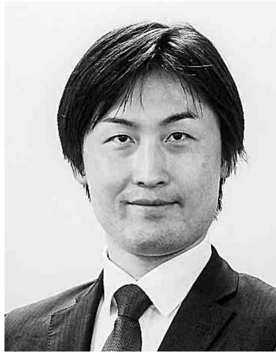
動き　ホログラム　色彩　音　位置

新商標制度含め知財権総合活用へ

「知財権ミックス戦略」で商品を守る

オンリーワン商品の長期維持を



弁理士
春名 真徳氏

オンリーワン戦略を推進する上で、有力な制度の一つに「機能性表示食品」制度がある。特定保健用食品では限定される「ヘルスクレーム」（「体脂肪を減らす」などの訴求できる請求内容）も、機能性表示食品では多岐にわたり、新しい成分や機能で、「国内初」などの商品作りが行いやすくなっている。

ただ、その届出数は21年8月で累計約4350件と増大傾向であり、医薬品や化粧品メーカーも参入してコモディティ化はますます深刻になってきているのが実情だ。他社に真似されてしまっては、商品開発にかけた膨大な時間と費用を回収できない事態に陥ってしまう。

オンリーワンの状態を長く維持するため、その独自技術やデザイン、ネーミングを「特許権」「意匠権」「商標権」の3つの権利で組み合わせた「知財権ミックス戦略」を意識し、総合的に商品やブランドを守っていくことが有用だ。

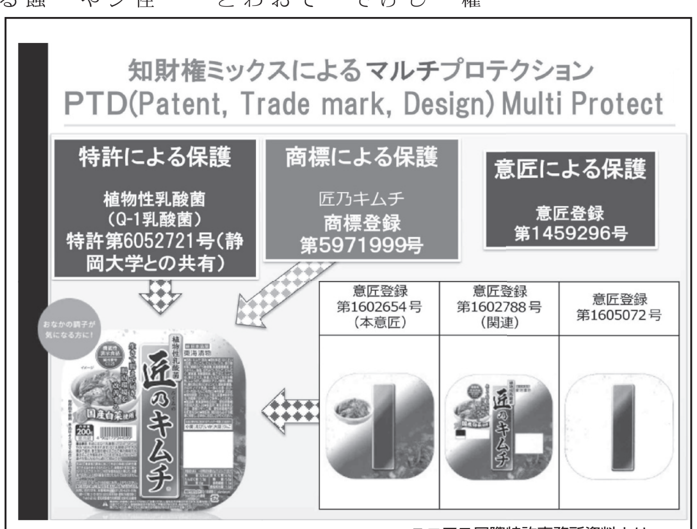
その一例として下表に東海漬物「匠乃キムチ」の例を挙げる。これは、独自乳酸菌を特許化し、商品名を商標登録し、パッケージデザインを複数で意匠登録している。また、静岡大学と共同出願し権利を共有化している。中小企業では独自の研究施設を持つ企業は少ないため、産学連携は双方に利点となる。

一方、最近は魅力的なヘルスクレームによるオンリーワン商品を開発する動きや届出事例が増えている。特に昨年の大きなトピックスは、キリンホールディングスの「プラズマ乳酸菌」が「免疫サポート」として国内で初めて届出されたこと。また、ヤクルト本社の「BF−1」は国内初の胃に関する機能を表示した。商品では、独自のビフィズス菌による「食後の胃の負担をやわらげる」機能を表示する。知財では、当該菌による「胃不定愁訴（胃痛、胃もたれなど）の予防治療剤」として用途特許を権利化している。

そのほかでは、「むし歯の原因となる酸に溶けにくい状態にすることで歯を丈夫で健康にする」「トイレが近いと感じている女性の日常生活における排尿に行くわずらわしさをやわらげる」などの機能性がある。

ポイントは「むし歯」と記載したこと。機能性表示食品のガイドラインでは、「疾患」の予防や治療は制度の対象外だ。むし歯の疾患名は「齲蝕（うしょく）」であるが、一般的に周知されているむし歯をキーワードに届出されている点が興味深い。また、「トイレが近い」は「頻尿」であり、頻尿治療薬などの医薬品を服用されている方もいる。医薬品は疾患の治療や予防に用いられるが、医薬品に抵抗のある方や、疾患には至らない、より初期症状の方（未病対策）に向けて、機能性表示食品が担う役割や期待は大きい。

新たに登場してくる魅力的なヘルスクレームを保護するため、用途特許などを活用し、オンリーワン商品を長期維持すること、知財権ミックス戦略によりオンリーワンブランドに育てていくことが重要である。



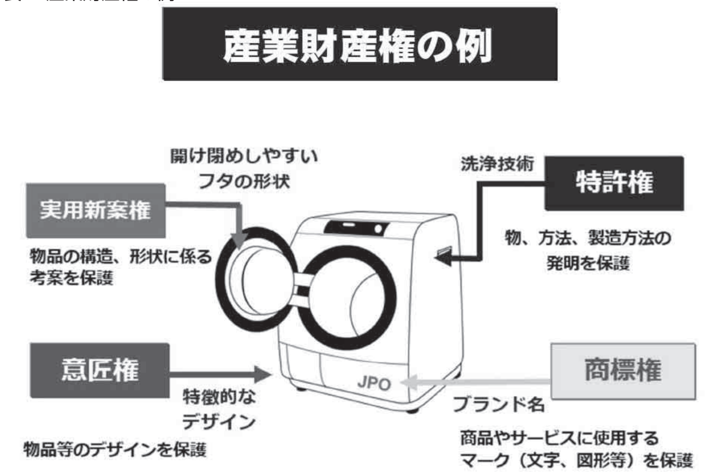
ユニアス国際特許事務所資料より

ユニアス国際特許事務所

知財制度をフル活用

新たな商標制度の概要を解説

表1 産業財産権の例



ユニアス国際特許事務所資料より

弁理士
石川 克司氏

食品ブランドを守るには、知財制度をフル活用したい。知財権の例として、「特許権」「意匠権」「商標権」「実用新案権」それぞれを、（表1）にまとめた。また、15年4月から導入された新商標には「動き商標」「ホログラム商標」「色彩のみからなる商標」「音商標」「位置商標」がある。以下では、商品やブランドが、どのようにして知財権や新商標制度を活用して保護されているか事例を挙げて説明する。

企業取り組み具体例

○…東洋水産は、「マルちゃん正麺」において商品名・ブランド名の商標権をはじめ、新製法「生麺うまいまま製法」が特許権。パッケージが味ごとの色含めて商標権。そして、「♪スマイルズフォーオール」は音商標（表2）で、さらに動き商標も登録している。社名ロゴやマルちゃんブランドロゴなどさまざまな視点で保護を行っている。

表2　音商標（第5959243号）
「本商標は、人の声で「スマイルズフォーオール」と聞こえ、そのうちの「フォー」と「オール」の間に、「ピヨッ」という電子音が聞こえる構成となっており、全体で約1秒間の長さである。」
特許庁より

動き商標

○…前述した東洋水産のほか、永谷園ではお茶づけ海苔を振り、中から「味ひとすじ永谷園」の文字が出てくるまでの一連の動き（表3）も登録されている。

ホログラム商標

○…文字や図形などの見え方が変化する「ホログラム商標」には、宝ホールディングスの「のみごろサイン」シールがある。商品が冷たくなるにつれて、徳利のイラストの色がだんだん濃くなっていき、飲みごろの温度になってくると「のみごろ」の文字と雪の結晶のデザインが浮かびあがるようになっている（表4）。

音商標

○…「♪ふじっ子のおまめさん」「♪おーいお茶」「♪やめられないとまらないカルビーかっぱえびせん」「♪ヤマザキはるのパンまつり」など、多くの方が一度は耳にしたことがあると思う。

位置商標

○…キユーピーマヨネーズの赤い「網目」は「位置商標」として商標登録されている（表5）。

また、日清食品ホールディングスの「カップヌードル」の象徴である上下の帯型の図形（通称：キャタピラ）（表5）は、ロゴやブランド名の入っていない〝のっぺらぼう〟でも「カップヌードル」と認識できると認められ商標登録されている。

色彩のみからなる商標

○…取得がなかなか難しいようで日本国内では10例に満たない。UCC上島珈琲の缶コーヒー「UCCミルクコーヒー」に使用されている3色の組み合わせによるデザインが、食品商品初として19年に特許庁に登録されている。

コンビニエンスストアでは、セブン−イレブンやファミリーマートの3色のコーポレートカラーが取得している。

まとめ

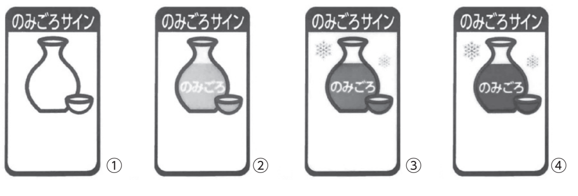
○…食品分野の商標戦略としては、まずは商品名やブランド名などの文字商標を権利化し、次に位置商標の権利化を検討することをお勧めしている。特徴のあるポイントデザインを共通化した商品展開をすることで、ブランド育成につながる。

新商標制度は、食品メーカーではまだ一部の企業のみの出願にとどまっているのが現状だと思う。食品にはたくさんの良い商品があるので、例えばデザインの色彩を統一してブランドの認知向上を図るなど、ブランド育成と同時にきちんと育成ブランドを「守る」ことの両輪で進めていただければと思う。

表3　動き商標（第5860816号）

ユニアス国際特許事務所資料より

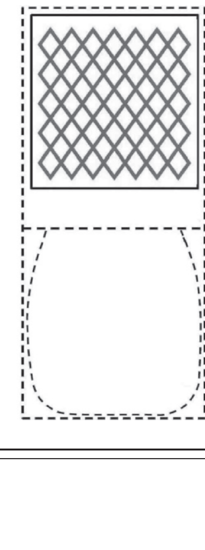
表4　ホログラム商標（第6241211号）



ユニアス国際特許事務所資料より

表5　位置商標

(第5960200号)



(第6034112号)

ユニアス国際特許事務所資料より

https://www.saegusa-pat.co.jp/
三枝特許　検索
特許業務法人
三枝国際特許事務所
SAEGUSA & PARTNERS

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。

海外特許出願国80ヶ国以上、海外商標出願国140ヶ国以上
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

大阪オフィス
〒541-0045
大阪市中央区道修町1-7-1　北浜コニシビル
TEL : 06-6203-0941(代表)　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