

JAPIA, 中国の見本市で業界初の模倣品追放活動を展開

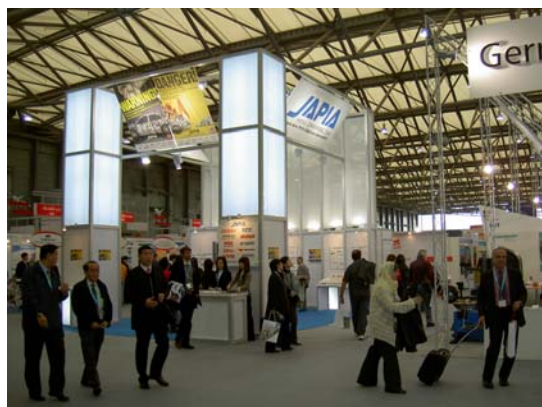
(社)日本自動車部品工業会

当工業会では、知的財産権部会が中心となって海外市場での模倣品追放活動に乗り出しました。手始めとして、模倣品被害が多い中国で自動車部品の見本市に出展し、模倣品と真正品の比較展示や映像を通し不良部品の危険性を来場者に訴えました。こうした自動車部品分野での業界単位の模倣品対策活動は世界的に見ても例が無く、内外から注目を集めました。以下に概要をご紹介します。

1. オートメカニカ上海での模倣品追放活動

模倣自動車部品はアセアンや湾岸諸国、中南米など世界各地で見つかっており、年々その被害が拡大している。特に、自動車販売台数で世界第3位の中国は世界最大の模倣自動車部品の供給基地となっている。昨年度の中国での被害額は主要9社合計で10億6,400万円に達したが、これは2003年度の6億1,900万円に比べ72%増加したことになる。模倣自動車部品は真正品の売上減少という問題もさることながら、不良品の取り付けによる車両火災や走行不能といった事故に直結する危険性が危惧されることから、一般ユーザー向けの啓蒙活動も重要となっている。

このため、知的財産権部会では模倣品の違法性と危険性を中国で広く訴えていくために「オートメカニカ上海2006(会期11月30日～12月2日)」に54㎡の小間を確保し、JAPIAと会員11社が共同展示を行った。出展内容は、各社が中国で集めた模倣品と真正品の比較展示、映像による不良部品の危険性や模倣品製造現場での摘発シーンの紹介など。あわせて、来場者へのアンケート調査と会場内での模倣品調査も実施した。



JAPIA ブース



映像に見入る来訪者

2. 内外マスコミが高い関心示す

今回の出展では内外のマスコミが高い関心を示してくれた。出展に先立って国内で行った記者発表では全国紙や専門紙など確認されただけで8紙が大きく扱ったほか、通信社を通して内外に伝えられた。また、中国でも日系メディアのほか中国の新聞、雑誌や米国、オーストラリア、インドなどの記者から個別取材があった。会期2日目にはNHKのカメラが入り、その模様は12月11日（月）朝のTVニュースで放映されるなど当初予想を上回る反響であった。

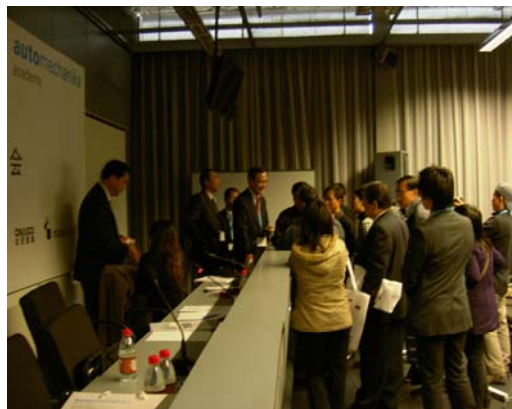


新聞各紙の報道



展示品を撮影する NHK の取材班

オートメカニカ上海の主催者、メッセフランクフルトはドイツならびに世界各地の見本市で模倣品の出展追放に熱心に取組んでおり、会期前にプレスリリースで JAPIA の取り組みを紹介する記事をインターネットで配信してくれたほか、われわれのためにセミナーの1コマを割り当ててくれた。そこで、小職が“**No Counterfeit Parts**（偽物部品追放に向けて）”と題して講演を行った。約60名という多くの出席者が熱心に話を聴き、終わると質問者が殺到するという嬉しい結果であった。これは、セミナーが予定より遅れてスタートしたため持ち時間が削られ、質疑応答打ち切りとなったためなのだが、関心の高さに驚かされた。

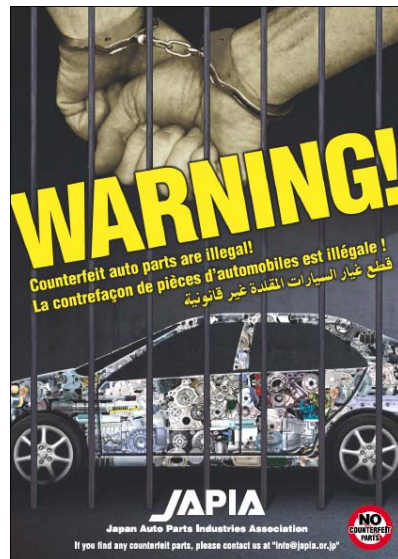
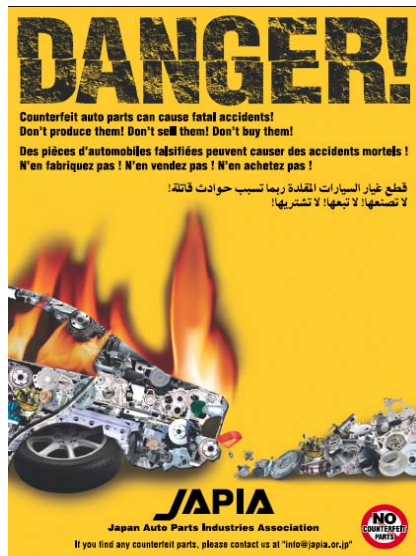


質問攻め

3. 理解深めた啓蒙活動

会期中は事務局のほか、出展した各社が担当者を派遣し来場者の応対に当たったほか、通路でチラシを配るなど積極的にキャンペーンを行った。また、来場者にアンケート調査を実施し、約 800 名の来場者のうち 138 名から調査票を回収できた。以下にその集計結果の抜粋を紹介すると、

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| (問) JAPIA ブースの印象は？ | (答) 「とても良い」「良い」が 92.7% |
| (問) 何が一番興味が？ | (答) 本物と偽物の比較展示 56.6% |
| (問) 模倣品の危険性を理解できたか？ | (答) 「とても良く理解」「良く理解」が 88.5% |
| (問) 模倣品に対する考えは変わったか？ | (答) 「変わった」64.9% |
| (問) 模倣品を使用したことがあるか？ | (答) 「ある」18.3% |



配布チラシ

(完)