

※出典 経済産業省 近畿経済産業局

- ①社名・ロゴマーク
- ②現物展示
- ③会社パンフレット
- ④製品カタログ
- ⑤映像情報
- ⑥サンプル資料
- ⑦名刺や営業トーク
- ⑧ノウハウ
- ⑨図面



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?!～

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？

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、商標権侵害となることがあります。

対策

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。

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。

対策

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。



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。

対策

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はサンプル出品しないようにしましょう。

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も多く見られます。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。

対策

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。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

対策

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!

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話してしまっている場合もあります。



対策

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。

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。

対策

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。

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。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。

対策

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ことと良いでしょう。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さないようにすることが重要です。

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。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。

対策

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。

今回の内容は、(独)工業所有権情報・研修館がまとめた「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?!～」を元に編集しており、より詳細な資料は下記のURLに掲載しております。
<http://www.bic-akita.or.jp/news/237.html>

本内容に関連して疑問や相談がお有りの方は、ぜひ「INPIT 秋田県知財総合支援窓口」(あきた企業活性化センター内 Tel.018-860-5614)へお問い合わせください。皆さまのご利用をお待ちしております。

本資料に関する著作権は、(独)工業所有権情報・研修館に帰属します。本資料を許可無く転載することを禁じます。