

85

講師用テキスト

ブランドは 侵さず守る

新規事業立ち上げにおける知的財産制度活用の効果を知る

伝統の因州和紙をイヤリングに!

商標権、意匠権を取得し印刷会社が新たなビジネスへ



この動画のおさらい



●きっかけは和紙への印刷

長年、印刷業を営んでいく中で、和紙に印刷をして欲しいという依頼があり、和紙への印刷業務を手掛けてきた。地元で因州和紙という伝統工芸品としてあったことから、開発者であり、デザイナーの諸吉さんは、和紙を漉きに行ったりする中で、和紙を触ることで自分自身が癒しを感じていた。伝統工芸品の因州和紙を地域活性化に役立たせることが出来ないか? そんな思いが1つの形として出来たのが、和紙イヤリング「ヨボティ」。

●知的財産取得のきっかけは中国経済産業局のデザイン事業「かわいいモノ研究会」

思わず微笑んでしまう、ふと手を伸ばしたくなる、心がなごむ、親しい人に見せたい。そんな“カワイイ”の特性と、高い品質を誇る日本の伝統工芸品・工業製品の“いいモノ”を掛けあわせた『カワイイモノ』を思考・発信する研究会。それが、カワイイモノ研究会。その研究会に諸吉さんは参加。そこで、イヤリングのかわいさを追求すると同時に、知的財産のことも学び、知的財産取得への意識も高まった。そもそも名前「商標権」と形「意匠権」の事をあまり詳しく知らなかったが、勉強することで他社への侵害、模倣品被害などの事を学び、デザインだけではなく、手法や技法も守りたいという考えが強くなり商標権、意匠権の取得をすることになった。また、取得する事で他社の商品についての見方も備わったという。

●マーケティング

2015年2月に東京ビックサイトで開催されたギフトショー。

ギフトショーへの出展のきっかけも、和紙のイヤリングは好評で、デザイナーやバイヤーなどから問い合わせが相次いだ。ギフトショーに出店する事で、ユーザーの反応を知ることができ、ビジネスを進めていくうえで大きな一歩となった。印刷会社発の和紙のアクセサリーブランド「YOBOTY (ヨボティ)」。日本全国、そして世界に広めていければと、デザイナー諸吉さんは話す。

MEMO



スタディーケースについて 以下の設問について考察しましょう。

1. 商標登録はどのような効果がありましたか

- 商標権者であるとのアピール効果
- 自社内（従業員間）でのブランド意識向上
- 自分のブランドを守る（他人に自分のブランドを使用させない）効果
- 顧客への安心・安全の品質保証や宣伝効果

2. 意匠登録はどのような効果がありましたか

- デザイン独自性のアピール効果
- 今後の類似品排除
- 他人がデザインを盗用するのを抑制する効果
- 特許権では保護できない商品をデザイン面で保護する効果
- デザインをブランド化させる効果
- 顧客への宣伝効果

3. 自社で商標権や意匠権の対象となるものを挙げてみましょう

- 商品ロゴ
- 商品に付される、デザイン化されたマーク
- 宣伝用に作成した、商品を連想させる音や色
- 抜き差しし易い押しピンの形状
- スマホケースのデザイン

MEMO

85

受講者用テキスト

ブランドは 侵さず守る

新規事業立ち上げにおける知的財産制度活用の効果を知る

伝統の因州和紙をイヤリングに！
商標権、意匠権を取得し印刷会社が新たなビジネスへ



この動画のおさらい



●きっかけは和紙への印刷

長年、印刷業を営んでいく中で、和紙に印刷をして欲しいという依頼があり、和紙への印刷業務を手掛けてきた。地元要因州和紙という伝統工芸品としてあったことから、開発者であり、デザイナーの諸吉さんは、伝統工芸品の因州和紙を地域活性化に役立たせることが出来ないか？と考え、そんな思いが1つの形として出来たのが、和紙イヤリング「ヨボティ」。

●知的財産取得のきっかけは中国経済産業局のデザイン事業「カワイイモノ研究会」

思わず微笑んでしまう、ふと手を伸ばしたくなる、心がなごむ、親しい人に見せたいくなる。そんな“カワイイ”の特性と、高い品質を誇る日本の伝統工芸品・工業製品の“いいモノ”を掛けあわせた『カワイイモノ』を思考・発信する研究会。それが、カワイイモノ研究会。そもそも名前「商標権」と形「意匠権」の事をあまり詳しく知らなかったが、勉強することで他社への侵害、模倣品被害などの事を学び、デザインだけではなく、手法や技法も守りたいという考えが強くなり商標権、意匠権の取得をすることになった。

MEMO



スタディーケースについて 以下の設問について考察してください。

1.商標登録はどのような効果がありましたか

(参考事例) 自分のブランドを守る (他人に自分のブランドを使用させない) 効果

2.意匠登録はどのような効果がありましたか

(参考事例) デザイン独自性のアピール効果

3.自社で商標権や意匠権の対象となるものを挙げてみましょう

(参考事例) 商品ロゴ、→商品に付される、デザイン化されたマーク

MEMO