

6.地域ブランド 10の成功物語

地域団体商標活用の事例

地域団体商標を取得することにより、このページに記載した多様な効果が期待できます。その優良事例を集めました。ここでご紹介する10団体は、地域団体商標を取得し、商標に関する様々な課題の解決に上手に活用しています。ぜひ参考にしてください。

その1
法的効果

模倣品対策

他者が不正に地域団体商標を使用する場合、
民事・刑事の両面から対抗することができます。

01



本場大島紬

▶ 22ページへ

02



九谷焼

▶ 24ページへ

その2
差別化効果

ブランド力向上

地域ブランドとして国のお墨付きをもらったという点をアピールすることで、
商品・サービスの訴求力の増大につながることができます。

03



五泉ニット

▶ 26ページへ

04



井原デニム

▶ 28ページへ

その3
差別化効果

信用力増加

名称が地域ブランドとして国に保護されていることで、
取引の際の信用力の増加が期待できます。

05



今金男しゃく

▶ 30ページへ

その4
その他の効果

組織強化

商標をその団体に独占的に使用することにより、
組合員の増加や、ブランドに対する高い意識の醸成が期待できます。

06



越前・若狭の地酒

▶ 32ページへ

07



首里織

▶ 34ページへ

その5
その他の効果

海外展開

海外の市場に商品を投入する際、
日本が国として認めた地域ブランドであることをアピールできます。

08



桐生織

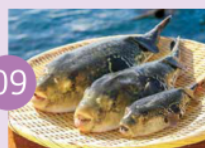
▶ 36ページへ

その6
その他の効果

地域活性化

商標を取得したブランドが団結の旗印となり、
地域に住む人々の地元愛や街づくりのモチベーションを向上させます。

09



淡路島 3年とらふぐ

▶ 38ページへ

10



横手 やきそば

▶ 40ページへ

地域団体商標の取得により
ブランドの守りを固め、
さらに周知拡大にも活用

本場大島紬

織細で独特な緋(かすり)模様が特長の「本場大島紬」。1300年以上の歴史を持つ、我が国最古の染織織物と言われています。この鹿児島県を代表する伝統的工芸品の織物は、時代を問わず模倣品が市場に出回り、地元ではその対応に追われてきました。地域団体商標の取得によって権利をより明確に主張することで模倣品に対抗。さらに、着物離れが進む昨今、若い世代に向けたブランドの再周知にも力を注いでいます。

地域団体商標
模倣品対策事例

01

模倣品に対する 商標権の主張を強化し ブランドの周知も実現

「本場大島紬」は呉服の世界で人々の羨望を集める高級ブランドであることから、国産さらに外国産の模倣品も多く、中には製法のまったく異なる劣質な商品も流通していました。悪質なケースでは類似した名称を使用するだけでなく、登録商標である旗印のマークを模造したタグを付け

て販売されているものもありました。本場大島紬織物協同組合では、模倣品に対する警告はもちろんのこと、無料で活用することのできる税関への輸入・輸出差し止めの申し立てを継続して行って来ました。そして2007年2月、大島紬の正統なブランドとして、模倣品に対する権利の主張をより強化するために地域団体商標を取得しました。税関への陳情も継続して毎年行っており、現在では海外からの模倣品は皆無に等しいと

のことです。また、地域団体商標の取得効果はブランドの周知にもつながっています。鹿児島市は、同じ大島紬の主要産地である奄美大島の約4倍の生産量を誇るのにも関わらず「本場大島紬」の産地であることはあまり認知されていませんでした。「本場大島紬」で地域団体商標に登録したことで「本場奄美大島紬」との区別を明確にでき、鹿児島市も大島紬の生産地であることが多くの消費者に認識されるようになりました。

地域ブランド 10の成功物語 | 模倣品対策事例



【権利者】本場大島紬織物協同組合
【住所】鹿児島県鹿児島市新栄町18番6号
【地域団体商標】本場大島紬
【商標登録】第5025438号

本場大島紬織物
協同組合
ホームページへ



企業や学校とのコラボで 伝統あるブランドの 新たなファンを創出

本場大島紬織物協同組合では、専任の検査官が26項目にわたる徹底した品質検査を実施しています。各組合員は商品が出来上がると必ず組合事務所を持ち込み、その場で検査を受けます。そして、全項目をクリアした「本場大島紬」にふさわしいと認められたものだけに登録商標のマーク上に合格スタンプが押されます。ここで模倣品とは一線を画する高品質の大島紬が市場へと旅立っていきます。地域団体商標の登録を契機に、ブランドの価値や品質に対する組合員の意識はより高まり、また検査官

の目より厳しくなったとのこと。また、組合主催で開催する「本場大島紬フェスティバル」にて新作コンテストを実施し、優勝者には総理大臣賞や経済産業大臣賞等を授与。組合員にとってインセンティブにもつながる機会を設けることでスキルアップも図っています。その一方で、地域団体商標取得後は企業や学校などとのコラボも旺盛に行って来ました。コラボにあたってライセンス料などは無償とし、ブランド周知に注力。一例はJR九州の依頼により、人気列車「なつ星 in 九州」の乗務員が携帯するバッグを、同社と吉田カバンとの3社コラボで製作。フタの裏側に「本場大島紬」が使用されており、乗務員がお客様に対応するためバッグを開けると美しい織物が現れるという粋なはからいです。また、地元の短期大学が開催するファッションショーや東京の女子大学のミスコンテストなどに生地を提供したり試着体験を行ったりと、着物離れが進む現代において若い世代が

「本場大島紬」に接する機会の提供も旺盛に行っています。伝統ある織物ブランドは地域団体商標の取得により、権利の保護や品質の保持、そして新しい時代に向けたブランディングに意欲的に取り組んでいます。



専任の検査官が商品一つひとつを丹念にチェック



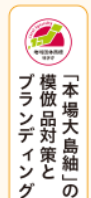
検査後、合格品には登録商標のマーク上にスタンプが押される

こちらにお話を聞きました! 本場大島紬織物協同組合



専事
岩屋 佐智雄 氏

自分たちのブランドは自分たちで守っていかなければなりませんから、模倣品・類似品に対しては毅然とした態度をとって来ました。自分たちが持つ権利をより強く主張できるようになったので、地域団体商標を取得した意義は大きいと言えます。また、ものづくりに対する組合員のモチベーションも高まったと感じています。



「本場大島紬」の
模倣品対策と
ブランディング

STEP 1 1975年
たくさんの模倣品が市場に出回る中、團が「本場大島紬」を伝統的工芸品に認定



STEP 2 2007年2月
「本場大島紬」を地域団体商標に登録し、類似した名称の商品や、明らかな模倣品に対抗



STEP 3
JR九州・吉田カバンのコラボにより「本場大島紬」を一部にあしらった、乗務員用のバッグを製作



STEP 4
地元や東京などの学校のイベントに協賛、若い世代を対象とした啓蒙活動を推進



地域団体商標を取得し、 歴史ある地域ブランドを 守り抜いていく

日本が世界に誇る伝統工芸のひとつである「九谷焼」。1655年、江戸初期に大聖寺藩(加賀藩の分家)の藩主・前田利治が江沼郡九谷村、現在の石川県加賀市山中温泉九谷町で焼かせたのが始まりと言われています。近代においては、「九谷五彩」と呼ばれる、青(緑)・黄・赤・紫・紺青の濃厚で華やかな色彩の作風が「ジャパングタニ」の名で欧米に深く浸透。地域団体商標を取得することで模倣品対策を行い、歴史ある地域ブランドを守っています。

九谷焼

地域団体商標
模倣品対策事例

02



市場に出回る模倣品…、 ブランドと作り手を守るため 地域団体商標取得へ

「九谷焼」と言えば鮮やかな色彩で見る者を魅了する、日本を代表する磁器。国内外で人気が高い一方で、それゆえに市場では常に模倣品が出回り、さらに中国においては無関係の第三者が「九谷焼」の商標登録をしていたため「九谷

焼」の名で販売できないという被害も受けていました。こうした状況を危惧した石川県九谷陶磁器工業協同組合連合会は、消費者に本物の「九谷焼」を安心して買ってもらえるように、そして正しく技術を学び作品を焼き続けている作り手を守るために、2007年2月に「九谷焼」の地域団体商標を取得しました。また、2009年には、地域団体商標をさらに効果的に活用していくために金・銀2種類の

「商標シール」を制定。これは同連合会の構成組合員のみで使用が許されるもので、金シールは「製品の素地が石川県内で生産されたもの」、銀シールは「製品の素地が石川県以外で日本国内産のもの」に貼ることができます。これにより他産地で作られた製品との明確な差別化を図ることができ、流通業者や一般消費者も正規品と模倣品を簡単に見分けられるようになりました。また、地域団体商標

地域ブランド 10の成功物語 | 模倣品対策事例



【権利者】石川県九谷陶磁器工業協同組合連合会
【住所】石川県能美市泉台町南13番地
【地域団体商標】九谷焼
【商標登録】第5027414号

石川県九谷陶磁器
工業協同組合
連合会
ホームページへ



取得・活用とあわせて、各地で展示会を行うたびに来場者に正しい知識を持ってもらえるよう九谷焼の特徴を説明するなど地道なPR活動も実施。こうした取り組みが功を奏して、「九谷焼」の正しい認識が広まり、現在「九谷焼」の模倣品は大幅に減少しています。



ブランドを守り、 未来へチャレンジする 体制を強化する

「九谷焼」に対して「高価なもので、普段の暮らしにはなかなか使えない」というイメージを持っている人は多くいます。しかし近年は、若手の作家による新しい「九谷

焼」が誕生。「九谷五彩」による華やかな色彩や、「花詰」「盛」と呼ばれる「九谷焼」ならではの画法を用いながらも毎日の暮らしに取り入れられる器や、ウルトラマンなどのキャラクターをモチーフとした作品も数多く登場。これまで「九谷焼」に興味関心のなかった消費者との接点となり、新たなファン層を生み出しています。石川県九谷陶磁器工業協同組合連合会は、伝統を守るだけでなく時代に合わせて発展させていくことも大切と考え、こうした新しい「九谷焼」を作る若手作家を支援。地域団体商標を取得し、ブランドの「守り」を固めたことで、未来に対する「攻め」の取り組みにも積極的にチャレンジできる環境が強化されました。



九谷焼の店舗や資料館、美術館が集う九谷陶芸村

この方々にお話を聞きました！ 石川県九谷陶磁器工業 協同組合連合会



理事長
鏡木 基由氏

年々増加している訪日外国人。2020年はオリンピック開催でさらなる増加が見込まれます。まさに今、商標や特許について改めて勉強して、活用するべき時期だと思っています。地域団体商標は国が認めた証として外国人にもわかりやすくアピールすることができ、その効果に期待しています。



事務局長
山岸 政博氏

地域団体商標の取得は、模倣品対策として明らかに効果的でした。また、取得に伴って商標シールを開発した際には、「九谷焼」の定義を改めて考える良い機会になりました。地域団体商標によって「九谷焼」ブランドと組合員を守るのと同時に、お客様が安心して購入できる仕組みが整えられたと思っています。

STEP 1
「九谷焼」による
模倣品対策の
歩み

多くの模倣品が流通するなか「九谷焼」ブランドと作り手を守るために地域団体商標の取得を検討



STEP 2 2007年2月

「九谷焼」で地域団体商標を取得し、さらに金銀の「商標シール」を作成し模倣品対策を強化



STEP 3

地域団体商標を活用した取り組みによって模倣品が減少するとともに、ブランド価値が向上



日本一の「ニットの町」を
地域団体商標の取得による
ブランド力向上で表舞台へ

五泉ニット

新潟県五泉市は、江戸時代に織物産業が生まれ、明治・大正・昭和と羽二重を製織する産地として栄えました。戦後はその基盤を活かしてニット産業が興り、現在は婦人セーターが国内トップの生産額を誇る日本一の「ニットの町」として新しい商品を発信し続けています。さらに地域団体商標を取得することにより認知度を上げて、ブランド力を高めることに産地一丸となって取り組んでいます。



新潟県 五泉市

産地一丸で取り組む ブランド化事業のもと 地域団体商標を取得

五泉の強みは、染色・整理・刺繍・プレスといった二次加工技術が集積し、染色から製品の完成まで産地内で完結できること。品質管理も徹底的に行い、商品の優れたクオリティは業界内で高い評価を得ています。ただし、基本はアパレルメーカーのOEM生産

であるため「五泉」の名前は表に出ず、一般消費者の認知度が低いという状況がありました。そこで2015年に五泉ニットブランド化事業を立ち上げ、ニット産地としてのブランドの確立を目指した活動を開始。2017年2月に「五泉ニット」のシンボルとなるブランドマークを発表し、同年10月に地域団体商標を取得したのです。翌年4月にはシンボルマークも商標登録を行い、組合の認証委員会が

商品一点一点を厳しく審査した上で承認したものにブランド織ネームの付与を許可。「五泉ニット」のブランド名のもと高品質の商品であることを明確に伝え、認知度の向上も図っています。

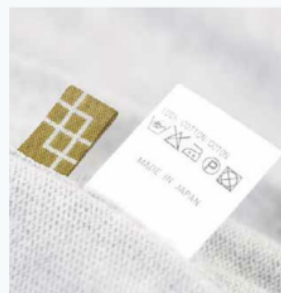


地域ブランド 10の成功物語 | ブランド力向上事例



【権利者】五泉ニット工業協同組合
【住所】新潟県五泉市吉沢一丁目1番10号
【地域団体商標】五泉ニット
【商標登録】第5987373号

五泉ニット工業
協同組合
ホームページへ



審査で承認された商品の上に付与されるブランド織ネーム

プロモーションを 積極的に展開し 全国区のブランドへ

地域団体商標登録後は、県の内外でPR活動をより積極的に行っています。五泉市では2016年より毎年2月に市内外の一般人をターゲットとした「五泉ニットフェス」を開催。普段見ることができないニット工場の見学や地元高校生のアイデアによるツアー、ニット販売会などを通じて「五泉ニット」を身近に感じることでできるイベント

で、市の内外から集まった大勢の人で「ニットの町」が賑わいます。その一方で、2018年からは東京の銀座や新宿をはじめ、仙台や大阪などでも展示会を開催。「五泉ニット」を全国区のブランドにするための取り組みに力を注いでいます。それらのイベントにおいても新たなシンボルマークが活躍。さらに、2019年には地域団体商標マーク（詳しくは44ページへ）の使用許可もおりたためポスターやPOPへの掲載も始めました。一連の活動が功を奏し、「五泉ニット」ブランドへのオファーは着実に増加しています。



「五泉ニットフェス」開催の3日間、市内は大勢の人々で賑わう

この方々にお話を聞きました！ 五泉ニット工業協同組合



理事長
高橋 雅文氏

国産素材というだけでなく産地を特定したほうが商品のクオリティを明示できると考え、我々のシンボルマークの付与を提案したところ、多くのアパレルメーカーに採用されました。



事務局長
高橋 正春氏

ブランド化事業を進める中、「地域団体」という冠を付けた商標は五泉ブランドに付加価値を与えることができるので魅力的でした。



川島 幹生氏

地元でも五泉市がニット日本一の町であることを知らない人たちは意外と多いです。このような活動でブランド力が上がり、後継者の育成にもつながればと期待しています。



「五泉ニットの」
ブランド力向上の
歩み

STEP 1 2015年4月

「五泉ニットの」
ブランド化を
組合の事業として
立ち上げる



STEP 2 2017年

「五泉ニットの」
ブランドマーク発表
に続き、同年10月に
地域団体商標を取得



STEP 3 2018年4月

ブランドマークも
商標登録、品質基準を
満たした商品の上に
ブランド織ネームを付与

STEP 4

地域団体商標を活用し、
地元での「五泉ニットフェス」
ほか多彩なイベントで
PR活動を積極的に展開



地域団体商標の取得で ブランド力を高め 産業と地域を盛り上げる

井原デニム

岡山県井原市は、デニム生地工場や染色・縫製・加工工場などが集積するデニムの一大産地。1960年頃、日本最初の国産デニム生地を作ったことから「デニムの聖地」と呼ばれています。海外ハイブランドもデニム生地を買い付けに来るほど業界では有名な井原ですが、一般の消費者への認知度は高くありません。デニム産地として井原の名を国内外に広め、地場産業の成長、地域の発展を目指し、地域団体商標を取得しました。



地域団体商標
ブランド力向上事例

04

岡山県 井原市

業界内で絶賛されるも、 一般人への認知が低く 弱かったブランド力

1901年、井原で「備中小倉織」と呼ばれる厚地の藍染織物が生産されるようになると、丈夫な生地として学生服や作業服として人気となり、国内だけでなく世界各国にも輸出されるようになりました。その中に「裏白」と呼ばれる表面が藍、裏面が白の織物があり、これがアメリカのデニム生

地と同じもので、国産デニムのルーツと言われています。現在、井原では昔ながらのシャトル織機で織るセルピッチデニムをはじめ、ジャガードなどの柄物や、染料・原料にこだわったものなどさまざまなデニムを生産。その高度な技術は欧米のバイヤーから絶賛され、今もなお数多く輸出されています。しかし、アパレル製品を見ても使われている生地がどこ産か明記されているものは少なく、多くのブランドやメーカーで井原産デニ

ム生地が使われていても、それを知っている人は少数です。世界的にも評価の高い井原のデニムを地域ブランドとして確立し、地場産業として成長・発展を図るため、井原商工会議所は2019年3月、「井原デニム」の地域団体商標を取得しました。



「井原デニム」を生産する工場の様子

地域ブランド 10の成功物語 | ブランド力向上事例



【権利者】井原商工会議所
【住所】岡山県井原市七日町13番地
【地域団体商標】井原デニム
【商標登録】第6125221号

井原商工会議所
ホームページへ



地域団体商標の取得で 認知度とブランド力が向上、 地域全体へ効果を波及

井原商工会議所は、井原被服協同組合、備中織物構造改善工業組合とともに2017年12月に「井原デニム審議会」を設置。「井原デニム」のロゴマークを使用したいと申請のあったアパレル製品を審査し、認定された製品だけがロゴマークを利用できる仕組みを作り、ブランドとしての高い品質を保っています。こうして、デニム生地取得した地域団体商標を、最終的なアパレル製品にも活用していくことで、井原地域のデニム産業全体の成長・発展を目指しています。また、地域団体商標を取得後、テレビ局からの取材が増え知名度が向上。百貨店からの問い合わせも増加し、現在は月に1回のペースで百貨店での催事を行うなど「井原デニム」をPRする新しい機会が生まれて

います。その他にも、「井原デニム」を使った製品のクラウドファンディングなどの提案も受けていると言います。現在、井原商工会議所は行政や関連団体と協力し、「井原デニム」のブランド力を活かした地域活性化に取り組んでいます。明治期の元料亭旅館を、内装や家具にデニムを使用したホテルに改装。デニム関連ショップ、飲食店などを整備し、衰退が進む商店街を「井原デニムストリート」として観光地にする計画が進んでいます。「井原デニム」は地域団体商標によって高まったブランド力を、デニム産業、延いては地域全体の活性化にもつなげています。



東京でも定期的に井原デニムのイベントを開催

こちらにお話を聞きました！ 井原商工会議所



会頭
川井 真治 氏

地域団体商標取得後、取材やコラボレーションなどの問い合わせが急増。高まった「井原デニム」のブランド力を地域全体に広げ、井原を盛り上げていきたいと思っています。

こちらにお話を聞きました！ 備中織物構造改善工業組合



理事長
黒木 立志 氏

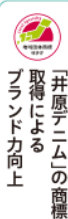
「井原デニム」という地域団体商標を取ったことは私たち生産者にとっても、自分たちの製品とその価値を知ってもらえる良いきっかけとなっています。

こちらにお話を聞きました！ おのはなご商店



代表・クリエイター
小野 華子 氏

地域団体商標によって、店舗でお客様に製品の良さを伝えやすくなりました。それで井原に興味を持たれる方もおり、製品と地域のPRに役立っていると感じます。



STEP 1 2017年10月

業界内では高い認知度を一般の消費者へも広げ、ブランド力の向上を図るため、地域団体商標を申請

STEP 2 2019年3月

地域団体商標を取得し、デニム(Denim)の「D」と井原の「井(#)」を組み合わせたロゴマークも登録



STEP 3

「井原デニム」ブランドを地域の共有財産として育てることで、地域全体での発展、成長を図る



井原駅に併設されている「井原デニムストア」。2020年3月には井原デニムとコラボレーションしたホテルも開業予定。

地域団体商標を取得し、
市場を牽引するブランドとして
信用力の維持・向上を図る

今金男しゃく

北海道渡島半島の北部に位置する今金町で栽培されるじゃがいも「今金男しゃく」。でんぷん量が多く、ホクホクとした食感が特徴で、東京の市場で40年以上にわたり最高値で取引されているプライスリーダーでもあります。しかし、「今金男しゃく」の名を勝手に使用した粗悪品が出回り始め、消費者からの問い合わせが増加。長い歴史の中で築き上げた信用を守るため、地域団体商標の取得に取り組みました。

北海道 今金町

地域団体商標
信用力増加事例

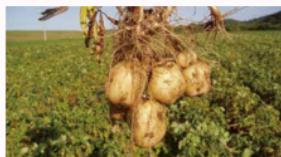
05

生産者のためめ努力の 結晶を守り続けるために、 地域団体商標を取得

今金町でじゃがいもの栽培が始まったのは1891年。1955年に「今金男しゃく」の銘柄が確立し、半世紀以上、味へのこだわりを追求し続けています。現在では、原種・種子・食用と親子三代を同町で生産。13.5%以上という高いライマン価（でんぷん量）、早出しじゃがい

もは傷つかないように手で収穫、種子は3度のウイルス検査を行うなど、徹底した品質管理を実施。さらに、通常のじゃがいもでは1~2割程度しか出ない規格外品ですが、「今金男しゃく」では3~4割が規格外になるほど厳しい基準を設けています。ゆえに出荷量は極めて少なく、その希少性から「幻のじゃがいも」と呼ばれています。ところが、「今金男しゃく」の名を使用した規格外品が市場やインター

ネットに出回り、購入した消費者から「おいしくない」とクレームが入るように。こうした類似品との明確な差別化を行い、代々磨き続けてきた信用をこれからも守ってゆくため、2018年3月、地域団体商標を取得しました。



地域ブランド 10の成功物語 | 信用力増加事例



【権利者】今金町農業協同組合
【住所】北海道瀬棚郡今金町字今金141
【地域団体商標】今金男しゃく
【商標登録】第6031227号

今金町農業
協同組合
ホームページへ



地域団体商標の取得が きっかけとなり さまざまな新しい 取り組みへと発展

生産者の努力と地域団体商標取得の相乗効果によって、「今金男しゃく」は今も高値で取引されています。取得後は新聞、テレビなどのメディアに取り上げられることも多くなり、問題となっていた類似品も見られなくなりました。また、地域団体商標取得に際して「今金男しゃく」の歴史や基準などの資料収集や情報整理が行えたことで、農林水産省が行う地理的表示(GI)保護制度への登録のきっかけにもなったと言います。現在、今金町農業協同組合では「今金男しゃく」を使った加工食品の開発に力を入れています。2015年に(株)湖池屋とコラボしたポテトチップスは好評を博し、第1弾以来、毎年製品化されています。また、同じ今金町のブランド

和牛「今金黒毛和牛」とコラボしたレトルトカレーなども発売。こうした加工食品に「今金男しゃく」のブランド名を表示することで付加価値も高めることが可能に。加工食品であれば保存もきくため収穫期以外でもブランドのPRができ、さらに生産者の所得向上にも貢献しています。地域団体商標を取得したことでブランドが守られ、その信用度はさらに向上。市場や生産者、消費者、メーカーとのつながりも一層深まり、新たな取り組みへとつながっています。



湖池屋とコラボした「ポテトチップス今金男しゃく」

この方にお話を聞きました! 今金町農業協同組合



営業部 販売課 課長
菅原 義高 氏

私たちは米や小豆、大豆なども扱っており、こうした生産物の加工食品開発も始まっています。GI取得も加工食品開発も、すべて地域団体商標の取得がきっかけとなりました。



営業部 販売課 係長
山内 拓弥 氏

単独で行動しがちなJA・生産者・小売ですが、ブランド確立を機に協力を機会がふえました。「今金黒毛和牛」とのコラボカレーはまさにその成果です。



青年部 部長
宮本 翼 氏

地域団体商標取得の過程で私たちの品質管理レベルがいかに高いかを実感しました。今後も慢心せず、私たちにとって当たり前のことを当たり前前に続けていきたいと思っています。

この方にお話を聞きました! 株式会社湖池屋



海外マーケティングEC事業本部
スナックEC課
笠原 剛 氏

地域団体商標取得でよりブランド力が向上してきていると感じます。おいしさとブランド力を兼ね備えた「今金男しゃく」は、私たちの商品の価値向上にもつながっています。

「今金男しゃく」の
地域団体商標取得
による信用力向上

STEP 1

消費者からの情報で、
市場に出回っている
「今金男しゃく」の
類似品の存在を確認

STEP 2 2018年3月

「今金男しゃく」で地域団体商標を取得、
地理的表示(GI)保護制度取得のきっかけに



地域団体商標マークが入った「今金男しゃく」の出荷箱



「今金男しゃく」のポスター。地域団体商標とGIのマークが載っている。

地域団体商標マークの詳細は44ページへ

STEP 3

「今金男しゃく」を使った
加工食品開発に力を入れ、
新たな市場とファンを開拓



地域団体商標の取得で関係
機関との結束を強め、良質な
地酒を広く県外へアピール

越前・若狭の地酒

福井の自然がもたらす清い水と、五百万石や山田錦などの良質な酒米。これらを使い、杜氏や蔵人が長年の経験に裏付けられた高い技術で造る「越前・若狭の地酒」。しかし、こだわりの地酒を造っても、人口減少や日本酒離れによって需要は低下。地域団体商標を取得することで福井県産の地酒の魅力を全国へ発信する力を底上げし、蔵元それぞれの取り組みをサポートする組合の組織力を高めています。

福井県 坂井市



地域団体商標
組織強化事例

06

減少し続ける酒類の消費、
関係各所との
連携強化を目指し
地域団体商標を取得

「銘酒、水の如し」と言われるように、「水」は酒造りにおいて重要な材料。さまざまなミネラルを含み、麴の成育、酵母の増殖を促進します。その成分は水脈や地層によっても異なり、その違いが酒の特徴として現れます。福井県はミネラル

豊富な白山水系の水と酒専用の酒米生産に適した気候を持つ、酒造りに恵まれた土地。今ほど酒の保存がきかなかった時代には京都や灘にまで売りに出していたほど酒造りが盛んでした。しかし、少子高齢化や人口減少時代の到来が酒の消費に与える影響は小さくありません。成人一人あたりの酒類消費量は1989年度以降では1992年度の101.8Lをピークに減り続けており、2017年度においては

80.5Lにまで減少。各酒類の消費傾向を見ると、2003年あたりから発泡酒や新ジャンル飲料の消費が増えている一方で、ビールや清酒は減少。特に清酒の課税移出数量は1973年度の177万KLをピークに、2017年度には約1/3となる53万KLにまで減っています。こうした状況の中、福井県酒造組合は福井の良質な酒を県内外にアピールするために、組合の結束はもちろん福井県や関係機関との

地域ブランド 10の成功物語 | 組織強化事例



【権利者】福井県酒造組合
【住所】福井県坂井市丸岡町熊堂第3号7番地1-16
【地域団体商標】越前・若狭の地酒
【商標登録】第5541486号

福井県酒造組合
ホームページへ



つながりを強めることを目的に、
2012年12月「越前・若狭の地酒」
で地域団体商標を取得しました。



蔵人による
蒸溜の様子

「ブランド推進連絡会」を
発足し、地域ブランドの
さらなる発展を図る

地域団体商標登録で積極的にPR活動できる体制が整い、福井県酒造組合はさらなる福井県産酒の認知度向上、地酒の需要振興、輸出促進を図るため、2013年5月、生販三層(蔵元、卸、小売)の組合、福井県、ジェトロ福井、金沢国税局などととも「越前・若狭の地酒ブランド推進連絡会」を発足。以来、年に一度のペースで意見交換会を開催しています。2015年の第4回開催

では、報道機関を交えて商標である「越前・若狭の地酒」ロゴマークの報道発表を実施。のぼりや封筒、名刺やパンフレット、法被などさまざまなツールに使用され、認知度向上に役立てられています。2018年と2019年の直近2回の開催では、地酒のPRに効果的なSNS活用セミナーと、インバウンドへの対応や海外展開に向けた取り組みについて有識者を招いた講演会を実施。同連絡会の発足により、酒造業界と行政のつながりは一層深まり、海外展開やイベント開催などの協力体制が強固なものとなりました。毎年3月には福井県内最大の地酒イベント「越前・若狭の地酒 春の新酒まつり」、9月には「日本酒で乾杯 秋の地酒フェスタ」を開催。県外からはもちろん、近年は訪日外国人観光客の姿も増えており、国内外の人々に「越前・若狭の地酒」をアピールしています。そして今もっとも注力しているのが、新しい酒米「さかほまれ」の開発。開発には10年近く

かかっており、2019年春に約30t作付けし、2020年4月に米、酵母、水、オール福井県産の最高級地酒として販売予定とのことです。地域団体商標により、さらに高まっていく福井県酒造組合の組織力。そこが日本酒離れを憂うだけではなく、新しいことに挑戦し、未来を切り開く原動力となっています。



イベントに訪れる外国人観光客も増加している

こちらにお話を聞きました!
福井県酒造組合



常務理事
齋藤 政秀 氏

地域団体商標の取得は「越前・若狭の地酒」ブランド推進連絡会発足のきっかけとなりました。地域団体商標をどのように活用していくべきかを本組合だけで考えるのではなく、関係機関や行政と話し合い、連携して取り組んでいく場所ができたことで、活動の幅が広がったと感じています。



「越前・若狭の地酒」の
ブランド化と
組織強化

STEP 1

清酒の消費が落ち込み中、組合の蔵元を守るため福井県産の酒のブランド化を検討

STEP 2 2012年12月

「越前・若狭の地酒」で地域団体商標を取得し、地域ブランド化の第一歩を踏み出す



STEP 3 2013年5月

関係機関や行政との連携を強固なものにするため「越前・若狭の地酒」ブランド推進連絡会を発足



STEP 4 2020年4月

福井県農業試験場と協働し新たに開発した酒米「さかほまれ」を開発し、2020年春に各蔵元から新製品が発売予定



ブランドに対する意識が 地域団体商標の取得で深まり 組合の組織強化を実現

「首里織」とは、沖縄県那覇市の首里周辺に伝わる種々の紋織や絁織物を総称する名称。紋織から絁に至るまで多彩に織られるのが特徴です。その中でも花倉織や道屯織は王家、士族用とされ、首里でしか織られていませんでした。この伝統ある地域ブランドを模倣品から守るために地域団体商標に登録したところ、組合員のモチベーションが高まり組織が強化され、ブランドとしての信頼感の向上から後継者育成にもつながっています。

首里織



地域団体商標
組織強化事例

07

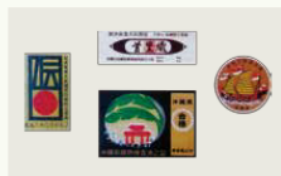
沖縄県 那覇市

首里周辺で生産される 多種多様な織物を 一つのブランドに統合

琉球王国時代に交易を通じて入り、王家のために織り継がれてきた多種多様な織物技術を、1983年に国の伝統的工芸品の指定を受ける際、総称して「首里織」と名付けました。もともとは個別の技法だったものが、一つの名称に統合されて生まれたブランドと言えます。

一番の特長はその技法。高貴な人に向けた織物のため色使いが鮮やか。また、純国産の絹糸を使うことを推進しており、平絹のほとんどが群馬県産の糸を使っています。沖縄県が定めた検査規格に加え、組合独自のチェック項目もあり、厳格な検査を経て合格した商品だけがその証となる4種類のマークを貼って出荷されます。ところが、2000年頃から「首里織」と銘打った模倣品、あるいは類似品

が市場に多く出回りました。「首里織」の技法と技術を守り、それらを正しく伝える組合の商品であることをアピールするために、沖縄県の推奨もあって2006年に地域団体商標を取得しました。



検査をパスした商品に貼られる4種類の合格証紙

地域ブランド 10の成功物語 | 組織強化事例



【権利者】那覇伝統織物事業協同組合
【住所】沖縄県那覇市首里桃原町2丁目64番地
【地域団体商標】首里織
【商標登録】第5011881号

那覇伝統織物
事業協同組合
ホームページへ



地域団体商標のもと 組合員の結束が固まり 取り組みが活性化

組合設立当初より国・県・市の補助を受けて「後継者育成事業」を実施し、現在も毎年7名の新人が研修で技法を習得。全国の生産地で後継者不足が叫ばれる中、同組合に在籍する約90名の組合員は20代から70代までと幅広い年代で構成されています。作り手を継続的に確保できる理由は、組合員が製造した商品を組合が預かり、個人では難しい販売や展示会への出展を行うため、仕事や生活の安定性・安心感があること。研修を修了したばかりの新人も、一般人向けの体験工房で講師を務め、スキルを磨きながら活動資金が確保できる仕組みになっています。もう一つの理由は、自分の手で商品を企画・デザイン・製作できる自己完結型の仕事の面白さ。

そして、国が認めたブランドを支える担い手としての誇りを持つことも大きな魅力です。現在、組合の品質検査で合格したのものだけに「首里織」のマークを付け模倣品・類似品との差別化を図っています。また、組合員のモチベーションはより高まり、有志が自発的に複数のグループを立ち上げてオリジナル商品の開発に注力。地域団体商標により、将来につながる組織強化を実現することに至ったのです。



組合の事務所内に研修所を設置し後継者を育成



組合員のアイデアで個性あふれる商品を開発

この方々にお話を聞きました! 那覇伝統織物事業協同組合



理事長
赤嶺 真澄氏

地域団体商標に登録したことで、「首里織」の名前にふさわしい仕事をしなければという心構えが組合員に芽生え、組合としての活動もますます活発になったと感じます。



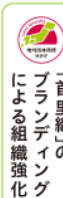
理事
大城 孝美氏

11名のグループで開発した名刺入れが那覇市長賞をいただきました。ただし「首里織」は技法の幅が広くゴールはありません。このブランドが持つ独特な魅力を伝えていきたいです。



理事
金良 勝代氏

私は20代前半に「首里織」に魅せられ作り手になりました。信頼感のあるブランドで、しかも同じものは織らないため年齢に関係なくお互いを尊敬し合えるのも魅力です。



STEP 1 1976年6月
首里周辺に伝わる織物技法の継承を目的に那覇伝統織物事業協同組合を設立



STEP 2 1983年4月
多種多様な技法を「首里織」という総称で統合し伝統的工芸品に登録



STEP 3 2006年12月
横行する模倣品の対策として、沖縄県の推奨もあり地域団体商標を取得

STEP 4
組合員たちは意欲的に商品を開発しその新作は年1回開催の「首里織展」にて発表





伝統あるブランドの知名度を
地域団体商標の取得でさらに高め、
新たな市場を求めて海外進出

桐生織

「西の西陣、東の桐生」とも言われるように、群馬県桐生市は全国的にも知られる織物産地です。「桐生織」は1300年もの歴史を誇る伝統的なブランド。産地では明治時代にジャカード機など当時の最先端技術をいち早く導入して近代的な生産体制を確立し、海外への輸出も古くから行ってきました。近年は地域団体商標の取得により付加価値の高いブランドであることをアピールし、海外における新たな市場開拓にも積極的に取り組んでいます。



地域団体商標
海外展開事例

08

信頼性の高い産地で
作られた生地であることを
伝えるべく
地域団体商標を取得

「桐生織」は歴史と伝統のあるブランドですが、商品の素材として提供されるため消費者による認知度が低い点が悩みどころでした。商品購入者に安心感を与えるためにも確かな産地によって作られた生地であることを明確に伝え

るべく、地域団体商標を取得し「桐生織」のマークも作成しました。すでに和装で伝統的工芸品の指定を受けていましたが、「桐生織」は洋装や小物など汎用性が広いため全体を網羅する商標の取得も狙いの一つでした。アパレルメーカーとしても「桐生織」のロゴが入ったタグを付けることで、国産の信頼ある生地を使用していることをアピールすることが可能に。それにより「桐生織」

のニーズがより高まることも地域団体商標を取得したメリットと言えます。



「桐生織」ロゴ入りのタグを付けた商品



群馬県 桐生市



地域ブランド 10の成功物語 | 海外展開事例



【権利者】桐生織物協同組合
【住所】群馬県桐生市永楽町5番1号
【地域団体商標】桐生織
【商標登録】第5108209号

桐生織物協同組合
ホームページへ



ジェットロの制度を活用し 中国人デザイナーとの タグで海外進出を推進

近年の大きな転機は、日本貿易振興機構(以下、ジェトロ)の「地域団体商標海外展開支援事業(特許庁補助事業)」を活用したこと。同制度は、その名の通り地域団体商標を付した商品やサービスの海外展開をジェトロが支援するというものです(詳しくは46ページへ)。桐生織物協同組合は、人口減少や低価格ファッションブランドの隆盛など国内市場の変動を鑑みて、新たな活路を見出すべく同制度に申請し採択されました。2018年度から取り組みを実施。ジェトロからブランドプロデューサーが派遣され、組合とともに市場調査や商品選定などの協議を重ねました。取り組みの一環として中国で活躍するデザイナー、ヴィヴィアン・スー氏との協業により、「桐生織」の新たなイメージを創出する洋服を企画・

製作。2019年10月に開催された「上海ファッションウィーク」に出展しました。それに合わせて海外向けのロゴ製作や多言語ウェブサイト制作。「桐生織」が日本の国が認めた地域ブランドであることを、海外市場に向けて積極的にアピールしています。人的・資金的に制約のある団体が自力で海外に進出するのは難しいもの。本事業のように国の支援策により、外部の視点からアドバイスが得られることや、異分野のネットワークを活用した情報収集や調査に基づき事業の構築を進めることができたメリットを同組合は高く評価しています。



ヴィヴィアン・スー氏デザインの洋服

この方にお話を聞きました!
桐生織物協同組合



理事長
牛藤 章氏

日本の国が認めた地域団体商標は、海外に対してもアピール力になります。「日本の中の桐生」「世界の中の桐生」を伝える上で、取得は大きなメリットがありました。



専務理事
藤生 孝昭氏

海外での取り組みを足掛かりに、今後は桐生織のブランドを国内により広げていきたいと思えます。さらに地域団体商標で個々の商品のブランド力も高められればと考えます。



事務局長
石原 茂茂氏

アパレルメーカーから「生地は桐生織」と表示したいという要望が届いていました。地域団体商標を取得しマークも製作したことで、それを実現することができました。

この方にお話を聞きました!
日本貿易振興機構(ジェトロ)
群馬貿易情報センター



係長
亀井 信明氏

ヴィヴィアン・スー氏との協業を皮切りに、地域団体商標を活かし「桐生織」がオリジナルティ豊かな高級生地ブランドと多くの現地デザイナーに認知してもらうことが一つのゴールです。



軌跡
海外進出への
「桐生織」による

STEP 1 1977年10月

和装にて
伝統的工芸品の
指定を受ける



STEP 2 2008年2月

地域団体商標取得、
「桐生織」の
統一マークも製作



STEP 3 2018年

ジェトロの
「地域団体商標
海外展開支援事業
(特許庁補助事業)」に
申請・採択
(詳しくは46ページへ)

STEP 4 2019年10月

上海の展示会に
現地デザイナーとの
協働による
作品5点を出展



地域団体商標の取得で
知名度を高め、観光客を
誘致し地域活性化へ

兵庫県 南あわじ市

淡路島 3年とらふぐ

瀬戸内海東部に位置し、同海で最大の面積を持ち、人口も日本の離島でもっとも多い淡路島。古事記・日本書紀における「国生み神話」では日本列島の中で最初に誕生した島とも言われ、古くから「食の宝庫」として知られています。そんな中、近年特に注目されているのが「淡路島3年とらふぐ」。数年前までは島内の人ですら知らない人が多かったこの養殖のとらふぐですが、地域団体商標取得を機に、今では島に活気をもたらす大きな存在となっています。



地域団体商標
地域活性化事例

09

とらふぐ養殖事業の 存続をかけた、 地域団体商標による ブランド化

淡路島の食の名産として注目されている「淡路島3年とらふぐ」。通常、養殖のとらふぐは2年で出荷されますが、淡路島ではさらに1年多く育て、サイズが大きく身の締まった、天然ものに近い味わいのとらふぐを養殖しています。福良漁業協同組合でも以前は2年で出荷していました。しかし25年ほど前、その年はとらふぐの成長が悪く、このまま出荷しても採算が合わないためもう1年養殖することに。すると翌年ものすごく大きく育ち、出荷先から「今年のは段違いに良い。来年からもこんなとらふぐを作って欲しい」という声がたくさん聞かれたと言います。その後、徐々に3年もの養殖へシフト。当時、中国産の安いとらふぐや、魚介類消費の減少などの影響があり、90年代後半には1kgあたり5,000円だった卸値は、1,500円～2,000円、一番安い時で1,200円にまで落ち込んでいました。売れば売れば赤字となる状況が2～3年続き、「いよいよ養殖を諦めるか」といった瀬戸際での最後の希望が、安定して高値で取引できる3年ものとのらふぐだったので。当初、関係者からは高い評価を得ていた3年ものですが、一般にはその存在が浸透しておらず、島内でも知らない人がいるほど。また、ブランド名を付ける前は単なる「養殖ふぐ」と見られてしまい、旅館や料理屋で



【権利者】福良漁業協同組合
【住所】兵庫県南あわじ市福良丙28番地
【地域団体商標】淡路島3年とらふぐ
【商標登録】第5416105号

福良漁業協同組合
ホームページへ



お客様が積極的に注文することもなかったと言います。こうした問題を解決し、3年ものおいしさを広めるため、福良漁業協同組合は2011年6月「淡路島3年とらふぐ」の地域団体商標を取得しました。



「淡路島3年とらふぐ」の養殖風景

組合だけではなく、 観光協会や行政との 連携で「三方よし」を実現

地域団体商標を取得したことで、マスコミからの取材が増えました。すると取材に対応した淡路島観光協会から「もっと積極的にPRしたい」との要望があり、マスコミ関係者を集めた試食会を大阪で実施。地域団体商標の取得という実績から、品質に確かな自信を持って臨んだ試食会は好評のうち

に終了。その後、メディアへの露出がさらに増加しました。以降、「淡路島3年とらふぐ」目的の観光客が増え、とらふぐの島内での引き合いも増加。今ではほぼ島内出荷となり、淡路島の閑散期だった冬が繁忙期に一変しています。生産者の組合である福良漁業協同組合だけでは、ここまで大きなPR効果は生み出せなかったと言います。PR活動は生産者よりも、旅館や料理屋などからなる観光協会や行政の方が得意な分野。生産者が良いものを作り、観光協会が上手に情報を発信していく。こうした連携と、それぞれの取り組みの相乗効果によって「淡路島3年とらふぐ」は注目を集め、島全体の活性化へとつながっているのです。まさに、「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」が実現できています。現在、福良漁業協同組合では新たな挑戦として、サクラマスの養殖に取り組んでいます。すでに「淡路島サクラマス」として地域団体商標

にも出願しており、「淡路島3年とらふぐ」とあわせて、食によるさらなる地域活性化を図っていきます。



こちらにお話を聞きました！
福良漁業協同組合



組合長
前田 若男 氏

地域団体商標取得を機にマスコミで紹介してもらえるようになり、「淡路島3年とらふぐ」の知名度が高まりました。地域活性化にも貢献できたと思っています。

こちらにお話を聞きました！
やぶ満旅館



客女将
榎本 靖子 氏

以前、冬は宿の修繕を行うような時期でした。それが今ではとらふぐを食べに来られるお客様で予約が埋まり、今でもこの状況を夢のように感じています。



横手が誇るブランドの
地域団体商標登録で
町をますます元気に

横手やきそば

太くまっすぐな茹で麺をキャベツや豚挽肉などと一緒に炒め、
麺の上に半熟の目玉焼きをのせて福神漬を添える。それが「横
手やきそば」のスタイルです。使用されるソースは、ウスターソー
スに各店のオリジナルソースが加えられるためお店によって味
わいは異なり、食べ歩きも楽しめます。意欲的な取り組みで日
本全国に知られるブランドとなった横手市のソウルフードは、地
域団体商標を取得したことにより町おこしの核としてのパワ
ーをさらに高めました。

地域団体商標
地域活性化事例

10

半世紀にわたり 親しまれてきた横手市民の ソウルフードを町おこしの ためにブランド化

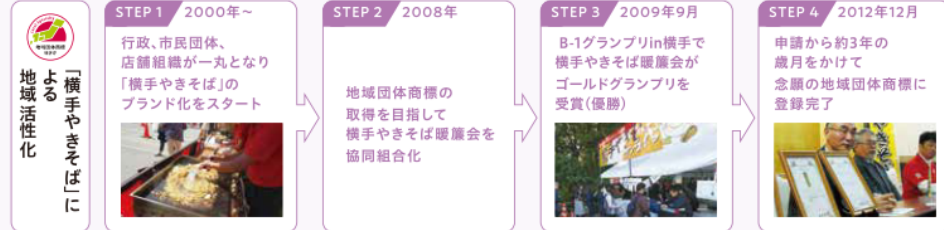
「横手やきそば」の発祥は、1950年
前半に神谷屋という食堂の店主
が鉄板を使った新しいメニューを
求め、茹で麺のやきそばを完成さ
せたのがルーツです。70年頃は横
手市内の約100店舗がやきそばを
提供していたそうです。ただし、そ

の後は食品衛生法の改正などに
より軒下での営業ができなくなり、
店舗数は減っていきました。21世
紀に入り、地域にずっと根付いて
いる個性的なやきそばで町おこし
ができなかと、官民が一体とな
り活動をスタートしました。もとも
と地元では「肉玉やきそば」とい
う名称で親しまれてきたソウルフ
ードですが、横手市役所の観光課で
「横手やきそば」という新たなブ
ランド名を作り、2000年に「横手や

きそばプロジェクト本部」を役所内
に設置。その翌年には市民団体の
「横手やきそば研究会」と店舗組
織である「横手やきそば暖簾会」
が相次いで発足し、横手市一丸で
ブランド化に取り組んだのです。



茹で麺を使って目玉焼きをのせ福神漬を加えるのが「横手やきそば」流



地域ブランド 10の成功物語 | 地域活性化事例



【権利者】協同組合横手やきそば暖簾会
【住所】秋田県横手市大屋新町字堂の前22-7
【地域団体商標】横手やきそば
【商標登録】第5546212号

協同組合
横手やきそば暖簾会
ホームページへ



地域団体商標を取得し 市民、団体、行政の 結束がより強固に

9年間にわたる活動の成果として、2009年9月、ご当地開催となった「第4回 B-1グランプリin横手」で横手やきそば暖簾会がゴールドグランプリを受賞。これにより「横手やきそば」は一躍全国区にのし上がりましたが、その一方でもう一つの地道なブランド化の活動が進められていたのです。B-1グランプリ優勝の前年、横手やきそば暖簾会は協同組合化を行いました。目的は地域団体商標を取得するための準備。「横手やきそば」の知名度が高まるにつれて模倣品も数多く見られるようになり、築きあげてきたブランド価値が崩れてしまうことが懸念されました。その対策として商標権の取得を考えたのです。組合では「横手やきそば道場」を開設し、そこで研修を受けた横手市外の店

舗を賛助会員として「横手やきそば」のブランド名の使用を許し品質を守るとともに、横手市のPRにも協力をお願いしています。地域団体商標の取得後は、「横手やきそば」の名称で販売を行っている露店などに注意勧告を行い是正した例もあります。横手市をあげての町おこしの機運もさらに高まり、2012年9月には、協同組合横手やきそば暖簾会や横手やきそば研究会、市民によるサポーターなどで構成される団体「横手やきそばサンライズ」が新たに誕生。たくさんの市民、団体、行政が一つになり「横手やきそば」という誇りある地域ブランドのさらなる振興に取り組んでいます。



市内の小生がやきそばの具になるキャベツの栽培を応援

こちらにお話を聞きました! 協同組合横手やきそば暖簾会



理事長
三浦 勝則 氏
地域団体商標を取得したことで、市民も店舗も「横手やきそば」と自分たちの関係の深さをより実感できるようになり、地域の力になったと思います。

こちらにお話を聞きました! 横手市商工観光部 観光おもてなし課



観光振興係 副主査
石川 直樹 氏
地域団体商標登録の際はお披露目会を開き、地元のメディアで報道されました。徐々に取材などは落ちて来ましたが、「横手やきそば」を通じた横手のPR活動は緩めることなく続けたいと考えています。