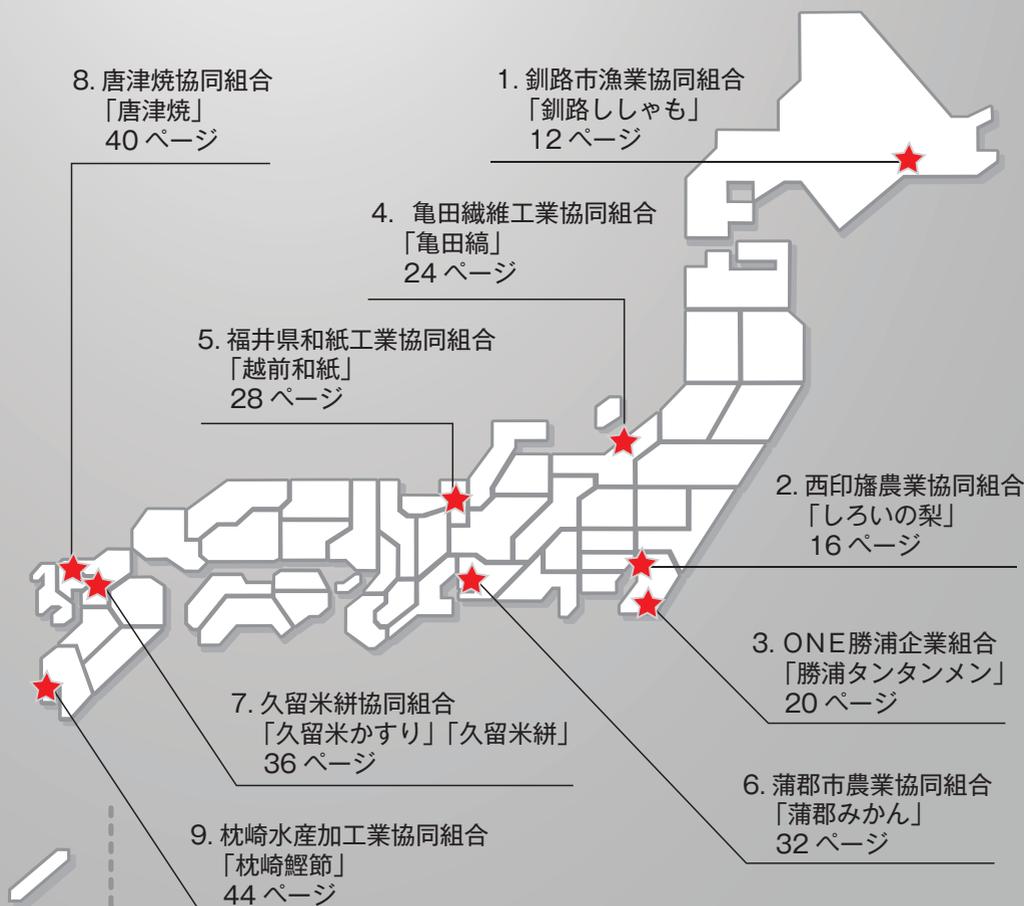


Ⅱ. 地域団体商標の活用事例

—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、権利取得団体にお聞きしましたので、ご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 『釧路ししゃも』は、 新釧路川と釧路の海で育った 北海道の太平洋岸でしか獲れない 貴重な美味しい本ししゃもです！

商標：釧路ししゃも 商標登録 第5570047号

権利者の紹介

- ・ 権利者 名：釧路市漁業協同組合
- ・ 住 所：北海道釧路市浜町3番12号

地域団体商標及び使用する商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：釧路ししゃも（くしろししゃも）
- ・ 商標登録番号：第5570047号
- ・ 指定商品又は役務：釧路港で水揚げされたししゃも、釧路港で水揚げされたししゃもの干物



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

釧路（くしろ）は、北海道東部、太平洋沿岸の地域で、北海道最大で全国でも有数の水揚げ高を記録する釧路港を有しています。「釧路ししゃも」は、その釧路港で水揚げされた北海道の一部の地域でしか獲れない貴重な本ししゃもです。

従来におけるブランド保護の取組としては、国産のししゃもと海外のノルウェーやカナダのキャベリンとの差別化を図るために、平成元年あたりから、「北海道の太平洋側の一部でしかとれない本物のししゃもである」ということをアピールする取組を行ってきました。

平成19年に北海道主導の道水産物ブランド化推進事業があり、ししゃもが採択され、釧路市・釧路市東部・昆布森・白糠漁業協同組合の4漁協で構成される「ししゃもこぎ網漁業運営協議会」が母体となり、ブランド化を推進してきまし

た。同時期に釧路市でもブランド化推進の事業があり、そこでもししゃもが採択されました。その頃から官民一体でブランド振興をしていかなければならないという意識が芽生えはじめました。釧路市が釧路地域ブランド推進委員会（官民の関係者より構成）を設置し、我々は、その中のししゃも専門部会に、メンバーとして参加しながら「釧路ししゃも」のブランド化を推進してきました。

(2) 地域団体商標出願の動機

地域団体商標を出願するきっかけは、専門部会の中で、地域団体商標の出願に取り組みべきだという意見がでたのがきっかけです。

出願前まではブランド化を図る上で、生産者、加工者、流通者など関係者の一体感がなく活動している部分があったので、地域団体商標を取得することで方向性を同じくすることができると考えまし



ししゃも人工孵化事業風景



た。また、地域団体商標は地域名がついているので、釧路でとれたししゃものブランド価値（安心、安全など）をより向上させるためのツールとして使えるのではないかと考えていました。

（3）地域団体商標出願の準備

「釧路ししゃも」の周知に関しては、釧路市が事務局を担っている釧路地域ブランド推進委員会を中心として、物産展や商談会、イベント等に積極的に参加し、多くの機会で「釧路ししゃも」をPRしてきました。平成20年からは「釧路ししゃもフェア」を毎年開催し、市内の飲食店で「釧路ししゃも」を使った料理を提供してもらい、のぼりやポスターなどを使って「釧路ししゃも」をPRしてい

ます。そのほか、関係者でお金を負担して、釧路空港では「釧路ししゃも」のPR看板を常時掲載しています。実際の出願手続に関しては、事務局の釧路市が中心となり、弁理士を通じて事務手続きを進めました。出願してから登録されるまでの間で苦労したことは、関係者の意思統一です。水産加工、流通、観光協会といった関係者とともに専門部会の中でブランドの方向性を議論し、金銭面の負担や、取得後の管理など実際出願・登録にあたって具体的にどこの団体がどうするかなど体制作りの議論をしました。



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）

品質基準は設けています。大前提として、沖合で漁獲後、即日釧路港で水揚げされたししゃもであることです。生ししゃもの基準については、漁獲後4日以内に販売されるもので、干しししゃもの基準については、傷物を除いて食品添加物を使わず、水分目標値を75%以下、塩分目標値を2%以下に設定して一尾あたりの干し上がり重量を10グラム以上のものとしています。

商標の使用については、生ししゃも、干ししゃもにのみ地域団体商標の「釧路ししゃも」を使用しています。加えて、佃煮などの加工品については釧路ししゃもの別のブランドマークを使用しています。これらの品質基準、使用基準については、出願以前から専門部会で議論をして作り上げていきました。



(2) ブランド展開

全国の食品関係のイベントや物産展、商談会などに「釧路ししゃも」として積極的に出展しています。例えば、幕張メッセで開催されたFOODEX JAPANに出展し、ブースで試食してもらうなど、「釧路ししゃも」のPR活動を行ってきました。また、釧路市の漁業後継者連絡協議会を通じて2年に1回程度、東京の北海道どさんこプラザでフェアを開催したりしています。

今後の取組みとしては、「釧路ししゃも」の地域団体商標取得を掲げて、本ししゃもであること、ししゃもの生産地であることをより一層PRし、引き続き、イベントフェア開催など、地元での定着を図るとともに、市内外へのPR活動を、地域一丸となってすすめてまいりたいと考えています。



地域団体商標権利取得後の効果

加工業者さんなどいくつかの団体からは使用許諾の申請を受けて、使用料をとって商標の使用を許諾しています。基本的には管理に係る実費分を負担してもらっています。取得してよかったこととし

て、漁業者、生産者、流通業者だけではなく、横の繋がりをもって「釧路ししゃも」ブランドを推進していく体制ができたことです。

今後地域団体商標を出願する者に対してのアドバイス

釧路港での販売の仕方は、大量に漁獲して、大量にさばくといった、元々は付加価値を付けて販売していくような形態ではありませんでした。そのためブランド戦略を行うにも後手に回っていました。我々のように他の近隣地域から遅れ

て地域ブランド振興を行うためには、単体で動くのは限界があるため、地域で一つにまとまることが一番重要です。地域ブランドでまとまっていくきっかけに、地域団体商標出願は良い手段と考えます。

最後に

ししゃもは、春に孵化した後2年後に元の川に戻ってきます。北海道のほとんどのししゃもが生まれ育つ新釧路川がすぐそばにあることから、釧路港は地理的にみて、栄養豊富なししゃもが獲れる港

です。その釧路港で獲れる「釧路ししゃも」は、漁獲量が少ないため資源を枯渇させない取組をしながら、大切に漁獲している貴重で美味しいししゃもです。是非ご賞味いただければ幸いです。



2 『しろいの梨』は、長い歴史をもつ 日本屈指の生産量を誇る 美味しい梨です！

商標：しろいの梨 商標登録 第5663492号

権利者の紹介

- ・ 権利者 名：西印旛農業協同組合
- ・ 住 所：千葉県印西市西の原四丁目3番地

地域団体商標及び使用する商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：しろいの梨（しろいのなし）
- ・ 商標登録番号：第5663492号
- ・ 指定商品又は役務：千葉県白井市産の梨



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

白井（しろい）市の台地は関東ローム層という火山灰土壌で、水はけがよく梨栽培に適しているため、日本屈指の生産量を誇っています。「しろいの梨」は、みずみずしく、甘みがあるのが特徴です。4月中旬ころには梨畑一面に白い花が咲き誇り、8月頃から「幸水」「豊水」「あきづき」「新高」などいろいろな品種が

順次出荷・販売されます。「幸水」は8月上旬、「豊水」は8月下旬、「あきづき」は9月上旬、「新高」は9月中旬ごろから店頭に並ぶようになります。

当組合では、白井市梨業組合（1940年設立）が組織されており、出荷時には各地域の支部ごとに分かれ、各品種で査定会を行っています。高品質な「しろいの梨」を出荷するために品質基準の統一を図り、市場でも高い評価を受けています。



高品質な梨を出荷するため、細かな基準を定めています

(2) 地域団体商標出願の動機

最初は、白井市役所商工振興課から白井市梨業組合に紹介がありました。出願しようと思ったきっかけは、地域団体商標を取得することによる認知度のアップと海外輸出に対応するために出願しました。

(3) 地域団体商標出願の準備

これまで「しろいの梨」のPR活動としては東京の市場、量販店などでの通常の営業販売活動を通じて周知活動をしてきました。他には、地元のイベントがあ

る場合は、梨の試食を行ったりしていません。出荷自体は関東近辺の市場に出しており、認知度は高く、そこから全国に出荷されています。直売についても全国的に行っています。

出願してから登録されるまでの間で苦労したことは、白井市梨業組合と出願人である西印旛農業協同組合との関係性を示す資料の情報を抽出する作業や、全国的に周知されている事実を示す新聞記事など証拠書類を準備することが大変でした。



幸水梨の初出荷に合わせた試食会

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) ブランドを使用した商品開発

「しろいの梨」を原料とした加工食品等の開発を積極的に行っており、ジャム、ドレッシング、他にもデザートを開発をしています。また白井S級グルメの会で発行した「白井の梨おいしいレシピ集」には、梨を使った様々なレシピが掲載さ

れており、白井の梨をいろいろな形で味わってもらおうように取り組んでいます。

(2) ブランドの国際展開

「しろいの梨」は積極的に輸出に取り組んでいます。平成24年度からこれまで毎年県の千葉県フェアでタイに輸出し

ています。また千葉銀行主催の商談会でモンゴルにおいて「しろい梨」の試食を実施しました。TPPの件もあるので、今後海外にでていく上では良い機会ではないかと考えています。輸出することでメディアの露出が国内で増えることで、減少しつつある梨農家に対し梨生産の魅力をアピールし、白井市を盛り上げていきたいです。

(3) 今後のブランド展開

今後も引き続き輸出を行っていきます。タイでは現地の消費者へ「しろい梨」が定着しつつあり、継続的な輸出を行うことにより一層現地での認知度が高まると期待しています。またモンゴルについては、現地での話が良い方向へ進み、輸出する運びとなりそうです。また海外に向けてだけでなく、国内での市場や量販店でのPRやイベントも行い、ブランド向上に努めていきます。



柏レイソル「しろいホーム
タウンデー」での試食会及
び梨贈呈の様子

地域団体商標権利取得後の効果

商標権取得により、イベントやPRを行う際に今まで以上に若手生産者との連携ができ、産地全体でブランドの向上に努めることができるようになりました。

また若手生産者が地元駅での試食販売を実施し、あらためて地元特産品であることをPRするなど、新しいイベントを行うようになりました。

今後地域団体商標を出願する者に対してのアドバイス

出願前にある程度商標をとった後の活用法もよく検討をしていることが重要かと思います。そのことで、権利化後ス

ムーズにブランド展開を図っていけるようになると思います。



JA 直売所での梨試食及び梨狩り体験の様子

3 『勝浦タンタンメン』は、きれいな海と豊かな自然の勝浦の漁港で生まれた心も体も熱くなる美味しいラー油系タンタンメンです！

商標：勝浦タンタンメン 商標登録 第5703819号

権利者の紹介

- ・ 権利者名：ONE勝浦企業組合
- ・ 住所：千葉県勝浦市墨名657番地2

地域団体商標及び使用する商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：勝浦タンタンメン
(かつうらたんたんめん)
- ・ 商標登録番号：第5703819号
- ・ 指定商品又は役務：千葉県勝浦市及びその周辺地域におけるタンタンメンの提供



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

勝浦(かつうら)は、上総地方の南部(千葉県南東部)に位置し、県下2位の漁獲量のある漁港を持ち、古くから漁師町として栄えた地域です。

勝浦のタンタンメンは、当地の海女さん・漁師さんが寒い海仕事の後に、冷えた体を温めるメニューとして定着してきました。その特徴は、通常のゴマ系と違い、醤油ベースのラー油が多く使われたラー油系タンタンメンです。具材はミジン切りの玉ネギと挽肉が入ることが一般的で、お店によってニンニク、ニラ、ネギが入ったり、スープも味噌ベースのお店もあったりと各店が特色を生かしたメニューを提供しております。

従来のブランド保護の取組としては、元々、「勝浦タンタンメン」という名称ではな

く、単なるタンタンメンとして勝浦では根付いていたものの、ご当地グルメでまちおこしの祭典! B-1 グランプリに出展するにあたり、地域名がつくというのが要件となっていたため、それを機に「勝浦タンタンメン」として活動し始めました。2011年にB-1 グランプリに初出展し、それ以降毎年出展し、「勝浦タンタンメン」をPRしてきました。



勝浦漁港

(2) 地域団体商標出願の動機

地域団体商標を知ったきっかけは、B-1グランプリに出展する団体の集まりである「愛Bリーグ」に所属した際に、事務局に地域団体商標というものがあるということを知りました。その後、どうやれば取得できるのかを調査していく中で、商工会にも協力してもらい、千葉県中小企業団体中央会を通じて、出願するという流れになりました。

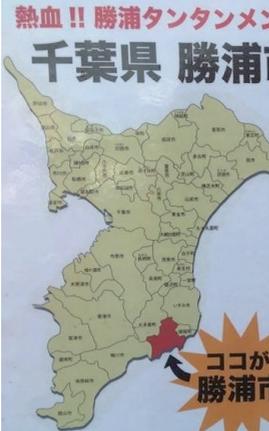
登録になるのは難しいという話は聞いていましたが、「愛Bリーグ」に所属するある団体が商標権を取得していたので、その団体から話を聞くうちに出願しようということになりました。また、模倣品も出願前から多く存在しており、商標権を取得しなければブランドを守れないのではないかという意識もありました。

(3) 地域団体商標出願の準備

周知活動の一環として、組合では食品メーカーと協力して、即席麺の商品開発を行ってきました。商品開発は各取扱店とは別で、組合独自で10種以上開発してきました。

一番大きい周知活動としては、B-1グランプリに出展したことです。上位に入っていけばメディアに取り上げてもらうきっかけになると考え、取り組んできました。我々、熱血!!「勝浦タンタンメン」船団は、2013年が3位、2014年が2位、2015年でついに1位（ゴールドグランプリ）を獲得しました。5年間出展して、すべて入賞（10位以内）していたのですが、やはり、ゴールドグランプリをとるとメディアの反応が全然違うことを実感しています。

**熱血!! 勝浦タンタンメン船団は
千葉県 勝浦市 から来ました!**



勝浦市のある房総半島沖合いは、黒潮と親潮の潮目にあたり、豊かな漁場が存在します。大型回遊魚の群れから、熱帯魚までが確認でき、リアス式海岸の複雑な岩礁で形成された、海藻類の豊富な磯根は、国内屈指の生物層を誇っています。

この漁業が盛んな勝浦で、50年前に誕生した、**「勝浦タンタンメン」!!**

ココが勝浦市 真っ赤なラー油をたっぷり使った、辛口のタンタンメンは、地元の漁師さんたちが、海で冷えた身体を暖める為に食べ始めたのが、ルーツです!




出展ブースの前で並んでいたお客様への勝浦PR 2015「B-1グランプリ in 十和田」閉会式後

出願に際して一番苦労したことは、当初、組合員の母体が商工会の青年部であったところ、「勝浦タンタンメン」を扱っているお店が一定程度加盟していなければならないという条件があったので、取扱店に出資してもらい加盟してもらうよう働きかけを行ったことです。取扱店の中には、「勝浦タンタンメン」という地域団体商標が必要なのかという疑問をもつ方もいましたが、今後ブランドを守る上で必要だということを説得していき加盟してもらいました。元々地域に根付いていたからこそ難しかったところとして、「勝浦タンタンメン」の定義付けをすることも苦労しました。商売敵同士である取扱店を集めて「勝浦タンタンメン」

の定義の議論をしても意見も出ず、なかなかまとまりませんでした。あるお店のレシピを公開してもらったことをきっかけに、それをベースに多くの店に共通する味の定義付けをまとめていくことができました。

行政等との協力については、当初、組合は市民団体で始まりましたが、まちおこしを行政任せにするのではなく行政に働きかけることで一緒にまちおこしをしていこうということで動き出しました。その際、市、観光協会、商工会を巻き込んでいき、それぞれ役割分担（市なら広報費、商工会なら事務所の間借りなど）をしていただきました。そのため、今でも行政も含め横の繋がりは強いです。

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）

品質基準はおいていませんが、「勝浦タンタンメン」の定義はあります。基本醤油ベースで、みそ、とんこつのベースもあります。ラー油、タマネギ、挽肉、ニンニクが具材として入っていることです。上記定義を守りつつ、組合に所属していれば商標を使用することができます。組合に入るために勝浦市在住もしくは法人であれば登記が勝浦市になければならないとしています。

(2) ブランド展開

商品開発以外だと、飲料メーカーさんに協力してもらい、勝浦市の自動販売機の飾りに「勝浦タンタンメン」の商標を使用していただいたりしています。災害時に自動販売機を備蓄倉庫として使うために、ハンドルを回せば使用することができるようになっており、勝浦市内に15台設置しています。本件は、勝浦市と飲料メーカーさんに防災協定を結んでいただく仲介役として我々が動き、3者の協力で実現しました。



地域団体商標権利取得後の効果

権利行使については、弁理士の方々と協力し警告文を送ったりするなどの活動を実施しています。その際、エンドユーザーさんからの通報が情報源となっていることもあります。

他企業とのタイアップに関しては、いくつかの企業から社員食堂での提供に関して、要望があったため、許諾料をとって使用許諾を実施しています。許諾に当たっては「愛Bリーグ」と協議して、勝浦のまちおこしにつながる提携かどうか判断した上で許諾するようにしていま

す。

組合の開発商品の売り上げについては、地域団体商標を取得後というよりは2015年10月のB-1グランプリ優勝が影響して売上が伸びました。やはり、取得するだけではなくそれを活用してどのようにブランド発信をしていくかが重要と考えています。

その他の効果としては、地域団体商標を取得したことで、組合員のそれぞれに商標権保護の意識が芽生えていることで

今後地域団体商標を出願する者に対してのアドバイス

我々は、ご当地グルメとB級グルメというのはまったく別物であると考えています。ご当地グルメというのは地元で根付いたグルメで、B級グルメというのは新たに作ったものでも呼ぶことができます。新規でやることは間違いではないですが、ただ単に新しいものを作っただけでは全く拡がりはなく、活動を継続し地域に根付いたものを発信していくことが重要だと考えています。

いきなりまちおこしとして真新しいことを始めるのではなく、地域の財産として潜在的に隠れているものがあるはずなので、それをまず探していくことが地域ブランド振興においては近道ではないかと思えます。今回、B-1グランプリでは「勝浦タンタンメン」を提供していることが大きくメディアで取り上げられていますが、あくまで勝浦という「まち」のPRが第一ということです。

最後に

元々、「勝浦タンタンメン」は漁師さんや海女さんが漁から上がった後に体を温めるために作られた食べ物です。冬場など寒い季節には最適な食べ物です。きれいな海と豊かな自然がある勝浦に是非お越しいただき、「勝浦タンタンメン」をご賞味いただければ幸いです。



海女スタイルでお客様をおもてなし



4 『亀田縞』とは伝統的な先染縞模様織物です。 手紡ぎ風のムラ糸を原料に用い、多彩なカラーを 独特に組合せる表現にこだわり、ソフトで ナチュラルな手触りの良さが特徴です！

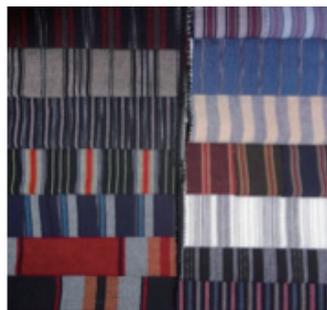
商標：亀田縞 商標登録 第5661445号

権利者の紹介

- ・ 権利者名：亀田繊維工業協同組合
- ・ 住所：新潟県新潟市江南区曙町3丁目6番1号

地域団体商標及び使用する商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：亀田縞（かめだじま）
- ・ 商標登録番号：第5661445号
- ・ 指定商品又は役務：新潟県旧亀田地域に由来する製法により、新潟市江南区（旧亀田町の地域）において生産された先染縞模様織物



亀田縞生地

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

商標の地域名「亀田（かめだ）」は、新潟県新潟市の旧亀田地区に位置し、新潟平野を流れる信濃川、阿賀野川、小阿賀野川に囲まれた低平輪中地帯という地

理的特徴を持った地域です。海面より低い土地が現在でも3分の2を占め、日本海の海水面の高さは潮の干満によって大きく変化するので、かつては大湿地帯“亀田郷”と呼ばれる地域でした。

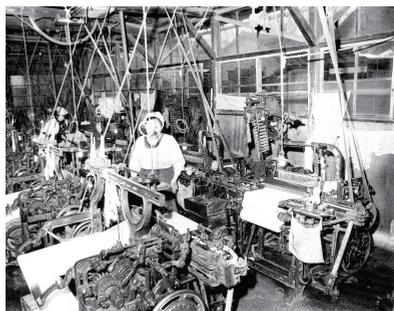
「亀田縞」の起源は約300年前、江戸



時代までさかのぼります。当時の農民の水耕作業は、水浸しの大地で、腰まで浸かりながらの過酷な作業環境だったために、“丈夫”で“衛生的”で“お洒落”な木綿織りの農作業着が求められました。農民たちはこの地に綿花を栽培し、紡ぎ、糸にして、藍に染めて、織る、と言う技術をしだいに習得していき自給用から問屋制家内工業へと確立していきました。

戦後をさかいに和装から洋装へ移行す

るにつれ「亀田縞」の需要も途絶えてしまいました。半世紀余り後、「亀田縞」自体の生産販売は衰退しましたが、織物産地として継続してきた「亀田繊維工業協同組合」＝「立川織物」「中営機業有限公司」を中心に、「亀田縞」復活のプロジェクトがスタートし、郷土資料館にある「亀田縞」の古布資料“縞見本帳”を徹底的に分析、古布を忠実・詳細に再現し2005年に復活デビューしました。



(2) 地域団体商標出願の動機

2006年4月の新聞で地域団体商標の制度導入について触れた記事を読んだのがきっかけで、地域団体商標に興味を持ちました。

当時は、「亀田」「越後」と組み合わせで「織」や「縮」などといった「亀田織」と似たような織物が販売先で出回っていたため、そのような偽物を排除できるのではないかと考え、具体的に出願を考えました。

(3) 地域団体商標出願の準備

会社や個人では取得できない要件があるということで、亀田織維工業協同組合に協力を得て、出願することを志しました。具体的な手続は、発明協会より指導を受け出願手続きについて教えていただきました。最初は平成21年に亀田織維工業協同組合独自で出願しましたが、特許庁から拒絶理由通知書が届き、商標の使用及び周知性についてのさらなる

資料を提出するよう記載されておりました。しかし、「亀田織」は近年に復刻したため取り組み期間が短く周知性の資料も不足し、一度目の出願は断念せざるを得ませんでした。

拒絶理由通知書の対応ですが、組合だけで応答することが非常に困難であったため、新潟県の補助金制度を利用し、翌年に、弁理士を通じて再チャレンジを行うことに決めました。その後も特許庁より周知性の証明を再三要求され、県外への周知性の実績を高めながらその都度証拠資料を提出しました。

平成21年度、平成22年度には中小企業庁による「JAPANブランド育成支援事業」にも採択され、ブランド確立に向けた事業に積極的に取り組みました。

登録に至るまでには長い道のりでしたが、諦めずに根気強く周知性の証拠書類を積み上げた結果、平成26年4月に登録されました。

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）

規程等は特に設けておりません。現在生産している2社は、復活する以前から織物業専門で製造を継続しておりますし、JIS規格を準拠した管理体制のもと生産してきていますので、品質は保証できます。「亀田縞」のブランドは、歴史と伝統のある織物ですので、この技術を活かして自信を持って生産し、お客様にお届けしております。

(2) ブランド展開

作品や商品にはすべて「亀田縞」のタグを付けて販売しています。また、新潟空港内の店舗をはじめ、ホテルや観光地、ギャラリー売場等で多くの取扱いが始まっています。

イベントへの参加は、平成26年11月に東京で開催された「JFW JAPAN CREATION 2015」への出展、また平成27年2月に東京で開催された「第7回 東京インターナショナル・ギフト・ショー春2015」にも出展を行いました。その他にも美術館や大手百貨店などへも「亀田縞作品展」を開催しています。

外国への展開は、商標登録前に中小企業庁による「JAPANブランド育成支援事業」で初めて進出し、一年目は市場調査や商品開発に力を入れ、二年目はア

メリカヒューストンのキルトマーケットで「亀田縞」を中心に展覧しました。アメリカはキルター人口が多くとても盛んですので、「亀田縞」を使ったパッチワーク作品が多くのお客様に注目されました。同組合内には輸出も手掛ける輸出組合があり、アメリカ、ヨーロッパ、中国などに織物を輸出しています。「亀田縞」はここ2～3年、成果を見せ始めています。平成27年7月には、ニューヨークで、同年9月にはロサンゼルスで、それぞれ展示会出展し「亀田縞」をPRしました。少しずつですが輸出の取組が始まっていますので模倣されないよう、外国に向けた商標の権利取得は、今後の課題と考えています。



JFW JAPAN CREATION 2016のブース





地域団体商標権利取得後の効果

大手の企業や公官庁とのタイアップ条件として、商標権の取得を条件とするところもあり、ビジネスにとって商標を取得しているという事は、大きなメリットです。

現在では、行政との取組（公共施設の内装や装飾・記念品等）やスポーツクラブとのコラボ商品開発・ギフト関係等の取扱いの広がりがあり、需要が増え続けています。

今後地域団体商標を出願する者に対してのアドバイス

一言に尽きます“あきらめないこと”。特許庁へは資料を何度も何度も出し続けました。県外への周知性をまず求められましたが、「亀田織」は歴史と技術といった地元の思い入れがとても強いので、まずは地元へ「亀田織」を知っていただきたい、手にとって頂きたいとの思いで活動を行いました。その次に枠を広げ県

外への周知といった、こつこつと地道な活動の記録が成果を生んだと思います。そこで一つ一つ記録として送り状・納品書・請求書などの控えをすべて取っておき、特許庁に周知資料として提出できたことが、地域団体商標の「需要者の間に広く認識されていること」を認められた成果だと考えています。

最後に

新潟県では10番目の地域団体商標登録となりました。商標の指定商品である「新潟県旧亀田地域に由来する製法により、新潟市江南区（旧亀田町の地域）において生産された先染縞模様織物」つまり“亀田で生産した織物”に関してのみ、

「亀田織」を使用できると内々で規定しています。現在は2社のみで製造及び直営ショップで販売しておりますが、今後企業が増加したとしても、“亀田で生産した織物”のスタンスを徹底していく方針です。

5 1500年の歴史と文化に育まれた 神と紙の郷で営まれる『越前和紙』は、 その技術と品質を研鑽し続け、 あらゆる和紙の生産に専念しています！



商標：越前和紙 商標登録 第5140246号

権利者の紹介

- ・ 権利者名：福井県和紙工業協同組合
- ・ 住所：福井県越前市大滝町11号11番地

地域団体商標及び使用する商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：越前和紙（えちぜんわし）
- ・ 商標登録番号：第5140246号
- ・ 指定商品又は役務：福井県越前市とその周辺地域で生産された奉書紙その他の和紙・和紙製の板紙・和紙製の加工紙・紙製文房具用和紙・コースター作成用和紙・紙製ランチョンマット用和紙・紙袋用和紙・紙製テーブルクロス用和紙・紙製のぼり用和紙・紙製旗用和紙・紙製ハンカチ用和紙・紙製手ふき用和紙・紙製タオル用和紙・紙製テーブルナプキン用和紙・紙製衛生手ふき用和紙・印刷用和紙

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

「越前和紙」生産地の越前（えちぜん）市は、福井県のほぼ中央に位置し、市の中央を北陸自動車道と国道8号が縦断し、主要都市や周辺都市との交通の動脈となっています。県内でも有数の水のきれいな土地で、紙づくりにかかわる多くの人々が集落をなして暮らしています。

全国にある紙産地の中でも例をみない紙漉きの紙祖神「川上御前」の伝説があり、1500年の歴史があります。和紙における最高の品質と技術があり、今なお伝わっています。「越前和紙」の特徴は、その長い歴史に裏付けされた、紙の丈夫さと、美しさです。

昭和11年（1937年）に意匠の保護登録がなされ、その後「越前和紙」産地内で規約を作成し各事業のブランドを促進するなど、ブランド保護の取組みに歴史があるため、それらの意識は昔から根付いていました。現在も各組合員が意匠権や商標権を取得するなど、それぞれ工夫しながら「越前和紙」ブランドを守っています。





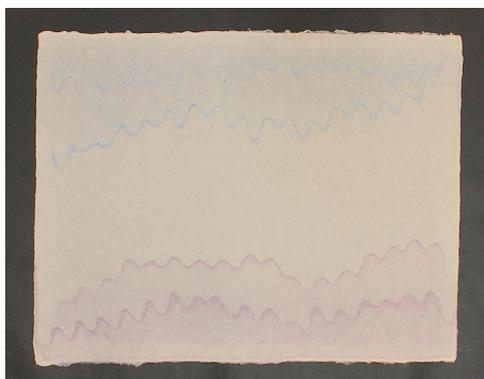
(3) 地域団体商標出願の準備

「越前和紙」を地域団体商標として平成19年4月に出願しました。弁理士を代理人として特許庁との手続きを行いました。一番苦労したのは、「越前和紙」に関連する商品種類が多いために、どこまで権利範囲を指定するかということ、またそれら商品についてそれぞれ周知性を証明することでした。そのため、新聞等で周知性の証拠となりうる資料を可能な限り集めました。

弁理士を通じた特許庁とのやり取りは何回か続き、出願から1年後の平成20年6月に地域団体商標を登録することができました。幸い「越前和紙」は、組合内の生産者によってのみ生産されていたので、組合外の第三者による使用がなく、出願しやすい状況にありました。

(2) 地域団体商標出願の動機

過去の取り組み状況からして、もともと知的財産権についての意識は高かったところ、特許庁で地域団体商標制度が始まったことがきっかけで、組合員から地域団体商標出願してみてもどうかという声が上がりました。まずは、知的財産権について勉強しようと弁理士を講師に、組合内で数回、知的財産制度の講習会を行いました。その後、組合の役員会で、「越前和紙」を地域団体商標出願する方針が決定されました。





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）

地域団体商標の登録を機に、知的財産における問合せや対応が増えることを想定していましたので、組合内に知的財産戦略本部を設置しました。地域団体商標の「越前和紙」以外に「レーヨン大札」、「本大札」など通常商標も取得していますので、活動としては、知的財産の管理、模倣品の相談窓口、不正使用に対する警告などの対応を中心に行っています。

また、組合では和紙のトレーサビリテ

ィの推進を図るため、トレーサビリティシステムを開発しました。生産された「越前和紙」にはトレーサビリティシールを付し、「越前和紙」であることや安全性のアピール、また品質向上を目指しています。ただ、消費者に届くまでの過程で、「越前和紙」が加工されることもあるので、手に取った消費者が「越前和紙」なのかが分からない。そのため、最終販売者には可能な限り、「越前和紙」であることを記載いただくよう業者にはお願いしています。

和紙トレーサビリティ番号 0187463133877

福井県今立町大滝 福井県工業役所組合
http://www.washi.jp TEL 0778-43-0875



和紙トレーサビリティ番号
0170554751158

福井県今立町大滝 福井県工業役所組合
http://www.washi.jp TEL 0778-43-0875



(2) ブランド展開

越前和紙ブランディング委員会の創設も行いました。組合員や行政の若い世代で構成され、情報の収集や共有、ブランド戦略等を検討しています。

画家のレンブラントが版画で「越前和紙」を使用した可能性があるということで、「越前和紙」とレンブラントのコラボレーションした展示会がオランダのレンブラントハウス美術館にて開催されま

した（平成27年6月12日～9月20日）。本イベントを通じて、欧州で「越前和紙」が有名になることを期待しています。

そのほか、お酒（日本酒）やビールのラベルで「越前和紙」を使用したいと企業からの依頼がありましたので、ラベルに「越前和紙」を使用するなど企業とのタイアップを行っています。

地域団体商標権利取得後の効果

地域団体商標登録となって、組合内のブランド意識が高まりました。「越前和紙」の不正使用について組合員は敏感になり、警告をした方が良いのではないかなど声が上がってきています。また、前述のとおり他業種とのタイアップしながら、高級品としての付加価値をさらに高

めようと意識しています。

販売単価は上がってきているかもしれませんが、その分資材も高まっており、多少売上げが上がったかもしれません。現在は、「越前和紙」が行政職員の名刺やイベント関係のポスターに使用されるなど、活用の幅が拡大しています。



今後地域団体商標を出願する者に対してのアドバイス

地域団体商標登録していれば、どこでも地域ブランドとして宣伝できます。また、それが良いものであることを消費者に伝えることができ、不正に使用する者には警告することができます。さらに、商標を使用すれば、ブランド力も上がっていきます。地域団体商標登録して良かったです。

和紙の分野で最初に「越前和紙」を地

域団体商標登録したため、その後同業者の和紙の登録はしやすくなったのではないかと思います。組合内に事務局があれば良いのですが、地域団体商標を組合単独で取得することは難しいと思いますので、今後地域団体商標出願を検討している組合は、弁理士などの専門家や行政とうまく連携していければ良いのではないかと思います。

最後に

1901年には全国に68,500軒ほどあった手すき和紙業者が、2001年には400軒をきり、現在は200軒弱となるなど、今もなお全国の和紙産地が衰退している厳しい状況です。日本の和紙文化が本当に遺産としてだけ残るのではなく、産業として成り立つ和紙文化の確立を目指し、更なる創意工夫にて新

しい紙漉き技術の開発を行いながら和紙づくりを行って行きたいと思っています。

1500年もの歴史のある「越前和紙」を、これから1500年先へも繋いでいけるようにしていきたいと考えておりま

6 『蒲郡みかん』は三河湾からの暖かな潮風と、豊かな自然を育む大地をもつこの蒲郡だから生まれた美味しいみかんです！

商標：**蒲郡みかん** 商標登録 第5140387号

権利者の紹介

- ・ 権利者 名：蒲郡市農業協同組合
- ・ 住 所：愛知県蒲郡市宮成町2番1号

地域団体商標及び使用する商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：蒲郡みかん（がまごおりみかん）
- ・ 商標登録番号：第5140387号
- ・ 指定商品又は役務：蒲郡産のみかん

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

蒲郡（がまごおり）は、愛知県南東部に位置し、渥美半島と知多半島に囲まれた三河湾に面した温暖な気候の地域です。

「蒲郡みかん」は三河湾からの暖かな潮風と、豊かな自然を育む大地をもつこの蒲郡だから生まれた美味しいみかんです。特に温室みかんは、全国有数の生産量となっており、中京・関東の市場を中心に全国に出荷されています。

蒲郡温室みかんの特徴は、品種を宮川早生に統一し、高い糖度と程よい酸味を兼ね備えたみかんの中のみかんです。更に地温冷却栽培法を導入した結果、4月中旬から出荷し始め、9月下旬までの期間途切れることなく美味しい温室みかん



を供給できる体制を整えています。

従来からのブランド保護の取組としては、農産物のブランドは他の工業製品のブランドと違い、一定の品質で一定の時期に一定の数量を安定供給できることが重要と考えます。それにより川下にある販売店、消費者等からの信頼が構築され、ブランド価値が向上すると考えています。そのため、我々もその点を重視してみかんの生産を行ってきました。



(2) 地域団体商標出願の動機

制度ができる前の段階から色々な情報筋から地域団体商標制度というものができるという情報を入手しており、興味を持っていました。

出願を決心したきっかけとしては、「蒲郡みかん」という名称は古くからこの地域で使用されていたものの、名称の管理について責任者不在の状態でした。他方、そのような状態が続けば、名称のブランド価値を高めることは難しいのではないかと考えました。実際、蒲郡地域で生産されるみかんを、中心になって出荷販売しているのは蒲郡市農業協同組合ということもあり、我々が出願しようということになりました。

もう一つの理由としては、地域団体商標を取得する前は、様々な場面で「蒲郡みかん」という名称を使用しているも品質にバラツキがありました。また、我々以外の者が「蒲郡みかん」という名称を使って販売している商品についても、我々に対して問合せがきてしまうことがあり困った状況でした。

以上のことより、出願に至ったわけですが、自分たちの利益を守るためというよりは、一定の品質を担保していれば誰でも使えるようにすることで、「蒲郡みかん」というブランド価値を維持していくことが一番の目的と考えていました。

(3) 地域団体商標出願の準備

地域団体商標を取得するに当たって特別に周知活動を行ったわけではなく、今まで実施してきた通常の販売促進（テレビCM、リーフレット等）の根拠資料を書類にまとめて特許庁に提出しました。

当初は自分たち独自で商標出願について勉強し出願しましたが、拒絶理由通知を受け取った際に、記載している内容があまりに専門的過ぎたため、その後の手続については弁理士に依頼しました。

権利化に至るまでに苦勞したこととしては、拒絶理由通知の解釈の仕方が難しく、どこまで証拠書類を集めていいのかといったところや、行政書類特有の記載の仕方のところで苦勞しました。

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）

「蒲郡みかん」の名称を使用するための品質評価基準を生産組合の蒲郡柑橘組合と協議した上で設けており、外観、サイズ、糖度等の品質が一定になるように努めています。基準については各農家にも配布しており、周知徹底しています。品質基準を満たしていれば、我々の出荷場から出荷されるものすべてに「蒲郡みかん」という名称をつけて出荷しています。そのほか、みかんの加工品については、加工品製造業者の方から商標使用の申請をしてもらい、特に問題ないようでしたら無償で使用してもらっています。

(2) ブランド展開

地域団体商標とは別で、「蒲郡ミカン」

のマークも商標として使用しています。このマークと地域団体商標の「蒲郡みかん」を一体でポスター、展示会などで使用しています。

市場出荷が主で、特に企業等とはタイアップはしておりませんが、スーパー等での販売促進会のようなものを開催し、蒲郡市長に出迎えていただいたりして「蒲郡みかん」のPR活動を行っております。

海外展開に関しては、台湾に既に4回ほど輸出した実績があります。台湾では小さいみかんが人気であるため、日本では販売しないようなサイズのものを輸出しています。まだ輸出して間もないので、台湾では商標権を取得していませんが、今後のことも考えて検討していきたいと思っています。



蒲郡みかんのPRの様子

地域団体商標権利取得後の効果

権利化に際しては、我々単独で出願し、権利化を行ったのですが、権利化後、蒲郡市も市のPR材料として「蒲郡みかん」をPRしてくれることが増えるなどの変化はありました。また、愛知県についても、他のみかん産地が県内にある中で、他との差別化要因として地域団体商標を取得している点を評価し、「蒲郡みかん」

を学校給食に使用してくれるようになるなど、行政とより密な関係を構築することができるようになりました。

そのほかの変化としては、愛知県の農産物では初の地域団体商標登録であったこともあり、マスメディアにも大々的に取り上げられたり、「蒲郡といえばみかん」を連想されるほど観光との連携が強化されました。また、加工品の領域についても地域団体商標をとっているみかんということで進出しやすくなりました。



蒲郡みかんを使った加工品

今後地域団体商標を出願する者に対してのアドバイス

自らの利益ではなく地域のことを考え、取得を考えるのが重要です。地域ブランドとして価値を高めて行くには地域全

体の協力が必要になってきますので、周りをどれだけ巻き込めるかが重要になってきます。

最後に

蒲郡という産地は、夏は温室みかん、冬は露地のみかん、年明けは中晩柑と一年を通して出荷している産地です。温室みかんの生産量は減少していますが、新たなブランドとして「樹熟デコボン」を

販売するなど、品質的には日本一だと自負しております。一年中高品質のみかんを供給できるのが我々の強みと考えておりますので、是非「蒲郡みかん」をご賞味いただければ幸いです。



7 国の重要無形文化財である『久留米緋』は、日本三大綿緋の一つともされ、幾何学模様など、経糸と緯糸で表される特徴的な柄が魅力です！

商標：久留米かすり、久留米緋 商標登録 第5227142号、第5227143号

権利者の紹介

- ・ 権利者名：久留米緋協同組合、久留米緋縞卸商協同組合
- ・ 住所：福岡県久留米市東合川5丁目8番5号、福岡県久留米市東町512番地の6

地域団体商標及び使用する商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：久留米かすり、久留米緋（くるめかすり）
- ・ 商標登録番号：第5227142号、5227143号
- ・ 指定商品又は役務：福岡県久留米地域に由来する製法により福岡県久留米市・八女市・筑後市・大川市・八女郡広川町・三潞郡大木町で生産された緋（かすり）織物 福岡県久留米地域に由来する製法により福岡県久留米市・八女市・筑後市・大川市・八女郡広川町・三潞郡大木町で生産された緋（かすり）織物を用いて福岡県久留米市・八女市・筑後市・大川市・八女郡広川町・三潞郡大木町で製造された和服・作務衣・エプロン・帽子、洋服・コート・ワイシャツ類・ジャケット・スーツ・ワンピース・ブラウス・ベスト・スカート・ズボン・スラックス・イブニングドレス

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

「久留米緋」は、江戸時代の終わりに、12～13歳の少女が、古着の色あせたところの白い斑点ができてのを見て、古着を解き、白糸を手括り、藍染め、飛白模様織物を作る方法を考案したのが発祥と伝えられています。

この200年の歴史の中で培った技術で、先代から引き継がれ久留米緋の柄づくり（図案）から整反（最終仕上げ）までの30以上の行程をすべてクリアした反物は、組合独自の合格証として商標を取得し、すべて「久留米緋検査之証合格」を付しており、地域団体商標制度導入前から、「久留米かすり」で販売しています。

（2）地域団体商標出願の動機

「久留米緋」は、昭和32年に国の重要無形文化財に指定され、また昭和51年には通商産業大臣指定の伝統的工芸品に指定されています。

福岡県主催の伝統的工芸品の会議で、



経済産業省から地域団体商標制度が導入されることについて、教えていただきました。

当時、組合からの脱退を希望するものも出てきており、組合からの脱退者を防ぐ手段として組合員のみが「久留米かすり／久留米緋」というブランドを使用することができる地域団体商標を、平成19年12月に出願することにしました。

(3) 地域団体商標出願の準備

絹織物の生地だけではなく、反物を加工した装飾品なども「久留米かすり／久留米絣」として、指定商品範囲を広く指定し、出願を行いました。

当時からも、組合独自でカタログやリーフレットなどを作成し販売促進していました。カタログなどには織物だけではなく、洋服や作務衣や小物なども掲載しており、そのような資料を周知資料として特許庁に提出させて頂きました。漢字の「久留米絣」、ひらがなの「久留米か

すり」を共に使用してきた経緯があることから、漢字表記とひらがな表記の2件を出願しました。

出願当初の出願人は「久留米絣協同組合」のみで出願しましたが、審査官から「久留米絣縞卸商協同組合」もカタログ等で販売されている事実が指摘されたので、承諾・同意を得て共同出願とさせて頂きました。

このような経緯を得て、平成21年5月に、地域団体商標として登録されました。



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）

「久留米かすり／久留米緋」は手織りと機械織りの2種類あります。手織りの柄模様は特に美しく、織機の投杼機を使用し、丹念に織っていくことで、38センチ幅に柄模様を丁寧に合わせながら折り合わせる技法が必要です。機械織りは4台の織機を1人で管理しながら織っていくといった技法ですが、こちらも経験と技術を必要とします。

すべての反物には、「久留米かすり／久留米緋」を表示していますが、手織りと機械織りの区別として、合格証の配色を分け、販売しています。手織り、機械織りの値段には差は生じますが、どちらも「久留米かすり／久留米緋」として、販売しています。手織りの反物には、商標以外に伝統的工芸品の認定シールも付しています。

反物であれば、「久留米かすり／久留米緋」すべての行程を経たものは100%「久留米かすり／久留米緋」ですから、合格証を付しています。

加工品や小物などについては、どこからどこまでが「久留米かすり／久留米緋」なのかという規程は現在無く、今後規程等を設けていかなければと考えているところです。

(2) ブランド展開

平成27年3月に開催した「第18回久留米かすり 藍・愛・で逢い フェスティバル」でも、チラシやポスターに、地域団体商標と登録番号を表示しています。このイベントでは緋を全面的にアピールするために「久留米かすり／久留米緋」のファッションショーが行われ、全国から多くの方が訪れました。久留米市のイメージキャラクター「くるっば」にも、「久留米緋」をモチーフにした衣裳を着用してもらいPRしています。

九州以外では、平成27年2月に東京で開催された「伝統的工芸品展 WAZA2015」でも「久留米緋」の出品を行いました。

過去にJR九州にも協力して頂き、九州新幹線の客室乗務員が「久留米緋」のベストを着用して乗務しており、ベストと同じ柄でハンカチやティッシュケースなどのグッズ販売も行っています。最近では、久留米市役所の受付担当に月に何度か「久留米緋」を身につけていただいております。

現在、独自の特徴のあるマークを付して、戦略的にPRすることができないか、組合の役員内で検討しているところです。



地域団体商標権利取得後の効果

現在、組合加盟者はやはり年配の作業者が多く、卒業される方が多くなってきています。新規の組合加入も難しい状況です。「久留米かすり／久留米緋」は、庶民的な作業着ですので、外出着には適さず、織物の中では高級品とはいきません。また最近では全国にグローバル展開している企業から、手軽で安価な外出着が出回っているため、近年はそのような商品に押され気味だと認識しています。

そのような状況を踏まえ、九州経済産業局特許室主催の「平成22年度地域ブランド戦略策定事業」で、地域団体商標「久留米かすり／久留米緋」登録後のフォローアップを実施して頂き今後のブランド戦略の課題などを、専門家にアドバイスして頂きましたので、それらを踏まえ、今後もより一層ブランド展開を図っていく考えです。

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、地域や組合員に認識されブランド力のアップに繋がり、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。

地域団体商標の出願を予定されている皆さまは、知的財産戦略センター窓口、専門家からのアドバイスを受けられることが、権利取得への近道かと思います。



8 国の伝統工芸品に指定されている『唐津焼』は、日本三大茶陶器の一つとされ、使うほどに味わい深く、艶やかになっていく使い心地が魅力です！



商標：唐津焼 商標登録 第5152697号 柿文様絵唐津壺 (かきもんようえがらつづぼ)

権利者の紹介

- ・ 権利者名：唐津焼協同組合
- ・ 住所：佐賀県唐津市新興町2881-1

地域団体商標及び使用する商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：唐津焼（からつやき）
- ・ 商標登録番号：第5152697号
- ・ 指定商品又は役務：伝統的工芸品に指定された成形方法により制作された佐賀県唐津市及びその周辺地産の陶器製鍋類・陶器製食器類・陶器製ようじ入れ・陶器製はし置き・陶器製花瓶及び陶器製水盤・陶器製香炉・陶器製置物、伝統的工芸品に指定された成形方法により制作された佐賀県唐津市及びその周辺地産の茶道用陶器製茶わん・茶道用陶器製水指・茶道用陶器製建水・茶道用陶器製火入・茶道用陶器製香合・茶道用陶器製蓋置・茶道用陶器製水注・茶道用陶器製茶入

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

近世初期より唐津（からつ）市北波多の岸岳で始まった「唐津焼」は、楽焼、萩焼と並ぶ「日本三大茶陶器」のひとつです。茶陶とも呼ばれ、昔から茶人に愛されてきました。

従来のブランド保護の取組としては、唐津焼の陶工である中里太郎右衛門氏が人間国宝に指定されていることから、同氏が唐津焼を代表して活動するなど、「唐津焼」というよりは、それぞれの窯元が窯元名で展示会、販売を行っていることが多かったです。経済産業省が実施している「伝統的工芸品」の指定を昭和63年に受けていたので、証紙を商品に貼って販売を行っていました。組合を設立したのが昭和58年であり、それ以前は、昭和56年から任意の団体として2年間、唐津市内の30ほどの窯元で展示会など実施していました。組合設立後は、窯元同士で展示会の共同開催、平成8年からは唐津駅近郊に展示場を設立するなど、組織的に活動してきました。



鉢の仕上げ、高台削りだし（こうだいけずりだし）



ろくろ水引き、壺作り



登り窯天井穴より吹き出る炎



窯焼き後三日ほど冷却後の窯出し風景

(2) 地域団体商標出願の動機

地域団体商標制度を知るきっかけは、「有田焼」の中国での模倣被害を受けて、佐賀県から話があり地域団体商標制度を知ることとなりました。唐津焼についても名称を守るために何か手立てを打たなければならないのではないかとという問題意識が起こり、商標を取得していなければ、国内でも販売することが難しくなるのではと考え出願に至りました。

(3) 地域団体商標出願の準備

今まで行ってきた周知活動としては、経済産業省が主催している伝統的工芸品

月間国民会議全国大会に出展したり、実演を行ったりしてきました。権利取得に当たって苦勞したことは、当時、関係のある全窯元（約50軒ほど）を回って了解を取り付けることが一番苦勞しました。組合以外の方もいるので、「450年間ずっと普通に使用してきた名称をなぜ商標登録するのか」といった意見もあり、そういった方に地域団体商標を取得する理由を説得するのに苦勞しました。また、他の協同組合（萩焼、備前焼など）に「唐津焼」の周知性を証明してもらうために、認知証の作成を依頼するなどの活動も行いました。

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）

品質基準は特には定めていませんが、「伝統的工芸品」の指定を受けているので、その指定を受けるに当たっては、唐津焼の原材料、古来の技術技法を使用しているかといった要件があるため、それらを守ってこういう姿勢は持っています。すべて伝統的な手法で製作するのではなく、その他の手法で製作したものについては、商品によっては「伝統的工芸品」の証書を貼らず

販売しているものもあります。原材料、作り方、釉薬など様々な手法がありますが、本来の手法に合わない方法でも、組合に参加している窯元が作ったものには「唐津焼」という名称を使用しています。従来は、唐津焼は湯飲み、茶碗を製作するのが一般的でしたが、時代に合わせて日用食器にも展開しています。「唐津焼」の品質を保ちつつ時代に合った製品を製作するにはどうしたらよいのか日々議論しているところで

(2) ブランド展開

以前、唐津シティホテルで唐津焼の器を使って料理の展示を行ったり、茶道の裏千家の九州大会が唐津であった際、タイアップで唐津焼の展示会を実施したりしました。国際展開に関しては、現在、中国で「唐津焼」という商標が登録されているという情報を得ています。現時点では中国における販売は考えていないものの、この問題にどう対処したらよいか

検討している最中です。唐津にあるコスメティック分野のビジネス環境を産学官の連携により整備する団体である一般社団法人ジャパン・コスメティックセンター（JCC）が、2016年フランスのパリで唐津焼の展示会を開くという構想があるため、出展を考えています。今までも欧州では何度か展示会を開催していますが、まだ出発点の段階です。



◀彫り唐津茶碗
(ほりがらつちやわん)



◀朝鮮唐津舟徳利
(ちょうせんがら
つふなどっくり)



松文様絵唐津大皿▶
(まつもんようえがらつおおざら)

地域団体商標権利取得後の効果

いまのところ権利行使をしたことはありません。ある程度自由さが求められる世界であるので、よほど手法から外れなければ「唐津焼」の使用は許しているところです。商標権を取得して良かったこ

ととしては、自らが名称を使用する上で、他を気にせず名称を使っていけることです。組合が「唐津焼」を使用することで名称を守ることに繋がると考えています。

今後地域団体商標を出願する者に対してのアドバイス

地域団体商標を取得するのであれば、質の高い商品を作り続けることが重要です。質を維持する取組を続けることが地域ブランドを守ることにつながると考えています。伝統工芸品の認定を受けている地域ブランドで出願を考えている方々も、商標権を持っていなければ粗悪品や

模倣品を排除できないので、是非取得したほうがよいと思います。特に小規模の事業者で、限定された地域で生産しているような伝統工芸品は、地域団体商標を取得して自らが戦える武器を持つておくことが地域ブランドを守る上でより重要だと思えます。

最後に

「唐津焼」が、450年も続いてきた理由としては、やはり核の部分は残しつつ、その時代の食生活に合わせて柔軟に食器の形態を変化させてきたという特徴があるからかと思えます。素朴な中にも、現代的な感覚を取り入れ日々表現の幅を広

げていく「唐津焼」は、長く使用していると色が変化し、味が出てくるのも魅力の一つです。そのため、一度使用していただくと、長く唐津焼のファンになっていただく方が多いです。是非「唐津焼」を一度お試し下さい。



唐津焼展展示即売会風景。昭和56年から毎年9月に唐津市アルビノホールで開催、今年で36回目を迎える。

9 厳しい品質管理の下に歴史と伝統を誇る製法で製造される『枕崎鰹節』は、高級料亭から一般家庭まで、親しみやすく長くご愛顧いただだけるのが魅力です！

商標：枕崎鰹節 商標登録 第5332076号

権利者の紹介

- ・ 権利者 名：枕崎水産加工業協同組合
- ・ 住 所：鹿児島県枕崎市立神本町12番地

地域団体商標及び使用する商品・役務の内容

- ・ 地域団体商標名：枕崎鰹節（まくらざきかつおぶし）
- ・ 商標登録番号：第5332076号
- ・ 指定商品又は役務：鹿児島県枕崎市内で製造されたかつお節



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

枕崎の鰹節作りは、保存食糧として、古い時代からあったとされていますが、宝永年間（1704～1710年）紀州の森弥兵衛によって、本格的な製造法が伝えられました。その後、鰹節製造の専門化によって、その品質は飛躍的に向上し、さらに改良が加えられ、全国に知られるよ



うになりました。

企業数は時代の変化とともに変わってきました。最盛期の昭和26年ごろには枕崎に200社を超える企業がありましたが、現在は50社程度になっています。これは、後継者のいない家族経営の生産者が減った影響ですが、一方で工場を拡張して規模を拡大した生産者もあり、一定の生産量は維持しています。





(2) 地域団体商標出願の動機

以前、偽装表示の問題があり、私たちの独自ブランドを確立するため、また、質の良い商品を消費者に届けるという意識改革のために地域団体商標を取得しようと動き出しました。

(3) 地域団体商標出願の準備

1回目の出願申請時に東京の弁理士の方に依頼したところ、申請が拒絶され登録できませんでした。そのとき実感した

のはやはり産地のことは産地の人が一番よく知っているということです。

また、「枕崎『産』鰹節」として知られていた鰹節を「枕崎鰹節」として知ってもらうことが大変でした。「枕崎鰹節」を周知徹底するために、段ボール、伝票等に「枕崎鰹節」と入れるように組合員全員にお願いをしました。一般の方々にも広く知ってもらえるように、積極的に物産展や地元のイベントにも参加し、テレビでも取りあげてもらいました。

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）

地域団体商標のマークを使用するためのルールを厳守して運用をしています。商標登録証を各生産者の事務所に必ず掲げて

らうようにすることで少しずつ意識が変わっていきました。具体的には単に「作るだけ」の意識から「お客さん」を意識するようになったと思います。



(2) ブランド展開

権利を取得して終わりとするのではなく更なる認知を得るためには、常にアクションを起こし情報発信、連携をしていく必要があります。枕崎市と友好都市の北海道稚内市とのプロジェクトである、両市の特産品「昆布」と「鰹節」から名前をとった「コンカツプロジェクト」はその一環です。官民一体となったこの取り組みは、各方面から大きな反響をいただきました。

また、商標は毎年変わるものでは使用する意味がありません。変わらない、崩れないことが重要です。「枕崎鰹節」の商標を付しているポロシャツは「枕崎市民の制服」です。とにかく浸透させるためには、組合が補助金を出してでもアクションをしていかなければならないと考え工夫しています。今では組合の職員だけでなく老人グランドゴルフチームや銀行の行員までおそろいのポロシャツを着ていただいています。

海外展開については、3年前から中小

企業庁の補助金を得て2013年よりフランス進出のための事業を開始しています。フランスを選んだ理由は、その後の世界進出を考えた際に、食文化の国であるフランスを発信地としたほうがよいとの判断から決まりました。

他にもフランスを発信地とした決め手として、フランスはチーズなどの「カビ文化」への理解があり、鰹節も「発酵食品」の一種として認識されていることもあります。また、醤油や味噌など発酵食品の先輩が道を開いてくれている側面もあるかもしれません。

「うまみ」を理解できるのは日本人だけといわれたりしていますが、実際には世界共通だと考えています。ですので、鰹節の流通だけでなく食育を通してこれから広めていきたいです。

日本とフランスでは衛生管理基準等異なっていて、鰹節の文化を普及するのは一筋縄ではいきませんが一步一步着実に進めていきたいと思っています。

地域団体商標権利取得後の効果

商標登録証が届いた後、その写しを組合員全員に渡しました。その結果、組合員全員が共通の意識を持って取り組んでいるという一体感と自信とともに鰹節の

品質も上がり、消費者のことをより考えるようになりました。この組合員の意識の変化が一番の効果と感じています。



今後地域団体商標を出願する者に対してのアドバイス

商標取得は、地域活性とブランド確立に向けた第一歩です。商標を取得するためにも、出願する商品と向き合い、素晴らしさと可能性を再認識することが大事

だと思います。出願はそのための時間で、商標取得からが商品を飛躍的に発展させるための努力が始まると感じています。

最後に

枕崎鰹節は恵まれた温暖な気候の中、300年余りの歴史的伝統製法により、鰹節職人の手で一本一本作られています。和食の味と食材の旨さを最大限に引き出し、今では世界の食を支える枕崎鰹

節です。削りたての枕崎鰹節の香味は何とも言えない素晴らしいものですので、是非、枕崎鰹節の旨さと素晴らしさを実感し、日々の食を楽しんで下さい。

