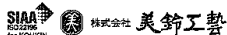


高周波誘電加熱による生地型の押し加工

ビニール・レザーグッズ・プリンティング
インクジェットプリント・広幅対応・転写プリント



本社工場 〒523-0034 滋賀県近江八幡市寄宮町木町 669
TEL 0748(37)0452 FAX 0748(37) 5771
E-mail:info@suzukikogyo.com
本社総務 〒612-0029 京都府伏見区深草西蒲町2-31-1
TEL 075(642)7095 FAX 075(642)7061
E-mail:carriage@centro.viaa.or.jp
http://www.asisuzi-carriage.com

モオリプリント株式会社

●デザイン●シルクスクリーンプリント●発泡プリント

代表者 毛利洋治

〒546-0024 大阪市東住吉区公園南矢田2-9-6
TEL 06(6699)8808
FAX 06(6698)8790
遠里小野営業所 岩鼻竹男
大阪市東住吉区遠里小野7-3-5
TEL 06(6606)6100

協同組合東京ハンドバッグ協会・東日本袋物工業組合特許顧問

杉山・木村国際特許事務所

(旧杉山特許事務所)

所長弁理士 木村高明

東京都台東区寿4-9-10 TEL03(3841)5762 FAX03(3842)5762

《業界ビジネス「コラム」》

世界不況と中国と知的財産

協同組合東京ハンドバッグ協会・
東日本ハンドバッグ工業組合特許顧問

木村高明氏



木村高明氏
杉山・木村国際特許事務所 所長弁理士
昭和58年 弁理士登録 登録番号 8902
平成14年 杉山・木村国際特許事務所設立 現在に至る
○日本弁理士会会員 国際活動センター所属
○日本ハンドバッグ協会 知財顧問
○日本皮革産業連合会 知財顧問
○中小企業知財経営推進会 会長
○弁理士支援事務職養成スクール「コスモ塾」塾長

現在、不況の真っただ中であり、一部では、2001年3年ごろまで不況が続くと言われていた。周知のように、欧米、特に米国の消費者に依存した輸出業態の企業はなお苦戦しており、国内でいえば、唯一中国のみが内需に基づく経済成長を続けている。

また、ハンドバッグ業界、皮革産業業界は、中国等の新興国の影響で苦戦を強いられつつあるのが現状である。さらに、銀座にある欧州のブランドショップでもバッグ等の売上は2〜3割ダウンしているという情報もある。

さらに、中国人同士の間での特許、実用新案、意匠、商標権に関する訴訟も非常に多く、互いに権利主張を行ってきた事情を鑑みれば、「模倣されるから知的財産権をとってもしようがない」という社会状況ではなく、進出してきたら大変だ」と危機感を持つて話していた。

このように中国国民の意識の変化は、2000年にWTOに加盟し、ここ10年で大きく経済発展を遂げたことや、北京オリンピックを経験したこと等と無関係ではなく、中国は非常に速い速度で進化している。

今、まさに不況下でデフレ状況ではあるが、同時に「トヨタが赤字」、「AI Gが破綻」といった、何が起ころるか分からないという一種のアナーキーな状況にもなっている。不況下では「小が大を倒す」「下剋上」といった一発逆転のチャンスがあると言える。知的財産権は、このような「ピンチをチャンスに変える」ためのロマンチックなツールとなりうる。

昨年、私の顧客が中国へ視察に出向いた際に、中国民族資本の非常に大きなハンドバッグ製造会社を訪ねた。そこでは、若い経営者

が、千人規模の工場を所有し、イタリアやフランスからデザイナーを招き、工場のラインを高級品、中級品、普及品に分けて構成し、高級品ラインで使われるミシンはコンピュータ内蔵で、品質管理も厳しく行っており、中国市場で立派な自社ブランドを創出し販売していた。

その高級品のバッグは、中国の市場では日本の市場価値で10万円以上のもので、都市部の富裕層にこの高級品が飛ぶように売れている——とのことであり、日本とは大きく異なった状況となっている。その顧客は「こんな中国の会社が日本をターゲットとして本格的に進出してきたら大変だ」と危機感を持つて話していた。

不況の時代であること、及び、中国製品との市場での競合の事態を考慮して、日本のハンドバッグ業界はどのような対応していくかを考えた場合、私は、やはり、高品質な「MAD E IN JAPAN」の理念を追求していくしかないと思う。

日本の皮革加工技術、ハンドバッグ製造技術の品質の高さは既に世界で認められており、また、デザインに関しても、近年では、日本のバッグメーカーのオリ

中国といえば、「模倣が横行し、特許等の知的財産権を取ってもしようがない」と一般に言われている。しかしながら、中国という国は非常に不思議な国で、確かに模倣が横行する一方、国民の中では特許、意匠、商標に対する権利意識は非常に強い。現在、特許出願件数、実用新案出願件

数、商標出願件数はいずれも日本を抜いて世界一だ。また、特許制度、商標制度は非常に立派で、特に、特許制度が1985年にスタートしてから法改正は既に3回を数えており、日本の制度よりも進化している部分があるくらいで、先進国と比較しても全く見劣りしない立派な制度となつて

いる。さらに、中国人同士の間での特許、実用新案、意匠、商標権に関する訴訟も非常に多く、互いに権利主張を行ってきた事情を鑑みれば、「模倣されるから知的財産権をとってもしようがない」という社会状況ではなく、進出してきたら大変だ」と危機感を持つて話していた。

このように中国国民の意識の変化は、2000年にWTOに加盟し、ここ10年で大きく経済発展を遂げたことや、北京オリンピックを経験したこと等と無関係ではなく、中国は非常に速い速度で進化している。

今、まさに不況下でデフレ状況ではあるが、同時に「トヨタが赤字」、「AI Gが破綻」といった、何が起ころるか分からないという一種のアナーキーな状況にもなっている。不況下では「小が大を倒す」「下剋上」といった一発逆転のチャンスがあると言える。知的財産権は、このような「ピンチをチャンスに変える」ためのロマンチックなツールとなりうる。

特許、実用新案、意匠、商標等の「知的財産権」は、このような自社の独自の技術、独自のノウハウ、アイデアを基礎に、顧客の需要に応えようとする企業の、他社との「差別化」には非常に有効となる。「知的財産権」は、自社のアイデア、ノウハウを客観化、財産化することができる。そして「知的財産権」は非常に強い権利なので、使い方によっては非常に有効な経営資源となり、知的財産権に直結した「知財経営」を行うことで会社の業績にダイレクトに繋げることができ
