

第52回 知財問題研究部会（IP部会）

商標権とブランド戦略 ～企業価値を高める商標の活用～

日時 2015年5月8日（金） 13：30～16：30

場所 アクトシティ浜松 研修交流センター52会議室

講師 アリスト特許事務所 所長・弁理士 橋本政美氏

5月8日に開催された第52回IP部会は、「商標権とブランド戦略」のテーマにて、アリスト特許事務所所長・弁理士 橋本政美氏を講師にお迎えし、主には“企業として価値を高める商標の活用”について研究しました。

最初に、講師の橋本政美先生から、商標の概要として、

1. 商標の定義①商品・役務、自他商品等識別、マーク
2. 商標の機能①自他商品等識別機能 ②三つの機能 ③業務上の信用（Good Will）
3. 商標の種類①商品商標（Trade Mark）②役務商標（Service Mark）
4. 商標の性格①企業ブランド②第2ブランド③事業ブランド④製品・サービスブランド⑤互換性表示、機能技術表示

の項目に従って講師の経験に基づいた国内外各社の使用実例を取り上げて説明頂いた。

続いて、新しいタイプの商標（施行日：平成27年4月1日）である

- 1.動き商標 2.ホログラム商標 3.色彩のみからなる商標 4.音商標 5.位置商標 等々についての説明がありました。

これらの説明を受けて出席者からは、知財部の日常業務で悩まれている、実務レベルの質問が多く出されました。事例として取り上げられた“伊藤園の緑色”については、“位置と使われ方”双方の関係での判断が必要とのこと（関連：商標法3条1項6号、3条2項）。色の主観についての質問では、類比判断にあたっての数値的基準はなく“全体観察”にて特許庁は判断されるとのことなど、色を使った商標の判断の難しさを実感しました。

後半には、大競争時代の企業グループ価値創造、経営戦略としてのCorporate Brand Managementが紹介され、商標を使った“企業価値向上のスパイラル”と“社会—顧客—企業を繋ぐBrand Position”の説明、“成功要因として企業にとってのブランドの位置づけ”、“Brand Identity（個性、企業らしさ）”について説明頂いた。特に“Brand Identity（個性、企業らしさ）”については、

- ① Mission：社会において果たすべき使命
- ② Values：Missionを実現するために大切にしていける価値（創業精神、企業のDNA、社訓）
- ③ Vision：これからのグループのあるべき姿

を描き→Brand Communication（ブランドの約束）→Brand Mindsetに導き

最終的には、“ブランドのエネルギーを利用して、経営資産を引き上げる。”に繋げていくことであるとのことでした。

その経営に繋がるエネルギーを如何にブランドに注入できるかは、知財部門が中枢を担っている思いを強く

しました。知財部門としては、商標権の管理を行うことは当然のことですが、企業のブランドマネジメント等にも積極的に関わっていくことが求められるもので、この点について参加企業の取組み状況も紹介して貰いました。進行等行き届かない点もありましたが、多くの出席者にご参加いただき、多くの意見が出され有益な会とすることが出来たと思っております。 ～幹事代表～