

特許庁 総務部 国際協力課 模倣品対策室 御中

令和3年度我が国法人の産業別模倣被害
推計調査研究事業

最終報告書



株式会社オウルズコンサルティンググループ

2021年11月30日



OWLS
CONSULTING GROUP

報告書の目次

1. OECD報告書「Illicit Trade Global Trade in Fakes A WORRYING THREAT」の概要	2
2. 今次調査における模倣被害額の算出方法	5
3. 模倣されやすい産業群の選定	10
4. 模倣されやすい産業群における最近の模倣被害事例の紹介	19
5. 模倣されやすい産業群における日本企業のグローバル輸出額の算出	24
6. 日本企業の産業別模倣被害額（推計）	38
7. ヒアリング結果	42
8. その他 ～ 模倣被害額の算出方法のアイデア	44
9. その他 ～ 特定品目における模倣品のグローバルな流れ（例：腕時計）	46

1 OECD報告書 「Illicit Trade Global Trade in Fakes A WORRYING THREAT」の概要

OECD報告書「Illicit Trade Global Trade in Fakes A WORRYING THREAT」の概要(1/2)

OECD報告書は2019年のグローバル貿易における模倣品の割合を2.5%とし、パンデミックの影響によるEコマースでの模倣品の増加や輸送の小口化等を指摘している

- OECD及び欧州連合知的財産庁(EUIPO)は、2021年6月に「Illicit Trade Global Trade in Fakes A WORRYING THREAT」を公開

※以下、本資料において「OECD報告書」と表記

- 2017年～2019年の世界における模倣品発生状況を分析し、2019年のグローバル貿易における模倣品の割合を「2.5%」とする

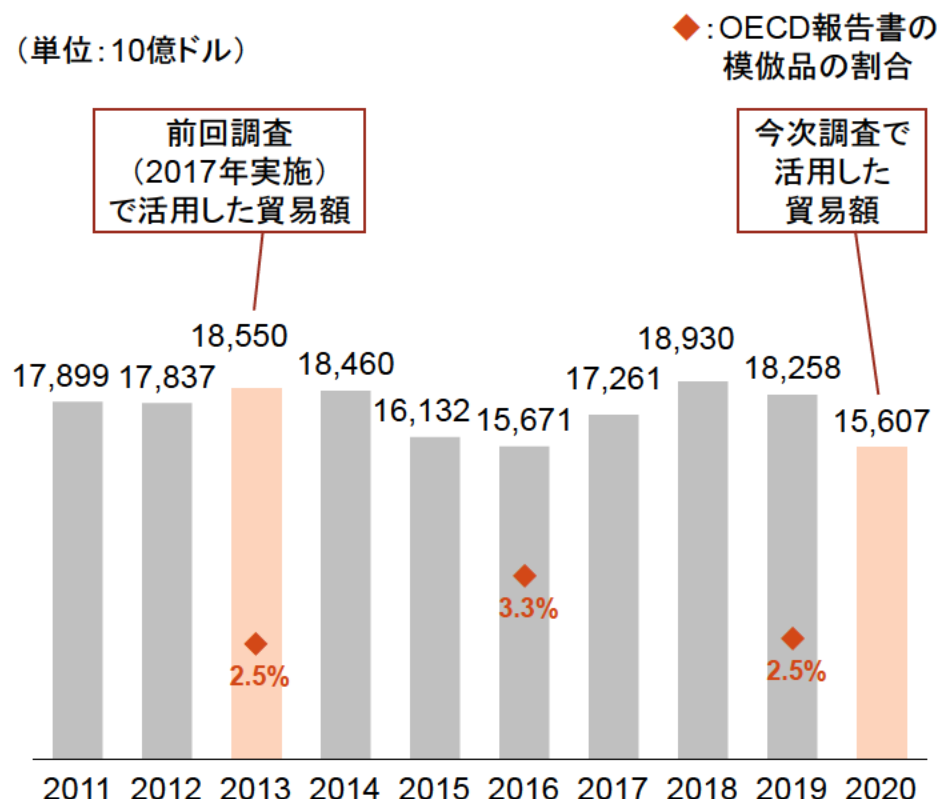
- 近年の模倣品被害の主な特徴として以下を挙げている

- ① パンデミック下で模倣品が増加
 - ロックダウンによってEコマースの需要が急増したことに伴い、Eコマースでの模倣品が特に増加
- ② パンデミックの影響によって模倣品がもたらす健康被害の問題も深刻化
 - なかでも医薬品の問題が顕著
 - ロックダウンによって税関等の執行機能が低下したことも問題に拍車をかけた
- ③ 模倣品の流通形態として「小型の郵便」が増加
- ④ 模倣品の供給元国としては依然として中国及び香港が多く、2016年と比較して2019年はトルコの割合が増加 (トルコ 2016年:4%⇒2019年:12%)

(参考)世界貿易額の推移

- 今次調査で活用した2020年の世界貿易額は、直近10年において最も低い

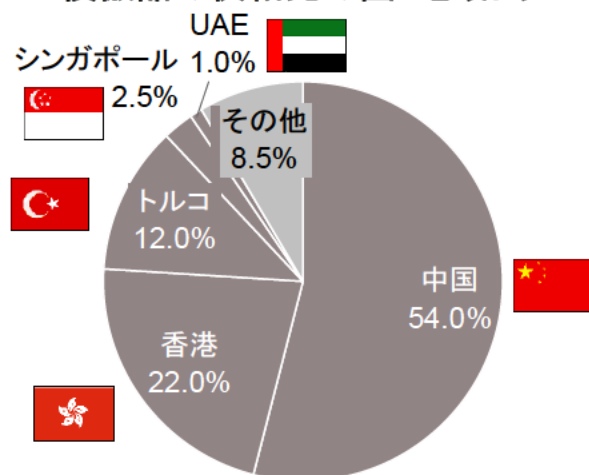
(単位:10億ドル)



OECD報告書「Illicit Trade Global Trade in Fakes A WORRYING THREAT」の概要(2/2)

OECD報告書では、模倣品の供給元として中国、被害ブランドの国籍は米国が最も多く、近年模倣被害が増加した品目として玩具・ゲーム、香水・化粧品を挙げている

模倣品の供給元の国・地域トップ5*



模倣被害が多い産業

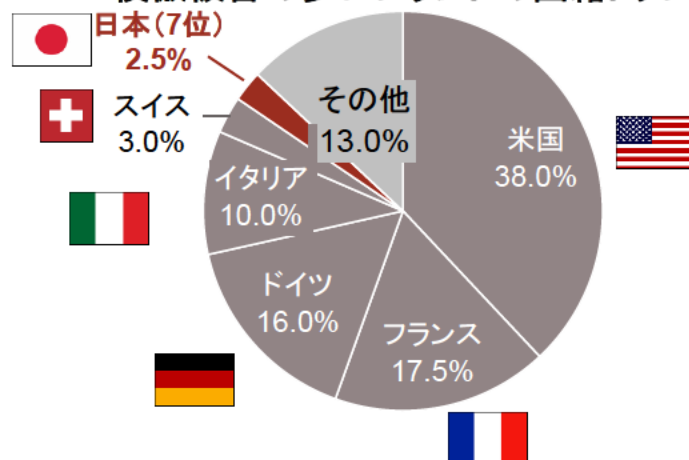
産業群	HSコード(2桁)
靴	64類
衣類	61/62類
カバン・革製品	42類
時計	91類
香水・化粧品	33類
玩具・ゲーム	95類
衣類装飾品	65類
繊維製品	63類
宝石	71類
車両・部品	87類
プラスチック製品	39類
鉄・鉄鋼製品	72/73類
医薬品	30類
医療機器	90類
家具	94類
雑貨	62/67/96類
産業機械	84類
電気・電子製品	85類

今次調査(2017-2019年
が対象)、前回調査
(2014-2016年が対象)
でトップ5に変更なし

今次調査期間に
模倣被害が増加

今次調査期間に
模倣被害が減少

模倣被害の多いブランドの国籍トップ5*



*割合についてはOECD報告書の棒グラフより目視で推定

出所: OECD報告書を基にOwls作成

2 今次調査における模倣被害額の算出方法

OECD報告書及び今次調査における模倣被害額の算出方法

OECD報告書ではグローバル流通額と米欧の押収実績に基づいて模倣被害額を算出しているのに対し、今次調査は日本企業のグローバル貿易額と市場シェアに基づいて算出

OECD報告書におけるグローバルの模倣被害額の算出方法

- OECD報告書においては、模倣被害の多い品目及び模倣品の輸出の多い国を特定した上で、グローバル貿易における模倣品の流通の割合を算出
- 算出方法の概要は以下のとおり
- ① 国連貿易データベース(UN Comtrade)から各国間の貿易取引額を取得
 - 報告国として171か国、相手国として247か国のデータを収録
 - HSコードの類(2桁)、項(4桁)、号(6桁)毎の取得が可能
- ② 世界税関機構(WCO)及び米欧の税関当局による模倣品の押収データを収集
 - 米国:国土安全保障省(DHS)、税関・国境警備局(CBP)、移民・関税執行局(ICE)
 - 欧州:欧州委員会 税制・関税同盟総局(DG TAXUD)
- ③ ①、②のデータを基にGTIRC(General Trade-Related Index of Counterfeiting)の手法を用いて、a) 輸入国におけるHSコードの類(2桁)毎の相対的な模倣品の発生可能性、b) 輸出国における相対的な模倣品の発生可能性を考慮し、各種の補正を実施
 - 専門家の意見、押収における技術的な側面や国際的な模倣被害の発生状況などを考慮
- ④ 輸出インボイスにて仕出・仕向国、品目、金額が判明しているもののうち、ブランドが判明しているものはブランドの国籍別に割り振って各国別の拡大推計を実施

今次調査における日本企業の産業別の模倣被害額の算出方法

- 今次調査においては、日本企業における産業別のグローバルな模倣被害額を算出
- 算出方法の概要は以下のとおり
- ① 「模倣されやすい製品」の条件を設定し、模倣されやすい産業群を抽出。設定した条件は以下のとおり
 - 動かしやすい
 - すぐに売れる
 - 正規品が人気かつ高価格である
- ② UN Comtradeを用いて、HSコード4桁～6桁毎に①で特定した産業群の2020年の対世界輸出額を算出
- ③ ②で算出した産業別の世界輸出額に日本企業の産業別のグローバル市場シェアを掛け合わせ、「グローバル流通額(推計)」を算出
- ④ OECD報告書(2019年版)におけるグローバルの模倣品流通額(5,090億USD、貿易額全体の3.3%)と日本企業の割合(5.7%)を所与とし、2020年の対世界輸出額に掛け合わせ、日本企業のグローバル模倣被害額(総額)を算出
- ⑤ ②～④のデータを基に日本企業における産業別のグローバルな模倣品の被害額を算出

日本企業の産業別の模倣被害額の推計の考え方

産業毎の日本企業の対世界輸出額、グローバル市場シェア及び、模倣被害額総額に占める割合を基に日本企業の産業別の模倣被害額を推計した

今回特定した
「模倣されやすい産業群」
の対世界輸出額を算出

【模倣されやすい産業群の
対世界輸出額】

「模倣されやすい産業群」毎に
日本企業のグローバル
市場シェアを算出 次頁詳述

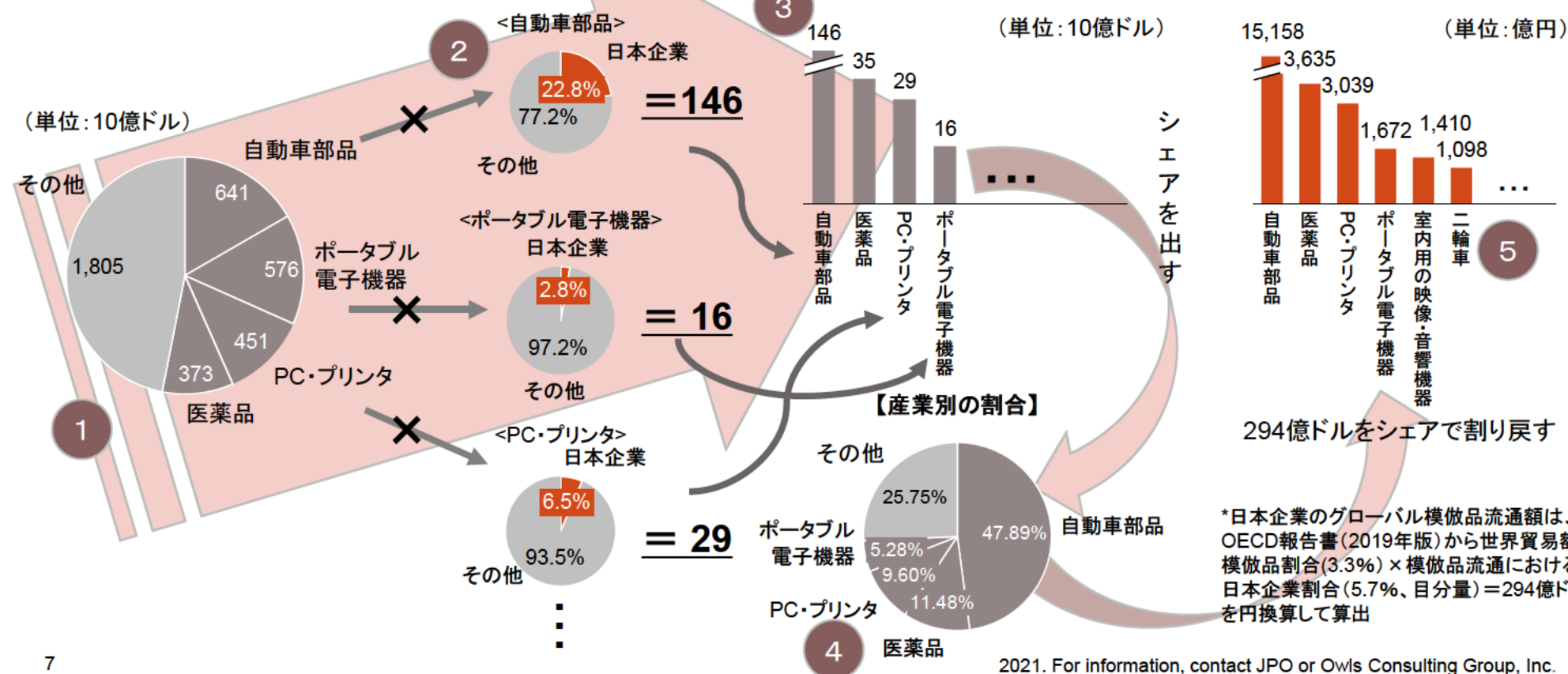
【模倣されやすい産業群の
日本企業のグローバル市場シェア】

①と②を掛け合わせ、「模倣され
やすい産業群」毎の日本企業の
グローバル輸出額総額③ 及び
総額に占める産業別割合④を算出

【模倣されやすい産業群の日本企業の
グローバル輸出額総額】

日本企業のグローバル模倣品
流通額を294億ドルと仮定*し、
④の割合に応じて産業別に分配し、
産業別の模倣被害額を推計

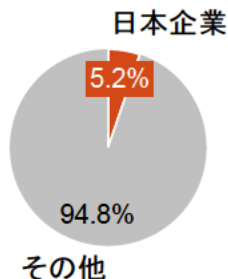
【日本企業の産業別模倣被害額
(推計)】



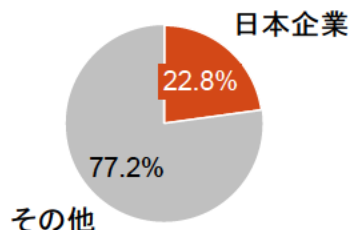
「模倣されやすい産業群」毎の日本企業のグローバル市場シェアの算出方法

日本企業のグローバル市場シェア(例)

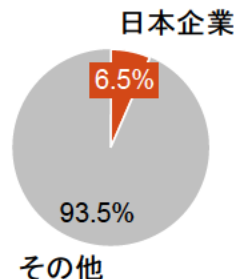
【アルコール飲料】



【自動車部品】



【PC・プリンタ】



算出方法

① データベースの活用

- 有償・無償のデータベースにおいて、各産業における企業毎のグローバル市場シェアを取得し、日本企業のシェアを合算して算出

■ 今次調査で多くの産業に対して実施（今次調査で活用したEuromonitorは産業別にグローバル規模での企業毎の市場シェアを収録。
ただし、Euromonitorにおける産業区分はHSコードに基づいていないため、今次調査においては、Euromonitorの産業区分に整合的なHSコードを選定）

② 各企業の決算報告書（公開情報）の活用

- 各産業におけるグローバル売上高の上位企業の売上高を公開情報から取得・合算した値を母数とし、日本企業の売上高を合算した値をグローバル市場シェアとして算出

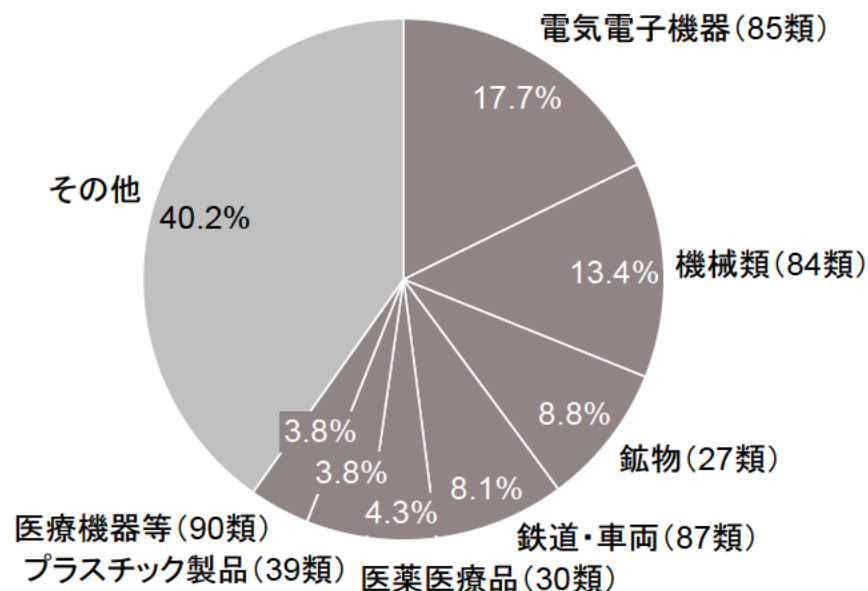
■ 今次調査では、上記①における情報取得が困難な一部の産業に対して実施

※ Euromonitorではグローバル市場シェアを公開情報および独自の情報から算出している

(参考)産業別のグローバル輸出動向

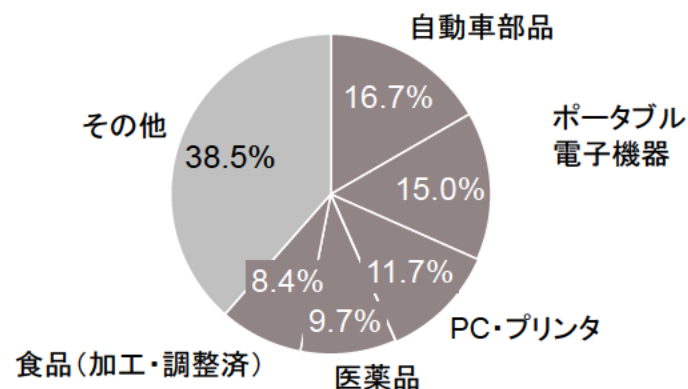
今次調査で算出した「模倣されやすい産業群」のグローバル輸出額は全産業のグローバル輸出額の約24.7%の規模に相当

産業別のグローバル輸出額の内訳
 【合計: 15,607,461,283,125USドル】



今次調査で特定した「模倣されやすい産業群」
 のグローバル輸出額の内訳
 【合計: 3,847,524,965,392 USドル】

グローバル輸出総額の約24.7%の規模に相当



* () 内はHSコード

**産業別にHSコード4桁～6桁で算出 (詳細はP25～P37に記載)

出所: UN Comtrade

3 模倣されやすい産業群の選定

模倣被害を受けやすい産業群の要件

模倣被害を受けやすい産業の特定にあたっては、下記の要件に合致することを確認する

動かしやすい

■ 在庫スペースを取らず、容易に輸送が可能

- 小型サイズであるため、在庫スペースを取らない
- 模倣業者は小口輸送が可能となり摘発の可能性が低い

すぐに売れる

■ 在庫を持たず、迅速に販売することが可能

- 対面販売やECサイトなど販売チャネルが幅広い
- 需要が多い、耐久性が低いなど商品の回転が早い

正規品が人気かつ 高価格である

■ 人気商品のロゴやデザインを使用し、販売価格の上昇を実現

- 模倣品には正規品価格に反映される研究開発費用や高価な材料費などが含まれないため、正規品と比較して高収益となる

模倣被害を受けやすい産業群の特定:アプローチ

各要件に基づき、以下の3ステップで模倣被害を受けやすい産業を特定する

Step 1

「動かしやすい」に
該当しない産業群のスクリーニング

- 重量が200kg以上、体積が15万m³以上の産業群を、迅速に移動させるのが困難であり、「動かしやすい」に該当しない産業として「模倣品額を受けやすい産業」から除外する

Step 2

「すぐに売れる」に
該当する産業群の抽出

- 中国及び米国のECサイトにおける人気商品、及び日本政策金融公庫の「業種別経営指標」において製造業全体の棚卸資産回転期間の平均値を超えない産業を「すぐに売れる」に含める

Step 3

「正規品が人気かつ高価格である」
に該当する産業群の抽出

- Step1及び2で抽出した産業のうち「世界企業ブランドランキング」トップ100の企業が製造する製品群を「正規品が人気かつ高価格である」に含める

(参考)その他の留意すべき要件

- 基礎性能を充足させることが容易である
- 厳格な検収プロセスを経る必要がない

「動かしやすい」に該当しない産業群

重量が200kg以上、体積が15万m³以上の産業群*を、迅速に移動させるのが困難であり「動かしやすい」に該当しない産業として「模倣被害を受けやすい産業」から除外する

HSコード	HSコード分類名	除外する産業群
84類	原子炉、ボイラー及び機械類並びにこれらの部分品	- 原子炉などの設備 - 重量200kg以上の機械
86類	鉄道用又は軌道用の機関車及び車両並びにこれらの部分品、鉄道又は軌道の線路用装備品及びその部分品並びに機械式交通信号用機器（電気機械式のものを含む。）	小型の部品を除いて全て除外
87類	鉄道用及び軌道用以外の車両並びにその部分品及び附属品	一般用、商用の車両
88類	航空機及び宇宙飛行体並びにこれらの部分品	小型の部品を除いて全て除外
89類	船舶及び浮き構造物	小型の部品を除いて全て除外

※上記のほか、各種素材（25類：土石類、26類：鉱石、72類：鉄鋼、73類：鉄鋼製品、74類：銅及びその製品、75類：ニッケル及びその製品、76類：アルミ及びその製品、78類：鉛及びその製品、79類：亜鉛及びその製品、80類：すず及びその製品等）についても移動が困難な大型のものを除外

*大人一人が持ち運びできる重量(平均55kg) × 4人分、2トントラックの荷台の体積より算出

出所：財務省貿易統計を基にOwls作成

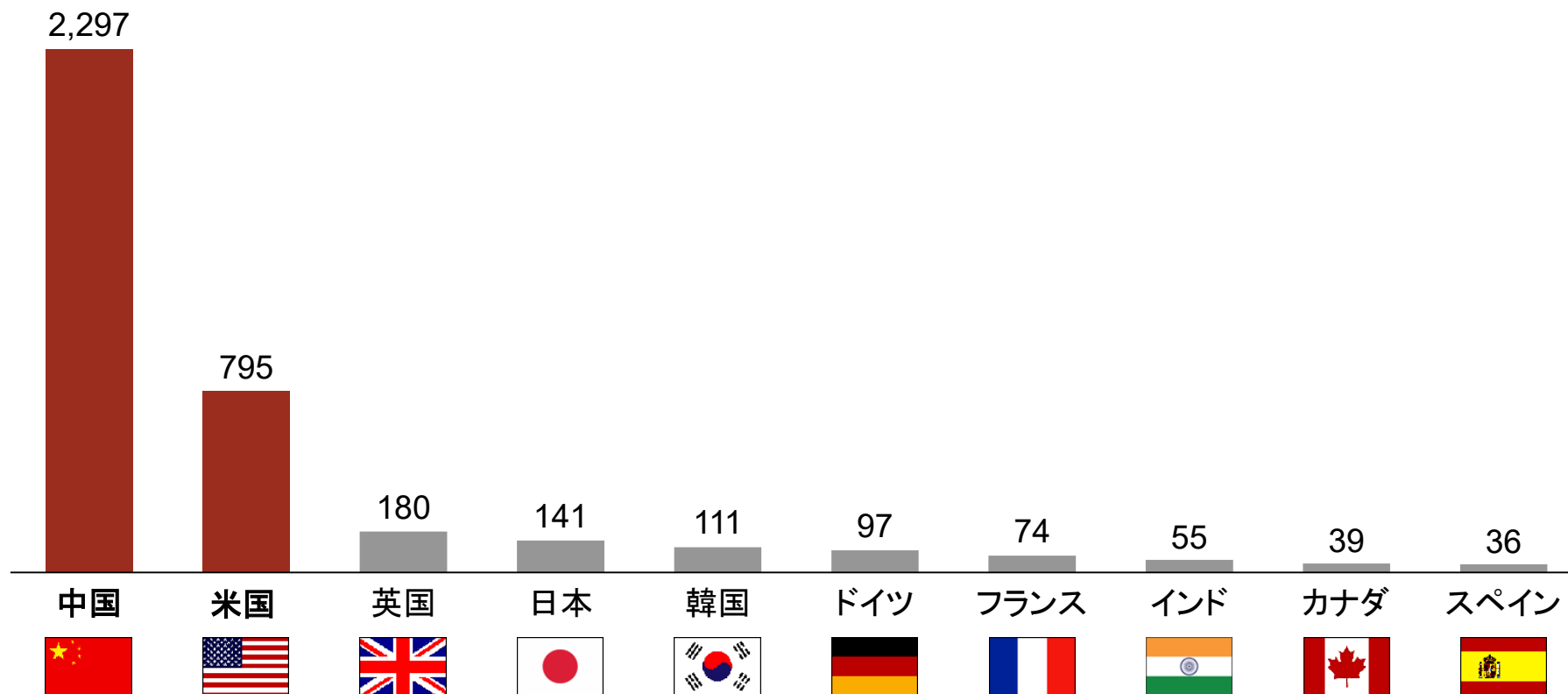
2021. For information, contact JPO or Owls Consulting Group, Inc.

「すぐに売れる」に該当する産業群(1/3)

中国及び米国のECサイトにおける人気商品を、販売チャネルが広く売れやすい商品として「すぐに売れる」に含める(1/2)

国別のECサイトの売上高(2020年)

単位(10億ドル)



「すぐに売れる」に該当する産業群(2/3)

中国及び米国のECサイトにおける人気商品を、販売チャネルが広く売れやすい商品として「すぐに売れる」に含める(1/2)

—— 中国のECサイトにおける人気商品



飲食料品(4類、16類、17類、18類、19類、20類、21類)

化粧品・トイレタリー(33類)

ベビー用品(61類、62類、96類)

ヘルスケア用品(95類)

カバン(42類)

衣類(61類、62類)

アクセサリー(71類)

個人用の電気製品・家庭用品(84類、85類)

自動車部品(87類)

時計(91類)

スポーツ・アウトドア用品(95類)

—— 米国のECサイトにおける人気商品



化粧品・トイレタリー(33類)

衣類(61類、62類)

アクセサリー(71類)

ヘルスケア用品(95類)

PC・個人用の電気製品(84類、85類)

オフィス用品・機器(84類、96類)

自動車部品(87類)

家具(94類)

玩具(95類)

脚注: 中国は2019年の実績、米国は2022年の予測、()内は主なHSコード

出所: eMarketerを基にOwls作成

「すぐに売れる」に該当する産業群(3/3)

日本政策金融公庫の「業種別経営指標」において製造業全体の棚卸資産回転期間の平均値を超えない産業を「すぐに売れる」に含める

棚卸資産回転期間(月毎)

製造業(全体)	0.6	パルプ・紙・紙加工品製造業(47類、48類)	0.6
食料品製造業(4、16、17、18、19、20、21類)	0.6	有機化学工業製品製造業(29類)	0.5
清涼飲料製造業(20、22類)	0.6	プラスチック製品製造業(39類)	0.6
シャツ製造業(下着を除く)(61類)	0.3	ゴム製品製造業(40類)	0.5
カーテン・旗・幕製造業(63類)	0.2	鉄鋼業(72類、73類)	0.5
木材チップ製造業(44類)	0.1	金属製品製造業(74、75、76、78、79、80、81、82、83類)	0.4
造作材・合板・建築用組立材料製造業(73類等)	0.3	一般機械器具製造業(84類)	0.4
金属製家具製造業(94類)	0.3	電気機械器具製造業(84類、85類)	0.4
建具製造業(44類)	0.3	電子部品・デバイス製造業(84類、85類)	0.3
事務所用・店舗用装備品製造業(96類等)	0.4	輸送用機械器具製造業(87類)	0.2

脚注:()内はHSコード

出所:日本政策金融公庫「業種別経営指標(2017年)」

「正規品が人気かつ高価格である」に該当する産業群

Step1及び2で抽出した産業のうち「世界企業ブランドランキング」トップ100(2020年版)の企業が製造する製品群を「正規品が人気かつ高価格である」に含める

世界企業ブランドランキングトップ100企業のうち物品を製造する企業(2020年)

順位	企業名	順位	企業名	順位	企業名	順位	企業名
1	Apple	29	GE	54	ジレット	80	ファーウェイ
5	サムスン	32	グッチ	55	ポルシェ	82	ジャックダニエル
6	コカ・コーラ	33	バドワイザー	56	スターバックス	83	ディオール
7	トヨタ自動車	34	パンパース	59	日産自動車	84	キャタピラー
8	メルセデスベンツ	35	ZARA	61	シーメンス	85	Panasonic
9	マクドナルド	36	現代自動車	62	ダノン	86	起亜自動車
10	ディズニー	37	H&M	63	ネスレ	87	ジョンソン&ジョンソン
11	BMW	38	ネスカフェ	65	HP	88	ハイネケン
12	インテル	40	Tesla	66	ケロッグ	89	ジョン ディア
15	ナイキ	42	Ford	67	3M	91	ヘネシー
17	ルイ・ヴィトン	43	ロレアル	68	コルゲート	92	KFC
20	ホンダ	44	アウディ	71	Canon	93	ランドローバー
21	シャネル	47	VW	72	レゴ	94	ティファニー
25	IKEA	50	アディダス	73	カルティエ	95	MINI
26	ペプシ	51	SONY	76	任天堂	97	バーバリー
28	エルメス	53	フィリップス	78	コロナビール	98	ジョニーウォーカー
				79	フェラーリ	99	プラダ

- ハイブランドは主に下記を製造
- ・ 飲料・食品 (16類、20類等)
 - ・ 香水・化粧品・トイレタリー (33類)
 - ・ カバン (42類)
 - ・ 衣類 (61類、62類)
 - ・ アクセサリー (71類)
 - ・ 電気電子機器 (84類、85類)
 - ・ 自動車部品・二輪車 (87類等)

今次調査で特定した「模倣されやすい産業」

Step1～3を経て下記を今次調査における「模倣されやすい産業」として特定

産業群	HSコード*
食品(加工、調理済)	4/16/20/21類
アルコール飲料	22類
ソフトドリンク	9/20/21/22類
香水・コスメ・ヘアケア	33類
カバン	42類
衣類	61/62類
靴	64類
宝石類	71類
PC・プリンタ	84類
ポータブル電子機器	85類
室内用の映像・音響機器	85類

産業群	HSコード*
小型家電	85/94類
自動車部品	40/70/73/84/85/87/94類
二輪車	87類
時計	91類
家具	94類
玩具・ゲーム	95類
医療器具	90類
家庭用フィットネス用品	95類
医薬品	30類
ベビー用品	4/61/62/70/87/96類

*推計に当たって使用したHSコードの詳細はP25～P37に記載

4 模倣されやすい産業群における 最近の模倣被害事例の紹介

模倣被害を受けやすい産業群の近年の被害事例(1/4)

産業群	製品	事例
食品 (加工、調理済)	調味料	■ BBCは中国にネスレ等の偽調味料の製造ハブがあると報告(2021年に引用) ■ ネスレは模倣の多い製品として固形調味料(Maggi Cube)を提示
	菓子類	■ 2017年、フェレロのチョコの模倣品を2年間菓子店に販売したとして中国で関係者を逮捕 ■ トブラローネのチョコの形状を模倣した製品を米國小売店が50万本売り出し
酒・飲料	インスタントコーヒー	■ タイ、インド、欧州等各地でネスレのインスタントコーヒーの模倣品を押収 ➢ ラトビアでは2017年に5トン超の模倣品を押収
	ビール	■ 2018年、ハイネケンはビールの商標侵害としてマレーシア企業を提訴 ■ 2017年、中国当局はバドワイザービールの模倣品を毎月60万箱以上製造したとして工場を閉鎖
化粧品・ トイレタリー	スキンケア用品	■ 2018年、中国当局は22,600本の偽のキールズとラボラボの化粧品ボトルなど大量の模倣品を押収。首謀者は懲役4年半、220万人民元の罰金 ■ 2019年、中国の裁判所は、エスティローダのアイクリームの模倣品を大量に販売したとして小売事業者に120万元の罰金を命令
	口紅	■ 2016年、ルブタンは口紅の安価な模倣品をECサイトで販売した事業者を広州IP裁判所に提訴 ■ 2015年、米国内のMACの口紅の模倣製造者に160万ドルの罰金
	香水	■ 米国税関は2018年の数か月間で475,056本の香水の模倣品を押収 ■ 2021年1月、香港から米国に輸入された貨物から1度の輸入で3,738本の香水の模倣品を押収

模倣被害を受けやすい産業群の近年の被害事例(2/4)

産業群	製品	事例
カバン	高級ハンドバック	■ ワシントンポストの調査によると、SNS上で販売される高級ハンドバックの20%が模倣品(2016年時点)
衣類	Tシャツ	■ Amazonで販売されるTシャツの半分以上が模倣品との報道あり(2014年時点)
	デニムパンツ	■ 2017年、リーバイスは模倣品を製造したとして中国企業2社を提訴 ■ 2020年、ディーゼルは世界中から数万点の模倣品を押収して破棄
	高級下着	■ 2019年、中国無錫市の警察がビクトリアズシークレットの下着等の模倣品約56,000点を押収 ■ 2016年、香港のトレーダーがビクトリアズシークレットの下着の模倣品を40,000香港ドル相当販売したとして逮捕
靴	スニーカー	■ ナイキは米国税関と協力してスニーカーの模倣品の水際対策を実施 ■ 2021年1月、ナイキと子会社のコンバースは589のウェブサイトと676のSNSアカウントについて、模倣品を販売したとしてNY地裁に提訴
	サンダル	■ 2017年以降、ビルケンシュトックは模倣品被害を理由に米国、欧州等のAmazonとの直接取引を停止 ■ 2020年、米国税関が中国からの1度の輸入から押収した模倣品7,000点のうち過半数がルイ・ヴィトン等の高級ブランドのサンダル
アクセサリー	宝石関連品	■ 2020年、ティファニーの宝石等の模倣事業者に米国で1,200万ドルの罰金命令 ■ 米国税関はカルティエのジュエリー製品の模倣品を頻繁に押収 ➢ 2021年2月にケンタッキー州で200点、9月にオハイオ州で500点など

模倣被害を受けやすい産業群の近年の被害事例(3/4)

産業群	製品	事例
電気電子機器	スマホ用アクセサリ	■ Appleは2020年にSNS上で100万点の偽スマホアクセサリを削除要請 ➢ Apple非公式SNSアカウントが販売する模倣品はスマホ充電器が多い ■ サムスンが模倣の多い製品としてスマホ充電器とイヤホンを提示
	半導体	■ 電子部品回析企業が2021年に実施した調査によると、世界的な供給不足を受け、流通する半導体の約30%が模倣品
	プリンタ関連機器	■ 米国の業界団体はトナーカートリッジの年間模倣被害額(世界)を30億ドルと推定 ■ 2019年、エプソンのトナーカートリッジの模倣品を販売した事業者に米国で1,200万ドルの罰金
	ビデオ・カメラ関連機器	■ 2020年、キヤノンはデジカメの電池の模倣事業者に米国で勝訴 ■ 2021年、AmazonとGoProは、AmazonでGroPro(カメラ等)の模倣品を販売した中国企業を共同提訴
自動車部品	タイヤ	■ EUIPOは、偽造タイヤの販売により毎年22億ユーロの損失と推定(2019年時点) ■ 2019年、ミシュランは偽造タイヤを中国から輸入した事業者を米国で提訴
	エアバッグ	■ 2019年、米国税関はホンダのエアバッグの模倣品を押収 ■ 米国では17州で偽造エアバック防止法を制定
	ブレーキパッド	■ ダイムラー、フォード及びトヨタは模倣の多い製品としてブレーキパッドを提示
	ベアリング	■ 2020年、現代自動車はベアリングの模倣品を販売した事業者に米国で勝訴
	その他	■ ホイール、ボディパーツ、エンジン部品等も模倣されやすい製品として各社が提示
二輪車	小型バイク	■ 2017年に累計生産1億台に達したホンダのスーパーカブの模倣品が世界で販売 ■ 2020年、ピアジオーはヴェスパとデザインが類似した中国製品をEUIPOに提訴し、中国製品の意匠登録を欧州で無効化

模倣被害を受けやすい産業群の近年の被害事例(4/4)

産業群	製品	事例
時計	腕時計	■ 2019年、スウォッチの腕時計の模倣品を販売した米国事業者に110万ドルの罰金
家具	椅子	■ 2020年、ハーマンミラーは椅子のデザインを模倣したとして小売業者を米国で提訴 ■ エメコは2019年の椅子の模倣被害額を140万ドルと推定
玩具・ゲーム	キャラクター商品	■ 日本の税関で2021年上半期は「鬼滅の刃」や「あつまれ どうぶつの森」等のキャラクター製品の模倣品の差し止めが増加
	家庭用のゲーム機器	■ 2019年、「Nintendo Switch」機器本体を模倣した「Nanica Switch」が中南米の小売店で販売 ■ SONYのPlayStationのコントローラーの模倣品が日本を始め各国で販売
ヘルスケア用品	マスク	■ コロナ禍でマスクの模倣品が急増 ➢ 2021年、米国国土安全保障省(DHS)と3Mが協業し、数週間で約1,100万点の3MのN95マスクの模倣品を押収 ➢ 2021年、日本の税関は人気のPITTAマスクの模倣品を複数点押収
	トレーニング器具	■ 2021年、レスミルズはコロナ禍で家庭用のトレーニング器具の模倣品が増加したことを警告 ■ FitnessAnywhereは2017年にトレーニング器具の模倣事業者に勝訴したものの、2021年に模倣品の増加を警告
ベビー用品	粉ミルク	■ ダノンは増加する幼児用粉ミルクの模倣品対策のため、2020年からブロックチェーンを導入
	チャイルドシート	■ 米国でチャイルドシートの模倣品が増加しているとの報道多数 ■ Wonderlandは、ライバル企業のEvenfloがチャイルドシートを模倣したとして2018年に提訴

5 模倣されやすい産業群における 日本企業のグローバル輸出額の算出

日本企業のグローバル輸出額の算出(食品(加工、調整済))

製品	食品(加工、調理済)
HSコード	04.03(バターミルク、凝固したミルク及びクリーム、ヨーグルト、ケフィア等)、04.04(ホエイ及びミルクの天然の組成成分から成る物品)、04.05(ミルクから得たバターその他の油脂及びデイリースプレッド)、04.06(チーズ及びカード)、04.09(天然はちみつ)、16.01(ソーセージその他これに類する物品及びこれらの物品をもととした調製食料品)、16.02(その他の調製をし又は保存に適する処理をした肉、くず肉及び血)、16.03(肉、魚又は甲殻類、軟体動物若しくはその他の水棲無脊椎動物のエキス及びジュース)、16.04(魚(調製し又は保存に適する処理をしたものに限る)、キャビア及び魚卵から調製したキャビア代用物)、16.05(甲殻類、軟体動物及びその他の水棲無脊椎動物(調製し又は保存に適する処理をしたものに限る))、17.02(その他の糖類、人造はちみつ、カラメル)、17.04(砂糖菓子)、18.03(ココアペースト)、18.05(ココア粉)、18.06(チョコレートその他のココアを含有する調製食料品)、19.01(麦芽エキス並びに穀粉、ひき割り穀物、ミール、でん粉又は麦芽エキスの調製食料品)、19.02(スパゲッティ、マカロニ、ヌードル、ラザーニヤ、ニョッキ、ラビオリ、カネローニその他のパスタ)、19.03(タピオカ及びタピオカ代用物)、19.04(穀物又は穀物産品を膨脹させて又はいつて得た調製食料品)、19.05(パン、ペーストリー、ケーキ、ビスケット等)、20.01(食酢又は酢酸により調製し又は保存に適する処理をした野菜、果実、ナットその他植物の食用の部分)、20.02(調製し又は保存に適する処理をしたトマト)、20.03(調製し又は保存に適する処理をしたきのこ及びトリフ)、20.04(調製し又は保存に適する処理をしたその他の野菜)、20.05(調製し又は保存に適する処理をしたその他の野菜)、20.06(砂糖により調製した野菜、果実、ナット、果皮等)、20.07(ジャム、フルーツゼリー、マーマレード、ピューレー、ペースト等)、20.08(果実、ナットその他植物の食用の部分(調製をし又は保存に適する処理をしたものに限る))、21.03(ソース、ソース用の調製品、混合調味料、マスタードの粉及びミール並びに調製したマスタード)、21.04(スープ、ブロス、スープ用又はブロス用の調製品及び均質混合調製食料品)、21.05(アイスクリーム・氷菓)、21.06(調製食料品)
世界輸出額 (2020年)	325,074,067,819 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	2.2%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	7,151,629,492 USD (325,074,067,819 USD × 2.2% × 107.82円/USD = 約7,711億円)

市場シェアの算出に使用したEuromonitorにおける「食品」の定義(焼いた食品、朝食用シリアル、加工したフルーツ・野菜、加工した肉・シーフード、米・パスタ・麺類)及び市場シェア上位企業の製品に整合的なHSコードを選定
 1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

日本企業のグローバル輸出額の算出(アルコール飲料)(ソフトドリンク)

製品	アルコール飲料	製品	ソフトドリンク
HSコード	22.03 (ビール)、 22.04 (ぶどう酒)、 22.05 (ベルモットその他のぶどう酒)、 22.06 (その他の発酵酒)、 22.08 (蒸留酒、リキュールその他のアルコール飲料)	HSコード	09.01 (コーヒー)、 09.02 (茶) 20.09 (果実又は野菜のジュース)、 21.01 (コーヒー、茶又はマテのエキス、エッセンス及び濃縮物並びにこれらをもととした調製品) 22.01 (水(天然又は人造の鉱水及び炭酸水を含むものとし、砂糖その他の甘味料又は香味料を加えたものを除く))、 22.02 (水(鉱水及び炭酸水を含むものとし、砂糖その他の甘味料又は香味料を加えたものに限る。))その他のアルコールを含有しない飲料)
世界輸出額 (2020年)	77,103,752,488 USD	世界輸出額 (2020年)	77,739,615,344 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	5.2%	日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	2.6%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	4,009,395,129 USD (77,103,752,488 USD × 5.2% × 107.82円/USD = 約4,323億円)	日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	2,021,229,999 USD (77,739,615,344 USD × 2.6% × 107.82円/USD = 約2,179億円)

市場シェアの算出に使用したEuromonitorにおける「アルコール飲料」「ソフトドリンク」の定義に整合的なHSコードを選定

1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

出所: UN Comtrade、Euromonitor

日本企業のグローバル輸出額の算出(香水)(コスメティック)

製品	香水
HSコード	33.03 (香水類及びオーデコロン類)
世界輸出額 (2020年)	14,877,636,070 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	2.5%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	371,940,902 USD (14,877,636,070 USD × 2.5% × 107.82円/USD = 約401億円)

製品	コスメティック
HSコード	33.04 (美容用、メーキャップ用又は皮膚の手入れ用の調製品)
世界輸出額 (2020年)	59,960,941,171 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	7.4%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	4,437,109,647 USD (59,960,941,171 USD × 7.4% × 107.82円/USD = 約4,784億円)

市場シェアの算出に使用したEuromonitorにおける「香水」「カラーコスメティック」の定義に整合的なHSコードを選定

1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

出所: UN Comtrade、Euromonitor

日本企業のグローバル輸出額の算出(ヘアケア用品)(カバン)

製品	ヘアケア用品
HSコード	33.05 (頭髮用の調整品)
世界輸出額 (2020年)	13,531,029,303 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	5.5%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	744,206,612 USD (13,531,029,303 USD × 5.5% × 107.82円/USD=約802億円)

製品	カバン
HSコード	42.02 (旅行用バッグ、断熱加工された飲食料用バッグ、化粧用バッグ、リュックサック、ハンドバッグ、買物袋、財布、マップケース、シガレットケース、たばこ入れ、工具袋、スポーツバッグ、瓶用ケース、宝石入れ、おしろい入れ、刃物用ケースその他これらに類する容器)
世界輸出額 (2020年)	57,561,155,605 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	0.2%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	12,412,487,595 USD (57,561,155,605 USD × 0.2% × 107.82円/USD=約124億円)

市場シェアの算出に使用したEuromonitorにおける「ヘアケア用品」「カバン」の定義に整合的なHSコードを選定

1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

出所: UN Comtrade、Euromonitor

日本企業のグローバル輸出額の算出(衣類)

製品	衣類
HSコード	61.01(男子用のオーバーコート、カーコート、ケープ、クローク、アノラック)、ウインドチーター、ウインドジャケットその他これらに類する製品、61.02(女子用のオーバーコート、カーコート、ケープ、クローク、アノラック、ウインドチーター、ウインドジャケットその他これらに類する製品)、61.03(男子用のスーツ、アンサンブル、ジャケット、ブレザー、ズボン、胸当てズボン、半ズボン及びショーツ(水着を除く))、61.04(女子用のスーツ、アンサンブル、ジャケット、ブレザー、ドレス、スカート、キュロットスカート、ズボン、胸当てズボン、半ズボン及びショーツ(水着を除く))、61.05(男子用のシャツ)、61.06(女子用のブラウス、シャツ及びシャツブラウス)、61.07(男子用のパンツ、ズボン下、ブリーフ、ナイトシャツ、パジャマ、バスローブ、ドレッシングガウンその他これらに類する製品)、61.08(女子用のスリッパ、ペティコート、ブリーフ、パンティ、ナイトドレス、パジャマ、ネグリジェ、バスローブ、ドレッシングガウンその他これらに類する製品) 61.09(Tシャツ、シングレットその他これらに類する肌着(メリヤス編み又はクロセ編みのものに限る))、61.10(ジャージ、プルオーバー、カーディガン、ベストその他これらに類する製品)、61.13(衣類)、61.14(その他の衣類)、62.01(男子用のオーバーコート、カーコート、ケープ、クローク、アノラック、ウインドチーター、ウインドジャケットその他これらに類する製品)、62.02(女子用のオーバーコート、カーコート、ケープ、クローク、アノラック、ウインドチーター、ウインドジャケットその他これらに類する製品)、62.03(男子用のスーツ、アンサンブル、ジャケット、ブレザー、ズボン、胸当てズボン、半ズボン及びショーツ(水着を除く))、62.04(女子用のスーツ、アンサンブル、ジャケット、ブレザー、ドレス、スカート、キュロットスカート、ズボン、胸当てズボン、半ズボン及びショーツ(水着を除く))、62.05(男子用のシャツ)、62.06(女子用のブラウス、シャツ及びシャツブラウス)、62.07(男子用のシングレットその他これに類する肌着、パンツ、ズボン下、ブリーフ、ナイトシャツ、パジャマ、バスローブ、ドレッシングガウンその他これらに類する製品)、62.08(女子用のシングレットその他これに類する肌着、スリッパ、ペティコート、ブリーフ、パンティ、ナイトドレス、パジャマ、ネグリジェ、バスローブ、ドレッシングガウンその他これらに類する製品)、62.10(衣類)、62.12(ブラジャー、ガードル、コルセット、サスペンダー、ガーターその他これらに類する製品及びこれらの部分品)、62.15(ネクタイ)
世界輸出額 (2020年)	307,674,011,228 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	3.1%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	9,537,894,348 USD (307,674,011,228 USD × 3.1% × 107.82円/USD=約1兆284億円)

市場シェアの算出に使用したEuromonitorにおける「アパレル」の定義に整合的なHSコードを選定

1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

日本企業のグローバル輸出額の算出(靴)(宝石類)

製品	靴
HSコード	64.01 (防水性の履物)、 64.02 (その他の履物(本底及び甲がゴム製又はプラスチック製のものに限る))、 64.03 (履物(本底がゴム製、プラスチック製、革製又はコンポジションレザー製で、甲が革製のものに限る))、 64.04 (履物(本底がゴム製、プラスチック製、革製又はコンポジションレザー製で、甲が紡織用繊維製のものに限る))、 64.05 (その他の履物)
世界輸出額 (2020年)	108,069,700,574 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	1.5%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	1,621,045,509 USD (108,069,700,574 USD × 1.5% × 107.82円/USD=約1,748億円)

製品	宝石類
HSコード	71.13 (身辺用細貨類及びその部分品(貴金属製又は貴金属を張った金属製のものに限る))
世界輸出額 (2020年)	64,555,429,468 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	0.3%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	193,666,288 USD (64,555,429,468 USD × 0.3% × 107.82円/USD=約209億円)

市場シェアの算出に使用したEuromonitorにおける「靴」「宝石類」の定義に整合的なHSコードを選定

1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

出所: UN Comtrade、Euromonitor

日本企業のグローバル輸出額の算出(PC・プリンタ)(ポータブル電子機器)

製品	PC・プリンタ	製品	ポータブル電子機器(携帯、デジカメ等)
HSコード	84.71(自動データ処理機械及びこれを構成するユニット並びに磁気式又は光学式の読取機、データをデータ媒体に符号化して転記する機械及び符号化したデータを処理する機械(他の項に該当するものを除く)、 84.43(印刷機(第84.42項のプレート、シリンダーその他の印刷用コンポーネントにより印刷に使用するもの)、その他のプリンター、複写機及びファクシミリ(結合してあるかないかを問わない。)並びに部分品及び附属品)	HSコード	85.17(電話機(携帯回線網用その他の無線回線網用の電話を含む。))及びその他の機器(音声、画像その他のデータを送受信するものに限るものとし、有線又は無線回線網(例えば、ローカルエリアネットワーク(LAN)又はワイドエリアネットワーク(WAN))用の通信機器を含む)、 8519.89(音声の記録用又は再生用の機器/その他の機器) 8525.80(テレビジョンカメラ、デジタルカメラ及びビデオカメラレコーダー)
世界輸出額 (2020年)	450,961,434,083 USD	世界輸出額 (2020年)	576,145,551,810 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	6.5%	日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	2.8%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	29,312,493,215 USD (450,961,434,083 USD × 6.5% × 107.82円/USD＝約3兆1,605億円)	日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	16,132,075,451 USD (576,145,551,810 USD × 2.8% × 107.82円/USD＝約1兆7,394億円)

市場シェアの算出に使用したEuromonitorにおける「PC・プリンタ」「ポータブル電子機器(カメラ、携帯電話、ウェアラブル電子機器、ポータブルメディアプレイヤー)」の定義に整合的なHSコードを選定

日本企業のグローバルシェア(2020年)の算出にあたっては完成品メーカーのシェアのみ考慮されており、部品メーカーのシェアは考慮されていない

1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

出所: UN Comtrade、Euromonitor

日本企業のグローバル輸出額の算出(室内用の映像・音響機器)(小型家電)

製品	室内用の映像・音響機器
HSコード	85.19 (音声の記録用又は再生用の機器)、 85.28 (モニター及びプロジェクター(テレビジョン受像機器を有しないものに限る)並びにテレビジョン受像機器(ラジオ放送用受信機又は音声若しくはビデオの記録用若しくは再生用の装置を自蔵するかしないかを問わない))
世界輸出額 (2020年)	91,270,769,793 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	14.9%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	13,599,344,699 USD (91,270,769,793 USD × 14.9% × 107.82円/USD = 約1兆4,663億円)

製品	小型家電
HSコード	85.08 (真空式掃除機)、 85.09 (家庭用電気機器)、 85.16 (電気式の瞬間湯沸器、貯蔵式湯沸器、浸せき式液体加熱器、暖房機器及び土壌加熱器、電熱式の調髪用機器(例えば、ヘアドライヤー、ヘアカーラー及びカール用こて)及び手用ドライヤー、電気アイロンその他の家庭において使用する種類の電熱機器並びに電熱用抵抗体)、 94.05 (ランプその他の照明器具及びその部分品)
世界輸出額 (2020年)	144,046,892,170 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	3.6%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	5,185,688,118 USD (144,046,892,170 USD × 3.6% × 107.82円/USD = 約5,591億円)

市場シェアの算出に使用したEuromonitorにおける「小型家電」の定義(食洗器、調理器具、食品加工器具、掃除機、アイロン、暖房器具、個人用のケア器具、空気清浄機等)及び市場シェア上位企業の製品に整合的なHSコードを選定

日本企業のグローバルシェア(2020年)の算出にあたっては完成品メーカーのシェアのみ考慮されており、部品メーカーのシェアは考慮されていない
1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

出所: UN Comtrade、Euromonitor

日本企業のグローバル輸出額の算出(自動車部品)

製品	自動車部品
HSコード	4011.10(乗用車用のタイヤ)、4012.11(乗用車用の更生タイヤ)、4012.20(中古タイヤ)、4013.10(ゴム製インナーチューブ 乗用自動車用)、7007.11(強化ガラス)、7007.21(合わせガラス)、7009.10(バックミラー)、7315.11(ローラーチェーン)、7320.10(鉄鋼製 シャシばね ばね板 自動車用)、8302.30(自動車用 取付具 卑金属製)、8407.31*(内燃機関(50cc以下 87類車両用)、8407.33*(内燃機関(250cc～1000cc以下 87類用)、8408.20*(ディーゼルエンジン)、8409.91*(ガソリンエンジンの部品)、8409.99*(エンジン部品)、8414.30(圧縮機、自動車エアコン用)、8415.20(自動車用エアコン)、8421.23(潤滑油、燃料油用ろ過器(内燃機関用)(自動車用と特定されていない))、8421.31(内燃機関の吸気用ろ過器(自動車用と特定されていない))、8425420(ジャッキ(修理場で使用するものを除く)及びホイスト)、8481.30(逆止弁(車両用))、84.82(玉軸受及びころ軸受) 84.83(ギヤボックスその他の変速機、伝動軸等) 84.84(ガスケットその他これに類するジョイント) 8502.11*(発電機)、8502.12*(発電機)、8507.10(ピストンエンジン始動用鉛蓄電池)、85.11(火花点火式又は圧縮点火式の内燃機関の点火又は始動に使用する種類の電気機器)、85.12(電気式の照明用又は信号用の機器(第85.39項の物品を除く)、8512.40(ウインドスクリーンワイパー及び曇り除去装置)、8527.21(自動車用ラジオ)、8527.29(自動車用ラジオ)、8539.10(シールドビームランプ)、8539.29(自動車用の電球)、8544.30(点火用配線セット及びその他のセット(車両、航空機、船舶用))、87.06(原動機付きシャシ)、87.07(車体)、87.08(自動車用の部分品及び附属品)、9401.20(自動車用腰掛け)
世界輸出額 (2020年)	641,339,370,354 USD*
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	22.8%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	146,225,376,441 USD* (641,339,370,354 USD × 22.8% × 107.82円/USD=約15兆7,660億円)

日本企業のグローバルシェア(2020年)の算出にあたっては完成品メーカーのシェアのみ考慮されており、部品(納入)メーカーのシェアは考慮されていない
HSコードに「*」を付した製品は自動車部品のなかでもより「模倣されにくい製品」に該当すると仮定して輸出額に1/3の係数をかけて補正

1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

出所: UN Comtrade、自動車部品工業会(自動車部品に該当するHSコード一覧)、dealab

日本企業のグローバル輸出額の算出(二輪車)(時計)

製品	二輪車
HSコード	87.11 (モーターサイクル)
世界輸出額 (2020年)	27,958,402,430 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	37.9%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	10,596,234,521 USD (27,958,402,430 USD × 37.9% × 107.82円/USD=約1兆1,425億円)

製品	時計
HSコード	91.01 (腕時計、懐中時計その他の携帯用時計(ストップウォッチを含むものとし、ケースに貴金属又は貴金属を張つた金属を使用したものに限る)、 91.02 (腕時計、懐中時計その他の携帯用時計(ストップウォッチを含む)、 91.03 (時計(ウォッチムーブメントを有するものに限る)、 91.05 (その他の時計(携帯用時計を除く)
世界輸出額 (2020年)	33,433,047,597 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	8.5%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	2,841,809,046 USD (33,433,047,597 USD × 8.5% × 107.82円/USD=約3,064億円)

市場シェアの算出に使用したdealabの「二輪車」及びEuromonitorにおける「時計」の定義に整合的なHSコードを選定

二輪車の日本企業のグローバルシェア(2020年)の算出にあたっては完成品メーカーのシェアのみ考慮されており、部品メーカーのシェアは考慮されていない
 1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

出所: UN Comtrade、Euromonitor、dealab

日本企業のグローバル輸出額の算出(家具)(玩具・ゲーム)

製品	家具	製品	玩具・ゲーム
HSコード	94.01 (腰かけ)、 94.03 (その他の家具及びその部分品)、 94.04 (寝具その他これに類する物品)	HSコード	95.04 (ビデオゲーム用のコンソール及び機器、遊戯場用、テーブルゲーム用又は室内遊戯用の物品)
世界輸出額 (2020年)	187,359,120,938 USD	世界輸出額 (2020年)	29,595,610,556 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	1.0%	日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	13.1%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	1,873,591,209 USD (187,359,120,938 USD × 1.0% × 107.82円/USD=約2,020億円)	日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	3,877,024,983 USD (29,595,610,556 USD × 13.1% × 107.82円/USD=約4,180億円)

市場シェアの算出に使用したEuromonitorにおける「家具」「玩具・ゲーム」の定義に整合的なHSコードを選定

1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

出所: UN Comtrade、Euromonitor

日本企業のグローバル輸出額の算出(医療機器)(家庭用フィットネス器具)

製品	医療機器
HSコード	90.18 (医療用又は獣医用の機器(シンチグラフ装置その他の医療用電気機器及び視力検査機器を含む))
世界輸出額 (2020年)	126,987,337,530 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	3.4%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	4,317,569,476 USD (126,987,337,530 USD × 3.4% × 107.82円/USD=約4,655億円)

製品	家庭用のフィットネス器具
HSコード	9506.91 (身体トレーニング用具、体操用具及び競技用具)
世界輸出額 (2020年)	14,065,614,072 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	3.6%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	506,362,107 USD (14,065,614,072 USD × 3.6% × 107.82円/USD=約546億円)

市場シェアの算出に使用したdealabにおける「医療機器」の定義に整合的なHSコードを選定
 1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))
 出所: UN Comtrade、dealab、各種公開情報

日本企業のグローバル輸出額の算出(医薬品)(ベビー用品)

製品	医薬品	製品	ベビー用品
HSコード	30.03(医薬品(治療用又は予防用に混合した二以上の成分から成るもので、投与量にしてなく、かつ、小売用の形状又は包装にしていないものに限るものとし、第30.02項、第30.05項又は第30.06項の物品を除く)) 30.04(医薬品(混合し又は混合してない物品から成る治療用又は予防用のもので、投与量にしたもの(経皮投与剤の形状にしたものを含む。))又は小売用の形状若しくは包装にしたものに限るものとし、第30.02項、第30.05項又は第30.06項の物品を除く))	HSコード	04.02(ミルク及びクリームのうち粉状または粒状のもの)、 61.11(乳児用の衣類及び衣類附属品(メリヤス編み又はクロセ編みのものに限る))、62.09(乳児用の衣類及び衣類附属品) 7013.49(その他のガラス製品)、87.15(乳母車及びその部分品)、96.19(乳児用のおむつ及びおむつ中敷きその他これらに類する物品(材料を問わない))
世界輸出額 (2020年)	373,064,040,313 USD	世界輸出額 (2020年)	45,150,434,676 USD
日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	9.4%	日本企業の グローバル 市場シェア (2020年)	2.3%
日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	35,068,019,789 USD (373,064,040,313 USD × 9.4% × 107.82円/USD=約3兆7,810億円)	日本企業の グローバル 輸出額 (2020年)	1,038,459,998 USD (45,150,434,676 USD × 2.3% × 107.82円/USD=約1,120億円)

ベビー用品については、市場シェアの算出に使用したEuromonitorにおける「ベビー用品」の定義に整合的なHSコードを選定

1ドル=107.82円で計算(三菱UFJ銀行 年間平均TTS(2020年より))

出所: UN Comtrade、Euromonitor(ベビー用品)、DRUG DISCOVERY&DEVELOPMENT(医薬品)

6 日本企業の産業別模倣被害額（推計）

日本企業の産業別模倣被害額の推計(「その他」の考え方)

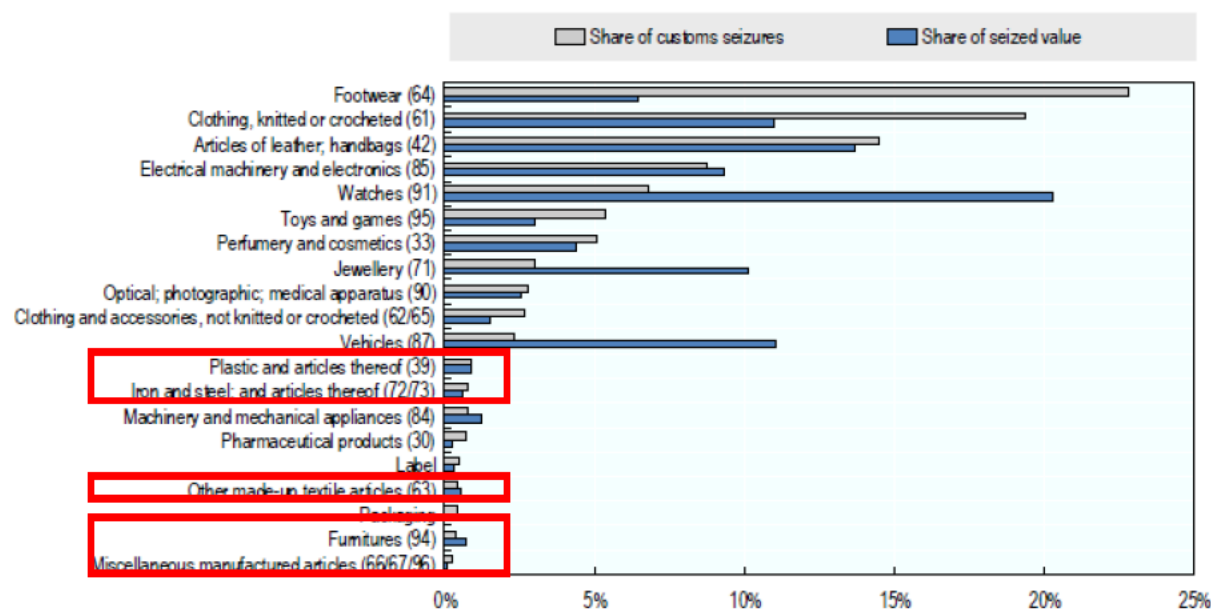
- OECD報告書「Illicit Trade Global Trade in Fakes A WORRYING THREAT」において、2017年～2019年に模倣があったとされる製品トップ20のうち、今次調査で「模倣されやすい産業群」に含まれていない産業群(以下表の赤枠囲いの項目)を、産業別模倣被害額の推計における「その他」産業とし、今調査では全体の1.5%と仮定する

注1:1.5%は、下記グラフ中赤枠で囲われた項目を目視で足し合わせた数値

注2:OECD報告書においては、トップ20の割合の合計が約100%となっている

注3:OECD報告書では全ての国の世界貿易が母数になっているが、本調査では日本企業のための世界貿易が推計の母数になっている点の違いがある

Figure 4.2. Top 20 product categories counterfeit and pirated, 2017-19



出所:OECD報告書

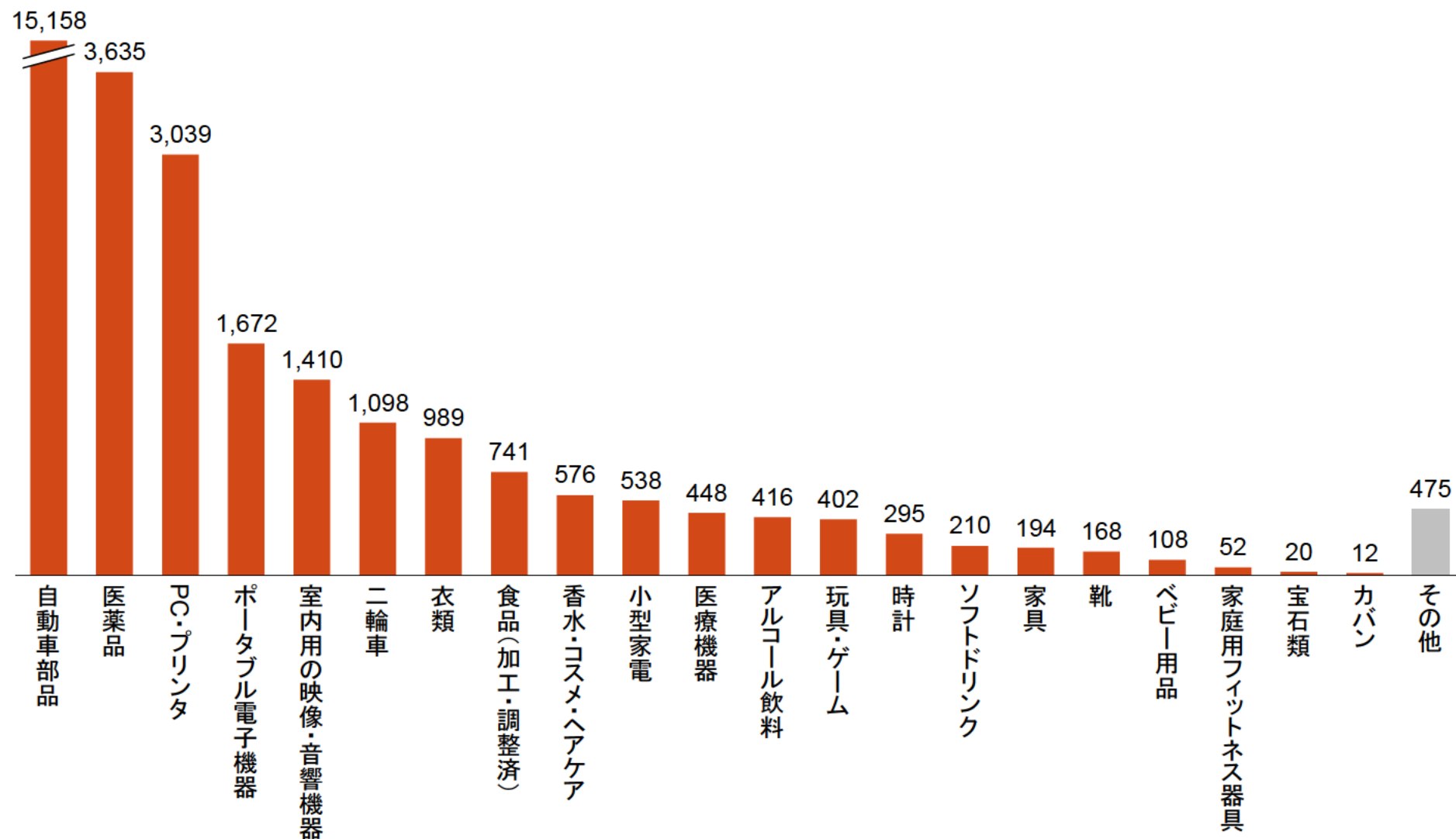
日本企業の産業別のグローバル模倣被害額の推計

	グローバル輸出総額 (USD)	日本企業の グローバル シェア (%)	日本企業のグローバル 輸出額 (USD)	日本企業のグローバル 輸出額 (円)	日本企業のグローバル 輸出額 A) に占める割合	日本企業のグローバル 模倣被害額 (円)
食品 (加工・調整済)	325,074,067,819	2.2%	7,151,629,492	771,088,691,829	2.34%	74,133,855,208
アルコール飲料	77,103,752,488	5.2%	4,009,395,129	432,292,982,849	1.31%	41,561,425,731
ソフトドリンク	77,739,615,344	2.6%	2,021,229,999	217,929,018,486	0.66%	20,952,088,227
香水	14,877,636,070	2.5%	371,940,902	40,102,668,027	0.12%	3,855,542,710
コスメティック	59,960,941,171	7.4%	4,437,109,647	478,409,162,102	1.45%	45,995,118,239
ヘアケア用品	13,531,029,303	5.5%	744,206,612	80,240,356,870	0.24%	7,714,452,385
カバン	57,561,155,605	0.2%	115,122,311	12,412,487,595	0.04%	1,193,358,907
衣類	307,674,011,228	3.1%	9,537,894,348	1,028,375,768,609	3.12%	98,869,898,025
靴	108,069,700,574	1.5%	1,621,045,509	174,781,126,738	0.53%	16,803,772,225
宝石類	64,555,429,468	0.3%	193,666,288	20,881,099,216	0.06%	2,007,546,476
PC・プリンタ	450,961,434,083	6.5%	29,312,493,215	3,160,473,018,484	9.60%	303,853,566,551
ポータブル電子機器	576,145,551,810	2.8%	16,132,075,451	1,739,360,375,092	5.28%	167,225,238,247
室内用の映像・音響機器	91,270,769,793	14.9%	13,599,344,699	1,466,281,345,463	4.45%	140,970,928,649
小型家電	144,046,892,170	3.6%	5,185,688,118	559,120,892,896	1.70%	53,754,889,362
自動車部品	641,339,370,354	22.8%	146,225,376,441	15,766,020,087,829	47.89%	1,515,773,558,575
二輪車	27,958,402,430	37.9%	10,596,234,521	1,142,486,006,051	3.47%	109,840,661,712
時計	33,433,047,597	8.5%	2,841,809,046	306,403,851,312	0.93%	29,458,217,957
家具	187,359,120,938	1%	1,873,591,209	202,010,604,195	0.61%	19,421,663,215
玩具・ゲーム	29,595,610,556	13.1%	3,877,024,983	418,020,833,649	1.27%	40,189,275,610
医療機器	126,987,337,530	3.4%	4,317,569,476	465,520,340,904	1.41%	44,755,963,762
家庭用フィットネス器具	14,065,614,072	3.6%	506,362,107	54,595,962,333	0.17%	5,248,954,121
医薬品	373,064,040,313	9.4%	35,068,019,789	3,781,033,893,695	11.48%	363,515,406,438
ベビー用品	45,150,434,676	2.3%	1,038,459,998	111,966,756,936	0.34%	10,764,685,612
その他				493,854,933,977	1.5%	47,480,102,558
合計	3,847,524,965,392		300,777,289,289	A 32,923,662,265,139	100%	3,165,340,170,503

※日本企業によるグローバルな模倣被害の総額は、2020年の世界貿易額(15,607,461,283,125USD) × 3.3%(OECD報告書2019年版における模倣品の割合) × 5.7%(OECD報告書2019年版における模倣品流通における日本企業の割合) × 107.82円/USDにて算出

日本企業の産業別模倣被害額(2020年)の推計

(単位: 億円)



7 ヒアリングの結果

日本企業・団体・専門家へのヒアリング結果

2021年10月、日本企業7社・業界団体2団体及び専門家1名に対して模倣品対策にかかるヒアリングを行ったところ、主な共通した事項は以下のとおり

■ 模倣品の製造元は依然として中国：

- 製造工程が単純な製品であっても、製造元は中国と答える企業が多数。他方でインド、ベトナム、トルコ、南米、アフリカで製造事例はあるが部分的か極少数
- 製品・商品ごとに製造・流通経路、消費国は異なる

■ 模倣品製造販売の隠蔽手段は巧妙化：

- 製造現場の摘発件数は年を追うごとに減少
- 模倣品業者は摘発、厳罰化を警戒。模倣業者は証拠を残さないためサンプル買いに対応せず、捕まっても証拠を残さないため夜のうちに正規品工場や住居の一角で製造し出荷・輸出し、極力在庫を持たない
- 模倣製造が容易な商品でも中国で大量生産、ロゴは別途で輸出、販売国でロゴ貼付けを行う製造・流通パターンで隠蔽。商標等の侵害がないため、ロゴをつけた後販売までの数時間しか取締りができない
- そのため消費者啓発の重要性を唱える企業も多い

■ 製造クラスターのなかに模倣品製造業者が存在：

- 複数の企業が製造拠点のクラスターの存在を指摘。そこに正規品/模倣品の製造業者がいるとした

■ 模倣品対策は、税関、市場摘発、訴訟、オンライン対策、消費者啓発に分類

- コロナ禍、オンライン対策に重点をおく企業が多数

■ 模倣品業者はEC・小口郵便を多用、取締りは困難に：

- 税関のキャパから補足率は数%の中で、小口化して数がさらに増加し当局の対応は困難に
- 途上国を中心に当局にとって麻薬、マネロンといった花形ではない知財侵害取締りは、TRIPSで義務化されておらず事実上、業務ではないとの認識。
- 小口郵便が入国後は、警察等は証拠があっても量が少ない/国外のため動けず、取締りは困難に

■ 海外ECサイト対策は各社の問題意識は多種多様

- 模倣品の削除手続きがサイト毎に異なり不便
- 模倣品を通知しても商品サイトが削除されるだけで当該事業者は取引停止されないため、すぐに別のサイトで模倣品が販売される
- 大規模キャンペーン時に模倣品通報しても削除されるのはキャンペーン終了後と、ECサイトと権利者は利益が相反していることに気づかされる

8 その他～模倣被害額の算出方法のアイデア

模倣被害額の算出方法のアイデア(例)

今回採用した模倣被害額の算出方法の他にも下記の要素を踏まえた推計や補正が考えられる

算出に使用する指標	各種統計	■ 下記要素を模倣品流通が多い国の抽出要件とする ➢ ①一人当たりGDP(「1万ドルクラブ入り」など消費市場が誕生する指標であり、低い国ほど模倣品の流通が多い可能性が高い)、②米国のスペシャル301条の「優先監視国」「監視国」、③腐敗度・汚職度ランキング、④自国ブランドの特許出願数(少ない国ほど模倣品の流通が多い可能性が高い)
	国別の市場規模	■ アフリカ等、一定規模の貧困層が存在する市場では先進国と比較して模倣品の流通割合が多いという前提のもと、各国の市場規模から模倣被害額を推計する
	ECサイトのデータ	■ ECサイトの検索機能を用いて、ターゲットとする製品の販売数上位のサイトのうちの正規品／模倣品を目視・試買等の方法で分別し、正規品の販売個数から模倣品の流通率(模倣品のマーケット浸透率)を推計する
その他考慮すべき補正指標	「ロゴ無しコピー品」の流通額	■ 「ロゴ」が付されていないため、商標権侵害と比較して押収や摘発ができない「ロゴ無しコピー商品」の流通額を加味した補正
	互換品の流通額	■ 潜在的に模倣品となる可能性の高いアフターマーケットにおけるノンブランドの互換品の流通額を加味した補正

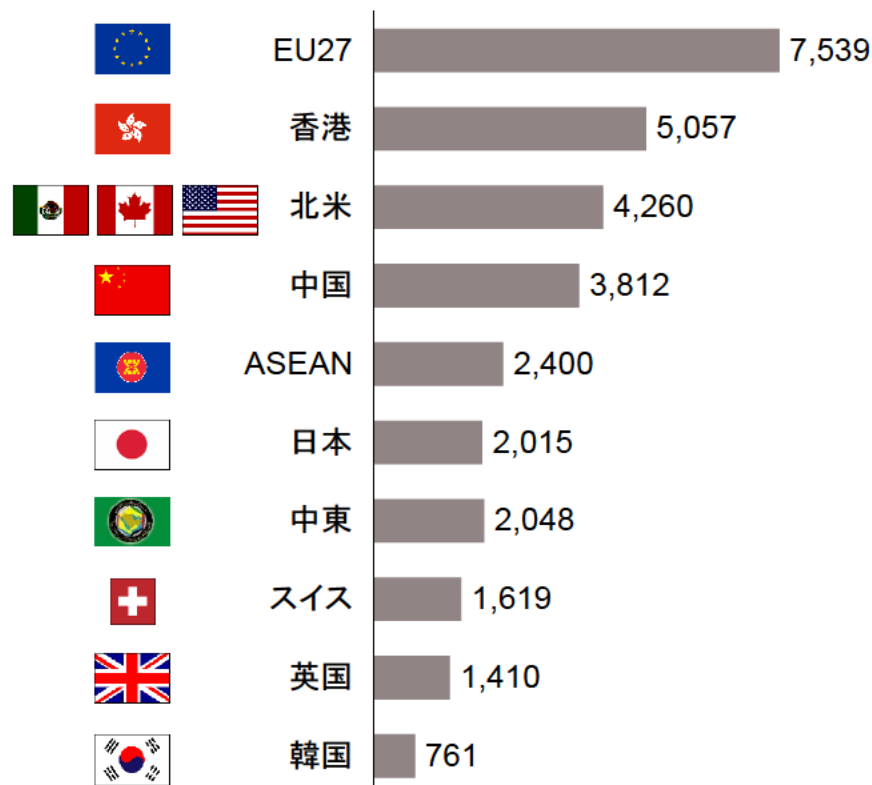
9 その他～特定品目における模倣品のグローバルな流れ（例：腕時計）

全世界における腕時計の輸出入国・地域ランキング

腕時計の貿易をみると、スイス、中国・香港から輸出され、中国・香港、EU、北米で消費される構図となっている

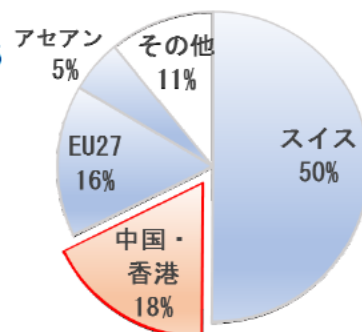
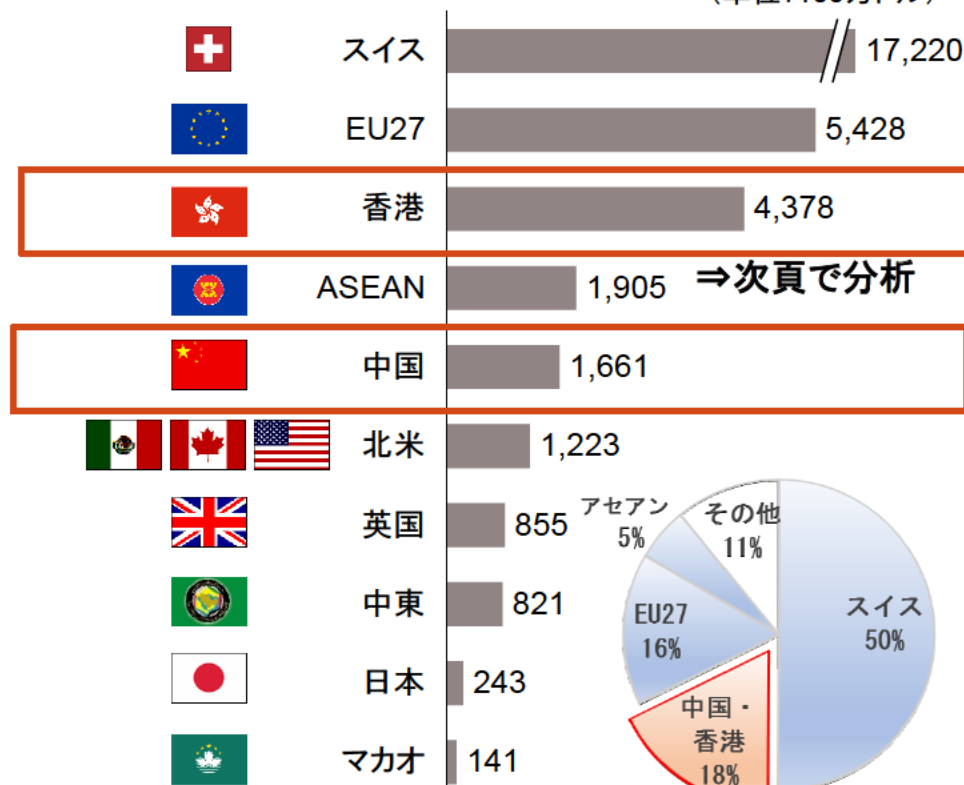
全世界からの腕時計の輸入額
(2020年)

(単位:100万ドル)



全世界への腕時計の輸出額
(2020年)

(単位:100万ドル)

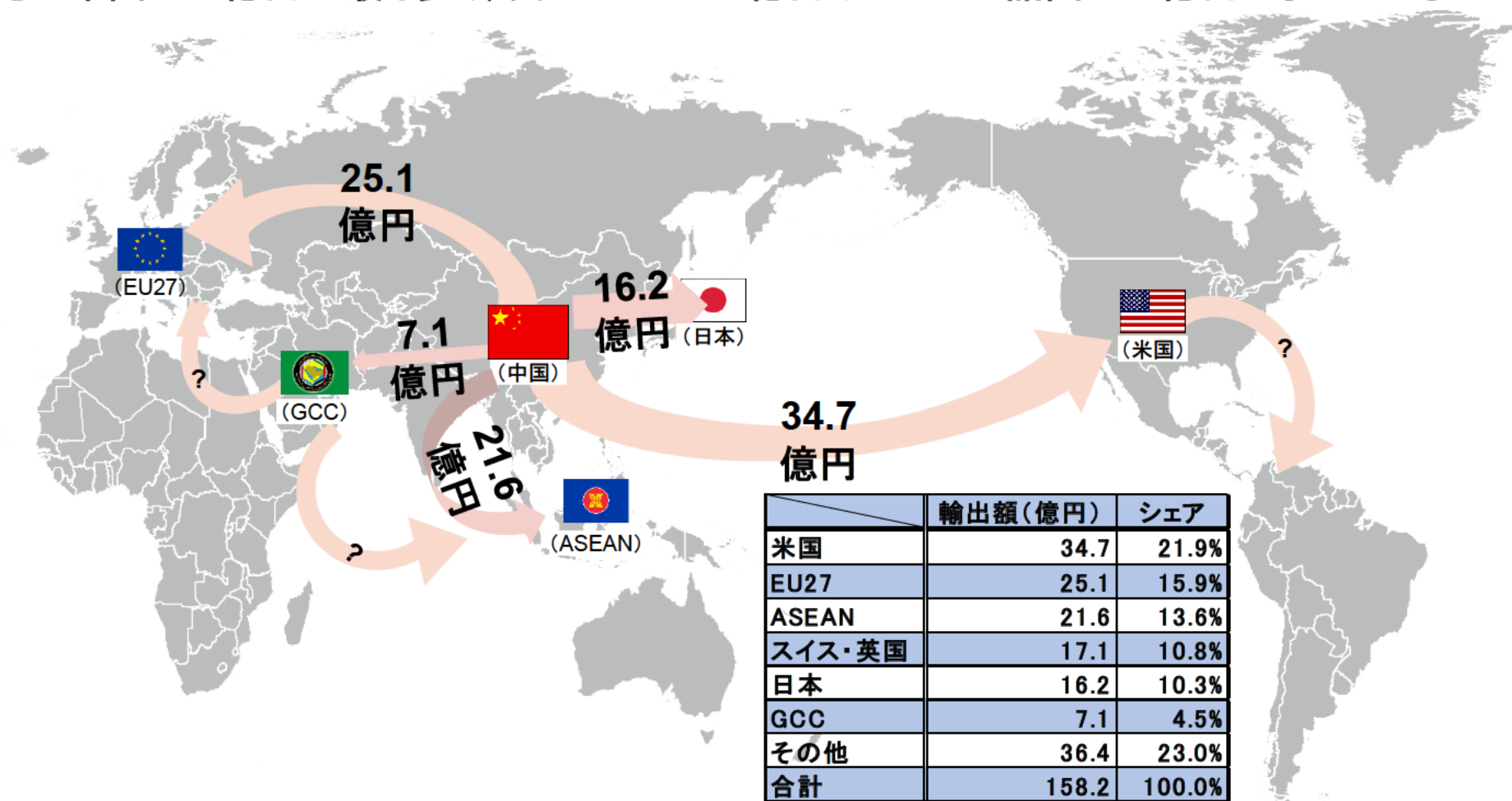


HSコード91.01及び91.02が対象

47 北米:米国、カナダ、メキシコ の合計/ 中東:UAE、サウジアラビア、カタール、クウェートの合計

中国から対世界に輸出された正規品規模感(≒模倣品の主な貿易ルート)

腕時計の輸出のうち中国・香港からに着目し、その3.3%が模倣品だと仮定した場合に、輸出先は米国34.7億円が最も多く、次いでEU25.1億円やASEAN諸国21.6億円となっている



HSコード91.01及び91.02に関し、UN Comtradeで取得した貿易額データに、3.3%(OECD報告書2019年版におけるグローバル貿易における模倣品の割合)を乗じた割合で推計

上記は日本企業以外のブランドも含む

48 中国からの輸出額には香港からの輸出額も含む

本資料は一般的な情報提供を目的とするものであり、その性質上、特定の個人や事業体に具体的に適用される個別の事情に対応するものではありません。関連する法令等の解釈を行ったものではなく、利用者が本資料を利用したことによる結果について、株式会社オウルズコンサルティンググループは一切の責任を負うものではありません。

株式会社オウルズコンサルティンググループ

〒106-0046 東京都港区元麻布3丁目1番6号

<https://www.owls-cg.com/>



OWLS
CONSULTING GROUP