

窓口支援事例 【香川県 知財総合支援窓口】 平成29年度版

企業情報

四海漁業協同組合

所在地	香川県小豆郡土庄町		
ホームページ URL	https://shimahamo.com/		
設立年	1949年	業種	農林水産業
従業員数	6人（組合員129人）	資本金	4176万円

企業概要

当漁協は、漁船漁業・養殖漁業を中心とした小豆島でも有数の漁港です。昨今の後継者不足・水揚げ量の減少の波は当漁協も例外ではありません。しかし、近年漁獲量が増加傾向にあった鰻（ハモ）に注目し、ブランド化を図り京阪神へ活魚を出荷するなど、事業拡大を推進し、関西市場において定評を得るまでに成長しています。更に、小豆島で鰻食文化を定着させ、観光客や地元民にも親しまれるブランドに育て上げ、新たな文化を創出することを目指しています。また、平成29年11月からは、鰻を加工した新商品の開発・販売も手掛けています。



自社の強み

一定の基準を満たした鰻をブランドとして管理蓄養することで、付加価値をつけた新たな小豆島ブランド「小豆島 島鰻」（商標登録第5944381号）として売り出しています。鰻は元来小骨が多く、調理には骨切りの技術が必要となりますが、当漁協では加工施設や骨切り機を導入しているため、一次加工（骨切り）が可能です。また、漁業者より直接、水揚げすることができるので、高級で調理が難しいイメージのある鰻を身近な食材の一つとして提供できます。



一押し商品

『活け×骨切り瞬間冷凍』

鰻は、小骨が多く調理以前に技術を要する「骨切り」作業が必要です。当漁協では、骨切り機によって高速かつ衛生的に、またコストの削減と共に安定した「骨切り鰻」の生産が可能です。骨切り鰻を急速凍結することで、細胞の破壊を抑え、風味・食感・美味しさを保ったまま長期の冷凍保存も可能です。市場動向にも柔軟な対応ができ、「新鮮な鰻」の提供が常時可能です。



知財総合支援窓口活用のポイント

窓口活用のきっかけ

同漁協がある小豆島の海域では、近年鰻の水揚げが増加しており、この鰻の価値を高めるべくブランド化を企画しました。ブランドマークを保護したいので、どのような手続を行えば良いのか教えて欲しいと、同漁協の担当者が知財総合支援窓口を訪れたのがきっかけでした。このときは、ブランドマークを創作して、これを商標登録出願することをアドバイスしました。

最初の相談概要

ブランドマークは地元地域で公募を行い、最優秀作品を商標登録出願したいとの相談でした。そこで、まずはブランドマークの募集要項を作り、著作権は同漁協に帰属すること、著作者人格権は行使しないこと等を募集要項に記載しておくようアドバイスしました。

その後の相談概要

最優秀作品が決定したので、これを商標登録出願したいとの相談があり、この作品に類似する先行商標の調査方法、必要な商品・役務区分、指定商品・指定役務の選定、出願方法、出願～登録までの流れ及び費用、中間手続方法、登録料の納付手続等についてアドバイスを行いました。

窓口を活用して変わったところ

商標登録の出願から登録までの全ての手続を自ら実施したことにより、知財に対する意識が高まり、商標を活用して、模倣品対策を考慮するようになりました。また、ブランド力強化のために、4つの基準（①小豆島近海で漁獲されたこと、②資源管理の側面から重量規定を設けた、③曳網時間は1時間程度とする、④漁獲から1日以上蓄養する）を設定し、徹底した品質管理を行っています。

これから窓口を活用する企業へのメッセージ

ブランド化を行うと、少なからず類似品や模倣品が出回り、ブランドに悪影響を及ぼします。独自で管理するには、時間も費用も掛かります。商標登録はこれらの手間を省くだけでなく、法律的に保護されます。当漁協は知財の知識がありませんでしたが、知財総合支援窓口を利用したことで、効果的に知財管理が行えています。是非、知財総合支援窓口を活用して、知財意識を高めてはいかがでしょうか。

窓口担当者から一言 （氏名：黒田 茂）



地元の漁場で水揚げされた鰻のブランド化を図るために、ブランドマークの公募要領、著作権の処理、商標の出願から登録まで、相談者を支援しました。鰻の品質管理を徹底し、湯引きは勿論、しゃぶしゃぶ、てんぷら、ソーセージ、餃子等、いろいろな商品の開発も順調に進展しています。

窓口支援事例 【香川県 知財総合支援窓口】 平成29年度版

企業情報

四海漁業協同組合

所在地	香川県小豆郡土庄町		
ホームページURL	-		
設立年	1949年	業 種	農林水産業
従業員数	5人（組合員137人）	資本金	4176万円

企業概要

当漁協は、漁船漁業・養殖漁業を中心とした小豆島でも有数の漁港です。昨今の後継者不足・水揚げ量の減少の波は当漁協も例外ではありません。しかし、近年漁獲量が増加傾向にあった鰻（ハモ）に注目し、ブランド化を図り京阪神へ活魚を出荷するなど、事業拡大を推進し、関西市場において定評を得るまでに成長しています。更に、小豆島で鰻食文化を定着させ、観光客や地元民にも親しまれるブランドに育て上げ、新たな文化を創出することを目指しています。また、平成29年11月からは、鰻を加工した新商品の開発・販売も手掛けています。



自社の強み

一定の基準を満たした鰻をブランドとして管理蓄養することで、付加価値をつけた新たな小豆島ブランド「小豆島 島鰻」（商標登録第5944381号）として売り出しています。鰻は元来小骨が多く、調理には骨切りの技術が必要となりますが、当漁協では加工施設や骨切り機を導入しているため、一次加工（骨切り）が可能です。また、漁業者より直接、水揚げすることができるので、高級で調理が難しいイメージのある鰻を身近な食材の一つとして提供できます。



一押し商品

『活け×骨切り瞬間冷凍』

鰻は、小骨が多く調理以前に技術を要する「骨切り」作業が必要です。当漁協では、骨切り機によって高速かつ衛生的に、またコストの削減と共に安定した「骨切り鰻」の生産が可能です。骨切り鰻を急速凍結することで、細胞の破壊を抑え、風味・食感・美味しさを保ったまま長期の冷凍保存も可能です。市場動向にも柔軟な対応ができ、「新鮮な鰻」の提供が常時可能です。



知財総合支援窓口活用のポイント

窓口活用のきっかけ

同漁協がある小豆島の海域では、近年鰻の水揚げが増加しており、この鰻の価値を高めるべくブランド化を企画しました。ブランドマークを保護したいので、どのような手続を行えば良いのか教えて欲しいと、同漁協の担当者が知財総合支援窓口を訪れたのがきっかけでした。このときは、ブランドマークを創作して、これを商標登録出願することをアドバイスしました。

最初の相談概要

ブランドマークは地元地域で公募を行い、最優秀作品を商標登録出願したいとの相談でした。そこで、まずはブランドマークの募集要項を作り、著作権は同漁協に帰属すること、著作者人格権は行使しないこと等を募集要項に記載しておくようアドバイスしました。

その後の相談概要

最優秀作品が決定したので、これを商標登録出願したいとの相談があり、この作品に類似する先行商標の調査方法、必要な商品・役務区分、指定商品・指定役務の選定、出願方法、出願～登録までの流れ及び費用、中間手続方法、登録料の納付手続等についてアドバイスを行いました。

窓口を活用して変わったところ

商標登録の出願から登録までの全ての手続を自ら実施したことにより、知財に対する意識が高まり、商標を活用して、模倣品対策を考慮するようになりました。また、ブランド力強化のために、4つの基準（①小豆島近海で漁獲されたこと、②資源管理の側面から重量規定を設けた、③曳網時間は1時間程度とする、④漁獲から1日以上蓄養する）を設定し、徹底した品質管理を行っています。

これから窓口を活用する企業へのメッセージ

ブランド化を行うと、少なからず類似品や模倣品が出回り、ブランドに悪影響を及ぼします。独自で管理するには、時間も費用も掛かります。商標登録はこれらの手間を省くだけでなく、法律的に保護されます。当漁協は知財の知識がありませんでしたが、知財総合支援窓口を利用したことで、効果的に知財管理が行えています。是非、知財総合支援窓口を活用して、知財意識を高めてはいかがでしょうか。

窓口担当者から一言 （氏名：黒田 茂）



地元の漁場で水揚げされた鰻のブランド化を図るために、ブランドマークの公募要領、著作権の処理、商標の出願から登録まで、相談者を支援しました。鰻の品質管理を徹底し、湯引きは勿論、しゃぶしゃぶ、てんぷら、ソーセージ、餃子等、いろいろな商品の開発も順調に進展しています。