

第5章 まとめ

今回の調査は、中国、台湾における日本の地名商標の不正な商標出願・登録に対応するため、また、中国、台湾における模倣品、産地偽装の現地調査を行い、中国、台湾において模倣品、産地偽装の実態を把握するためのものであった。地方自治体でも、中国での「青森」事件、台湾での「讃岐」事件にみられる不正な商標出願・登録の問題、地方ブランド保護の問題に対応を迫られていた。昨年12月から本年2月まで全国10ヶ所、全11回行った全国セミナーでは、商標の基礎と中国、台湾における模倣品、産地偽装の実態、都道府県名の不正な商標出願の対応についてのセミナーでは、全国で247名の参加があった。うち46%が行政関連団体からであったことからその関心の高さが分かる。また、商標の基礎と中国、台湾における模倣品、産地偽装の実態に関する講演では、満足とやや満足の合計が55.9%、役立ちそうとやや役立ちそうの合計が57.5%であり、都道府県名の不正な商標出願への対応についての講演では、満足とやや満足の合計が70.7%、役立ちそうとやや役立ちそうの合計が71.95%と高い数値を示している。また、アンケートの自由回答でも前向きな意見が多く寄せられ、今後のセミナーの参考になるものと思われる。

商標の監視システムは、案内、募集開始から締め切りまでの時間が短く、興味はあるが予算面から入札の制度面から対応が取れない、という自治体がみられた。

輸出取組み団体、地域団体商標の登録団体に対する模倣品、産地偽装のアンケート、ヒアリング調査では、全259対象団体に対し、91.5%にあたる237団体から回答が寄せられた。輸出実績のある団体は全体の37.6%であった。また、輸出にあたり模倣品や産地偽装の対策を採っている団体が52団体で知的財産権の取得というのが19団体と最も多く、次いでロゴシールの貼付が10団体であった。被害を受けた団体は7団体で、被害国・地域では、台湾が4件と最も多かった。市場調査を実施しているところは少なく、内部の職員による調査を含めても4団体しかなかった。

中国の現地調査では、模倣品、産地偽装を疑う産品は発見されなかった。マーケット関係者に聞くと、日本産品は高価であるため、国慶節（10月1日）と春節（旧正月）の前後に良く出回るということであり、今回の調査時期の参考になろう。

台湾の現地調査では、台湾は中国に比べて日本からの輸出品目も多くあるため、市場でも多くの日本産品が見られた。特に多く見られたりんご、コメ、長いものでは、明らかに産地偽装や模倣が疑われるものは見つからなかったが、ナシ、ホタテ貝柱、肉類、魚類、海藻類で模倣や日本産と誤認を惹起させると思料されるものが見つかった。これらの中には日本の地名が持つブランド力にただ乗りしているように思料されるものも幾つか見つかった。

今回の調査で発見された疑わしい産品は、その形態から3つのグループに分けられる。

1. 日本的高级ブランド、日本ブランドを模倣している
2. 産地偽装
3. 日本（地名、商標）ブランドのただ乗り

日本的高级ブランド、日本ブランドの模倣が疑われるグループは、日本ブランドを模倣し、

日本ブランドと同じブランド名で販売しており、産地偽装が疑われるグループは、日本産のものが品質、安全に優れており、よく売れるため、日本産を騙っている疑いが強い。また、日本（地名、商標）ブランドのただ乗りが疑われるグループは、日本の地名ブランドや日本産を惹起させる意図で日本の地名を騙り、いわゆる“日本＝高級＝よく売れる”という構図を利用したものと思料される。台湾産の食品等でも日本語表記がパッケージや包装のブランド名や説明書きとして多く見られる。これらも“日本＝高級＝よく売れる”に便乗したものと思料される。