

株式会社博水社

商品の売りのポイントを明確にし
商標で保護しながらブランドを強化

「わるならハイサワー♪」のテレビCMでもおなじみの、焼酎などを割る炭酸飲料「ハイサワー」をはじめとする飲料メーカー。日本のサワー文化のパイオニアであり、現在ではみんなが楽しく飲める、おいしいレシピなども提案し紹介している。抹茶や赤しそを組み合わせた「わるなら&ビール」シリーズなど、さまざまな商品のバリエーションも広がっている。

主な権利

1983年：商標登録 第1598646号
2004年：商標登録 第4816461号
2005年：商標登録 第4869490号
2008年：商標登録 第5166229号
2014年：商標登録 第5695796号

会社概要

所在地：東京都目黒区目黒本町 6-2-2
電話：03-3712-4163
URL：http://www.hakusui-sha.co.jp
業種：ハイサワー・ジュースなど清涼飲料水の製造・販売
設立：1952年（昭和27年）
資本金：2,000万円



代表取締役社長：田中 秀子さん

マイ・オリジナルの時代に
楽しい飲み方提案を行う

1952年に設立された、株式会社博水社。1980年には、日本初となるサワータイプの瓶入り焼酎割り飲料であるハイサワーを発売した。現在3代目の社長となる田中秀子社長の父、2代目社長だった田中専一氏が「我が輩（ハイ）のサワー」と命名したことが、ハイサワーの始まりだったという。この時に初めて、自社の力で商標を登録した。

田中秀子社長は、割り材の世界について「本当に奥が深くてももしろいですよ。今は家具の世界でもDIYで自ら作ることが人気であるように、『マイ・オリジナル』が広がっている時代。そんな中で、新しい飲み方を提案しながら、自分の好きな飲み方を見つけてもらうのは、とても楽しいものです」

その後も、「ハイカクテル」などで商標を登録。「わるならハイサワー♪」のサウンドロゴがテレビCMで高い認知を得たことにより、「わるなら」のフレーズでも商

標登録した。「『わるなら』という一般的な響きに聞こえるようなものも商標になるんだということを、素人ながらに学んだりしました」と田中社長は語る。知的財産に関する意識は、商標を通して昔から有していた。

商標の訴訟がきっかけで
知財センターを知る

2006年には、ホップとシシリー島産レモンで作った、お酒を割るための炭酸飲料「ハイッピー」を発売。商標を届け出て、同社の新たな商品の核として船出した。ところが、この商品について、ある会社から商標についての訴訟を起こされる。「内容証明の文書が届いたのも、弁護士とやり取りをしたのも、裁判を経験したのも初めてだったんです。その商標侵害に関する警告文には、筆で描いたような書体を使うのはやめてほしいなど、とても細かい内容がたくさん書かれてありました。最初は驚いて、親しくしている弁理士に相談しました。この時に初めて、

知財センターも紹介してもらったんです。こちらは裁判なんてまったく慣れていませんから、さまざまなことを相談できるのは本当にありがたかったですね」と、田中社長は当時を振り返る。

結局、金銭的なやり取りをすることもなく、同社は名称を「ハイサワーハイッピー」とすることで和解に至ったのだが、この時の裁判を通して、多くのことを学んだと田中社長は語る。「揉め事が起こってしまうと、そのことで時間を取られるし、本業にも影響します。だから、事前に知財センターのようなプロに相談しておくことが大切だと痛感しましたね」

ネーミングやキャラクターの
権利についてもしっかり対応

その後は、さまざまな場面において、著作権や契約書についても知財センターを活用してアドバイスを受けるようになる。「ハイサワーのキャラクターを作った時にも知財センターに教わりに行って、二次利用やマスコミへの貸し出しのこと



同社の顔となる主力商品。ハイサワーの文字は、1980年の発売当初に筆で描いた文字を太くして作った、味わいのあるオリジナルの書体である。

なども含めて、丁寧に契約書に盛り込むようにしました。だから、当社にとって知財センターは、揉めないための駆け込み寺みたいですね」

また、ネーミングの大切さも痛感。新しい商品を生み出すには新しい名前が付きものであり、商標に対する意識が重要になる。NHKの連続テレビ小説「梅ちゃん先生」と大田区の花「ウメ」にちなんで、同社とキリンビールがコラボレーションを行った蒲田限定の「梅ちゃんサワー」も、事前にNHKに問い合わせ、その快諾を得て商品化された。「そうした段取りが大切であることも、知財センターから学んだことです」と田中社長は語る。

商標の検索の方法や
管理のしかたも学んだ

商標権の存続期間は、登録日から10年。更新登録料を納付すれば、半永久的な権利として保有できる。そんな商標権を管理する重要性も学んだという。「10年という期間をしっかり覚えておかないと、と

んでもない時にドキッとすることがあります。そうならないように、さまざまな商標をすべて一覽で見られる年表にするようにアドバイスを受けました。こちらの不注意で商標が切れていたものを、もし他社が出願して登録していたら、こちらが侵害する側になってしまうんですよと教えてもらいましたね。商標の検索のしかたなどの基礎的なことも、知財センターのアドバイザーから学びました」

最近は大企業によるプライベートブランドの飲料が増えて、差別化をはかるのが難しい時代だと田中社長は語る。割り材においても、他との違いを打ち出せなければ、選ばれるのが厳しい状況だ。そんな中で、「何が差別化のポイントになるか」を改めてしっかり捉え、それを商標登録などで保護することが大切になる。

知財
センター
から

商標だけではない幅広い知識が今後の糧に

「ハイサワー」の商標を30年以上前に権利化するなど、商標に対する関心は高く、新商品を出すたびに権利化を進めて来られました。B to Cの業態として商標に止まらず、不正競争防止法から業務委託契約まで知財全般に関心を持たれたことが、今後の商品開発や知財戦略にも、きっと役立っていきと考えられます。担当：秋葉原 田島アドバイザー



「ハイサワーうめ」と「ビーチツリー」がコラボレーションし、蒲田限定で味わえる「梅ちゃんサワー」も話題となった。



ドリンクやデザートなど83通りの厳選レシピを紹介した「ハイサワー 炭酸レシピ83」（販売元：亜紀書房）。なお、8月3日は「ハ(8)イサ(3)ワーの日」と名付けられている。