



地域ブランド 構築のススメ

Branding Bible



内閣府沖縄総合事務局

「地域ブランドっていうけど何から始めればいいのかわからない」
「知的財産が大事っていわれているけど、具体的に何をすればいいの？」

近年特色ある地域づくりの一環として、地域の特産品の差別化を図るために地域ブランドづくりが盛んになっています。地域ブランドを構築できれば、価格競争に巻き込まれにくい商品やサービスを提供できる可能性が高まるといわれています。その結果、生まれた収益を再投資することで、地域の活性化につながる好循環を生み出すことも可能となります。

内閣府沖縄総合事務局では、知的財産制度を活用し、農林水産品のブランド構築に取り組む人たちの「生の声」と、それを支える専門家のアドバイスを掲載し、ブランド構築に関する課題や制度の内容について理解しやすいように取りまとめました。皆さんのブランド構築の一助になればと考えております。

目次

ブランドって何？商標って何？	04
登場人物	05
事例1「豊見城マンゴー」	06
事例2「沖縄ミーバイ」	10
事例3「照間ビーグ畳表」	14
コラム「沖縄そば」	19
事例4「琉球もろみ酢」	20
ブランド構築チェックリスト	25
制度概要比較表	26
沖縄の地域団体商標一覧	28
支援窓口紹介	29
専門家紹介	30

ブランドって何？ 商標権って何？

ちざいくん、何気なく「ブランド」という言葉を使っていると思いますが、そもそも「ブランド」とは何でしょうか？



みんなが知ってる高級品のことだと思います。他にも自社と他社を区別するためのものと聞いたことがあります。昔は家畜に押す焼印のことだとも聞いたことがあるので、所有者を明確にするもののことですか。



専門家
天羽さん

そういった認識も間違いではありません。ただ「ブランド」という言葉は日常用語として使う場合と、マーケティング用語として使う場合とでは意味合いが異なりますね。日常用語として使う場合には、消費者が持つ商品へのイメージを意味し、マーケティング用語として使う場合は、目に見えない消費者の心に蓄積される心理的な企業の価値ともいいます。

天羽

また、少し難しくなりますが、弁理士や弁護士、裁判官といった法律家たちが法律用語として使う場合、保護対象である商標を表すこともあります。ブランドを巡って争いが起きないように、また争いが起きたときに適切に対処出来るように商標を登録して商標権を取得しておくことが重要です。そのため、商標権がないと、誰かに同じブランドを使用されても何も言えないのです。ブランド構築の第一歩は商標権を取ることから始まる、と言っても過言ではないかもしれませんね。

ところで有吉さん、商標ってなんですか。

商標とは、事業者が、自己の取り扱う商品やサービスを他人のものと区別するために使用する目印（識別標識）のことをいいます。特許庁に登録しなくても他人の権利とぶつからない限り大丈夫です。ただ、今後ビジネスが拡大して自分たちだけで商標を独占的に使用したいのであれば、特許庁に対して商標登録をし、商標権を得る必要があります。



専門家
有吉さん

保険の加入に例えるとわかりやすいかもしれません。予め将来の病気やケガに備えて保険に加入した人と病気になったときに慌てて保険会社に駆け込む人がいるように、予め将来に備えて特許庁へお金を払って商標登録を受けた人と争いが起きてから権利を主張する人の保護を同じにしたら公平ではないですね。

有吉

でも、商標権は、会社名や商品名を独占して使える権利なんですよ。

商標法が守るのは「商標が持つ信頼」であって、その商標自体ではありません。ですから、いくらパソコンの「APPLE(アップル)」が有名でも他人がAPPLE(アップル)という言葉をつかうことを禁止することはできません。誰が販売した商品であるかが分かるように、指定商品に対する目印として「APPLE(アップル)」が使用された時に初めて、その使用を禁止することができるのです。

有吉

指定商品ですか…

商標登録出願するときに、商標の保護を求める対象のことです。例えば「沖縄そば」の商標の場合は、「小麦粉を使用した沖縄県産のそばめん」となっています。商標とは、自分(自社)の商品やサービスを他人の商品やサービスと区別するための識別標識ですから、指定商品が違えば、たとえ同じ商標を他人が使っても文句は言えないのです。商標には、その他に「出所表示機能」「品質保証機能」「宣伝広告機能」といった役割があります。

有吉

ブランド(商標)の4つの役割

① 自他商品識別機能

事業者が、自己の取り扱う商品やサービスを他人のものと区別するための機能のことです。

② 出所表示機能

標章をある者の商品あるいは役務の提供に当たって用いることにより、その商品・役務の出所を表示する機能のことです。

③ 品質保証機能

需要者が同一の商品の付された商品・役務には、同一の品質を期待しており、商標がそのような期待に応えた作用をする機能のことです。

④ 宣伝広告機能

文字通り、宣伝や広告になる機能のことです。

ですから、マーケティングにしろ法律にしろ、ブランドには財産的な価値があるという認識については共通しますが、マーケティングは、ブランドをどう利用すればよりお金が稼げるかを重視し、法律は、どうすれば公共の利益を守れるか、公平な取り扱いになるかということを重視します。



専門家
天羽さん

ブランドや商標権はビジネス上重要だということですね。なんだか、商標とブランドって同じみたいですね。

基本的には同じものと考えてOKです。

それはでは、次のページから実際にブランドづくりに取り組んでいる人達の取り組みについて見てみましょう。

天羽

本誌の登場人物一覧

豊見城マンゴー



相談者
JAおきなわ青果部
金城 佳樹さん

沖縄ミューバイ



相談者
八重山漁業協同組合
与那嶺 幸広さん

照間ビーグ疊表



相談者
うるま市い草生産組合 組合長
照屋 守敬さん

琉球もろみ酢



相談者
うるま市経済部農政課
仲地 こそえさん

琉球もろみ酢事業協同組合



相談者
琉球もろみ酢事業協同組合
石川 悟さん

知財・ブランドの専門家



専門家
弁理士
有吉 修一朗さん



専門家
GIサポートデスク沖縄ブロック
統括アドバイザー/弁理士
大久保 秀人さん



専門家
ブランドコンサルタント
天羽 優太さん



専門家
沖縄県よろず支援拠点コーディネーター
GIサポートデスク沖縄ブロックアドバイザー
山城 あゆみさん

大地

事例①「豊見城マンゴー」地域ブランド構築に向けて

豊見城マンゴー



南国沖縄で最も人気の高いフルーツであるマンゴー。豊見城産のマンゴーは甘みが強く、市場から高く評価されています。

◇ 豊見城マンゴーの現状

JAおきなわでは、地域独自のブランド構築を目指し、石垣牛やシークワサー、マンゴーなどを積極的に県内外へ出荷しています。

贈答用として人気のあるマンゴーは1920年代に台湾から導入された、沖縄を代表するフルーツの1つです。特に豊見城市は県内でも有数の生産量を誇るマンゴーの生産地であり、土壌がマンゴーの栽培に適していることから、糖度の高いマンゴーが生産されています。JAおきなわ豊見城支店では、市場でも評価が高い豊見城産のマンゴーを、沖縄県産とするだけでなく、豊見城産であることをPRしたいと考えています。



沖縄県農業協同組合（JAおきなわ）

<概要>

◆ 設 立 平成14年

◆ 主な取り組み

平成14年4月1日に、県下27のJAがひとつとなり、県単一JAとしてスタート。沖縄県内のほとんどの離島に支店・出張所等があり、組合員の生活と営農を支え地域に密着した農業関連事業を行っています。農業者の取得向上と沖縄農業の生産基盤整備、安全・安心な農畜産物を提供するため生産組織の育成、農業・生活・信用・共済事業における総合的な事業活動等

◆ 職員数 2,931名（平成28年3月現在）

◆ 組合員数 132,912 名（平成27年現在）
正組合員50,315名、准組合員82,597名

大地

事例①「豊見城マンゴー」地域ブランド構築に向けて

課題

「沖縄県産マンゴー」として販売するのではなく、「豊見城マンゴー」として差別化し、独自のブランドとして販売したい。



沖縄県のマンゴーといえば、「美らマンゴー」ですね。第5490270号で商標登録されています。



専門家
有吉 弁護士

さすが弁理士さんですね。県内各地で収穫されたマンゴーは一定品質以上のものは全て「美らマンゴー」として販売されているんです。特に豊見城地域は共選体制が整っており、品質が安定しています。部会もまとまっているので、マンゴーの生産販売についても意識が高く、商標を取得してブランドを構築したいのですが…



※共選…農協などが大量の収穫物を集めて、選果場で共同で選果すること。

それでは、通常の商標制度ではなく地域団体商標制度を活用しましょう。特許庁では平成18年に、地域名+商品名の商標登録を認めることにしました。使用実績があって、消費者に周知されていれば商標登録できますよ。

有吉

【地域団体商標制度】

ブランド名を商標として保護することは重要ですが、地域名（東京）と商品名（りんご）を合わせただけの単純なネーミングでは、通常の商標として商標権を取得することは出来ませんが、一定の条件を満たせば商標登録できるようにした制度が地域団体商標制度です。

豊見城支店では、「沖縄県産」と差別化を図るため、「豊見城産マンゴー」の販売シールを貼っています。また、「豊見城共選マンゴー」の、のぼりを使用しており、差別化を図ろうと考えています。先ほどの使用実績の証拠書類に該当するのですかね。あ、あとゆるキャラも作ってPRしてますよ。

地域団体商標として登録を受けるには、その名称の使用実績を重ねていく必要があります。使用実績とは「豊見城マンゴー」という「商標」が「マンゴー」の商品名として使用されている実績のことで、例えば、県内外の市場において、不特定多数の者に広く流通させていることが把握できる資料として、伝票、販売用シール、宣伝広告の実績などが挙げられます。

有吉

【周知性①】

当該製品に関連する印刷物については、配布開始時期、配布期間、配布数量、配布エリア等がしっかり明記されている書類が必要です。（ウェブサイトやそのアクセス数等も含む）また、販売実績については、注文伝票、納品伝票、出荷伝票、請求書、領収書を用意する必要があります。



金城

なるほど。ところで、組合に加盟していない事業者（商標法31条の2）は、今まで真面目に標章を使ってきたとしても、我々が地域団体商標を登録したらもう商標を使っではいけないのですか？

大丈夫ですよ、先にその標章を使っている人のビジネスを妨げないよう法律で担保されていますから（商標法32条の2）。

有吉



金城

使用実績の証明が大変そうですが、真剣に独自のブランドを構築するためには、商標登録は避けては通れないですね。

そうですね。あと、ゆるキャラと組み合わせて町おこしをする上では、地域団体商標の商標登録は非常に重要です。千葉県船橋市の梨も地域団体商標を受けていますよ。「ふなっしー」みたいに全国的に有名なゆるキャラと合わせれば効果的ですね。確かJA豊見城さんのゆるキャラはあごマンゴー君でしたっけ。

有吉

金城

アゴマゴちゃんです！



アゴマゴちゃん

豊見城市出身 7月15日生まれ
アゴマゴちゃんはどこにでもいるマンゴーの女の子。
ちょっぴりアゴが長いのが悩み。
太陽の下でのびのびと育ったおかげで、スウィートでキュートな女の子に育ちました。

課題解決への近道

豊見城産マンゴーのブランド化に向けて、地域団体商標を取得するため、「豊見城マンゴー」という名称を統一的に使用し、使用実績を蓄積していくことが必要！



専門家
有吉 弁護士

沖縄ミーバイ



ミーバイは昔から沖縄で高級魚として、汁モノや刺身などで食べられ、沖縄料理店でも人気の魚です。

◇ 沖縄ミーバイの現状

「ミーバイ」はハタ類の魚を意味する沖縄方言です。沖縄ミーバイの種苗育成が開始したのはおよそ20年前からですが、それより以前から「ミーバイ」という名称は、沖縄県内で長く使用されてきました。

和・洋・中の様々な料理と相性が良い沖縄ミーバイの美味しさを多くの人に知ってもらうため、沖縄県ミーバイ生産者販売促進協議会では沖縄ミーバイの販売・広報活動を行なっています。

また、同協議会ではBtoBビジネスにおいて、沖縄地域の高級魚として県内外へ出荷を強化し、販路開拓に積極的に取り組んでいます。しかしながら、県内においても「沖縄ミーバイ」としての知名度は低く、業界団体としてブランド化を推進したいと考えています。

沖縄県ミーバイ生産者販売促進協議会

<概要>

◆ 設 立 平成24年

◆ 主な取り組み

産地やグルメ情報発信による消費拡大を図り、沖縄県のミーバイ生産者の所得向上を目指し設立されました。

安全安心で高品質な沖縄ミーバイ（ハタ）の普及と安定供給、販売促進活動などに取り組んでいます。

◆ 会 員

<生産者の所属する漁協>

- ・伊平屋村漁業協同組合
- ・伊江村漁業協同組合
- ・与那城町漁業協同組合
- ・渡嘉敷村漁業協同組合
- ・座間味村漁業協同組合
- ・八重山漁業協同組合
- ・有限会社魚しげ
- ・株式会社かわまん商店
- ・新立鮮魚

事例②「沖縄ミーバイ」の知名度向上と販路拡大を目指す

課題

沖縄県内で養殖されているハタは、沖縄の方言で「ミーバイ」、和名では「ヤイトハタ」と呼ばれています。また、養殖魚と天然魚を明確に区別するため、養殖魚を「沖縄ミーバイ」として名称を統一し、県内外に販路拡大していきたい。



沖縄では、ミーバイと呼ばれるハタ科の高級魚が有名です。私たちはこの高級魚をもっと多くの人に知ってもらいたいと考えています。

「沖縄ミーバイ」の名称を保護する制度として地域団体商標登録制度があります。地域団体商標を取得できる団体は、事業協同組合などの特別法律により設立された組合及びそれに相当する外国の法人、商工会、商工会議所、NPO法人（特定非営利活動法人）、これらに相当する外国の法人となっています。



【地域団体商標の出願主体】

地域団体商標を出願できる団体は、事業協同組合などの特別の法律により設立された組合及びそれに相当する外国の法人、商工会、商工会議所、NPO法人（特定非営利活動法人）、これらに相当する外国の法人が、地域団体商標の出願をすることができます（商標法7条の2）

そのため、「沖縄ミーバイ生産者販売促進協議会」は法人格を有していないので、出願団体としての要件が満たされていません。ですので、地域団体商標を申請するために主体となる法人格を有する団体を決める必要があります。

出願団体ですか。沖縄県漁業協同組合連合会が主体となって出願することは出来ますか。

「沖縄県漁業協同組合連合会」であれば問題ないです。ただ、ブランドとして売り出していくには、「沖縄ミーバイ」としての取扱に関する基準などを設けるべきです。そしてその基準を満たすものだけを「沖縄ミーバイ」の名称で販売するような仕組みを作る必要があります。ところで、協議会内では具体的な取り決めはありますか？



与那嶺

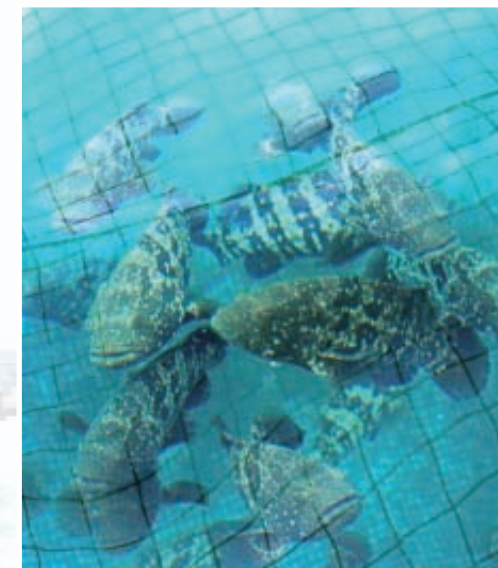
沖縄県内で①養殖されているヤイトハタであること、②陸上、または海上の生簀で育て、重量が1.5から2.0kg程度のものであること、③生簀から取り上げた同日に活魚、またはメタ状態で出荷されるものに限りです。しっかりとこれらの基準を満たしたものが沖縄ミーバイの名称を付して出荷されます。

なるほど、「沖縄ミーバイ」の指定商品としては、「沖縄県内で養殖されたハタ」になりそうですね。指定商品を決めることは、「沖縄ミーバイ」のブランド化をすすめる上で、重要です。

天羽

天羽

天羽



与那嶺

ただ、せっかく「沖縄ミーバイ」の名称を使って、ウェブサイトや販促ツールを製作しても、流通の現場や外部との取引においては「ヤイトハタ」が用いられることが多く、輸出した際も商品名は曖昧なままでした。また天然物についても沖縄ミーバイと呼ばれる場合があります。

ブランド化に向けて、流通や販売に用いる共通のマークを決定し、それを付した共通のタグ制作や「沖縄ミーバイ」の名称を「沖縄県漁業協同組合連合会」が使用していることを、対外的にアピールするために、地方紙などからの取材を受けることも重要なポイントです。また、自治体などが表彰する優良県産品などに選定されていること（周知性）もブランド化への大きなポイントとなります。

天羽

【周知性②】

当該商品について、全国・地方紙などマスメディアへの掲載資料など一定の需要者（隣接都道府県）に知られているという情報も有効です。（沖縄県は隣接県がないので県内周知で足りる）また、自治体などの公的機関が当該商品を表彰する等の優良商品として選定した事実があれば、それについても十分に勘案されます。

与那嶺

なるほど。協議会だけではなく、上部組織の「沖縄県漁業協同組合連合会」として出願できるよう、関係者が一丸となって地域団体商標の登録に向けて意識していこうと思います。

課題解決への近道

「沖縄ミーバイ」の地域団体商標取得に向けて、出願主体を明確にし、まずは県内の認知度を向上させるため広報活動を行うべし！



専門家
天羽さん

照間ビーグ畳表



うるま
てるま
沖縄県産



**ゆいまーる(相互扶助)の精神の元、
地域の農家が一丸となって守り、育てた
ビーグで作られた畳表は、香り、肌触り
が良く、長年愛されています。**

◇ 照間ビーグの現状

照間ビーグ畳表(たたみおもて)とは、うるま市照間地区で栽培された“い草”(沖縄の方言でビーグ)の茎と麻糸で織った“畳の生地”のことをいいます。沖縄県内でのい草の栽培は約180年前から続いており、沖縄全体の約95%が照間地区で生産されています。照間ビーグは9ヶ月から10ヶ月かけて育成し、太く表皮も厚く肌触りが良いのが特徴です。耐久性にも優れ、農薬をほとんど使用せず、刈り入れ後も泥染などの手を加えない天然素材です。うるま市い草生産組合では、住居などに用いる床材である畳表だけでなく、雑貨類や食料品などの用途にも照間ビーグを活用しようと取り組んでいます。



うるま市い草生産組合

<概要>

- ◆ 設 立 平成17年
(市町村合併により各地域の団体が統合設立)
- ◆ 主な取り組み
沖縄県うるま市のい草生産農家で構成され、い草の栽培や畳表の生産、販路拡大に取り組んでいます。
照間ビーグの伝統的農法や環境保全に留意した取り組みが評価され、平成27年度環境保全型農業推進コンクールで農林水産大臣賞を受賞しました。
- ◆ 組合員(生産者) 21名(平成28年9月現在)

大地

事例③「照間ビーグ畳表」の差別化とブランド構築

課題

安価で品質の悪い畳表が県内外に出回っています。
「照間ビーグ畳表」の品質の良さをPRして、
類似品との差別化を図りたい。

相談者
仲地さん

うるま市の照間地区で生産されているビーグやこれを使った畳表の件でご相談があります。知名度はまだ低いのですが、供給が追いつかないくらいに注文が殺到しています。これから生産量を増やしたいと考えていますが、類似品も多く販売されているため、それとの違いをアピールしながら、ブランド力を向上させていきたいと考えています。

相談者
照屋さん

沖縄で販売されている畳表のほとんどは中国産のい草が使われていて、これが「琉球ビーグ畳表」の名称で販売されているんじゃない。わたしの「照間ビーグ畳表」は真正銘の国産しかも沖縄産のい草を使っているから、「琉球ビーグ畳表」とは全くの別物じゃ。ただ、見た目では、い草は沖縄産と中国産の区別がつかないから、お客さんは、わたしの「照間ビーグ畳表」だと思って「琉球ビーグ畳表」を買ってしまうことがあるみたいで困ってるんじゃない。

それは何とかなくてははいけませんね。地域のブランドを守るための制度の1つに平成26年に新設された地理的表示保護制度（以下、GI保護制度）というものがあります。

専門家
大久保弁護士

【地理的表示(Geographical Indications)保護制度】

地域で育まれた伝統と特性を有する農林水産物等について、その品質等の特性が産地と結び付いていて、その結び付きを特定できるような名称（地理的表示）を、知的財産として保護する制度。

畳表は、「くまもと県産い草畳表」（登録第9号）が登録されています。それを例に解説すると、「熊本県」には、古くからこの地で栽培されたい草を原料に、い草の生産者が泥染めして畳表になるまで加工・製織を一貫して行うことで高い品質と評価を獲得するに至った「くまもと県産い草畳表」と呼ばれている畳表がありますが、GI保護制度は、この名称を「地理的表示」として保護することによって、農林水産物等の信用を守り、生産者と消費者の利益を保護することを目的としています。

【参考】地理的表示(GI)登録産品 「くまもと県産い草畳表」（登録第9号）

生産地

熊本県八代市、熊本県八代群氷川町、熊本県宇城市、熊本県球磨郡あさぎり町

登録団体

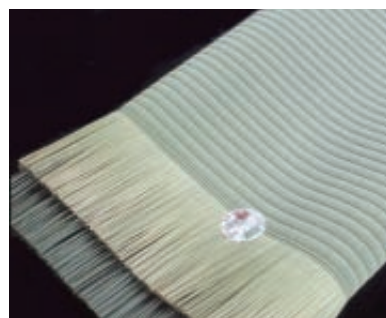
八代地域農業協同組合、熊本宇城農業協同組合、球磨地域農業協同組合

特性

栽培から加工・製織までの行程を一貫して行い、泥染めされたいぐさを使用し、揃いの長さで製織することにより、色合いや品種特性が統一された高品質な畳表。

地域との結び付き

いぐさ栽培の歴史に合わせて栽培から加工・製織までの行程を一貫して行う畳表生産が地場産業として定着し、1970年には日本一の産地に成長。



大久保



仲地

少し聞いたことがありますが、それは地域団体商標制度とあまり変わらないんじゃない？

地域ブランドとしての保護が図られるという点は同じですね。でも、守られ方が違います。

大久保

地域団体商標制度の場合は、「権利」が与えられ、侵害行為に対しては、その権利に基づいて差し止めや損害賠償を請求するのにに対し、GI保護制度の場合は、国に登録され、不正表示に対しては行政が取り締まりを行います。ちなみに、熊本県は、「くまもと畳表」の地域団体商標を登録していますね。

大久保

照屋

不正表示は行政が取り締まるなら、わたしは何もせんでいいんだな。

【参考】地域団体商標登録「くまもと畳表」（登録第5256520号）

権利者 八代地域農業協同組合
指定商品 熊本県産の畳表

くまもと畳表

その通りです。

また、GI保護制度の場合は、登録を受けることができるのは、農林水産物等（食用の農林水産物と一部の非食用の農林水産物、これらを除く飲食物品等）に限られます。農林水産物に限らず登録を受けられる地域団体商標とは違いますね。

大久保

仲地

地域団体商標は、うるま市い草生産組合が法人格を持っていないため登録することができません（商標法7条の2第1項）。地理的表示を付けることができる者はどういった人たちなのでしょう？

生産者の皆さんに加え、商品を販売する人も地理的表示を表示することができますよ。

大久保



（GIマーク）

【GIマークについて】

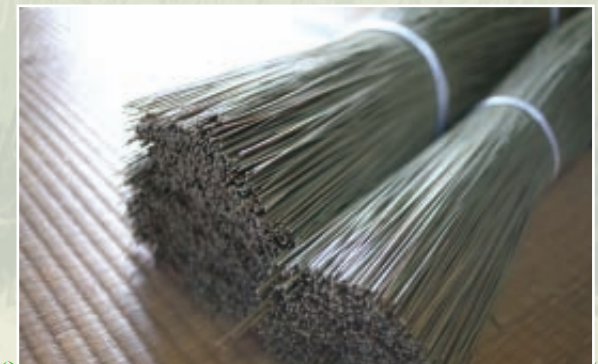
登録を受けた生産者団体の構成員である生産業者と、その生産業者から登録産品を直接又は間接的に譲り受けた者（たとえば生産業者から登録産品を譲り受けた卸売業者や、その卸売業者から譲り受けた小売業者など）が地理的表示を付すことができ、地理的表示を付すときはGIマークを合わせて付すことが義務付けられています。

仲地

地域団体商標の場合は、ある程度使用実績が必要だって聞いたことがありますが、地理的表示の場合はどうなのでしょう？

産品が一定期間（概ね25年）生産等をした実績が必要です（伝統性）。また、地域団体商標の場合には当該地域で生産されていれば足りるのに対し、地理的表示の場合にはその産品が生産地と結び付いた品質等の特性を有していることが必要です。

大久保



事例③「照間ビーグ畳表」の差別化とブランド構築



仲地

照間ビーグ畳表は約150年前から生産されていますが、それを証明すること以外にしなければならないことってありますか。

大久保

その産品が有する特性やその生産方法等の基準を定めなければなりません。また、登録後には、産品がこの基準を満たしているかどうか、団体が品質管理を実施することが義務付けられています。

仲地

照間ビーグ畳表の特性や生産方法ですか…。品質の基準（生産行程管理業務規程）を定める必要があるのですね。ただ、生産者の高齢化も進んで人手が足りないの、品質の基準を管理するなんて難しいですね。

大久保

生産行程管理業務規程の作成方法も含めて、GIサポートデスクのアドバイザーが申請のお手伝いをさせていただきます。まずは組合員の皆さんと一緒に制度を学んでいくことが大切です。

課題解決への近道

安価な外国産のい草を使った畳表との差別化を図るためには、GI保護制度を活用し、地域の産品の名称を地域の共有財産としてしっかりと保護すべし！



専門家
大久保 弁護士



沖縄そば

沖縄県民だけでなく県外からも
沖縄を代表する食べ物として
こよなく愛されている「沖縄そば」。



何気なく私たちが口にしているこの「沖縄そば」も、実は沖縄生麺協同組合(設立昭和50年、組合員数21事業所)が平成18年に地域団体商標を取得しています。

商 標 沖縄そば(商標登録第5005199号)
指定商品 小麦粉を使用した沖縄県産のそばのめん

今では当たり前のように「沖縄そば」と呼ばれ親しまれていますが、本土復帰後そば粉が一切使用されていないことからその呼び方が禁止されたことがありました。

しかしながら取得はゴールなのではなくあくまでスタートなのです。

そのままでは琉球時代王朝からの歴史ある「沖縄そば」という名称が使えなくなってしまうため、呼称存続のため、同組合が運動を展開しました。その甲斐あって、3年後公正取引委員会から正式に承認されたのが10月17日であるため、この日を記念して「沖縄そばの日」が定められました。

同組合でも取得後もそのブランドを維持・発展させていくために沖縄そばの日には沖縄そばの無料配布を行ったり、県内の老人ホームに年越しそばを寄贈したりなど、地道な普及活動をコツコツと取り組んでいます。

そういった危機を乗り越えた経験があったからこそ、呼称の重要性を身を持って知っていますので、同組合では地域団体商標が新設された年にすぐに出願の準備に取り掛かりました。

また昨今の食生活の変化から麺離れが起こってしまうかもしれない危機を感じ、県内小学校から高校において年に数回そば教室を開催し、沖縄そばの魅力を伝え続けています。

地域団体商標の場合、周知性の証明が大きな課題となることが多いですが、県内でのチラシや新聞掲載記事また県外でのイベントで地元紙に掲載された記事を提出することで審査を通過。

地域団体商標でブランドを守り、たゆまぬ努力でそれを育てていくことが「沖縄そば」という大きな財産を磨き輝かせています。沖縄で域団体商標を取得しているのは、まだ14団体(平成29年3月現在)ですが、同組合のようにブランドを守り育てる団体が増えることで、沖縄ブランドがさらに輝くのは間違い無いでしょう。

沖縄生麺協同組合

沖縄生麺協同組合は生麺(沖縄そば・ラーメン・餃子の皮)を製造している複数の会社によって組織されている団体。美味しくて安全な生麺の製造を通して、沖縄の食文化である「沖縄そば」をさらに多くの人に食べていただけるよう、沖縄そば屋の紹介、沖縄そば教室など様々な活動を行っている。

※沖縄そばロゴマーク

地域ブランド認定を機に全国から公募し決定した「沖縄そば」のロゴマーク。沖縄県民の温かい人情や豊かな自然を赤や青などの鮮やかな原色で表現。抽象化した箸と麺、三枚肉で「沖」の文字をデザインしている。



琉球もろみ酢



琉球もろみ酢は、沖縄の泡盛から
生まれた、子供から大人まで
安心して飲める清涼飲料です。

◇ 琉球もろみ酢の現状

琉球もろみ酢は、沖縄の泡盛の蒸留後に得られるもろみを搾ってろ過した天然発酵クエン酸飲料です。泡盛の製造過程によって出たもろみは昔は家畜のえさとして利用されていましたが、40年ほど前から健康飲料として販売されています。琉球もろみ酢事業協同組合では、組合員に対して、販売促進やブランド化支援などのほか、自主的に琉球もろみ酢の表示に関して公正マーク※を付すなど他の商品と差別化を図っています。

※公正マークについて
公正マークとは、消費者庁等が認定した団体（もろみ酢事業協同組合）が自主的に認定基準を設定し、その基準をクリアしたものに対して付されるマークのこと。
因みに琉球もろみ酢の表示をする場合、泡盛のもろみを使用しており、もろみ原液の割合が75%以上のもので、一般消費者向けに販売されるものに限定される。



琉球もろみ酢事業協同組合

<概要>

◆ 設 立 平成25年

◆ 主な取り組み

平成25年に琉球もろみ酢事業協同組合が設立。公正マークの普及促進を行うと共に、組合員が製造するもろみ酢の協同販売や販売促進、地域のブランドの確立に関する事業、製造に関する知識の普及教育及び提供等を行っています。

◆ 会 員

- ・ヘリオス酒造株式会社
- ・久米仙酒造株式会社
- ・崎山酒造廠
- ・瑞泉酒造株式会社
- ・有限会社インターリンク沖縄
- ・瑞穂酒造株式会社
- ・有限会社神村酒造
- ・忠孝酒造株式会社
- ・合名会社新里酒造
- ・まさひろ酒造株式会社
- ・有限会社残波
- ・菊之露酒造株式会社
- ・株式会社久米島の久米仙

食文化

事例④「琉球もろみ酢」のブランド化にむけて

課題

知財制度を活用して「琉球もろみ酢」のブランドを構築したいです。地域団体商標制度やGI保護制度の趣旨は理解しているのですが、どちらの制度が有効なのでしょう。



相談者
石川さん

琉球もろみ酢のような加工食品で、何か参考になる事例はありますか？

鹿児島の壺作り黒酢がありますね。



専門家
山城さん

「鹿児島の壺作り黒酢」(登録第7号)はGI登録されています。GIマークが貼られていれば、それは、品質基準を満たした商品であることの証です。GI保護制度は消費者にとっては信頼できますね。

山城

やはりGI登録をしたほうがよいのでしょうか。地域団体商標との違いを教えてください。

各制度の概要は理解していますよね。(豊見城マンガー 8 ページ、照間ビーグ量表16ページ参照)

山城

はい、ただ各制度の効力や費用面などがよくわかりません。

例えば、加工品であるもろみ酢をGI申請する場合、原材料である「もろみ粕」を使っていれば、沖縄県以外の場所で加工されたものについても「琉球もろみ酢」として保護されるのですか？

GI登録を受けると、登録を受けた団体の構成員しか、商品にGIマークを付すことができません。そのため、それ以外の者は、たとえGI登録の以前から「琉球もろみ酢」の名称を使用してももろみ酢の生産販売していたとしても、登録を受けた団体の構成員でなければ、「琉球もろみ酢」の名称の使用は継続できても、GIマークを付すことはできません。

山城

【参考】地理的表示(GI)登録産品 「鹿児島の壺造り黒酢」(登録第 7号)

生産地 鹿児島県霧島市福山町及び隼人町
登録団体 鹿児島県天然つばづくり米酢協議会
特性

屋外に並べた壺を使って仕込み発酵するという独特な製法による米黒酢。発酵に6か月以上の長期熟成から生まれる特有の香りとまろやかな酸味。

地域との結び付き

1800年代初期には生産が開始された伝統的製法による黒酢の発祥の地。一年を通じて温暖で寒暖の差が小さく、また、薩摩焼の壺が身近に得られる土地柄は黒酢造りに最適である。



そこで、公正競争規約上「琉球もろみ酢」と表示できる「もろみ酢」を製造している事業者には、GI登録後は、もろみ酢組合の組合員でない限り、GIマークを付すことはできなくなることを説明しておいたほうがいいかもしれません。

山城

石川

地域団体商標は、組合が権利を取得すれば、そのような調整なしに独占的にその名称を使用できますよね。

そんなことはありません。地域団体商標を出願する場合でも古くから「琉球もろみ酢」の名称を使用している者(先使用者)との調整は必要です。ただ、地域団体商標の場合、「先使用者」は、GI保護制度のようにGIマークを表示できなくなることはなく、登録を受けた団体の構成員と同じように登録を受けた商標を使用できますから、それほど構成員と非構成員との間で格差は生じませんし、構成員間でも同じです。

山城

それに対し、GI保護制度は、先使用者はもちろん、登録を受けた団体の構成員であっても品質基準を満たさない商品にはGIマークを付すことができません。それだけ、GIマークは、品質を保証する役割が強いということです。

石川

GIマークは、品質基準を満たした商品であることの証なので消費者から信頼を得ることができるということですね。

それと、地域団体商標制度は、「地域名」+「商品名」の文字からなることが必要とされていますが、GI保護制度は、地域を特定できれば、地域名を含まなくても構いません。

山城

石川

例えば、「美らもろみ酢」はいかがですか。

その名称から、どの地域で生産された「もろみ酢」であるかが分かれば大丈夫ですが、「美らもろみ酢」と言われても、どの地域の商品か分からないので難しいと思います。

山城

石川

どちらの制度もそれぞれ良いところがあるから、要件さえ満たせば、地域団体商標と地理的表示の両方の登録を受けた方が良いということですかね。

そのとおりです。ただ、地域団体商標とGI登録は、両立しないこともあるので注意が必要です。例えば、同じ名称について、地域団体商標とGI登録を受けた場合、GIの品質基準を満たした商品への正当な地理的表示の使用には、地域団体商標の商標権の効力が及びません。これは、商品の名称が地理的表示としてGI登録されると、地域の共有財産となるため、独占使用ができなくなるからです。

山城



食文化

事例 4 「琉球もろみ酢」のブランド化にむけて

石川

そうですか。GIは共有財産だから、商標権のような独占排他権じゃないと…。

山城

それにGIの場合は、生産行程管理業務が義務付けられますからその意味では申請団体の業務負担が増えますよ。

【生産行程管理業務規程】

生産行程管理業務の方法を記載したものであり、登録申請時の必須書類の一つです。

生産行程管理業務には、

○構成員が明細書に記載された生産方法や品質を守っているかの確認および指導

○構成員の地理的表示および登録標章の使用の確認および指導

が含まれます。

また、生産行程管理業務の実績報告書を年1回以上、農林水産大臣に提出しなければなりません。
(生産行程管理業務は一般的には生産者団体が行いますが、委託することも可能です。)

石川

金銭的な負担はどうなんでしょうか？地域団体商標の場合には商標の出願料の支払いやら更新登録でお金がかかるとは思いますか…。

山城

地理的表示の場合は、登録を受けるときに9万円の登録免許税がかかるだけで、あとは一度登録されれば、団体を追加する場合を除き、費用はかかりません。ただし、代理人として専門家に申請を依頼すると、申請書類の作成などで代理人手数料が必要になるでしょう。

石川

では、「琉球もろみ酢」はどちらの制度を使うべきですか。

山城

沖縄独自のもろみ酢ですから、しっかり品質を担保するためにはGIの申請をすることをお勧めします。もろみ酢はGIの保護対象ですし、40年以上継続して生産が行われていますね。
地域団体商標制度や地理的表示保護制度などを活用する時には、専門の相談窓口を活用するといいですね。

課題解決への近道

名称をブランドとして保護したい場合は「**地域団体商標**」の取得を勧めます。沖縄地域全体の共有財産として保護したい場合は「**地理的表示保護制度**」を利用しましょう。



専門家
山城 さん

ブランド構築に向けて 知的財産を活用するなら…



今回ご紹介した知的財産制度を活用する前に、意識していただきたいポイントをチェックリストとしてまとめてみました。
皆様の商品やサービスのブランドづくりに役立ててみてください。

- ☐ 組合や生産者の間で構築ブランドの名称について同意が取れているか
- ☐ 関連する事業者(アウトサイダー)の情報収集は行なっているか
- ☐ 商品やサービスの地域的特性を明確に把握しているか
- ☐ ブランドを連想できるシンボルやロゴマークは、地域や商品などのイメージと合致しているか

地域団体商標

- ☐ 商品やサービスは決まっているか
- ☐ 名称は「地域名＋商品名(サービス)」になっているか
- ☐ 申請主体は決まっているか
(事業協同組合などの特定の組合、商工会、商工会議所、NPOに限る)
- ☐ 地域で商品が生産、製造などされているか
- ☐ 一定の消費者(需要者)に認識されているか
[周知性]

地理的表示(GI)保護制度

- ☐ 商品は決まっているか
(農林水産物、飲食料品に限る ※酒類は除く)
- ☐ 地域を特定できる名称になっているか
(地域が特定できれば地域名を含まなくても良い)
- ☐ 申請主体は決まっているか
(生産・加工業者の団体 ※法人格を有しない地域のブランド協議会なども可能)
- ☐ 品質などの特性が地域と結びついているか
- ☐ 産地と結びついた品質基準を定め、管理しているか
- ☐ 一定期間(概ね25年)継続して生産されているか [伝統性]

地理的表示制度 (GI) と 地域団体商標の違い

「地理的表示保護制度 (GI)」と「地域団体商標制度」の違いをわかりやすくまとめてみました。
ご自身の団体の実情に沿った制度を選択しましょう！



一番大きな違いは、目的です！

® 地域団体商標制度



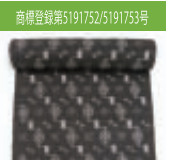
地理的表示保護制度

独占排他権＝権利 商標権者が名称を独占して使用		【主な特徴】 ①登録すると独占排他権が得られる ②模倣品は自らが取り締まる（訴訟費用の負担あり） ③効力は日本国内に限定 ④他地域との差別化、模倣品被害の軽減、ブランド価値の向上等の効果がある	
対象	全ての商品・サービス（温泉、商店街）		
申請主体	法人格を有する事業協同組合等の特定の組合（並びにそれらに相当する外国の法人）、商工会、商工会議所、NPO法人（並びにそれらに相当する外国の法人）		
名称における地名の有無	地名を冠する必要あり		
産地との関係	商品が生産、製造などされていること		
ブランド化の程度	周知性を満たす必要あり（概ね5～10年） 印刷物等については、配布開始時期、配布期間、配布数量、配布エリア等のエビデンスを用意する必要あり ※ウェブサイトも有効（UP時期、機関、アクセス数等） 販売実績については、注文伝票、納品伝票、出荷伝票、請求書、領収書等のエビデンスを用意する必要あり 一定の需要者（隣接都道府県）に知られているというエビデンスを用意する必要あり ※沖縄県は隣接県がないので県内周知で足りる 公的機関が当該商品を表彰する等の優良商品として選定した事実は周知生の評価に参酌される		
品質管理	不要		
登録事例	全国で600件（H29年3月現在） 【沖縄事例】石垣の塩、沖縄そば、琉球泡盛、琉球びんがた、首里織、本場久米島紬、沖縄黒糖、八重山かまぼこ、石垣牛、壺屋焼、宮古上布、琉球かすり、琉球絣、沖縄赤瓦、読谷山花織		
保護期間	登録から10年間（10年毎に更新手続きが必要）		
費用	出願料：3,400円＋（8,600円×区分数） 登録料：28,200円×区分数（10年） 更新料：38,800円×区分数（10年）		
制度併用の留意点	地理的表示制度の登録を受けた場合、登録を受けた地理的表示は地域共有の財産となるため、併せて地域団体商標但し、登録された生産者団体の構成員以外の者が生産した産品や、構成員であっても登録された品質基準を満た		
申請先 / 問合せ	【申請先】特許庁 【問合せ】内閣府 沖縄総合事務局 経済産業部 地域経済課 知的財産室 TEL：098-866-1730 / FAX：098-860-1375		

地域共有の財産＝財産		【主な特徴】 ①登録すると国のお墨付きが得られる ②不正表示は国が取り締まる（訴訟費用の負担なし） ③他地域との差別化、模倣品被害の軽減、ブランド価値向上等の他、 <u>品質保証の効果がある</u>
品質基準を満たす農林水産物等		
高付加価値の農林水産物・食品等が差別化されて市場に流通することを通じて、生産者と需要者の両方の利益を保護することを目的とした制度。		
対象	農林水産物、飲食料品等（酒類、医薬品、化粧品等を除く） ※酒類は酒類業組合法等に関する法律等で保護	
申請主体	生産・加工業者の団体（法人格不要）	
名称における地名の有無	地域を特定できれば地名を冠する必要なし ※旧地名等	
産地との関係	品質等の特性が当該地域と結び付いている必要がある 同種の製品と比べて、当該製品が差別化されているという特性を持つ必要あり 製品の特性（品質、社会的評価等）が生産地と結び付いている必要あり	
ブランド化の程度	伝統性が必要（概ね25年） 一定期間生産している必要がある（中断している期間があっても可）	
品質管理	産地と結び付いた品質の特性が必要。 生産・加工業者が品質基準を守るよう団体が管理状況について国の定期的なチェックを受ける。 ○何を管理するのかを定める ・特性に影響を及ぼす要因項目の洗い出し（関連性） ・項目の実行手段（実効性） ・項目が無くても品質基準が達成できるか（代替性） ○具体的な管理基準をつくる ○確認ルールをつくる（いつ、誰が、どのように、記録も含め）	
登録事例	全国で 28件（H29年3月3日現在） あおりカシス、但馬牛、神戸ビーフ、夕張メロン、八女伝統本玉露、江戸崎かぼちゃ、鹿児島壺造り黒酢、くまもと県産い草、くまもと県産い草畳表、伊予生糸、鳥取砂丘らっきょう、三輪素麺、市田柿、吉川ナス	
保護期間	取り消されない限り存続（更新不要）	
費用	登録料：90,000円（登録免許税）	
者は登録された品質基準を満たした製品に対しては、差止請求等の権利行使が出来なくなる。 引き続き権利行使ができる。		
申請先 / 問合せ	【申請先】農林水産省 【問合せ】内閣府 沖縄総合事務局 農林水産部 食料産業課 TEL：098-866-1673 / FAX：098-860-1179	

沖縄の地域団体商標の登録情報

沖縄県内ですでに地域団体商標を取得している団体を見てみましょう！

商標	いしがきのしお	商標登録第5005199号	商標	おきなわそば	商標登録第5008493号
権利者	石垣の塩		権利者	沖縄そば	
指定商品又は指定役務	八重山観光振興協同組合 沖縄県石垣市		指定商品又は指定役務	沖縄生麺協同組合 沖縄県那覇市	
指定商品又は指定役務	石垣島周辺の海水から採取した自然海食塩		指定商品又は指定役務	小麦粉を使用した沖縄県産のそばのめん	
商標	りゅうきゅうあわもり	商標登録第5009176号	商標	りゅうきゅうびんがた	商標登録第5010729号
権利者	琉球泡盛		権利者	琉球びんがた	
指定商品又は指定役務	沖縄県酒造組合連合会 沖縄県那覇市		指定商品又は指定役務	琉球びんがた事業協同組合 沖縄県那覇市	
指定商品又は指定役務	沖縄県産の泡盛		指定商品又は指定役務	沖縄地域に由来する製法により沖縄で生産されたびんがた染めの織物（畳べり地を除く）	
商標	しゅりおり	商標登録第5011881号	商標	ほんばくめじまつむぎ	商標登録第5029865号
権利者	首里織		権利者	本場久米島紬	
指定商品又は指定役務	那覇伝統織物事業協同組合 沖縄県那覇市		指定商品又は指定役務	久米島紬事業協同組合 沖縄県島尻郡久米島町	
指定商品又は指定役務	首里・那覇地域に由来する製法により那覇市・南風原町・西原町・浦添市で生産された織物（畳べり地を除く）		指定商品又は指定役務	沖縄県の久米島地域に由来する製法により久米島で生産された紬織物	
商標	おきなわこくとう	商標登録第5053363号	商標	やえやまかまぼこ	商標登録第5112416号
権利者	沖縄黒糖		権利者	八重山かまぼこ	
指定商品又は指定役務	沖縄県黒砂糖協同組合 沖縄県那覇市		指定商品又は指定役務	八重山観光振興協同組合 沖縄県石垣市	
指定商品又は指定役務	沖縄県産の黒砂糖		指定商品又は指定役務	白身魚（ブダイ類）を主要な原材料として石垣島で加工されたかまぼこ	
商標	いしがきぎゅう	商標登録第5127806号	商標	つばややき	商標登録第5141350号
権利者	石垣牛		権利者	壺屋焼	
指定商品又は指定役務	沖縄県農業協同組合 沖縄県石垣市		指定商品又は指定役務	壺屋陶器事業協同組合 沖縄県那覇市	
指定商品又は指定役務	沖縄県石垣島で生産肥育された牛肉		指定商品又は指定役務	沖縄県の壺屋地域に由来する製法により沖縄本島内で生産された陶器製の食器・花瓶・香炉及び置物	
商標	みやこじょうふ	商標登録第5146291号	商標	りゅうきゅうかすり	商標登録第5191752/5191753号
権利者	宮古上布		権利者	琉球かすり / 琉球絰	
指定商品又は指定役務	宮古織物事業協同組合 宮古島市		指定商品又は指定役務	琉球絰事業協同組合 沖縄県島尻郡南風原町	
指定商品又は指定役務	沖縄県宮古島市・宮古郡多良間村で生産される麻織物		指定商品又は指定役務	沖縄県に由来する製法により沖縄県島尻郡南風原町で生産された絰織物	
商標	おきなわあかがわら	商標登録第5205201号	商標	ゆんたんざはなうい	商標登録第5005199号
権利者	沖縄赤瓦		権利者	読谷山花織	
指定商品又は指定役務	沖縄県赤瓦事業協同組合 沖縄県島尻郡与那原町		指定商品又は指定役務	読谷山花織事業協同組合 沖縄県中頭郡読谷村	
指定商品又は指定役務	沖縄県産の赤瓦		指定商品又は指定役務	沖縄県の読谷地域に由来する製法により読谷村で生産された織物（畳べり地を除く）	

出典：特許庁 地域団体商標事例集 2017 より抜粋

各相談窓口のご紹介

知財総合支援窓口

皆さんいかがでしたか？これからは知財を学んでブランドの構築に励んでくださいね、といっても一人じゃ解決できないことも多いですね。そんなときは、知財総合支援窓口を活用してください。知的財産全般について、無料で誰でも気軽に相談することができますよ。弁理士の派遣も行っています。



専門家
有古 弁理士

お問い合わせ先

098-995-8778

FAX **098-921-2672**

MAIL info@okinawa-jiii.jp

WEB <http://www.chizai-oki.jp/>

受付時間 平日 9:30～17:00（土・日・祝日除く） ※宮古、八重山は平日 10:30～17:00



うるま窓口

毎週/月～金曜日

一般財団法人沖縄県発明協会
〒904-2234 沖縄県うるま市字州崎12-2

外部窓口（宮古）

奇数月/第4金曜日

沖縄県宮古合同庁舎等
〒906-0012 沖縄県宮古市平良西里1125

外部窓口（那覇）

毎月/火～金曜日

沖縄産業支援センター
〒901-0152 沖縄県那覇市小禄1831番地1

外部窓口（八重山）

偶数月/第4金曜日

沖縄県八重山合同庁舎等
〒907-0002 沖縄県石垣市真栄里438-1

外部窓口（名護）

毎月/第4火曜日

名護市産業支援センター
〒905-0017 沖縄県名護市大目1丁目9番24号

※日程が変更される場合がございます。詳しい日時に関してはお問い合わせください。

GIサポートデスク

また、GI保護制度に関するご相談はGIサポートデスクにお問い合わせください。



専門家
大久保 弁理士

お問い合わせ先

0120-954-206 (無料)

WEB <http://www.fmric.or.jp/gidesk/> ※WEBからのお問合せはこちらから

受付時間 平日 10:00～17:00（平日12:00～13:00、土・日・祝日、夏期、年末年始の休業期間を除く）



住所 〒114-0024 東京都北区西ヶ原3-1-12 （一般社団法人 食品需給研究センター内）

沖縄県よろず支援拠点

私も紹介させていただきます、よろず支援拠点は経営者の皆様の販路開拓やブランド化にむけた多様な支援を行っています。知的財産に関しても受け付けていますのでお困りの際は遠慮なく来てくださいね！



専門家
山城 さん

お問い合わせ先

098-851-8460

MAIL yorozu@okinawa-ric.or.jp

WEB <http://www.yorozu.okinawa>

受付時間 平日 9:00～19:00 / 土 9:00～17:00



住所 〒901-0152 沖縄県那覇市字小禄1831番地1 沖縄産業支援センター 414号室

サテライト相談会 名護市・沖縄市・宮古島市・石垣市

専門家紹介



九州国際特許事務所 代表弁理士
有吉 修一郎
ありよし しゅういちろう

九州大学工学部卒業後、1999年より弁理士として活躍。
現在、特許事務所の代表弁理士として九州を中心に活躍中。沖縄の知財総合支援窓口でも多数の企業支援の実績がある。



えるだ法律特許事務所 弁理士
GIサポートデスク沖縄ブロック
統括アドバイザー
大久保 秀人
おおくぼ ひでと

2007年弁理士登録後、知的財産に関するセミナーや相談会での多数の講師、相談員としての実績を持ち県内の大学や専門学校においても知財法の講義を担当。



JAZY GROUP会長兼コンサルタント
天羽 優太
あもう ゆうた

JAZY GROUP(特許業務法人JAZY国際特許事務所、JAZYブランディング株式会社、一般社団法人ニッポニア・ニッポン)の創業者兼会長として、グループを率いる傍ら、複数のベンチャー起業の役員を兼務。また、コンサルタントとして、上場企業やベンチャー企業を中心としたクライアントに対し、知財戦略やブランド戦略を指南している。



沖縄県よろず支援拠点コーディネーター
GIサポートデスク沖縄ブロック
アドバイザー
山城あゆみ
やましろ あゆみ

国内大手製造業、外資系コンサルティングファーム、沖縄県産業振興公社等を経て現職。地域資源活用を軸とした商品開発、マーケティングが専門(農水産物加工食品・化粧品・工芸品)。

本書に掲載されている事例は、農林水産品のブランド構築に取り組むためのごく一部です。自分たちの商品や組合など団体の性質についてしっかりと把握し、適した知的財産制度を選択し活用することが必要です。

本書を通じて知的財産の活用について、少しでも理解をしていただくことができたなら幸いです。

<監修・協力>

「知財の知識」©2015-2017

この冊子是一部「知財の知識」<http://iphappy.com> 運営者の
許諾を受けて、サイトの内容を改変利用しています。

本誌でご紹介した知的財産制度以外についても、役立つ情報が
たくさん掲載されていますので、参考にしてみてください！



内閣府沖縄総合事務局