

令和7年（2025）年7月31日
主催：特許庁、日本貿易振興機構

＜中小企業のための海外侵害対策セミナー＞
海外進出と模倣品の動向・影響、対策について

INPIT（独立行政法人 工業所有権情報・研修館）

知財戦略エキスパート 能川 勝男

能川 勝男（のがわ かつお）



- 国内機械製造メーカーにおいて、知的財産に関する出願、契約、模倣対策、技術情報管理等の実務に従事。
- その間、中国（北京）の現地法人で知財組織の設立、模倣対策等の実務と指揮監督。
- また、日本台湾交流協会（台北）にて、台湾にビジネス展開を検討している日本企業への支援実務を経験。
- 2021年より、INPIT（工業所有権情報・研修館）にて海外知的財産プロデューサーとして企業支援等に従事した後、2024年4月より現職（知財戦略エキスパート）。

【名称】 独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）
National Center for Industrial Property Information and Training

※ 経済産業省所管の
独立行政法人

【設立】 平成13年（2001年）4月1日

【予算】 116億円（2024年度予定）

【役職員数】 107名（役員4名（非常勤2名含む）職員103名）
（2024年4月現在）

【所在地】

■ 本部事務所：東京都港区虎ノ門4-3-1 城山トラストタワー8F

- 海外展開知財支援窓口 ○営業秘密支援窓口
- アカデミア知財支援窓口 ○スタートアップ知財支援窓口

【総務部、研修部、知財人材部、知財情報基盤センター（情報システム部、知財情報部）、知財活用支援センター（地域支援部、知財戦略部）】

■ 特許庁分室：東京都千代田区霞が関3-4-3 特許庁庁舎1F・2F

- 公報閲覧室 ○産業財産権相談窓口
- 【公報閲覧・相談部】

■ 虎の門分室：東京都千代田区霞が関3-8-1 虎ノ門ダイビルイースト2F・7F (旧名称：虎の門三井ビルディング)

- 一般研修教室 ○VDT研修教室

■ 近畿統括本部：大阪府大阪市北区大深町3-1

グランフロント大阪ナレッジキャピタルタワーC9F

- 関西知財戦略支援専門窓口 【事業推進部】



中小企業のための海外侵害対策セミナー 目次

セミナーの目的

- ・ 海外進出する際には、模倣品や秘密情報の流出など知的財産リスクがつきものです。
- ・ こうしたリスクを理解し対策を講じるために、海外進出を考えている中小企業のみなさまを対象に、**模倣品の実態、外国出願方法等の知財保護の重要性について解説します。**

海外市場への進出 = 日本の常識は通用しない

- ① 日本の法律が適用されない
- ② 商慣習・遵法意識が違う
- ③ 日本での商品の評判、実績などは通用しない

目次：海外進出と模倣品の動向・影響、対策について

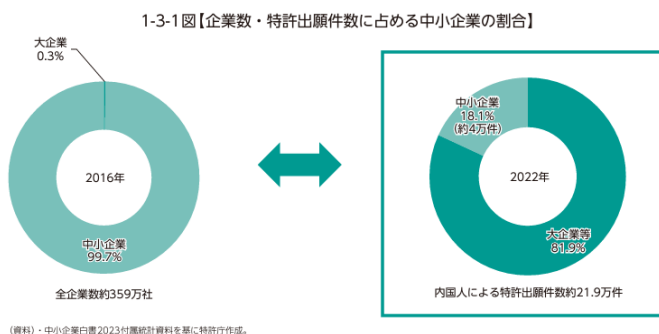
1. 海外進出と知財リスク、模倣被害の動向とビジネスへの影響
2. 知的財産権とは（ブランドと商標）
3. 海外ビジネスにおける知財権活用のポイント
 - 3-1 海外での権利取得
 - 3-2 模倣品対策
4. INPIT知財戦略エキスパートによる支援

中小企業の知財活動に関する現状

- 知財に関する人員、意識・予算、及び専門知識が不足しているのが現状
- 公的機関（INPIT、JETRO等）への相談、支援制度の活用

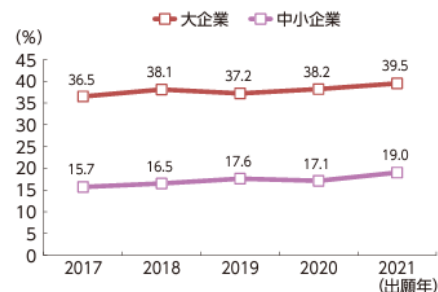
	知財面の課題
知財人員	➤ 知財を専門に扱う組織や担当が不在のため、知財の重要性や事業に伴う知財リスクを把握できない
知財意識・予算	➤ 事業を進める関係者は経営者や営業等であることが多く、知財に関する優先度が低い ➤ また、特許等の知財権の出願（含む海外）に割く予算がほとんどない（下の図参照方）
専門知識	➤ 仮に知財の重要性を聞いたことがあっても知財を具体的に保護・活用するための専門知識がない ➤ 特に海外展開等に際しては、その国の法制度や商習慣等に沿った対応が難しい

(1) 中小企業における特許等の出願件数の状況



(2) 中小企業の海外展開の状況

1-3-15図【中小企業の海外出願率】

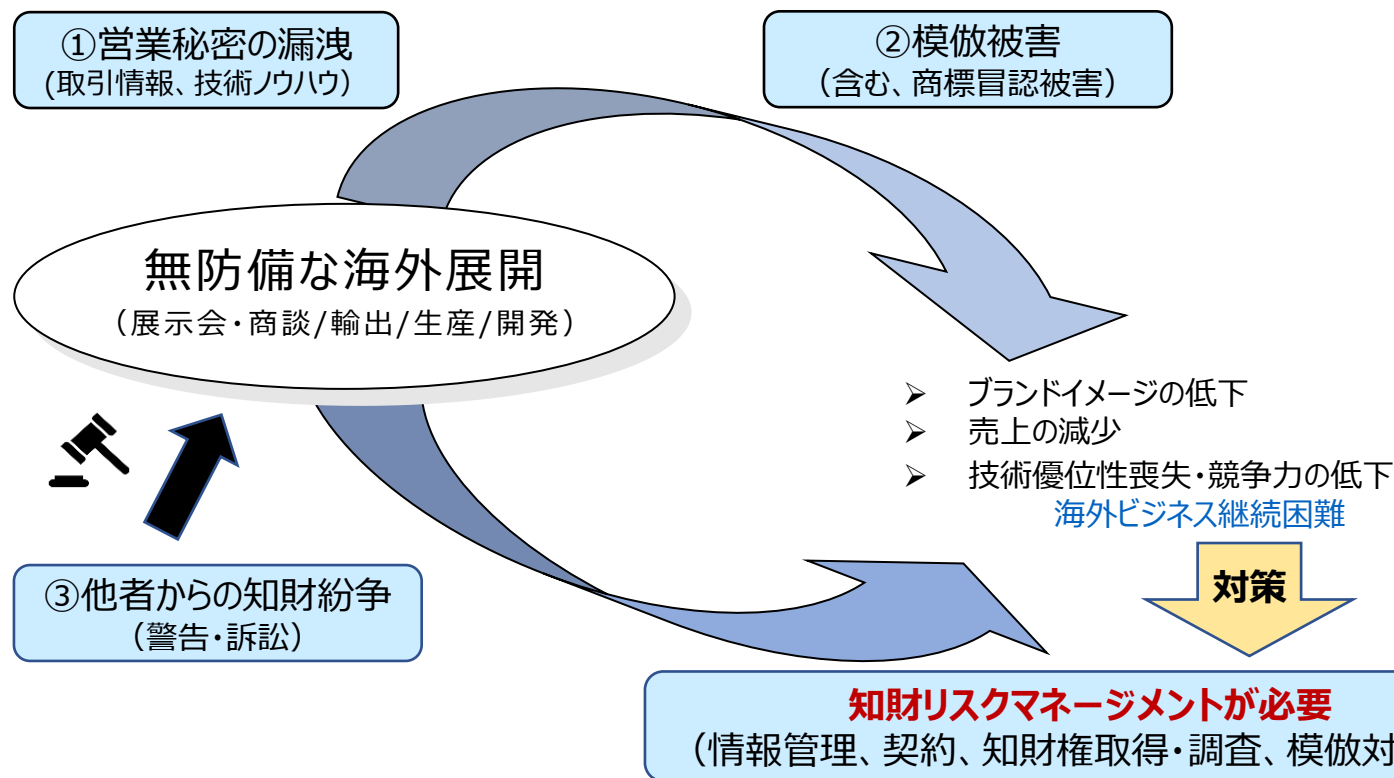


出典（データ部分）：特許行政年次報告書2023年版 <https://www.jpo.go.jp/resources/report/nenji/2023/document/index/0103.pdf>

本資料にかかる著作権は(独)工業所有権情報・研修館に帰属します

海外展開に伴う知的財産リスク（イメージ）

- 知的財産について無防備な状態で海外展開すると様々な知財リスクに遭遇する虞がある
- 知財は事業を守り、発展させるための重要な経営資源のひとつ。活用することにより他者との差別化、参入障壁の形成、ブランディング構築等を図ることができる



海外展開における知財リスクと対策（知的財産リスクマネジメント）

- 海外展開する目的を明確にした上での取引形態の決定と取引先企業の調査
- 知財担当を含む推進チーム・組織の編成と推進計画の策定
- 進出国における知財保護（ブランド・技術・デザイン・営業秘密）と他社権利調査
- 公的機関（INPIT、JETRO等）の活用、外部専門家（弁護士/弁理士）への相談

知財リスク

営業秘密の漏洩

対策例と注意事項

取引先との契約締結、開示基準の策定（非開示情報の特定）

- 注意事項：パートナー（販売店、取引先他）も油断できない
展示会・工場見学、交渉・商談時にもリスクが潜んでいる

模倣被害（冒認被害）

進出国での知財権の取得と監視、及び権利行使

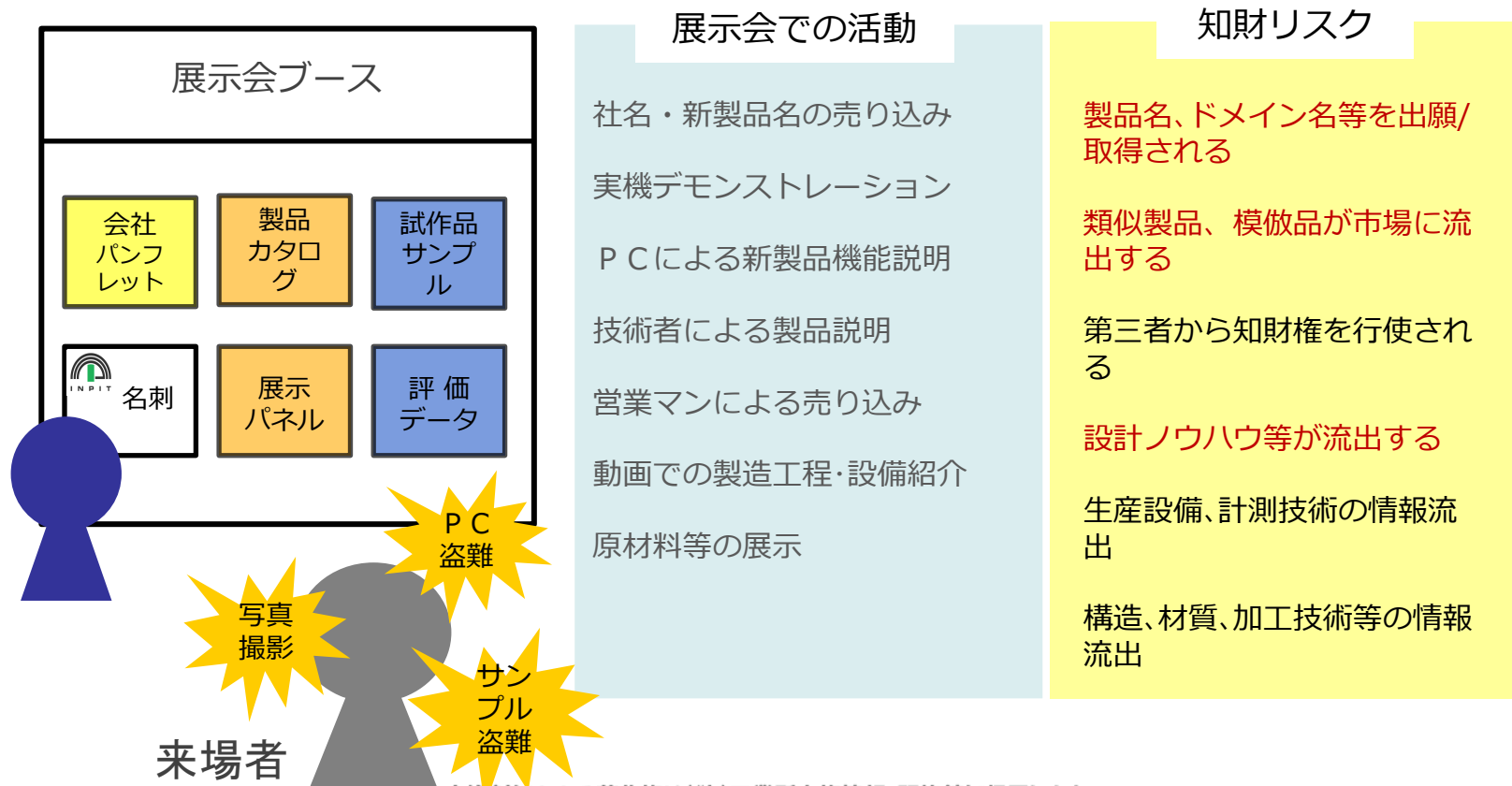
- 注意事項：パートナー（販売店、取引先他）も油断できない
制度上、時間的な制約あり（冒認出願対応）

他者からの知財紛争 （警告・訴訟）

他社権利調査の実施（調査方法検討、リスク評価と回避策検討）

- 注意事項：知的紛争を生業としている者が存在する
（米国：パテントトロール、中国：商標ブローカー）

- 海外展示会には顧客だけでなく、競合会社や模倣業者等も訪れるので、必要以上に技術・情報を開示しないようにしましょう。
- 展示会の準備に合わせて知財リスクに対する対策も行うようにしましょう。



展示会：サンプル提供の可否判断と契約締結

- 第三者よりサンプル等の提供を要望された場合は、営業秘密の漏洩防止のため、以下のステップで相手にサンプルを提供するか否かを判断
- 提供する場合は契約（秘密保持契約等）を締結した上でサンプルを提供

検討ステップ

サンプル提供の可否判断



契約締結



非開示情報の特定

判断項目、検討項目

- 目的の確認：サンプルの利用目的は何か。
- 相手先確認：信用における会社か否か。不安な場合は外部の信用調査を実施したり、取引先や商社に評判を確認。
⇒ 相手先が信用できない場合、サンプル提供しない
- 契約形態：契約当事者、契約種別、片務／双務、言語を決定
- 主な規定：秘密情報の定義、期間(発効日、残存規定)、目的外の使用禁止、知的財産の取り扱い（出願禁止）、解析禁止、終了後の措置、準拠法、仲裁規定、等
⇒ 秘密保持契約を締結した上で提供する旨を提案し、契約締結
- 非開示情報：相手に提供してはいけない営業秘密（技術ノウハウ、サプライチェーン、顧客情報、コスト等）を特定し、商談等でうっかり話さないよう社内徹底する。
⇒ 並行して開示しない情報を特定して社内徹底



INPIT

独立行政法人 工業所有権情報・研修館

National Center for Industrial Property Information and Training

模倣品被害の動向（2024年）

模倣品の被害を受けた日本企業の、国・地域別の企業数

出典：特許庁「令和6年度知的財産活動調査結果（2025年4月25日公表）」の模倣品被害国データを加工

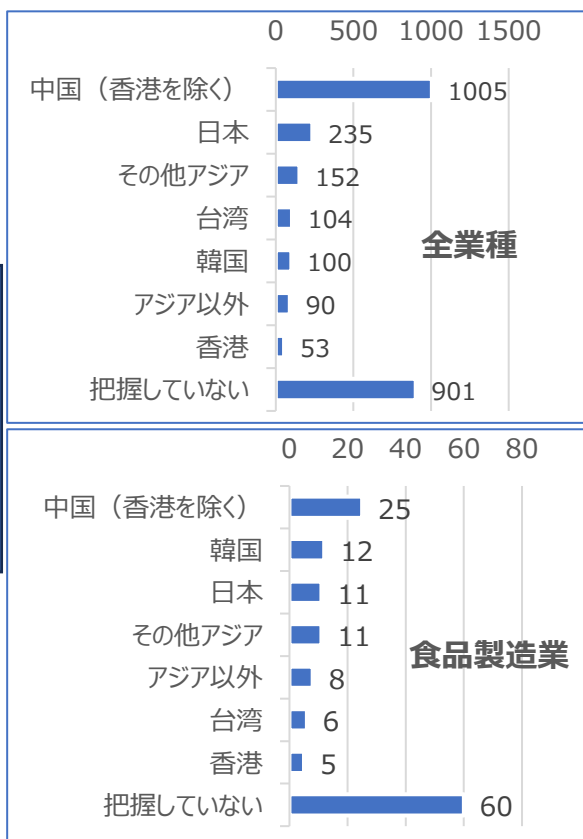
調査対象：令和4年（2022年）に、特許、実用新案、意匠及び商標の産業財産権の出願数のいずれかが5件以上である国内の法人等の出願人

全標本数：全業種3158社、食品製造業139社

模倣品データの標本数：全業種577社、食品製造業26社

https://www.jpo.go.jp/resources/statistics/chizai_katudo/2024/index.html

模倣品製造国



模倣品販売国

販売国	全業種	食品製造業
中国（香港を除く）	383	25
日本	370	12
把握していない	201	18
欧州	122	3
インドネシア	110	8
北米	107	3
台湾	104	3
韓国	102	6
ベトナム	101	6
タイ	93	3
インド	92	2
中南米	92	2
香港	90	8
マレーシア	84	2
フィリピン	79	4
その他アジア	77	4
シンガポール	73	6
その他中東	68	5
その他アフリカ	66	5
アラブ首長国連邦（UAE）	61	5
大洋州	56	2
サウジアラビア	55	4
ケニア	54	2

■グループ①（模倣品販売国の中で、食品製造業でも模倣品が把握されている上位国）

中国、日本、インドネシア、香港、韓国、ベトナム、シンガポール

■グループ②（「下位国」）

UAE、フィリピン、サウジアラビア、欧州、北米、タイ、インド、マレーシア、ケニア

■グループ③（把握されていない国）

注：全業種のデータで53件以下の国・地域は「その他アジア」などにまとめられていると思われる

注：複数の販売国（製造国）を積み上げ加算しているため、製造国（販売国）の合計数は標本数よりも多くなっている

注：大洋州は、オーストラリア、ニュージーランドなど

本資料にかかる著作権は(独)工業所有権情報・研修館に帰属します。

Copyright©2025 INPIT All rights reserved



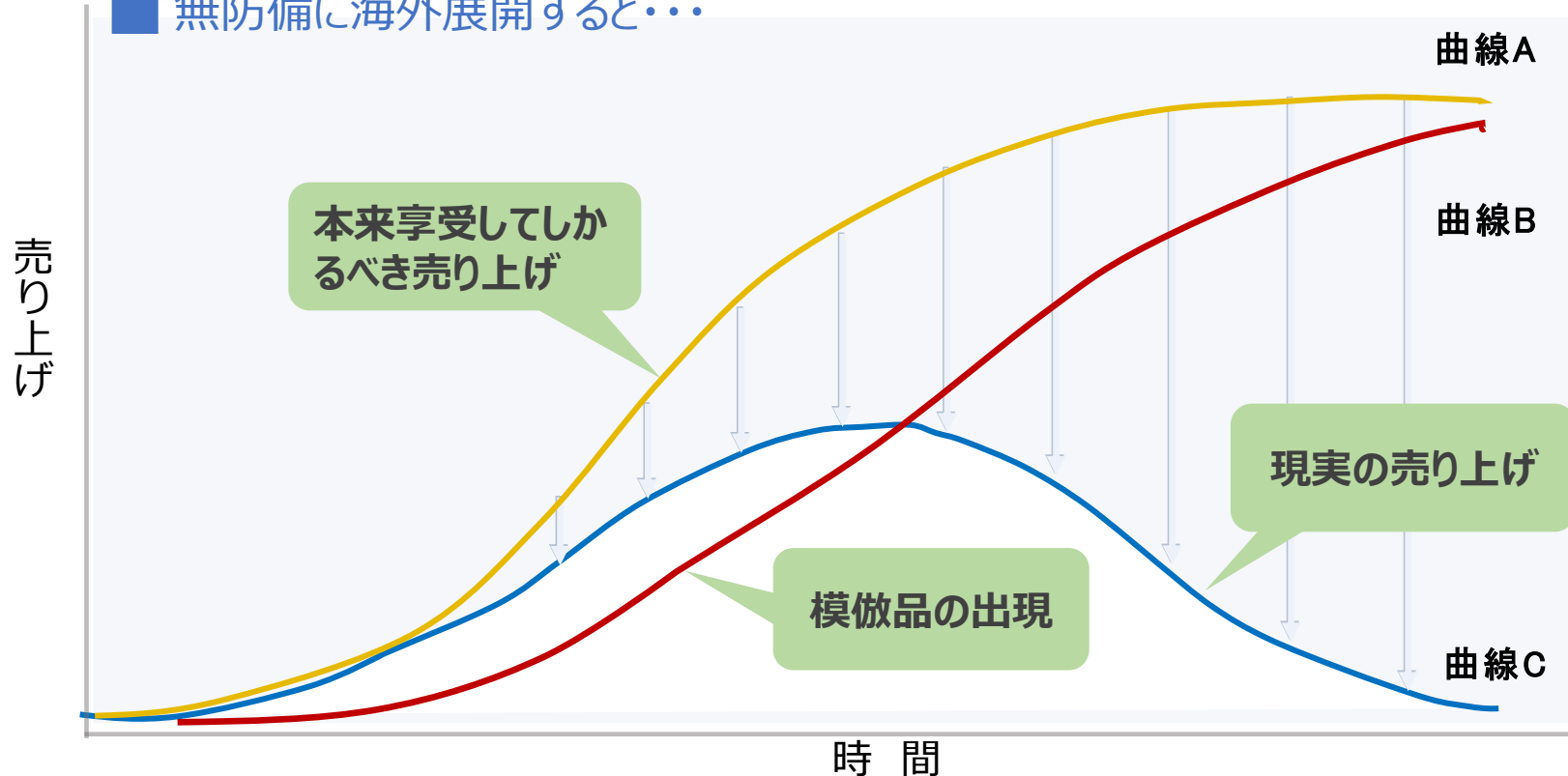
INPIT

独立行政法人 工業所有権情報・研修館

National Center for Industrial Property Information and Training

模倣品の出現による貴社ビジネスへの影響

■ 無防備に海外展開すると...



最初は成功するように見えても、模倣品の出現により売り上げが減少し、やがて模倣品・類似品に取って替わられてしまうおそれもある

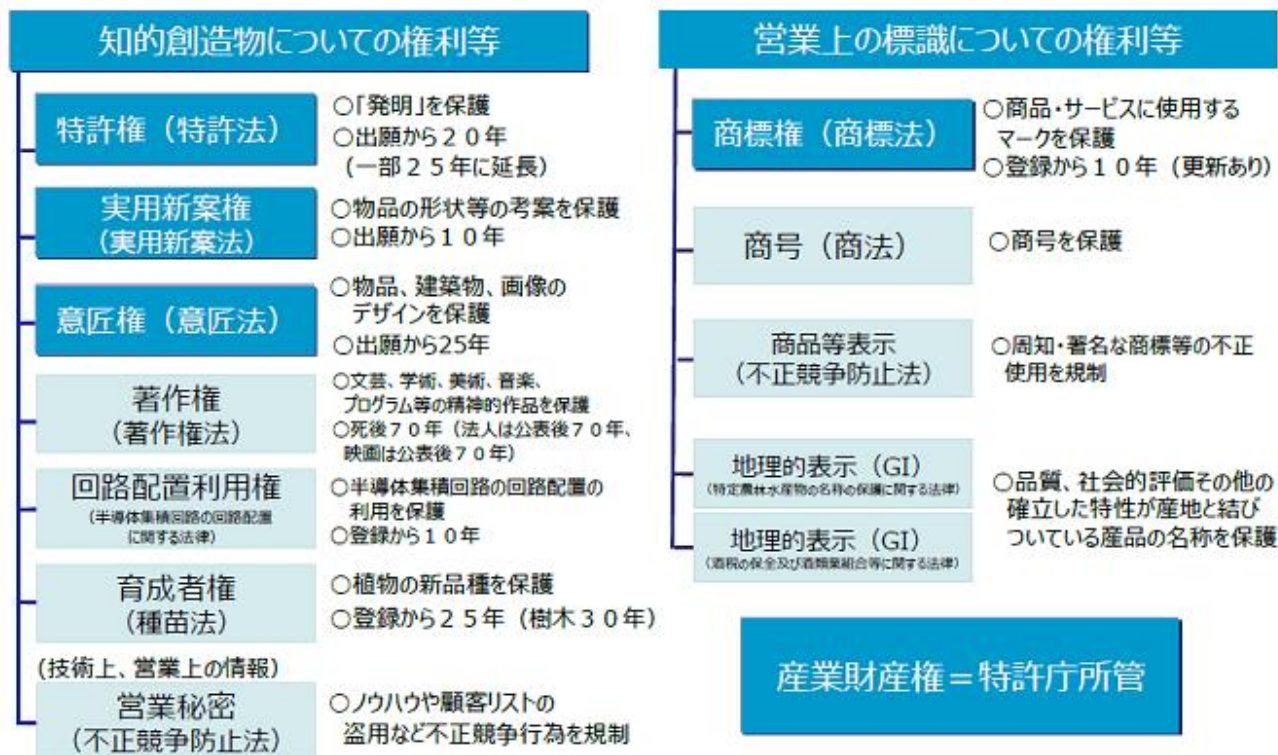
目次：海外進出と模倣品の動向・影響、対策について

1. 海外進出と知財リスク、模倣被害の動向とビジネスへの影響
2. 知的財産権とは（ブランドと商標）
3. 海外ビジネスにおける知財権活用のポイント
 - 3-1 海外での権利取得
 - 3-2 模倣品対策
4. INPIT知財戦略エキスパートによる支援

質疑応答

知的財産権とは（目的／効果／種類）

- 目的：知的財産権（IP）とは事業を守り、発展させるための経営資源のひとつ
- 主な効果：差別化、参入障壁（模倣対策）、ブランディング、他社との交渉力向上
- スタートアップ：① 投資家・取引先等への説明のしやすさ、② 自社の技術の価値の可視化、③ M&A／アライアンスの対象企業としてウォッチング対象になりうること、他



特許とは（特許の登録要件）

- **新規性**：いままでにない「新しいもの」である
- **進歩性**：発明の属する技術分野における通常の知識を有する者（当業者）が、「容易に思いつく」ものではない

新規性

新規性がない発明

特許出願前に日本国内又は外国において、

- 公然と知られた発明（テレビ放映、発表）
- 公然と実施された発明（店で販売、製造工程における不特定者見学）
- 頒布された刊行物に記載された発明、電子通信回線を通じて公衆に利用可能となった発明（特許公報、研究論文、書籍、インターネット上で公開）

進歩性

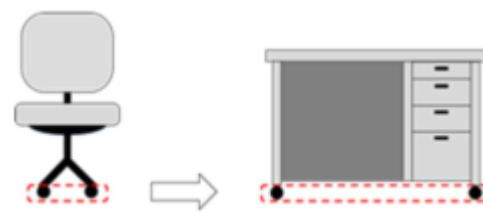
進歩性がない発明

- すでに知られている発明を少し改良しただけの発明で誰でも容易にできる発明
- 発明の属する技術分野における通常の知識を有する者（当業者）が、その発明に至る考え方の道筋が容易であるかどうかで判断

①公然と知られた発明や実施された発明を単に寄せ集めただけにすぎない発明



②発明の構成の一部を置き換えたにすぎない発明



意匠とは（意匠の登録要件）

- 意匠権は物品、建築物、画像のデザインを保護（登録要件は以下）
- デザイン（外観）に関する権利であるため、権利侵害の発見が容易。権利行使する場合、警告段階で決着することが多い

工業上利用できる

- 同一のものを複数製造（建築、作成）し得ること
- 自然物を意匠の主たる要素として量産できないもの、純粋美術の分野に属する著作物などは含まれない



新しい（新規性）

- 出願前に出願の意匠と同一又は類似の意匠が国内外において公に知られていないこと

容易に創作できる意匠でない（創作非容易性）

- その意匠の分野で通常の知識を有する者であれば容易に創作できる意匠は登録を受けられない

出典：工業所有権情報・研修館 IP ePLAT「知的財産権・特許・実用新案制度の概要（2022年度初心者向け説明会）」
https://ipeplat.inpit.go.jp/Elearning/View/Login/P_login.aspx

商標とは（商標登録出願の様式・商標権の構成）

- 商標とは事業者が自社の取り扱う商品・サービスを他社のものと区別するために使用するマーク
- 主な機能は、出所表示（他社との差別化）、品質保証、広告宣伝機能

【書類名】 商標登録願
【整理番号】 ○○○○○○

（【提出日】 令和●年●月●日）
【あて先】 特許庁長官 殿
【商標登録を受けようとする商標】



使用する商標
(1 出願 1 商標)

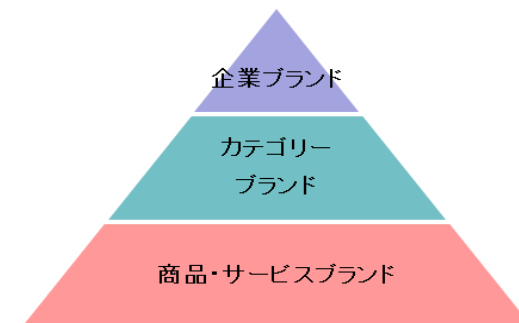
使用する商品（サービス）を記載
<区分(分類)も記載>

【指定商品又は指定役務並びに商品及び役務の区分】
【第 1 2 類】
【指定商品（指定役務）】自動車
【第 3 7 類】
【指定商品（指定役務）】自動車の修理
【商標登録出願人】
【識別番号】 0 1 2 3 4 5 6 7 8
【住所又は居所】東京都千代田区霞が関 3-4-3
【氏名又は名称】商標株式会社
【代表者】 商標 太郎 印 又は 識別ラベル
【電話番号】 03 (3581) 1101
【手数料の表示】
【予納台帳番号】 1 2 3 4 5 6 出願料：3,400円 + (8,600
【納付金額】 2 0 6 0 0 円×区分数 2）= 20,600円

◆ 商標権の権利範囲は、マークとそれを使用する商品・サービスの組合せで決まる。



ブランドピラミッド



階層別ブランディングの例

- ① 「トヨタ」、「ソニー」、「ヤマト運輸」
- ② 「LEXUS」、「VAIO」
- ③ 「プリウス」、「WALKMAN」、「宅急便」

出典：特許庁ウェブサイト (https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/document/setsumei_seminar/setsumeikai_siryō.pdf)

➤ 商標を出願する際のチェック・ポイントは以下の通り

1 商標が“目印”として機能するか？

2 商標が社会的に問題ないか？

3 商標が他人の商標と紛らわしくないか？

4 商標を使用するか？

5 商標を使用する商品・役務は明確？

普通名称、慣用、品質、ありふれた名称等は登録できない

出願しても登録にならない商標：

→ 他人の登録商標と同一又は類似の商標であって、指定商品・役務と同一又は類似のもの（商標法第4条第1項第11号）

商標の類似：

- ① 称呼（読み方）
- ② 外観（見た目）
- ③ 観念（意味）

出典：工業所有権情報・研修館 IP ePLAT「コース名：商標出願のポイント」https://ipeplat.inpit.go.jp/Elearning/View/Login/P_login.aspx

特許庁HP：<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/shutugan/tetuzuki/mitoroku.html>

本資料にかかる著作権は(独)工業所有権情報・研修館に帰属します

商標制度に関するよくある質問

基本事項

- 商標は登録しないと使うこともできないのでしょうか？
- よく見る「Rマーク（®）」や「TMマーク」とは何ですか？

質問

回答

商標の登録と使用

- 商標は登録しなくとも使用できます
- ただし、商標登録をしておらず、自身の使用している商標と同一又は類似のものを**他人が登録した場合、その商標権者から商標権侵害で警告されたり損害賠償等を請求されたりするおそれがあります**
- **商標登録することで安心して自社商標を使用することができます**
- 商標登録されていることを代理条件とする販売代理店等もあります

商標の登録表示（日本）

- 「Rマーク（®）」は、外国の商標制度においてRegistered Trademark（登録商標）を意味するもので、日本の商標法に基づく商標登録表示ではありません
- 「TMマーク」も同様、日本の制度に基づくものではありません。単にTrademark（商標）を意味するもので、未出願の商標や出願中の商標について付されることが多いです
- 日本における商標登録表示は、『登録商標第〇〇〇〇〇号』という表示方法です。登録商標を表示する際にはそのように表示することが推奨されます（商標法73条）

出典：特許庁ウェブサイト (https://www.jpo.go.jp/faq/yokuaru/trademark/shouhyou_seido_faq.html#1-4)



I N P I T

独立行政法人 工業所有権情報・研修館

National Center for Industrial Property Information and Training

目次：海外進出と模倣品の動向・影響、対策について

1. 海外進出と知財リスク、模倣被害の動向とビジネスへの影響
2. 知的財産権とは（ブランドと商標）
3. 海外ビジネスにおける知財権活用のポイント
 - 3-1 海外での権利取得
 - 3-2 模倣品対策
4. INPIT知財戦略エキスパートによる支援

質疑応答

海外への知財出願、権利取得

- 海外での権利化が必要（属地主義）、早いもの勝ち（先願主義）
 - 権利取得には日本より時間、費用がかかる（補助金制度あり）
 - 権利化戦略、手続き等については専門家に相談（弁理士、INPIT等）
- ⇒ 具体的な出願手続きを取る前に知財戦略の策定が重要

海外でのBP（注）の検討

注）BP：Business Plan

出願国、出願方法の決定

- 自社の技術・製品、ブランドをどのように展開するのか
- 国内ブランドとの一貫性／日本の商品名・ロゴを外国でも使うのか？
進出国でブランドをどのように浸透させるか／その国での意味にも注意
- 出願国：製品を製造・販売をする国、市場の大きな国、模倣対策が必要な国、同業他社のシェアが大きい国・製造拠点のある国、他
（権利の重要度、侵害発見の容易性、その国の法整備の状況等も勘案して判断）
- 出願方法：各国ごとに直接出願するか（パリルート）、又は国際出願（PCTルート、マドプロルート）を活用するのか
- 代理人の選定：信用のおける代理人の選定等

先行技術&商標調査

- 自社技術に関する先行技術調査の実施
- 進出国に自社商標と同一又は類似する商標の有無を確認
- 各国特許庁が提供する無償の検索データベースの活用

海外への知財出願、権利取得

- 海外での権利化が必要（属地主義）、早いもの勝ち（先願主義）
 - 権利取得には日本より時間、費用がかかる（補助金制度あり）
 - 権利化戦略、手続き等については専門家に相談（弁理士、INPIT等）
- ⇒ 具体的な出願手続きを取る前に知財戦略の策定が重要

海外でのBP（注）の検討

注）BP：Business Plan

- 自社の技術・製品、ブランドをどのように展開するのか
- 国内ブランドとの一貫性／日本の商品名・ロゴを外国でも使うのか？
- 進出国でブランドをどのように浸透させるか／その国での意味にも注意

出願

注1) 第三者に商標権を先に取りられてしまっていると基本的にはどうしようもない（以下の対応を検討）

- ✓ 法的手続きで無効化できないかの検討（異議申立、無効審判等）
- ✓ 権利者と交渉できないかの検討（買取り、並存合意）
- ✓ ビジネスプランの再構築の検討（商標の変更等）

- 代理人の選定：信用のおける代理人の選定等

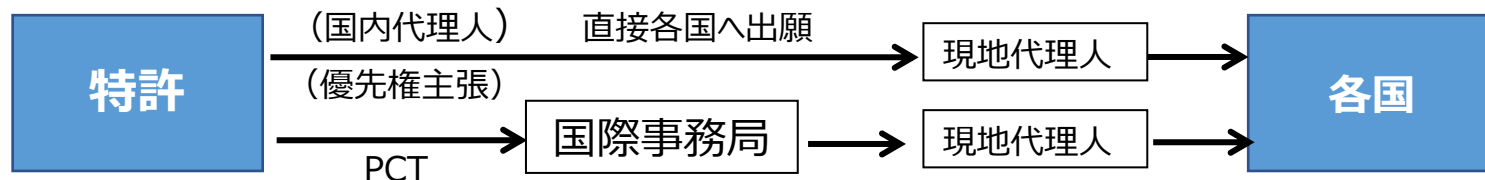
先行技術＆商標調査

- 自社技術に関する先行技術調査の実施
- 進出国に自社商標と同一又は類似する商標の有無を確認
- 各国特許庁が提供する無償の検索データベースの活用

海外への知財出願・権利化ルート

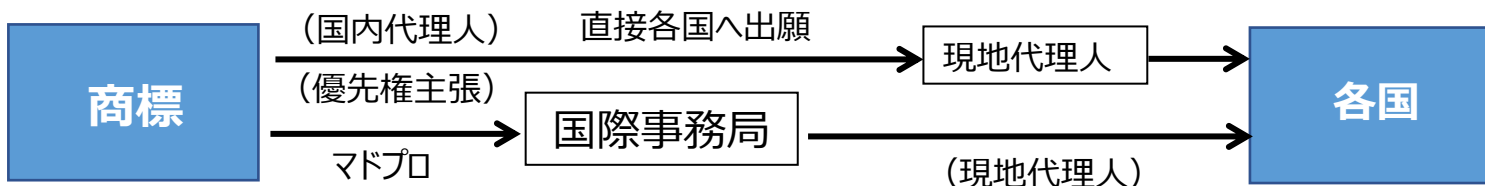
- 各国ごとに直接出願をする方法と国際登録出願を利用する方法あり
- 国際登録出願には多くのメリットがあり、その特徴を理解することが重要
- 商標、意匠の優先権主張の期間は日本出願から6か月と特許より短いので注意が必要

出願から12月で権利化をする国を決定する必要あり(パリ)

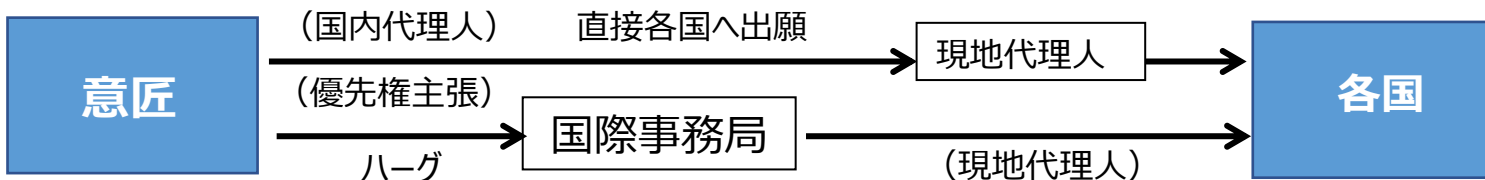


出願から30月で権利化をする国を選択することが可能

出願から6月で権利化をする国を決定する必要あり

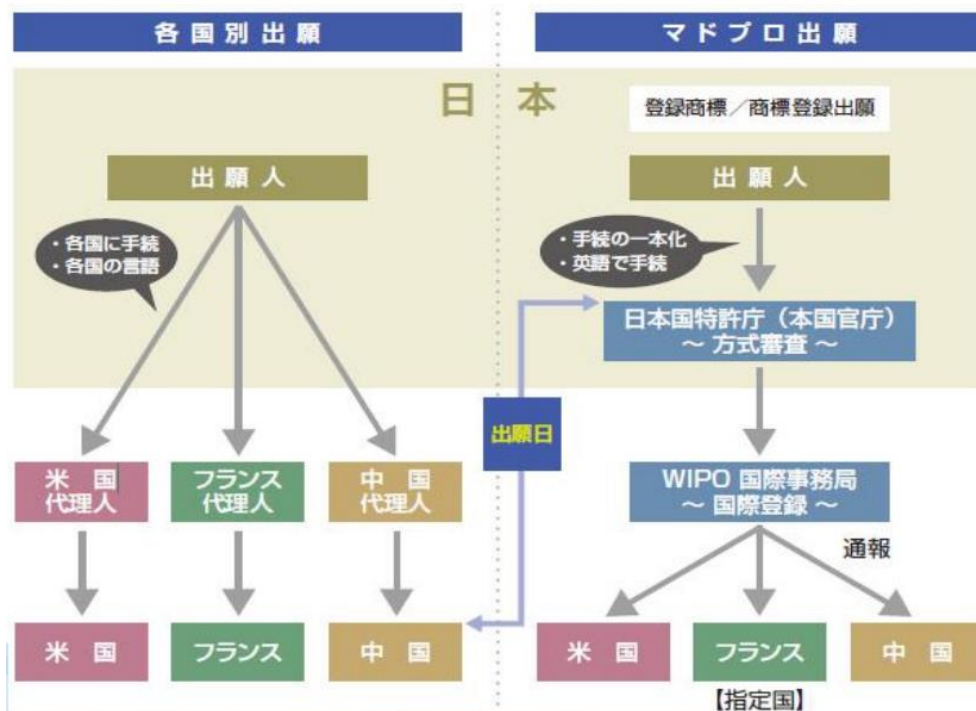


出願から6月で権利化をする国を決定する必要あり



マドリッド制度（商標の国際登録制度）

- マドリッド協定議定書(マドプロ)の締約国の中から権利を取得したい指定国を指定することで、複数国に同時に出願すると同等の効果を得ることができるという制度
- マドプロを利用して国際登録出願(マドプロ出願)を行うと、各国別の出願制度に比べ、簡単な手続でスピーディーに世界各国で商標の保護を求めることができる
(締約国は108カ国/2021年3月17日現在、非締約：台湾、香港、ミャンマー、他)



特徴：

- 日本出願又は登録を基礎（基礎商標）として日本特許庁に国際出願をすれば、各国ごとの出願手続き、翻訳や現地代理人が不要
- 日本特許庁への提出日が原則として国際出願（登録）日とみなされる
- 世界知的所有権機関（WIPO）の国際事務局から通達を受けた指定国は1年又は18か月以内に拒絶の通報をしない限り、国際出願日にその指定国においても登録されたものとみなされる

出典：工業所有権情報・研修館 IP ePLAT「知財動向と特許庁施策」（https://ipeplat.inpit.go.jp/Elearning/View/Login/P_login.aspx）

諸外国における商標制度の概要

- 諸外国（国・地域・機関）における商標制度の概要を以下に示す
- 基本的な考え方（存続期間、不使用取消し、無効審判等）は略同様
- 米国は先使用主義を採用、また台湾はマドプロの非締約国となっている

国、地域又は機関	権利付与原則	存続期間		不使用取消し	無効審判 (除斥期間)	マドプロ (国際出願)	備考
		起算日	期間				
日本(JP)	先願主義	登録	10年/更	3年	○ (5年)	○	—
米国(US)	先使用主義 (注1)	登録	10年/更	3年	○ (5年)	○	—
欧州(EUIPO)	先願主義	登録	10年/更	5年	○ (5年)	○	欧州連合商標 (EUTM) 27ヶ国2021/2
中国(CN)	先願主義	登録	10年/更	3年	○ (5年)	○	—
台湾(TW)	先願主義	登録	10年/更	3年	○ (5年)	×	相互主義によりパリ条約に 基づく優先権主張は可能
韓国(KR)	先願主義	登録	10年/更	3年	○ (5年)	○	—

注1)先使用主義：商標権は商標の使用によって発生するとする原則。商取引で最初に商標を使用することによって、その使用範囲（商標書体・商品・地域）においてコモンロー（判例・慣習法）上の商標権として保護が認められる

出典：特許庁HP 諸外国・地域・機関の商標制度概要（一覧表） <https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/4syouhyou.pdf>

本資料にかかる著作権は(独)工業所有権情報・研修館に帰属します

自社のブランド、商品名をどのように展開するのか

- 国内ブランドとの一貫性／日本の商品名・ロゴを外国でも使うのか？
- 商標の選択：どのような商標を使用出願するのか／英語商標の扱い

商標の選定（どのような商標を使用・出願するか）

- 登録性に加え、外国でも認知されやすいか？
- その国の言語での意味に問題は無いか？等の検討が必要
(特にネガティブな印象があるものは回避、変更)
* 現地目線での検討が必要
- 費用対効果の観点から、企業ブランド(ハウスマーク)やカテゴリーブランド(商品やサービスのシリーズ)に絞った商標出願戦略も有用
* 商品名すべてを出すよりも費用削減できる

商標の選定（英語商標の扱い）

- 非英語圏では、必ずしも英語は理解されない事要注意。**特に大きな市場である中国では漢字商標の併記が必須**
- 中国では願書に中国語での出願人記載が必要のため、自社で指定せず現地代理人に任せると、現地での社名表示が不統一となる恐れがあり、その場合ブランド構築でもマイナス

→ 中国語での社名表記および商標の例

肯德基 (ケンタッキー・フライド・チキン)

赛百味 (サブウェイ)

宝马 (BMW)

迪士尼 (ディズニー)

目次：海外進出と模倣品の動向・影響、対策について

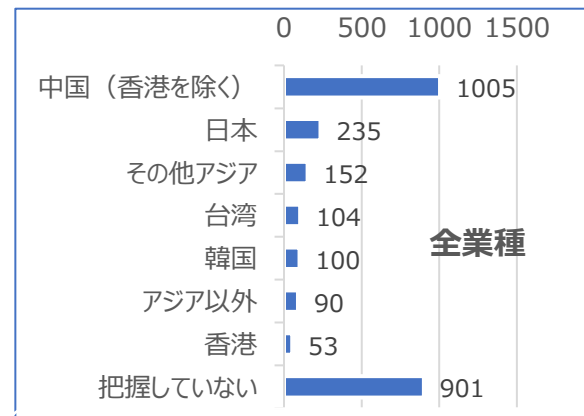
1. 海外進出と知財リスク、模倣被害の動向とビジネスへの影響
2. 知的財産権とは（ブランドと商標）
3. 海外ビジネスにおける知財権活用のポイント
 - 3-1 海外での権利取得
 - 3-2 模倣品対策
4. INPIT知財戦略エキスパートによる支援

質疑応答

- 模倣品は主に中国沿岸地域で生産され、中国から東南アジアをはじめ世界へ拡散
- 商標・意匠権等、簡単に真正品と模倣品の真贋鑑定の出来る知財権の確保が必要
- 模倣品を放置すると、自社ブランドの評判を損ない、自社製品の市場を失ないかねないので対策が必要。しかしながら、その対策には経営視点の見極めも重要

【対策例】

- ① 知的財産権（商標/意匠/特許）の取得
- ② 模倣されにくい、或いは、真贋鑑定がし易いように製品を工夫する（製品に暗証入りシールを貼る等）
- ③ 現地の販売代理店等と協力・連携する
- ④ 一方、販売店が商標を使用する場合、使い方の制限を規定することも必要。（商標の使用は供給者の信用や商品の価値に影響を与える為、供給者のポリシーに則って使用する事を販売店に義務付けること（契約終了後の扱い） ことが重要。



出典：特許庁「令和6年度知的財産活動調査結果（2025年4月25日公表）」を加工
https://www.jpo.go.jp/resources/statistics/chizai_katudo/2024/index.html

模倣品発見～対応決定までの検討内容・プロセス

- 模倣品を発見したときは、保有する知財を確認し侵害されている知財を特定
- 権利者が取り得る主な対策・救済ルートは4つ：状況に応じて最適な選択をすることが肝要
・インターネットサービスプロバイダーへの通報（テイクダウン措置）
- 訴訟も選択肢の一つではあるが時間と費用が掛かるため、侵害事情が深刻でない場合等は警告状送付し直接交渉するのも対策のひとつ
- 取締り機関に対するセミナー開催、消費者への啓発/PR活動（情宣活動）



対応策・救済ルートの選択の際の検討要素

私的救済（警告・交渉）

- ・ コストを抑えたい場合
- ・ 侵害行為がさほど重大ではない場合

行政救済

- ・ 侵害行為が一定の規模を有する場合
- ・ 侵害行為が明らかである場合
- ・ 調査の結果、工場・店舗内に確実に侵害品の在庫があることが判明している場合

司法救済

- ・ 相手側にプレッシャーをかけて侵害行為を徹底的に中止させたい場合
- ・ 他のルートで望ましい効果が得られていない場合
- ・ 行政救済ルートを控えるべき理由がある場合
- ・ 損害賠償金を請求したい場合

刑事救済

- ・ 侵害が深刻で、犯罪を構成する場合
- ・ 事件が複雑かつ重大である場合
- ・ 損害賠償を要せず、相手側に強いプレッシャーをかけることを優先する場合



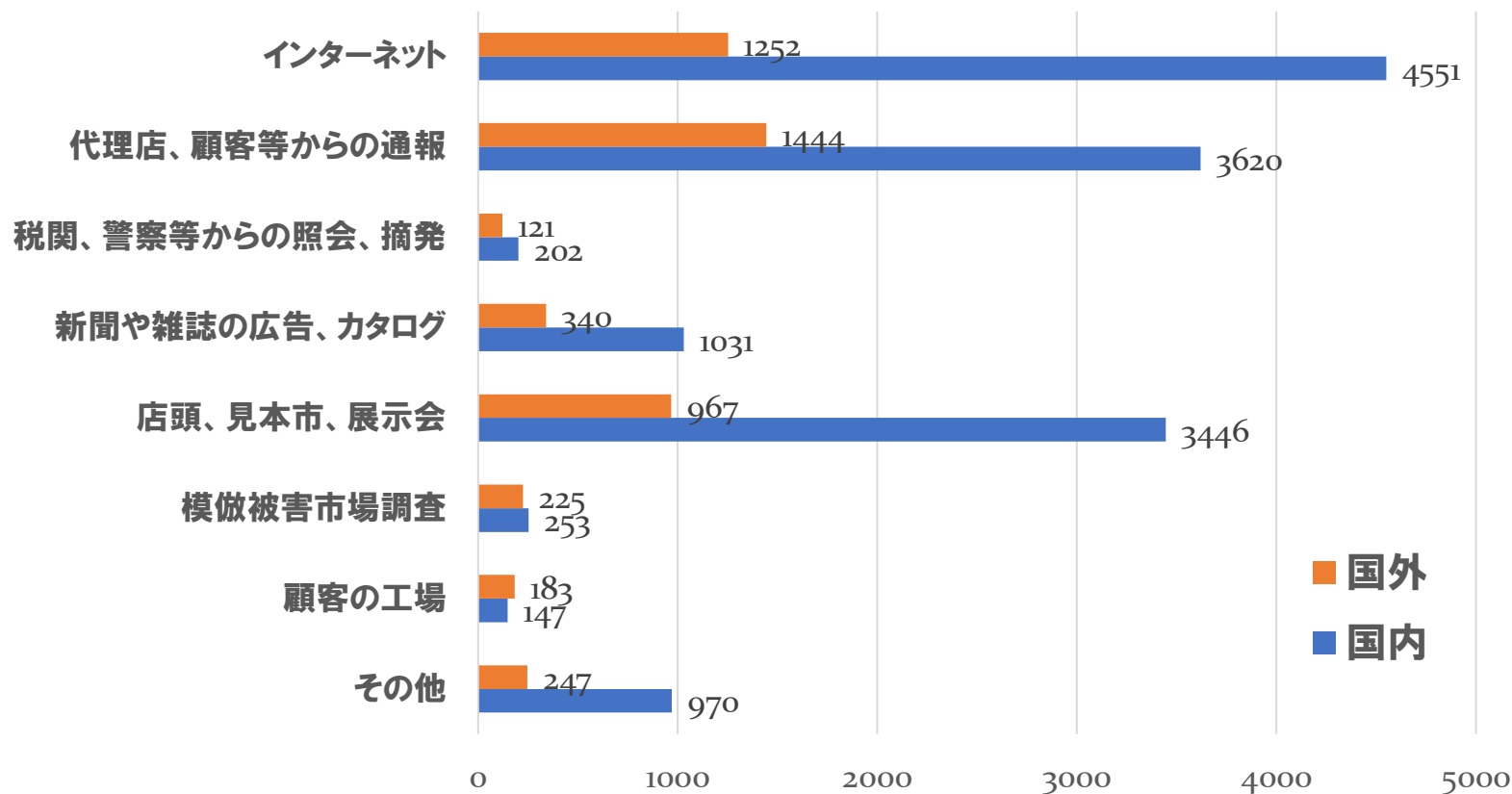
INPIT

独立行政法人 工業所有権情報・研修館

National Center for Industrial Property Information and Training

模倣品被害の監視

➤ 普段から情報収集に努め、模倣品の監視・早期発見を行う



調査時期：2017年度 調査対象：日本特許庁の産業財産権登録企業165,627社

出典：特許庁「2018年度模倣被害実態調査報告書」を加工して作成

本資料にかかる著作権は(独)工業所有権情報・研修館に帰属します

冒認出願発見～対応決定までの検討内容・プロセス

- 冒認出願発見から対応決定までの流れと検討内容を以下に示す
- 検討に際しては、証拠の収集・準備、及び信用のおける代理人の選定が重要
- 公的機関（INPIT、JETRO）への相談、活用

流れ

冒認出願発見



方針・日程検討



代理人の選定・協議



証拠の収集・評価



対応決定

検討内容

- 商標調査（特許庁提供の商標検索データベースの活用）、定期的なウォッチング調査（監視）
- 特許庁からの拒絶引例や権利者からの警告等により冒認出願を知ることあり
- 検討チームを編成し、権利者、審査経過等を踏まえ対応の方針（目的）、日程、予算等を検討
- 公的機関（INPIT、JETRO）への相談、活用
- 信用のおける代理人の選定。JETRO HP掲載の「法律事務所、専利・商標代理事務所リスト」を活用したり、信頼できる日本代理人より紹介を受ける手立てもあり
- 対応方針を代理人に伝え、オピニオン（含む、勝率）、見積もり等を取得。複数の代理人よりセカンドオピニオンを取得する場合もあり
- 代理人と協議の上、必要な証拠を収集し、内容を評価。証拠の準備がとても重要となる（特に日付け等の確認）
- 法的手続きで無効化（異議申立、無効審判等）
- 権利者と交渉（買取り、並存合意）
- ビジネスプランの再構築（商標の変更等）



I N P I T

独立行政法人 工業所有権情報・研修館

National Center for Industrial Property Information and Training

目次：海外進出と模倣品の動向・影響、対策について

1. 海外進出と知財リスク、模倣被害の動向とビジネスへの影響
2. 知的財産権とは（ブランドと商標）
3. 海外ビジネスにおける知財権活用のポイント
 - 3-1 海外での権利取得
 - 3-2 模倣品対策
4. INPIT知財戦略エキスパートによる支援

質疑応答



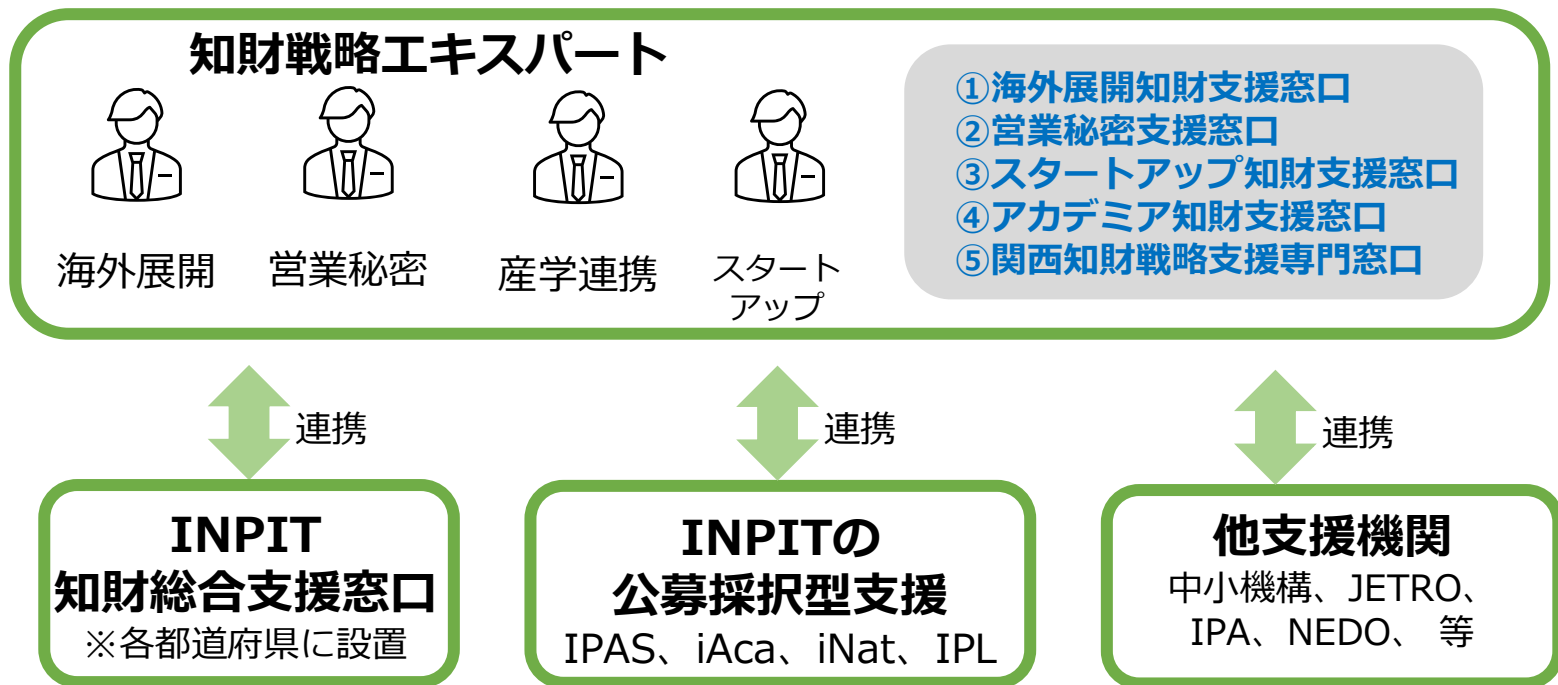
INPIT

独立行政法人 工業所有権情報・研修館

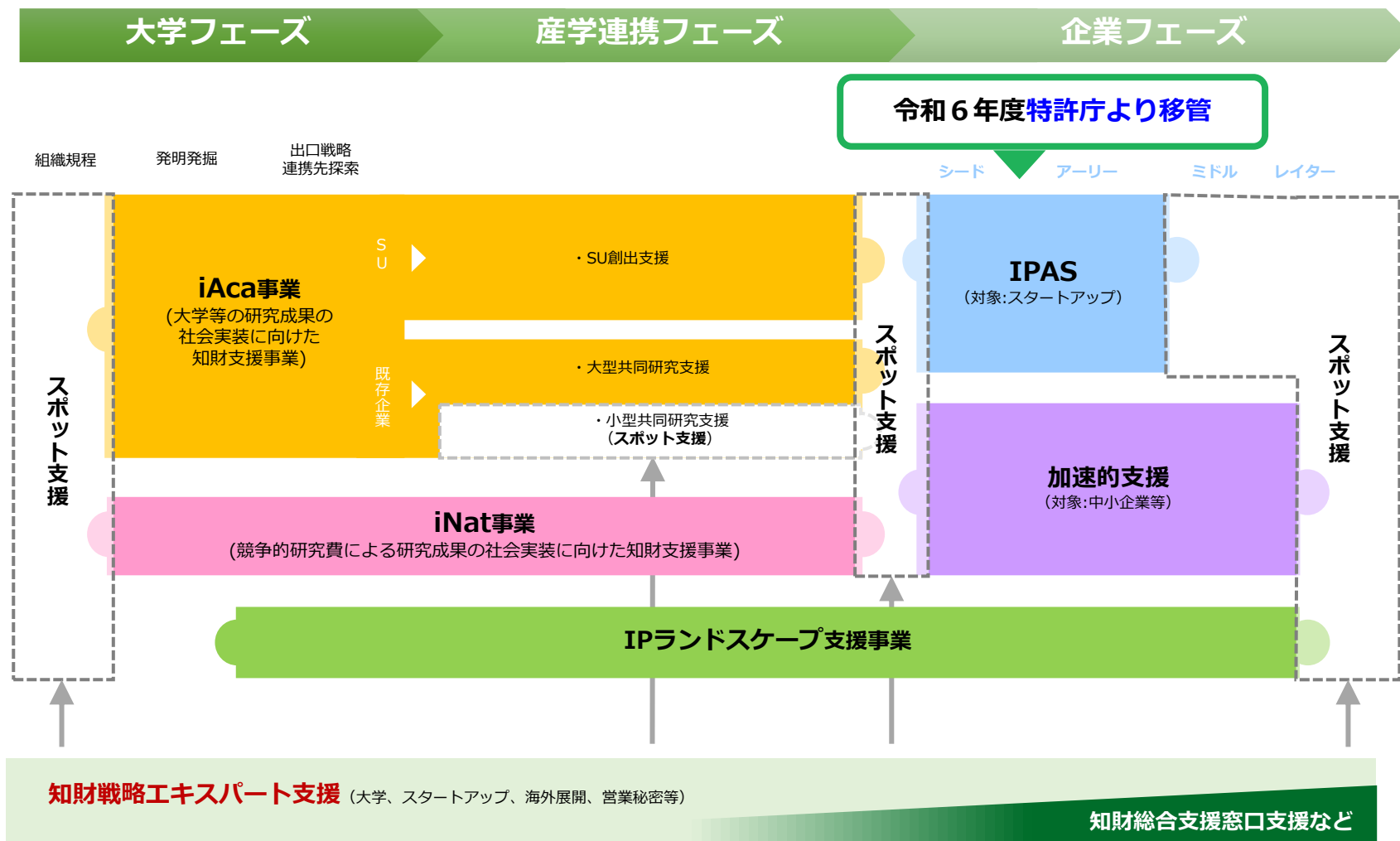
National Center for Industrial Property Information and Training

知財戦略エキスパートによる支援

- 知財戦略に関する高度な専門知識、企業等における豊富な実務経験を有する**知財戦略エキスパート**が支援する**5つの専門窓口**を設置（**無料、全国各地へ訪問可能**）。
- INPITの知財総合支援窓口や公募採択型支援、他支援機関とも連携して、円滑に支援を提供。
- セミナー・シンポジウム等への知財戦略エキスパートの**講師派遣**も可能。



シーズから事業化までのシームレスな支援体制



- 次のいずれかの方法で支援をお申込みください。なお、電話は受付時間がございますので、Webフォームからのお申込みが便利です。

【連絡先】

- Webフォーム（INPITホームページ）
https://www.inpit.go.jp/form/gippd_inquiries.html



知財戦略エキスパートへの相談はこちら

- メール
INPIT 知財戦略部 エキスパート支援担当宛て
メールアドレス: ip-sr01@inpit.go.jp
- 電話（共通）
03-3581-1101（内線3823）
平日09：00～17：30（12：00～13：00は昼休憩のため除く。）



I N P I T

独立行政法人 工業所有権情報・研修館

National Center for Industrial Property Information and Training

ご清聴ありがとうございました。

知財の実務経験が豊富な知財戦略エキスパートが
御社の海外事業を知的財産の視点から無料でサポートします！

知財戦略エキスパートへのご相談は以下までお気軽にご連絡下さい。
ご相談内容に適した知財戦略エキスパートが対応致します。

独立行政法人 工業所有権情報・研修館（INPIT）
海外展開知財支援窓口

https://www.inpit.go.jp/katsuyo/gippd_madoguchi/index.html

Tel: 03-3581-1101（内線3823）

E-mail: ip-sr01@inpit.go.jp



I N P I T

独立行政法人 工業所有権情報・研修館

National Center for Industrial Property Information and Training

＜本資料ご利用上の留意事項とお願い＞

本資料に含まれる内容および引用されている情報については、細心の注意を払って作成、掲載しておりますが、その内容の完全性、正確性、目的適合性、相当性等について、（独）工業所有権情報・研修館および著作者が保証するものではありません。また、リンクされているリンク先サイトについても、そのURLや掲載情報の更新を含めた最新性、正確性、適法性等を保証するものではありません。

本資料の情報に基づいて利用者の皆様が下した判断または取られた行為等により発生する結果について、当館および著作者は何ら責任を負うものでもないことを予め了承の上、本資料をご利用ください。また、リンク先サイトの利用につき問題が生じた場合、リンク先サイトへの問い合わせ等、利用者ご自身の責任で対処くださるようお願いいたします。