

# 鎌倉日和

vol.63

五月の鎌倉。

お寺の境内は新緑に包まれ、青もみじや若葉がやさしく光をまといます。芽吹いたばかりの葉がこれからの成長を感じさせるように、人や営みにもまた「若葉」の時代があります。

芽吹きこの季節に、日々の中で育まれていく挑戦や関係性に目を向け、今の自分にできる一歩を積み重ねていきたいものですね。

## 鎌倉ブランドのお客様

### 株式会社千里様

鎌倉・大船エリアで複数の飲食店を展開する株式会社千里様。代表取締役の湯澤大地さんは、内閣府認証 NPO「全国てらこやネットワーク」の創始者で、現在も特別顧問として地域の子もたちと関わる「てらこや」活動を推進しています。約 25 年前、湯澤さんは債務超過で倒産寸前だった家業を継承しました。事業再生に奔走する最中に「鎌倉てらこや」を立ち上げたというから驚きです。どのようにして両立し、再生を成し遂げたのか、お話を伺いました。

#### ● 逆境を越える力となった『てらこや』 ●

金銭面でも精神面でも厳しい状況の中、鎌倉大仏殿高德院様を通じて「てらこやを立ち上げたい人がいるので手伝ってくれないか」と声をかけられました。最初は断るつもりで会ったものの、精神科医・森下一先生の理念と熱意に心を動かされ、帰るときには協力を申し出ていたと笑います。

湯澤さんが当時公益社団法人鎌倉青年会議所の理事長だったことから、会員を説得し2003年「鎌倉てらこや」事業を開始。同年、第1回建長寺合宿を皮切りに、鎌倉の寺社仏閣や文化人、大学生ボランティアと連携し、子どもたちに鎌倉ならではの体験を届けてきました。この「地域総がかりの教育プロジェクト」は、2009年には「全国てらこやネットワーク」として全国に広がっていきます。



事業再生の只中で慈善活動とも取られかねない取り組みを始めたことに、周囲や金融機関からは反対もありました。それでも湯澤さんは「てらこやを始めたからこそ、事業再生ができた」と断言します。てらこや活動を通じて地域との距離が自然と縮まり、お店や活動に継続的に関わる人が増えたことで、店舗への率直な声が届くようになりました。普通なら届かない一次情報が集まることで、現場の改善が加速。やがて、てらこやに通う意欲の高い学生がアルバイトとして働くようになり、店の空気が明るく前向きになっていきました。その変化はやがて、「湯澤さんのお店を応援したい」という人々を増やし、事業再生に大きな力を与えていきました。

#### ● “らしさ”を育てるブランド経営 ●

事業再生の柱となったのが、大船エリアに複数業態を集中展開するドミナント戦略です。イタリアン、中華、タイ料理、和食と一見多様な業態ですが、仕込み工程を共通化すること

で効率化を実現。同ジャンル競合を避けながら幅広い顧客層に対応でき、また、一人の優秀な管理者が複数の店舗を統括できる体制を築きました。

コロナ禍には、密を避けながら食事を楽しんでもらうために、屋上を活用した新たな飲食モデル「空飛ぶピザ」をスタート。1階の店舗で焼いたピザをドローンで屋上へ届けるスタイルは国土交通省の認可を得た日本初の取り組みとして話題になり、価値を明確にするため商標登録（第6434912号）も取得しました。



こうした多業態の組み合わせや空間活用は、「どんな価値を、どんな体験として、誰に届けるか」を一貫して考える経営そのものです。ブランディングというロゴやデザインを思い浮かべがちですが、実際には、地域との関係性、多業態の組み合わせ、そして応援したくなる会社の姿勢といった日々の積み重ねが、会社や店舗の“らしさ”であるブランドを形づくっていくのです。湯澤さんの取り組みには、そうしたブランディングの本質が自然に表れています。

#### ● 経験を地域に還元する循環へ ●

家業再生の経験は、その後他の事業者支援へとつながり、業種を問わず、資金繰りや事業再設計の相談、金融機関との交渉など実務的な支援を行うようになりました。「相談に来る時は、みんなもう限界なんです。眠れなくなってしまふほどに」。だからこそ寄り添い、できることを一緒に整理する。顧問料はほぼ取らず、再生した後にその企業が地域で活動し続けることこそが“返ってくる価値”だと言います。



「できることをやる。無理をしない範囲で、人のために手を伸ばす。その行動は、やがて自分に返ってくる。」そう語る湯澤さんの実直で飾り気のない姿が人を惹きつけ、事業と地域を育てる循環を生んできました。一見すると利他的に見えるこの行動は、実は人や地域に向けた“余力の投資”でもあり、その積み重ねが形を変えて事業や地域の豊かさとして戻ってきています。当事務所としても、この循環の一端を担えるよう、知的財産の活用を通じて、地域に根ざした挑戦をこれからも支えていきたいと考えています。

### 株式会社千里

神奈川県鎌倉市大船 1-25-23

TEL : 0467-43-9002

URL : <https://www.senri-dining.com>



● 善意と利益の循環 ●

「情けは人の為ならず」とは、「人に親切にすれば、その相手のためになるだけでなく、やがてはよい報いとなって自分にもどってくる」という意味のことばです。

この格言は、稲村ヶ崎に別荘を有していた新渡戸稲造博士が、著書『武士道』を実践するための格言集『一日一言』に



記したことで、広く知られるようになりました。また、その由来については、鎌倉時代の『曾我物語』において、曾我祐成が愛する女性・虎御前に掛けた言葉にさかのぼるという説が有力です。

この格言は、単に「人に情けをかけなさい」と説いているわけではなく、よりよい利益の循環を生み出すには、まず自分から善意を差し出すことが大切だ、という意味にも読めます。まず自分が差し出すことで循環が動き、人が育ち、その結果として土地が育つ。日本人の営みに刻まれた、その循環の思想が「武士道」だったのかもしれませんが。湯澤さんの活動を伺うと、新渡戸稲造博士の語った日本人の道德観が、鎌倉に息づいているように感じます。

さて、今回は千里様の出願「空飛ぶピザ」を題材に、商標登録出願で問題となることの多い「識別力」について書いてみたいと思います。

商標登録にはさまざまな要件がありますが、その出発点となるのが「識別力」です。これは、その商標を見た需要者が、「誰の商品・サービスか」を区別できるだけの個性があるか、という要件です。商標法第3条第1項各号は、この識別力を欠く商標を典型的に定めています。

たとえば、第1号は普通名称、第2号は慣用商標です。普通名称とは、その商品やサービス自体の一般的な名称であり、識別力はありません。慣用商標とは、もともとは識別力があつたとしても、同業者が一般的に使用するようになった結果、識別力を失った商標をいいます。清酒に「政宗」、漬物に「福神漬」などがその例です。

もっとも、実務上よく問題になるのは、第3号です。これはいわゆる「記述的商標」に関する規定で、商品やサービスの内容を説明するにすぎない



商標について、識別力を否定するものです。たとえば、鎌倉で販売される焼き菓자에「鎌倉サブレ」、使い捨てカイロに「ビッグサイズ」、全品500円の弁当販売に「ワンコイン弁当」といった表示が付されていても、需要者はそこに出所表示

ではなく商品説明を読み取るでしょう。

しかし、実際の審査では、ここまで明らかな例ばかりではありません。むしろ難しいのは、「説明的でもあるが、商標としての個性も感じられる」というグレーゾーンです。商品やサービスをある程度イメージさせる商標は、覚えてもらいやすく、登録されれば同業他社に対して牽制力も持ちます。そのため、日々、この第3号との関係が微妙な商標が多数出願されています。

問題になりやすい一つのパターンが、動詞と商品・役務名の組合せです。たとえば、「走る広告」（商願2003-068181）は拒絶されていますが、「走る漢方」（登録6913226）は登録されています。「育てる味噌」（商願2018-084641）や「育てるデニム」（商願2021-130803）は拒絶されている一方、「育てるすまい」（登録6093487）や「育てるカフェ」（登録6773363）は登録されています。

さらに、「空飛ぶ」についても、「空飛ぶトラック」（商願2018-151865）、「空飛ぶ広告」（商願2023-009613）、「空飛ぶランタン」（商願2021-161766）は拒絶されましたが、「空飛ぶ流しそうめん」（登録5734725）、「空飛ぶサイダー」（登録5740869）、「空飛ぶラーメン」（登録5818384）は登録されています。

これらを見ると、登録と拒絶の線引きがかなり微妙であることが分かります。文字だけを見ると違いは分かりにくいのですが、第3号の判断は、辞書的な意味だけでなく、その業界における使用実情や、需要者がその語から何を直接的にイメージするかを踏まえて行われます。

とりわけ「空飛ぶ」という表現は、ドローン技術の普及とともに注目を集めるようになった語です。そのため、ドローンを使った物流や広告を直接想起させる場合には、サービス内容を説明するものとして拒絶されやすくなります。他方で、直ちに具体的なサービス内容の説明とはいえないものについては、登録が認められる余地があります。



千里様の「空飛ぶピザ」は日本初の取り組みでしたので、需要者は商標からサービス内容をイメージできないとして、第3号の適用はされず、登録が認められました。

コロナ禍や経済格差の拡大、東欧や中東における戦争など、社会に閉塞感を覚えざるを得ない情勢が続いています。そうした今だからこそ、先達が受け継いできた価値観に立ち返り、善意と利益の循環に目を向けていきたいと思えます。

その循環の中から生まれる新しいアイデアが、「空飛ぶピザ」のように、閉塞した社会に風穴を開け、やがて未来を形づくっていくのかもしれませんが。

弁理士 芦田 圭司

