

知財の広場

心に残るブランド名（ネーミング）の作り方

心に残るブランド名は、単なる「おしゃれな単語」の組み合わせではなく、記憶に残りやすく、ブランドの想いが直感的に伝わる構造を持っています。

良いネーミングがもたらすメリット

- (1) 一度聞けば覚えられる名前は、自然に口コミで広がります。
逆に覚えにくい名前は認識されにくく、すぐに忘れられてしまいます。
- (2) 名前の響きだけで「高級感」や「親しみやすさ」が印象づけられます。
言葉選び一つで第一印象をコントロールできます。
- (3) 名前を商標登録することで、他社による模倣を防ぐ強固なブランド資産となります。

良いネーミングを作るための5つのステップをご紹介します。

ステップ①：まずはブランドのコア（核）を言葉にします。「誰に」「何を」「どのように」提供するのかを言語化しましょう。

ステップ②：ブランドのコアが決まったら、連想される言葉を質より量で出し切ります。この段階でとにかく多くを書き出すことがポイントとなります。

ステップ③：出された言葉のうち、例えば2つの言葉を掛け合わせたり、言葉の一部を削ったり、言葉の頭文字を繋げたりするなど、独奏的な語句に作り上げていきます。

ステップ④：ステップ①で決めたターゲットとコンセプトに照らし合わせて候補を絞り込みます。

ステップ⑤：絞り込んだ語句が他人の権利を侵害していないかどうかを商標調査を行います。

事例を挙げます。



お父さん



ソフトバンク株 株式会社池田模範堂 株式会社ブリジストン みなみ信州農業協同組合

出展：事例から学ぶ商標活用ガイド 経済産業省・特許庁（2024年）

NPIT 滋賀県知財総合支援窓口 支援担当者 西脇 吉徳