



岐阜県  
白川町・東白川村ほか

美濃白川茶の特徴は、深みのある味と高い香り。岐阜県が誇るブランド茶の一つとして、近年は国内のみならず、マレーシアやカナダなど海外でも高い評価を受けています。



昭和50年代の白川口駅。停車中の特急列車の窓越しに試飲サービスを行い、時には茶碗ごとプレゼントしたこともあったそうです



ペットボトルの白川茶。ペットボトル化を開始した時期は、大手メーカーよりも早かったとか

## Brand Story



**権利者名** 白川茶農業協同組合連合会  
**住所** 岐阜県加茂郡白川町坂ノ東 5231 番地の 2  
**地域団体商標名** 美濃白川茶 (みのしらかわちゃ)  
**商標登録番号** 第 5120437 号

[ 指定商品又は役務 ]

美濃白川 (白川町と東白川村を含む岐阜県加茂郡・関市・中津川市・美濃市・恵那市・美濃加茂市・郡上市・下呂市・可児市及び可児郡) 産の緑茶

美濃白川茶  
ホームページへ



<http://shirakawa-cha.com>

中部のたから 地域ブランド THE STORIES

美濃白川茶

海外展開に活路を見出し、  
世界に知られる銘茶へ。

THE STORIES

## 美濃白川茶

06

古くから白川町と東白川村を中心とした岐阜県中東部で大切に栽培されている美濃白川茶。山間部ならではの自然環境が、風味豊かな味と香りをはぐくみます。地域団体商標に登録されたのは平成20年。公的な海外展開支援も活用しながら、広く世界に向けて自慢のおいしさを発信しています。

### keyword

海外展開  
支援を活用

地域団体  
商標が  
一体化を  
促進

若い担い手  
を  
呼び込む

0年前の室町時代。美濃国加茂郡大沢村（現在の東白川村）の蟠龍寺の住職が、京都から茶の種子を持ち帰り、村人に栽培を呼びかけたのが最初のきっかけなのだから。

毎年、茶畠が芽吹くのは4月から5月にかけて。山間部の急峻な地形を利用してつくられた茶畠は、水はけの良さに優れ、日照り時間の短さが白川茶ならではの甘みを引き出します。また、昼と夜の温度差が大きい高

地特有的気候も、茶の栽培にはぴったりな環境。朝には近くを流れる飛騨川とその支流から霧が立ち昇り、おいしい茶をつくるために必要な遮光と保温効果をもたらすことで、深い味や香りなどを育むのです。

こうした白川茶のおいしさを

広く県内外に伝えていこうと、昭和45年には白川茶農業協同組合連合会が設立。昭和50年代より、白川町にある白川口駅のホームで、停車中の特急列車の乗客に向けた試飲サービスを開始しました。また、名古屋市内

のデパート物産展でも積極的に試飲会を開催。さらに大手メー

カリーに先駆けてペットボトル化を果たすなど、様々な取り組みが白川茶の知名度の向上へつながってきました。現在では、岐阜県西部の美濃いび茶と並び、県を代表するブランド茶として親しまれています。



高地の気候や環境が  
深い味や香りを生む



## 活用者の声 User Voice



有限会社  
白川町農業開発  
特産品販路  
拡大専門監  
わなべくわざき  
渡辺 憲正さん

道の駅「美濃白川ピアチーレ」の運営に携わりながら、美濃白川茶の海外展開で販売などを担当しています。

### 「皆の心が一つになったと感じています」

地域団体商標が心の拠りどころのようになっていて、「まちぐるみでパックアップしていく」という前向きな気持ちを多くの皆さんで共有できているように感じます。この良い流れを断ち切らないためにも、高品質を保つことはもちろん、商品のバリエーションを増やしていくことが大切。また、パッケージングに関しても、より丈夫な素材を取り入れていきたいと考えています。

今後も海外販売のメンテナンスを含め、美濃白川茶というブランドを盛り上げていくための努力を怠らず、昔から受け継がれてきた茶畑を守り続けていきたいと思っています。



「美濃白川ピアチーレ」の販売ブース。お茶のおもてなしを受けながら、商品を選ぶことができます

## 「識者からのメッセージ」



### 強みと弱みを知ることが成功への道

株式会社コムブレインズ 事業開発グループ 海外業務推進リーダー  
井上 俊彦さん

白川茶農業協同組合連合会の皆さんと接していく中で、まず最初に感じたのは、美濃白川茶の強みと弱みをきちんと把握されているということでした。これはやはり、美濃白川茶と他のお茶との差別化を図ろうと、長きに渡って意識的に取り組んできた成果なのだろうと思います。

ブランド化を成功させるためには、こうした冷静な視点を持つことが、いわば必須バーン。今回の海外展開で大きな自信を持ったと思いますから、今後は产地に人を呼ぶような活動にもつなげていっていただきたいと思います。

日々のデパートで試飲会を実施。大きな手応えが得られたそうですね。「マレーシアの試飲会は、その後も定期的に続けています。ただし、試飲用のお茶をいれるのは現地の人。美濃白川茶本来のクオリティを保つためには、それの方の指導や賞味期限の確認などを徹底し、LINEを使つて翌年には、特許庁による地域団体商標の海外展開支援を受け、カナダの市場を調査するとともに、台湾のテレビ局に海外向けPR動画の制作を依頼。現在は3カ国で販売を行いながら、売り上げ輸出額を順調に伸ばし、海外における商標



定期的に行っているマレーシアでの試飲会。マレーシアは中華系の人が多いこともあります

### 地域団体商標によって 地域の一体化が得られた

登録の手続きを進めているところなのだとか。

なお、海外展開を実現させるにあたっては、白川町役場など地域の協力が不可欠でした。「売り込みをかける際には、白川町の町長にも先頭に立っていました」と安江文男さん。

美濃白川茶という地域団体商標がシンボル的な役割を果たしました。「皆で一丸となって地元のブランド茶を売り込んでいこう」という機運が高まっていたことと、これらの課題は、これまでの生産量を変わらずに維持していることです。  
これができた要因のひとつといえるでしょう。  
これまでの課題は、これまでの生産量を変わらずに維持していくこと。  
「産地の生産者も高齢化していますし、若い新たな担い手を呼び込むにも、まずは販売先の確保が先決です」と古田さん。国の内外を問わず、少しでも多くの人に美濃白川茶のおいしさを知つてもらうため、これからも地域団体商標のメリットを大いに活かしていきたいと話してくれました。

## 地域団体商標の海外展開支援を活用し

### 美濃白川茶のおいしさを世界に伝えたい

Interview (左側から順に)  
白川茶農業協同組合連合会  
事務局長  
やすえふみお  
**安江文男さん**  
代表理事副会長  
ふるたじいさん  
**古田茂樹さん**  
理事・販賣委員長  
やすえかねよし  
**安江金芳さん**

美濃白川茶の権利者である白川茶農業協同組合連合会の皆さん。美濃白川茶の生産者を代表し、知名度の向上や組合の維持活動など、様々な面で尽力しています



白川茶が美濃白川茶として地域団体商標に登録されたのは、制度がスタートした2年後になりました。平成20年のことでした。第一に、白川茶のブランド力を高めること。そして質のバラつきを防ぎ、高級茶としての一定のクオリティを守っていくこと。この2点が登録の大きな目的でした」と話すのは、権利者である白川茶農業協同組合連合会以下、連合会の事務局長を務める安江文男さん。登録後の同年10月にロゴマークを一般公募し、県内外から集まった約170のデザインの中から、翌年3月に現在のロゴマークが決定されたそうです。

「白川の「白」に、美濃の「み」をあしらったデザインです。ちなみに「ミ」の部分は、山と川。それに茶畑という白川の地形をイメージしています」と教えてくれたのは、連合会の代表理事副会長である古田茂樹さん。まずは認知度を高めるべく、地域の様々な団体にロゴマークの使用を呼びかけました。現在、ロゴ

マークが使われているのは、元の観光協会や茶店のウェブサイト、関連会社のトラックの車体など。積極的な使用を促す目録を作成したり、ロゴマークを貼る際は、その費用の一部を補助したことがあったそうです。

### マレーシアと台湾、力ナダの3カ国に進出

さらに登録後の大きな動きとして挙げられるのは、なんといつでも海外展開に関する取り組みです。国内でのお茶の消費量は、生産スタイルの変化などもあり、輸出に活路を見出そうと考えたのです」と話すのは、連合会の理事・販賣委員長を務める安江金芳さん。地域ブランドの海外展開拡大を支援するジエトロ(独立行政法人日本貿易振興機構)の支援を活用し、マレーシアの

## ロゴマークを使って 地域の認知度を高める



白川の「白」と美濃の「ミ」をモチーフにした美濃白川茶のロゴマーク。茶の栽培に適した自然環境の豊かさと、茶葉の安心・安全や信頼を表現しているそうです

## key word

業界全体に  
需要低迷の  
影響地域団体商標で  
ブランド価値  
向上を目指すシーンの  
提案と  
商品開発を  
両輪で

熟練の職人技が生み出す「細工かまぼこ」。宴の後に切り分けて、近所におすそ分けする習慣があります

## Brand Story

富山と北海道で  
味のコラボレーション

「昆布、北海道からいいのが入るつてよ」「かまぼことコラボしたらうまいんじゃね?」。イマドキの表現で言うと、こんなやりとりがあったのでしょうか。

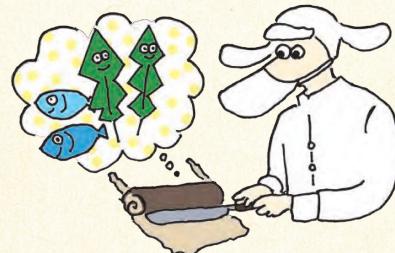
「富山名産 昆布巻かまぼこ」の始まりは江戸末期の嘉永年間(1850年ごろ)。富山湾で水揚げされる魚を使って作るかまぼこを、北前船でもたらされた昆布で巻くという創作が原点とされています。いわゆる「巻きかまぼこ」であり、「かまぼこ」でイメージする「板」がないのが特徴。魚肉の風味と昆布のうま



昆布巻かまぼこで使うのは、函館産の真昆布。波の影響を受けてにくく幅広になります

布の一世帯当たりの年間支出額は、富山市が全国1位となっています。このように、かまぼこが身近な食べ物であり、自由な発想で創作できる風土と、昆布を利用した食文化が相まって、昆布巻かまぼこという創作料理が生まれたといえるでしょう。

現在は富山県蒲鉾水産加工業協同組合加盟の29社を中心に、各社が味付けや巻き方等を工夫し、様々な昆布巻かまぼこを開発。東京にある富山県のアンテナショップでは常に売上上位となる人気商品で、富山を代表する名産品となっています。



**権利者名** 富山県蒲鉾水産加工業協同組合  
**住所** 富山県富山市掛尾町500番地 株式会社富冷内  
**地域団体商標名** 富山名産 昆布巻かまぼこ  
(とやまめいさん こんぶまきかまぼこ)  
**商標登録番号** 第5134961号

【指定商品又は役務】  
富山県内の地域で生産される昆布巻かまぼこ

富山県かまぼこ組合  
公式HPへ[http://www.  
t-kamaboko.jp](http://www.t-kamaboko.jp)

07



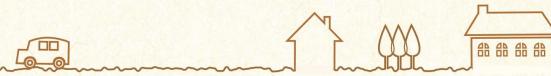
風土がはぐくんだ  
個性豊かな、かまぼこ文化。

富山名産  
昆布巻かまぼこ

標高3000メートル級の立山連峰がそびえる富山県。そこから流れる雪解け水は豊富な栄養分を含み、富山湾へと注ぎ込みます。抜群の環境で育った新鮮な魚と、北海道から北前船で届く昆布、そこに職人のアイデアが加わり、「富山名産 昆布巻かまぼこ」は生まれました。

咲梅かまぼこ富山名産 昆布巻かまぼこ。漬を巻くように作るのは、昆布の塩味が均等になるようにという職人の知恵です。すり身に色を付けて薄い皮にした「赤巻かまぼこ」も色合いで花を添えます



活用者の声  
User Voice

株式会社 梅かま  
代表取締役  
おくい けんいち  
奥井 健一さん  
昭和17年に国の政策により個人商店が合同して創業。県内最大手のかまぼこメーカーです。

## 「守るべき伝統と、改善すべき点を見極める」

私たちの業界は、原料となる魚の値によって利益が大きく変わってきます。当社の場合、売上高10億円規模で5,000万円ほどの違いが生まれることも。また、昆布巻かまぼこは年末が需要期で、そうでないときとの売上の差が大きいのが課題となっています。かまぼこ業界全体の需要低迷や原材料の高騰、利益の流動性も含め、なかなか地域团体商標のメリットが活かし切れていませんが、食べてもらうのを待つのではなく、食べても見えるシーンを提案していくのが重要なんだと痛感しています。地域团体商標というブランドの下、守るべき伝統は守り、改善すべき問題点は改善するという形でこれからも進めていかなければと思います。



会社は、観光バスが立ち寄れる「U-meいむ館」として、かまぼこ作りの見学ができるようになっています

### 「識者からのメッセージ」



お酒の種類別に、合う食材選びが重要

株式会社コムプレインズ 事業開発グループ 海外業務推進リーダー  
いのうす としお  
井上 俊彦さん

お酒とのマッチングの方向性は良いと思います。赤白ワインのほか、ウイスキーのハイボールにも合うのではないかでしょうか。お酒の種類別に昆布巻かまぼこと合わせる食材を選んで展開していくと、味を楽しめるバリエーションが増えると思います。同時につまりとしてのジャストサイズのパッケージングが大切です。昆布の巻き方にも少し工夫があるといいですね。例えば話題を呼んだ「おにぎらず」のように「巻かない」という逆転の発想も必要。鳴門巻のように細くし、棒に刺して食べるようなカジュアル感も楽しいですね。



食べるシーンに合わせ、サイズやパッケージングを変えている

9月10日、東京・有楽町で行われた「富山の酒とかまぼこフェア2017」。「お酒に合うかまぼこグランプリ」の投票企画を実施するなど、約630名の来場者でございました

た昆布巻かまぼこの今後の方向性が「お酒とのマッチング」と青柳さんは言います。

「普段使いでは価格的に赤巻が購入される。昆布巻かまぼこは、味がお酒に合うことから嗜好品としての訴求が必要なので」と考えています。細工かまぼこが料理の主役になることも多い富山の結婚式。花嫁の父がお酒を飲みながら食べるのには、涙でいつもよりもちょっとびり塩辛く感じる昆布巻かまぼこ…。そんなシーンはこれまでもあったでしょう。「昆布巻かまぼこを食べてなくなるシーンをこちらから

提案すること。そしてそれに見合った商品開発を行うことですね」。例えば、すぐ食べられるよう、小さくカット済みのものをパッケージ化する。日本酒だけでなく、白ワインや赤ワインにも合うよう、一緒に食べる食材を探すといったことが考えられます。「富山を代表する名産品としての地位を保っていくよう、地域团体商標のメリットを活かし、今後も改良を加えていくつもりです」。

華やかな細工かまぼこを文化として根付かせた土地柄。職人の腕は確かです。創意工夫を働かせる気風もあります。今後の昆布巻かまぼこがどんなシーンに登場するか、楽しみに待ちたいと思います。

進む練り製品離れ  
ブランド価値向上を

「地域团体商標として登録した商品でさえ、かまぼこ業界全体の需要低迷に大きな影響を受けてしまっているのです」。富山県蒲鉾水産加工業協同組合事務局の青柳茂さんは、業界の現状を憂えています。全国的に若い世代の練り製品離れは深刻。アンテナショップでは人気の昆布巻かまぼこも、購入者はやはり高い年齢層が多く、「どの世代にも普段もつと食べてもらいための施策が必要と考えます」。

地域团体商標の登録は平成20年4月とかなり早い時期ですが、これも危機感の表れ。デフレにより低価格商品が増え、品質低下の懸念も出てきたことから申請を行い、富山独自のブランドとして価値向上を図りました。

組合による「富山名産昆布巻かまぼこ」の認定にたって、まず上質な素材を使うことで得られる「必須アミノ酸5%以上含有」の品質基準を設けました。また「富山の蒲鉾10カ条」を定め、それを守ることも一つの条件としました。内容は蒸しかまぼこ

登録後は、練り製品離れの波にのまれないよう、ひと工夫を施した昆布巻かまぼこの開発に各社が尽力しました。例えばサ

イズを小さくしてチーズを入れ、若い世代に受け入れられるようになしたもので、またPRとして活動では県の協力を得て、東京で「富山の酒とかまぼこフェア」を開催。富山の蔵元による清酒を試飲販売とともに、昆布巻かまぼこ、細工かまぼこ等約100品の試食販売を行いました。平成29年で10回目を迎えたこのイベントでは、常連客も増え、その反響から見えてき

昆布巻かまぼこの今後  
イベントで見えた

富山県蒲鉾水産加工業協同組合が制作したブランドマーク。下の波線は富山湾を表しています



## keyword

作り手目線  
から  
使い手目線へ他産地との  
連携模索次世代の  
技術者育成

## Brand Story

急須や土鍋でおなじみ  
多彩なジャンルの商品群

昔懐かしい焰（はうき）で緑茶を煎る  
と、たちどころに香ばしい香り  
に包まれます。四日市萬古焼の  
急須に茶葉を移して熱湯を注げ  
ば「ジュワッ！」大きな音とともに  
茶葉が開き、おいしいほう  
じ茶の出来上がりです。鉄分を  
多く含む紫褐色の急須はタンニ  
ンの渋みを和らげ、お茶をまる  
やかにしてくれます。

この「紫泥急須」や土鍋に代  
表される四日市萬古焼は、今か  
ら300年前の江戸中期に陶祖  
が産声を上げました。茶の趣味  
があつた豪商沼波弄山  
が現在の三重県朝日町小向で開  
窯し、自ら茶器を焼いたのが始  
まりといわれています。後世に  
長く受け継がれていくよう願い  
が産声を上げました。

茶の趣味があつた豪商沼波弄山  
が現在の三重県朝日町小向で開  
窯し、自ら茶器を焼いたのが始  
まりといわれています。後世に  
長く受け継がれていくよう願い  
が産声を上げました。



陶芸用具とともに「四日市萬古焼」が写る三重ブランドのポスター

以上を数えます。  
土鍋については国内で8割の  
庄倒的なシェアを誇っています。  
同じく一般的な土鍋のほ  
か、陶板・タジン鍋・ごはん釜・  
炭コノロ等、形も大きさも様々  
ですが、その良さは耐熱性があり  
ます。昭和30年代に、ある窯元  
がベタライドというリチウム鉱  
石を陶土に配合し、熱膨張しにく  
い耐熱土鍋の開発に成功、「割  
れない土鍋」ということで、昭  
和40年ころには既にシェアの大  
半を占めるようになりました。  
最近ではIH調理器用の土鍋も

四日市萬古焼  
PRキャラクター  
ポッキーくん

## 権利者名

- ・萬古陶磁器振興協同組合連合会  
(三重県四日市市南栄町4番1号)
- ・萬古陶磁器工業協同組合  
(三重県四日市市東町2番13号)
- ・萬古陶磁器卸商業協同組合  
(三重県四日市市南栄町3番18号)

## [指定商品又は役務]

三重県四日市市及びその周辺地域で生産された陶磁器の卓上用照明器具・こんろ・ご  
飯金・調理用陶板・土瓶・さゅうす・コップ・杯・皿・茶わん・利鉢・鉢・湯飲み・ぐい呑み・  
茶器・弁・食品保存用容器・大根卸・レンゲ・箸置き・椿木・置物・花瓶など

## 地域団体商標名

- 四日市萬古焼  
(よっかいちばんこやき)
- 商標登録番号  
第5204107号

http://www.  
bunkonosato.jp

紫泥の色が四日市萬古焼の特徴をよく表  
している、菊藤總製陶所のティーポット  
(右)と、「ひどしづく」と名付けられた  
小さなサイズの急須(左)。時代のニーズ  
でモノづくりを進化させています。

三重県四日市市の湾岸地帯に立つ工場の夜景が人気だそうです。これらの灯りがまだまばらなころ、港の主役は船積みされる萬古焼でした。産地を名乗らず、人々の生活に潤いを与えてきた焼き物。今では長い歴史と技術を誇りに「四日市萬古焼」をして国内外へ出荷されています。

時代のニーズで進化、  
生活に潤いをもたらす。

# 08

## 四日市萬古焼



THE STORIES

活用者の声  
User Voice

有限公司  
藤總製陶所  
取締役  
営業企画室 室長  
の ろ かずや  
野呂 和也さん  
「ひとしづく」や「焰  
焰急須」など、使い  
手の立場に立った  
新しい商品開発を  
得意としています。

成功モデルを示し  
業界の活性化につなぐ

急須をはじめ、お茶の道具に力を入れ始めてから、百貨店の催事等に呼ばれることが多くなりました。お客様との会話で、地域団体商標の登録が、他産地と比べて低かった知名度のアップに役立っているのは言うまでもありません。商標に名前負けしないよう、また自社商品を効果的にPRできるよう「日本茶アドバイザー」の資格も取得しました。私たちの会社では創意工夫を施した商品を数多く開発していますが、それらを成功モデルとして、自社だけでなく業界全体に良い影響を与えていきたいですね。若い人が中心となって焼き物業界を引っ張っていけるよう、地域団体商標も後押ししてくれるはずです。



旧東海道沿いに工場を構える藤總製陶所。平成30年で創業111年を迎えた老舗です

**「識者からのメッセージ」**

**世界と日本で果たす役割の差別化検討を**

株式会社伝耕 西道 広美さん

生活に根差した多彩な商品から、陶器をプロデュースする機能がしっかりと働いているのがよく分かります。「萬古不易」は、温故知新の考へて新しいものを生み続けていきなさい、という教えのようにも思います。急須に穴を開ける話は、違う商材にもすぐ応用できそう。鍋で使う野菜をザルに入れて食卓に置くのは味気ない。萬古焼の野菜受けがあつてもいい。そのポテンシャルの高さ故、世界が求めるニーズと日本のニーズとで、どうブランドを使い分けるか、もうそれを検討すべき時期にきていると思います。



平成19年度から、業界の将来を担う製陶技術者を育成する「やきものたまご創生塾」を開講。組合各企業に就職するほか、陶芸作家になる人も輩出しています



東京の東武百貨店池袋店で開催された「日本の職人展」に藤總製陶所が出品。茶器を通して、四日市萬古焼のファンづくりを行います

**各産地と連携し、  
業界の発展目指す**

「日本はこれから人口が減る時代。業界がしままないよう、瀬戸・常滑・美濃など他産地と連携し、『東海焼』といえる考え方が必要ですね」。そのため組合各

いては仕事になりません。練習を重ね、急須1つの穴開けに90分かかったのが今は2分で作業してくれます」。開けた穴の先に見えるのは使う人の笑顔。この笑顔につながる作業が知識的財産であり、商品に付加価値を生む。「私たち藤總製陶所の例ですが、組合各社でも自社の財産として何が大切なかを意識するようになりました」。

社と最新の情報共有を行うこととともに、次世代の技術者を育成する「やきものたまご創生塾」運営にも力を入れる。また、平成30年には陶祖沼波弄山の生誕300年に当たり、全国で様々なイベントを行って四日市萬古焼の認知に努めるそうです。

「四日市萬古焼の魅力は、使う人の生活に溶け込み、道具としての実用性が高いところにあるんです」。知名度が低かったのは、私たちに常に寄り添い、まるで水や空気のようにあつて当たり前のことだから。今後地域団体商標を意識した付加価値の高い商品に触れるたび、「いいよね、この四日市萬古焼」。そんな会話が全国で増えていくのだろ



「沼波弄山翁生誕三百年」のロゴマーク。物流に一段ボールにもあしらいい、四日市萬古焼300年の歴史をアピールしていきます

「地域団体商標は平成21年2月に登録。ちょうどリーマンショックのころですね」。きっと中国との関係から。萬古焼として中国に出荷していたものが、ある日突然「既に商標があり、萬古焼の名では受けられない」と言わざるを得ない状況になってしまった。そこで藤井さんは、自分が入れるお茶にどんな茶葉でも「おいしくない意味がない」。リーマンショックでは流通業者が言いましたが、それが何をするべきかを考える良いきっかけになりました」。

使い手の目線で  
商品に付加価値をリーマンショックで  
気付いた成すべきこと

「他産地の焼き物に比べ知名度が低い」。萬古陶磁器振興協同組合連合会が発行するパンフレットに気になる言葉があります。焙烙で緑茶を煎つてくれる

レットに、時代のニーズに応じた商品づくりを行います。



{ 岐阜県  
関市 }



様々な包丁とハサミ。料理人や美容師、ティラーなどプロ仕様の道具だけでなく、子どもや手の力が弱い人に向けた製品など、幅広い商品ラインナップが揃います。



昭和55年に産地ブランド  
「セキ」をいち早く制定。  
产地マークとして海外輸出製品に添付しました。



MADE IN SEKI JAPAN  
Tradition and Confidence of the Progress  
伝統と信頼の地域ブランド  
SEKI CITY 刀剣・刀具・刀物

早くから海外展開をしてきた関の刃物。模倣品が増えた今は、海外向けポスターなどでも「伝統」と「信頼」の訴求に努めています

### keyword

開拓者精神

模倣品被害防止

“攻め”的ブランド活用



**権利者名** 協同組合岐阜県刃物会館  
**住所** 岐阜県関市平和通四丁目6番地  
**地域団体商標名** 関の刃物(せきのはもの)  
**商標登録番号** 第5150803号

[指定商品又は役務]  
岐阜県関市及びその周辺地域において主要な生産工程が行われたピンセット・はさみ類・はうちょう類・かみそり・刀剣・缶切



http://www.seki-japan.com

伝統と革新が生み出す  
世界一の切れ味。

THE STORIES

## 関の刃物

09

鎌倉時代から続く刀鍛冶の伝統をもとに、工業製品として世界で愛用されるようになった「関の刃物」。高品質なブランドイメージを確立し、その価値を守るために、地域団体商標が活用されています。今後は“世界一上質な刃物”として、さらなるブランド価値の向上も狙います。



関市マスク  
トキャラクター  
(刃物大使)の空  
(くう)ちゃん

### Brand Story

雄大な長良川の恵みと緑あふれる自然に抱かれた土地で、刃物の文化が花開き、今日まで受け継がれています。長良川と津保川から引かれる清水や、焼入れに使う松炭など、関には刃物を製造するのに理想的な自然の恵みがあふれています。鎌倉時代には刀祖・元重が移り住み刀鍛冶を始め、室町時代には刀匠が300を超えたといわれています。戦国時代になると関の刃物は多くの武将に愛用され、特に二代目兼元の頑丈な刀が、関の刃物の名を一躍有名になりました。

刀鍛冶の歴史と伝統を受け継ぎ、工業製品として幅広いラインアップの刃物を生み出してきた関のメーカー各社。海外での販売が増え、品質も良くなるにつれて、世界中で「関の刃物」の知名度は上昇しましたが、「関」の名を語る模倣品に悩まされることも少なくありませんでした。そこで、各社が一丸となって高品質のイメージを確立

し、模倣品などの被害からブランドを守るために、地域団体商標「関の刃物」というブランドを「関の刃物」と名乗るために、「関の刃物」と名乗ることも、関で製造されていることはもちろん、伝統と新たなテクノロジーが融合された商品であることも求められています。関の刃物には、伝統をもとにして、先進的な商品開発に勤しんできた先人のスピリットや企業文化が脈々と息づいています。



### 刀鍛冶の伝統と テクノロジーの融合

活用者の声  
User Voice

有限会社ウカイ利器  
代表取締役  
鶴 駒 茂樹さん  
昭和42年創業。  
学童用のハサミを中心、事務用、医療用、美粧用、家庭用など様々なハサミを製造・販売しています。

メーカー×地域で  
相乗効果

500円の幼児用のハサミから、何万円するプロの美容師用のハサミまで、商品ラインナップがとても幅広いです。高級度の高いものはもちろんですが、目的や価格にあつた商品を世の中に送り出すという使命を感じています。最近ではOEM商品でも「関の刃物」のロゴをつける動きが広まっています。メーカーもブランド価値を感じているのだと思います。こちらもメーカーのブランドと相乗効果を狙いたいですね。



「メイド・イン・関を  
付加価値に」

関の刃物製造業の約30%の会社が商品を登録し、ロゴマークをつけています。一部商品は関で製造していない工程があるので、すべての商品には該当しませんが、これから登録商品をもっと増やしていきたいですね。「関の刃物=世界で一番上質な刃物」という認識が常識になることを願っています。それがそのまま付加価値につながれば、いいものを作っている事業者としてもうれしい限りです。

## 1 識者からのメッセージ /

## ブランドを権威へと高める

株式会社伝耕 西道 広美さん



古くから海外市場で商標を守って戦ってきたおかげか、「関の刃物」を支える皆さんには、グローバルな感覚が身についているを感じました。デザイナーや職人がプロとして尊重し合う基盤のもとで、マーケティングとテクノロジーが一体となって理想的な形でブランドを作り上げています。今後は、「守り」はもちろん“攻め”的なブランド活動を期待します。例えば、どんなコンピューターでもインテルの表示があるとなんだか安心できますよね。OEM商品であっても「関の刃物」というシールが貼られことで“良い刃物”的権威づけになるような、そんな高い位置にまでブランドを発展させて欲しいです。

世界一の刃物として  
付加価値を生み出す

ブランドを守る観点からスタートした商標登録は、現在ブランドを広め、高める役割も担っています。例えば関で作られたカミソリは国内シェア80%、医療用替え刃スチールは90%を超えます。関のメーカー各社は、日本の刃物の多くが関で作られているといふ事実をもつと伝えたいと考えています。そこで、展示会の垂れ幕などでもロゴマークを大きく打ち出し、認知度の向上に努めています。ま



ヨーロッパを中心とした刃物関連の展示会や国際見本市への出展を進めている一方で、市内で開催する「刃物まつり」でも品質をアピール。写真は刃物まつりでも披露される古式日本刀鍛錬の様子（イメージ）

た、ドイツのゾーリングエンにあら高級刃物メーカーのヘンケルス社は、実はハイエンド商品を開いています。長年培われた高い技術と共に認められた成物の名前と共に認められた成果と言えるでしょう。ハンケルス社の例のように、他のブランドを守る観点からスタートした商標登録は、現在ブランドを広め、高める役割も担っています。例えば関で作られたカミソリは国内シェア80%、医療用替え刃スチールは90%を超えます。関のメーカー各社は、日本の刃物の多くが関で作られているといふ事実をもつと伝えたいと考えています。そこで、展示会の垂れ幕などでもロゴマークを大きく打ち出し、認

ドと「関の刃物」の相乗効果も期待されており、地域団体商標がブランドディングに果たしていく役割は小さくありません。品質を武器に、早くから海外市场で採算ながら成長してきた「関の刃物」。メーカー各社は当初からブランドこそが重要な地位を確立してきました。今後は登録されている商品の中で、さらにプレミア商品をピックアップしていくことが構想も持ち上がっています。「関の刃物」がより輝くための一歩となるブランド力の強化が期待されています。

## 各企業が作り上げた本物の良さ

## 手にとってもらえば分かります



**「質より量」の海外輸出から高品質なイメージへの転換**  
 「当時はあちこちの家庭で、刃物作りの各工程を分業してやってましたね。まさに家内制手工業でした」と岐阜県刃物産業連合会の鈴木良春さんは振り返ります。昭和50年代後半関の刃物はその多くが海外に向け輸出されていました。OEM生産品が多く、キッキンナイフなどが北米向けに作られていました。そうして企業は、自社ブランドでの輸出にも意欲を持ち始め、さらに輸出検査の機関が同市に置かれていたこともあり、品質への意欲も向上。昭和55年に「SEKI」を商標登録し、高品質なブランドとして売り出していこうと方針転換していました。

**本物の誇りを持つ一流ブランドを守る**  
 品質の向上に取り組むことで、海外展開だけではなく、国内へのアプローチも活発になりました。

した。協同組合岐阜県刃物会館の田中彰さんは、「切れ味がよく、デザインも材質も一流というイメージを作りました。品質が認められたことで、高度な技術が必要となる輸出用のメスの製造が始まる十万セットもの刃物が手作りで生み出されていました。そうした中で企業は、自社ブランドでの輸出にも意欲を持ち始め、さらに輸出検査の機関が同市に置かれていたこともあり、品質への意欲も向上。昭和55年に「SEKI」を商標登録し、高品質なブランドとして売り出していこうと方針転換していました。

一方、高品質なブランドイメージが高まるほどに、海外の模倣品に悩まされることにもなりました。『関』という文字を冠した海外製の包丁が出回り、本物と偽物を区別するものが必須になったのです。地域団体商標は、まずはブランドを守る意識から登録したんですね」と鈴木さん。商標が登録されると早速、地域ブランドのロゴマークを作り、商品に貼り付けて販売を始めた。赤く輝く「関の刃物」のロゴマークが、本物の誇りを証明してくれます。



平成20年に地域団体商標を取得し、ロゴマークを制定。本物を見分ける目印として、付加価値を生む権威として、関の刃物のブランド向上に寄与しています。

## keyword

価格より  
価値で  
勝負

結の精神

厳しい  
認定基準

## Brand Story

曲木椅子で始まった  
日本の洋家具づくり

「なんと(710)みごとな

平城京」「鳴くよ(794)ウグ  
イス平安京」。学生時代の記憶  
がよみがえります。飛騨の

匠の歴史は、これら古代の都  
が栄えた1300年も前にさか  
のぼります。彼らは都の造営や  
宮廷造りに携わった「建築技術  
者集団」だったのです。

木材資源に恵まれた飛騨の地  
で、その加工技術が途絶えるこ  
となく地場産業へ受け継がれた  
ことは想像に難くありません。

「飛騨の家具」「飛騨・高山の家  
具」としての歴史は大正9年、  
高山で創業した中央木工(株)現  
在の飛騨産業(株)に始まります。

取り組んだのは、豊富な才の  
木を利用した曲木椅子づくり。  
木を曲げるという技術は今でも  
難度が高く、曲げじわの発生な  
どを克服して販路開拓に至るま  
で約3年の月日を要しました。

この高山での椅子づくりは、日  
本での洋家具づくりの発祥その  
ものとなつたのです。

その後、戦前から戦後にかけ  
て家具メーカーが相次いで創  
業。昭和25年には親睦団体とし  
て高山木工連合会(木工連)が設  
立されました。会員各社はそれ



飛騨の匠の研究成果をまとめた  
書籍や、一般向けに飛騨の家具  
について解説した書籍を発行

木工連会員企業の日進木工(前  
左)、飛騨産業(右)、柏木工(後左)、  
柴シラカワ(後右)が製作した椅子。  
カントリースタイルや  
シンプルモダンといったそれぞれ  
の個性が作品に表現されています



現在は手作り生産と工業生産のベストミックスで、高品質・高強度の家具づくりを行っています

**権利者名** 協同組合 飛騨木工連合会  
**住所** 岐阜県高山市千島町900-1  
(飛騨・世界生活文化センター内)  
**地域団体商標名** 飛騨の家具／飛騨・高山の家具  
(ひだのかぐ／ひだ・たかやまのかぐ)  
**商標登録番号** 飛騨の家具：第5103618号  
飛騨・高山の家具：第5103619号

[指定商品又は役務]  
飛騨地方に由来する製法により飛騨市・高山市で生産された家具。



http://www.  
hidanokagu.jp

10

悠久の時を超えて、  
匠の技と心を今に。



岐阜県  
高山市・飛騨市

山と森の国、岐阜県飛騨地方で脈々と受け継がれてきた木材加工技術。「飛騨の匠」と呼ばれた先人たちの高度な技は家具づくりに生かされ、「飛騨の家具」「飛騨・高山の家具」という地域ブランドへと成長しました。作品に触ると、モノづくりに込めた匠の心がじわりと伝わります。

## 飛騨・高山の家具





## 活用者の声 User Voice



### 「現状の品質に妥協せず お互いにレベルアップ」

当社の場合、長年使用しているキツツキマークがお客様にしっかりと浸透しており、「飛騨の家具」というブランド認知はしていただけています。品質への厳しい目を持つお客様が多いので、地域団体商標の表示に気付くと、お客様の方からお尋ねになりますね。これまで築き上げた信頼の上に、地域団体商標によってブランド力が強化されたという感じです。木工連としての商標ですが、これがあることで現状の品質に妥協してはいけないと思っています。組合各社がお互いに切磋琢磨してさらに技術を磨き、よりお客様の声に応えていく家具づくりを行なう。そのための地域団体商標だと思っています。



名古屋・新栄にある飛騨産業のショールーム「飛騨の家具館・名古屋」。広いフロアでゆったり飛騨の家具の良さを体感できます。

### 「識者からのメッセージ」

**海外の展示会は即売の場として利用も**

スターフードジャパン株式会社 代表取締役  
プロジェクトマネージャー 新古 祐子さん 島田 宏樹さん

椅子づくりから始まったことで、非常に自負をお持ちのようです。実際にその技術力のシンボルとなるもの、例えば世界で一番座り心地の良いロッキンチェアといったコンセプト商品があると、ブランドが目に見える形で浸透しやすいと思います。また、海外の展示会にも積極的に出展されているようです。海外ではその場で商談・売買が成立することが多いので、物流インフラを確保して臨み、展示会イコール即売の場という考えがあつてもよろしいのではないかでしょうか。



### 飛騨の家具



### 飛騨・高山の家具



販売店等で「飛騨の家具」の研修会を実施し、検定合格者に合格証を配布。合格率40~50%程度の厳しいものです。

⑥デザインの6つの基準を設け、その基準から外れたものは商標を使わないことを決めました。10年保証を自らに課すなど、当初は内部からも異論が出るほどの厳しい内容となりました。

### 厳しさと「結の精神」

この2つと歩んでいく

平成21年にはロゴマークの商標を登録。価格面で脅威だった台湾や中国でも商標登録を行い止めなかつたのが木工連内部の基準づくり「企業認定制度」の実施でした。各社の製品づくりの実態調査を行い、認定されないと商標が使用できないという

厳しいもの。会員企業は平成29年現在、機械メーカー等も含め25社ですが、そのうち認定企業は9社となっています。このような厳しい取り組みのおかげで、商標登録後は安全安心。また、販売店での研修会を積極的に行い、ブランド化を加速する重要な要素となりました。

今後の課題として、本邦さんは「技術を受け継ぐ人材をどう育てるか」、尾花さんも「さらにブランド力を高めて飛騨産業さんは「恩返しを」と語ります。「仲の良さが業界発展の原動力」と笑うのは高田さん。厳しさと「結の精神」の両立。さとつともに恩返しを」と語ります。「仲の良さが業界発展の原動力」と笑うのは高田さん。厳しさと



### Interview (左から順に)

日進木工株式会社 相談役

文化芸術担当

尾花 喬さん

中小企業庁

岐阜県ちばるす支援拠点

高山サテライト相談窓口

高田 秀樹さん

飛騨産業株式会社

事務取締役

本母 雅博さん

本母さんは協同組合 飛騨木工連合会のブランド化推進委員会会長を、同じく尾花さんは副委員長を務めています。高田さんは平成29年3月まで理事として木工連に籍を置いて、諸々の業務に携わっていました。

機会を感じたのは平成10年ごろ。日本がデフレに陥り、家具業界にも中国などアジア諸国から低価格商品が入り込んでしまった。「価格競争に巻き込まれない、伝統技術による質の高い家具づくりを目指す」。各社が出した結論は、地域団体商標登録への重要な節目となりました。

平成19年に開催された出願には、飛騨地方でよく見られる相互扶助の考え方、「結の精神」が發揮されることになりました。

「これが出発点」と考えいまし

た。根底にあったのは「ブランド」とは、製品と地域に対する消費者からの評価と期待」という考え方。消費者の理解をさらに促す取り組みが必要です。そこで行つたのが、飛騨の家具を明確にする「認定基準要項」の策定です。なまち消費者への「6つの約束」でした。(1)エコロジー、(2)产地、(3)保証、(4)品質、(5)木材、

使用してきた商標「飛騨の家具」を、木工連の商標として快く譲ってくれることになったので、こうして平成20年に地域団体商標を登録。しかし木工連では「これが出発点」と考えいました。根底にあったのは「キツツキマーク」の图形商標を長年使っていた。根底にあったのは「ブランド」とは、製品と地域に対する消費者からの評価と期待」という考え方。消費者の理解をさらに促す取り組みが必要です。そこで行つたのが、飛騨の家具を明確にする「認定基準要項」の策定です。なまち消費者への「6つの約束」でした。(1)エコロジー、(2)产地、(3)保証、(4)品質、(5)木材、

### 低価格商品の脅威と どう向き合うか

平成29年4月にイタリア・ミラノで開催された「サルコネン国際家具見本市2017」に出展した飛騨産業のブース。1300年の歴史に培われた飛騨の家具は、世界から高く評価されています



地域ブランド THE STORIES  
**中部のアカモ」**

経済産業省 中部経済産業局  
地域経済部 産業技術課 知的財産室

〒460-8510 名古屋市中区三の丸二丁目5番2号

TEL : 052-951-2774 (直通)

mail : chb-chizai@meti.go.jp

発行日 平成30年2月