

平成29年度
北陸地域の食品・農産品のグローバル展開のための
知財活用事業

文献調査・ヒアリング調査まとめ

海外展開における知的財産の考え方

海外進出の 目的・形態

事業の規模、計画、展開方法、成果を検討の上、海外進出の目的を明確化
自社単独事業、国内外の商社活用その他、商標ライセンス、技術ライセンス等、知的
財産を活用した進出形態も検討

進出先の 検討

市場規模、成長性、競合環境を考慮して進出国を決定
社会情勢や法規制等、国としてのリスクも検討
係争発生時に知的財産の権利行使のしやすい国であることも考慮

進出に伴う 知的財産 リスク

知的財産の出願・登録がなされず保護が不十分
実体と合わない内容の出願・登録となっており権利が弱い
事前調査不足による、相手国の第三者の知的財産権を侵害する可能性
関係の無い第三者による知的財産の先行出願・登録
侵害品、模倣品の流通
企業秘密の流出

リスクを 踏まえた 知的保護の ポイント

知的財産の権利は国ごとに独立

著作権を除き国内の知的財産権は海外では効力がありません。
知的財産は各国で取得する必要があります。

特許・意匠は新規性が必要

国内と同じく特許、意匠は新規性が求められます。
権利出願前に展示会等で発表してしまうと新規性が認められなかったり、情報を得た第三者に出願されてしまう危険があります。

商標は先に出願した方に権利

商標は最も早い出願に権利を認めます。
商標の出願無しに展示会等に参加すると他者に商標を取得される懸念があります。

出願時期に注意

例えば特許の場合国内出願から12ヶ月以内にパリ条約の優先権を主張して外国出願すれば国内出願と同じ優先的な扱いを受けられます。
国内出願から12ヶ月を超え優先権を主張せずに外国出願した場合、日本での製品発表や販売の事実で出願が拒絶される場合があります。

出願国選択は慎重に

進出国だけでなく将来進出を予定している国に関しても事前に情報を収集します。
進出予定は無くとも模倣品や侵害品生産の恐れのある国への出願も考えられます。

情報提供は必要最低限に

展示会等の営業トークや配布する資料・サンプルから模倣品被害につながる可能性があります。情報は相手を確認しながら、段階的に提供します。

【参考文献】

中小企業経営者のための海外知的財産マニュアル(平成28年 東京都知的財産総合センター)
展示会の落とし穴 知的財産の流出リスクとその対策(平成26年 近畿経済産業局)

商標権


商品・サービスに使用する名前やマークを独占使用できる権利。
他者はまぎらわしい商品名、マークが使えなくなるため、類似品の発生を防ぐことができる。

制度概要


保護対象	商品やサービスに付けられている商品名やマークなど ◆商標の種類														
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>種類</th> <th>概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>文字商標</td> <td>文字のみからなる商標</td> </tr> <tr> <td>図形商標</td> <td>図案化したもの、幾何学模様等の図形のみから構成される商標</td> </tr> <tr> <td>記号商標</td> <td>のれん記号、文字を図案化して組み合わせた記号、記号的な紋章</td> </tr> <tr> <td>立体商標</td> <td>立体的形状のみからなる商標、実在または架空の人物、動物等を人形のように図形化したもの</td> </tr> <tr> <td>結合商標</td> <td>文字、図形、記号、立体的形状の二つ以上を組み合わせた商標</td> </tr> <tr> <td>地域団体商標</td> <td>地域名＋商品名からなる商標</td> </tr> </tbody> </table>	種類	概要	文字商標	文字のみからなる商標	図形商標	図案化したもの、幾何学模様等の図形のみから構成される商標	記号商標	のれん記号、文字を図案化して組み合わせた記号、記号的な紋章	立体商標	立体的形状のみからなる商標、実在または架空の人物、動物等を人形のように図形化したもの	結合商標	文字、図形、記号、立体的形状の二つ以上を組み合わせた商標	地域団体商標	地域名＋商品名からなる商標
	種類	概要													
	文字商標	文字のみからなる商標													
	図形商標	図案化したもの、幾何学模様等の図形のみから構成される商標													
	記号商標	のれん記号、文字を図案化して組み合わせた記号、記号的な紋章													
	立体商標	立体的形状のみからなる商標、実在または架空の人物、動物等を人形のように図形化したもの													
結合商標	文字、図形、記号、立体的形状の二つ以上を組み合わせた商標														
地域団体商標	地域名＋商品名からなる商標														
保護期間	登録から10年(更新可)														
公開・非公開	出願中から公開														
制度の特性 注意点	<ul style="list-style-type: none"> 出願すれば審査される 出願の際に商標を使用する商品・サービスの区分とその内容を指定する必要がある 地名などの普通名称は登録不可(地域団体商標は可) 品種登録された品種の名称は登録不可 更新を続ければ永続的に権利維持可能 3年以上継続使用が無い場合取消の恐れがある 														

知的財産のグローバル展開活用事例

海外向けアレンジ商品の名称を商標で保護

商標	「TERIYAKI-FISH」(佃煮)	
事業者	株式会社平松食品(愛知県)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> 佃煮を海外シェフのアドバイスによりオリーブオイルやトマトを活用して海外流にアレンジして商品化。 海外で佃煮を理解してもらうために「TERIYAKI-FISH」の名称を考案、類似品対策として日本、アメリカ、香港、台湾で商標を取得。 	

複数の商標を活用したマルチブランド戦略による全国展開

商標	「福正宗」「加賀鳶」「黒帯」(日本酒)	
事業者	株式会社福光屋(石川県)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> 全国展開にあたり、古くから地元で親しまれてきたブランド「福正宗」に加え、金沢ブランドを活用した「加賀鳶」、限定流通商品「黒帯」など、コンセプト、ターゲットの異なる複数のブランドを展開。 国内外で商標を取得しブランドを保護。 	

地域団体商標


地名＋商品名による商標を独占使用できる権利。
農協や事業協同組合等が地域ブランドを登録することで、他者の便乗を防ぎ、地域の活性化に活用可能。

制度概要


保護対象	商品やサービスに付けられている商品名やマークなど 商標の地域名と商品・サービスとが密接な関連性を有していることが求められる →地域名が商品の産地、あるいはサービスの提供地であることが必要
保護期間	登録から10年(更新可)
公開・非公開	出願中から公開
制度の特性・注意点 (一般商標との違い)	<ul style="list-style-type: none"> 地域団体商標の商標権は、一般の商標と異なり、商標権を他者に譲渡することはできない 申請の主体は事業協同組合等特定の組合、商工会、商工会議所、NPOに限る

知的財産のグローバル展開活用事例

外国産模倣品対策として地域団体商標を取得

地域団体商標	「市田柿」(干柿)	
事業者	みなみ信州農業協同組合(長野県)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> 中国産の青島柿が「中国産市田柿」と称して販売されていたことに対し、ブランド価値毀損への危機感から地域団体商標を出願。 地域団体商標の取得により、ブランド推進協議会が発足、生産者間の交流が進み品質向上に繋がる。 仲卸業者による海外出荷促進のため海外でも商標を取得。 	

地元農業活性化にむけた地域団体商標取得

地域団体商標	「黒部米」(米)	
事業者	黒部市農業協同組合(富山県)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> 地元産米の品質を高め、ブランドを確立するために国内で地域団体商標を出願。 地域団体商標の取得により生産者の品質やブランドに対する意識が高まり価格維持につながる。 	

特許権


発明者が発明権利を独占使用できる権利。
発明の独占を認める一方で、その発明を公表して、それをヒントに新たな技術開発を促進する制度。

制度概要


保護対象	「発明」＝自然法則を利用した技術的思想の創作のうち高度なもの
保護期間	出願から20年(更新不可)
公開・非公開	出願から1年6ヶ月後に公開
制度の特性 注意点	<ul style="list-style-type: none"> 公表されていない「発明」のみ対象 ⇒展示会に出展したり、インターネットに掲載した場合「新規性がない」として特許として認められない 先に出願した人に権利が与えられる(先願主義) 出願から3年以内に出願者から「出願審査請求」を行う必要あり

知的財産のグローバル展開活用事例

地域資源を活用した新規食品分野への進出と特許による差別化

特許	桃加工食品および桃加工食品の製造方法(若桃の甘露煮)	
事業者	あぶくま食品株式会社(福島県)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> 栽培過程で廃棄されてきた若桃を活用した「若桃の甘露煮」を商品化。 類似商品の出現による価格競争を避けるため特許による差別化を検討、国内外で特許を出願し、国内で4件の特許を取得。 	
出典	知的財産権活用企業事例集2014(特許庁)	

海外特許をライセンスで国内独占使用

特許	胡蝶蘭の染色技術(胡蝶蘭)	
事業者	株式会社松浦園芸(愛知県)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> オランダ企業が保有する胡蝶蘭の染色技術の特許をライセンス契約を結び使用。 特許使用は世界4カ国でしか認められておらず、国内では独占して使用しているため、「世界的な特許技術による松浦園芸の青い胡蝶蘭」として口コミで広まり、ブランド化に役立っている。 	

実用新案権

物品に関する技術的な特徴など、ちょっとした工夫で日常生活を便利にする考案(小発明)を保護する制度。

制度概要

保護対象	自然法則を利用した技術的思想の創作で、物品の形状、構造または組合せに係る考案
保護期間	出願から10年(更新不可)
公開・非公開	出願中は非公開、登録後に公開
制度の特性 注意点	<ul style="list-style-type: none"> 出願すれば審査される 権利行使には特許庁から「技術評価書」を発行してもらう必要がある 製造方法、測定方法など方法の категорияに属するものと、化学品、合金、医薬など目に見える構造が特定できない形状のない物品は保護対象外

意匠権

独創的で美的な外観を有する物品の形状・模様・色彩のデザインを独占使用できる権利。

制度概要

保護対象	形状、模様、色彩といった視覚に訴えて美観をおこさせるもの ◆登録の要件 工業上利用できるもの(量産可能なもの) 新規性があること(公に知られていない) 創造性があること(容易に創作できたデザインではないもの)
保護期間	出願から20年(更新不可)
公開・非公開	出願中は非公開、登録後に公開
制度の特性 注意点	<ul style="list-style-type: none"> 出願すれば審査される(日本は実体審査あり) 建築物やキャラクターなど物品ではないもの、ネクタイの結び目など物品自体の形態ではないもの、視覚に訴えないものは登録対象外

地理的表示 保護制度(GI)


地域に固有の品質や特性を持った農林水産物、食品の生産地とその特性を特定できる生産品の名称を保護。

制度概要

保護対象	農林水産物・食品及び政令で指定された食用以外の13品目の農林水産物及び加工品のうち、特定の地域で生産され、品質その他の特性が生産地に主として帰せられるもの
保護期間	登録が取り消されない限り存続(更新不要)
公開・非公開	出願中から公開
制度の特性 注意点	<ul style="list-style-type: none"> • 特定の個人、団体に付与される権利ではなく、地域共有の財産 • 出願すれば審査される • 不正使用は国が取り締まる

知的財産のグローバル展開活用事例

貯蔵の工夫により海外需要期に良品を出荷

地理的表示	「能登志賀ころ柿」(干柿)	
事業者	志賀農業協同組合(石川県)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> • 貯蔵技術の工夫により原料柿を長期保存し出荷時期を遅らせることに成功。国内で販売価格が下がる年始以降は、台湾の旧正月にあわせて状態の良い商品を出荷。 • 地理的表示は商品の識別や品質保証を目的として取得。一部国外にも効力の及ぶ同制度には、PR効果と共に海外での模倣品対策の効果も期待している。 	

育成者権

農林水産物の生産のために栽培される植物の新品種を独占利用できる権利。全植物が対象で、登録された品種の種苗、収穫物、加工品に係る権利を独占的に利用可能。

制度概要

保護対象	栽培される全植物(種子植物、しだ類、せんたい類、多細胞藻類)及び政令で定める植物(キノコ) ◆登録の要件 品種特性:	
	①区別性	既存品種と重要な形質(形状、色、品質耐病性に関わる特性)で明確に区別できること
	②均一性	同一世代でその形質が充分類似していること(播いた種子から全て同じものができる)
	③安定性	増殖後も形質が安定していること(何世代増殖を繰り返しても同じものが出る)
	未譲渡性: 出願日から1年前以前に出願品種の種苗や収穫物を譲渡していないこと 名称の適切性: 既存の品種や登録商標と同一または類似していないこと	
保護期間	登録から25年(樹木は30年)(更新不可)	
公開・非公開	出願中から公開	
制度の特性 注意点	<ul style="list-style-type: none"> • 出願すれば審査される • 以下の行為には効力が及ばない <ol style="list-style-type: none"> ① 試験目的の品種利用 ② 登録品種の育成方法に特許権が与えられた場合 ③ 法令で許される範囲の農業者の自家増殖 ④ 権利者の意志に基づく種苗の譲渡後(権利の消尽) 	

知的財産の海外被害事例

品種登録種苗の違法輸入拡大を阻止

品目	「ひのみどり」(いぐさ)
対象国	中国
概要	<ul style="list-style-type: none"> • 最高級畳表に使用され熊本県が国内で品種登録したいぐさ「ひのみどり」の使用が疑われる中国産畳表を発見。種苗管理センターによる検査で「ひのみどり」の使用を確認。 • 「ひのみどり」を使用した中国産畳表の輸入業者に対し、是正・改善を要求した。
出典	戦略的知的財産活用マニュアル(平成26年 農林水産省) 平成23年度クリエイティブ産業に係る知的財産権等の侵害実態調査及び創作環境等の整備のための調査(経済産業省)

営業秘密

重要な営業秘密のうち適切に管理された営業秘密(情報)を保護。

制度概要

保護対象	生産方法や販売方法その他の事業活動に有用な技術上または営業上の情報であって公然には知られていないもの ◆営業秘密として保護されるための不正競争防止法3要件	
	(1)秘密管理性 秘密として管理されていること	①情報にアクセスできる者を制限(アクセス制限) ②「秘」マークをつける等、秘密であると認識できること(客観的認識可能性)
	(2)有用性 有用な営業上または技術上の情報であること	情報が経費の節約、経営効率の改善等ビジネス上役立つものであること ※現実に利用されていなくても可
	(3)非公知性 公然と知られていないこと	一般に入手できないこと
保護期間	—	
公開・非公開	非公開	
制度の特性 注意点	<ul style="list-style-type: none"> • 他者に情報を知られずに保持できる • 先使用权の準備なしに他者に同一の内容で特許を取得されると対抗手段がない 	

著作権

文化的な創作物全般に対して保護される権利。

制度概要

保護対象	文化的な創作物全般 例)パッケージのデザイン、ロゴのデザイン、キャラクター、テーマソング、宣伝動画、ホームページやパンフレットの文章など
保護期間	著作者の権利:著作者の死後50年 著作隣接権:実演などを行ったときから50年
公開・非公開	—
制度の特性 注意点	<ul style="list-style-type: none"> • 創作物を創作した時点で自動的に発生、登録や著作権表示の手続き、登録料は不要(無方式主義) • 勝手に真似されたり、修正を加えられたりした場合、権利を主張して救済を求めることができるが、偶然似ていた場合には著作権侵害とはならない(相対的独占権)

知的財産の制度概要

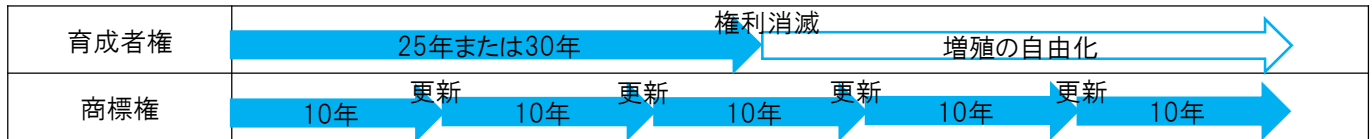
複数の知的財産の活用

各知的財産権の特性を踏まえ、複数の知的財産権を組合わせて戦略的に活用。

活用のポイント

- 一つの知的財産権に頼らず、それぞれの知的財産権の特性を活かし「強み」のある商品作りに役立てる
- 許諾契約の締結により許諾料(ロイヤリティー)として収益を得るなど、知的財産権の活用により経済的価値を生み出す

例) 育成者権の権利が切れても商標権を取得しておけば永続的にブランドの活用が可能




複数の知的財産によるグローバル展開活用事例

ロイヤリティビジネスによる品種の海外輸出(育成者権×商標)

品目	「安代リンドウ」(リンドウ)
事業者	一般社団法人安代リンドウ開発(岩手県)
概要	<ul style="list-style-type: none"> • 新たな品種開発の資金源の確保や、生産者の意欲開拓のため海外進出をスタート。ニュージーランドとチリの事業者と独占栽培契約を結び、生産者の選定・契約、苗の販売・栽培指導、輸出、ロイヤリティ回収を任せることになり、海外でのビジネスモデルを確立。 • ニュージーランドで栽培した安代品種のヨーロッパへの輸出の増加に影響を受け、日本の生産者も海外への輸出をスタート。 • 2005年にはヨーロッパで種苗登録(品種登録)を行い、2008年にはヨーロッパで安代リンドウを商標登録。知財の取得により海外での不法増殖や国内への不法輸入を防ぐことが可能になった。
出典	国際文化研修2013冬vol.78「安代リンドウのブランド化と海外戦略」(全国市町村国際文化研修所)

海外農業団体との大規模栽培ライセンス契約(育成者権×商標)

品目	「シナノゴールド」(りんご)	
事業者	長野県	
概要	<ul style="list-style-type: none"> • シナノゴールドは長野県果樹試験場が平成11年に品種登録した黄色品種。平成19年イタリア南チロルの果実生産者団体に栽培許諾、その後平成28年に大規模商業栽培段階のライセンス契約を締結。世界に通用するブランドに育てるため、海外の生産者団体と提携し、ブランド化などの販売戦略にまで関わる。 • 「yellow(黄色)」と「hello(ハロー)」からなるブランド名「yello」の商標権は海外の生産者団体と長野県が共有。世界的ブランドの赤色りんご「ピンクレディ」に匹敵する黄色りんごのブランド化を目指している。 	
出典	りんご「シナノゴールド」のイタリアにおける商業栽培開始について 欧州における品種シナノゴールド及び商標に関するライセンス契約について(2014年、2016年 長野県農政部農業技術科研究普及係・長野県農業試験場知的財産管理部) 日本農業新聞(2017.2.5)	

【参考文献】

農林水産業者・食品関係事業者のための知的財産活用マニュアル(平成27年 知的財産発掘・活用推進全国協議会)
戦略的知的財産活用マニュアル(平成26年 農林水産省)

海外展開に向けた知財対応フロー

海外展開にあたり、情報収集、市場調査から展示会出展、販路開拓、販路拡大に至るまで、事業フェーズに応じた知財活動。

事業フェーズ	事業活動	知的財産活動
海外展開前	国内事業	<ul style="list-style-type: none"> • 自社の知的財産を特定する • 国内で権利を取得する • 知的財産の管理を一本化する
国内準備	セミナーや相談窓口による 情報収集 市場調査	<ul style="list-style-type: none"> • 進出予定国の法制度や知財リスクを把握する • 進出予定国の先行出願状況を確認する • 海外の知的財産出願を準備する
海外市場調査	現地視察 展示会・商談会の出展 ビジネスマッチング参加	<ul style="list-style-type: none"> • 進出国等で知的財産を出願・登録する • 海外企業とのライセンス提携を検討する
海外販路開拓	流通・輸送方法の検討 海外向け製品改良 人材・パートナーの確保	<ul style="list-style-type: none"> • 取得した知的財産により品質を保証する
海外販路拡大	海外販売代理店提携 海外販売拠点 海外生産拠点 越境EC	<ul style="list-style-type: none"> • 権利侵害に対応する

海外展開前

自社の知的財産を特定する

- 自社が保有する技術やブランドを確認し、自社の知的財産を把握。
- 自社の知財を公開して権利化を図るか、ノウハウとして営業秘密化するか判断。

国内で権利を取得する

- 事業を進める上で権利化が必要な知的財産を国内で出願。
- 日本の出願日を基準とする国際出願制度など、国内の知財取得は海外出願に有利に働くことがあるため海外展開前に国内権利を取得。

知的財産の管理を一本化する

- 情報を集約し、不要な出願を防ぐとともに、ブランドの統一を図るため知財窓口を一本化。
- 出願・維持など自社管理部門の統一化と共に協力先の特許事務所も1箇所に絞る。(※特許と商標で専門となる特許事務所が異なる場合は分けても良い)

知的財産の海外被害事例

海外展開前の模倣品販売と商標の冒認出願

品目	飲料名称
対象国	韓国
概要	<ul style="list-style-type: none">• 国内ヒット商品の海外展開に伴い、海外での商標出願準備の際、韓国において同一名の商品の販売が判明。その後当該飲料メーカーは韓国語名で商標を出願。不正競争防止法に基づく対応は困難と判断し、日本語商品名を韓国で商標出願。• 外国周知商標の盗用出願防止の立証はコスト、労力ともに膨大。日本国内でヒットした商品名については海外展開の可能性が不明であっても盗用の懸念がある国には商標出願が望まれる。
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)

国内準備

進出予定国の法制度や知財リスクを把握する

- 知的財産に関する制度や、生産管理基準等の法規制、社会情勢、市場特性等を把握。
- 法制度だけでなく模倣品被害等、知的財産において起こりうるトラブル事例やリスクを把握。

進出予定国の先行出願状況を確認する

- 自社商標の現地調査、冒認出願等を確認する。
- 現地事務所による調査又はインターネットによる簡易調査を活用。

海外の知的財産出願を準備する

- 自社の海外活動、市場の販売実績、競合関係から海外での知財保護の方針を検討。
- 販売国への出願だけでなく生産国、競合企業立地国等への出願も検討する。
- コスト、時間で有利な国際出願の活用を検討。

知的財産の海外被害事例

商標調査過程でロゴマークの冒認出願が判明

品目	ロゴマーク
対象国	中国
概要	<ul style="list-style-type: none"> • 商品の商標調査の過程において日本で著名なロゴマークを中国企業が出願していることが発覚。著作権登録を根拠に異議申し立てを行い、中国国家著作権局登録センターによる相手商標は侵害との鑑定資料を商標局に提出。商標局は当該商標を拒絶した。 • 中国での盗用の懸念から、当該ロゴは事前に国家著作権局において著作権登録済み。実際の盗用行為にあたり事前登録が功を奏したといえる。
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)

輸出先以外の国における商標出願

品目	「スカイベリー」(いちご)
対象国	中国
概要	<ul style="list-style-type: none"> • 栃木県が開発し人気のイチゴ「スカイベリー」の商標が中国の業者により登録されていることが判明。 • 中国商標局は2016年、上海のインターネット販売会社が申請した「SKYBERRY」、「天空草莓」を商標登録。「スカイベリー」は大粒のイチゴで高価格で取引され、アジアにも多く輸出する栃木県期待の品種、マレーシアなど輸出相手国では商標登録を進めていたが、検疫の問題で輸出できない中国では申請していなかった。
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)

海外市場調査

進出国等で知的財産を出願・登録する


- 各国毎の直接出願または国際出願を活用。
- 海外の出願内容は実体に即した出願となっているか。
- 本格進出前に権利を取得し、模倣品や冒認出願を防止。

海外企業とのライセンス契約を検討する


- 海外企業との提携など自社知財の活用による経済的価値の創出。
- 独占使用権を許可する代わりに海外権利化費用の負担させる等（権利は自社が保有）、ライセンス契約を活用した知財保護。
- 効力の範囲、秘密情報の扱いなど契約内容の確認。
- 政府機関への許認可、届出等、締結国において適法となる契約締結。

知的財産のグローバル展開活用事例

模倣品対策として本格進出前に商標出願

商標	「夢麺(ゆーめん)」(米粉のラーメン)	
事業者	有限会社ドリームファーム(富山県)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> • 米の付加価値を高めるため米粉のラーメンを商品化。アレルギー物質不使用商品として麺文化の発達した香港で販売、高い人気を得る。 • 中華系食文化の国々への販売拡大を念頭に、模倣品対策として本格進出に先行して中国で商標を取得している。 	

類似対策として本格進出前に商標出願

商標	「久保田」「朝日山」「越州」等(日本酒)	
事業者	朝日酒造株式会社(新潟県)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> • レストランをメインに小売店やスーパーへの販売により海外展開を進める。商標はブランド維持、模倣品対策の意味合いもあるが、意図しない類似対策としても効果がある。 • 海外では漢字が異なってもローマ字が類似してしまうこともあり、本格進出に先行して商標を出願するようにしている。 	


海外販路開拓

取得した知的財産により品質を保証する

- 自社の技術・ブランドの品質を知的財産により保証。
- 権利の独占だけでなく、海外における品質のPRに知財を活用。

知的財産のグローバル展開活用事例

国が認めた産地証明として地域団体商標を認知

商標	「十勝川西長いも」(長芋)	
事業者	帯広市川西農業協同組合(北海道)	
概要	<ul style="list-style-type: none">• 国内では敬遠されがちな大きなサイズの長いもが台湾では富裕層を中心に薬膳食として珍重されていることに着目、海外に流通させることで国内の価格と生産者の収入の安定を図ることに成功。• 地域団体商標であることが震災以降、国が認めた産地証明と同様のものとして海外でも認知され通関をスムーズに通過できるという意外な効果があった。	

海外販路拡大

権利侵害に対応する

- 侵害品の調査、警告、行政摘発。
- 模倣品、侵害品の流通によるブランド価値低下を防止。
- 企業ブランドを先取りする冒認出願への異議申し立て。
- 知財訴訟費用や訴訟費用保険の低減策の確認。

知的財産の海外被害事例

現地法人設立前の模倣品排除

品目	調味料製品
対象国	インド
概要	<ul style="list-style-type: none"> • インドに製造・販売会社を設立する準備段階で情報収集を行ったところ、商標を不正に使用した製品が複数販売されていることが判明。現地弁護士と相談の上、民事訴訟による対処を決定、11業者への提訴を行う。 • 一部を除いて今後侵害行為をしない旨成約させて和解により終了、賠償金よりも侵害品の排除を優先させた。また他業者への警告を目的として訴訟内容をメディアにニュースリリースし、各地の新聞記事に掲載された。
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)

模倣品製造工場の行政摘発

品目	醤油
対象国	中国
概要	<ul style="list-style-type: none"> • 中国広州市における模倣品対策の市場調査の際模倣品を発見。継続調査により掲陽市の地下工場が生産、流通させていることが判明したので、行政機関と協調し摘発を行う。 • 模倣品被害を防ぐためには行政機関と協調した継続的な摘発と、上流の模倣品製造業者の摘発が効果的であった。
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)

登録済み商標の無効審判

品目	讃岐うどん
対象国	台湾
概要	<ul style="list-style-type: none"> • 台湾の現地食品企業が「讃岐」を商標登録していることに対し、台湾に進出した日本の讃岐うどん店経営者が地名の商標登録は不当として無効審判を申し立てた。台湾の知的財産局は申し立てを認め「讃岐」等の商標登録を無効とした。
出典	平成23年度クリエイティブ産業に係る知的財産権等の侵害実態調査及び創作環境等の整備のための調査(経済産業省)

【参考文献】

中小企業経営者のための海外知的財産マニュアル(平成28年 東京都知的財産総合センター)
 展示会の落とし穴 知的財産の流出リスクとその対策(平成26年 近畿経済産業局)
 中小企業支援策おしながき(平成29年 特許庁)

海外展示会出展時の知財保護ポイント

販路開拓のための海外展示会出展時に注意すべき項目別知財保護のポイント。

社名・ロゴマーク

リスク	<ul style="list-style-type: none"> 社名とロゴのデザインを少し変えて企業や消費者に勘違いさせるように販売し、格安商品として市場に出回る。 第三者が先に商標を出願・登録し、相手国で自社の商標が取得できない。 悪意の第三者が商標を先に取得し、本格進出後に高額の買取を要求する。
対策	<ul style="list-style-type: none"> 事前に相手国の商標調査を行うと共に、必要に応じて商標を出願。 名刺は国別に用意、台湾は繁体字で記載。 相手国で商標権を取得している場合は®マークでその旨表記。

製品・商品の現物展示

リスク	<ul style="list-style-type: none"> デザイン・パッケージをそのまま模倣したデッドコピー、紛らわしい商標によるブランド偽装、デザインの一部を模倣したデザイン偽装、第三者による商標・特許の出願である冒認出願の懸念。 外から見たときにわかる形状、色、特徴、ロゴマーク、デザイン等は写真で記録が残せるため、後の模倣が容易。 パッケージに記載されている商品表示から輸入ルートを把握され、妨害を受けることも。
対策	<ul style="list-style-type: none"> 外観の権利保護に有効な商標、意匠を出願。 少なくとも事前商標調査を行い、相手国で権利侵害者になるリスクを防ぐ。 名刺で相手を確認してから自社の名刺、商品を渡す。 情報流出、費用の無駄につながる大量のサンプル配布は避ける。 パッケージ裏面の表示も必要最低限に。 カメラで会場を撮影している人には注意。

会社パンフレット

リスク	<ul style="list-style-type: none"> 商品とセットで丸ごと模倣することでより真正品らしく見せることができる。 商品のラインナップや商品説明、キャッチフレーズが模倣される。
対策	<ul style="list-style-type: none"> 商標については事前調査や権利取得を検討。 特許、意匠は新規性を喪失しないために国内出願を行う。 具体的な商談前には1枚ものの簡易的な資料で対応し、商談相手の企業情報を確認しながら、段階的に情報を提供。

製品カタログ

リスク	<ul style="list-style-type: none">掲載されている商品の特徴やサイズ、写真から模倣が容易に、特許番号が記載されていれば特許内容の確認も可能。潜在的競合先に商品情報を与えることになる。
対策	<ul style="list-style-type: none">新規客には製品カタログは渡さず、商談進み具合に応じて情報を提供。費用が許せば海外企業の信用調査を行うなど、商談相手の実態把握に努める。

名刺・営業トーク

リスク	<ul style="list-style-type: none">名刺に記載されている商品情報や特許番号から詳細な技術情報が確認できる。営業トークで出展していない商品の話をしてしまい、情報が漏れる。
対策	<ul style="list-style-type: none">名前と社名程度の展示会用のシンプルな名刺を用意、メールも営業専用に統一。ブース担当者に知財の知識を学ばせ、知財流出リスクを理解させる。サンプル送付依頼には最低数量で対応、説明資料もシンプルに。メールや資料に頼らず重要な商談は必ず実際に会って行う。

【参考文献】

中小企業経営者のための海外知的財産マニュアル(平成28年 東京都知的財産総合センター)
展示会の落とし穴 知的財産の流出リスクとその対策(平成26年 近畿経済産業局)
中小企業支援策おしながき(平成29年 特許庁)

海外展開の事業フェーズにおける知的財産関連支援策

事業フェーズ	海外展開における知的財産関連支援策	
海外展開前	<p>◆知財総合支援窓口 アイデア段階から事業展開までの知的財産に関する相談を、窓口支援担当者がワンストップで受け付ける相談窓口、全国47都道府県に設置(工業所有権情報・研修館(INPIT))</p> <p>◆農林水産業のための知的財産相談窓口 農林水産業、食品産業において、知的財産権の活用を考えている農業者・事業者の相談窓口(北陸農政局 経営・事業支援部 地域食品課)</p>	
国内準備	<p>◆新興国等知財情報データバンク アジアを中心に、中東、アフリカ、中南米などの各国知的財産制度を紹介(工業所有権情報・研修館(INPIT))</p> <p>◆海外知財訴訟リスク対応マニュアル・模倣対策マニュアル 海外出願時の知財リスクや、外国の模倣対策を解説(特許庁)</p> <p>◆中小企業商標先行登録調査・相談 海外の商標先行登録調査や相談を実施(日本貿易振興機構(JETRO))</p>	
海外市場調査	<p>◆外国出願補助金 外国出願に要する費用の1/2を助成(日本貿易振興機構(JETRO))</p> <p>◆国際出願促進補助金/PCT国際出願に係る手数料の軽減措置 PCT国際出願に要する費用の2/3を助成(特許庁)</p>	<p>◆外国相談室 外国の産業財産権制度や侵害対策に関する相談対応(一般社団法人発明推進協会 アジア太平洋工業所有権センター)</p>
海外販路開拓	<p>◆日本発知財活用ビジネス化支援 展示会や商談会の出展支援や外国企業とのマッチング・ライセンス締結を支援(日本貿易振興機構(JETRO))</p> <p>◆地域団体商標の海外展開支援 地域団体商標についてブランド戦略策定支援やプロモーション促進・マッチングを支援(日本貿易振興機構(JETRO))</p>	<p>◆海外知的財産プロデューサー 企業における豊富な知的財産経験と海外駐在経験を有する専門家が、訪問してアドバイス(工業所有権情報・研修館(INPIT))</p>
海外販路拡大	<p>◆模倣品対策支援 海外での模倣品に関する侵害調査、警告、行政摘発等に要する費用の2/3を助成(日本貿易振興機構(JETRO))</p> <p>◆冒認商標無効・取消係争支援 企業ブランド等を第三者に先取りされた場合の取消費用の2/3を助成(日本貿易振興機構(JETRO))</p> <p>◆防衛型侵害対策支援 海外で知財係争に巻き込まれた際の弁護士相談費用など訴訟費用の2/3を助成(日本貿易振興機構(JETRO))</p> <p>◆海外知財訴訟保険 海外知財係争に備えた団体保険加入時の掛金の1/2を補助(日本商工会議所、全国商工会連合会、全国中小企業団体中央会)</p>	<p>◆差止申立制度 知的財産権侵害品の輸出・輸入を差し止めたい方(名古屋税関)</p>

【参考文献】

中小企業支援策おしながき(平成29年 特許庁)
「知財」秘伝の書(平成29年 中部経済産業局)

石川県・富山県内の知的財産関連支援策

支援機関	支援策	問合せ
富山県	<p>◆地域ブランド発信応援事業 地域ブランドの活用を促進するため、地域団体商標等の出願にかかる費用を補助</p> <p>◆特許流通促進事業 富山県知的所有権センター(富山県工業技術センター内)に特許流通コーディネーターを配置、開放特許の移転・導入促進や相談・指導などを実施</p>	富山県 商工労働部 商工企画課
魚津市	<p>◆特許等取得助成事業 魚津市内の中小企業者が産業財産権を取得する際の弁理士費用を補助</p>	魚津市 産業建設部 商工観光課
滑川市	<p>◆窓口相談 窓口相談、専門家派遣</p>	滑川商工会議所 中小企業相談所
高岡市	<p>◆高岡市創業者支援事業補助金 高岡市内において、新たに創業する個人又は中小企業者の新事業展開を支援することを目的として、創業又は新事業の開始に対し、経費の一部を補助</p> <p>◆高岡市新技術・新製品等開発支援補助金 高岡市内の中小企業者が新分野進出、新事業展開を図る際の新技術・新製品開発に対し、経費の一部を補助</p> <p>◆高岡市地域資源活用事業支援補助金 中小企業者や連携する農林漁業者が地域資源を活用して実施する新商品、新サービスの開発・市場調査・販路開拓等の事業に対し、経費の一部を補助</p> <p>◆高岡市戦略的販路開拓事業支援補助金 高岡市内の中小企業者等が新規販路を開拓するための経費の一部を補助</p>	高岡市 産業振興部 産業企画課
石川県	<p>◆知的財産セミナー 石川県発明協会と連携し、知的財産権、新技術などをテーマとした講習会、セミナー等を開催</p>	石川県 商工労働部 産業政策課

【参考文献】
「知財」秘伝の書(平成29年 中部経済産業局)

知的財産のグローバル展開活用事例

ヒアリング事業者・団体①


品目	「夢麺(ゆーめん)」「米粉のラーメン」	
事業者・団体	有限会社ドリームファーム(富山県)	
知的財産の 保有状況	【海外】 商標「夢麺」「DREAM FARM」共に図形化 登録国:中国	
商標の取得・活用状況		
<p>【商標に対する意識、取得の目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> 中国での商標出願のきっかけは、JETROの専門家の助言による。以前から中国への進出を検討しており、中国では少しでも売れると真似をされると聞き、模倣品対策として先行して3年前に取得した。ただし模倣品のリスクは完全には排除できないようなので、現在進出している香港やシンガポールでは今のところ商標を出願していない。 国内商標の出願は検討しているが、模倣されるリスクがどの程度あるのか検討した上で取り組みたい。 <p>【商標登録のプロセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> 社名のドリームファームは親戚の英語教師の提案から会長が選んだ。農業法人に多い「〇〇農産」「〇〇農園」などの名称に比べて新鮮なイメージが感じられたことが命名の理由。商品名の「夢麺(ゆーめん)」は新しく米粉の麺を売り出す際に社名にちなんで命名した。 中国の商標出願に当たっては地元銀行の知り合いを通じて取得。先行登録の調査を行ったところ、類似商標が複数見つかった。また1回目は登録に至らず、内容を一部修正して2回目で登録となった。 <p>【商標登録の効果、活用状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 権利侵害品対策として商標を取得したが、国内外を含め模倣品などのトラブルにあったことは今のところない。 		
海外展開の経緯・状況		
<ul style="list-style-type: none"> もともとは販路の拡大を目的に国内の展示会で米を出展していたことに始まる。しかし国内のブランド米は競争が多く、価格も抑えられる傾向にあった。そこで米の加工食品として米粉の麺が作れないかと考え、展示会で話がまとまった食品加工業者に製造を依頼した。その食品加工業者は小麦アレルギーに対応するグルテンフリーの麺を製造する特許を有していたので、製造された麺に自社でスープを加え製品化、最初は米粉うどん「夢麺」として発売を開始。しかし当初販売はそれほど伸びなかった。そこで今度は製麺会社がラーメンの製造を始めたことをきっかけにラーメンの製造を依頼し、自社でスープを検討した米粉のラーメン「夢麺」ができあがった。 海外への米の販路拡大を目指して中国、香港を視察した際、おみやげとしてラーメンの「夢麺」を持参したところ、香港のディストリビューターから進出の誘いがあった。2015年3月急遽香港の催事に出展。香港は日本以上に麺文化が発達しており、小麦アレルギー物質不使用商品として受け入れられ、催事の終了を待たず売り切れとなった。 現在は香港の日系スーパーを中心に販売され、小麦アレルギー物質不使用商品として認知されている。海外の販売はディストリビューターに委ねており、ドリームファームは商品を製造して出荷するまでを行っている。米粉の麺として加工することで米単体として販売する時より数倍高価で販売できる。 模倣品のリスクについては、ディストリビューターより日系スーパーの中では商品の管理がきちんとされているので安全だが、露店では問題があると聞いている。しかし今のところは、小麦アレルギー物質不使用商品としての品質が重要なため、安易に真似できないのではないかと考えている。また日本製品だと分かるように海外商品だがあえて日本語表示ラベルをつけるようにしている。香港、シンガポールでは日本企業による米粉麺も販売されているが、業務用中心のため出回る量も少ない。 海外販売は好調で製造が間にあわない状態にあるため、食品加工会社の協力を得ながら自社製造も検討している。今後はシンガポールやマレーシアなど中華系食文化のある国を中心に販売を拡大して行きたいと考えている。 		
知財取得等で活用した支援策		
<ul style="list-style-type: none"> 知的財産の取得、活用に関する補助金の情報は県庁、商工会、付き合いのあるコンサルタントから得ている。またJETROの新輸出大国コンソーシアムも活用しているほか、JETRO富山より専門家のアドバイスを受けている。JETROの専門家は豊富なネットワークを持っているのでアドバイスにとどまらず具体的な進出に繋がることもあるため、大いに活用したいと考えている。 		
知財専門家からのコメント		
<ul style="list-style-type: none"> 商品の製造には特許技術だけでなく、様々な製造ノウハウの存在も想定される。食品加工業者の協力を得て自社製造に移行する際には、特許のライセンス契約に加え製造ノウハウについてもノウハウ料の支払い等で協力を得るようにすることが重要。 		

ヒアリング事業者・団体②


品目	「市田柿」(干柿)	
事業者・団体	みなみ信州農業協同組合(長野県)	
知的財産の保有状況	【国内】 商標・地域団体商標「市田柿」Ichidagaki 地理的表示「市田柿」ICHIDA GAKI「ICHIDA KAKI」 【海外】 商標「市田柿」Ichidagaki 登録国:台湾、香港 出願中:タイ	
商標・地域団体商標の取得・活用状況		
【商標に対する意識、取得の目的】 ・「市田柿」とは長野県飯田市、下伊那郡周辺で生産される干し柿の名称で、大正時代から流通を始めている。近年、品質の低い中国産青島柿が国内で中国産市田柿として販売されていたことに対し、ブランド価値毀損への危機感から、模倣品対策として地域団体商標を出願した。 【商標登録のプロセス】 ・「市田柿」は地元の市田地区を名前の由来とし、同地域周辺で生産される干し柿の名称として地域団体商標出願以前から使用されてきた。地域団体商標の制度が導入された当初、地元高森町商工会も出願の意向を示したが、広い地域における特産品であり、模倣品対策としてみなみ信州農業協同組合と下伊那園芸農業協同組合で東京の弁理士を介して共同出願し、平成18年に商標を取得した。 ・地域団体商標取得後には、市田柿の取扱い団体や行政機関などによる「市田柿ブランド推進協議会」が設立された。「市田柿」の商標の使用協定を結んだ団体は協議会への加入が求められ、協議会は、色味、乾燥程度などの出荷規格、衛生管理の取組み等、生産ルールを定めている。生産の多くは栽培、加工、包装まで農家が自前で行っている。また品質維持のために、団体ごとによる独自検査と、協議会による定期的な店頭調査が行われている。 【商標登録の効果、活用状況】 ・地域団体商標を取得したことにより、ブランド推進協議会が発足し、生産者間の話し合いをする場が出来たことは商標登録の大きな進展であった。協議会では総会や加工講習会を行うなど品質の向上に努めている。 ・産地は高齢化が進み、生産農家数は毎年大きく減少しているが、生産規模の拡大も進んでいるために生産量はこれまでほぼ横ばいで推移している。近年は価格も安定したことで、生産者の本気度が高まるなど意識の向上にも繋がっている。		
海外展開の経緯・状況		
・台湾への輸出は古くから行われてきた。JAによる直接の出荷はないが仲卸業者が出荷している。2016年の輸出量は台湾が30トン、その他香港やタイにも輸出されている。台湾には毎年旧正月にあたる1月を中心に商品が出荷されている。商標の冒認出願など輸出を阻害するトラブルは今のところ聞かない。 ・昨年より海外市場でのブランド確立を支援するJETROの「地域団体商標海外展開支援事業」に選ばれており、2016年はタイ、香港、ヨーロッパ等への市場視察を行っている。新たに進出する国では商標を出願して行きたいと考えている。		
地理的表示の取得・活用状況		
・地理的表示の出願は、品質のより高い市田柿を示すものとして始めたが、すべての市田柿と表示する商品にGIの表示をつけなければいけなくなったため品質の上位を示すシンボルとしては活用できなかった。出願の際にはJA全中より紹介を受けた弁理士の協力を得ている。地理的表示の使用基準は地域団体商標の使用基準と同じである。 ・地理的表示を取得したことにより各メディアに話題として取り上げてもらえたことが大きなメリットとしてある。		
知財取得等で活用した支援策		
・現在JETROの「地域団体商標海外展開支援事業」を活用して新しい販路の開拓を図っている。		
知財専門家からのコメント		
・地理的表示と地域団体商標を活用してブランドの階層化を図る場合、権利団体で独自にルールが決められる地域団体商標が上位ブランドとして活用できる。		

知的財産のグローバル展開活用事例

ヒアリング事業者・団体③

品目	「TERIYAKI-FISH」(佃煮)	
事業者・団体	株式会社平松食品(愛知県)	
知的財産の保有状況	【国内】 商標「美食一品献上」「TERIYAKI-FISH 平松」※平松は落款 【海外】 商標「TERIYAKI-FISH 平松」 登録国:アメリカ、香港、台湾	
商標の取得・活用状況		
<p>【商標に対する意識、取得の目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> • どちらの商標も商品企画の初期の段階で出願、名称が今後継続的に使用できるように権利を確保することが出願の目的。 <p>【商標登録のプロセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 「美食一品献上」は会社理念の一つであり、商品ラベルに記載することでブランドの確立を目指して商標を出願した。 • 「TERIYAKI-FISH」は特に海外において佃煮の概念を表すものとして考えた名称である。考案のきっかけは2005年以降、JETROの紹介により、北京やニューヨークの展示会に商品を出展していた際、「佃煮」という名称では商品のイメージがなかなか伝わらなかったことに始まる。そこで以前愛知万博で「テリヤキ風味」という説明をしていたことを思い出し「TERIYAKI-FISH」という説明をしたところ海外の方にも商品が理解されたためこの名称を使うようになった。 • 2007年に日本とアメリカで「TERIYAKI-FISH」の商標を出願、ただし「TERIYAKI」も「FISH」も一般名称のため文字としては取得できず、後ろに会社落款を付け図形として出願し取得した。その後愛知県から海外支援策として商標出願に関する補助金の案内があり、中国、香港、台湾でも商標を出願した。香港と台湾は特に問題なく登録されたが、中国は拒絶された。「TERIYAKI」であるのに「焼いた」魚に見えないということが拒絶の理由と聞いており、2回出願したがいずれも拒絶されている。現在ベトナムの展示会にも出展しているが、模倣品の懸念があるため商標出願を検討している。 • 商標の出願は東京の弁理士の助言により行っている。「TERIYAKI-FISH」の後ろに落款を付け図形化するというアイデアはその弁理士から受けた。先行登録状況の調査は弁理士にお願いしているほか、最近では自社でもインターネットを使っでの事前調査を行っている。商標の出願はアイデアが重要なので誰にアドバイスを受けるかが重要と考えている。 <p>【商標登録の効果、活用状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 「TERIYAKI-FISH」は発音もしやすく、浸透させるには良い名称だが、それだけに類似品出現の懸念もある。もし類似品が見つかった場合には品質、ブランドを守るために異議を申し立てる予定である。商標侵害を発見する対策として取引スーパーの視察は行っており、また商品表示は日本製品とわかるように日本語を残すようにしている。 • 佃煮を「TERIYAKI-FISH」として1社で広めていくのは限界があるので、商品についての考えが共有できる同業者に商標の利用を許可することは考えている。 		
海外展開の経緯・状況		
<ul style="list-style-type: none"> • 海外進出は2000年に新工場を建設したことがきっかけ。社員レベルの向上を目的に、HACCPに対応した工場を建設し、2004年にはISO9001:2000とHACCPの認証を取得した。HACCPの取得により海外への輸出が可能になるとともに、HACCPの認証機関である日本品質保証機構(JQA)よりJETROを紹介され、2005年よりJETROの提案する海外事業に参加するようになった。 • 進出当初は佃煮の色や甘辛い味がなかなか理解されなかった。しかしニューヨークの展示会に出展した際、紹介してもらった現地のシェフより、佃煮にオリーブオイルやトマトを入れるとおいしいとの意見をもらい「TERIYAKI-FISH」として商品化、海外ではサラダのトッピングに使われるなど、海外進出により佃煮の概念が広がった。基本的には日本食のアイテムの一部として提案すると受け入れられやすく、寿司やおにぎりのネタとして使われている。日本においてもオリーブオイルやトマトの入った佃煮は新しいカテゴリーの商品とした方が受け入れられやすいため国内でも「TERIYAKI-FISH」として佃煮とは別の商品展開を行っている。 • 海外販売は代理店による販売が中心。販売量を考慮するとBtoBの販売が理想であり、台湾ではBtoBで安定して売れている。アメリカや香港、バンコク、シンガポールなどでも日系スーパーを中心に販売されているがBtoCの販売形態であり、売上額はなかなか伸びづらい。現在はロサンゼルス、サンフランシスコなどアメリカ西海岸の都市の成功が全米の人気に繋がると考え、両都市でのPRに力を入れている。現在の海外売上は全体の2%程度だが、将来的には20~30%を目標としている。 		
知財取得等で活用した支援策		
<ul style="list-style-type: none"> • 中国、香港、台湾に「TERIYAKI-FISH」を出願する際、愛知県の海外進出支援策を活用した。また海外展開にあたってはJETROのサポートを受けている。 		
知財専門家からのコメント		
<ul style="list-style-type: none"> • 一般名称を商標登録するために落款を活用したのは良いアイデア。商標と意匠は弁理士の経験が活きる所以で専門性の高い事務所への相談が求められる。 		

ヒアリング事業者・団体④

品目	「能登志賀ころ柿」	
事業者・団体	志賀農業協同組合(石川県)	
知的財産の保有状況	【国内】 商標(審査中)「能登志賀ころ柿」化粧箱の図形 地理的表示「能登志賀ころ柿」 【海外】 商標「能登志賀ころ柿」化粧箱の図形 登録国:台湾 出願中:中国、香港	

商標・地理的表示の取得・活用状況

【商標・地理的表示に対する意識、取得の目的】

- 他産地の干柿による商標や地理的表示の取得事例を参考に、市場からの要望も踏まえて出願。主に商品の識別や品質の保証を目的として取得した。

【商標・地理的表示登録のプロセス】

- 「ころ柿」は干柿の呼び名の一種。もともとは志賀町役場により「能登／志賀名産ころ柿」の名称で化粧箱の図形が商標登録されていた。その後石川県羽咋農林事務所より地理的表示保護制度の案内があり、その出願の際に農林水産省との協議の中で「能登志賀ころ柿」と一部修正され、現在の名称が地理的表示として登録された。
- 地理的表示登録により名称が変わったため再度「能登志賀ころ柿」で国内商標を出願。ただし地名と普通名称の組合せでは商標は取れないと聞いていたため、イラストと漢字・ひらがな、ローマ字表記による化粧箱の図形を出願した。
- 海外商標の取得は、石川県の平成27年度「いしかわ里山創成ファンド公募事業」において、海外の販売促進のために生果の貯蔵方法を開発する事業が採択され、その事業の一環として海外での商標出願を行った。出願は台湾、中国、香港で行い、台湾は登録、中国、香港は現在審査中である。
- 生産者が地理的表示を活用するためには、ころ柿部会への加入、加工の手引きに沿った生産及びJA志賀からの出荷をルールとして定めている。品質維持の取り組みとして、生産者の加工履歴の提出による生産体制のチェックとJA志賀ところ柿部会の検査員による商品検査を毎年行い、違反の場合は改善指導を行っている。ころ柿部会が定める加工の手引きは生産者の声に基づいて作成されており、加工には手間がかかるため、異常な大量出荷があればルール違反が疑われるようになっている。地域で生産されている原料柿は「最勝」と「平核無(ひらたねなし)」の2品種あるが「能登志賀ころ柿」を名乗れるのは「最勝」のみであり、また検査によりあめ色の鮮やかな「赤種」と通常の「緑種」に格付けしている。
- 商標の事前調査はインターネットも活用しつつ、地元の特許事務所をお願いしている。

【商標・地理的表示登録の効果、活用状況】

- 地理的表示の取得の際はメディア等で取り上げられたほか、市場ではご祝儀値がついた。
- 「能登志賀ころ柿」の化粧箱と地理的表示のシールはJA志賀の検査場を通さないとつけられないしくみのため現在のところ商標、地理的表示関連の違反はない。また、市場からの情報は集めているものの、模倣品チェックの定期的な取り組みは特にしていない。以前バラ売りされていた個包装の商品がGIマーク無しで「能登志賀ころ柿」として売られていたという事例があった。北陸農政局が本物と確認の後、マーク表示の指導をしたとのことだが、市場から個包装へのGIマーク貼り付けの要望はあり将来的には対応したいと考えている。
- 原料柿となる「最勝」は名前も良いので縁起物として海外で模倣の懸念があり商標を出願した。また地理的表示は海外にも効力が及ぶので模倣品対策としての効果も期待している。

海外展開の経緯・状況

- 海外輸出は仲卸業者がスーパーや百貨店に行っており、2016年には台湾、香港、シンガポール、中国に輸出されている。JA志賀は直接輸出を行っていないが、海外商標の出願は仲卸業者のサポートとして行っている。仲卸業者がルール違反を行っていた場合には、市場からは是正をお願いするようにしているが、逆に仲卸業者から個包装へのGIマーク表示やJANコード表示など、商品改善の提案をもらうこともある。
- 平成27年度よりスタートした「いしかわ里山創成ファンド」による取組では生果の貯蔵を工夫して出荷時期を遅らせることに成功している。国内では年末の贈答シーズンを越えると商品の価格が下がる傾向にあるが、これにより台湾、中国の春節にあわせてあざやかな鉛色の状態で出荷できるようになり、海外の販売拡大につながると考えている。

知財取得等で活用した支援策


- 海外商標取得の際に石川県の「いしかわ里山創成ファンド」を活用。地域団体商標の取得も今後検討したい。

知財専門家からのコメント

- 商標はイラスト及び文字からなるパッケージ全体の図案で出願しているが、今後の展開の自由度を考慮するとイラストのみの出願も考慮される。

知的財産のグローバル展開活用事例

ヒアリング事業者・団体⑤

品目	「久保田」「越州」「朝日山」(日本酒)	
事業者・団体	朝日酒造株式会社(新潟県)	
知的財産の保有状況	【国内】 商標 「久保田」「越州」「朝日山」等 特許 日本酒の製造に関わること 【海外】 商標 「久保田」「越州」「朝日山」等 登録国:北米、アジア、EU等	

商標の取得・活用状況

【商標に対する意識、取得の目的】

- 商標は永久的に権利化できるものであり、大切な商標であれば国内外を問わず取得すべきものと考えている。よって、国内は勿論、海外も可能な範囲で取得することが大事と考えている。先に出願した方に権利が発生するため、良い名称だと思えば商品開発前に出願することもあり、商標のストックも持っている。商標取得の目的はブランド維持、模倣品対策の意味合いもあるが、意図せず類似してしまうこともあるのでとにかく先行して出願するようにしている。
- 海外の商標については進出の初期は最低限の商標に留めていたが、ここ数十年は本格進出の前でも先行して出願するようにしている。

【商標登録のプロセス】

- 主要商品の名称は、「久保田」は屋号より、「越州」「朝日山」は地名より命名している。名称は商品にこめた思いを表しており、名称が決まってから商標を取得してきた。主要商品の名称はプロジェクトにおいて決定していることが多い。「久保田」と「越州」は当初商標が取れなかったが、商品の知名度が高上したことにより商標を取得できた。季節商品の名称については担当者レベルで商標の出願を行うことがあり、良い名称を思いついた時に商品開発より先に商標を出願することもある。
- 商標の出願にあたり国内は先行登録状況の確認を行っている。まず自社でインターネットを使ったデータベースでの確認を行い、その後念のため特許事務所に確認をお願いしている。海外は事前調査に費用や時間を要すことから、特に登録状況の調査は行わず出願を行っている。近年は商標の出願数は国内外あわせて年間10~20件程度であるが、海外においては過去に海外展開の途中で集中的に出願を行った。1国で主要商品名とローマ字に加え、国によっては現地の文字で出願しており、商標の取得、維持に取り組んでいる。国際商標の制度も出来たが、制度初期には効力への疑問もあり、弁理士からの助言を基に各国ごとに商標を取得している。国内外ともに商標の出願は地元の特許事務所の助言を基に行っている。

【商標登録の効果、活用状況】

- 商標の取得はブランド維持や、意図しない類似品及び模倣品対策として行っている。商標に対する意識は社内でも広まってきている。国内では模倣品の事例はないが、中国では過去に現地の調査機関からの鑑定依頼により発覚した模倣品の事例が複数回ある。外見はかなり似ていたが細かいところの違いで模倣品だと確認。尚、現時点では模倣品の定期的な調査は自社では特に行っていない。
- 海外進出にあたり本腰をいれるのであれば模倣品対策だけでなく類似商標への対応面からも、商標は早い段階から取得したほうが得策と考えている。漢字が異なってもローマ字で類似してしまうこともあり、各国で日々様々な商標の出願が行われていることを考えると、商標の取得は早いほうが良い。

海外展開の経緯・状況

- 海外輸出は1991年ごろから始めている。最初はフランスのデパートからの引き合いがきっかけであった。輸出形態は基本的には輸出商社を通して行っているが、一部直接取引も行っており、海外ではレストランをメインに小売店やスーパーなどで販売されている。日本酒は日本食の広がりと共に普及しているため、輸出先は日本食文化が広がっている国が中心。尚、輸出先は商社の情報などを参考に広げている。海外の販売は、日本での知名度で選ばれることが多く、レストラン、小売店などで広く売られているものが売れている。日本酒は光を避け、低温での管理が必要なので、特に暑い国などでは保管状況に注意いただくようお願いしている。
- 現在海外の売上げは全体の5%程度を占めている。海外輸出は更に力を入れていきたいと考えている。


知財取得等で活用した支援策

- 公益財団法人にいがた産業創造機構(NICO)の中小企業等外国出願支援事業補助金を冒認対策として活用し出願料の補助を得たことがある。

知財専門家からのコメント

- 事業者も述べているように、海外では漢字が異なっても読み方が類似してしまうことがあり、その点も踏まえた積極的な商標出願が望まれる。

ヒアリング事業者・団体⑥

品目	味噌、醤油	
事業者・団体	株式会社ヤマト醤油味噌(石川県)	
知的財産の保有状況	【国内】 商標 「醤蔵(ひしほぐら)」「発酵食美人」「発酵食美人食堂」「いしる」等 特許 甘酒の製造に関すること	
商標の取得・活用状況		
<p>【商標に対する意識、取得の目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> 商標取得の目的は係争の際の権利確保のためであり、事業を行っていく上で必要な法的リスク管理の一つとして捉えている。海外商標については、海外では「メイドインジャパン」が最も効果的なブランドと考えているため、現在のところ商標取得の予定はない。 <p>【商標登録のプロセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「醤蔵(ひしほぐら)」の「醤」は塩味のペースト状の調味料の総称に由来、日本初のしぼりたて生醤油の商品名として命名した。「発酵食美人」と「発酵食美人食堂」は発酵食を摂り入れたライフスタイルを広めるにあたり自社で考案、大野地区を発酵食文化発信の中心地とする事業戦略に基づいている。 「いしる」は能登で伝統的に製造されてきた魚醤の名称で、以前は他社が保有していたものを引き受ける形で保有している。石川県内の企業が使う場合は使用を許可しているが、県外企業の使用は基本認めていない。いずれの商標も大手競合など他社の使用を防ぐ目的で保有している。 商標の出願にあたっては以前から付き合いのある東京の特許事務所を活用している。先行登録状況の調査はインターネットを使って下調べを行い、出願を決めた名称を弁理士に依頼している。 <p>【商標登録の効果、活用状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 発酵食文化発信の取組みの一つとして、株式会社ウーマンスタイルと「発酵食大学」の商標を共同取得、大学の運営は株式会社ウーマンスタイルが行っている。 地域の製造組合が取得した地域団体商標「大野醤油」と「加賀味噌」を活用することもある。 現在のところ国内外で商標に関するトラブルは経験していない。 		
海外展開の経緯・状況		
<ul style="list-style-type: none"> 海外展開は1999年に石川県食品協会の依頼によりアメリカの展示会に出展したことが始まり。海外の展示会では個別の食材ではなく、一連の食文化としてバイヤーにアピールした方が効果が高いとわかったため、石川県の伝統食材の一員として参加した。1999年は準備不足により契約には至らなかったが、その反省を基にした2000年の展示会で販売に繋がる。アメリカで数年順調に販売が伸びたため、2003年よりEUへ進出。2005年ごろからEUでも販売が伸び始める。輸出にあたっては、日系のディストリビューターは安売りなど競合が激しく販売に繋がらなかったため、現地の主流のディストリビューターに働きかけるようにした。 2011年、石川県の輸出倍増企業育成事業に採択され、補助金の活用により3年で輸出額の倍増を計画。海外の売上げ拡大には商品種類の増加と業務用販売の促進に努めたことが効果的であり、海外で日本食ブームが起きたことも大きな追い風となった。特にアメリカの流通制度では、小売への輸出で利益を出すことは難しいので業務用バルク品の輸出に力を入れている。取り組みにあたっては、自社・商品のプレゼンテーションの工夫、最高品質・適正価格・納期厳守(QC D)の徹底、正確な情報収集を重視した。特に自社・商品のプレゼンテーションは動画も活用した簡潔な説明や、会社・商品の歴史的背景・ストーリーの明確化などを行い、さらに新規のディストリビューターは実際に工場に招き納得してもらうようにした。こうした取り組みにより2014年には2011年比2倍の輸出額の達成につながった。 海外進出にあたっては事前リスクの明確化が必須であり、どんなリスクがあるか理解できていないと大きな損失に繋がる懸念がある。輸出相手国の貿易規制情報の収集にはJETROからアドバイスを受けた。また交渉を進めていくためには英語で論理的な交渉が行える人材とそれを支える社内のバックアップ体制も重要。 今後は業務用の卸売を中心に海外輸出を伸ばすと共に、シンガポールなどの東南アジアやインドへの進出を検討している。 		
知財取得等で活用した支援策		
<ul style="list-style-type: none"> 海外売上げの拡大に輸出倍増企業育成事業を活用、また過去には商品開発に産業化資源活用プログラムを活用した。 		
知財専門家からのコメント		
<ul style="list-style-type: none"> 海外は業務用中心のため商標を取得していないが、業務用でも商標を取得して商品の知名度が上がると販売量もアップするのでは。海外展開は自社だけで完結できないことが多いのでパートナーが儲かる取組も必要。 		

ヒアリング事業者・団体⑦

品目	胡蝶蘭	
事業者・団体	株式会社松浦園芸(愛知県)	
知的財産の保有状況	【国内】 実用新案(権利期間終了) ハート型の胡蝶蘭の鉢植え 営業秘密 胡蝶蘭の製造方法	
実用新案・営業秘密の取得・活用状況		
<p>【実用新案・営業秘密に対する意識、取得の目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> 実用新案は2005年にハート型の胡蝶蘭の鉢植えの製造方法を出願、その目的は低価格類似品の流通を防ぐことにあった。また過去に商品名称の商標出願も検討したが、胡蝶蘭は銘柄でなく生産者名で選ばれる傾向がある商品ため最終的に出願しなかった。 胡蝶蘭の生産に関する営業秘密は一部の社員のみで共有されている。営業秘密を特許として出願しない理由は、認められなかった場合他社にも同じ製造方法が可能になってしまう懸念からであり、今後は他社による同種特許取得対策として公正証書の作成など先使用権確保にも取り組みたい。 <p>【実用新案登録のプロセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> バブル経済崩壊以降、高価格帯のギフトの需要が厳しくなり、胡蝶蘭の新しい需要を作り出せないかとの思いからハート型の胡蝶蘭の鉢植えを考案した。安価な類似品の流通を防ぐため実用新案を出願、出願にあたっては地元の特許事務所に相談した。商品は結婚式の需要を想定して考案したが、むしろ母の日のギフトとして好評を得た。10年の権利期間が終了したので、現在新しい形での実用新案出願を検討している。 <p>【実用新案登録の効果、活用状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 過去に同業他社による模倣品の販売があったが、権利侵害の警告を行ったことで取りやめさせることが出来た。市場や販売店に模倣品を取り扱わないよう要請したり、インターネットを定期的にチェックするなど、自社による模倣品流通対策を行っている。もし模倣品が見つかった場合は電話等で販売中止を要請している。 また、オランダ企業が保有する胡蝶蘭の染色技術の特許についてライセンス契約を結び使用している。特許の使用は世界で4カ国しか認められておらず、国内では松浦園芸が独占して使用しているため、世界的な特許による松浦園芸の青い胡蝶蘭としてロコミで広まり、ブランド化に役立っている。染色技術の情報はホームページ(英語)で知り、自身で使用許諾のアプローチを行い、地元企業の協力により契約にこぎつけた。 普段から海外の情報を集めているが、最先端の情報が集まり、国として戦略的に胡蝶蘭の苗を輸出している台湾は特に注目している。 		
海外展開の経緯・状況		
<ul style="list-style-type: none"> 2012年にオランダで開催された国際園芸博覧会「フロリアード」に日本政府からの要請で出展したことが海外展開のきっかけ。会場ではオランダ、イギリス、ドイツからの問い合わせが多く、海外でも品質が認められたとの自信を得て輸出を検討。農林水産省の案内によりドバイへ輸出を開始、その後ブルネイ、香港、シンガポールにも輸出するようになった。輸出は輸出商社など仲介事業者を介して行っている。海外でも胡蝶蘭はお祝いの際に利用されることが多く、ドバイでは価格が高いものや、希少性があるものの人気が高い。 海外展開の問題点として、香港の輸出先からは、有名になると模倣品が増えるとの意見をj得ている。また胡蝶蘭は品質管理が難しく、輸送コストが非常に高いため出荷量が大きく伸び辛い懸念がある。きちんとした利益を生み出すためには現地法人による生産など技術力の輸出が必要かもしれないが、現在のところ具体的な計画はない。 		
知財取得等で活用した支援策		
<ul style="list-style-type: none"> 今後営業秘密の先使用権確保のため知財総合支援窓口等を活用してゆきたい。 		
知財専門家からのコメント		
<ul style="list-style-type: none"> 海外特許を活用したブランド化は知財の良い活用方法。永続的に使用できる商標の取得を取得するとブランドをより強固なものとする。 		

ヒアリング事業者・団体⑧

品目	「黒部米」(米)	
事業者・団体	黒部市農業協同組合	
知的財産の保有状況	【国内】 商標・地域団体商標 「黒部米」文字及び図形 「名水の里」	
商標・地域団体商標の取得・活用状況		
<p>【商標に対する意識、取得の目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域団体商標は、「黒部米」のブランドを守るとともにその品質を高め、地元農業を活性化していくために取得。ロゴ及びマークによる図形商標は商品表示の統一のため地域団体商標取得の後に出願した。 <p>【商標登録のプロセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> 元々は、湧き水が豊富な黒部地域の特徴を現す「名水の里」を米の冠名称として商標を取得し、「名水の里 コシヒカリ」として販売していた。その販売は当時としては珍しく生産、流通、販売まで一貫した管理体制で行われていたため販売店がPRに「黒部米」と使い始めたことが名称誕生のきっかけではないか。その後地域団体商標制度が出来た際に富山県からのアドバイスにより商標を取得。過去にはひらがなや漢字縦書きなど表記が統一されていなかったが横書き漢字ロゴ及びシンボルマーク、JAくろべマークならなる図形商標の取得により表記は統一される方向である。 「黒部米」の名称は、黒部地域で生産され、穀物検査1等の品質を有し、JAくろべから出荷されるコシヒカリに使われる。その品質の維持のため、施肥設計に沿った肥料・農薬の配布、栽培履歴の提出やJAくろべによる検査を生産者に求めている。具体的な品質維持の方法として年間計画となる「米作りノート」や生産期間中の特報を配布するとともに営農指導員が直接指導に回っている。 「黒部米」の図形商標はJAくろべで精米した10kg、5kg、2kgの包装に印刷され、標高3000メートルの名水から生み出されるブランド米として他の銘柄米との差別化を図っている。商標の出願は、行政機関の紹介による地元の特許事務所の協力により行っている。 権利侵害例として、過去にはJAくろべ管内の事業者が独自に「名水の里」の名称を米の包装に使った事例はあるが、「黒部米」としての模倣事例はなく、特に現在模倣品の定期的なチェックも行っていない。 <p>【商標登録の効果、活用状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「黒部米」は全農を経由する一般的な米の流通と異なり直接卸へ販売されているので、生産者により多くの利益をもたらすことができている。加えて「黒部米」として消費者に産地で選んでもらっているため、生産者の品質やブランドに対する意識は高い。さらにJAくろべ管内の農家は組織化、法人化が進んでおり、農業に専従で取組んでいる割合が高いことも品質の維持に繋がっている。 米は消費量が減り続けているため単価も下がる傾向にあるが、地域団体商標の取得によりブランド化を進めたことで価格の下落幅を減少させることが出来ている。また展示会などに出席した際の人気は高く、固定ファンも多い。 2017年には「黒部米」の派生商品として「黒部米茶」の販売をスタート、「黒部米」の認知拡大を図っている。「黒部米茶」の商標に関してはパッケージ等検討課題あるため出願には至っていないが、今後検討してゆきたい。 		
海外展開の経緯・状況		
<ul style="list-style-type: none"> 海外への輸出は富裕層向けのブランド米として取引会社が行っており、タイの日本食レストランなどに販売されている。海外商標の取得はいずれ検討が必要になるかもしれないが現在のところ計画はない。 今後、JAくろべ単独での海外進出の予定はないものの、2017年に農林水産省が立ち上げた、「コメ海外市場拡大戦略プロジェクト」に基づき輸出事業者と連携して輸出用米の生産拡大に取り組みたいと考えている。 		
知財専門家からのコメント		
<ul style="list-style-type: none"> 「黒部」は「黒部ダム」など日本を訪れる外国人に人気のスポットの名称であり、模倣品や冒認出願の懸念がある。知名度を自身で判断せず早めの商標取得が望まれる。 		

ヒアリング事業者・団体⑨

品目	「福正宗」「加賀鳶」「黒帯」等(日本酒)	
事業者・団体	株式会社福光屋	
知的財産の 保有状況	【国内】 商標 「福正宗」「加賀鳶」「黒帯」等 意匠 商品パッケージ 特許・営業秘密 日本酒と化粧品の製造に関わる内容 【海外】 商標 「福正宗」「加賀鳶」「黒帯」等 登録国:アメリカ、台湾、香港等	
商標の取得・活用状況		
<p>【商標に対する意識、取得の目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> 商標取得は自社権利の保護及び他社権利侵害回避を目的としている。日本酒業界は商標の取得が盛んであり、権利を確保しておかないと他社の侵害につながることもあるので、商標は積極的に出願している。 特許について以前は酒と化粧品の製法で出願していたが、技術の開示に抵抗があり、現在はノウハウ化に努めている。ノウハウは社内では一部の人のみ知る事が出来るようになっている。公正証書等による先使用权の準備は特に行っていないが、過去に係争例もなく、また日本酒は製品を見ても製法はわからないので、ノウハウの他社特許化のリスクは感じていない。 <p>【商標登録のプロセス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ネーミングの検討は主に社長と企画広報室が行い、商標の出願、管理は企画広報室が担っている。日本酒業界は商標の取得が盛んなため、良いネーミングを思いついたら商品化の前であっても商標を出願するようにしている。 先行登録状況の調査はインターネットを活用して日常的に行っており、商標の出願は国内外共に地元の弁理士を通じて行っている。海外において日本酒の商標トラブルの話を知りたいため、海外展示会の出展前には商標チェックを行うと共に、権利保護のために商標の取得に努めている。 <p>【商標登録の効果、活用状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> もともと地元石川県、富山県では「福正宗」のブランドで事業を行っていたが、30年程前、全国展開にあたりマルチブランド戦略を策定。「加賀鳶」は金沢ブランドの活用、「黒帯」は登録店制度による限定流通など、商品コンセプト、販売ターゲット、販売手法が異なる複数のブランドを展開しており、商標によりブランドを保護している。 過去、商標権侵害の警告を出す、受ける共に経験があり、また他社からの申し出に基づき商標権を譲渡した事例もある。 		
海外展開の経緯・状況		
<ul style="list-style-type: none"> 海外展開は「加賀鳶」、「黒帯」、「福正宗」等の輸出を仲介事業者により行っている。輸出先はアメリカ、台湾、香港などで、有名シェフとの提携による海外の日本食レストランへの輸出が中心。アメリカには直営店を出す計画をしていたが、酒販免許の取得が困難なため一旦断念している。香港は別会社が展開し、小売も行われている。中国への輸出はトラブルの懸念もあり、香港から流通させるようにしている。 商品輸出では、小売販売価格が非常に高額になり、一般家庭の消費につながりづらいという問題点がある。現在はコスト面でメリットのある越境ECに力を入れ、中国からの注文にも対応している。越境ECでは日本酒の発酵技術を活かした化粧品も販売しており、高額な商品が良く売れている。 		
知財専門家からのコメント		
<ul style="list-style-type: none"> 知的財産を活用して多角的に事業を展開するときは特許取得等により、知財の見える化を図ったほうが他事業者の協力が得られやすいこともある。 		

平成29年度
北陸地域の食品・農産品のグローバル展開のための
知財活用事業

資料編

知的財産制度一覧

権利の種類	出願先	内容	保護期間	公開非公開	特性
商標権	特許庁	商品・サービスに使用する名前やマークを独占使用できる権利	登録から10年 (更新可)	出願中から公開	<ul style="list-style-type: none"> 出願すれば審査される 品種登録された品種の名称は登録不可 更新を続ければ永続的に権利維持可能 3年以上継続使用がない場合取り消しの恐れがある
地域団体商標		地名＋商品名による商標を独占使用できる権利			
特許権	特許庁	発明者が発明権利を独占利用できる権利	出願から20年 (更新不可)	出願中から公開	<ul style="list-style-type: none"> 出願から3年以内に出願者から「出願審査請求」を行う必要あり
実用新案権	特許庁	物品の形状、構造又は組合せに係る考案の利用を独占利用できる権利	出願から10年 (更新不可)	出願中は非公開、登録後に公開	<ul style="list-style-type: none"> 出願すれば審査される 権利行使には特許庁から「技術評価書」を発酵してもらう必要がある
意匠権	特許庁	独創的で美的な外観を有する物品の形状・模様・色彩のデザインを独占使用できる権利	登録から20年 (更新不可)	出願中は非公開、登録後に公開	<ul style="list-style-type: none"> 出願すれば審査される (日本は実体審査あり)
地理的表示保護制度	農林水産省	地域に固有の品質や特性を持った農林水産物、食品の生産地とその特性を特定できる生産品の名称を保護	登録が取り消されない限り存続 (更新不要)	出願から公開	<ul style="list-style-type: none"> 特定の個人、団体に付与される権利ではなく、地域共有の財産 出願すれば審査される 不正使用は国が取り締まる
育成者権	農林水産省	農林水産物の生産のために栽培される植物の新品種を独占利用できる権利	登録から25年 (樹木は30年) (更新不可)	出願中から公開	<ul style="list-style-type: none"> 出願すれば審査される。
営業秘密	—	重要な営業秘密のうち適切に管理された営業秘密(情報)を保護	—	非公開	<ul style="list-style-type: none"> 情報を他者に知られずに保持できる 先使用権の準備なしに他者に同一の内容で特許を取得されると対抗手段がない
著作権	—	文化的な創作物全般に対して保護される権利	著作者の権利: 著作者の死後50年 著作隣接権: 実演などを行ったときから50年	—	<ul style="list-style-type: none"> 創作物を創作した時点で自動的に発生

【参考文献】

農林水産業者・食品関係事業者のための知的財産活用マニュアル(平成27年 知的財産発掘・活用推進全国協議会)

知的財産の効力範囲と海外出願方法

権利の種類	国外の効力	海外出願方法	
商標権	なし (各国登録)	各国ごとの 直接出願 または国際出願	国際出願 ①マドプロ出願 加盟国の中から権利を取得したい国(指定国)を指定することにより、複数国に同時に出願するのと同等の効果を得ることができる制度。 ②欧州連合商標(EUTM) 欧州連合知的財産庁に1件の出願・登録を行うことで欧州連合加盟国全部をカバーする商標権を得ることが出来る制度。
地域団体商標			
特許権	なし (各国登録)	各国ごとの 直接出願 または国際出願	直接出願 パリ条約加盟国には日本出願日に基づく優先権が主張できる。 国際出願 PCT国際出願 ひとつの出願願書を条約に従って提出することによって、PCT加盟国であるすべての国に同時に出願したと同じ効果を与える出願制度。国際出願の発明が、特許を取得したい国のそれぞれで特許として認められるかどうかは、最終的には各国特許庁の実体的な審査に委ねられる。
実用新案権	なし (各国登録)	各国ごとの 直接出願 または国際出願	特許権と同じくパリ条約の利用とPCT国際出願が可能。
意匠権	なし (各国登録)	各国ごとの 直接出願 または国際出願	国際出願 ①意匠ハーグ協定 WIPO国際事務局への1件の出願手続で、複数国(締約国)に同時に意匠出願した場合と同様の効果が得られる制度。 ②欧州共同体意匠 欧州連合知的財産庁に1件の出願・登録を行うことで欧州連合加盟国全部をカバーする意匠権を得ることが出来る制度。
地理的表示保護制度	制度を持ち、相互保護が実現した国は効力あり	各国ごとの 直接出願	
育成者権	なし (各国登録)	各国ごとの 品種登録	UPOV条約に基づき自国内での譲渡開始後4年以内(果樹など木本性植物は6年以内)に出願申請を行わなければならない。
営業秘密	なし (各国国内法に拠る)	—	—
著作権	あり	—	—

【参考文献】

中小企業経営者のための海外知的財産マニュアル(平成28年 東京都知的財産総合センター)
戦略的知的財産活用マニュアル(平成26年 農林水産省)

知的財産の侵害対策

権利の種類	侵害対策	
商標権 (地域団体商標)	民事救済	侵害行為の差止め及び侵害品や製造装置の廃棄請求 権利侵害により生じた損害賠償請求と権利使用による不当利得返還請求 権利者の信用回復措置請求
	特許権 意匠権	個人の場合10年以下の懲役、もしくは1000万円以下の罰金、またはこれらの併科、 法人の場合3億円以下の罰金
		税関に対する輸入差止めの申し立て
実用新案権	民事救済	侵害行為の差止め及び侵害品の廃棄請求 権利侵害により生じた損害賠償請求と権利使用による不当利得返還請求 権利者の信用回復措置請求 ※実用新案権を行使し、差止請求などを行う場合には、その登録実用新案に係る 実用新案技術評価書を提示して警告した後でなければ、権利を行使することはできない
	刑事罰(故意による侵害)	個人の場合5年以下の懲役、もしくは500万円以下の罰金、またはこれらの併科、 法人の場合3億円以下の罰金
		税関に対する輸入差止めの申し立て
地理的表示 保護制度		国が不正使用に対して措置命令を行い、命令に違反した場合には罰則が課される 地理的表示の不正使用／個人の場合5年以下の懲役、もしくは500万円以下の罰金、 またはこれらの併科、法人の場合3億円以下の罰金 GIマークの不正使用／個人の場合3年以下の懲役、もしくは300万円以下の罰金、 またはこれらの併科、法人の場合1億円以下の罰金
育成者権	民事救済	差止め請求 損害賠償の請求 信用回復の請求
	刑事罰(故意による侵害)	個人の場合10年以下の懲役、もしくは1000万円以下の罰金、またはこれらの併科、 法人の場合3億円以下の罰金
		税関に対する輸入差止めの申し立て
営業秘密	民事救済	侵害行為の差止め及び侵害品や製造装置の廃棄請求 権利侵害により生じた損害賠償請求と権利使用による不当利得返還請求 権利者の信用回復措置請求
	刑事罰(故意による侵害)	個人の場合10年以下の懲役、もしくは1000万円以下の罰金、またはこれらの併科、 法人の場合3億円以下の罰金
		税関に対する輸入差止めの申し立て
著作権	民事救済	侵害行為の停止及び侵害品や侵害に供した機械器具の廃棄請求 権利侵害により生じた損害賠償請求と権利使用による不当利得返還請求 権利者の名誉回復措置請求
	刑事罰(故意による侵害)	個人の場合10年以下の懲役、もしくは1000万円以下の罰金、またはこれらの併科、 法人の場合3億円以下の罰金
		税関に対する輸入差止めの申し立て

【参考文献】

地理的表示法Q&A(平成28年 農林水産省)
経済産業省ホームページ

知的財産のグローバル展開活用事例

事業者・団体	有限会社中村家(岩手県)	事例品目	「三陸海宝漬」(海鮮漬)
知的財産	【国内】商標、特許、意匠、営業秘密 【海外】商標		
海外進出先	中国、香港		
知財の活用と海外展開の概要	複数の知財活用によるブランド定着と類似品対策		
	<p>「三陸海宝漬」の商標は「海宝」と名の付くものは他社から譲渡をも含め広く取得し、ブランドイメージの定着を図っている。さらに商品の容器は特許、意匠の取得により権利を保護すると共に、製法や味付けはノウハウ・営業秘密として厳重に管理、知財の活用により高い商品価値を保っている。商品はアワビを好む食文化のある中国に香港マーケットを経由して流通しており、中国、香港で商標を取得している。</p>		
			
出典	知的財産権活用企業事例集2016(特許庁)		

事業者・団体	梅乃宿酒造株式会社(奈良県)	事例品目	「山風香」「山香」「風香」(日本酒)
知的財産	【国内】商標 【海外】商標		
海外進出先	アメリカ、香港、台湾、中国、オーストラリア、ヨーロッパ等		
知財の活用と海外展開の概要	市場での優位性確保のための商標登録		
	<p>日本酒ベースの梅酒を発売しブームの火付け役となったが、商品名が同業者に商標登録されていたためにその名称を変えた過去を持つ。創業120周年を期に立ち上げた新ブランド「山風香(さんぷうか)」は、他社の権利侵害からの自社ブランドの保護、取引先への信用・信頼を目的として商標を取得。十数年前から海外への輸出を手がけ、20ヶ国以上の国々へ商品を提供、現在では売上げの12%を輸出が占めている。アジア地域における「梅乃宿」の認知度向上を踏まえ、中国、香港、台湾に商標を出願し自社ブランドの保護に力を入れている。</p>		
			
出典	知的財産権活用企業事例集2016(特許庁)		

知的財産のグローバル展開活用事例

事業者・団体	坂元醸造株式会社(鹿児島県)	事例品目	「坂元のくろず」(黒酢)
知的財産	【国内】商標、特許、営業秘密 【海外】商標		
海外進出先	アメリカ、中国、シンガポール		
知財の活用と海外展開の概要	商標によるブランド保護と共同研究による付加価値の向上		
	<p>熟成を重ねるごとに色が黒く変化する天然米酢を「くろず(黒酢)」と命名したが、商標を出願しなかったため、一般名称化してしまい権利取得を逃してしまったという経験がある。</p> <p>こうした経験や模倣品の牽制を目的として現在は積極的に商標を出願。独特な壺の形が広がる壺畑の風景も商標出願している。さらに自然・健康・美をキーワードとした新ブランド「Kurozu Farm」においても商標をブランド保護の重要な権利と位置づけ、積極的に活用している。</p> <p>また黒酢は健康食品としても注目を集めており、その効果について大学・企業と共同研究を行い、特許を出願している。</p> <p>海外販売はアメリカ、中国、シンガポールで広がっており、今後はヨーロッパも展開予定。外国出願により商標権を取得している。</p>		
出典	知的財産権活用企業事例集2016(特許庁)		



事業者・団体	あぶくま食品株式会社(福島県)	事例品目	若桃の甘露煮
知的財産	【国内】商標、特許 【海外】商標、特許		
海外進出先	英国、香港		
知財の活用と海外展開の概要	地域資源を活用した新規食品分野への進出と特許による差別化		
	<p>栽培過程で廃棄されてきた若桃を活用した「若桃の甘露煮」を商品化。福島大学との共同研究により若桃には美白効果等のあるセラミドが多数含まれていることを解明、共同で特許を取得。</p> <p>類似商品による価格競争の懸念から、特許の活用による差別化を検討、国内だけでなく中国でも特許を出願、4件の特許を取得。</p> <p>英国、香港の海外展示会に出展し、海外からも注文が舞い込むようになる。マドプロ国際商標出願を行い今後の消費が見込まれる英国とドイツで商標を取得した。</p>		
出典	知的財産権活用企業事例集2014(特許庁)		




知的財産のグローバル展開活用事例

事業者・団体	一般社団法人安代リンドウ開発 (岩手県)	事例品目	「安代リンドウ」(リンドウ)
知的財産	【国内】育成者権、商標 【海外】育成者権、商標		
海外進出先	ニュージーランド、ヨーロッパ、アメリカ		
知財の活用と 海外展開の概要	ロイヤリティビジネスによる品種の海外輸出		
	<p>新たな品種開発の資金源の確保や、生産者の意欲開拓のため海外進出を検討。1995年ニュージーランドの事業者と独占栽培契約を結び、生産者の選定・契約、苗の販売・栽培指導、輸出、ロイヤリティ回収を任せることになり、海外でのビジネスモデルを確立。</p> <p>ニュージーランドで栽培した安代品種のヨーロッパへの輸出の増加に影響を受け、日本の生産者も海外への輸出をスタート。2005年にはヨーロッパで種苗登録(品種登録)を行い、2008年にはヨーロッパで安代リンドウを商標登録。海外の輸出には鮮度保持の仕組みづくりや輸送コスト低減の努力など課題も多いがグローバル経済の中で競争力を確保する取り組みを続けている。</p>		
出典	国際文化研修2013冬vol.78「安代リンドウのブランド化と海外戦略」(全国市町村国際文化研修所)		

事業者・団体	長野県	事例品目	「シナノゴールド」(りんご)
知的財産	【国内】育成者権、商標 【海外】育成者権、商標		
海外進出先	イタリア		
知財の活用と 海外展開の概要	育成者権の活用による海外の農業団体とのライセンス契約		
	<p>シナノゴールドは長野県果樹試験場が平成11年に品種登録した黄色品種。平成19年イタリア南チロルの果実生産者団体に栽培許諾、その後平成28年に大規模商業栽培段階のライセンス契約を締結。世界に通用するブランドに育てるため、海外の生産者団体と提携し、ブランド化などの販売戦略にまで関わる。</p> <p>「yellow(黄色)」と「hello(ハロー)」からなるブランド名「yello」の商標権は海外の生産者団体と長野県が共有。黄色が持つ明るく楽しいイメージを連想させ、20代～30代の若者世代をターゲットとし、世界的ブランドの赤色りんご「ピンクレディ」に匹敵する黄色りんごのブランド化を図っている。</p>		
出典	<p>りんご「シナノゴールド」のイタリアにおける商業栽培開始について 欧州における品種シナノゴールド及び商標に関するライセンス契約について (2014年、2016年 長野県農政部農業技術科研究普及係・長野県農業試験場知的財産管理部) 日本農業新聞(2017.2.5)</p>		



知的財産のグローバル展開活用事例

事業者・団体	山口製茶園株式会社(佐賀県)	事例品目	「茶幸庵 伊萬里茶」 「伊萬里 ほの香」(日本茶)
知的財産	【国内】商標 【海外】商標		
海外進出先	香港		
知財の活用と海外展開の概要	商標の活用により茶葉の等級をわかりやすく商品化		
	<p>お茶の等級は、その組合や会社等によって付け方がまちまちでわかりづらいが、山口製茶園では等級毎に商品名で国内商標を取得し商品化に役立っている。</p> <p>海外展開は2013年に東京で開催されたギフトショーへの出品を契機に、香港企業から引き合いがあり、香港のスーパーで販売を始める。健康志向の高まりもあり、現地の富裕層の関心は高く、予想以上に販売が増えた。そこで模倣品や冒認出願を防ぐために「茶幸庵 伊萬里茶」「伊萬里 ほの香」の商標を香港に出願。香港での商標登録により、アジアにおける製品の信頼性やブランド力が向上し、取引も順調に伸びており収益も増加した。</p>		
			
出典	外国出願補助金事例集2016(特許庁)		

事業者・団体	帯広市川西農業協同組合(北海道)	事例品目	「十勝川西長いも」(長芋)
知的財産	【国内】地域団体商標、地理的表示 【海外】商標		
海外進出先	台湾、アメリカ、シンガポール		
知財の活用と海外展開の概要	商標の活用による長いものブランド化		
	<p>「十勝川西長いも」は、農産物としては珍しく、長いも選果場がHACCP認定を受けており、海外でも安全性を保証する証となっている。ブランドの保護に向けて地域団体商標制度を使ったブランド化に取り組み、北海道地区では第一号に登録された。</p> <p>長いもは豊作になると価格が暴落してしまうという問題あったが、国内では敬遠されがちな大きなサイズのものが台湾では富裕層を中心に薬膳食として珍重されていることに着目、海外に流通させることで国内の価格と生産者の収入の安定を図ることに成功。平成25年度にシンガポール、タイに商標を出願、現在は台湾、アメリカ、シンガポールの中華系スーパーを中心に取引されている。</p> <p>地域団体商標であることが震災以降、国が認めた産地証明と同様のものとして海外でも認知され通関をスムーズに通過できるという意外な効果があった。また地域団体商標を出願し、さらに外国出願したことで、地域を越えた連携をとることができ、生産者の意識向上にもつながった。</p>		
			
出典	外国出願補助金事例集2016(特許庁)		


知的財産のグローバル展開活用事例

事業者・団体	株式会社アブ・アウト(北海道)	事例品目	「らーめん山頭火」(ラーメン店)
知的財産	【国内】商標 【海外】商標		
海外進出先	アメリカ、カナダ、香港、シンガポール等		
知財の活用と海外展開の概要	海外展開に合わせた商標のブランディング		
	<p>海外展開にあたっては国内の看板等で使用している「山頭火」のロゴだけでなく、「HOKKAIDO RAMEN」を組み合わせ英語圏の人にも認識できるロゴを新たに商標登録し、この商標を出願。外国人に人気のある北海道のブランド力を全面に押し出すブランディングだが、出願国によっては「北海道」の地名がネックとなり拒絶通知をうけることがある。その際は「HOKKAIDO」の単語部分の権利放棄を行うことで権利を得ている。</p> <p>2003年の香港のFC店を皮切りに海外に進出、以後アメリカを中心に次々と進出を果たし、2018年3月で創業30周年を迎える。すでに国内ラーメン店は競争が激しく、少子化の影響もあり外食市場は縮小が予測される。現在では売上げの70%を海外が占め、今後も積極的な展開を予定している。</p>		
			
出典	外国出願補助金事例集2017(特許庁)		


事業者・団体	ヤマロク醤油株式会社(香川県)	事例品目	「鶴醬(つるひしお)」 「KIOKE」(醤油)
知的財産	【国内】商標 【海外】商標		
海外進出先	フランス、ドイツ、台湾、香港、シンガポール、アメリカ		
知財の活用と海外展開の概要	伝統の食文化を商標でブランド化		
	<p>2005年ジェトロの商談会によるフランスとの取引から海外展開をスタート。商標出願は模倣品対策のため中国へ「鶴醬」を出願したことが始まり。</p> <p>その後木桶造りを意味する「KIOKE」の商標を補助金を利用して出願。木桶にこだわるのはそれが微生物の発酵のために最高の醸造容器であるからである。しかし時代の流れから木桶の製造は行われなくなったため、同社は醤油作りの傍ら自らが職人となり木桶職人プロジェクトを開始。醸造文化が身近にある海外のビール会社に木桶を寄贈し、PRしながら「KIOKE」のブランディングを図っている。海外展開と平行して、模倣品対策と、商品価値を高めるための外国出願を行いながら、木桶造り調味料のブランド化を進めている。</p>		
			
出典	外国出願補助金事例集2017(特許庁)		

知的財産のグローバル展開活用事例

事業者・団体	オリオンビール株式会社(沖縄県)	事例品目	「Orion」(ビール)
知的財産	【国内】商標、特許 【海外】商標		
海外進出先	東アジア、北米、南米、ロシア、オーストラリア		
知財の活用と海外展開の概要	ブランドを活用した地域イベントによる地域活性化への貢献		
	<p>沖縄のイメージを象徴する「Orion」は商品ブランドのみならず、沖縄食文化の代表として国内外で認知されており、ブランド維持のため模倣品や冒認出願に対しては警告や差し止め請求を行っている。また毎年ブランドを活用した「オリオン・ビアフェスト」等のイベントを開催。地元アーティストが作曲した商品をモチーフとした楽曲がお祝いの席で歌われるなど、地域の活性化とブランドの浸透の相乗効果をもたらしている。さらに地元の大学などと共同研究を行い、ビールの製造工程から安価な保湿剤原料を開発し、特許出願するなど、地域と連携した知的財産活用を進めている。海外展開においては東アジアをはじめ世界10数カ国で「Orion」の商標を取得している。</p>		
			
出典	特許行政年次報告書2016年版(特許庁)		

事業者・団体	有限会社水戸菜園(茨城県)	事例品目	「パットラス」(立体容器)
知的財産	【国内】特許 【海外】特許		
海外進出先	キプロス、台湾		
知財の活用と海外展開の概要	農業の枠組みを超えた特許ビジネス展開		
	<p>農業生産法人であった水戸菜園はベビーリーフの流通に最適な立体容器「パットラス」を開発。開発当初から他企業に模倣されないよう特許を意識、国内だけでなくヨーロッパ、韓国においても特許を取得した。海外進出は幕張メッセの国際展示会への出展において、キプロスのハーブ農家と商談が成立したことが始まり。その後、ヨーロッパ市場へ輸出を進めているとライセンス契約の依頼が次々と舞い込んだ。現在はヨーロッパ各地にパットラス入り野菜の製品として広まり、台湾のコンビニ向けにも輸出を開始。農業の枠組みを超えたビジネス展開につながっている。</p>		
			
出典	特許行政年次報告書2012年版(特許庁)		

知的財産のグローバル展開活用事例

事業者・団体	株式会社おやつカンパニー(三重県)	事例品目	「ベビースター」「ラーメンおつまみ」 (スナック菓子)
知的財産	【国内】商標 【海外】商標		
海外進出先	世界6カ国		
知財の活用と 海外展開の概要	商標活用による商品の識別性アップ		
	<p>菓子業界は商品アイテム数が多く、消費者が目を留めるようなパッケージデザインが必要。メインブランドである「ベビースター」や「ラーメンおつまみ」に加え、「たっぷり、たのしい」などの企業メッセージロゴやキャラクターについても商標を取得し、商品の識別性を高めている。パッケージに使用するネーミングは、企画段階において識別性の無い表現まですべて調査し、権利侵害の未然防止に努めている。現在ラーメンスナックは世界6カ国に輸出されているが、海外ではその国の特性を考慮しつつ、必ず使用する商標だけを権利化、費用と時間の節約につなげている。</p>		
			
出典	特許行政年次報告書2012年版(特許庁)		

事業者・団体	協同組合青森黒にんにく協会(青森県)	事例品目	「青森の黒にんにく」(にんにく)
知的財産	【国内】地域団体商標、商標、特許 【海外】		
海外進出先	アメリカ、ヨーロッパ、アジア世界20カ国以上		
知財の活用と 海外展開の概要	海外展開による加工品のブランド化		
	<p>にんにくは青森県の代表的な農産物であり、黒にんにくは廃棄されていた裾ものににんくの加工からスタート。物海外販路拡大のきっかけは展示会のPRから、スペイン、ドイツ、デンマークなど世界的な人気レストランの有名シェフが青森の黒にんにくを採用しブランド価値が大きくアップしたことによる。現在はレストランだけでなくスーパーでも販売され、アメリカでは高級スーパーのPBブランドとして採用されている。</p> <p>海外展開が進むにつれ青森の黒にんにくを青森発信の地域ブランドとして認めてもらおうという機運が高まりロゴを商標出願。後に地域団体商標も出願し登録された。2016年には「第1回全国黒にんにくサミットin青森」を開催。黒にんにくを活用した地域活性化へとつなげている。</p>		
			
出典	世界に羽ばたく魅力ある地域ブランドの創りかた(平成29年 九州経済産業局)		

知的財産のグローバル展開活用事例

事業者・団体	下関唐戸魚市場仲卸協同組合(山口県)	事例品目	「下関ふく」(ふぐ)
知的財産	【国内】商標、地域団体商標、地理的表示 【海外】商標		
海外進出先	アメリカ、シンガポール		
知財の活用と海外展開の概要	地域団体商標、地理的表示の取得による国際的な信頼獲得と差別化		
	<p>国内商標は名称の不正使用対策として2004年にマークを出願、さらに文字の不正使用を防ぐために2007年に地域団体商標を出願した。毒魚のイメージがあるふぐの特性を考慮し、海外輸出時の信頼が高まることを期待して2015年には地理的表示を申請、2016年に水産物として初めて登録された。地理的表示取得後、東南アジアへの輸出を念頭にシンガポール、マレーシア、中国で商標の出願を始める。特に中国はまだ輸出できないが将来取引が始まった際の模倣品防止のため先行して出願している。海外出願にあたり、国内で地域団体商標を取得していたためマドプロ出願が使用でき、出願料の節約につながっている。</p> <p>海外輸出はアメリカの日本料理店への輸出からスタート。アメリカの衛生管理基準は厳しかったが、基準をクリア、アメリカ側の要請により輸出専門の協同組合「下関ふく輸出組合」を設立した。2014年アメリカに次いでシンガポールへの輸出を始めたが、シンガポールの規制が「皮は輸入不可」になったため現在は中止。中華系の富裕層がいる中国、マレーシア、香港などへの輸出を検討している。</p>		
出典	世界に羽ばたく魅力ある地域ブランドの創りかた(平成29年 九州経済産業局)		



事業者・団体	福岡県、全国農業協働組合連合会	事例品目	「あまおう」(いちご)
知的財産	【国内】育成者権、商標 【海外】育成者権、商標		
海外進出先	中国、香港、韓国		
知財の活用と海外展開の概要	国内外で複数の知的財産を取得し海外展開		
	<p>「とよのか」に代わる「赤い」「美味しい」「大きい」品種を目指し、福岡県農業総合試験場において「福岡S6号」が誕生。国内では2001年福岡県が品種登録出願を行い、2005年に登録。また2002年にJA全農が「あまおう」の名称で商標登録。さらに海外において中国で育成者権を取得、韓国では出願中。また香港、中国、韓国、台湾で「あまおう」を商標登録。これにより中国では「あまおう苗」の無許可増殖の防止につながると共に、商標取得国における「あまおう」ブランドの無許可使用や模倣品対策に効果が期待される。</p>		
出典	戦略的知的財産活用マニュアル(平成26年 農林水産省)		




知的財産のグローバル展開活用事例

事業者・団体	久松水産株式会社(福岡県)	事例品目	オキアミ
知的財産	【国内】商標 【海外】商標		
海外進出先	中国		
知財の活用と海外展開の概要	海外展開の準備段階での商標出願		
	<p>独自の南極トロール船で捕獲したオキアミの中でも、最高鮮度のものを厳選して加工した、冷凍庫でも凍らない「不凍ツケエサ」の代名詞、商品名「生イキくん」は国内商標を取得している。本格的に海外へのビジネス展開を検討しており、中国では模倣品や冒認出願のリスクがあると聞き商標の取得を検討。支援機関のアドバイスにより海外3～6カ国において主要商品の商標出願を行う。</p>		
			
出典	知財総合支援窓口知財ポータル相談事例(工業所有権情報・研修館(INPIT))		

事業者・団体	有限会社京吉(富山県)	事例品目	いかの塩辛
知的財産	【国内】商標 【海外】商標		
海外進出先	タイ		
知財の活用と海外展開の概要	本格展開に先立つブランドネーミングの商標登録		
	<p>海外展開は、JETROの海外バイヤー招聘商談会においてタイの企業と成約し輸出を実現。バイヤーからの意見を参考に現地の嗜好にあわせた味付けの改良を行いながら商品の開発に取り組んでいる。今後はタイだけでなく香港、台湾、シンガポールなど他のアジア地域への販路拡大を目指している。富山湾の魚加工品に富山県産の果物、野菜、山菜などを組み合わせた商品の拡販について検討しており、そのブランドのネーミングとして「魚魚富山盛(ぎょぎょとやまもり)」を考案。国内だけでなく現在同社の商品が流通している東南アジアにおいても商標を出願した。</p>		
			
出典	平成28年度版農林水産物・食品の輸出取組事例(農林水産省) 知財総合支援窓口知財ポータル相談事例(工業所有権情報・研修館(INPIT))		

知的財産のグローバル展開活用事例

事業者・団体	株式会社東北すっぽんファーム(青森県)	事例品目	「兜すっぽん」(すっぽん)
知的財産	【国内】商標、営業秘密 【海外】商標		
海外進出先	香港		
知財の活用と海外展開の概要	海外展示会出展を踏まえた商標出願		
	<p>天然温泉を活用したすっぽんの養殖、加工品開発、販売を行っており、ミシュランガイドに掲載されている飲食店からも高い評価を得ている。知的財産については商品名「兜すっぽん」で国内商標を取得している他、養殖方法を営業秘密として保護している。</p> <p>海外輸出を目指して香港で開催される「香港フードエキスポ2017」に出展するに当たり、トラブル回避に不可欠だとして海外も商標を出願した。</p>		
			
出典	知財総合支援窓口知財ポータル相談事例(工業所有権情報・研修館(INPIT))		

事業者・団体	株式会社原田食品(山口県)	事例品目	「マジック・マンナン・ペースト」(こんにやく加工品)
知的財産	【国内】特許 【海外】特許		
海外進出先	中国、ミャンマー、アメリカ、ヨーロッパ、台湾、ロシア		
知財の活用と海外展開の概要	加工材製法特許を国際出願、ライセンス供与による利用促進を計画		
	<p>こんにやく製品の国内及び中国での製造、東南アジアでの原料調達、さらに原料や製品の海外輸出と原料から製品まで国際的なこんにやくの一貫供給体制を構築している。海外生産拠点として中国に製品工場、ミャンマーにこんにやく精粉工場を展開。</p> <p>知的財産の取組としては、こんにやく粉を活用した超低カロリーの食品加工材「マジック・マンナン・ペースト」の開発に成功。病院食や医療食への活用が期待されており、その製法についてPCT国際特許を出願、認可の折にはライセンス供与などの形で現地生産による普及を計画している。</p>		
			
出典	やまぐち経済月報2014.11(山口経済研究所) 知財総合支援窓口知財ポータル相談事例(工業所有権情報・研修館(INPIT))		

知的財産の海外被害事例

事業者・団体	西尾抹茶協同組合(愛知県)	事例品目	西尾の抹茶
知的財産	商標	対象国	中国
被害の概要	中国企業による商標出願		
	「西尾の抹茶」は地理的表示に登録されているが、アジア地域では煎茶を砕いた粉末が「抹茶」として売られているほか、「西尾の抹茶」と表示されている商品もあり、模造品対策として2016年秋、アメリカ、中国、台湾、韓国、タイなど10カ国・地域に商標を出願。 登録の過程で中国企業がEUに「西尾」「NISHIO」、中国に「西尾抹茶」「NISHIO MATCHYA」を商標登録申請していることが判明、今後の海外進出の障壁になるとして、弁理士を通じて異議申し立ての手続きを開始した。		
出典	中日新聞(2017.7.19) 毎日新聞(2017.8.11)		

事業者・団体	栃木県	事例品目	「スカイベリー」(いちご)
知的財産	商標	対象国	中国
被害の概要	商標「スカイベリー」中国で第三者登録		
	栃木県が開発し人気のイチゴ「スカイベリー」の商標が中国の業者により登録されていることが判明。中国商標局は2016年、上海のインターネット販売会社が申請した「SKYBERRY」、「天空草莓」を商標登録。「スカイベリー」は大粒のイチゴで高価格で取引され、アジアにも多く輸出する栃木県期待の品種、マレーシアなど輸出相手国では商標登録を進めていたが、検疫の問題で輸出できない中国では申請していなかった。		
出典	日本農業新聞(2017.9.6)		

事業者・団体	農林水産省	事例品目	夕張メロン、神戸ビーフ
知的財産	地理的表示	対象国	タイ、オーストラリア、中国
被害の概要	日本の地理的表示(GI)、海外で模倣品横行		
	タイ産「夕張日本メロン」やオーストラリア産「神戸ビーフ」など、海外で日本の地理的表示(GI)の不正使用が相次いでいることが農水省の調査で判明。調査ではタイ産「夕張日本メロン」、オーストラリア産「神戸ビーフ」、中国産「日本静岡夕張メロン」や「八女抹茶」などを発見。このうちタイ産「日本夕張メロン」は日本の産地がタイの業者に名称を使わないよう警告し、使用を止めさせたが、商品をタイ国内で広く流通させインドにも輸出していた。 日本の産地は対策として、中国などへの商標登録出願を行っているが、「なかなか登録されない」と苦慮。GIは日本では28産品が登録されており、日本が外国政府と協定を結べば海外でもGIが保護されることになる。		
出典	日本農業新聞(2017.4.1)		

事業者・団体	全国農業協同組合連合会	事例品目	「日田梨」(梨)
知的財産	商標	対象国	台湾
被害の概要	包装紙の模倣及び産地偽装		
	大分県産日田梨は、台湾で人気の高い大玉品種「新高」を中心に輸出されているが、台湾の市場において包装紙の模倣及び産地偽装が疑われる事例を発見。台北市第二果菜市場で模倣の疑いがある韓国産なし「新高 福岡共選 四季を通じて日田の梨」が販売されていた。 平成21年には全国農業協同組合連合会が「日田梨」を台湾において商標出願し、ブランド確立を図っている。		
出典	食料・農業・バイオ分野の知財戦略の推進(平成28年 農林水産省)		

知的財産の海外被害事例

事業者・団体	長崎県	事例品目	長崎ちゃんぽん
知的財産	商標	対象国	韓国
被害の概要	商品の模倣と知的財産の無断出願		
	韓国において「長崎ちゃんぽん」が大量に販売、味、見た目とも日本のものとはかけ離れている商品であった。一方商品と同じ名称が個人名で平成23年11月に韓国において商標出願。長崎県は平成24年8月に著名な地理的名称等の拒絶理由に該当する旨、韓国特許庁に情報提供、平成25年1月までに商標登録が拒絶された。		
出典	食料・農業・バイオ分野の知財戦略の推進(平成28年 農林水産省)		

事業者・団体	千葉県	事例品目	「千叶(千葉)」(地名)
知的財産	商標	対象国	中国
被害の概要	地理的名称の商標登録		
	中国における商標登録の監視調査において「千叶(中国で千葉の意)」の商標出願例を発見。「千叶」は「千葉県」の意味のほか「千枚の葉」の意味も含まれ、この場合商標登録を認める前例は多くある。 千葉県は平成26年1月に地理的名称として異議を申し立て。出願は拒絶されたものの、農産品については相手方の申し立てにより不服審判中。		
出典	食料・農業・バイオ分野の知財戦略の推進(平成28年 農林水産省)		

事業者・団体	記載なし	事例品目	調味料製品
知的財産	商標	対象国	インド
被害の概要	調味料製品の商標侵害品		
	インドに製造・販売会社を設立する準備段階で情報収集を行ったところ、商標を不正に使用した製品が複数販売されていることが判明。現地弁護士と相談の上、民事訴訟による対処を決定、11業者への提訴を行う。 一部を除いて今後侵害行為をしない旨成約させて和解により終了、賠償金よりも侵害品の排除を優先させた。また他業者への警告を目的として訴訟内容をメディアにニュースリリースし、各地の新聞記事に掲載された。		
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)		

事業者・団体	記載なし	事例品目	醤油
知的財産	商標	対象国	中国
被害の概要	模倣品地下加工工場の行政摘発		
	中国広州市における模倣品対策の市場調査の際模倣品を発見。継続調査により掲陽市の地下工場が生産、流通させていることが判明したので、行政機関と協調し摘発を行う。 模倣品被害を防ぐためには行政機関と協調した継続的な摘発と、上流の模倣品製造業者の摘発が効果的であった。		
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)		

知的財産の海外被害事例

事業者・団体	記載なし	事例品目	醤油
知的財産	商標	対象国	中国
被害の概要	模倣品偽造工場及び拠点についての刑事摘発		
	模倣品対策の調査により模倣品販売の嫌疑のある店舗を発見。継続調査により偽造グループを発見、該当グループは過去にも取締りを受け処罰されていることも判明。地元の法律執行部門と相談し偽造グループを刑事告発。主犯格は懲役4ヶ月及び40,000円の罰金処分を受けた。行政摘発より刑事摘発の方が厳しい処分となるため模倣の再犯を防ぐには刑事摘発の方が効果的。		
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)		

事業者・団体	記載なし	事例品目	ロゴマーク
知的財産	著作権	対象国	中国
被害の概要	ロゴマークの盗用		
	商品の商標調査の過程において日本で著名なロゴマークを中国企業が出願していることが発覚。著作権登録を根拠に異議申し立てを行い、中国国家著作権局登録センターによる相手商標は侵害との鑑定資料を商標局に提出。商標局は当該商標を拒絶した。中国での盗用の懸念から、当該ロゴは事前に国家著作権局において著作権登録済み。実際の盗用行為にあたり事前登録が功を奏したといえる。		
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)		

事業者・団体	記載なし	事例品目	飲料名称
知的財産	商標	対象国	韓国
被害の概要	日本周知商標の盗用出願		
	国内ヒット商品の海外展開に伴い、海外での商標出願準備の際、韓国において同一名の商品の販売が判明。その後当該飲料メーカーは韓国語名で商標を出願。不正競争防止法に基づく対応は困難と判断し、日本語商品名を韓国で商標出願。外国周知商標の盗用出願防止の立証はコスト、労力ともに膨大。日本国内でヒットした商品名については海外展開の可能性が不明であっても盗用の懸念がある国には商標出願が望まれる。		
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)		

事業者・団体	記載なし	事例品目	容器形態
知的財産	不正競争防止法、特許、意匠	対象国	韓国
被害の概要	容器形態の模倣		
	日本国内のヒット商品で、機能性を付与した容器形態を模倣した低価格な韓国製品がECサイトにおいて日本商品と並べて販売される。日本商品にある機能は付与されていないがあたかも機能があるかのように類似していた。容器については国内で特許、意匠を取得していたが外国出願は行っておらず、また不正競争防止法も含め法的措置を講じることができなかった。模倣品製造の懸念がある国には進出の有無にかかわらず知的財産の確保が必要である。		
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)		

知的財産の海外被害事例

事業者・団体	記載なし	事例品目	ごま油
知的財産	商標	対象国	東アジア
被害の概要	偽造ラベルによる商品模倣		
	真正品とは異なる形状、容量のガラス容器に真正品ラベルの基幹デザインを流用したラベルをつけた模倣品の販売を発見したが、1ヵ月後には完売し、売り逃げを許す。模倣品の抑制には流通する国への商標出願と共に、製造される可能性のある国への出願も検討すべきである。		
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)		

事業者・団体	記載なし	事例品目	即席麺
知的財産	不正競争防止法	対象国	中国
被害の概要	パッケージデザインの模倣		
	日本メーカーが販売している即席麺の模倣品を市場調査で発見。当事者で模倣品の製造地、販売地を確認した上で模倣品メーカーに対し警告書を送付。模倣品の販売中止及びパッケージデザインの変更を確約させた。折衝の難航、決裂の場合や解決策の履行督促など踏まえると被害リスクの低減には弁護士の起用が望ましい。		
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)		

事業者・団体	記載なし	事例品目	チョコレート菓子
知的財産	不正競争防止法	対象国	インドネシア
被害の概要	商品の全体模倣		
	インドネシアのスーパーマーケットにおいて日本製品とほぼ同一の模倣品を発見。模倣品は精巧で、真正品の製造者・取扱業者でなければ真偽の判別が不可能なほどのデッドコピー。販売店舗はフリーランスの業者から模倣品と知らずに仕入れたとの説明で納入者は不明。調査の過程で販売店舗は自主的に模倣品の販売を停止。模倣品を発見した場合も、行政取締り等による派生的被害への留意や、自社真正品の商品流通確保の優先が求められる。		
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)		

事業者・団体	記載なし	事例品目	香料
知的財産	不正競争防止法	対象国	中国
被害の概要	自社商標に類似した商品名の原材料表示		
	類似競合品の飲料の原材料表示において自社商標の名称を使った香料の使用を発見。商標権侵害は難しいと判断し、誤認混同を引き起こすとして警告書を送付。特に回答は得られなかったが原材料表示から表記の除去を確認。現地代理人を通さない警告書の送付は、模倣業者にとって有利な地方裁判所への逆提訴のリスクがあるので注意が必要。日本で著名な商品は盗用出願の可能性もあり商標や意匠の取得が望ましい。また模倣を放置しておくとその後の権利行使が困難になる場合もある。		
出典	食品産業模倣品対策の手引き(平成22年 食品産業センター)		

知的財産の海外被害事例

事業者・団体	熊本県	事例品目	「ひのみどり」(いぐさ)
知的財産	育成者権	対象国	中国
被害の概要	品種登録種苗商品の輸入		
	最高級量表に使用され熊本県が国内で品種登録したいぐさ「ひのみどり」の使用が疑われる中国産量表を発見。種苗管理センターによる検査で「ひのみどり」の使用を確認。「ひのみどり」を使用した中国産量表の輸入業者に対し、是正・改善を要求した。		
出典	戦略的知的財産活用マニュアル(平成26年 農林水産省) 平成23年度クリエイティブ産業に係る知的財産権等の侵害実態調査及び創作環境等の整備のための調査(経済産業省)		

事業者・団体	山形県	事例品目	「紅秀峰」(さくらんぼ)
知的財産	育成者権	対象国	オーストラリア
被害の概要	品種登録種苗の違法国外持ち出し		
	山形県が品種登録を受けているさくらんぼ「紅秀峰」の種苗がオーストラリア人の経営者により違法に国外へ持ち出されたことが判明。法的手段による対抗措置により、種苗法違反の行為であることを確認させると共に一定期間日本輸出を行わない旨の和解が成立。相手側より原状回復についての譲歩を引き出し、県内産地の利益保護に努めた。		
出典	さくらんぼ品種(紅秀峰)の種苗法違反事案に関する和解について(平成19年 山形県農林水産部) 平成23年度クリエイティブ産業に係る知的財産権等の侵害実態調査及び創作環境等の整備のための調査(経済産業省)		

事業者・団体	熊本県	事例品目	「熊本」(地名)
知的財産	商標	対象国	中国、台湾
被害の概要	国内地名の抜け駆け商標登録		
	中国で数十品目の食品について中国、台湾の企業により「熊本」の名称で商標登録されていることが判明。判明時には異議申し立て期間を過ぎており、登録品目を「熊本」として中国国内で販売すれば商標権の侵害となる。中国進出や「熊本ブランド」の輸出への影響が懸念されている。		
出典	平成23年度クリエイティブ産業に係る知的財産権等の侵害実態調査及び創作環境等の整備のための調査(経済産業省)		

事業者・団体	讃岐うどん店経営者	事例品目	讃岐うどん
知的財産	商標	対象国	台湾
被害の概要	登録済み商標の無効審判		
	台湾の現地食品企業が「讃岐」を商標登録していることに対し、台湾に進出した日本の讃岐うどん店経営者が地名の商標登録は不当として無効審判を申し立てた。台湾の知的財産局は申し立てを認め「讃岐」等の商標登録を無効とした。		
出典	平成23年度クリエイティブ産業に係る知的財産権等の侵害実態調査及び創作環境等の整備のための調査(経済産業省)		

知的財産の海外被害事例

事業者・団体	香川県	事例品目	讃岐うどん
知的財産	商標	対象国	中国
被害の概要	商標登録に関する異議申し立て		
	中国で出願された「讃岐うどん」を表す商標に対して、香川県や地元組合が異議を申し立て。中国商標局は異議を認め、商標登録は拒絶された。		
出典	平成23年度クリエイティブ産業に係る知的財産権等の侵害実態調査及び創作環境等の整備のための調査(経済産業省)		