

高校生の発想から生まれた地域ブランド『幸せます』 地元企業を活性化すべく、間に立ってアイデアと技術を繋げる

事業内容

1940年創立
地域総合経済団体（地域商工業の基盤づくりと発展・社会一般の福祉の増進等）

知的財産権と内容

商標第5423094号	幸せます
商標第5466677号	幸せます
商標第5513328号	幸せます
商標第5517536号	世界お笑い協会
商標第6004062号	山神芋∞いも

他 商標権5件

(2025年7月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



左:専務理事 松田 和彦さん
中央:防府ブランド知財戦略センター委員
黒川 康生さん
右:指導課長 山本 進さん

地元高校生や企業と深く関わり地域ブランドを発足

1940年の創立以来、防府市における商工業の基盤づくりや健全な育成・発展のため、経営相談や独自のイベント開催など様々な取り組みを行う当所。中でも長年注力しているのが、地元高校生と連携したまちづくりである。2010年、授業の一環で地域ブランドの商品開発に取り組んでいた地元高校生たちが、テレビ番組で取り上げられた山口県の方言『幸せます』の魅力に着目し、これを防府の地域ブランドにしてはどうかと発想したのが『幸せます』プロジェクトのきっかけだ。『幸せます』は「有難い」「助かる」「嬉しい」といったポジティブな意味合いを持つ。そこに「幸せが増す」という意味も込めた商品開発をしたい、と当所に提案が舞い込んだ。当時の会頭は「育成メインの“遊び事”ではなく、本気で地域活性化に取り組めるなら当所も全力で支援する」と厳しくも本質的な姿勢を示し、双方の熱意が合致してすぐに計画がスタート。「末永く地元根付く、継続的な商品開発や活用を叶えたい」という想いが地道な活動から着々と伝わり、現在では多数の企業や機関が登録する地域ブランドとなった。『幸せます』もロゴとしてだけでなく“理念”として防府全体を結び付ける存在となっている。

『幸せます』の商標取得後 独自サイクルを生み出し適切な活用をはかる

『幸せます』の商標申請の際、特許庁から「権利者が教育機関であることは相応しくない」と見解を受けたことから、当所が権利者となるため、早急に所内に「知財戦略センター」を設置。知財の専門家である弁理士や産業振興センター、金融機関をメンバーに迎えたことで申請はスムーズに進み、2011年に商標取得。登録については「形が変わっても保護しやすい」と弁理士から助言を受け、あえてロゴとしてのデザインではなく“言葉自体”を申請。また、商標取得後は適切な活用のためライセンス制を採用。『幸せます』のコンセプトに合わせて、企業が地元高校生と協力して商品を開発し、商工会議所が審査・許可することで利用できる体制を確立し、「知財活用サイクル」を生み出した。この三者が一体となる包括的な循環により、『幸せます』を活用した企業のオリジナリティ溢れる商品開発、ユニークなネーミングなどに繋がり、企業価値の向上に結び付いた。地元高校生も、実践的なビジネスを学ぶ貴重な場となった。

第一に「企業を支える存在」として 地域の活性化を目指す

地元企業の間では商標取得への意識はさほど高くなかったが、『幸せます』の取り組みを通じて、自社でも商標取得を検討したいとの相談が増えたそう。当所で知財の専門家を紹介できる体制が構築されていることもあって、以前より知財を取得しやすくなったと感じ

ているそうだ。また、まちづくりの新しいアイデアとしてメディアで紹介され、県外からも注目を集めるようになったが、「広めるべきはあくまで“防府ブランド商品”、主役は地元企業である」をモットーに、今後も地域密着型の運営を目指す方針だ。制度等を案内するだけでなく、気付きや学びも与えることで、持続的な地域活性化を目指している。

課題が生まれた際にも三者が協力して対処



『幸せます』は地元高校生のアイデアを活用することで、企業との地域的な結び付きが形成できる一方、「当初は申請を却下せざるを得ない内容も多かった」と初期からプロジェクトを担当する山本氏は話す。その際は、内容を学校に持ち帰ってもらい「なぜ申請が通らなかったか」を考える機会を設け、企業とも検討・再申請することで「知財活用サイクル」を回した。また、当所から企業に対し、審査に通るための具体的なアドバイスや支援

を行うことで、『幸せます』の商品だけでなく、全体の商品開発そのものに活かされる部分もあるという。審査が単なる可否の判断に留まらず、地域全体でアイデアを育て、企業や住民の知財意識向上にも繋がっている。

どの地域でも
連携を工夫すれば展開は可能に

注目!

『幸せます』のような「知財活用サイクル」を作るにあたり、他地域で課題となりやすいのは「学校と支援機関が親身な関係を築きにくい(互いに連携体制がない)」点が挙げられる。まずは支援機関が開放的、かつ現場主義の姿勢で学校や地元企業等と密な連携を取り、地域に丁寧寄り添うことが大切だ。「『幸せます』の取組みが地域全体で認知され、住民自身に、自分たちも『幸せます』のまちづくりに関わっているという意識が醸成されれば、“シビックプライド(市民としての誇りや愛着)”が芽生え、住民が定着する一因にもなるはずだ」と、『幸せます』の審査を担当する黒川委員は語った。



お菓子や化粧筆、衣類など多岐にわたる『幸せます』ブランドの商品たち



ロゴは「幸」の一部をハートで表現するなど、原点となる文字を活かしたデザイン

知的財産活用のポイント

地元高校と商工会議所、企業の密な関係性 手厚いサポート環境が地域ブランドを生んだ

「『幸せます』のブランドを発足できたのは、元々商工会議所が地元高校と企業を結び付けるという役割を果たしていた関係で、相談しやすい基盤があったからだ」と山本氏は話す。地元高校の文化祭を市内の商店街で行うといった取組みもあり、三

者が直接関わる機会が多かったそうだ。ゆえに学生からプロジェクトを提案された際も前向きに検討し、「まずは企画書の作成を」と、ビジネスとして本気で取り組めるよう導いた。また、権利取得や資金面の支援体制が手厚かったことも、円滑な事業の後押しとなったという。専門高校で培われた学生たちの情熱と、それを受け入れる強固なバックアップ体制が、地元を象徴するブランドを立ち上げた。

COMPANY DATA

取材：2025年7月

企業名：防府商工会議所 所在地：山口県防府市八王子2-8-9 電話番号：0835-22-4352

URL：<https://h-c.or.jp/> 創業：1940年 資本金：なし 従業員：16名

