

平成23年度特許庁委託事業

模倣対策マニュアル シンガポール編(簡易版)

2012年3月

日本貿易振興機構 (ジェトロ)

3.8 シンガポールにおける模倣対策プログラムの策定

効果的な模倣対策は、明らかに模倣行為の撲滅を目的としている。この目的は、短期的、中期的、および長期的に達成可能なより小さい複数の目的に分割することができる。

短期的な目的

問題の規模によるが、通常は模倣行為を一夜のうちに根絶することは不可能である。模倣行為が小売の段階で行われ、確認しやすい場合、模倣品の存在を減らし、在庫にある模倣品を市場から排除することが短期的な目的となる。

中期的な目的

模倣品防止プログラムの中期的な目的は通常、模倣者が保有する流通経路を破壊し、供給源を攻撃することである。このプログラムでは、流通経路での監視を行い、模倣品が流通されていないか確かめるべきである。

長期的な目的

長期的な目的は、模倣品に侵食された真正製品の市場シェアを取り戻すことである。供給側からこの問題に対処することで、模倣品を根絶するか、許容できる水準にまで抑えることを念頭に戦略が展開されるべきである。需要の問題に対処するため、国民に模倣品の購入や使用を積極的に思いとどまらせるためのプログラムが策定されるべきである。

(1) 問題の性質を理解する

模倣行為という問題は、業界独自の性質を帯びている。この問題の性質と重大さは業界により異なる。したがって、模倣対策プログラムの目的を定めた後、業界が抱える問題の性質を理解した上で正しい方策を採用し、目的の達成を目指すことが肝要である。この場合の留意点を以下に示す。

(i) 直接および間接的な競合

模倣品は、純正製品の直接的または間接的な競合品となる可能性がある。直接的な競合品となる模倣品は通常、真正製品に酷似しているか、全く同じ外観を持つ。また、真正製品と模倣品の間には価格の差がほとんどないか、全くない。このため、多くの場合、消費者は真正製品であるとの印象を受けて模倣品を購入するように導かれてしまう。これらの模倣品の販売価格は真正製品の割引価格に相当するため、模倣品は真正製品と直接的に競合する。直接的に競合する模倣品の例には、シャンプーやプリンターカートリッジなどの模倣消費財がある。

通常、間接的に競合する模倣品は真正製品と全く同じ外観を有していない。このため、消費者は模倣品と真正製品を見分けることができる。例えば、ビニールの袋に入れられて露天商により US\$3.00 未満の価格で販売されているソフトウェアであれば模倣品であると判断することが比較的容易である。模倣品のソフトウェアが真正製品と競合する一方、対象とする市場は若干異なっている。定期的に模倣品のソフトウェアを探し求めて購入している消費者は、目当ての模倣品のソフトウェアを見つけることができなくても真正のソフトウェアを購入する可能性は少ない。したがって、模倣品の数を市場から減らしても、それに比例して真正製品の売上が延びることを必ずしも期待することはできない。

結果的に、模倣品が直接的な競合製品となる場合に権利行使行為を積極的に行うことで、市場に出回る模倣品の数が減少するだけでなく、総じて真正製品の販売量が増加する。模倣品が間接的な競合製品となる場合では、執行行為を積極的に行うことで市場に出回る模倣品の数が減少する可能性があるが、総じて真正製品の売上に大きな影響は及ばない。

(ii) 国内市場 VS. 輸出市場

シンガポールは模倣品の製造拠点である可能性はあるが、国内市場に出回る模倣品の数は多くない。こうした状況から、シンガポールでは輸出することを目的に模倣品の多くが作られ、国内市場にはそうした模倣品のごく一部が

出回っているに過ぎないと思われる。これは、利益が大きく、発見される可能性が低いとの理由で一般的に模倣品製造者が模倣品の輸出を好むためである。したがって、製造者に対する権利行使行為では、国内市場に実質的な影響を与えることないが、外国市場に出回る模倣品の量を減少させることができる。模倣対策プログラムの最終目的が国内市場での真正製品のシェアの回復である場合は、製造者や輸出業者を標的にするよりも、国内における模倣品の流通経路に狙いを定めて権利行使を行うほうがより有用性が高いといえる。

(2) 模倣防止のための手段

模倣対策プログラムを開始する前に、プログラムの目的を達成するために利用することができる複数の手段を評価することが必要である。これらの手段は、該当する法域で施行される法律により異なる可能性がある。一般的に、以下に説明する手段は多くの法域に該当する。

(i) 法的メカニズム

- (停止を求める)警告状

(停止を求める)警告状は通常、最も費用がかからない手段であり、模倣行為を阻止するために必要なあらゆる手段である。一般的に(停止を求める)警告状は、模倣品を販売することで収益を伸ばそうとする、本質的に適法な企業体である小規模な小売店舗に対しては有効である。通常、これらの企業体は(停止を求める)警告状を受け取ると模倣品の販売を停止する。なぜなら、模倣品により得られる収益が全体の収益に占める割合は小さく、これらの企業体は法律的なトラブルに巻き込まれることを望まないためである。(停止を求める)警告状を発行するときは、根拠のない侵害行為をうかがわせる脅迫行為となるリスクを最小限に抑えるため、十分に配慮することが必要である。

標的が模倣行為を主体となる模倣組織である場合、(停止を求める)警告状の有効性は小さくなる。

- 摘発行動(レイド)

家宅搜索と訴訟手続きは、模倣対策プログラムの中で最も一般的に用いられる手段である。戦略的に計画された家宅搜索は、短期的および中期的には最も有用性の高い手段となり得るが、模倣者がこの手段を克服するための戦略を採用することで長期的には有効性が失われる可能性もある。

レイドにより市場に出回る模倣品の排除と在庫模倣品をなくすことを目的とした場合、同手段は有用性を発揮する。持続的な家宅搜索、およびその他の権利行使行為により、小売業者と流通業者が模倣品を頒布することを食い止め、いくつかの模倣品を業界から追放することができる。製造施設を対象にしたレイドは、模倣品の供給量を減少させるのに有効である。

最終的には、耐久力のない模倣業者が模倣品業界から去ってゆくことになる。しかし、家宅搜索にも持ちこたえることができる耐久力を持つ模倣者は、自分たちのビジネスモデルの適応および改良させることになる。彼らは在庫品の損失を事業コストとして計算に入れるのである。正当な商売をしている事業者とは異なり、模倣者は自分たちが利用する手口を法律の範囲内に留めておくことはない。彼らは「スケープゴート」を雇い、賄賂を贈り、脅迫を行い、暴力を使うなど、様々な方法を用いて権利行使行為に対応することになる。これにより、実際に権利行使を行う当事者には高いコストがかかり、身体的なリスクをも背負うこととなる。結果、常習犯に対する権利行使には多くの費用を必要とする一方で、大きな効果をもたらさないことがある。

(ii) 政府の関与

模倣行為は不法行為であるため、政府を関与させて権利所有者が模倣対策の負担をすべて背負い込まないようにすることが肝要である。政府が主導する模倣対策活動は多くの場合、私的な活動よりも大きな成果を上げている。シンガポールでは、警察による持続的な法執行の活動(エンフォースメント)により、かつてはあらゆる場所に氾濫していた海賊版の光ディスクが実質的に一掃された。こうしたエンフォースメントの成功は、政府が本格的にリソースを強化して問題解決に着手したことによるところが大きい。

このように政府が関与することで、法律が修正され、知的財産権の保護が強化される可能性がある。過去数年にわたり、シンガポールでは法律が修正されて知的財産権の強化、および権利所有者との対話と条約交渉を経て措置の執行メカニズムの強化が図られた。

(iii) 教育活動

長期的には、誰もが模倣品を拒絶できるように国民を教育してゆかなければならない。模倣品の購入を思い留まらせるように国民を教育することは、模倣品の需要の減少に貢献する。最終的に、そのような需要が減少すれば、模倣品を供給することによって得られる利益も小さくなるはずである。しかし、教育に投資を行ってもその見返りが直ちに期待できるわけではない。安価な模倣品を購入する習慣を身に付けながら育った世代にとって、模倣品を拒絶することは容易ではないのである。

供給業者と小売業者には、模倣品を扱う事業行為は刑事責任に問われるということを警告することが必要である。報道発表や模倣者の公の場での謝罪は、他の事業者が行う商業的な模倣品の取り扱い防止に役立つほか、教育的な手段として有用である。

これに関連し、シンガポール知的財産庁 (Intellectual Property Office of Singapore) は公衆一般から教育分野、研究開発 (R&D) 分野、専門分野、およびビジネス分野に至る幅広い分野に対応するため多様なプログラムとプラットフォームを開発し、維持している。これらのプログラムは、様々な対象分野の中でも知的財産の分野で意識、能力、およびビジネスチャンスの向上を目指している。

シンガポール知的財産庁 (Intellectual Property Office of Singapore) が国民を対象にした教育プログラム構想に積極的に参加することで、知的財産に対する意識が向上し、知的財産権所有者に帰属する商標権と著作権に対する公衆一般の認識が強化される。

(iv) 価格メカニズム

安価な模倣品に対抗するために真正製品の価格を下げるのが良い戦略であるとは決して言えない。なぜなら模倣品は真正製品との価格競争で容易に勝利することができるためである。真正製品とは異なり、模倣品は独立した知的財産としての価値を持たず、模倣品の製造費用は通常、原料の価格とほぼ同等である。よって、模倣品の価格に対抗するために価格競争力のある水準にまで真正製品の価格を下げることは商業的に不可能である。

例外としては、不正な複製業者に対する出版業界の闘いを挙げることができるかも知れない。出版社が複製品の書籍の価格よりもやや高い価格を設定して書籍を販売すれば、消費者が複製品の書籍を購入する動機が著しく低下する。なぜなら通常、複製品の書籍の紙質は正規品の紙質と比較して著しく粗悪であるためである。

(3) 予算

模倣対策プログラムでは通常、予算の割当が大変重要であるなぜなら、予算規模が、プログラムで使用できる選択肢を決定付けるからだ。予算が小さければ(停止を求める)警告状といった手段しか利用することはできないが、予算が大きければ模倣者に対応するため幅広い手段を確実に揃えることができる。

通常、模倣対策のための合理的な予算は数量化できる成果をもたらすが、投資される資金は収穫逓減の法則にさらされることになる。すなわち、ある特定の段階に至ると、投入資金を増やしても、わずかな程度の成果しか期待できなくなってくるのである。

成功の尺度

模倣対策プログラムは設備投資の計画と同じであり、他の事業活動と同様に模倣対策プログラムにおける投資に対する収益率を測定することは不可欠である。プログラムの成功度を測定するために一般的に使用されている基準がいくつか存在する。

(1) 押収物の数量

レイドへの依存度が大きい模倣対策プログラムでは、プログラムに費やされたコストに対する押収物の数量の計算結果が基準として最も一般的に用いられている。したがって権利所有者は、押収された模倣品1個あたりのコストで計算することができる。この計算結果から、模倣対策管理者はプログラムに投じられた費用が妥当なものであったか判断することができる。

しかし、押収物の数量でプログラムの価値を量ることは近視眼的であるともいえる。なぜなら、この方法では、市場への模倣品の流通量や模倣行為が減少することによる収益の上昇など、その他の成功の尺度が考慮されていないためである。さらに、質の高い模倣対策プログラムが導入されれば押収物の数量は減少するはずである。したがって、押収物の数量に基づく測定方法だけでは、プログラムの成功度を適切に量ることはできないのである。

(2) 模倣品の市場シェア／水準

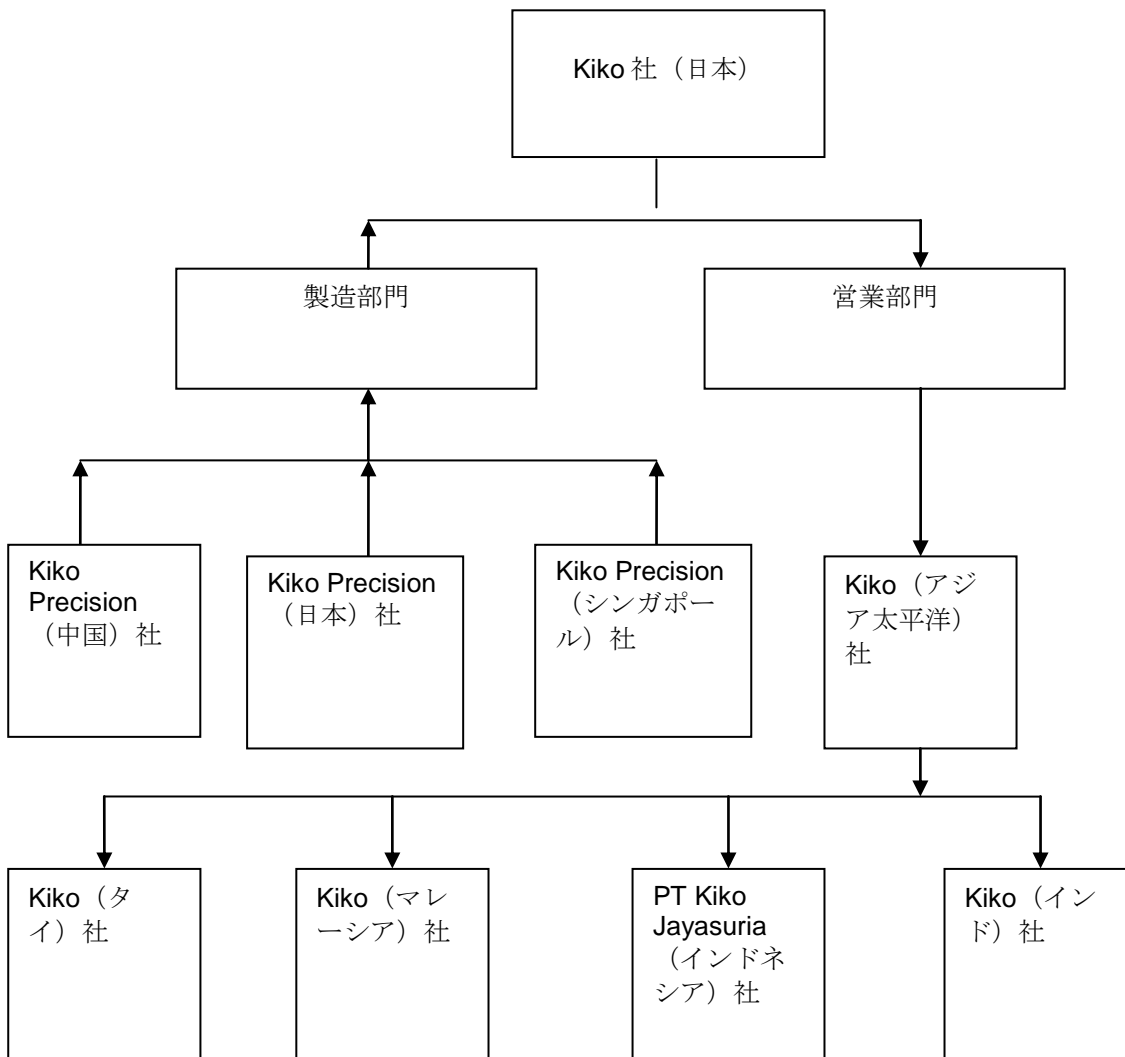
模倣対策プログラムの価値を量る最善の方法は、市場に出回る模倣品の減少による収益の増加に対するプログラムに費やされたコストを計算する方法であろう。この作業により、投資額と収益の増加との直接的な相関関係が示される。

しかし、この評価方法の問題点として、模倣行為の減少に起因する収益の増加を率(%)として定量化することが一般的にとっても難しいことが挙げられる。評価を行うための1つの方法として、ある製品の特定のモデルの販売率を押収された当該モデルの模倣品と比較して追跡調査するという方法がある。

仮説に基づく事例研究

Kiko 社は、光学機器、カメラ、レンズ、および写真術付属品の製造を専門とする日本企業である。本社は日本にあり、製造施設は日本、中国、およびシンガポールにある。すべての製造作業は Kiko 社の子会社により行われており、外部のメーカーへの製造委託は行われていない。Kiko 社の傘下にあるすべての製造会社は Kiko Precision 社として知られる。シンガポールにはアジア太平洋地域を管轄する営業本部が置かれている。Kiko 社はタイ、マレーシア、インドネシア、およびインドに地元の販売会社をそれぞれ配置している。Kiko 社のすべての製品は「Kiko」という商標のもと販売されている。この商標は、アジア全域で登録されている。

Kiko 社の供給構造をまとめると以下のようなになる。



その1

自分が Kiko 社で模倣対策を担当する責任者に新たに就任したと想定する。自分は Kiko 社のために模倣対策に関わるあらゆる問題に対応しなければならない。Kiko 社での自分の直属の上司は供給品担当取締役(Director of Supplies)である。

近頃、シンガポールの Kiko(アジア太平洋)社の営業部長から、模倣品のカメラ用バッテリーが出回っており、これが大きな問題を引き起こしているとの声が寄せられた。Kiko 社のカメラ用バッテリーの模倣品が市場で占めるシェアは、すべての主要な東南アジア諸国で 40~50%に上っている。シンガポールの市場でこの模倣品が占めるシェアは約 35%であると見積られる。最近タイでは、こうした模倣バッテリーの1本が爆発する事故があり、Kiko 社のデジタルカメラの使用者1名が負傷している。

営業部長は、Kiko 社製バッテリーの模倣品を中国からシンガポールに輸入している企業がシンガポール国内に数社存在するとの噂を耳にした。これらの企業は模倣バッテリーを他の東南アジア諸国とインドに再流通させているという。営業部長は事実を確認することはできないが、可能な限り早急に適切な措置が講じられることを希望している。

供給品担当取締役(Director of Supplies)は、シンガポールとその地域の Kiko 社のために模倣対策戦略を策定するように求めた。このままでは Kiko 社のブランドに悪影響が及ぶため、供給品担当取締役はあなたに対し、可能な限り早急にシンガポールの市場におけるデジタルカメラ用バッテリーの模倣品のシェアを低下させるように指示した。供給品担当取締役はまた、最近の円高で Kiko 社の製品の競争力が低下しているため、費やすコストに配慮するようにとの要望も示した。目指すのは、6ヶ月以内に模倣品の流通レベルを 35%から 5%まで低下させることである。

(1) 最初に行うべきこと

(i) 事実調査

実際に行動を起こす前に、シンガポールで直面している問題について理解することが重要である。最初に、Sim Lim Square や Funan Centre など、IT 製品や電子機器を販売する主要な商店街を調査して以下について特定するべきである。

- Kiko 社製バッテリーの模倣品を販売している店舗の軒数
- これらの店舗に陳列されているバッテリーの模倣品の見積数

優先して行うべきなのは、こうした IT 製品や電子機器を販売する主要な商店街で販売されている模倣品を一掃することである。なぜなら、これらの模倣品は最も目に付きやすい標的であり、模倣品として極めて高い販売率を誇っている可能性があるためである。次の標的は、近隣の小売商店街やアーケード街である。これらの標的では中核地域に居住する顧客に直接的販売を行っているのである。

(ii) リソース

限られた予算で作業を行うため、Kiko(アジア太平洋)社の営業部長に支援を要請すると良い。営業部長はマーケティングの専門スタッフによるチームを組織している。彼らは市場と深いつながりがあるため、模倣品を販売している店舗を容易に見つけ出すことができるであろう。

営業部長が支援に前向きではない場合、私立探偵社に状況の総合的な調査を依頼することができる。

(iii) 事実の分析と目標の設定

調査を遂行したら、以下についての情報が明らかとなるはずである。

- 模倣品を販売している店舗の数
- 数多くの模倣バッテリーを販売および陳列している店舗

これにより、6ヶ月以内に模倣バッテリーを販売している店舗の数を35%から5%にまで減らすという目標を定めることができる。また、数多くの模倣バッテリーを販売および陳列している大規模な店舗をすべて排除することで、標的を定めることができる。

(2) 権利行使行為

市場調査により、模倣バッテリーを販売している店舗が少なくとも50軒から60軒存在することが判明した場合、これらすべての店舗について家宅捜索を行うことはコストの面で効率的とは言えない。1ヶ月間に5軒を対象に家宅捜索を実施し、これを3ヶ月間続け、次に1ヶ月間に3軒を対象に家宅捜索を実施し、これを3ヶ月間続けるのが最善の方法であろう。業界内では、Kiko社による家宅捜査があったとの知らせが瞬く間に広まり、多くの小売店がそれを知るようになる。

また、他のすべての店舗に(停止を求める)警告状を送付することも可能である。(停止を求める)警告状に前向きな返答をしない店舗は、次月に実施する家宅捜索の標的になる可能性がある。

(3) 評価

6ヶ月経過したら、模倣対策のために行われる執行行為の有効性を評価することができる。この作業を通して、以下について知ることができる。

- 模倣バッテリーを依然として販売している小売店の数
- 調査を含む執行行為を実施することで費やされた費用の金額
- 損害賠償金および補償金の名目で回収された金額

この結果、6ヶ月の目標を達成することができたか判定することができる。

その2

6ヶ月にわたりKiko社製カメラ用バッテリーの模倣品に対する権利行使行為を行う間に、Kiko(アジア太平洋)社の営業部長は、Copykat社がKiko社製デジタルカメラの模倣品を製造し、流通させていると訴えてきた。この情報は営業部長が第三者から得たものであり、情報の信憑性を確かめることはできないという。営業部長によれば、Copykat社はデジタルカメラの製造を行うパートナー企業を中国に持っているという。その企業の名称はPuku社であると思われる。Kiko社真正のデジタルカメラには特許権で保護された高度な技術が採用されており、Puku社はKiko Precision(中国)社からいくつかの部品を調達している可能性があると考えられる。

Puku社が製造するカメラは、「Puku」という商標が貼付されている以外はKiko社製のカメラと外観が全く同じである。Copykat社はPuku社のカメラをシンガポールに輸入していると考えられる。シンガポール国内で、Copykat社は「Puku」という商標をカメラから除去した上で、「Kiko」という商標を貼付しているのであろう。これらのカメラは偽のKiko社のパッケージに詰められてインド、マレーシア、およびタイに輸出されているのである。

- Copykat社は偽のカメラをシンガポール国内では販売しない。なぜなら、Copykat社はKiko社がシンガポール国内で模倣対策を目的とした家宅捜索を数多く実施していることを認識しているためである。このため、シンガポールは輸出拠点として利用されているのである。
- 最近、タイ国内で認可を受けたKiko社製カメラの流通業者が、模倣されたKiko社製デジタルカメラを数台購入した。彼らは、それらのカメラを並行輸入された真正の製品であると信じたのであった。いくつかのカメラが正しく作動しなかったため、この流通業者は保証請求のためKiko(タイ)社に問い合わせたのであった。
- Copykat社はマレーシアにも向けてカメラを販売している。しかし、Copykat社は「Kiko」という商標を使用する代わりに、「Keeko」という商品名を使ってカメラを販売している。マレーシアでは、「Kiko」と「Keeko」が同じブランドであると考えられる人がいるためである。このため、市場では大きな混同が起きている。
- インドでは、Barnajee社という企業が模倣されたKiko社製カメラをCopykat社から輸入している。これらの模倣されたカメラはイランと中東諸国に再輸出されている。

供給品担当取締役(Director of Supplies)からは、この問題も解決するようにとの要請があった。Kiko 社にとってデジタルカメラビジネスはとても重要な地位を占めるため、供給品担当取締役はこの問題の解決のために多額の予算を拠出した。

(1) 最初に行うべきこと

Kiko(アジア太平洋)社の営業部長が提供した情報には裏付けとなる証拠が存在しないため、調査を行ってその情報の信憑性を確かめる必要がある。調査員を雇って以下を行うべきである。

- Copykat 社の素性を徹底的に調べて、この企業が行う事業の性質について判断を下す。
- Copykat 社の取締役を特定する。
- Copykat 社の主要な顧客を特定する。
- Copykat 社がどのようにしてこれらの模倣カメラを他の国々に輸出しているのかを調べる。
- Copykat 社が販売する模倣カメラのサンプルを入手する。

Copykat 社はシンガポール国内で偽の Kiko 社製カメラを販売することに同意する可能性は低いため、調査員は外国のバイヤーを装ってカメラを購入する必要がある。

(2) 中国

模倣カメラのサンプルを入手したら、そのカメラを Kiko 社の技術工学チームに送り、Kiko Precision(中国)社から盗まれた部品が含まれていないか確かめる。もしそうした部品が盗まれている場合は、Kiko Precision(中国)社の製造工程を見直し、工場から部品が盗まれていないか確認しなければならない。この過程の中で、以下について確認しなければならない。

- 重要なカメラ部品の超過が生じていないか。
- 拒絶された部品や欠陥のある部品が適切に廃棄されているか。
- 廃止された金型が偽の部品を製作するために再使用されないように、適切に廃棄されているか。

(3) タイ

タイ税関と協力して、模倣品の輸入を停止することができる。これに関連し、「Kiko」という商標を税関に登録してもらうように知的財産局(Department of Intellectual Property)に申請するか、税関の監視リストに記載してもらうようにタイ税関に通知することができる。この場合、タイに輸入される模倣品を見分けることができるように、タイ税関の職員を対象に教育訓練を実施する必要がある。

(4) マレーシア

マレーシアでは、商品表示法に基づき商品表示命令の発行を申請することができる。商品表示命令により、国内取引・協同組合・消費者省の職員は家宅捜索を遂行し、模倣品、ならびに混同を引き起こす程度に類似した商標を使用した模倣品を押収することができる。このように商品表示命令が発行されれば、「Kiko」という商標を使用した模倣品、ならびに混同を引き起こす程度に類似した「Keeko」という商標を押収することができる。

代替的な手段として、Keeko というブランドのデジタルカメラの流通業者と再販業者を相手取り、詐称通用(passing off)を理由に民事訴訟を起こすこともできる。

(5) インド

インド税関と協力して模倣品の輸入を停止することができる。これに関連し、「Kiko」という商標を税関に登録してもらうようにインド税関に申請することができる。しかし、インドでは税関が模倣品を引き止めた場合、関税支払保証書、および押収物の価額の一定の割合(%)に相当する補償金を準備する必要がある。

(6) シンガポール

主要な目的の 1 つが、Copykat 社に対する家宅捜索の実行である。Copykat 社が輸出する模倣品の存在を裏付ける証拠を入手したら、Copykat 社に対して家宅捜索を実行することができる。家宅捜索を行って模倣品が押収されれば、Copykat 社、ならびにこの事業を管理してきた取締役を相手取り刑事訴訟を起こすことができる。

Copykat 社に対する刑事訴訟で勝訴すれば、民事訴訟を起こして Copykat 社が行ったすべての侵害行為に対する損害賠償、または不当に得た利益の返還を求めることができる。民事訴訟では、Copykat 社に対する刑事上の有罪判決を証拠として利用することができる。

[特許庁委託]
模倣対策マニュアル シンガポール編(簡易版)

[著者]
ATMD バード & バード法律事務所

[発行]
日本貿易振興機構 進出企業支援・知的財産部 知的財産課
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6階
TEL:03-3582-5198
FAX:03-3585-7289

2012年3月発行 禁無断転載

本冊子は、日本貿易振興機構が2011年12月現在入手している情報に基づくものであり、その後の法律改正等によって変わる場合があります。また、掲載した情報・コメントは著者及び当機構の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものでないことを予めお断りします。