

“売る”だけでは危険 化粧品の海外展開における 知財対策の必要性と実務的対策

株式会社ワールドワイド・アイピー・コンサルティングジャパン 花田 舞佳

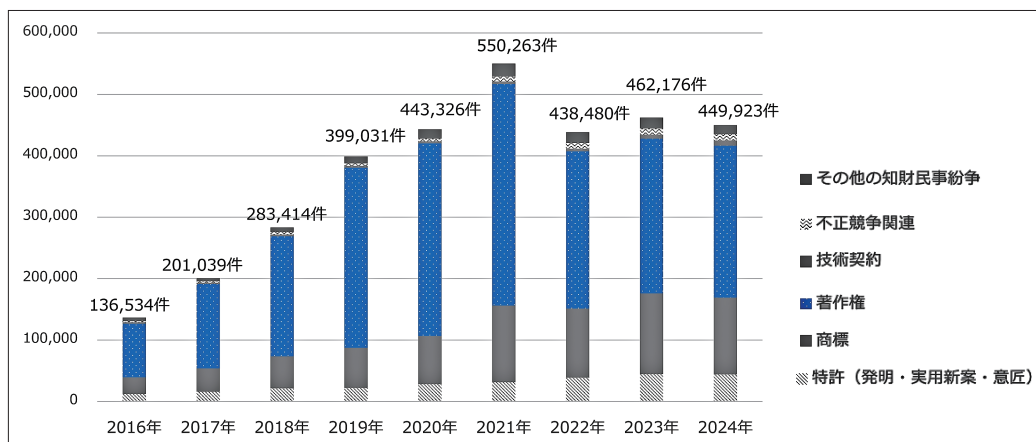
1. はじめに

化粧品ビジネスに限ったことではないが、海外で製品展開を開始する際には知財対策にもご注意いただきたい。弊社ではアジア諸国をメインとする知財保護サービスを提供しているが、新型コロナウイルスの混乱が過ぎ去って以降、お客様からのお問合せが急増している実感がある。ご相談の多い順に並べると、中国での商標・模倣品相談が全体の約7割を占め、次いで台湾・香港・韓国・ベトナムの商標対策が約2割、そして残りがASEAN諸国とわずかにではあるが欧州の模倣品相談、といった恰好である。たとえ欧州方面で見つかった模倣品でも、大元の製造者や権利侵害者

を調べると中国企業に辿り着くことも少なくないため、結果的に中国での商標対策や訴訟、摘発案件の取り扱いが多い印象がある。そこで、今回は中国における知財侵害状況と化粧品会社への影響と日本企業が講じるべき対策を紹介する。

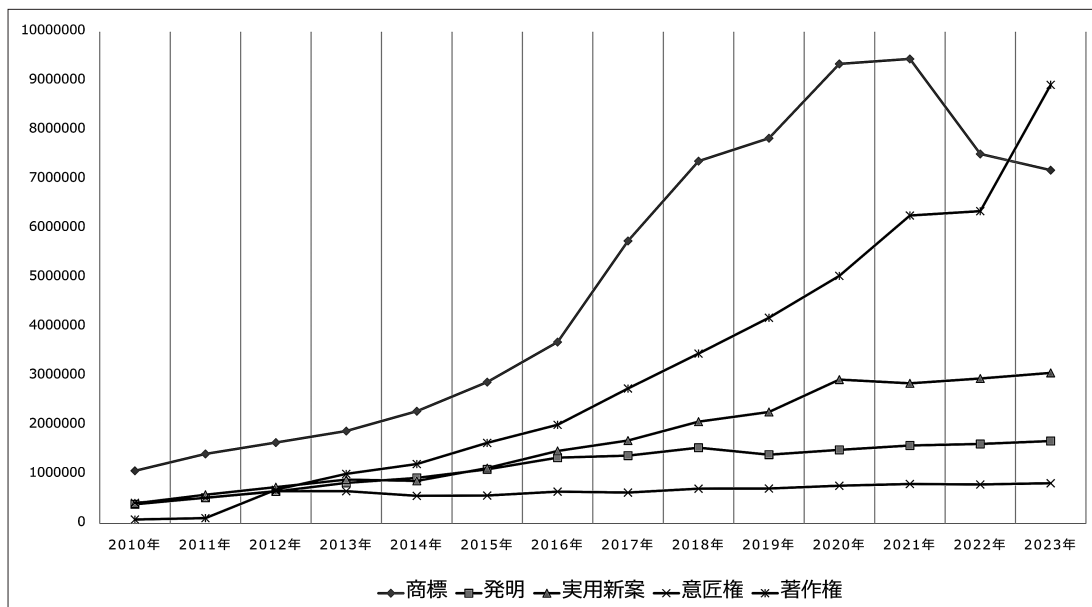
2. 中国における民事訴訟と知的財産権の出願・登記状況

図1は、中国の知的財産に関わる民事訴訟の第一審受理件数をグラフにしたものである。わずか数年でみるみる件数が増え、2021年の約55万件をピークに、2022年以降は若干件数が落ち着きつつも45万件前後で高止まりしていることがわかる。また、いずれの年においても著作権事案が多い。



■ 図1 中国全国法院における知財に関わる民事訴訟 第一審受理件数(2016年～2024年)

国家知識産権局「中国知識産権保護状況」より



■図2 2010年～2023年の中国における知的財産権出願数(著作権のみ登記件数)

国家知識産権局「知的財産統計に関する公開調査ガイドライン(2024年版)」及び「中国知識産権保護状況」より

図2は中国における知的財産権、すなわち商標権、発明(特許権)、実用新案権、意匠権の出願件数、及び著作権の登記件数の推移を表したものであるが、この10年ほどで商標権と著作権の件数が飛躍的に伸びている。図1と図2では、2021年に民事訴訟件数と商標出願件数が最も増えており、その理由は明らかになっていないが、もしかすると新型コロナウイルスの流行に伴い普及した「線上庭审(オンライン上の裁判)」によって訴訟提起の件数が増え、それに伴い各々の権利保護の意識が高まって出願件数も増加したのかもしれない。

特許庁が発表した「特許行政年次報告書2024年版」の直近10年間の推移を見ると、日本国内の出願件数は商標権約15万件、特許権約30万件、実用新案権約6,000件、意匠権3万件弱。この件数と比べると、国土が広く人口が多いとはいえ中国の出願件数の量が驚異的だということがわかる。

3. 中国における化粧品の模倣品摘発例

2024年10月21日、中国において化粧品を管理監督している中国国家薬品监督管理局(NMPA)

※1は、中国市場監督管理総局(SAMR)※2が4件の悪質な化粧品業者を摘発したと発表した。注目すべきは、そのうち1件が模倣品の摘発事例であるという点である。概要は以下のとおり。

2023年5月、寧国市市場监督管理局は、消費者の「大手ECサイトで購入した化粧品に偽物の疑いがある」という通報を受けた。調査の結果、模倣品であると判断したため速やかに公安機関へ移管し、公安と連携して捜査を進め、同年8月に化粧品の製造販売拠点5カ所を一斉摘発した。現場では大量の模倣品を押収し、複数名の容疑者を現行犯逮捕した。2024年4月、寧国市人民法院(裁判所)は13人の被告に対し、登録商標権偽造罪と登録商標偽造品販売罪で懲役3年(執行猶予3～5年)と高額な罰金を科した。

NMPAは、サンプリング検査の不合格結果や、査察により問題が見つかり法的処分を受けた企業情報などについては日常的に公開しているが、このように模倣品関連の情報を大きく報じることは

珍しい。世界的に大規模な化粧品消費市場である中国では、政府がここ数年で法令レベルを引き上げて管理監督体制を強化しており、厳格な罰則規定も設けている。こうして大規模な摘発を行って結果を公表する背景には、健康被害を引き起こす悪質な模倣品業者を牽制・排除する狙いがある。

4. 商標を他者に取られてしまうとどうなるか？

特に悪質なケースとして、中国で商標を先に登録してしまうだけでなく、その商標を使用した化粧品の行政手続き（NMPA登録・登記）を得て、堂々と販売する業者までいる。

想定されるシナリオとしては、「日本の製品と誤解した消費者が模倣品を購入する（最悪の場合、健康被害を引き起こす）」「本来商品を購入するはずだった顧客層が模倣品の方へ流れ、売上面での機会損失に繋がる」「模倣品の方が認知されてしまい、日本の正規品が売れなくなる」「商標を取り戻せず、日本側がブランド名を変えざるを得なくなる」などが考えられる。

●このような場合、どうすべきか？

日本企業側が中国における商標権や意匠権などの権利を有し、自社が正当な権利者であることを明確に示すことができれば、訴訟提起したり行政に申し立てするなどして対策を打つことができる。権利を保有している場合は、被害が広がる前に早めに手を打つ必要があるため、定期的な市場のモニタリングも行うべき。

●権利を証明できるものがない場合はどうなるか？

「本来、こちらが正当な権利者なのだから遠慮する必要はないはず。放っておこう」という声を耳にすることもあるが、これは危険である。他者に商標を登録された状態で商品にその商標を使用すると、逆に日本側が権利侵害者として訴えられるリスクさえある。

●商標を取り返す術は？

いくつか申し立て方法はあるが、相手が商標を使用している場合、自社が正当な権利者であるこ

とを示す証拠や、相手の悪意性を示す証拠などを示さなければならず、失敗のリスクもある。取り戻せるとしても、申し立てや訴訟に時間と労力と費用を要することになるため、最善策は“後手に回らないこと”と“侵害行為を見つけた場合は早めに対策すること”と考えられる。

●当局に訴える方法は？

前述のようにSAMRやNMPAが積極的に調査してくれる可能性もないとはいえない。しかし、当局は健康被害の報告が多数出ていたり、市場へに大きな影響を与える可能性があるなど、深刻な状況の案件から調査に出向くと考えられるため、対応してもらえる保証はない。よって、当局の協力があれば当然良いが、それを当てにするのではなく、自分の身は自分で守るつもりで対策を講じておくことが肝要である。

5. よくある相談

ここで、お客様からよくいただくご相談を紹介する。

[例1] 売れる見込みがないまま知財対策に投資を行うことは難しい。

▶これは中国以外の国へ展開する場合にもいえることだが、アジア諸国では先願主義（先に出願した者に権利が与えられる制度）をとる国/地域がほとんどで、人気が出そうな商品を狙って冒認出願する行為は非常に多く見られるため、人気が出てから対策を打つのでは後手に回るリスクがある。

[例2] 最初は越境ECで販売して、人気が出てきたら知財対策も考えようと思う。

▶ECサイトでも模倣品は多数出ている。ECサイトの場合はプラットフォームに対して申し立てを行い、出品ページのリンクを削除する対策があるが、商標権や著作権などの権利主張の材料がなければ主張が通らないケースがあるため、越境EC販売の場合でも知財対策は必要である。

[例3] 日本企業が中国で訴訟しても勝てないのでは？

▶弊社の中国での訴訟経験から申し上げますと、海外企業だからといって不当な判決を受けることはなく、勝訴も可能。ただし、十分な法的証拠がないと戦えない。

[例4] 海外の商標登録は何が難しいのか？ 国によってどのような特色があるのか？

▶弊社の経験を踏まえ述べるが、まず、中国の場合は、前述のとおり全体の商標出願件数が多い。さらに、中には日本企業が中国に進出することを見越して先に権利を横取りし、日本企業に高額で販売しようとしたり、模倣品を製造しようとする冒認出願も多く見られるため、その対策を打ちながら数多くの出願の中を掻き分けて登録に漕ぎ着かなければならない点が難しい。一方で、中国では大量の出願をスピーディーに審査するため人員を補充し、定期的に優れたシステムも導入しているため審査は非常に早い。

次に、台湾、香港、マカオ、韓国、シンガポールなどは中国ほど出願件数が多い上、システム管理がなされているため比較的登録までスムーズに進む傾向にある。これらの国と地域と比較すると、ベトナムは審査に長い時間がかかり、審査状況がやや不透明と感じられるため、ベトナム市場での販売計画が決まっている場合は慎重に検討する必要があると考えられる。

6. 海外展開を見据えて、日本企業はどうすべきか？

今回は主に中国での状況を踏まえて述べたが、中国で知的財産権取得の熾烈な戦いが繰り広げられる中、日本からの商標出願件数は常に諸外国の中でトップ3に入っている。

これは、中国市場でビジネス展開するにあたって、多くの日本企業がいかに知財対策を重視しているかを示していると思われる。化粧品業界にお

いても、日本国内市場にとどまらず海外市場を目指す企業が今後ますます増えてくると予想されるが、安心して“売る”ためには決して丸腰で参入せず、知財対策という“お守り”も是非携帯していただきたい。

※1 中国国家薬品监督管理局：医薬品、医療機器、化粧品の行政許可を管轄している中華人民共和国国務院の直属機関。(National Medical Products Administration 略称：NMPA)

※2 中国市場監督管理総局：市場の秩序維持、製品の品質管理、公正取引等を管轄する政府機関。(State Administration for Market Regulation 略称：SAMR)

参照記事：

国家知識産権局。知識产权统计数据公开查询指引(2024版)。注册及有效注册状况统计表。2024-11-26
https://www.cnipa.gov.cn/art/2024/11/26/art_88_196286.html?utm_source=chatgpt.com (参照 2025.06.03)

中华人民共和国国家知识产权局。二〇一六年中国知识产权保护状况。2017-04-25

中华人民共和国国家知识产权局。二〇一七年中国知识产权保护状况。2018-04-25

中华人民共和国国家知识产权局。二〇一八年中国知识产权保护状况。2019-05-05

中华人民共和国国家知识产权局。二〇一九年中国知识产权保护状况。2020-04-24

中华人民共和国国家知识产权局。二〇二〇年中国知识产权保护状况。2021-04-25

中华人民共和国国家知识产权局。二〇二一年中国知识产权保护状况。2022-04-26

中华人民共和国国家知识产权局。二〇二二年中国知识产权保护状况。2023-06-30

中华人民共和国国家知识产权局。二〇二三年中国知识产权保护状况。2024-04-30

中华人民共和国国家知识产权局。二〇二四年中国知识产权保护状况。2025-04-26

<https://www.cnipa.gov.cn/col/col91/index.html> (参照 2025.06.03)

特許庁。特許行政年次報告書2024年版。2024年7月。p2.

国家薬品监督管理局。国家药监局通报4起化妆品典型案例信息。2024-10-21

<https://www.nmpa.gov.cn/yaowen/ypjgyw/hzhpyw/20241021152306105.html?type=pc&m=> (参照 2025.06.03)