

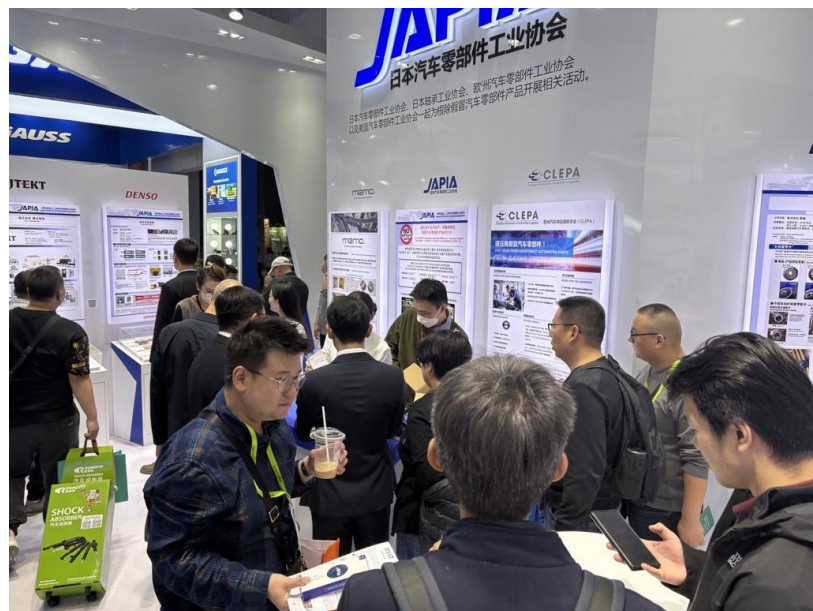
オートメカニカ上海2024 アンケート結果

一般社団法人日本自動車部品工業会

知的財産権部会

2025年1月21日

オートメカニカ上海2024出展の様子



オートメカニカ上海2024出展概要等

■オートメカニカ上海2024 開催概要

日程：2024年12月2日（月）-12月5日（木）

場所：National Exhibition and Convention Center (Shanghai)

会場面積：35万㎡

出展社および来場者数：：6,763社、222,341名 181カ国・地域

JAPIA出展面積：50㎡

活動概要：①真贋サンプルおよびパネルの展示、②1日約5時間の各社持ち回り来場者向けプレゼンテーションの実施
③模倣品購入に関する来場者意識アンケート調査、④パンフレットによる真正品販売情報の発信 他

■出展社概要

【サンプルおよびパネル展示】

①ジェイテクト、②カヤバ、③曙ブレーキ工業、④デンソー、⑤アイシン、⑥日立アステモ、⑦日本特殊陶業、⑧矢崎総業

【パネル展示のみ】

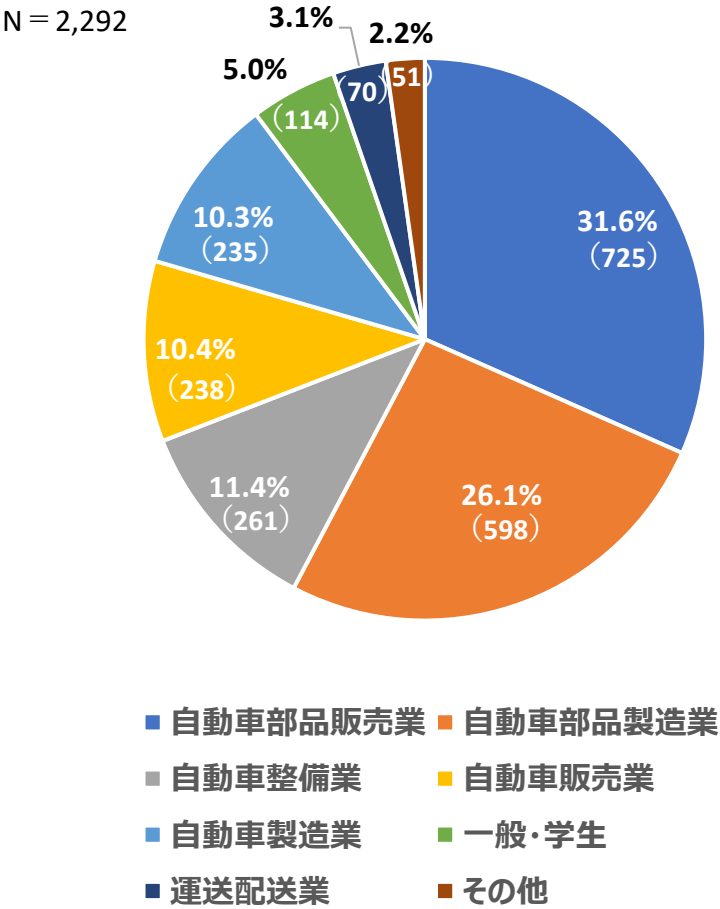
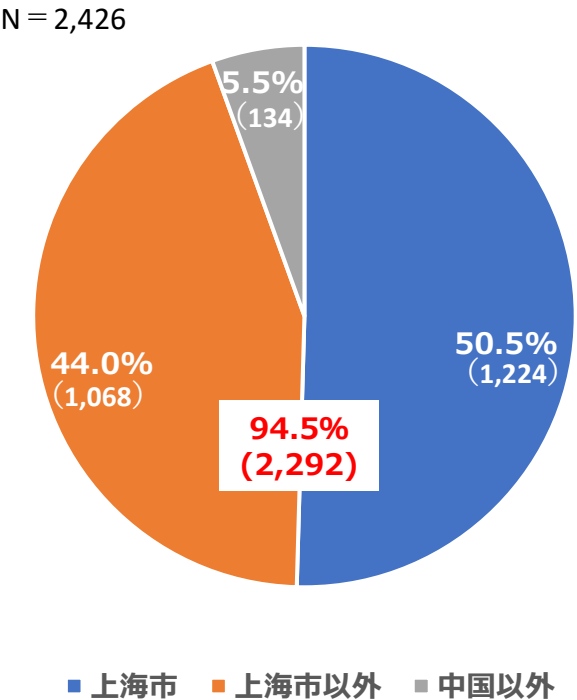
①MEMA、②CLEPA、③JAPIA（パネルのみ）

■アンケート実施結果

実施方法：来場者が自身のスマホで回答

有効回答数：2,292個

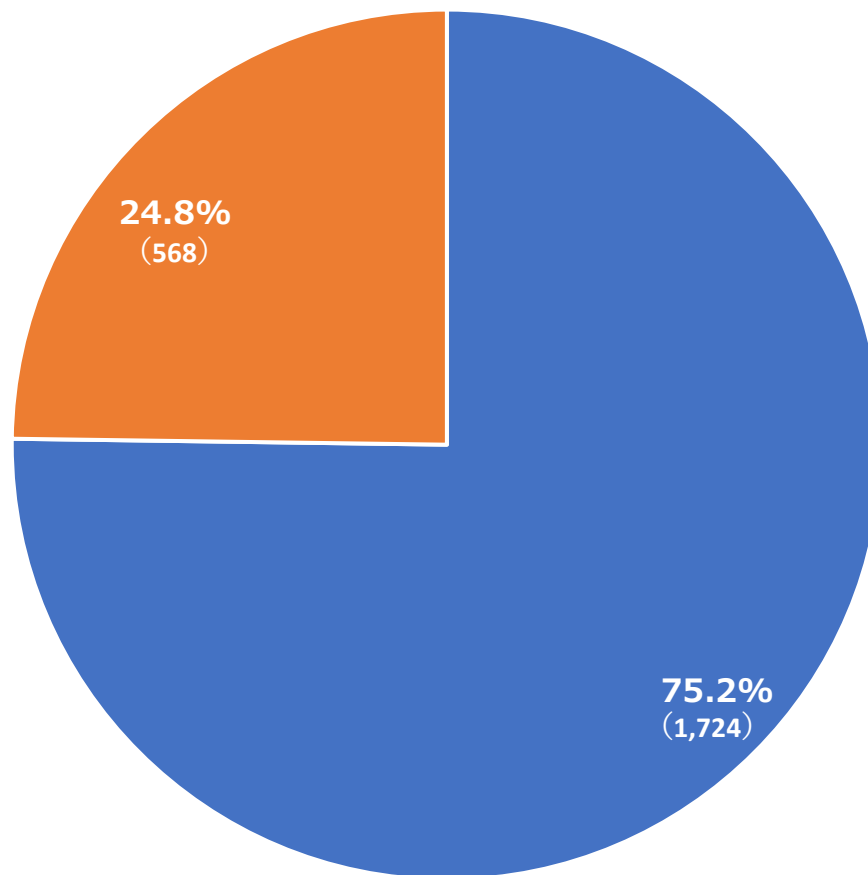
Q1 : アンケート対象者の住所と職業



・中国国内在住の来場者の回答でアンケート結果（2,292個）を分析。
・アンケート回答者の92.8%が自動車・自動車部品業界関係者。

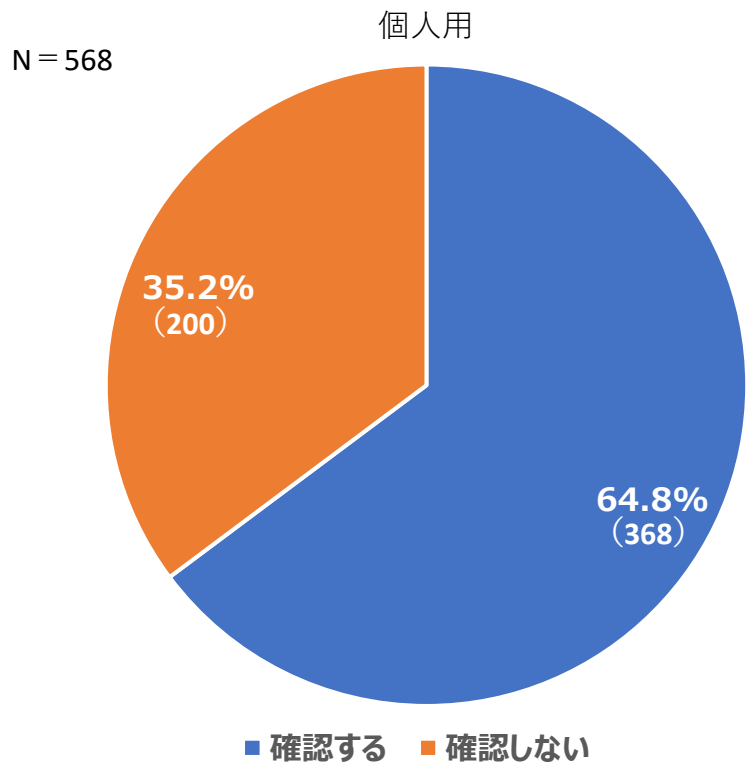
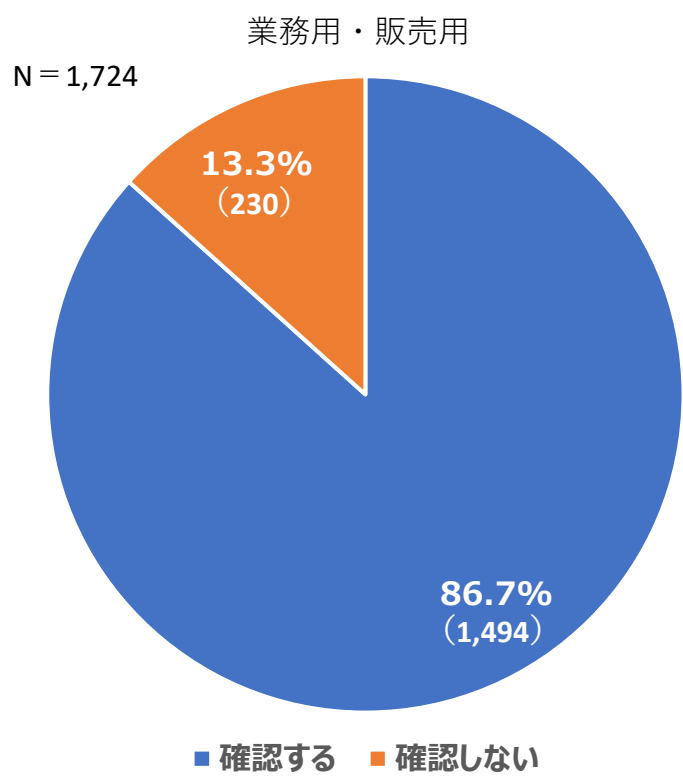
Q 2 : 自動車部品の購入（交換）の用途

N = 2,292



■ 業務用・販売用として購入 ■ 個人用として購入

Q3：自動車部品を購入（交換）する際に模倣品かどうか確認する人の割合

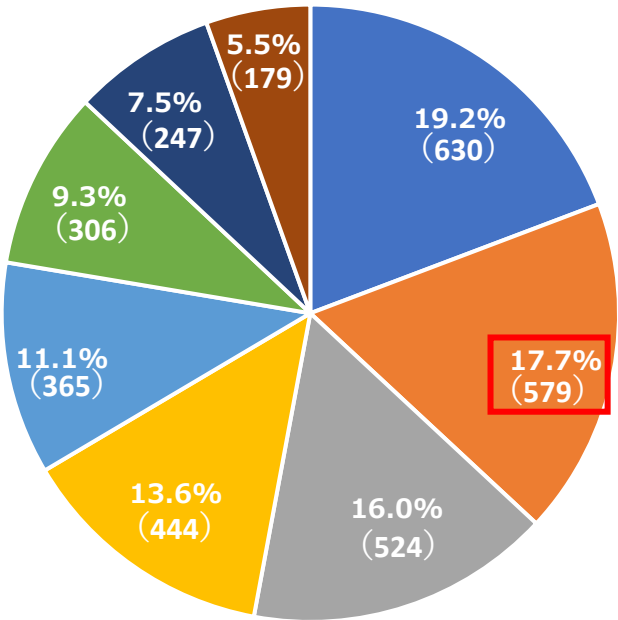


・23年比、模倣品かどうか確認する割合は、業務用・販売用では6.9pt減少、個人用でも15.3pt減少。

Q3-1：自動車部品を購入（交換）する際の確認方法

N = 3,274

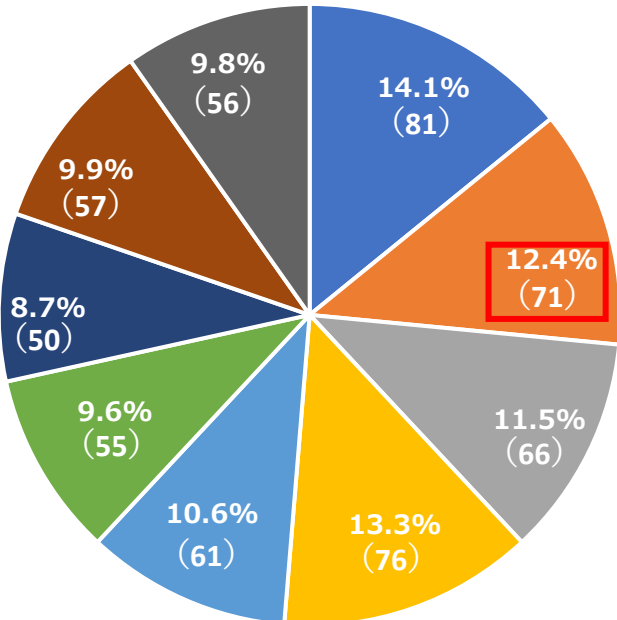
業務用・販売用



- 品質や材質
- メーカーに問い合わせる
- 販売店・修理店の担当者に確認する
- 価格で判断
- メーカーブランドの名称やロゴの有無
- 部品や包装の外観
- 販売店・修理店の店舗名で判断
- 知人に聞く

個人用

N = 573



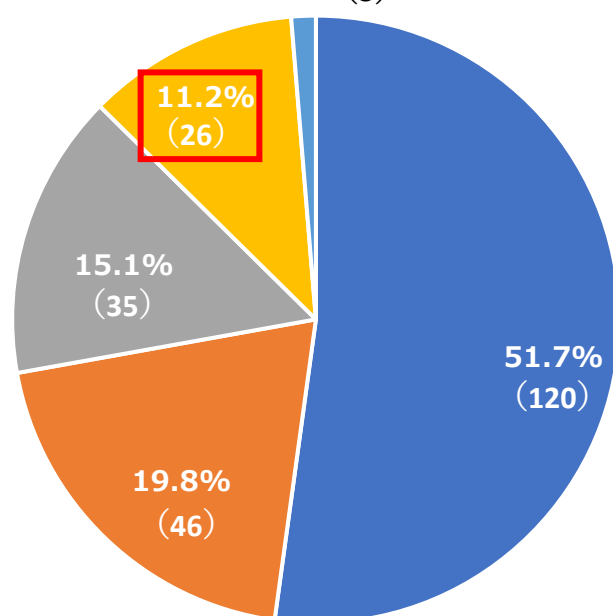
- 品質や材質
- メーカーに問い合わせる
- 販売店・修理店の担当者に確認する
- 価格で判断
- インターネットで調べる
- メーカーブランドの名称やロゴの有無
- 部品や包装の外観
- 販売店・修理店の店舗名で判断
- 知人に聞く

・18～23年調査では、メーカーブランドの名称やロゴの有無で確認する割合が一番多かった。（以下詳細）			
	2018年調査	2019年調査	2023年調査
業務用・販売用	40%	35%	33.6%
個人用		35%	39.5%

Q3- 2 : 自動車部品を購入（交換）する際、模倣品かどうか確認しない理由

N = 230

業務用・販売用
1.3% (3)



■ 確認方法がわからないから

■ 模倣品があると思わないから

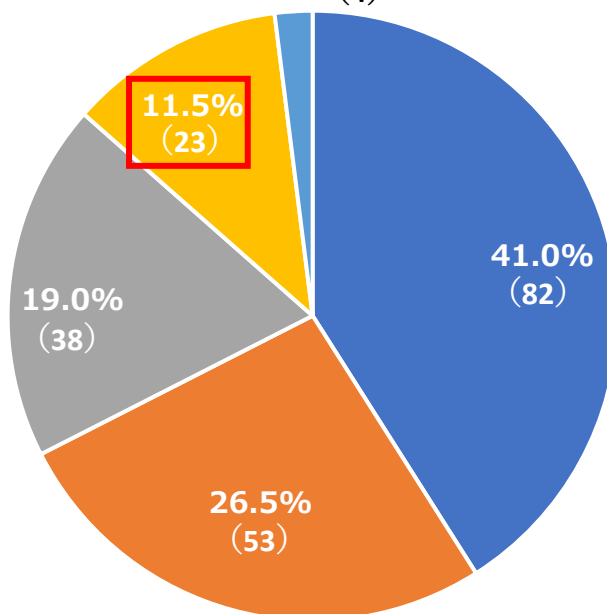
■ 興味がない、面倒だから

■ 模倣品であってもかまわないから

■ その他

N = 200

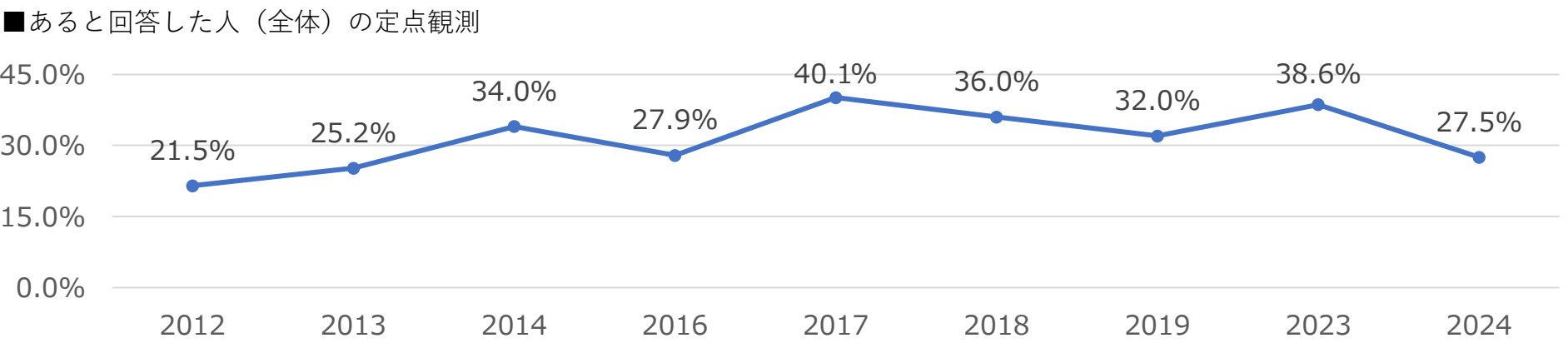
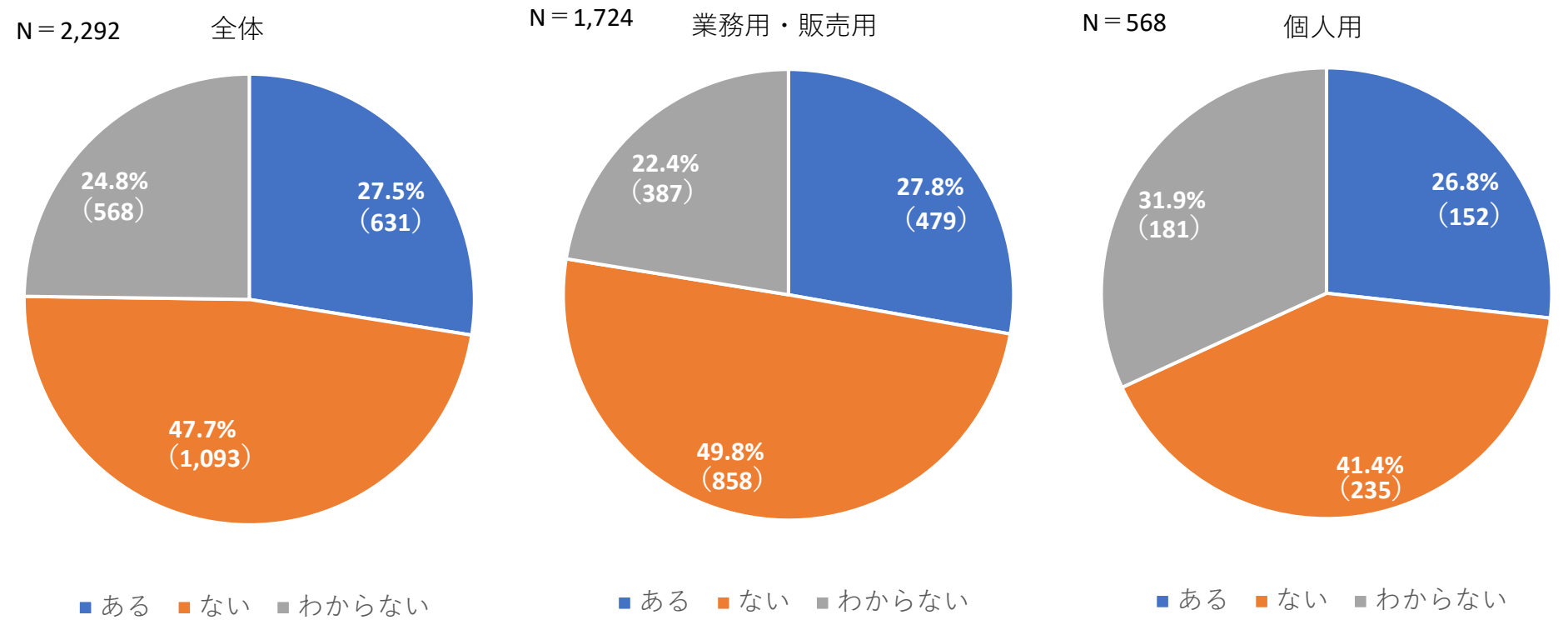
個人用
2.0% (4)



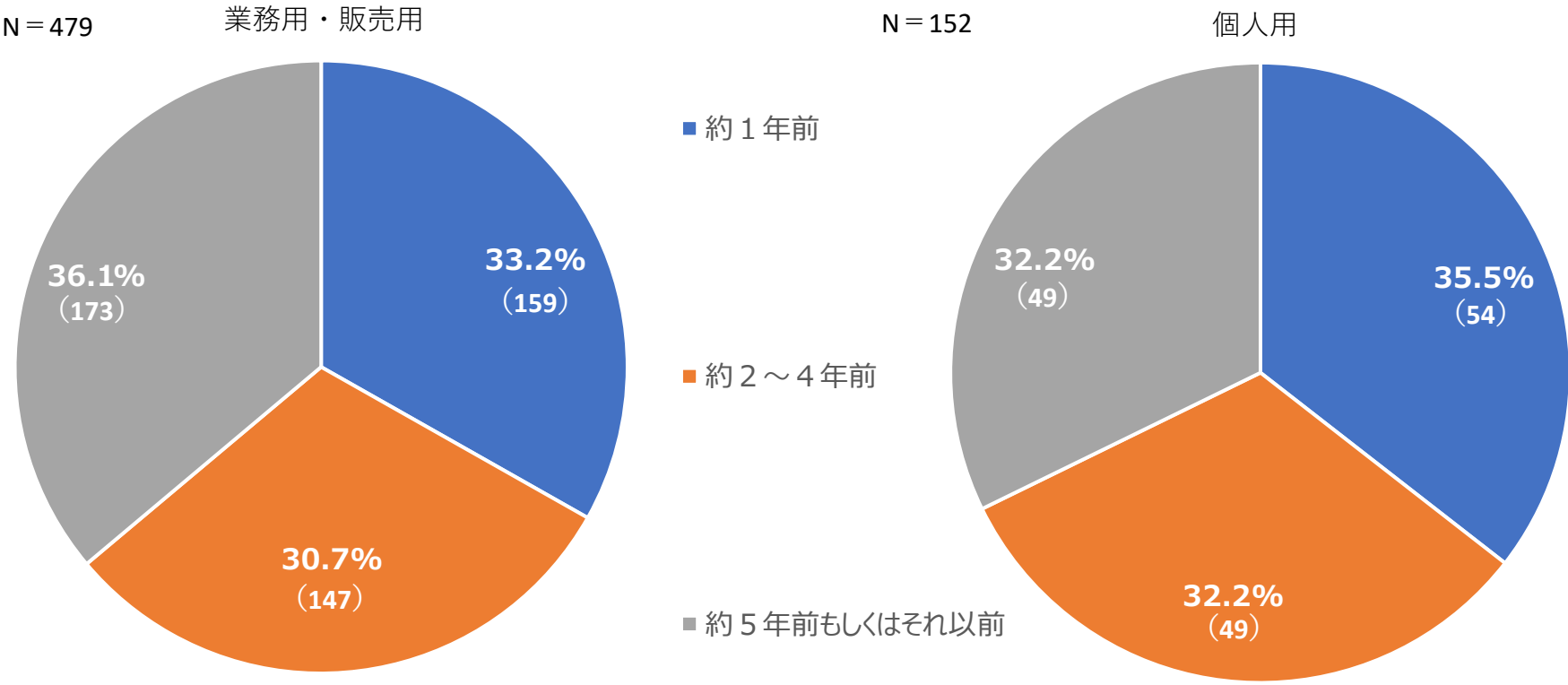
・23年比、模倣品であってもかまわないという回答が業務用・販売用で4.3pt、個人用で4.6pt増加。

上記の推移	2018年調査	2019年調査	2023年調査
業務用・販売用	1.1%	2%	6.9%
個人用		3%	6.9%

Q4：これまで模倣品と知りながら購入（交換）したことがあるか？



Q4-1：模倣品と知りながら購入（交換）した時期

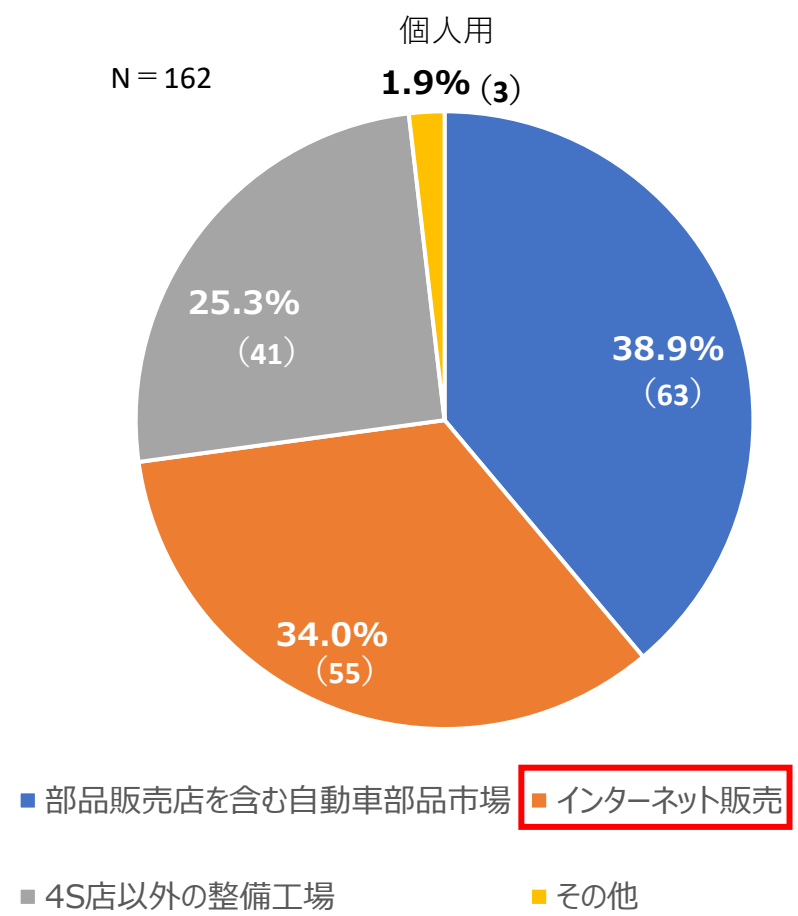
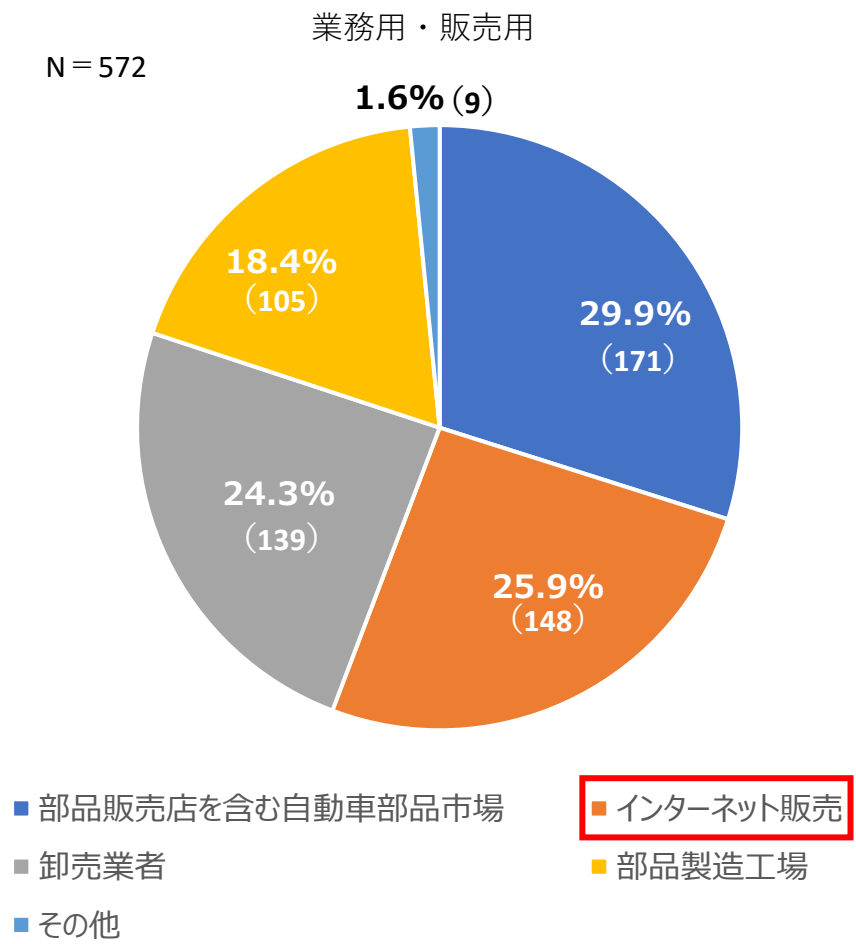


・23年比で、約1年前および約4年～2年前の模倣品購入率が業務用・販売用、個人用両方で増加。2019年の数値よりも悪化。

■ 参考：2019年（上段）2023年（下段）調査結果

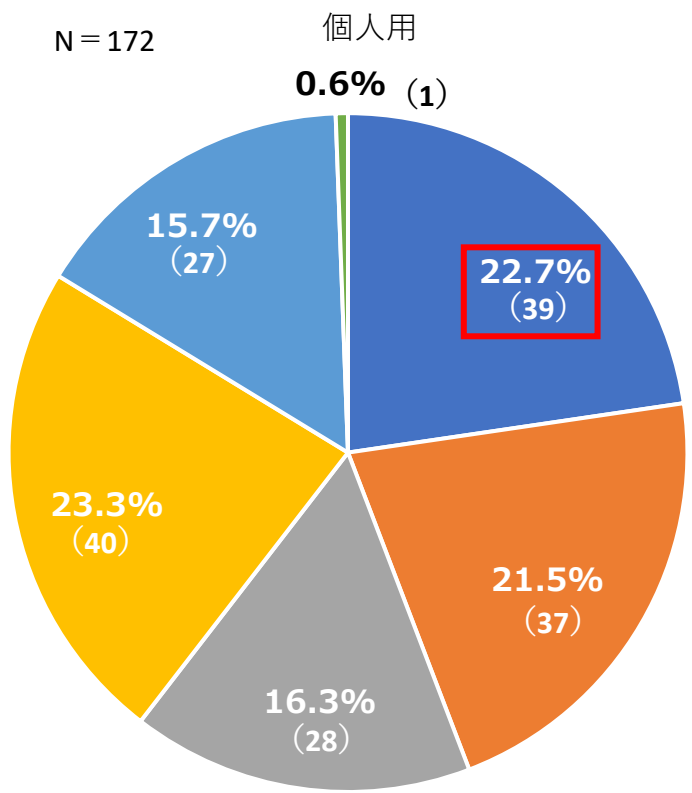
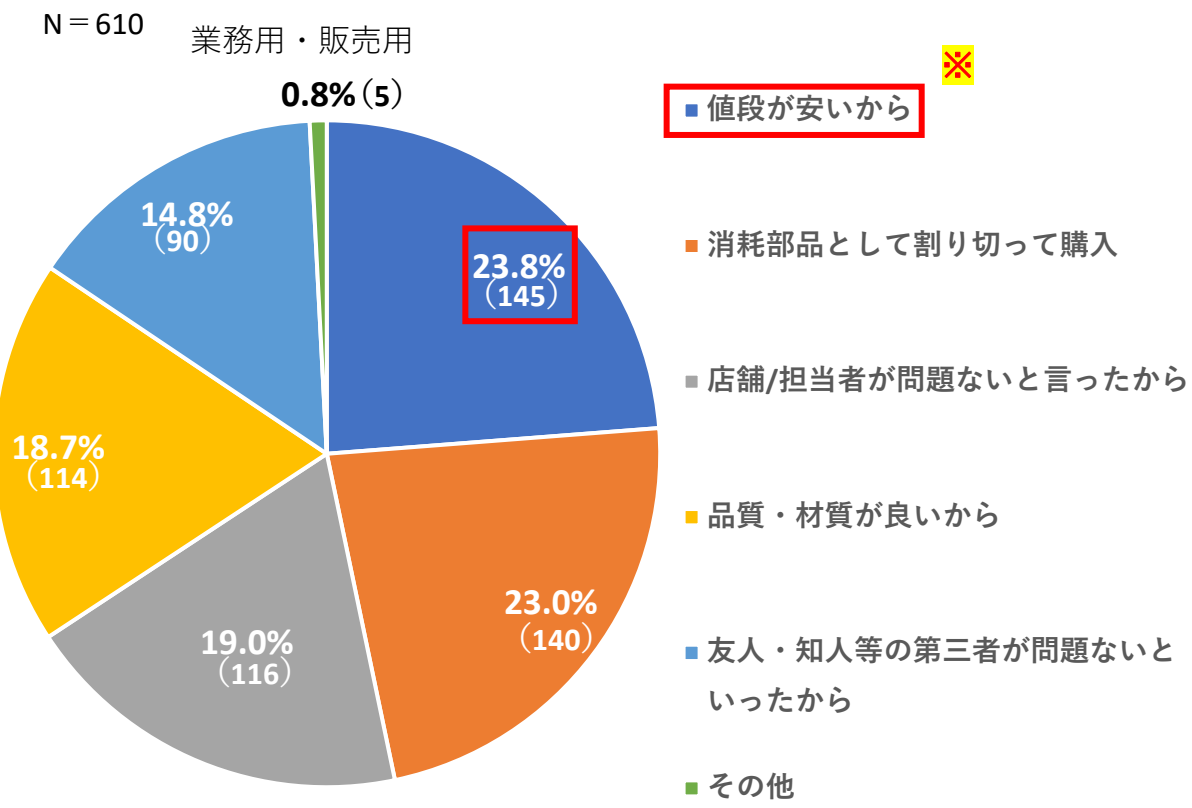
調査年	N数	対象	約5年前もしくはそれ以前	約4年～2年前	約1年前
2019年	536	業務用・販売用	37%（197）	41%（218）	22%（120）
	221	個人用	38%（84）	41%（91）	21%（46）
2023年	645	業務用・販売用	63.7%（441）	20%（129）	16.3%（105）
	166	個人用	64.5%（107）	22.9%（38）	12.7%（21）

Q4-2：模倣品と知りながら購入（交換）した場所



・23年比、インターネットでの模倣品購入は業務用・販売用では14.2pt、個人用においても14pt増加。
・個人用においては、部品販売店を含む自動車部品市場の割合が13.4pt増加。
注：23年調査では、個人用に対する設問として誤って卸売業者が含まれていた。

Q4-3：模倣品と知りながら購入（交換）した理由

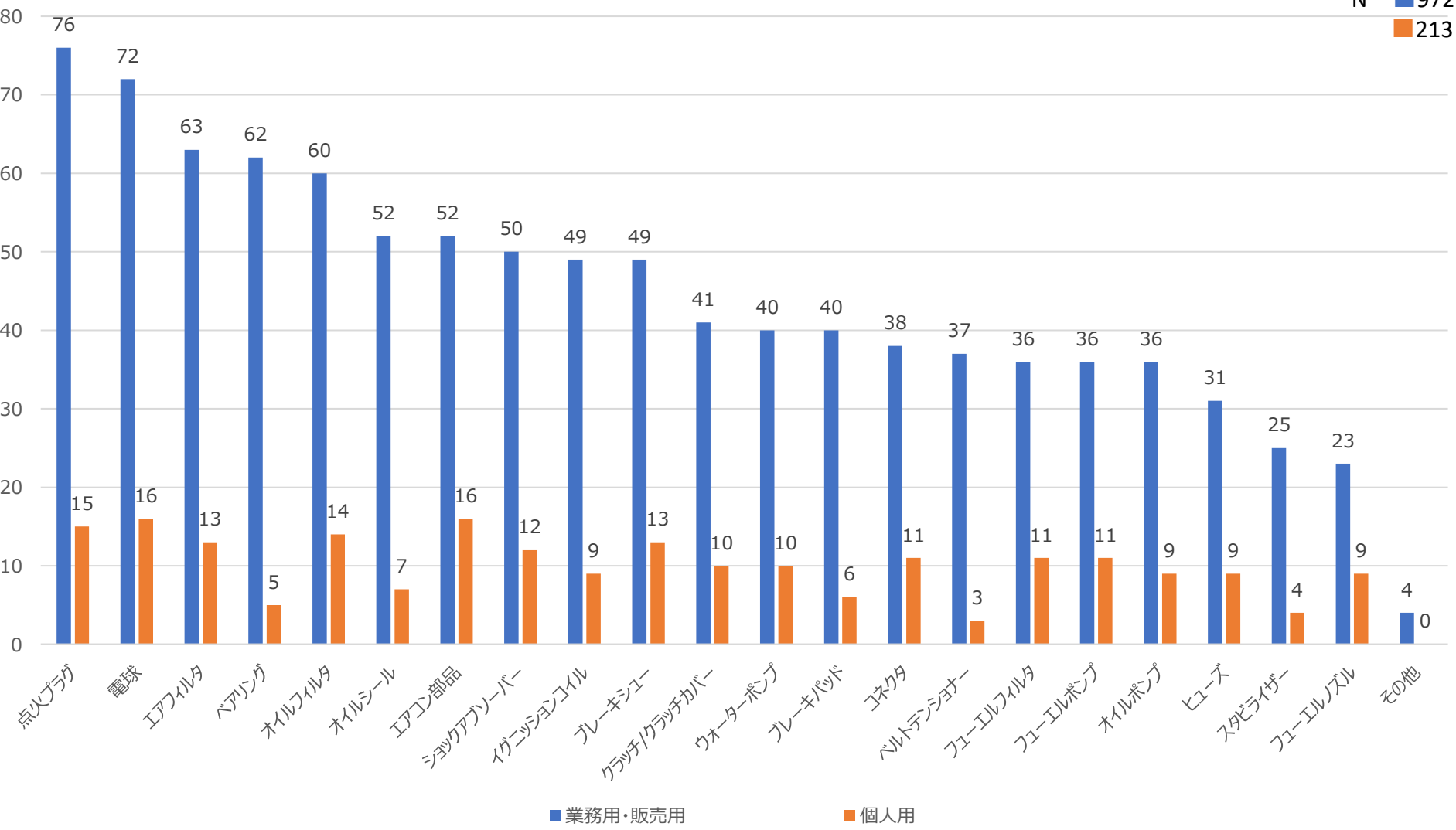


・23年比、個人用においては値段が安いという理由での購入は38.2pt減少、店舗／担当者が問題ないと言ったという理由が14.9pt増加。

※の推移	2018年調査	2019年調査	2023年調査
業務用・販売用	-	37%	20.5%
個人用	-	37%	59.7%

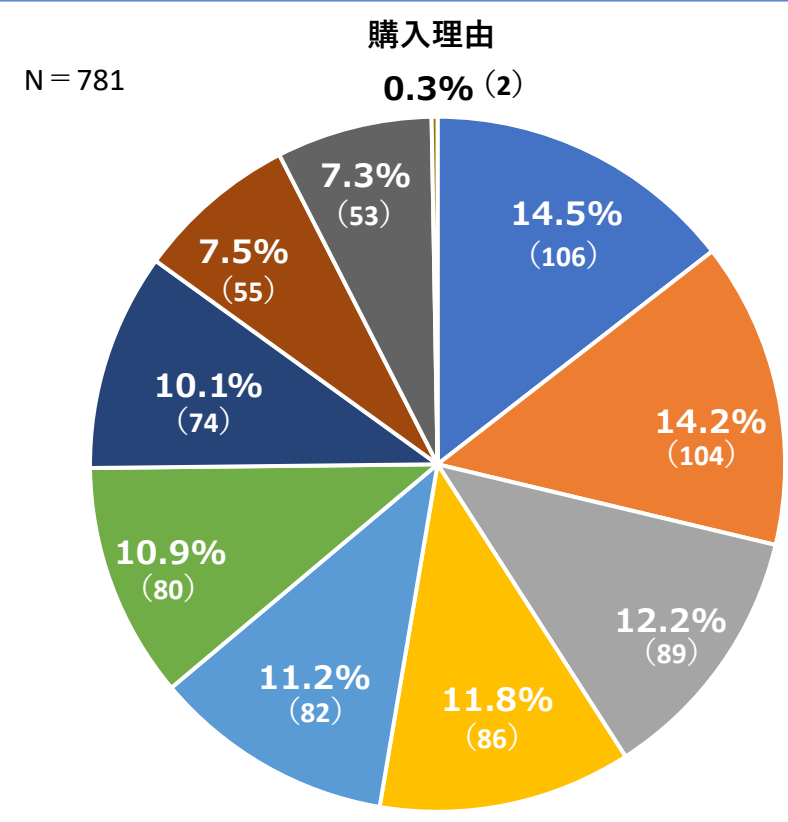
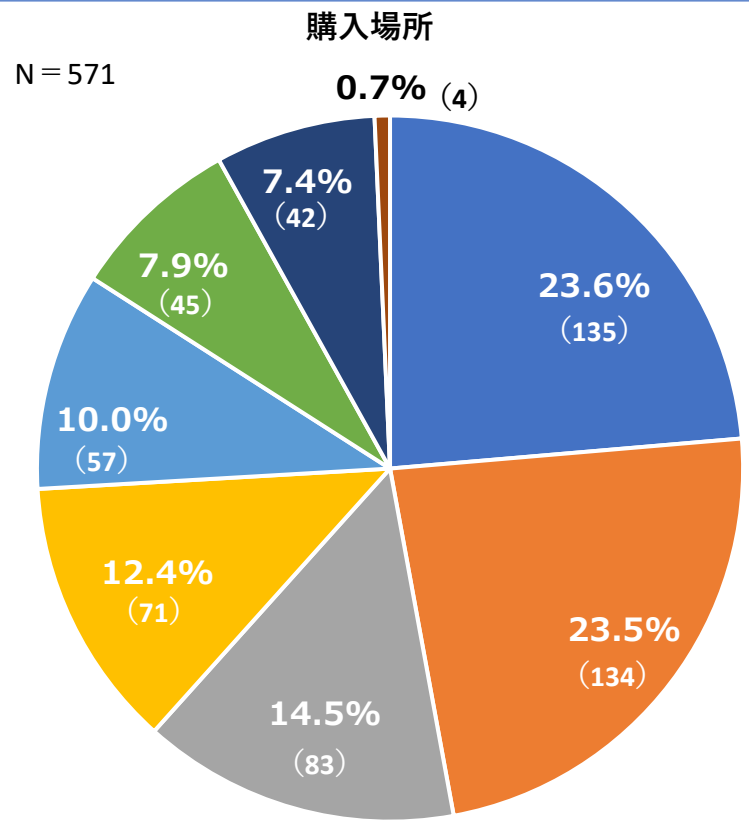
Q4-4：模倣品と知りながら購入（交換）した部品

N = ■ 972
■ 213



・23年調査では、選択項目最上位にあったブレーキパッドが突出した数値となったため、本年からは選択項目をランダムで表示するようシステムを変更した。

Q5：（個人向け）自動車部品の購入（交換）はどこで、どのような理由でおこなうか



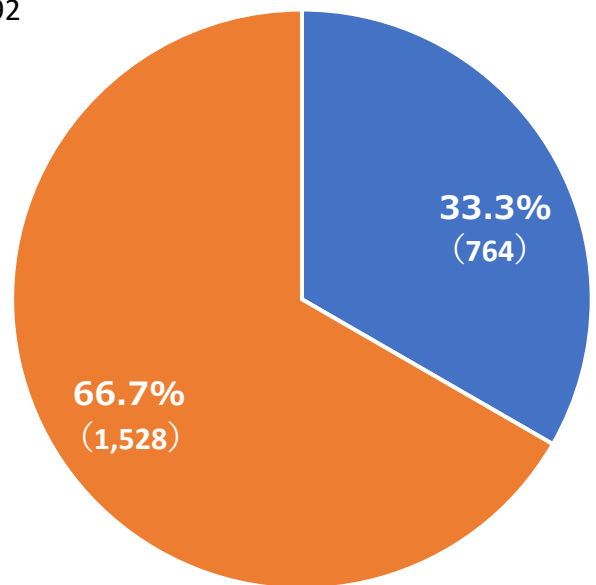
- | | | | |
|---------------|-----------------|-------------------|-----------|
| ■ 4 S店（正規代理店） | ■ 自動車部品市場 | ■ 技術レベルが高い | ■ サービスが良い |
| ■ インターネット販売 | ■ 4 S店以外の整備工場 | ■ 知人の紹介 | ■ 値段が安い |
| ■ 購入経験なし | ■ 自車ブランド以外の4 S店 | ■ 在庫が豊富ですぐ部品交換できる | ■ 地理的に便利 |
| ■ 路上修理店 | ■ その他 | ■ 雰囲気が良い | ■ 営業時間が便利 |
| | | ■ 保険会社が指定 | ■ その他 |

・部品の購入（交換）場所については4 S店以外のルートの数値が増加。4 S店は24.3pt減少。
・購入（交換）理由についても、「サービスが良い」の割合が28.1pt減少、その他の理由が平均的に増加。

Q5-1：自動車部品を購入(交換)して後日模倣品だと判明したことがあるか、また、その際に模倣品であるとわからなかった理由はなにか

模倣品であることが判明したことがあるかないか

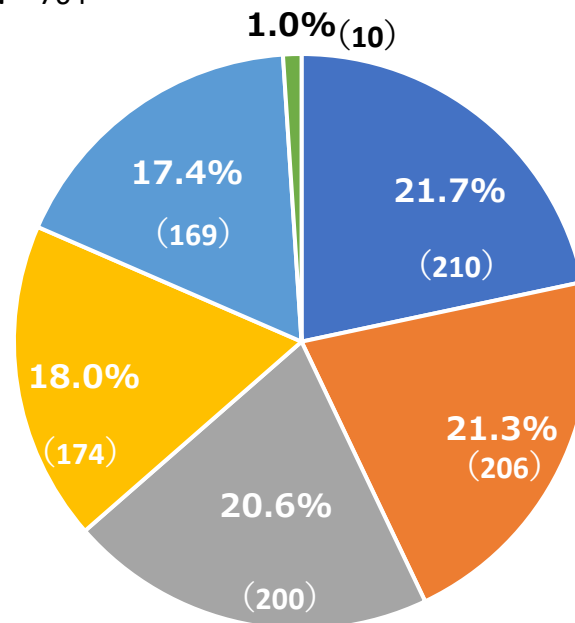
N = 2,292



■ ある ■ ない

わからなかった理由

N = 764

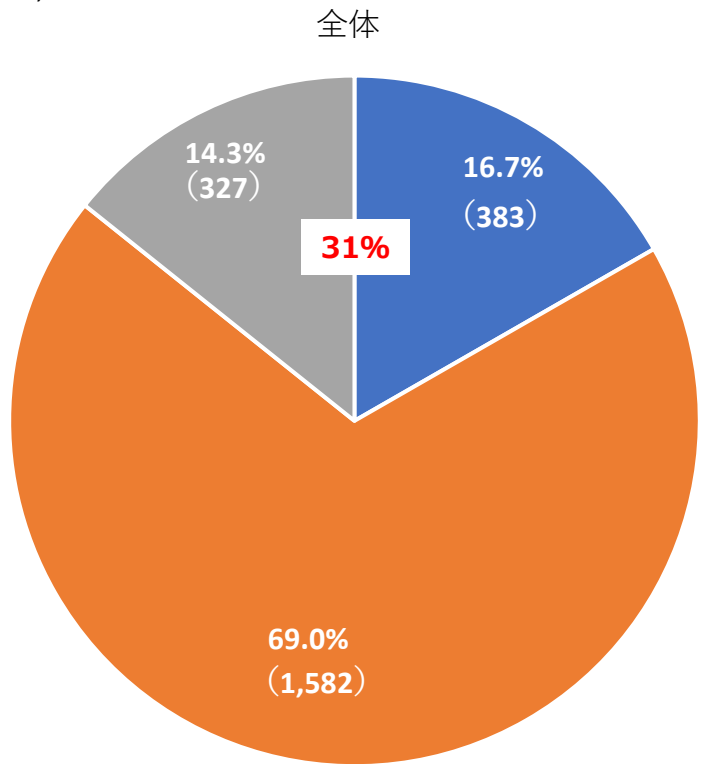


- 純正部品の価格と同一または近かった
- 店舗/修理担当者が純正部品と言った
- 友人、知人等の第三者が純正部品と言った
- 店舗にメーカーブランドの看板や広告宣伝物があった
- その店舗の雑誌やインターネット広告で純正部品を取り扱っていると記載あり
- その他

・23年比、自動車部品を購入(交換)して後日模倣品だと判明した割合が32.7pt減少。
・純正部品の価格と同一または近かったという理由が21.4pt減少し、他の理由が平均的に増加。

Q6：今後、模倣品を購入（交換）したいか

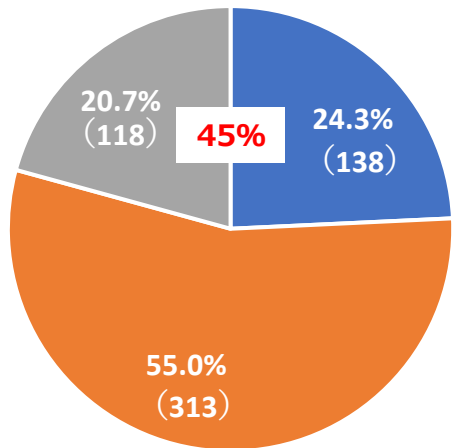
N = 2,292



■ したい ■ したくない ■ わからない

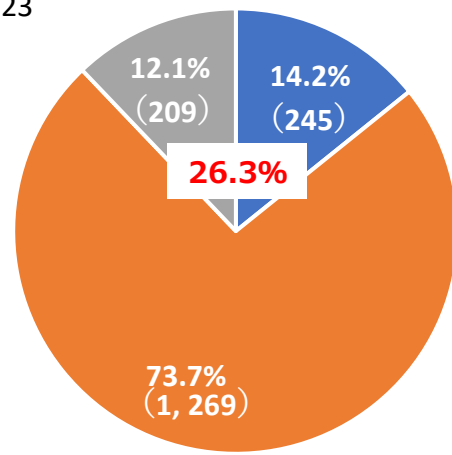
N = 569

個人用



N = 1,723

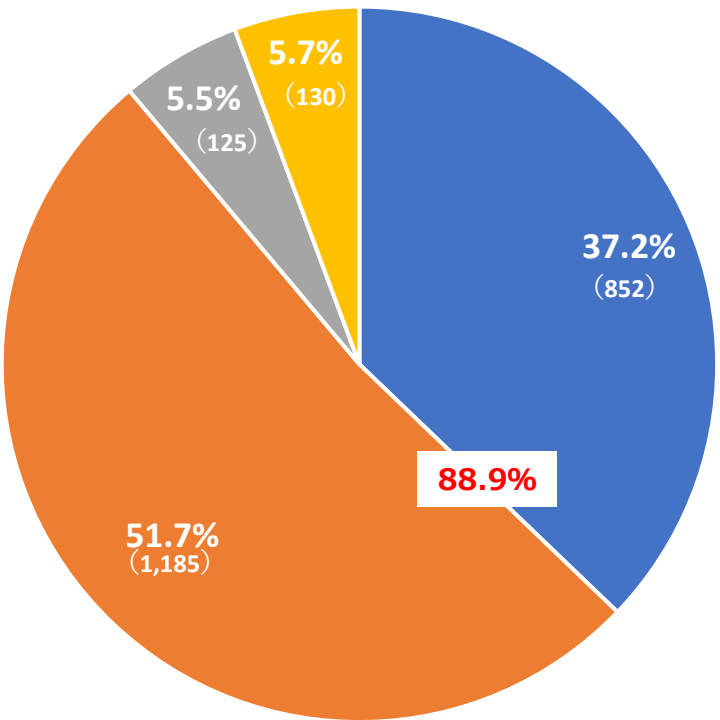
業務用・販売用



・23年比、模倣品を「購入したい」と回答した割合は全体で0.4pt増加とほぼ横ばいであるものの、購入したいかわからない割合は5.7pt増加。
・個人用においては、「購入したい」と「わからない」の合算値が23年比19.8pt増加。

Q 7 : JAPIAブースへの評価とその理由

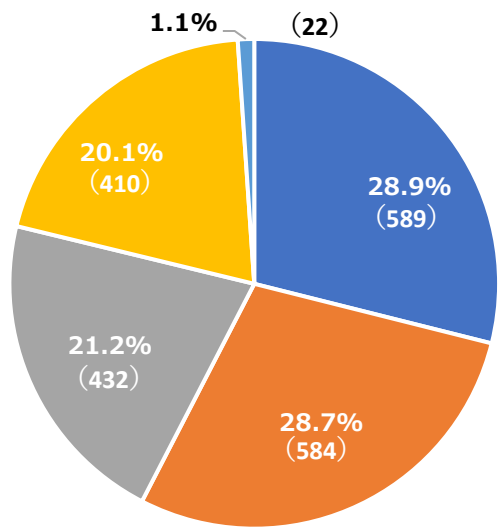
N = 2,292



- とても有益
- 有益
- あまり有益ではない
- 有益ではない

N = 2,037

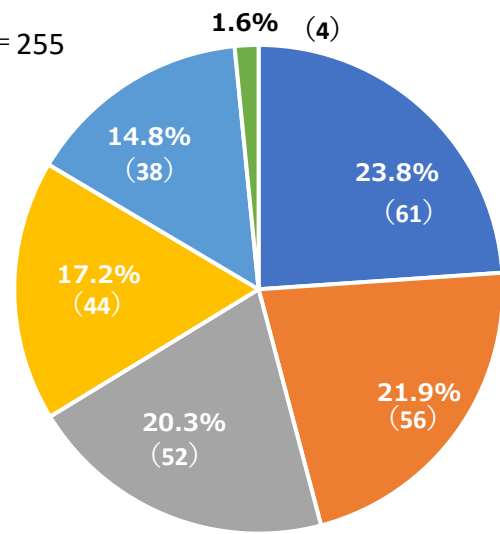
とても有益、有益であると回答した理由



- 模倣品の危険性が理解できたから
- 真正品が購入できる店舗情報を得られたから
- 模倣品の違法性が理解できたから
- 真贋サンプルを直接見る事ができたから
- その他

あまり有益ではない、有益ではないと回答した理由

N = 255



- 真正品が購入できる店舗情報が得られなかったから
- 希望する情報が得られなかったから
- 何の活動をおこなっているのかが理解できなかった
- 模倣品の違法性が理解できなかったから
- 模倣品の危険性が理解できなかったから
- その他

Q8：その他意見等

- 意義ある活動だと思います。
- 真正品と模倣品を見分ける方法を理解しました。
- 貴重な情報プラットフォームです。
- 啓発活動を継続してください。
- 模倣品の撲滅活動を支持します。
- 模倣品の罰則を強化するべき。
- 他の商品の展示も今後期待します。

まとめ

①【模倣品の購入理由】

・これまでは模倣品が安価であるということが購入理由の大きな要因となっていたが、24年度の調査では必ずしも価格が購入を決める要因にはなっておらず、これまでの調査と比べ大きな相違点となった。

・他方、品質・材料が良いから、店舗/担当者が問題ないと言ったからという理由も相対的に割合が増加し、模倣品が真正品の価格と品質に近づいている可能性が考えられる。

②【模倣品に対する罪の意識の薄れ】

模倣品を引き続き購入したい、購入したいかわからないと回答した合算割合が全体的に増加。個人用途においては、45%ものユーザーが模倣品の購入を検討しており模倣品の違法性および危険性の更なる訴求が必要か。