

# 地理的表示と地域団体商標の相違

農林水産知財対応委員会 木村 達矢



## 要 約

地域ブランドを保護する制度としては、既に商標として保護する地域団体商標があるが、地理的表示とはどのような点で相違するのか。基本的な性格として、地域団体商標は商品等の出所表示であるのに対し、地理的表示は製品の特性の表示といえる<sup>(1)</sup>。すなわち、地域団体商標は、組合等の団体またはその構成員の業務に係る商品・役務であるとの出所を表示するものであるのに対し、地理的表示は、農林水産物等の名称であって、(産地と結び付いた) 特性を表示するものといえる<sup>(2)</sup>。また、地域団体商標は、あくまで商標権であるから権利が団体に帰属するのに対し、地理的表示は、個別の団体に独占排他権を与えるものではなく、産地と結び付いた製品の名称を地域の共有財産として保護するものである。このように基本的な性格が異なることから、両制度はそれぞれ特色があり、様々な点で相違する。

## 目次

1. はじめに
2. 地理的表示と地域団体商標の相違
  - (1) 保護対象
  - (2) 登録主体
  - (3) 登録要件
  - (4) 使用方法
  - (5) 登録の効果
  - (6) 海外展開
3. 地理的表示と地域団体商標の関係
  - (1) 地理的表示が先に登録されている場合
  - (2) 地域団体商標が先に登録されている場合
  - (3) いずれも登録していない場合

とが必要である。

## 2. 地理的表示と地域団体商標の相違

### (1) 保護対象

地理的表示の保護対象は、「特定農林水産物等」であり、農林水産物やその加工品、飲食料品等(酒類や医薬品等を除く。)の名称であって、その名称から生産地の場所、地域又は国が特定でき、品質、社会的評価その他の確立した特性(以下単に「特性」という。)がその生産地に主として帰せられるものである(GI法2条1項, 2項)。名称は地域等を特定できればよく、地名そのものでもよいし、地名を含まなくてもよい<sup>(3)</sup>。さらに、周知となっていれば文字、図形若しくは記号又はこれらの結合により表記されたものでもよい(GI法施行規則1条)。この点で、「地域名」+「商品名」(以下、「商品名」には「役務名」も含むものとする。)からなる文字を保護対象とする地域団体商標と相違する。他方、地域団体商標は、商品または役務について組合等の団体の出所を表示するものであるから、農林水産物に限らず全ての商品又は役務について登録可能である。したがって、地域の伝統的な工芸品や温泉等の名称については、地域団体商標により保護を図ることになる。なお、酒類については、地理的表示としても保護が可能であるが、国税庁が酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律に基づいて登録してい

### 1. はじめに

地域ブランドを保護する制度としては、平成18年4月1日に商標法に地域団体商標制度が導入され、令和2年10月末時点で691件が登録されている(外国からの登録が3件ある)。他方、平成27年6月1日から「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」(GI法という。)が施行され、令和2年11月18日現在、250件の申請があり、102件が登録されている(1件は登録後に削除、外国からの登録が1件ある)。これらは、いずれも地域ブランドを保護し、地域経済を活性化しようとするものである点で共通するが、それぞれの特徴や相違点を踏まえて適切に活用していくこ

る<sup>(4)</sup>。地名を含んでいても生産地が広範囲に広がって全体として普通名称となっている場合は（生産地が特定できない、名称と産地の結び付きや関連性を喪失している）、いずれも登録できない<sup>(5)</sup>。

## （2）登録主体

地理的表示を登録できるのは、生産業者を直接又は間接の構成員とする団体であり、法人でない団体であっても代表者又は管理人の定めのあるものは登録主体となれる（GI法2条5項）<sup>(6)</sup>。なお、「生産」とは、農林水産物等に特性を付与し、特性を保持するために行われる行為をいうから（GI法2条4項）、加工により特性が付与または保持され特性と産地の結び付きが認められる場合は加工地が生産地となり、加工業者の団体であっても登録主体となることができる。他方、地域団体商標の登録主体は、組合、商工会、商工会議所若しくはNPO法人であり（商標法7条の2第1項柱書き）、商標権の帰属主体となることから法人格が必要である。

## （3）登録要件

地理的表示は、生産地と結び付いた確立した特性（製品の品質や社会的評価）を有することが必要であり、「確立した」ものであるためには、その特性を維持した状態で概ね25年程度以上の生産実績が必要とされている（伝統性要件）<sup>(7)</sup>。

他方、地域団体商標は、「地域名」+「商品名」からなる商標であり、その地域名と商品とが密接関連性を有し<sup>(8)</sup>、その商標が使用された結果、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ことが必要である。ただし、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、商品又は役務の種類及び流通経路等に応じた類型ごとに一定範囲の需要者に認識されていればよい<sup>(9)</sup>。商標の使用が比較的短期間であっても登録が認められている例もあり、新規開発型のブランドの保護は地域団体商標によることになる。

なお、商標は商標ごとに登録しなければならないが、地理的表示は同一の特性を有する製品について複数の名称を登録できる<sup>(10)</sup>。

## （4）使用方法

地理的表示では、農林水産物等の製品について、生

産地、製品の品質等の特性、生産方法、当該製品が満たすべき基準等を明細書として登録することが必要であり、この基準を満たす製品についてのみ地理的表示を表示し使用することができ、地理的表示と併せて登録標章（GIマーク）を付することができる。登録生産者団体は、生産行程管理業務規定を登録し、各生産業者が品質基準を守るよう管理し、その実施内容を毎年農林水産大臣に報告しなければならない<sup>(11)</sup>。なお、登録製品（例：○○リンゴ）を原料とする加工品（○○リンゴジュース）には地理的表示を使用することはできないが、原材料欄に表示することはできる。ただし、この場合は登録標章（GIマーク）を付することはできない。このように地理的表示においては、登録された基準を満たさない製品については登録生産者団体又はその構成員であっても地理的表示を使用することはできず、所定の特性が制度的に担保されることになる。ただし、生産者団体によっては、品質管理業務を負担に感じる場合もあろう。

他方、地域団体商標の登録生産者団体又はその構成員は登録地域団体商標を指定商品・役務（例：○○で生産された△△）について独占排他的に使用することができる。指定商品・役務の品質については、団体又は構成員の自主管理に委ねられている。地域団体商標についても、「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」ことを示す地域団体商標マークを付することができるが、一定の品質が制度的に保証されるものではない。なお、地域団体商標は構成員以外の第三者に使用をライセンスすることもでき、ブランドとして財産的に利活用することも可能である。

## （5）登録の効果

地理的表示は、登録生産者団体及びその構成員が基準を満たした製品に使用する場合を除き、何人も、特定農林水産物等が属する区分に属する農林水産物等に地理的表示又は地理的表示の類似等表示を使用することはできない<sup>(12)</sup>。不正使用に対する取り締まりは行政（農林水産大臣）が行い、警告や訴訟等を生産者団体が自力で行う必要はない代わりに、民事的な救済を受けることはできない。

他方、地域団体商標は、商標権者及び当該団体の構成員以外の第三者は、同一または類似する商標を同一または類似する指定商品・役務について使用することはできない。商標権者は、自ら差止請求、損害賠償請

求等の権利行使ができるほか、税関に対して輸入差止めを申し立てることができる。

なお、地域団体商標は、権利存続のためには10年毎に更新しなければならないが、地理的表示には保護期間の定めがなく、ごく例外的な登録取消事由に該当しない限り、更新の必要はなく半永久的に存続する。

### (6) 海外展開

地理的表示は、我が国と同等のGI制度を有する外国との間で二国間の国際協定等によりGI相互承認が可能である。現在、日本とEUの間でEPAが発効しており、それぞれの域内で登録されたGI産品が相互に保護される。すなわち、我が国でGI登録されると相手国でGI登録することなくリスト交換により保護されることになり、輸出促進、海外展開において極めて有効である。EUの他、現在、タイやベトナムとも交渉中である。また、海外でもGIマークが使用可能であり、GIは地理的表示を表す用語として世界で通用していることから、容易に認知され知名度向上に役立つであろう。

地域団体商標では、団体等が自ら各国で商標出願・登録をしなければならず、しかも「地域名」+「商品名」からなるという商標の性質上、識別力を欠くとして拒絶されるおそれもある（地域団体商標として登録されている等の応答により解消するとしてもかなりの負担となる<sup>(13)</sup>）。したがって、海外展開を見据えた場合は、相互承認国の拡大状況にもよるが、地理的表示が有利と考えられる<sup>(14)</sup>。

## 3. 地理的表示と地域団体商標の関係

地理的表示と地域団体商標は、それぞれ独立した制度であり各々の要件を満たせば重複して登録することも可能である。以下、両者の関係について場合を分けて検討する。

### (1) 地理的表示が先に登録されている場合

商標法には、4条1項17号においておどろ酒若しくは蒸留酒について所定の地理的表示を含む商標について登録を拒絶する規定があるほかには、農林水産物に係る地理的表示については特別な調整規定は定められていない。したがって、他の登録要件をみだす限り併存して登録が可能と考えられるが、地理的表示の生産者団体及びその構成員を除いて当該地理的表示と類

似等する表示を同種の産品について使用できないことから（GI法3条2項<sup>(15)</sup>）、当該地理的表示が登録生産者団体以外の生産者団体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ことは想定し難く、地理的表示の登録生産者団体と同一主体が出願人となるほかは、登録されないと考えられる。

地域団体商標の取得により当該生産者団体は自ら権利行使できるようになり、税関に対して輸入差止めの申し立てができるようになる。

他人が地理的表示と他の文字又は図形等を組み合わせた商標を出願した場合は、一般的には未登録周知商標に類似又は他人の業務に係る商品と混同を生ずるおそれがある等として拒絶されることが多いと考えられる。仮に登録された場合でも、地理的表示を含む以上、登録生産者団体に加入して明細書の基準を満たす商品について使用しない限り、当該商標を使用することはできないと思われる<sup>(16)</sup>。

### (2) 地域団体商標が先に登録されている場合

登録された地域団体商標と同一又は類似する名称であって、指定商品・役務と類似する商品についての地理的表示は、当該商標権者等の承諾がない限り登録されない（GI法13条1項4号口、同2項）。したがって、事実上、地域団体商標権者が自ら又は共同申請することになると考えられる。地理的表示として登録されると、地理的表示の上記のようなメリットを享受できるが、生産者に明細書に記載された品質等の基準を遵守させるべく生産行程管理業務が必要となり、農林水産大臣にその業務を報告しなければならない（GI法34条1項）。また、商標権者（及びその構成員）であっても、品質等の基準を満たさない商品について地域団体商標を使用することはできなくなると考えられる（GI法3条2項）、さらに地理的表示の使用に対して、不正競争の目的でされない場合は、商標権の効力は及ばなくなる（商標法26条3項）。地理的表示は、確立した品質等の特性が地理的原産地に主として帰せられる場合における原産地を特定する表示であり、当該原産地表示を地域の共有財産として保護しようとするものである。したがって、登録に係る特定農林水産物等について生産行程管理業務を行おうとする他の生産者団体は、生産者団体を追加する変更の登録を受けることができる。地理的表示には、原則として地域団体商

標の効力は及ばないことから（商標法 26 条 3 項），地域団体商標権者のコントロールが及ばない商品について同一名称（地域団体商標かつ地理的表示）が使用される事態も考えられる。したがって，地理的表示の登録は地域団体商標権者にとってはデメリットとなることもあり，その登録は慎重に検討する必要がある。

### （3） いずれも登録していない場合

地理的表示と地域団体商標は，いずれも地域ブランドを保護しようとするものであるが，それぞれ趣旨や内容が相違し登録要件や効果が異なる。地域や産品の実情を踏まえて適切に活用していくことが期待される。

登録標章（GI マーク）



地域団体商標マーク



#### （参考文献）

- (1) 特許庁商標課著，「地域団体商標と地理的表示（GI）の活用 Q&A」，2019 年 6 月
- (2) 川口藍著，「地理的表示保護制度について」，パテント 2018 Vol.71 No.3 p.62-67
- (3) 今村哲也著，「地理的表示法の概要と今後の課題について」有斐閣 ジュリスト 2016 年 4 月 Number 1488 p.51-57
- (4) 今村哲也著，「地理的表示（GI）制度とめぐる現状と課題」有斐閣 ジュリスト 2019 年 4 月 Number 1530 p.81-86
- (5) 藤村浩二著，「地理的表示保護制度概要（商標制度利用者向け）」特許研究 PATENT STUDIES No.63 2017/3 p.59-71
- (6) 内藤恵久著，「付論 2 地理的表示と商標との関係に関する一考察」農林水産省（[https://www.maff.go.jp/primaff/kanako/project/attach/pdf/120630\\_24gi1\\_10.pdf](https://www.maff.go.jp/primaff/kanako/project/attach/pdf/120630_24gi1_10.pdf) 最終アクセス日 2020 年 12 月 12 日）
- (7) 荒木 雅也著，「地理的表示制度における社会的評価，追加的保護，普通名称」都法 59 卷 1 号（2018 年 7 月）
- (8) 農林水産省食料産業局「地理的表示保護制度登録等申請マニュアル」平成 31 年 2 月版

#### （注）

- (1) 特性とは「品質，社会的評価その他の確立した特性」（GI 法 2 条 2 項 2 号）と定義されており，社会的評価であってもよい。特性は産地と結び付いたものでなければならない。
- (2) 地理的表示は明細書，生産行程管理業務規定により当該産品が所定の品質等を有することが制度的に保証されている

（GI 法 7 条 2 項）

- (3) 「すんき」（登録第 34 号）「いぶりがっこ」（登録第 79 号）は地域名を含まないことから地域団体商標としては登録できないが，長野県木曾地方や秋田県との産地が特定できることから地理的表示として登録可能である。
- (4) 「老岐」（蒸留酒）「白山」（清酒）「山梨」（ぶどう酒）等が登録されている。
- (5) 「さつまいも」「伊勢海老」「奈良漬」「高野豆腐」「小松菜」等
- (6) 地理的表示の登録第 1 号である「あおりカシス」は「あおりカシスの会」が登録しており，その他にも多数の振興協議会が地理的表示の登録主体となっている。
- (7) 25 年以上の生産実績は「確立した特性」の要件であり，名称については必ずしも 25 年の使用実績は求められない。
- (8) 商標法 7 条の 2 第 2 項
- (9) 商標審査基準第 7 7 の 2，一，6.
- (10) 同一産品について複数の呼び名があったり，輸出用に英文名称があったりする場合等
- (11) 実績報告書を作成し，明細書及び生産行程管理業務規程の写しとともに毎年一回以上農林水産大臣に提出する（GI 法施行規則 15 条 8 号）。
- (12) 地理的表示又はこれに類似する表示若しくはこれと誤認させるおそれのある表示を使用してはならない（GI 法 3 条 2 項）と規定されており，真正の原産地が表示される場合や「種類」「型」等の表現を伴う場合，例えば「東京りんご」が地理的表示であった場合「埼玉産東京りんご」「東京りんご風千葉りんご」も規制される（GI 法施行規則 2 条）。
- (13) 地域団体商標を基礎としてマドプロ出願を利用することは可能であるが，同一の制度が海外にはないため，団体商標又は証明商標として取り扱われることになろう。海外で英文名称等を使用する場合は，別途その名称を商標登録する必要がある。他方，地理的表示では，英文名称を含む複数の名称（例えば，東京りんご，Tokyo Ringo, Tokyo Apple）を一つの申請で登録できる。
- (14) 生産者団体が，自ら外国で地理的表示の申請・登録をすることも可能であるが，各国の地理的表示保護制度は区々であり，それぞれの登録要件を満たさなければならない。また，米国，オーストラリア等，証明商標として保護する国もある。
- (15) 登録の日前から不正等の目的でなく地理的表示と同一若しくは類似等表示を使用していた者等はこれらの表示を使用できる。ただし，登録の日から起算して七年を経過する日以後は，当該特定農林水産物等の生産地内にある場合であって，混同を防ぐのに適当な表示がなされているときに限られる（GI 法 3 条 2 項 4 号）。
- (16) 商標的に非類似であっても GI 法で規制される「類似等表示」に当たり得る（GI 法 3 条 2 項，同施行規則 2 条）。

（原稿受領 2020.12.12）