

香川県観光振興課インタビュー

「うどん県（登録商標）」使用の経緯

うどん県観光交流局観光振興課 主任 宮武 智仁*

観光振興課：平成10年度に実施された都道府県の知名度調査で、香川県は47都道府県中47位との結果が出ました。これが、香川県のイメージアップ事業のスタートとなりました。

現在は、民間調査会社が地域ブランド力調査を隔年で実施しランキングを発表していますが、これまでのイメージアップ事業の積み重ねや、さぬきうどんブームなどもあり、平成22年には24位まで上がってきました。

平成23年度から本格的に「うどん県。それだけじゃない香川県」プロジェクトのPRを始め、平成25年に発表されたランキングでは14位に上がったことから、香川県自体の知名度は着実に浸透してきたと思っています。

平成22年夏、浜田知事が就任され、23年度当初予算編成の中で、インターネットが普及している時代でもあり、インターネットを活用して短くインパクトのある映像で香川県をPRしたいということになり、映像を制作し、ホームページで公開し、また、パブリシティ効果を高めるために、首都圏でPRしていくことになりました。

映像に関しては、コンペを行って企画案を出してもらいました。その中から選定したものが「うどん県。それだけじゃない香川県」の元となる企画です。提案時点ではうどん県という言葉は出ていません。インパクトのある映像やフレーズを考えようと制作会社と担当者が協議をしていく中で、当時、すでにインターネット上で香川県を指す用語としてうどん県という言葉が使われていたこともあり、本当に香川県が「うどん県に改名した」と思われるようなPR映像にしてはどうかという話になり、知事の承認を得て映像を作りました。



すでに「讃岐うどん」というブランドが出来上がっているのに、うどん県というインパクトのある言葉を引きつけ、香川県のうどん以外の魅力である「瀬戸内海・食・アート」をPRしていくという企画になっています。

初年度は「うどん県」に改名するという方法でPRしてきました。特に、関東では香川県が四国の中でどこに位置するのか分からない人がいます。しかし、讃岐うどんは全国的に知られていますので、香川県が「うどん県に改名しました」という映像を流すことでインパクトを与え、讃岐うどんと香川県（うどん県）をリンクさせて、本県を知っていただくのがPRの手法です。

新年号「平成」を発表した、当時の小淵官房長官の発表場面をイメージし、映像を作りました。

首都圏でPRした方がパブリシティ効果が高いこともあり、10月に東京で発表会を行い、多くのメディアにも取り上げていただきました。

加えて、インターネットでの発信として東京での記者発表と同時に特設サイトをオープンし、情報発信を行いました。また、映像だけではなく、ポスターの交通広告を東京メトロや羽田空港などに出すことにより、メディア報道やインターネットとの相乗効果でPRしてきました。

* 肩書は執筆時

多くのマスメディアで報道していただき、県内の事業者からロゴを使いたいとの話がありました。ロゴなどをフリーでダウンロードできるようにした結果、ロゴを使った商品を販売したり、フェリーのマークに使ったり、高速バスの行き先をうどん県にするなど、県が要請したわけではありませんが、民間に広がっていきました。

また、県民から、うどん県で郵便が届くようにしてほしいという要望がありましたので、要うdon県副知事が日本郵便へ陳情に行くというパフォーマンスを行い、マスコミに取り上げていただくとともに、その映像を特設サイトで流しました。

24年度は、「うどん県」という言葉が浸透してきたこともあり、本来、我々の目的である「それだけじゃない香川県」部分をPRしていくという事で、25年3月20日からは「瀬戸内国際芸術祭 2013」が開催されることもあり、「うどん県=アート県」というイメージを持っていただくために、本県出身の世界的なヴァイオリニストである川井郁子さんを「アート県副知事」に任命し、「うどん県アートコンペティション 2012」をウェブ上で開催し、香川の新しい魅力をテーマとしたアート作品の募集を行いました。

食については、要副知事自らが本県の旬の食材を料理してPRする「副知事 要の台所」という動画を毎月ウェブで配信しました。また、11月には、要潤さんが国民的なタレントで、さぬきうどん好きの加藤茶さんをJR高松駅でお迎えする新しいプロモーションビデオを発表しました。テーマは「おもてなしの心」で香川県を訪れる観光客の皆様全員を「おもてなしの心」でお迎えすることをイメージしており、12月には続編を発表しました。

3年目を迎えた25年度のテーマは「アート」と「時間旅行物語」です。

アートの聖地、アートの香川を印象づけるため、本県にゆかりのある世界的な演出家の宮本亜門さんを起用し、宮本さんの視点で本県のアートを語ってもらうという手法で情報発信を行いました。

もうひとつのテーマである「時間旅行物語」は、昭和30~40年代に修学旅行で香川県に来られた人たちにもう一度、訪れていただくこと、老舗観光地である琴平・屋島・栗林公園について、本県出身のタレントの木内晶子さん、石倉三郎さん、藤澤恵麻さんに映像で紹介していただくとともに、各地でイベントを実施

し懐かしい雰囲気味わってもらおうという企画です。当時、修学旅行は京都に次いで2番目に香川県が多く、現在ではその方たちが団塊の世代になっています。

CMや映像を制作してうどん県特設サイトで公開するとともに、首都圏のみならず、関西・中部圏でも交通広告を展開しました。

編集部：高校の修学旅行で四国を回りました。どこを回ったのかは覚えていませんが、4日ほどかけて海岸を回ったような気がします。香川県にも行ったと思います。

観光振興課：修学旅行先としては、琴平・栗林公園・屋島が特に多く、現在でも香川県に来ると立ち寄る人が多いです。

編集部：思っていたよりもプラスに出た効果はありますか。

観光振興課：知名度アップという部分では思った以上に効果がありました。地域ブランド力調査においても22年の24位から25年は14位にアップしました。実際、ゴールデンウィークにサービスエリアで観光案内をしています。ポスターを見ただけで「香川県=うどん県」だと認識してくれるので、知名度は高まっていると思います。

編集部：観光客は増えましたか。

観光振興課：平成23年度については、観光客は東日本大震災やETC休日特別割引の上限1,000円の制度の廃止などの影響もあり、香川のみならず、全国的に観光旅行客は減少しましたが、翌年には増加に転じています。

編集部：うどんの消費量や生産量はどうなっていますか。

観光振興課：統計資料によると、人口1千人あたりのそば・うどん店の事業所数やうどん用小麦粉の使用量も1位というデータがあります。

編集部：うどん屋さんには、廃業することもなく安定していますか。

観光振興課：人気店では地元の人がびっくりする位、県外ナンバーの自動車で来られる方が多く、列をなしています。車で来やすいこともあって、関東よりも関西の人の割合が高くなっています。

編集部：交通広告は東京がメインですか。

観光振興課：23年度より首都圏を中心にPRという基本コンセプトはありますが、24年度は首都圏はもとより、実際の観光客の多い関西圏・北九州でPRを行い、25年度は修学旅行で香川に来られていた関西や中部

圏においてもPRしました。

編集部：ロゴを使用する際の基準はありますか。

観光振興課：イラスト，ロゴの使用については，県内の民間事業者が使用する場合には，香川県公式観光サイト「うどん県旅ネット」からダウンロードできます。基本的に申請や届出の必要はなく，自社の責任のもとで使用できるようにしています。

画面上から氏名，利用目的などの必要事項を入力し，利用者登録をすることが必要となります。使用に当たっては，使用基準を定めており，香川県の信用や品位を損うおそれがある場合などは，関係法令に基づいて適切に対処することとしています。

編集部：実際に問題になるようなことはありませんか。

観光振興課：現時点ではありません。

編集部：自由に使えますが，使用者は把握できるということですか。

観光振興課：誰がダウンロードしたかにつきましては確認できるようになっています。

編集部：うどん県を商標登録出願しようと提案したのはどなたですか。

観光振興課：観光振興課内で協議し，出願しました。民間企業から，イラストやロゴを使いたいとの問合せが多かったこともあり，香川県が独占的に使う目的で商標を取るのではなく，これを使って企業が商品化するに当たり，第三者がうどん県の商標を取ってしまうと商品を作っている企業にも迷惑をかけるため，防衛のため出願しました。

編集部：お茶や菓子，パン，旅行業務など，指定商品は課内で検討されたのですか。

観光振興課：特許や商標について相談する外部機関に相談しながら決めました。

編集部：今後，苦労しそうなことで，思い当たることはありますか。

観光振興課：ロゴやイラストの使い方についてですね。色を変更したり，変形させてもよいかとの問合せもありますが，変形せずそのまま使用してくださいと伝えていきます。

編集部：実際に活用を始めてから，当時は想定していなかった問題が出てきたということですか。

観光振興課：ロゴを申請した時点では，ここまで広く使われるとは想定していませんでした。

編集部：ネーミングは食品がメインになると思いますが，キャラクターは衣服やおもちゃにも使用されています。衣装やおもちゃはお考えでしょうか。

観光振興課：すべての分野で出願するのは難しいので，観光振興課として必要と思われる分野で申請しています。

編集部：うどん県のロゴ等の管理は観光振興課だけに行っているのですか。

観光振興課：観光振興課でうどん県ロゴの管理をしています。

編集部：香川県内の人々は，うどん県に対してどのように評価していますか。

観光振興課：好意的に受け止めてくれています。香川県観光協会でうどん県ロゴを使用した「うどん県章」を作り，販売していますが，県内の方が県外へ行くときのお土産として購入されています。

編集部：地域貢献になりますね。

観光振興課：うどん県のイラストやロゴが入ることによって，お土産などの購入につながれば，地域経済にとってもいい方向に進むと思います。

編集部：ピークはまだまだ続くと予想していますか。

観光振興課：うどん県としてのイメージはできあがったので，それだけではない魅力を継続してどう発信していくかという段階に来ていると思っています。

編集部：県内の団体や旅行を企画する団体は，香川県



からお願いしなくてもロゴを使ってくれますか。

観光振興課：使ってくれます。旅行会社からは、香川県の旅行商品を作るので、パンフレット等のキャッチフレーズとしてうどん県のロゴを入れたいというお話もいただきます。

編集部：うどん県は成功事例だと思いますが、他の自治体から問い合わせはありますか。

観光振興課：問い合わせもよくいただきます。

編集部：登録しているのは8種類ですか。

観光振興課：重複しているものがあり、5種類登録しています。

編集部：ロゴはデザイナーに依頼されたのですか。

観光振興課：プロジェクトを委託した業者のデザイナーが制作しましたが、著作権はすべて香川県に帰属することになっています。

編集部：他県では拒絶理由通知が来たものもあるようですが、商標を申請したときに拒絶理由通知は来ましたか。

観光振興課：国内ではありません。海外では中国と台湾に「うどん県」で出願しました。台湾は拒絶理由通知が来ましたが、資料をそろえて提出し、両方とも取りました。

編集部：外国でも日本の文字で取られたのですか。

観光振興課：日本の文字です。

編集部：なぜ外国にも出願しようと思われたのですか。

観光振興課：台湾では、讃岐うどんの商標登録で問題があったこともあり、国内と同じように海外でも使用できなくなることを防ぐため商標権の出願を行いました。

編集部：香川県が使うというよりも、県内の事業者に使用してもらうときに、他県の事業者からうちのものだと言われないうちに取られた。香川県が使うときは主に宣伝ですか。

観光振興課：香川県のPRに使用しています。

編集部：ありがとうございます。

(原稿受領 2013. 10. 22)

