

改正商標法における地域団体商標制度について

今 村 哲 也*

抄 録 近時、わが国では、地域ブランド化の取り組みについて活発に議論されている。政府の知的財産戦略本部による『知的財産推進計画2004』においても、地域ブランド化の戦略を積極的に進めることを目標として掲げた。こうした政府の方針を受け、商標法の一部改正（平成17年6月15日公布、平成18年4月1日施行）が行われ、地域団体商標制度が導入された。本稿では、地域団体商標制度を導入することとした本改正の経緯とその内容について立法資料や立法担当者の解説を参照しながら概観するとともに、本制度を運用する上で考慮すべき幾つかの点について言及した。

目 次

1. はじめに
2. 地域団体商標制度の内容
 2. 1 地域団体商標制度の意義
 2. 2 地域団体商標の登録要件
 2. 3 商標権の効力
 2. 4 異議申立・無効審判・取消審判
 2. 5 その他
3. おわりに

1. はじめに

近時、わが国では、地域ブランド化の取り組み¹⁾が国家戦略として提起されて、活発に議論されている。経済財政諮問会議（議長：小泉純一郎首相）のいわゆる『骨太の方針2004』（平成16年6月4日）では、「新産業創造戦略」の推進、市場環境の整備及び発展基盤の強化策として、地域ブランド化を掲げた²⁾。これを背景に、政府の知的財産戦略本部（本部長：小泉純一郎首相）による『知的財産推進計画2004』（平成16年5月27日）では、経済産業省と農林水産省の両省を名宛人として、農林水産物等の地域ブランドの保護制度の在り方について、産品・製品等の競争力強化や地域の活性化、消費

者保護等の観点から、名称が一般化している、あるいは他地域での使用が既に定着している産品・製品等への影響等に配慮しつつ、平成16年度に検討を行うとした。

経済産業省は、これらの動きを背景に、『新産業創造戦略』（平成16年5月18日）を策定し、重点政策の一つとして、特色ある地域づくりの一環として、地域の特産品に係る地域ブランド確立支援のための整備の検討を掲げた。一方、農林水産省も、『農政改革基本構想』（平成16年5月24日）を策定し、地域ブランドの確立を図り付加価値を高める観点から、食品等の地理的表示の保護を強化するための制度の在り方についての調査と検討を実施することとした。

地域ブランド化の取り組みにおいては、商品や役務（以下、あわせて「商品等」という）がその地域に起因する特性を有することを広く需用者に伝える観点から、当該地域の名称を商品・役務と組み合わせたものを商標とすることが一つ的手段となり得る。しかし、商標法上、地域の名称と商品等の普通名称の組み合わせを単なる文字商標として登録することは、産地・

* 早稲田大学大学院法学研究科助手
Tetsuya IMAMURA

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

販売地・提供場所等を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標を構成するため、原則として認められない（商標法3条1項3号³⁾）。そのため、現行商標法では、地域ブランドの便乗的な使用（ただ乗り）に対して、適切な保護を与えることが困難であるとされていた。一方、産地や品質等自体を保護する法律上の制度として、商標権のような権利的なものではなく、不正競争防止法やJAS法等の規制的な制度が存在するが⁴⁾、地域ブランド化の推進を国策として展開していく上で、このような現行のツールだけでは不十分ではないかという懸念も存在した。そこで、こうした問題を解消するため、地域ブランド化を展開していく上での支援ツールとなる法的枠組みを検討する必要性が生じたのである。

この点、経済産業省は、産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会（委員長：土肥一史氏（一橋大学教授））（以下、「商標制度小委員会」とする）において、地域ブランド保護の整備の一つとして、ブランド戦略からみた商標制度の在り方について検討をすすめた⁵⁾。農林水産省も、EU等の地理的表示保護制度も参考にしつつ、現行の知的財産制度等を踏まえた制度の技術的検討を行うため、専門家会合を開催した（食品等の地理的表示の保護に関する専門家会合（座長：渋谷達紀氏（早稲田大学教授））。知的財産戦略本部に設置されているコンテンツ専門調査会内にも日本ブランド・ワーキンググループ（座長：牛尾治朗氏（ウシオ電機会長））が設置され、日本ブランド戦略の推進について多様な観点から議論された⁶⁾。

こうした幾つかのフォーラムにおける議論の過程で、地域ブランド化を推進するための基盤となる法制度の在り方については、現行の団体商標制度の枠組みを利用した地域団体商標制度という新しい制度を導入する方向で落ち着いたようである。その後、商標制度小委員会が、報

告書案に対するパブリックコメント募集等をはさんで、数回開催され、第12回小委員会（平成17年2月18日）において、地域団体商標制度の導入を内容とする報告書が取りまとめられた（産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会報告書『地域ブランドの商標法における保護の在り方について』（2005年2月）（以下、『商標制度小委員会報告書』とする））。平成17年3月15日には、法律案が第162回通常国会に提出され、5月12日に衆議院本会議を通過、6月8日に参議院本会議を通過し、同月15日に改正商標法が公布された（法律第56号）。施行日は平成18年4月1日である。

地域団体商標制度は、既存の団体商標制度の法的枠組みを利用したこと、地域の名称を含む商標の登録要件を緩和したことの二つの点に特色がある。この点、地域の名称を要部とする商標については、団体商標制度を平成8年に導入する際にも、これを団体商標の枠組みにおいて、特別に認めるかどうか検討した経緯がある。そのときには、当初、平成7年5月18日付けの工業所有権審議会商標問題検討小委員会報告書において、「団体商標について、不登録事由中第3条1項3号の「産地」等に該当する表示であっても使用態様等を総合勘案して識別力がある場合には登録を認めることができるよう措置することとする」旨の答申がなされたが⁷⁾、同審議会の平成7年12月13日付けの『商標法等の改正に関する答申』では、単に団体の出願であるからという理由のみで識別力の基準を緩和しこれを容易に認めることは、商標法の原則に大きな変更をもたらすこととなり認められないとの結論に達している⁸⁾、⁹⁾。今回の法改正の背景には、こうした過去の議論も存在する。以下、本稿では、今回の法改正により導入された地域団体商標制度の概要¹⁰⁾ について、若干の考察を加えながら説明するとともに、本制度の今後の運用に対する期待を述べる。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

2. 地域団体商標制度の内容

2.1 地域団体商標制度の意義

(1) 改正の目的

商標法の一部を改正する法律案の提出理由では、「産業競争力の強化と地域経済の活性化を図ることの必要性の増大等にかんがみ、地域の名称を含む商標を保護することにより、地域の産品等についての事業者の信用の維持を図るため、地域の名称及び商品の普通名称のみからなる商標等について、地域団体商標の商標登録を受けることを可能にする等の措置を講ずる必要がある」と説明されている。

今回導入される地域団体商標は、既存の団体商標制度そのものではないが、その法的枠組みを用いたものである。団体商標制度の運用による対応で足りるとの見方もあったが、結論としては新制度の導入というかたちに落ち着いた。この結論は、平成8年の団体商標制度導入の際に、地域の名称を含んだ商標の登録を緩和するかどうかを議論した上でこれを否定した経緯があったにもかかわらず、今回、知的財産推進計画が年度計画として地域ブランド化の在り方を検討することを提示したこと等の調整の中から生じた妥協的アプローチであるといえよう。

(2) 他の法的アプローチとの関係

地域の名称を含む表示を保護するための法的アプローチについて諸外国の法制度を概観した場合、①団体商標あるいは証明商標制度による保護のほか、②不正競争防止法及びパッシング・オフの適用による保護、③原産地名称及び地理的表示の保護制度、④適正な表示に関する行政上の規制（日本におけるJAS法等）の4つのアプローチが存在する¹¹⁾。このうち②ないし④のアプローチによる保護は、部分的であれ以前よりわが国にも存在している。

今回の法改正の議論の際には、④のアプローチ、すなわちJAS法等による原産地の適正な表示の運用により、産地表示自体について事実上ブランド化されればよいのではないかという考え方や、そうした事実の積み重ねにより商標法3条2項の識別性を獲得したものについてのみ商標法上保護すれば足りるのではないかという考え方も存在した。新たな制度を設けなくても足りるとする見方であり、商標制度小委員会での議論や、衆議院経済産業委員会における討議の中でも示された考え方である。しかし、JAS法等の行政的規制は、表示全般に対する信用を高めるものであり、個々の表示の差別化戦略の手段としてはあくまで補助的なものである。また、商標法3条2項の識別性の獲得のためには、産業としての相当な体力が必要であり、少なくとも地域「おこし」のための手段としてはハードルが高すぎる。経済産業委員会における国務大臣の答弁にあるとおり、今回の改正は、「地域おこしのためのインセンティブということで要件を緩和した」のであり¹²⁾、産業競争力の強化と地域経済の活性化の効果を重視した結果、従来のアプローチに対し、上乘せ式的に新たな制度を導入したものといえるだろう。

(3) 地理的表示保護制度との関係

今回導入された地域団体商標制度は、あくまで商標法上の制度である。一般的に商標法は、TRIPS協定等で定義される地理的表示等の保護とは、その要件・効果・機能の面で区別して議論されている（地理的表示と商標の峻別論¹³⁾）。もっとも、地理的表示保護制度と商標制度とが基本的に区別されるものだとしても、それらは相互に排他的な制度ではない。例えば、欧州では、EC理事会規則に基づく地理的表示保護制度¹⁴⁾とそれを導入した各国国内法と地域名を含む表示が登録可能な共同体団体商標制度及び各国国内法の団体・証明商標制度が並存している

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

状況にある¹⁵⁾。

ここで、地理的表示保護制度は、農村小規模生産における伝統的で労働集約的な生産形態が保全され、商品差別化、高付加価値化を推進し、それにより消費者には選択肢、生産者には高収入をもたらし得るという主張もあり¹⁶⁾、伝統的な手法等を確立している小規模農業を抱える国や地域に有利であるといわれている¹⁷⁾。

今回の改正の裏側では、地理的表示制度を所管することになる農林水産省と商標制度を所管する経済産業省、そして知的財産戦略本部との間における政策調整によって、地域団体商標制度を導入する方向に落ち着いたという背景もあるように思われる。ただ、上述のように、地理的表示保護制度には商標とは区別される独自のメリットがあること、また、地理的表示保護制度と商標制度とは相互に排他的なものではないこと等から、わが国における地理的表示保護制度の導入論は、地域団体商標制度導入後も引き続きなされるべきだろう。

2.2 地域団体商標の登録要件

(1) 主体要件

今回導入された地域団体商標の出願人適格については、地域名を要部とする商標の登録を特別に緩和することにより生じる弊害を防ぐため、従来の団体商標の場合¹⁸⁾よりも制限されている。

まず、地域団体商標の登録を受けられるのは、①事業協同組合その他の特別の法律により設立された法人格を有する組合（例えば、事業協同組合、農業協同組合、漁業協同組合、水産加工業共同組合、森林組合、酒造組合、酒販組合、商工組合、商店街振興組合等）、②これに相当する外国の法人に限られる（改正商標法7条の2第1項。なお、以下、改正による修正条文を指し示す場合には、「改正商標法〇〇条」という。）とし、法人格を有する団体であるだけで

なく、業種的単一性が相対的に高い事業組合等の特別の法律により設立された組合であることを要件としている。事業者を構成員としていないことや、構成員がいるとしてもその事業に統一性、共通性が乏しく特定の商品等について同一の商標を共通して使用する事業者の団体としての性格を有しない地方公共団体や商工会議所等については、出願人適格を有しない¹⁹⁾。

また、更に特別な要件として、構成員以外の事業者が商標を使用したいとの要請に対応するため、組合等の設立根拠法において、「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」(改正商標法7条の2第1項前段括弧書部分)とし、加入自由性が法律上担保されている団体のみ出願人適格を与えている。具体的には、農業協同組合法20条、水産業協同組合法25条のように²⁰⁾、「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附されたよりも困難な条件を附してはならない」等と定める法律上の規定の存在が必要とされる²¹⁾、²²⁾。なお、設立根拠法に着目するのは、特許庁の審査において、団体の加入自由性について個別具体的に判断することは困難であり、団体の外形に着目して加入自由性を担保するような組織形態となっているかを判断せざるを得ないことから、加入の自由が設立根拠法において規定され、それが罰則によって担保されたり、所管行政庁による検査、命令等で裏打ちされたりしていることを必要とするためである²³⁾。

以上のことから、地域団体商標の登録を受ける団体は、登記事項証明書等、商標登録出願人が地域団体商標の出願人適格を有する団体であることを証明する書面を提出しなければなら

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

い（改正商標法7条の2第4項）²⁴⁾。

(2) 構成員に使用をさせる商標

地域団体商標制度は、既存の団体商標制度の枠組みを用いている。団体商標とは、事業者を構成員に有する団体が、その構成員に共通に使用させる商標であり、商品又は役務の出所が当該団体の構成員であることを明らかにするものである²⁵⁾。これと同様に、地域団体商標として登録される商標も、組合等がその構成員に使用をさせるものであることが要件とされている（改正商標法7条の2第1項柱書）。したがって、地域団体商標の商標権を有する組合の構成員は、組合が個別に定める商標の使用規則等により、指定商品等について、登録商標を使用する権利を有している（改正商標法31条の2第1項）。

(3) 周知性

改正法では、地域団体商標の商標登録出願に係る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ものであるときは、地域団体商標の商標登録を受けることができるとしている（改正商標法7条の2第1項後段。以下、周知性要件という）。

この点、使用による出所識別力の獲得（商標法3条2項）については、元々独占適応性を欠く商標について権利を与える以上、全国的なものであることを要するとする見解や²⁶⁾、相当長い期間、相当範囲の地方で多量の商品又は役務に使用された事実があることが原則的に必要であるとする見解²⁷⁾など、厳格に解釈する見解が多い²⁸⁾。

これに対し、地域団体商標制度を創設した趣旨は、現行制度による地域ブランド保護の限界を踏まえた上で、地名と商品等の名称のみからなる商標について、より早い段階で商標登録を受けることを可能にしたことにある²⁹⁾。地域ブ

ランド確立支援のためでも、出願の一事をもって権利を認めることはしないが、独占適応性の欠如については、かかる政策上の要請により一定の範囲で填補されているとみるべきであろう。したがって、改正商標法7条の2第1項後段により獲得すべき周知性の程度は、少なくとも、商標法3条2項の場合よりも緩和されたものであると解するべきであろう。

この点、周知性の程度について、立法担当者は「現行第3条第2項の適用に際して実務上要求されている全国的な知名度までを獲得する必要はなく、商品特性等の個別事情（その商品の特殊性・専門性や知己的な使用範囲の広狭など）にもよりますが、例えば、隣接都道府県に及ぶ程度の範囲における需要者への浸透が必要となるものと考えられ」と説明している³⁰⁾。

一方、周知性の具体的な判断については、商標の使用期間、使用地域、使用されている商品・役務の生産・販売・提供の程度、取引地域・販売地域・営業地域の範囲、広告宣伝の程度、当該地域の取り組みの広告宣伝等の事情について、出願人による資料の提出を受け、可能な限り定量的な把握をした上で、総合的に勘案して判断すると説明されている³¹⁾。

ところで、同一の商品や役務について、登録の主体として同等な要件を満たす複数の組合が存在する場合、その商標が一つの団体あるいはその構成員の業務に係る商品、役務を表示するものとして周知になっていることを認定することは、一般的には困難である。そうした場合には、いずれの団体も独自に登録を受けることはできないことになってしまう。この点について、立法担当者は、同一の商標を使用している複数の団体がまとまって共同出願をした場合、その地域団体商標の登録要件を、一緒になって出願した者が全体として満たすと判断される場合には、これらの複数の団体又はその構成員の業務に係る商品、役務を表示するものとして周知と

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

なっていることにより、登録が認められる場合もあるだろうとの解決策を示唆している³²⁾。

いずれにしても、周知性の獲得は重要な要件であり、地域ブランドを戦略的に振興するためには、地域ブランドの生成段階への支援として、地域団体商標制度を利用できる周知性の獲得を支援する仕組みを考えることが必要である³³⁾。

(4) 商標の構成

商標法3条1項3号は、産地、販売地、提供場所等を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標³⁴⁾について、識別力が認められないとする。今回の法改正では、改正前、識別力を欠くとして登録することのできなかった商標について、一定の要件の下、より容易に登録することができるようにした³⁵⁾。具体的には、下記表1に示す類型が法律に規定されている(改正商標法7条の2第1項各号)。

表1 地域団体商標の類型

	類型	例
1号	地域の名称及び商品等の普通名称からなる商標	「○○人形」, 「○○りんご」等
2号	地域の名称及び商品等について慣用されている名称からなる商標	「○○焼」, 「○○織」, 「○○紬」等
3号	1号又は2号の類型に「商品の産地又は役務の提供場所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」が加わった商標	「○○産キャベツ」, 「本場○○織」等

第一に、地名のみの商標は、第三者による地名の使用を過度に制約するおそれがあることから、地域団体商標として登録することはできない。ただし、商標法3条2項の出所識別力を獲得した場合には、通常の商標あるいは団体商標として登録することが可能である。

第二に、文字以外に図形等が入った商標につ

いては、各号いずれの要件にも該当しないため、地域団体商標としては登録することができない³⁶⁾。もっとも、かかる商標は通常の商標あるいは団体商標として登録することが基本的には可能である。基本的には、というのには次のような理由が存在する。

従来、現行法の下では、地域の名称や商品等の普通名称を、識別性のある図形と組み合わせることにより、通常商標あるいは団体商標として登録するという実務が行われていた。そのため、こうした商標を登録している団体とは別の同業団体が、地域団体商標を出願した場合、類似の判断をどうするのかという論点が商標制度小委員会等でも指摘されている³⁷⁾。これらの点に対して、立法担当者からは、①登録された図形付き商標の場合、識別力のある部分は図形部分であるのに対して、地域団体商標は文字のみなので登録できるとする一方、②地域団体商標の登録後に図形付き商標が出てきた場合は、地域団体商標を登録できるようにした意味を没却しないために、商標法4条1項11号を適用して拒絶することになるだろうとの考え方が示されている³⁸⁾。現行法の下、ある地域では、同じ地域の幾つもの事業者が、地域の名称や商品の普通名称を図形と組み合わせた図形付き商標を、各々登録してきた状況もあり³⁹⁾、こうした問題が実際に生じてくることも予想されよう。この周辺の問題については、立法担当者も法制的な検討を更に詳細に行うとしている。今後、審査基準等の整備がなされる点であろう。

第三に、「地域の名称及び商品等について慣用されている名称」(慣用名称)とは、商品又は役務の普通名称ではないが、商品又は役務を示す名称として需要者や取引業者の間で慣用されている名称をいう。これには、普通名称の略称が慣用されている場合も含む。例えば、伝統工芸品における「焼」(焼物)、「織」(織物)、「塗」(漆器、漆物)、食品における「牛」(牛肉)、

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

「豚」(豚肉)、「鳥」(鶏肉)などが該当すると考えられている⁴⁰⁾。また、3号の「商品の産地又は役務の提供場所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」には、「本場」、「産」等の文字が例として挙げられている⁴¹⁾。一方、「○○風○○」、「元祖○○」あるいは「本家○○」といった文字(下線部分)は、商品の産地又は役務の提供場所を表示するものとしては認められないものと思われる。

最後に、地域団体商標としての類否は、当該地域名の部分のみの共通性ではなく、地域名と商品名から成る商標全体の構成で判断することが適当であると説明されている。したがって、例えば、三ヶ日ミカンが登録されても、三ヶ日イチゴ、三ヶ日リンゴとの表示とは類似せず、侵害にならない⁴²⁾。

(5) 商品・役務と地域との密接関連性

改正法では、「地域の名称」を「自己若しくはその構成員が商標登録出願前から当該出願に係る商標の使用をしている商品の産地若しくは役務の提供の場所その他これらに準ずる程度に当該商品若しくは当該役務と密接な関連性を有すると認められる地域の名称又はその略称」と定義している(改正商標法7条の2第2項)。密接関連性の要件は、具体的には、商標中に用いられる地域の名称が商品の産地(農産物における生産地)あるいは役務の提供地(温泉における温泉地)であることその他、製法の由来地や原材料の産地であることなども考慮して、その関連性が審査される⁴³⁾。

この点、密接関連性を要件とし、その結果、指定商品等の限定がなされたことについて、立法担当者は、①地域の名称と商品等からなる商標は、需要者に「○○産の△△」、「○○で提供される△△」と認識されやすいものと考えられ、地域外で生産・提供される商品等に使用される場合には、一般的に品質を誤認させることが考

えられること、また、②地域団体商標については、商標が使用される商品等と地域との関連性も高いものであることから、地域と商品等の関係を明示するためであると説明している。このようにみた場合、密接関連性の要件は、品質の誤認を生ずるおそれのある商標の登録を禁止した4条1項16号の地域団体商標制度上の表現であり、かつ、当該商標が地域ブランド化との関係で保護の必要性があるかどうかを判断するための要件であるといえよう。他方で、当該要件は、地域団体商標が使用されている商品の産地や役務の提供場所等を識別する機能を積極的に与えるものではない。

密接関連性の要件が設けられたこのような趣旨からすると、地名が示す地域的範囲については、地域ブランド化との関係で保護の必要性があるかどうかという観点から判断するべきであり、商品の産地等と地名との関係について誤認混同のおそれを生じない限り、ある程度幅をもたせた解釈及び運用が認められると解される。

この点、立法担当者によると、この地域の名称は、現在の都道府県名、市町村名等などの行政区画の名称のほか、旧地名(市町村合併前等による旧名称も含む。ただし、その旧名称を含む商標が周知であることが必要である)、国名(外国の国名を含む)、旧国名(信濃、薩摩)、河川・山岳・湖沼の名称(四万十川、浜名湖)、海域名等(オホーツク海、駿河湾)も広く含まれ、また、地名の略称(例えば、京都における「京」の文字)であっても対象となると説明されている⁴⁴⁾。

なお、地域団体商標の登録を受ける団体は、密接関連性を証明するために必要な書面を特許庁長官に提出しなければならない(改正商標法7条の2第4項)。

(6) その他の登録要件

地域団体商標は、以上の固有の登録要件(改

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

正商標法7条の2第1項等)のほか、通常商標及び団体商標と同じように、一般的な登録要件を満たす必要もある(商標法3条、4条等)。ただし、地域団体商標の固有の登録要件を満たす商標については、商標法3条1項3号ないし6号までの規定にかかわらず、登録を受けることができる(改正商標法7条の2第1項柱書)。

(7) 出願の変更

商標登録出願の査定又は審決が確定する前であれば、通常商標、団体商標、地域団体商標を相互に出願変更することが認められている(改正商標法11条、(表2))⁴⁵⁾。例えば、地域団体商標として地域名と商標等の文字のみからなる出願をしたが、周知性要件を満たさないとして拒絶の理由が発せられた場合に、識別力のある図形を付し、周知性要件が不要な通常商標又は団体商標に出願変更することで、拒絶の理由を解消する場合などが想定されよう。なお、出願変更のあった場合、変更後の出願の出願日は、もとの商標登録出願日とみなされ(改正商標法11条2項、商標法10条2項)、また、もとの商標登録出願は取り下げたものとみなされる(改正商標法11条5項)。経過措置⁴⁶⁾として、改正法施行前の通常商標又は団体商標の登録出願を、改正法施行前又は施行後に地域団体商標の登録出願に変更することは認められていない(改正法附則2条1項)。

表2 出願変更の可否

時期 類型	査定・審決確定前	査定・審決確定後
団体→地域	○(11条1項)	×(11条4項)
団体→通常	○(11条1項)	×(11条4項)
地域→団体	○(11条2項)	×(11条4項)
地域→通常	○(11条2項)	×(11条4項)
通常→団体	○(11条3項)	×(11条4項)
通常→地域	○(11条3項)	×(11条4項)

2.3 商標権の効力

(1) 差止め及び損害賠償等

地域団体商標について商標登録を受けた場合、商標権者は、通常の商標と同様に、差止請求(商標法36条1項)や損害賠償(民法709条)を行うことができる。また、商標権を侵害した者は、刑事罰に処される場合がある(商標法78条)。

なお、地域団体商標に係る商標権者である組合等の構成員は、当該組合等の定めるところにより登録商標を使用する権利を有するものの(改正商標法31条の2第1項)、商標権のような専用権を有しているわけではないため、直接自己の名で差止めや損害賠償を請求することはできない。

(2) 先使用に係る権利

他人の地域団体商標の登録出願前から日本国内において不正競争の目的でなくその商標登録出願に係る商品・役務又はこれに類似する商品・役務について、その商標又はこれに類似する商標を使用していた者は、継続してその商標の使用をする権利を有する(改正商標法32条の2第1項前段)。当該業務を承継した者も同様に使用を継続できる(同条同項後段)。この場合、従来の先使用权(商標法32条2項)と同様、地域団体商標の商標権者は、先使用权を認められた者に対し、商品・役務の出所の混同防止のための必要な表示を付すべきことを請求することができる(改正商標法32条の2第2項)。

従来の先使用权について定める現行法32条は、先願主義法制における、信用を蓄積した未登録商標使用者の利益保護の規定であるため⁴⁷⁾、商標出願時において、先使用者における使用が周知であることを要件の一つとしている。これに対して、改正法における地域団体商標の先使用权は、団体の非構成員による継続的使用の利

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

益を確保するためのものであるにすぎないため、かかる周知性は要件とされていない。なお、先使用者ではない団体構成員が後に団体を脱退した場合には、先使用の事実がない以上、その者は原則として使用を継続できないと解される⁴⁸⁾。

(3) 商標権の効力が及ばない範囲

商標法は、登録商標に係る指定商品等又はこれに類似する商品等の普通名称、産地、販売地、提供場所等を普通に用いられる方法で表示する商標については、商標法26条1項2号及び3号（商標権の効力が及ばない範囲）が適用され、商標権の効力が及ばないと規定しており、地域団体商標に係る商標権についても、これらの規定が適用される。

もっとも、ある地域団体商標（例えば「○○みかん」）が存在する場合に、第三者においてそれと同様の表示を使用することが、商標の効力は及ばない産地表示等としての使用なのか、出所表示的な機能を果たすものとして商標の効力が及ぶのかどうか、問題となる事案が必然的に多くなるだろう。この点については、商標制度小委員会においても議論されており、報告書案の段階では、別途の規定を設ける必要があるかどうかについて更に検討を行うことが必要かどうかという提案がなされたものの、最終的な報告書では特に言及されていなかった。

その後の立法担当者の説明では、「地域団体商標についての26条1項2号及び3号の規定の適用については、自他商品の識別機能を発揮する態様で使用されているか否かにより判断すべきであると考えられ（文字の大小だけでなく、他に自他商品識別機能を発揮する表示が別に付されているか否かといったような）、商標が取引者・需要者の認識を基準として、自他商品識別機能を発揮するような態様で使用されていれば、これらの規定の適用はなく、地域団体商標に係る商標権の及ぶものと解され」としてい

る。

この点、商標法3条2項により商標登録が認められる場合に、かかる商標の使用に対する26条2号及び3号の適用については、使用者の使用態様における記述的表示の情報伝達の度合いと出所識別表示として機能する度合いとの相関関係で「普通に用いられる方法で表示する」か否かを判別し、商標権侵害の成否を決すれば足りるとする見解がある⁴⁹⁾。3条2項を基礎に登録された商標と地域団体商標とを26条2号及び3号との関係で、区別して取り扱う理由は特にないものと考えられる。したがって、基本的には、同様の考え方が妥当するとしてよいだろう。

(4) 移転・使用権の設定の制限

地域団体商標に係る商標権については、譲渡及び専用使用権を設定することができない（改正商標法24条の2第4項、30条1項但書）。これは、地域団体商標制度が、一定の主体要件を満たす団体にのみ登録を認めた趣旨から導かれる当然の制約である。ただし、法人としての活動が継続して行われ、構成員の変動もない一般承継の場合については、商標権の移転が認められる⁵⁰⁾。

また、団体構成員の権利は、従来の団体商標の場合と基本的には同様であり⁵¹⁾、法人又は組合等の定めるところにより、通常使用権を有している（改正商標法31条の2）。この通常使用権は、団体構成員たる資格に基づいて当然に発生する使用権である。ただし、組合等は、構成員の使用を制限する内部規則を設けることができる。例えば、地域ブランド構築の過程では、内部規則において、原材料の生産地域や生産工程に関する条件あるいはこれらの条件に対する検査制度等の一定の客観的基準を設けることも予想される。また、事業協同組合が多数の業種の事業者を含む場合には、当該事業協同組合の中に任意組織としての組合（出荷組合等）を設

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

け、商標は当該事業協同組合が取得・管理するが、その使用については当該出荷組合等の構成員に限定する場合もある⁵²⁾。こうした場合、構成員の通常使用権は制限されるが、商標の管理のために必要な合理的な使用制限であれば許容されるものと思われる。

2. 4 異議申立・無効審判・取消審判

地域団体商標の登録要件に違反してされた商標登録は、登録異議申立(改正商標法43条の2)、無効審判請求(改正商標法46条1項1号)、取消審判請求(商標法50条, 51条, 53条等)の対象となる(表3)。

このうち、無効審判請求については、5年間の除斥期間の適用対象となっていないため、請求期間に制限がないとされている(商標法47条1項参照)。一般的に、除斥期間を適用するかどうかの判断の基準は、その無効理由が公益的な見地から既存の法律常態を覆してまでも無効とすべきものであるかどうかによる⁵³⁾。地域団体商標について原則として除斥期間が適用されない理由については、本来自由に使用できたはずである商標について、容易に登録を認めると引き替えに、登録要件を満たさない場合には速やかに無効として自由に使用できる状態に戻すべきこと、また、他の登録適格を有する団体があればその者に適切な保護を与える必要があることなどが説明されている⁵⁴⁾。こうした要請には、既存の法律状態を覆してまでも無効とすべき公益的な根拠があるといえるだろう。

もっとも、登録時に周知性の要件を満たしていなかったことを理由とする無効審判については、商標登録から5年を経過し、かつ、無効審判の請求時においてその商標が既に周知性の要件を満たしている場合には、除斥期間が適用されることにより請求が制限される(改正商標法47条2項)。周知商標に蓄積された信用や商標登録に基づく既存の法律状態の保護を図るため

であり⁵⁵⁾、権利安定化の点が重視されたものであるといえよう。

更に、商標登録がされた後において、当該商標が登録要件を満たさなくなった場合にも、無効審判を請求することができる(改正商標法46条1項6号)、例えば、登録後に商品と地域の密接関連性が失われた場合(例えば、〇〇地域の何々ブドウを使用するワインが、その年あるいは翌年、災害によって産地のブドウを使用できなかったため、やむを得ず外国から輸入したブドウを主原料として使用したような場合)、利害関係人は無効審判の請求ができることになる。もっとも、主要な原材料の産地として密接な関連性が認められている場合に、自然災害等のやむを得ない事情により、その産地と全く異なる産地の原材料を使用せざるを得なかったような場合にも、一律に無効審判の対象となるとするのは妥当ではない。立法段階の議論では、こうした場合について、個別具体的な事情を考慮して判断するべきであることが示唆されている⁵⁶⁾。

表3 異議申立・無効審判・取消審判比較表

	期間	理由	申立人・請求人
異議申立	商標掲載公報発行日から2ヶ月	登録時の登録要件非充足	何人も可
無効審判	制限なし※	登録時・登録後の登録要件非充足	登録無効に関する利害関係人
取消審判	制限なし	3年以上の不使用・品質誤認を生じる使用	何人も可

※登録時の周知性要件充足を理由とする場合、登録から5年経過後は、請求の時点でも周知でない場合に制限される。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

2.5 その他

以上に関連し、地域団体商標制度の現行制度に対する主な相違点を表4にまとめた。

衆議院経済産業委員会では、産業競争力の強化と地域経済の活性化に資するためとし、本改正の趣旨及び内容の周知徹底、関係省庁間の連携、審査体制の強化、地域ブランド化の取り組みの促進と総合的な支援策、弁理士制度の地方展開を促進するための適切な措置を講ずべきこと等を内容とした付帯決議を行っている⁵⁷⁾。参議院経済産業委員会においても、「政府は、本法施行に当たり、地場産業の競争力強化及び地域経済の活性化に資するため、事業者団体等の商品開発意欲を助長し、地域ブランド化を促進

するための支援策を講ずべきである」とする付帯決議がなされている⁵⁸⁾。こうした動きも受けて、特許庁は、法律の公布直後から、全国20カ所以上において、平成17年度商標法・不正競争防止法改正説明会を開催し、商標法の一部を改正する法律についてのテキストも配布することにより、制度の周知徹底を図っている。また、公布後の早い段階から立法担当者により幾つもの解説文が公表されていることも、政府としての積極的な取り組みのあらわれであろう。

3. おわりに

知的財産戦略本部による本年度の『知的財産推進計画2005』（平成17年6月10日）では、文化創造国家をつくるという観点から、食・地域

表4 地域団体商標制度の現行制度に対する主な相違点

地域団体商標制度の主な特徴	意義・内容
事業協同組合その他の特別の法律により設立された法人格を有する組合であることが必要（改正商標法7条の2第1項）	団体商標の主体要件よりも限定。地域ブランド化の遂行のためには、商標を共通に使用する構成員たる事業者の存在を前提とする
設立の根拠となる法律における加入自由担保規定が必要（改正商標法7条の2第1項括弧書部分）	団体商標の主体要件よりも限定。事業者が団体構成員となり商標を使用する自由が、法律により強制的に確保されている必要がある
「需要者の間に広く認識されている」ことを登録要件とするが、獲得すべき識別力の程度は、3条2項の場合より緩和されている（改正商標法7条の2第1項後段）	地域名を要部とする商標に固有の独占不適応性に配慮し、出願の一事では権利を認めないが、地域ブランド確立支援という政策的要請から、獲得すべき識別力の程度を緩和している
地域名が要部の商標を登録することができる（改正商標法7条の2第1項各号）	通常・団体商標の場合、3条2項の使用による識別力を獲得しない限り登録できないが、地域ブランド確立支援のため特別に許容した
商品の産地若しくは役務の提供の場所と地域との密接な関連性が必要（改正商標法7条の2第2項）	地域名が要部の商標を認めたことにより生じるおそれのある消費者に対する品質の誤認を防止。密接な関連性がなければ地域ブランド化のために保護する必要がない
地域団体商標の出願前から、不正競争の目的なく同一の商標を使用している第三者は、当該商標を継続して使用することができる（改正商標法32条の2第1項）	通常先使用権では、「需要者の間に広く認識されているとき」（周知性）のみ先使用権が認められるが、第三者の継続的使用による利益を重視し、かかる周知性を要件としていない
移転・使用権の設定の制限（改正商標法24条の2第4項、30条1項但書）	一定の主体要件を満たす団体にのみ登録を認めた趣旨から導かれる当然の制約である
登録後に固有要件を喪失した場合の事後的無効審判（46条1項6号）。無効審判の除斥期間の不適用（一部の要件を除く）（47条1項等参照）	本来自由に使用できる商標であり、適格を有する他の団体の保護という公益的根拠による

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

ブランド・ファッションなどのライフスタイルを、日本ブランドとして振興するという施策を更に推進するとされている⁵⁹⁾。これを受け、経済産業省の『新産業創造戦略2005』（平成17年6月13日）では、地域再生の重点政策の具体化策として、地域の「ブランド力」の強化、改正商標法下での保護、地域ブランド確立の支援、地域ブランドづくりの意識喚起のためのフォーラム開催などが掲げられている⁶⁰⁾。地域団体商標はこれらの施策を遂行する上での有力なツールとなるに違いない。

一方で、これまで、地域の名称は万人共有の財産であるべきとの要請が強く、こうしたものに独占を認めることは、いわば「禁じ手」とされてきた。しかし、今回の法改正では、このような独占適応性の弱い対象に、政策的な要請から、一定の範囲で独占的意味を持ち込んだことになる。これらの施策を適切に機能させるためには、地域団体商標制度に内在する独占抑制要件として制度の導入と引き替えに設定された、登録要件としての商品・役務と地域との密接関連性、周知性の具体的基準、地域団体商標を構成する地域の範囲、本制度の登録に係る適格団体の判定方法を明確化し、適切に解釈・適用していく取り組みが必要となるだろう。

地域ブランド振興は、アジア諸国との自由貿易協定・経済連携協定の締結による貿易自由化をにらみ、わが国の農林水産業を輸出産業に転換していくという大きな戦略ともつながっており⁶¹⁾、漁協、農協、地域の経済人の期待はきわめて高い。この期待を裏切らないよう、この制度の適切な運用への取り組みに期待したい⁶²⁾。

注 記

1) 地域ブランド化の取り組みとは、地域の事業者が協力して、一定の地域で共通した統一的なブランドを用いることにより、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

の提供を行う取り組みをさしている。産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会報告書『地域ブランドの商標法における保護の在り方について』（2005年2月）（以下、『商標制度小委員会報告書』とする）1頁参照。

- 2) 経済財政諮問会議『経済財政運営と構造改革に関する基本方針2004』（いわゆる『骨太の方針2004』（平成16年6月4日）19頁参照。
- 3) 例外として、①外形上識別力のない文字商標であっても、事業者が実際に使用した結果、全国の当該商品・役務の需要者との関係において出所表示機能を獲得した場合（商標法3条2項：「夕張メロン」、「西陣織」、「信州味噌」）、②文字商標だけで登録するのではなく、識別力のある図形等と組み合わせた場合（「関あじ・関さば」、「三ヶ日みかん」等）には商標登録が認められる。
- 4) 例えば、①不正競争防止法2条1項13号、3条、4条（原産地の誤認を生じさせる表示に対しては利害関係人の差止請求、損害賠償請求が可能）、②TRIPS協定23条に規定されたワイン、スピリッツの地理的表示に対する追加的保護として、酒税の保全及び酒類組合等に関する法律86条の6第1項、不正競争防止法12条1項1号（ワイン、スピリッツは普通名称化していても保護）、③関税法71条（虚偽の出所表示をした製品の輸入禁止）、④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）（生鮮食品について原産地表示を義務付けるとともに、加工食品については、輸入品の場合の原産国名の表示を義務付けている）、⑤不当景品類及び不当表示防止法（景表法4条3号（原産国の不当表示）、4条1号（優良誤認）等。
- 5) 産業構造審議会知的財産政策部会に商標制度小委員会が設置されたのは平成15年6月であったが、地域ブランド保護の整備の一つとして、ブランド戦略からみた商標制度の在り方について検討がされたのは、第9回小委員会（平成16年10月5日）以降である。
- 6) 報告書として、知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会日本ブランド・ワーキンググループ『日本ブランド戦略の推進一魅力ある日本を世界に発信一』（2005年2月25日）。
- 7) 工業所有権審議会『商標問題検討小委員会報告書』（1995年5月18日）の内容は、CIPICジャーナル46号から53号に転載されている（団体商標

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

- に関する部分についてはCIPICジャーナル53号(1996年6月)90頁以下)。
- 8) 工業所有権審議会答申『商標法等の改正に関する答申』(1995年12月13日)については、特許ニュース9243号, 9247号, 9249号, 9254号に転載されている(団体商標に関する部分については特許ニュース9254号(1996年1月22日)1頁以下)。また、特許庁総務部総務課工業所有権制度改正審議室編『平成8年改正 工業所有権法の解説』(発明協会, 1996年)175頁等も参照。平成8年法改正の経緯については、小川宗一「団体商標と産地表示保護」商標懇21巻76号(2003年)37頁にも詳しい。
 - 9) なお、パリ条約上の団体商標制度(パリ条約7条の2)は、「団体」が出願人になる場合の、各国法制度の相違から生じる問題点を解消するに過ぎず、地理的表示の保護を団体商標制度の中に何らかの形で組み込むべきか否かについて何も述べていない。
 - 10) 本改正に関する立法担当者の解説として、矢澤一幸「『商標法の一部を改正する法律』の概要」商標懇22巻86号(2005年, 夏号)9頁, 同「『商標法の一部を改正する法律』の概要」特技懇238号(2005年8月)31頁, 同「『商標法の一部を改正する法律』の概要」発明102巻9号(2005年9月)21頁, 「江幡奈歩「『商標法の一部を改正する法律』の概要」L&T28号(2005年7月)30頁, 総務課制度改正審議室「『商標法の一部を改正する法律』の概要」とつきよ369号(2005年7月)10頁がある(以下の注記では、特技懇誌掲載の解説を引用する)。また、特許庁による法改正説明会において配布された資料として、特許庁『平成17年商標法の一部を改正する法律について一概要・新旧対照表・附則一』がある(特許庁のウェブサイトより入手可能である)。
 - 11) カミール・イドリス『知的財産 経済成長の有効な手段』(発明協会, 2004年12月)185頁参照。
 - 12) 衆議院経済産業委員会における中川国務大臣答弁(『第162回国会衆議院経済産業委員会議録第14号(平成17年5月11日)』〔以下、単に『衆議院経済産業委員会議録』とする〕16頁)参照。
 - 13) 地理的表示保護制度と商標法との相違について、荒木雅也「地理的表示保護制度の意義」知財管理55巻5号(2005年4月)574頁参照。TRIPS協定の定義する地理的表示の商標としての保護の考え方について、渋谷達紀「商標法による地理的表示の保護」特許ニュース11417号(2004年11月24日)1頁, 渋谷達紀『知的財産法講義Ⅲ』(有斐閣, 2005年1月)209頁参照。
 - 14) 地理的表示並びに農産物及び食品の原産地表示に関する1992年7月14日の理事会規則(EEC)No.2081/92
 - 15) 団体商標制度や地理的表示保護の諸外国の立法例については、鈴木康司=今村哲也「団体商標, 証明商標制度における産地表示保護の比較法的考察」AIPPI 49巻8号(2004年8月)2頁, 丸山亮「地理的表示の保護と団体・証明商標制度」特許研究38号(2004年9月)参照。
 - 16) 荒木・前掲注13)577頁が整理する、地理的表示保護論者による主張の論拠である。
 - 17) こうしたこともあり、TRIPS協定の交渉では地理的表示の保護を巡って、いわゆる旧大陸(伝統ある農業と結びついた地理的表示を保有するため、地理的表示の保護により利益を受けるEU諸国, スイス等)と新大陸(移民国であり、伝統によるブランド価値ではなく、大規模生産による利益を追求する米国・オーストラリア等)の対立構造が明確となり、いわゆる追加的保護の拡大を巡って調整が難航している。日本の外務省は、地理的表示の追加的保護の対象製品の拡大について、拡大によるメリットとデメリットの両側面を踏まえ、更に検討を行うという立場をとっている。
 - 18) 団体商標の権利主体については、「民法34条(公益法人の設立)の規定により設立された社団法人若しくは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く)又はこれらに相当する外国の法人」と規定されている(商標法7条1項)。個人や商法上の営利法人, 民法上の財団法人, 権利能力のない社団等は団体商標の出願人適格を有しない。このように団体商標の出願人適格が限定されているのは、構成員により組織される団体としての団体商標の性質上, 構成員を有しない財団法人は除外されるし, 商法上の会社の構成員は資本の出資者としての地位にその存在意義があるため, 商標の使用者としての地位を取得することを通常予定していないことによる。
 - 19) なお、衆議院産業委員会における小川洋政府参考人(特許庁長官)答弁では、法人格は有する

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

が法律上加入の自由性の担保された主体とはなっていないNPO（Non-Profit Organization：特定非営利活動法人）や、そもそも法人格を有しないLLP（Limited Liability Partnership：有限責任事業組合）は、登録主体に含まれないとされている（前掲『衆議院経済産業委員会議録』12頁参照）。

- 20) このほか、森林組合法35条、消費生活協同組合法15条2項、中小企業等協同組合法14条、商店街振興組合法24条等に同様の規定がある。
- 21) 各団体の設立根拠法上、どのような内容の規定があれば、加入自由性が保障されているとみるべきなのか問題となる。例えば、輸出水産業の振興に関する法律7条2号は、輸出水産業組合の加入自由性について、単に「組合員が任意に加入し又は脱退することができること」と規定するのみである。
- 22) 各種の事業協同組合では、その定款において、事業者の組合員たる資格を、地区内の事業者に限定するケースが多い。こうした制約は、各種協同組合法上は、適法な加入制限であるといえるだろう。ただ、地域団体商標制度との関係では密接関連性を有する「地域の名称」に含まれる地域の事業者であるにもかかわらず、当該事業者の住所地が当該地区内にはないために、当該協同組合の加入資格を有しないという事態も想定し得る。
- 23) 衆議院経済産業委員会における小川洋政府参考人答弁（前掲『衆議院経済産業委員会議録』7頁参照）。検討段階では、主体要件として、当該組合等が、地域内の生産者（又は役務提供者）のうち一定以上の割合の者が加入している団体であることを要件とするべきかどうかという問題提起もあったが、このような数量的な要件を課すことは適当ではないと結論したようである。特許庁総務部総務課制度改正審議室による「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」参照。
- 24) この点で問題なのは、わが国の団体ではなく、外国法人が地域団体商標を出願する場合である。外国法人の中には、当該国の協同組合の法制度が、わが国の法律と同じような形式で、法律上の加入自由性を明記していないことも想定される。このような場合、内国民待遇の原則を形式的に適用し、団体の法制度に関する各国の形式

的相違を区別しないで、一律に出願を拒絶することは果たして妥当かという問題がある。わが国の事業協同組合等と外国法人の取り扱いについては、加入自由性が保障されているわが国の法人に「『相当する』外国の法人」という要件の「相当する」という文言を実質的に解釈する必要がある。そこで、出願人適格の審査に当たっては、当該団体では加入自由性が保障されていることの公証人による公正証書、法人代表者の宣誓供述書又は当該団体の定款における規定等、当該外国法人の設立根拠法に加入自由性の担保があることに代えて、加入自由性を担保する証拠を提出させ、これらを参照して審査することにより、わが国の協同組合等において加入自由性が法律上の担保されていることに「相当する」程度、当該外国法人における加入自由性が保障されていると判断される場合には、「相当する外国の法人」として、地域団体商標の出願人適格を認めるべきであると解される。もっとも、外国の公証人による公正証書や宣誓供述書といった書類の信用性については疑わしい場合も多いと思われるので、慎重に審査する必要がある。

- 25) 特許庁編『工業所有権法逐条解説』（発明協会、第16版、2001年8月）1080頁
- 26) 田村善之『商標法概説』（有斐閣、第2版、2000年）189頁
- 27) 小野昌延『商標法概説』（有斐閣、第2版、1999年）119頁
- 28) 「需要者の間に広く認識されている」という文言は、商標法4条1項10号、19号、32条、33条、60条にも用いられているが、これらは登録主義の下での、具体の信用を化体した商標に対する配慮の規定であって、本改正規定とは基本的には趣旨が異なるものと思われる（その他、防護標章に関する64条にも同文言が用いられている）。これらの規定においても、同文言は著名、周知、公知あるいは著名という内容で異なる概念として理解されており、各条文の趣旨から解釈を導くべき相対的な概念である。この文言に関して検討した最近の文献として、盛岡一夫「商標法及び不正競争防止法にいう『需要者の間に広く認識されている』の意義」特許研究37号（2004年3月）17頁がある。
- 29) 矢澤（特技懇）・前掲注10）32頁参照。

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

- 30) 同上33頁, 前掲注1)『商標制度小委員会報告書』13頁。
- 31) 衆議院経済産業委員会における小川洋政府参考人答弁(前掲『衆議院経済産業委員会議録』10, 12頁), 特許庁『平成17年商標法の一部を改正する法律について一概要・新旧対照表・附則一』参照。
- 32) 衆議院経済産業委員会における小川洋政府参考人答弁(同上6頁参照)。
- 33) 知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会日本ブランド・ワーキンググループ(座長:ウシオ電機会長・牛尾治朗氏)『日本ブランド戦略の推進—魅力ある日本を世界に発信—』(2005年2月25日)11頁[土肥一史委員の指摘]。
- 34) なお, およそ地名であればすべてが同号の産地, 販売地に該当するというわけではない。田村・前掲注26)180頁参照。
- 35) 現行法下でも, 一定期間の使用実績を勘案し, 産地表示が継続して特定の団体の商品・役務を識別する機能を有していると認められる場合には, 商標法3条2項を適用して登録が認められる。特許庁編・前掲注25)1083頁。
- 36) 既に図形入り商標で登録を受けた団体であっても, 改めて文字のみの商標について登録出願をすることになる。参議院経済産業委員会における小川洋政府参考人答弁(第162回国会参議院経済産業委員会議録第18号(平成17年6月7日)9頁参照)。
- 37) 産業構造審議会知的財産政策部会第12回商標制度小委員会議事録[山中発言]。
- 38) 同上[特許庁総務部総務課制度改正審議室 花木審議室長の発言]。
- 39) 例えば, 有名な「稲庭うどん」については, 「稲庭」と「うどん」と他の文字又は図形を組み合わせた数多くの商標が登録されている。
- 40) 矢澤(特技懇)・前掲注10)34頁参照。
- 41) 同上。「産」については, 特許庁の配布したテキスト(特許庁・前掲注10))において例として示されている。そのほか, 「○○のみかん」等の「の」という文字も認められるであろう。
- 42) 衆議院経済産業委員会における脇本政府参考人答弁(前掲『衆議院経済産業委員会議録』6頁)。
- 43) 衆議院経済産業委員会における小川洋政府参考人答弁(前掲『衆議院経済産業委員会議録』9頁, 13頁)。
- 44) 前掲注1)『商標制度小委員会報告書』12頁, 衆議院経済産業委員会における小川洋政府参考人答弁(前掲『衆議院経済産業委員会議録』13頁), 矢澤(特技懇)・前掲注10)34頁参照。
- 45) なお, 改正法施行前の出願に係る出願の変更の制限(経過措置)について, 附則第2条第1項及び第2項参照。
- 46) その他の経過措置として, 出願日の効果が改正法の施行前になる場合には, 改正法の施行日である平成18年4月1日とみなす旨の特則も設けられている(附則2条3項, 4項)。
- 47) 小野・前掲注27)248頁。
- 48) これに対して, 先使用をしていた組合等の構成員が後に組合等から脱退した場合には使用を継続できるかという問題もある。先使用の事実と不正競争の目的がないことの要件を満たす限り, 継続的に使用できると解するのが妥当であろう。一方, 団体の中には, 定款の変更により, 脱退及び加入の条件として, 先使用権を有する構成員について, 脱退後の先使用権の行使を放棄させる等の条件を設定することも想定し得る。しかし, 構成員たる身分を失った後の権利行使まで制約することは, 脱退の自由を保障する協同組合法の趣旨に反することになり, この反射の効果として, かかる加入条件の設定は「正当な理由」のない加入の制限に該当する結果を生じる。地域団体商標制度において, 特別な先使用権を認めた趣旨にも反することになるだろう。したがって, このような制限を新たに設けることは認められないと解するべきである。
- 49) 田村・前掲注26)203頁。
- 50) 前掲注1)『商標制度小委員会報告書』14頁, 矢澤(特技懇)・前掲注10)36頁参照。
- 51) 団体商標については専用使用権を設定することができるため, かかる使用権の範囲において, 団体構成員の使用権は制限される。
- 52) 前掲注1)『商標制度小委員会報告書』8頁脚註7で示されている例。
- 53) 特許庁編・前掲注25)1206頁。
- 54) 矢澤(特技懇)・前掲注10)37頁参照。
- 55) 同上。
- 56) 衆議院経済産業委員会における小川洋政府参考人答弁(前掲『衆議院経済産業委員会議録』10頁)。
- 57) 前掲『衆議院経済産業委員会議録』21頁

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

- 58) 第162回国会参議院経済産業委員会議録第18号(平成17年6月7日)13頁参照。
- 59) 知的財産戦略本部『知的財産推進計画2005』(平成17年6月10日)105頁以下参照。
- 60) 経済産業省『新産業創造戦略2005』(平成17年6月13日)24頁参照。経済財政諮問会議による『経済財政運営と構造改革に関する基本方針2005』(いわゆる『骨太の方針2005』(平成17年6月21日)でも、日本ブランド戦略の推進が設定されている。
- 61) 知的財産戦略本部『知的財産推進計画2005』108頁以下、農林水産省『食料・農業・農村基本計画』(平成17年3月25日)10, 12, 50頁等参照。
- 62) 2005年8月19日発行の立法担当者の解説(矢澤(特技懇)・前掲注10)38頁)では、法改正に伴う地域団体商標の審査基準等について、「現在鋭意検討中」のところであると説明されている。拙稿はこうした資料の公表前に執筆したものであることをお断りしておきたい。

(原稿受領日 2005年6月26日)

