

「地域ブランドの保護について」

I. 前回の議論のまとめと今回の検討事項

1. 前回の議論のまとめ

前回は、フランス公益社団法人ユニオン・デ・ファブリカンからの説明及び意見聴取を踏まえ、「個人使用目的の模倣品の輸入及び所持」及び「税関におけるマーク切除後の商品の輸入」について検討を行った。

模倣品の個人所持を商標法により規制することについては、個人の私的領域に立ち入ることとなるため、慎重に議論すべきである。

模倣品を模倣品であると知りながら個人が輸入する行為を商標法により規制することについては、現行商標法の定義・効力・侵害の各規定の大幅な改正が必要となることから、拙速な対応は避け、今後当委員会において検討するこれら規定の見直し結果を踏まえて検討する必要がある。

なお、検討に当たっては、実際の権利侵害実態を精査し、侵害の実態が対処を必要とするものなのかどうかについて、産業政策的観点から十分精査の上、みなし侵害規定への盛り込みを含め、検討する。また、他の知的財産保護法制での対処の可能性についても引き続き検討する必要がある。

税関におけるマーク切除後の商品の輸入については、T R I P S 協定との関係に加え、現行通達に基づく運用の問題もあると思われる。これらの点について、事務局において関係省庁（財務省等）と相談・検討し、結果を小委員会に報告すべきである。

2. 今回の検討事項

今回は、地域ブランドの保護について検討を行う。

なお、本件に関連しては、第4回小委員会（平成15年10月20日開催）において団体商標制度の拡充について、以下のとおり議論がなされている。

団体商標制度の拡充

【背景】

- (1) 地域の独自性を有する商品・サービスを振興する観点から、産地表示と商品名等との結合からなる魅力的な標識（地域ブランド）を商標として保護する要請があるが、現行の団体商標制度は権利者の対象が限定されており、また、通常の商標と同一の登録要件となっているため、活用が困難との指摘がある。
- (2) 証明商標制度の導入を検討する必要があるのではないかとの指摘がある。

【論点】

- (1) 現行の団体商標制度について、登録における識別性の判断基準を整備するとともに、公益法人等に限定されている権利主体を拡大するといった見直しをすることについてどう考えるか。
- (2) 特定の者が地域ブランドを不公正に独占することを排除するため、商標が付される商品やサービスの基準について権利者に登録させ、その基準を満たす第三者にも当該商標の使用を開放する制度を導入することについてどう考えるか。

【小委員会における意見】

- (1) 団体商標制度の拡充については、主体要件としては、法人に限定せず代表者や定款が定められているものにも拡大すべきであるという意見があった。
- (2) 産地表示からなる商標については、現行商標法第3条第2項の識別性に関する運用を改善することで対応可能とする意見や制度の国際調和を目指すべきとする意見があった。
- (3) 一方、識別力を有する商標を保護するという商標法の目的や不正競争防止法等他法令による保護との関係を鑑みれば、慎重な検討が必要であるとする意見もあった。

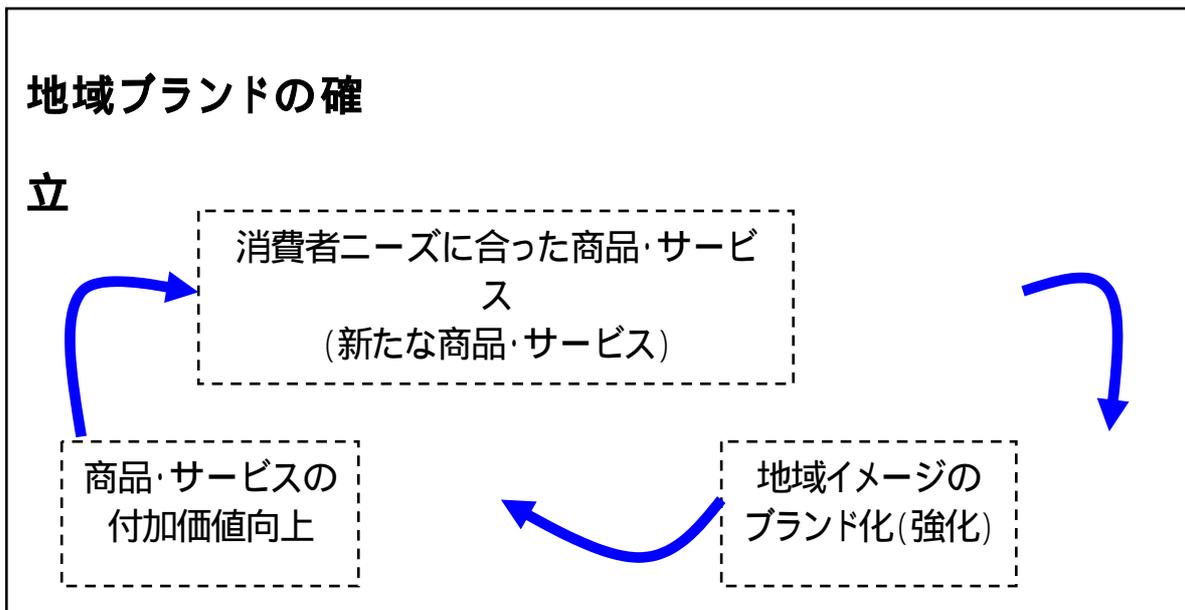
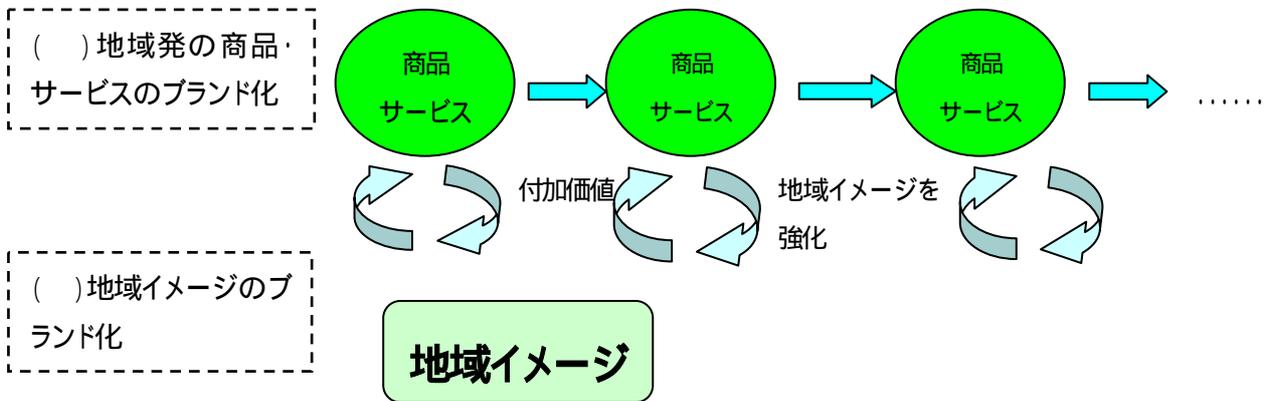
第6回小委員会資料2「これまでの議論のまとめ」より

II. 地域ブランドの保護について

1. 地域ブランドとは

地域発の商品・サービスのブランド化を通じ、地域経済の活性化につなげようとする取組み。

地域のイメージ（自然、歴史、風土、文化等）と関連させながら、商品・サービスの開発や高付加価値化等に取り組むことにより、差別化された価値を生み出し、その価値を広く認知させることにより、更に地域イメージを向上させていく一連の取組み。



【具体的事例】

夕張メロン（北海道夕張市）

1888年以降、北海道の炭坑の町として発展してきた夕張であったが、次々に炭坑が閉山。そのような閉塞感に覆われた町で、新たな産業を模索していた時に、町を過疎化の危機から救ったのが、それまで細々と続いてきた農業であった。1960年、17件の農家が集まって新種のメロンを交配によって誕生させた。

現在では、約200件の農家が夕張メロン組合に加入。JA夕張市が一代限り（F1）の種を管理し、組合員にのみ販売するとともに、販売も農協一元出荷とし、農家での庭先販売も禁止するなど、値崩れや品質管理を徹底。

「夕張メロン」ブランドを守るために、JA夕張市ではこれまで200以上にのぼる商標を登録するとともにシールや箱も規制し、裁判も2度行う等積極的なブランド維持のための取り組みを行ってきた。その結果、現在、夕張と言えば「夕張メロン」と言われるまでにブランドが成長した。現在では夕張の市の基幹産業にも位置づけられており、昨年NHKのテレビ番組「プロジェクトX」でも取り上げられるなど、全国的な名声を獲得するまでに至っている。



夕張市農業協同組合ホームページより¹

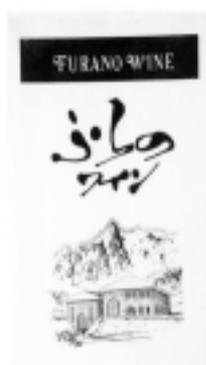
¹ <http://www.webwork-nws.com/users/yubari/syouhyou.html>

ふらの（北海道富良野市）

富良野ラベンダーや、ドラマ「北の国から」の放映等の影響で、全国的に富良野の知名度が上がったこと、富良野の農業、特に野菜（タマネギ、ニンジン、スイカ、メロン、ブドウ等）が地域の特性（昼夜の寒暖の差等）を最大限活かし、おいしい野菜として評価されていること、等を背景に、以下のような取組みが進んでいる。

- ・ラベンダーを中心とした花による癒し効果と田舎への回帰を標榜した観光
- ・富良野市みずから手がけた「ふらのワイン」の成長
- ・地元産のバター・チーズを活用した菓子製造

上記の取組みにおいて、「ふらの」が、野菜やその加工品等富良野の産品に使用されており、富良野のイメージ統一と向上に役立っている。



登録番号 第2047959号
指定商品 ぶどう酒
権利者 (株)富良野振興公社



登録番号 第3265600号
指定商品 グレープジュース
権利者 富良野市

東大阪ブランド（大阪府東大阪市）

大阪の東郊にある東大阪市は、鋳物、木綿、鉄線など古くから産業が発達しており、現在では全国有数の中小町工場密集地帯（可住面積1平方キロ当たり工場数は約170で全国第一位）となっている。特に、他の中小企業集積地区と比べて（下請けでなく）自社ブランドでの製品を製造している企業の割合が高いことが特色であり、ニッチ分野においてトップシェアを持つ企業も多数存在。

こうしたことから、高いオンリーワン技術を持つ企業が集積している「ものづくりの町」というイメージを明確化するため、東大阪市役所や商工会議所等が中心となって、平成14年末に東大阪ブランド推進機構を設立。

同機構は、「メイドイン東大阪ブランドCI運動」として、東大阪市内において製

品のコア部分を制作しているか、企画・設計等オリジナルな部分を行っている「ナンバーワン製品」、「オンリーワン製品」、「プラスアルファ製品」として現在95の製品を認定し、商標登録された「東大阪ブランドマーク」の貼付を認めている。



登録番号 第4622826号

指定商品 電子応用機械器具及びその部品、その他

権利者 東大阪市

関さば・関あじ（大分県佐賀関町）

佐賀関町周辺の漁場は、瀬戸内海と豊後水道の分岐点に位置するため、潮の流れが速く海底の地形が非常に起伏に富み、天然礁に恵まれ餌となる生物が豊富。また、海水温度も夏は冷たく、冬は暖かくなっている。

サバ・アジは通常回遊魚であるが、佐賀関町周辺のサバ・アジは回遊せずに一カ所に住み着いており、適度に太り、脂ののりがよく刺身で食べることが可能なほど品質が高い。

JF佐賀関支店は、こうしたサバ・アジのブランド化に取り組み、魚体を傷つけずに一本釣りで漁獲したり、漁獲後1日網いけすに置き魚を落ち着かせた後で魚体に触れずに出荷したもの等のみを関サバ・関アジと称し、商標登録された「関サバ・関アジ」タグシールを一匹一匹に付して出荷している。なお、マスコミを通じた報道などにより、観光客も増加し物販や飲食・宿泊といった面での経済効果も上がっている。



登録番号 第 4696358 号

佐賀関町ホームページより²

指定商品 あじ・さば(生きているものを除く。),

あじ・さばの加工水産物

権利者 大分県漁業協同組合

黒壁(滋賀県長浜市)

明治時代に建設され銀行として使用されていた歴史的建造物の解体を契機に、町が出資した第三セクター(株)黒壁が町おこしのシンボルとして購入し、同建物を活用したガラス事業(輸入販売、ガラス製造、レストラン等)を経営。

計画に賛同する約20強の店舗が、各店舗ごとに長浜のコンセプトに合致した外観の維持や内装の工夫を行うとともに、地域の商店街と共同して、空き店舗の改装・賃貸や、共通の買い物券の発行等の取組みを実施。また、登録商標「黒壁」をグループのブランドとして立ち上げるとともに、地元長浜だけではなく、岩手県江刺市のまちおこし会社「黒船」に協力し、1998年4月には「黒壁ガラス館IN江差」をオープンする等、統一したブランド戦略のもと活動範囲の全国展開を図っている。



登録番号 第 3246362 号

指定商品 コップ, その他の食器類, 他

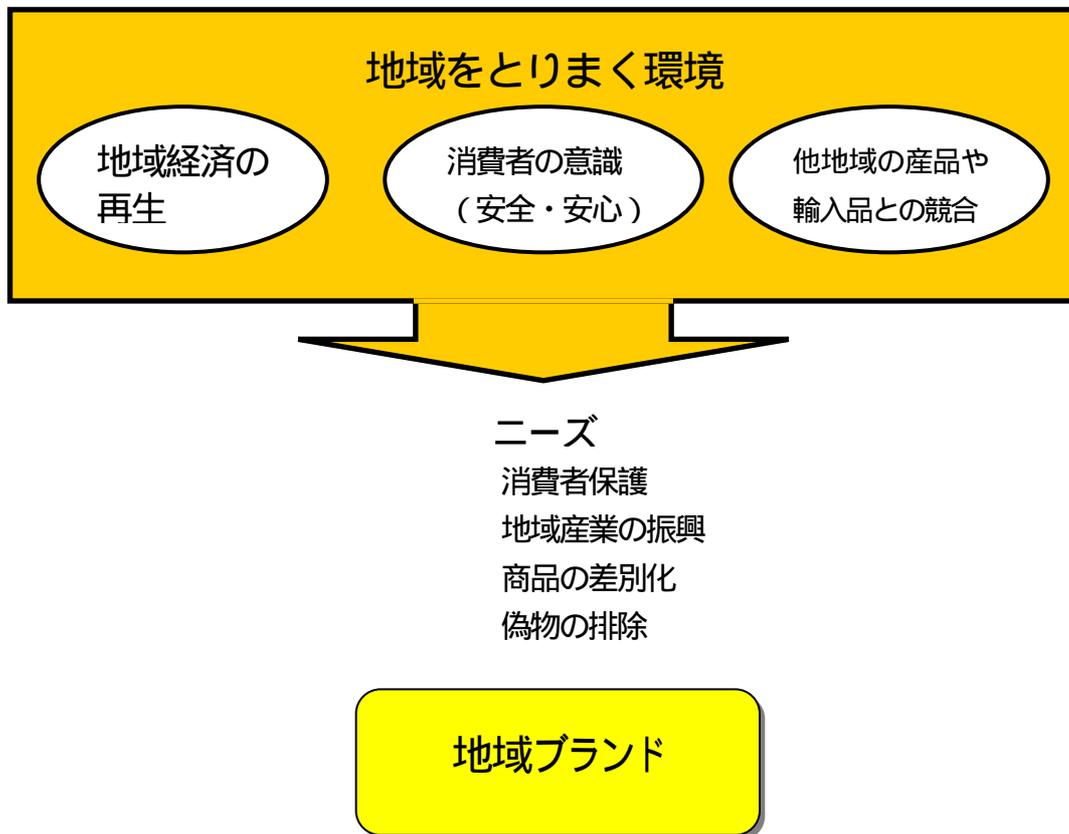
権利者 株式会社黒壁

² <http://www.town.saganoseki.oita.jp/kankou/tokushu/towa/top.html>

以上の例に見られるように、地域ブランドの取組みにおいては、地域発の商品・サービスについて、

- (1) 地域が共同で利用できる特定のブランドを設ける
- (2) 商品・サービスの高付加価値化・差別化を図る
- (3) 他地域産の商品についてのブランド使用を排除することが一体的・連続的に行われている。

また、地域ブランドによって形成されたイメージは、地域の活性化に資するのみでなく、消費者（需要者）から見た場合、安全・安心といったイメージを保証する役割も同時に果たしていることが多い。（特に農水産品・食品等）



2. 検討の必要性

地域ブランドの取り組みにおいては、地域ブランドを指し示す名称を地域の中核的団体が管理し、その名称を地域ブランドが示す品質・基準等を満たした商品・サービスに付すことが多い。

このような名称は図形等と「(産)地名」を組み合わせた標章や「(産)地名」、「(産)地名+商品名」のみからなる標章であることが多いが、後者のような標章は現在の商標法において商標登録を受けることは基本的には困難である。

域外の者による生産販売が広まり、広く一般に使用され、普通名称となったものは、商標登録を受けることができない(第3条第1項第1号)(さつまいも、いよかんなど)

普通名称に至っていないものについても、単なる産地名+商品名のみからなる標章については、識別力・独占適応性がないものとして、商標登録できないことが原則とされている(第3条第1項第3号)

近年、地域活性化に向けた自主的な取り組みの重要性が高まっていることを受けて、地域ブランドのよりの確な保護に向けた制度の検討が要請されている。

知的財産推進計画2004

(平成16年5月27日・知的財産戦略本部)

3. 知的財産の保護制度を強化する

(4) 地域ブランドの保護制度を検討する

農林水産物等の地域ブランドの保護制度の在り方について、産品・製品等の競争力強化や地域の活性化、消費者保護等の観点から、名称が一般化している、あるいは他地域での使用が既に定着している産品・製品等への影響等に配慮しつつ、2004年度に検討を行う。(農林水産省・経済産業省)

: 上記を受けて、農林水産省においては、「食品等の地理的表示の保護に関する専門家会合」を9月29日に発足させ、検討を開始したところ。

新産業創造戦略

(平成16年5月18日・経済産業省)

第3章 重点政策

4. ブランドの確立とデザインの戦略的活用

地域ブランド確立支援のための制度を整備する。

特色ある地域づくりの一環として、地域の特産品に係る「地域ブランド」の確立を支援するため、地域ブランドを保護する制度の整備を検討する。

: 国レベルでは、JAPANブランド育成強化支援事業(平成16年度創設)や地域ブランドアドバイザー・フォーラム事業(新規要求中)等の支援施策を講じている。

: 各自治体においても、地域内の地域ブランドの信頼確保と品質向上のための認証制度等が設けられるようになってきている。

地方公共団体の認証制度一覧

	ブランド認証制度名称		ブランド認証制度名称
北海道	道産食品独自認証制度	三重県	三重ブランド
宮城県	宮城県地域特産品認証制度	滋賀県	環境こだわり農産物認証制度
	みやぎの環境にやさしい農産物表示認証制度	京都府	京都ブランド
		兵庫県	美味しい食材の宝庫ひょうご
茨城県	うまいもどころ	奈良県	奈良のブランド産品
栃木県	とちぎブランド農産物品質等認証制度	和歌山県	和歌山ふるさと認証食品
	とちぎ特別表示認証食品	和歌山県	和歌山県特別栽培農産物認証制度
	特別栽培農産物認証・表示制度	広島県	安心! 広島ブランド
千葉県	ちばエコ農産物	島根県	しまね故郷料理店認証制度
	愛情いちばん千葉の農産物	山口県	水産加工品ブランド認定制度
長野県	長野県原産地呼称管理制度	香川県	かがわ農産物等特選ブランド認証制度
愛知県	愛知ブランド企業認定制度	福岡県	減農薬・減化学肥料栽培認証制度
	愛知の伝統野菜	宮崎県	商品ブランド認証制度
岐阜県	オリベプロジェクト	鹿児島県	かごしまの農林水産物認証制度

3. 商標法上の扱い

地域ブランドについて、商標登録を受けることができれば、商標権者以外の者による商標の使用に対して、商標権者として差止請求や損害賠償請求が可能となり、保護が図られる。

(1) 商標が産地名と商品名のみからなる場合等

商標が産地名と商品名のみからなる場合等（例：東京納豆）は、商品の産地や販売地を普通に用いる方法で表示する標章のみからなる商標として、商標法第3条第1項第3号によって、商標登録ができない。

第3条第1項

自己の業務に係る商品又は役務について使用をする商標については、次に掲げる商標を除き、商標登録を受けることができる。

- 3 その商品の産地、販売地、品質、原材料、効能、用途、数量、形状（包装の形状を含む。）
価格若しくは生産若しくは使用の方法若しくは時期又はその役務の提供の場所、質、提供の用に供する物、効能、用途、数量、態様、価格若しくは提供の方法若しくは時期を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標

本規定が設けられている趣旨は、産地名称からなる商標が、通常、商品又は役務を流通過程又は取引過程に置く場合に必要な表示であるから何人も使用をする必要があり、かつ、何人もその使用を欲するものだから一私人に独占を認めるのは妥当ではなく、また、多くの場合にすでに一般的に使用がされあるいは将来必ず一般的に使用がされるものであるから、これらのものに自他商品又は自他役務の識別力を認めることはできないという理由による。³

このように、商標が産地名と商品名のみからなる場合等は、原則として商標登録ができないものの、使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品又は役務で

³ 特許庁編「工業所有権法逐条解説（第16版）」1053頁

同号の趣旨については、「3号に列挙されている表示が必要者に商品や役務の内容に関わるものであり、これを商標として排他的に使用することができるとなると、他社に対して、競争上、過度に有利になるために、出願が早かったという一事をもって商標権を認めるべきではなく」、また「商品や役務に関する情報を伝達するために必要な表示であるという意味でも、広く一般に使用させるべき」との説明（田村善之「商標法概説〔第2版〕」179頁）や、同号は「取引上、現実に多数人に使用されているから、商標として登録しても特定人の商品（役務）を識別する標識としての機能を営み難いようなもの」や「取引上多数人にその使用を開放しておかなければ、商取引上、不便であり、特定人に独占される場合には多数人に不測の損害を与えるようなこともあって、公益上、支障のあるようなもの」を記載しているとの説明（網野誠「商標〔第6版〕」174頁・175頁）などがなされている。

あることを認識することができるものについては、同規定にかかわらず、商標登録を受けることができることとされている。

第3条第2項

前項第3号から第5号までに該当する商標であつても、使用をされた結果需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができるものについては、同項の規定にかかわらず、商標登録を受けることができる。

本規定は、特定の者が長年その業務に係る商品又は役務について使用した結果、その商標がその商品又は役務と密接に結びついて出所表示機能をもつに至ることが経験的に認められるので、このような場合には特別顕著性が発生したと考へて商標登録をしようことにしたものである。

なお、この認定の基準は、当該商標の使用がされている具体的な取引の実情を参酌して定められるべきであるとされている。⁴

判断基準・判断方法

使用による識別力があると判断されるためには、原則として、商標が全国的な知名度を有することが必要であるとされている。

また、使用の期間と使用の密度等を勘案してケース・バイ・ケースで総合的に判断することとされている。[参考資料1参照]

登録例 [参考資料2参照]

第3条第2項に基づく実際の登録例は、極めて限定されており、地域ブランドとしていわば評価が確立したもののみが登録できるものといえる。⁵

前沢牛（岩手ふるさと農業協同組合）

夕張メロン（夕張市農業協同組合）

三輪素麺（奈良県三輪素麺工業協同組合）

佐賀海苔（佐賀県有明海漁業協同組合連合会）

⁴ 特許庁編「工業所有権法逐条解説（第16版）」1055頁

同項の趣旨については、「単に出願したという一事をもって登録を認めるべきではないとしても、実際に使用した結果、出所識別力を獲得した者がいる場合には、その努力に報いるとともに出所の混同を抑制することが商標の出所識別機能を保障して信用の化体を促す登録商標制度の趣旨に適合する」との説明がなされている（田村善之「商標法概説 [第2版]」189頁）。

⁵ このほかにも、「（産）地名+商品名」の組み合わせが第3条第2項で私企業により登録されたもの（大須うい、信州ハム、箱根漬、古川牛、丹沢、等）もある。

奥美濃古地鶏（岐阜県経済農業協同組合連合会）
佐賀牛（佐賀県経済農業協同組合連合会）
高崎ハム（群馬畜産加工販売農業協同組合連合会）
信州味噌（長野県味噌工業協同組合） 団体商標⁶
宇都宮餃子（協同組合宇都宮餃子会） 団体商標
笹野彫・笹野一刀彫（笹野彫協同組合） 団体商標

登録の効果

他人による使用に対して差止請求・損害賠償請求が可能。

審査においては、第3条第2項により登録された商標（産地名+商品名）については、これと同一の「産地名+商品名等」に識別力のある図形等を加えた後願の商標を、第4条第1項第11号（既登録商標）により排除することが可能となる。また、第3条第2項により登録されるレベルの識別力を持つ商標については、第4条第1項第10号⁷（周知商標）・第15号（混同を生ずるおそれがある商標）の条件も満たすと考えられる。

（2）識別性のある図形とともに産地名が用いられる場合等

消費者による識別を容易にするため、デザインされた図形など識別力のあるものと商品を生産している産地を併記している商標の場合、当該商標中の識別力のある部分に着目して、商標全体として識別力を認め、商標登録がなされることも多い。⁸

地域ブランドについても、例えば以下のような態様で、識別力があるものと認められた例がある。

登録例 [参考資料3参照]

<自治体>

松阪牛（松阪市）

比内地鶏（秋田県）

⁶ 大正10年商標法における団体標章として当初登録された例

⁷ 田村善之「商標法概説（第2版）」190頁

⁸ 要部たる図形等の部分に識別力がない場合（単純な図形である場合等）や、要部が既登録商標に類似している場合には、登録できない。

かごしま黒豚（鹿児島県）

<組合>

壬生菜（全国農業協同組合連合会）

伏見とうがらし（全国農業協同組合連合会）

小田原蒲鉾（小田原蒲鉾水産加工工業協同組合）

浜名湖うなぎ（濱名湖養魚漁業協同組合）

関あじ・関さば（大分県漁業協同組合）

山形牛（全国農業協同組合連合会）

仙台みそ（宮城県味噌醤油工業協同組合）

信州そば（長野県信州そば協同組合）

宇治茶（京都府茶協同組合）

三ヶ日みかん（三ヶ日町農業協同組合）

草加せんべい（草加煎餅協同組合）

沖縄黒糖（（社）沖縄県糖業振興協会）

<私企業・個人>

純系名古屋コーチン（個人）

仙台長なす漬（私企業）

稲庭うどん（個人）

登録の効果

「産地名＋商品名」の部分はそれだけでは識別力のある要部と認められず、図形部分と一体となっはじめて商標としての識別力を有するため、権利範囲は限定的なものとならざるを得ない。

したがって、「産地名＋商品名」に相当する部分であっても、要部が異なる商標であれば、既登録商標と類似するものとして登録を拒絶する理由はない。また、同様に第三者が、「産地名＋商品名」に相当する部分が同一の標章を商標として使用した場合においても、商標権者による差止請求や損害賠償請求を行うことは非常に困難である。

4. 商標法以外の法律での扱い

(1) 不正競争防止法

地域ブランドは、特定の製品に関する産地を表す文字が用いられることが多いところ、当該産地以外の者が地域ブランドに類似した表示をなす場合には、当該地域ブランドが商標登録を受けているか否かに関わらず、不正な競争と評価される場合がある。このような場合は、不正な表示を行った者に対して、不正競争防止法に基づき差止請求や損害賠償請求をなすことが可能である。

商標法も不正競争防止法もともに不正な競業者による不正な行為を規制する法規であるものの、商標法は商標権という財産権が付与され、競業者に対して主張できる権利範囲が事前にある程度予測可能であるのに対して、不正競争防止法では、不正な行為が類型化されているものの、事業者による個々の行為がこれに該当するかどうかについては、事件毎に判断されることとなるとの違いがある⁹。

原産地等誤認表示（第2条第1項第13号）

原産地や品質等について誤認させるような表示をした場合には、不正競争防止法第2条第1項第13号に定める不正競争行為となり、これにより営業上の利益を侵害され、又は侵害されるおそれのある事業者は、侵害の差止め及び損害賠償を求めることができる（第3条、第4条）¹⁰

第2条第1項第13号 原産地等誤認表示

「商品若しくは役務若しくはその広告若しくは取引に用いる書類若しくは通信にその商品の原産地、品質、内容、製造方法、用途若しくは数量若しくはその役務の質、内容、用途若しくは数量について誤認させるような表示をし、又はその表示をした商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供し、若しくはその表示をして役務を提供する行為」

「京の柿茶」

京都で産出された材料も使用しておらず、京都で製造、加工されたものでもない柿の葉茶に、「京の柿茶」等の標章を付した商品の販売等について、「一般需要

⁹ 不正競争防止法には、商標法でカバーされない表示の使用や、商標権侵害が認められない場合についても規制対象となるというメリットがある。一方で、製造・販売等を行っていない事業者団体は、営業上の利益を侵害されておらず、そのおそれもないとして、差止め・損害賠償を請求できない場合があるのではないかとの問題点もある。

¹⁰ また、不正の目的をもって原産地等を誤認させる表示をした者や、虚偽の表示をした者に対しては、刑事罰（3年以下の懲役又は300万円以下の罰金）が科され（第14条）法人については3億円以下の罰金刑が科される（第15条）。

者は、標章のうち「京の」等の部分は、被告商品の製造地あるいはその原材料の生産地が京都市及びその周辺あるいは京都府であることを表示するものと理解する者が多いと認められる」として、不正競争防止法第2条第1項第10号（現行法の第13号）の不正競争行為に該当するとした事案がある¹¹。

周知表示混同惹起行為（第2条第1項第1号）

他人の商品等表示（人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するものをいう）として需要者の間に広く認識されているものと同若しくは類似の商品等表示を使用するなどして、他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為は、第2条第1項第1号に定める不正競争行為として、差止め及び損害賠償の対象となる。¹²

この規定により、ある地理的表示（例えば三輪素麺¹³）が自他識別機能又は出所表示機能を有する商品等表示として周知であると認められる場合には、この表示が商標登録されていない場合であっても、それと同一又は類似の商品等表示を使用する行為は周知表示混同惹起行為となりうるものと考えられる。¹⁴

なお、他人の商品等表示が著名である場合には、それと同一若しくは類似の商品等表示を使用等する行為は、第2条第1項第2号に定める不正競争行為（著名表示冒用行為）となる。

第2条第1項第1号 周知表示混同惹起行為

他人の商品等表示（人の業務に係る氏名、商号、商標、標章、商品の容器若しくは包装その他の商品又は営業を表示するものをいう。以下同じ。）として需要者の間に広く認識されているものと同若しくは類似の商品等表示を使用し、又はその商品等表示を使用した商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供して、他人の商品又は営業と混同を生じさせる行為

¹¹ 東京地裁平成6年11月30日判決 判例時報1521号139頁。なお、同事案においては、被告が「京の」と謳うことによってどの程度原告に営業上の影響を与えたかを問わず、品質誤認表示をなした者は競争上優位に立つという一般的理由をもって営業上の利益を認定した。

¹² このような不正競争行為は、刑事罰（3年以下の懲役又は300万円以下の罰金、法人については3億円以下の罰金）の対象となる（第14条、第15条）。

¹³ 奈良地裁平成15年7月30日判決（判例集未掲載）

「三輪素麺」標章を使用してそうめんを販売する行為が、「三輪素麺」の商標権は侵害しないが、不正競争防止法2条1項1号に該当するとされた。なお、同判決においては、「三輪素麺」あるいは「三輪そうめん」は、原告である奈良県三輪素麺工業協同組合を含む三輪地方のそうめんの生産・販売業者の商品等表示として周知であるといえても、原告固有の商品等表示としては自他商品識別力はないと判示されている。

¹⁴ ただし、普通名称や慣用されている商品等表示を普通に用いられる方法で使用した場合、自己の氏名を不正の目的でなく使用した場合、周知になる前から不正の目的なく使用していた場合などには、民事上の差止め・損害賠償の規定や刑事罰の規定の適用から除外される（第12条第1項第1号、第2号及び第3号）。

(2) 不当景品類及び不当表示防止法(景表法)

地域ブランドに類似した表示を行うことにより、一般消費者等に対して自らの商品が実際より著しく優良な商品であるとの誤認を与える場合には、景表法の規制を受けることもある。

景表法は、事業者が、自己の供給する商品又は役務の取引について、商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と競争関係にある他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示すことにより、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示をすることを禁止している(第4条第1項第1号)。また、商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある表示であって、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認めて公正取引委員会が指定するものを表示をすることを禁止し(第4条第1項第3号)商品の実産国に関する不当な表示等が指定されている(昭和48年公取委告34号等)。

事業者がこのような不当な表示をした場合には、公正取引委員会は、その行為の差止め等を命ずることができる(排除命令、第6条)¹⁵

排除命令につき審判手続開始請求期間(排除命令書の謄本の送達から30日以内)が経過した後や審決が確定した後にも違反した場合には、2年以下の懲役又は300万円以下の罰金が科される(第9条、独占禁止法第90条第3号)。

また、都道府県知事は、その行為の取りやめ等の指示を行うことができ(第9条の2)、指示が守られない場合には、公正取引委員会に措置請求ができる(第9条の3)。

(3) 農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(JAS法)

JAS法は、産地保護という視点ではなく、消費者保護という視点から構築されたものであり、また、産地表示規制としても、正しい原産地を表示していればよいことから、個別のブランド名を含む「うどん・製めん地××県」のような表示を規制できるかは、個別に判断せざるを得ない。

¹⁵ ホルスタインの肉を「佐賀県産白石牛」の肉であるかのように表示して販売した業者に対して、排除命令を行ったケースなどがある。ただし、景表法は行政規制を発動することを求める権利を私人に付与するものではない点に留意が必要。

JAS法は、農林物資の規格を制定し、これを普及させることにより、農林物資の品質の改善や生産の合理化等を図るとともに、農林物資の品質に関する適正な表示を行わせることにより、一般消費者の選択を資することを目的としている。

第1条 この法律は、適正かつ合理的な農林物資の規格を制定し、これを普及させることにより、農林物資の品質の改善、生産の合理化、取引の単純公正化及び使用又は消費の合理化を図るとともに、農林物資の品質に関する適正な表示を行わせることにより一般消費者の選択に資し、もって公共の福祉の増進に寄与することを目的とする。

上記の目的を実現するため、JAS法は大きく2つの制度を整備している。

第一に、農林水産大臣は、農林物資の種類を指定してJAS規格を制定することとされている。JAS規格で定められる基準としては、品質についての基準と品質の表示に関する基準があり、前者は更に品位、成分、性能その他の品質についての基準と生産の方法についての基準とに分けられるが、これは任意規格であるため、生産者等が必ずしも拘束されるものではない。JAS規格は、各地域で異なる規格を統一し、商品の品質の改善や生産の合理化等を図るために整備された制度であるため、各地域に固有の商品を市場において差別化することを目的とする地域ブランドの保護にはそぐわない制度である。

第二に、農林水産大臣は、一般消費者の選択に資するため、飲食料品の品質に関する表示について、製造業者又は販売業者が守るべき基準（品質表示基準）を制定することとされている。現在、生鮮食料品や加工食品といった区分毎に基準が定められており、特に、生鮮食料品については、原産地表示を含む表示が義務づけられている。¹⁶

農林水産大臣及び都道府県知事は事業者について立入検査を行うことができ（第20条第2項及び第23条第1項）¹⁷、違反事業者に対しては、品質表示基準を遵守すべき旨の指示をし、その指示に係る措置を講じない場合には農林水産大臣が改善命令を行うことが出来る（第19条の9）。さらに、改善命令にも違反した場合には、個人については1年以下の懲役又は100万円以下の罰金が、法人については1億円以下の罰金が科される（第24条第8号）。

¹⁶ 具体的には、名称のほか原産地（原則として、農産物については都道府県名、畜産物については国産である旨、水産物については水域名又は地域名¹⁶、輸入品については原産国名）を表示することが定められている。また、加工食品については、輸入品について原産国名の表示が義務付けられている他、国内で加工されたものの一部について、原料原産地表示が義務付けられている。

¹⁷ 前掲奈良地裁平成15年7月30日判決では、長崎県産などのそうめんを、JAS法で定められた製めん地の記載を行わずに、「三輪素麺」の名称で販売していた複数の会社に対して、農林水産省が立入検査を行い、各会社の社名を公表した上で、改善を指示するとともに商品の回収を求めた事実が指摘されている。

5 . 諸外国における地域ブランドの保護¹⁸

(1) T R I P S 協定

現行のT R I P S 協定は、地理的表示に関する2段階の保護を規定する。

第一に、地理的表示に関してすべての商品を対象に公衆を誤認・混同させるような表示を禁止している。具体的には、こうした表示について 利害関係人が第三者の使用に対して法的手段をとることができることとし、 第三者の商標登録を禁止している(第22条)。このような規定は、我が国を含めて、多くの国が商標法¹⁹や不正競争防止法²⁰によって既に措置を講じていた点であり、ウルグアイラウンド交渉(UR交渉)においても、特段、異論なく合意された。

第二に、ワイン及びスピリッツに関しては、公衆の誤認・混同の有無に関わらず、地理的表示を他産地の商品に使用することを禁止している(第23条)。UR交渉においては、こうした地理的表示について、利害関係人に損害賠償や差止請求権を与えることは保護が強すぎるとする米国や日本の反対があり、「民事上の司法手続に代えて行政上の措置による実施を確保することができる」との脚注が追加された。我が国においては、酒団法²¹による行政規制の中でワイン及びスピリッツの地理的表示の保護が実現されている²²。

T R I P S 協定には、地理的表示の保護拡大を目指すE Cの提案により、見直し条項が(ビルトインアジェンダ)が盛り込まれており、ワインの地理的表示の保護強化のための多国間通報登録制度の創設交渉(第23条第4項)等についてW T Oでの交渉が進められている。また、E Uは、地理的表示の保護に積極的な他の諸国(スイス、東欧諸国、インド、中国等)にも働きかけて、地理的表示の絶対的な保護の対象をワイン・スピリッツ以外の分野にも拡大することを志向していることから、今後の交渉を注視する必要がある。

¹⁸ ワイン・スピリッツに関するものを除く。

¹⁹ 商標法ではその第4条第1項第16号において、「商品の品質又は役務の質の誤認を生ずるおそれがある商標」を拒絶の対象としている。

²⁰ 不正競争防止法ではその第2条第1項第13号において「商品若しくは役務若しくはその広告若しくは取引に用いる書類若しくは通信にその商品の原産地、品質、内容、製造方法、用途若しくは数量若しくはその役務の質、内容、用途若しくは数量について誤認させるような表示をし、又はその表示をした商品を譲渡し、引き渡し、譲渡若しくは引渡しのために展示し、輸出し、輸入し、若しくは電気通信回線を通じて提供し、若しくはその表示をして役務を提供する行為」を誤認惹起行為として規制の対象としている。

²¹ 酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律

²² 同法第86条の6第1項の規定に基づく地理的表示に関する表示基準を同条第2項の規定によって告示(平成6年12月28日国税庁告示第4号)「日本国のぶどう酒若しくは蒸留酒の産地のうち国税庁長官が指定するものを表示する地理的表示又は世界貿易機関の加盟国のぶどう酒若しくは蒸留酒の産地を表示する地理的表示のうち当該国において当該産地以外の地域を産地とするぶどう酒若しくは蒸留酒について使用することが禁止されている地理的表示は、当該産地以外の地域を産地とするぶどう酒又は蒸留酒について使用してはならない。」

(2) EU (欧州連合)

共同体団体商標

- ・ 原産地表示のみからなる商標であっても、共同体団体商標として登録することが可能。出願人は、商標の使用条件等を明記した管理規則を提出しなければならず、出願が拒絶されるべき特段の理由がある場合、何人も意見を提出できる。
- ・ 第三者が商業上の誠実な慣行に従って使用している場合には、当該産地表示の使用を禁止することはできない。また、団体が、規則に反する商標の使用を阻止する合理的な措置を取らない場合等には取消し事由となる。
- ・ 商標権の侵害に対しては、団体又は使用権者が差止請求や損害賠償請求を行うことができるほか、団体が使用権者に代わって損害賠償請求を行うことも可能。

EUにおいては、欧州共同体商標規則において、原産地を表示する商標についても、共同体団体商標によって、一定の保護を受けることができる仕組みとなっている。

具体的には、業界団体に帰属する構成員の商品又はサービスと非構成員のそれから識別するために使用される商標は、原産地表示²³であっても、共同体団体商標として登録が可能であり、生産者団体等が出願を行うことができる(第64条)。但し、共同体団体商標の出願人は、所定期間内に、当該商標の使用権者、団体の構成員条件、当該商標の使用条件等を明記した標章の使用を管理する規則を提出する義務が課される(第65条(2))²⁴。こうした出願を拒絶されるべきという特段の理由があると考えられる場合には、出願公告の後、何人も意見を提出することができる(第67条)。

また、団体は、第三者が工業上又は商業上の誠実な慣行に従って使用している場合には、当該産地表示を取引上を使用することを禁止できない(第64条(2))。団体が、使用を管理する規則に反する使用を阻止する合理的な措置を取らない場合、使用を管理する規則の修正が法に定める要件を満たさない場合などには、当該団体商標は申請等により取り消され得る(第71条)。

さらに、共同体団体商標の侵害に対しては、商標権者及び商標権者の許諾を受けた使用権者が訴訟を提起することが可能であり、使用権者が無権限の使用により損害を受けた場合には、商標権者が使用権者に代わって損害賠償を請求することも可能である(第70条)。[参考資料4参照]

²³ 第64条(2)では、「商品若しくはサービスの原産地を示すために取引上使用されることがある標識若しくは表示」は共同体団体商標を構成することができる(第64条(2))とされている。

²⁴ 標章の使用を管理する規則は、関係する地域に源を発する商品又はサービスに係る者に標章の所有者である団体の構成員になる権利を与えるものでなければならない(第65条(2))。また、商標の使用を管理する規則の修正があった場合にはこれを提出しなければならない(第69条(1))。

地理的表示 / 原産地呼称の保護制度

- ・食品、農産物を対象として、地理的表示 / 原産地呼称を保護。出願人は、表示を使用するための産品規格等を提出し、各加盟国内及び欧州委員会での審査を経て登録される。
- ・登録された場合、保護される地理的表示の名声を利用した類似の表示、公衆を誤認・混同させるあらゆる表示が禁止され、誤認を生じない場合であっても、地理的表示のあらゆる不正使用、模倣が禁止される。
- ・違反に対しては、民事上又は行政上の措置により対応。

EU においては、「農産物及び食品の地理的表示及び原産地呼称の保護に関する理事会規則 2081/92」(以下、「欧州理事会規則」という。)において、農産物及び食品の地理的表示を保護している(ぶどう酒・蒸留酒はワイン規則 EEC/1493/1909)各国毎の保護)。この制度は、各国行政における事前審査によって、保護対象となる地理的表示と保護の条件となる産品の規格等を認定し、登録を受けた地理的表示については、保護される地理的表示の名声を利用した類似の表示の禁止、公衆を誤認・混同させるあらゆる表示の禁止、公衆の誤認を生じない場合であっても地理的表示のあらゆる不正使用、模倣の禁止を定めるものである。

登録を受けられる産地名義としては、(イ)「原産地名義²⁵」(産地の地理的環境と産品の品質等が密接に結びついたもの)、(ロ)「地理的表示²⁶」(産品に産地に起因する品質・名義等があるもの)という2種類に形式上は分類されている(第2条)。保護の期間は無期限であり、登録される限り普通名称化することはない(第13条)。

地理的表示の保護に違反する行為に対しては、民事上又は行政上の措置により対応される。具体的には、登録後の地理的表示は、各加盟国に設置される検査機構(公的機関等)によって監視され、規定された条件と一致しない製品が発見された場合には、当該国の検査機構はこれを排除する義務を負う(第10条)ほか、各加盟国も各国の検査機構や欧州委員会に調査を要求することができる(第11条)。

この制度の下で保護されている地理的表示は2004年6月30日現在で650件程度存在し、各国において積極的に利用されている。

²⁵ Protected Designation of Origin (PDO): 産品の品質や特徴が原産地の地理的環境(当該地域に固有の自然及び人的要因)によって本質的かつ排他的なものになっており、かつ、生産、製造、加工などの工程が一貫して当該地域で行われているもの。(第2条第2項(a))

²⁶ Protected Geographical Indication (PGI): 産品の品質、名義、特徴が当該地理的領域に帰せられ、かつ、生産、製造、加工などの工程のうちいずれか一つが当該地域で行われているもの。(第2条第2項(b))

(3) 米国

証明商標

- ・地域的な原産地表示であっても、特定の地理的出所を証明する標章として、証明商標制度で保護が可能。出願人は、原則として政府や公的機関に限定され、証明商標を出願人（証明機関）自身が使用することは禁止される。
- ・第三者の商品が、証明商標が証明する基準や条件を満たしているにもかかわらず、差別的に証明を拒絶される場合等には、利害関係人の請求により取り消し得る。
- ・登録された証明商標は、通常の商標権と同様の効果を有する。

米国では、商品又はサービスが特定の地理的地域に原産することを証明するものを、証明標章の一類型として位置付けており、証明商標制度によって原産地名称を含む商標を保護している。米国法においては、こうした証明商標は、商業上の出所を表示したり自他識別性を有するものではなく、購買者に対して、ある者の商品又はサービスには特定の特徴があること又は他者が確立した特定の資格又は標準を満たしていることを知らせるものであると理解されている（TMEP1306.01(b)）。

特定の地理的出所を証明する標章は、「主として地理的に記述的」な表示であっても、証明商標として登録することが可能とされている（第1054条）。出願人は、原則として政府や省庁又は政府の承認を得て運営している機関に限定され（TMEP1306.02(b)）、その証明商標が証明する内容を詳細に説明した供述書、当該商標の使用許可基準のコピー等を提出することが求められる（TMEP1306.02）。また、証明商標の所有者（証明を行う者）は、証明商標を自ら使用することを禁止される（TMEP271303）。通常、地理的名称からなる商標は、使用による派生的な意味（secondary meaning）を獲得した場合にのみ、登録が認められることとなるが、証明商標として出願された場合は、この適用が除外されている（第1052条（2））。一方、設定された使用条件や地域が公正でない場合には、第三者は登録異議を申し立てることができる。とされている。

また、登録された証明商標は、商標の使用に関して出願人が管理していない、又は管理権限を有しない場合、出願人自身が当該商標に係る商品又は役務の生産又は販売を行っている場合、当該商標を証明以外の目的で使用している場合、当該商標を使用する基準等を満たす第三者の証明を差別的に拒絶した場合、には請求により取り消され得る。

さらに、第三者が、権利者である証明機関からの許諾なしに証明商標を使用した場合、当該証明機関は差止請求や損害賠償請求が可能であるほか、これにより損害を被った者も訴訟を提起することが可能とされている。[参考資料4参照]

²⁷ Trademark Manual of Examination Procedures (TMEP) 商標審査便覧

団体商標

証明商標の場合と同様に、「主として地理的に記述的」な表示であっても、団体商標として登録することが可能とされている（第1054条）。但し、地理的名称からなる団体商標は、使用による派生的な意味（secondary meaning）を獲得した場合にのみ、登録が認められる。

（４）フランス

フランスにおいては、欧州理事会規則による保護のほか、農産物及び食料品の産地表示の保護として、消費者法による「統制原産地呼称」（AOC）の登録制度が設けられており、欧州理事会規則と類似の保護スキームが整備されている。

また、知的財産権法においては、団体商標²⁸を登録することができることとされているが、原産地表示を認めるとの特別の規定はなく、使用によって識別性を備えた場合に団体商標として登録することが可能であるとされている（第712条の13）。[参考資料4参照]

（５）ドイツ

ドイツでは、欧州理事会規則による保護と、産品毎の特別法（ワイン、飲料水、チーズ、ホップ、食料品等、刃物）を整備する一方で、一般法として、商標法等によって、産地名称を保護している。

商標法において、原産地表示は、団体商標を構成するものとして登録することが可能とされている（第97条、第99条）。なお、共同体団体商標と同様に、団体商標の登録や使用に関しては様々な制限が課されている。[参考資料4参照]

（６）イギリス

イギリスにおいては、欧州理事会規則による保護のほか、商標法において団体商標制度及び証明商標制度による原産地表示の保護がなされている。（別表1第3項・別表2第3項）。[参考資料4参照]

（７）韓国

韓国において、商標法の団体商標制度拡充の動きがある。団体商標権者も団体商標を使用することができるようにし、地理的表示について団体商標登録を可能にすることにより団体商標制度を活性化させ、団体商標権者の監督義務を強化して消費者を保護することを予定している²⁹。

²⁸ 「単純な団体商標」と「団体証明商標」とに区別されている。

²⁹ 第3回 日韓商標審査官会合（平成16年2月）議事録より

6 . 商標法による保護について

(1) 評価と課題

現状においても、地域ブランドとされるものの多くが、識別力のある図形に産地名や商品名を入れる形で商標を登録し、対象となる商品・サービスに対して使用を許諾したり、適正でない使用に対しては警告等が行われている。

また、生産者の名称として使用された結果、商標として全国的な知名度を獲得するに至った場合（かつ、名称の管理が適切に行われた結果普通名称化しなかった場合）当該産地名と商品名からなる文字部分自体について商標を登録することも可能であり、実際にこのような形で登録された事例も少数ではあるが存在する。

このように、現在の商標法は、地域ブランドの保護に一定の役割を果たしているものと評価できるところ、地域ブランドの一層的確な保護を図るために、第3条第2項の適用について、その運用方法の明確化等に引き続き取り組んでいくことが重要ではないか。

一方、現行商標法において地域ブランドを保護しようとする場合、以下の点が課題となり得る。

使用による識別力が確立したとは言えない段階にある地域ブランドについては、文字としての商標登録ができない。

図形入り商標としてであれば登録できることが多いものの、商標中の「産地名＋商品名」の文字部分のみでの権利行使が原則として認められない。

(2) 制度検討の方向

上記課題のうち、 について制度的な検討を行う場合、以下の方向が考えられるのではないかと。なお、 については、文字部分単独では、商標の要部とは認識されないことから、効力が限定的となることはやむを得ないのではないかと。

EUにおける「共同体団体商標」的な制度を設けることについて

〔考えられるスキーム〕

- ・ 組合等の団体が、「地域名」と生産する商品の「品名」からなる標章を団体商標として登録できることとする。

- ・出願する団体は、出願に係る商標の使用を管理する規則を出願とともに提出し、当該規則には、団体の構成員資格、商標の使用条件等を記載する。
- ・団体からの出願があった場合は、上記の要件を形式的に審査し、登録を認めることとする。但し、第三者が異議を申し立てることを可能とする。
- ・団体が当該商標に係る規則に違反する使用に対して合理的な措置を取らない場合、当該規則の変更によって法定要件を満たさなくなった場合などには、当該商標が取り消され得る。
- ・団体には属しないが、規則に定められた使用条件等を満たしている第三者は、当該商標を使用することができる。

(メリット)

- ・登録審査に際して特別な判断を要しない。(通常商標と同様の審査で対応可能)

(課題)

- ・組合等の団体であれば産地名と商品名からなる表示を商標として登録できる理由の説明が可能か。(識別力があると説明できるか。あるいは地域ブランドであれば識別力が低くても登録できるという説明ができるか。)
- ・地域内に同一商品を生産する団体が複数ある場合には、「早いもの勝ち」で商標登録がなされることとなるため、当該団体が商標を登録することの正当性が説明できるか。

団体商標ではあるが、特定の団体のみ登録できるとすることについて

[考えられるスキーム]

- ・基本的に上記と同様。
- ・ただし、出願できる団体について、一定の制約を設ける。(地域内において当該商品を生産している者の多数を代表する団体であるなど、何らかの正当性を有する団体に限定して登録を認める。正当性があることをもって識別力があるものと判断する。)
- ・正当性の判断は、原則として当該産地名の表す地域において、当該商品名のあらかず製品を生産等する者の多数(生産量・生産者とも)としつつ、具体的内容は出願人に挙証させることとする。(現在、第3条第2項の適用に当たって、識別力があることを出願人に挙証させていることと同様。)
- ・事後的に商標権者たる団体の正当性が失われた場合には、その事実を取消事由とする。

(メリット)

- ・地域における商品の生産を代表する者であり、需要者から見たときに識別性は認められると説明できるのではないか。(識別力という観点からはより説明しやすいのではないか。)
- ・正当性については当事者の主張立証にゆだねることにより、地域の実情に即して権利を付与することができるのではないか。

(課題)

- ・字義どおりの産地・商品の生産者として正当性のある者であることをもって、需要者の期待に合致しているといえるか。
- ・団体の正当性の審査が的確に実施可能かどうか。

また、上記、に共通の課題として、地域ブランド名を特定の団体の商標として登録した場合、当該地域内において地域ブランド名が示す商品等を提供する者であって、当該団体に加盟していない者の扱いについての整理が必要である。

- ・当該産地で生産された商品との意味で使用する場合には、商標法第26条第1項第2号により商標権の効力が及ばないと解されるため問題はないと整理できるか。
- ・仮にそれでは不十分であるとした場合、地域ブランドとして登録された商標についてのみの効力の例外を設けることが可能かどうか。
- ・一見同様の産地名と商品名とからなる商標であっても、第3条第2項により登録された商標と、団体商標とで効力が異なることとなり、混乱を招かないか。

なお、のいずれの場合においても、その名称が示す商品の品質については特許庁として審査はしない。(当事者の判断に任せる。)

証明商標とすることについて

〔考えられるスキーム〕

- ・証明機関等の団体は、「地域名」と生産する商品の「品名」からなる標章を証明商標として登録できることとする。
- ・出願する団体は、出願に係る商標の使用を認める基準について定めた規則を出願とともに提出し、当該規則には、団体が証明する内容等を記載する。
- ・団体の出願があった場合は、上記の要件を形式的に審査し、登録を認めることとする。
- ・証明を希望する者の商品が、団体の規則に定められた基準に適合する場合には、

団体は証明を拒絶してはならない。

- ・団体等が特定の者について、定められた基準に適合するにもかかわらず、その者に対し当該商標の使用を認めないときは、その者に対し法定の使用権を付与するか、当該商標の登録を取り消すことにより対応する。

(メリット)

- ・登録審査に際して特別な判断を要しない。(通常商標と同様の審査で対応可能)

(課題)

- ・団体等であれば産地名と商品名とからなる標章を証明商標として登録できるとする理由が説明可能か。
- ・証明機関が証明商標を自ら使用することを禁止する必要性についてどのように考えるか。仮に、証明機関が自ら使用できないとした場合には、証明商標が自他識別性機能を有するか否かについて、どのように考えるか。

(3) 農林水産省における検討との関係

農林水産省における地理的表示に関する検討状況を踏まえつつ、商標法との関係(例えば、対象となる表示の重複関係、効力の相違等を踏まえつつ、既に商標登録されている表示が、仮に別途地理的表示の保護対象となった場合の優先関係等)について、調整規定の必要性も含め、今後検討する必要がある。