

地域ブランドの商標登録



Q:「地域ブランド」とは、何を表わすのでしょうか

A: 地域ブランドとは地域名がブランドとして価値を持つものをいいます。一般に「地域名」+「商品名(サービス名)」と呼ばれます。例えば、「夕張メロン」は単なるメロンではなく「夕張」という地域名が付くことで強力なブランドイメージを構築しています。

Q:では、なぜ地域ブランドが注目されるのですか

A: 2006年4月から商標登録制度に「地域団体商標登録制度」が導入され、「文字のみの地域ブランド(地域名+商品名)」の商標化が格段に容易になるからです。

これまで商標登録が可能であったのは、ブランド名を記したロゴのように文字と図形・記号などを組み合わせたものと、文字のみのものの2種類です。このうち前者には「有田焼」「浜名湖うなぎ」「信州そば」などがありますが、そのロゴまで記憶している消費者は少ないでしょう。したがって、商標登録されているロゴなどを使わない同じ名称の便乗商品が後を絶たず、消費者にとっては本物と便乗商品とを見分けるのは容易ではありません。

そのため文字のみの商標登録が多くの地域で望まれています。しかし、これまでは全国的な知名度を誇る著名ブランドのみに限定されてきました。前出の「夕張メロン」や「宇都宮餃子」など、全国でわずか11にとどまっています。

地域団体商標登録制度では、希

望の多い文字のみの商標登録の基準が大幅に緩和されました(図表)。その結果、文字のみの商標が現行制度より容易に登録できるようになり、他者の便乗が防げるようになります。

また、その対象が、すでに全国的に知られている商品から、一部の地域でのみ知られている商品にまで広がることで、地域ブランドを全国の消費者に浸透させることが容易になります。これにより、当該商品の販路が拡大し、全国的に人気の高い商品に育つ例が出てくる可能性があるため、新制度は地域活性化策としても期待されています。

Q:地域ブランドの商標登録において、どんな課題がありますか

A: 地域ブランドにかかわる農家、メーカー、小売店の複雑な利害の調整が鍵を握ると思われます。

登録申請できるのは事業協同組合、農業・漁業協同組合、商店街振興組合など、加入の自由が保障されている団体で、その団体に加入する事業者や個人が地域ブランド

を利用する権利を持ちます。個人や会社が単独では申請できません。

商品が消費者に届くまでには、原材料の購入、商品の生産、販売という過程があります。地域ブランドの登録を申請する団体が今後、これらの過程と地域の関係に何らかの統一された基準を設けることになります。その際には、生産地や販売地が域内なら、域外で生産される原材料を使った商品でも地域ブランド商品となるのか、また生産拠点が域内にあるだけでなく、域内の独特の生産技術によって生産された商品でなければ地域ブランド商品とならないのか、といった難問を整理しなければなりません。

このように課題の残る地域ブランドの商標化ですが、ブランド管理の向上や地域の活性化に資する面に期待する向きは多く、全国各地で登録に向けた検討が進んでいます。そのため4月以降、数百にもものぼる地域ブランドが商標登録されるとみられています。■

みずほ総合研究所 政策調査部
主任研究員 岡田 豊
yutaka.okada@mizuho-ri.co.jp

文字のみの地域ブランドに関する現行商標制度と改正後の「地域団体商標制度」

	現行商標制度	地域団体商標制度
知名度 →今回改正	全国的な知名度があれば文字のみで商標化できる(現段階で「夕張メロン」など11にとどまる)。全国的な知名度を獲得するのが容易でなく、獲得までに時間がかかり、それまでの他者の便乗を排除するのが難しい。	複数の都道府県で知られている程度の知名度があれば文字のみで商標化できる。全国的な知名度を獲得することに比べて格段に容易であり、獲得までの時間がかからないので比較的容易に他者の便乗を排除できる。
識別力	図形やデザイン化された文字のように、容易に識別できるものであれば、それらと地域名を組み合わせる商標化できる。比較的容易に取得できる。しかし地域名+商品名(サービス名)が同じでも、異なる図形や異なるデザインの文字なら排除できない。	識別力は特に問われない。地域団体商標制度は現行商標制度の文字のみの商標化の条件を緩和するものであり、図形やデザイン化された文字などと組み合わせる商標登録する場合は、現行商標制度に対応する。

(資料) 各種資料をもとにみずほ総合研究所作成