



【商標・ブランド】ベライゾンによる米ヤフーの買収手続きが完了



米ヤフー買収 ベライゾンが買収完了

このニュースは、昨年から続いていたもので、新しいものではないようです。ベライゾンによる米ヤフーの買収手続きが完了したことで、2017年6月14日の日経Web刊にまとめ記事が出ています。

米ヤフー、23年の歴史に幕 メイヤーCEOは退社（日経新聞）

会社が2つに分かれて、中核事業はベライゾンが買収し、ヤフーは社名を変更して中国アリババと日本のヤフーの株式所有を続けるとあります。

翌日、6月15日の日経によると、ブランド使用料の支払い先はベライゾンに変わるとありましたので、商標権はベライゾン側に移るようです。ただ、日本のヤフーの事業には影響がないとのこと。

ベライゾンは携帯電話事業がダメで、ネット事業を強化しており、「オース」という子会社に、AOLとヤフーの事業を集めるようです。ハフポスト（旧ハフィントン・ポスト）などもオースの傘下にあるようです。

Google、Facebookに押されているYahooであり、ベライゾンに買収されてしまいました。ベライゾンはYahoo買収で第3極になるようですが、一つひとつは有名なサービスでも、ブランドもバラバラですので、どのように相乗効果を上げるのかなぁと思います。

Verizon completes \$4.5 billion takeover of Yahoo | The Japan Times

一方、日本ではヤフーは健在です。ネットで調べていたら、Yahoo Japanが3%のロイヤルティを支払っており、年間100億円の支払いという情報もありました。当たらずとも遠からずの数字ではないかと思えます。

ヤフージャパン株の行方が日本市場を左右する：米ヤフーの事業売却 | DIGIDAY [日本版]

以前から、Yahoo Japanは、商標やブランド論点の宝庫で、面白いなぁと思っていました。

日本のヤフーの株式は、株式の35%を米ヤフーが所有していたと思いますが、米ヤフーからみたら、マイノリティ出資の会社でしかないのに、商号までライセンスしていたという点で、常識を超えています。これは、自らグローバル展開できない、ローカル系の会社、代表的にはレストランサービス等には時々見られるライセンス形態です。

また、それでいて、商号も、ヤフー株式会社とジャパンが抜けています（英文社名は、Yahoo Japan Corporationのようです）。社名からは、単なる現地法人ではなく、Yahooグループの日本の総代表であるように消費者は考えますが、実態は違います。

社名もライセンスしているので、単なる商標ライセンス契約ではなく、商号・商標ライセンス契約であり、それを非子会社にライセンスするというのは、通常の日本のメーカーの感覚では理解困難です。そして、たぶん、米ヤフーの品質コントロールは、あまり強くありません。

そもそも、ロゴが違います。海外が勝手に変えてしまい、日本が変えていないだけだと思いますが、ロゴの書体が全くが違います。色も米国は紫で日本は赤です。サービス自体も、コンテンツやスマホ化など、日本は独自に進化しています。すでに、米ヤフーにはYahooブランドをコントロールする能力はなかったように思います。

米ヤフーの業績は悪いと聞いていましたので、こうなると、一番望ましいのは、イトーヨーカドーのSeven Elevenのように、日本のソフトバンクが米Yahooの株式を買収することかと思っていましたが、各種の要因でそれはなかったようです。

また、はやりの格安スマホの「Y! mobile」は、「Yahoo」自体は使っていないのですが、たぶん、この商号・商標ライセンス契約に入るのではないかと思います日本の「Y!」の商標権は、米ヤフーが持っているようです。

ベライゾンのブランドの方針も出てくると思いますので、ソフトバンクはそれに対応していくのだと思いますが、大きな事業を他人の権利で行うことは、危うさもありますが、まさにビジネスという感じですね。私がソフトバンクの商標の担当なら、夜も寝れないような感じで、ぞっとしますが。

文：弁理士

西野吉徳本記事は、「Nishinyの商標・ブランド日記」より転載許可をいただいております。原文をお読みになりたい方はこちらからどうぞ