

Ⅱ. 上位 4 分野 商品別調査分析結果

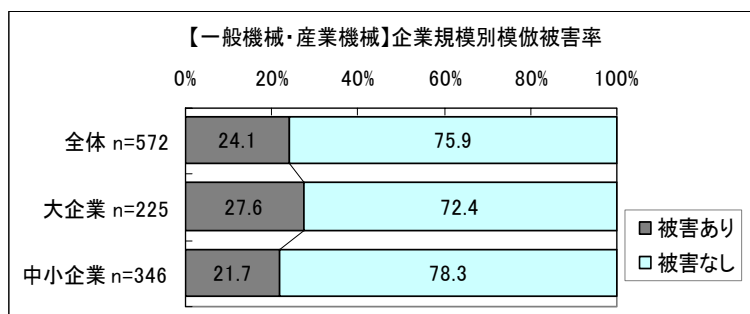
一般機械・産業機械

| 商品分野 | 取扱商品・サービス |
|------|--|
| 一般機械 | エアコン、冷蔵庫、ミシン、電子レンジ、炊飯器・ポット、電気ひげそり、保安用機器、医療用機器 |
| 産業機械 | 計測・制御装置、木材加工機、印刷・製本機、半導体製造装置、その他製造機械、真空装置・ポンプ、油圧・空圧機、冷凍・加温装置、エレベータ・エスカレータ、自動販売機、工具（パンチ等） |

1. 模倣被害の状況

一般機械・産業機械の模倣被害率（全体）は24.1%で、今回の調査における総回答社数における模倣被害率24.6%に比べて、0.5%ポイント下回っている。

また、企業規模別にみると、大企業の模倣被害率は27.6%、中小企業では21.7%で、総回答の傾向（大企業27.6%、中小企業22.5%）と比較すると、一般機械・産業機械では若干中小企業の模倣被害率が低い傾向が窺われる。



※模倣被害率=模倣被害社数/総回答者数

※規模が不明な企業（1社）は集計からは除いている

2. 国・地域別模倣被害状況

製造国・地域ではいずれの権利においても中国での被害が過半数を超え、製造地域としての被害が他の国・地域と比較して圧倒的に多い様子である。また、特許・実用新案の被害においては製造国が日本と回答している企業は48.5%を占めていることも特徴的な結果となった。

経由国・地域ではその他を除き、過半数を超えるものはなかったものの、商標での被害の5割弱が中国との回答であった。

販売消費国・地域では、商標、意匠、特許・実用新案・著作物において中国が過半数であったことに加え、特許・実用新案は中国とほぼ同等の割合で日本との回答が多かった点は特筆すべき点といえる。

| 製造 | 商標 n=62 | 意匠 n=66 | 特許・実用新案 n=68 | 著作物 n=14 | その他 n=8 |
|--------|---------|---------|--------------|----------|---------|
| 日本 | 6.5% | 21.2% | 48.5% | 14.3% | 25.0% |
| 中国 | 77.4% | 84.8% | 61.8% | 64.3% | 62.5% |
| 台湾 | 16.1% | 24.2% | 26.5% | 21.4% | 37.5% |
| 韓国 | 11.3% | 22.7% | 32.4% | 7.1% | 0.0% |
| インドネシア | 4.8% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| タイ | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| マレーシア | 1.6% | 0.0% | 1.5% | 0.0% | 0.0% |
| シンガポール | 1.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| ベトナム | 3.2% | 1.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| フィリピン | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| その他アジア | 0.0% | 0.0% | 1.5% | 0.0% | 0.0% |
| 欧州 | 4.8% | 3.0% | 2.9% | 0.0% | 0.0% |
| 北米 | 0.0% | 1.5% | 4.4% | 0.0% | 12.5% |
| 中南米 | 1.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 中東 | 1.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| アフリカ | 1.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 大洋州 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

| 経由 | 商標 n=31 | 意匠 n=31 | 特許・実用新案 n=23 | 著作物 n=4 | その他 n=2 |
|--------|---------|---------|--------------|---------|---------|
| 日本 | 6.5% | 3.2% | 13.0% | 0.0% | 0.0% |
| 中国 | 48.4% | 38.7% | 26.1% | 25.0% | 50.0% |
| 台湾 | 6.5% | 12.9% | 17.4% | 0.0% | 50.0% |
| 韓国 | 9.7% | 3.2% | 13.0% | 0.0% | 50.0% |
| インドネシア | 0.0% | 0.0% | 4.3% | 0.0% | 0.0% |
| タイ | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| マレーシア | 0.0% | 3.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| シンガポール | 6.5% | 3.2% | 8.7% | 0.0% | 0.0% |
| ベトナム | 0.0% | 3.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| フィリピン | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| その他アジア | 3.2% | 3.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 欧州 | 12.9% | 9.7% | 17.4% | 0.0% | 0.0% |
| 北米 | 6.5% | 3.2% | 4.3% | 0.0% | 0.0% |
| 中南米 | 3.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 中東 | 6.5% | 3.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| アフリカ | 3.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 大洋州 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

| 販売消費 | 商標 n=55 | 意匠 n=64 | 特許・実用新案 n=63 | 著作物 n=11 | その他 n=9 |
|--------|---------|---------|--------------|----------|---------|
| 日本 | 5.5% | 32.8% | 52.4% | 18.2% | 22.2% |
| 中国 | 72.7% | 79.7% | 57.1% | 54.5% | 55.6% |
| 台湾 | 18.2% | 34.4% | 33.3% | 0.0% | 11.1% |
| 韓国 | 18.2% | 34.4% | 39.7% | 9.1% | 0.0% |
| インドネシア | 12.7% | 12.5% | 6.3% | 0.0% | 0.0% |
| タイ | 10.9% | 9.4% | 7.9% | 0.0% | 0.0% |
| マレーシア | 10.9% | 15.6% | 7.9% | 0.0% | 0.0% |
| シンガポール | 5.5% | 10.9% | 6.3% | 0.0% | 0.0% |
| ベトナム | 9.1% | 10.9% | 3.2% | 0.0% | 0.0% |
| フィリピン | 1.8% | 6.3% | 3.2% | 0.0% | 0.0% |
| その他アジア | 16.4% | 10.9% | 4.8% | 9.1% | 0.0% |
| 欧州 | 14.5% | 14.1% | 12.7% | 0.0% | 0.0% |
| 北米 | 3.6% | 12.5% | 19.0% | 0.0% | 22.2% |
| 中南米 | 12.7% | 9.4% | 3.2% | 0.0% | 0.0% |
| 中東 | 18.2% | 10.9% | 3.2% | 0.0% | 0.0% |
| アフリカ | 9.1% | 6.3% | 4.8% | 0.0% | 0.0% |
| 大洋州 | 0.0% | 6.3% | 3.2% | 0.0% | 0.0% |

※%は権利別社数（n）を100%として算出している

3. 中国での被害地域

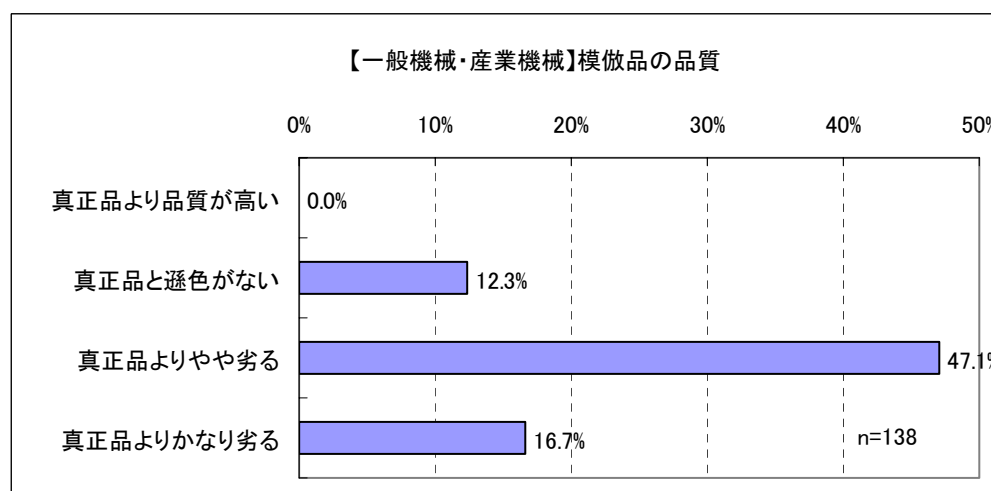
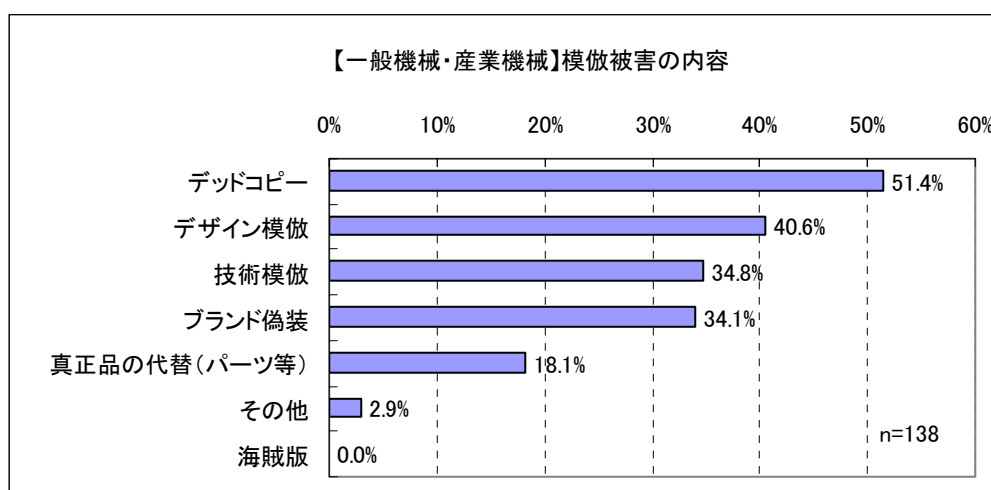
中国での被害地域をみると、中国の製造被害地域で回答のあった66社のうち30社が「広東省」と回答し、45.5%を占めている。次いで「浙江省」が27社（40.9%）、「上海市」が21社（31.8%）となり、沿岸部を中心にいずれの地域においても製造被害が一定程度あることがわかった。

また、中国の販売消費被害地域で回答のあった62社のうち37社が「上海市」と回答し、59.7%を占めている。次いで、「広東省」が30社（48.4%）、「北京市」が21社（33.9%）と続いた。

4. 模倣被害の内容・模倣品の品質

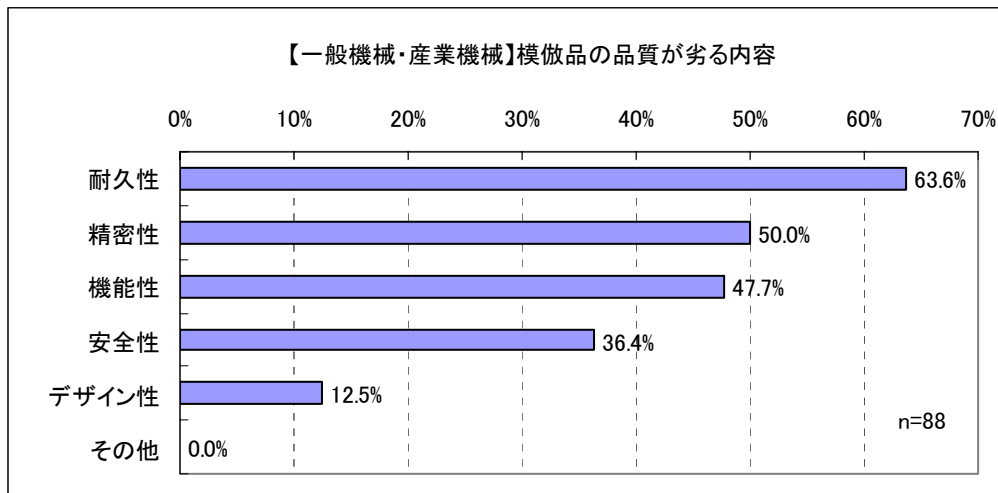
模倣被害の内容は、「デッドコピー」が51.4%を占めている。総回答結果では「デッドコピー」は42.2%であることから、一般機械・産業機械の割合は総回答結果と比較すると高くなっており、特筆すべき内容といえる。

模倣品の品質は、「真正品よりやや劣る」が最も多く、47.1%と5割近くを占めている。総回答結果の「真正品よりやや劣る」は30.6%であるため、一般機械・産業機械では比較的「真正品よりやや劣る」とする回答割合が高い傾向がみられる。一方で「真正品よりかなり劣る」は16.7%にとどまり、総回答結果での「真正品よりかなり劣る」（25.8%）であるのに比べると、やや低い結果となった。



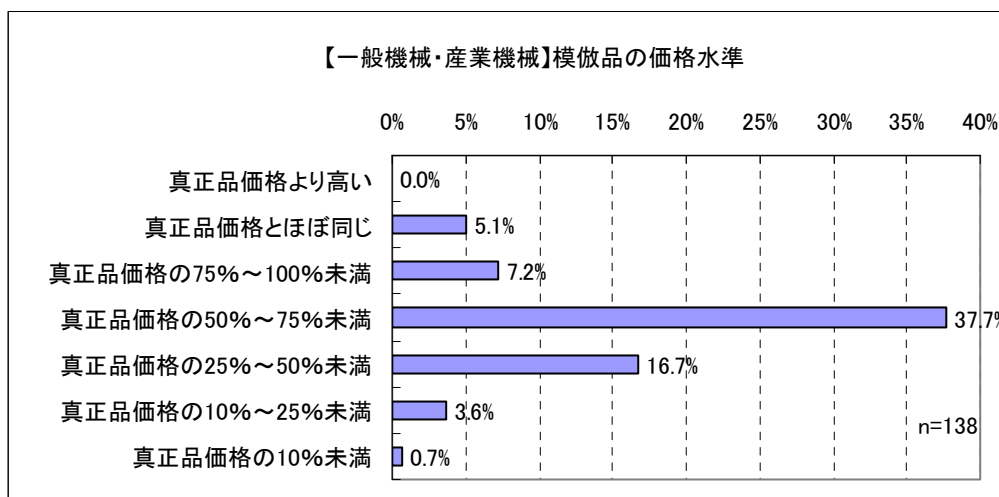
5. 模倣品の品質が劣る内容

模倣品の品質が劣る内容は、「耐久性」が63.6%を占めている。総回答結果である「耐久性」(48.2%)と比較すると、一般機械・産業機械の割合は高く、特筆すべき内容といえる。また、「精密性」も50.0%と半数になっていることも当該商品分野の特徴といえる。



6. 模倣品の価格水準

模倣品の価格水準は、「真正品価格の50%~75%未満」が37.7%を占めている。総回答結果の「真正品価格の50%~75%未満」(24.6%)と比較すると、一般機械・産業機械の割合は高く、価格水準が「真正品価格の50%~75%未満」に比較的集中している傾向が窺われる。



7. 模倣品の製造・販売消費の流通パターンにみる模倣被害の内容

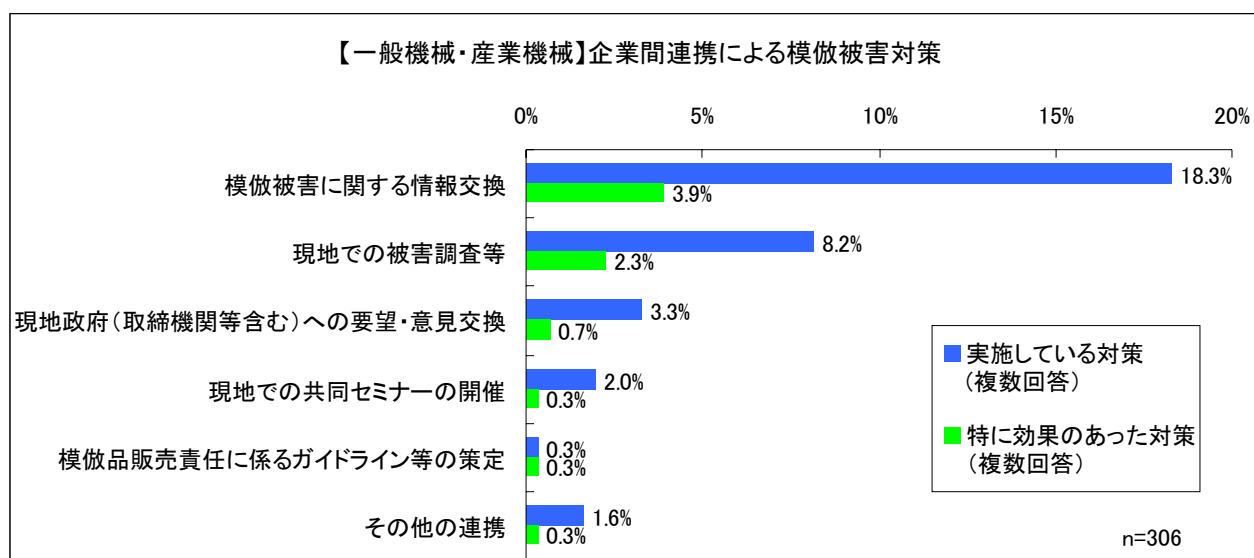
模倣品の製造・販売消費の流通パターンにおいて、販売消費国は「日本」と回答した 46 社のうち、28 社 (60.9%) が日本国内での製造と回答している。さらに、28 社について、模倣品の内容に関する回答をみると、15 社 (53.6%) が「技術模倣」、12 社 (42.9%) が「デッドコピー」と回答している。「技術模倣」と回答した 15 社のうち 6 社 (40.0%) は模倣品の品質について、「真正品と遜色がない」と回答している。また、模倣品の価格水準としては、5 社 (33.3%) が「真正品価格の 50%～75%未満」と回答している、

一方、販売消費国が中国と回答した 76 社では、製造が中国と回答した企業は 70 社 (92.1%)、うち 47 社 (67.1%) が模倣品の内容は「デッドコピー」と回答し、「デザイン模倣」39 社 (55.7%) が続いている。さらに、「デッドコピー」と回答した企業について、模倣品の品質についてみると、「真正品よりやや劣る」との回答が 28 社 (59.6%) となっている。また、模倣品の価格水準としては、23 社 (48.9%) が「真正品価格の 50%～75%未満」と回答している。

模倣品の販売消費国が日本である場合は日本製であるとの回答は約 6 割、その内容は技術模倣である場合が過半数を占め、品質についても真正品と同等以上の場合も 4 割程度、価格については 3 割程度が真正品価格の 50%～75%未満である。しかしながら、販売消費国が中国の場合、中国製であるとの回答は約 9 割と多く、模倣品の内容はデッドコピー、デザイン模倣がそれぞれ過半数を超えている。品質は販売消費および製造国が日本である場合と比較して劣るとの回答が多くみられることから、販売消費国・製造国が異なることで、模倣被害の内容・模倣品の品質について違いがあるものの、価格についてはどちらも同等の傾向が見られた。

8. 企業間連携による模倣被害対策

模倣被害対策のうち、同業他社・業界団体と連携して行った対策について、「模倣被害に関する情報交換」との回答が最も多く、18.3%となっている。総回答結果の「模倣被害に関する情報交換」(23.7%)と比較すると、一般機械・産業機械は 5.4%ポイント低い。また、その他の連携内容についても総回答結果と比較するといずれも割合はわずかながら低く、企業間連携による模倣被害対策の実施は今後の課題であるといえる。



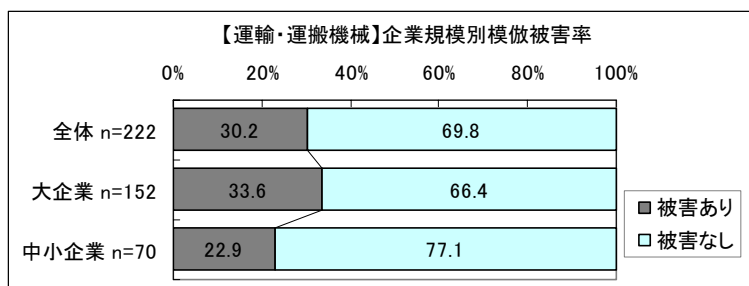
運輸・運搬機械

| 商品分野 | 取扱商品・サービス |
|-----------|---|
| 輸送用機械(車輛) | 自動車、バイク(自動二輪車)、自転車、トラック・バス、農業機械(コンバイン等)、建設機械(フォークリフト、クローラ等)、車輛付属品・パーツ |
| その他輸送用機械 | 鉄道車両・同部品、船舶・船用機関、航空機・同附属品 |

1. 模倣被害の状況

運輸・運搬機械の模倣被害率(全体)は30.2%で、今回の調査における総回答社数における模倣被害率24.6%に比べて、5.6%ポイント上回っている。

また、企業規模別にみると、大企業の模倣被害率は33.6%、中小企業では22.9%で、総回答の傾向(大企業27.6%、中小企業22.5%)と比較すると、運輸・運搬機械ではいずれも模倣被害率が高い傾向が窺われる。



※模倣被害率=模倣被害社数/総回答者数

2. 国・地域別模倣被害状況

製造国・地域ではいずれの権利においても中国での被害が過半数を超え、製造地域としての被害が他の国・地域と比較して圧倒的に多い様子である。

経由国・地域では商標での被害の50.0%が中東との回答で、中国の14.3%を35.7%ポイント上回っていることは特筆すべき点といえる。

販売消費国・地域では、商標、意匠において中国での被害が7~8割を占めていることに加え、特許・実用新案は中国の48.1%、著作物においては日本が50.0%となっている。また、商標では、中国に続き台湾、日本のいずれも3割を超えて多くなっている様子が窺える。

| 製造 | 商標 n=43 | 意匠 n=30 | 特許・実用新案 n=26 | 著作物 n=7 | その他 n=6 |
|--------|---------|---------|--------------|---------|---------|
| 日本 | 14.0% | 13.3% | 34.6% | 42.9% | 33.3% |
| 中国 | 90.7% | 86.7% | 61.5% | 71.4% | 50.0% |
| 台湾 | 18.6% | 26.7% | 19.2% | 14.3% | 16.7% |
| 韓国 | 9.3% | 10.0% | 15.4% | 14.3% | 0.0% |
| インドネシア | 4.7% | 6.7% | 11.5% | 14.3% | 0.0% |
| タイ | 7.0% | 3.3% | 7.7% | 14.3% | 0.0% |
| マレーシア | 4.7% | 3.3% | 7.7% | 14.3% | 16.7% |
| シンガポール | 2.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| ベトナム | 7.0% | 3.3% | 7.7% | 14.3% | 16.7% |
| フィリピン | 2.3% | 6.7% | 3.8% | 14.3% | 0.0% |
| その他アジア | 9.3% | 3.3% | 7.7% | 14.3% | 0.0% |
| 欧州 | 2.3% | 3.3% | 7.7% | 14.3% | 0.0% |
| 北米 | 2.3% | 0.0% | 7.7% | 14.3% | 16.7% |
| 中南米 | 7.0% | 6.7% | 3.8% | 14.3% | 0.0% |
| 中東 | 7.0% | 0.0% | 0.0% | 14.3% | 0.0% |
| アフリカ | 7.0% | 0.0% | 0.0% | 14.3% | 0.0% |
| 大洋州 | 2.3% | 0.0% | 0.0% | 14.3% | 0.0% |

| 経由 | 商標 n=28 | 意匠 n=17 | 特許・実用新案 n=10 | 著作物 n=4 | その他 n=6 | 販売消費 | 商標 n=41 | 意匠 n=30 | 特許・実用新案 n=27 | 著作物 n=8 | その他 n=7 |
|--------|---------|---------|--------------|---------|---------|--------|---------|---------|--------------|---------|---------|
| 日本 | 10.7% | 11.8% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 日本 | 31.7% | 40.0% | 37.0% | 50.0% | 28.6% |
| 中国 | 14.3% | 17.6% | 30.0% | 0.0% | 0.0% | 中国 | 80.5% | 73.3% | 48.1% | 25.0% | 28.6% |
| 台湾 | 10.7% | 5.9% | 20.0% | 0.0% | 0.0% | 台湾 | 34.1% | 26.7% | 11.1% | 12.5% | 14.3% |
| 韓国 | 7.1% | 5.9% | 10.0% | 0.0% | 0.0% | 韓国 | 19.5% | 20.0% | 14.8% | 12.5% | 14.3% |
| インドネシア | 10.7% | 11.8% | 10.0% | 25.0% | 0.0% | インドネシア | 22.0% | 13.3% | 11.1% | 12.5% | 0.0% |
| タイ | 14.3% | 11.8% | 10.0% | 25.0% | 0.0% | タイ | 29.3% | 16.7% | 14.8% | 12.5% | 28.6% |
| マレーシア | 21.4% | 11.8% | 10.0% | 25.0% | 0.0% | マレーシア | 24.4% | 13.3% | 11.1% | 12.5% | 28.6% |
| シンガポール | 25.0% | 17.6% | 20.0% | 25.0% | 0.0% | シンガポール | 17.1% | 10.0% | 3.7% | 12.5% | 14.3% |
| ベトナム | 7.1% | 5.9% | 10.0% | 25.0% | 0.0% | ベトナム | 14.6% | 3.3% | 3.7% | 12.5% | 14.3% |
| フィリピン | 7.1% | 5.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | フィリピン | 22.0% | 10.0% | 3.7% | 12.5% | 0.0% |
| その他アジア | 10.7% | 5.9% | 10.0% | 0.0% | 0.0% | その他アジア | 22.0% | 3.3% | 3.7% | 12.5% | 0.0% |
| 欧州 | 10.7% | 5.9% | 10.0% | 25.0% | 16.7% | 欧州 | 17.1% | 16.7% | 7.4% | 12.5% | 14.3% |
| 北米 | 7.1% | 11.8% | 10.0% | 25.0% | 16.7% | 北米 | 17.1% | 20.0% | 18.5% | 12.5% | 14.3% |
| 中南米 | 21.4% | 5.9% | 10.0% | 25.0% | 0.0% | 中南米 | 24.4% | 10.0% | 7.4% | 12.5% | 14.3% |
| 中東 | 50.0% | 23.5% | 20.0% | 25.0% | 0.0% | 中東 | 26.8% | 13.3% | 7.4% | 12.5% | 14.3% |
| アフリカ | 3.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | アフリカ | 17.1% | 13.3% | 3.7% | 12.5% | 0.0% |
| 大洋州 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 大洋州 | 12.2% | 3.3% | 3.7% | 12.5% | 0.0% |

3. 中国での被害地域

中国での被害地域をみると、中国の製造被害地域で回答のあった36社のうち21社が「浙江省」と回答し、58.3%を占めている。次いで「広東省」が20社（55.6%）、「江蘇省」が12社（33.3%）続いた。

また、中国の経由被害地域で回答のあった6社のうち4社が「浙江省」と回答し、66.7%を占めた。

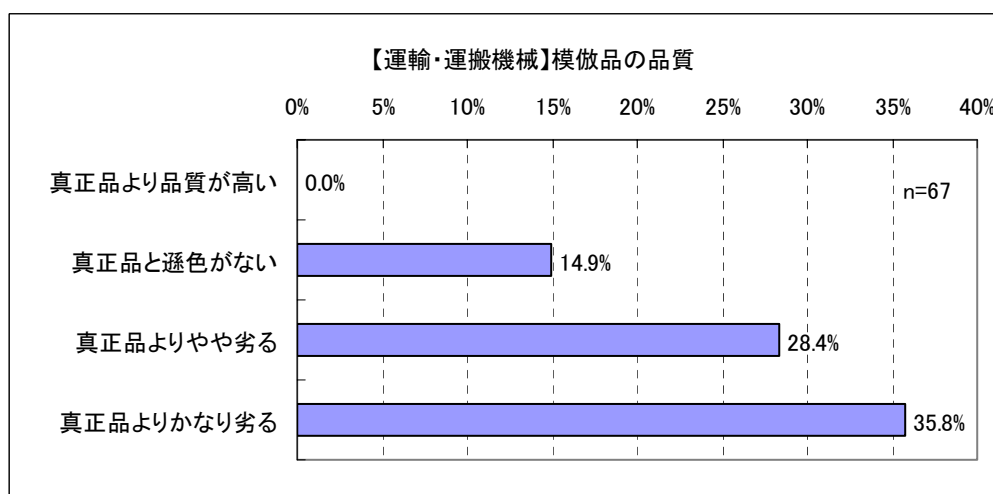
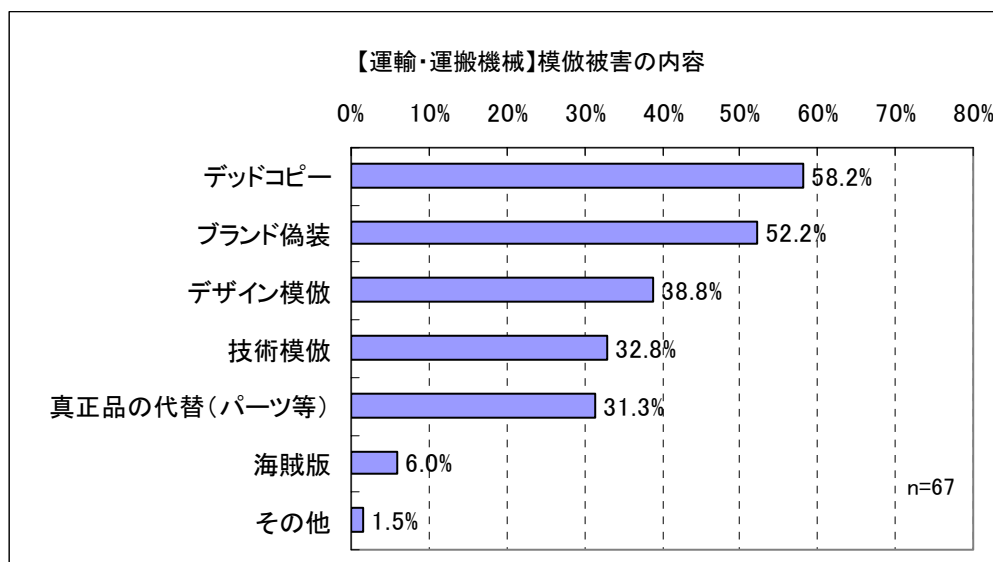
中国の販売消費被害地域で回答のあった30社のうち19社が「広東省」と回答し、63.3%を占め、「浙江省」が18社（60.0%）、「上海市」が17社（56.7%）と続いている。

製造被害、販売消費地域については特に、「浙江省」「広東省」で特に多い傾向がみられる。

4. 模倣被害の内容・模倣品の品質

模倣被害の内容は、「デッドコピー」が58.2%を占めている。総回答結果では「デッドコピー」は42.2%であることから、運輸・運搬機械の割合は総回答結果と比較すると高く、特筆すべき内容といえる。

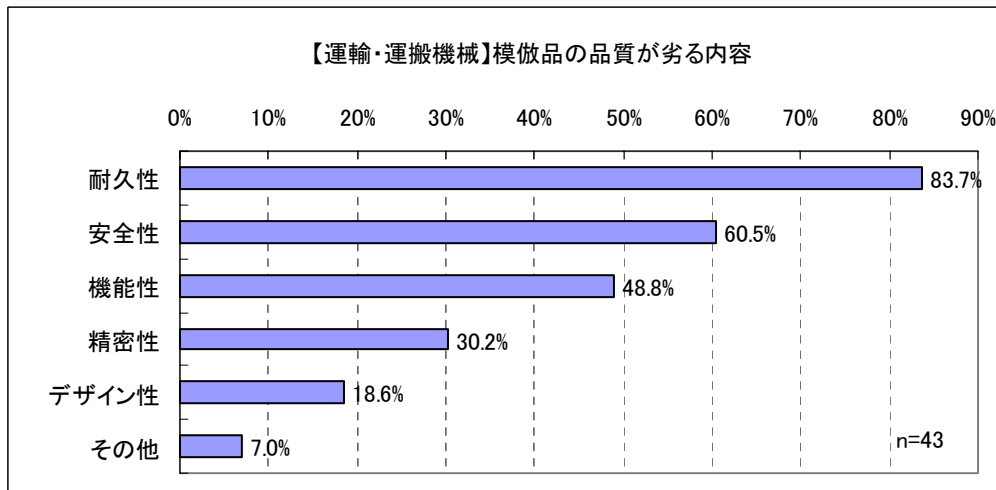
模倣品の品質は、「真正品よりかなり劣る」との回答が35.8%と最も多く、総回答結果（25.8%）と比較するとかなり高い傾向がみられる。



5. 模倣品の品質が劣る内容

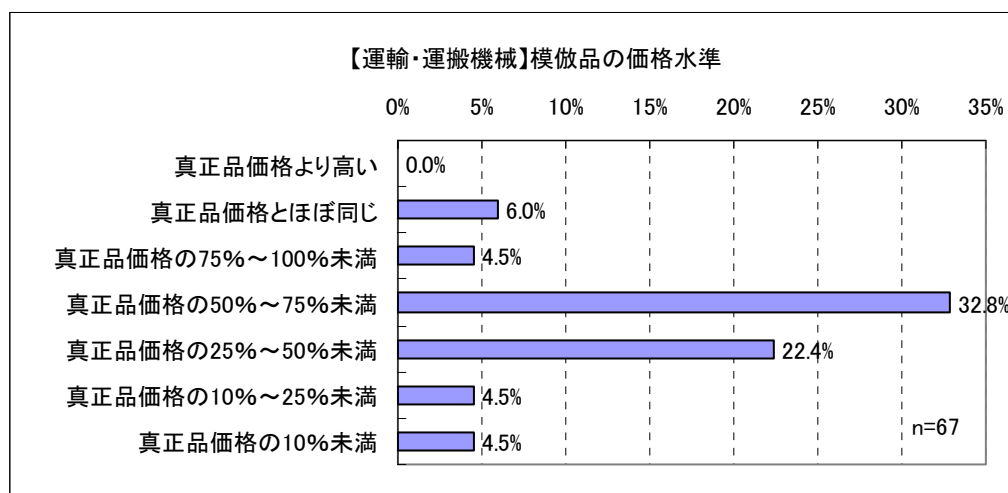
模倣品の品質が劣る内容は、「耐久性」が83.7%を占めている。総回答結果の「耐久性」（48.2%）と比較すると圧倒的に高く、特筆すべき内容といえる。

また、「安全性」との回答割合も60.5%と過半数であることも当該商品分野の特徴といえる。



6. 模倣品の価格水準

模倣品の価格水準は、「真正品価格の50%~75%未満」が32.8%を占めている。総回答結果の「真正品価格の50%~75%未満」（24.6%）と比較すると運輸・運搬機械の割合は高く、「真正品価格の50%~75%未満」に比較的集中している傾向が窺われる。



7. 模倣品の製造・販売消費の流通パターンにみる模倣被害の内容

模倣品の製造・販売消費の流通パターンにおいて、販売消費国は「日本」と回答した 30 社のうち、16 社 (53.3%) が日本国内での製造と回答している。さらに、16 社について、模倣品の内容に関する回答をみると、11 社 (68.8%) が「技術模倣」と回答している。「技術模倣」と回答した 11 社のうち 5 社 (45.5%) は模倣品の品質について、「真正品と遜色がない」と回答しており、価格については 3 社 (27.3%) が「真正品価格とほぼ同じ」と回答した。

一方、販売消費国が「中国」と回答した 44 社では、製造国が「中国」と回答した企業は 43 社 (97.7%) であり、うち 32 社 (74.4%) が模倣品の内容は「デッドコピー」と回答し、次いで「ブランド偽装」28 社 (65.1%) が続いている。さらに、「デッドコピー」と回答した企業について、模倣品の品質についてみてみると、「真正品よりかなり劣る」との回答は 14 社 (43.8%) となっており、価格については「真正品の 25%~50%未満」が 11 社 (34.4%) となっている。

模倣品の販売消費国が日本である場合は日本製であるとの回答は約 5 割となり、その内容は技術模倣である場合が約 7 割弱を占め、品質については真正品と同等以上の場合が 3 割程度であることが読みとれる。価格については真正品の 25%~50%未満と回答した企業が 3 割あった。

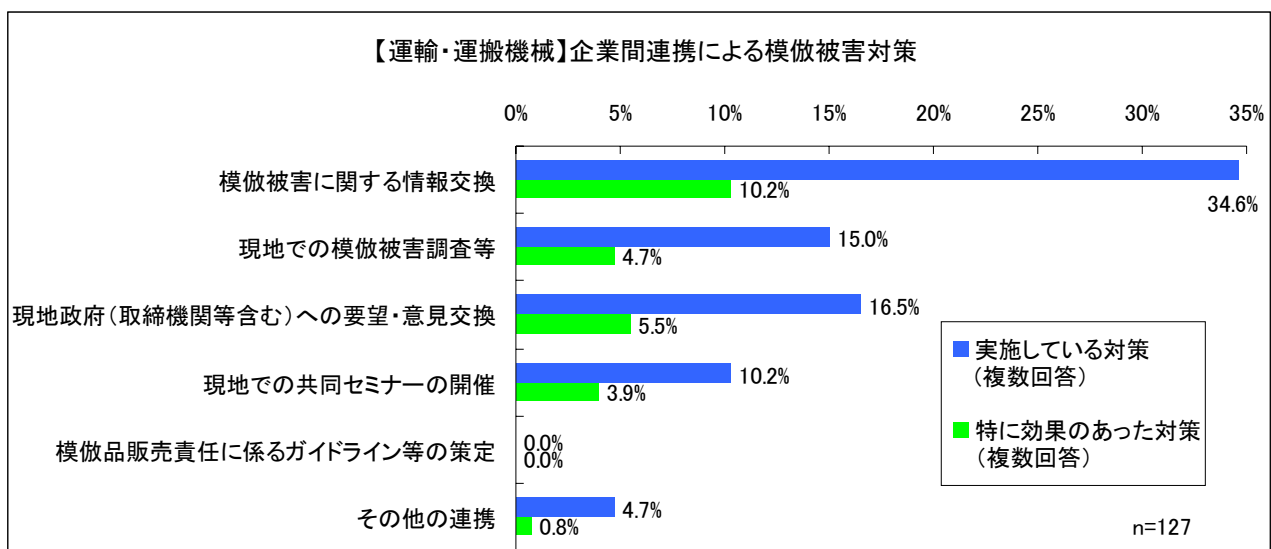
一方、販売消費国が中国の場合、中国製であるとの回答は 9 割強を占め、模倣品の内容はデッドコピーが 7 割程度、ブランド偽装が 6 割程度となっており、品質はかなり劣るとする回答が約 4 割ある。価格については全ての企業で真正品より低価格との回答になっている。

販売消費および製造国が日本とする場合の回答結果は、サンプル数が僅少であるため上記結果は参考程度にとどめるべきと考えられるものの、販売消費国・製造国が異なることで、模倣被害の内容・模倣品の品質について一定の違いがあることが窺われる。

8. 企業間連携による模倣被害対策

模倣被害対策のうち、同業他社・業界団体と連携して行った対策について、「模倣被害に関する情報交換」との回答が最も多く 34.6%となっている。総回答結果 (23.7%) と比較すると「模倣被害に関する情報交換」は 10.9%ポイント高く、「現地政府 (取締機関等含む) への要望・意見交換」は 11.9%ポイント高い傾向となった。

運輸・運搬機械の企業間連携による模倣被害対策の実施は、比較的進んでいる傾向にあり、特に現地での連携活動に積極的である様子が窺われる。



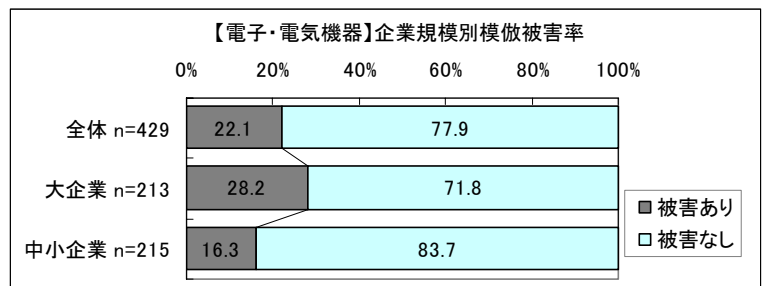
電子・電気機器

| 商品分野 | 取扱商品・サービス |
|-----------|--|
| 電子・電気機器 | 携帯電話、パソコン、プリンタ、音響機器、映像機器 |
| 電子部品・デバイス | 半導体、集積回路、磁気ヘッド、抵抗器・コンデンサ、ケーブル・コネクタ、プリント基板、センサ、音響部品、照明装置・LED、電池 |
| ソフトウェア | 受託開発ソフトウェア、パッケージソフトウェア、Webコンテンツ |

1. 模倣被害の状況

電子・電気機器の模倣被害率（全体）は22.1%で、今回の調査における総回答社数における模倣被害率24.6%に比べて、2.5%ポイント下回っている。

また、企業規模別にみると、大企業の模倣被害率は28.2%、中小企業では16.3%で、総回答の傾向（大企業27.6%、中小企業22.5%）と比較すると、電子・電気機器では比較的大企業の模倣被害率が高い傾向が窺われる。



※模倣被害率=模倣被害社数/総回答者数

2. 国・地域別模倣被害状況

製造国・地域ではいずれの権利においても中国での被害が過半数を超え、製造地域としての被害が他の国・地域と比較して圧倒的に多い様子である。また、著作物では日本との回答も5割を超えている。

経由国・地域では商標と意匠は中国での被害が多くなっており、特許・実用新案、著作物の被害も4割程度が中国との回答であった。商標では3割程度が中東との回答が確認できたことも特徴的である。

販売消費国・地域では、いずれの権利においても中国が過半数となり、特許・実用新案は韓国、日本、台湾での被害も多い。著作物では日本での被害が60.9%を占め、最も被害が多い傾向であることは特筆すべき点といえる。

| 製造 | 商標 n=47 | 意匠 n=34 | 特許・ 実用新案 n=33 | 著作物 n=25 | その他 n=5 |
|--------|---------|---------|---------------------|-------------|------------|
| 日本 | 6.4% | 5.9% | 21.2% | 52.0% | 20.0% |
| 中国 | 91.5% | 79.4% | 66.7% | 56.0% | 80.0% |
| 台湾 | 12.8% | 23.5% | 33.3% | 16.0% | 20.0% |
| 韓国 | 12.8% | 8.8% | 27.3% | 16.0% | 0.0% |
| インドネシア | 4.3% | 0.0% | 0.0% | 4.0% | 0.0% |
| タイ | 6.4% | 5.9% | 6.1% | 8.0% | 0.0% |
| マレーシア | 6.4% | 0.0% | 9.1% | 12.0% | 0.0% |
| シンガポール | 6.4% | 2.9% | 0.0% | 4.0% | 0.0% |
| ベトナム | 2.1% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| フィリピン | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 4.0% | 0.0% |
| その他アジア | 4.3% | 0.0% | 0.0% | 4.0% | 0.0% |
| 欧州 | 14.9% | 2.9% | 12.1% | 12.0% | 0.0% |
| 北米 | 6.4% | 0.0% | 3.0% | 20.0% | 20.0% |
| 中南米 | 4.3% | 0.0% | 0.0% | 4.0% | 0.0% |
| 中東 | 2.1% | 0.0% | 0.0% | 4.0% | 0.0% |
| アフリカ | 2.1% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 大洋州 | 2.1% | 0.0% | 0.0% | 4.0% | 0.0% |

| 経由 | 製造 | | | | | 販売消費 | | | | |
|--------|---------|---------|---------------------|-------------|------------|---------|---------|---------------------|-------------|------------|
| | 商標 n=33 | 意匠 n=16 | 特許・ 実用新案 n=21 | 著作物 n=10 | その他 n=4 | 商標 n=46 | 意匠 n=32 | 特許・ 実用新案 n=30 | 著作物 n=23 | その他 n=5 |
| 日本 | 0.0% | 6.3% | 19.0% | 30.0% | 25.0% | 30.4% | 21.9% | 50.0% | 60.9% | 60.0% |
| 中国 | 51.5% | 75.0% | 38.1% | 40.0% | 75.0% | 76.1% | 78.1% | 66.7% | 56.5% | 60.0% |
| 台湾 | 6.1% | 12.5% | 33.3% | 20.0% | 50.0% | 26.1% | 34.4% | 50.0% | 26.1% | 40.0% |
| 韓国 | 6.1% | 0.0% | 23.8% | 20.0% | 25.0% | 23.9% | 18.8% | 43.3% | 21.7% | 40.0% |
| インドネシア | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 17.4% | 3.1% | 3.3% | 8.7% | 20.0% |
| タイ | 6.1% | 0.0% | 0.0% | 10.0% | 0.0% | 19.6% | 12.5% | 10.0% | 4.3% | 20.0% |
| マレーシア | 3.0% | 0.0% | 9.5% | 0.0% | 0.0% | 15.2% | 6.3% | 16.7% | 4.3% | 20.0% |
| シンガポール | 18.2% | 6.3% | 4.8% | 10.0% | 25.0% | 17.4% | 15.6% | 13.3% | 4.3% | 20.0% |
| ベトナム | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 15.2% | 3.1% | 3.3% | 4.3% | 0.0% |
| フィリピン | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 15.2% | 9.4% | 6.7% | 4.3% | 0.0% |
| その他アジア | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 25.0% | 13.0% | 6.3% | 10.0% | 4.3% | 20.0% |
| 欧州 | 24.2% | 12.5% | 14.3% | 10.0% | 25.0% | 39.1% | 18.8% | 26.7% | 8.7% | 20.0% |
| 北米 | 24.2% | 12.5% | 9.5% | 40.0% | 0.0% | 43.5% | 28.1% | 43.3% | 26.1% | 40.0% |
| 中南米 | 12.1% | 12.5% | 4.8% | 20.0% | 25.0% | 13.0% | 6.3% | 6.7% | 8.7% | 20.0% |
| 中東 | 30.3% | 18.8% | 9.5% | 10.0% | 0.0% | 28.3% | 12.5% | 6.7% | 4.3% | 0.0% |
| アフリカ | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 17.4% | 3.1% | 6.7% | 4.3% | 0.0% |
| 大洋州 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 6.5% | 9.4% | 13.3% | 4.3% | 20.0% |

※%は権利別社数（n）を100%として算出している

3. 中国での被害地域

中国での被害地域をみると、中国の製造被害地域で回答のあった44社のうち27社が「広東省」と回答し、61.4%を占めている。次いで「浙江省」が17社（38.6%）、「上海市」が10社（22.7%）となり、特に「広東省」での被害が多い様子がよみとれる。

中国の経由地域で回答のあった22社のうち14社が「広東省」と回答し、63.6%を占め、次いで「香港」が8社で36.4%となった。

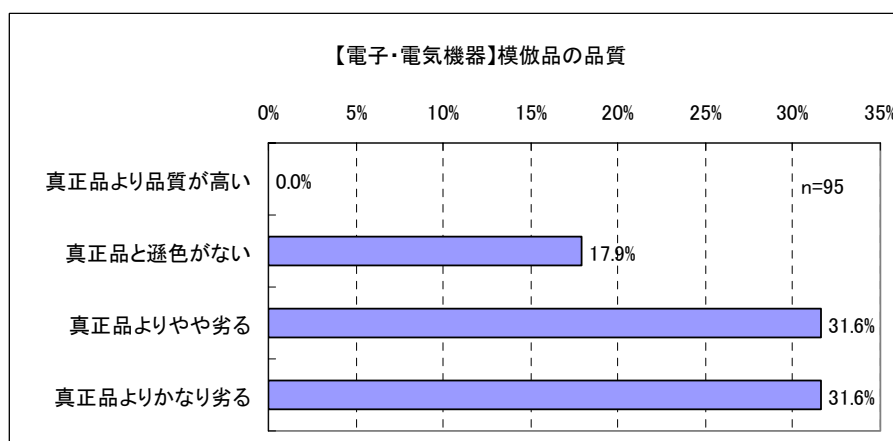
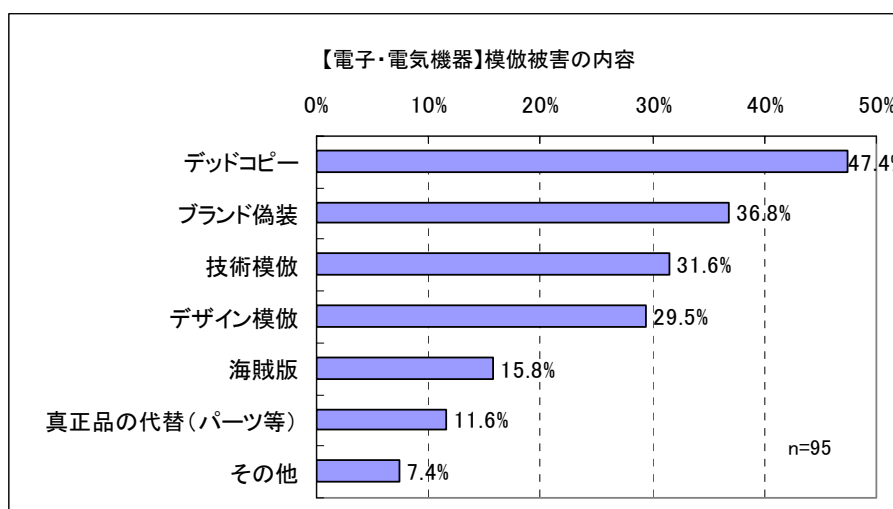
また、中国の販売消費被害地域で回答のあった41社のうち27社が「広東省」と回答し、65.9%を占め最も多い。次いで「上海市」が24社（58.5%）、「北京市」が14社（34.1%）と続いた。

製造被害、経由被害は広東省、販売消費被害は広東省、上海市、北京市で多い傾向がよみとれる。

4. 模倣被害の内容・模倣品の品質

模倣被害の内容は、「デッドコピー」が47.4%を占めている。総回答結果では「デッドコピー」は42.2%であることから、電子・電気機器の割合は総回答結果とほぼ同等の傾向となった。その他の項目についても総回答結果と概ね同様の傾向となったが、「海賊版」は電子・電気機器の15.8%に対し、総回答結果は6.1%であり、電子・電気機器は9.7%ポイント高い傾向となった。

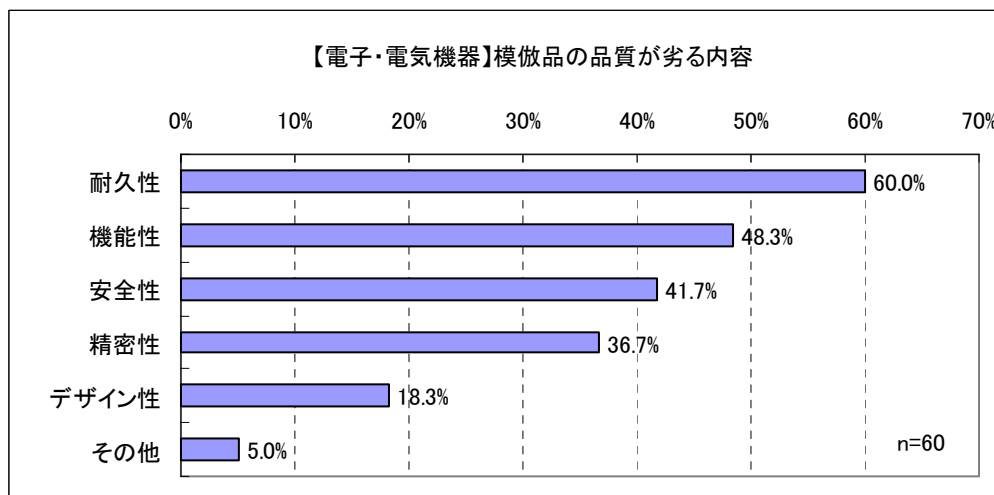
模倣品の品質は、「真正品よりやや劣る」、「真正品よりかなり劣る」との回答が最も多く、いずれも31.6%となった。総回答結果（真正品よりやや劣る：30.6%、真正品よりかなり劣る：25.8%）と比較すると品質が劣るとの回答が高い傾向となっている。



5. 模倣品の品質が劣る内容

模倣品の品質が劣る内容は、「耐久性」が60.0%を占めている。総回答結果の「耐久性」（48.2%）と比較すると、電子・電気機器の割合は比較的高い傾向といえる。

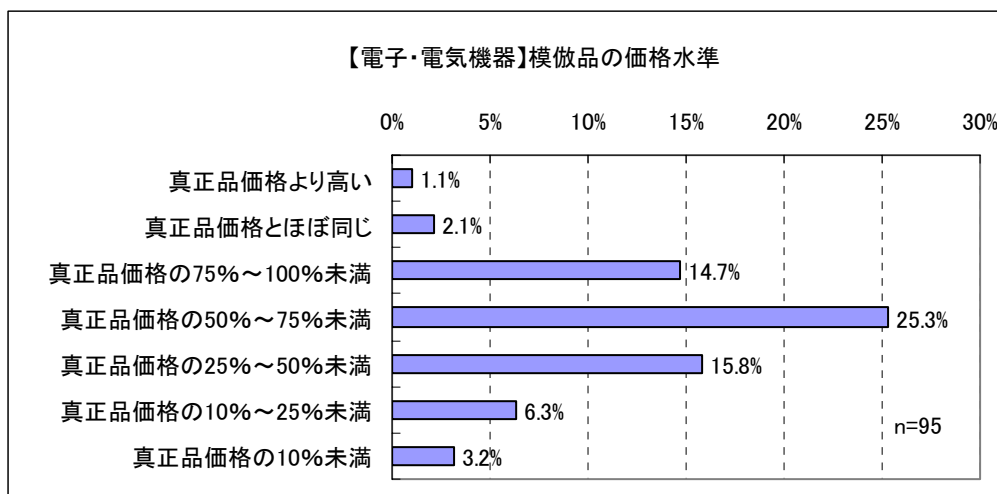
また、「精密性」も総回答結果では32.8%であり、3.9%ポイント上回ったことも特徴といえる。



6. 模倣品の価格水準

模倣品の価格水準は、「真正品価格の50%~75%未満」が25.3%を占めている。総回答結果の「真正品価格の50%~75%未満」（24.6%）と比較するとほぼ同等程度の傾向である。

他の項目についても概ね総回答結果と同様の傾向であるものの、「真正品価格の10%~25%未満」は総回答結果が4.4%に対し、電子・電気機器では6.3%、「真正品価格の10%未満」は総回答結果が1.9%に対し、電子・電気機器では3.2%と僅かながら電子・電気機器が上回った。



7. 模倣品の製造・販売消費の流通パターンにみる模倣被害の内容

模倣品の製造・販売消費の流通パターンにおいて、販売消費国は「日本」と回答した 38 社のうち、21 社（55.3%）が日本国内での製造と回答している。さらに、21 社について、模倣品の内容に関する回答をみると、11 社（52.4%）が「技術模倣」、9 社（42.9%）が「海賊版」と回答している。「技術模倣」と回答した 11 社のうち 2 社（18.2%）は模倣品の品質について、「真正品と遜色が無い」と回答している。また 11 社のうち 3 社（27.3%）が模倣品の価格水準について、「真正品の 50%～75%未満」と回答している。

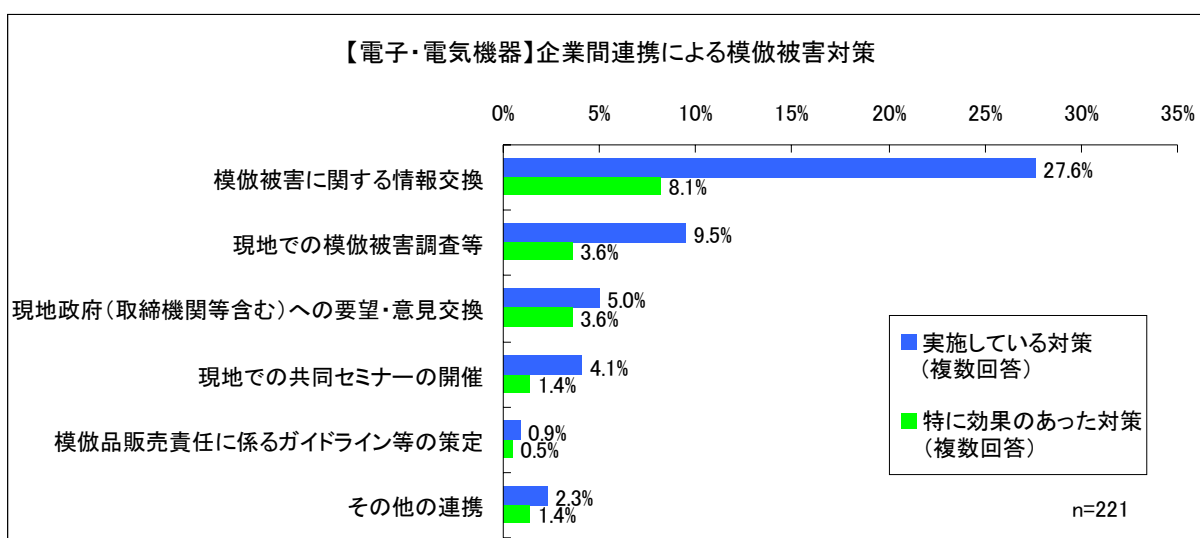
一方、販売消費国が「中国」と回答した 59 社では、製造が「中国」と回答した企業は 55 社（93.2%）、うち 34 社（61.8%）が模倣品の内容は「デッドコピー」と回答している。次いで、「ブランド偽装」25 社（45.5%）、「デザイン模倣」24 社（43.6%）が続いている。さらに、「デッドコピー」と回答した企業について、模倣品の品質についてみると、「真正品と遜色が無い」との回答は、4 社（11.8%）となっている。また模倣品の価格水準について、「真正品の 50%～75%未満」が 34 社のうち 11 社（32.4%）と回答している。

模倣品の販売消費国が日本である場合は日本製であるとの回答は 5 割、その内容は技術模倣、海賊版である場合が比較的多く、品質については真正品と同等以上の場合は 2 割程度であることがわかる。一方、販売消費国が中国の場合、中国製であるとの回答は約 9 割、模倣品の内容はデッドコピーが 6 割強、ブランド偽装とデザイン模倣がそれぞれ 4 割強となっている。

品質は販売消費および製造国が日本の場合、真正品と遜色が無いとの回答が 2 割、中国の場合は 1 割程度あり、価格については真正品の 50%～75%未満との回答は中国のほうが割合は高くなっている。

8. 企業間連携による模倣被害対策

模倣被害対策のうち、同業他社・業界団体と連携して行った対策について、「模倣被害に関する情報交換」との回答が最も多く、27.6%となっている。総回答結果の「模倣被害に関する情報交換」（23.7%）と比較すると、電子・電気機器は 3.9%ポイント高い。また、その他の連携内容についても総回答結果と比較するといずれも割合は高くなっており、企業間連携による模倣被害対策の実施は比較的進んでいることが窺われる。



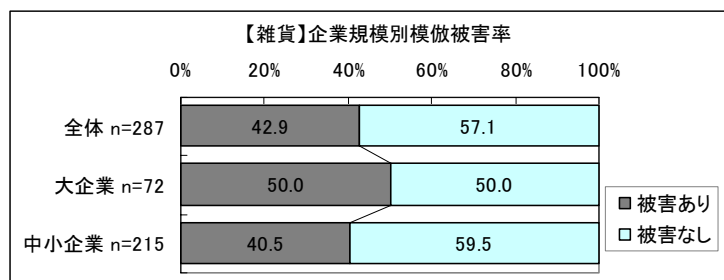
雑貨

| 商品分野 | 取扱商品・サービス |
|------------|-----------------------|
| 家具・木製品 | 机、椅子、たんす、戸棚、本棚 |
| 文具・事務用品 | 筆記用具、ノート、事務用品(ファイル等) |
| 台所・食卓・洗面用品 | 食器、調理器具、洗面・トイレ器具、入浴器具 |
| 鞆その他身の回り品 | バッグ、傘、履物、アクセサリ類 |
| その他雑貨 | 玩具、スポーツ用品、装身具 |

1. 模倣被害の状況

雑貨の模倣被害率（全体）は42.9%で、今回の調査における総回答社数における模倣被害率24.6%に比べて、18.3%ポイント上回っている。

また、企業規模別にみると、大企業の模倣被害率は50.0%、中小企業では40.5%で、総回答の傾向（大企業27.6%、中小企業22.5%）と比較すると、雑貨ではいずれの規模においても模倣被害率が大幅に高い傾向にある。特に大企業では被害率は過半数となっている。



※模倣被害率=模倣被害社数/総回答者数

2. 国・地域別模倣被害状況

製造国・地域ではいずれの権利においても中国での被害が7~8割となり、製造地域としての被害が他の国・地域と比較して圧倒的に多い様子である。

経由国・地域においても中国における被害はいずれの権利においても過半数である点、意匠および特許・実用新案において日本での被害がいずれも2割程度確認できることは特筆すべき点といえる。

販売消費国・地域では、日本での被害がいずれの権利においても過半数を占め、特に特許・実用新案の被害は7割弱になっている。また、商標、意匠、著作物において中国での被害が過半数を占めており、台湾、韓国においても2~3割程度の被害が確認できる。

| 製造 | 商標 n=63 | 意匠 n=74 | 特許・実用新案 n=31 | 著作物 n=18 | その他 n=5 |
|--------|---------|---------|--------------|----------|---------|
| 日本 | 28.6% | 24.3% | 29.0% | 61.1% | 0.0% |
| 中国 | 85.7% | 89.2% | 80.6% | 72.2% | 80.0% |
| 台湾 | 7.9% | 5.4% | 12.9% | 16.7% | 20.0% |
| 韓国 | 17.5% | 16.2% | 16.1% | 11.1% | 40.0% |
| インドネシア | 1.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| タイ | 4.8% | 2.7% | 3.2% | 5.6% | 0.0% |
| マレーシア | 0.0% | 1.4% | 0.0% | 5.6% | 0.0% |
| シンガポール | 1.6% | 1.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| ベトナム | 3.2% | 4.1% | 6.5% | 0.0% | 0.0% |
| フィリピン | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| その他アジア | 3.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 欧州 | 6.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 北米 | 1.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 中南米 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 中東 | 3.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| アフリカ | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 大洋州 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

| 経由 | 商標 n=29 | 意匠 n=34 | 特許・実用新案 n=12 | 著作物 n=7 | その他 n=2 |
|--------|---------|---------|--------------|---------|---------|
| 日本 | 13.8% | 23.5% | 25.0% | 0.0% | 0.0% |
| 中国 | 51.7% | 58.8% | 50.0% | 57.1% | 50.0% |
| 台湾 | 17.2% | 20.6% | 0.0% | 14.3% | 0.0% |
| 韓国 | 6.9% | 11.8% | 8.3% | 0.0% | 0.0% |
| インドネシア | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| タイ | 3.4% | 5.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| マレーシア | 3.4% | 5.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| シンガポール | 6.9% | 8.8% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| ベトナム | 3.4% | 5.9% | 16.7% | 0.0% | 0.0% |
| フィリピン | 6.9% | 5.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| その他アジア | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 欧州 | 13.8% | 5.9% | 8.3% | 0.0% | 0.0% |
| 北米 | 3.4% | 8.8% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 中南米 | 6.9% | 5.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 中東 | 3.4% | 5.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| アフリカ | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 大洋州 | 3.4% | 5.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

| 販売消費 | 商標 n=64 | 意匠 n=74 | 特許・実用新案 n=31 | 著作物 n=17 | その他 n=4 |
|--------|---------|---------|--------------|----------|---------|
| 日本 | 65.6% | 66.2% | 77.4% | 70.6% | 50.0% |
| 中国 | 62.5% | 55.4% | 45.2% | 58.8% | 75.0% |
| 台湾 | 21.9% | 24.3% | 16.1% | 29.4% | 50.0% |
| 韓国 | 28.1% | 27.0% | 22.6% | 23.5% | 50.0% |
| インドネシア | 4.7% | 4.1% | 0.0% | 5.9% | 0.0% |
| タイ | 9.4% | 6.8% | 0.0% | 17.6% | 0.0% |
| マレーシア | 4.7% | 4.1% | 0.0% | 5.9% | 0.0% |
| シンガポール | 7.8% | 9.5% | 0.0% | 11.8% | 0.0% |
| ベトナム | 4.7% | 4.1% | 3.2% | 0.0% | 0.0% |
| フィリピン | 6.3% | 6.8% | 0.0% | 5.9% | 0.0% |
| その他アジア | 6.3% | 4.1% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 欧州 | 17.2% | 9.5% | 6.5% | 17.6% | 0.0% |
| 北米 | 12.5% | 10.8% | 9.7% | 11.8% | 0.0% |
| 中南米 | 9.4% | 5.4% | 0.0% | 5.9% | 0.0% |
| 中東 | 10.9% | 5.4% | 3.2% | 0.0% | 0.0% |
| アフリカ | 3.1% | 4.1% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 大洋州 | 7.8% | 5.4% | 3.2% | 11.8% | 0.0% |

※%は権利別社数(n)を100%として算出している

3. 中国での被害地域

中国での被害地域をみると、中国の製造被害地域で回答のあった54社のうち30社が「広東省」と回答し、55.6%を占めている。次いで「上海市」が21社（38.9%）、「浙江省」が13社（24.1%）となり、いずれの地域においても製造被害が一定程度あることがわかるが、特に「広東省」での被害が多い様子がよみとれる。

また、中国の経由被害地域で回答のあった21社のうち14社が「広東省」と回答し、66.7%を占めている。次いで、「上海市」と「香港」が7社（33.3%）と続いている。

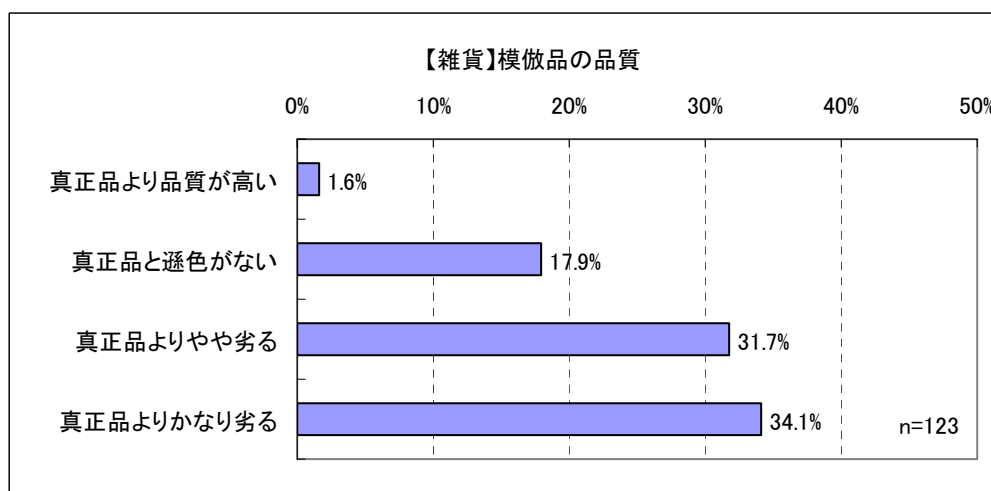
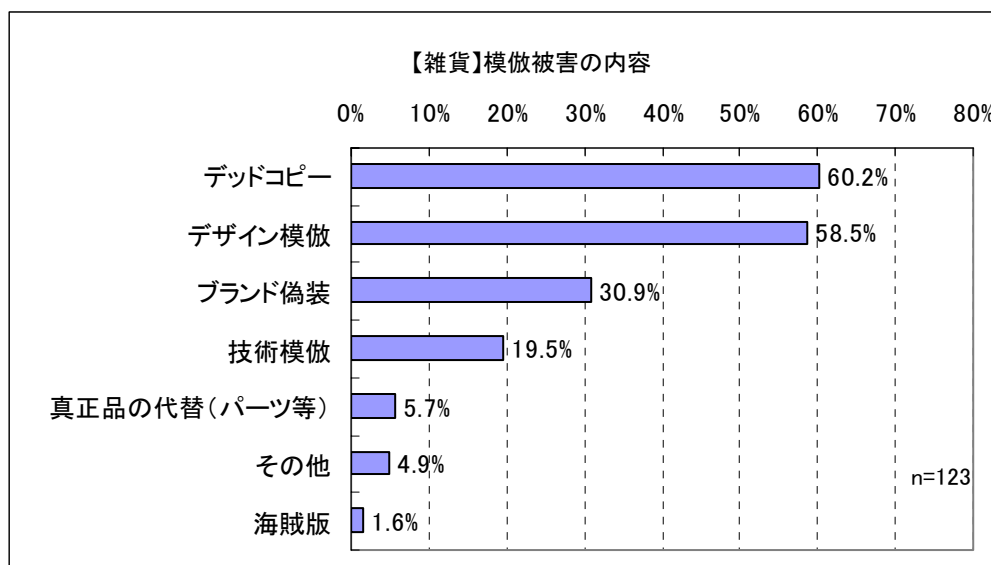
中国の販売消費被害地域で回答のあった34社のうち27社が「上海市」と回答し、79.4%を占め、「広東省」が18社（52.9%）、「香港」が11社（32.4%）と続いている。

製造被害および経由被害は「広東省」、販売消費被害は「上海市」で特に多い傾向がみられる。

4. 模倣被害の内容・模倣品の品質

模倣被害の内容は、「デッドコピー」が60.2%を占めている。総回答結果では「デッドコピー」は42.2%であることから、雑貨の割合は総回答結果と比較すると高く、特筆すべき内容といえる。また、「デザイン模倣」も58.5%となっており、総回答結果は36.2%であり22.3%ポイント高い結果になった。

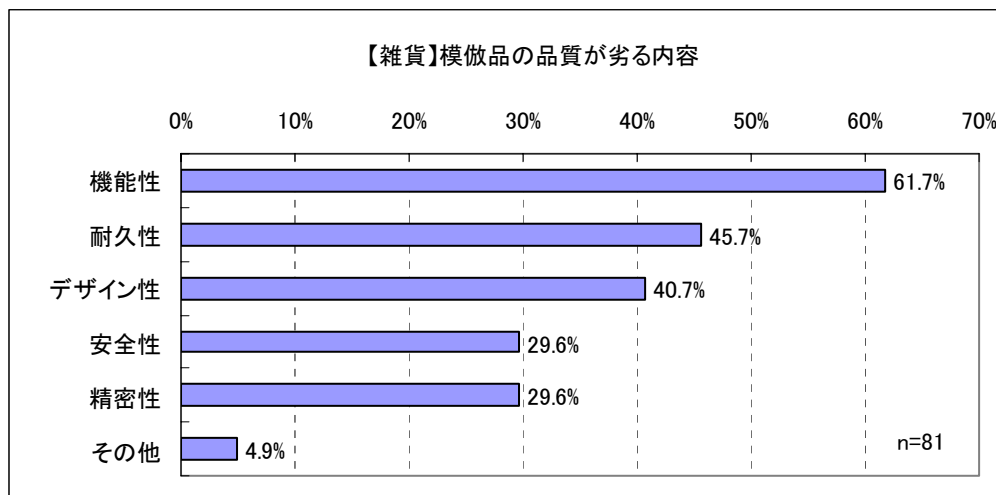
模倣品の品質は、「真正品よりかなり劣る」が34.1%と最も多く、総回答結果（25.8%）と比較すると8.3%ポイント回答割合が高い。



5. 模倣品の品質が劣る内容

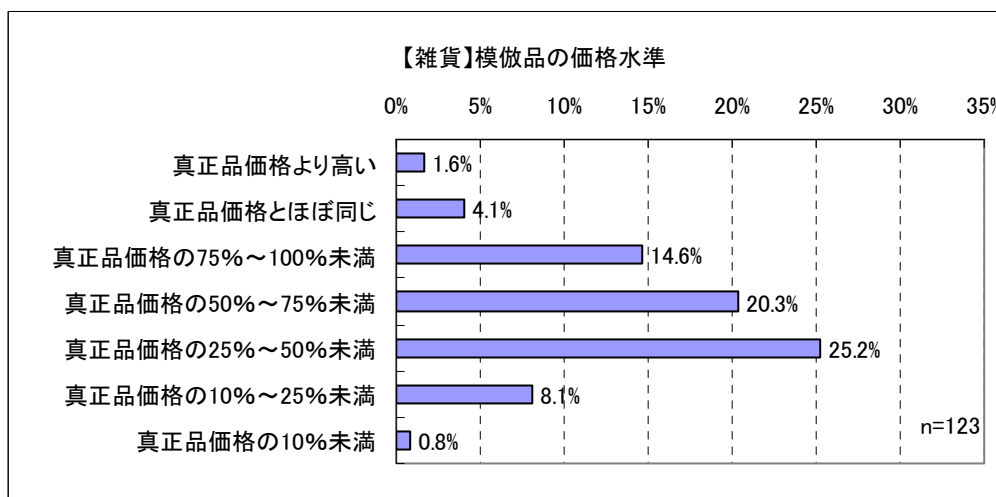
模倣品の品質が劣る内容は、「機能性」が61.7%を占めている。総回答結果の「機能性」（52.6%）と比較すると、雑貨の割合は比較的高い傾向といえる。

他の項目について総回答結果と比較すると、「デザイン性」では13.9%ポイント高く（総回答結果：26.8%）、「安全性」は6.4%ポイント低い（総回答結果：36.0%）傾向となった。



6. 模倣品の価格水準

模倣品の価格水準は、「真正品価格の25%~50%未満」との回答が最も多く25.2%を占めている。総回答結果の「真正品価格の25%~50%未満」（15.0%）と比較すると、雑貨の割合のほうが高く、価格水準が「真正品価格の25%~50%未満」に比較的集中している傾向が窺われる。



7. 模倣品の製造・販売消費の流通パターンにみる模倣被害の内容

模倣品の製造・販売消費の流通パターンにおいて、販売消費国は「日本」と回答した 80 社のうち、37 社 (46.3%) が日本国内での製造と回答している。なお、中国製との回答は 60 社 (75.0%) であり、販売消費国が「日本」である場合の製造国は「中国」が 7 割強であることが確認できる。

製造国は「日本」と回答した 37 社について、模倣品の内容に関する回答は、24 社 (64.9%) が「デザイン模倣」、21 社 (56.8%) が「デッドコピー」と回答している。「デザイン模倣」と回答した 24 社のうち 5 社 (20.8%) は模倣品の品質について、「真正品と遜色がない」と回答している。

また 24 社のうち 8 社 (33.3%) が模倣品の価格水準について、「真正品の 50%~75%未満」と回答しており、次いで 6 社 (25.0%) が「真正品の 25%~50%未満」と回答している。

一方、販売消費国が「中国」と回答した 68 社では、製造が「中国」と回答した企業は 66 社 (97.1%)、うち 52 社 (78.8%) が模倣品の内容は「デッドコピー」と回答している。次いで、「デザイン模倣」40 社 (60.6%) が続いている。さらに、「デッドコピー」と回答した企業について、模倣品の品質についてみると、デッドコピーについては「真正品と遜色がない」との回答が 5 社 (9.6%) となり、模倣品の価格水準について、16 社 (30.8%) が「真正品の 25%~50%未満」と回答しており、次いで 13 社 (25.0%) が「真正品の 50%~75%未満」と回答している。

模倣品の販売消費国が日本である場合、日本製は 4 割強、中国製は 7 割強との回答結果が得られた。また、日本製である場合、模倣被害の内容はデザイン模倣、デッドコピーが過半数を占め、品質についても真正品と同等以上との回答は 2 割強程度にとどまり、品質は真正品よりも劣るとする傾向にある。価格については真正品の 50%~75%未満が約 3 割となった。

一方、販売消費国が中国の場合、中国製であるとの回答は 9 割強を占め、模倣品の内容はデッドコピー、デザイン模倣が 6~7 割程度となっており、品質は真正品よりも劣るとする傾向にある。価格については真正品の 25%~50%未満が約 3 割となった。

販売消費国・製造国が異なることで、模倣被害の内容・模倣品の品質・価格についての違いが確認でき、販売消費国が日本の場合、製造国は「中国」である割合が他の主要業種よりも高いため、製造被害国が中国に集中している傾向が特徴的である。

8. 企業間連携による模倣被害対策

模倣被害対策のうち、同業他社・業界団体と連携して行った対策について、「模倣被害に関する情報交換」との回答が最も多く 25.9%となっている。総回答結果の「模倣被害に関する情報交換」(23.7%)と比較すると、雑貨は 2.2%ポイント高い。また、その他の連携内容についても総回答結果と比較するといずれも割合は同等程度となっている。

