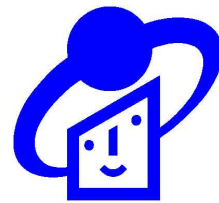




2009年度模倣被害調査報告書

調査結果の概要



平成22年3月
特許庁国際課

模倣被害調査の概要

「模倣被害調査報告書」は、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や対策状況についての情報を収集・分析し、その実態および問題点を把握するため、1996年度以来、毎年度作成。

調査結果は模倣品・海賊版対策の政策立案に活用するとともに、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・海賊版対策等に資することを目的としている。

(1) 調査対象

過去5年間(2004年度～2008年度)において日本で特許出願、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。

(2) 調査内容・調査方法

調査は、2008年度(2008年4月1日～2009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。アンケートは、WEBアンケート入力フォームからの回答、郵送による回答により、調査票を回収。

(3) 調査実施期間

2009年9月25日～2009年11月13日

(4) アンケート調査の回収状況

調査票の回収数は3,746社、そのうち有効回答は3,721社。
有効回答率は46.5%(3,721社/8,000社)。

1. 模倣被害の現状と傾向
2. 模倣被害の発生地域・流通構造
3. 模倣被害の発生要因と内容・品質・価格
4. 模倣被害対策の実施状況
5. インターネットによる模倣被害状況

1. 模倣被害の現状と傾向

模倣被害率の推移

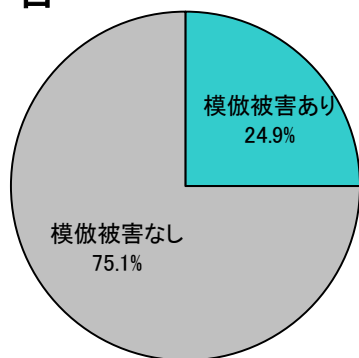
2008年度の模倣被害社数の割合は、回答社数3,721社のうち、模倣被害があったと回答した企業は926社、模倣被害率は24.9%となり、2007年度(24.0%)より0.9%ポイント上昇。

模倣被害企業数

模倣被害があった	926社
模倣被害がなかった	2795社

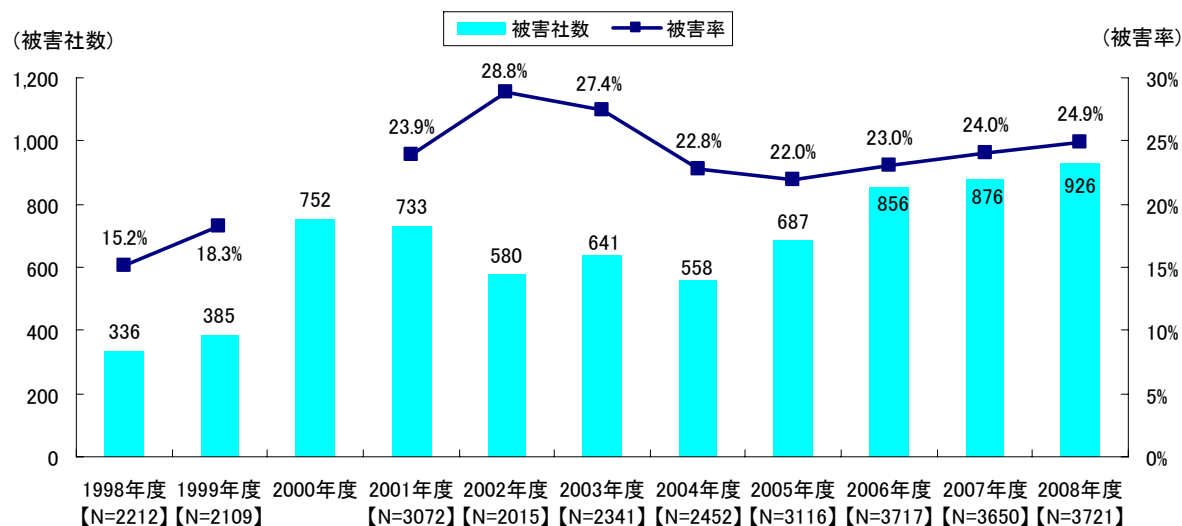
模倣被害社数の割合

【N=3721】



模倣被害社数及び模倣被害率の推移

(被害企業数/回答企業数)



(注)2000年度は被害社のみを対象としたために模倣被害率は不明

2008年度の模倣被害の傾向

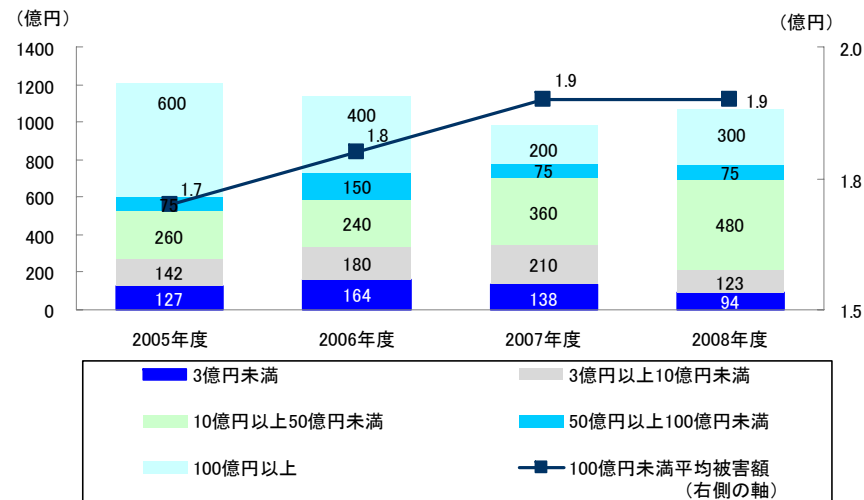
- ・知的財産権の権利別では、商標と著作物は前年度比で微増している。一方、意匠、特許・実用新案、営業秘密・ノウハウの模倣被害率は前年度比で減少している。
- ・模倣被害総額(有効回答社合計)は1,072億円で、前年度(983億円)比で増加。1社あたりの平均被害額(100億円以上を除く)は1.9億円となり、前年度比横ばいで推移。
- ・大企業、中小企業ともに模倣被害率が前年度比で増加。
- ・主要商品分野(一般機械・産業機械、運輸・運搬機械、電子・電気機器、雑貨)では、前年度比で雑貨が大幅増、運輸・運搬機械、電子・電気機器が減少した。
- ・模倣被害(製造)は、中国・韓国・台湾等の被害率は前年度比で減少しているものの、依然として高水準にあり、引き続きアジア圏における模倣被害の動向に注意が必要。

模倣被害総額(逸失利益総額)の推移

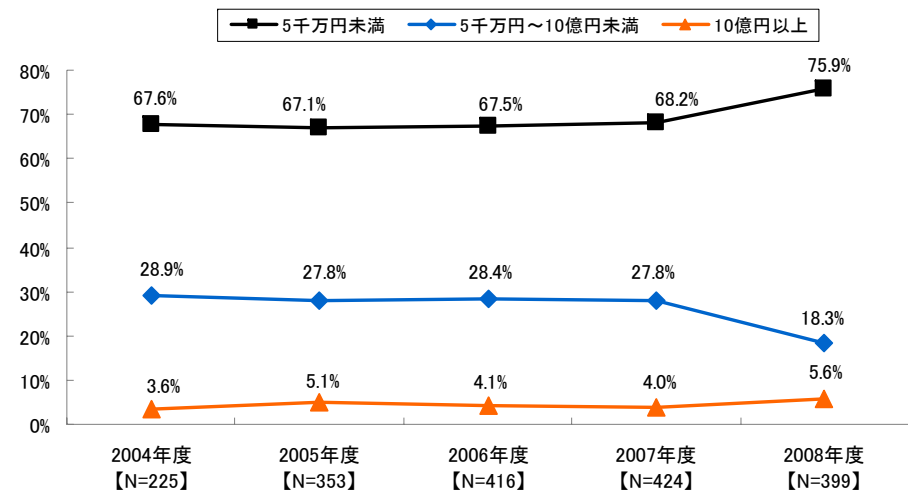
2008年度模倣被害総額(逸失利益総額)の有効回答社合計は1072億円で、前年度(983億円)比で増加した。

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100億円以上の被害を外れ値として除くと2008年度は1.9億円となり、前年度比横ばいで推移した。

模倣被害総額(逸失利益総額)と平均被害額推移



模倣被害総額の規模別被害社構成比の推移



(注1) 回答社企業の模倣被害総額と100億円未満の1社あたりの平均被害額の推移を示した。

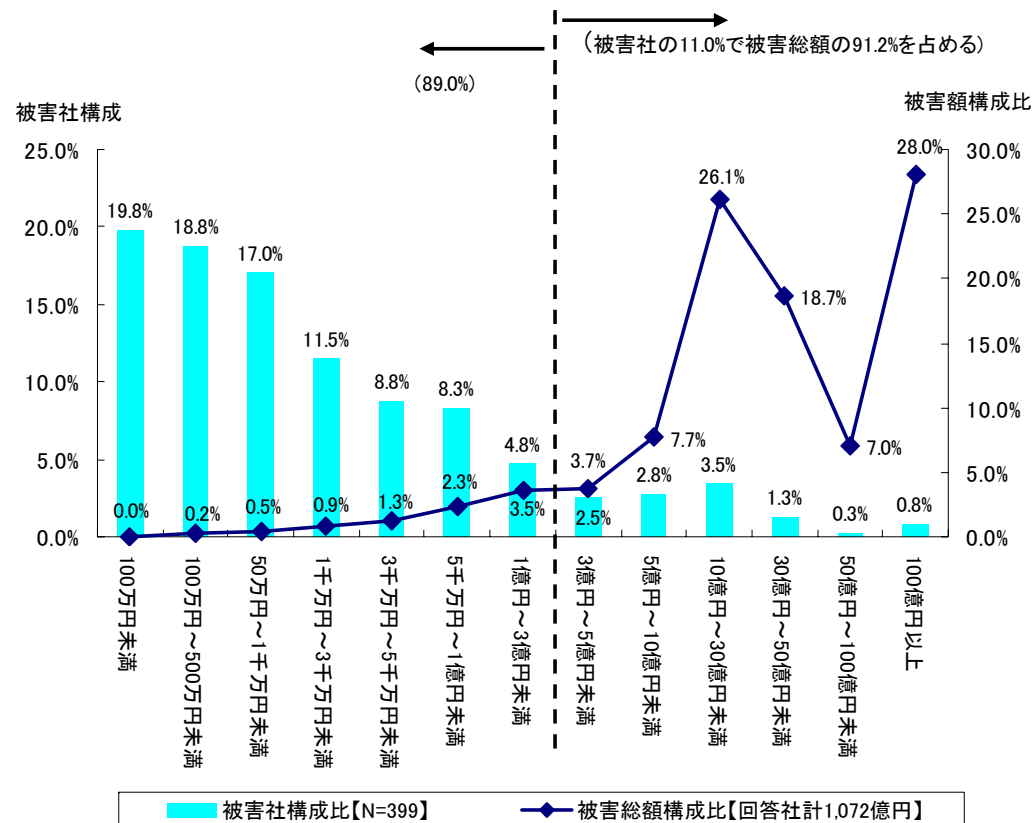
(注2) 被害額は各ランクの代表値に中央値を用いて算出した。

(注3) 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額を算出している。

模倣被害総額の階級別構成

2008年度の模倣被害総額(逸失利益総額)では、被害社の89.0%が1社あたり3億円未満の被害を受けており、3億円以上の被害を受けた残りの11.0%の被害社で被害総額の91.2%を占めている。

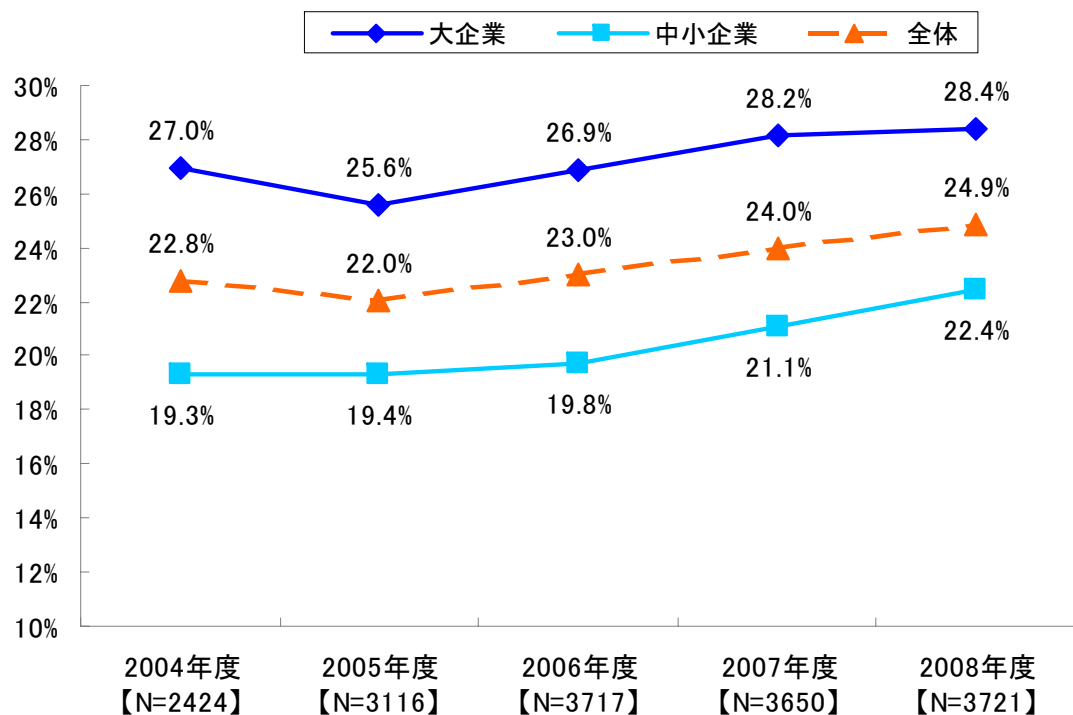
模倣被害総額の規模別構成比(単数回答)



企業規模別の模倣被害の傾向

大企業の模倣被害率は28.4%、中小企業の模倣被害率は22.4%となり、大企業・中小企業とも模倣被害率は前年度比で増加。

企業規模別の被害率の推移



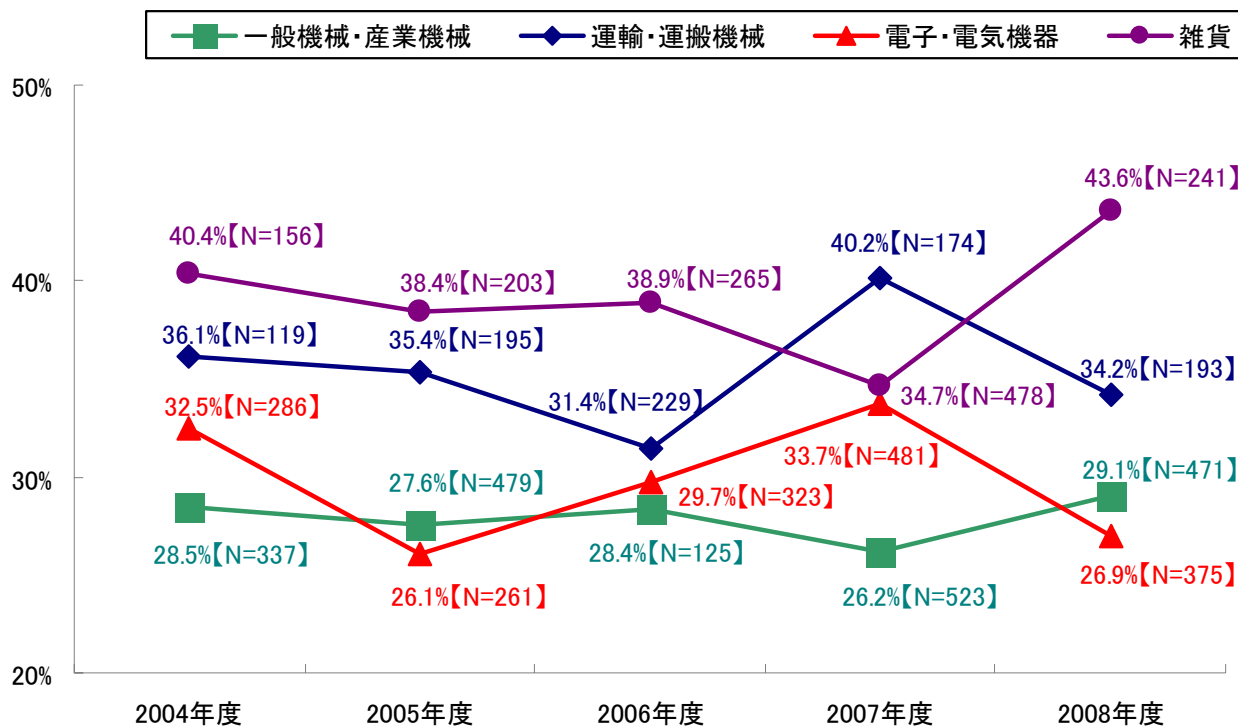
(注1) 被害率は企業規模別の回答社数に対する模倣被害社数の比率

(注2) 母数は各年度の中小企業及び大企業の回答社数

商品分野別の模倣被害の傾向

被害社全体の44.1%を占める主要4分野での被害率は、前年度比で一般機械・産業機械、雑貨が増加した一方、運輸・運搬機械、電子・電気機器は減少。

主要な商品分野の模倣被害率の推移



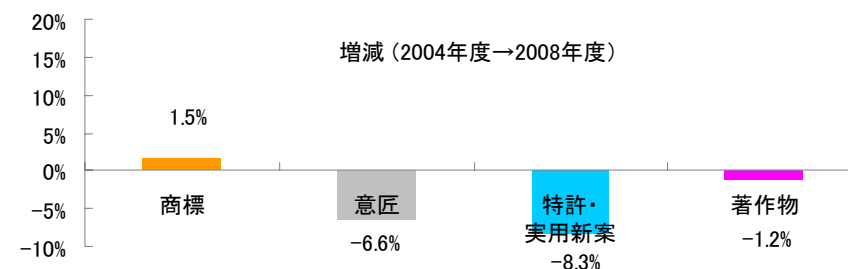
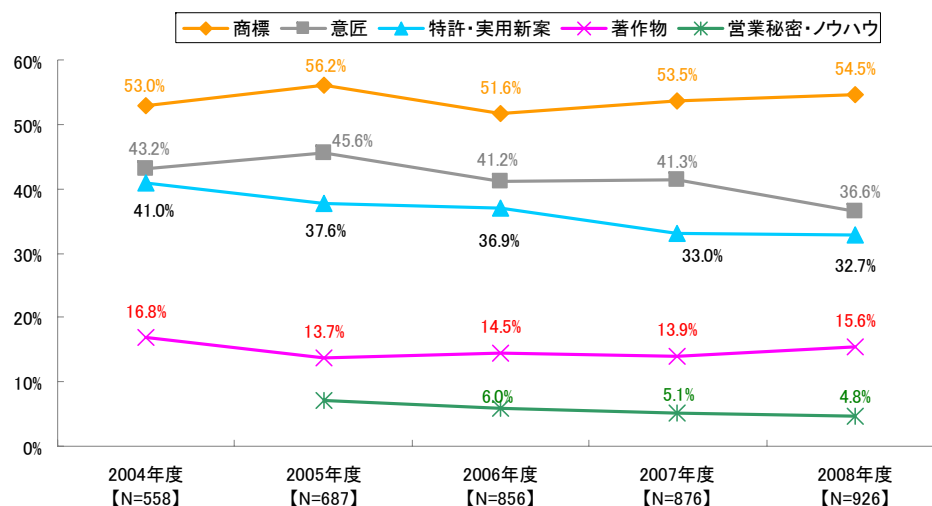
(注1) 商品分野別の模倣被害率 = 商品分野別の模倣被害社数 / 商品分野別の総回答社数

(注2) 2007年度のみ主力商品分野の回答を複数回答に変更している

権利別の模倣被害の傾向

意匠の被害率は前年度比で4.7%ポイント減少、商標、著作物、特許・実用新案、営業秘密・ノウハウは前年度比でおおむね横ばい傾向。

知的財産権権利別の模倣被害社の割合の推移



※グラフ中の%は%ポイントを表す

「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

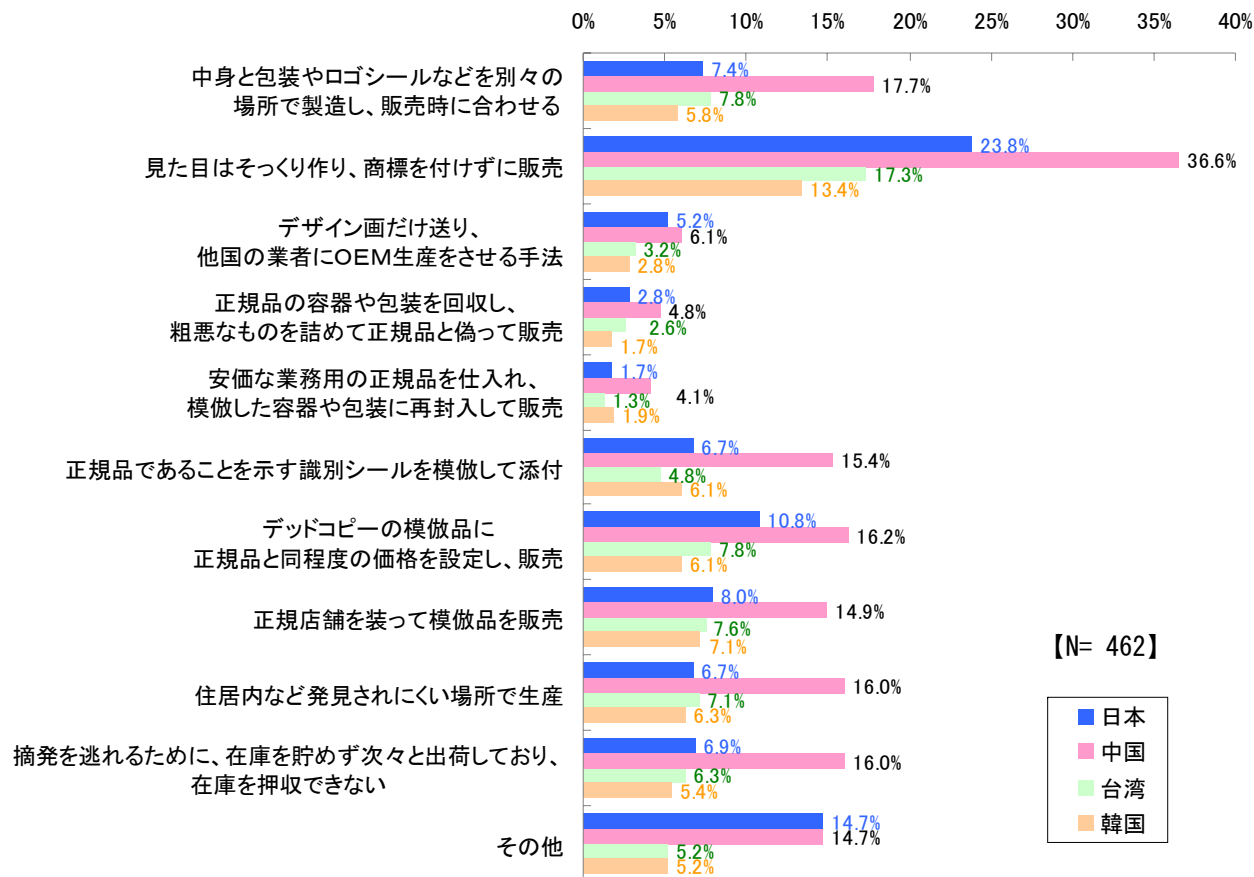
「その他」: 育成者権、回路配置利用権等、その他産業財産権の侵害とは断定できないが模倣されたと思われる事例

「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(2005年度より調査開始)

模倣手口の巧妙化

いずれの模倣手口においても中国での巧妙化が進んでいる。

主要国別の模倣手口の巧妙化

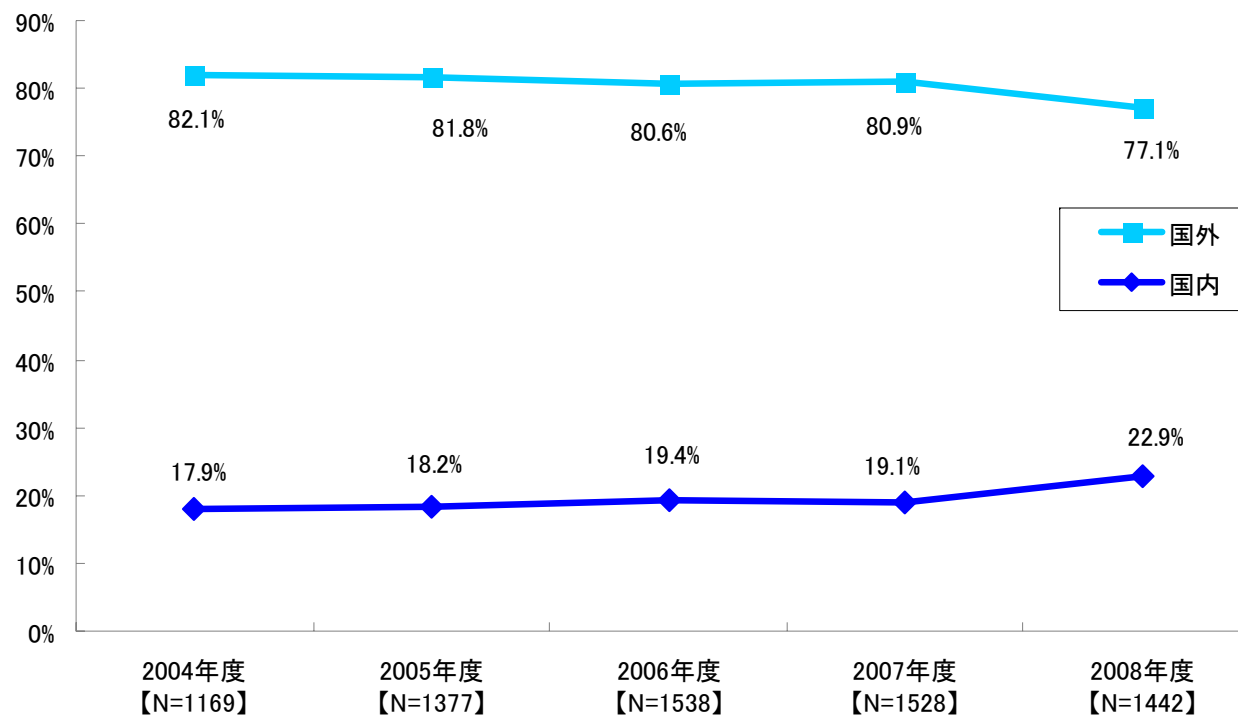


2. 模倣被害の発生地域・流通構造

国内・国外別の被害動向

模倣被害(製造)は、前年度比で国内が微増、国外では微減となった。

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・地域の回答社数を国内、国外それぞれについて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)。

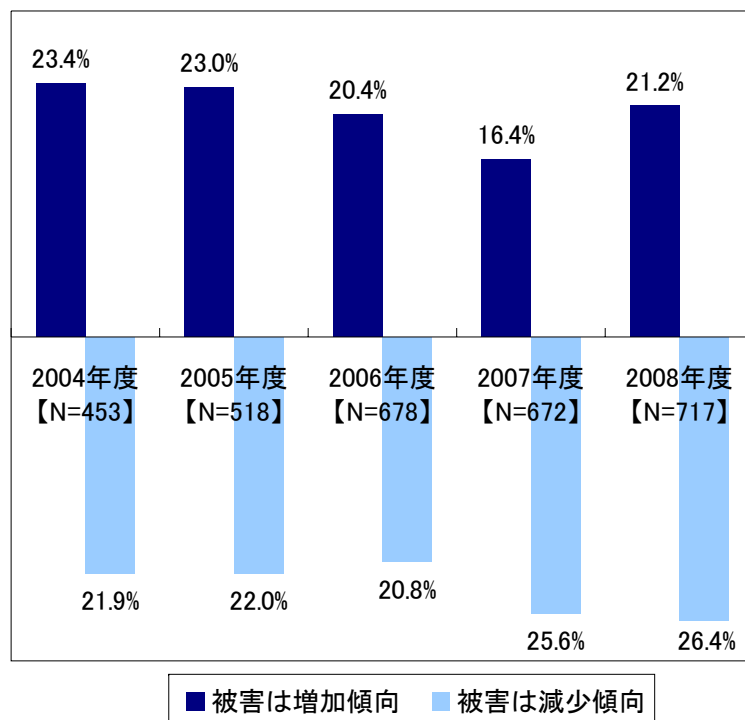
(注2) 数値は模倣品の製造国に関する比率。

国内外の模倣被害の増減傾向

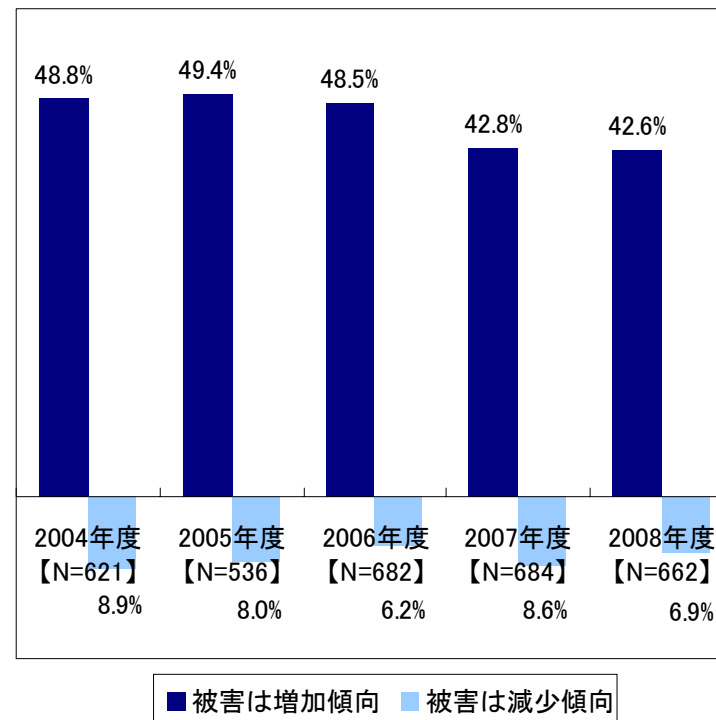
国内での模倣被害は前年度比で増加傾向とする回答が増加、国外での模倣被害は増加傾向とする回答は微減しているものの、依然として4割台を占めている。

国内外における模倣被害の増減傾向(単数回答)

【国内】



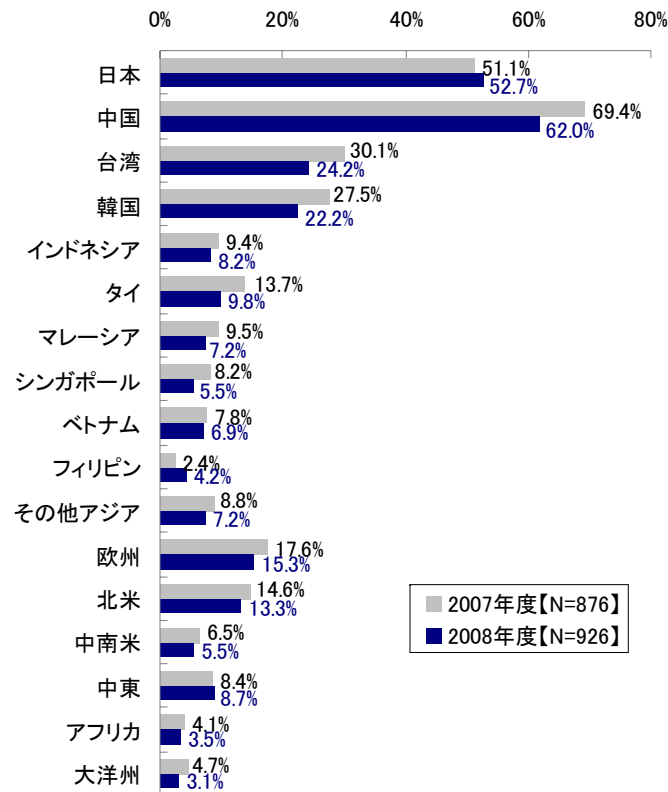
【国外】



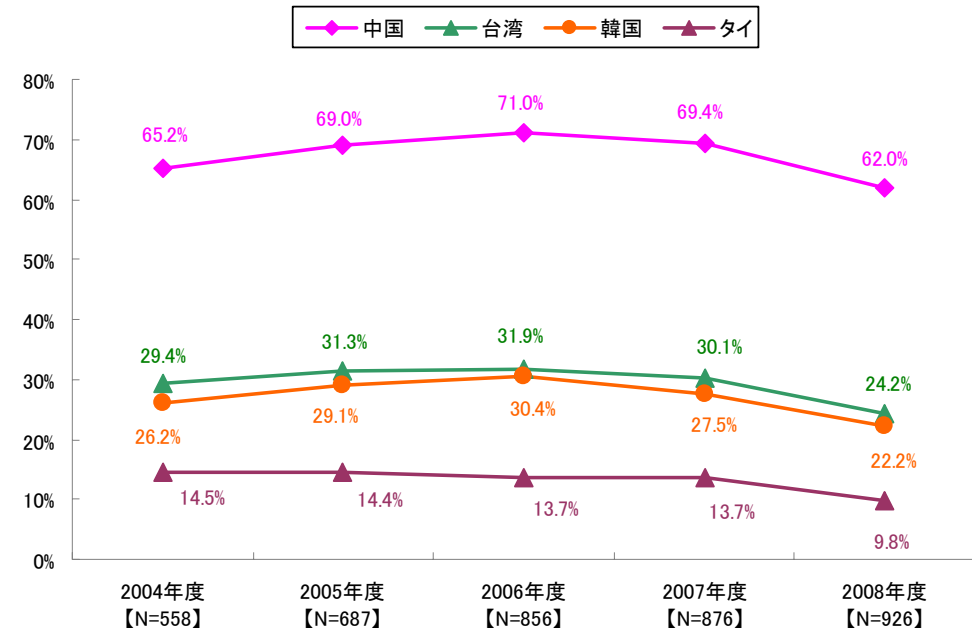
国・地域別の模倣被害の状況

製造、経由、販売消費いずれかの模倣被害のあった国・地域別の模倣被害の状況をみると、前年度比で減少しているものの、中国での被害が最も多く、他のアジア地域での被害も引き続き深刻な状況が続いている。

国・地域の模倣被害の被害社率



主要な国・地域の被害社率の推移

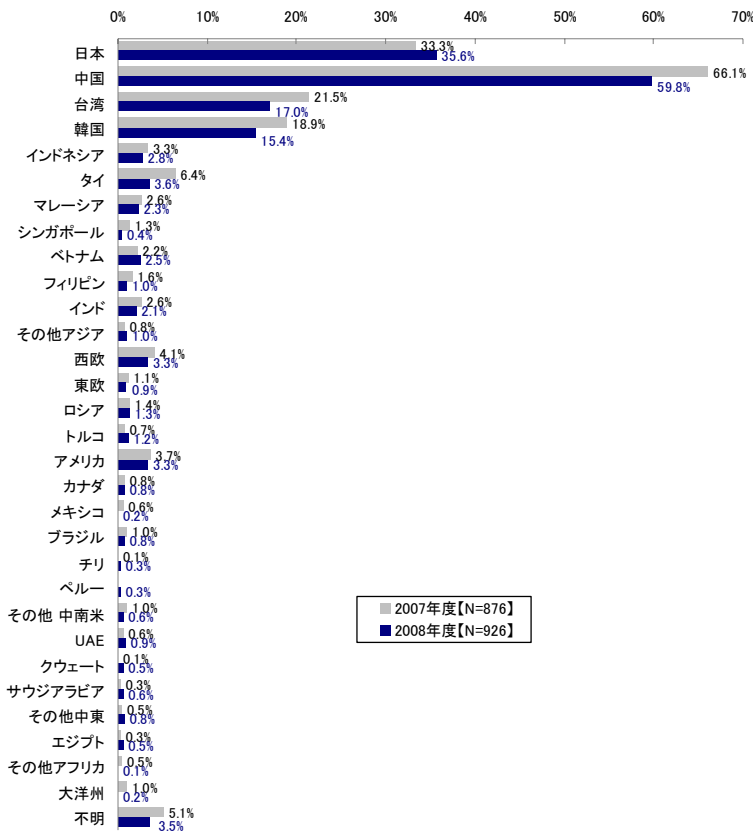


(注) 被害社率: 模倣被害「あり」と回答した企業において、当該国・地域で被害を受けた被害社数の比率。
 被害社率 = 当該国・地域で被害のあった社数 / 模倣被害社総数

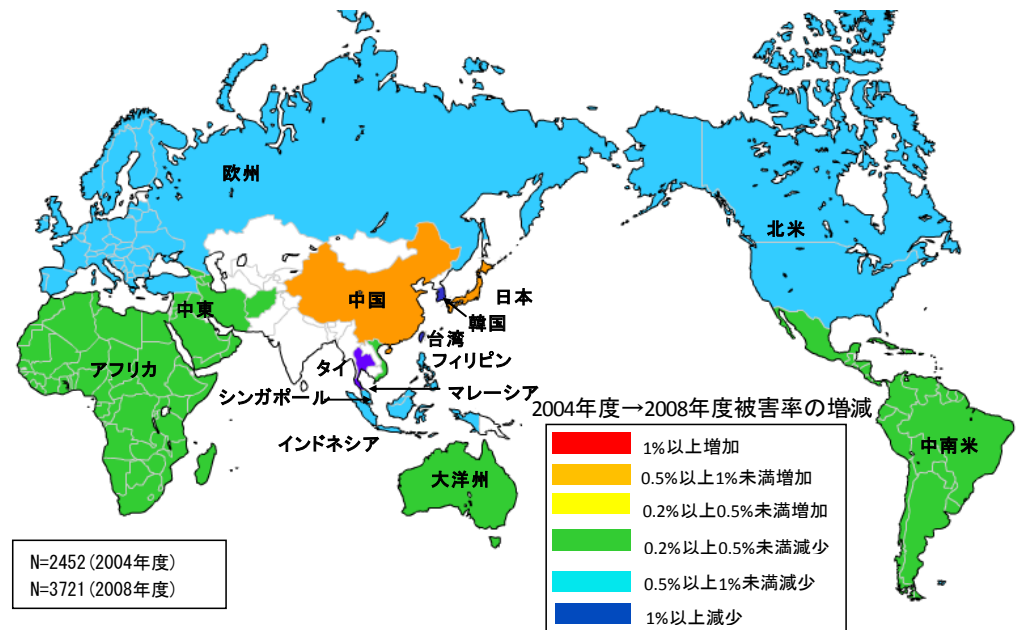
製造国・地域別の被害動向

模倣品製造国としては、中国が高水準で推移し被害社全体の6割近くにのぼる。2004年度から2008年度までの被害率の増減をみると、中国や日本を除き、殆どの国・地域において減少傾向にある。

模倣品の製造国・地域の被害社率



製造国・地域の被害率の推移



(注) 2004年度までの区分に合わせて、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、インドは「その他アジア」にまとめて増減を計算した。

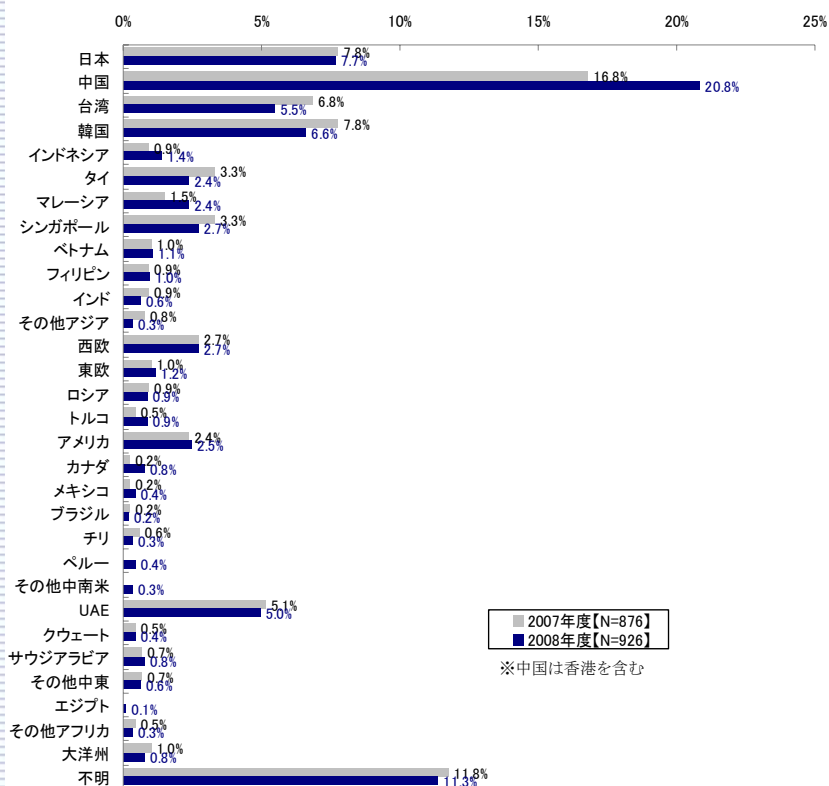
※図中の%は%ポイントを表す

※被害率＝当該国・地域の被害社数／総回答社数

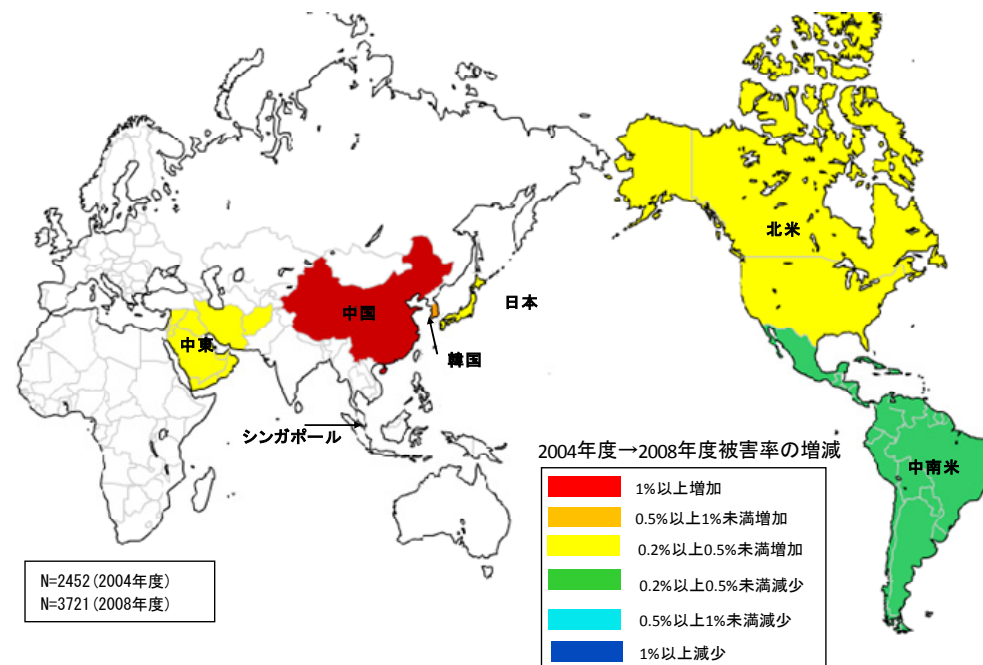
経由国・地域別の被害動向

模倣品の経由国・地域については、中国を筆頭に東アジアの模倣被害が中心。2004年度から2008年度までの被害率の増減では、日本、中国、韓国、北米、中東、マレーシア、欧州、大洋州などで増加傾向がみられる。

経由国・地域別の被害社率



経由国・地域の被害率の推移



(注) 2004年度までの区分に合わせて、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、インドは「その他アジア」にまとめて増減を計算した。

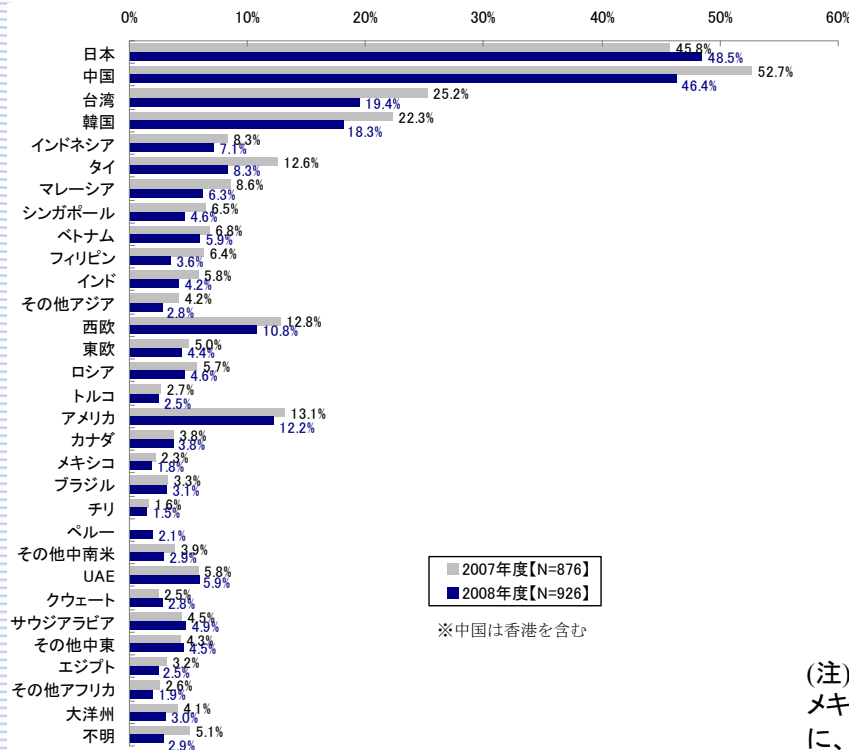
※図中の%は%ポイントを表す

※被害率 = 当該国・地域の被害社数 / 総回答社数

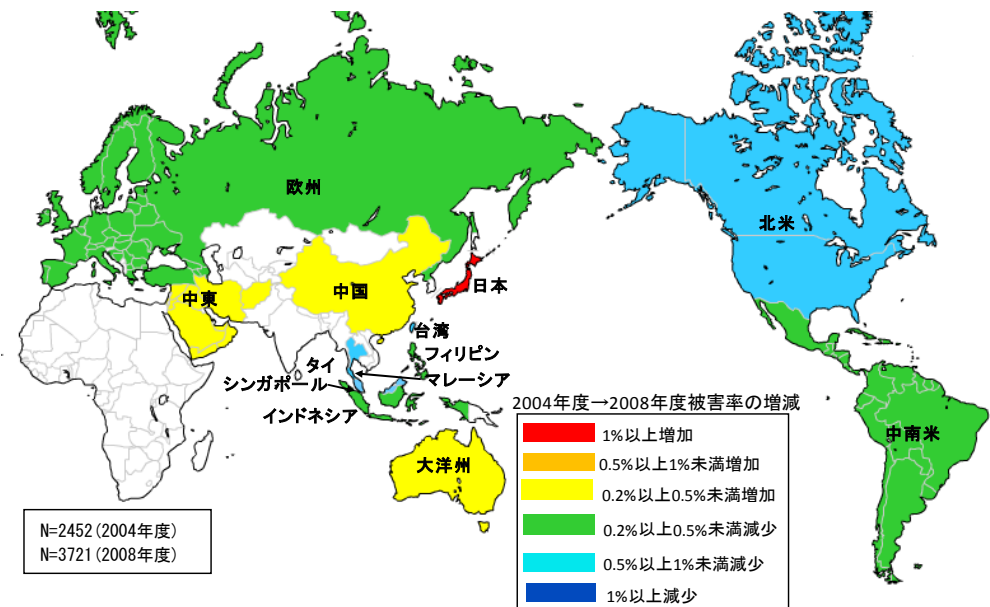
販売消費国・地域別の被害動向

模倣品の販売消費国・地域については、日本及び中国が突出。その他のアジア地域や、アメリカ、西欧での被害社率が高い。2004年度から2008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増加傾向にあり、北米、タイ、マレーシア等は減少しているが、中国と中東等では増加傾向が確認される。

販売消費国・地域別の被害社率



販売消費国・地域の被害率の推移



(注) 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、ペルーは「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

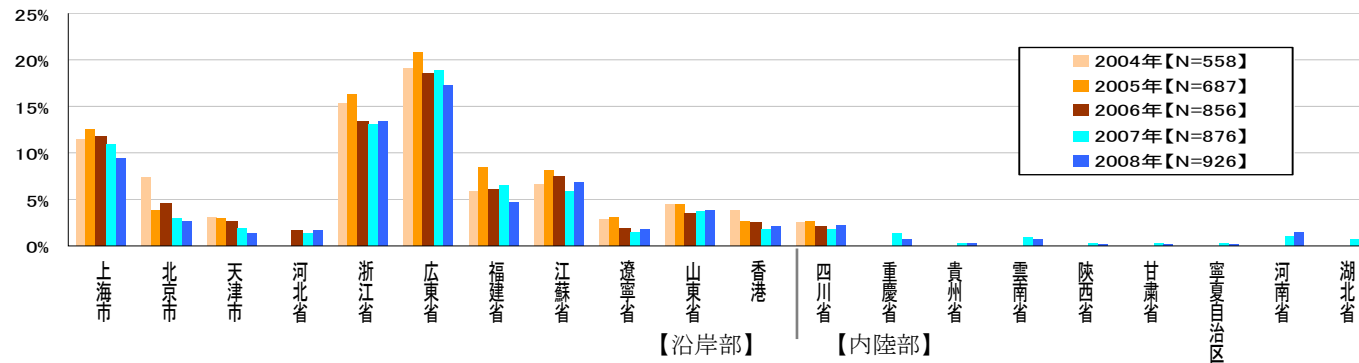
※図中の%は%ポイントを表す

※被害率 = 当該国・地域の被害社数 / 総回答社数

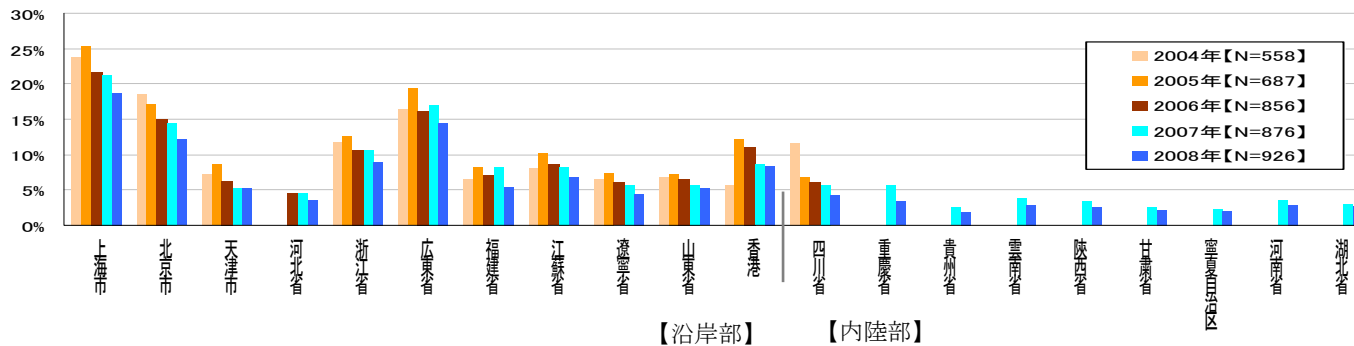
中国における模倣被害の状況

中国における都市・地域別の被害状況をみると、製造・経由被害ともに、沿岸部での被害率が高い。販売消費都市・地域については、2004年度比で香港が拡大傾向にあり、四川省は大幅な減少傾向にある。

中国の主な模倣品製造都市・地域の被害社率の推移



中国の主な模倣品販売消費都市・地域の被害社率の推移

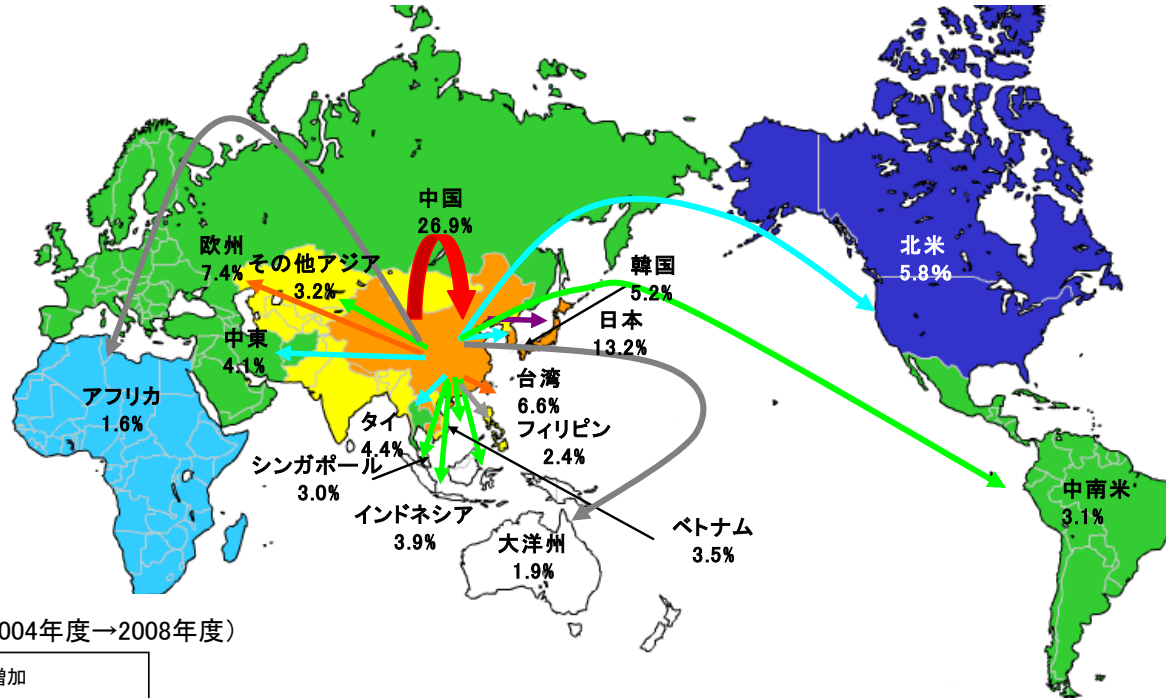


(注) 2006年度より河北省、2007年度より内陸部のデータを追加

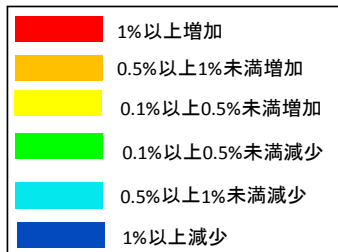
模倣品の流通構造 (中国で製造された模倣品の販売消費国・地域)

中国製模倣品の被害社の26.9%は中国で消費と回答。次いで、日本、欧州、台湾、北米が続く。

中国で製造された模倣品の販売消費国・地域(流出先)

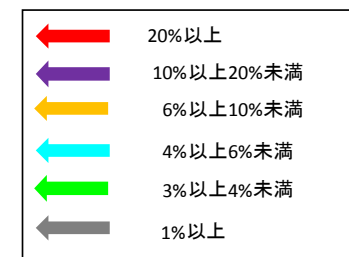


回答比率の増減(2004年度→2008年度)



※増減の%は%ポイントを表す

2008年度の回答比率の構成比

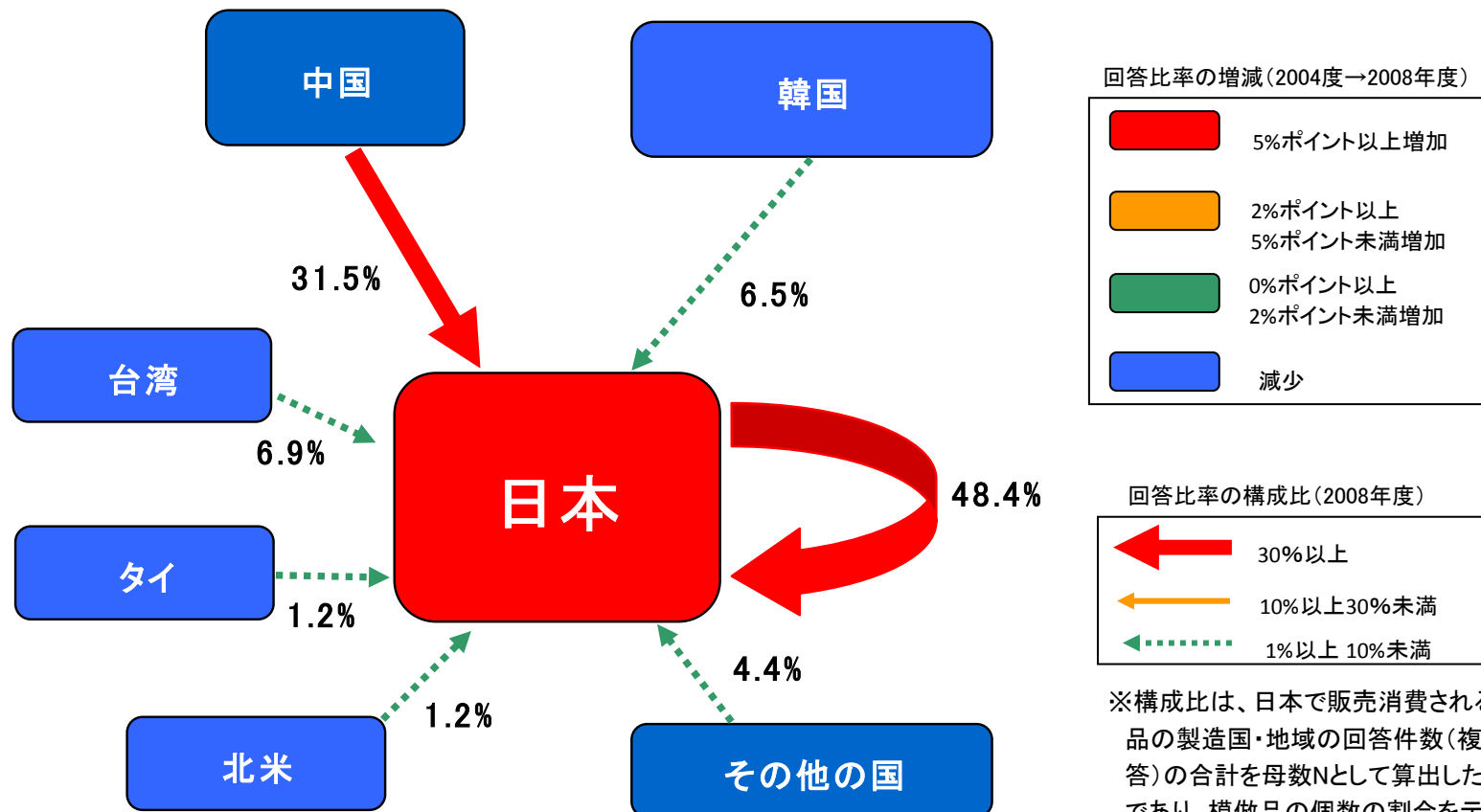


※構成比は、中国製模倣品の販売消費国・地域の回答件数(複数回答)の合計を母数Nとして算出したものであり、模倣品の個数の割合を示すものではないことに留意。

模倣品の流通構造 (国内で販売消費される模倣品の製造国・地域)

国内で販売消費された模倣品の製造元は48.4%の企業が日本と回答。

日本で販売消費される模倣品の流入元

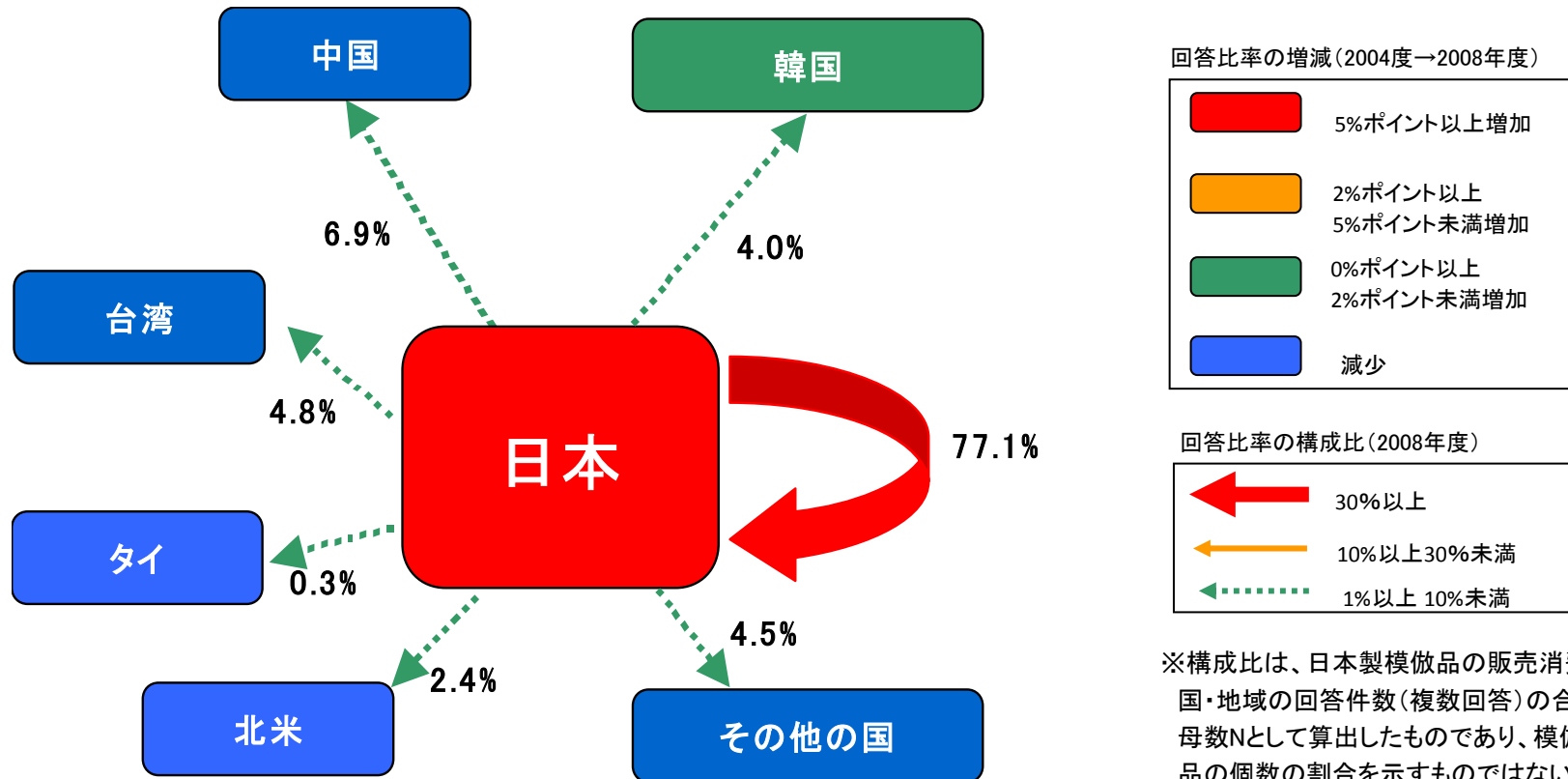


※構成比は、日本で販売消費される模倣品の製造国・地域の回答件数(複数回答)の合計を母数Nとして算出したものであり、模倣品の個数の割合を示すものではないことに留意。

模倣品の流通構造 (国内で製造された模倣品の販売消費国・地域)

日本製の模倣品被害社の殆どがそれを国内で販売消費されている。5年経過の推移では増加。

日本で製造される模倣品の販売消費国・地域(流出先)



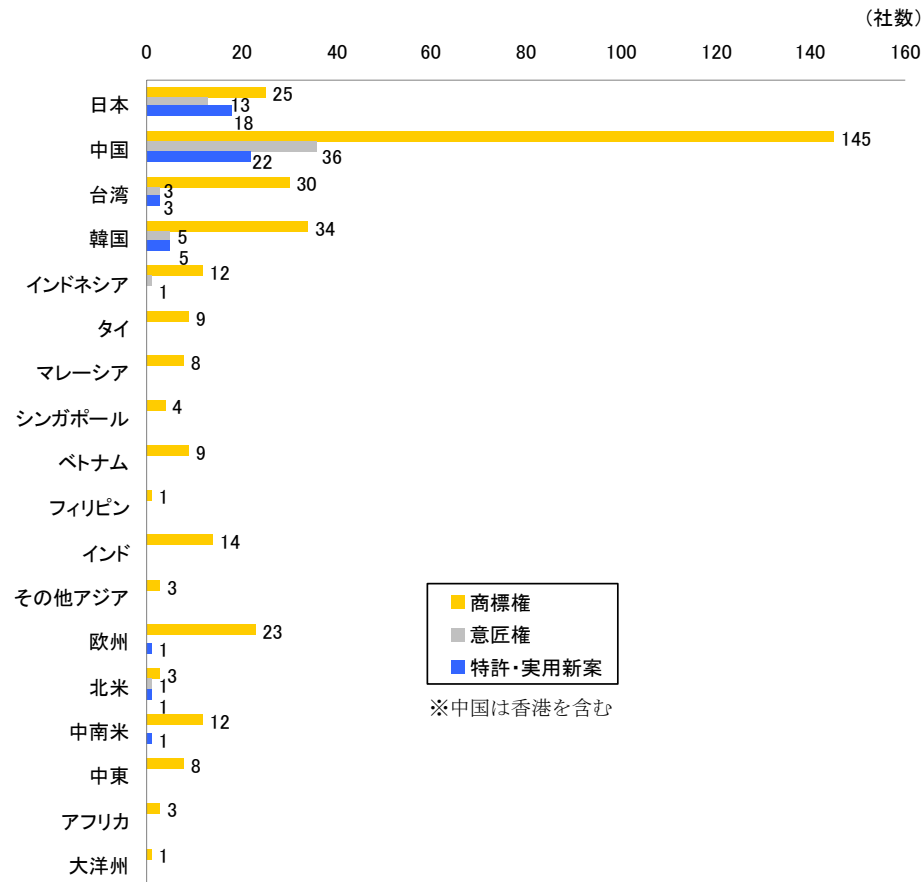
※構成比は、日本製模倣品の販売消費国・地域の回答件数(複数回答)の合計を母数Nとして算出したものであり、模倣品の個数の割合を示すものではないことに留意。

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。

各国における不正な権利取得の被害社数

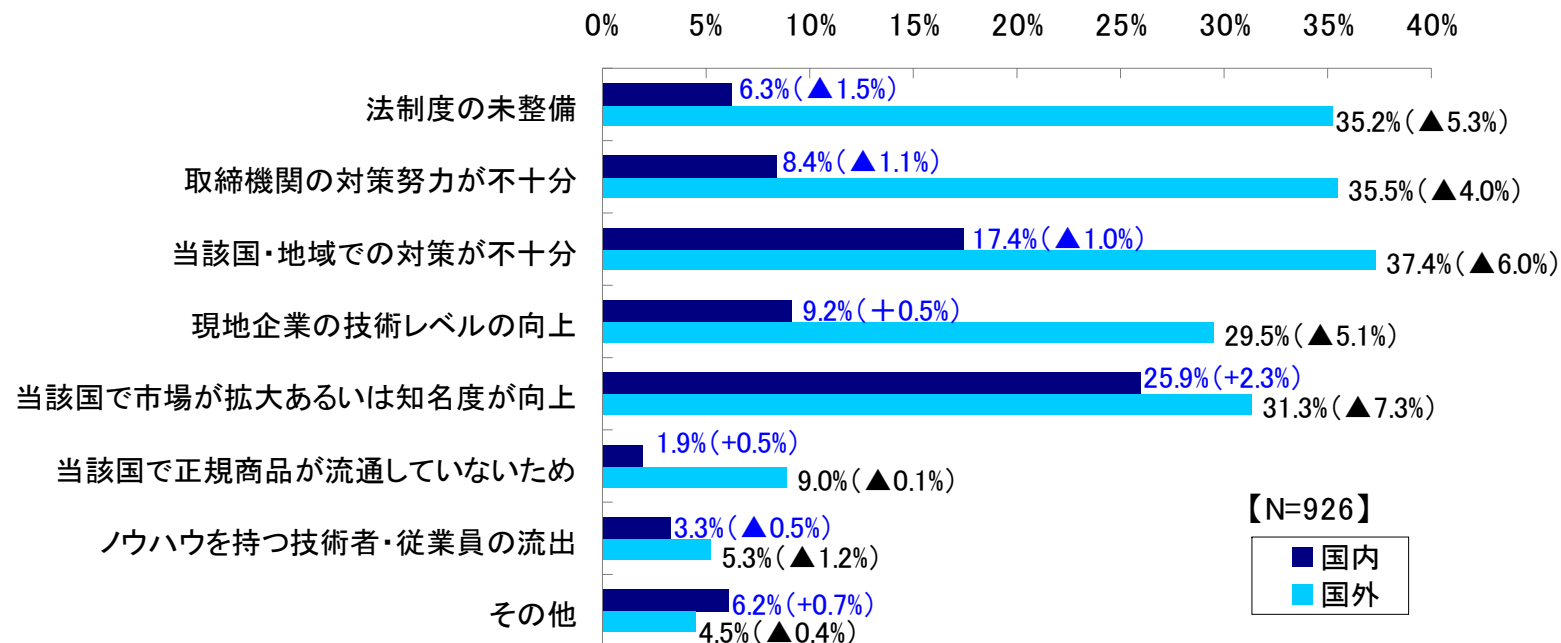


3. 模倣被害の発生要因と内容・品質・価格

国内外での模倣被害の発生要因

模倣被害の発生要因は、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上位。

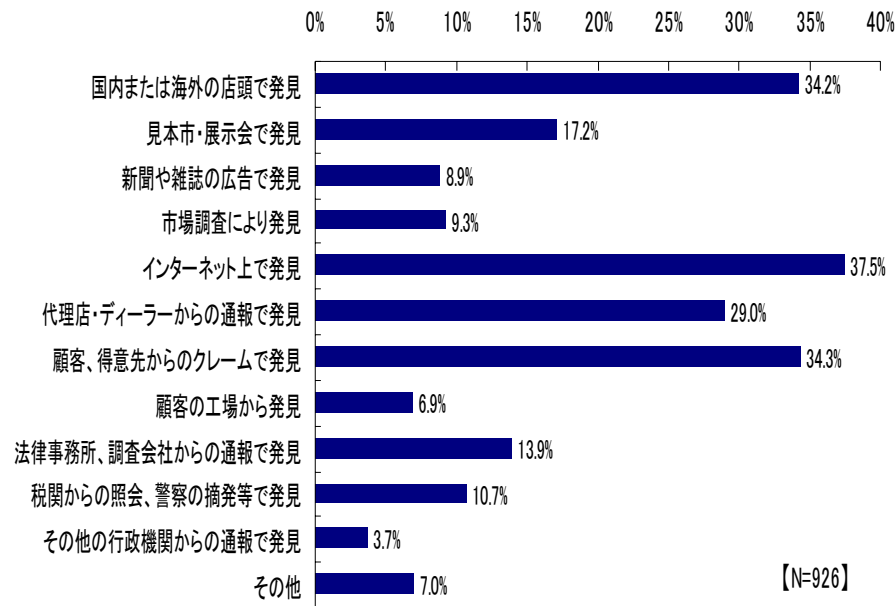
国内外の模倣被害発生要因



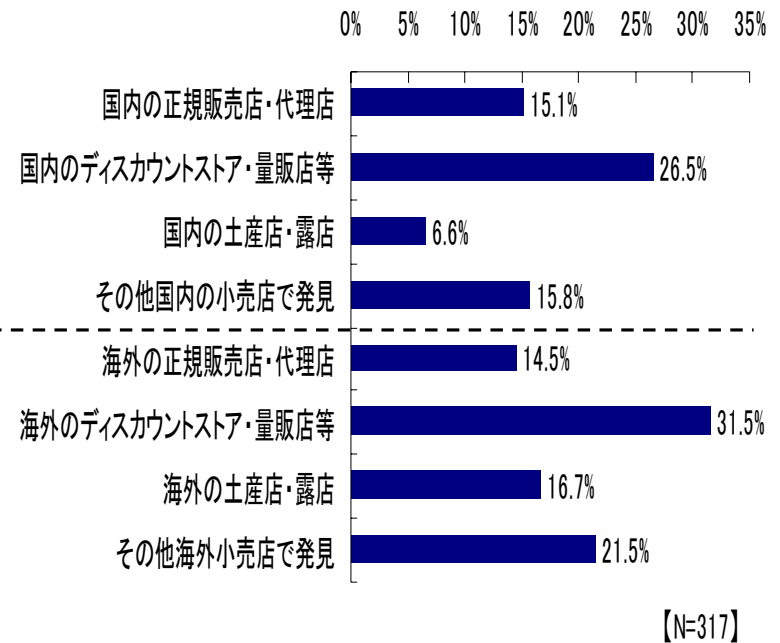
模倣被害の発見の契機

インターネット上での発見、顧客、得意先からのクレーム、店頭発見が上位を占める。

模倣被害の発見の契機



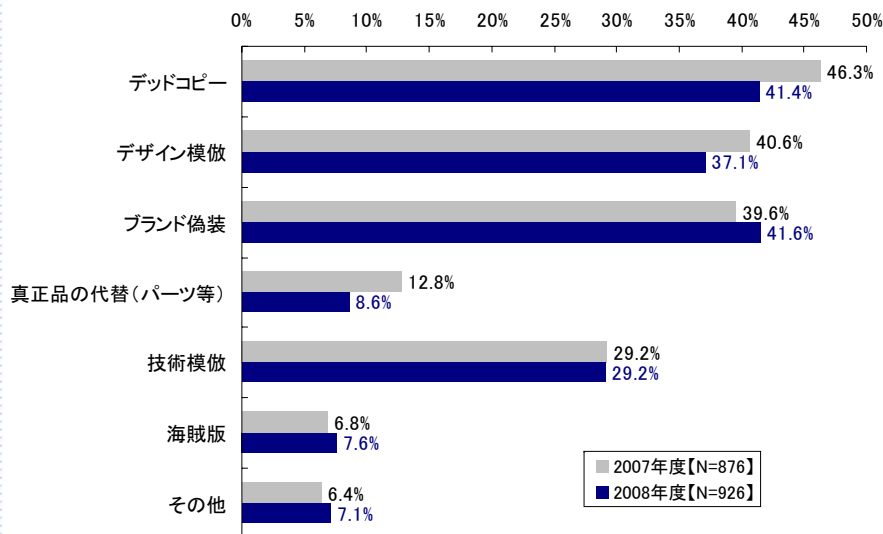
模倣被害を発見した店頭の種類



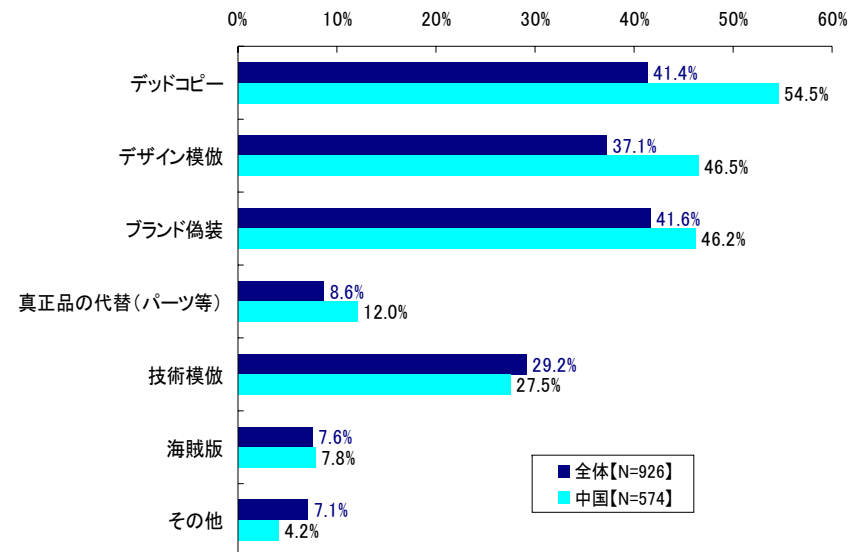
模倣被害の内容

模倣品の内容としては、ブランド偽装、デッドコピー、デザイン模倣が上位を占める。中国で模倣被害を受けた企業の模倣品の内容は、デッドコピーの割合が高く、技術模倣の割合は比較的低い。

模倣被害の内容に関する状況



中国における模倣被害の内容に関する状況



「デッドコピー」は、製品のデザイン・パッケージなどの形態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。

「パーツ等の真正品の代替」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。

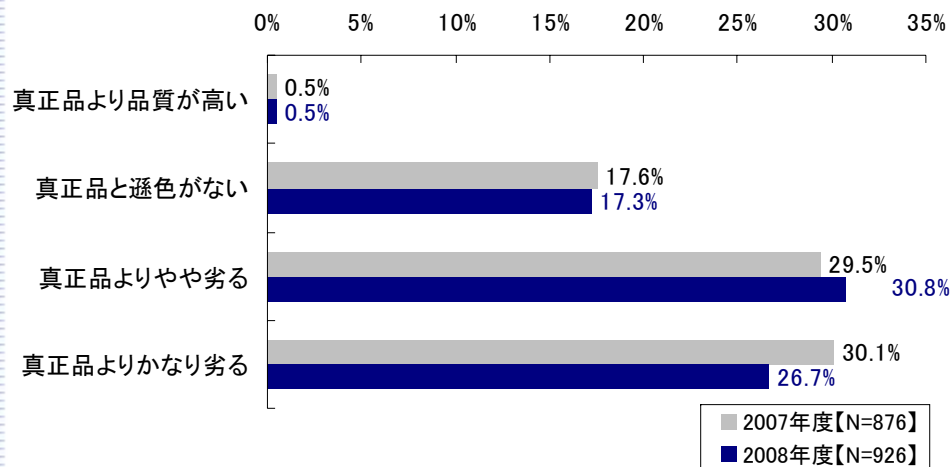
「技術模倣」とは製品技術や製品機能を権利者の許諾なしに模倣し、自社製品に取り込んでいるものをさす。

「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。

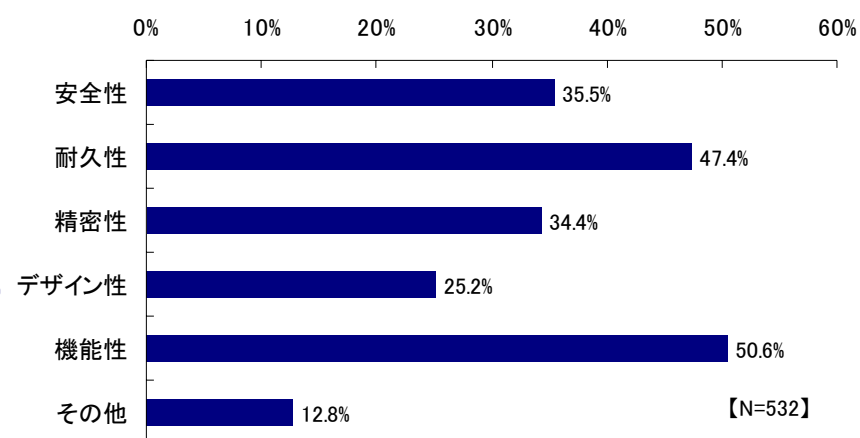
模倣品の品質

品質面では、57.5%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。

模倣品の品質（単数回答）



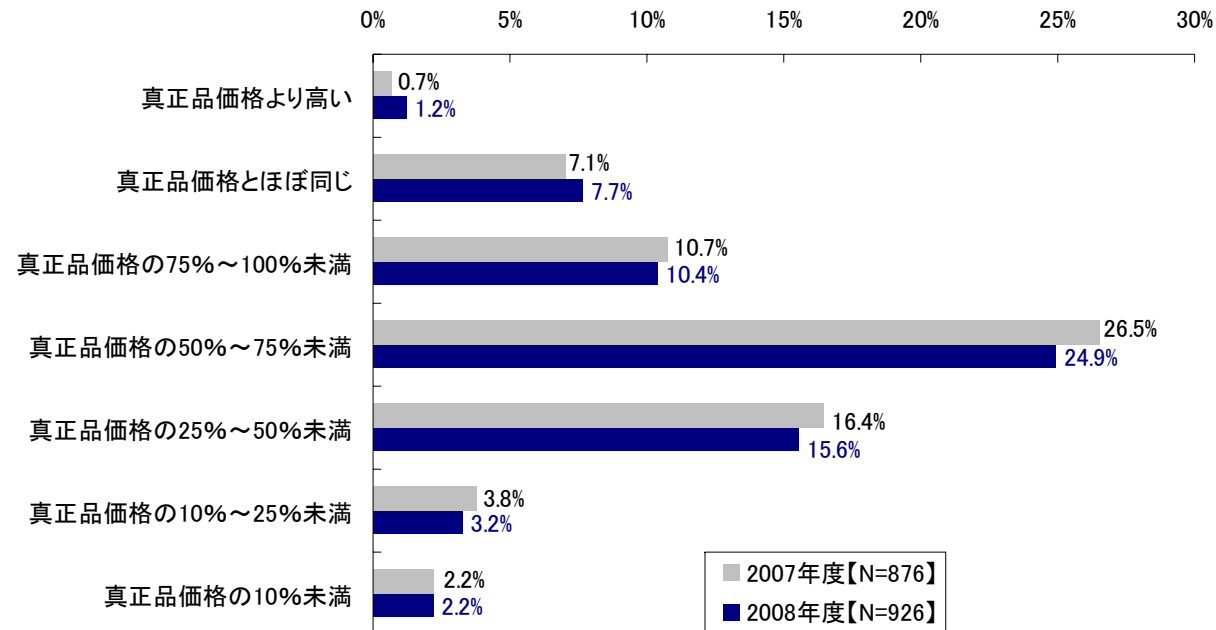
模倣品の品質が劣る内容



模倣品の価格水準

模倣品の価格は一般的に真正品より低価格で、真正品価格の50%～75%未満が上位。

模倣品の価格水準（単数回答）

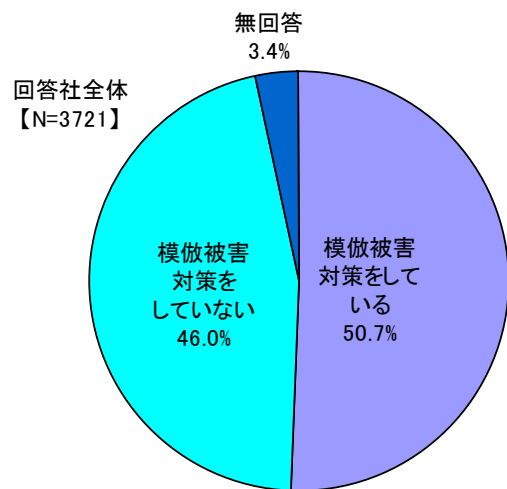


4. 模倣被害対策の実施状況

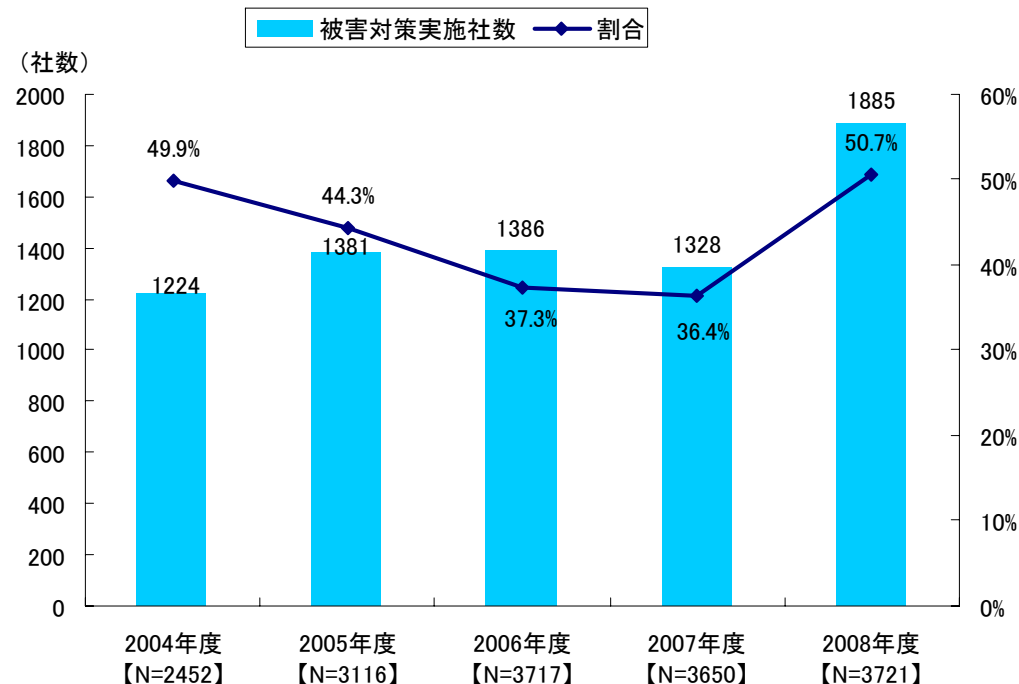
模倣被害対策の状況

全体の50.7%の企業で模倣被害対策を実施。被害対策率は大幅増加に転じる。

対策実施企業の構成比(単数回答)



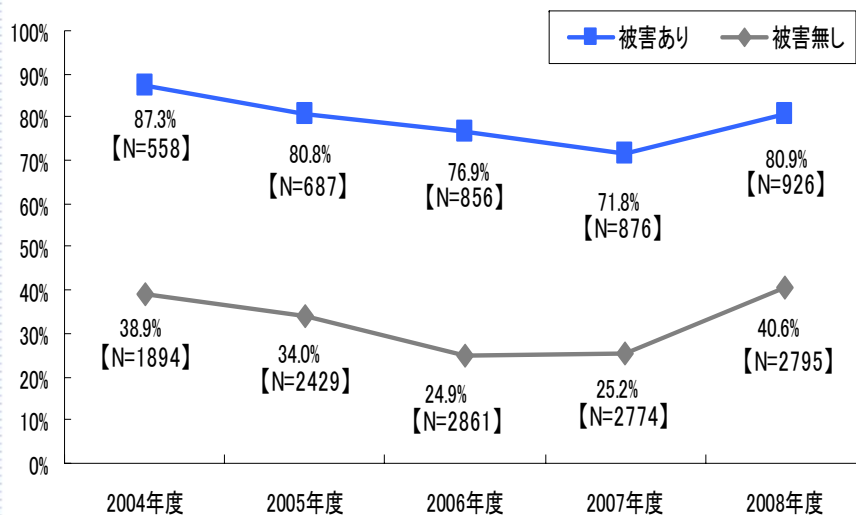
模倣被害対策実施率の推移



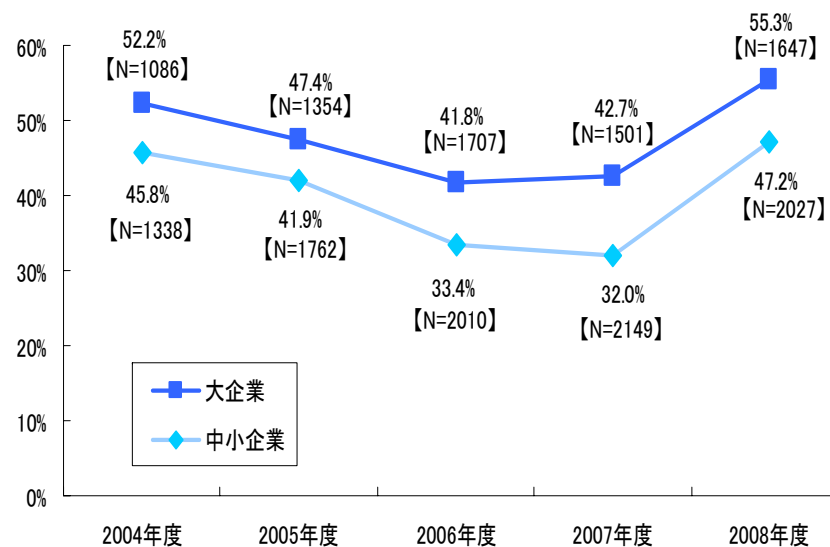
模倣被害対策の属性別実施状況

模倣被害を受けた企業では模倣被害対策の実施率が約8割と、対策を講じていると回答した企業数は大幅に増加した。また、2008年度は大企業、中小企業ともに増加し、特に中小企業の増加率が高い。

模倣被害の有無別の被害対策実施率の推移



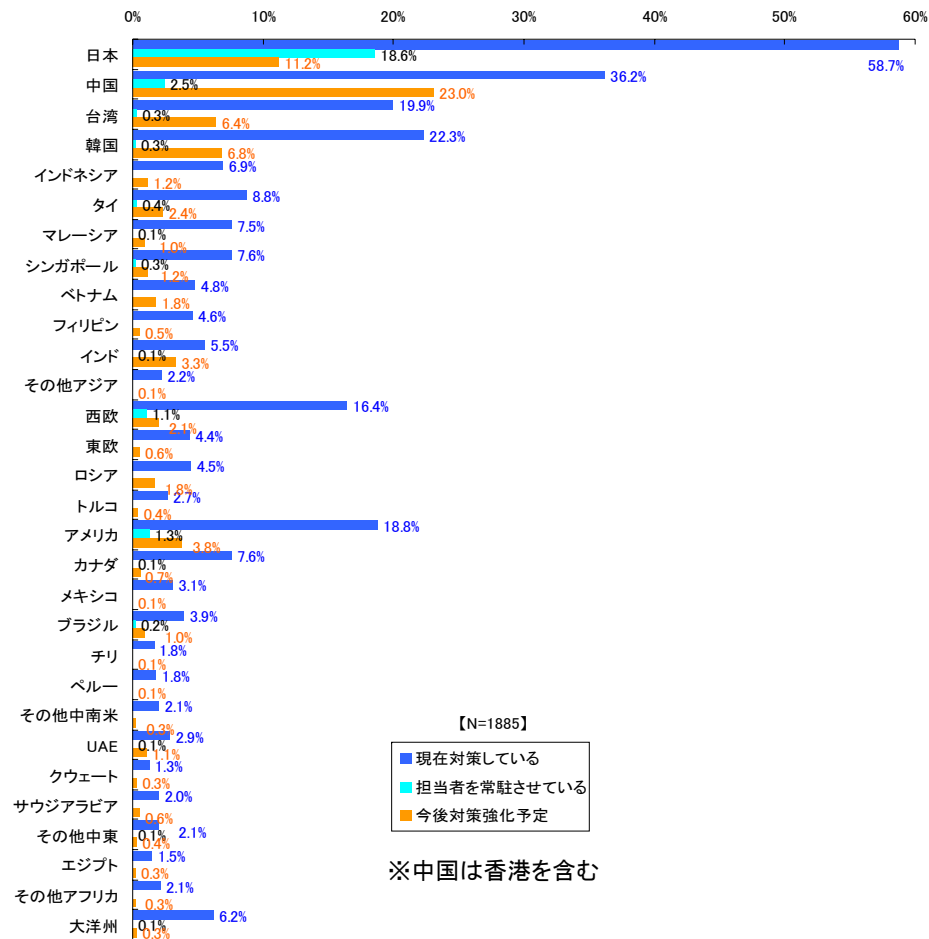
企業規模別の模倣被害対策実施率の推移



国・地域別の模倣被害対策の状況

現在の模倣被害対策は、アジア地域での実施が中心。

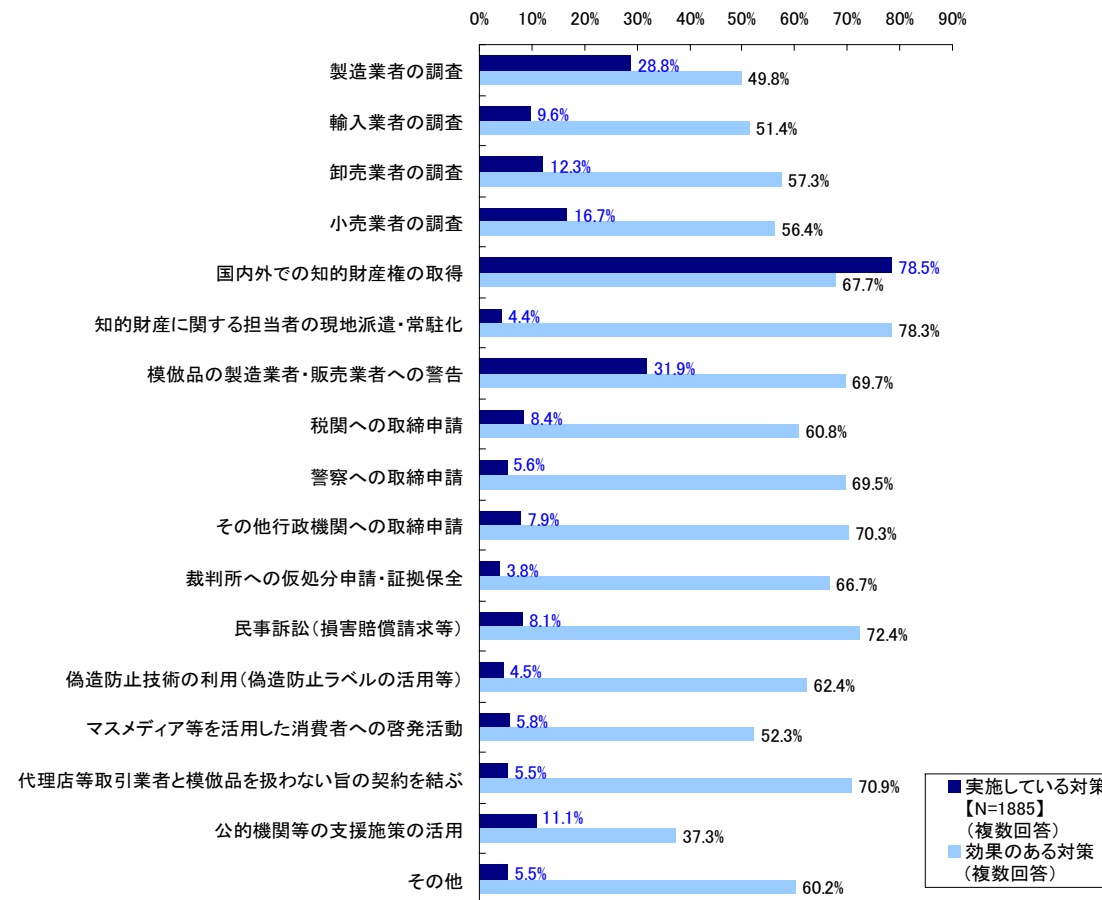
現在の国・地域別の模倣被害対策の実施状況



模倣被害対策の内容と効果

実施している対策内容は、国内外での知的財産権の取得が圧倒的に多い。

現在実施している模倣被害対策の内容と効果



(注) 効果のある対策は、実施している対策ごとに回答のあった企業数を100%としている。

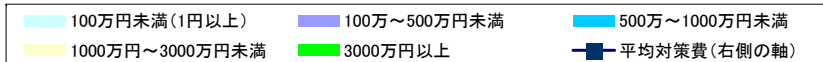
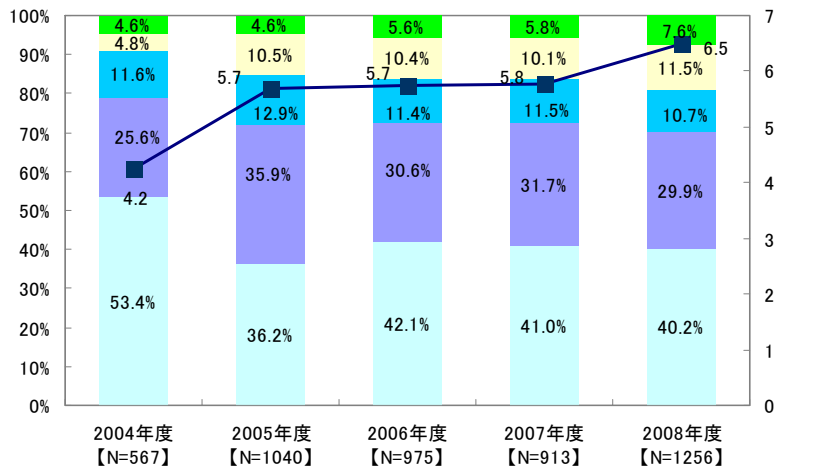
模倣被害対策費の動向

2008年度の1社あたりの模倣被害対策費は約650万円となり、前年度比増加。模倣被害対策費の支出規模をみると、企業規模に応じて模倣被害対策費も多くなる傾向がみられる。

模倣被害対策費の構成と平均被害対策費の推移

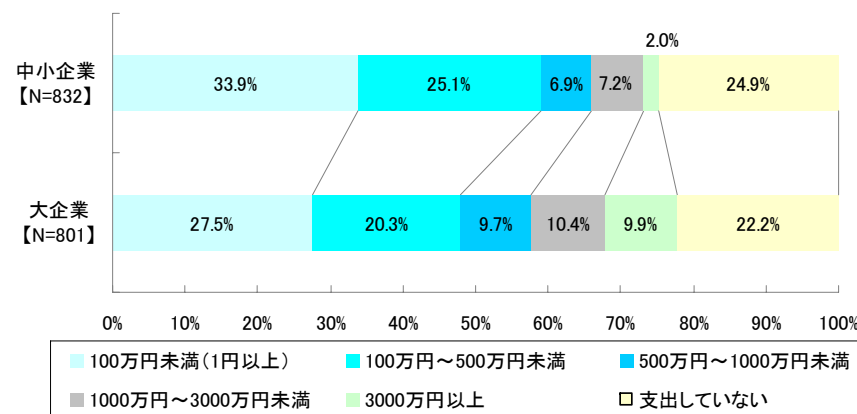
(単数回答)

(百万円)



企業規模別の模倣被害対策費の構成

(単数回答)



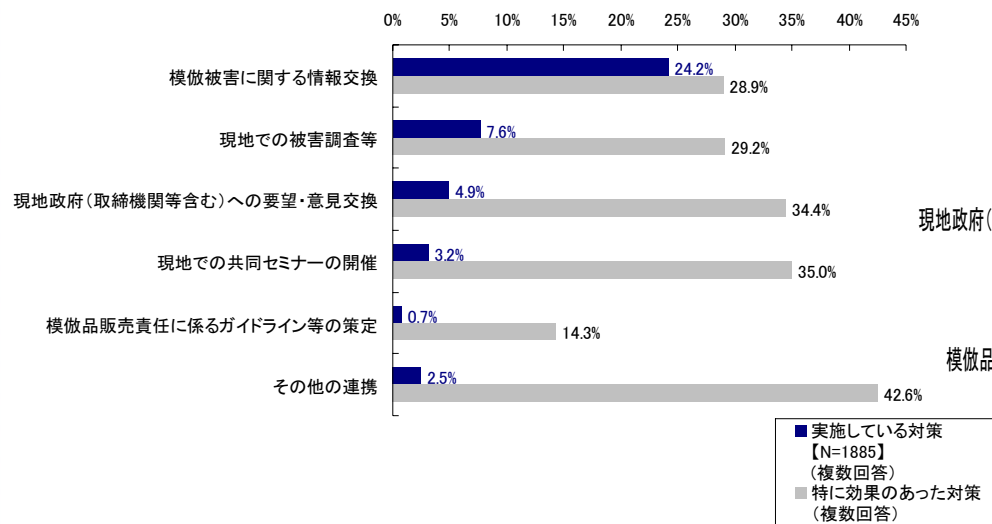
(注) 平均対策費は各ランクの代表値に中央値を用いて算出。

3千万円以上の支出は一律3千万円(下限値)に固定した。有効回答社のみを集計。

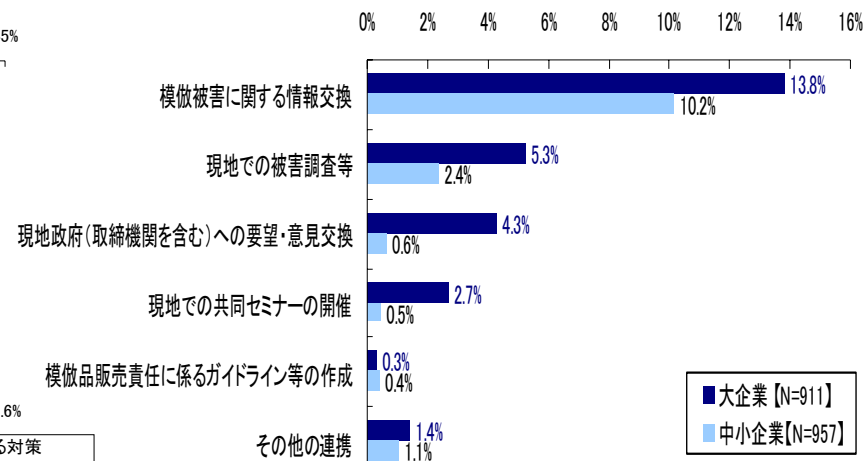
模倣被害対策における企業間連携

実施している企業間連携は模倣被害に関する情報交換、現地での被害調査等が上位。中小企業では情報交換、現地調査にとどまるが、大企業では現地政府への要望、共同セミナー等を実施するなど、連携活動の幅が広い。

模倣被害対策における企業間連携の実施状況



企業規模別の企業間連携の実施状況

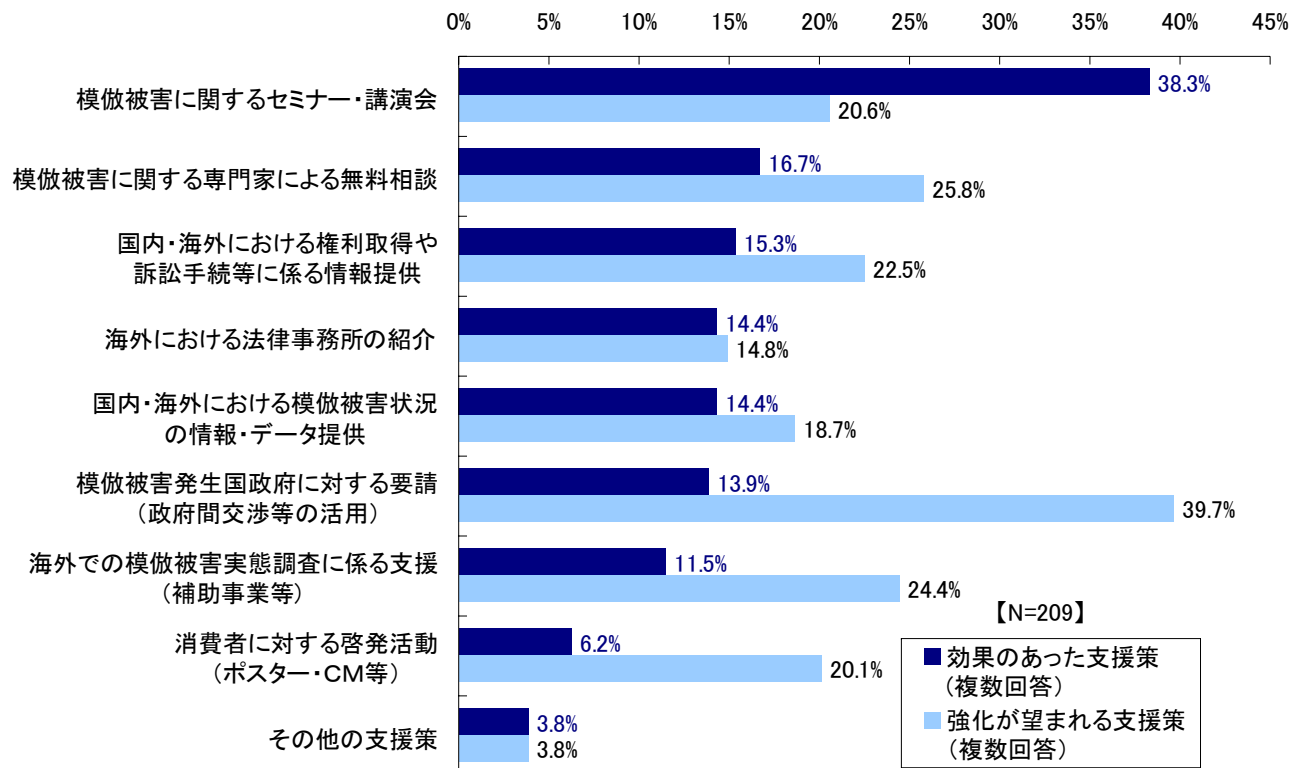


(注) 特に効果のあった対策は、実施している対策ごとに回答のあった企業数を100%としている。

公的機関による支援策

模倣被害対策に関する公的機関等の支援施策では、セミナー・講演会との回答が圧倒的に多い。今後支援の強化が望まれる施策としては被害発生国政府への要請が最も多い。

公的機関による支援施策

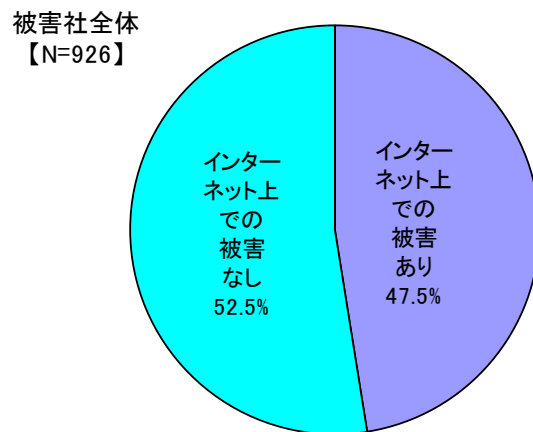


5. インターネットによる模倣被害状況

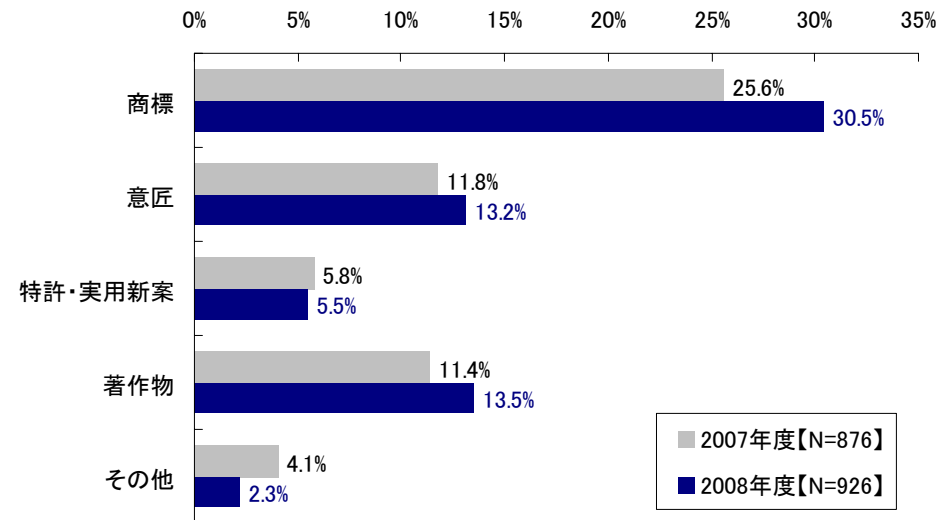
インターネット上の模倣被害率

模倣被害社全体の約5割がインターネット上の模倣被害を受けている。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。2007年度との比較では、特許・実用新案の被害率は微減しているものの、商標、意匠、著作物ともに被害率は増加している。

インターネット上の模倣被害状況 (単数回答)



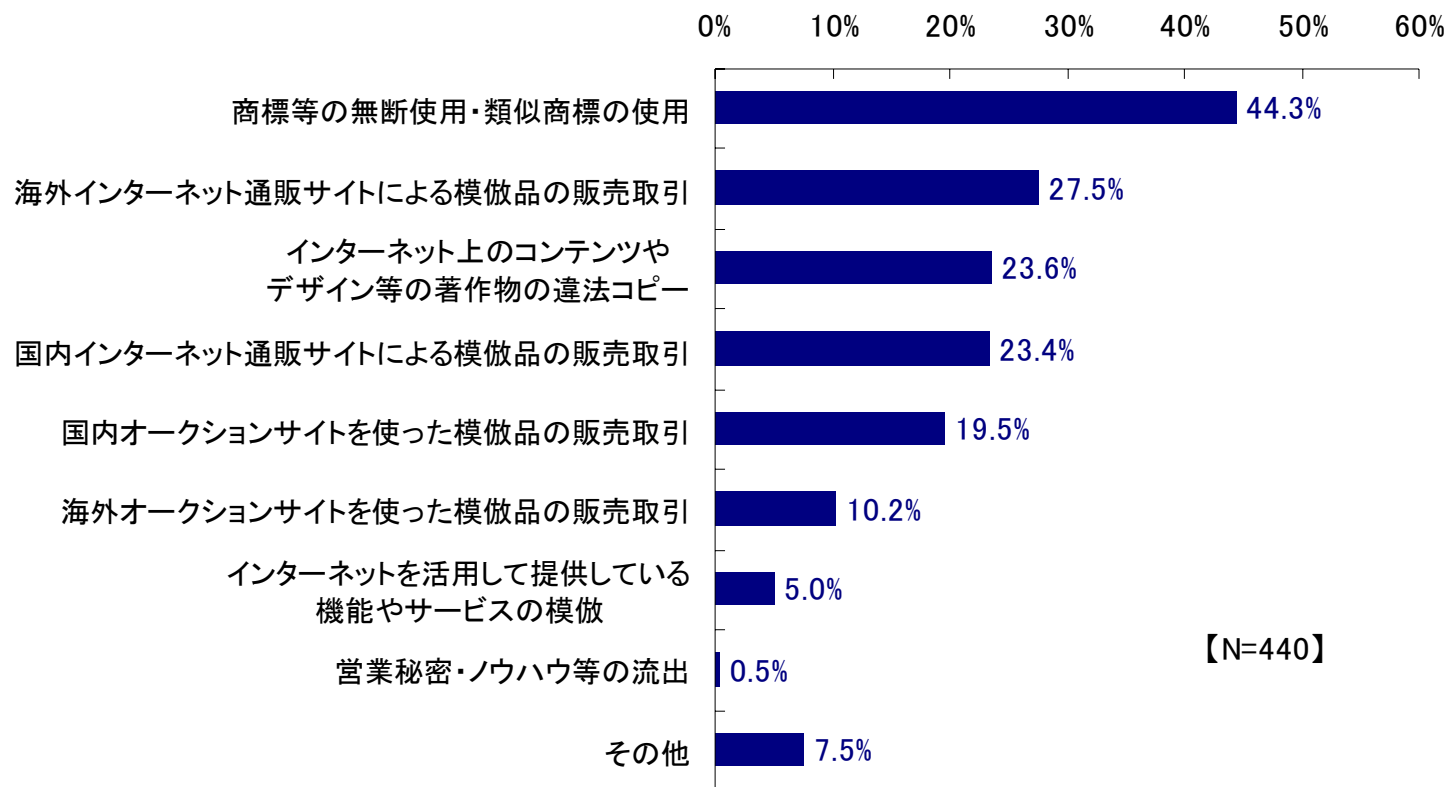
インターネット上の権利別の模倣被害率



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の模倣被害の内容



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講じた対策および効果がある対策は、販売・出店業者への通報・警告、弁理士や弁護士を通じた法的手段の検討がいずれも上位。

インターネット上の模倣被害に対して講じた対策

