

企業の強みを生かす

知的財産制度活用ガイドブック



内閣府 沖縄総合事務局

企業の強みを生かす 「知的財産制度活用ガイドブック」とは

本冊子は、沖縄県内の中小企業のみなさまに
知的財産制度を活用していただくための
ガイドブックです。

創業をお考えの方や新規事業をお考えの方
また事業拡大をお考えの方など
みなさまが次なるステップを歩むときに
考えていただきたい**「知的財産権」**について
わかりやすくご紹介します。

自社の商品やサービスの強みを知り、
それを守る知的財産権を
ぜひビジネスにお役立てください。



企業の強みを生かす 知的財産制度活用ガイドブック

目次 contents

Part 1 「知的財産権」とは

知的財産権の種類①	05
県内の活用事例	06
知的財産権の種類②	07
県内の活用事例	08

Part 2 業界に応じた知的財産の活用方法

製造業	11
情報通信業	12
建設業	13
飲食店・店舗など	14
農業	15
水産業	16
知的財産権チェックリスト	17

Part 3 ビジネスにおける知的財産の活用方法

知的財産権を活用する6つのメリット	20
経営課題と知的財産	21
創業期の知的財産の活用	23
特許情報を分析して市場を知る	24
資金調達について	25
知的財産の評価と資金調達	26
金融機関の知的財産への注目	27
成長期の知的財産の活用	28
知的財産を活用したビジネス展開	29
強みを利益につなげる	30
海外ビジネスと産業財産権	31
外国出願・海外展開事例	32

企業の強みである「知的財産」とは

知的財産とは、なんだと思いますか？特許権や意匠権など「権利のこと」だけだと考えている方も多いかもしれません。知的財産とはほとんどすべての企業が持っている「価値のある情報」のことです。商品やサービスを売るために各企業の創意工夫と努力によって生み出されたアイデアやデザインやモノ、また蓄積された技術やノウハウなど、それ自体が財産的な価値のある情報、つまり「知的財産」です。ほかにも、ロゴマークや商品の名前なども、信用やブランドイメージといった価値を生み出す「知的財産」となります。

そして、知的財産の中には特許権や実用新案権など、法律で規定された権利や法律上保護される利益に係る権利として保護されるものがあります。それらの権利は「**知的財産権**」と呼ばれ、主な知的財産権には以下のようなものがあります。

特許権

実用新案権

意匠権

商標権

…etc

では、まず知的財産権について学んでいきましょう!

知的財産法の概要

「知的財産」と「知的財産権」についての考え方は、知的財産基本法においてまとめられています。政府では、この法律に基づき「知的財産立国」を目指す各施策を展開しています。

知的財産基本法（平成14年法律第122号）抜粋

第二条 この法律で「知的財産」とは、発明、考案、植物の新品種、意匠、著作物その他の人間の創造的活動により生み出されるもの（発見又は解明がされた自然の法則又は現象であって、産業上の利用可能性があるものを含む。）、商標、商号その他事業活動に用いられる商品又は役務を表示するもの及び営業秘密その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報をいう。

2 この法律で「知的財産権」とは、特許権、実用新案権、育成者権、意匠権、著作権、商標権その他の知的財産に関する法令により定められた権利又は法律上保護される利益に係る権利をいう。

Part 1

「知的財産権」とは

- ・知的財産権の種類①
- ・県内の活用事例
- ・知的財産権の種類②
- ・県内の活用事例

知的財産権について
一緒に学んで
いきましょう



知的財産権の種類①

知的財産権の種類について紹介します。

創作意欲を促進

知的創造物についての権利

特許権 (特許法)

「発明」を保護、出願から20年間有効

実用新案権 (実用新案法)

物品の形状等の考案を保護、出願から10年間有効

意匠権 (意匠法)

物品のデザインを保護、出願から25年間有効^{*}

著作権 (著作権法)

文芸、学術、美術、音楽、プログラム等の創意的表現である作品を保護
死後50年間有効(法人は公表後50年、映画は公表後70年)

回路配置利用権 (半導体集積回路の路配置に関する法律)

半導体集積回路の回路配置の利用を保護
登録から10年間有効

育成者権 (種苗法)

植物の新品種を保護、登録から25年間有効(樹木30年)

(技術上、営業上の情報)

営業秘密 (不正競争防止法)

ノウハウや顧客リストの盗用など不正競争行為を規制

知的財産権に守られている製品(イメージ例)

産業財産権

特許権

充電に使用されるリチウムイオン電池や、ゲームプログラムの発明など

新しい発明を保護
(出願から20年)

実用新案権

電話機の構造に関する考案や、ボタンの配置や構造など

物品の構造・形状の考案を保護(出願から10年)

商標権

電話機メーカー等が自社製品の信用保持のため、製品や包装に表示するマーク

商品やサービスに使用するマークを保護
(登録から10年・更新制度あり)

意匠権

商品の形状や模様、色や素材などに関するデザインなど

物品のデザインを保護
(出願から25年)^{*}



県内の活用事例

知的創造物についての権利を取得し、活用している企業の商品やサービスをご紹介します。

特許権(特許法)

発明の名称 ガラス粉末を原料とする発泡資材とその製造方法

特許権者 株式会社 トリム

登録番号 第4638572号

出願日 2000年5月19日



活用状況 同社は廃ガラス再資源化プラントを開発し、この再処理により生まれる人工軽石を「スーパーソル」として命名(商標登録)している。多孔質でとても軽く、施工性が良いため軽量盛土材など土木工事の建材として、緑化資材や農業資材としても活用されている。

意匠権(意匠法)

物品の名称 装飾用球

意匠権者 株式会社ココスアイランドオキナワ

登録番号 第1229757号

登録日 2004年12月24日



活用状況 同意匠は、海に浮かぶ浮き球をモチーフにしたアクセサリーで、沖縄の人気の土産品となっている。同社では、同意匠の他にも多くのアクセサリー商品のデザインについて意匠出願を行い、その保護を図っている。

育成者権(種苗法)

品種名称 ちゅら恋紅

登録者 沖縄県

登録番号 第21331号

登録日 2012年1月20日



活用状況 「ちゅら恋紅」は「備瀬」の自然交雑種子から選抜された、安定多収でアントシアニン系の品種。

青果のみならず、菓子、加工食品の原料として人気がある。

知的財産権の種類②

知的財産権の種類について紹介します。

信用の維持

営業標識についての権利

商標権（商標法）

商品・サービスに使用するマークを保護、登録から10年（更新制度あり）

商号（商法）

商号を保護

商品表示、商品形態 (不正競争防止法)

【以下の不正競争行為を規制】
混同惹起行為、著名表示冒用行為、形態模倣行為（販売から3年）
ドメイン名の不正取得等、誤認惹起行為

地理的表示（GI）保護制度 (GI法)

生産地と結びついた特色ある農林水産物等の名称（GI）を
生産地や品質等の基準とともに登録・保護

※知的財産権のうち、特許権・実用新案権・意匠権・商標権の4つを「産業財産権」といい
特許庁が所管しています。詳しくは特許庁のホームページをご覧ください。

新しいタイプの商標の保護制度

商標には、文字商標、図形商標、立体商標、これらの結合商標などのタイプがありますが、
新たに以下のタイプの商標の登録ができるようになりました。

動き商標

文字や図形等が時間の経過に伴って変化する商標
(例えば、テレビやコンピューター画面等に映し出される変化する文字や図形など)

ホログラム商標

文字や図形等がホログラフィーその他の方法により変化する商標
(見る角度によって変化して見える文字や図形など)

色彩のみからなる商標

単色又は複数の色彩の組合せからなる商標
(これまでの図形等と色彩が結合したものではない商標)
(例えば、商品の包装紙や広告用の看板に使用される色彩など)

音商標

音楽、音声、自然音等からなる商標であり、聴覚で認識される商標
(例えば、CMなどに使われるサウンドロゴやパソコンの起動音など)

位置商標

図形等の商標であって、商品等に付す位置が特定される商標

県内の活用事例

営業標識についての権利を取得し、活用している企業の商品やサービスをご紹介します。

商標権(商標法)

商 標 ロゴマーク

権利者 沖縄県豆腐油揚商工組合

登録番号 第5996123号

登録日 2017年11月17日

区分 第29類

活用状況 島豆腐は知名度が高まり、県内外で販売されているが、一方で県外の豆腐と差別化を図るために、同組合は、「島豆腐」認定マークをデザインの上、商標登録した。参加組合員が同マークを使用する際の認定基準も定めている。



商標権(商標法)

地域団体商標 「沖縄そば」

権利者 沖縄生麺協同組合

登録番号 第5008493号

登録日 2006年12月8日



商品区分並びに指定商品 第30類 小麦粉を使用した沖縄県産のそばのめん

「地域団体商標」とは、通常商標として登録できないとされる、「地域の名称と商品(サービス)の名称等からなる商標」を一定条件を満たす団体が登録できる、特殊な商標制度である。

地域の農林水産物はもちろんのこと、古くからそのブランド価値を認められてきた日本古来の手法で製造された「伝統工芸品」、これからブランド価値を高めていくと地域興しの一環として近年盛り上がりを見せている、いわゆる「ご当地グルメ」や、商品に限らずサービスである温泉や商店街等も登録されている。

沖縄そば = 沖 縄 地域の名称 + そ ば 商品(サービス)の普通名称

県内の活用事例

営業標識についての権利を取得し、活用している企業の商品やサービスをご紹介します。

地理的表示(GI)保護制度 (GI法※)

名 称 「琉球もろみ酢」

登録生産者団体 琉球もろみ酢事業協同組合

登録番号 第44号

登録日 2017年11月10日

特定農林水産物等の区分 第32類 酒類以外の飲料等類



地理的表示(GI)保護制度

生産地と結びついた特色ある農林水産物等の名称
(地理的表示=GI)を生産地や品質等の基準とともに登録し、保護する制度です。

※GI法:特定農林水産物等の名称の保護に関する法律

地理的表示のイメージ－琉球もろみ酢を例に－

生産地

沖縄において伝統的に黒麹菌を用いた琉球泡盛が製造される際得られるクエン酸を多量に含む琉球もろみ粕を原料として使用。

産品の特性

非発泡性飲料。琥珀色で酸味があるが、主な酸味成分がクエン酸であるため、飲みやすい。

地理的表示

「琉球もろみ酢」という名称から産地と産品の特性の結びつきがわかる。



制度導入によるメリット

- 基準を満たす产品には、地理的表示の使用を認められ、GIマークを付す
→品質を守るもののみが市場に流通。
国が「品質のお墨付きを与える」知財といわれるゆえん。
- 不正な地理的表示の使用は行政が取締り
→訴訟等の負担なく、自分たちのブランドを守ることが可能。

Part
2

業界に応じた 知的財産の活用方法

- ・製造業
- ・情報通信業
- ・建設業
- ・飲食店・店舗など
- ・農業
- ・水産業
- ・知的財産権チェックリスト

自社に近い業種を
参考にして
みましょう



業界に応じた知的財産権の活用方法

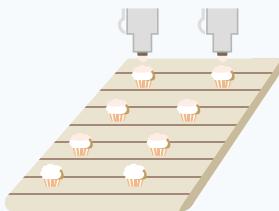
製造業(食料品)

食料品製造業では、素材の加工方法や製造設備が特許権として、
また商品名やパッケージが商標や意匠権の対象となる可能性があります。

菓子等食品の形状⇒意匠権
ユニークな食品、有効成分
⇒特許権



食品材料の加工方法、レシピ
⇒特許権または営業秘密
食品の製造方法、製造装置
⇒特許権



商品名⇒商標権
パッケージ⇒商標権、意匠権
ユニークな包材資材
⇒特許権



※あくまで例示であり、実際に登録できるかどうかは相談窓口または専門家へご相談ください。

活用事例

株式会社ぬちまーす

活用事例:特許
発明の名称:海水の処理方法および処理装置、
自然塩並びに淡水
特許権者:株式会社 ぬちまーす
登録番号:第3250738号
出願日:1998年2月16日



登録後の展開状況

同社の創業者は、海水を結晶化させる「常温瞬間空中結晶製塩法」を開発し、特許を取得。ミネラル豊富な塩「ぬちまーす」を製造販売し、塩のみならず、多くの菓子、加工食品に採用されている。

ソーエイドー株式会社

活用事例:商標
商標:35COFFEE(ロゴ)
特許権者:ソーエイドー 株式会社
登録番号:第5845055号
登録日:2016年4月22日
区分:第30類、第43類



登録後の展開状況

35COFFEEは風化したサンゴでコーヒー(生豆)を焙煎するという、独自性の高い焙煎方法で作られるコーヒーとして同社が製造、販売しており、最近では海外からの引き合いが増え、海外での商標取得も行っている。

各業界で活用されている知的財産権の種類を紹介します。

情報通信業

情報通信業では、コンピュータやスマートフォン上で作動する

アプリケーションなどのプログラムを著作権や特許権として保護します。

またプログラム等の名称やウェブサイトの名称は商標権の対象となる可能性があります。

アプリケーションなどのプログラム

⇒著作権、特許権

それらの名称⇒商標権

画面上のデザイン⇒意匠権



アプリケーションの起動音

⇒新しいタイプの商標(音商標)

機器を絡めたIoT技術⇒特許権

ウェブサイトの名称⇒商標権

動きを伴うアイコンやロゴ⇒

新しいタイプの商標(動き商標)



※あくまで例示であり、実際に登録できるかどうかは相談窓口または専門家へご相談ください。

活用事例

株式会社アイディーズ

活用事例:特許

発明の名称:商品コード分析システム及び
商品コード分析プログラム

権利者:株式会社 アイディーズ

番号:第5753217号

出願日:2013年5月17日



登録後の展開状況

食品流通業界において統一不可能だった「生鮮品・惣菜」を含む取扱い全商品を分析・活用可能なシステムを同社は「i-code」と名付け、流通業への納入実績を積んでいます。

株式会社 SummerTimeStudio

活用事例:商標

商標:Ancient Surfer

権利者:株式会社 SummerTimeStudio

番号:第5725227号

登録日:2014年12月12日

区分:第9類、第42類



登録後の展開状況

サーフィンをテーマにしたゲームアプリのタイトルを同社では商標登録している。また、同タイトルは全世界向けに配信しており、海外での商標取得も行っている。

業界に応じた知的財産権の活用方法

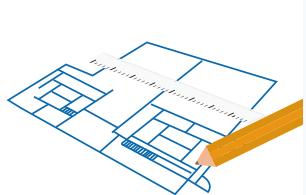
建設業

建設業では、設計図が著作権として、建設技術、機材や資材などは特許権や意匠権として、またマンションの販売シリーズのブランド名称などが商標権の対象となる可能性があります。

設計図⇒著作権

建築の方法、耐震化方法など⇒特許権
建築資材⇒特許権、意匠権

マンションの販売シリーズの
ブランド名称⇒商標権



※あくまで例示であり、実際に登録できるかどうかは相談窓口または専門家へご相談ください。

活用事例

サン・プランテーション・トレーディング株式会社

活用事例:意匠

物品の名称:換気口具

権利者:大城 克江

番号:第1439057号

登録日:2012年3月23日



登録後の展開状況

同社では、建物壁面に設置する換気口具を、雨水の侵入を防ぐ二重構造及び止水埠付き構造のものとして開発し(特許3520038 セラミック製換気口具)、合せてそのデザインを意匠登録している。

株式会社立神鐵工所

活用事例:特許

発明の名称:アンカー杭、及びその設置方法

権利者:上江洲 正直

番号:第5847977号

出願日:2015年5月26日



登録後の展開状況

同社では、砂地でも引抜に対する高い抵抗力をもつ基礎杭を開発し特許を取得した。すでにソーラーパネル設置工事の架台などに採用され、施工例も多数ある。

各業界で活用されている知的財産権の種類を紹介します。

飲食店、店舗など

飲食店やサービス等の店舗では、まず屋号など看板となるものが商標権の対象となります。

飲食店にとって重要な料理の調理方法やレシピは知的財産権では保護されにくく、ノウハウとして秘密にするなどの方法を取る必要があることに注意が必要です。

店舗名、小売サービ
ス名⇒商標権

販売するオリジナル
商品の名称⇒商標権

店舗のコーポレート
カラー⇒新しいタイプ
の商標(色商標)



※料理のレシピは特許による保護には馴染みにくいことが多いですが、営業秘密として保護する方法があります

※あくまで例示であり、実際に登録できるかどうかは相談窓口または専門家へご相談ください。

活用事例

有限会社オフィスリょう次

活用事例:商標

商標:通堂(ロゴマーク)

権利者:有限会社 オフィスリょう次

番号:第6001405号

登録日:2017年12月8日

区分:第30類、第43類



登録後の展開状況

県内、海外でラーメン店を経営する同社では、ロゴマークの商標登録を行っている。

琉球温熱療法院株式会社

活用事例:商標

商標:琉球温熱療法院(ロゴマーク)

権利者:琉球温熱療法院 株式会社

番号:第5413881号

登録日:2011年5月27日

区分:第44類



登録後の展開状況

県内外で温熱治療院を運営する同社では、ロゴマークの商標登録を行っている。

業界に応じた知的財産権の活用方法

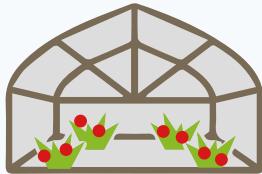
農業

農業では、品種のみならず、農業技術、機材や資材、また農産物に付ける愛称など、それぞれ知的財産権の対象となります。

新品種⇒育成者権
ブランド農産物の名称⇒商標権
産地と結びついた農林水産物等の名称⇒地理的表示(GI)



ハウス、農具、播種容器など
⇒特許権



栽培方法⇒特許権
栽培マニュアル
⇒著作権、営業秘密



※あくまで例示であり、実際に登録できるかどうかは相談窓口または専門家へご相談ください。

活用事例

美らマンゴー

活用事例:商標
商標:美(ちゅ)らマンゴー
※標準文字商標
権利者:沖縄県
商標:第5490270号
登録日:2012年4月27日
区分:第31類



登録後の展開状況

他県のマンゴーと差別化を図るために、沖縄県が商標登録。平成27年度より、JAおきなわが最上級マンゴーの統一ブランド(糖度15度、重さ460グラム以上、果実全体が赤色の大玉品)として、主に県外市場での販売を展開している。

沖縄シークワーサー

活用事例:地域団体商標
商標:沖縄シークワーサー[®]
※標準文字商標
権利者:沖縄県地域ブランド事業協同組合、
沖縄県農業協同組合
商標:第5942666号
登録日:2017年4月28日
区分:第31類



登録後の展開状況

同組合では、シークワーサー産地や地域産業の保護にもつながると、地域団体商標を登録している。合せて、認定ロゴマークも制定している。

各業界で活用されている知的財産権の種類を紹介します。

水産業

水産業では、漁業技術、機材や資材、また水産物に付ける愛称などが知的財産権の対象となります。

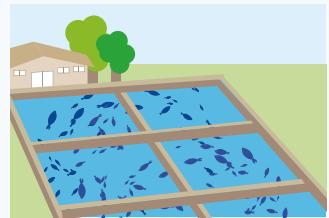
新品種⇒育成者権
ブランド水産物の名称
⇒商標権



漁具、養殖施設⇒特許権



魚介類の養殖方法、漁獲方法
⇒特許権、営業秘密



※あくまで例示であり、実際に登録できるかどうかは相談窓口または専門家へご相談ください。

活用事例

イノーの恵み

活用事例:育成者権、商標

品種名称:	商標:
「イノーの恵み」	「イノーの恵み」
権利者:沖縄県	権利者:沖縄県
番号:第24443号	番号:第5930789号
登録日: 2015年9月29日	登録日: 2017年3月10日
	区分:第29類、第30類、第31類



登録後の展開状況

沖縄県では、選抜、育成したオキナワモズクで収量が高い有望種を「イノーの恵み」として品種登録し、合せて商標登録を行っている。

モズク等の洗浄選別

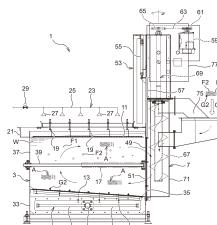
活用事例:特許

発明の名称:モズク等の洗浄選別装置及び洗浄選別方法

権利者:西光エンジニアリング 株式会社、宮古島漁業協同組合

番号:第5480513号

出願日:2009年3月23日



登録後の展開状況

西光エンジニアリング株式会社(静岡県)は、モズクの養殖と選別ノウハウを有する宮古島漁協と協力し、海草類の洗浄・選別装置の特許を取得した。

貴社で知的財産権を取得できる可能性があるのか、 すぐにわかるチェックリスト

知的財産権を取得するためには、いくつか条件を満たさなければなりません。

- 権利を取得したいのは技術的なものですか?
- 今までにはない、新しい技術ですか?
- その技術は世の中にまだ公表しておらず、知られていないものですか?
- 特許情報プラットフォームで同一の発明はみつかりませんか?

1つ以上
 できた

特許権

の対象になる
可能性アリ



特許出願を検討してみては?

- 権利を取得したいのはデザイン的なものですか?

- 一品制作物ではなく、量産し販売するものですか?

- そのデザインや形は類似のものがない新しいものですか?

1つ以上
 できた

意匠権

の対象になる
可能性アリ



意匠出願を検討してみては?

- 権利を取得したいのは商品や会社名、ブランド名、ロゴマークなどですか?

- その名前やマークは特徴的なものですか?

- 特許情報プラットフォームにて同じ商品や役務を指定した際に、同じ名前は登録されていませんか?

1つ以上
 できた

商標権

の対象になる
可能性アリ



商標出願を検討してみては?

特許情報プラットフォーム (J-PlatPat) の利用

「特許情報プラットフォーム (J-PlatPat)」は、登録されている特許、実用新案、意匠、商標の情報(特許情報)を、インターネットを使って「誰でも」「いつでも」「どこでも」無料で検索できるサービスです。 「特許情報プラットフォーム」では、主に以下の項目について調べることができます。

■ 最新の技術情報の入手(技術動向調査)

自社が進めている研究開発の分野について、過去に開発されてきた技術の内容や、最近の技術のトレンドを調べることで、今後開発すべき研究テーマや方向性を検討することができます。

■ 出願前の先行技術の確認(先行技術調査)

研究成果として発明がなされたときには、その発明が特許権として登録できるのかどうかを吟味することが重要となります。その際に、既に特許出願された技術の情報(特許公開公報の情報)を調べることで、権利として認められるかどうかを検討することができます。また、まだ特許出願書類の作成になれない方は、過去に出願された特許の特許出願書類を参考として書類を作成することも効率的です。

■ 権利情報の確認(権利調査)

自社の事業を展開するにあたって、当該事業の技術、デザイン及びブランドが、他社の知的財産権を侵害することがないか調べることが重要です。特許情報には、特許、意匠、商標等が権利化された際に発行される公報(特許公報等)の情報もありますので、この情報を調べることで、自社の事業展開を円滑に進めることができます。

まずは特許情報プラットフォーム (J-PlatPat) に触れてみて、簡単な調査を行ってみましょう。



J-PlatPatのトップページの中段に「特許・実用新案、意匠、商標の簡易検索」の機能があります。テキストボックスに関心のある企業名や技術分野等を記入し、「検索」ボタンをクリックします。そうすると、ヒット件数と「一覧表示」ボタンが表示され、「一覧表示」ボタンから検索結果の一覧のページに移行することができます。

特許情報プラットフォーム (J-PlatPat) <https://www.j-platpat.inpit.go.jp/>



Q 製造条件等のノウハウや技術上の工夫、試作品のデータ、図面・設計図等は、一般に公開される特許出願ではなく、自社内の秘密として守ることはできませんか?



A 特許を出願すると、特許制度の目的からその発明の内容は公開され、誰でも見られるようになります。そこで、商品を分解・分析しても、見た目からはわからない製造方法などに関してはあえて特許出願はせず、秘密にしておくことも検討できます。この場合、不正な使用等に対して差止請求や損害賠償請求が認められる可能性がありますが「営業秘密」として保護を受けるためには、秘密漏えい対策が必要です。「営業秘密・知財戦略相談窓口」では、営業秘密の管理方法や秘密漏えい対策などについて、知的財産戦略アドバイザーや弁護士に無料で相談することができます。

営業秘密の3要件

- ① **秘密管理性**: 秘密として管理されていること
- ② **有用性**: 有用な営業上または技術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

営業秘密・知的戦略相談窓口に相談

弁護士等を含めた専門家が、電話・窓口・出張により無料でアドバイスします。

営業秘密110番

検索

Part
3

ビジネスにおける 知的財産の活用方法

- ・知的財産権を活用する6つのメリット
- ・経営課題と知的財産
- ・創業期の知的財産の活用
- ・特許情報を分析して市場を知る
- ・資金調達について
- ・知的財産の評価と資金調達
- ・金融機関の知的財産への注目
- ・成長期の知的財産の活用
- ・知的財産を活用したビジネス展開
- ・強みを利益につなげる
- ・海外ビジネスと産業財産権
- ・外国出願・海外展開事例



知的財産権を活用する6つのメリット

知的財産は「知的財産権」として形づけて活用することで、さまざまなメリットがあります。

メリット1

他との違いが「見える化」される

- ・知的財産権を取得することで、自社の技術や商品の特徴が「見える化」され、他社との違いが明確になります

メリット2

社員の「レベルアップ」を推進できる

- ・従業員のモチベーションアップや、社内の創意工夫の促進に役立ちます
- ・ノウハウなどの強みの共有で、社員のスキルが向上します

メリット3

競合する企業との「競争で優位」に立てる

- ・模倣品の開発の阻止に役立ちます
- ・新たな競合者の参入防止に役立ちます

メリット4

取引先との「交渉力」を強化できる

- ・技術力のある、信頼性の高い企業であることを取引先に示すことができます
- ・大手との交渉で「当社にしかできない理由」を示すことができます

メリット5

顧客にオリジナリティを「伝える」ことができる

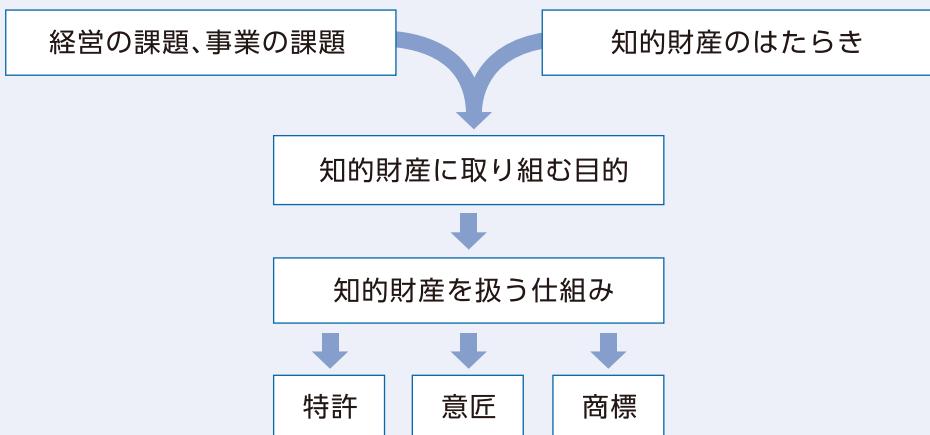
- ・自社がもつ独自性（オリジナリティ）をPRすることができます
- ・知的財産権をもつことで「本物感」や「安心感」を与えることができます

メリット6

パートナーとの「関係づくり」に生かせる

- ・知的財産権をライセンスすることで自社の技術や商品を他社に「使ってもらう」ことができます
- ・パートナーとなる相手方にも「当社と組む理由」を示すことができます

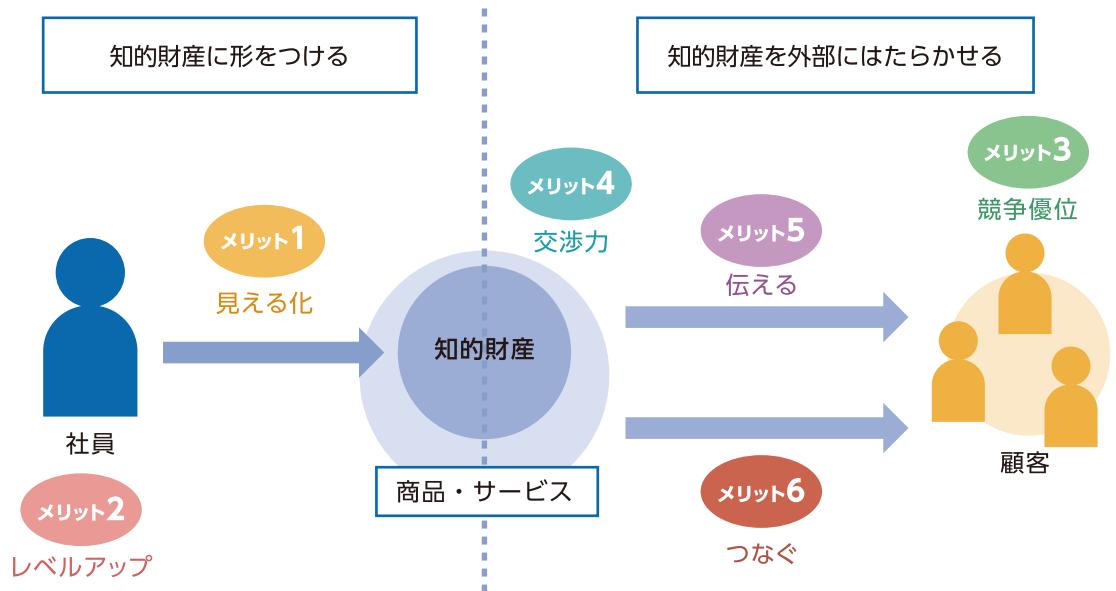
知的財産を考える順序の図



知的財産権を取ってからどう活用するかを考えるのではなく、自社の課題を解決するためにどのように知的財産を活用するのか、目的を明確にした上で、必要な権利の取得を進めましょう。

経営課題と知的財産

前述した6つのメリットがどのように経営課題にはたらくか、以下の図をご覧ください。



上記図には、社員の皆さんの日々の活動により、知的財産という特徴を備えた商品やサービスが生み出され、その特徴が顧客に伝わるという「社員→知的財産を含む商品・サービス→顧客」をつなぐ流れを右向きの矢印で示しています。

この矢印で示した流れを、よりスムーズにするのが**6つのメリット**です。



知的財産には、権利取得により、技術やブランドを独占し、他社との差別化、他社が参入しにくい障壁となる機能があります。経営課題に合せて、活用を検討してみましょう。

中小企業の経営課題

経営課題の解決に向けて

①創業期の課題

- ・商品開発 ・認知度向上
- ・製造や販売におけるリソース不足
- ・人材確保と育成

P23～P27をご覧ください

メリット1

メリット2

メリット5

メリット6

メリット1「見える化」で商品開発の面で他との違いが明確化、メリット2「レベルアップ」により人材確保と育成、メリット5「伝える」で認知度向上、メリット6「つなぐ」でリソース不足など、いずれの課題においても解決に向けて知的財産を活用することができます。

②成長期の課題

- ・販路拡大 ・模倣対策
- ・外注先の確保
- ・資材などの調達ルート

P28～P30をご覧ください

メリット3

メリット4

メリット5

メリット6

競合他社との差別化や模倣防止を図るためにメリット3「競争優位」、メリット4「交渉力」やメリット6「つなぐ」により外注先の確保や資材などの調達ルート、メリット5「伝える」で販路拡大など、いずれの課題においても解決に向けて知的財産を活用することができます。

③海外展開期の課題

- ・模倣対策
- ・技術の流出

P31～P33をご覧ください

メリット3

メリット4

メリット6

知的財産を取得すると得られるメリット3「競争優位」により、海外でも他との差別化を図り、模倣防止や技術流出を防ぐことができます。またメリット4「交渉力」で信頼を得ることができ、メリット6「つなぐ」で取引先との関係づくりをスムーズなものにします。

専門家からのワンポイントアドバイス

よろず支援拠点
で課題を
解決しよう!

経営上のあらゆる悩みを無料で相談できる

中小企業・小規模事業者のみなさまの売上拡大や経営改善など、経営上のあらゆる悩みの相談に対応する相談所として「よろず支援拠点」があります。相談は何度でも無料で、課題が解決するまで各分野の専門コーディネーターが対応します。まずは、お気軽にお電話でご相談ください！

沖縄県よろず支援拠点 ☎ 098-851-8460 (平日 9:00 - 19:00)

〒901-0152 那覇市字小禄 1831-1 沖縄産業支援センター 4階 414号室
E-Mail : contact@yorozu.okinawa



①創業期の課題…(1) 創業期の知的財産の活用

創業期における経営課題として「商品開発」「認知度向上」「製造や販売におけるリソース不足」「人材確保と育成」が上げられますが、それらを解決するために、まず必要なことはビジネスプランを作成することです。

創業期に必要なこと

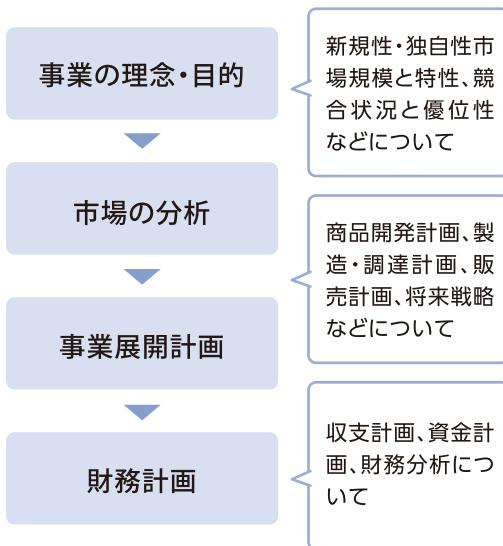
あなたに必要なのは、やりたいこと、アイデアを書き出し、周囲の人たちにその内容を伝え、賛同者、パートナーを探すこと。事業のアイデアをまとめたものを「ビジネスプラン」と呼びます。

一方で創業期に、ビジネス成功の見通しを信用してもらうのは大変なことです。

創業期の知財活用

ビジネスプランを描く際に、押さえるべき項目があります。知的財産権の持つ排他的な独占権の力、またその新規性や独自性を生かし、ビジネス成功の見通しを高めることができないか、検討することをお勧めします。

ビジネスプランの大枠



知財活用の視点

例) 現在の市場について競合企業の製品(に関する特許)などについて調べ、あなたの製品やサービスの強みを確認します。

例) あなたの製品やサービスについて、知的財産権取得の見込みを計画・戦略に入れておき、ビジネスプラン実現の説得力を補強します。

例) 資金調達を円滑に行うため、取得した知的財産権の強みを金融機関などにPRします。

まずは
自社の商品や
サービスに
力があるか
考えましょう

専門家からのワンポイントアドバイス

知的財産権があれば売れるわけではありません

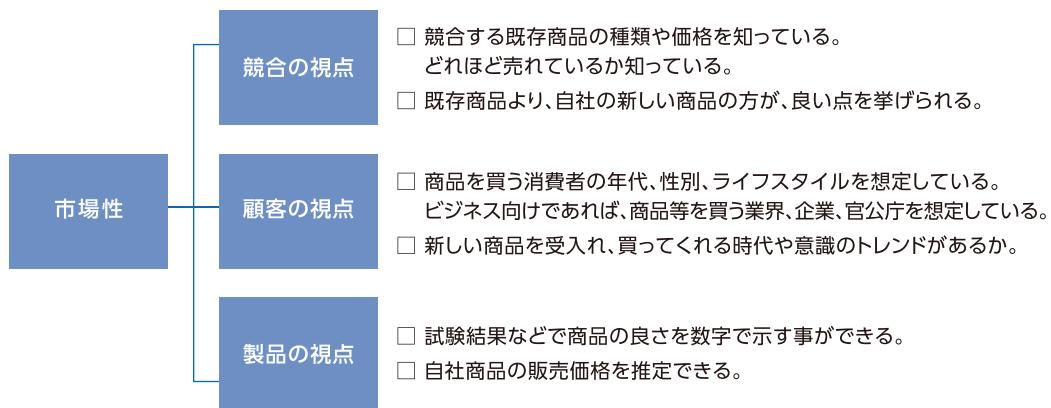
まず大前提として、知的財産権は売上を伸ばす手法ではありません。商品に力がなければ効果的に活用することは難しいでしょう。自社の商品やサービスに適した知的財産権を取得することで、市場での優位性を確立したり、他社との差別化を図れる強い味方になります。

まずは、自社の強みを知り、市場調査を行い事業計画を立てることが大切です。そのうえで、弁護士・弁理士等の専門家に相談するとスムーズです。



①創業期の課題…(2) 特許情報を分析して市場を知る

ビジネスプランの中でも重要なのが、「市場性の確認」です。お客様となる人はどれほどいるのか、市場ニーズを把握しなければ、ビジネスは始まりません。以下のような項目をチェックしてみてください。

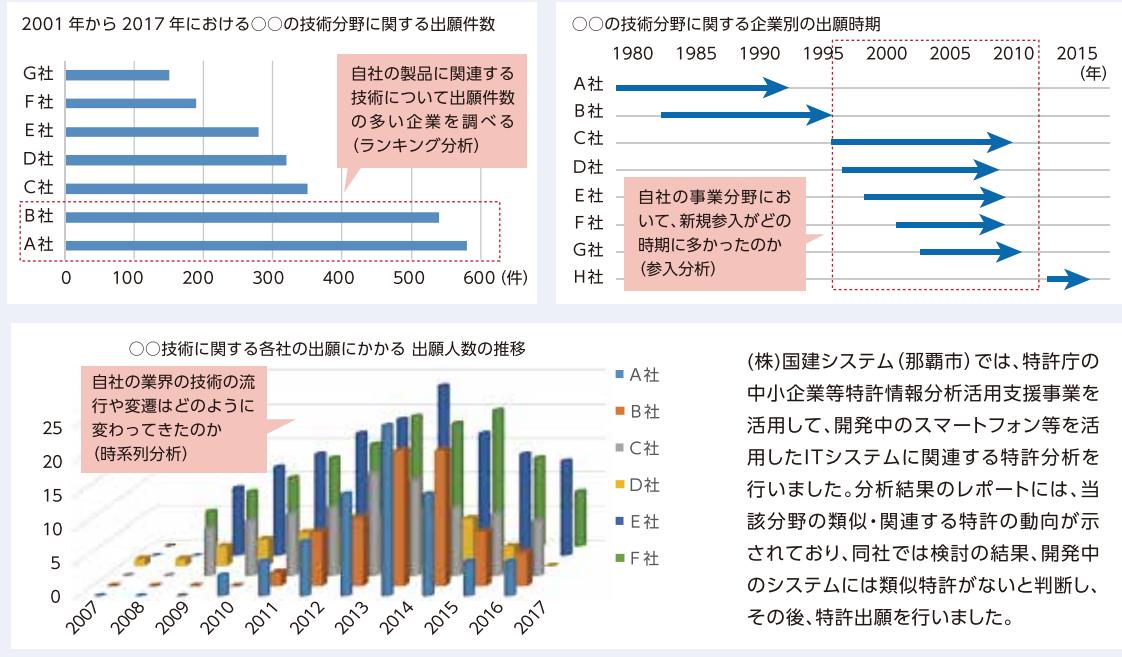


自分の視点だけで、市場ニーズを確認するのは簡単ではありません。専門機関(民間の調査機関等)の調査結果の収集・分析や、経営支援機関や専門家(中小企業診断士等)のアドバイスを受けることをお勧めします。

実際に市場性を確認するためには、調査機関を通じて、アンケートやヒアリングによる調査を行う必要があり、経費もかかります。

特許庁が提供している特許出願等の情報を定量的に整理・分析することで、自社の技術分野や業界に、競合企業がどれほどあり、何件くらいの特許を出願しているか調べることができます。また業界の技術開発の方向を整理すれば、自社の製品や技術開発で注力できる部分を知ることもできます。

<新規参入の検討段階において特許マップでできることの例>



①創業期の課題…(3) 資金調達について

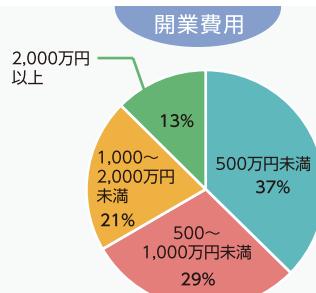
創業期の資金調達について、ご紹介します。

創業に必要な資金

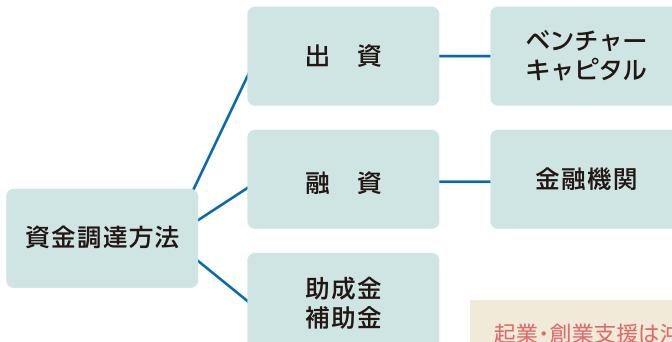
創業には、500～2000万円かかるケースが多くなっています。

資金調達の方法

必要な資金をどのように確保すればいいか資金調達の方法が分からず、頭を抱えられる方も多いと思います。資金調達の方法は、大きく出資と融資に分かれ、その他助成金等があります。



(出所)「2017年度新規開業実態調査」
日本政策金融公庫総合研究所



創業資金にいくら必要なのか、試算してみましょう



起業・創業支援は沖縄県産業振興公社まで

県内の中小企業者が抱える様々な課題、取組みのニーズに対して、効果的な支援、アドバイス、支援制度を実施するため、企業経営、商品開発等に関する専門知識と経験を有する相談員が県内各支援機関と連携を図り窓口にて相談に応じます。

知財を活用した資金調達

知財の活用による「お墨付き」の効果

知的財産をどのように活用すると、資金調達を有利に行うことができるのでしょうか。
いわゆる「新技術」や「新商品」は巷に溢れていますが、消費者ならずとも、企業の担当者や金融関係者であっても、その価値を見極めるのは難しいのが普通です。一方、登録された特許や意匠には、客観的な「新しさ」を対外的に示す効果があります。まだ実用化されていない技術、販売していない商品を認めてもらうのは難しいのですが、特許、意匠などの登録により、その価値を認めてもらい、資金調達を有利に行うことができる可能性があります。



特許がない場合

- 本当に新しい技術なのか分からぬ
- 他社の技術とどう違うか分からぬ

特許がある場合

新しい技術であり、他社の技術と異なるとのお墨付きがある



販売契約や融資は難しい…



販売契約や融資も行いやすい

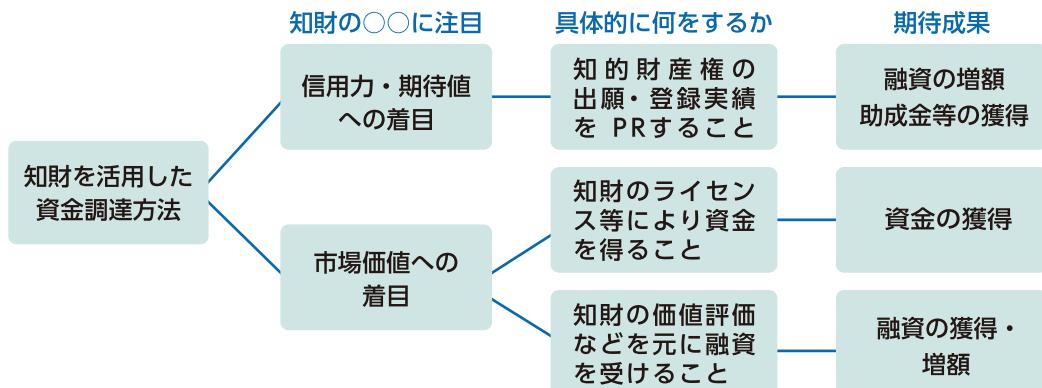
①創業期の課題…(4) 知的財産の評価と資金調達

資金調達時に知財がどう評価されるかをご紹介します。

資金調達のための知財の「評価」

特許等は「これから世の中に羽ばたいていく技術」です。現在時点で製品になった場合の売上などを正確に見積もることは難しいのですが、「その技術の魅力や期待」「推定される市場価値」などから、投資家や金融機関などを説得する材料になります。

まずは「知的財産権の出願・登録実績をPR」し、技術などの信用を高めることが重要ですが、一歩進んで、その「知財の価値評価などを測り、その評価を元に融資を受ける」といった取り組みも地域の金融機関で始まっています。



「知財ビジネス評価書」の作成

特許庁では、企業が保有する産業財産権を活用したビジネスの実態を分析し、事業全体を評価する「知財ビジネス評価書」の作成を支援しています。ここでは、単独の産業財産権ではなく、事業という観点から、まさに知財をいかに有効に活用しているかといった観点から評価を行っていることがポイントです。

「知財ビジネス評価書」の作成は、金融機関からの申請により、専門の調査会社によって実施されます。金融機関は、この「知財ビジネス評価書」を元に融資等の判断材料に活用されます。評価書の記載項目は、調査会社や調査対象により様々ですが、主に以下の項目が記載されます。

<知財ビジネス評価書で主にわかること>

- 特許権等で権利化されている技術の強さ・特許権等の技術を使った製品の市場性の評価・事業の成長性や今後の見通し
- 産業財産権や事業に関する課題

■ 中小企業にとってのメリット

前述のとおり、同事業は金融機関からの申請により実施される事業です。しかし、「知財ビジネス評価書」は金融機関だけでなく、評価の対象となる中小企業にとっても効果のあるものとなります。

「知財ビジネス評価書」

- 第三者「調査会社」の作成する客観的な評価データ
- ビジネス全体を評価する包括的な情報

メリット①

自社の事業性や中長期的な成長性を見極めることができる。

メリット②

対外的なPRを行う際の資料や、金融機関に対する事業の説明資料の材料に用いることで、自社の事業を他社・金融機関により説得力を持った説明ができる。

①創業期の課題…(5) 金融機関の知的財産への注目

沖縄地域においても、金融機関に対して知財を活用した資金調達の取組が広がってきています。

沖縄振興開発金融公庫の取組

沖縄振興開発金融公庫は沖縄における金融政策を一元的・総合的に行う政府系金融機関です。同庫では、沖縄の地域的諸課題に応えるため、国や沖縄県の沖縄振興策などと一体となった様々な独自制度を活用し、地域に密着した政策金融を推進しています。その中の一つである沖縄創業者等支援貸付において、特許権、実用新案権等の知的財産権又は技術開発関係の補助金等に係る技術を利用して新たな事業等を行うために必要な資金の貸し付けも行っています(詳細については、公庫の融資担当窓口までご相談ください)。

専門家からのワンポイントアドバイス

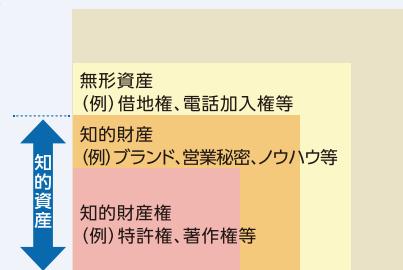
すべての中小企業に存在する「知的資産」

「見えざる資産」
が何であるのか
洗い出しを
してみましょう

特許や商標権など「知的財産権」は広く知られていますが「知的資産」の考えについてはまだ十分ではないのが現状です。知的資産とは「見えざる資産」ともいわれ、数字や形として見える有形の資産ではなく、人材や技術力、ブランド力、製品開発力、組織力といった無形の経営資源のことです。すべての中小企業に内存する自社の無形の強みなのです。



知的財産権、知的財産、知的資産、
無形資産の分類イメージ



沖縄銀行による新製品に対する融資の事例

県内地銀各行においても、不動産等を担保にした伝統的な融資の他、動産・売掛金担保融資(ABL)にも注力している中、株式会社 沖縄計測(うるま市)では、新たに開発した不発弾の磁気探査用機器で特許を取得(特許 第6053508号)、この機器を担保に、沖縄銀行から1億円の融資を受けました。同社では、この資金を製品化のための開発費用や販売先開拓費用に用いました。ABL活用でメディアに取り上げられ外部の反響がありました。また同社代表は「社内全体で創意工夫を生かしたものづくり、人材育成に取り組むきっかけとなつた」とそのメリットを評価しています。



同社の磁気探査用機器

②成長期の課題…(1) 成長期の知的財産の活用

重要なことは知的財産を「マネジメント」すること

知的財産とは「人間の創造的活動により生み出されるもの」です。これは自社の製品・サービスを工夫を凝らしてよりよいものにしていくとする努力の過程において生じるものであり、中小企業においても、特許権や商標権といった権利はなくとも、なんらかの知的財産が存在すると考えられます。

重要なことは、自社の工夫の課程をしっかり見直して、自社の知的財産とその強みをしっかり意識することであり、ここから知的財産のマネジメントが始まります。

知財マネジメントのステップ① → 知的財産を「つくる」

まずは、マネジメントの対象となる知財を作り出す必要があります。

先ほど言及したとおり、知的財産は企業の工夫の成果であり、それが知的財産であると意識していないなくても、多くの中小企業が知的財産を持っているはずです。

知財マネジメントのステップ② → 「形をつける」

次に、知的財産を特許や商標といった産業財産権として出願・登録したり、ノウハウをマニュアル化して管理することによって、知的財産に形をつけます。

「形をつける」作業を通じて自社の商品やサービスの強みが明確になり、P20-21で説明したメリット①、②が生じることになります。

「形をつける」ポイント

例えば、世の中の全ての鉛筆が、断面が丸いものと想定します。この場合、鉛筆はすぐに転がって、床に落ちて芯が折れてしまいます。この課題を解決するためには、断面を六角形にする、というアイデアで解決できそうです。しかし、このアイデアを特許として権利化する場合、どのような権利にすればいいでしょうか。

課題：丸い鉛筆だと机から転げ落ちる → 解決：机の上から転げ落ちない鉛筆

「断面が六角形の鉛筆」という特許 → 他社は「五角形」や「八角形」の鉛筆が作れる

「断面が多角形の鉛筆」という特許 → 「一部がまるい」、「角が丸い」といった形状の鉛筆が作れる

「断面の少なくとも一部が直線である鉛筆」という特許 → 断面の一部が直線であれば鉛筆は転がらない



= 転がり落ちない構造の本質であり、権利範囲も広い

このように考えることで、**アイデアの本質が明らかになるとともに、権利範囲の広い特許権を取得**することができます。

知財マネジメントのステップ③ → 「外部にはたらかせる」

ステップ②で形をつけた知的財産を、以下のようにさまざまな方向にはたらかせることができます(P21-22のメリット③～⑥が生じます)。

ライバル企業 → 差止請求や損害賠償請求といった形で相手方の侵害を防止する

サプライヤー等の取引先 → 製品・サービスにかかる知的財産を用いて交渉を有利にする

パートナー企業 → 自社に足りない要素を補うために知的財産をライセンスする

顧客 → 自社の製品・サービスの先進性や優位性をアピールする

②成長期の課題…(2) 知的財産を活用したビジネス展開

1年また1年と売上を確保するのは大変なことです、企業の活動で重視すべきは「継続的に事業を成り立たせる仕組みを考えること」です。ここでは、継続的に利益を上げるために知財を使った仕組みづくりの方法をご紹介します。

①ブランドのシリーズ化

定番化している商品が単品である場合に、さらに売上を伸ばしたい時に、その商品のシリーズ化を行い、アイテム数を増やし、購買層のすそ野を広げる方法です。

シリーズ化する商品の名称やブランドマークなどを商標登録し、複数商品のイメージを統一することで、セットで購入してもらえる動機づけを行います。

②知財ミックス

ひとつの知的財産権だけで自社の製品などを保護するのではなく、特許・意匠・商標等を組合せ、多面的に保護することにより、知財の組み合わせにより生じる相乗効果から、より強固に、また継続的にその効果を維持する方法です。

また、特許権は出願後20年でその効力を失いますが、製品のデザインを磨き上げて意匠権として保護したり、商標権を活用してブランド力を高めたりすることで、継続的に知財の効力を維持することができます。

- ◆ 製品の技術（特許権）、外観（意匠権）の組み合わせ
- ◆ 製品の技術（特許権）と商品のネーミング（商標権）の組合せ
- ◆ 品種（育成者権）と農産物等のネーミング（商標権）の組合せ

Q 農業従事者です。品種改良を行い新品種の野菜をつくりました。商標を取るべきでしょうか？

A 農畜林産物について、新たな品種には育成者権を、商品には商標権を登録・活用することができます。しかし、それぞれの権利には権利の保護の期間が違っており、育成者権は登録から25年（樹木は30年）で権利が消滅することに対して、商標権は10年ごとに更新を行うことができます。育成者権の権利消滅後は種苗の繁殖等が自由になり、これまで育ててきた品種を他の事業者も自由に繁殖することができるようになるので、品種のブランド名を商標登録し、更新を繰り返しながら半永久的に活用していくことを検討してみましょう。

知的財産を活用したビジネス展開の事例「株式会社 ぬちまーす」

②知財ミックス

製塩特許に関する特許



商品化

「ぬちまーす」商標登録
(2001年の商標登録を皮切りに複数の商標、区分を登録)

②成長期の課題…(3) 強みを利益につなげる

Q 特許権を活用して事業を拡大した企業はありますか?

A 私が「この企業はすごい!」と思うのは、株式会社ぬちまーです。社長である高安さんが発明した「海水の処理方法及び処理装置、自然塩並びに淡水」が生まれたのは、小さなビニールハウスからでした。高安社長自らが海水を自然に結晶化する方法を確立するために、ビニールハウス内で海水を撒き、風を起こし、布などに付着した塩を採取していました。

当初は、ミネラルの含有量が多く、味にえぐみがありました。改善に向けて昼夜取り組み、味や品質を確立しました。生産量と収益の安定化を図るために、常に企業努力を重ねる姿は本当に見事でした。

現在、「ミネラルたっぷりの塩」として、ぬちまーはブランドを確立し、業績を順調に伸ばしています。高安社長は先見の明もあり、この技術を特許として取得していくため、現在も技術が守られ、会社の最大の強みとして生かしています。

このように、特許権そのものが重要なだけでなく、アイデアの着眼点と、それを市場のニーズに合わせて改善するために努力できるかどうかが大切です。

特許権を取得したことでの事業を拡大している、良い例と言えるでしょう。



沖縄県よろず支援拠点
チーフコーディネーター
上地 哲(うえち さとし)

読谷村出身。15歳から習い始めた空手歴は48年。大学卒業後に経験した職業は自営業を含め十数社に上る。銀座わしたショップの初代店長を経験。物産展、ネット販売等、県外への販路開拓30年。売場からの商品開発と売るための経営改善をサポートしている。

Q 商標権を活用した県内の事例はありますか?

A 最近でいうと、「空手」という第三者の商標権の使用許諾を得て、株式会社 久米島の久米仙が泡盛を作ったことは面白い取り組みだと思います。昨年「沖縄空手会館」がオープンし、沖縄県も空手振興課を設置し、県をあげて沖縄空手の普及啓発に取り組まれています。この流れをうけて、市場のニーズを感じ、「空手」の商標を所有している方に許諾を得て、この泡盛が誕生したそうです。同社では、琉球泡盛「空手」の売上の一部を沖縄伝統空手道振興会に寄附し、沖縄空手の振興を支える取り組みもされています。

今後、国内のみならず海外から来沖する空手家、そして空手愛好家からも名前が注目されると思いますので、今後の動きが楽しみです。



琉球泡盛「空手」30度

①ブランドのシリーズ化

基本となる商品



→ 多様なサイズで発売 ▶ ボトル 卓上用 颗粒状



→ 食品のシリーズ化 ▶ だし 塩糀 梅干し



→ 菓子のシリーズ化 ▶ 黒糖 チップス クッキー

沖縄は日本の中では最も南の地域ですが、広い視野で見た場合、東アジアの主要都市の中心、つまり東アジアの巨大マーケットの中心に位置します。このような地理的優位性により、沖縄県内の企業において海外展開のチャンスが広がってきています。しかし、海外展開時に知的財産権の取扱いに注意しなければ、模倣品や訴訟のリスクが生じる可能性も出てきます。

産業財産権における属地主義

特許権をはじめとする産業財産権の効力は、登録された国の範囲内でのみ認められます。これを「属地主義」と言います。したがって、海外での事業展開を検討する場合には、産業財産権の登録も合わせて検討することが重要です。

海外において知的財産権を出願する際のフローはP33で紹介しています。

海外展開時の知財リスク

①海外で模倣品が発生

アジアをはじめとする新興国市場の台頭に加え、インターネットの普及により、模倣品や海賊版が世界中で出回りやすくなっています。模倣品をそのまま放っておくと、自社の信用やブランドへのダメージだけでなく、消費者への被害（健康被害、購入時の個人情報の悪用）といった影響もあり、その結果、円滑な海外展開への事業計画も難しくなってくることもあります。海外展開を行う上では、自社のブランド・技術をしっかり現地にも出願・登録し、偽物が発生したときには毅然とした対応をとることが重要です。

②現地の企業から侵害の指摘を受ける

海外での模倣品の発生とは逆に、海外展開時に現地の企業から侵害の指摘を受けないかどうかも気をつける必要があります。例えば、海外の展示会に出品した製品について、現地の企業から特許権や意匠権を理由として警告を受ける恐れなどが挙げられます。さらに、警告だけでなく、訴訟にまで巻き込まれた場合、対応に要する費用や時間は多大なものとなり、事業撤退や会社の存続の危機に追い込まれるといった状況が生じかねません。このような事態に陥らないよう、海外展開を行うに当たっては、当該国・地域での自社の製品に関わるような知的財産権が登録されていないか事前に調べておくことが有効です。



③海外展開期の課題…(2) 外国出願・海外展開事例

企 業 名 沖縄食糧株式会社

事 業 内 容 米穀類の卸売

知財の区分 商標

出 願 内 容 企業ロゴ及びブランドマーク

出 願 先 香港

出 願 時 期 2015年2月

海外出願の目的

平成26年より製品を海外へ輸出する目的で貿易事業室を設置し、輸出拡大に取り組んでいる。

海外にて弊社ロゴマークの商標を守ることは非常に重要と考えた。

海外展開状況

香港では、日本の食品に対する信頼が高いことから、日本米に対する需要があり現地小売店向けに弊社のロゴマーク及びブランドマークの入った製品を販売している。

担当者コメント

海外展開するうえで、商標を出願し自社ブランドを守ることは仕向地消費者が「安心して買える」商品という信用にもつながっています。

 沖縄食糧株式会社



企 業 名 沖縄県保険食品開発協同組合

事 業 内 容 保健食品の卸売等

知財の区分 商標

出 願 内 容 商品名称「琉球 酒豪伝説」及びそのアルファベット

出 願 先 ベトナム、シンガポール、マレーシア、インドネシア

出 願 時 期 2017年2月

海外出願の目的

当組合商品「琉球 酒豪伝説」は、すでに中国圏等を中心に販売を開始しており、今後ベトナム、シンガポール等東南アジアへも販売予定のため、商標出願を行った。

海外展開状況

「琉球酒豪伝説」は春ウコンを主体としたウコン含有サプリメントとして2006年より販売。台湾、タイ国等ではすでに販売しており徐々に売上も伸びている。さらなる展開として、ベトナム及びシンガポールでの販売を目指している。

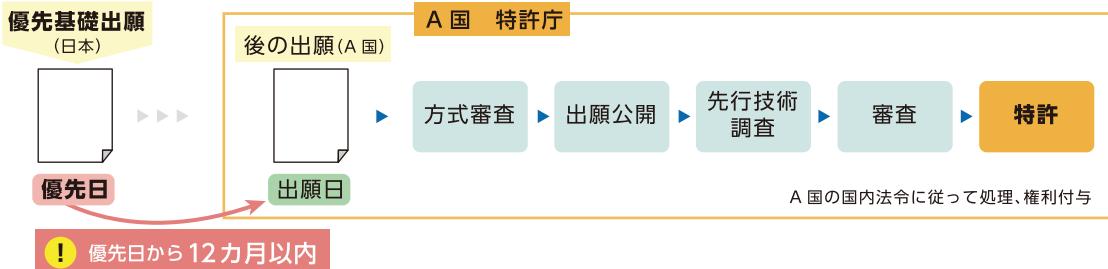


担当者コメント

海外4カ国へ販売展開するにあたり、JAPANブランドの品質保証とイメージアップ及び模倣防止の対策を図るため商標出願しました。

外国特許庁に対して直接出願する際のフロー

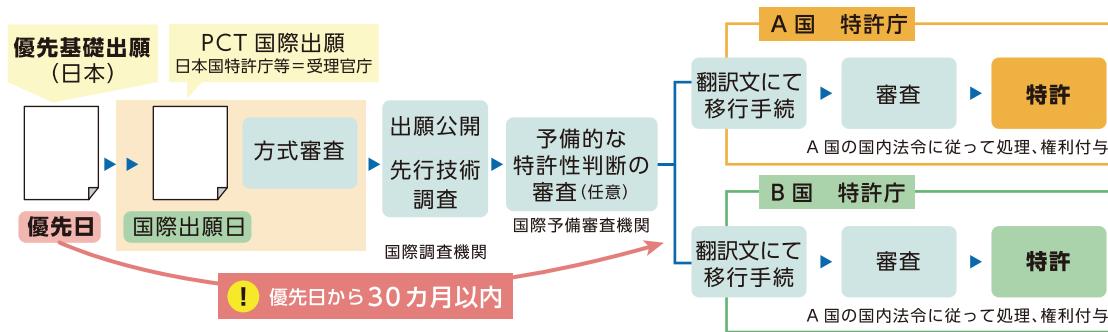
日本で取得した知的財産権(特許権、意匠権、商標権など)は日本でしか効力がなく、外国に発明、デザイン、商品名を利用した商品を販売する場合は、その国へ知的財産権を取得するための出願を行う必要があります。但し、外国へ出願する際には、国内出願より多くの費用が掛かる可能性があり、費用対効果を考えることも必要です。



優先権を主張する「後の出願」は「優先基礎出願」の出願日（＝優先日）から、**12カ月以内**（意匠・商標は6カ月）に出願しなければなりません。この12カ月の猶予期間（優先期間）は、後の出願となる国を精査したり、優先基礎出願の翻訳等「後の出願」を行うための準備期間を確保するためにも有効に使うことができます。

優先権とは…例えば日本で特許出願したものが、一定期間内にほかの国（A国）でも特許を出願する際、後に申請した国で優先的な取り扱いを認める制度です。

特許協力条約（PCT）に基づく出願時のフロー

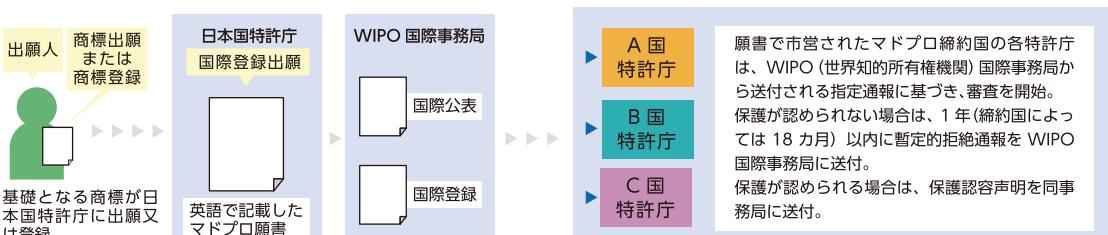


多くの国で特許権を取得したい場合、各國の特許庁にそれぞれの様式・手続きで直接出願する煩雑さを避けたい場合等には、特許協力条約（PCT：加盟国は2017年4月現在 157カ国）に基づいて国際出願をする方法があり、各國の特許庁に對して、日本の特許庁を経由して特許出願を行うことができます（上記の例において、日本では優先基礎出願をそのまま生かすこと、国際出願を日本に移行することも可能です）。



国外で特許を出願しようとしても、国内で特許を出願して**12カ月**を超えていたら**外国での特許出願はできません**。海外展開をお考えの時はご注意ください。

国際登録出願（マドプロ出願）する際のフロー



マドプロ出願では、單一の言語（日本では英語を選択）による一つの出願手続で、複数の国での商標権の取得が可能になります。書類作成や手続きが簡略化されることや、商標権を登録したい国での代理人選任は原則として不要になり、コストの低廉化を図ることができます。

① WIPO国際事務局が国際登録の権利管理を国際登録簿で行う

② 国際登録に関する名義変更、更新手続きも同事務局への手続きにて一括して行うことができる



監修／土生 哲也 (はぶ てつや)

政府系金融機関で主にベンチャーファイナンスに携わった後、2001年に独立して土生特許事務所を開業。現在はジャスダック上場企業の社外役員を務めるなど、中小・ベンチャー企業の実情に詳しい。特許庁や各地の経済産業局等の中小企業向け知財戦略関連事業に数多く携わり、中小企業の先進事例を紹介するセミナーは各地で好評を博している。支援事業等で沖縄県を訪れる機会も多い。地域の中 小企業の知財活動支援への取組みが評価され、平成29年度知財功労賞経済産業大臣表彰を受賞した。

企業の強みを生かす 知的財産制度活用ガイドブック

平成30年3月発行（令和2年3月増刷）

発行 内閣府 沖縄総合事務局

経済産業部 地域経済課 知的財産室

那覇市おもろまち2-1-1

那覇第二地方合同庁舎2号館9階

電話:098-866-1730 FAX:098-860-1375

本冊子は、グリーン購入法に基づく判断基準を満たしており、「Aランク」のみを用いて作成しているため、「紙ヘリサイクル可」