

これまで発刊しました冊子「地域団体商標2008～2010」では、地域団体商標の権利取得後のブランド展開、ブランド管理の事例を合計36件御紹介いたしました。

冊子を活用された都道府県、関係機関等の皆様方から活用事例紹介のさらなる充実を図ってほしいとの御要望がありました。

そこで、今回、2011年6月末日までの登録案件〈合計478件〉の中から地域団体商標の権利取得後のブランド展開、ブランド管理の事例を5件御紹介いたします。

本活用事例が、地域団体商標の活用、さらに、地域ブランドの発展につながることを期待しております。

活用事例

- | | |
|------------------|----------------------------|
| 1. 「市川のなし」「市川の梨」 | 市川市農業協同組合 |
| 2. 「市田柿」 | みなみ信州農業協同組合
下伊那園芸農業協同組合 |
| 3. 「奥美濃カレー」 | 奥美濃カレー協同組合 |
| 4. 「泉州タオル」 | 大阪タオル工業組合 |
| 5. 「みやざき地頭鶏」 | みやざき地頭鶏事業協同組合 |

商標：市川のなし

商標登録 第5066922号

商標：市川の梨

商標登録 第5066923号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：市川市農業協同組合
- ・ 住所：千葉県市川市北方町4丁目1352番地2号

2. 地域団体商標及び使用する主な商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：
 - ① 「市川のなし」
 - ② 「市川の梨」
- ・ 商標登録番号：
 - ① 「第5066922号」
 - ② 「第5066923号」
- ・ 指定商品又は役務：

千葉県市川市及び
その周辺地域産の梨



3. 地域団体商標出願に向けての取り組み

(1) 従来におけるブランド保護の取り組み

「市川の梨」の歴史は古く、江戸時代より栽培され、千葉県の梨栽培発祥の地であり産出額は県内第1位であります。従来使用していた「千葉の梨」出荷容器を平成2年に現在の容器に変更し、「市川の梨」の差別化と独自性並びにイメージアップを図りました。

(2) 地域団体商標出願の動機

「市川の梨」は京浜市場を中心に出荷され、また撰果場や個々の直売所から全国に発送されてきました。そういう中で地域団体商標登録制度を知り、「市川の梨」の商標の保護と更なる「市川の梨」のブランド化を図る

ため出願に至りました。

(3) 地域団体商標出願の準備

弁理士に出願方法を聞き、また特許庁に何度か足を運び提出する書類・資料等を確認しながら、JA職員が出願いたしました。

(4) 地域団体商標出願に際し、苦勞した事項及び注意した事項

京浜市場の評価は高いものの、県外周知等の裏づけ資料を揃えるのに苦勞しました。

4. 地域団体商標の権利取得後のブランド管理及びブランド展開

(1) ブランド管理及び商品・役務の品質管理（管理手法・体制等）

当組合では、JAいちかわ果樹部会が組織されており、各地域より役員を選出し、ブランド管理並びに事業を展開しています。また、出荷容器へ地域団体商標の権利を取得したことを記載いたしました。出荷に際しては、共同撰果場2箇所を含め出荷組合が15組合あり、それぞれの組合に検査員が設置され、毎出荷時に品質検査を行なっています。今後も、生産技術を高め、品質管理及び出荷量の向上を目指し、共同撰果場の効率運営を図るため取り組んでまいります。

(2) ブランド展開

地域団体商標権取得後、市川商工会議所と連携し、ブランド協議会を立ち上げ「市川の梨」のシンボルマークを作成、パンフレット並びにのぼり旗や梨のシールとしてPRに活用しています。それと合わせて市内菓子業組合と協力し、市川の梨を使った加工品の開発や開発商品の食べ歩きマップを作成しました。また、市民への商標権取得を周知する目的で、市川の梨の無料配布と試食会を毎年実施しています。



5. 地域団体商標権利取得後の効果

意識変化、権利行使、売上の変化等

地域ブランド「市川の梨」を取得したことにより、今まで以上に直売での地元消費量はもとより、全国発送量でも目覚ましい伸びを示し経済効果が表れています。

また、シンボルマークの使用による「市川の梨」を使った和洋菓子店の「どら焼き」や「スイーツ」の開発や、山崎製パン(株)の「ご当地ランチパック」が発売され人気を呼ぶ等、幅広く商標が有効活用され地域経済にも貢献できていると思われまます。このように、認知度の向上とブランド力が強化され、「市川の梨」を背負って立つ若い後継者の人たちが自発的に「市川の梨」のブランド推進計画の検討をするなど、ブランドに対する意識も向上しました。



6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

出願に際し関係者（生産者）の理解がブランドの維持並びに継続させるためには必要だと思えます。また、他県に対しての周知度を証明する資料収集が重要な商標権取得条件となることから下準備をしっかりとおくことが必要だと思えます。

商標：市田柿

商標登録 第5002123号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：
 - ・ みなみ信州農業協同組合（長野県飯田市北方3852番地22）
 - ・ 下伊那園芸農業協同組合（長野県飯田市箕瀬町1丁目2454番地3）
- ・ URL : <http://www.ja-mis.iijan.or.jp/>

2. 地域団体商標及び使用する主な商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名 : 市田柿
- ・ 商標登録番号 : 第5002123号
- ・ 指定商品又は役務：
 - 長野県飯田市・
 - 下伊那郡産の干し柿



3. 地域団体商標出願に向けての取り組み

(1) 従来におけるブランド保護の取り組み

「市田柿」は、長野県の飯田市・下伊那地方で約600年前から栽培される渋柿で下伊那郡市田村（現在の高森町）に多く見られた在来柿で、その後、優良品種の選抜や栽培技術・加工技術の研究が進められ、地域の名産「市田柿」として生産されてきました。

(2) 地域団体商標出願の動機

豊富な食物繊維、上品な甘さを備えた「市田柿」は、手頃な大きさが食べやすさを増し、機能性にあふれた美味しさに年々人気が高まる中、「中国産市田柿」と称して中国産干し柿が流通されるようになりました。このことは「市田柿」の人気、知名度が高まった証とも言えますが、産地とすれば「市田柿」のイメージを失墜するものであり、地域の名産「市田柿」を、行政をはじめとし、生産・販売する事業者が一体となって守らなければな

らないと出願に至りました。

(3) 地域団体商標出願の準備

平成17年2月、地方公共団体が主催する「市田柿振興懇談会」において地域ブランドづくりの検討が行われ、10月には商標登録にむけて弁理士による制度学習会を開催しました。以後、みなみ信州農業協同組合及び下伊那園芸農業協同組合による代表協同申請として弁理士に依頼、申請書類の準備を進めました。



(4) 地域団体商標出願に際し、苦勞した事項及び注意した事項

出願の手続き関係については、弁理士との打合せを実施し、進めたことから特に大きな問題等はありませんでしたが、周知性を証明する関係資料の収集には苦慮しました。

4. 地域団体商標の権利取得後のブランド管理及びブランド展開

(1) ブランド管理及び商品・役務の品質管理（管理手法・体制等）

地域団体商標の権利取得とともに、「市田柿」商標の適正な管理を行なうための「市田柿商標管理委員会」を設置、また、市田柿の生産・出荷・販売に携わる事業者が連携・協力し、生産体制の向上及び品質維持管理に努め、ブランド価値の維持・向上を目的に、この趣旨に賛同する事業者（商標使用締結事業者）、関係機関による「市田柿ブランド推進協議会」を立ち上げました。

「市田柿商標管理委員会」では、市田柿を生産・販売、商標の使用を希望する事業者に対しては、「商標使用に関する協定申請書」を提出していただき、「市田柿地域団体商標の使用基準」に基づき、書類審査、事業所審査を実施した上で認可、商標使用とブランド化に向けた取組み協定を締結しています。

「市田柿ブランド推進協議会」では、市田柿品質の維持・向上と加工食

品としての衛生管理体制、ブランドとしての意識高揚のため、年2回ほどの研修会を開催するとともに、毎年、「衛生管理マニュアル」「衛生管理チェック表」を作成し、生産者・事業者への徹底を図っている。また、ブランドとして一定の基準以上のものを「市田柿」として流通するよう「市田柿品質基準」を作成するとともに、ブランドとしての品質向上、生産者間のレベルアップを目的に毎年、市田柿品評会を開催しています。

(2) ブランド展開

ブランドとしての意識、品質統一にむけ、産地での事業展開は行なってきましたが、消費地にむけた展開、アピールに商標取得当初は欠けていました。

「中国産市田柿」の対応もふまえ、地域団体商標のロゴマークを作成、使用基準に基づいて生産された「市田柿」へ表示し、差別化を図るとともに、ポスター、リーフレット作成により市場、小売店を通じ、消費地へブランドとしての「市田柿」アピールを進めています。



また、海外販売も実施する中、中国、香港、台湾への商標登録申請を進め、平成21年4月には香港、平成22年7月には台湾で商標登録ができました。

5. 地域団体商標権利取得後の効果

意識変化、権利行使、売上げの変化等

商標権取得により、生産者及び生産・販売する事業者間での連携ができ、産地が一体となってブランドの維持、向上にむけ、意識統一と事業展開ができるようになりました。

また、消費地にむけてのアピールもあり、消費者の方から「近くのスーパーで中国産市田柿が売られているが・・・」との情報提供もいただき、消費地においてもブランドとしての「市田柿」の認知度がより一層高まったものと見られます。

「中国産市田柿」については、税関、弁理士、弁護士にも相談し、行政

的行使は見合わせておりますが、取扱い市場、小売店等には、地域団体商標の説明と名称について消費者が混同しないようお願いしています。

6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

地域団体商標を出願するに当たって、苦労した周知性を証明する書類が必要となり、市場、量販店等への依頼も大変です。弁理士と相談する中、早めに準備ができればと思います。

出願までは弁理士等に相談して進められますが、取得後の商標の管理、品質維持管理をどのように、誰が行っていくのが大変かと思われると思います。出願準備と併せ十分検討を進めていくことも必要かと思われます。



商標：奥美濃カレー

商標登録 第5381834号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：奥美濃カレー協同組合
- ・ 住所：岐阜県郡上市白鳥町為真232（事務局）
岐阜県郡上市白鳥町中津屋929（登記上）
- ・ URL：http://www.okuminocurry.com

2. 地域団体商標及び使用する主な商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：奥美濃カレー
- ・ 商標登録番号：第5381834号
- ・ 指定商品又は役務：
岐阜県奥美濃（郡上市）における
カレーの提供



3. 地域団体商標出願に向けての取り組み

(1) 従来におけるブランド保護の取り組み

1 店舗の不評で奥美濃カレー全体の評判が落ちぬよう、カレー王であるパク森氏をメニュー開発顧問に迎え、厳しい認定制度を作り品質向上に努めた。

(2) 地域団体商標出願の動機

全国各地のグルメイベント等に参加し、積極的にPR活動をした結果、知名度があがったのだが、「奥美濃カレー」に似た名前を使う業者が増えてきたため、保護しなければいけないと思った。

(3) 地域団体商標出願の準備

品質の維持管理はもとより、さらなる品質向上を目指し、勉強会等を開いた。さらに知名度アップのために、継続的なマスコミリリースを続けた。

(4) 地域団体商標出願に際し、苦勞した事項及び注意した事項

奥美濃カレープロジェクト実行委員として活動してきた5年間の活動を示す資料の収集や各認定店の地域ブランドに対する意識の高揚。

4. 地域団体商標の権利取得後のブランド管理及びブランド展開

(1) ブランド管理及び商品・役務の品質管理（管理手法・体制等）

年に1度、各店のカレーを持ち合って、味の確認をする認定会を開き、品質の維持管理をしている。著しく味が落ちている場合は認定を取り消す事もある。

(2) ブランド展開

取得前は、個々の認定メニューを中心に売っていたが、取得後は、奥美濃カレーひっちゃく棒等の共通メニューを開発し、さらなる知名度アップに繋がっている。

また、契約農家に奥美濃カレー専用野菜を栽培してもらい、地産地消を目指したカレー作りに心がけている。



5. 地域団体商標権利取得後の効果

意識変化、権利行使、売上げの変化等

加盟店の意欲が高まり、品質の向上、新しいメニュー開発が増えた。マスコミや各イベントからのオファーも増え、PR活動する機会が増えた。地元の人からの応援も増え、地域が一つになって奥美濃カレーを全国にアピールできるようになった。

6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

これから地域団体商標に登録しようとする物を磨き、関係者等の意識を高める意識改革が必要。

また、近隣の県への周知や、いかにマスコミに取り上げてもらうかも必要ではないかと思う。



商標：泉州タオル

商標登録 第5028951号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：大阪タオル工業組合
- ・ 住所：大阪府泉佐野市市場西1丁目8番8号 地場産業支援センター 1F
- ・ URL：
<http://www.os-towel.or.jp/>
<http://www.senshu-towel.jp/>

2. 地域団体商標及び使用する主な商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：泉州タオル
- ・ 商標登録番号：第5028951号
- ・ 指定商品又は役務：泉州産のタオル



3. 地域団体商標出願に向けての取り組み

(1) 従来におけるブランド保護の取り組み

日本タオルの発祥の地として白タオルを中心に発展し、産地では品質管理や標準タオル等規格品の基準を設けるなど「品質向上」「安定供給」に取り組んできました。取引先である流通業界では、泉州産や泉州タオルとして広く認知されていましたが、商品への統一ブランド表示は無く、取引先商標や個々企業がそれぞれで商標表示を行っておりました。そこで平成17年に地域名「泉州」を入れた統一的なブランド商標として、まずは「泉

州こだわりタオル」を一般商標登録し地域ブランドとして具体的な取り組みを開始しました。

(2) 地域団体商標出願の動機

輸入タオルが激増し、その棲み分けのために産地の統一商標の設置が急務となりました。輸入品には、原産国の表示すらされていないものも多く、当産地の製品特徴をアピールするためにも地域ブランド化が重要であり推進しました。平成16年度に「産地商標ラベル委員会」を設置し平成17年に「泉州こだわりタオル」そして平成18年地域団体商標制度ができ直ぐに「泉州タオル」を申請しました。

(3) 地域団体商標出願の準備

商標出願は全て事務局で行いました。そのため、特許庁や大阪府特許情報センターなどに相談・指導をいただきました。また、「泉州タオル」としての品質基準を設けるなど地域ブランドの環境を整えました。

(4) 地域団体商標出願に際し、苦勞した事項及び注意した事項

「泉州タオル」は、流通業界や取引先間から一定地域では、広く知名度を得ておりましたが、法人需要やOEM生産が多く、その周知性を具体的に証明するための資料整備が十分ではなく、その証明資料の整備に労力を要しました。

4. 地域団体商標の権利取得後のブランド管理及びブランド展開

(1) ブランド管理及び商品・役務の品質管理（管理手法・体制等）

平成16年度より組合委員会として設けている「産地商標ラベル委員会」により泉州タオルの「品質基準」と「商標の使用規定」を設け、安心・安全で高品質なブランドへの管理と表示のあり方について組合において体制を構築しました。

(2) ブランド展開

まずは「泉州タオル」の知名度を少しでも高めるため、統一商標マークにより組合員が商品に表示（使用）することで普及を推進するよう取り組

みました。

丁度 国の推進するJAPANブランド育成支援事業に大阪府下では初めて採択され、タオルに添付するネームを始め、シール（証紙）、梱包資材であるビニール袋やパッキングケースに泉州タオルロゴマークを印刷したものを作成し、組合員の一斉活用から、地域ブランドの普及を促進しました。また、一般商標である「泉州こだわりタオル」は、泉州タオルのイメージ向上のため「こだわり」を基準に加味した「泉州こだわりタオルブランド商品認定規約」を設置し、プレミアムブランドとしての品質基準を設置し展示会を開催するなど市場からの提案普及を実施しています。

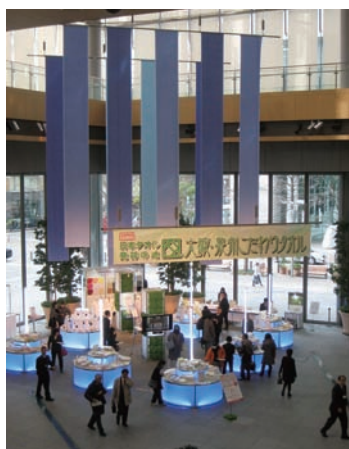


大阪泉州・日本製
日本タオル発祥の地

5. 地域団体商標権利取得後の効果

意識変化、権利行使、売上げの変化等

組合員の共通ブランドとして品質管理ブランド育成意欲などへの意識が更に高くなると共に、「泉州タオル」の知名度が上がることで、流通業からの指名も多くなり、現時点では、年間約2,000万枚弱の「泉州タオル」の商標表示で出荷されており、現在も増加しております。また、「泉州タオル」の普及から地域ブランドとして産地意識の高まりから組合への新規加入企業も出てきました。



6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

各地域でこれまで営んでいた優れた商品・サービスであるからこそ商標化されるのであって、国内企業として意思統一を図り自らが商品の特徴をアピールし自信を持って取り組むことが重要だと思います。

7. その他

地域ブランドの推進は、地域の活性化、まちおこしの取組みです。今後とも、より良いものづくりに精進し「泉州タオル」の普及から地域の活性化のために取り組みます。

『東日本大震災による被災者の皆様には心よりお見舞い申し上げます。被災地の一日も早い復興と被災者皆様が早く元気な生活に戻れますことを心よりお祈り申し上げます。』



商標：みやざき地頭鶏

商標登録 第5315957号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：みやざき地頭鶏事業協同組合
- ・ 住所：宮崎県宮崎市広島1-13-10 畜産会館
- ・ URL：http://jitokko.net/

2. 地域団体商標及び使用する主な商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：みやざき地頭鶏
- ・ 商標登録番号：第5315957号
- ・ 指定商品又は役務：
地頭鶏を交配した宮崎県産の食用鶏の肉



3. 地域団体商標出願に向けての取り組み

(1) 従来におけるブランド保護の取り組み

平成8年に、生産者、行政等により「みやざき地頭鶏普及促進協議会」を設立し、順次生産者や種鶏に対する生産技術向上や普及促進を強化するとともに、みやざき地頭鶏のひなが部外者に流通しないようシステム（規約等）を整備していった。

平成20年度からは、加工品の偽装表示を防止するため、「生産者番号シール」を開発し添付するとともに、インターネットのホームページ上に取扱店（指定店）を記載することとした。

(2) 地域団体商標出願の動機

みやざき地頭鶏は、平成2年にひな供給が開始されて以降、地鶏ブームや高い肉質の評価を受けて需要が次第に伸びていった。そのような中で、平成19年に東国原知事が就任し、一躍「宮崎県の地鶏」が注目を浴びることとなったが、逆に多種多様な商品が市場に出回ることとなり、県内外においてみやざき地頭鶏の偽装表示等の商品販売がなされる危険性が大きく

なった。また、他の品目でも偽装表示が相次ぎ、一方では外国産の野菜から農薬が検出されるなど「安全・安心」な農畜産物の生産・供給が喫緊の課題となった。

そのため、そのような危険性から「みやざき地頭鶏」ブランドを守り、また加えて有利販売を促進する目的から、それまでに商標登録（図形登録）は行っていたが、地域団体商標を出願することとなった。

(3) 地域団体商標出願の準備

農林水産先端技術産業振興センターが主催する農林水産知的財産講習会に参加したり、県の支援センター等に相談した。

また、先に宮崎県経済連が「宮崎牛」の地域団体商標を取得していたため、概要を聞き取りし特許事務所を紹介してもらい、相談に行った。

(4) 地域団体商標出願に際し、苦勞した事項及び注意した事項

地域団体商標は、協議会組織（任意団体）では不可能であり、その当時協議会しか組織がなかったため、生産者の協同組合組織を作る必要が生じ、平成20年10月にみやざき地頭鶏事業協同組合を設立した。

地域団体商標出願のためには、隣県以上の知名度等が必要であるほか種々の条件があり、その証明するものとしてどのような資料を提出すればよいのか苦慮した。

4. 地域団体商標の権利取得後のブランド管理及びブランド展開

(1) ブランド管理及び商品・役務の品質管理（管理手法・体制等）

みやざき地頭鶏の素ひなは、畜産試験場川南支場で種鶏の管理をして、県内3ひなセンターを経由して生産者に譲渡しており、肥育出荷後に出荷報告を各生産者から毎月報告することになっているので、偽物が流通することはない。出荷は各生産者が独自のルートで（主に居酒屋が多いが）販売しているが、その際の鶏肉の販売品質管理規定が統一していないので、当組合としては、今年度出荷管理規定を作成することにしている。



(2) ブランド展開

地域団体商標登録後の平成22年度に地域ブランド戦略会議を開催しプロジェクトを作成し、生産から販売まで各生産者が責任をもって経営するよう平成23年度から販売流通委員会を中心に具体的活動を開始した。



- ①品質管理規定プロジェクトでは、飼養管理簿の整備、ワクチンの接種状況、たい肥舎の整備状況、鶏肉の出荷状況の悉皆調査を実施し、飼養管理マニュアルとおりの飼養管理を指導するとともに、出荷時の管理規定の素案を作成する。



- ②地頭鶏ふわふわ親子丼プロジェクトでは、宮崎市内の指定店の親子丼の提供状況を調査し、親子丼マップを制作し、ホテル、旅館等に提供する。
- ③地頭鶏2羽とりプロジェクトでは、1㎡2羽という広々とした飼養環境で飼われていることをアピールする新しいポスター、パンフレットを作成し、販促資材として利用する。

5. 地域団体商標権利取得後の効果

意識変化、権利行使、売上げの変化等

平成17年に「商標登録」、平成19年に宮崎県のブランド商品に認定されているので、大きな意識の変化はないが、平成20年度に、行政主体の協議会に加えて事業協同組合を立ち上げたのに伴い、自主的な販売体制が出来上がり、法人格の生産者団体になり、全国展開により売上が伸びてきている。

6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

商標取得は、販売を増やすための一手段と考えて、本質的には良質の物を生産する各生産者の日常的な努力、組織力を活かした販売戦略が不可欠で

