

鎌倉日和

vol.59

皆様にとって「自分にしかできないこと」は何か、考えたことはありませんか？もちろん、芸術やスポーツなどその人しかできない稀有な才能を生まれ持っている人もいますが、多くの人がそうではありません。技術の進化により、Chat GPTが簡単に正解を教えてくれる時代になりました。そんな時代だからこそ、実際に経験し、泣いたり笑ったり、もがいたりしてこそ、唯一無二の「自分にしかできないこと」が見えてくるのかもしれません。



鎌倉ブランドのお客様

Kamakura Jeans 様

● 新しい地産地消のかたち ●

環境省の発表によると、鎌倉市は5年連続でリサイクル率全国第1位(人口10万人以上50万人未満の市)となりました。これは、多くの市民や事業者がそれぞれの立場でごみの削減やリサイクル活動に取り組んできた成果です。

株式会社 ACT AS SECOND 代表取締役の長谷川望さんも、鎌倉・湘南地域で回収した古着を糸に再生し、マテリアルリサイクルに取り組んでいます。

大学卒業後、商社の繊維担当として国産デニム発祥の地である岡山に赴任した長谷川さんは、生地
の企画開発やジーンズの制作を行い、専門知識を蓄えながら現地の工場や職人たちと信頼関係を築いていきました。その後、アパレル向けの OEM を手掛けるため中国へ渡ります。OEM では売上が大きくなるほど営業担当として評価される一方、大量生産・大量消費の世界を目の当たりにし、葛藤を抱くようになったといいます。そして、お子さんが生まれたタイミングで、規模の大小よりも自分にしかできないこと、自分が納得でき家族に誇れる仕事をしたいと考え、17年前に独立を決意しました。

独立後、一つ一つを大切にできる規模で OEM 業を続けるとともに、鎌倉の環境問題を考える有志の市民団体「ゴミフェス 532」に加入するなど、自分にしかできない地域貢献を模索していました。その一つとしてリサイクル事業を考え、鎌倉市環境部に相談した際に、ある古着の廃品業者を紹介されます。それがその後の事業を大きく動かすことになりました。

現在、古着は輸出先である発展途上国でも持て余され、そのまま埋められていることすらあるそうです。かつて衣料品の大量生産・大量消費の世界に葛藤した長谷川さんにとって、古着の再生こそ自分が取り組むべきテーマだと確信しました。

その廃品業者では、鎌倉・湘南エリアで回収した古着を反毛綿に加工できるので、紡績さえできれば糸に再生は可能です。しかし、原料が均一でない、繊維長が短い、強度の問題などから特殊な紡績技術が必要でした。長谷川さんは、長年の経験と人脈を活かし、日本で1社だけそのような条件でも紡績できる工場を見つけることができました。

さらに1年間の試行錯誤の末、強度やネップ感のバランス

がとれた最適な糸の混合率を決定し生地が完成。その後、生地の風合いを活かしつつ、「ゴミフェス532」の仲間や鎌倉の知人友人の声を取り入れながらデザインを考えました。ジーンズは重たくてごついのが当たり前と思っていた長谷川さんでしたが、「ビーチサンダルに合わせたい」「軽くて楽ちゃんなのがいい」という鎌倉らしい声に目から鱗が落ちる思いだったそうです。そして構想から3年、軽やかでありながら大人が着てもカジュアルになりすぎないすっきりしたシルエットやディテールにこだわった製品がついに完成しました。

「地元で消費されたものを原料に、再度地産する」という新しい地産地消のかたちを発信し、地域で愛される循環型ニューローカルジーンズ。それが「Kamakura Jeans」です。

● 事業の道しるべとしての商標登録 ●

長谷川さんは、「様々な試行をするなかで、構想を具体化するにはブランドという支柱があった方が良い」という考えから、計画のかなり早い段階で商標登録を取得しました。

「ブランド=消費者にとって商品選択の目印」であることはよく知られていますが、事業者にとっては「自分の事業がどうあるべきかの旗印」にもなります。

新しい地産地消のかたちである「循環型ニューローカルジーンズ」は、製法さえ確立すれば全国各地で横展開が可能であり、長谷川さんが葛藤した衣料品のあり方や、地域への還



元の仕組みが広がっていくことにもつながります。しかし、そういった時こそ、コンセプトの維持や品質コントロールのためにブランドが欠かせません。そして、事業が拡大する時や方向性に迷った時、道しるべ

としてのブランドに立ち返ることができるのです。

長谷川さんの家族、岡山や鎌倉などで今まで関わってきた人々や地域への感謝の気持ちが紡がれ、長谷川さんの人生が紡がれているようなお話をうかがうことができました。個人事業主や中小企業の皆様にとって、「自分にしかできない」という事業の道しるべは、時に人生の道しるべでもあるように思います。当事務所は、一つ一つの商標登録にかけた想いやストーリーを大切に伺いながら、精一杯サポートさせていただきたいと思います。

Kamakura Jeans 

<https://kamakurajeans.com/>

<https://www.instagram.com/kamakura.jeans/>





● 商品デザインを守るための知財戦略 ●

アパレルなどの商品デザインがカギとなる事業を行うにあたり、注意すべき法律が3つあります。意匠法、商標法、不正競争防止法です。いずれも耳にしたことはあるかもしれませんが、「不正競争防止法」は、意匠法・商標法に比べて、あまり知られていない法律かと思うので、今回はアパレル事業を例にとり、意匠法・商標法と対比させつつ、不正競争防止法のお話をしたいと思います。

まず「意匠法」。これは、パンツやシャツ等、製品自体のデザインを保護する法律で、意匠権はデザイン保護の中核となる権利ですね。デザインについて意匠登録出願を行い、意匠登録を受けることで意匠権が発生します。アディダスのスポーツシャツ(意匠登録 1717925)や、ヤマトホールディングスの制服(意匠登録 1594389)なども意匠登録されています。



意匠登録 1594389

次に「商標法」。これは、ブランド名やロゴなどを保護する法律です。アパレル業界ではブランド名やロゴから生じるブランドイメージが重要な資産になり、ブランドの模倣もしばしば問題となります。ブランド名やロゴについて商標登録を受けておくことで、当該模倣行為に商標権の行使が可能となります。ユニクロ、GU、LOUIS VUITTON 等のブランド名が商標登録の対象です。



商標登録 4653825

そして「不正競争防止法」。これは第三者の不正な事業活動を防止する法律です。例えば、A社が新しいデザインのジャケットを販売し大ヒットとなったのを見て、B社がそのデザインを模倣したジャケットを製造販売したような場合や、A社の著名な商標をB社が無断で使用したような場合に、B社の行為を止めさせることができます。損害賠償請求も可能です。

こう書くと、意匠法や商標法とめっちゃ被ってる感じしますよね。ただ、デザインについて不正競争防止法を適用する場合、「ジャケットのデザイン」は原則「同一」でなければならず、またB社がA社のデザインに「依拠(模倣)」して製品の製造販売を行っていることが要件となります。



東京地判平 30.8.30

これに対して、意匠権は、「同一」より広い「類似」範囲まで権利が及び、B社の製品が「たまたまA社のデザインと似てしまった」ようなケースも権利行使の対象となります。権利として遥かに強力です。また、不正競争行為を主張できるのは販売開始から3年であるのに対し、意匠権は出願から25年の保護期間があります。

ブランド保護についても、商標権であれば、たとえ自社の商標が著名でなくても、また、相手方の模倣が意図的かどうかを問わず権利行使が可能です。

不正競争防止法は、出願等が不要で、デザインやブランドの保護を求める者の手続負担が少ないというメリットがある反面、権利保護の観点では不十分です。この法律は、そもそも不正な取引を抑止し「流通秩序の維持」を目的とする法律だからです。

他方、意匠登録や商標登録は、最低でも出願から半年ほどの審査期間が必要となるため、ワンシーズンのアイテムなどには使いづらいという弱点があります。アパレル事業の商品は、流行性が重視されるものが多いため、全てが意匠登録や商標登録に向いているわけではないのです。

流行性の高い商品は不正競争防止法に委ね、事業の中核となる商品のデザインやブランドは意匠権や商標権の保護を図るなど、デザイン等の保護はそれぞれの法律を補完的に用いつつ知財戦略を行うことが有効です。

弁理士 芦田 圭司

暑中お見舞い申し上げます



梅雨明けとともに、いよいよ本格的な夏の到来を感じる季節となりました。夏の暑さが厳しさを増す一方で、私たちの業務においても、熱い視線を浴びる存在があります。それは、日進月歩で進化を続ける AI です。AI のご依頼が増えてきたことをきっかけに、AI の知識を体系的に身につけようと昨年の 11 月から勉強を始めました。AI の検定をはじめ 8 つの試験を目標に設定して取り組みました。うち 7 つは合格でき、最後 1 つの発表がちょうどこの記事を書いている今日になります。結果はどうあれ、今回の取り組みを通して AI の体系的な理解につなげられたことは大きな収穫でした。

さて、この仕事をしていると、ご自身の事業や製品が抱える問題を見つけ、次々と解決し、新しいものを生み出していくお客様との出会いがあります。そのお話を伺うたびに、多くのヒントが隠されていることに気づかされます。課題に対して工夫を凝らし、それ

を繰り返して改善していく過程、その一つひとつが特許につながるポイントだからです。

そして、そうしたお客様に共通しているのは好奇心と意欲の高さです。好奇心は新たな発見や問題解決の糸口となり、意欲は行動の原動力となります。まさに好奇心と意欲こそが、新しいものを生み出す源泉なのだと実感させられます。

今年もワクワクする夏がやってきました。せっかくの夏ですから、日常の中に小さくても良いので目標を設定し、それを追いかける中で好奇心や意欲を育む、そんな熱い夏を過ごしたいものです。



将星国際特許事務所
所長弁理士 渡部 仁



SHOUSEI International Patent Office
将星国際特許事務所
〒248-0006
神奈川県鎌倉市小町2-11-14 山中MRビル3F

TEL:0467-73-8540 (平日10:00~18:00)
FAX:0467-73-8541
Email: info@shousei.jp
URL: https://shousei.jp/

