



2022年4月度 東西部会報告

「商標起点の知財ミックス」

**2021年度
商標委員会 WG2**



WG2(2021年度)メンバー紹介(委員会名簿順・敬称略)

氏名	会社名	役職
田中 健太郎	株式会社サカタのタネ	副委員長・WGリーダー
齋藤 充	株式会社SUBARU	副委員長
真鍋 倫久	本田技研工業株式会社	副委員長
市川 治美	株式会社タムロン	
植本 尚美	コクヨ株式会社	
大矢 翔二郎	トヨタ自動車株式会社	
鎌田 隆	株式会社ダイヘン	
木田 敦子	DIC株式会社	
大黒 千映子	マツダ株式会社	
平 裕介	住友重機械工業株式会社	
西川 友章	花王株式会社	
西沢 弘美	パナソニックIPマネジメント株式会社	
平出 早紀子	株式会社東芝	
福島 隆夫	キヤノン株式会社	
横森 彩乃	株式会社ジェーシービー	



目次

1. 研究を始める経緯
2. 知財ミックス・知財権ミックスの定義
3. 実例
4. 知財ミックスの目的(課題)
5. 知財ミックスの事例
6. 商標担当者としてできること・
商標観点からのアプローチ



1. 研究を始める経緯

- ◆ 近年、日本意匠法や中国専利法が改正されたことにより、商標法と意匠法、さらに種苗法、著作権法、不競法といった各法域が多層的に重なり合いつつあり、「知財ミックス」という言葉が多く聞こえてくるようになった。
- ◆ しかし、この「知財ミックス」とはあくまでも「手段」であり、その目的や期待する効果は、企業によりさまざまであると思われる。
- ◆ そこで国内外の企業の事例を研究することにより、「知財ミックス」の目的と各法域の活用方法について、検討・整理し、事業戦略にリンクした知財戦略(知財経営)を図れる「知財ミックス」について、商標やブランド視点から考察してみる。



2. 知財ミックス・知財権ミックスの定義

○参考文献(抜粋)

(出典: パテント2016 Vol. 69 No. 6 P.96～P.104「知財ミックス戦略及び知財権ミックス戦略の本質的効果」)

- ・知財ミックスとは、経営資源としての知的財産を複合的かつ有機的に活用すること
- ・知財権ミックスとは、知的財産を多様な側面から複合的かつ有機的に保護すること

知的財産を複合的かつ“有機的に”活用すること・知的財産を多様な側面から複合的かつ“有機的に”保護することである。よって、その効果には、各々の知財・知財権の単独的な効果(以下、「単独効果」という。)だけでなく、“有機的に”活用・保護することによって互いに作用し合う結果生じる何らかの相乗的な効果(以下、「相乗効果」という。)が働くものと考えられる。

○商標起点の「知財ミックス」と「知財権ミックス」について

「知財権」は特許法・実用新案法・意匠法・商標法に規定されている権利を指し、これらを複合的に組みわせて権利化することを「知財権ミックス」と指すものと解する。

「知財ミックス」は、権利化が目的となる「知財権」に限らず、商標の価値ひいてはその蓄積した価値による利益向上を目的として、種苗法・著作権法・不正競争防止法等にまで法域を広げ、「知財権ミックス」では達成できなかった、ブランド価値向上・利益向上などを図るものと解する。



2. 知財ミックス・知財権ミックスの定義

WG2では「知財ミックス」と「知財**権**ミックス」の定義を下記の通りとする。

知財ミックス : ブランド価値向上のため、四法のほかに種苗法・著作権法・不競法等に法域を広げて商標権など単一の権利では達成できなかった目的を果たすこと。

知財権**ミックス** : 複数の権利で保護される(できる)対象

知財ミックスを検討する際の商標担当者としての心構え

自社・商品サービスの狙いを捉える
各法域の特徴を理解しておく

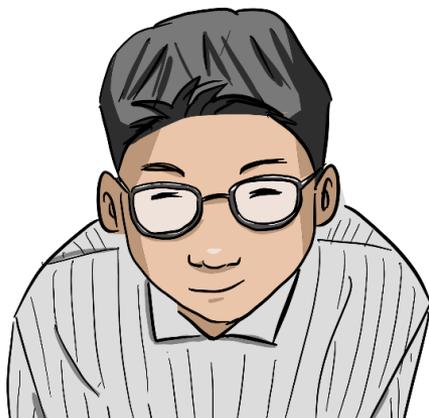


商標の特徴を生かし
ブランド価値向上へ



3. 実例

知財ミックスを検討したほうがよかった事例
を身近な例をもとにご紹介します。





3. 実例

①知財ミックスができていればもう少し保護を強化できたのに…

(保護の強化編)



斬新なこと思いついちゃった！
技術の特許権で、形態を意匠権で保護したから
もう安心。

⋮

時は流れ、〇年後



あれれ、権利が切れるってどういうこと！？
他社が似たようなことを始めてきてうちの売上が
激減してる(;▽;)

もっと上手い方法はなかったのか…



↳ 解答：期間の長い保護の仕方を検討しておけばよかった。



3. 実例

②知財ミックスが出来ていれば模倣品対策をより強固にできたのに… (模倣品対策編)



新製品のロゴを商標出願したからもう安心。
模倣品が出てきたら、
何でも差し止められるでしょ！



あれれ、ロゴが全く異なる模倣品が出てきた！
形態は似ているのになかなか税関で
差し止めてもらえない(;▽;)

もっと上手い方法はなかったのか…



↳ 解答：商標以外にも保護の仕方を考えておけばよかった。



3. 実例

③知財ミックスが出来ていればお客様により認知してもらえたかも…

(顧客吸引力の獲得編)



独自性のあるデザインでユニークな製品を
新たに開発し販売した！
短期の販売で本業じゃないし、そこまで売れないだろう。
知財戦略、ブランド戦略とか…まあいいか。



思いのほか売れて類似
商品が乱立してブランド
が希釈化してしまった(;
▽;) (一般名称化してしまうなど)。

逆に、他社に知財権を取ら
れて警告を受け、商品の
名称変更やパッケージ変
更を余儀なくされた(;▽;)

もっと上手い方法はなかったのか…



↳ 解答：ブランド戦略、知財戦略をしっかり立てておけばよかった。



3. 実例

④知財ミックスをできていればもっと利益があったかもしれない・・・

(利益向上編)



「〇〇× × △▲△」という新しい技術を
生み出した。
特許出願したし、さっそくプレスリリースして
アピールしてこ!



「〇〇× × △▲△」って言いづらいし、
全然、定着・浸透していない。
他業種への売り込みや展開も上手くいかず。
儲ける機会を失った(;▽;)

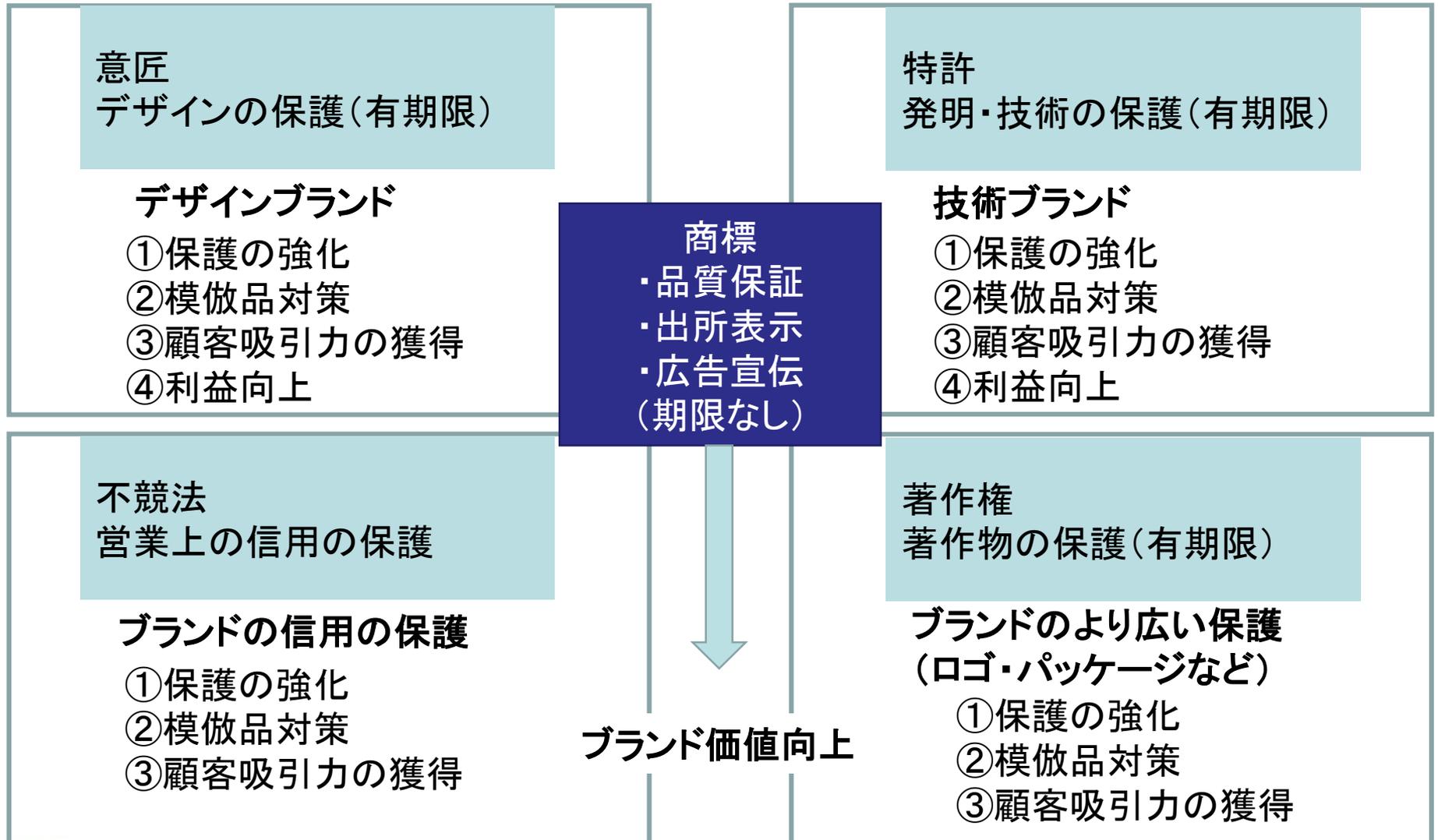
もっと上手い方法はなかったのか...



↳ 解答: キャッチーな名前をつけておけばよかった。



4. 知財ミックスの目的(課題)





4. 知財ミックスの目的(課題)

①保護の強化

特許×商標=技術ブランド確立・存続期間の延長
意匠×商標=デザインブランド確立・存続期間の延長
著作権×商標=商標で保護しきれないものを保護できる。クラス関係なく保護できる
不競法×商標=商標でカバーしきれないものを保護できる
複数法域でカバーすることにより訴訟の際により有利になる。

②模倣品対策

特許×意匠×商標×著作権×不競法=多数の法域でカバーすることにより模倣品の差止可能性が上がる

③顧客吸引力の獲得

意匠×商標=ブランドを体現するものを知財で広くカバーすることにより、オリジナルブランドの確立
意匠×商標×著作権×不競法=差別化を図り、顧客の囲い込みができる

④利益向上

特許×商標=対象商品の売上向上、他社の参入障壁をあげることができる
意匠×商標=対象商品の売上向上
ブランド力向上⇒商品化などほかへも展開し利益向上(ライセンス料など)

ブランド価値向上！



5. 知財ミックスの事例①：保護の強化

◆ 本田技研工業株式会社

- ・ 「スーパーカブ」(登録5674666)



◆ 関連する知的財産権

商標	特許	意匠	その他
◎	-	◎	-

◆ 効果

- ・ 最長20年の意匠権取得
- ・ 意匠権の権利期間終了後、立体商標登録
- ・ 基本デザインは初代から変わらない点で、意匠と商標のメリットを上手に活用しブランド保護の観点で成功を収めた

(参照サイト)特許庁 広報誌「とっきょ」平成30年8・9月号
https://www.jpo.go.jp/news/koho/kohoshi/vol38/01_page3.html



5. 知財ミックスの事例①：保護の強化

◆ タイガー魔法瓶株式会社

・「土鍋ご泡火炊き」(登録6224855)

泡でお米を包む独自の炊き方を行う炊飯器



6代目(現在のロゴマーク)

◆ 関連する知的財産権

商標	特許	意匠	その他
◎	○	◎	-

◆ 効果

- ・ 長年使用している虎モチーフのロゴで電気ケトル、炊飯器メーカーとしてのブランド確立
- ・ 炊飯器は技術の成熟化が進み、特許で十分な保護をしにくい部分がある
- ・ これを補うために、機能を商標名で示し、泡を発生させるための鍋底のデザインについて意匠登録

(参照サイト)土鍋一筋15年、タイガー魔法瓶の成長支えた知財ミックス戦略

<https://newswitch.jp/p/26880>



5. 知財ミックスの事例②：模倣品対策

◆ 任天堂株式会社

任天堂の「MARIO KART」「マリオ」等と類似する「MariCar」、キャラクターコスチューム等の表示を使用した被告に対して、著名表示冒用行為に当たるとして使用差止め等と損害賠償が命じられた。



原告表示



被告コスチューム



◆ 関連する知的財産権

商標	特許	意匠	不競法
◎	-	-	◎

◆ 効果

- ・被告会社は「マリカー」を商標登録
- ・被告会社による「マリカー」、「maricar」等の表示の営業上の使用行為及び「マリオ」等のキャラクターのコスチュームを貸与する行為等が不正競争行為に該当することが認められた。

(参照サイト)

任天堂株式会社プレスリリース

<https://www.nintendo.co.jp/corporate/release/2020/200129.html>

経済産業省 知的財産政策室 不正競争防止法の概要

https://www.ipa.go.jp/news/shinchaku/event/seminar/document/chizai_setumeikai_jitsumu/30_text.pdf

日本経済新聞2020年1月29日

<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO54993100Z20C20A1CR8000/>



5. 知財ミックスの事例②：模倣品対策

◆ カシオ計算機株式会社

G-SHOCK

「GMW-B5000」



初代モデル「DW-5000C」



米国で話題になったテレビCMを再現したプロモーション動画



◆ 関連する知的財産権

商標	特許	意匠	その他
◎	-	◎	-

◆ 効果

- ・G-SHOCKは、8割以上が海外で販売。特に模倣品が多く出回った商品であり、商標権や意匠権に基づき侵害品を排除
- ・ASEAN諸国など、多くの国の税関に対して輸入差止めの申立て
- ・ネットショッピングにおける模倣品対策も各国で行っている。国内外で出品された模倣品の削除申請を積極的に実施

(参照サイト)

事例から学ぶ商標活用ガイド

https://www.jpo.go.jp/support/example/document/trademark_guide2019/guide01.pdf#page=59



5. 知財ミックスの事例③：顧客吸引力の獲得

保護対象の例



店舗の内装(商標出願中)



オリジナル商品のパッケージやブランド
(商標登録)



紙袋のデザイン(商標登録)



【吊り下げられた状態の斜視図】



【尻尾を引き上げて人形の背中からエコバッグを取出す状態の斜視図】



【展開状態の正面図】

ヤギベエのグッズ(意匠登録)



5. 知財ミックスの事例③：顧客吸引力の獲得

時系列

1994年

2003年

2009年

2015年・2016年

2018年

2021年

カモメナルディ
CAFÉ KALDI

第30類
コーヒー

KALDI COFFEE FARM
カルディコーヒーファーム

第30類
コーヒー

ヤギベえ

第16類
紙製包装用容器、
紙類、文房具類、
印刷物
第16類
皮革製包装用容
器、かばん類、
袋物、携帯用化
粧道具入れ、傘
第16類
おもちゃ、人形、
運動用具

意匠登録



KALDI COFFEE FARM
カルディコーヒーファーム



第35類
食品以外にも織
物及び寝具／
被服／かばん
等を含む小売役
務



第30類
食品

KALDI COFFEE FARM
カルディコーヒーファーム

第8類
スプーン、フォーク
第11類
電球類及び照明用器
具、家庭用電熱
第14類
キーホルダー、宝石
箱、身飾品
第16類
のり、紙類、文房具類
第18類
かばん類、袋物、携帯
用化粧道具入れ、傘
第20類
クッション家具
第21類
台所用品、清掃用具
及び洗濯用具
第24類
織物、布製身の回り
品
第25類
洋服、靴類、
第26類
針類、テープ、リボン
第28類
おもちゃ



第35類
食品以外にも織
物及び寝具／被
服／かばん等を
含む小売役務



第9類
業務用テレビ
ゲーム機用プロ
グラム電子応用
機械器具及びそ
の部品、家庭用
テレビゲーム機
用プログラム

各指定商品／役務は主なものを記載





5. 知財ミックスの事例④：利益向上（儲かる方法）

◆ 日清食品株式会社

・カップヌードル

商標（登録1183902）

立体商標（登録4997908）

位置商標（登録6034112）

ほか



【左】現在発売されている商品のパッケージ
【右】“洋皿”をモチーフにしたキャタピラ部分を位置商標として登録

◆ 関連する知的財産権

商標	特許	意匠	実用
◎	◎	-	◎

◆ 効果

・特許技術を公開、ライセンス契約することで標準化し、市場を拡大、ブランドを浸透

⇒商品の大量普及・高収益

・知財ミックスの相乗効果による競合商品との差別化

⇒ブランド力による利益向上

（参照サイト）

日清食品ホールディングス(株) カップヌードル

<http://www.kjpaa.jp/aboutus/case/nissin>

とつきよ カップヌードル

https://www.jpo.go.jp/news/koho/kohoshi/vol40/05_page1.html



5. 知財ミックスの事例④：利益向上（儲かる方法）

◆ 株式会社サカタのタネ

サカタのタネ 「サンパチェンス」



農業関連（アグリ）技術と知的財産権



◆ 関連する知的財産権

商標	特許	意匠	育成者権(種苗法)
◎	-	-	◎

◆ 効果

- ・トロピカルな美しい花を咲かせる「サンパチェンス」をはじめ、暑さに強い品種を「暑さOK!」としてシリーズ化。
- ・枝を切って地面に挿す方法でクローン化し増やせるため、種苗法による品種登録をして育成者権で保護。
- ・農水知財では、地理的表示(GI)や地域団体商標等の活用による利益の拡大が期待される。

PVP: Plant Variety Protection (植物品種保護) の略

(参照サイト)
【進化する農業】「知財ミックス」で高収益化と保護を実現する | 広告企画 | ダイヤモンド・オンライン

<https://diamond.jp/articles/-/263874>

知的財産を活用したアグリビジネス

<https://www.jpaa.or.jp/nousui-ip/agribusiness.html>





5. 知財ミックスの各事例考察

目的	事例内容	ポイント
①保護の強化	本田技研工業株式会社 「スーパーカブ」	基本デザインは初代から変わらない点で、 <u>意匠と商標のメリットを上手に活用しブランド保護の観点で成功を収めた</u>
	タイガー魔法瓶株式会社の「土鍋ご泡火炊き」	技術の成熟化が進むと特許で保護が難しいが、 <u>商標・意匠で知財力強化</u>
②模倣品対策	任天堂株式会社 「MariCar」等への対応	<u>著名表示冒用行為に当たると認められた</u>
	カシオ計算機株式会社 G-SHOCKの模倣品対策	複数の権利による <u>輸入差止めの申立てや、ネットショッピングにおける模倣品対策を実施</u>
③顧客吸引力の獲得	カルディコーヒーファームの権利保護範囲	ネーミング、ビジュアルデザイン、店舗内装、オリジナル商品も保護対象とし「 <u>カルディ</u> 」ブランドを構築
④利益向上	日清食品株式会社 「カップヌードル」	保有権利をライセンスすることでブランドを普及させ、 <u>立体・位置商標を取得し、競合商品との差別化を図り、よりブランドを強化</u>
	株式会社サカタのタネ 「サンパチェンス」等の農水知財	<u>商標×品種登録で保護。弁理士法改正により農水知財への注目が期待される</u>

全ての事例において商標が寄与していることから、
商標担当者としてできることがあるのではないかと



6. 商標担当者としてできること・商標観点からのアプローチ

商標の特徴である品質保証・出所表示・広告宣伝機能を活用し
知財戦略を行うことで、ブランド価値の向上を図る

①保護の強化

■知的財産物の長期保護

- ・特許/意匠は期間有限であり、**自他商品・役務の識別力を有する技術や立体は商標保護**を検討

■コモディティ化した技術の優位性確保

- ・差別化できる**名称やマークに対し、商標権を取得**し、広告宣伝にて**商標を活用**させる

②模倣品対策

■模倣対策の強化

- ・模倣の類型は多岐に亘ることから、**商標権の特性を理解**し、対策を検討する必要がある
- ・商標権にて保護できない領域は**他法域を活用**することで、強固な模倣対策を図る

③顧客吸引力の獲得

■顧客の囲い込みを目指す

- ・他社との差別化や優位性確保につなげるため**商標と他法域とを掛け合わせ**、商品やサービスの価値向上を図る**知財戦略を検討**する
- ・**将来性や投資対効果を考慮**し、商標保護対象(文字・図形・立体・音等)において権利取得を図る

④利益向上

■ブランドの浸透強化

- ・顧客に商標を使用してもらうことで、新たな市場での認知拡大を目指すため、**権利取得や商標使用ガイドラインの策定**を行う
- ・**商標と他法域も含めライセンスを実施**することで利益や販売増を目指す

ご清聴ありがとうございました。

※本スライドP14-P23の内容は、公開されている情報を基にしたもので、個別にヒアリングしたものではありません。

~Creating IP Vision for the World~



一般社団法人日本知的財産協会

