

パブリックコメントに提出された主な意見に対する考え方

1. 総論

(主な意見の概要)

総論に関しては、地域ブランド保護のニーズや消費者保護等の観点から積極的に推進すべきとの意見が伝統的工芸品関係団体、地域の加工食品関係団体、農業団体、地域振興団体、商工会、商工会議所等から提出された。

また、地域ブランド保護の必要性を認めつつも、食品・飲料・酒類分野における企業活動に悪影響を及ぼす可能性や消費者の混乱等の懸念から慎重な検討を要するとする意見が、食品・飲料・酒類分野における企業、消費者団体、日本弁理士会等から提出された。

さらに、上記のような懸念に加えて、そもそも「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)や「不当景品類及び不当表示防止法」(景表法)において対処すべき問題ではないか、むしろ地域ブランドの保護が図られなくなってしまうのではないかと、との懸念から、商標法によって地域ブランド保護を図るべきではないとする意見が、食品・飲料・酒類分野における企業等から提出された。

なお、制度設計が固まっていないことから賛否を留保するが、アウトサイダーとの利益調整措置や需要者の混乱回避措置等の問題点を踏まえた検討が必要であるとの意見が、日本弁護士連合会等から提出された。

(考え方)

地域ブランド化は、地域内の事業者の多くが集まって、一体となつてなされる取組みであり、また、一事業者の取組みでは十分に対応できないことについて、地域をあげて(地域のリソースを用いて)取り組んでいるものでもある。(報告書案P2)こうした取組みは、地域間での競争を通じて、商品又は役務の品質向上や高付加価値化を促進することにより、地域経済の活性化等の効果をもたらすものと考えられる。

こうした中、地域ブランドの取組みにおいては、第三者が地域ブランドに係る表示(商標)を使用することにより、周知となった地域ブランドの信用にただ乗りし、不正に利益を得ようとすることがある。このため、こうした者に対して、迅速・的確に警告等を行うことによりブランド価値を保護したいとのニーズが指摘されている。(報告書案P10)

地域ブランドにおいて用いられる「地域名+商品(役務)名」からなる表示(商標)については、従来から、消費者利益の保護を主たる目的とするJAS法や景表法により、消費者保護の観点からの一定の行政規制が行われている。

一方、上記のとおり、地域ブランドが地域の生産者等の団体を中心として、地域をあげて取り組まれている場合、当該団体が、地域ブランドに用いられる表示（商標）について保護を受けることで、その信用を自ら積極的、主体的に活用したいというニーズが存在する。このため、行政による規制を定めたJAS法等ではなく、地域ブランドに係る商標を使用する権利を当該団体に付与し、第三者によるただ乗りに対し団体自らが差止請求等を行うことを可能とする商標法によって対応することは、こうしたニーズに適切に応えるものであると考えられる。また、こうした考え方は、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図ることを目的とする商標法の趣旨にも合致するものであると考えられる。

さらに、地域ブランドの取組みにおいては、

- ・ 当該ブランドを用いることにより、地域内の生産者等により広く参加を呼びかけ、地域としての一体性を高めたい。
- ・ 当該ブランドのもとで、ブランド使用基準を定めることにより、それぞれの生産者等の商品等の品質を統一し、消費者の信頼を獲得したい。

といったニーズも指摘されているところである。（報告書案P10）

上記のように、地域ブランドの信用へのただ乗りを防止するという観点からは、商標法だけでなく、不正競争防止法においても一定地域において周知となった商品等表示が保護されること等とされており、これにより地域ブランドに係る表示についても団体が第三者に対する差止請求等を行い得る場合が存在することから一定程度の保護が実現されている。

一方、こうした不正競争防止法における枠組みでは、保護対象や範囲があらかじめ行政によって判断されず裁判等で判断されることから、上記のニーズに対応することは容易ではない。こうしたことから、あらかじめ、行政庁において保護対象を審査し登録することを可能するとともに、全国レベルでの一律の保護や地域ブランドに係る商標に類似する後願商標の拒絶、商標権侵害の過失推定、損害額の推定等について定められた商標法によって対応することが適切であると考えられる。

以上のような観点から、本報告書において検討された地域団体商標制度は、地域ブランドに係る「地域名＋商品（役務）名」からなる商標が、生産者等の団体又はその構成員によってある商品について使用された結果、その商品の出所表示として一定地域で周知となった場合、団体商標として商標登録を認めるとともに、こうした団体が定める使用規則の提出・公開を義務づけるものであり、既存の地域ブランドが生産者等の団体を中心として管理されている場合や団体等が中心となって取り組む新たな地域ブランドが一定程度の信用を確立した場合に、地域ブランドの信用の保護、地域ブランドの取組支援、消費者保護といったメリットを有するものであると考えられる。

2. 具体的な制度の内容

仮に地域団体商標を導入する場合の骨子として本報告書案で検討されている具体的な内容に関しては、パブリックコメントの意見を踏まえ、以下のような考え方を一つの選択肢として、更に検討を行うことが必要ではないか。

具体的な制度の内容に関するパブリックコメントの主な意見の概要については、参考資料2 参照

(1) 保護対象

「地域名 + 商品名」のみの組合せからなる文字商標を対象とする。

(考え方)

地域ブランドの取組事例においては、地域名を含むがそれ自体としては識別力を有しない商標が用いられることがほとんどであり、地域名を含まない商標が用いられる場合においては、他の地域においても当該商標が使用される蓋然性が高く、一定地域の事業者の独占になじまないと考えられる。このため、地域名を含まない商標については、保護対象としないことが適切ではないか。

一方、地域名を含む商標の中には、必ずしも商品の普通名称との組合せとは解されない可能性のある商標（「 織」等）や「地域名」と「商品名」以外の文字を含む商標（「 の焼き鰻」等）も存在することから、「地域名 + 商品名」の組合せに限らず、地域名を含むがそれ自体としては識別力を有しない文字商標を広く対象とすることが適切ではないか。

「地域名」について

(考え方)

地域団体商標として登録される商標に含まれる地名については、行政区画単位の地名のみではなく、旧地名や通称地名、河川・山地名等も含まれると考えられる。また、市町村の一部や街路名等の限られた地域を示す地名も含まれると考えることが適切である。

一方で、地域団体商標は産地表示ではなく商標として用いられるものであることから、その地名から一般的に想起される地域的範囲と地域ブランドとして用いられる場合の地理的範囲は必ずしも一致せず、地域の実情により様々である。したがって、地名が示す地域的範囲については、商品の産地と地名との関

係について明らかに誤認混同を生じない限り、ある程度幅を持った解釈・運用が必要であり、審査官が社会通念及び職権調査等により合理的に判断することが適切ではないか。

なお、これらの商標が実際に使用される場面において、JAS法や景表法をはじめとする産地表示規制法に反する場合には、当該商標の使用が規制されると考えられる。

「商品名」について

(考え方)

【案1】

地域団体商標として登録される商標に含まれる商品(役務)名は、当該商標の指定商品の普通名称等であることを必要とすることが適切ではないか。

この場合、実際に地域ブランドとして用いられる場合の商品(役務)の名称が必ずしも指定商品(役務)の普通名称と一致しないこともある。このため、商品(役務)名が示す商品の範囲と指定商品の範囲が一致しているか否かについては、ある程度幅を持った解釈・運用が必要であり、審査官が社会通念及び職権調査等により合理的に判断することが適切ではないか。

【案2】

地域団体商標として登録される商標に含まれる商品(役務)名は、必ずしも当該商標の指定商品の普通名称等であることを必要としないことが適切ではないか。

地域ブランドとして用いられる商品(役務)の名称には、必ずしも商品(役務)名が含まれず、単に地名のみからなるもの、「～焼」「～織」といった必ずしも直接に商品(役務)の名称を用いていると言えないものもある。このため、「地名+商品(役務)名」からなる商標について、指定商品が「商品(役務)名」と一致することは要せず、単にその商標が用いられていることが当該商品(役務)の品質について誤認を生ずるものでなければ保護対象とすることが適切ではないか。

(2) 地域団体商標制度の登録要件

登録要件

() 周知性

(考え方)

周知性を地域団体商標の登録要件とした場合には、周知性をいったん獲得した商標について、周知性が直ちに失われるようなことは想定し難いことから、法的安定性が高いことに加え、一定程度の信用を既に獲得していることから、当該団体が地域ブランドの中心的な存在として活動する主体であるとの推定が働くものと考えられる。

したがって、地域団体商標の登録に当たっては、当該商標が周知であることを要件とすべきではないか。周知性の判断については、出願された「地域名＋商品（役務）名」からなる商標が、出願団体又はその構成員によって、ある商品について使用された結果、その商品の出所表示として周知となっていることを要件とし、周知性を獲得すべき地理的範囲については一定地域（例えば、数都道府県からなる地域）で良いこととするのが適切ではないか。

数量的な要件については、P 8（ 主体要件（ ））の一部として検討。

() 複数団体等の併存

(考え方)

出願された地域名に係る商標が、出願団体だけでなく他の団体の出所表示としても周知となっているなど、地域内の複数の団体が登録を受ける可能性がある場合、現行法第 4 条第 1 項第 10 号の考え方と同様に、地域団体商標の登録を認めないこととし、これに違反して登録された商標については、異議申立や無効審判の対象とすることが適切ではないか。

また、上記の場合に、各団体間の利益の調整を図る仕組みとしては、現行の異議申立て制度等の中で対応することとし、特別の仕組みを設ける必要はないのではないか。

ただし、出願された地域名に係る商標が、団体だけでなく他の企業等の出所表示としても周知となっている場合については、企業は団体としての主体要件を満たさないことから、上記の考え方をとらず、当該団体に地域団体商標の登録を認めることとすることが適切ではないか。

商標使用規則に係る要件

() 商標使用規則の策定、提出、公開

(考え方)

地域団体商標については、本来、特定の者の独占に適さない商標を、産地における生産者等の集合体としての識別力に着目し、全国的に周知となる前に登録を認めるものである。また、このような商標は、需要者の側から見て、一定の品質が担保されているものと認識されることが多いと考えられる。また、現実には、団体の使用する地域名を含む商標が周知となる場合には、これらの商標が使用される商品（役務）について、産地・品質等を定めた使用規則を定めていることが通例である。

商標は、本来それが使用される商品（役務）の品質を担保する機能を有するものではないが、このような使用規則の内容に係る情報を一般に提供することで、間接的に当該商品（役務）の品質が一定に保たれることを担保するとともに、需要者の品質に対する期待に応えることが必要なのではないかと考えられる。

また、通常は特定の者に独占させることに適さない商標について独占排他的な使用を認める以上、品質に対する一般的な期待に応える上で、構成員の商品（役務）について一定の品質を担保させる管理能力を、当該団体が有していることを外形的に確認することも必要ではないかと考えられる。

こうしたことから、地域団体商標の出願にあたっては、当該商標が使用される商品（役務）が生産される地域等の範囲や品質等の基準について団体が定める使用規則を提出させ、その内容を特許庁において公開（縦覧）することが適切ではないか。また、使用規則に変更があった場合には速やかに届出を行うことを義務づけることが適切ではないか。

() 商標使用規則の審査

(考え方)

商標法はあくまでも識別法として、一定の商標を使用した商品又はサービスの出所を識別する機能を保護しているものである。このため、一義的には地域ブランド化の取組みの対象となっている商品又は役務の優秀性や品質を特許庁において審査又は保証するものではなく、どのような商品（役務）に対して地域団体商標を用いるかは、通常の商標と同様に地域において当該商品（役務）を生産等する団体にゆだねられているものである。

また、JAS法や景表法と商標法との関係については、現行制度においても、

他の規制法により表示の使用を禁止されている商標が登録を受けることが有り得るものの、これは、規制法は、個別具体的な局面での表示の使用態様について規制を及ぼすものであるのに対し、商標登録の可否は、原則としてその指定商品（役務）との関係において、商標自体が登録可能なものであるか否かを判断するにすぎないことによるものである。

したがって、商標登録されていることをもって、直ちにその商標の使用が適法に行われているものとされるわけではなく、さらに個々の規制法による表示規制に服するものである。これは、地域団体商標においても変わるものではなく、商標登録を受けた地域団体商標であっても、それを使用することが他の規制法に違反する場合には、それらの法律によりその使用が認められない場合があることは通常の商標と同様とすべきではないか。

したがって、団体に使用規則を提出させる場合にも、その内容については、特許庁において実体的な審査を行わないとすることが適当ではないか。

主体要件

() 加入の自由

(考え方)

地域団体商標は、本来、何人も使用することのできる名称を特定の団体に登録することを認めるものであることから、当該団体への自由な新規加入が確保されることが重要であると考えられる。このため、商標権の権利団体が、産地内の生産者等の加入を不当に制限するものでないことを要件とすべきとの考え方があり。しかしながら、こうした要件を担保するために特許庁において個別具体的に団体の開放性について審査を行うことは困難ではないかと考えられる。

そこで、団体の外形に着目し、団体が事業者の加入を不当に拒むことができないような組織形態をとっている場合に限り登録を認める形で、団体の法人形態について一定の制限を設けることが必要ではないか。

() 団体要件

(考え方)

現行法上、団体商標の主体となり得る者については、法人格を有すること、構成員を有すること、構成員が事業者であること、構成員が同業者であることを基準として、第7条において一定の法人に限定されている。しかし、地域ブランドの取組みにおいては商工会や商工会議所が主導的な役割を担うことがあ

り、また、現行法においても団体商標の登録を受けることのできる者を必ずしも同業者団体に限る必要はないのではないかと考えられることから、構成員が同業者であることとの考え方を見直し、商工会及び商工会議所を団体商標の主体として追加することが適切ではないか。

一方、地方公共団体、株式会社については事業者を構成員とする団体ではないことから、また、権利能力なき社団については法人格がないことから、これらを主体として加えることは困難ではないか。

() 数量的な要件

(考え方)

地域団体商標の登録に当たり数量的な要件を課し、地域における一定以上の割合の者が加入する団体に限り登録を認めることとしても、そもそも当該地域内における事業者の総数を把握することが困難であると考えられることに加えて、仮に登録時点で当該地域内の事業者の一定割合の者が団体に加入していたとしても、当該地域内の事業者の総数も団体に加入している事業者の数も変動し得るものであり、登録を受けた団体が事後的に登録要件を満たさなくなることが想定されることから、法的安定性に欠けるなどの問題点があると考えられる。

これらのことから、地域団体商標の登録要件としては、数量的な要件を課すのは適当ではないのではないかと考えられる。

その他の要件

() 普通名称(第3条第1項第1号)又は慣用商標(第3条第1項第2号)

(考え方)

地域名を含む商標であっても、全体として商品又は役務の一般的名称(普通名称)や同業者が一般的に使用している商標(慣用商標)等となっているものについて商標登録した場合の弊害は、通常の商標と変わるところはない。したがって、これらの商標については、地域団体商標として登録しないこととするのが適切ではないかと考えられる。

() 既登録商標 (第 4 条第 1 項第 1 1 号)

(考え方)

現行法第 4 条第 1 項第 1 1 号においては、他人の既登録商標又はこれに類似する商標であって、同一又は類似の指定商品 (役務) に使用される商標の出願は拒絶される旨規定している。一方、現行法においては、「地域名 + 商品 (役務) 名」に、識別力のある図形等を組み合わせた商標が登録されている場合、「地域名 + 商品 (役務) 名」の部分には出所を表示する機能がないから、図形等の部分が類似していない商標は、文字の部分が同一又は類似であっても全体としては同一又は類似の商標に当たらないとされている。

このため、地域団体商標の登録に際しても、上記のような既登録商標と同一又は類似であることを理由として拒絶しないこととするのが適切ではないか。

一方で、現行法第 3 条第 2 項の規定に基づいて、「地域名 + 商品 (役務) 名」からなる商標が登録されている場合、当該部分には識別力が存在するとされていることから、これと同一又は類似する地域団体商標であって、同一又は類似の指定商品に使用されるものの出願は拒絶されることとするのが適切ではないか。

なお、先に他の地域がその名称に関し、同一の商品について地域団体商標として登録を受けている場合 (例 : 「高山」について、岐阜県高山市の 事業協同組合が登録するより先に奈良県高山町の 事業協同組合が商標登録している場合等) には、出所の混同を生じるおそれが極めて高く、後願については、たとえ地域団体商標であっても登録を拒絶することが適切ではないか。

(3) 地域団体商標に係る商標権の効力

先使用者等への効力制限

(考え方)

地域団体商標制度は、現行法上は原則として登録が認められない「地域名 + 商品 (役務) 名」のみからなる商標であっても、団体又はその構成員によってある商品について商標が使用された結果、その商品の出所を識別するものとして周知となった場合に、地域の生産者の集合体の業務に係る商標としての識別力が存在するものとして、登録を認めようとするものである。

一方、地域ブランドの取組みにおいては、必ずしも地域内における全ての生産者等が当該団体に加入しているとは限らず、アウトサイダー (団体の非構成員) が地域内又は地域外において既に地域ブランドを使用した事業活動を行っ

ている場合があること、こうしたアウトサイダーの生産したものを更に加工する事業者等が存在する場合があること、地域外のアウトサイダーであっても地域の伝統的な技術の正当な伝承者としての資格を有する者が存在する場合があること等を踏まえて、アウトサイダーによる当該商標の使用が不当に排除されないよう、地域団体商標に係る商標権の効力制限の範囲を検討することが必要である。

特に、地域団体商標が登録される場合、従前から地名を含む商標を使用している者については、当該商標に係る既存の評価・信用を保護することが重要であり、一定の場合には使用権を認めることが適切であると考えられる。こうしたことから、当該地域団体商標の登録前から当該商標を使用するアウトサイダーによる使用には商標権の効力が及ばないこととすべきではないか。

また、先使用者以外の場合の効力制限については、具体的な必要性が存在する場合には、更に追加することが必要ではないか。

【案１】

こうしたことから、当該地域団体商標の登録前から当該商標を使用するアウトサイダーによる使用には商標権の効力が及ばないこととし、当該アウトサイダーによる当該商標の使用について何ら制限を設けないこととすべきではないか。

【案２】

こうしたことから、当該地域団体商標の登録前から当該商標を使用するアウトサイダーのうち、その使用する商標が周知となっているものについては、当該アウトサイダーによる当該商標の使用について何ら制限を設けないこととし、その使用する商標が周知となっていない者については、登録時点でその者が現に当該商標を使用している範囲での使用については商標権の効力が及ばないこととすべきではないか。

産地表示への効力制限

（考え方）

「地域名＋商品（役務）名」からなる表示は、自他商品・役務を識別するための商標としてではなく、ＪＡＳ法等の規制に対応した産地表示、加工品等の原材料名の表示等を始めとして、単なる産地、原材料等の表示として用いざるを得ない場合がある。このような場合に対応するために、現行法第２６条において、商標権は、商品の産地、原材料等を普通に用いられる方法で表示する商標

に対しては効力が及ばないこととされている。

したがって、地域団体商標に係る商標権についても、現行法第26条の規定と同様、原材料等を普通に用いられる方法で表示する商標に対しては効力が及ばないこととするのが適切ではないか。

その他の効力制限

(考え方)

現行法において、商標権の効力は、指定商品(指定役務)について登録商標の使用をする行為にしか及ばない(第25条)が、指定商品(指定役務)について登録商標に類似する商標を使用する行為、及び、指定商品(指定役務)に類似する商品(役務)について登録商標又はこれに類似する商標を使用する行為については、商標権を侵害するものとみなし(第37条第1号)、効果的な商標権の保護を図っている。

原材料を指定商品として地域団体商標の登録がされている場合、その原材料から生産された加工品が指定商品に類似する商品となるか否かは、商標権の侵害の有無を判断する際に、加工品と原材料の生産者、販売場所等が異なるか等の基準により個別具体的に判断されるものであり、場合によっては、その商品の品質及び加工品の原材料が同一であることから、原材料の生産者の商品と混同する可能性があるとして、類似する商品と判断されることも考えられる。

しかしながら、こうした場合であっても、現行法第26条の規定により、産地・品質・原材料等を普通に用いられる方法で表示する商標に対しては効力が及ばないとされていることから、同規定の適用が認められる場合には、実務上の懸念を回避することが可能であると考えられる。

したがって、地域団体商標に係る商標権についても、通常の商標と同様に37条に規定される効力を認めることが適切ではないか。

(4) 地域団体商標に係る商標権の取消・無効

(考え方)

団体が周知性の要件を満たさない場合や使用規則に反する商標の使用をした場合に当該権利を存続させることは、本来権利として存在し得ないものに権利としての地位を認めることとなったり、需要者の当該商標に対する信用を毀損することとなる等、妥当性を欠くため、通常の商標と同様に無効や取消を請求できる制度を整備しておくことが適切ではないか。

無効については、後発的に団体が周知性の要件を満たさなくなった場合を無

効審判事由として追加するか、無効審判請求のできなくなる除斥期間を設けるか等について、更に検討することが必要である。

また、取消については、地域団体商標の権利主体である団体が使用規則の変更を届け出ない場合、団体の構成員等による使用規則に反する商標の使用を放置するなど適正な管理を行っていない場合、団体の定める加入要件を満たす者の加入を不当に拒絶した場合等について、取消審判請求事由として追加すべきかさらに検討することが必要である。

(5) 地域団体商標に係る商標権の移転等

商標権の移転等

(考え方)

地域団体商標に係る商標権の移転については、分割、合併等による一般承継の場合についても移転を制限すると、団体の組織変更等があった場合に柔軟に対応することができないことから、一般承継については、承継先の者が団体要件に適合する者である限り認めるべきではないか、

また、地域団体商標の権利主体たり得る者に対する移転についても、これを認めることが適当ではないか。

なお、現行法上、団体が解散し商標権が国庫に帰属すべきこととなる場合の商標権の消滅に関する規定はないが、団体が消滅した場合には、当該商標権を存続させる意義は乏しく、他の適切な団体が登録を受けることを可能とする必要があると考えられることから、商標権の消滅に関する規定を設けることが適切ではないか。

使用権の設定等

(考え方)

地域団体商標に係る専用使用権の設定についても、移転の場合の取扱いと同様、地域団体商標の登録を受けることのできる者に対するものに限り可能とするべきではないか。

なお、通常使用権の設定については、特段の制限は必要ないのではないか。

(6) その他

第3条第2項との関係

(考え方)

将来的に地域団体商標が第3条第2項に基づく識別力を有するに至った場合の扱いについては、特別の手続を設け、通常の団体商標に移行することを可能とするべきではないか。

なお、その場合は、権利関係が重複し複雑になることを回避するため、地域団体商標に係る商標権を消滅させることとするか、地域団体商標に係る商標権を放棄しなければ登録できないことにする等の措置が必要ではないか。

地域団体商標の表示

(考え方)

商標法第73条においては、登録商標を商品等に使用する場合、その商標が登録商標である旨の表示を付するよう努めなければならないとされている。本規定において、団体商標であるか通常の商標であるかは区別されていないが、地域団体商標に係る商標権については、その効力が通常の商標とは異なることから、これを明確化するために、地域団体商標である旨の表示を付するよう努めることを規定することが適切ではないか。