

貴社は模倣品対策をやる必要があるのか？どれくらいやればいいのか？

# 利益に繋がる『中国模倣品対策』を実現するために 必要な3つのポイント

《開催要領》 ※講師とご同業の方のご参加はお断りする場合がございます。※最少催行人数に満たない場合、開催中止とさせて頂く場合がございます。

日時▶ 2018年 9月 28日(金) 13:00~17:00

会場▶ 企業研究会セミナールーム(東京:麹町)

《開催にあたって》

本セミナーでは、調査会社において多数の調査・摘発案件に関与した経験、弁護士として多数の知財訴訟に関与した経験を有する講師が、単なる法律論だけでなく、現場の実務に基づく具体的な対応策案を具体例を交えて紹介します。利益に繋がる模倣品対策を実施するためには、①正しく模倣品対策の意義を理解した上、②最小のコストで最大の効果を上げる戦略、戦術を取り、かつ、③それらを誠実に実行することが必要です。また、中国における代理人は、知識、法的思考力、クライアントのニーズの把握やコミュニケーション能力等において未熟な場合も多く、権利者企業側に相当な知見がないと適切な代理人を選択できない状況となっています。本セミナーでは、利益に繋がる模倣品対策を実現するための知見の習得に加え、中国代理人を適切に選定できることも目的とします。

講師 弁護士法人キャスト パートナー 弁護士・弁理士  
上海致昇商務諮詢管理有限公司 董事長 島田敏史 氏



講師紹介 「知財」と「渉外(中国・ASEAN)」を専門とする日本国弁護士。2011年に渡中後、知財案件に関して2,000件以上の案件に関与。特に中国については、自らの調査会社による調査・証拠収集・公証手続から摘発、審判・訴訟といった法的対応までワンストップで対応。クリアランス調査や先使用権確保、無効鑑定といった知財予防法務についても多数サポート。特許庁審判部での勤務経験を活かして、日本での侵害訴訟、審判・審取訴訟についても積極的に対応。

《申込方法》 当会ホームページ (https://www.bri.or.jp) からお申し込み下さい。

企業研究会Q 検索

■受講料: 1名(税込・資料代含) ※申込書をFAXでご送信いただく際は、ご使用のFAX機の使用状況(0発信の有無など)をご確認の上、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

正会員	34,560円(本体価格 32,000円)	一般	37,800円(本体価格 35,000円)
-----	-----------------------	----	-----------------------

181686-0303(※) 利益に繋がる中国模倣品対策を実現するために必要な3つのポイント

ふりがな 会社名			
住所			
TEL		FAX	
ふりがな ご氏名		所 属 役 職	
E-mail			

※申込書にご記入頂いた個人情報、本研究会に関する確認・連絡および当会主催事業のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

■申込・参加要領 : 当会ホームページからお申込みください。FAX、または下記担当者宛E-mailからもお申込み頂けます。

後日(開催日1週間~10日前まで)に受講票・請求書をお送り致します。

※よくあるご質問(FAQ)は当会HPにてご確認ください。([TOP]→[公開セミナー]→[よくあるご質問])

※お申し込み後のキャンセルはお受け致しかねますので、ご都合が悪くなった場合、代理出席をお願いします。

■お申込・お問合わせ先: 企業研究会 公開セミナー事業グループ 担当/民秋・川守田 E-mail: tamiki@bri.or.jp

TEL: 03-5215-3514 FAX: 03-5215-0951 〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 MFPR 麹町ビル2F

## ・プログラム・

- 誤ったイメージをなくすことから
  - 「模倣品がなくなれば売上が上がる」は嘘である
  - 「模倣品がブランドを傷つけている」は嘘である
  - 「模倣品の質は劣悪」は嘘である
  - 「中国人は模倣品が好き」は嘘である
  - 「摘発しても模倣品の販売は止まらない」は嘘である
  - 「模倣品の製造元を止めれば模倣品はなくなる」は嘘である
  - 「模倣品販売業者は巧妙化を進めている」は嘘である
  - 「どこかに大規模な犯人がいる」は嘘である
  - 「模倣品はなくなるらない」は嘘である
  - 「自社に限っては調査会社に騙されていない」は嘘である

### 2. 模倣対策の意味は?

- 模倣品が出る理由
- 模倣品をなくすことで得られる利益
- 無駄な対策の例
- 模倣対策の正しい意味の見つけ方
- 必要最低限のコストの考え方

### 3. 模倣品対策の戦略を立てる

- 被害状況の把握
- 被害の「質」と「量」
- エンフォースメント手段の使い分け
- 真正品販売による模倣品排除
- 啓蒙による模倣品排除
- 広告による模倣品排除

### 4. 模倣品対策の個別戦術例

- 効率的な模倣品被害調査の具体例
- 警告状送付だけの解決事例
- 行政摘発、刑事摘発におけるコスト削減例
- 効率的な水際対策の具体例
- 効率的なインターネット上の模倣品対策例
- 広告、啓蒙、真正品販売による模倣品排除事例

### 5. 中国調査会社との付き合い方

- 中国調査会社の実態
- 何をどこまで調査できるのか?
- 料金相場
- 嘘の報告をするというのは本当か?
- 虚偽案件の見抜き方
- 正しい調査会社との付き合い方

※最少催行人数に満たない場合、開催中止となる場合がございます。

※講師とご同業の方のご参加はお断りする場合がございます。

裏面もご覧下さい! 一枚のパンフレットで  
2種類のセミナーをご案内しております。