

知財とブランド戦略

第1回 商標

スクもあ
る。なるべ
く早く出願
する必要が
ある。

知的財産を活用したブランド戦略が活発化する中、ネーミングなど消費者へのアピールに直結する商標への関心は高い。出願の注意点や商標を生かした戦略、取り巻く環境についてユニ

アス国際特許事務所・石川克司弁理士に聞いた。

——商標出願の際に注
意すべき点は。

石川 先行する他社の

登録商標などを事前に調
査することが重要。先行
後も可能ですか。

石川 可能だが、日本

使用できないことはもち
ろん、後から商標侵害の
てい。良いネーミング

を採択しても第三者が先
に出願し登録すると、同

じネーミングは使用でき
ず、差止めや損害賠償の

リスクがある。なるべく早く出願する必要がある。

——商標を活用したブ
ランド戦略を行う上で重
要なことは。

石川 商標、ブランド

早期出願で市場を取れ

「知財ミックス」でより強い権利を

と聞くと『ネーミングを

どうするか』という部分
が先行する。しかし、実

際には市場調査を行いタ
ーゲットや価格、流通先

を選定、広告宣伝を実施
し販売する一連のビジネ

ス戦略が取れる。

——商標を活用したブ
ランド戦略の流れの中に商品

ランディングや商標戦
略がある。全体の流れの

というの

は「えんきん」(ファン

健康食品分野で

ブルーベリーサプリ分野

でナンバーワン商品の地

位を築いている。

——ターゲットを絞る

ら、既存ブランドの信用

力を利用して新たなタ

ーゲット層に広げていく方

が有効だ。こうした戦略

は8月15日掲載予定



ユニアス国際特許事務所・石川弁理士

メントとして日本初の機
能性表示食品であり、ピ
ント調節と肩・首筋への
負担軽減の2つの切り口
をアピールした商品だ。

また、ピント調節に悩み
を抱える『中高年』にタ
ーゲットを絞ったことで
、その分野のナンバー
ワンアイテムとして認知

されやすい。これは健康
食品だけでなく、一般食
品も同様のことが言え
る。

特に中小企業や新規参
入企業は、そのカテゴリ
ー内で1番でなければ商
品を手にとってもらい
にくい部分がある。新た

な切り口で認知を得て
から、既存ブランドの信
用を利用して新たなタ
ーゲット層に広げていく

方が有効だ。こうした
戦略は8月15日掲載予
定

——商標を生かすこと
でどのような効果が。

石川 発売する商品特
徴を生かしたネーミング
や商品のキャッチフレ
ーズを商標登録し権利化

を行うことで、第三者の
使用や模倣を排除し、独
占的に使用することができ
る。すなわち、先行者利

益の獲得が可能というこ
とだ。
加えて、保護範囲の違
う意匠や特許と組み合わせ

た。加えて、保護範囲の違
う意匠や特許と組み合わせ