ブランドの確立と保護

2025年10月27日

弁理士・米国弁護士　龍華　明裕

ブランドの確立と保護に必要な業務を、A．ブランド戦略の策定、B．商標選択前の調査、C．商標登録、D. 商標登録後の管理・監視 の４段階に分けてご紹介いたします。

A．ブランド戦略の策定

ブランド戦略は、会社の理念や方向性を反映させるため、まず自社内で検討されることをおすすめします。自社の理念や将来の事業方針、顧客に伝えたい価値などを踏まえた方針づくりが大切です。

弊所では、その過程で商標面および法的観点からの助言・サポートを随時ご提供いたします。

１．ブランドラインの明確化

高級志向のブランド、低価格志向のブランド、健康志向のブランドなど、貴社が消費者に訴えたいことを、いくつかに分類してブランドラインを明確化します。

企業買収の際にも、買収先の商品を既存のブランドラインに統合するか、ブランドラインを新設するかを判断する必要があります。

２．コア商標の選定

ブランドラインごとに共通して使用されるコア商標を選定します。

３．ブランド使用方針の策定

商品やサービスごとに、コア商標にどのような要素を組み合わせるか方針を決定し、商標のバリエーションの幅を定めます。

４．デザイン憲章の作成

上記２のコア商標と、上記３の付加要素の使い方、パッケージ上の表示位置、大きさ、色などの、商標使用Rule（デザイン憲章）を作成します。この部分は、ロゴ専門のデザイナーに依頼することができます。弊所のロゴにも、ロゴ専門デザイナーが作成したデザイン憲章がございます。

Ｂ．商標選択前の調査

選択した商標に類似する商標が既に登録されていると、他者の権利を侵害するおそれや、商標を登録出願しても出願が拒絶される恐れがあります。このため商標の使用を開始する前に登録商標を調査する必要があります。

調査内容

1. 登録の可否（類否・識別力等）の調査
2. 商標が与える印象・イメージ調査
3. 覚えやすさ・発音のしやすさの調査

主要国の類似商標だけは日本からオンライン調査が可能ですが、他の点については現地代理人の意見を聞く方が安全です。出願時にのみ生じ、国により費用が大きく異なるので、都度お見積もりをお送りいたします。

事業規模や展開スピードに応じて、商標登録の範囲を段階的に広げる設計も可能です。

優先順位づけ（国内→海外、主要ブランド→派生ブランド）を行い、費用を最適化いたします。

C．商標登録

ブランド戦略で定めたコア商標と、必要であれば、それらのバリエーションを商標登録することで、商標の使用権を確保しておくことが重要です。

商標登録していない場合、商標権を有する第三者から、商標の使用差止や損害賠償を請求されるおそれがあります。一方、商標権を取得することで、自社ブランドの独自性を保護し、他社による模倣や混同を防止することができます。他社の権利を侵害していないことを確認できるので、安心して商標ブランドの展開を進めることが可能になります。このように、商標登録は「攻め」と「守り」の両面からブランド価値を支える重要な施策です。

Ｄ．商標登録後の管理・監視

商標は使用を継続することで信用が蓄積され、価値が高まります。したがって、商標登録後の管理と監視の継続的な実施が重要です。

商標登録の更新や使用証明の提出の期限を管理する必要があります。また、商品の展開や使用状況の変化を定期的に確認することが重要です。

１．自社商標に関する管理

下記（１）（２）の期限管理は**弊所**にて行っております。

（１）更新期限の管理および更新手続

（２）使用証明の期限管理および提出対応

（３）（４）は**貴社ご自身**で実施されることをおすすめいたします。

実際の事業展開や商品の運用状況を最も正確に把握できる社内での確認が不可欠であり、ブランドや商品構成の変化をタイムリーに反映できるためです。

弊所では、必要に応じて確認結果に基づく追加出願や登録内容の見直し等に関する助言を行うことができます。

（３）商品・役務範囲の定期的確認

商標登録後に、当初は想定しなかった商品役務に対して商標が使用される場合があり、この場合は、商品・役務を追加した新たな出願を行う必要があります。

（４）商標使用状況の定期確認

商標登録後に、商標にロゴ等が付記されたり、登録商標中の一部の要素のみが使用をされたり、商標にデザインが加えられる場合があります。

この場合は、程度により新たな商標登録出願をすることが好ましいです。

ブランドを確立するためには、**登録商標と同一の態様**で継続的に使用することが重要です。

商標の使い方が変わると、ブランドの統一性が損なわれるだけでなく、「**登録商標として使用していない**」とみなされるおそれがあります。

また、登録後に長期間使用していない場合には、**不使用取消審判**を請求され、商標権が取り消されるリスクもあります。

このため、登録商標と同じ形での使用を徹底し、**使用実績を記録・保存**しておくことが大切です。

２．他社による類似商標への対応

定期的なモニタリングを行うことで他社による類似商標を監視します。

（１）使用監視

侵害品を探す目的でのモニタリングは、**半年から1年に1回程度**の調査を行うことが多いです。

ただし、模倣品の懸念が高い地域については、より短い周期での監視も可能です。

類似商標が使われていたことを発見した場合は書簡を送り使用をやめてもらいます。

悪質な場合は、警告書、使用の差し止め、税関での輸入差し止めの手続きを採ります。

ただし書簡の送付で解決することが殆どです。

（２）出願監視　　① 監視方法

欧州では、商標登録を行うと、類似商標が出願または公告された際に自動的に通知するシステムが整備されています。当該通知が届き次第ご報告いたします。

欧州以外では、類似商標の自動通知制度が整備されていないため、各国の出願公報を定期的に監視する必要があります。そのため欧州以外では、外部専門会社による watch service を活用し、効率的かつ確実に類似商標を把握します。

watch service とは、各国・地域の商標庁で新たに出願・公告された商標の中から、貴社商標と同一または類似する可能性のある商標を自動的に抽出し、迅速に通知する専門サービスです。

watch service には、**Clarivate（CompuMark）、Corsearch、Questel、Mark-i** など国際的に実績のある商標監視専門サービスがあり、世界 180〜200 以上の国・地域を対象に高精度の監視が可能です。

国数・監視方式・商標数に応じて費用が発生します。精度向上のため 、AI による自動抽出に加え、専門アナリストによる目視確認が行われるサービスもあり、検出品質には差があります。導入の際は、監視したい範囲や予算に応じて**適切なプランを選択**する必要があります。

②監視期間

出願が公開されてから異議申立期間が終わるまでの期間（例：７か月）から、**異議申立の準備期間**（例：1か月）を差し引いた周期で調査する必要があります。

③同一または類似の商標出願が発見された場合

・類似商標の出願を発見した場合は、異議を申し立てます。

・異議申し立ての前に書簡を送り、混同防止措置の合意を得る場合もあります。

例えば、欧州商標庁は類似商標を拒絶せず、商標権者からの異議を待って審査するので、異議申立が重要です。

中国商標庁も、国際登録との類似を見落とすことが頻発したので、異議申立が重要です。