

展示会の落とし穴
出展時の知財チェックポイント
～ライバルはここを見てる?!～

2018年11月5日

こちらは、ある展示会における企業のブースの例です。特に、初めて展示会に出展する時には、販路開拓に熱心に取り組む一方で、知的財産の保護については、見落としがちです。

以下の主要なチェックポイントを参考に、自社の出展時の知財保護について検討してみませんか？



※出典 経済産業省 近畿経済産業局

1) 社名・ロゴマークはここに注意！

■ 社名やロゴマークを真似られてしまった！

自社の社名やロゴマークが知名度が高まると同時に他人に真似されてしまうことがあります。

■ 他人の商標を使ってしまった！

ネーミングやロゴマークなど会社名だけではなく、商品名などについては他人が商標権を取得していた場合、商標権侵害となる場合があります。

■ どのような対策をとることができるのでしょうか？

社名やロゴは商標権を取得しておきましょう。登記とは別です！

事前の商標権調査を行い、商標権侵害とならないようにしましょう。

2) 製品・商品の現物展示のリスクとは？

■ 模倣被害は外観から起こります

技術的・構造的な特徴よりも、外から見たときに分かる形状、色、材質の特徴、ロゴマーク、部分的なデザイン等は写真等で記録に残せば、後に詳細な確認が可能であり、模倣されやすくなっています。コピー商品や偽ブランド等の被害にあうかも。

■ どのような対策をとることができるのでしょうか？

技術やデザインは公開する範囲を明確にしましょう。特に技術的な要素がある製品やデザインに特徴のある製品などは特許や意匠出願前のものはサンプル出品しないようにしましょう。

3) 会社パンフレットから何がわかるでしょうか？

■ 丸ごと模倣が起こるリスク！

会社パンフレットには会社の名称、ロゴマーク、新製品の名称、外観、キャッチコピーや説明文章等を含めて“丸ごとセット”で渡していることになりかねません。

巧妙な模倣では、製品からキャッチコピーまでセットで模倣なんて事も。

■ どのような対策をとることができるのでしょうか？

会社の名称、ロゴマーク、新製品の名称などは可能な限り商標登録をしておきましょう。

4) 製品カタログの詳細説明にはご用心！

■ 外観からはわからない技術情報を渡しているリスクあり！

会社パンフレットでは、製品・商品の写真や性能について詳しくは記載していないものが多いですが、新商品のリーフレットやカタログには既存製品との比較や性能試験データ、内部構造の図解など詳細に記載しているものが多く見られます。明確にライバル会社と分かった上で、製品カタログを渡す企業はまずないと思いますが、潜在的競合先が商談を装ってカタログを入手に来ることもあります。

■ どのような対策をとることができるのでしょうか？

展示会に出展することは、自社技術を競争社会にさらし、打って出ることとなります。攻める前にきちんと自社の技術の公開できる範囲を確認しておきましょう。基本的に製品カタログは、既存の取引先等に限って渡すか、新規見込み客には段階を踏んで情報を出して行く方が無難です。商談相手の実態をきちんと把握することが重要でしょう。

5) 映像丸ごと撮影されていませんか？

■ 映像はノウハウを含めた情報の宝庫！

プロモーション映像には、短くとも多くの情報が盛り込まれています。機器を使用しているシーンを見せている場合、背景に現場の様子が映り込んでいるかもしれません。

自社にとって日常的な光景であっても、競合相手にとっては通常では手に入らない現場ノウハウの宝庫です。

※製造工程で使われている工具や装置 ※その製品の使用方法、用途、メンテナンス

※工場や作業場のレイアウト ※熟練職人の手の動きや工具の使い方等

■ どのような対策をとることができるのでしょうか？

他社から見たらどう見えるかを、客観的にチェックした上で、プロモーション映像の制作を行うことが必要でしょう。

製造現場等のノウハウ情報の映り込みに注意！

また、著作権にも気をつけましょう。勝手に他人の映像とかを流ししてはいけません。

6) サンプルから構造や材質まで判明するリスクあり？

■ サンプルは、開発ヒントの宝庫！

展示会では、新素材や難加工の部品・食品等について、サンプルを配布することが多いでしょう。サンプルは説得力のある資料でもあります。しかし色や素材の組み合わせで容易に製作ができる素材や商品の場合、すぐに模倣品や類似品が市場に出回ります。競合他社に開発のヒントを与えることにもなります。

■ どのような対策をとることができるのでしょうか？

商談や先方の関心事の段階に応じて、誰にどこまでサンプルを渡すか、展示会の前に方針を決めて社内で周知しておくが良いでしょう。

可能な限り、開発商品の権利化を検討し、権利化できないものもノウハウとして流失しないようにすることが大事です。

7) 名刺や営業トークにもご用心！

■名刺や営業トークから意図せぬ情報流出！

営業トークでは、ブースを訪問した来場者に問われるまま、まだ出展していない次の開発話をしてしまっている場合もあります。開発担当者や経営層が売り込みのつもりで、うっかり新しい開発について話してしまうこともあるようです。

■どのような対策をとることができるのでしょうか？

展示会出展前に社内で事前研修を行い、担当者にこの資料を確認してもらい、どこまで話して良いのか、あらかじめ明確にしておくことが重要です。知財流出リスクを認識してもらうことが重要です。

8) ノウハウ漏れていませんか？

■ノウハウ流出のリスクを常に意識！

展示会は情報発信の場であるがゆえに、ノウハウの固まりがいろいろな場面で表出している場とも言えます。普段は特定の相手や関心のある需要者にしか伝えていない情報が多面的に出ていることになり、情報を欲しがっている相手から見れば、またとない情報入手のチャンスです。

■どのような対策をとることができるのでしょうか？

展示会出展前に出展資料を第三者の観点からチェックするとともに、社内で事前研修を行い、担当者にこの資料を確認してもらい、どこまで話して良いのか、あらかじめ明確にしておくことが重要です。知財流出リスクを認識してもらうことが重要です。

9) 図面を安易に渡さない!

■見積り依頼や発注時の図面が流出!

展示会で新しい取引先を発掘した後、見積りを依頼したり、相手先の技術水準の確認のために部品の試作を発注することもあるでしょう。

しかし、中には取引を進めることよりも、図面を入手することが一番の目的の企業もあります。企業の図面を集めて、仲間企業で共有し利用しあうような例もあるようです。

■どのような対策をとることができるのでしょうか?

事前に相手先の信用調査を実施したり、取引先や商社等に評判を尋ねる等、第三者の評価を確認することが重要です。

一部の部品を外注するだけであれば、製品全体の図面を渡さずに、部品の該当箇所だけに限って図面を提供する方法もあります。

商談等具体的な話となるのであれば秘密保持契約(NDA)を結びましょう。

少しでも不安を持たれたらこちらまで ↓

INPIT秋田県知財総合支援窓口

住所：秋田市山王3-1-1 秋田県庁第二庁舎2階

(公財)あきた企業活性化センター内

電話番号：018-860-5614

営業時間：平日8:30~17:15

窓口支援担当者が相談内容に応じたアドバイスを提供します。

全国47都道府県に設置されたお近くの窓口におつなぎいたします

窓口での相談の他、
御社に訪問しての
支援もお受けします!

専門家(弁護士・
弁護士等)のアドバイスを
無料で受けられます!

詳細情報は中画