

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
その場で解決方を
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

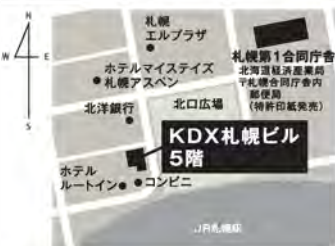
アクセス

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 北見市柏岡町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

公益財団法人釧路視察園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

公益財団法人とかち財団 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。

中小企業支援機関のための

相談対応 マニュアル

令和元年度 改訂版

経営相談に
知的財産の
アドバイスを



経済産業省
北海道経済産業局

相談担当者の皆様へ

商工会、商工会議所、地域金融機関などの中小企業支援機関において、相談担当者の皆様が日ごろ受けられている個人事業主、中小企業関係者等の相談の中には、相談者が意識していなくても、知的財産について適切な手当をすることで、相談事案そのものの解決が図られたり、そうした手当がきっかけとなって事業がより発展することを期待できるものが少なくありません。

しかし、相談者のなかには知的財産に対する関心が必ずしも高くないために、知的財産に対する手当や配慮が有効であることに気づかずにいる相談者が多いというのが現状です。また、他人の知的財産に対する関心や配慮が薄いために、そのままと知的財産権に関する紛争を引き起こしかねない事業を、不用心に進めようとしている相談者も少なくありません。さらに、知的財産は手続が面倒だったりお金がかかったりするなどとして、むしろ必要な対応を避けようとする相談者も珍しくはありません。

このマニュアルは、そうした知的財産に対する関心が高くない、あるいはネガティブな印象を持っている相談者に、知的財産に対する配慮や適切な手当（知財ポイント）が事業に役立つことを改めて気づいていただくための、そして知的財産に関する専門相談窓口に相談者を誘導してもらうための、相談担当者の皆様を対象とした実務マニュアルです。

相談担当者の皆様には、このマニュアルを傍らに置きながらあるいはマニュアルを提示しながら知的財産に関する知財ポイントの説明や専門相談窓口への橋渡しにご利用いただければ幸いです。



目 次

I 相談対応の基本的な流れ

4

II キーワードインデックス

5

III 相談例と「知財ポイント」

- ア. 食肉の解体加工用器具の開発に適した補助金はないだろうか 6
- イ. 新製品・新事業に協力してくれるパートナーを紹介してほしい 9
- ウ. 取引先への新製品・サービスの手順な売り込み方を教えてほしい 11
- エ. 外注先に作らせた△△が思いのほか便利だったので製品化したい 14
- オ. 会社を興したい・商品を販売したい・イベントを立ち上げたいので相談に乗ってほしい 17
- カ. ホームページやパンフレット等を作って会社や商品を宣伝したい 20
- キ. 海外で販売されている商品を輸入販売したいので、輸入手続きを知りたい 21
- ク. 海外展開を図りたいが、どのような進め方がよいだろうか 22

IV ネガティブな印象への対応例

- 1. 発明や特許なんてたいそうなものは我が社に関係ないよ 24
- 2. 我が社の製品を真似する者はいないと思う 24
- 3. 知的財産権を取ったこともあるけど使えなかった 25
- 4. 特許を取ったら儲かるの? 25
- 5. 出願手続きとかが面倒だし、何よりお金がかかる 26

V 「知的財産権」の基礎知識

- i. 発明と特許権 27
- ii. 考案と実用新案権 28
- iii. 意匠と意匠権 29
- iv. 商標と商標権、商号 30
- v. 著作物と著作権 31
- vi. 営業秘密、周知・著名な商品等表示など(不正競争防止法) 32
- vii. 新品種と育成者権 33
- viii. 地理的表示(GI) 34
- ix. J-PlatPat(特許情報プラットフォーム) 35

VI 知的財産権の取得と維持に要する費用の概要

36

VII 特許料等の減免及び交付金制度

38

VIII 知的財産に関する専門相談窓口一覧

39

I 相談対応の基本的な流れ

相談対応の基本的な流れは、次のようなものです。

知的財産との関連性を探る

様々な目的の相談の中から、知的財産に関連するキーワードが使われているもの、知的財産が潜んでいそうだと感じたものを、取り上げて下さい。

知的財産への取り組みを確認する

知的財産に対する相談者の関心の有無、その程度を色々な質問を通して探して下さい。

注意喚起する

事前調査の重要性を伝えて下さい。

出願の検討を促して下さい。

契約の重要性を伝えて下さい。

専門相談窓口へ誘導する

専門相談窓口を紹介して、例えば事前調査の方法や出願検討時の注意点、契約時の注意点などについて問い合わせるよう、勧めて下さい。

なお、相談担当者ご自身が具体策を助言されても構いませんが、相談者へ注意喚起をし、その後は専門相談窓口を紹介して下さい。

II キーワードインデックス

相談の目的や内容を表す言葉のうち、知的財産と関連性が高いキーワードと、それぞれについて参照していただきたい事例を示します。

〈新製品・新事業〉

補助金	助成金	支援事業
支援制度	研究	開発
新製品	新技術	事業計画
新事業	新企画	製品化

事例ア) 事例イ) 事例ウ)
6ページ 9ページ 11ページ

〈共同作業〉

提携	連携	共同
技術協力	パートナー	委託
受託	外注製作	

事例イ) 事例ウ) 事例エ) 事例ク)
9ページ 11ページ 14ページ 22ページ

〈販売・宣伝〉

商品販売	イベント	ブランド
特産品	名称	宣伝
広告	ホームページ	インターネット
パンフレット	ポスター	キャラクター

事例オ) 事例カ)
17ページ 20ページ

〈海外展開〉

輸入	輸出	外国
外国販売	海外展開	冒認
技術提携	技術導出	

事例キ) 事例ク)
21ページ 22ページ

Ⅲ 相談例と「知財ポイント」

事例ア)

食肉の解体加工用器具の開発に適した補助金はないだろうか

新しい技術やサービスの提供に関連する事業においては、発明、考案さらには意匠が発生する可能性がありますので、相談自体が知的財産を目的としたものでなくとも、相談者に知的財産に関する注意を喚起することが重要です。

また、知的財産権の取得や事前調査によって、事業の新規性や他者差別性(競争優位性)をはじめとした差別化ポイントを明確にすることが可能ですので公的補助金等の獲得に必要な事業計画書の作成において有効です。

① 潜んでいそうな知的財産

相談者が補助金を得て開発しようとしている「器具」については、その構造、仕組み、原理などは発明または考案に、解体方法または加工方法も発明に、さらに「器具」の外観は意匠に、それぞれ該当する可能性があります。

② 相談者への質問

相談者に次のような質問をして下さい。

- i. 相談時点で「器具」の構造、仕組み、原理、または方法の手順についてアイデアがある程度まで具体的に固まっているか
- ii. 肉の解体加工用器具・解体加工方法にはどのようなものがあるか、相談者が考えた具体的なアイデアと同じまたは似たものについて特許出願・実用新案登録出願・意匠登録出願がされているかなどを調べたかどうか(事前調査を行ったかどうか)

③ 出願の検討を促す

「器具」に関するアイデアが具体化されていて、事前調査もある程度行っているのであれば、早めに特許、実用新案または意匠登録出願をする・しないの検討を行うことを、相談者に勧めて下さい。

④ 事前調査を勧める

「器具」に関するアイデアが具体化されているのに事前調査は全く行っていないときは、まずは事前調査を行ったほうがよいと相談者に伝えて下さい。特に、相談者が事前調査に全く関心を持っていないまたは事前調査を行うことなく「先行例はない」と考えている(思い込んでいる)ときには、8ページに解説されている「事前調査」の重要性を伝えて下さい。

また、事前調査の結果を踏まえて出願等の要否を検討した方がよいことも伝えて下さい。

⑤ 事前調査で研究開発のヒントを探る

「器具」に関するアイデアもまだ具体化されてなく、事前調査も行っていないときは、開発のための参考資料を探すことを目的として事前調査を行った方がよいことを相談者に勧めて下さい。

⑥ 事業計画に知的財産計画を組み入れる

補助金申請において求められる事業計画に、開発スケジュールに適合した知的財産の出願計画も含めるよう、勧めて下さい。

→ 出願計画があれば、器具を展示・発表等して新規性を失ったりせずに、必要な出願を適切なタイミングで済ませることが可能になります。

また、補助金制度が認める場合には出願に要する費用も補助対象として計上しておくともよいことも伝えて下さい。

事例ア)と同様の相談例として、次のようなものが考えられます。これらも事例ア)に即して対応して下さい。

- ・研究開発補助金の申請でどんな点に注意すべきか知りたい
- ・機械・装置の開発資金の調達の相談に乗ってほしい
- ・企画中の新製品・事業の事業計画と一緒に考えてほしい
- ・企画中の新製品・事業が当たりそうかどうか意見を聞かせてほしい
- ・新事業を支援してくれる制度、補助金、助成金がないか知りたい
- ・新製品の開発で陥りやすいミスや失敗を教えてほしい

「事前調査」の重要性

知的財産に関する関心は、とにかく「出願する」「権利化する」ことに集まりがちです。特に事業を興そう・拡げよう、新製品を開発しようとしている方は、その傾向が強くなります。

しかし、発明及び意匠は、新規性がないと出願しても権利を獲得することはできません。商標も、先に出願されているまたは他人が使用して周知になっている商標は、権利を獲得することはできません。こうした公知になっている知的財産を出願しても、結局のところ費用の無駄使いに終わってしまいます。

また、資金と時間を投入して製品や技術を開発しても、その製品や技術に対して他人が知的財産権を先に獲得していれば、その製品や技術を事業に利用することはできず、開発に費やした資金も時間も全て無駄になりかねません。特に、事業を開始した後に他人から権利侵害だと訴えられ、撤退せざるを得なくなるなどの事態に陥れば、中小企業にとっては致命傷になりかねません。

こうした無駄な出願や権利侵害を避けるためにも、先行する技術情報、デザイン、商標の存在及びこれらに関する知的財産権の有無に関する事前調査は、極めて重要です。

事前調査によって先行技術を知ること、研究課題をどう解決するかのヒントを探ることができ、同時に研究成果が知的財産権を取得できるかどうかを予測することができるようになります。また他人の知的財産権を把握しておくことで、無駄な研究の防止や侵害事件を予防することも可能になります。

このように事前調査は重要かつ有益ですが、その実行にはそれなりの費用と専門知識が求められます。相談者には、専門相談窓口と相談してから事前調査を行うことを勧めて下さい。

事例イ) 新製品・新事業に協力してくれるパートナーを紹介してほしい

事例ア)と似た相談ですが、事例イ)は複数の者が事業に関わる点、すなわち当事者が複数になるという点が事例ア)とは異なり、これにより追加の配慮が必要となります。

①潜んでいそうな知的財産

事例ア)と同様、新製品の構造、仕組み、原理などは発明または考案に、またその外観は意匠に、それぞれ該当する可能性があること、新事業がコンピュータシステムを利用した商取引方法であるときも発明に該当する可能性があります。

②基本的な対応

新製品や新事業で創り出されるものが発明、考案または意匠として把握できると思われたときは、事例ア)の①～⑥までの質問およびアドバイスを行って下さい。

③契約の締結を勧める

他の民間企業(他社)と共同研究・開発(共同研究等)を行うときは、知的財産の取り扱いを含む共同研究等に関する契約を事前に取り交わしておくことを、強く勧めて下さい。また、仮に契約を交わさずに知的財産を共同で創作したときは、次のような問題が生じることを指摘して下さい。

- i. 共同創作された知的財産の出願は相談者と他社とが共同で行わなければならないこと
 - 他社が出願に同意しなかったときは、最悪の場合、出願することができなくなります。
 - 出願を認めてもらうための対価の支払いが必要になり、共同研究等に要する研究費に加えての金銭的負担となる場合があります。
- ii. 共同創作された知的財産は他社も自由にビジネスに利用できること
 - 他社が共同創作した知的財産を使ってビジネスすることを止めることはできないため、他社の事業規模や技術力によっては自社ビジネスが成り立たなくなるおそれがあります。

- iii.共同創作した知的財産を利用したビジネスを別の第三者と提携して行うときは、他社の同意が必要になること
→他社が同意しなかったときは、例えば第三者に販売を委託したり、製造から販売まで全てを任せたりすることができなくなり、事業拡大に支障を来すおそれがあります。

④大学、公的研究機関との契約における注意点を指摘する

大学や公設試など(研究機関等)と共同研究等を行うときは、③と同様に、知的財産の取り扱いを含む共同研究等に関する契約を事前に取り交わしておくことを、強く勧めて下さい。加えて、通常は次のような条件が契約に加わることを指摘して下さい。

- i.知的財産の独占利用を希望する場合には、出願費用を全額負担し、ライセンス料を研究機関等に支払うこと
- ii.知的財産の独占利用を希望しない場合には、研究機関等が第三者にライセンスすることに反対しないこと
→同じ知的財産をビジネスに利用する競合者が発生する場合があります。
- iii.研究機関等から出願する権利を譲り受けるときは対価の支払が求められること
→この対価は、共同研究開発用の研究費に加えての金銭的負担となり得ます。
- iv.共同研究等の内容及び成果は、学会発表等によって公開される可能性が高いこと
→研究開発の内容や結果などを企業秘密として秘匿し続けることは、難しくなります。

⑤委託製造・委託販売を希望する場合

相談者が求める協力が新製品の委託製造または販売等であって、研究開発は相談者の方で既に終了しているときは、次の事例ウ)に進んで下さい。この場合、事例ウ)における「売り込み」は「製造販売協力」として考えて下さい。

事例ウ) 取引先への新製品・サービスの上手な売り込み方を教えてほしい

新製品・サービス(新製品等)をできるだけ早く取引先に示してビジネスを早期に成立させたいというのは、経営上当当然の欲求です。しかし、知的財産に関する事前の手当なしに新製品等を取引先に開示すると、後で思わぬ不利益を招いたり、取引先との紛争が生じたりしますので、注意が必要です。

①潜んでいそうな知的財産

事例ア)と同様、新製品の構造、仕組み、原理などは発明または考案に、またその外観は意匠に、それぞれ該当する可能性があること、新事業がコンピュータシステムを利用した商取引方法であるときも発明に該当する可能性があります。

②基本的な対応

新製品や新事業で創り出されるものが発明、考案または意匠として把握できると思われるときは、事例ア)の①～⑥までの質問およびアドバイスを行って下さい。

③相談者への質問

相談者に次のような質問をして下さい。

- i.新製品等について事前調査を行っているか
- ii.新製品等について特許出願等を検討したか、または既に出願等しているか
- iii.新製品等についての最初の売り込みなのか、または既に何社かに売り込みをしたか、新製品等を既にウェブサイトに掲載したか、展示会などに出品等したか
- iv.取引先との間で新製品等の取り扱いを定めた契約書・覚書などを準備しているか

④事前調査を勧める

新製品等について事前調査をしていないときは、まずは事前調査を行ったほうがよいことを相談者に伝えて下さい。特に、相談者が事前調査に全く関心を持っていないまたは事前調査を行うことなく「先行例はない」と考えている(思い込んでいる)ときには、8ページに解説されている「事前調査」の重要性を伝え、相談者に理解を促して下さい。

⑤出願の検討を促す

新製品等が発明等に該当する一方でまだ出願していないときは、出願の可否について検討することを勧めて下さい。なお、既に新製品等を開示、売り込み、展示などして公知にしていた場合でも、最初に公知にした日から1年以内であれば、新規性喪失の例外規定を受けることが可能です(コラム参照)。

⑥契約の締結を勧める

売り込みに先だって、新製品等に関する情報(知的財産を含む、以下、情報とします)を第三者に開示しないことを定めた秘密保持に関する契約または覚書などを交わしておくことを勧めて下さい。

併せて、出願等を行わず秘密保持の承諾も得ないで情報を提供した場合、次のような事態が生じるおそれがあることを指摘して下さい。

- i. 取引先が情報を公開してしまうことで発明等が新規性を失い、出願等ができなくなる
- ii. 取引先が無断で情報を競合先に開示してその製品等と同じものを作らせ、その第三者と取引する
→事前に出願等してあれば、iとiiは回避することができます。
- iii. 取引先が情報を基に新製品等の改良型を創作して出願等をした結果、新製品等の改良型を事業化することが困難になる
→事前に秘密保持に関する約束を交わすことで回避することができます。なお、事前に出願等を済ませてもiii自体は回避できません。回避には秘密保持の約束が必要です。
- iv. 新製品等に対する改善策などを取引先から指摘された後に出願等しようとすると、最初の情報まで共同で出願等しなければならない場合がある(共同出願における問題は9～10ページ参照)
→事前に出願等してあれば、少なくとも相談者のアイデアと取引先の指摘を含むアイデアとの区別はできます。なお、取引先のアイデアを取り入れた出願等は共同で行わざるを得ない場合があります。



コラム

新規性喪失の例外規定

発明、考案及び意匠の新規性は、これらを創作した者自身が論文、新聞、雑誌、インターネット等で発表したり、パンフレット等で紹介したり、口頭で他人に話したり、発明等に関する製品を発表、販売することでも、失われてしまいます。

ただしこのような場合でも、創作者または創作者から出願する権利を譲り受けた者が、新規性を失った日から1年以内に出願をしたときは、新規性は失われなかったとして例外的に取り扱う特例措置(新規性喪失の例外規定)が設けられています。

新規性を失う前に出願をすることが一番ですが、発表や販売等が先になって新規性を失ってしまったときでも、新規性喪失の例外規定を利用して出願することができることは、知っておくとよいでしょう。

事例工)

外注先に作らせた△△が思いのほか便利だったので製品化したい

事例イ)と同様に、創作に複数の当事者が関わっているケースですが、事例イ)はこれから共同で創作するのに対して事例工)では既に創作が終了している点が違うので、事例イ)とは別の配慮が必要となってきます。なお、『受注製作した△△が思いのほか便利だったので製品化したい』という相談も、著作権への配慮を除けば事例工)と実質的に同じです。

①潜んでいそうな知的財産

△△が物であるときは発明、考案、その外観は意匠に、コンピュータシステムを利用した商取引方法であるときは発明に、コンピュータソフトウェア(プログラム)であるときは発明及び著作物に、キャラクターデザインの場合には著作物に、それぞれ該当する可能性があります。

②相談者への質問

相談者に次のような質問をして下さい。

- i. △△が発明等である場合、その△△が当事者以外に提供されるなどして公知となっているか
- ii. △△について事前調査をしたか
- iii. △△について特許出願等を検討したか、または既に出願等したか
- iv. 外注先との間で△△の取り扱いを定めた契約書・覚書などがあるか

③販売して差し支えないかを考える

△△の第三者への販売が相談者にとって却って不利益にならないかを再確認するよう促して下さい。

→△△が相談者の業務の遂行に役立つものである場合、競合者も△△を購入して利用できるようになることは、結局のところ競合者を利することになるおそれがあるからです。このような場合には、△△の製品化はむしろ回避すべきです。

④契約を確認する

当事者間に契約がある場合には、その契約に従う必要があることを指摘して下さい。

→製品化するわち第三者への販売が契約に違反するようなときは、これを見合わせるか、または外注先と製品化について改めて協議することが必要です。また、契約に発明等を出願することについての規定が含まれているときは、出願についても契約に従うことが必要です。

⑤事前調査を勧める

△△について事前調査をしていないときは、まずは事前調査を行ったほうがよいと相談者に伝えて下さい。特に、相談者が事前調査に全く関心を持っていないまたは事前調査を行うことなく「先行例はない」と考えているときには、8ページに解説されている「事前調査」の重要性を伝え、相談者に理解を促して下さい。

⑥出願の検討を促す

当事者間に契約がなく、△△がまだ公知でないとき、または公知になってから1年以内であるときは、次の点を指摘して下さい。

- i. 特許出願等することが可能な状態であること(13ページのコラム「新規性喪失の例外規定」参照)
→出願するか否かを検討することを勧めて下さい。
- ii. 相談者が単独で出願できるかどうか確認する必要があること
→△△が事実上、発注元と受注元との共同作業で創作されたときは、事例イ)の③にあるように共同で出願する必要があり、相談者が単独で出願することはできません。出願を希望するときは、共同で創作されたものか単独で創作されたものかの検討が必要になります。また、共同で出願するときには事例イ)の③にあるように契約を交わしておくことが必要です。

⑦当事者間の関係維持に配慮する

当事者間に契約がなく、△△が公知になって既に1年を経過しているときは、当事者が共同で△△を創作したか否かにかかわらず、製品化することに法的な制限はない状態であると考えられます。

しかしながら、当事者と共同で△△を創作する一方で相手方に無断で製品化すると、自分のアイデアを勝手に製品化されたなど、相手方から不満や不信を招くおそれもあります。こうした紛争を回避するためにも、事前に当事者間で製品化について相談するよう勧めて下さい。

⑧プログラムの著作権に配慮する

△△がコンピュータソフトプログラムである場合、⑥の出願の検討に加えて、外注先から著作権を行使されないような契約を交わすことを勧めて下さい。

→プログラムは発明であると共に著作物にも該当します。特別な契約がなければプログラムの著作権は外注先が保有することになるので、製品化すなわち複製することや一部を改変して使用することはできません(31ページ参照)。

⑨著作権に配慮する

△△がキャラクターデザインなどの著作物である場合は、⑧と同様の理由から、外注先から著作権を行使されないような契約を交わすことを勧めて下さい。

コラム

ご当地キャラクター

地域振興を主な目的としたいわゆる「ご当地キャラ」が、全国各地で作られています。こうしたキャラクターの利用については、熊本県の「くまモン」のように、綿密なマーケティング戦略・知財戦略の下で大成功を収めた例がある一方で、キャラクターの創作者と利用者との間での知的財産権に関する契約内容を十分精査しなかったことなどを理由にトラブルが発生した例も散見されます。キャラクターを公募して採用する場合など、創作者と利用者が異なるときは、著作権、商標権などの関連の知的財産権の取扱い十分に留意して取り組むことが大切です。

事例オ)

会社を興したい・商品を販売したい・イベントを立ち上げたいので相談に乗ってほしい

起業、新事業の立ち上げ、商品の販売、地域特産品のブランド化、イベントの企画等々には、会社や商品の名称、ロゴ、「ゆるキャラ」などのキャラクターその他、商品やサービスに関するシンボルマークすなわち商標の使用がつきものです。適切な商標を活用することで商品やサービスまたはそれらの提供元の知名度を大きくアップさせることができますが、商標の選択と活用には知的財産の側面からの様々な注意が必要です。

①潜んでいそうな知的財産

商品や事業が提供するサービスについては、事例ア)と同様に、発明、考案、意匠が存在する可能性があります。これらについては事例ア)と同様に対処して下さい。

以下、本事例では商標と著作物について焦点を当てて説明します。

②相談者への確認事項

相談者に次のような質問をして下さい。

- i. 会社名、店名、商品名、サービス名、イベント名称またはそれらを表す商標を具体的に考えてあるか
- ii. 事業や商品は相談者の私的な業務に関するものか、組合、団体、NPO法人などに関するものか
- iii. 商標が図柄やキャラクターである場合、相談者または関係者が自作したものかあるいはデザイン会社等に外注して創作させたものか

もし相談の時点で商標は全く考えていないときは、知的財産関連以外の必要なアドバイスをし、早めに事業や商品について使用する商標を具体的に決めて、改めて相談に来るよう勧めて下さい。

以下、商標がある程度具体化されていたときのアドバイスを挙げていきます。

③事前調査を勧める

商品及びその外観、使おうとする商標が、既に他人が出願し、取得している知的財産権に触れるおそれがないかの調査を行うよう、勧めて下さい(8ページのコラム「事前調査」の重要性を参照)。

④出願の検討を促す

商標について商標登録を受け得るものであるか否かの検討を行うこと、検討結果として商標登録の可能性があると判明した場合は、早めに商標登録出願をすることを勧めして下さい。

→相談者が先に商標を使い始めたとしても、商標登録を受けていないときは、第三者にその商標について商標権を取得されてしまい、継続して使用することができなくなるおそれがあります。

⑤地域名を利用するときの注意点を指摘する

商標が「虎杖浜たらこ」や「保津川下り」のような地域名と特産品又はサービスの名称からなるものであるときは、次の点を指摘して下さい。

- i. 私的な業務に関しては、商標登録を受けることはできないこと
→この場合は、別の商標を使用するよう相談者に勧めて下さい。
- ii. 各種協同組合、商工会、商工会議所またはNPO法人であれば「地域団体商標」として出願することができること
→その地域の商品名・サービス名として広く知られていること、などの条件があります。
- iii. 既に「地域団体商標」として登録されているときは、団体のルールに従う必要があること
→個人が勝手に使用することはできません。
- iv. 「地域団体商標」がなければ、個人が使用すること自体には特に制限はないが、地域名の信用を毀損しないよう留意すること

なお、平成27年度から「地理的表示保護制度」(34ページ参照)が開始していることも紹介して下さい。

⑥著作権に配慮する

商標がデザイン会社等に外注して製作させた図柄やキャラクター(図柄等)である場合は、デザイン会社等から図柄等に関する著作権を行使されないような契約を交わすことを勧めて下さい。

→特別な契約がなければ著作権はデザイン会社が保有することになるので、図柄等を商品に貼る、すなわち複製したり、インターネット上に図柄やこれを貼り付けた商品を掲載したりすることはできません。また、図柄の一部を改変することでもできません(31ページ参照)。

事例オ)に似たその他の相談例としては、次のようなものが考えられます。
これらも事例オ)に即して対応して下さい。

- ・地域の特産品をブランド化したいが何に注意すべきか
- ・地元食材を使った商品に町名を含む商品名を付けて売り出したい

コラム

地域団体商標制度

平成18年に地域名と商品・サービスの普通名称との組み合わせが「地域団体商標」として商標登録されるようになってから10年以上が経過し、全国で600件以上が商標登録されています。地域特産品の「虎杖浜たらこ」や「大雪旭岳湧水」、地域サービスの「十勝川温泉」や「かっぱ橋道具街」、ご当地グルメの「横手やきそば」等々、地域ブランドとして広く知られることで地域の知名度を高めるなど、地域振興に貢献している例が多数あります。北海道内にも、「〇〇焼きそば」、「□□カレー」、「△△やきとり」、「〇△家具」、「◇◇鋳物」、「◎◎織」など、今後地域団体商標となることが期待されるものが各地域にあります。

地域団体商標として商標登録を受けるには、地域の関係者が協力して周知性を獲得することが実質的に求められることから、地域団体商標の登録を目指す活動自体が地域活性化に直結することもあります。地域振興策の一つとして、地域団体商標の獲得も視野に入れるとよいでしょう。

事例カ)

ホームページやパンフレット等を作って会社や商品を宣伝したい

インターネットを介した宣伝は今やビジネスの常識となっていますし、ポスター、パンフレット、チラシを使って会社や商品を宣伝することも、ごく普通に行われていることです。しかし、会社・商品を宣伝するときには、実は知的財産に関する多くの注意が必要になります。

①事前調査を勧める

ポスター、パンフレット、チラシ、ホームページ(以下、広告とします)に掲載する商品及びその外観、商標について、既に他人が出願したり、知的財産権を取得したりしていないかの調査を行うよう、勧めて下さい。

→商品やサービス(商品等)に関して発明等の知的財産がある場合には、広告で商品等を宣伝すること自体が、他人の知的財産権に触れる行為になってしまいます。

②外注製作における注意点を指摘する

広告製作を製作会社に外注する場合、次の点を指摘して下さい。

i. 広告が他人の著作権を侵害していないものであることの確認を製作会社に求めること

→広告の中に他人の著作物が無許可で使用されていたりすると、広告を打つこと自体がその他人の著作権を侵害してしまうおそれがあります。

ii. 広告の著作権を譲渡する、および改変について著作権を行使しないとする約束を製作会社から取り付けておくこと(31ページ参照)

③自社製作における注意点を指摘する

広告製作を全部または一部自分で行う場合、次のような行為を行わないよう指摘して下さい。

i. 自社や商品等を紹介した新聞や雑誌の記事をそのまま、またこれを編集加工したものを無断で掲載すること

ii. 著作権フリーではない写真、絵、音楽、動画その他の著作物を掲載したり、ウェブサイトでストリーミング送信したりすること

→i、iiの例はいずれもよく見かける行為ですが、著作権侵害行為です。

事例キ)

海外で販売されている商品を輸入販売したいので、輸入手続きを知りたい

外国から商品を日本に輸入すれば、その商品には日本にある知的財産権が及ぶこととなります。したがって、輸入する商品を日本で販売することが他人の知的財産権に触れるものであるかどうかを注意深く調査する必要があります。

①事前調査を勧める

商品、その外観、使おうとする商標が、既に他人が出願し、取得している知的財産権に触れるおそれがないかの事前調査を行うことを勧めて下さい(8ページの「事前調査」の重要性を参照)。

→日本の知的財産権に触れるときは、税関で差止めを受けたり、販売後は権利侵害として訴えられたりするおそれがあります。

②並行輸入における注意点を指摘する

並行輸入(外国で販売された真正品を外国で購入し、正規代理店を通さずに直接輸入して販売すること)を行うときは、その商品に「△△国のみ」「輸出禁止」などの日本での販売を制限している表示がないことの確認をすることを勧めて下さい。

→日本での販売を制限しているものを並行輸入すると、その商品に関する知的財産権に触れる場合があります。

事例ク)

海外展開を図りたいが、どのような進め方がよいだろうか

外国で製品を販売する、外国企業と技術提携するなどして海外展開をするときは、自社製品・技術に関する知的財産の横取りや模倣を防いで、自社の独自性、優位性を確保することが特に重要です。模倣品が出回る可能性は日本国内よりも一般的に高く、また一旦生じた損害の回復は日本国内より難しいと言われていますので、国内販売以上に知的財産に関する備えが望まれます。

①潜んでいそうな知的財産

製品や技術(製品等)については発明、考案、意匠が、製品や事業の名称やシンボルマークは商標に、それぞれ該当する可能性があります。

②相談者への質問

相談者に次のような質問をして下さい。

- i. 製品等に関する知的財産について事前調査をしたか
- ii. 製品等に関する知的財産について出願等を検討したか、または既に出願等したか
- iii. 技術提携に関して適切な契約を交わしているか

③事前調査を勧める

製品等に関する知的財産について事前調査をしていないときは、まずは事前調査を行ったほうがよいと相談者に伝えて下さい。

④出願の検討を進める

製品等に関して知的財産があるときは、まず日本での出願の要否を検討するよう勧めて下さい。

→直ちに外国に出願する必要はありません。まず日本に早く出願することが大切です。外国への出願は、一定の期間内であればこの日本出願を基にして行うことができます。

なお、発明、考案及び意匠は、公知にしてしまうと殆どの外国で権利化することができなくなるので、製品等が既に公知でない限り、発表や販売より出願を先行させることが重要です。

⑤商標の冒認を防ぐ

大事な商標は外国でも商標権をとっておくよう、強く勧めて下さい。

- 日本で既に相談者が商標権を取得していても、他人によって外国で商標権が取得されてしまう(冒認される)おそれがあります。
- 冒認されると、逆ライセンスを受けなければならなくなったり、偽物扱いされたり、最悪の場合は権利侵害として訴えられたりするおそれがあります。

⑥技術提携時の注意点を指摘する

外国企業との技術提携を計画している場合には、相談者には次のような留意点を指摘して下さい。

- i. 秘密情報の取り扱いに関する契約を交わすべきこと
 - 秘密保持を約束することなく技術情報を開示すると、技術流出を止めることができず、模倣品の出現を招いてしまいます。また、先方に勝手に特許出願等されてしまう場合もあります。
- ii. 先方に供与してよい技術情報と秘匿すべき技術情報の仕分けをすること
 - 秘密保持契約を交わした場合でも、契約に頼り切るのは危険です。秘匿すべき技術はもともと相手方に開示すべきではありません。
 - 秘匿すべき技術情報の社内管理をしっかりと行うこと。
社内から外部に秘密情報が漏れないよう、管理体制を構築することが必要です。

コラム

外国出願

外国への出願は、まず日本国内で出願し、これを「基礎出願」としてその出願日から1年以内(意匠と商標は6ヶ月以内)に権利化を希望する国へ外国出願するという段階を経て行われることが一般的です。また外国出願は、通常、発明については「国際特許出願制度」(PCT出願)の下での日本語による国際出願、商標については「国際登録出願制度」(マドリッドプロトコール)の下での英語による国際出願という形でそれぞれ行われます。新たに、意匠については平成27年度から「国際登録出願制度」が導入されています。

なお、外国出願に要する費用や権利化のための条件や権利の効力などは国ごとに異なりますので、外国出願を行うかどうか、どの国に出願するかは、費用対効果を中心に検討、判断することが重要です。

Ⅳ ネガティブな印象への対応例

相談者の中には、知的財産権に対してネガティブな印象を持っている方も少なからずおられます。こうしたネガティブな印象は、残念ながら、知的財産権に関する知識不足、誤解、または適切ではなかった知的財産権の利用に関する実体験が原因で生じているように思われます。相談者が知的財産権に対するネガティブな印象を持っているときは、多少なりともそうした印象や誤解を払拭することが大切です。

以下、よく聞くネガティブな印象とこれに対する応答例について説明します。

印象1

**「発明や特許なんてたいそうなものは我が社に関係ないよ」
「特許って大企業が取れるものでしょう？」**

発明や考案は、技術的に高度なものには限りません。まず、27ページを示して「発明は難しいものばかりではありません」と説明してあげてください。

なお、発明は難しいという思い込みと相まって、どのようなものが発明等になるかをよく知らないために、相談者が自分の発明や考案に気づいていないこともよくあります。発明の発掘等も専門相談窓口(39ページ)を通じて無料で行うことができますので、「発明等の掘り出しを専門相談窓口にご相談してみたいかですか」と勧めてください。

さらに、意匠権で製品を保護するという手段もあまり知られていませんので、「特許ばかりではなく、意匠で保護することも選択肢としてあります」ということも伝えてください。

印象2

**「我が社の製品を真似する者はいないと思う」
「メジャーな製品じゃないから知的財産権なんて要らない」**

全国レベルの市場規模が1千万円以上とか、あるいは数百万円程度であっても比較的長く継続して販売できそうな製品であるときは、何らかの知的財産権による保護はあった方がよいことを伝えてください。万が一でも模倣者が現れたときのダメージは少なからぬものがあるからです。一方、市場規模が100万円台程度で、寿命が数年のニッチな製品である場合は、知的財産権による保護はコスト的に見合わない場合もあります。こうした費用対効果の見極めについても専門相談窓口の利用を勧めてください。

印象3

**「知的財産権を取ったこともあるけど使えなかった」
「知的財産権は結局のところ役に立ったかどうか分からなかった」**

使えなかった(侵害していると思われる状況があったのに権利行使できなかった)のは、残念ながら権利の取り方が適切ではなかったか、または侵害の証明が難しい知的財産(例えば方法の発明)についての権利だった可能性があります。

確かに知的財産の種類によってはこのような状況になることもあり得ますが、まずは「全ての知的財産権が常に役に立たないという訳ではありません」と、当たり前のことですが指摘して下さい。

なお、こうした相談者は、少なくとも一度は出願等を行っている訳であり、これは相談者の事業が知的財産に関連するものであることを意味します。そのため、今後は「役に立つ知的財産をいかにして取得していくか」という戦略を専門相談窓口と相談しながら立案し、「使える知的財産権」の取得を目指してみてもどうか、などと提案して下さい。

印象4

**「特許を取ったら儲かるの?」
「特許を取ったけど売上は上がらなかった」
「特許を取っても儲からないし」**

売れる・売れないは、商品やサービス自体の質、ニーズ、宣伝、タイミングなどの様々な要因で決まるもので、知的財産権があれば売れるようになる訳ではありません。まずはこの点を相談者に指摘して下さい。次に、知的財産権がないまま商品の人気が高まった場合、多くの場合は競合品・模倣品が出回り、売上の低下や場合によっては市場を失うなどの事態になりかねないこと、知的財産権はこうした競合品・模倣品による売上減を回避して収益を確保するための防御のようなものだということを説明して下さい。

「出願手続きとかが面倒だし、何よりお金がかかる」 「当社の様な弱小企業に出願等する体力はない」

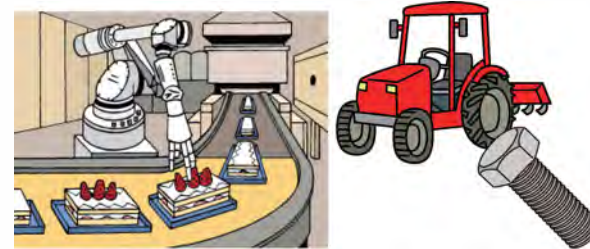
出願等にかかる費用は、事業における投資の一種と考えるよう勧めて下さい。そして、知的財産権によって収益の維持、技術力の向上、従業員の意欲アップなどが自社において期待できるかをしっかりと検討することを勧めて下さい。その結果、費用対効果が見込めないのであれば、無理な出願等は必要ありません。要は、知的財産が事業にとって有利か否かを、感覚的にではなく合理的に検討することが大切であることを説明して下さい。

出願等に要する費用の概要を36ページにまとめてありますので、参考にして下さい。なお、個人事業主・中小企業等による特許・実用新案出願については、出願審査請求料及び特許料の減免制度が用意されています。また、外国出願費用を支援する制度などもあります。費用の詳細は専門相談窓口(39ページ)に尋ねるよう、勧めて下さい。

V 「知的財産権」の基礎知識

I 発明と特許権

「発明」というと、大企業が多額の研究費を投じて行う研究開発を経てようやく完成させる難しいもの、という印象を持たれがちですが、そのようなものばかりではありません。日常生活で使われる様々な道具、機器、加工食品、薬品などを含め、人工的に創り出される「物」は殆どすべて発明に該当します。また、このような「物」を作る方法の他、何かの性質を測定する方法、動植物の管理方法、コンピュータを介した情報交換の方法も発明です。ただし、技術が関わらないもの、例えば、金融商品やカードゲームのルールなどは発明には該当しません。



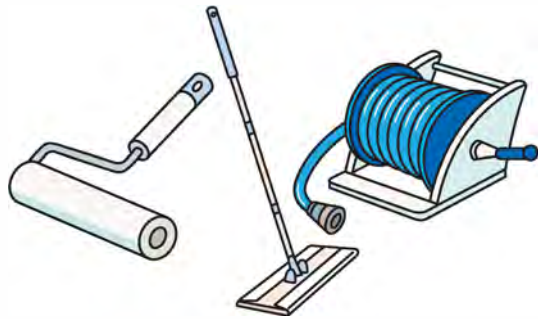
特許権を得るためには、まず特許庁に対して特許出願という手続きをしなければなりません。さらに、新規性(既に知られた発明でないこと)と進歩性(公知の技術から容易には思いつかないこと)その他の条件を満たしているかの審査にパスし、設定登録されて初めて成立します。

特許権は、「発明」をビジネスに独占的に利用することができる権利です。これによって模倣品による他社の参入を阻止し、売上の減少や価格競争を防止することで、収益を高く保つことができるようになります。また、自身による事業化が難しいときは、他人にライセンスを与えて発明を利用させる代わりに特許使用料を得ることもできます。

ii 考案と実用新案権

握りやすい形状の鋏、折りたたみ式の物干し台などの物品の形状や構造などの工夫や、方位磁石付きの懐中電灯などの物品同士の組合せなどは「考案」に該当します。

一般に、「発明」は技術的に難しく大企業や研究機関が出願するものであるのに対して、「考案」は単純、簡単で個人または中小企業が出願するものと理解されている傾向もあるようです。しかし実際には、考案の多くは「発明」としても遜色のないものばかりですので、物品の形状等に関するものである限り、考案と発明を厳格に区別する必要はなく、特許出願と実用新案登録出願のどちらでも選ぶことができます。ただし、化学物質や方法は実用新案権の保護対象ではないので、特許出願しか選択することはできません。



実用新案権を得るためには、まず特許庁に対して実用新案登録出願という手続をしなければなりません。ただし、特許とは異なり、新規性や進歩性などについて審査を受けることなく、出願したらおよそ6ヶ月程度で自動的に登録されて成立することになっています。そのため、実用新案権は、販売を急ぐ製品の保護に向いているとされます。

ただし、侵害者に対して警告したり裁判を起こしたりする（権利行使する）ことに対して幾つかの制約があり、特に権利行使した後に実用新案権が無効となってしまうときは、実用新案権者にペナルティが課せられてしまいます。

このように、実用新案権は、権利を早期にかつ容易に取得することができる一方で、特許権と比べて扱いにくい権利です。物品の形状等の工夫に関する知的財産権を求めるときは、特許権と実用新案権のどちらで守ることが有利であるかをしっかりと検討し、選択することが重要です。

iii 意匠と意匠権

量産可能な物の外観すなわち工業製品のデザインは、「意匠」という知的財産に該当します。家具、電化製品、文房具、機械の部品、農工具、被覆生地、植木鉢、キャラクターろうそく、簡易プレハブなどの量産品の形状、模様などがその例です。また、物品の部分（部品として取り外せないもの、例えば靴下のかかと部分など）のデザインや携帯電話の操作画面も「意匠」として保護対象となります。一方、絵画や彫刻などの美術品、果物や花などの天然物、折り紙細工のようにそれ自体の形状ではないものなどは、意匠登録を受けることはできません。

意匠権を得るためには、まず特許庁に対して具体的なデザインと物品を特定した意匠登録出願という手続をしなければなりません。さらに、新規性（公知の意匠かこれに類似したものではないこと）と創作非容易性（公知のデザイン等から容易には創作できないこと）その他の条件を満たしているかの審査にパスし、意匠登録されて初めて成立します。

意匠権は、登録意匠に関する物品を独占的に製造販売等することができる権利で、その力（ビジネスへの利用の独占、他人への許諾など）とメリット（収益の確保など）は、特許権と同じです。意匠権は、いわゆるデッドコピー品だけでなく、類似するデザインを有する物品の製造販売等についても効力が及びます。ただ、類似の範囲は一般に狭いので、多くの場合は幾つかのデザインバリエーションも出願して保護の実効性が図られます。

意匠は物品の外観なので、他人の侵害を容易に見つけやすいという特徴があります。また、技術的特徴がなく特許を受けることが難しい製品でも、その外観に特徴があれば意匠権によって保護することも可能です。このように、物品の機能の面から特許権または物品の外観の面から意匠権を、状況に応じて使い分けたり、あるいは特許権と意匠権の両方で製品を保護することもできます。

iv 商標と商標権、商号

商品やサービス(商品等とします)の名称、シンボルマーク、商品の特有の形状など、事業者が自分の商品等を他人の商品等と区別するために用いられる標識が、「商標」という知的財産です。以前は、商標は文字、図形、記号、立体的な形状、これらの組合せまたはこれらと色彩との組合せであって、変化しないものに限られていましたが、平成27年度からは音声(特徴的な音やメロディなど)、色彩のみ、ホログラムのように変化するものも商標として保護されるようになりました。

また、各種協同組合、商工会、商工会議所またはNPO法人であれば、「虎杖浜たらこ」や「保津川下り」のような地域名と特産品またはサービスの名称からなる商標を「地域団体商標」として登録することもできます。

商標権を得るためには、まず特許庁に対して商標とそれを使用する商品等(指定商品等)を特定して商標登録出願をしなければなりません。さらに、顕著性(指定商品等にとってありふれたものでないこと)と識別性(他人の商標と紛らわしくないこと)その他の条件を満たしているかの審査にパスし、商標登録されて初めて成立します。なお、商標には新規性や進歩性という概念はないので、商品等を販売した後からでも商標登録出願をすることは可能です。

商標権は、登録された商標を指定商品等に独占的に使用することができる権利です。また商標権は、登録された商標と類似する商標を指定商品と類似する商品等に他人が使用することを禁止できる力も持っています。このような紛らわしい使用を他人に許したのでは、需要者が商品等の選択において混乱したり誤ったりすることで、事業者の信用も需要者の利益も損なわれてしまうおそれがあるからです。

商標権は登録された日から起算して10年で消滅しますが、10年を単位に繰り返して何度でも更新することができます。一方、登録された後、継続して3年以上使用されなかった商標は、登録が取り消される場合があります。

なお、会社名を商業登記することで認められる「商号権」は、同一の住所という地理的条件の下で不正に同一または類似の商号を使用するのを排除することができる権利です。しかし、同一の住所でなければ、同一名称の他人の商号登記は可能となり、その使用を止めることができない点で、全国的に排他的効力が及ぶ商標権と異なります。また、商号登記したとしても、その会社名について他人の商標権があると、商号を使用することができなくなるおそれがあるので、注意が必要です。

v 著作物と著作権

小説、漫画、楽曲、映画、絵画、写真などの、思想または感情を創作的に表現したもので文芸、学術、美術または音楽の範囲に属するものは、「著作物」という知的財産に該当します。ただ、こうした芸術関連のものばかりではなく、新聞、地図、グラフ等の図表、プログラム、検索用データベース、商品等を紹介するポスター、パンフレット、チラシ等も著作物に含まれます。一方、イベントの企画案や物語の背景設定などのアイデア自体は、「表現したもの」ではないので著作物には該当しません。



著作権は、著作物を創作したと同時に著作者に発生しますので、特許等のように出願や登録などの手続は必要としません。ただし、権利が発生したことの事実や誰が著作権を持っているかなどを明確にする目的の登録制度が設けられています。

著作権について注意を要するのは、特別な約束がなければ、著作物を購入しても著作権は移動しないという点です。例えば、写真集を購入してもその写真集の著作権は移動しないので、写真を無断で複製して他に販売したり、インターネットに掲載したりすることはできません。同様に、外注先に作成料を支払ってパンフレットやポスターなどの著作物を製作させたときも、特別な約束がなければ著作権は移動しないので、パンフレットやポスターを複製したり、編集または改変して使用したりすることはできません。他人が創作した(他人に作製させた)著作物を複製したり、ネット上に掲載したり、編集したり、改変したりするときは、その他人から許諾を受ける、著作権を譲り受ける、あるいは著作権を行使しないなどの契約を交わすことが必要です。

なお、著作権とは別に、演奏者、役者等の実演者は、自分の実演を録音・録画したり、これらを複製したりテレビやインターネットを通じて送信したりする権利である著作隣接権を有しています。インターネット広告などで音楽や動画を使用するときは、著作物に対する著作権の他に、著作隣接権にも配慮する必要があります。

vi 営業秘密、周知・著名な商品等表示など(不正競争防止法)

特許権や商標権などの登録された独占権で他人を排除するという仕組みとは異なり、事業者がしてはならない一定の不正競争行為を禁止している法律が不正競争防止法です。

例えば、顧客リスト、営業ノウハウ、製造マニュアルなどの専ら社内でのみ利用される有益な企業秘密情報を不正に持ち出して使用することは不正競争行為であり、企業秘密情報の所有者はそうした不正競争行為を差し止めることができます。また、商品の外観をそっくり真似たデッドエンドコピー品の販売や、ある程度有名になっている商品・サービスと間違ってしまうような紛らわしい商品・サービスを提供することも不正競争行為であり、元の商品・サービスを提供している者は、そうした不正競争行為を差し止めることができます。

なお、企業秘密情報が保護されるためには、例えば、電子化された情報にパスワードを設定する、営業・製造ノウハウを文書化して㊟などの印を付けて秘密であることを明確にし、管理者を決め秘密情報にアクセスする担当者を限定する、工場における製造ノウハウの流出防止のために「部外者立ち入り禁止」や「写真撮影禁止」などの掲示物を設置する等の、企業秘密の管理体制を整えておくことが条件になります。

また、近年は、特許公開公報により技術内容を知られることを避けて、あえて特許出願せずに知的財産を企業秘密として秘匿することで模倣の機会を与えずに市場を独占するという、知的財産のクローズ戦略も注目されています。この戦略では、秘匿の徹底が何よりも重要になります。

なお、不正競争防止法で規定されている不正行為は当然ながら行ってはいけない行為ですので、自社の事業活動がこれら不正行為に該当しないよう留意する必要があります。

vii 新品種と育成者権

育種作業により創作される栽培可能な新しい植物及びキノコは、「新品種」という知的財産に該当します。コメの「ゆめぴりか」、ジャガイモの「インカのめざめ」等がその例です。こうした新品種を知的財産として保護する権利が、種苗法に定められる育成者権です。

育成者権は一定の期間、新品種の生産、販売等を独占的に行うことのできる権利で、農林水産大臣に品種登録の出願をし、作物の性質について一定の要件(区別性、均一性、安定性)、さらに、作物が最初の販売から1年以内の出願であること、名称が適切であることを満たすことの審査を受け、これにパスして品種登録されることで付与されます。原則として、育成者権以外の者は、その登録品種を無断で利用することはできず、育成者権を侵害すると民事の損害賠償や刑事罰の対象となりますので注意が必要です。登録品種を業として利用するには、育成者権者の許諾を受け(許諾料を支払って)利用することが必要です。

品種登録制度における保護対象植物は、栽培される全ての植物(種子植物、した類(ワラビ等)、せんたい類(コケ類)、多細胞の藻類(ノリ、コンブ等))及び政令で定めるキノコです。また、育成者権の存続期間は、果樹等永年性植物が30年、それ以外の植物が25年と有限です。そのため市場において高い評価を受け、農産物ブランドとして認知されている優良品種については、例えば苺の品種名「福岡S6号」に対する登録商標「あまおう」のように、育成者権に加えて別途商標権を用いて永続的かつ広範囲にブランドを維持することも重要です。

また、種苗が海外に流出して栽培されると、諸外国の市場に同一品種の作物が出回り、海外の有力マーケットを喪失するおそれもあることから、品種の特性や市場規模などを考慮した上で、必要な範囲で海外での品種登録を行うことも重要です。



viii 地理的表示(GI)

平成27年6月から特定農林水産物等の名称の保護に関する法律(地理的表示法 GI : Geographical Indication)がスタートしたことにより、商品が農林水産物・食品(生産物等)であってその品質などの特性が地域と結びついているときは、地域の名称と産品からなる「地理的表示」が国内でも保護されるようになりました。こうした地理的表示は国際的には広く認知されており、世界で100力国を超える国で保護されています。北海道内で登録された地理的表示としては、「夕張メロン」、「十勝川西長いも」及び「今金男しゃく」があります(令和2年2月末現在)。

「地理的表示」として保護を受けるには、生産者等の団体が地理的表示、生産物等が持つべき品質の基準、生産方法等を特定して農林水産省に申請をすることが求められます。

「地理的表示」が登録されると、品質基準を満たさない生産物等に「地理的表示」を使用すること、また、登録された団体への加入等をしない者が「地理的表示」を使用することなどを農林水産省が取り締まることになり、訴訟等の負担なく模倣品の排除が可能となり、また地域名が表示されるので地域振興を促したり、その信頼から取引の拡大、価格向上などが期待されます。

なお、酒類については、国税庁が所管する酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律によって、地理的表示が保護されています。



ix J-PlatPat(特許情報プラットフォーム)

国内の特許、実用新案、意匠、商標等の知的財産権に関する出願・登録情報は、(独)工業所有権情報・研修館(INPIT)が提供している「J-PlatPat(特許情報プラットフォーム)」を利用することで入手することができます。

新しいアイデアがひらめいた時、最新の技術情報を知りたい時、素敵なデザインを思いついた時、もしくは新商品のネーミングを考えた時、それらが既に世の中に存在するのか?または登録されているのか?等の情報を調べる上でとても役に立ちます。

■J-PlatPatの操作方法

- ①「四法全て」「特許・実用新案」「意匠」「商標」から探したいものにチェックを入れる
※下記は「特許・実用新案」を選択
- ②企業名、出願人名、権利者名、発明に関するキーワード、商標の名称等を入力
※下記では「北海道」と入力



- ③クリックすると関連する情報の一覧が表示されます。
※ここでは「北海道」というキーワードを含む特許・実用新案の一覧が表示されます。

「検索結果一覧」で詳細を参照したい文献番号のリンクを選択すると、該当の公報が表示されます。



J-PlatPat 検索

次からは、J-PlatPatを
実際に使ってみましょう!

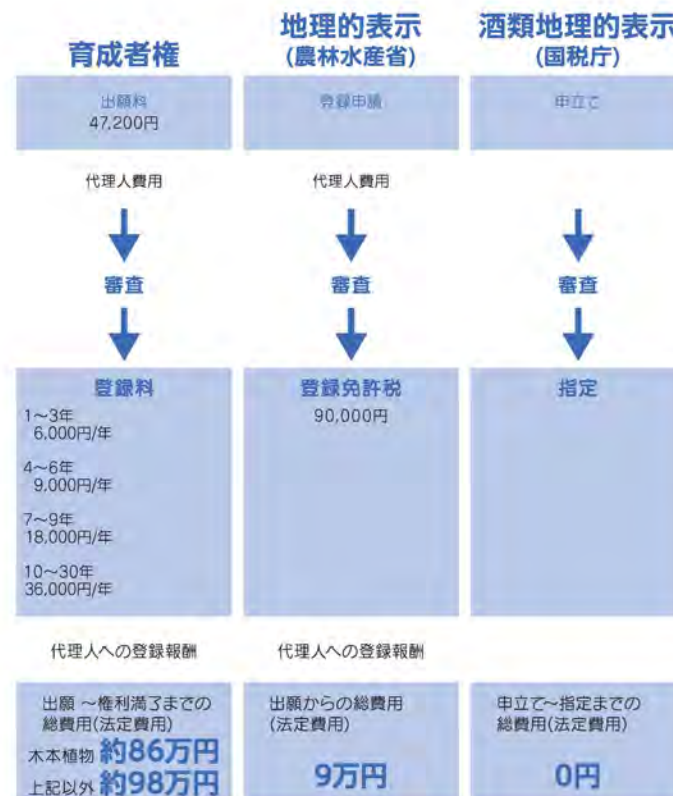
VI 知的財産権の取得と維持に要する費用の概要



弁理士費用を除く図中の費用は全て、特許庁に支払う法定費用です。(令和元年7月1日現在)
また弁理士費用は、日本弁理士会による「平成18年弁理士手数料に関するアンケート」の結果を参考にした平均値です。その費用算定根拠となる各出願の内容は次の通りです。

特許 明細書15頁、請求項5、図面5枚、要約書1枚
実用新案 明細書15頁、請求項5、図面5枚、要約書1枚
意匠 図面2枚、特徴記載あり、物品の説明あり
商標 区分数1

なお、上記は全て日本国内での出願にかかる費用です。外国に出願するときは、国によって変動しますが、特許では一出願当たり概ね数十万円～100万円、商標では一出願当たり十数万円～数十万円とされています。



代理人は、弁理士資格がなくても、委任手続きをされれば対応可能です。
また場合によって代理人費用、代理人への登録報酬が発生します。
なお、上記は全て日本国内での出願・申請にかかわる費用です。外国に出願・申請するときは、国によって変動します。



Ⅶ 特許料等の減免及び交付金制度

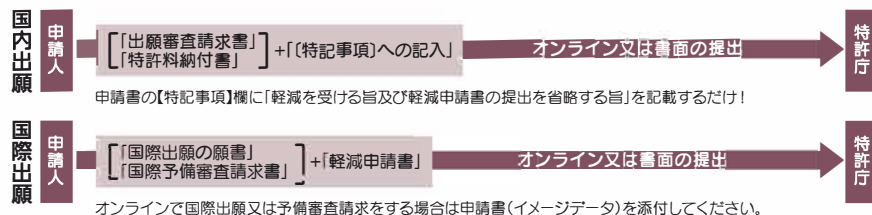
■新減免制度

■2019年4月1日以降に出願審査請求・国際出願をする案件については、新しい減免制度が適用され、中小企業等を対象とした「出願審査請求料」、「特許料(1～10年分)」及び「国際出願に係る手数料」が軽減されます。

※2019年3月31日以前に出願審査請求または国際出願をした場合には、旧制度に基づき、減免の適用が判断されます。

- ・軽減対象が**全ての中小企業**に拡大されました。
- ・減免申請が**大幅に簡素化**されました。

■減免の申請方法



■国際出願促進交付金制度

PCT国際出願願書又は国際予備審査請求書が特許庁に受理された後、国際出願手数料又は取扱手数料の納付後6か月以内に、交付申請 受理官庁へ提出してください。(紙による手続きのみ、証明 等の提出は不要)減免制度との併用も可能です。

詳細はhttps://www.jpo.go.jp/system/patent/pet/tesuryo/pct_kofu_shinsei.html でご確認ください。

■軽減率及び交付率の一覧

対象者	軽減率		交付率
	出願審査請求料、特許料1～10年分	国際出願に関する手数料※2	国際出願促進交付金※2
中小企業※1	1/2に軽減	1/2に軽減	納付金額の1/2相当
法人税非課税中小企業※1	1/2に軽減	軽減なし	なし
研究開発型中小企業※1	1/2に軽減	1/2に軽減	納付金額の1/2相当
小規模・中小ベンチャー企業※1	1/3に軽減	1/3に軽減	納付金額の2/3相当
福島特措法の認定中小企業※1	1/4に軽減	1/4に軽減	納付金額の3/4相当
大学等研究者、大学、高等専門学校、TLO、試験研究独立行政法人、公設試験研究機関、試験研究地方独立行政法人等	1/2に軽減	1/2に軽減	納付金額の1/2相当
生活保護受給者、市町村民税非課税者	出願審査請求料、特許料1～3年分:免除 特許料4～10年分:1/2に軽減	軽減なし	なし
所得税非課税者、事業税非課税者	1/2に軽減	軽減なし	なし

※1 各対象者についてはそれぞれ要件が異なります。詳しくは下記URLからご確認ください

<https://www.jpo.go.jp/system/process/tesuryo/genmen/genmen20190401/index.html#2>

※2 手数料の軽減や交付金はPCT国際出願をする場合に限られます。

Ⅷ 知的財産に関する専門相談窓口一覧

【総合相談窓口】

○INPIT北海道知財総合支援窓口

本マニュアルに掲載された知的財産権について、どこに相談してよいか、または相談を橋渡ししてよいかわからないとき等は、まずは、下記のINPIT北海道知財総合支援窓口へ橋渡しください。知的財産権に精通している「窓口支援担当者」が、弁理士、弁護士、中小企業診断士、デザイナーなどと協力して課題の解決をワンストップで支援いたします。相談は、無料・秘密厳守で対応します。地方に在住の方にも、函館、室蘭、苫小牧、旭川、北見、帯広、釧路に開設中のサテライトにて、テレビ会議システムを利用して札幌での相談と同様に对应いたします。

また、一般的な知的財産権に関する企業向けセミナー、講演などをご希望の場合も対応いたしますので、まずは、お気軽にご連絡下さい。

中小企業等が抱える知的財産に関する悩みや課題を、ワンストップで解決！

INPIT北海道知財総合支援窓口

まずは、お気軽にご相談ください

電話 **011-747-8256**

無料相談・秘密厳守で対応

北海道内の中小企業等が企業経営の中で抱える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、知的財産に関わる様々な専門家や支援機関と共同して、その場で解決を図るワンストップサービスを提供する「知財総合支援窓口」(独立行政法人工業所有権情報・研修事業)を設置しております。知財に関することを何でもお気軽にご相談ください。

URL <http://www.jiii-h.jp/shien/>

所在地 札幌市北区北7条西4丁目1番地2 KDX札幌ビル5F
TEL 0570-082100(全国共通ナビダイヤル) 011-747-8256(直通)
FAX 011-747-8253 E-mail chizai@jiii-h.jp

- ◆窓口支援担当者による相談対応(常時)
- ◆弁理士・弁護士による相談対応(予約制) 14:00～17:00
弁理士(毎週月・水曜日) 弁護士(毎月第4金曜日)

※INPIT知財総合支援窓口 知財ポータル

INPIT知財総合支援窓口でどのような支援を行っているのか、詳しくご案内しています。

URL <https://chizai-portal.inpit.go.jp/>

【営業秘密・知財戦略相談窓口】

○知的財産相談・支援ポータルサイト(INPIT)

営業秘密の管理手法、営業秘密の漏えい・流出事案、権利化／秘匿化等の知財戦略についてお気軽にご相談下さい。知的財産戦略アドバイザーが無料で支援いたします。

URL <https://faq.inpit.go.jp/tradeseecret/>

【法律相談窓口】

○札幌法律相談センター

URL https://www.satsuben.or.jp/center/introter/center_01.html

TEL 011-251-7730

札幌市以外の法律相談センターは以下のアドレスでご確認下さい。

URL http://www.dobenren.org/guid/law_center.html

【経営支援相談窓口】

○独立行政法人中小企業基盤整備機構 北海道本部

URL https://www.smrj.go.jp/regional_hq/hokkaido/index.html

TEL 011-210-7471

○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)

URL <https://yoroazu.hokkaido.jp/>

TEL 011-232-2407

○一般社団法人中小企業診断協会北海道URL

<https://www.shindan-hkd.org/>

TEL 011-231-1377 FAX 011-231-1388

【海外ビジネス展開相談窓口】

○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)

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

TEL 011-261-7434 FAX 011-221-0973

【技術支援相談窓口】

○公益財団法人北海道科学技術総合振興センター(ノーステック財団)

URL <http://www.noastec.jp/>

TEL 011-708-6525 FAX 011-708-6529

○R&Bパーク札幌大通サテライト(HiNT)

URL <https://www.hint-sapporo.jp/>

TEL 011-219-3359 FAX 011-219-3351

【著作権】

○公益社団法人著作権情報センター

URL <http://www.cric.or.jp/>

著作権電話相談室TEL 03-5333-0393

【地理的表示保護制度・品種登録制度と育成者権】

○農林水産省北海道農政事務所

URL <https://www.maff.go.jp/hokkaido/>

生産経営産業部事業支援課 TEL 011-330-8810

「中小企業知的財産支援マニュアル」作成委員会

【委員長】 佐川 慎悟 佐川慎悟国際特許事務所 弁理士

【委員】 池田 光司 池田食品株式会社 代表取締役
(五十音順) 一入 章夫 IPアシスト特許事務所 弁理士
平澤 卓人 さっぽろ法律事務所 弁護士
細田 行洋 あすなろ経営企画 中小企業診断士

初 版 平成26年10月

第2版 平成29年 9月

第3版 令和 2年 3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