

## 新しいタイプの商標の活用法

2010.05.26 弁理士 土生 真之

新しいタイプの商標として、音・動画・色彩・位置・ホログラムを商標として保護するよう商標法改正の検討が進められている。ただし、新しいタイプの商標がいつから導入されるのかという点については、未だ先行きが見えない状況である。

ところで、音や動画等は、従来の文字等の商標とは異なり、非常に豊富な情報を消費者に伝えることができる。その情報には感性的な情報も含まれる。最近のマーケティングに関する研究によると、「音」や「動き」には、消費者の購買活動を左右するだけの力があるらしい。例えば、スーパーでフランスの音楽を流すとワインの売れ行きが良くなり、ドイツの音楽を流すとビールの売れ行きが良くなるという効果が確認できたそうである。

従来の商標法は、商標自体には元々価値は無く、使用により信用を蓄積して初めて顧客を誘因する価値を獲得するという考え方であったが、新しいタイプの商標は、音や動きといった表現自体が消費者の行動をコントロールし、顧客を引き付ける力を持つ可能性がある。新しいタイプの商標は、使用の程度とは関係なく商標自体が価値を有するのかもしれない。例えば、最近のMeijiのCMは、最初にパッケージがペリペリと音を立てて開けられるシーンから始まるが、このような音に個人的には妙に引きつけられる。バンダイが「∞（むげん）ペリペリ」というおもちゃを開発してヒットしたが、お菓子のパッケージを開ける感覚というのは、我々にとって快感なのかもしれない。また、例えば、インタラクティブなインターネットのバナー広告でジッパーが表示されていれば、つついそれをドラッグ&ドロップして開けてみたくならないだろうか。新しいタイプの商標は、少なくとも顧客の注意を引きつけるという効果は従来の商標よりも格段に高いであろう。

新しいタイプの商標の保護制度がどのように運用されるのかはまだ見当もつかないが、導入されるのであれば、その積極的な活用法を探ってみるのも面白そうだ。