

第10日 第10章 ブランドの知財マネジメント

- 1 【○】 商品・サービスの商標や製品の意匠を通じて喚起される信頼の集合体として、「ブランド」は事業を通じて企業が顧客と結びつく重要な知的財産である。

【解説】 p. 141 ねらい

- 2 【○】 商標は、消費者に自社の商品やサービスを他社のものと識別してもらうために使われており、それによって消費者に自社の商品やサービスを積極的に選択してもらえるか、あるいは少なくとも選択肢の中から排除されずにすむ可能性が高まる。

【解説】 p. 143

- 3 【×】 商標や意匠の権利化やそれらを組み合わせる知財権ミックスは、他社の参入障壁として市場を独占する上で極めて重要である。

【解説】 p. 149 商標や意匠の権利化やそれらを組み合わせる知財権ミックスは模倣品対策上極めて重要である。