

知財の広場

ヒット商品と知財保護・戦略

「ベビースター*」でおなじみの株式会社おやつカンパニー*さんの知財事例です。 開発した商品が特許で権利化できない場合、商品の外観デザインの「意匠」やネーミングの「商標」を検討されてはいかがでしょうか？

1) 商品の外観デザイン

2007年に発売し大ヒットしたお菓子「フランスパン工房*」を元に開発された「パン de ショコラ*」は、開発当初、味は好評だったものの、全面にチョコレートをコーティングしたため、“シイタケ”のようだと指摘され、そこで見栄えをよくするために、全面コーティングでなく、波模様のデザインを特徴とする商品を開発された。

2) 知財保護／出願戦略

この「パン de ショコラ*」については、商標出願がされ、従前の特許出願にて知財保護がされていましたが、弁理士との定期的な勉強会で意匠出願の可能性があるとのことと、意匠出願を6件された。

その後、他社の同じような商品では、直線状の模様のチョコレートを掛けたお菓子はあるものの、波模様のお菓子は発見されていません。

<p><意匠登録 1334077、1334469、1334471> 菓子 (基礎) (関連) (関連)</p>			<p>* 波模様の方向性に注目して下さい。</p>
<p><意匠登録 1334078、1334470、1334472> 菓子 (基礎) (関連) (関連)</p>			<p><別の登録意匠> 意匠登録 1414105 麵状菓子</p>

3) 知財データから

特許情報プラットフォームにて検索してみると、(株)おやつカンパニー*さんの出願は「特許出願：17件／意匠登録：7件／登録商標：204件」です。データから知財戦略が見えてきます。意匠の数は少ないものの、知財保護である「知財ミックス」の実践を十数年からされていることになり、デザインでの知財保護・ブランド化ができていると言えそうです。

< *印の標章はすべて登録商標です。データは2021年10月時点のもので、 >

< 参考：特許庁「なるほど、日本の素敵な製品2」2012年 >

吉井映滋 (知財ナビゲーター)