

目的：地域ブランド化を目指す団体に対し、地域ブランド、知的財産の知見を持つ専門家を現地に派遣し、6回の支援会合を通じて、関係者間の合意形成やブランドの磨き上げによる高付加価値商品・サービス化、および効果的な知財保護・活用について助言を行う。

事業内容：支援団体の公募・選定/専門家選任/支援計画書作成/支援会合(6回) /地域ブランド化戦略とロードマップ(実行計画)の策定

支援概要

【目指すべきゴール】

紅花に経済性を持たせることを目的に「1%を守るため、99%を広める」というコンセプトのもと、これまで活動を進めてきた観光文脈の紅花ブランディングからのリブランディングを図るため、ビジョン、ミッションを再定義。更に食に特化した紅花の黄色素のブランディング計画を策定することで、取組のスケールアップを図る。

(課題)

- ・紅花の黄色素の高付加価値化による地域ブランド化
- ・品質基準や活用ルールの整備
- ・紅花の安定供給体制の整備
- ・知的財産の活用（商標権の取得等）

(支援専門家)

地域ブランド専門家：(有)マイティー千葉重
代表取締役 千葉大貴 氏

知的財産専門家：マークストーン弁理士法人
弁理士 中村祥二 氏

(支援会合参加者)

紅花推進協議会、山形市、山形商工会議所、
山形県工業技術センター、やまがた産業支援機構
薬局、デザイン会社、地域飲食店、観光関連事業者他

(実施内容)

第1回：本質的課題の発掘と課題に対する必要な支援の共有

第2回：紅花の黄色素の未来像の再共有
・ターゲットとマーケットの再設定
・品質基準や活用ルールの整備

第3回：事業計画の策定
・事業計画と知財戦略

第4回：事業実施体制の整備
・紅花の安定供給体制の整備
・スケールアップに伴う事業実施体制の構築

第5回：マネタイズを考える

第6回：事業計画、ロードマップの策定

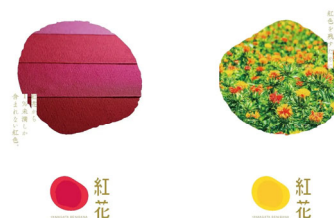
支援成果

【ブランド化戦略】

- ◆ 「山形紅花エクスペリエンス」を軸に、季節に合わせた紅花体験を創出し、その体験に合わせた開発商品とともに、プロモーションを図ることで認知度を向上させる。
- ◆ 「生産」については、安定した販路の確保と農業のスマート化を進めることで、農業従事者の所得向上と自走を目指す。
- ◆ 「商品開発」については、紅花の黄色素を使ったメニュー開発、商品開発、観光コンテンツ開発を加速しつつ、品質を担保していく。「食」に特化して黄色素をブランディングするため、品質のエビデンスを取得する。併せて、開発商品は体験コンテンツと一緒にプロモーションを行う。
- ◆ 「情報発信」については、BtoCへの訴求を図る。イベント企画、展示会出展の他、映像制作やバス・電車のラッピング、ウェルカムドリンク等で身近なものとして認識、体験していただく。

【知的財産戦略】

- ◆ 品質基準や使用ルールの整備については、紅花推進協議会事務局を中心に以下のステップで進める。まずは、認知を広げることを念頭に会員が進んで使用する。
 - ①「紅花推進協議会」というチームのブランドを定義
 - ②これまで使用してきた商標（ブランドシンボル）等、現在の使用方法の棚卸
 - ③管理体制（チーム）を構築し、商標登録出願
 - ④使用ルールの検討（会員による使用）
 - ⑤使用許諾ルールの検討（非会員による使用）
 - ⑥運用開始とルールの見直し
- ◆ 山形県内には多くの紅花団体が存在し、それぞれ独自に活動をしているため、紅花推進協議会として他の団体との違いを正しく伝えるために、ロゴマークや愛称を活用した認知度の拡大がカギになることを学んだ。また、ブランドにおける商標の活かし方も同時に学ぶことで、今後、具体的にどのように商標を活用すべきか検討する契機となった。
- ◆ 今後の商標出願等の知的財産の取組みについては、引き続き、INPIT山形県知財総合支援窓口を利用しつつ、推進していく。



目的：地域ブランド化を目指す団体に対し、地域ブランド、知的財産の知見を持つ専門家を現地に派遣し、6回の支援会合を通じて、関係者間の合意形成やブランドの磨き上げによる高付加価値商品・サービス化、および効果的な知財保護・活用について助言を行う。

事業内容：支援団体の公募・選定/専門家選任/支援計画書作成/支援会合(6回) /地域ブランド化戦略とロードマップ(実行計画)の策定

支援概要

【目指すべきゴール】

「自然、歴史、四季の移り変わり、人々の暮らし」が秋田の最大の魅力と捉え、その魅力をブランド化し、発信することで地域経済の活性化を図っていく。これらの秋田の魅力は、版画家 勝平得之の版画の世界の中で丁寧に表現されているため、勝平得之の思想や版画作品を柱として、勝平得之の世界観を地域ブランディングや商品開発に活かすことで、秋田の魅力を発信し、地域のブランドに育て上げる。

(課題)

①全体

- ・地域全体の将来像の可視化
- ・新たなプロジェクトの構築
- ・体制構築と役割分担
- ・知財戦略

②商品開発

- ・商品企画
- ・流通体制の整備
- ・予算設計
- ・販売促進・PR

(実施内容)

第1回：本質的課題の発掘と課題に対する必要な支援の共有

第2回：勝平得之の世界観を軸としたブランド化イメージ

第3回：①プロジェクトの検討

②商品設計・商品名に係る商標権について

第4回：①事業計画

②デザイン（商品デザイン、流通デザイン他）

第5回：①事業実施体制

②流通

第6回：①著作権の契約について

②事業計画、ロードマップの策定

(支援専門家)

地域ブランド専門家：サイバー大学

教授 北村森 氏

知的財産専門家：デロイトトーマツ弁理士法人

弁理士 酒井俊之 氏

(支援会合参加者)

秋田市役所、秋田大学、菓子事業者、建設会社、
勝平得之120周年記念実行委員会、勝平得之記念館、
フリーアナウンサー他

支援成果

【ブランド化戦略】

- ◆ 秋田大学の学生がアイデアを出し、地域の菓子事業者2社（榮太楼・鼎庵）の協力のもと、勝平得之の版画の世界観をイメージしたお菓子2商品が完成した。この商品は、継続して菓子事業者が販売予定であり「稼ぐ」ブランド化に向けて前進した。
- ◆ 開発されたお菓子の販売会（お披露目の会）をもってメディア向け、消費者向けにそれぞれ「得之の工房プロジェクト」をどのように伝えるのか（何故いま、勝平得之なのか）等、専門家のPR戦略も実践の学びとなった。学びを踏まえ、関係者のネットワークも活かし、販売会に向けた効果的な周知を実施するための役割分担を行った。
- ◆ 今後、勝平得之の版画に描かれている世界観を軸に地域ブランド化を進めるためには、商品開発に留まらず、観光やプロモーション等へのスケールアップも必要であり、地域経済循環を回す必要があることを講義し、関係者で将来像についてアイデア出しを行った。

【知的財産戦略】

- ◆ 版画家勝平得之の作品を用いた商品開発を進める過程で、商標権（商品名）や著作権（版画）の対策がどのような場面で、どのように必要であるのか、専門家から助言を受けた。
- ◆ 著作権については、契約書のひな形を用いながら具体的に記載内容を検討し、今後はINPIT秋田県知財総合支援窓口の支援も受けながら、契約締結に向けて内容を検討する。
- ◆ 商標権については、祭りの「竿燈」を事例に、既にどのような商標権があり、今後、商品名を検討する際に、他者の商標権を抵触しないためにはどのような点に気を付けたらよいか等の助言を受けた上で、商品名を検討した。
- ◆ 今後、商品開発やプロジェクトを進める上で生まれた商品名や名称等については、使用状況に合わせて商標登録出願を行う等の検討を進める。



菓子舗榮太楼プロデュース
「ごろっとりんご」
愛称：ごろりん



米菓匠鼎庵プロデュース
「淡雪ふわ 男鹿塩キャラメル味」

PRESS RELEASE

2026年3月19日
「得之の工房」事務局

秋田県ビルトピコで第一弾商品のお披露目に先立って開催！

3月26日(木)14時
産官学連携プロジェクト「得之の工房」
勝平得之の世界観を生かした地域産品
メディア各社様向けお披露目の会のご案内

1. テーマは、地域の宝である勝平得之の世界観を伝えること
2. 実装、自走、継承へ……行政と各分野のプロが結集する事業
3. 大学生が商品開発に参加。実効力ある産官学連携を目指す

勝平得之 秋田風俗十題「リンゴ」(1940)

勝平得之「ナマハゲ」(1940)

秋田の実力派企業2社と秋田大学の学生が協業
得之の作品の世界観を菓子に生かして商品化

完成了ました！

菓子舗榮太楼プロデュース
「ごろっとりんご」愛称：ごろりん

米菓匠鼎庵プロデュース
「淡雪ふわ 男鹿塩キャラメル味」

プレスリリース（2026年3月19日）

目的：地域ブランド化を目指す団体に対し、地域ブランド、知的財産の知見を持つ専門家を現地に派遣し、6回の支援会合を通じて、関係者間の合意形成やブランドの磨き上げによる高付加価値商品・サービス化、および効果的な知財保護・活用について助言を行う。

事業内容：支援団体の公募・選定/専門家選任/支援計画書作成/支援会合(6回) /地域ブランド化戦略とロードマップ（実行計画）の策定

支援概要

【目指すべきゴール】

根白石米を中心とした地域ブランディングの将来ビジョンを設計し、将来ビジョンに基づく事業計画を策定する。

（課題）

- ・プロジェクトの事業化
- ・「農業×観光」を意識した商品開発力の強化
- ・体制整備（組織づくり）
- ・知的財産活用

（支援専門家）

地域ブランド専門家：（有）マイティー千葉重
代表取締役社長 千葉大貴 氏
知的財産専門家：弁理士法人 オフィス大江山
代表社員 弁理士 岡 恵 氏

（支援会合参加者）

KAMURIコミュニティプロジェクト
米生産者、農業従事者、地域事業者
コミュニティ施設長、町内会関係者、学生、
仙台市、泉区まちづくり課、他

（実施内容）

- 第1回：本質的課題の発掘と課題に対する必要な支援の共有
- 第2回：①モデルケースからのイメージ創出
②地域に存在する有形・無形の知的資産の洗い出し
- 第3回：①根白石の将来像（ビジョン、コンセプト）を描く
②潜在的な知的財産の発掘と目星付け
- 第4回：①将来ビジョンから必要なプロジェクトを考える
②名称・ロゴ・パッケージ等の表示やデザインについての基本的な法制度
- 第5回：知財管理も含めた事業実施体制の検討
- 第6回：事業計画、ロードマップの策定

支援成果

【ブランド化戦略】

- ◆ 「暮らし」×「経済」のバランスで地域のブランド化は図られるが、KAMURIコミュニティプロジェクトの取組は、「暮らし」が強く「経済」が弱かったため「経済性」を高めるための事業計画策定を進めてきた。その結果、生産者と加工事業者の事業連携、西部エリアの地域連携が進むと共に、新たなブランド確立に至った。
- ◆ 本事業は単年度事業であるが、ロードマップを絵に描いた餅にしないために、事業継続に向けた検討を行った。秋保×根白石の西部エリア連携による観光ルート構築についての企画案が挙がり、専門家からどのような協力者を巻きこむと良いのかアドバイスがあった。
- ◆ 体制として、専門家の指導により協議会の設立の手順や注意事項に関する講義、アドバイスを受け、設立に向けた準備を進めている。協議会設立後は、協議会を中心にプロジェクトを進行していく。

【知的財産戦略】

- ◆ 本事業で決定したプロジェクト名の商標登録を目指すことが決まった。更には、そのプロジェクトの中で生まれる新商品についても商標登録を検討する。今後はINPIT宮城県知財総合支援窓口の支援も受けながら、具体的な検討を進める。
- ◆ 経済力よりも地域コミュニティ活動（暮らし）に強いKAMURIコミュニティプロジェクトにおいては、技術的な発明よりも、名称やキャラクター、デザイン、ストーリーといった要素が中心になる。根白石のお米をブランド化するにあたり、専門家から、①ブランド名から地域が想起されることの有用性、②今後の活動を考慮した商標登録出願時の工夫についての助言があった。今後は、それらを踏まえて「ブランド名+商品名（米や農産物等）」として、シリーズの商品開発を進め、「稼ぐ」地域づくりを目指したブランド化を検討する。



タイムスケジュール	
11:00-11:20 餅つき	12:00-13:00 日 Pacad Tres
14:00-14:30 Finebits9アワーズ	14:40-14:55 終了

主催: 農産物産地が連携したまちづくり、民営化の推進、観光振興を推進して観光客を呼び込む。

協賛: IZUMI 秋保町 根白石町 秋保町 根白石町 秋保町 根白石町

お問い合わせ: 022-379-2197

会場: 旧JA根白石支店跡地

主催: 秋保町 根白石町 秋保町 根白石町

協賛: 秋保町 根白石町 秋保町 根白石町

会場: 旧JA根白石支店跡地