

(日経 BP 知財 Awareness / 2015 年 6 月 26 日掲載)

海外企業の成功事例から見る、中国市場向けの漢字ネーミング 外観、称呼、観念の面から考える 中国商標戦略



洗理恵 (三好内外国特許事務所 弁理士)

日本企業が中国市場に進出し、製品の製造・販売など商取引を行う際に、事前準備としてまず重要なのが商標登録出願です。日本企業がカタカナ表記のブランドや、英語（またはローマ字）表記のブランド商品を中国で販売する場合、現地の消費者に受け入れやすくするために、改めて漢字のネーミングを用意する必要があります。この漢字へのネーミングの変換こそ、実は中国における商標戦略において非常に重要な作業であるといえます。実務上、商標の同一または類似は、外観、称呼、観念を比較することにより判断されます。特に外観は、例えば標章が漢字の場合、日本、中国で通じる場合もありますが、文化、慣習などにより大きく異なる場合もあり注意が必要です。

そこで今回は、中国の商標事情、企業の商標戦略を理解している立場から、日本を含めた海外企業の中国市場におけるブランド名、ネーミングの成功事例を中心に紹介したいと思います。

1. 「三得利」(サントリー)

「三得利」は、「サントリー中国」の中国のブランド名です。

この「三得利」というネーミングは、実にうまい日本企業のブランドの代表例であると考えています。

観念的には「三得利」、つまり、日本のサントリー、中国現地法人である「サントリー中国」及び消費者の三方ともに利益が得られるという意味で「三得利」になるわけです。「三得利」という言葉自体、中国の消費者に対してとても良い印象を与え、外観的にも親しみやすいものになっています。

称呼の点から見ると、「三得利」の中国語の発音は、“san de li” (サン・デ・リ) であり、日本語の「サントリー」の発音に近く、かつ中国の消費者にも覚えやすい利点があります。

中国の友人と飲みに行った際に、「三得利」が日本のメーカーであることが話題になり、友人が「三得利ビールは、ずっと以前から中国国産のビールだと思っていた」と言ってい



たほどです。このように、「三得利」という名前は、中国人にとってまったく違和感がなく、受けが良いもので、まさに「三得利」です！

ちなみに、日本の「サントリー株式会社」の中国語の表記は「日本三得利株式会社」で、「サントリー中国ホールディングス有限公司」に対応した中国語の表記は「三得利(中国)投資有限公司」になります。

2. 「家樂福」(Carrefour、カルフル)

「家樂福」(カルフル)は、世界各地にスーパーマーケット・チェーンを展開するフランス企業です。

外観と観念の点で見ると、「家樂福」はつまり、「家」に関するものであって、「家樂福」の店に行くと「楽」しくなり、「福」をもたらしてくれるという意味に理解できることもあるので中国の消費者にとって実に縁起が良く受けが良いネーミングです。

称呼の点でも、「家樂福」は中国語で「jia·le·fu」(ジャ・レ・フ)と発音し、「カルフル」の発音に近い発音となっているので、中国の消費者になじみやすいブランドといえます。



3 「奔馳」(Benz、ベンツ)

「奔馳」は、ドイツの自動車メーカーのダイムラーが保有するブランド、「メルセデス・ベンツ (Mercedes-Benz)」の中国ブランドの略称です。

外観と観念の点で見ると、「奔馳」は漢字の通り、ブランド名として人に与えるインパクトが強く、高級車としてのスピード感を感じさせるものになっています。また、そのスピード感から丈夫なイメージも二次的に受けることができ、これも実にうまいネーミングです。

称呼の点でも、「奔馳」の中国語の発音が「ben·chi」(ベンツ)で、英語読みの「Benz」とほぼ同じ発音になっており、完璧といえるぐらいの絶妙なネーミングです。



4. 「宝馬」(BMW、ビーエムダブリュー)

「宝馬」は、ドイツの自動車メーカー、BMW (Bayerische Motoren Werke AG : バイエルン発動機) の中国語ブランドです。

外観と観念の点で見ると、「宝馬」は宝の馬であり、「宝」は上品さと豪華さを、「馬」は乗り物を、合わせて「上品で豪華な馬」をイメージさせる、実に良く考えられたネーミングです。称呼の点でも、BMW の英語読みの発音に近くはないものの、「宝馬」の中国語の発音が「bao・ma」と響きが良いのが特長です。



5. その他

このほか、日本でも有名な世界的なブランドにフランスの化粧品ブランド「ロレアル」がありますが、中国語のブランド名は「欧莱雅」になります。「欧莱雅」は、ロレアルの創業者であるウージェンヌ・シュエレールの中国語標記「欧仁・舒莱尔」から来ています。外観と観念の点から見ても、消費者に高級化粧品をイメージさせ、その上品さが「欧莱雅」から滲み出しています。

また、米国の世界最大のピザチェーン「ピザハット」の中国語のブランド名は「必胜客」です。広東語の発音では「ピザハット」に近い発音になり、「必胜客」という漢字の外観と観念からもとても縁起の良い印象を受けるネーミングです。これは、「香港発」の漢字のネーミングになります。

「コカ・コーラ」の中国語のブランド名「可口可乐」のネーミングの巧妙さも日本でもかなり有名です。「可口」には口当たりが良く、おいしいという意味があり、さらに中国語の「可楽」の発音が「ke・le」(コーラ)であるためです。

洗理恵 (三好内外国特許事務所 弁理士)

東京大学大学院農学生命科学研究科修了。2003年弁理士登録。

化粧品メーカーの研究所にて化粧品の研究開発、化学メーカーの知財部門、電機メーカーの知財部門を経て、2015年より現職。東京理科大学専門職大学院 非常勤講師 (中国知財実務担当)。