

平成18年度
意匠出願動向調査報告書

音響機器分野
(要約版)

<目次>

- 1 デザイン開発と技術開発の関係及び将来展望についての分析...
- 2 国内外企業相互におけるデザイン開発の違いの分析.....
- 3 意匠出願構造分析.....
- 4 意匠出願予測モデル.....
- 5 デザイン保護に関する整理.....

平成19年3月

特 許 庁

問い合わせ先
特許庁総務部企画調査課 技術動向班
電話：03 - 3581 - 1101 (内線2159)

1 デザイン開発と技術開発の関係及び将来展望についての分析

当該分野におけるデザインの特徴と、デザイン開発と技術開発の関係について、社会的背景を踏まえながら過去からの推移を明らかにした。市場におけるデザインニーズと機能的ニーズを踏まえて、時系列で、過去の製品開発上のポイントとなっている機能・形状の変遷、技術動向、社会的背景とあわせて整理した。オーディオスピーカーは「原音追求」(よりリアルな音の再生を目指す)を目的とした技術開発が行なわれていることから、スピーカーのデザインは音の再生機能・性能を発揮することができる形状が必然的に要求される。このため、外観デザイン的に突拍子なものが創出しにくい分野であり、また、製品のライフサイクルが長く、デザイン的にも長期にわたり支持されるものが多い傾向があることがわかった。

デザイン開発と技術開発の関係では、関連技術の開発完了とほぼ同じタイミングで意匠出願をしているという結果となったが、これは意匠権のほうが特許権と比較してより早く権利化が可能であるということから、意匠で権利化が可能なものは特許よりも先に取得をして製品保護を図っていると考えられる。

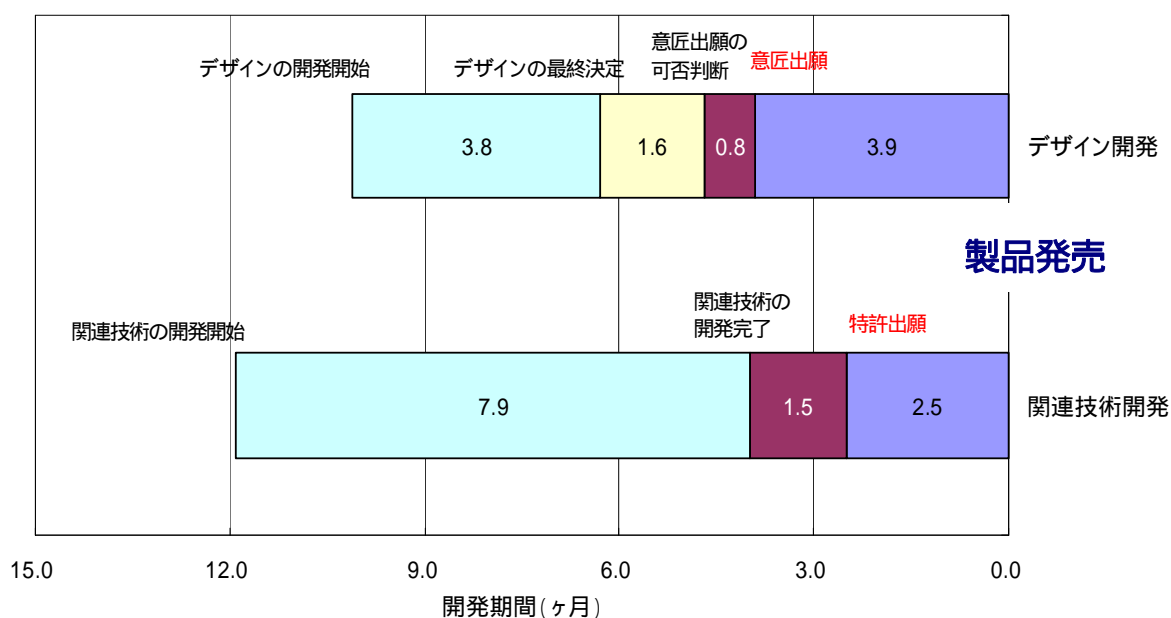
1.1 デザイン開発と技術開発の関係分析

まず、当該分野におけるデザインの特徴と、デザイン開発と技術開発の関係について、社会的背景を踏まえながら過去からの推移を年表形式で明らかにした。市場におけるデザインニーズと機能的ニーズを踏まえて、時系列で、過去の製品開発上のポイントとなっている機能・形状の変遷、技術動向、社会的背景とあわせて整理した。

次に、製品開発の変遷年表に記載した製品を中心に、当該分野の過去のヒット商品と特徴的なデザインについて事例をまとめた。具体的には、過去における売上や市場シェアの向上に寄与した音響製品における製品開発上の特徴(デザイン上の特徴、技術上の特徴他)について、デザインの見直し、または刷新を行なうことによって市場に影響を与えた事例を整理した。

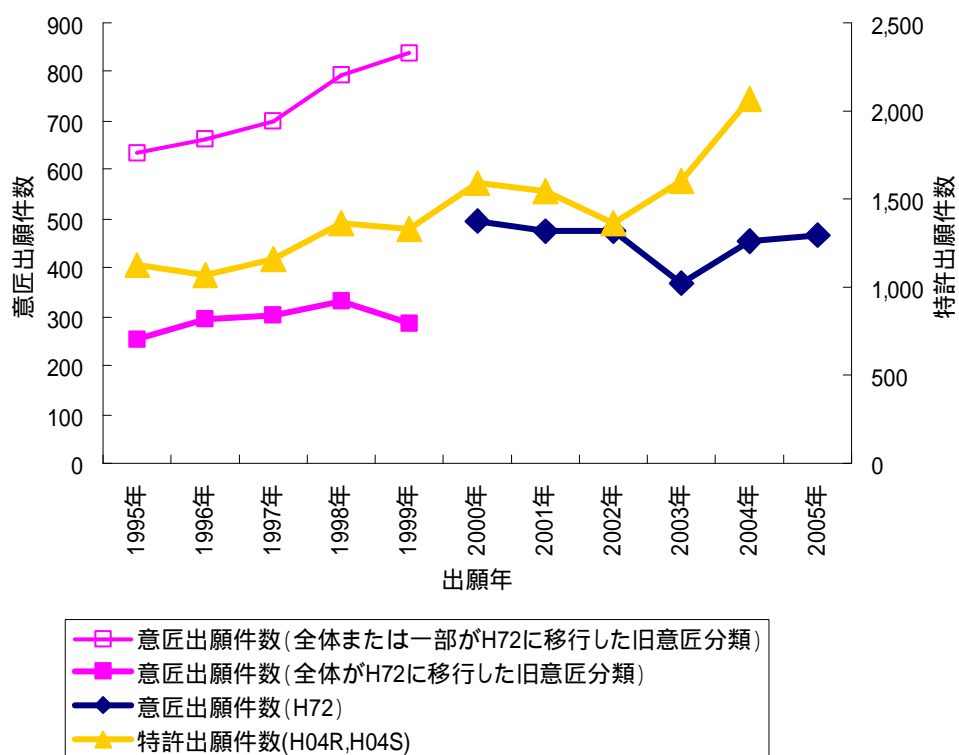
さらに、技術開発とデザイン開発の期間と市場投入までの期間を、特許出願時期・意匠出願時期・製品発表時期と併せて明らかにした。具体的には、デザイン開発と意匠出願のタイミングと技術開発と特許出願のタイミングに関し企業ヒアリング・アンケート調査を行い、その結果を整理した。整理した結果をもとに、デザイン開発と技術開発の関係を開発期間から考察した。関連技術の開発完了とほぼ同じタイミングで意匠出願を行っているという結果になっているが、これは意匠のほうが特許よりも早く権利化が可能であることもあり、意匠で権利化ができるものは特許より先に取得することで製品保護を図っているとも考えられる。

図 1 デザイン開発と技術開発の関係（開発開始から製品発売まで）



対象分野に関連する意匠出願件数と特許出願件数を抽出した。意匠については現在の H72 分類に全体が移行している旧意匠分類と全体または一部が移行している旧意匠分類（1999 年まで）および H72（新分類：2000 年以降）特許については関連が特に高いと考えられる H04R および H04S を対象とした。2000 年以降、意匠出願数が横ばい傾向であるのに対し、この分野の特許出願は順調に増大していることが分かる。

図 2 特許出願件数と意匠出願件数との関係



データマイニング等を用いて、意匠分類と内容的に類似した特許明細書を過去 12 年程度から抽出し、対応関係の検証を行った。概念検索を用いて、対象とする意匠分類の定義を入力として、この入力に近い内容を含む特許明細書を抽出した。特許明細書は 1993 年 1 月～2005 年 8 月公開の特許文献情報を使用した。

抽出された 5,000 件の特許を出願年（1993 年～2005 年）別に集計し、比率を計算した。

特許出願数全体はほぼ横ばいなのに比較して、当該分野の特許は 1998 年以降増大している。このことから、当該分野は最近になって技術開発が進んでいる分野といえる。

出願年のスピーカー関連の特許に占める各筆頭 IPC 別の特許の比率を集計した。

件数の多い上位3IPCを見ると、まず近年はH04Rの割合が年々増え、全体の約3割を占めるようになってきている。G11Bは1998年に一時期増大したものの、全般的には横ばいである。H04Nはわずかではあるが増加傾向であることが分かる。

4位以下では、G10Kは年々減少していることが特徴である

図3 関連特許上位5000件の出願年別内訳

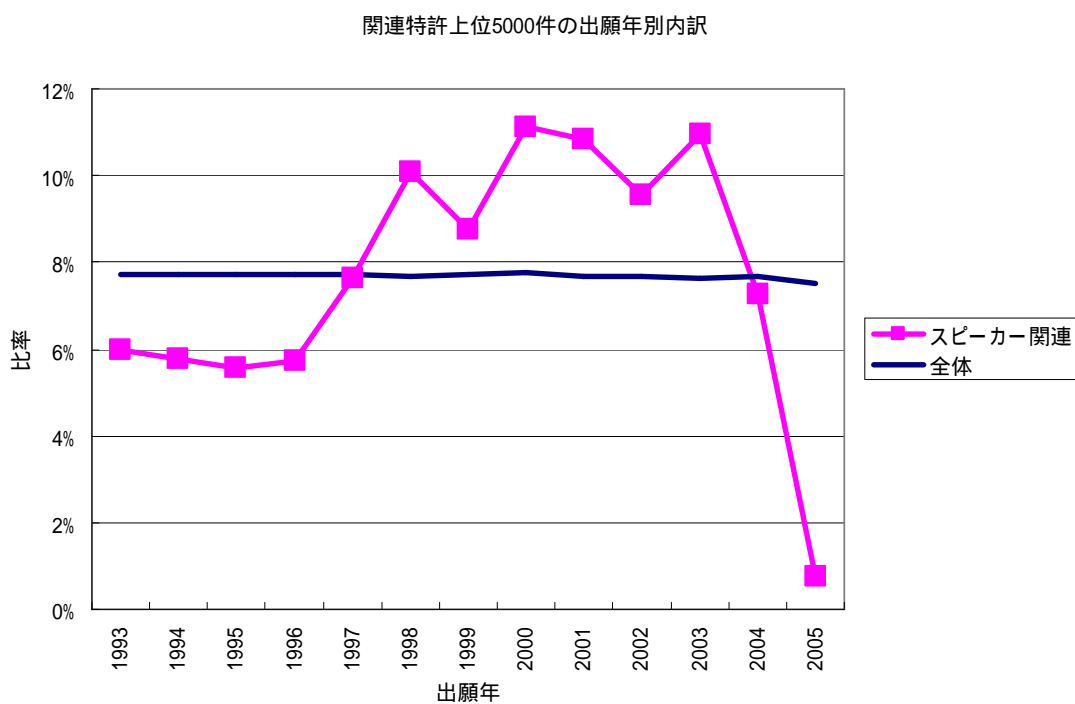


図 4 出願年別の集計（1位～3位）

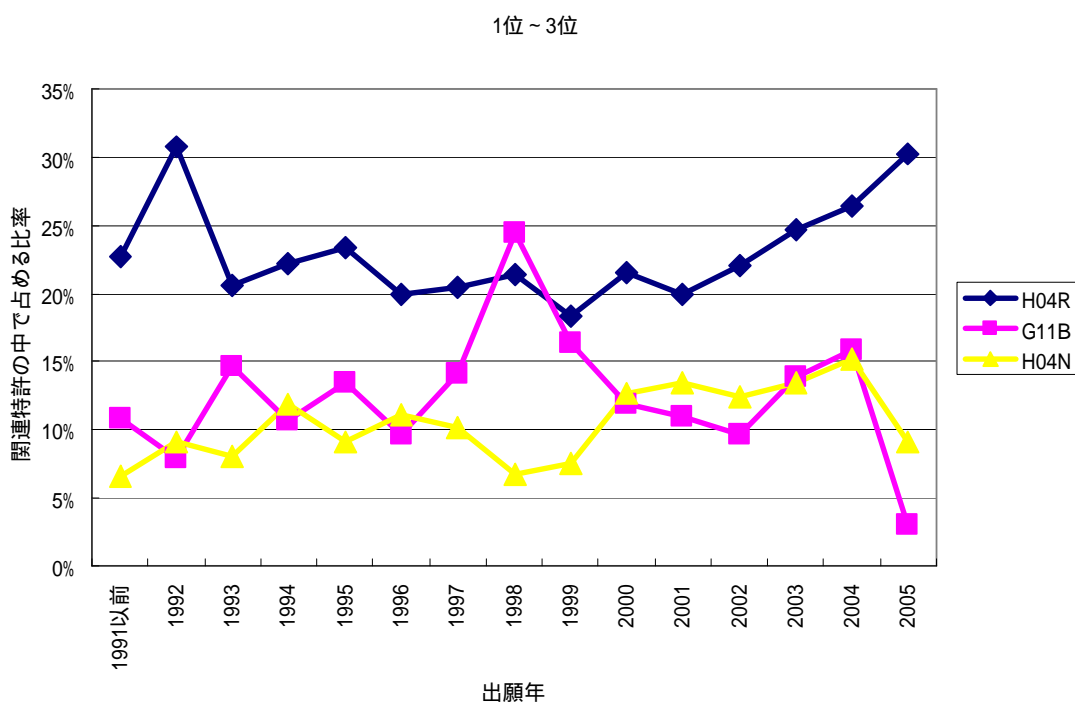
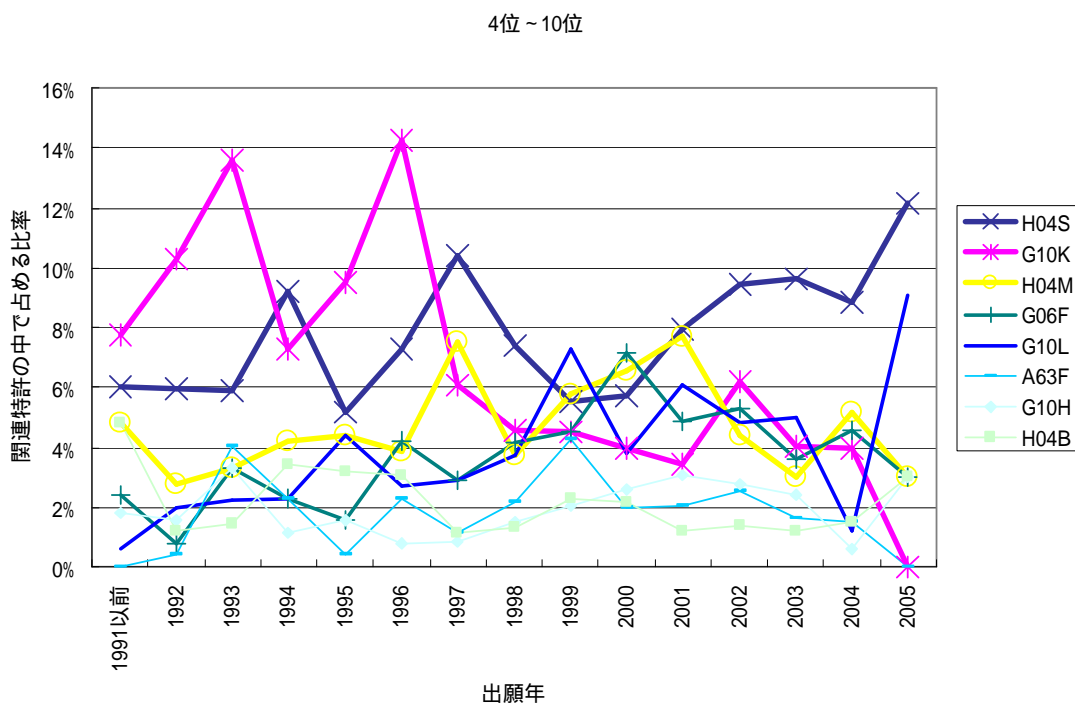


図 5 出願年別の集計（4位～10位）



1.2 デザイン開発と技術開発の概要と将来展望についての分析

まず、現状における競争のポイント（競争優位性を保つために企業がデザインに関して行っているポイント）及び将来的な変化の方向性を明らかにした。

音響製品開発における技術的な競争のポイントは、「原音再生」「インテリア性」「ホームシアター関連製品との関連性」「小型化対応」などが挙げられる。「音楽を聴く」というライフスタイルが変化・多様化してきているなかで、スピーカーを含めた音響コンポーネント市場は全体として縮小傾向にあるが、携帯型デジタルオーディオプレーヤーやパソコンなどデジタル化が進んだことなどから、時代の変化に応じた広い視野に立った製品開発・製品設計が必要となってくる。メーカーは時代に即した汎用製品を開発する一方で、ターゲットユーザーを絞ったハイエンド製品の開発にも尽力を注いでおり、企業におけるスピーカーの開発の方向性は両極化している。ホームシアターの一般家庭への普及により、それまでの大規模な機器を要したサラウンドシステムから、小規模機器で再生可能な仮想（バーチャル）サラウンド技術等の新技術開発を創出している。今後はさらに技術開発が進むものと予測される。

次に、現状における産業界での意匠権の意味合いと、将来変化の可能性及びその方向性（権利の使われ方など）を把握するため、以下の項目につきアンケート調査およびヒアリングの結果を整理した。

- 意匠出願の目的
- 意匠権の権利維持（維持期間、判断基準）
 - 権利維持における判断基準
 - 15年以上の意匠権維持を行う意思の有無
- 意匠権の各制度の利用状況
- 意匠権以外の産業財産権の利用状況
- 産業財産権に関する費用負担
- 現行の意匠出願の手続方法について
 - 満足している理由
 - 不満な理由
- 将来展望

さらに、製品開発におけるデザイン開発と技術開発の融合化のあり方として、デザインが先行し、そのデザインを実現するために技術を開発するタイプ（デザインプル型）と、逆に技術開発により新しいデザインが実現可能になるタイプ（技術プッシュ型）とについて、アンケートとヒアリングより得られたデザインプル型の製品開発事例および技術プッシュ型の製品開発事例をまとめた。

最後に、今後の製品開発におけるデザイン開発と技術開発の方向性についての検証として、デザイン開発期間および技術開発期間の変化に着目し、それらについて整理・分析した。

デザイン開発開始からデザインの最終決定までの期間について、これまでの製品と比較しての傾向では、長くなっていると回答した企業が0社であったに対して、短くなっていると回答した企業が7社、変わらないと回答した企業は6社であった。

開発期間変化の主な理由として、短期化傾向については、製品のライフサイクル短期化、市場での競争の激化などが挙げられているが、一方、変化していないという回答では短期化の要求や動きはあっても開発期間に特に変化はない、商品サイクル的にこれ以上の短期化はない等という意見があがっている。

関連技術の開発開始から関連技術の開発完了の期間について、これまでの製品と比較しての傾向では、デザイン開発期間と同様に長くなっていると回答した企業は0社であった。短くなっていると回答した企業が6社、変わらないと回答した企業は3社であった。

技術開発期間が変化している主な理由としては、市場における製品のライフサイクルの短期化を挙げた企業が多いが、製品種類の増加という回答もあった。

2 国内外企業相互におけるデザイン開発の違いの分析

国内外企業相互におけるデザイン開発の違いを調査、分析し、日本のデザイン開発力と競争力の関係を詳細に分析した。

対象とする意匠分類(H7-2)の旧意匠分類別(H413)の過去10年間の出願件数を調査したところ、分類内の出願のほとんどを「H4131 スピーカーボックス」が占めていることからH4131の出願は年変動を繰り返しながら総体的に増加傾向を示していることがわかった。これがこの分野全体における出願増加傾向の一つの要因となっているといえる。また、調査対象分野の市場規模と意匠出願件数の関係を相関分析し、関連性を見出し、その因果関係を解明した。また市場規模の隆盛と意匠出願のタイムラグを分析したところ、スピーカーを含むオーディオコンポーネント市場は長期的には漸減傾向にある一方で、意匠出願件数は横ばいで、減少傾向にはない。これは、商品単価が低下しているため、出荷額は低くなるものの製品アイテム数は大きな減少になっていないことが理由と考えられる。

国内企業の海外への出願状況では、2003年にOHIMを通じた欧州への出願が可能となったことにより欧州各国への出願が減少している。また、海外対応製品については、日本で出願したものを海外でも出願しているという企業が多い。

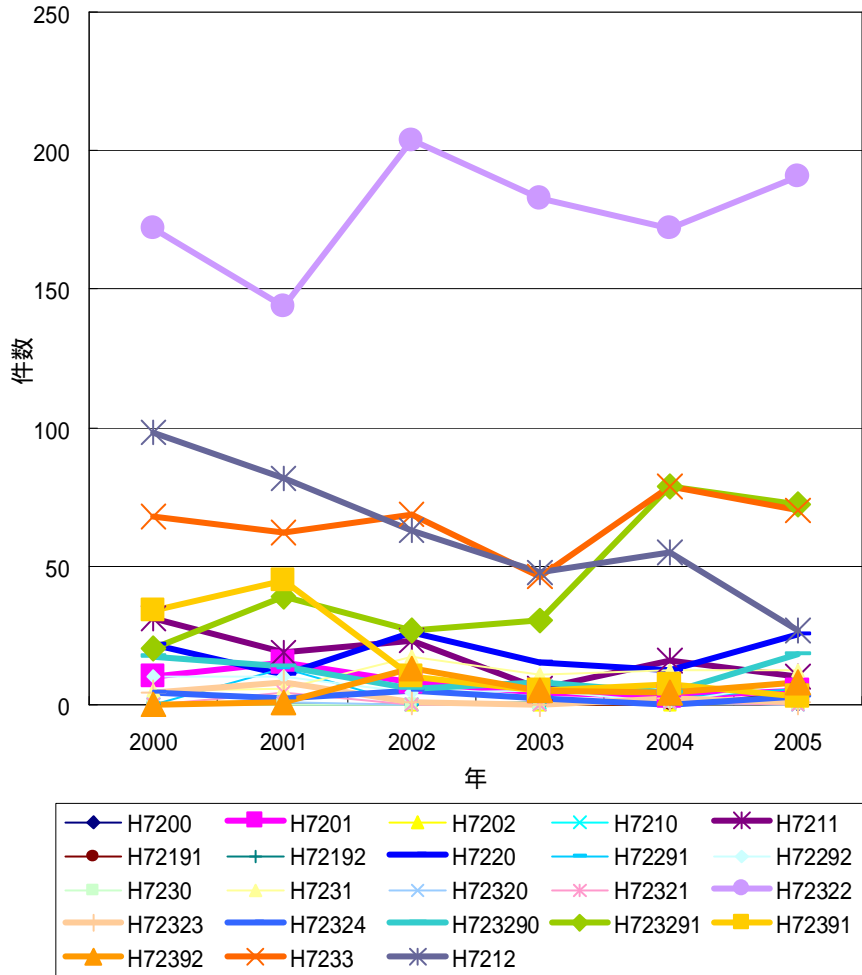
音響製品のデザイン開発や技術開発に影響した法規制では、一般的に、デザインに直接影響を及ぼすような法規制はあまりないが、間接的な影響(社内品質基準の再考など)が多いことがわかった。

2.1 国内企業の出願状況の整理

まず、当該分野における国内企業の出願数等を集計・整理することにより、スピーカー分野における国内企業での意匠の位置付けを明らかにした。

分類内の出願のほとんどを占める「H7232 スピーカーボックス」が漸増傾向にある上、「H72391 スピーカー」が近年増加傾向にある一方で、かつては2番目に出願数の多かった「H7212 音響情報記録再生機器」や「H72391 発音機器等備品」が急激に減少している。このことから分野全体では横ばい傾向を示している。

図 6 分析対象分野の意匠出願件数推移

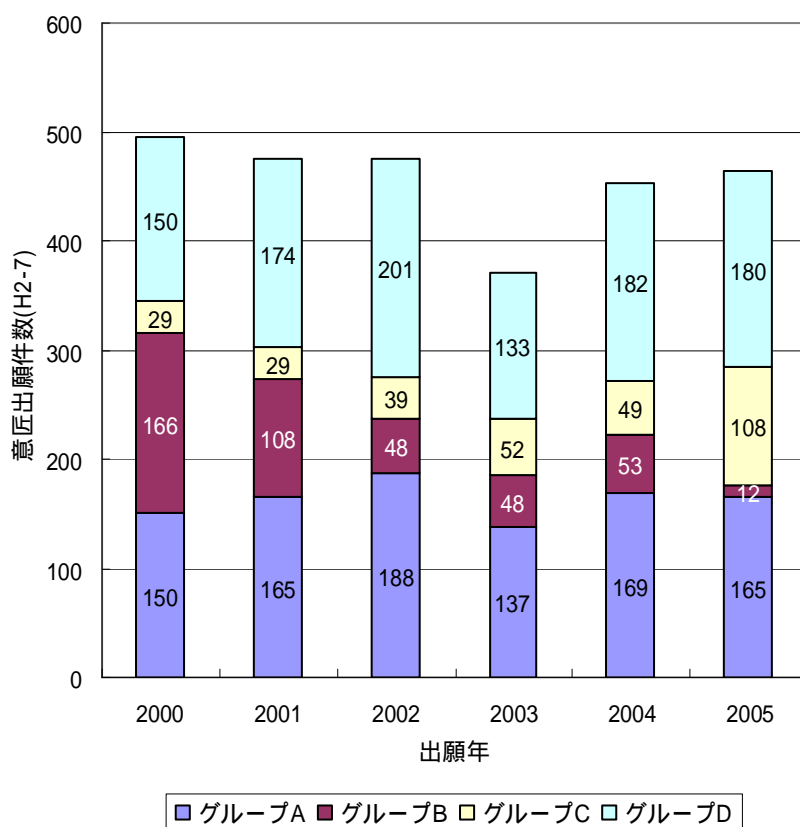


次に、2000年以降のH7-2分野における出願人の意匠出願状況を分析した。

まず、2000年以降に意匠出願のあった出願人を、2000年と2005年の意匠出願数により、4グループに分類する。グループA(2000年、2005年ともに上位10社圏内の出願人)に属する5社の出願数は安定的に推移しているが、グループBの出願数の減少、グループCの出願数の増大が際立っており、グループB(2000年は上位10社圏内、2005年は上位10社圏外)の出願人に属する企業とグループC(2000年は上位10社圏外、2005年は上位10社圏内)の出願人に属する企業との間で入れ替わりが起きている。グループBの多くは音響機器メーカーが多く含まれているのに対し、グループCには音響機器とは関係ない企業が含まれており、この分野に従来の音響機器分野以外からの参入が始まっていることを示唆している。

(グループDは2000年、2005年いずれも上位10社圏外の出願人)

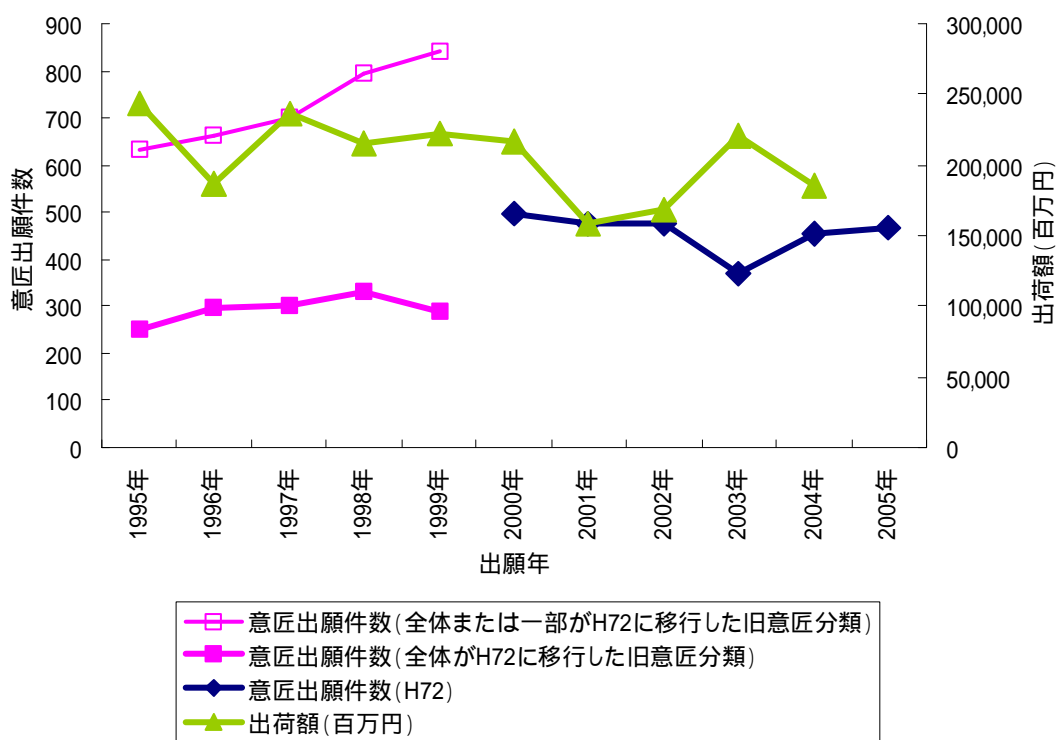
図7 グループ別の意匠出願数の推移



最後に、調査対象分野の市場規模と意匠出願件数の関係を相関分析し、関連性を見出し、その因果関係を解明した。

スピーカーを含むオーディオコンポーネント市場は長期的には漸減傾向にある一方で、意匠出願件数は横ばいで、減少傾向にはない。これは、商品単価が低下しているため、出荷額は低くなるものの製品アイテム数は大きな減少になっていないことが理由と考えられる。

図 8 国内市場規模と意匠動向の関係



2.2 国際出願状況の整理

まず、国内外の意匠制度の違いを整理した。具体的には、我が国および米国・欧州(いわゆる「三極特許庁」)ならびに韓国・中国の意匠制度について、審査制度の有無、出願から登録までの期間、出願費用等、諸事項に関する比較を行った。

整理の結果、特に以下の諸点に関して、各国制度間で顕著な相違や特徴があることが判明した。デザイン開発の現場では、これらの要素が意匠出願動向に影響を及ぼし、国内外における製品開発の相違を招来している可能性も考えられる。

表 1 国内外の意匠制度の違いの整理

項目	内容	国・地域
根拠法令の相違	独立した知的財産権(意匠権)として保護	日・欧・韓
	特許権の一類型(意匠特許)として保護	米・中
出願に対する審査の要否	特許庁による審査を行なう	日・米
	無審査で登録可能	欧・韓(ただし一部物品に限る)・中
無登録意匠制度の要否	出願・登録が必要	日・米・韓・中
	無登録で権利の発生を認める制度あり	欧
保護対象の相違	有体性を持つ物品を基本的な保護対象とする	日・米・韓・中
	無体物であっても保護の対象とする	欧
権利保護期間の相違	短期・中期(～20年)の保護	日・米・韓・中
	長期(20年以上)にわたる保護	欧
権利の効力の及ぶ範囲	同一または類似のデザインに及ぶ	日・韓・中
	実質同一のデザインにのみ及ぶ	米・欧

次に、スピーカー、ヘッドホン、PCスピーカーのそれぞれについて、上位出願企業の国際出願件数につき集計した。スピーカーについては、上位出願企業19社の国際出願件数について集計した。米国への出願が200件以上、OHIM、韓国への出願が100件以上あり、いずれもこの数年出願数を伸ばしている。一方、OHIMを通じた欧州への出願が可能になったことにより、英国など欧州各国への出願は大きく減少していることが、ヒアリング等より明らかとなった。ヘッドホンについては、上位出願企業11社の国際出願件数について集計した。米国およびOHIMへの出願が年間数件ある。韓国への出願は見られなかった。PCスピーカーについては、上位出願企業7社の国際出願件数について集計した。米国への出願が20件程度あるが、欧州や韓国への出願は少ない。

さらに、海外の主要企業 19 社の国際出願件数について、集計した。
米国への出願が 20 件以上、OHIM への出願が 10 件程度ある。また、韓国への出願も増えている。国内企業と比べ、近年の出願の伸びが大きいことが特徴である。

最後に、当該対象分野の主要国における輸出入額、意匠出願件数を整理し、各国の輸出入規模や収支が意匠出願状況にどのように影響しているかを明らかにした。

2.3 国内外のデザイン開発の違い

音響製品のデザイン開発や技術開発、市場発展に影響した国内・海外の法規制についてその概要を整理した。

具体的には、まず近時の我が国の知的財産政策のうち、デザイン開発活動全般に関連すると考えられるものを抽出し、各施策の内容をまとめた。更に、音響機器（スピーカー）に影響を与えると考えられる国内外の法令・規格等（デザイン開発にかかる政策・音響製品に関わる各種の規制）について、その内容を整理した。

その結果、施策・規制が、デザイン開発や技術開発、市場発展に与える影響として、全般的にデザインに直接影響を及ぼすような法規制はあまり存在しなかったが、間接的な影響（社内品質基準の再考など）が多いと考えられる。

次に、音響製品に関連する企業に対してヒアリング調査を実施し、施策・規制以外で国内外におけるデザイン開発の違いを整理した。海外市場向け製品としてデザイン開発上で最も重要視されるのは、製品がターゲットとする国・地域の文化や生活習慣に対応していることである。スピーカーに関しては文化の影響は小さいものの、ターゲットとする国や地域のユーザーの生活習慣に対応させるため国内仕様製品と若干異なる場合がある。

2.4 国内企業相互間及び国際間の開発状況の分析

国内の代表的なブランドや企業について、その変遷をまとめた。また、ヘッドホンの素材傾向について、各素材と使用部位の関係を中心にまとめた。

2.5 音響製品デザイン力の国外における評価

代表的な製品を数点対象に、デザイン上の優劣点や国外（当地）で受け容れられるための必要条件、日本国内との違い等の分析及び整理を行なうことにより、日本の音響製品のデザイン力に関する海外からの評価を行った。

また、スピーカーおよびヘッドホンの製品開発において重要な項目について、上記の海外デザイン関連機関を対象に E-メールアンケートを実施した。

海外デザイン関連機関 17 機関を対象に E-メールアンケートを実施した。17 機関のうち 2 機関から回答を得た。その結果をまとめた。欧州市場に関しては、日本製品では、市場への受け入れ可能性があったとした製品が 5 製品、ないとした製品が 5 製品と分かれる結果になった。機能につ

いては全般的にシンプルなデザインの製品が受け容れられる傾向がある。比較のために入れた外国製品についても、奇抜なデザインの製品は受け容れられないとされた。

一方、米国市場に関しては、日本製品は、多くの製品で評価が分かれる結果となった。

製品開発における重要項目としては、スピーカーではデザインを重視し、ついで機能>価格>大量生産性の順、ヘッドホンでは機能とデザインが重要で、ついで価格>大量生産性という結果となった。

3 意匠出願構造分析

アンケートにより得られたデザイン開発体制と、意匠出願動向との関係について分析を行った。デザイン開発体制規模が10人以上と大きい企業は意匠出願件数も多いという傾向はあるものの、デザイン開発体制規模が小さい企業であっても意匠出願件数が多い場合もあり、明確な関係は見られなかった。また、外部デザイナー数と意匠出願件数との関係は見出せなかった。

3.1 主要企業、主要製品の変遷と意匠出願動向との関係分析

音響製品に関わる各国の意匠登録件数を国別に整理した上で、当該対象分野の主要国における主要メーカー、主要製品、意匠出願数の変遷を整理し、市場の変化が意匠出願状況にどのように影響したかを明らかにした。また、前記で整理した主要国における主要製品デザイン要素とその変化を分析した。

- スピーカーの意匠出願構造は、他の製品の意匠出願構造と同様、製品開発と似たような関係があると考えられる。
- 新しい技術が開発されると、その技術を利用した先駆的な新製品が開発される。このような段階では製品生産額は小さいが、意匠出願は増大する。
- 技術が市場に受け入れられると、多くの新製品が上市される。製品生産額、意匠出願も増大する。
- 市場での競争により、製品の淘汰が起こる。製品数は減少し、製品生産額は横ばいもしくは激減し、意匠出願は減少する。

3.2 主要国における意匠動向分析

各地域においてスピーカーのデザイン開発を実施した主な外部デザイナー及び外部デザイン機関の動向について整理した。

企業のデザイン開発体制、外部デザイナー及び外部デザイン機関とのかかわりや、それらの国による違いについて整理した。具体的には、「デザイン開発体制」「アウトソーシングの状況」「アウトソーシングでの権利の帰属」に関してヒアリング及びアンケート調査を実施した。

また、主要国のデザイン賞を受賞するなど、デザインを高く評価されている外部デザイナー及び外部デザイン機関に注目し、具体的なデザイン開発事例との関係などを整理した。具体的に

は、まず主なデザイン関係の賞を整理し、その上で各企業におけるデザイン関連の賞の応募状況と受賞効果などに関するアンケート調査・ヒアリングの結果をまとめた。

最後に、アンケートにより得られたデザイン開発体制と、意匠出願動向との関係について分析を行なった。デザイン開発体制規模が10人以上と大きい企業は意匠出願件数も多いという傾向はあるものの、デザイン開発体制規模が小さい企業であっても意匠出願件数が多い場合もあり、明確な関係は見られなかった。また、外部デザイナー数と意匠出願件数との関係は見出せなかった。

4 意匠出願予測モデル

これまでの調査で得られたデザイン開発、意匠出願に影響する要因を元にして、当該分野の意匠出願予測モデルを作成するとともに、2013年までの出願予測を行なった。

これまで、H72分類全体での出願数は漸減傾向である。4桁小分類別に見ると、H721（音響情報記録機器等、ラジオ受信機、音響情報記録再生機器）が長期的な減少傾向にあることが大きく影響している一方で、H723が増大傾向にあることが分かった。

今後は、H72322、H72329 および H7233 分野の出願の伸びに加え、関連意匠制度の改正などにより、2007年4月以降、出願数が増大されることも考慮すると、分野全体としては2007年以降出願数は漸増していくものと予想される。

4.1 モデルの構築

H723 の意匠出願件数の内訳を小分類別に示すと、H72322（スピーカーボックス）、H7239（スピーカー）が増加傾向、H7233（ヘッドホン）は安定的に推移しているのに対し、それ以外は件数も少なく、多くは減少傾向にあることが分かった。そこで、以下では件数が多く、さらに増加傾向にある H72322、H7239、H7233 と、それ以外の分類に分けてモデルを構築した。

H72322、H7239、H7233 については、スピーカーおよびヘッドホンに関連する特許分類の出願年別の特許出願件数と、上記の各意匠分類の意匠出願件数との関係を単回帰モデルで推定した。

$$(N \text{ 年の意匠出願件数}) = (N - (\text{タイムラグ}) \text{ 年の特許出願件数}) \times (\text{係数}) + (\text{定数項})$$

表 2 各意匠分類のパラメータ推定結果

分類	タイムラグ	係数 (括弧内は t 値)	定数項 (括弧内は t 値)	決定係数
H72322	2 年	0.0725 (3.357)	73.512 (2.924)	0.585
H72329	0 年	0.0772 (5.733)	-62.305 (-3.594)	0.824
H7233	0 年	0.0607 (4.175)	-26.277 (-1.404)	0.714

H72322、H7239、H7233 以外の分類については、2000 年以降の意匠出願数をもとにトレンドモデル（指数曲線回帰モデルまたは線形回帰モデル）を構築した。

$$(N \text{ 年の意匠出願件数}) = (\text{係数 } b) \times (N - 2000)^{(\text{係数 } m)} \text{ (指数曲線回帰モデル)}$$

$$(N \text{ 年の意匠出願件数}) = (\text{係数 } b) + (N - 2000) \times (\text{係数 } m) \text{ (線形回帰モデル)}$$

表 3 H72322、H7239、H7233 以外のパラメータ推定結果

意匠分類	モデル	係数 m (括弧内は t 値)	係数 b (括弧内は t 値)	決定係数
H720	指数曲線回帰	0.8017 (7.673)	11.170 (35.308)	0.528
H721	指数曲線回帰	0.8234 (21.165)	107.593 (913.467)	0.862
H722	指数曲線回帰	0.9169 (9.499)	31.663 (108.35)	0.168
H7231	線形回帰	1.485 (1.478)	6.619 (2.175)	0.353
H7239	指数曲線回帰	0.7841 (14.036)	30.345 (179.408)	0.826
H723 その他	指数曲線回帰	0.8129 (6.062)	8.801 (21.675)	0.373

4.2 シナリオの作成

H72322、H7239、H7233の意匠出願件数については、技術との関係によって決まるものと設定した。具体的には特許分類H04Rに関する技術の動向に関連して、4.1で作成したモデルに従って意匠出願件数を決定した。また、関連意匠制度の改正によって、2007年4月以降意匠出願数が増大されると予想されることから、これを考慮するために2007年以降4%の割り増しを掛けた。

H72322、H7239、H7233以外の意匠出願件数については、過去6年間(2000年～2005年)の意匠出願動向がそのまま推移すると仮定した。具体的には4.1で推定したモデルに従い、2006年以降の意匠出願件数を推定する出願件数を決定した。また、関連意匠制度の改正によって、2007年4月以降意匠出願数が増大されると予想されることから、これを考慮するために2007年以降4%の割り増しを掛けた。

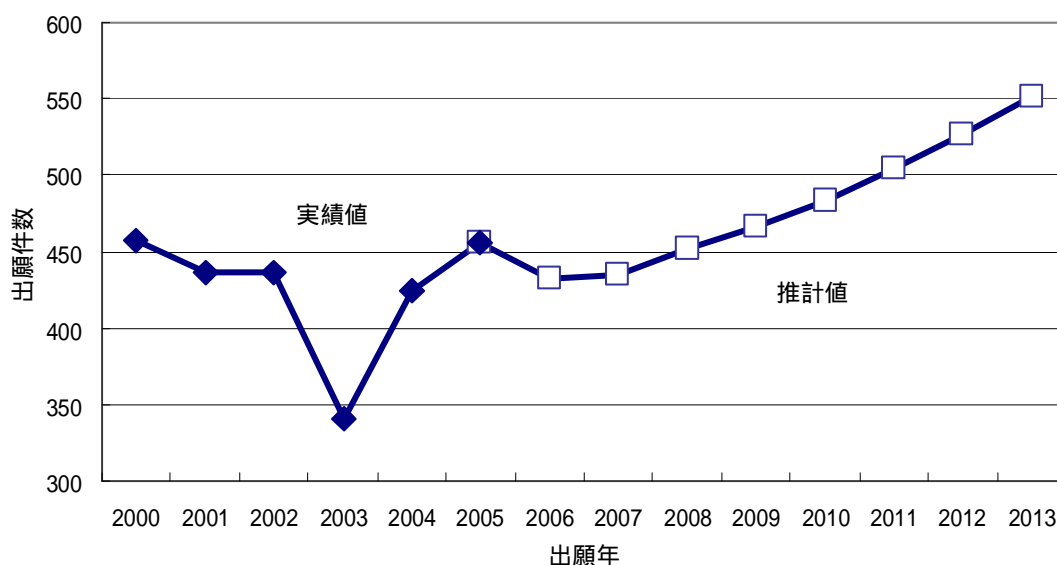
4.3 意匠出願件数予測

2013年までの意匠出願件数予測を行った。

H72322、H7239、H7233については、まず特許分類H04Rの出願件数を1993年以降の特許出願数をもとにトレンドモデル(指数曲線回帰モデル)で予測し、その結果を用いて意匠出願件数を予測した。H72322、H7239、H7233以外は、4.1で構築したモデルを利用して予測を行った。

すべてのモデルの結果を加算し、H7-2全体の意匠出願件数を得た。結果は図9のとおりである。

図9 H7-2全体の意匠出願件数予測



5 デザイン保護に関する整理

これまでの分析で明らかになったデザインの未来図を基に、当該分野のデザイン保護についてまとめた。

5.1 デザイン保護手段の整理

デザインは意匠法等の知的財産法に基づき法的に保護されるが、自社の競争優位性を確保し、かつ他社による模倣を防止するためには、広範かつ強固な意匠権を取得する必要がある。本節では、効果的なデザイン保護に資する意匠法上の制度（部分意匠制度・関連意匠制度等）について、その内容を整理した。

5.2 デザイン保護に資する法的手段の整理

製品デザインが市場で支持を得ると、他者による混同惹起行為や模倣行為の発生が懸念される。それらに対し適切な措置を怠った場合には、金銭的な損害のみならず、ブランドイメージの汚染や希釈化等、有形・無形の被害が発生する。そのため、他者による上記行為に対しては、迅速かつ的確な権利行使を行って被害の発生や拡大を防止し、さらに被害が発生している場合には、模倣行為等によって生じた損害を回復する必要がある。本節では、模倣等が発生した場合に採りうる法的な手段について整理した。

5.3 効果的なデザイン保護手段

スピーカーのデザイン開発に影響する主な背景要因として、以下の事項が挙げられる。

- 市場における競争のポイント（デザイン性、性能、小型化、環境対応）
- 製品デザインのライフサイクル（販売期間、模倣品発生までの期間）
- 適用技術の進展
- 模倣品発生頻度
- 国外市場への参入状況（国外市場規模、輸出規模、市場シェア）

スピーカーは製品ライフサイクルが長く、模倣品発生頻度も多くないが、市場の国際化が進んでいることやデジタル機器への対応がよりいっそう進むことから、今後は模倣品発生も増加すると予測される。このことから、審査基準のよりいっそうの明確化と模倣品発生地域における権利取得の促進が課題になると考えられる。

ここでは、模倣品被害の発生と対策の経緯を中心に、効率的なデザイン保護手段についてまとめた。具体的には、以下の事項に関するアンケート・ヒアリング結果を整理した。

- 模倣品被害発生状況
 - 模倣品発生地域
 - 模倣品の発生経緯と事実関係
- 模倣品対策
 - (模倣品対策で) 苦慮した点など

