

令和5年度 九州における地域ブランド構築・定着支援事業

事業目的

九州には豊富な地域資源が存在し、それらを生かした地域ブランド化の取組が各地で行われている。こうした取組においては、個々の地域資源のブランド化が多く行われているが、個々の取組で終わるのではなく、その効果として地域全体への波及に繋がることが望ましい。そして、**地域全体へ波及させる役割を担う組織の一つとして、自治体が取組に参画することが効果的な地域ブランド化に資する**と考えられる。

また、地域ブランド化においては、農産物や加工品等が持つ魅力を高めることに加えて、商標や意匠などの**知的財産を効果的に活用した信頼の蓄積や差別化が主要な要素の一つ**である。商標等の制度に関する認知度は必ずしも高いとはいえず、効果的に活用した活動ができていない例もあり、また、自治体における取組においても商標等の重要性の認知が高いとはいえないのが実情である。

そこで、**自治体と連携し地域ブランドの創出、商標等の知的財産権制度の地域全体への更なる普及・啓発のため**、以下に記載する事業を実施する。これらの取組により、九州地域における**商標等の活用に関する成功事例の創出を目指す**ことが本事業の目的である。

事業概要

以下の①～③の事業を実施し、①・②にて各地域でのブランドの取組について検討した成果を③にて報告を行った。

事業① 支援会合の実施

熊本県合志市と福岡県うきは市を対象に、自治体と連携した地域ブランドの創出支援を各地域6回程度行った。



事業② 事務局会議

専門家、当局等を参加者とする事務局会議を2回開催（うち1回はオンライン開催）した。



事業③ 成果報告会

支援成果の報告及び知財制度の普及の場として、オンライン形式による成果報告会を開催した。



支援概要

■支援日程・内容・派遣専門家

【事前ヒアリング】 令和5年7月7日（金）	本事業への応募の背景や期待する支援内容等についてヒアリングを行い、支援の方向性を協議した。
【第1回支援】 令和5年8月25日（金） 杉本氏	地域おこし協力隊担当者が地域ブランド事業の中心的な役割を担うことを共有した。「合志」の地名の由来を整理した。
【第2回支援】 令和5年9月11日（月） 杉本氏、青木氏	合志市で目指す地域ブランドでは、「志が合う」ことを大切に、市内産業の活性化につながるコラボを軸としたプロジェクトを合志市の地域ブランドとすることを共有した。
【第3回支援】 令和5年10月18日（水） 杉本氏	地域ブランド事業の取組を通じて達成したい目標を共有した。 また、プロジェクトの具体的な取組数や市内産業の活性化につながるコラボの考え方を整理した。
【第4回支援】 （知財勉強会） 令和5年11月15日（水） 杉本氏、古家氏	市内事業者、市職員を対象に商標登録や知財制度についての講演を行った。 また、地域ブランドで検討しているコラボプロジェクトの概要共有を含めたパネルディスカッションを行った。
【第5回支援】 令和5年1月10日（水） 杉本氏	合志市に集まる場として企画するサミットの開催日を令和6年11月16日（土）とした。また、具体的なコラボ相手等、今後の取組方針について協議した。
【第6回支援】 令和5年1月30日（火） 杉本氏、古家氏	コラボプロジェクトの種となる商品（バナナカレー、いきなり団子の派生商品）の試作品について試食会を行い、それぞれの商品の今後の方向性を整理した。 令和6年度以降の具体的な進め方、専門家派遣の方法等を整理した。

■支援要望

特産品をつかった商品開発



■支援専門家



(株)暮人 杉本氏



青木デザイン研究所 青木氏

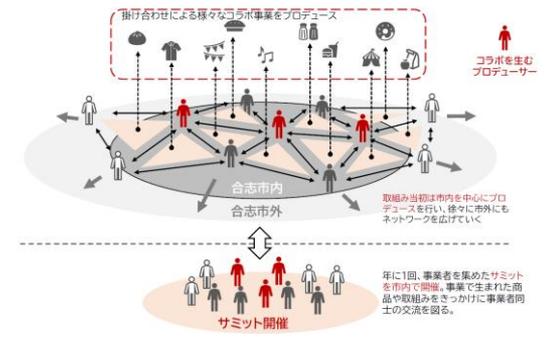


(株)フィールドワークス 古家氏

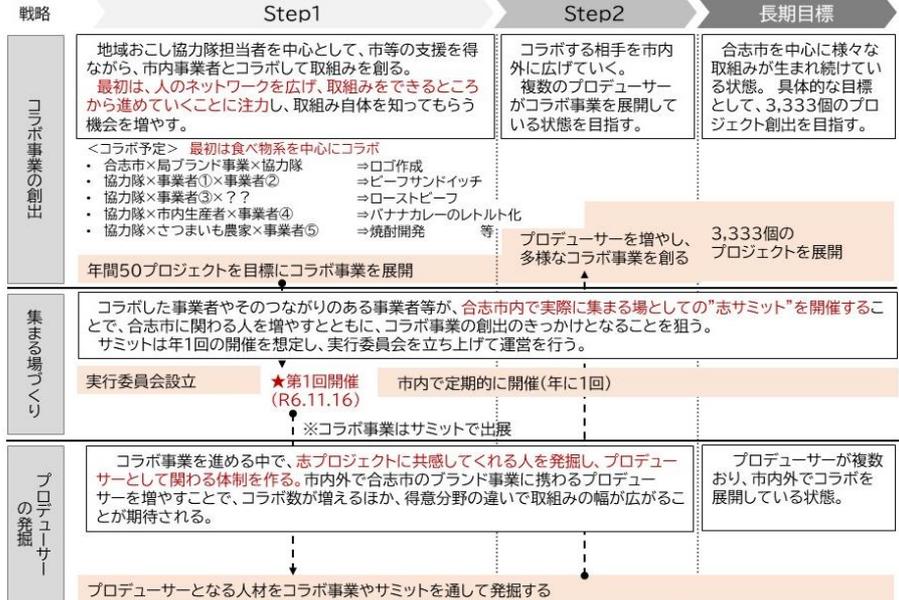
■支援風景等



■プロジェクトのイメージ図



■ロードマップ



個別の商品開発や単一の地域に留まらない、 「人の繋がり」や「コラボ」を切り口とした地域ブランドの創出

- 当初、サツマイモを軸にした商品開発を検討していたが、支援を通して、「合志」という特徴的な地名から、「志が合う」を地域ブランドのコンセプトに位置づけ、市内・外の多様な事業者と「志が合う」瞬間を大切にし、様々な取組・商品を創り出していくという個別の商品開発に留まらない地域ブランドの創出に昇華することができた。
- 上記のブランド化の取組として、コラボ事業の創出、市内でのサミット開催、コラボ事業のプロデューサー育成の3つを戦略の柱として進めていくこととした。
- 将来的に3,333個の取組・商品づくりを行うことを目指し、令和6年11月に開催する第1回サミットまでに30コラボの創出を行う目標設定を行うことができた。
- プロジェクト名称を確定し、専門学校との連携によるロゴ作成（次年度）及び商標出願までの道筋を整理することができた。
- 個別のコラボ事業も知財総合支援窓口の専門家派遣を活用し、来年度以降も支援を継続するスキームを合意形成することができた。
- 本市はプロジェクトの主体が明確であったことから、プロジェクトの戦略や次年度以降の推進体制の構築を円滑に行うことができた。
- 全6回の支援を通して、様々な資源がある（資源を1つに絞り込むことができない）地域での、個別の商品開発や単一の地域に留まらない、「人の繋がり」「コラボ」を切り口とした地域ブランドの創出を支援することができた。

支援概要

■支援日程・内容・派遣専門家

【事前ヒアリング】 令和5年7月12日（水）	本事業への応募の背景や期待する支援内容等についてヒアリングを行い、支援の方向性を協議した。商品開発の前提として、商品や取組などの棚卸を行い、全体のストーリーを整理することを決定した。
【第1回支援】 令和5年9月20日（水） 杉本氏	本市の取組や既存ブランドの棚卸、整理を行った。開発商品は、市・公社が推進する「スイーツツーリズム」の取組と連動させ、ブランド構築することとした。
【第2回支援】 令和5年10月17日（火） 杉本氏	市が保有する登録商標の定義や使い方の整理等を行った。開発商品の商品名は、商標出願を前提に検討することとし、既存ブランドとの関連付けは商品のアウトプットができてから再検討することとなった。
【第3回支援】 令和5年11月15日（水） 田中氏	商品開発にあたり、何のために、どのような商品企画とするかを検討した。ターゲット別にうきは市産フルーツ等を活用した3つの商品を検討することとした。
【第4回支援】 令和5年12月25日（月） 田中氏	柿饅頭の試作品を基に、OEM先と商品化に向けた協議を行った。商品開発の目的が達成できるような原料の調達方法等を検討した。
【第5回支援】 令和6年1月17日（水） 田中氏、 亀井氏（福岡県総合支援窓口）	グラノーラバーの試作品を基に、商品化に向けた協議を行った。ターゲットを意識しながら商品企画を検討した。支援の中で、ミニ知財勉強会を行い、知的財産への理解を深めた。
【追加支援：第1回】 令和6年2月7日（火） 杉本氏	うきはブランド推進課を対象に杉本氏より自治体が進める地域ブランド化に関するミニ講義を行った。市としてブランド化推進をどのように進めるか協議した。
【追加支援：第2回】 令和6年3月5日（火） 田中氏	柿饅頭の第2試作品を基に、令和6年5月の発売にむけてOEM先と具体的な協議を行った。

※ 追加支援2回は、福岡県知財総合支援窓口の専門家派遣を利用し実施

■支援要望

特産品をつかった
商品開発



■支援専門家



(株)暮人
杉本氏



(株)トータルオフィス・タナカ
田中氏

■支援風景等



■開発商品の試作



◀柿饅頭

グラノーラバー▶

■ミニ知財勉強会の様子と質疑内容



- ・Q. 権利満了している商標は過去に権利化されていたが、今は権利化されていないということがあるか。
- ・A. 商標の場合は、登録料の納付を止めた時点で権利満了になるため、その後は他の人が権利化してよい。更新料の納付を忘れて権利が満了になってしまうことはよくある。現在、メールアドレスを特許庁に登録すると更新の支払期限通知を知らせるサービスがある。
- ・Q. 違う区分で同じ名前を新規で登録申請できるのか。
- ・A. 区分で考えると間違えることがある。異なる区分でも同じ類似群コードのものがあり、区分が違っただけでは権利化できない場合がある。類似群コードが違えば権利化できる。
- ・Q. 過去の登録査定記録もみることができるとのことであるが、通知書等の細かい内容まで確認できるのか。
- ・A. 2018年以降は確認できる。2017年以前は確認することができない。

商標登録が必要とされる理由

商標登録せずに販売すると

- ・良い商品ほど模倣されやすい
- ・模倣されると、売上減少・評判低下

↓

商標登録により模倣防止

商標権侵害に対する救済措置

救済措置

- ・差止請求権
- ・損害賠償請求権
- ・不当利益返還請求権
- ・使用印撤廃請求権
- ・輸入禁止申立

加害者

【侵害した者】

- ・個人 10年以下
- ・法人 1千万円以下
- ・法人 3億円以下

商標に係る費用の比較

商標登録	商品名等変更 (商品保護、 商標使用)
29,200円～ (5年制)	商標登録料 (10年間)
44,900円～ (10年間)	・ライセンス料

商標登録により安心して事業継続

積極的な知財活用を行う自治体への知財管理等の指導・支援 および地域資源を活用した商品開発支援

- 本市は、ブランド創出・商標登録を積極的に進めてきており、市として6つの登録商標を保有している。しかし、それぞれのブランド（登録商標）の効果的な活用ができていない状況であったため、登録商標のうち4商標を所管するうきはブランド推進課を対象に、それぞれのブランド定義の確認、知財管理の指導・支援を行った。
- 本支援の中で、各ブランドの価値の向上につながる基準づくり等の検討には至っていないため、知財総合支援窓口の専門家派遣を活用し、来年度以降、登録商標を中心に検討・整理を行っていく。
- 専門部署を設け、ブランド創出と権利化を積極的に進めている自治体は珍しいため、自治体による知財活用を行う例として他に参考となる支援であった。
- また、道の駅うきはでの商品開発支援においては、市外のOEM先という外部リソースを活用することで、ブランドづくりに取り組むことができた。また、開発商品名の商標登録を念頭に支援を行い、来年度、市が既に活用している他の標章とあわせて商標出願を検討している。
- 商品開発では、開発目的を明確にし、ターゲットごとに3つの商品開発を進めており、今後、道の駅が主導し、商品開発を進める道筋を共有することができた。

事業成果

各地域の支援要望に応じて、支援回数の増設や専門家の選定等、柔軟な支援につながった。また、九州圏内の自治体へ合志市・うきは市を含めた地域ブランド化の事例や知財制度について普及・啓発を行った。

■支援スキームに関する成果

- 両地域ともに支援に入る前に、事前ヒアリングで現状の確認、ブランド化の目的等の把握を行ったことで、適切な支援内容・派遣専門家等を提案することができた。
- 両地域ともに、支援内容に応じた専門家を柔軟に招聘することができた。
- 支援にあたっては、個別打合せの実施や支援回数の増設など、支援地域の進捗状況に応じて柔軟に対応することができた。
- 知財総合支援窓口担当者が同席したことで、同窓口の専門家派遣を活用し事業期間中の継続的な支援や次年度以降の支援予定をたてることができた。

■成果報告会に関する成果

- 基調講演について約9割の方々から「大変役に立つ内容だった」、「役に立つ内容だった」との回答を得た。「一商品だけでなく人や団体をブランド化の対象とすること」、「ブランドの将来を意識した権利化」、「地域団体商標とGIの違い」「J-PlatPatの活用」などが参考になったとの意見があった。
- 特許庁制度の紹介についても、「海外展開展開を検討する際の参考に合った」などの意見があった。
- 2自治体からの成果報告について、各自治体の支援内容や成果を取りまとめ報告することで、それぞれのブランド化への取組み方・ポイントを横展開することができた。特に、合志市の報告内容については「3者コラボによる商品づくりの仕組み化」「地域の特徴を活かしたプロジェクト」、うきは市の報告内容については「属人的にならない商標の管理・展開策」が参考になったとの意見があった。
- パネルディスカッションについて、杉本氏・古家氏と支援先からの成果報告者によるパネルディスカッションであったため、ブランド化と知財活用の専門家からのそれぞれの視点で各支援成果に対するディスカッションを行うことができ、参加者に対しても気づきを与えることができた。