

中国、知財保護根付くか

昨年末、中国の知的財産保護を巡る印象的な司法判断があった。米プロバスケットボール協会(NBA)の名選手だったマイケル・ジョーダン氏が、自身の名前を商標として登録していた中国のスポーツ用品メーカーを相手取った裁判で逆転勝訴したのだ。多くの企業が中国で模造品対策に苦心する中、事態を打開するきっかけとなるかが注目される。

バスケのジョーダン氏 喬丹に逆転勝訴

中国・黒竜江省の省都ハルビン。ロシア文化の影響で西洋風の建築が立ち並び目抜き通りに大きなスポーツ用品店があった。店名は「喬丹(チャオダン)」。『ジョーダン』の中国語表記だ。隣の店ではジョーダン氏の名前を冠して人気を博したバスケットボールシューズ「エア・ジョーダン」を発売する本家、米ナイキの看板を掲げる。喬丹のロゴがエア・ジョーダンに似ているという指摘もあるが、客を

呼び込む喬丹の店員は悪びれる様子もない。喬丹は福建省のスポーツ用品大手で、ジョーダン氏は2012年に商標

の取り消しを求めて提訴した。一審、二審はジョーダン氏に不利な判決だったが、最高人民法院最高裁)は喬丹側に「主観的な悪意」があり、商標の使用はできないとした。一方で中国語の発音を示すアルファベット表記についてまでは、ジョーダン氏の主張は認められなかった。

極的に取り組むというメッセージを込めた判決だ」と指摘する。知的財産の保護は中国にとっても大きな課題だ。国際協力銀行が日本の製造業を対象に16年に実施した調査では、有望な進出先だが「知的財産権の保護が不十分」な国として回答社の45・5%が中国を挙げた。ミャンマーなど他の新興国と比べて突出している。

アンディ・チェン氏は「訴訟にはコストがかかるため、自社商品が有名になる前でも早めに商標登録をした方がいい」と警告を鳴らす。

模造品対策、進出の課題に

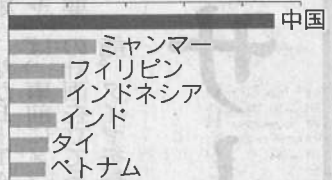
世界的スターのジョーダン氏でも自身の権利を認めさせるのに4年かかった中国市場。海外からも製品やサービスの進出が続く中、健全な競争環境の整備が求められる。(安西明秀)



ボールを持つアスリートを表現した喬丹のロゴ

「知財保護が課題」と考える進出先は中国が突出

0 10 20 30 40 50%



(注) 国際協力銀行による日本の製造業を対象にしたアンケート。有望な進出先だが、「知的財産権の保護が不十分」であることが課題とした企業の割合