



## 【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。だた、日本のヤフーの事業には影響がないとのことです。

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するようです。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あと思います。&nbsp;

[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います。&nbsp;

[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、面白いなあと思っていました。

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、常識を超えていました。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、単なる現地法人のではなく、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、日本が変わっ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。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