

特許庁工業所有権保護適正化対策事業

2008年度 模倣被害調査報告書

2009年3月

特 許 庁

— 目次 —

模倣被害調査の概要

1. 調査の目的.....	1
2. アンケート調査の概要.....	1
3. 本調査における模倣被害の定義.....	5
4. 模倣被害調査に関する専門委員会.....	6
5. 調査対象企業へのヒアリング調査.....	6

2008 年度模倣被害調査報告書 調査分析結果の概要..... 7

I. 調査分析の結果

1. 模倣被害の現状と傾向.....	1
1.1. 模倣被害の概況.....	1
(1) 模倣被害の全体結果.....	1
(2) 模倣被害率及び被害社数の推移.....	2
1.2. 模倣被害の傾向.....	3
(1) 模倣被害総額（逸失利益総額）の推移.....	3
(2) 主要な国・地域ごとの模倣被害総額（逸失利益総額）の内訳.....	6
(3) 企業規模別の模倣被害の傾向.....	7
(4) 商品分野別の模倣被害の傾向.....	8
(5) 知的財産権権利別の模倣被害の傾向.....	10
(6) 国内外の知的財産権権利別の模倣被害の傾向.....	11
(7) 主要商品分野別の知的財産権権利別模倣被害率.....	12
(8) 模倣手口の巧妙化.....	13
2. 模倣品の発生地域・流通構造に関する分析.....	14
2.1. 国内外の模倣被害の傾向.....	14
2.2. 模倣被害の発生国・地域の傾向.....	16
2.3. 模倣品の流通構造.....	18
(1) 製造国・地域別の模倣被害の傾向.....	18
(2) 経由国・地域別の模倣被害の傾向.....	22
(3) 販売消費国・地域別の模倣被害の傾向.....	24
(4) 中国での模倣被害の傾向.....	27
(5) 中国で製造された模倣品の販売消費国・地域.....	30
(6) 国内で販売消費される模倣品の製造国・地域.....	31
(7) 国内で製造される模倣品の販売消費国・地域.....	32
2.4. 各国における不正な権利の取得状況.....	34
3. 模倣被害の発生要因.....	37
3.1. 国内外の模倣被害の発生要因.....	37
3.2. 模倣被害発見の契機.....	38
4. 模倣品の内容、品質、価格水準.....	39

4.1.	模倣品の内容に関する傾向.....	39
4.2.	模倣品の品質に関する傾向.....	42
4.3.	模倣品の価格水準に関する傾向.....	44
5.	模倣被害対策の実施内容に関する分析.....	45
5.1.	模倣被害対策の実施状況.....	45
	（1）模倣被害対策の全体結果.....	45
	（2）模倣被害企業における対策の実施状況.....	46
	（3）会社規模別の模倣被害対策実施状況.....	47
	（4）模倣被害対策の国別実施状況.....	48
5.2.	模倣被害対策の内容と効果.....	49
5.3.	模倣被害対策費の動向.....	51
5.4.	模倣被害対策における企業間連携.....	53
	（1）模倣被害対策における企業間連携の実施状況.....	53
	（2）模倣被害対策における企業間連携の実施内容.....	53
5.5.	公的機関等による支援施策.....	54
5.6.	模倣被害対策をしていない理由.....	55
6.	インターネットによる模倣被害状況.....	58
6.1.	インターネットによる模倣被害状況.....	58
6.2.	インターネット上の模倣被害の内容.....	59
6.3.	インターネットによる商品分野別の模倣被害の状況.....	60
6.4.	インターネット上の模倣被害対策.....	61

II. 資料編

模倣被害調査の概要

1. 調査の目的

模倣品・海賊版による被害は、近年さらに複雑化・広範化し、産業上の損失だけでなく、偽造医薬品等による身体への危害や組織犯罪への資金の流入等も深刻な問題として意識されており、模倣品・海賊版対策は、国際的な連携の下、これまで以上に強力な取り組みが求められるようになってきている。特許庁では関係省庁及び外国政府や国際機関等と連携し、海外における被害企業の支援、国内における取締活動への協力、消費者啓発等の施策を一層充実させるべく取り組みを進めているところである。

本調査は、1996 年度以来、我が国企業を対象としたアンケート調査に基づき、企業の国内外での模倣被害の実態を収集・分析し、被害の現状を把握することにより、模倣品・海賊版対策の政策立案に活用するとともに、本調査結果をホームページ等に掲載し広く情報提供することにより、各企業・団体等の模倣品・海賊版対策や消費者への普及啓発等に活用することを目的として毎年度実施しているものである。

また、政府間交渉や国際機関の調査報告等の基礎資料としても活用できるよう、国地域・商品分野別の被害状況や対策の実施状況の分析を充実させた。

加えて、専門委員会の開催や企業ヒアリングの実施を通じて国内外での模倣被害の現状や被害対策の状況について企業・業界団体・支援機関等から情報を得ることで、より現状に近い分析や事例を掲載し、企業等で活用しやすい報告書とすることを目指している。

2. アンケート調査の概要

(1) 調査の対象

過去 5 年間 (2001 年度～2005 年度) において日本で特許登録出願、実用新案登録出願、意匠登録出願、商標登録出願を行った国内の企業・団体のうち、合計出願件数の多い企業・団体上位 8,000 社を調査対象とした。

(2) 調査内容・調査方法

調査は、2007 年度 (2007 年 4 月 1 日～2008 年 3 月 31 日) の企業における国内外での模倣被害や被害対策の状況等について「模倣被害に関するアンケート調査票」を送付、回収することで実施した。アンケートは、Web アンケート入力フォームからの回答及び郵送での回答により、調査票の回収を行った。

(3) 調査実施期間

2008 年 9 月 9 日 ～ 2008 年 11 月 10 日

(4) アンケート調査の回収状況

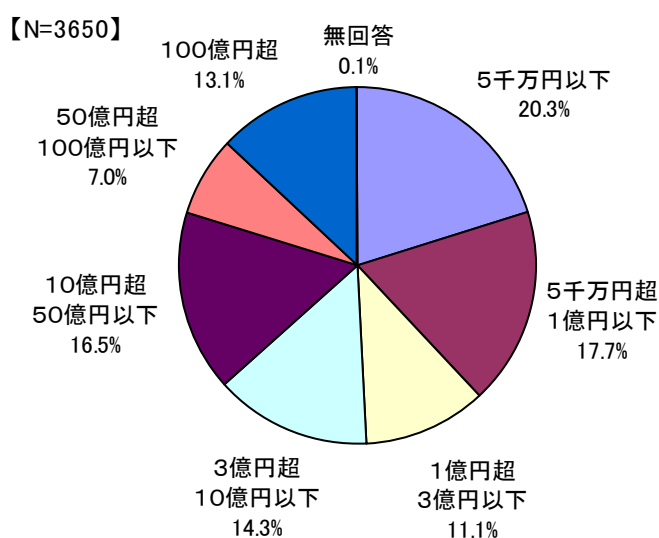
調査票の回収数は 3,663 社、そのうち有効回答は 3,650 社、有効回答率は 45.6% (3,650 社/8,000 社) となった。

本調査の発送・回収状況

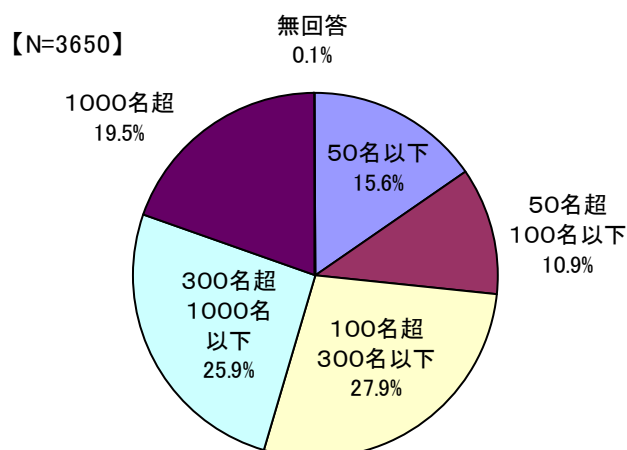
発送数	8,000 社
回収数	3,663 社
有効回答数	3,650 社
有効回答率	45.6%

(5) 回答企業・団体の概要

1) 資本金規模別構成比率



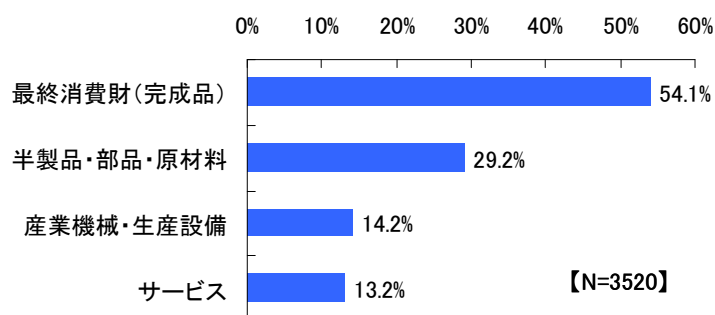
2) 従業員数規模別構成比率



3) 業種別構成比率 【N=3650】

農林水産業	0.2%	電気・ガス・運輸・通信業	3.5%
鉱業	0.2%	卸売業	7.8%
建設業	3.7%	小売業・飲食店	3.3%
食品・繊維系製造業	10.3%	金融・保険・不動産業	1.5%
化学系製造業	12.2%	サービス業	6.9%
鉄鋼・金属製造業	4.2%	その他	1.4%
機械系製造業	17.6%	無回答	1.2%
その他製造業	26.0%		

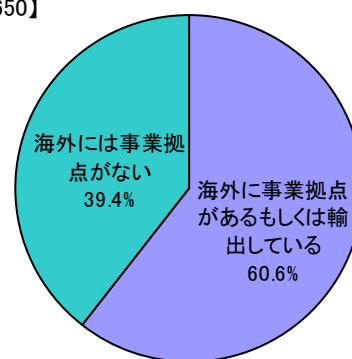
4) 商品特性 (複数回答)



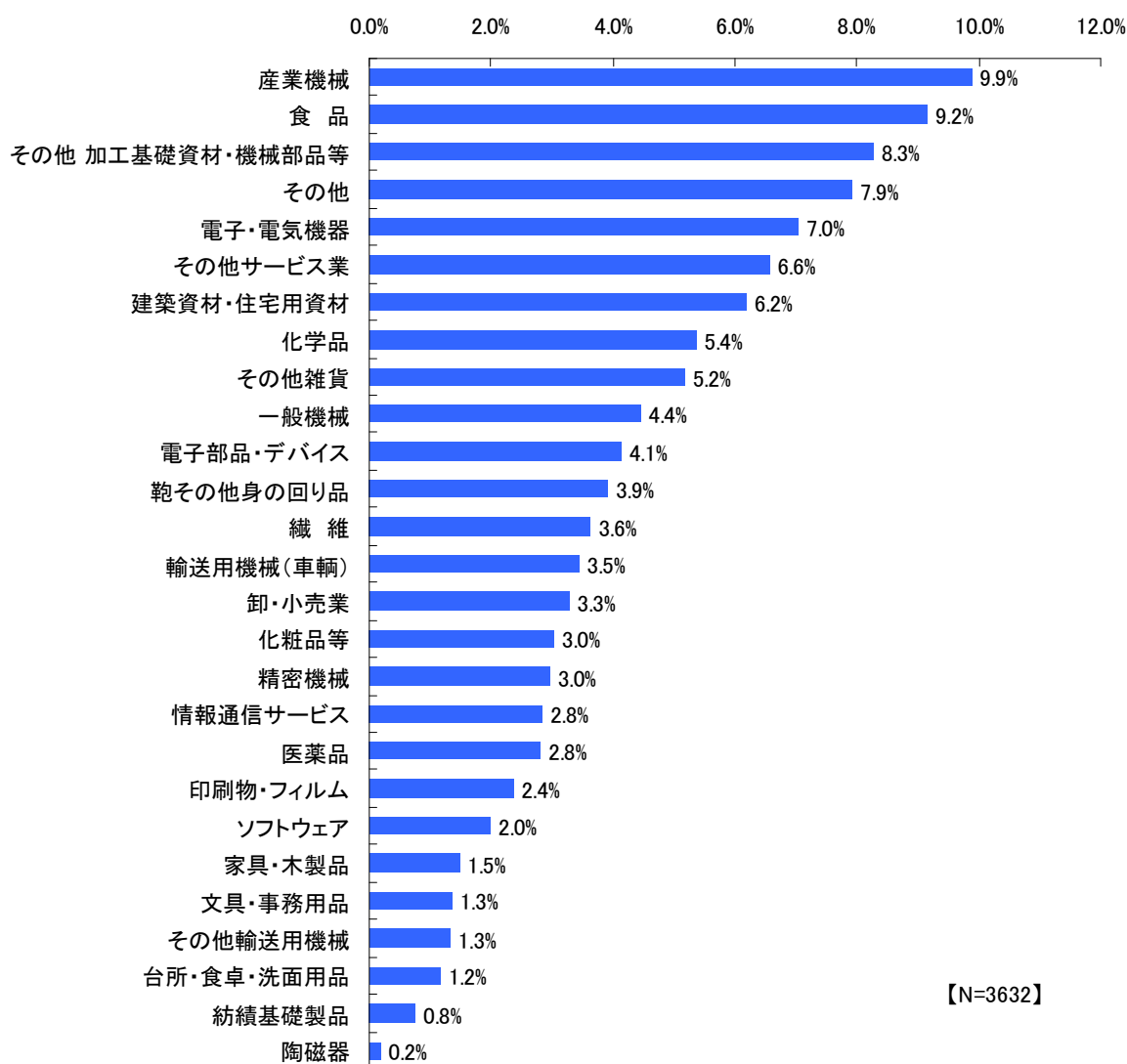
※無回答を除く

5) 海外事業展開、輸出の有無 (単数回答)

【N=3650】

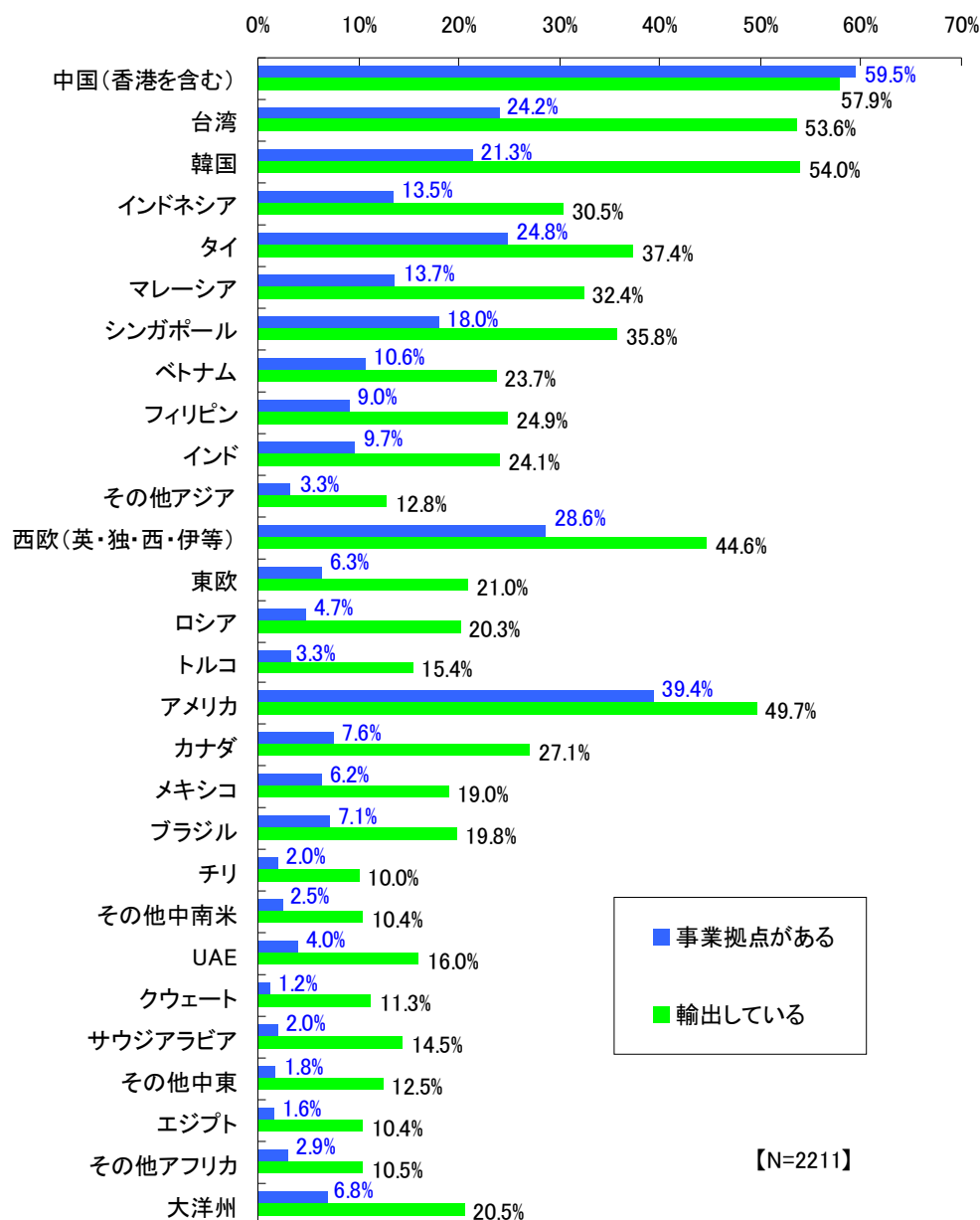


6) 調査対象企業・団体の主力商品分野 (複数回答)



※無回答を除く

7) 事業展開先または輸出先の国・地域のエリア（複数回答）



【資料編 63 頁～65 頁】

3. 本調査における模倣被害の定義

本調査では、模倣被害の定義を次のように行った。

● 本調査における模倣被害の定義について

模倣被害とは、特許、実用新案、意匠、商標、著作権などの(※1)知的財産権を侵害した製品・サービスが、製造・販売等されることで利益を損なう可能性がある被害のことをいいます。

ただし、本調査における模倣被害は上記模倣被害に加え、(※2)権利化していない貴社製品・サービスの模倣被害を含むこととします。

例えば、次のようなケースが模倣被害に含まれます。

- ・ 製品のブランドロゴが盗用された偽ブランド品が流通しているケース
- ・ 真正品のデザインやパッケージがそのまま模倣されたデッドコピーが流通しているケース
- ・ ライセンス許諾を受けずに半製品や付属品等の非正規製品が製造され、格安商品として販売されているケース
- ・ 製品製造や加工技術に不正に技術が盗用されているケース
- ・ CD や DVD 等の海賊版・違法コピー
- ・ 知的財産権を権利化していない国・地域において、我が国における権利または使用している商標などを盗用した出願・登録がされている、または盗用して登録された権利に基づいて当該国への輸出が差し止められているケースなど

※1 「知的財産権」には、“特許権”、“実用新案権”、“意匠権”、“商標権”、“著作権”及びその他の知的財産権（育成者権、回路配置利用権、不正競争防止法上の営業秘密・商品等表示・商品形態等、会社法上の商号）が含まれます。

※2 「権利化していない」とは、例えば日本では権利を取得しているが、当該外国において模倣対象製品の知的財産権を保有しておらず、かつ、現在出願もしていない場合などをいいます。

(注) 本調査では、特許、実用新案、意匠及び商標の出願合計数の上位 8,000 社を対象としてアンケート調査を実施しているため、本報告書で記載されている著作権や営業秘密等の知的財産権侵害に関しては、必ずしも我が国企業の被害状況等の全体像を示しているものではありません。

4. 模倣被害調査に関する専門委員会

本調査では、より正確かつユーザーにとって有用な模倣被害調査の実施に向けて、調査実施主体である特許庁及びユーザーの間の連携を確保すべく、模倣品問題及び知的財産権制度等に知見を持つ産業界及び支援機関の実務者から構成される「模倣被害調査に関する専門委員会」を開催した。

本委員会では、模倣被害に関するアンケート調査の結果を報告するとともに、模倣被害の現状や今後の見通し、必要となる対策、政策支援のあり方等について議論し、各委員より提言をいただいた。議論の結果は本調査の分析内容に反映させる形で報告書に取りまとめた。専門委員会のメンバーは以下のとおり。

《2008年度 模倣被害調査に関する専門委員会 委員名簿》

菅井 孝 社団法人日本自動車工業会 知的財産専門委員会 知的財産専門部会 部長

秋山 守雄 社団法人全日本文具協会 知的財産部会 委員

齋藤 憲道 社団法人電子情報技術産業協会 知財保護専門委員会 委員

佐藤 稔 社団法人日本ベアリング工業会 国際部長

平井 良治 社団法人ビジネス機械・情報システム産業協会 模倣品対策委員会 委員長

(事務局)

特許庁総務部国際課

株式会社 東京商工リサーチ

(オブザーバー)

経済産業省 製造産業局 模倣品対策・通商室

同 商務情報政策局 文化情報関連産業課

5. 調査対象企業へのヒアリング調査

調査報告書の内容をより一層充実したものとするため、アンケート調査および有識者による専門委員会実施後、訪問または電話によるヒアリング調査を行った。

なお、ヒアリング対象企業は、模倣被害を受けたとの回答企業から選出した。

2008 年度模倣被害調査報告書 調査分析結果の概要

平成 21 年 3 月
特 許 庁

2008 年 9 月から 11 月にかけて実施した我が国企業・団体 8,000 社への模倣被害に関するアンケート結果（有効回答数 3,650 社、被害企業数 876 社）をもとに、2007 年度（2007 年 4 月～2008 年 3 月）における我が国産業界が受けた国内外での模倣被害の状況について、過去の被害調査の結果とも比較し取りまとめたところ、調査分析結果の概要は以下のとおり。

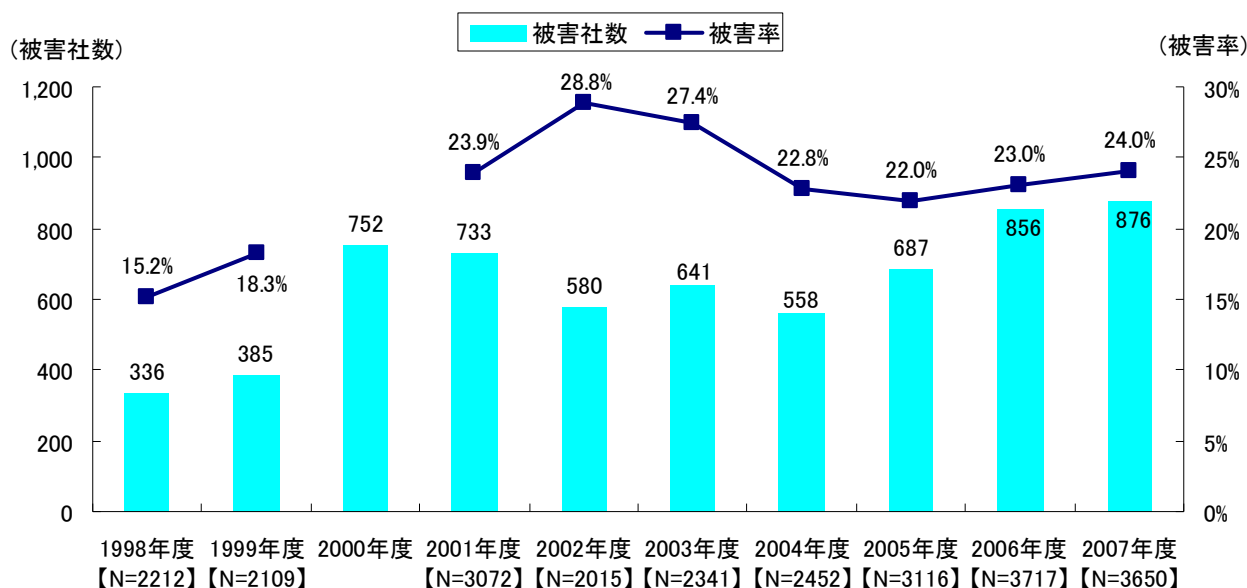
1. 模倣被害の現状と傾向

2007 年度の模倣被害率は 24.0%であり、前年度被害率から 1.0%上昇。模倣被害率の推移は 2002 年度（28.8%）をピークとして数年低下傾向にあったが、2006 年度から増加に転じ被害企業社数でみると 3 年連続の増加となった（図 1）。

規模別で見ると大企業、中小企業ともに前年度比で増加。主要な商品分野別では、運輸・運搬機械が大幅増、電子・電気機器が増加、雑貨、一般機械・産業機械が減少した。

国・地域別の被害傾向では、中国・韓国・台湾等での被害率は前年度比で減少しているものの、依然高水準にあり、引き続き我が国企業の模倣被害の動向に注意していく必要がある。

模倣被害社数及び模倣被害率の推移（図 1）



(注 1) 模倣被害率 = 模倣被害社数 / 総回答社数

(注 2) 2000 年度の調査は被害社のみを対象としたために模倣被害率は不明

2. 企業規模、商品分野、権利別の模倣被害動向

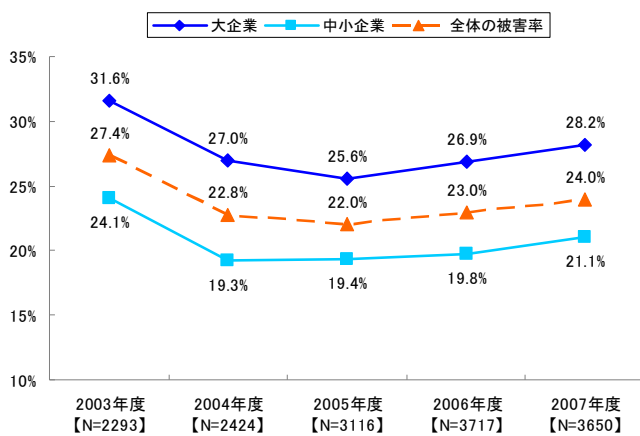
(1) 企業規模別被害動向 (図2)

大企業の被害率(2007年度:28.2%)は中小企業(同21.1%)より高い傾向にあり、2006年度には大企業と中小企業の被害率の格差が前年度比でやや拡大したが、2007年度の被害率の格差は横這いで推移している。

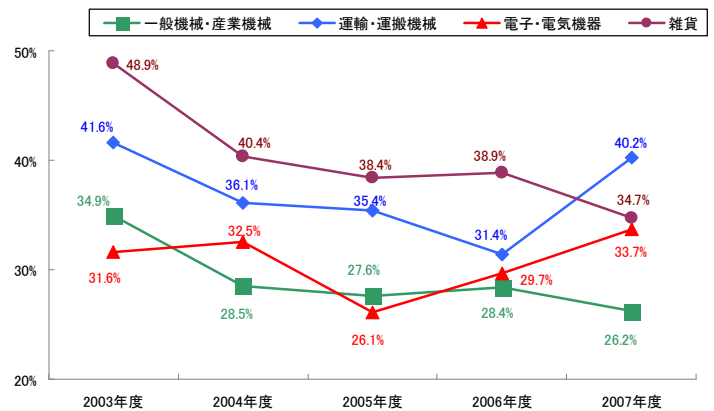
(2) 商品分野別被害動向 (図3)

被害企業数の約半数を占める「一般機械・産業機械」及び「電子・電気機器」、「運輸・運搬機械」、「雑貨」の4商品分野の動向は、2007年度では「運輸・運搬機械」が大幅増、「電子・電気機器」が増加、雑貨、一般機械・産業機械が減少に転じている。2003年度との比較では、特に雑貨及び一般機械・産業機械の分野が大きく減少している。

(図2) 企業規模別の被害率



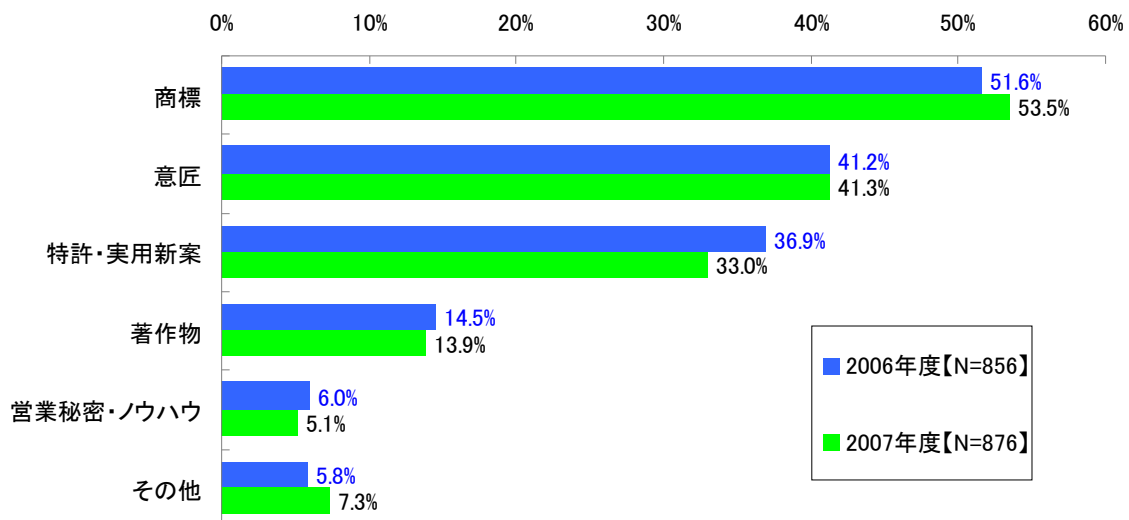
(図3) 商品分野別被害率の推移 (複数回答)



(3) 権利別被害動向 (図4)

知的財産権の権利別では、被害率の高い商標、意匠が前年度比でやや増加に転じ、特許・実用新案、著作物の模倣被害率は前年度比でやや減少した。

(図4) 知的財産権の権利別被害社数の割合 (複数回答)



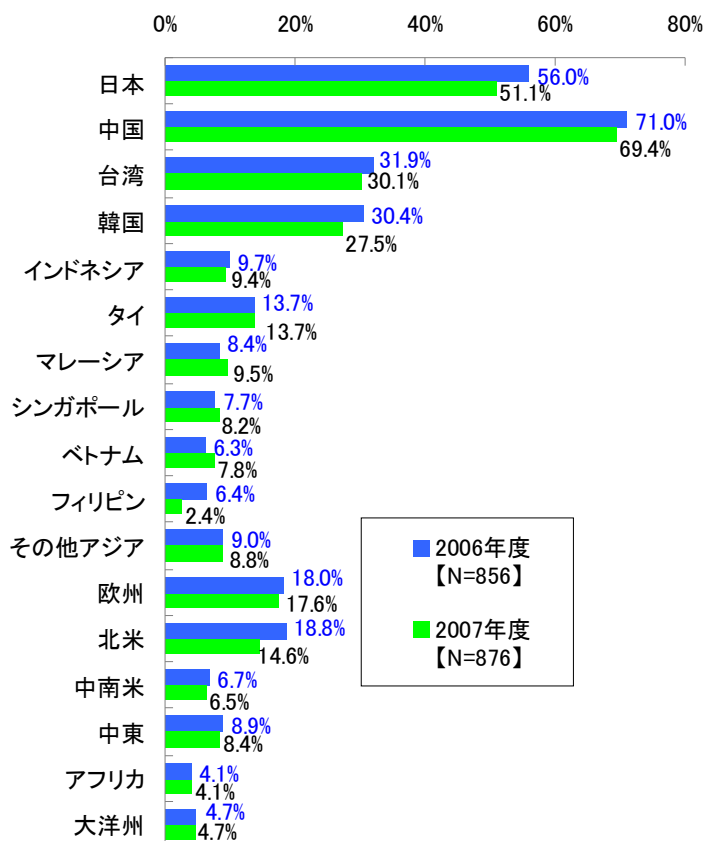
(注) 本調査では、特許、実用新案、意匠及び商標の出願合計数の上位8,000社を対象としてアンケート調査を実施しているため、本報告書に記載されている著作権や営業秘密等の知的財産権侵害に関しては、必ずしも我が国企業の被害状況等の全体像を示しているものではない。

3. 国・地域別の模倣品の流通構造

(1) 模倣被害地域の分布

製造、経由、販売消費のいずれかの被害を受けた国・地域別の被害企業の比率(図5)をみると、前年度に引き続き中国での被害が最も大きく(2007年度:69.4%)、次いで日本(同51.1%)、台湾(同30.1%)、韓国(同27.5%)、タイ(同13.7%)と続いており、前年度比で概ね減少傾向にあるものの、アジア地域での模倣被害が引き続き深刻な状況となっている。その他の地域では、欧州(同17.6%)、北米(同14.6%)、がアジアに次いで被害多発地帯となっている。

(図5) 模倣被害を受けた国・地域(複数回答)



(2) 模倣品の製造国・地域

模倣被害を受けた企業の66.1%が模倣品は中国で製造されていると回答しており、近年の傾向では国内での製造被害が減少(2003年度比▲3.9%)、アジアの他地域も概ね減少傾向にある。

しかし、減少幅は小幅で依然として中国が模倣品製造の中心拠点となっている。なお、中国で製造された模倣品は、中国自国内及び日本での販売消費が中心となっているが、ここ数年では、台湾、韓国、タイなどの地域での販売消費割合が増加している。

(3) 模倣品の経由国・地域

模倣品の経由国・地域については中国(2007年度:16.8%)を挙げる企業の比率が最も高く、次いで日本及び韓国(同7.8%)、台湾(同6.8%)、アラブ首長国連邦(同5.1%)が続く。中国経由の被害率は近年増加傾向(2003年度比+0.7%)にあり、加えて、中東経由の被害も増加している(同+0.4%)。

ただし、不明との回答も11.8%あり、経由地域の把握は困難であることが窺われる。

(4) 模倣品の販売消費国・地域

模倣品の販売消費国・地域については、中国(2007年度:52.7%)、日本(同45.8%)の被害率が高く、次いで台湾(同25.2%)、韓国(同22.3%)等アジアでの被害が中心となっているが、欧州(16.2%)、北米(13.5%)での被害率も高い。近年、日本は減少傾向(2003年度比▲4.4%)、中国は微増(同+1.6%)となっている。

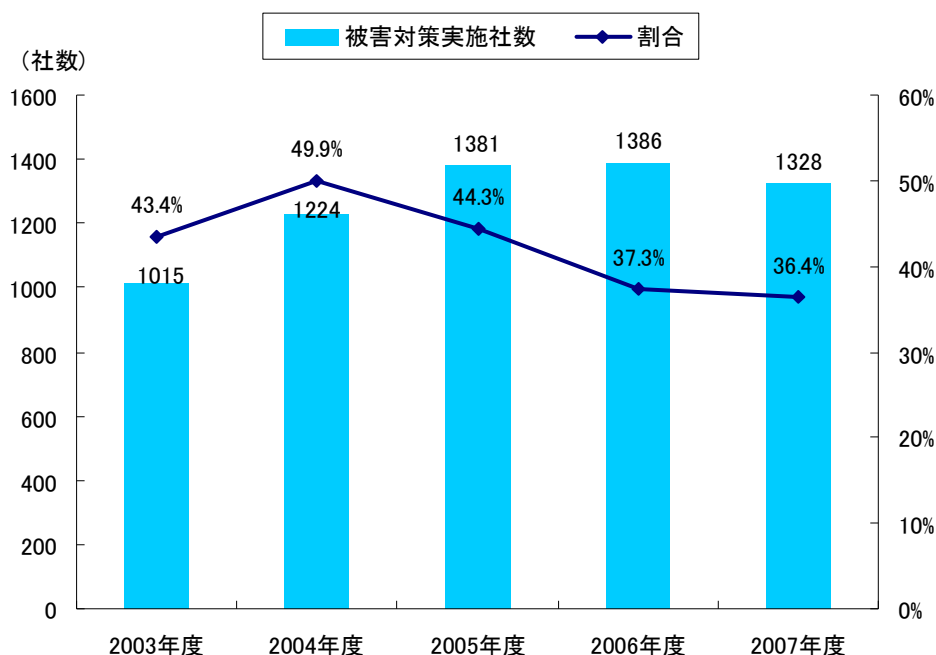
4. 企業等における模倣被害対策の動向

(1) 模倣被害対策の実施状況

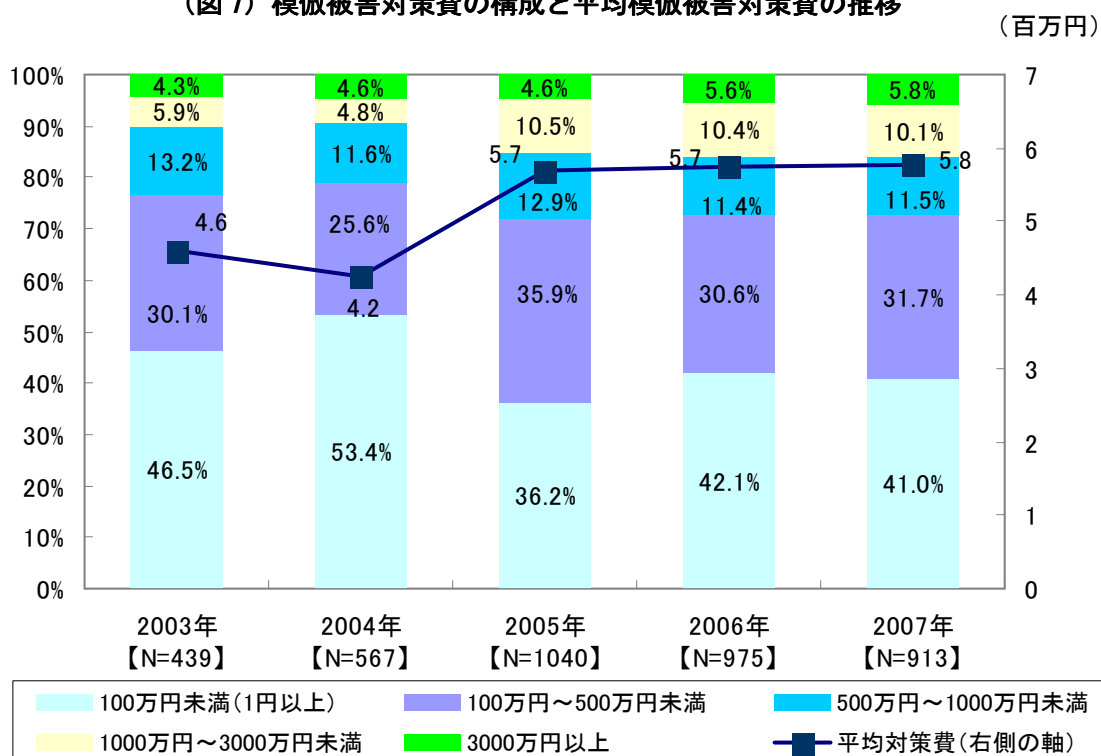
2007年度の模倣被害対策の実施率（模倣被害対策実施企業／総回答社数）は回答社全体の36.4%となった(図6)。被害を受けた企業に占める対策実施率は3年連続で減少し、対策を講じていると回答した企業数も前年度比で減少している。

模倣被害対策費の支出規模をみると、2006年度と比べ、2007年度は「100万円未満（1円以上）」の回答率がやや減少し、「100万円～500万円未満」の回答率がやや増加していることが確認できるが、概ね前年度と大きな変化はない(図7)。

(図6) 模倣被害対策の実施率



(図7) 模倣被害対策費の構成と平均模倣被害対策費の推移

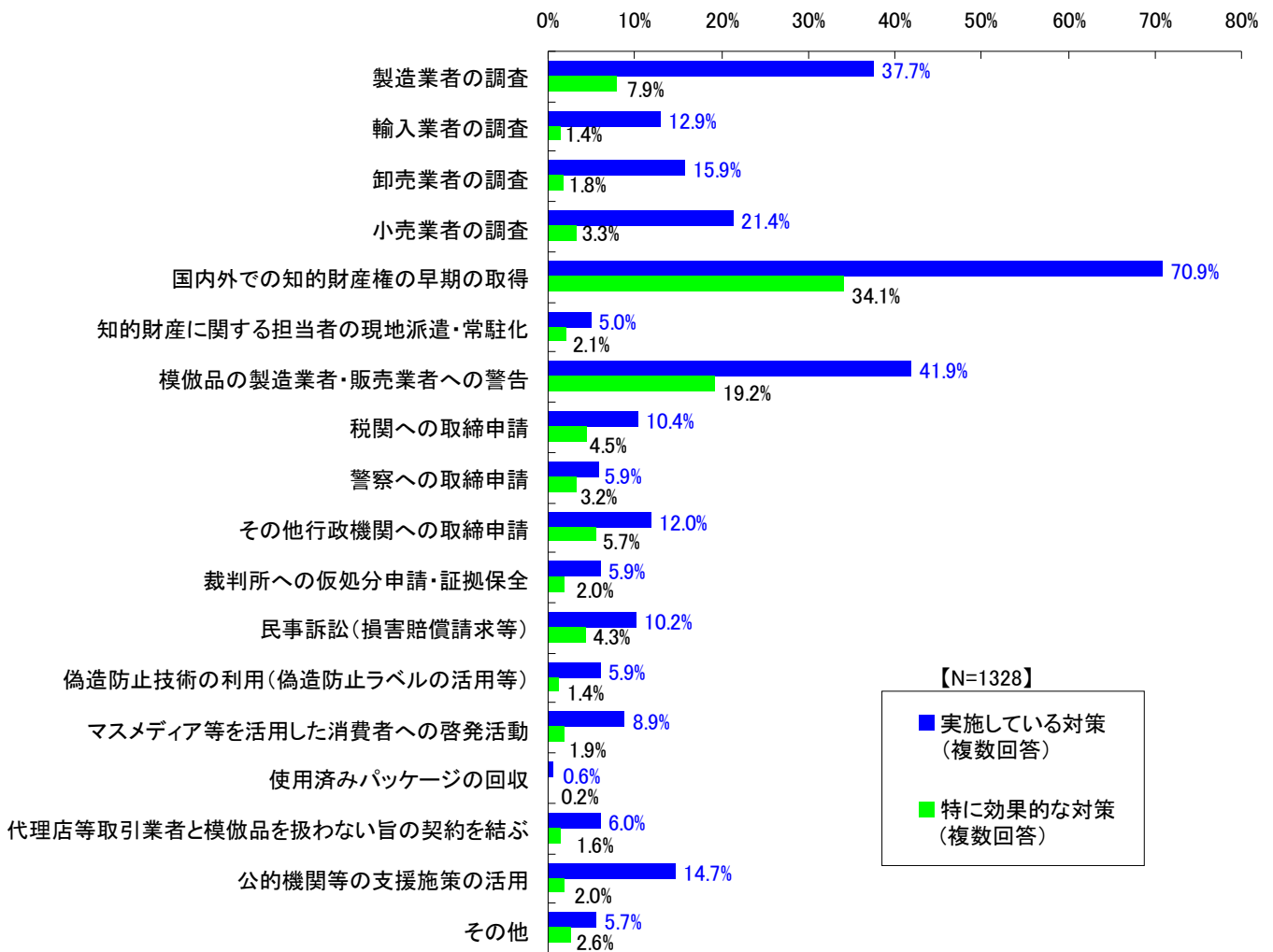


(2) 模倣被害対策の内容及び国・地域別の対策状況

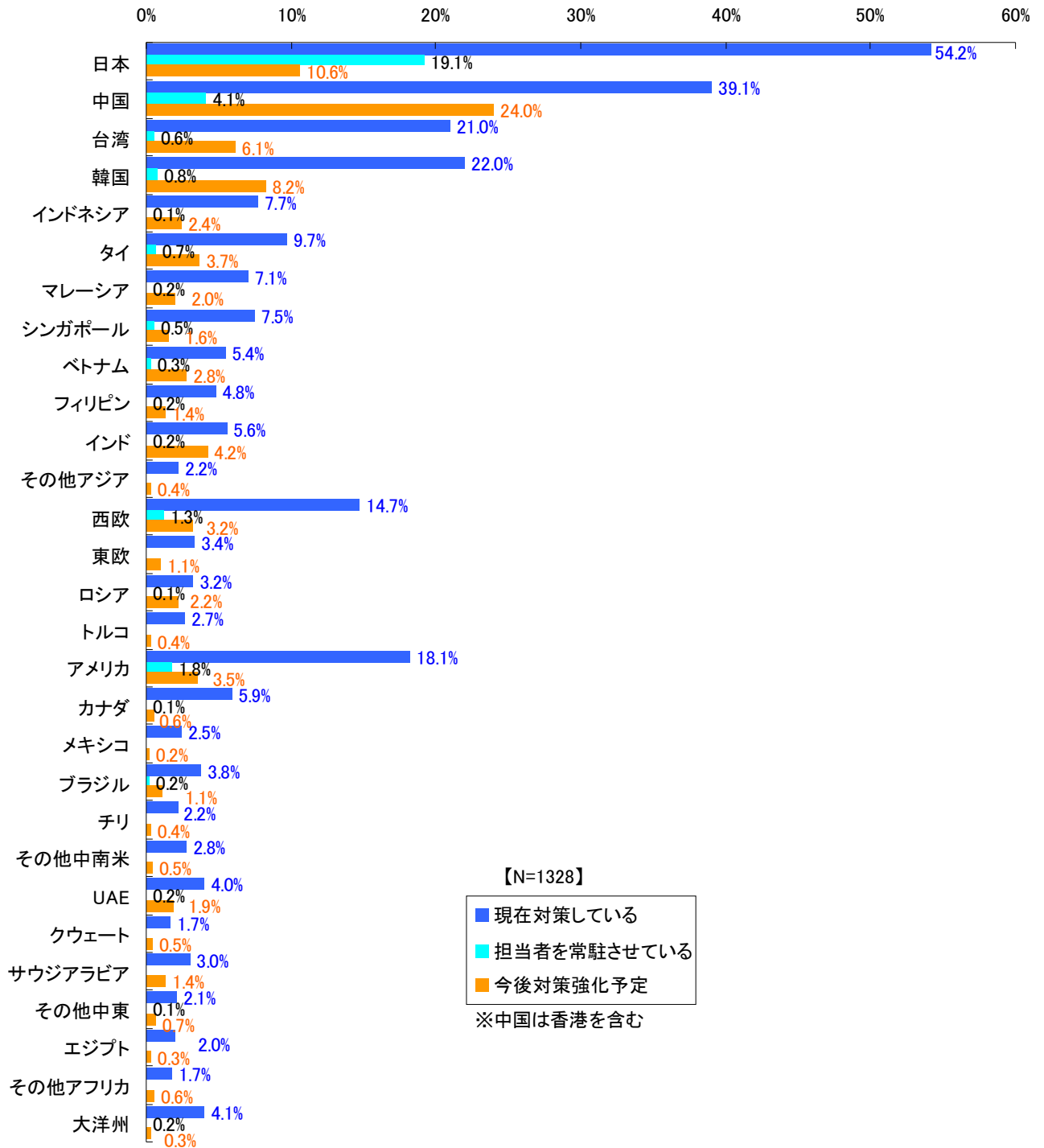
模倣被害対策の内容(図8)は、「国内外での知的財産権の早期取得」(70.9%)とする回答が最も多く、次いで「模倣品の製造業者・販売業者への警告」(41.9%)、「製造業者の調査」(37.7%)が続いている。

国・地域別の被害対策の状況(図9)については、日本を含めアジア諸国の模倣被害率の高い地域での対策率が高く、日本(54.2%)、中国(39.1%)、韓国(22.0%)、台湾(21.0%)の順となっている。その他アメリカ(18.1%)、西欧(14.7%)での対策率も高い。今後対策を強化する地域としては、中国(24.0%)が多数の企業で挙げられており、次いで日本、韓国、台湾が続きアジア地域での対策強化を図る傾向が窺われる。

(図8) 模倣被害対策の内容及び効果



(図9) 国・地域別の被害対策状況及び今後の対応 (複数回答)



I. 調査分析の結果

1. 模倣被害の現状と傾向

1.1. 模倣被害の概況

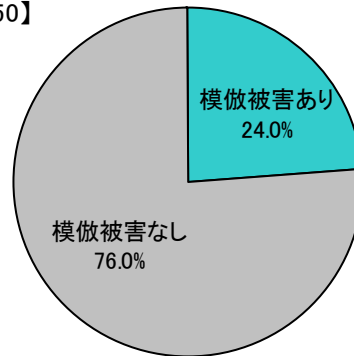
(1) 模倣被害の全体結果

2007年度のアンケート調査結果では、回答社数3,650社のうち、模倣被害があったと回答した企業は876社、模倣被害率は24.0%となり、2006年度(23.0%)より1.0%上昇

図 1.1-1 模倣被害社数の割合

【N=3650】

模倣被害があった	876社
模倣被害がなかった	2,774社

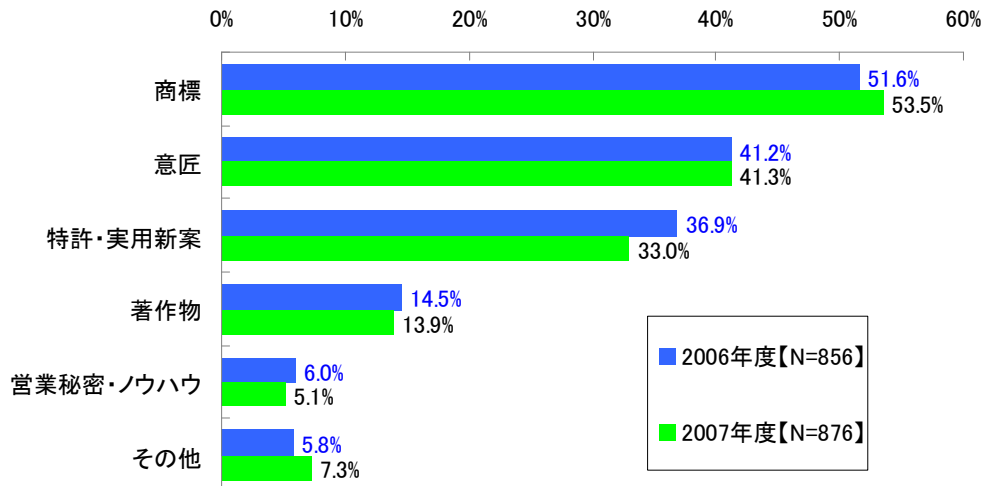


※ 模倣被害率＝模倣被害社数／総回答社数

知的財産権権利別の模倣被害状況（図 1.1-2）について、権利別被害社数の割合の推移をみると、被害率の高い商標、意匠が前年度比でやや増加に転じている。

一方、特許・実用新案、著作物、営業秘密・ノウハウの模倣被害率は前年度比で減少している。特許・実用新案の被害率は3.9%の減少と最も減少幅が大きい。

図 1.1-2 知的財産権権利別の模倣被害の状況（複数回答）



（注）本調査では、特許、実用新案、意匠及び商標の出願合計数の上位8,000社を対象としてアンケート調査を実施しているため、本報告書に記載されている著作権や営業秘密等の知的財産権侵害に関しては、必ずしも我が国企業の被害状況等の全体像を示しているものではない。

【資料編1頁、11頁】

(2) 模倣被害率及び被害社数の推移

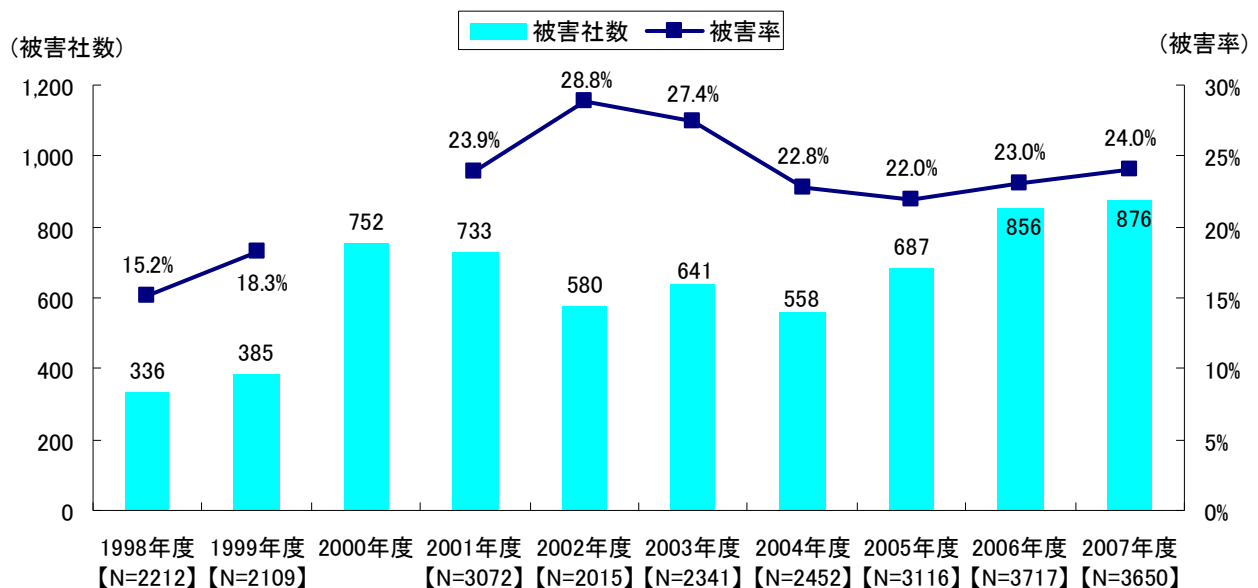
模倣被害率の推移は2002年度(28.8%)をピークとして数年低下傾向にあったが、2006年度より上昇に転じ、2007年度は前年度比1.0%の上昇となった。被害企業社数をみると3年連続の増加となった

2007年度の模倣被害率は24.0%となり、2006年度と比べ1.0%増加した。模倣被害率の推移をみると、2002年度以降は減少傾向にあったものの、2006年度から上昇に転じている。一方、模倣被害を受けた企業(アンケート対象企業8000社中、「被害あり」と回答した企業数)は876社、3年連続で増加しており、被害企業数では2006年度の856社を超え過去最高となっている(図1.1-3)。

○2007年度の模倣被害率の傾向

- ・大企業及び中小企業ともに被害率が増加している(7頁、図1.2-5参照)。
- ・主要商品分野では、運輸・運搬機械が大幅に増加した一方、雑貨が大幅に減少している(9頁、図1.2-7参照)。
- ・権利別では、商標、意匠で前年度比増加、5年経過(2003年度→2007年度)では何れの権利でも減少している(10頁、図1.2-8参照)。
- ・国内の製造被害率は微減、国外での製造被害率は微増(14頁、図2.1-1参照)。国・地域別では、中国・台湾・韓国等での被害率が高水準で推移している(16頁、図2.2-1参照)。

図 1.1-3 模倣被害社数及び模倣被害率の推移



(注) 2000年度の調査は被害社のみを対象としたために模倣被害率は不明

○委員会及びヒアリング企業での指摘事項

- ・模倣被害の増減は、景気の動向と深い関連性があり、景気の悪いときに模倣被害が増える傾向がある。
- ・費用をかけて対策をする程、摘発件数は増える。しかし、被害が増えたのかという点と良く分からない。

【資料編1頁】

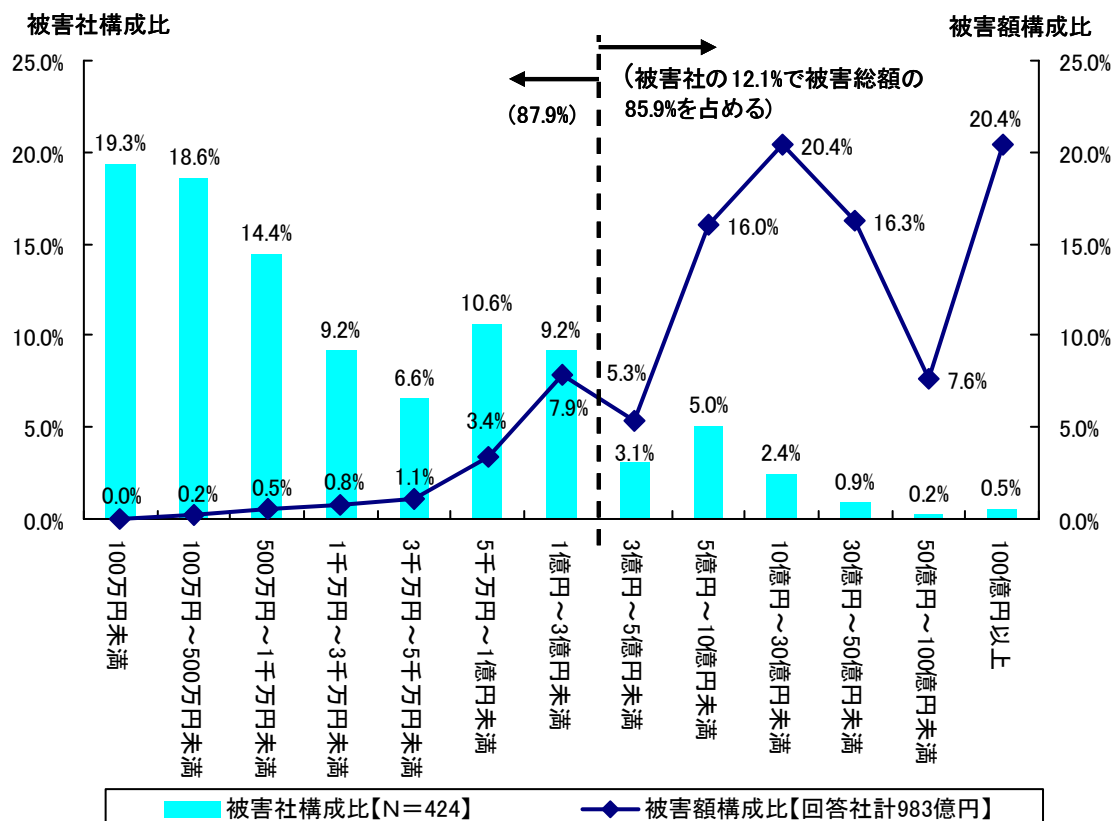
1.2. 模倣被害の傾向

(1) 模倣被害総額（逸失利益総額）の推移

全体の被害額は減少するも、100億円以上の高額被害を除いた平均被害額は僅かに増加

図 1.2-1 には 2007 年度の模倣被害額（逸失利益総額、以下同様）の回答があった回答社全体の模倣被害総額の規模別構成比を示した。被害社の 87.9%が 1 社あたり 3 億円未満の被害を受けており（図 1.2-1 の棒グラフ参照）、3 億円以上の被害を受けた残りの 12.1%の被害社で被害総額の 85.9%を占めている（同折線グラフ参照）。

図 1.2-1 模倣被害総額の規模別構成比（単数回答）



(注1) 母数Nは、「推定不能」、「無回答」を除く有効回答数

(注2) 本調査では、模倣被害額を、模倣品販売等の不正行為がなければ権利者が得られていたはずの利益（「逸失利益」）と定義し、以下のような方法で算定した。

模倣被害額の計算方法(例)

模倣被害額は、「侵害者の譲渡数量(販売数等)」×「権利者の製品の単位数量当たりの利益額」により算出。

※ 販売数は、2007年度の模倣被害の実態を踏まえて推定される数量を仮定。

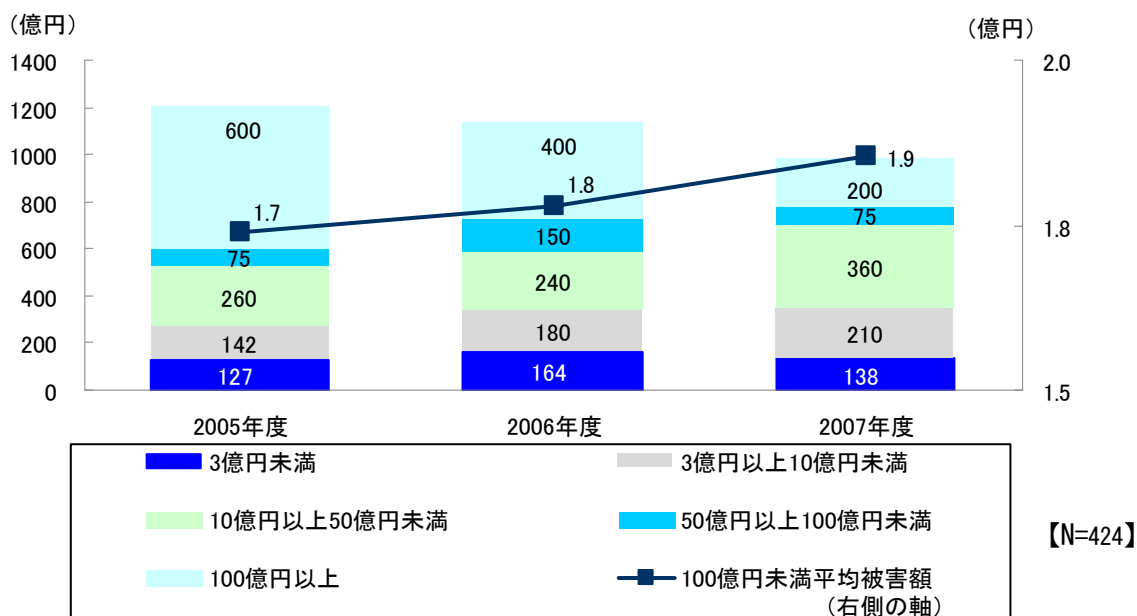
※ 被害額の算定は、特許法102条第1項(損害額の推定)に基づき下記例のように算出。

例えば、利益率30%で販売価格1万円の商品が国内外の模倣品市場で5000台売られた場合、

$$\begin{array}{c}
 \text{対象製品1台当りの平均販売価格} \\
 \text{(正規ルートで販売した場合の販売価格)} \\
 \hline
 \text{(5000 台)} \times \text{(1万円/台)} \times \text{(利益率 30%)} = \text{15 百万円} \\
 \hline
 \text{模倣品推計販売台数} \qquad \qquad \qquad \text{利益率}
 \end{array}$$

図 1.2-2 では、過去 3 年間の模倣被害額の推移を示した。被害額について回答のあった企業全体（424 社）の模倣被害総額は 2007 年度で 983 億円となり、前年度（1133 億円）比で減少。1 社あたりの平均被害額では、調査年度毎の振れ幅の大きい模倣被害額 100 億円以上の被害企業（2007 年度は 2 社）における被害額を異常値として除くと 2007 年度は 1.9 億円となり、前年度比でやや増加した(図 1.2-2)。

図 1.2-2 模倣被害総額及び 1 社当たり平均被害額の推移



- (注1) 模倣被害総額は被害額規模別（図 1.2-1 参照）の回答結果のデータを用い、各規模の回答社数に被害額の中央値を代表値として乗じて、それらを合計し算出した
- (注2) 被害額 100 億円以上の規模の被害については下限値の 100 億円を代表値とした
- (注3) 無回答及び推定不能と回答したものについては計算から除外した
- (注4) 100 億円未満平均被害額は 100 億円以上の被害額の回答を異常値として、平均額の算出対象から除外して推計を行った
- (注5) 2007 年度から被害額規模別の規模の区分を変更し模倣被害総額を算出、2006 年度、2005 年度のデータも 2007 年度の区分に合わせて変更している

(参考) 平均模倣被害額（模倣被害額 100 億円以上を含む）

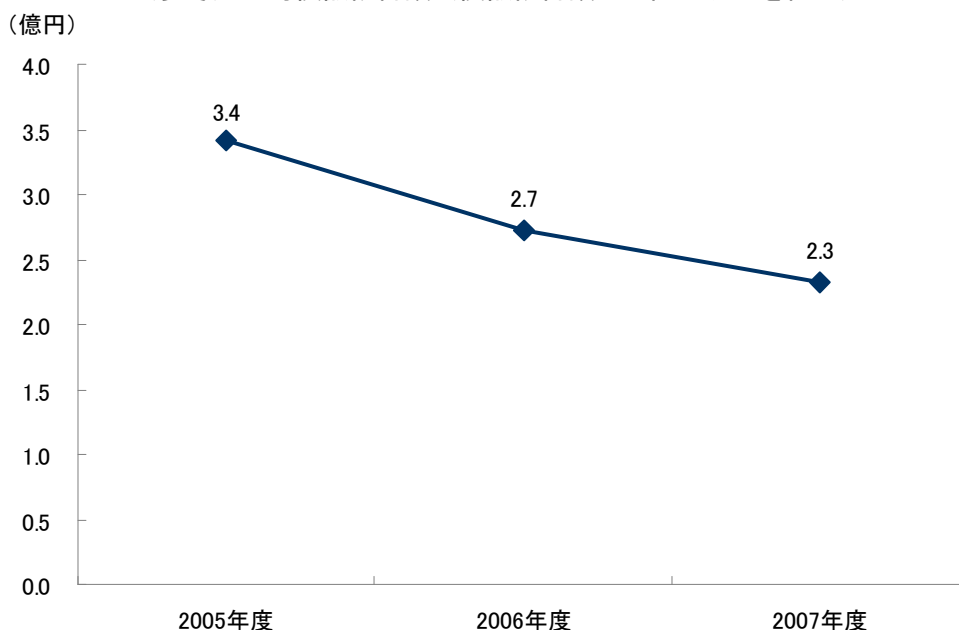
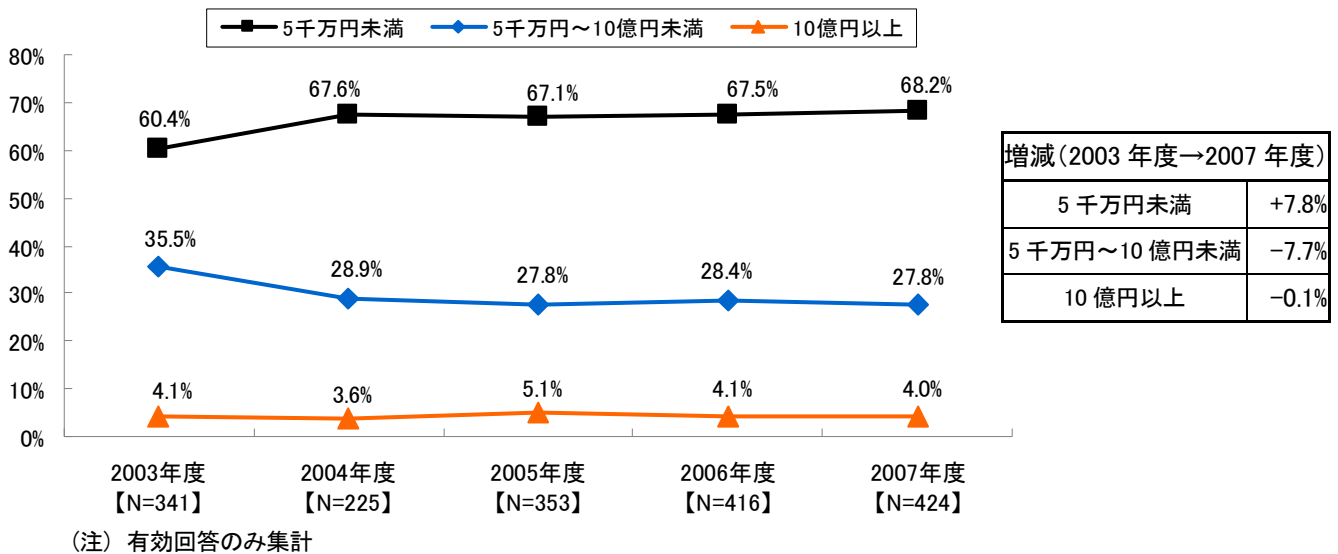


図 1.2-3 には、模倣被害額の規模別被害社数の構成比の推移を示した。過去 5 年間の傾向をみると、2004 年度以降はほぼ横這いで推移しており、大きな変化は見られない。

図 1.2-3 模倣被害総額の規模別被害社構成比の推移（単数回答）



高額被害（被害額 10 億円以上）は電子・電気機器、産業機械、輸送用機械等が中心。一方、少額被害（被害額 5 千万円以下）では、その他雑貨、産業機械、その他加工基礎資材・機械部品等が中心

回答数自体は少ないが、「被害額 10 億円以上」の企業の商品分野をみると、電子・電気機器、電子部品・デバイス、産業機械、輸送用機械（車輛）、その他加工基礎資材・機械部品等、大量生産・組立加工型商品または高付加価値型商品が上位を占めている。

「被害額 5 千万円以下」の企業の商品分野については、その他雑貨、産業機械、その他加工基礎資材・機械部品等、食品、建築資材・住宅用資材、電子・電気機器等が上位を占めており、回答件数も多数に及んでいる。

●模倣被害額 10 億円以上の企業の上位取扱商品分野（回答総数 19 件）

- 1 位. 電子・電気機器(同 3 件)
- 2 位. 電子部品・デバイス、産業機械、輸送用機械（車輛）、その他加工基礎資材・機械部品等（同各 2 件）

●模倣被害額 5 千万円以下の企業の上位取扱商品分野（回答総数 313 件）

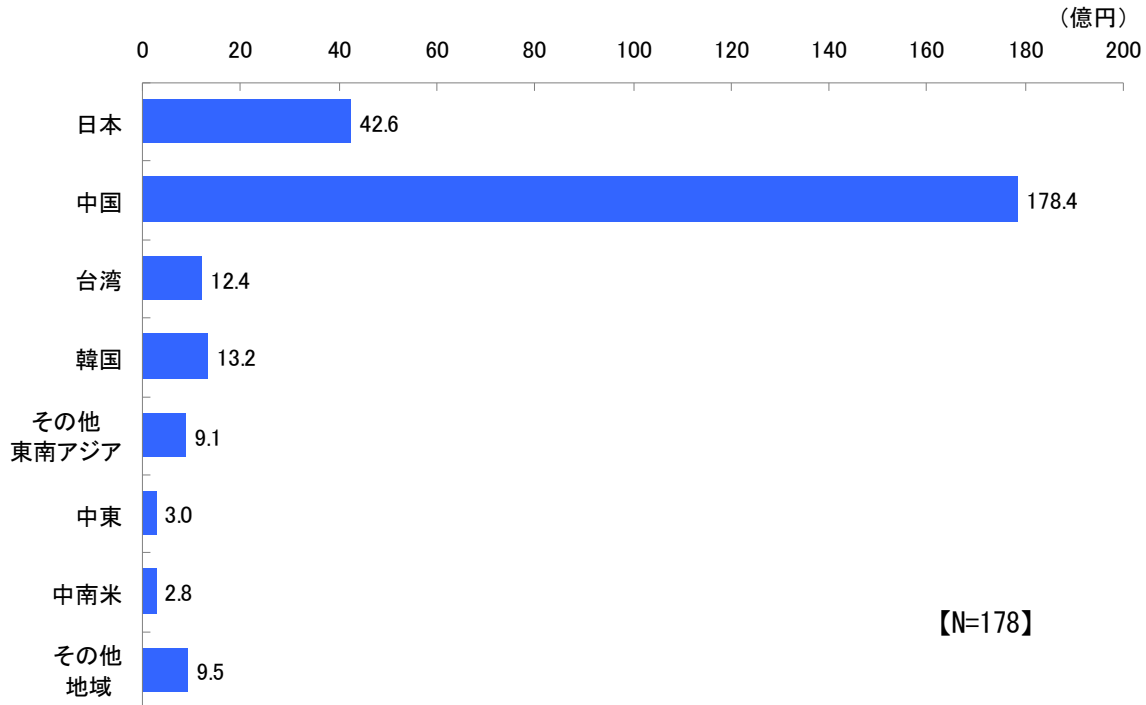
- 1 位. その他雑貨（同 30 件）
- 2 位. 産業機械（同 25 件）
- 3 位. その他加工基礎資材・機械部品等、食品（同各 24 件）

(2) 主要な国・地域ごとの模倣被害総額（逸失利益総額）の内訳

主要な国・地域ごとの模倣被害総額（逸失利益総額）は、中国が圧倒的に多い

図 1.2-4 には主要な国・地域ごとの模倣被害総額(逸失利益総額、以下同様)が判明している企業 (N=178) の模倣被害総額の内訳を示した。中国における模倣被害総額は 178 億 4 千万円となり、続いて多い日本の 4 倍以上となっている。

図 1.2-4 国・地域ごとの模倣被害総額の内訳



(注 1) 模倣被害総額は、各被害額規模の回答社数に被害額の中央値を代表値として乗じたものの積算と、実数を記載した企業の模倣被害総額の合計とを合算した計数を記載

(注 2) 各国・地域別の内訳は、それぞれの企業の模倣被害総額ごとにそれぞれの国・地域別の割合 (%) を乗じて算出

(注 3) 国・地域別の模倣被害総額の内訳については、不明分を除外

(注 4) 推定不能は除外

○模倣被害額算出方法に関する委員会での指摘事項

- ・ 模倣被害額については、我々は逸失利益よりも、売上高そのものに相当する金額で判断するケースのほ
うが多い。模倣品に侵食された分は実際には売上があったはずであるという判断をしている。
- ・ 被害額算出方法としては、市場における自社製品の市場占有率を推計し、その推計値で算出した売上高
と、実際の売上高の差額を模倣被害と見做すなどの算出方法もあるのではないか。

【資料編 25 頁～27 頁】

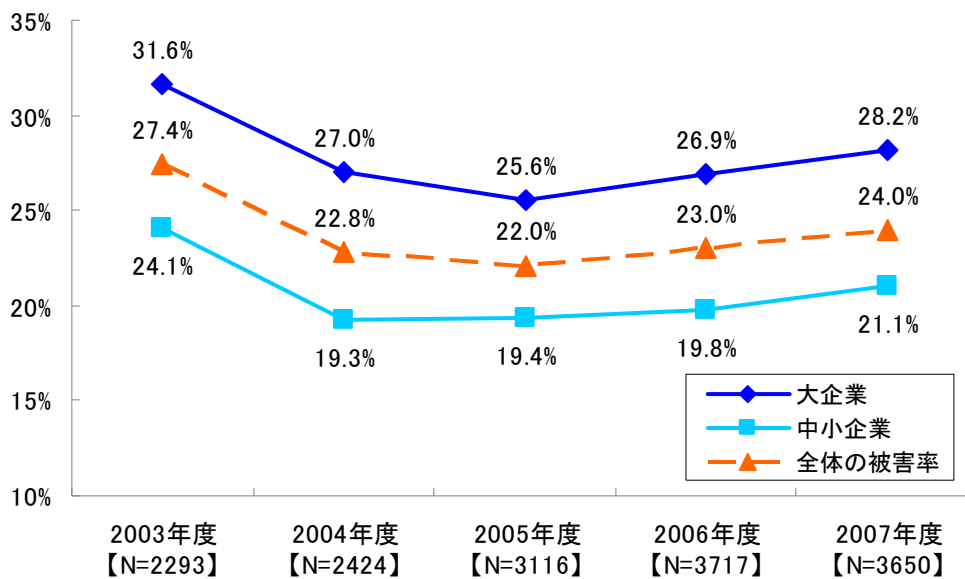
(3) 企業規模別の模倣被害の傾向

大企業・中小企業ともに模倣被害率は前年度比で増加

2007年度の大企業の模倣被害率は28.2%、中小企業の模倣被害率は21.1%となった。2006年度と比べ、大企業及び中小企業ともに増加となった。

直近5年間のトレンドをみると、大企業は2003年度以降2年連続の減少後、2006年度にから増加に転じている。中小企業は2004年度に大幅に被害が減少後、徐々に増加傾向に転じていることが確認できる(図1.2-5)。2003年度から2007年度にかけて大企業の模倣被害率は3.4%の減少、中小企業の模倣被害率は3.0%の減少となった。

図 1.2-5 企業規模別の被害率の推移



(注 1) 被害率は企業規模別の回答社数に対する模倣被害社数の比率

(注 2) 母数 N は各年度の中小企業及び大企業の回答社数

(参考) 大企業・中小企業の分類基準

業種分類	中小企業基本法における中小企業の定義
製造業その他	資本の額又は出資の総額が3億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が300人以下の会社及び個人
卸売業	資本の額又は出資の総額が1億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が100人以下の会社及び個人
小売業	資本の額又は出資の総額が5千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が50人以下の会社及び個人
サービス業	資本の額又は出資の総額が5千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が100人以下の会社及び個人

(出所) 経済産業省中小企業庁資料より抜粋

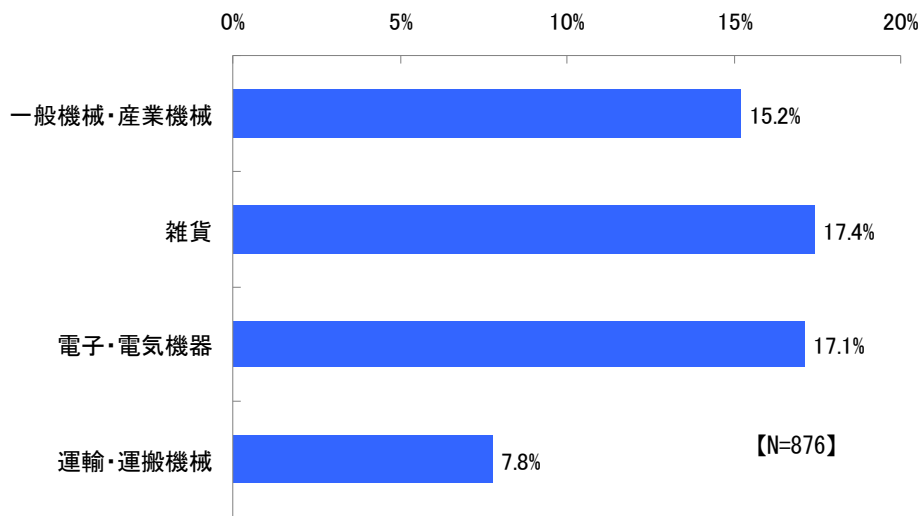
(4) 商品分野別の模倣被害の傾向

雑貨、電子・電気機器、一般機械・産業機械、運輸・運搬機械、で被害社全体の約半数近くを占める

2007年度の模倣被害社数 876 社の商品分野別構成比をみると、雑貨、電子・電気機器、一般機械・産業機械、運輸・運搬機械が上位 4 分野となっており、これらの 4 分野で被害社全体の半数以上を占めるという状況になっている (図 1.2-6)。

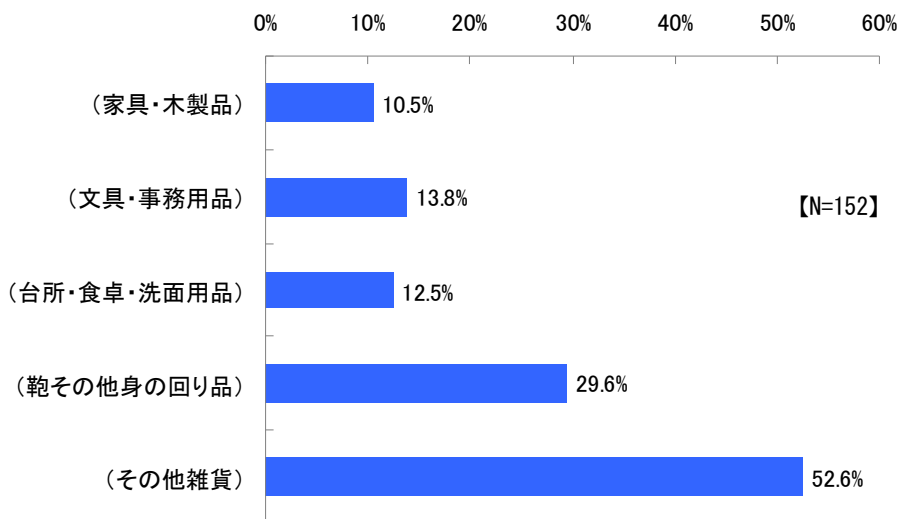
他の分野では、繊維、食品、化学品が各 5.7%となっており、建築資材・住宅用建材、その他加工基礎資材・機械部品等での被害も多い。

図 1.2-6 模倣被害社の主要な商品分野別構成比 (複数回答)



(注) 今年度より複数回答に変更、被害率は模倣被害を受けた企業 (N=876) に対する比率をあらわす。

また、模倣被害を受けた品目が多岐にわたる雑貨分野においては、「その他雑貨」(玩具、スポーツ用品、装身具等) が最も多く、次いで「鞆その他身の回り品」が続いている。



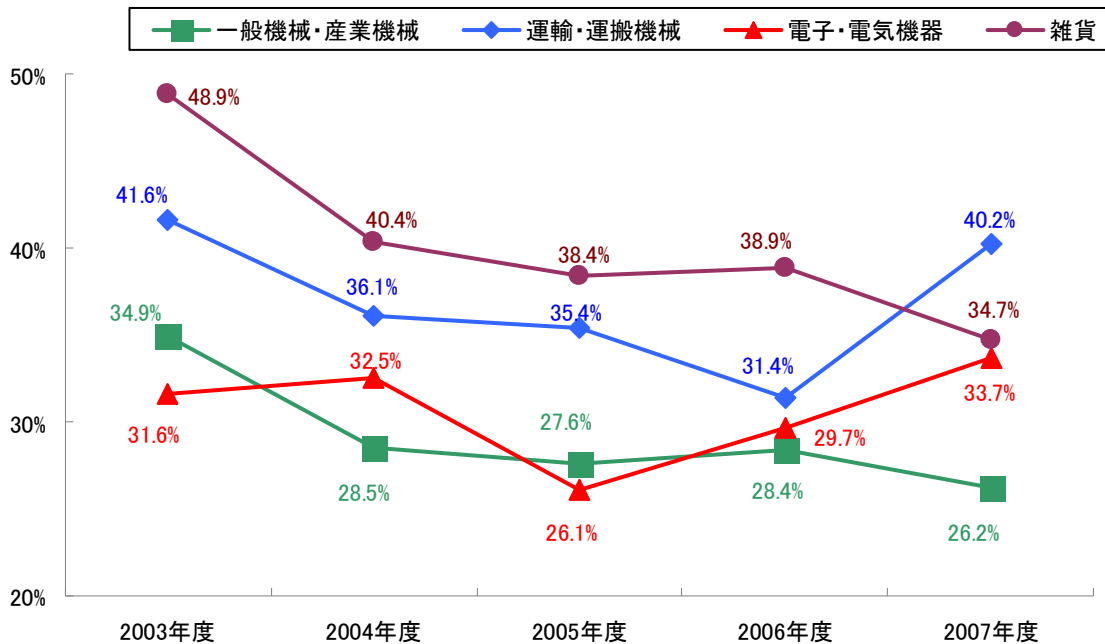
(注) 被害率は雑貨分野で模倣被害を受けた企業 (N=152) に対する比率をあらわす。

主要4分野での被害率は、運輸・運搬機械が大幅に増加した一方、雑貨は大幅に減少

主要な4分野（一般機械・産業機械、電子・電気機器、運輸・運搬機械、雑貨）について模倣被害率の推移をみると、2007年度は運輸・運搬機械が大幅に増加、電子・電気機器はやや増加している。一方、雑貨、一般機械・産業機械は減少している（図1.2-7）。

2003年度から2007年度の増減では、電子・電気機器の分野以外では被害率が減少しており、特に雑貨及び一般機械・産業機械の減少幅が大きい。

図 1.2-7 主要な商品分野の模倣被害率の推移



(注1) 商品分野別の模倣被害率=商品分野別の模倣被害社数/商品分野別の総回答社数

(注2) 2007年度より商品分野別回答は複数回答としている

主要商品分野の模倣被害率の増減（2003年度→2007年度）

商品分野	増減
一般機械・産業機械	-8.7%
運輸・運搬機械	-1.4%
電子・電気機器	+2.1%
雑貨	-14.2%

○委員会及びヒアリング企業での指摘事項

- ・ 対策を強化すれば模倣品が多く発見され、対策が少ないと発見が少なくなるのは自明の理。現状我々の業界に関して模倣品は市場に未だ多く流通していると考えており、当面对策の手を緩めるつもりはない。
- ・ 対策したかどうかもさることながら、模倣が容易な商品分野へ模倣業者が移行してきているのではないかと。

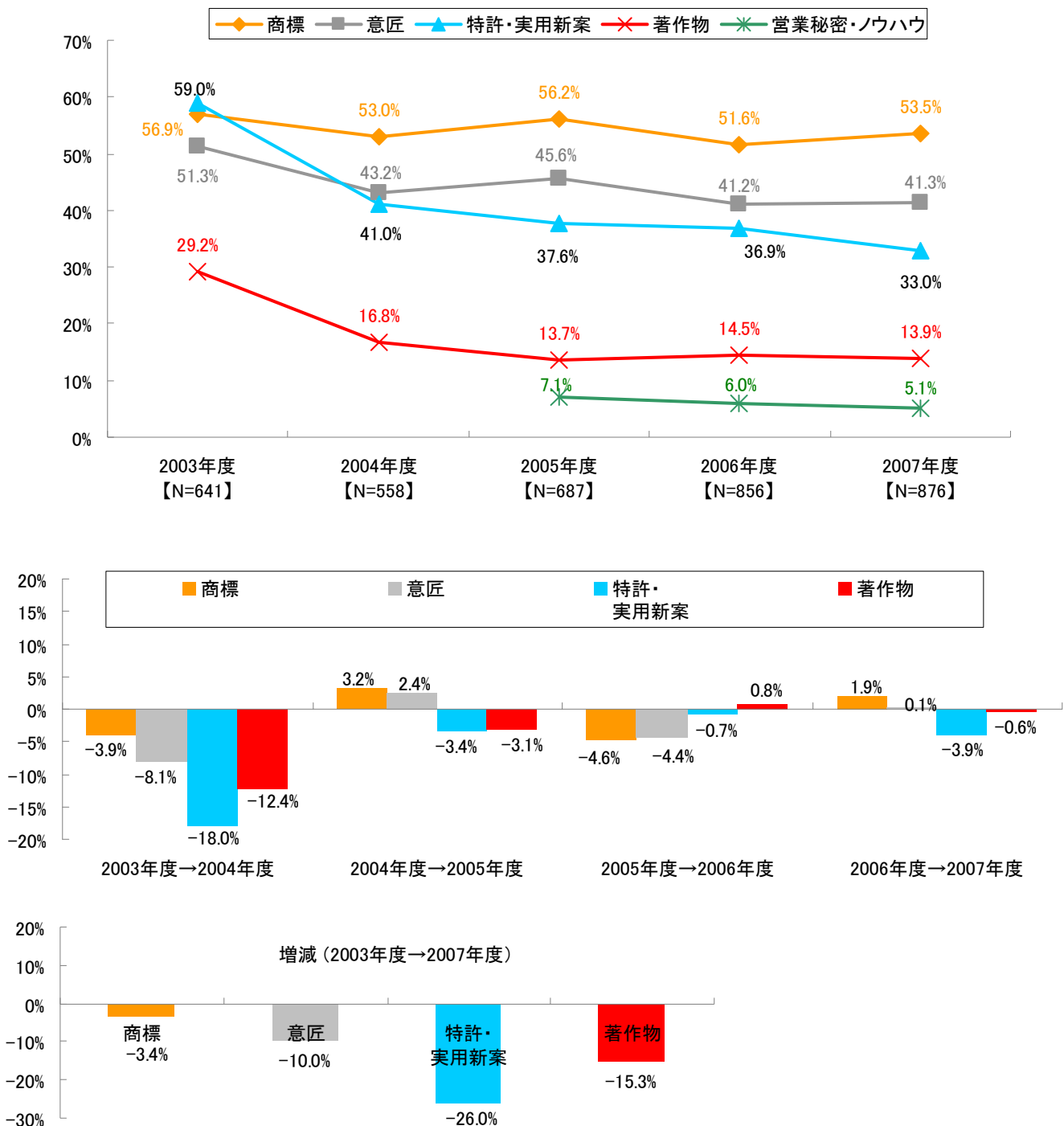
【資料編3頁、55～62頁】

(5) 知的財産権権利別の模倣被害の傾向

商標、意匠の被害率は前年度比で増加した一方、特許・実用新案、著作物、営業秘密・ノウハウは前年度比で減少

模倣被害社数の権利別割合の推移をみると、2006年度と比べて、相対的に被害率の高い商標、意匠の模倣被害は増加し、特許・実用新案、著作物の模倣被害率が減少している。過去5年間の推移では、商標に係る模倣被害社数の割合はほぼ5割台で推移している一方、特許・実用新案に係る模倣被害社数の割合は減少傾向にあり、ここ3年間は3割台で推移している。なお、2005年度より調査を開始した営業秘密・ノウハウについては、被害率は前年度比で減少（図1.2-8）。

図 1.2-8 知的財産権権利別模倣被害社の割合の推移（複数回答）



【資料編 11 頁】

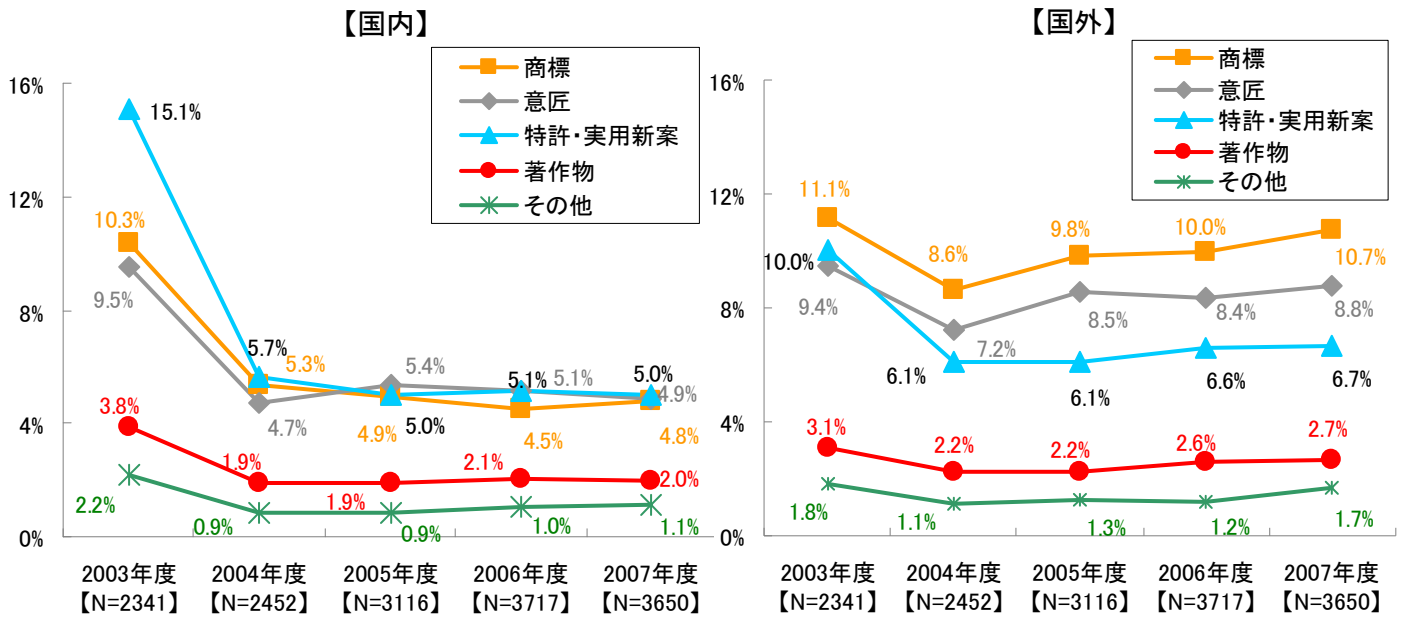
(6) 国内外の知的財産権権利別の模倣被害の傾向

権利別では、国内では特許・実用新案の被害が多く、国外では商標、意匠の被害が中心

国内外の知的財産権権利別の模倣被害率(知的財産権権利別の被害社数/総回答社数)の推移をみると、国内では特許・実用新案での被害率が最も高く(5.0%)、次いで意匠(4.9%)、商標(4.8%)の順となっている。また、国外では、商標の被害率が最も高く、次いで意匠、特許・実用新案の順となっている(図1.2-9)。

国外の権利別被害状況の直近の変化(2006年度→2007年度)については、何れの権利をみても微増となっている。

図 1.2-9 国内外の知的財産権権利別模倣被害率の推移(複数回答)



(注1) 2003年度・2004年度の被害率は、国内・国外の権利別模倣被害の状況・傾向で「被害あり」と回答した企業について被害率(被害ありと回答した企業数/総回答社数)を算出した。2005年度～2007年度の被害率は、国・地域別権利別模倣被害社数から被害率を算出した

(注2) 各権利の内容は以下の通りとした

「商標」: 商標権、その他権利化されていない標章

「意匠」: 意匠権、その他権利化されていない商品のデザイン

「特許・実用新案」: 特許権、実用新案権、その他権利化されていない技術的創作

「著作物」: 著作権、コンピュータソフトウェア、音楽用CD等

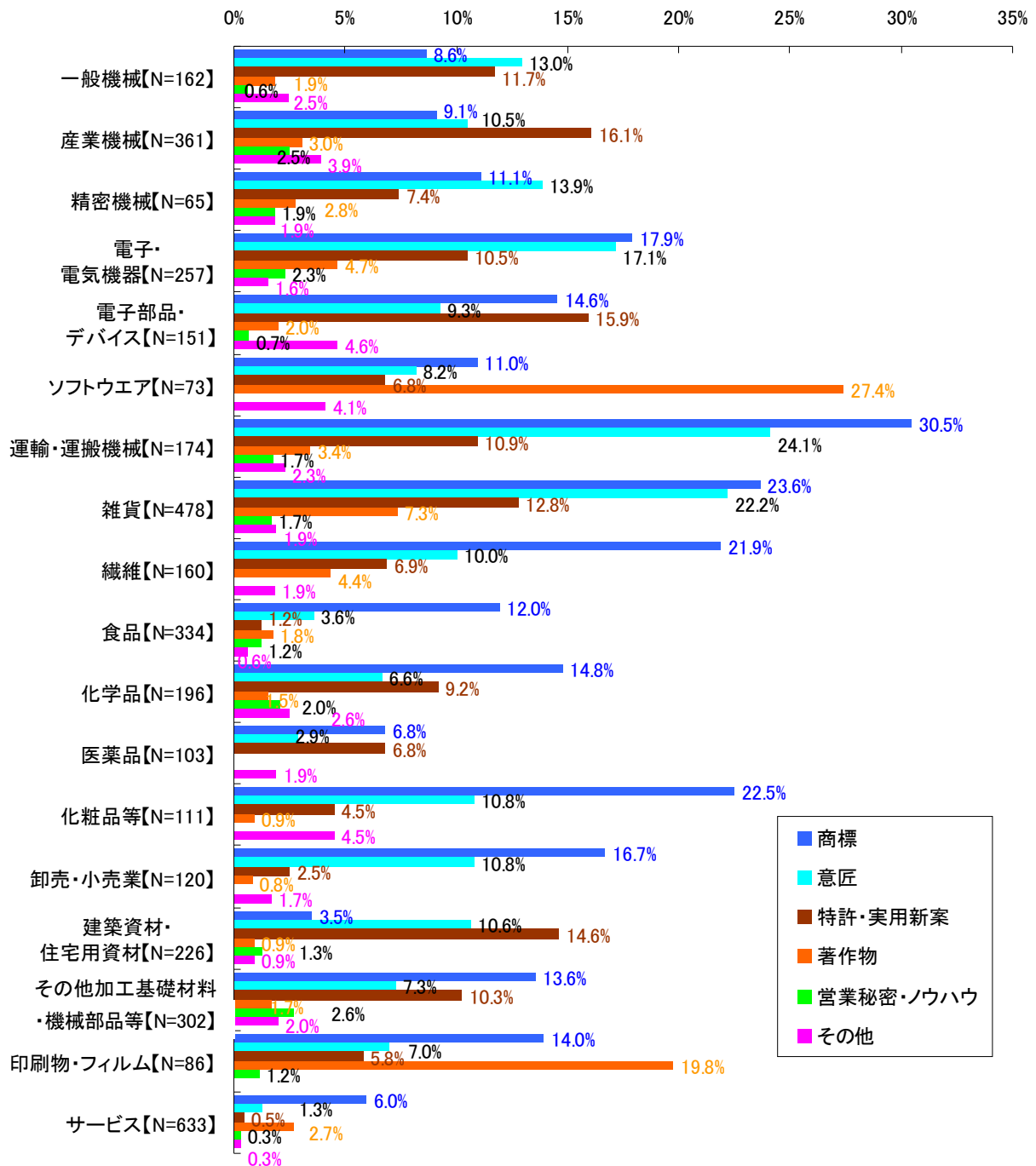
「その他」: 育成者権、回路配置利用権等、その他産業財産権の侵害とは断定できないが模倣されたと思われる事例及び「営業秘密・ノウハウ」(不正競争防止法によって保護される製品の製造等に係る営業秘密やノウハウ)を本グラフでは「その他」に含んで算出している

(7) 主要商品分野別の知的財産権権利別模倣被害率

商標・意匠の被害は、運輸・運搬機械、雑貨、化粧品等、繊維、電子・電気機器、特許・実用新案の被害は産業機械、電子部品・デバイス、著作物はソフトウェア、印刷物・フィルムでの被害が高い

主な商品分野における権利別模倣被害率（図 1.2-10）をみると、例えば、商標の被害率に比較し、特許・実用新案での被害率が低い分野や、逆に商標よりも特許・実用新案での被害率の方が高い分野があるなど、分野ごとに異なる傾向が見られる。

図 1.2-10 主要商品分野別・権利別模倣被害率



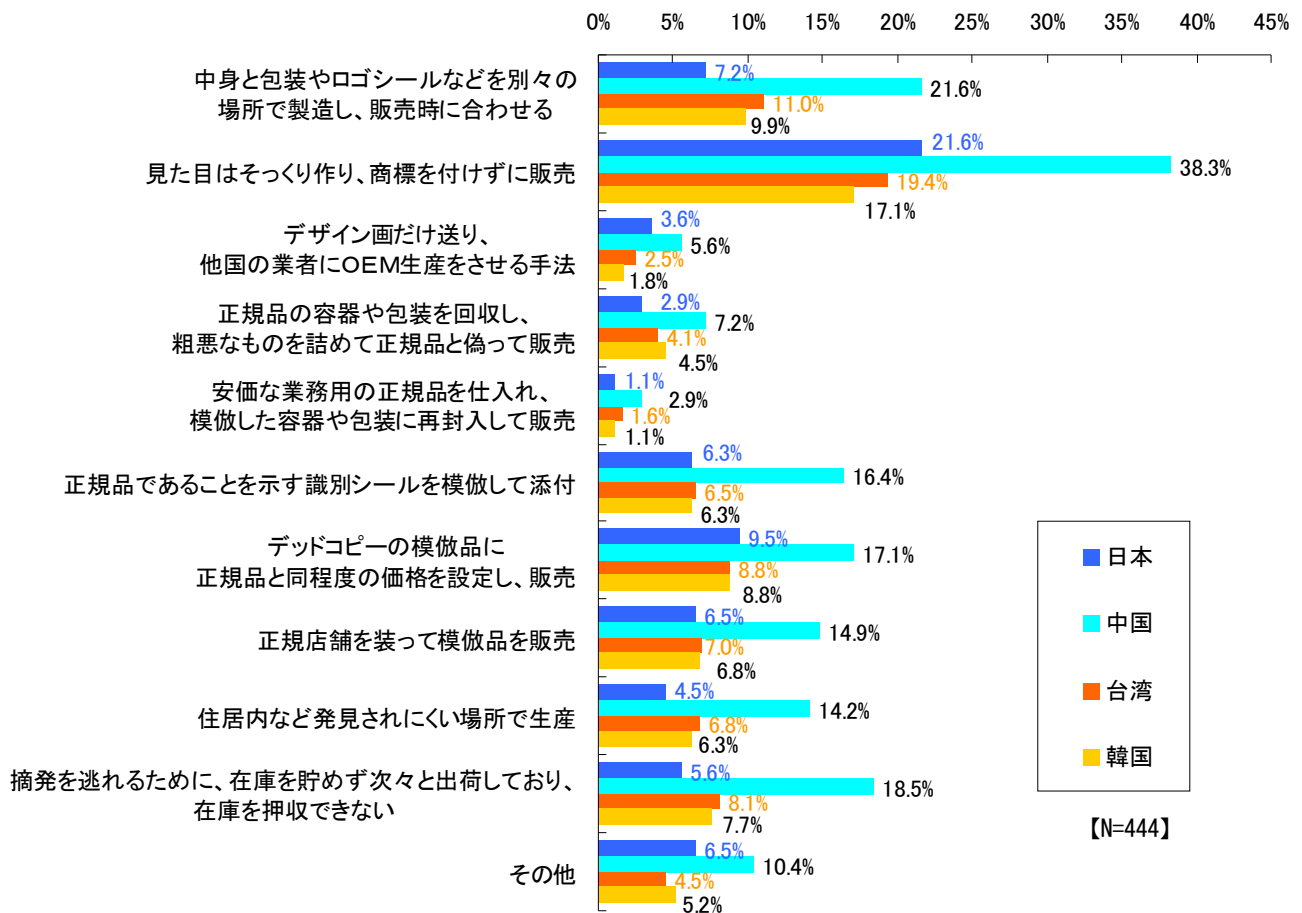
(注) 模倣被害率は、各商品分野の総回答社数に対する権利別被害社数（複数回答）の比率

(8) 模倣手口の巧妙化

商標・意匠に係わる手口の巧妙化が目立ち、特に中国における巧妙化が目立つ

近年、模倣手口が巧妙化している傾向にあるが、具体的な手口についてみると、「見た目はそっくり作り、商標を付けずに販売」や、「中身と包装やロゴシールなどを別々の場所で製造し、販売時に合わせる」などの回答が目立ち、商標・意匠に係わる手口の巧妙化が目立つ。国別では、何れの手口でも中国が最も多く、模倣被害が多いのみならず、手口の巧妙化も進んでいることがわかる（図 1.2-11）。

図 1.2-11 主要国別の模倣手口の巧妙化



○委員会及びヒアリング企業で挙げられた模倣手口の具体例

- ・ 仮に同一業者が継続的に模倣品を製造している場合は追跡しやすいが、被害の多くは単発であることから追跡が困難な場合が多い。可能性としては、模倣業者側では意図的に追跡されないように単発で模倣を行っていることも考えられる。
- ・ プリント基板などは砥石で擦って新たな断面を出したところで、写真撮影を繰り返すことで、たとえ 5～6 層構造のプリント基板であっても簡単に模倣される。
- ・ 製品自体は自社製品だが、商標部分だけ別メーカーの商標をもじった例や、ある商品でデザインはA社、ブランドはB社という例、外箱に商標ロゴがないだけでその他は中身を含めて全て同じという例もある。
- ・ 中古品を偽のラベルや箱を使用して偽装し、新品として販売している。
- ・ 中国で、真正品では出していない商品が、真正品のシリーズであるかのように装って販売されている。

2. 模倣品の発生地域・流通構造に関する分析

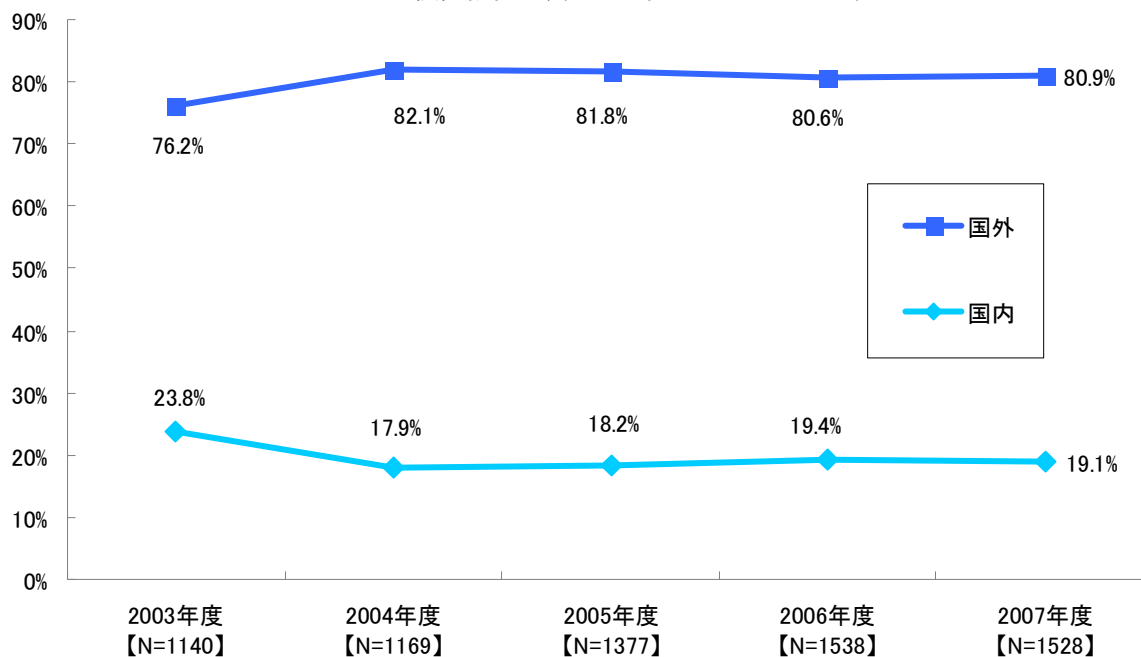
2.1. 国内外の模倣被害の傾向

模倣被害（製造）は、前年度比で国内が微減、国外では微増となった

模倣品の製造における国内外の被害件数の構成比（図 2.1-1）をみると、2004 年度以降国内が増加していたが、2007 年度は減少に転じている。

ここ 5 年間の傾向としては、国内での模倣被害は減少、国外での模倣被害は増加しており、且つ被害率は高水準にある。

図 2.1-1 模倣被害（製造）の国内外における内訳



（注 1）国別模倣被害の件数（複数回答）は、それぞれの国・地域の回答社数を合計したものを模倣被害総件数として、それを分母に比率を算出したもの（不明は合計から除外した）

（注 2）数値は模倣品の製造国に関する比率

（注 3）国・地域の区分は 2003 年度に準じている

※本章では「被害社率」「被害率」「被害件数の構成比」について以下のように定義。

- ・被害社率：模倣被害「あり」と回答した企業数を母数として、当該国・地域で被害を受けたと回答した被害社数の比率（当該国・地域で被害のあった社数／模倣被害社数 876 社）
- ・被害率 = 国・地域別被害社数／総回答社数 3650 社
- ・被害件数の構成比 = 当該国・地域で被害のあった社数／全地域の被害社数（複数回答を含む）

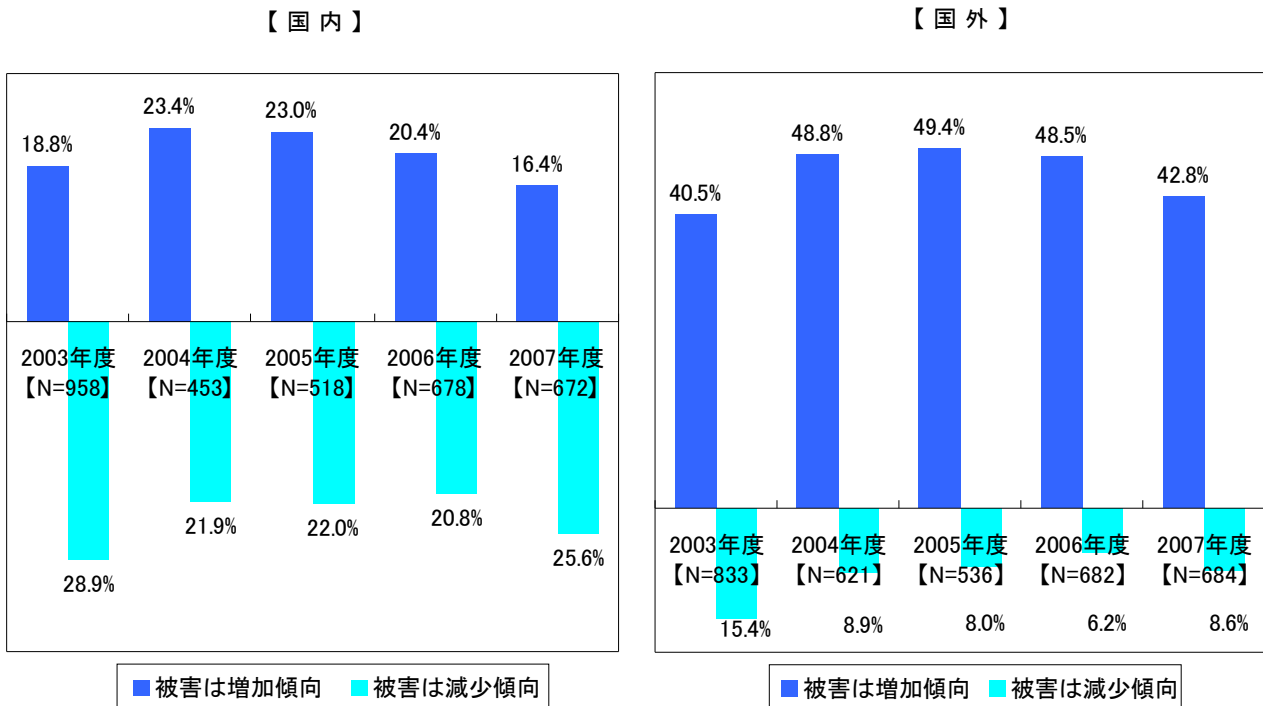
【資料編 12 頁】

国外での模倣被害については、増加傾向とする回答が減少したが、増加基調は変わらず

直近における模倣被害の増減傾向は、国内については、前年度は「増加傾向」とする企業は減少し、「減少傾向」とする企業の割合とほぼ同数であった。しかし、2007年度は再び「減少傾向」と回答する企業の割合が増加している（図 2.1-2）。

国外については、模倣被害が「増加傾向」とする回答数は「減少傾向」よりも大きく上回っており、2007年度は「増加傾向」との回答が減少したが、その差は依然として大きい。このことから、国内よりも、国外での模倣被害の拡大が相対的に大きな問題として認識されていると考えられる。

図 2.1-2 国内外の模倣被害の増減傾向（単数回答）



(注 1) パーセンテージは、「横ばい」との回答を含む模倣被害の増減傾向の比率

(注 2) 無回答は除外

(注 3) 2003年度、2004年度は知的財産権の権利別に調査をしているため、すべての権利の増減傾向に関する回答数の合計から比率を算出

(注 4) 2005年度～2007年度は模倣被害社全体を対象に調査

(注 5) 2004年度は過去2年間の模倣被害社を対象に調査

(注 6) 2003年度は回答社すべてを対象に調査

【資料編 19 頁】

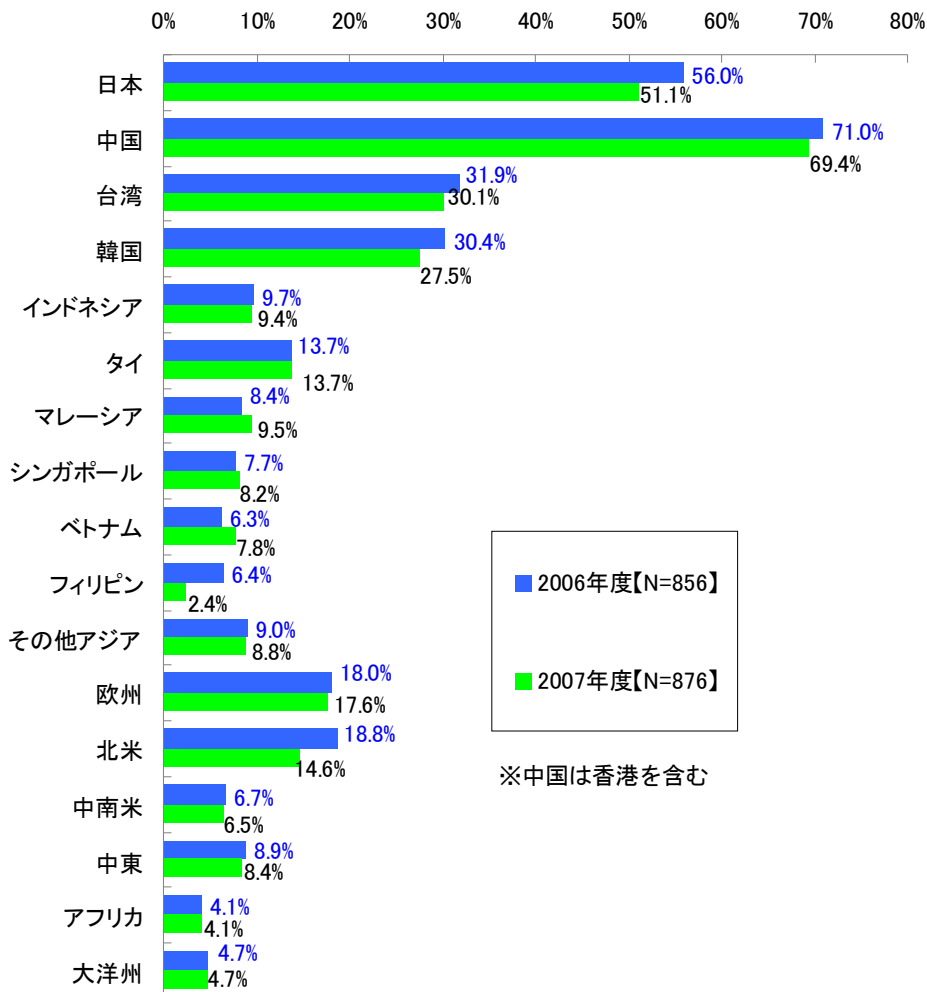
2.2. 模倣被害の発生国・地域の傾向

前年度比で減少しているものの、中国での模倣被害が最大。次いで日本が続く

2007年度の製造、経由、販売消費いずれかの模倣被害のあった国・地域別の模倣被害状況に関して、模倣被害を受けた企業に占める被害社数の割合（被害社率）を総合的にみると、前年度比で1.6%減少しているものの、中国での被害が最も多く69.4%となっている。一方、日本国内の被害社率は51.1%であったが、前年度比▲4.9%と大幅に減少している。他のアジア地域では台湾（30.1%）、韓国（27.5%）、タイ（13.7%）と続き、アジア地域での被害が引き続き深刻な状況が続いている。欧州（17.6%）、北米（14.6%）においても被害社率が高くなっている。

更に次の2.3（1）～（3）で製造、経由、販売消費ごとに被害状況をみていく。

図 2.2-1 国・地域別の模倣被害の被害社率（複数回答）



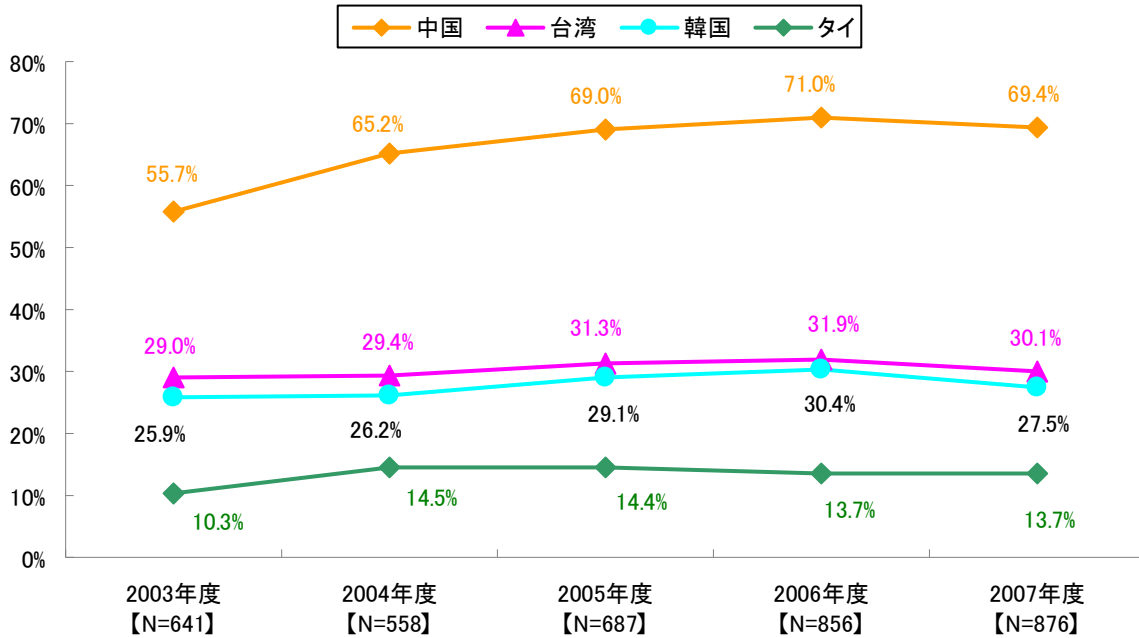
（注1）数値は、製造、経由、販売消費のいずれかにおいて当該国・地域で被害があったと回答した企業の全被害社数（N＝876）に対する比率をあらわす

（注2）「その他アジア」には、インド、パキスタン、ウズベキスタン、カザフスタン、トルクメニスタン、北朝鮮などが含まれる。「欧州」には、西欧諸国に加え、北欧諸国（スウェーデン、フィンランド、ノルウェー、デンマーク）が含まれるほか、ギリシア、ロシア、トルコなど東欧諸国が含まれる。「北米」にはアメリカ、カナダが含まれる。「中南米」には、メキシコ、ブラジル、ベネズエラ、ペルーなどが含まれる。「中東」には、アラブ首長国連邦（UAE）、クウェート、サウジアラビア、イランなどが含まれる。「アフリカ」にはエジプト、ケニアなどが含まれる。

主要地域では、中国での被害の増加傾向が顕著

模倣被害の主要な国・地域の被害社率をみると、前年度比ではタイを除いて減少しているものの、2003年度から2007年度にかけて中国が顕著に増加（13.7%増）している（図2.2-2）。

図 2.2-2 主要な国・地域の被害社率の推移（複数回答）



（注）各国ごとの被害社数／各年度の被害社総数

増減(2003年度→2007年度)	
中国	+13.7%
台湾	+1.1%
韓国	+1.6%
タイ	+3.4%

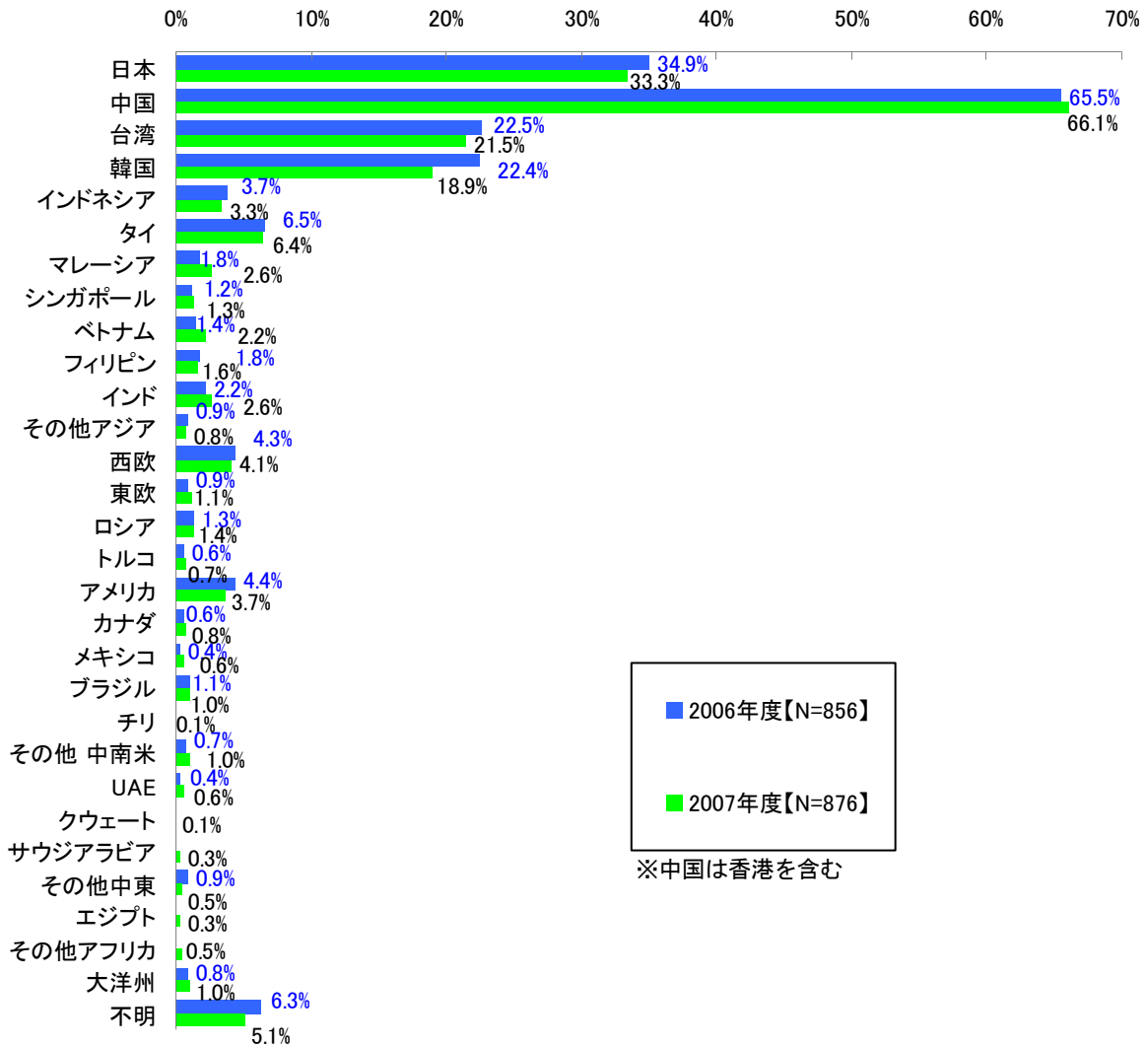
2.3. 模倣品の流通構造

(1) 製造国・地域別の模倣被害の傾向

模倣品製造国としては、中国が依然高水準で推移し被害社全体の7割近くが被害

模倣品の製造国・地域に関する被害状況をみると、中国での被害社率が高く、被害社全体の7割近くが被害を受けている（図2.3-1）。2003年度から2007年度までの被害率（当該国・地域の被害社数／総回答社数）の増減をみると、殆どの国・地域において減少傾向にあり、減少幅は日本が最も大きく（▲3.9%）、次いで台湾で1.1%減少しているが、タイでは0.3%の増加となっている（図2.3-2）。

図 2.3-1 模倣品の製造国・地域の被害社率（複数回答）

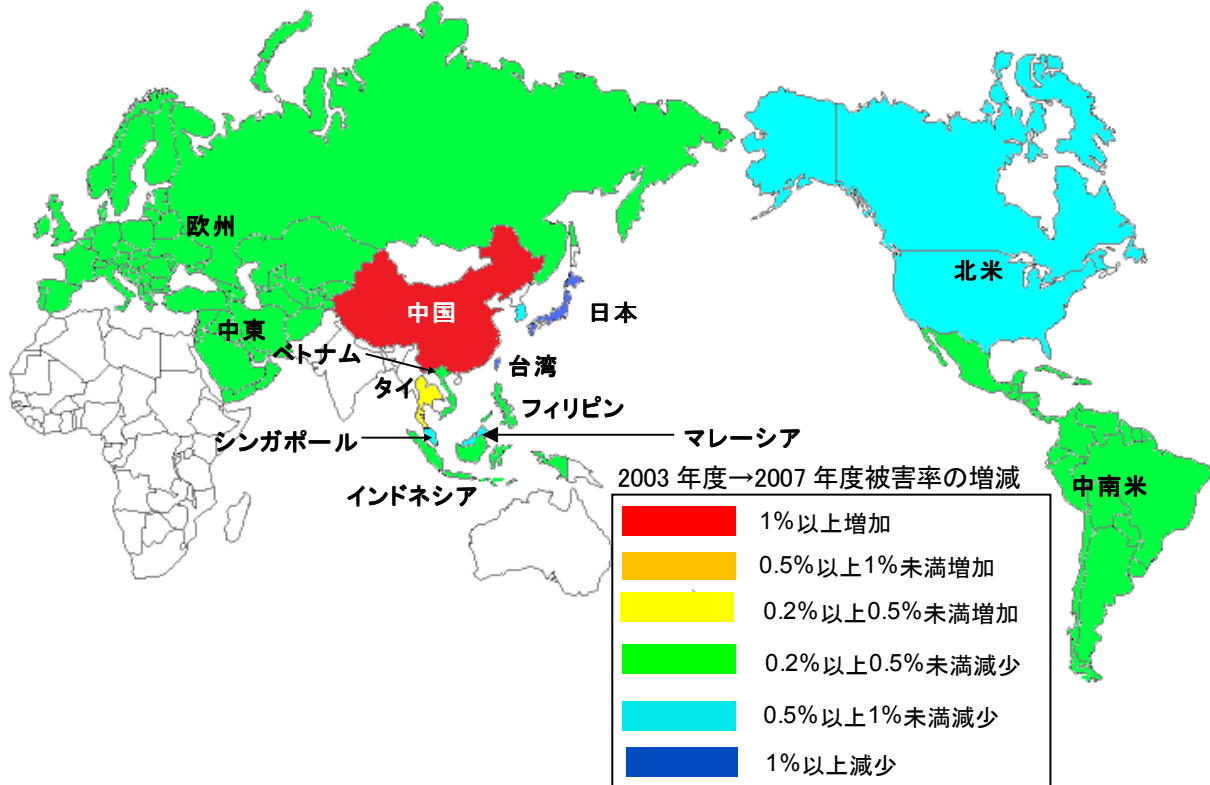


(注1) 国・地域別の被害社率は、いずれかの権利で模倣被害を受けた被害社数の模倣被害を受けた企業 (N=876) に対する比率をあらわす

(注2) 「その他アジア」には、パキスタン、ウズベキスタン、カザフスタン、トルクメニスタン、北朝鮮などが含まれる。「西欧」には、北欧諸国（スウェーデン、フィンランド、ノルウェー、デンマーク）が含まれる。「東欧」にはギリシアなどが含まれる。「その他中南米」には、ベネズエラ、ペルーなどが含まれる。「その他中東」には、イランなどが含まれる。「その他アフリカ」にはケニアなどが含まれる。

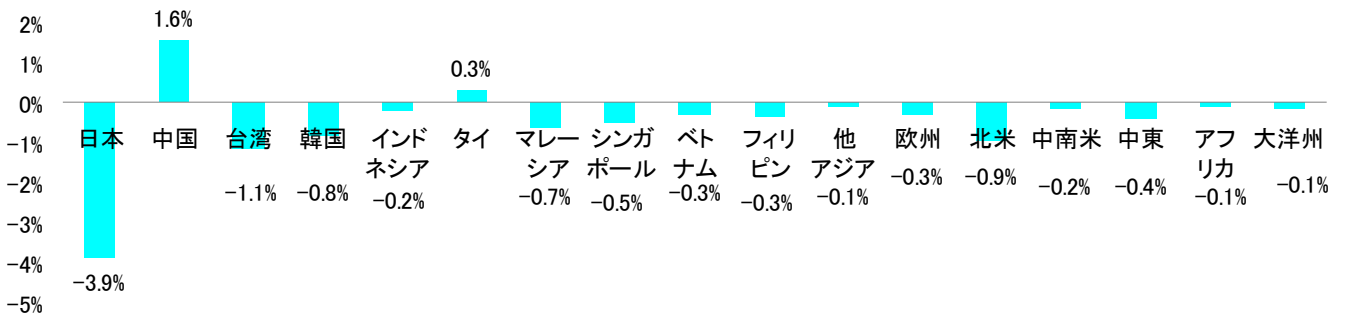
(注3) エジプト、サウジアラビアに関しては、2007年度からの調査のため、2006年度のデータはない。

図 2.3-2 模倣品の製造国・地域の被害率の推移（複数回答）



N=2341 (2003年度)
N=3650 (2007年度)

被害率の増減(製造)(2003年度→2007年度)



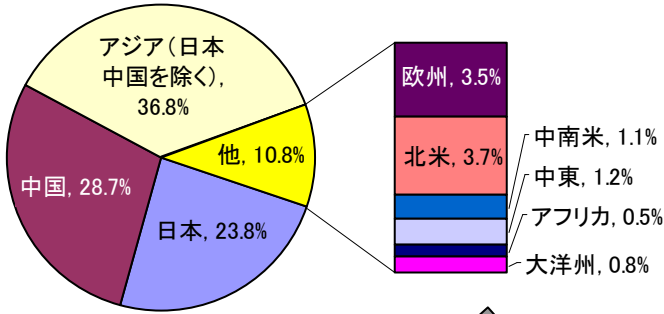
(注1) 2004年度までの国・地域別区分に合わせて、西欧、東欧、ロシア、トルコは「欧州」に、メキシコ、ブラジル、チリは「中南米」に、UAE、クウェート、サウジアラビアは「中東」に、エジプトはアフリカに、インドは「他アジア」にそれぞれまとめて増減を計算した

※ 被害率 = 当該国・地域の被害社数 / 総回答社数

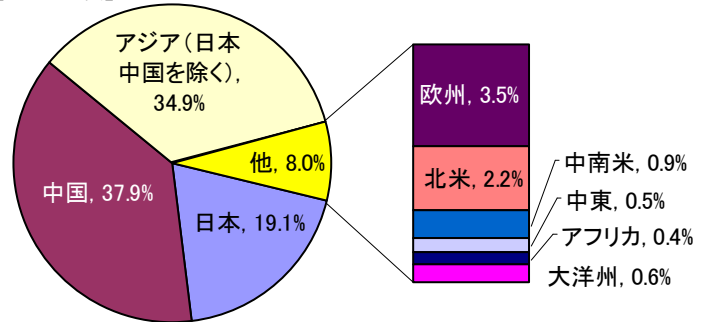
次ページで、製造被害の地域別構成比の変化(2003年度→2007年度)をみると、中国の割合が増加している(2003年度28.7%→37.9%)。中国以外の製造地をみると、日本を含むその他アジア各国(タイを除く)、北米、中南米、中東等では概ね減少傾向にあり(次頁の図2.3-3、図2.3-4を参照)、模倣品の製造では中国の影響力がさらに強まりつつあることがわかる。

図 2.3-3 模倣品製造国・地域別被害件数の構成比の変化

【2003 年度】



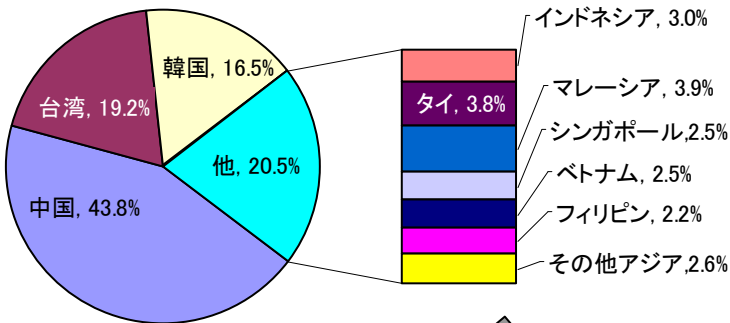
【2007 年度】



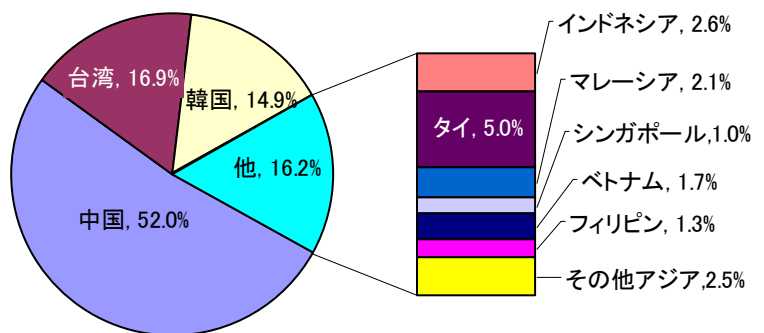
(注) 複数回答の件数の合計を 100%とした

図 2.3-4 日本を除くアジア地域の模倣品製造国・地域別被害件数の構成比の変化

【2003 年度】



【2007 年度】

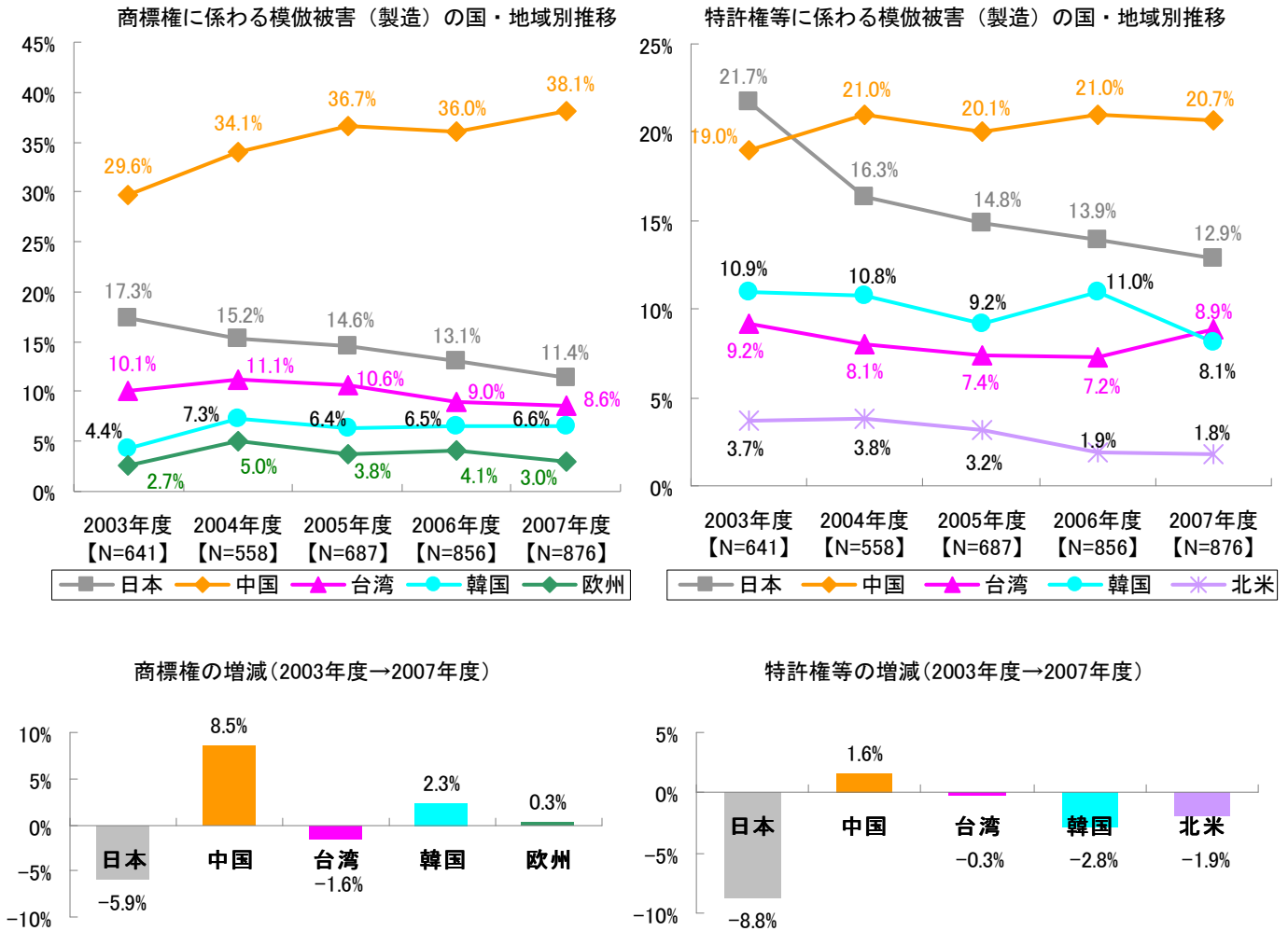


(注) 複数回答の件数の合計を 100%とした

【資料編 12 頁】

製造国・地域別の商標権及び特許権等の被害社率の推移をみると、依然として中国における商標及び特許・実用新案の被害が高水準で推移し、商標については前年度比で増加、特許・実用新案については微減となった。全体の傾向としては、中国と韓国の商標権、中国の特許権を除き概ね各国とも被害は減少傾向にある（図 2.3-5）。

図 2.3-5 製造国・地域別の権利別模倣被害の推移（複数回答）



【資料編 12 頁、13 頁】

(2) 経由国・地域別の模倣被害の傾向

模倣品の経由地域は中国を筆頭に東アジアが中心。また中東でも被害が増加傾向

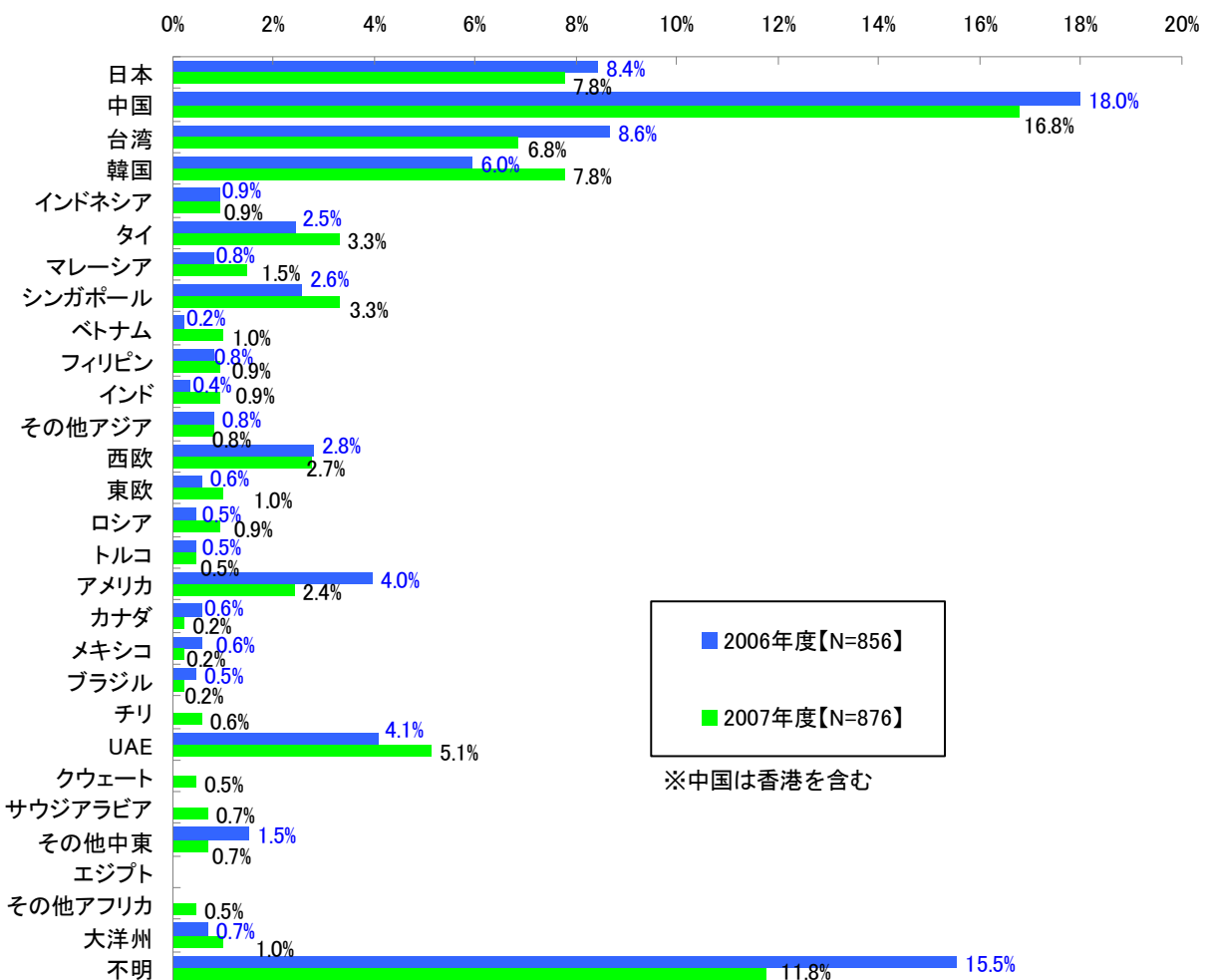
模倣品の経由国・地域については、中国(16.8%)での被害社率が最も高く、次いで日本及び韓国(7.8%)、台湾(6.8%)と続いている(図2.3-6)。

2003年度から2007年度までの被害率の増減では、中国(0.7%)と韓国(0.4%)、中東(0.4%)、中南米(0.2%)などで増加傾向が見られる(図2.3-7)。

このことから模倣品が中国を筆頭として東アジア中心に経由されているが、近年では中東等の他の地域を経由するものも増加している状況が窺われる。

但し、不明との回答も11.8%あり、経由地域の把握は困難であることが窺われる。

図 2.3-6 模倣品の経由国・地域の被害社率(複数回答)

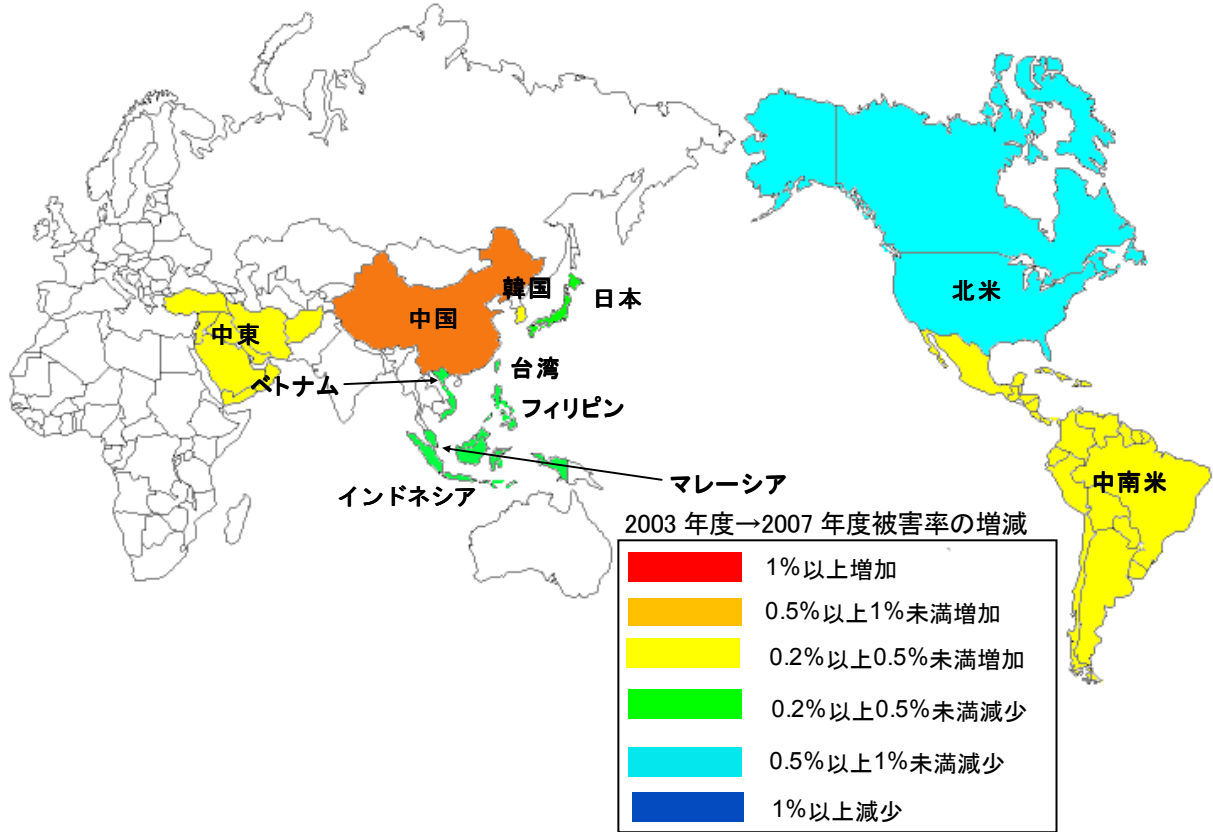


(注1) 国・地域別の被害社率は、いずれかの権利で模倣被害を受けた被害社数の模倣被害を受けた企業(N=876)に対する比率をあらわす

(注2) 「その他アジア」には、パキスタン、ウズベキスタン、カザフスタン、トルクメニスタン、北朝鮮などが含まれる。「西欧」には、北欧諸国(スウェーデン、フィンランド、ノルウェー、デンマーク)が含まれる。「東欧」にはギリシアなどが含まれる。「その他中南米」には、ベネズエラ、ペルーなどが含まれる。「その他中東」には、イランなどが含まれる。「その他アフリカ」にはケニアなどが含まれる。

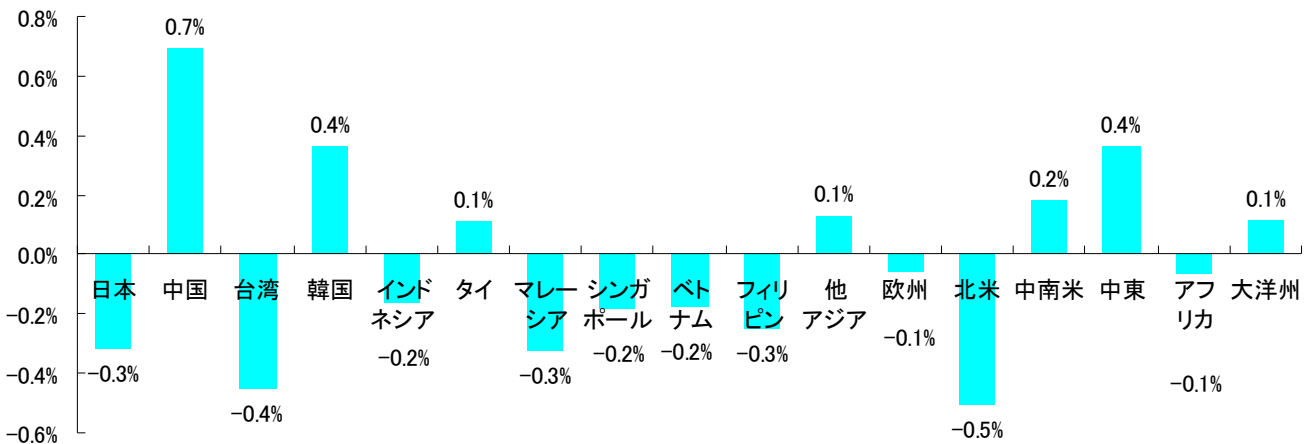
(注3) エジプト、サウジアラビアに関しては、2007年度からの調査のため、2006年度データはない。

図 2.3-7 模倣品の経由国・地域の被害率推移（複数回答）



N=2341(2003年度)
N=3650(2007年度)

被害率の増減（経由）（2003年度→2007年度）



（注1） 2004年度までの国・地域別区分に合わせて、西欧、東欧、ロシア、トルコは「欧州」に、メキシコ、ブラジル、チリは「中南米」に、UAE、クウェート、サウジアラビアは「中東」に、エジプトはアフリカに、インドは「他アジア」にそれぞれまとめて増減を計算した

※ 被害率 = 当該国・地域の被害社数 / 総回答社数

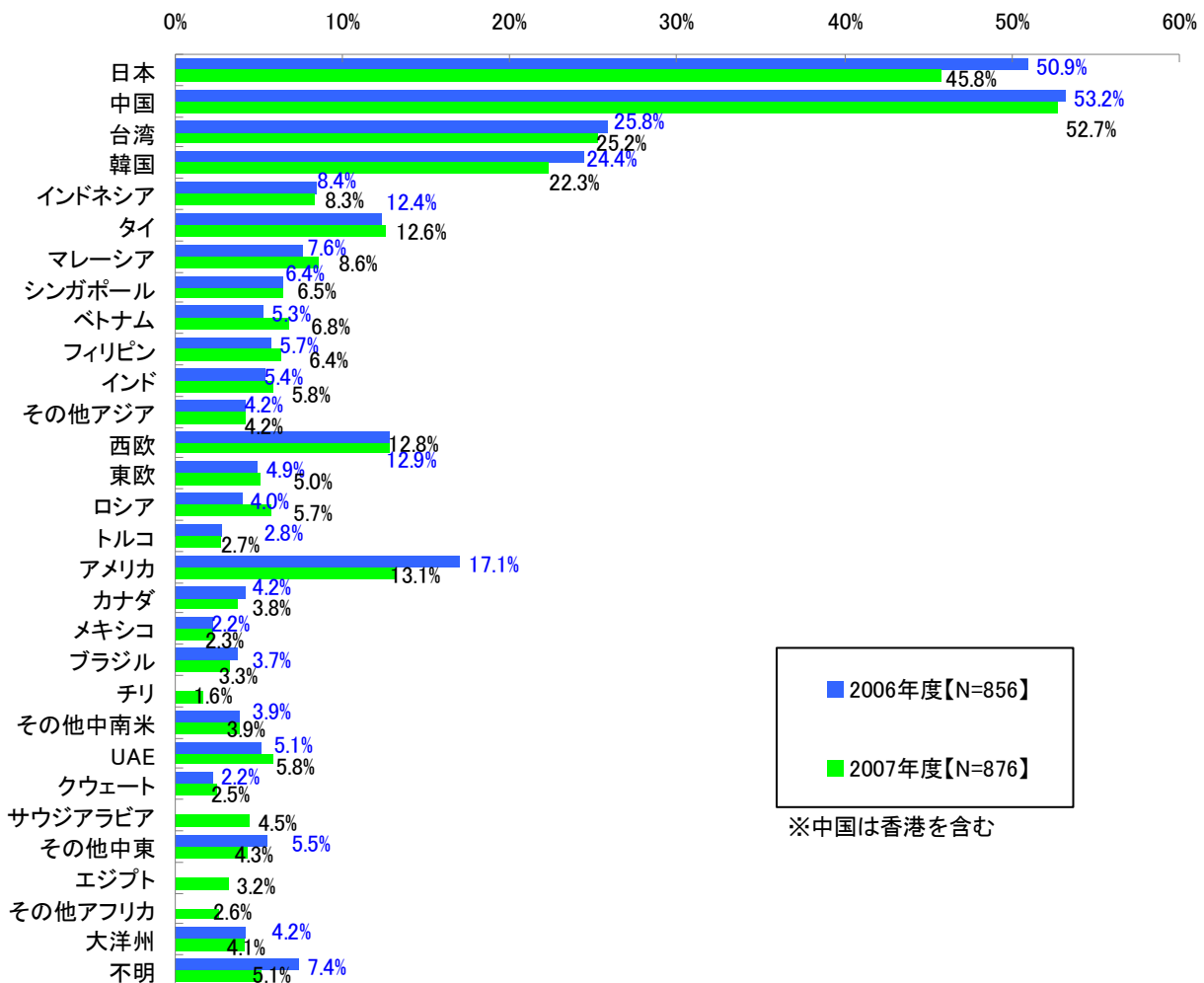
(3) 販売消費国・地域別の模倣被害の傾向

模倣品の販売消費地域としては、日本及び中国が突出

模倣品の販売消費国・地域については、中国（52.7%）及び日本（45.8%）での被害社率が高くなっているが、日本に関しては前年度比で大幅に減少している（5.1%減）。日本と中国以外のアジア地域では、台湾（25.2%）、韓国（22.3%）、タイ（12.6%）、アメリカ（13.1%）、西欧（12.8%）での被害社率が高い（図 2.3-8）。前年度比での増減をみると、何れの地域も概ね減少傾向にある。

2003 年度から 2007 年度までの被害率の増減では日本での販売消費は大幅な減少傾向にあり、北米や中南米も減少しているが、これに対し、中国やタイなどでは増加傾向が確認される（図 2.3-9）。

図 2.3-8 模倣品の販売消費国・地域の被害社率（複数回答）

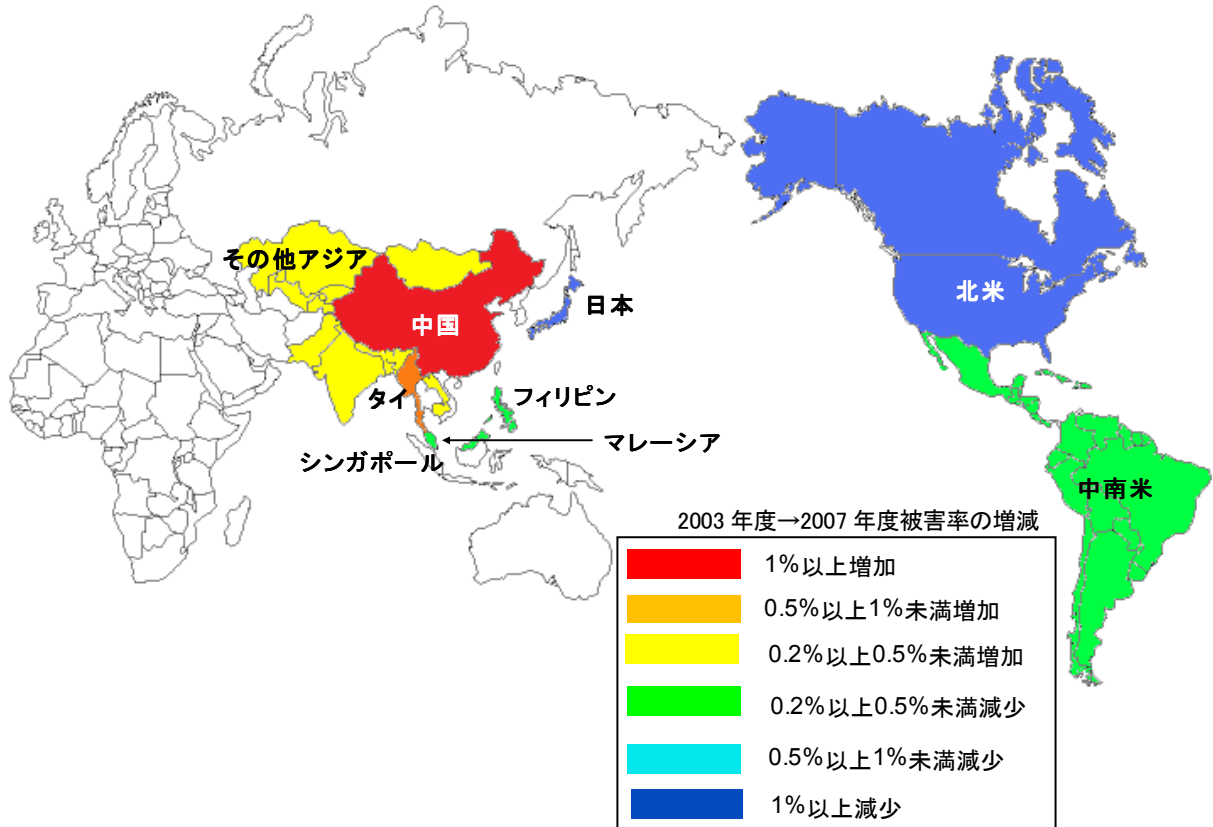


(注 1) 国・地域別の被害社率は、いずれかの権利で模倣被害を受けた被害社数の模倣被害を受けた企業 (N=876) に対する比率をあらわす

(注 2) 「その他アジア」には、パキスタン、ウズベキスタン、カザフスタン、トルクメニスタン、北朝鮮などが含まれる。「西欧」には、北欧諸国（スウェーデン、フィンランド、ノルウェー、デンマーク）が含まれる。「東欧」にはギリシアなどが含まれる。「その他中南米」には、ベネズエラ、ペルーなどが含まれる。「その他中東」には、イランなどが含まれる。「その他アフリカ」にはケニアなどが含まれる。

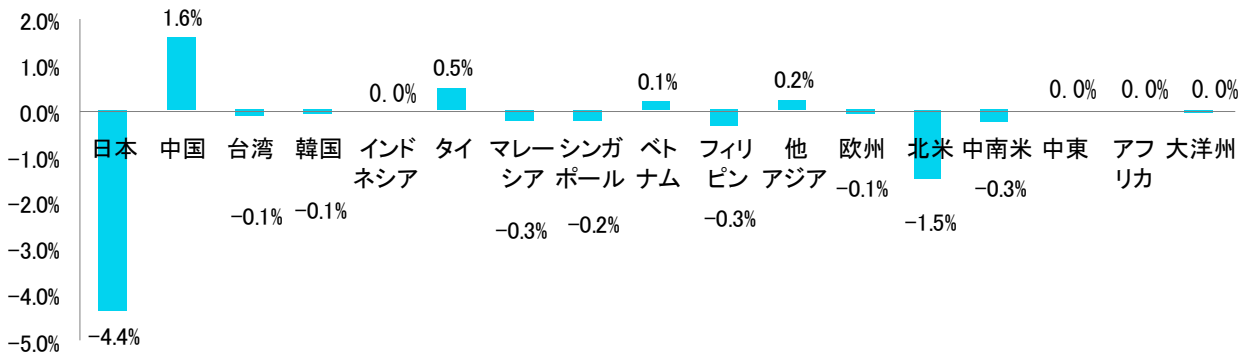
(注 3) エジプト、サウジアラビアに関しては、2007 年度からの調査のため、2006 年度データはない。

図 2.3-9 模倣品の販売消費国・地域の被害率の推移（複数回答）



N=2341 (2003 年度)
N=3650 (2007 年度)

被害率の増減（販売消費）（2003 年度→2007 年度）



（注 1） 2004 年度までの国・地域別区分に合わせて、西欧、東欧、ロシア、トルコは「欧州」に、メキシコ、ブラジル、チリは「中南米」に、UAE、クウェート、サウジアラビアは「中東」に、エジプトはアフリカに、インドは「他アジア」にそれぞれまとめて増減を計算した

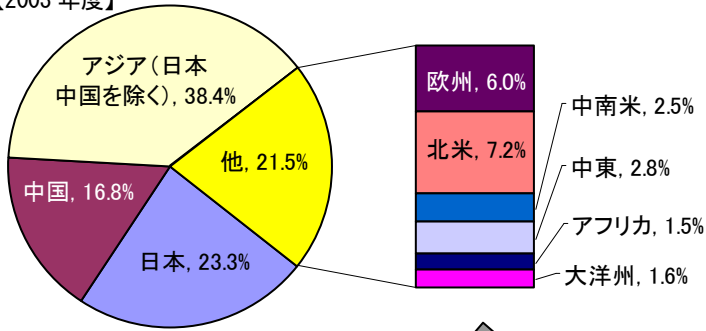
※ 被害率 = 当該国・地域の被害社数 / 総回答社数

次ページで、販売消費被害の地域別構成比の変化（2003 年度→2007 年度）をみると、中国の割合が増加している（2003 年度 16.8%→2007 年度 20.7%）。タイ、アフリカ、中東等でもシェアが増加しているが、日本については、シェアが減少している（図 2.3-10、図 2.3-11 を参照）。

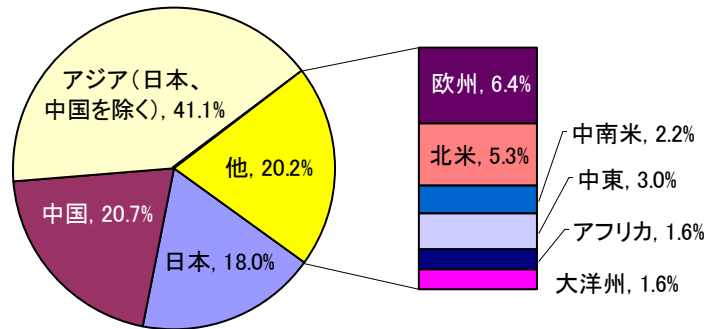
販売消費面では中国だけでなくタイやアフリカ、中東等の影響力も高まりつつあることがわかる。

図 2.3-10 模倣品の販売消費国・地域別被害件数の構成比の変化

【2003年度】



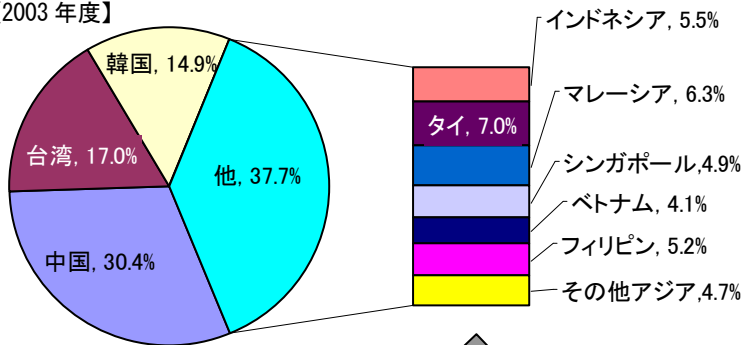
【2007年度】



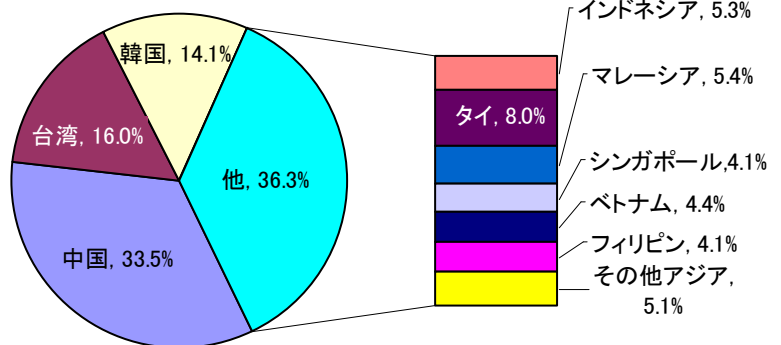
(注) 複数回答の件数の合計を 100%とした

図 2.3-11 日本を除くアジア地域の模倣品販売消費国・地域別被害件数の構成比の変化

【2003年度】



【2007年度】



(注) 複数回答の件数の合計を 100%とした

【資料編 16 頁】

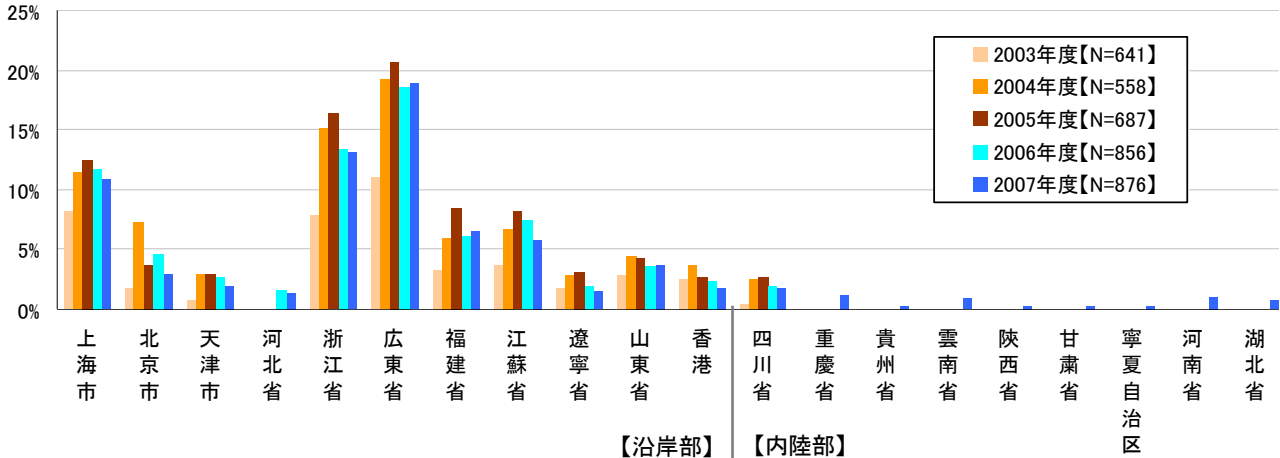
(4) 中国での模倣被害の傾向

① 製造都市・地域

製造都市・地域は、沿岸部を中心に広東省、浙江省、上海市での被害が大きい

中国の模倣品製造都市・地域は(図 2.3-12)、広東省、浙江省、上海市での被害社の割合(被害社率)が高い。いずれの地域も大都市か東シナ海に面している地域であり、近年工業化が進展している地域である。被害社率の増減をみると広東省(7.8%増)、浙江省(5.2%増)、福建省(3.2%増)上海(2.7%増)の伸びが大きい(図 2.3-13)。

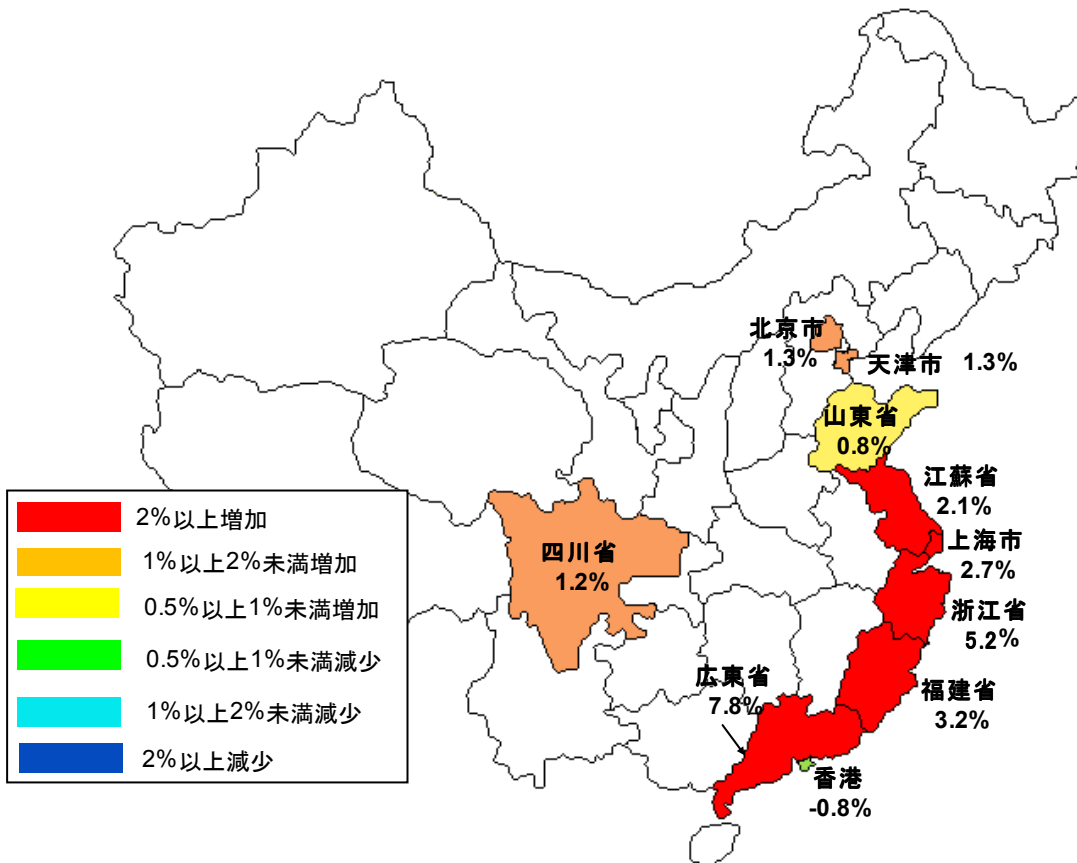
図 2.3-12 中国の主な製造都市・地域別被害社率の推移(複数回答)



(注1) 2003年度のデータは記述式での省・都市名の回答結果を集計したもの

(注2) 2006年度より河北省、2007年度より内陸部のデータを追加。

図 2.3-13 中国の主な製造都市・地域の被害社率の増減(2003年度→2007年度)



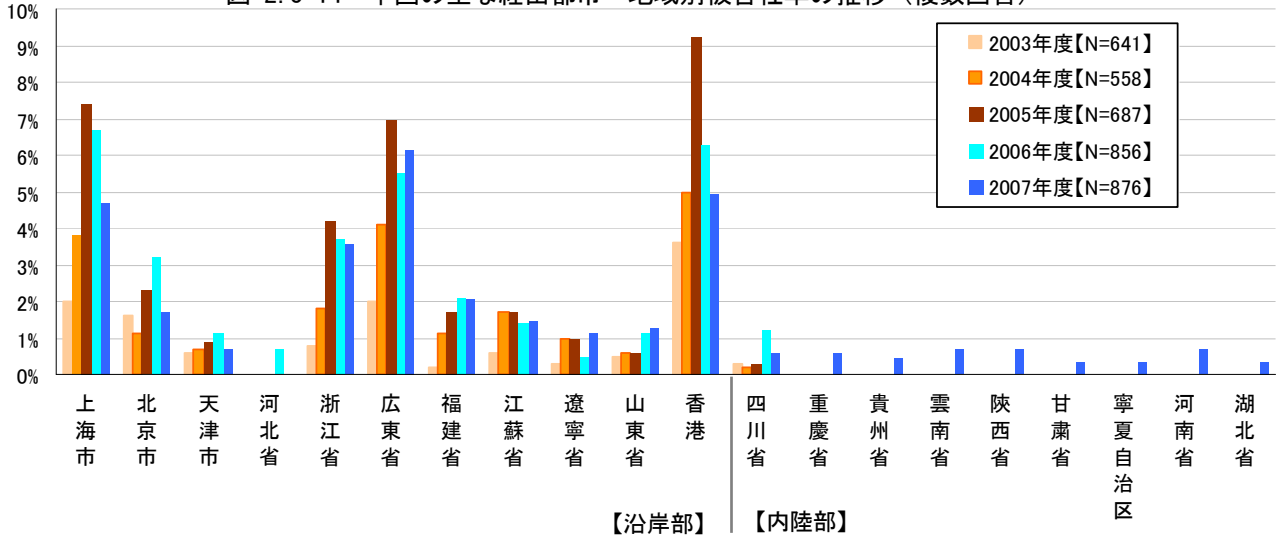
② 経由都市・地域

経由都市・地域は、広東省、香港、上海市が上位を占め、広東省は前年度比で被害が増加

中国の模倣品の経由都市・地域は、広東省、香港、上海市での被害社の割合(被害社率)が高い(図 2.3-14)。いずれも他国との貿易が盛んな国際港湾都市・地域である。

2003年度との比較で被害社率の増減をみると、特に広東省(4.2%増)、上海市(2.7%増)、浙江省(2.7%増)、での被害が伸びており、香港は2005年度をピークに減少している(図 2.3-15)。

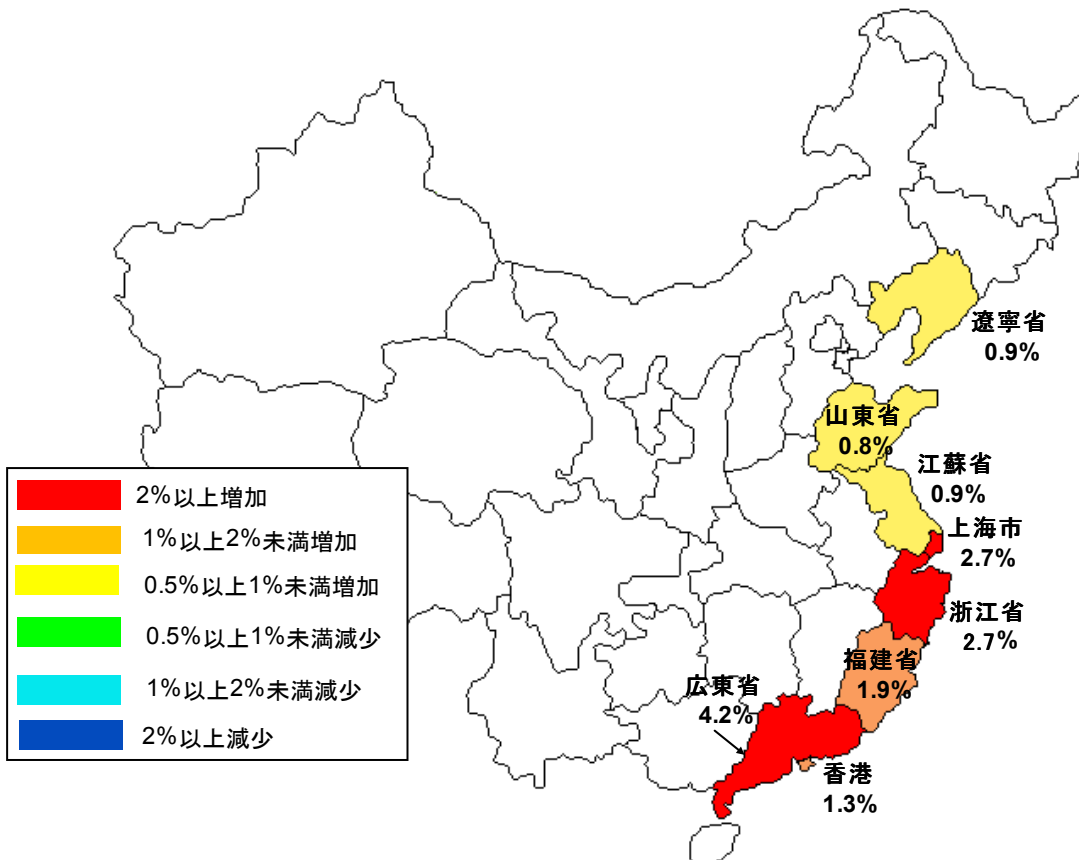
図 2.3-14 中国の主な経由都市・地域別被害社率の推移(複数回答)



(注 1) 2003年度のデータは記述式での省・都市名の回答結果を集計したもの

(注 2) 2006年度より河北省、2007年度より内陸部のデータを追加。

図 2.3-15 中国の主な経由都市・地域の被害社率の増減(2003年度→2007年度)



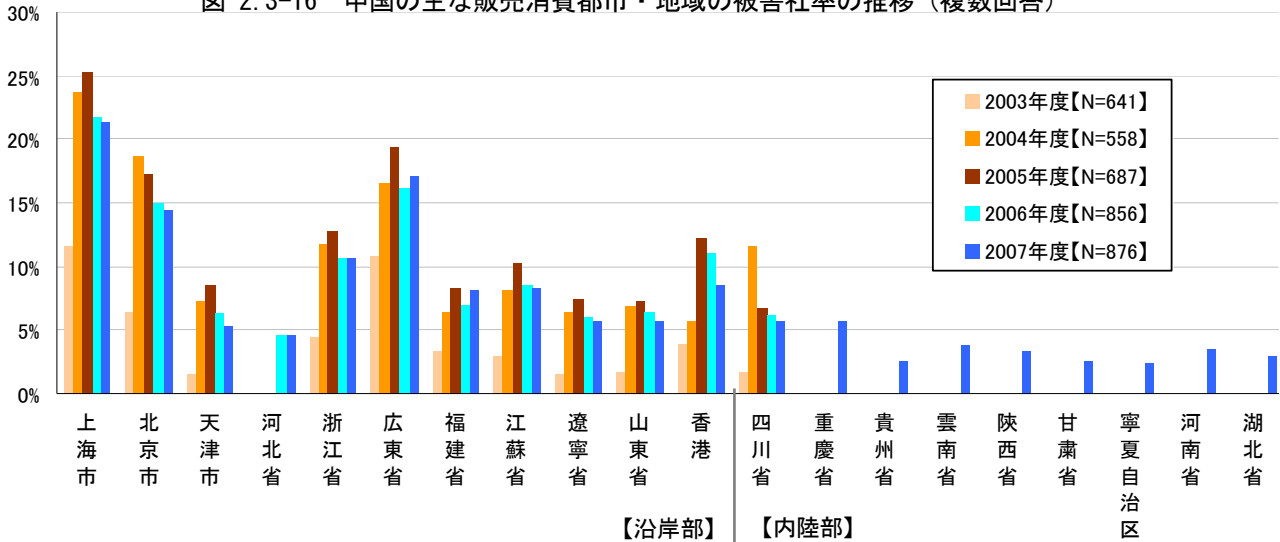
③販売消費都市・地域

販売消費都市・地域では、主要都市だけでなく中国東北地方、四川省など内陸部にも拡大

中国の模倣品の販売消費都市・地域は、上海市、広東省、北京市、浙江省等の被害社の割合（被害社率）が高いが、広東省以外の地域は対前年度比では被害社率が縮小している（図 2.3-16）。

しかし、2003 年度からの変化ではいずれの地域においても被害社率は増加しており、未だ高水準にある（図 2.3-17）。

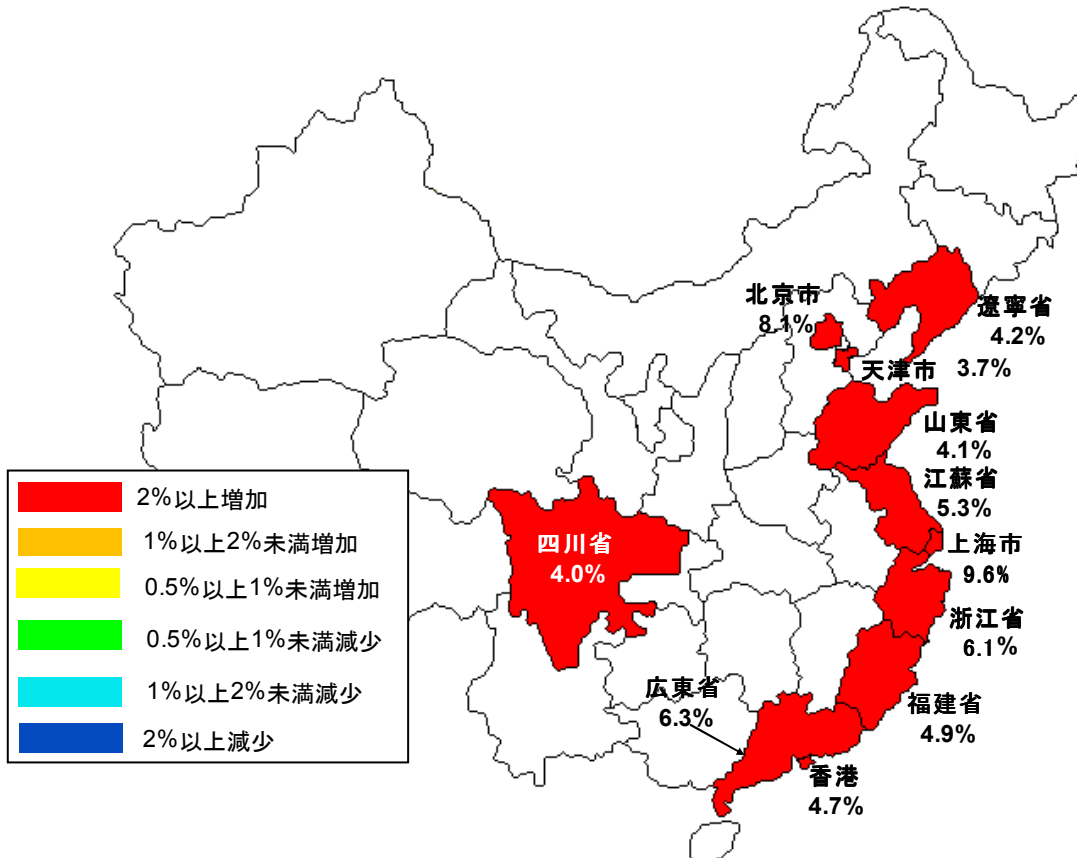
図 2.3-16 中国の主な販売消費都市・地域の被害社率の推移（複数回答）



(注 1) 2003 年度のデータは記述式での省・都市名の回答結果を集計したもの

(注 2) 2006 年度より河北省、2007 年度より内陸部のデータを追加。

図 2.3-17 中国の主な販売消費都市・地域の被害社率の増減（2003 年度→2007 年度）



(5) 中国で製造された模倣品の販売消費国・地域

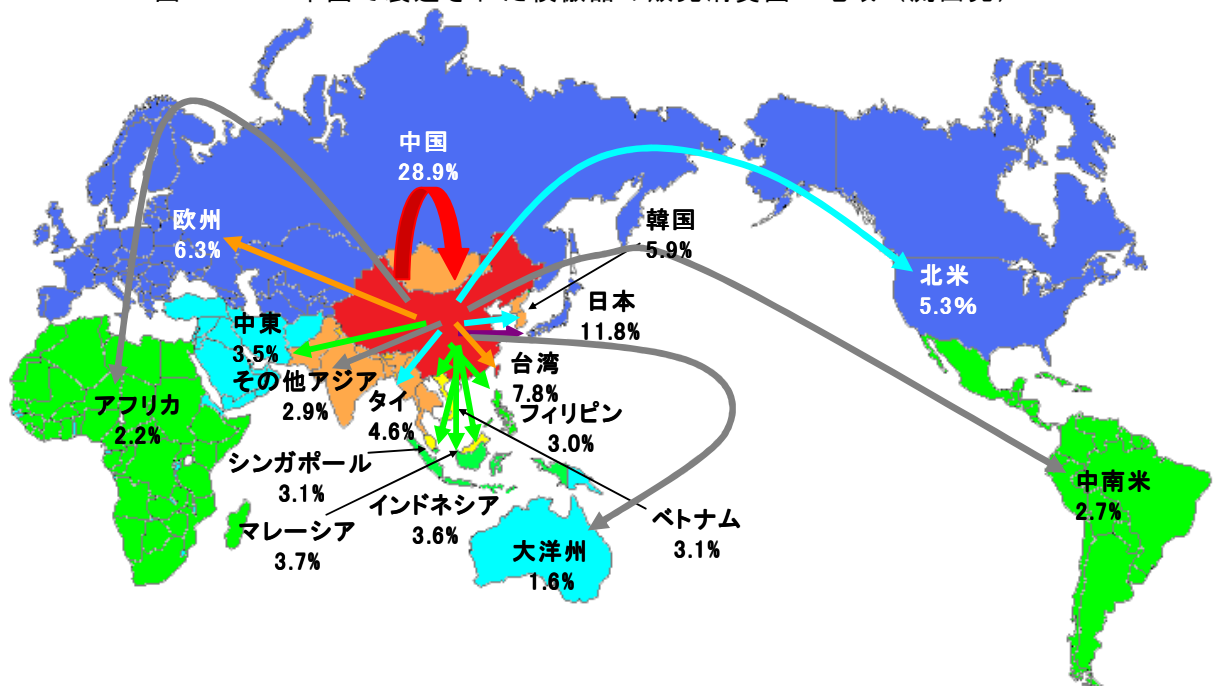
中国製模倣品は中国で28.9%を販売消費。次いで日本、台湾、欧州、韓国が続く

中国で製造された模倣品の流通について、中国国内が販売消費先であるとの回答は28.9%(前年度比0.4%増)と最も多い。日本で販売消費されているとの回答は11.8%であり、次いで台湾が7.8%、欧州(6.3%)、韓国(5.9%)、北米(5.3%)、タイ(4.6%)と続く。また、近年経由被害が増加している中東での販売・消費が3.5%となっている(図2.3-18)。

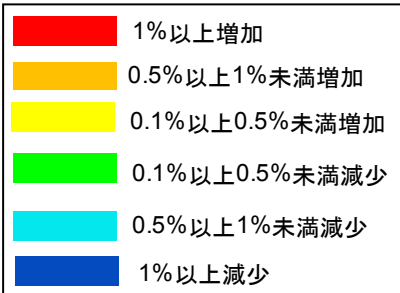
構成比は、中国製模倣品の販売消費国・地域の回答件数(複数回答)の合計を母数Nとして算出したものであり、模倣品の個数の割合を示すものではないことに留意。

中国で製造された模倣品によって販売消費の被害があった国・地域の構成比について、2003年度から2007年度の増減をみると、台湾、韓国、タイ、その他アジア地域での販売消費の被害にあった社数の割合が増加した一方で、日本や欧州、北米地域での割合は減少したことがわかる。

図 2.3-18 中国で製造された模倣品の販売消費国・地域(流出先)



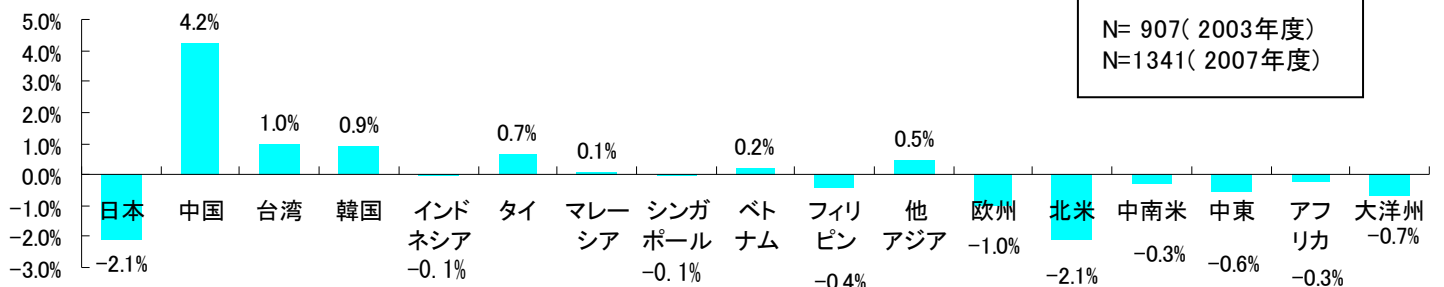
回答比率の増減(2003年度→2007年度)



2007年度の回答比率の構成比



回答比率の増減(2003年度→2007年度年)



N= 907(2003年度)
N=1341(2007年度)

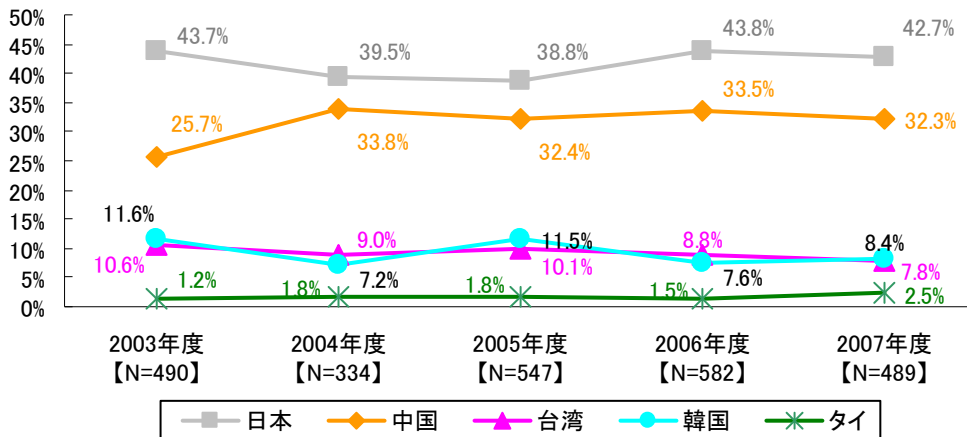
(6) 国内で販売消費される模倣品の製造国・地域

5年経過の推移では、国内で販売消費された模倣品は日本製が減少し、中国製が増加

日本で販売消費された模倣品の流通について、日本国内が製造国であるとの回答は全体の42.7%（前年度比1.1%減）と最も多い。2003年度から2007年度の被害の傾向をみると、日本製の模倣品による被害が減少し、中国製の模倣品の被害が増加している（図2.3-19、20）。

構成比は、日本で販売消費される模倣品の製造国・地域の回答件数（複数回答）の合計を母数Nとして算出したものであり、模倣品の個数の割合を示すものではないことに留意。

図 2.3-19 日本で販売消費される模倣品の製造国・地域（流入元）



(注1) 不明を除く被害件数の合計を100%とした構成比の推移を示した

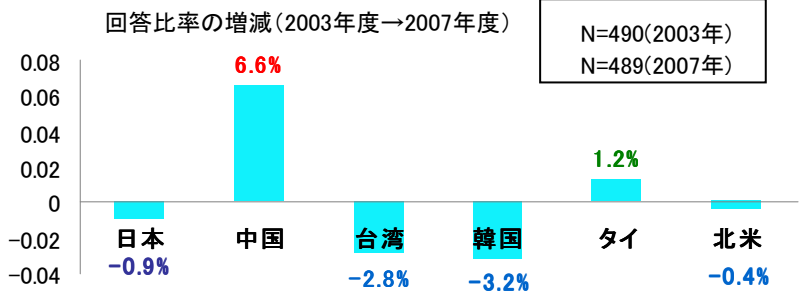
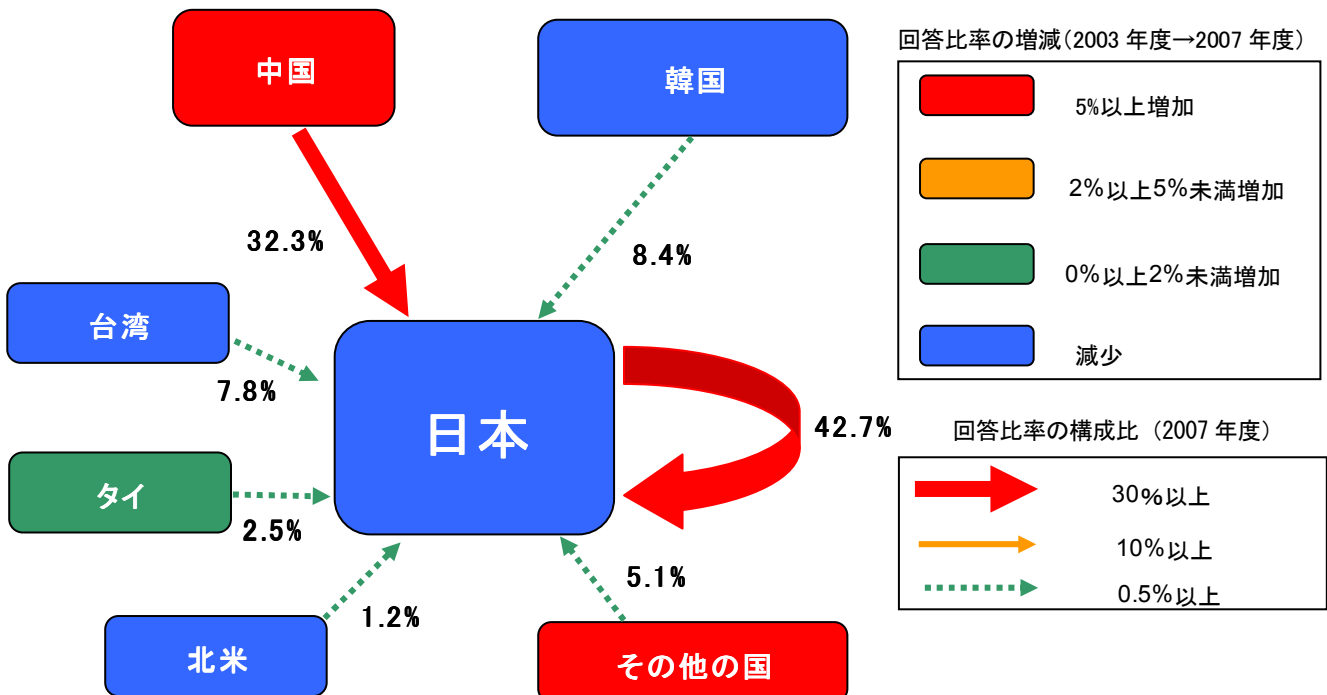


図 2.3-20 日本で販売消費される模倣品の流入元



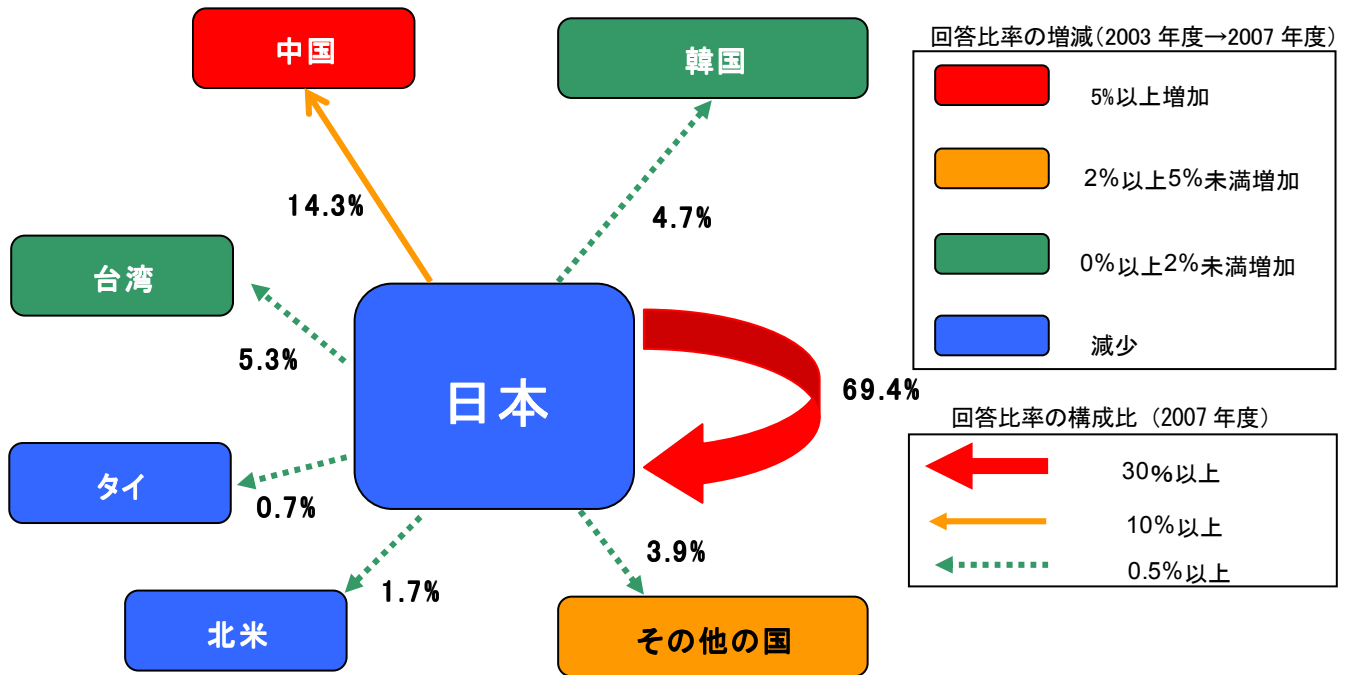
(7) 国内で製造される模倣品の販売消費国・地域

日本製の模倣品はその殆どが国内で販売・消費され、一部は中国、台湾、韓国等へ

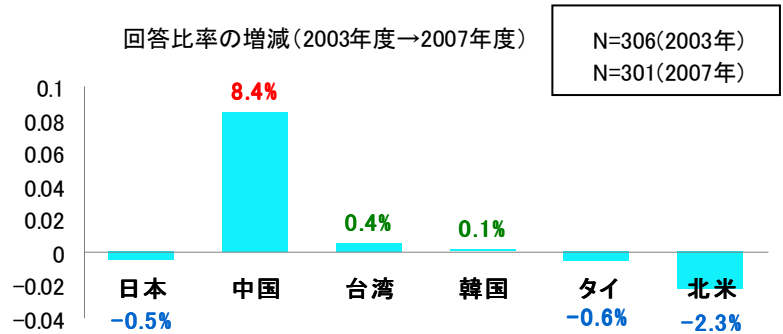
日本で製造された模倣品の流通について、日本国内が販売消費先であるとの回答は全体の 69.4% (前年度比 1.6%減) と最も多い。残りは中国、台湾、韓国、北米等に流出している (図 2.3-21)。2003 年度から 2007 年度の傾向をみると国内での消費が減少し、特に中国への流出が増加していることがわかる。

構成比は、日本製模倣品の販売消費国・地域の回答件数 (複数回答) の合計を母数 N として算出したものであり、模倣品の個数の割合を示すものではないことに留意。

図 2.3-21 日本で製造される模倣品の販売消費国・地域 (流出先)



(注1) 不明を除く被害件数の合計を 100%とした構成比の推移を示した

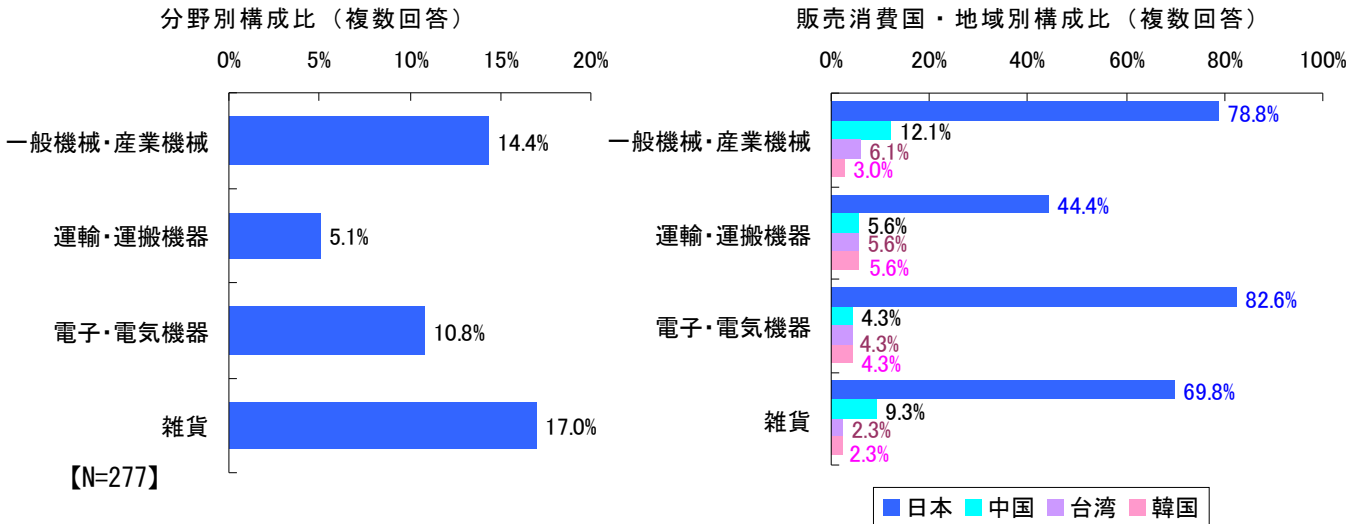


【資料編 18 頁】

国内での製造被害は、商品分野別では雑貨、権利別では特許・実用新案、著作物に係る被害率が相対的に高くなっている

日本国内で模倣品の製造被害を受けた企業（277社）のうち、日本製模倣品が国内で販売消費されている割合は雑貨分野が高い（図 2.3-22）。

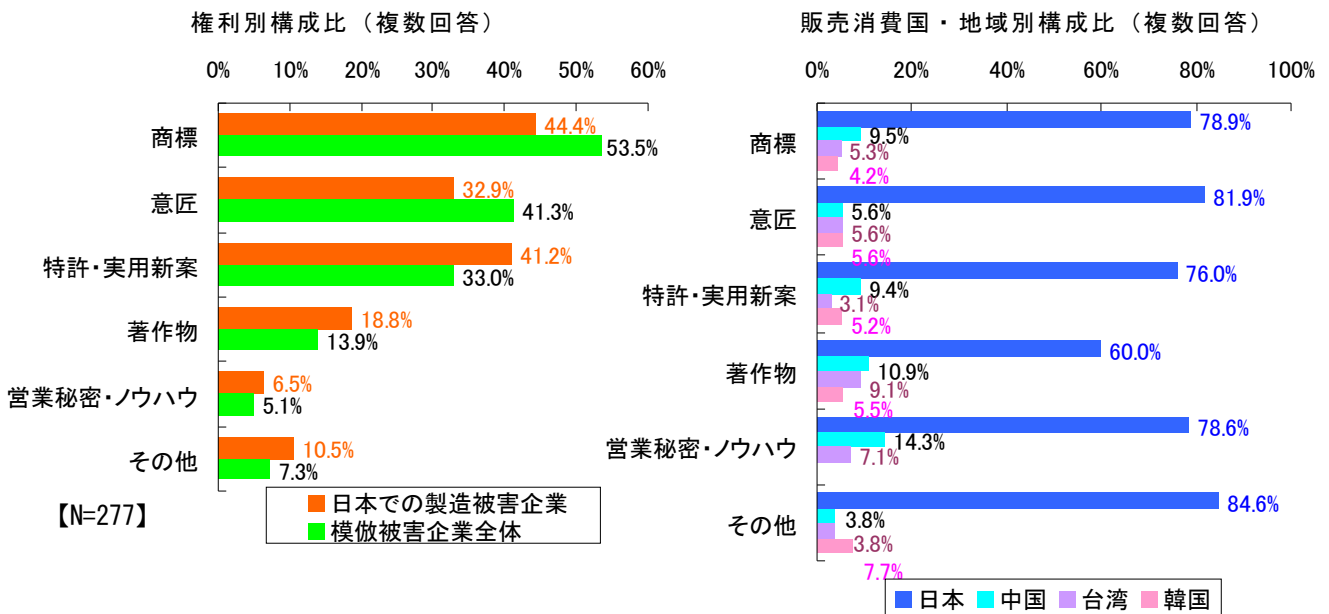
図 2.3-22 日本で製造被害を受けた企業の商品分野別構成



日本国内で製造された模倣品について、権利別での被害の構成をみると、全体の権利別模倣被害率と比べて（図 1.1-2）、商標（▲9.1%）、意匠（▲8.4%）の被害率は相対的に低いのに対し、特許・実用新案（+8.2%）及び著作物（+4.9%）では被害率が高くなっている。

国内で製造された模倣品の販売消費先を権利別でみると、何れの権利でも国内での被害率が高い（図 2.3-23）。

図 2.3-23 日本で製造された模倣品の権利別構成



2.4. 各国における不正な権利の取得状況

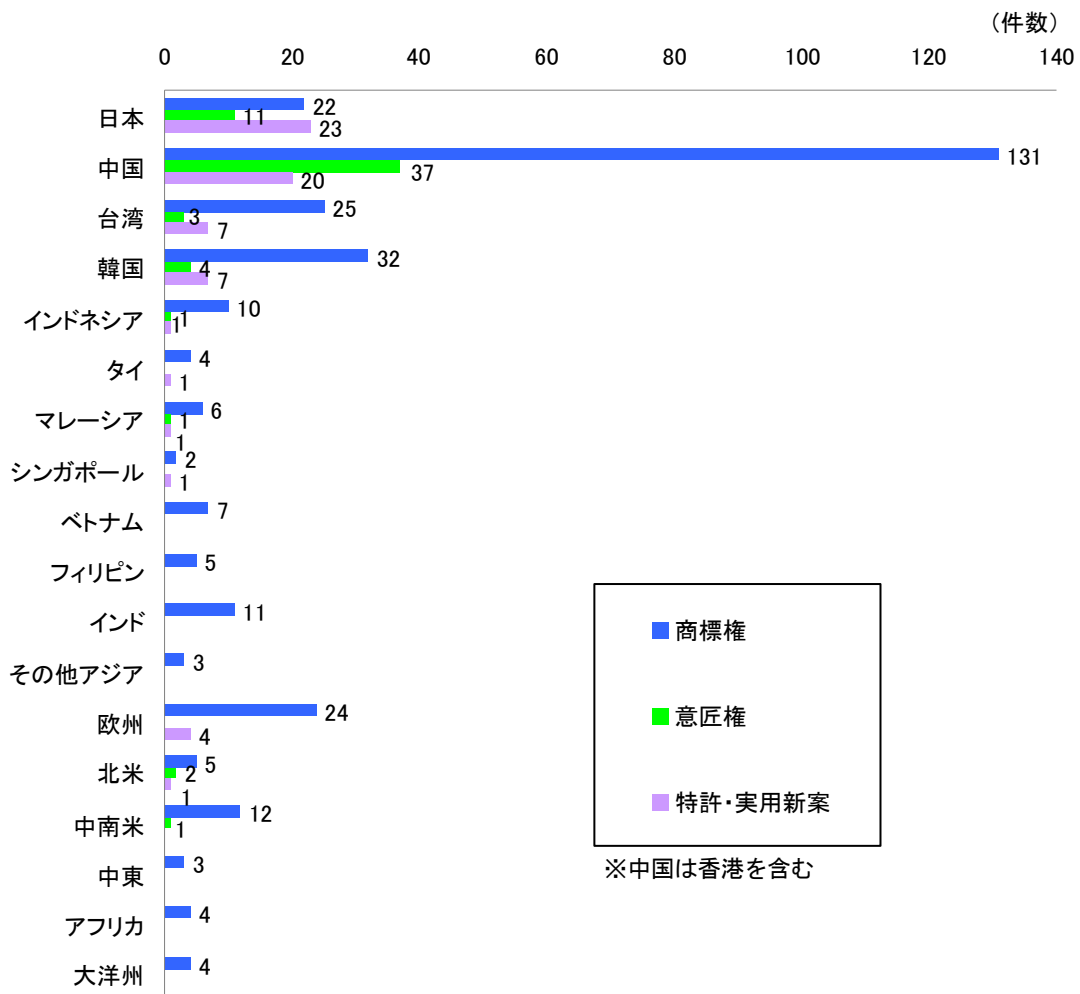
アジア地域、特に中国における商標の不正な権利取得の事例が多い

他者による知的財産の不正な権利取得の状況（※）については、商標権を中心にアジア地域での被害が多い。欧州、中南米における商標の不正な権利取得の事例も若干見られる。

※「他者による不正な権利取得」とは、商標・意匠・特許等の知的財産を他者が不正の目的をもって本来の権利者の許諾なしに他国で出願又は登録していることにより、現地において権利取得ができない又は輸入の差止等の措置を受けている事例を指す。2006年度調査より、権利別の不正権利取得の状況について調査を開始。

一方、意匠、特許・実用新案の不正な権利取得については、商標に比べて件数は少ないものの、中国、日本、台湾、韓国などのアジア地域で不正な権利取得の事例がみられる。

図 2.4-1 各国における不正な権利取得の被害件数



○模倣品発生国・地域に関する委員会及びヒアリング企業の指摘事項

【中国における模倣被害の傾向と現状】

- ・模倣業者は業界大手を真似する傾向が強い。ただし、アメリカの企業などは模倣品が発見された場合、徹底的に対策をしてくるので、対応がやや甘い日本企業の方が狙われやすい。
- ・中国でも、ひとたびは真面目に作っていた企業が景気の悪化や過当競争のため、再び模倣品を作り始めたというところもある。
- ・あるヒアリング先では、正規代理店も含め、大半の店で模倣品が売られているとのことである。店に入ると、同じ商品でも「メイドインジャパン（＝真正品）・メイドインチャイナでちょっと高め・メイドインチャイナで安めの3種類があるが、どれにするか？」と聞かれることもある。正規代理店であってもあまりにひどい場合は取り締まりを行っている。
- ・海外の展示会で、中国メーカーが意匠権侵害品を出展していることが確認されている。侵害品の発見は、国内拠点の海外業務部からの情報で判明することが多い。

【中国内陸部の状況】

- ・中国においては、相対的に技術力が低くても製造可能な繊維関係の模倣品が湾岸部で氾濫し始め、その後、簡単な電気関係など徐々にハイレベルな模倣品の製造も行うようになった。現在は湾岸部で高い技術が必要な模倣品が、内陸部で繊維関係が多く作られる傾向があるようだ。
- ・最近、中国では武漢（湖北省）などでの製造が増えていると思われる。従来は、広州や深圳などの広東省をはじめとする沿岸部地域での被害が多かったが、徐々に製造拠点が内陸部に移っている。但し、経由地ということで中国内陸部の問題を考えると、交通網がかなり発達しておりあまり意味はないと思われる。
- ・内陸部になると工場を民家のように見立てて製造しているところがあり、一見、大掛かりなものが作れるとは思えないが、人口が多いことを考えると、たとえ民家であってもその製造能力は軽視できない。分業化の例でいえば、ボトル、ラベルなどすべてバラバラで作り、最終的にアSEMBリで製造しているところなどは、単体での製造能力は低くとも、マンションの一室や倉庫の片隅などの場所で模倣品を製造することができ、簡単な設備でも十分である。摘発するとそのような模倣業者が多く、内陸部でもどこでも製造拠点を変えることができる。こうしたことが原因で統計上、中国内陸部の状況が出てこないとも推察できる。

【中国製の模倣品の販売消費国・地域について】

- ・本報告書の30頁の地図であるが、被害社数ベースでの統計であり、実際にロット（個数）ベースで考えた場合とは実感にかなりの差がある。例えば中国自国内での消費割合は28.9%となっているが、ロットで考えた場合6割程度は中国自国内で販売消費されているのではないかとの実感をもつ。

【経由地の問題について】

- ・ 経由地の把握は難しく、香港やドバイを経由している程度の認識しかない。
- ・ 業界によっては、経由地を重要視している。例えば中国で押さえられないものを経由地で抑える。販売地域に模倣品が出廻ると対策手段が限られてくる。事前に分かるものは拡散する前に抑えるという意味でも経由地を重視している。

【中東における経由被害】

- ・ 中東で発見される模倣品の大半は中国製である。中にはウルムチ市（新疆ウイグル自治区）経由で中東に入ってくるものもある。ロットは中国で見つかる場合に比較して多く、一度に2~4千個程度、模倣品が見つかることもある。
- ・ 距離的な問題もあって中東からの情報は基本的に入手が困難である。これが理由で警告・摘発出来ないこともしばしばある。しかし、公的機関（税関など）の対応は良心的である。
- ・ 中東において、現地の税関と連携して、フリーゾーンに入った瞬間に摘発を行った。見つかる場合は、大半が中国製であり、ロットも巨大なものが多い。

【日本の模倣被害事例】

- ・ 業界によっては、日本製模倣品の被害は殆どないという話もある。
- ・ 日本では、工業製品の模倣品というよりは、コンテンツの業界の模倣品は結構あるという話がある。
- ・ 日本でも稀に模倣業者がいるが、大半は2~3度警告すれば止めることが多い。
- ・ 日本企業にとっては日本のマーケットの様子が良く見えるため、結果として被害率が高くなるのではないか。
- ・ 警告書を提示したにもかかわらず模倣行為をやめないなど、あまりにも対応がひどい場合には仮処分申請を行うこともある。

3. 模倣被害の発生要因

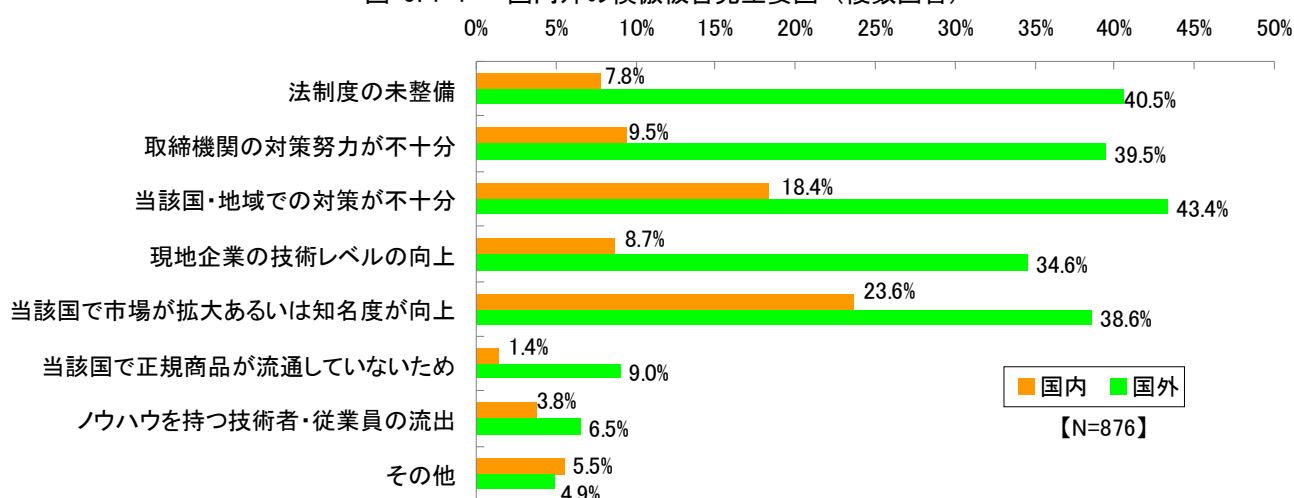
3.1. 国内外の模倣被害の発生要因

発生要因は、国内は商品知名度の向上、国外は、当該国・地域での対策不十分がトップ

模倣被害の発生要因について、国内では「当該国で市場が拡大あるいは知名度が向上」や「当該国・地域での対策が不十分」が主な要因として挙げられ、個々の対策の漏れ・遅れ等に関する要因が上位となっている。一方、国外では、「当該国・地域での対策が不十分」を挙げる回答が最も多く、次いで「法制度の未整備」、「取締機関の対策努力が不十分」が続いている（図 3.1-1）。

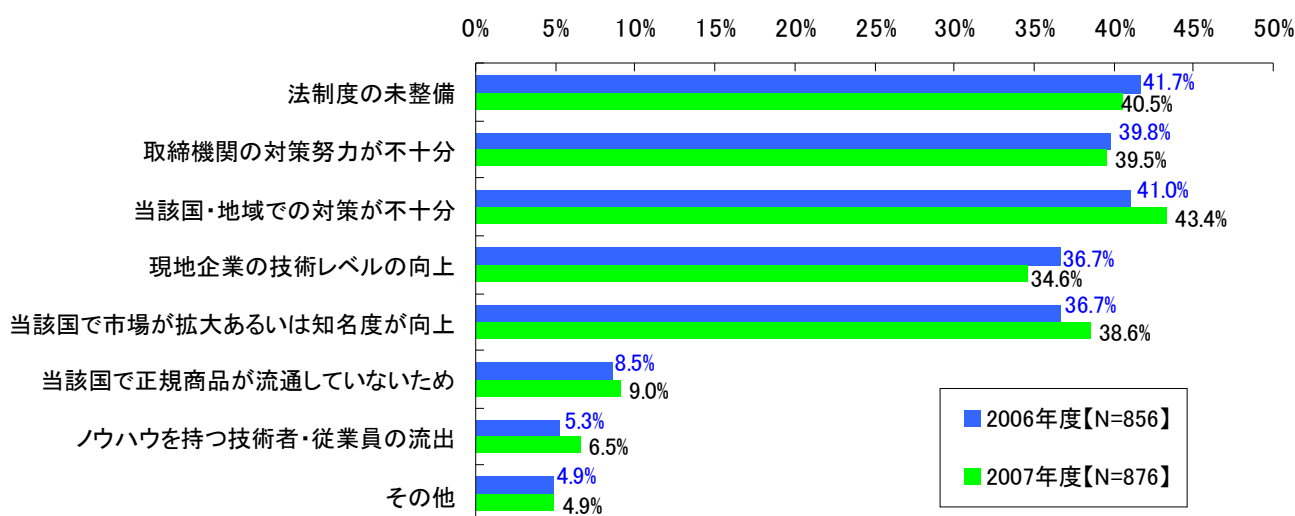
「その他」の回答では、国内の模倣被害発生要因として価格差を挙げている例が多い。モラル欠如の問題や景気後退の影響なども挙げられている。海外でも価格の問題はあるが、モラルの低さや知財に関する認識不足を指摘する回答が国内に比べ目立った。

図 3.1-1 国内外の模倣被害発生要因（複数回答）



国外における模倣被害の発生要因について、前年度比での変化をみると、「当該国・地域での対策が不十分」とする回答が増加した一方で、「法制度の未整備」や「取締機関の対策努力が不十分」等とする回答は若干ながら減少している（図 3.1-2）。

図 3.1-2 国外における模倣被害の発生要因の変化（複数回答）



【資料編 19 頁】

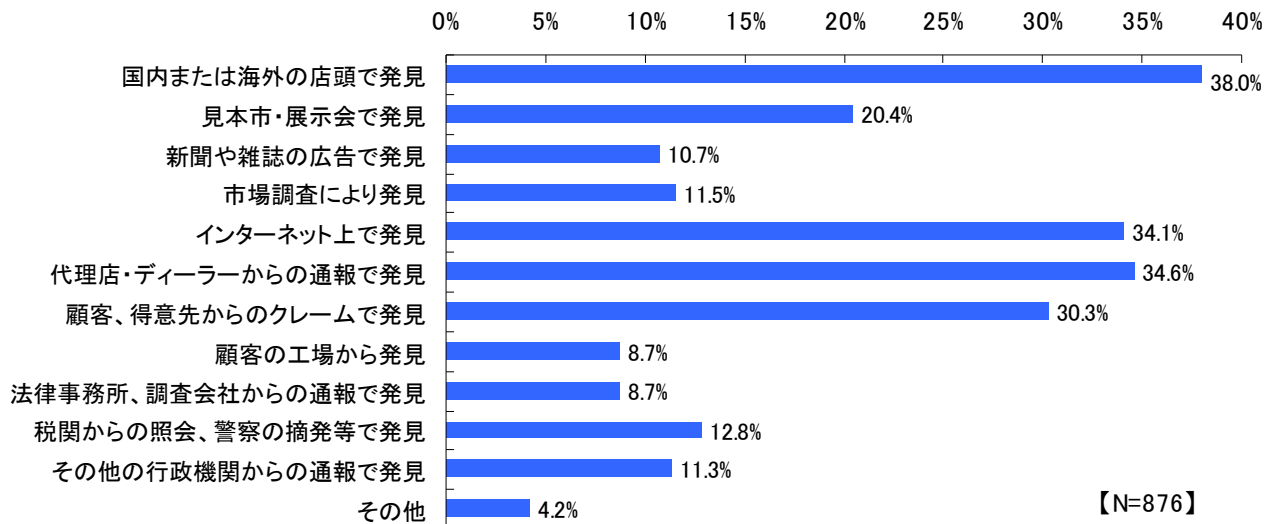
3.2. 模倣被害発見の契機

店頭、代理店等からの通報、インターネット上での発見が上位を占める

図 3.2-1 には、模倣被害の発見の契機に関する結果を示した。全体結果では、「国内または海外の店頭」(38.0%)、「代理店・ディーラーからの通報」(34.6%)、「インターネット上」(34.1%)、「顧客、得意先からのクレーム」(30.3%)、「見本市・展示会」(20.4%) が主要な発見契機となっている。

「その他」の回答では、同業他社やグループ会社、社員からの通報、カタログの収集から発見されるとの回答があった。

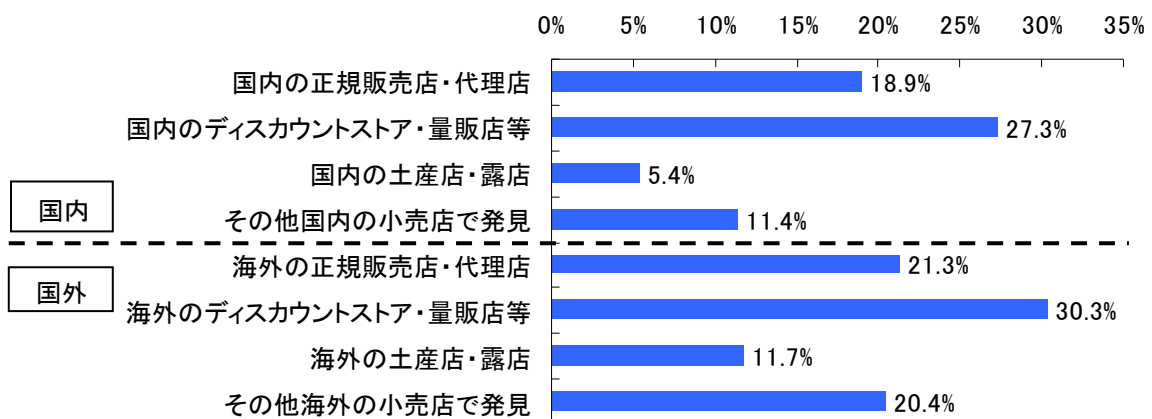
図 3.2-1 模倣被害発見の契機（複数回答）



模倣品を発見した店舗の種類については、国内・国外ともに「ディスカウントストア・量販店」、「正規販売店・代理店等」が主な場所として挙げられている（図 3.2-2）。

図 3.2-2 模倣被害を発見した店頭の種類（複数回答）

【N=333】



【資料編 20 頁】

4. 模倣品の内容、品質、価格水準

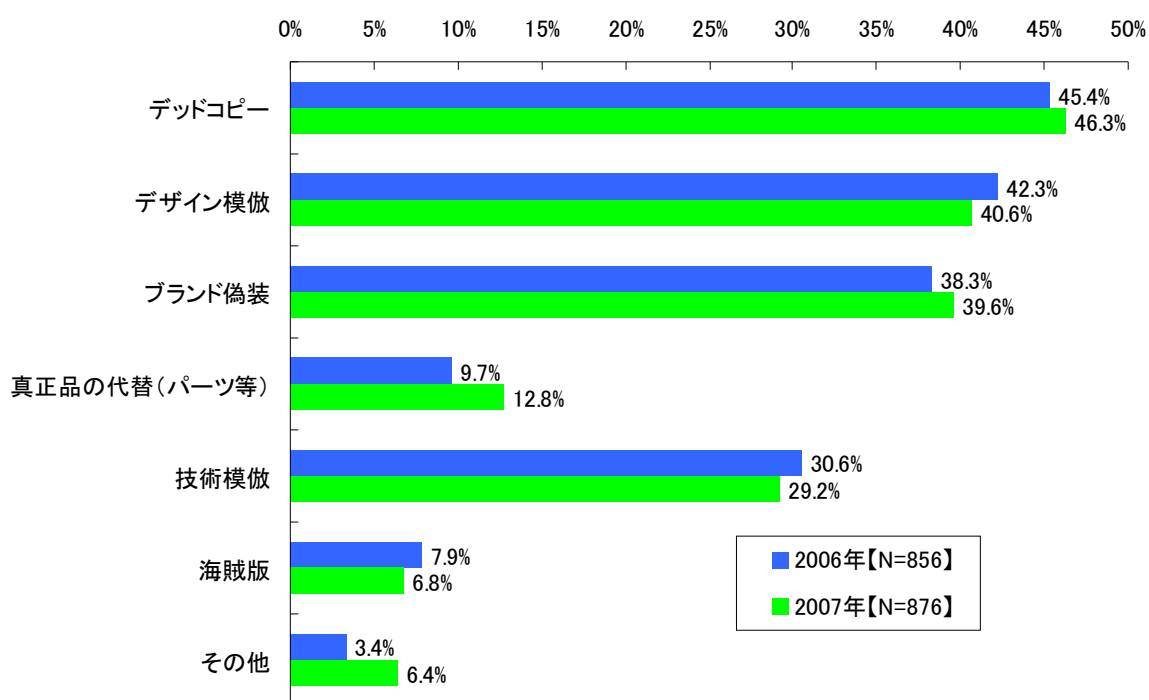
4.1. 模倣品の内容に関する傾向

模倣品の内容としては、デッドコピーが最も多く、次いでデザイン模倣、ブランド偽装、技術模倣が続く

前年度の比較で増加しているのは、デッドコピー、ブランド偽装、真正品の代替（パーツ等）、その他である。一方減少しているのは、デザイン模倣、技術模倣、海賊版である。

なお、「その他」のうちには、取扱説明書の模倣、カタログやホームページ上の技術説明の模倣、商標権等の先取り、正規品の横流し、勝手にキャラクターグッズを販売、賞味期限切れ商品のラベルを貼り替え新品として販売などがあつた。

図 4.1-1 模倣品の内容に関する状況（複数回答）



◎模倣品の内容の定義については以下のとおり。

- ・ 「デッドコピー」は、製品のデザイン・パッケージなどの形態をそのまま模倣したものをさす。
- ・ 「デザイン模倣」は、製品のデザイン等の一部を模倣したものをさす。
- ・ 「ブランド偽装」は、ブランドロゴ等の商標を全く同じ形で盗用したものや商標と似ている標章（一文字違い等）を使用したものをさす。
- ・ 「真正品の代替（パーツ等）」は、半製品や付属品などの非正規製品を正規メーカーの許可を得ずに一般消費者や事業者向けに格安で販売し、購入者は偽造品であることを知りながら購入しているものをさす。
- ・ 「技術模倣」とは製品技術や製品機能を権利者の許諾なしに模倣し、自社製品に取り込んでいるものをさす。
- ・ 「海賊版」は、違法にコピーされた CD・DVD・書籍等、著作権・著作隣接権を侵害するものをさす。

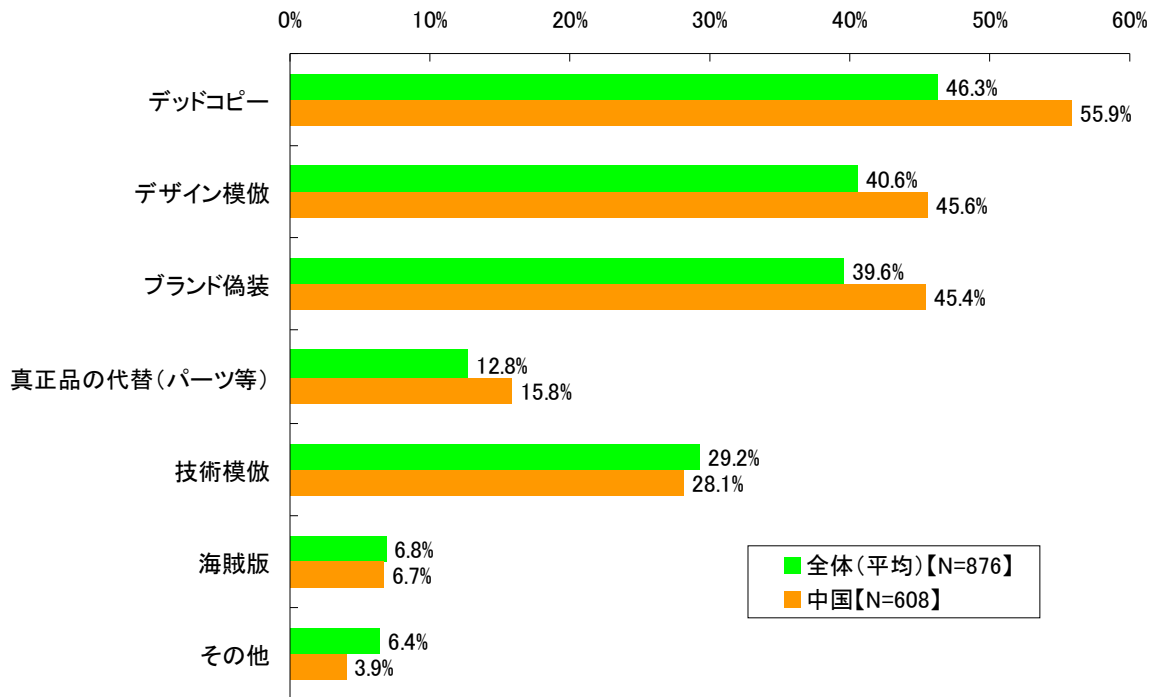
(注) 無回答は非表示

【資料編 21 頁】

中国においては、デッドコピーの割合が高い一方、技術模倣の割合はやや低い

図 4.1-2 には、中国における模倣品の内容に関する状況を示した。全体の傾向に比べて、「デッドコピー」、「デザイン模倣」、「ブランド偽装」等の被害が多い一方で、「技術模倣」の被害は全体の傾向よりも低い（全体比：▲1.1%）ことがわかる。

図 4.1-2 中国における模倣品の内容に関する状況（複数回答）



(注1) 中国の母数Nは、中国で模倣被害があると回答した社数

(注2) 無回答は非表示

【資料編 40 頁】

商品分野別では、デッドコピーやデザイン模倣は雑貨分野で多く、ブランド偽装ではサービス業、食品、繊維の分野に多い。パーツ等の真正品の代替や技術模倣は機械分野が中心、海賊版はソフトウェア、印刷物・フィルムが中心

図 4.1-3 には、模倣品の内容別に模倣被害の大きい商品分野（模倣品の内容に回答した社数を商品分野ごとに分け、その商品分野ごとの回答率を平均した数値と、各商品分野別の回答率との差分）を示した。

「デッドコピー」では、家具・木製品、台所・食卓・洗面用品、鞆その他身の回り品といった雑貨分野で高い比率となっている。

「デザイン模倣」では、家具・木製品、卸・小売業、台所・食卓・洗面用品で回答率が高かった。

「ブランド偽装」では、サービス業、食品、繊維での回答率が高い。

「パーツ等の真正品の代替」では、その他加工基礎資材・機械部品等、産業機械、輸送用機械等をはじめとする機械分野での回答率が特に高かった。

「技術模倣」では、建築資材・住宅用建材、産業機械、電子部品・デバイス等の特許・実用新案の被害が大きい商品分野（図 1.2-10 参照）での回答率が高くなっている。

「海賊版」では、ソフトウェア、印刷物・フィルム、サービス業等の著作物を主体とする商品が多い。

図 4.1-3 商品分野別の模倣品の内容（複数回答）

デッドコピー			パーツ等の真正品の代替		
1	家具・木製品	+11.1%	1	その他加工基礎資材等	+10.0%
2	台所・食卓・洗面用品	+9.1%	2	産業機械	+8.1%
3	鞆その他身の回り品	+6.9%	3	輸送用機械	+7.2%

デザイン模倣			技術模倣		
1	家具・木製品	+14.4%	1	建築資材・住宅用建材	+24.8%
2	卸・小売業	+13.7%	2	産業機械	+15.3%
3	台所・食卓・洗面用品	+9.8%	3	電子部品・デバイス	+8.9%

ブランド偽装			海賊版		
1	サービス業	+20.6%	1	ソフトウェア	+36.7%
2	食品	+12.8%	2	印刷物・フィルム	+32.3%
3	繊維	+12.6%	3	サービス業	+11.3%

※紡績基礎製品、その他輸送用機械、陶磁器については回答数が少ないことや他の統計との整合性の問題から、それぞれ繊維、輸送用機械、その他産業に統一して分類

(注) 「その他」を除く、差分の大きい上位商品分野を挙げた

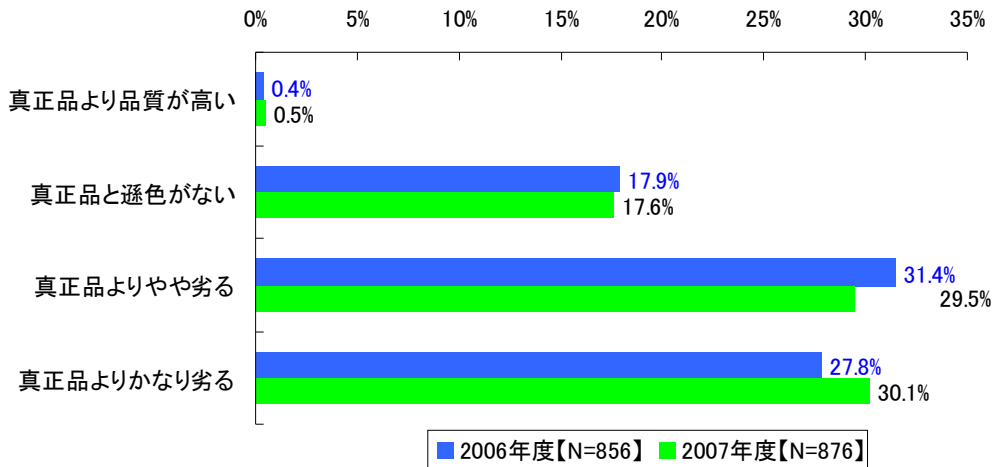
【資料編 21 頁】

4.2. 模倣品の品質に関する傾向

品質面では、59.6%が真正品より劣ると回答。また、模倣品は真正品に比べ、「機能性」や「耐久性」といった面で劣るとする回答が多い

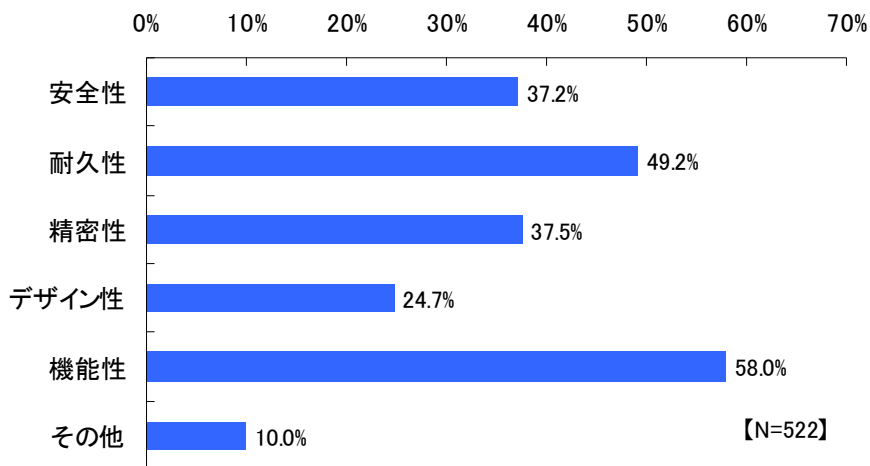
図 4.2-1 には、模倣品の品質の傾向に関する結果を示した。2006 年度と同様、真正品よりも劣るとする回答が多く、「真正品よりやや劣る」との回答は減少したものの、「真正品よりかなり劣る」といった回答の比率が前年度比増加し、「真正品と遜色がない」との回答はやや減少している。

図 4.2-1 模倣品の品質（単数回答）



模倣品が真正品より劣る内容（図 4.2-2）については、全体では「機能性」や「耐久性」といった面を挙げる回答が多かった。商品分野別に品質の劣る面を示すと（模倣品の品質に回答した社数を商品分野ごとに分け、その商品分野ごとの回答率を平均した数値と、各商品分野別の回答率との差分）、「機能性」では化学品、医薬品、「耐久性」では、家具・木製品、その他加工基礎資材・機械部品等、輸送用機械などが多くあげられた（図 4.2-3）。

図 4.2-2 模倣品の品質が劣る内容（複数回答）



(注) 母数 N は模倣品の品質において「真正品よりやや劣る」、「真正品よりかなり劣る」と回答した社数を表す。

図 4.2-3 商品分野別の模倣品の品質が劣る内容（複数回答）

安全性		
1	食品	+12.5%
2	電子部品・デバイス	+ 8.4%
3	輸送用機械	+ 7.9%

デザイン性		
1	その他サービス業	+18.5%
2	情報通信サービス	+15.1%
3	鞆その身の回り品	+12.0%

耐久性		
1	家具・木製品	+14.3%
2	その他加工基礎資材・機械部品等	+13.5%
3	輸送用機械	+12.5%

機能性		
1	化学品	+12.8%
2	医薬品	+ 7.8%
3	化粧品等	+ 6.0%
	その他加工基礎資材・機械部品等	+ 6.0%

精密性		
1	印刷物・フィルム	+15.7%
2	ソフトウェア	+11.5%
3	精密機械	+ 7.8%

※紡績基礎製品、その他輸送用機械、陶磁器については回答数が少ないことや他の統計との整合性の問題から、それぞれ繊維、輸送用機械、その他産業に統一して分類

(注) 「その他」を除く、差分の大きい上位商品分野を挙げた

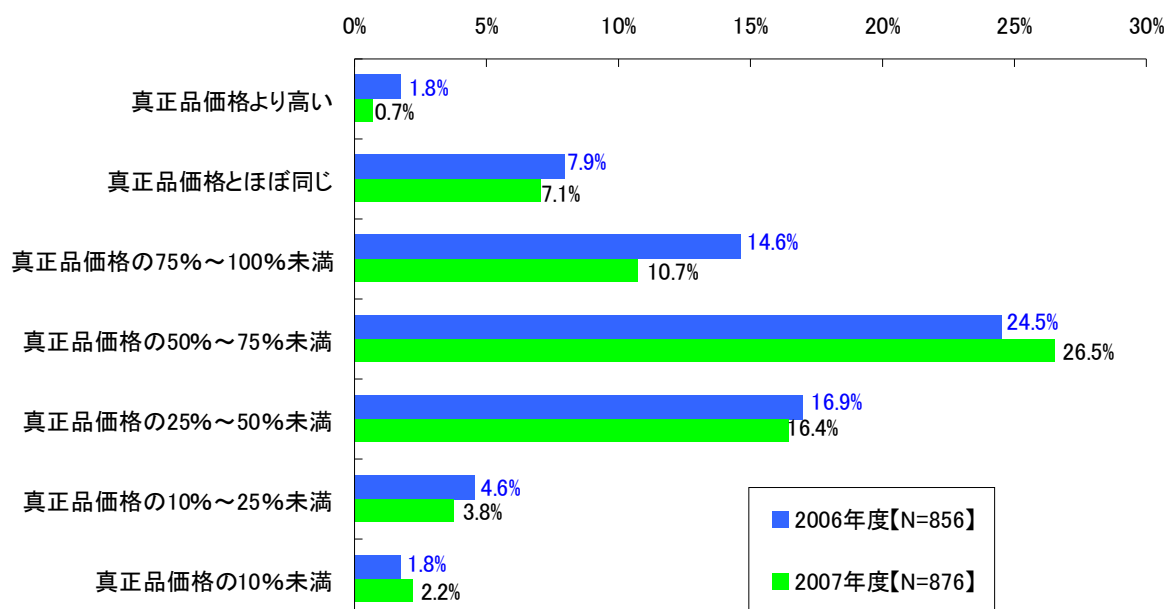
【資料編 22 頁、23 頁】

4.3. 模倣品の価格水準に関する傾向

模倣品の価格は一般的に真正品より低価で、真正品の50～75%程度が主となっている

模倣品の価格水準をみると、真正品の価格の「50～75%未満」(26.5%)、「25～50%未満」(16.4%)と回答する企業が多かった(図4.3-1)。前年度と比較すると、真正品価格の「50～75%未満」とする回答が増加する一方で、他の価格帯に関する回答は概ね減少している。

図 4.3-1 模倣品の価格水準(単数回答)



(注)「不明」及び「無回答」は非表示のため、合計は100%とまらない

【資料編 24 頁】

5. 模倣被害対策の実施内容に関する分析

5.1. 模倣被害対策の実施状況

(1) 模倣被害対策の全体結果

全体の36.4%の企業で模倣被害対策を実施 被害対策率は減少傾向

2007年度模倣被害対策の実施率（模倣被害対策実施社数／総回答社数）は36.4%となった。対策を講じていると回答した企業数も減少に転じ、被害対策実施率は減少し続けている（図5.1-1、図5.1-2）。

図 5.1-1 対策実施企業の構成比（単数回答）

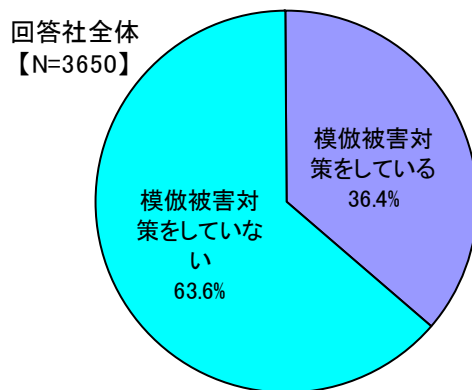
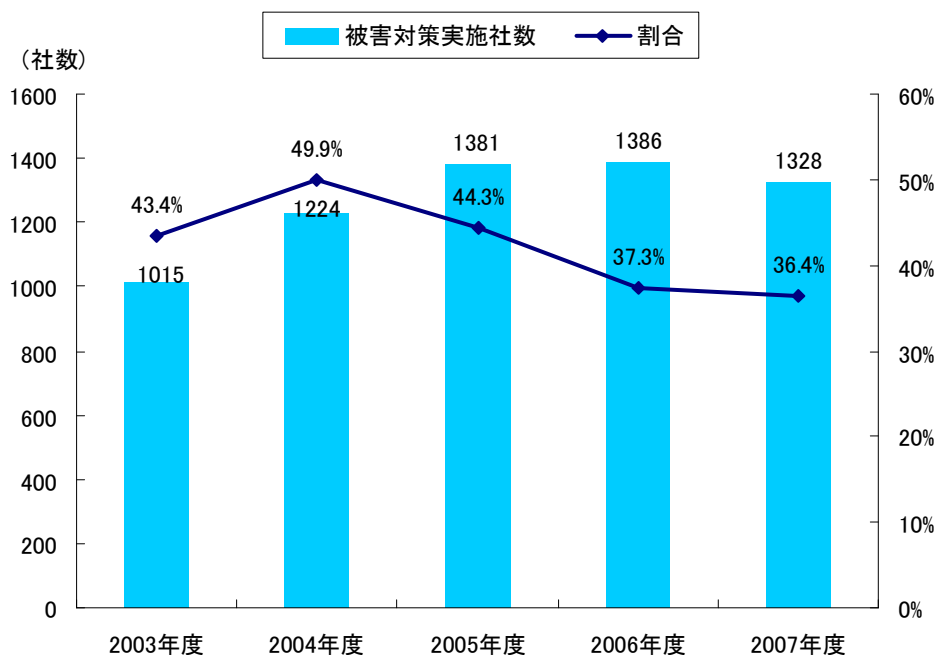


図 5.1-2 模倣被害対策実施率の推移



(注1) 模倣被害対策実施率 = 模倣被害対策実施社数 / 総回答社数

【資料編 28 頁】

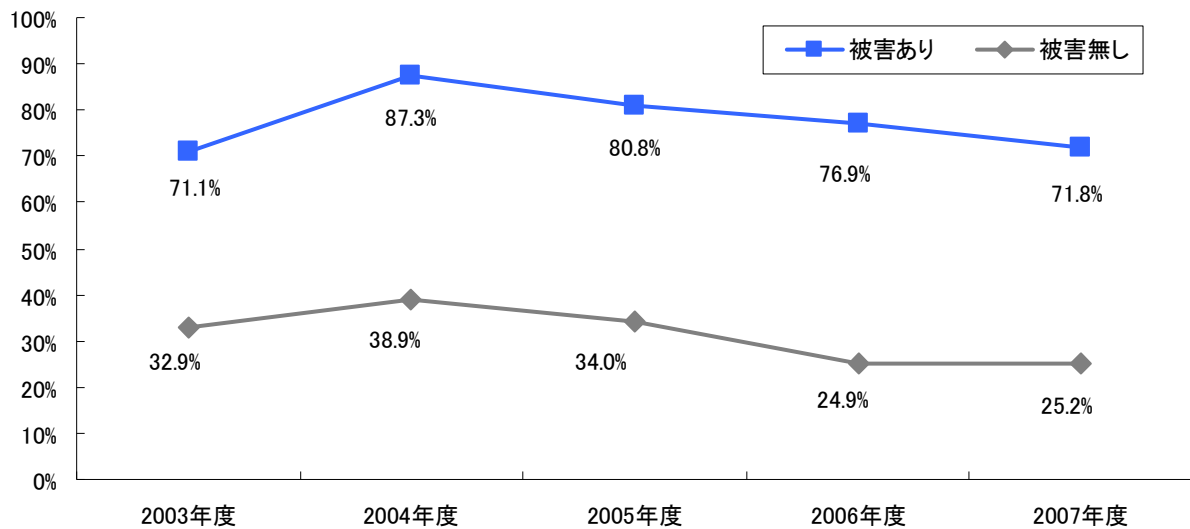
(2) 模倣被害企業における対策の実施状況

模倣被害を受けた企業では模倣被害対策の実施率が約 7 割と高い水準にあるが、対策率は年々減少傾向にある

「模倣被害あり」と回答した企業における、模倣被害対策の実施率は 71.8%であり、「被害なし」と回答した企業の実施率 25.2%を大きく上回っている。

模倣被害対策の実施率の推移をみると「模倣被害あり」の企業の実施率は、2004 年度には 87.3%まで上昇したものの、この 3 年間では連続の減少となっている。一方、「模倣被害なし」と回答した企業における模倣被害対策の実施状況は 3 割台で推移していたが、2006 年度以降は 2 割台に低下（図 5.1-3）。

図 5.1-3 模倣被害対策実施率の推移



○委員会及びヒアリングにおける指摘事項

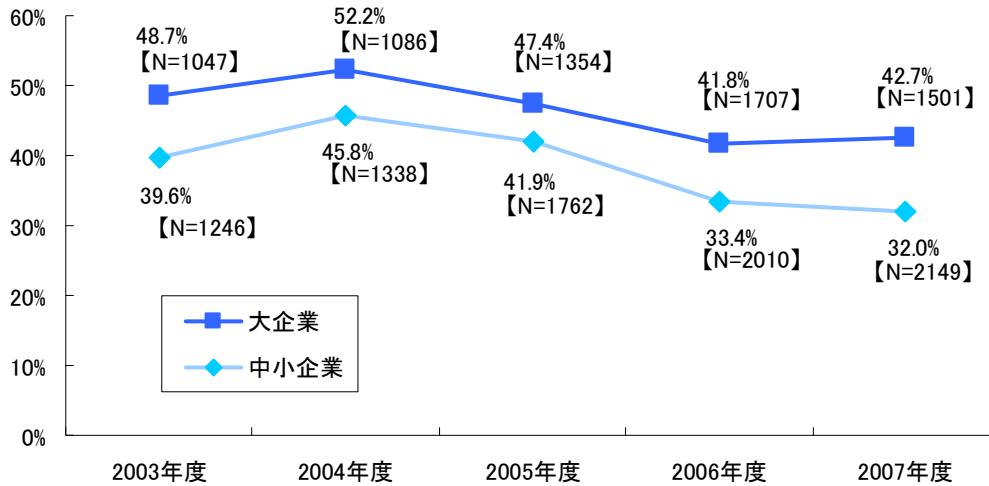
- ・ 対策率が下がっているのは、被害がないと思って対策をしていなかったが、被害に気付いたためアンケートに答えた企業が増えたのではないか。実感としては対策を取ろうとしている企業が増えているように感じる。

(3) 会社規模別の模倣被害対策実施状況

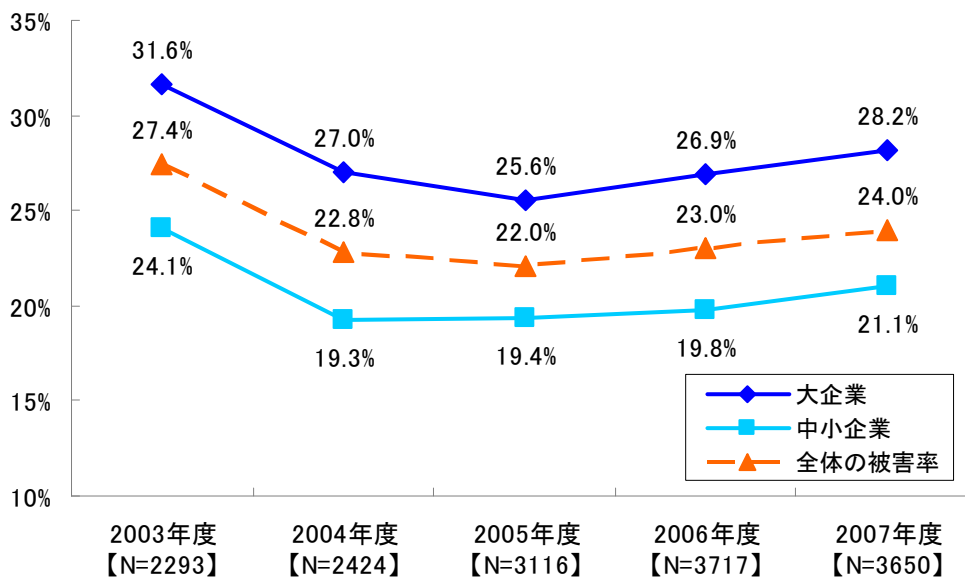
大企業の被害対策実施率が中小企業よりも高い。2007年度は大企業の実施率は上昇に転じたが、中小企業は3年連続で減少している

被害対策率をみると、大企業では上昇しているが、中小企業では減少している（図 5.1-4）。被害率は前年度比で大企業・中小企業ともに増加している（参考）。

図 5.1-4 企業規模別の模倣被害対策の実施率の推移



(参考) 企業規模別の模倣被害率の推移 (図 1.2-5 再掲)



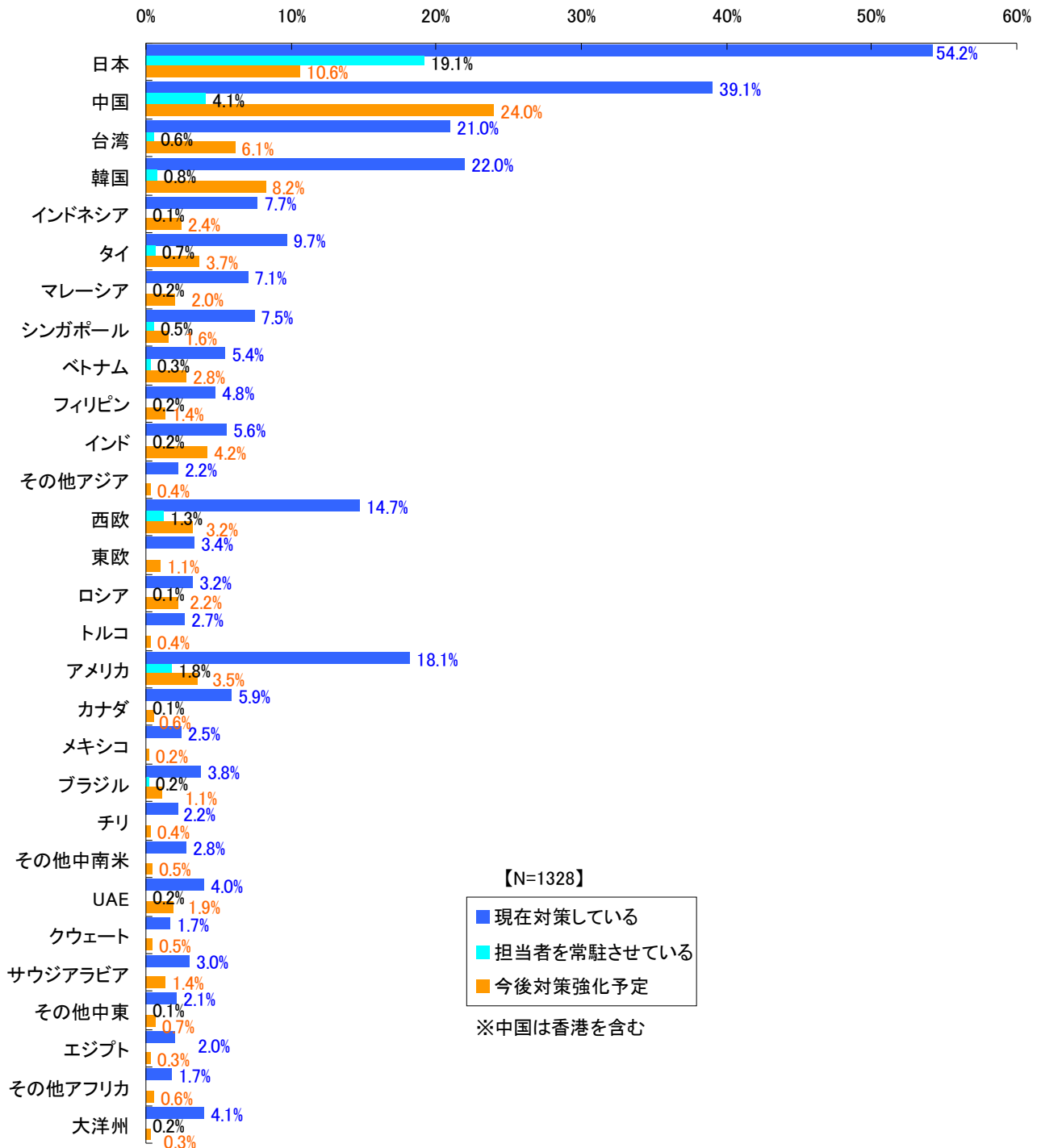
【資料編 28 頁】

(4) 模倣被害対策の国別実施状況

現在の模倣被害対策は、アジア地域での実施が中心

国・地域別の被害対策の状況については、国内を含めアジア諸国の模倣被害率の高い地域での対策率が高く、日本 (54.2%)、中国 (39.1%)、韓国 (22.0%)、台湾 (21.0%) の順となっている。アメリカ (18.1%)、西欧 (14.7%) での対策率も高い。今後対策を強化する地域としては、中国 (24.0%) が多数の企業で挙げられており、次いで日本、韓国、台湾が続きアジア地域での対策強化を図る傾向が窺われる (図 5.1-5)。

図 5.1-5 現在の国・地域別の模倣被害対策の実施状況 (複数回答)



【資料編 34 頁】

5.2. 模倣被害対策の内容と効果

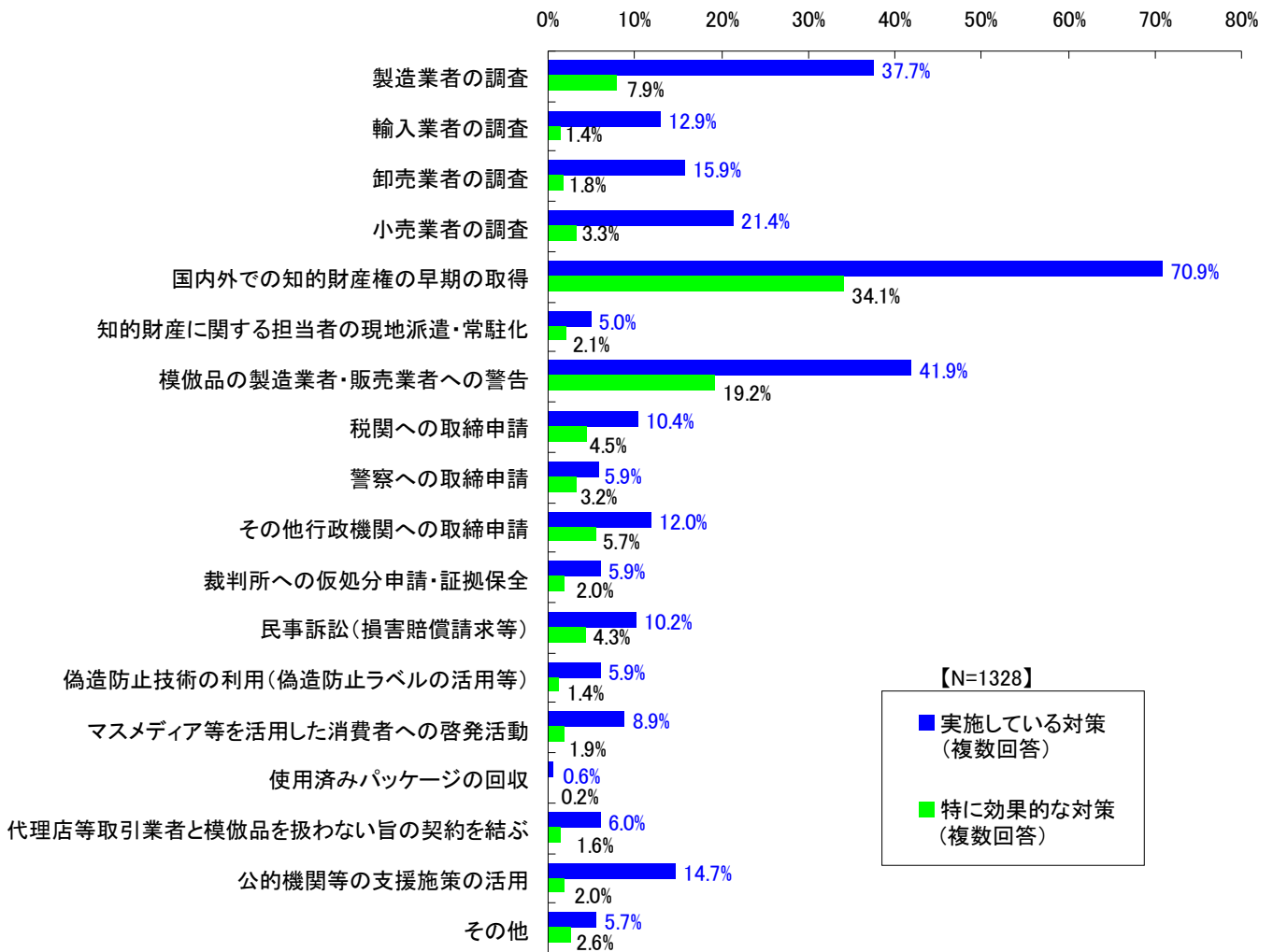
実施している対策内容で最も多いのは権利の早期取得、次いで製造・販売業者への警告

模倣被害対策の内容としては、「国内外での知的財産権の早期取得」(70.9%)とする回答が最も多く、次いで「模倣品の製造業者・販売業者への警告」(41.9%)、「製造業者の調査」(37.7%)が続いている。

特に効果的な対策についても、「国内外での知的財産権の早期取得」(34.1%)とする回答が最も多く、次いで「模倣品の製造業者・販売業者への警告」(19.2%)、「製造業者の調査」(7.9%)が続いている。

「その他」の回答では、概ね業界団体や同業他社との共同取締りや現地特許事務所及び弁護士事務所との契約、相談を行うとの回答が多い。

図 5.2-1 現在実施している模倣被害対策の内容と効果



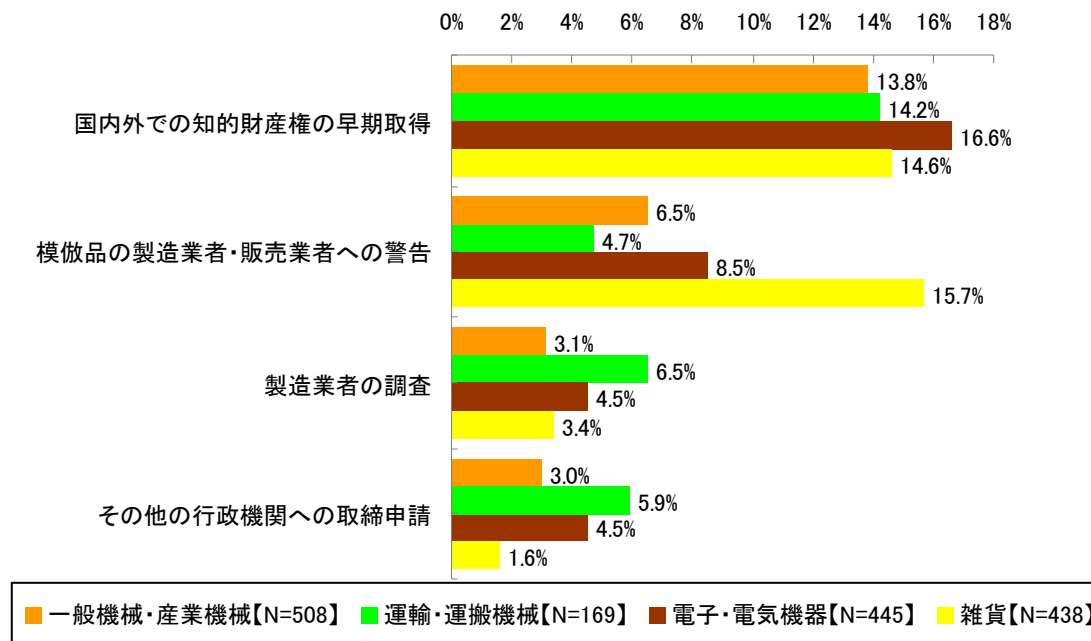
(注) 無回答は非表示

【資料編 30 頁】

商品分野別に特に効果のある主要な模倣被害対策の内容をみると、「国内外での知的財産権の早期取得」では、特に電子・電気機器での比率が高いが、概ね全ての主要産業分野で高い回答率が得られた。

「模倣品の製造業者・販売業者への警告」では雑貨分野での比率が高く、「製造業者の調査」、「その他の行政機関への取締申請」については運輸・運搬機械が他に比較して高い（図 5. 2-2）。

図 5. 2-2 商品分野別の最も効果のある模倣対策の内容（単数回答）



(注1) 模倣被害対策の内容のうち主要なもののみを表示

(注2) 数値は、模倣被害対策を実施している企業（商品分野別）における対策内容別の比率の内訳

(注3) 各商品分野の比率の（主要な対策内容以外のものも含めた）合計値が100%となる

(注4) 母数 N は商品分野別の模倣被害対策実施社数

5.3. 模倣被害対策費の動向

2007年度の1社あたりの模倣被害対策費は約580万円となり、近年は増加傾向

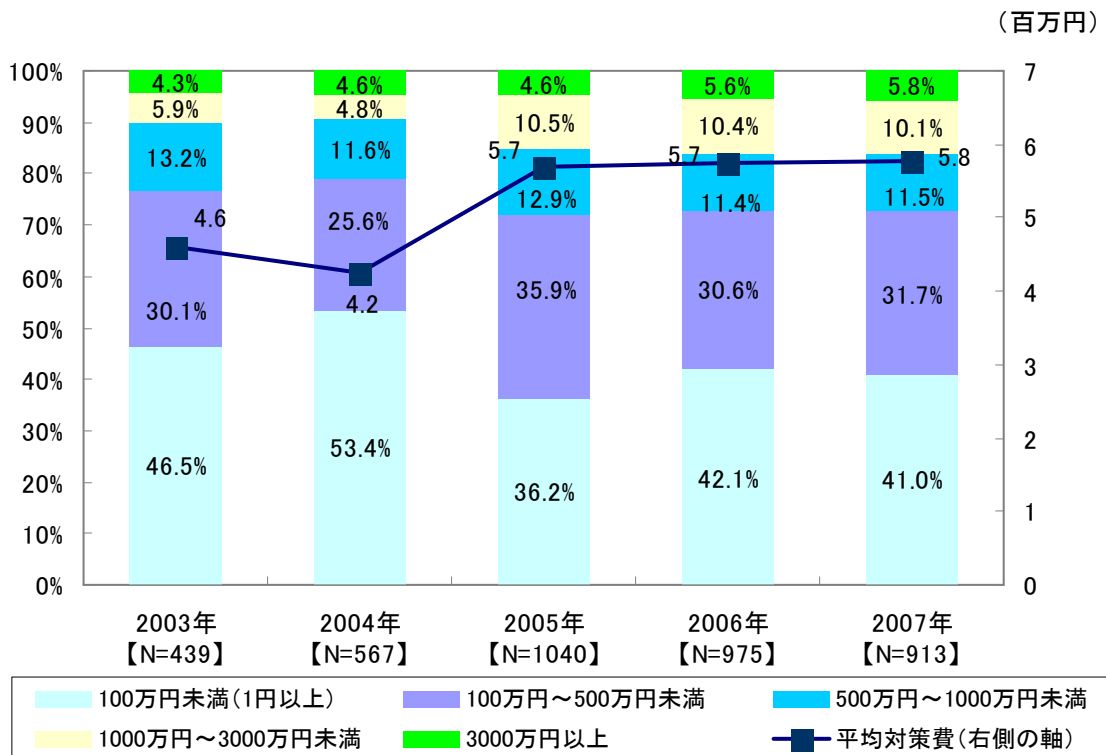
図5.3-1には模倣被害対策費の費用額別構成比と平均支出額の推移を示した。

模倣被害対策費を支出した企業における1社あたりの平均支出額は、2007年度は5.8百万円となり、2003年度からの経年変化では概ね増加傾向にある（下図折線グラフ参照）。

被害対策費の支出額については、「100万円未満(1円以上)」(41.0%)、「100万円～500万円未満」(31.7%)、「500万円～1000万円未満」(11.5%)、「1000万円～3000万円未満」(10.1%)の順となっており、対前年度比で「100万円未満(1円以上)」がやや減少、「100万円～500万円未満」がやや増加となった。

平均対策費用(5.8百万円)に関しては前年度比でやや増加となった。

図 5.3-1 模倣被害対策費の構成と平均模倣被害対策費の推移



(注1) 平均対策費は各費用の上限値に中央値を用いて算出。3千万円以上の支出は一律3千万円(下限値)に固定した

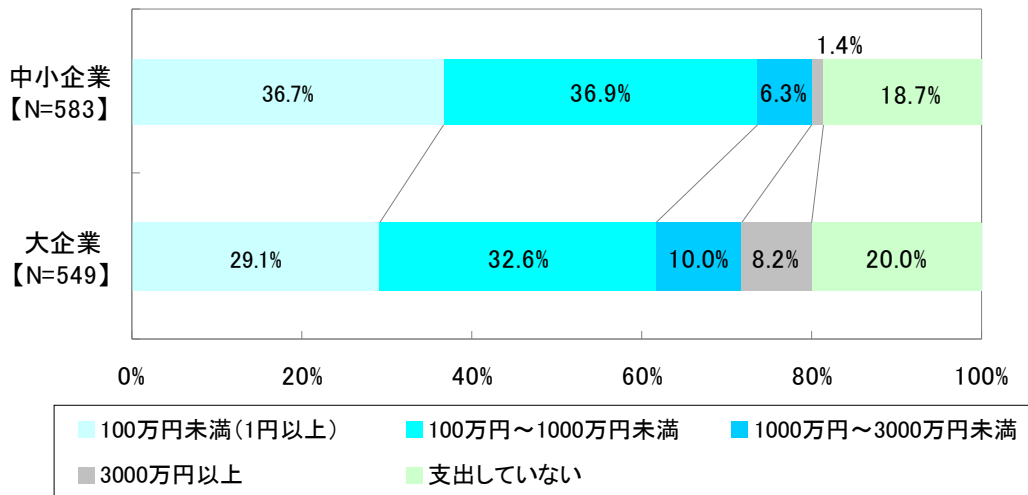
(注2) 有効回答のみ集計

資本金・売上高に応じて模倣被害対策費も多くなる傾向

2007年度の模倣被害対策費を会社規模別にみると、中小企業では100万円未満の支出を行ったとする回答が多く、一方で大企業では1,000万円以上の支出をしたとする回答が中小企業よりも多い(図5.3-2)。

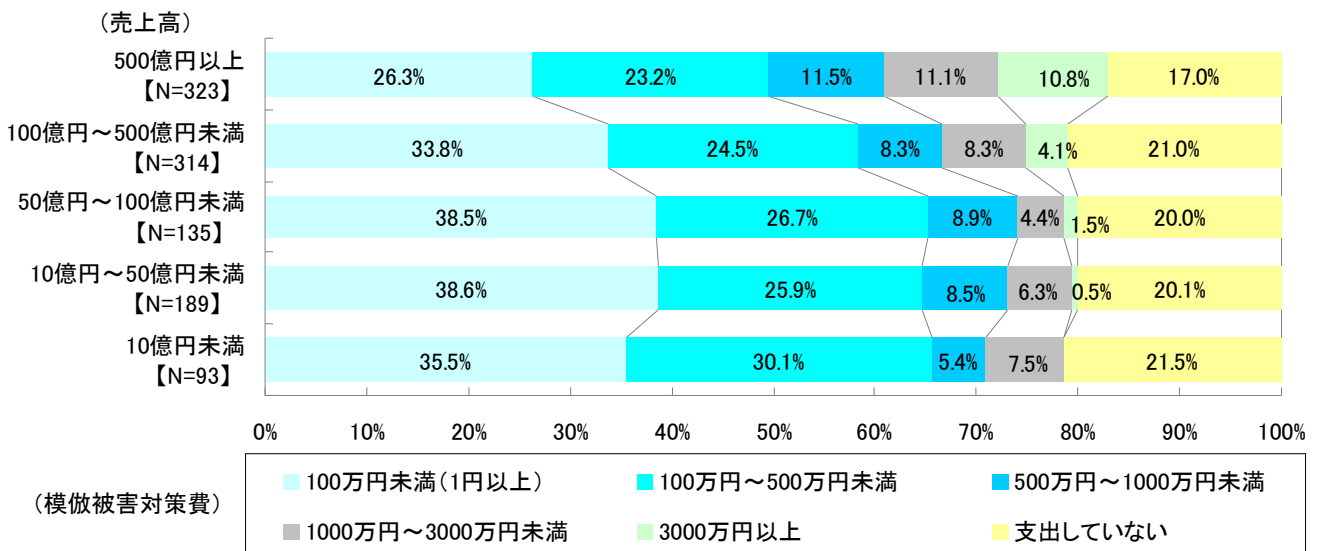
また、売上高に対する模倣被害対策費の支出の構成をみると、売上高が大きいほど支出額が大きくなり、500億円以上の売上高をもつ企業では約1割の企業が3,000万円以上の支出を行っていることがわかる(図5.3-3)。

図 5.3-2 企業規模別の模倣被害対策費の構成 (単数回答)



※有効回答の合計を100%として構成比を算出した

図 5.3-3 売上高の規模別の模倣被害対策費の構成 (単数回答)



※有効回答の合計を100%として構成比を算出した

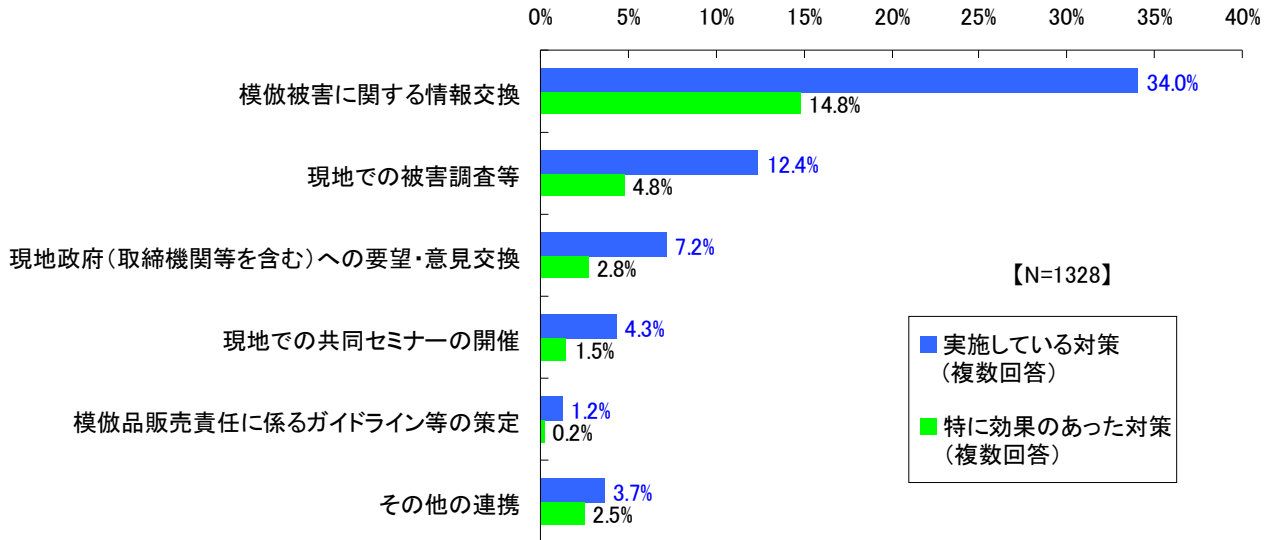
5.4. 模倣被害対策における企業間連携

(1) 模倣被害対策における企業間連携の実施状況

企業間連携として、模倣品に関する情報交換を約3割以上の企業が実施

模倣被害対策における企業間連携の実施状況をみると、「模倣被害に関する情報交換」が34.0%で最も多くなっている（図5.4-1）。最も効果のあった連携内容についても、「模倣被害に関する情報交換」（14.8%）を挙げる企業が最も多い。

図 5.4-1 模倣被害対策における企業間連携の実施状況



(注) 数値は模倣被害対策を実施している全回答社（1328社）に対する回答率をあらわす（無回答は非表示）

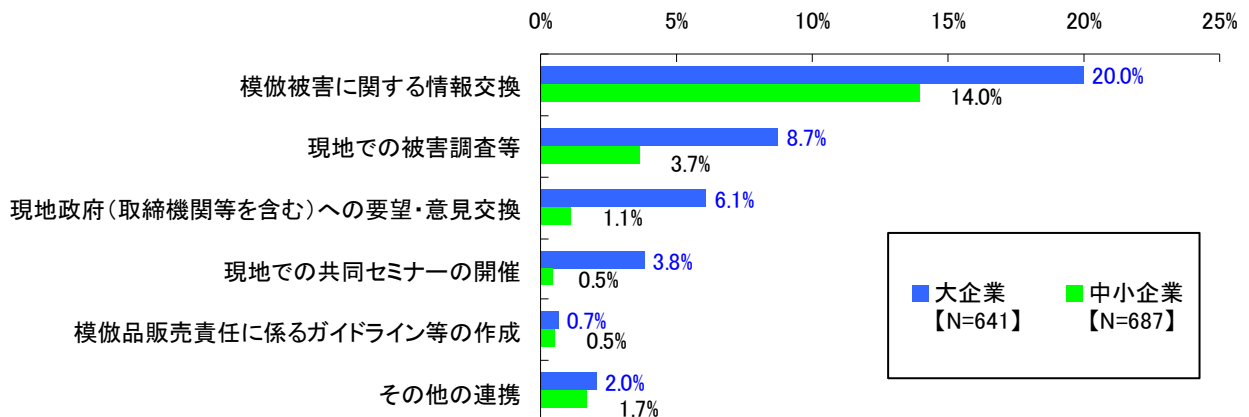
(2) 模倣被害対策における企業間連携の実施内容

中小企業では情報交換が主体。大企業では情報交換に加え、現地調査や現地政府への要望、共同セミナー等を連携して実施

中小企業では「模倣被害に関する情報交換」の回答が多く、大企業では「現地での被害調査等」や「現地政府への要望・意見交換」の回答も多かった（図5.4-2）。

「その他の連携」では、共同摘発や共同での展示会調査・パトロール、JETRO、上海IPG（知的財産権問題研究グループ）などへの参加などの回答が多い。

図 5.4-2 企業規模別の模倣被害対策における企業間連携の状況（単数回答）



(注) 数値は模倣対策をしている全回答社(1328社)に対する無回答を含む回答率をあらわす

【資料編 34 頁】

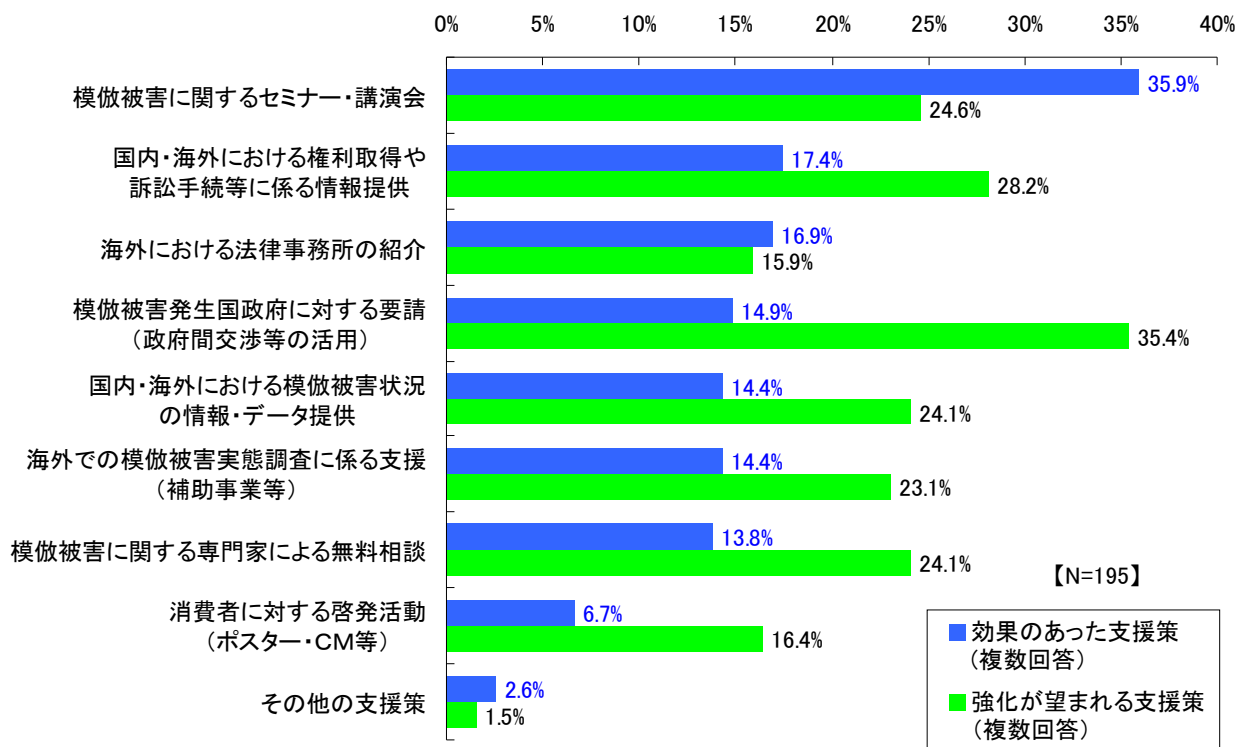
5.5. 公的機関等による支援施策

模倣被害対策に関する政府・公的機関等の支援施策では、セミナー・講演会の開催をはじめ模倣品対策に係る法律手続等の情報に関する回答が多い。今後支援の強化が望まれる施策としては被害発生国への要請が最も多い

公的機関等による支援を活用した企業による回答では、支援施策のうち効果のあったものとして、「模倣被害に関するセミナー・講演会」を挙げる先が最も多く、次いで「国内・海外における権利取得や訴訟手続等に係る情報提供」、「海外における法律事務所の紹介」が続いており、模倣被害の状況や対策に関する法律手続等について幅広い情報提供が有効となっていることがわかる。

また、今後支援の強化が望まれる施策としては、支援施策を活用した企業のうち 35.4%が「模倣被害発生国政府に対する要請」を挙げており、引き続き政府間交渉等を通じた被害発生国政府に対する知財制度整備や取締強化の要請を期待する声大きい。次いで「国内・海外における権利取得や訴訟手続等に係る情報提供」、「模倣被害に関するセミナー・講演会」、「国内・海外における模倣被害状況の情報・データ提供」等が続いており、企業に対する被害状況や対策に係る法律手続等の情報提供強化を課題としている先が多い。

図 5.5-1 公的機関等による支援施策



(注) 公的機関等の支援施策を活用したことのある企業を対象として調査を実施

【資料編 31 頁】

5.6. 模倣被害対策をしていない理由

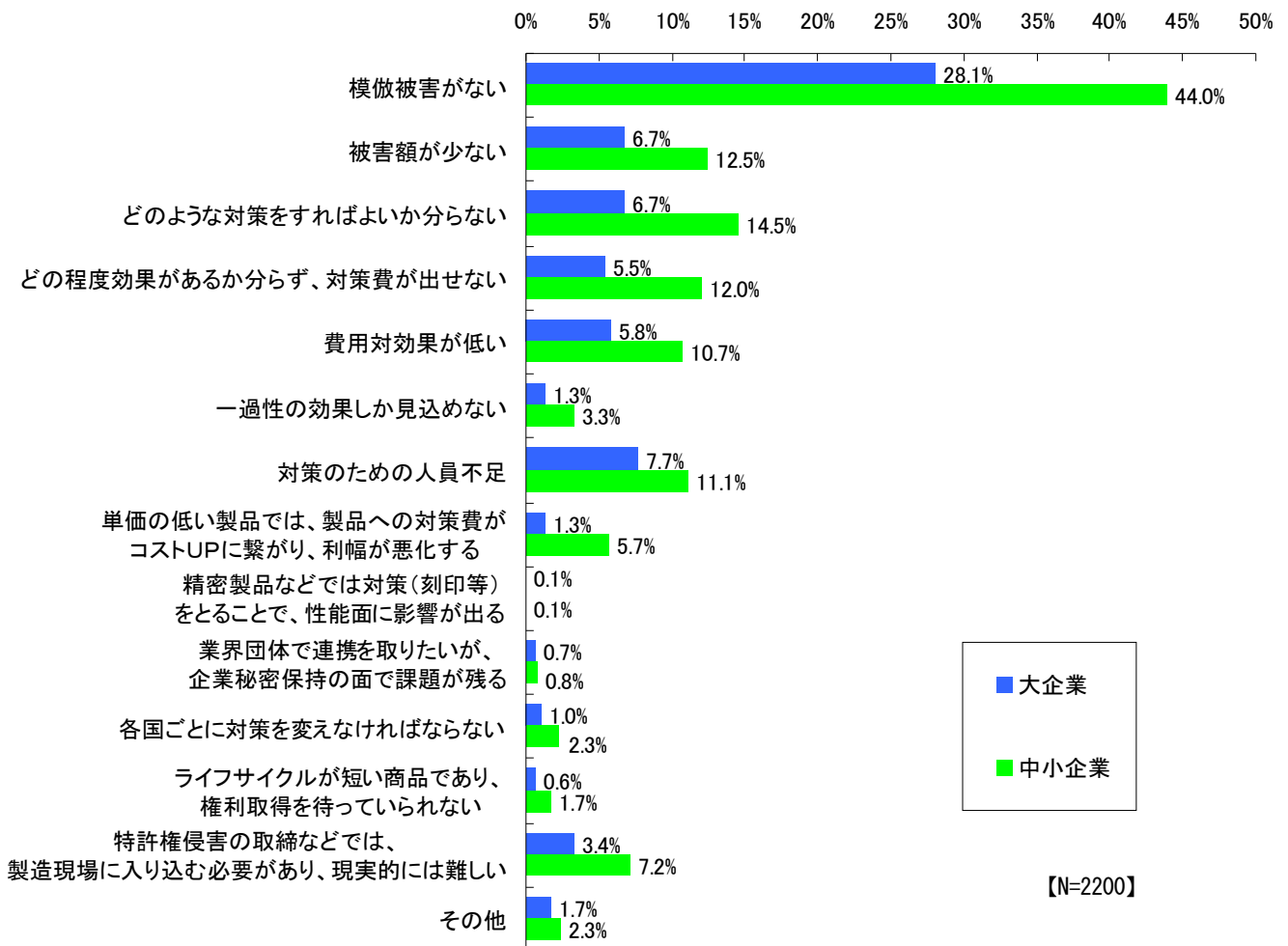
具体的な対策方法が分からないとする傾向や、費用対効果の問題などが主な要因として挙げられ、中小企業の方が対策の取れていない傾向がある

「模倣被害がない」や「被害額が少ない」との回答が大半をしめるものの、「どのような対策をすればよいか分からない」、「どの程度効果があるか分らず、対策費が出せない」、「対策のための人員不足」、「費用対効果が低い」とする回答も多く、具体的な対策方法が分からないとする傾向や費用対効果に対して懐疑的になっている傾向が見られる。

大企業と中小企業の比較では、全ての項目で中小企業の回答が大企業を上回っている（図 5.6-1）。

「その他」の回答では、海外進出を考えていないとの回答や模倣被害の現状が把握できていないとの回答が多い。模倣被害の現状が把握できていないことから国内の模倣被害の状況も把握できていないものと推察され、そのことが海外進出を考えていないとの回答に結び付いているとも考えられる。

図 5.6-1 大企業・中小企業別の模倣被害対策をしていない理由（複数回答）



【資料編 30 頁】

○委員会及びヒアリング企業で挙げられた対策事例

- ・基本的に調査会社に任せており、自社の人間が自ら出向くことはなく、調査会社が工商行政管理局（AIC）もしくは質量技術監督局（TSB）と組んで摘発することが大半。また、模倣品が見つかった場合、中国以外の場合はまず警告を行うが、中国の場合は、警告を出しても逃げられることが多いため、いきなり摘発に動くというのが有効な手段である。
- ・ある省の生産者を集中的に取り締まれば静かになるという例だが、JETRO と共同で中国の質量技術監督局（TSB）でセミナーを行った。このケースでは浙江省の機関に対してセミナーをしたところ、次の週から浙江省の主だった町の工場を摘発し始めた。このため、一時期、模倣品製造に関してはかなり静かになった。
- ・刑事告訴は費用が嵩み効率が悪いとの認識が日本企業には強いが、欧州の企業などは積極的に刑事告訴を行っている。日本企業が認識していないだけで、刑事告訴にも模倣被害を抑える効果があるのかもしれない。
- ・中国においては、民事訴訟は意味がないとの認識も高かったが、最近では、民事訴訟はかなり有効になってきているという意見が増えている。執行制度が整ってきたことが背景にあり、実際の件数も増えている。
- ・中国での例であるが、商標のダイキャスト刻印を行ったところ真似されてしまった。ただし、刻印したことにより商標権で権利行使が出来るようになり、商標権侵害で工商局が動いてくれるようになった。悪質な業者には意匠権侵害、商標権侵害などあらゆる手を尽くす。ここまでやれば裁判に勝つには勝つが、問題は金を取れるかどうか。帳簿を抑えられれば、製造能力と掛け合わせて模倣被害を試算でき、裁判所が認めてくれやすい。
- ・ある商品の本体に識別シールを貼り、これを剥がすと刻印された問い合わせ番号が出てきて、真贋鑑定などの問い合わせに応じる仕組みをとっている。有効ではあるが、根本的解決にはまだ至っていない。
- ・交換用の消耗品に偽造防止ラベル（ホログラム）を貼っており、一定の成果は出ている。
- ・素早い対応と情報の蓄積を目的として、模倣品を発見した場合の対応方法について社内ルールを定めた（知的財産部に書類提出、など）。その他、国内では、定期的に知的財産部の社員で100円ショップや量販店の店頭をパトロールすることを始めた。中国など海外については関係会社や代理店に同様のパトロールを行ってもらっている。
- ・費用や人員負担などを軽減し効率的な対策を行うべく、業界内でのキャンペーン活動や情報交換などを行った。

○アンケートで寄せられた対策事例

- ・偽造防止技術や専用方式を採用し汎用性をなくすなど、模倣が困難な設計をする。
- ・秘密保持契約や国外輸出禁止などの契約を締結する。
- ・顧客からの聞き取りを行うほか、顧客へ品質の違いを説明し注意を喚起する。
- ・民事訴訟をおこし対応強化を新聞に掲載するなど、自社の模倣被害対策への強い姿勢をアピールする。
- ・展示会主催者に出展者が模倣品を扱わないように監視を依頼する。
- ・不正な出願の監視を行う。
- ・不良品や下げ札の数量や廃棄を徹底管理する。
- ・有力な現地企業との合弁会社を設立する。
- ・中国の関係機関との連絡を密に取る。

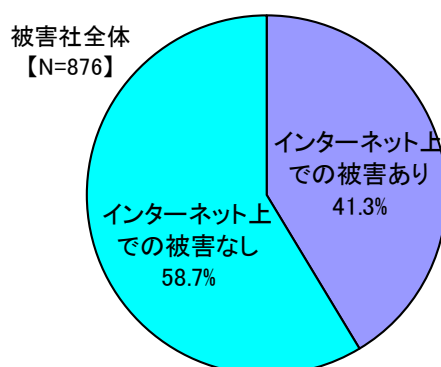
6. インターネットによる模倣被害状況

6.1. インターネットによる模倣被害状況

模倣被害社全体の約4割がインターネット上の模倣被害を受けている

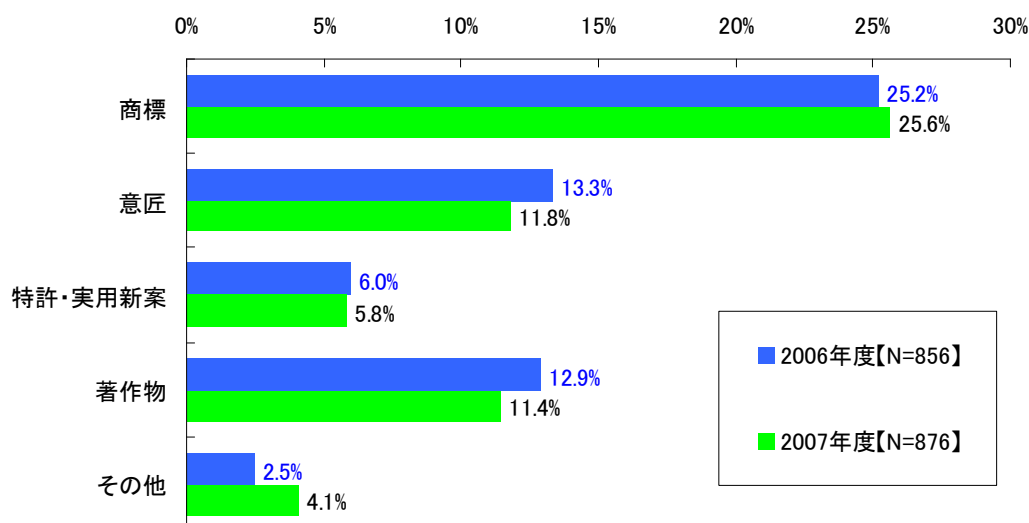
模倣被害を受けた企業 876 社のうち、インターネット上の模倣被害を受けた企業の割合は前年度に引き続き約4割となった（図 6.1-1）。権利別の被害率では、商標に関する被害が他の権利よりも高いことがわかる。2006 年度との比較では、意匠、特許・実用新案、著作物の被害率は低下しているものの、商標の被害率は増加している（図 6.1-2）。

図 6.1-1 インターネットによる模倣被害の状況（単数回答）



（注）数値は 2007 年度に模倣被害を受けた企業の中で、商標、意匠、特許・実用新案、著作物、その他の知的財産権の何れかについて、インターネット上で模倣被害を受けた企業の割合をあらわす

図 6.1-2 インターネット上の権利別模倣被害率（複数回答）



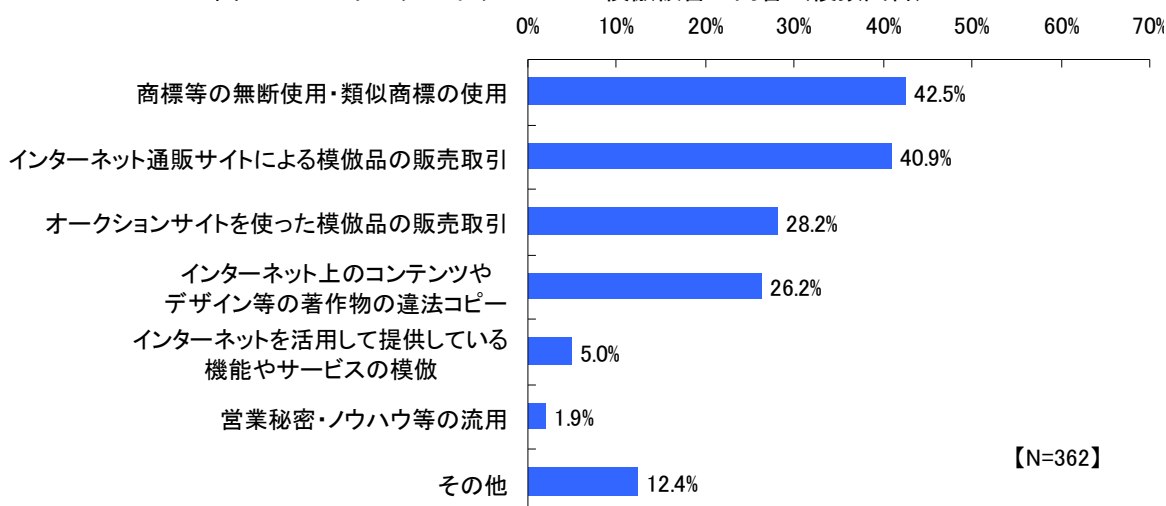
【資料編 36 頁】

6.2. インターネット上の模倣被害の内容

インターネット上の模倣被害内容は、商標等の無断使用・類似商標の使用が最も多い

インターネット上で模倣被害を受けた企業の被害内容をみると、「商標等の無断使用・類似商標の使用」が42.5%で最も高く、次いで「インターネット通販サイトによる模倣品の販売取引」(40.9%)等が続いている(図6.2-1)。

図 6.2-1 インターネット上での模倣被害の内容(複数回答)



(注) 母数Nは、インターネット上でいずれかの権利で被害があったと回答した社数

図6.2-2は、インターネットによる模倣被害の内容別に被害の多かった商品分野を挙げたものである(ネット上の模倣内容別に回答した社数を商品分野ごとに分け、その商品分野ごとの回答率を平均した数値と、各商品分野別の回答率との差分)。

特に目立つのは「オークションサイトによる販売取引」での繊維、「通販サイトによる販売取引」での医薬品、台所・食卓・洗面用品、「商標等の無断使用・類似商標の使用」でのその他サービス業での被害である。

図 6.2-2 インターネットによる模倣内容別の被害の商品分野特徴(複数回答)

通販サイトによる販売取引			機能やサービスの模倣		
1	医薬品	+27.3%	1	建築資材・住宅用資材	+11.2%
2	台所・食卓・洗面用品	+25.7%	2	情報通信サービス	+7.8%
3	家具・木製品	+9.1%	3	産業機械	+6.6%

オークションサイトによる販売取引			営業秘密・ノウハウ等の流用		
1	繊維	+28.1%	1	建築資材・住宅用資材	+20.9%
2	印刷物・フィルム	+17.3%	2	医薬品	+6.9%
3	ソフトウェア	+14.3%	3	台所・食卓・洗面用品	+3.7%

コンテンツ・著作物の違法コピー			商標等の無断使用・類似商標の使用		
1	化学品	+13.4%	1	その他サービス業	+26.8%
2	印刷物・フィルム	+8.0%	2	一般機械	+20.9%
3	その他加工基礎資材等	+7.1%	3	情報通信サービス	+13.8%

※紡績基礎製品、その他輸送用機械、陶磁器については回答数が少ないことや他の統計との整合性の問題から、それぞれ繊維、輸送用機械、その他産業に統一して分類

(注) 「その他」を除く、差分の大きい上位商品分野を挙げた

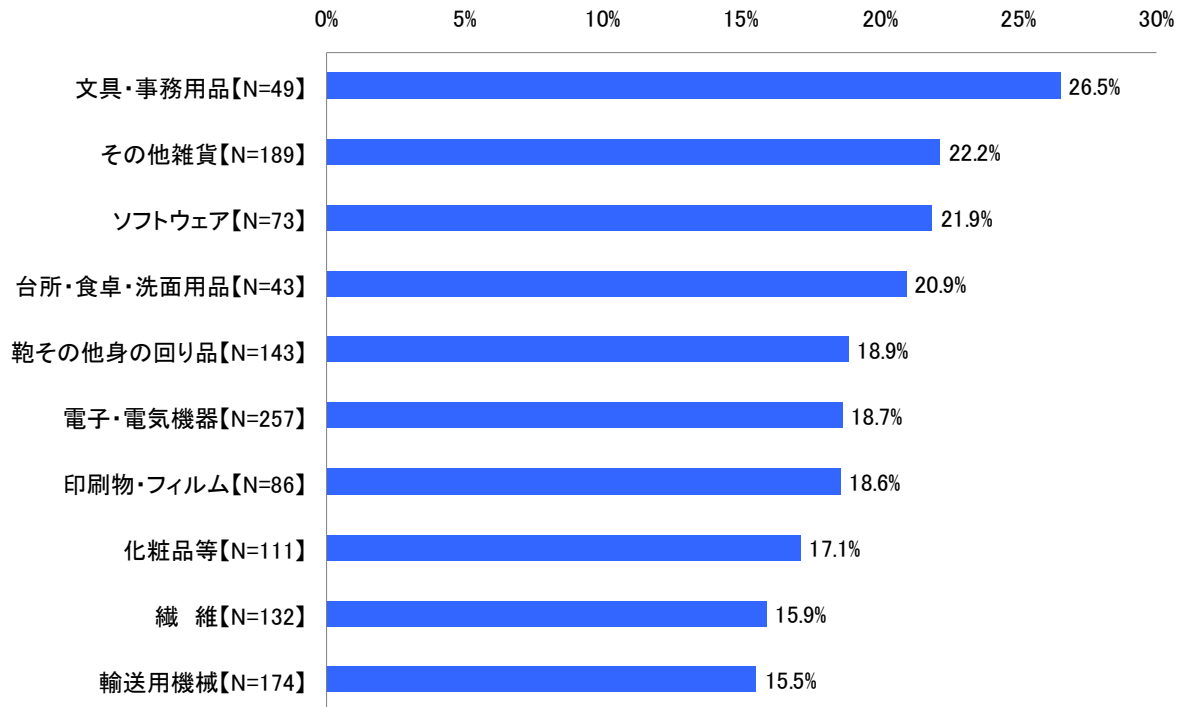
6.3. インターネットによる商品分野別の模倣被害の状況

商品分野別では、文具・事務用品、その他雑貨、ソフトウェアでの被害率が高い

商品分野別では「文具・事務用品」(26.5%)、「その他雑貨」(22.2%)、「ソフトウェア」(21.9%)、「台所・食卓・洗面用品」(20.9%)、での被害が多かった(図6.3-1)。次いで、「電子・電気機器」、「鞆その他身の回り品」等での被害が多くなっている。

雑貨類などインターネット通販取引で流通しやすい商品や、ソフトウェアなどの著作物に係わる無形財を主要な商品価値とする商品分野での被害が高いことが分かる。

図 6.3-1 商品分野別のインターネット上の模倣被害率



(注1) 母数Nは、アンケート回答企業を主力商品分野別に分類したもの

(注2) 輸送用機械分野は統計上の整合性の観点からその他輸送用機械分野と統一している

(注3) 模倣被害率が上位10の商品分野を掲載

【資料編 37 頁、64 頁】

6.4. インターネット上の模倣被害対策

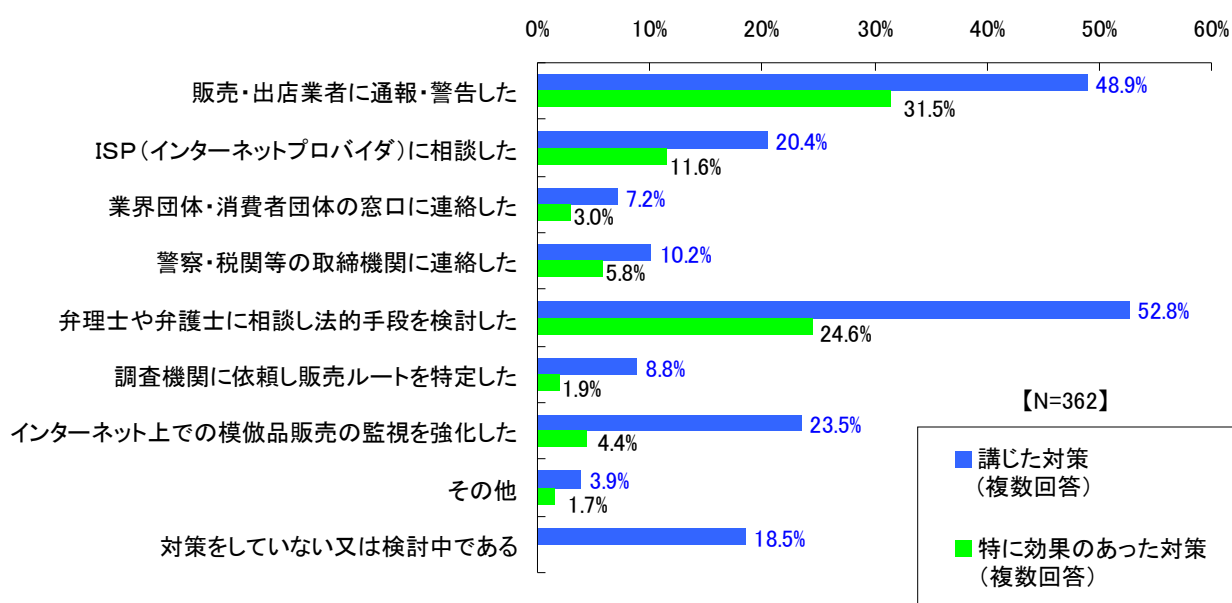
インターネット上の模倣被害に対して効果があるのは、弁理士や弁護士との法的手段の検討、次いで販売店・出店業者への通報・警告

インターネット上の模倣被害に対する対策としては、「弁理士や弁護士に相談し法的手段を検討」が52.8%で最も多く、次いで「販売・出店業者に通報・警告」が48.9%、「インターネット上での模倣品販売の監視を強化」が23.5%となった。

そのうち特に効果があるものとしては、「販売・出店業者に通報・警告」が31.5%で最も多く、次いで「弁理士や弁護士に相談し法的手段を検討」（24.6%）との回答が続いている（図6.4-1）。

しかし、「対策をしていない又は検討中」との回答も18.5%あり、前年度(26.1%)に比較して大幅に減少してはいるものの、現状では有効な対策を取れていない企業も一定数あることがわかる。

図 6.4-1 インターネット上の模倣被害に対して講じた対策



【資料編 37 頁】

○委員会及びヒアリング企業におけるインターネット上の被害に関する指摘事項

- ・あらゆるサイトで模倣品が売買されているのが現状で、各国にユーザー（購買者）がおり、模倣品が世界中に拡散してしまっていることが手に取るように分かる。しかし、そのようなサイトを確認できても、深刻な被害がない限り言語の問題もあって静観しているケースが多い。
- ・インターネット上での模倣被害の特徴としては、ファイル交換で権利主張しない代わりに自分も使うという意識があり、権利者が権利主張をしないため、厳密には模倣被害とも言えない。ネット上のコンテンツは、デジタル化や情報インフラの関係で、一回誰かによってアップされると、それをもとに第三者が次々とアップしてしまうため被害が拡大する。動画共有サイトなどはいい例である。ただし、投稿する動画共有サイトは管理されているため侵害は減っている。一方で、違法動画サイトのように、コンテンツを消されても再度掲載するサイトも存在し根絶できていない。

昨年度調査と本年度調査の国・地域区分の対応表

昨年度調査の国・地域区分	本年度調査の国・地域区分
日本	日本
中国(香港を含む)	中国(香港を含む)
台湾	台湾
韓国	韓国
インドネシア	インドネシア
タイ	タイ
マレーシア	マレーシア
シンガポール	シンガポール
ベトナム	ベトナム
フィリピン	フィリピン
インド	インド
その他アジア(パキスタン・ウズベキスタン等)	その他アジア(パキスタン・ウズベキスタン等)
西欧(英・仏・独・北欧・ギリシャ等)	西欧(英・仏・独・北欧等)
東欧(チェコ・ブルガリア等)	東欧(ギリシャ・チェコ・ブルガリア等)
ロシア	ロシア
トルコ	トルコ
アメリカ	アメリカ
カナダ	カナダ
メキシコ	メキシコ
ブラジル	ブラジル
その他中南米(ベネズエラ・ペルー等)	チリ
	その他中南米(ベネズエラ・ペルー等)
アラブ首長国連邦(UAE)	アラブ首長国連邦(UAE)
クウェート	クウェート
その他中東(サウジアラビア・イラン等)	サウジアラビア
	その他中東(イラン等)
アフリカ(エジプト・ケニア等)	エジプト
	その他(ケニア等)
大洋州(オーストラリア・ニュージーランド等)	大洋州(オーストラリア・ニュージーランド等)