

2013年度模倣被害調査報告書

調査結果の概要



平成26年3月
特許庁国際協力課

「模倣被害調査報告書」は、我が国企業を対象としたアンケート調査に基づき、企業の国内外での模倣被害や対策状況についての情報を収集・分析し、その実態および問題点を把握するため、1996年度以来、毎年度作成。

調査結果は模倣品・海賊版対策の政策立案に活用するとともに、ホームページ等に掲載し広く情報提供することにより、各企業・団体等の模倣品・海賊版対策等に資することを目的としている。

(1) 調査対象

過去5年間(2007年度～2011年度)において日本で特許出願、実用新案登録出願、意匠登録出願、商標登録出願を行った国内の企業・団体のうち、合計出願件数の多い企業・団体上位8,081社。

(2) 調査内容・調査方法

調査は、2012年度(2012年4月1日～2013年3月31日)の企業における国内外での模倣被害や被害対策の状況等について「模倣被害に関するアンケート調査票」を送付、回収することで実施した。アンケートは、Webアンケート入力フォームからの回答及び郵送での回答により、調査票を回収。

(3) 調査実施期間

2013年9月2日 ～ 2013年11月14日

(4) アンケート調査の回収状況

調査票の回収数は4,381社、そのうち有効回答は4,323社。

有効回答率は53.5%(4,323社/8,081社)。

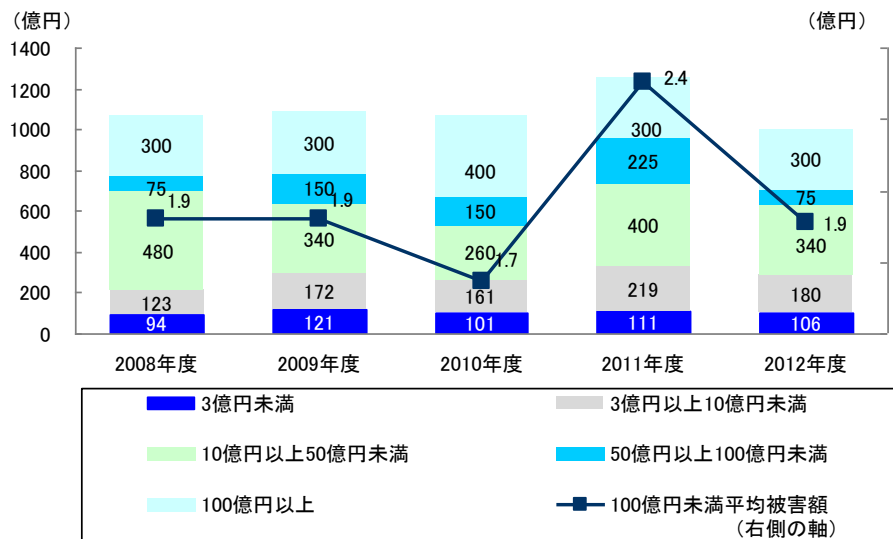
1. 模倣被害の現状と傾向
2. インターネットによる模倣被害状況
3. 模倣被害の発生地域・流通構造
4. 模倣被害の発生要因と内容・品質・価格
5. 模倣被害対策の実施状況

1. 模倣被害の現状と傾向

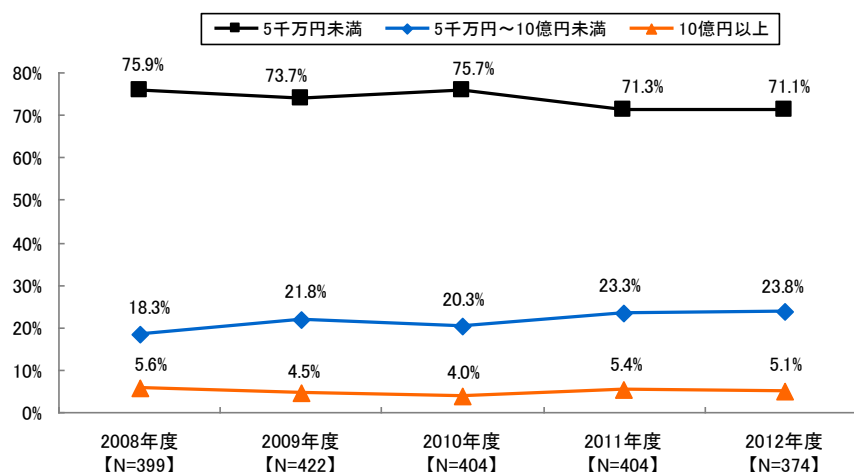
模倣被害総額(逸失利益総額)の推移

2012年度模倣被害総額(逸失利益総額)の有効回答社合計は1,001億円で、前年度(1,255億円)比で減少した。1社あたりの平均被害額では、調査年度毎の振れ幅の大きい模倣被害額100億円以上の被害を外れ値として除くと2012年度は1.9億円となり、前年度比減少となった。

模倣被害総額及び1社当たり平均被害額推移



模倣被害総額の規模別被害社構成比の推移



(注1) 模倣被害総額は被害額規模別の回答結果のデータを用い、各規模の回答社数に被害額の中央値を代表値として乗じて、それらを合計し算出した

(注2) 被害額100億円以上の規模の被害については下限値の100億円を代表値とした

(注3) 無回答及び推定不能と回答したものについては計算から除外した

(注4) 100億円未満平均被害額は100億円以上の被害額の回答を外れ値として、平均額の算出対象から除外して推計を行った

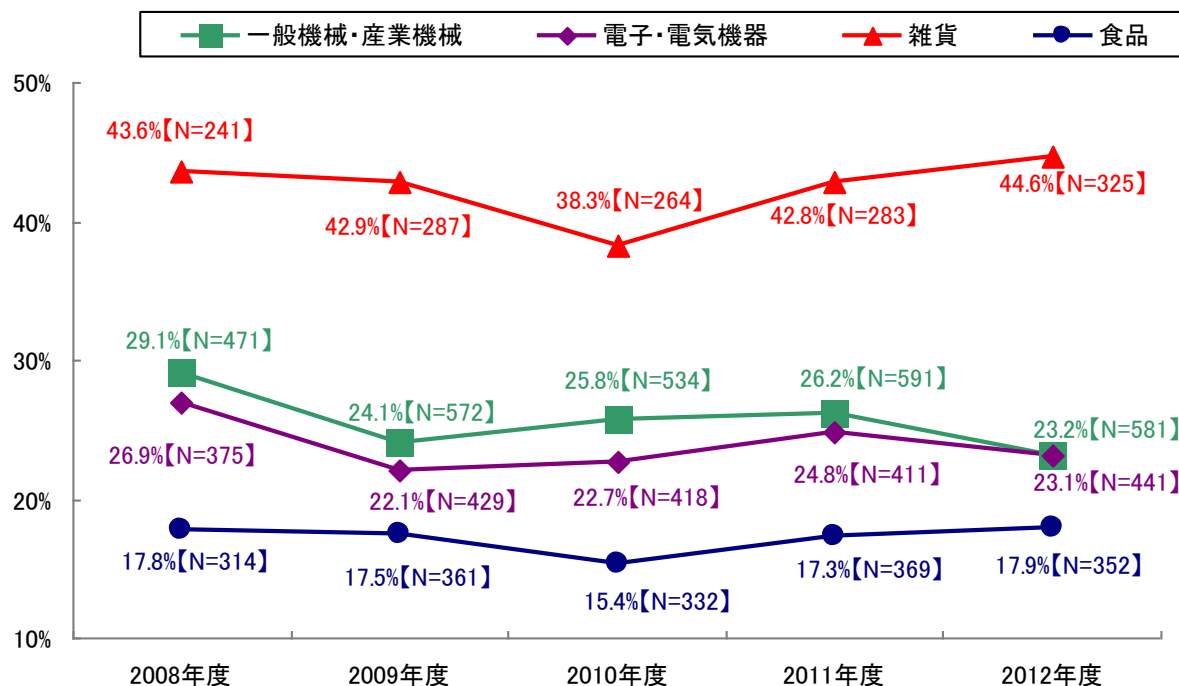
2012年度の模倣被害の傾向

- ・模倣被害総額は2012年度で1,001億円となり、前年度(1,255億円)比で減少。1社あたりの平均被害額では、(100億円以上を除く)と1.9億円となり、前年度比で減少
- ・大企業、中小企業ともに模倣被害率が前年度比で減少
- ・模倣被害率上位4商品分野(一般機械・産業機械、電子・電気機器、雑貨、食品)では、雑貨、食品において前年度比で被害率が増加
- ・知的財産権の権利別では、商標が前年度比で1.6%増加、著作物も1.0%の増加となり、意匠、特許・実用新案、営業秘密・ノウハウは前年度比で減少
- ・模倣被害社全体の62.3%がインターネット上の模倣被害を受けており、2007年度以降、被害は増加の一途を辿っている
- ・模倣被害(製造)は、中国の被害率が高水準で推移しているが、2008年度比で見ると、中国、台湾、韓国においては、おおむね減少傾向
- ・模倣被害(販売提供)は、中国の被害率が高水準で推移しており、その他の地域においては、2008年度比でおおむね減少傾向

商品分野別の模倣被害の傾向

被害社全体の47.2%を占める上位4分野での被害率は、雑貨、食品において増加、一般機械・産業機械、電子・電気機器は減少。2008年度から2012年度の増減では、一般機械・産業機械、電子・電気機器は減少しているが、雑貨、においては被害率が増加。

模倣被害率上位4商品分野の模倣被害率の推移



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

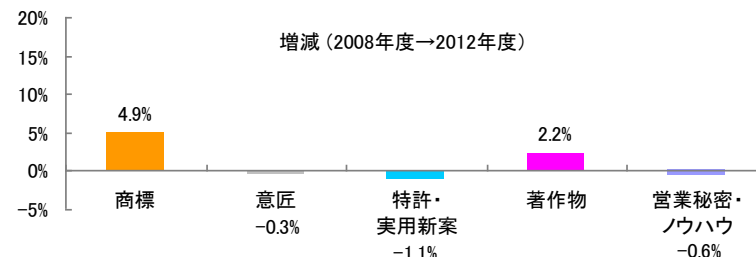
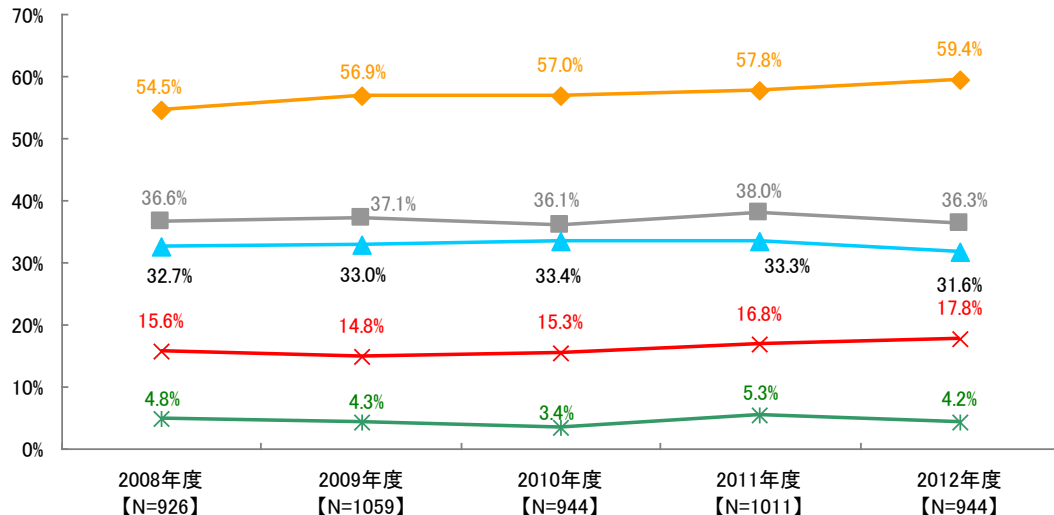
(注2) 2007年度のみ商品分野別回答は複数回答としている

権利別の模倣被害の傾向

商標は前年度比で1.6%増加、著作物も1.0%の増加となり、意匠、特許・実用新案、営業秘密・ノウハウは前年度比で減少

知的財産権権利別の模倣被害社の割合の推移

商標 意匠 特許・実用新案 著作物 営業秘密・ノウハウ



「商標」: 商標権、その他権利化されていない標章

「意匠」: 意匠権、その他権利化されていない商品のデザイン

「特許・実用新案」: 特許権、実用新案、その他権利化されていない技術的創作

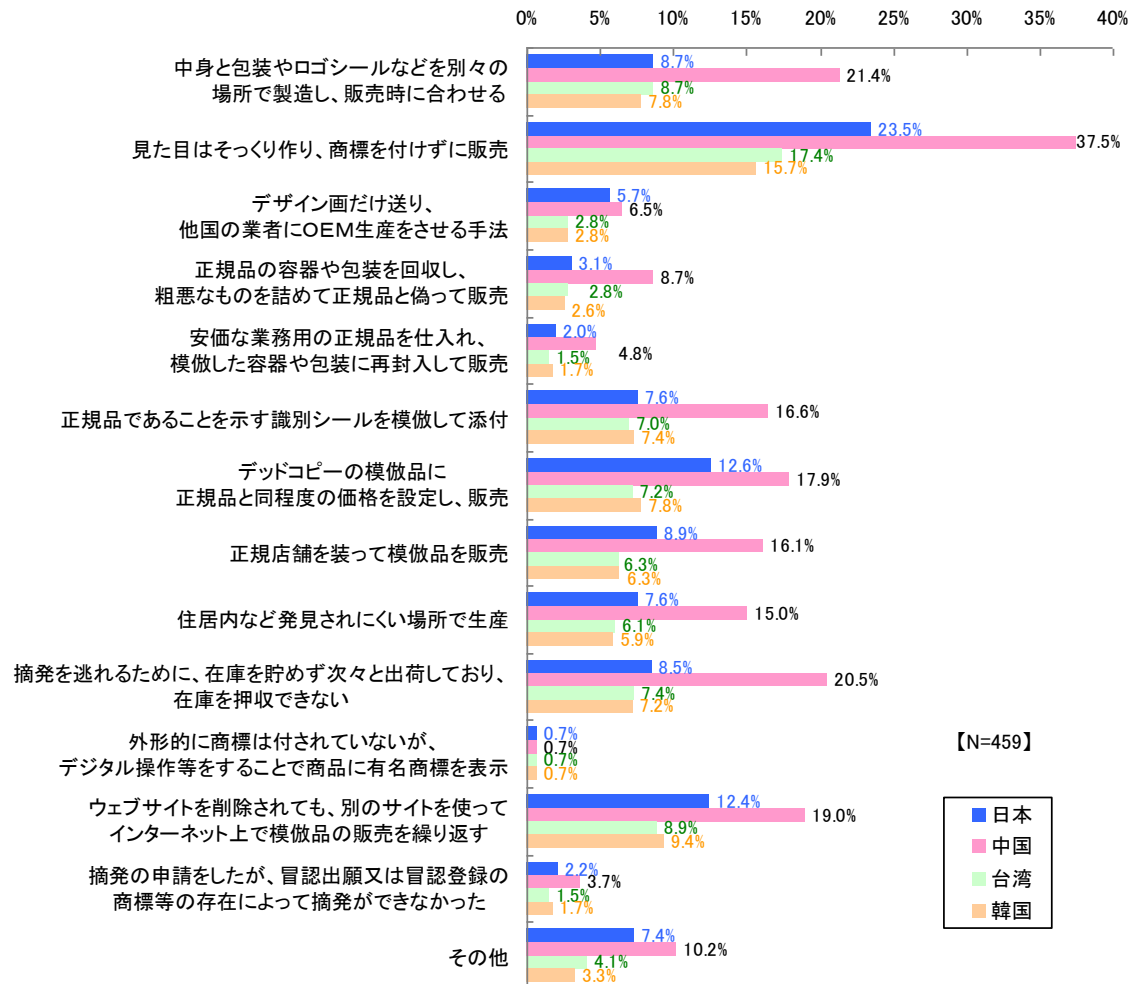
「著作物」: 著作権、コンピュータソフトウェア、音楽用CD、ホームページデザインの盗用等

「営業秘密・ノウハウ」: 不正競争防止法によって保護される製品の製造等に係る営業秘密やノウハウ

「その他」: 育成者権、回路配置利用権等、ドメイン名等、その他産業財産権の侵害とは断定できないが、貴社商品・サービスが模倣されたと思われる事例

いずれの模倣手口においても中国での巧妙化が進んでいる。

主要国別の模倣手口の巧妙化



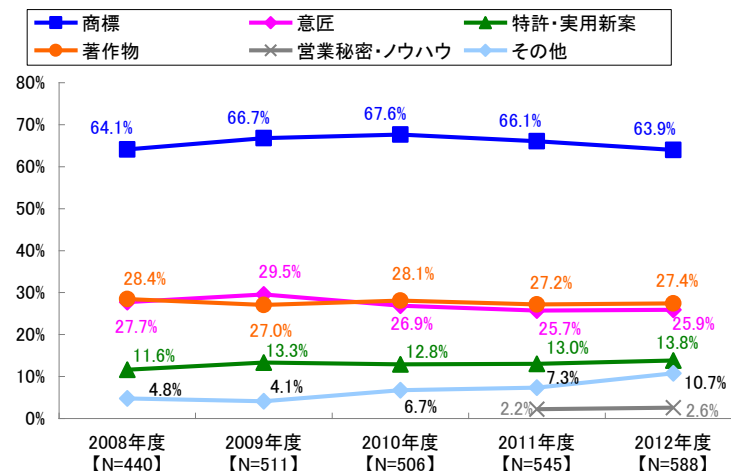
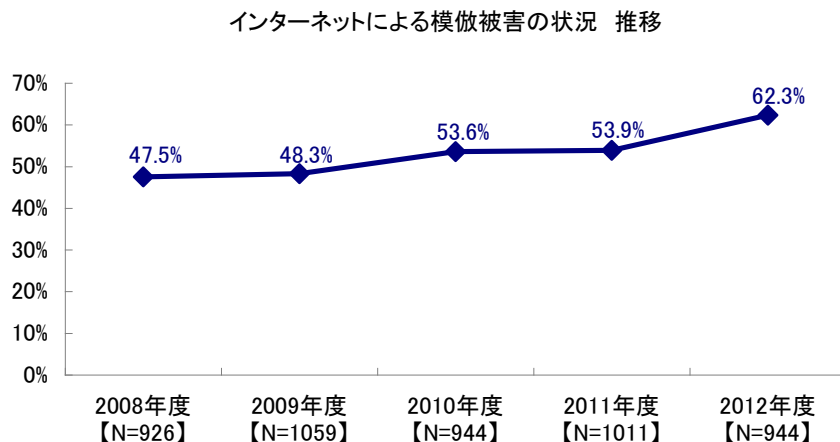
2. インターネットによる模倣被害状況

インターネット上の模倣被害率

模倣被害社全体の6割強がインターネット上の模倣被害を受けており、2008年度から2012年度までの推移を見ると、増加の一途を辿っている。権利別の被害率では、商標に関する被害が2012年度は減少となったが、他の権利よりも高く、「商標等の無断使用・類似商標の使用」や「海外インターネット通販サイトによる模倣品の販売取引」による被害の割合が高い。

インターネット上の模倣被害状況(単数回答)

インターネット上の権利別模倣被害率の推移

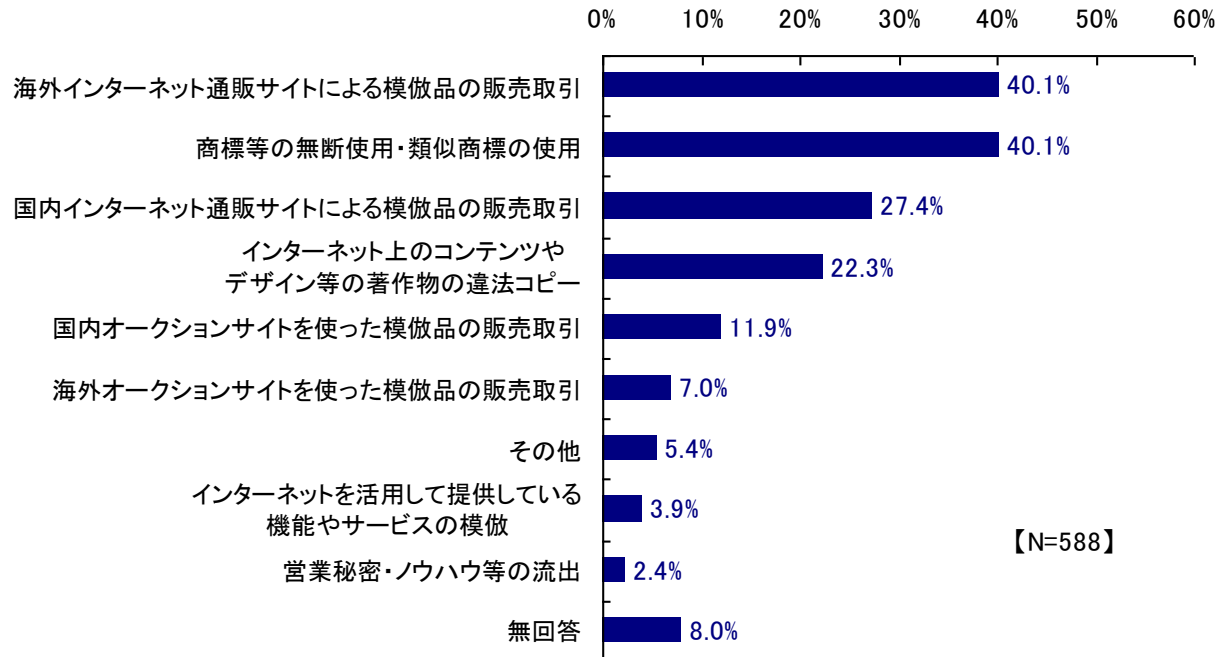


(注) 数値は2012年度にインターネット上で模倣被害を受けた企業の中で、商標、意匠、特許・実用新案、著作物、その他の知的財産権の何れかについて、インターネット上で模倣被害を受けた企業の割合を表す

インターネット上の模倣被害の内容

インターネット上の模倣被害内容は、「商標等の無断使用・類似商標の使用」と「海外インターネット通販サイトによる模倣品の販売取引」が最も多い。

インターネット上での模倣被害の内容

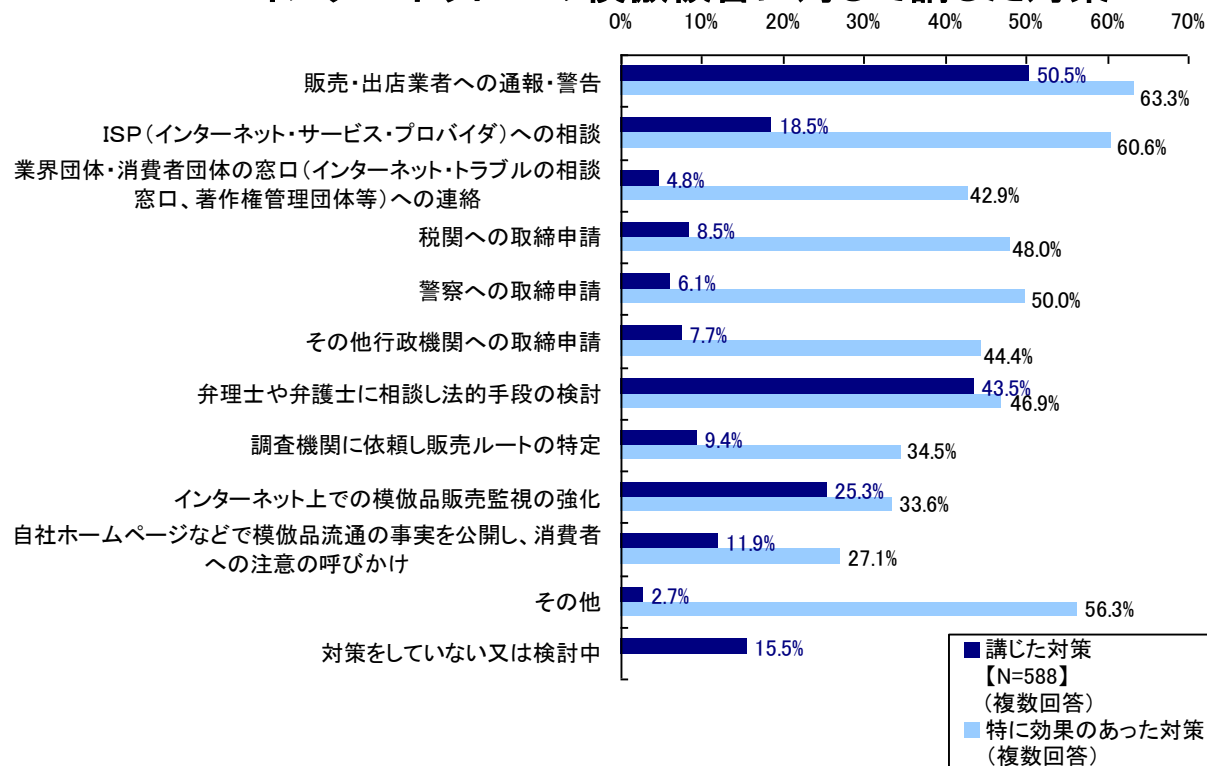


(注) 母数Nは、インターネット上でいずれかの権利で被害があったと回答した社数

インターネット上の模倣被害対策

インターネット上の模倣被害に対して講じた対策は、販売・出店業者への通報・警告が多く、特に効果がある対策としても、販売・出店業者への通報・警告が多い。

インターネット上の模倣被害に対して講じた対策



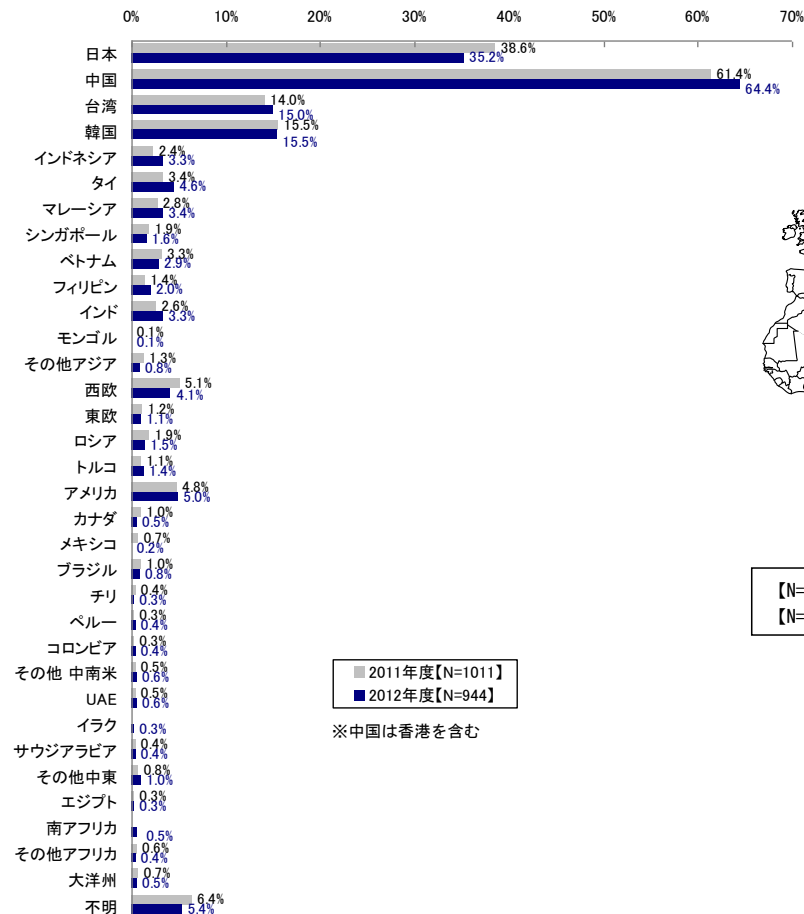
(注)特に効果のあった対策は、講じた対策ごとに回答のあった企業数を100%としている。

3. 模倣被害の発生地域・流通構造

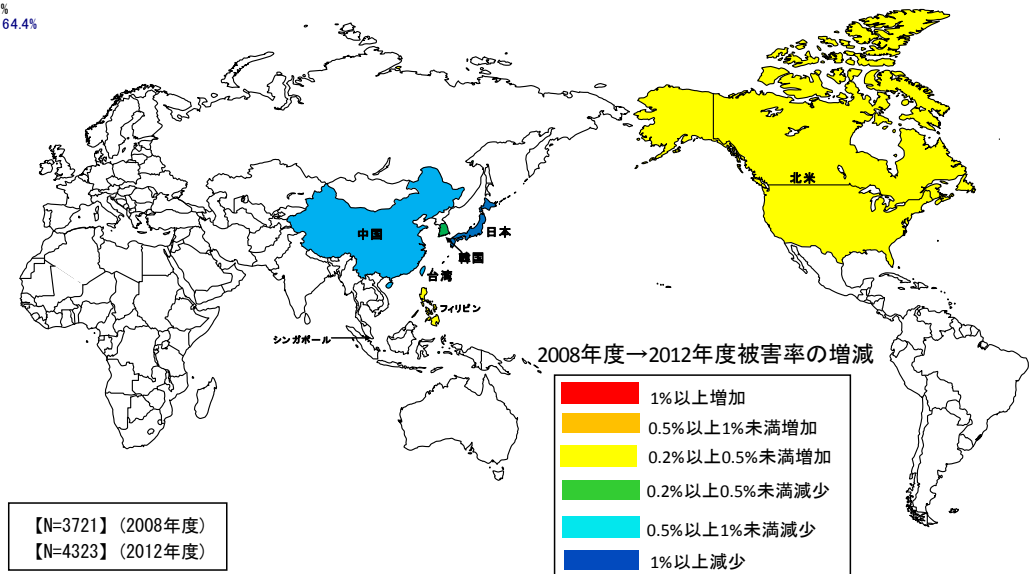
製造国・地域別の被害動向

模倣品・サービス製造国としては、中国が高水準で推移し被害社全体の6割を超える。
2008年度から2012年度までの被害率の増減をみると、アジア地域において減少傾向。

模倣品の製造国・地域の被害社率



製造国・地域の被害率の推移

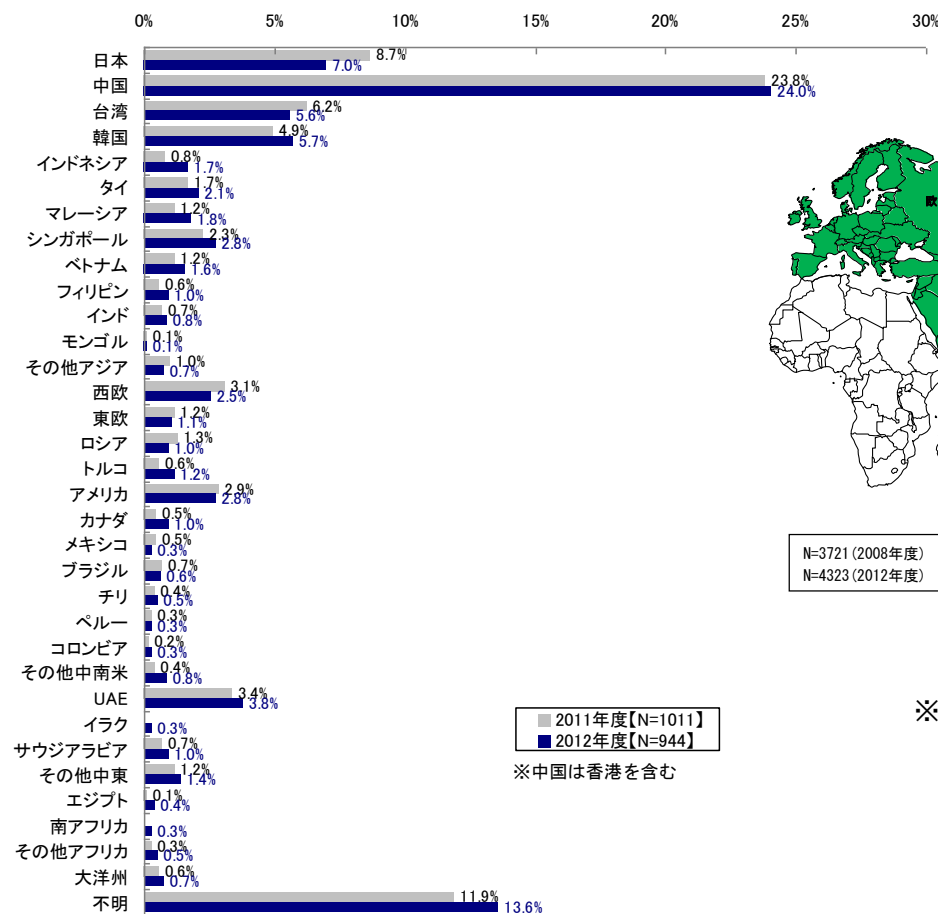


※被害率 = 当該国・地域の被害社数 / 総回答社数

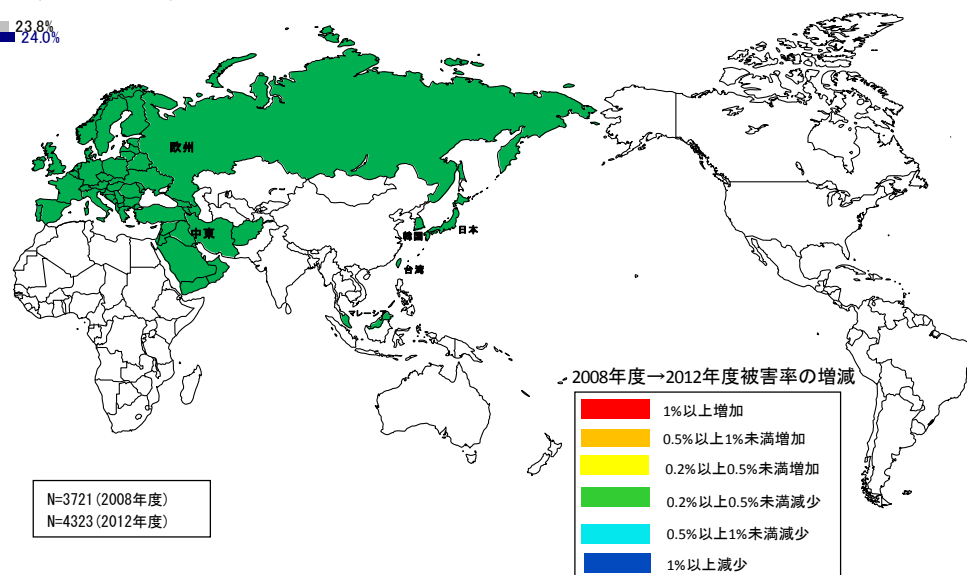
経由国・地域別の被害動向

模倣品・サービスの経由地域は中国を筆頭に東アジアが中心。2008年度から2012年度までの被害率の増減では、日本、韓国、中東、台湾、マレーシア、欧州などは減少傾向。

経由国・地域別の被害率



経由国・地域の被害率の推移

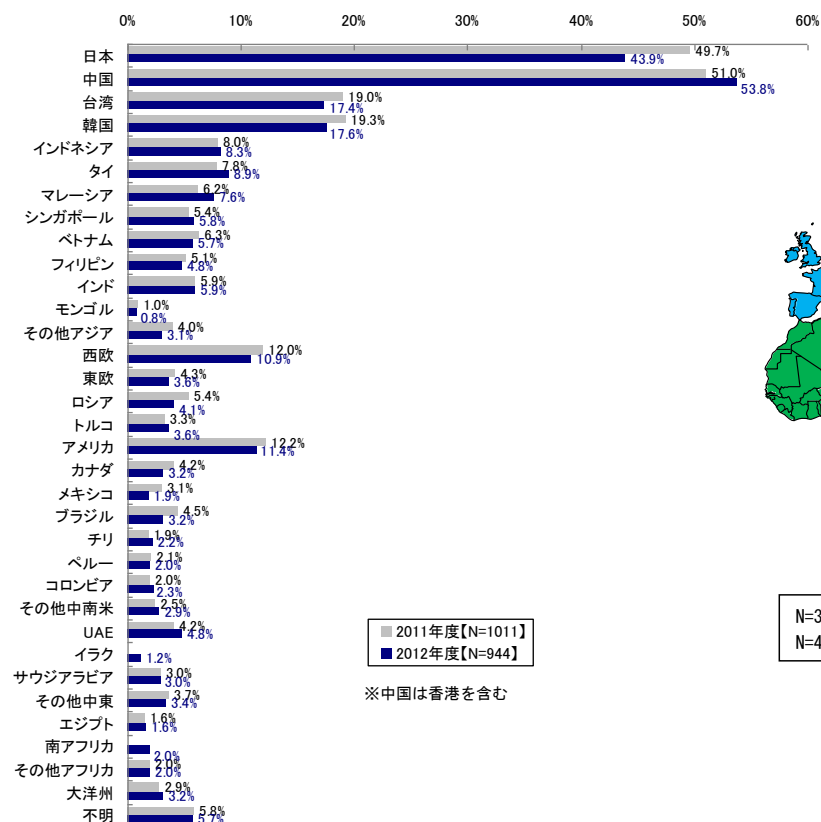


※ 被害率 = 当該国・地域の被害社数 / 総回答社数

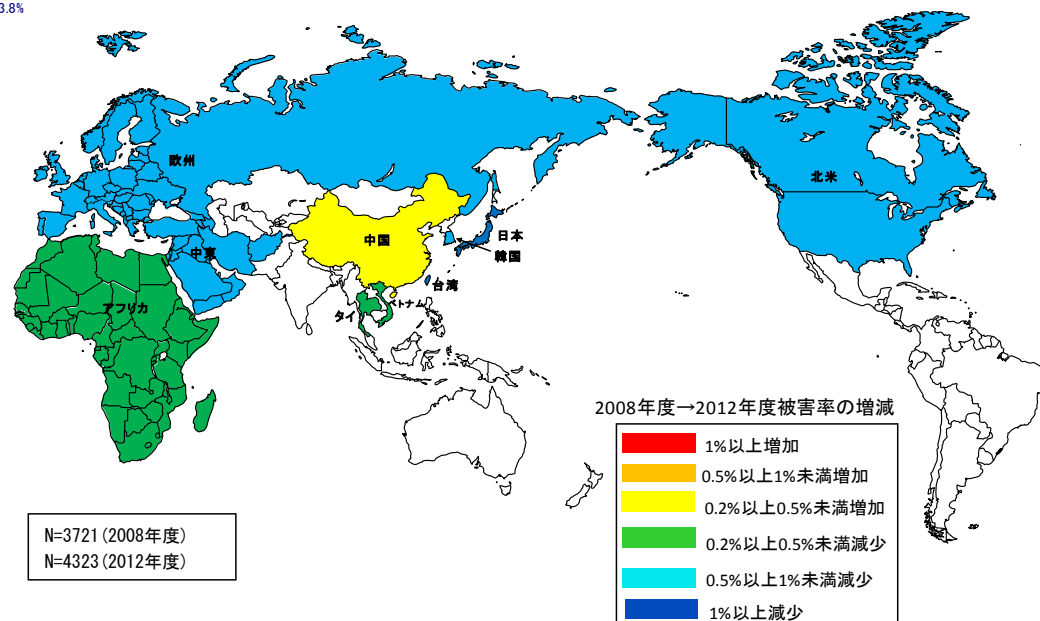
販売提供国・地域別の被害動向

模倣品・サービスの販売提供地域については、中国及び日本が上位。2008年度から2012年度までの被害率の増減では、中国での販売提供は微増傾向にある一方で、ほとんどの国・地域において、減少傾向が見られる。

販売提供国・地域別の被害社率



販売提供国・地域の被害率の推移



※ 被害率 = 当該国・地域の被害社数 / 総回答社数

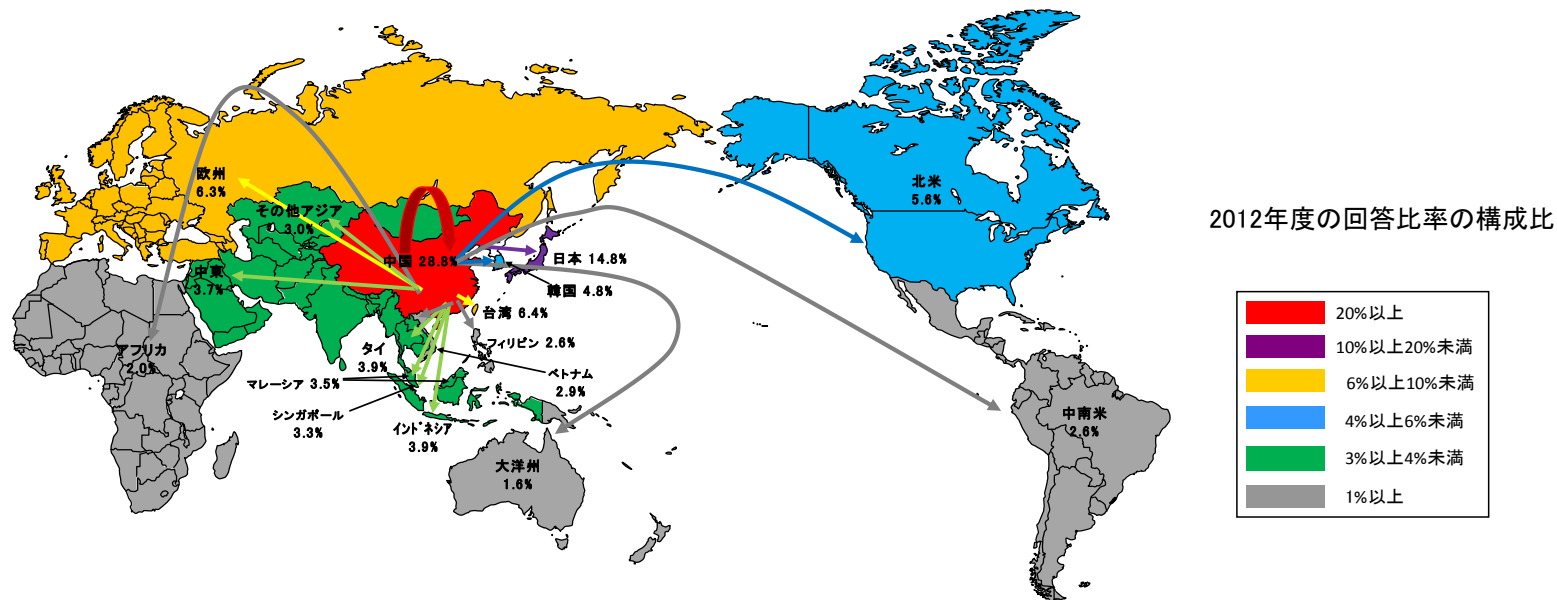
※「模倣品・サービスの販売提供国・地域」の回答には、インターネット上で模倣品・サービスが、その国・地域で「販売」又は「提供」されている（どちらかのみの）場合を含む。

模倣品・サービスの流通構造

(中国で製造された模倣品・サービスの販売提供国・地域)

中国製模倣品・サービスの被害社の28.8%は中国で販売提供されたと回答。次いで、日本、台湾、欧州、北米、韓国が続く。

中国で製造された模倣品・サービスの販売提供国・地域(流出先)



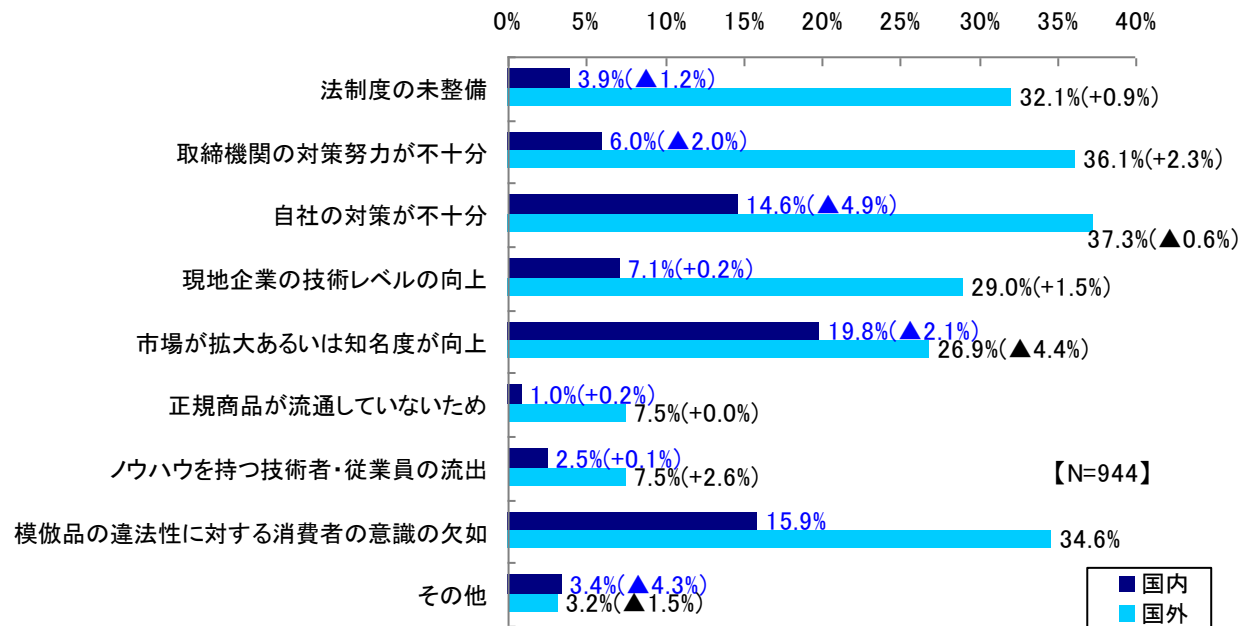
(注)構成比は、中国製模倣品・サービスの販売提供国・地域の回答件数(複数回答)の合計を母数Nとして算出したものであることに留意。例えば、1社が中国製模倣品・サービスを日本、中国、台湾の3ヶ国で販売提供されていると回答した場合、回答数は3でカウントされる。同様の回答が100社であったと仮定した場合、3(ヶ国/社)×100社=300(母数)。この場合、日本の模倣品・サービス販売提供率は $100(1(ヶ国/社) \times 100社) \div 300(母数) = 33.3\%$ となる。

4. 模倣被害の発生要因と内容・品質・価格

国内外での模倣被害の発生要因

模倣被害の発生要因は、国内は市場の拡大あるいは知名度の向上、国外は、自社の対策不十分が上位。

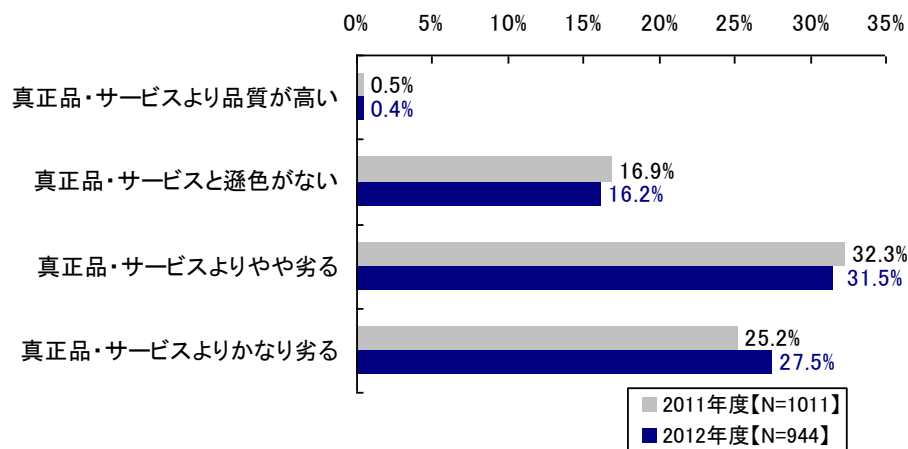
国内外の模倣被害発生要因



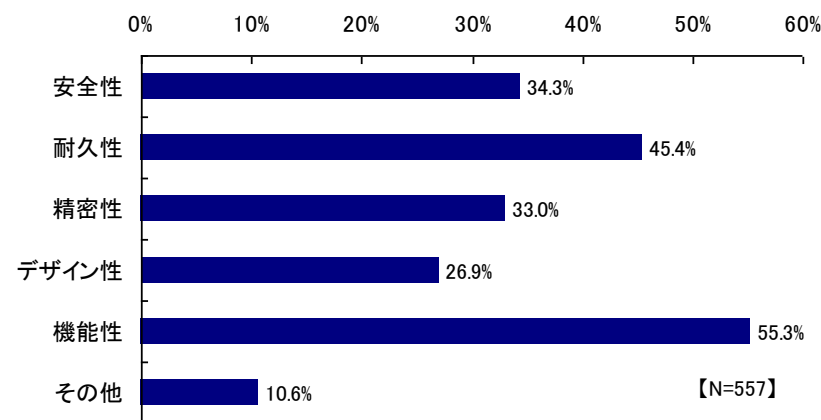
(注) グラフ中の(%)は前年度比(2011年度 【N=1011】)を表す

品質面では、59.0%が真正品・サービスより劣ると回答。また、模倣品・サービスは真正品・サービスに比べ、「機能性」や「耐久性」といった面で劣るとする回答が多い。

模倣品・サービスの品質（単数回答）



模倣品・サービスの品質が劣る内容

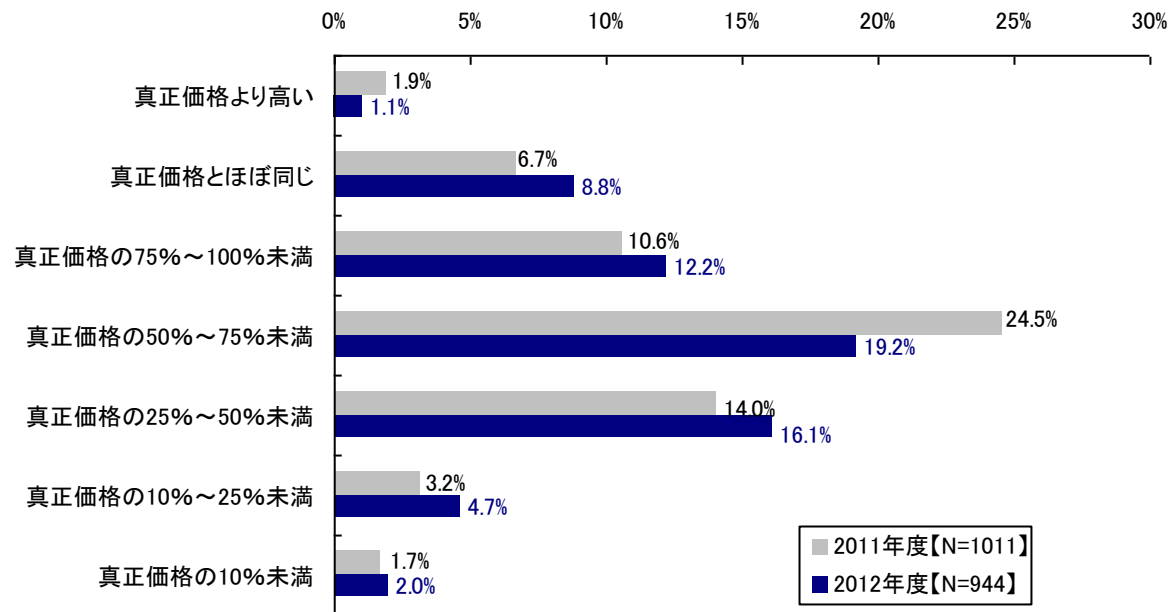


(注) 母数Nは模倣品・サービスの品質において「真正品・サービスよりやや劣る」、「真正品・サービスよりかなり劣る」と回答した社数を表す。

模倣品・サービスの価格水準

模倣品・サービスの価格は一般的に真正品・サービスより低価格で、真正価格の50%～75%未満が多く、模倣品・サービスの22.8%は真正価格の50%未満。

模倣品の価格水準（単数回答）



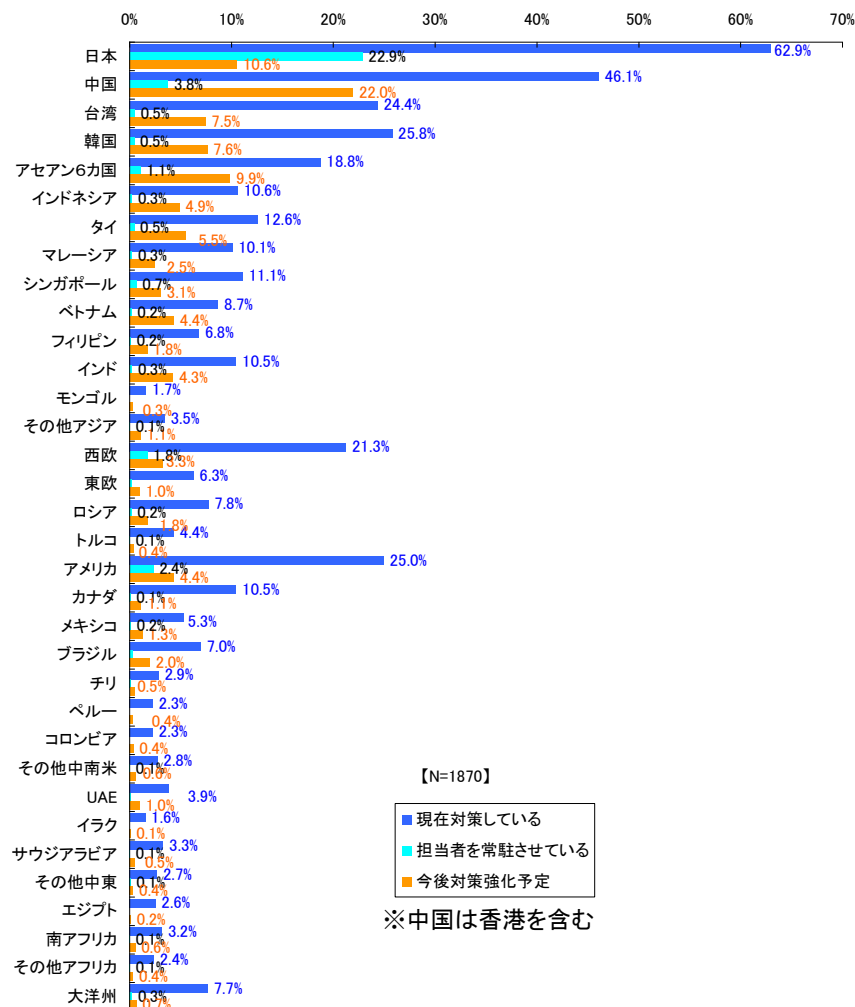
(注)「不明」及び「無回答」は非表示のため、合計は100%とまらない

5. 模倣被害対策の実施状況

国・地域別の模倣被害対策の状況

現在の模倣被害対策は、アジア地域での実施が中心。

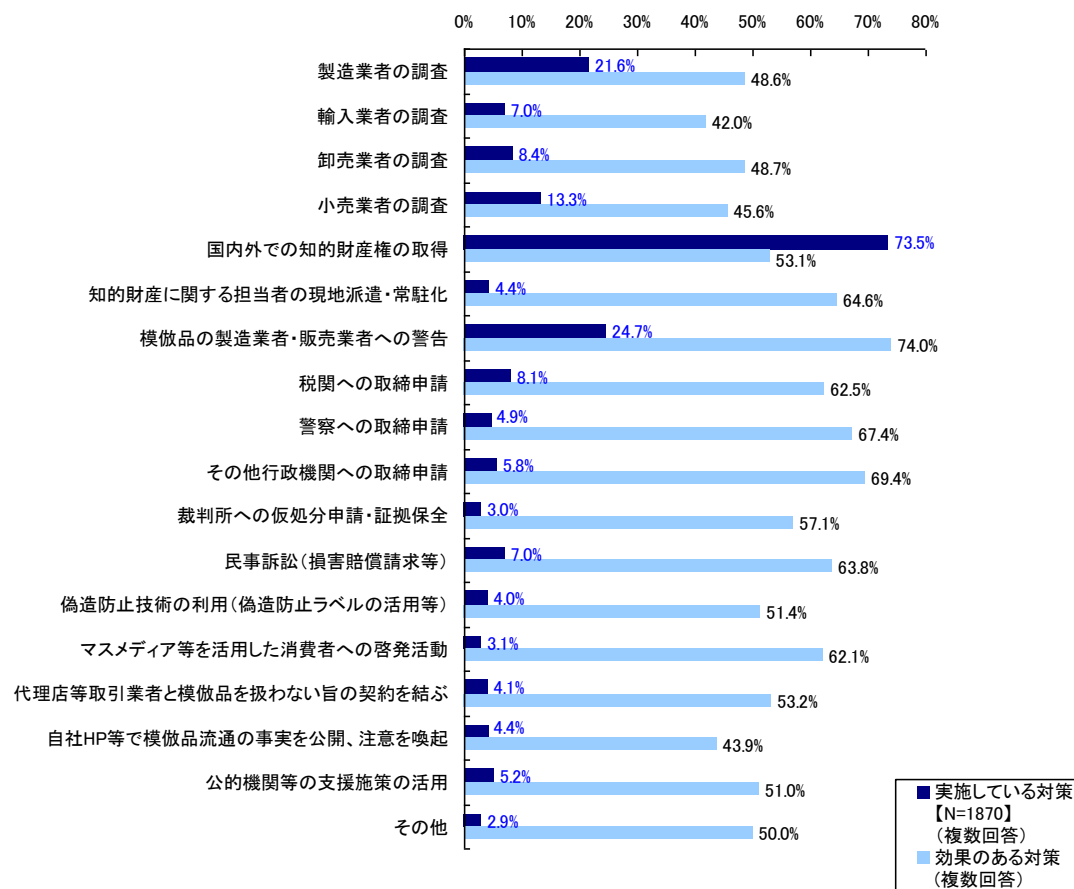
現在の国・地域別の模倣被害対策の実施状況



模倣被害対策の内容と効果

実施している対策内容は、国内外での知的財産権の取得が圧倒的に多い。

現在実施している模倣被害対策の内容と効果



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