

丹波篠山市の市名変更問題に見る 商標の現状について

会員 吉村 哲郎



要 約

兵庫県丹波篠山市は丹波市と隣接する。前者はもともと篠山市であって「丹波篠山」と呼ばれることが多かったが、後者の成立後、次第に「丹波篠山」が篠山市を指すのか篠山市と丹波市とを指すのかあいまいになってきた。そのあいまいさが出所の混同につながったため、そのあいまいさは大問題となった。結局、そのような問題を解決するため令和元年5月1日に篠山市は丹波篠山市に市名を変更した。

筆者は、このような市名変更によって顕在化した問題が現在の弁理士の活動の問題点をも顕在化させたと考ええる。このような問題点に対処しないままであれば弁理士の活躍する場は次第に狭くなりかねない。

そこで、本稿では丹波篠山市の市名変更問題が示す問題点を紹介すると共に若干の提言を行う。読者の皆様の参考となれば幸いである。

目次

1. 目的
2. 事案および経緯の紹介
3. 市名変更の問題点
4. 日本弁理士会および弁理士への提言
5. まとめ
6. 謝辞



図1 丹波篠山市の位置⁽¹⁾

1. 目的

令和元年5月1日、それまでの兵庫県篠山市は丹波篠山市へと市名を変更した。この市名変更の経緯は次に述べる方々に対して有意義と確信する。

- ・知的財産の振興に携わる方々特に農林水産分野においてブランド化を推進する立場にある方々
- ・ブランドの実情について関心を持つ方々

このため、本報告では、丹波篠山市の市名変更の経緯とそこに見られた問題点について述べた後、筆者の提言を紹介する。

2. 事案および経緯の紹介

(1) 丹波篠山市の概要⁽¹⁾

図1に示すように、丹波篠山市は兵庫県中東部に位置する。平成28年12月末現在、その人口は42,620人、総面積は377.59平方キロメートルである。丹波篠山市は、東において京都府に、西・北において丹波

市・加東市に、南において大阪府・三田市などに隣接する。

丹波篠山市の基幹産業は農業である。主な特産物には、黒豆および黒枝豆・山の芋・栗・松茸・緑茶・陶器・木綿布などがある。

(2) 市名変更の経緯

丹波篠山市は平成11年4月1日の旧多紀郡4町の合併によって誕生した。旧多紀郡は江戸時代に篠山藩のあった地であり、旧丹波国の一部である。このため、遅くとも明治末期にはこの地域は「丹波篠山」と

呼ばれてきた。明治43年10月出版の「篠山聯隊兵営生活乃葉」の奥付には「丹波篠山呉服町四十番地」との表記がある。ちなみに江戸時代中期から末期の「日本古城絵図 第17帙 山陰道之部」には「丹州篠山」の城図が収録されている。

一方、平成16年11月1日、旧氷上郡柏原町・氷上町・青垣町・春日町・山南町・市島町が合併して丹波市が発足した。これにより「丹波篠山」と呼ばれる地域の隣に「丹波市」と呼ばれる地域が出現したことになる。

その後、平成21年頃から情報誌に「丹波・篠山」との表記が登場し始めた。その後、平成28年頃より以下に示す事例が見られるようになった⁽²⁾。



図2 丹波市内で販売される「丹波篠山」が表示された包材⁽³⁾

- ・「丹波・篠山」を丹波市と篠山市とする情報番組が放送され始める。
- ・丹波市内の量販店で「丹波篠山名産」表記の箱などが販売され始める。
- ・観光調査において「丹波篠山」の誤認の可能性があるようになる。

図2に丹波市内で販売される「丹波篠山」が表示された包材の例を示す⁽³⁾。

なお、このころから市名変更の動きが出ているが⁽⁴⁾、この時点の動きは今回の市名変更と直接つながるものではない。

さらに、平成28年には、丹波ささやま農業協同組合の産地表示「丹波篠山産」が兵庫県から啓発指導を受けるという出来事があった⁽²⁾。これにより、丹波篠山市産の農産物に「丹波篠山」と表示できなくなる可能性が出てきた。ちなみに、原材料生産地の表示としての「丹波篠山産」の表示を差し控えよう啓発指導される理由は「丹波篠山」が篠山市を指すのか、丹波市

と篠山市を指すのか（あるいは京都も含めた地域を指すのか）が曖昧になっているためとのことである⁽⁵⁾。

「丹波篠山」の誤認および兵庫県からの啓発指導を受け、平成29年2月7日、篠山市商工会・丹波篠山観光協会・丹波ささやま農業協同組合から丹波篠山市（当時は篠山市。以下同様。）に対して市名変更についての要望書が提出されるに至った。その後、丹波ささやま栗振興会・篠山市菓子工業組合・篠山市企業懇談会・ささやま桜協会・篠山市農村女性組織連絡会・市名を「丹波篠山市」にする市民の会・篠山市認定農業者連絡協議会・市旅館組合・丹波立杭陶磁器協同組合からも市名変更の要望が出されるに至った。そのうち少なくとも丹波ささやま農業協同組合・篠山市菓子工業組合・篠山市企業懇談会・ささやま桜協会・篠山市農村女性組織連絡会・市旅館組合は丹波篠山ブランドの保護または発展を理由として市名変更を希望していた。これを受けて丹波篠山市は市名変更の検討に着手し、平成30年に市名変更の意思を示すに至った⁽²⁾。

このような市名変更の動きに対しては市名変更に強く賛成する意見があった一方で強硬に反対する意見もあり、市民を二分する激論となった⁽⁶⁾。一部の市民はSNSを通じてこの問題を議論した。市民の中には「市名変更の撤回」を求める要望書を市に提出する有志もいた⁽⁷⁾。

そのような状況を受けて住民投票を求める動きが生じた。平成30年7月19日、ある市民団体が市名変更問題に関する住民投票を実現すべく、請求に必要な署名活動を始めると表明した⁽⁸⁾。この住民投票の実現には有権者の5分の1以上の署名が必要なことから⁽⁹⁾実現が危ぶまれる声もあったが、5分の1（7066人）を大幅に上回る1万271人の署名が集まり⁽¹⁰⁾、住民投票が実施された。

住民投票の結果、投票率約70％・賛成13,646票・反対10,518票となり⁽¹¹⁾、これを受けて市議会が市名変更を議決した。

3. 市名変更の問題点

（1）商標の使用態様

丹波篠山市が市名変更にあたり発行した「市名変更問題に関する臨時公報」においては、以下のように述べられている⁽¹²⁾。ブランド保護と市名変更との関係に関する市の考えがよく表れている。

- ①「丹波篠山」は古くからデカンショ節に唄われ親しまれてきた篠山市を表すブランドで、おいしい農作物、きれいな城下町、ふるさと、田園、自然と文化など、たいへん良いイメージです。
- ②「丹波篠山」「丹波」「篠山」のそれぞれのブランドを比較したとき、全国的に「丹波篠山」が圧倒的に優位な、魅力あるブランドとして認識されています。
- ③最近に至り「丹波篠山」が、どこを指すのか、混乱、誤解が広がって、生産地表示で使用を差し控えるようにとの啓発指導も始まるなど、このままでは篠山市のものではなくなってしまう危機的ともいえる状況にあります。長い間、先人から受け継がれてきた「丹波篠山」ブランドを守り、活かすことが大切です。
- ④「丹波篠山」に市名変更したときには、農業、観光をはじめ地域経済の活性化につながり、相当な経済効果も見込めます。これは、全産業に波及し、市民の福祉の向上と地域の活性化につながります。
- ⑤地方創生によって個々の市町村が認知度の向上に力を入れているなか、「丹波篠山」を市名にすることは、篠山市の進めている日本遺産、全国景観モデル都市にふさわしい、未来に向けた魅力あるまちづくりにつながります。
- ⑥さらに、直面する大きな課題である定住促進や地域の担い手づくりにつながり、持続的な地域活力の維持につながります。

一方、丹波篠山市の特産物の一つに黒豆がある。黒豆について丹波ささやま農業協同組合が地域団体商標にかかる商標権を有しているなど、黒豆は丹波篠山市を代表する特産物である。また、この黒豆の未熟な実である枝豆はあるグルメ漫画に取り上げられたことで全国的に著名なものとなっている。加工品を除けば、この枝豆は10月上旬の解禁日から2週間程度しか入手ができない貴重な味覚である。

毎年10月上旬頃にはインターネットにおいてこの枝豆がしばしば紹介されている。その紹介に添付される写真をインターネット上で探してみると、この枝豆の包装に様々な商標が付されていることが分かる。例えば「丹波篠山黒枝豆」「丹波篠山黒大豆枝豆」「丹波篠山名産黒大豆枝豆」「ささやま特産黒大豆枝豆」といった商標が付されている。これらはいずれも丹波篠山市で生産された黒豆の枝豆である。つまり、丹波篠山市において黒豆の枝豆に付す商標について統一され

ている印象はない。

また、丹波篠山市の特産物の一つに陶器がある。この陶器は主として「丹波焼」と呼ばれており、陶磁製のティーポットなどについて丹波立杭陶磁器協同組合が地域団体商標にかかる商標権を有している。この陶器が「丹波篠山焼」と呼ばれることはあるが稀である。

さらに、前掲の「市名変更問題に関する臨時公報」には以下のように述べられている⁽¹²⁾。なお下線は筆者が付したものである。

2 市名変更に対する反対意見の検討

(1) 市名変更に対する反対の意見を検討すると次のとおりです。

①「篠山に愛着があるので、篠山市のままでPRしていけばよい」という意見

→ 篠山市職員プロジェクトと株式会社日本統計センターの調査報告からも全国的に「篠山」だけでは通用しないのであって、「篠山」を「丹波篠山」並みに周知していくには莫大な時間と費用をかけたとしても極めて困難です。

②「丹波篠山は通称で使えばよい」という意見

→ 「丹波篠山」が全国に通じる魅力あるブランドであるものの、これがどこを指すのかが曖昧になってきており、生産地表示で使用を差し控えるようにとの指導があるなど、通称としても使えなくなりつつあり、このままでは消失しかねません。先人が長い間に築かれた「丹波篠山」ブランドをこれからも守り、活かしていくには、これを市名にして明示するのが一番の道です。

③「丹波篠山市に変更しても丹波をめぐる混乱は解消しない」という意見

→ 地域名を付した市がある以上、混乱が完全に収束しないとしても、「丹波篠山市」にすることで、地図上に丹波篠山が明示され、私たちのまちであることを高らかにPRできます。

これらの例から明らかなように、「丹波篠山」の意味について混同が生じていることへの危機感や市名変更の動機づけにつながっており商標の態様の検討へつながっているとは言い難い。

(2) 自他商品識別力が登録要件の一つとされている理由が周知されていない

丹波篠山市は地名について商標登録を受けることの



図3 提案されたブランド活用イメージ⁽²⁾

困難さを認識している⁽²⁾。

また、丹波篠山市では、その理由「商品又は役務を流通過程又は取引過程に置く場合に必要な表示であるから何人も使用をする必要があり、かつ、何人もその使用を欲するものだから一私人に独占を認めるのは妥当ではなく、また、多くの場合にすでに一般的に使用がされあるいは将来必ず一般的に使用がされるものであるから、これらのものに自他商品又は自他役務の識別力を認めることはできない」⁽¹³⁾のうち、「商品又は役務を流通過程又は取引過程に置く場合に必要な表示であるから何人も使用をする必要があり、かつ、何人もその使用を欲するものだから一私人に独占を認めるのは妥当ではない」という部分は知られている一方、「自他商品又は自他役務の識別力を認めることはできない」という部分は知られていなかったようである。

言わずもがなであるが、自他商品又は自他役務の識別力が認められないということは、そのような商標に商標法の保護対象である業務上の信用が化体し難いことを意味する。業務上の信用が化体し難いということは、その商標を見た消費者がその商標に基づいて商品・役務の品質を信じ購入する可能性が低いということである。これは、その商標が商品・役務の付加価値に寄与しないことを意味する。すなわち、「丹波篠山」という地名を商標とすることにはその商標に業務上の信用が化体することで得られるはずの利益を享受し難いというハンデが存在する。しかも、丹波篠山市には地名以外にも地域資源がありその名称について商標権が存在する。

それにも関わらず、市議会の特別委員会は、少なくとも市名変更前のある時点においては、図3に示されているように、「丹波」「篠山」を「丹波篠山」の下位商標と位置付けることを提案していた⁽²⁾。

これらのことから明らかなように、少なくとも過去のある時点での丹波篠山市は商標を適切に用いること

で利益を得ようとするという目的に対して知らず知らずのうちに不利な方向へ向かおうとしていたと言わざるを得ない。

(3) 商標の指定商品および指定役務が意識されていない

前掲の「市名変更問題に関する臨時公報」の記載を再掲する。なお下線は筆者が付したものである。

③「丹波篠山市に変更しても丹波をめぐる混乱は解消しない」という意見

→ 地域名を付した市がある以上、混乱が完全に収束しないとしても、「丹波篠山市」にすることで、地図上に丹波篠山が明示され、私たちのまちであることを高らかにPRできます。

上述の通り、丹波篠山市の特産品は黒豆や陶器である。「丹波篠山」という商標に自他商品識別力があるとみなした場合、「丹波篠山」に業務上の信用を化体させるには商品に「丹波篠山」という商標を付すと共にその商品の品質向上に努めれば済むことである。「丹波篠山」という商標が付された商品の産地がどこかということおよび地図上に「丹波篠山」が明示されることは商標への信用の化体ひいてはその価値向上にさして寄与しない。

一方、丹波篠山市は多くの観光資源を擁する。真夏のデカンショ踊り・秋の味まつり・江戸末期～明治期に建てられた古民家がまるごと美術館になるまちなみアートフェスティバルはその一例である。さらに、丹波篠山市へグリーンツーリズムに訪れる観光客は丹波篠山市を訪れる観光客の約4分の1を占める⁽¹⁴⁾。その結果、「旅行に関する契約（宿泊に関するものを除く。）の代理・媒介又は取次ぎ」などの役務に関しては、地図上に丹波篠山が明示され役務の提供の場所が容易に理解できることは重要な意味を持つ。

つまり、ブランド振興策と呼ばれるものにはしばしば指定商品・指定役務が何なのかを意識して講じなければならないものがあるのだが、丹波篠山市の市名変更はそのような意識のないままに実施が決まった。このことと直接関係する訳ではないが、市名変更にまつわる市民間の議論においても指定商品・指定役務の内容において噛み合わない議論が見られた。

(4) ブランドと信用の化体とが別

市名変更の議論が続く中、2人の市民が市名変更を推進する「丹波篠山超応援団」という団体を立ち上げた。彼らは新聞の取材に「『丹波篠山』は先人の魂や心、誇り。」「シンボルである『丹波篠山』をなくさないためにも市名にしてほしい」といった抱負を述べている⁽¹⁵⁾。これに象徴されるように、特に市名変更を推進する意見を持つ市民の中にブランドをシンボルといった意味あるいはプライドといった意味に解釈する人が多かった。

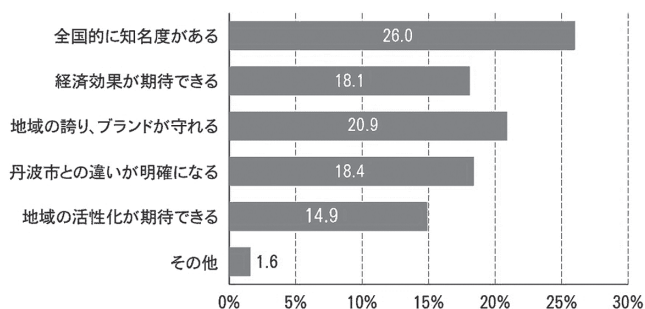


図4 市名変更「賛成」の理由（複数回答）⁽¹⁶⁾

事実、丹波新聞社が実施した出口調査⁽¹⁶⁾によると、図4に示すように、市名変更賛成する理由として「地域の誇り、ブランドが守れる」は「全国的に知名度がある」に次ぐ第2位であった。この点からも、ブランドをシンボルといった意味またはプライドといった意味に解釈する市民が多いことは明らかである。

4. 日本弁理士会および弁理士への提言

(1) 商標の4機能の周知徹底

前掲の丹波新聞社が実施した出口調査⁽¹⁶⁾によると、図5に示すように、市名変更反対する理由として「何らかの効果があるとは思えない」が「『篠山市』を売り出すべき」と共に第2位であった。

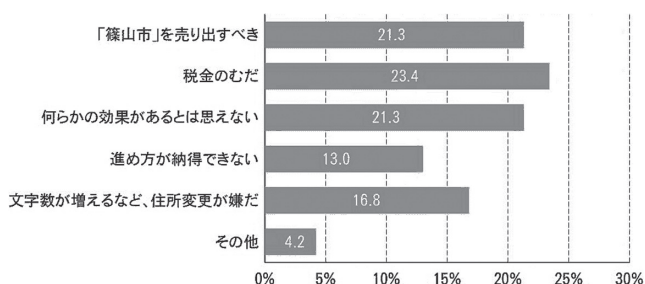


図5 市名変更「反対」の理由（複数回答）⁽¹⁶⁾

上述の通り、「旅行に関する契約（宿泊に関するものを除く。）の代理・媒介又は取次ぎ」などの役務に関しては、地図上に丹波篠山が明示され役務の提供の場所が容易に理解できることは重要な意味を持つ。一

方、黒豆・陶器といった商品に関しては地図上に丹波篠山が明示されることにさしたる意味はない。すなわち、市名変更による効果は指定商品・指定役務によって大きく異なる。それに関わらず「何らかの効果があるとは思えない」とひとくくりに判断されるのは商標の4機能が広く知られていないことに一因があると筆者は考える。

商標の4機能が広く知られていないことの弊害は「丹波篠山」の意味について混同が生じていることへの危機感が商標の態様の検討へつながっていないことから窺える。

ブランディングによって利益が増大する旨の主張はしばしば目にし耳にするところである。しかしながら、商標法に関する議論時を除けば、それがなぜなのかに関する説明を目にし耳にすることはほとんどない。ブランディングによって利益が増大する理由すなわち商標の4機能の説明を弁理士が怠ったことが丹波篠山市における市名問題を混乱に導いたと筆者は考える。そして丹波篠山市において様々な方々と関わる機会があった筆者は商標の4機能の説明を怠った弁理士の一人に他ならない。

しかしながら、言い訳をさせてもらえるならば、商標の4機能の説明を周知させることは難しい。商標の4機能を文字にしたり言葉にしたりすることは容易なことだがそれらの文字および言葉に対して一般の関心を喚起することが難しい。一般の関心を喚起することの困難さは、丹波篠山市の市名変更問題のような肝心な場面において商標の4機能が想起される可能性の低さにつながると考える。

丹波篠山市においては市名変更問題に対して商標の4機能の周知度の低さが影響を及ぼした可能性が低くないが、日本国中どの地域においても商標の4機能の周知度の低さが同様に影響を及ぼすことはあり得る。筆者は、商標の4機能が周知されるよう個々の弁理士においても日本弁理士会においても対策を講じるべきと考える。

(2) 法趣旨の周知徹底

上述の通り、丹波篠山市は地名について商標登録を受けることの困難さを認識しているが、自他商品識別力の有無がその理由となっていることは知られていないようである。そしてそのことが商標を適切に用いることで得られるはずの利益の享受という点で不利な選

扱を行っていることにつながっている。

また、商標法第26条に該当するものを除けば、丹波篠山で枝豆に付されている商標はいずれも丹波ささやま農業協同組合が商標権を所有する地域団体商標「丹波篠山黒豆」の禁止権の範疇における使用にあたる可能性が高いと筆者は考えるが（類似群コードによると黒豆は33A01で枝豆は32D01であるが丹波篠山産の枝豆については黒豆の未熟な実が枝豆であるひいては生産者が同一と広く認識されているため⁽¹⁷⁾⁽¹⁸⁾⁽¹⁹⁾⁽²⁰⁾⁽²¹⁾⁽²²⁾）、商標権に専用権と禁止権とが含まれる理由は知られていないようである。そしてそのことが様々な商標に信用を化体させ地域団体商標「丹波篠山黒豆」への信用の化体効率を低いものとしている。そのような信用の化体効率の低さは近隣地域産品における「丹波篠山産」といった表記を脅威あるものとしている。つまり禁止権の範疇における商標の使用が市名変更の遠因となっている。商標権に専用権と禁止権とが含まれる理由が広く知られていれば丹波篠山市の黒豆農家は近隣産地の黒豆との競争に悩むことが少なかったかも知れない。

これらの例が示しているように、商標法の制度が周知されることも大切であるが、商標法の各条文の趣旨が周知されることも大切である。丹波篠山市だけでなく、日本中のどの地域においても商標法の各条文の趣旨が広く知られることで産品のブランドとしての価値が効率よく向上する余地があると筆者は考える。

（３） 指定商品・指定役務についてのパラダイムシフト

釈迦に説法で恐縮だが、商標法第25条の規定から明らかな通り、商標登録出願において商品・役務の指定が義務付けられているのはそれが専用権・禁止権の範囲を区切っているからである。商品・役務によって専用権・禁止権の範囲が区切られるのは商品・役務についての登録商標の使用によって出所の混同が生じると見なされるためである。出所の混同が予防されるべきなのは出所の混同によって商標に化体した業務上の信用が損なわれるためである。要するに、商標制度において指定商品・指定役務が重視されるのはこれらなくして本来保護されるべき業務上の信用が保護されなくなるためである。

一方、筆者は、丹波篠山市の市名変更問題を通じて、指定商品・指定役務には保護対象を規定するという従来から知られたもの以外の意義があることに思い

至った。それは保護対象たる業務上の信用の構築にあたってその信用蓄積の仕組みを設計するための重要な支柱になり得ることである。すなわち、自他商品識別力を持つ商標に対して効率的に業務上の信用を化体させようとすれば、まずその商標を如何なる商品・役務に使用するかを定めることが好ましい。

一般的な場合には商標が使用される商品・役務が自明である。したがってこのようなことは意識するまでもなく実行される。しかしながら、地域ブランドのように多数の者が入り混じって地域の様々な商品・役務につき信用の化体に取り組む場合、それら商品・役務が一括して信用の化体の対象になる。このような場合に、効率的な信用の化体を図るための具体的な方策はしばしば商品・役務ごとに異なる。そこで地域ブランドの育成にあたっては最初にどのような商品・役務について信用の化体に取り組むかの意思統一を図った上で、信用の化体の対象となった商品・役務について信用の化体のための具体的方策を検討することが好ましい。

丹波篠山市の事例を参考に、このようなプロセスの一例を紹介する。図6は、インターネット調査における丹波篠山のイメージ調査の結果を示す⁽²³⁾。

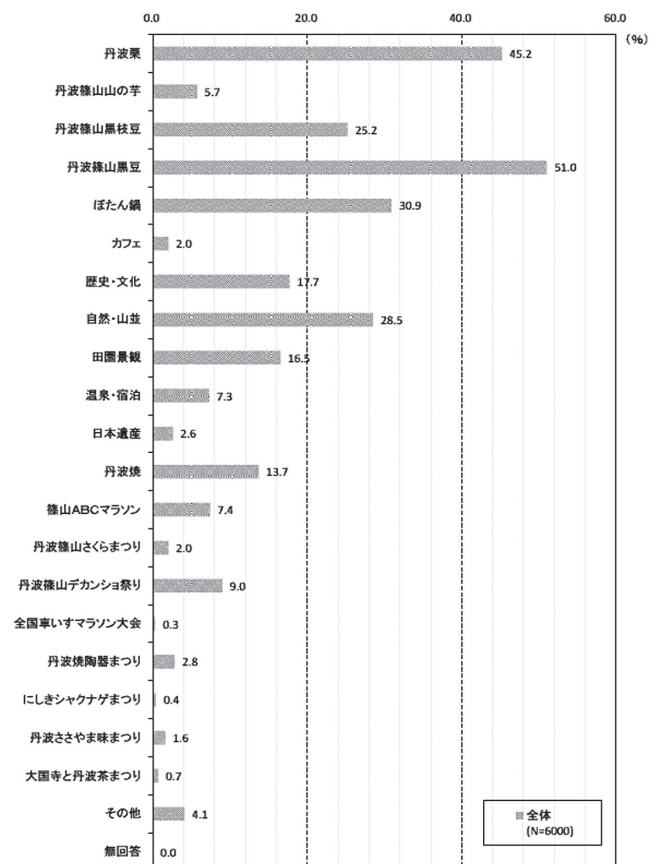


図6 インターネット調査における丹波篠山のイメージ⁽²³⁾

図6によれば、丹波篠山のイメージは第1に「丹波

篠山黒豆」であり、以下「丹波栗」「ぼたん鍋」「自然・山並」「丹波篠山黒枝豆」と続く。逆に、「無回答」を除けば「全国車いすマラソン大会」が最も丹波篠山のイメージと結びついておらず、以下「にしきシャクナゲまつり」「大国寺と丹波茶まつり」「丹波ささやま味まつり」「カフェ」と続く。

この結果からは、「丹波篠山」と「黒豆」「丹波栗」「ぼたん鍋」その他の特産物とが特に強く結びついて一方、役務と「丹波篠山」とがさほど結びついていないことが分かる。

してみると、地域ブランドの振興策としては、黒豆その他の特産品についてそれぞれ地域団体商標を付してそのPRに努めることが対策の一つたり得ることとなる。ただし、黒豆の場合、禁止権の範疇における商標の使用が地域団体商標「丹波篠山黒豆」への信用の化体効率を低くしていることに鑑みると地域団体商標権者である団体の組合員における「丹波篠山黒豆」の使用徹底はその前提となろう。「丹波篠山黒枝豆」について地域団体商標の登録を受け使用徹底を図ることがより好ましい。栗の場合、兵庫県丹波県民局は丹波地域で栽培・生産している栗を「丹波栗」と定義している⁽²⁴⁾、「丹波栗」について丹波ささやま農業協同組合が単独で地域団体商標の商標権を取得することはできない。そのため、丹波篠山市という産地を普通に用いられる方法で表示しない商標（例えばロゴ）を「丹波栗」という商標と共に付すことが代替策となる。以上が、商標を如何なる商品・役務に使用するかを定めた後にその商標に対して効率的に業務上の信用を化体させるプロセスの一例である。

商標を如何なる商品・役務に使用するかを定めた後にその商標に対して効率的に業務上の信用を化体させるプロセスの他の例には次のようなものがある。すなわち、図6によれば「丹波篠山」には「自然・山並」というイメージもあることから、自然環境や山並の美しさによって消費者を惹きつけることを目指すとする。この場合、そのようにして惹きつけられた消費者からどのようにして利益を得るかというビジネスモデルの構築が次のステップとなる。上述した通りグリーンツーリズムのために丹波篠山を訪れる人は多い。その結果、「旅行に関する契約（宿泊に関するものを除く。）の代理・媒介又は取次ぎ」によって利益を得ることになったとすれば、「丹波篠山グリーンツーリズム」という地域団体商標を用いて旅行代理業務に取り

組むこととなる。地域団体商標の代わりに、丹波篠山市の自然や山並みを連想させる商標を用いてそのような役務に取り組んでもよい。

いずれにせよ、まず「指定商品・指定役務を何にするか？」を考えるとというステップを経る点が地域ブランドの振興策として筆者の提案することである。

（４） 知的資産としての地域シンボルについての研究

筆者は、ある丹波篠山市議会議員から「丹波篠山のような単に地名でなく豊かなイメージを連想させる言葉を市民の財産として保護できる制度ができれば、篠山だけでなく全国各地で頑張るまちの為になるのでは」と思って」いるとのメールを受け取った。恐らく少なくない丹波篠山市民がこの意見に賛同するであろうと筆者は考える。

一方、このメールを受け取った時点の筆者は考え方の違いを強く感じた。商標の使用によってその商標に使用者の業務上の信用が化体するという現象が商標制度の根本である。そして「丹波篠山」が「豊かなイメージを連想させる」とすればそれは「丹＝あかい色」「波＝水波」「篠＝植物のササ」「山＝地形であるやま」すなわち「赤い波が打ち寄せた地にある笹が生い茂った山」という言葉に先人が豊かなイメージを結合させてきたに過ぎない。「丹波篠山は豊かなイメージを連想させる言葉」ではなく「丹波篠山には豊かなイメージが連想される努力が積み重ねられてきた」のである。そのような積み重ねは商標制度の根本を実行したと同然の結果に過ぎない。そうすると、多少は標準から外れる部分があるにせよ、商標制度こそ「豊かなイメージを連想させる言葉を市民の財産として保護できる制度」である。むしろ商標制度の枠組にあわせて「丹波篠山」の活用法を考えることがより効果的に「丹波篠山」を守ることになると筆者は考えた。商標制度には「豊かなイメージを連想させる言葉を市民の財産として保護」することを実現する中で生じる問題を解決するための対策が講じられているためである。今でも、明治以来改良されてきた商標制度こそ丹波篠山市が抱える問題に寄与し得ると筆者は信じている。

しかしながら、それとは別に、地名をシンボルとして市民および事業者の郷土愛を喚起する仕組みは確かに国全体の発展に寄与し得ると筆者は考える。丹波篠山市の市名変更問題であれば「丹波篠山超応援団」が結成され市名変更を推進したことがその一例である。

また、例えば人気キャラクターの肖像などのように標章自体が好ましいイメージを持つ場合、そのイメージにつられて品質を理解しないまま商品・役務を購入してしまう行動は日常生活においてよく見られる現象である。同様に市民の取組みによって「丹波篠山」が「豊かなイメージを連想させる」ようになりそれによって商標「丹波篠山」を付した商品・役務が高い価格で購入されるようになっていなければ、それは商標「丹波篠山」を使用する事業者の信用が商標に化体しているのではなく別の何か商標「丹波篠山」に化体して商品・役務の価格を押し上げているのである。その何かを商標「丹波篠山」に化体させたのは市民に他ならない。このような動きもまた「市民および事業者の郷土愛を喚起する仕組み」の一例である。上述したように市名変更の意義は商品・役務によって異なってくるので、今後どのような産業が丹波篠山市で発展するかにより市名変更の効果は大きくなったり小さくなったりする。しかし、「丹波篠山」が市民にとっての誇りであったからこそ市名変更という大きな動きにつながったことは事実である。郷土愛によって経済効果を奏する大きな動きを作り上げることもきっと可能だろう。郷土愛が地域のシンボルを軸にして産業の発達に寄与する仕組みを特定しその仕組みの活動を推進する制度を設ける取組みは検討に値する。

弁理士の間では当然知られているように、地域団体商標制度では、多数派が少数派を排除する事態は回避されるべきと考えられている。一方、市民および事業者の間でも派閥間で意見が対立する事態は存在し得る。このような場合においてある派閥が他の派閥を「市民および事業者の郷土愛を喚起する仕組み」から排除することとなってしまうのではない。したがって、その仕組みは排他権を持たないものになるだろうと筆者は考える。そうすると地域シンボルとでも呼ぶべきその仕組みは排他権である知的財産権ではなく知的資産の一種になるはずである。この地域シンボルと商標制度との連携が実現されればより好ましい効果が得られるであろう。

今のところはここで述べた仕組みを「地域のシンボルを介して市民および事業者の郷土愛を喚起するもの」としか説明できない。可能なことであれば、junpu-man-pan@zeus.eonet.ne.jp まで、このような仕組みの特定および制度の設計についてご教示をいただけたら幸いである。

5. まとめ

以上述べたように、丹波篠山市の市名変更問題は現在の弁理士の活動の問題点を顕在化させた。このような問題点に対処しないままであれば、弁理士の活躍する場は次第に狭くなりかねない。したがって、知的財産制度の啓発活動においては、丹波篠山市の市名変更問題が示す問題点を踏まえた内容の改良が望まれる。

また、本稿では地域シンボルについての可能性を示した。筆者としては丹波篠山市で見られた現象から気付いたことを述べたも同然であるため、考察が不十分なものとなっている可能性は否定できない。皆様のご教示をお待ちする次第である。

6. 謝辞

丹波篠山市の市名変更にまつわる問題をこうして報告するにあたっては、丹波篠山市議会議員の渡辺拓道氏に様々なご教示をいただきました。頂いたご教示なくしてこの報告はなし得なかったと考えます。厚く御礼申し上げます。

そして、この問題をはじめとした様々な出来事を通じ、筆者は丹波篠山市民の皆様からたくさんの貴重な知識を教えてくださいました。これらの知識はどれほど研修に参加しようと得られないものです。この場を借りて、丹波篠山市民の皆様へも厚く御礼申し上げます。ありがとうございました。

(注)

- (1) 丹波篠山市ウェブサイト「丹波篠山市の概要」, 令和元年7月23日閲覧 <https://www.city.sasayama.hyogo.jp/pc/profile/gaiyou.html>
- (2) 丹波篠山市議会「市名変更並びに地域ブランド振興調査報告書」
- (3) 丹波篠山市議会『「丹波」・「丹波篠山」ブランドの現状について』
- (4) 丹波新聞平成22年1月18日
- (5) 丹波篠山市ウェブサイト「産地表示で『丹波篠山産』は差し控えるよう指導(市長日記)」, 令和元年7月23日閲覧 <https://www.city.sasayama.hyogo.jp/pc/mayor/diary/post-1434.html>
- (6) 丹波篠山市ウェブサイト「市名変更の今 その3「市民を二分するな」(市長日記)」, 令和元年7月23日閲覧 <https://www.city.sasayama.hyogo.jp/pc/mayor/diary/post-1381.html>
- (7) 丹波新聞平成29年9月7日
- (8) 丹波新聞平成30年7月23日
- (9) 丹波篠山市住民投票条例

- (10) 丹波新聞平成 30 年 10 月 7 日
- (11) 丹波篠山市ウェブサイト「篠山市長選挙・住民投票 開票速報（平成 30 年 11 月 18 日）」, 令和元年 7 月 23 日閲覧 <https://www.city.sasayama.hyogo.jp/pc/group/senkyokanri/301118-3.html>
- (12) 丹波篠山市ウェブサイト「未来志向で考え「丹波篠山市」への変更を意思決定」, 令和元年 7 月 23 日閲覧 https://www.city.sasayama.hyogo.jp/pc/group/kikakukakari/assets/2018/08/simei_housinkettei.pdf
- (13) 産業財産権法逐条解説 商標法第 3 条
- (14) 2018（平成 30）年度版 篠山市統計書
- (15) 丹波新聞平成 30 年 10 月 11 日
- (16) 丹波新聞平成 30 年 11 月 23 日
- (17) まるごと北近畿ウェブサイト「丹波篠山黒枝豆のおいしいゆで方」, 令和元年 7 月 23 日閲覧 <http://kitakinki.gr.jp/publictopics/62047>
- (18) G-Call ショッピングウェブサイト, 令和元年 7 月 23 日閲覧 https://www.g-call.com/shopping/goods/page_detail.php?gdp_no=4432&no_yago=1
- (19) エクシブ有馬離宮ウェブサイト, 令和元年 7 月 23 日閲覧 https://rt-clubnet.jp/hotels/cms/contents.php?url=xiv.arimarky&group=xiv&hotel=arima&parent_num=400&contents_num=28359
- (20) 食べよう, 国産! ウェブサイト, 令和元年 7 月 23 日閲覧 <http://tabeyo-kokusan.jp/%E9%BB%92%E8%B1%86%E3%81%AA%E3%81%AE%E3%81%AB%E6%9E%9D%E8%B1%86-%E4%B8%B9%E6%B3%A2%E7%AF%A0%E5%B1%B1%E3%81%AE%E9%BB%92%E6%9E%9D%E8%B1%86%E5%8F%8E%E7%A9%AB%E4%BD%93%E9%A8%93%E3%81%AB%E5%8F%82/>
- (21) 丹波篠山観光協会ウェブサイト, 令和元年 7 月 23 日閲覧 <https://tourism.sasayama.jp/association/news/cat109/post-153.html>
- (22) 篠山食料品店ウェブサイト, 令和元年 7 月 23 日閲覧 <https://www.sasayamaya.ne.jp/edamame/>
- (23) 株式会社日本統計センター「市名変更に伴い想定される経済波及効果等調査分析報告書」, 平成 30 年 3 月
- (24) 兵庫県丹波県民局「日本一の丹波栗産地の復活に向けた基本構想」, 平成 26 年 3 月

(原稿受領 2019.5.28)