

企業法務にお役立てできる情報もりだくさん！

法律事務所に少し“堅い”イメージを持っていませんか？森大輔法律事務所の弁護士はいつも真剣そのもの！でも、弁護士はとても身近で気兼ねなく頼って頂ける存在です。本号では、企業法務に役立てていただける記事はもちろん、勉強会の案内、おすすめ情報など、情報もりだくさんでお届けします！

## 目次

- P1 代表弁護士からのメッセージ 弁護士 森 大輔
- P2 弁護士コラム ～商標登録について～  
事務所報 景表法のページを新しく追加しました
- P3 顧問先インタビュー 株式会社スコープ様
- P4 事務員コラム ～証明書に隠されたもの～  
イソ弁横山のゴルフ紀行①（イソ弁横山の100切りへの道①）

## 弁護士 森 大輔

## 代表弁護士からのメッセージ



近時、働き方改革が叫ばれる中、正規・非正規社員間の待遇格差を巡るハマキョウレックス事件や長澤運輸事件の最高裁判決が出されるなど、使用者と従業員をめぐる労働紛争はとて熱い分野となっております。

弊所でも労働事件は特に力を入れている分野ではありますが、最近特に相談が多いのが解雇や懲戒権の行使に関する相談のように思われます。使用者側から事情の聞き取りをしていると、問題社員を何とかして解雇をしたいと思う気持ちはとてもよくわかります。

しかしながら、弊所においては、問題社員を適切に指導し、問題社員から成果をあげる優良社員に育て上げる可能性がある場合は、まずは会社の指導体制や指導方法そのものを見直してみたいかがでしようかという提案を試みております。そもそも、解雇が適法となるためには、就業規則に定める解雇事由に該当するだけでは足りず、解雇することが社会的に相当かどうかという厳しい判断基準を満たす必要があります。万が一、この要件を満たさなかった場合のリスクというのは計り知れないものがあります。

また、昨今、働き手不足が叫ばれる中、問題社員は切り捨てれば良いという経営スタイルでは人員が不足し、かえって業務が滞る可能性があります。したがって新しい人材の登用が難しくなっている現在、問題社員（もちろんその程度にもよりますが）を優良社員に育てる企業努力が必要になってくるのではないかと感じております。例えば、会社側の指導方法が適切になされていたのか、会社側が伝えたいことが適切に伝えられていたのか等、会社側の指導方法も見直すことも重要ではないかと思っております。コーチングなどが流行っていることからしても、時代の流れはそちらに向かっているようにも思われます。私自身も、企業様からの解雇に関する相談を受ける立場にある者として、コーチングを学び、それらの知識や経験を少しでも皆様に還元できればと思っております。

# 弁護士コラム ～商標登録について～

こんにちは。森大輔法律事務所の弁護士太田誉康です。

最近、商品やサービスのブランディング、とりわけ商標登録等に関するご相談を受けることが多くなってきております。そこで、今回は商標登録に関して書いてみようと思います。あるロゴマークや名称（これを「トレードマーク」といいます。）を使って事業を行う場合、当該トレードマークが持つ品質等についての信頼を確立するため、様々な投資が必要です。

しかし、自社のトレードマークについて先に類似商標を登録されてしまったり、類似する商標を用いた他社の商品等が出現した場合、ブランディングのために投下した資本が無駄になってしまいます。つまり、商標登録は、このブランディングのために投下した資本を守るために必要不可欠なものというわけです。

商標登録を用いたブランディング戦略を行うと、ブランドを構成するロゴマークや名称等を商標登録することを通じて、ブランドを法的な保護の対象とすることができます。

その結果、商標登録を経たトレードマークの商標権者は、こうして法的に保護されたトレードマークについて、商標権に基づく適切な権利行使を行うことができます。

例えば、自社のトレードマークに類似したトレードマークを用いた粗悪品等が登場した場合、これが自社の商品と誤認混同されると、自社が育ててきたブランドイメージが悪化してしまいます。仮に粗悪な品でなくとも、類似品の販売等は自社のブランディング戦略の成果へのフリーライドを許すことになり、貴社が得るべき利益を得られないという事態も起こります。このような場合、当該トレードマークを商標登録していれば、自社のトレードマークに類似したものをを用いた商品やサービスを発見したとき、直ちに当該事業者等に対して警告を行い、その使用の差止めや損害賠償を請求することができます。また、商標権者は、当該商標を使用したい事業者とのライセンスの許諾等を締結して収益につなげるなど、適切な権利行使を通じて、ブランドの価値を活用し、保護します。

こうしたブランディング戦略の基礎となるのが、トレードマークの商標登録です。そこで、ここでは商標登録の大まかな流れをご説明したいと思います。

商標登録をする際には、当該商標が登録の可能なものかを検討いたします。ここで重要となるのは類似する商標が既に登録されていないかどうかの検討です（商標同士の類否については、弊所HPにも書いておりますので、そちらをご覧ください。）そして、先行する類似商標がなく、登録可能と判断できれば、当該トレードマークを使用する商品・役務の範囲を指定して、実際の商標登録申請を行うこととなります。

これをお読みになった皆様におかれましても、まだ商標登録していないトレードマークをお持ちでしたら、弊所までお気軽にご相談いただければと思います。



## 事務所報 景表法のページを新しく追加しました

当事務所はホームページの充実を目指しておりますが、この度「景表法」に関するページを増設しました。景表法（不当景品類及び不当表示防止法）は、誇大・不当な広告や景品（賞金・賞品）などを規制するための法律です。紙媒体だけではなく、インターネットなど様々な媒体の広告が増加する近年、特に重要度が高まっております。

そこで、お客様からの当事務所が受けたご質問で、代表的なものを、Q & A方式でご紹介することにしました。また、過去の価格を残したまま新しい価格を書き加え、値引き率の大きさを示す『二重価格表示』や、「個人の感想であり、効果には個人差があります」「〇〇は対象とならないことがあります」といった文言がある『打消し表示』なども、表示の仕方に規制があります。したがって、表示をする際の留意点や、どのような場合に違反となってしまうかについても、新たなページに掲載しておりますので、広告や商品を作成する際の一助にいただければ幸いです。ホームページでご説明しきれなかった規制も多々ありますし、難解な規制も多いので、もし、ご不明点やご相談がございましたらお気軽にご連絡ください。



↑当事務所のホームページ内に「不当表示に関するよくあるご質問」、「景品規制に関するよくあるご質問」、「打消し表示について」、「二重価格表示のルールについて」の記事を追加しました。

# 顧問先インタビュー 株式会社スコープ様

今回は当事務所の顧問先である株式会社スコープに、会食を兼ねてお邪魔し、総務・システム統括本部、総務人事部の平田英之様と、野村菜央様にインタビューをさせて頂きました。ホームページにも「顧問先インタビュー」としてここで紹介できなかった部分について掲載させて頂きますので、そちらも是非ご覧ください。

## 1. 事業内容を教えてください。

小売・流通企業様や各種メーカー様のマーケティング課題に対し、生活者視点で最善のプロモーションを立案・提案から施策設計・実行・検証を一貫して提供しています。具体的には、集客を目的とした「チラシ・SNS・イベント・装飾」、購買促進を目的とした「キャンペーン・POP・催事・空間演出」、新商品やサービス価値のターゲット訴求を目的とした「ブランディング・Web等メディアマーケティング」等々、さまざまなコミュニケーションを創造する“企画集団”です。



## 2. 御社の強みと課題を教えてください。

「スピード」は、創業当時の強みかと思えます。お客様の要望に対して「NO」と言わず、厳しい条件がある中でも最大の効果を生み出すよう臨機応変に対応してまいりました。

自ら限界値を作らず、あらゆる可能性にチャレンジすることで、提供できるサービスを増やしてきました。

課題としては、多様化する生活者群の中から、伝えたいターゲットに情報をリーチさせる手段の選択とそのメディアに適した表現手法の開発です。

ICTソリューションの進化が生活者の思考・行動に及ぼす変化に常に感度を高めておかなければなりません。



## 3. 弊所との関りについて教えてください。

生活者の行動や思考の変化が激しく、過去のプロモーション手法が効かなくなっています。

おのずと前例のない企画や広告表現の提案を常に求められるようになり、法的な確認をお願いすることが多いかと思えます。

また、新規の得意先や取引先企業様との取引契約書や機密保持契約書に問題がないかのチェック、社内の労働問題に関する質問などを、インターネット上のチャットワークで相談させて頂いております。

弁護士の先生への質問というと敷居が高いイメージでしたが、チャットワークを利用すると、いつでも気軽に相談でき、法のプロによる信憑性の高い回答をスピード感持って先生方からいただいているので、タイムリーな企画提案に大きく寄与でき、社員から感謝されています。

## 4. この度の事業所統合の経緯と効果を教えてください。

以前は、本社が神楽坂・支社が麹町に、しかも12フロアに分かれておりました。

今年の5月に飯田橋へ統合、すべての機能を集約いたしました。社員数が250名と増えたことも理由ですが、社員をワンフロアに配置し、さまざまな知見を持った社員同士のコミュニケーションの機会を増やし、新たなサービスの創出を図りたいという社長の意向が反映されました。社員の座席は固定ではなく、出勤したら好きな席に座って仕事をするフリーアドレスです。これに



よって、色々な部門の社員との会話が生まれ、統合前よりも社員同士の壁がなくなった気がしています。また、外からは見えにくいイメージの総務人事部でしたが、こちらから他の部門に向かってもアピールできるようになったと思います。新たにカフェスペースも作り、お客様との打ち合わせや社員のリフレッシュエリアとしても有効活用しています。

## 5. 今後の展望を教えてください。

当社は「社員」が一番の資源です。「企画集団」として、お客様の要望を“良い意味で”裏切るような仕事をしていきたいです。今期は、お客様からの依頼をお待ちするだけでなく、お取引のなかった会社にも積極的に自主提案を行う機会を作っています。既存のお客様とお仕事だけではなく、新たなお客様にも当社サービスを理解していただき、提供したいと考えています。また8月に「サクラカレッジ」という社内大学を立ち上げ、外部から専門性の高い講師による社員教育も始めました。「価値を創造し、実現しつづける、企画集団へ」をスローガンに、常に新しいことにチャレンジしている営業・企画・制作部門を、バックアップする存在感ある法務を目指します。



## 事務員コラム ～証明書に隠されたもの～

今回コラムを担当する事務員の土屋です。事務員の仕事の一つに、弁護士と協力して、事件に関する人物の戸籍謄本や住民票を集めるという作業があります。これらの書類は、原則として本人以外が取得することはできませんが、弁護士等、特定の職業につく者には一定の要件で、取得することが許されております。特に遺産分割、相続放棄、遺言など相続に絡む事件では重要な手続きです。

皆さんもときどき手にする身近な証明書類だと思いますが、文字以外の部分にちょっとした趣向があるのをご存知でしょうか。これらの書類は自治体ごとに作成されており、多くの自治体では、その自治体の紋章・花・木・鳥・・・がワンポイントで入っています。このワンポイントマークが実に自治体の特色を良く表していて興味深いです。

例えば、彦根市の「ひこにゃん」など、ご当地ゆるキャラが採用されていたりします。また、サンリオピューロランドがある多摩市の「ハローキティ」バージョンや、水木しげるさんが住んでいた調布市の「ゲゲゲの鬼太郎」バージョンなどのように、期間限定のものが発行されていたり。複製防止のために、コピーを取ると、その土地の神社仏閣、自然、お城や風景など観光名所が浮き出てくる仕組みや、ワンポイントマークを指で押さえると、熱でそのマークが消える仕組み、お札のように光に当てると絵が見える「すかし」などなど・・・。

単なる証明書類と思わずに、よくよく見てみると意外に面白く、その地域に行ってみたくくなります。



## イソ弁横山のゴルフ紀行①（イソ弁横山の100切りへの道①）

今回のゴルフ紀行は、森代表に代わってイソ弁（勤務弁護士）横山がお届けします。先日、名門の我孫子ゴルフクラブでラウンドをした2日後に、朝霧ジャンボリーゴルフクラブで2泊3日のゴルフ合宿をするという女子プロのよ



うな過酷なゴルフ生活を送りました。以下では、このゴルフ合宿について書いていこうと思います。

朝霧ジャンボリーゴルフクラブは、富士山の麓に位置し、標高が約800メートルもあり、ボールがとても良く飛ぶのが特徴のゴルフ場です。実際に、ドライバーだとせいぜい約185ヤードしか飛ばせない私が、約20名参加した3日目のコンペでは、なんとドラコンをとることができました（レディースティーから打たせてもらいましたが！笑）。

さて、ゴルフ歴1年半の私のベストスコアは今年のGWに出した109なのですが、ゴルフ合宿の

1日目に110、2日目も110ときて、ついに3日目、108を出してベストを更新することができました。

（← こちらの写真は2日目の夜ご飯のすき焼きです。）

いつもグリーン上では、無鉄砲で大胆な性格を発揮しがちで、3パットが大量発生してしまっていますが…。今後は、日ごろから冷静沈着・几帳面になるよう心掛け、3パットを減らし、今年中に100切りしたいと思います。皆様、ご指導・ご声援のほど、よろしくお願いいたします！



発行元：森大輔法律事務所

〒104-0061 東京都中央区銀座5-15-1 南海東京ビルディング8階

TEL：03-6226-5096 FAX：03-6226-5097