

御社の知財力を飛躍的に高める展示会へのアプローチ

ビジネスの発展を期して費用を投入した展示会・見本市への出展を、直接的な売上増という形だけでなく、知財力の強化にも結び付けていくにはどうしたらよいのでしょうか。展示会の前、最中、出展後のそれぞれで、行うべき活動をまとめました。このレポートが御社の事業発展に少しでも貢献できれば幸いです。

1. 展示会出展前の活動

展示会への出展を決めた段階で、御社の技術の中で知的財産権（特に特許、実用新案、意匠（以下ではまとめて特許等と呼びます））で守っていくべきものとそうではないものをしっかり選別し、展示会で公表する前に特許出願等の手続きをしておく必要があります。特許等は、いったん公知になってしまうと基本的に権利を取ることができなくなってしまいます。このため、出展前に出願を完了しておく必要があるのです。

特許等に詳しい方は、「新規性喪失の例外」という救済措置をご存じかもしれません。これを利用すると、特許を受ける権利を持った者が自ら発明を公知にした場合には、その公知にしたときから6か月以内に必要の手続きとともに出願すれば、自分で公知にしたことによっては新規性が失われなかったものとして扱われるのです。つまり、展示会で初めて公表したとしたら、その後半年間は展示会での発表の影響を気にせずに出願できるというわけです。しかし、この制度を利用はあくまでも例外的なケースに限定すべきだと弊所は考えております。というのも、展示会で御社の技術を見た他者が御社よりも先に御社の技術を含む内容の特許出願をしてしまうと、もはや御社が特許をとる余地がなくなってしまう場合があるからです。また、特許等は基本的に早く特許庁に申請したものの勝ち（先願主義）ですので、「早く出願をする」というのは基本原則でもあります。

では、展示会前の限られた期間にどのような出願をしておくとうよいのでしょうか？

例えば、ある程度マーケットが見えている新製品を展示会に出展する場合には、新製品の中の新しく他者に模倣されたくない部分を見極めます。製品に興味を持った見込み顧客に対して購入を決断させるポイントとなるような魅力のある特徴や、競合他社が模倣品を製造しようとしたときにキーとなってくる製造技術などがこれに該当するでしょう。そして、重要なポイントを網羅した出願を少なくとも1件しておきます。出願の中に複数のポイントを盛り込んでおけば、後々、「分割出願」という手法により、出願を派生させて特許等のポートフォリオを作っていくことができますので、当初の費用を抑えながら、事業の発展に合わせて権利網を強化していくことができます。ただし、あまりに観点のかけ離れた複数のポイントを1つの出願に盛り込まず、複数に分ける方がよい場合もありますので、専門家である弁理士に出願の方針をご相談ください。

具体的な製品ではなく、具体的なアプリケーションが絞り込み切れていない新技術、新手法を展示会で発表する場合には、その新技術自体が守っていくべきものに当たることもあります。その後の事業展開が読み切れない状態ではありますが、単にその技術だけでなく、最も有望であろうと想定できる具体的なアプリケーションも内容に含めて特許出願をしておくことが推奨されます。

この段階で行った出願は、単なるアイデアベースの発明も多くを占めますが、その中にはいわゆる「基本特許」として御社のビジネスの肝を保護するものも含まれてくるので重要性が高いものと言えます。

2. 展示会中の活動

展示会が始まると、御社のブースに多数のお客様が訪れ、商談や問合せが舞い込むことになるでしょう。また、展示会で協力会社、競合他社、見込顧客などの情報が得られる場面もあるでしょう。

展示会の会場での会話の中で、お客様や他社からもたらされる「課題」に耳を傾けてください。「必要は発明の母」という諺もあるように、必要性、困難だが何とかしたい課題こそ、事業発展の鍵となる発明につながるのです。

ただし、議論に熱が入りすぎてその場で課題を解決してしまわないように注意しないとイケません。課題を解決した瞬間に発明が完成してしまうので、即時に公知となってしまう恐れがあります。また、秘密が維持されたとしても、会話の相手との「共同発明」ということになって、厳密にいうと御社単独での出願ができなくなってしまいます。

ですから、展示会の会場で未だ解決されていない課題が持ち込まれたときには、いったん持ち帰って検討するという形でその課題だけを吸い上げて、「具体的なソリューションの提案は後日ご連絡を差し上げます」という形で切り上げることが大切です。

3. 展示会後の活動（フォローアップ）

展示会で他社からもたらされた「課題」は宝の山です。有望なマーケットに参入するために解決しなければならない「課題」について、社内の英知を集めてブレインストーミングを行い、課題の解決を図ります。取り上げる課題は、ターゲットとなるアプリケーションに特有のものである方が、マーケットへの参入障壁を高めることができるので好ましいと言えます。

単に、高速化、小型化、といった一般的な課題よりも、アプリケーションに特有の厳しい使用環境に適合させる、アプリケーションに特有の使用形態での利便性を高める、といった具体的な課題を設定するとよいでしょう。また、展示会で得た課題が解決されたとき

に新たに想定される課題を想定すると、先手を取った事業活動・知財活動につながっていくでしょう。

展示会で得た「課題」という宝を、知的財産権という形に昇華させて、御社のビジネスの競争力を高めるには、何か特許を取ればそれでOKというわけにはいきません。取るべき特許は、ビジネス成功の鍵となる部分を確実に抑えたものとしなければなりません。ですから、プレストの場には、社内の知恵者だけでなく、事業のキーマン（ビジネススキーム全体を見渡せる程度に上位の役職者）、及び知財のキーマン（知財戦略を立案できる知財担当者又は信頼のおける弁理士）を同席させて、知的財産権で何をカバーすべきかについても決定することが大切です。

ソリューションと知財の権利化方針が決まれば、ソリューションを見込顧客に提示するまでにできる限り出願を完了させます。見込顧客に提示する前に出願が完了できていない場合には、秘密保持契約を結んで新規性の喪失を防ぎつつ、できるだけ早く出願を完了させるようにします。

この段階での特許等は、ターゲットが特定している以上、カバーできる範囲は狭く、いわゆる応用特許に位置づけられものが多くなります。応用特許は単独ではカバーできる範囲が狭くなりがちですが、複数の応用特許および基本特許を含めたポートフォリオを作ることで、御社の知財直が高まり、ビジネス上の優位性をグッと高めていくことができます。

4. 最後に

以上、「御社の知財力を飛躍的に高める展示会へのアプローチ」をご紹介してまいりました。展示会への出展が御社の発展につながりますことをお祈りいたします。

2012年7月

IP ボランチ国際特許事務所
弁理士 折坂 茂樹

<h1>☎0422-27-6297</h1> <p>受付時間：平日午前9時～午後5時 ご予約いただければ時間外・土日祝日の面談も対応いたします。</p>	
弁理士には法律により守秘義務が課せられております。	
全国対応	 IP Volante
<p>気軽に相談できる特許事務所 IPボランチは東京 吉祥寺から 全国の中小企業を支援いたします。</p>	