

地域団体商標の周知性に係る商標審査基準改訂案（新旧対照表）

○商標法第7条の2第1項柱書に関する審査基準

改訂案	現行審査基準（平成26年8月1日施行）
<p data-bbox="138 357 479 384">一、第7条の2第1項柱書</p> <div data-bbox="159 400 1086 895" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p data-bbox="159 411 1086 884">第7条の2 事業協同組合その他の特別の法律により設立された組合（法人格を有しないものを除き、当該特別の法律において、正当な理由がないのに、構成員たる資格を有する者の加入を拒み、又はその加入につき現在の構成員が加入の際に付されたよりも困難な条件を付してはならない旨の定めのあるものに限る。）、商工会、商工会議所若しくは特定非営利活動促進法（平成十年法律第七号）第二条第二項に規定する特定非営利活動法人又はこれらに相当する外国の法人（以下「組合等」という。）は、その構成員に使用をさせる商標であつて、次の各号のいずれかに該当するものについて、その商標が使用をされた結果自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されているときは、第三条の規定（同条第一項第一号又は第二号に係る場合を除く。）にかかわらず、地域団体商標の商標登録を受けることができる。</p> </div> <p data-bbox="138 911 271 975">1. （略） 2. （略）</p> <p data-bbox="138 1015 1099 1222">3. 「自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されている」に該当するかどうかについては、職権で調査を行うこととするが、<u>商標法施行規則 様式第3の2 備考4「商標法第7条の2第1項に係る商標として需要者の間に広く認識されていることを証明する書類」の提出があった場合には、当該提出書類も参照し、以下を確認する。</u></p>	<p data-bbox="1111 357 1451 384">一、第7条の2第1項柱書</p> <div data-bbox="1131 400 2058 895" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p data-bbox="1131 411 2058 884">第7条の2 事業協同組合その他の特別の法律により設立された組合（法人格を有しないものを除き、当該特別の法律において、正当な理由がないのに、構成員たる資格を有する者の加入を拒み、又はその加入につき現在の構成員が加入の際に付されたよりも困難な条件を付してはならない旨の定めのあるものに限る。）、商工会、商工会議所若しくは特定非営利活動促進法（平成十年法律第七号）第二条第二項に規定する特定非営利活動法人又はこれらに相当する外国の法人（以下「組合等」という。）は、その構成員に使用をさせる商標であつて、次の各号のいずれかに該当するものについて、その商標が使用をされた結果自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されているときは、第三条の規定（同条第一項第一号又は第二号に係る場合を除く。）にかかわらず、地域団体商標の商標登録を受けることができる。</p> </div> <p data-bbox="1111 911 1243 975">1. （略） 2. （略）</p> <p data-bbox="1111 1015 2078 1150">3. 本項柱書の「その商標が使用をされた結果自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されているとき」に該当するためには、次のすべてを満たさなければならないことに留意する。</p> <p data-bbox="1111 1155 2078 1326">①出願に係る商標が出願人又はその構成員によって使用されていること（後記5. を参照） ②出願に係る商標が需要者の間に広く認識されていること（後記6. を参照） ③出願人又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして認識されていること</p>

4. 商標の同一性について

商標登録を受けようとする商標（以下「出願商標」という。）と実際に使用されている商標（以下「使用商標」という。）とが、外観において同一であること（外観において同視できる程度に同一性を損なわないことを含む。）を要する。

なお、出願商標と使用商標との外観が相違している場合においても、次の(1)及び(2)に示す程度の相違であれば、外観において同視できる程度に同一性を損なわないものと認める。

(1) 明朝体とゴシック体

草書体と楷書体等の書体の相違においては、文字のくずし方の程度を十分考慮する。

(2) 縦書きと横書き

一方、次の(3)の場合、外観において著しく相違することから、同一とは認めない。

(3) 平仮名と片仮名又は漢字

4. 地域団体商標の商標登録を受けようとする商標が団体の構成員によって使用されている場合において、その商標が「その構成員に使用をさせる商標」であるか否かを判断するときは、その構成員による商標の使用が団体の管理の下で行われているか否かを考慮するものとする。

5. 本項柱書を適用して登録が認められるのは、出願に係る商標及び指定商品又は指定役務と、使用に係る商標及び商品又は役務とが同一の場合のみとする。

なお、商標の同一性の判断については、この基準第2（第3条第2項）の2.（2）及び（3）を準用する。

【参考】基準第2（第3条第2項）の2.（2）及び（3）

2.（1）（略）

(2) 例えば、次のように、出願された商標と証明書に表示された商標とが異なる場合は、使用により識別力を有するに至った商標とは認められないものとする。

(イ) 出願された商標が草書体の漢字であるのに対し、証明書に表示された商標が楷書体又は行書体の漢字である場合

(ロ) 出願された商標が平仮名であるのに対し、証明書に表示された商標が片仮名、漢字又はローマ字である場合

(ハ) 出願された商標がアラビア数字であるのに対し、証明書に表示された商標が漢数字である場合

(ニ) 出願された商標が $\text{\textcircled{P}}$ のような態様であるのに対し、証明書に表示された商標が $\text{\textcircled{P}}$ 、 $\text{\textcircled{P}}$ 又は $\text{\textcircled{P}}$ のような構成である場合

(ホ) 出願された商標が立体商標であるのに対し証明書に表示された商標が平面商標である場合、又は出願された商標が平面商標であるのに対し証明書に表示された商標が立体商標である場合

(3) 出願された商標と証明書に表示された商標とが厳密には一致しない場合であっても、例えば、その違いが明朝体とゴシック体、縦書きと横書きにすぎない等外観において同視できる程度に商標としての同一性を損なわないものと認められるときには、本項の判断において考慮するものとする。

5. 「自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するもの」について次の(1)又は(2)を確認する。

(1) 自己（出願人）の業務に係る商品又は役務を表示するものである場合
例えば、商品又は商品の包装（出荷用段ボール箱等）の写真、宣伝広告のパフレット等に、出願人の名称、出願商標及びその商標の使用に係る商品又は役務が記載されていること。

(2) 構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものである場合
次の①及び②を確認する。

① 例えば、商品又は商品の包装（出荷用段ボール箱等）の写真、宣伝広告のパフレット等に、構成員の氏名又は名称、出願商標及びその商標の使用に係る商品又は役務が記載されていること。

② 出願商標を使用している者が構成員であること。

6. 「需要者の間に広く認識されている」について

商品又は役務の種類、需要者層、取引の実情等の個別事情によるが、全国的な需要者の間に認識されるには至っていなくとも、例えば、商品又は役務の種類及び流通経路等に応じた次の(1)ないし(4)の類型における一定範囲の需要者に認識されていることを要する。

なお、「肉牛」、「石材」等、主たる需要者層が取引者である商品又は役務については、需要者には、最終消費者のみならず、取引者も含まれることに留意する。

(1) 比較的低価格であり、また、日常的に消費されること等から、比較的広範囲の地域で販売され得る商品について

例：比較的低価格で日常的に消費される野菜、米、食肉、水産食品、加工食品

需要者の範囲は比較的広範囲に及ぶと考えられるが、本条第2項にいう「地域」（以下「地域」という。）が属する都道府県を越える程度の範囲における多数の需要者の間に広く認識されていれば足りることとする。

また、国や地方公共団体等の公的機関が当該商品を表彰する等の優良商品として選定した事実等があれば、それらを十分に勘案する。

なお、高額で市場取引される野菜や果物等比較的生産量が少ない商品である等、その商品又は役務に応じた特段の取引の実情が存在する場合には、後記(2)又は(3)を確認する。

(2) 高価であること等から、生産地では販売されず、主として大消費地で販

6.(1) 本項柱書にいう「需要者の間に広く認識されている」とは、商品又は役務の種類、需要者層、取引の実情等の個別事情によるが、全国的な需要者の間に認識されるには至っていなくとも、一定範囲の需要者、例えば、隣接都道府県に及ぶ程度の需要者に認識されていることを必要とする。

売され尽くすような商品について

例：高額で市場取引される高級魚等

主たる需要者の範囲は大消費地等の大都市に限定されるなど、地域的な広がりが限定的と考えられる場合には、少なくとも販売地が属する一都道府県における多数の需要者の間に広く認識されていることを要する。

また、特に、大消費地における宣伝広告やメディアによる紹介の状況、業界紙や専門雑誌等における宣伝広告や紹介記事の状況等について十分に勘案する。

(3) 主として生産地でのみ販売される地産地消の商品やその地でのみ提供される役務について

例：伝統野菜、消費期限が短い生菓子

需要者の地域的な広がりは限定的と考えられることから、少なくとも地域が属する一都道府県における多数の需要者の間に広く認識されていることを要する。

また、特に、商品の産地、販売地又は役務の提供地等において、当該地を訪れる観光客用に配布される観光案内、観光地図等による宣伝広告の状況、来訪者数、来訪者へのアンケート調査結果等について十分に勘案する。

(4) 工芸品等の商品について

例：当該地域で生産される箆筒、壺

需要者の地域的な広がりは限定的と考えられることから、少なくとも地域が属する一都道府県における多数の需要者の間に広く認識されていることを要する。

また、経済産業大臣により伝統的工芸品として指定されている事実等があれば、それを十分に勘案する。

なお、日常的に使用される食器や箸等の商品については、主たる需要者層が一般消費者であることから、上記(1)を確認する。

7. テレビ放送、新聞、インターネット等のメディアを利用し、大規模に宣伝広告及び販売等を行っている場合について

例：全国放送のテレビショッピング番組を利用して販売する商品

テレビ放送等を利用して大規模に宣伝広告及び販売を行っている場合には、需要者は広範囲に及ぶと考えられることから、地域、商品の販売地又は役務の提供地における需要者を含め、複数の都道府県における相当程度の需要者の間に広く認識されている実情について考慮する。

特に、テレビ放送、ウェブサイト等による宣伝広告又は商品等の紹介番組の状況、ウェブサイトにおける販売ランキング・販売先・販売数量、ウェブサイトの種類（大手ショッピングサイト、出願人のサイト等）等の事実について十分に勘案する。

そして、前記6.の各類型に該当する商品又は役務について、テレビ放送等を利用した販売等を行っている場合には、各類型における多数の需要者の間に広く認識されているか、又は、地域、商品の販売地若しくは役務の提供地における需要者を含めた複数の都道府県における相当程度の需要者の間に広く認識されている実情について考慮する。

8. 「需要者の間に広く認識されている」ことの立証方法及び判断について
次の(1)ないし(4)の事実について、それぞれに例示された提出資料等を確認する。

(1) 使用事実について

出願商標を商品、商品の包装（出荷用段ボール箱等）又は役務に使用している写真、パンフレット、ウェブサイトの写し等

(2) 営業の規模（生産数量、販売地域、譲渡数量、売上高等）について

① 販売数量等 が記載された注文伝票（発注書）、出荷伝票、納入伝票（納品書及び受領書）、請求書、領収書、仕切伝票又は商業帳簿等

② 生産数量等が記載された公的機関等（国、地方公共団体、在日外国大使館等）の第三者による証明書等

(3) 宣伝広告の方法、内容及び回数、一般紙、業界紙、雑誌又はウェブサイト等における記事掲載の内容及び回数について

① 宣伝広告の内容及び掲載されたパンフレット、ポスター、ウェブサイトの写し、観光案内、観光地図の写し等

② 宣伝広告の量、回数等（パンフレットの配布先及び配布部数並びにウェブサイトの掲載期間等）が記載された広告業者等との取引書類、証明書等

③ 一般紙、業界紙、雑誌、地方自治体が発行する広報 又はウェブサイト等における紹介記事

(4) その他の事実について

① 需要者を対象とした商標の認識度調査（アンケート）の結果報告書
ただし、実施者、実施方法、対象者等の客観性について十分に考慮して判断する。

(2) 本項柱書の規定に関する周知性の立証方法及び判断については、この基準第2（第3条第2項）の3. を準用する。

【参考】基準第2（第3条第2項）の3.

3. (1) 商標が使用により識別力を有するに至ったかどうかは、例えば、次のような事実を総合勘案して判断するものとする。

具体的には、商標の使用状況に関する事実を量的に把握し、それによってその商標の需要者の認識の程度を推定し、その大小ないし高低等により識別力の有無を判断するものとする。

① 実際に使用している商標並びに商品又は役務

② 使用開始時期、使用期間、使用地域

③ 生産、証明若しくは譲渡の数量又は営業の規模（店舗数、営業地域、売上高等）

④ 広告宣伝の方法、回数及び内容

⑤ 一般紙、業界紙、雑誌又はインターネット等における記事掲載の回数及び内容

⑥ 需要者の商標の認識度を調査したアンケートの結果

(2) 上記(1)の事実は、例えば、次のような証拠方法によるものとする。

① 広告宣伝が掲載された印刷物（新聞、雑誌、カタログ、ちらし等）

② 仕切伝票、納入伝票、注文伝票、請求書、領収書又は商業帳簿

③ 商標が使用されていることを明示する写真

④ 広告業者、放送業者、出版業者又は印刷業者の証明書

⑤ 同業者、取引先、需要者等の証明書

⑥ 公的機関等（国、地方公共団体、在日外国大使館、商工会議所等）

② 国や地方公共団体等の公的機関により優良商品として認定・表彰等された事実

9. 出願人及びその構成員以外の者が出願商標を使用している場合について

出願人及びその構成員以外に出願商標を使用している者が存在することにより、出願人又はその構成員のみの使用によって出願商標が需要者の間に広く認識されていることが認められない場合には、出願人又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されているものとは認めない。

10. 出願商標の構成中の地域の名称が本条第2項に規定する「地域の名称」に該当しないために本条第1項各号のいずれにも該当しない場合には、本項柱書の規定により登録を受けることができないものとする。

(削除)

の証明書

⑦ 一般紙、業界紙、雑誌又はインターネット等の記事

⑧ 需要者を対象とした商標の認識度調査（アンケート）の結果報告書
ただし、需要者の認識度調査（アンケート）は、実施者、実施方法、対象者等その客観性について十分に考慮するものとする。

(3) 商標が使用により識別力を有するに至ったかどうかについては、出願人以外（団体商標の商標登録出願の場合は「出願人又はその構成員以外」とする。）の者による使用の有無及びその使用の状況を確認の上、判断するものとする。

(4) 団体商標が使用により識別力を有するに至ったかどうかの判断については、特に、その構成員の使用に関する(1)の事実を勘案するものとする。

なお、各構成員の(2)に関する書類を証拠方法とするときは、その者が構成員であることを証する書類を要するものとする。

(5) (略)

(6) (略)

7. 出願に係る商標の構成中の地域の名称が本条第2項に規定する「地域の名称」に該当しないために本条第1項各号のいずれにも該当しない場合には、本項柱書の規定により登録を受けることができないものとする。

8. 地域団体商標に係る指定商品又は指定役務の記載については、この基準第3の十三（第4条第1項第16号）を参照することとする。