

東北地域ブランド総選挙

若者×地域団体が拓く、新しい東北の未来。 東北地域ブランド総選挙を実施しました!

2019年12月20日、宮城県仙台市のせんだいメディアテークにて「東北地域ブランド総選挙」の決勝戦が行われました。同大会は地域団体商標権者などを地元の学生が取材し、地域商品やサービスの魅力をInstagram®上で発信。さらに新商品や新ビジネスのアイデア、PR方策などを競い合うものです。予選を勝ち抜いた10チームが決勝戦でプレゼンテーションを行い、各賞の受賞チームが決定しました。



北村 森氏による基調講演「地域産品を「伝える」には成功と失敗の分岐点」



東北地域ブランド総選挙実行委員長賞とプレゼン賞を受賞したチーム山形セルリー



同じく最優秀発信賞とインスタ賞をダブル受賞のsakiori

全10チームが熱のこもったプレゼンテーションを展開

決勝戦では、各チームが取材で得た情報や練りに練ったアイデアをプレゼンテーションにて披露。メンバーがオリジナルのコスチュームに身をつつんだりキャラクターを登場させたりと、趣向を凝らした演出で大会を盛り上げました。制限時間は8分間でしたが、全チームが所定時間内でしっかりプレゼンテーションを完了。事前の練習を入念に行ったことが窺えました。

しのぎを削る熱戦の末、横手やきそばが優勝

最終審査では、6名の審査員のほか一般入場者（WEBによる申込んだ100名）も1票ずつ投票。その結果、栄えある最優秀賞に輝いたのはチーム横手やきそば（地域ブランド：横手やきそば）でした。ただし、さすがに決勝だけあって各チームとも内容の濃いプレゼンテーションを展開し、甲乙つけがたい熱戦であったと言えます。

賞	地域団体商標	権利者名	大学名	チーム名
最優秀賞	横手やきそば	協同組合横手やきそば暖簾会	秋田大学	チーム横手やきそば
優秀発掘賞	江刺りんご	岩手江刺農業協同組合	宮城学院女子大学	江刺りんごハーベスト
優秀発信賞	安代裂き織り	裂き織りのサークル「ほたるかご」	岩手大学	sakiori
優秀発展賞	秋田由利牛	秋田由利牛振興協議会	秋田大学	チーム秋田由利牛
東北地域ブランド総選挙実行委員長賞	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	本吉研究室チーム山形セルリー
東北地域ブランド総選挙実行委員会賞	あおり藍	あおり藍産業協同組合	青森大学	team A - i -
プレゼン賞	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	本吉研究室チーム山形セルリー
インスタ賞	安代裂き織り	裂き織りのサークル「ほたるかご」	岩手大学	sakiori

受賞チーム一覧



最優秀賞 チーム横手やきそば

- 地域団体商標：横手やきそば
- 権利者名：協同組合横手やきそば暖簾会
- 大学名：秋田大学

最優秀賞を受賞したチーム横手やきそばは、秋田大学×協同組合横手やきそば暖簾会により結成され、学生と事業者がタッグを組んで地域ブランドの魅力を発信。見事に栄冠を勝ち取りました。決勝戦までの道のり、そしてメンバーの喜びの声をご紹介します。

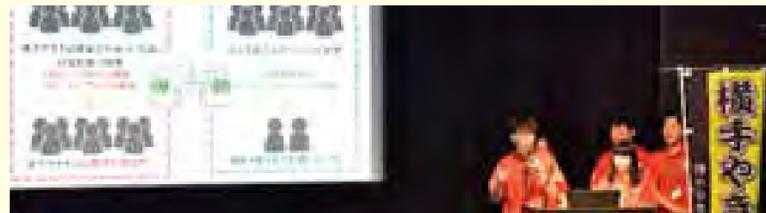


大学に入ったばかりの1年生・3名でチャレンジ

表彰式にはチームを代表して協同組合横手やきそば暖簾会の理事長・三浦勝則氏、秋田大学教育文化学部1年の日向海帆さんが登壇しました。「横手やきそば」はかつてB-1グランプリで優勝した経験もありますが、表彰状を受け取った後、三浦氏は「個人的にはB-1グランプリの時よりも嬉しいです。10年前に地域団体商標を取得するために協同組合化し、取得後も活動を続けて来た結果、このような賞をいただけたのだと思います」と言葉を詰まらせた。続いて、日向さんは「自分たちは全員1年生ですが、今回の経験を活かし、地域のことを考えながら残り3年間の大学生活を過ごしていきたいと思いま



す」と話しました。コメントの通り、日向さん、大淵莉子さん、野崎杏菜さんの学生3名は、同じ学部の1年生。本大会には授業の一環でエントリーし、約60名の参加希望者の中から選ばれた“精鋭”なのです。3名を指導する同学部の准教授・益満環氏は「春まで高校生だった彼らは、マーケティングや経営学の知識はもちろん、プレゼンテーションのスキルも他のチームの学生に比べて十分とは言えません。そのような中で優勝できて本当に良かったです」と目を細めていました。



チームメンバーの声

- 横手に足を運ぶ中、みなさんの地元愛を痛感しました。ここまで地域への強い気持ちに触れたのは初めてです。
- 戦後の横手を復興させたのがやきそばだったという発祥のエピソードが一番心に残っています。
- 地域の良さをネットで発信する手法に興味があっただけでしたが、もっと大切なものが得られました。
- 彼らが大学生になって半年余りの間で吸収したものは多く、成長ぶりは目覚ましかったんです。
- 学生さんと一緒に取り組んで新しい気づきが得られました。特に「町食堂文化」というキーワード。確かに横手にはやきそば専門店がほとんどなく食堂で当たり前のように出されるメニューです。そうした地域の文化も発信していただけて感謝しています。



「市民が誇れる横手」をみんなで作る契機に

秋田市から横手市までは電車で1時間強かかりますが、3名の学生は月1回のペースで通い、取材をしてはInstagram®に情報と写真を発信しました。決勝戦のプレゼンテーションでは、「横手やきそばが美味しい理由(ワケ)」と題して、その歴史や特徴、創始者の郷土愛を受け継ぐ匠たちを紹介。そしてブランド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」というビジネスプランを、収支や期待される効果も含めて提案しました。そのプレゼンテーションが評価され、最優秀賞の受賞に至ったのです。三浦氏は「受賞は嬉しいですが、取り組みを継続していかなければ意味がありません。『地域の誇りを作りたい』という想いで地域団体商標に登録し、その後もずっと活動してきたので、地元



学生さんほか多くの方々と協力し合い、やきそば以外の魅力も掘り起こしながら『市民が誇れる横手』をみんなで作っていただきたいと思います」と話します。もしかすると「横手やきそば」にとって、この大会への参加は一つの新たなスタートだったのかもしれない。

横手が誇るブランドの
地域団体商標登録で
町をますます元気に



秋田県 横手市

横手やきそば

太くまっすぐな茹で麺をキャベツや豚挽肉などと一緒に炒め、麺の上に半熟の目玉焼きをのせて福神漬を添える。それが「横手やきそば」のスタイルです。使用されるソースは、ウスターソースに各店のオリジナルソースが加えられるためお店によって味はいは異なり、食べ歩きも楽しめます。意欲的な取り組みで日本全国に知られるブランドとなった横手市のソウルフードは、地域団体商標を取得したことにより町おこしの核としてのパワーをさらに高めました。

地域団体商標
地域活性化事例

10

半世紀にわたり 親しまれてきた横手市民の ソウルフードを町おこしの ためにブランド化

「横手やきそば」の発祥は、1950年代前半に神谷屋という食堂の店主が鉄板を使った新しいメニューを求め、茹で麺のやきそばを完成させたのがルーツです。70年頃は横手市内の約100店舗がやきそばを提供していたそうです。ただし、そ

の後は食品衛生法の改正などにより軒下での営業ができなくなり、店舗数は減っていきました。21世紀に入り、地域にずっと根付いている個性的なやきそばで町おこしができないかと、官民が一体となり活動をスタートしました。もともと地元では「肉玉やきそば」という名称で親しまれてきたソウルフードですが、横手市役所の観光課で「横手やきそば」という新たなブランド名を作り、2000年に「横手や

きそばプロジェクト本部」を役所内に設置。その翌年には市民団体の「横手やきそば研究会」と店舗組織である「横手やきそば暖簾会」が相次いで発足し、横手市一丸でブランド化に取り組んだのです。



茹で麺を使って目玉焼きをのせ福神漬を添えるのが「横手やきそば」流

地域ブランド 10の成功物語 | 地域活性化事例



【権利者】協同組合横手やきそば暖簾会
【住所】秋田県横手市旭川一丁目4番17号
【地域団体商標】横手やきそば
【商標登録】第5546212号

協同組合
横手やきそば暖簾会
ホームページへ



創始者と言われる神谷屋の店主

念願の商標権を取得し 市民、団体、行政の 結束がより強固に

9年間にわたる活動の成果として、2009年9月、ご当地開催となった「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。このB-1グランプリ優勝で「横手やきそば」は一躍全国区にのし上がりましたが、その一方でもう一つの地道なブランド化の活動が進められていたのです。B-1グランプリ優勝の前年、横手やきそば暖簾会は協同組合化を行いました。目的は地域団体商標を取得するための準備。「横手やきそば」の知名度が高まるにつれて模倣品も数多く見られるようになり、築きあげてきたブ

ランド価値が崩れてしまうことが懸念されました。その対策として商標権の取得を考えたのです。組合では「横手やきそば道場」を開設し、そこで研修を受けた人だけに「横手やきそば」のブランド名の使用を許し品質を守っています。地域団体商標の取得後は、「横手やきそば」の名称で販売を行っている露店などに注意勧告を行い是正した例もあります。横手市をあげての町おこしの機運もさらに高まり、2012年9月には、横手やきそば暖簾会協同組合や横手やきそば研究会、市民によるサポーターなどで構成される団体「横手やきそばサンライズ」が新たに誕生。たくさんの市民、団体、行政が一つになり「横手やきそば」を誇りある地域ブランドとして管理するようになりました。



市内の小学生がやきそばの具になるキャベツの栽培を応援

この方にお話を聞きました! 協同組合横手やきそば暖簾会



理事長
三浦 勝則 氏

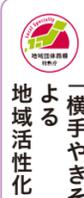
地域団体商標を取得したことで、市民も店舗も「横手やきそば」と自分たちの関係の深さをより実感できるようになり、地域の力になったと思います。

この方にお話を聞きました! 横手市商工観光部 観光おもてなし課



観光振興係 副主査
石川 直樹 氏

地域団体商標登録の際はお披露目会を開き、地元のメディアで報道されました。徐々に取材などは落ち着いて来ましたが、「横手やきそば」を通じた横手のPR活動は緩めることなく続けたいと考えています。



STEP 1 2000年～

行政、市民団体、店舗組織が一丸となり「横手やきそば」のブランド化をスタート



STEP 2 2008年

地域団体商標の取得を目指して横手やきそば暖簾会を協同組合化

STEP 3 2009年9月

B-1グランプリin横手で「横手やきそば」がゴールドグランプリを受賞(優勝)



STEP 4 2012年12月

申請から約3年の歳月をかけて念願の地域団体商標に登録完了

