

わかりやすい!
展示会
商談の前に
チェックを

海外展示会・商談の

リスク対策マニュアル



はじめに

—— マニュアルの目的 ——

近年、東アジアをはじめとした海外市場の需要が拡大し、特に北海道産の農水産品や菓子等は、品質の高さから「北海道ブランド」として海外でも評価されています。

北海道の中小企業などにおいても、食品見本市への出展や、食の輸出、飲食店の海外進出といった取組が積極的に進められていますが、北海道の食に対する人気に伴い、海外における模倣品の流通や、商標の先取り出願などの被害が増加しており、海外進出を行う際の知財対策の重要性が高まっています。

本書では、食を中心とした海外展示会への出展や、商談を行う場面を想定し、模倣品被害や冒認出願、営業秘密の流出などの知財リスクについて具体的事例を交えて紹介し、その対策方法を解説しました。

海外進出において知的財産を守るための具体的な注意点をご理解いただき、知的財産の管理体制強化や外国出願など、知財リスクへの十分な対策を講じていただければ幸いです。

本書を「転ばぬ先の杖」としてご活用いただき、海外へのビジネス展開の一助となりますことを期待しております。

平成29年12月
経済産業省 北海道経済産業局

目 次

第1章	展示会・商談と知財リスク	1
	1. 模倣品が出回る	1
	2. 第三者による先取り出願・買取要求	5
	3. 他者の権利が存在する	7
	4. 営業秘密が漏えいする	7
第2章	食品関連事業と知的財産	9
	1. 知的財産権の種類	9
	2. ブランドを守る権利・制度	10
	3. 技術的創作を守る権利	14
	4. 著作物を守る権利	18
第3章	展示会のここに知財リスクが潜んでいる	19
第4章	商談のここに知財リスクが潜んでいる	21
第5章	展示会・商談と知財リスク対策	23
	1. 展示会・商談と知財リスク対策	23
	2. 展示会準備段階における知財リスク対策	30
	3. 商談時における知財リスク対策	34

第6章	海外知財制度と費用	37
	1. 商標権	37
	2. 地理的表示保護制度	47
	3. 特許権	48
	4. 実用新案権	51
	5. 意匠権	52
	6. 育成者権	55
	7. 著作権	58
	8. 不正競争防止法による保護	59
	9. 費用	59
	10. 支援制度	61
第7章	相談窓口など関係機関紹介	66
	1. INPIT北海道知財総合支援窓口	66
	2. 独立行政法人日本貿易振興機構北海道貿易情報センター(ジェトロ北海道)	67
	3. 独立行政法人中小企業基盤整備機構北海道本部	69
	4. 経済産業省北海道経済産業局 知的財産室	71
	5. 農林水産省北海道農政事務所 生産経営産業部 事業支援課	71
	6. その他の支援機関	72
	7. 海外商標の調査方法および知財保護紹介サイト	73

第1章 展示会・商談と知財リスク

近年、展示会や商談をきっかけに海外にビジネスを展開する中小企業も多くなっています。しかしながら、展示会や商談には、知財リスクが潜んでいます。この知財リスクの対策を怠ると、海外では取り返しのつかないことになり撤退を余儀なくされることも多いのです。事前にどのような知財リスクがあるのかを理解し、対策を取ることが重要です。展示会や商談における知財リスクとしては、

1. 模倣品が出回る
2. 第三者による先取り出願・買取要求
3. 他社の権利が存在する
4. 営業秘密が漏えいする

ということが挙げられます。以下、一つずつ見ていくことにしましょう。

1. 模倣品が出回る

対策はP23へ

展示会や商談は、自社の商品の特徴などを積極的にPRして今後の海外での販路開拓を進める絶好の機会ですが、不正の目的を持った第三者も、商品の内容を知ることができるため、展示会への出展や商談での情報開示が模倣被害につながってしまうケースもあります。

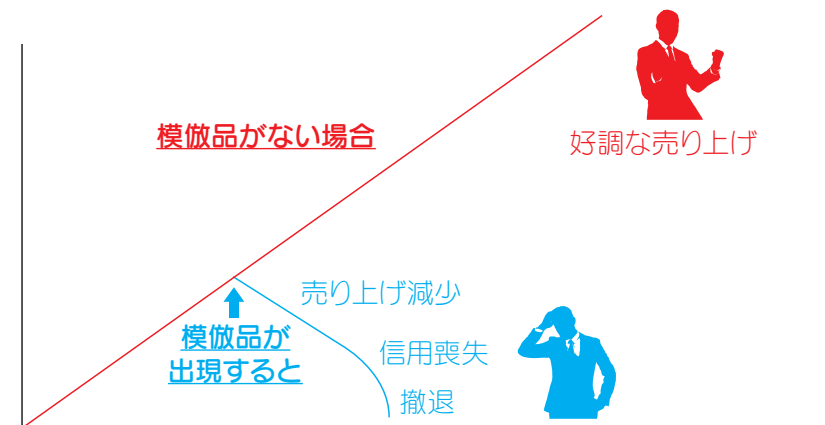
模倣品が出回った場合に想定される損失

潜在的市場の喪失

模倣品は、真正品に比べて安価で販売されるため、消費者が模倣品を選んでしまうということがしばしば起こります。このため、模倣品が真正品の売れ行きを阻害し、本来得られたはずの売り上げを減少させてしまうのです。模倣品の出現による売り上げの減少は急激に起こるため、マーケットシェアを奪われ、せっかく進出した海外からの撤退を余儀なくされることもあります。

自社のイメージダウン

模倣品は、安価で販売するために低コストで製造されることが多く、ほとんどが真正品より品質が劣悪です。粗悪な模倣品が市場に存在することで真正品のブランドイメージが著しく低下することがあります。このような状態が続くと自社の信用も失墜することになります。そうすると、ますます売り上げが減少するばかりか、他の自社商品の売り上げにも影響します。



トラブルに巻き込まれる

模倣品は、極めて不衛生な環境で製造されたり、品質が維持できないような粗悪な容器に入れられていたりすることが多いため、模倣品を購入した消費者に対して健康被害を及ぼすこともあります。このような場合、真正品と勘違いされてパッシングを受けたり、模倣品を放置したから問題が発生したなどというクレームを受けたり、模倣品が原因であっても製造物責任が転嫁されたりするといったトラブルに巻き込まれることもあります。また、模倣品の出現により売り上げが低下した取引先との関係が悪化することもあります。こうしたトラブルは、海外では日本以上に拡大する場合があります。

模倣の手口

商品形態模倣(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です。

デザイン模倣

製品のデザイン・パッケージなどの一部を模倣したものです。

ブランド偽装

ブランド名やロゴマークを全く同じ形で盗用したものや、似ているもの(一文字違いなど)です。

技術偽装

製品技術・製造技術などを模倣し、自社製品に取り込んでいるものです。

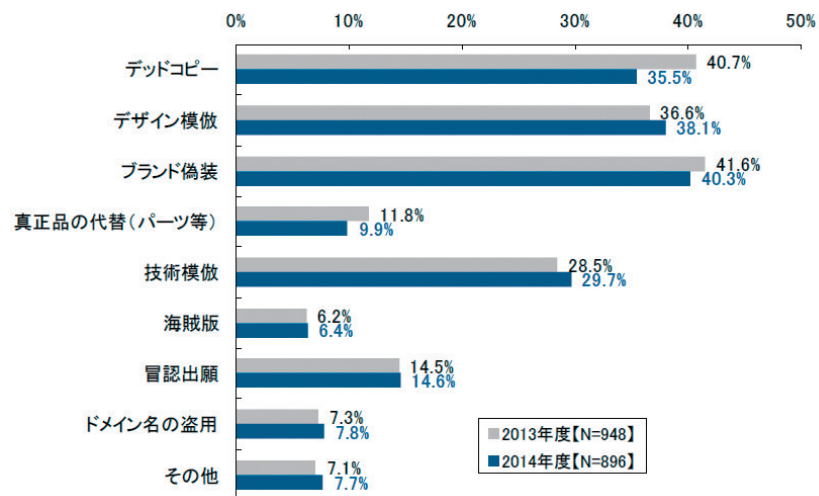
その他

製品キャラクターや、会社パンフレット・製品カタログが模倣されることもあります。

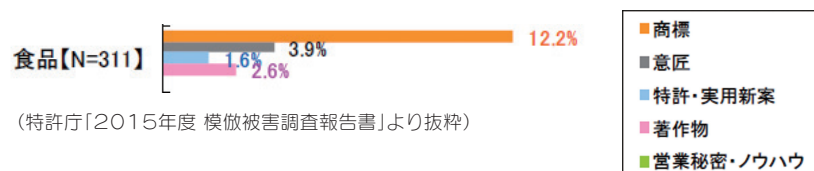
また、見た目はそっくりに作り商標を付けずに販売する、中身と包装やロゴシールなどを別々の場所で製造し販売時に合わせる、デッドコピーの模倣品に真正品と同程度の価格を設定し販売するなど、模倣の手口の巧妙化も進んでいます。

コラム

特許庁「2015年度 模倣被害調査報告書」によると、模倣の手口としては、ブランド偽装、デザイン模倣、デッドコピーが上位を占めており、見た目についての模倣が多いことが分かります。したがって、このような見た目についての模倣対策が最も重要になってきます。特に、食品の分野では、商標に関する模倣被害が最も多くなっていますので、商標の模倣対策はしっかりとするようにしましょう。



(特許庁「2015年度 模倣被害調査報告書」より)



(特許庁「2015年度 模倣被害調査報告書」より抜粋)

北海道の農水産物は、中国、台湾、韓国、東南アジアで人気が高く、海外における北海道物産展も好評で、年々海外への流通量が増加しています。

一方、このような人気の高まりに乗じて、北海道産の農水産物を真似た模倣品(偽装品)が増加しています。偽装品の具体的な手口は、北海道産をかたる偽のパッケージにしたり、実在する道産業者の正規品を真似たパッケージにしたり、偽の安全認証マークを付したりするなどして流通させています。

例えば、下記のようなオホーツク産帆立の偽装品が台湾で発見されました。



この写真からもわかるとおり、片貝帆立「北海道ぎょれん」による認証品に貼付される安全確認証のデザインをそっくり偽装し、「北海道ぎょれん」を「北海道ぎまん」との記載に変えています。また、おそらく「北海道産オホーツク産原料」を真似たのでしょう、「北海道オホーツク産原料」という記載もあります。

日本人であれば偽装品であることに気付くかもしれませんが、海外の人にとっては、平仮名や片仮名を見慣れていませんから、偽装を見抜くことは難しいでしょう。

このような偽装品が流通してしまうと、正規品の売れ行きが落ちるという直接的な損害だけでなく、偽装品のほとんどが劣悪品であるため正規品のブランドイメージが低下し、購入した消費者からクレームが入ってトラブルに巻き込まれるおそれもあります。

したがって、市場や税関において偽装品を早期に発見しやすい認証マークやパッケージにする等の工夫も必要ですし、偽装品を発見した場合に迅速に対策を取るために知的財産権を取得しておくことや予め税関と情報交換するなどして水際対策を取っておくことも大切です。

2. 第三者による先取り出願・買取要求

対策はP26へ

展示会や商談で配布したカタログや名刺に掲載されている会社名、ロゴ、商品名、デザインなどが、第三者によって出願され権利が発生してしまうおそれがあります。

会社名などについての権利を第三者に先に取られてしまった場合に想定される損失

自社のブランド・商品でもそのままではビジネスができない

ライバル企業（模倣業者も含む）が、消費者に日本企業との関係を連想させるために、日本企業が商標権などを取得していないのをいいことに、勝手に出願を行うことがあります。知的財産権の取得は早い者勝ちです。先に出願した人が権利を得られます。したがって、自社の会社名・商品であっても、会社名の商標権などを先に第三者に取られてしまうと、いざ海外進出したときに、そのままではビジネスができなくなってしまいます。また、知的財産権は国や地域ごとに独立したもので、その国や地域の中でのみ有効なのです。したがって、日本で権利を取得していても、進出先の国や地域で第三者に権利を取られてしまうと、やはりそのままではビジネスができません。

会社名や商品の内容等を変更する場合、変更によるコストがかかるだけでなく、その後の売り上げにも大きく影響してきます。また、第三者に取得された権利が製造技術などに関するものである場合は、その国や地域での事業展開自体ができなくなってしまうこともあります。

現地の当局に対して、登録された権利の不当性を訴え、権利を取り消したり、権利の帰属を変更したりすることも不可能ではありませんが、労力とコストがかかり、結果的に訴えが認められないケースもあります。

高額買い取り要求を受ける

自分で使用しない知的財産権を取得して、他者に対してライセンス料の支払いや権利の売渡しを持ちかける「商標ブローカー」、「トロールビジネス」というものが存在します。海外展示会に出展するということは、近いうちにその国や地域に進出してくる可能性が高いということが、第三者からも予測できます。このため、商標ブローカーなどの標的になり、海外進出した後に、商標ブローカーなどから商標権などの高額な買い取り要求を受けることがあります。

コラム

北海道は、海外においても高い知名度を誇っている反面、そのブランド力を悪用しようとする第三者により、海外において地名や地域ブランド等が商標出願されてしまう問題が発生しています。本コラムでは、海外において第三者が出願した道内地名の商標について、商標登録を阻止した事例をご紹介します。

【本件の経緯】

2014年2月、韓国において、個人により十勝のローマ字表記「TOKACHI」が商標登録出願されました。指定商品は牛乳、乳加工品、菓子、チョコレートなどの十勝の特産品であり、登録が認められた場合には、十勝産ではない商品が「TOKACHI」という表示で販売される、本来十勝産ではない商品を十勝産として表示して韓国内での販売に影響を及ぼす等の恐れがありました。

【対応内容】

出願に対して、「十勝は著名な地名であり、韓国の消費者に品質の誤認混同を起こさせる」ことを主張する情報提供を行いました。認められずに出願公告がなされました。出願公告に対して、十勝に直接関係のある北海道、帯広市、一般社団法人帯広物産協会、十勝農業協同組合連合会、十勝町村会の5者が、北海道経済産業局やジェトロ（日本貿易振興機構）の協力のもと、膨大な資料収集を行い、異議申立を行いました。

【情報提供内容】

十勝は、日韓の間ではスポーツを通して顕著に認識されており、観光地としても著名であること、また十勝地方を題材にした漫画「銀の匙」が韓国でも翻訳版が出され、またアニメ放映もされたことでも広く知られていること等を訴えました。また、十勝は酪農業が発達しており牛乳や乳製品の一産地であること、韓国においても十勝産の商品を購入可能であること等をあげ、指定商品が十勝地域の特産品であることを訴えました。

【本事例に基づくアドバイス】

本件では、十勝地域の関係者、行政関係者が一丸となって対応に取り組んだことで、より多くの資料収集を行えたことが大きなポイントであったといえます。

地名に限らず、北海道は企業名、屋号、商品名等、ブランド力を有する多くの企業があり、海外において第三者に商標出願されてしまう潜在的なリスクがあるといえます。第三者に出願される前に自ら出願しておくことが一番の予防策となるため、現在、または将来海外ビジネスを行う場合は、海外への商標出願も検討することが大切です。万が一、第三者により商標出願されてしまった場合は、行政や公的機関に速やかに相談し、対策を検討しましょう。ジェトロ（日本貿易振興機構）では、対策にかかる費用助成を行っており、費用面の支援を受けることも可能です。

（中小企業等海外侵害対策支援事業（冒認商標無効・取消係争支援事業））

3.他者の権利が存在する

対策はP27へ

展示会や商談をきっかけに悪意の第三者に出願・登録される場合の他に、すでに善意の第三者により、自社の会社名、ロゴ、商品名、デザインなどと同じものが現地で正当に出願・登録されている場合もあります。

この場合も、自社の会社名・商品であっても、そのままではビジネスができなくなってしまい、ひいては他者の権利侵害とならないように、会社名や商品の内容などを変更しなければなりません。

また、展示会への出展行為自体が権利侵害に当たるとして訴えられることもあり得ます。海外での訴訟リスクは日本国内よりも大きく、訴訟に対応するための費用も高額であるため、注意が必要です。

4.営業秘密が漏えいする

対策はP27へ

原材料、製造方法、製造条件、製造上のちょっとした工夫、試作品のデータ、金型の図面、経営情報、顧客情報、ビジネスモデル、取引情報などの中には、他社との差別化を図り、競争力を高めることができる情報が含まれています。このような情報は、営業秘密とすることでその価値を発揮するのです。

ところが、展示会や商談の場で、売り込みのために相手に問われるままに、このような営業秘密を話してしまったり、展示会で配布するパンフレットやカタログ、商談で相手に渡す資料などに営業秘密を記載してしまったりすることがあります。

営業秘密が漏えいした場合に想定される損失

競争力が失われる

営業秘密は、競合他社に対して秘密であることで、自社の競争力の源泉となっているため、それが漏えいしてしまうと、たちまち自社の競争力が失われてしまいます。また、営業秘密は一度でも漏えいすれば、秘密の状態に戻すことは非常に困難です。重要な秘密情報が漏えいしたときの損害は大きく、自社の経営に深刻な影響を及ぼしかねません。

社会的信用の低下

漏えいしてしまった営業秘密が顧客情報などの場合は、競合他社に顧客が奪われてしまうリスクが生じるだけでなく、その顧客対応に多くのコストがかかります。また、個人情報などを漏えいさせた事実が、企業の社会的信用を低下させてしまうおそれもあります。そればかりか、顧客から訴えられる可能性も出てくるのです。

M E M O

第2章 食品関連事業と知的財産

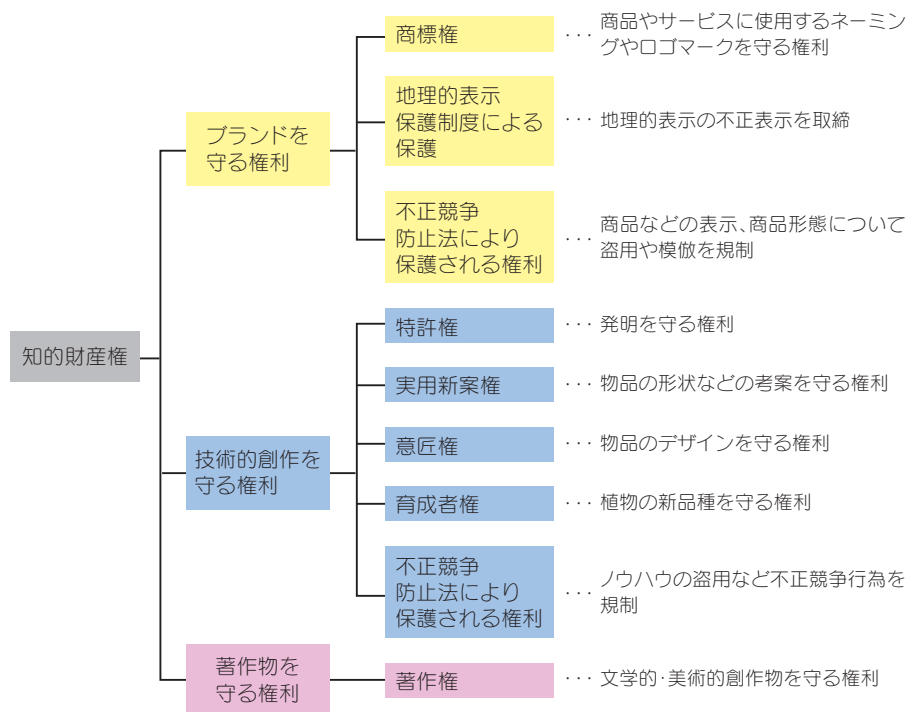
1. 知的財産権の種類

「知的財産権」とは、人間の知的創造活動について、その創作者に権利保護を与えるものであり、(1)ブランドを守る権利・制度、(2)技術的創作を守る権利、(3)著作物を守る権利の三つに分けることができます。

ブランドを守る権利・制度には、商品やサービスに使用するネーミングやロゴマークを守る商標権、行政に地理的表示の不正表示を取り締まってもらうことにより、地理的表示が保護される制度、不正競争防止法により商品表示や商品形態の盗用や模倣が規制されることにより、結果として商品などの表示、商品形態が保護される権利があります。

技術的創作を守る権利には、発明を守る特許権、物品の形状などの考案を守る実用新案権、物品のデザインを守る意匠権、植物の新品種を守る育成者権、不正競争防止法でノウハウの盗用が規制されていることにより、結果としてノウハウが保護される権利があります。

文学的・美術的創作物といった著作物を守る権利には、著作権があります。



2. ブランドを守る権利・制度

① 商標権

商標は、いくつもある商品・サービスの中から自社の商品・サービスを区別するためにつける目印です。他社の商品・サービスと区別する目印ですから、「おいしい」、「安全だ」などの自社の商品・サービスに対するイメージは、この目印と結びついていきます。これがブランドイメージです。ところが、品質の悪い商品などに、この目印を勝手にまねされて付けられてしまうと、ブランドイメージが低下してしまいます。そこで、この商品やサービスに付ける目印となる「名前」や「マーク」などを独占排他的に使用することができる権利が商標権です。

商標権を取得するためには、保護を求める国や地域においてそれぞれ商標登録出願を行い、登録を受ける必要があります。

商標には、会社名、ハウスマーク、商品のネーミング、サービスのネーミング、キャラクター、パッケージデザインなどがあります。商標権の保護対象となる商標としては、文字商標、図形商標、文字と図形の組み合わせの商標などがあります。

また、「地名+商品の名称」からなる地域団体商標もあります。

商標権の例

・会社名 第302026467号(香港)

雪印惠乳業

・ハウスマーク 第303803977号(香港)

HORI
CONFECTIONERY

・ハウスマーク 第303849463号(香港)



・商品のネーミング 第302749988号(香港)

じゃがいもコロコロ

・サービスのネーミング 第302775510号(香港)



・パッケージデザイン 第302563867号(香港)



・パッケージデザイン 第304214961号(香港)



・キャラクター 第304147993号(香港)



・地域団体商標 第5503346号(日本)

びらとりトマト

② 地理的表示保護制度により保護される権利

地理的表示とは、農林水産物・食品等の名称であって、その名称から当該産品の産地を特定でき、産品の品質等の確立した特性が当該産地と結び付いているということを特定できるものをいいます。地理的表示保護制度は、品質、社会的評価その他の確立した特性が産地と結び付いている産品について、その名称を知的財産として保護するものです。産品の品質について基準を満たす生産者だけが「地理的表示」を名称として使用でき、不正な表示は行政が取締りを行います。

地理的表示として保護を受けるためには、農林水産大臣に対して登録申請を行い、登録を受ける必要があります。互いの国や地域の地理的表示を相互に保護するとり決めを交わした国や地域においては、日本で登録を受けた地理的表示について、その国や地域での保護も受けることができます。

地理的表示の例

登録第21号(日本)
十勝川西長いも



(登録の公示「特定農林水産物等の写真」より)

③ 不正競争防止法により保護される権利

商品などの表示、商品形態について盗用や模倣など、日本の不正競争防止法に対応する各国・地域の法律で不正競争行為として規定されている行為を取り締まってもらうことで結果的に保護される権利です。中国では商品形態模倣(デッドコピー)を禁止する規定がないなど、国や地域によって不正競争行為として禁止される行為が異なるので注意が必要です。

不正競争防止法に基づく保護は、商標権などのように事前に登録を受ける必要はありません。したがって、商標権などを保有していない場合の事後的な模倣品対策として有効です。ただし、不正競争行為に該当するかどうかは、当該商品等表示の認知度や、模倣行為の性質や程度に関わるため、模倣品の差止めが必ずしも確実に保証されるわけではありません。そのため、できるだけ商標権などを取得するようにしましょう。

3. 技術的創作を守る権利

① 特許権

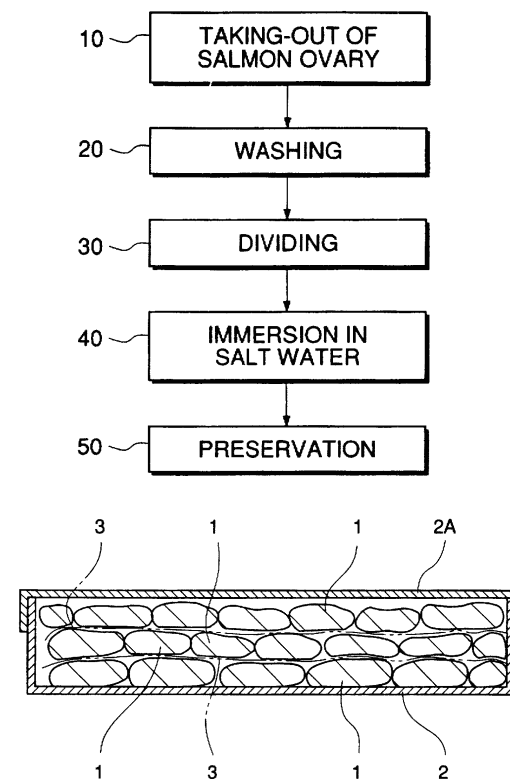
特許権とは、特許を受けた発明を一定期間独占排他的に実施することができる権利です。

特許権を取得するためには、保護を求める国や地域においてそれぞれ特許出願を行い、登録を受ける必要があります。

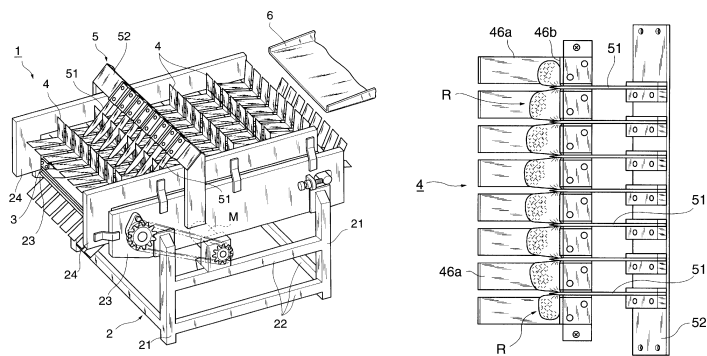
例えば、農業機械または器具、農作物の栽培方法、酪農製品・酪農製品の製造方法、家畜・魚などの飼育または繁殖方法、肉または魚の処理方法、農作物や魚などの保存方法、加工食品、加工食品の製造方法、容器の構造などが、特許権の保護対象になり得ます。

特許権の例

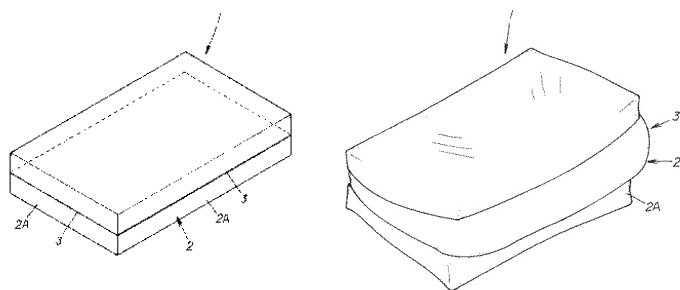
第5753298号(米国) 筋子の製造方法



特許権の例 第6419575号(米国) 鮭魚卵の裁断装置



第4111382号(日本) 餅



② 実用新案権

実用新案権とは、登録を受けた小発明を一定期間独占排他的に実施することができる権利です。

実用新案権を取得するためには、保護を求める国や地域においてそれぞれ実用新案登録出願を行い、登録を受ける必要があります。

③ 意匠権

意匠権とは、登録を受けた商品のデザインを一定期間独占排他的に実施することができる権利です。

意匠権を取得するためには、保護を求める国や地域においてそれぞれ意匠登録出願を行い、登録を受ける必要があります。

商品の形状、パッケージデザイン、容器の形状、農器具の形状などが、意匠権の保護対象になり得ます。

意匠権の例

商品の形状 第1580533号(日本)
中央のくぼみに様々な食材を載せた後、オーブン等で焼いて食用に供することができる可食容器



商品の形状 第1334077号(日本) 菓子



容器の形状 第1355159号(日本) 包装用容器



④ 育成者権

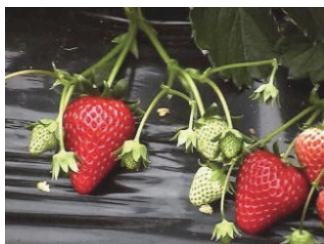
育成者権とは、品種改良で生み出された新しい品種の農作物や花を国や地域に登録することにより、登録品種の種苗、収穫物、加工品の販売などを独占できる権利です。育成者権の保護・活用が円滑に行われるように、独立行政法人種苗管理センターの「品種保護Gメン」が公正・中立な立場で権利侵害の証明等に対する支援を行っています。

品種の保護を受けるためには、保護を求める国や地域ごとにそれぞれ品種登録出願を行い、育成者権を取得する必要があります。日本のイチゴ品種が韓国へ流出して無断栽培されたために輸出機会を奪われ、農林水産省の試算では生産者らが5年間で最大200億円の損失を被ったとされています。韓国には品種登録制度はあるものの、2012年までイチゴは保護対象になっておらず、流出時に日本のイチゴ品種は登録されていませんでした。品種登録していれば、栽培の差し止めや農産物の廃棄を求めることができますが、登録されていないと、こうした対抗策が取れなくなってしまいます。

育成者権の例



第11098号(日本) しゅまり



第10371号(日本) 紅ほっぺ

⑤ 不正競争防止法により保護される利益(営業秘密)

不正競争防止法で定められる「営業秘密」の要件を満たす秘密情報が不正に持ち出されるなどの被害にあったときの事後的な保護になります。差し止め、損害賠償、信用回復措置を請求することができます。国や地域ごとに「営業秘密」の要件は異なりますが、各国・地域とも、①秘密管理性(秘密として管理されていること)、②有用性(事業活動に有用な技術上又は営業上の情報であること)、③非公知性(公然と知られていないこと)を要件とするのが一般的です。

原料配合、酵母、酵素、工程管理、製造条件、装置、容器、ラインなどの設計図、原料供給元、顧客リスト、クレーム情報などが営業秘密になり得ます。

営業秘密の例

・コカ・コーラの原液成分

コカ・コーラの原液のレシピは、金庫で厳重に保管されており、「世界で数人しか知らない」などと言われているのは、あまりに有名です。

・ポッキーのチョコレートの付け方

ポッキーの製造工程は工場見学ができますが、チョコレートを付ける工程は公開されておらず、ポッキーのチョコレートの付け方は、江崎グリコの社員のうち約20人しか知らないそうです。

・種麴

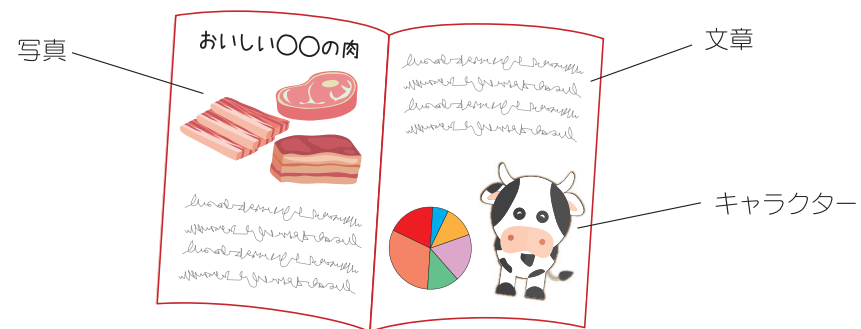
種麴づくりは昔から特殊な技術を必要とし、どのような道具でどのような方法で仕込むかは、各家の門外不出の情報となっています。

4. 著作物を守る権利

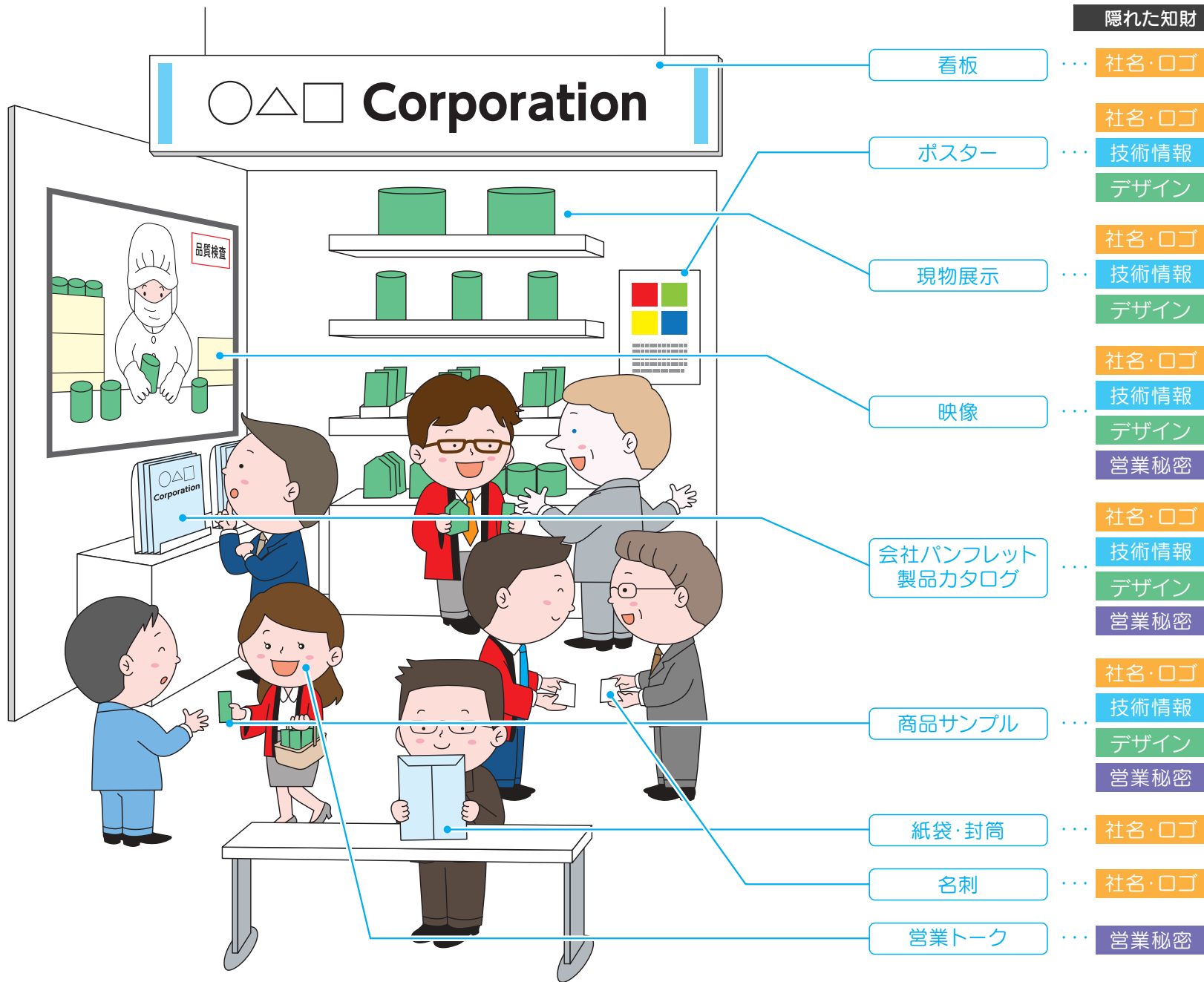
著作権は、文芸、学術、美術、音楽などの分野で、人間の思想や感情を創作的に表現したものを、勝手に利用されないよう保護するものです。

著作権は、登録することなく創作した時点で権利が発生します。世界各国・地域はとり決めを結んで、お互いに著作物を保護し合っています。なお、著作権登録制度が設けられている国や地域もあり、登録しておけば、その著作物について著作権を有しているという証明になるため、権利行使の際に有利になります。

会社パンフレットの画像や文章、キャラクターは著作権の保護対象になります。



第3章 展示会のここに知財リスクが潜んでいる



隠れた知財

… 社名・ロゴ

… 社名・ロゴ

… 技術情報

… デザイン

… 社名・ロゴ

… 技術情報

… デザイン

… 社名・ロゴ

… 技術情報

… デザイン

… 営業秘密

… 社名・ロゴ

… 技術情報

… デザイン

… 営業秘密

… 社名・ロゴ

… 技術情報

… デザイン

… 営業秘密

… 社名・ロゴ

… 社名・ロゴ

… 営業秘密

潜む知財リスク

社名・ロゴに潜む知財リスク

- ・ブランド模倣
- ・他社商標権侵害
- ・商標の先取り出願
- ・買取要求

技術情報に潜む知財リスク

- ・技術模倣
- ・特許・実用新案の先取り出願・買取要求
- ・他社特許実用新案の侵害

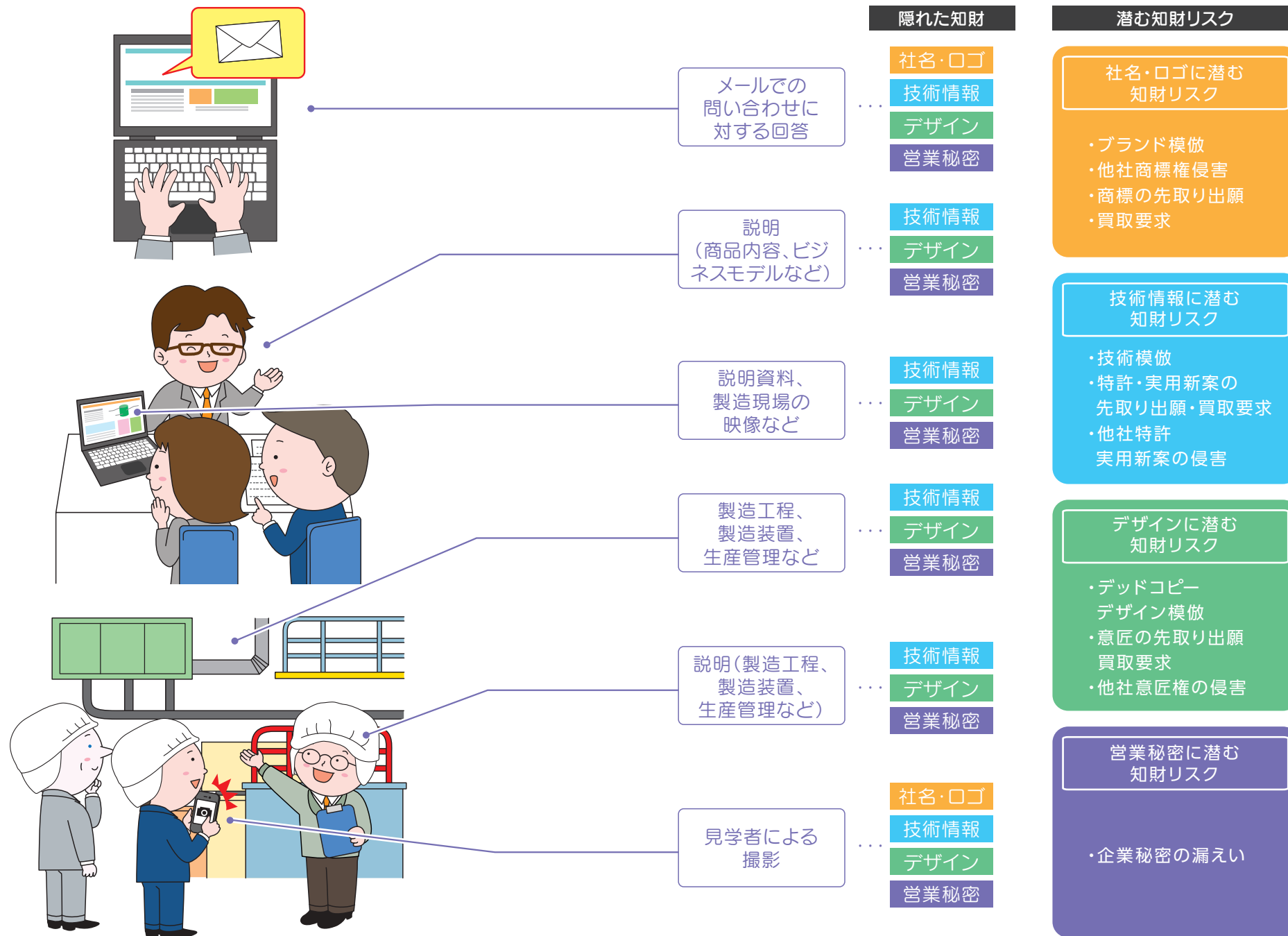
デザインに潜む知財リスク

- ・デッドコピーデザイン模倣
- ・意匠の先取り出願買取要求
- ・他社意匠権の侵害

営業秘密に潜む知財リスク

- ・企業秘密の漏えい

第4章 商談のここに知財リスクが潜んでいる



第5章 展示会・商談と知財リスク対策

1. 展示会・商談と知財リスク対策

① 模倣品対策

権利の取得

模倣品対策として最も有効な手段は、商標権の取得です。

著作権を除く知的財産権は自然発生しないため、権利を取得する必要があります。権利を取得していれば、模倣品が出現したときに、模倣品を製造している企業に対して、製造・販売の停止や損害賠償を請求するといった法的措置を取ることができます。逆に、権利を取得していなければ、このような措置を取ることが非常に厳しくなります。

また、商標権を取得している場合は商標に®マークを表示するなど、権利を所有していることを示すことにより、一定の抑止効果を得ることもできます。

権利は国や地域ごとに独立したもので、その国や地域内でのみ有効ですので、進出先ごとに権利を取得する必要があります。

ブランドを守る権利・制度について

自社の社名、ロゴマーク、商品名などは、商標権を取得しましょう。社名、ロゴマーク、商品名などは、目で見えてわかりやすく模倣も容易であることから、最も模倣被害が多くなっています。

「地域名」＋「商品名」であるブランドを持つ生産団体、組合は、地域団体商標や地理的表示の登録も検討する必要があります。

技術的創作を守る権利

〈特許権・意匠権〉

他社との差別化を図るための自社の特徴的な技術、デザインについてもできるだけ権利を取得することが好ましいです。

ただし、どの国や地域でも、いずれかの国や地域で公知（不特定の者に秘密でないものとしてその内容が知られた状態）になった技術やデザインについては、原則として権利を取得することができない法制度になっています。したがって、日本で既に長年にわたって販売するなどして公知になってしまった技術やデザインについては、残念ながら権利を取得することはできません。

また、特許権を取得する場合は、その技術内容が公開されます。他者が自社の商

品を分析しても、自社の特徴的な技術が判明できない場合は、特許権は取得せず営業秘密として適切に管理するようにします。

（p. 27「営業秘密の漏えい対策」参照）

〈育成者権〉

新品種について海外でビジネスを展開する場合は、できる限りその展開先で品種登録を受けることが好ましいです。日本で開発された優れた品種の種苗が不正に持ち出されるケースが後を絶ちません。種苗がひとたび持ち出されれば、容易に増殖・栽培されることが多く、大変な損失になります。

植物の新品種の保護に関する国際条約（UPOV条約）の91年条約に加盟している国や地域においては、その品種を出願した国や地域で譲渡した後1年以内（78年条約に加盟している国や地域では裁量による）に出願しなければ登録を受けることができないため注意が必要です。

F1品種については、親株情報を営業秘密として管理することも効果的です。

著作物を守る権利

パンフレットやキャラクターなどの著作物に、©マーク、最初の発行年、著作権者の名前を表記しておくといよいでしょう。

また、中国のように著作権について登録制度があるケースについては、著作権の登録も検討します。

模倣品を把握する仕組み作り

権利を取得したからといって模倣されないというわけではありません。模倣をするだけして逃げられてしまわないように、模倣品が出現したときは迅速に対応することが重要です。そのためには、模倣品対策担当を設置し、模倣行為に関する情報が模倣品対策担当に伝達される仕組みを事前に作っておくことが必要です。

模倣品が発見されるきっかけは、店頭、海外サイト、取引先からの通報、顧客からのクレーム、模倣品を取り締まる行政機関や警察などの関係機関からの情報提供など様々であるため、模倣品に関する情報に最初に接する者も個々に異なってきます。したがって、社内でどのような情報を得たときに模倣品対策担当に報告するか、どのような内容を報告するかを決めておかないと、模倣品に関する情報が迅速に模倣品対策担当に届かないという事態が発生してしまいます。

コラム

地理的表示（GI）保護制度に基づいて、国や地域間の協力により、海外での模倣品の取締りに成功した事例をご紹介します。

我が国は、海外での日本のGI産品を保護するために、海外における不正使用の監視や商標登録等の状況の調査を行っており、一部の国・地域との間では、GIの相互保護に向けた協力を開始しています。そのような協力関係のある国の1つにタイ王国があります。

我が国による調査の結果、「夕張日本メロン」と表示されたタイ産のメロンが、タイ国内で販売されていることが発見されました。



この写真からもお分かりのとおり、タイの「夕張日本メロン」は、本来の「夕張メロン」の特徴である赤肉メロンではなく、一見して偽物であることが疑われる商品です（「夕張日本メロン」の生産業者は、日本から苗を購入したと主張していたようですが、実際には、そのような裏付けはありませんでした。）。近年、タイでは北海道への関心が高まっており、特に、北海道産の食品は高い人気を集め、「北海道ブランド」を確立しています。この「夕張日本メロン」は、「北海道ブランド」にフリーライドしようとしたものだと思いますが、このような事態を放置すると、本来の「夕張メロン」の希少性が失われ、ブランドイメージの低下も招きかねません。そこで、我が国は、タイ政府と協力し、「夕張日本メロン」の生産業者に対して、「夕張メロン」及び「YUBARI MELON」又はそれに類似する名称の使用を中止し、ラベル等を廃棄することを求める警告状を送付しました。その結果、当該販売業者から、これに対応する旨の回答が得られ、「夕張メロン」のブランドが毀損される事態を防止することに成功しました。

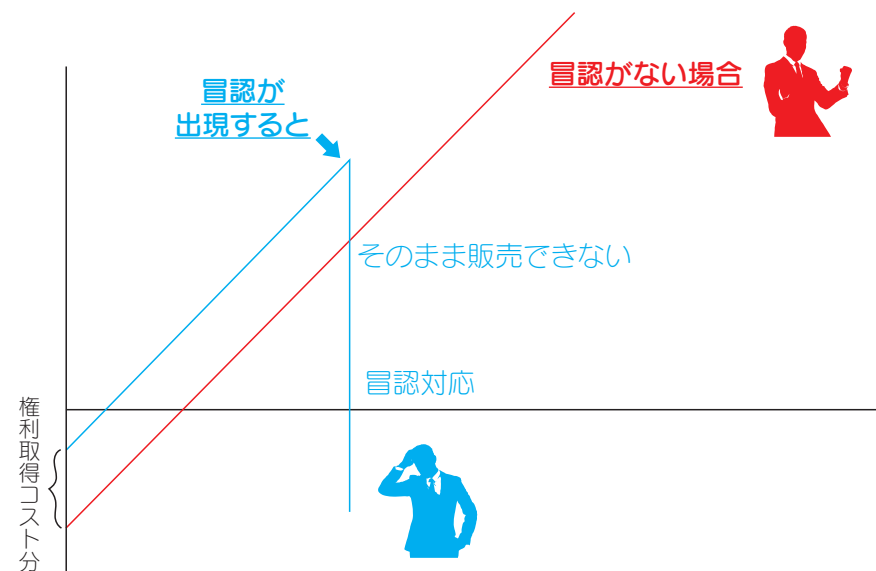
② 第三者による先取り出願・買取要求（冒認）対策

権利の取得

展示会への出展や商談を行う前に、自らが必要な権利に関する出願を適切に行っておけば、展示会や商談をきっかけとした第三者による先取り出願や権利の高額買取要求を防止することができます。

特に、商標権は先取りされてしまうと、その商標権を無効にするのは非常に困難であるため、事前に出願をし、商標権を取得するようにします。商標権の取得にかかる費用は、海外進出のための必要コストと考えましょう。いざ第三者に先取りされてから対応する方が、かかる費用が大きくなることも多く、労力も多大です。

また、公知（不特定の者に秘密でないものとしてその内容が知られた状態）でない自社の技術であって、事前に出願を行わないものがあれば、出展時や商談時には開示しないようにします。ロゴマークや商品名についても、どうしても事前に出願を行わないのであれば、使用予定のロゴマークや商品名で出展するのではなく、仮のロゴマークや商品名で出展するのも一案です。



③ 他者権利対策

事前調査

海外進出を検討する段階で、進出候補先の国や地域で自社の社名・ロゴマークや技術・デザインなどと抵触する特許権、実用新案権、意匠権、商標権などの第三者の権利がないか調査して確認しておく必要があります。抵触しそうな権利が発見された場合、その有効性を確認し、無効にできる資料を確保します。無効化が困難であれば、その権利に抵触しないように社名・ロゴマークや技術・デザインなどの変更を考えます。変更後の技術・デザインについては、権利の取得を検討します。

④ 営業秘密の漏えい対策

営業秘密はひとたび漏えいしてしまうと元の状態に戻すことができないため、事前の対策が全てです。営業秘密が流出しないよう、管理することが重要です。

まずは、自社の競争力の源泉となっている情報を把握します。情報には、従業員の頭の中にのみ存在する秘伝、奥義といったものも含まれます。このような情報は秘密情報として管理します。

管理方法としては、例えば、施錠管理、立ち入り制限、パスワードを設定するなどのアクセス権の制限を設ける、カメラ・スマートフォンの持ち込み・使用の制限を設ける、従業員のミスによる漏えいを防止するために「社外秘」などを表示するというようなことが考えられます。

秘密情報として管理する情報は、商品の改良を行ったとき等、随時更新していきます。また、新人教育をする等、適時社内教育を実施して管理ルールを周知徹底します。

漏えいした場合の損失が大きい秘密情報を、取引見込者等に開示する場合は、秘密保持契約（NDA）を結びます。ただし、相手が海外企業の場合、秘密保持契約を締結しても、契約を履行せず契約違反の交渉にも応じない場合もあります。そこで、自社の重要な情報については海外企業に技術供与はせず、国内で製造した製品を輸出することはできないかなども検討するとよいでしょう。

秘密保持契約など適切な契約を締結した上で、海外の取引先に秘密情報を開示した場合、継続的に管理・監督を行うことが必要です。日本人スタッフが引き上げた途端に、取引先が模倣品を製造したり、模倣品の製造に加担したりすることもなくありません。定期的に現地を視察するなど、取引先が契約事項を遵守しているか、日本企業の承認を得ることなく第三者を関与させていないか、監督する必要があります。

コラム

A社は、中国に出店し、現在はカレー店を4店展開しています。中国は地域、民族、気候、嗜好、客層等が多岐にわたっています。

日本で美味しい味のカレー店と高評価を得ていたため、上海の高層ビルのフードコートに開店しました。

開店当初は、物珍しさからお客様の行列が出来ましたが、直ぐに閑古鳥が鳴くようになりました。必死に香辛料の選択や組み合わせ等を検討しましたが、客足は戻りません。

失敗作を店舗前のフロアーの掃除人に提供していると、アドバイスをくれるようになりました。このアドバイスに基づいてレシピ等の変更を繰り返すと、少しずつ中国人の味覚をベースとする日本風味付けが完成し、客が増えてきました。

日本人の味覚では理解できない組合せがヒットし、隣のバーガー店を凌駕する客数になりました。

カレー作りは、本人のみが行います。カレー作り室内は鍵をかけ、レシピの書面又は電子データ化を避けています。そして、香辛料等はロッカーに入れて鍵を2重にし、店員にも開示しません。

帰国のため店を離れるときは、店員の代行申し出があっても、数日分を作り置き、それを使うようにと指示して営業秘密を守っています。



⑤ まとめ

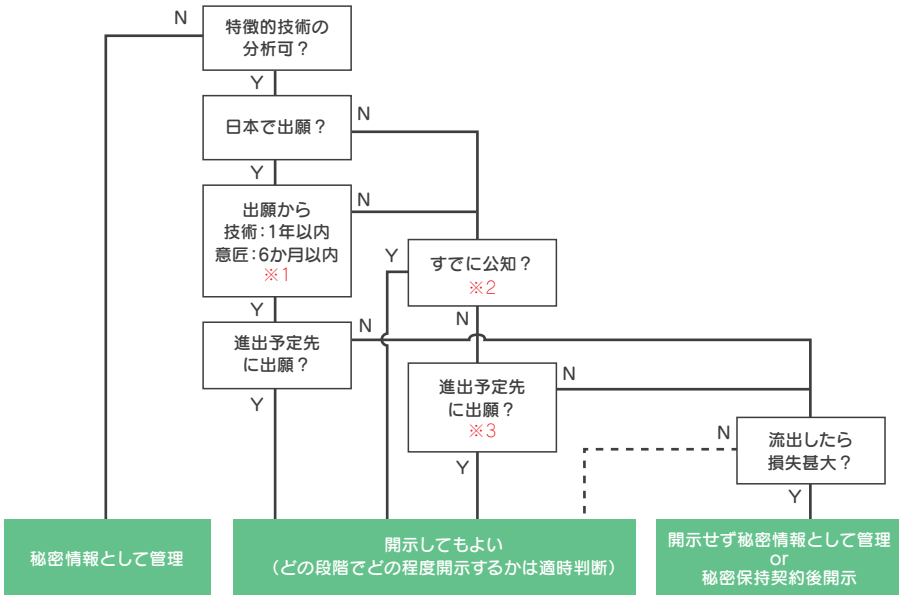
以上のように、展示会・商談の知財リスクに対する事前対策で一番重要なことは権利の取得、営業秘密の管理です。情報を得て展示会や商談に備えて、権利の取得を検討したり、自社の情報を展示会や商談で開示するかどうかを決定したりします。これらは、個別具体的な事情を勘案して、決定していくことになりますが、以下に、一般的な考え方を整理して示します。

商標権は取得

※ ブランドが「地域名」+「商品名」である場合は、地域団体商標や地理的表示の登録も検討

技術的創作を守る権利

〈特許権・意匠権〉



※1 この期間(優先期間)であれば、すでに公知かなどの権利付与の要件判断を、日本の出願の日を基準に判断してもらえる
※2 一定の理由で公知になったものについては、例外的に公知になっていないものとして扱ってもらえる場合がある
※3 日本に出願していない場合は日本の出願も検討(海外で製造された模倣品が日本に輸入されたときのため)

〈育成者権〉

- 育成者権は進出先で譲渡するとき
又は譲渡後1年以内に出願
- F1品種は、親株情報を企業秘密として
管理することも効果的

2. 展示会準備段階における知財リスク対策

海外展示会の準備はやることも多く、慌ただしいものです。知財リスク対策が後回しにならないように、展示会の準備に合わせて知財リスク対策も行うようにしましょう。

出展検討時 ↓ 出展品決定時	社名・ロゴ・商品名・デザイン、特徴的な技術などについて、出展地で同じようなものが出願・登録されていないか調査	→ P.27
	権利の取得の検討、出願	→ P.23
	秘密情報の把握および管理	→ P.27
展示物・配布物の準備時	☒ パンフレット・カタログ・パネル・映像・製品現物・サンプルなど展示物・配布物に、開示してはいけない情報が含まれていないか	→ P.31
	☒ 新規の見込み客については、話の進み具合によって配布してよいものを段階分けする	→ P.31
	☒ サンプルを渡した相手をチェックしておく準備	→ P.31
	☒ 出展地で商標権を取得していれば®マークを表示	→ P.31
	☒ 配布して良いものの段階分けを確認	→ P.31-33
説明員の 決定時	☒ 企業秘密を確認	→ P.31-33
	☒ パネル・映像・製品現物などブース内の撮影を禁止する	→ P.31-33
展示会当日	☒ 怪しいと思ったら名刺交換にとどめ、日本に帰ってから信用調査をしてからコンタクトをとる	→ P.32
	☒ 営業トークで企業秘密を漏らさないよう徹底	→ P.31
	☒ サンプルを渡した相手はチェックしておく	→ P.31

①展示物・配布物のチェック

パンフレットやリーフレット、カタログ、パネルに掲載する商品の写真、原材料・技術的特徴などの説明文、実験や試験のデータなどに開示してはいけない情報が含まれていないか、細かくチェックします。開示してはいけない情報は、事前に権利取得を検討した際に「開示しない」と決定した情報や、事前に秘密情報として管理すると決めた情報です。

映像も、開示してはいけない情報が含まれていないかチェックします。見せようとして撮影した対象以外の背景などにも、そのような情報が映り込んでいないか確認します。また、展示会の会場には、ライバル会社や不正の目的を持った者も入れます。営業秘密などではなくても独自の工具や工場のレイアウト、下処理といったちょっとした工夫も、見られてもよいかどうか慎重に判断します。サンプルは持ち帰って詳しく分析することができます。分析されたとしてもよいかどうか慎重に判断します。出展地で商標権を取得している商品名などには、®マークを付します。模倣に対する牽制的効果が期待できます。

②配布物の段階分け

パンフレットやリーフレット、カタログ、サンプルなどの配布物は、情報の開示量に応じて、来訪者⇒名刺交換⇒相手の情報の入手⇒話の具体化・秘密保持契約締結など、どの段階でどのツールを配布するかを予め決めておきます。

サンプルは、持ち帰って詳しく分析できるため、模倣のヒントを与えてしまします。渡した相手を記録しておくための用紙などを用意しておくとういでしょう。

③説明員へのルールの徹底

展示会当日の説明員には、事前に打ち合わせをし、配布物の配布ルールを徹底します。

また、秘密情報を再度確認し、営業トークでうっかり情報を漏らしてしまうことのないよう徹底します。

④ブース内の撮影禁止

ブース内を無断で撮影しようとする者がいたら、はっきりと断ります。外観でわかる商品の形態、ロゴマーク、パッケージデザインなどは、写真や動画で記録して持ち帰れば、後からその内容が確認できるため、簡単に模倣されてしまいます。

⑤信用調査

展示会には不正の目的を持った者も訪れています。相手の情報を聞き出し、少しでも怪しいと感じたときは無理をせず、その場では名刺交換をするにとどめて、日本に帰ってから信用調査をした上でコンタクトを取りましょう。

これらの点を徹底するには、社内での事前の打ち合わせが非常に重要になってきます。以下に、展示会の打ち合わせ事項をまとめますので、ご活用ください。

展示会の打ち合わせ事項

1.確認事項

- パンフレット・会社案内・カタログ・取扱説明書・基本データ・見本類
 - ・英文秘密保持契約(NDA)・仮契約書(英文)
 - ・会社のロゴ／商品ブランド等の知財化の有無
 - ・少なくとも日本出願済みで、優先権主張可能期間内であること

○説明可能な範囲(上記書類渡し含む)の事前確認

- ・単なる来場者はどこまでか?
 - …パンフレット
- ・名刺を頂いた来場者はどこまでか?
 - …パンフレット+会社案内+カタログ
- ・取引見込者はどこまでか?
 - …パンフレット+会社案内+カタログ+取扱説明書
 - *NDAに取引見込者のサインをもらい、基本データ+見本類を開示
 - *メール受領後に基本データ+見本類を日本から送付
- ・既存取引者はどこまでか?
 - …パンフレット+会社案内+カタログ+取扱説明書
 - *NDAに取引見込者のサインをもらい、基本データ+見本類を渡す

○質問に答えない範囲の確認

- ・技術的なノウハウに関すること
 - 取引見込者／既存取引者毎に項目のリストアップ
- ・営業上のノウハウ
 - 仕入先・取引先・販売先／価格等

○スマホ撮影対象

- 撮影・録音の可能な範囲と禁止範囲を決めて確認しておく

2. 打合せ事項

- 来場者に感謝の気持ちで接することを基本とする
 - ・笑顔で「いらっしゃいませ」等の挨拶
 - ・挨拶の予行練習
- 基本的に商談用のパンフレットをわたす
 - ・ブース来場者にパンフレットに基づく範囲で説明する
 - ・渡し方、説明の際の立ち位置、説明の仕方等を練習
- 取引見込者には展示品・商談品を説明
 - ・会社案内・カタログ・取扱説明書を渡す
 - ・展示品／見本類を示しながら説明する練習
 - ・NDAサイン後に基本データ+見本類を開示して説明する練習
 - ・基本データ+見本類はメール受領後に日本から送付
- 既存取引者には展示品・商談品を説明
 - ・パンフレット+会社案内+カタログ+取扱説明書を渡す
 - ・上記書類を渡しながら説明する練習
 - ・その際、NDAにサインをもらった時は、基本データ+見本類を含めた説明の仕方等を練習
- 来場者が名刺を出さないで他の資料を要求したとき
 - ・名刺をお願いする練習をし、出さない場合には他の資料を渡さない練習
 - ・名刺を受領しても調査会社等の場合には後日送付する旨を伝える練習

以上

3. 商談時における知財リスク対策

海外でのビジネスチャンスは突然訪れることも多いものです。その時になって慌てないように、海外を視野に入れ始めたら、知財リスク対策をしておきましょう。

海外進出検討時

社名・ロゴ・商品名・デザイン・特徴的な技術などについて、進出候補地で同じようなものが出願・登録されていないか調査 → P.27

権利の取得の検討、出願 → P.23

秘密情報の把握および管理 → P.27

商談時

☒ メールでの引き合いがきたとき
☒ 相手の素性を確かめたうえで慎重に回答 → P.34

☒ 会って話をするとき
☒ どこまで情報を開示するかを事前に決めておく
☒ パンフレット・カタログなどの配布物や、説明資料・映像に、開示してはいけない情報が含まれていないか
☒ 開示可能な企業秘密を出すときは、秘密保持契約
☒ 営業トークで開示してはならない企業秘密を話さないよう徹底 → P.35

☒ 農場、牧場、作業場、工場の見学を受け入れるとき
☒ 見学ルートから企業秘密が看取されないか
☒ 立ち入り禁止区域に立ち入らせないよう徹底
☒ 説明時に開示してはならない企業秘密を話さないよう徹底
☒ 撮影を禁止する → P.35-36

海外進出決定時

現地取引先に対する管理・監督体制をつくる → P.27

模倣品を把握する仕組みをつくる → P.24

① メールでの引き合いがきたとき

メールでの引き合いがきたときには、すぐに回答をせずに、まずは相手の素性を調査します。相手の素性を確かめた上で回答をするときも、回答内容に開示してはいけない情報が含まれていないことを十分に確認してから回答します。

② 会って話をするとき

会って話をするときには、どこまで情報を開示するかを事前に決めておきます。重要な秘密情報を出すときは、秘密保持契約を締結します。

パンフレットやリーフレット、カタログなど当日配布するものや、説明用の資料に掲載されている商品の写真、原材料・技術的特徴などの説明文、実験や試験のデータなどに開示してはいけない情報が含まれていないか、細かくチェックします。

映像も、開示してはいけない情報が含まれていないかチェックします。見せようとして撮影した対象以外の背景などにも、そのような情報が映り込んでいないか確認します。

また、当日の会合に出席する者には、事前に打ち合わせをし、秘密情報を確認し、営業トークでうっかり情報を漏らしてしまうことのないよう徹底します。

③ 農場、牧場、作業場、工場の見学を受け入れるとき

基本的に工場などの見学は断るようになるのがよいでしょう。

工場などの見学を受け入れるときは、事前に、見学ルートに営業秘密が看取されるものがないかを確認します。そのようなものがある場合は、覆い隠すなどの対策をします。また、立ち入り禁止区域は、立ち入り禁止であることがはっきりとわかるように仕切りや表示をするとともに、当日は、見学者が立ち入ることのないように監視するようにします。

また、当日に工場内などを案内・説明する者には、事前に打ち合わせをし、秘密情報を確認し、うっかり情報を漏らしてしまうことのないよう徹底します。

当日の敷地内での写真や動画の撮影は事前にお断りします。隠し撮りされないように、カメラやカメラ機能のある携帯端末を預かって持ち込ませないようにしたり、携帯電話を持ち込むような場合には封印シールをカメラレンズの前面に貼ってもらうなどの対策をします。封印シールはセキュリティシールなどとして市販されています。

重要な書類を渡したり説明をしたりする場合や、工場などの見学を受け入れる場合は秘密保持契約を締結します。秘密保持契約では、秘密情報の内容を特定した上で、その情報を開示した目的以外での利用を禁じ、二次的な情報の漏えいを防止するようにします。また、開示を受けた企業内での開示範囲を限定して、必要以上に情報が広がることを避けるようにします。

しかしながら、知的財産に対する意識の低い国や地域では、契約が順守されないこともあることに留意します。

以下に、工場見学を受け入れる際の秘密保持に関する契約書を例示します。

秘密保持に関する誓約書

〇〇工場

代表者 〇〇 〇〇 殿

私は、貴工場(通称:)を
見学させて頂くに際し、下記の事項を遵守することを約束します。

記

1. 携帯電子端末による工場又は関連施設の撮像・録画等を行わないこと
2. 工場又は関連施設での製品、不良品等を採取または現状変更をしないこと
3. 工場又は関連施設において説明者に従うこと
4. その他;

私は、貴工場見学に関して知り得た事項について、貴工場の承諾を得ない限り、第三者に漏洩したり、今般の目的以外に使用しないことを約束いたします。

年 月 日

署名 _____

第6章 海外知財制度と費用

1. 商標権

① 出願のルート

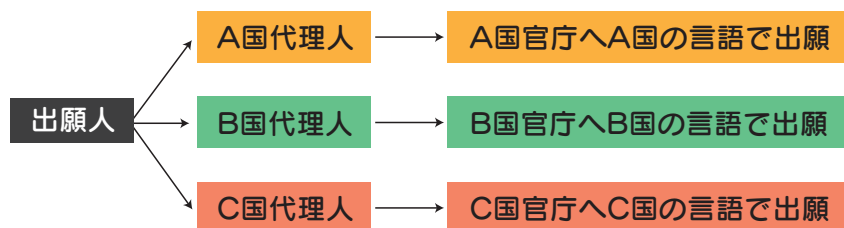
海外に商標登録出願を行う場合、次の2つのルートがあります。

① 国や地域ごとに直接出願

各国・地域の特許当局に個別に出願します。それぞれの国や地域の代理人を通じて、現地の言語で出願する必要があります。

なお、中国で取得した商標権は中国本土でのみ有効です。したがって、香港やマカオで権利を取得したい場合は、それぞれ商標出願し登録を受ける必要があります。また、台湾についても別途出願する必要があります。

ヨーロッパで商標権を取得するためには、それぞれの国に個別に出願する方法と、欧州連合知的財産庁(EUIPO)に一つの出願をする方法とがあります。欧州連合商標(EUTM)の登録を受けると、欧州連合(EU)の全域で保護を受けることができます。また、後にEU加盟国が増えた場合は、その加盟国にも自動的に保護が及びます。

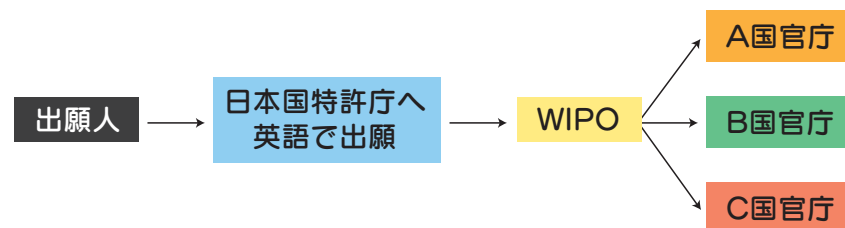


② マドリッド協定議定書(マドプロ)による国際登録出願

マドリッド協定議定書(2017年11月現在で100か国が加盟)に基づき、英語で作成した1通の出願書類を日本の特許庁経由で世界知的所有権機関(WIPO)へ提出することにより、保護を求める国(指定国)に一括して出願した場合と同等の効果をすることができます。

方式的要件が具備されていれば、WIPOで国際登録されます。そして、WIPOから指定国に指定された旨が通報され、各指定国にて実体的要件がそれぞれの国の基準で審査され、拒絶理由(商標登録できない理由)がなければ各々の国で商標登録されることになります。

なお、台湾、香港、マカオ、マレーシア、ミャンマー、カナダなどマドリッド協定議定書に加盟していない国や地域については、直接出願する必要があります。



[メリット]

・費用の節約

直接出願の場合は、それぞれの国や地域で現地代理人費用が必要となり、さらに、現地の言語に翻訳する費用も発生します。他方、国際出願の場合は、各国の審査で拒絶理由等が通知されない限り、現地代理人費用がかからず、言語についても英語のみでよいため翻訳料を抑えることができます。

・手続・管理の簡略化

日本の特許庁を窓口にして出願の手続きをするのみで、一度に複数の国に一括して出願をすることができます。商標権の存続期間の更新等もWIPOに対して1回の手続きで済みます。

・迅速な審査

マドリッド協定議定書では、拒絶理由がある場合には国際登録日から1年又は1年半以内に通知しなければならないとされています。このため、遅くとも1年半後には、出願結果を知ることができます。

・事後指定が可能

当初の出願時点では指定しなかった国や新規加盟国を事後指定の手続で指定国として追加することが可能です。これによって事後的な保護範囲の拡張を図ることができます。

[デメリット]

・セントラルアタック

国際出願は、日本で商標登録出願又は商標登録されている商標を基礎として出願する必要があります。この日本での出願又は登録が拒絶、取り下げ、放棄又は無効になった場合、国際登録も取り消されます。これをセントラルアタックといいます。この場合、国際登録の取り消し後3ヶ月以内であれば、指定国毎の国内出願に変更することができます。

・基礎出願、基礎登録との同一性が要求される

国際出願をする商標は、日本で商標登録出願、商標登録された商標と同一である必要があります。また、国際出願を行う商品・サービスの範囲は、日本で商標登録出願又は商標登録で指定している商品・サービスの範囲内である必要があります。

・出願後の区分変更が不可能

マドプロ出願では出願後の指定区分変更が認められていません。このため、自国で分類している区分と、外国で分類している区分が異なる場合、その国の実体審査において、区分が違うことを理由に拒絶され登録できないことになります。

②優先権制度

多くの国や地域では、同一または類似の商標について複数の出願があった場合、最先の出願人にのみ登録を認める先出願主義を採用しています。

日本での出願日から6ヶ月以内に、優先権を主張してパリ条約加盟国(170か国以上が加盟)へ出願すれば、日本で出願した日に外国で出願したとみなされ、日本での出願日を基準として、先に出願され登録された商標があるか否かが判断されます。パリ条約には加盟していなくても世界貿易機関(WTO)に加盟している国や地域であれば、優先権の主張が認められます。

③新しいタイプの商標

従来、文字商標、図形商標、文字と図形の組み合わせの商標が商標権の保護対象とされてきましたが、近年、輪郭のない色、音、位置、動き、ホログラム、匂い、触感、味、トレードドレスといった新しいタイプの商標も登録されるようになってきています。

④商標の種類

商標の保護に関する制度は、国や地域ごとに異なっています。各々に、通常の商標の他に、特殊な商標を保護する制度が設けられています。

①団体商標

団体商標とは、団体、協会など組織名で登録し、その組織に属する人員が規定の使用ルールに従って使用する商標をいいます。

②証明商標

証明商標とは、特定の商品又はサービスに対して監督能力を有する組織が管理し、組織以外の者がその商品又はサービスについて使用し、当該商品又はサービスの原産地、原料、製造方法、品質又はその他の特定の品質を証明する商標をいいます。

③連合商標

同一人が所有する類似関係にあり、出所の混同を防止するために、互いに分離して譲渡又は相続できない商標をいいます。

④防護商標

著名な商標について登録が認められ、同一の商標を他人が類似しない商品や役務に使用することを禁止することができます。

⑤多区分出願

商標登録出願を各国・地域の特許当局に提出する際、商品又は役務を指定することが必須です。商品や役務(サービス)は、各国・地域の特許当局により機能や用途を中心に区分されており、この区分に従って商品や役務を指定します。多くの国や地域ではニース協定の国際分類を採用していることから、共通の区分を使用しています。ただし、用語によっては、その用語に含まれる下位概念の商品や役務が異なる場合があります。注意が必要です。

多区分制を採用する国や地域では、一出願で多区分を指定することができますが、多区分制を採用していない場合では、区分ごとに出願する必要があります。

⑥ 指定商品・役務の追加

登録商標または出願中の商標について、指定商品・役務を追加したい場合、元の登録商標または出願中の商標への追加を認めていない国や地域では、新たに別個の出願を行う必要があります。元の登録商標または出願中の商標への追加を認めている場合は、追加することで元の商標と同じ登録番号になります。

なお、マドリッド協定議定書に基づく出願では、商品・役務を事後に追加することができます（商品・役務の事後指定）。事後指定が可能になるのは国際登録後となり、国際登録がされるまでは事後指定による追加はできません。また、追加できる商品・役務は国際登録をした商品・役務の範囲内に限られます。

⑦ シリーズ商標制度

シリーズ商標制度とは、商標の重要な要素について互いに似ているが、商標の同一性に実質的に影響しない要素についてのみ異なる複数の商標を一出願で登録できる制度です。

⑧ 相対的拒絶理由

絶対的拒絶理由とは、商標に識別力がない場合や、商標が国旗等と同じ場合などは、そのことを理由に登録を拒絶するというものです。他人の商標の存在の有無に関係なく拒絶理由となるため「絶対的」と言われます。

相対的拒絶理由とは、先に登録・出願されている他人の商標と似ている場合や、他人の有名な商標と混同するおそれがある場合などは、そのことを理由に登録を拒絶するというものです。他人の商標の存在の有無に左右されるため「相対的」と言われます。

⑨ 異議申立

商標権付与に対して一定期間内に異議を申し立てる異議制度は、多くの国や地域で設けられています。

⑩ 存続期間

商標権の存続期間は、各国や地域で定められており、存続期間満了後も権利を保持したい場合は、存続期間の満了前所定の期間内に更新手続をする必要があります。

⑪ 不使用取消制度

ほとんどの国や地域において、一旦登録された商標について、一定期間使用していないときには、商標登録を取り消す制度があります。

⑫ 主な国・地域の商標制度

(1) 中国



保護対象	文字、図形、記号、立体的形状、単色の色彩、色彩の組み合わせ、これらの結合、音
商標の種類	証明商標、団体商標
多区分出願の可否	可
指定商品・役務の追加	不可
シリーズ商標	無し
手続き	出願→審査→公告→登録
相対的拒絶理由の審査の有無	有り
異議申立期間	出願公告日から3ヶ月
出願から登録までの期間	約12ヶ月
存続期間	登録日から10年
更新期間	存続期間満了日前12ヶ月以内
不使用取消制度の有無	有り（継続した不使用期間3年）

(2) 韓国



保護対象	文字、図形、記号、立体的形状、単色の色彩、色彩の組み合わせ、これらの結合、音、動き、ホログラム、香り
商標の種類	証明商標、団体商標
多区分出願の可否	可
指定商品・役務の追加	可
シリーズ商標	無し
手続き	出願→審査→公告→登録
相対的拒絶理由の審査の有無	有り
異議申立期間	出願公告日から2ヶ月間
出願から登録までの期間	約10～12ヶ月
存続期間	登録日から10年
更新期間	存続期間満了日前12ヶ月以内
不使用取消制度の有無	有り（継続した不使用期間3年）

(3)台湾

保護対象	文字、図形、記号、立体的形状、単色の色彩、色彩の組み合わせ、これらの結合、音、動き、ホログラム、位置、香り、味
商標の種類	証明商標、団体商標
多区分出願の可否	可
指定商品・役務の追加	不可
シリーズ商標	無し
手続き	出願→審査→登録→公告
相対的拒絶理由の審査の有無	有り
異議申立期間	出願公告日から3ヶ月間
出願から登録までの期間	約8～16ヶ月
存続期間	登録日から10年
更新期間	存続期間満了日前6ヶ月以内
不使用取消制度の有無	有り（継続した不使用期間3年）

(4)香港

保護対象	文字、図形、記号、立体的形状、単色の色彩、色彩の組み合わせ、これらの結合、音、香り
商標の種類	証明商標、団体商標、防護商標
多区分出願の可否	可
指定商品・役務の追加	不可
シリーズ商標	有り
手続き	出願→審査→公告→登録
相対的拒絶理由の審査の有無	有り
異議申立期間	出願公告日から3ヶ月間
出願から登録までの期間	約6～10ヶ月
存続期間	出願日から10年
更新期間	存続期間満了日前6ヶ月以内
不使用取消制度の有無	有り（継続した不使用期間3年）

(5)米国

保護対象	文字、図形、記号、立体的形状、単色の色彩、色彩の組み合わせ、これらの結合、音、動き、香り、その他
商標の種類	証明商標、団体商標、その他
多区分出願の可否	可
指定商品・役務の追加	不可
シリーズ商標	無し
手続き	出願→審査→公告→登録 ※使用の意思に基づく出願の場合は、使用宣誓書の提出が必要
相対的拒絶理由の審査の有無	有り
異議申立期間	出願公告日から30日間
出願から登録までの期間	約12ヶ月
存続期間	登録日から10年
更新期間	存続期間満了日前12ヶ月以内
不使用取消制度の有無	有り（継続した不使用期間3年）

(6)欧州連合知的財産庁(EUIPO)

保護対象	文字、図形、記号、立体的形状、単色の色彩、色彩の組み合わせ、これらの結合、音、動き、ホログラム、位置
商標の種類	団体商標
多区分出願の可否	可
指定商品・役務の追加	不可
シリーズ商標	無し
手続き	出願→審査→公告→登録
相対的拒絶理由の審査の有無	有り
異議申立期間	出願公告日から3ヶ月間
出願から登録までの期間	約8～12ヶ月
存続期間	出願日から10年
更新期間	存続期間満了日前6ヶ月以内
不使用取消制度の有無	有り（継続した不使用期間5年）

(7) シンガポール

保護対象	文字、図形、記号、立体的形状、単色の色彩、色彩の組み合わせ、これらの結合、音、動き、ホログラム、位置、香り、味、その他
商標の種類	証明商標、団体商標
多区分出願の可否	可
指定商品・役務の追加	不可
シリーズ商標	有り
手続き	出願→審査→公告→登録
相対的拒絶理由の審査の有無	有り
異議申立期間	出願公告日から2ヶ月間
出願から登録までの期間	約6～8ヶ月
存続期間	出願日から10年
更新期間	存続期間満了日前6ヶ月以内
不使用取消制度の有無	有り（継続した不使用期間5年）

(8) タイ

保護対象	文字、図形、記号、立体的形状、色彩の組み合わせ、これらの結合、音
商標の種類	証明商標、団体商標
多区分出願の可否	可
指定商品・役務の追加	不可
シリーズ商標	無し
手続き	出願→審査→公告→登録
相対的拒絶理由の審査の有無	有り
異議申立期間	出願公告日から60日間
出願から登録までの期間	約12～18ヶ月
存続期間	出願日から10年
更新期間	存続期間満了日前90日以内
不使用取消制度の有無	有り（継続した不使用期間3年）

(9) ベトナム

保護対象	文字、図形、記号、立体的形状、これらの結合
商標の種類	連合商標、証明商標、団体商標
多区分出願の可否	可
指定商品・役務の追加	不可
シリーズ商標	無し
手続き	出願→方式審査→公告→実体審査→登録
相対的拒絶理由の審査の有無	有り
異議申立期間	出願公告日から登録査定日前までいつでも可
出願から登録までの期間	約12～20ヶ月
存続期間	出願日から10年
更新期間	存続期間満了日前6ヶ月以内
不使用取消制度の有無	有り（継続した不使用期間5年）

(10) 日本

保護対象	文字、図形、記号、立体的形状、単色の色彩、色彩の組み合わせ、これらの結合、音、動き、ホログラム
商標の種類	団体商標、防護商標
多区分出願の可否	可
指定商品・役務の追加	不可
シリーズ商標	無し
手続き	出願→審査→登録
相対的拒絶理由の審査の有無	有り
異議申立期間	出願公告日から2ヶ月間
出願から登録までの期間	約6～12ヶ月
存続期間	登録日から10年
更新期間	存続期間満了日前6ヶ月以内
不使用取消制度の有無	有り（継続した不使用期間3年）

2.地理的表示保護制度

互いの国や地域の地理的表示を相互に保護するとり決めを交わしている場合においては、日本で登録を受けた地理的表示について、その国や地域での保護も受けることができます。現在日本は、タイ、EUとの間で地理的表示を相互に保護することになっています。

地理的表示は、各国や地域において保護されていますが、その内容は様々です。地理的表示を商標法において保護しているケースや、知的財産法の枠組みで、特許、意匠、商標と横並びで地理的表示または原産地表示を保護しているケース、地理的表示の保護に特化した法律で保護しているケース、農業法やワイン法のように特定の製品に関する法律等の中に地理的表示の保護に関する規定を有するケースなどがあります。商標法で保護する場合は、証明商標・団体商標のみにより地理的表示の保護を行うものと、商標法中に地理的表示或いは原産地名称に関する独立した条項を備え、この条項に従って保護を行うものがあります。

		中国	韓国	台湾	香港	米国	EU	シンガポール	タイ	ベトナム	日本
商標法で保護	証明商標・団体商標としてのみ保護		●	●	●	●					
	地理的表示に関する条項あり	●									
知的財産法で保護										●	
地理的表示法で保護	登録制	●					●		●		●
	登録によらない							●			
その他の法律で保護	農産物	●	●				●				
	水産物		●								
	アルコール					●	●				

3.特許権

①出願のルート

海外に特許出願を行う場合、次の2つのルートがあります。

①国や地域ごとに直接出願

各国・地域の特許当局に個別に出願します。それぞれの国や地域の代理人を通じて、現地の言語で出願する必要があります。

なお、中国で取得した特許権は中国本土でのみ有効です。したがって、香港やマカオで権利を取得したい場合は、それぞれ別途、特許権を取得する必要があります。また、台湾についても別途、特許権を取得する必要があります。

ヨーロッパで特許権を取得するためには、それぞれの国に個別に出願する方法と、欧州特許庁(EPO)に一つの出願をする方法とがあります。EPOは、出願受理、調査、審査、特許付与までを行い、付与された特許は、加盟各国に移行し、自国内特許と同様な効果を持ちます。審査請求は、サーチレポート公開日から6ヶ月以内です。審査期間は約3年です。異議申立制度があります。国により特許付与後の各国移行時に各国語への翻訳文の提出義務があります。

②特許協力条約(PCT)による国際登録出願

特許協力条約(2017年3月現在で152か国が加盟)に基づき、日本語で作成した1通の出願書類を日本の特許庁へ提出することにより、すべてのPCT加盟国を指定したものとみなされます。

国際調査が行われ、先行技術調査の結果(国際調査報告)と特許性(新規性・進歩性及び産業上の利用可能性)に関する見解を受け取ることができます。

権利化を望む国に対して、原則最初の出願日(優先日)から30ヶ月以内に翻訳文を提出することにより各国の国内段階へ移行します。その後、各国で各国の特許法に則った審査が行われます。

なお、台湾、香港、マカオなど特許協力条約に加盟していない国や地域については、このルートでの出願はできません。

[主なメリット]

- ・ 日本語、統一の様式で自国特許庁に出願できます。
- ・ 先行技術調査の結果と特許性に関する見解を見た上で、国内移行をするかどうかを判断できます。
- ・ 国内移行をするかどうかを判断するのに、原則優先日から30ヶ月と時間的な余裕があります。

[主なデメリット]

- ・ 権利化したい国や地域が少ない場合、PCT出願の方が直接出願より経費が多くかかる場合があります。

②優先権制度

ほとんどの国や地域で、出願された発明が公知である場合、公知のものから簡単に発明できる場合、同一の発明が他人に出願されている場合などは、特許を受けることができないとされています。

日本での出願日から12ヶ月以内に、優先権を主張してパリ条約加盟国(170か国以上が加盟)へ出願すれば、日本で出願した日に外国で出願したとみなされ、日本での出願日を基準として、公知か否かなどの判断がされます。パリ条約には加盟していなくても世界貿易機関(WTO)に加盟している国や地域であれば、優先権の主張が認められます。

③新規性喪失の例外、グレースピリオド

出願した発明が公知である場合は、特許を受けることができませんが、自らの行為で公知になった場合については、多くの国や地域で、猶予期間(グレースピリオド)や、例外として特許が認められる理由(適用対象)を規定しています

	公開から出願までの 猶予期間	適用対象
中国	6月	①中国政府が主催し又は承認した国際博覧会 ②国務院の関連主管部門又は全国的な学術団体組織が開催する学術会議又は技術会議
韓国	1年	すべての自己による公知行為
台湾	1年	①実験のための公開 ②刊行物発表(ただし、特許当局等から発行された公報に掲載された場合を除く) ③当局等主催・認可の展覧会における展示
香港	6月	公的な国際博覧会における展示
米国	1年	すべての自己による公知行為
EU	6月	国際博覧会に関する条約にいう公式又は公認の国際博覧会における展示
シンガポール	1年	①発明者による当該発明の国際博覧会における展示 ②発明者自身若しくは発明者の同意を得た第三者による、学会や論文での開示、又は学術団体の会報での開示
タイ	1年	国際博覧会または公的機関の博覧会での展示
ベトナム	6月	①ベトナム国内博覧会又は公式もしくは公認の国際博覧会における展示 ②科学的提示の形態での開示
日本	6月	すべての自己による公知行為

④先使用权制度

先使用权制度とは、その国や地域における他社の特許出願日時点で、自社が現地において事業の実施または準備等をしていたことの立証があれば無償の通常実施権が認められる制度です。先使用权制度または類似の制度は、ほとんどの国や地域にあります。しかし、先使用权が認められる要件(実施または実施の準備が要件となっているか等)、先使用权が認められる範囲(実施規模の拡大、実施行為の変更が認められるか)は国・地域により異なりますので、注意が必要です。

4.実用新案権

特許は、技術的創作のうち比較的高度なものに与えられるものですが、それほど高度でなくても産業上利用できる創作は、実用新案あるいは小発明などと呼ばれ、特許と同様に多くの国や地域で保護されています。

①出願のルート

特許と同様に直接出願とPCT出願のルートがあります。
米国、シンガポールなど、実用新案制度がない国や地域もあります。
欧州では、特許の場合のように、一つの出願で複数の国々での権利取得を可能とする枠組みはありません。そのため、実用新案制度を有する国に個別に出願することになります。

②優先権制度

特許と同様に優先権制度があります。

③新規性喪失の例外、グレースピリオド

特許と同様に新規性喪失の例外、グレースピリオドが認められています。

④実体審査

登録要件を満たすかどうかの実体審査の有無は、国や地域によって異なります。実体審査がない国や地域では、登録要件を満たさず本来は無効な実用新案も登録されます。

⑤主な国・地域の実用新案制度の比較

		中国	韓国	台湾	香港	ドイツ	タイ	ベトナム	日本
特許との関係	併願	可	不可	可	－	特許出願からの分岐出願が可	－	－	不可
	一重登録	不可 特許登録時に特許か 実用新案か 選択	不可	不可 特許登録時に特許か 実用新案か 選択	－	可	－	－	不可
実体審査		なし	あり	なし	なし	なし	なし	あり	あり
保護期間		出願日から10年	出願日から10年	出願日から10年	出願日から4年 更新により 最大8年	出願日の翌日から10年	出願日から6年 2年延長×2回まで	出願日から10年	出願日から10年

5.意匠権

①出願のルート

海外に意匠登録出願を行う場合、次の2つのルートがあります。

①国や地域ごとに直接出願

各国・地域の特許当局に個別に出願します。それぞれの国や地域の代理人を通じて、現地の言語で出願する必要があります。

なお、中国で取得した意匠権は中国本土でのみ有効です。したがって、香港やマカオで権利を取得したい場合は、それぞれ別途、意匠権を取得する必要があります。また、台湾についても別途、意匠権を取得する必要があります。

ヨーロッパで意匠権を取得するためには、それぞれの国に個別に出願する方法と、欧州連合知的財産庁(EUIPO)に一つの出願をする方法とがあります。登録共同体意匠(RCD)を取得すると、欧州連合(EU)の全域で保護を受けることができます。また、後にEU加盟国が増えた場合は、その加盟国にも自動的に保護が及びます。

EUIPOは、方式的な審査と、意匠が公序良俗に反しないかの審査のみで登録されます。実体的な要件を満たしているかどうかについては、第三者が登録された欧州意匠に対し無効の申し立てをした場合に、EUIPOが審査を行うこととなります。

なお、欧州共同体意匠制度(European Community Design System)は、登録により保護される「登録共同体意匠」と、非登録で保護される「非登録共同体意匠」の2種類があります。

②ハーグ協定による国際登録出願

ハーグ協定(2017年7月現在で52か国が加盟)に基づき、英語・フランス語・スペイン語のいずれかで作成した1通の出願書類を日本の特許庁またはWIPO国際事務局へ提出することにより、保護を求める国(指定国)に一括して出願した場合と同等の効果を得ることができます。方式的要件が具備されていれば、WIPOで国際登録されます。その後、各指定国にて実体的要件がそれぞれの国の基準で審査され、拒絶理由(意匠登録できない理由)がなければ各々の国で意匠登録されることになります。

[メリット]

・費用の節約

マドリッド協定議定書による国際登録出願と同様、各国の審査で拒絶理由等が通知されない限り、現地代理人費用がかからず、言語についても選択した一つの言語のみでよいため翻訳料を抑えることができます。

・手続・管理の簡略化

1出願で複数の指定国に出願でき、複数意匠（国際意匠分類の同一の類に属する限り最大100意匠）の出願もできるため、手続が簡易です。また、住所変更などもWIPOに対してのみ行えばよいので、管理を一元化できます。

・迅速な審査

無審査国であれば国際公開から6ヶ月、実体審査国であれば遅くとも12ヶ月で審査結果が出ます。

[デメリット]

・原則、国際登録の日から6ヶ月後（国により延長可）に国際公報で公表されるため、登録の可否にかかわらず、意匠出願の内容、拒絶理由、拒絶理由の引例が公開されてしまいます。

②優先権制度

ほとんどの国や地域で、出願された意匠が公知である場合などは、登録を受けることができないとされています。

日本での出願日から6ヶ月以内に、優先権を主張してパリ条約加盟国へ出願すれば、日本で出願した日に外国で出願したとみなされ、日本での出願日を基準として、公知か否かなどの判断がされます。パリ条約には加盟しておらず世界貿易機関(WTO)に加盟している国や地域についても、優先権の主張が認められます。

③新規性喪失の例外、グレースピリオド

出願した意匠が公知である場合は、登録を受けることができませんが、自らの行為で公知になった場合については、多くの国や地域で、猶予期間（グレースピリオド）や、例外として登録が認められる理由（適用対象）を規定しています。

④複数意匠一出願制度

複数意匠一出願制度とは、一つの出願に複数の意匠を含めて意匠登録出願することができる制度です。本制度の有無は、国や地域によって異なります。

⑤部分意匠制度

部分意匠制度とは、万年筆のクリップ部分、カップの取っ手部分など、物品の一部分の形態について登録を認めて保護する制度です。創作的価値がある部分が、その部分だけを模倣して、物品全体の形態を非類似にすることで合法的に模倣されてしまうのを防止することができます。

⑥関連意匠制度

関連意匠制度とは、デザイン開発の過程で、一つのデザインコンセプトから創作された複数のバリエーションの意匠について保護を受けられる制度です。最終的に採用に至らなかったデザインについても保護を受けて、類似品を排除することができます。

⑦秘密意匠制度

秘密意匠制度とは、一定期間、登録意匠の内容を秘密にしておくことができる制度をいいます。通常、登録された意匠の内容は、意匠公報により公開され、誰でも知ることができます。しかし、意匠はその性質上、流行性がある、模倣されやすいなどの特徴があるため、販売時期が先である場合には、秘密にしておくことが効果的である場合があります。

⑧組物の意匠制度

組物の意匠制度とは、全体としてデザインに統一感があり、使うときも同時に使われるような2以上の物品についてのシステムデザインやセットデザインを保護する制度です。

⑨実体審査

登録要件を満たすかどうかの実体審査の有無は、国や地域によって異なります。実体審査がない国や地域では、登録要件を満たさず本来は無効な意匠も登録されます。

⑩主な国・地域の意匠制度の比較

	中国	韓国	台湾	香港	米国	EU	シンガポール	タイ	ベトナム	日本
新規性喪失の例外規定	猶予期間: 6月 適用対象: 所定の国際博覧会での展示	猶予期間: 6月 適用対象: 全ての自己による公知行為	猶予期間: 6月 適用対象: 当局等が後援又は承認した展示会	猶予期間: 6月 適用対象: 全ての自己による公知行為	猶予期間: 1年 適用対象: 全ての自己による公知行為	猶予期間: 1年 適用対象: 全ての自己による公知行為	猶予期間: 6月 適用対象: 国際博覧会での展示	×	猶予期間: 6月 適用対象: ●権利者による学術的発表●公認の博覧会	猶予期間: 6月 適用対象: 全ての自己による公知行為
複数意匠一出願制度	△類似意匠については可	○※ロカルノ分類同一クラスに限る	×	○※ロカルノ分類同一クラスに限る	△※パリエーションの意匠は可	○※ロカルノ分類同一クラスに限る	○※ロカルノ分類同一クラスに限る	×	△※パリエーションの意匠は可能	×
部分意匠制度	×	○	○	△※実務上では認められている	○	○	×	×	×	○
関連意匠制度	△※類似する意匠を一意的に出願に認められ制度あり	○	○	×	×	×	○※連合意匠制度	×	△※パリエーションの意匠は可能	○
秘密意匠制度	×	○※登録日から最大3年	×	×	×	△※出願日(優先日)から最大30ヶ月間、公告の延期が認められる	○※出願日から18ヶ月、公告の延期を請求できる	×	×	○※登録日から最大3年
組物の意匠制度	○※同一種類でかつセットで販売、又は使用する製品	○※産業通商資源部令で定める区分	○	○	×	×	○	×	○	○※通商産業省令で定めるもの
実体審査の有無	×	△	○	×	○	×	×	○	○	○
存続期間	出願日から10年	出願日から20年(2014年7月1日以前の出願: 登録日から15年)	出願日から12年	出願日から5年(最長25年)	登録日から15年※2015.5.13より前の出願については、登録日から14年	出願日から5年(最長25年)	出願日から5年(最長15年)	出願日から10年	出願日から5年(最長15年)	登録日から20年(H19年3月31日以前の出願は登録日から15年)

6. 育成者権

海外で育成者権を取得する場合、それぞれの国や地域に個別に出願します。

なお、中国で取得した育成者権は中国本土でのみ有効です。したがって、香港やマカオで権利を取得したい場合は、それぞれ別途、育成者権を取得する必要があります。また、台湾についても別途、育成者権を取得する必要があります。

ヨーロッパで育成者権を取得するためには、それぞれの国や地域に個別に出願をする方法と、欧州共同体植物品種庁(CPVO)一つの出願をする方法とがあります。共同体植物品種権(CPVR)を取得すると、欧州共同体の全加盟国の領域内において効力を有します。

①植物の新品種の保護に関する国際条約の加盟国

植物の新品種の保護に関する国際条約(UPOV条約)では、新しく育成された植物品種を各国や地域が共通の基本的原則に従って保護するように、新品種の保護の条件、保護内容、最低限の保護期間、内国民待遇などについて定めています。新品種の保護の条件としては、新規性、区別性、均一性、安定性、適切な名称の5条件が規定されており、この5つ以外の条件を追加してはならないことになっています。ただし、UPOV条約加盟国だからといって、品種登録の要件や方法が統一されているわけではありません。条約で定められた共通の基本的原則の中で各国・地域独自の品種登録制度を持っています。

日本での出願日から12ヶ月以内に、優先権を主張してUPOV条約加盟国(2016年4月現在74か国・地域が加盟)へ出願すれば、日本で出願した日に外国で出願したとみなされ、日本での出願日を基準として、新規性を有するか否かなどの判断がされます。

UPOV条約は、品種保護制度の各国や地域での整備と拡充のため、78年と91年に大改正が行われましたが、91年条約に批准した国や地域と、批准せずに78年条約にとどまっている国や地域の2種類が存在しています。

	78年条約	91年条約
保護対象植物	24種以上(各国・地域による違いあり)	全植物
未譲渡要件	出願国で譲渡した後に、出願しても品種保護を受けられない(ただし、各国・地域の裁量により最長1年間の猶予期間を設けることが可能)	出願国で譲渡した後、1年以内に出願すれば品種保護を受けられる
育成者権の効力の及ぶ範囲(種苗)	以下の行為は許諾が必要 ●販売目的の生産 ●販売の申出 ●販売	以下の行為について許諾が必要 ●生産 ●調整 ●販売の申出 ●販売その他の商業譲渡 ●輸出 ●輸入 ●上記行為のための保管
育成者権の効力の及ぶ範囲(収穫物)	・種苗以外の用途のため販売された観賞用植物が種苗として利用された場合、それによって作られた観賞用植物の販売につき権利行使可能	種苗の段階で権利行使する合理的な機会のなかった場合、収穫物にも権利行使可能
育成者権の効力の及ぶ範囲(直接の生産物)	規定なし	各国・地域の裁量で権利行使する合理的な機会のなかった場合、収穫物に対しても育成者権の効力が及ぶ
育成者権の効力の例外	規定なし	各国・地域の裁量で、農家の自家増殖について、育成者権の効力の例外とすることが可能
育成者権の存続期間	登録から15年 (永年性植物は18年)	登録から20年 (永年性植物は25年)
特許他の保護制度を併用した2重保護の可否	不可	可能

② 植物の新品種の保護に関する国際条約の非加盟国

非加盟国・地域に対して出願を行う場合、相互主義の考え方に従い、出願しようとする非加盟国・地域において日本国民が出願人適格を有するか否かが判断されます。台湾との間では、相互主義に基づいて、日本国民が台湾において出願をし植物新品種に関する権利を取得することが認められています。

③ 主な国・地域の品種登録制度

		UPOV条約	保護対象植物	存続期間	保護が及ぶ範囲
中国	△	78年条約	290品目 (2013年5月現在)	15年 (樹木等は20年)	①種苗
韓国	○	91年条約	全植物	20年 (樹木等は25年)	①種苗 ②収穫物 ③一部の加工品
台湾	×	未締結	113品目 (2008年7月現在) (野菜、花卉類、果樹、 作物等)	20年 (樹木等は25年)	①種苗 ②収穫物 (指定の植物) ③一部の加工品 (指定の植物)
米国	○	91年条約	全植物	20年 (樹木等は25年)	①種苗 ②収穫物
EU	○	91年条約	全植物	25年 (樹木等は30年)	①種苗 ②収穫物
シンガポール	○	91年条約	全植物	20年 (樹木等は25年)	①種苗 ②収穫物
タイ	×	未締結	33品目 (イネ、大豆、トマト等)	12年、17年、27年 (植物により異なる)	①種苗
ベトナム	○	91年条約	全植物	20年 (樹木等は25年)	①種苗 ②収穫物
日本	○	91年条約	全植物	25年 (樹木等は30年)	①種苗 ②収穫物 ③一部の加工品

7. 著作権

日本では、著作権は創作と同時に権利が発生します。権利取得のために何ら手続きを必要としません。

ただし、日本で発生した著作権は、日本の著作権法に基づいて認められた権利ですので、海外で保護を求めるには、それぞれの国や地域の著作権法で要求されている要件や手続に従う必要があります。

著作物について保護を受けるための要件や手続は、国や地域ごとに異なりますが、著作物の保護に関する条約を締結している締約国間では、条約の要件を満たしていれば、相互に保護を受けることができます。このような条約として代表的なものに、ベルヌ条約と万国著作権条約があります。上記両方の条約に加盟している国や地域の間では、ベルヌ条約が適用されます。万国著作権条約では、©マーク、最初の発行年、著作権者の名前を表記することが保護を受けるための要件となっています。万国著作権条約のみに加盟しているケースはわずかですが、著作物に、©マーク、最初の発行年、著作権者の名前を表記しておくといでしょう。模倣に対する抑止的効果を得られる場合もあります。

	ベルヌ条約	万国著作権条約
保護を受けるための要件	なし(無方式主義)	©マーク、最初の発行年、著作権者の名前を表示 (締約国の国内法で規定している場合に限り)
保護対象	同盟国の国民の著作物及び 同盟国で最初に発行された著作物	締約国の国民の著作物及び 締約国で最初に発行された著作物
保護内容	自国民に与えている保護と同等か それ以上の保護	自国民に与えている保護と同等か それ以上の保護
最低保護期間	死後50年	死後25年
条約の締結前に創作された著作物の保護	保護期間が満了となっていない 限り保護	不遡及
加入国・地域数	168	100
中国	○	○
韓国	○	○
台湾	×	×
香港	×	×
米国	○	○
EU	各国ごとにほぼ加盟	各国ごとにほぼ加盟
シンガポール	○	×
タイ	○	×
ベトナム	×	×
日本	○	○

8.不正競争防止法による保護

秘密情報が不正に持ち出されるなどの被害にあったときに、差止め、損害賠償、信用回復措置を請求することができます。国や地域ごとに「営業秘密」の要件は異なりますが、いずれも、①秘密管理性(秘密として管理されていること)、②有用性(事業活動に有用な技術上又は営業上の情報であること)、③非公知性(公然と知られていないこと)を要件とするのが一般的です。

9.費用

外国出願には多額の費用を要します。補助金制度等をうまく活用するとよいでしょう(P.61、参照)。

外国出願にかかる費用はケースバイケースですが、ご参考までに、特許・商標の外国出願に要した平均的な費用をご紹介します。次頁に示す平均費用は、特許庁が、平成26・27年度の補助金を利用した案件(231案件)について、外国出願に要した費用の平均値を算出したものです。補助対象費用は、各国・地域の特許当局への出願費用、国内外代理人費用、翻訳費、出願と同時にを行った審査請求料・登録料ですが、出願には、この他の費用が必要となる場合もあります。また、出願後にも、審査請求料や登録料、拒絶対応費用といった費用が、別途発生します。

中国 			
	特許	商標 (直接出願)	商標 (マドプロ出願)
現地費用 (現地庁費用 代理人費用)	約25.0万円	約9.0万円	約12.0万円
国内代理人 費用	約20.0万円	約8.5万円	約12.5万円
翻訳費用	約30.0万円	—	—
合計	約75.0万円	約17.5万円	約24.5万円

韓国 			
	特許	商標 (直接出願)	商標 (マドプロ出願)
現地費用 (現地庁費用 代理人費用)	約22.5万円	約6.5万円	約12.0万円
国内代理人 費用	約18.0万円	約7.0万円	約15.0万円
翻訳費用	約19.0万円	—	—
合計	約59.5万円	約13.5万円	約27.0万円

台湾 		
	特許	商標 (直接出願)
現地費用 (現地庁費用 代理人費用)	約17.0万円	約8.5万円
国内代理人 費用	約26.0万円	約9.0万円
翻訳費用	約27.0万円	—
合計	約70.0万円	約17.5万円

米国 			
	特許	商標 (直接出願)	商標 (マドプロ出願)
現地費用 (現地庁費用 代理人費用)	約29.0万円	約11.0万円	約13.5万円
国内代理人 費用	約23.0万円	約7.5万円	約16.0万円
翻訳費用	約42.0万円	—	—
合計	約94.0万円	約18.5万円	約29.5万円

*マドリッド・プロトコルに加盟していない。

欧州 			
	特許	商標 (直接出願)	商標 (マドプロ出願)
現地費用 (現地庁費用 代理人費用)	約73.5万円	約-万円	約20.0万円
国内代理人 費用	約18.5万円	約-万円	約16.0万円
翻訳費用	約44.0万円	—	—
合計	約136.0万円	サンプルなし	約36.0万円

タイ 		
	特許	商標 (直接出願)
現地費用 (現地庁費用 代理人費用)	約11.0万円	約10.0万円
国内代理人 費用	約22.0万円	約17.0万円
翻訳費用	約26.0万円	—
合計	約59.0万円	約27.0万円

* この表におけるマドプロ出願の現地費用は、WIPO国際事務局へ支払う基本手数料(653スイスフラン)＋各国の個別手数料で算出しています。マドプロ出願は、一度の出願で複数国へ出願できる制度であるため、複数国をまとめて出願する場合に利用されています。基本手数料は複数国を指定しても同一料金で、基本料金に個別手数料等が加算される仕組みです。(※基本手数料653スイスフランは平成29年3月現在の料金)。

*「翻訳費」について、同じ言語圏へ出願する場合は流用ができます。

(特許庁 平成28年度外国出願補助金に係るフォローアップ調査報告より抜粋)

10. 支援制度

外国出願費用の助成を受けたい！

権利化

○外国出願補助金

外国へ特許、実用新案、意匠又は商標の出願を予定している中小企業等に対し、(公財)北海道中小企業総合支援センター及び日本貿易振興機構(ジェトロ)を通じて、外国出願に要する費用の1/2を助成します。

補助率
上限額

補助率 1/2
上限額 1企業あたり 300万円
1案件あたり 特許 150万円
実用新案・意匠・商標 60万円
冒認対策商標 30万円

お問合せ先

・(公財)北海道中小企業総合支援センター
TEL:011-232-2403
・(独)日本貿易振興機構(ジェトロ) 北海道貿易情報センター
TEL:011-261-7434

○国際出願促進交付金/PCT国際出願に係る手数料の軽減措置

小規模企業等が日本国特許庁に対し、日本語でPCT国際出願をした場合に支援を受けることができます。

補助率

〈国際出願促進交付金〉

国際出願手数料、取扱手数料 2/3相当額を交付
(申請方法)
手数料を全額納付後、6ヶ月以内に「交付金交付申請書」を特許庁へ申請。

〈PCT国際出願に係る手数料の軽減措置〉

調査手数料・送付手数料、予備審査手数料 1/3に軽減
(申請方法)
願書又は予備審査請求書に「軽減申請書」を添付して特許庁へ提出。

お問合せ先

【手続について】

特許庁 審査業務部 出願課 国際出願室
TEL:03-3581-1101(内線2643)

品種登録出願費用の助成を受けたい！

○海外品種登録出願経費支援

海外において品種登録出願を行うことが我が国農産物の輸出力強化につながるものについて、海外出願に係る経費の1/2を補助します。

お問合せ先

農林水産省北海道農政事務所 生産経営産業部 事業支援課
TEL:011-330-8810

海外での模倣品被害を何とかしたい…

権利行使

○模倣品対策支援

海外で模倣品被害を受けている中小企業者に対して海外侵害調査、警告状の作成、行政摘発の実施等について、その費用の2/3を助成します。

補助率・上限額

補助率 2/3 上限額 400万円

お問合せ先

(独)日本貿易振興機構(ジェトロ) 北海道貿易情報センター
TEL:011-261-7434

海外企業に自社のブランド名を先取出願された…

○冒認商標無効・取消係争支援

海外企業から、自社ブランドの商標や地域団体商標を冒認出願された中小企業等に対し、異議申立や無効審判請求、取消審判(例:中国における三年不使用取消)請求など、冒認商標を取消すためにかかる費用の2/3を助成します。

補助率・上限額

補助率 2/3 上限額 500万円

お問合せ先

(独)日本貿易振興機構(ジェトロ) 北海道貿易情報センター
TEL:011-261-7434

○防衛型侵害対策支援

海外企業から警告、訴訟など係争に巻き込まれた中小企業等に対し、対抗措置にかかる費用の2/3を助成します。

補助率・上限額

補助率 2/3 上限額 500万円

お問合せ先

(独)日本貿易振興機構(ジェトロ) 北海道貿易情報センター
TEL:011-261-7434

海外企業から権利侵害で訴えられた…

○海外知財訴訟費用保険

中小企業が海外において知財係争に巻き込まれた場合の「セーフティネットとしての施策」として、全国規模の中小企業を会員とする団体に補助金を交付し、中小企業が海外知財訴訟費用保険に加入する際の掛金の1/2を補助し、中小企業の掛金負担を軽減します。

補助率

補助率 掛金の1/2

お問合せ先

【保険内容や保険加入について】

(1)日本商工会議所 総務部 TEL:03-3283-7832
(2)全国商工会連合会 会員サービス部 TEL:03-3503-1258
(3)全国中小企業団体中央会 振興部 TEL:03-3523-4904

外国企業への販促活動やマッチングを支援してほしい！

権利活用

○日本発知財活用ビジネス化支援

小規模の個人事業主、中堅・中小企業を対象に、各種マッチング支援を行い、海外企業とのライセンス契約等の締結を促進することにより、知財を活用した海外での事業展開を支援します。

補助率

- 海外での展示会出展、デモ広報展示等に関する経費：1／3を補助
- 調査、知財や海外ビジネス専門家の助言等支援：全額補助

お問合せ先

(独)日本貿易振興機構(ジェトロ) 北海道貿易情報センター
TEL:011-261-7434

地域団体商標を使って海外に売り込みたい！

○地域団体商標の海外展開支援

地域団体商標の海外展開を支援するため、地域団体商標を保有する事業団体を対象に、海外における商標権などの知的財産権の取得や、模倣品対策やライセンス契約などの権利活用まで、一貫した知財面のサポートを実施します。

上限額

上限額 300万円

お問合せ先

(独)日本貿易振興機構(ジェトロ) 北海道貿易情報センター
TEL:011-261-7434

海外展開に向けた計画策定や現地調査をしたい！

○海外ビジネス戦略推進支援

海外市場に活路を見出そうとする中小企業に対して、中小機構が専門家チームを組成し、海外展開事業計画策定等の支援を行います。

補助率・上限額

- (1)海外展開事業計画策定支援【全採択企業】
アドバイスを行う中小機構専門家チームの謝金、旅費は全額負担します。
- (2)現地調査等支援【選択】
 - 1)現地調査等支援(投資型)
補助率：補助対象経費の1/2
補助対象経費上限額280万円、うち最大140万円まで補助
 - 2)現地調査等支援(輸出型)
補助率：補助対象経費の1/2
補助対象経費上限額100万円、うち最大50万円まで補助

お問合せ先

(独) 中小企業基盤整備機構 北海道本部
TEL:011-210-7471

知財の専門家に海外展開に関する相談を無料でしたい！

専門家への相談

○外国相談室

外国における産業財産権侵害(製造国、流通国の両方又はどちらかが外国の場合)及び諸外国の産業財産権制度についてのお問合せやご相談に無料でお答えします。また、外国産業財産権制度に関するセミナー(参加費無料)も行っています。

支援の対象

外国が関係する産業財産権侵害に関する悩みを相談したい
中小企業・ベンチャー企業

お問合せ先

(一社)発明推進協会 アジア太平洋工業所有権センター(APIC) 外国相談室
TEL:03-3503-3027
メール:soudan@apic.jiii.or.jp
http://www.jpo.go.jp/index/kokusai_doukou/iprsupport/index.html

○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海外知的財産プロデューサーが、海外ビジネス展開に応じた知的財産リスクやその具体的対策、知的財産の管理・活用に関するアドバイス・支援を無料・秘密厳守で行います。

支援の対象

海外で知的財産を保護・活用しようとする中堅・中小企業等

お問合せ先

(独) 工業所有権情報・研修館 海外展開知財支援窓口
TEL:03-3581-1101(内線3823)

1. INPIT北海道知財総合支援窓口

知財総合支援窓口は、(独)工業所有権情報・研修館(INPIT)の事業として、中小企業等のアイデア段階から事業展開までの知的財産に関する悩みや課題を一元的に受け付け、知的財産に関する様々な専門家や支援機関と連携して、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。北海道では、(一社)北海道発明協会が支援機関と連携をして窓口を開設しています。

海外への商標、特許等の出願相談が増えてきております。その中で、まずは最初に相談を受ける窓口として、窓口支援担当者が基本的なことからわかりやすく悩みや課題をお聞きし、解決へ導く支援を示します。知的財産の専門家である弁理士、知的財産等に関する契約へ精通した弁護士、ビジネスとしての知的財産の役割に詳しい中小企業診断士、商品のブランドや模倣に関する意匠の専門家のデザイナーなどの助言を得られる機会をつくる支援も実施しています。さらに、継続的な支援が必要な場合は、20機関を超える支援機関への橋渡しや協同により、課題解決へと導きます。

窓口支援担当者

2級知的財産管理技能士
富田 和彦



[得意分野] 特許、実用新案等及びエネルギー、環境分野、先行技術調査

森山 潤



[得意分野] 商標、意匠等、及び農林水産・ブランド分野、電子出願

2級知的財産管理技能士
山内 陽子



[得意分野] 商標、意匠等、及び農林水産・ブランド・デザイン分野

2級知的財産管理技能士
浅岡 正光



[得意分野] 特許、実用新案等及び機械・制御分野、助成金申請支援

企業OB
牧野 功



[得意分野] 特許、実用新案等及び国内外先行技術調査、商標先願調査

企業OB
千田 忠雄



[得意分野] 商標、意匠等、及び経営面での知財活用、ブランドマーケティング

企業OB
長島 洋一



[得意分野] 特許、実用新案等、及び経営面での知財活用、職務発明規定類

INPIT北海道知財総合支援窓口

〒060-0807 札幌市北区北7条西4丁目1番地2 KDX札幌ビル5階
北海道知的財産情報センター 一般社団法人北海道発明協会内
電話:011-747-8256 FAX:011-747-8253
利用時間 9:00~12:00、13:00~17:00
休日 土曜・日曜・祝祭日・年末年始(12月29日~1月3日)

海外の知財制度の情報収集をしたい!

情報収集

○新興国等知財情報データベース(ウェブサイト)

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や公報、統計等の情報へのアクセス方法、模倣被害、訴訟対策情報、ライセンス実務に関する情報等をコンテンツとして掲載しています。

<http://www.globalipdb.inpit.go.jp/>

お問合せ先

(独)工業所有権情報・研修館 海外展開知財支援窓口
TEL:03-3581-1101(内線3823)

○海外知財訴訟リスク対策マニュアル

中小企業の海外進出が増えている中で、海外において知財に絡む係争に巻き込まれるケースも増えています。現在海外展開を検討している、もしくは、準備を進めようとしている中小企業の皆さまに、知的財産にまつわる「リスクに自ら気づき」、「必要な予防」のヒントをとりあげたマニュアルをぜひご活用ください。

https://www.jpo.go.jp/torikumi/chushou/soshou_manual.htm

お問合せ先

経済産業省北海道経済産業局 地域経済部 産業技術課 知的財産室
TEL:011-709-2311(内線2586)

○模倣品対策マニュアル・知的財産権侵害判例・事例集、調査報告書

特許庁では、模倣品被害の多発する国・地域に関する有益な情報を、模倣対策マニュアル、知的財産権侵害判例・事例集、調査報告書として取りまとめているので、ぜひご覧ください。

<https://www.jpo.go.jp/torikumi/mohouhin/mohouhin2/manual/manual.htm>

お問合せ先

特許庁 総務部 国際協力課 海外戦略班
TEL:03-3581-1101(内線2575)

○中小企業商標先行登録調査・相談

これから海外への進出を考えている中小企業を対象に、ジェトロの海外ネットワークを活用した商標先行登録状況の調査を海外展開予定国・地域において実施し、法的観点等に基づく助言も含めた報告書作成による支援をしています。

●対象国・地域:中国、香港、韓国、タイ、米国、フランス、ドイツ

●調査対象範囲:商標が1つの場合、2カ国・地域まで
商標が2つの場合、1カ国・地域まで

※各商標につき、分類はそれぞれ3つまで指定が可能です。

https://www.jetro.go.jp/services/ip_trademark.html

お問合せ先

(独)日本貿易振興機構(ジェトロ) 北海道貿易情報センター
TEL:011-261-7434

2.独立行政法人日本貿易振興機構北海道貿易情報センター(ジェトロ北海道)

ジェトロは貿易・投資促進と開発途上国研究を通じ、日本の経済・社会の更なる発展に貢献することを目指しています。

70力所を超える海外事務所ならびに本部(東京)、大阪本部、アジア経済研究所および国内事務所をあわせ約40の国内拠点から成る国内外ネットワークをフルに活用し、対日投資の促進、農林水産物・食品の輸出や中堅・中小企業等の海外展開支援に機動的かつ効率的に取り組むとともに、調査や研究を通じ我が国の企業活動や通商政策に貢献します。

ジェトロが主催・参加する海外見本市・展示会のジャパンプース(ジャパン・パビリオン)へのご出展をサポートします(出展企業・団体を公募します)。

日本産農林水産物・食品の輸出に関する支援としては、下記の内容を実施しています。

海外情報の提供・スキルアップ支援

ジェトロのネットワークを活用して収集した輸出に関する海外の制度・規則、マーケット情報等をウェブサイト上に掲載しています。

また、全国各地でセミナー形式で商談スキルアップ、海外マーケット情報、海外の輸入制度等に関する情報提供を行っています。

個別のご相談は、全国のジェトロの事務所に設けた農林水産物・食品輸出相談窓口までご連絡下さい。海外に配置している食品分野の専門家への相談も最寄の事務所までご連絡ください。

商談機会の提供

輸出に取り組む事業者のすそ野拡大のため、世界的に評価の高い見本市に日本パビリオンを設置し、出展者を募集しています(出展料の一部を補助)。また、海外のバイヤーを招へいする商談会を国内外で開催しています。

海外プロ向け情報発信

海外のバイヤーや小売・外食業者向けに、調理法、製法、歴史、品質など日本産食品のトータルな魅力を伝える普及セミナーを開催しています。

輸出有望案件支援サービス(個別事業者への輸出支援)

各分野の専門家が、お客様の製品や会社の状況にあわせた戦略策定、マーケット・バイヤー情報の収集、海外見本市の随行・商談の立会い、最終的には契約締結までお手伝いします(事前審査有り)。

知的財産に関する支援内容

模倣品・海賊版被害相談窓口 無料 模倣品・海賊版問題でお困りの方のご相談を受け付けています。
中小企業等海外侵害対策支援事業 模倣品対策支援事業 海外での知的財産権の侵害調査等にかかる費用の2/3を助成します。
防衛型侵害対策支援事業 海外で知的財産権に係る係争に巻き込まれた際の係争費用の2/3を助成します。
冒認商標無効・取消係争支援事業 海外で冒認商標を取り消すため自ら提起する係争活動に係る費用の2/3を助成します。
中小企業商標先行登録調査・相談 無料 海外における中小企業の商標先行登録状況の調査を実施します。
外国出願費用の助成(中小企業等外国出願支援事業) 外国出願にかかる費用の半額を助成します。
「地域団体商標」の国際展開支援 地域ブランドの海外展開を支援します。
中国現地法人における営業秘密流出防止支援事業 無料 中国現地法人に専門家を派遣し、コンサルテーションや研修を行います。

独立行政法人日本貿易振興機構北海道貿易情報センター(ジェトロ北海道)

〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目 北海道経済センター9階

電話:011-261-7434 FAX:011-221-0973

URL <https://www.jetro.go.jp/jetro/japan/hokkaido/>

帯広相談窓口

〒080-8711 帯広市西3条南9-1 帯広経済センタービル5階(帯広商工会議所内)

電話:0155-20-3076 FAX:0155-20-3077

旭川相談窓口

〒070-8540 旭川市常盤通1丁目 道北経済センター3階(旭川商工会議所内)

電話:0166-29-1911 FAX:0166-29-1912

函館相談窓口

〒040-0063 函館市若松町7-15 函館商工会議所ビル3階

電話:0138-21-4022 FAX:0138-21-4023

3.独立行政法人中小企業基盤整備機構北海道本部

中小機構(中小企業基盤整備機構)は、国の中小施策の総合的な実施機関として、地域の中小企業を元気にし、地域経済を豊かにすることを使命としております。現在の北海道は、第1次産業に強みを持つものの、その特色が原材料の供給地としての位置づけに留まっていることから、今後は、高付加価値を作り出す第2次産業や第3次産業との連携を深めるなど、その強みを一層高めることでバランスの取れた経済にしていくことが不可欠となっております。

このような背景を踏まえ、私たち中小機構北海道では、これまでに培ってきたノウハウとさまざまなパートナー機関とのネットワークを活かし、企業の成長段階に応じた具体的支援ツールを総合的かつ複合的に活用して、道内における「中小企業の経営力強化」、「成長力・波及力の高い新事業・新産業の創出」、「道外・海外を含めた販路開拓」等を支援するための幅広いサービスを提供しております。

海外展開に関する支援

世界に挑む志を、多彩なサポートで応援。海外展開を目指す中小企業等に対して、計画の初期段階から進出後まで、幅広いサービスでサポートします。

① 海外展開相談【無料】

海外進出や輸出入、海外企業への委託生産などに関する中小企業からの相談に海外市場に知見の深い専門家が対応します。北海道本部での窓口対応の他、海外の専門家が出張して現地でのアドバイスも実施します。

② 中小企業海外展開セミナー【無料】

中小企業支援機関・中小企業関係団体・金融機関等の皆様が、国際化に関心を持つ中小企業者を対象に、国際化に関するセミナーを開催し、併せて個別相談会を実施する場合に、中小機構ではその支援を行っています。具体的には、開催目的に応じて、当機構に登録している専門家から講師を選定し、講師派遣を行います。

③ 展示会への出展支援【出展料別途】

海外各国・地域で開催されている展示会において、ジェトロが募集するJAPANブースへの出展を希望する企業の事前募集を行い、①国内での出展準備、②会場での商談サポート、③帰国後の成約を目指した商談フォローで一貫支援します。

④ 海外現地調査等の支援(海外ビジネス戦略推進支援事業)

海外市場に活路を見出そうとする中小企業・小規模事業者の海外展開に向けた

戦略策定や販路開拓につなげるため、F/S(事業化可能性調査)支援に加え、外国語Webサイト構築等を支援します。

⑤ SWBS(中小企業ワールドビジネスサポート)

海外進出支援の実績がある民間企業や公的機関(サポートメンバー)500社以上が参加するネットワークを構築しています。海外展開を志す中小企業に対して専用HP(<https://swbs.smrj.go.jp/>)においてビジネスパートナーとのマッチング、各種相談対応、お役立ち情報の提供等を行っているほか、サポートメンバーとの交流・マッチングイベントを全国各地で開催しています。

中小機構北海道(正式名称:独立行政法人中小企業基盤整備機構 北海道本部)
〒060-0002 札幌市中央区北2条西1丁目1番地7 ORE札幌ビル6階
電話:011-210-7470(代表) FAX:011-210-7480
URL <http://www.smrj.go.jp/hokkaido/>

中小企業大学校 旭川校
〒078-8555 旭川市緑が丘東3条2丁目2番1号
電話:0166-65-1200 FAX:0166-65-2190

北見オフィス
〒090-0013 北見市柏陽町603-2 北見工業大学社会連携推進センター内
電話:0157-57-5677(代表) FAX:0157-57-5688

函館オフィス
〒040-0063 函館市若松町7番15号 函館商工会議所ビル2階
電話:0138-24-6600 FAX:0138-24-6611

釧路オフィス
〒085-0847 釧路市大町1丁目1番1号 道東経済センタービル5階
電話:0154-68-4866 FAX:0154-68-4867

独立行政法人 中小企業基盤整備機構 北海道本部 業務案内2017年6月発行より抜粋引用

4.経済産業省北海道経済産業局 知的財産室

知的財産室では、産業財産権をはじめ、知的財産に関する制度の紹介・活用支援を行っています。

〒060-0808 札幌市北区北8条西2丁目1-1 札幌第1合同庁舎
URL <http://www.hkd.meti.go.jp/>
電話:011-709-2311(内線2584,2586)

5.農林水産省北海道農政事務所 生産経営産業部 事業支援課

農林水産分野の知的財産である「育成者権(植物品種登録)」、「地理的表示(GI)」についての担当部署があります。

〒064-8518 札幌市中央区南22条西6丁目2-22
URL <http://www.maff.go.jp/hokkaido/>
電話:011-330-8810

6.その他の支援機関

- 日本弁理士会北海道支部
〒060-0807 札幌市北区北7条西4丁目
URL <http://jpaa-hokkaido.jp/>
電話:011-736-9331
- 弁護士知財ネット北海道地域会
URL <https://iplaw-net.com/network/hokkaido>
- 北海道国際ビジネスセンター
〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目
北海道経済センタービル1階 一般社団法人北海道貿易物産振興会内
URL <http://www.dousanhin.com/hibc/>
電話:011-251-2700
- 札幌商工会議所 国際・観光部 食産業・貿易課
〒060-8610 札幌市中央区北1条西2丁目北海道経済センタービル2階
URL <http://www.sapporo-cci.or.jp/>
電話:011-231-1332
- (公財)北海道中小企業総合支援センター
〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目北海道経済センタービル9階
URL <http://www.hsc.or.jp/>
電話:011-232-2001(代表)
- 北海道よろず支援拠点
〒060-0001 札幌市中央区北1条西2丁目北海道経済センタービル9階
(公財)北海道中小企業総合支援センター内
URL <http://yorozu.hokkaido.jp/>
電話:011-232-2407

7. 海外商標の調査方法および知財保護紹介サイト

平成29年度 商標冒認出願対策支援情報ガイド

最終更新日: 2017年8月29日(火)

<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kgs/chizai/guide.htm>

香港における商標の調査方法 香港商標検索マニュアル(2016年 2月 北海道)

http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kgs/chizai/TMSearch_HK.pdf

台湾における商標の調査方法 台湾商標検索マニュアル(2016年 2月 北海道)

http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kgs/chizai/TMSearch_TW.pdf

中国における商標の調査方法 中国商標検索マニュアル(2016年 2月 北海道)

http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kgs/chizai/TMSearch_CN.pdf

韓国における商標の調査方法 韓国商標検索マニュアル(2016年 2月 北海道)

http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kgs/chizai/TMSearch_KR.pdf

欧州連合商標検索ミニガイド 作成日: 2016年12月1日 特許庁

https://www.jpo.go.jp/index/kokusai_doukou/iprsupport/miniguide/pdf/Trademark_OHIM.pdf

米国商標情報検索ミニガイド 作成日: 2012年1月15日 特許庁

https://www.jpo.go.jp/index/kokusai_doukou/iprsupport/miniguide/pdf/Trademark_USA.pdf

マレーシアにおける商標公報の調べ方 2013年12月10日 特許庁

<http://www.globalipdb.inpit.go.jp/etc/4847/>

世界の産業財産権制度および産業財産権侵害対策概要ミニガイド 特許庁

https://www.jpo.go.jp/index/kokusai_doukou/iprsupport/miniguide/

海外出展時における知財保護対策 ジェトロ動画

<https://www.jetro.go.jp/static/theme/ip/animation/exhibit/lecture.htm>

「海外展示会・商談のリスク対策マニュアル」作成委員会

【委員】

吉田 芳春 氏(弁理士・吉田国際特許事務所)
古瀬 康紘 氏(弁護士・弁理士 古瀬法律事務所)
佐川 慎悟 氏(弁理士・佐川慎悟国際特許事務所)
橋本 多香子 氏(弁理士・橋本国際特許事務所)
唐澤 和之 氏(日本貿易振興機構北海道貿易情報センター)

【オブザーバー】

花木 泰美 氏(農林水産省北海道農政事務所)
松尾 一久 氏(独立行政法人中小企業基盤整備機構北海道本部)
赤沼 正信 氏(独立行政法人工業所有権情報・研修館)

初版 平成29年12月

【事務局】

一般社団法人 北海道発明協会

【本書についての問い合わせ先】

経済産業省北海道経済産業局 地域経済部 産業技術課 知的財産室

TEL:011-709-2311 内線2586

FAX:011-707-5324

E-mail:hokkaido-chizai@meti.go.jp

INPIT北海道知財総合支援窓口

独立行政法人工業所有権情報・研修館事業

北海道よろず支援拠点 (公益財団法人北海道中小企業総合支援センター)
売上拡大、経営改善など、経営上のあらゆる
お悩みの相談に各専門分野のコーディネーターが対応

相談は
無料です

頑張るあなたのお悩みに
精一杯お応えしたい

中小企業等

相談

知財に関する
悩み・課題に対し
その場で解決策を
提供・解決

支援

知財総合支援窓口

窓口支援担当者

専門性の高い相談

連携
支援

配置専門家から
助言を受けられます。

予約制

○弁理士(毎週月・水曜日)

○弁理士(毎月第4金曜日)

14:00~17:00

011-747-8256

アクセス

最寄り駅…… JR札幌駅
地下鉄南北線さっぽろ駅

〒060-0807 札幌市北区北7条西4丁目1-2 KDX札幌ビル5階

●JR札幌駅 西コンコース北口を出て
横断歩道を渡り、徒歩2分

●札幌駅北口地下歩道8番出口を出てすぐ左手のビル



札幌大通サテライト

R&Bパーク札幌大通サテライト

Tel. 011-219-3359

〒060-0042 札幌市中央区大通西5丁目8番地
昭和ビル1階

苫小牧サテライト

苫小牧市テクノセンター

Tel. 0144-57-0210

〒059-1362 苫小牧市柏原32番地27

室蘭サテライト

公益財団法人室蘭テクノセンター

Tel. 0143-45-1188

〒050-0083 室蘭市東町4丁目28番1号

函館サテライト

北海道立工業技術センター内
公益財団法人函館地域産業振興財団

Tel. 0138-34-2600

〒041-0801 函館市桔梗町379番地

旭川サテライト

一般財団法人旭川産業創造プラザ

Tel. 0166-68-2820

〒078-8801 旭川市緑が丘東1条3丁目1番6号
旭川リサーチセンター内

旭川商工会議所

Tel. 0166-22-8411

〒070-8540 旭川市常盤通1丁目
道北経済センター3階

北見サテライト

オホーツク産学官融合センター

Tel. 0157-57-5677

〒090-0013 北見市柏陽町603-2
北見工業大学社会連携推進センター内

北見商工会議所

Tel. 0157-23-4111

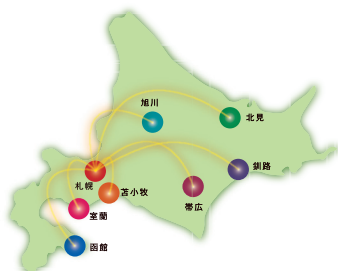
〒090-0023 北見市北3条東1丁目

釧路サテライト

公益財団法人釧路根室圏産業技術振興センター

Tel. 0154-55-5121

〒084-0905 釧路市鳥取南7丁目2番23号
釧路工業技術センター内



帯広サテライト

公益財団法人とから財団 十勝産業振興センター

Tel. 0155-38-8850

〒080-2462 帯広市西22条北2丁目23番地9

リサイクル適性 (A)

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。