

これまで発刊しました冊子「地域団体商標2008～2011」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41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、平成24年11月末で登録されている案件〈合計519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10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. 「大正マークイン」
「大正長いも」「大正だいこん」 | 帯广大正農業協同組合 |
| 2. 「真崎わかめ」 | 田老町漁業協同組合 |
| 3. 「能登丼」 | 能登丼事業協同組合 |
| 4. 「郡上鮎」 | 郡上漁業協同組合 |
| 5. 「飛騨のさるぼぼ」 | 飛騨のさるぼぼ製造協同組合 |
| 6. 「熱海温泉」 | 熱海温泉ホテル旅館協同組合 |
| 7. 「近江牛」 | 滋賀県食肉事業協同組合
滋賀県家畜商業協同組合
全国農業協同組合連合会 |
| 8. 「姫路おでん」 | 姫路おでん協同組合 |
| 9. 「石州瓦」 | 石州瓦工業組合 |
| 10. 「阿蘇たかな漬」 | 阿蘇たかな漬協同組合 |

商標：大正メイクイン

商標登録 第5051631号

商標：大正長いも

商標登録 第5051632号

商標：大正だいこん

商標登録 第5051633号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：帯广大正農業協同組合
- ・ 住 所：北海道帯広市大正本町東1条2丁目1番地
- ・ U R L：http://www.ja-taisho.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：
 - ① 大正メイクイン
 - ② 大正長いも
 - ③ 大正だいこん



- ・ 商標登録番号：
 - ① 第5051631号
 - ② 第5051632号
 - ③ 第5051633号
- ・ 指定商品又は役務：



北海道帯広市大正本町、大正町、愛国町、昭和町、幸福町、桜木町、以平町、泉町、中島町並びに中川郡幕別町字古舞、栄、美川の区域内にて営農する組合員により生産された「メイクイン種の馬鈴薯」・「長いも」・「だいこん」

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

メイクイン、長いも、だいこんは、出願以前から関西エリアに出荷してまいりましたので、市場関係者の方々には一定程度の知名度がありましたが、

「大正」と言う地名を冠して販売店で扱ってもらうまでには至りませんでした。



(収穫の様子)

(2) 地域団体商標出願の動機

以前から「大正」という地名と商品を多くの流通業者や消費者に知ってもらいたいと考えておりました。

地名をもとに商品を選んでいただきたいという生産者の思いから、当組合も地域団体商標の出願の準備を開始いたしました。

その際に、1種類の商品だけではなく、当農協の主力商品である「メークイン」「長いも」「だいこん」の3種を併せて出願していくことで、先行する他産地との差異化を強く意識しつつ取り組むことができました。

(3) 地域団体商標出願の準備と苦労及び注意した事項

出願にあたっては、外部専門家や北海道の地域振興局からアドバイスや支援をいただきながら、準備を行いました。しかし、出荷データはありましたが、地名の由来などを説明するなど、出願時の証明資料の準備にはそうした資料もあらためて整理する必要があり、周知性等を証明する書類の準備が大変だったようです。

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）

管理規定は特に設けていませんが、取扱要領を定めて、生産者の方々に遵守するよう指導しています。また、生産者の方々には、販売店での取扱状況を適宜視察してもらい、商標が明記された包装フィルムによる販売風景を実際に眼にもらうことで、商品の品質のみならず、ブランド力を守り、高めるという意識の向上を図っています。

(2) ブランド展開

大手スーパーとの事業連携づくりについて今後も強化を図っていきたいと考えています。

直接取引を充実させることで、産地と消費者の距離が近くなるのではないかと期待しております。

また、ブランド管理や品質管理についても、大手スーパーは積極的であり、そういう取り組みと連動することで産地においてもメリットがあると考えています。



(関西地域のスーパーで商品をPR)

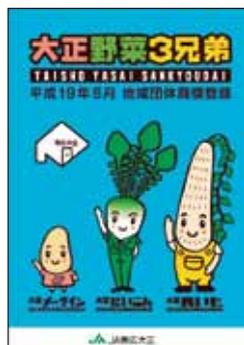
5. 地域団体商標権利取得後の効果

意識変化、権利行使、売上げの変化等

地域団体商標取得後は、出荷ケースに商標名を標記したり、PR用ポスターやロゴマークを作成して、商標の活用を進めています。

また、一度に「メイクイン・長いも・だいこん」の3つを商標登録したので、「大正野菜3兄弟」と称して、オリジナルキャラクターを創出し、地域イベントのみならず、関西地域の販売促進フェアなどでも、大正野菜のPRを行っています。

このような取り組みにより、地域団体商標を活用することで、商品に対する知名度が高くなり「大正」という地名と商品を広く周知できたことに加え、品質管理や商品自体のブランド力の高まりなどの複合的な要因などもあって、価格も他産地のものと比べ高く扱ってもらっています。



(大正野菜のオリジナルキャラクター)

6. 今後地域団体商標を出願する者に対してのアドバイス

地域団体商標をどのように活用していくかと言うビジョンや目標を明確にして出願の準備を進めることが重要です。取得してから活用方法を考えていたら、取得のインパクトを十分に生かすことが出来ないと思います。



(生産者の皆さん)

商標：真崎わかめ

商標登録 第5109632号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：田老町漁業協同組合
- ・ 住 所：岩手県宮古市田老字荒谷2番地
- ・ U R L：http://www.masaki-wakame.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：真崎わかめ
- ・ 商標登録番号：第5109632号
- ・ 指定商品又は役務：
岩手県宮古市田老真崎海域及び近隣海域で収穫し、岩手県宮古市田老で加工した塩蔵わかめ



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

昭和50年から「真崎わかめ」の名前で塩蔵わかめの販売を開始し、生協等にも取り扱っていただくなど、段階的に知名度を高めてまいりました。平成7年から養殖わかめを手がける組合員からの全量買い取りを開始し、組合の自営加工場で全て加工しております。

これにより、生産量が確保できるようになったため、大手スーパーマーケット等にも取り扱ってもらえるようになり、今まで以上に品質を意識して出荷しております。



(真崎わかめ漁の様子)

(2) 地域団体商標出願の動機

以前、「真崎わかめ」の商標出願を検討したことがありましたが、文字商標は難しいということで、断念をいたしました。地域団体商標制度が導入された際に、県で開催されたセミナーを受講し、これならば登録ができるのではないか、国の制度に認定され、それを活用した宣伝・広告等を行うことにより、イメージアップと更なる知名度アップが図れるのではないかとの思いから、関係機関と漁協担当職員が検討して出願いたしました。

(3) 地域団体商標出願の準備

出願に向けた準備ですが、県のアドバイザーのサポートを受けながら、漁協の職員が中心となって、準備を行いました。

(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

出願手続については、事前に必要な資料の準備を行った結果、スムーズに登録することが出来ました。

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）

管理規定は設けていませんが、真崎わかめの規格を定めており、組合で1級品として扱うもののみ「真崎わかめ」として販売しております。加工後のわかめ全体の7割程度が真崎わかめとして販売されています。

(2) 震災からの復興とブランド展開

田老町漁協は震災の影響で組合員が2割程度減少し、963隻あった大小漁船は残った数約50隻弱、7ヶ所の漁港の堤防や岸壁も破壊され、ワカメ・コンブの養殖施設、魚市場、加工場の他にも多くの漁業生産施設を失ってしまいました。

平成23年9月、震災から半年を向かえ市街地のがれきが無くなりつつある中で、組合員が一丸となって、海岸線のがれきや海上で絡まった養殖施設の撤去作業を行いました。主要漁業であるワカメ養殖漁業を復興させ、平成24年春の収穫に向けて、地種からの採苗は無事終了し、養殖施設も復旧致しました。多くの方々からご支援を頂き、お陰様で養殖ワカメ漁業は、

平成24年3月16日に初水揚となりました。現在、加工場は別の場所に仮設の工場を建設して事業を再開し、「真崎わかめ」の販売を再開しております。

全体の水揚量は、震災前と比べると養殖漁業者の減少等により約7割程度となりましたが、品質的には以前と変わりありません。

出荷量はまだまだ少ないですが、「真崎わかめ」を“復興のシンボル”として従業員一同以前のように仕事が出来る喜びを噛み締めております。

被災地である岩手県宮古市は、様々な関係者の方々に支えられています。今後も、関係者の方々と連携を大切にして、“復興のシンボル”「真崎わかめ」をPRしていきたいと考えております。また、地域団体商標を取得していることを活かし、東北経済産業局が開催するマッチングフェアへの出展等を通じて、レストランや料亭・旅館の方々と連携できるよう頑張っていきたいと思っています。



(がれきの撤去作業)



(全国から寄せられた励ましのメッセージ)



(平成24年3月16日の初水揚)

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

地域団体商標を取得後、真崎わかめのパッケージやチラシに登録番号を表示しており、組合の積極的なPR効果等により、「真崎わかめ」というブランドの知名度も高まっていると思います。また、販売価格についても、知名度が高まるにつれ上昇しております。

震災の影響で、組合員が2割程度減少してしまいましたが、地域団体商標として登録をしたことは、組合員の自信や励みになっていると認識しています。また、商品「わかめ」では地域団体商標を田老町漁協が全国ではじめて取得したことから、特許庁で認定されたという自負があり、販売時のモチベーションの向上にもつながっています。



6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

出願の準備などは大変かもしれませんが、地域団体商標で権利を守ることが大切と考えていますので、チャレンジしてほしいと思います。



(田老町漁業協同組合の皆さん)

商標：能登井

商標登録 第5459266号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：能登井事業協同組合
- ・ 住 所：石川県鳳珠郡穴水町字川島イ25番地 1
- ・ U R L：http://www.okunoto-ishikawa.net/modules/donmap

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：能登井
- ・ 商標登録番号：第5459266号
- ・ 指定商品又は役務：
 - 石川県珠洲市・能登町・穴水町・
 - 輪島市における石川県奥能登産の
 - 食材を使用した丼物の提供



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

奥能登地域2市2町（輪島市、珠洲市、穴水町、能登町）では、人口減少や少子高齢化が進んでおり、食などの地域資源を活用して人を呼び込む地域おこしを行うために、石川県と2市2町、民間事業者や地域づくり団体等で構成する「奥能登ウエルカムプロジェクト推進協議会」を立ち上げました。奥能登の米・魚介類・能登で育まれた肉類・地場野菜等を使用した「能登井」を考案し、各店が創意工夫した丼の販売を平成19年から開始いたしました。地場のものに



（石川県で開催された全国丼サミット）

こだわる特色を出すため食材だけでなく、器や箸も地元生産品を使用することをルールとし、お客様に箸をプレゼントしています。

(2) 地域団体商標出願の動機

全国の方々から奥能登を訪れていただくためには、能登井のブランド力の向上が必要であり、そのためには、商標の取得が効果的と考えました。また、能登井の知名度が高まるにつれて、奥能登以外の地域で勝手に能登井を名乗る店が出てきたことから、ブランドを守るため地域団体商標に出願することといたしました。

(3) 地域団体商標出願の準備

出願にあたっては、金沢市の外部有識者に相談しながら準備を行い出願しました。途中、担当審査官から提供地域等の指摘を受け、指定役務（サービス）の内容や範囲を整理し補正することで、その後は順調に権利を取得できました。



(全国井サミットでのPRの様子)

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）

管理規定は特に設けていませんが、能登井の定義を自主的に守ってもらうようにしています。

(2) ブランド展開

組合の自主性を高めるために、「プロジェクトチームの立ち上げ」や「定例会の開催」を行い、従来以上に組合員が連携していきたくと考えています。

最近では、全国各地で開催されるイベントから声がかかるようになっており、積極的に能登井のPRをしていきたいと思えます。

5. 地域団体商標権利取得後の効果

意識変化、権利行使、売上げの変化等

地域団体商標を取得するために、組合を設立し、能登井を確立できたことが大きいと思います。大手メーカーや異業種の企業とタイアップなどに取り組みやすくなり、能登井の知名度が高まったと思っております。

行政と連携してパンフレットを配布したり、ホームページやポスターを作成してPR活動を行った効果もあり、県外からの旅行者が能登井のパンフレットを持って来店することも多いようです。

また、地域団体商標を取得したことにより、模倣品の対策について法的に守られていることは大きいと思います。



（「全国地域おこしご当地井会議」に参加）

6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

能登井は、行政と連携を取りながら、地域ブランド作りに取り組みました。行政の関係部局との連携は大切と考えております。

商標：郡上鮎

商標登録 第5064168号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：郡上漁業協同組合
- ・ 住 所：岐阜県郡上市八幡町有阪1238番地
- ・ U R L：http://www.gujo-fc.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：郡上鮎
- ・ 商標登録番号：第5064168号
- ・ 指定商品又は役務：
岐阜県郡上市内の長良川水系の
河川において漁獲されたあゆ



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

当漁協は、各地から郡上市に鮎釣りに来てくださる釣り人から長良川で釣った鮎も引き取り、共同出荷事業を行っている県内唯一の漁協です。十数年前には組合員や郡上を訪れる釣り人が減少し、当組合の事業価値を疑問視する意見も出ましたが、漁協が統括して鮎を売りさばくシステムを何とか継続いたしました。

(2) 地域団体商標出願の動機

当時の岐阜県水産課長が、以前から郡上漁協の共同出荷システムに注目して下さっており、地域団体商標制度が開始する旨をご連絡いただいたのが、出願のきっかけでした。

鮎漁業が全国的に低迷する中、鮎の付加価値を高めることはもちろん、釣り人の鮎離れを食い止めるなどを目的として地域団体商標の取得を目指すことになりました。

(3) 地域団体商標出願の準備

出願にあたっては、外部有識者のアドバイスを受けながら、出願の準備をいたしました。

(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

「郡上鮎」という名称で近隣での使用状況や認知度について資料を揃えるため、過去の出版物や新聞記事の資料を1年ほどかけて集めたことです。

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）

権利取得の直後に、郡上鮎の取扱認定店制度を立ち上げました。郡上市内を中心に郡上鮎を使用していただける飲食店をピックアップして申し込みを受け、組合で審査・認定をいたしました。今では名古屋や東京の有名店も認定店となっております。

なお、鮎の流通量は限られており、認定店への発送は全て漁協を介しているため、品質の悪いものは郡上鮎の対象外としており、一級品だけを流通させるというスタンスで品質管理をおこなっています。



(写真のシールを出荷箱に貼付しています)

(2) ブランド展開

今のところは、鮮度の良い獲れたての生の鮎を提供することに専念したいと考えております。今、最も良い循環にあると感じており、これをしっかりと維持していきたいと思えます。

5. 地域団体商標権利取得後の効果

意識変化、権利行使、売上げの変化等

地域団体商標を取得したことによって8千人の組合員の漁獲の動向を把握する仕組みを作ることが出来、組合取扱いの鮎である「郡上鮎」の品質管理を行うことが出来るようになりました。翌年、長良川の上流で獲れる

郡上鮎が全国清流めぐり利き鮎でグランプリを受賞、更には、岐阜県から岐阜の名産品として「明日の宝物」としての認定を受けたことも相まって、鮎の売価が3割程度上昇し、組合員のモチベーションも高くなりました。

また、これらの効果により郡上鮎が注目され、釣り人にとっても共同出荷システムによって郡上に来て鮎を釣れば高く引き取ってもらえるということ、皆さんの釣り人に来てもらえるようになり、遊漁料による収入も見込むことも出来ていることから、その効果は非常に大きいと感じています。



6. 今後地域団体商標を出願する者に対してのアドバイス

地域団体商標の取得を目指す組織は、専門部署も無いような小規模所帯が多いと思いますので、外部有識者のアドバイスを受けながら、取得を目指すのがよいと思います。



(郡上鮎のPRの様子)

商標：飛騨のさるぼぼ

商標登録 第5087585号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：飛騨のさるぼぼ製造協同組合
- ・ 住 所：岐阜県高山市上岡本町3丁目376番地
- ・ U R L：http://www.hidasosarubobo.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：飛騨のさるぼぼ
- ・ 商標登録番号：第5087585号
- ・ 指定商品又は役務：
飛騨地域に由来する製法により飛騨地域にて製造されるさるぼぼ人形



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

「さるぼぼ」とは、飛騨の言葉で「猿の赤ん坊」という意味で、人形の赤い顔と体が猿の赤ん坊に似ていることから名付けられたそうです。昔から母親が、娘や孫の健康や幸福を願って玩具兼お守りとして作ってきた人形で、全国各地にあった文化ですが、飛騨地方ではその風習が長く残ったと言われています。

さるぼぼを、土産品として本格的に製造・販売し始めた頃は、売上げが伸びませんでした。その後、さるぼぼの由来を記載した説明書きを付けたり、様々な大きさの商品を展開するなどの工夫をした結果、徐々に売上げが伸びていきました。



(由来を記載した説明書)

(2) 地域団体商標出願の動機

売り上げや知名度の上昇に伴って、さるぼぼ（人形）や関連商品（お菓子、キーホルダー、ストラップ等）を製造・販売する事業者が多くなりました。しかし、事業者によって品質に格差が生まれるようになり、中には伝統的な由来のあるさるぼぼの品位を落としかねない商品も出回るようになったため、品質管理を目的として、当初からさるぼぼの製造・販売を行っていた4事業者で、地域団体商標の出願を目指しました。

(3) 地域団体商標出願の準備

出願に先駆けて、前述の4事業者で構成する「飛騨のさるぼぼ製造協同組合」を設立いたしました。また、他の事業者に対し、組合の活動原則（①目先の利益に走り品位を落とさない ②不当な過当競争をしない ③県外には卸さない）を提示したところ、全ての事業者が合意し、組合活動を開始いたしました。

組合設立については、県の相談支援、出願書類の作成等については、外部有識者の支援を受けております。

(4) 地域団体商標出願に際し、苦労した事項及び注意した事項

出願当初は、周知性の資料が不十分とのことで審査官からの通知が届きましたが、新聞・テレビ・ラジオなどの取材状況等を含めた使用実績を示す資料を揃えて提出した結果、地域団体商標の権利を取得することが出来ました。

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、意匠、立体商標、著作権の使用規定を定めています。商標を使用する場合は、組合に入会し、使用承認申請書等の必要書類を提出していただき、理事会の承認を得られれば、商標を使用することができます。

(2) ブランド展開

「飛騨のさるぼぼ」は、高山の伝統工芸品であるため、この土地を訪れた方々だけが購入できる商品として販売していきたいと考えています。知

名度が高いため外部からのオファーも多いのですが、一時的な流れに乗って事業を拡大しすぎると、ブームで終わってしまうのではないかと懸念しております。伝統工芸品として末永く継承していくためには、目先の利益に走って事業を拡大したりせず、細く長く事業を展開していきたいと思っております。

飛騨観光の一翼を担うことができるよう、子々孫々まで飛騨のさるぼぼを継承し、いずれは、日本を代表する伝統工芸品としていきたいと考えております。



(報告会の様子)

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

出願にあたって組合を設立したり、地域団体商標等に使用規定を策定したことにより、組合として結束して品質管理に取り組んだことで連帯感が生まれ、品質が向上いたしました。

これにより、組合員のモチベーションも高まったと感じています。

また、地域団体商標取得により、知名度がさらに向上したと思います。組合員数も増えており、年に2～3事業者から入会したいとの申し出があります。

地域においても、以前は高齢者のみが知っているという状況でしたが、現在では若者も知っている伝統工芸品となりました。



(満願成就した「さるぼぼ」を、
供養しています)

6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

組合が結束して、品質を維持向上させていくことが、ブランド価値を守っていく上で大変重要だと思っております。



(組合活動の様子：満願成就の棚の清掃)

商標：熱海温泉

商標登録 第5377749号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：熱海温泉ホテル旅館協同組合
- ・ 住 所：静岡県熱海市田原本町9番1号
- ・ U R L：<http://www.atamispa.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：熱海温泉
- ・ 商標登録番号：第5377749号
- ・ 指定商品又は役務：
静岡県熱海市内における温泉浴場施設を有する宿泊施設及び温泉浴場施設の提供



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

熱海温泉は全国でも有名なブランドであるため、新規参入の旅館・ホテルの方々にも組合に参加してもらうよう努めていました。

(2) 地域団体商標出願の動機

他の地域では、新規参入事業者が地元の組合に加入しないという事態が増えており、熱海温泉においても近い将来同様の問題に直面するのではないかと危機感が組合間でも高まっていました。また、当組合の場合、花火大会に代表される地域の集客イベント等



(熱海温泉の花火大会)

を行っていることから、今後、組合員とならない新規参入事業者が出てくると、集客イベントにフリーライドを許すことになるとの問題意識もあり、地域団体商標を取得すれば組合加盟のインセンティブが高まるのではないかと考えるに至って出願しました。

(3) 地域団体商標出願の準備

既に地域団体商標を取得していた伊東温泉と伊豆長岡温泉から出願に向けたポイントなどの助言を得た後、特許庁を訪問して、出願に関する詳細について相談しました。

その後、手間は掛かったものの、専務が中心となって必要書類の準備を出来るだけ自分たちで行い、経費を節約しながら出願の準備をしました。

(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

組合内部で地域団体商標の取得自体については事前にコンセンサスを得ていたことから、手続きをスムーズに行うことが出来ました。

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）

特に管理規定等は設けていませんが、組合員には地域団体商標の盾を作成し、配布しています。この盾は、組合員がチェックインカウンター等に表示しており、震災後の顧客が減ったつらい時期に配布されたこともあって、組合員のみんなが思い入れを持っています。



(地域団体商標名が入った盾)

(2) ブランド展開

熱海温泉は歓楽街というイメージがあり、バブル期には社員旅行等の団体旅行先という印象をお持ちの方が多いと思います。

以前の熱海温泉は、尾崎紅葉「金色夜叉」の舞台であり、また江戸時代には全国の大名が湯治に良く訪れていた温泉地でありました。

今後は、著名な文学作品の舞台として、また歴史ある湯治場として、熱海温泉のブランドをアピールしていきたいと考えております。



(「金色夜叉」貫一・お宮の像)

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

地域団体商標に関連して、組合員間のコミュニケーションが促進され、組織力を強化することができました。

また、以前から他地域の温泉が「熱海温泉」名乗ることに対し、都度抗議してきましたが、地域団体商標を取得してからは、一層、抗議がしやすくなりました。

先日も、旅行雑誌に他地域の温泉で「熱海」を名乗る記事が掲載されていましたが、編集者に対し、削除の依頼をいたしました。

6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

当組合では、地域団体商標出願の目的が明確で、組合員の間でもコンセンサスが取れていたため組織内や地域内で特段の問題は生じることは無かったのですが、これから出願する方々も組合内等のコンセンサスを取ってから出願することが大切だと思います。



(熱海温泉おかみ会の視察研修)

商標：近江牛

商標登録 第5044958号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：
 - ・ 滋賀県食肉事業協同組合（滋賀県大津市打出浜13番22号）
 - ・ 滋賀県家畜商業協同組合（滋賀県近江八幡市武佐町337番地）
 - ・ 全国農業協同組合連合会（東京都千代田区大手町1丁目3番1号）
- ・ U R L：<http://www.oumiushi.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：近江牛
- ・ 商標登録番号：第5044958号
- ・ 指定商品又は役務：
滋賀県内産の牛肉



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

近江牛は、江戸時代からの歴史があります。他の産地に先がけて、東京でのマーケティング活動を行い、また、昭和26年に設立された「近江肉牛協会」が中心となって、東京の百貨店での催事などに取り組んだことにより、滋賀県の産品の中でも高い知名度を誇っています。

(2) 地域団体商標出願の動機

上記のような取り組みを行い、知名度を誇る近江牛でしたが、牛肉の輸入自由化の対応など関係する団体ならびに関係者が一丸となって、更なる安全・安心な牛肉を消費者に届けるために取り組む必要性が高まり、曖昧だった近江牛の定義を統一し、地域ブランド化を進めるため、地域団体商

標の出願を検討しました。

(3) 地域団体商標出願の準備

平成18年に「近江牛」地域団体商標推進協議会を設立し、滋賀県から紹介を受けた外部専門家のアドバイスを基に、商標登録に向けて本格的に取り組みを始めました。近江牛の生産や販売に関する10団体により構成される「近江牛」生産・流通推進協議会を代表して、出願人の要件を満たす団体で共同出願いたしました。



(近江牛の共進会の様子)

(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

外部専門家のアドバイスもあり、商標の取得することは難しくないと感じました。

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）

管理規定等を設けていますが、実際には、牛肉の品質によって近江牛の認定が決まるため、高い品質の牛を生産することが重要と考えています。なお、消費者によるモニター制度を設け、近江牛を取り扱っている指定店全店を調査して、1年ごとに更新する仕組みを導入しています。

(2) ブランド展開

滋賀県内の他のブランド品やナショナルブランドのメーカーとタイアップした取り組みを行っていくことが大切と考えています。単独の産品では知名度を上げることやキャンペーンを行うには限界がありますが、協力してイベントに取り組むことで相乗効果が生まれ、他団体等との協力関係も強化され



(キャンペーンのポスター)

ます。実際、大手ビール会社「麒麟」さんと一緒にキャンペーンを行ったところお客様にとっても好評で、近江牛のPRにも効果が大きかったです。

5. 地域団体商標権利取得後の効果

意識変化、権利行使、売上げの変化等

元々、近江牛は知名度が高かったと思いますが、地域団体商標取得後に食肉販売店や飲食店などに、近江牛の地域団体商標ロゴマークを提示してもらい、ガイドブックやハンドブックを配布するなどの努力を行った結果、近江牛の知名度は更に高まったと感じています。



先述のように、ナショナルブランドメーカーとタイアップできたのも、近江牛が全国レベルの知名度を得たためと考えています。

また、出荷ルートが増えたことにより、近江牛を安定して販売することが可能になり、生産者の意欲も高まっています。

6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

これから出願される方々は、先に活用方法を考えてから、出願すると良いと思います。

そうしなければ、地域団体商標を維持管理していくことが困難になると思います。



(千人鍋で牛丼を作り、近江牛をPR)

商標：姫路おでん

商標登録 第5431595号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：姫路おでん協同組合
- ・ 住 所：兵庫県姫路市下寺町43番地
特定非営利活動法人 コムサロン21内
- ・ U R L：http://himejioden.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：姫路おでん
- ・ 商標登録番号：第5431595号
- ・ 指定商品又は役務：
姫路市におけるおでんの提供



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

姫路（西播磨地方）では、「おでん」を、しょうが醤油につけて食べるのが一般的であり、姫路以外の地域でも「おでんをしょうが醤油につけて食べる」ものと思っていました。

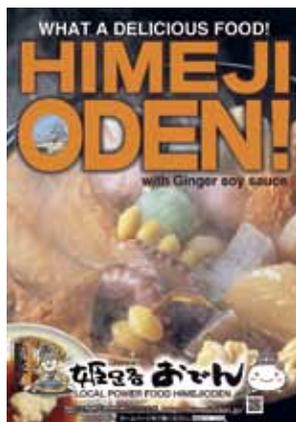
したがって、姫路風のおでんの食べ方を、地域団体商標として登録することなど、考えてもいませんでした。

(2) 地域団体商標出願の動機

姫路市には、コムサロン21という地域活性化に取り組むNPO法人があり、姫路市などのおいしい食べ物を紹介する活動を行っておりました。その中で、「おでんをしょうが醤油につけて食べるのは、姫路市周辺だけである」ことが判明し、姫路市周辺の特徴のある食べ方を「姫路おでん」と名付けました。

ところが、姫路市で開催された全国規模のイベント会場の小間で、姫路市周辺以外の地域の事業者が、味が違う姫路風おでんを販売しており、地元の方々から「その小間のおでんを食べた全国の方々に、あれを姫路おでんと思われては困る」との連絡がありました。

これがきっかけとなり、おでんをしょうが醤油につけて食べる「姫路おでん」を権利化し、本来のおいしい姫路おでんを世の中に広めようと考えました。



(姫路おでんのPRポスター)

(3) 地域団体商標出願の準備

出願にあたっては、商工会議所が実施している外部有識者による相談窓口を利用し、出願の準備をいたしました。

(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

姫路おでんの活動を行っていたコムサロン21は、NPO法人であるため、地域団体商標の要件を満たしておらず、組合を設立する必要がありました。

そこで、コムサロン21に関係している事業者や実際に姫路おでんを提供している飲食店・ホテルなどを会員とする「姫路おでん協同組合」を立ち上げ、地域団体商標の出願を行いました。

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）

個々の飲食店や提供している店舗の「味」そのものの管理はしないため、メニューの管理規定は作成していません。「生姜醤油で食べることが出来る」ということを使用条件にしています。

(2) ブランド展開

グッズの作成やコラボレーション商品開発を展開していきたいと考えております。既に姫路おでんのキャラクターグッズ



(姫路おでんのキャラクターとコラボ商品)

や姫路おでん風味のせんべいを販売しており、また、大手コンビニ（姫路地域限定）でも、姫路おでんの販売をしております。

5. 地域団体商標権利取得後の効果

意識変化、権利行使、売上げの変化等

最大の効果は、姫路おでんの権利を取得したことで、先述のような類似品・模倣品に対して、権利を主張が出来るようになり、正しい姫路おでんを普及啓発できるようになったことです。

また、ノボリやガイドブックなどを使用して姫路おでんをPRした効果もあり、新聞・テレビなどのマスコミから盛んに取り上げていただいたおかげで、知名度は大いに高まりました。

それに伴い、姫路おでんを提供する飲食店等も増加しています。



（姫路おでんのPR活動中です）

6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

姫路おでんは、商品やサービスを販売する事業者が中心となって地域団体商標を取得したわけではなく、地域の活性化を目的とする団体が地域団体商標を取得した事例です。

全国で同じ様な活動をしている団体の方々等の参考になればと思っています。

また、地元のメディアと積極的に協力することが有効であると思っています。実際、姫路おでんの場合は、地元メディアが継続的に情報を発信してくださり、応援団のような存在で、さまざまな形で協力して下さいました。



（姫路おでん協同組合の皆さん）

商標：石州瓦

商標登録 第5030596号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：石州瓦工業組合^{せきしゅうかわら}
- ・ 住 所：島根県江津市嘉久志町イ405
- ・ U R L：http://www.sekisyu-kawara.jp/（屋根の学校）

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：石州瓦
- ・ 商標登録番号：第5030596号
- ・ 指定商品又は役務：
島根県石見^{いわみ}地方産の粘土瓦



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

石州瓦は、江戸時代初めに誕生し、全国第2位の生産量を有する島根県石見地方の地場産業です。石州瓦は、赤褐色のいわゆる赤瓦が代表的で、硬くて丈夫な上、寒さや塩害に強く、水を通しにくいので、山陰地方をはじめ日本海側で多く利用されています。島根県石見地方の耐火度の高い陶土を1200度以上の高温で焼成する製法で、品質の高い瓦を生産しています。

(2) 地域団体商標出願の動機

平成17年に開設された益田市の島根県芸術文化センター（愛称：グラントワ）の屋根や壁には石州瓦約28万枚が使用され、また、平成19年に世界遺産登録された石見銀山遺跡周辺には、石州赤瓦の町並みが残るなど、「石見」の地名とともに石州瓦が一層注目されるようになりました。これらを石州瓦が大きくクローズアップされるチャンスと捉え、地域団体商標の出

願を行いました。

地域団体商標に登録されることによって石州瓦産業の活動の道しるべとなり、未来に石州瓦を継承していくよい機会になると考えました。また、当時の島根県内には地域団体商標登録の実績がなかったため、島根県の第一号を目指しました。



(世界遺産石見銀山大森町の風景)

(3) 地域団体商標出願の準備

島根県からの働きかけもあり、組合内の企業で構成する「市場調査委員会」に専門家を招いて準備を進めました。委員会では様々な議論が交わされ、組合として前向きに取り組むことができました。

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）

組合員は同じ原料を用いて、一定以上の温度で焼成することで、優れた品質性能を持つ石州瓦を生産しています。また、組合員各社がそれぞれ工夫をして一層の品質向上を目指して切磋琢磨しており、現在のところ、特に管理規定等は設けていません。



(最終チェックは人の目で行います)

(2) ブランド展開

石州瓦の知名度を生かして、北海道、東北、関東圏などの東日本市場開拓や床・壁タイルや食器用の瓦の開発など新しい取り組みを進めています。また地域内の他の産業とコラボレーションし、従来とは異なる製品や売り出し方も検討中です。今後は県と連携、支援を頂きながら更なる海外市場への展開も考えていきたいと思っています。

5. 地域団体商標権利取得後の効果

意識変化、権利行使、売上げの変化等

地域団体商標として登録されたことを契機として、島根県はじめ県内市町村の行政からも積極的な支援、協力を受け、公共建築物や一般住宅の新築・リフォームに採用される件数が増えました。また、組合ホームページを活用した情報発信に努めるなど工夫の結果、建築業界はもとより、それ以外の業界や一般の方への知名度も高まったと思います。



また、地域ブランドになったことにより、島根県を代表する地場産品として地域産業をリードしていくような立場にあることを組合員が改めて自覚するようになりました。

6. 今後地域団体商標を出願する者に対してのアドバイス

石州瓦の場合、地元の大型公共建築物への採用や世界遺産登録などが出願のきっかけになりました。それぞれの地域にも様々な出願のきっかけとなる機会があると思います。地場産業の伝統の継承と地域の情報発信の一環と捉えて、是非地域団体商標登録に取り組んで頂くとよいのではないかと思います。



(視察研修中の組合員の皆さん)

商標：阿蘇たかな漬

商標登録 第5022470号

1. 組合等（権利者）の紹介

- ・ 権利者名：阿蘇たかな漬協同組合
- ・ 住 所：熊本県阿蘇市一の宮町宮地2020番地
- ・ U R L：http://www.asotakana.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：阿蘇たかな漬
- ・ 商標登録番号：第5022470号
- ・ 指定商品又は役務：
熊本県阿蘇市及び阿蘇郡産のたかなを主要な原材料とする熊本県阿蘇市及び阿蘇郡で製造される漬物



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

「阿蘇たかな」は、独特の辛みが特徴の野菜で、阿蘇の高冷地の火山灰由来の土壌でなければうまく栽培できないと言われています。収穫は機械を使用せず、全て人の手で行っており（「手折り」と言います）、素早く収穫しないと茎が堅くなり、商品になりません。

その「阿蘇たかな」を漬物にしたものが「阿蘇たかな漬」で、5月から6月に出荷される「新漬け」と、それ以外の季節の「古漬」の2種類があり、組合は「新漬」のみ出荷しています。（「古漬」は、各事業者が個別に出荷しています）

毎年2月頃から、注文履歴のあるお客様にダイレクトメールを発送しており、ほぼ100%のリピート率を誇って



（阿蘇たかな漬の新漬）

います。

(2) 地域団体商標出願の動機

以前から、広く市場開拓をしたいと考えておりましたが、異なる方向性の事業者も存在したため、同じ考えを持つ事業者だけが集まって、地域ブランド化を進めることとなり、地域団体商標の出願をいたしました。

(3) 地域団体商標出願の準備

出願にあたっては、熊本市内の外部有識者からアドバイスを受けながら、準備を行いました。なお、出願に至るまでには、半年程度の時間を要しました。

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）

管理規定の策定については、現在、外部有識者も交え検討中です。組合員は、品質管理や衛生管理に充分配慮し、おいしく喜んで食べていただける商品を製造するよう努めています。

(2) ブランド展開

現在、組合が取り扱っている商品は「新漬」のみなので、今後は新商品の開発を行いたいと考えています。他地域の漬物業者さんを視察し、勉強会の開催も実施しております。

それから、地域のイベントや展示会にも積極的に参加してPR活動をしていきたいと考えています。既にイベント等では「阿蘇たかな漬」のサンプルを配布したり、新漬ができると阿蘇神社に奉納しており、地元マスコミに取り上げられる事も多く、地域では季節の風物詩となっています。



(阿蘇たかな漬のPRノボリ)

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

地域団体商標を取得したことにより、売り上げが急激に増えたということはありませんが、大手スーパーやデパート、サービスエリア等での販路開拓の際には「地域団体商標を取得した」ということが高く評価され、売り込みの際に効果がありました。

また、「組合に入って正式な形で『阿蘇たかな漬』の名称を使用したい」という生産者が、新たに加入したことも権利取得の効果と考えています。



(阿蘇たかな漬協同組合の皆さん)

6. 今後地域団体商標を出願する者に対するアドバイス

「阿蘇たかな漬」は、この土地でしか栽培できない「阿蘇たかな」を使用したものであるからこそ、ブランド化が出来たと考えています。他では真似が出来ないような製品、独特の製品を作ることが大切だと思います。

また、マスコミ等との関係を築くことも大切だと思います。

当組合では、「これはPRしたい」という事項があった場合、地元のマスコミにお願いして、情報発信をしていただいております。



(収穫された阿蘇たかな)