地域団体商標制度について

特許庁 審査業務部 商標課 地域ブランド推進室

特許庁

1 地域ブランドを守る、地域団体商標制度について

(1) 商標とは

(2) 地域ブランドとは

(3) 地域団体商標制度とは

(4) 地域団体商標取得のメリット

2 地域団体商標を取得するには

(1)地域団体商標を取得するには

3 権利取得後の活用と支援策の紹介

(1)権利取得後の活用について

(2)地域団体商標の権利の特性

(3)地域団体商標に関する支援策と取り組み

1 地域ブランドを守る、地域団体商標制度について

(1) 商標とは

(2) 地域ブランドとは

(3) 地域団体商標制度とは

(4) 地域団体商標取得のメリット

2 地域団体商標を取得するには

(1)地域団体商標を取得するには

3 権利取得後の活用と支援策の紹介

(1)権利取得後の活用について

(2)地域団体商標の権利の特性

(3)地域団体商標に関する支援策と取り組み

商標とは

商標とは　＝

事業者が、自社の取り扱う商品（サービス）を
他社のものと区別するために使用するマーク

登録第4413658号

Calbee

登録第4209985号

カルビー株式会社

他社との差別化が図れる

カール

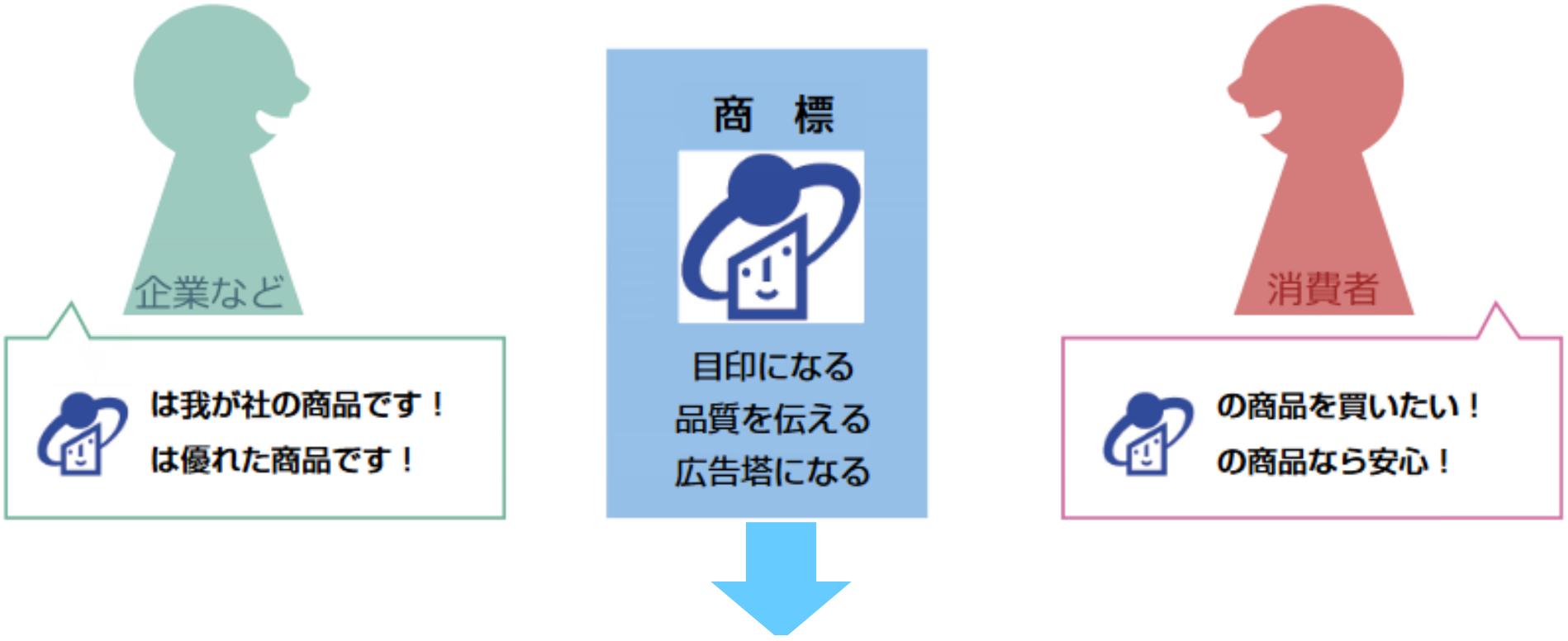
登録第840698号

meiji

登録第5522267号

明治ホールディングス株式会社

「商標」の役割



商標制度（商標法）により保護

商標法の目的

商標を保護することにより、商標の使用をする者の業務上の信用の維持を図り、もつて産業の発達に寄与し、あわせて需要者の利益を保護すること

商標登録出願の様式、商標権の構成

【書類名】　商標登録願
【整理番号】○○○○○○

（【提出日】令和●年●月●日）
【あて先】　特許庁長官　殿
【商標登録を受けようとする商標】

使用する商標
（１出願１商標）

使用する商品（サービス）を記載
＜区分(分類)も記載＞

【指定商品又は指定役務並びに商品及び役務の区分】
【第１２類】
【指定商品（指定役務）】自動車
【第３７類】
【指定商品（指定役務）】自動車の修理
【商標登録出願人】
【識別番号】　０１２３４５６７８
【住所又は居所】東京都千代田区霞が関３―４―３
【氏名又は名称】商標株式会社
【代表者】　商標　太郎
【電話番号】　０３（３５８１）１１０１
【手数料の表示】
【予納台帳番号】１２３４５６
【納付金額】　２０６００

出願料：3,400円＋（8,600円×区分数２）＝20,600円

◆ 商標権の権利範囲は、マークとそれを使用する商品・サービスの組合せで決まる。

商標権

マーク（文字・図形など）　&　使用する商品・サービス

商品：自動車
役務：自動車の修理

※料金の記載は資料作成時点

（参考）商品・役務の区分(国際商標分類)

第１類	工業用、科学用又は農業用の化学品
第２類	塗料、着色料及び腐食の防止用の調製品
第３類	洗浄剤及び化粧品
第４類	工業用油、工業用油脂、燃料及び光剤
第５類	薬剤
第６類	卑金属及びその製品
第７類	加工機械、原動機(陸上の乗物用のものを除く。）その他の機械
第８類	手動工具
第９類	科学用、航海用、測量用、写真用、音響用、映像用、計量用、信号用、検査用、救命用、教育用、計算用又は情報処理用の機械器具、光学式の機械器具及び電気の伝導用、電気回路の開閉用、変圧用、蓄電用、電圧調整用又は電気制御用の機械器具
第１０類	医療用機械器具及び医療用品
第１１類	照明用、加熱用、蒸気発生用、調理用、冷却用、乾燥用、換気用、給水用又は衛星用の装置
第１２類	乗物その他移動用の装置
第１３類	火器及び火工品
第１４類	貴金属、貴金属製品であって他の類に属しないもの、宝飾品及び時計
第１５類	楽器
第１６類	紙、紙製品及び事務用品
第１７類	電気絶縁用、断熱用又は防音用の材料及び材料用のプラスチック
第１８類	革及びその模造品、旅行用品並びに馬具
第１９類	金属製でない建築材料
第２０類	家具及びプラスチック製品であって他の類に属しないもの
第２１類	家庭用又は台所用の手動式の器具、化粧用具、ガラス製品及び磁器製品
第２２類	ロープ製品、帆布製品、詰物用の材料及び織物用の原料繊維
第２３類	織物用の糸

第２４類	織物及び家庭用の織物製カバー
第２５類	被服及び履物
第２６類	裁縫用品
第２７類	床敷物及び織物製でない壁掛け
第２８類	がん具、遊戯用具及び運動用具
第２９類	動物性の食品及び加工した野菜その他の食用園芸作物
第３０類	加工した植物性の食品(他の類に属するものを除く。)及び調味料
第３１類	加工していない陸産物、生きている動植物及び飼料
第３２類	アルコールを含有しない飲料及びビール
第３３類	ビールを除くアルコール飲料
第３４類	たばこ、喫煙用具及びマッチ

(役務)

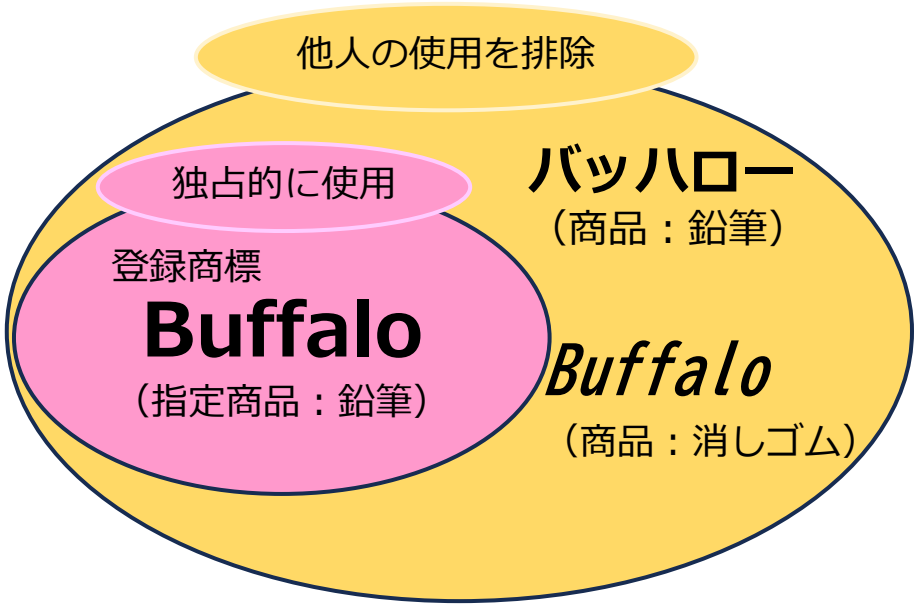
第３５類	広告、事業の管理又は運営、事務処理及び小売又は卸売の業務において行われる顧客に対する便益の提供
第３６類	金融、保険及び不動産の取引
第３７類	建設、設置工事及び修理
第３８類	電気通信
第３９類	輸送、こん包及び保管並びに旅行の手配
第４０類	物品の加工その他の処理
第４１類	教育、訓練、娯楽、スポーツ及び文化活動
第４２類	科学技術又は産業に関する調査研究及び設計並びに電子計算機又はソフトウェアの設計及び開発
第４３類	飲食物の提供及び宿泊施設の提供
第４４類	医療、動物の治療、人又は動物に関する衛生及び美容並びに農業、園芸又は林業に係る役務
第４５類	冠婚葬祭に係る役務その他の個人の需要に応じて提供する役務(他の類に属するものを除く。)、警備及び法律事務

（参考）商標権の効力

商標権
- 自分が登録商標を独占的に使用する権利
- 他人の使用を排除することができる権利

商標権の効力が及ぶ範囲		指定商品又は役務		
		指定商品・役務	類似	非類似
商標	登録商標	独占的に使用 他人の使用を排除	他人の使用を排除	×
商標	類似	他人の使用を排除	他人の使用を排除	×
商標	非類似	×	×	×

（例）



※「Buffalo」と「バッハロー」は類似する商標と、また、「消しゴム」と「鉛筆」は類似する商品と推定しています。

1 地域ブランドを守る、地域団体商標制度について

(1) 商標とは

(2) 地域ブランドとは

(3) 地域団体商標制度とは

(4) 地域団体商標取得のメリット

2 地域団体商標を取得するには

(1)地域団体商標を取得するには

3 権利取得後の活用と支援策の紹介

(1)権利取得後の活用について

(2)地域団体商標の権利の特性

(3)地域団体商標に関する支援策と取り組み

そもそもブランドとは、地域ブランドとは

そもそもブランドとは

（焼印の意）商標。銘柄。特に、名の通った銘柄。（広辞苑）
言葉の語源は**自分の牛と他人の牛を区別する**ために、自分の牛に付けた焼印といわれています。

ブランドとは、**「他のものと区別するためのもの」、「他と差別化されたもの」**という考え方

地域ブランドとは

商品の品質をはじめ、他の地域にない独自性、こだわり、地域自体に感じる魅力、歴史・文化など様々な要素を活かしたもの。
その**地域ならではの資源を活用**することで、**他の地域ではまねできない“真に強いブランド”**を目指せます！

その地域ならではの資源 → **他の地域ではまねできない“真に強いブランド”**

地域ブランド化のメリット

1．地域ブランド化は地域の活性化につながる

地域ブランド化に取り組むことにより、農産物や加工品などの地域の商品が売れ、**産業振興や雇用創出**にもつながります。また、その**地域の知名度やイメージの向上**が期待され、地域の活性化につながります。

・産業振興　・雇用促進
・知名度UP　・イメージUP

→ **地域活性化**

2．地域ブランド化による地域そのものの価値上昇

地域ブランド化の取り組みにより、地域を背景にした高付加価値化された産品の提供をとおして信頼を作りあげることで、地域そのものの価値の上昇が図られます。
つまり、地域ブランド化によって産品の価値が高まり、高く売れるようになるだけでなく、教育や福祉、文化、自然環境、景観など、**様々なものの価値の向上を図る有効な手段**となり得ます。
そのため、地域ブランド化は**「持続可能な地域づくり」の核**となります。

地域ブランド化 → 地域そのものの価値上昇 → **持続可能な地域づくり**

なぜ地域ブランドを権利化するのか？

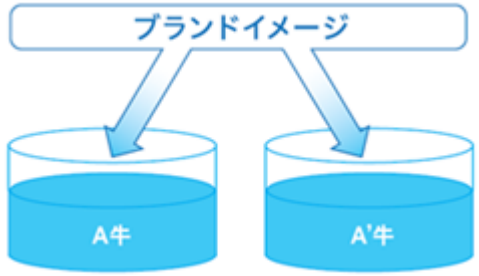
商標権を取得してブランド名を権利化することで、次のような効果が期待できます。

1．自分たちがブランド名を使えなくなることを防ぎ、安心して事業を実施できる

自分たちのブランド名と同一・類似のブランド名が商標権を取得していることを知らないでブランド名を使用をしていた場合、ブランド名の**使用を中止するよう警告**を受けたり、**訴訟を起こされたりする可能性**があります

2．蓄積したブランドイメージを横取りされないようにする

類似したブランド名や模倣品が他にあると、需用者は区別することができず、自分たちの元に蓄積されるべき**ブランドイメージを横取り**されてしまうかもしれません。低価格、低品質の模倣品は、ブランド価値の低下にもつながります



「A牛」に類似した名称の「A'牛」が存在すると、本来「A牛」の器に入るべきブランドイメージが「A'牛」の器に入ってしまう

3．ブランドを産地結集の旗印にする

地域ブランドを商標登録して権利化を行うと、産地において**「自分たちのブランド」という意識が強まり**、関与する人々の**一体感やモチベーションが高まる**ことが期待できます。

地域ブランドの権利化は目的ではなく手段

✕ 誤った理解：商標登録によって地域ブランド化が実現できる

○ 正しい理解：商標登録は1つの手段であり通過点。
目的は地域のブランド化！

目的地への道筋は無数にあり、
商標登録はその1つの道の通過点

地域ブランド化によって目指すべき地域の状態とは？？

- ✓ 産品を通じて、地域のイメージが向上している
- ✓ 地域の方々が、その産品を愛し、外の人に薦めている
- ✓ 産品が売れることで、地域にお金が循環し、雇用が増えている
- ✓ 地域の方々が、地域のことを誇りに、住み続けたいと思っている

地域ブランド化の取り組みに関してよくある誤解

よくある誤解	実際
商標登録によって産品の知名度も売上も上がる！	商標登録によって一時的には注目されるかもしれませんが、その後の周知や販売促進は団体の活動次第となります
商標が登録されたということは、産品の品質について国のお墨付きをもらえた！	商標権はブランド名を守る権利であって、産品の品質や良し悪しを保証するものではありません
自分たちの産品は品質が高く、こだわりをもって作っているから大丈夫！	その品質やこだわりが需要者に正確に伝わらなければなりません
有名なシェフ、デザイナー、広告代理店、弁護士にお願いすると、ブランド力のある商品ができる！	外部の専門家の力を借りながらも、地域の方が主体となって考え育てることが地域ブランド化の本質であり、自立・継続のポイントです

まずは地域の関係者で良く話し合いましょう

- ✓ 地域ブランドは地域活性化のため、また持続的な地域づくりのために**地域全体で育てていくべきもの**です
- ✓ 地域全体で地域ブランドを育てていくためには、行政や支援機関、地元企業など、**地域の関係者間の合意形成が**大切となります
- ✓ また、地域の関係者間の合意形成ができていないと、地域団体商標を登録できなかったり、登録を取り消されてしまったりするなどのリスクがあります

合意形成しておくべきポイント

- ✓ 地域ブランドのコンセプト、目指すべき方向性は？
- ✓ 地域ブランドの保護はどうするのか？何を目的に保護するのか？
- ✓ 地域団体商標として保護するのか？通常の商標として保護するのか？
- ✓ 地域団体商標として保護する場合の出願人や**指定商品・サービス**はどうするのか？
- ✓ 出願人以外にブランドを使用している者はどうするのか？

品質基準や管理規程のように詳細を定める必要はありません。
権利範囲を狭めることにもなりかねないので、注意！
→詳しくは43～44ページへ

1 地域ブランドを守る、地域団体商標制度について

(1) 商標とは

(2) 地域ブランドとは

(3) 地域団体商標制度とは

(4) 地域団体商標取得のメリット

2 地域団体商標を取得するには

(1)地域団体商標を取得するには

3 権利取得後の活用と支援策の紹介

(1)権利取得後の活用について

(2)地域団体商標の権利の特性

(3)地域団体商標に関する支援策と取り組み

地域ブランドの目印

地域ブランドの名称としては、地域の特産品やサービスに
その産地の地域名を付した商標が採用されることが多い。

江戸切子

登録第5085277号

登録第5929742号

熱海温泉

登録第5377749号

浜名湖うなぎ

登録第6019625号

なみえ焼そば

登録第5934383号

地域ブランドの目印

通常、「**地域名＋商品（サービス）名**」の組み合わせからなる文字商標は、「**全国的に周知**」となっていなければ商標登録することができない。

名称が全国的に有名になる前であっても、その名称を保護したい！

商標権の取得によって、商品のブランド力を高めたい！

地域団体商標制度

■ 地域団体商標制度は、「地域ブランド」を適切に保護することにより、信用力の維持による競争力の強化と地域経済の活性化を支援することを目的とした制度。

■ 「地域ブランド」として用いられることが多い、地域の名称及び商品（サービス）名などからなる文字商標について、商標権を得るための登録要件を緩和する（※）もの。

（※）通常、「地域名　＋　商品（サービス）名」の組み合わせからなる文字商標は、「全国的に周知」となっていなければ登録できません。

地域団体商標　＝　「地域名　＋　商品（サービス）名」

Local Specialty
地域団体商標
特許庁

登録件数 2025年3月末現在

784件

農業協同組合

「米沢牛」

山形県
山形おきたま農業協同組合
商標登録
第5029824号

地域団体商標制度、その他の登録例

■ 全ての商品・サービスが対象。
■ 日本全国で商標の使用を独占することが可能。

漁業協同組合

「越前がに」

福井県
福井県漁業協同組合連合会
商標登録
第5089307号

商工会議所

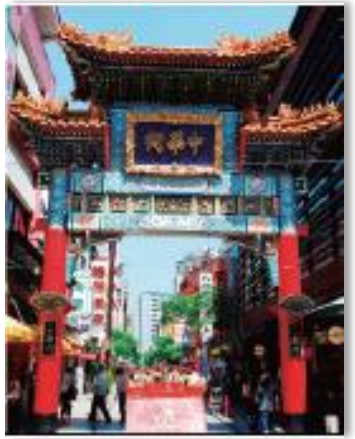
「一宮モーニング」

愛知県
一宮商工会議所
商標登録
第5825571号

事業協同組合

「横濱中華街」

神奈川県
横浜中華街発展会協同組合
商標登録
第5069264号



NPO法人

「小豆島オリーブオイル」

香川県
NPO法人小豆島オリーブ協会
商標登録
第5800807号

（提供）小豆島オリーブオイル協会

都道府県別　地域団体商標の登録状況

都道府県別　地域団体商標の有効登録件数の内訳（2025年3月末現在）

※複数都道府県にまたがるものはそれぞれカウント
（栃木、茨城：本場結城紬、東京、埼玉：江戸木目込人形）

北海道	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	茨城	栃木	群馬
44	14	7	6	12	12	11	5	12	11
埼玉	千葉	東京	神奈川	新潟	長野	山梨	静岡	愛知	岐阜
11	18	27	11	14	11	8	29	21	33
三重	富山	石川	福井	滋賀	京都	大阪	兵庫	奈良	和歌山
21	13	37	21	13	69	11	47	13	14
鳥取	島根	岡山	広島	山口	香川	徳島	高知	愛媛	福岡
6	10	10	18	10	7	9	6	12	24
佐賀	長崎	熊本	大分	宮崎	鹿児島	沖縄	海外	784件	
11	11	16	13	8	18	18	3		

どんな産品・サービスが登録されてる？

産品別　地域団体商標の有効登録件数の内訳（2025年3月末現在）

野菜	米	果実	食肉・牛・鶏
80件	10件	58件	69件
水産食品	加工食品	牛乳・乳製品	調味料
60件	71件	7件	23件
菓子	麺類・穀物	茶	酒
15件	19件	35件	15件
清涼飲料	植物	医薬品・漢方薬	織物・被服・布製品・履物
1件	6件	1件	73件
工芸品・かばん・器・雑貨	焼物・瓦	おもちゃ・人形	仏壇・仏具・葬祭用具・家具
107件	36件	19件	44件
貴金属製品・刃物・工具	木材・石材・炭	温泉	サービスの提供（温泉を除く）
9件	15件	54件	38件

※複数産品にまたがるものはそれぞれカウント

1 地域ブランドを守る、地域団体商標制度について

(1) 商標とは

(2) 地域ブランドとは

(3) 地域団体商標制度とは

(4) 地域団体商標取得のメリット

2 地域団体商標を取得するには

(1)地域団体商標を取得するには

3 権利取得後の活用と支援策の紹介

(1)権利取得後の活用について

(2)地域団体商標の権利の特性

(3)地域団体商標に関する支援策と取り組み

地域団体商標取得のメリット

1．法的効果

- ✓ 他者への権利行使（攻撃・防御）
- ✓ ライセンス契約

2．差別化効果

- ✓ 取引信用度・商品・サービス訴求力の増大

地域団体商標マークを
ぜひお使いください！！

3．その他の効果

- ✓ 組織強化・ブランドに対する自負の形成

地域団体商標取得のメリット　～法的効果①～

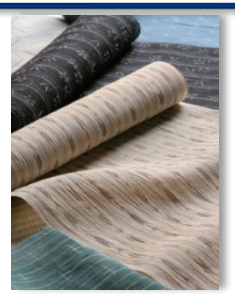
1．法的効果

✓ 他者への権利行使（攻撃・防御）

他者が不正に地域団体商標を使用する場合、民事・刑事の両面から対抗することができます。

「飛騨の家具」（岐阜県）（協同組合飛騨木工連合会）

- 不正に商標を使用した店舗の開店の未然防止



「小千谷縮」（新潟県）（小千谷織物同業協同組合）

「美川仏壇」（石川県）（美川佛壇協同組合）

- 商標（名称）の不正使用の減少

「熱海温泉」（静岡県）（熱海温泉ホテル旅館協同組合）

「姫路おでん」（兵庫県）（姫路おでん協同組合）

「府中家具」（広島県）（府中家具工業協同組合）

- 類似品・模倣品（サービス）への権利主張

（参考）権利侵害に対する救済措置と刑事罰

差止請求権	•権利の侵害者あるいは侵害するおそれがある者に対して、現在及び将来における侵害行為の差し止めを請求することができる。 •また、侵害品の廃棄、侵害品の製造設備の廃棄を求めることができる。
損害賠償請求権	•権利を侵害された場合、侵害者に対して損害賠償を請求することができる。 •侵害者の侵害行為に基づく損害額の立証が困難な場合が多いので、商標法では損害賠償額の算定について3つの特則を設定（38条）
信用回復措置請求権	• 侵害行為によって業務上の信用を害した場合には、新聞への謝罪広告への掲載など、業務上の信用を回復するのに必要な措置を請求することができる。
不当利得返還請求権	•侵害者が侵害行為によって不当に得た利益の返還を請求することができる。
侵害罪	• 侵害者の刑事罰：10年以下の懲役又は1,000万円以下の罰金。その法人に対しては、3億円以下の罰金。

（参考）その他の法的効果

- ✓ 商標権の効力は**全国**に及びます
- ✓ 登録された地域団体商標と同一又は類似の商標が他人によって商標登録出願された場合には、当該**他人による商標登録出願は拒絶**されます（商標法第4条第1項第11号など）
- ✓ 商標権侵害については**過失が推定**されます（商標法第39条で準用する特許法第103条）
- ✓ **損害額の推定**規定があるため（商標法第38条）、権利侵害をされた場合であっても、当該規定に基づき損害賠償を請求することができます

地域団体商標取得のメリット　～法的効果②～

1．法的効果

✓ ライセンス契約

他者に地域団体商標の使用を許諾することができます。

「亀田縞」（新潟県）（亀田繊維工業協同組合）

- **<u>大手企業や官公庁とのタイアップ条件</u>**として商標権の取得
- 地団権利取得はビジネスにとって大きなメリット

「静岡茶」（静岡県）（静岡県経済農業協同組合連合会、静岡県茶商工業協同組合）

- 大手飲食料品メーカーとライセンス契約締結

「勝浦タンタンメン」（千葉県）（ONE勝浦企業組合）

- 企業の食堂でのタンタンメンの提供についてライセンス契約締結

地域団体商標取得のメリット　～差別化効果①～

2. 差別化効果

✓ 取引信用度・商品・サービス訴求力の増大

地域ブランドとして国に保護されている点、お墨付きをもらったという点をアピールすることで、取引の際の信用力の増大や商品・サービスの訴求力の増大につなげることができます。

「蒲郡みかん」（愛知県）（蒲郡市農業協同組合）

- 権利取得をきっかけに**<u>県内の学校給食に採用</u>**

「一宮モーニング」（愛知県）（一宮商工会議所）

- 権利取得後にサイト検索数が増加**（<u>前月比約40%アップ</u>）**
- マスコミに取り上げられる機会も増加

「びらとりトマト」（北海道）（びらとり農業協同組合）

- 「びらとりトマト」統一した名称の使用により信用蓄積
- **<u>首都圏大手スーパーでも「びらとりトマト」で取り扱い</u>**
- 権利取得前と取得後の売上金額変化

地域団体商標取得のメリット　～差別化効果②～

「十勝川西長いも」（北海道）（帯広市川西農業協同組合）

- 特許庁の外国出願補助金を活用し、海外でも商標を取得
- 平成11年から平成26年まで、**全体の輸出総額が約4.1 倍に拡大**

「市川のなし」（千葉県）（市川市農業協同組合）

- 山崎製パンとの共同商品開発が実現。ジャムとして採用され、全国展開につながった。
- 権利取得後は、年々地元消費量・全国発送量とも増え、**権利取得以前より売り上げが15%増**

「PROSCIUTTO DI PARMA」（イタリア）
（Consorzio del Prosciutto di Parma）

- 権利取得後、平成19年から平成28年までに**販売量21%増**
  平成19年　88,442本　→　平成28年 107,212本

地域団体商標取得のメリット

～地域団体商標マークについて～

■地域団体商標マークは、「地域の名物」が地域団体商標として特許庁に登録されていることを示す証です。2025年3月末現在、266団体が活用しています。

地域団体商標マーク

■マークの使用ができる者

原則、①地域団体商標に係る商標権を有する団体、②その構成員、③団体から許諾を受けた者に限る。ただし報道目的の場合など、一部例外を除く。
→特許庁に使用届を提出することで使用が可能。

■ マークのメリット

1. 地域団体商標の商標権を有する団体などのみが「地域の名物の証」として使用できるため、マークの有無により、第三者と差別化
2. 商品のパッケージや印刷物、イベントの際などに、地域ブランドとして特許庁に登録されていることをPRするツールとして活用することで、第三者による商標権の侵害を未然に防止

地域団体商標の産品（サービス）のブランド力向上

詳しくは… **地域団体商標マーク** で検索！

（参考）地域団体商標マークの活用事例

「与那国織」
与那国町伝統織物協同組合（沖縄県）

品質保証マークなどと共に
地域団体商標マークを付与

「奥会津金山赤カボチャ」
金山町商工会（福島県）

商品にシールを貼付

「吉川ナス」
福井県農業協同組合（福井県）

商品パッケージやのぼり
に使用

地域団体商標取得のメリット　～その他の効果～

3.　その他の効果

✓ 組織強化・ブランドに対する自負の形成

地域団体商標をその団体で独占的に使用することにより、組合員の増加や、ブランドに対する自負が形成されます。

「中津からあげ」（大分県）（中津商工会議所）

「壺屋焼」（沖縄県）（壺屋陶器事業協同組合）

- 権利取得後、**商標を使用するために組合員になりたい**との申し出が増加

「枕崎鰹節」（鹿児島県）（枕崎水産加工業協同組合）

- **商標登録証の写しを組合員全員に配布**。その結果、組合員全員が共通の意識を持って取り組んでいるという一体感と自信が形成。それに伴い**商品の品質の向上にもつながった**。

「越前和紙」（福井県）（福井県和紙工業協同組合）

- 登録後、**組合内のブランド意識が向上**。「越前和紙」の不正使用に対しては組合員から「警告をした方がいいのではないか」との声が上がるように。

（参考）地域団体商標とロゴマークの関係

①ロゴマークを活用して認知度を高めていく／ブランドを育てる

メリット

ロゴマークだと分かりやすく、目にとまるため、**商品や地域ブランドの認知度向上に役立つ**！

デメリット

ロゴマーク（又は要部）の模倣でない限り、商標権の行使が難しい！

（商標中に含まれる文字のみの模倣には対抗が難しい）

▼地域団体商標の文字を**含む**ロゴマークの例

神戸シューズ
登録第5353813号

青森の黒にんにく
登録第5650257号

②地域団体商標を取得し、文字のみの模倣にも対抗できるようにする

メリット

ロゴマークに含まれる**文字のみの模倣に対しても権利行使ができる**！

デメリット

権利取得には「周知性」の証明が必要であるため、商品や地域ブランドの認知度向上のための取り組みが必要になる。

商品の特性、地域ブランドに対する取り組みに応じて、
<u>①、②双方の側面から</u>ブランド保護に向け検討していくことが重要。

（参考）想定されるケースを見てみましょう

組合員でない悪徳業者が
「東京にんにく」とつけて売っていた！

権利者団体は模倣品対策を決意！
商標権を元に対抗措置をとりたい！

この場合・・・

①ロゴマークの商標権しか保有していない場合	②地域団体商標「東京にんにく」を保有している場合
ロゴマークの模倣ではなく、識別力のない文字のみの模倣であるため、**対抗が困難**！	「東京にんにく」の文字が使用されているため、**権利行使が可能**！

1 地域ブランドを守る、地域団体商標制度について

(1) 商標とは

(2) 地域ブランドとは

(3) 地域団体商標制度とは

(4) 地域団体商標取得のメリット

2 地域団体商標を取得するには

(1)地域団体商標を取得するには

3 権利取得後の活用と支援策の紹介

(1)権利取得後の活用について

(2)地域団体商標の権利の特性

(3)地域団体商標に関する支援策と取り組み

権利取得までの流れ

- 地域団体商標を取得するには、出願→審査→料金の納付が必要。
- 権利期間は10年。更新料を納付することにより半永久的に権利を継続させることができる。

権利取得までの流れ

※出願から登録までは平均約18か月

出願
特許庁に「地域団体商標登録願」と、必要な書類を申請すると共に、出願料金を納付。

【出願料】
3,400円 ＋（8,600円×区分数）

審　査
特許庁で、出願内容の審査を受けます。
・方式審査
・実体審査

拒絶理由通知

登録査定
審査に合格すると登録の通知が送られてきます。

拒絶査定

【登録料（10年）】
32,900円　×　区分数

登録料納付
特許庁へ登録に必要な金額を納付します

権利発生
登録番号が設定され、商標登録証が発行されます。

更新
更新料を支払うことにより何度でも権利を更新することができます。

【更新登録申請料（10年）】
43,600円　×　区分数

※書面で手続きする場合には、電子化のための手数料が必要な場合があります。
電子化手数料　2,400円 ＋（800円　×　書面のページ数）

※料金の記載は資料作成時点

申請の方法（出願方法）

■ 特許庁への出願手続は、以下の２通り。
① 自宅や会社などのパソコンからオンラインで行う方法（電子手続）
② 書面（特許庁へ提出（持参又は郵送））で行う方法

申請書類

【出願時に最低限必要な書類】

① 地域団体商標登録願

② 商標法第7条の2第1項に規定する組合等であることを証明する書面

③ 商標法第7条の2第2項に規定する地域の名称を含むものであることを証明する書類

※②について、法人名称及び住所（識別番号を記載して住所の記載を省略することができる場合には、識別番号）の記載があれば、特許庁において、当該法人の登記情報を入手しますので、特許関係法令において、手続をする際に登記事項証明書（海外当局が発行するものを除く。）の添付を要する旨の規定にかかわらず、手続などをする者に係る同証明書の添付は必要ありません。

【出願後に提出することも可】

① 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

※オンラインの場合は原則3日以内に「手続補足書」により提出。

電子手続

特許庁　電子出願ソフトサポートサイト　で検索！

申請書類を電子化し、
オンラインにより特許庁に申請。

※詳細は電子出願ソフトサポートサイトをご覧ください。最寄りの知財総合支援窓口でも手続できます。

書面手続

特許庁に持参するか、郵送により申請。

※書面で手続きする場合には、電子化のための手数料が必要な場合があります。

電子化手数料　2,400円 ＋（800円×書面のページ数 ）

持　参

特許庁　出願課受付カウンター
（平日9時～17時）

郵　送

〒100-8915
東京都千代田区霞が関三丁目4番3号
特許庁長官　宛
※封筒に朱書きで「出願関係書類在中」と記載

※料金の記載は資料作成時点

（参考）地域団体商標登録願の記載例

特許印紙
(12,000円)

【出願料】　3,400円 ＋（8,600円×区分数）
※書面で提出する場合は電子化手数料が別途必要。
後日納付（2,400円＋（800円×書面のページ数））

【書類名】　地域団体商標登録願
（【整理番号】　○○○○○○）
（【提出日】　令和●年●月●日）
【あて先】　特許庁長官　殿
【商標登録を受けようとする商標】

霞が関ピーマン

使用している商標を記載する場合は、8cm四方の枠線を設けて、その中に記載する（文字サイズ20～42ポイント）。

【指定商品又は指定役務並びに商品及び役務の区分】
【第３１類】
【指定商品（指定役務）】東京都千代田区霞が関で生産されたピーマン
【商標登録出願人】
【識別番号】　０１２３４５６７８
【住所又は居所】　東京都千代田区霞が関３―４―３
【氏名又は名称】　霞が関農業協同組合
【代表者】　商標　太郎
【法人の法的性質】　農業協同組合法第１９条
【電話番号】　０３（３５８１）１１０１

識別番号が分からない場合は【識別番号】の欄ごと不要

願書に法律名及び条文を直接記載することにより「設立根拠法律の写し」の提出に代えることができる

【提出物件の目録】
【物件名】　商標法第７条の２第１項に規定する組合等であることを証明する書面　１
【物件名】　商標法第７条の２第２項に規定する地域の名称であることを証明する書類　１
（【物件名】　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面　１）

※料金の記載は資料作成時点

地域団体商標の主な登録要件

チェックしてみましょう

□ P.39へ

1．登録主体

事業協同組合、農業協同組合などの組合、商工会、商工会議所及び特定非営利活動法人、これらに相当する外国の法人であること。

□ P.40へ

2．商標の構成

「地域の名称」と「商品（サービス）名」などの組み合わせからなること。

□ P.41へ

3．地域の名称と商品（役務）との関連性

「地域の名称」と「商品（サービス）」とが関連性を有する（商品の生産地など）こと。

□ P.45へ

4．周知性

出願人又はその構成員の使用により、これらの者の商標として知られていること。

１．登録主体

いずれかの団体に該当すること

①事業協同組合などの特別の法律により設立された組合（※）

ア）法人格を有する

イ）当該特別の法律に構成員資格者の加入の自由※が担保されている

②商工会

③商工会議所

④特定非営利活動法人

⑤上記に相当する外国の法人

※例）農業協同組合法第１９条
組合員たる資格を有する者が組合に加入しようとするときは、組合は、正当な理由がないのに、その加入を拒み、又はその加入につき現在の組合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。

※その他出願人の構成員に使用させる商標であることが必要。

【ポイント】

✓ **出願時に「組合等であることを証明する書面」の提出が必要**

例）①登記事項証明書　②加入の自由を示した設立根拠法の写し

※①について、法人名称及び住所（識別番号を記載して住所の記載を省略することができる場合には、識別番号）の記載があれば、特許庁において、当該法人の登記情報を入手しますので、特許関係法令において、手続をする際に登記事項証明書（海外当局が発行するものを除く。）の添付を要する旨の規定にかかわらず、手続などをする者に係る同証明書の添付は必要ありません。

✓ **出願人が複数の場合、出願人全員が主体要件を満たしていることが必要**

※証明書は全員提出が必要

2．商標の構成

「地域の名称」と「商品（サービス）名」などの組み合わせからなること

地域の名称

＋

商品（サービス）の普通名称

又は

商品（サービス）の慣用名称

※ 地域の名称には、現在の行政区画名ばかりでなく旧地名、旧国名、河川名、山岳名、海域名なども含まれます。
※ 産地などを表示する際に付される文字として慣用されている文字（本場、特産、名産など）も組み合わせることができます。

【ポイント】

- ✓ **商標が文字のみであること**
- ✓ **商標の構成文字が図案化されていないこと**
- ✓ **「地域の名称」と「商品名」などの組み合わせであること**
- ✓ **商標全体が普通名称でないこと**

例）　いよかん、野沢菜、
伊勢海老、奈良漬け　はNG

３－①．地域との密接関連性

「地域の名称」が商品の生産地に該当するなど、「地域の名称」と出願前から商標の使用をしている商品（サービス）とが密接な関連性を有すること

①出願人（構成員）	が	②商　標	をつけた	③商品（サービス）	をその地域において生産（提供）している事実

①～③のすべてを満たしている状況を確認できる証拠書類の提出が必要

【ポイント】

✓ **地域との密接関連性を示す証拠書類の例**

①新聞、雑誌、書籍などの記事
②公的機関などの証明書
③パンフレット、カタログ、内部規則
④納入伝票、注文伝票などの各種伝票類

例）新聞記事
□□農協で地元の特産品○○の出荷が始まった。□□産の○○は特に香りと味が評判で、「□□○○」の商品名で普通の○○と比べて、２割程度の高値で首都圏に販売されるという。

３－②．指定商品・役務

地域団体商標は、商品の品質（役務の質）の誤認を生じさせるおそれがないように、指定商品（役務）を**誤認が生じない程度に限定的に記載**する必要有り

【指定商品（指定役務）】○○（地域の名称）産の□□（商品（役務）の名称）

【ポイント】

✓ **地域的な限定を付すこと**

✓ **商品の品質（役務の質）に誤認を生じさせるおそれがないこと**

例）適当ではない指定商品（役務）の記載

【商標】
前橋牛

【指定商品・役務】
× 群馬県産の牛肉
↓
(商品を補正)
○ 群馬県前橋市産の牛肉

地域が広範なためNG。
指定商品・役務を補正し、
限定的な記載にすればOK。

【商標】
横浜カレー

【指定商品・役務】
× 神奈川県におけるカレーの提供
↓
(商品を補正)
○ 神奈川県横浜市におけるカレーの提供

（注意）指定商品・役務の記載について

指定商品・役務の記載については**必要以上に限定的な記載にならないように注意**しましょう。
指定商品・役務を限定的に記載すると、**自分が登録商標を独占的に使用することができる範囲も狭まってしまいます。**
また、**登録後に指定商品・役務の記載を修正することはできません。将来にわたって登録商標を使用することを踏まえ**、指定商品・役務の記載は慎重に行いましょう。

【ポイント】

- ✓ **密接関連性を満たすとともに、商品の品質（役務の質）の誤認も生じさせない程度の必要最低限の記載となっているか**
- ✓ **将来の状況の変化にも柔軟に対応できる記載となっているか**

例）必要以上に限定的な指定商品（役務）の記載

どこの団体により管理された商品であるかは、指定商品に明記する必要はありません

【商標】
東京いちご

【指定商品・役務】
△　東京都で生産されたいちごで、東京農業協同組合により管理されたいちご
○　東京都産のいちご

細かな品質規程は指定商品に明記する必要はありません

【商標】
東京茶

【指定商品・役務】
△　東京都で20日以上被覆された1番茶を収穫し、同地の乾燥設備で加工をしたお茶のうち、NPO法人東京生産振興会により管理された茶
○　東京都産の茶

（参考）指定商品・役務の記載例

1. 商品の産地を記載する例

✓ ～（地域・地名）産の○○（商品名）
✓ ～（地域・地名）で生産された○○（商品名）
✓ ～（地域・地名）及びその周辺（又は近隣）で生産された○○（商品名）
✓ ～ （地域・地名）で水揚げされた○○（商品名）
✓ ～ （地域・地名）で水揚げされ、～で加工された○○（商品名）

2. 製法などの由来地を記載する例

✓ ～ （地域・地名）に由来する製法により生産された○○（商品名）
✓ ～ （地域・地名）に由来する製法で生産され、～ （地域・地名）で生産された○○（商品名）

3. 原材料の産地を記載する例

✓ ～ （地域・地名）産の△△を原材料とする○○（商品名）

4. 役務が提供されている地域を記載する例

✓ ～（地域・地名）における、○○（役務）の提供

※上記に記載されている指定商品・役務はあくまで1例ですので、登録を確約するものではなく、また、該当していないと登録できないというものでもありません。

４－①．周知性

需要者（最終消費者又は取引事業者）の間に広く認識されていること
例えば、商品又はサービスの種類及び流通経路などに応じて一定範囲の需要者に認識されていることが必要

周知性を証明する資料	＝	①出願人名（構成員）	＋	②商標	＋	③商品（サービス）名

①～③のすべてを満たしている状況を確認できる証拠書類が必要

【ポイント】

✓ **出願人（団体）又はその構成員が商標を使用することによって、商標が出願人などのものとして、需要者の間に広く認識されていることが認められる資料を提出する**

例）
- 出願人又はその構成員が出願前から商標を商品に付けている資料
- 現在も出願人又はその構成員が商標を商品に付けている資料
- 出願人又はその構成員の商品の販売量、市場シェア、販売地域を示す資料
- 商品の広告宣伝の方法、回数、内容などを示す資料

例）ポスターの場合

○○牛

出願商標と使用商標は**外観上同一**であることが必要

▲▲農業協同組合が定めた基準に合格した牛肉のみ○○牛の称号が得られます。

▲▲農業協同組合

４－②．周知性　証明のための４つのポイント

①地域的範囲

少なくとも商品を生産・販売する地域や役務を提供している地域が属する都道府県内で広く知られていることが必要。それを越える範囲にまで知られていることが立証できればなお有効。

②使用期間

一般に、**使用期間が長いほど**、広く知られるようになったことを推認することができる。

③商品の流通量（役務の提供量）

一般に、**商品の流通量や役務の提供量が多いほど**、広く知られるようになったことを推認することができる。

④宣伝・広告活動

商品や役務の提供に使用するものへの商標の使用実績と同様に、**宣伝・広告などでの使用による周知活動も重要。**新聞やテレビなどのメディアをうまく活用すること、アンテナショップや集客数が多い駅・空港などに常設展示コーナーやパネルを設置すること、近隣の主要街道沿いに看板・のぼりを設置するなどの活動も有効。

４－②．周知性　証明のための４つのポイント

①地域的範囲

少なくとも商品を生産・販売する地域や役務を提供している地域が属する都道府県内で広く知られていることが必要。それを越える範囲にまで知られていることが立証できればなお有効。

（１）審査の観点

周知性が認められる地域的範囲を特定できるだけの客観的資料の提出があるか。

（２）留意点

・地元及び他の都道府県に及ぶ取引であっても、出願人と特定の個人の間の取引のみでは、広く知られていると認めることが難しいため、**地元の都道府県内及びその他の市場などにおいて市場で取引している写真や、複数の物産展に出展している写真など、不特定多数の者に広く流通させていることが把握できる**資料の提出が有効。
・宣伝効果が及ぶ範囲を把握できるような**宣伝広告の実績資料**も有効。

４－②．周知性　証明のための４つのポイント

①地域的範囲

※基準となる地域的範囲は、商品（サービス）の種類、需要者層、取引の実情など、
個別事情により異なります！例えば…

（ア）比較的低価格＆広範囲の地域で販売され得る商品
（例）日常的に消費される野菜、米、食肉、水産食品、加工食品

→ **地域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に広く認識されている必要有り
※高額で生産量が少ないなど、特段の取引の実情がある場合、（イ）（ウ）を確認

（イ）高価であることなどから、生産地では販売されず、主として大都市で販売され尽くすような商品
（例）高額で市場取引される高級魚など

→ 需要者の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**多数の需要者に広く認識されている必要有り

（ウ）主として生産地のみで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
（例）伝統野菜、消費期限が短い生菓子

（エ）工芸品などの商品
（例）当該地域で生産される箪笥、壺

→ 需要者の地域的な広がりが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**多数の需要者に広く認識されている必要有り
※日常的に使用される食器や箸などの商品については、主たる需要者が一般消費者であることから、（ア）を確認

４－②．周知性　証明のための４つのポイント

②使用期間

一般に、使用期間が長いほど、広く知られるようになったことを推認することができる。

（１）審査の観点

新聞、納品書など、使用時期が分かるものであれば何でもＯＫ！

①出願商標を使用した商品（役務）の取引資料が**複数年分**提出されているか
②使用開始から現在まで**継続して**出願商標を使用しているか

（２）留意点

出願商標を使用した商品（役務）の取引資料により複数年分の使用を証明することが有効です。

４－②．周知性　証明のための４つのポイント

③商品の流通量（役務の提供量）

一般に、商品の流通量や役務の提供量が多いほど、広く知られるようになったことを推認することができる。

（１）審査の観点

販売数量などが記載された発注書、出荷伝票、納品書、統計資料など…

①販売数量や市場シェアなどの数量的資料が**複数年分**提出されているか
②提出された資料などが**出願商標を使用した商品・役務に係るもの**か
③販売先は**どの程度の地域**に及ぶか
④伝統工芸品など、生産する絶対量が少ない、若しくは特定の地域のみにおいて販売しているなどの事情があるか

（２）留意点

・充分な数量的資料を提出できない場合、使用期間や宣伝広告活動の実績資料により補うことも有効。
・取引伝票などを提出する場合には、**伝票から商標、商品及び出願人を確認できるものであることが必要**です。普段から取引伝票などには商品名のみではなく、商標も記載するようにし、関係書類は保管しておくことが大事です。

４－②．周知性　証明のための４つのポイント

④宣伝・広告活動

商品や役務の提供に使用するものへの商標の使用実績と同様に、宣伝・広告などでの使用による周知活動も重要。

（１）審査の観点

①新聞・雑誌などの掲載内容が、**出願人の商標であることを認識させるものとなっているか**
②新聞・カタログなどの**頒布地域**、テレビなどの**放送範囲**、イベントの**開催地**などの具体的な証拠により宣伝効果が及ぶ範囲を判断します。
③新聞などへの広告掲載が**継続して行われているか**
④全国的なイベント開催は有効ですが、仮にイベント開催数が少ない場合であっても、商標の使用の実績や他の周知活動実績も勘案します

４－②．周知性　証明のための４つのポイント

④宣伝・広告活動

商品や役務の提供に使用するものへの商標の使用実績と同様に、宣伝・広告などでの使用による周知活動も重要。

（２）留意点

- **全国紙**又は**全国放送**のメディアで取り上げられた記事などの資料を収集し、提出することが有効です。雑誌であれば**旅行誌**など、**幅広い需要者が想定できるもの**が有効です。
- 全国的な販促イベントが開催されていなくとも、地元及び他の都道府県において展示即売会などを**定期的に実施**するなどの活動、**主要都市**においてＰＲイベントを実施するなどの周知活動についてその実施記録を蓄積しておき提出することも有効です。
- 宣伝広告する際には、**商標のみではなく、出願人又は構成員の名称と商品（役務）を合わせて周知させることが重要**です。商標としてのネーミングが知られているとしても、誰の商標であるか不明な場合には地域団体商標としての周知性は認められません。雑誌・新聞などの取材を受けそれが記事となるような場合や広告記事を掲載する場合には、**商標のみならず、出願人名と商品についても同時掲載されるようにする**ことが重要です。

４－②．周知性　証明のための４つのポイント（資料の具体例）

※商標審査基準より引用・参照

（１）使用事実について

出願商標を商品、商品の包装（出荷用段ボール箱など）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

（２）営業に関する事実（生産数量、販売地域、譲渡数量、売上高、使用期間など）**について**

<スライド47～50のポイントも併せて確認>

① 販売数量など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

② 生産数量などが記載された公的機関など（国、地方公共団体、在日外国大使館など）の第三者による証明書

③ 市場シェアなどが把握できる統計資料

（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などにおける記事掲載の内容及び回数について

<スライド51～53のポイントも併せて確認>

① 宣伝広告の内容が掲載されたパンフレット、ポスター、ウェブサイトの写し、旅行雑誌、観光案内、観光地図の写し

② 宣伝広告の量、回数など（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など）が記載された広告業者などとの取引書類、証明書

③ ＴＶ放送、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などにおける紹介記事

④ ＰＲイベントの写真、アンテナショップやスーパーなどで販売されている写真（地域、売上、来場者や期間なども明記）

（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

② 国や地方公共団体などの公的機関により優良商品として認定・表彰などされた事実　　など

（参考）周知性　～資料の注意点～①

地域団体商標の審査においては、周知性の立証が最もハードルが高い。
（登録できなかった出願の多くが「周知性不足」を理由に拒絶）
ただし、本当は知られているのに、証拠資料が不足していたために登録できなかった事例も多いと思われる。→適切な証拠の蓄積・収集が地域団体商標登録へのカギとなる！

【ポイント①】

✓ **証拠資料に①登録する商標、②商品（役務）名、③出願人(又は構成員)名がセットで明記されていますか？**

- ①登録する商標、②商品（役務）、③出願人（又は構成員）名が記載されていない伝票や写真などでは、「【①商標】を使用した【②商品（役務）】を【③誰が】周知にしているのか」が分からないため、証拠として有効ではありません。
- 証拠資料として使えそうなものには、必ず登録する商標＆商品（役務）＆出願人（又は構成員）名を入れてください。

商標「東京だいこん」　出願人：○○事業協同組合

商標「東京焼きそば」　出願人：○○商工会

（参考）周知性　～資料の注意点～②

【ポイント②】

✓ **出願商標と使用している商標は同一ですか？**

- 出願書類に記載された商標（＝登録する商標）と、証拠資料に記載された商標は同一でなければなりません。
- 使用している商標にバリエーションがある場合は、統一することが望ましいとされています。

出願商標が**「とうきょうリンゴ」**の場合
以下のような使用例は証拠として**採用されません**

×東京リンゴ
×東京りんご
×とうきょう林檎

出願商標が**「とうきょうリンゴ」**の場合
以下のような使用例は証拠として**採用されない可能性があります**

とうきょうリンゴ

※縦書きと横書き、明朝体とゴシック体　程度の差であればOK

【ポイント③】

✓ **出願商標の指定商品・指定役務と、使用している商品・役務は同一ですか？**

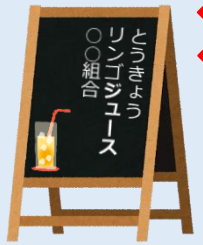
- 出願書類に記載された指定商品・指定役務と、証拠資料の商品・役務は同一でなければなりません。
- 加工品や関連グッズに関する資料のみでは、商標の使用事実を確認できません。

出願商標が**「とうきょうリンゴ」**及び
指定商品が「東京都産の**りんご**」の場合
右のような加工品の使用例のみでは**使用事実の証明になりません**

「とうきょうリンゴ**飴**」
の売り上げ高
H27・・・・・・
H28・・・・・・
H29・・・・・・

×

×



×

４－②．周知性　～適当ではない例～

指定商品の一部しか周知性の証明ができない

【商標】
北海道野菜

周知性は**指定商品ごと**に判断

【指定商品】
北海道産のじゃがいも，北海道産のだいこん

「北海道産のじゃがいも」は周知性が確認できるが、「北海道産のだいこん」の周知性を証明する資料の提出が確認できない。

→例えば、①「北海道産のだいこん」についても使用により周知になっている事実を証明するか、②指定商品から「北海道産のだいこん」を削除するなどの対応が必要。

周知性については、商品ごとに事実を証明することが必要である点に注意

出願人の使用により商標が周知になったことが確認できない

【商標】
北海道牛乳
【指定商品】
北海道産の牛乳

【出願人】
○○農業協同組合

「北海道牛乳」は知られているが、**出願人の**使用により、**出願人の**牛乳を表す商標として認識されているか確認できない。

→例えば、①出願人が、商品の包装・商品カタログなどで商標を使用している資料、②商標が付された商品が広く流通していることを示す資料（出荷量、出荷先を示す資料とその事実を示す伝票類、新聞・雑誌記事など）が必要。

商標「北海道牛乳」が流通している資料だけでなく、出願人の使用により、商標「北海道牛乳」が周知になったことを示す資料が必要である点に注意

４－③．周知性　～周知性の判断と第三者の関係～

周知性を有するか否かは、出願人及びその構成員による使用実績に加えて、これら以外の第三者による使用の有無及びその状況を確認。

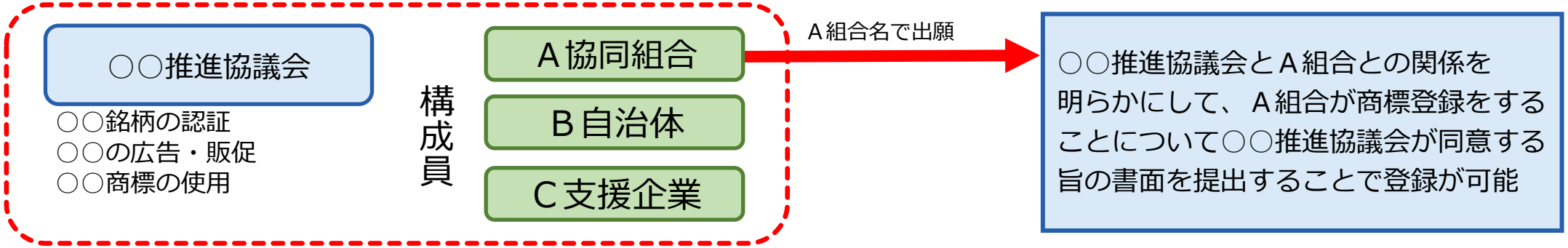
①出願人である団体に加入しないで出願商標を使用している者がいる場合

１．使用している者が他の組合や商工会などであり、これらの団体も出願商標を相当程度使用している場合は、出願人のみでは商標登録を受けることが困難。　**※これらの団体と共同出願すれば登録可能。**

２．使用している者が出願商標を相当程度使用していない場合や、商標を周知にしたと認められるものでなければ、出願人が登録を受けることが可能。

②出願人を含めた地域ブランドを推進する協議会などが存在する場合

地域ブランドを推進している協議会などが存在するときは、通常、協議会全体の努力により地域ブランドを育成する活動が行われていることが多い。この場合、協議会に参加している組合などを出願人とするときは、以下のように協議会などの了解が必要。



（参考）多くの組織が関与する地域団体商標

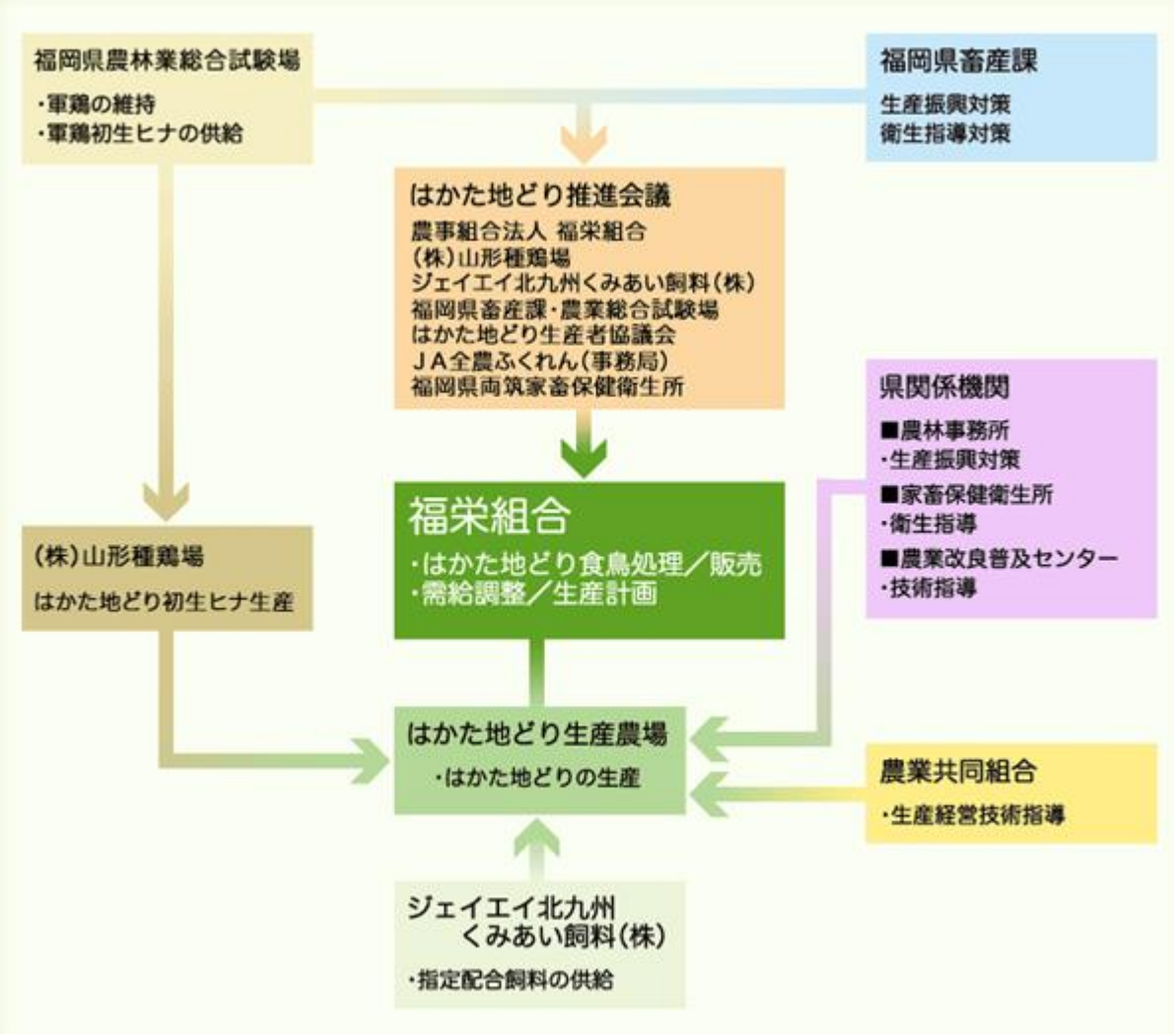
出願人以外の組織もブランドに参画している場合（協議会など）、他の組織と協力関係にあることを立証すれば、その活動も周知性などの証拠とすることが可能な場合有り。

商標	はかた地どり	はかた地どり（はかたじどり）	
		商標登録	第5504323号

■ 権利者
全国農業協同組合連合会
東京都千代田区

■ 指定商品又は指定役務
福岡県産の地鶏の鶏肉

関連HP　http://www.fukuei.or.jp/　（農事組合法人　福栄組合）



※農事組合法人　福栄組合のウェブサイトから引用（http://www.fukuei.or.jp/）

1 地域ブランドを守る、地域団体商標制度について

(1) 商標とは

(2) 地域ブランドとは

(3) 地域団体商標制度とは

(4) 地域団体商標取得のメリット

2 地域団体商標を取得するには

(1)地域団体商標を取得するには

3 権利取得後の活用と支援策の紹介

(1)権利取得後の活用について

(2)地域団体商標の権利の特性

(3)地域団体商標に関する支援策と取り組み

登録はゴールではなくスタートです！権利を活用しましょう！

「地域団体商標の取得＝地域ブランド化」ではありません。

商標権を取得したことにより地域ブランド名を独占して使用できる権利を得たという認識が必要です。

消費者に対する信用（Good Will＝顧客吸引力）の蓄積を続けましょう。

そのためには、相手に届くような戦略を立て、継続して情報を発信していくことが重要です。

地域一丸となった取組みが重要です。

地域団体商標の権利者（＝団体）だけでなく、行政や地元企業など、地域のステークホルダー（利害関係者）の合意形成に基づき、地域全体が一丸となってブランドを盛り上げていきましょう。

「地域団体商標」は、地域ブランド化を推進するための非常に有効なツールです。
そのツールを握っているのは地域の皆さんです。

（参考）地域団体商標の品質管理について

■ ブランド価値の向上には、商標を付する商品（サービス）の品質管理を行うことで、安定した品質の商品（サービス）の提供を行う必要がある。

■ そのためには、商標の使用基準を定めた管理規程や商品（サービス）の品質基準を策定し、その遵守の徹底を図ることが効果的。

管理規程記載内容（例）

- 管理規程の目的
- 管理対象とする商標名、登録番号、指定区分、指定商品（サービス）
- 商標を使用できる商品（サービス）の範囲（品質基準）
- 商標権を管理運用するための体制
- 商標を使用するための申請方法及び使用料
- 組合員以外の者の使用条件、申請方法
- 規程違反者に対する罰則
- 模倣品・権利侵害に対する対策　など

（参考）地理的表示（GI）との主な相違点

	農林水産物等の地理的表示（ＧＩ）保護制度 生産地と結び付いた特性を有する農林水産物などの名称を産品の生産方法等の基準とともに登録し、**地域の共有財産として保護する**制度	酒類の地理的表示（ＧＩ）制度 ある特定の産地ならではの特性（品質、社会的評価など）が確立されている場合に、当該産地内で生産され、生産基準を満たした商品だけが**その産地名を独占的に名乗ることができる**制度	地域団体商標制度 地域ブランドの名称を商標権として登録し、**その名称を独占的に使用することができる**制度
保護対象（物）	農林水産物、飲食料品など（酒類などを除く）	酒類（ぶどう酒、蒸留酒、清酒、その他の酒類）	全ての商品・サービス
登録主体	生産・加工業者の団体（法人格のない団体も可）	酒類の産地の酒類製造業者及び酒類製造業者を主たる構成員とする団体	農協などの組合、商工会、商工会議所、NPO法人（法人格必要）
主な登録要件	・生産地特有の自然・人的要因と結びついた特性を有すること ・確立した特性：特性を維持した状態で概ね２５年の生産実績があること（周知・定着の程度を勘案して短縮可能）	・酒類の特性が明確であること ・酒類の特性を維持するための管理が行われていること	・地域の名称と商品（サービス）とが関連性を有すること（商品の産地など） ・商標が需要者の間に広く認識されていること
品質管理	・生産地と結びついた特性等の策定・登録・公開 ・生産・加工業者が生産の方法等の基準を守るよう団体が管理し、国が団体による生産の手順・体制をチェック	一定の基準を満たす管理機関を設置し、生産基準に定められた酒類の特性を維持するための管理	商品の品質などは商標権者の自主管理
規制手段	国による不正使用の取締り	国による不正使用の取締り	商標権者による差止請求、損害賠償請求
費用・保護期間	登録：９万円（登録免許税） 更新手続なし（取り消されない限り登録存続）	登録料なし 更新手続なし（取り消されない限り登録存続）	出願＋登録：４４,９００円（10年間） 更新：４３,６００円（10年間） ※それぞれ１区分で計算
申請・出願先	農林水産大臣（農林水産省）	国税庁長官（国税庁）	特許庁長官（特許庁）

※料金の記載は資料作成時点

1 地域ブランドを守る、地域団体商標制度について

(1) 商標とは

(2) 地域ブランドとは

(3) 地域団体商標制度とは

(4) 地域団体商標取得のメリット

2 地域団体商標を取得するには

(1)地域団体商標を取得するには

3 権利取得後の活用と支援策の紹介

(1)権利取得後の活用について

(2)地域団体商標の権利の特性

(3)地域団体商標に関する支援策と取り組み

正当な第三者の使用の保護

出願前からの使用者の保護

地域団体商標に対する先使用権

地域団体商標が出願される前から、不正競争の目的なく、継続して商標を使用している者は、引き続きその商標を使用することができる（商標法32条の2）。

※地域団体商標の権利者は、先使用権を有する者に対し、混同の防止のための適当な表示をするよう請求ができる。

（注）地域団体商標の出願前からの使用を明らかにする必要があります。また、「当該業務を承継した者」についても認められます。

商品などの品質表示としての使用

商標権の効力が及ばない範囲

表示されている態様からみて、商品の普通名称や産地、品質などを普通に表示するにすぎず、出所表示機能を果たしていないと認められる商標については、商標権の効力が及ばない（商標法26条）ため、商標権の侵害にはあたらない。

※第三者の使用による表示態様からして、商標的使用でない場合は、商標権の効力が及ばない。

（例）商標権の効力が及ばないケース
商　標　権：霞が関ピーマン
第三者の使用：霞が関産のピーマン

地域団体商標の権利の移転・使用権の設定

■　地域団体商標の権利の移転・使用権の設定については、通常の商標権と比べて大きく以下2つの違いがある。

移転

○　（可）合併その他の一般承継による移転

×　（不可）商標権の譲渡

使用権の設定（ライセンス）

○　（可）通常使用権の設定

通常使用権とは、団体(権利者)から使用許諾を受けた者の他、団体及びその構成員の使用も可能な権利。

×　（不可）専用使用権の設定

専用使用権とは、設定行為で定めた範囲内において、独占的に使用することができる権利。その範囲では団体及びその構成員の使用も不可。

1 地域ブランドを守る、地域団体商標制度について

(1) 商標とは

(2) 地域ブランドとは

(3) 地域団体商標制度とは

(4) 地域団体商標取得のメリット

2 地域団体商標を取得するには

(1)地域団体商標を取得するには

3 権利取得後の活用と支援策の紹介

(1)権利取得後の活用について

(2)地域団体商標の権利の特性

(3)地域団体商標に関する支援策と取り組み

地域団体商標に関する支援策①

その１　知財総合支援窓口

地域のブランド戦略を考えてみませんか？
全国47都道府県に設置されている「知財総合支援窓口」がアドバイスします！

ポイント１
地域のブランド戦略構築から出願手続、権利化まで総合的に支援します。

ポイント２
弁理士、デザイナー、ブランド専門家など、さまざまな専門家のアドバイスも受けられます。

ポイント３
ご利用は無料。
訪問による支援も可能です。

知財ポータル で検索！

弁理士（通1回以上は窓口にも配置）
出願手続や拒絶理由通知への対応支援、
オープンクローズ戦略についてアドバイス

弁護士（月1回以上は窓口にも配置）
警告を受けた場合や契約案件での法的なアドバイス、
自社商標の侵害に対する対応策をアドバイス

ブランド専門家
商品やサービスの開発について、ブランド育成や
販売戦略をコンセプト作りから支援

海外知財専門家
海外企業との契約や海外展開に関する
問題点についての解決策をアドバイス

中小企業診断士
販路開拓や資金調達、
事業展開についてアドバイス

デザイナー
商品デザイン開発について、市場・ユーザー・生産・
コスト等の視点から多面的にアドバイス

職務発明規程/営業秘密管理規程対応専門家
職務発明規程や営業秘密管理規程の意義について
説明を行い、これらの規程策定についてアドバイス

農林水産専門家
地域資源を活用した新たな付加価値の
創出に向けて、6次産業化に関するアドバイス

地域団体商標に関する支援策②

その２　海外でも商標権を取得したい方

外国における産業財産権の出願に要する費用を補助します！

●支援対象：中小企業、中小スタートアップ企業、小規模企業、大学等。
地域団体商標の外国出願については商工会議所、商工会、NPO法人等も含む。他、支援要件あり。
●補助対象経費：海外特許庁における出願手数料、及びこれら手続に要する翻訳費用・国内/現地代理人費用 等

【補助率】１/２　【上限額】１企業あたり：300万円　１案件あたり：商標60万円　冒認対策商標※ 30万円　※冒認出願の対策を目的とした商標出願

特許庁海外権利化支援事業　**特許庁海外出願支援事業**　で検索！

その３　海外で模倣品が出回りお困りの方

模倣品対策にかかる費用の２／３を補助します！

●支援対象：中小企業者又は中小企業者で構成されるグループ（構成員のうち中小企業者が2/3以上を占める者）、
地域団体商標の模倣被害については商工会議所、商工会、NPO法人等も含む。
●補助対象経費：① 模倣品の製造元や流通経路等を把握するための侵害調査にかかる費用
② 調査結果に基づく模倣品業者に対する警告文作成、行政摘発、取締りにかかる費用
③ 調査結果に基づく税関登録、税関差止請求等、模倣品が販売されているウェブサイトの削除申請にかかる費用
④ 代理人費用

【補助率】２/３　【上限額】400万円

特許庁海外侵害対策支援事業　で検索！

地域団体商標に関する支援策③

その４ 海外企業に自社の商標を抜け駆け出願されてしまった方

冒認商標を取り消すためにかかる費用の２／３を補助します！

●支援対象：中小企業者又は中小企業者で構成されるグループ（構成員のうち中小企業 者が2/3以上を占める者）、
地域団体商標の外国出願については商工会議所、商工会、NPO法人等も含む。

●補助対象経費：① 冒認商標を取り消すための、異議申立、無効審判請求、取消審判請求に要する費用
② ①に要する弁護士、弁理士等の代理人費用（和解金・損害賠償金は含まず）

【補助率】 2/3　【上限額】500万円

冒認商標無効・取消係争支援事業 で検索！

冒認商標出願の例

「今治タオル」
登録第5060813号
（今治タオル工業組合）【愛媛県】

＜経緯＞

- 2009年、今治タオル工業組合が「今治タオル」の文字を商標出願したところ、翌年中国商標局より、先に出願された商標「今治」に似ているとして、同出願が拒絶。
- 中国の第三者による冒認商標出願が発覚。

＜対策＞

- 中国における冒認商標出願に対し、組合と今治市などが連携して対応。
- 2014年、漢字標記の「今治」について、中国の当局が「タオルや織物の分類で中国企業の商標登録を認めない」とした裁定を下した。

※本補助金は活用せず、自力で実施。

▼「今治タオル」のロゴマーク

imabari towel

▼中国企業により出願された「imabari」とロゴマーク

imabari

地域団体商標に関する支援策④

その４ 地域団体商標カード

地域の魅力、集めませんか？

- 独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）では、地域団体商標の普及啓発を図る目的で「地域団体商標カード（地団カード）」を発行しています。
- 2023年12月現在、158種類のカードを発行し、権利者団体の活動拠点を中心に全国で配布しています。
- 現地へ足をお運びの際は、是非手にとってみてください！

←登録第5032789号「仙台味噌」
宮城県仙台市 宮城県味噌醤油工業協同組合

地域団体商標カード で検索！

通常よりも早く審査して欲しい場合は・・・

- 商標早期審査は、一定の要件の下、出願人からの申請を受けて審査を通常に比べて早く実施する制度です。
- 2023年は、早期審査の申出から一次審査結果の通知までの期間は平均1.7か月。手数料不要。

対象１

一部の指定商品・役務について、
出願商標を**既に使用　or　使用の準備を相当程度進めている**

＋

権利化について緊急性を要する事情

- 第三者が使用
- ライセンス請求
- 第三者から警告
- 外国に出願済
- マドプロ国際出願の基礎出願

いずれかの商品に関して権利化の緊急性あり

例　被服 **使用**　財布 未使用　時計 未使用

対象２

全ての指定商品・役務について、
出願商標を**既に使用　or　使用の準備を相当程度進めている**

例　被服 **使用**　財布 **使用**　時計 **使用**

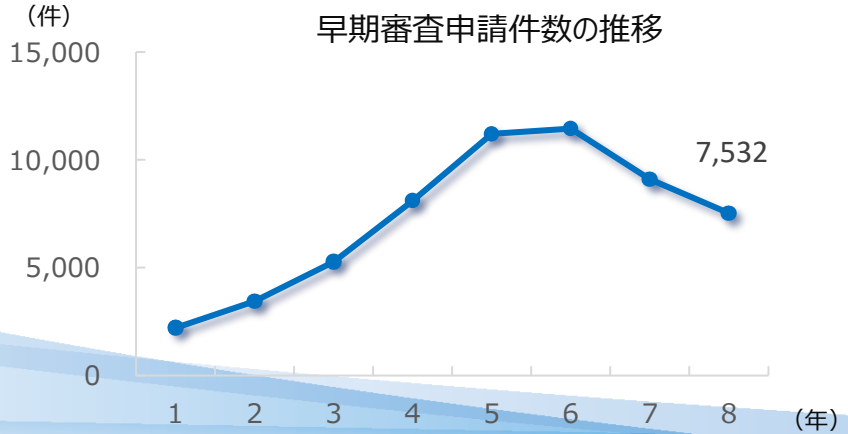
対象３　※平成29年に追加

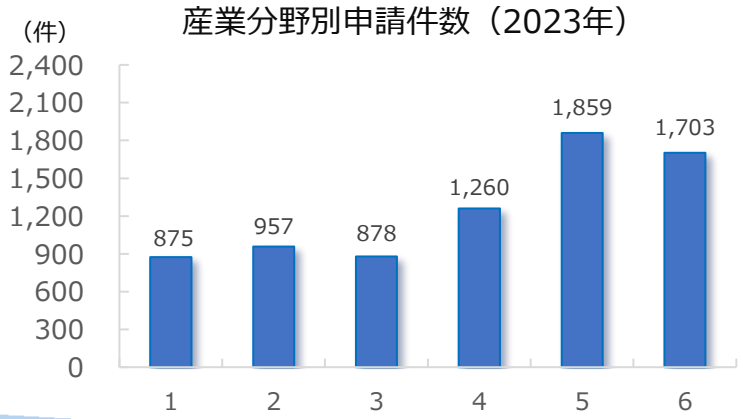
一部の指定商品・役務について、
出願商標を**既に使用　or　使用の準備を相当程度進めている**

＋

「類似商品・役務審査基準」等に掲載の商品・役務のみを指定

例　被服（掲載あり） **使用**　財布（掲載あり） 未使用　時計（掲載あり） 未使用





地域団体商標の制度説明・セミナー講師派遣のご案内

- 特許庁の担当者が、地域団体商標制度や活用事例などについて説明に伺います。
- **派遣にかかる旅費、謝金などは一切不要です！**オンラインでの対応も可能です。
- 説明会のお時間、内容についても相談に応じます。
- 原則、事業協同組合、農業協同組合、商工会、商工会議所、特定非営利活動法人及び地方自治体の方々を対象としております。

＜対象＞

出願検討団体やその関係者、
各地域の関心がある方々

日本各地に説明に伺います！
オンラインでの対応も可能ですので
でお気軽にご連絡ください♪

地域ブランド推進室

＜過去の主なセミナー実績＞

- 事業協同組合・ブランド推進協議会などの出願検討団体へ制度説明
- 自治体主催のセミナー講師
- 少人数で、地域ブランド関係の勉強会 など

＜お申し込み・お問い合わせ＞

特許庁審査業務部商標課
地域ブランド推進室
TEL：03-3581-1101（内線2828）
E-mail：PA1481@jpo.go.jp

特許庁 地域団体商標 制度説明
で検索！

地域団体商標ガイドブック・パンフレット

■ 地域団体商標制度の概要、制度に関する支援策、登録されている742件（2022年12月末時点）の地域団体商標を掲載しています。

■ 地域団体商標の活用事例、地域ブランド化とは何か、地域ブランドの意義と作り方、地域団体商標としての権利化の方法などを掲載しています。地域ブランド振興に取り組む方にオススメの1冊となっています。

■ 観光で訪れた地域の地域団体商標をマップや一覧で紹介しています（富山県・石川県・福井県）。現地に行かれた際は、手に取っていただき、是非「地域の宝」を、見て、食べて、学んで、持って帰ってください。

↑マップで地域団体商標をご紹介

↑商品・サービスの特徴をご紹介

詳しくは… **地域団体商標ガイドブック** で検索！

特許庁ウェブサイト　地域団体商標のページ

制度概要、活用事例、手続き、支援策などを
カテゴリ別に整理し、アクセスしやすくなっています

都道府県別や分野別で
登録案件の検索が可能です

詳しくは…　**地域団体商標制度**　で検索！

特許庁ウェブサイト　活用事例のご紹介

- 活用ってどうしたらいいの？活用の仕方が分からない！という方は特許庁ウェブサイトをご覧ください。
- 地域ブランド化の成功の陰で、地域団体商標が果たしている役割を動画、冊子で紹介しています。
- 地域ブランド振興の参考資料として是非ご活用ください！

ふるさと納税サイト「さとふる」と連携しています！

■ 地域ブランド品をふるさと納税のお礼品として数多く紹介する「さとふる」において、地域団体商標制度の紹介ページを作ることで、認知及び普及を進めています。

＜地域団体商標制度TOPページ＞

詳しくは… **地域団体商標 さとふる** で検索！

＜地域団体商標登録案件紹介ページ＞

特許庁　地域ブランド推進室のInstagram

■　地域団体商標制度に関する情報を発信しています！
いいね・フォローよろしくお願いします！

登録になった地域団体商標の紹介

「地域ブランド」のイベントなどの紹介

地域団体商標の活用情報etc.

詳しくは…　**地域団体商標　Instagram**　で検索！

地域団体商標制度についての問い合わせ先

特許庁 審査業務部 商標課 地域ブランド推進室
電 話：03-3581-1101（内線2828）
E-mail：PA1481@jpo.go.jp

特許庁

ありがとうございました

特許庁 審査業務部 商標課 地域ブランド推進室

特許庁