



《調査名》	地域団体商標 管理運用 全国実態調査
《調査主旨》	<p>地域団体商標制度がスタートして、5年。商標の更新というしみから考えると、2011年がちょうど折り返し地点である。</p> <p>今までの企業による商標戦略とは違い、商標権者が協同組合という経営形態であることから、出願や査定後の管理運用において初めての経験や苦労もあり、それは制度施行者にとっても同様であったと推測する。</p> <p>また、経済活動の一環として取り組む以上、かかった対価に対する成果も総括し、網羅的に課題と利点を後続に薫習することは、“地名を独占した受益者”として責務があると考えた。</p> <p>そこでこの時機を捉え、地域団体商標制度の実態や取り組む姿勢や意識に関し、なるべく多くの事例を集め洞察するため本調査を行うものである。これにより、管理運用に関する新たな知見が得られ、また、より大きく本来の目的である地域活性化に資するマーケティングコミュニケーション戦略・ブランド戦略の中での、商標の役割・運用手法などの指針が与えられると確信する。</p> <p>ひいては、国や自治体においてもこれらの知見から、有効な地域振興策を見出しただけのものも期待する。</p>
《調査手法》	調査票送付 / 記入 / 回収 : Eメール Word ファイル添付もしくは FAX 送付
《調査期限》	2011年8月5日月曜日 ~ 9月30日金曜日
《調査対象》	全国の地域団体商標権者(11年3月末まで登録査定)約430団体に依頼,送付
《有効回答数》	71団体
《調査主体》	未来ブランド研究所(くんじゅうぼう)