

飯島賢二の『恐縮ですが・・・一言コラム』

第 166 回 地域ブランドを商標登録しよう！

2006 . 9.10

地域の名産・名物をブランド化して、街おこしに活かしていこうと言う活動がある。

従来はせっかく作った「地域ブランド」でも、評判が好ければすぐ真似されてしまったり、極々似通った名称で、誤解を招いたり、なかなか厄介な問題があった。

さらに従来の「地名+商品（役務）」の文字商標は、全国的著名性を獲得しなければ商標登録はできず、現実的には時間も費用もかかり、中々簡単にはいかなかった。その間、紛らわしい便乗使用を排除することができず、多くの不利益を容認することとなってしまったのである。

それを何らかの形で、より簡単に法的に保護されればいいなあ...そんな思いが叶って、地域ブランドを適切に保護する視点から、商標法が改正され、今年の4月より「**地域団体商標制度**」が新設された。

この改正により、「地名入り文字商標」について、商工会、事業協同組合や農業協同組合等によって使用された結果、全国的に著名ではなくとも、複数都道府県に及ぶほどの周知性を獲得した場合には、「地域団体商標」として商標登録を受けることが可能となった。

この商標登録を受けるためには、当然いくつかの要件をクリアしなければならない。たとえば、団体申請が条件ゆえ、その団体の適格性、地名と商品（役務）の密接な関連性、現実の使用による一定範囲の周知性、他の類似の周知商標が存在しないこと等々、所定の登録要件を満たす必要があるので注意したい。

街づくりにおける地域ブランド戦略は、3つのプロセスがあろう。

まず第一は「**地域ブランドを作る**」ということである。つまり、地域活性化のため新たに地域ブランドを構築しようというものである。

それが出来た後、第二ステップ、「**地域名を使って商品化する**」というプロセスになる。すでに地域ブランドが出来たとすれば、その高い知名度やイメージを活用した商品作りをしていく段階である。

そして第三のステップは「**地域ブランドを守る**」である。粗悪品や偽ブランド品などによって、ブランド価値が低下しないような仕組みを作り、商標などの権利を守ることである。つまり地域ブランドを管理することに他ならない。

現時点で登録申請件数、約 550 件ぐらいと聞いた。温泉、元祖 焼き、牛...まさに地域に根付いた名称であったり、特産品や名産、名物等々、自慢の種が続々と申請されているようである。一度登録になってしまえば、同じ名称や、紛らわしい表現が出来なくなるわけだから、早い話、「早いもの順」。ちょっとした違いで、大きなチャンスを失ってしまうかもしれない。各地の街づくり推進者、早急な対応を期待したい。