

ENGINEER

MPDP

ダイアリー

高崎 充弘

第68回 「ネジザウルス」の商標的価値の考察(4) ～商標からブランドへ～



[Profile]

東京大学工学部卒業後、三井造船入社。米国レンスラー工科大学で修士課程修了後、(株)エンジニアの前身である双葉工具に入社。2004年に同社代表取締役社長に就任。独自の「MPDP理論」によるニッポンのモノづくり立国を提唱している。

前号まで3回にわたってネジザウルスの商標的価値について考察しました。まず、商標の3つの機能「出所表示機能」「品質保証機能」「宣伝広告機能」がネジザウルスの開発から販売の過程でどのように働いたかを検証。次にそのプロセスを①名前に込める願い ②登録商標と顧客満足のリンク ③名は体を表す ④商標の恩返し——と時系列に分類し、これら4つのステップがMPDP(マーケティング、パテント、デザイン、プロモーション)とリンクしていることをお話ししました。中小企業の弱みと考えられてきた商標の「攻め」の活用が、このプロセスによってうまく進むようになればと考えています。

商標の活用においては「攻め」と同時に、他者に同一または類似の商標を使わせないという「守り」も重要であることはいうまでもありません。商標権を取得している多くの中小企業も、称呼が類似する商標をウォッチし、商標権侵害があればしかるべき対応をとらなくてはならないことは十分理解されています。そこで今回は、「ネジザウルス」をブランドへと成長させ、その価値をさらに高めていくために当社が取り組んだ「守り」のテクニクについてお話ししたいと思います。

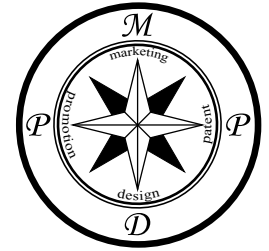
2003年に「ネジザウルス」の商標出願後、関連の商標は「バズーカ」(2010年出願)、ウルスキャラクター図形(同)、「Neji-saurus」(同)、「VAMPLIERS」(2011年出願)、「Neji-mogura」(2017年出願)、「バイスザウルス」(同)、「ポンプラザウルス」(同)など国内で10件出願しました。これらのなかに「守り」を重視した戦略で出願した商標が2つあります。それは2017年のカ

ンブリア大爆発(本稿2017年11月号)で誕生したバイスプレイヤー型とウォーターポンププレイヤー型のネジザウルスに付けた商品名です。

それまでのネジザウルスは、GTやRXのように2文字のアルファベットを最後に付けて商品の識別を行っていました。しかし、シリーズが10種類以上に増え、それぞれの特徴を分かりやすく説明するネーミングが必要になったことと、ネジザウルスと雰囲気似た商標はできるだけ自社で登録しておきたいという狙いがあり、「バイスザウルス」と「ポンプラザウルス」の商標出願を行いました。

ネジザウルスという識別力があるメインの商標を適切に使用する「攻め」の戦略は変わりませんが、「希釈化」や「汚染」と呼ばれる、商標の普通名称化や信用力の低下を防ぐための「守り」を一層充実させるには、サブの商標も必要だと考えたからでした。メインとサブの商標の相乗効果が得られるよう、「攻め」と「守り」のバランスの取れたプロモーションを展開することが重要だと認識しています。

「一家に一本、ネジザウルス」を合言葉に営業活動を続け、おかげさまで今般シリーズ累計売り上げ400万本を達成しました。商標「ネジザウルス」の出願から15年経過して、知名度も上がってきましたが、周知商標と位置付けることはできるのか、あるいは著名商標にまで成長しつつあるのか、自分たちで判定することは現在のところできません。しかし、MPDPの実践を通じた商標戦略を展開し続けることで、いつの日かネジザウルスを「防護標章登録」でできるような世界ブランドに育てたいと思っています。



銀：今日はホットニュースから報告させてもらえまっか？ 水回りの救世主「ポンプラザウルス」がJAPAN DIY HOMECENTER SHOW 2018の新製品コンクールで「経済産業省製造産業局長賞」を受賞しました～！ 大臣賞に次ぐ2番目にすごい賞でっせ。

ウ：2009年にネジザウルスGTがDIY協会会長賞（3位）を受賞、2016年にはバズーカが最高の経済産業大臣賞を受賞したから、3-1-2のサイクルヒット！

高：MPDPを愚直に実践して誕生した新製品がこのような素晴らしい賞をいただけるのはうれしいことだね。

銀：ワシら開発チームも、今回の新製品コンクールやグッドデザイン賞の受賞を、MPDPがうまく機能したかどうかを知るためのメルクマールにしてみんねん。

ウ：今回の受賞を機に、家庭でDIYをされる方にも商標「ネジザウルス」が浸透して、全国レベルでの周知性が高まり、著名商標に近づいてほしいでんな。

銀：ところで、その周知性や著名性は誰がどうやって決めまんの？ ネジザウルスの場合はどうなんやろ？

高：アンケート調査や面接が有力な判定方法だが、母集団の数やバックグラウンド、質問の適正さなど、きちんと設計されたものでなければならない。

ウ：社長はんは、随分前からセミナーや講演会で「ネジザウルス知ってまっか～？」「もう使ってはりまっか～？」ゆうて毎回最初に参加者に聞いてますやん。

高：いやあれは、アンケートが目的ではなかったんだ……参加者のレベルに応じて話をしようと思って。

銀：それでも、ざっくりした周知性は判定できるんちゃいまんの。数年前と比べたら上がってきまっか？

高：機械工具業界の講演会ではさすがにほぼ全員ご存じで、一般製造業者は70～80%、その他社会人は40～60%。学生さんはものづくりにあまり興味がないのか……残念ながら20%。平均すると「ネジザウルスを知っている人」は講演会参加者の半分程度かな。

ウ：2010年ごろは10%以下やったから、周知性は5倍以上になってまっせ。この調子で頑張りまひよな！

銀：頑張るっちゅうたら……読者の皆さま～、特に大阪市内にお勤め、あるいはお住まいの皆さま～、前号の最後にお話しした「ネジレスQ隊」覚えてはりまっか？ キャラバンカーのウルス号に貼るシールも完成し、ネジトラブルのSOSを今や遅しとお待ちしてまっせ！

ウ：はやる気持ちは分らんでもないけど、トラブルはないほうがええねん。消防車や救急車と同じや。^^;

高：もちろん「ネジレスQ」の商標も37類（建設、設置工事および修理）で出願済みだ。役務の商標は「MPDP」に続く2つ目になるね。

銀：今回のテーマは商標活用における「守り」やけど、今年はずい商標権侵害がありましたな！

ウ：インターネットショップで中国製と思しきプライヤーが出品されてて、その名前に「ネジザウルス」「エンジニア」だけやのうて何と「バイスザウルス」まで書いてあって……びっくりするやら、あきれるやら。^^;

高：早速、オンラインフォームを通じて知的財産権侵害を申告したところ、いったんは該当製品が削除されたものの、引き続き新たな侵害品の出品が確認された。そこで、顧問弁護士を通じて商標権侵害行為の中止の指導とアカウントの停止を求め、ようやく一件落着。

銀：それからホームページに注意喚起の文書を掲載。

ウ：知的財産権侵害に対する当社の断固たる姿勢を示すことで、侵害行為を抑制する狙いもありません。

高：これからも商標の「攻め」と「守り」をうまく活用して、「ネジザウルス」のブランド価値を高めてゆきたいね。

