

Mishima Shokuhin

三島 食品 株式会社

ふりかけ食品・スープ・レトルト食品の製造・販売



商標権は単独では存在しない

商品や経営、人間関係など

多くのものが関わっている

商標権は企業経営において強力な武器になる。しかしながら、使い方を間違えば自分を傷つける脳刀の剣にもなる。赤しそふりかけの一般名称と思われるがちの「ゆかり」は、実は三島食品の登録商標。今やふりかけという扱いを超えて、人気の調味料として脚光を浴びている。同社で商標権の管理を行なう法務担当の高野智範さんは一つ苦い思い出がある。数々のコラボレーションを開拓する現在と、その出発点となったエピソードについて聞いた。



コンビニエンスストアとのコラボ商品おにぎり。①「三島食品の『ゆかり』使用」、②レジスターのマーケットの2種類を表示している

——商標登録といつ形があることか、先方も大事な娘さんをお預かりする「みたないな感覚になるかもしませんね」とは義務ではありませんが、入れることで企業がその商品をどれくらい大事にしているかを伝えることができます。そこに関しては大いに思っています。

——コンビニエンスストアとコラボレーションがされていますね。

高野：日本ではレジスターのマークを付記する

——これはどのように話が進んだのですか？

高野：最近の一番の成功例が、広島の海苔メーカー「ゆかり」です。これは弊社の赤しそエキスを使用していただいたうえ、パッケージにもレジスターのマークと「三島食品の『ゆかり』」を記載。おかげさまで売り上げも好調で、商標を使用する際の使用許諾契約も結んでいます。地場のメーカーと一緒にロボレーションということで地域おこしにもつながらっています。

——コラボレーションを行う際、「ゆかり」を商標登録していることによるメリットはありますか？

高野：権利があるからこそライセンスという形で企業対企業の関係性が結びやすいところはあると思います。契約を結ぶことで永続的な協調関係を築くことができるとさすがにあります。契約してとてもいい開拓をしていました

——まず率直に、商標権というものをどう捉えていらっしゃいますか？

高野：基本的に商標権に関しては、ただ所有しているだけでは意味がないと思っています。使用実績を積み重ねていくことで、商品を大事に育てたい思い、商標を護っていただきました。どの会社もすべての商品を商標登録するわけではなく、大事な商品に関して商標権を取得し、権利によって保護していくという考え方ですね。弊社も赤しそふりかけをブランドとして大切に育てていきたいという思いが強まって、商標登録に至りました。

——ゆかりは1970年に発売され、1999年商標登録されました。

高野：当時、「ゆかり」は別の会社が商標権を持っていたが、弊社で発売した赤しそふりかけが全国的な広がりを見せていく中で、商品を消費者の皆様に認知してもらおうと、商品名の一般化を避けるために、弊社の商品パッケージには、「ゆかり」は三島食品株式会社の登録商標です」という文言やレジスターを常に付記して周知を図っています。

——商標登録されて20年、商標権を巡る状況は変わりましたか？

高野：報告を受けると、案件にもよりますが弊社側から先方連絡を取ります。その際は決して、権利の侵害を責める。という立場ではございません。弊社の商品を使ってくださっている

1	2	3	4	5	6
他の違いが「見える化」された	従業員の「レベルアップ」を推進できた	競合する企業との「競争で優位」に立てた	取引先との「交渉力」を強化できた	顧客にオリジナリティーを「伝える」ことができた	パートナーとの「関係づくり」に活かせた

Benefit of Acquisition
知的財産権の活用で得られたメリット

高野：私が知財担当になったのは2010年です。そこで、「ゆかり」は三島食品の登録商標。とう認めはだいぶ進んでいました。一番変わったのは時代的にコラボレーションの依頼が増えたことです。それに応じて自社の商標権をどう運用していくか、というスタンスが問われるようになってきました。

——ゆかりを使ったコラボレーションに関しては、「原材料としての『ゆかり』の使用」と、「名称（ブランド）としての『ゆかり』の使用」の2つを分けて考える必要がありますね。

高野：おっしゃる通りです。弊社の場合、まずは商品を原材料として購入していただき、その後でブランドを使用していくなど、2段階があります。商品の売買契約があつたうえで、商標権の使用契約があるという形ですね。弊社は食品メーカーですので、あくまでもしっかりと原点を置きながら、それ同時にブランドを育成していくという考え方をしています。

——コラボレーションについて、いろいろな形態を取られていますね。

高野：最近の一番の成功例が、広島の海苔メーカー「ゆかり」です。これは弊社の赤しそエキスを使用していただいたうえ、パッケージにもレジスターのマークと「三島食品の『ゆかり』」を記載。おかげさまで売り上げも好調で、商標を使用する際の使用許諾契約も結んでいます。地場のメーカーと一緒にロボレーションということで地域おこしにもつながらっています。

——コラボレーションを行う際、「ゆかり」を商標登録していることによるメリットはありますか？

高野：権利があるからこそライセンスという形で企業対企業の関係性が結びやすいところはあると思います。契約を結ぶことで永続的な協調関係を築くことができるとさすがにあります。契約してとてもいい開拓をしていました

——取引することで、商標権侵害商品の発見もつながるんですね。

高野：報告を受けると、案件にもよりますが弊社側から先方連絡を取ります。その際は決して、権利の侵害を責める。という立場ではございません。弊社の商品を使ってくださっている

**商標権を厳密に管理しきて
売り上げや会社同士の関係を失つてしまつては意味がない**

高野：最近の一番の成功例が、広島の海苔メーカー「ゆかり」です。これは弊社の赤しそエキスを使用していただいたうえ、パッケージにもレジスターのマークと「三島食品の『ゆかり』」を記載。おかげさまで売り上げも好調で、商標を使用する際の使用許諾契約も結んでいます。地場のメーカーと一緒にロボレーションということで地域おこしにもつながらっています。

——コラボレーションを行う際、「ゆかり」を商標登録していることによるメリットはありますか？

高野：権利があるからこそライセンスという形で企業対企業の関係性が結びやすいところはあると思います。契約を結ぶことで永続的な協調関係を築くことができるとさすがにあります。契約してとてもいい開拓をしていました

——取引することで、商標権侵害商品の発見もつながるんですね。

高野：報告を受けると、案件にもよりますが弊社側から先方連絡を取ります。その際は決して、権利の侵害を責める。という立場ではございません。弊社の商品を使ってくださっている



三島食品法務担当の高野智範さん

商品の売買契約があつたうえで商標権の使用契約がある

大事なのは常にものづくり

Product Examples

商品例と知的財産権



ゆかり味のり

三島食品と同じ広島に拠点を置く海苔メーカー「やま穂」から発売。三島食品の赤しそエキスを使用し、原材料、パッケージ表示、使用許諾すべてで契約を締結。高野さんが「最高傑作」と呼ぶ1品。



ふりかけ三姉妹

赤しそふりかけの「ゆかり」に、ピリ辛たらこふりかけの「あかり」と青しそふりかけの「かおり」を加え、近年は「よりかけ三姉妹」として売り出しました。ゆかりだけでなく、あかりもかおりも商標登録を取得済み。



瀬戸風味

ゆかりと並んで三島食品が誇るロングセラーフリーカーで、「瀬戸風味」という名前も商標登録されています。広島では学校給食に使用されるほどの定番で、広島の特産品「ザ・広島ブランド」にも認定されました。



Yukari Classic

赤しそエキスを挽削とブレンドした、三島食品初のリキュール商品。この新商品の発売にあたり、これまで加工食品等の分野でしか取扱っていないかったゆかりの商標登録を酒類にまで拡大させました。

Company Profile

三島食品株式会社

代表／代表取締役会長 三島 豊

代表取締役社長 宮原 雄一

本社所在地／広島県広島市中区南吉島2-1-53

事業内容／ふりかけ食品、スープ・レトルト食品の製造販売

電話／082-245-3211



持ち運びに便利なペン型容器に入った「ゆかりペンスタイル」

商品開発の方向性によって、商標権の管理も更新していないといけないのですね。

—商品開発の方向性によって、商標権の管理も更新していないといけないのですね。

—どのジャンルの商標権を押さえるか、展開を考えておくことが大事だということですね。

高野：「ゆかり」に関しては、これまでには加工食品やお弁当といった分野だけでしたが、2018年、「YUKARI CLASSIC(ゆかりクラシック)」というリキュールを発売しました」とで酒類での商標権も取得しました。

—商品開発の方向性によって、商標権の管理も更新していないといけないのですね。

高野：「それと同時に「これは今使わないな」という商標権は手離すことも進めています。名前を抱え込んでおいて使わないのはもったいないですし、それならば大事にしたいと思われている方に育ててもらいたいですから。

—お話を伺っていると、「商標権」とその名称を独占して、他に利益を奪われないための権利」というイメージとは異なります。

高野：「他の会社と良い関係を築くためのツールとして商標権を使いたい。商標権を使うことで、永遠的な協力関係を築き、一緒に売り上げをあげたい。お互いがWIN-WINになるようなものじゃないと、使う意味がないと思います。



当社で開発した赤しそ新商品「豊香」。完成後すぐに商標登録し、販売を開始した

Trademark License
商標権ライセンス契約に基づく協業体制の確立



ライセンシー側のメリットとして「商品売上増加」「商品知名度向上」「統発商品全般的立ち上げ」、三島食品のメリットとして「ロイヤリティー売上」「商品販売売上」「将来的なな関係構築」などが挙げられる。このように、両者がWIN-WINの関係になる協業関係を目指している

—「ゆかり」とは遊のバーティーンですね。

—権利だからといって、それを声高に叫ぶものではないと?

—他にも商標権を扱ううえで気を付けてい

—適用するジャンルは違つても、同じ名前を使つているという縁で協力しているということでしょうか?

高野：坂角総本舗さんは東海地方で、弊社は西日本と主な活動地域も異なるので、各地域で類似品を見つけたら連絡を取り合うなど、お互いの商標保護に向けた協力関係を構築しています。

—かつては秘密だったのですか?

高野：まだ経験が浅かった時分に、商標権の管理で約束定規な対応に終始していた頃があります。表現の仕方を巡り企業間で一致せず、会社間の関係に冷や水をかけた経験がありました。表記の仕方を巡り企業間で一致せず、会社間の関係に冷や水をかけた経験があります。この事案は知的財産権により自社商品売れ上げに悪影響を与えてしまった私の中での苦しい経験の一つです。2段階目の商標権にこだわるあまり、一段階目の商品売り上げを失ってしまいます。そのため、商品ターゲットとして本末転倒です。

それ以来、基本的には相手方の進路やすいやよいを形をとつて、その中で弊社の考え方や思いを伝えていくという手法を続けてきました。

—ありますから、今はぜひぶん乗らかくなりましたよ(笑)

—商標権という部分最適が実現しても、会社の利益という全体最適が実現しなければ何にもならないということですね。

—商標権はあくまで一つのツールです。それを意識せず、使い方を間違えてしまうと取引先との関係を一気に壊しかねない諸刃の剣になります。そこは担当者の度量が問われるところだと思います。

—商標権の断捨離を心がける



—取得は簡単だが捨てることが難しい

—最後に、「今後どのような形で商標権を運用していきたいですか?」

高野：他の会社とより良い関係を築くための方法ははずつと模索していかなければならぬと思っています。あとは何があるかに契約内容を見直し、毎回アコ入れをしながら微調整を施すことが大事です。一度権利を得た後、それでおしまいではなく、会社の状況や時代の変化に合わせて柔軟に対応できる体制を整えておかなければいけないと思っていますね。

ではなく、商品の品質や売り上げ、企業間の関係や人間関係など多くのものが関わっています。そうした全体像を考えながら話を進めると重要な体験だと考えています。

—商標権の断捨離を心がける