

# 2026 知的財産セミナー

7回開催。第1回～第7回の内容が、それぞれ該当する知財活動は以下のとおりです。

⑤ 知財検索  
11/11 (水) 予定

① 知財経営  
7/24 (金)

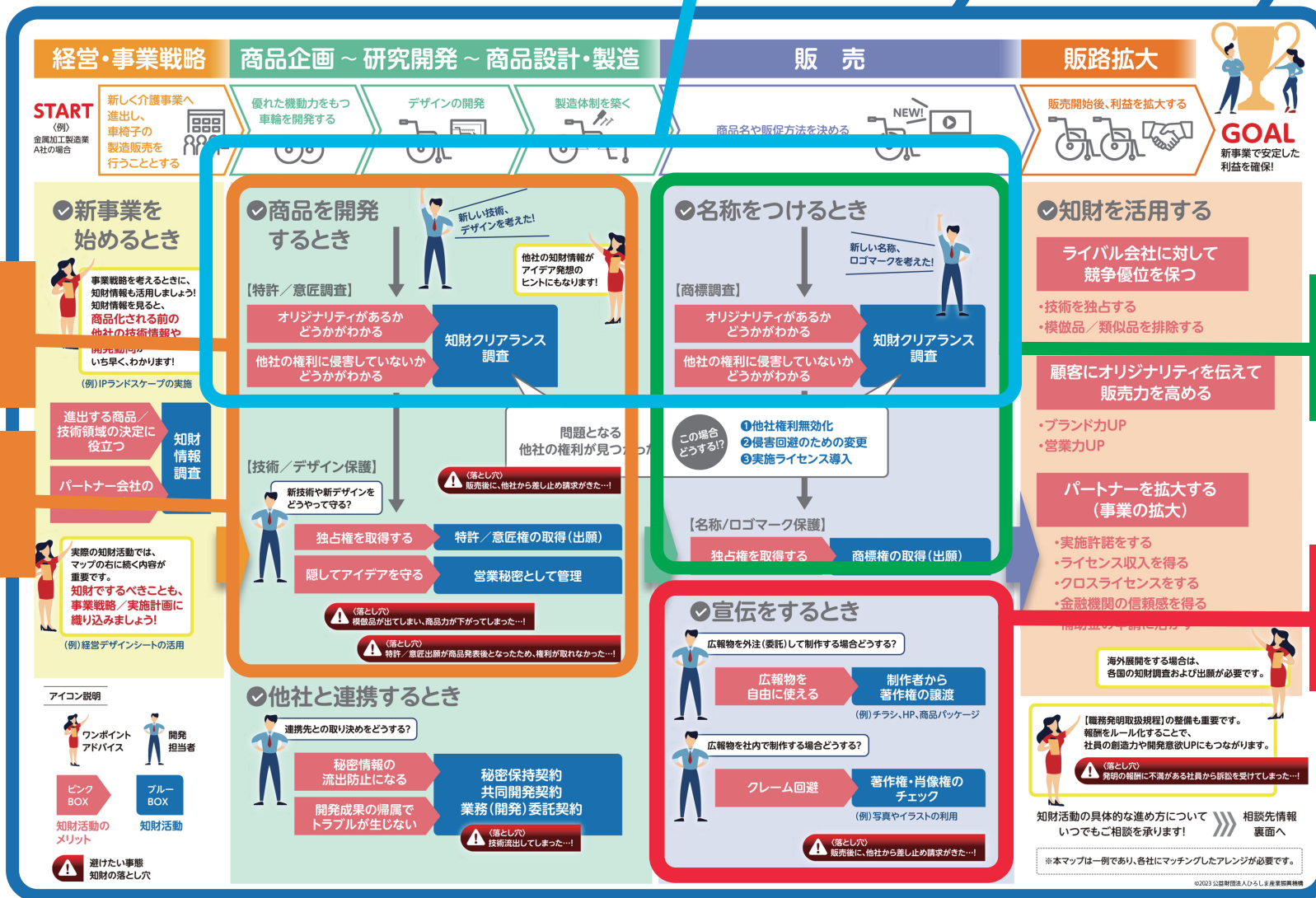
⑦ 知財経営  
基礎実践コース  
1/20 (水)

② 特許  
8/26 (水)

③ 意匠  
9/16 (水)

④ 商標  
10/28 (水)

⑥ 著作権  
12/16 (水)





**GOAL**  
新事業で安定した利益を確保!



**START**  
(例) 金属加工製造業 A社の場合

新しく介護事業へ進出し、車椅子の製造販売を行うこととする

優れた機動力をもつ車輪を開発する

デザインの開発

製造体制を築く

商品名や販促方法を定める

販売開始後、利益を拡大する

### 新事業を始めるとき

事業戦略を考えるときに、知財情報を見つめよう! 知財情報を見ると、商品化される前の他社の技術情報や開発動向がいち早く、わかります!

(例) IPランドスケープの実施

進出する商品/技術領域の決定に役立つ

知財情報調査

パートナー会社の選定に役立つ

実際の知財活動では、マップの右に続く内容が重要です。知財であるべきことも、事業戦略/実施計画に織り込みましょう!

(例) 経営デザインシートの活用

### 商品を開発するとき

新しい技術、デザインを考えたい!

他社の知財情報がアイデア発想のヒントにもなります!

【特許/意匠調査】

- オリジナリティがあるかどうか
- 他社の権利に侵害していないかどうか

知財クリアランス調査

【技術/デザイン保護】

新技術や新デザインをどうやって守る?

- 独占権を取得する → 特許/意匠権の取得(出願)
- 隠してアイデアを守る → 営業秘密として管理

問題となる他社の権利が見つかった!

この場合どうする?!

- 他社権利無効化
- 侵害回避のための変更
- 実施ライセンス導入

【落とし穴】 販売後に、他社から差し止め請求がきた…!

【落とし穴】 模倣品が出てしまい、商品力が下がってしまった…!

【落とし穴】 特許/意匠出願が商品発表後となったため、権利が取れなかった…!

### 名称をつけるとき

新しい名称、ロゴマークを考えたい!

【商標調査】

- オリジナリティがあるかどうか
- 他社の権利に侵害していないかどうか

知財クリアランス調査

【名称/ロゴマーク保護】

- 独占権を取得する → 商標権の取得(出願)

【落とし穴】 販売後に、他社から差し止め請求がきた…!

### 知財を活用する

ライバル会社に対して競争優位を保つ

- 技術を独占する
- 模倣品/類似品を排除する

顧客にオリジナリティを伝えて販売力を高める

- ブランド力UP
- 営業力UP

パートナーを拡大する(事業の拡大)

- 実施許諾をする
- ライセンス収入を得る
- クロスライセンスをする
- 金融機関の信頼感を得る
- 補助金の申請に活かす

海外展開をする場合は、各国の知財調査および出願が必要です。

【職務発明取扱規程】の整備も重要です。報酬をルール化することで、社員の創造力や開発意欲UPにもつながります。

【落とし穴】 発明の報酬に不満がある社員から訴訟を受けてしまった…!

### アイコン説明

ワンポイントアドバイス

開発担当者

ピンクBOX

ブルーBOX

知財活動のメリット

知財活動

避けたい事態 知財の落とし穴

### 他社と連携するとき

連携先との取り決めをどうする?

- 秘密情報の流出防止になる → 秘密保持契約
- 開発成果の帰属でトラブルが生じない → 共同開発契約
- 業務(開発)委託契約

【落とし穴】 技術流出してしまった…!

### 宣伝をするとき

広報物を外注(委託)して制作する場合どうする?

- 広報物を自由に使える → 著作権の譲渡 (例) チラシ、HP、商品パッケージ

広報物を社内で制作する場合どうする?

- クレーム回避 → 著作権・肖像権のチェック (例) 写真やイラストの利用

【落とし穴】 販売後に、他社から差し止め請求がきた…!

知財活動の具体的な進め方について 相談先情報 いつでもご相談を承ります! 裏面へ

※本マップは一例であり、各社にマッチングしたアレンジが必要です。