

## 株式会社マークス

模倣品に対して各国の税関で  
差し止めを行うなどの対策を展開

「日本の素敵で世界に快適を」を合言葉に、心に残る上質なデザインをまとったステーショナリーを展開。現在はデザイン・ステーショナリーを中心にインテリア・アクセサリ、ファッション・アクセサリまで、その領域を拡大。コンテンツとプロダクツの融合をはかる「ハイブリッド戦略」をコンセプトに、豊かなアイデアを発信し続けている。

## 主な権利

2010年：日本意匠 第1399757号  
2010年：EU意匠  
No.001239438-0001  
2011年：米国意匠 D647,959S

## 会社概要

所在地：東京都世田谷区太子堂 1-4-24  
萩藤ビル  
電話：03-5779-7550  
URL：http://www.marks.jp  
業種：デザイン・ステーショナリーの企画・製造・販売  
創立：1982年(昭和57年) 資本金：8,000万円



取締役 執行役員管理本部長：岡野 浩明さん(左)  
管理部 法務知的財産課：山口 恵子さん(中)  
安田 文大さん(右)

新しく楽しいアイデアと  
質の高いデザインが好評

1982年に設立した株式会社マークスは、当初は編集プロダクションを営み、都内でもトップクラスの売上を誇っていた。その後、1995年に初めての自社商材をリリース。ステーショナリーの製造・卸売事業へと進出を開始した。日本が生んだ「素敵」な商品やサービスで、世界の人たちのライフスタイルに「快適」を届けたい。そんな創造活動を大切にしている同社の商品には新しいアイデアがあり、質の高いデザイン性が感じられる。グローバル・ネットワークも広がりを見せ、パリやフランクフルト、香港などにも拠点を持つ。同社を代表する商品には、ダイアリーがある。ちょうどモノへのこだわりが市場に芽生えてきた時代と重なり、ファッション性の高い商品は、女性を中心に大きな支持を得た。また、デザインに優れているだけではなく、手帳の中のコンテンツも充実。編集会社時代に培ったノウハウも存分に生かされていた。

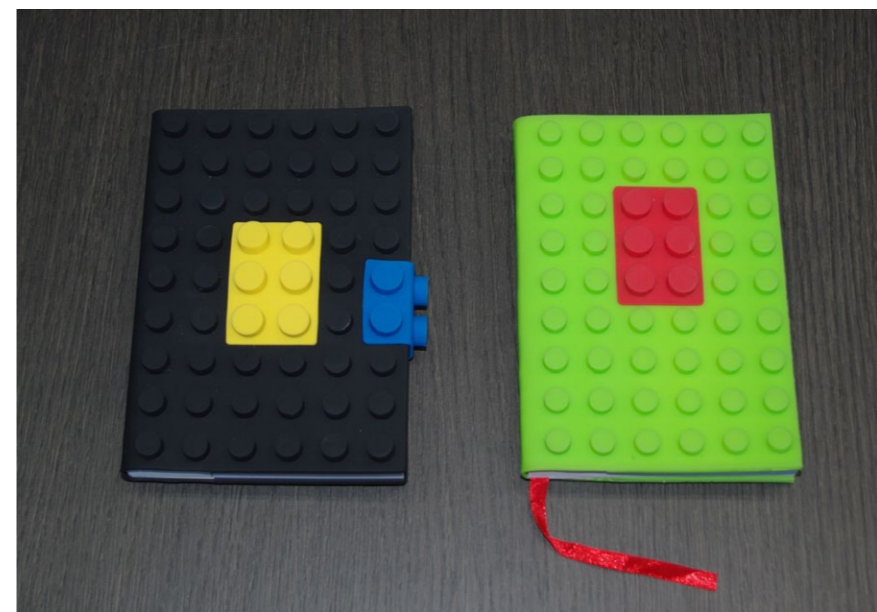
中国で商品の模倣が発覚し  
各国の市場を脅かされる

商品企画や意匠性が重要なファクターとなる同社の商品では、競争優位性を確保するために、もちろん知的財産権が大きな鍵になる。そんな知財戦略の必要性に迫られる出来事が、2011年に起こった。「シリコン・ダイアリー」という商品の模倣品が、中国の展示会で発見されたのだ。ブロックのようなユニークなデザインが特徴的な「シリコン・ダイアリー」。その模倣が大々的に発覚したことについて、取締役 執行役員管理本部長の岡野氏は、こう語った。「日本、EU、アメリカでは意匠登録済でしたが、商品の生産国である中国では、知財への対策を講じていませんでした。もちろん模倣品発生対策についても考えていなかったのが、当初、中国の製造業者に対して何もできない状況でした。ですから、以降は流通がどんどん進み、世界各国のECサイト、卸先、展示会などで模倣品が次々に発見されたのです。さらに悪いことに、知財未登録の

カナダでは模倣品が先に流通してしまい、権利を持たないこちらが逆に不正競争防止法に抵触する恐れがあります。どうにかしようと考え、知財センターに相談しました。

主要国での税関差し止めや  
模倣品ページ削除などを展開

知財センターを知ったきっかけは、都の施設を訪れた時に、知財センターのポスターを目にし、連絡先をメモしておいたこと。別の商品の中国での商標登録申請が何年も処理されないことについて、相談に訪れたのが最初だったという。模倣品について知財センターのアドバイザーや弁理士に相談した結果、相手は日本やEU、アメリカの市場を狙っているため、まずはそこを押さえようという結論を出した。そこで、東京税関及び主要国の税関へ差し止めを申請。この効果はたいへん大きく、模倣品の輸入を水際で防ぐことができ、商品の新たな不当な動きは確認されなくなった。



左が同社の「シリコン・ダイアリー」。見た目のユニークさ、ソフトで手になじむシリコンの質感、そしてビビッドなカラーで人気を集めている。右が中国で見つかった模倣品である。



2006年から発売されている「STORAGE.it (ストレージドット イット)」のテーマは、持ち歩き、外で使うノート。スライドジップ付きのカバーが特徴の、出かけるのが楽しくなるノートである。



パーソナルオーガナイザー「TOGAKURE (トガクレ)」は、さまざまなバッグの中の持ち物を整理できるお助けアイテムである。

さらに、国内のECサイト等へ警告書を送付。アリババなど国内外の大手のECサイト運営者へ模倣品ページの削除を依頼し協力を仰いだ。削除件数は300ページ以上にもなり、こうした対策も成功した。しかし相手も巧妙化し、パーツを分解し平たくして梱包形態を変え、一見ダイアリーらしくない荷姿で輸出するなどの手段を取ってきた。「あらゆる手を使ってきたので、販売を差し止めさせるように細かく対応しました。結局、トラブルによる販売機会のロスはありませんでしたが、打つべき手を正確に打つたことで、日本市場と戦略地域の市場を守ることができました。それほど大きな被害にならず、よかったですと感じています」と岡野氏は語る。

組織の重要性を感じて  
法務知的財産課を新設

知財管理を行う組織の重要性も感じ、知財センターのアドバイザーに相談しながら社内体制の整備も進めた。知財戦略組織構築に向けた検討を重ねた結果、

2012年3月、管理部内に法務知的財産課を新設。知財の専任者が3人という体制を築いた。同時に、2011年から知財センターによるニッチトップ育成支援を受け、全社に対する知財への意識向上とともにさまざまな改革をはかった。契約書の内容を検索できるシステムを構築したり、現場からの知財相談に答える社内相談会を開催。幹部レベルからスタートした説明会は、若手社員に対するものにまで広がった。2012年には初めての特許出願にもチャレンジし、これに成功。より多くの経験をビジネスに生かそうとしている。「当社に問題が発生したことで、逆に知財センターとの関係が深まったことは、よかったと思います」と岡野氏は語る。

マーケティングと連動した  
新たな知財部門の形を探る

「今後の知財に関する課題は、ビジネスのスピードとどう両立するかという面もあります。単なる調査・出願の部門になってしまうと、そこで時間を費やしてしまい、ビジネスの足を引っ張りかねません。そこで、知財の部門にも予算を付けて直接部門に近い形態にして、マーケティングと連動して、より商品開発に関わっていくのも一つの方向だと考えています。ぜひ「Next」を見つかる部門としてのモデルを確立したいですね」知財事業戦略組織モデルの構築が課題だと語る。知財への取り組みの進化に終わりはない。

知財  
センター  
から

## さらに進化した知財事業戦略を常に模索

模倣品によるトラブルもプラスの方向に変えて、知財に対する取り組みを強化されています。商標や意匠などの市場優位性が大切になる業界で、幹部から若手社員まで一体となった勉強会のサポートなども行いました。法務知的財産課を設立し、さらに進化した知財事業戦略と体制は、どうあるべきかも問い続けています。担当：秋葉原 小山アドバイザー