

第2章 知的財産権保護の状況

I. 中国のキャラクター商品侵害対策

～(株)バンダイにおける中国でのキャラクター商品侵害対策～

(小藪江 委員)

※ (株)バンダイの商品、生産体制

(1) (株)バンダイのキャラクター・ポートフォリオ (2005年)

(イ) 年間商品化キャラクター数

(株)バンダイが1年間に商品化するキャラクターの数(=作品数)は、約200コンテンツであり、それを日本国内で年間約2,000商品数くらい発売している。そして、日本で発売後に、アメリカ、ヨーロッパ、そしてアジア各国にも発売する、というような展開を行っている。

日本国内の商品の内訳としては、以下のようになっており、定番と言われている、約30年くらい継続しているテレビ番組(機動戦士ガンダムシリーズ、等)に関する商品が約45%で、新規の商品が約55%となっている。自社開発の商品は約23%で、残り約77%は、他社の著作権元からライセンスを受けて商品化して発売する、というようなビジネス形態となっている。

	定番 (45%)	新規 (55%)
自社 (23%)	・機動戦士ガンダム・シリーズ	・たまごっち・シリーズ ・フログ・スタイル ・プリモプエル
他社 (77%)	・戦隊シリーズ ・仮面ライダー・シリーズ ・ウルトラマン・シリーズ	・金色のガッシュベル!! ・ふたりはプリキュア スプラッシュスター ・シナモロール

(ロ) キャラクター商品の特徴

キャラクター商品は、基本的に“生活必需品ではなく”、以下のような特徴がある。

- ・経済性だけで売れるわけではない(高くても売れるものは売れる)
- ・如何にブームを作るか、ブームに乗るかが命
- ・商品寿命が短い(1年未満<3~6か月>がほとんど)

販売の観点からは、“ジャスト・イン・タイム”が非常に重要であり、以下のような点が重要となる。

- ・テレビ放映と商品の発売時期とを合わせる“仕掛け”が重要
- ・番組制作、商品開発とも半年~1年はかかる
- ・テレビ番組制作時からの著作権元と連動が必須

このキャラクター商品は、日本だけのビジネスであれば、模倣品に関してはあまり関係ない問題と言えるが、現実のビジネスにおいては、日本で1年間のテレビ放映・商品発売した後、翌年にはアメリカ向けにローカライズして、アメリカでやはり1年間ぐらいテレビ放映・商品発売した後、その翌年にはヨーロッパでテレビ放映・商品発売し、そしてアジア各国でテレビ放映・商品発売をする、というようなサイクルで展開していると、模倣品の方もそれに追い付いてきて、待ち構えている、というような環境となってきている。そういった意味で、キャラクター商品に関する模倣品対策は不可欠である、と考えている。

(2) ㈱バンダイの玩具の生産体制

㈱バンダイの玩具の生産体制は、中国の協力工場（資本関係なし）で80%、タイの自社工場で10%、そして日本の自社工場で10%となっており、中国に依存している部分が80%と非常に大きくなっている。よって、模倣品を出さない為にも、中国の協力工場の管理というのが非常に重要なものとなっている。

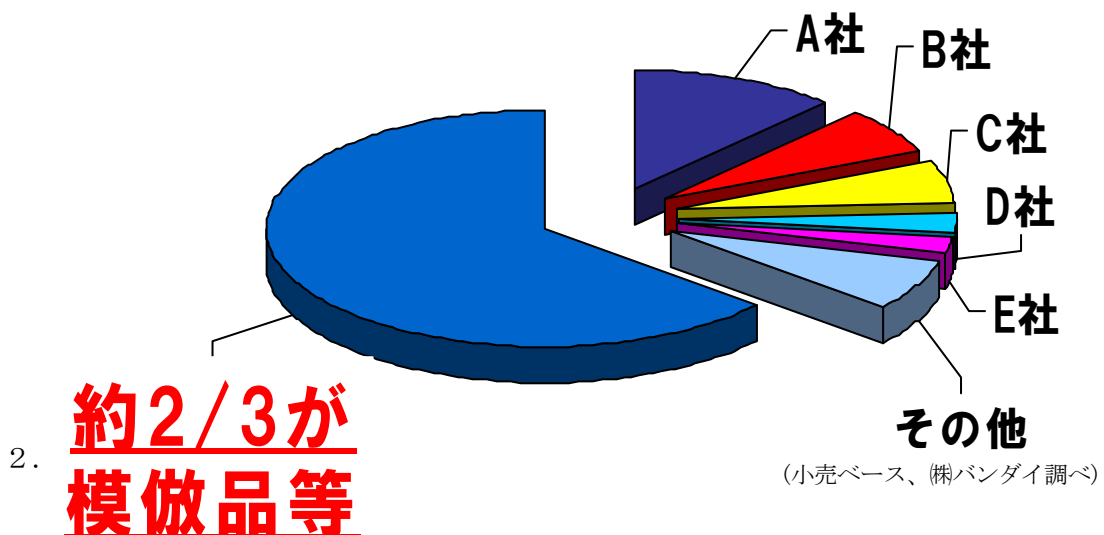
実際に中国で㈱バンダイの商品を製造している協力工場は、現状は広東省の地域に点在する工場で約200社くらいである。そして品質管理の為に会社が深圳にあり、各工場を巡回しながら品質管理等を行っている。

1. 2007年度の中国玩具メーカー別シェア

中国の玩具市場は、実態は掴めておらず、㈱バンダイで推測した数字では、2007年度で約1,500億円（日本は約7,000億円）であり、玩具メーカー別のシェアは以下のグラフの通りであるが、玩具市場の約3分の2が模倣品と考えられる。

この中で、㈱バンダイは「B社」の部分となり、2007年度は小売ベースで約70億円弱である。

〔中国の玩具市場（1,500億円）のメーカー別シェア（cf. 日本の玩具市場=7,000）〕

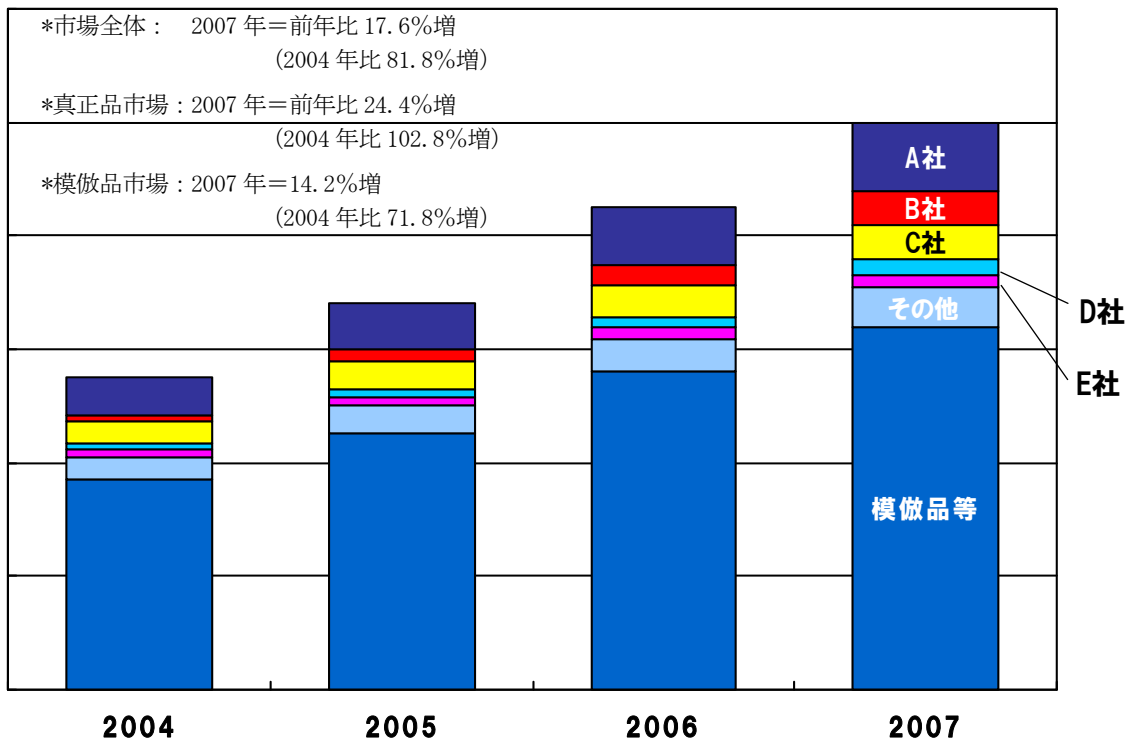


中国の玩具市場規模は、2007年までは順調に増加してきており、市場全体の伸び率としては、前年比で17.6%増であり、2004年比では81.8%増と、大きく増加してきている。

中国の玩具市場では、やはり模倣品の占める割合は非常に多く、市場全体の約3分の2を占めるが、伸び率で見ると、模倣品市場は前年比14.2%増、2004年比71.8%増であるのに対し、真正品市場は前年比24.4%増、2004年比102.8%増と、傾向としては真正品の市場の方が伸びてきてはいる状況となってきた。

〔中国玩具市場規模推移（2004年～2007年）〕

（小売ベース、㈱バンダイ調べ）



3. 中国の模倣品事情

中国の最近の模倣品の状況は、以下のような状況となっている。

- ・商品パッケージを見る限り、真正品と模倣品の区別は難しくなっている。
- ・商品のクオリティに関しては、真正品に近い精度の模倣品が見受けられる*様になったが、依然として粗悪な模倣品が大半を占めている。

*三次元デジタイザー（三次元スキャナ）による貢献

粗悪な模倣品が大半を占める理由は、摘発を恐れ、自社の企業名や所在地を明らかにしはしておらず、また、消費者にリピートして買ってもらう、というような発想はなく売り逃げをしているからであろうと思われる。

中国で模倣品を売っている店（売り場）の特徴は、間口も狭い小さな店が一箇所にもの凄く数多く集中して並んでいる、というような状態である。

模倣品と真正品の売られ方の状況としては、広州地区では、模倣品を売る店と真正品

を売る店のはっきりと分かれている。真正品を売る店の数は少ないが、そうした店では真正品のみを売っている。また、模倣品を売る店は、徹底して模倣品のみを売っている。また、上海地区では、真正品と模倣品が同じ店の中で並んで売られており、真正品を日本製商品と呼び、模倣品を中国製商品と呼んで売っている状況である。

4. 中国で模倣品・海賊版が発生する理由

中国で模倣品・海賊版が発生する理由としては、以下のような事によると思われる。

(1) 儲かる

- ・ 創作、開発コストがかからない → 低価格を実現
- ・ 流行する物しかコピーしない → 必ず売れる

↓

自ら創作・開発しようというインセンティブが働かない

(2) 模倣品・海賊版を許す社会・消費者の存在

- ・ 権利行使がスムーズに行えない
- ・ 罰金、罰則が低い
- ・ 罪の意識が低い（特に著作権侵害）

5. 模倣品対策の必要性

模倣品が市場に出回り、蔓延していけば、以下のような事に繋がっていく事になり、しかるべく対策を講じる事が必要となる。

- ・ 売上、利益へのダメージ（開発投資の回収不可、ブランドの毀損）
- ・ 消費者が安心して安全に遊べる保証がない
- ・ エンターテインメント性が低く、消費者の期待を裏切る
- ・ テレビ・映画製作などへの還元がなく、創作的な文化が損なわれる（創作意欲の減退）

6. 巧妙な模倣への対策

(株)バンダイとしては、2002年から模倣品対策を始めており、当初は商標権侵害の摘発を中心に行った。しかし、模倣品を作る側は、年々その手口が巧妙となってきている。例えば、商標権の登録状況をきちんと調査した上で、登録商標に関しては使わずに、未登録商標はそのまま使う、というようなやり方などもしてきている。

このような商標権の模倣品への対策として2004年にとった(株)バンダイの対抗策が、不正競争防止法（反不正競争法）による摘発である。具体的には、2004年に国際知的財産保護フォーラム（IIPPF）のミッションで、中国の国家工商行政管理総局に働きかけ、その応援も得て、不正競争防止法第5条2項の「著名な商品の包装の違法複製」を根拠に、上海や広州など主な各都市で約1年半にわたり摘発を行った。

そうした摘発の結果、中国の模倣品業者はそれへの対応として、(株)バンダイが使っていない包装形態を採用し、登録商標も回避するなどしてきた。しかし、(株)バンダイが使っていない包装形態と言っても、多くの場合は、パッケージのデザインを若干変えたり、背景を変える程度であったので、地域によっては不正競争防止法による摘発も可能ではあったが、それ以外に新しい模倣品の売り方というのが出てきた。具体的には、店の前には、中に商品の入っていないパッケージだけを並べ、客が自分の買いたいパッケージを店に示して、店側は居住区の裏にある倉庫から該当の商品を持って来て、客が店に示したパッケージに、その商品を詰めて客に渡す、というような売り方である。こうした売り方に対しては、工商行政管理局には捜査権がないので、居住区の中には入れず、よって居住区内にある商品にまでは捜査はできず、摘発できるのは店の店頭で並んでいるパッケージだけに留まる、という事になる。

更に、一部の模倣品業者は、プラモデルを買って組み立てた上で、意匠専利権を登録する。これは冒認出願であるが、中国の場合は無審査の為、登録となる。そうした登録を取った上で、『商品のパッケージは不正競争防止法違反だとしても、中身の商品は独自の知的財産権に基づくものである為、押収されるべきではない』というような主張を根拠に、意匠専利権を使う、というケースがあった。この意匠専利権に対しては、約1年半かけて全件(48件)取消をした。プラモデルは組み立ててない状態のものが商品である為、意匠登録するという発想は無かったが、こうした冒認意匠出願があるという事に対応するべく、現在では、(株)バンダイでも、あえてプラモデルを組み立てて意匠出願をする、という事も行っている。

7. 模倣品巧妙化への対抗策(著作権の活用)

前述したような、巧妙化してきている中国の模倣品に対する対抗策として、(株)バンダイとして最近とっている対抗策は、基本的に著作権を活用する、という事である。何故、著作権に着目したのかについては、次のような理由からである。

(1) 著作権による手厚い保護の可能性

2002年12月18日に出された、北京市高級人民法院の第二審(最終審)の判決*〔原告=インターレゴ AG、被告=可高(天津)玩具有限公司〕で、日本では著作物性があるとは認められない可能性がある商品についても、一般公衆が芸術品とみなす創作レベルで足りる、と応用美術として著作物性を備えているとして著作物と認め、著作権の侵害を判示した事から、中国においては、日本では美術品として認められないような商品も美術品として著作権による手厚い保護を受けられる可能性がある。

*2002年12月18日第二審(最終審)判決：北京市高級人民法院

- ・原告=インターレゴ AG、 被告=可高(天津)玩具有限公司
- ・判決内容：

＊原告の積木ブロック中50ブロック^{#1}は、実用性、芸術性、独創性及び複製可

能性があり、応用美術^{#2}として著作物性を備えている。

被告の積木ブロックは、原告の50ブロック中、33ブロックと実質同一で、第一審判決(北京第一中級人民法院)を支持し、原告の著作権を侵害する、と判示した。

^{#1} 低年齢向け(1.5歳以上)の単純なデザインの50ブロックに芸術性(一般公衆が芸術品とみなす創作レベルで足りると判示)を認め、芸術性を否定されたのは3ブロックのみ。

^{#2} 現在、中国著作権法では応用美術という概念はなく、応用美術品も美術品(fine arts)に分類される(中国著作権保護センター見解<要確認>)。

(参考文献) 中国知的財産権重要判例の解説 No.6 (2004/09)
日本機械輸出組合
日中企業法制研究会(解説/翻訳 弁理士 岩井智子先生)

(2) 刑事訴追基準の緩和

2007年4月5日に施行された司法解釈(2)^{*}で、以下のように刑事訴追基準が引き下げられ、商標権侵害では不法経営金額が5万元というような金額での基準があるが、著作権侵害の場合には単に複製品の数量だけで基準をクリアする事ができて知財侵害として最も重い罰則が適用される、という事であり、著作権侵害で摘発した方が効果的である。

^{*}2007年4月5日施行の司法解釈(2) [知的財産権侵害による刑事事件の取り扱いにおいて具体的な法律適用の若干の問題に関する最高人民法院最高人民検察院の解釈(2)]

・ 営利を目的とし、著作権者の許可を経ず、その文学作品、音楽、テレビ、録画映像作品、コンピュータソフトウェア及びその他の作品を複製発行し、その複製品の合計数量が500枚(部)以上の場合、刑法217条に規定する「その他の情状が重大である場合」^{#1}に該当する。複製品の合計数量が2500枚(部)以上の場合、刑法217条に規定する「その他の情状がきわめて重大である場合」^{#2}に該当する。

^{#1} 3年以下の有期懲役又は拘役に処し、罰金を併科又は単科する。

^{#2} 3年以上7年以下の有期懲役に処し、罰金を併科する。

(3) 著作権登録の実例

実際に著作権登録した例としては、以下のような物に対しての著作権登録をし、1商品に対して3つの著作権登録(商品パッケージ・組立済プラモデル・取扱説明書とプラモデルキット写真)を行った。

(4) 著作権登録による摘発例

著作権登録した事により、摘発に繋がった実例としては、以下のような模倣品メーカーH社の事例がある。

<H 社摘発事例>

○2008年8月、S市公安局（警察）に依頼し、著作権侵害を理由に、H社の工場を摘発（模倣品19,964個及び多数のパッケージ・取扱説明書を押収）。

【摘発の法的根拠】

・著作権法第47条^{#1}（民事責任、行政罰及び刑事責任を負う侵害行為）と、刑法第217条^{#2}（著作権侵害罪）により摘発した。

^{#1} 著作権法第47条（民事責任、行政罰及び刑事責任を負う侵害行為）

・次の各号に掲げる権利侵害行為をしたときには、情状に応じて権利侵害の停止、影響の除去、謝罪、損害賠償等の民事責任を負わなければならない。…（中略）…犯罪に該当するときは、法によって刑事責任を追究する。

(1) 著作権者の許諾を受けずに、その著作物を複製、発行、実演、放映、放送、編集し、情報ネットワークを通じて公衆に伝達すること。

（以下省略）

^{#2} 刑法第217条（著作権侵害罪）

・営利を目的とし、次の各号のいずれかの著作権侵害行為に該当し、違法所得金額が比較的大きく、又はその他の重大な情状のあるものは、3年以下の懲役若しくは拘留に処し、罰金を併科し、又は単科する。違法所得金額が膨大であり、又はその他の特別に重大な情状のある者は、3年以上7年以下の懲役に処し、罰金を併科する。

(1) 著作権者の許諾を得ずに、その文字作品、音楽、映画、テレビ、ビデオ作品、コンピュータソフトウェアその他の作品を複製発行する行為。

（以下省略）

○摘発後

(1) 摘発から約5ヶ月経過した現在もS市公安局で検討中で立件されていない。以下のような法律の解釈について、疑義が生じているためとのことである。

【法律上の疑義】

・刑法上の著作権侵害罪はDVD、CD等、典型的な海賊版の複製発行行為に対するもので、著作権法上の全ての著作物の違法複製行為等には及ばないのではないかと、という懸念があるとのこと。

—中国著作権法上の著作物の定義（著作権法第3条）

「(1) 文字の著作物、(2) 口述の著作物、(3) 音楽、演劇、演芸、舞踊、雑技芸術の著作物、(4) 美術、建築の著作物、(5) 写真の著作物、(6) 映画の著作物及び映画製作に類似した方法で創作された著作物、(7) 工事設計図、製品設計図、地図、見取り図など図形の著作物及び模型の著作物、(8) コンピュータソフトウェア、(9) 法律、行政法規に定めるその他の著作物」

ー中国刑法上の、著作権侵害行為（刑法 217 条）

「営利を目的とし、次の各号のいずれかの著作権侵害行為に該当・・・

(1) 著作権者の許諾を得ないで、その文字作品、音楽、映画、テレビ、ビデオ作品、コンピューターソフトウェアその他の作品を複製発行する行為」

(2) 上記法律上の疑義について国家機関の見解を確認するため、2008 年 9 月の IIPPF 官民合同訪中ミッションに参加し、国家公安部を訪問したところ、有益な法解釈*を引き出すことが出来た。そして、ミッション終了後に、国家公安部から外交ルート（駐華日本大使館⇒経産省・模倣品対策室）を通じて H 社摘発について具体的な情報が求められ、詳細資料を提供すると共に、刑事事件としての立件に向けての支援をお願いした。

*有益な法解釈：

国家公安部の法解釈は「刑法上の定義と著作権法上の定義が異なっているのは、法律が制定された時期の違い（刑法は古く、著作権法は新しい）だけのことであり、実質的に内容は同一である。」という事であり、よって、刑法上の著作権侵害罪を限定的に解釈するのは誤りであり、幅広い著作権侵害行為を刑事事件として告発できる、という見解であった。

(3) 今後の展開としては、国家公安部からの指導により、S 市公安局が刑事事件として立件することを期待している。

8. 著作権を利用した模倣品対策の有用性

著作権を利用した模倣品対策の有用性としては、次のような点があげられる。

(1) 中国もベルヌ条約加盟国であり、無方式で著作物が保護されるので、模倣品の被害を発見した後でも模倣品対策が可能。

⇒予め出願する必要がある専利権等とは異なる。

(2) 模倣品のパッケージや取扱説明書は、真正品のものを複製して使用することが多く、且つ生産効率を上げる為、工場内の一箇所にストックされている。

従って、500 部(枚)*の刑事訴追基準をクリアすることが容易である。

*商標権虚偽表示罪の刑事訴追基準である不法経営金額 5 万元より立証が容易

(3) 中国では日本では認定されにくいような物まで広く著作物性を認定する傾向にあるので、多くの商品が美術品として保護される可能性が高い。デッドコピー対策に利用可能。

9. キャラクター商品を著作権で保護する上での留意点

キャラクター商品を販売している企業の多くはライセンスであることから、著作権元の協力を得て著作権登録及び権利行使をする必要がある。

10. 今後の懸念事項 = 著作権の冒認登録のおそれがある。

商標権の冒認出願が非常に多く受け付けられている、という現実があるが、もし著作権が使えるという事になれば、著作権の冒認出願が多くなる可能性があり、そうになると、逆に中国の模倣品業者から攻められるというリスクもあるのではないかとと思われる。