、コメントをありがとうございます。私からは質問ではなく、中国の知財行政法執行に関する最新の情報をご紹介しますと思います。

本年4月、習近平国家主席はボアオ・アジア・フォーラムにおいて、中国の知財保護に関する取り組みとしてCNIPAの新設を宣言しました。CNIPAは専利、商標、GI、意匠、集積回路デザイン集中管理を行います。言ってみれば、著作権を除いたありとあらゆる知的財産権の出願、審理・審査、権利付与を全てわれわれが一手に担当することになります。現在、主な部署として二つがあります。一つは専利局、もう一つは元々中国のSAIC(国家工商行政管理総局)の下にあった商標局です。今回の行政改革で、商標局はCNIPAに移りました。また、元々AQSIQ(中国国家質量監督検験検疫総局)などに担当されていたGIの仕事もCNIPAに移管されました。行政改革により、元々の専利局、審判部、北京をはじめとする七つの専利審査協力センターによって新たな専利局がつくられました。従業員の総数は1万5000人に上ります。また、従来の商標局、商標審判部、北京をはじめとする四つの審査協力センターが新たな商標局として統合されました。従業員の数は2500人を超えます。

(質問者) 専門家の皆さん、コメンテーターの方々、ありがとうございます。大変素晴らしいお話でした。私は浙江省の衢州の議会から来ました。坂野さんに二つの質問があります。まず、ご紹介いただいた模倣品対策室は中央政府レベルのものだと思いますが、例えば日本の都道府県ないし市にこのような窓口があるのでしょうか。もしもあるのならば、この模倣品対策室はそもそも模倣品対策に関する総合窓口とおっしゃっていましたが、恐らく紛争解決の仕事もされていると思います。多くの部署が関与しているだけに相当な専門性が求められるかと思いますが、模倣品対策室の職員はどこから来ているのでしょうか。日頃、専門的な仕事をするために例えば第三者に手伝ってもらっているのか、それとも全ての仕事は自前でやっているのかを教えてください。

(坂野) 一つ目は都道府県、いわゆる地方自治体に同じような窓口があるのかというご質問で

すが、私の知る限りでは、都道府県・市町村の模倣品対策窓口というのはあまり聞いたことがありません。われわれは中央政府が日本全体としてこの問題を解決しようということで、一元的な相談窓口として設置されました。

二つ目は紛争処理もしているのかというご質問だと思いますが、われわれが直接、紛争処理をするようなことはありません。それぞれの専門機関、各省庁があるので、われわれはそういうところで相談を受ける窓口となります。例えば特許権の侵害であれば特許庁ですし、それぞれの専門の省庁で対応しています。とはいえ、われわれの窓口に来る質問や相談の内容は多岐にわたります。従って、担当している職員も特許庁からの出向者というか、特許庁の審査官経験者であるとか、弁護士であるとか、あるいは民間企業の法務担当経験者がいて、実は私を入れて6人というわずかな人数で年間800件ばかりの相談案件の処理をしています。相談を受ければ、それを関係機関に通報して、その仲立ちをするという役割をしています。

(司会) 続きまして、経済のセッションです。島津製作所企業管理(中国)有限公司副董事長である井上様に、「匠の精神が育んだ創新力とブランド力の確立」というテーマでお話を頂戴します。

講演 2

演題：「匠の精神が育んだ創新力とブランド力の確立」

講師： 井上 統雄（島津企業管理（中国）有限公司 副董事長）

島津製作所の現地法人に勤めている井上です。本日はこのような機会を与えていただき、国家発展改革委員会及び公益財団法人国際民商事法センターの幹部の皆さまにお礼を申し上げます。私自身は行政の専門家ではなく、また、法律の専門家でもありません。今回は民間企業の立場からお話をさせていただきたいと思います。

1. 島津製作所の概要

まず、当社の簡単な背景についてご説明します。島津製作所は売上高が3765億円で、日本では380位に位置する、決して大企業ではありません。ただし、143年の歴史を有しており、京都という日本の古都に本部を置いて、伝統、それから高等教育機関で教育を受けていない創業者に基づいて、匠という観点をキーワードとしています。島津製作所の創業者は日本の十大発明家の1人に選ばれており、2002年には当社の田中耕一がノーベル化学賞を受賞したという経緯もあり、イノベーション（革新）という観点でご説明したいと思います。

当社の創業は1875年で、今年で143年の歴史を持つこととなります。理化学機械、つまり物理学と化学に基づいた機器の製造に端を発しています。当社の社是は創業当時から「科学技術で社会に貢献する」であり、「『人と地球の健康』への願いを実現する」という経営理念を1990年に制定しています。この社是と経営理念に基づき、当社の強みであるコア技術をベースに、医療や環境保全などの社会的要請の強い領域に進出することを基本方針としています。2017年度の連結売上高は3765億円（約35億ドル）です。先ほど申し上げましたが、日本では380位に位置する、

決して大企業ではありません。従業員は全世界で約 1 万 2000 名であり、関連会社の数は 74 社となっています。海外売上高比率は約 50%ですが、2002 年度の海外売上高比率は 25%だったので、この 17 年間で約 2 倍になっています。売上別で見ると、中国での売上が最大で全体の 18.2%を占めており、次いで米国が 12.8%となっています。

続いて、当社の現在の事業についてご紹介します。当社の売上高の 61%を占めるのが分析及び計測機器事業です。分析機器は医薬品、食品、化学、環境などのあらゆる分野で化学成分分析に広く使用されています。中でも当社の主力はクロマトグラフと質量分析計で、幅広い分野で使用されています。当社事業のもう一つの柱は、当社の中で最も長い歴史があり、販売開始から約 107 年になる医療用の X 線診断装置です。これが売上の 18%を占めています。医療事業の長い歴史の中で、1961 年には X 線診断に一時代を築くことになる遠隔式の X 線テレビジョンシステムを世界で初めて完成させました。また、2014 年には乳がん診断用のマンモ PET 装置を初めて商品化するなど、医療分野でも社会に貢献しています。その他、当社では航空機の飛行などをコントロールする各種制御装置を生産し、米国のボーイング社等に納入しています。また、いろいろな産業で必要とされ、高いレベルの真空の場をつくり出すターボ分子ポンプなどの産業機械が当社の事業の中心です。

島津グループにおける中国事業の位置付けですが、中国がグループ全体の売上高に占める割合は 18.2%で、日本に次ぐ市場となっています。輸出全体に占める割合は 36%です。当社の中国における事業は私が所属する島津企業管理（中国）有限公司を中心に展開されており、その売上高は約 5.6 億ドルで、従業員数が 1189 名となっています。

島津グループの中国での事業展開ですが、島津企業管理（中国）有限公司以外にも 7 社の現地法人を有しており、売上高規模は 6.4 億ドル、従業員は 1800 名です。会社の形態も研究開発、製造、販売、サービスと多岐にわたっています。なお、輸入品・国産品にかかわらず、島津グループの販売は私が所属する島津企業管理（中国）有限公司にて行っています。この会社は全国に 13 カ所の分公司を有しています。沿岸部のみならず内陸部のウルムチや昆明、西安、成都にも拠点を設置し、顧客に密接した営業活動を行っています。

2. 京都企業の歴史的背景と特徴－「匠」の精神とは何か？

続いて、島津製作所の創業の地であり、現在も拠点を置く京都という場について述べます。京都の特徴としては、伝統と革新ということが言えると思います。伝統産業に支えられた高度なものづくりの街が京都だと思っています。皆さまがご存じのとおり、京都は日本の古都です。東京に遷都する前、千数百年にわたって日本の首都でした。もちろん数多くの観光資源を抱えた、日本屈指の観光都市でもあります。しかしながら、京都の最大産業は観光ではなく、京都は日本でも有数の工業都市であり、ものづくりの街であることは注目に値するのではないかと考えています。京都府内の総生産高は約 10 兆円ですが、そのうち約 24%が製造業によるものです。

2016 年に長寿企業が多い都道府県を調査したデータがあります。日本における 2016 年の企業倒産件数は 8500 件と聞いていますが、ここ数年は減少傾向が続いているようです。倒産企業の平均寿命は 2014 年ベースで 23.5 年であり、2001～2014 年で平均を取ってみると 22～23 年といわれています。また、都道府県別の長寿企業輩出率は、島津製作所の創業地である京都が 1 位です。こ

れは第2次世界大戦後の被害が比較的少なかったことに加えて、寺社仏閣の資源や文化的な風土により伝統工業を大切にする環境があったことが理由として考えられるかと思います。その他、京都に続いて山形県や島根県など、戦争被害が少なかったことに加えて、古くからの交易により商業や地場産業が栄えた地域が連なっています。ちなみに京都府の長寿企業の業種としては、多い順に織物卸、織物製造、造園工事、菓子・生菓子製造となっています。2位の山形県の場合は旅館・ホテル経営、次いで清酒の製造業等となります。一方、業界別でいくと、平均的に業歴が長いのは製造業です。これは技術やノウハウなどの蓄積が重要で、参入障壁が高いという側面があるからと考えられています。

長寿企業にはどのような特徴があるのでしょうか。独立法人中小企業基盤整備機構による老舗企業に対するアンケートの結果によると、老舗企業が自社の強みとして挙げた項目は、第1位が信用、第2位が伝統、第3位が知名度でした。また、生き残りのポイントとしては、第1位が信頼、第2位が進取の気性、第3位が品質の向上となっています。従って、老舗企業が大切にしているのは、伝統の継承と同時に、進取の気性で時代に合わせた革新を常に行うということです。当社を含めた京都企業に共通している特徴の一つは、他人と同じことはやらないという点です。そして、ベンチャー精神の下、ニッチな市場でコア技術を生かした独自技術路線で事業を展開してきたと言えるかと思います。京都の地域特性を整理してみると、一つ目として他人と違う領域で生きる商いの伝統があること、二つ目として伝統の上に新しいものを貪欲に取り入れてチャレンジする風土があること、三つ目として大学・研究機関・企業が比較的小さい面積の地域に集中していることが挙げられるかと思います。従って、京都の地域特性としてイノベーションが生まれやすい土壌を常に保持する環境が歴史的にも培われてきたと言えるのではないかと思います。

その背景となった明治以降の京都の近代化についてご説明します。新生京都の当時の2本柱は学校教育（人材育成）と殖産興業（産業育成）でした。現在の中国においても、例えば人材教育であれば985工程や211工程がありますし、現在進んでいる双一流大学プロジェクトを想起すると、当時の京都をイメージできるのではないかと思います。産業育成という観点で挙げれば、中国製造2025が相当するのではないかと考えています。教育の拡充とともに研究・産業振興機関の設立による人材と技術の育成により、日本全体の近代化を牽引してきたのが明治以降の京都であると理解しています。

島津製作所の事例でご説明すると、1875年の創業に大きな影響を与えたのが舎密局の明石局長の指導でした。これがきっかけとなって、多くの理化学機械を製造しました。なお、京都舎密局は1870年に設立され、石けんや氷砂糖、ガラス、漂白粉などをはじめとする、さまざまな工業製品の製造指導や薬物検定を行った国の機関です。

続いて、島津製作所の創業期についてご説明したいと思います。島津製作所の創業者は、元々は仏具職人でした。決して大学等で高等教育を受けた者ではありません。ある意味では匠と言えるかと思います。明治維新後、廃仏毀釈という仏教の排斥運動により仏具の需要が低迷していきました。そのような中で、1870年に京都に舎密局という国の機関が開局され、当社の創業者である島津源蔵はこれをはじめとした京都での教育の拡充、産業の近代化への大きな動き、言い換えれば社会環境の変化を目の当たりにしました。そして、京都舎密局が所蔵するさまざまな理化学機器に刺激を受け、これからの日本は化学が国を盛り上げていくのだらうということで、自分自

身が従事していた仏具の製造で培った精密加工や精密組み立てといった伝統産業の技術があれば、理化学機械の製造ができると考え、一大決心して島津製作所を創業したといわれています。仏具職人としての匠の精神、京都舎密局による最先端技術との接触、京都という場での教育拡充と産業近代化に向けた社会環境の変化の三つが融合したことによって、島津製作所が創業されたと言えるのではないのでしょうか。

それでは、当社の事業拡大の基礎をつくり上げた2代目島津源蔵と、2002年にノーベル化学賞を受賞した田中耕一シニアフェローを例に取って、革新的技術を生み出す研究開発という視点でお話したいと思います。2代目島津源蔵は優れた経営者であるとともに、優れた開発技術者・発明家でした。鉛蓄電池用鉛粉の大量製造法の発明により、1930年に第1回日本十大発明家の1人に選ばれました。ちなみに十大発明家には、その他に真珠の人工養殖に成功した御木本幸吉さん、ビタミンB1を発見した鈴木梅太郎さん、磁性粉を発明し鉄の神様といわれた本多光太郎さんなどが選ばれています。そして、それから72年後の2002年に、当社の田中耕一シニアフェローが日本では初めてとも言える民間企業を受賞者としてノーベル化学賞を受賞しました。2代目島津源蔵と田中耕一シニアフェローの2人が過ごした時間は大きく異なりますが、研究開発の取り組みの視点からは幾つかの共通点があるのではないかと考えています。

前提として、2人とも好奇心が非常に強かったことが挙げられます。その上で共通点を挙げてみると、一つ目は社会貢献（独自性が強く存在価値が高い製品・技術の開発）に対する明確な目標を持っていたことです。島津源蔵の場合は、エネルギー事業を支え、産業を発展させるためには、国産の電池を作らなければいけないという強い使命感でした。また、田中耕一シニアフェローの場合は、ライフサイエンス研究を発展させるためにペプチド、タンパク等の高分子の解析ができるようにするという強い思いでした。このような明確な目標の設定が一つ目の共通点です。二つ目の共通点としては、諦めない心が挙げられると思います。幾度となく失敗しても、それにくじけることなく、集中力を切らすことなく、工夫の限りを尽くすということです。島津源蔵も田中耕一も何度も失敗を繰り返しましたが、それにめげることなく最後までやり遂げたと、いろいろな書物にも書かれています。そして、三つ目の共通点には、物事を見逃さない優れた観察眼が挙げられるかと思えます。2人とも優れた観察眼を持っており、たまたま起こった偶然とも言えるような現象を見逃すことなく、新たな発見・発明につなげました。また、2人とも真剣に仕事に取り組み、仕事を愛していたと言えます。そして、このような姿勢を大切にする風土のようなものが会社にあったから、時代が大きく異なる2人が社会に役立つ貢献をできたのではないかと考えています。なお、田中耕一が発明した技術は数年間にわたって島津製作所には利益を与えなかったといわれています。

続いて、2代目島津源蔵の挑戦について紹介します。2代目島津源蔵は、1895年11月にドイツのレントゲン博士がX線を発見してからわずか11カ月後の1896年10月に、京都第三高等学校（現・京都大学）の村岡教授と連携して、日本で初のX線写真撮影に成功しました。ご指導いただいた村岡教授はドイツ留学中にレントゲン博士の勤める教室で学んでおり、直接指導を受けていました。そのレントゲン博士がX線を発見したというニュースを受けて、すぐに研究に取り掛かり、当時の第三高等学校には十分な電源設備がなかったこともあって、島津製作所を実験の場に充てたという経緯があります。このような動きは産学連携の走りと言えるのではないでしょう

か。そして、1911年には国産初の医療用 X 線装置を日本赤十字社大津支部へ納入し、医療の X 線におけるパイオニアとして現在に至っています。また、島津源蔵のもう一つの大きな挑戦として、鉛蓄電池の発明があります。1908年に島津源蔵は Genzo Shimazu の頭文字を取って GS バッテリーという商標を掲げています。この鉛蓄電池の製造は、産業の発展には電力の安定供給が不可欠であるという強い信念の下に手掛けたといわれています。

現在の島津製作所の事業の柱となっている分析計測機器についてご説明します。分析計測機器は、1950年以降は産業の発展に大きく貢献することで、分析機器自身も成長してきたという経緯があります。特にクロマトグラフにおいては、ガスクロマトグラフというガス分析の装置が石油化学工業の発展に寄与し、液体クロマトグラフという液体を分析する装置が医薬品の発展に大きく貢献してきました。そして、ここ数年ほどは質量分析計開発に大きく投資し、世界で初めての機器の開発を含めて、医薬や食品、ヘルスケアなどの分野で世界的に貢献しています。

当社を含めた京都企業の特性として長年引き継がれている企業文化には、まず挑戦する勇気が挙げられます。京都には江戸期から今日に至るまでベンチャー精神が満ちあふれ、多くのベンチャー企業が育っています。また、文化の伝承が伝統産業に培われた精密なものづくりにつながっていきました。それから、進取の気性があります。これは独創性の重視、ニッチ分野の開拓につながっていくものと思います。深掘りする姿勢も特徴の一つです。これは選択と集中、完璧さの追求ということです。その他に産学連携も挙げられます。京都は京都大学をはじめとする著名な大学を数多く抱えていますが、その大学の研究成果を企業を通じて実用化・製品化していく風土があります。そして、視点は世界ということで、本部は京都に置きながらもグローバルに事業を展開していくということが、当社のみならず京都に拠点を有する数多くの企業に言えることではないかと考えています。

3. 中国におけるブランド確立の歴史

当社も長年にわたって中国市場で事業を展開しており、非常にお世話になっています。ここからは当社の中国での事業展開を振り返ってみたいと思います。このような動きは当社に限ったことではなく、数多くの日本企業が中国で事業を展開するに当たって歩んできた道ではないかと思えますが、第1段階は1956年以降の取引開始及び1978年以降の改革開放に即した対応、第2段階は1990年以降の市場主義経済に即した拠点展開、第3段階は事業活動の多様化、第4段階はブランド強化という流れになります。

当社は1956年の第1回北京・上海日本商品見本市に開始して、中国での事業展開を開始しました。その後、1978年の改革開放路線の明確化に伴い、1979年に北京に分析装置のサービスセンターを設置し、そして北京、上海、広州、瀋陽という形で沿岸部を中心に拠点を展開していきました。1990年代には貿易取引の自由化が促進され、世界の工場として中国が大きな脚光を浴びるようになりました。それに伴い、当社も販売・サービス拠点のみならず製造拠点を設立し、中国における事業基盤の確立・事業拡大の強化を図ってきました。医療機械は北京、分析機械は蘇州に工場を持っています。2001年以降、WTOの加盟を契機として中国は飛躍的な経済成長を実現し、世界の工場としての位置付けから世界の市場としての位置付けに変化してきました。これに伴い、当社も製造販売から消耗品サービスや受託サービスなどのサービスの拡充を図ってきました。

2010年に中国は世界第2位の経済大国となりましたが、当時は経済成長に伴って環境問題や過剰生産等のさまざまな矛盾も表面化してきた時代ではないかと考えています。一方で、世界経済での存在感・影響力を拡大するとともに、経済成長に関しても量から質への転換が図られました。当社もそれに伴って、ブランドの強化に力を入れてきました。このような動きは当社のみならず、数多くの日本企業が歩んできた道ではないかと考えています。

なお、当社は中国という国に非常にお世話になった企業として、さまざまなCSR活動（社会貢献活動）をしています。黄河及び揚子江流域での植樹活動をはじめ、「科学技術で社会に貢献する」という社是の下、さまざまな活動を行っています。他の日系企業も数多くのCSR活動を行っており、これも一つの流れということになるかと思えます。

4. 中日協働によるブランド力の確立に向けて

ブランドとは果たして何なのでしょう。私は学者でも経済の専門家でもないので、皆さまの方がブランドの位置付け等については詳しいと思いますが、一般論で申し上げると、ブランドとは他社と自社との商品・サービスを識別させるものと定義されています。例えば名称や商標、製品のデザイン、性能等によって自社を他社と差別化するということが、教科書的な言い方になりますが、ブランドという位置付けになるかと思えます。

それでは、自社の製品・サービスと他社の製品・サービスとの差別化において、ブランドの構築はどのように図られていくのでしょうか。当然ながら、それは短期間にできるものではなく、日々の活動を通じてつくられていくものであると考えています。当社の例で申し上げますと、当社は「科学技術で社会に貢献する」という社是を掲げており、その社是の下、日々の事業活動を行っています。その表れとして多品種少量生産、幅広い事業活動、独創的技術、社外連携による基礎研究、顧客密着、挑戦、社員の尊重などのキーワードが挙げられると思います。そのような事業活動、行動規範、価値観が島津製作所の143年の歴史をつくってきて、事業展開の骨格を成しています。その事業活動の展開として日本初・世界初の製品が開発され、また、田中耕一がノーベル賞を受賞するという荣誉に浴することができたと思っています。さらに、そういったことが社員にも反映され、行動規範や価値観を確固たるものにしていくという意味で有機的・効果的な好循環が生まれて、ブランドが形成されてきたと考えています。

ちなみに島津製作所のブランドイメージですが、当社は売上高規模で言うと日本で380位という、決して大企業ではありません。また、一般の消費者を対象とした事業分野ではなく、高い知名度を持っているわけでもありません。中国のみならず日本国内でも「島津製作所はどういうことをやっている会社ですか」と聞かれることが多々ありますが、島津製作所は幅広い技術力を持ち、ニッチな分野で社会に貢献するニッチな企業であり、イノベーション力を持った企業であるというブランドが形成されてきていると考えています。

最後に中日協働によるブランド力の確立に向けて、一民間企業の職員の立場ではありますが、提言を申し上げたいと思います。先ほど来申し上げているとおり、短期間にブランド力を構築することは容易ではありません。このとき、ブランドイメージを構築するにはブランド力を持つ企業との協働も一つの解決方法ではないかと考えています。企業との協働というと、OEM、技術提携・技術協力、共同研究など、さまざまなアイデアがあるかと思えます。まずは世界的にブラン

ドイメージを確立している企業とのさまざまな連携により、その企業の行動規範や培われた価値観を吸収・消化し、その後に独自の企業価値・企業規範を確立することが、独自ブランドの展開を図る上で重要ではないかと個人的には考えています。当社が事業活動を行っている分析、医療、生命科学といった分野についても、中国では最先端の研究開発が行われています。当社の顧客の多くは国の研究機関や大学ですが、例えば 211 工程や双一流大学プロジェクトなど、中国では日本以上に研究開発が進んでいる状況を目の当たりにしています。また、さまざまな分野において中国企業は既に高いブランド力を確立しており、世界で活躍しています。私自身も中国で長く事業に携わっていますが、今後の中国企業の世界でのますますの活躍に期待するとともに、当社としてもそのような動きに負けないようにブランド力を身に付けていきたいと思っています。ご清聴ありがとうございました。

(司会) 井上様、ありがとうございました。143 年の島津製作所の歴史を例に、伝統的な産業が革新によってどのようにコアコンピタンスを身に付けるか、また、匠の精神を持って注力分野に一筋に取り組んでいくということについて、とても掘り下げたお話をいただきました。中日の協働によるブランド力の構築というお話も素晴らしいものでした。われわれが世界の優れたものをベンチマークにし、匠の精神を生かしてハイクオリティな発展を成し遂げる上で、とても参考になると思います。

続きまして、社会科学院工業経済所研究員の張世賢先生よりコメントをお願いします。

中国側コメント

張 世賢 (社会科学院工業経済所研究員 社会科学院研究生院教授 博士指導教官)

尊敬する日本の専門家の皆さま、中国のご出席の皆さま、井上様が島津製作所を一つの事例に、日本の匠の精神を生かしたイノベーション力とブランド力の構築について素晴らしいお話をされました。大変啓発的な内容であったと同時に、島津製作所というブランドのとても良い広報をされました。非常に素晴らしく、また、うらやましくも思います。井上様は匠の精神とブランド力の構築をミクロ的にお話しされましたが、私はこれをマクロ的に捉えて感想を述べ、これをもって井上様のお話の補足としたいと思います。

まず、匠の精神が日本の品質戦略をものにして、その品質戦略をもって日本のブランド力が作り出されたということだと思います。中国と日本には両方とも匠の精神が伝統的にあります。中国には庖丁という料理人が過去にありました。庖丁は一人しかいません。産業的なものではないのです。中日はいずれも産業化初期に匠の精神の下絵がありました。

メイド・イン・ジャパンはかつて劣悪商品の代名詞でした。しかし、1950 年代に品質立国日本というスローガンを打ち出し、その後は匠の精神が非常にしっかり生かされました。日本政府が品質による国づくりという戦略を主導して実施してきました。産業合理化運動を通じた全面的な企業意識の向上、国レベルでの商品の品質高度化と産業構造の調整といったものを、貿易立国等の政策と同等に重要なものとして位置付けていました。世界に対して日本の品質による国づくりという発展戦略を PR し、***通訳オフマイク***世界で初めて国家レベルの賞として日本

品質管理賞を設立しました。

そういった政策によって、企業の意欲がかき立てられました。さらに、商品クオリティの高度化によって日本企業のブランド力が高められました。この品質による国づくりという戦略で、日本企業はトータル・クオリティ・コントロール（TQC）を全国に広めました。また、政府による特に中小企業向けの品質トレーニングの度合いが強められました。それによって、日本企業がプランニングから設計、製造、アフターサービスまでのフルプロセスの品質コントロールをする気になったと思います。TQCを日本の品質をキープする上での効果的なツールにすることができました。そして、メイド・イン・ジャパンはそのとても高い品質により世界でとても高い評価を得て、劣悪商品の代名詞から世界のクオリティに躍進することができました。松下、日立、ソニー、東芝、トヨタ、ホンダ、三菱、川崎製鉄など、一連のおびただしい数の世界レベルの産業ブランドが日本の地場産業の背骨、コアな部分をつくり出しました。

二つ目として、中国こそ匠型のヒューマンリソース政策を導入すべきです。ヒューマンリソースこそ、経済のハイクオリティな発展を促す上での内なる原動力です。経済の成長パターン転換のキーファクターです。ハイクオリティな発展が高品質の商品に対するニーズなので、必然的に人材が必要です。商品の品質の良さはかなりのレベルで生産プロセスにおける労働者のスキルにかかっています。いくら先進的な機械があっても、匠の精神のある創業者がいて初めて、ハイクオリティな商品が作られます。スマート製造こそ、このIT時代における匠の精神の表れです。スマート製造が匠の精神に取って代わることはできません。それ以上に匠の精神と融合して初めて、ハイクオリティな発展が可能なのです。

日本の経済の転換期において、同じようにコストがかかるハイスキルの人材不足という問題がありました。しかし、日本は職業訓練法、新長期経済計画、国民所得倍増計画、職業能力開発促進法、新経済社会7カ年計画など、一連の政策と立法による高い技術を持つ匠型の人材づくりを目標にして、学校・企業・社会の3者が協働し、さまざまなレベルの全方位の職業教育体系をつくり出しました。日本の職業教育のシステムにおいては、政府がスキル教育に対する特別補助金を手段にして、各種企業の匠型・職人型人材育成を奨励したわけです。その結果、企業には豊田工業大学、松下電器工学院、松下幸之助商学院、日立工業専修学校など、大手企業に代表される一連の企業教育機構が誕生し、生産現場向けのハイクオリティな職人型人材が育成されました。また、大学との提携、あるいは企業間の提携によるプロフェッショナル人材の育成にも力を入れてきました。これによって中小企業がスキル教育における弱みを補強できましたし、政府が主宰する関連の教育機関が実践に欠けている部分をうまく補うことができたのです。この日本が完備したハイクオリティ・ハイスキルな人材の育成システムによって、多様なスキルを持ち、しかも実践能力の高い、おびただしい数の匠・職人のチームをつくることができたわけです。これで労働生産性が著しく高まり、また、人口オーナスによって労働力のコストアップのプレッシャーを緩和しました。

日本のそういった経験を中国はとても参考にすることができます。匠の精神はスローガンにとどまるものではありません。日本は人材育成の政策を調整することによって、大学と企業の提携、工業と大学の提携、企業内の教育などで本当の意味での職人型人材の効果的な蓄積をつくり出すことができました。中国も政策面において大いに努力すべきです。5年前に私が上海で調査した

ところ、上海のハイクオリティな技術者の年俸は30万元ですが、大学卒業生の年俸は6万元しかありません。これこそ匠の精神の価値の表れです。中国政府は各種ヒューマンリソース政策の組み合わせによって、さまざまな業種における職人型人材チームの形成を促していかなければいけません。匠・職人型のヒューマンリソース政策を打ち出すことによって、将来において本当の意味でのハイクオリティ・ハイスキルのヒューマンリソースのボーナスを蓄積することができます。そして、それをもって人件費アップのプレッシャーを効果的にヘッジできます。さらに、商品のクオリティとサービスのレベルの向上にも役立つものだと思います。

三つ目として、共にブランド文化を構築していく見通しがあると思います。日本はものづくりの強国であり、世界レベルのブランドがあります。なぜメイド・イン・ジャパンが好まれるかというと、品質がしっかりしているからです。そこから教わるのは、品質はブランドの魂であるということです。品質がなければブランドはありません。そして、品質を支えているのが匠です。中国の伝統文化では、いわゆる労働者はあまり重要視されません。高尚な人は口でものを言うものの、手は使わないと考えられてきました。しかし、新しい段階に入っています。本当に精に精を重ねるといふ匠の精神を貫いていかなければなりません。より良い商品を作って、匠の価値を表していかなければなりません。中国は現在、ハイクオリティな成長へとモデル転換しようとしています。ブランド戦略はそのエンジンの役割を果たします。

何がブランドなのでしょう。40年の実践でよく分かりましたが、三つあります。商品の品質、企業の信用、顧客価値です。ブランド文化にはマクロとミクロがあります。ミクロレベルでは、企業がブランドに文化の中身を入れて、その商品からサービスまで企業が追求しようとしている価値観、世界観を表していくことです。ブランドをもって個性を表していき、そして消費を引っ張っていくということです。マクロレベルで言えば、政府と社会全体がブランドの成長につながる環境整備をすることです。社会はこれの中で創造、知財、ブランドを尊重して、ブランドを保護する風土を醸していかなければなりません。

ブランド文化を構築する上で、日本からいろいろと学ばなければなりません。ブランド戦略は必要ですが、それよりもまずはブランドの質的向上を図らなければなりません。そのためには島津製作所のように、絶えず進化する匠の精神を広めていかなければなりませんし、政府がそれに合った政策を打ち出さなければなりません。企業・社会はこのような匠の精神を評価する仕組みを整備する必要があります。中国と日本の間には交流と協力の余地が大変あると思います。

(司会) 張先生は、日本の匠の精神を活用し品質戦略を実施することによってブランド強国を実現する経緯について紹介されたとともに、中国に対する提案もしました。いかにしてブランドづくりをするのか、日本の経験をどう参考にすべきかというコメントでした。ありがとうございました。

続きまして、国務院発展研究センター市場経済研究所の元所長である任さんより、お話を頂きたいと思います。

中国側コメント

任 興洲（国務院発展研究センター市場経済研究所元所長 研究員 博士指導教官）

ご来場の皆さん、こんにちは。先ほど井上副董事長のご発言を聞かせていただきました。短い内容でしたが、島津製作所の事例、匠の精神、ブランドの魅力についてお話しされました。また、張さんはそれに対して素晴らしいコメントをしました。どちらかというと国の戦略といったマクロ的な話が多かったと思いますが、私はむしろミクロの視点から分析したいと思います。

匠の精神とブランド構築のためにどうすればいいのでしょうか。中国には波瀾万丈で紆余曲折あった改革開放の40年間がありました。「四十にして惑わず」といいますが、どうやって自分の経験を総括しつつ、国際的な先進レベルに焦点を当てて、自分に不足する点や弱みを見つけ出すかということが、現在、問われているかと思います。本日のセミナーはまさにそこに意義があると思います。

今日は二つのテーマがありました。一つはビジネス環境の整備、もう一つは匠の精神とブランド力の構築です。いずれも中国にとって喫緊の課題であり、ハイクオリティな成長を遂げて弱みを補完する上で重要です。まさしく時宜を得たものと言えます。日本の経験を拝聴して、とりわけ井上副董事長のお話を聞いて、次のような感想を持ちました。まずは長寿企業と匠精神ということで、先ほど井上副董事長が、とりわけ京都は長寿企業が一番多い地域であると言及されました。これは興味深いことです。島津製作所は1875年に創設した企業で、今日においても非常にバイタリティに富み、かつ、日本で380位に位置付けられる企業です。島津製作所ならではのユニーク性が必ずあると思います。医療機器や分析機器の分野で島津製作所はよく知られている存在です。そのエッセンスとなるのは恐らく執念だと思います。百数十年にわたり、精密機器に特化して取り組みを続けてきました。このような取り組みは大変評価すべきです。日本企業は大小問わずして、例えば和菓子の小さなお店にしても、100年以上の歴史があるかもしれません。一心不乱に和菓子にこだわり、究極のものを求めてそうなるわけですが、これが執念の力だと思います。

中国にも長寿企業があると思います。長寿企業の成功の秘訣は、落ち着いてある仕事をコツコツやり、技術を磨いていくことだと思います。中国の北京には同仁堂という漢方の会社があり、康熙8年(1669年)に創設されました。300年以上の歴史がある、相当古い企業です。そして、ブランド力も相当なものがあります。彼らの社是は、普通の漢方を作っているのですが、手を絶対に抜かないというものです。それが故に300年以上にわたり存続し、中国のみならず、世界的に名の知られた存在になりました。これは中国も日本もそうです。茅台酒も100年ぐらいの歴史があり、1915年にパナマ・太平洋万国博覧会(サンフランシスコ万国博覧会)に参加しました。その他に中国には雲南百葉もあれば、ファーウェイもあります。ファーウェイも数十年の歴史があり、世界で最も知られる中国のブランドになりました。中国にはこのような企業がたくさんあります。ただし、目先だけに目を向け、常に流行りを追う企業も一部あります。例えば不動産が栄えていれば、不動産に投資するような企業です。例えばある温州の企業は、最初はうまくいったのですが、その後、目移りをして、金融に手を付けたり、不動産に手を伸ばしたり、いわゆる盲目的な多様化をしたが故に失敗してしまいました。島津製作所のお話の最大の示唆はそこにあると思います。中国企業と日本企業の経験・教訓を総括しなければいけません。豚肉の売れ行きが好調であれば豚を養殖するというやり方ではいけません。ある仕事にこだわり続ける執念を持

つことが重要です。ただ、これはたやすいことではありません。往々にして心を奪われがちです。

もう一つ重要なのは、伝統の継承とイノベーションです。100年の老舗であれば、必ず歴史的な伝承があると思います。いわゆるDNAを貫くことが重要です。しかし、伝統は保守とイコール関係にはありません。島津製作所は絶えず進取の気持ちを持っていました。承継しながら、イノベーションもしています。ご覧のように、たくさんの発明・創造をしました。最初は金型、その後に精密機器、そしてそれにフォーカスして絶えず進取の発明をしています。これは良きものを貫き、新たなイノベーションを起こすことの代表例だと思います。このようなDNAの伝承がなければ、恐らく今日の発展はないでしょう。それと同時に、イノベーションの気持ちを忘れてしまうと、企業の存続・発展はないと思います。匠の精神はもちろん、製品の品質が重要です。しかし、時とともに進化することは極めて重要です。観察力、挑戦する勇氣、明確な目標設定、文化を重要視し他人の後追いをしないということは、私にとっては大きな示唆になりました。

私が申し上げたいのは、やはり伝承が非常に重要だということです。百数十年間、淘汰されることなく存続してきました。中国にもたくさんの企業があります。このような企業に対してどうすればいいのでしょうか。伝統産業でありながら、イノベーション（革新）のエネルギーを与えなければなりません。インターネット・AIが唯一の選択ではありません。近代的な技術をもって伝統産業を改造することが大事です。これは中国に突き付けられた大きな課題だと思います。もちろん、IoTをはじめとするニューエコノミーは奨励しなければなりません。しかし、それと同時に、情報技術、AI、ブロックチェーンなどの新しい技術をもって、伝統産業を改造する必要があります。そうすると、それが新しい発展の原動力になるかと思います。

ルール、スタンダード、品質の重要性もあります。何度も品質の話がありましたし、張さんからも言及がありましたが、品質の中に企業のこだわりが凝縮しているとも言えます。私は日本の多くの工場を見ましたが、やはりルールを尊重することが大事です。日本企業の規則・ルールに例えばかんばん管理方式がありますが、これは言ってみれば一つのスタンダードです。上司の監督の有無を問わずして、きちんとルールを守るといことです。また、標準も重要視されます。

中国には多くの規格・標準がありますが、それが実務の中で徹底されているかという点、クエスチョンマークが付くかもしれません。ブランドの背後には品質があります。なぜトイレを日本から買ってこなければならぬのでしょうか。その日本で買ったトイレは杭州で作られているのです。このような購入行動が起きているのは、やはりブランドに対する要求です。中国でもブランド物が生まれていますが、全般的にルール・スタンダードの徹底ができていないと思います。中国の品質は向上しつつあります。海外でメイド・イン・チャイナの製品を目にすることがあると思います。それは良いもので、中国国内で買えないものです。海外のオーダーを受けて、工場に対する厳しい取捨選択とプロセスに対するクオリティコントロールがしっかりしたものです。私はアメリカから帰ってきたばかりですが、アメリカのアウトレットではメイド・イン・チャイナの商品はまだそれほど多くありません。

中国の作る能力は弱くはありません。海外からのオーダーをしっかりと実行できます。海外のブランド製品がOEMで中国において作られていることは、中国に生産能力があることを意味しています。今後は規則・ルール、標準をしっかりと守ることが重要です。将来に向けて発展する上ではクオリティ、法律・ルールを尊重し実行すること、また、標準とクオリティをしっかりと把握す

る必要があります。海外の小さな工房でも、しっかりとした厳しいマニュアルがあるのです。将来、中国もそのような方向に向かって歩んでいくべきです。小さくても匠の精神、ブランド力の構築がとても重要なのです。

最後の示唆は、ブランド力と匠の精神は相互に助け合うものであるということです。何が匠の精神なのでしょう。企業に行き、毎日、実際の活動を見ることはできません。匠の精神が具体的に表れているのは、やはりブランドです。ブランドの背後にいろいろな匠の精神がにじみ出ており、それがブランド力を形成しています。ブランドの符号、名称、象徴、デザインというのは表に出てきているものです。しかし、みんなが見ているのはそのブランドの背後です。それは商品とサービスそのもの、あるいは文化、品質、安全に集中的に表れます。あるプロダクトを見るには、これはやはりクリーンで OEM のものですが、同仁堂というブランドがあれば、中身は手抜きのない信頼できるものです。さまざまな職人の努力の結果、このブランドになっているわけです。ですから、ブランドの後ろには必ず多くの支えてくれる職人がいます。それが最終的に形として出ているのがブランドなのです。背後には匠の精神があるのです。そこから大きな示唆を得られます。

長い歴史において、中国がスピーディに拡張した段階がありました。当時は原料を受け入れて、それを加工し輸出するという OEM しかできませんでした。グローバル化の中で産業チェーンを中国に持ってきたとき、中国の個性は分業システムでしか生かすことができませんでした。そのような加工型の産業をゼロにすることはできませんが、これからは中国のブランドを作らなければいけません。日本の企業のように、しっかりと着実にステップ・バイ・ステップで自分のブランド力を構築しなければいけません。それはとても大変な道のりです。多くのヒト・モノ・カネがかかります。しかし、今からやらないと、永遠に自分たちのブランドはあり得ません。永遠に OEM のレベルで終わってしまって、本当の意味で中国を代表できるようなブランドが生まれてこないのです。この 40 年の節目に、日本から中国企業が今後発展する上での大きな啓発を受けています。ローエンドの市場はもう過剰です。そこからミドルエンド、ハイエンドに這い上がるかという、ブランド力なのです。ですから、本日のセミナーは素晴らしいものです。以上が私個人として感じたことです。

井上さんも中日が協働することによってブランド文化の良い将来を目指すとおっしゃいましたが、これには良い土台があります。中日両国はものづくりの大国で、文化もあります。ブランド力に対する内なる必要性があります。中国は今、GDP が世界第 2 位ですが、日本の能力もとても強いです。サービスと商品の大国です。中国と日本が共にブランド文化を構築するというのはとても大事なことです。また、双方にブランド力を構築する土台があります。中国には 300~400 年のブランド文化が既にあります。それが一つの例です。そして、中日両国には似通った文化があります。互いに東アジアの文化圏ですし、箸を使う文化があります。いろいろな文化が共通しています。それから、経済協力に良い土台が既に双方にあります。島津製作所は中国全土にあれだけたくさんの拠点が有り、投資・技術に関する協力が全国各地にあるのです。これは島津製作所という 1 社の事例に過ぎませんが、その他にも数多くの日本企業が中国に進出しています。ですから、相互補完性が強いと言えます。

日本企業はブランド力の構築と匠の精神を育む上で、とても成熟した経験があります。また、

技術力が高く、資本力も強いです。それに対して、中国には中国の特徴があります。では、中国の強みはどこにあるのでしょうか。中国においては、ものづくり関連産業が完備されています。今、内外に多くの困難がありますが、40年間の蓄積によって比較的しっかりした関連産業クラスターが出来上がっています。どこに求めることなく、このクラスターの内部で完結することができます。中国ほど強い関連産業のチェーンを持つ国はありません。また、比較的潤沢なヒューマンリソースを持っています。まだルイスの転換点には至っていません。確かにこれまでの40年に比べてヒューマンリソースはかなり変化してきていますが、それでも中国の人材の優位性があります。大学も出ていますし、職業スキルのある熟練工もいます。土台があるのです。さらに、消費市場もどんどんアップしています。総人口数が3億~4億人に満たない国も数多くある中で、中国にはミドルクラスが3億~4億人もいるのです。その他に、法体系や社会主義的な市場システムがつけられました。

中日双方にはいずれも協力したいという意欲、共通認識があります。最近、日本の首相が中国を公式訪問し、双方の指導者が将来に向けた協力の土台をつくるための話し合いをしました。また、国家発展改革委員会と日本の関連機構がこれまでに22回ものセミナーを一度たりとも中断することなく、毎年、開催し続けてきました。中日が共にブランド力の構築という将来性に対して大きな自信を持っています。将来、必ずやこういった面における大きな成果が得られると私は信じています。

(司会) 任先生から日本企業の匠の精神を生かしたブランド力構築について、四つの感想を頂きました。一つ目は、注力して打ち込んでこそ、ブランドが構築できるということです。二つ目は、伝承する中で長寿企業を目指すということです。三つ目は、ルールを守り、クオリティを重視してこそ、匠の精神が生かされるということです。四つ目は、ブランドの中に含まれている文化的なクオリティ、あるいは安全に対するメッセージを重視しなければいけないということです。また、両国が協働してブランド力を構築することに対する自信も聞かせてくださいました。任先生のご発言は、今後の中国にとって大変良い参考になります。ありがとうございました。

続きまして、フリーディスカッションです。井上様の講演、張世賢や任興洲先生のコメントに対して質問がある方は手を挙げてください。

質疑応答

(質問者) 井上さんに質問です。先ほど坂野室長と小野寺先生から、偽造品・模倣品の取り締まりと知的財産権の保護についてお話がありました。企業の視点から、日本企業が匠の精神を生かすことに注力し、ブランド力を構築することに専念できるような日本政府のサポートにはどういったものがありますか。

(井上) 具体的な政府の政策に私は詳しくないので、具体的な法律もしくは政策についてのコメントは控えさせていただきますが、われわれ企業の立場で申し上げると、やはり安心して研究開発に取り組む体制の確立が重要だと考えています。具体的には、自分たちで投資する、物を作

る、もしくは共同研究やアライアンス、OEM をしたときに自分たちが投資した成果が法的に保護される体制ができていることが一番大事かと思います。現在、当社も日本のみならず、他国において共同研究等を行っていますが、そこから出てきた成果物が法的に保護されているということが、企業の開発意欲・投資意欲を向上させるのではないかと考えています。

(司会) 時間の都合上、経済セッションはこれでお開きにしたいと思います。続きまして、今回のセミナーの閉会式に移らせていただきます。まず、国際民商事法センターの小杉理事より総括のお言葉を頂戴します。

総括

小杉丈夫 (公益財団法人国際民商事法センター理事・松尾綜合法律事務所弁護士)

本日は午後2時から4時間にわたり、お疲れさまでした。私から本日の総括をさせていただきます。

今回は第23回の日中民商事法セミナーです。第21回のセミナーで、冒頭に林副主任と宮原会長からご紹介があったとおり、新しい協議書を両者の間で結びました。その革新的なところとしては、過去20年間の法律を中心とした議論から、今後は経済に関する議論、特に先端ハイテク企業を念頭に置いた議論を入れた形でセミナーを開催していくことになりました。そこで、今年の7月に開催された東京でのセミナーで初めてそういうことをしたわけです。今回は2度目ですが、中国での開催では初めてということになります。そのようにわれわれもトライ・アンド・エラー、試行錯誤で進めています。

今回の第23回セミナーは、中国側からビジネス環境の整備というテーマでセミナーをしてほしいという要望があり、それを念頭に置いて開催したところです。セミナーの開催に当たっては国家発展改革委員会に大変なご努力を頂き、本当に感謝したいと思います。行政、司法、企業のそれぞれの取り組みを議論し、多角的にビジネス環境の保護について議論するということが本日のセミナーが開催されたと思いますが、最初に行政の分野では、坂野さんから日本の経産省模倣品対策室の活動について大変詳細な発表がなされました。特に中国もイノベーションを発展させて知財大国になるという大きな方針が出されているので、それに資するような形で考えました。

坂野さんには大変詳細に日本の模倣品対策室の取り組みをご説明いただきました。多くの各官庁にまたがっているところで統一の窓口を設け、中国をはじめとする国際的な連携も非常に密にされているということで、私たちも勉強させていただいたと思っています。結論として、模造品を野放しにするとイノベーションと創造意欲が阻害されるということを第一に言われました。また、模造品・偽物の撲滅が全ての国に共通の課題であり、各国の対策の充実が非常に大事だというお話をされました。そして、消費者に対する啓発活動が大事だというお話がありました。コメンテーターの曹松さんのコメントでも、ほぼそういうことに沿った形で中国のこれからの対応を考えていかなければいけないというお話があったと思います。中国国内だけでなく、一帯一路を外に向かって中国企業が出ていくためにも、模造品対策や知財保護を行政としてもっと進めていかなければいけないということが明らかにされたのではないかと考えています。

司法（裁判）の分野では、小野寺弁護士とコメンテーターの張弁護士から裁判実務と日中関係をよく理解された上での発表がありました。私も弁護士ですが、お話を伺っていて、裁判制度が非常に高度に構築されつつあり、世界に出ても遜色ないような制度が中国でどんどん確立されつつあると感じました。特に知識産権法院の設立、3倍賠償制度や懲罰賠償制度の構築、証拠収集手続きの強化といったことは私たちが聞いていても大変納得のいくお話であり、こういうものが次々と整備されていくことは大変望ましい形であると伺いました。その他、小野寺弁護士から要望として統計面での開示がもう少しできないかというお話や、司法鑑定に対する不安といった将来のお話がありました。

張弁護士のコメントは、むしろ行政に関するお話でしたが、税関の水際対策や模造品・不正の取り締まりが中国でも非常に進んでいるという紹介がありましたし、外国からの申し立てについて統計を示されて、中国の裁判制度に対する信頼度が上がっていることを示されました。司法制度が整備されていることは、私たちにとっても大変朗報です。これからはむしろ対等な形で日中の司法関係の議論が進むのではないかと思います。

企業分野では環境整備ということで、井上さんからは「匠の精神が育んだ創新力とブランド力の確立」と題して、私たち日本人が聞いていても大変興味深く印象的なお話を伺いました。その中でやはり一番大事なのは伝統を維持しながら革新するというところで、伝統と革新の融合が大変重要であろうと思いました。その面では、島津製作所は伝統に基づきながら革新を重ね、しかもブランドの構築を日本だけでなく中国にも進出して行っているということで、恐らく中国の方にも参考になるお話だったと思います。そして、コメンテーターの張先生と任先生にはそれぞれのお立場から、この島津製作所の経験は中国に対してどういう影響があるか、あるいはどのように受け取っていくかというお話がありました。非常に良い発表をしていただいたと思います。実は日本国内でも、技術を持ちながらそれを生かしていない企業はたくさんあります。IT化が進んだ中で、決して日本の製造業が全体として隆盛というわけではありません。そのような中で、島津製作所のお話は大変興味深いものだったと思います。

今回は日本から製造業のお話をしましたが、前回の第22回のセミナーでは中国側からデジタル経済ということで、国家発展改革委員会の副秘書長でハイテク産業司長である任さんから中国の発展についてお話を頂きました。特にサービス産業は日本の随分先を行っており、私たちが大変勉強させていただきました。中国には新しいものにどんどんチャレンジしていく文化があると思いますが、一方で日本の特に製造業は自分たちの立場を生かしながら、ゆっくり進むところがあるように思います。そのような面で日中の比較というか、お互いを見て学ぶのに大変良い発表をしていただいたと思っています。

本日のシンポジウムはビジネス環境の整備をテーマとして、行政、司法、民間の視点から多角的な分析・論議ができたのではないかと思います。そして、ある意味では新協定書の成果を見ることができたと思いますし、日中双方にとって非常に有益な議論をして、双方が学ぶことができるセミナーになったと思っています。私は第1回から22年にわたってこのセミナーに関与してきましたが、今日この場において総括をして、この22年間で積み上げたお互いの信頼関係が成果として出ていると感じます。正直に言って、1996年の第1回では日中の議論が全くかみ合わず、私は司会者として大変苦勞した記憶がありますが、今日は議論を聞いていても全くそういうことはあ

りませんでした。お互いに同じレベルで議論できるようになったことは本当に素晴らしいと思います。日中関係についても、安倍晋三首相が訪中して一帯一路に関する日中の協力という話を話し、新しい時代に入ろうとしています。このセミナーが今後もそのような新しい時代に即応した形で発展していくことを期待して、終わりたいと思います。

なお、今回のセミナーでは国家発展改革委員会に大変お世話になりました。また、シンポジウムの司会を引き受けて、スムーズに進行していただいた楊先生と盧先生のお二人に感謝したいと思います。さらに日本のスピーカーの先生方、中国のコメンテーターの先生方、そして特に同時通訳の方々には、このセミナーを成功に導くために大変ご尽力いただいたと思います。会場からも大変有益な質問を頂きましたし、最後までこのシンポジウムを聴講して下さった皆さまのおかげで、本日のシンポジウムが成り立ったと思います。最後に改めて、皆さまと共に本シンポジウムの成功を祝って拍手したいと思います。どうもありがとうございました。

(司会) 日中経済協会の伊澤正理事長と国家発展改革委員会の任志武副秘書長より閉会の挨拶を頂きます。まずは伊澤理事長、お願いします。

閉会挨拶

伊澤 正 (一般財団法人日中経済協会理事長)

皆さま、本日は本当にお疲れさまでした。本日のセミナーを締めくくるに際して、共催団体である日中経済協会を代表して簡単にご挨拶申し上げます。まず、ご公務ご多忙の中、本日のセミナーの開催にご尽力いただきました国家発展改革委員会の林念修副主任ならびに幹部の皆さまに心より御礼申し上げます。また、国際民商事法センターの宮原会長と大野理事長、法務省法務総合研究所の石井部長、その他日中双方でセミナー開催の準備にご尽力いただいた皆さまと共に、第23回日中民商事法セミナーが成功裏に終了することを喜びたいと思います。それから、本日来場いただきました皆さまに心からお礼を申し上げます。

冒頭にもご紹介があったとおり、日中民商事法セミナーは23年間、毎年欠かさずに開催されてきた歴史ある事業です。われわれ日中経済協会は本年7月に東京で開催された第22回セミナーより共催者として参加しています。小杉先生は23回全部ですが、私は2回目です。日中経済協会を知らない方もいらっしゃると思うので、簡単にご紹介すると、日中経済協会は日本の経済界を代表する団体として1972年の日中国交回復の年に設立されて以来、日中両国の経済交流発展のために活動してきました。これまでも国家発展改革委員会とは、毎年派遣している日本経済界トップの訪中代表団との全体会議、まさに今週の日曜日に大成功裏に開催された日中省エネルギー・環境総合フォーラムなどを通じて、これまでも交流を重ねています。今回、日中民商事法セミナーという形で新たな交流の機会を得ることができて、日中経済協会にとって非常に大きな喜びであると同時に、大きな責任を感じているところです。

先ほど来、何度か話が出ていますが、今年は日中平和友好条約締結40周年であり、中国の改革開放40周年です。このような年に日中の首脳レベルの往来が実現し、さまざまな分野で日中間の交流がますます増えていることを非常にうれしく思っています。また、先月に日本の安倍総理が

訪中した際、中国の習近平国家主席との会談において、日中両国の関係は競争から協調へという新たな段階に移りつつあるという認識で一致しました。両国はお互いの長所を生かしながら、また、足らざる部分を補い合うことで、さらなる発展を目指していこうということです。

今、小杉先生より今回のセミナーについて非常に丁寧な総括コメントがあったので、詳細は繰り返しません。前回の東京での第22回セミナーにおいては、法律分野では中国の知財保護強化の現状についてご紹介いただき、今回は日本の模倣品対策の現状と中国における知財保護強化に対する日本の民間企業の期待について議論しました。こうした知財保護を巡る対応はまさに日中間のハイテク分野でのイノベーション協力を行っていく上で極めて重要ですし、両国企業が協力していく上で最も重視しているビジネス環境の一つでもあります。また、経済ハイテク分野においては、前回の東京のセミナーでは急速に発展している中国のデジタル経済の現状についてご紹介いただき、今回は京都を代表する最先端企業から匠の精神および伝統を最先端技術と融合させる日本のものづくり技術についてご紹介いただきました。これらはいずれも両国がそれぞれ得意とする分野であり、世界から注目されている分野でもあります。これら二つの分野について、本日、皆さまと率直かつ非常に素晴らしい交流をさせていただいたことを私は非常にうれしく思っています。本日のセミナーでの交流がさらに次回へとつながっていき、ますます発展していくことを祈念して、閉会の挨拶に代えさせていただきます。どうもありがとうございました。

(司会) では、任志武副秘書長より閉会の挨拶を賜りたいと思います。

閉会挨拶

任 志武（国家発展改革委員会副秘書長）

専門家の皆さん、ご来賓の皆さん、友人の皆さん、こんにちは。閉会の挨拶というよりは、私の感想を申し上げたいと思います。知らないうちに4時間がたってしまいました。これまでの4時間、私たちは次から次へと大変素晴らしい話を聞くことができました。林副主任と宮原会長が自ら出席されて、この会議に大変熱い期待を寄せてくださいました。とりわけ宮原会長は八十歳過ぎのご高齢ですが、最初から最後までこの会議にご出席いただきました。一言で総括すると、本日のセミナーは宮原会長がお話しされた心の宴という期待に達したのではないかと思います。宮原会長に拍手で感謝の気持ちを表したいと思います。

坂野先生と小野寺先生には政策と実務のレベルから、友好的な隣国として知的財産権保護、法治化、ビジネス環境の改善についての大変素晴らしい、突っ込んだ説明を頂きました。また、井上先生が島津製作所を例に、日本の匠の精神、先端的な技術、社会環境の変化の相互反応の中で発展してきたことについて、とても生き生きとお話をいただきました。お三方のご発言には具体的な事例に対する事例もあれば、典型的な事例の詳細なご紹介もあり、豊富な内容でした。日本の状況を知る上でとても参考になりました。また、知的財産権保護にも非常に役に立つものです。

そして、曹副主任、張弁護士、張教授、任教授の4名の中国側の専門家が中国の関連分野における実務的な活動と研究成果を結び付けて、3名の日本の専門家の皆さんの講演に対する素晴ら

しいコメントを頂きました。参加者が中日の知的財産権保護の現状に対する理解を深め、また、知的財産権保護の背景を知る上でも、とても啓発的な内容のコメントでした。ミクロからマクロな視野で、匠の精神、イノベーション、集中力、ハイクオリティな発展、品質至上について非常に深く理解することができました。とても示唆に富んだコメントばかりでした。

さらに、ご来賓の皆さまがこの素晴らしいチャンスを生かして、積極的に交流に参加しました。小杉理事の総括と伊澤理事長の挨拶はとてもコンパクトで、今回の議題及び中日民商事法セミナーの全体に対する認識と理解を深めることができました。とにかく素晴らしい議論ができた素晴らしい回でした。中国のハイレベルな開放型経済を構築するという背景の下、今回のセミナーが中日の実務的な協力のレベル、クオリティを押し上げることに大変深い影響を及ぼすことを信じています。

このセミナーの開催は各関係者のご支持と切り離すことはできません。3名の講師と4名のコメントーターの皆さまに感謝を申し上げます。皆さんの大変深い学識、豊富な経験、丁寧な説明を通して、本当に数多くのことを勉強することができました。また、国务院関連当局、各級法院の関係者の皆さま、一部の海外及び国際機関の中国駐在の代表、大学関係者・研究機関の専門家の皆さまのご出席に感謝を申し上げます。皆さまのご出席があるからこそ、この成果の今後の実用化に向けた転換を保証できるのです。改めて拍手をもって全ての皆さまに感謝することを提案します。

(司会) ご出席の皆さま、友人の皆さま、第23回中日民商事法セミナーは所定の全日程を終えました。皆さまにはご支援・ご参加を頂き、ありがとうございました。これで閉会します。お疲れさまでした。

公益財団法人国際民商事法センター

〒107-0052 東京都港区赤坂 1-3-5 赤坂アビタシオンビル

TEL : (03) 3505-0525 FAX : (03) 3505-0833

E-mail : icclc-sa@js5.so-net.ne.jp

担当 : 青木