

タイにおける模倣品流通動向調査

Tilleke & Gibbins International Ltd.

大竹徳成

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.1 2019年度調査時と比較した模倣品の事情

□ COVID19パンデミックの前後で模倣品の流通実態が変化したか否か？

[1] 模倣品の流通経路がオンラインに移行

- 2020年3月から2021年8月末まで、タイ政府は、COVID19の感染拡大を防止するために、ロックダウン措置を発動した。
- オンラインショッピングが大幅に増加し、模倣品の販売業者が店舗をオンラインに移行した。

[2] ライフスタイルの変化

- COVID-19パンデミックの結果、多くの企業が在宅勤務を余儀なくされ、人々がより多くの時間を家で過ごすようになり、多くの人々がライフスタイルを変えた。
- 人々は安全、健康、衛生についてより関心を持つようになった。
- COVID-19パンデミックによる変化は、模倣品を含む消費される複数種類の商品に影響を与えている。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.1 2019年度調査時と比較した模倣品の事情

- オンライン (ECサイト, SNS, etc.) 上での模倣品流通実態の最新動向
 - COVID19パンデミックにより、模倣品の流通は、物理的（オフライン）マーケットからオンラインマーケットへと移行している。
 - タイは物理的マーケットで模倣品を容易に入手できることで広く知られていたが、COVID19パンデミックおよびタイ当局による摘発の結果、模倣業者はより慎重になり、オンラインでのビジネスに移行している。
 - オンラインでのビジネスは、身元の追跡を難しくさせ、模倣業者は身元を隠したまま模倣品や海賊版を流通させることが可能になってしまっている。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.1 2019年度調査時と比較した模倣品の事情

- オンライン(プライベート・ウェブサイト)上での模倣品流通実態の動向
 - 侵害者の中には捕まるリスクを減らすために、独自のプライベート・ウェブサイトを構築した者もいる。
 - プライベート・ウェブサイトは、2007年コンピュータ犯罪法を除いて、プライベート・ウェブサイト上で販売されるオンライン海賊行為や模倣品に対処するための手続や罰則がないため、プライベート・ウェブサイト上の模倣品などを抑制することは困難である。
 - プライベート・ウェブサイトを利用する侵害者は現行のウェブサイトを削除してもすぐに、新しいウェブサイトを簡単に立ち上げることができることから、模倣品対策を難しくしている。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.2 製品分野ごとの模倣品の概況

□ 服飾品（衣料品・靴・鞆・腕時計・アクセサリー・眼鏡・サングラスなど）

- COVID19パンデミック前の2019年、購入者は商品の購前に実物を確認することを好み、服飾品は主に物理的マーケットで販売されていた。COVID19パンデミック発生後は、物理的マーケットが閉鎖され、販売業者は流通経路をオンラインマーケットに移すようになった。
- パンデミック期間中の2020年5月時点、COVID19パンデミック期間中にタイの消費者がオンラインで購入した主な商品は、衣料品およびファッション雑貨であった。

□ CD/DVD

- 物理的マーケットでの海賊版の音楽、映画、ビデオゲームの販売は、パンデミックにより大幅に減少し、オンラインチャンネルを通じたコンテンツのストリーミング配信に移行した。
- 2019年～2020年、物理的マーケットにおける海賊版のCD・DVDの追跡から、海賊版ウェブサイトへのアクセスをブロックすることにシフトした。知的財産局によると、2017年コンピュータ犯罪法施行後、裁判所は著作権侵害コンテンツを提供する約1,500のURLへのアクセスをブロックまたは無効にする命令を出している。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.2 製品分野ごとの模倣品の概況

□ 医薬品

- 国連の統計によると、タイは現在、違法薬物や医薬品の模倣品が最も簡単に見つかる東南アジアの国の一つである。COVID19パンデミックが続く中、医薬品やサプリメントの模倣品の販売は今後も増え続ける可能性が高い。

□ コロナ対策品（マスク、消毒薬など）

- COVID19パンデミック前は、空気感染予防用製品はタイ市場で簡単に入手できた。マスク、アルコールスプレー、その他の消毒剤は手頃な価格で販売されていたが、需要が少なかったため、この分野には模倣品はほとんどなかった。
- COVID19パンデミックにより、タイではCOVID19対策関連グッズの供給が不足し、増大する需要に対応できなかった。この結果、侵害者はコロナ対策品の模倣品市場に侵入した。

□ 化粧品

- 化粧品に対する高い需要が続いているため、オンライン上での模倣品の販売行為が増加する可能性が高い。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.2 製品分野ごとの模倣品の概況

□ 車両（車・オートバイ）またはその部品

- 多くの消費者は不正な自動車修理店で自分の車を修理することを好み、その一部は偽物あるいは品質の悪い部品や付属品を使用しているため、タイでの自動車部品や付属品の模倣品の販売は、問題となっている。
- COVID19パンデミックにより、一般消費者の実店舗への出入りを制限したことで、ブレーキ・パッド、エアバッグなどの模倣品のオンライン販売が急増した。
- オンラインを介したブレーキ・パッド、エアバッグなどの購入者は画像に頼らざるを得ないため、オンラインで購入する場合、購入者が本物か偽物かを見分けるのは非常に難しい。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.2 製品分野ごとの模倣品の概況

□ COVID19パンデミック前後における模倣品流通経路の変化

COVID19パンデミック発生後も、エンフォースメント機関は過去に模倣品や海賊版を扱っていたショッピングエリアの監視を継続している。

- COVID19パンデミックによって、多くのショッピングエリアやマーケットが機能しなくなっており、**小売業が電子商取引プラットフォームに移行**している。
- 模倣業者や密輸業者を含む販売業者は、**販売経路**として従来の実店舗だけでなく、オンラインをも利用している。
- マスク、消毒剤、抗ウイルス薬、ビタミン剤、医薬品、食品、飲料など、**消費者の健康と安全に直接影響を及ぼし得る需要の高い製品**が、COVID19パンデミックにより、オンラインで大量に出回っている。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.3 模倣品の流通実態

- ❑ COVID19パンデミックの期間、2020年から2021年の間、多くの実店舗が閉鎖した。
- ❑ 模倣品の輸入に関わる企業の多くは、マーケットや観光名所内にスペースを借りているので、COVID19パンデミックに伴うロックダウン措置の発動により閉鎖に追い込まれた。
- ❑ 模倣品に関わる企業や人々は、販売方法をオンラインショッピングに移行し、販売を継続した。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.3 模倣品の流通実態

知的財産権侵害に関連する摘発事件に関する統計データ

年	摘発事件件数	容疑者数	摘発数量	金額(THB)
2021 (2020年10月 - 2021年8月)	1,222	1,104	253,705	6,389,953,051
2020 (2019年10月 - 2020年9月)	2,430	2,307	371,680	62,890,342
2019 (2018年10月 - 2019年9月)	3,977	3,028	445,371	173,751,613

- (注1) 2021年の押収件数および押収物件数が、2019年／2020年の押収件数および押収物件数を下回っているのは、2021年のロックダウン措置によるマーケットの閉鎖によるものと推測される。
- (注2) 2021年に押収された製品の市場価格が高かったため、押収品目の価格は、2019年および2020年の押収品目の価格を上回っている。経済犯罪制圧部（ECD）の説明によると、2021年、玩具、電気製品、自動車アクセサリ等の工業製品に組込まれる模倣品の部品や金型を製造するために使用されるコンピュータおよびコンピュータプログラムを押収したためである。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.3 模倣品の流通実態

オンライン/インターネット関連の摘発事件に関する統計データ

Year	摘発事件 件数	容疑者数	摘発数量	金額 (THB)
2021 (2020年10月 - 2021年8月)	193	201	26,561	90,387,500
2020 (2019年10月 - 2020年9月)	181	194	26,543	46,372,300
2019 (2018年10月 - 2019年9月)	131	131	15,034	12,556,536

- (注1) 2019年から2021年にかけて、知的財産権侵害の形態がオンライン上での侵害に移行していることを示している。
- (注2) 経済犯罪制圧部 (ECD) によると、COVID19パンデミックが終息した後、ロックダウン期間中に一時的に閉鎖していた実店舗が営業を再開するため、タイでの模倣品の販売が増加する可能性が高いと考えている。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.3 模倣品の流通実態

[1] 中国を中心とする他国から輸入される場合

- 中国で製造された模倣品の大部分は、首都に最も近いバンコク港や、タイで最大かつ最も混雑しているLaem Chabang港などの主要な港を經由して、海上貨物でタイに違法に輸入される。
- COVID19パンデミックにより、輸入ルートや輸入方法が変化した。

タイや周辺国では、国境が閉鎖され、国境を越える密輸が難しくなった結果、現在発見されている模倣品はコンテナで輸送されている。

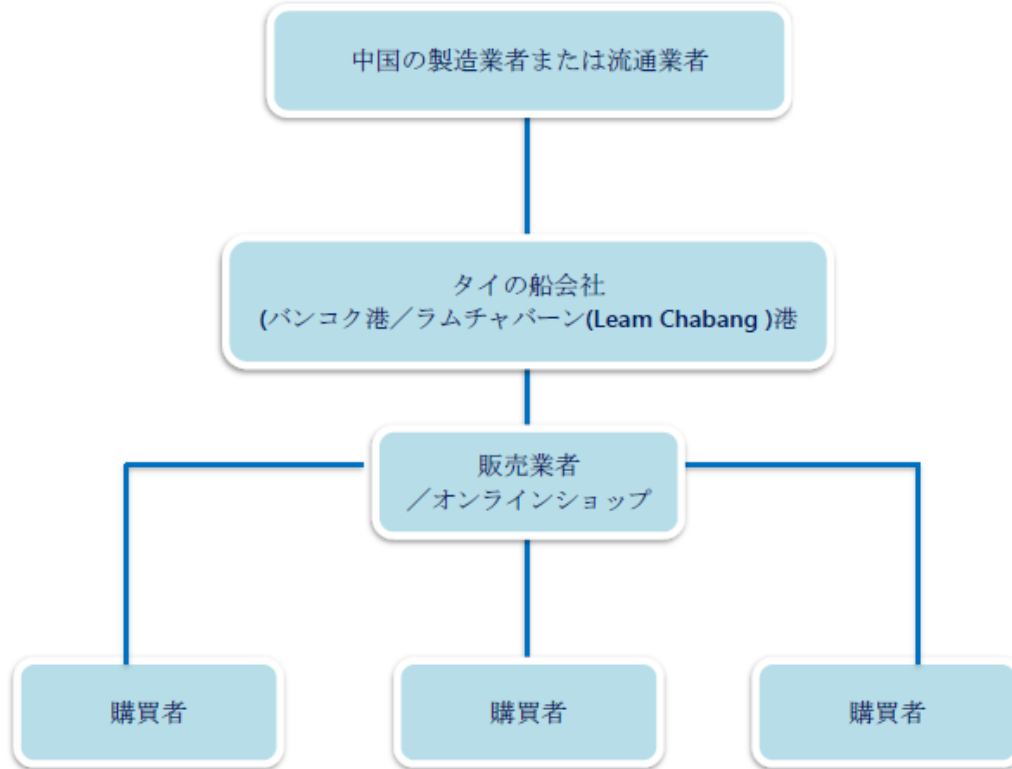
- ネットで購入した模倣品の一部は海外から発送されている。

少量の商品を輸送することができる郵便または速達サービスを利用する方法では、送信者の身元が確認できないことが多く、実際の侵害者に対するエンフォースメントの実施が困難になっている。

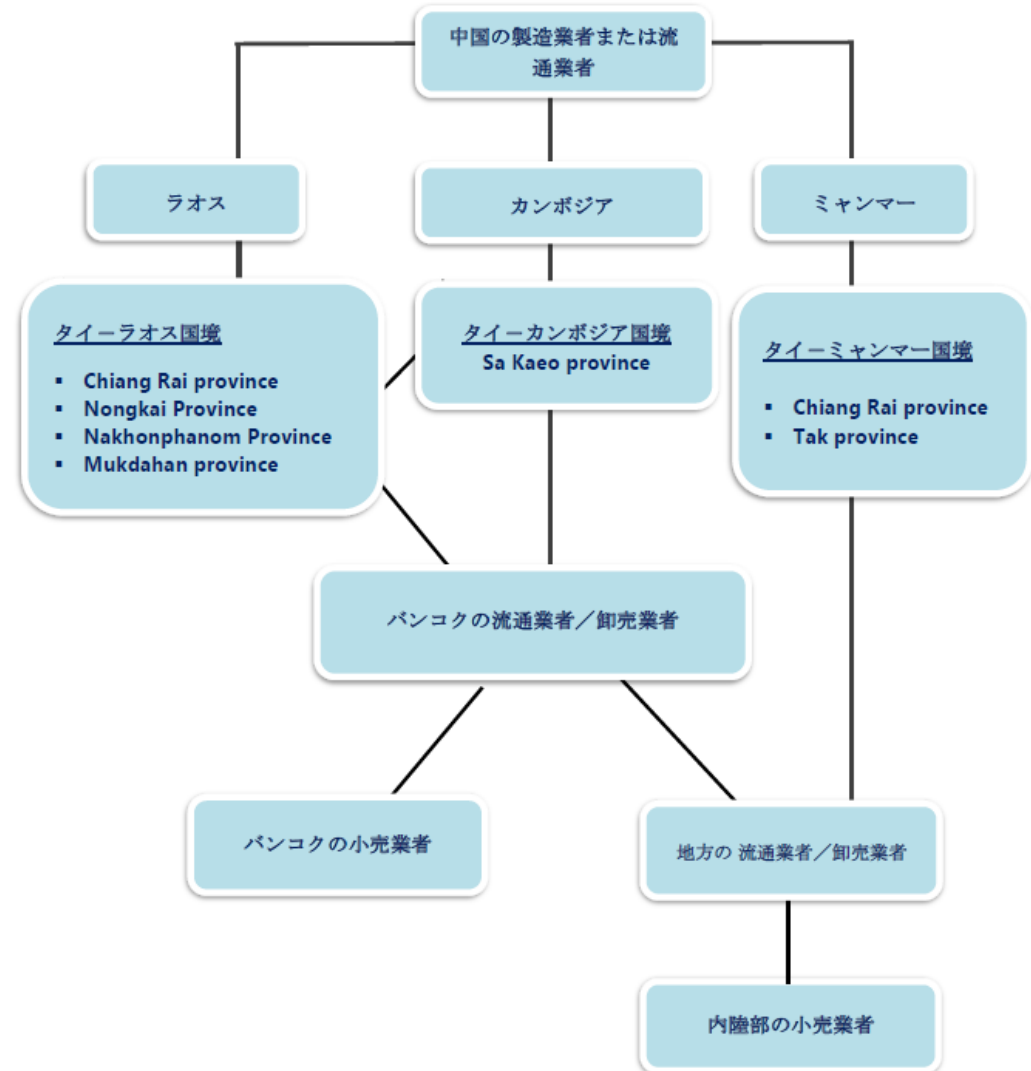
1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.3 模倣品の流通実態

中国から輸入された模倣品の流通経路 (海路)



中国から輸入された模倣品の流通経路 (陸路)



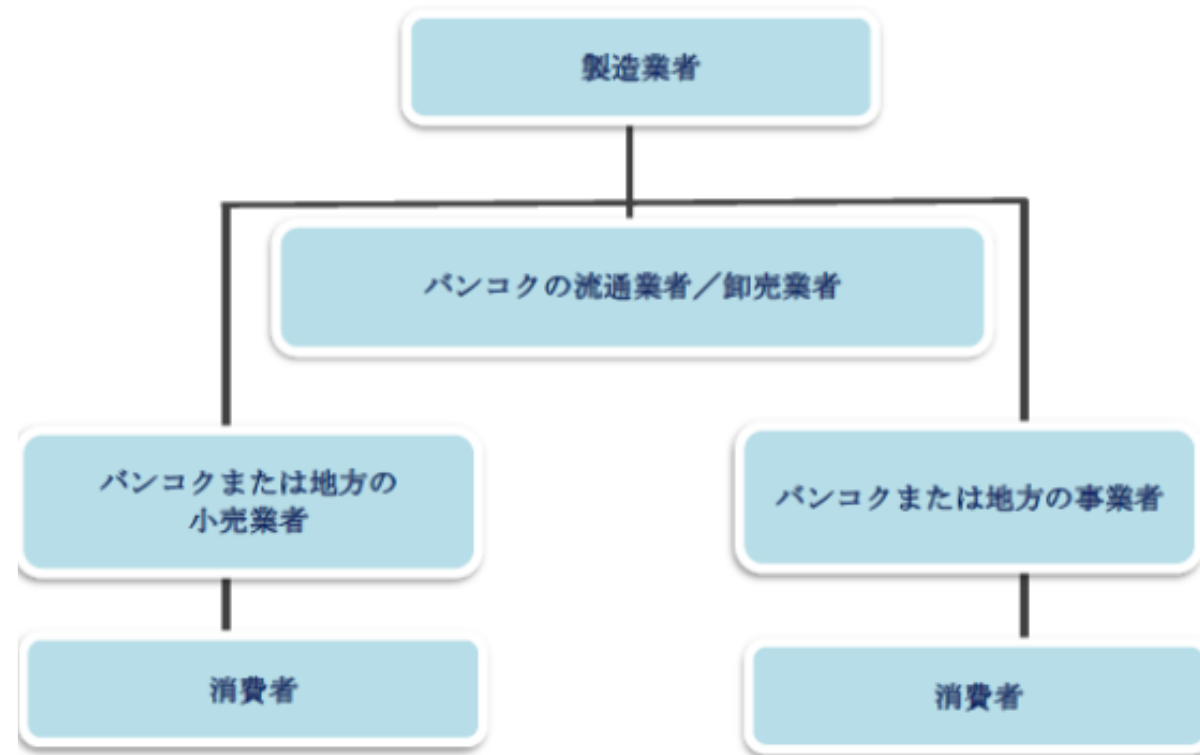
1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.3 模倣品の流通実態

[2] タイ国内で製造される場合

- タイ国内で製造された模倣品の流通経路は、合法的な事業者の流通経路と類似している。

タイで製造された模倣品の流通経路



1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.4 タイにおける税関の状況

[調査方法]

調査期間：2021年9月から2021年11月

調査方法：タイの4地域にある5つの税関との会議を行い、国境にある各タイ税関が直面している状況および模倣品の実際の流通について議論した。

1. ムクダハン税関（Mukdahan Customs House）
2. メーサイ税関（Mae Sai Customs House）
3. アランヤプラテート税関（Aranyaprathet Customs House）
4. プーケット空港税関（Phuket Airport Customs House）
5. プーケット税関（Phuket Customs House）



1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.4 タイにおける税関の状況

[1] ムクダハン税関

- a) 差し止めの件数および数量
- b) 差し止めした模倣品の種類

年度	差止められた品数 (個数)	事件件数
2019 (1月 - 12月)	31,439	36
2020 (1月 - 12月)	4,275	12
2021 (1月 - 10月)	81,231	23

- 2019年から2021年までの上位模倣品は、衣料品、カバンであった。
 - 輸入品は中国からの輸送用コンテナで到着した。
- c) コロナ禍の前後での変化
- 2019年11月以降のタイ・ラオス間の国境閉鎖措置により、タイ国境を越えて模倣品を密輸することが困難になり、事件数が減少した。
 - 不況による消費者の購買力低下により、衣料品、靴、アクセサリー、ブランド品などの需要が減少している一方、マスク、アルコールなどの医療関連品の模倣品・禁制品の数量が大幅に増加した。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.4 タイにおける税関の状況

[2] メーサイ税関

a) 差し止めの件数および数量

b) 差し止めした模倣品の種類

- ・ 上位模倣品は、衣料品、カバン、帽子、メガネ、香水、電子機器などであった。
- ・ 模倣品は、密輸により、中国から輸出、中国へ輸入されたものである。

c) コロナ禍の前後での変化

- ・ 模倣品の数量に関して、大きな変化は見られない。
- ・ 実店舗からオンラインへの販売方法の移行により、DVD、ブルーレイディスクなどの密輸は減少した。また、模倣品の数量は減少しているものの、件数は増加している。

	差止件数	メーサイ税関の全差止件数に占める割合
2019年	63件	29%
2020年	53件	27%
2021年	81件	41%

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.4 タイにおける税関の状況

[3] アランヤプラテート税関

- a) 差し止めの件数および数量
- b) 差し止めした模倣品の種類

年	差止られた品数 (個数)	金額 (THB)
2019 (2018年10月 - 2019年9月)	31,635	16,540,294.02
2020 (2019年10月 - 2020年9月)	85,979	41,111,299.54
2021 (2020年10月 - 2021年9月)	34,692	15,558,630.80

- 上位模倣品は、衣料品、カバン、靴であった。

c) コロナ禍の前後での変化

- 模倣品は検問所を通過して密輸されるのではなく、夜間に国境を越えて密輸されていた。
- 消費者の購買力は低くなっており、その結果、知的財産権侵害品の密輸が減少している。
- COVID19パンデミックの結果、輸入方法は変わっていないが、消費者が製品を購入する方法がオンラインショッピングに変化した。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.4 タイにおける税関の状況

[4] プーケット空港税関

a) 差し止めの件数および数量

- 2019年、プーケット空港税関による模倣品の差止件数は抜き打ち検査で発見された2件（第1事件：2019年4月23日、偽のハンドバッグ5点；第2事件は、2019年9月26日、偽のハンドバッグ10点）であった。
- COVID19パンデミック (2019年12月から現在まで) 中、プーケット空港税関で模倣品は発見されなかった。

b) コロナ禍の前後での変化

- COVID19パンデミックによる、プーケット空港税関での知的財産権の侵害や執行に変化はないと考えている
- 今後も模倣品が乗客により密輸されることはあるが、過去の傾向を考慮すると事件数は少ないと予想している。模倣品の空輸にかかる費用と規制が、模倣品の販売によって得られる利益を上回るためである。

1. タイ市場における模倣品の最新実態

1.4 タイにおける税関の状況

[5] プーケット税関

a) 差し止めの件数および数量・種類

年	税関差止 件数	差止められた品 数 (個数)	金額 (THB)	種別
2019 (2018年10月 - 2019年9月)	24	3,303	570,332.01	スポーツパンツ, カ バン, etc.
2020 (2019年10月 - 2020年9月)	6	732	111,927.00	帽子, Tシャツ, 携帯 電話ケース, etc.
2021 (2020年10月 - 2021年9月)	1	20	27,820	口紅

b) コロナ禍の前後での変化

プーケットでの知的財産権侵害の件数が減少している理由は以下のとおりである。

- 2019年末以降のCOVID19パンデミック、ロックダウン、Chatchai Pier埠頭およびプーケット国際空港における旅客・貨物の厳格な検査、そして、プーケットへの旅行制限による景気後退
- 知的財産権の侵害の、オフラインからオンラインへの移行

2. 模倣品の流通に影響を与える要因

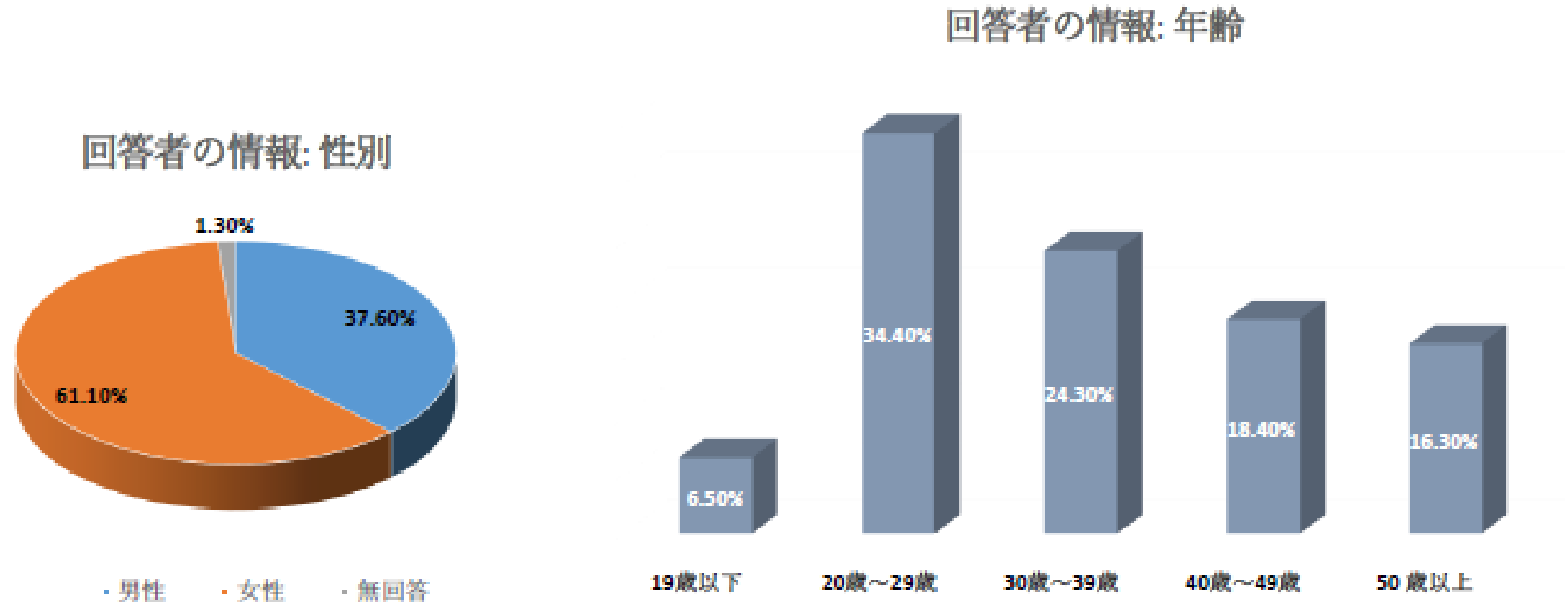
2.1 アンケート調査

- アンケート実施機関：ラジャマンガラ工科大学 経営情報学部
- アンケート実施期間：2021/9/ 1 ~2021/9/30
- アンケート実施地域：タイの以下の6地域
- アンケートの母集団：1,800人

地域	行政区	人数	割合%
中央部	Bangkok, Samut Prakarn, Nonthaburi, Pathum Thani, Nakhon Sawan	728	40.4
北東部	Nakhon Ratchasima, Ubon Ratchathani, Khon Kaen	304	16.9
北部	Chiang Mai, Chiang Rai	200	11.1
東部	Chonburi, Rayong,	196	10.9
南部	Nakhon Si Thammarat, Songkhla, Surat Thani	278	15.4
西部	Kanchanaburi	94	5.2
Total		1800	100.0

2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.1 アンケート調査



2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.1 アンケート調査

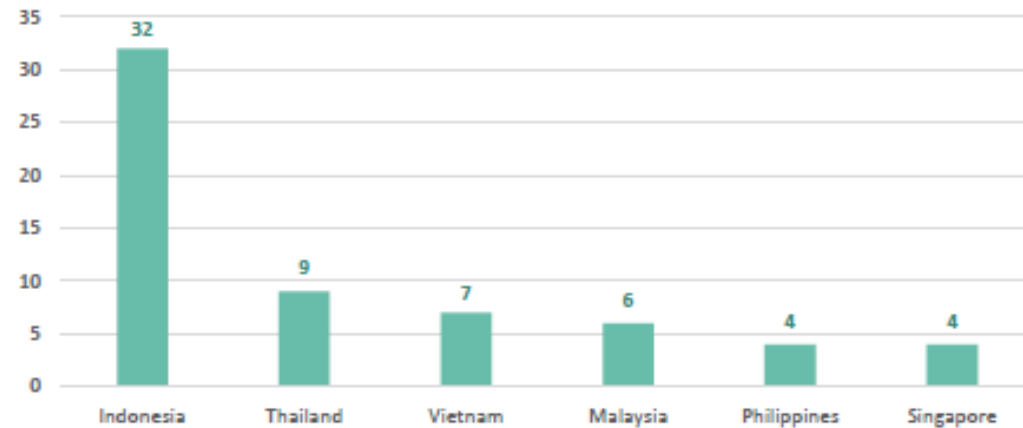
職種	人数	割合
経営者・役員	25	1.40
会社員	454	25.20
契約社員 / 派遣社員	168	9.30
パート・アルバイト	41	2.30
公務員（教職員除く）	99	5.50
教職員	56	3.10
医療関係者	10	0.60
自営業・自由業	234	13.00
専業主婦・主夫	116	6.40
大学生・大学院生	333	18.50
専門学校生・短大生	41	2.30
高校生	52	2.90
士業（公認会計士・弁護士・税理士・司法書士）	4	0.20
無職	54	3.00
定年退職	23	1.30
その他	90	5.00
計	1,800	100

2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.2 タイの消費者の消費動向

- タイ人消費者による、実店舗やオンラインでのキャッシュレス決済が増加している。

東南アジアにおけるE-Commerce市場のサイズ(2020年)
(Billion USD)



(出典: <https://www.statista.com/statistics/647645/southeast-asia-ecommerce-market-size-country/>)

2020年、タイは電子商取引市場として、世界で26番目、東南アジアでは(インドネシアに次いで)2番目であった。

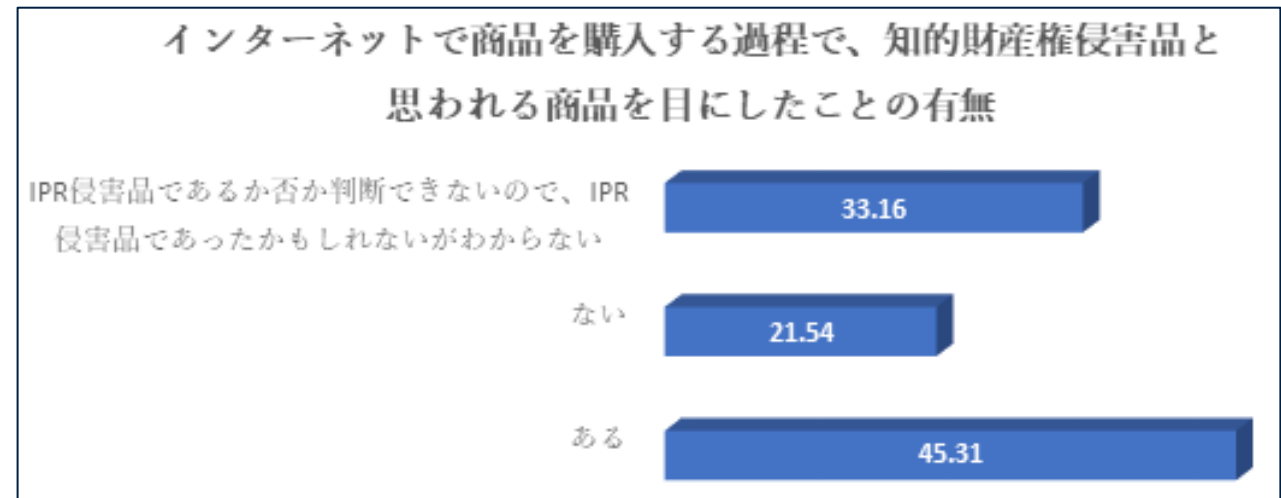
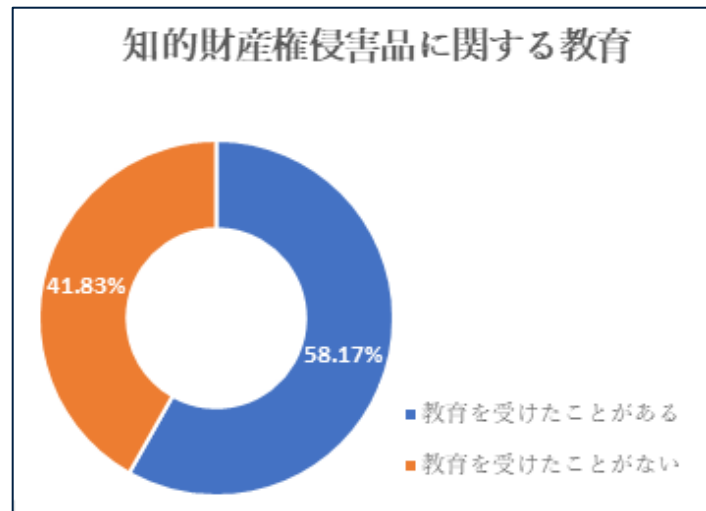
順位	ウェブサイト	月間アクセス数	商品/サービスのカテゴリ
1	Shopee.co.th	51.58M	すべての種類の商品
2	Lazada.co.th	31.13M	すべての種類の商品
3	Kaidee.com	5.95M	売買住宅、自動車、中古車、キャンピングカー、IT製品、携帯電話、ファッション、衣料品など
4	Amazon.com	n/a	すべての種類の商品
5	PowerBuy.co.th	4.16M	電気製品(家電製品、事務機器、ガジェットなど)
6	HomePro.co.th	2.59M	電気製品、家具、家庭用装飾品
7	Advice.co.th	2.39M	IT製品、コンピューターアクセサリ
8	Central.co.th	2.04M	小売製品
9	JiB.co.th	1.54M	IT製品、コンピューターアクセサリ
10	Priceza.com	1.44M	価格比較サービス

(出典: <https://ecomere.com/top-ecommerce-sites-thailand/>)

2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.3 模倣品に対する消費者の意識

□ 模倣品に対する意識および模倣品を特定する能力

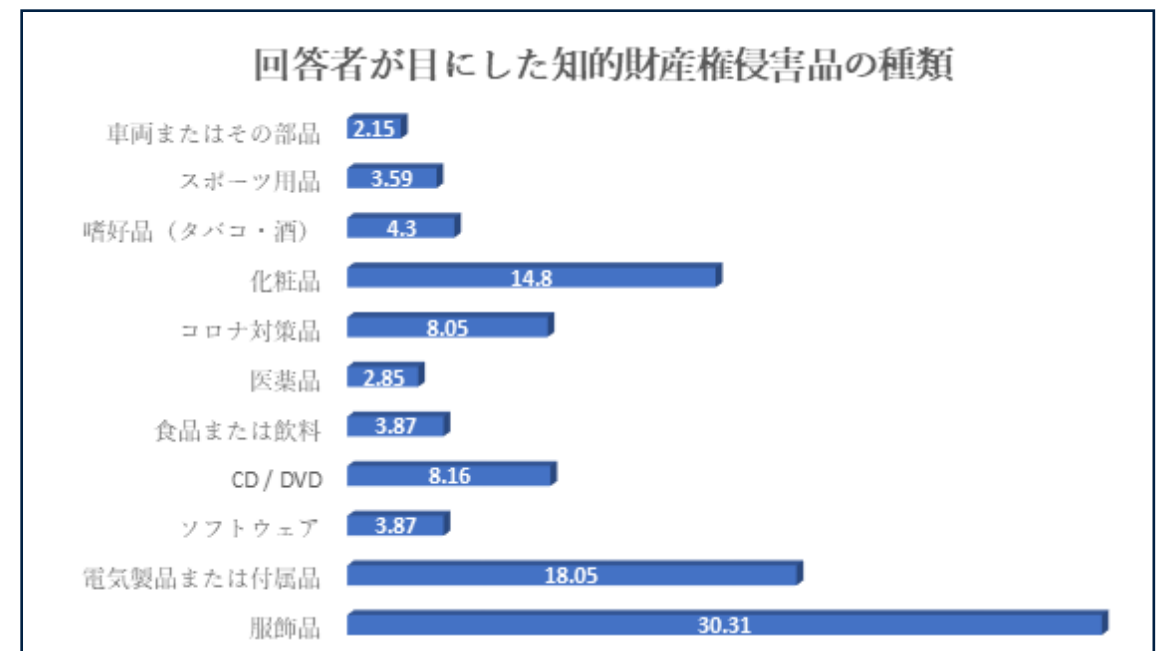
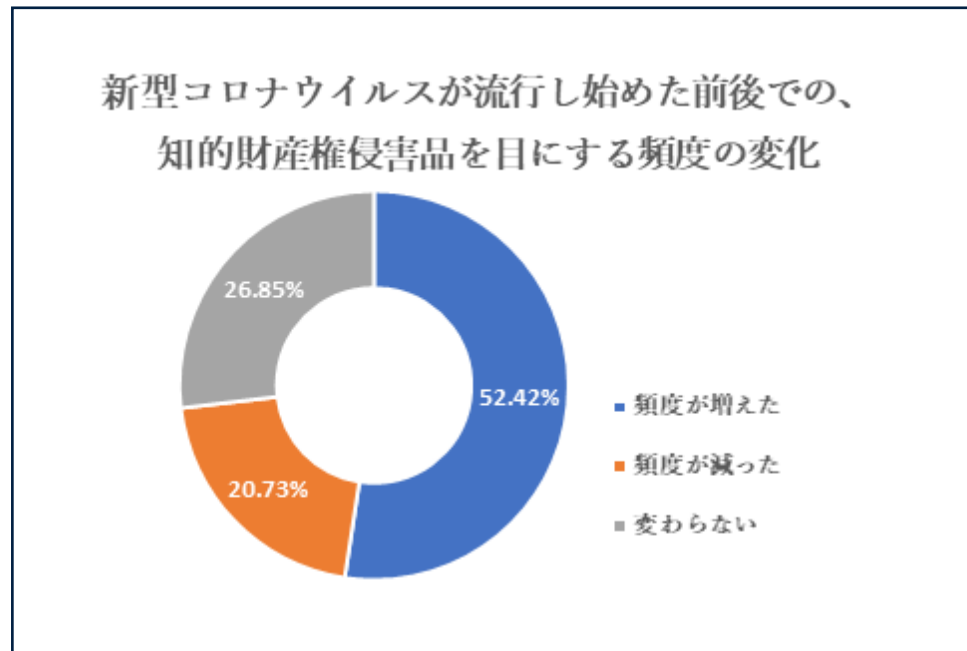


(留意点) 「ない／わからない」という回答に対して、商品の種類との関連性を考慮する必要がある。「高級品の場合」、価格、品質、出所などを比較することで、消費者が模倣品に気づきやすい。「高級品ではない場合」、侵害者が模倣品を真正品と同程度の価格で販売すると、消費者は知的財産権侵害品を真正品と区別することは困難となる。

2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.3 模倣品に対する消費者の意識

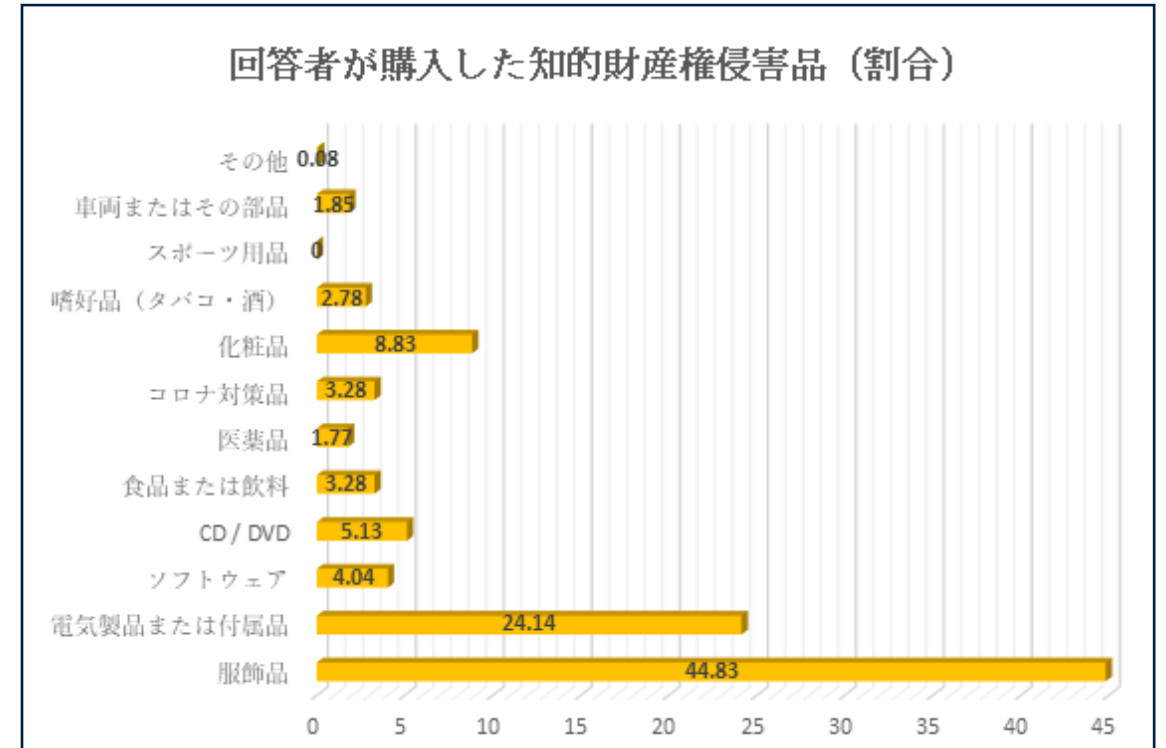
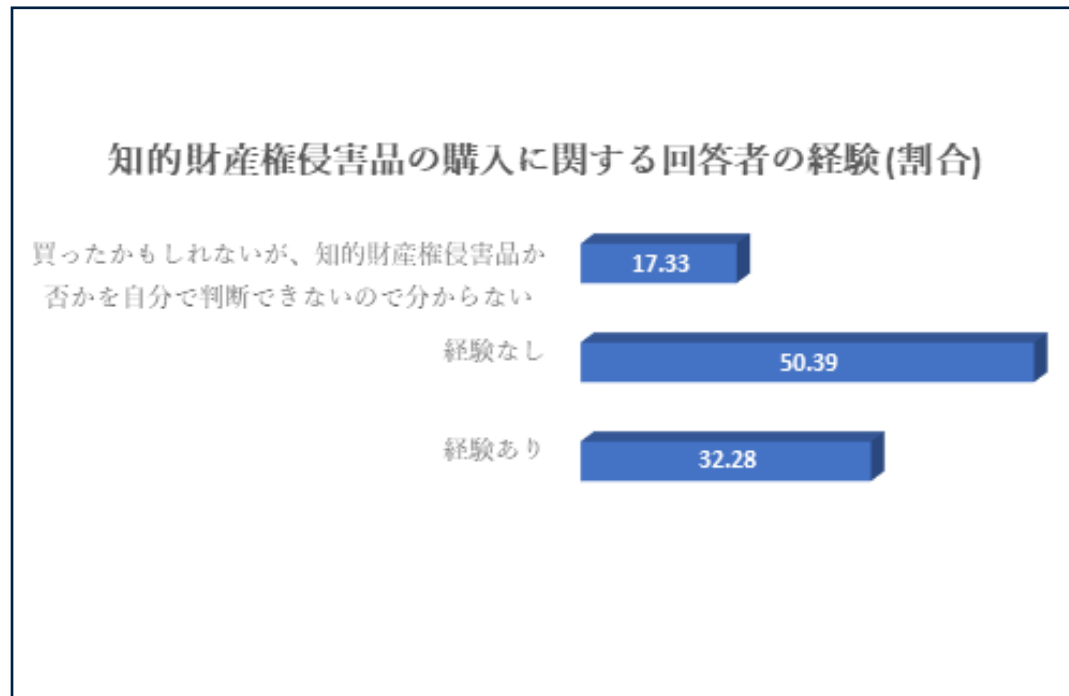
□ 模倣品を目にする頻度



2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.3 模倣品に対する消費者の意識

□ 消費者の模倣品購入実態（購入経験）

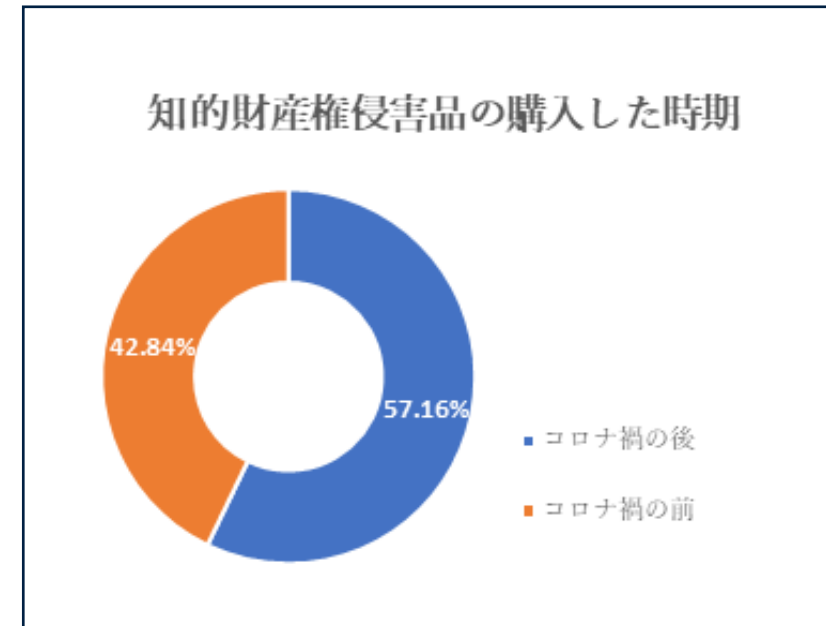
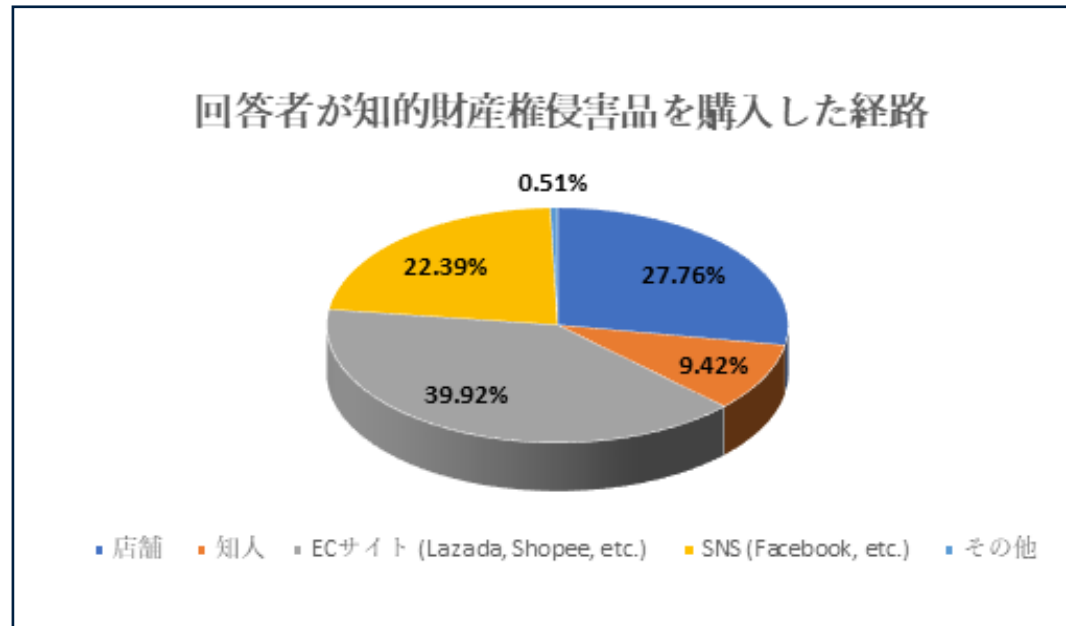


回答者が購入した侵害品には、服飾品（44.83%）、電気製品または付属品（24.14%）等が含まれている。購入品に関する結果は、回答者がタイ市場で見た知的財産権侵害品の状況と似ている。

2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.3 模倣品に対する消費者の意識

□ 消費者の模倣品購入実態（購入経験）

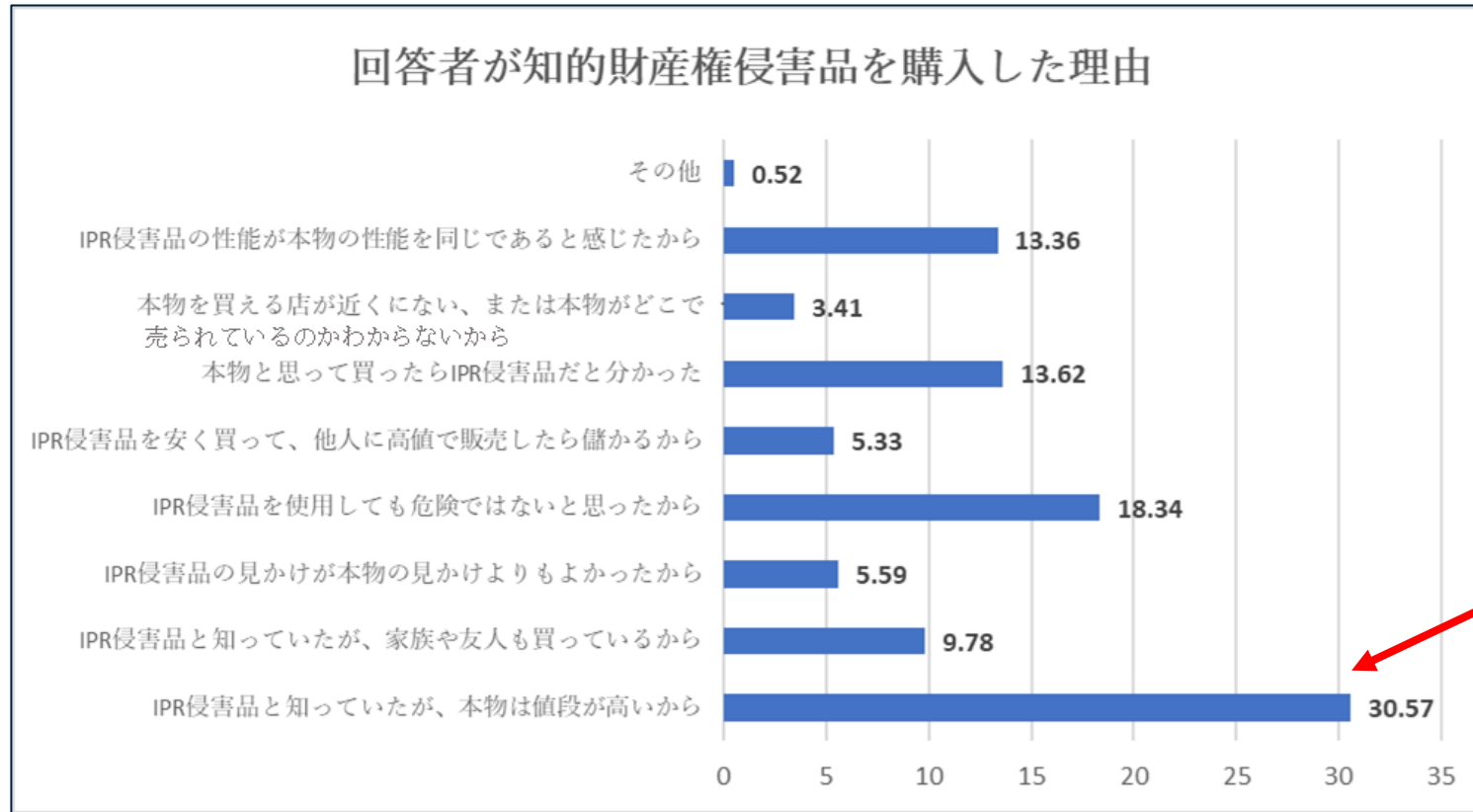


消費者が知的財産権侵害品を購入する経路として最も多かったのはオンラインショッピングプラットフォーム（39.92%）であり、次いで実店舗（27.76%）、SNS（22.39%）となっている。知的財産権侵害品の購入の63.31%が、オンラインで行われていることを示している。

2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.3 模倣品に対する消費者の意識

□ 消費者の模倣品購入実態（購入の理由）

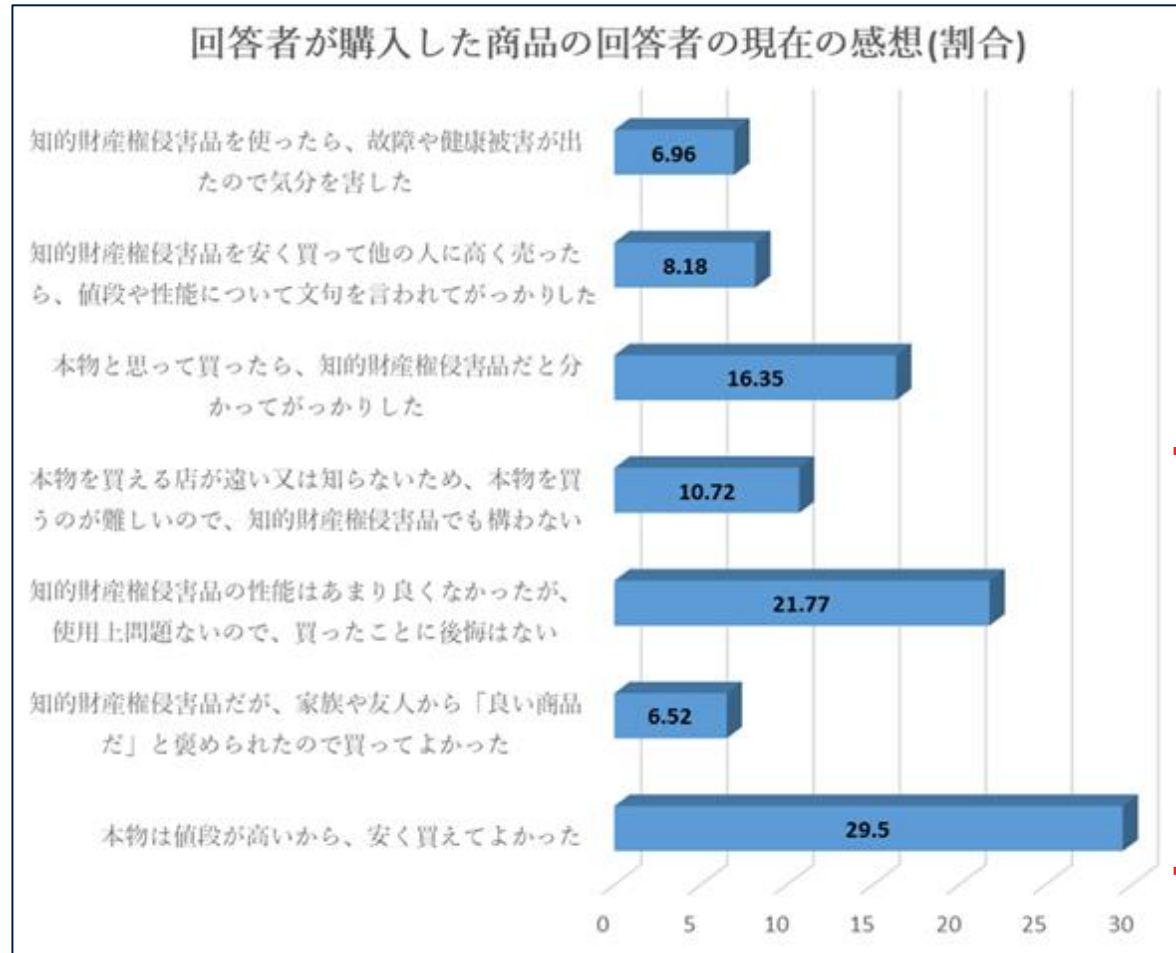


知的財産権侵害品を購入した理由として最も多かった項目 (30.57%) は、「知的財産権侵害品と知っていたが、本物は値段が高い」であった。

2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.3 模倣品に対する消費者の意識

□ 消費者の模倣品購入実態（購入した侵害品に対する感想）



多くの消費者が否定的な結果や違法性の可能性を認識していたにもかかわらず、知的財産権侵害品を購入したかなりの数の消費者が肯定的であった。

2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.4 消費者の消費の決定に影響を与える要因

1. 経済的要因

好調な経済環境にある場合、消費者の購買力は高くなり、一方、景気低迷は、失業や購買力の低下により、消費者の購買力は低迷する。

2. 個人的要因：

個人的要因である「年齢」、「所得」、「職業」によって消費者の趣向が異なる

年齢：10代の若者は中年の消費者よりもファッション関連の製品を買うことに関心がある

所得：所得が高い消費者は、高級品や自分の職業に適したその他の品目に支出する機会が多くなる一方、低所得または中所得の消費者は、所得のほとんどを食料品や衣類などの基本的な必需品に支出する傾向がある。

2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.4 消費者の消費の決定に影響を与える要因

3. 価格

知的財産権侵害品を購入した回答者の多くが、製品に対して肯定的な印象を持っていた。

回答者が知的財産権侵害品を購入した理由

理由	割合
知的財産権侵害品と知っていたが、本物は値段が高いから	30.57
知的財産権侵害品と知っていたが、家族や友人も買っているから	9.78
知的財産権侵害品の見かけが本物の見かけよりもよかったから	5.59
知的財産権侵害品を使用しても危険ではないと思ったから	18.34
知的財産権侵害品を安く買って、他人に高値で販売したら儲かるから	5.33
本物と思って買ったら知的財産権侵害品だと分かった	13.62
本物を買う店が近くにない、または本物がどこで売られているか知らないから	3.41
知的財産権侵害品の性能が本物の性能と同じであると感じたから	13.36
その他	0.52
計	100

回答者が購入した商品の回答者の現在の感想

	割合
本物は値段が高いから、安く買ってよかった	29.50
知的財産権侵害品だが、家族や友人から「良い商品だ」と褒められたので買ってよかった	6.52
知的財産権侵害品の性能はあまり良くなかったが、使用上問題ないので、買ったことに後悔はない	21.77
本物を買う店が遠い又は知らないため、本物を買うのが難しいので、知的財産権侵害品でも構わない	10.72
本物と思って買ったら、知的財産権侵害品だと分かってがっかりした	16.35
知的財産権侵害品を安く買って他の人に高く売ったら、値段や性能について文句を言われてがっかりした	8.18
知的財産権侵害品を使ったら、故障や健康被害が出たので気分を害した	6.96
計	100

→消費者の中には、知的財産権侵害品の品質が低くても、価格が安く、目的に応じて使用できる限り、それを受入れる者もいる。

2. 模倣品の流通に影響を与える要因

2.4 消費者の消費の決定に影響を与える要因

4. 社会的要因

- 2020年初頭、タイでCOVID19が大流行した後、移動制限・在宅勤務により、消費者は、オンラインショッピング、SNSの利用、テレビ会議等に移行した。
- タイで利用されているSNSプラットフォームは、Facebook、YouTube、LINE、Instagram、Twitter、Tik-Tokである。
- タイ人は、SNSを仕事や娯楽のためだけでなく、購入前の新製品の調査にも利用する。

膨大な量の情報がオンラインで入手できるため、タイの消費者は企業の自社製品に関する説明を信用しない傾向がある。さらに、同僚・仲間の意見やコメントを信用する傾向がある。

www.tilleke.com

大竹徳成

tokunari.o@Tilleke.com

**Tilleke
& Gibbins**

CAMBODIA • INDONESIA • LAOS • MYANMAR • THAILAND • VIETNAM