

令和 5 年 3 月 16 日

オンライン展示会や EC の落とし穴とは！？ 海外展開時の知的財産対策に関するガイドブック発行

近畿経済産業局は、初めて海外展開を検討する中小企業に、知的財産対策の重要性を意識してもらうため、海外展開時の知的財産対策に関するガイドブック「オンライン時代の展示会と EC の落とし穴 -知的財産の流出リスクとその対策-」を発行しました。

本ガイドブックでは、知的財産流出や模倣被害の生じやすいポイントや対策例、EC 等のオンラインツール上の留意点を要点ごとに紹介し、中国・米国・ベトナムの知的財産制度をまとめています。海外展開前に知っておきたい知的財産の情報も記載していますので、思わぬトラブルを避けるためにも、是非ご一読ください。

■ガイドブック概要

近年、輸出、技術ライセンスや現地進出に加えて、EC（電子商取引）等のオンラインツールによって海外展開を検討する企業も多くなっています。EC 等のオンラインツールは海外の販路開拓を行いやすい等利点がありますが、知的財産流出や模倣品被害のきっかけともなりますので注意が必要です。

本ガイドブックでは、知的財産流出や模倣被害の発生を回避するためのチェックポイントや対策例、EC 等のオンラインツール上の留意点を紹介しています。

また、EC 市場規模の大きい中国・米国、海外展開先として注目されているベトナムの知的財産制度も紹介しています。

知的財産対策を意識してもらうことにつながり、海外展開時のトラブル回避に役立ちましたら幸いです。



■公表ページ

当局 HP からダウンロードしていただけます。

<https://www.kansai.meti.go.jp/2kokuji/chizai2023/guidebook2023.html>

※令和 5 年 4 月以降に冊子配布も予定しています。

(本発表資料のお問い合わせ先)

近畿経済産業局

国際事業課長 村上

担当者: 二目、植田、久本

電 話: 06-6966-6032

FAX : 06-6966-6087

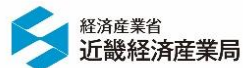
近畿経済産業局

知的財産室長 上田

担当者: 日爪、伊藤

電 話: 06-6966-6016

FAX : 06-6966-6064



(参考) 主要なページのご紹介

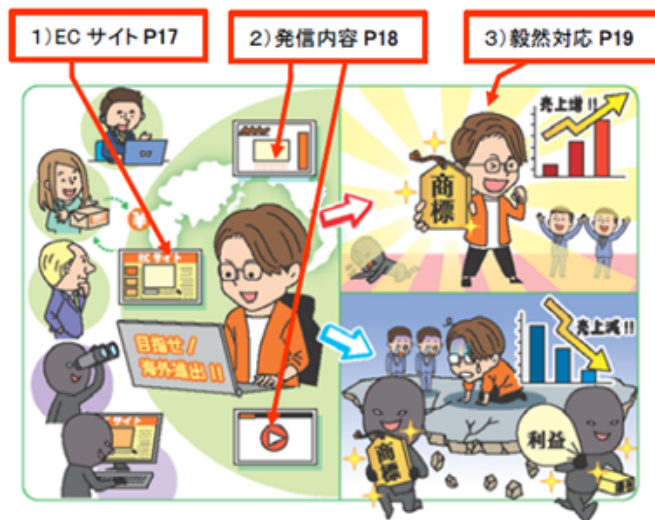
第4章 オンライン・EC 展開時の必要対策

「オンライン発信 = 情報流出」の認識を！

■ オンライン、EC¹展開 – チャンスと表裏一体のリスク

以下は、インターネット上のECサイトにチャレンジした企業における販売例です。英語や中国語等の外国語対応を取り入れて、海外に向けてECサイトに出店して販売したり、プロモーションのためのグローバルサイトを開設してオンライン発信したりすると、売上が大きく伸びることがあります。その一方で、オンライン発信は、全世界の不特定多数に向けて発信することと同じであり、予想以上に世界各地で模倣が起こることがあります。

その際、例えば売上が大きい国で商標登録をしておけば、販売国での商標権に基づき、ECモール管理者（タオバオやアリババ等のECプラットフォーム）に対し、模倣品業者のECサイトの削除をオンラインで申請できるようになっています。



■ 主なチェックポイント

1) 海外 EC 展開は不特定多数からの模倣と表裏一体 P 17

→ 海外 EC 展開時には商標登録を！

2) 新商品プロモーション内容や社長 SNS での発信内容も要チェック P 18

→ 画像内容やオンラインでのやり取りも慎重に！

3) 模倣は小さな段階で目を摘むことが大切！毅然と対応 P 19

→ 模倣に対抗してくる企業だと思わせる毅然とした姿勢を！

2) 知的財産権について知っておきたいポイント

海外市場向けに販売を開始しようとする際、注意いただきたい知的財産に関する知識について、大切なポイントをまとめました。個別には弁理士をはじめとする専門家に相談いただく必要がありますが、進出にあたって、まず以下のポイントについてご留意ください。

ポイント1 権利は国ごと 自社知財を守り、他者権利を侵害しない

- ・知的財産権は国ごとに独立しており（知的財産権独立の原則）、出願・登録は国ごとに必要、権利は登録した国でのみ有効（属地主義）。権利がないと模倣には対抗できない。
- ・日本で知的財産権の出願・登録をしても、海外では通用しない。少なくとも販売を目指す国、生産予定国については出願・登録を検討し、必要に応じて、登録を進める。
- ・知的財産権の出願は早い者勝ち（先願主義）。その国で最初に出願した者が権利を独占でき、他者が先に権利登録した範囲では実施（使用）できない。
- ・登録は、登録要件を満たすことが必要。国によっては、意匠権・実用新案権は登録要件を審査せず登録される。（無審査主義。登録後に登録要件欠如で無効になることもある）

ポイント2 海外に行くなら、商標登録は身を守るための“鎧”

- ・商標（マーク、ロゴ、ネーミング）も特許や意匠等と同様に早い者勝ち。
- ・商標は商品等を識別して品質信用を示すものであり、特許、実用新案、意匠と異なり、「新規性」は問われない。日本で販売していても外国へ出願可能。
- ・日本で人気が出るとすぐに、海外で商標登録されてしまうことがある。「日本で先に商売しているからうちのモノ」は通用しない。
- ・海外進出するなら、商標は戦略ツールとして大変重要なものにとらえて、商標の事前調査と権利登録を検討する。

ポイント3 発明やデザインは新規性が問われる！

- ・特許出願の「発明」は、新規性と進歩性が審査される。「世界で初めて」の発明でなければ登録されない。海外進出前に日本で販売や発表を行っていたら、その時点で国内外ともに原則、新規性は無い。※新規性喪失の例外規定を有する国もあるが、当てにするのはリスクがある。
- ・意匠出願の「意匠（デザイン）」は、日本では新規性と創作性が審査されるが、中国やEUのように、無審査で登録される国・地域も多い。
- ・実用新案出願の「考案」は日本同様、審査がない国がほとんど。審査がなくても権利は権利だが、無効になるリスクがある。
- ・例えば、中国での意匠やフランスでの意匠のように審査がない場合、公報を見て異議申立を行い、他者による権利登録を阻止し、または登録を無効にすることができる。

ポイント4 事業戦略に知財戦略を組み込む！体制も整備！

- ・良い商品・製品ほど、国内で少しでも売れると、すぐに模倣されやすい。
- ・自社製品の強みを明確にして、どの部分を知財の権利で守れるかを確認し、事業計画の段階で最低限の知財対策費用を織り込んでおく。知財対策ゼロで海外に進出し、知財戦略で失敗して進出初期費用を回収できなければ意味なし。
- ・社内に知識を有する知財担当者を置き、専門家と連携する。

ポイント5 国内の常識は通用しない！秘密を守る意識を！

- ・知的財産に関する知識が十分に普及していない国では、模倣＝悪という感覚を期待しにくい、日本国内でも模倣は起こる。
- ・最低限、相手を選別して、あるいは秘密保持契約を結んでから資料やサンプルを渡す。社内での「営業秘密」に対する秘密管理体制と秘密管理意識の徹底が大事。また、当該国の「営業秘密」の保護対象、保護要件は要チェック。