

はじめに

近年、中小企業や小規模企業においても、輸出、技術ライセンスや現地進出など、海外でのビジネスが盛んになっており、その手始めとして、展示会がよく活用されています。本書を手にとった皆様も展示会への出展の検討、あるいは、準備をされている方が多いのではないのでしょうか。

展示会は、販路の開拓やパートナー探しに非常に有効な手段の一つですが、知的財産や海外展開支援の専門家の中で、この展示会への出展が、知財流出や模倣被害のきっかけとなってしまっているとの指摘があるのはご存じでしょうか。

展示会への出展には、ブースづくりや渡航準備など対応すべきことが多々ありますので、知財対策は後回しになりがちですが、展示会場には競合相手も多数来場しています。彼らにとっても、展示会は貴社の商品研究ができる絶好のチャンスのものであるのです。

本書では、海外ビジネスに向けた展示会への出展という場面を想定して、知財流出や模倣被害につながるポイントを図示し、必要な対策を解説しました。ぜひ、貴社の知的財産を守るため、展示会出展の検討・準備と併せて確認してみてください。

本書の活用や専門家への相談により、周到に準備をして展示会に出展し、確実に利益をあげられることを期待しています。

また、本書における指摘と解説は、国内ビジネスの場面でも、また商談会の場面でも同様のことであり、応用が可能です。幅広くご活用いただければ幸いです。

平成26年3月
経済産業省 近畿経済産業局

近畿経済産業局の全面協力を得て、中部地域の関係機関を追加し、中部地域の企業にも活用いただけるように作成いたしました。





平成26年6月
経済産業省 中部経済産業局

< 目次 >

はじめに




第1章 海外展開のフロー	01
--------------	----

第2章 出展“前”の海外知財チェックポイント – 海外展開の準備不足は命取り！

1)進出前知財調査や国内出願の重要性	03
2)費用対効果を念頭に置いた海外での知財保護	06
3)将来市場を見据えた特許取得	07
4)海外展開前に目的の明確化・社内体制整備・知財研修を！	08
 これだけは！ – 展示会出展“前”の最低限の知財知識	09
 なるほどコラム 競合相手のいる国では必ず出願	11
 なるほどコラム 市場別売上高に応じて、出願・権利維持を検討	11
 どきっとコラム 外観からの模倣被害が多発	12

第3章 出展時の海外知財チェックポイント – ライバルはここを見ている？！

展示会出展 – チャンスとリスク	13
主なチェックポイント	14
1)社名・ロゴマークはここに注意！	15
2)製品・商品の現物展示のリスクとは？	17
3)会社パンフレットから何がわかるでしょうか？	19
4)製品カタログの詳細説明にはご用心！	21
5)映像丸ごと撮影されていませんか？	23
6)サンプルから構造や材質まで判明するリスクあり？	25
7)名刺や営業トークにもご用心！	27
8)ノウハウ洩れていませんか？	29
9)図面を安易に渡さない！	31
10)立派な肩書や親切な人には気をつけて！	33

 なるほどコラム 部品に商標を小さく刻印、模倣品との違いを鮮明に	35
 どきっとコラム 製品、商標、パンフ、解説図までの丸ごと模倣被害	35
 どきっとコラム 商品サイクルの早い業界では3年後に注意	36

第4章 海外知財制度や対策例

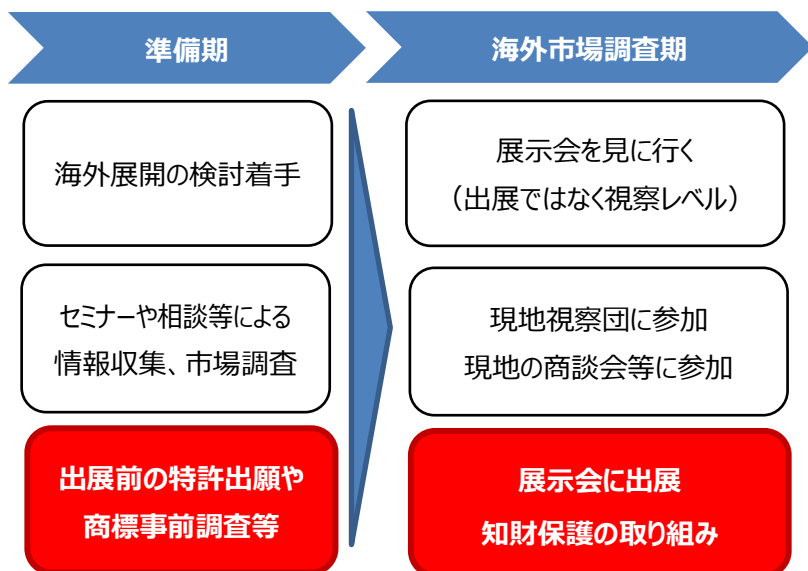
1)主要国の制度概観	37
2)中国における知的財産制度の基礎知識	41
3)韓国における知的財産制度の基礎知識	51
4)台湾における知的財産制度の基礎知識	55
5)アセアン主要国における知的財産制度の基礎知識	59
6)知財侵害被害と対策例	62

第5章 相談窓口等関係機関紹介

1) 知財総合支援窓口	65
2) (独)日本貿易振興機構 (ジェトロ)	68
3) (独)中小企業基盤整備機構 (中小機構)	71
4) その他の主要機関	73

第1章 海外展開のフロー

海外展開には、一般的には情報収集から始まり、国内でできる市場調査等の準備期を踏まえて、海外での実際の市場調査期、販路開拓期、本格展開期の各段階があります。



本ガイドブックは、海外展開に向けた一連の活動のうち、主に「準備期」及び「海外市場調査期」において、自社の知的財産（知財）の保護と、他者の権利侵害を起こさないために留意すべき点を示そうとするものであり、主に以下の3項目で構成しています。

①出展“前”の海外知財チェックポイント

→国内での出願、進出検討国での知財調査と出願（特に商標）

②出展時の海外知財チェックポイント

→知財流出を防ぐために出展ブースで留意すべきポイント

③海外知財制度や模倣被害への対策例の紹介、相談窓口

→主要国の制度概観と対策や相談窓口等の紹介

海外販路開拓期

英文等の見積提出

現地での流通、輸送等検討

現地向け製品改良等

必要な人材の確保
パートナーの確保等

海外本格展開期

現地販売代理店と提携
(輸出)

インターネットによる通販等
(輸出)

販売拠点設立
(輸出、アフターサービス)

生産拠点設立
(生産、販売、商品開発)

(参考) 「中小企業の海外展開セルフチェックポイント」

出典：J-NET21 中小企業ビジネス支援サイト「海外展開入門」((独)中小企業基盤整備機構)

- Q1 海外展開の目的は明確ですか？
- Q2 事業活動の継続的な見直しなど、国内で十分な努力を行ってきましたか？
- Q3 自社の業務の流れを理解しており、企業のビジョンや経営課題が明確になっていますか？
- Q4 海外展開の目的に照らして、国内の人材や売上の規模は十分と考えていますか？
- Q5 海外展開を行うにあたって、資金は国内の営業活動から十分確保できますか？
- Q6 海外展開業務をまかせられる人材はいますか？
- Q7 製品・技術・サービスに海外で競争力がありますか？
- Q8 海外展開しようとしている国・地域の情報収集を行っていますか？
- Q9 海外展開にあたって、検討すべきポイントや準備の流れ、スケジュールを十分認識し、または実行していますか？
- Q10 海外展開にあたっては、状況に応じて冷静な判断と臨機応変な対応を行うことに留意し、固い決意を持って全社を挙げて進めることが出来ますか？

第2章 出展“前”の海外知財チェックポイント

－海外展開の準備不足は命取り！

1)進出前知財調査や国内出願の重要性

①知的財産の権利は国ごとに独立

・「日本で特許権があるから、海外でも大丈夫」と思っていませんか？既にご存知の方は良いのですが、**世界特許という権利はありません**し、特許、意匠、商標等の**権利は国ごとに独立**したものです。特許・意匠・商標等の権利はその国内でのみ有効なものです。

※欧州については国ごとの権利に加えて、欧州特許庁、欧州共同体商標意匠庁への出願、登録により、EU加盟の28カ国について、統一した特許、商標権、意匠権を取得することも可能。

・日本で特許権や商標権を登録しているからといって、その権利を海外で独占的に活用したり、模倣品を見つけた場合に権利行使をすることはできません。逆に、現地で第三者が自社の商標と同一のロゴマーク等について、先に権利を登録していた場合、自社が日本国内では正当な権利者であっても、現地では、逆に他人の権利を侵害していることになってしまいます。

・現地で権利を取得しないまま、仮に生産拠点を開設して生産を開始した時、自社と同一商標について誰かがその国で先に商標権を登録していた場合、どのようなリスクがあるでしょうか？例えば、**その国での使用ができないだけでなく、自社製品に自社の商標を付けて当該国から日本に輸出しようとしても、現地の税関では権利侵害品として、差止められるなどのリスク**があります。

※権利としての登録がなくても、その国の法制度（不正競争防止法等）によっては、権利保護が可能な場合もあるが、この場合は裁判による権利行使が必要になり、出願・登録以上に多くの費用と時間がかかる。

②海外展開の準備段階で最低限必要なチェック

・海外での事業展開を検討し、進出候補先の国・地域の展示会に参加しようとする場合、**発明等の新規性喪失や第三者の権利侵害を起ささないために、少なくとも以下の手続きを済ませておくことが必要**です。

■海外での知財保護の考え方

○特許

- ・最低限、日本国内の出願を済ませてから海外展示会に出展することが望めます。
- ・必要に応じて現地特許調査の検討が必要です。

※日本での出願をもとに出願から1年以内、または30カ月以内（国によっては31カ月）であれば、現地での出願が可能な手続き方法がある。ただし、関連する条約に加盟している国に限られる点に注意が必要。また、商標権や意匠権に比べると特許権は権利範囲に該当するかどうかの調査が難しいことが多く、費用も高くなりがちであり、最低限、日本で出願しておく後に現地で出願する場合、国内出願時を基準に先後願や技術の進歩性が判断されるため有利。

○商標

- ・自社が使用する商標と同一・類似の商標について、現地で他社が商標権を登録していないかを確認するために、現地商標調査を実施することが必要です。
- ・日本では自由な使用が認められる地名、旧国名などの表示も、中国・韓国・台湾など漢字文化圏では商標登録されてしまうため、日本の地名、都市名、旧国名の表示がその国で使用できるか、現地商標調査で確認が必要です。

※例えば、中国では「和菓子」との商標登録まで存在する。

○意匠

- ・現地での事業展開が確実な場合、意匠権登録についての調査実施が望めます。

③どのような調査が可能か？ - 商標調査の例

- ・商標は外見からすぐに把握でき模倣されやすく、かつ展示会開催国において第三者が先に同一・類似の商標を登録していた場合、自社が権利侵害側になる懸念があります。このため、少なくとも出展にあたっては、**事前に現地の商標調査を行うことが必要です**。比較的調査しやすい商標の調査方法について、以下に述べます。
- ・もっとも容易な方法は、国を指定し自社と同一・類似の商標が先に現地で権利登録されていないか、日本の弁理士事務所等を介して、現地の事務所に依頼したり、調査専門会社に依頼したりする方法です。

・外国での商標調査の費用・期間のおよその目途は以下のとおりです。

■ 主な国での商標調査にかかる現地費用や日数の目途

○中国：	約 3～4 万円	約 3 日程度
○韓国：	約 3～6 万円	約 2 日程度
○台湾：	約 3～6 万円	約 3 日程度
○香港：	約 7～15 万円	約 1 週間程度
○米国：	約 30～50 万円	約 1～2 週間程度
○欧州：	約 7～25 万円	国によって異なり、約 1～3 週間

※ただし 1 商標 1 区分の費用で、現地代理人費用を含む。

為替変動により費用の目途は変動する点に注意。

・慣れている企業であれば、自社でも簡易検索が可能です。ただし、**簡易検索** **ではどうしても洩れがある点に注意**してください。自社使用のマークや文字（現地語、アルファベット等）をどのように検索するかのノウハウも必要です。

・なお、特許庁のウェブサイトでは、中国商標局のデータベース（中国商標網）の検索マニュアルや、台湾經濟部智慧財産局サイトによる商標検索マニュアルをダウンロードすることができます。

■ 特許庁ウェブサイトでの商標検索マニュアルの紹介

○特許庁「中国・台湾での我が国地名の第三者による商標出願問題への総合的支援策について」（平成 20 年 6 月 4 日、特許庁国際課）

http://www.jpo.go.jp/cgi/link.cgi?url=/torikumi/kokusai/kokusai2/s_hohyo_syutugantaisaku.htm

※同サイトでの 1. 中国・台湾での商標検索・法的対応措置に関するマニュアルの作成・提供の（1）から中国版（2012.12.13 更新）、台湾版（2010.6.4 更新）のマニュアルの PDF がそれぞれダウンロード可能。

2)費用対効果を念頭に置いた海外での知財保護

- ・海外での特許・商標等の権利取得には現地官庁の出願費用に加え、**現地代理人費用や翻訳料が必要**なため、日本国内の出願よりもかなり多額の費用がかかります。
- ・**費用対効果**を念頭に、海外での権利取得にあたっては自社の海外での活動、市場での販売実績、競合先の存在等から判断して、**海外での知財保護の方針を検討**しましょう。
- ・例えば、生産ライン等の大型装置を納めている企業の場合、知財に係る費用に比べて1製品の価格が高価であるため、自社製品が輸出されている国では必ず権利取得を目指すという方針がみられます。他方、1製品当たりの単価がそれほど高くない製品の場合、売上が一定以上見込めそうな市場に限って権利取得を目指す企業もあります。
- ・知財保護にあたっては、海外の販売代理店等に権利化や管理を一任しないことも大切です。

■ 海外での知財保護方針の検討例

○ 販売国

- ・一定以上の売上規模が見込まれる場合、商標は権利取得を目指すことが望めます。ただし、日本での使用商標のマークや言葉の意味について、現地の文化上、支障がないか等（例 普通名詞に該当しないか、不吉な意味がないか等）を、必ず現地で確認しましょう。日本仕様のパッケージのまま海外で販売する場合、なおさら権利取得が必要です。
- ・販売先の国に不正競争防止法があり、運用も適切にされていれば、流行サイクルの早い商品については、権利を取得しなくても効果的に権利行使できる場合もあります。

○ 生産国

- ・生産拠点がある場合、特許、商標は権利取得を目指しましょう。また、製品の外形に特徴がある製品の場合は意匠の権利取得も検討すべきです。

○ 競合先が立地する国

- ・ニッチ市場で競合先が特定できるような場合、競合相手に同じものをつくらせないという意味で、特許・意匠について権利取得を目指すことが望めます。

3) 将来市場を見据えた特許戦略

① 東アジア諸国、アセアンが模倣被害の上位

・特許庁「模倣被害調査報告書 2012」によると、我が国企業が模倣被害にあっている国・地域の上位は、中国、韓国、台湾の東アジア諸国と、アセアン6カ国（※）等となっています。

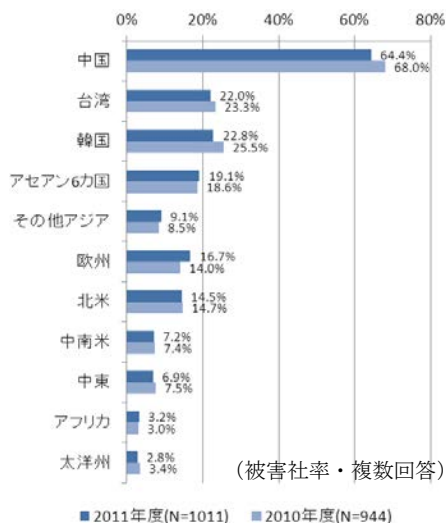
・模倣被害は商標や意匠で多く、展示会で外からみてわかる情報は模倣に直結していることにご注意ください。

出典：「模倣被害調査報告書 2012」
(特許庁、2012年度)

※アセアン6カ国：

インドネシア、タイ、マレーシア、シンガポール、ベトナム、フィリピン

【我が国企業が海外において模倣被害を受けた国・地域別状況】



② 海外の法制度の整備を見据えた知財戦略

・現在、模倣被害が最も多い国は中国ですが、10年後にはアセアン諸国においても技術レベルが向上し、巧みな模倣被害の拡大、改良品や独自品の開発が進むことが予想されます。

・海外での知財の取得については、「先進国以外では、特許権・商標権・意匠権などの権利を持っていても権利の行使が容易にはできず、結局、泣き寝入りで意味がない」という声も聞かれます。しかしながら、中国ではWTO加盟後、法整備が進み有効な権利行使が可能な状況が出てきています。同様に今後はアセアン諸国等においても知財に関連する法制度の整備が進み、権利行使が現在よりも効果的に行える可能性があります。

・このため、アセアン諸国等においても**技術レベルの向上**や関連する**法制度の整備**を見据えて、**今から権利取得を進めておくことも必要**になってきています。

4) 海外展開前に目的の明確化・社内体制整備・知財研修を！

① 目的は明確になっていますか？

- ・海外展開を目指してアクションを起こす前に、「**海外展開の目的が明確になっているか？**」の確認が大切です。
- ・国内で十分な経営努力をした上での海外展開でしょうか？海外展開自体が目的化していないか、今一度、確認をしてみてください。



② 社内体制の準備はできていますか？

- ・「展示会にまずは出展する！」と意気込みが先行して、社内体制の検討や国内の準備が不十分なまま、とにかく出展しようとする企業がみられます。
- ・しかし、いざ商談や見積となれば、少なくとも英語で見積書を作成でき、英文メールの対応ができる担当者や、貿易知識や海外での契約実務に慣れた人材も必要です。**現地の制度や市場の調査**を十分に行わないまま、**人材を確保せず**に、**とにかく出展！**というのは**大変リスクが高い**ことです。

③ 展示会での知財流出のリスクを意識していますか？

- ・展示会では多くの参加者がブースを訪れます。国内展示会であっても、海外からの参加者が多数みられます。
- ・新製品を出展することが多いことから、特許・意匠等の出願前の段階で出展を検討することもあります。営業担当者あるいは社長自らが売り込みに熱心なあまり、不用意に関連資料や試作サンプルを渡してしまうこともあります。これらの行為は発明等の新規性喪失や意図せぬ情報流出につながりかねません。
- ・このため、出展の前に経営者層や営業担当者に対して、**意図せぬ情報流出を起こさないための社内研修**を行う等の事前準備が必須です。



これだけは！ 一展示会出展“前”の最低限の知財知識

① 知的財産の権利は国ごとに独立

- ・「日本で特許権があるから、海外でも大丈夫」ではありません。特許、意匠、商標等の権利は、国ごとに独立したものであり、各国で与えられ、各国内でのみ有効なものです。

② 特許、意匠の出願・登録に求められる新規性について

- ・我が国と同様、海外においても特許出願では新規性と進歩性、意匠出願では新規性と創作性が問われます。新規性が問われるということは、誰もまだ世に発表していないことでなければ、知的財産として権利を取得することはできないということです。新規性がない発明やデザインは、権利として保護されません。
- ・自社の貴重な発明やデザインを、出願前にも関わらずブースで詳しい内容がわかる形で発表してしまうと、情報を得た第三者が、気づかないうちに先に出願してしまうことがあります。このような場合、展示会が終わった後に当該国で出願しても、第三者が先に出願しているため、権利を取得することができないリスクがあります。

③ 商標も早い者勝ち

- ・商標の登録を認める各国官庁は、最も早く出願した者に登録を認めます（先願主義）。
- ・展示会で自社製品に商標を付けて発表する場合、その国の官庁に出願していないと、展示会で自社商標をみた他者が先に出願して、独占権である商標権を登録してしまう懸念があります。
- ・自ら使用できなくなってしまうばかりか、他者が先に登録している場合には、その他者の権利を自社が侵害していることになります。

④意図しない情報流出のリスク

- ・展示会、商談会、営業トークの中で営業担当者や経営層等が、意図せず情報を漏らすこともあります。
- ・特に、海外展示会に初めて出展した企業は要注意です。海外展示会への出展が初めてという場合、国内展示会であれば用心して、通常とはならない行動を、ついついやってしまうことがあります。
- ・実験データや性能試験などの図表を開示することも要注意です。

⑤資料・サンプルの配布が模倣被害発生につながる

- ・ブースで渡す資料が、後の模倣被害のきっかけとなることがあります。
- ・相手の所属を確認せずに技術や外観に関する詳しい資料や図面をうっかり渡してしまう、サンプルを性能の説明とともにいろいろな人に配ってしまう、自社の取引先やビジネス手法について語ってしまうといったことから、後日、取引先の横取りや、模倣品や類似品の発生、ビジネスモデルの模倣等の被害が発生することがあります。

⑥国内の秘密保持の常識は通用しない

- ・基本的に重要な書類を渡す場合は「秘密保持契約」を結ぶことや、展示会を通じてノウハウが漏れやすいことなどを、事前に社内で周知徹底しておくことが必要です。
- ・しかしながら、国内の秘密保持の常識は、海外では通用しないこともあります。知的財産に関する知識が十分に普及していない国では、模倣に対する感覚が異なり、遵法精神や契約の遵守意識が低いことを理解しておくべきです。
- ・我が国では、「営業秘密」は要件を満たせば不正競争防止法の保護対象となりますが、そもそも当該国において「営業秘密」が法律の保護対象となるのか、保護要件は何なのかについて、確認・検討が必要です。

なるほどコラム 競合相手のいる国では必ず出願

○食品関連の検査装置メーカーの例

- ・食品関連の検査装置メーカーで装置を組み合わせた大型のラインを納入することが多いA社は、かつて全く意識していなかった海外メーカーから特許権侵害で訴訟を起こされ、和解金を支払って解決した経験があります。それ以来、自社の特許権や商標権の出願・登録を積極的に進め、自社の事業領域を知的財産で守る戦略を進めてきました。
- ・特許権や商標権は非常に強い独占排他権ですから、積極的に権利取得を図り、営業活動に活かしていくことが望まれます。
- ・A社はニッチな領域で事業展開をしているため、世界でもライバル・メーカーが限られます。このため、常にライバル・メーカーの特許等の出願動向を注意深くチェックし、欧州等においてライバル・メーカーが立地する国では、自社の技術領域を守るために必ず権利を取得しています。

なるほどコラム 市場別売上高に応じて、出願・権利維持を検討

○工業用照明灯メーカーの例

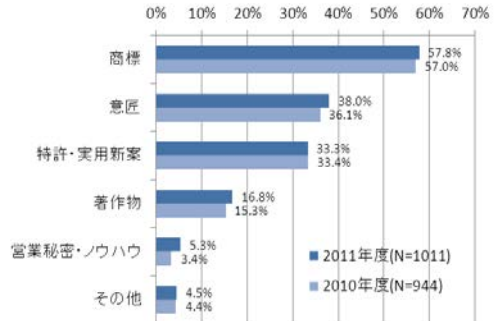
- ・B社は工場内等で使われる照明灯のメーカーです。日本企業の生産拠点が世界各国に広がる中で、B社製品を使う工場も世界に拡大していきました。また、海外の顧客にも納入しています。
- ・自社製品が使われている国すべてで特許・意匠・商標等を出願し、権利を登録・維持するとすると、出願と維持・管理費用が莫大になってしまいます。そこで、B社では社内で一定の線引きを行い、売上金額が自社で決めた金額以上になった国においては権利を取得するが、そうでない場合は取得しないという方針を取っています。

👉 どきとコラム 外観からの模倣被害が多発

○商標等の模倣被害の実態

・特許庁「模倣被害調査報告書 2012」によると、権利別にみると、国内外の模倣被害が最も多いのは商標です。インターネット上での模倣被害率も54%に上昇しています（インターネット上の被害の内、商標に関する被害の割合が35%）。

【知的財産権権利別の模倣被害の状況】



(複数回答)

出典：「模倣被害調査報告書 2012」（特許庁、2012年度）

- ・商標に関する模倣被害では、高級鞆等をそっくり模倣した商品が現地で生産され、安く出回っているのをご存知の方も多いでしょう。このような模倣被害は後をたちません。財務省が公表している「平成 24 年の税関における知的財産侵害物品の差止状況」（平成 25 年 3 月）によれば、平成 24 年の知的財産侵害物品の我が国への輸入差止件数はおよそ 2 万 6,600 件で前年に比べ 14.3%増となり、過去最高の件数を記録しています。輸入差止点数はおよそ 112 万点で前年に比べ 53.5%増と大幅に増加しています。
- ・また、商標ではありませんが、「浴衣」の斬新な図柄を自社ホームページに掲載したところ、そのままダウンロードされ、同じ図柄の生地を先に安く販売されてしまったケースもあります。
- ・ホームページでの掲載も、図柄の中央に「sample」と大きく表示しておくなどの工夫が必要です。

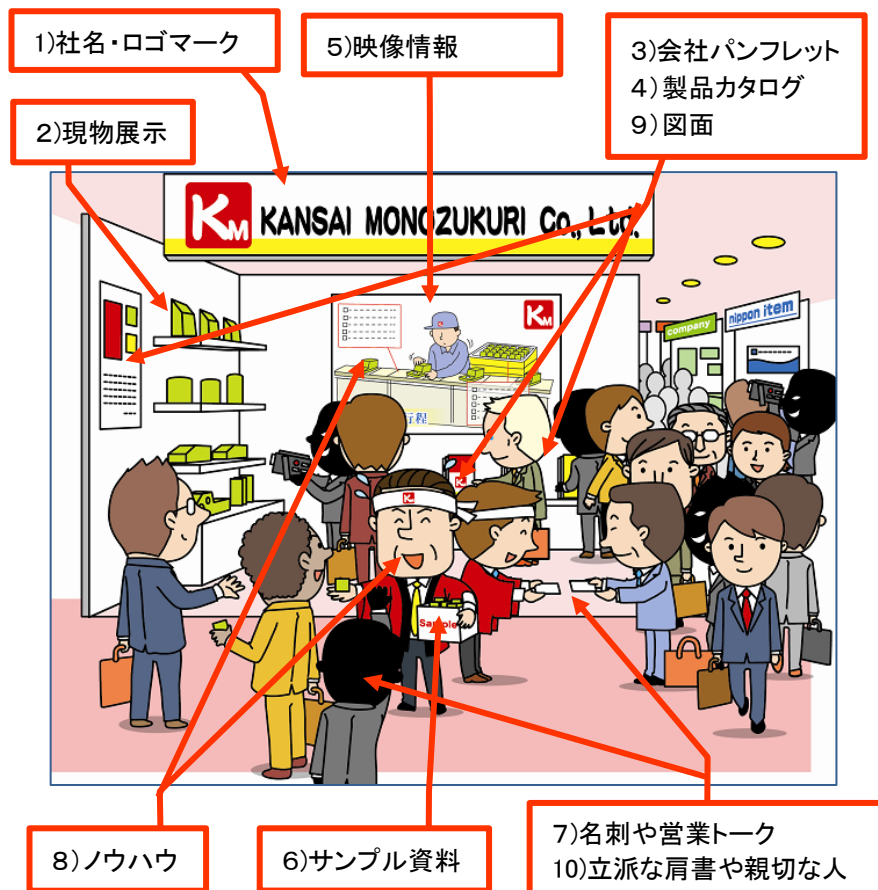
第3章 出展時の海外知財チェックポイント

－ライバルはここを見ている？！

■展示会出展 – チャンスとリスク

以下は、ある展示会における企業のブースの例です。特に、初めて海外の展示会に出展する時には、販路開拓に熱心に取り組む一方で、知的財産の海外における保護については、見落としがちです。

以下の主要なチェックポイントを参考に、自社の出展時の知財保護について検討してみませんか？



■ 主なチェックポイント

1)社名・ロゴマークはここに注意！	15
→知的財産に関する権利は国ごとに独立、その国で出願登録していなければ権利なし！	
2)製品・商品の現物展示のリスクとは？	17
→外観からの模倣被害に注意、出展前の商標調査が必要、侵害リスクを避ける！	
3)会社パンフレットから何がわかるでしょうか？	19
→製品だけでなく、会社パンフレットやカタログ等の丸ごと模倣に注意！	
4)製品カタログの詳細説明にはご用心！	21
→製品カタログから、外観ではわからない技術情報流出のリスクあり！	
5)映像丸ごと撮影されていませんか？	23
→プロモーション映像への現場ノウハウ等の映り込みがないか、事前にチェック！	
6)サンプルから構造や材質まで判明するリスクあり？	25
→サンプルは開発ヒントの宝庫、海外で先に権利を出願・登録されるリスクあり！	
7)名刺や営業トークにもご用心！	27
→名刺に記載の製品情報や営業トークからの意図せぬ情報流出にも注意！	
8)ノウハウ洩れていませんか？	29
→展示会からのノウハウ流出リスクを認識、ブースの事前チェックや事前研修を！	
9)図面を安易に渡さない！	31
→図面流出は模倣被害に直結、管理には細心の注意が必要、信用調査も怠らずに！	
10)立派な肩書や親切な人に気を付けて！	33
→人物の見極めや評判の確認を慎重に、契約は翻訳を用意して細部までチェック！	

1)社名・ロゴマークはここに注意！

展示会には、出展企業に加え、一般参加者も受け付けている展示会が多くあります。中には特定の業界の参加者のみに限定して参加を受け付けている展示会もありますが、いずれにしても不特定多数、または特定多数の人が訪れる場となっています。

したがって、信用や品質を示す一番の「標識」である社名やロゴマークが、あらゆる場面を通じて多数の人々の目に触れることになります。「日本でロゴマークの商標権を登録しているから、海外でも大丈夫」ではありません。知的財産の権利は、国ごとに独立しているということ、かつ早い者勝ちで権利が他人に登録される懸念があるということをご理解ください。

■ 販路開拓と同時に潜む知財流出リスク 「社名・ロゴマーク」

こんなところにも！ ⇒看板、製品現物、映像、会社パンフレット、
製品カタログ、名刺、資料等を入れる封筒や紙袋 等



■ 現地で先に商標を登録されるリスクあり！

- ・以下のような模倣被害を受けることが想定されます。
 - * 第三者が社名とロゴのデザインを少しずつ変えて**企業や消費者に勘違い**させるように販売（例 ロゴの一部に文字を入れる等）し、**市場に格安製品**として出回ってしまう。
- ※具体的には次の事例があります。
- TOYOTA→TAYOTA、 HITACHI→HATACHI、HITACH、 SEIKO→SELKO、 MAKITA→WAKITA、
SONY→SONNY、 SONE、 CASIO→KADIO、 SK-II→SK-N
- * 出展後、本格的に相手先国で販売を計画し、商標を現地で出願しようとしたところ、**第三者が先にその商標を出願・権利登録**しており、相手国では正当な権利として成立してしまっている（権利は国ごとに独立）
 - * 自社の社名やロゴマーク等を、**悪意の第三者が先に登録**しており、本格進出後に高値で**買い取りを要求**してくる。

■ どのような対策をとることができるでしょうか？

- ・**事前の商標権調査**を行い、**必要に応じて早く出願**をしてください。
- ・展示会出展後に本格的な市場開拓を検討している場合は、相手先国で事前に商標権調査を行い、商標出願を行うことがお勧めです。ロゴマークのデザイン、商品名称の読み方（日本語・アルファベット・現地語等）での商標権調査を実施しておくとい良いでしょう。
- ・**出展時にその国で商標権を取得しているなら、®マークとともに表記**すると、模倣に対して一定の抑止力につながります。ただし、その国で商標権を取得していない場合には、®マークを表記すると虚偽表示になりかねません。

<重要ポイント： 知的財産に関する権利は国ごとに独立！>

- ★ 知的財産に関する**権利は、1国1国独立**
- ★ 日本国内で商標登録していても**海外で出願登録していなければ、海外では権利なし、登録したら®マークなどを表記**
- ★ **悪意の第三者が先に現地で商標登録し、買い取り請求**してくることもある

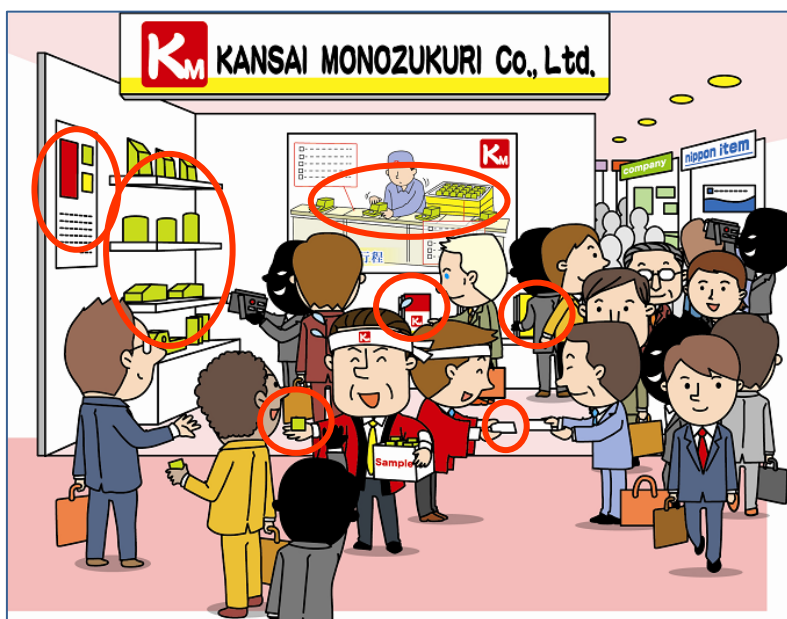
2) 製品・商品の現物展示のリスクとは？

海外展示会場には、不特定多数の人が訪れ、多くの人がスマートフォンやカメラで製品・商品の写真を撮影したり、機械等のデモンストレーションの様子を動画で撮影したりしています。

現物展示は直接目で見るため、最もインパクトが強いPRであり、多くの企業が行っています。しかし、競合相手にとっても、製品の側面や裏面加工の形状等の外観を実際に見ることができ、かつ写真や映像等で記録に残すことができる絶好の機会となっています。

■ 販路開拓と同時に潜む知財流出リスク 「製品・商品の現物展示」

こんなところにも！ ⇒ 製品現物、映像、会社パンフレット、製品カタログ
名刺（製品の小さな写真等）、パネル、サンプル 等



■ 模倣被害は外観から起こります

・特許庁調査では、我が国企業の模倣被害が最も多い中国では、「デッドコピー」、「ブランド偽装」、「デザイン模倣」、「冒認出願」等の被害が報告されています。

- * デッドコピー：製品のデザイン・パッケージなどの形態をそのまま模倣したもの
- * ブランド偽装：ブランドロゴ等の商標を全く同じ形で盗用、あるいは一文字違い等、紛らわしい商標を使用
- * デザイン模倣：製品のデザイン等の一部を模倣
- * 冒認出願：権利を有さない第三者が商標・特許等を出願

※以上の定義づけの出典：「模倣被害調査報告書 2012」（特許庁、2012 年度）

・技術的な特徴や構造的な特徴よりも、外からみたときにわかる形状、色、材質の特徴、ロゴマーク、部分的なデザイン等は写真等で記録に残せば、後に詳細な確認が可能であり、模倣されやすくなっています。

■ どのような対策をとることができるでしょうか？

- ・展示会の開催国が、自社の重要な市場であれば、**その国で商標・意匠等の権利を出願・登録しておくことが必須**になります。売上がまだなくても、**少なくとも出展前に商標調査**はしておく必要があります。第三者が同一・類似の商標について既に権利を取得していた場合、自社側がその国では権利侵害者になるリスクがあります。
- ・費用対効果の判断によりますが、意匠により外観を保護する場合、製品化されたものと同様のデザインだけでなく、少しデザインを変えた内容でも出願・登録しておく**と保護される範囲を拡大することができます。**

<重要ポイント： 外観からの模倣被害に注意！>

- ★ **最も多い模倣被害は商標や外観の模倣**（ロゴマーク、名称、デザイン、色等）
- ★ **出展前に最低限の商標調査が必要**
- ★ **一定以上の売上高の国では権利取得を検討（侵害側になるリスクに注意）**

3)会社パンフレットから何がわかるでしょうか？

展示会では多くの来場者にパンフレット等を配布し、海外展示会用には英文パンフレット等を用意する企業も多いでしょう。

しかし、会社パンフレットを渡すことで、会社の名称、ロゴマーク、新製品の名称、外観、キャッチコピーや説明文章等を含めて、“丸ごとセット”で渡していることになりかねません。

■ 販路開拓と同時に潜む知財流出リスク 「会社パンフレット」

こんなところにも！ ⇒看板、映像、パネル、製品カタログ、名刺、資料等を入れる封筒や紙袋 等



■ 丸ごと模倣が起こるリスク！

・巧妙な模倣では、社名、ロゴマークを少しずつ変え、商品・製品も少しだけ外観を変えて販売し、会社のパンフレットも似たような作り込みを行っていることがあります。

丸ごとセットで模倣することで、**より真正品らしく見せる**ことができます。

・パンフレットに使っている商品・製品の説明文章、キャッチコピー、模式図、実験データや性能試験結果等も含めて、ほぼそっくりに模倣されたという例もあります。

・会社パンフレットから以下の内容を丸ごとコピーされるリスクがあり、会社の情報とセットで模倣品が市場に出回り、取引先が荒らされてしまいます。

* 社名、ロゴマーク

* 製品ラインナップの見せ方

* 新製品の名称、特徴や強みを説明する文章、キャッチフレーズ

* 説明のための模式図、実験データ、性能試験データ、写真などの構図

■ どのような対策をとることができるでしょうか？

・商標については、販売戦略と併せて、**事前調査や権利取得**について検討しておくことが必要です。また、新規性を喪失しないために新製品に関する**特許・意匠は国内出願**を行い、必要に応じて事前調査も実施しておくことが望めます。

・海外展示会では会社の知名度よりも製品・商品への具体的な関心が優先されることが多く、売り込みたい製品について1枚ものの簡単な資料を用意しておき、**具体的な商談が進んだ段階で詳しい説明資料**を渡すということも一案です。

<重要ポイント：丸ごと模倣に注意！>

★会社パンフレット、製品カタログから**丸ごと模倣が起こるリスク**あり

★巧妙な模倣では、**製品からキャッチコピーまでセットで模倣**

★商談相手の**企業情報を確認**しながら、必要な情報を段階的に提供

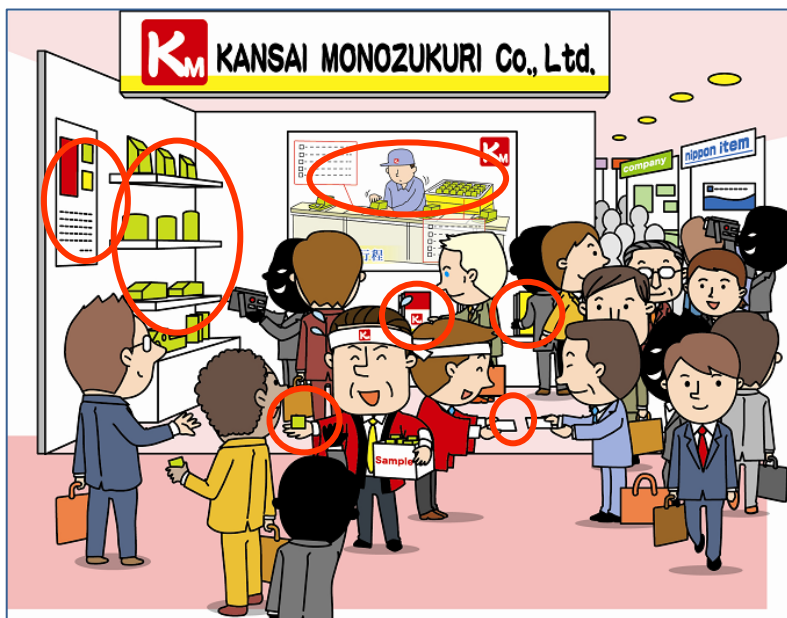
4)製品カタログの詳細説明にはご用心！

展示会は絶好の情報発信の場であり、特定の製品・商品に関心を持っている来場者に対しては、製品カタログや特定製品のチラシ、リーフレットを渡すことが多いでしょう。また、来場者が自由に手に取れるように、ブースの受付に製品カタログを積み上げて提供している企業もあります。

しかし、製品カタログには製品・商品の技術的特徴や型番、サイズ、材質が掲載されています。拡大図や、詳しい解説も掲載されていることが多く、特許や営業秘密に関わるような情報を安易に来場者に渡していないか、確認が必要です。海外では評判になりそうな製品と同等のものを先に製造し、販売することのどこが悪いのか？というように、知的財産に対する認識が日本とは異なる国もたくさんあります。

■ 販路開拓と同時に潜む知財流出リスク 「製品カタログ」

こんなところにも！ ⇒製品現物、パネル、映像、会社パンフレット、サンプル、名刺（製品の小さな写真等） 等



■ 外観からはわからない技術情報を渡しているリスクあり!

- ・会社パンフレットでは、製品・商品の写真も小さいものに過ぎませんが、製品カタログはさらに詳しく、一つ一つの製品について、詳細に技術的特徴や型番、サイズ、材質、写真等が掲載されています。特許製品であれば、特許の登録番号を掲載していることもあるでしょう。
- ・新製品のリーフレットで既存製品との違いや強みを解説し、性能試験のデータや微細な部分の拡大図、内部構造の図解等を掲載していることも多くみられます。
- ・明確にライバル会社とわかった上で、製品カタログを渡す企業はまずないと思いますが、**潜在的競合先が商談を装ってカタログを入手に来ることもあります。**

■ どのような対策をとることができるでしょうか?

- ・基本的に製品カタログは、既存の取引先等に限って渡すか、新規見込み客には**段階を踏んで情報を出していく方が無難**です。
- ・見積依頼や商談等が進んできた場合、費用はかかりますが**海外企業の信用調査**を専門の会社に依頼することもできます。展示会で出会った現地企業との取引検討にあたって、期間中にその企業や工場を訪問し、事業を確認している場合があります。中には実態がないにも関わらず、インターネット上の**ウェブサイト**で**企業が実在しているように見せかけ、無断で代理店や協力工場を名乗っている例**もありますので慎重な調査が必要です。
- ・いずれにしても、**商談相手の実態をきちんと把握**することが重要と考えられます。

<重要ポイント： 技術情報の流出に注意！>

- ★製品カタログから技術的特徴や型番、サイズ、材質、写真、拡大図、内部構造図、性能試験データ等、**外観では把握できない情報の流出リスクあり**
- ★**段階を踏んで詳細情報を出していくことも必要**
- ★海外の商談相手についても**信用調査等の実態把握が必要**

5)映像丸ごと撮影されていませんか？

展示会では製品・商品等の現物展示に加えて、映像で装置や機器等の機能や動きを見せることがあります。インテリア製品、雑貨、ファッション用品等ではイメージ映像をブースで流すことも多いでしょう。運搬が難しくコストがかかる大型の生産装置や、生産ライン等の場合も、映像で見せればコストを抑えることができますし、より効果的に製品・商品の強みを伝えることができます。

大勢の来場者が行きかう展示会場では、プロモーション映像は視覚・聴覚に訴え、効果的な情報発信ツールとなりますが、逆に言えば、それだけ多くの情報を多くの人に見せていることに他なりません。

■ 販路開拓と同時に潜む知財流出リスク 「映像」

特有のリスクあり！ ⇒ビデオ等で撮影し、後に詳細に確認することが可能、拡大により形状等の分析が容易



■映像はノウハウを含めた情報の宝庫！

- ・プロモーション映像には、短くとも多くの情報が盛り込まれています。機器を使用しているシーンを見せている場合、背景に現場の様子が映り込んでいるかもしれません。また、職人の匠の技を売りにしている商品の場合、訴求力の強いストーリーとして見せるために、映像で製造工程を丁寧に解説することもあるでしょう。
- ・自社にとっては日常的な光景であっても、競合相手にとっては**通常では手に入らない現場ノウハウの宝庫**です。関心のあるシーンを拡大することもできます。
- ・映像には以下の現場情報を含んでいることがあり、気づかないうちに競合相手に貴重なノウハウを伝えてしまっているリスクがあります。
 - * 製造工程で使われている工具や装置
 - * その製品の使用方法、用途、メンテナンス
 - * 工場や作業場のレイアウト
 - * 作業ミスを防ぐためのチェック体制
 - * 熟練職人の手の動きや工具の使い方等
 - * 大型の生産装置や生産ライン等が実際に動いている様子、特徴等の解説

■どのような対策をとることができるでしょうか？

- ・他社から見たらどう見えるかを、**客観的にチェック**した上で、プロモーション映像の制作を行うことが必要でしょう。
- ・特に、背景に使用している工具や工場などの風景が必要以上に映りこんでいないか、工程の流れや作業のコツを見せすぎしていないか等をチェックしてみましょう。

<重要ポイント：プロモーション映像からの情報流出に注意！>

- ★製造現場等の**ノウハウ情報の映り込み**に注意
- ★拡大すれば**詳細な解析が可能**になってしまいうリスクあり
- ★第三者の目で**プロモーション映像をチェック**

6) サンプルから構造や材質まで判明するリスクあり？

展示会では、新素材、難加工の部品や食品等について、サンプルを配布することも多いでしょう。素材や加工技術について強調したい場合、サンプルは説得力のある資料になります。来場者が持ち帰り、社内の開発担当者やデザイナーに見せたところ、商談につながり採用された例もあるでしょう。

しかし、潜在的競合相手がサンプルをもとに素材の組成を解析したり、加工方法等を研究したりするかもしれません。また、ファッション業界向けの素材や食品のパッケージ・デザイン等のように、最初の創作には感性が問われますが、色や素材の組み合わせで比較的容易に開発しやすいものは、模倣品・類似品がすぐに市場に出てくることもあります。

■ 販路開拓と同時に潜む知財流出リスク「サンプル」

特有のリスクあり！ ⇒形状、材質、構造、素材の組合せを含めて詳細な分析が容易、強度・硬度等の測定も可能 等



■ サンプルは、開発ヒントの宝庫！

- ・展示会で新素材や難加工の部品サンプルを入手した潜在的競合相手が、社内で詳しく分析し、改良を加えて新製品を開発することもあるでしょう。このような行為は通常の研究開発の一環であり、競合相手がサンプルをヒントに新素材等の開発に成功した時には、特許等の権利出願を考えるでしょう。
- ・また、非常にセンスがいいけれども、色や素材の組み合わせで容易に製作ができる素材や商品の場合、すぐに模倣品や類似品が市場に出回ります。商品サイクルの激しいファッション業界では、サンプルの図柄がそのまま使われ、権利を行使する頃には模倣品の販売が終了しているような例もあります。
- ・技術開発や商品開発の競争は、グローバルに展開されており、大規模な海外展示会や特定のテーマに特化した**展示会は、新たな開発ヒントの宝庫**です。このため、**いつ・どこで・誰が展示品を参考に類似の新製品・商品を開発**したり、競合他社が開発成果として知財の権利取得に動くかもしれず、予測がつかません。

■ どのような対策をとることができるでしょうか？

- ・商談や先方の関心事の段階に応じて、誰にどこまでサンプルを渡すか、**展示会の前の方針を決めて社内で周知**しておくことが望まれます。
- ・多数の来場者があり、言語の壁がある海外展示会となると、誰に何を渡したかがわからなくなってしまうこともあります。このため**商談等の段階ごとにサンプルを渡す相手を限定し、渡した相手を把握**しておくとともに、資料には「**サンプル品**」であることを**明確に表記**しておくことも必要です。

＜重要ポイント： 競合他社に開発ヒントを与えていないか注意！＞

★サンプルは開発ヒントの宝庫

★海外で先に権利を出願・登録されてしまうリスクあり

★サンプルを渡す相手を選び、相手を把握して情報管理

7)名刺や営業トークにもご用心！

展示会では関心が強そうな相手とは場内の商談スペース等で名刺交換をして、質問に答えながら製品等の説明を行うこともあるでしょう。

展示会では不特定多数の人を対象に、相手がどういう人かわからないまま、名刺を渡したり、売り込みのために普段なら話さないような開発中の製品情報を話してしまうことがあるかもしれません。国内の通常の営業では気を付けていても、展示会でうっかり話していないか、確認してみましょう。

■ 販路開拓と同時に潜む知財流出リスク 「名刺や営業トーク」

特有のリスクあり！ ⇒名刺に製品名、写真、特許番号等の掲載 等
営業トークから技術の強み、構造、材質等の外観から
はわかりにくい情報流出の可能性 等



■ 名刺や営業トークから意図せぬ情報流出！

- ・営業担当者の**名刺の裏面や隅に、新製品の名前、写真、キャッチコピー等の紹介**を入れている企業も多々あります。特許等を取得している場合、技術的な強みを訴えるために、登録番号等を具体的に記入している企業もあるでしょう。
- ・名刺に記載の氏名を見て、その**担当者が発明者となっている発明を検索**することができますし、登録番号からは**詳細な技術情報を確認**することができます。発明者名や企業名で発明を追えば、企業がどういったテーマで開発や権利取得を行っているのかの推測も可能です。また、**人材の引き抜き**にもつながりかねません。
- ・営業トークでは、ブースを訪問した来場者に問われるまま、**まだ出展していない次の開発話**を話してしまっている場合もあります。開発担当者や経営層が売り込みのつもりで、うっかり新しい開発について話してしまうこともあるようです。

■ どのような対策をとることができるでしょうか？

- ・国内で個別の相手先企業を訪問する場合と、展示会で不特定多数の人に商品説明を行う場合とは、営業トークの内容を、本来分けて考えるべきです。
- ・海外展示会に参加する企業の中には、**展示会用の名刺は国内とは別に用意し、問合せ先のメールアドレス等も個人アドレスでなく、営業専用**に統一している場合があります。
- ・展示会出展前にブースの**担当者に最低限の知財知識**を学んでもらい、展示会における知財流出リスクを知ってもらうことが大切です。

＜重要ポイント： **名刺や営業トーク等の見落としがちな情報流出に注意！**>

- ★ **名刺に多様な情報**が詰まっているリスクあり
- ★ **営業トークがきっかけの情報流出**に注意
- ★ **出展前に最低限の知財知識**を社内で学ぶ

8) ノウハウ洩れていませんか？

展示会のブースでは、企業の重要なノウハウが思いがけない形で表出していることがあります。映像への製造現場の映り込み、製造現場での作業手順、製造工程、順番、材料の確認チェック（温度、湿度等）や、名刺の何気ない記載内容、営業トーク等をはじめ、出展前に多面的にチェックしましょう。

展示会で自社の製品に関心を持った企業があり、現地で生産委託を行うことになった場合、特許や商標等の使用許諾に加えて、製造ノウハウの使用許諾を契約することがあります。しかし、国内の秘密保持の常識が、海外では通用しないこともあります。知的財産に関する知識が十分に普及していない国では、模倣に対する感覚は、日本社会とは異なると理解しておくべきです。

■ 展示会後を含めた知財流出リスク 「ノウハウ」

こんなところにも！ ⇒映像、名刺（製品の小さな写真、特許番号、販促用文章等）、営業トーク 等
特有のリスクあり！ ⇒生産委託等の中でノウハウ流出の懸念もあり



■ ノウハウ流出のリスクを常に意識！

- ・展示会は情報発信の場であるがゆえに、ノウハウの固まりがいろいろな場面で表出している場とも言えます。普段は特定の相手や関心のある需要者にしか伝えていない情報が多面的に出ていることになり、**情報を欲しがっている相手から見れば、またとない情報入手のチャンス**です。
- ・海外展示会では**現地生産の委託先**を発掘することができる場合もあります。来場者がブースを見て、「生産できるから任せてほしい」と売り込んでくる場合もよくありますし、現地企業の出展により生産委託先を発掘できる場合もあります。
- ・ただし、海外で生産委託を行った企業からは、委託先が商標だけを入れ替えてこっそり模倣品を生産し現地市場で販売していた事例や、製造ノウハウの使用許諾を行い、秘密保持条項を入れて技術指導もしたが、日本人スタッフが引き上げた途端に、他社にノウハウを回していたという事例もあります。**国内の常識で秘密保持契約書を取り交わしただけで、契約が遵守されると判断するのは危険**です。

■ 出展“前”の事前研修、一定の割り切りも必要

- ・出展前に出展資料を**第三者の観点からチェック**するとともに、社内で事前研修を行い、**担当者に知財流出リスクを認識**してもらうことが重要です。
- ・生産委託の際の製造ノウハウについても、流出リスクを十分認識した上で、**先端技術開発は国内に残し、価格勝負の製品に限って海外で生産委託する等の対策**が必要です。現地拠点に日本人スタッフを派遣し、**ノウハウ管理の状況を逐一チェックできる体制**を取ること一案です。

<重要ポイント： **ノウハウ流出のリスクをまず認識！**>

- ★ **第三者の観点から、出展資料を事前にチェック**
- ★ **社内研修で担当者に知財流出リスクを認識してもらうことが重要**
- ★ **海外に生産委託する場合のノウハウ流出リスクへの備えが必要**

9) 図面を安易に渡さない！

部品の発注や生産委託を検討する場合、相手先企業から図面を求められて渡すことがあります。生産委託や部品の納入がそのまま無事に済めばいいのですが、相手が欲しいのは発注ではなく図面だったということもあります。

海外において模倣品の摘発が多い地域では、個々の企業が入手した図面が他企業に出回っているという事例もあります。図面は最も、外部に渡してはいけないもの！という認識を、社内で周知徹底しておくことが重要です。

■ 販路開拓と同時に潜む知財流出リスク「図面」

こんなところにも！ ⇒ 製品カタログ、会社パンフレット、パネル 等
特有のリスクあり！ ⇒ 見積り依頼等から図面や詳しい製品仕様書の流出の懸念あり



■ 見積り依頼や発注時に図面が流出！

- ・展示会で新しい取引先を発掘した後、見積りを依頼したり、相手先の技術水準の確認のために部品の試作を発注することもあるでしょう。現地で協力工場を発掘することは、海外での事業展開に向けて必要なプロセスの一つです。
- ・しかし、中には取引を進めることよりも、**図面を入手することが一番の目的の企業**もあります。また、第一次の取引先は安心できる相手であったとしても、そこからの**外注先までは管理が至らない**こともあります。我が国企業の図面を集め、仲間の企業で共有し利用しあうような例もあるようです。

■ どのような対策をとることができるでしょうか？

- ・事前に相手先の**信用調査**を実施したり、取引先や商社等に**評判を尋ねる**等、第三者の評価を確認することが重要です。
- ・一部の部品を外注するだけであれば、製品全体の図面は渡さずに、**部品の該当箇所だけに限って図面を提供**する方法もあります。
- ・出展前にブースの担当者に最低限の知財知識を学んでもらう際、**図面流出のリスクは模倣被害に直結**していることを十分理解してもらうことが重要です。また、**いつ・誰に・何の図面を渡したか**についてリスト化しておき、後日、模倣被害が起こった場合に、疑わしい相手には今後、図面を渡さないよう情報を管理していくことも検討すべきでしょう。

<重要ポイント：図面の管理に細心の注意を！>

- ★ **図面流出は模倣被害に直結する最大のリスク**
- ★ 商談相手の信用調査等を行い、**図面を渡す相手を慎重に選ぶ**
- ★ **図面情報の社内管理が重要**

10)立派な肩書や親切な人には気をつけて！

海外展示会では、立派な肩書の名刺を持った人物が、近づいてくることがあります。空港で特別に出国手続きを早くさせたり、政府高官との人脈を誇示することで安心感を与える人もいます。

国内や現地で信頼できる進出コンサルタントを探して、海外事業展開の相談を行うことはスムーズな展開に向けて重要なことですが、中には怪しい人もいて用心した方がいいでしょう。現地情報が不足したまま、気がつく相手企業に一方的に有利な契約を結んでしまっているような事例もあります。また、企業の活動実態がないにも関わらず、インターネット上にウェブサイトを開設し、無断で日系企業の総代理店や協力工場だと表示している例もあります。

■海外展開時に要注意「立派な肩書や親切な人」

こんな例あり！ ⇒本物と紛らわしい「〇〇政府 特別顧問」等の肩書の名刺
政府高官との人脈を誇示、高額の手数料、口利きがビジネスの主な内容であるような人 等



■ 立派な肩書で近づいてくる人物

- ・「〇〇政府 特別顧問」等、いかにも本物と思わせるような、**紛らわしい肩書の名刺を持つ人物**が近づいてくる場合があります。
- ・政府高官との人脈を示されたり、空港やレストランで豪華な歓待を受けて信用していると、後から高額の手数料を請求されたり、現地企業に一方向的に有利な契約を結ばされていた例もあるようです。



■ どのような対策をとることができるでしょうか？

- ・きちんとした実績を持つ信頼できる人物であれば、既に現地に進出している日本企業が知っているはず。業種が異なっても構わないので、**自社よりも先に現地に進出している複数の企業**の関係者に、その人物の**評判等を確認**すると安心です。
- ・契約書は海外では細部まで厳密に決定するもので、概ね決めておいて何かあれば後日、双方の協議で決定するという考えは通用しません。「時間がないから急いでサインを」という催促に乗せられずに、**自社側でも翻訳文を用意した上で、専門家に相談してからサイン**をすべきです。現地で契約をして国内への事後報告で慌てることがないように、事前に必ず**契約書を細部まで確認**することが重要です。

<重要ポイント： 相手の評判や細部まで契約内容の確認を！>

- ★人物の見極めや評判の確認を怠らない
- ★契約書はきちんとした翻訳を用意し細部まで確認してからサインを
- ★海外では契約した条件が全てであるという認識を社内でも共有

なるほどコラム 部品に商標を小さく刻印、模倣品との違いを鮮明に

○特殊ネジメーカーの例

- ・C社の特許製品であるネジは海外の鉄道インフラで使われています。アジアのある国でC社製品の導入が決定され、出荷をしていましたが、予定よりも部品の出荷が少ないことに疑問を持っていました。
- ・後日、本来の機能が発揮できていないとのクレームがC社に持ち込まれ、調査したところ、工事の途中からC社の真正品ではなく、価格が安く性能が劣る模倣品が使われていたことが発覚しました。
- ・しかし、C社はネジの1つ1つに小さくC社商標を刻印していたのに対して、模倣品には刻印がありませんでした。これにより工事の途中からはC社製品ではなく、模倣品が使われていたと証明することができ、結局、C社の真正品を使って補修が行われました。

どきっとコラム 製品、商標、パンフ、解説図まで丸ごと模倣被害

○生産装置メーカーの例

- ・D社の特許製品である生産装置は世界各国で使われています。D社は、自社の事業領域に関連する海外展示会には定期的に出展し、自社製品をPRしてきました。
- ・ある年、海外展示会に新製品を出展し、翌年も同じ展示会に出展しました。すると、自社のすぐ近くに出展していた後発メーカーが、装置の外観、商標、PR用のカタログに掲載していた解説のための模式図まで、少しずつ変えながらも丸ごとセットでほぼ模倣していることを発見しました。後発メーカーはすぐ近くのブースで、全く気にせず堂々と展示をしていました。

どきとコラム 商品サイクルの早い業界では3年後に注意

○ファッション業界、各種雑貨業界でのデザイン製品の例

- ・カバンや衣服などのファッション業界や、生活用品や趣味の各種雑貨業界では、国内市場に海外から安い模倣品が流入することがあります。
- ・ホームページの新製品情報を見て模倣が行われることも多く、デザイン性の高い商品の場合は、その商品のデザインの全貌がわからないようなホームページ上の掲載も必要です。
- ・嗜好が変化しやすく商品サイクルが早い業界では、商品企画から販売の期間が短く、生産した商品を売り切った次の開発を行うことが多くみられます。商品数が多くかつ商品の販売期間が短いため、定番商品やロングセラー商品等や構造に特徴がある商品以外は、一つ一つの商品について意匠出願は行っていない企業がほとんどです。これは、たとえ意匠出願しても、権利の登録設定ができる頃には商品販売が終了していることが多いからです。
- ・デザイン製品について意匠権等の権利登録をしていない場合でも、我が国では不正競争防止法により、意図的な「デッドコピー商品」は形態模倣として、警告や訴えにより相手先の商品を市場から排除することが可能です。しかし、形態模倣の規制は、日本国内での最初の販売日から3年以内と限られ、また、類似の範囲にまでは及びません。
- ・このため、例えば鞆や生活雑貨等の業界では、我が国で購入した商品の模倣品を安く製造し、最初の販売日から3年が経過した後に日本市場に輸出してくるような例がみられ、人気のあった商品でも価格の安い模倣品に市場を奪われることがあります。

第4章 海外知財制度や対策例

1) 主要国の制度概観

■ 我が国とアジア主要国の特許・実用新案・意匠の制度比較

権利の種類 権利内容	日本	中国	韓国
権利保護期間（存続期間）	<ul style="list-style-type: none"> ・特許：出願日から20年 ・実用新案：出願日から10年 ・意匠：登録日から20年 * 権利は公告日から発生 	<ul style="list-style-type: none"> ・発明：出願日から20年 ・実用：出願日から10年 ・外観設計：出願日から10年 * 権利は登録日から発生 	<ul style="list-style-type: none"> ・発明：出願日から20年 ・実用：出願日から10年 ・意匠：登録日から15年
特許(発明)	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性・進歩性・産業上利用性 ・公知・公用：世界基準 ・刊行物公知：世界基準 ・審査請求期限：出願日から3年 ・早期審査・優先審査制度あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性・進歩性・実用性 ・公知・公用：世界基準（2008年） ・刊行物公知：世界基準 ・審査請求期限：出願日から3年（優先権主張は優先日から起算） ・早期審査・優先審査制度なし 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性・進歩性・産業上利用性 ・公知・公用：世界基準 ・刊行物公知：世界基準 ・審査請求期限：出願日から5年 ・早期審査・優先審査制度あり
実用新案	<ul style="list-style-type: none"> ・無審査主義 ・新規性・進歩性・産業上利用性 ・特許との重複出願は認めない ・権利行使に実用新案技術評価書の提示 	<ul style="list-style-type: none"> ・無審査主義 ・新規性・進歩性・実用性 ・発明特許との重複出願を認める（権利付与段階は一本化） ・権利行使に技術評価報告書の提示（評価書の請求は権利者利害関係人だけ） 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性・進歩性・実用性 ・特許との重複出願は認めない ・権利行使時に技術評価報告書の提示は必要ない
意匠	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性・創作非容易性 ・関連意匠制度あり ・部分意匠制度あり ・秘密意匠制度あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・無審査主義 ・新規性・創作非容易性 ・類似意匠を1出願で可能 ・部分意匠制度なし（日本の意匠出願の優先権主張の場合、点線部分を含め全体としての意匠出願とみる） ・秘密意匠制度なし 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義だが、ライフサイクルの短い一部物品について無審査登録（方式審査あり、登録後異議申立制度あり） ・新規性・創作非容易性 ・部分意匠制度あり ・秘密意匠制度あり

権利の種類 権利内容	タイ	ベトナム	インドネシア
権利保護期間（存続期間）	<ul style="list-style-type: none"> ・特許：出願日から20年 ・小特許：出願日から6年（但し、2年おきに2回までの更新が可能） ・意匠：出願日から10年 	<ul style="list-style-type: none"> ・特許：出願日から20年 ・実用新案：出願日から10年 ・意匠：出願日から5年（但し、5年ごとに2回まで更新が可能） 	<ul style="list-style-type: none"> ・特許：出願日から20年 ・実用新案：出願日から10年 ・意匠：出願日から10年
特許(発明)	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性・進歩性・産業上利用性 ・公知・公用：自国基準 ・刊行物公知：世界基準 ・出願公開：方式審査後に、手数料の支払いを条件に公開 ・審査請求期限：出願公開日から5年 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性・進歩性・産業上利用性 ・公知・公用：世界基準 ・刊行物公知：世界基準 ・出願公開：優先日から19ヶ月後に公開 ・審査請求期限：優先日から42ヶ月 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性・進歩性・産業上利用性 ・公知・公用：世界基準 ・刊行物公知：世界基準 ・出願公開：優先日から18ヶ月後に公開 ・審査請求期限：出願日から36ヶ月
実用新案	<ul style="list-style-type: none"> ・正式名称は「小特許」制度 ・審査主義 ・新規性・産業上利用性（進歩性は判断されない） ・出願公開制度あり ・審査請求制度はない 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性・産業上利用性（進歩性は判断されない） ・出願公開制度あり ・審査請求期限：優先日から36ヶ月 	<ul style="list-style-type: none"> ・正式名称は「小特許」制度 ・審査主義 ・新規性・産業上利用性（進歩性は判断されない） ・出願公開制度あり ・審査請求期限・出願日から6ヶ月
意匠	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性(創作非容易性は判断されない) ・1意匠1出願 ・関連意匠制度なし ・部分意匠制度なし ・秘密意匠制度なし 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性・創作非容易性 ・関連意匠制度なし(但し、1出願に複数のパリエーション意匠を含めることは可能) ・部分意匠制度なし ・秘密意匠制度なし 	<ul style="list-style-type: none"> ・審査主義 ・新規性(創作非容易性は判断されない) ・関連意匠制度なし ・部分意匠制度あり ・秘密意匠制度あり

■ 我が国とアジア主要国の商標の制度比較

権利の種別 権利内容	日本	中国	韓国
審査登録 機関	特許庁	国家工商行政管理総局 商標局 (特許の審査登録機関 の国家知識産権局とは 異なる)	産業資源部 特許庁
権利内容	<ul style="list-style-type: none"> ・商品商標・役務商標 ・立体商標 ・団体商標 ・地域団体商標 ・音商標（改正草案） ・存続期間は登録日から 10年（更新可） 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品商標・役務商標 ・立体商標 ・団体商標 ・証明商標 ・音商標（2014年5月 1日～） ・存続期間は登録日から 10年（更新可） 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品商標・役務商標 ・立体商標 ・色彩、ホログラム、動きおよ びこれらの結合、音、匂いも 対象 ・団体商標 ・証明標章 ・地理的表示団体商標 ・存続期間は登録日から10 年（更新可）
出願	<ul style="list-style-type: none"> ・1出願多区分制 ・商品役務数は制限なし ・日本語のひらがな・カタカ ナは文字 	<ul style="list-style-type: none"> ・1出願1区分制 (2014年5月1日か ら1出願多区分制に移 行) ・商品役務数が10以上 の場合追加料金加算 ・日本語のひらがな・カタカ ナは図形 	<ul style="list-style-type: none"> ・1出願多区分制 ・商品役務数の制限はない が、20以上の場合、追加 料金加算 ・日本語のひらがな・カタカナ は原則として図形
異議申立	<ul style="list-style-type: none"> ・付与後の異議申立期間は2 カ月（商標掲載公 告日から起算） 	<ul style="list-style-type: none"> ・付与前の異議申立期間は3 カ月（初歩審定日 から起算） 	<ul style="list-style-type: none"> ・付与前の異議申立期間は 2カ月（公告日から起 算）

権利の種別 権利内容	タイ	ベトナム	インドネシア
審査登録 機関	商務省 知的財産局	科学技術省 知的財産庁	法務人権省 知的財産総局
権利内容	<ul style="list-style-type: none"> ・商品商標・役務商標 ・立体商標 ・団体商標 ・証明標章 ・ホログラムも対象 ・連合商標制度あり ・存続期間は出願日から10年（更新可） 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品商標・役務商標 ・立体商標 ・団体商標 ・証明標章 ・連合商標制度あり ・存続期間は出願日から10年（更新可） 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品商標・役務商標 ・団体商標 ※立体商標は登録不可 ・存続期間は出願日から10年（更新可）
出願	<ul style="list-style-type: none"> ・1出願1区分制 ・最初の指定商品・役務以降、商品役務数1つについて追加料金加算 ・日本語のひらがな・カタカナは図形、タイ語での読み方を付す ※マドリッド協定議定書への加入はないため、直接タイ知的財産局に出願する必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> ・1出願多区分制 ・商品役務数は制限なし ・日本語のひらがな・カタカナは図形 	<ul style="list-style-type: none"> ・1出願多区分制（3区分まで） ・商品役務数は制限がないが、4以上の場合、追加料金加算 ・日本語のひらがな・カタカナは図形 ※マドリッド協定議定書への加入はないため、直接インドネシア知的財産総局に出願する必要がある
異議申立	<ul style="list-style-type: none"> ・付与前の異議申立期間は90日（公告日から起算） 	<ul style="list-style-type: none"> ・付与前の異議申立期間は出願公開日から登録認定日までの間 	<ul style="list-style-type: none"> ・付与前の異議申立期間は3カ月（公告日から起算）

2)中国における知的財産制度の基礎知識

(1) 中国での権利化のための出願・登録

①特許・実用新案・意匠の場合

- i 中国へ出願
- ii 日本出願の優先権に基づくパリ条約ルートによる中国へ出願
- III 日本特許庁への PCT（特許協力条約）出願に基づく指定国である中国での権利取得

②商標

- i 中国へ出願
- ii 日本特許庁への国際（商標）登録出願（マドリッド※）によって中国を領域指定し、中国で権利取得

※マドリッド協定議定書に基づく特例による出願

③著作権

日本も中国も著作権国際条約であるベルヌ条約に加盟しており、無方式主義により出願審査登録等は不要で、創作により著作権が発生し、条約加盟国は同盟国の国民の著作物を自国で保護する義務があります。

【中国における著作権保護の留意点】

・中国でも日本国民・企業が日本で創作した著作物の保護を受けることができる。ただし、中国法に基づく保護であるため、中国政府から好ましくないとされる著作物や中国伝来の著作物をアレンジした著作物（例えば「孫悟空」を題材にした人形等）は保護を受けることができないおそれがある点に注意する必要がある。

【証明のポイント】

・無方式主義で創作により権利が発生するとしても、中国での著作権の保護を受けるには公文書による権利証明書の提出が求められるが、著作権の任意登録制度を利用して登録を受けておけば、その登録証明により権利証明が可能となる。

④企業名称権（商号権）

企業名称は地方工商行政管理局へ会社登記することで保護されます。

⑤ドメインネーム（域名権）

中国インターネット情報管理センター（CNNIC）へ登録する。

【中国への商標出願の留意点】

- ・日本企業が中国へ進出する場合、日本で使用している商号・商品名と同じ漢字を使った場合に、日本と中国で漢字の意味が違う場合も多く、企業・商品イメージ上も、別の中国語に変更した方がいい場合も多い。
- ・日本企業の名称や商品名がひらがな・カタカナを含む場合、中国ではひらがな・カタカナは文字ではなく図形扱いである。
- ・日本企業の漢字や英語文字の発音に近い中国語に変更し、中でも中国人に良い印象を与える漢字を企業名に使用して中国市場展開する企業も多い。
- ・英文字の企業名・商品名は、日本では商標登録されているが、中国には英米欧州から大量の英文字商標の出願登録がなされているため、同一・類似で拒絶される場合も多い。

（2）中国知財制度の動向

中国は2001年にWTO(世界貿易機関)に加盟し、国内の知的財産法制をWTOのTRIPS協定の基準に適合させるため、2000年前後に知的財産権関連法の改正が進められ、先進諸国と同じレベルの法制が確立されました。

これに伴い世界各国から特許・商標等の出願が激増し、今や特許・商標等の年間出願件数は、2012年に特許で205万649件（特許・実用新案・意匠を含む）、商標で164万8,316件（マドプロを含む）であり、世界一を誇る情勢にあります。しかし、国内の知的財産権の保護の面では、模倣品の氾濫や技術流出等が跡を絶たず、法の適正な運用が求められています。日本の2001年の「知財戦略大綱」に倣って、中国は2008年に「国家知識産権戦略要綱」を公表し、技術革新（イノベーション）国家を目指す戦略を立てて知財保護の強化を目指してい

ますが、保護の対応は不十分なままといえます。

①特許・実用新案・意匠

・日本と同様に、特許・実用新案・意匠の各権利が認められるが、3種の権利が専利法で制定されています。特許は審査主義、実用新案・意匠は無審査主義が採られています。¹

②商標

・商標法が制定され、立体商標も認められます。

③不正競争防止及び営業秘密

・反不正競争法が制定され、知名商品特有名称等の保護や営業秘密(商業秘密)の保護規定が盛り込まれています。

④著作権

・著作権法が制定され、ベルヌ条約に加盟しており、著作権は創作により発生し、出願・審査・登録等は要件ではありません。

⑤商号(企業名称)

・企業名称は会社設立段階において当該地方工商行政管理局管轄区域内での先行名称との混同防止を図る限度で確認されます。

⑥ドメインネーム(域名)

・ドメインネームの登録と紛争解決機関を設けて、権利化及び保護を図ろうとしています。

(3) 中国における知財の権利保護制度

①行政ルート

・中国の特色として、権利侵害の救済のために行政機関に摘発取締りを求める制度があります。

・1949年の建国以来、社会主義計画経済の下に行政機関による経済秩序の

¹ 方式審査だけで実体審査を経ず権利化を認める制度で、実体要件は権利侵害紛争で無効審判や訴訟で判断される。

管理監督制度が採られてきたため、1978年に外資導入の経済改革開放に転換した後も、行政機関による経済的活動の一環である知的財産権侵害に対する取締制度が設けられました。

②司法ルート

- ・権利侵害の救済として、裁判所に訴える制度であり、日本等の諸外国と同様です。本訴前の差止仮処分や財産保全措置も認められます。
- ・民事裁判のほか刑事裁判も認められますが、侵害に関する罪や権利詐称・虚偽表示罪等の罰則があります。

(4) 中国における展示会での知的財産権侵害の救済

中国では、専利法・商標法による権利保護の規定のほかに、展示会（展覧会・展示即売会・博覧会・交易会・展示会・モーターショー等）における知的財産権保護に関する行政規定として「**展示会知的財産権保護条例**」が2008年に制定されています。これは、広州市において、中国最大の国家主催の展示会「**広州交易会**」で模倣品が展示された場合に権利者を救済するための地方法規が制定されていましたが、全国的に多くの展示会が開催されるようになり、国家レベルでも上記のような保護条例の制定に至ったものです。

なお、2001年の専利法改正で、侵害行為に「販売の申出²」にあたる項目を追加したため、展示会で特許権侵害品を展示することも侵害行為に該当することとなり、展示会での取締りが容易となりました。その概要は以下のとおりです。

①展示会知的財産権保護条例による展示会での模倣対策

- i 開催期間が3日以上の展示会に適用されます。権利者の苦情申立に対して、迅速に対応するため、当該地域を管轄する知的財産権救済の行政機関の管

² 中国語で「许诺销售」と表記するが、直訳の「许诺販売」では理解できず、販売の申出と訳すべきである。日本の特許法においても正当な権利なく、「譲渡等の申出をする行為」は権利侵害行為とみなされる。

理下で、展示会を主催する組織が苦情受付機関を設置しています。

ii 保護対象の権利は、特許権・実用新案権・意匠権、商標権、著作権です。

iii 苦情申立（権利を証明する資料、権利侵害資料の提供）

→ 審査・受理→24 時間以内に知的財産権行政部門に移送

→ 現場での展示者に対する苦情申立資料の送達・弁明催促³

→ 専門家職員による権利と展示品との照合

→ 展示会紛争処理規則に基づく調整・処理

特許等の侵害の場合、現場での文書閲覧、写真撮影、検証、質問、筆記録の作成等ができ、資料がそろい、侵害の可能性が高いと判断された場合、苦情処理機関は展示の中止撤去を求め、展示者がこれに従って展示を中止撤去する場合があります。ただし、同機関には押収等の強制権原はなく、展示者が争う場合には後に裁判所（人民法院）への提訴が必要です。

iv 出展者の権利侵害が成立した場合は、展示会の許認可と登録を担当する展示会管理部門は出展者に対して公告し、出展者が連続 2 回以上侵害行為を行った場合は、次回の出展が禁止されます。

※その他に、次のような地方法規がある。

- ・北京市展示会知的財産権保護弁法
 - ・上海市 上海市特許保護条例・上海市展覽行政管理弁法・上海展覽会特許保護強化実施細則（* 1）
 - ・広東省 広東省特許保護条例・展示会知的財産権保護弁法（* 2）
 - ・浙江省 浙江省特許保護条例・義烏市展示会知的財産権保護弁法
 - ・江蘇省 江蘇省特許保護条例
 - ・四川省 四川省特許保護条例
- その他、黒竜江省・遼寧省・河南省・湖北省・陝西省の特許保護条例がある。

* 1 上海市特許保護条例 12 条は、展示会の主催者は、特許表示のある展示品又は展示技術に対して、特許証書又は実施許諾契約書を調査確認できる。それらを提供しない場合、主催者は展示を拒絶できること及び主催者は特許冒認、特許詐称を発見した場合は特許管理部門に告発する権利を有すると規定している。

* 2 広東省展示会特許保護弁法は、展示会主催者に特許保護規則の制定、特許公示制度、出展契約、特許苦情処理機構の紛争調停、展示会誠実信用ファイル制度等を規定している。

³ 上海では苦情処理機関は被申立人（展示者）に 24 時間以内に弁明書の提出を求める。

■展示会知的財産権保護条例を利用する際のポイント

○利用にあたっての注意点

- ・第1に、事前調査が不可欠である。
- ・第2に、時間的制限があり、迅速な対応が必要となる。

○資料準備

- ・権利者側には権利を証明する資料（特許・商標の登録証、権利主体の資格証明書・委任状等。これらは公証・認証が必要であり、日本で1週間程度の時間的余裕を見しておく必要がある）を準備する必要があり、中国語への翻訳文、弁理士・弁護士との鑑定書(侵害肯定)等もそろっている方がよい。

○情報入手

- ・侵害者が展示会に模倣品を展示するとの事前情報を入手して準備する例が多く、展示会への出展で侵害を発見してからでは手遅れになる可能性が高い。

○管轄機関との交流

- ・当該地域の知的財産権保護機関ないし上部機関と普段からの交流の機会があつて（JETRO等を通じた交流）、迅速な処理が実現した例もある。

(5) 中国における展示会出展による新規性喪失の例外

展示会で展示することによって当該製品が公開されて、技術が権利化できなくなるおそれがあることに留意しなければなりません。特許・実用新案・意匠の場合、新規性が登録要件の1つであり、展示会に展示すれば公知となり、新規性の要件を欠くことにもなりかねません。そこで、専利法は展示による**新規性喪失の例外**を設け、一定の展示会の場合、それに出展しても、公開後6ヶ月以内に出願した場合には、新規性を維持できるとの救済規定を設けています（専利法24条）。しかし、この救済既定の対象となる展示会は中国政府主催の展示会など限定的なものであり、日本の新規性喪失の例外規定の対象と比べて、対象範囲が狭いことに注意が必要です。

(6) 中国におけるノウハウ保護

中国への進出に伴う技術供与手段として、中国へ特許・実用新案を登録する選択をすれば、技術の公開により直ちに模倣が広がる懸念が強い場合もあり、むしろノウハウ（技術秘密）として技術供与する方法が選択される場合があります。ただし、ノウハウにはその保護要件が規定され、**非公知性、有用性、秘密管理性**の3要件が必要とされ（反不正当競争法 10 条）、日本とほぼ同様です。

ノウハウの秘密管理性を保つために、相手方との間で**秘密保持契約（NDA）**を交わすことが必要です。

しかし、製品を購入した第三者が、それを簡単に分解分析すれば技術内容を解明できる場合（**リバース・エンジニアリング**）、**入手が適法であれば、不正競争行為には該当しない**とされています（反不正当競争法司法解釈）。

したがって、分解分析で容易に解明できない場合やブラックボックス化できる技術であれば、中国でもノウハウを維持できますが、そうでない場合には、ノウハウとして保護を受けることが困難になるケースも多く、進出しないう選択も考慮すべきです。

(7) 中国における商標保護（2014 年 5 月 1 日に改正商標法施行予定）

会社パンフレットに、社名のほかに、**社名ロゴ文字やマーク**等が掲載されている場合、それらロゴ文字やマークは商標登録していないことも多く、それを見たブローカー等が商標局のデータベース検索をして未出願とわかると、直ちに申出をし、それを不当な価格で売り付けようとする者も多くみられます。また、商標出願を代理する機構の中にはブローカーと結託したり、それらに協力する者がいるなど商標代理機構のモラル低下が叫ばれています。

2014 年の商標法改正で、代理機構に信義誠実原則に基づく法令遵守義務、守秘義務、ブローカー行為の禁止等と違反者への罰則、業務停止決定等が規定され、商標協会等の代理業界組織の会員に対する指導義務や懲戒権限が規定され、改善が期待されることです。

これらの対策としては、展示会出展までに、中国へ商標出願をして権利化をして

おけば安心です。出願費用を惜しんだために、デザインまで工夫した大事なロゴやマークを先に出願されて何十倍もの高額な値段で買い取らざるをえなかった例も少なくありません。

(8) 中国における近年の法改正の動向

①中国専利法

中国専利法は特許・実用新案・意匠を規定しており、その特色は、特許は新規性・進歩性等の実体要件を審査して登録されますが（審査主義）、実用新案は実体要件を審査せず方式審査だけで登録し（無審査主義）、意匠も同様に無審査主義である点が日本と異なります。

②技術契約

日本企業の中国への進出には技術ノウハウの供与を伴う場合が多く⁴、技術流出のリスクが伴うことに注意しなければなりません。特許で守れる技術は、出願登録により権利化を図ることができます。

技術公開されると模倣品が氾濫して特許登録後の権利行使では防ぎようのない場合は、特許出願はせずにノウハウで供与する方法が採用されます。ノウハウは中国でも保護され（反不正当競争法）ますが、その要件は日本とほぼ同じであり、秘密管理（秘密保持措置）が重要となり、それが不備でノウハウ保護を受けられなかった事例も少なくありません。

技術が生命線の日本企業の場合、進出に伴い技術流出するリスクが高ければ、中国への進出を見直すという選択肢もあることを念頭に置く必要があります。

⁴ 中国政府が外資導入項目としてハイテク・環境関連技術を奨励し、優遇税制等の政策を採用している。

■中国商標法改正（2014年5月1日施行予定）のポイント

①音声商標（8条）

旧法（2001年改正法）は、文字・図形・色彩の組み合わせ等の視覚的標章に限定していたが、「音声」も保護対象とした。実施条例13条5項によると、音声商標を出願する際、

①音声見本の提出、②願書に五線譜または数字譜および文字での説明が必要である。

②馳名商標の保護と商業活動への使用禁止（13条、14条）

「馳名商標」とは中国において関連する公衆に広く知られ、高い名声を有する商標をいい、馳名商標の認定は、個別の紛争案件ごとに、商標局、商標評審委員会、および最高人民法院の指定する人民法院のみが権利者の請求に基づいて行う。商品、包装・容器、広告宣伝等において「馳名商標」と表示することを禁止（14条5項）。違反した場合、是正命令、10万円の過料に処せられる（53条）。

③代理人等による冒認出願（15条）

旧法15条では「代理人または代表者」のみと規定していたのを、「代理人または代表者以外の、契約、業務取引関係等がある者」による冒認出願をも明文で禁止することとした。

④一出願多区分制の導入（22条）

旧法では、一出願一区分制。多くの区分で出願する場合、費用が高額となり、手続も煩雑であったのを、新法では、国際的趨勢に合わせ、一商標多区分制を導入した。なお、出願関係では、電子出願も可能（22条3項）とし、商標局は、出願人に説明、補正を要求することができる（29条）とした。

⑤審査等の期限の明記

商標局の出願書類受領から初期査定公告まで9カ月（28条）、商標評審委員会の出願拒絶再審請求受領から決定まで9カ月、特殊事情がある場合、3カ月延長（34条）可能。商標局の初期査定公告期間満了から異議決定まで12カ月、特殊事情がある場合、6カ月延長可能（35条）等、審査期限を明記して審査を促進する規定が設けられた。

⑥異議申立制度の改正（33条、35条）

一定の申立理由については、異議申立の主体を、「先に存在する権利を有する者」または利害関係人のみに限定（33条）した。旧法では商標局の異議不成立決定に対して商標評審委員会に再審請求し、さらに行政訴訟で争うことができた。しかし、新法は、異議不成立（登録許可）の場合には商標登録証を発給して公告することとし、異議申立人としては、商標登録後において商標評審委員会の無効審判請求で争うべきものとした（35条）。

⑦商標登録の更新手続（40条）

商標登録の更新手続は、旧法の「存続期間満了6カ月から」を、「存続期間満了の12カ月前から」可能とした（40条）。

⑧「商標の使用」の定義（48条）

「商標の使用」の定義の中に、「商標の出所を識別するために用いる行為である」ことを追加（48条）した。

⑨商標権侵害行為の改正（57条）

商標権侵害行為につき、商品もしくは役務または商標が「類似」の場合、「容易に混同を引き起こすこと」を要件に追加（57条2号）した。

⑩先使用权（59条3項）

新法で、「一定の影響のある使用」を要件として先使用权を認めた。登録商標権者は、適当な区別標識の付加を先使用权者に対して要求することができる。

⑪行政処罰の罰則の強化（60条）、損害賠償額の認定（63条）、故意侵害の場合の懲罰的賠償、登録商標権侵害の損害賠償請求の制限（64条1項）

3)韓国における知的財産制度に関する基礎知識

(1) 特許

特許法 1 条は「この法は、発明を保護・奨励し、その利用を図ることにより、技術の発展を促進し、もって産業発展に寄与することを目的とする」と規定しており、同法 2 条の 1 では「発明とは自然法則を利用した技術的思想であって高度なものをいう」として、その保護対象を明示しています。算術・計算方法、商品の陳列方法、永久機関などは保護されませんが、全ての植物発明や一定の微生物発明が保護されることになっています。

韓国特許法は登録主義及び審査主義をとっており、発明は産業上の利用可能性、新規性及び進歩性などの特許要件が審査官によって審査され、設定登録された特許権を通じて独占排他権として保護を受けることができます。

特許権には独占排他的に特許権を実施する権利が発生し、第三者の無断実施には民事・刑事的手段を講ずることができます。誤って審査された特許には特許無効審判制度などを定め特許権者と第三者との利益の均衡を図っています。

日本の特許制度と比べると、出願公開制度、審査請求制度、変更出願制度など日本の手続きと類似する点が多いですが、出願人の申請により早期公開が可能であること、早期・遅延審査が可能であること、審査請求期間が 5 年であることなど細部で異なっており、外国語出願が認められていない点など相当異なる部分もあります。権利存続期間は原則的に出願日から 20 年を超えないとされており日本と同様です。

(2) 実用新案

実用新案法 2 条 1 項は「考案とは自然法則を利用した技術的思想の創作である」と規定しており、発明より高度でないものをいい、さらに、物品に具体化された形態性を有する技術的思想、すなわち「物品の形状、構造又は組合せに関する考案」のみを保護対象とします（同法 4 条）。「方法に関する考案又は化学物質に関する考案」は除外されています。2006 年 10 月 1 日から施行の現行法では、

実体審査を行うという点で日本の実用新案法とは相違しています。

あわせて、審査前登録制度の廃止に伴い技術評価制度も廃止され、特許と実用新案の二重出願制度を廃止し、日本と同様に変更出願制度を新設しました。審査請求期限は出願日から3年で、存続期間は出願日から10年となる日までです。

(3) 意匠

デザイン保護法2条1号は「デザインとは物品（物品の部分及び書体（フォント）を含む）の形状、模様、色彩又はこれらを結合したもので、視覚を通じて美感を引き起こさせるもの」と定義し、さらに出願されたデザインが「工業上の利用可能性、新規性及び創作性を備えなければならない」としています（同法5条）。一部流行性の強い物品については無審査登録制度及び複数意匠出願制度を導入している点で日本との差異があります。権利存続期間はデザイン権の設定登録日から15年でこれは日本と同様です。

(4) 商標

商標法2条1項1号は、商品を生産、加工、証明又は販売することを業として営む者が自らの業務に関連した商品を他人の商品と識別されるようにするために使用する「記号、文字、図形、立体形状、色彩、ホログラム、動作、又はこれらを結合したもの、その他視覚的に認識できるもの」また、「音、匂いなど視覚的に認識できないものでも、楽譜など文章、図表で表すことができるもの」は、出願前の使用を前提に権利保護を図っています。商標出願をしますと審査官によって、保護対象の商標なのか、識別力があるのか、先願なのかなどが審査され、これらの条件を満たしていると判断されると登録により独占的排他権を付与し商標の権利保護を図っています。商標権の存続期間は登録日から10年でその後は10年ずつの更新登録をすることで権利維持できます。未登録段階でも保護する価値がある周知・著名

商標は、登録前でも商標法上の保護を受けることができます。さらに、未登録商標であっても、他人の商標出願前に不正競争の目的でなく使用していた場合は、先使用权も認定されます。

地理的表示を使用できる商品の生産などを業とする者だけで構成された法人又はその所属団体員の使用のための地理的表示団体標章を認定しており、また同法 2 条 4 号では、非営利業務を営む者がその業務を表象するために使用する標章を業務標章として定義し保護しています。ただし、日本の防護標章登録に該当する制度は有していません。

なお、無審査デザインと同様に異議申立制度を有していますが、日本の制度と異なって登録後の異議申立てではなく、審査官による出願中の出願公告及び異議申立てです。

(5) 不正競争防止及び営業秘密

不正競争防止と共に営業秘密の保護のために不正競争防止法が制定されています。同法は、「不正競争行為と他人の営業秘密を侵害する行為を防止して健全な取引秩序を維持する」ことを目的とし（同法 1 条）、同法 2 条 2 項には営業秘密を「公然と知られておらず独立した経済的価値を持つものであって、相当な努力によって秘密に維持された生産方法、販売方法その他営業活動に有用な技術上又は営業上の情報」と定義しています。ドメインネームの不当先取りやデッドコピーが不正競争行為として規制されています。

(6) 著作権

著作権法 2 条 2 号では、「文学、学術及び芸術の範囲に属する精神的創作物」、つまり「人間の思想又は感情を表現した創作物」は著作権として保護を受けることができると規定しています。著作権となるためには著作物に創作性がなければなりません。ここでいう創作性は特許法や意匠法での新規性とは異なり、著作物の創作が著作者によってなされたもので他人のものを盗用したものでなければ事足りる。

著作物は登録を要せず創作と同時に権利が発生するという点、著作者の財産的利益以外にも著作者の人格的利益もその保護対象とし、権利は著作者の死後50年間存続するという点で特許権とは差があります。

(7) その他

デジタルコンテンツ、コンピュータプログラム、及び半導体集積回路の配置設計も法律によって保護が受けられます。

4) 台湾における知的財産制度の基礎知識

(1) 特許

台湾では、特許法 1 条に「本法は、特許、実用新案及び意匠の創作を奨励、保護、利用し、産業の発展を促進するために制定される」と法目的を明らかにし、特許法の中で特許（発明）、実用新案（新型専利）及び意匠（設計専利）の 3 種類を保護しています。

特許法 21 条は、「発明とは、自然法則を利用した技術的思想の創作を指す」と保護対象を明示しています。

発明を創作した者又はその特許を受ける権利を譲り受けた会社が經濟部知的財産局に特許出願を行います。特許出願は中国語でも可能ですし、日本語、英語、又はドイツ語の外国語でも出願日から 4 カ月以内に国立翻訳館による翻訳を提出することを条件に可能です。出願から 3 年以内に審査請求を行えば、審査官がその発明が産業上利用することができるものであるのか、新規性及び進歩性などの特許要件を備えたものかどうかを審査します。審査した結果、特許要件を備えたものであると判断されたものが特許権として登録されます。ただし、動物、植物及びそれらを生産する生物学的な方法や、人体又は動物の病気の診断、治療又は外科手術の方法は特許されません。

特許権は原則として特許出願の日から 20 年間、その発明を独占排他的に実施できる権利であり、第三者の無断実施には民事・刑事的手段を講じることができます。なお、誤って特許された権利には無効審判を請求し消滅させることができます。

(2) 実用新案

特許法 104 条は、「実用新案とは、自然法則を利用した技術的思想のうち、物品の形状、構造又は組合せに係る創作を指す」と保護対象を明示しています。

知的財産局に実用新案登録出願が行われると、登録される要件の実体的な審査ではなく、上の保護対象に当てはまるかどうか、公序良俗に反する考案かどうか

という点と、方式要件を満たしているかどうか判断されるだけで登録され権利取得ができます。

実用新案権はこのように方式上の要件だけが判断されて登録される権利ですから、実用新案権者が第三者に対して権利行使する際には、実用新案技術報告を提示して警告をしなければなりません。また、実用新案権者が、実用新案権が取り消される前に不用意に権利行使をして第三者に損害を与えてしまうと、その賠償責任を負わなければなりませんので注意が必要です。実用新案権は出願日から10年間存続します。

また、同一人が同じ日に実用新案登録出願と特許出願を各々行うことができます。知的財産局が特許出願の登録を認めるとき、出願人はいずれか1つの権利を選択することができ、特許権を選択すると実用新案権は最初からなかったものとみなされます。

(3) 意匠

特許法121条では、「意匠とは、物品の全部又は一部の形状、模様、色彩又はこれらの結合であって、視覚に訴える創作を指す」と規定され、併せて「物品に応用するコンピュータ作成アイコン及びグラフィカルユーザーインターフェース」も意匠登録を受けることができると明示されています。ただし、単に機能上不可欠な物品造型や、単なる芸術的創作、集積回路配置や電子回路配置、そして公序良俗を害する物品は意匠登録を受けることができません。

意匠出願が知的財産局になされ、その出願に係る意匠が最も早い申請のものであって、産業上利用できるもの、新規性及び創作性を備えたものであると判断されますと、意匠権が付与されます。

意匠権は権利者が同意を与えていない他人がその登録意匠又は類似する意匠を実施することを排除することができる権利であって、日本と異なり意匠出願の日から12年間存続します。

(4) 商標

商標法 18 条で「商標とは、識別性を具えた標識で、文字や図形、記号、色彩、立体形状、動態、ホログラム、音など、又はその結合によって構成するものをいう」と規定し、日本で保護されない「動態」、「ホログラム」や「音」などが幅広く登録され保護されます。

商標出願は願書に出願人、商標及び使用を予定している指定商品・役務を明記して、知的財産局に行います。審査官は商標の概念に当てはまること、最も早い申請の出願であること、国旗、国の紋章と同一・類似でないこと、国父又は国家元首の肖像・氏名と同一でないことなどを審査し、商標出願が登録要件を満たしていると判断しますと、商標権として登録します。商標権はその登録を受けた商標をその指定商品・役務に独占的に使用することができる権利であると共に、同一・類似の範囲について第三者の使用を禁止することができる権利です。登録日から 10 年間、更新登録を受ければ 10 年ごとに権利の継続が可能です。

(5) 著作権

著作権法 3 条で「著作物」は「文学、科学、芸術及びその他学術の範囲に属する創作物をいう」と定義されており、保護対象を広く規定しています。著作物には詩、小説、論文（言語の著作物）、楽譜、歌詞（音楽）、舞踊、歌劇（演劇）、絵画、漫画、彫刻（美術）、写真、スライド（撮影）、地図、設計図（図形）、映画、ディスクビデオ（視聴覚）、建築物、建築設計画（建築）、そしてコンピュータプログラムが含まれます。

従来、台湾は、日本が加盟している著作権、著作隣接権に関する国際条約にはいずれにも加盟しておらず、これらの条約の諸規定の拘束を受けておらず、日本との間に正式な国交が樹立されていないことから二国間協定も締結されていませんでした。しかし、2002 年 1 月 1 日に W T O（世界貿易機関）への加盟が認められ TRIPS 協定が台湾に発効することによって、著作権の保護が認められるようになっています。

台湾の著作権法は、日本と同じく無方式主義をとり、著作者が著作物を完成した時に著作権を享有し、主務官庁への登録などの手続きを必要としていません。著作権は著作物の「表現」を第三者が複製したり、実演、送信したりすることを禁止することができる独占権であり、その侵害に対しては民事・刑事上の救済を求めることができます。

台湾は著作権に関する国際条約に加盟していないことから次の点で日本と異なります。まず、著作隣接権がありません。これを補うため、「録音の著作物」にレコードを含み、レコード賃貸権でカバーしています。また、視聴覚著作物に映画、ビデオカセット、コンピュータ画面の映像が含まれ、実演家が既存の著作物をもとに行った実演は独立の著作物になるとしています。著作権移転や第一公表年月日、実名の登録などの登録制度を 1998 年法で廃止しています。

5) アセアン主要国における知的財産制度の基礎知識

(1) タイ

知財関連法として、特許法、商標法があります。条約には、パリ条約、PCTに加盟していますが、マドリッド協定議定書（マドプロ）には加盟していません。特許法では、特許、小特許、及び意匠が規定されています。小特許は、日本の実用新案に相当します。ただし、日本と異なり、無審査主義ではなく、新規性のみが審査されます。特許の審査に10年を要しているが小特許であれば3年程度です。また、特許の存続期間が20年であるのに対し、小特許の存続期間は6年と短くなっています。意匠は、一意匠一出願のみ認められており、実体審査を通じて権利が付与されます。存続期間は10年です。

2012年の出願実績は、特許が約6,000件、意匠が約4,000件、商標が約45,000件です。出願の言語は、タイ語です。

(2) ベトナム

特許、実用新案、商標、意匠、著作権などが1つの法律である知的財産法に規定されています。条約には、パリ条約、PCT、マドプロに加盟しています。実用新案は、日本と異なり、無審査主義ではなく、新規性のみ審査されます。存続期間は10年です。意匠では、出願公開制度が採用されており、存続期間は最長15年です。

2010年の出願実績は、特許が約4,000件、意匠が約2,000件、商標が約30,000件です。出願の言語は、ベトナム語です。

(3) インドネシア

知財関連法として、特許法、意匠法、商標法などがあります。条約には、パリ条約、PCTに加盟しているが、マドプロには加盟していません。特許法では、特許とともに日本の実用新案に対応する小特許を規定しています。ただし、小特許については、新規性のみ審査され、存続期間は10年です。意匠では、意匠適格、新規

性、公序良俗が審査されます。存続期間は最長 15 年です。

2010 年の出願実績は、特許が約 6,000 件、意匠が約 4,000 件、商標が約 67,000 件です。出願言語は、インドネシア語です。

(4) 今後のアセアン各国の法整備の動向と権利行使の可能性

近年、アセアン各国では、経済の発展に伴い、特許出願等が増加傾向にあります。しかしながら、いずれの国でも審査体制が十分に整っていないため、審査が遅延する傾向にあります。また、いずれの国でも裁判制度が不十分であり、現在のところ、裁判により侵害を十分に解決することはできません。

ただし、特許庁の審査体制、裁判制度は、産業の発展とともに成熟するものであり、いずれの国も人口が多く、出願件数が増加している現状からすると、5 年後、10 年後には適切な権利行使を行えるポテンシャルがあると思われます。

(5) アセアン各国法令の整備動向や条約等による変化予測

① アセアン各国法令の整備動向

タイは 1999 年、ベトナムは 2009 年、インドネシアは 2001 年に各々 T R I P S 協定を履行するために特許法の改正が行われています。しかしながら、十分な改正が行われているとはいえ、特に、タイ、インドネシアについては、10 年以上改正が行われていません。

② アセアン各国の司法制度の整備状況

タイでは、侵害の救済として、民事訴訟、刑事告訴、税関での水際対策を行うことができます。民事訴訟に比べ、刑事告訴が広く利用されており、年々増加傾向にあります。民事訴訟は、時間を要するとともに、損害額が低くなる傾向にあり、件数は少ないです。但し、民事訴訟の件数自体は着実に増えています。

ベトナムでは、侵害の救済として、行政摘発、民事訴訟、刑事訴訟があります。

行政摘発が比較的短期間で、侵害行使の停止を行えることから、民事訴訟、刑事訴訟よりも広く利用されています。

インドネシアでは、民事訴訟及び刑事告訴の手続きにより、知的財産の侵害に対応できますが、短期間で対応が可能であり、抑止効果を期待できることから、民事訴訟よりも刑事告訴が広く利用されています。民事訴訟は長期間の時間を要する上に、損害賠償が認められる可能性が低いようです。

いずれの国も民事訴訟により損害賠償金を得ることについては現状では困難であると言わざるを得ませんが、行政摘発などで侵害行為を停止することに関しては、充実してきています。民事訴訟についても、経済の発展に伴う出願件数の増加により、将来的には整備されるものと考えられます。特許の存続期間は 20 年であるため、長期的な視野に立てば、存続期間内に権利行使が行えるような司法の整備が行われる可能性は十分にあります。中国はその一例であると考えられます。

③アセアン経済共同体、T P Pによる影響予測等

2015 年の設立を目指すアセアン経済共同体の工程表（ブループリント）の中には、知的財産に関する項目が設けられており、アセアン各国の専門家会合として設立されたアセアン知的財産協力部会（AWGIPC）が、この工程表にしたがって、活動を行っています。工程表の中には、アセアン知的財産行動計画 2011-2015 が掲げられており、知財の創造・活用、保護、執行、人材育成などが規定され、その履行に向けた取り組みが各国で行われています。このような行動計画により、アセアンでの知財の創出、活用が促進されることが期待されます。

商標についての国際条約であるマドプロにも、未加盟国は加盟するとしていません。

6) 知財侵害被害と対策例

(1) 中国

知的財産権侵害の救済における日本と中国の違いは、双軌制といわれるように司法ルートのほか行政機関に取締りを求める行政ルートが広く認められている点です。知的財産権の権利別に行政機関も次のとおり分かれています。

権利の種別	登録機関
特許・実用新案・意匠	国家知識産権局
商標	国家工商行政管理総局商標局
著作権	国家版權局
プログラム著作権	中国著作権保護センター
企業名称(商号)	地方工商行政管理局
ドメインネーム(域名)	中国インターネット情報管理センター (CNNIC)

■ 事例 1 中国における展示会での取締り例

- ・2010年11月23日～26日に上海で開催された「中国国際機械、建材機械、車両、設備博覧会」でドイツ企業の特許権を侵害する大型道路舗装機械を出展した江蘇省の企業に対するドイツ企業の苦情申立によって、上海市知識産権局から派遣された職員が調査処理し、侵害と認定して、展示の開始を拒絶した。(上海市知識産権局ホームページ)
- ・2011年6月に青島ファッションショーで、青島市工商局嶗山分局は苦情申立を受け、工商局の法律執行者が調査の結果、展示販売品が偽ブランドであることが判明し、侵害品1483点(違法商品額30万元)を没収した。(「模倣対策マニュアル中国編」日本貿易振興機構(ジェトロ)、2013年3月)

(■事例1 中国における展示会での取締り例 続き)

- ・2013年6月16日～6月18日に上海で開催された「中国国際紡績品機械展覧会・ITMA アジア展覧会」で、ベルギー企業が、自社が有する中国意匠権の侵害品を広東省の企業が展示していたことを発見して、上海第1中級法院に展示禁止の仮処分を申請し、法院は違反した中国企業に10万元の過料と責任者の10日間の拘留等を命じた。(上海市知識産権局ホームページ)
- ・広州交易会での知的財産権侵害の苦情申立を受けて、2013年7月3日に広州知識産権局が展示企業の工場で意匠権侵害品を発見し、取締りを行った。(広州市知識産権情報ネットワーク)

(2) 台湾・アセアン

■事例2 台湾における特許権侵害と対策例

- ・従来は日本企業の下請けとして台湾企業が製造の役割を担っていたため、日本企業と台湾企業との間の特許権侵害が顕在化することは少なかった。しかし、近年は台湾企業が独自に製品を開発しているため、今後は日本企業と台湾企業との間で特許権に係る紛争が生じる可能性が高まっている。
- ・特許権侵害に対する法的な救済としては、民事訴訟のみが可能であり、刑事訴訟はない。2008年7月以降、知的財産に関する民事訴訟は、専門的知的財産権裁判所で扱われるようになってきている。また、民事訴訟においては、仮処分が可能であり、一定の担保金を供託した上で、裁判所に対して仮処分を申し立てることができる。

■事例 3 アセアンにおける商標権侵害と対策例

- ・フランス企業 E 社は、周知商標の所有者で、世界 70 カ国以上で数多くの商標を登録・使用しており、ベトナムでは、複数の製品を対象とする 13 の登録商標の所有者である。
- ・ベトナムでは、E 社の登録商標を付した模倣品の販売・取引が多数あり、E 社の知的財産権を侵害している業者が過去何年かの間に発見されている。E 社の意向により、法律事務所及びハノイ市場管理局の支援の下、これまで 40 の業者に対して強制捜査が実施され、不法行為を中止させている。（「アセアン・インド 知財保護ハンドブック」日本貿易振興機構（ジェトロ）、2013 年 3 月）

■事例 4 アセアンにおける模倣被害の対策例

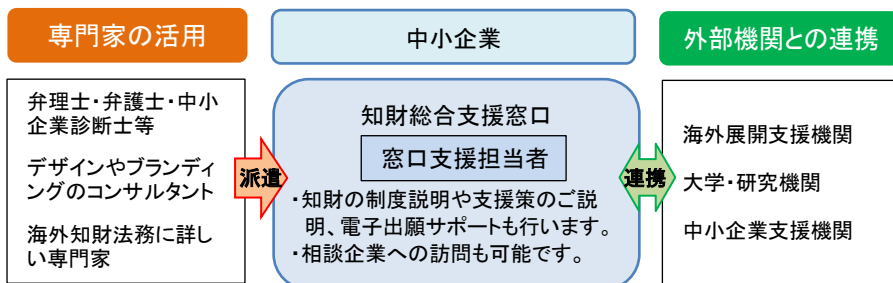
- ・アセアンでは、日本製品の品質に対する信頼から、多くの日本製品が消費されている。そのため、日本製品の模倣品も多く出回っている。特に、電化製品の模倣品被害は大きい。
- ・タイ、ベトナムなどの主要な国では、民事訴訟、刑事訴訟、行政措置などの救済手段が設けられている。例えば、タイでは、知的財産を専門に扱う I P I T (Intellectual Property and International Trade) 裁判所が創設され、知的財産に対する救済が充実しつつある。しかし、現在のところ、いずれの国でも民事訴訟は解決手段としては不十分であり、アセアン各国において、早期の解決、及び即効性があるのは行政措置である。行政措置においては、警察などの行政機関に被害を申し立てることで、差し押さえなどを早期に行ってもらうことができる。

第5章 相談窓口等関係機関紹介

1) 知財総合支援窓口（相談料無料）

知財総合支援窓口は、特許庁が実施している無料の相談窓口で、誰でも知財の専門家に相談することが可能です。企業等の様々な知的財産に関する相談を受け付け、専門家や支援機関と共同して、その場で解決を図るワンストップサービスを提供しています。

経営の悩みや課題を解決支援



出典：「知財総合支援窓口ポータルサイト」（特許庁）<http://chizai-portal.jp/about/>をもとに作成

■ 近畿地域の支援窓口一覧

（平成 26 年 3 月現在）

名称	所在地	TEL
(一社)福井県発明協会	〒910-0102 福井市市川合鷲塚町 61 字北稲田 10 福井県工業技術センター1 階	0776-55-2100
(一社)滋賀県発明協会	〒520-3004 栗東市上砥山 232 滋賀県工業技術総合センター別館 1 階	077-558-4040
(一社)京都発明協会	〒600-8813 京都市下京区中堂寺南町 134 京都リサーチパーク内 京都府産業支援センター2 階	075-326-0066
(一社)大阪発明協会	〒530-0005 大阪市北区中之島 4-3-53 大阪大学中之島センター7 階	06-6479-3901
	〒577-0011 東大阪市荒本北 1-4-1 クリエイション・コア東大阪南館 1 階	06-6746-0525
(公財)新産業創造研究機構	〒650-0047 神戸市中央区港島南町 1-5-2 神戸キメックセンタービル 6 階	078-306-6808
(一社)兵庫県発明協会	〒654-0037 神戸市須磨区行平町 3-1-12 技術交流館 1 階(兵庫県立工業技術センター内)	078-731-5847
(一社)奈良県発明協会	〒630-8031 奈良市柏木町 129-1 奈良県産業振興総合センター内	0742-35-6020
(一社)和歌山県発明協会	〒640-8033 和歌山市本町 2-1 フォルテワジマ 6 階	073-499-4105

■ 中部地域の支援窓口一覧

(平成 26 年 6 月現在)

名称	所在地	TEL
(一社)富山県発明協会	〒930-0866 富山市高田 527 番地 富山県総合情報センタービル 2 階	076-432-1119
	〒933-0981 高岡市二上町 150 富山県工業技術センター技術開発館 1 階	0766-25-7259
(一社)石川県発明協会	〒920-8203 金沢市鞍月 2 丁目 20 番地 石川県地場産業振興センター新館 1 階	076-267-5918
(一社)岐阜県発明協会	〒509-0109 各務原市テクノプラザ 1-1 テクノプラザ 5 階	058-370-3550
(公財)岐阜県産業経済振興センター	〒500-8505 岐阜市藪田南 5 丁目 14-53 ふれあい福寿会館 10 階	058-278-0613
(一社)愛知県発明協会	〒460-8422 名古屋市中区栄 2-10-19 名古屋商工会議所ビル地下 2 階	052-223-6765
(公財)あいち産業振興機構	〒450-0002 名古屋市中村区名駅四丁目 4 番 38 号 愛知県産業労働センター 14 階	052-462-1134
(公財)三重県産業支援センター	〒514-0004 津市栄町 1-891 三重県合同ビル 5 階	059-271-5780
(公財)三重県産業支援センター — 高度部材イノベーションセンター	〒510-0851 四日市市塩浜町 1-30 公益財団法人三重県産業支援センター 高度部材イノベーションセンター内	059-349-2205

■知財総合支援窓口の例：一般社団法人大阪発明協会

- ・（一社）大阪発明協会には、先に述べた知財総合支援窓口が設置されています。加えて、大阪発明協会として、以下の事業を独自に展開しています。
- ・（一社）大阪発明協会は、社団法人発明協会の各都道府県支部組織の廃止に伴い、独立した新たな法人として平成 22 年 12 月 15 日に設立し、平成 23 年 4 月より発明協会大阪支部事業を引き継ぎ、本格的に事業を開始しています。

【(一社)大阪発明協会 主な事業概要】

(1) 発明奨励振興事業

- ①大阪優秀発明表彰：大阪府内の優秀な発明で、科学技術の向上に貢献した人を表彰。
- ②近畿地方発明表彰、全国発明表彰：公益法人発明協会主催の本表彰に対して推薦。

(2) 青少年創造性開発育成事業

- ①大阪生徒児童発明くふう展：大阪府内の生徒児童の知的創造性を育成する為に開催。
- ②少年少女発明クラブ：大阪府内の少年少女発明クラブの活動支援。

(3) 知的財産制度普及事業

- ①知的財産セミナー：知的財産権に関する専門知識、実務の習得を目的に開催。

(4) 特許情報サービス事業

- ①特許公報類・出願書類等の複写・翻訳サービス。
- ②知的財産関係図書の販売。

(5) 会員サービス事業

- ①会員交流会・企業見学会：会員の知識向上と会員同士の交流機会として開催。
- ②会員向け機関誌「企業と発明Lite」の発行：知的財産権等の情報提供。

2) (独) 日本貿易振興機構 (JETRO)

独立行政法人 日本貿易振興機構 (JETRO) は、70 カ所以上の海外事務所を含む国内外ネットワークを有し、①中小企業を中心とする日本企業の海外展開の支援、②対日投資の促進、③アジア等諸外国との経済連携の強化に向けた通商政策への貢献を重点的に実施しています (大阪・名古屋事務所あり)。

以下では、本ガイドブックに関連する知的財産保護と海外展示会に関する支援メニューの一部について、概要を紹介します。

(1) 知的財産の保護支援

JETROでは、我が国企業の海外における知的財産の保護を支援するため、セミナーの開催、相談の受付、模倣対策関連情報の提供等を実施しています。以下では、模倣品対策の相談窓口や関連情報サイトを紹介します。

①模倣品・海賊版被害相談窓口

海外における模倣品・海賊版対策を支援しています。海外における知財に関する相談を受け付け、相談内容によってはJETROと国内の7つの関係機関と連携し、専門家による迅速、適切な対応を提供します。電話・来訪・メールでのご相談は相談料無料です。

○窓口：JETRO知的財産課 TEL：03-3582-5198

E-mail：chizai@jetro.go.jp ※来訪の場合、電話予約

○相談時間・面談時間 (予約制) は平日 9時～12時 / 13時～17時
(祝祭日、年末年始を除く)

②セモノ相談ネットワーク

JETROを含め8つの団体が相互連携を図り、模倣品対策等の相談に対して、専門家が迅速、適切に対応します。各団体の窓口は以下のウェブサイトをご参照ください。

○<http://www.jetro.go.jp/theme/ip/network/>

(2) ジェトロが行う海外展示会出展支援

ジェトロでは、見本市・展示会を通じて日本企業のビジネスチャンスの拡大を支援しています。

① 海外見本市のジャパブースへの出展支援

ジェトロが主催・参加する海外見本市・展示会のジャパブース（ジャパンパビリオン）への出展をサポートしています（出展企業・団体は公募）。ジェトロが出展予定の各種展示会について、下記ウェブサイトで確認することができます。展示会毎に担当部署にお問い合わせください。

○<http://www.jetro.go.jp/services/tradefair/list/>

参考：ジャパブースへの出展で得られる支援や効果等

- ・主催者への出品申し込みなどの手続きはジェトロが行います。
- ・ブースのデザイン・施工、出品物の通関・輸送、現地での広報など各種サービスをパッケージで提供、コスト削減が可能です。
 - ※展示会によって支援内容は異なるため、必ず個別にご確認ください。
- ・日本企業が固まって出展するため、広報効果・集客効果が期待できます。

② 海外の見本市・展示会情報の提供（無料）

ジェトロ・ウェブサイトの「見本市・展示会データベース（J-messe）」では世界の見本市・展示会開催情報について、業種や開催地ごとに検索が可能です。

○<http://www.jetro.go.jp/j-messe/>

【JETRO大阪本部 お問い合わせ】

- 貿易投資相談（無料）
ビジネス情報サービス課（相談窓口） TEL：06-4705-8606
- 海外の経済・貿易・投資情報の入手（無料、ただしコピーサービス有料）
ビジネスライブラリー TEL：06-4705-8607
- 輸出促進
事業推進課（事業班） TEL：06-4705-8602

【JETRO名古屋 お問い合わせ】

- 貿易投資相談（無料）
ビジネス情報サービス課（相談窓口） TEL：052-589-6210

3) (独) 中小企業基盤整備機構 (中小機構)

独立行政法人 中小企業基盤整備機構 (中小機構) は、中小企業施策の総合的な実施機関として、中小企業を元気にするための支援策を展開し、全国 9 か所に地域本部があります (近畿・中部・北陸本部あり)。以下では、中小機構 近畿の海外展開支援メニューの概要を紹介します。

(1) 中小機構近畿の海外展開支援メニューの概要

メニュー	概要
無料相談サービス	海外との取引や海外での現地法人設立など、中小企業の海外展開に関して、経験豊富なアドバイザーによる無料相談サービスを行っています。
無料出張相談サービス	同一の国・地域に関する相談が数件取りまとめられた場合は、アドバイザーを出張派遣いたします。
セミナー・勉強会への講師派遣サービス	セミナー等へ講師を派遣します。会場での無料の個別相談会もご利用いただけます。(事前登録制)
無料海外相談サービス	国内の無料相談ご利用後、海外現地に駐在している登録アドバイザーによるアドバイスもご利用いただけます。
海外展開 F / S 支援制度 (一部費用負担あり・公募制)	海外展開事業や海外プロジェクトが実現可能か、採算が取れるかどうかなどを判断する F/S 調査について、海外現地での動向調査を含めサポートします。
海外現地同行アドバイス (一部費用負担あり・公募制)	国内の無料相談ご利用後、海外現地にアドバイザーが同行し、情報収集・調査をサポートします。
中小企業大学校による人材育成 (一部費用負担あり)	中小企業大学校において、海外展開に必要なスキルを習得する研修を行います。
展示会出展支援 (一部費用負担あり)	海外販路開拓に意欲的で、海外展示会への出展を検討する中小企業に対して、出展の準備から、海外現地、出展後のフォローまでを一貫支援します。
エビスカフェ	海外展開にかかる体験の共有と教えあいをねらいとしてワールドカフェ方式で開催しています。寛いだ雰囲気の中で参加者同士が情報交換・情報共有を行う新しい学びの場です。

詳しくは、中小機構近畿の下記のサイトでご確認ください。利用申込書や海外販路開拓支援シニアアドバイザーの情報等が掲載された資料をご覧ください。

○<http://www.smrj.go.jp/kinki/consulting/059954.html>

(2) 国際化支援アドバイス事業

海外ビジネスの豊富な実務知識と経験を持つアドバイザーが、海外展開に取り組む中小企業に対し、企業経営の観点から実務的なアドバイスを無料で行います。

(3) F/S 支援事業

F/S 支援事業は公募制であり、応募の後、支援対象企業として採択されれば、国内での事前準備支援→海外での現地調査支援→F/S 実施後のフォロー等の支援を行います。F/S での主な調査項目は以下のとおりです。

- 生産適地の工場設備、インフラ、労働力、関連産業、許認可、投資優遇策など
- 現地マーケット、需要動向、消費動向、流通チャネル、代理店など
- 部品・材料の調達、必要な品質、納期、生産ロット、マネジメントレベル、技術力、製造原価など

【中小機構 お問合せ先】

- 中小企業海外展開ワンストップ相談窓口（無料）
（全国共通）ナビダイヤル番号（最寄窓口に直通）TEL：0570-073-600
- 海外ビジネスの専門家による個別アドバイス、中小企業海外展開セミナー
（近畿）国際化支援課 TEL：06-6264-8624
（中部）経営支援課 TEL：052-220-0516
（北陸）経営支援課 TEL：076-223-5546

4) その他の主要機関

(1) 知的財産に関する主なポータルサイト

名称	URL
近畿知財戦略本部ホームページ	http://www.kansai.meti.go.jp/chizai.html
中部知的財産戦略本部ホームページ	http://www.chubu-chizai.go.jp/ ※セミナー、イベント、相談窓口、支援策の案内等を 一元的に提供
特許庁新興国等知財情報 データベース	http://www.globalipdb.jpo.go.jp/
特許庁施策情報	http://www.jpo.go.jp/index/shisaku.html
特許電子図書館 (IPDL)	http://www.ipdl.inpit.go.jp/homepg.ipdl

(2) 特許等の出願から登録までの支援制度

① 審査請求料等の減免

窓口	TEL
特許庁 総務部 総務課 調整班 ※個人・法人を対象とした減免制度	03-3581-1101 (内線 2105)
近畿経済産業局 特許室 中部経済産業局 特許室 ※研究開発型中小企業、公設試験研究機関に対する減免申請	06-6966-6016 052-951-2774

②早期審査

窓口	TEL
特許庁 審査第一部 調整課 審査業務管理班	03-3581-1101 (内線 3106)
近畿経済産業局 特許室	06-6966-6016
中部経済産業局 特許室	052-951-2774

③面接審査

窓口	TEL
特許庁 審査第一部 調整課 面接審査管理専門官	03-3581-1101 (内線 3114)
近畿経済産業局 特許室	06-6966-6016
中部経済産業局 特許室	052-951-2774

④審査請求料返還措置

窓口	TEL
特許庁 総務部 総務課 調整班	03-3581-1101 (内線 2105)
特許庁 総務部 企画調査課 特許戦略企画班	03-3581-1101 (内線 2144)
近畿経済産業局 特許室	06-6966-6016
中部経済産業局 特許室	052-951-2774

(3) 模倣品対策

①模倣品対策等

窓口	TEL
(一社)発明推進協会 APIC 外国相談室 ※アドバイザーによる相談 (外国産業財産権侵害対策等支援)	03-3503-3027
【政府模倣品・海賊版対策総合窓口】 経済産業省 製造産業局 模倣品対策・通商室	03-3501-1701
【侵害調査】 ジエト 知的財産課	03-3582-5198

②水際措置

窓口	TEL
大阪税関 業務部 知的財産調査官	06-6576-3318
神戸税関 業務部 知的財産調査官	078-333-3156
名古屋税関 業務部 知的財産調査官	052-654-4116

(4) 海外ビジネス展開等

窓口	TEL
<p>【中小企業の海外展開支援】</p> <p>近畿経済産業局 国際事業課</p> <p>中部経済産業局 国際課</p>	<p>06-6966-6032</p> <p>052-951-4091</p>
<p>【国際化支援アドバイス制度】</p> <p>(独)中小企業基盤整備機構 近畿本部</p> <p>(独)中小企業基盤整備機構 中部本部</p> <p>(独)中小企業基盤整備機構 北陸本部</p>	<p>06-6264-8624</p> <p>052-220-0516</p> <p>076-223-5546</p>
<p>【貿易投資相談】</p> <p>(独)日本貿易振興機構 (ジェトロ) 大阪本部</p> <p>(独)日本貿易振興機構 (ジェトロ) 名古屋</p>	<p>06-4705-8606</p> <p>052-589-6210</p>
<p>【中国ビジネス支援室】</p> <p>大阪商工会議所</p>	<p>06-6944-6400</p>
<p>【海外展開相談】</p> <p>名古屋商工会議所</p>	<p>052-223-6741</p>
<p>【中国ビジネス相談室】</p> <p>(一財)大阪国際経済振興センター (IBPC 大阪)</p>	<p>06-6615-5522</p>
<p>【対中貿易・投資コンサルティング等】</p> <p>日中経済貿易センター</p> <p>東海日中貿易センター</p> <p>(一財)日中経済協会 関西本部</p>	<p>06-4704-2511</p> <p>052-219-4820</p> <p>06-4792-1776</p>
<p>【知的財産権等ライセンス保険】</p> <p>(独)日本貿易保険 (NEXI)</p>	<p>06-6233-4019</p>

(5) その他の知的財産関連の窓口

①著作権

窓口	TEL
文化庁 著作権課	03-5253-4111
(公社)著作権情報センター 著作権相談室	03-5348-6036
各府県行政書士会 (大阪)	06-6943-7077
(名古屋)	052-931-4068

②ノウハウ・営業秘密の保護 (不正競争防止法)

窓口	TEL
経済産業省 経済産業政策局 知的財産政策室	03-3501-3752

③独占禁止法

窓口	TEL
公正取引委員会 近畿中国四国事務所 総務課	06-6941-2173
中部事務所	052-961-9421
※共同研究開発や特許・ノウハウライセンス契約に関する独禁法上の指針	

④種苗法 (育成者権) など農林水産分野の相談窓口

窓口	TEL
近畿農政局 経営・事業支援部 事業戦略課	075-451-9161
※福井県を除く近畿地域	
北陸農政局 企画調整室	076-263-2161
※富山、石川、福井	
東海農政局 経営・事業支援部 事業戦略課	052-746-1215

(6) 自治体の知的財産関連担当部署

窓口	TEL
【福井県】産業労働部 地域産業・技術振興課	0776-20-0374
【滋賀県】商工観光労働部 モノづくり振興課	077-528-3791
【京都府】商工労働観光部 ものづくり振興課	075-414-4851
【大阪府】商工労働部 中小企業支援室 ものづくり支援課	06-6748-1052
【兵庫県】産業労働部 新産業情報課	078-362-3316
【奈良県】産業・雇用振興部 工業振興課	0742-27-8814
【和歌山県】商工観光労働部 産業技術政策課	073-441-2355
【京都市】産業観光局 産業振興室	075-222-3324
【大阪市】経済戦略局 企業立地部 事業創出課	06-6615-3728
【堺市】産業振興局 商工労働部 ものづくり支援課	072-228-7534
【神戸市】産業振興局 工業課	078-322-5333
【愛知県】産業労働部 産業科学技術課	052-954-6370
【岐阜県】商工労働部 産業技術課	058-272-8366
【三重県】雇用経済部 ものづくり推進課	059-224-2749
【富山県】商工労働部 商工企画課	076-444-3242
【石川県】商工労働部 産業政策課	076-225-1511
【名古屋市】市民経済局 産業部 次世代産業振興課	052-972-2419

(7) 府県・政令市中小企業支援センター等

窓口	TEL
(公財)ふくい産業支援センター	0776-67-7400
(公財)滋賀県産業支援プラザ	077-511-1410
(公財)京都産業 2 1	075-315-9234
(公財)京都高度技術研究所 (A S T E M)	075-315-3625
(公財)大阪産業振興機構	06-6748-1165
(公財)大阪市都市型産業振興センター (大阪産業創造館)	06-6264-9800
(公財)ひょうご産業活性化センター	078-230-8040
(公財)神戸市産業振興財団	078-360-3209
(公財)奈良県地域産業振興センター	0742-36-8312
(公財)わかやま産業振興財団	073-432-3412
(公財)あいち産業振興機構	052-715-3061
(公財)岐阜県産業経済振興センター	058-277-1090
(公財)三重県産業支援センター	059-228-3326
(公財)富山県新世紀産業機構	076-444-5600
(公財)石川県産業創出支援機構	076-267-1001
(公財)名古屋産業振興公社	052-735-2115

< MEMO >

A large rounded rectangular frame with a double-line border. Inside the frame, there are ten horizontal dotted lines spaced evenly down the page, providing a guide for writing.

本ガイドブックに、ご意見・ご感想等がございましたら、
こちらまでお寄せください。

経済産業省 近畿経済産業局 通商部 国際事業課

TEL: 06-6966-6032

E-mail: kin-kjn2@meti.go.jp

平成 26 年 6 月発行（中部）

**海外ビジネスに向けた展示会出展の事前準備ガイドブック－知的財産保護編－
「展示会の落とし穴 知的財産の流出リスクとその対策」**

■編集委員会 委員（第4章及び第5章の一部について執筆分担）

立花 顕治 弁理士 レクシア特許法律事務所 代表パートナー

谷口 由記 弁護士・弁理士 共栄法律事務所 パートナー

中川 博司 弁理士 特許業務法人三枝国際特許事務所 所長代行
一般社団法人 大阪発明協会

独立行政法人 中小企業基盤整備機構 近畿本部

独立行政法人 日本貿易振興機構 大阪本部

■事務局 経済産業省 近畿経済産業局 通商部 国際事業課

株式会社 ダン計画研究所

■発行 経済産業省 近畿経済産業局

（中部経済産業局）
