

地域団体商標の活用事例

地域団体商標を活用した地域ブランド振興の事例

特許庁に地域団体商標として登録された地域ブランドは、現在どのように活用されブランド展開を図っているか、また出願に至るまでの経緯など、権利取得組合にお聞きしましたので、紹介させていただきます。

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。

① 十勝清水町農業協同組合
十勝若牛 137

② プロジェクトおおわに事業協同組合
大鱈温泉もやし 141

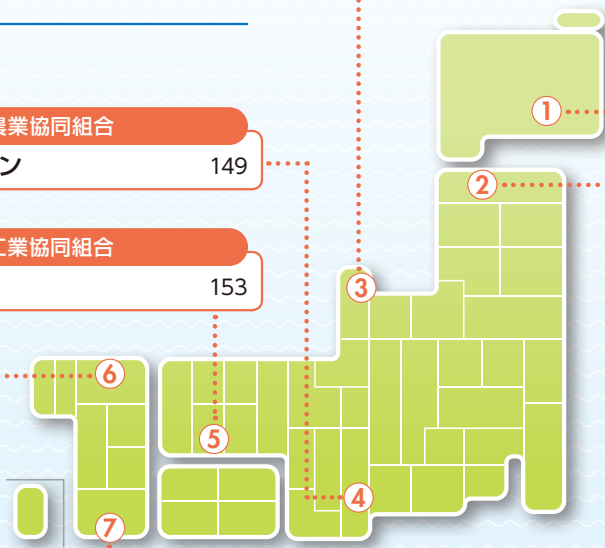
③ 和倉温泉旅館協同組合
和倉温泉 145

④ 伊賀南部農業協同組合
美旗メロン 149

⑤ 府中家具工業協同組合
府中家具 153

⑥ 全国農業協同組合連合会
はかた地どり 157

⑦ グリーン鹿児島農業協同組合
桜島小みかん 161





地域団体商標の活用事例 ①

商標：十勝若牛 商標登録：第5535749号

生産から加工、販売、営業まで一元管理！
柔らかく、クセなく、旨味たっぷりの
『十勝若牛』の美味しさは、「14」がポイント！

組合等（権利者）の紹介

- 権利者名：十勝清水町農業協同組合
- 住 所：北海道上川郡清水町
南2条1丁目8番地
- URL：<http://www.ja-shimizu.or.jp/>

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：十勝若牛
- 商標登録番号：第5535749号
- 指定商品又は役務：
北海道上川郡清水町（十勝管内）で肥育され
たホルスタイン種による早期肥育牛の牛肉



1. 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

『十勝若牛』は、赤身肉本来の旨みとヘルシーさを前面にアピールした牛肉です。

日高山脈から吹き下ろす新鮮な空気、澄みきった水、大きく広がる大地で、牛たちをストレスなく育てるにはとても適した「十勝」の環境の中で、ホルスタインの雄を生後約14ヶ月間かけて飼育し、出荷しています。

『十勝若牛』は「吉田牧場」「(株)吉田ファミリーファーム」「コスモス牧場」「浅水牧場」「表牧場」の5戸の肉牛農家で飼育され、酪農家で生まれた仔牛から生後約14ヶ月になるまでの期間、哺乳方法や飼料の種類、給餌方法など十勝清水町農業協同組合が生産者と共に、長年かけて開発した独自の肥育方法で育てており、これによって牛肉の「赤身肉の旨味」を引き出しています。



一般に食べられているホルスタイン牛肉（生後約20ヶ月齢）よりも6ヶ月ほど早く出荷することで、きめ細かくて柔らかい肉質と牛肉独自のクセが少なくなり、食べて柔らかく肉色の変化なく日持ちし、無駄な脂肪の少ない健康牛肉であるという特徴があります。

(2) 地域団体商標出願の動機

商標権の取得目的は、お客様である最終消費者に対して商品を認識してもらうという事も大事な理由ですが、地域ブランドには、地域名である「十勝」が入るため、十勝清水町農業協同組合員の意識の向上はとても必要性があり、一番重要性があると認識し、『十勝若牛』の商標権取得を目指しました。

(3) 地域団体商標出願の準備

平成17年に団体商標願で「十勝若牛」を出願しましたが、全国的な周知性の証明が出来なかったため、拒絶査定となりました。その後周知性をどのように高めるか、弁理士の指導のもと、地域と共にブランド化を徹底し、周知性を全国にまで高めるよう努力しました。活動の中では、『十勝若牛』と十勝清水の特産品でもある旬の「アスパラ」をお客様に提供できるよう「十勝若牛アスパラまつり」を毎年行っており、地域の特産を一度に味わっていただくなどして、PRしております。イメージアップ効果では、滋賀



県大津港一帯で開催された、一般来場者による投票で牛肉料理のNo.1を決める「第2回牛肉サミット2012」で、十勝清水町農業協同組合の『十勝若牛』を使った「北海道十勝若牛のローストビーフにぎり」を提供し、見事優勝することができました。

そのような経緯の中で『十勝若牛』の周知性や成果も獲得できるようになり、地域団体商標の制度が導入され、全国的な周知性ははなるとも一定範囲の周知性があれば「地域名+商品名」で登録できる地域団体商標に着目し、平成23年に出了願しました。



「十勝若牛」を大切に育てている酪農家の皆さん

第2回牛肉サミット2012で、「北海道十勝若牛のローストビーフにぎり」が見事優勝!



2. 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）

『十勝若牛』の登録商標管理運用規定等は徹底しており、ロゴ規定マニュアルや、『十勝若牛』ブランド、コンセプト等も含めて、十勝清水町農業協同組合のホームページにすべて掲載しています。

また、十勝清水町農業協同組合の子会社である「株式会社十勝清水フードサービス」を平成4年に設立し、生産からブロック肉やスライス肉として販売するまでの過程は、十勝清水フードサービスのカット工場加工・出荷が行われており、すべて一元管理で行うことが可能です。肉の解体や梱包、発送だけでなく、品質管理のための牛肉断面の画像撮影、加工製品の製造なども行っています。販売、営業まですべて十勝清水町農業協同組合で行っていることの強みとして、すべて一連で行っているからこそ、生産者一処理加工業者一消費者の意思疎通が行われ、消費者の声が生産者にただちに反映させることが出来、地域の中で完結できる状況です。

(2) ブランド展開

十勝清水駅前にあるスーパーでは、精肉コーナーの陳列棚一区画に『十勝若牛』コーナーを設け、のぼり旗、垂れ幕、ノベルティにはすべて『十勝若牛』の商標マークを取り入れ、お客様に提供しています。一つ一つの商品には必ず『十勝若牛』と十勝清水町農業協同組合のロゴ『Tokachi Shimizu』を一つに印刷したシールが貼られており、商品を安全かつ安心して購入して頂けるよう、工夫をしております。

また2013年には、北海道内の15地域が参加した「新・ご当地グルメグランプリ北海道2013 in 十勝芽室」でも『十勝若牛』を使用した、清水町内11店舗のお店で提供されている「十勝清水牛玉ステーキ丼」が“総合優勝”するなど、そのおいしさがさらに多くの方々へ支持されてきています。

3. 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

地域の認知は、その組合員（農家）で構成する組織（農協）がしっかりと地域での存在価値を高めるため、販売先を増やし、認知度を高め、組合員の農協への信頼を高めることで、組合員の生産物の農協への取扱量を増やしています。つまり、農協が権利化しブランドを活用した販路展開を行うことで、組合員の信頼を高め、農協の販売取扱の増加に寄与する。このような取り組みを心がけております。

4. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

商標権は独占権なので、権利を取得すれば安心して全国にブランド展開が可能です。また、他で使用しているものに対して取り締まることが可能です。是非、組合が先頭に立ち、地域や組合員に対してしっかりと「私たちのブランド」として認識してもらい、商品の価値や基準を決めて活動を行えば良いと考えます。

十勝清水町農業協同組合は、ブランディング計画として弁理士等に指導を受け、5年計画で「ブランド構築に向けた取り組み」をしっかりと行いました。このように組合だけで取り組むのではなく、専門家にアドバイスを受けながら、ブランド戦略の重要性を考慮し、将来ビジョンを持って取り組むことが、成功する近道だと思います。



十勝清水町農業協同組合の皆さん

地域団体商標の活用事例 ②

商標：大鰐温泉もやし 商標登録：第5499485号

『大鰐温泉もやし』は、伝承350年の冬野菜です。
一子相伝で代々受け継がれる、幻の逸品を
是非一度食してみてください。

1. 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

南津軽郡大鰐町は、津軽の奥座敷とも呼ばれる青森県津軽地方の南部に位置します。約800年の歴史を持つ「大鰐温泉」は湯治の湯としても親しまれ、津軽藩主も眼病を治すために訪れて、快癒したとも伝えられます。

『大鰐温泉もやし』はこの温泉の力を活用し、350年以上も前から大鰐温泉の“温泉熱と温泉水”だけを利用して、大切に栽培され続けています。『大鰐温泉もやし』のこだわりは“豆”にもあり、種子は代々選び受け継がれた地域在来の小粒種「小八豆（こ

はちまめ）」を使用しています。『大鰐温泉もやし』の特徴は栽培方法にあり、洗浄・仕上げまで水道水は使用せず、温泉水のみを利用して育っています。また無化学肥料、無農薬、独自ブレンドの“土栽培”で育てることにより、温泉に含まれるカルシウム・リン・鉄等のミネラルなどが、もやしの成長を更に促すため、栄養がとても豊富です。大きさは根も入れて約40センチと長身に育つため、旨みが濃く、歯触り、歯ごたえが良く、とても魅力のある食材です。

大鰐町在来の豆を使用し、温泉熱・温泉水と土栽培で育てられる『大鰐温泉もやし』は、大鰐町でしか作ることができない特産品です。

加賀助



大鰐町の名所

大円寺



中の橋



湯魂石



石の塔

組合等（権利者）の紹介

- 権利者名：プロジェクトおおに事業協同組合
- 住 所：青森県南津軽郡大鰐町
大字長峰字下川原9番地92
- URL：http://www.wanicome.com/

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：大鰐温泉もやし
- 商標登録番号：第5499485号
- 指定商品又は役務：
青森県南津軽郡大鰐町の大鰐温泉の温泉水
を利用し、同町に由来する製法により、同
町で生産されたもやし



若手後継者によって受け継がれる「大鰐温泉もやし」の作業場は、熱気にあふれています！



(2) 地域団体商標出願の動機

『大鰐温泉もやし』の種子や栽培方法などは、代々後継者に受け継がれるため、生産者によって異なり、現在でも門外不出です。そのため“一子相伝”で伝承されにくく、後継者減少傾向の課題がありました。近年、もやし栽培を絶やさぬよう大鰐町が中心となり「大鰐温泉もやし生産者育成事業」を平成17年から立ち上げ、人材育成、後継者確保に成功することができました。

また、首都圏の高級飲食店への出荷や物産展を行いながら、地道に販売しブランド化を推進する中で、メディアにも取り上げられたことがきっかけで知名度も上がり、全国の料理人からの問合せが多くなりました。しかし、「東京都内で大鰐温泉もやしの偽物が出回っている」との情報は何件か寄せられるようになり、模倣品を阻止する動きも同時に高まりました。

(3) 地域団体商標出願の準備

『大鰐温泉もやし』を大鰐町の宝としてブランドを確立するために、登録主体を満たすプロジェクトおおわに事業協同組合が出願人となり、平成23年6月に出願を行いました。

した。出願に至るまでには、大鰐町や生産者の理解を得る必要がありました。そのため、関係者に対して丁寧に、根気強く、何度も説明を行っていくことで、徐々に理解を得て意識を共有するまでに至りました。

弁理士からの指導のもと、周知資料を何度も追加提出し、翌年の平成24年6月に地域団体商標として商標登録されました。

2. 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）

現在は、プロジェクトおおわに事業協同組合を含め、大鰐町内の生産者や飲食・観光関係等で作る「大鰐温泉もやし商標活用推進協議会」が中心となり『大鰐温泉もやし』の商標を管理・運営し、大鰐町民全員が『大鰐温泉もやし』の商標を共有できるようにしています。

生産体制は、大鰐町の栽培施設を含め7軒で生産され、栽培方法は各農家秘伝のため独自の方法で、商品管理の徹底を行っています。

(2) ブランド展開

プロジェクトおおわに事業協同組合では、大鰐温泉もやしブランド化推進委員会関係機関と連携して、350年の伝統ある『大鰐温泉もやし』の価値向上、後継者育成、生産体制確立、販路拡大により、雇用創出を通じて大鰐町を活性化し、「自立して稼げる地域」を目的に、特産品の核として『大鰐温泉もやし』のブランド化を目指し、成功しました。

ここで大切なのが、ブランド価値です。『大鰐温泉もやし』は大量生産、販売ができません。一度栽培に使用した土は、成長に必要な栄養分をもやしが全て吸い取ってしまうため、連作障害を避けるために1年間は休ませます。そのため生産量は少ないです

が、その分希少価値があり「期間限定・数量限定・地域限定」を特に意識して、ブランド価値を高めています。

現在では、首都圏などへの出荷先を開拓し、高級食材として取引されるようになりました。また、6次産業化にも積極的に取り組み、「大鰐温泉もやし金ムチ」や「大鰐温泉もやし吟ナムル」などを商品化し、レストランでは「大鰐温泉もやし鍋」や「大鰐温泉もやし御膳」などを提供しています。

大鰐町の活性化、大鰐町の知名度アップ、大鰐ブランドの浸透に向けて、今後も生産者や地域の住民と共に、『大鰐温泉もやし』のプレミアム化を目指していきます。



飯田橋の青森県アンテナショップ「あおもり北彩館東京店」

3. 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

『大鰐温泉もやし』は「豆もやし」と「そばもやし」の2種類があり、生産量は年間約21トンです。基本の「豆もやし」は全体の約9割

生産され、約1割が「そばもやし」を生産しており、収穫量が少ないのでとても貴重品です。

また、収穫された『大鰐温泉もやし』の約7割は地元で消費され、プロジェクトおおわに事業協同組合が指定管理を行っている「鰐come」や、地元の食料品店やスーパーなどで販売しています。約3割は、青森県

外の飲食店や東京都内のレストランなどに提供するなど、出荷比率を徹底し管理しています。

現在では大鰐の味を提供するために、東京の青森県産品アンテナショップでも販売を行っています。不定期ですが、東京のJR上野駅とJR秋葉原駅の地産品ショップでも物産販売を行っています。本来、大鰐町内や大手料理店でしか食することができない『大鰐温泉もやし』ですので、お客様にはとても好評で、販売と同時に売り切れてしまう状況です。



組合では、元気な朝礼が毎朝の恒例！（「鰐come」内）

4. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

プロジェクトおおわに事業協同組合の相馬副理事長がおっしゃるには「小さい町だと特にそうだと思いますが、いろいろな意見の中で目指すべき方向性を見失ったとき、私達のような先頭役がいて、当初の方針を

曲げることなく、さらに最後まであきらめずにやり続けたことが、成功した秘訣だと考えています。出願団体だけではなく、市町村役場、生産者が共に同じ意識と理解力を持って、また方向性は決してぶれることなく、正しい発信、信念を持って、取り組みを行うことが一番大切です。」とのことでした。



「大鰐温泉もやし」のレシピ集は、大鰐町HPで紹介しています！

地域団体商標の活用事例 ③

商標：和倉温泉 商標登録：第5019121号

能登半島『和倉温泉』では
 かわいいわくたまくと出会えるかも！
 和倉温泉で「ワクワク、ランラン、ゆっくり過ごそ。」



1. 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

石川県の能登半島に位置する『和倉温泉』は、能登観光の玄関口であり、七尾西湾に面して穏やかに弧を描くように、北に「ツインブリッジのと」、能登島を挟み、東に「能登島大橋」と、海岸沿いに旅館が建ち並ぶため美しい展望が眺められる、情緒豊かな海辺の温泉です。

『和倉温泉』の歴史は、今から1200年ほど前、大同年間の温泉湧出にはじまり、時代を経た永承年間に漁師夫婦が湯気立つ海で白鷺が身を癒しているのを見て、“湯の湧き出づる浦” 涌浦（わくら）と命名されまし

た。現在の地名である“和倉”は、延宝2年に“涌浦”は書き文字を間違えやすいことから、加賀藩の命により今日の“和倉”と名を改めています。

『和倉温泉』は歴史ある温泉郷で有り、地元の方とも地域一帯・地域密接な関係を保ちながら、長年地域のブランドとして『和倉温泉』は根付いております。

(2) 地域団体商標出願の動機

和倉温泉旅館協同組合は石川県中小企業団体中央会に加盟しており、制度導入前に、中央会より「地域のブランドの確立・ブランドの育成が可能であるため申請してみませんか」と薦めて頂き、弁理士を専門家として派遣していただきました。

組合等（権利者）の紹介

- 権利者名：和倉温泉旅館協同組合
- 住 所：石川県七尾市和倉町 式部13番地の1
- URL：http://www.wakura.or.jp/

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：和倉温泉
- 商標登録番号：第5019121号
- 指定商品又は役務：

石川県七尾市和倉町・奥原町・石崎町における温泉浴場施設を有する宿泊施設の提供
 石川県七尾市和倉町・奥原町・石崎町における温泉浴場施設の提供





『和倉温泉』の地域範囲は、和倉温泉旅館協同組合の定款にも定められている「石川県七尾市和倉町・奥原町・石崎町」となります。このエリア以外で『和倉温泉』を名乗る経営者（第三者）の抑止及び、『和倉温泉』の暖簾を守るため、さらに全国に『和倉温泉』をPRするために商標権を取得しようと考えました。

(3) 地域団体商標出願の準備

地域団体商標として要件を満たす「一定の周知性」を証明するため、「和倉温泉散歩マップ」「わくらづくし」「Wakuran[ワ克蘭]」などのパンフレット、イベントのポスター、告知チラシ、新聞記事、パブリックで掲載されている情報など、県内はもとより県外にも広く周知している資料を集約し、特許庁に申請させていただきました。

2. 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）

サービスの基準、品質の基準は、特に設けておりません。



和倉の歴史や魅力をお客様にお伝えしている「わくら湯ぼんと」

温泉旅館協同組合ですので、組合ではサービスのレベル等の規約は設けておりませんが、各旅館が過去から培われてきた経験等で、品位や接待など、責任を持っておもてなしをしていく姿勢です。組合の会議も月に1回行われており、その会議の場でお客様の声や組合からの意見を集約し、その都度提起された問題を解決し、情報の共有をしていくといった方法をとっています。

ただしサービス等の基準の必要性は感じています。地域ブランドの保護・育成を前提に、地域団体商標『和倉温泉』の使用に関する規程・規約等も考慮した規定等設けることが、今後の検討課題です。

(2) ブランド展開

現在は集約人数をできるだけ伸ばすよう、またイベントを行い『和倉温泉』に足を運んでいただくよう、さらには若い世代にアピールしていくために、キャラクターの「和倉温泉わくたまくん」とコラボした形でイベントを行っています。1月には「和倉温泉冬花火&海鮮まるごと大鍋とうまいもん市」、3月には和倉温泉を拠点に「能登和倉万葉の里マラソン」、6月には平成9年から開催している「能登よさこい祭り」、7月には和倉温泉わくわくプラザで行われる「わくわく夏まつり」、8月には「和倉温泉夏花火」や「和倉温泉太鼓打競技大会」など、その他にも季節に応じてイベントを盛りだくさん開催しております。

また期間限定ですが、「和倉温泉スイーツめぐり」や、「和倉温泉ほろよいめぐり」など、和倉温泉街を楽しめる企画もあります。

『和倉温泉』には、「湯元の広場」「弁天崎源泉公園」と、温泉たまごを作れる場所が2箇所あり、ちょっとした『和倉温泉』の名所となっています。



「和倉温泉スイーツめぐり」のポスター

3. 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

施設利用者の人数は、平成24年度では80万人台、平成25年度では90万人台です。日本国内だけではなく、外国からも多く来ていただいているため、約2万人もの外国人観光客が『和倉温泉』に足を運んでいただいています。またリピーターも多く、隣接する都道府県以外からも、三大都市圏から多くの観光客が訪れます。

2011年6月に石川県能登半島に広がる「能登の里山里海」が、日本で初めて「世界農業遺産」に認定されました。和倉は七尾湾に面しているため海の幸も豊富で、新鮮な能登の食材として山の幸も豊富なため、『和倉温泉』のイメージと一体した

「食」をテーマにPRできるよう、企画を進めています。

『和倉温泉』の地域ブランドは、組合構成員や地域の住民も含め、これからもそして未来まで存続していくという高い意識を持ち続けています。今後は120万人の利用者数を目標として、魅力ある『和倉温泉』として、志を高く持って活動していきたいと考えています。



4. 今後地域団体商標を 出願する者に対するアドバイス

中央会からの支援も有り、商標の権利として地域団体商標『和倉温泉』を取得しましたが、もっと広く『和倉温泉』ブランドを知っていただくために、1つの“きっかけ”として「キャラクター+「和倉温泉」+「わくたまくん」」のロゴマークで通常の商標権を取得しました。この2つの商標を掲げ、全国に『和倉温泉』をアピールできていることが、現在

の認知度や経済効果をもたらした背景であると、非常に感じています。

地域団体商標『和倉温泉』は、権利を持つ和倉温泉旅館協同組合だけでなく、地域と一緒に、また地域を越えた範囲でも“高級ブランド”として扱うことが大切だと考えています。

今後地域団体商標の出願を予定されているみなさまは、地域ブランドという高い意識を持って、権利取得に向けて検討していただくことが、とても大切だと思います。



イベントでは、キャラクターの「和倉温泉わくたまくん」とコラボでPR!



地域団体商標の活用事例 ④

商標：美旗メロン 商標登録：第5626329号

**伊賀地域の農産一次産品で、初登録！
芳醇な香りと味わい『美旗メロン』
人気上昇中、一度食してみませんか？**

組合等（権利者）の紹介

- 権利者名：伊賀南部農業協同組合
- 住 所：三重県名張市夏見96番地
- URL：http://www.jaigananbu.or.jp/

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：美旗メロン
- 商標登録番号：第5626329号
- 指定商品又は役務：
名張市美旗及びその周辺地域で生産されたメロン



1. 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

『美旗』は三重県名張市の北東部で、四方を山に囲まれた緑豊かな自然があふれる伊賀盆地南部に位置する、のどかな地域です。

『美旗メロン』は、平成7年に美旗公民館が主催したサークル活動の一つである「美旗メロンサークル」として始まりました。美旗地域一体は伊賀盆地に位置するため、寒暖の差が大きい内陸型盆地特有の気候を利用した栽培方法と、保肥力や保水力に優れている粘土質の土壌は、甘くてジューシーなメロンの生産にとっても適合した環境です。

その後、平成17年には「JA伊賀南部美旗メロン部会」を発足し、伊賀南部農業協同組合での販売一元化に至るまでになりました。

(2) 地域団体商標出願の動機

美旗メロン部会が発足され、生産販売をしていく中で、もっと『美旗メロン』を地域のブランドとして、また付加価値のある商品として定着させることができないかと考えていました。その後、『美旗メロン』のブランド力を生かすことを目的に、伊賀南部農業協同組合が独自で「商標権」を勉強し始めました。



「株式会社中広 リーガ編集室」より

(3) 地域団体商標出願の準備

美旗メロン部会も含めて伊賀南部農業協同組合が一丸となり、商標の権利を取得することに向け、積極的、本格的に取り組むを行いました。地域団体商標の制度や電子出願の申請方法などは、インターネットを介して特許庁のホームページで入手し、平成24年12月に出願をしました。

しかし、特許庁から「拒絶理由通知書」が届き、審査官から「出荷状況、周知・広報活動、新聞・雑誌等への記載」などのさらなる周知資料の提出を求められました。そこで、公益法人三重県産業センターへ何度も足を運び、知財総合支援アドバイザー

に指導を仰ぎ、特に意見書の書き方や資料の作成ポイントなどに注意するよう支援していただきました。このことにより、拒絶理由通知書の理由項目に対し、意見書を証拠書類と共に再度提出することができ、平成25年11月に登録されました。

組合が独自で出願を行い、拒絶理由通知に対する資料収集や、意見書の作成に大変苦労した経緯はありましたが、今回相談させていただいた知財総合支援アドバイザーの、的確で適切な支援・指導を受けたことにより『美旗メロン』の商標権を取得したことが、大きな要因であり、大変喜ばしく感じています。



平成25年11月に、名張市長へ表敬訪問しました





2. 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)

安心、安全で高品質なメロンをお客様にお届けするため、生産者には「ネットメロンの生育過程と栽培指針」を守って頂くよう、また農業管理などコンプライアンスの徹底を行っています。

アールスメロン『美旗メロン』は立体栽培による製法で、果実に栄養を集結させるため、雄花や花芽・脇芽・つるなど、余分なものを切り落とし、結実した実のうち形のよいものを選定し、つる1本にたった一つだけを残して大切に育てています。そのため『美旗メロン』は重さ1.5~1.7キロ、糖度は15度以上の基準が有り、部会員が定植し基準をクリアしたもののみ出荷されます。出荷前には必ず食味テストを行い、直売所では各部会員が栽培したメロンを部会員同士全員が協力しあい、販売を行っています。

3. 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

地域団体商標に登録されたことがきっかけで、『美旗メロン』は地元以外でも知られ

(2) ブランド展開

『美旗メロン』は青果肉・赤果肉の2種類を栽培しており、共に4L・3L・2L・L・M・Sのサイズ別に分けて販売しています。特に青果肉1玉、赤果肉1玉の二玉入りはセットで販売しており、パッケージには地域団体商標を明記し、お中元や贈答用として箱入りで販売しています。お客様に安心して購入していただけるよう、セットの場合は箱に明記し、バラ売りの場合はT字のつるにタグを設け、1つ1つに地域団体商標、生産者の氏名、食べ頃の目安(日付け)を表示させていただいています。

また、のぼりやチラシ、先行予約販売用広告には『美旗メロン』の商標、さらに「美旗メロン® 地域団体商標 第5626329号取得」の文字を付し、宣伝販売を行っています。



チラシや商品には、
商標と番号を表示しています

るようになり、販売日の平成26年7月13日には、直売所に県外からも多くのお客様が家庭用や贈答品として『美旗メロン』を買いたい求めに、販売前から並び始めました。

今年は、肥料代や燃料代が高騰したことや、消費税の増税が導入されたことで、昨



美旗メロンフェスティバルの授賞式、最優秀賞！

年より単価は200円から500円程度高かったものの、『美旗メロン』が地域団体商標として商標登録されたことにより、美旗地域の高級ブランドとして定着し、お客様に信頼を得ることができたため、購入者が増えたのだと実感しています。

平成26年7月24日に行われた「名産産のマスクメロン『美旗メロン』の品評会及び試食会」での【美旗メロンフェスティバル】では、生産者達が自慢のメロンを持ち込み、①糖度検査、②食味審査、さらには、事前に③立木審査（木に成っている果実の審査）の三項目を評価員が判定した結果、最優秀賞には4年前から美旗メロン部会に加入した、41歳若手の生産者が「糖度が17度と最高に甘く、球も大きい」との評価で受賞しました。品評会を行うことにより、今後も上質な『美旗メロン』が確保できるよう、個々の技術向上や品質向上、モチベーションの向上にもつなげました。

『美旗メロン』は生産者の人数や作付面積が小規模であり管理範囲が限定されていますが、年に一度の収穫販売をすることで希少価値があり、より一層ブランド価値が高められると認識しています。



4. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

地域団体商標出願はインターネット等いろいろな情報を集約し、組合独自でチャレンジしました。特許庁のホームページに制度の説明や出願方法、各種様式など、詳細に掲載されていますので、とても役に立ちました。

出願後は、拒絶理由通知書に対する応答書類の作成は、知財総合支援窓口のアドバイザーに指導していただき、提出した経緯があります。そもそもの知的財産権や特許庁への出願方法など分からないことも多いと思いますが、知財総合支援窓口に相談し、専門家からのアドバイスを無料で受けられたことが、権利取得への近道だったと感じています。



**安全安心。
府中家具**

家具産地として有名な「府中」。
300年もの歴史の中で、
ゆっくり培われてきた確かな技術と品質。
そして、伝統を継承しつつあるマイスター（職人）
としての誇りとこだわりが、
最高級の「府中家具」を生んでいます。

コンセプトは
「人と環境にやさしい家具づくり」

● 府中家具の地には上質な天然木を豊富に産出しており、
その中から更に厳選された材のみを使用しています。

● 府中家具の産地中継ぎには、シロクワの産地
などの特徴を生かす、全品無垢材のつくりである
ため、アレルギー対応が容易な安心な家具を産出
した上、塗料や接着剤も使用していません。

FUCHU FURNITURE
府中家具工業協同組合
FUCHU FURNITURE ASSOCIATION

「府中家具」は、決して他産地
の産品を模倣してつくられた
産品ではありません。

府中家具のPRポスター

地域団体商標の活用事例 ⑤

商標：府中家具 商標登録：第5030831号

『府中家具』は、
匠の確かな伝統技術で作られた、
木目を活かした自然な表情の
インテリア家具。
ライフスタイルに合わせて
家具を選んでみませんか。

1. 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

『府中家具』生産地の府中市は広島県東部に位置し、300年以上前から箆笥づくりが始まりました。

大正時代、第一次世界大戦のバブル景気で家具の需要が急増すると職人の数も増えて家具産地が形成されました。その頃には、現在の鵜飼町辺りに百数十軒もの箆笥職人が軒を連ね、朝早くから夜更けまで、ノミやカンナを使う音が絶えなかったと云います。

戦後、『府中家具』は他産地に先駆けて「婚礼家具セット」を開発し、大きな転換期を迎えました。高度経済成長により高級品へ需要が高まり、そして昭和40年代後半には団塊の世代が結婚適齢期を迎え、高級な婚礼家具が爆発的にヒットし、府中家具産地はその頃に飛躍的な発展を遂げました。

同時に、各企業がより高級な製品を作ろうと技術を競った結果、コンクールで連続してトップ賞を獲得するなど常に上位入賞を果たし、高級家具の産地としての名声を得るに至りました。

組合等（権利者）の紹介

- 権利者名：府中家具工業協同組合
- 住 所：広島県府中市中須町1648
- URL：http://www.fuchu.or.jp/~kagu/

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：府中家具
- 商標登録番号：第5030831号
- 指定商品又は役務：
広島県府中市で生産された家具





(2) 地域団体商標出願の動機

現在、府中家具工業協同組合は20社で構成されています。昭和50年代は58社で構成されていましたが、当時は婚礼家具を主体とした家具を提供しており、メインの“箆筒”は全体の90%を占めていました。

現在では時代のニーズに合わせ、木彫を生かした婚礼家具・タンスなどで培った技術をもとに、リビング・ダイニング・キッチンの家具の開発や生産などを中心に手がけ、お客様に提供しています。

昭和62年には、カンナとノミをモチーフにした凶形商標で商標権を取得しました。この商標は府中家具工業協同組合加盟企業のみが使用可能とし、商品表示としてラベルシールを貼付したり、家具に焼き印を押すなど、『府中家具』の製品であることを証

明するためのものとして、使用してきました。

『府中家具』といえば高級な婚礼家具といったブランドとして普及されていたため、組合以外の産地メーカーなどが、高級家具を装い『府中家具』で販売していたり、さらには、焼き印も模倣された経緯がありました。偽物の粗悪品を排除、模倣品を阻止するため、警告

を行ったり、差し止めを行ったこともありました。

その後、広島県中小企業団体中央会より、文字のみで登録可能な地域団体商標制度のことを教えていただき、中央会が主催したセミナーに参加し、申請方法などを教えていただきました。

(3) 地域団体商標出願の準備

特許庁への地域団体商標登録願の申請は、代理人等をたてず、府中家具工業協同組合で申請を行いました。出願の際には、特許情報活用支援アドバイザーへ相談などを行い、手続きを進めさせていただき、平成18年6月に申請を行い、平成19年3月に商標登録されました。



2. 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）

基準等は特に設けていませんが、古くから『府中家具』は高級家具の代名詞でしたので、職人の伝統的な工芸技術のレベルや経験、本物をお客様へお届けしようといった意識など、各社「匠の技術」として保たれています。



府中家具産業新年互礼会のもよう



ストックホルムファニチャーフェア出展

(2) ブランド展開

地域団体商標取得後は、ポスターやポップなどに、「『府中家具』は、家具では初めて地域団体商標として特許庁に登録されました」を掲載し、PRを行っています。

ブランド展開として、国内での生産販売にとどまらず、海外への展開に向け、海外でのショールームの展示、販売を行っています。平成22年度に、中小企業庁が募集した「JAPANブランド育成支援事業」へ提案・応募し、厳正な審査の結果採択され、これを契機に平成23年度から平成25年度までの3年間にわたり「ヨーロッパ進出に向けた府中家具ブランド構築事業」としてブランド育成を支援していただきました。ヨーロッパはデザインやサイズが日本の装飾、寸法や型と適合したため、第1弾としてスウェーデン「ストックホルム」の展示会へ出品することで活動領域を広げ、さらに平成27年にはドイツ「ケルンメッセ」の見本市へも市場開拓として出品を行います。

海外展開は府中家具工業協同組合の中でも2社のみが進出している現状ですが、このような取り組みにより、「日本の広島県府中市は家具産地」ということをPRし、少しずつ認識されています。



府中家具フェスタ「FUCHU-JAPAN FUTON-STYLE」

3. 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

購入者は、広島市や福山市などの遠方からも府中市の販売店やショールームに足を運んでいただくことが多いのですが、府中の生産地以外で『府中家具』として生産販売などを行っている販売店が有り、実際にお客様から「すぐに壊れてしまった」「府中家具〇〇という商店で購入したが、調べたら『府中家具』ではなかった」などのクレームなどがありました。商標権を取得することにより、これらを阻止、警告することができました。



4. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

地域名の「府中」には、東京都にも「府中市」があり、また他にも「府中」の文字を含んだ地域名が存在しています。しかし私達が生活している広島県府中市は、「高級家具『府中家具』」として認識されることに

より、他の分野でも影響が大きく、また府中の街もブランドとして価値がある地域として、認識され始めています。

商標権取得により、ブランドとして私達の地域名も認識されるといったメリットがあり、モチベーションも高まりますので、是非意識向上のために権利を有効に活用していただくのが良いと思います。



地域団体商標の活用事例 ⑥

商標：はかた地どり 商標登録：第5504323号

“水炊き”をはじめ、鶏肉料理との相性バツグン！
バリうまか『はかた地どり』

いっぺん食べちゃってん!!



組合等（権利者）の紹介

- 権利者名：全国農業協同組合連合会
- 住 所：東京都千代田区
大手町一丁目3番1号
- URL：http://www.fukuei.or.jp/
(農事組合法人 福米組合)

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：はかた地どり
- 商標登録番号：第5504323号
- 指定商品又は役務：
福岡県産の地鶏の鶏肉

1. 地域団体商標出願に向けての取り組み

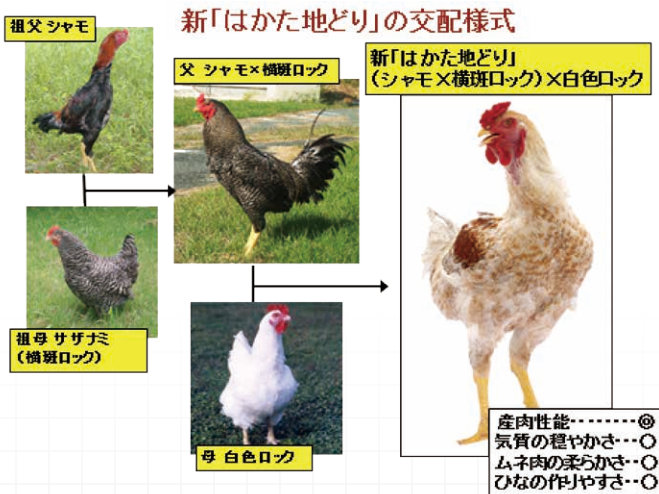
(1) 従来におけるブランド保護の取り組み

国内の在来種（昔からいる地鶏）の中で、最も美味だと言われている軍鶏（シャモ）と、旨味成分であるイノシン酸を多分に含むサザナミを祖父母に持ち、これに肉づきのよい白色プリマスロックをかけあわせたものが『はかた地どり』です。

『はかた地どり』は、昭和62年に現在の福岡県農林業総合試験場で開発された鶏で、種鶏の由来が確かで、指定配合飼料を全戸で使用、さらに食肉処理も1箇所で行うなど品質の安定した鶏です。これまで、昭和62年より20数年に渡り福岡県内を中心に着実に地元に根付いた販売を行ってきました。

『はかた地どり』養鶏所生産者の皆さん





(2) 地域団体商標出願の動機

近年、県内の様々な場所で、「福岡県はかた地どり推進協議会（以下、「協議会」）の管轄していない“はかた地どり”と銘打った商品販売が見受けられました。そこで、平成22年9月に交配方式を検討し、種鶏の組み合わせを改良した新『はかた地どり』を発表しました。これをきっかけに、例えばお祭りなどの催し物のときに、博多で売っている親鶏すべてが『はかた地どり』と誤認されないよう、また、これら他人の使用を排除するために、地域団体商標の取得に取り組むことになりました。

(3) 地域団体商標出願の準備

『はかた地どり』は、農事組合法人福栄組合（以下、「福栄組合」）、はかた地どり生産者協議会、ジェイエイ北九州くみあい飼料(株)、(株)山形種鶏場、福岡県農林水産部畜産課、福岡県両筑家畜保健衛生所、福岡県農林業総合試験場、全国農業協同組合連合会福岡県本部（以下、「JA全農ふくれん」）により構成されている協議会で運営管理されています。当初は、協議会が出願となり地域団体商標出願を行うことを検討

したのですが、主体要件をクリアできなかったため、断念しました。

次に、地域団体商標出願前に福栄組合が図形商標で登録に至っている経緯もあり、福栄組合で地域団体商標出願を検討しましたが、加入の自由が設けられていないという理由で、断念しました。

最終的には、昭和62年より『はかた地どり』を立ち上げた際に、JA全農ふくれんの前身でもある福岡県購買販売農業協同組合連合会が当初から事業を始めた経緯があるため、全国農業協同組合連合会（JA全農ふくれん）での取得を目指し、管理等はJA全農ふくれんが行い、商標の使用を協議会で行うこととしました。



2. 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）

「商標第5504323号使用許諾契約書」、
「はかた地どり地域団体商標使用許諾要領」
及び「はかた地どり地域団体商標管理・運
用規程」を設け、商標管理の徹底、使用権
者の義務などを徹底しています。

品質管理面においては「はかた地どり生
産規約」を設け、条件を設定しており、『は
かた地どり』の血統、特
定JAS規程に基づく飼育
条件、福岡県の指導が
及ぶ範囲に限定、など
を規定しています。これ
らの条件をクリアしたも
ののみ『はかた地どり』
としています。また、「生
産工程管理規定」を設
け、生産規程に基づい
た生産条件が守られて
いるか協議会が自主的
に点検を行い、品質を
担保しています。



(2) ブランド展開

JA全農ふくれんと、大手企業及びテレビ
番組で共同企画を行い、『はかた地どり』を
使用した「鶏そぼろぼん」を商品化し、平成
24年11月1日より2ヶ月間に、22万個程度、
スーパー・コンビニ等で期間限定販売しま
した。なお、「鶏そぼろぼん」は、“福岡県産
の食材を用いて新しいパンを開発しよう”を
コンセプトに、パン生地には県産米粉を使
用、県産米キャラクターである「めし丸くん」
とコラボした商品となりました。

3. 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

現在、『はかた地どり』農場は、福岡県内
に11箇所の養鶏場があります。

年間出荷羽数は、平成24年は40万羽、
平成25年は41万羽と、順調に出荷数を伸
ばしてきています。福岡県では「はかた地
どり倍増計画」として、平成29年に60万羽

まで拡大することを目指しており、それに伴
い、新規参入農家の整備支援などを行って
います。

博多といえば“美味しいものが豊富にある”
“海外交易とともにあった歴史”“お祭りが
大好き”など良いイメージがあります。加
えて、福岡県自体が“鶏肉をたくさん食べる”
食文化であるため、協議会では、その強み
を活かした販売を行っていく方針です。

また、地域団体商標を取得した後、どの



ように商標を使用し、どのようなブランド展開を行えば良いか模索していたところ、「平成23年度地域活性化型ビジネスにおけるブランド創出支援事業」の支援受入事業者として、経済産業省九州経済産業局より選定されたことをきっかけに、活用支援指導の機会を得ることができました。

専門家が派遣され、商標の使用の仕方、ブランドの確立方法などを3ヶ月間（計5回）に渡り具体的に「地域性の重視」「地域の特徴特質を上手に活用」「プランニングしていく」など指導・支援いただき、協議会のメンバーで勉強させていただきました。

4. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

地域団体商標として商標登録されたことにより、『はかた地どり』を安心して流通できるようにになりました。また、最終消費者もこれが本物の『はかた地どり』ということが一目で確認でき、安心して食していただけるようになりました。

また、大手企業とのタイアップ等においては、商標の権利取得が義務づけられていることも有り、商標を取得することにより相手側の信頼も得ることができ、さらに『はかた地どり』の価値を高めることができ、ブランド価値の向上に繋がりました。



サクッとした歯切れのよさと、
噛むほどに増すうま味
「はかた地どり」。

「はかた地どり」とは

産地／福岡県
鶏種／(シャモ×ササナミ)×白色プリマスロック
飼育期間／80日以上
飼育方法／28日齢以降は平飼い飼育
飼育密度／28日齢以降、1平米当り10羽以下で飼育

福岡県はかた地どり推進協議会



地域団体商標の活用事例 ①

商標：桜島小みかん 商標登録：第5223433号

日本一!うんや、世界一!小んけみかかも!
小んけどん、わっぜか甘~い『桜島小みかん』
こん桜島の恵みを、一度食べてみやんせ。

1. 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

桜島の土壌は水はけの良い環境下のため、みかん栽培には一番適しており、『桜島小みかん』は樹齢200年以上と推定される古木が、島内に多数点在しています。

時代の流れで人々の好みが温州みかんへと変わっていく中で、桜島地方では昔からの特産『桜島小みかん』を作り続けました。桜島が大噴火を起こしても桜島は元々島だったので、小みかんの原種がほとんどそのまま桜島に残りました。たびたび噴火を起こし火山灰を降らせる桜島ですが、そのような環境の中でも負けないで、またそのような環境を味方にして、美味しい『桜島小みかん』が育てられています。

(2) 地域団体商標出願の動機

グリーン鹿児島農業協同組合では、『桜島小みかん』を商品として販売するだけの目的で地域団体商標を取得したというわけではなく、一番の目的は鹿児島、特に桜島の「地域のブランド化」を考えて、出願することになりました。

組合等（権利者）の紹介

- 権利者名：グリーン鹿児島農業協同組合
- 住 所：鹿児島県鹿児島市小川町27-17
- URL：<http://www.ks-ja.or.jp/jagk/>

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：桜島小みかん
- 商標登録番号：第5223433号
- 指定商品又は役務：
鹿児島県桜島地域産の小みかん



桜島小みかんの「小みかん娘」たち

(3) 地域団体商標出願の準備

『桜島小みかん』は、国の「故郷に残したい食材100選」に選定され、また農林水産物として安心安全認証制度「かごしまの農林水産物認証制度」に認定され、さらに鹿児島県より「かごしまブランド産地」として指定された経緯があり、さらなる『桜島小みかん』のブランド価値を高めるために、鹿児島県の自治体より情報提供を受け、地域団体商標として、平成20年3月に出願しました。

出願後に特許庁から一度「拒絶理由」が通知されましたが、周知性の証明書として、地域団体商標として認定を受ける以前からの周知活動による資料を提出できましたので、出願からおおよそ1年で登録できました。

2. 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)

『桜島小みかん』は「商標権委員会設置要領」、「商標権規程」を設けています。

さらに、等級別基準(形状が優良で、日焼け、病虫害被害、すれ傷、薬害等の傷害、



浮皮が軽微なもの及び糖度・酸度の基準を満たすもの)、大小基準(大きさの称呼区分は3L・2L・L・M・S・2Sに分類され、果実の横径、果実の重量で分類)、糖度・酸度の基準(糖度9.0度以上、クエン酸0.50%以上)などを、平成13年に設置した「光センサー」を通して分類され、『桜島小みかん』の規格を徹底管理しています。果汁産地生産総合対策事業により、光センサー選果場の建設がされているため、平成13年から規格を設定し、それに従い管理しています。

(2) ブランド展開

商品のPRやイベントについては、グリーン鹿児島農業協同組合だけでなく、鹿児島市と、生産者で組織された「桜島ブランド総合販売促進対策協議会」を中心に宣伝広報活動を行っています。



光センサー選果機で、糖度・酸度などの品質を管理しています

桜島小みかん収穫時期の、ハサミ入れ式



3. 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

毎年、収穫を迎える11月下旬には、『桜島小みかん』のハサミ入れ式を行っています。一つ一つ丁寧に手摘みされ、桜島の冬を代表する風物詩とあって、平成25年のハサミ入れ式では、多くの報道関係者が取材に訪れました。

11後半から12月20日までの間、「平成25年度桜島小みかんキャンペーン」として、地元のラジオ、CM、TV、市電の中吊り広告等で宣伝を行い、また学校給食への提供、桜島小みかん収穫体験会を行いました。さらに、12月11日、12日の2日間、鹿児島市特産農産物旬のキャンペーンと同時開催で、来客が多い鹿児島中央駅前のAMU広場において、桜島小みかんのキャンペーンPR及び販売を行いました。おおよそ2,000人に桜島小みかんを1人2個と桜島小みかんリーフレットを配布し、桜島小みかんのバ

ラ売り、8個入り、2kg、3kg、3.5kgの販売を行いました。新幹線が大阪から鹿児島中央まで開通した影響で交通の便が良くなり、大阪方面や遠方からの観光客の皆様にもPRすることができました。また、小みかんということで通常のみかんに比べ小さな梱包が可能なため、手土産として持ち帰る観光客にも好評でした。

グリーン鹿児島農業協同組合の構成員が一丸となり、権利として取得した『桜島小みかん』を付した半被、のぼり、ポスター、リーフレットなどを、ハサミ入れ式や、小学校での学校給食への提供時、鹿児島中央駅前でのキャンペーンなどで必ず掲げています。



桜島小みかんのキャンペーンPR及び販売



4. 今後地域団体商標を 出願する者に対するアドバイス

私たちの組合だけで地域団体商標を取得したわけではなく、鹿児島市、鹿児島県による行政のバックアップや、桜島ブランド総合販売促進対策協議会との連携やアドバイスにより、積極的協力的に計画し地域団体商標を取得しました。

やはり、地域一帯となり地域団体商標の取得を目指したことが、取得に至った大きな要因だと思えます。