

## 道頓堀の「くいだおれ」は、知財活用の優等生

大坂の食い倒れ太郎が復活するというニュースが流れました。

<http://yaplog.jp/b-a-r-honda/archive/1983>

(くいだおれ太郎復活をレポートしたブログ)

昨年人気を博した(惜しまれた)ときには、身売りするということでした。

<http://namba.keizai.biz/headline/325/>

(60年の歴史に幕と伝える、なんば経済新聞2008.04.09)

旅に出ることを伝える、くいだおれ太郎のホームページ

2008年7月8日

**大阪名物くいだ  
「永いことありがとう**

<http://kuidaoretaro.com/>から引用

本当に道頓堀から撤退してしまうなんて、もったいないと個人的には思っておりましたが、復活おめでとうございます。

今回の復活に当たっての正確な経緯は存じませんが、このキャラクター(知的財産)には相当な戦略があるように見えます。

全国行脚なども作戦の一つかもしれません。

なぜなら、その知的財産権を調査してみるとわかります。

もともとは、レストラン(飲食店)の客引きのような存在であったものではと思うのですが、早くから商標登録が行われているのです。

映画「ALWAYS三丁目の夕日」の舞台になった、昭和30年代に、すでに商標登録出願されています。(昭和37年12月には出願されています。)商標公告昭39-007469

まだ知財など、考える人はほとんどいなかったのではないかとと思われるころに、すでに商標登録出願されているのです。

それも「くいだおれ」の文字を含んだ人形の図形としてです。



(何度も更新され、現在も有効な登録商標第651882号)

ーレストランの戦略としては、相当なしたたかさを感じます。

さらには、人形を意匠登録とせず、商標登録としていること、色々な商品区分に渡って登録していること、立体商標まで登録している点など、恒久的(長年に渡る)保護が約束されたようなものです。



この人形の保護に対する手続は、まさに戦略的な知的財産保護を為した良いお手本だと思います。

くいだおれのオリジナルソング(歌曲)ができており、  
[http://musico.jp/contents/artist\\_index.aspx?id=aW25Z](http://musico.jp/contents/artist_index.aspx?id=aW25Z)

本まで出しています。 [amazon.co.jp](http://amazon.co.jp)で見る「くいだおれ」に関する書籍

これだけ有名な存在になると、派生商品も出るでしょうし、一つのキャラクター(擬人的存在)として、アニメなどができてもおかしくありません。

と、思っていたらすでに出ていました。

[yahoo!](http://yahoo!)(ヤフー)オークションで見る「くいだおれ」関連商品

2008.07.25現在 88件ありました。

[yahoo!](http://yahoo!)ショッピングでも商品があります。



## [グルメ太郎 くいだおれラバーマスク](#)

くいだおれ人形は、すでに商標の権利で強く守られていますが、不正競争防止法や、著作権などでも保護されます。

なにはともあれ、大坂道頓堀のマスコットとしてこれからも愛され、活躍されてゆくことになったことを東の地から嬉しく思いエールを贈らせていただきます。

また、生きた知財戦略の好例として、参考にさせていただきたいと思います。

2009.07.25

「くいだおれ人形」の図形は、(株)くいだおれの登録商標第651882号等です。  
「ヤフー\Yahoo!」は、米国ヤフー!incの登録商標第4363013号等です。  
「AMAZON.CO.JP」は、米国アマゾン テクノロジーズincの登録商標第4915251号等です。

[メール](#)

All Rights Reserved, Copyright © Yazawa Kiyoshi 2009

[閉じる](#)