

ミッションステートメント

国際的な・トレードマーク・アソシエーション (INTA) は、商標および関連する知的財産について支援し、消費者の信頼、経済成長、イノベーションを促進することを目的とするグローバルな団体であり、商標の所有者と専門家で構成されています。

戦略的方向性

非営利団体であるINTAの役割は、ブランドが持つ経済的価値および社会的価値を擁護する、信頼され影響力のある組織として、当団体の加盟者と一般社会に貢献することです。この役割を遂行するためにINTAは以下の戦略的方向性に従うことに注力します。

1. 商標とブランドの価値を推進する

商標および関連するIP（知的財産）権は商品・サービスの起源および品質を示すものです。そのため、商標・IPはブランドを確立し定着させるための基礎となります。ブランドは企業戦略、企業文化、および消費者と社会に提供する商品・サービスを推進する上でのビジョンを包含します。ブランドは信頼の器（うつわ）であり、マーケティングツールであり、金融資産でもあります。

商標および関連するIPの保護。 企業と消費者は、確固とした法律、商標・IPを登録・保護するための効率的なシステム、および十分な経験とリソースを持つ知的財産室と登録機関を必要とします。INTAの加盟者にとって、一貫性があり予測可能でコスト効率の良い登録手続きは常に優先事項となっています。INTAは規制当局とのやりとりを強化し、より強力な法律の実現を提唱するとともに、商標と関連する知的財産権を保護するための堅固なフレームワークを企業と消費者に提供するよう事務局と登録機関を支援します。

法律の調和および実践手法の収束。 INTAは今後も国際協定、その他の法律、規制、および規則と実践手法の調和を支援し、より容易かつより良い方法で商標・知的財産権を保護できるようにします。INTAはベストプラクティスを推進すると同時に、一貫性がより高い確実な法環境を実現するために、意見やソリューションの交換のためのプラットフォームを支援します。

執行。 適切な執行体制がなければ、強力な法律や効率的な登録システムがあっても役に立ちません。グローバル化やソーシャルメディアの発展、モバイルメディア、モノのインターネット、マルチメディアチャネルなどの普及は、企業と消費者にとって好機であると同時に、難しい課題でもあります。オフライン、オンラインでの偽造品の販売は依然として収益性の高いビジネスとなっており、消費者の安全を直接脅かし、GDP、雇用、社会福祉に影響を及ぼしています。INTAは効率的な執行体制を精力的に提唱します。INTAは立法者、裁判官、税関当局、警察、捜査当局に働きかけることにより、偽造との闘いの最前線に立ちます。INTAは今後も、法廷助言を提出したり、企業、消費者、一般社会にブランドの価値に関する教育や情報を提供したりすることによって、裁判所とかわりを持ち続けます。

ビジネス上のブランド価値。 企業が採用する人材、市場に投入する商品・サービス、顧客に伝えるメッセージ、使用するチャネルはブランドによって決まります。ブランドに対するこの包括的アプローチの一端を担うために、商標・IPの専門家は、ブランド価値、コミュニケーション、マーケティング、金融資産の潜在能力を理解し、高める必要があります。INTAは、ブランド価値を実証し、企業の行動がブランド価値にどのような影響を及ぼすのかを理解するためのツールを加盟者に提供します。

II. 消費者の信頼の強化

消費者は信頼するブランドを信じ続けます。しかし、ブランドと消費者の関係は進化を遂げてきました。今やブランドは、その環境の産物であると言えます。INTAは今後も、ブランドが商標所有者、消費者、一般社会の利益に資するものであることを実証します。

商標の表示とブランドの期待値を強化する。 INTAは、商標所有者の所有権や、消費者が十分な情報（例えば、標準化されたパッケージやシンプルなパッケージなど）に基づいて購入決定をする能力を脅かすような立法の動向や取り組みを監視し、消費者にとってより安全なインターネットを提唱します。INTAは消費者団体と協力して、消費者の情報と安全のためにブランドの重要性を高めていきます。

ブランドが経済と社会にどのような貢献をしているかを伝える。 INTAは経済研究と複数のコミュニケーション手段を通じて、IPのプラスの側面を喧伝します。それらは具体的には、GDP、雇用、世界各地の社会福祉に対するIPの貢献です。INTAは非IPのメディアへの情報発信を強化し、知的財産権についての一般市民の認識を高めていきます。多くの国の経済が中小企業（SME）や起業家に依存していることを考慮し、INTAはSMEと起業家による当団体への加盟に力を入れ、事業規模にかかわらず、ブランド保護が重要であることを強調します。

ブランドエクイティ。 企業や個人は商標や関連するIPを所有しています。消費者はこれまでになく、ブランドとそのエクイティの進化に影響を及ぼす存在になっています。INTAは、消費者団体や職能団体、学会との架け橋を築き、ブランドエクイティに関する議論を促進します。

III. イノベーションと変化を受容する

イノベーションは意欲を掻き立てます。企業と消費者は、かつてないほどの速さでイノベーションを受容するようになってきました。消費者の価値観やニーズも進化しています。INTAは、変化とイノベーションを注視し、それがブランドに及ぼす影響を評価し、加盟者にサポートと価値を提供します。

テクノロジー、イノベーション、進化する消費者のニーズと価値観によってもたらされる変化を評価する。 INTAはさまざまな委員会や作業部会を通して変化を分析し、ブランドとイノベーションの関係を研究し、商標所有者にもたらされる可能性のある影響を評価します。INTAは変化について考えたり、イノベーションと変化によってもたらされる機会を加盟者が活用して困難な問題を回避する方法について考えたりする上でのソートリーダーシップのプラットフォームとなります。

イノベーション、テクノロジー、変化がブランドに与える影響について、加盟者を教育する。 INTAは今後も教育、リソース、コミュニケーションを通じて、加盟者らが議論し、知識を共有できるフォーラムとしての役割を果たします。そうすることでINTAはさらに、企業と消費者に影響を及ぼす既存または将来の商標と知的財産権に関する事柄についての意見や推奨事項を提供することができるようになります。

加盟者に革新的で価値のあるサービスを提供する。 イノベーションとテクノロジーもまた、各種団体に影響を及ぼしています。INTAはイノベーションとテクノロジーを活用し、トレンドを明らかにするとともに、組織レベルと個人レベルの両方において、加盟者へのサービスを強化する機会を見いだします。

INTAはニューヨーク、ワシントンDC、ブリュッセル、サンティアゴ（チリ）、上海、シンガポールに所在する事務所、ジェノバとニューデリーの代理機関、世界187カ国以上に所在する加盟者との関係を通じて、グローバルな提唱、コミュニケーション、教育、ネットワークの機会を活用して、これらの戦略的方向性に従って活動します。INTAは今後も加盟者を増やし、存在感を高めながら、全世界の加盟者のために活動します。