



(上) 広島レモン（10月～12月はグリーンで肉や魚と合わせて、1月から4月はイエローでお菓子などにも活用。）
2021年日本観光特産大賞でグランプリを受賞。（URL：<https://jtmm.jp/2021/12/06/tokusan2021/>）

広島レモンと地域団体商標

広島レモン（ひろしまれもん）は、明治31年より栽培がはじまり、日本一の生産量を誇るが、地域団体商標制度が開始された2006年当初、農業新聞で紹介されていたのがきっかけで、取得に向けて動き出した。当初より、広島レモンの普及啓発を考えていた広島県果実農業協同組合連合会（JA広島果実連）にて取得に至った。

広島レモンのブランドを確立することで、生産者である農家の方々にとつても、励みになるとJA広島果実連では考えており、日々ブランドの維持向上に奔走されている。

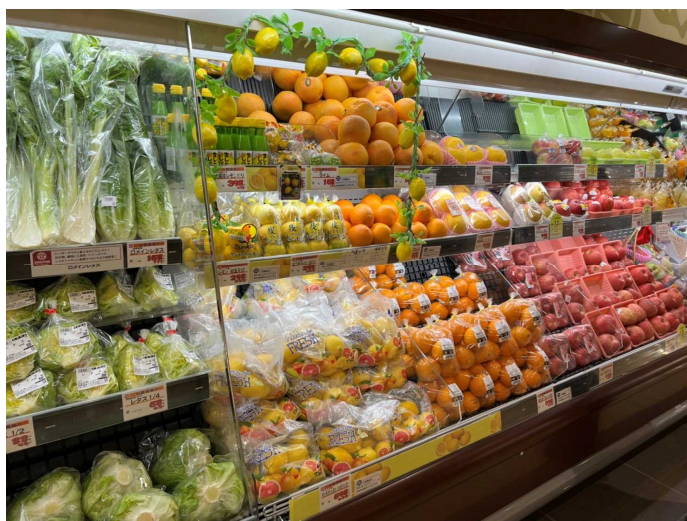
2008年に広島レモン以外に、広島はっさく、広島みかん、三次ピオーネも取得。Rマークを付けて販売することで、模倣品などの抑止力に貢献している。三次ピオーネにもRマークはあり、他の事業者は、勝手に使うことはできない。勝手に使用しているお菓子メーカー等に地域団体商標を取得しているの

で、権利者の許可無く勝手に広島レモンを名乗れないことを説明している。地道に取り組み続けた結果、現在のブランドが確立した。防腐剤不使用、ノーワックスにこだわって、食卓に安心・安全をお届けする、広島レモンのブランド保持に地域団体商標は、欠かせないものとなっている。JA広島果実連では、日頃から広島レモンのブランドを守る活動をしており、ブランドを守るための地域団体商標の活用方法はいくつもあり、取得した商標権は一つの広報戦略ツールとして考



(上) 広島レモンサイダーは、米国バイデン大統領来日の際の岸田内閣総理大臣との夕食会で乾杯の際に振る舞われた。レモンの芳醇な風味を存分に愉しめる大人な味わい。

(右と下) 地団カード配布場所の広島市西区のLECT（レクト）you me 食品館。青果売場のレモンコーナーで地団カードを配布している。写真のカードは、日本観光特産大賞受賞記念として発行した特別仕様の地団カード。



LECT（レクト）URL <https://lect.izumi.jp/>

広島レモン、世界ブランドへ！

地域団体商標取得後、広島県庁を訪れた特許庁の審査官と「地域団体商標の活用」について対談をした河村博文所長。商標権取得後はその商標を使い倒していくことが重要と捉え、商品やポスター、販促物などには、「広島レモンはJ A広島果実連の地域団体商標第5106630号です。」という表記を入れて掲示を続けている。

2009年に就任した湯崎英彦知事が「おいしい広島」から「おいしい広島」として広島レモンを宣伝している模様が全国に放映された。また、2012年2月、広島県とカゴメ株式会社は、広島レモンの販路拡大等に関する「瀬戸内レモン協定書」を締結し全国展開。「ひろしま菓子博2013」を契機に広島レモンの加工品（塩レモン等）の製造が増加。レモン果汁販売で著名なポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社が菓子メーカーに広島レモンをPR。2016年には、飲料メーカーのサントリーホールディングス株式会社と広島レモンでご当地ハイボールとして「ジムビームハイボール」「瀬戸内広島レモン」として飲み方を提案。2022年、バイデン米大統領との非公式夕食会で、乾杯用ドリンクとして広島レモンサイダーが採用され、「外交の場で役立つとてもうれしい。知名度が向上した。目的は広島レモンのPRだが、生産農家も励みになった。」と語る河村所長。また、「ブランディングに関しては、いろいろな加工品にチャレンジすることも一つの要因だ。」と語る下岡正販売部長。レモンの場合、防腐剤不使用、ノワックスにこだわって作っているがゆえに、全体の生産量のうち3割が市場に出回らない。その分の有効活用にも奔走し、加工品をはじめ、あらゆる可能性に対して、果敢にチャレンジし続けることが、ブランド価値の向上に一役買っている。

(左) 地団カード「広島レモン」



(右と下) 2022年6月に開催された、オタフクソース株式会社主催の「活力フェア2022」にて、広島レモンを使用したお好み焼きが披露された。その際に、地団カードも配布され、普及啓発に一役買うことが出来た。



広島県果実農業協同組合連合会 (JA広島果実連) 右から 河村所長、下岡販売部部长



広島レモンと地団カード

地域団体商標取得後も、様々な角度での普及啓発を模索していたJ A広島果実連。そんな中、藤田裕司課長補佐が地団カードの存在に気が付き、応募したことで、カードの発行に至っている。

実際に広島レモンを販売している、広島県広島市にある、LECT (レクト) youmeモールに青果売り場のレモンコーナーの一角に地団カードを設置。一足早く、日本特産大賞でグランプリを受賞したことを記念した、特別カードを配布している。(※カードは無くなり次第、終了。)

また、令和4年6月、地元でオタフクソースのイベント「活力フェア2022」があり、今回は広島レモンをメインに開催された。市内の有名お好み焼き店が集結して、広島レモンを使ったお好み焼きが出品され、生地にレモンソースを加え、風味を出すなどのお好み焼きとレモンのコラボレーションという新たな試みがあった。このイベントでも、地団カードの配布が行われている。

地団カードは、店舗にただ「置いてください」と任せても効果が無く、店舗任せにせず、自ら足を運び、設置、レイアウトまで行わないと、活用されないでバックヤードに埋もれることも少なくない。「ブランドを守るためにはブランドに興味を持ってもらうことが大切である。」と語る河村所長。J A広島果実連は、生産者・消費者を想い、地団カードを活用してブランド維持に奔走している。

DATA
 広島県果実農業協同組合
 (JA広島果実連)
 ※詳細はHPをご確認ください。
<http://fruit-morning.com/>

(記事作成元)
 独立行政法人
 工業所有権情報・研修館
 (INPIT)
 知財活用支援センター
 [HP]
<https://www.inpit.go.jp/index.html>

**工業所有権
 情報・研修館**
 INPIT