

日本遺産認定とブランド保護（善光寺の例）

長野県知財総合支援窓口 久保 順一

1. はじめに

文化庁は、5月24日に有形・無形の文化財をまとめて地域の魅力を発信する「日本遺産」（文化庁認定）に、「星降る中部高地の縄文世界・・・数千年を遡る黒曜石鉾山と縄文人に出会う旅」（以下「縄文世界～」と記載、対象地域：茅野市、富士見町、原村、諏訪市、岡谷市、下諏訪町、長和町、川上村、山梨県6市）を認定しました。長野県では、木曽谷の山林文化をアピールした「木曽路はすべて山の中～山を守り山に生きる～」（以下「木曽路～」と記載、対象地域：南木曽町、大桑村、上松町、木曽町、木祖村、王滝村、塩尻市）の登録（平成28年5月）に続き、2件目の登録であります。

※「日本遺産」は、地域に根差した文化財の魅力を高め、観光資源に活用してもらうため、文化庁が2015年（平成27年）に認定を始め、現在67件が登録されています。

そこで、この長野県の日本遺産に関する商標登録状況を調べましたので、その結果をお知らせします。

併せて、ブランド保護に力を入れている善光寺の例を紹介します。

2. 「縄文世界～」について

（対象地域：茅野市、富士見町、原村、諏訪市、岡谷市、下諏訪町、長和町、川上村、山梨県6市）

（1）商標登録状況

「縄文世界～」のキーワードは、長野県特産とされる黒曜石（黒耀石）と判断されるため、「黒曜」、「黒耀」、「黒燿」で検索を行いました。

表1. 「黒曜」等を含む商標出願

検索式	件数		出願人が長野県内
	出願中を含む		
?黒曜? ?黒耀? ?黒燿?	出願中を含む	19件	5件 (全体の26%)
	登録済み	12件	4件 (全体の33%)
出願人（権利者）の住所	下諏訪町（自治体）2、長和町（民間業者）2、 上田市（民間業者）1、 東京都7、山梨県1、宮城県2、大阪市1、 愛知県1、静岡県1、広島県2 = 全数民間業者		

上記のうち、下諏訪町は自治体で権利を保有しており（2件）、第30類 飲食物、第32類 天然水の権利を保有しています。また、長野県内の他の3件

は、第29類チョウザメ及びチョウザメを使用した料理、第33類酒類、第30類 米を指定商品としています。

(2) 上記より、自治体として2件保有していることで、話し合いの余地が大きく、産業振興に自由に使用できる可能性を有していることがわかります。実際に、関係自治体間で話し合いが行われたとの情報を得ています。

しかしながら、長野県内の出願人が保有する商標件数及び全体に対する割合は3割程度と低く、地域の特性として永続的にアピールできるか疑問が持たれます。

3. 「木曽路～」について

(対象地域：南木曽町、大桑村、上松町、木曽町、木祖村、王滝村、塩尻市)

(1) キーワードを、「木曽路」とし、検索を行いました。なお、「星降る」も考えられますが、地域特性があるとは思われないため、採用しませんでした。

表2. 「木曽路」を含む商標出願

検索式	件数		出願人が長野県内
?木曽路?	出願中を含む	20件	8件 (40%)
	登録	19件	7件 (37%)
出願人の住所	木曽町2 (民間業者と広域連合 (特別地方公共団体))、木祖村2 (民間業者)、東京都7、山梨県1、宮城県2、大阪市1、愛知県1、静岡県1、広島県2		

(2) 「木曽路～」では、自治体 (広域連合) で1件商標登録を保有しているものの、健康・医療に関するものであり、地域観光や産業への貢献は未知であります。また、長野県内出願人比率が高いとは言えません (約4割)。このため、日本遺産に認定され、また、知名度が高いにも拘わらず、将来に亘って地域性を維持しアピールできるかはやはり危惧されます。

4. 善光寺のブランド管理

(1) 善光寺は、商標「善光寺」を使用する場合には、使用許諾を必要とし、1商品毎に年間使用料の支払いを求めています。さらに、善光寺事務局から商標の使用許諾を得られた者は、「ブランド善光寺合同会社」に社員として出資・入社が義務付けられます。この会社は、商標を適正・適法に使用すること、商品の品質等消費者に迷惑がかからないようにすることはもちろんのこと、本来的には「善光寺」の威厳性及び崇高性が損なわれないようにすることを趣旨として運営される会社です。

これによって、善光寺のブランドが維持されていると同時に、善光寺は、多

くの件数と幅広い指定商品（指定役務）の商標登録を取得しています。

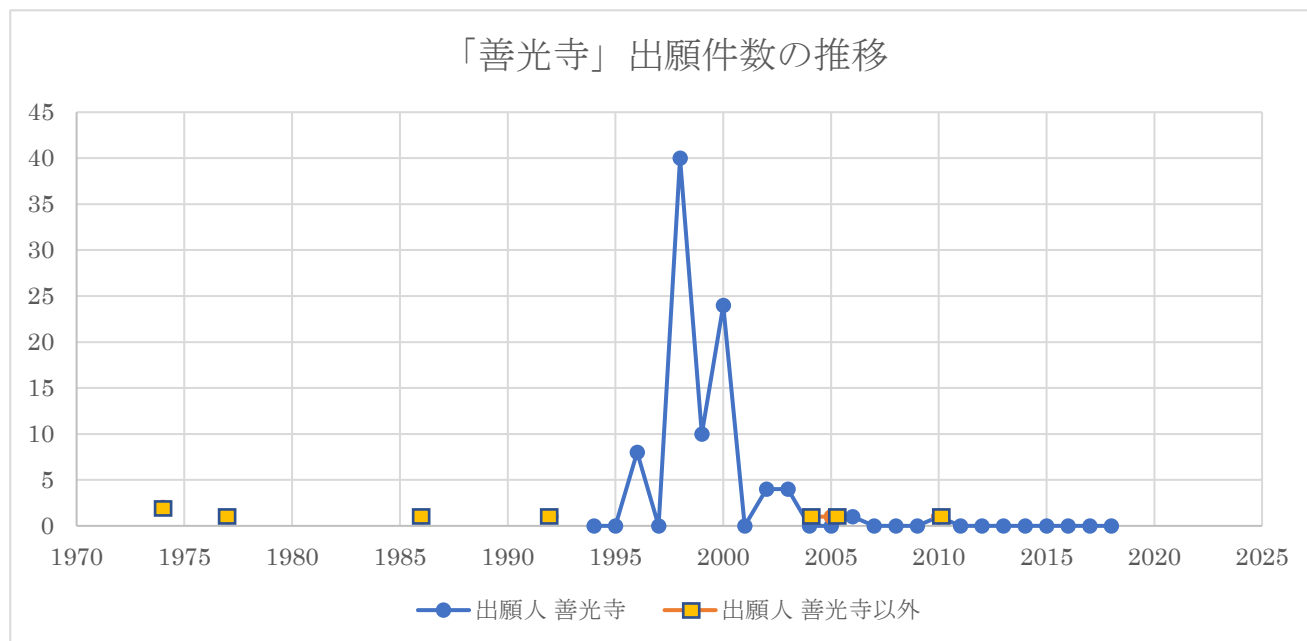
（２）善光寺の商標登録の状況

出願年と件数を以下に示します。

表 3. 「善光寺」の文字を含む善光寺の出願件数

出願年	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
件数	0	8	0	40	10	24	0	4	4	0	0	1

これをグラフ化すると以下になります。



前記で明らかなように、1996年から数年間にわたって集中的に商標出願が行われています。これは、長野オリンピック前の1996年に「善光寺」ブランドに関する善光寺の非管理下による使用、即ち「善光寺物語」の第三者使用が発生したことによると思われます。さらに、記録を確認すると、「善光寺物語」の商標登録を善光寺側は譲り受けています。このような事例により、善光寺では「善光寺ブランド」の管理の重要性を認識し、商標登録と管理を緻密かつ厳格に行うようになったものと解されます。

5. まとめ

善光寺の事案にもあるように、ブランドと商標登録は一体的に対応する必要があります。自治体や公的な団体、あるいは上位となる組織が商標を登録し、それによって地元のブランド又は関連団体・機関のブランドを守り、かつ経済の発展や地域振興に寄与するよう活動することを期待します。

以上

（原稿作成 2018年6月）