

Vol.163



権利侵害をどう避けるか?

事業を守る 知的財産対策

中小企業や個人事業主が事業の基盤を守る上で、重要な役割を果たすのが知的財産。製品や商材の名前、デザインなどさまざまな要素が権利化の対象になる。他社の模倣をけん制できる一方、対策を怠れば権利侵害を指摘され、事業に支障が出る恐れもある。活用事例の多い商標を中心に、地場企業の取り組みを探った。

| 名前登録し無事デビュー 人気商品に タイマー青果(大分市)

青果仲卸のタイマー青果(大分市豊海、黄梅雄社長)は2015年から、自社製の加工食品「ひみつの黄蜜芋(きなみついも)」を販売している。県産ブランドの高糖度サツマイモ「甘太くん」を特殊オーブンで焼いた後、真空冷凍しておいしさを長持ちさせたアイデア商品。県内の小売店はもちろん、ネット販売を通じて県外にも広く出荷している。

今では在庫不足のため一時取り扱いをストップすることもあるほどの人気。販路を順調に伸ばすことができた背景の一つには、専門家の助言を得ながら準備した知財対策がある。

同社はそれまで食品加工の経験がなかった。甘太くんの品質に感銘を受けた黄社長(73)=大分華僑華人会長・顔写真=が「ぜひ日中両国の人々に味わってほしい」と事業化を決意。

オープンや真空機などを導入して製造準備を整えた。

とはいって、自社で名前を付けた商品を売り出すのは初めて。日頃から相談に乗ってくれてい

た県中小企業団体中央会(大分市)の担当者を通じ知財の専門家につながった。

相談時は試作段階で商品名やパッケージは出来上がっていった。専門家の助言を受け、知財関連を調べると、県外企業が同じ商品名で商標登録していることが判明。そのままの名前で発売すれば、商標権を侵害したとして販売差し止めなどを求められかねない。生産準備に入る中、急きよ軌道修正を迫られた。

黄社長は必死に考えを巡らした。最終的に、自身の名字、焼き芋の色、「きな(大分弁で「黄色い」の意味)」という地元色を溶け込ませた「黄蜜芋」に決定。商標登録も済ませ、無事、

『デビュー』にこぎ着けた。

その後は県内外の商談会に積極的に参加し、地道に販路を掘り起こした。「もし知財対策を怠っていたら、軌道に乗ってきたところで事業を止めざるを得なくなっていたかもしれない」と黄社長。来年には、県産の別の作物を使った加工食品を販売する予定。もちろん、知財対策は欠かさないつもりだ。

2、3面に続く



好評で品切れ気味の商品「ひみつの黄蜜芋」。個性的でインパクトのある名前で商標登録を済ませ、自慢の味を消費者にアピールする武器として役立っている



登録した商標をフル活用し、各種のパッケージやパンフレットを作製。ブランド力を高めている

事業を守る 知的財産対策

知財さまざまな活用法

企業に身近な産業財産権

※特許庁公開資料「知的財産制度入門」(2021年度)、同庁サイト内のページ「スッキリわかる知的財産権」を基に作成

特許権

自然法則を利用した、新規かつ高度で産業上利用可能な発明を保護(出願から20年。一部25年に延長)

例 通信の高速化、携帯電話の通信方式に関する発明

実用新案権

物品の形状、構造、組み合わせに関する考案を保護(出願から10年)

例 携帯性を向上させたベルトに取り付け可能なスマートフォンカバーの形状に関する考案

意匠権

独創的で美感を有する物品の形状、模様、色彩等のデザインを保護(出願から25年)

例 美しく握りやすい曲面が施されたスマートフォンのデザイン

商標権

商品・サービスを区別するために使用するマーク(文字、図形など)を保護(登録から10年。更新あり)

例 電話機メーカーが自社製品を他社製品と区別するために製品などに表示するマーク

知的財産権侵害の事例(商標権の場合)

※特許庁「特許情報の利用拡大に向けた公的特許情報サービスのあり方に関する調査」(2017年度)を基に作成

ケース	内容	結果
商品名が類似	人気菓子を製造・販売するA社が、B社の販売する菓子に対して、商品名が類似していることから自社の商標権を侵害しているとし、販売差し止めなどを求めた。	多額の損害賠償が請求されたが、最終的にはB社が以下の対応を行うことを条件に和解が成立した。 ①B社の菓子のパッケージデザインを変更する ②販売地域を特定の地域に限定する。
サービス名が同一	大手サービス事業者C社が提供を開始したサービスが、地方都市のD社が既に提供していた類似のサービスと同じ名称であったことから、D社が商標権を侵害されたとして名称の使用差し止めを求めた。	C社は一審で敗訴し、D社から商標権を買い取ることで和解が成立した。
個人経営の店名が大手チェーンと同一	地方の個人が経営する飲食店Eが、大手飲食チェーンF社から同一の店名を使用しているとして、店名の変更を求める警告を受けた。	Eは創業以来数十年にわたって同じ店名を使用していたが、店名の変更をせざるを得なかった。

■ 商標は店の目印 模倣されぬよう登録を

INPIT大分県知財総合支援窓口
弘蔵周子さん

企業にとって知財の重要性をかみ砕いていえば、タイコーや青果、KAMIKAを支援した「INPIT大分県知財総合支援窓口」の相談対応者、弘蔵周子さん(46)=顔写真=に、商標を例に聞いた。



商標は名称やロゴマークなどを権利化したもの。自社の商品やサービス、店のイメージを視覚などに訴える形で明確に発信

し、消費者に他社製品などと区別してもらう意味がある。リピーターを増やす上でも、商標は分かりやすい目印として非常に

役立つ。商品に人気が出てくると、市場で類似商品が出回ってくる可能性がある。違いを打ち出すため、名称やロゴマークを登録し、模倣されない環境を整えておくことが大切だ。

一方、権利侵害を指摘される事業者も少なくない。店の名前が似ているなどと指摘されて看板を掛け直したり、飲食店がメ

ニュー名を変更したりと、さまざまある。商品であればパッケージから作り直すだけでなく、場合によっては製造中断を余儀なくされる可能性もある。

経営体力のある大企業よりも、中小企業や小規模事業主の方がダメージは深刻。気になることがあれば、支援機関への早めの相談を勧めたい。