

1818年に創業の **PAUL HARTMANN 社**は、国際的な医療およびヘルスケア製品メーカーで、今日では世界中に11,000人に上る従業員を擁しています。創傷治療、排泄ケア、手術室のリスクマネジメント、消毒・殺菌を主な事業分野とするHartmann Groupは、Dermaplast®、Sterillium®、MoliCare®、cosmos®など、数多くの系列会社やブランドを抱えています。

PAUL HARTMANN 社のミッションは、責任ある行動と限りある資源を有効利用することで世界中の医療を改善し、経済的にも成功を収めることです。



Julia Jansen
非技術的IPシニアスペシャリスト
PAUL HARTMANN AG

「
本社や各国の支社がインターネット上でブランド侵害を発見した場合、直ちにCSCに連絡します。」



CSCは、同社で商標（登録、保護、更新）、意匠、ドメイン管理（ドメイン数1,200件以上）、ブランド保護を担当し、非技術的IPシニアスペシャリストを務めるユリア・ヤンセン氏にお話を伺いました。Hartmann Groupの商標ポートフォリオには、5,000件を超える商標が含まれています。

Paul Hartmann社にとって、オンライン事業はどのくらい重要でしょうか？

当社の製品は、医師、医療関係者、看護師などの専門職に加え、一般消費者も対象としているため、オンライン事業は当社にとって不可欠なものです。製品およびサービスのオンライン販売が増加し、ソーシャルメディアの利用も増えています。

貴社が現在抱えている問題や直面しているデジタル上の脅威は何ですか？

当社は過去にドメイン奪取被害に遭っています。当社の最も重要な商標の一つが、ヨーロッパのさまざまな国別コードトップレベルドメイン（ccTLD）に、スペルを少し変えて登録され（「l」が2つではなく1つ）、その後当社に買い取るよう請求がありました。

特に新型コロナ拡大以降は、模倣品も急増しました。世界中で使用され、当社にとって最も重要な消毒製品の一つであるSterilliumの模倣品は、パンデミック時には、管理することすら不可能になりました。

ブランド面では、現在どのような問題を抱えていますか？またその問題にはどのように対処しましたか？

当社の社名や有名なブランドを使用した他社製品が大きな問題になっています。当社はヘルスケア分野で医療製品を製造していることから、お客様やエンドユーザーの皆様は製品の品質を信頼していただけることが、何よりも大切です。模倣品が健康被害につながることもさへあり得ます。そのため、警告文書からブロックオファー、民事訴訟、刑事訴訟手続きまで、あらゆる法的手段を用いて模倣品や商標侵害を阻止しています。

しかしヨーロッパ域外では、こういった商標侵害に対する措置も非常に困難です。

それが貴社の事業や顧客にとってなぜ問題になるのでしょうか？

当社はお客様を第一に考え、お客様の期待を上回るよう常に努力を続けています。従って、模倣品や偽サイトを排除することは、我々にとって極めて重要なことです。

CSCのサービス導入後、ブランド侵害の管理方法はどのように変化しましたか？また、日常業務は全般的にどう改善されましたか？

当社では、CSCのドメイン登録および管理サービスに加え、ブランド保護サービスも利用しています。そのため本社や各国の支社がインターネット上でブランド侵害を発見した場合、直ちにCSCに連絡します。

他社にもCSCを勧めますか？

もちろんです！ブランド保護についてCSCと緊密に連携したことで、大きな成果を上げることができました。CSCの力を借りたことで、インターネット事業を適切に整理できたと考えています。連携当初は、インターネット上にあふれる大量の模倣品に悩まされており、対処が追い付いていませんでしたが、CSCからのサポートを受けてから2年半以上が経った今、状況は大きく改善されています。