

【6.6.0.12】商標調査における共通事項－企業動向調査

競合企業の出願動向を把握することで、その企業のブランド戦略の傾向を知ることができる。これは、自社のブランド戦略の計画を立案する際の参考情報となる。商標における企業動向とは、要するに、誰が、どのようなブランドをどのような市場にどのように出願しているのか、ということ調べることである。

1) 基礎知識・準備編

特定企業の動向調査はまず、出願人・権利者の名義検索を行うことから始める必要がある。調査対象とする出願人あるいは権利者の正確な名義を把握することが重要である。

正確な名義の把握において注意すべき点は①ブランド名として消費者に広く認識されている名称と商標権の名義として使用される登記上の名義が異なっていたり、②社名変更や③企業合併などで権利者名義がある時点を境に変更されていたりする場合があるので注意が必要である。これら企業名などは各企業のウェブサイトなどを参考にすると良い。また、企業によっては現地法人名義にて出願をおこなう場合もあるので、注意が必要である。

①ブランド名と登記上の名義が違う例

Ray-Ban ⇔ Luxottica Group S.p.A.

②社名変更の例

Minnesota Mining & Manufacturing Co. ⇔ 3M Company

③合併により権利者名義が変更された例

ユジノール、アセラリア、アーベッド ⇔ アルセロール

※現在は、さらにミッタルと合併し、アルセロール・ミッタル (ArcelorMittal)

Point

企業動向調査においては「出願人」となる企業名の把握がポイントとなる。各企業のウェブサイトなどでできるだけ多くの情報を収集し、検索条件に活用する。