

特許庁委託事業

タイにおける模倣品流通動向調査

2022年3月

独立行政法人 日本貿易振興機構

バンコク事務所

(知的財産権部)

目次

第1章	目的	1
第2章	タイ市場における模倣品の最新実態	2
2.1	2019年調査時と比較した模倣品の事情.....	2
2.1.1	商標権、特許権（意匠特許権、小特許権を含む）、著作権の侵害の最新動向	9
2.1.2	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.....	16
2.1.3	コロナ禍の前後で模倣品の流通実態が変化したか否か？	20
2.2	製品分野ごとの模倣品の概況	21
2.2.1	各製品分野ごとの模倣品	22
2.2.2	流通経路、販売市場の場所、販売形態の最新動向.....	28
2.2.3	フィールド調査を行った模倣品販売市場の情報.....	45
2.3	模倣品の流通実態.....	82
2.3.1	模倣品の製造、組立.....	82
2.3.2	模倣品の地理的分布および流通.....	89
2.4	タイにおける税関の状況	95
2.4.1	ムクダハン税関（Mukdahan Customs House）	95
2.4.2	メーサイ税関（Mae Sai Customs House）	98
2.4.3	アランヤプラテート税関（Aranyaprathet Customs House）	99
2.4.4	プーケット空港税関（Phuket Airport Customs House）	101
2.4.5	プーケット税関（Phuket Customs House）	102
第3章	模倣品の流通に影響を与える要因	105
3.1	タイ人消費者の購入および消費の動向.....	105
3.2	消費者の消費意思決定に影響を与える要因.....	119
添付資料	タイ人消費者の侵害品についての意識に関するアンケート調査結果	122
引用文献	148

報告書の利用についての注意・免責事項

本報告書は、日本貿易振興機構（ジェトロ）が現地調査会社に委託し作成したものであり、調査後の法律改正などによって情報が変わる場合があります。掲載した情報・コメントは調査委託先の判断によるものであり、情報の正確性や一般的な解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。また、本報告書はあくまでも参考情報の提供を目的としており、法的助言を構成するものではなく、法的助言として依拠すべきものではありません。本報告書にてご提供する情報等に基づいて行為をされる場合には、必ず個別の事案に沿った具体的な法的助言を別途お求め下さい。

ジェトロおよび調査委託先は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的な損害および利益の喪失について、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたかにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロまたは調査委託先が係る損害等の可能性を知らされていても同様とします。

第1章

1. 目的

本調査の目的は、タイにおける最新の模倣品流通実態を明らかにすることである。特に、2019年度調査と比較し、COVID-19パンデミックの影響による模倣品の物量、流入経路、販売実態等の変化の有無について調査する。

また、2019年度調査では実施しなかった消費者アンケートを実施することで、模倣品を購入する主な需要者層、消費者マインド等について最新の傾向を把握する。

第 2 章

2. タイ市場における模倣品の最新実態

2.1 2019 年度調査の調査時と比較した模倣品の事情

近年、タイにおける知的財産権のエンフォースメント、並びに、模倣品・海賊版の販売に対する抑止策の採用について、いくつかの漸進的な取り組みが行われている。米国通商代表部 (USTR: United States Trade Representative) は従前、タイを知的財産権とそのエンフォースメントに関して最も重大な懸念を示し、スペシャル 301 条報告書で優先監視国リスト (Priority Watch List) に載せていた。しかしながら、タイにおける知的財産権およびエンフォースメント手続の改善により、USTR は 2017 年 12 月、タイをスペシャル 301 条報告書の監視国リスト (Watch List) に移動した。¹ さらに、2019 年のスペシャル 301 条報告書において、USTR は、国家知的財産権委員会と知的財産権侵害に対するエンフォースメントに関する小委員会の設置に対してベスト知的財産プラクティスを有する国のリストにタイを入れた。これらの機関は、政府の高官が主導し、国内の模倣品・海賊版問題に取り組むための政府高官間の調整並びに協力を強化している。² 2020 年、USTR は、タイが模倣品・海賊版を押収し、その手続に関する情報をオンライン上で公表したことを引き続き賞賛した。³ さらに、タイ知的財産局の啓発活動により、タイはベストプラクティスのリストに含まれている。⁴ また、2021 年のスペシャル 301 条報告書においても、政府の知財活動について肯定的なコメントがなされた。⁵

知的財産のエンフォースメントと水際措置における改善に関する上記調査結果は、米国商工会議所の国際知的財産指数 (International IP Index) によって裏付けられており、タイの知的財産指数のスコアが継続的な改善を示している。次の図表は、2019 年から 2021 年までのタイの国際知的財産指数とそのエンフォースメント指数のスコアを示したものである。

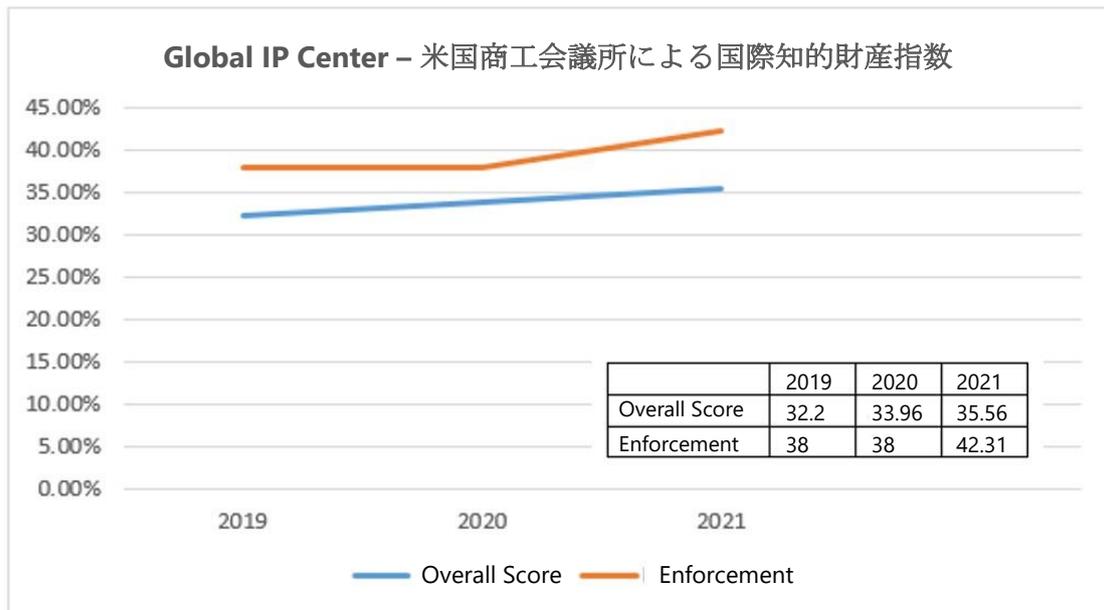
¹ USTR. “USTR Lighthizer Announces Results of Special 301 Out-of-Cycle Review of Thailand” [<https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2017/december/ustr-lighthizer-announces-results>], 2017 年 12 月 15 日 (2021 年 11 月 11 日確認)

² USTR 301 Report 2019 31 頁, 68 頁

³ USTR 301 Report 2020 65 頁

⁴ USTR 301 Report 2020 33 頁

⁵ USTR 301 Report 2021 12 頁



しかしながら、タイにおける模倣品や海賊版に対するエンフォースメント、特に水際措置そしてオンライン上での著作権のエンフォースメントには、いくつかの残された問題があるように思われる。2020年のUSTRのスペシャル301条報告書⁶によると、タイでは依然としてオンライン著作権侵害に関する問題について懸念されている。さらに、最新の2021年スペシャル301条報告書では、膨大な量の模倣品や海賊版が、依然としてオンライン・プラットフォーム上で消費者が容易に入手できると言及されている。具体的には、タイでは、他の監視対象国と同様に、インターネットや電子商取引プラットフォームの利用増加が、オンライン著作権侵害の増加につながっている一方、効果的なエンフォースメント措置が欠如していると、USTRは述べている。⁷

上記情報は、2019年度調査の結果とも整合しており、タイでは依然として模倣品が蔓延していると考えられる。一方で、COVID-19パンデミックは、タイにおける模倣品の流通と知的財産権のエンフォースメントにも影響を与えている。

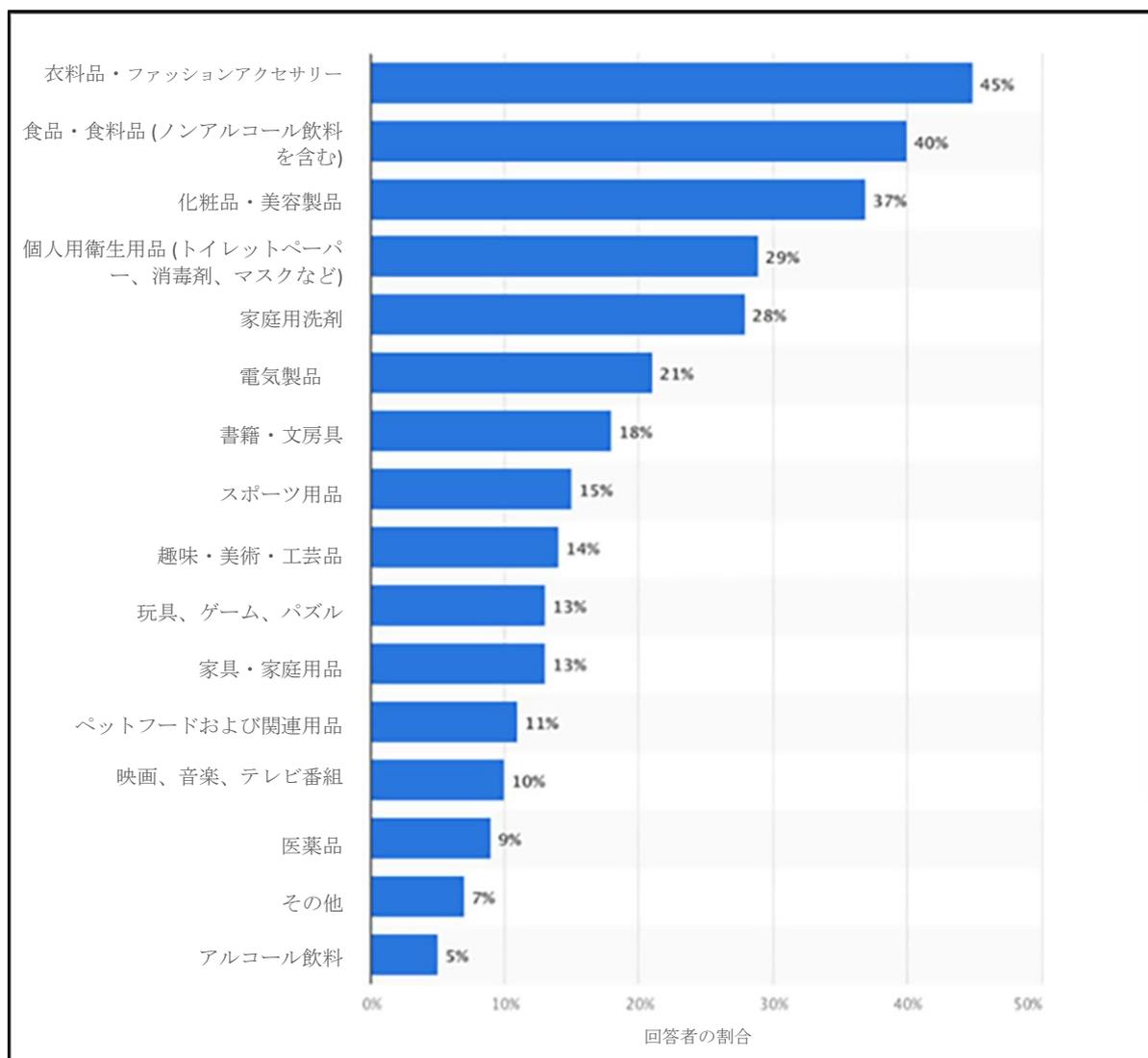
COVID-19パンデミック中の模倣品の流通

COVID-19パンデミック、一般消費者のライフスタイルに多くの変化をもたらした。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るにつれて、新しい習慣が形成されてきた。加えて、人々は安全、健康、福祉、衛生についてより関心を持つようになった。この変化は、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。COVID-19パンデミック期間中に購入された模倣品の種類に関する研究はないが、タイのCOVID-19パンデミック期間中にオンラインで最も頻繁に購入された商品に関する統計から類推することができる。

⁶ 同上

⁷ USTR 301 Report 2021 19 頁

タイにおける COVID-19 パンデミック期間中にオンラインで頻繁に購入された商品
(2020年5月現在)⁸



上図によると、タイのオンラインショッピング市場で購入された商品の中で、上位5つは、衣料品、食品・飲料（ノンアルコール飲料を含む）、化粧品、個人用衛生用品（マスクや手指消毒剤など）、そして、家庭用洗剤であった。

個人用衛生用品

COVID-19 パンデミックにより、タイではマスク、フェイスシールド、アルコール消毒剤など衛生関連製品が不足した。タイ保健省 (MOPH: Ministry of Public Health) は、これらの需要の高い品目の輸入・製造に関する規制を緩和し、供給の確保に取り組んできた。これらの製品に関

⁸ Statista. "Main products frequently purchased online among consumers during COVID-19 pandemic in Thailand as of May 2020" [<https://www.statista.com/statistics/1129317/thailand-goods-bought-online-sites-during-covid-19/>], 2020年6月 (2021年8月26日確認)

連するその他の規制は、不足に対処するために変更された。⁹しかしながら、これらの深刻な不足は、マスク、アルコール消毒剤、その他の衛生製品の模倣品を供給することによって、市場のギャップを埋める機会を模倣業者に作り出した。医薬品や個人用保護具への需要が満たされなかった結果、医薬品の模倣品、基準を満たしていない医薬品、そしてマスク・検査キットの模倣品が、合法的なサプライチェーンを通じて流通し、公衆衛生や安全に脅威をもたらした。¹⁰

比較的最近の事件（2020年4月）では、2人の男性が、模倣品、具体的には COVID-19 検査キット 45,000 点、医療用マスク 35 万点、赤外線体温計 1,200 点、アルコール 53,000 リットル、ハンド用消毒剤 7,896 本、5,000 万パーツ以上の化粧品 82,771 点を中国からタイに違法に密輸し、バンコクの自宅で逮捕された。¹¹

2021年8月には、別の事件が報告された。この事件では、複数のオンラインおよびオフラインの販売業者が、COVID-19の感染を予防できると主張する漢方薬の販売に関連して起訴された。販売業者が輸入していたものは漢方薬ではあったが、その大部分の成分は偽物であり、COVID-19を治療することにも予防することにも使用できなかった。¹²

これらの事件は、パンデミックを利用した模倣業者に大きな機会を与え、タイの消費者を安全性に欠ける製品を使用するという危険にさらしたことになる。

映画、音楽、テレビ番組

COVID-19パンデミックにより、より多くの人々が家に留まるようになり、その結果、インターネットの利用が増加し、海賊版の映画や音楽の購入やレンタルが増加した。電子取引開発機構(ETDA: Electronic Transactions Development Agency)の調査によると、タイ国民の SNS、オンライン音楽、視聴覚プラットフォームなどのオンラインプラットフォームの利用は著しく増加しており、統計によると、タイのユーザーは1日平均11時間以上をインターネットで過ごしている。¹³この調査ではさらに、主な活動として、SNSでのゲーム(95.3%)、音楽鑑賞や映画鑑賞(85%)、リサーチ(77.8%)、オンラインショッピング(67.3%)などが挙げられている。¹⁴85%のユーザーがインターネットを利用して音楽や映画にアクセスしているため、これらのユーザーの一部がライセンスのないコンテンツにアクセスしている可能性がある。

国際知的財産権同盟(IIPA: International Intellectual Property Alliance)の調査結果によると、COVID-19パンデミックにより映画館が閉鎖された結果、映画の違法な録画は減少している。そ

⁹ Tayagorn Warathornthnakul & Kittiya Nopparatrunroj, Tilleke & Gibbins. “Thailand Takes Steps to Ensure Availability of High-Demand Medical Supplies”, 2021年6月15日

¹⁰ Bangkok Post. “Combatting against illicit trade”, 2021年1月18日,
[<https://www.bangkokpost.com/business/2052711/combating-illicit-trade>] (2021年8月26日確認).

¹¹ The Thaiger. “BIG arrest on price gouging of Covid-19 safety gear and fake test kits”, 2020年4月8日,
[<https://thethaiger.com/coronavirus/big-arrest-on-price-gouging-of-covid-19-safety-gear-and-fake-test-kits>] (2021年8月26日確認)

¹² Daily News. “Beware! Fake Chinese Herbal Medicines on Social Media”, 2021年8月13日,
[<https://www.dailynews.co.th/news/154360/>] (2021年8月26日)

¹³ ETDA. “ETDA Reveals IUB 63 Survey Showing Thai People Use Internet Almost Half-a-day. COVID-19 also has some effects”, 2021年4月9日, [<https://www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx>] (2021年8月26日確認)

¹⁴ 注釈6参照

の一方で、オンラインで映画にアクセスする人が増えている。2019年から2020年の間に、当局は映画を違法にストリーミングしているいくつかのサーバーとウェブサイトを停止させた。最大のウェブサイトの一つは **Movie 2 free** であった。¹⁵ この海賊版ウェブサイトは、3,000本の海賊版映画をストリーミングしており、広告だけで月に約 500万バーツを稼いでいると報じられた。¹⁶ 映画以外にも、スポーツイベントやコンサートなどのコンテンツが配信されていた。タイ政府は、コンテンツへの不正アクセスを防止するための対策を講じているが、ウェブサイト以外にも、**media boxes**、**set-top boxes** などの不正視聴用デバイスの販売が拡大している。¹⁷

海賊版の音楽、ビデオゲーム、出版物については、パンデミックの影響で物理的市場での販売が減少しているが、オンラインチャンネルは依然として問題として残っている。¹⁸ これは、タイのユーザーが違法なストリーミングアプリケーションやウェブサイトに簡単にアクセスできるため、海賊版コンテンツの割合が増え続け、無料または低価格でコンテンツにアクセスされているためである。¹⁹ 裁判所はこれら侵害ウェブサイトの多くに対して削除命令を発しているが、インターネットの拡大とそれを規制する規則がないという性質のため、侵害者は以前のドメインを削除または削除した直後に新しいドメインを設定することができる。これはタイ当局にとって解決すべき課題である。²⁰

海賊版プログラム

ETDA のデータによると、タイのトップインターネットユーザーの中で、学生は1日12時間以上、会社員は約11時間インターネットを利用していた。²¹ これらのユーザーのうち、57.5%はEラーニングのためにオンラインで時間を過ごしており、64.2%はニュース、電子書籍、記事を読むために時間を使っている。²² これにより、著作権侵害されたコンピュータプログラムや、仕事や勉強に関連するアプリケーションの市場が生まれる。タイは、違法なプログラムのダウンロードで世界のトップ国の1つにランクされているという不本意な報告がある。²³

Business Software Alliance (BSA) の調査によると、タイのコンピュータにインストールされているソフトウェアの71%が適切なライセンスを受けておらず、この数値はアジア諸国の平均値よりも高い。²⁴ さらに、ライセンスのないソフトウェアを含む1,800台以上のPCを所有する158社の企業が警察によって1年間に摘発された。²⁵ ライセンスされていないソフトウェアには

¹⁵ IIPA. “IIPA 2021 special 301 report on copyright protection and enforcement”.

[<https://www.iipa.org/files/uploads/2021/01/2021SPEC301REPORT.pdf>] [P. 161 – 174] (2021年8月26日確認)

¹⁶ Bangkok Post. “Top pirated movies website shut down”, 2019年11月7日,

[<https://www.bangkokpost.com/learning/easy/1789379/top-pirated-movies-website-shut-down>] (2021年8月26日確認)

¹⁷ 注釈8参照

¹⁸ 注釈8参照

¹⁹ 注釈8参照

²⁰ 注釈8参照

²¹ 注釈13参照

²² 注釈13参照

²³ Aware. “Malware Rates in Thailand: Why You are at Risk.” [<https://www.aware.co.th/malware-rates-thailand-risk/>] (2021年8月26日確認)

²⁴ Aware. “25 Nov 71% OF THE SOFTWARE INSTALLED ON PC’S IN THAILAND IS NOT PROPERLY LICENSED”

[<https://www.aware.co.th/71-of-the-software-installed-on-pcs-in-thailand-is-not-properly-licensed/>] (2021年8月26日確認)

²⁵ 同上

ウイルスが仕込まれていることがあり、学生と会社員の両方にとって脅威となる可能性がある。この状況は非常に憂慮すべきものであり、コンピュータがウイルス攻撃に対して脆弱になる。²⁶

玩具

COVID-19 パンデミックの間にオンラインでの売上が最も増加した業界に玩具業界が加わったことは、一見したところ驚くべきことかもしれない。Lego Group の調査²⁷によると、パンデミックの間、家族が同じ屋根の下でより多くの時間を過ごすようになったため、子どもたちは家族とより多くの時間を過ごしたいと考えている。しかしながら、実店舗へのアクセスは健康にリスクをもたらすため、親は電子商取引チャンネルから玩具や娯楽商品を購入することを選ぶ。玩具の模倣品が品質基準を満たしているかどうかは不明で、安全性試験やラベル表示がずさんであることがしばしばあるため、多くの子どもたちに危険をもたらすことになっている。

アルコール

アルコールの分野は、タイで最も模倣品や海賊版が多い産業の一つである。本物の商標を模倣した製品に偽のパッケージを使用している無許可の蒸留所の存在により、WHO は、ASEAN が 2025 年までに、一人当たり年間 4.5 から 6.2 リットルの割合で、登録されていないアルコールの消費量が最も多い地域になると推定している。²⁸

COVID-19 パンデミックにより、アルコールの販売と流通に規制がかけられ、状況は悪化している。そのため、タイに密輸される違法なアルコールの数量が増加している。²⁹ さらに、不凍液、ホルムアルデヒド、プラスチック、塗料などに使用されている毒性の高い化学物質であるメタノールを含む自家製アルコールの販売が増加しているという報告もある。³⁰

2019 年、警察は、マレーシアへの違法酒類を流通させていた過程で、バンコクで最大の偽酒類販売業者の一人である「偽の酒の王 (King of Fake Liquor)」を逮捕した。逮捕の過程で、偽造酒 26 本、空き瓶 100 本、外国産ウイスキーの名前が書かれたネジトップ 132 個、偽造関税印紙と偽造ラベル 252 枚、ワイン 389 本が発見された。³¹

電子商取引プラットフォームの成長、SNS、物流、そしてパンデミックの社会経済的影響により、タイの模倣品分野は大幅に成長した。タイの発展の原動力となってきたのは技術であり、模倣業者は手ぬるい監視の下で違法な営業を続けている。

²⁶ 同上

²⁷ 注釈 10 参照

²⁸ 注釈 10 参照

²⁹ 同上

³⁰ Chiangrai Times. “Malaysian Dubbed the “King of Fake Whisky” Nabbed in Thailand”, 2019 年 11 月 22 日, [<https://www.chiangraitimes.com/crime-chiang-rai-thailand/malaysian-dubbed-the-king-of-fake-whisky-nabbed-in-thailand/>] (2021 年 8 月 26 日確認)

³¹ Bangkok Post. “Malaysian ‘king of fake liquor’ caught in Bangkok”, 2019 年 11 月 20 日, [<https://www.bangkokpost.com/thailand/general/1798299/malaysian-king-of-fake-liquor-caught-in-bangkok>] (2021 年 8 月 26 日確認)

重要なことは、COVID-19パンデミックによる不安定性のために、タイの人々はより便利なオンラインショッピングに移行している点である。しかしながら、オンラインチャンネルは、詐欺的な販売業者にとって大きな機会を生み出している。詐欺的な販売業者は必要に応じてアカウントを削除することができるため、例えば、執行官のものと思われるアカウントからアプローチされた場合、自分のアカウントを削除して執行官の追跡を逃れることができる。また、ウェブページは、報告され削除された直後に再度作成可能である。知的財産権所有者は利益を失ったり、評判が損なわれたりすることで、多くの悪徳販売業者の犠牲になっている。このような状況の中、タイの知的財産権所有者とエンフォースメント機関は現在、模倣品や海賊版が侵害者によってオンラインチャンネルを通じて容易に流通されるという困難な状況に直面している。

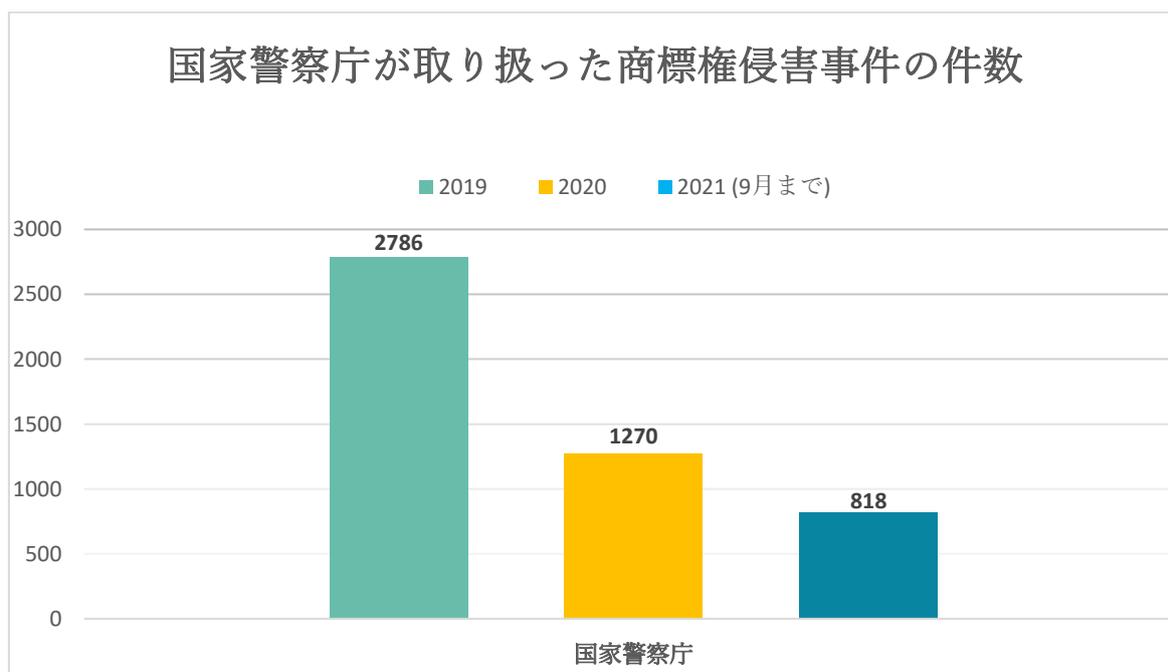
2.1.1 商標権、特許権（意匠特許権、小特許権を含む）、著作権の侵害の最新動向

商標権侵害、特許権侵害（意匠特許侵害、小特許権侵害を含む）、著作権侵害の最新動向を、政府当局が実施された知的財産権のエンフォースメントに関する統計により示す。

商標権侵害事件

知的財産局（DIP: Department of Intellectual Property）は、関連当局により押収された商品に関する情報を収集し、押収に関する年次統計を公表する主要な当局である。以下は、2019年から2021年にかけて国家警察庁(Royal Thai Police)が実施した商標権に関するエンフォースメントの概要である。³² なお、2021年の統計は9月までのものである。

国家警察庁は、タイにおける知的財産権のエンフォースメント機関の1つであり、知的財産関連の犯罪を含むすべての犯罪に対して責任を負う。国家警察庁は、経済犯罪制圧部(ECD: Economic Crime Suppression Division)、首都警察署、9つの地方警察署など、知的財産関連の犯罪の取り締まりに重点を置いた幾つかの部門で構成されている。

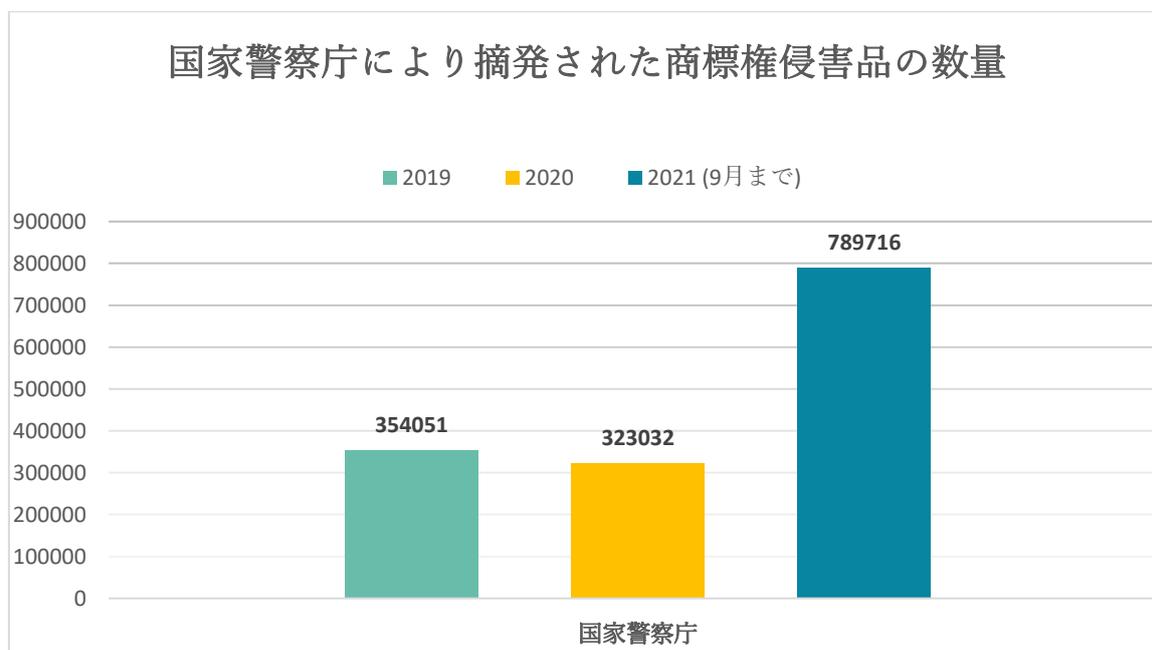


上記統計によると、国家警察庁が実施した商標権に関するエンフォースメントの件数は、2019年から2021年9月まで減少傾向にある。この減少傾向は、多くの市場や商店街が閉鎖を余儀なくされ、顧客が対面での買い物からオンラインショッピングに移行した COVID-19 パンデミックの状況を反映していると考えられる。国家警察庁は、主に物理的市場に対する摘発を行っているが、多くの実店舗が閉鎖されたことで、摘発件数は減少している。そのような状況下でも、国家警察庁は2020年に商標権侵害に関連して1,200回以上の摘発を行った。

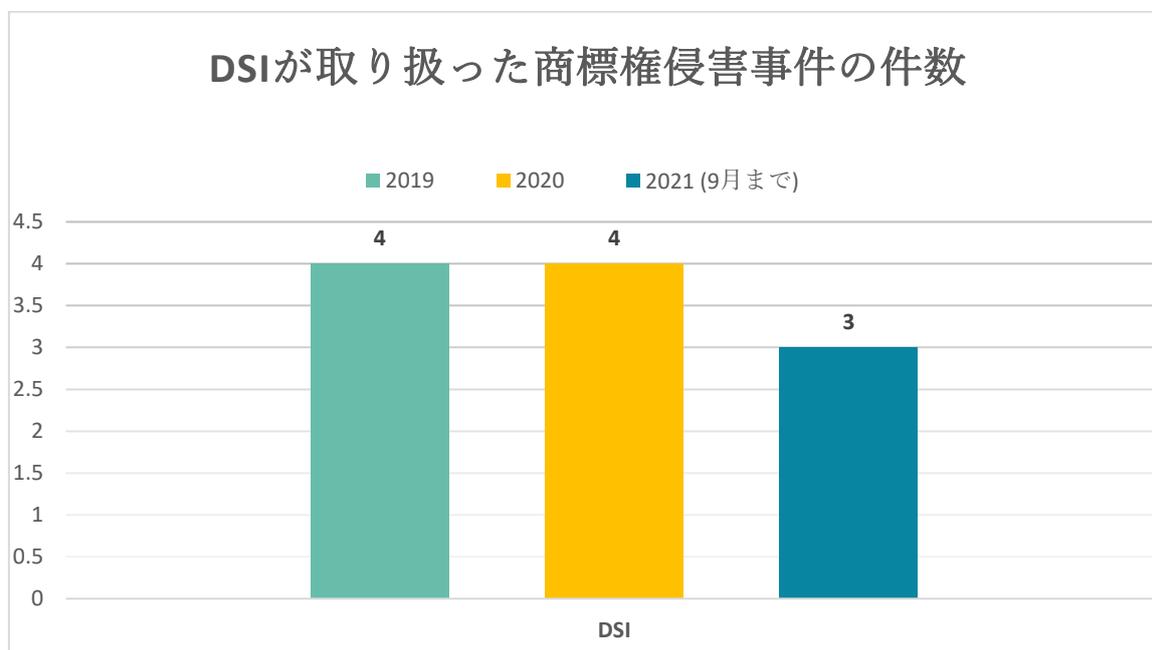
国家警察庁による摘発の件数は減少しているが、2021年に押収された物品の数量は、次の図に

³² 知的財産局. “Statistic on IP Enforcement” [https://www.ipthailand.go.th/th/protect-005/item/total2021.html?category_id=2168] (2021年8月26日確認)

示されるように大幅に増加している。³³



国家警察庁のエンフォースメントは主に物理的市場に焦点を当てているが、2021年(9月まで)の知的財産権侵害のために押収された商品の数量は、2019年または2020年で押収された商品の数量の倍以上である。

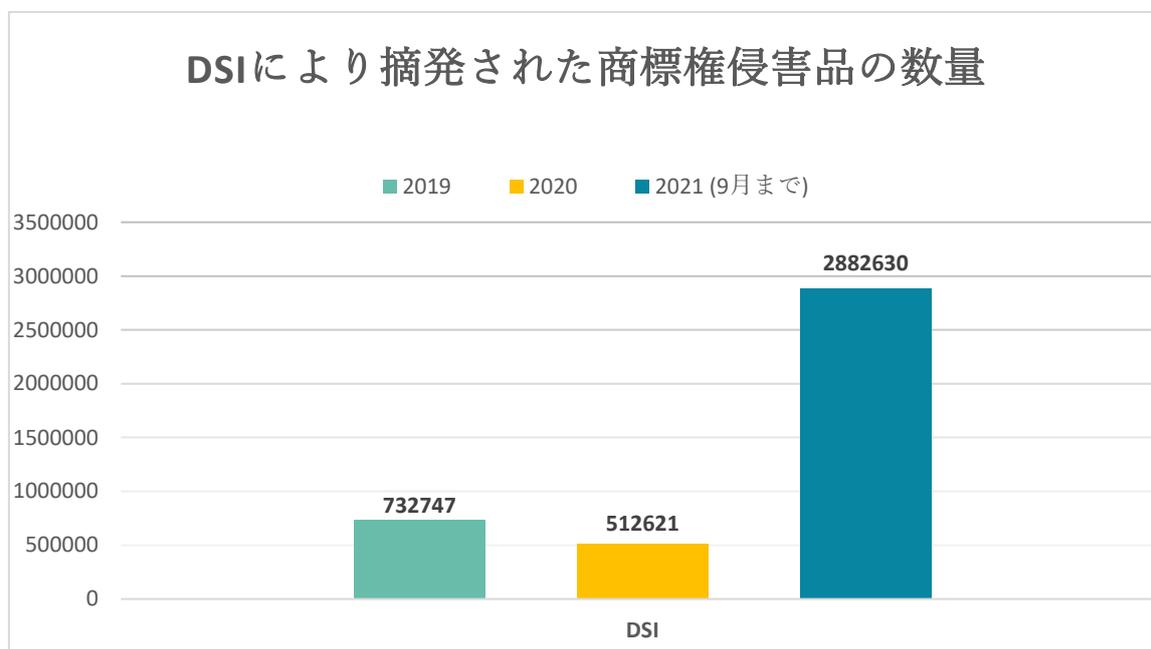


上図は、法務省特別捜査局 (DSI: Department of Special Investigation : DSI) により実施された摘発件数を示している。³⁴ DSI は、国内経済全体に影響を及ぼす特殊犯罪のみを対象として

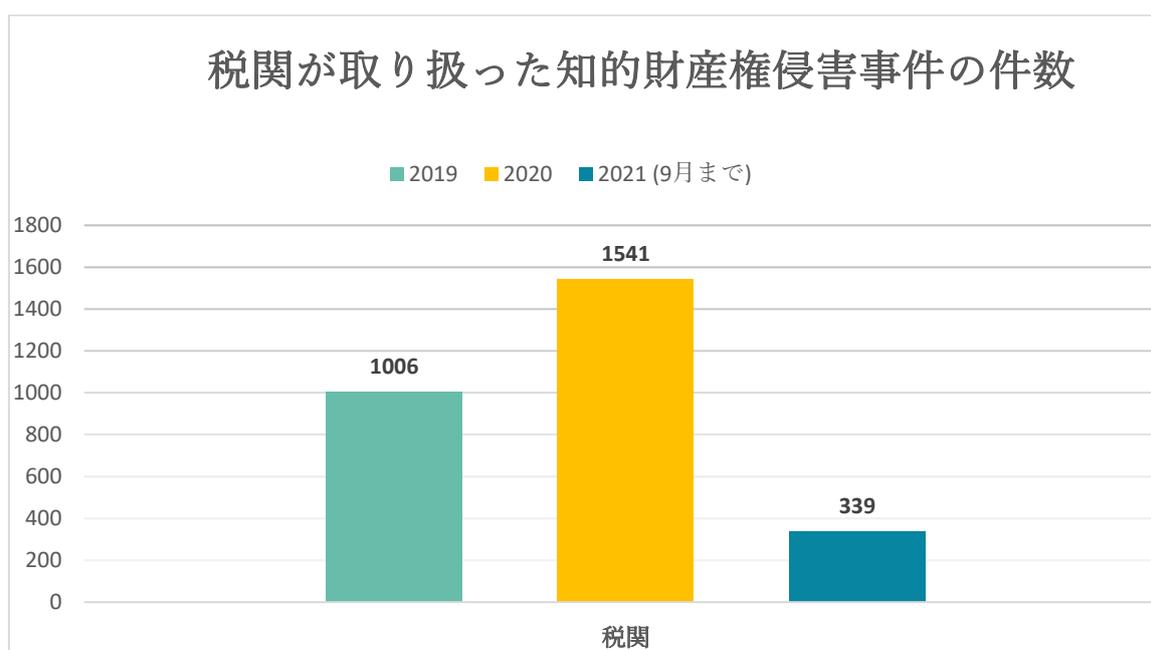
³³ 同上

³⁴ 同上

いる。知的財産権犯罪について、DSIは通常、大量の模倣品が含まれ、重大な損害が発生している場合にのみエンフォースメントを行う。そのため、DSIは他のエンフォースメント機関よりも少ない知的財産権侵害事件の件数を処理する。



DSIの対象となる件数は少ないが、DSIが押収した模倣品の数量は、2019年から2021年(9月まで)までの各年において、国家警察庁よりも多い。これは、DSIが大量の商品を対象とする事件を扱っていることを示している。重要な点は、統計が9月までしかカバーしていないにもかかわらず、2021年に押収された商品の数量が300万弱にまで大幅に増加したことである。³⁵

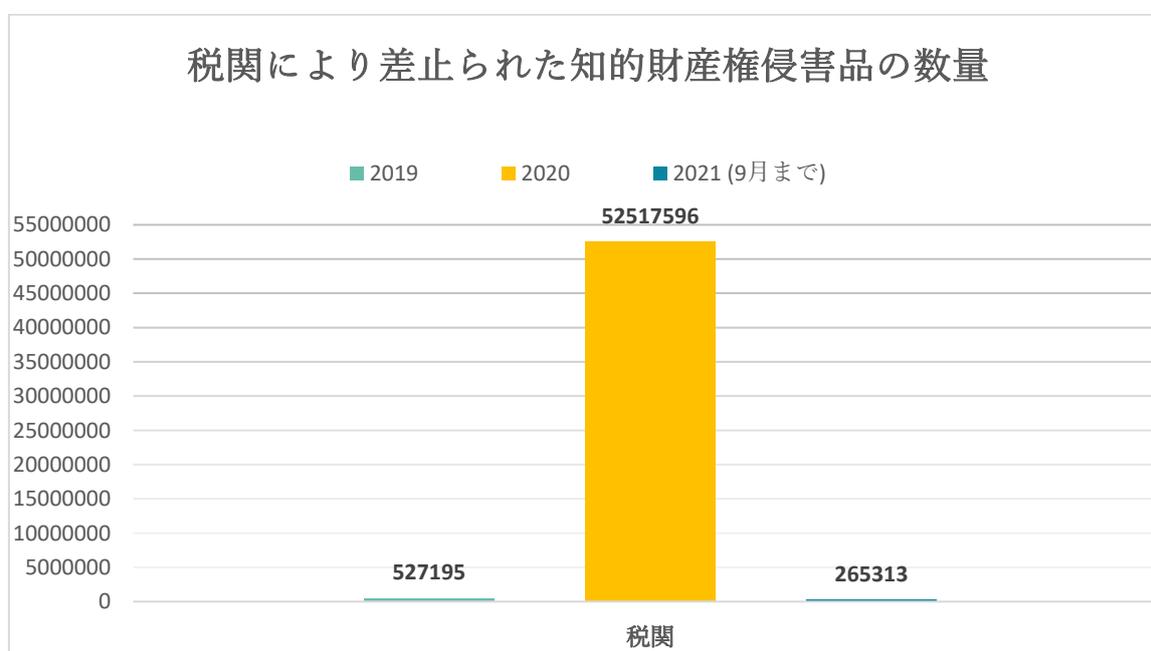


³⁵ 同上

税関は国境で模倣品を差止める責務がある。税関は、知的財産権侵害の種類（具体的には、商標権または著作権）によって分類された事件の件数を有していないため、エンフォースメントの全体的な統計を示している。2020年の統計によれば、税関による差止の件数が増加していることを示している。³⁶

COVID-19パンデミックによりオンラインショッピングが広がるにつれて、タイの消費者は海外にも商品を注文するようになった。これはオンラインショッピングのプラットフォームで簡単に可能である。これらの商品は通常、タイへ安価な送料で輸入される。海外からタイに模倣品が送られるケースも増えている。

以上のように、税関が差止めた侵害品の数量に関する統計は、知的財産権侵害の種類を分類していない。以下の統計は、税関によって差止められたすべての知的財産権侵害品の数量を示している。³⁷



上記統計によると、2020年に税関が差止めた侵害品の数量は2019年の数量の100倍に増加している。

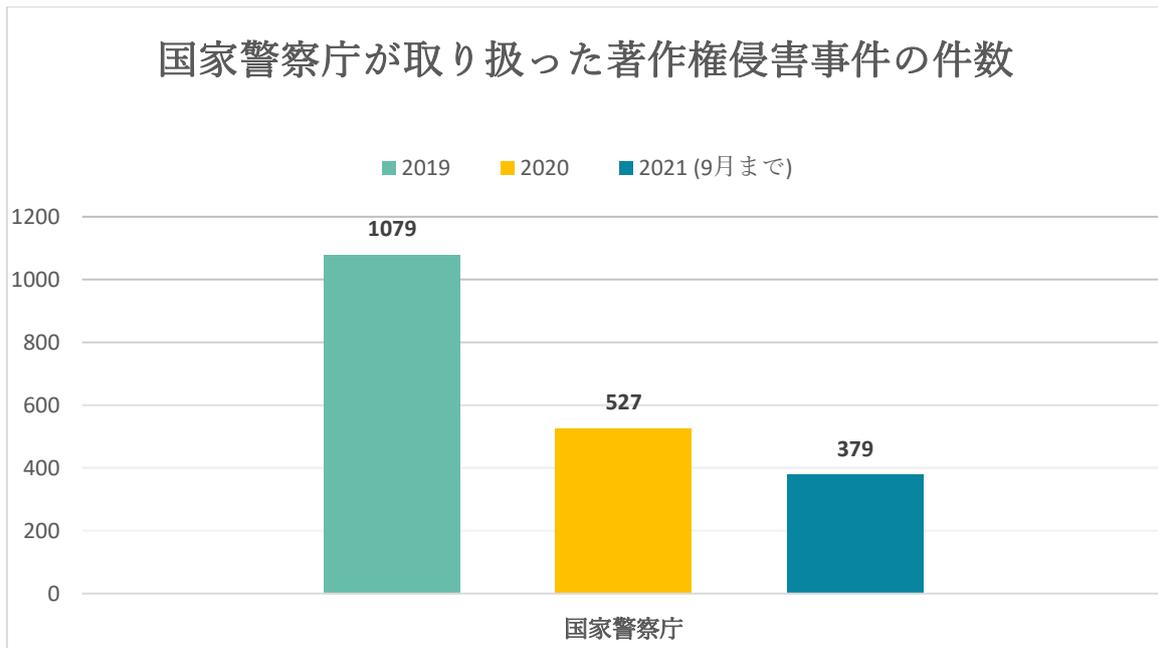
著作権侵害事件

知的財産局はまた、タイのエンフォースメント機関、すなわち、国家警察庁およびDSIが実施した著作権エンフォースメント事件に関する統計データも公表している。なお、2021年の統計は9月までのものである。³⁸

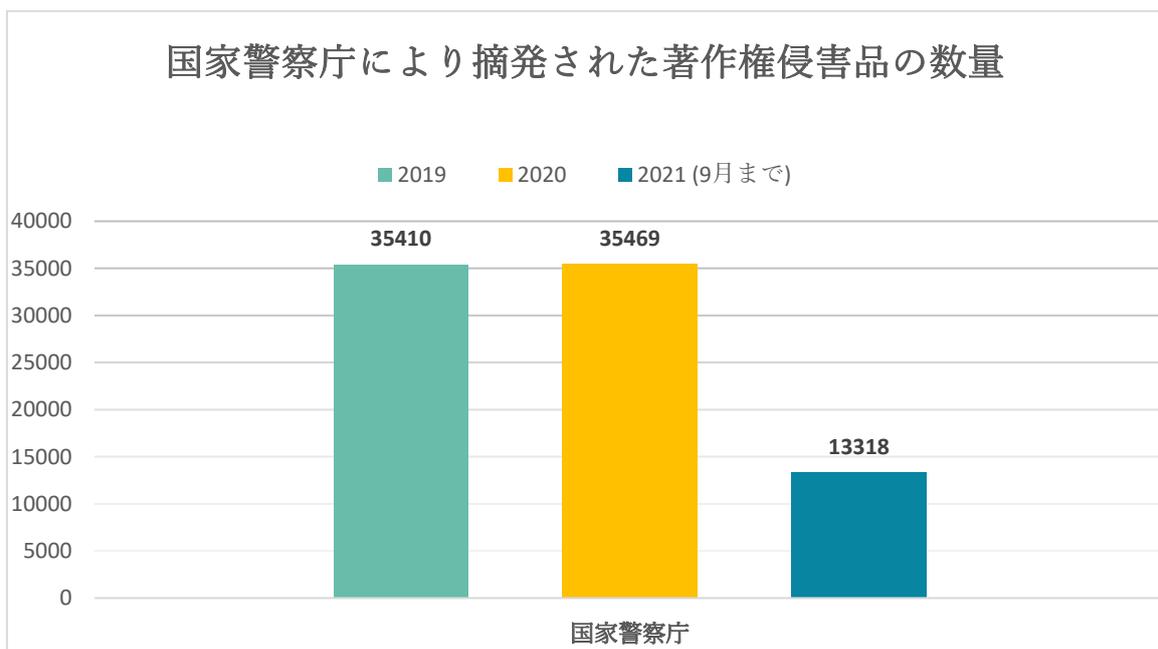
³⁶ 同上

³⁷ 同上

³⁸ 同上



これまで、国家警察庁による摘発の大部分は著作権法に基づくものであった。しかしながら、図表の統計を比較すると、著作権侵害品の件数・押収数量は年々減少していることが分かる。



これらの統計によると、2019年と2020年とを合計した著作権侵害品の押収数量は、2018年の85,403件を下回っている。

この変化は、著作権侵害の大きな原因となっている海賊版映画や海賊版音楽が、オンラインプラットフォームを通じて提供されるようになったという最近のIT技術の発達を反映している可能性がある。さらに、著作権者によって取られる措置は、著作権侵害品の押収から、ウェブサイトのブロックや削除要求へと移行している。したがって、当局によって押収された事件の件数や侵害品の数量は、著作権侵害に対するエンフォースメントの実情を反映していないと考えられる。

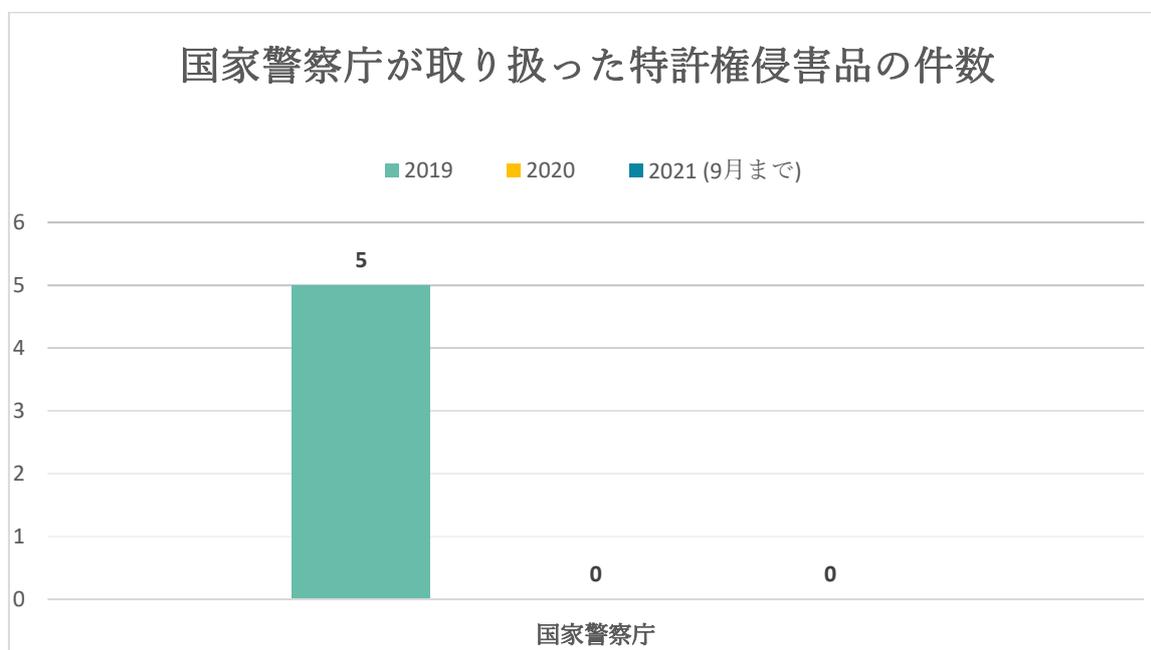
DSIに関しては、2019年から2021年の間、著作権侵害事件を扱っていなかったようである。税関に関しては、上述のとおり、統計は知的財産権侵害の種類を区別していない。上記の統計には、著作権侵害に対するエンフォースメント事件も含まれる。

特許権侵害事件

特許権侵害は、通常の商標権侵害や著作権侵害に比べて立証することが難しい。特許権侵害の刑事訴訟を進めるには、特許権者はまず警察に告訴状を提出しなければならない。特許権所有者は、侵害を立証する十分な証拠を収集し、当局（警察官またはDSI職員）に対して説明する必要がある。証拠とするサンプルは、専門家による特許権侵害分析とともに提出されることによって、告訴状の内容を裏付けるために不可欠な情報源になる。また、当局は、当該事件を処理するか否かを検討する前に、特許審査官に意見を求めることができる。このように、特許権侵害事件を刑事手続によって進めるプロセスは複雑である。

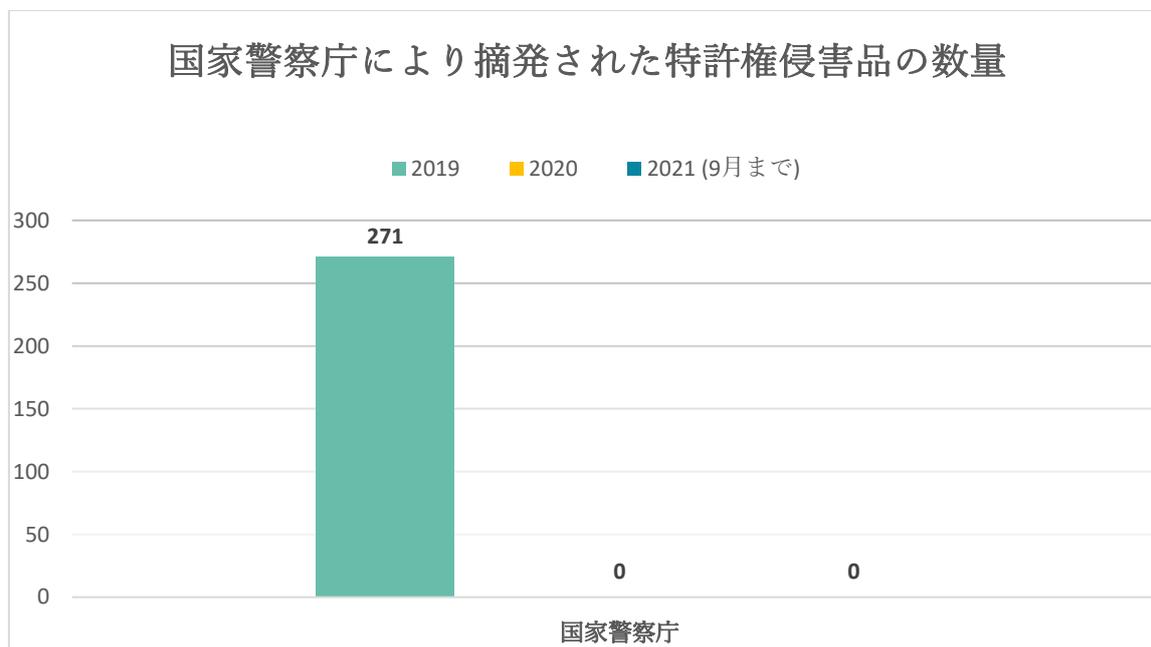
実際、特許権侵害の刑事事件の多くは、技術的な問題を伴う発明特許に関する侵害事件と比較して、事案の性質が政府当局にとってより単純で理解しやすい意匠特許に関連する侵害事件である。

特許権侵害に関連する事件では、複雑かつ技術的な理由のために、知的財産国際取引裁判所（IP&IT Court: Central Intellectual Property and International Trade Court）によって捜索令状の請求が却下される可能性が高い。ただし、事件が受理される場合もある。特に、意匠特許権に関する事件は、他の特許権侵害事件よりも単純であると考えられるため、受理されることが多い。



2019年度調査によると、2018年中に国家警察庁が取り扱った特許権侵害事件の件数は18件と少なかったが、今回の調査で2019年中の件数は2018年の18件よりもさらに少ない5件であった。

たことがわかった。さらに驚くべきことに、2020年にも2021年にも特許権侵害を含むエンフォースメント事件はなかった。³⁹



タイは特許権侵害事件の件数が少ないため、特許権侵害で押収される物品の数量も少ない。これらの統計は、タイでは特許権者が刑事訴訟を通じて特許権侵害に対して訴訟を起こすことはほとんどないことを示している。

DSI については、2019 年から 2021 年の間、特許権侵害事件を取り扱っていなかったようである。税関では、侵害疑義品が特許権を侵害しているかどうかの検証が難しいことから、通常、税関職員が国境で特許権侵害品を差止めることはない。

オンラインに関するエンフォースメント

IT 技術の発達によって、消費者の行動に変化がもたらされ、多くの人が実店舗での商品購入からオンラインでの商品購入へと移行している。エンフォースメント機関は、インターネット上の知的財産権侵害を抑制することを目的として、過去数年間、オンライン活動に対する措置を講じることに焦点を当ててきた。したがって、エンフォースメント機関が実施する従来の手法によるエンフォースメント措置の件数からだけでは、知的財産権侵害の傾向を完全に把握することはできない。

改正コンピュータ犯罪法は、知的財産権所有者にウェブサイト遮断の要求を提出する権利を与えて以来、知的財産局は法の下でウェブサイト・ブロック（遮断）について権利所有者の利用を促進してきた。裁判所は、この法律が 2017 年に施行されて以来、1,500 以上の URL に対して著作権侵害コンテンツおよび商標権侵害コンテンツ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。⁴⁰

³⁹ 同上

⁴⁰ 知的財産局. "Fact Sheet on IP Protection and Enforcement in Thailand", 2021 年 8 月

知的財産局は、コンピュータ犯罪法に基づくウェブサイトのブロック措置に加えて、インターネット上の知的財産権侵害に対抗するための知的財産権所有者とインターネットプラットフォームとの間の自主的な管理メカニズムを設立することを目的として、インターネット上の知的財産権の保護に関する覚書（MOU）を草案した。この覚書は 2021 年 1 月 11 日、知的財産権所有者、主要な電子商取引プラットフォーム(Lazada、Shopee、JD Central)、および商務省(知的財産局、事業開発局、および国際貿易振興局)の関連政府機関の代表 22 人によって署名された。知的財産局は、覚書の実効性を確保するため、締約者間で定期的なフォローアップ会合を開催している。⁴¹

以上のとおり、近年、知的財産権侵害に関するトレンドは、インターネット上の侵害に移っている。

2.1.2 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

COVID-19 パンデミックにより、模倣品の流通は現在、物理的（オフライン）市場からオンライン市場へと移行している。当初、タイはいくつかの物理的市場で模倣品を容易に入手できることで広く知られていた。⁴² しかしながら、COVID-19 とタイ当局による摘発の結果、模倣業者はより慎重になり、オンラインでより多くのビジネスを行い始めている。このため、身元の追跡が難しくなり、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できている。⁴³

欧州委員会によると、タイでは電子商取引ウェブサイト、SNS、郵便・速達便による小包配送が発展しており、模倣品の販売が非常に容易になっている。これらの違法商品は現在、中国とシンガポールに次ぐ 3 番目の輸出国とされるタイの国内市場から国際市場へと拡大している。⁴⁴

Mondaq の調査によれば、中国は東南アジア諸国（タイを含む）の最大の貿易相手国である。パンデミックの結果、世界中の多くの国でロックダウンや渡航制限が実施されているため、違法な流通はオンライン・チャンネルに移行した。⁴⁵ 報告書は、中国の販売業者には次の 2 つのタイプがあることを明らかにした。

- 中国のプラットフォームから東南アジア市場に売り込む中国の販売業者
- 東南アジアのプラットフォームで直接販売している中国の販売業者⁴⁶

⁴¹ 同上

⁴² Saporedicina. “How to visit the fake market in Thailand – The Guide”, 2019 年 9 月 3 日, [\[https://www.saporedicina.com/english/fake-markets-thailand/\]](https://www.saporedicina.com/english/fake-markets-thailand/) (2021 年 8 月 24 日確認)

⁴³ タイ 審査官. “Fake goods and counterfeit brands in Thailand not yet a thing of the past but maybe soon”, 2018 年 5 月 13 日, [\[https://www.thaiexaminer.com/thai-news-foreigners/2018/05/13/fake-goods-on-public-sale-are-not-a-thing-of-the-past-in-thailand-yet-but-they-could-be-soon/\]](https://www.thaiexaminer.com/thai-news-foreigners/2018/05/13/fake-goods-on-public-sale-are-not-a-thing-of-the-past-in-thailand-yet-but-they-could-be-soon/) (2021 年 8 月 24 日確認)

⁴⁴ khaosodenglish. “FAKE GOODS, HEALTH PRODUCTS FROM THAILAND NOW A CLICK AWAY”, 2019 年 7 月 24 日, [\[https://www.khaosodenglish.com/news/crimecourtscalamity/2019/07/24/fake-goods-health-products-from-thailand-now-a-click-away/\]](https://www.khaosodenglish.com/news/crimecourtscalamity/2019/07/24/fake-goods-health-products-from-thailand-now-a-click-away/) (2021 年 8 月 24 日確認)

⁴⁵ Mondaq. “China: Webinar: Cross-Border Trade In Counterfeit Goods - China to Southeast Asia”, 2021 年 8 月 5 日, [\[https://www.mondaq.com/china/international-trade-investment/1099396/webinar-cross-border-trade-in-counterfeit-goods--china-to-southeast-asia\]](https://www.mondaq.com/china/international-trade-investment/1099396/webinar-cross-border-trade-in-counterfeit-goods--china-to-southeast-asia) (2021 年 8 月 25 日確認)

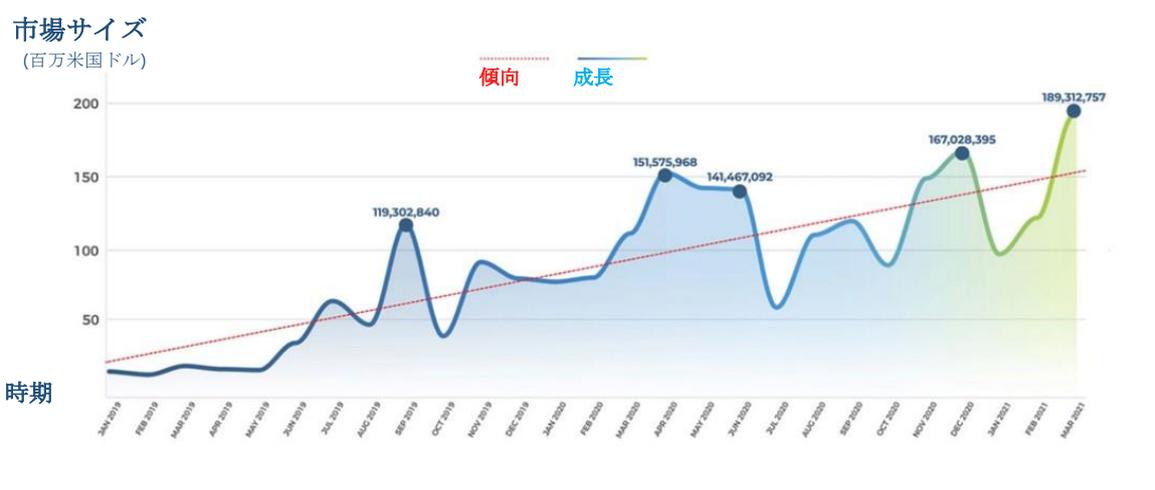
⁴⁶ 同上

これらの業者の中には、中国の物流センターを経由して製品を発送し、センターの住所を自分の住所として使用することで、電子商取引プラットフォーム上で模倣品を販売している業者もあり、模倣品が押収されても、彼らの身元を突き止めることは困難である。また、中国の販売業者と取引をしたり、地元で転売したりする東南アジアの業者もいる。⁴⁷ このような流通経路の変更によって、侵害者を特定することがますます困難になっている。

タイと中国との緊密な貿易パートナーシップの結果、ほとんどの産業、特にタバコ、アルコール、玩具、ゲーム、音楽、メディア、自動車部品、医薬品産業が影響を受けると予想されており、これらの産業ではタイのオンライン市場で模倣品が最も多く見られる。⁴⁸ パンデミックによる不安定な状況とエンフォースメント機関の不十分な対応から、欧州委員会は、タイのオンライン模倣品・海賊版分野が成長を続け、この地域の企業や経済に大きな影響を与えると予想している。⁴⁹

E-Commerce プラットフォーム: Shopee & Lazada

タイにおける E-commerce の成長



タイでは、Lazada と Shopee という 2 大電子商取引プラットフォームが、COVID-19 パンデミックによる景気後退にもかかわらず、著しい成長を遂げている。

Google、Ban&Company、Temasek の共同レポート⁵⁰によると、タイの電子商取引業界は 2020 年に市場サイズが 80%以上急増しており、今後も同様のペースで成長し続けると予想されている。2021 年 4 月、Lazada と Shopee は販売キャンペーンの成功を発表し、パンデミック前に比べて販売者と買い物客の数が大幅に増加した。⁵¹

⁴⁷ 同上

⁴⁸ 注釈 10 参照

⁴⁹ European Commission. “Report on the protection and enforcement of intellectual property rights in third countries” [https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2021/april/tradoc_159553.pdf] [P.49-50] (2021 年 8 月 24 日確認)

⁵⁰ Bangkok Post. “THE CHANGES BROUGHT BY COVID MIGHT HAVE AN UPSIDE FOR THAI CONSUMERS, BUSINESSES, AND ECONOMY”, 2021 年 5 月 21 日, [<https://www.bangkokpost.com/thailand/pr/2119527/the-changes-brought-by-covid-might-have-an-upside-for-thai-consumers-businesses-and-economy>] (2021 年 8 月 26 日確認)

⁵¹ The Thaiger. “Lazada, Shopee go head to head in attracting more online shoppers”, 2021 年 3 月 25 日,

残念なことに、電子商取引プラットフォームが成長を続けるにつれ、模倣品や海賊版の販売も増えている。詐欺的な販売業者は、不注意なオンライン買い物客の存在により、彼らの違法行為を拡大し、販売をこれらのオンラインプラットフォームにシフトするための新しい機会を得ている。⁵²

これに関連して、各電子商取引プラットフォームと SNS プラットフォームは、知的財産権所有者が自分の知的財産権を侵害するユーザーがアップロードしたコンテンツの削除を要求できるように、「notice-and-takedown プロセス」を開始するためのチャンネルを提供している。このような侵害コンテンツは、プラットフォームのブランド違反ポリシーに基づいてショッピングウェブサイトから削除できる。しかしながら、インターネット上の販売業者および知的財産権侵害の件数が急増していることから、オンラインプラットフォームは自己のウェブサイト上の侵害と違法コンテンツを監視するのに苦労している。そのため、消費者はタイのオンライン市場で模倣品に頻繁に遭遇することになる。⁵³

2021 年 7 月、家電製造企業は、Lazada と国家警察庁と協力して、270 万米ドルに相当する 82,000 個以上の電池の模倣品を押収することに成功した。⁵⁴ 倉庫で逮捕された中国の模倣業者は、自分が中国の深センから電池を輸入し、Lazada のオンラインプラットフォームを介してそれらを流通したことを自供した。家電製造企業は当初、アカウントの削除を要求するだけであったが、この販売業者が違法行為を継続するために新たな Lazada のアカウントを開設したため、強固な法的措置を取り、侵害者/販売者が逮捕された。

タイにおけるもう一つの主要電子商取引プラットフォームは Shopee である。Shopee には、知的財産権に関するポリシーがある。Shopee のポリシーでは、Shopee は知的財産権に関する苦情を真摯に受け止め、知的財産権所有者またはその代理人と協力して迅速な解決を図ることを明確にしている。⁵⁵しかしながら、知的財産権を侵害するコンテンツが大幅に増加したため、Shopee にはそのすべてを監視する能力が足りない。したがって、知的財産権所有者は、著作権を侵害している投稿またはコンテンツの監視を行い、権利の存在および権利を有することを証明する十分かつ有効な書面を提供するとともに、知的財産権侵害を構成または含むことを証明することによって、オンラインプラットフォームが知的財産権所有者の権利を保護することを支援することができる。

そして、模倣品の販売が増加し続ける中で、電子商取引プラットフォームは、侵害に対処するために適切な措置を講じて、一貫してポリシーを改善し、改訂すべきである。⁵⁶

[<https://thethaiger.com/news/national/lazada-shopee-go-head-to-head-in-attracting-more-online-shoppers>] (2021 年 8 月 24 日確認)

⁵² Bangkok Post. "Department has IP violators in sights", 2019 年 7 月 17 日,

[<https://www.bangkokpost.com/tech/1713852/department-has-ip-violators-in-sights>] (2021 年 8 月 24 日確認)

⁵³ 注釈 51 参照

⁵⁴ AsiaLaw. "Lazada partners with Panasonic and Thai police for one of the largest seizures in Southeast Asia"

[<https://asiaiplaw.com/index.php/article/lazada-partners-with-panasonic-and-thai-police-for-one-of-the-largest-seizures-in-southeast-asia>] (2021 年 8 月 25 日確認)

⁵⁵ Shopee. "How can I report infringement of my rights?" [<https://help.shopee.com.my/my/s/article/How-can-I-report-infringement-of-my-rights-123>] (2021 年 9 月 9 日確認)

⁵⁶ 注釈 54 参照

SNS: Facebook および Instagram

タイで電子商取引プラットフォームが普及する前、Facebook や Instagram などの SNS は、侵害者が模倣品を販売する最初のオンラインプラットフォームだった。今日、SNS プラットフォームは潜在顧客が多いために、販売業者の間で人気があり続けている。2021 年初め、タイ警察は Pathum Thani の工場から食器用洗剤と石鹸を大量に押収することができた。合法的な石鹸製造会社の社長は、石鹸製品の模倣品が通常 Facebook を通じて販売されていると伝えた。⁵⁷ 今回の摘発で押収された模倣品の数量から、Facebook で石鹸の模倣品を販売する人が増えていることが推測され、それが企業による石鹸の合法的な販売に影響を与えている可能性が高い。

最近の別の事件では、タイ警察が 150 万タイパーツのブランド品の模倣品を Facebook Live で販売した女性を逮捕した。⁵⁸ タイ警察によると、彼女の家からは模倣品が 1,940 点以上見つかった。

Instagram、Twitter、LINE に関連して模倣品が押収されたという報告はないが、これらのプラットフォームが模倣品の販売にも容易に利用できることは明らかである。オンライン検索を行うと、化粧品、高級品、香水、ファッションアイテムなどの模倣品を販売しているこれらのプラットフォームのアカウントの膨大なリストを作成できる。

現在、SNS プラットフォームは電子商取引プラットフォームと同様の問題を抱えており、模倣品の販売を監視し報告するのに苦労している。電子商取引プラットフォームと同様に、知的財産権を侵害するコンテンツを販売するアカウントは自動的に削除されるのではなく、正式な要請が提出された場合にのみ削除される。この点に関して、これらの大規模な SNS プラットフォームは監視能力を向上させており、今後数年のうちに、模倣品の拡散に対処するためのより優れたツールが登場すると予想される。⁵⁹

プライベート・ウェブサイト

よく知られている電子商取引プラットフォームや SNS プラットフォームとは別に、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作成することを選択した者もいる。大規模な電子商取引サイトと比較すると、これらのプライベートウェブサイトは、2007 年の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特定の手続や罰則が現行の知的財産に関連する法律にないため、抑制することは困難である。⁶⁰ 主要なオンラインマーケットプレイスとは異なり、これらのプライベートウェブサイトは、知的財産権の侵害に関しては効果的な強制手段をまだ欠い

⁵⁷ Bangkok Post. “Fake Ajinomoto powder, brandname soaps seized in factory raid”, 2021 年 2 月 23 日, [https://www.bangkokpost.com/thailand/general/2073143/fake-ajinomoto-powder-brandname-soaps-seized-in-factory-raid] (2021 年 8 月 25 日確認)

⁵⁸ Nation Thailand. “Bangkok woman arrested for selling fake brand name goods on Facebook”, 2019 年 5 月 2 日, [https://www.nationthailand.com/in-focus/30368717] (2021 年 8 月 25 日確認)

⁵⁹ 欧州連合知的財産庁. “SOCIAL MEDIA – DISCUSSION PAPER New and existing trends in using social media for IP infringement activities and good practices to address them” 2021 年 6 月, [https://euiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/2021_Social_Media/2021_Social_Media_Discussion_Paper_FullR_en.pdf]

⁶⁰ AnandaIP. “IP Litigation” [https://www.ananda-ip.com/services/ip-litigation/] (2021 年 8 月 25 日確認)

しており、たとえ報告が可能であっても、侵害者は現行のウェブサイト削除するとすぐに、新しいウェブサイトを簡単に立ち上げることができる。したがって、これらのウェブサイト内で販売される模倣品・海賊版の数量は、正確に特定できる数量を超えると考えられる。

2.1.3 COVID-19 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？

パンデミックが始まる前、タイではバンコクをはじめ、全国の人気観光地にも、模倣品が流通していた。⁶¹しかしながら、パンデミックにより、すべてのショッピングモールと市場が断続的に閉鎖され、流通はオンラインチャンネルに移行した。

2020年1月から2月では、COVID-19の感染者数は1日あたり100人を下回っており、状況はそれほど深刻ではなかった。2020年3月から、政府は、COVID-19の拡大を防止するためのロックダウン措置を発動した。デパート、市場、レストランは休業を余儀なくされ、一部は営業時間の制限を受けた。その後、感染者数が減少に転じたが、再度2021年2月から感染者数が増加し始め、2021年4月にはタイでの感染者数が初めて1日500人を超え、増加を続けた。2021年7月には、1日あたり1万件の感染者数が報告され、2021年7月20日から2021年8月2日まで、深刻なロックダウン措置が発表された。この措置は、感染者数が増え続けたため、8月末まで延長された。このロックダウン措置はタイの人々に家にいることを義務付けた。これにより、オンラインショッピングが以前よりも大幅に増加した可能性が高い。その結果、より多くの顧客を獲得し、運営コストを削減するために、模倣品の販売業者が店舗をオンラインに移行する可能性が高くなった。さらに、物理的市場はまだ人気を回復しておらず、オンライン市場が模倣品販売の主要媒体であり続ける可能性が高い。また、前述したように、COVID-19パンデミックの結果、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。これらは、模倣品を含む消費される製品の種類に影響を与えている。

上記の情報から、COVID-19のパンデミックはタイにおける模倣品の販売に大きな変化をもたらしており、2020年3月の最初のロックダウン以降、違法ビジネスの多くが物理的市場からオンライン市場に移行していると考えられる。さらに、海外からタイにもたらされる模倣品の数量も増えており、その結果、税関全体の差止件数が増加している。

⁶¹ 注釈 42 参照

2.2 製品分野ごとの模倣品の概況

商標権侵害と著作権侵害は、タイで最も一般的な2つのタイプの知的財産権侵害である。中央知的財産・国際貿易裁判所 (IP&IT Court: Central Intellectual Property and International Trade Court) (以下、「IP&IT 裁判所」という。) の2016年から2018年までの統計(下表参照)によれば、裁判所に提訴された侵害事件の多くは商標権や著作権の侵害であった。⁶²しかしながら、IP&IT 裁判所のデータ収集方法の変更により、2019年以降の統計では、特許権、商標権、著作権を区別していない。⁶³それにもかかわらず、知的財産局によって収集されたすべての関連するエンフォースメント機関による商品の押収に関するデータ⁶⁴は、タイにおけるほとんどの知的財産権侵害事件が商標権と著作権に関係していることを示唆している。特許権侵害の件数ははるかに少ない。

2016年から2021年までのIP&IT裁判所による知的財産権事件の統計を次の表に示す。

裁判件数の統計 (2016 - 2021) ⁶⁵

年	民事事件				刑事事件			
	計	商標権	著作権	特許権	計	商標権	著作権	特許権
2021 (Jan-Aug)	339	-	-	-	997	-	-	-
2020	433	-	-	-	2,103	-	-	-
2019	582	-	-	-	2,631	-	-	-
2018	385	200	124	61	3,343	2,518	803	22
2017	449	231	135	83	3,870	2,966	840	34
2016	398	205	121	72	3,840	2,829	983	28

上表で示されるように、2016年以降、刑事事件の総数は減少しているが、民事事件の総数は変動している。しかしながら、刑事事件の件数は民事事件の件数よりまだ多い。刑事事件が増加する傾向があるのは、知的財産権所有者の中には、公的な刑事手続、特に刑事摘発が侵害行為を直ちに終結させる可能性が高いと考えているからである。また、摘発後の処理は、警察と検察が行う。摘発が成功した後、警察はこの事件を捜査するのに推定6月かかるであろう。警察はその後、その事件のファイルを検察官に送る。通常、検察官がこの手の問題を検討するには、さらに2~3月かかり、その後、IP&IT裁判所に訴状を提出する。侵害者が有罪を認めた場合、裁判所は通常、その時点で裁判所の訴訟記録に記載されている訴訟の数に応じて、判決を下すまでに2~3月かかる。侵害者が反論する場合、裁判所は通常、十分な審理を行う必要があるため、その時点で裁判所の訴訟記録に記載されている事件の数にもよるが、判決に至るまでに6~9月かかる。

⁶² 知的財産局の職員とのインタビュー (2021年7月)

⁶³ 中央知的財産国際取引裁判所. "Statistics of IP&IT Court Cases in 2021", [https://ipitc.coj.go.th/th/content/category/detail/id/11740/iid/247384] (2021年11月12日確認)

⁶⁴ 本報告書 9-16 頁参照

⁶⁵ 注釈 66 参照

このように、知的財産権の侵害を抑止するためには、知的財産権所有者の間で、刑事訴訟が一般的な選択肢となっている。

2.2.1 製品分野ごとの模倣品

過去 1 年間、タイは COVID-19 パンデミックの結果として困難な状況に直面してきた。物理的市場の規制やソーシャル・ディスタンスの実施により、模倣業者は流通をオンライン・チャンネルに移行している。政府当局は、製品の種類別の件数に関する統計情報を収集していない。タイの各製品分野における模倣品の蔓延に関する以下の分析は、報道機関から報告された情報に基づいている。

a. 衣類（衣類、シューズ、バッグ、時計アクセサリ、メガネ、サングラスなど）

タイでは多くの模倣品がファッション業界で見ついている。これらの商品は、実市場とオンライン市場の両方で宣伝され、販売されている。COVID-19 パンデミック前の 2019 年、人々は商品を購入する前に目にするを好み、ファッションアイテムは主に物理的市場で販売されていた。しかしながら、パンデミックの影響で物理的市場が閉鎖され、販売業者は流通チャンネルをオンライン市場に移すようになった。タイにおけるパンデミック期間中にオンラインで最も頻繁に購入された商品に関する統計によると、2020 年 5 月時点で、COVID-19 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、衣類、アパレルおよびファッション雑貨であった。⁶⁶ これは、購入者が時間とコストの節約などのオンラインショッピングの利点を発見したため、新しいトレンドに発展した。模倣業者も、この新しい消費者行動に適応するためにオンラインに移行したとみられる。彼らは模倣品を見つけるのがより難しい自宅や秘密の倉庫に保管するようになった。一部の販売者は、在庫に模倣品を持たず、購入者から注文を受けたときにだけ他の販売者から模倣品を購入する代理店であるかもしれない。

2020 年、ある男が DSI によって自分の倉庫で逮捕され、そこには衣類、アクセサリ、化粧品を含む何千もの模倣品が保管されていた。合計で 1 億タイバーツ以上の価値があると推定された。⁶⁷ また、国家警察庁のサイバー犯罪捜査局が、6000 万タイバーツ以上の模倣品を入れた大型コンテナ 3 個を押収したと報じられた。ドローン、香水、ブランド品のバッグ、衣類、医療機器、電池、靴、電化製品などであった。これらの商品が市場で販売されていた場合、およそ 1 億 8,000 万タイバーツの価値があったと推定されている。⁶⁸

タイの渡航制限にもかかわらず、一部の模倣業者は依然として製品の輸送に積極的であり、模倣品を販売する機会を求め続けている。2021 年 5 月、Ayutthaya 警察の検問所で、1,980 点の靴の模倣品を所持していた女性が逮捕され、警官がそれらを押収した。犯人は、目的地が Surin 県の有名な市場であり、到着後、商標権と著作権を侵害する製品を複数の店舗に卸す予定だったと自供した。⁶⁹

⁶⁶ 注釈 8 参照

⁶⁷ Pattayamail. “Fake brand-name goods worth over 100 million baht seized in Bangkok”, 2020 年 8 月 12 日, [https://www.pattayamail.com/business/fake-brand-name-goods-worth-over-100-million-baht-seized-in-bangkok-310776] (2021 年 8 月 20 日確認)

⁶⁸ NewTV. “60 million counterfeit goods”, 2021 年 12 月, [https://www.newtv.co.th/news/72471] (2020 年 10 月 8 日確認)

⁶⁹ Khaosod. “Arrest counterfeit shoes seller”, 2021 年 5 月 21 日, [https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news_6410882] (2021 年 10 月 7 日確認)

ファッション業界の模倣品の多くはアパレル商品である。購入者が絶えず集まっているため、模倣業者は今後も模倣品を販売する機会を探し続けるだろうが、パンデミックが終息すれば、当局は入手可能な模倣品の数を減らすための摘発を行うなど、状況に十分に対応できるようになると予想される。

b. 電気製品またはアクセサリ（携帯電話、携帯電話ケース、ヘッドホン、アイロン、プリンタカートリッジなど）

2019年までは、電子機器の模倣品は、Ban Mo、Pantip Plaza、Fortune Townなどの物理的市場で簡単に見つけることができた。⁷⁰

2021年1月、DSIはBan Mo marketの電気製品市場を摘発し、5,000万タイバーツ以上に相当する37,000点以上の模倣品を押収した。⁷¹ 押収されたものは、ラジオ、電池、アンテナ、充電器など、人気ブランド名が付されたアクセサリなどであった。⁷² 侵害者は、様々な種類の電気製品を販売しているというBan-Moの評判を利用して、模倣品を紛れ込ませ、販売していた。

COVID-19の断続的に繰り返す感染拡大のため、多くの物理的市場は閉鎖を余儀なくされた。このため、一部の違法な電気製品供給業者はオンラインプラットフォームへの移行を余儀なくされている。その一例が、Samut Prakanの倉庫を摘発し、200万タイバーツ以上の蚊取り器「MOSQUITO GUARD」の模倣品やその他関連薬品7,000箱以上を押収した事件である。侵害者は、海外から製品を輸入し、オンラインプラットフォームを通じてタイで販売する計画であったと供述した。⁷³

c. ソフトウェア

タイのPCにインストールされているソフトウェアの71%がライセンスされていないと推定されている。⁷⁴ 2021年、デジタルセキュリティ企業のKaspersky Security Network (KSN)は、タイにおけるサイバーセキュリティの脅威を調査した。KSNのセキュリティシステムを使用してコンピュータから収集したデータを使用して、2020年に2,000万を超えるサイバー脅威があったことを確認した。⁷⁵ このデータは、企業が直面している脅威の規模と、正規のライセンスを受けたセキュリティソフトウェアによってコンピュータが確実に保護されることの重要性を示している。

⁷⁰ Bangkok Life Style Guide. “Arduino, Sensors and more: Welcome to Ban Mo, Bangkok’s biggest electronic supply market” [<https://bkk-lifestyle.com/must-see/ban-mo/>] (2021年12月3日確認)

⁷¹ Bangkok Posts. “Fake two-way radios part of B50m haul”, 2021年1月15日, [<https://www.bangkokpost.com/thailand/general/2051663/fake-two-way-radios-part-of-b50m-haul>] (2021年8月19日確認)

⁷² 同上

⁷³ MGRonline. “Arrest illegal mosquito trappers seller with 7,000 products worth 2 million baht”, 2021年9月16日, [<https://mgronline.com/crime/detail/9640000091916>] (2021年10月8日確認)

⁷⁴ 注釈24参照

⁷⁵ Bangkok Post. “Fight to foil cyber threats intensifies”, 2021年4月26日, [<https://www.bangkokpost.com/business/2105531/fight-to-foil-cyberthreats-intensifies>] (2021年10月8日確認)

d. CD/DVD

物理的市場での海賊版の音楽、映画、ビデオゲームの販売は、パンデミックの影響で大幅に減少しており、オンラインチャンネルを通じてコンテンツをストリーミング配信する動きが強まっている。2019～2020年、当局は、地元市場で海賊版のCDやDVDを追跡する代わりに、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焦点を当てた。知的財産局によると、2017年に改正コンピュータ犯罪法が施行されて以来、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。⁷⁶

e. 食品・飲料

食品・飲料の分野は、タイのGDPの主要な原動力の一つであり、侵害者の標的となることが多い。2021年6月、タイ食品医薬品局(TFDA)は、900個の「Yod Thip」パーム油バッグの模倣品、800個のピクルス入りガーリックジュースバッグの模倣品、2万個の空き瓶を、それらを作るために使われた機械と一緒に配布していた違法な食品販売業者を逮捕したと発表した。⁷⁷被害額は公表されていない。

また、2021年2月に、国家警察庁消費者保護警察部(CPPD: Consumer Protection Police Division)と食品医薬品局(FDA)の職員が、虚偽の表示をしたグルタミン酸ナトリウムを大量に押収した事件もあった。バンコクのLam Luk Ka地区の工場で、有名ブランドのグルタミン酸ナトリウム約5,000パックの模倣品、グルタミン酸ナトリウム22トン以上、塩1.4トン、グルタミン酸ナトリウムの空袋11万個を発見した。⁷⁸

消費者の健康に重大なリスクをもたらす可能性があるため、この分野における模倣品への対応は政府高官にとって優先度が高い。

f. 医薬品

パンデミック前、タイでは現在と比べて医薬品の模倣品の数が比較的少なかった。2019年には、ほとんどの薬は合法的な薬局から購入することができたが、薬局には模倣品はほとんどなかった。しかしながら、COVID-19パンデミックにより、「Paracetamol」や「Fah Talai Jone」などの一般的な医薬品が不足した。

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。⁷⁹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。その証拠として、2021年8月、バンコクの倉庫で消費者保護警察部(CPPD)と食品医薬品局(FDA)の摘発が行われ、「Fah Talai Jone」の模倣品5,000剤が押収された。この事件では、当局は、製品がタイの薬草錠剤の有名なブランドを侵害していることが判明したので、錠剤を押収した。販売業者は、錠剤がタイ食品医薬品局(FDA)から承認を

⁷⁶ 注釈 32 参照

⁷⁷ Thairath. “ปกบ-อย. บุกจับโรงงานลวงโลก ผลิตน้ำปลา น้ำมันปาล์ม และ น้ำกระเทียมปลอม”, 2021年6月21日, [https://www.thairath.co.th/news/crime/2120901] (2021年8月20日確認)

⁷⁸ 注釈 49 参照

⁷⁹ SICPA. “Epidemic of Fake Medicines Plague Asia” [https://brandprotection.sicpa.com/news/epidemic-of-fake-medicines-plagues-asia/] (2021年8月19日確認)

得ていたと虚偽の主張をした。⁸⁰ 販売業者が逮捕される前に、警察は侵害者に大量の「Fah Talai Jone」錠剤を注文した告訴人から報告を受け、商品が偽物であることがわかった。同月、6万個の「Fah Talai Jone」の模倣品が倉庫内で発見された同様の事例が報告された。販売業者は薬草を使って製造した錠剤を「Fah Talai Jone」と消費者に誤認させた。⁸¹ しかしながら、今回押収された製品が模倣品なのか、FDAに登録されていない製品にすぎないのかは、報道では明らかにされていなかった。

g. COVID-19 対策関連グッズ (マスク、消毒剤 etc.)

パンデミックの前は、空気感染予防に使用される製品はタイ市場で簡単に見つけることができた。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。しかしながら、COVID-19 パンデミックにより、タイでは COVID-19 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。この不足の結果、侵害者は医薬品の模倣品市場に侵入し始めた。他のブランドの商標を侵害しているものもある。侵害者の中には、医薬品法及び医療機器法に違反する医薬品及び/又は医薬品を不正に製造する者もいる。COVID-19の差し迫ったリスクを考慮すると、多くの購入者は提供された商品を購入せざるを得なかった。

2021年10月、警察はタイの有名な現物市場の一つである Sam Peng Market での模倣品の状況を再調査した。その結果、違法な医療機器や医療機器の模倣品を販売している6店舗が見つかり、計約5,000点が見つかった。これには、新型コロナウイルス検査キット、体温計、パルスオキシメーターなどの関連製品が含まれ、50万タイバーツ(15,923.56米ドル)以上の価値があった。この査察で発見されたすべての違法・模倣医療機器は、安全でない医療機器の販売および医療機器の違法販売の罪で医療機器法に基づいて起訴されることを目的として押収された。⁸²

h. 化粧品

化粧品の模倣品の販売は、COVID-19 パンデミック以前からタイで行われており、2021年に報告された4件に見られるように、模倣業者は違法商品の製造と流通を継続している。第1事件は2021年1月、当局が違法化粧品の倉庫として使用するために廃屋を占拠した集団を発見した。この建物の中で、警察と食品医薬品局の職員は、有名な地元の石鹸ブランドの画像が入った石鹸製造機、偽造石鹸、石鹸箱、多数のパーム油ボトルを発見した。容疑者たちは、これらの石鹸の模倣品をオンラインで販売しており、石鹸の価格は1個当たり6タイバーツ(0.19米ドル)だったと自供した。⁸³ 第2事件は、2021年7月、容疑者は工場で逮捕され、100万タイバーツ以上の化粧品の模倣品900点見つかった。さらにその1月後には、タイ南部の Songkhla にある工場で、約700点の化粧品の模倣品と1万点の空容器、合計約

⁸⁰ Bangkok Post. "Raid nets fake 'fah talai jone'", 2021年8月28日,

[<https://www.bangkokpost.com/thailand/general/2172455/raid-nets-fake-fah-talai-jone>] (2021年10月7日確認)

⁸¹ MGROnline. "Arresting fake 'Fah Talai Jone' seller", 2021年8月3日,

[<https://mgronline.com/crime/detail/9640000075918>] (2021年10月7日確認)

⁸² NewsCh7. "Raided against fake covid ATK test Kit in Sampeng Market" [<https://news.ch7.com/detail/519133>], 2021年10月2日, (2021年10月8日確認)

⁸³ Khaosodonline. "Counterfeit soaps of two famous brand", 2021年1月18日,

[https://www.khaosod.co.th/crime/news_5764857] (2021年10月8日確認)

30 万タイバーツ(9,554.1 米国ドル)が発見された。⁸⁴ 同月、警察は Nakhon Pathom の倉庫で 200 万タイバーツ以上の価値がある 2,000 個のスキンケア商品の模倣品を発見した。⁸⁵

これらの事件は、タイの化粧品分野での模倣品のごく一部にすぎない。当局は、このような違法行為に対抗するために多くの時間と努力を費やしているが、この種の商品に対する高い需要が続いているため、オンラインの販売行為が増加する可能性が高いと考えている。

i. 嗜好品 (タバコ・酒)

世界の犯罪調査によると、密造酒は複製コストが低く、真正品のラベルなどの複製が容易なため、タイでは価値の高い犯罪のトップ 10 に入っている。International Wine and Spirit Research (IWSR) の推計によると、上位 3 位のウイスキーのうち年間 350 万リットルがタイに密輸され、政府の歳入に約 16 億タイバーツの損失を与えている。⁸⁶ 密造酒は、通常、完成した偽造品が実質的に本物と同一になるように、詰め替え方式で包装される。これらの偽造品は通常、国境地域の従来の販売店だけでなく、オンラインプラットフォームを通じて免税品として取引されている。⁸⁷

タイ政府はタバコ税を引き上げ、タバコの価格も引き上げる予定である。この主な目的は、政府の歳入を増やすことである。しかしながら、いくつかの団体は、特に違法タバコ・タバコの模倣品の価格が安いために、タバコ価格の引き上げによって価格のギャップが大きくなり、タイの消費者にとって違法タバコ・タバコの模倣品がより魅力的なものになるという悪影響が生じる可能性があるとして主張している。⁸⁸

j. スポーツ用品

スポーツ用品の模倣品は、世界的なブランドにとって大きな脅威となっている。2020 年 12 月、当局は、5,000 枚を超える大量のシャツの模倣品、その他 1,000 万バーツ以上の価値のある商品を所持したタイの密輸業者を逮捕した。⁸⁹ 2021 年 10 月には、さらに 8,000 点を超える大量のシューズ・シャツの模倣品 (1,600 万タイバーツ相当) を含むスポーツ用品の模倣品を販売していたオンライン販売業者が警察に摘発された。倉庫はバンコク郊外にあった。⁹⁰

k. 車両 (自動車/オートバイ) またはその部品

⁸⁴ Thairath. “Raided against online counterfeit cosmetic store”, 2021 年 8 月 24 日, [https://www.thairath.co.th/news/local/south/2177133] (2021 年 10 月 8 日確認)

⁸⁵ Komchadluek. “Arrest Thai woman for selling counterfeit Brandname products”, 2021 年 8 月 28 日, [https://www.komchadluek.net/news/480951] (2021 年 10 月 8 日確認)

⁸⁶ EABC-Thailand. “2019 EABC POSITION PAPER | Food and Beverages” [https://www.eabc-thailand.org/wp-content/uploads/2019/07/PostionPaper_Food-and-Beverage-WG_2019_R0_29.04.2019.pdf] (2021 年 8 月 20 日確認)

⁸⁷ 同上

⁸⁸ Matichon. “Thai government raised cigarette’s tax which could lead to higher counterfeit cigarettes in the market”, 2021 年 10 月 2 日, [https://www.matichon.co.th/politics/news_2970379] (2021 年 10 月 8 日確認)

⁸⁹ MGRonline. “Capturing a Thai counterfeiters selling sporting goods worth over 10 million baht”, 2020 年 12 月 12 日, [https://mgronline.com/crime/detail/9630000127058] (2021 年 10 月 11 日確認)

⁹⁰ Komchadluek. “Raided a Chinese counterfeit seller in Thailand selling fake shoes”, 2021 年 10 月 7 日, [https://www.komchadluek.net/news/487075] (2021 年 10 月 7 日確認)

タイ市場で発見された自動車部品の模倣品は、車両の運転安全にも影響を及ぼす可能性があるため、大手自動車メーカーにとって大きな懸念材料である。多くの消費者が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。最近、COVID-19 パンデミックにより、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。一般消費者はブレーキ・パッドやエアバッグをオンラインで購入することはないため、この種の製品の購入者は一般に自動車修理店のオーナーであると推測される。しかしながら、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、本物か偽物かを見分けるのは特に難しい。⁹¹ 2020年11月、警察は700万バーツ以上の価値があるおよそ10,794個の自動車部品の模倣品を販売している侵害者を発見した。⁹²

COVID-19 パンデミック 前後における模倣品流通経路の変化

知的財産局の報告書⁹³によると、COVID-19 パンデミックが発生した後も、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を常に監視してきた。パンデミックによって、いくつかのショッピングエリアや市場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流通にオンライン市場も利用している。⁹⁴

オンライン市場は模倣業者の天国であり、模倣業者の身元は改ざんされたり隠されたりする可能性がある。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は、COVID-19 パンデミックにより、オンラインで大量に出回っていることがわかった。この種の違法または偽造製品は、需要が低く、消費者基盤（医療サービス提供者）が小さかったため、COVID-19 パンデミック以前には見つけにくかった。なお、押収された商品のうちどのくらいの数が品質の劣る模倣品であり、またどのくらいの数が知的財産権所有者の許可なく販売された同品質製品だったのかは不明である。

⁹¹ 注釈 10 参照

⁹² Prachachat. “Raided a warehouse with counterfeit appliance and car parts worth 7 million baht”, 2020年11月12日, [https://www.prachachat.net/economy/news-554677] (2021年10月8日確認)

⁹³ 注釈 32 参照

⁹⁴ 注釈 10 参照

2.2.2 流通経路、販売市場の場所、販売形態の最新動向

上述したように、ソーシャル・ディスタンスやロックダウンなどの措置の実施によって、消費者は行動を変え、COVID-19 パンデミック時にはオンライン・ショッピングや SNS の利用が増えた。オンライン・ショッピング・プラットフォームは、COVID-19 パンデミックの際の利便性とアクセスの容易さから、購入者にとって人気のあるチャンネルとなっている。

タイでは、Shopee と Lazada が電子商取引分野の大手である。⁹⁵ Facebook と Instagram は、電子商取引プラットフォームではなく SNS プラットフォームと考えられているが、ユーザーがオンラインで商品を販売するデジタル取引のフォーラムとしても利用できる。Facebook と Instagram は、デジタル取引に誘導する役割を果たすため、電子商取引を活用する販売者にとって人気のある重要なチャンネルとなっている。⁹⁶ 各プラットフォームには、以下に示すように、真正品と模倣品が様々に混在している。

主要なオンライン市場: Lazada および Shopee

Shopee

Website: <https://shopee.co.th/>

Shopee は東南アジアと台湾における大手電子商取引プラットフォームである。主要な顧客層は、18 歳～34 歳の男女である。Shopee のウェブサイト进行调查したところ、プラットフォーム上で最も多く販売されている模倣品はファッションアイテム、すなわち衣類、靴、バッグ、時計、メガネ、その他のファッション関連アクセサリーであることがわかった。ほとんどが高級ブランドの模倣品で、模倣業者はブランドの人気を利用して低品質の製品を低価格で販売している。

⁹⁵ アメリカ合衆国商務省国際貿易局, “Thailand - Country Commercial Guide” [<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-ecommerce>] (2021 年 11 月 12 日確認)

⁹⁶ Digital Business Lab, “Social Media Penetration in Thailand [Research]” [<https://digital-business-lab.com/2021/05/%e2%91%a1-social-media-penetration-in-thailand-research/>] (2021 年 11 月 12 日確認)

ソフトウェア

dvd-...+home 64-bit เมนู-ภาษาอังกฤษ#activate ใช้งานได้จริง

5.0 ★★★★★ 4 Ratings 8 ขายแล้ว

฿99

การจัดส่ง: การจัดส่ง ถึง ค่าจัดส่ง: ฿6

จำนวน: 1 มีสินค้าทั้งหมด 988 ชิ้น

เพิ่มไปยังรถเข็น ซื้อสินค้า

การันตีจาก Shopee รับประกันคืนเงิน หากไม่ได้รับสินค้า

説明: 99 タイバーツ(約 3.2 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われるソフトウェア。正規品の価格は6,670 タイバーツ (約 216 米国ドル) である。

食品・飲料

ร้านแนะนำ ... ขนมข้าวโอ๊ต ธัญพืชอัดแท่ง (燕麦80克)

4.8 ★★★★★ 345 Ratings 2.5 ฟื้น ขายแล้ว

฿35 ฿18 49% ส่วนลด

ตัดส่วนลดจากร้าน ค่า: ลด ฿5 5% ลด ลด ฿4

Bundle Deals: ซื้อ 2 ชิ้น เพียง ฿35

การจัดส่ง: ฟรีค่าจัดส่ง

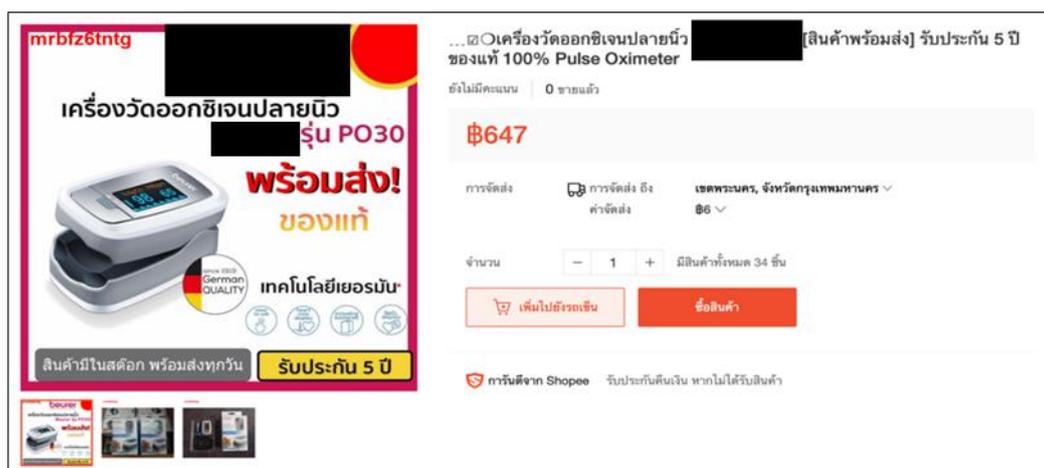
จำนวน: 1 มีสินค้าทั้งหมด 1033 ชิ้น

เพิ่มไปยังรถเข็น ซื้อสินค้า

การันตีจาก Shopee รับประกันคืนเงิน หากไม่ได้รับสินค้า

説明: 1 個 18 タイバーツ (約 0.57 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われるスナック。本物の価格は約 49 タイバーツ (1.56 米国ドル) である。

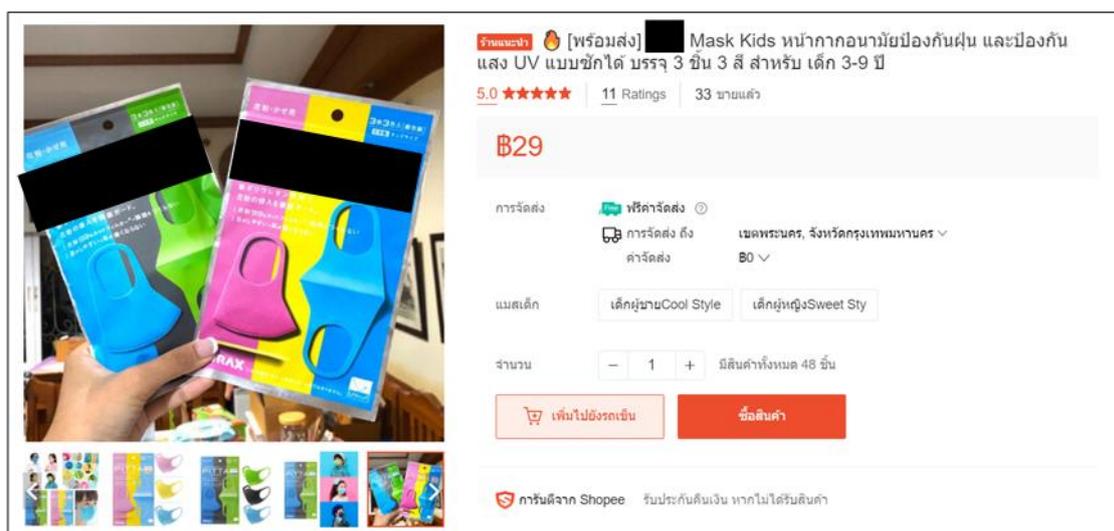
医療機器



The image shows a comparison between a legitimate product advertisement and a cheap listing on Shopee. On the left is an advertisement for a pulse oximeter (model PO30) with a price of 2,700 Thai Baht. It features a white device with a digital display and is labeled 'German Quality' and '5-year warranty'. On the right is a Shopee listing for a similar-looking device for only 647 Thai Baht. The listing includes a product title, a price tag, shipping options, and a quantity selector.

説明: 647 タイバーツ (約 21 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われる Pulse Oximeter。本物の価格は 2,700 タイバーツ (約 86 米国ドル) である。

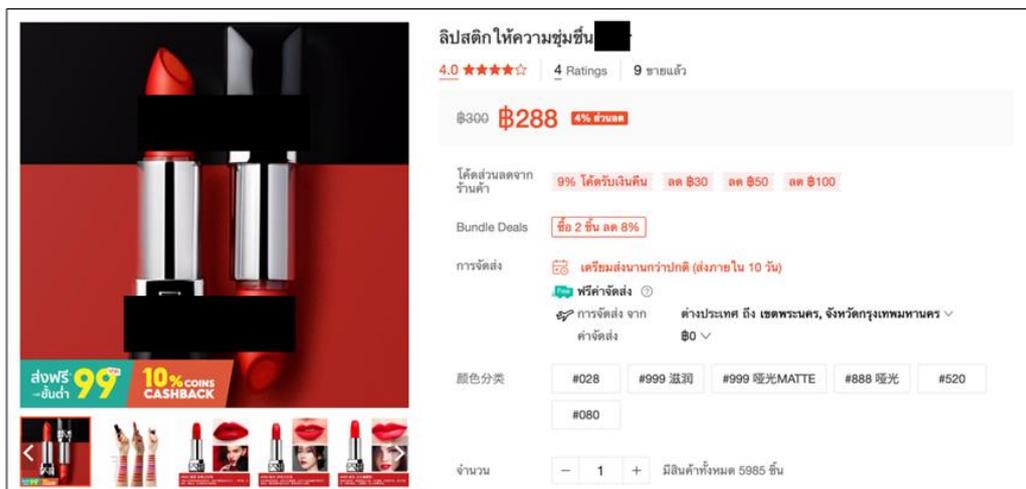
COVID-19 関連グッズ



The image shows a comparison between a legitimate product advertisement and a cheap listing on Shopee. On the left is an advertisement for children's UV-protective masks, showing two colorful packages (blue and pink). On the right is a Shopee listing for a similar-looking mask for only 29 Thai Baht. The listing includes a product title, a price tag, shipping options, and a quantity selector.

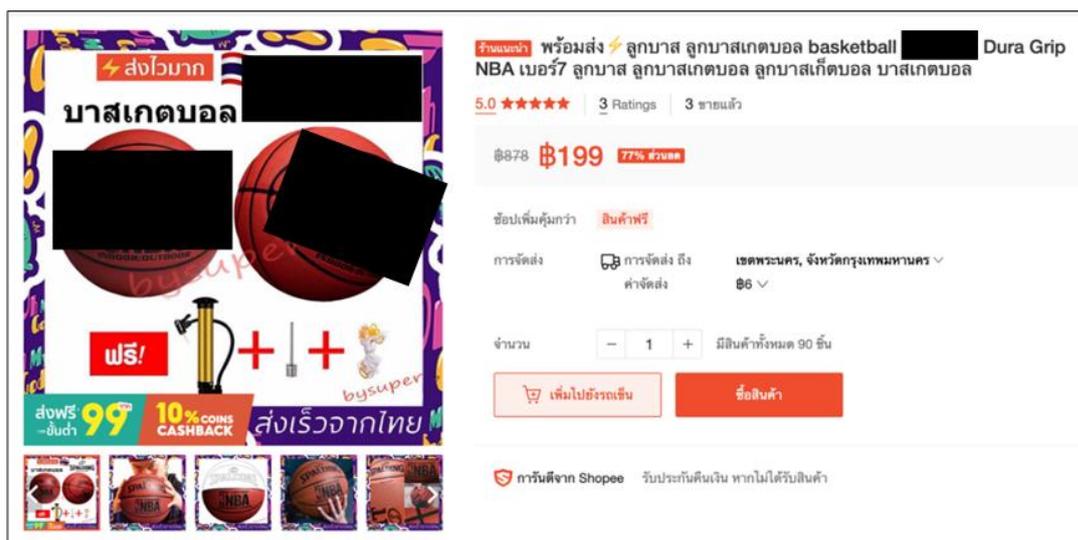
説明: 29 タイバーツ (約 0.93 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われるマスク。本物の価格は 250 タイバーツ (約 8 米国ドル) である。

化粧品



説明: 289 タイバーツ (約 9.20 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われる口紅。本物の価格は 1,490 タイバーツ (約 47 米国ドル) である。

スポーツ用品



説明: 199 タイバーツ (約 6.30 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われるバスケットボール。本物の価格は 1,950 タイバーツ (約 62 米国ドル) である。

その他

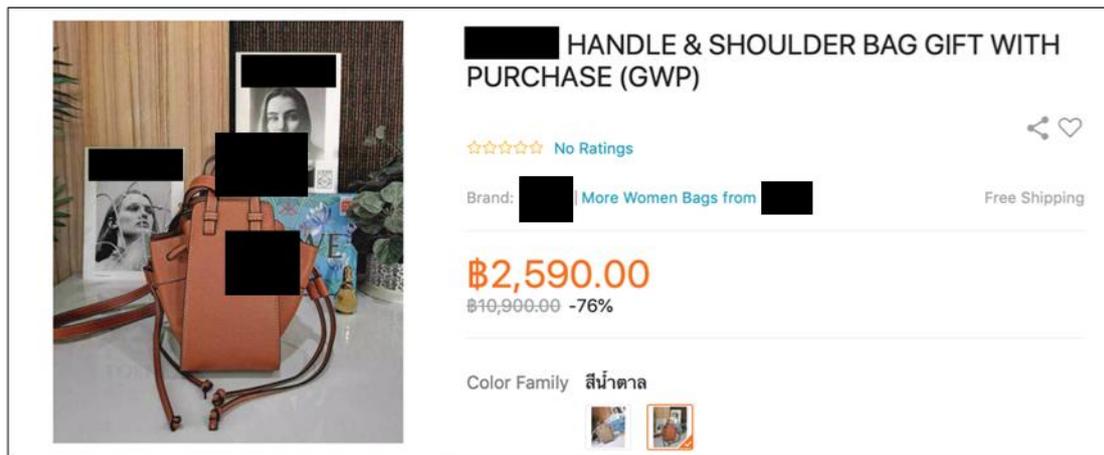
自動車のエンブレムをはじめとする自動車部品の模倣品も出品されていた。また、日本のアニメーション作品やハリウッド映画の海賊版も多数売られていた。

Lazada

Website: <https://www.lazada.co.th/>

タイでは、Lazada が Shopee の最大のライバルである。規模および対象顧客の関係上、Lazada 内の模倣品が Shopee と同一であることはよくある。

ファッション・グッズ: バッグ、靴、衣類、腕時計、ファッション関連アクセサリ



説明: 2,590 タイバーツ (約 83.50 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われるバッグ。本物の価格は 85,400 タイバーツ (約 2,720 米国ドル) である。

電気製品: 携帯電話、携帯電話ケース、イヤホン、電池、アイロン、インクトレイ、プリンタ等



説明: 199 タイバーツ (約 6.30 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われるゲーム機用バッテリーパック。

ソフトウェア



dvd-[redacted]+home 64-bit เมนู-ภาษา อังกฤษ+มาพร้อม โปรแกรมช่วยหาไดร์เวอร์รวม 2.แผ่น dvd

★★★★★ 2 Ratings

Brand: No Brand | More Computer Accessories from No Brand

฿169.00
฿234.00 -28%

Quantity: 1

説明: 169 タイバーツ(約 5.40 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われるソフトウェア。正規品の価格は 6,670 タイバーツ (約 216 米ドル) である。

COVID-19 関連グッズ



DORMITY
Made in Japan
FREE SHIPPING
30 MASK VIRUS BLOCK
VIRAL BLOCK
Virus block แพ้ก 5 ชั้น ไซส์ M
กรอง PM 2.5 และ ไวรัส

★★★★★ 181 Ratings | 5 Answered Questions

Brand: [redacted] | More Medical Supplies from [redacted]

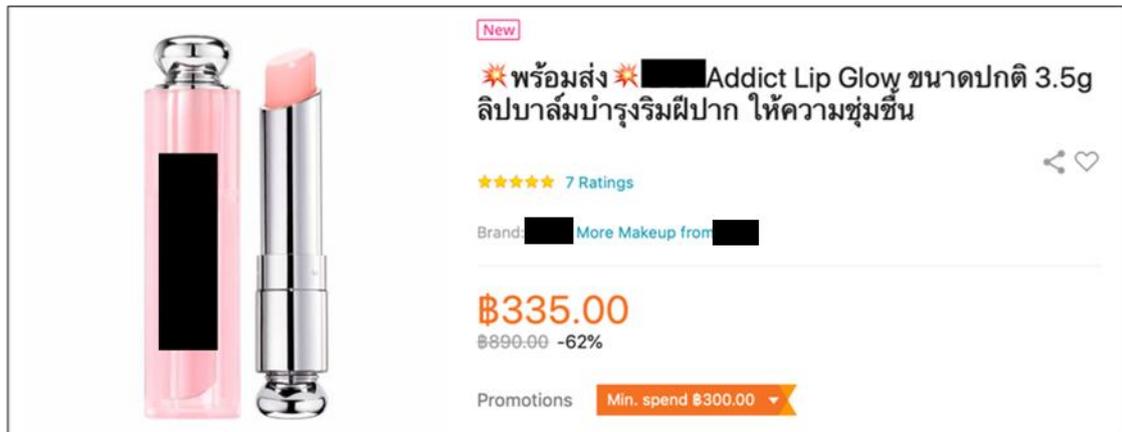
฿9.00
฿20.00 -55%

Variation3: KF94 เด็ก สีขาว

Quantity: 1

説明: 9 タイバーツ (約 0.30 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われるマスク。本物の価格は 73 タイバーツ (約 2.30 米国ドル) である。

化粧品



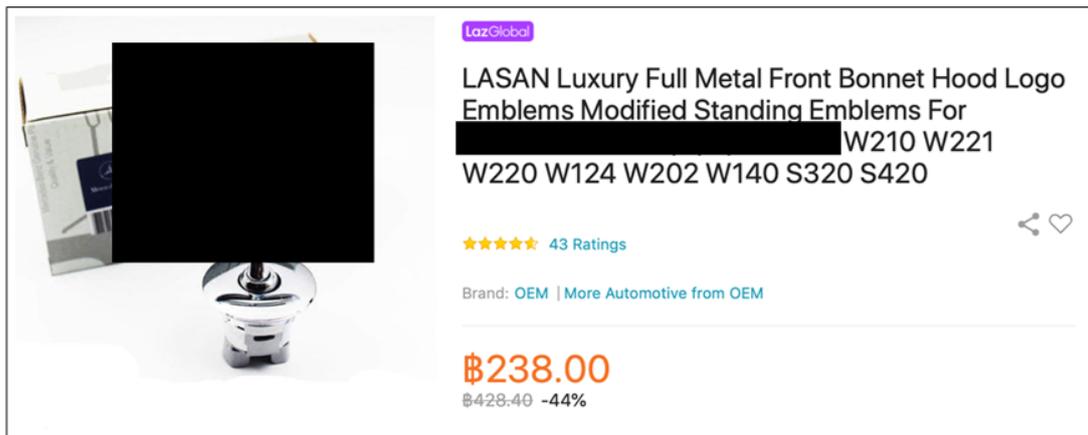
説明: 335 タイバーツ (約 10.60 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われる口紅。本物の価格は 1,390 タイバーツ (約 44 米国ドル) である。

スポーツ用品



説明: 199 タイバーツ (約 6.30 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われるゴルフボール。本物の価格は 1,690 タイバーツ (約 54 米国ドル) である。

自動車部品



説明: 238 タイバーツ (約 7.60 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われる自動車用エンブレム。

その他

日本のアニメーション作品やハリウッド映画の海賊版も多数売られていた。

SNS プラットフォーム: Facebook および Instagram

今日、Facebook や Instagram などの SNS プラットフォームは、ユーザーがオンラインビジネスを運営するための商業機能やツールを提供することで、販売業者や買い物客の間で人気を得ている。

SNS プラットフォーム上でのオンライン販売や商取引の数が増加しているため、プラットフォーム上では様々な分野の模倣品を目にすることがある。

Facebook や Instagram で販売されているオンライン上の模倣品には、次のようなものがある。

Facebook

ファッション・グッズ: バッグ、靴、衣類、腕時計、ファッション関連アクセサリ



説明: 199 タイバーツ (約 6.33 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われるアクセサリ。本物の価格は 18,100~162,000 タイバーツ (約 576~5,159 米国ドル) である。

電気製品: 携帯電話、携帯電話ケース、イヤホン、電池、アイロン、インクトレイ、プリンタ等



説明: 199 タイバーツ (約 6.33 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われるイヤホン。本物の価格は 490 タイバーツ (約 15.60 米国ドル) である。

ソフトウェア



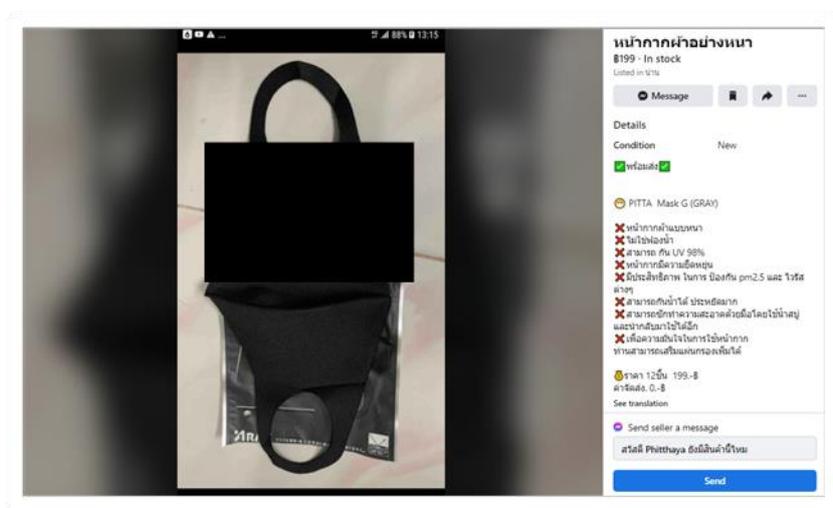
説明: 399～599 タイバーツ(約 12.7～19.1 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われるソフトウェア。正規品の価格は 4,220～8,999 タイバーツ (約 134.40～286.60 米国ドル) である。

CD/DVD



説明: 240 タイバーツ(約 7.60 米国ドル)で販売されている海賊版ゲームソフト。本物の価格は 1,569 タイバーツ (約 49.90 米国ドル) である。

COVID-19 関連グッズ



説明: 12 枚で 199 タイバーツ (約 6.33 米国ドル) または 1 枚で 16.6 タイバーツ (約 0.53 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われるマスク。本物の価格は 3 枚で 250 タイバーツ (約 8 米国ドル) または 1 枚で 83.3 タイバーツ (約 2.70 米国ドル) である。

化粧品



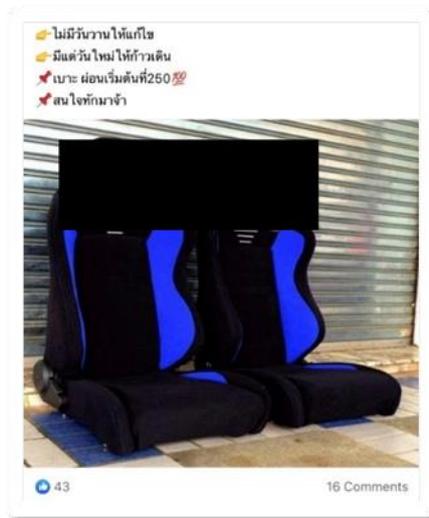
説明: 159 タイバーツまたは 5.06 米国ドルで販売されている模倣品と疑われるボディ用液体石鹸。本物の価格は 2,000 タイバーツ (約 63.70 米国ドル) である。

スポーツ用品



説明: 1,000 タイバーツまたは 31.80 米国ドルで販売されている模倣品と疑われるスポーツシューズ。本物の価格は 3,300 タイバーツ (約 105 米国ドル) である。

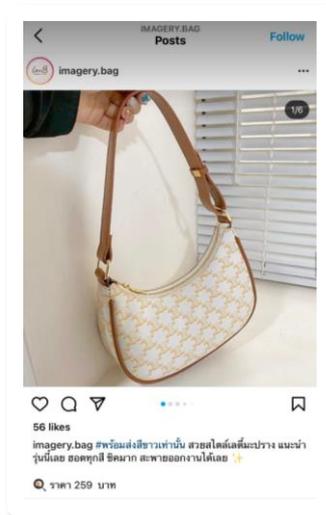
自動車部品



説明: 8,500 タイバーツ (約 270.70 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われるカーシート。本物の価格は 55,000 タイバーツ (約 1,751.60 米国ドル)である。

Instagram

ファッション・グッズ: バッグ、靴、衣類、腕時計、ファッション関連アクセサリー



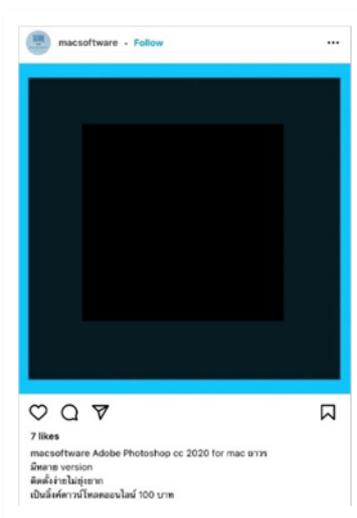
説明: 259 タイバーツ (約 8.20 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われるバッグ。本物の価格は 52,000 タイバーツ (約 1,656 米国ドル)である。

電気製品: 携帯電話、携帯電話ケース、イヤホン、電池、アイロン、インクトレイ、プリンタ等



説明: 229 タイバーツ (約 7.29 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われるイヤホン。本物の価格は 4,990 タイバーツ (約 158.90 米国ドル) である。

ソフトウェア



説明: 100 タイバーツ (約 3.10 米国ドル) で販売されている模倣品と疑われるソフトウェア。正規品の価格は 1 月 800 タイバーツ (約 25.50 米国ドル) である。

COVID-19 関連グッズ



説明: 79 タイバーツ(約 2.50 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われるマスク。本物の価格は 250 タイバーツ (約 8 米国ドル) である。

化粧品



説明: 4,590 タイバーツ(約 146 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われる香水。本物の価格は 499 米国ドル) である。

スポーツ用品



説明: 950 タイバーツ(約 30.20 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われるスポーツシューズ。本物の価格は 1,800 タイバーツ (約 57.30 米国ドル) である。

自動車部品



説明: 250 タイバーツ (約 8 米国ドル)で販売されている模倣品と疑われるブレーキカバー。

その他

日本のアニメーション作品やハリウッド映画の海賊版も多数売られていた。

2.2.3 フィールド調査を行った模倣品販売市場の情報

以下は、バンコクの市場の現状を示す、市場で一般的に見られる模倣品と、実際の現場を撮影した写真とを紹介したものである。⁹⁷

2.2.3.1 Fortune Town

場所: 1,3,5,7 Ratchadapisek Road, Din Dang Sub-District, Din Dang District, Bangkok 101400

模倣品／海賊版: 携帯電話、携帯電話ケース、イヤホン、電池、ソフトウェア等

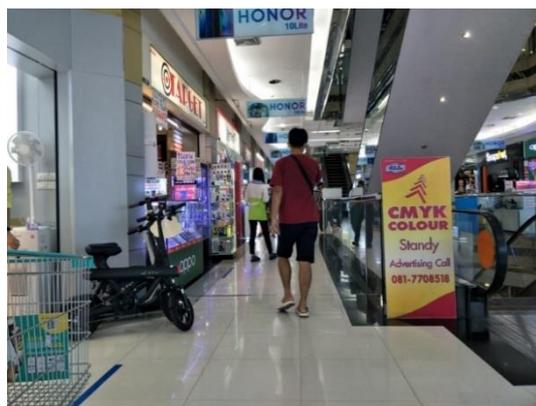
Website: <https://www.fortunetown.co.th/welcome>

Facebook: <https://www.facebook.com/FortuneTown/>

Fortune Town は、4階建てのビルの中に電子機器や家電が並ぶ、バンコク最大級の IT モールである。建物内には、修理やメンテナンスのサービスを安く提供している店舗もある。調査によると、ノーブランドの店舗では、真正品と模倣品と疑われる IT 製品が混在して販売されており、海賊版ソフトウェアの割賦販売サービスを提供している店もある。



⁹⁷ 2021年10月から2021年11月の期間、タイ王国バンコクで、Tilleke & Gibbins Investigative Team が実施した市場調査



2020 年から 2021 年にかけての COVID-19 パンデミックの影響で、Fortune Town の顧客数は大幅に減少した。現在の経済危機の結果、かなりの数の店舗が閉店した。



Fortune Town にある電子機器やアクセサリを販売する店舗



Fortune Town で見られる海賊版の CD/DVD、海賊版ソフトウェアを販売する店舗

2.2.3.2 Pantip Plaza Ngamwongwan

場所: 69/21, 69/23 Moo. 2, Ngamwongwan Road, Bangkhen Sub-District, Muang Nonthaburi District, Nonthaburi

模倣品/海賊版: Mobile phones, phone cases, earphones, batteries, clothes, software, etc.

Website: <http://www.pantiplaza.com/>

Facebook: <https://www.facebook.com/pantiplaza.ngamwongwan/>

Pantip Plaza Ngamwongwan は、数十年間営業しているもう一つの有名な IT モールである Pantip Plaza のブランチである。バンコクの郊外にあり、電気製品が豊富なことから IT 愛好家に非常に人気がある。しかしながら、2021 年 10 月の調査では、Pantip Plaza Ngamwongwan の人気は低下しているようで、昼間にはほとんど客がいなかった。この市場で見つけた疑いのある模倣品は、電気製品、電池、衣類などであり、ソフトウェアや一部の CD/DVD などの海賊版製品も見られた。



Ngamwongwan Road にある Pantip Plaza

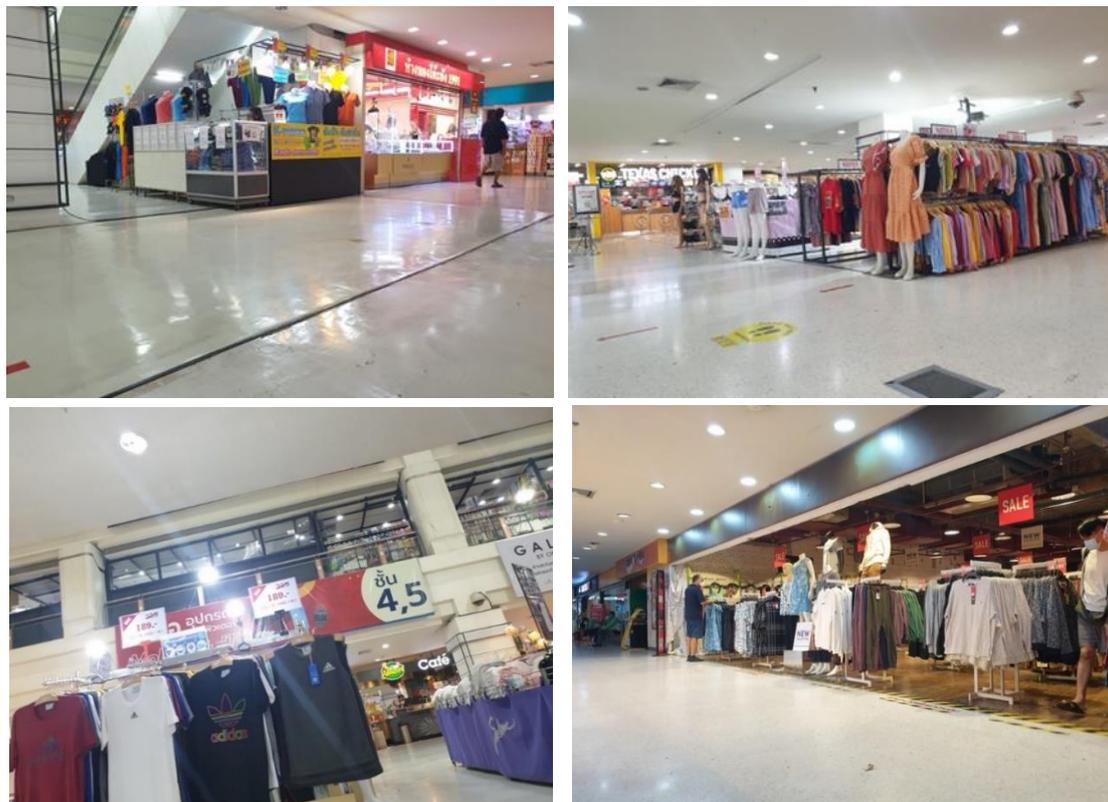


Pantip Plaza Ngamwongwan には 6 つの主要フロアがあり、店舗は主に 1 階、2 階、4 階、5 階、6 階にある。各階の詳細は以下の通りである。

1st Floor – 多くの店舗が食料品と衣料品を販売している。この階の衣料品は模倣品の疑いがある。



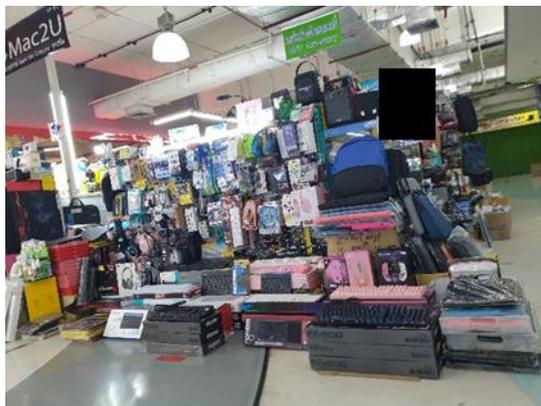
店舗では、模倣品と思われる T シャツが 189 タイバーツ (約 6 米国ドル) で販売されていた。



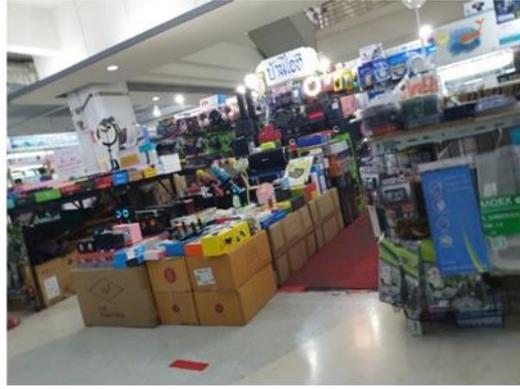
2nd Floor - この階にはいくつか店舗があり、残りのスペースは空いている。ほとんどの店舗が衣料品を販売している。



4th Floor - 多くの店舗が、携帯電話、電話周辺機器、携帯電話ケース、コンピュータ、コンピュータ・ハードウェアなどの電子製品や付属品を販売している。



5th Floor - 多くの店舗が電気製品やアクセサリを販売し、4th floor の店舗数と同程度の店舗数がある。



この階では、模倣品と思われる電池が 490 タイバーツ (15.60 米国ドル) で販売されていた。真正品の価格は約 680 タイバーツ (21.60 米国ドル) である。しかしながら、模倣品と疑われる電池は多くは展示されていなかった。

6th Floor - この階にはほとんど店舗がなく、店舗ではハードウェア製品と電池を販売していた。



2.2.3.3 ZEER Rangsit Shopping Mall

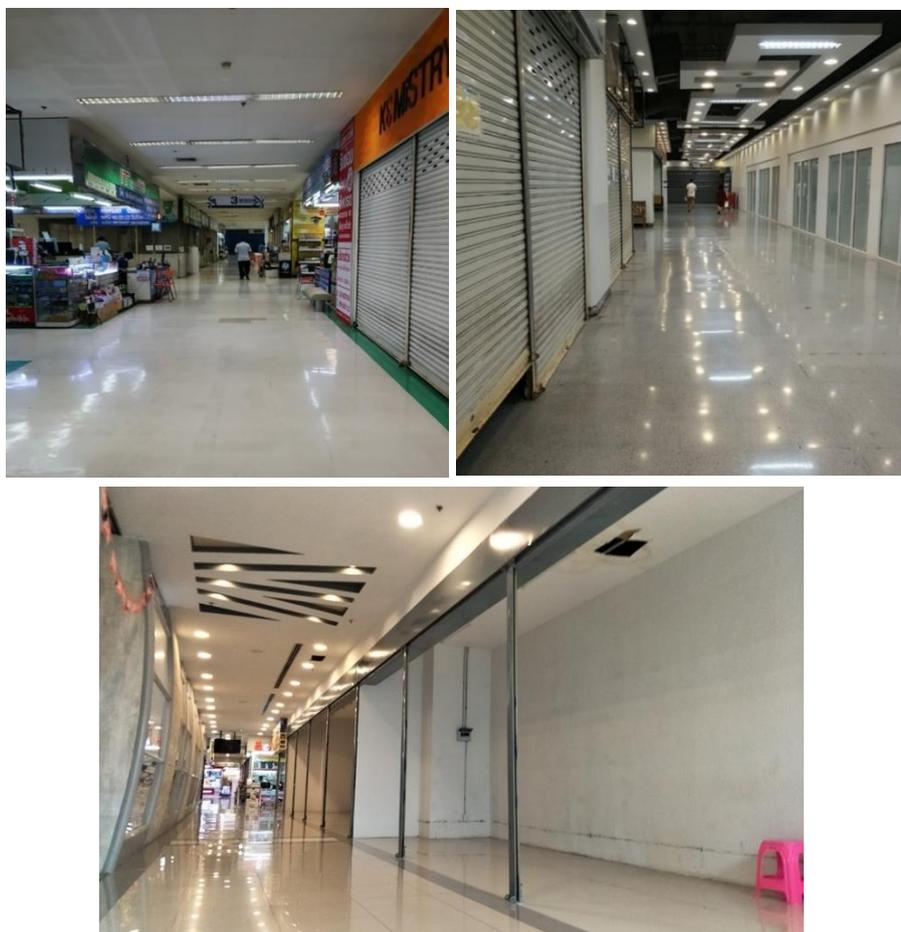
場所: 99 Moo 8, Phaholyothin Road, Kukod Sub-District, Lumlukka District, Patumthani

模倣品/海賊版: 携帯電話、携帯電話ケース、イヤホン、電池、ソフトウェア等

Website: <https://www.zeer.co.th/>

Facebook: <https://www.facebook.com/zeerrangsitofficial/>

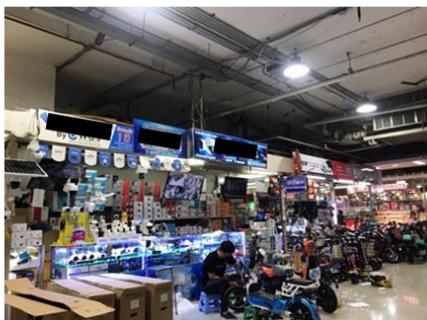
ZEER Rangsit Shopping Mall は、9階建ての巨大モールで、多様な IT 製品を扱っていることでよく知られている。Mall には、パソコン、ソフトウェア、カメラ、携帯電話、ステレオなどの電気製品を販売する店舗が数多くある。IT ショップ以外にも、ファッションナブルなグッズを販売している店舗がいくつかある。ZEER はドンムアン国際空港の近くにある。



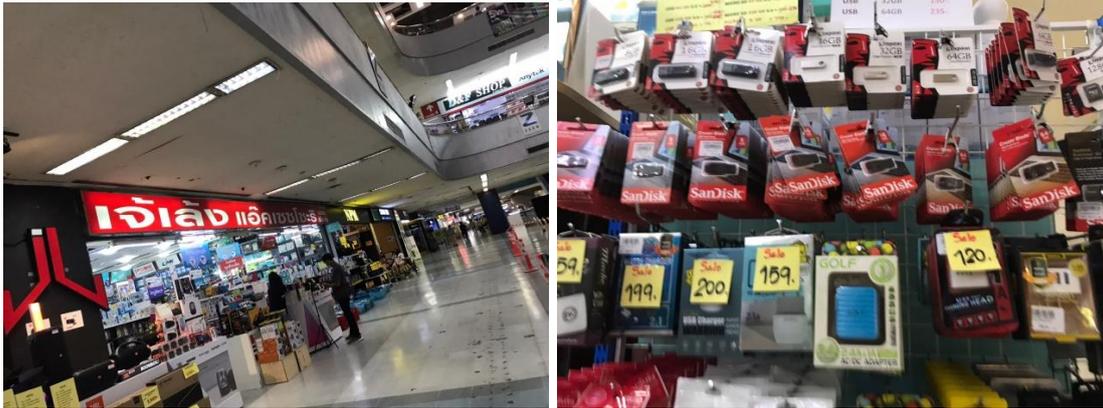
COVID-19 パンデミックの間、ZEER Rangsit Shopping Mall はバンコクの他の市場と同様の困難に直面している。現地調査中、その現場にはほとんど顧客がいなかった。



衣服やおしゃれな商品を販売している店舗



電気製品やコンピュータ・アクセサリを販売する店舗



ZEER Rangsit Shopping Mall 内の多くの店舗で、複数の商標を付したガジェットの模倣品

2.2.3.4 Khlong Thom Market

場所: Worachak Road, Pomprab Sub-District, Pomprabsatrupai District, Bangkok

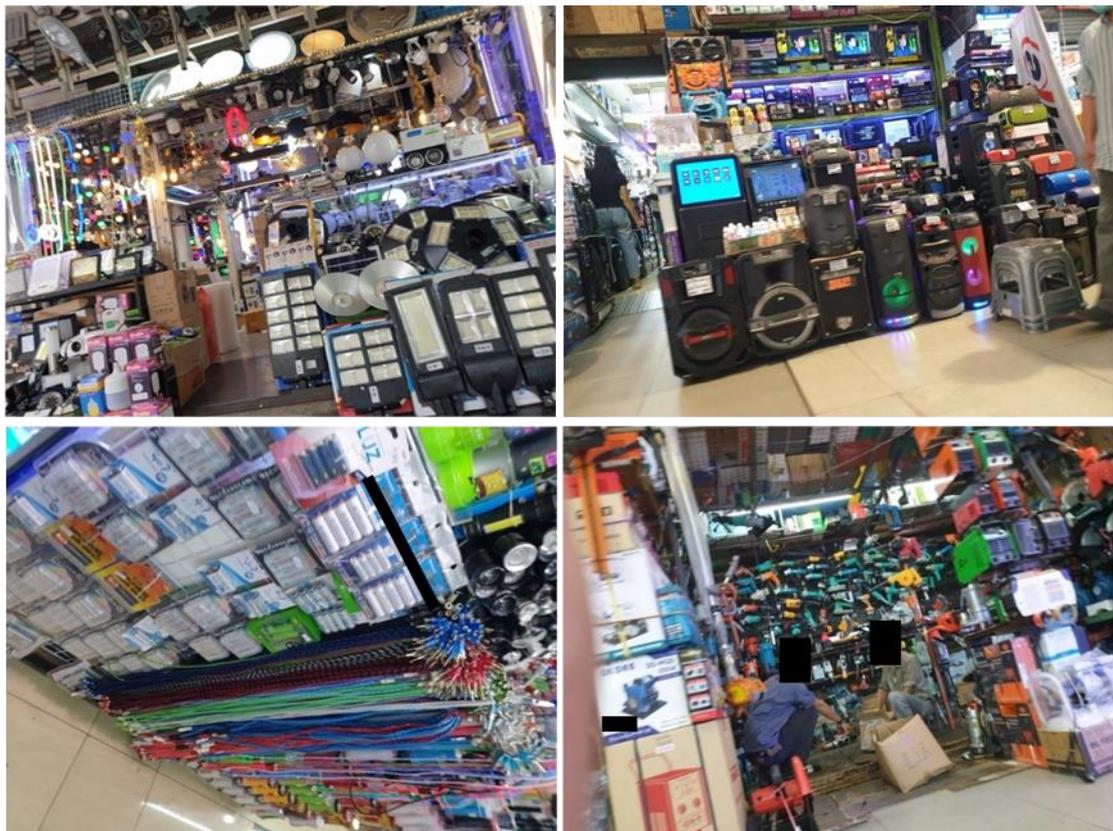
模倣品/海賊版:

- 携帯電話、携帯電話ケース、イヤホン、電池、CD/DVD など
- 自動車およびその部品
- 衣料品、靴、バッグ、時計、眼鏡、その他のファッション関連アクセサリ

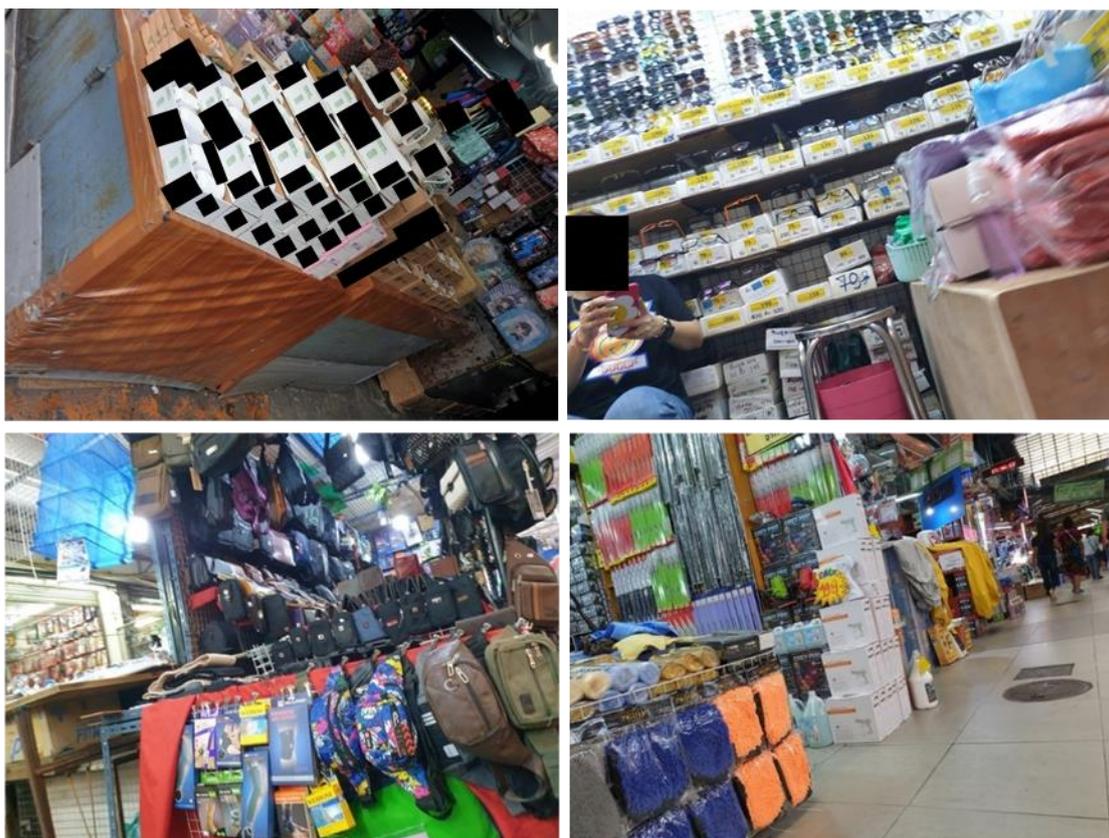
Khlong Thom Market は、屋台と Khlong Thom Center という 3 階建のショッピングモールとに分かれている。Khlong Thom Market は、Yaowarat (China Town) と Charoen Krung Road の間の Worachak Road にある。この市場で販売されている製品の大半は、電子機器、コンピュータ、ステレオ、ゲームプレーヤー、ビデオ、CD、DVD、カーアクセサリ、ファッションブルな衣料品、メガネ、時計などである。観光地には挙げられていないが、タイ人消費者の中では比較的安い商品の Khlong Thom Market が非常に人気である。価格が真正品よりも安いことから、Khlong Thom Market の一部店舗で模倣品が販売されていると推測される。Khlong Thom Market で売られている製品の安い価格は消費者を引き付ける。一部の販売業者は真正品と一緒に模倣品を販売しており、消費者による真贋判定が難しい場合がある。しかしながら、消費者の中には、Khlong Thom Market で購入した電子機器や時計が本物ではないことを十分に認識している人もおり、価格が安いために模倣品を購入することを選択している。



COVID-19 に関する規制が行われている間、Khlong Thom Market の露店は閉鎖された。現在も営業している主な店舗は、Khlong Thom Market 近隣の Khlong Thom Center 内にある。



Khlong Thom Center 内で、照明、電池、工作機械など、さまざまな種類の電子製品が見られる。



衣料や家庭用製品を販売する店舗は少なく、商品のいくつかは模倣品ではないかと疑われる。

2.2.3.5 Poonsup Market

場所: 136/10 Moo 2 Ban Klang Sub district, Meaung District, Pathum Thani Province

模倣品: 自動車・オートバイの部品

Website: <https://www.poonsup.com/>

Poonsup Market は、タイで最大規模の自動車・オートバイ部品・アクセサリーの市場である。オートバイの純正品と模倣品の両方の付属品や部品を購入したいと考えているバイク乗りやドライバーの主な目的地である。市の中心部にある最大の市場である **Khlong Thom Market** や **Worachak Mall** から遠く離れた郊外の人々にとっても人気がある。自動車の部品やアクセサリーの販売のほか、自動車の修理や模倣品である部品・アクセサリーを使った仕様変更のためのガレージサービスもある。



2021年10月の現地調査では、多くの店舗が Poonsup Market を離れ、空店舗であった。



Poonsup Market で販売されている製品のほとんどは、自動車部品とエンジンオイルであった。



衣料品も市場で見かけた。多くの商品は価格が安く、品質が悪いため、模倣品と疑われる。

2.2.3.6 Bo Bae Market

場所: Damrongrak Road, Khlong Mahanak Sub-District, Pom Satru Pai District, Bangkok 10100.

模倣品: 衣料品、靴、バッグ、時計、メガネ、ファッション小物、COVID-19 関連グッズ

Bo Bae Market は、旧市街に近く、タイ最大の衣料品卸売市場として広く知られている。ファッションブランドのオーナーたちの間では、「Bo Bae Market」が、バンコクの模倣品流通の供給源として有名である。この市場で見つかった衣料品の模倣品には有名なブランドがいくつもあった。

Bo Bae Market は、屋外市場とショッピングセンターを含む。模倣品の疑いのあるものは、店舗や露店で見つけることができる。

COVID-19 パンデミックの間、市場を訪れる消費者の数は減少しており、Bo Bae Market も例外ではない。多くのベンダーが金融危機のために倒産した。



Bo Bae Market's 5th Bridge の場外市場のメインエリア



シャツ、スポーツシャツ、ジーンズ、ショートパンツ、バッグなどの衣料品は、屋外市場エリアの常設店舗や仮設店舗で見つけることができる。



Bo Bae Tower にある店舗のメインエリア



Bo Bae Center 内のほとんどの店舗と屋外エリアでは衣料品を販売している。一部の店舗では、有名ブランドの模倣品 T シャツを販売している。

2.2.3.7 Pratu Nam Market

場所: Ratchaprarop Road, Ratchathewi District, Bangkok, 10400

模倣品: 衣料品、靴、バッグ、時計、メガネ、ファッション小物、COVID-19 関連グッズ

Pratu Nam Market は、バンコクの中心部近くに位置し、何千もの衣料品店を有する衣料品の供給源である。主な商品・サービスは、安価な卸売り衣料品に関連する。一般的に、バンコクで衣料品、繊維製品を購入するのに最も安い市場の一つと考えられている。この地域には、衣料品の配送以外に、貿易業者に輸出入サービスを提供している多くの海運会社がある。衣料品のメインエリアは、City Complex shopping mall とその周辺である。

COVID-19 パンデミックが起こる前は、Pratu Nam Market は安い衣料品を想买いたい外国人観光客の間でとても人気があり、Pratu Nam Market では毎日数百台の観光バスが見られた。しかしながら、国境閉鎖措置などの実施により、かなりの店舗が財政危機に直面し、最終的に閉鎖に至った。

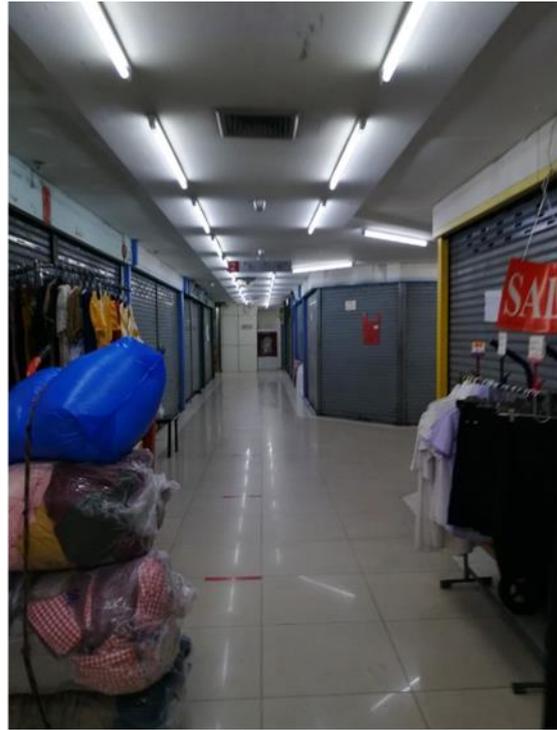
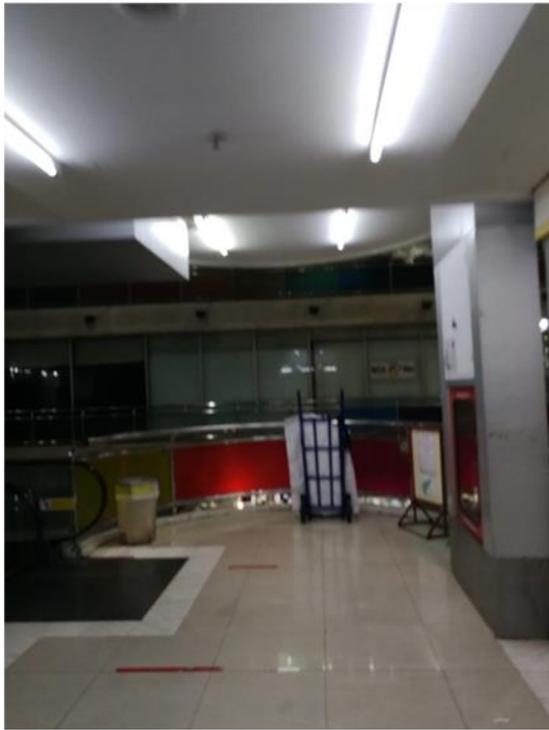
2021年10月の実態調査では、複合型ショッピングモールの多くの店舗が閉店し、周辺店舗も大幅に減少した。



City Complex shopping mall のエントランス



かなりの店舗が営業を取りやめた様子



かなりの店舗が営業を取りやめた様子



模倣品である様々なブランドの衣料品が、Pratu Nam Market で非常に安い価格で販売されていた。

2.2.3.8 Sampeng Market

場所: Soi Wanit 1, Yaowarat Road, Chakkrawat Sub-District, Samphanthawong District, Bangkok, 10100

模倣品: 衣料品、靴、バッグ、時計、メガネ、ファッション小物、COVID-19 関連グッズ

Sampeng Market そして Sampeng Lane は、バンコクの中華街にある市場の一つである。狭い路地は象徴的な特徴で、この路地沿いにさまざまな種類の商品販売する店舗がたくさんある。サングラス、バッグ、タンブラーなど一部の製品は中国から輸入されており、模倣品である。これらは品質が低く、価格も安い。模倣品と認識されているにもかかわらず、バンコクはタイ人や外国人観光客にとって有名な観光地である。



Sampeng Market の多くの露店で、フェイスマスク、パルスオキシメーター、消毒ジェルなど COVID-19 関連商品の模倣品が低価格でおかれていた。



露店で販売されている商品はすべて、適切に展示・保管されていない。



COVID-19 関連グッズの他に、有名ブランドのファッションナブルなグッズが店頭に並べられていた。それらのほとんどは、低価格と低品質のために模倣品の疑いがある。



文房具、カップ、タンブラー、キーホルダーなどの様々な種類の模倣品を調査中に発見した。

2.2.3.9 MBK Shopping Center

場所: 444 Phayathai Road, Patumwan District, Bangkok, 10330

模倣品:

- 衣類、靴、カバン、時計、メガネその他のファッション関連品
- 携帯電話、携帯電話ケース、イヤホン、電池など
- 化粧品

Website: <https://www.mbk-center.co.th/index.php>

Facebook: <https://www.facebook.com/MBKBangkok>

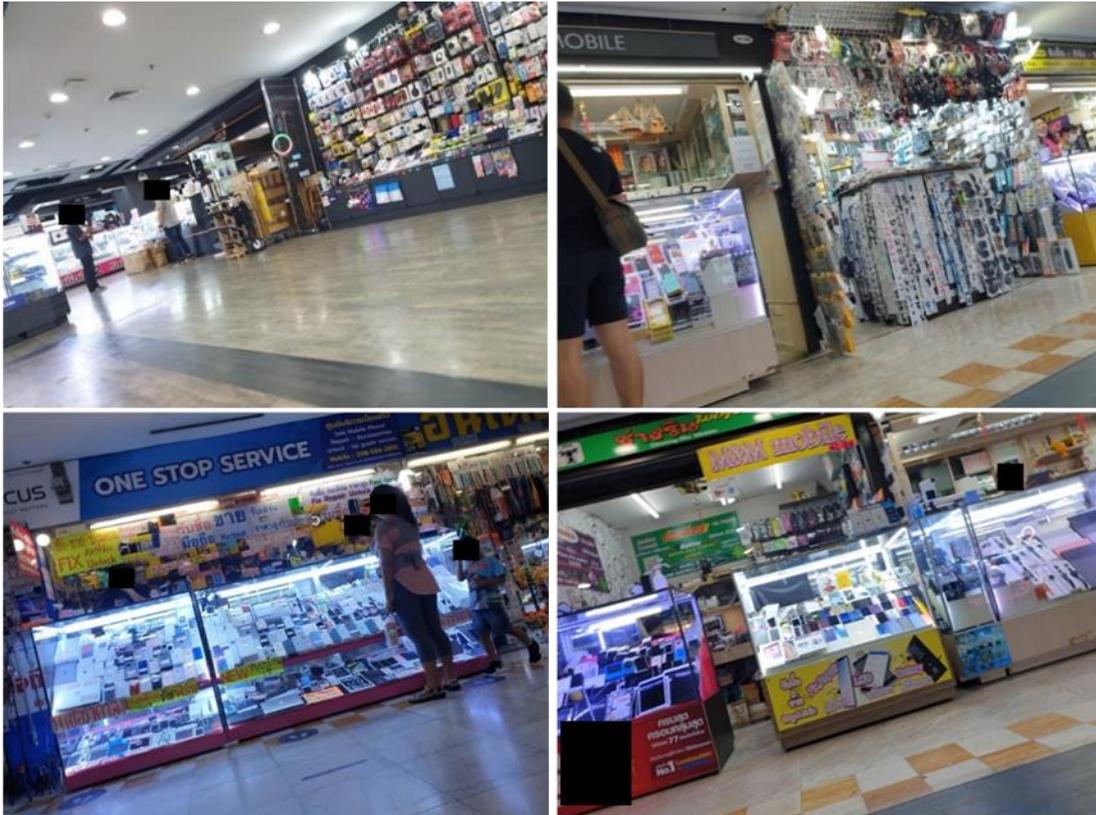
MBK Shopping Center は Maboonkhrong としても知られており、バンコクを中心に位置する 8 階建てのショッピングモールである。この建物には 2,000 以上の店舗があり、バンコクを訪れる際の主要な観光地の一つである。外国人観光客以外にも、衣類、靴、ハンドバッグ、化粧品など、本物と模倣品を含むすべての必需品がそろっているため、地元のタイ人の買い物客はこのショッピングモールをショッピングの目的地に選ぶ。



2021 年 10 月に実施した調査では、MBK Shopping Center の出店店舗数は、建物のいくつかのエリアでの最近の修復プロジェクトと COVID-19 パンデミック中のショッピング人気の減少のために、減少した。



MBK Shopping Centre の店舗で、模倣品と疑われる衣料品などが見られた。



MBK Shopping Centre は、携帯電話や携帯アクセサリの売買や修理の拠点としても有名である。模倣品の疑いのある携帯電話ケースやアクセサリが見られた。

2.2.3.10 Siriraj/Wang Lang Market

場所: Wang Lang Road, Siriraj Sub-District, Bangkok Noi District, Bangkok,

模倣品: 衣料品、靴、バッグ、時計、メガネ、ファッション小物、

Chao Praya 川の近くにある Wanglang Market は Siriraj Market としても知られている。栈橋に近く、車でのアクセスも良い立地なので、市場にはさまざまな屋台や商品を販売する店舗がたくさんある。おいしい屋台がいくつもあることで有名なこの市場は、バンコクでも模倣品の屋台の一つとして知られている。最も多く見られる模倣品は、衣類、バッグ、アクセサリである。



Wanglang Market で見られた模倣品の多くは衣類だった。



模倣品のメガネや時計も市場で販売されている。



Wanglang Market では、マスクや消毒ジェルなど COVID-19 関連グッズを販売する店舗も見られた。

2.2.3.11 Buntad Thong Road Market

場所: Buntad Thong Road, Wang Mai Sub-District, Pathumwun District, Bangkok 10330

模倣品: N/A

Buntad Thong Road Market は Chulalongkorn University と Hua Lamphong Train Station の近くに位置する。その立地のため、スポーツ用品を低価格で購入したい地元のタイ人の買い物客に人気の市場である。



Buntad Thong Road の店舗数は、他の市場と同様に、2020年1月から現在までのCOVID-19パンデミック中に劇的に減少した。Buntad Thong Road は、かつてスポーツ用品やその他の衣料品の卸売業者の供給源であった。しかしながら、ここ数年、金融危機と高額なレンタル料のため、多くの店舗がこの地域から移転した。したがって、2021年10月の調査では、模倣品を販売している店舗は見つからなかった。



Buntad Thong Road の衣料品店は、通常オーダーメイドシャツ・サービスで知られている。

2.2.3.12 Pee Nung Market

場所: Rama 3 Road, Khlong Toei Sub-District, Khlong Toei District, Bangkok, 10110

模倣品: N/A

Pee Nung Market は Rama 3 Road にあり、食品、飲料、衣類、電気製品を販売する様々な屋台がある。現在、この市場はバンコクの住民の間でそれほど広く知られておらず、人気もない。しかしながら、地元のタイ人の中には、この市場を買い物の目的地としてマークしている人もいる。COVID-19 パンデミック前は、1973 年の設立以来、市場は非常に混雑していた。しかしながら、経済危機と COVID-19 パンデミックのため、現在かなりの店舗が廃業している。



2021年10月に実施した調査では、営業している店舗数はごくわずかであった。ほとんどの店舗で寝具や電気製品を販売している。調査の結果、模倣品の疑いがあるものは見つからなかった。

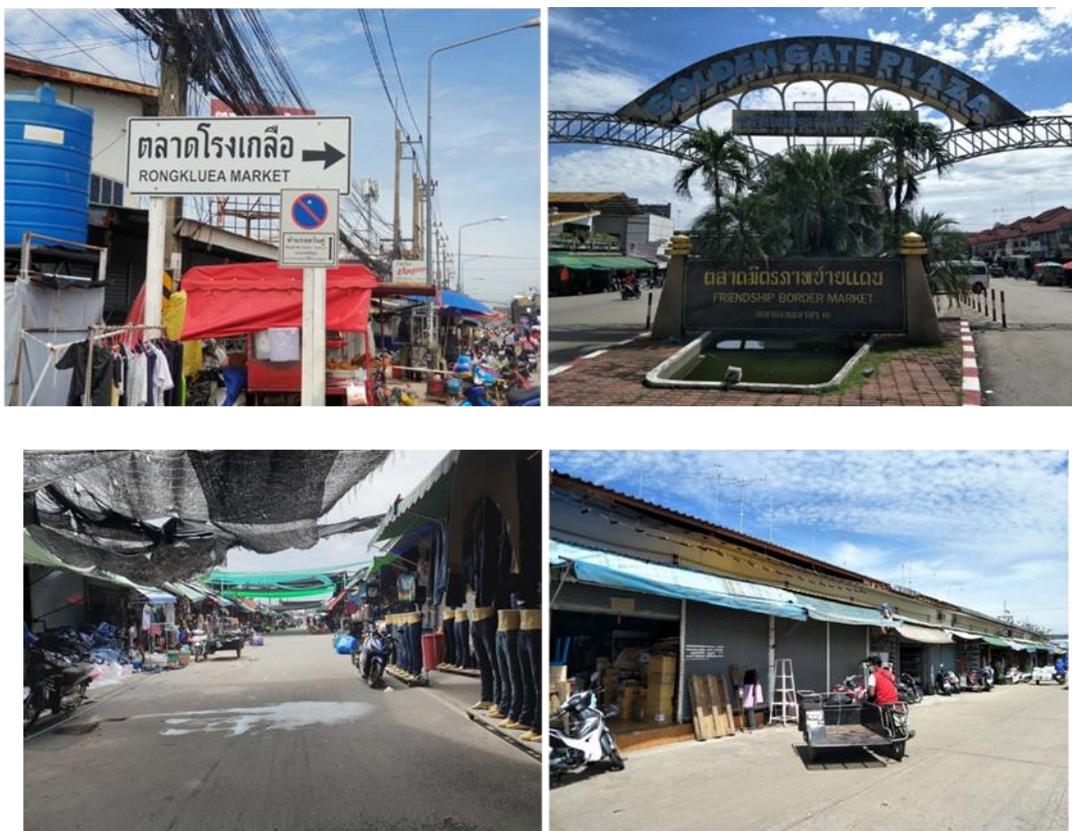
2.2.3.13 Rong Kluea Market

場所: Aranyaprathet District, Sa Kaeo province 27120

模倣品: Tシャツ、バッグ、帽子、ハンドバッグ、靴、運動靴、ジーンズなどの衣類

Salt Warehouse Market (塩倉庫市場) を意味する「Rong Kluea Market」は、サケーオ (Sa Kaeo) のアランヤプラテートにある。市場はカンボジア側を中心に 1,300 店舗以上と非常に広大である。

Rong Kluea Market で見られる商品は、T シャツ、バッグ、ハンドバッグ、靴、ジーンズなどの衣類である。



2021年11月の調査では、市場内のほとんどの店舗が閉店していた。営業している店舗は、市場の入口付近や大通りに近い店舗のみである。

販売業者の一人に、ほとんどの店舗が閉店している理由を確認したところ、業者の何人かが現在オンラインチャンネルで商品を販売しており、また、他の店舗は COVID-19 パンデミックが始まってから、閉店しているとのことであった。また、彼らが Rong Kluea market での取引を再開するかどうかは不明であるとの回答を得た。



スポーツシューズの模倣品を販売している店舗を見つけた。調査の間、いくつかの店舗は営業していたが、顧客はほとんどいなかった。市場で見られた多くの人は販売業者であった。また、ハンドバッグや衣類など、有名ブランドの中古品も調査対象としたが、ラベルや包装がない中古品のため、真正品と模倣品の判定は困難であった。



模倣品の疑いのある帽子、バッグ、ハンドバッグ、スーツケース、サングラスなどを販売する店舗



低品質の、模倣品であるTシャツやセーターを販売している店舗

2.2.3.14 G Market and Phuket Grocery

場所: 54, 51 Ongsimphai Rd., Tambon Talad Yai, Mueang Phuket District, Phuket 83000

模倣品: 衣類、靴、カバン、帽子及びベルト

建物の外に G Market というナイトマーケットがある。建物の中には Phuket Grocery という食料品店がある。建物の外にある G Market の露店は、ストリートフードや衣料品を販売しており、水曜日から日曜日の午後 4 時から 10 時まで営業している。



G market には約 50 店舗の露店があり、そのうちの約 10 店舗は T シャツ、帽子、バッグ、ベルトなどの知的財産権侵害商品を販売している。



有名ブランドの商標が付された T シャツを販売する露店が 2021 年 11 月 24 日の調査で見つかった。



模倣品のハンドバッグを販売する露店がある。価格は 450 タイバーツ (14.30 米国ドル) から 650 タイバーツ (20.70 米国ドル) の範囲である。他の有名ブランドのベルトも 100 タイバーツ (3.18 米国ドル) で販売されている。



他の露店では、有名ブランドの商標が付された模倣品のキャップを 100 タイバーツ (3.18 米国ドル) から 120 タイバーツ (3.82 米国ドル) の範囲で販売しており、有名ブランドの携帯電話ケースを 100 タイバーツ (3.18 米国ドル) から 200 タイバーツ (6.36 米国ドル) の範囲で販売している。

2.2.3.15 EXPO Market

場所: 9, 3 Tilk Utit Rd., Tambon Talad Yai, Mueang Phuket District, Phuket 83000

模倣品: 衣類、靴、ハンドバッグ

EXPO Market と呼ばれる建物の中には 30 以上の店舗があり、その中のいくつかは衣類、靴、バッグなどの模倣品を販売している。2021 年 11 月 24 日の調査では、ほとんど顧客をみかけなかった。



有名ブランドの商標が付された模倣品のシャツや T シャツを販売する店舗が 6～7 軒ほどある。価格は 199 タイバーツ (6.33 米国ドル) から 299 タイバーツ (9.52 米国ドル) である。



有名ブランドの商標が付された模倣品の靴を販売する店舗が 3～4 軒ある。価格は 199 タイバーツ (6.33 米国ドル) から 299 タイバーツ (9.52 米国ドル) の範囲である。



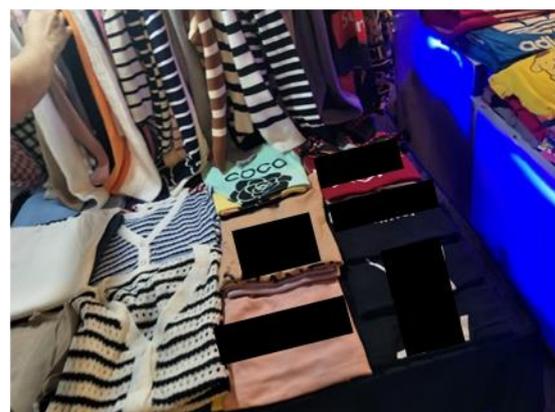
また、有名ブランドの商標が付された模倣品のバッグを販売する店舗が 3 軒ある。価格はバッグのサイズにもよるが、450 タイバーツ (14.30 米国ドル) から 650 タイバーツ (20.70 米国ドル) である。

2.2.3.16 CHILLVA Market

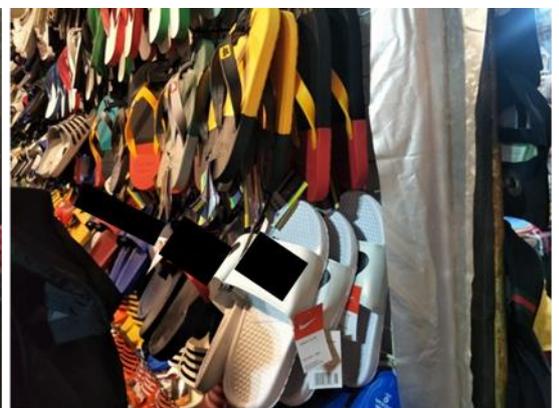
場所: Ratsada, Mueang Phuket District, Phuket 83000

模倣品: 衣類、バッグ、靴、帽子など

CHILLVA Market は、Yaowarat Road にあるナイトマーケットで、営業時間は午後 4 時～10 時である。市場は地元のタイ人でいっぱい、手頃な価格の屋台やショッピングのための屋台がたくさんあるので、10 代の若者の間にぎわっている場所として有名である。



有名ブランドの商標が付された模倣品の T シャツを販売する屋台が、20～30 軒ほど出店している。



シューズやサンダルの模倣品を販売する店舗がいくつかある。価格は約 200 タイバーツ (6.36 米国ドル) である。さらに、バッグの模倣品を販売している店舗もいくつかある。価格は 250 タイバーツ (7.96 米国ドル) から 490 タイバーツ (15.60 米国ドル) の範囲である。



有名ブランドの商標を付したキャップや、イヤリング、ヘッドバンド、スカーフなどのアクセサリを販売している店舗がいくつかある。

2.2.3.17 Patong Night Market

場所: Prachanukro Rd., Patong, Katu District, Phuket 83000

模倣品: 衣料品、バッグ、シューズ、サンダル

Patong Night Market は酒場（Bar）が並ぶ路地にある。ビーチサイドの入口付近に、模倣品の T シャツやバッグ、靴を販売している店舗がいくつかある。2021 年 11 月 24 日の調査で、多くの観光客が酒場でみられたが、商品を買いに來る人はほとんどいなかった。



有名ブランドの商標が付された模倣品である T シャツやバッグを販売する店舗がある。



路地の反対側には Bangla Market と呼ばれる小さな市場があり、T シャツ、靴、バッグなどの模倣品を販売している 20~30 の店舗が集まっている。調査時、入口に数人の客がいたが、それ以外にこの市場には客がいなかった。

2.3 模倣品の流通実態

2.3.1. 模倣品の製造、組立

東南アジア諸国の模倣業者は一般的に、模倣品を製造、組立て、再包装し、流通のために港や自由貿易地域 (FTZ: free trade zones) などの地域のインフラを利用している。⁹⁸タイを含む東南アジアでは、衣料品、履物、ハンドバッグ、時計、電気製品、香水などの高級消費者製品から、海賊版ソフトウェアや工業部品などの企業間 (B2B) 製品に至るまで、さまざまな模倣品が発見されている。模倣品の多くは中国で製造され、タイの Laem Chabang 港や Khlong Toei 港など東南アジアの主要港を経由して出荷されている。⁹⁹ 中国で製造された模倣品の一部は、広西チワン族自治区と雲南省の国境から陸路でミャンマー、ベトナム、ラオスに密輸され、これらの国で消費され、さらにタイに輸送される。¹⁰⁰ COVID-19 パンデミック前は、こうした模倣品

⁹⁸ 国連薬物犯罪事務所. “Transnational Organized Crime in Southeast Asia: Evolution, Growth and Impact” [https://www.unodc.org/documents/southeastasiaandpacific/Publications/2019/SEA_TOCTA_2019_web.pdf] [P.140] (2021年11月1日確認)

⁹⁹ 同上 [P.144]

¹⁰⁰ 同上

の一部は合法的な国境検問所を通過し、一部は川やジャングルの小道を少量ずつ手作業で運ばれていた。¹⁰¹

国連薬物犯罪事務所 (UNODC: United Nations Office on Drugs and Crime) の報告書によると、タイを含む東南アジア諸国にある模倣業者の拠点も、模倣品の製造で重要な役割を果たしている。¹⁰² 過去の押収事例では、偽造トナーカートリッジの再包装や偽造油などの偽造品の一部はタイで製造されたが、衣料品や靴などの模倣品は他国からの輸入品が安価であるため、他国から輸入し販売することで、タイで製造し販売するよりも模倣品販売による利益を多く得られるので、タイで製造される可能性は低いことが示されている。

バイクに関しては、中国から輸入した部品をタイで製品に組み立ててから販売するのが一般的であった。中国国内での意匠権侵害による摘発を逃れたとしても、タイに意匠権が存在している場合、当該製品はタイの意匠権を侵害することになる。

経済犯罪制圧部 (ECD: Economic Crime Suppression Division) の警視との最近のインタビューによれば、タイにおける侵害品の製造と収集は、関連当局の積極的な執行活動により減少している。しかしながら、侵害者はこれらの活動をかいくぐり、絶えず場所を移動し、大量の商品を保管しないことで、家宅捜索や摘発を回避している。

物理的 (オフライン) 市場における模倣品の流通業者および製造業者を識別するためのスキームおよび方法

I. 市場調査

物理的市場における模倣品の流通業者および製造業者は大抵の場合、市場において模倣品を監視する日常的な市場調査を通じて特定される。さらに、調査を実施し、模倣品またはその構成部品の製造業者および輸入業者、保管場所、街頭での行商人、小売業者の店舗およびそれらの供給業者を特定する。侵害者が特定されると、知的財産権所有者は警察と連携して摘発を行うことができる。

II. 調査

模倣品の流通業者及び製造業者を特定するための方法は、現地法律事務所 (Tilleke&Gibbins) によって行われた、または警察によって開始された以下の調査事例を参考にすることができる。

事例 1: 自動車・オートバイのブレーキシステムのヨーロッパの大手製造業者は、タイで模倣品のブレーキ部品のオンラインとオフラインの両方の販売を含む模倣品の問題に悩まされていた。このことは、タイにおける事業に大きな影響を与えていた。模倣品は品質が悪く、車両の安全性に影響を与え、使用者の生命を危険にさらす恐れがあった。

Tilleke&Gibbins は、顧客の商標権を侵害している商品を販売している多数の店舗を特定した。その結果、バンコク郊外である Pathum Thani で地元警察の支援を得て、侵害者に対する家宅

¹⁰¹ 同上

¹⁰² 同上

捜索が行われた。これを受けて、小売業者 3 社と倉庫 1 社に対する摘発がさらに行われ、2019 年 9 月には侵害品 5,841 点が押収された。¹⁰³



事例 2: 2020 年 6 月 11 日、バンコクの Ladkrabang にある倉庫が警察の摘発を受け、偽造されたエンジンオイル、プラスチック製エンジンオイル容器、ラベル、オイルキャップなど、自動車関連製品数千点が押収された。警察は有名ブランドの商標をつけた模倣品を押収した。摘発の結果、従業員 3 人が逮捕され、倉庫所有者に対するさらなる調査が開始された。

事例 3: 偽造油の押収は、2021 年 8 月に警察の Oil Suppression unit によって開始された。警察は、同じ会社の 3 つの倉庫で発見した偽造油を押収した。一つは、サケーオ (Sa Kaeo) のアランヤプラテート (Aranyaprathet) にあり、警察は 680 ガロンの偽造油を発見した。他の 2 つの倉庫はチョンブリ (Chonburi) に設けられていた。これら 2 つの倉庫で、警察は、約 521 ガロンの偽造油、9 バレルの石油、ブランドロゴが入った 644 個の空の紙箱、ブランドロゴが入った 7,585 個のオイルキャップ、ブランドロゴが入った約 18,000 個のシールと 2,800 個のステッカーを発見した。また、給油に使用された他の機器も押収した。Tilleke&Gibbins は商標権所有者の代理人として警察から連絡を受け、押収した商品が偽物かどうか確認し、警察に押収物が偽物であることを確認した旨の回答をした。その後、警察は捜査を進めた。警察は十分な証拠を集めた後、検察に告発状を提出する予定である。



¹⁰³ Wiramrudee (Pink) Mokkhavesa, Partner. “Successful Raid Actions Targeting Counterfeit Goods in Thailand”, 2019 年 12 月 4 日. (Tilleke & Gibbins International Co., Ltd.)

現場で見つかった押収品はすべて、偽造油を製造するための重要な部品であった。すべての材料が偽造油の製造に使われ、その偽造油が市場で売られていた場合、消費者に大きな損害を与える可能性がある。

オンライン上における模倣品の流通業者および製造業者を識別するためのスキームおよび方法

I. オンライン監視 (Online sighting)

インターネット利用の急速な拡大と、特に COVID-19 の世界的大流行時におけるオンライン小売の拡大により、知的財産権の効率的な行使がブランドオーナーにとってより困難になっている。巧妙な技術を有する侵害者は、電子商取引プラットフォームで簡単に模倣品を販売し、小包やエクスプレス貨物サービスを介して小さな小包で消費者に流通することができる。侵害者は、権利行使を受けるたびに、新しい販売品リストを掲載したり、ベンダー名を変更したりするだけで、責任を回避することができる。オンライン監視は、各オンラインプラットフォームを通じて販売される模倣品を監視するために取り得る方法の1つである。

II. 調査

オンラインで販売される模倣品の実際の流通業者および製造業者を特定するためのスキームおよび方法は、多くの場合、予備調査から始まる。予備調査は、多くの場合、サンプル購入によって行われる。サンプル購入は、銀行口座の詳細と送信者の住所から販売者に関する情報を入手するという1つ目の大きな課題を解消する機会を得ることができる。

オンラインで販売される模倣品に対処する際のもう一つの大きな課題は、実際の販売業者と倉庫を特定することである。製品の真の出所が明らかにならなければ、侵害者を逮捕し、再出品を防止するために製品を押収することが困難になる。Tilleke&Gibbins によれば、模倣品を販売するウェブサイトはタイ以外の国で登録され、タイで登録された販売業者の銀行口座を支払先とし、その荷物は別の国から購入者宛てに直接送られるのが典型的である。これらはすべて、タイの個人またはグループによってハンドリングされるが、実際の侵害者は他国に拠点を置くことができる。

例えば、家電製造企業は、タイで模倣品の電池が有名電子商取引サイトを通じて販売されていることを発見した。同企業は問題のページを運営している当該電子商取引プラットフォームに削除要求を提出した。しかしながら、模倣品の広告を別のウェブページに移動した複数の小売業者があったため、問題は継続した。¹⁰⁴ 予備調査の結果、その複数の小売業者のうち、同じ著作権侵害を犯している模倣品を販売し続け、同一の配送元住所を共有している小売業者が5人いることが判明した。しかしながら、その配送元住所が架空の住所であった。そのため、実際の秘匿されている倉庫の場所を見つけるために、さらなる調査が必要となった。

Tilleke&Gibbins は、調査結果を経済犯罪制圧部 (ECD: Economic Crime Suppression Division) と共有し、オンライン上の侵害者の正体と住所について経済犯罪制圧部に報告し、また、摘発を行うために経済犯罪制圧部と調整し、2021年5月18日にバンコク郊外の倉庫で行われた摘発を成功させた。経済犯罪制圧部は模倣品 82,464 点を押収して検査し、実際の侵害者である中国

¹⁰⁴ Ploynapa Julagasigorn, Attorney. "Panasonic Finds a Lasting Solution to Online Counterfeiting Problems", Tilleke Insight, July 14, 2021. (Tilleke & Gibbins International Co., Ltd.)

人を逮捕した。中国人は、模倣品の電池を中国の深センから持ち込み、オンライン・チャンネルを通じて販売したことを認めた。



オンラインからオフラインのエンフォースメントが知的財産権侵害品の国際的サプライチェーンの中断をもたらす点

オンラインからオフラインのエンフォースメントに成功したもう1つの事例は、ボールベアリングと工業用シールの製造業者が、2社の侵害者によってオンラインでこれら模倣品が販売されていることを発見したものである。調査が行われ、倉庫を含む侵害者の実際の身元が明らかになった。ブランドオーナーは調査結果をもとに、経済犯罪制圧部 (ECD) に協力を依頼した。経済犯罪制圧部はその後、第1の侵害者に対して摘発を行い、合計510万タイパーツ相当の7,321個の模倣品を押収した。また、別の侵害者に対しても摘発が行われ、93個の侵害品が押収され、損害額が190万タイパーツと推計された。警察の取調官はその後、これらの侵害者を商標権侵害で告訴した。





これらのエンフォースメントは、オンラインとオフラインの模倣品の販売を阻止しただけでなく、商標権を侵害する商品の国際的なサプライチェーンをも摘発した。

模倣品の流通実態

2020年から2021年の間に多くの実店舗が閉鎖した。特に、侵害品の輸入にかかわる企業は顕著であった。これらの企業の多くは、全国のデパートや観光名所内のスペースを借りているので、COVID-19パンデミックに伴う規制措置が発動されたことで閉鎖に追い込まれた。それにもかかわらず、多くの人々は、状況に適応するために通信技術を効率的に利用し、販売方法を、SNSプラットフォームを通じたオンラインショッピングに移行した。

こうした背景もあり、2021年度の警察による知的財産権侵害品の押収状況は、2019年度、2020年度と比較すると、下表に示すとおり、減少している。

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¹⁰⁵

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

2021年の押収件数及び押収物件数が、2019年及び2020年の押収件数及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百貨店及び現物市場の閉鎖によるものと推測される。しかし、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年及び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）の部長によると、2021年にバンコク郊外の製造工場で玩具、電気製品、自動車アクセサリなどの工業製品に組み込まれた模倣品の部品や金型を製造するために使用

¹⁰⁵ 2021年のタイ王国警察 Intellectual Property Enforcement Center による摘発事件に関する統計データ

されたコンピュータとコンピュータプログラムを押収するための令状を裁判所に要求したとのことである。押収された製品の価格は実際の市場価格に基づいて計算されるため、押収品の価値は高い。

以下の表は、2019年から2021年にかけて、知的財産権侵害の形態がますますオンライン侵害に移行していることを示している。

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¹⁰⁶

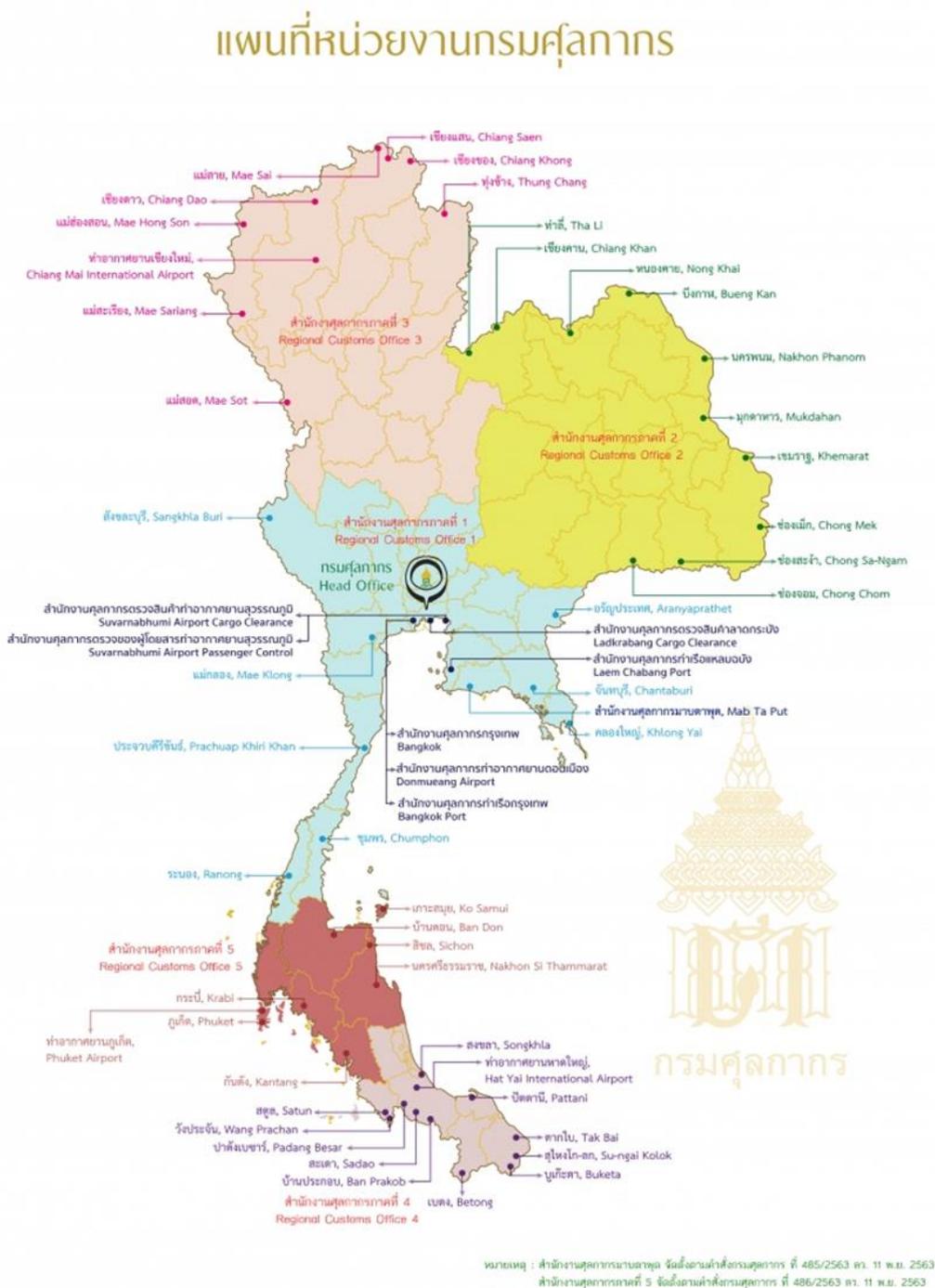
Year	摘発事件 件数	容疑者数	摘発数量	金額 (THB)
2021 (2020年10月 - 2021年8月)	193	201	26,561	90,387,500
2020 (2019年10月 - 2020年9月)	181	194	26,543	46,372,300
2019 (2018年10月 - 2019年9月)	131	131	15,034	12,556,536

経済犯罪制圧部（ECD）は、COVID-19 パンデミックが終息すれば、ロックダウン期間中に一時的に閉鎖されていた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。一方、SNS プラットフォームを通じた商品の販売は、引き続き活発である。

¹⁰⁶ 同上

2.3.2 模倣品の地理的分布および流通

タイの税関／港および国境



(出典: <https://>

http://www.customs.go.th/list_multi_tab.php?lang=th&link=cont_xsimple.php&ini_menu=menu_about_160421_01&left_menu=menu_about_160421_01_161003_02&ini_tab=menu_about_160421_01_161003_02&ini_content=about_161003_02_161003_02&tab=menu_about_160421_01_161003_02_161003_02&&left_menu=menu_about_160421_01_161003_02_161003_02)

タイで販売されている模倣品の中には、現地で製造されたものもあれば、中国を中心とする他国から輸入されたものもある。¹⁰⁷

本報告書ですでに説明したように、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経由して、海上貨物でタイに違法に輸入されている。2つの税関は、世界中から輸入されるタイの重要な通関拠点である。

知的財産権侵害の調査と抑制に関してタイ税関当局が実施した厳格な措置のため、税関検問所を通じた侵害品の違法な通過は限定的である。その結果、模倣品の業者は模倣品を持ち込む別の方法を見つけようとしている。

COVID-19 パンデミック以前は、ミャンマー、カンボジア、ベトナム、ラオスなどから陸路を介してタイに商品が持ち込まれていたが、侵害品が発見・差止められた輸入ルートは、タイの北部・北東部に位置する近隣諸国との自然な国境沿いに集中している。合法的な国境検問所を通過する商品もあるが、商品の一部は川やジャングルの小道を手作業で運ばれることもある。国境検問を回避するために、大量の商品を小分けされた商品に分けている可能性がある。¹⁰⁸

中国からの模倣品は、タイのチェンライ (Chiang Rai)、ノンカイ (Nongkai)、ナコンパノム (Nakhonphanom)、ムクダハン (Mukdahan) などのタイ・ラオス国境を通過するなど、近隣諸国を経由して輸送されている。中国で製造され、カンボジアを経由して運ばれる模倣品は、中国から密輸される模倣品の最大の流通拠点として知られる Rong Kluea 市場があるサケーオ (Sa Kaeo) のタイ・カンボジア国境を経由してタイに密輸されている。ミャンマーを経由して中国から輸入された模倣品は、タイのチェンライ (Chiang Rai) とタック (Tak) にあるタイ・ミャンマー国境を通じて違法に持ち込まれている。密輸業者は国境を越えるたびに(輸送用コンテナを使って持ち込むことができる量に比べて)少量の模倣品しか持ち込むことができないが、その利点はより頻繁に持ち込むことができることである。

模倣業者の中には、特に「裏口製造 (back-door production)」から調達された製品について、国境地点での検査を避けるために虚偽の申告をしたり、模倣品を真正品の出荷と組み合わせたりする者もいる。あるいは、当局による摘発を避けるために、ブランド品の模倣品をあまり知られていないロゴで偽装することもできる。書類に「ノーブランド」と記載されているが、商品が実際にはブランド化されている場合、税関は通常、輸出入されている商品を差止める。税関は虚偽申告に基づいて当該商品を差止め、その後、知的財産権所有者に商品が本物か偽物かを確認するように要求する。

また、自由貿易地域では、模倣業者が本来の製造場所を偽装する方法で輸送書類を「削除 (sanitize)」する機会も提供される。自由貿易地域でのエンフォースメントの欠如は、仕向地市場に輸出される前に、ブランド名のない商品を偽造商標で再包装することも可能にしている。その結果、国境市場は模倣品ビジネスを実施する魅力的な場所となっている。

¹⁰⁷ 注釈 134 参照.

¹⁰⁸ 注釈 134 [P.144]参照

しかしながら、現在の COVID-19 の状況により、輸入ルートや輸入方法が変化した。タイや周辺国では、国境の閉鎖が徹底され、国境を越える密輸が難しくなっている。そのため、現在発見されている数少ない模倣品はコンテナで輸送されている。警察の監督官は、タイへの侵害品の密輸業者の中には、国際輸送船を使って輸入することを選択した者もいると報告した。この輸入方法はコストがかかるが、その都度大量の商品を輸入することができる。大型貨物の場合、偽造船荷証券やその他の偽造文書が、コンテナの内容、製造者の身元、または出発地を隠すために使用されることがある。¹⁰⁹ さらに、侵害者の中には、税関への申告を回避するために、輸入品を過小評価する虚偽の請求書を発行する者もいる。また、ネットで購入した偽物の一部は海外から発送されている。簡易的な書類のみを必要とする郵便または速達サービスによって少量の商品を輸送することもできる。この方法では、送信者の身元が確認されないことが多く、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。

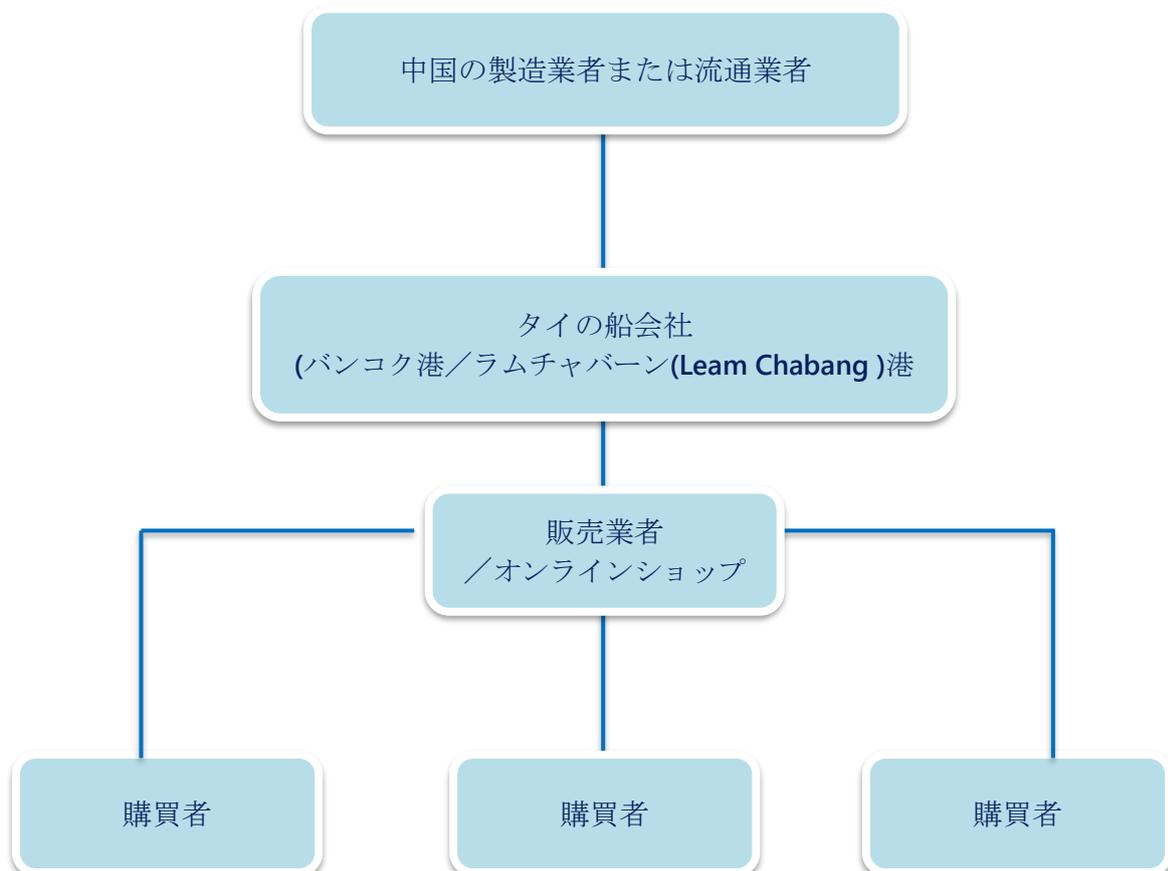
現地で製造された模倣品の流通経路は、合法的な事業者の流通経路と極めて類似している。調査員によると、模倣品は製造されるとすぐに宅配ボックスに詰め込まれ、トラックで卸売業者に送られる。卸売業者が模倣品を受け取ると、卸売業者はこれらの模倣品を事前に注文した小売業者に模倣品を回収するように通知する。

¹⁰⁹ 注釈 134 [P.143]参照

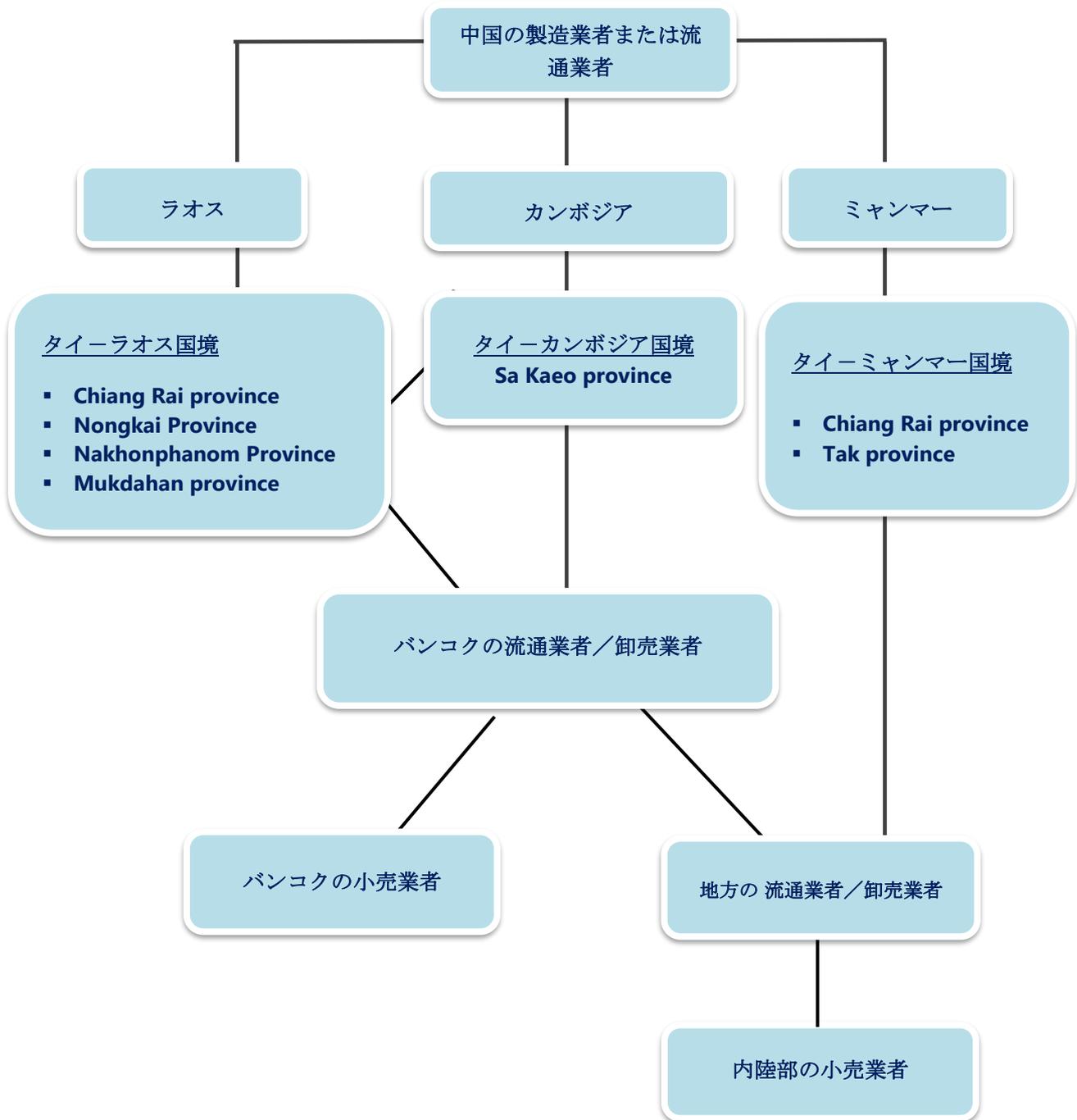
タイにおける模倣品の流通経路のフローチャート

以下のフローチャートは、Tilleke&Gibbins の知見と税関職員のインタビューとに基づいて作成された。

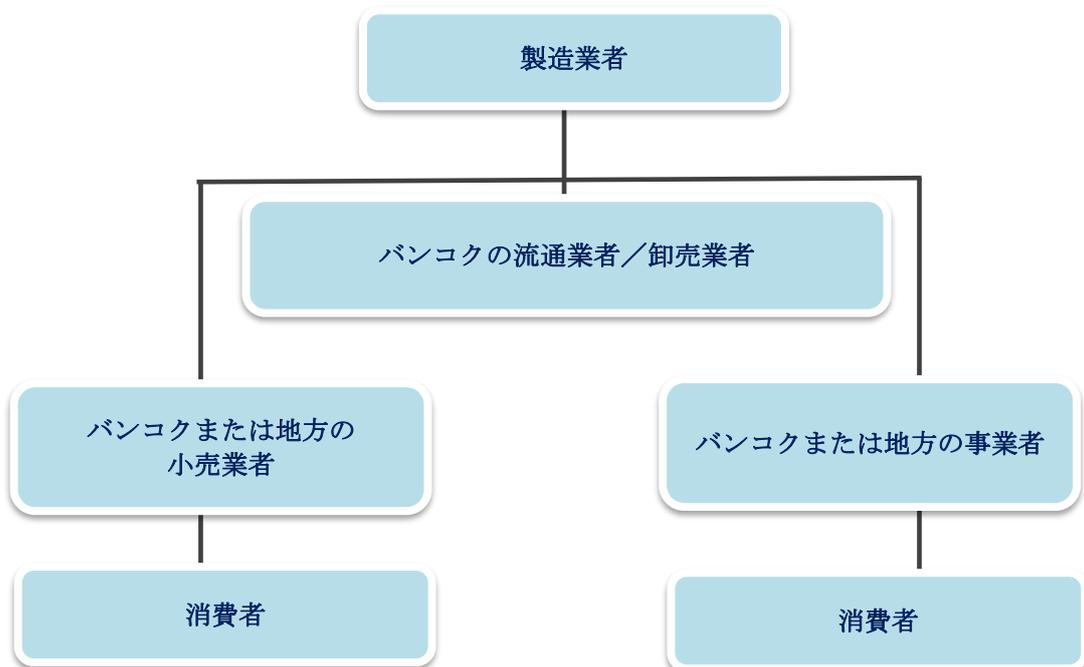
中国から輸入された模倣品の流通経路 (海路)



中国から輸入された模倣品の流通経路 (陸路)



タイで製造された模倣品の流通経路



2.4 タイにおける税関の状況

JETRO Bangkok チームと Tilleke&Gibbins は、2021 年 9 月から 11 月にかけてタイの 4 つの地域にある 5 つの税関との会議を行った。会議では、国境にある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。次の税関において、税関職員と会議を行った。

1. ムクダハン税関 (Mukdahan Customs House、北東部のムクダハンに所在)
2. メーサイ税関 (Mae Sai Customs House、北部のチェンライに所在)
3. アランヤプラテート税関 (Aranyaprathet Customs House、東部のサケーオに所在)
4. プーケット空港税関 (Phuket Airport Customs House、南部のプーケットに所在)
5. プーケット税関 (Phuket Customs House、南部のプーケットに所在)

各税関との会議の概要を以下に示す。

2.4.1 ムクダハン税関 (Mukdahan Customs House)

ムクダハン税関は、タイ北東部の地域で最も重要な輸出入検問所の 1 つであり、職員は常に違法密輸の監視と防止に細心の注意を払っている。

税関差止の件数および税関差止の数量

2019 年 1 月から 2021 年 10 月までにムクダハン税関が差止めた知的財産権侵害事件の件数および品数の総数は、次表のとおりである。¹¹⁰

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

税関により差止められた模倣品のカテゴリー

2019 年から 2021 年までに発見された模倣品の上位商品は衣料品とカバンであった。差止められた商品の総数量は、それぞれ 13,451 個、11,756 個であった。なお、以下の統計からは、2021 年にハローキティやクマのプーさんなどをイメージしたキャラクターをプリントしたマスクが 7 万枚差止められたことが注目される。

¹¹⁰ ムクダハン税関による、2019 年から 2021 年の期間における税関差止の件数および数量に関する統計データ

差止められた知的財産権侵害品の商品ごとの数量に関するデータ（2019 - 2021）¹¹¹

No.	種別	2019 (個数)	2020 (個数)	2021 (個数)	計 (個数)
1	衣料品	6,991	1,020	5,440	13,451
2	カバン	9,334	675	1,747	11,756
3	布地	96	-	-	96
4	帽子	-	130	400	530
5	腕時計	530	-	1	531
6	メガネ	3,135	-	-	3,135
7	靴	1	460	461	922
8	靴下	4,000	-	-	4,000
9	ベルト	-	390	1	391
10	ネイル装飾用シール	30	-	-	30
11	マスク	-	-	70,000	70,000
12	香水	-	-	180	180
13	キャンドル	24	-	-	24
14	カーテン	-	-	1,920	1,920
15	人形	18	-	-	18
16	玩具	56	1,200	240	1,496
17	模型	2,008	-	-	2,008
18	タンブラー	986	125	-	1,111
19	キーチェーン	550	-	-	550
20	ヘッドフォン	-	75	-	75
21	携帯電話ケース	1,180	-	840	2,020
22	テーブル・椅子	-	200	-	200
23	食器	-	-	1	1
24	モーター	700	-	-	700
25	バルブ	1,800	-	-	1,800

ほとんどの輸入品は中国からの輸送用コンテナで到着したとのことであった。これらの商品の中には違法なものもあり、そのほとんどが組立用部品というよりは既製品（マスク、模様がついたマスクなど）であった。ムクダハン税関が把握している限り、過去数ヶ月間、違法輸出品の差止はなかった。この理由は、厳しい検査と COVID-19 パンデミックを考慮すると、このルートをとる模倣品の数量が減ったためと考えられている。発見された模倣品のほとんどは輸入品であった。

COVID-19 パンデミック（大流行）前後のムクダハン税関の変化

2021年9月17日のムクダハン税関との会議で、輸入された模倣品の数量が明らかに減少していることがわかった。これにはいくつかの理由があると考えられる。

¹¹¹ ムクダハン税関による、2019年から2021年の期間における差止められた知的財産権侵害品の種別毎の数量に関する統計データ

第一に、2019年11月のタイ・ラオス間の越境予防措置の施行以降、タイ国境を越えて模倣品を密輸するための輸送機関を組織することが困難になり、事件数が減少した。過去には、模倣品がメコン川を渡ってタイに輸入された。しかしながら、タイとラオスの国境が閉鎖されたため、メコン川沿岸で差止められることはまれである。そのため、発見された数少ない模倣品は、コンテナで輸送されたものである。

2021年3月、19トンの模倣品が破壊された破壊式典を開催したとムクダハン税関長のムクダハン税関長は述べた。これらの違法な商品は、メコン川沿岸地域で活動している当局によって差止められた。COVID-19の世界的流行の間、密輸者の拘束と模倣品の差止めはまだあるが、それらは通常と比較すると少ない。

さらに、ムクダハン税関長は、過去12月間でコンテナの中に不法輸入品が混入していたことはほとんどなかったと断言した。今後もCOVID-19の拡散防止のための「予防措置」が継続され、侵害事件の件数が減少することが期待される。

第二に、ムクダハン税関の職員の分析によると、経済の不安定さが消費者の購買力を低下させているため、衣料品、靴、アクセサリ、ブランド品などの非必需品の需要が減少している。多くの侵害はこの種の商品に関するものであるため、模倣品事件の減少につながっている。対照的に、マスク、アルコール、その他の新型コロナウイルス関連製品などの医療関連品の模倣品・禁制品の数量は、COVID-19の大流行の結果、この1年間で大幅に増加した。

ムクダハン税関長は、COVID-19パンデミックが終息すれば予防措置は解除され、メコン川の国境を越えた物資輸送が再開されるだろうと考えている。これにより、密輸業者が再び侵害行為を始める機会が増加し、加えて、景気回復には時間がかかりそうだが、人々は外出、社交、消費を再開し、衣料品、バッグ、有名ブランド品、アクセサリなどの必需品ではない商品の需要を増加させると考えている。需要が増えれば供給も増え、模倣品の流れは再び元に戻る事が予想される。

税関が直面している問題

ムクダハン税関長の説明によると、当局は検査と監視の間、細心の注意と努力を払ってきたにもかかわらず、検問所に到着するすべてのコンテナやパッケージを開けることはできなかったと説明した。COVID-19の世界的大流行の間に模倣品の問題が減少したので、税関は麻薬のような他の禁制品の問題に主に対処してきた。

さらに、長さ40フィートのコンテナには膨大な数の荷物が積まれており、全ての荷物を検査することはできない。したがって、税関はリスクの高い商品を検査する傾向がある。これをどのように判断するかは、輸入／輸出関連文書と荷物のタイプによって異なる。税関のリスク管理評価により、高リスクと記載された特定の製品がある場合、荷物／コンテナ検査の可能性が高くなる。

2.4.2 メーサイ税関 (Mae Sai Customs House)

メーサイは、タイ北部のチェンライの最北地区にあり、タイとミャンマーの主要な国境である。

税関差止の件数および税関差止の数量

メーサイ税関の税関職員との会議で、2019年には合計63件（メーサイ税関による全差止件数の29%）の知的財産権侵害事件があったとの情報を得た。2020年における知的財産権侵害事件の発生件数は、53件（メーサイ税関の差止件数の27%）であった。2021年には、知的財産権侵害事件の件数は81件に増加した（現時点、メーサイ税関の差止件数の41%）。

税関により差止められた模倣品のカテゴリー

最も一般的な侵害品は、衣料品、帽子、メガネ、香水、履物などのファッション製品、DVD、電卓、電子機器などである。これらは主に著作権や商標権の侵害に関係している。異なる種類の知的財産権侵害を分類する統計情報はない。ただし、2019年1月から2021年9月までに差止めた商品の種類別の数量は、次表のとおりである。

差止められた知的財産権侵害品の商品ごとの数量に関するデータ（2019年 - 2021年9月年）

112

No.	種別	2019	2020	2021	Total
1.	衣料品・スカーフ	7,006	6,127	6,728	19,861
2.	DVD・ブルーレイディスク	4,310	390	-	4,700
3.	カバン	866	509	931	2,306
4.	メガネ, メガネケース, メガネ拭き用布	490	430	1,020	1,940
5.	携帯電話ケース, アダプター, 充電器, イヤホン	120	-	1,124	1,244
6.	帽子	-	50	800	850
7.	香水, マスク	227	40	36	303
8.	タンブラー	240	50	-	290
9.	靴	75	38	21	134
10.	ブランケット	49	-	25	74
11.	名札	70	-	-	70
12.	自動車用シートカバー, ゴム製自動車用フロアマット	36	-	8	44
13.	計算機	25	-	-	25
14.	ベルト	-	-	6	6
		13,514	7,634	10,699	31,847

¹¹² メーサイ税関による、2019年から2021年の期間における知的財産権侵害品の種別毎の数量に関する統計データ

模倣品のほとんどは既製品である。輸入・輸出に用いられている方法は密輸である。模倣品は密輸され、中国から海路や陸路で輸入された。

COVID-19 パンデミック前後のタイ税関の変化

メーサイ税関の Enforcement Unit のユニット長によると、模倣品の数量は、COVID-19 パンデミックの間に大きく変化していない。むしろ、実店舗からオンラインショップへの移行という販売方法の変化が見られる。

ユニット長はまた、発見した模倣品の種類は COVID-19 の世界的大流行の影響を受けていないとの見解を示した。しかしながら、市場動向の変化の影響は受けていると述べた。例えば、消費者はこうしたコンテンツにオンラインでアクセスする傾向があるため、DVD・ブルーレイディスクはごく一部しか密輸されていない。

税関が直面している問題

販売される模倣品がオンラインに移行したため、税関職員は船会社で偽造品を検査しなければならない。また、購入品の多くは小口の購入品であるため、個別出荷数は多いが商品数は全体的に少なく、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。税関職員は、実際に物理的な検査を行う前に、疑わしい製品の情報を慎重に検証してチェックし、人々との密な接触のリスクを最小限にし、COVID-19 パンデミックの間、厳格な自主的予防策を適用している。

2.4.3 アランヤプラテート税関 (Aranyaprathet Customs House)

アランヤプラテート税関はカンボジアに近い国境にある。国境貿易には、アランヤプラテート税関を通過した合法的な貿易と、密輸や密造を含む違法な貿易が含まれる。現在、合法的な貿易を行うことができる公式の貿易経路は、次の 3 つに分類されている。1) permanent crossing point、2) 国境貿易の検問所、3) 一時検問所、いずれも国境に沿って配置されている。各経路は異なる種類の貿易を監視する。コンテナやトラックによる大量の取引は通常、permanent crossing point でチェックが行われる。対照的に、検問所の国境貿易と一時的な検問所では、通常、積載量の少ないコンテナがチェックされる。¹¹³

税関差止の件数および税関差止の数量

差止められた数量は、2019 年から 2020 年にかけて増加したが、これは、国境での差止めから、小口の小包を多く取り扱う物流業者の差止めに移行したためである。この変更は移動制限を考慮して実施された。2019 年から 2021 年の間にアランヤプラテート税関によって差止められた知的財産権侵害品事件に関する統計情報を、次表に示す。¹¹⁴ しかしながら、アランヤプラテート税関は、統計情報で知的財産権事件の種類を区別していないことに留意されたい。

¹¹³ Jirawat Jaroensathapornkul. "The Truck Terminal Project in Sa Kaeo Province: Implications of Border Trade between Thailand and Cambodia", Journal of Mekong Societies, Vol. 13 No.1 Jan – Apr 2017, Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand. [P.61]

¹¹⁴ アランヤプラテート税関による、2019 年から 2021 年の期間における税関差止の件数および数量に関する統計データ

年	差止められた品数（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

税関により差止められた模倣品のカテゴリー

様々な商品がいろいろなところからもたらされている。税関職員は知的財産権侵害品の正確な出所を断定できない。

発見された商品のほとんどは衣類、バッグ、靴である。日本ブランドの模倣品も見つかっている。2020年には COVID-19 パンデミックに起因してマスクが差止められたが、模倣品ではなかった。

COVID-19 パンデミック（大流行）前後のタイ税関の変化

アランヤプラテート税関の Enforcement Unit のユニット長は、模倣品は合法的な検問所を通過して密輸されるのではなく、当局の検査を避けるために、夜間に自然の国境を越えて密輸されると説明した。国境検問所は 2020 年 3 月から個人の通行を禁止していたが、車の通行は禁止されていなかった。COVID-19 パンデミックの間、合法的な国境検問所で密輸は見つかっていない。さらに、輸出された模倣品もまだ発見されていない。

ユニット長によると、COVID-19 パンデミックによって輸入方法が変わったわけではないが、消費者の需要は低くなっており、その結果、知的財産権侵害品の密輸が減少しているという。また、衣料品やファッション製品を販売する大規模小売市場である Rong Kluea 市場は、2020 年 3 月に閉鎖され、2021 年 11 月現在閉鎖されたままである。厳密に言えば、Rong Kluea 市場は、タイに進出したカンボジアの販売業者のみに禁止され、タイの販売業者は店を開くことを禁じられていなかった。しかしながら、2021 年 11 月 11 日の現地調査では、市場で営業している店舗はほとんどなかった。

そのため、ユニット長は、小売業者はビジネスのやり方を変えたと考えている。小売業者は以前、バンコクで転売するために、Rong Kluea 市場から大量の製品を購入していたが、現在はオンラインチャンネルから製品を購入し、消費者に転売している。

ユニット長によると、模倣品の一部は密輸され、小売業者に流通される前に倉庫に保管されていた。しかしながら、模倣品の一部は短期間保管され、すぐに他の車両に移されている。

結論として、ユニット長は、COVID-19 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変わったと考えている。ユニット長はまた、小売業はオンラインチャンネルに移行し、模倣品の種類は新しい市場トレンドに対応するために変化すると考えている。

税関が直面している問題

少量であるオンラインチャンネルを介して購入した商品は、税関職員により多くの検査作業を課している。しかしながら、ユニット長は税関職員が輸入品の検査により多くの労働時間を費やして現在対応していると説明した。

税関職員は、COVID-19の拡散を防止するため、人との密な接触のリスクを最小限にするために、物理的な検査を行う前に、疑わしい製品の情報を慎重に検証し、チェックする。税関のリスク管理評価により、高リスクと記載された特定の製品がある場合、検査される可能性が高くなる。疑わしい物流会社の名前のブラックリストは作成していない。

2.4.4 プークェット空港税関 (Phuket Airport Customs House)

プークェットのタラン地区に位置するプークェット国際空港は、タイで2番目に利用者の多い空港で、COVID-19パンデミック前は毎年1,400万人以上が利用していた。プークェット空港税関はプークェット国際空港の乗客検査を担当している。プークェット空港税関は、プークェットの市街地の実店舗を検査する権限を持っていない。当該権限は、プークェット税関が有している。

税関差止の件数および税関差止の数量

COVID-19拡散前の2019年には、プークェット空港税関による模倣品の差止件数はわずか2件だった。最初の事件は、2019年4月23日、税関職員が旅客到着ホールで発見した偽のハンドバッグ5点であった。第2の事件は、2019年9月26日、税関職員が到着した乗客のスーツケースから発見した偽のハンドバッグ10点であった。この2件は税関職員による抜き打ち検査であった。COVID-19パンデミック(2019年12月から現在まで)中に、プークェット空港税関で模倣品は発見されなかった。

税関により差止められた模倣品のカテゴリー

上記2件の模倣品はハンドバッグであった。現在、プークェット空港税関長を務める税関課長によると、プークェット空港税関で日本ブランドの模倣品が差止められたことは一度もないという。プークェット国際空港への貨物便は無く、模倣品を含む輸入品は、旅客便を経由して輸入されているとのことである。

COVID-19パンデミック(大流行)前後のタイ税関の変化

税関課長は、プークェットはCOVID-19パンデミック前そして大流行中も、裕福な観光客が訪れる場所であると述べた。プークェットの生活費はかなり高いが、地元の人々は一般的に高収入を得ている。したがって、税関課長によれば、プークェットの観光客や地元の人々は本物を買う購買力を持っているので、偽物を買うことはまずないだろうと述べた。

また、税関課長によると、COVID-19の拡散によりロックダウンが実施されたため、他地域からプーケットに移住した労働者の90%がプーケットから移住し、プーケットに滞在している労働者の10%が富裕層であるとのことであった。さらに、予防接種を受けた外国人旅行者が検疫を受けずにプーケットに入国することを許可したプーケット・サンドボックス (Phuket SandBox) キャンペーンを通じてプーケットを訪れた人々は、一般的にかなりの富を持っていた。これらの人々は偽物を買わない傾向があると、税関課長は考えている。

結論として、税関課長は、COVID-19パンデミックによって、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。また、捜査部長は、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の見解であった。これは、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。

税関が直面している問題

捜査部長は、プーケット空港税関は麻薬問題や関税回避などの別の課題にも取り組んでいると述べた。また、少量の模倣品が乗客によって密輸されている可能性はあるが、税関がすべての乗客を検査することは困難であると述べた。

2.4.5 プーケット税関 (Phuket Customs House)

プーケット税関は、プーケット港、プーケット埠頭、チャロン湾埠頭、およびプーケットの民間企業が所有するヨット・マリーナの税関取締を担当している。

税関差止の件数および税関差止の数量¹¹⁵

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

上表は、税関差止件数とその数量が2019年から2021年に大幅に減少したことを示している。現在までのところ、ほとんどの事件が船便に関係している。

¹¹⁵ プーケット税関による、2019年から2021年の期間における税関差止の件数および数量に関する統計データ

税関により差止められた模倣品のカテゴリー

2019年から2021年までにプーケット税関が押収した製品の上位3位を次表に示す。¹¹⁶

2019年	2020年	2021年
Tシャツ	Tシャツ	口紅
カバン	帽子	
靴, サンダル	携帯電話ケース	

COVID-19 パンデミック（大流行）前後のタイ税関の変化

税関管理課長よれば、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。

第一に、2019年末以降のCOVID-19パンデミック、プーケットのロックダウン、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である。景気低迷の背景には、消費者需要の低迷があり、知的財産権を侵害する製品が減少していることがあげられる。

第二に、オンラインとオフラインの両方のチャンネルに関して、当局による知的財産権侵害に対する厳格な執行措置がとられている。

第三に、知的財産権の侵害は、特にソーシャルメディアや電子商取引プラットフォームを通じて、オフラインからオンラインへと移行している。

税関管理課長はさらに、知的財産権を侵害する製品の輸入経路が、バンコクやHat Yaiの都市からの民間の物流業者やバスに変更されたことを挙げた。最近、知的財産権侵害品が発見された場所は、主要なナイトマーケット、地元のデパート、Patong ビーチエリアの店、Karon ビーチエリア、Phuket Old Townであった。しかしながら、COVID-19パンデミック以来、これらの市場の80%は閉鎖されている。

また、税関管理課長は、消費者はタイ国内の他の場所や他の国から商品を購入し、購入した商品を民間の物流業者から回収または受け取っていると考えている。したがって、プーケットはそのような製品の原産地ではない。さらに、税関管理課長は、消費者は知的財産権関連商品に対する意識が高く、一般的に模倣品の使用を好まないと考えている。

¹¹⁶ プーケット税関による、2019年から2021年の期間における知的財産権侵害品の種別毎の数量に関する統計データ

税関が直面している問題

税関管理課長は、プーケット税関が直面している問題の一つが人手不足であると述べた。プーケット税関には 26 人の税関職員しかおらず、知的財産権侵害品に対処するためのツールは限られている。

すべての荷物を検査することは不可能なため、税関職員は物流業者や運送会社を通じて輸送された小さな荷物を検査する能力に限界がある。このため、税関職員は 1 人の受取人に送られた大量の不審な小包や大量の小包の検査を優先する。さらに、税関職員は、当該職員の経験に基づいて、当該製品の原産地、当該製品が送付された場所およびその他の関連情報等のその他の事情を考慮する。

プーケット税関は、軍、警察、管理者、地元住民などの情報交換において他の当局と協力することを計画している。さらに、プーケット税関は、知的財産権侵害行為に関与した経歴のある企業を検査する際に、リスク管理手法を用いて、クリーンな輸出入を行う企業の貿易の円滑化と厳格な管理の維持とのバランスをとることを計画している。

第3章

3. 模倣品の流通に影響を与える要因

3.1 タイ人消費者の購入および消費の動向

ラジャマンガラ工科大学スワンナブーム（Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi）経営情報学部（以下、「アンケート調査（Questionnaire Survey）」という。）が実施した「侵害品に関するタイ消費者の意識に関する調査」を用いて、タイ人消費者の購入および消費の動向に関する調査を行った。

2021年9月1日～30日にタイの6地域（北部、中央部、南部、東部、西部、北東部）でアンケート調査を行った。合計1,800人を対象に調査を行った。本報告書には、調査対象地域の詳細、各地域の回答者数、調査結果を「添付資料」として添付している。

最大の年齢グループは20～29歳（34.40%）であった。職種のトップ3は「会社員」（25.2%）、「大学生・大学院生」（18.5%）、「自営業・自由業」（13%）だった。回答者が住んでいる地域は、タイ中央部が最も多かった。

本章では、タイの消費者の購入および消費の動向を、アンケート調査の結果に基づいて分析した。

タイ人消費者の購買力

2020年初旬にCOVID-19パンデミックが発生する前、タイの経済成長は減速傾向にあった。1960年から1996年の間、タイ経済は年平均7.5%で成長した。アジア金融危機後の1999年から2005年の間、年平均5%で成長した。しかしながら、タイの経済成長率は、2018年には4.2%、2019年にはわずか2.4%だった¹¹⁷。成長率の低下に寄与した主な要因は、輸出需要の減少、公共投資の減速、最低賃金の上昇¹¹⁸、および農業生産全体に影響を及ぼした干ばつであった。

COVID-19パンデミックはタイ経済に大きな影響を与えた。2020年の同国のGDPは6.1%のマイナス成長となったが、これはASEAN加盟国の中で最も深刻なマイナス成長の一つであった。これは、移動制限および多くの企業の強制閉鎖によって、特に観光および世界貿易における世界的需要および国内需要の急激な減少によってもたらされた。タイのGDP成長率は、2021年第二四半期、7.6%に戻った。

¹¹⁷ The World Bank. “Overview” [<https://www.worldbank.org/en/country/thailand/overview#1>] (2021年11月確認)

¹¹⁸ Max Neu & Kwankamon Thanadkahn, Thailand Development Research Institute (TDRI). “Minimum wage – a blessing or a curse?” [<https://tdri.or.th/en/2018/10/minimum-wage-a-blessing-or-a-curse/>] (2021年11月確認)



(出典: <https://tradingeconomics.com/thailand/gdp-growth-annual>)

COVID-19の第4波に関連した経済的打撃は、広範囲にわたる失業につながった。COVID-19による経済的打撃により、2020年には貧困率は6.4%に上昇し、さらに20万人が貧困に陥った¹¹⁹。移動制限、ロックダウン¹²⁰、公衆衛生の強化、および、所得損失の影響は、社会援助措置によって部分的に相殺され、タイ人消費者の購買力および経済見通しに関する消費者の動向にかなりの影響を与えた。

タイ人消費者の消費動向

一般的に、タイ人消費者の消費動向は、広範な雇用喪失と継続的な経済的不確実性の影響をかなり受けている。タイ人消費者は、家や車といった大きな買い物をするに抵抗を感じるようになってきている。ほとんどの支出は生活必需品に集中しており、消費者は個人的な娯楽に使う金額を減らしている。その結果、食料品、パーソナルケア用品、清掃用品の需要が見込まれる。

タイ人消費者の大多数(80%)¹²¹は、買い物の際にいくら使うか?という点を気にしていると述べた。それにもかかわらず、デジタル活動、電子商取引、キャッシュレス決済に対するあらゆる所得層の消費者の需要が増加している。タイ人消費者はキャッシュレスやオンラインでの購入により満足感を得ており、実店舗やオンラインでのキャッシュレス決済の利用が増加している。

上記に加えて、以下で議論するいくつかの他の注目すべき消費者動向がある。

¹¹⁹ 注釈 153 参照

¹²⁰ Suttinee Yuvejwattana および Randy Thanthong-Knight. "Thailand's Lockdown-Like Virus Curbs Dent Economic Recovery", Bloomberg, 2021年7月12日。[<https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-07-11/thailand-s-lockdown-like-virus-curbs-dent-economic-recovery-bets>] (2021年11月9日確認)

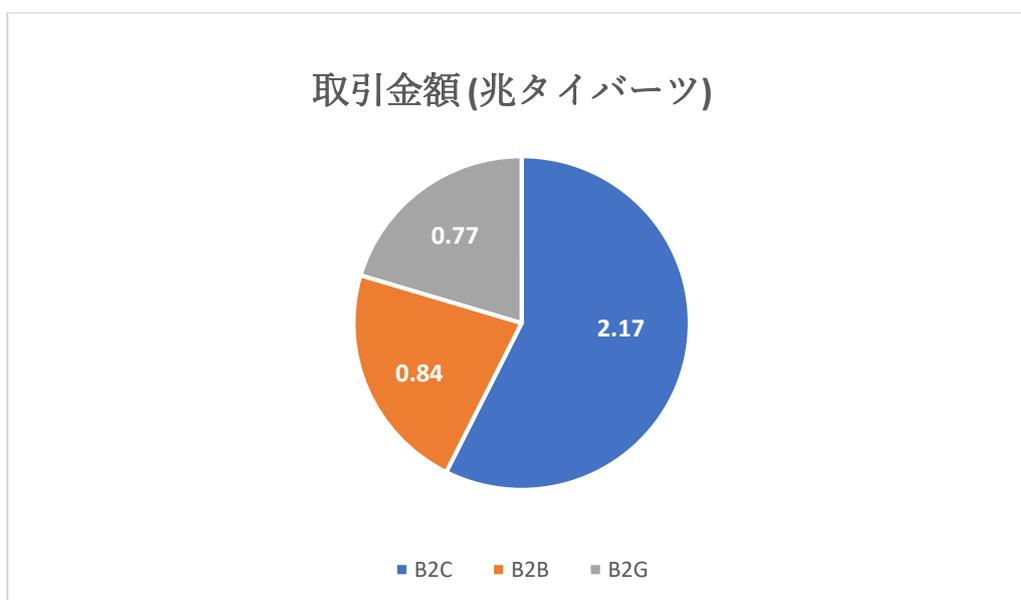
¹²¹ Ipsos. "Over 18 months into the pandemic: Thailand is catching up on a cautious return of optimism among Southeast Asians", 2021年9月3日。[<https://www.ipsos.com/en-th/over-18-months-pandemic-thailand-catching-cautious-return-optimism-among-southeast-asians>] (2021年11月9日確認)

持続可能性 (Sustainability)

タイ人消費者は SNS を通じて環境問題への意識を高めてきた。プラスチック廃棄物管理ロードマップ 2018-2030¹²²によると、マイクロビーズ、キャップシール、およびオキシ分解性プラスチックを禁止する新しい法律が 2019 年に閣議決定され、2022 年までに他の 4 種類の使い捨てプラスチックも禁止される。タイの中産階級から上流階級の消費者はしばしば、ブランドに対して環境に責任を持ち、持続可能なアプローチを採用するよう圧力をかける。¹²³ 環境の持続可能性を重視するブランドの製品には、より高い価格を支払うことをいとわず、消費者は自らが貢献していることに満足することができる。¹²⁴

利便性 (Convenience)

COVID-19 の世界的流行は、多くのタイ人消費者に不安定な経済と健康についての不安を引き起こした。多くの人にとって、仕事も生活もこれまで以上に忙しくなっている。タイ人消費者は、購買においてますます利便性を重視するようになっており、これがタイ市場における電子商取引の増加につながっている。Electronic Transactions Development Agency (ETDA) によると、オンライン販売は増加を続け、2020 年には 3 兆 7800 億タイバーツを記録した。¹²⁵ 取引の種類は、次に示すように 3 つのカテゴリー（企業間取引 (B2B)、企業対消費者 (B2C)、そして、企業対政府 (B2G)）に分類できる。



(出典: <https://www.etcha.or.th/th/pr-news/ETDA-Reveals-the-Value-of-e-Commerce-in-2021.aspx>)

¹²² Royal Thai Embassy, Washington D.C. "Cabinet approves no plastic campaign for 2020"

[<https://thaiembdc.org/2019/11/19/cabinet-approves-no-plastic-campaign-for-2020/>] (2021 年 11 月確認)

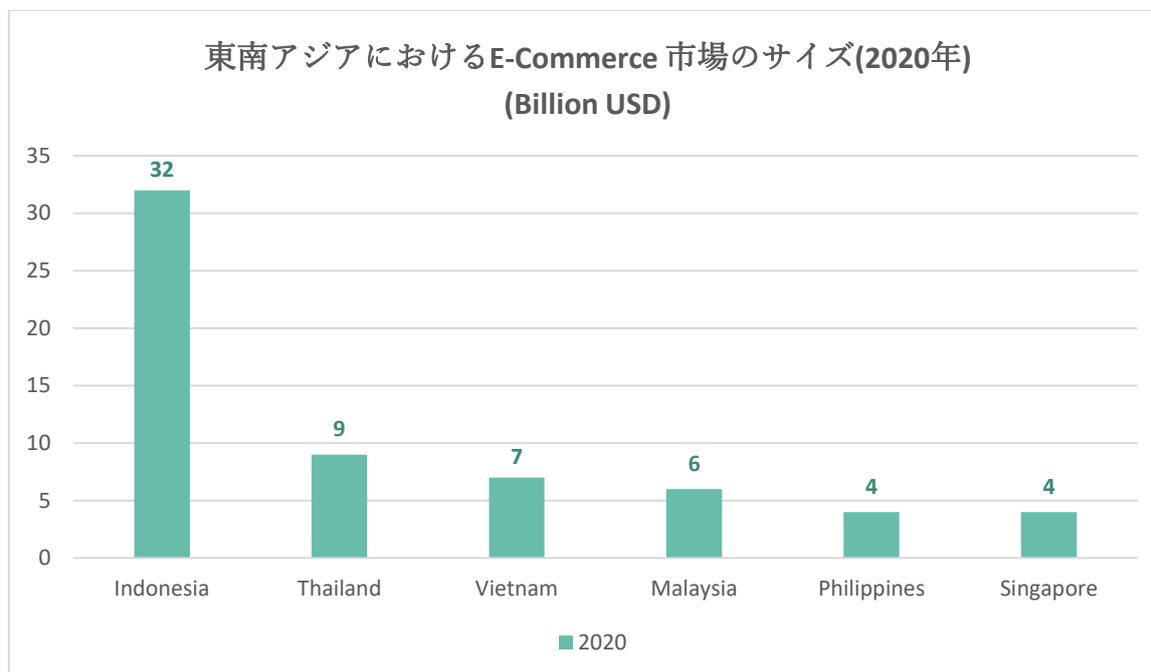
¹²³ Forbes Thailand. "PWC pointed consumers' behavioral change after COVID", 2020 年 7 月 30 日

[<https://forbesthailand.com/news/marketing/pwc-%e0%b8%8a%e0%b8%b5%e0%b9%89%e0%b8%9e%e0%b8%a4%e0%b8%95%e0%b8%b4%e0%b8%81%e0%b8%a3%e0%b8%a3%e0%b8%a1%e0%b8%9c%e0%b8%b9%e0%b9%89%e0%b8%9a%e0%b8%a3%e0%b8%b4%e0%b9%82%e0%b8%a0%e0%b8%84%e0%b9%80.html>] (2021 年 11 月確認)

¹²⁴ Thailand Creative & Design Center. "Trends 2021", 2020 年 8 月 31 日

¹²⁵ 電子取引開発機構. "EDTA Reveal Values of E-Commerce", 2021 年 10 月 14 日 [<https://www.etcha.or.th/th/pr-news/ETDA-Reveals-the-Value-of-e-Commerce-in-2021.aspx>] (2021 年 11 月確認)

2020年、タイは電子商取引市場として世界で26番目¹²⁶、東南アジアでは（インドネシアに次いで）2番目¹²⁷に大きな市場だった。



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

この背景には、インターネットや携帯電話の利用拡大に加え、物流や電子決済システムの改善により、オンラインショッピングの利便性が高まり、消費者の信頼感が高まったことがある。タイの成長する電子商取引市場はモバイルアプリケーションに集中しており、2020年のモバイル電子商取引市場は158億米ドルと推定されている。また、全国の村々にブロードバンド・ネットワークを構築する政府プロジェクト「Net Pracharat」では、電子商取引を通じた情報格差の解消や経済発展に貢献している。¹²⁸

上述したとおり、タイの電子商取引は3つのカテゴリー（B2B、B2C、B2G）に分類され、それぞれに異なるプラットフォームが対応している。B2Bが最も大きな割合（55%）を占め、B2C（29%）、B2G（16%）とこれに続いている。¹²⁹

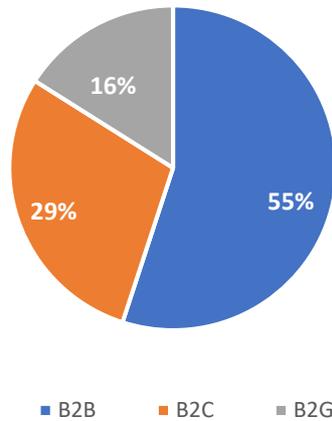
¹²⁶ ecommerceDB. “The eCommerce market in Thailand” [<https://ecommercedb.com/en/markets/th/all>] (2021年11月確認)

¹²⁷ Statista. “Retail e-commerce market volume in Southeast Asia from 2019 to 2020 with a forecast for 2025, by country” [<https://www.statista.com/statistics/647645/southeast-asia-ecommerce-market-size-country/>] (2021年11月確認)

¹²⁸ デジタル経済社会省. “APT Report on Best Practice of Connectivity – Village Broadband Internet Project (Net Pracharat) of Thailand”, 2019年8月29日

¹²⁹ アメリカ合衆国国際貿易局. “Thailand - Country Commercial Guide”, 2021年8月16日
[<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-ecommerce>] (2021年11月確認)

タイにおけるE-Commerce プラットフォーム



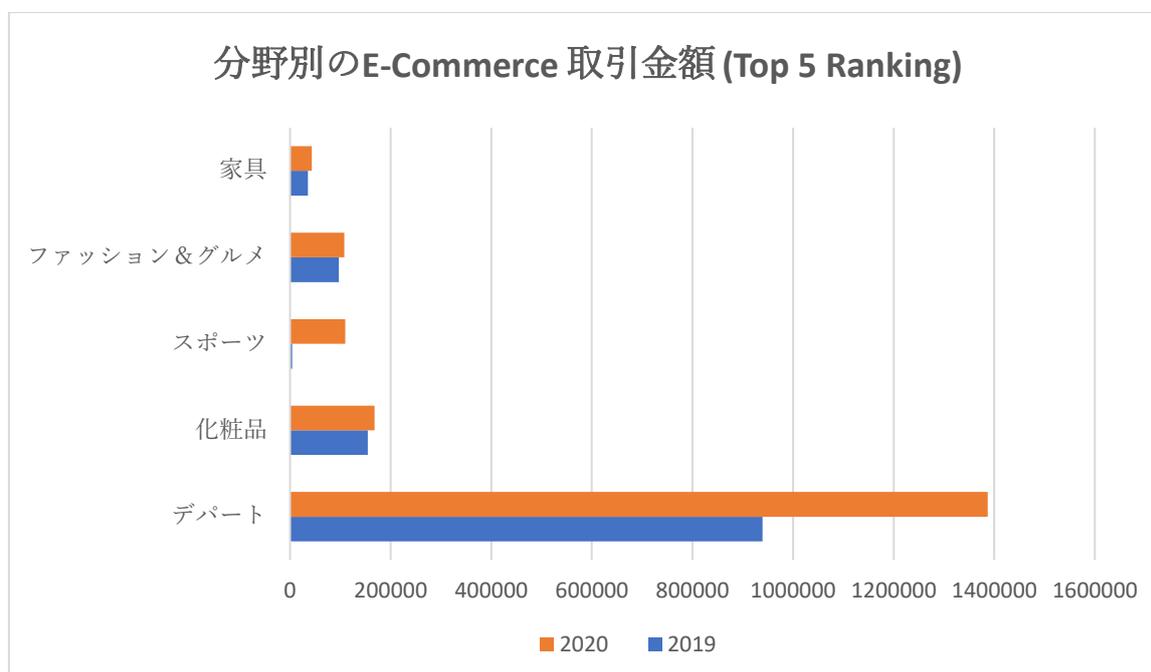
(出典: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-ecommerce>)

タイ人消費者が利用している電子商取引プラットフォームはいくつかあり、Shopee、Lazada、Kaidee、PowerBuyなどが最も利用されている。海外と現地の電子商取引プラットフォームの組み合わせは、タイの消費者が様々なオンラインショッピングプラットフォームへのアクセスを楽しんでいることを示している。その中でもShopeeとLazadaは群を抜いて大きく、以下の表はオンラインプラットフォームを月間訪問数でランク付けし、2020年にタイで提供した製品とサービスのカテゴリーを示している。

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ー
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://ecomeye.com/top-ecommerce-sites-thailand/>)

タイでは、様々な産業における電子商取引、特に物品の小売と卸売の価値が高まっている。分野別に比較すると、以下の5つの最も価値の高い分野は、デパート、化粧品・美容、スポーツ、ファッション&グルメ、家具である。



(出典: <https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/Wholesale-Retail/Modern-Trade/IO/io-modern-trade-21>)

在宅経済 (Stay-at-Home Economy)

2020年および2021年の移動規制および企業の強制閉鎖の結果、タイ人消費者は自宅待機を余儀なくされた。ほとんどの企業が政府の規制に従って在宅勤務を実施した。タイ人消費者は、学習、仕事、社交、買い物、娯楽のための在宅ライフスタイルに順応し、そのことが家具、家庭娯楽への支出の増加につながった。これが、いわゆる「在宅経済」である。¹³⁰

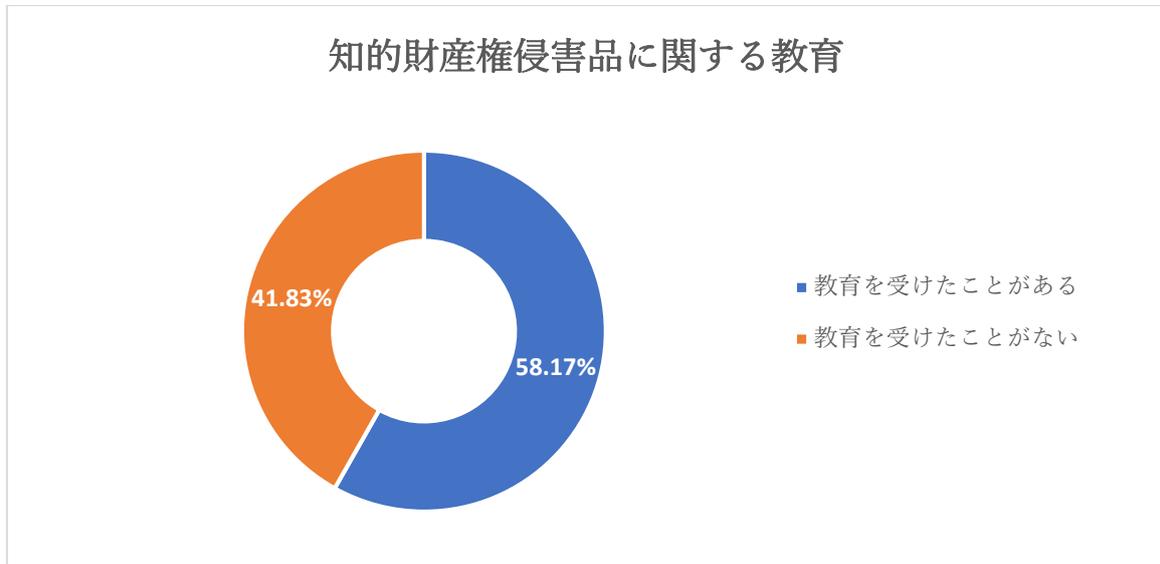
a. 模倣品に対する消費者の認識

模倣品に対する認識および模倣品を特定する能力

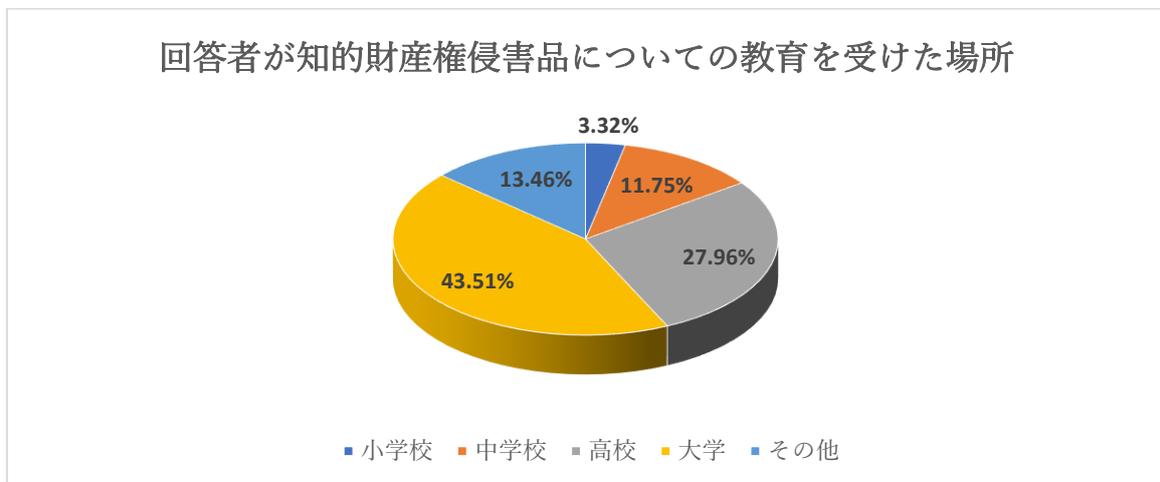
アンケート調査の結果、多くの回答者(58.17%)は知的財産権侵害品についての教育を受けており、その多く(43.51%)は大学で知的財産権侵害に関連する教育を受けていた。ところが、「オンラインショッピングの過程で知的財産権を侵害していると思われる商品を見かけたことがあるか?」と質問したところ、「ある」と答えた回答者は45.31%にとどまった。一方、回答者の33.16%は確信が持たず、21.51%は「ない」と答えた。この結果について考察する際には、「ない」という回答をしたことが、模倣品に対する認識や模倣品を識別する能力が劣っていることを示しているとはいえない点に注意する必要がある。「ない」という回答に至る重要な要因の一つは商品の種類と関連がある。高級品であれば、価格、品質、そして出所などを比較す

¹³⁰ Brand Buffet. "Stay-at-Home Economy", [https://www.brandbuffet.in.th/2021/03/stay-at-home-economy-trend/], March 7, 2021, (accessed November 19, 2021)

ることで、消費者が模倣品に気づきやすくなる。しかしながら、商品が高級品ではなく、侵害者が通常、模倣品を真正品と同程度の価格で販売している場合、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であろう。以下に、関連する図表を示す。



(出典: Questionnaire Survey — Figure 17: 知的財産権侵害品に関する教育)



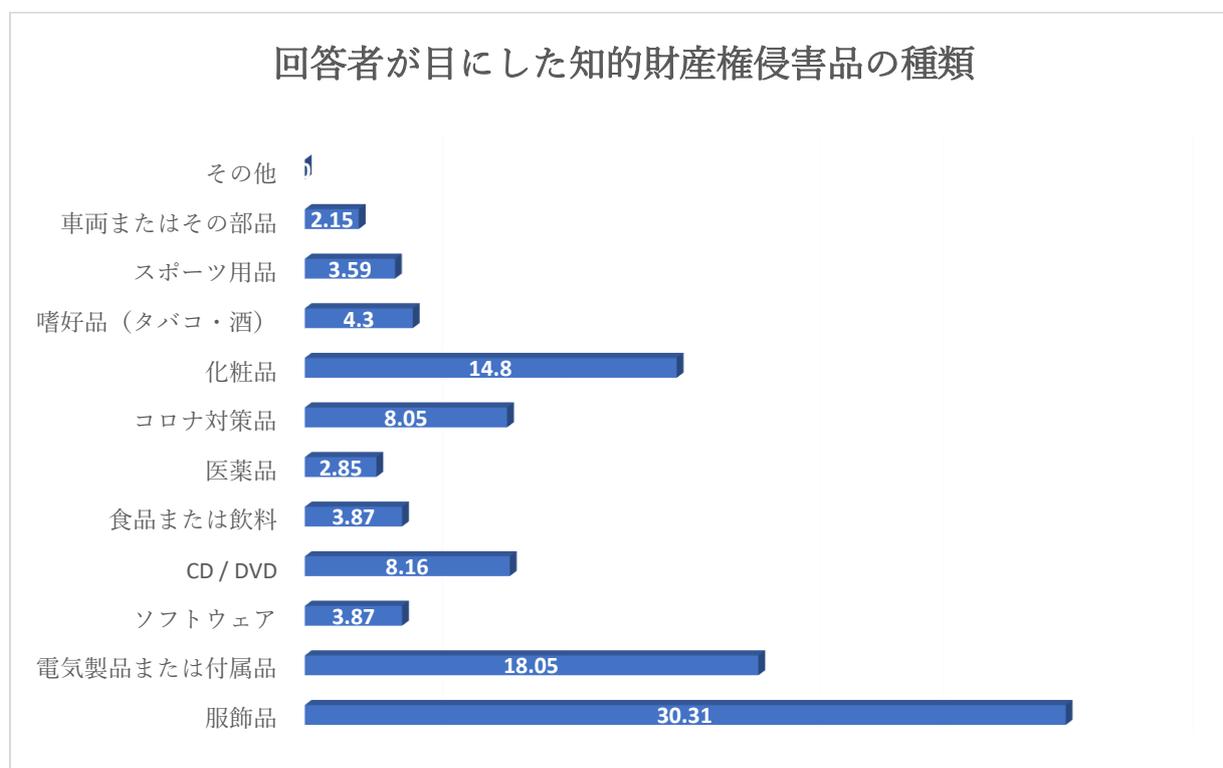
(出典: Questionnaire Survey — Figure 18: 回答者が知的財産権侵害品についての教育を受けた場所)



(出典: Questionnaire Survey — Figure 21: インターネットで購入する過程で、知的財産権侵害品と思われる商品を目にしたことの有無)

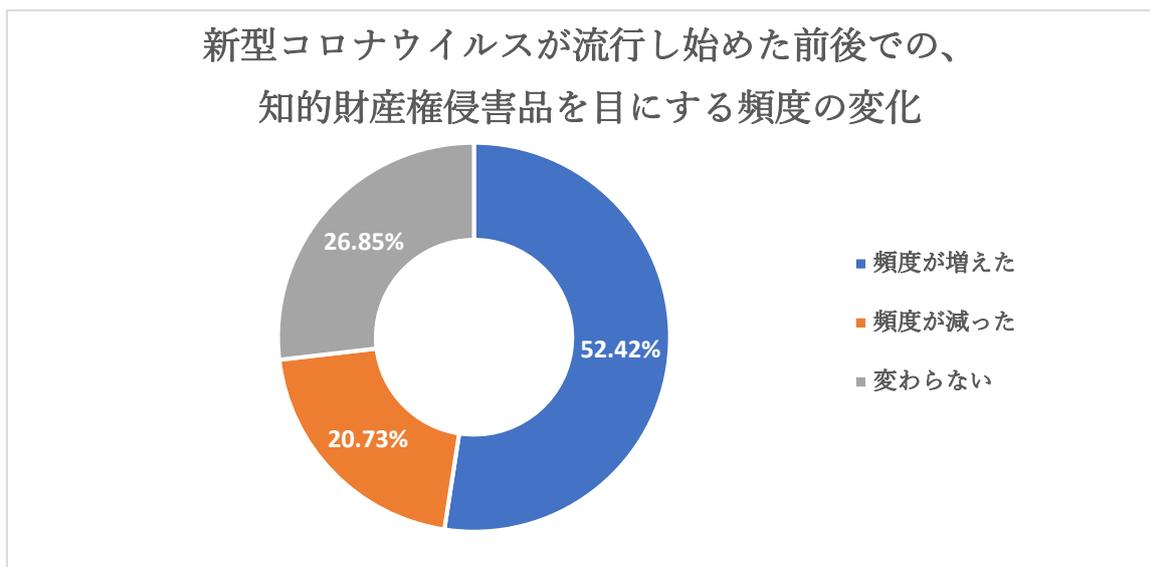
模倣品を目にする頻度

アンケート調査の結果によれば、COVID-19 パンデミック後、「侵害品を見た頻度に変化がある」と回答者は感じていた(2020年3月以降)。多くの回答者(52.42%)が知的財産権侵害品を見た「頻度が増えた」と感じており、回答者の26.85%が「変わらない」と、回答者の20.73%は「頻度が減った」と感じている。知的財産権を侵害している商品としては、服飾品が30.31%と最も多く、次いで電気製品(及び付属品)が18.05%、化粧品が14.8%となっている。以下に、関連する図表を示す。



(出典: Questionnaire Survey — Figure 22: 回答者が目にした知的財産権侵害品の種類)

新型コロナウイルスが流行し始めた前後での、 知的財産権侵害品を目にする頻度の変化



(出典: Questionnaire Survey — Figure 23:新型コロナウイルスが流行し始めた前後 (2020年3月前後)での、知的財産権侵害品を目にする頻度の変化)

b. 模倣品の消費者購入

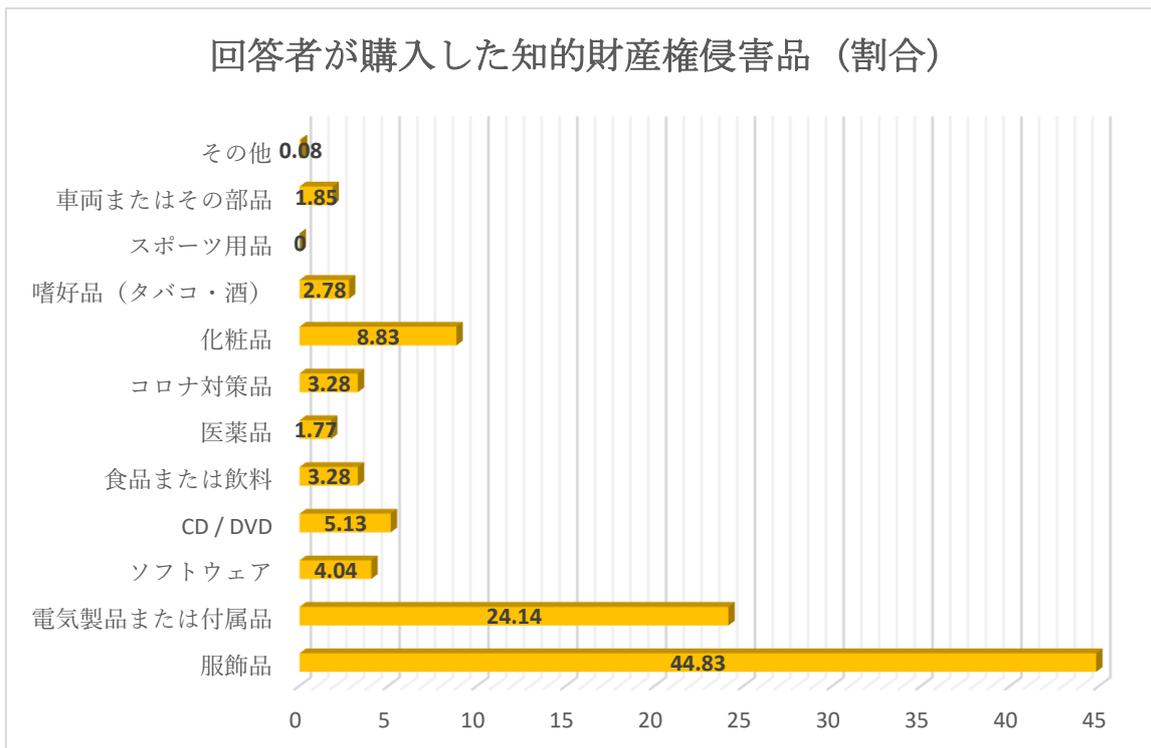
知的財産権侵害品の購入に関する経験

アンケート調査の結果によると、回答者の32.28%が、特にCOVID-19パンデミック後(2020年3月から2021年7月)に、知的財産権侵害品を購入したことがあると回答した。回答者が購入した製品には、服飾品(44.83%)、電気製品または付属品(24.14%)などが含まれていた。これらの結果は、回答者がタイ市場で見た知的財産権侵害品の状況と似通っている。

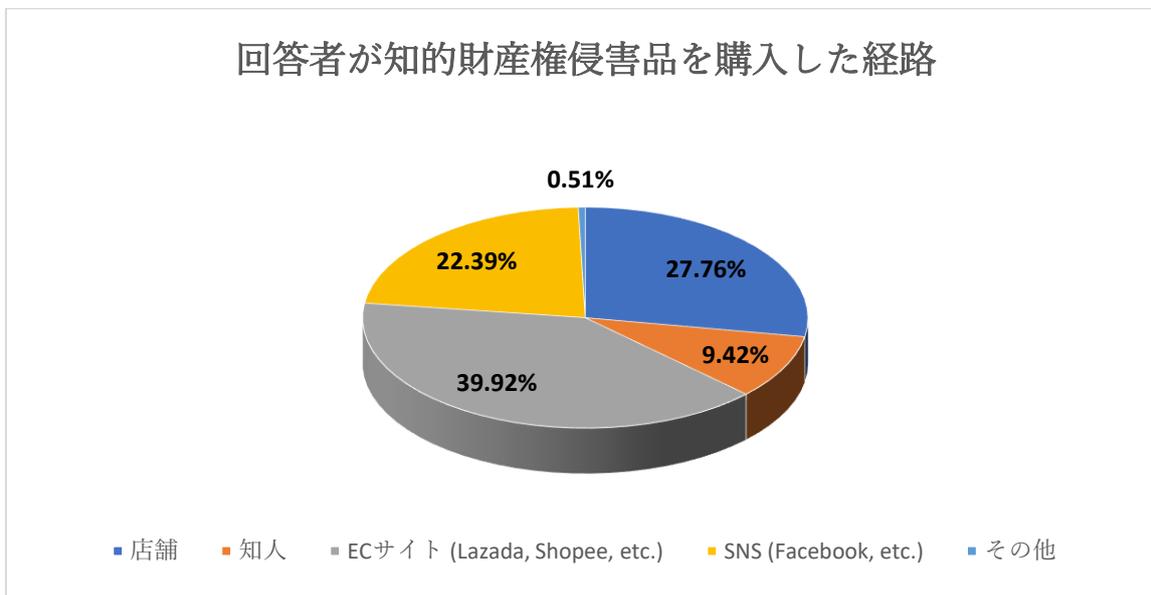
消費者が知的財産権侵害品を購入する経路として最も多かったのはオンラインショッピングプラットフォーム(39.92%)であり、次いで実店舗(27.76%)、SNS(22.39%)となっている。これらの結果から、知的財産権侵害品の購入の63.31%がオンラインで行われていることを示し、タイにおける現在の消費動向を確認することができる。以下に、関連する図表を示す。



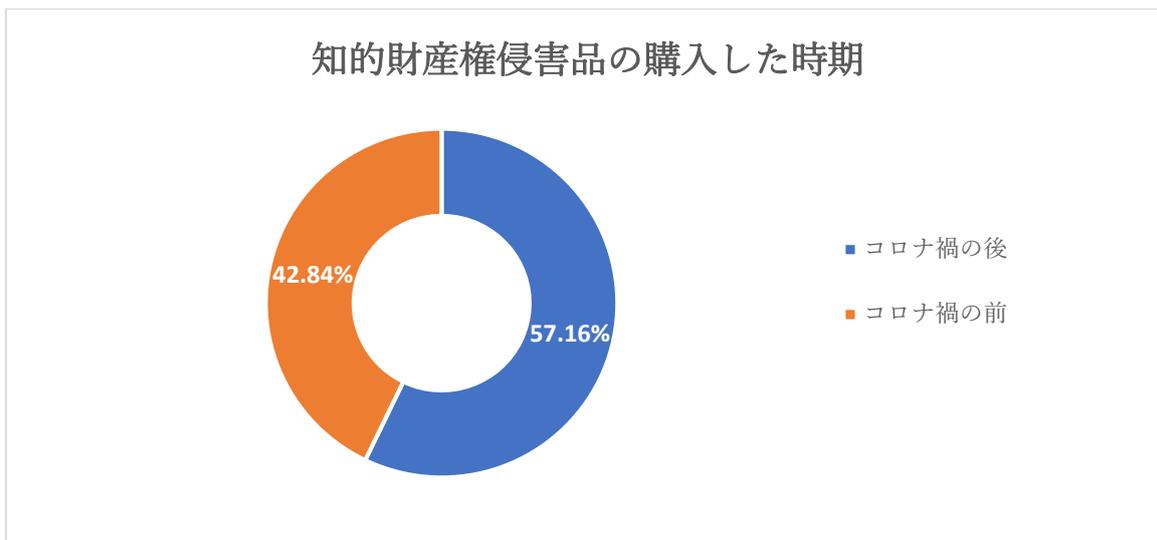
(出典: Questionnaire Survey — Figure 8: 知的財産権侵害品の購入に関する回答者の経験)



(出典: Questionnaire Survey — Figure 9: 回答者が購入した知的財産権侵害品)



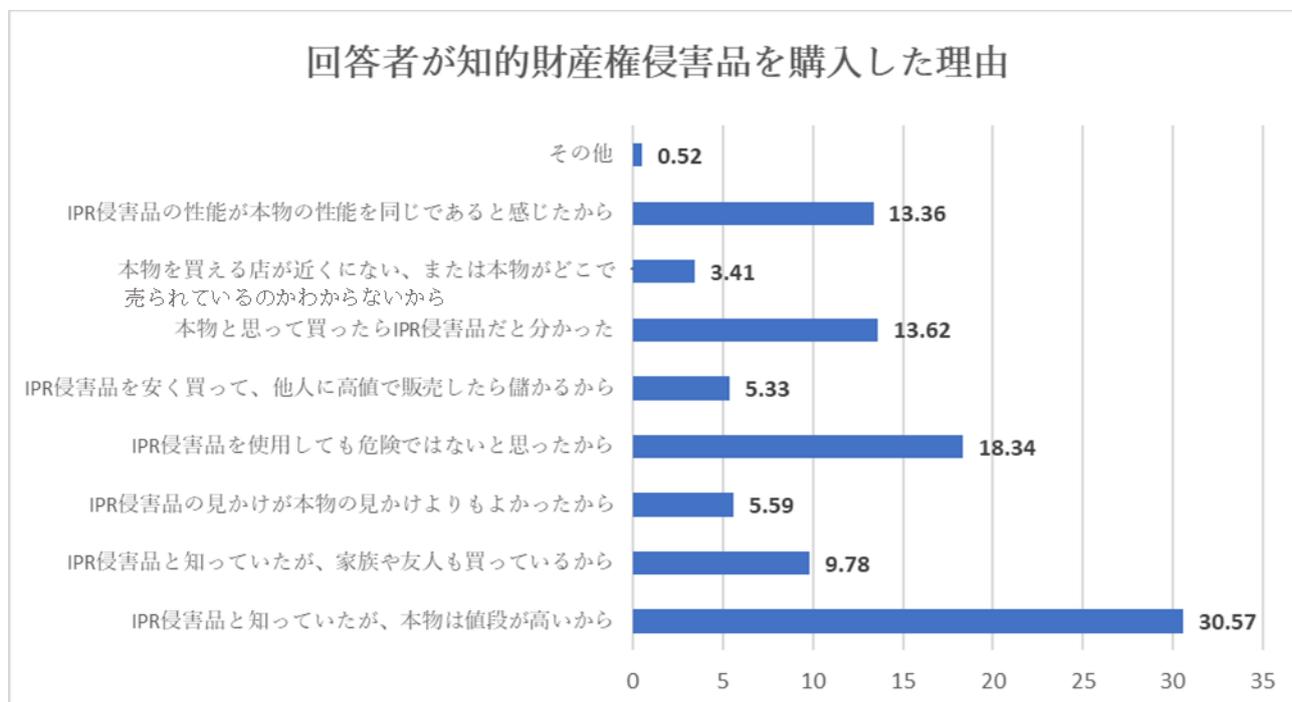
(出典: Questionnaire Survey — Figure 10: 回答者が知的財産権侵害品を購入した経路)



(出典: Questionnaire Survey — Figure 11: 知的財産権侵害品の購入した時期 (コロナ禍の前または後))

知的財産権侵害品の購入の理由および認識

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、本物は価格が高い」というものであった。次に多かった理由は、「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%)であった。3番目に多かった理由は、「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%)であった。以下に、関連する図表を示す。

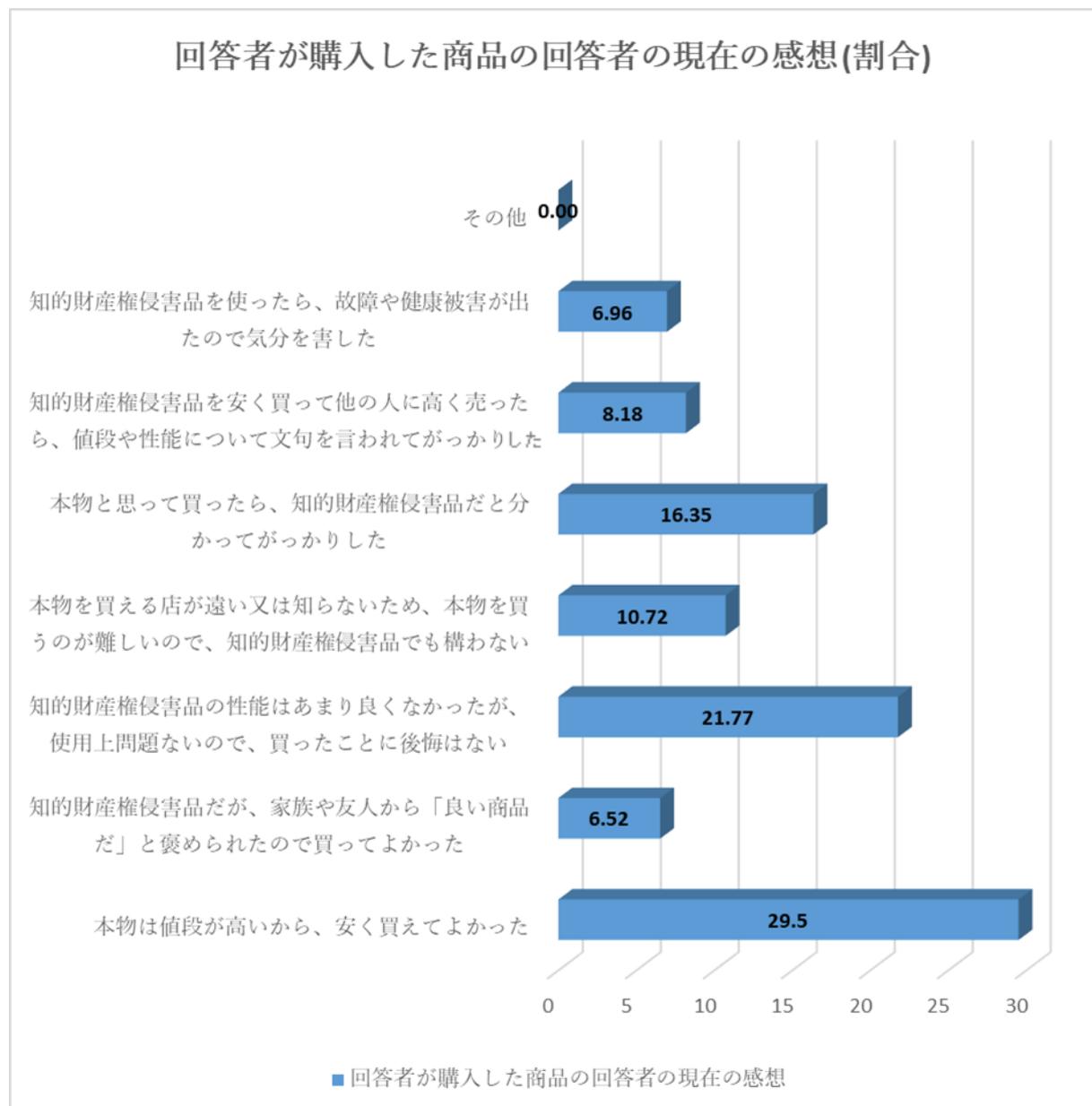


(出典: Questionnaire Survey — Figure 12: 回答者が知的財産権侵害品を購入した理由)

購入した知的財産権侵害品に対する感想

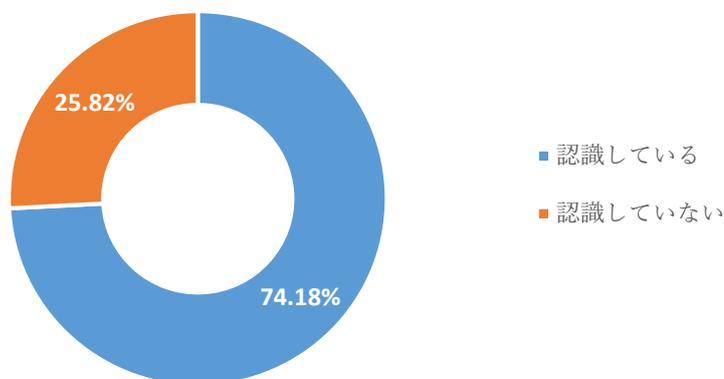
知的財産権侵害品を購入した経験のある回答者のうち、多くの回答者が「知的財産権侵害品が容易に破損し、事故を起こしやすく、健康に危険を及ぼす可能性があること」(74.18%)、そして、「知的財産権侵害品を販売することは違法であること」(86.52%)を認識していた。しかしながら、購入した知的財産権侵害品についての感想を尋ねたところ、29.5%の回答者が「真正品よりも安価である」ことから肯定的であった。さらに 21.77%の回答者が「知的財産権侵害品の性能はあまり良くなかったが、使用上問題ないので、買ったことに後悔はない」と回答した。

これらの結果は、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ことを示している。以下に、関連する図表を示す。



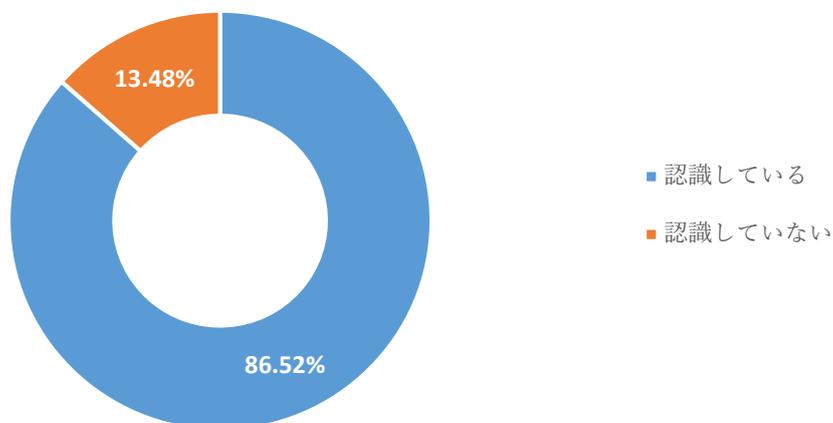
(出典: Questionnaire Survey — Figure 13: 回答者が購入した商品の回答者の現在の感想 (割合))

知的財産権侵害品に対する故障・事故・健康リスクの認識



(出典: Questionnaire Survey — Figure 14: 知的財産権侵害品に対する故障・事故・健康リスクの認識)

知的財産権侵害品を販売することが違法であることの認識

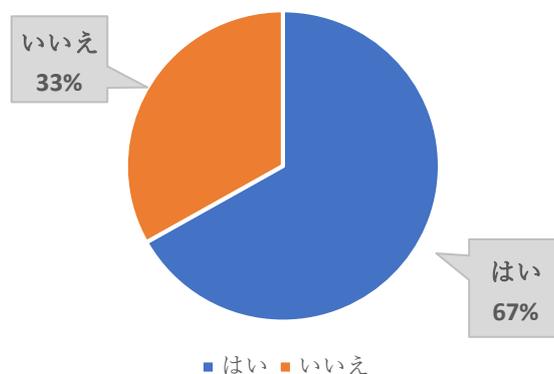


(出典: Questionnaire Survey - Figure 15: 知的財産権侵害品を販売することが違法であることの認識)

知的財産権侵害品を今後も購入することに関する傾向

購入した製品に好感を持っている人が多いにもかかわらず、「知的財産権侵害品を購入し続ける」と回答した回答者は33%に過ぎず、多くの回答者(67%)が「今後は購入したくない」と回答した。主な理由は、「回答者が知的財産権侵害品の販売が違法であること」を認識しているからである。以下に、関連する図表を示す。

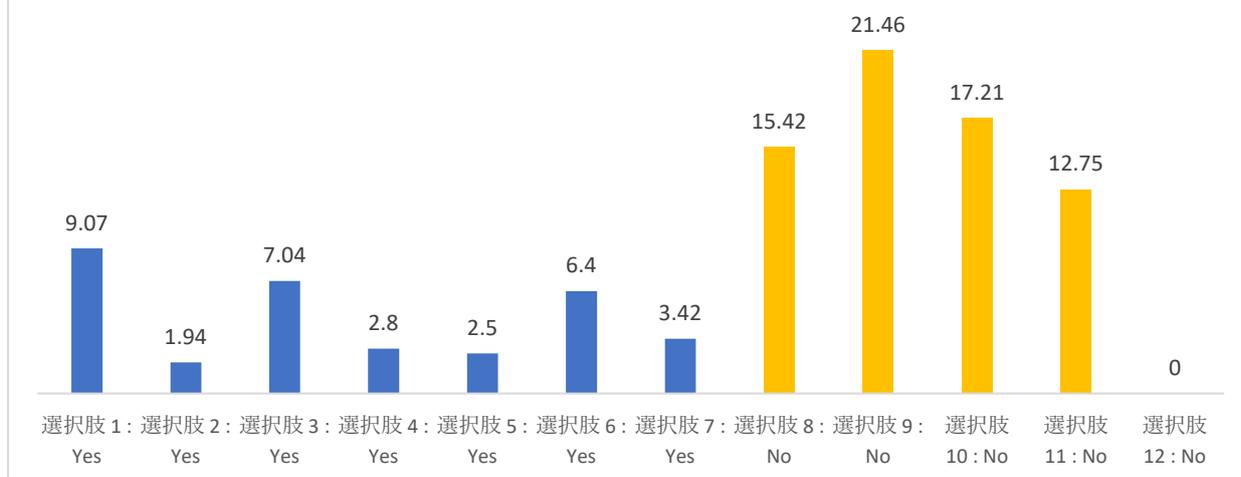
今後も知的財産権侵害品を買いたいですか？



選択肢		人数	割合
1	本物の値段が高いから、安い知的財産権侵害品を今後も買いたい	356	9.07
2	知的財産権侵害品を安く買って、他の人に高く販売したら儲かるので、今後も買いたい	76	1.94
3	見かけや性能で本物と大きな差がないなら、安い知財侵害品を今後も買いたい	276	7.04
4	今後も家族・友人が知財侵害品を買うなら自分も買うかもしれない	110	2.80
5	本当は本物を買いたいけれど店が遠い又は買える方法を知らないので、知的財産権侵害品を今後も買うかもしれない	98	2.50
6	知的財産権侵害品であっても故障・事故・健康リスクが少なそうな商品ならば、今後も買うかもしれない	251	6.40
7	知的財産権侵害品を買っても他人の迷惑になるわけでないので、今後も気にせず買うかもしれない	134	3.42
8	知的財産権侵害品は故障・事故・健康リスクが怖いので、できるだけ買いたくない	605	15.42
9	知的財産権侵害品は違法に販売されている物だから買いたくない	842	21.46
10	知的財産権侵害品を自分が買うことで、その代金が組織犯罪やテロ等に利用されて社会に悪影響を及ぼすのであれば買いたくない	675	17.21
11	知的財産権侵害品を自分が買うことで、本物を製造販売する企業の収益が低下し、タイの国全体の経済活動に悪影響を及ぼすので買いたくない	500	12.75
12	その他	0	0.00
計		3,923	100

(出典: Questionnaire Survey — Table 20: 今後、知的財産権侵害品を買いたい、または買いたくないと思う理由)

今後、知的財産権侵害品を買いたい、または買いたくない と思う理由



(出典: Questionnaire Survey — Figure 19: 今後、知的財産権侵害品を買いたい、または買いたくないと思う理由)

3.2 消費者の消費意思決定に影響を与える要因

消費者の消費意思決定に影響を与える要因には、以下のようなものがある。

経済的要因

消費者行動はその国の経済状況に大きく左右される。国の経済が好調で、消費者が好調な経済環境にあると、消費者の購買力は高くなる傾向があり、購買に対する消費者の要求が高まる。

一方、景気低迷は、失業や購買力の低下による市場の低迷を反映していることが多い。¹³¹

価格およびプロモーション

アンケート調査結果において、知的財産権侵害品を購入したことがある回答者の 30.57%が、「知的財産権侵害品と知っていたが、本物は価格が高い」と回答している。回答者の 29.50%は、購入を検討した結果、「本物は値段が高いから、安く買えてよかった」と回答した。回答者の 21.77%は、「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」と回答した。以上のように、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ことが分かる。

これらの数字は、製品の価格が多くの消費者の消費選択に影響を与える主要な要因であることを示唆している。以上の回答は、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、それを受け入れる者もいることを示唆している。

¹³¹ Mallika Rangaiah. “5 Factors Influencing Consumer Behavior”, [https://www.analyticssteps.com/blogs/5-factors-influencing-consumer-behavior], 2021年4月10日(2021年11月9日確認)

最近の景気後退を考えると、タイ人消費者は全般的に価格に敏感になり、宣伝マーケティングにより誘導されている。オンラインプラットフォームやブランドの中で最も成功したプロモーション戦略の一つは、「2.2」（2月2日）や「7.7」（7月7日）などの毎月のプロモーション日で、これは「Singles Day（独身の日）」（11月11日）のために中国で最初に導入されたコンセプトであった。¹³² このプロモーション戦略はタイで非常に人気があり、ほとんどの電子商取引プラットフォームで毎月実施されている。

価格の影響を示すもう一つの主要なプロジェクトは、2020年に政府が開始した「Half-Price（半額）」の共同支払キャンペーンである。¹³³ このキャンペーンは、地方経済を活性化し、消費者が生活費を節約するために、政府のウォレットアプリを通じて購入した商品に対して参加店での購入価格の半額を補助することを目的としていた。このキャンペーンでは、キャンペーン期間中、一人あたり1日150タイバーツ、最大3,000タイバーツを配布した。このキャンペーンは消費者行動に大きな影響を与え、多くの消費者がキャンペーンに参加していない店よりもキャンペーンに参加している店を選択した。

社会的要因

人間は社会的存在であり、社会的に受け入れられたいという欲求を通じて周囲の人々の行動に強く影響される。この原則は消費者の行動にも同様に適用される。社会的影響力の強さの一例は「マイクロインフルエンサー（Micro-Influencer）」文化である。

2020年初頭から、タイでCOVID-19が大流行した後、移動が制限され、企業の閉鎖が義務付けられたため、消費者はオンラインショッピング、SNSの利用、テレビ会議、マルチメディアのストリーミングに移行した。

インターネットはよりアクセスしやすくなっており、タイでは現在約4,860万人のインターネットユーザーがおり、2020年から2021年の間に340万人（7%）増加した。¹³⁴ タイには4,750万人のモバイルユーザーと5,500万のSNSアカウントがある。¹³⁵ タイで最も利用されているSNSプラットフォームは、Facebook、YouTube、LINE、Instagram、Twitter、Tik-Tokである。タイには約5,100万のFacebookアカウント、4,500万のLINEアカウント、3,700万のYouTubeアカウント、1,600万のInstagramアカウント、740万のTik-Tokアカウント、700万のTwitterアカウントが利用されている。

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している。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。むしろ、同僚・仲間の意見やコメントを信用する傾向がある。このよ

¹³² McKinsey & Company. “The next normal arrives: Trends that will define 2021 – and beyond”, [https://www.mckinsey.com/featured-insights/leadership/the-next-normal-arrives-trends-that-will-define-2021-and-beyond], 2021年1月4日(2021年11月確認)

¹³³ タイ国立報道局(National News Bureau of Thailand). “PM satisfied with “Half-Price” co-pay campaign’s success”, [https://thainews.prd.go.th/en/news/detail/TCATG201109015140336], 2020年11月9日(2021年11月確認)

¹³⁴ DataReportal. “DIGITAL 2021: THAILAND” [https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand] (2021年11月確認)

¹³⁵ アメリカ合衆国国際貿易局. “Thailand - Country Commercial Guide” [https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-ecommerce] (2021年11月確認)

うに、ブロガー、ユーチューバー、ポッドキャスト、レビュアーなどの「マイクロインフルエンサー」は、タイの消費者の意思決定にますます影響力を持つようになっている。マイクロインフルエンサーは現実の流行を作り出す存在であり、視聴者にとってマイクロインフルエンサーが制作するコンテンツは「本物」と見えてしまう。¹³⁶

個人的要因 (e.g., 年齢、所得、職業)

消費者の消費判断に影響を及ぼす個人的要因は、年齢、所得、職業によって消費者の趣向が異なるため、人によって異なる可能性がある。

年齢は消費者行動に影響を与える主要な要因である。若い消費者の購入選択は、高齢者のそれとは異なる。アンケート調査に参加した回答者の最大のグループは20歳～29歳であり、このグループの回答者が購入した商品は主に服飾品（衣類、アクセサリ等）であった。したがって、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ことが分かる。

所得および職業は、消費者行動に影響を及ぼす他の要因である。消費支出は所得に関連している。一般的に、可処分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が、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。

¹³⁶ Influencer House Co., Ltd. “MACRO INFLUENCERS VS MICRO INFLUENCERS IN THAILAND”
[<https://www.influencerhouse.co.th/macro-micro-influencers-in-thailand-how-brands-can-use-different-tiers-of-influencers/>] (2021年11月確認)

添付資料

タイ人消費者の侵害品についての意識に関するアンケート調査結果

本アンケート調査（本調査報告書において、「Questionnaire Survey」ともいう。）は、タイ人の侵害物品に関する意識について、北部、中央部、南部、東部、西部、北東部の6地域で実施された。調査件数は1,800件である。調査対象地域と回答者数は、以下のとおりである。

Table 1: 調査対象の地域および数

行政区	地域	調査対象数	実際の回答数	回答割合
Bangkok	中央部	300	308	102.67
Nakhon Ratchasima	北東部	100	101	101.00
Ubon Ratchathani	北東部	100	100	100.00
Khon Kaen	北東部	100	103	103.00
Chiang Mai	北部	100	100	100.00
Chiang Rai	北部	100	100	100.00
Chonburi	東部	100	101	101.00
Rayong	東部	100	95	95.00
Samut Prakarn	中央部	100	114	114.00
Nonthaburi	中央部	100	101	101.00
Pathum Thani	中央部	100	100	100.00
Nakhon Sawan	中央部	100	105	105.00
Nakhon Si Thammarat	南部	100	101	101.00
Songkhla	南部	100	76	76.00
Surat Thani	南部	100	101	101.00
Kanchanaburi	西部	100	94	94.00
計		1,800	1,800	100

Table 1から、6地域において、ウボンラチャタニ（Ubon Ratchathani）、チェンマイ（Chiang Mai）、チェンライ（Chiang Rai）、パトゥムタニ（Pathum Thani）の4行政区ですべてのアンケートについて回答を得られ、バンコク（Bangkok）、ナコンラチャシーマ（Nakhon Ratchasima）、コンケン（Khon Kaen）、チョンブリ（Chonburi）、サムットプラカーン（Samut Prakarn）、ノンタブリ（Nonthaburi）、ナコンサワン（Nakhon Sawan）、ナコンシタンマラート（Nakhon Si Thammarat）、スラットタニ（Surat Thani）の9行政区で回答者数の目標を超えており、ラヨーン（Rayong）、ソンクラ（Songkhla）、カンチャナブリ（Kanchanaburi）の3行政区で回答者数が目標を下回っていることがわかる。COVID-19の影響で、特に厳しい措置が取られている地域もあり、アンケート調査はかなり困難な作業になっ

た。しかしながら、一部の行政区の回答者数が目標を上回ったため、回答者の総数は目標の1,800人に達した。（後述する Table 5 および Figure 4 も参照されたい。）

本調査のアンケートで使用された質問は、2つの部分に分けることができる。第1部は回答者の一般情報（5問）、第2部は侵害品に関する認識と意識（16問）である。アンケートは添付資料として添付されている。アンケート調査結果は、以下の通りである。

Part 1: 回答者の情報

Table 2: 性別

性別	人数	割合
男性	677	37.60
女性	1,100	61.10
回答なし	23	1.30
計	1,800	100

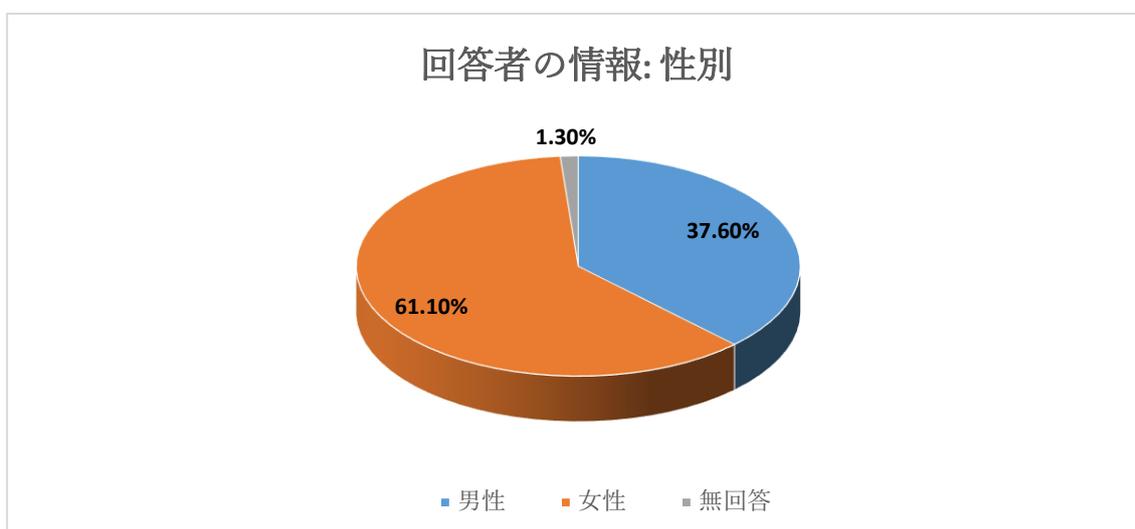


Figure 1: 回答者の情報 - 性別

Table 2 および Figure 1 で示される通り、回答者のうち、677人が男性、1,100人が女性、そして残り23人は性別を明記しなかった。各グループの割合はそれぞれ37.60%、61.10%、1.30%である。

Table 3: 年齢

年齢	人数	割合
19歳以下	117	6.50
20歳～29歳	620	34.40
30歳～39歳	437	24.30
40歳～49歳	332	18.40
50歳以上	294	16.30
計	1,800	100

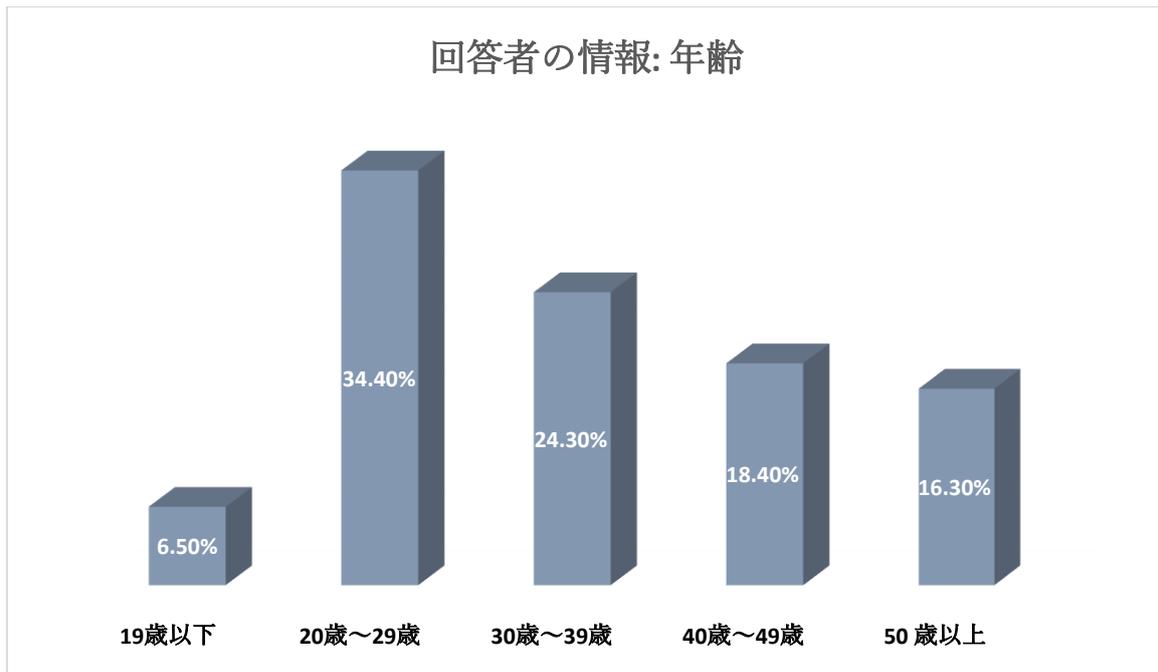


Figure 2: 回答者の情報 - 年齢

Table 3 および Figure 2 で示される通り、回答者のうち、620 人が 20 歳～29 歳、437 人が 30 歳～39 歳、332 人が 40 歳～49 歳、294 人が 50 歳以上、19 歳未満が 117 人と最も少なかった。各グループの割合は、それぞれ 34.40%、24.30%、18.40%、16.30%、6.50%であった。

Table 4: 地域

地域	人数	割合
北部	202	11.20
北東部	305	16.90
東部	192	10.70
中央部	729	40.50
西部	94	5.20
南部	278	15.40
計	1,800	100

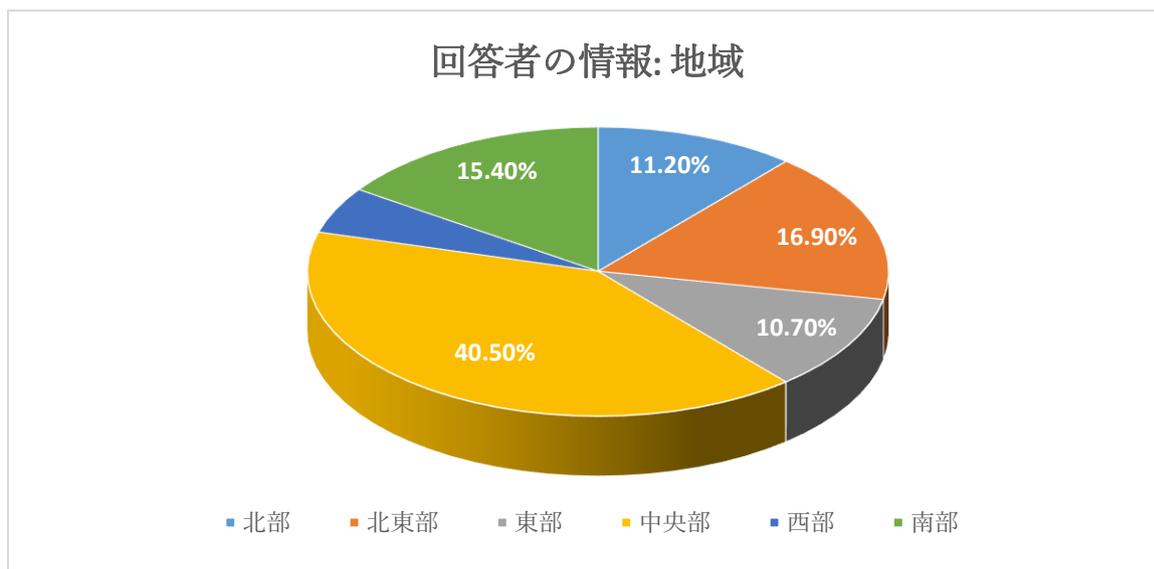


Figure 3: 回答者の情報 - 地域

Table 4 および Figure 3 で示される通り、最も多い 729 人の回答者が中央部に住んでおり、305 人の回答者が北東部に、278 人の回答者が南部に、202 人の回答者が北部に、192 人の回答者が東部に、そして、94 人の回答者が西部に住んでおり、アンケートに回答して。各グループの割合はそれぞれ 40.50%、16.90%、15.40%、11.20%、10.70%、5.20%であった。

Table 5: 行政区

行政区	人数	割合
Bangkok	308	17.10
Nakhon Ratchasima	101	5.60
Ubon Ratchathani	100	5.60
Khon Kaen	103	5.70
Chiang Mai	100	5.60
Chiang Rai	100	5.60
Chonburi	101	5.60
Rayong	95	5.30
Samut Prakarn	114	6.30
Nonthaburi	101	5.60
Pathum Thani	100	5.60
Nakhon Sawan	105	5.80
Nakhon Si Thammarat	101	5.60
Songkhla	76	4.20
Surat Thani	101	5.60
Kanchanaburi	94	5.20
計	1,800	100

回答者の情報: 行政区 (割合)

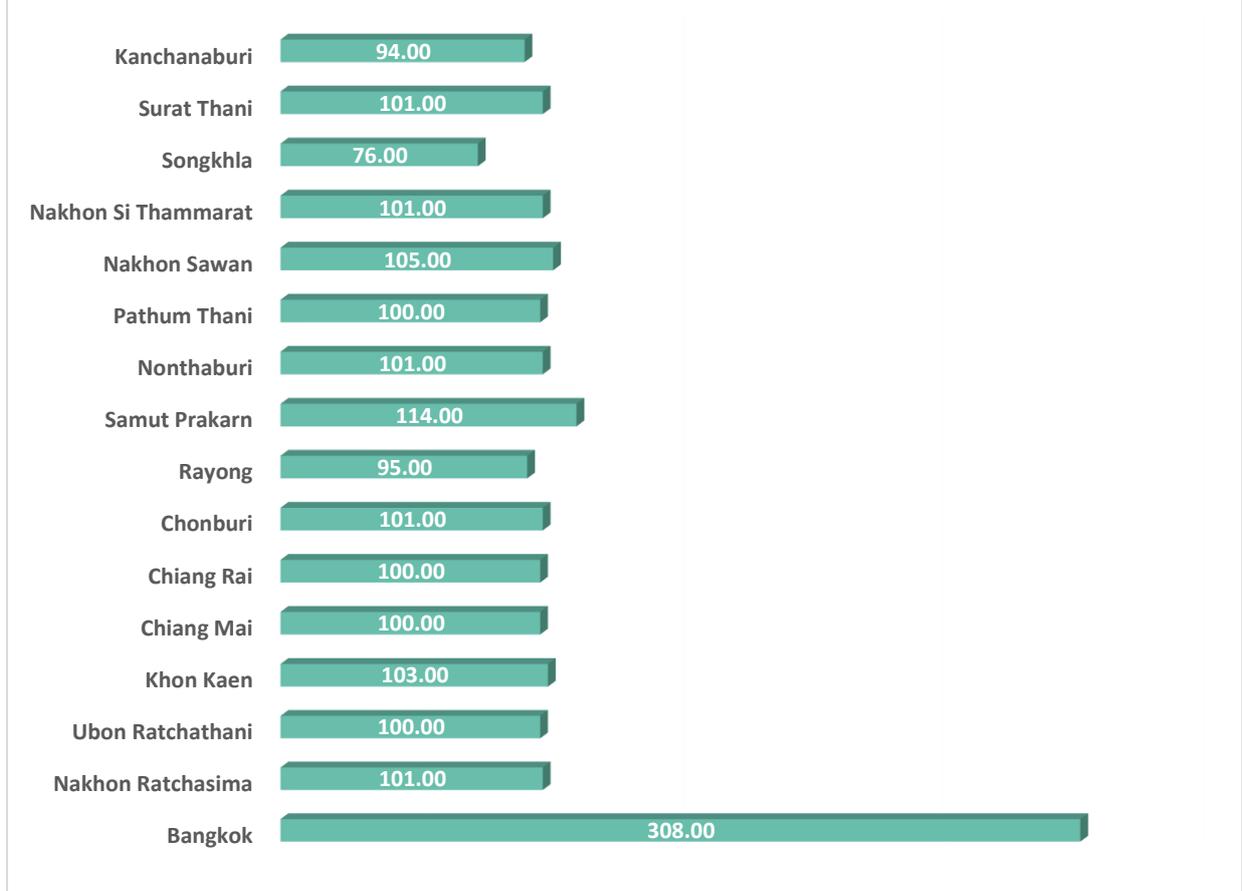


Figure 4: 回答者の情報 - 行政区

Table 6: 職種

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

回答者の情報: 職種



Figure 5: 回答者の情報 - 職種

Table 6 および Figure 5 で示されている通り、回答者のほとんどが会社員 (454 人) であることが分かる。回答者数の他グループは、大学生または大学院生 (333 人)、自営業またはフリーランス (234 人)、契約社員／派遣社員 (168 人)、専業主婦／主夫 (116 人)、公務員 (教職員を除く) (99 人)、公務員 (90 人)、教職員 (56 人)、無職 (54 人)、高校生 (52 人)、パート・アルバイト (41 人)、専門学校生または短大生 (41 人)、経営者または役員 (25 人)、定年退職者 (23 人)、医療関係者 (10 人)、および、士業 (公認会計士・弁護士・税理士・司法書士) (4 人) である。各グループの割合は、それぞれ 25.20%、18.50%、13.00%、9.30%、6.40%、5.50%、5.00%、3.10%、3.00%、2.90%、2.30%、2.30%、1.40%、1.30%、0.60%、0.20% である。

Table 7: 出身地 (地域)

出身地 (地域)	人数	割合
北部	227	12.60
北東部	349	19.40
東部	133	7.40
中央部	713	39.40
西部	98	5.40
南部	280	15.60
計	1,800	100

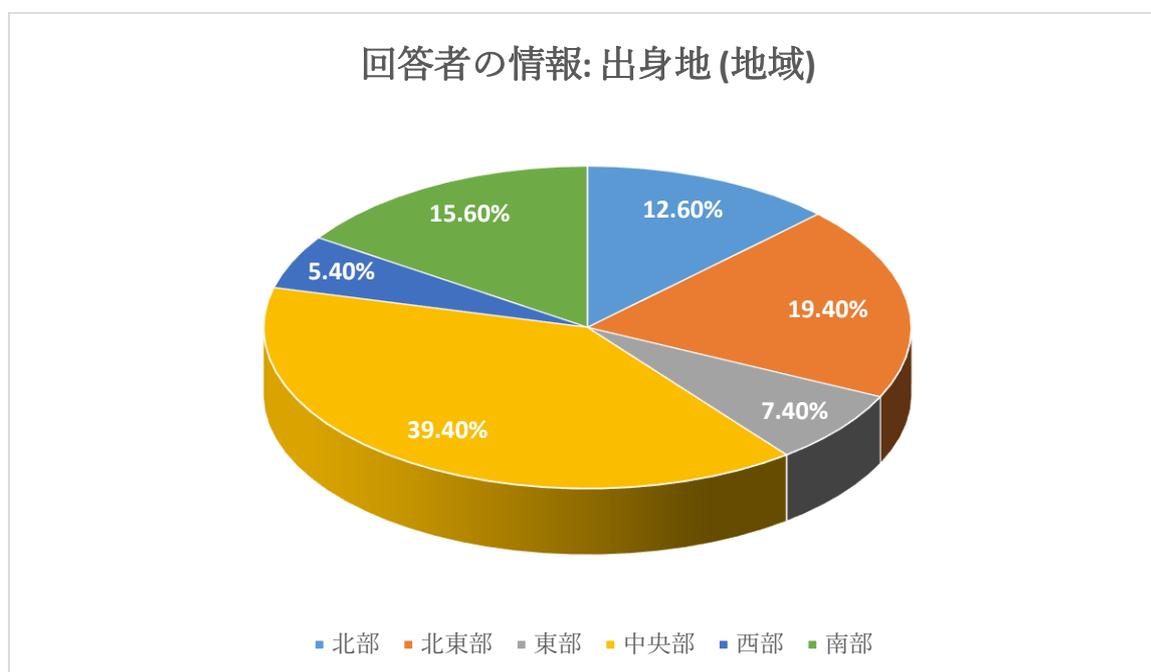


Figure 6: 回答者の情報 - 出身地 (地域)

Table 7 および Figure 6 で示されている通り、回答者の 713 人 (最大のグループ) はタイ中央部の出身であり、回答者 349 人はタイ北東部の出身であり、回答者 280 人はタイ南部の出身であり、回答者 227 人はタイ北部の出身であり、回答者の 133 人はタイ東部の出身であり、最も少

ない 98 人はタイ西部の出身であった。各グループの割合は、それぞれ 39.40%、19.40%、15.60%、12.60%、7.40%および 5.40%である。

Table 8: 出身地 (地域)

出身地 (地域)	人数	割合
Bangkok	318	17.70
Nakhon Ratchasima	105	5.80
Ubon Ratchathani	103	5.70
Khon Kaen	94	5.20
Chiang Mai	102	5.70
Chiang Rai	99	5.50
Chonburi	27	1.50
Rayong	99	5.50
Samut Prakarn	97	5.40
Nonthaburi	91	5.10
Pathum Thani	98	5.40
Nakhon Sawan	104	5.80
Nakhon Si Thammarat	108	6.00
Songkhla	72	4.00
Surat Thani	95	5.30
Kanchanaburi	92	5.10
Other	96	5.30
計	1,800	100

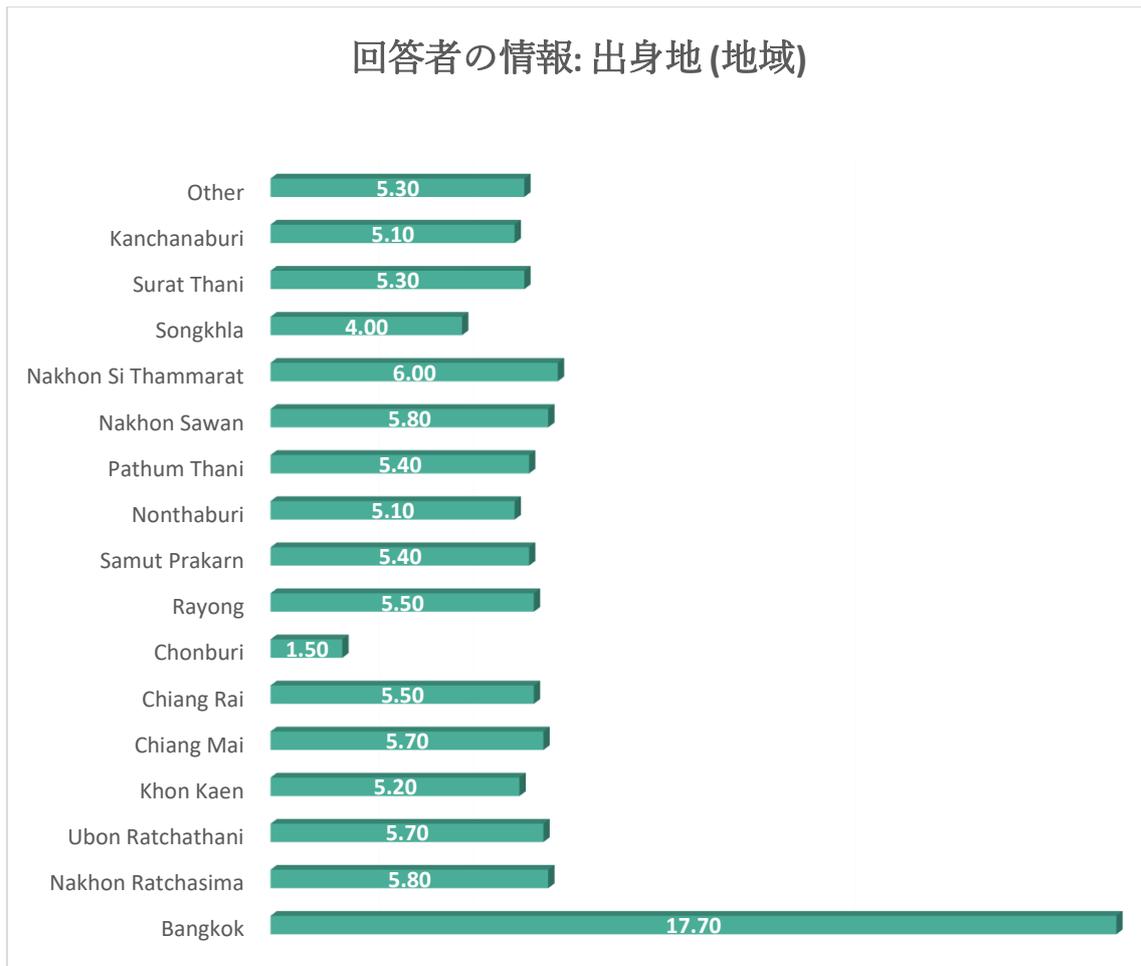


Figure 7: 回答者の情報 - 出身地 (地域)

Table 8 および Figure 7 で示される通り、回答者の最大のグループは、バンコク (Bangkok) (318 人) であり、続いて、ナコーンシータマラート (Nakhon Si Thammarat) (108 人)、ナコーンラチャシマ (Nakhon Ratchasima) (105 人)、ナコーンサワン (Nakhon Sawan) (104 人)、ウボンラチャタニ (Ubon Ratchathani) (103 人)、チェンマイ (Chiang Mai) (102 人)、チェンライ (Chiang Rai) (99 人)、ラヨーン (Rayong) (99 人)、パトゥムタニ (Pathum Thani) (98 人)、サムットプラカーン (Samut Prakarn) (97 人)、その他の行政区(チェイナート (Chainat)、パタニ (Pattani)、ヤソトホルン (Yasothon)、マハーサラカム (Mahasarakham)) (96 人)、スラートタニ (Surat Thani) (95 人)、コンケン (Khon Kaen) (94 人)、カンチャナブリ (Kanchanaburi) (92 人)、ノンタブリ (Nonthaburi) (91 人)、ソングラ (Songkhla) (72 人)、チョンブリ (Chonburi) (27 人) である。各グループの割合は、それぞれ 17.70%、6.00%、5.80%、5.80%、5.70%、5.70%、5.50%、5.50%、5.40%、5.40%、5.30%、5.30%、5.20%、5.10%、5.10%、4.00%、1.50% である。

Part 2: 知的侵害品に関する認識および理解

Table 9: 知的財産権侵害品の購入に関する回答者の経験の有無

購入経験の有無	人数	割合
経験あり	581	32.28
経験なし	907	50.39
買ったかもしれないが、知的財産権侵害品か否かを自分で判断できないので分からない	312	17.33
計	1,800	100

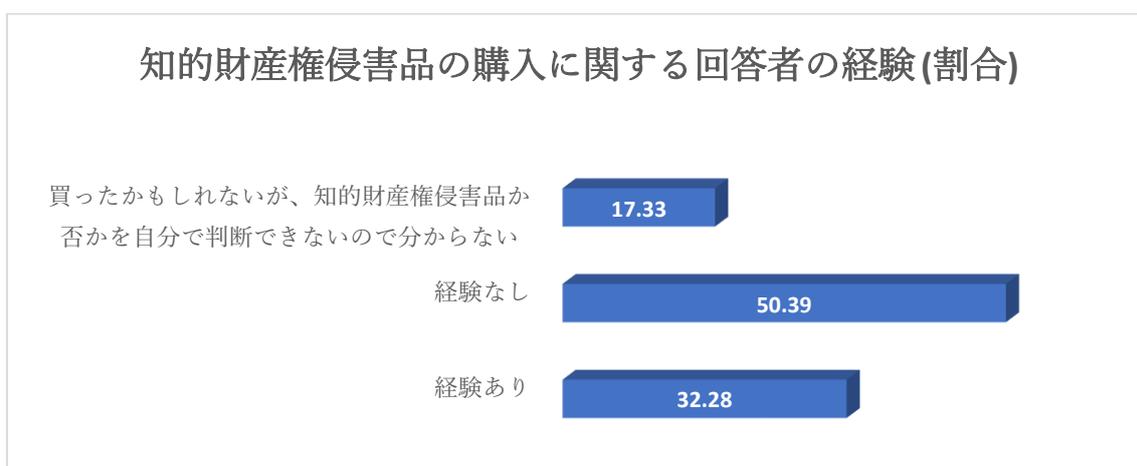


Figure 8: 知的財産権侵害品の購入に関する回答者の経験

Table 9 および Figure 8 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「最近、知的財産権を侵害する製品（模倣品や海賊版）を購入したことはありますか?」の質問に、907 人が NO と答え、581 人が YES と答え、312 人が購入した可能性はあるが、知的財産権を侵害しているかどうか判断できず、不明と答えた。各選択肢を選択した回答者の割合は、それぞれ 50.39%、32.28%、17.33%であった。

Table 10: 回答者が購入した知的財産権侵害品

知的財産権侵害品	人数	割合
服飾品（衣料品・靴・バッグ・腕時計・アクセサリ・眼鏡・サングラスなど）	533	44.83
電気製品または付属品（携帯電話・スマホケース・ヘッドホン・電池・コンセント・アイロン・プリンターインクカートリッジなど）	287	24.14
ソフトウェア	48	4.04
CD / DVD	61	5.13
食品または飲料	39	3.28
医薬品	21	1.77
コロナ対策品（マスク、消毒薬など）	39	3.28
化粧品	105	8.83
嗜好品（タバコ・酒）	33	2.78
スポーツ用品	0	0.00
車両（車・オートバイ）またはその部品	22	1.85
その他	1	0.08
計	1,189	100

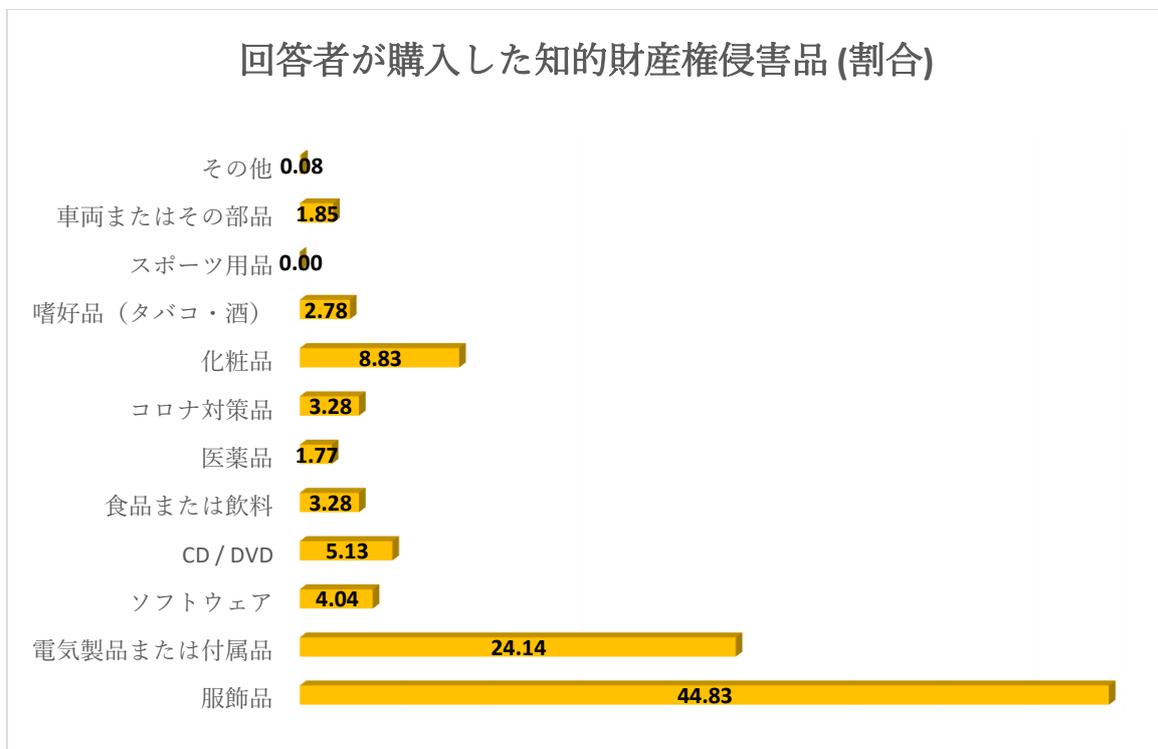


Figure 9: 回答者が購入した知的財産権侵害品

Table 10 および Figure 9 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験を持つタイ人の知的財産権侵害品に対する認識および理解に関する情報を示している。「どの製品を購入しましたか?」

という質問に、回答者の多く(533人)が服飾品(衣料品、靴、バッグ、腕時計、アクセサリ、眼鏡、サングラスなど)と答えた。そして、電気製品または付属品(携帯電話・スマホケース・ヘッドホン・電池・コンセント・アイロン・プリンターインクカートリッジなど)が287人、化粧品が105人、CD/DVDが61人、ソフトウェアが48人、食品・飲料が39人、コロナ対策としての商品(マスク、消毒薬など)が39人、嗜好品が33人、車両(自動車・二輪車)またはその部品が22人、医薬品が21人、その他が1件であった。各選択肢を選択した回答者数の割合は、それぞれ44.83%, 24.14%, 8.83%, 5.13%, 4.04%, 3.28%, 3.28%, 2.78%, 1.85%および1.77%であった。スポーツ用品の模倣品を買ったことがあると回答した回答者はいなかった。

Table 11: 回答者が知的財産権侵害品を購入した経路

経路	人数	割合
店舗	274	27.76
知人	93	9.42
ECサイト (Lazada, Shopee, etc.)	394	39.92
SNS (Facebook, etc.)	221	22.39
その他	5	0.51
Total	987	100

回答者が知的財産権侵害品を購入した経路

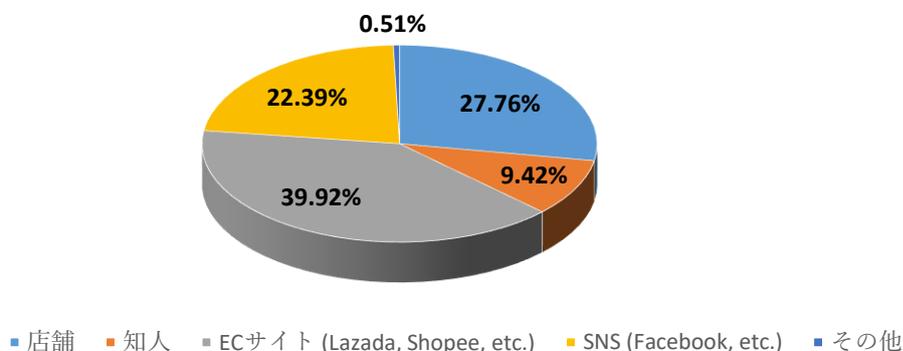


Figure 10: 回答者が知的財産権侵害品を購入した経路

Table 11 および Figure 10 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「商品はどこで買いましたか?」という質問に、多くの回答者(394人)がオンラインプラットフォーム(Lazada、Shopee など)と回答した。274人の回答者が店舗を、221人の回答者が SNS(Facebook など)を、93人の回答者が知人を、5人の回答者がその他の経路と回答した。各選択肢を選択した回答者数の割合は、それぞれ 39.92%, 27.76%, 22.39%, 9.42% および 0.51% であった。

Table 12: 知的財産権侵害品の購入した時期（コロナ禍の前または後）

	人数	割合
コロナ禍の後 (2020年4月～2021年7月)	415	57.16
コロナ禍の前 (2018年12月～2020年3月)	311	42.84
計	726	100

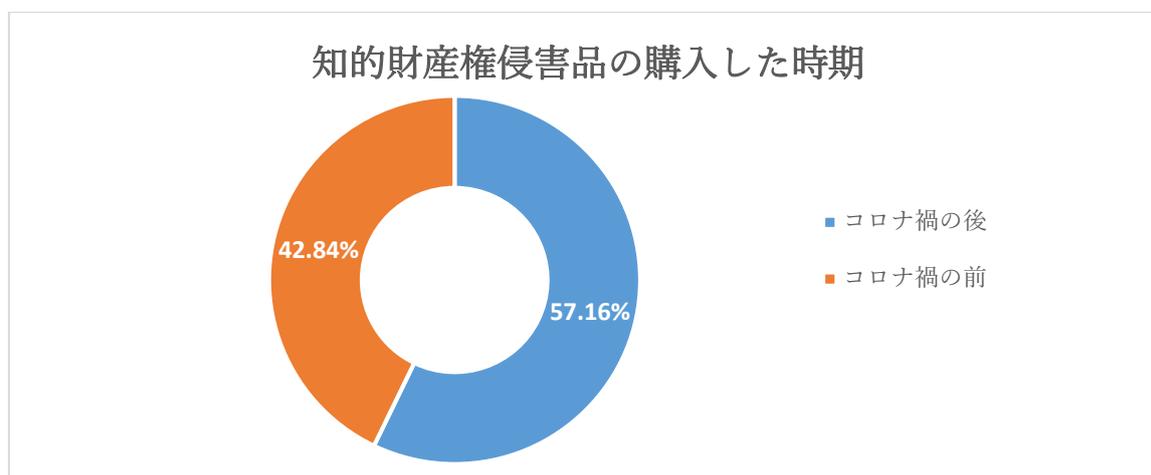
**Figure 11:** 知的財産権侵害品の購入した時期（コロナ禍の前または後）

Table 12 および Figure 11 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「いつ、どのくらいの頻度でその製品を購入しましたか?」という質問に、コロナ禍の後（2020年4月～2021年7月）に知的財産権侵害製品を購入したと回答した割合は 57.16%（415人）に達している。コロナ禍の前（2018年12月～2020年3月）に知的財産権侵害製品を購入していたと回答した回答者は 311人で、42.84%に達した。最低購入回数は2回、最高購入回数は405回であった。

Table 13: 回答者が知的財産権侵害品を購入した理由

理由	人数	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	350	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	112	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	64	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	210	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	61	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	156	13.62
本物を買える店が近くにない、または本物がどこで売られているか知らないから	39	3.41
知的財産権侵害品の性能が本物の性能を同じであると感じたから	153	13.36
その他	6	0.52
計	1,145	100

回答者が知的財産権侵害品を購入した理由

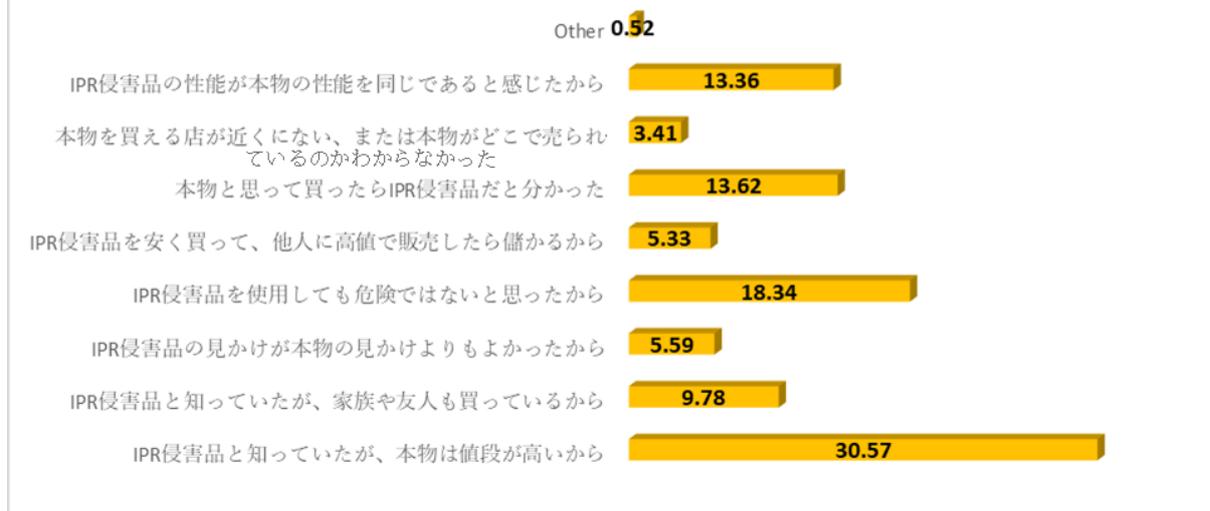


Figure 12: 回答者が知的財産権侵害品を購入した理由

Table 13 および Figure 12 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ国民の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「製品を購入した理由?」という質問に、「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」という回答が 350 人、「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」という回答が 210 人、「本物と思って買ったが知的財産権侵害品だと分かった」という回答が 156 人、「知的財産権侵害品の性能が本物の性能を同じであると感じたから」という回答が 153 人、「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」という回答が 112 人、「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」という回答が 64 人、「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」という回答が 61 人、「本物を買える店が近くにない、または本物がどこで売られているか知らないから」という回答が 39 人であった。6 人の回答者は他の理由を回答した。各回答の回答者数の割合は、それぞれ 30.57%, 18.34%, 13.62%, 13.36%, 9.78%, 5.59%, 5.33%, 3.41% および 0.52% であった。

Table 14: 回答者が購入した商品の回答者の現在の感想

	人数	割合
本物は値段が高いから、安く買えてよかった	267	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	59	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	197	21.77
本物を買える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	97	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	148	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	74	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	63	6.96
その他	0	0.00
計	905	100

回答者が購入した商品の回答者の現在の感想 (割合)

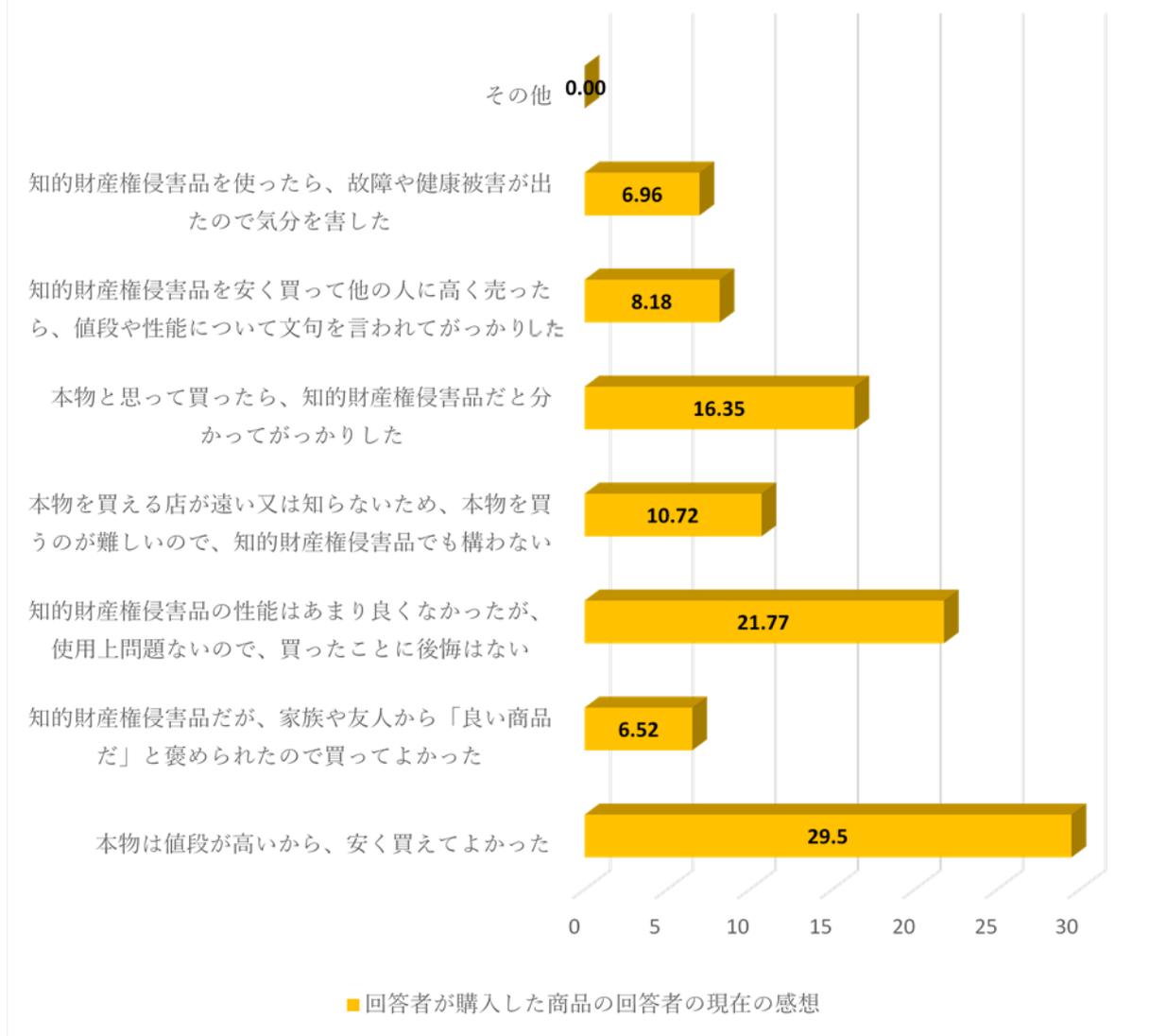


Figure 13: 回答者が購入した商品の回答者の現在の感想

Table 14 および Figure 13 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「あなたが購入した商品に対する現在の感想は？」という質問に、「本物は値段が高いから、安く買えてよかった」という回答が 267 人、「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」という回答が 197 人、「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」という回答が 148 人、「本物を買える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」という回答が 97 人、「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」という回答が 74 人、「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」という回答が 63 人、「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」という回答が 59 人であった。各回答の回答者数の割合は、それぞれ 29.50%, 21.77%, 16.35%, 10.72%, 8.18%, 6.96% および 6.52% であった。

Table 15: 知的財産権侵害品に対する故障・事故・健康リスクの認識

	人数	割合
認識している	1,333	74.18
認識していない	464	25.82
計	1,797	100

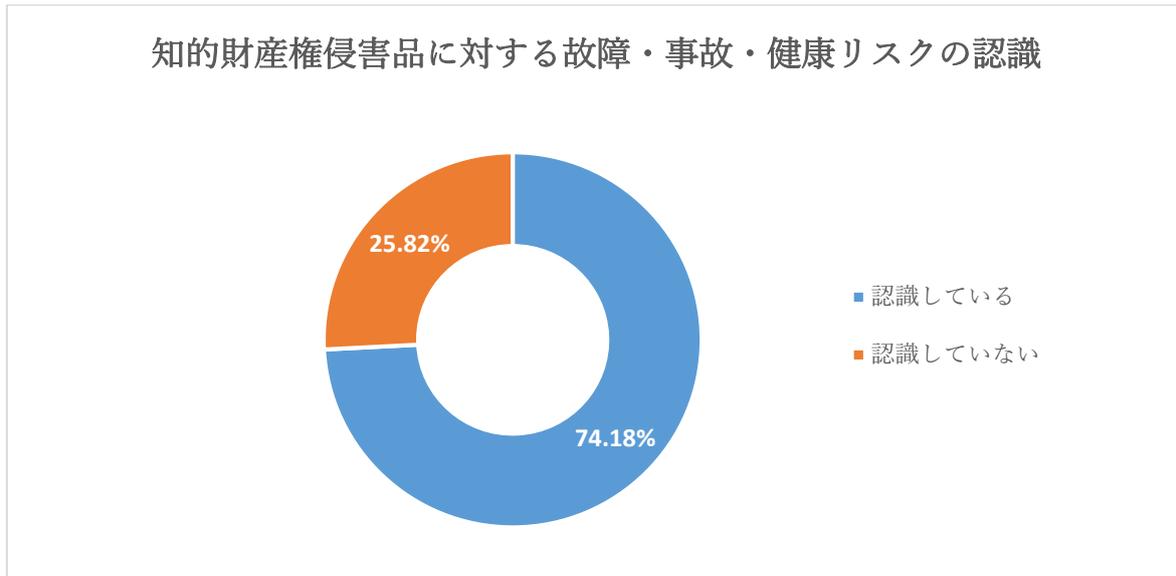


Figure 14: 知的財産権侵害品に対する故障・事故・健康リスクの認識

Table 15 および Figure 14 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「知的財産権を侵害する製品は、故障、事故、健康上のリスクをもたらす可能性があることを知っていますか。」という質問に、多くの回答者 (1,333 人、74.18%) が「認識している」と回答し、残りの回答者 (464 人、25.82%) は「認識していない」と回答した。

Table 16: 知的財産権侵害品を販売することが違法であることの認識

	人数	割合
認識している	1,553	86.52
認識していない	242	13.48
計	1,797	100

知的財産権侵害品を販売することが違法であることの認識

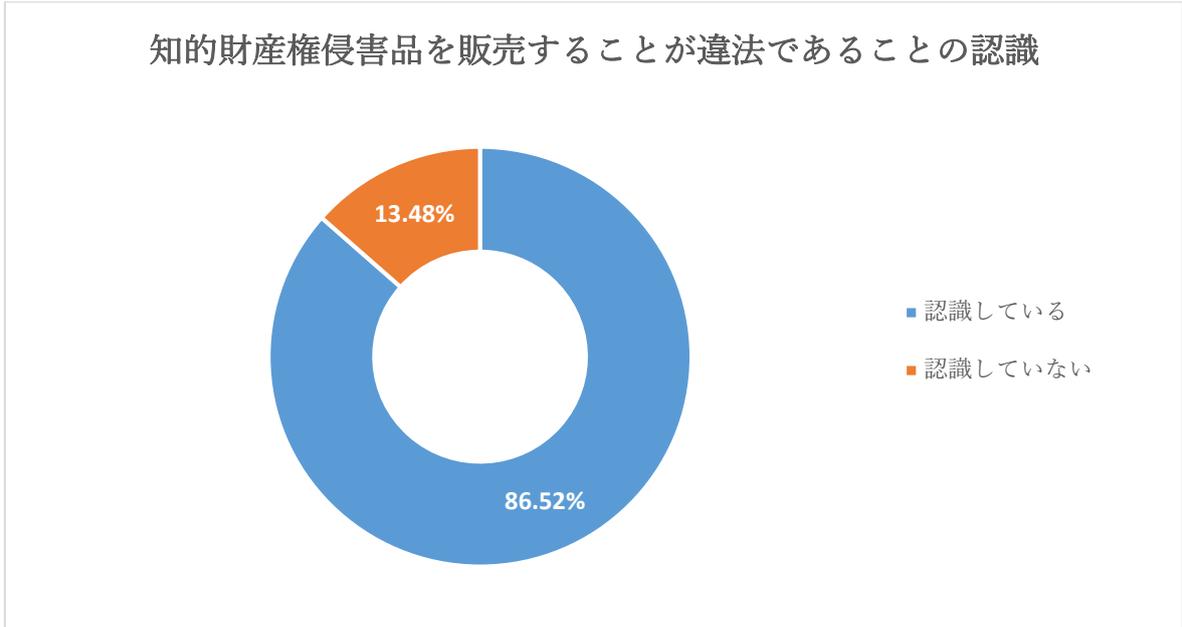


Figure 15: 知的財産権侵害品を販売することが違法であることの認識

Table 16 および Figure 15 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「知的財産権を侵害する製品を販売することは違法であることを知っていますか?」という質問に、多くの回答者(1,553人、回答者の86.52%)が「認識している」と回答し、残り回答者(242人、13.48%)が「認識していない」と回答した。

Table 17: 知的財産権侵害品の収益が組織犯罪やテロ等に利用され、社会の平和に悪い影響を及ぼす可能性があることについての認識

	人数	割合
認識している	899	50.00
認識していない	899	50.00
計	1,798	100

知的財産権侵害品の収益が組織犯罪やテロ等に利用され、社会の平和に悪い影響を及ぼす可能性があることについての認識

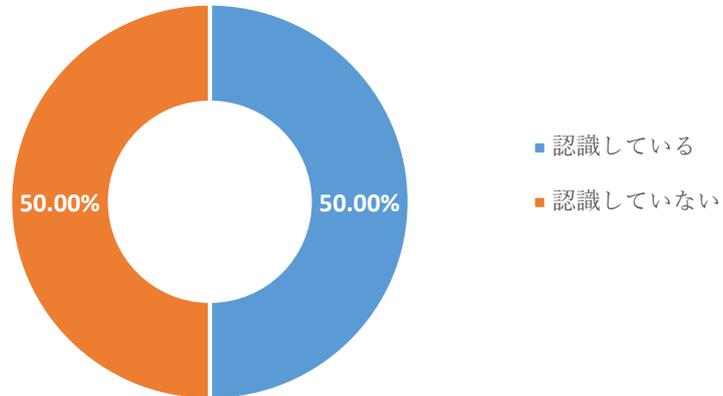


Figure 16: 知的財産権侵害品の収益が組織犯罪やテロ等に利用され、社会の平和に悪い影響を及ぼす可能性があることについての認識

Table 17 および Figure 16 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「知的財産権を侵害する製品の販売による利益は、組織犯罪やテロなどに利用され、社会の平和に悪影響を及ぼすことを知っていますか？」という質問に、50% (899 人) の回答者が「認識している」と回答し、残りの 50% (899 人) の回答者が「認識していない」と回答した。

Table 18: 知的財産権侵害品に関する教育

Choice	人数	割合
教育を受けたことがある	1,043	58.17
教育を受けたことがない	750	41.83
計	1,793	100

知的財産権侵害品に関する教育

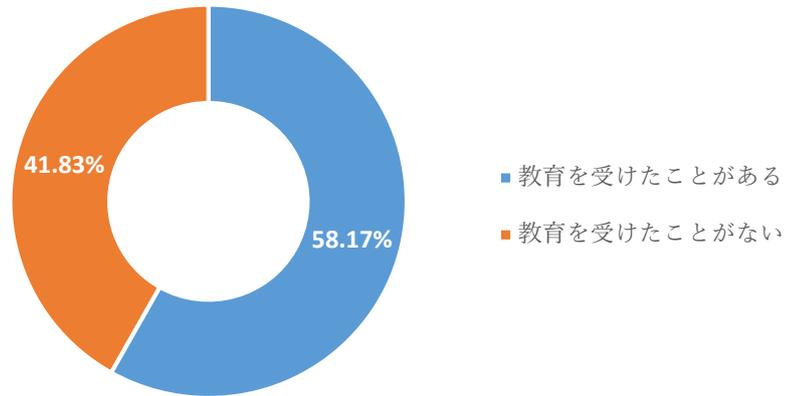


Figure 17: 知的財産権侵害品に関する教育

Table 18 および Figure 17 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「知的財産権を侵害する製品について教育を受けたことがありますか？」という質問に、多くの回答者(1,043人、58.17%)が「教育を受けたことがある」と回答し、残りの回答者(750人、41.83%)が「教育を受けたことがない」と回答した。

Table 19: 回答者が知的財産権侵害品についての教育を受けた場所

	人数	割合
小学校	35	3.32
中学校	124	11.75
高校	295	27.96
大学	459	43.51
その他	142	13.46
計	1,055	100

回答者が知的財産権侵害品についての教育を受けた場所

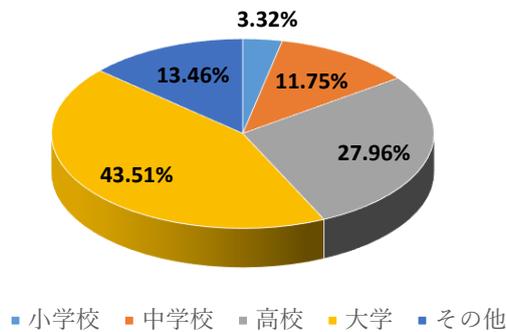


Figure 18: 回答者が知的財産権侵害品についての教育を受けた場所

Table 19 および Figure 18 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「あなたはどこで知的財産権侵害品についての教育を受けましたか?」という質問に、多くの回答者(459人)が大学と回答し、295人の回答者が高校と、142人が SNS、テレビ、出版物などと回答した。また、124人の回答者が中学校、35人の回答者が小学校で教育を受けたと回答した。各回答の回答者の割合は、それぞれ 43.51%、27.96%、13.46%、11.75%、3.32%であった。

Table 20: 今後、知的財産権侵害品を買いたい、または買いたくないと思う理由

選択肢		人数	割合
1	本物の値段が高いから、安い知的財産権侵害品を今後も買いたい	356	9.07
2	知的財産権侵害品を安く買って、他の人に高く販売したら儲かるので、今後も買いたい	76	1.94
3	見かけや性能で本物と大きな差がないなら、安い知財侵害品を今後も買いたい	276	7.04
4	今後も家族・友人が知財侵害品を買うなら自分も買うかもしれない	110	2.80
5	本当は本物を買いたいけれど店が遠い又は買える方法を知らないなので、知的財産権侵害品を今後も買うかもしれない	98	2.50
6	知的財産権侵害品であっても故障・事故・健康リスクが少なそうな商品ならば、今後も買うかもしれない	251	6.40
7	知的財産権侵害品を買っても他人の迷惑になるわけではないので、今後も気にせず買うかもしれない	134	3.42
8	知的財産権侵害品は故障・事故・健康リスクが怖いので、できるだけ買いたくない	605	15.42
9	知的財産権侵害品は違法に販売されている物だから買いたくない	842	21.46
10	知的財産権侵害品を自分が買うことで、その代金が組織犯罪やテロ等に利用されて社会に悪影響を及ぼすのであれば買いたくない	675	17.21
11	知的財産権侵害品を自分が買うことで、本物を製造販売する企業の収益が低下し、タイの国全体の経済活動に悪影響を及ぼすので買いたくない	500	12.75
12	その他	0	0.00
計		3,923	100

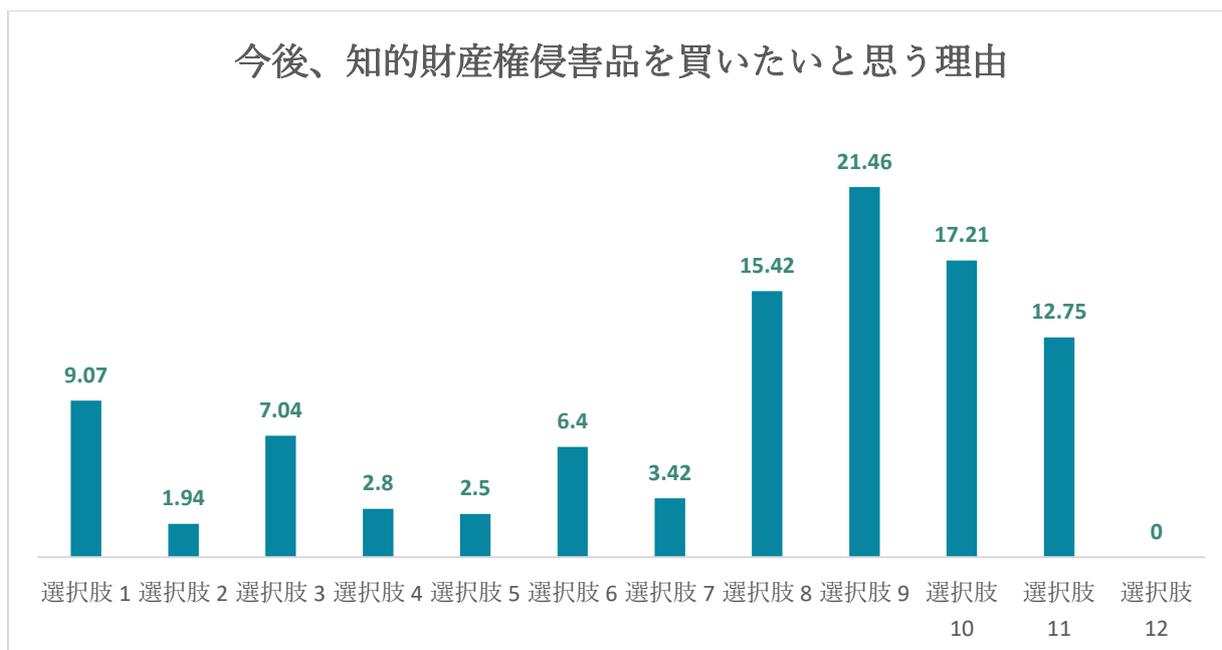


Figure 19: 今後、知的財産権侵害品を買いたいと思う理由

Table 20 および Figure 19 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「あなたは今後も、知的財産権を侵害する製品を買いたいですか？（複数回答可能）」という質問に、842 人の回答者が最も多く、「知的財産権侵害品は違法に販売されている物だから買いたくない」という選択肢を選択した。675 人の回答者が「知的財産権侵害品を自分が買うことで、その代金が組織犯罪やテロ等に利用されて社会に悪影響を及ぼすのであれば買いたくない」という選択肢を選択し、605 人の回答者が「知的財産権侵害品は故障・事故・健康リスクが怖いので、できるだけ買いたくない」という選択肢を選択し、500 人の回答者が「知的財産権侵害品を自分が買うことで、本物を製造販売する企業の収益が低下し、タイの国全体の経済活動に悪影響を及ぼすので買いたくない」という選択肢を選択し、356 人の回答者が「本物の値段が高いから、安い知的財産権侵害品を今後も買いたい」という選択肢を選択し、276 人の回答者が「見かけや性能で本物と大きな差がないなら、安い知財侵害品を今後も買いたい」という選択肢を選択し、251 人の回答者が「知的財産権侵害品であっても故障・事故・健康リスクが少なそうな商品ならば、今後も買うかもしれない」という選択肢を選択し、134 人の回答者が「知的財産権侵害品を買っても他人の迷惑になるわけではないので、今後も気にせず買うかもしれない」という選択肢を選択し、98 人の回答者が「本当は本物を買いたいけれど店が遠い又は買える方法を知らないので、知的財産権侵害品を今後も買うかもしれない」という選択肢を選択し、76 人の回答者が「知的財産権侵害品を安く買って、他の人に高く販売したら儲かるので、今後も買いたい」という選択肢を選択した。各選択肢を選択した回答者数の割合は、それぞれ 21.46%、17.21%、15.42%、12.75%、9.07%、7.04%、6.40%、3.42%、2.80%、2.50% および 1.94% であった。

Table 21: 最近3年間でインターネットを利用してショッピングをしたことの有無

	人数	割合
ある	1,440	80.54
ない	348	19.46
計	1,788	100

最近3年間でインターネットを利用してショッピングをしたことの有無

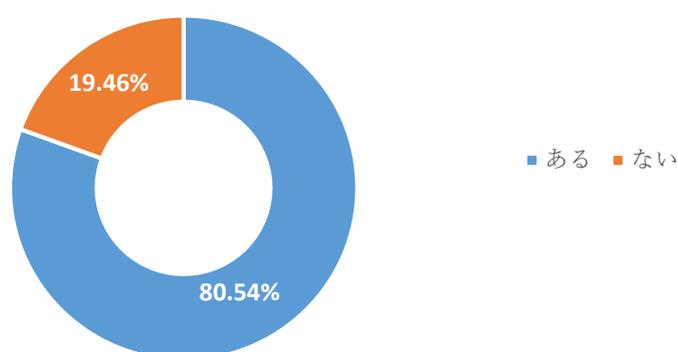


Figure 20: 最近3年間でインターネットを利用してショッピングをしたことの有無

Table 21 および Figure 20 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「最近3年間で、インターネットで買い物をしましたか？」という質問に、多くの回答者(1,440人、80.54%)が「ある」と回答し、残りの回答者348人(19.46%)が「ない」と回答した。

Table 22: インターネットで商品を購入する過程で、知的財産権侵害品と思われる商品を目にしたことの有無

	人数	割合
ある	690	45.31
ない	328	21.54
知的財産権侵害品であるか否か判断できないので、知的財産権侵害品であったかもしれないがわからない	505	33.16
計	1,523	100

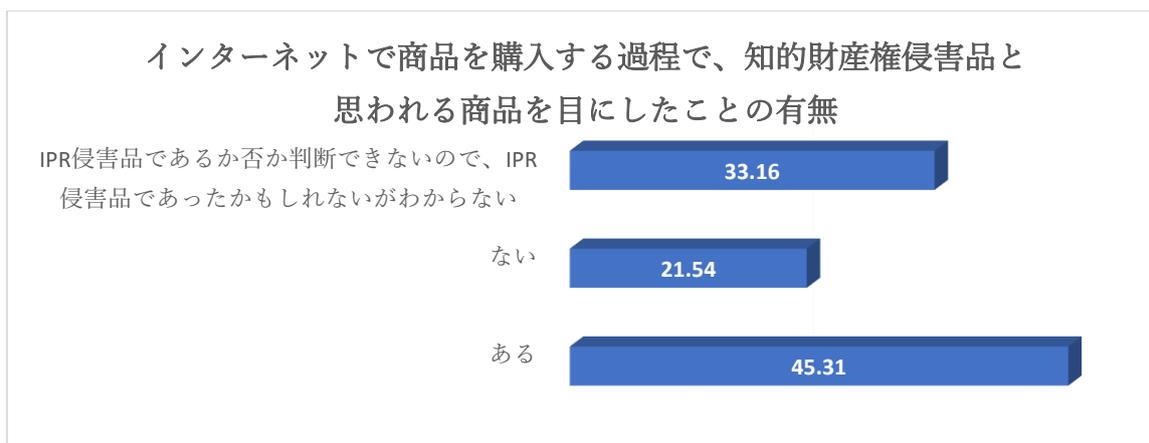


Figure 21: インターネットで商品を購入する過程で、知的財産権侵害品と思われる商品を目にしたことの有無

Table 22 および Figure 21 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「インターネットで商品を購入する過程で、知的財産権を侵害していると思われる商品を見たことがありますか？」という質問に、690人(45.31%)の回答者が「ある」と回答し、505人(33.16%)の回答者が「知的財産権侵害品であるか否か判断できないので、知的財産権侵害品であったかもしれないがわからない」と回答し、328人(21.54%)の回答者が「ない」と回答した。

Table 23: 回答者が目にした知的財産権侵害品の種類

	人数	割合
服飾品（衣料品・靴・鞆・腕時計・アクセサリ・眼鏡・サングラスなど）	776	30.31
電気製品または付属品（携帯電話・スマホケース・ヘッドホン・電池・コンセント・アイロン・プリンターインクカートリッジなど）	462	18.05
ソフトウェア	99	3.87
CD / DVD	209	8.16
食品または飲料	99	3.87
医薬品	73	2.85
コロナ対策品（マスク、消毒薬など）	206	8.05
化粧品	379	14.80
嗜好品（タバコ・酒）	110	4.30
スポーツ用品	92	3.59
車両（車・オートバイ）またはその部品	55	2.15
その他	0	0.00
計	2,560	100

回答者が目にした知的財産権侵害品の種類

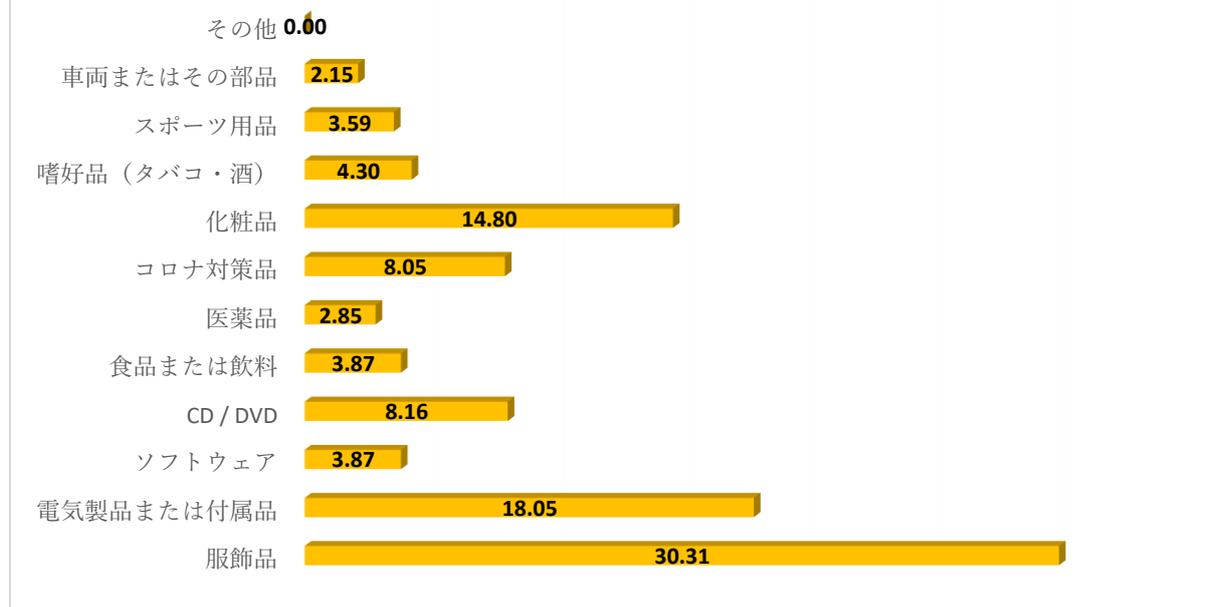


Figure 22: 回答者が目にした知的財産権侵害品の種類

Table 23 および Figure 22 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「どのような知的財産権侵害商品を目にしましたか？」という質問に、多くの回答者(776人)が「服飾品(衣料品・靴・鞆・腕時計・アクセサリ・眼鏡・サングラスなど)」と回答し、462人の回答者が「電気製品または付属品(携帯電話・スマホケース・ヘッドホン・電池・コンセント・アイロン・プリンターインクカートリッジなど)」と、379人の回答者が「化粧品」と、209人の回答者が「CD/DVD」と、206人の回答者が「コロナ対策品(マスク、消毒薬など)」と、110人の回答者が「嗜好品(タバコ・酒)」と、99人の回答者が「ソフトウェア」と、99人の回答者が「食品・飲料」と、92人の回答者が「スポーツ用品」と、73人の回答者が「医薬品」と、55人の回答者が「車両(車・オートバイ)またはその部品」と回答した。各選択肢を選択した回答者数の割合は、それぞれ 30.31%, 18.05%, 14.80%, 8.16%, 8.05%, 4.30%, 3.87%, 3.87%, 3.59%, 2.85% および 2.15% であった。「その他の製品」を選択した回答者はいなかった。

Table 24: 新型コロナウイルスが流行し始めた前後(2020年3月前後)での、知的財産権侵害品を目にする頻度の変化

	人数	割合
頻度が増えた	488	52.42
頻度が減った	193	20.73
変わらない	250	26.85
計	931	100

新型コロナウイルスが流行し始めた前後での、 知的財産権侵害品を目にする頻度の変化

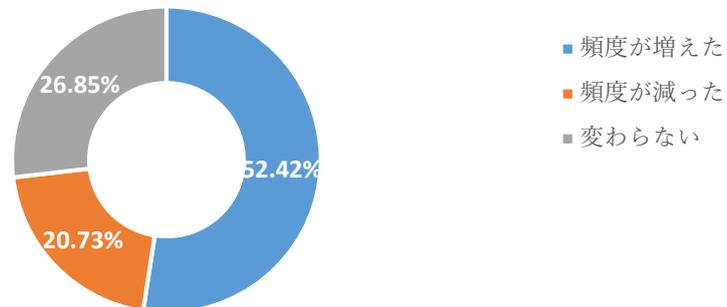


Figure 23: 新型コロナウイルスが流行し始めた前後（2020年3月前後）での、知的財産権侵害品を目にする頻度の変化

Table 24 および Figure 23 は、知的財産権を侵害する製品を購入した経験に関する、タイ人の知的財産権を侵害する製品に対する認識および理解に関する情報を示している。「知的財産権侵害製品を目にする頻度は、新型コロナウイルスが流行し始めた前後（2020年3月前後）で変化したか？」という質問に、多くの回答者（488人、52.421%）が「頻度が増えた」と回答し、250人（26.85%）が「変わらない」と回答し、193人（20.73%）は「頻度が減った」と回答した。

引用文献

論文

Tayagorn Warathornthnakul & Kittiya Nopparatrungroj, “Thailand Takes Steps to Ensure Availability of High-Demand Medical Supplies”, 2021 年 6 月 15 日.

Wiramrudee (Pink) Mokkhavesa, “Successful Raid Actions Targeting Counterfeit Goods in Thailand”, 2019 年 12 月 4 日.

Ploynapa Julagasigorn, “Panasonic Finds a Lasting Solution to Online Counterfeiting Problems”, 2021 年 7 月 14 日.

Jirawat Jaroensathapornkul. “The Truck Terminal Project in Sa Kaeo Province: Implications of Border Trade between Thailand and Cambodia”, *Journal of Mekong Societies*, Vol. 13 No.1 Jan – Apr 2017, Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand.

Max Neu & Kwankamon Thanadkah, Thailand Development Research Institute (TDRI). “Minimum wage – a blessing or a curse?”, TDRI, 2018 年 10 月 10 日.

Suttinee Yuvejwattana & Randy Thanthong-Knight. “Thailand’s Lockdown-Like Virus Curbs Dent Economic Recovery”, Bloomberg, 2021 年 7 月 12 日.

Thailand Creative & Design Center. “Trends 2021”, 2020 年 8 月 31 日.

電子取引開発機構. “EDTA Reveal Values of E-Commerce”, ETDA, 2021 年 10 月 14 日.

ウェブサイト

アメリカ合衆国通商代表部. “USTR Lighthizer Announces Results of Special 301 Out-of-Cycle Review of Thailand” [<https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2017/december/ustr-lighthizer-announces-results>], 2017 年 12 月 15 日.

Statista. “Main products frequently purchased online among consumers during COVID-19 pandemic in Thailand as of May 2020” [<https://www.statista.com/statistics/1129317/thailand-goods-bought-online-sites-during-covid-19/>], 2020 年 6 月.

電子取引開発機構. “ETDA Reveals IUB 63 Survey Showing Thai People Use Internet Almost Half-a-day. COVID-19 also has some effects” [<https://www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx>], 2021 年 4 月 9 日.

Aware. “Malware Rates in Thailand: Why You are at Risk.” [<https://www.aware.co.th/malware-rates-thailand-risk/>]

Aware. “25 Nov 71% OF THE SOFTWARE INSTALLED ON PC’S IN THAILAND IS NOT PROPERLY LICENSED” [<https://www.aware.co.th/71-of-the-software-installed-on-pcs-in-thailand-is-not-properly-licensed/>]

Saporedicina. “How to visit the fake market in Thailand – The Guide”
[<https://www.saporedicina.com/english/fake-markets-thailand/>], 2019年9月3日.

タイ審査官. ” Fake goods and counterfeit brands in Thailand not yet a thing of the past but maybe soon” [<https://www.thaiexaminer.com/thai-news-foreigners/2018/05/13/fake-goods-on-public-sale-are-not-a-thing-of-the-past-in-thailand-yet-but-they-could-be-soon/>], 2018年5月13日.

Mondaq. “China: Webinar: Cross-Border Trade In Counterfeit Goods - China to Southeast Asia”
[<https://www.mondaq.com/china/international-trade-investment/1099396/webinar-cross-border-trade-in-counterfeit-goods--china-to-southeast-asia>], 2021年8月5日.

AsiaIPLaw. ” Lazada partners with Panasonic and Thai police for one of the largest seizures in Southeast Asia” [<https://asiaiplaw.com/index.php/article/lazada-partners-with-panasonic-and-thai-police-for-one-of-the-largest-seizures-in-southeast-asia>], 2021年7月21日.

Shopee. “How can I report infringement of my rights?”
[<https://help.shopee.com.my/my/s/article/How-can-I-report-infringement-of-my-rights-123>].

Bangkok Life Style Guide. “Arduino, Sensors and more: Welcome to Ban Mo, Bangkok’s biggest electronic supply market” [<https://bkk-lifestyle.com/must-see/ban-mo/>].

SICPA. “Epidemic of Fake Medicines Plague Asia”
[<https://brandprotection.sicpa.com/news/epidemic-of-fake-medicines-plagues-asia/>].

アメリカ合衆国商務省国際貿易局, “Thailand - Country Commercial Guide”
[<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-ecommerce>].

Digital Business Lab, “Social Media Penetration in Thailand [Research]” [<https://digital-business-lab.com/2021/05/%e2%91%a1-social-media-penetration-in-thailand-research/>].

Chanel. “BOY Chanel Handbag”
[<https://www.chanel.com/th/fashion/p/A67086Y0995394305/boy-chanel-handbag-calfskin-ruthenium-finish-metal/>].

Apple. “Airpods Pro” [<https://www.apple.com/th/airpods-pro/>].

Central. “MICROSOFT Windows 10 Pro 32/64 Bit ENG (FPP) HAV-00060 Advice Online”
[<https://www.central.co.th/th/microsoft-windows-10-pro-32-64-bit-eng-fpp-hav-00060-advice-online>
mkp0305316?gclid=Cj0KCQjww4OMBhCUARIsAILndv5WbOV40UEsfoa5gS8CvWyMaEVB
JsHd1Ab0si8F7XRc3-FNRuwnexQaApAfEALw_wcB&gclsrc=aw.ds].

Boomerang. “Harry Potter & The Half-Blood Prince (2Pc)”
[<http://www.boomerangshop.com/web/index.php/app/product/fnc/detail/id/1372215>].

Gourmet market Thailand. “double dolphin oats choco original 80g”

[https://gourmetmarketthailand.com/th/twin_dolphin_oat_choco_original_80g_79162343382826].

OfficeMate. “Pulse Oximeter Beurer Po30” [<https://www.officemate.co.th/th/non-brand-%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%8B%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%88%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B9%89%E0%B8%A7-beurer-po30-ofmy032334>].

King Power. “PITTA Trendy Mask (Kids Sweet)” [https://www.kingpower.com/product/pitta-trendy-mask-kids-sweet?lang=en&gclid=Cj0KCQjww4OMBhCUARIsAILndv5BUBLbvK_5km-nMr99PUCx-jgA0EfvAMnMwaL9805rmM5OTN9-wh4aAo91EALw_wcB].

Sephora. “Rouge Dior Couture Color Refillable Lipstick” [<https://www.sephora.co.th/products/dior-rouge-dior-couture-color-refillable-lipstick/v/999>].

Sport Ball Shop. “Spalding NBA Grip Control Basketball” [<https://www.sportsballshop.co.uk/acatalog/Spalding-NBA-Grip-Control-Basketball.html>].

LOEWE. “Small Hammock bag in classic calfskin” [https://www.loewe.com/int/en/women/bags/hammock/small-hammock-bag-in-classic-calfskin/387.30.S35-2530.html?cgid=w_hammock&p=9].

Central. “MICROSOFT Windows 10 Pro 32/64 Bit ENG (FPP) HAV-00060 Advice Online” [https://www.central.co.th/th/microsoft-windows-10-pro-32-64-bit-eng-fpp-hav-00060-advice-onlinemkp0305316?gclid=Cj0KCQjww4OMBhCUARIsAILndv5WbOV40UEsfoa5gS8CvWyMaEVBJsHd1Ab0si8F7XRc3-FNRuwnexQaApAfEALw_wcB&gclsrc=aw.ds]

Boomerang. “Ponyo” [<http://www.boomerangshop.com/web/index.php/app/product/fnc/detail/id/1472067>]

Tops Supermarket. “Unicharm’s Facial Masks for Adults M Size 4 Pieces” [https://www.tops.co.th/th/unicharm-3d-mask-adult-size-m-4pcs?gclid=Cj0KCQjww4OMBhCUARIsAILndv4nclFtI8EuhBKQ0wpNPadnsPXTssMYEqK D6Jtfj69hWKgaHN9nDMaAqkxEALw_wcB&gclsrc=aw.ds].

Sephora. “Addict Lip Glow Lip Balm” [<https://www.sephora.co.th/products/dior-addict-lip-glow-lip-balm/>].

Super Sports. “BRIDGESTONE BRIDGESTONE Tour B X Gold Balls (12 Pieces per pack)” [<https://www.supersports.co.th/bridgestone-bridgestone-tour-b-x-%E0%B8%A5%E0%B8%B9%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%A5%E0%B9%8C%E0%B8%9F-%28%E0%B9%81%E0%B8%9E%E0%B9%87%E0%B8%84-12-%E0%B8%A5%E0%B8%B9%E0%B8%81%29-%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A7-72128.html>].

Louis Vuitton. “Monogram Chain Bracelet”

[<https://th.louisvuitton.com/tha-th/products/monogram-chain-bracelet-nvprod110025v#M62486>].

Hermes. “Clic H bracelet”

[https://www.hermes.com/th/en/product/clic-h-bracelet-H700001Fv01PM/?gclid=CjwKCAiA4veMBhAMEiwAU4XRr4TUso41uhGmQ4Dq7DJwFubZq3FVrnwyHQzZ0RVStOaTb80RDVhYnxoC0m4QAvD_BwE].

Cartier. “Love Bracelet”

[<https://www.cartier.com/en-th/jewellery/bracelets/love-bracelet-B6032417.html>].

Power Buy. “Samsung earphones”

[<https://www.powerbuy.co.th/th/samsung-wired-headset-with-remote-controller-samsung-wired-headset-wh-252487>].

Microsoft. “Windows 10 Pro”

[<https://www.microsoft.com/th-th/d/windows-10-pro/df77x4d43rkt?activetab=pivot:overviewtab>].

Advice. “Microsoft Windows”

[<https://www.advice.co.th/product/microsoft-windows>].

Best Buy. “Farming Simulator 22 PC Standard Edition - Windows”

[<https://www.bestbuy.com/site/farming-simulator-22-pc-standard-edition-windows/6473243.p?intl=nosplash&skuId=6473243>].

Tops. “Pitta Anti Pollution Trendy Gray Mask 3sheets”

[https://www.tops.co.th/th/pitta-anti-pollution-trendy-gray-mask-3sheets?gclid=Cj0KCQiAhf2MBhDNARIsAKXU5GSeWiyUWxpXFNzig_wGFN8oxKwxZh9D742yb2g68p5JakhPlf6i05saAqvZEALw_wcB&gclsrc=aw.ds].

Dior. “J'adore Shower and bath oil”

[https://shop.dior.co.th/products/jadore-shower-and-bath-oil?variant=36302736883862&gclid=Cj0KCQiAhf2MBhDNARIsAKXU5GRIkA4pzVLa3QuKvrWzC_ChItqcbbsNofOrvWNldO2Vi4oiFJ_FkWEaAi3vEALw_wcB].

Nike. “Nike Phantom GT2 Academy TF”

[<https://www.nike.com/th/t/%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%9F%E0%B8%B8%E0%B8%95%E0%B8%9A%E0%B8%AD%E0%B8%A5%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%AB%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%8D%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%99-phantom-gt2-academy-tf-nGfq8s/DC0803-167>].

Toonsport. “Reparo”

[https://www.toonsport.com/category/54281?selected_option=-1&limit=24&page=1].

Celine. “Ava Bag in Triomphe Canvas and Calfskin White”

[<https://www.celine.com/en-th/celine-shop-women/handbags/triomphe-canvas/ava-bag-in-triomphe-canvas-and-calfskin-193952BZJ.01BC.html>].

Apple. “AirPods”

[<https://www.apple.com/th/shop/product/MV7N2ZA/A/airpods-%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%AA%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%88>].

Adobe. “Plans and pricing for Creative Cloud apps and more”

[https://www.adobe.com/th_th/creativecloud/plans.html].

Target. “The Secret Garden (DVD)(2020)” [<https://www.target.com/p/the-secret-garden-dvd-09-0/-/A-81144070>].

Tops. “Pitta Anti Pollution Trendy Gray Mask 3sheets”

[https://www.tops.co.th/th/pitta-anti-pollution-trendy-gray-mask-3sheets?gclid=Cj0KCQiAhf2MBhDNARIsAKXU5GSeWiyUWxpXFNzig_wGFN8oxKwxZh9D742yb2g68p5JakhPlf6i05saAqvZEALw_wcB&gclsrc=aw.ds].

Stylenanda. “3CE Eye Switch”

[https://en.stylenanda.com/product/3ce-eye-switch-throbbing/223356/?cate_no=1787&display_group=1&smslay=category&smsps=prd#none].

Nike. “Women's Sneakers & Shoes”

[<https://www.nike.com/th/w/womens-shoes-5e1x6zy7ok?sort=priceAsc>].

United Nation Office of Drug and Crime. “Transnational Organized Crime in Southeast Asia: Evolution, Growth and Impact”

[https://www.unodc.org/documents/southeastasiaandpacific/Publications/2019/SEA_TOCTA_2019_web.pdf].

The World Bank. “Overview” [<https://www.worldbank.org/en/country/thailand/overview#1>]

Ipsos. “Over 18 months into the pandemic: Thailand is catching up on a cautious return of optimism among Southeast Asians” [<https://www.ipsos.com/en-th/over-18-months-pandemic-thailand-catching-cautious-return-optimism-among-southeast-asians>], 2021 年 9 月 3 日.

Royal Thai Embassy, Washington D.C. “Cabinet approves no plastic campaign for 2020”

[<https://thaiembdc.org/2019/11/19/cabinet-approves-no-plastic-campaign-for-2020/>].

Forbes Thailand. “PWC pointed consumers’ behavioral change after COVID”, 2020 年 7 月 30 日 [<https://forbesthailand.com/news/marketing/pwc-%E0%B8%8a%E0%B8%B5%E0%B9%89%E0%B8%9e%E0%B8%A4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%9c%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%9a%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B9%82%E0%B8%A0%E0%B8%84%E0%B9%80.html>].

ecommerceDB. “The eCommerce market in Thailand”

[<https://ecommercedb.com/en/markets/th/all>].

Statista. “Retail e-commerce market volume in Southeast Asia from 2019 to 2020 with a forecast for 2025, by country” [<https://www.statista.com/statistics/647645/southeast-asia-ecommerce-market-size-country/>].

新聞および雑誌

Bangkok Post. “Combatting against illicit trade” [<https://www.bangkokpost.com/business/2052711/combating-illicit-trade>], 2021年1月18日.

The Thaiger. “BIG arrest on price gouging of Covid-19 safety gear and fake test kits” [<https://thethaiger.com/coronavirus/big-arrest-on-price-gouging-of-covid-19-safety-gear-and-fake-test-kits>], 2020年4月8日.

Daily News. “Beware! Fake Chinese Herbal Medicines on Social Media” [<https://www.dailynews.co.th/news/154360/>], 2021年8月13日.

Bangkok Post. “Top pirated movies website shut down” [<https://www.bangkokpost.com/learning/easy/1789379/top-pirated-movies-website-shut-down>], 2019年11月7日.

Chiangrai Times. “Malaysian Dubbed the “King of Fake Whisky’ Nabbed in Thailand” [<https://www.chiangraitimes.com/crime-chiang-rai-thailand/malaysian-dubbed-the-king-of-fake-whisky-nabbed-in-thailand/>], 2019年11月22日.

Bangkok Post. “Malaysian 'king of fake liquor' caught in Bangkok” [<https://www.bangkokpost.com/thailand/general/1798299/malaysian-king-of-fake-liquor-caught-in-bangkok>], November 20, 2019年11月20日.

khaosodenglish. ” FAKE GOODS, HEALTH PRODUCTS FROM THAILAND NOW A CLICK AWAY” [<https://www.khaosodenglish.com/news/crimecourtscalamity/2019/07/24/fake-goods-health-products-from-thailand-now-a-click-away/>], 2019年7月24日.

Bangkok Post. “THE CHANGES BROUGHT BY COVID MIGHT HAVE AN UPSIDE FOR THAI CONSUMERS, BUSINESSES, AND ECONOMY”, [<https://www.bangkokpost.com/thailand/pr/2119527/the-changes-brought-by-covid-might-have-an-upside-for-thai-consumers-businesses-and-economy>], 2021年5月21日.

The Thaiger. “Lazada, Shopee go head to head in attracting more online shoppers” [<https://thethaiger.com/news/national/lazada-shopee-go-head-to-head-in-attracting-more-online-shoppers>], 2021年3月25日.

Bangkok Post. “Department has IP violators in sights” [<https://www.bangkokpost.com/tech/1713852/department-has-ip-violators-in-sights>], 2019年7月17日.

Bangkok Post. “Fake Ajinomoto powder, brandname soaps seized in factory raid” [<https://www.bangkokpost.com/thailand/general/2073143/fake-ajinomoto-powder-brandname-soaps-seized-in-factory-raid>], 2021年2月23日.

Nation Thailand. “Bangkok woman arrested for selling fake brand name goods on Facebook”, [<https://www.nationthailand.com/in-focus/30368717>], 2019 年 5 月 2 日.

Pattayamail. “Fake brand-name goods worth over 100 million baht seized in Bangkok” [<https://www.pattayamail.com/business/fake-brand-name-goods-worth-over-100-million-baht-seized-in-bangkok-310776>], 2020 年 8 月 12 日.

NewTV. “60 million counterfeit goods” [<https://www.newtv.co.th/news/72471>], 2020 年 12 月.

Khaosod. “Arrest counterfeit shoes seller” [https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news_6410882], 2021 年 5 月 21 日.

Bangkok Posts. “Fake two-way radios part of B50m haul” [<https://www.bangkokpost.com/thailand/general/2051663/fake-two-way-radios-part-of-b50m-haul>], 2021 年 1 月 15 日.

MGRonline. “Arrest illegal mosquito trappers seller with 7,000 products worth 2 million baht” [<https://mgronline.com/crime/detail/9640000091916>], 2021 年 9 月 16 日.

Bangkok Post. “Fight to foil cyber threats intensifies” [<https://www.bangkokpost.com/business/2105531/fight-to-foil-cyberthreats-intensifies>], 2021 年 4 月 26 日.

Thairath. “ปคบ.-อย. บุกจับโรงงานลวงโลก ผลิตน้ำปลา น้ำมันปาล์ม และ น้ำกระเทียมปลอม” [<https://www.thairath.co.th/news/crime/2120901>], 2021 年 6 月 21 日.

Bangkok Post. “Raid nets fake ‘fah talai jone’” [<https://www.bangkokpost.com/thailand/general/2172455/raid-nets-fake-fah-talai-jone>], 2021 年 8 月 28 日.

MGROnline. “Arresting fake ‘Fah Talai Jone’ seller” [<https://mgronline.com/crime/detail/9640000075918>], 2021 年 8 月 3 日.

NewsCh7. “Raided against fake covid ATK test Kit in Sampeng Market” [<https://news.ch7.com/detail/519133>], 2021 年 10 月 2 日.

Khaosodonline. “Counterfeit soaps of two famous brand” [https://www.khaosod.co.th/crime/news_5764857], 2021 年 1 月 18 日.

Thairath. “Raided against online counterfeit cosmetic store” [<https://www.thairath.co.th/news/local/south/2177133>], 2021 年 8 月 24 日.

Komchadluek. “Arrest Thai woman for selling counterfeit Brandname products” [<https://www.komchadluek.net/news/480951>], 2021 年 8 月 28 日.

EABC-Thailand. “2019 EABC POSITION PAPER | Food and Beverages” [https://www.eabc-thailand.org/wp-content/uploads/2019/07/PostionPaper_Food-and-Beverage-WG_2019_R0_29.04.2019.pdf] (2021年8月20日確認).

Matichon. “Thai government raised cigarette’s tax which could lead to higher counterfeit cigarettes in the market” [https://www.matichon.co.th/politics/news_2970379], 2021年10月2日.

MGRonline. “Capturing a Thai counterfeiters selling sporting goods worth over 10 million baht” [<https://mgronline.com/crime/detail/9630000127058>], 2020年12月12日.

Komchudleuk. “Raided a Chinese counterfeit seller in Thailand selling fake shoes” [<https://www.komchadluek.net/news/487075>], 2021年10月7日.

Prachachat. “Raided a warehouse with counterfeit appliance and car parts worth 7 million baht” [<https://www.prachachat.net/economy/news-554677>], 2020年11月12日.

アメリカ合衆国商務省国際貿易局. “Thailand - Country Commercial Guide”, 2021年8月16日 [<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-ecommerce>] (2021年11月確認).

Brand Buffet. “Stay-at-Home Economy”, [<https://www.brandbuffet.in.th/2021/03/stay-at-home-economy-trend/>], 2021年3月7日.

Mallika Rangaiah. “5 Factors Influencing Consumer Behavior”, [<https://www.analyticssteps.com/blogs/5-factors-influencing-consumer-behavior>], 2021年4月10日.

McKinsey & Company. “The next normal arrives: Trends that will define 2021 – and beyond”, [<https://www.mckinsey.com/featured-insights/leadership/the-next-normal-arrives-trends-that-will-define-2021-and-beyond>], 2021年1月4日.

National News Bureau of Thailand. “PM satisfied with “Half-Price” co-pay campaign’s success”, [<https://thainews.prd.go.th/en/news/detail/TCATG201109015140336>], 2020年11月9日.

DataReportal. “DIGITAL 2021: THAILAND” [<https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand/>].

The International Trade Administration. “Thailand - Country Commercial Guide” [<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-ecommerce>].

Influencer House Co., Ltd. “MACRO INFLUENCERS VS MICRO INFLUENCERS IN THAILAND” [<https://www.influencerhouse.co.th/macro-micro-influencers-in-thailand-how-brands-can-use-different-tiers-of-influencers/>].

[特許庁委託事業]

タイにおける模倣品流通動向調査

2022 年 3 月

禁無断転載

[調査受託]

Tilleke & Gibbins

独立行政法人 日本貿易振興機構

バンコク事務所

(知的財産権部)