

特集 知財を活用した製品ブランディング

サ プリメントメーカーによる商標活用が活発化している。大手に加え、中小企業による商標登録出願件数が急増。機能性食品のマーケティング戦略においてネーミングは重要なポイントだが、商標権には要注意だ。また海外市場を目指すメーカーによる国際出願も増加。国内外で、商標を活用し、自社商品をブランディングする機運が高まっている。

先日公開された「特許行政年次報告書2018年版」によれば昨年の商標登録出願件数は190,939件、登録件数は111,180件となり、現行制度化で最多となった。出願

数、登録数ともに2014年から3年連続で伸長しており、商標活用は活発化していると言える。登録件数の上位には、資生堂、花王、コーセー、小林製薬、明治、森永乳業など大手健食・化粧品メーカーがランクイン。最終製品に加えて、原料での商標取得する動き（インブランド）も加速。森永乳業の『シールド乳酸菌®』やキリンの『プラズマ乳酸菌®』などは、健食、サプリが区分けされる商標取得区分5類以外に清涼飲料水、スープや菓子など複数の区分で商標を取得し、ブランド力を高めている。

また中小企業の商標活用も急増しており、昨年の出願件数は前年比19.1%増の

94,005件。「大手に比べて販売力やブランド力で劣る中小でも、知財を活用し、特定の市場に向け、ピンポイントに訴求することでシェア拡大に繋がった」（中小メーカー商品開発）という声も。

海外市場への展開をめざした国際出願の件数も増加している。昨年のマドリッド協定書に基づく国際出願の総数は、2,505件となり、2013年から5年連続で増加している。うち中小企業によるものは1,211件（前年比7.6%増）だった。海外出願サポートを得意とする三枝国際特許事務所は先月、中国の連絡事務所を開設、急増する中国での案件への対応を強化する。

商標を登録するうえで、重要な点として①他人の先行登録と同一又は類似するものでないこと、②識別力を有することが挙げられる。識別力があり且つピンポイントに効果的な訴求をするネーミングをいかに先行して登録するかが重要だ。

ファンケルの機能性表示食品『えんきん®』は、“遠視や近眼”がイメージされ、かつ健食業界で先行して一般登録された例がなかったため、商標登録された好例。

漠然とアイケア、疲れ目と訴求するのではなく「40～50代の中高年」「老眼」を想起させるネーミングと機能性表示による効果の訴求点の絞り込みが売り上げの拡大に繋がっている。

インタビュー アジアで表装 (Get-up) の詐称通用行為を阻止する為に 三枝国際特許事務所 岩井智子氏

パッケージデザインは一瞬で客を引きつけ、商品内容を告知し、購入に誘導させる最強のツールだ。特に食品分野においては、図案、色、写真、コピー等を巧みに配置し、ターゲット層にインパクトを与える工夫が施される。相当な投資を経て完成された商品イメージが、商標を変えて、いとも簡単に韓国や中国メーカーに狙われる。英米法では慣習法に基づき、表装 (Get-up) の詐称通用行為についても保護が与えられるが、成文法によるアジアの多くの国では保護が十分ではない。外

国市場で、自社のGet-upが無断使用されることを如何に阻止すべきであろうか？



下段が侵害品

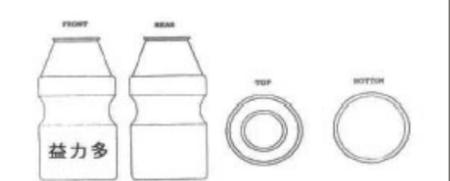
ところで、Get-upの問題は、商品全体のイメージこそ似ているが、文字商標が異なることにある。商標権侵害が簡単には主張できず、パッケージ全体が標識機能を果たし不正競争に該当するか否かが争点となり、侵害国における日本製品の周知著名性の程度で判断される。特に食品業界は、国内販売が多いことから不正競争防止法等による保護は極めて難しい。

韓国においては、商品販売方法だけで

はなく店舗設計や内装等、広くトレードドレスを保護対象として改正不正競争防止法に明文化され、先月18日より施行されている。韓国国内で販売されないが、日本においては著名性の高いGet-upの保護が改正後どのように取り扱われるかは注目に値する。中国では、ヤクルトのGet-upの事件で日本企業が勝訴した事件が参考になる。本件は、ヤクルト側が商標『益力多』で中国販売していたところ、某中国法人が酷似した商品パッケージで『益菌多』という商品を製造販売したことから、ヤクルト側がその製造販売の差止と損害賠償を求めた事件である。

一審及び二審裁判所は、ヤクルト側の主張を全面的に認め、商標権侵害及びパッケージの周知性を根拠とした不正競争行為を認めた。ヤクルト側は、以下の文字付きの立体商標も登録していたが、かかる立体商標についても侵害を認めた点が興味深い事例である。

中国は韓国のように法整備は十分ではないものの、裁判所での運用に期待できる余地もある。権利化しやすい文字付き



の立体商標を取得し、それを利用してみる、Get-upが完全に同一であるが、中国国内の周知性が主張できないときには、著作権侵害や意匠権の主張も検討してみることをお勧めする。著作物性は日本よりも緩やかに解釈され、Get-upの著作権侵害が認められる可能性も高く、もちろん有効な意匠権があれば、より強い保護が享受できる。中国人向けECサイトで簡単に日本の製品が入手できる今、新商品については商標のみならずGet-up全体の意匠の権利取得、立体商標の取得も転ばぬ先の杖だ。

今年3月、中国政府は国务院機構改革案を発表し、国务院傘下の特許部門、商標部門、質量検査部門が統合されることとなった。知財の侵害取締においても、商標、意匠の法域に分かれることなく同一部署で摘発等が可能となる点にも期待が寄せられている。



Get-upの模倣例 (各々、左が日本企業の商品)

健康産業界における知的財産の豊富な経験と実績

特許業務法人
三枝国際特許事務所
SAEGUSA & PARTNERS

提案力

海外との豊富なネットワーク

高品質

迅速な対応

相談しやすさ

食品開発展2018に出展いたします 2018年10月3日～5日 東京ビッグサイト
 ブースNo 2-019 ブースにて「無料特許・商標相談会」を開催します。お気軽にお立ち寄りください。

創業70年以上の豊富な経験と実績

弁理士及び技術系・事務系、知財実務経験者等、120余名の専門スタッフが、最新の知識と長年の経験に基づいたサービスを提供することにより、多様なご要望にお応えします。特許(化学・バイオ・食品・機械・電気)、商標、意匠、契約のご相談まで幅広く対応致します。

お気軽にご相談ください!

多数の国への出願実績

特許：約80ヶ国への出願実績

商標：ほぼ全世界への出願実績

Web: <https://www.saegusa-pat.co.jp>
 Email: sa-contact@saegusa-pat.co.jp

三枝特許 検索

大阪オフィス
 〒541-0045 大阪市中央区道修町1丁目7番1号 北浜TNKビル
 TEL: 06-6203-0027 FAX: 06-6222-1068

東京オフィス
 〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-8-1 虎の門三井ビル9F
 TEL: 03-5511-2855 FAX: 03-5511-2857