

鎌倉日和

vol.57

桜の花見は奈良時代から宮中や貴族の間で行われていたと言われていす。時代とともに楽しみ方は変化しつつも、日本の春の風物詩として無くてはならないものとなり、今や外国人観光客もお花見を目当てに来日するほどです。コロナの影響でお花見の自粛が求められた時期もありましたが、大切な人とともに、美しい桜を愛でながら笑顔で過ごせることがいかに幸せなことなのか、再認識した方も多いのではないのでしょうか。美味しいお弁当をもって、ただシンプルに「これぞ日本の春！」と思えるようなお花見がしたいですね。



鎌倉ブランドのお客様

鎌あいな様

鎌倉梶原口にある唐揚げ専門店「鎌あいな (Kama'aina)」。

鎌倉市の中心部から離れていながらも、開店から14年間ずっとこの地で愛されてきました。ハワイアンミュージックが流れる温かい雰囲気の中、オーナーであり料理長の歌川暢浩さんがキッチンで仕込みをされているそばで、奥様の貴子さんにお話を伺いました。

● 店名にこめられた夢 ●

フラダンスが趣味の貴さんは、フラでハワイに留学した時に日系人のロコ（地元の人々）が集う素敵なレストランに出会い、いつかこのような店を開きたいという夢を持ち続けていました。そして、お子さんが小学校に入学するタイミングで、鎌倉の老舗料亭の料理人だった暢浩さんとともに独立開業することを決め、店名を「Kama'aina」としました。ハワイ語で「その土地に住む人」という意味を持ち、あのお店のように地元で愛される存在にしたいという気持ちが込められています。親しみを持てるように「Kama」には鎌倉の「鎌」をあて、暢浩さんの腕前を發揮した多種多様なメニューで、子供からお年寄りまで楽しく料理が選べる店として支持を得ていきました。



ところが2020年、そんな順調なお店の経営に暗雲が立ち込めます。新型コロナウイルスにより大打撃を受けたのです。地元のお客様からテイクアウトの注文を受け、なんとか経営は続けられましたが、それまでのように多様なメニューの提供を続けることは難しい状況でした。一時は閉店することも頭をよぎりましたが、これまで培ってきた評判や期待、地域に根付いてきた信頼を簡単に諦めることはできないと考え、看板メニューだった唐揚げにすべてを集中し、2023年唐揚げ専門店へとリニューアルすることを決断しました。

● 「鎌倉からあげ」をブランドの軸に ●

以前から「鎌倉からあげ」という名前を使用していたが、専門店として再スタートするからには、商標登録をしてブランドを確立させることが重要だと考えました。当事務所にご相談いただいた際、地名と一般名称だけでは商標登録ができないことを知り、ロゴを組み合わせることで無事に登録

を受けることができました（商標第6745079号）。ブランド名として安心して使用できるようになり、次なる試みとして「唐揚げグランプリ」に出場。大手スーパーをはじめとする全国の強豪たちが集う中、弁当部門で見事金賞を受賞しました。今年は東日本地区の唐揚げ部門に挑戦し、鎌倉に初の最高金賞をもたらしたいと意気込みます。

● 地域とともに ●

様々な困難と挑戦を経て、地元への想いはより一層強くなったと歌川さん。予約制の仕出し弁当は、食べてくれる「人」を思って作り、お客様の年齢層やシーンに合わせて副菜の内容やボリュームを変更するなど、細やかな気遣いに歌川さんご夫妻の思いが込められています。近隣の部活やスポーツチームなどから注文を受けたお弁当には、手書きのメッセージを添えており、「労力がかかっても、お届けしたときに喜んでいただける事が何より嬉しいので、今後もできる限り続けていきたい」と笑顔で語ってくれました。



2024年には、お子さんが通っていたご縁から、鎌倉高校の売店で唐揚げを販売して欲しいという話が進み、商品開発をしました。子供たちに試食をしてもらいながら何度も試作を重ね、味はもちろん、高校生が買いやすい価格、大きさで、成長期にぴったりな唐揚げ、その名も「カマチキ」（商標登録第6855341号）の誕生です。キャッチーなネーミングは生徒の間で瞬く間に浸透し、休み時間になると売店に行列ができて毎回あっという間に売り切れてしまうほどの人気ぶりです。販売回数を増やしてほしいというリクエストもありますが、店舗の営業に支障がない範囲で「恩返しのみつもりでやっています」という言葉に、事業に対する誠実さが感じられました。「カマチキ」が、鎌あいなブランドとして育ち、生徒たちの忘れられない青春の味になっていくことを応援したくなるようなお話です。



鎌あいなは、「Kama'aina=その土地に住む人」という名の通り、いつか貴さんが思い描いたお店になっていました。子供が育ち、地域が育ち、事業が育ち、そしてそのブランドが育つ。当事務所は、そんな事業の手伝いをさせていただければと考えています。

鎌あいな

神奈川県鎌倉市常盤355-9

TEL: 0467-81-5082

https://www.instagram.com/kamaaina_kamakura/



ブランド の タネ

● 商標登録のライセンスとは ●

商標権は、①他人が同一又は類似の範囲で商標を使うことを禁止する効力（ディフェンス）と、②自己の登録商標を使い続けることができる効力（オフENSE）の2つを持ちます。

この2つの効力に加え、商標権にはもう一つ重要な効力があります。それがライセンスです。今回は、商標登録のライセンスについてお話しします。

商標法には、「専用使用権」と「通常使用権」という権利が定められており、商標権者は法律に基づいて「他人に商標を使用する権利」を与えることができます。「専用」は独占的なもので、「通常」は普通に使用させるライセンス、と捉えていただければ結構です

過去の例として、「BURBERRY」のライセンスを三陽商會が受けていたことや、ヤマザキナビスコが「オレオ」や「リッツ」のライセンスを受けていたケースなどが挙げられます。



登録第 6229498 号



登録第 6006437 号

ライセンサー（使用権者）は他社の著名なブランドやノウハウを活用でき、ライセンサー（商標権者）はライセンス料を得ることができます。

また、親会社が子会社や関連会社に自社の商標を使用させるケースや、自動車メーカーが販売店に商標を使用させるケースもライセンス活用の典型例です。

その他、自社で使用している商標が他社の商標権侵害となることが判明した場合に、その会社からライセンスを受けて使用を継続するといったケースも考えられます。

「ふむふむ。大企業が有名な商標を使いまわす制度ね。だいたい知ってたけど中小企業のうちには関係ないね！」という、感想になりますよね。ライセンス制度って概ねこんな感じです。

ただライセンス制度、必ずしもそれだけではありません。中小企業でもライセンスを有効活用している事例があります。

その一つが「民間資格」です。インテリア設計士、証券アナリスト、産業カウンセラーなど、日本には2000以上の民間資格があるとされています。鎌倉検定やTOEIC、MOSなども民間資格です。民間資格は基本的に誰でも作ることができ、特段の許認可を受け



鎌倉商工会議所

登録第 5155068 号

る必要もありません。

資格を認める企業や団体が資格認定の基準を作り、基準に基づき資格を付与すれば民間資格となります。ただ、資格保有者しか名称を使えないことが法律で規定されている弁護士や弁理士などの「国家資格」とは異なり、民間資格に名称の自由使用を禁止する根拠はありません。

そこで、民間資格事業者は資格名について「商標登録」を受け、認定基準を満たした者に商標権に基づく「ライセンス」という形で資格を付与します。

これにより、事業者が認定しない者が勝手に資格名を使うことを防ぎ、資格名の独占性を担保することができるのです。

● ライセンスの活用可能性 ●

また、「小企業のノウハウの活用・保護」にもライセンスは有効です。

小企業が事業を広げる上でハードルとなるのが人的リソースですが、一つのプロジェクトのために新たな人材を雇用するのは簡単ではありません。かといって、商品の製造・販売を外部に委託すると、品質保持やノウハウ流出のリスクがあります。

このようなケースにおいて、製造などの委託に「商標権のライセンス」



という形をとれば、品質管理や守秘義務を自然に契約に含めることができ、また商標使用の範囲を定めることもできます。

ライセンサー（使用権者）の立場としても、単なる下請けでなく、独立した事業として契約を行うことでインセン

ティブを高める効果が期待できます。

ライセンサーが誠実に事業に取り組めば、商標権者の利益となるだけでなく、ライセンサー自身の事業も広がり、その結果として商標のブランド力も高まります。

商標権のライセンス制度を使い、フランチャイズを育てていくイメージです。

「商標登録を受け、他人にライセンスして不労所得でウハウハ」という話はありませんが、ライセンスは経済活動の様々なステージで活用の可能性のある制度なのです。



弁理士 芦田 圭司



SHOUSEI International Patent Office

将星国際特許事務所

〒248-0006

神奈川県鎌倉市小町2-11-14 山中MRビル3F

TEL: 0467-73-8540 (平日10:00~18:00)

FAX: 0467-73-8541

Email: info@shousei.jp

URL: https://shousei.jp/

