

商標権だけでは類似品を排除できない

会社概要

マトンの肉と蒸した中華麺を独特のスープでキャベツなどと共に煮込んだご当地グルメとしてお客に提供している。マスコミの影響もあり、全国に知られるようになったことから、当地のみならず全国どこでも手軽に食べられるようにと、カップに入れて販売したところ、全国に販路が拡大している。

当社では、カップ入り当地グルメを販売する際には、商標権を取得した。

きっかけ

・相談内容

発売から3年が経過したころ、同業他社から、コンセプトが同じで商品名が異なるカップ入り当地グルメが販売され、次第に市場が広がっていた。

当社では、商品名について商標権を取得しているのですが、同業他社の類似品を排除することができないかと相談があった。

支援内容・ポイント

同業他社の類似品の商品名は、当社が所有する登録商標と異なるため、同業他社の類似品を排除することができなかった。

また、商標権以外に法的措置について検討し、類似品がほぼデッドコピーであることから、不競法の適用を検討したが、同社が発売開始後既に3年以上が経過しているため、不競法による排除もできないことが判明した。

発売当時、商標出願する際に、専門家に相談したが、商標以外の保護策について助言がなかったため、商標権のみの取得となった。

成果

同社は、この事例を通じて、商品を知的財産権で保護することの重要性を知ることができたことは大きな収穫であったと述べている。

発売以後、次第に人気が出るようになったとき、他社は模倣した商品を販売して儲けようとする。この模倣品の流出を阻止できる対策としては、知的財産が有効であり、当社がこのことに気付いたことが唯一の救いであった。