

特集《中国》

中国の大学生における模倣品に対する
意識と行動中国北京潤平知識産権代理有限公司
駐日事務所

宮川 幸子



要 約

中国の模倣品問題を考えるにあたっては被害の現状を見るだけでは不十分であり、まず中国そして中国人の模倣品に対する意識を知ることが不可欠である。なぜなら中国は共産国家として日本やその他の国家と全く異なる発展の歴史を有しており、それが中国の産業構造、ひいては中国人の意識にも多大な影響を及ぼしていると考えられるからである。

なぜ中国は模倣品が横行するようになったのか、またどの国よりも模倣品が氾濫する社会の中で生活する中国人はこの問題をどのように考え、行動しているのだろうか。本稿では中国の模倣品市場が形成された経緯を考察し、さらに今後の経済の担い手となる中国の大学生が模倣品に対してどのような意識を持ち、行動しているのか調査分析することで、これらの疑問に対する答えを一部分であれ理解し、現在また将来へ向け日本がどのような対策を採るべきかを考慮する際の一つの指針としたいと考える。

目 次

1. 中国における「模倣品市場」形成の経緯と背景
2. 調査の目的
3. 回答書から見た調査結果
4. 調査結果からの考察
5. 今後の予測
6. 企業の模倣品対策への提案
7. まとめ

流通が増大したのではないかと推察される。また模倣品・海賊版に対する罰則（行政罰）が軽いため、一度摘発されても違反を繰り返す業者が多かったとも言われる。以上のような理由で、企業が正当な手段で訴えても時間と費用を要するばかりで一向に効果がなく「泣き寝入り」するしかなかった時期が比較的長く続いたことが模倣品製造業者を助長し被害が拡大した一因となったと思われる。

1. 中国における「模倣品市場」形成の経緯と背景

中国が改革開放路線に転じてから約30年、当初は香港近郊の深圳市経済開発区などで始まった改革開放の波が近隣の都市に波及し、私営企業が発達し部品や材料が豊富に供給されることにより、生産から流通までの組織化が始まったとも言われる。

一連の外資優遇政策や、1993年に計画経済から市場経済に転換する憲法改正がなされたことで、1993年頃から外商投資企業の登録数が飛躍的に増加した。その時期とほぼ平行して、日本のPL法に当たる「製品品質法」や「独占禁止法」などの法律が施行され法整備は急ピッチで進められたものの、経済発展のスピードに法の施行と浸透が追いつかず、法による制裁や罰則が速やかに行われなかったことで「手っ取り早く稼いだ者勝ち」という風潮が広がり模倣品の生産や

模倣品の氾濫の原因として、他に地方保護主義が挙げられる。地方では模倣品製造事業者がその地域の労働者を雇用し利益を上げている場合も多く、模倣品製造事業者が地域経済を支えている状況にさえある。模倣品の製造を中止するとなると労働者の失業によって生活困窮者が増え社会不安が増幅し、さらに企業からの税収も減少して地方政府が財政的に行き詰るといった事態が懸念されるため、行政機関としては摘発しても処罰が弱いなど「地方びいき」を行うのである。これではいくら中央政府が対策を打ち出しても肝心の模倣品の製造元までは規制が及ばず、これにより模倣品問題は大規模化すると同時に根深い問題となっていった。まさに「中央に政策あれば地方に対策あり」と喩えられるように、中央政府による政策が地方でも実行

されるようになるには時間が掛かると同時に、政策と利権が相反する場合は面従腹背で本質的な改革は行われない場合が多く模倣品に係る問題は典型的な例であると言える。

かつて中国には北京の秀水街市場、上海の襄陽路市場、武漢の漢正街市場の3大偽ブランド品市場があると言われていたが、その中の一つである北京の秀水街市場は中国の偽ブランド品市場として名高く、観光名所の一つともなっている。秀水街市場は1980年頃自然発生的に絹や綿の繊維製品を扱う露天商が商売を始め、その後衣料品や小物雑貨を扱う露天商が次々と店開きし、1985年に管轄する朝陽区が市場として認定したのが始まりであった。当時の秀水街市場では外国の衣料品メーカーから委託生産を引き受けた工場から横流しされた有名ブランドの衣料品が多数販売されていた。当時は外国ブランドの衣料品を格安の価格で買えるというのが魅力であったが、外国ブランドの衣料品は売れるからコピーを作れば儲かると全国各地から偽ブランドを扱う商人たちが参入し始め、83年頃から偽ブランド品を求める外国人観光客が増えるに従い、2000年以降には秀水街市場と言えば北京の偽ブランド品市場の代名詞となった。2005年に取り壊しとなり、移転を余儀なくされた簡易プレハブ店舗の大部分は「秀水街ビル」に入居することとなり、ビル全体が新たな秀水街市場として営業が再開され現在に至っている。

2. 調査の目的

筆者は2004年に大連外国語学院大学商学部国際経済貿易科に入学し、2008年に卒業したがその間日常的に学生と接触する中で多くの知人を得、交流を深めることができた。ちょうど同時期に模倣品問題が大きく取り上げられるようになったことで彼らの模倣品に対する意識や実際の購買活動の状況を調べたいと思ったが、中国社会は不特定多数を対象とした調査は個人に許可されないので調査方法を工夫する必要がある。そこで賛同する友人と相談し、面談による聞き取りを行い集計することとした。調査員は筆者を含め10名とし、質問は回答者が違和感を感じないで答えられ、且つ先入観を抱かせない内容にするため半年間の予備期間を設け、まずごく少人数に対し試験的に実施した。その後再度質問内容を検討し、客観性を持た

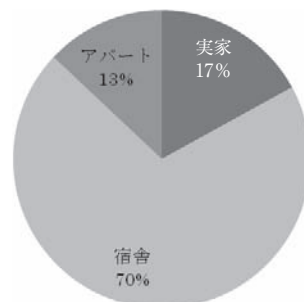
せるため基本となる質問のフォーマットを作成し内容を統一した。

中国では社会体制や産業市場が改革開放を境に急速に変化しており、とくに改革開放後に模倣品の生産及び流通が大規模化したことから、80年以降に生まれた世代は物心ついた時から模倣品に囲まれて生活していたと言え、さらに急速な経済発展の中で成長した大学生の世代は感性や考え方も資本主義化、国際化している。一方80年以前の配給制度の世代においては、製品の判断には「品質が良い製品」「粗悪品」しかなく、「正規品」「模倣品」という概念での購買活動でないため、模倣品に対する意識にも80年代生まれの世代とは大きな隔りがあると思われる。

今回の調査では、現在から将来に向けて経済活動が活発になる世代の意識を調べることで今後の模倣品市場の動向を予測したいとの意図と、全世代を対象とした調査をすると対象者の背景があまりにも異なり基本的な認識の統一が図れないと判断し、調査対象を大学生を中心とした世代に絞ることとした。

3. 回答書から見た調査結果

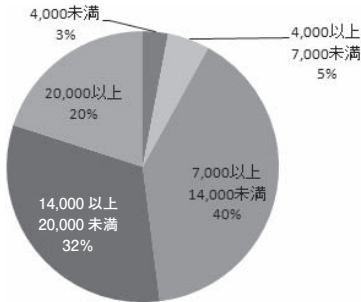
- 調査の対象：北京・上海・広州・大連の国家重点大学8校の大学生、大学院生（大学名は非公開とする）
- 調査内容・調査方法：中国における大学生の模倣品購買状況、意識等を知るための統一されたフォーマットに基づき面談を行う。
- 調査実施期間：2008年10月1日～2008年12月1日
- サンプル数 北京：93 上海：135 広州：185
大連：167 計：580名
- 男女構成比 男性：43% 女性：57%
- 年齢別構成比 18～22歳：32% 23歳以上：68%
- 住居状態 （回答数：580）



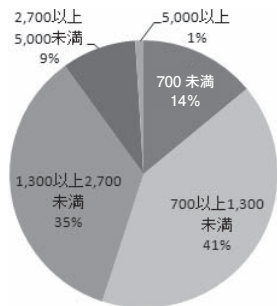
生活環境は、住居は大学内の寮に住んでいる割合が

最も多く、これは一年間の寮費が平均1,000元（約15,000円）⁽¹⁾程度で低額であることと、一般的に授業科目数が多く授業時間も長いため、市内在住であっても便宜上寮に入ることが多いようである。

●一ヶ月に自由に使える金額（回答数：580 単位：円）

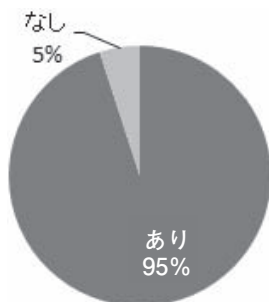


●一ヶ月のおおよその携帯電話の使用料（回答数：580 単位：円）

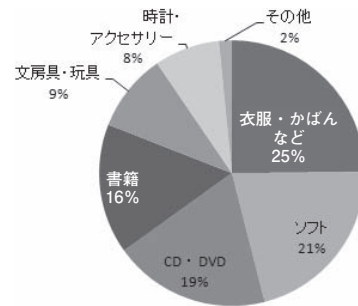


経済面については、一ヶ月に自由に使える金額は平均967元（約14,500円）であり、うち携帯電話使用料として月平均86元（約1,290円）程度支払っており、それを引いた一ヶ月に自由に使える金額の平均約880元（約13,200円）内で消費活動がなされていると考えることとする。

問1：模倣品を購入したことがあるか（回答数：580）



問2：購入したことのある模倣品（回答数：499 複数回答有）

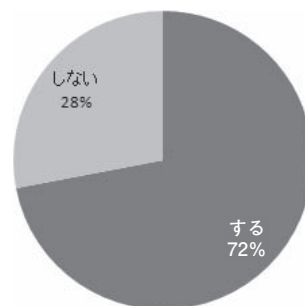


問3：模倣品を購入する理由（回答数：502）

安いから	62.0%
どこでも買える	11.0%
正規版と差がない	8.8%
国内で正規版が買えない	5.5%
模倣品と知らずに買った	4.0%
人体に影響がないから	3.7%
正規版より種類が多い	3.0%
正規版より発売が早い	2.0%

全体の95%の学生に模倣品購入歴があり、購入したことのある模倣品の中では、パソコンソフト、DVD、CDが圧倒的に多い。DVD、ソフト、書物の上位3位の模倣品は、およそ20元以下で安価に入手できる物である。模倣品を購入する理由として大半を占めた回答は「圧倒的に安いから」という理由である。さらに、「国内で正規版がない」「正規版より発売が早い」「正規版より種類が多い」という回答は12%を占め、正規版が十分に流通していないという現状もうかがえるが、模倣品を購入する大学生の9割以上は「安い・正規版と差がない」等の理由に基づき自らの判断で模倣品の購入を決めていることが分かる。

問4：購入時に模倣品かどうか確認するか(回答数：580)

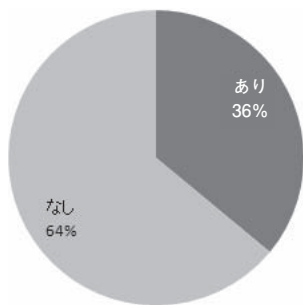


問 5：模倣品かどうか確認する方法（回答数：357）

素材や縫製など外見で判断する	41.0%
値段で判断する	14.3%
詳しい人に尋ねる	12.5%
商標を見る	12.0%
売っている店の格で判断する	9.6%
偽造防止マーク ⁽²⁾ や品質証明書を確認する	6.0%
インターネットで調べて正規品と比較する	3.5%
シリアルナンバーを確認する	2.0%

商品購入の際、約7割が模倣品かどうか確認すると答えている。模倣品かどうか判断する方法は素材や縫製など外見をよく観察し自分の「目」で確認するというものが最も多い。次に多いのが「値段で判断する」であり、インターネットなどの情報により、有名ブランドの正規品が販売されているおおよその値段を知ることができるため、値段が極端に安いものは間違いなく模倣品と判断しているようである。さらに、「売っている店の格で判断」するのは、一見正規品と見分けがつかなくても、道端や露天で売っているものはほぼ間違いなく模倣品であり、有名百貨店で販売されているものは正規品だろう、という基準のようである。中国の一般生活では常に正規品であるか模倣品であるかの見極めが必要であることが答えの中から読み取れる。

問 6：騙されて模倣品を購入したことがあるか（回答数：580）



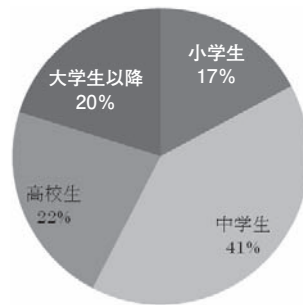
問 7：なぜ模倣品と気づいたか（回答数：202）

・すぐに壊れるなど使ってみてから気づいた	55%
・他人から指摘された	25%
・インターネットで本物と比べて判明した	17%
・説明書と実物が違った	10%

購入時に騙されて模倣品を買ってしまったという学生の割合は36%であり、64%は模倣品であることを理解した上で購入している。購入後模倣品と気づいた

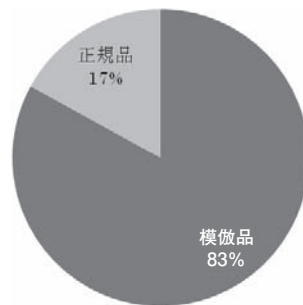
理由は「すぐに壊れるなど、使ってはじめて気づいた」との回答が約半数であることから、新品時には真贋の見分けがつきにくい粗悪品が販売されることで中国の市民生活の中で広く模倣品被害が出ていることが解る。

問 8：模倣品が法律に違反すると気づいた年齢（回答数：580）



模倣品が法律に違反すると気づいた年齢は中学生時代が最も多く、模倣品を違法であると認識した年齢は高校生以下で80%と高率である。これは調査前の「自己で購買の決定権がない年齢では模倣品に対する違法認識は低いのではないか」との仮説とは異なる結果となり、購買能力が無くとも模倣品に違法認識を持ちえていたと判断できる。中国の市場では出回る製品の中に正規品と模倣品が混在しているため、かなり低年齢の頃から「品物を選ぶ・判断する」ことを主に親から教えられているようである。

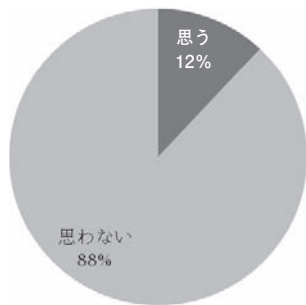
問 9：パソコンソフトの正規品が100元（約1,500円）で、模倣品は10元（約150円）、模倣品に保証書はないが正規品と同じように使える場合、どちらを購入するか（回答数：580）



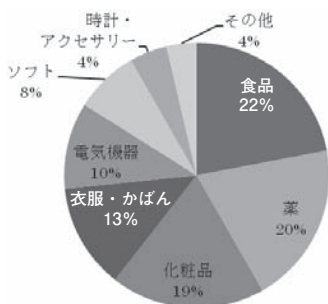
中国でのWindows正規版の価格は約1,000元（約15,000円）、模倣品ソフトは10元程度で販売されているがこれは100倍の価格差であり、学生の月々の消費に充てられる金額とほぼ同じである。仮に正規版ソフト

トが100元とすると、100元の支出は無理のない範囲での支出と言える。ソフトの正規品を買うか、模倣品を買うかの基準が単に価格だけであれば、100元ならば正規版を買おうという意見も多いはずであるが、結果ではそれでも模倣品を買うとの意見が8割強となった。これは、値段が10分の1に下がったとしても、本物と同じように使えるなら安い方を選ぶ、という判断基準を持つ学生が多いことを示している。とくにソフトについては、高すぎて買えない、というよりも、正規品と性能が同じならばコピー品で構わず、また、たとえ使用できなくなっても10元程度の損害で済むし当面使えればそれでよい、という見方が主流である。多くのOSは、違法であるがインターネット上で無料でダウンロードすることができるため、そもそもソフトをお金を出して買うという概念自体が定着しているとは言えない側面もある。

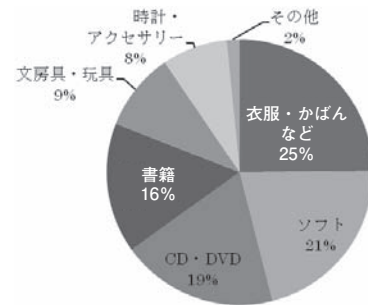
問10：模倣品は絶対に買わないし、買うべきではないと思うか（回答数：580）



問11：問10で「思わない」と回答した人のみ絶対に本物を買うものを3つ列挙（回答数：510）



そこそこ使えればニセモノを買うものを3つ列挙（回答数：510）



模倣品はいかなるものでも絶対に買わない、という考え方の学生は12%強にとどまった。それ以外の学生に対し、高くても絶対に本物を買うものと、そこそこ使えればニセモノでもいいものを3つずつ列挙させた。高くても絶対に本物を買うものは「薬」「食品」「化粧品」が圧倒的に多く、次いで衣服・靴など身につける物が多い。この中の「書籍」には括弧書きで辞書・専門書と指定していたものが多く、また「ソフト」についても括弧書きで翻訳ソフト・セキュリティソフトと併記しているものが多かったことから、命や健康にかかわるものはもちろん、パソコンが故障するなど自分に不利益をもたらすものは絶対に模倣品を買わないという考え方を持つ学生が多いことが分かる。一方、そこそこ使えればニセモノでもよいものは、「ソフト」「CD、DVD」「書籍」などが圧倒的に多い結果となった。

上記の問10について、日本では内閣府政府広報室が平成20年9月に実施した「知的財産に関する特別世論調査」のデータがある。全国20歳以上の者3,000人に対する個別面接聴取である。

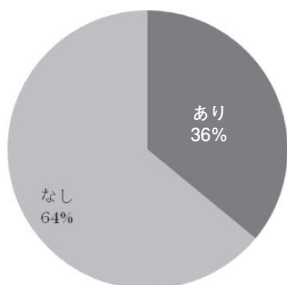
「ニセモノ」購入についての認識

- ・どんな理由でも購入すべきでないと思う 39.9%
- ・正規品より安いので、購入するのは仕方がないと思う 27.3%
- ・正規品にはないデザイン仕様の品もあるので購入するのは仕方がないと思う 7.5%
- ・公然と売っているなので、購入するのは仕方がないと思う 17.6%
- ・その他 2.1%
- ・わからない 5.5%

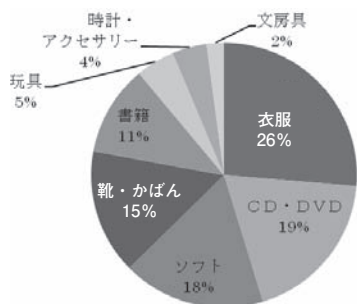
「どんな理由でも購入すべきでないと思う」と答えた人は約40%であり、中国人学生の中で「模倣品は絶対に買わないし、買うべきでないと思う」と答えた14%とは大差がある。単純に比較すると、中国は圧倒

的に知財保護に対する意識が低いということになるであろうが、日本と中国では市場が異なるため、単純に比較することはできない。つまり、日本では購入する際に「これは模倣品だろうか」と逐一確認する必要はなく、正規品が欲しくても高すぎて買えない、という事情は無いに等しいが、中国は商品によっては半数以上が模倣品であるなど、まさに「ニセモノ社会」なのであり、実際問題として「模倣品を買うしかない」のが現状であるとも言えるため、「どんな理由でも購入すべきでない」という建前論で答えた中国人学生は比較的少なかったのではないかと考える。

問 12：模倣品の中で、模倣しても問題ないと思う製品はあるか（回答数：580）



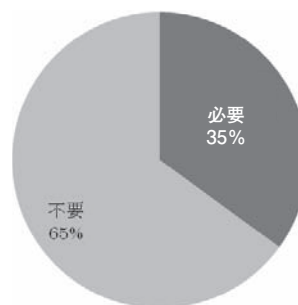
問 13：それは何か（回答数：272）



約半数が「模倣してもいい製品はある」との見方を示した。模倣しても問題ないと思う品目は衣服、ソフト類が主であり、食品、薬品などは含まれていない。質問に対し約 2 割の学生が「人体に影響のないものなら何でも模倣してよいと思う」とも答えた。このような意識を持つ理由は、劣悪な食品や薬品が市場に流通することで一般庶民が被害者となり、頻発する事故のニュースを日々見聞きしているからであろう。「劣悪な食品や薬品の流通を許してはならない」という意識は、彼らにとってもはや建前論の域を超えており、いつ自分がそれと知らずに被害を受けてしまうかもしれない、との切迫した危機感によるものであることが分

かる。

問 14：中国にとって模倣品を生産することは必要か（回答数：580）



中国にとって模倣品を生産することが必要と思う理由（回答数：139 人）

開発力の向上にある程度の模倣は必要	29%
模倣品を正規に生産できない場合は模倣するしかない	21%
開発費を削減でき低コストで生産できる	19%
市場がある限り生産するのは当然	16%
模倣品市場は既に大きく、雇用があるから	8%
独自のブランドを作る過程だからある程度は仕方がない	7%

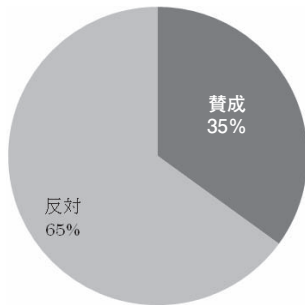
全体の約 29%が中国にとって模倣品の生産は必要であると答えている。その理由として、「ある程度の模倣は仕方がない。全く模倣できないとしたら、どうやって技術力を上げたりデザイン性を高めたりできるのか？」という意見が多い。技術の進歩にはある程度の模倣は必要ではあると一般に言われているが、中国の「模倣」の実体はブランドの盗用やデッドコピーなど目先の利益しか考えていない模倣品が多く、中国の模倣問題はデザインや技術の進歩の過程に起こり得る問題とは根本的に性質が異なる。

外国が模倣品生産で中国を非難しながら、中国へ来る多くの外国人が模倣品と分かった上で購入することについて、どう思うのか（回答数：314 人）

安いから買うのは当然の心理	46.0%
矛盾している・偽善的	21.0%
個人の考えと国家の建前は異なる	9.5%
外国人が模倣品市場の顧客の一部であることを知っているのか？	5.0%
中国だけが避難されるのは不公平	4.0%
需要があれば製造するのは当然	3.5%
中国の経済発展に寄与するから構わない	3.5%
見栄を張りたいのは誰でも同じ	2.8%
自分が何個か買うくらいでは体制に影響はないと思っているのではないか	2.5%
実際に模倣品が撲滅されたら外国人も困るのではないか	2.2%

外国から模倣品製造で非難されていることについて、反発を感じているとの意見は約3割であり、買うのは当然、理解できるとの意見が多数を占めた。中には「外国人でもお金がない人はいるのだろう」「見栄を張りたい気持ちは皆同じ」との意見も見られるが、「買ったければ買うだろう」「経済の活性化に寄与するのだし別にいいのではないか」という無関心とも取れる意見が大半を占めた。

問 15：あなたが持っている模倣品を没収されることに賛成か反対か（回答数：580 人）



「あなたが持っている模倣品を没収されることに賛成か反対か、理由と共に述べよ」との設問は、東京理科大学知財専門職大学院客員教授で元日本弁理士会会長の下坂スミ子氏と馬場錬成教授が毎年大学内で実施している質問と同じものを中国の大学生に対しても実施し、意識の比較を行うことを目的とし設定したものである。個人所持の模倣品に関する処置の現状であるが、日本において各知的財産法では「業として」使用等する行為が侵害行為とされており、個人使用目的の輸入は侵害行為には当たらない。このため一般に個人使用目的の輸入は税関における取締りの対象とはなっていない。模倣品や海賊版については、TRIPS 協定(知

的所有権の貿易関連の側面に関する協定) において知的財産権侵害の取締りなどについて加盟国が守らなければならない最低限の基準が規定されているものの、模倣品や海賊版の抑止の実効性の面では充分でないとされる。そこで、日本の知的財産戦略本部が2005年6月に決定した「知的財産推進計画2005」には「模倣品・海賊版拡散防止条約」が初めて盛り込まれ、模倣品の流通を防止するための国際条約という構想が発表され、海賊版の輸出入差し止めを義務づけ企業の被害を抑えることを目的として、税関での没収や破壊も条約に入れて水際対策を強化することが盛り込まれた。輸入の際日本の税関で差し止められる模倣品類の約70%は中国産が占めているが、中国は国内対策が先決として当初から条約を締結することは予定していない。

模倣品の没収についてのこの設問は、模倣品没収の是非を問うことが目的ではなく、「模倣品没収」という措置についての個人の意識を知るためのものである。

賛成の理由（回答：426 人中 121 人）

模倣品を買うことも違法だと思う	34.0%
違法なものは没収すべき 真剣に取り締まれば減ると思う	24.5%
知的財産権を保護すべき	13.0%
企業の正当な利益を保障するためには必要	12.5%
法律的に決まれば仕方がない	7.0%
質の悪い模倣品が出回るのは結果的に社会にとって悪い	6.0%
正規品に悪いイメージや減益をもたらす	2.0%
模倣品がなくならなければ、正規品を売る人たちが増えない	1.0%

反対の理由（回答：426人中305人）

一度個人の資産になったものを没収するのは理解できない	41.6%
製造者を逮捕すべき 消費者の多くは模倣品かどうか識別できず責任はない	11.4%
没収など意味がない	6.5%
違法な手段で手に入れたものではないから	6.5%
どうしても必要だけど正規品が買えない場合は模倣品を買わざるを得ない	5.9%
法的根拠がない	5.2%
没収するなら購入時の金額分を保障すべき	4.9%
政府が取り締まっていれば消費者は買うことはないのに、消費者に責任を転嫁するの	4.2%
消費者の自由選択	4.0%
模倣品を持っていて誰かに迷惑を掛けるのか？	2.9%
消費者にとっては品物が正規品かということよりも、ちゃんと使えるかどうかが大切	2.2%
多すぎてどうせ規制できない	1.9%
模倣品を製造するのは犯罪だが、売られている模倣品を買うのは罪ではない	1.8%
没収するためのコストが無駄	1.0%

賛成もしくは反対の理由についての回答数は426人であり「個人の資産の侵害であるため反対」という意見が125人と最も多かった。賛成の理由の中で「知的財産保護」について言及したのは16人と少なかったが、聞き取り調査においては、「少しは取締った方が良いと思う」と答えるなどあまりにも模倣品が氾濫している中国の現状を危惧する意見も多かった。

この質問に対する、日本の大学院生の回答⁽³⁾結果は以下のとおりである。

2006年から3年間の比較

	賛成	反対
06年院生	29人(48%)	31人(52%)
07年院生	47人(73%)	17人(27%)
08年院生	20人(49%)	21人(51%)

中国で聞き取り調査を行った年度（2008年度）と比較すると、日本の大学院生の「賛成」の割合は49%となっており、中国の平均35%より多い。賛成もしくは反対の理由として上位に挙げた意見は日中とも大差はない。特徴が出ていたのは、中国の学生の「反対の意見」が日本に比べて現実的な意見が多かったことである。例えば、「（模倣品は）多すぎてどうせ規制できない」「没収するためのコストが無駄」という意見などである。また、中国政府が模倣品を取り締

まらないから悪い、という意見も多く見受けられた。

さらに中国人学生は模倣品没収を国際的な問題として捉えるよりも、「個人」としての損得で判断する傾向がある。例えば「没収するならその金額分を保障すべき」というような発想は日本ではまず考えられない。また、中国の調査結果では、「模倣品と知らずに買った人から没収するのは納得できない」といういわゆる「善意の被害者」についての言及が見受けられたが、これは模倣品が氾濫する社会の中にいる中国人学生にとっては切実な意見であろう。日本人の場合、模倣品を購入するときはほぼ100%模倣品であることを承知しているか、模倣品であるという予見のもとに買うことがほとんどではないか。中国と違い、「本物を買いたくても、どこで売っているか分からない」という状況は皆無であり、日本国内で買わない場合も、本物と信じて模倣品をつかまされたという善意の被害者は稀なケースであろう。絶対に模倣品を避けたいのであれば、わざわざ中国で買わないはずであるし、販売する人から本物だと言われて買ったにしても、それを信じて買ったのではなく、「本物より安いから」という理由で安易に買ったというのが大半であろう。一方中国では、どうしても必要だが正規品の流通が限られており正規品を手に入れることができない、また高すぎて買えない、という事情があることも回答には表れている。したがって、このように模倣品の中国と日本の国内での流通量やルートなどは全く異なっていることを念頭に置くべきである。両国の学生の意見をどちらが良い、正しいと単純に比べることはできないが、没収の意義をどの程度意見に反映しているかを知ることが意識を知る上でのひとつの指標となると思う。

4. 調査結果からの考察

今回の調査を終え、中国人学生のうち14%が模倣品を買うべきでないと答えたことに模倣品社会の中国で救いを感じた。中国人外国人を問わず、中国では模倣品に囲まれて生活せざるを得ず模倣品を購入対象から外するのは非常に難しい社会生活であることを考えると決して少ない数ではないと思う。

模倣品の氾濫の原因としては、技術のIT化・デジタル化による製造の標準化が進み、技術レベルが向上したという点に言及したが、最近では模倣品業者でも良質の素材を仕入れることが容易になり、品質レベル

も向上し真贋の見分けも難しくなっているようである。「模倣品だと気付いた理由」の中に「使っているうちに壊れた」という理由が多いがそれだけ新品時の品質はかなり良くなっており、一見しただけでは本物かどうか判断することは難しいようである。「模倣品を確認する方法」によると、多くは見た目や価格により判断しているという結果になったが、正規品の容器を使って模倣品と判断ができないうにしたり、模倣品＝安価という認識を逆手に取って、デッドコピーの模倣品に正規品と同程度の価格を設定し販売する場合は容易に見分けることができない。調査を通して、納得した上で模倣品を購入している人の割合も確かに高いものの、中国の市民生活で模倣品が横行することで、善意の被害者が増え、中国自身が被害を受けている事を示している。

模倣品を購入する理由として「正規品がどこで売られているか知らない」という意見も多く、中国国内の情報伝達手段が十分に整っておらず、正規品を買いたくても安心して買う環境が整っていないという一面も明らかになった。さらに「中国内で正規品が販売されていないので模倣品を買う」という意見があり、模倣品発生を恐れて中国での発売を控えるという企業方針により中国で販売しない製品も比較的多いのではないかと推察される。

さらに冒頭で模倣品被害が広がった原因として「地方保護主義」に言及したが、「模倣品生産が中国にとって必要と思う理由」の回答にも「既に多くの雇用を生み出しており、一斉に摘発すると暴動などが起きて社会不安を引き起こす」という声も多かったことから、行政上の問題だけでなく一般人の考え方の中にも「自国保護」意識があると言える。

5. 今後の予測

中国における昨今の模倣品による事件の影響で、身体に影響のあるものや安全性に直接影響するものについては「絶対に模倣品は買わない」という考え方が定着しているようである。模倣品被害というより凶悪事件と呼ぶべきであろうが、「偽粉ミルク事件」などの一連の劣悪な模倣品による被害は甚大であり、今なお多くの善意の被害者を苦しめている。国家も厳しく取り締まる姿勢ではあるが、その被害を考えると「絶対に買わない」という意識が社会全体に根付きつつある

と言えるであろう。これは逆に言えば、身体に影響がなく、社会不安を引き起こすものでなければ安いもので構わないし、「需要があれば模倣品を生産するのは当然であろう」という意識が普通となっているということでもある。衣服や装飾品、靴、かばんなど「生活のために絶対に必要」というわけではない商品に関しても「生産しても別に構わない」という意見が多かった。これらの商品に対しては、「模倣品でも正規品でも、品質に対して納得できれば買う」という意識であり、「本物のブランド品が欲しくても買えないから」または「単に安いから」という理由だけでやみくもに模倣品を購入しているわけではないようである。

今後、さらに個人所得が増え、商品の選択の幅が広がるのに伴い、単に偽のロゴマークを付けただけの粗悪品の市場は減少すると思われるが、衣類、装飾品、靴、かばんなどの市場においてはブランドというよりも「質」が良いかが購買時の決め手になっていることから、「正規品が普及すれば模倣品は減る」という方式は当てはまらなると考えられる。しかし、消費者の意識として「模倣品を身につけるのは恥、面子がない」と考えるようになれば、衣服、靴、かばんなどの模倣品を購入する数は減少してゆくであろうが、それには今後一定の時間を要するであろう。しかし、既に若年層では「ブランド志向」も広がりつつある。彼らは本物をできるだけ安く買うため、買いたい品物があれば、まず正規販売店に行き試着し値段を確かめ、大抵定価より安く購入できるネットショップで同じ製品を探す。購入の際は商品やショップが既に購買したお客からどのような評価を得ているかを基準にしているようであり、この「評価システム」によりネットショップ側は商品がニセモノではないとアピールでき、消費者は第三者の評価が見られるので安心して購入できる。このようないわば消費者と販売者が共同で悪質なニセモノ販売業者を排除するシステムが支持されてきたということは、一部の商品に対してではあるが絶対にニセモノを買ったり身につけたりしたくない、という考え方を持つ消費者が増加していることの表れとも言える。

一方、現在も被害が拡大しており今後も規制には時間がかかると考えられるのが、パソコンソフト、CD、DVD書籍などの海賊版である。現状では模倣品も正規版と同じように使用できることから、「高いお金を

出して正規版を買う意味が理解できない」という率直な意見も多かった。問9の回答結果にも表われているが、お金があっても、もしくは正規版が多少安くなっても、わざわざ正規版は購入しないという考え方の学生が多い。今後は著作権関係の海賊版対策として、中国国内のコンテンツビジネス業界と協力して規制を強化することが早急に求められ、それと同時に消費者への啓蒙活動およびPRが必要であろう。

模倣品が横行する中国市場において、最近注目を集めているのが「山寨品⁽⁴⁾」と呼ばれる非正規ルートで流れるノンブランド製品である。香港誌「亜州週刊」によると、「山寨機」は年間一億台以上が生産され、海外の大手携帯メーカーだけでなく、中国政府も付加価値税収入だけで178億元（約2,300億円）の損失を被ったとされる。今後は明らかな商標権侵害ではなく、品物はそっくりだが商標は付していない、または一見すると正規品と同じだが一部分が異なるなどの複雑化した模倣品が広がるのではないかと懸念される。山寨機の出現により消費者は、「とりあえず使えれば安い方がいい」という消費者層は山寨機を買うようになり、「いいものを買いたい」という消費者層は外国製を買うようになるという二極化が進む可能性がある。そうなるまでこれまで低価格攻勢により海外メーカーとの差別化を図っていた中国メーカーが危機的状況に追い込まれてしまう。さらに「山寨機」メーカーは無登録の地下企業である場合が多く、これらメーカーを取り締まらなければ、政府は税収を得ることができず、さらに世界不況により輸出関税の徴収が減っている昨今は切実な問題となっていると考えられる。このような危険性から、政府は企業からの税収を確保し、国内企業を守るために山寨機メーカーを含めた模倣品規制を厳しくせざるを得なくなったことはこれまでと大きく異なる点であろう。規制が厳しくなれば、模倣品製造事業者は、できるだけ目立たずすぐに撤収、移転できる体制で製造することが必須になるため、今後は大型設備のいらない製品や組み立て型製品が模倣の対象となるのではないかと予測される。

これまで「世界の工場」として、売れるものは作り、売れる所で売るという発想で経済活動を行っていたが、これから「世界の市場」となり、国内外のメーカーが競争する市場となる中で、中国にとっても利益をもたらすと同時に損害ともなることが明らかになった

「模倣品」という諸刃の剣をどう規制するのか、早急な方向転換が求められる時期に来ているのは確かである。

6. 企業の模倣品対策への提案

模倣品対策においては、模倣品がどの程度市場に出回っているか、どの段階で処置を講ずるかによって対策は異なるべきである。市場に製品が出回る前であれば模倣品対策として例えばハード機器にソフトが予め組み込まれており、ハード内に組み込まれたIDと連動して初めてバージョンアップ版などのインストールが可能になるなどの措置や、海賊版ソフトをインストールすると画面が真っ黒になる、など最初から模倣品を買おうと思わせないような措置は有効であろう。しかし、違法コピー率が正規版使用率を大幅に上回ってしまった後の対策としては消費者の反感を買い、同時に摘発や取締りにかかる時間やコストは企業にとって大きな負担となり有効ではないと思われる。模倣品メーカーは常に利益とリスクを天秤に掛け、割に合うと判断した製品のみを生産する。この方式で考えると、模倣品を生産する時の生産設備や人員に多くの投資が必要になれば利益率が減り摘発もされ易く、模倣品を製造するメリットが無いと判断させることになるであろう。とくにいくつかの組み合わせで成り立つ製品は模倣されにくい。正規版に「おまけ」など特典を付加するなどして販売すれば、たとえ模倣品メーカーが同じような「おまけ」を付けて販売しようとしても、それまでには一定の時間差が生じ、その間に正規版が流通することが可能になるからである。

聞き取り調査結果から、すぐに壊れる劣悪品を買わされてしまったという善意の被害者も多いという事実も明らかになった。模倣品がこれだけ横行しているということは、模倣品の被害を実体験している一般庶民もそれだけ多いことを意味しており、各企業は正規品普及のための啓蒙活動を行う際に、なぜ模倣品を買うことが消費者にとって「損なのか」中国人の実体験に基づいて訴えることで不買運動が広がり、中国での正規品流通を促すことに繋がると考えられる。そのために例えばショールームや展示会のスペースを利用して模倣品と正規品を消費者自身が見極め、正規品の良さを納得して購入してもらえよう企画を通常の営業活動の一環として行うこともできるだろう。

興味深いことに、正規品かを判断する基準として「売っている場所の格で判断する」という意見が多かった。つまり有名百貨店などはニセモノを置いていいはずはないだろう、という認識である。逆に言うと、正規販売店であっても周りに模倣品を置いているような店が多ければ、売っている品物にかかわらず「ニセモノ」と消費者に判断されてしまう可能性が高いということである。これはインターネット上でも同じで、中国のポータルサイト上に日本企業が単独で製品を掲載しても、膨大な数の中国企業や商品の中で埋没してしまい、「日本製」と表記しても、「日本製と偽った中国製品なのではないか」という疑問を持たれてしまうことが多い。それらの弊害を除去し、安心して正規品を買ってもらうには、実際の店舗であれインターネット上の掲載であれ、「ここに行けば（見れば）必ず本物の日本製の製品が手に入る」という点をアピールすることが最も重要である。そのためには、日本企業が単独で出展するのではなく、「日本ブランド」として一定規模以上でPRを行うのが効果的である。たとえば、日本企業だけが入居するショールームで随時新製品を紹介・販売する。また、インターネット上でも業界ごとに「日本企業だけを集めたポータルサイト」を開発するなどである。日本製がどんなに質が良いとしても、それら商品をどのようにPRするかが最も大切であり、「日本ブランド」の認知度を向上させるための企業の枠組みを超えた取り組みが功を奏するのではないかと考える。

7. まとめ

模倣品市場形成の経緯や現状の考察及び意識調査の結果から、今後の模倣品市場については、短期間での抜本的な改善や撲滅は望めないと言わざるを得ない。なぜなら模倣品被害が減るかどうかは、消費者を取り巻く市場経済、社会事情と消費者自身の意識の双方が関連し合っているからである。つまり、正規品を購入できるだけの所得があったとしても、模倣品に対する道徳的な判断が無ければ模倣品購入者は減らない。同様にいくら模倣品の被害に対する認知度が高まり、模倣品排除が理想であるとの意識を持つ消費者が増えたとしても正規品を買う経済力が伴わなければ、やはり模倣品を買わざるを得ず、結果的には模倣品購入者は減らない。学生に対する聞き取り調査を通して、パソ

コンやソフトなど一昔前までは「贅沢品」の範疇にあったものが一般市民の生活に必要なツールになってきたことで、必要不可欠ではあるがすべて正規品を揃えることはできないという慢性的なジレンマにある人々が多く、さらにそれが短期間で社会生活に浸透していったために、所得と購買力のバランスを取る事が難しくなっているというのが現状であると感じた。ただし、人々は徐々にではあるが、「物への価値観」を持つようになり、やみくもに安価な模倣品を手にしなくなってきており、それに伴い、正規品の市場規模も今後は伸びると予想される。とくに被害が拡大している著作権分野においても、制度の見直しがなされ、違反に対しては厳しく罰していることから、拡散を抑止する効果は必ず表れるであろう。

中国には「建前と本音」が厳然としてあり、「建前も本音も両方大切」という感性から、「模倣品は悪」という倫理はもちろん大切だが、一般の生活をそんなに急激に変えられないという現実も受け入れるというのが考え方の根底にある。ある政府高官が「たとえば今市場では海賊版が80%、正規版が20%だとする。それを海賊版60%、正規版40%に改善すれば権利者の収益は今の2倍になる」と述べたそうであるが、逆に言えば一気に0%にするには無理で、それなりの時間がかかるというスタンスが基本であるということであろう。「冰封三尺 非一日之寒」（厚い氷は一日の寒さでできるのではない）という故事成語があるが、まさに中国の模倣品市場は多くの複雑な要素により長い時間を経て形成されたものであると言え、模倣品をとりまく状況全体としては、今後は今より必ず良くなるであろうが、それは「徐々に」である。

本研究を通して感じたのは、模倣品により一番大きな損害を受けたのは実は中国ではないかということである。経済損失から見れば海外諸国の受けた損失も決して少なくはないが、中国が無くした一番大きなものは消費者の信頼ではないだろうか。度重なる粗悪品による健康被害や事故、それら問題に対する政府の対応を見るたび、中国人は政府や企業、そして中国製品全般を信じられなくなってしまっている。聞き取り調査時に、「私たちは一体何を食べればいいのでしょうか？」と逆に尋ねられてしまったが、中国が内需を拡大しようとする際に、根底に必要とされる「消費者の信頼」を今後どう取り戻してゆくかという課題は、こ

の模倣品被害が出た30年が残した負の遺産であると言えないだろうか。

1963年、沖縄に「ウリミバエ」別名「8ミリの悪魔」と呼ばれた害虫が飛来した。この虫は野菜に寄生し卵を産みつけ、野菜は瞬く間にウジが沸き、腐ってしまう恐るべき害虫で、日本政府は「植物防疫法」により沖縄県からの日本本土への野菜の持ち出しを禁止した。ウリミバエ根絶のため政府は、放射線をハエに照射して生殖細胞を破壊し、繁殖力を失ったハエを増殖させることで、何十年もかけて撲滅するという気の遠くなるような作戦を打ち出した。この作戦には200億円が投じられ、ついに沖縄では1990年に根絶の成功が発表された。

「模倣品」という「害虫」についても同じことが言えるのではないだろうか。法律により模倣品の持ち出しや輸入を禁止しても、予算を投げ時間を掛けて地道に撲滅してゆかなければ被害は拡大する一方である。一匹の害虫を撲滅するのにこれだけの時間と費用が掛かるのであれば、「模倣品」はなおさらである。日本の産業全体を保護するためには、中国へ進出している企業だけでなく日本の企業製品すべてに対し適正な知財保護措置を講じるため、また中国での知財教育・啓蒙活動のためにも重点的に予算を配分すべきであるし、WTOに加盟しながら模倣品を容認している言わざるを得ない中国に対して、毅然とした態度で弛みなく交渉を続けてゆくべきである。

中国で事業展開する個々の企業においても、自社の利益保護にとどまらない広い視野に立った模倣品対策や知財教育が必要不可欠となるであろう。そのために先進国には今後の経済の担い手となる若い世代に知財意識を育ててゆくような仕組みを確立する責務があり、グローバルな視点で知財問題を考えることができる人材が増えることが現在の模倣品が氾濫する市場を

変えてゆく流れを作ってゆくであろう。

注

- (1)日本円への換算は1元≒15円とし、10円以下は切り捨てる表記とした。
- (2)「偽造防止マーク」には紫外線を当てて確認するものや、ホログラムのマークなどが含まれる。
- (3)東京理科大学知財専門職大学院客員教授で元日本弁理士会会長の下坂スミ子氏と馬場錬成教授が毎年大学内で実施している調査結果を引用。
- (4)「山寨品」(中国語: 1shan 4zhai 2pin 日本語: さんさいひん) 字義的には「山中に築いたとりで」を指し、違法商品を製造する地下工場を指す用語となった。

主な参考資料

- ・特許庁委託 ジェトロ知的財産権情報模倣対策マニュアル中国編 2006年3月
- ・特許庁 2007年度模倣品被害調査報告書 2008年3月
- ・模倣品被害の経済的影響に関する分析調査報告書 特許庁 平成16年2月
- ・政府模倣品・海賊版対策総合窓口年次報告書 経済産業省及び関係省庁 2008年6月
- ・馬場錬成著『中国ニセモノ商品』中央公論新社 2004年
- ・『国際的な知的財産の保護』日本貿易振興機構 経済分析部 知的財産課 黒須悟士
- ・金谷治著「中国思想を考える 未来を開く伝統」中央公論新社 1993年
- ・創英知的財産研究所著「中国の知的財産法」東洋経済新報社 2006年
- ・王敏著「日本と中国-相互誤解の構造」中央公論新社 2008年
- ・吉田謙太郎著 外来生物法と規制影響分析に関する考察
- ・下坂スミ子, 馬場錬成 東京理科大学知財専門職大学院「知財戦略論」資料

(原稿受領 2009. 6. 29)