

特集《地域貢献するキャラクタ・ネーミングと商標の活用》

気仙沼市役所 産業部観光課インタビュー

気仙沼市観光キャラクター 「海の子ホヤぼーや（登録商標）」を使用した経緯

気仙沼市産業部観光課 主事 斗沢 伊世

【「ホヤぼーや」について】

観光課：「ホヤぼーや」は、海のパイナップルと呼ばれる「ホヤ」がモチーフで、剣はサンマ、ベルトはホタテ、マントはサメ皮と気仙沼の特産品があしらわれています。ホヤは甘味、酸味、塩味、苦味、うま味のすべての味を兼ね備えた唯一の食材だと言われており、「ホヤぼーや」を通して、気仙沼の食の豊かさをPRする意味でも最適の食材です。

気仙沼＝「ホヤ」という認識はあまりないと思いますが、そういう理由づけもあったようです。

【使用した経緯について】

編集部：気仙沼の観光キャラクターに「ホヤぼーや」を使用した経緯をお聞かせください。

観光課：平成20年の仙台・宮城デスティネーションキャンペーンに合わせ、キャラクターをつくり、効果的なPRができないかということで、前年の平成19年に、一般公募にてキャラクターを募集しました。

気仙沼市内のみならず、全国に呼びかけ、126作品の応募の中から「ホヤぼーや」が選ばれました。選定理由としましては、①作品の親しみやすさ、②あえてあまり多く知られていない「ホヤ」を採用することで、気仙沼の食の豊かさをPRできる、③フカヒレなど多く知られている特産品とキャラクターを別のものにすること、キャラクターを通じて特産品等の紹介がしやすいなどの理由から選定しました。作者は仙台在住のイラストレーターの方で、「気仙沼には色々な食材があるが、有名なフカヒレとは違った、知る人ぞ知るホヤに注目した。」と話しています。

【効果について】

編集部：「ホヤぼーや」を使う前と使った後では効果がありましたか。

観光課：「ホヤぼーや」は、平成19年7月に誕生し、

今年で7年目になりますが、6年間のトータルで6千円以上の経済効果がありました。

「ホヤぼーや」は、当初、パンフレットやのぼり旗への掲載程度でしたが、年々認知度は高まり、震災を契機に一段と知られるようになりました。

【震災復興について】

観光課：気仙沼市は全国有数の水産都市で、市の経済を支えていた、魚市場や水産加工工場などが、東日本大震災で被災し、気仙沼市も大きな被害を受けました。震災後、気仙沼の復興のためにと、多くのボランティアの方々が来てくださいました。そこで、お土産品として「ホヤぼーや」をモチーフにした「ホヤぼーやサブレー」が大変人気があり、とても売れたそうです。

編集部：マニュアルを拝見すると、がんばれ気仙沼という旗を持った「ホヤぼーや」がありましたが、これは震災後に作られたモチーフですか。

観光課：震災前は基本的な手にサンマの剣を持ったデザインとサメに乗ったデザインの2種類しかなかったのですが、商品化を進める上では様々なパターンがあった方がということで、平成24年5月に作者であるイラストレーターの方にデザインマニュアルを作っていただきました。

平成24年度で使用申請は100件以上あり、グッズも100種類以上になりました。「ゆるキャラ（登録商標）グランプリ2012」では、東北で1位、全国では26位でした。その結果もあって認知度はさらに広がり、テレビ出演の問い合わせも増えました。使用申請についても、今年度も今現在すでに100件を超える申請があるので、昨年を上回りそうです。

グッズや商品の種類は水産加工品のパッケージへの使用やボールペン、クリアファイル、キーホルダーなどが多いです。

震災前は、「ホヤぼーや」グッズは、助産施設の「松

峰園」で一つひとつ手作りした木製の「ホヤぼーや」のキーホルダーと市内の菓子組合の「ホヤぼーやサブレー」だけでした。「ホヤぼーや」を使用した商品を作りたいとの問い合わせがあり、商品化を認めようと進めているところで震災に見舞われました。震災後に「ホヤぼーやサブレー」がたくさん売れたこともあって、販売が落ち込んだ水産加工品等の代わりに、「ホヤぼーや」グッズで少しでも経済効果があればということで平成24年にデザインマニュアルを作り、市内に住所や事業所を有する個人や団体に限定して、「ホヤぼーや」を使用しての商品化を認めることにしました。

【気仙沼市で商標権を取得した理由について】

編集部：商標権を気仙沼市で取得した理由はありますか。

観光課：商標登録は平成21年に気仙沼市で登録しています。「ホヤぼーや」は、気仙沼・宮城デスティネーションキャンペーンの推進協議会で公募したもので、協議会はDC（デスティネーションキャンペーン）に合わせて設立された団体です。終了後には解散する団体でしたので、あらかじめ募集する段階で、解散した場合にはすべての権利は気仙沼市に引き継がれるという規定があり、規定に沿った形で市が登録しました。

編集部：今後、バリエーションが増えたものについても出願するのですか。

観光課：デザインマニュアルに載っている、全てのパターンを商標登録することは難しいと思います。それぞれのパターンを商標登録する必要があるかどうかを含めて勉強中です。

【苦労したことについて】

編集部：観光課で進めていく上で苦労したことはありますか。

観光課：観光キャラクターとしての「ホヤぼーや」なのですが、認知度が高まったこともあります。結婚式や学校の卒業を祝う会に呼びたいなど、観光イベントとは違うイベントへの出演依頼が増えています。地元に愛されているキャラクターだということを強く感じるのですが、観光イベントが優先になってしまって、判断が難しいところもあります。

編集部：使用マニュアルでは禁止となっていても、実際に使われてしまったことはありますか。

観光課：そういうケースもあります。カラーではなくて1色で使用したいという要望もあります。判断が難

しいものについては、作者の方に相談しながら進めています。

【使用する際の留意点】

編集部：何に使用するかは申請時に送ってもらうですか。

観光課：使用申請書と併せて、何に使用するかわかりやすいように、企画書やデザインを添付してもらいます。

編集部：使用期間は2年間ですが、再申請の割合はどの程度ですか。

観光課：平成24年から始めたので更新はまだです。今年で2年になるので来年は再申請を受け付けることになると思います。

少しずつですが知名度が上がったことで、規模の大きな玩具会社から「ホヤぼーや」の商品を作りたいという問い合わせをいただいているが、今の段階では市内に住所を有する事業者等に限定しています。

編集部：「ホヤぼーやサブレー」の販売先は気仙沼市の事業者に限定しているのですか。

観光課：インターネットでも販売しています。商品の作成・販売については気仙沼の事業者に限定していますが、どこで売るかまでは指定していないので、自由に販売してもらっています。**編集部**：気仙沼市のつながりから何か生まれるかもしれない。

観光課：そうです。

編集部：水産加工品のパッケージに「ホヤぼーや」を使用しているということですが、水産加工場が復活すれば加工業者に対して市として積極的にPRしていくのですか。

観光課：グッズや商品の数も200を超えており、市内の事業者も関心がないわけではないと思います。もっと広がってくれば、そういう動きも必要だと思います。

【キャラクタ・ネーミングについて】

編集部：くまモン（登録商標）やバリィさん（登録商標）は人気が出てきていると思いますが、参考にしている事例はありますか。

観光課：ゆるキャラグランプリ2012で26位になり、全国的に認知されるようになったのはここ1~2年だと思います。

くまモンやバリィさんのように全国で有名になるのも一つですが、「ホヤぼーや」は地元で温めながら地元

に愛されるキャラクターを目指して取り組んできました。地元に愛されるキャラクターとして、市内の人たちの認知度も高いと思います。

キャラクターの商品化についてはくまモンの展開の仕方を参考に、勉強したいと思います。

【地元に根付く「ホヤぼーや」について】

編集部：確かに地元公認の「ホヤぼーや」で、地元の人たちは気仙沼をPRするために「ホヤぼーやサブレー」を出します。お土産に買っていくのはわかるような気がします。

観光課：気仙沼の特産品といえば、フカヒレなどの海産物が主ですが、手頃なお土産品として買うのはお菓子が多い気がします。気仙沼の菓子組合にキャラクターを使ってお菓子を作りませんかと市の商工課が呼びかけて、平成20年に11業者が共同開発して11店舗で「ホヤぼーやサブレー」を販売していました。震災で菓子店の数は減りましたが、今は駅のキヨスクやイオンなどでも販売しています。

パッケージは同じですが、お店によって形や味が微妙に違います。ホヤは海のパイナップルと呼ばれているので、クリームの中にパイナップルが入っているのですが、クリームの味もお店によって違うので、食べ比べてみるのも楽しいです。

編集部：例えばクッキーなど、他の商品は作らないですか。

観光課：市内の各お菓子屋さんでは、「ホヤぼーや」のチョコレートや最中、「ホヤぼーや」が刻印されたおまんじゅうやいかせんべいなど、バリエーションは増えてきています。

【最後に】

編集部：弁理士に聞いてみたいことはありますか。

観光課：ひこにゃん（登録商標）の事例などがありますので、「著作権」や「商標権」などについて、勉強不足なところが多いので、教えていただければと思います。

編集部：目標は観光PR、気仙沼市の観光キャラクターで観光客に来てもらうこと、知ってもらうことが最優先ですか。

観光課：観光客の入込み数も、震災前の数字には回復していません。「ホヤぼーや」をきっかけに気仙沼を知ってもらい、「気仙沼に行ってみようかな」と繋がっていくべきだと思います。これまで多くの観光客が訪れていた、「海の市」が今年6月にグランドオープンするので観光客が増えることを期待しています。

編集部：最近はホテルの改修も進んでいるので、これから威力を発揮するかもしれません。

観光課：そうですね。受入れの態勢も整ってきてていますので、多くの方々に来ていただければと思います。

編集部：最後にホヤぼーやについて一言お願いいたします。

観光課：「ホヤ」をモチーフにしたキャラクターはなかなかいないと思います。本物の「ホヤ」からは想像がつかない程のかわいらしさ、親しみやすさを持ったキャラクターだと思います。でも、頭にあるボコボコや入水口、出水口は、本物の「ホヤ」を忠実に再現しています。沢山の方にもっと「ホヤぼーや」を知ってもらい、ファンになってもらえた嬉しく思います。今年は「ホヤぼーや」にとっても気仙沼市の観光にとっても、飛躍の一年になると思います。

これまでご支援をいただきました、全国の皆さんへの感謝の気持ちを持って、「ホヤぼーや」とともに気仙沼の復興に向けて頑張っていきたいと思いますので、今後とも「ホヤぼーや」と気仙沼に注目いただければと思います。

(原稿受領 2013.11.29)