

〈韓国〉



貿易と知財にかかわる小さい経験

善英 IP グループ

所長

金 起文

知的財産はグローバル化としては他の分野に負けない部門である。先進国は他の国へより強い知財権の保護を要求し、反対に国の発展が遅れている国は技術の導入の際、技術の公開を義務化するなど、様々な立場とそれなりの戦略を駆使している。そこで、最近ありました私の経験として会社の知財閃絡を紹介したいと思います。

日本会社として韓国へAというものを輸出して、さらなる加工などはなしで輸出したその形として一つの輸入業者が直接消費者に販売する形の事業である。ところが、輸入業者会社の中で紛争が発生し、売り上げが落ちてその再整備の依頼を日本会社から受け、自ら輸入業者の会社に入って整理した事件であります。輸入業者の社長は他のブランドのBもあたらしく管理し始めたから、Aについては関心が弱めていましたが、Aを通じた利益もあるから、続いてAを取り扱いたいということでした。社長の下に働いてある理事は自分がAについて新しい会社を開いて事業したいということであった。私は、何より、日本本社が韓国商標権をきちんと管理しているので、取り扱い権利などはすべて日本本社の決定に従うとの趣旨を強く挙げながら、元の輸入業者と理事が新しく開く会社の独占範囲を別々決めた。なお、進出していないエリアは先にものを入れる会社が持つとの契約を結びました。商標ということの大事さを改めて考える機会になって、今、Aというものの販売は拡大されている。

極めて小さい韓国小企業であり、ものを輸出している会社を訪れて見ました。ところが、あらゆるデザインのものがありました。すべてのデザインの中には会社の社名が入っていました。社長の話によりますと、「わが社は社名を通じたイメージを販売して消費者の頭脳にわが社の社名を入れるようにしている」とのことでした。まさに、商標は貿易ということとは離れられないことだと考えました。今、この韓国小企業は、他の国で模倣品が出るように商標のイメージ化に成功し売り上げが伸びています。

< **Korea** >

Some Experiences on Trade and Intellectual Patent

Sunyoung International Patent & Law Firm

President

Kevin, Kim

The intellectual patent is a sector that is globalized rapidly. The developed countries demand strict IPR protection against other countries. On the contrary, the developing countries adopt a strategy that requires disclosure of techniques on the introduction of it. So, I shall give an IP strategy that based on my recent experience.

The company is Japanese and runs a business exporting goods A to Korea. And importer sale it to consumers. However, trouble happened between them and it lowered the sales. This case was to recognize a relationship with the importer at the Japanese company's request.

The president of the importer was not interested in handling goods A. Because he had started to handle new goods B by other brands. However, he also wanted to continue to sell goods A for its profits. A director working under the president had an idea of establishing a new company for goods A. I showed them that the Japanese company managed the trademark right in Korea properly and had the decision. I settled the range of business both the importer and new company. And I made them a contract for giving a business right on a new area to one who entered there ahead of the other. This case was an opportunity to show the importance of a trademark right. Now, sales of goods A is increasing.

I also concerned about a small Korean company that exports its products. The products have every design and the name of the company. The president said that his company impressed on customers its name by sales with the image. I thought that a trademark cannot be separated from trade. This Korean company succeeds in the image-building strategy of trademark and increase their sales.

(Translated by TNIIP)