

東北地域ブランド総選挙への参加を通じた地域ブランド教育の効果

益 満 環

Educational Effects through Participation in the Tohoku Regional Brand Contest

MASUMITSU, Tamaki

要約 特許庁と各地域の経済産業局が共同で、「地域ブランド総選挙」を開催している。それは大学生と地域団体商標の権利者及び関係者がチームを組み、学生が地域団体商標の権利者等への取材を通じて、その商品やサービスの魅力を Instagram® で発信し、新たなビジネスアイデアについて競い合う大会である。本研究では、筆者らが参加した東北地域ブランド総選挙で最優秀賞を受賞したチーム横手やきそばを例に東北地域ブランド総選挙を通じて得た地域ブランド教育の効果について述べる。

Abstract: The Japan Patent Office and Tohoku Bureau of Economy, Trade and Industry hold "The Tohoku Regional Brand Contest". It is a competition that university students and the right holders of regional collective trademarks disseminate the features of products and services on Instagram® and create new business ideas. In this study, we will describe the effects of regional brand education through The Tohoku Regional Brand Contest.

キーワード: 東北地域ブランド総選挙 (Tohoku Regional Brand Contest), 地域ブランド (Regional Brand), 地域団体商標 (Regional Collective Trademark), 横手やきそば (Yokote Yakisoba)

1 はじめに

特許庁と各地域の経済産業局が共同で、「地域ブランド総選挙」を開催している。それは大学生と地域団体商標の権利者及び関係者がチームを組み、学生が地域団体商標の権利者等への取材を通じて、地域商品やサービスの魅力等を Instagram® (以下、インスタグラムと記す。)で発信するとともに、新たなビジネスアイデアについて競い合う大会である。大学生と地域団体商標の権利者及び関係者が地域ブランドの魅力を PR する機会を創出することで、一般消費者及び地域団体商標の取得を検討している団体への制度普及、並びに、地域団体商標の更なる活用促進を図るとともに、地域団体商標の活用を通じた地域経済の持続的な活性化に繋がることが期待されている [4]。

本研究では、筆者らが参加した東北地域ブランド総選挙で最優秀賞を受賞したチーム横手やきそばを例に東北地域ブランド総選挙を通じて得た地域ブランド教育の効果について述べる。

2 地域団体商標制度の概要

地域団体商標制度とは、地域の事業協同組合や商工会、商工会議所、NPO 法人等が使用する「地名+商品(サービス)名」からなる商標について、一定の要件を満たした場合に登録を認める制度である。2020年12月20日

現在、759件の地域団体商標が登録されている [7]。本大会では学生と地域ブランドとのコラボレーションにより地域ブランドの魅力をPRする機会を創出することで、一般消費者及び地域団体商標の取得を検討している団体への制度普及、並びに、地域団体商標の更なる活用促進を図るとともに、地域団体商標の活用を通じた地域経済の持続的な活性化に繋がることが期待されている。また、地域団体商標を取得するメリットとして、他者が不正に地域団体商標である名称を商標権に抵触する範囲で使用、または使用する恐れがある場合、民事・刑事の両面から対抗することができたり、名称が商標権で保護されていることで取引の際の信用力増加や国によるお墨付きによる商品・サービスの訴求力の増大につながるができる [5]。

特許庁では、地域団体商標を取得した団体のブランド力向上等の取組を更に後押しするため、地域の名物が地域団体商標として特許庁に登録されていることを示す証として「地域団体商標マーク」を作成している。図1に示すとおり、このマークを継続して用いることで一般消費者や取引先、同業者等の認識が高まり、地域ブランドとしての信用・信頼が蓄積し、地域団体商標自体のブランド力向上にもつながることが期待される。全体のデザインはシンプルに、「昇る日の丸」、「日本地図」により日本を感じさせ、国のお墨付きであることを想起させる

デザインとなっている。「Local Specialty」の文字は、地域の名物を意味し、北から南まで、全国各地の地域団体商標を表している [8]。



図1 地域団体商標マーク

本研究で紹介する横手やきそばは、2012年に協同組合横手やきそば暖簾会（以下、横手やきそば暖簾会）が地域団体商標を取得している。2009年9月に開催されたに第4回 B-1 グランプリ in 横手でゴールドグランプリを受賞し、一気に知名度が高まると横手やきそばの模倣品が数多く見られるようになり、築きあげてきたブランド価値が崩れることが懸念されたため、ブランドを守るために地域団体商標を取得した。

3 東北地域ブランド総選挙の概要

地域ブランド総選挙は、2017年度に九州地域、2018年度に東海・北陸地域で開催され、2019年度は東北地域での開催となった。東北地域（青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県）の大学に所属する学生3名と地域団体商標権者1名、指導教員1名がチームを組

み、取材に基づく地域の商品（サービス）の魅力インスタグラムで発信するとともに、今後の新商品展開やビジネスのアイデア、PR方策等を検討するものである。また、地域ブランド活用促進のきっかけとなる地域ブランドをPRする機会を創出することで、地域ブランドの成功事例展開に繋げることや学生の若い感性、発信力、企画力をもって地域の商品（サービス）の魅力を発信し、地域ブランドや地域団体商標への注目度を増すこと、また、メディアに露出をはかることで制度の認知向上を図ることが目的である [6]。

以下、チーム結成から決勝戦までの一連の流れに沿って活動を説明する。

(1) 東北地域ブランド総選挙交流会参加

2019年8月1日に宮城県仙台市において地域ブランド総選挙の初の試みとして学生・地域団体商標権者等が一堂に会する交流会に参加した。交流会では学生が取材活動やビジネスプランの作成を円滑に進めることができるよう、地域ブランドの専門家によるセミナーや学生達によるワークショップ、活動テーマの発表等が行われた。チーム横手やきそばは、秋田大学教育文化学部地域文化学科の1年次生3名と教員である筆者と地域団体商標権者である横手やきそば暖簾会理事長の三浦勝則氏の計5名によって結成された。秋田大学から参加した3名の学生は、教育文化学部地域文化学科の1年次必修授業「地域学基礎」を受講中の学生で授業の一環として本大会に参加した。表1は東北地域ブランド総選挙に出場したチームの一覧である。

表1 出場チーム一覧

県名	地域ブランド名	団体名	大学名
青森県	風間浦鮫鱈	風間浦鮫鱈ブランド戦略会議	青森公立大学
	大鰐温泉もやし	プロジェクトおおわに事業協同組合	青森大学
	あおもり藍	あおもり藍産業協同組合	青森大学
岩手県	南部一郎かぼちゃ	骨寺村荘園カボチャ研究会	岩手大学
	安代裂き織り	裂き織りのサークル「ほたるかご」	岩手大学
	宮守川野菜ジュース	農事組合法人宮守川上流生産組合	岩手大学
宮城県	江刺りんご	岩手江刺農業協同組合	宮城学院女子大学
	真崎わかめ	田老町漁業協同組合	宮城大学
	宮古の真鱈	宮古・下閉伊モノづくりネットワーク水産部会	宮城大学
秋田県	塩竈おでん	株式会社阿部善商店	宮城学院女子大学
	石巻おでん	石巻フードツーリズム研究会・石巻商工会議所	宮城学院女子大学
	石巻お茶菓子	石巻フードツーリズム研究会・石巻商工会議所	宮城学院女子大学
山形県	美郷まんま	美郷づくし研究会	宮城学院女子大学
	秋田由利牛	秋田由利牛振興協議会	秋田大学
	横手やきそば	協同組合横手やきそば暖簾会	秋田大学
福島県	山形セルリー	山形市農業協同組合アグリセンター	東北芸術工科大学
	山形名物玉こんにゃく	山形県こんにゃく協同組合	東北芸術工科大学
	土湯温泉	土湯温泉旅館事業協同組合	福島学院大学

(2) 学生による関係事業者への取材開始

チーム横手やきそばは、横手やきそば暖簾会会員や関係者に対する取材を2019年8月23日から開始した。取材先は、横手やきそば暖簾会会員で藤春食堂店主の藤井アツ子氏、横手市観光協会会長の打川敦氏、横手やきそばの具であるキャベツ作りを地元横手北小学校の授業の一環として展開している本間恒氏など、横手やきそばの普及や横手やきそばを活用した地域活性化に貢献されている方々計9名に及んだ。以下に紙面の制約上、石谷製麺工場代表の石谷修治氏及び東海林養鶏場代表の東海林肇氏へのインタビュー調査について記す。

はじめに石谷製麺工場であるが、昭和6年創業で、昔ながらの味を大切に受け継いでいる横手市内の製麺所として最も古い会社である。石谷修治社長には、横手やきそばについての歴史や製麺づくりのノウハウについて話を伺い、実際に横手やきそばに使われるゆで麺の製造工程を見学した。横手やきそば最大の特徴であるゆで麺は製造工程で一度ゆでているため、家庭で調理する際はそのまま炒めるだけで簡単に調理できる。通常、焼きそばは蒸し麺を使い、麺の表面を油でコーティングするため、麺の芯までソースが染み込まず、そのため濃いソースを使うしかない。しかし、ゆで麺は、油のコーティングをしていないため、芯までソースが染み込み、味の薄いソースでも十分美味しく、保存料を一切使用していないため健康にも良いことを教わった。そもそも横手やきそばは、今から約70年前の太平洋戦争直後に元祖焼きそば神谷本店の初代・萩原安治氏が戦争で夫を亡くしたお母さんたちが子供を養えるようにと無償で一からやきそばの作り方を教え歩いたのが起源とされる。昭和30年代から40年代は横手やきそばを提供する店舗が150以上もあり、その安さと美味しさから戦後の子ども達の数少ないおやつとして人気となり、現在に至っている。過去の最大出荷量は、昭和50年代で1日2万食であったが、食品衛生法の改正で店舗数と売上は減少した。しかし、横手やきそばがB-1グランプリでゴールドグランプリを受賞したことを契機にゆで麺の生産量が約10倍になったこと



図2 石谷製麺工場での工場見学の様子

など、横手やきそば用の麺を開発した父をもつ石谷氏ならではのエピソードを明かして頂いた。図2は製麺工程について石谷氏から説明を受けている様子である。

次に、横手やきそば用の鶏卵を生産販売している東海林養鶏場の東海林肇氏にインタビュー調査を行った。東海林養鶏場では横手やきそばに使われる鶏卵の8～9割を生産しており、飼料に農薬及び抗生物質は一切使用していない。また、雛の入荷時にはふんを検査するなど厳格な衛生管理と鶏の餌や生育の経過など徹底したデータ管理の下で、品質の高い鶏卵の生産に取り組まれていた。毎年夏に開催される横手やきそば四天王決定戦で上位の成績を残している店舗は、東海林養鶏場の鶏卵が使用されており、美味しい横手やきそばを作る職人にも選ばれているこだわりの鶏卵であった。SNSを活用したマーケティングにも着手されている。図3は東海林氏から鶏卵の黄味の色について説明を受けている様子である。



図3 東海林養鶏場でのインタビュー調査の様子

(3) 学生によるインスタグラム投稿開始

2019年9月2日から取材結果を随時インスタグラムで発信した。チーム横手やきそばのアカウント名は「yokoteyakisoba0902」で、投稿画像には地域団体商標マークのスタンプが押されている。東北地域ブランド総選挙当日まで投稿を続け、2019年12月20日現在、141投稿を数えた。ハッシュタグは、#地域団体商標、#地域ブランド総選挙、#東北とし、投稿画像には地域団体商標マークのスタンプを付けて投稿した。投稿には横手やきそばの取材記事だけではなく、観光客向けに観光施設の紹介や横手やきそばに関するクイズ、横手やきそば関連グッズの紹介など、広く横手やきそばや横手市の観光に関する投稿を行った。また、投稿写真を多くの方に見てもらい、横手やきそばのファンになって頂けるよう「共感」をもたらすよう文章の書き方を工夫した。さらに「いいね!」や「フォロワー」が増加するようハッシュタグの付け方についても人気投稿者のハッシュタグを参考にしたり、分析ソフトを活用しながらハッシュタグの付け方を工夫した。図4は実際に学生が投稿したインス

タグラムの投稿写真である。



図4 インスタグラムへの投稿写真

(4) 横手やきそばの新たなビジネスアイデアの提案

横手やきそばの新たなビジネスアイデアを提案するために、横手やきそば関係者へのインタビュー調査によって明らかとなった課題は、①横手の町食堂文化とゆで麺文化を発信したい、②横手やきそばの知名度をさらに高めたい、③後継者がほしい、④情報発信の仕方を教えてほしいの4点であった。上記4つの課題を解決するためにチーム横手やきそばが提案したビジネスアイデアは「横手やきそば大学の開校」であった。これまで横手やきそばは、B-1 グランプリ優勝、日本三大焼きそばなど国内では有名なグルメとして認知されているが、上記の4つの課題について関係事業者間でこれまで議論されてこなかった。そこで横手やきそばを「食べてもらう」から「経験してもらう」ことでリピーターを増やそうと、「あなたも焼いてみませんか」をコンセプトに設定した。横

手やきそばの「経験価値」を高めるために横手やきそばを自ら焼く体験こそが重要であるとの考えのもと、上記4つの課題をすべて解決できる教育の場として図5に示すとおり、横手やきそば大学の開校を提案した。

横手やきそば大学は、目的に合わせた2つのコースを設定した。その1つが「横手やきそば堪能コース」で、横手やきそばに興味のある方や横手やきそばが好きの方をターゲットとし、横手やきそば暖簾会の会員41店舗に協力を仰ぎ、各店舗それぞれ特徴のある味を伝授する横手やきそば料理教室を開講することである。これにより横手やきそばの魅力・こだわりの発信やリピーター・ファンを獲得をでき、課題の①と②を解決できる。もう1つが「横手やきそばトータルプロデューサー育成コース」で、横手やきそばで起業したい方やまちおこしに携わりたい方をターゲットとし、インタビューを行った9人の横手やきそばの関係者の皆さんに大学教授になってもらい、それぞれの専門分野、例えば横手やきそばのつくり方ややきそばを活用したまちおこしのノウハウ等を半年間横手市に住みながら完全無償で伝授するというビジネスアイデアで、課題の③と④を解決できる。横手やきそば暖簾会会長の三浦勝則氏からは「前々からこのような体験の場をつくりたいと思っていた。横手やきそば暖簾会と学生のみなさんとで、一緒に実現させたい。」との評価を頂き、このアイデアをもって予選審査に挑むことになった。

(5) 決勝戦出場 10チーム決定

2019年11月15日に東北地域ブランド総選挙に参加した計18チームの中からInstagramの投稿数・投稿内容や今後の商品展開、ビジネスアイデア等を審査委

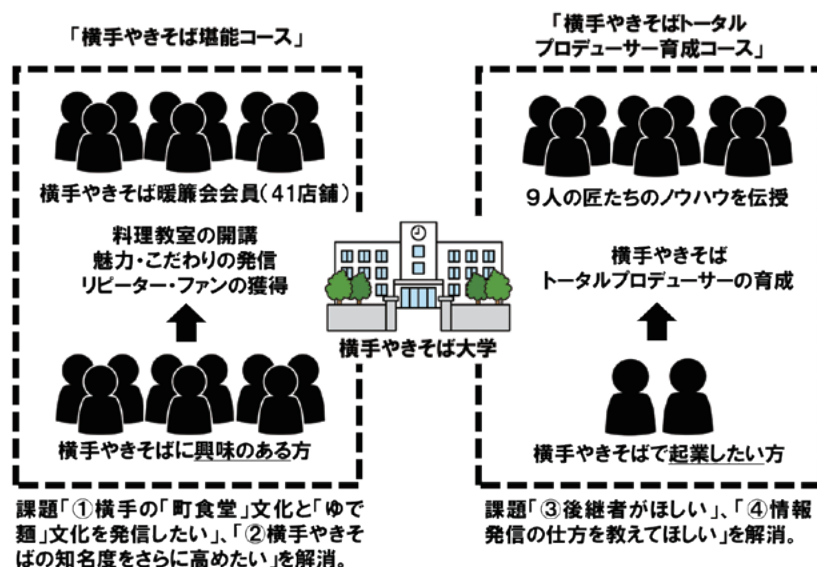


図5 横手やきそば大学の内容

員が審査し、決勝戦に進む10チームが決定した。チーム横手やきそばは無事予選を通過し、それに伴い決勝戦のステージでいかに横手やきそばの魅力の伝えるかについて模索を始めた。

(6) 東北地域ブランド総選挙決勝戦開催

2019年12月20日に開催された東北地域ブランド総選挙決勝戦は、宮城県仙台市のせんだいメディアテークで行われた。決勝戦では、各チームが今後の新商品やビジネスプランについて8分間のプレゼンテーションを行い、6名の審査委員による審査とWebで申し込んだ100名による一般来場者による投票によって、最優秀賞や各賞の受賞チームが決定した。チームによっては、着ぐるみを着たり、動画や演劇を取り入れるなど工夫した発表がなされた。チーム横手やきそばは、「横手やきそばが美味しい理由(ワケ)」と題して、横手やきそばの歴史や特徴、創始者の郷土愛を受け継ぐ9名の匠たちを紹介した。また、横手やきそばの魅力をより多くの人に広める施策として「横手やきそば大学の開校」というビジネスアイデアを収支計画や横手市の宿泊業や観光業に与える効果も含めて提案した。図6は、チーム横手やきそばの発表時の様子である。



図6 チーム横手やきそば発表時の様子
(東北経済産業局提供)

10チームによるプレゼンテーションが行われ、その結果、最優秀賞をチーム横手やきそばが受賞した。図7はチーム横手やきそばの最優秀賞受賞時の様子である。

チーム横手やきそばが最優秀賞を受賞した理由として、横手やきそば暖簾会の抱える知名度アップと後継者



図7 最優秀賞受賞時の様子(東北経済産業局提供)

確保・育成という大きく2つの課題を解決するために「横手やきそば大学」を設立するアイデアが高く評価された。横手市には年間約260万人の観光旅行者が訪れており、その観光旅行者向けに全41店舗の異なる横手やきそばを自らの手で作る料理教室を開講し、その利益を活用して後継者確保のために半年間無償で横手やきそばの料理方法や横手やきそばを活用したイベントを考案する横手やきそばトータルプロデューサーを育成することで、さらなるブランディング向上を目指すというアイデアであった。特に、これまで横手やきそばを単に「食べてもらう」ことから、自ら横手やきそばを料理し、横手やきそばの魅力「体験してもらう」ことでリピーターを増やすというコンセプトが評価された。いわゆる、商品やサービスの機能に価値を見出す「モノ消費」から、商品やサービスを購入したことで得られる経験に価値を見出す「コト消費」を主張した経験価値の概念をビジネスプランに取り入れたことである。その他、審査員からは、団体が抱える課題をくみ取り、強みである「まちおこしのノウハウ」を生かして実現可能性の高いビジネスプランを立案していたこと、単なるビジネスアイデアに留まることなく、観光、定住者の増加など横手市全体へ好影響を与えることを考えられていた点が評価された。商標権者でチーム横手やきそばの一員である横手やきそば暖簾会理事長の三浦勝則氏は「個人的にはB-1グランプリで優勝した時よりもうれしい」と言葉を詰まらせてスピーチする様子が大変印象的であった。チーム横手やきそばの一員として、三浦氏及び学生3名と横手市の地域活性化について意見をぶつけ合い、切磋琢磨し合った半

表2 主な受賞チーム一覧

賞	受賞基準	チーム名	地域団体商標
最優秀賞	全ての審査項目の評点が最も高い	チーム横手やきそば	横手やきそば
優秀発掘賞	発掘項目(理解力, 発想力, 協働力)の評点が高い	江刺りんごハーベスト	江刺りんご
優秀発信賞	発信項目(表現力, 構成力, 地域力)の評点が高い	sakiori	安代裂き織り
優秀発展賞	発展項目(新規性, 展開性)の評点が高い	チーム秋田由利牛	秋田由利牛

年間は大変意義深い日々であったと改めて考えさせられた。主な受賞チームは表2のとおりである。

4 東北地域ブランド総選挙を通じた教育効果

東北地域ブランド総選挙に参加したことでどのような教育効果が得られたのか、東北地域ブランド総選挙に参加したチーム横手やきそばの3名の学生に聞き取り調査を行った結果を以下に示す [1] [2] [3]。

(1) 横手やきそばの理解について

横手やきそばについての理解が深まったかについて学生に聞いたところ、「取材活動を通して、横手やきそばの歴史や横手やきそばを活用した地域活性化の方法などを知ることができた」、「横手やきそばは元々、戦争で夫を亡くしたお母さんたちが子どもを養えるようにと、萩原安治さんが無償で作り方を教え歩いたが始まりであることや横手やきそばという地域ブランドがどのように確立していったのか、その歩みを知ることができて本当に良かった」等、横手やきそばの歴史や地域ブランドの確立方法に止まらず、横手やきそばに携わり、横手やきそばの認知度向上に尽力してきた方々の並々ならぬ努力と情熱を感じることができたようであった。

(2) 横手地域の理解について

次に、横手地域についての理解が深まったかについて学生に聞いたところ、「横手やきそばだけでなく、「横手市」自体のことを知っておく必要があり、そのために横手市の歴史や地理情報、農作物、友好都市、観光など、横手市に関する様々な情報を調べた」、「横手市を訪問し、取材するたびに愛着が芽生えた」など、自ら主体的に取材活動を行ったことによって、横手市についての理解や愛着が深まったことが伺えた。

(3) 地域団体商標の理解について

最後に地域団体商標についての理解が深まったかについて学生に聞いたところ、「地域団体商標を取得していることで、取引の信用度やブランド力の向上に寄与していることがわかった」、「ブランド戦略において地域団体商標を取得していることで他の競合製品との差別化を図ることができることを知った」、「商標権者の方々の製品への思いと地域との結びつきを大事にする姿に感動した」など、地域団体商標の役割や機能について理解を深めたことが伺えた。

また、最優秀賞受賞後には仙台市内での特別販売会への参加、各種新聞・雑誌・横手市市報への掲載、ラジオ番組への出演など、各種メディアにおいてチーム横手やきそばが最優秀賞を受賞したことを広く紹介して頂いた

ことで、学生達の地域活性化活動に対するモチベーションが上がったようであった。

さらに、商標権者団体代表の三浦勝則氏からは「横手やきそば暖簾会の会員では思いつかない学生からの新鮮な視点でブランド価値を見直すことができた。実際に横手やきそば大学の開校に向けて早速動きたい。」と学生達のビジネスアイデアを実現するべく活動に着手したいとの言葉を頂いた。

5 おわりに

本研究では、東北地域ブランド総選挙を通じた地域ブランドの教育効果について考察した。学生達にとって東北地域ブランド総選挙への参加は、地域貢献や地域活性化への意欲を高める大きな機会となった。また、大学のPBL (Project Based Learning : 問題解決型学習) やキャリア開発の一環として効果があり、大学の社会的使命の一つである地域貢献を具現化することができる良い機会でもあった。さらに、商標権者である横手やきそば暖簾会にとっても学生と共に課題に取り組むことで新たな気づき生まれたことは大きな成長であったとのことであった。今回、学生らが提案した「横手やきそば大学の開校」は、横手やきそば暖簾会において早速検討段階に入っている。今回の事例のように学生ならではの視点や新鮮な発想が、地域社会の更なる活性化を生む可能性が十分にある。引き続き秋田県内の地域活性化の一助となるべく、学生と共に尽力していきたい。

謝辞：東北地域ブランド総選挙審査委員長の浅野卓氏には本研究を遂行する上で貴重なご指導、ご教示を賜った。また、業務で多忙の中、ご指導頂いた横手やきそば暖簾会理事長の三浦勝則氏、横手市商工観光部の石川直樹氏および佐藤洋介氏をはじめ、関係事業者の皆様はこの場を借りて深甚の謝意を表したい。なお、本研究の一部は、第35回日本観光研究学会全国研究発表大会（於京都外国後大学）で発表されたものである。

参考文献

- [1] 秋田さきがけ「地域密着型授業 活性化担う人材育成」、秋田さきがけ朝刊、2020年1月11日、7面。
- [2] 秋田さきがけ「横手やきそば発信 秋大チーム最優秀」、秋田さきがけ朝刊、2019年12月27日、25面。
- [3] 河北新報「横手やきそば最優秀賞 秋大とチーム結成 料理教室の「大学」提案」、河北新報朝刊、2020年1月12日、22面。
- [4] 経済産業省「東北地域ブランド総選挙を開催します」(9 December 2020) [Online]. Available: <https://www.meti.go.jp/press/2019/07/20190725001/20190725001.html>
- [5] 経済産業省・特許庁「地域団体商標ガイドブック」、

- 2020 年
- [6] 地域団体商標普及啓発事業運営事務局（地域ブランド総選挙事務局）「東北地域ブランド総選挙参加概要書」，2019 年。
- [7] 特許庁「地域団体商標検索ページ」(9 December 2020)
- [8] 特許庁「地域団体商標マーク～「地域の名物の証です」～」(9 December 2020) [Online]. Available: <https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/mark.html>
- [Online]. Available: <https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/shoukai/index.html>