

知財から見た長野県の観光（諏訪大社、雷電）

長野県知財総合支援窓口 久保 順一

1. はじめに

本年は7年に一度（6年周期）の諏訪大社御柱祭が開催されます。さらに、大相撲では長野県出身の御嶽海が優勝して大関に昇進するとともに、江戸時代に活躍した長野県出身力士の雷電が話題になっており、長野県の重要な観光資源のブランドの一つになっています。

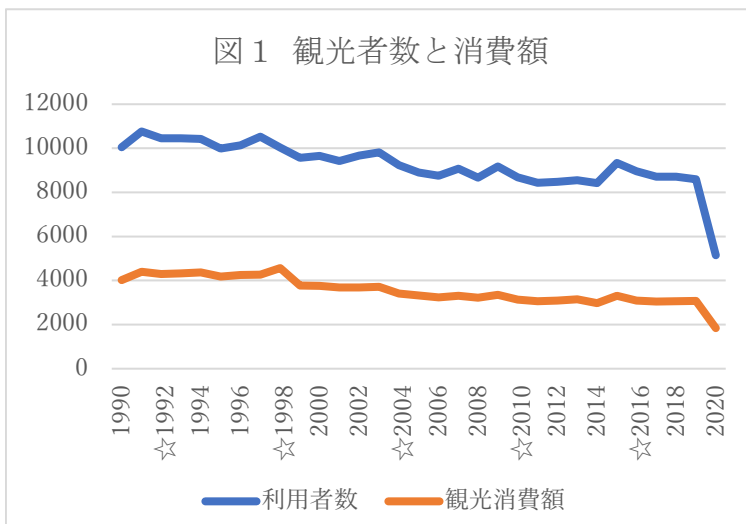
そこで本稿では、諏訪大社と雷電ブランドについて、知財面から調査と分析を行いましたのでお知らせします。



2. 長野県の観光客数と消費額（図1、2参照）

長野県の観光客数（図1上方の線、単位：万人）は、1991年（平成3年）まで増え続け、その後減少が続いています。さらに、観光消費額（図1下方の線、単位：億円）も同様の傾向を示しています（長野県観光部）。但し、1998年は両者ともに増加しておりますが、長野オリンピック開催の効果と思われる。また、善光寺御開帳は、1991年、1997年、2003年、2009年、2016年、諏訪大社御柱祭は各翌年に行われていますが、それぞれの年の観光者数・観光消費額共に一時的ではありますが増加していることが確認されます。このことは、善光寺御開帳や諏訪大社御柱祭は、観光誘致に重要なブランドであることを示していると解されます。併せて、図2に観光利用者数が多い観光地を列举します。

図2 観光利用者数上位（2020（R2）年）



順位	観光地名	市町村名
1	軽井沢高原	軽井沢町
2	善光寺	長野市
3	上諏訪温泉・諏訪湖	諏訪市
4	志賀高原・北志賀高原	山ノ内町
5	白馬山麓	白馬村
6	霧ヶ峰高原	諏訪市
7	東白樺湖・白樺湖	立科町・茅野市
8	安曇野穂高温泉郷	安曇野市
9	戸隠高原	長野市
10	蓼科	茅野市

3. 諏訪大社と商標登録

(1) 保有登録商標数（図3参照）

建造物が国宝とされる神社は全国に36社（諸説あり）存在し、それぞれについて現

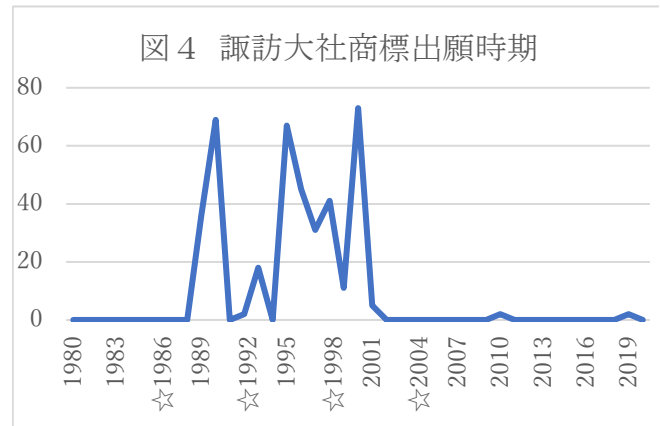
在保有する登録数を確認しました。

その結果、国宝の中で最も多く保有する神社は北野天満宮（京都府）で14件、2位が大崎八幡宮（宮城県）で7件でした。

対して諏訪大社は、281件です。念のため国宝に限らず全国の神社について幅広く検索しましたが、やはり諏訪大社が圧倒的に多いことが確認されました。

図3 神社の保有登録商標数

順位	神社名	件数
1	北野天満宮（京都）	14件
2	大崎八幡宮（宮城）	7
3	春日大社（奈良）	3
4	久能山東照宮（静岡）	2
—	出雲大社（島根）	0
—	仁科神明宮（長野）	0
—	諏訪大社	281



(2) 出願時期（図4参照）

登録された商標の出願時期を確認しました。出願件数が極端に多かった年は、1989・1990年、1995・1996年、2000年です。一方、諏訪大社御柱祭は、1986年、1992年、1998年、2004年であり、いずれも重複していない、即ち、御柱祭の中間年に多くの商標出願がされたことが確認されました。しかし、現在筆者は、なぜこのような出願が行われたかの理由や目的は把握できていません。

(3) 商標管理

外部の使用に対しては、神社内の規定に則って申請に基づく許可制が行われています。このような許可制は定期的な新聞公告等によっても周知されています。そして、使用許可の判断基準は、神社の尊厳を守ることが重要な要件であります。これにより、淫らな使用や、下半身に使用する場合、汚れることが前提の品物等には許可をしていません。また、模様として多数並列使用する場合も許可をしていません。

加えて、写真や映像等の使用についても申請書を提出していただき、同様の審査による許可を必要としています。

これらは、神社の尊厳を守ることが目的であるとともに、諏訪大社を崇める氏子の意思を尊重することも重要視されていると解されます。

4. 雷電と商標登録（図5参照）

(1) 雷電について

雷電為右衛門（「雷電」と記載）は、江戸時代中期の1767年に現在の東御市滋野乙大石に生まれ、大相撲の戦績254勝10敗、勝率9割6分2厘という驚異的な強さを誇りました（江戸時代は横綱制度無し。ちなみに、白鳳は8割4分6厘、大鵬は8割3分8厘（数字はウィキペディアより））。

(2) 商標登録状況

- ① 現在 28 件が登録されています。
- ② 商標登録は、1956年にスイス国の企業が登録したのを最初とし、その後1974年に他県の企業が登録しています。長野県からは、1979年の酒類が最初で、全国3番目です。その後、1986年には東京のゲーム機メーカーが登録しています。1990年代に入ると若干増加傾向になります。
- ③ 地元での状況は、東御市の業者が最初に出願を行なったのが2004年であり、現在までに 3社5件+1名1件（全体の21%）が登録されています。

(3) 商品分類、類似群コード

①商品分類数は、全体で17個に対して、県内（東御市を含む）出願は7個で全体の41%、東御市内出願は5個で29%でした。

②類似群コード数についても確認したところ、全件のコード数の合計が59個に対して、県内出願は15個で全体の25%、東御市内出願は10個で17%でした。

図5 雷電の商標登録状況

		登録（現存）		商品分類		類似群コード	
		件数	比率	区分数	比率	コード数	比率
権利者	全国	28件	—	17個	—	59個	—
	県内	9	32%	7	41%	15	25%
	東御市内	6	21%	5	29%	10	17%
	県外	19	63%	13	76%	55	93%

(4) 上記の出願時期や登録状況から、「雷電」ブランドはあまり注目されていなかったことを示唆しています。雷電が歴史上著名な人物であり、かつ現在注目されていることから、長野県や地元が早急に一層ブランド化（商標登録）に取り組むことに期待します。

5. まとめ

長野県は、・宿泊施設数全国1位（平成25年、厚生労働省）、・観光客が訪れる都道府県（宿泊数）第9位、・観光で行きたい都道府県第10位等であり、全国的観光県の一つであります。

しかし、30年間観光客数や観光消費額の減少が続くと共に、2020年初からのコロナ禍の影響により、さらに拍車が掛かっています。

これに対して、多くの関係事業者が改善に取り組んでいます。観光地や宿泊施設の知名度の向上（ブランド化）と共に、各土地の名産品と連動した土産品や、衣服・バッグ類、食物、飲み物（日本酒・ワインを含む）の開発やブランド化に力を入れています。

長野県知財総合支援窓口は、知的財産面からこれらの前向きな活動とともにトラブルの防止に尽力したいと考えています。知的財産権を切り口として、産業や経済の発展に寄与すべく支援を行いますので、ご活用をお願い致します。

（原稿作成2022年2月）