

## 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

#### (考え方)

近年、地域の事業者が協力して、事業者間で統一したブランドを用いて、当該地域と何らかの（自然的、歴史的、風土的、文化的、社会的等）関連性を有する特定の商品の生産又は役務の提供を行う取組み（地域ブランド化）が全国的にさかんになっている。このような取組みは、地域名を付した共通のブランド（地域ブランド）を用いて生産、販売等を行うものであり、地域ごとの独自の創意工夫をもとに需要者の認知を高め、商品（役務）の内容の高度化と差別化を図り、付加価値を高めていこうとするものである。

このような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。

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。

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においては、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ことが適切であると考えられる。

## 2. 具体的な制度の内容

### (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)も存在するが、こうしたものも広く対象とすることが適切である。

#### 「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。

地域ブランド化の取組みは、本来、特定の地域において生産・販売等される商品と特定の地域で提供される役務など、地域と密接な関連性を有する商品（役務）について、当該地域名を冠した商標を使用し、他の地域の商品（役務）と差別化を図ろうとするものである。商標中の地域名が実際に当該商標を使用している商品又は役務と関連性を有しない場合には、地域ブランドして保護の必要性があるとは言い難く、こうした場合にも登録を認めることは適当ではないと考えられる。

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（役務）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ある。

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、その名称の慣用的な使用方法等の状況を勘案しつつ、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ある。

#### （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ることが適切である。また、周知性の判断については、出願された「地域名＋商品（役務）名」からなる商標が使用された結果、出願団体又はその構成員の商品（役務）を表示するものとして一定範囲の需要者に認識されるに至ったものについては、周知性を有するものとして登録を認めることが適当であると考えられる。

数量的な要件については、P 6（ 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、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、異議申立てや無効審判の対象とすることが適切である。

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。

#### 商標の使用方法

（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役務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位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あると考えられる。

こうしたことから、地域団体商標についても、既存の団体商標と同様に、団体と構成員による使用のルール（法定使用权）に従うこととするのが適当である。

## 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る。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適当である。

### （ ）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。地域ブランドにおいて用いられる地域名と商品（役務）名からなる文字商標の登録を認める主体についても、特別の法律に基づいて設立された組合であって法人格を有するものを中心に検討することが適切である。

( ) 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。

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ある。

( ) 既登録商標 ( 第 4 条第 1 項第 1 号 )

( 考え方 )

現行法第 4 条第 1 項第 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ある。

一方で、現行法第3条第2項の規定等に基づいて、「地域名+商品(役務)名」のみ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ある。

### (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、地域ブランド化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し、当該アウトサイダーによる当該商標の使用について制限を設けないこととすべきである。

#### 産地表示への効力制限

(考え方)

商標法において、「地域名」と「商品(役務)名」の組合せが商品(役務)の産地名表示や原材料表示として用いられている場合には商標権侵害とならないのは、通常の商標の場合と同様であると考えられる。

#### 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。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第25条及び第37条第1号に規定される効力を認めることが適切であると考えられる。

なお、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ことは通常の商標と同様であると考えられる。

#### (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等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審判や取消審判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。

また、無効については、事後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方向で検討することが適当である。

さらに、取消については、通常の商標と同様に商標権者により不正な使用があった場合等には、取消審判を請求できる旨を規定するのが適当である。

#### (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)

地域団体商標は、地域名と商品（役務）名からなる商標が一定の出所を識別している場合に、現行法第3条第2項よりも緩和された要件で、一定の主体要件を満たす団体にのみ登録を認めるものである。このため、こうした要件を満たさない場合に移転を認めることとすると、需要者が識別している出所の対象が異なることとなるほか、地域団体商標の主体を限定した趣旨をも逸脱することになり、適切ではないと考えられる。

一方、法人としては継続的に活動をしており、商標の使用をしていた構成員についても変化がない一般承継の場合にまで商標権を消滅させることは現実的ではないため、一般承継の場合に限っては移転を認めることとするのが適切である。

## 使用権の設定等

### (考え方)

地域団体商標について専用使用権を設定できることとすると、設定された範囲においては商標権者及びその構成員の使用が制限されることになるため、団体商標制度の枠組みを利用した趣旨が没却されてしまうことになる。また、専用使用権を商標権の全部について設定する場合には移転を認めたとほぼ同様の効果が生じることとなる。

したがって、地域団体商標については、専用使用権の設定を制限することが適当である。

## (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、別途、通常の団体商標としての登録も可能とするべきである。

## 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おらず、地域団体商標についても同様とすることが適当である。