

パブリックコメントに提出された主な意見

(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。

- ・ 地域ブランドの保護対象が、「地域の特性を生かした商品を市場に供給し、一方で、地域外で作られた偽物や本来の特質を有しない商品を排除する」ということであれば、「地域名 + 商品名」のみからなる商標に限定する必要はないのではないか。

等の意見があった。

「地域名」について

- ・ 何を地域名とし、その範囲を審査段階で判断することは非常に困難と考えられ、都道府県や市町村名だけでなく、通称名や旧国名等も認めることとした場合には、地名から想起される範囲と実態に齟齬が生じる事も考えられることから、利害関係者（関係市町村、都道府県等）による意見調整や事前に基準を明確化する等の仕組みが必要ではないか。

等の意見があった。

「商品名」について

- ・ 保護対象を「地域名」と「商品（役務）名」のみの組合せからなる文字商標としているが、権利範囲の予見可能性の観点から、商品（役務）名は厳密に定義すべきであり、指定商品との関係で商品名とは言えないものにまで登録を認めるべきではない。

等の意見があった。

(2) 地域団体商標制度の登録要件

登録要件

() 周知性

- ・ 出願する団体の出所を識別するものとしての周知性を要件とすべき。
- ・ 本来代表としての正当性の要件と周知性の要件は、本質的に全く異なる概念であり、排他力付与の正当性の根拠として、周知性の要件が十分条件といえるかは検討を要する。

等の意見があった。

() 複数団体の併存

- ・ 同一地域内に複数の団体が存在する場合であっても、先願主義を採用し競合関係のある一方の登録のみを認めることは、地域ブランド保護の制度が地域内の紛争を招き、逆に地域経済に混乱を与えかねない。については、競合関係の整理のための期間を設けたり、利害関係の調整を図る等の仕組みが必要ではないか。

等の意見があった。

商標使用規則に係る要件

() 商標使用規則の策定、提出、公開

- ・ 商標登録は商品の品質を保証するものではないが、地域ブランドの保護が、消費者の商品選択を助け、事業者の付加価値商品の販売を後押しする一方、排他的な権利となることから、対象となる商品や役務の基準を明確にすべき
- ・ 地域ブランドを単独所有とする以上、当然その管理について妥当性の確保が不可欠であり、そのためには、明確かつ合理的な基準を定め、かつこれに基づく運用がなされるものでなければならない。さらに運用の適正さは、実体面のみならず、不服申立手続等を含め手続面からも、保証されているべきである。これを確保するために、団体の規則の内容は公開され（例えば特許庁に具え置く）かつ、その存在が商標登録の要件とされるべき。
- ・ 使用される商品の品質等の基準については、公開すべき。
- ・ 団体の定める基準は、その対象を農産物そのものに限定すべきであり、清涼飲料の原材料として使用する場合の使用方法や使用した旨の表示方法にまで及ぶべきではない。

等の意見があった。

() 商標使用規則の審査

- ・ 審査を行う場合には、関係省庁や業界団体と必要に応じて協議し、その意見を取り入れ、J A S 法、景表法、公正競争規約等との間で齟齬をきたすことなく産地を認定し、事業者や消費者に混乱を生じないようにすべき。
- ・ 不当に厳しい基準が定められた場合に事実上アウトサイダーが排除されるおそれがあり、一方、不当に緩やかな条件が定められると需要者の不利益に作用する可能性があるから、審査を行うべき。
- ・ 使用基準が4条1項16号との関係で品質誤認を生じさせるおそれがあるかについて審査することは極めて困難と思われる。

等の意見があった。

主体要件

() 加入の自由

- ・ 正当に使用可能であるべき地域内のアウトサイダーまで、権利取得団体（既得権者）の利益維持のため排除することは、本来の自由使用の原則を逸脱することになるから、これらの者の加入が可能となる規則を保有する団体であることを要件とすべき。また、少なくとも、その条項の存在は審査すべき。
- ・ 公共の財というべき地域ブランドを特定の団体の単独所有とする以上、参加可能性のある者に、その単独所有の主体の一員となりうる機会を確保すべき。
- ・ 入会・脱会等について「合理的妥当性の下に閉鎖的でないこと」を要件とすべきであり、それを証する書面として、その団体の管理規則等の提出を求めるべき。

等の意見があった。

() 団体要件

- ・ 地域ブランド構築に先導的な役割を果たした実績のある商工会、商工会議所を権利主体とすべき。
- ・ 社会的責任、公益的な商品に鑑み地方公共団体等の公的機関を権利主体とすべき。
- ・ 産業政策的観点から、町出資の第三セクター、財団法人、地方公共団体、商工会等も登録を受けられるようにすべき。
- ・ 公共的な立場の者か、少なくとも排他的独占権を取得するに足る団体である限り、生産活動団体、加工業者団体、サービス提供団体等を問わず、地方公共団体、株式会社等とし、法人格所有の形式を問わないものとしてはどうか。
- ・ 実質的に一事業者から構成される団体及び上部団体等地域の事業者が直接加入していない団体は権利主体としての適格性を欠く。
- ・ 登録申請の乱立、社会的責任の重要性に鑑み、権利能力なき社団等は対象とすべきでない。

等の意見があった。

() 数量的な要件

- ・ 数量的な要件を課すことについては、本来のブランドの担い手の代表とはいえない団体に権利を付与することになりかねない、正確な母数が不明確なため紛争が増加する可能性がある、大規模団体に加入しない構成員は商標を使用できないことになり、商標権者による市場の独占が可能となって優良な小規模団体が排除されるから、地域ブランドを保護して地域経済を活性化しよ

うとする目的を達成できない等の懸念がある。

- ・ ブランド構築には、自助・自立の精神を持つ意欲ある事業者の参画こそが不可欠であり、登録要件として数量的要件を設けることについては、慎重を期すべき。
 - ・ 数量的な要素を要件とするのであれば、アウトサイダーとの利害調整措置が十分に機能することを前提に、過半数でなくともよいのではないか。
 - ・ 地域ブランドが地域一体となった取り組みであることに着目すれば、地域内の生産者のうち一定以上の割合の者が加入しているという数量的な要件を課すべき。
 - ・ 地域のみならず、県・府域の団体に間接加入をしていることに加え、生産量等の2/3、3/4を占めるといった加重した要件を設けるべき。
- 等の意見があった。

その他の要件

(i) 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)

- ・ カマンベール、チェダーなど普通名称化している外国地名や、業界の慣用語となっている外国地名に由来する用語については、商標登録出願を拒絶し、継続使用できるようにすべき。
 - ・ 地域ブランドのもととなる名称と普通名称の判断は、どのように区別されるのか疑問である。
- 等の意見があった。

(ii) 既登録商標(第4条第1項第1号)

- ・ 3条2項などにより、既に登録されている商標や「ハウスマーク+地名+商品名」、「地名+商品名+株式会社」(商号商標)等の先登録が存在する場合は、先願商標の権利は保護されるべきであり、これらの商標の「地名+商品名」の部分と同一の地域団体商標については、登録すべきではない。
- ・ 先願商標がある場合に、地域ブランドの登録を認めないとすると、先登録商標の「地域名+商品名」に独占権的な権利を付与することになり、これまで識別力がないと認識されていた部分に効力を認めることになり商標法の趣旨に反するのではないか。また、法改正に合わせた駆け込み的な出願や地域ブランドが周知になる前の第三者の意図的な出願などにより、地域ブランドの登録を阻害することにもなりかねない。

等の意見があった。

(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

先使用者の扱いについては、

- ・ 地域団体商標制度により、従来使用している「地域名 + 商品名」が使用できないか、もしくは何らかの経済的負担を強いられる場合が想定されるため、現在の自由な競争を確保し、差別化を維持するために、登録できる団体の範囲・条件、管理基準の内容等に関わらず、従来からの使用者を全て保護する制度とするべき。
- ・ 団体商標の出願前から既にその商品又は役務にその表示を使用して営業を行っていた者に対しては、サービスマーク導入時に設けられた「継続的使用権」のような権利を認めて保護すべき。
- ・ 現行法 32 条の保護は、先使用者の周知性が要件とされ、かつデザイン変更、アイテム追加、販売地域拡大が困難であるので、適切ではない。
- ・ 地域団体商標については、先使用の要件から周知性をはずして欲しい。等の意見があった。

そのほか、

- ・ 団体構成員以外（アウトサイダー）は地域内で生産し、使用規則を満たしていても団体商標を使用できないこととすべき。
- ・ 他の法例に違反しない限り、正当に使用出来る旨を明確にするとともに、「正当な使用」の判断要素として、団体の規則に合致しているかどうかを含めるべきではない。
- ・ 商標権者である団体に属さない者による使用が不当に排除されることのないよう、各団体において一定の基準を定め、その基準を満たすものには使用を認めるべき。
- ・ 「正当な使用」という抽象的な文言では、合法と違法の予測可能性が、特に通常のビジネスの場面で難しいため、EUの基準等を参考にして、基準の一層の明確化が望まれる。
- ・ 権利主体が定めた使用基準への適合性をその判断の要素とすると、多数派が恣意的基準を設定することにより、少数派の排除等をする道具に堕することになる可能性があるが、商標は、それ以上に、公衆に対する商標の品質保証機能（品質の同等性）が本質であるため、基準へのミニマムの適合性は「正当な使用」の判断に必要。
- ・ JAS法、食品衛生法等他法令に違反していない限り、何らの制限を受けることなく、「地域名 + 商品名」の標章を使用できる旨の条文を規定すべき。

- ・ 企業ブランドとしての「地名＋普通名称」の使用についても、アウトサイダーの「正当な使用」として認めるべき。
等の意見があった。

産地表示への効力制限

- ・ 「地域名＋一般商品名」の表示方法は、「普通に使用する方法」として極めて一般的であるが、「普通に用いられる方法」か否かについて権利者側と使用者側の見解が異なり、この点から混乱を生じると考えられる。
- ・ 「普通に使用する方法」である「地域名＋一般商品名」の使用を抑制し、「××産××」という表記をするよう方向づけするべきではない。
等の意見があった。

その他の効力制限

- ・ 地域団体商標は識別力が弱いことから、同一商標、同一商品に権利範囲を限定すべき。
- ・ 権利の効力は、必要な範囲に止め、第50条の「社会通念上同一と認められる範囲」程度の効力とすべき。
- ・ 果物等における商標登録が加工食品の分類にまで及ばないことを明確に定めるべき。
- ・ 飲料水やアルコール飲料において、原料果実等の産地を明示することがしばしば行われている。「○○りんごのお酒」という商標や、商標とは別に大きく「みかん使用」と表示した場合、権利が及ばないと断言できないため、当該原料を購入する段階で、原料代のほか商標使用料を請求される可能性もある。
等の意見があった。

(4) 地域団体商標に係る商標権の取消・無効

- ・ 団体が商標を不使用の場合や不正使用した場合には、取り消すべき。
- ・ 地域団体商標に関する無効・取消事由については、除斥期間を設けるべきではない。
- ・ 商標使用規則について、審査官がその内容を審査しないとされていることから、これを無効事由・取消事由としないことと解されるが、その結果、終局的に使用規則の内容の不当性を争えないという理解で良いのか。
- ・ 団体が登録要件を満たさない場合や、後発的に登録要件を満たさなくなった場合には、無効事由・取消事由を請求できる。

等の意見があった。

(5) 地域団体商標に係る商標権の移転等

商標権の移転等

- ・ 地域団体商標の移転は認めるべきでなく、団体が分割・消滅した場合には、効力を失うことを明確にすべき。また、団体が合併した場合には、改めて特許庁の審査を受けることとし、審査が完了するまでは効力停止等の措置をとるべき。
- ・ 地域ブランドに係る商標権の移転・消滅については、その特殊性から、特段の規定の整備を図る必要がある。

等の意見があった。

使用権の設定等

- ・ 地域外のアウトサイダーであっても、アンテナショップのように、その団体が承認する者について、使用権を設定することは当然可能であるべき。
- ・ 専用使用権に関して、その設定を認めることとすると、団体の構成員であっても、その地域ブランドの使用については、アウトサイダーの使用ということになりかねないので、専用使用権の設定は認めるべきではない。

等の意見があった。

(6) その他

第3条第2項との関係

- ・ 地域団体商標から3条2項により通常の商標に至る場合の扱いを明確にし、アウトサイダーに不測の負担が生じないようにすべき。
- ・ 将来的に地域団体商標が3条2項にもとづく識別力を有するに至ったとき、現行の商標法3条2項による保護にまで範囲を広げる必要があるか疑問。

等の意見があった。

地域団体商標の表示

- ・ 地域団体商標であることを第三者にもわかるように明確にするため、地域団体商標であることを記載することを義務付けるべき。

等の意見があった。

(7) その他の意見

- ・ 地域ブランドは、もともと地域内で複数の者が使用可能なブランドを、特定の者の単独所有とすることを肯定することを意味するから、そのプロセスにおいて、排除や脱落の可能性が生じ得るので、その救済に配慮すべき。
- ・ 地域団体商標の「地域名」の部分のを要部とする解釈が成立する余地のないようにすべき
- ・ 新たに地域団体商標を導入する場合には、啓蒙普及活動が必要不可欠である。
- ・ 地域団体商標を普及させるためには新たに安価の料金設定が必要である。
- ・ 原産地保護について、これ以上の制度の新設や TRIPS 協定の保護対象の追加を避けるべき。
- ・ 地域ブランドの保護制度は、商標法の団体商標で行う方法と、農林水産省による地理的原産地表示制度で行う方法が検討されているが、両者の分担を明確にすべき。

等の意見があった。