

# 地域ブランド化における知的財産活用の展開



筑波大学大学院博士後期課程院生 児玉 恵理

## 要 約

地域ブランド化は、地理的表示からの地域団体商標制度でとらえられてきた。そこに、地理的表示制度が2015年度に施行され、12月22日に、7件が登録されている。また、地域振興とのかかわりからは、キャラクターの活用がある。キャラクターを活用した地域ブランド化の事例として、鳥取県境港市の「ゲゲゲの鬼太郎」と滋賀県彦根市の「ひこにゃん」がある。それらは、キャラクターであっても、前者が著作物になり、後者は著作物と登録商標に関係する。また、埼玉県深谷市には、ゆるキャラの「ふっかちゃん」があるが、団体商標・地域団体商標と地理的表示との関係が見いだせる。地域ブランド化は、著作物と登録商標および登録標章との関連から多様に展開できる。その法制度面では、文化庁の著作権制度、特許庁の商標制度、農林水産省の地理的表示制度が関連している。そのとき、著作権法と商標法との抵触だけでなく、地理的表示法と商標法および著作権法との利用・抵触の法整備が求められよう。

## 目次

1. はじめに
2. 地域ブランド化と知的財産
  - (1) 著作権制度
  - (2) 商標制度
  - (3) 地理的表示制度
3. 地域ブランド化の知的財産の態様
  - (1) 境港市のケース
  - (2) 彦根市のケース
  - (3) 深谷市のケース
4. おわりに

される。地域団体商標自体は著作物性があるとはいえないが、団体商標では著作物性が認めうる場合がある。そして、地域ブランド化に、地名（地理的表示）を一部に含むキャラクター、いわゆる「ゆるキャラ」の活用がある。また、新たに、地域ブランド化に、地理的表示制度が加えられている。それらの関係は、地域振興において農産物等の産地・質保証の面から相互補完的な認証制度として機能するものになろう<sup>3)</sup>。

地域ブランド化は、登録商標と著作物、そして登録標章として多様に展開できる環境にある。それは、著作権法と商標法、そして地理的表示法が関与する。そのとき、著作物と登録商標および登録標章の相互の利用・抵触が想定される。地域ブランド化における知的財産活用の展開は官庁を横断する観点が必要であり、地理的表示法と商標法および著作権法との利用・抵触の法整備が求められよう。

## 1. はじめに

地域の農産物等を他の地域の農産物等と差別化し、地域ブランドづくりが全国的に盛んである。それは、地域振興とかかわりをもっている。地域ブランドの性質を考えれば、三つの領域、観光ブランド、特産品ブランド、暮らしブランドに分類される<sup>1)</sup>。地域ブランド化に成功すれば、観光資源としての地域の農林水産業等の収益性の向上や地域経済の活性化、暮らしの食の多様化と食文化の発展へつながり、そのための行政による支援も受けられる<sup>2)</sup>。

地域ブランドによる施策としては、一般に、地域団体商標とのかかわりでとらえられる。地域団体商標は地理的表示の活用になり、その保護は商標制度で保護

## 2. 地域ブランド化と知的財産

地域ブランド化は、地域名、さらにいえば地理的表示と直接・間接的にかかわりをもつ。地理的表示は、ある商品の確立した品質、社会的評価その他の特性がその商品の地理的原産地に主として関係する場合に、その商品が加盟国の領域またはその領域内の地域もしくは地方を原産地とするものであることを特定する表

示である（知的所有権の貿易関連の側面に関する協定（TRIPS 協定）22 条 1）。また、原産地表示と原産地名の両者を合わせて、地理的表示とされる（パリ条約 1 条(2)）。

地理的表示とかかわりをもつ地域ブランド化としては、商標制度の地域団体商標の活用がある。そして、現在、地域ブランド化は、地理的表示制度を活用することも可能になった。さらに、地理的表示と直接にかかわるとはいえないが、地域ブランドとしてイメージキャラクター、いわゆる「ゆるキャラ」の活用がある。それぞれ特許庁の商標法、農林水産省の特定農林水産物等の名称の保護に関する法律（以下、「地理的表示法」と呼ぶ。）、文化庁の著作権法が関与する。

### （1）著作権制度

地域ブランド化は、キャラクターの活用において著作権法と直接的に関係する。そのキャラクターの一部に地理的表示と関係づけられる名称・図形が含まれることがある。キャラクターは、既存の漫画やアニメ、テレビゲームに登場する人物等の容貌や姿態を活用することがあり、また新たに創作されることもある。

漫画やテレビ・映画の登場人物等の容貌や姿態などを商品化に利用する場合には、著作権が及ぶとすることは既に判例で確立されており、キャラクターも同様に考えられる。最初から創作されたキャラクターについても、当然、著作権による保護がある。ただし、キャラクターの名前は、著作物とはいえないため、それ自体は著作権による保護はない。

漫画などのキャラクター、たとえばミッキーマウスの著作権は、その漫画の著作権とは別個独立のものではなく、あくまでも漫画などの著作権に基づくものであるとされる。しかし、それは、米国の法令における解釈になり、わが国の法令では漫画の著作権とは別個独立のものと解釈してよいだろう。上記の著作権は、著作者の観点では、著作者の権利（著作者人格権と著作権）が考慮されなければならない。

### （2）商標制度

キャラクターは、著作権制度で保護されるが、商標制度でも保護される。そして、地理的表示は、商標法の地域団体商標制度において保護される。地域ブランド化の取り組みでは、地域の特産品にその産地の地域名を付す等、地域名と商品名からなる商標が数多く

用いられている。従来の商標法では、このような地域名と商品名からなる商標は、商標としての識別力を有しない、特定の者の独占になじまない等の理由により、図形と組み合わせられた場合や全国的な知名度を獲得した場合を除き、商標登録を受けることはできなかった。

地域振興政策から、2006 年 4 月 1 日に改正商標法が施行されたことで、「地名」と「商品名」により構成される商標が「地域団体商標」として認められることになった<sup>4)</sup>。地理的表示と地域特産品（地域団体商標）が 2006 年に商標法で保護されたことで、地域ブランドが注目されるようになったといえる。地域団体商標の登録ができる者は、登録主体は事業協同組合等に限定されていたが、商工会、商工会議所および NPO 法人が追加され、地域ブランドの普及・展開をはかっている（商標法 7 条の 2 第 1 項）。

地域団体商標制度を利用すれば、絵や図形と組み合わせなくても、あるいは全国的な知名度までではなくても、一定の条件をクリアすれば「地域の名称」と「商品・サービス名」という組み合わせでも商標登録を受けることができる<sup>5)</sup>。地域名と商品・サービス名で登録を認められることで、他地域との差異化できる。また、地域団体商標の取得に向けて、各地での地域ブランドの取り組みに拍車がかかり、地域経済の活性化を図ることにつながるだろう。ただし、地理的表示が付される地域団体商標が認められるためには、条件がある。その条件をクリアできなければ、団体商標制度の活用が考えられる（商標法 7 条）。そのとき、著作権で保護されない名称が登録商標とされ、また絵や図形との組み合わせには著作権の保護の対象になりうる。

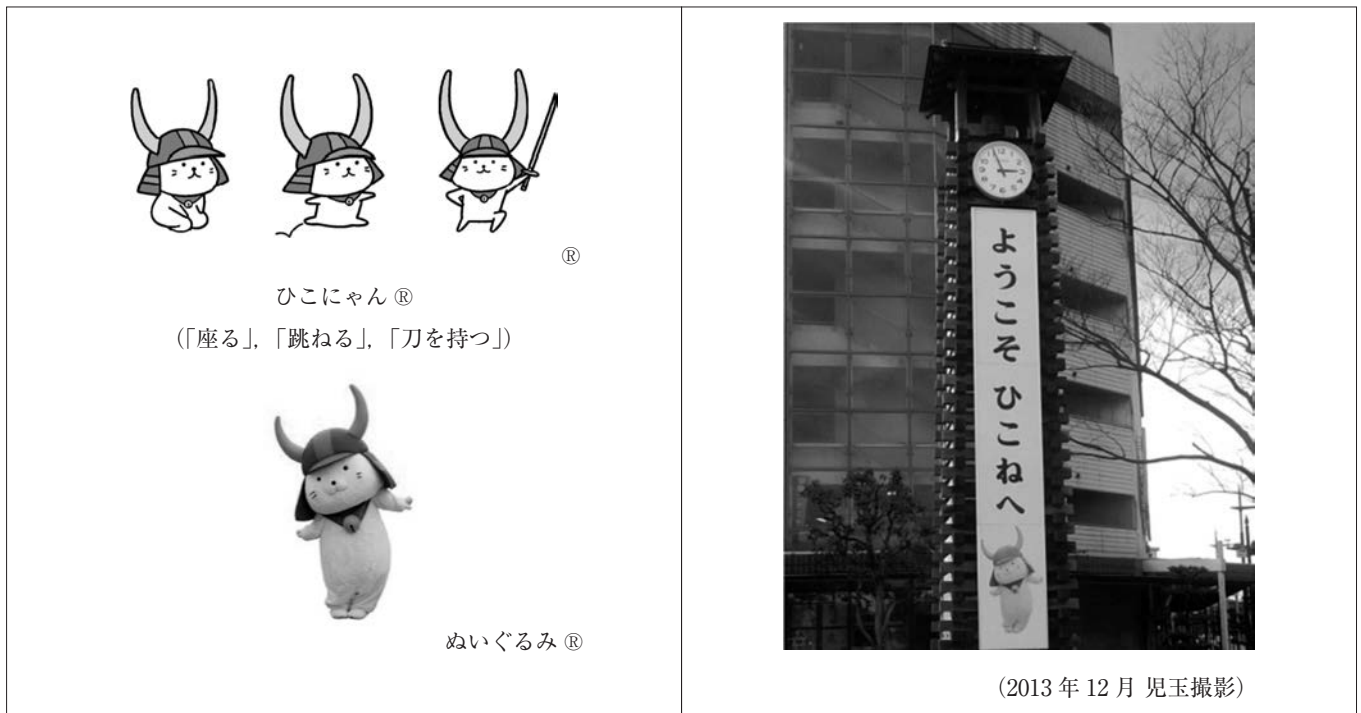
### （3）地理的表示制度

地理的表示法は、地域団体商標制度と同様に、TRIPS 協定 22 条に関係する。地域で育まれた伝統と特性を有する農林水産物のうち、品質等の特性が産地と結び付いており、その結び付きが特定できるような地理的表示が付されているものを生産者団体が登録を農林水産大臣に申請することができる地理的表示保護法が成立し、2014 年 6 月 25 日に公布された。

登録を受けた生産者団体の構成員は、明細書に沿って生産した特定農林水産物等またはその包装等について、地理的表示を付することができる（地理的表示保護法 3 条 1 項）。地理的表示は、登録された地理的表







(図2：登録商標による地域ブランド化 (ひこにゃんの名称・姿態・ぬいぐるみ))

理的表示(地名)を部分的に含む。そして、「ひこにゃん」は、「座る」、「跳ねる」、「刀を持つ」という三つの図柄とぬいぐるみ、および「ひこにゃん」の文字が団体商標制度を活用した登録商標でもある(図2参照)。彦根市は、境港市の「ゲゲゲの鬼太郎」の著作物をイメージキャラクターとして使用しているのとは異なって、「ひこにゃん」の名称、「座る・跳ねる・刀を持つ」の姿態およびぬいぐるみの登録商標をイメージキャラクターとして使用している。

「ひこにゃん」の商標は、彦根市で開かれた「井伊直弼と開国150年祭」(2008~2010年)などを盛り上げるため、彦根市が申請に基づき、無償使用を認めてきた。「ひこにゃん」の商標については、商標使用の有料化がなされている<sup>7)</sup>。彦根市によると、対象となる商標は、ひこにゃんが「座る」、「跳ねる」、「刀を持つ」という三つの図柄と「ひこにゃん」の文字になる。さらに、ぬいぐるみにも商標権の使用を認めるように

なっている(それらの商標の反転も含む)。ただし、公共目的や市のPRにつながる旅行会社などの利用は無料とする措置がある。

なお、「ひこにゃん」は、2007年に開かれた「国宝・彦根城築城400年祭」の実行委が公募して生まれたキャラクターで、キャラクター作家「もへろん」さんが創作した「かぶとねこ」である。「かぶとねこ」の著者は、「ひこにゃん」に類似する「ひこねのよいにゃんこ」(図3参照)を絵本として出版している。それは、彦根市が「ひこにゃん」の著作者に「ひこねのよいにゃんこ」の創作活動を認めている。そして、「ひこねのよいにゃんこ」は、登録商標でもある。ところが、「ひこねのよいにゃんこ」のグッズが出回り、著作権と商標権との侵害が絡み合う問題が派生した。それは和解されているが、その問題の関係は「ひこにゃん」の著作者と著作権者および商標権者との関係になる。同一の著作者による異なるキャラクターは、その使用に



(図3：「かぶとねこ」の二次的著作物(ひこねのよいにゃんこ)と一部(ひこにゃん))

当たって注意が必要になる。キャラクターの地域ブランド化の利用においては、著作権が地域振興をはかる地方自治体等にあるとしても、著作者人格権との整合および二次的著作物の著作権等管理の対応が必要になる。

### (3) 深谷市のケース

深谷市の地域ブランド化の経緯からいえば、地域団体商標制度の活用の検討、団体商標制度の活用への変更、団体商標の一部廃止、「ふっかちゃん」の活用と登録商標との併合への経緯がある。深谷市では、すでに団体商標とともに「ふっかちゃん」を併記する。深谷ねぎを地域ブランド化の有効なツールとして、「ふっかちゃん」がイベントに参加するなど、深谷市を全国にアピールしている。



地域ブランド化は農産物等の名称と地理的表示を合体させた地域団体商標が好ましいが、団体商標によって地域ブランド化する手法もとりうる。団体商標は、地理的表示を含む図形商標になる。深谷市は、2002年から商標登録に向けて、深谷ねぎのブランド化を進め始めた。そして、2006年に開始された地域団体商標の取得を試みている。JA ふかやと深谷市役所が深谷ねぎの地域団体商標取得を試みたが、深谷北部の生産市場の意見を考慮して、実現はできなかった。それは、農家によって品種や土壌、考え方が異なるため、深谷ねぎを統一化したねぎにすることができなかったからである。

深谷市では、深谷ねぎの地域団体商標を得る代わりに、団体商標を取得している。その団体商標は、「少し贅沢深谷ねぎ」の印鑑と「深谷ねぎのロゴマークと文

字」の図形商標からなる。深谷市は、「深谷ねぎ」のブランド戦略として、2003年と2007年に商標登録している。2003年の登録商標は、「少し贅沢」である。2006年の登録商標は、ロゴマーク「深谷ねぎ」とロゴマーク「少し贅沢」および文字「少し贅沢深谷ねぎ」からなっている（図4参照）。なお、登録商標の一部「少し贅沢」は、延長していない。

深谷市のイメージキャラクターとして、「ふっかちゃん」がある。「ふっかちゃん」の著作者は、市原麻奈美（主婦）（2010年6月発表）といわれている。この作家は、「ふっかちゃん」以外にも、多数のイメージキャラクターを著作している。「ふっかちゃん」は、深谷市役所企画課が普及した著作物の活用による地域振興のための地域ブランドになる。深谷駅前の開発を行い、駅前広場には、2013年2月に「ふっかちゃん」の時計台が設置され、「ふっかちゃん」の描かれた階段ができている（図5参照）。1時間ごとに「ふっかちゃん」から渋沢栄一のマスコットに変化し、音楽が奏でられてから元の状態に戻る。深谷の農家出身で日本資本主義の父といわれる渋沢栄一の存在は、深谷にとって誇りである。「ふっかちゃん」と渋沢栄一とのコラボは、地域ブランド化の観点から興味深い。そして、「ふっかちゃん」のモニュメントや「ふっかちゃん」のイラストが描かれたバスが運行され、商店街の至る所に「ふっかちゃん」の看板がある。深谷市全体が「ふっかちゃん」で彩られている。

登録標章の活用は、深谷市で実際に行われているわけではないが、次のようなことが想定される。2002年、深谷市は残留農薬を分析し、そのデータを公開している。それは、農産物等の品質の管理に基づく地域

<p>深谷市が取得した商標 図形商標 1</p> 	<p>○出願等の状況</p> <p>出願日 平成 18 年 3 月 29 日</p> <p>登録日 平成 19 年 8 月 17 日</p> <p>登録区分 第 29 類 冷凍ねぎ、ねぎを用いた加工野菜など 第 31 類 ねぎ、ねぎの種子、ねぎの苗など</p>	<p>四つのつの商標がある。</p> <p>文字 ・少し贅沢 ・少し贅沢 深谷ねぎ</p> <p>図形 ・少し贅沢（ハンコのようなもの） ・深谷ねぎ（習字のようなもの）</p> 
--	--	--

(図4：深谷ねぎの登録商標)<sup>8)</sup>

ブランド化になる<sup>9)</sup>。地域ブランドの地理的表示と農産物等の品種に関しては、農林水産省の地理的表示法と種苗法が関与する。品種登録は、商標（標章）と関連する。もし質保証に違いがなければ、商標を付けて地域振興をはかること自体が疑問になる。深谷市の上武生産市場が登録標章の検討対象としている。地理的表示は、国名から市町村名までに及ぶ。そうすると、深谷ねぎは深谷市になるが、さらに地域を限定して「深谷新戒ねぎ」という地域を限定して差別化をはかっていくことが行われている。この流れは、地域ブランド化の登録標章の活用のひとつのモデルといえよう。

#### 4. おわりに

地域ブランド化は、境港市と彦根市に見られるキャラクターの活用がある。そのキャラクターは表示としては同じであっても、前者が著作物になり、後者が登録商標になる。深谷市の地域ブランド化は、境港市と彦根市のキャラクターと登録商標の逆の展開を示すものであり、著作物と登録商標および登録標章が併存する形態が想定できる。

上記から、地域ブランド化は、登録商標・商標（地名（地理的表示）を含む団体商標・地域団体商標の登録）と登録標章（地理的表示の登録）および著作物（地名（地理的表示）を間接的に含むキャラクター）の三

つの組み合わせを総合的に展開することが有効であろう。そのとき、地域ブランドの法制度面では、特許庁の商標制度（団体・地域団体商標）、農林水産省の地理的表示制度、文化庁の著作権制度が相互に関連する。地域振興のための地域ブランド化は、著作物と登録商標と登録標章が関わってくる。

ところで、深谷ねぎの出荷に当たっては、団体商標の付されているものと、深谷市と「ふっかちゃん」を併記した印鑑と一緒にしたシールを出荷箱に貼ることを推奨してきた。その表示は、「ふっかちゃん」シールが貼ってあったり、登録商標に似た図形表示がなされたり、ただ深谷ねぎと表示されたりしている。そうすると、三つの地域ブランド化は、見る者にとって、混乱を生ずることになる。

指定商品または指定役務についての登録商標の使用がその使用の態様によって、著作権等と抵触することがある（商標法 29 条）。登録商標と著作権との抵触は、登録商標の使用に関することよりも、主として、商標自体に著作物が含まれることによる。商標には著作物が関与している。その商標と著作者の関係は、イメージキャラクター「ゆるキャラ」の著作権と商標権とに関する問題に見られる。著作権と商標権との抵触は、著作権については出版権の設定等の契約により調整しうる。しかし、登録商標と登録標章は利用・抵触の規定がない。そうすると、著作物と登録標章も、同



(図5：著作物（ふっかちゃん）の活用による地域ブランド化)

じことがいえる。ここに、地域ブランド化において、著作物と商標と標章の相互の利用・抵触の関係が明確にされ、その法整備が求められる。

(参考文献)

1) 博報堂地ブランドプロジェクト編著, 地ブランド 日本を救う地域ブランド論, p.15(2006)  
2) 農林水産省知的財産戦略本部専門家会議, 農林水産物・食品の地域ブランド確立に向けて(地域ブランドワーキンググループ報告書), pp.13-14(2008)  
3) 児玉恵理, 「近郊野菜から地域ブランドへの変容」, 第10回日本知財学会学術研究発表会(2012)  
4) 松谷真紀, 「地域特産品のブランディングに関する考察—和歌山県下の特産食品ブランディングの現状と課題—」 観光学, 4号, pp.37-44(2010)

5) 松本好史・石津剛彦・伊原友己, 農林水産事業者のための知的財産法入門—植物新品種・地域ブランド・輸入差止め・侵害訴訟(現代産業選書—知的財産実務シリーズ), pp.214-218(2006)経済産業調査会  
6) 児玉恵理, 「地理的表示による地域ブランド化の展開」第12回日本知財学会学術研究発表会(2014)  
7) 「ひこにゃん商標」 <http://www.city.hikone.shiga.jp/category/8-3-0-0-0.html> (2016年2月26日アクセス)  
8) 「深谷ねぎロゴマーク」 <http://www.city.fukaya.saitama.jp/kanko/tokusan/fukayanegi/1391497192531.html> (2016年2月26日アクセス)  
9) 川久保篤志・仁平尊明・宮地忠幸・松尾忠直・深瀬圭司, 「[ラウンドテーブル3] グローバル化に直面する第1次産業と地域(2)」 経済地理学年報, 54巻1号, pp.82-83(2008) (原稿受領 2016. 2. 26)

## パテント誌原稿募集

広報センター 副センター長

会誌編集部担当 本田 淳, 木村 昌人  
記

- 応募資格** 知的財産の実務, 研究に携わっている方(日本弁理士会会員に限りません)  
※論文は未発表のものに限ります。
- 掲載** 原則, 先着順とさせていただきます。また, 編集の都合上, 原則「1テーマにつき1原稿」とし, 分割掲載や連続掲載はお断りしていますので, ご了承ください。
- テーマ** 知的財産に関するもの
- 字数** 5,000字以上厳守~20,000字以内(引用部分, 図表を含む)パソコン入力のこと  
※400字程度の要約文章と目次の作成をお願いいたします。
- 応募予告** メール又はFAXにて応募予告をしてください。  
①論文の題名(仮題で可)  
②発表者の氏名・所属及び住所・資格・連絡先(TEL・FAX・E-mail)を明記のこと
- 論文送付先** 日本弁理士会 第3事業部 広報・支援室「パテント」担当  
TEL:03-3519-2361 FAX:03-3519-2706  
E-mail:patent-bosyuu@jpaa.or.jp  
〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-4-2
- 掲載基準** <http://www.jpaa.or.jp/?p=9390>
- 選考方法** 会誌編集部にて審査いたします。  
審査の結果, 不掲載とさせていただくこともありますので, 予めご承知ください。