

## 模倣品による権利侵害性の検討—中国の模倣品携帯電話を例として

(筑波大学 人文社会科学研究科) 胡勇・(同) 星野豊

The property infringement of Imitation—Case of Imitation cellphone in China

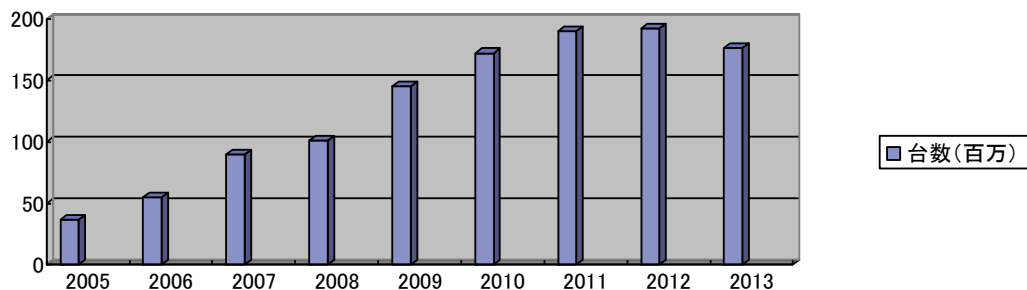
Graduate school of Humanities&amp;Social Sciences, Tsukuba University Hu, Yong;Hoshino, Yutaka

模倣品・正規品・経済権利侵害性・法的権利侵害性・対策

製造大国と言われている中国は、経済が迅速に発展していることに伴い、模倣品が氾濫していることが他の国の政府や企業に批判されている。中でも、模倣携帯電話産業は最も深刻だといわれている。本発表は、前回の発表の続きとして、中国における模倣携帯電話の現状をより深く分析し、模倣品による正規品に対する経済的および法的な権利の侵害性に関して検討する。

2002年に模倣携帯電話が初めて中国の市場に出て以来、現在まで爆発的スピードで拡大し、中国の市場だけではなく、東南アジア、アフリカ、南アメリカで大きな市場占拠率をもつに至った。調査によると、2012年2月までに、中国において携帯使用者が9.97億人に達した。この中、模倣携帯電話を使用している人は25%占め、中小都市部では市場の60%を占めている。簡単に換算すると、少なくとも4億台の模倣携帯電話が使われていることになる。

以下の図を見ると、中国において存在する模倣携帯電話数の規模が分かる。このような規模の模倣携帯電話が存在していることから直接影響を受けているのは正規品携帯電話会社である。資料によれば、外資系の大手会社が莫大な損失を被った一方、国内の会社はすべて赤字に導かれたという。



模倣携帯電話生産量 (出典: ISuppli調査報告書)

なぜ模倣携帯電話がこのように氾濫出来るのか分析すれば、概ね以下の原因があると考えられる。まずは模倣品自体の特性がある。模倣携帯の質は批判されるほどには粗悪ではなく、正規品よりも新機能が豊富であったり、人気デザインのものも多くある。しかも価格は正規品と比べ非常に安い。ある模倣携帯電話を経営する「模倣携帯電話サイト」では模倣Iphone5の値段はわずか499元(日本

円約6000円)でしかない。次に、消費者には知的財産権の保護意識がない。同じ物を安く買えれば、正規品か否かを気にしないというような消費者が多く存在している。最後に政府が模倣品に対し曖昧な態度を持っている。90%の模倣携帯産業が集中している深セン市を例として言うと、現在深セン市において、模倣携帯電話製造に従事している会社の従業者はせいぜい30人であるが、関連会社が1万社以上あるといわれる。もし、すべての模倣携帯産業を取り締まったならば、社会の安定、関連会社の存続を脅かす社会問題になる。また、模倣品従業者が納付する税金は政府の財政収入の大きな部分を占めるので、政府としても全面的な取締措置を取ることは大きな損失である。更に、模倣品の違法性を判断しにくい場合も多くある。模倣品を販売する従業者は消費者に対し、模倣品という事実を明言し、正規品を詐称するわけではない。そのため、詐欺罪は適用できない。そして、多くの模倣品は正規品を模倣したものだが、新機能や固有のデザインがあるので、特許権侵害も認定しにくい。実際、アップル社が宣伝した新機能をほぼすべて有している模倣Iphone5は去年より中国で発売されてきたが、(現時点で)未だ発売に至っていないアップル社と知的財産権の紛争が起こるとしても、違法事実を認定するのは相当困難ではないだろうか。

去年本学会で報告したように、模倣携帯電話が出現するのは、中国の国家独占経済体制を破り、技術の発展を促進するなどのメリットもある。しかし他方で、正規品の知的財産権に対する侵害も無視できない大きな危害性がある。以下では模倣携帯電話に対する侵害性を検討する。

#### **経済利益の侵害：**

企業にとって最も大切なことは利益の最大化であり、知的財産権の保護や市場の拡大等も、すべてそのためであると言える。そこで、まず初めに模倣携帯電話の利益侵害性を検討してみる。

周知の通り、模倣品が出回る大きな理由は、その商品の正規品がいわゆるヒット商品であり儲かる商品であるからだ。模倣品は正規品のように広告、点検、技術開発費用がかからないので、正規品より何分の一かで安価に販売され、正規品の市場を横取りする。その結果として、その国や地域における正規品の売り上げが低下する。また、模倣品を正規品と信じて購入した消費者が、粗悪な模倣品を使用したことにより消費者の身体や財産に関して損害を被ることもあり、粗悪な質の電池で模倣携帯電話が爆発するなどの事故があれば、生命に危害が及ぶことも考えられる。このような場合、模倣品を誤って購入した消費者から正規品の品質に問題があるとして訴えられるなどして、その商品やブランドイメージが低下し、企業に信用危機をもたらすリスクがある。調査によれば、2007年まではMotorola、Nokia、Sony Ericsson三つのブランドの中国の携帯電話市場の占有率は合わせて80%だったが、模倣品が氾濫してから、トップの市場占有率は模倣携帯電話に奪われたようである。かつて中国市場で人気があった、ドイツ系のSiemens、日系のNEC、韓国系のLGなどは次第に輝きを失っている。中国大手のTCL、康佳等は携帯電話産業からの退出を発表することになった。現

在の市場で高い知名度と市場率を占有しているのは模倣携帯（様々なブランドがある）とApple、Samsungの三類型しか残っていない。

#### 法的な権利の侵害：

模倣携帯電話は主に知名度が高いブランド品のデザインや商標を模倣した物である。商品開発費用と広告宣伝費用がないため、正規品商品より半分、若しくは更に安い値段で販売することができる。その故、正規品の法的権利を侵害することは避けられないものになる。

まずは、特許発明権侵害に関して。特許発明権は、発明をすることによって発明者が持つ権利であり、特許出願をして特許権を請求することができる権利をいう。特許権者はこの物若しくは方法に対し、独占、譲渡等権利を有する。模倣品が正規品の特許発明権を侵害するかどうかを判断することは実務上に相当難しいが、一般的には、特許発明権を出願した際に提出した特許請求範囲を基準に判断する。ここでは特定の正規品特許権保護範囲を分析はしないが、模倣携帯電話は、ヒットした正規商品と機能、操作方法が一致するように、正規品に特有な生産技術、方法を不法の方法で得たり、勝手に使用したりしている可能性が極めて高いと考えられる。模倣品を生産する以上、特許権利者から権利授与を得ていることはあり得ないと考えられるから、多くの模倣品は正規品の特許発明権を侵害するとも言える。また、特許発明権を侵害する模倣携帯電話を製造するだけでなく、その販売を業とする会社や個人も正規品の特許発明権侵害となる。

次に、実用新案権侵害について。実用新案権とは、物品の形状、構造、組み合わせにかかる考案を独占排他的に実施する権利である。ほぼすべての模倣携帯電話は国内外の著名ブランドの機種種の形状や構造を変えずに、或はやや変えて生産したものである。正規品の新機種を開発する際には、より実用性を高くあげるように、新しい考案を開発し、実用新案権を得ることが少なくない。例えば、タッチパネルの技術考案などである。模倣携帯電話は製品技術開発活動を行わず、権利所有者からの権利授与がないまま、新発売される新機種をコピーする。この行為は正規品の実用新案権を侵害する。

そして、意匠権もまた侵害する可能性がある。意匠権とは新規性と創造性があり、美感を起こさせる外観を有する物品の形状、模様、色彩のデザインの創作についての権利をいう。外観から見ると90%以上の模倣携帯電話は正規品と区別出来ない程似ている。つまり、模倣携帯電話は質や機能を見なければ、正規品と外観が類似どころか、まるで同じ商品である。要するに、模倣携帯電話は正規品の意匠権を侵害することは明らかに分かる。

最後に、正規品の商標権の侵害もある。商標権は、自社の商品と他社の商品とを区別するための文字、図形、記号、色彩等の結合体を独占的に使用できる権利である。商標権は知的財産権の一つとして、企業の商品の質や認知度を代表し、企業にとって極めて重要な地位を占める。模倣品は最

大の利益を求めため、基本的には模倣される対象は知名度が高いブランドである。商標は企業にとって最も重要な財産であり、且つ消費者の信頼性を守るため、法的には厳しく保護されているものである。しかし、模倣携帯電話は、先述した正規品の知的財産権侵害と比べても、商標権に対する侵害程度は更に深刻である。模倣携帯電話の従業者は正規品の外観、形状、機能等だけを模倣することだけで満足出来ず、利益を追求するため、ブランド品の商標を少し変えたり、あるいは完全に同じものを使う。例えば、Hphone (Iphone)、Matorola(Motorola)、Nakia(Nokia)、Sony Erycsson(Sony Ericsson)の様な混同を生じさせやすい商標がよく見られる。更に、筆者が深セン市で務めていた際の話であるが、購買者がどの様な機種やブランドを欲しても、メーカーに発注すれば作ってもらえることを知った。

模倣品は、上述した知的財産権を侵害すること以外に、不正競争防止法にも違反する。不正競争には、他人の著名な商標等と同一又は類似の表示を使用すること、他人の商品の形態を模倣した商品の譲渡、輸出、輸入等をする行為等の類型がある。模倣携帯電話は、他の著名な商標の機能、意匠、デザイン等を模倣し、且つ正規品と同一、又は類似の商標を使用する性格がある。又、模倣品は正規品より相当安く販売され、正規品の市場占有率を奪い、正規品企業に大きな損失を与えることにより、不正競争となる。

#### **模倣携帯電話に対する法的施策の提案：**

模倣品携帯電話の違法性は明らかであるが、如何に有効に解決するかは実務上最も大きな難題とされる。刑事法律規定には、模倣携帯電話の違法性に相応しい罪名はわずか「詐称登録商標罪」、「販売詐称登録商品罪」等、何個かしかない。ただ、実務上は模倣携帯電話の従業者について詐称を認定することはかなり難しく、重大な事件があった場合にも、「非法経営罪」という罪で処罰されている。この罪名は「経営」と関わりがあるものであり、他の罪名をすべて適用出来ない場合に科される「袋罪名」として存在するもののため、刑罰の程度が実際の違法性に比して極めて軽い。民事的には正規品の権利所有者の権利を保護する規定は欠けていないが、一つ一つの民事訴訟や行政申立は模倣携帯電話産業に対する衝撃という点では極めて弱い。最も有効な手段は、模倣携帯企業に正規化を方向付ける制度を築くことであると考えている。例えば、携帯企業登録資本金額を下げ、「地下工業」のような違法企業から正規企業に「身分」を上げやすくする。模倣携帯企業に技術開発を提唱し、税金優遇や開発費用を支援する、等。そうすれば、管理部門が企業の違法生産活動を有効に監督できる。一方、模倣携帯企業が深刻な脱税を行う現象を厳しく取り締り、模倣携帯の価格優勢を抑える。更に、消費者に知的財産保護意識教育を施し、一定の金額以上の知的財産権侵害商品を買う人に行政処罰（罰金、拘留）を科する法律を制定する。以上のような施策によれば、中国の模倣携帯電話問題が恐らく解決出来るのではないかと考えている。