

商標法の改正について

—地域ブランドの保護に向けて—

平成 16, 17 年度商標委員会 委員長 **本宮 照久**



目 次

- 一 はじめに
- 二 改正に至るまで経緯（「地域団体商標制度」創設の必要性）
- 三 地域団体商標制度の概要
- 四 施行日
- 五 地域ブランドの実態の把握
- 六 最後に

.....

一 はじめに

商標法の一部を改正する法律が平成 17 年 6 月 8 日に国会で成立し、同年 6 月 15 日に公布（平成 17 年法律第 56 号）された。今回の商標法の改正は、産業競争力の強化と地域経済の活性化を図るという観点から、地域ブランド（地域発の商品・役務のブランド化を通じ、地域経済の活性化につなげようとする取り組み）をより適切に保護することに主眼をおいていたものであり、具体的には、団体商標の枠組みの中で、地域団体商標を新たに創設したことにある。

この地域団体商標を利用することにより、地名入り商標（地域の名称＋商品又は役務の名称等からなる商標）についての保護を受けやすくなるが、その登録に際しては、種々の問題を多く含んでいる。

筆者は、産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会の委員として、今回の商標法の改正に至る経緯を把握している立場にある。そこで、本稿では、審議会での経緯や国会における質疑等を踏まえ、筆者が考える問題点等を指摘しながら、今回の法律改正の要点を述べることにしたい。なお、本稿における意見については、筆者の個人的見解であることを予めお断りしておく。

二 改正に至るまで経緯（「地域団体商標制度」創設の必要性）

全国各地で地域ブランド化の取り組みが盛んに行われているが、その際に、その商品・役務が、その地域

と何らかの関連性を有すること又はその地域に起因することを需要者に知らせるという観点（地域発の商品のブランド化、地域イメージのブランド化の観点）から、当該地域の名称と商品・役務の名称を組み合わせたものを商標として採択し、それを以って、他の地域の商品・役務の差別化を図っているケースが数多く見受けられるところである。

しかし、このように、他の地域との差別化を図り、それを独自のブランドとして用いている場合であっても、そのような商標は、単に「地域の名称と商品・役務の名称との組み合わせからなる商標」にすぎないため、現行商標法の下では、商標法第 3 条第 1 項第 3 号の規定に該当し、その結果、自他商品・役務の識別力を有しないことを理由にその登録を受けられないというのが実情（原則）である。

このような場合に、「全く登録を受け得ることができないか」というと、そうではなく、「その商標が使用された結果、需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識するに至ったとき」には、商標法第 3 条第 2 項の規定の適用を受けて、その商標について登録を受けることができる。ただ、この要件を満たし、商標法第 3 条第 2 項の規定の適用を受けるためには、その商品・役務との関係において、その商標について全国的な知名度を獲得していなければならないとされており、それに至るまでには、多大な時間や多額の投資が必要となり、一方では、それが登録されるまでの間は、その商標について他人の便乗使用等を排除することができないという状況にあった。

また、地名入り商標については、図形等の識別力を有する要素を結合させて、商標登録を取得している場合もあるが、この場合であっても、単に文字のみでの便乗使用等に対しては、それを排除することができないという状況にあった。

このような背景の下、地域経済の活性化（町おこし・

村おこし)の観点から、「地域ブランド化の取り組み(地域ブランド)」について、より早い段階でそれを保護すべきという必要性に迫られ、今回の改正(「地域団体商標制度」の創設)に至ったものである。

<参考> (特許庁ホームページより)

[全国的な知名度を獲得して登録された例]

夕張市農業協同組合

登録 2591067 号

「メロン」



西陣織工業組合

登録 976092 号

「羽織等」



[図形との組合せで登録された例]

小田原蒲鉾水産加工業協同組合

登録 4734753 号

「かまぼこ」



本場奄美大島紬協同組合

登録 4066358 号

「布地等」



三 地域団体商標制度の概要

(1) 地域団体商標制度は、団体商標(第7条)の枠組みの中で設けられた制度であり、その意味で、地域団体商標は、団体商標の次の条項(第7条の2)に規定されている。その内容は次の通りである。

第7条の2(地域団体商標)

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。)又はこれ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って、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3条の規定(同条第1項第1号又は第2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。

一 地域の名称及び自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務の普通名称を普通に用いられる方法で表示する文字のみからなる商標

二 地域の名称及び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慣用されている名称を普通に用いられる方法で表示する文字のみからなる商標

三 地域の名称及び自己若しくはその構成員の業務に係る商品若しくは役務の普通名称又はこれらを表示するものとして慣用されている名称を普通に用いられる方法で表示する文字並びに商品の産地又は役務の提供の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であって、普通に用いられる方法で表示するもののみからなる商標

2 前項において「地域の名称」とは、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をいう。

3 第1項の場合における第3条第1項(第1号及び第2号に係る部分に限る。)の規定の適用について

は、同項中「自己の」とあるのは、「自己又はその構成員の」とする。

4 第1項の規定により地域団体商標の商標登録を受けようとする者は、第5条第1項の商標登録出願において、商標登録出願人が組合等であることを証明する書面及びその商標登録出願に係る商標が第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ため必要な書類を特許庁長官に提出しなければならない。

(2) 上記条項から、地域団体商標の登録を受けるために必要とされる要件を整理すると、

- ① 出願人が主体的要件を具備していること
- ② 構成員に使用させる商標であること
- ③ 商標が使用された結果、周知になっていること
- ④ 商標が地域名+商品名(役務名)等からなること
- ⑤ 商標中の地域名と商品(役務)とが密接な関連性を有すること
- ⑥ 通常の登録要件を具備していること

ということになる。そこで、これらの各要件について、次に説明を加えていくこととする。

① 出願人が主体的要件を具備していること

(a) 法人格を有していること

個人や法人格のない社団等は、この要件を満たさないため、地域団体商標の登録を受けることはできない。

(b) 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であること

地方公共団体、商工会議所、商工会等は、この要件を満たさないため、地域団体商標の登録を受けることはできない。

(c) 設立準拠法において、構成員資格者の加入自由が担保されていること

これは、「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」という内容から導かれる要件である。このような定めのある法律としては、

- 水産業協同組合法(第25条)
- 農業協同組合法(第20条)
- 中小企業等協同組合法(第14条)
- 森林組合法(第35条)
- 商店街振興組合法(第25条)

酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律(10条)
 生活衛生関係営業の運営の適正化に関する法律(16条)
 中小企業団体の組織に関する法律(第40条)
 等があり、これらの法律により設立された組合でなければならぬ。

法 人			権利能力なき社団
営利法人	非営利法人		町内会等 法人格を取得できるにも拘らず取得していないもの
	公益法人	特別法準拠 事業協同組合等	
商事会社	社団法人	学校法人 宗教法人	法人として設立中の団体
民事会社	財団法人	医療法人 社会福祉法人 商工会議所	
			個人

※商標審査便覧、商標キャラバン隊「共通テキスト」より

特 別 法	組 合
水産業協同組合法	漁業協同組合、漁業生産組合、漁業協同組合連合会、水産加工業協同組合、水産加工業協同組合連合会
農業協同組合法	農業協同組合、農業協同組合連合会
中小企業等協同組合法	事業協同組合
森林組合法	森林組合
商店街振興組合法	商店街振興組合、商店街振興組合連合会
酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律	酒造組合、酒販組合
生活衛生関係営業の運営の適正化に関する法律	旅館組合
中小企業団体の組織に関する法律	商工組合、商工組合連合会

(d) 組合等であることを証明する書面の提出(第7条の2第4項)

出願人は、上記(a)～(c)の要件を満たす組合等であることを証明する書面を特許庁長官に提出しなければならない。この場合の提出書面としては、組合等の設立許可書等が考えられる。

② 構成員に使用させる商標であること

団体商標は、事業者を構成員とする団体がその構成員に使用させる商標であり、地域団体商標も団体商標の枠組みの中で創設されたものであるため、当然にこの要件が課されることになる。この要件との関係で、審査において、地域団体商標に関する使用規則の提出が求められることも予想される(実際に内容の審査はしないが)。各種組合において、この種の規則を定めているところは少ないように思うが、審査段階でその提出が求められないこととなった場合でも、一定の品

質を担保し、そのブランドの維持・確立のためには、使用規則を定めておくことは必要と考える。

③ 商標が使用された結果、周知になっていること

(a) 周知性の要件

この要件は、第7条の2第1項中の「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」から導かれる要件である。

この要件は、「商標の周知性」を問う形の要件になっているが、審議会での当初の議論は若干異なっていた。つまり、この「周知性」の問題は、当初、ある地域ブランド（地域団体商標）について、その登録を受け得る正当な主体を把握するための要件として挙げたものであり、具体的には、次のような観点からの検討がなされた。⁽¹⁾

「地域ブランドを地域が一体となった取り組みであることに着目すれば、地域団体商標の登録ができる者は地域の生産者（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べきではないか。

上記数量的な要件に代えて、一定の周知性（商標法第3条第2項に規定する条件ほどではなくとも、当該地域において当該商品を生産等する者であることについて周知であるか等）の要件を設けるといふことによいという考えが成り立ち得ないか。」

ここから分かるように、後者は、「商標の周知性」というよりは、寧ろ「その地域ブランド（地域団体商標）との関係における団体の認知度（周知性）」を問題にしているのである。

審議会では、数量的な要件は組合員になり得る資格を有するもの、つまり、全体の母数の特定が難しいこと、母数はその時々で変わることに、加入の割合をどの程度にすべきかその判断が難しいこと等を理由に採用されず、結果的に「周知性の要件」になったが、この要件は、前記主体に関する要件と絡んでくる要件（その地域ブランドから正当な組合を導き出すための一つのツール）であることを認識しておくべきである。

したがって、この要件との関連においては、その地域ブランド（地域団体商標）が、「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」として認知されているということを示す必要があると思う。この点を勘案すると、ここで規定する

「周知性の要件」は、地域ブランド（地域団体商標）自体の周知性と共に、出願人がその地域ブランドについて登録を受けるにふさわしい組合等であることをも求めている要件であると理解し、それに合った証拠等を検討しておく必要があると考える。

(b) 周知の程度

周知の程度に関しては、「隣接都道府県に及ぶ程度の範囲における浸透」が必要である。前記商標法第3条第2項の適用を受けるには、全国的な知名度が必要とされているのに対し、今回の「地域団体商標」については、第3条第2項との違いを明確にするため、そこまでの知名度は必要ないという意味でこのように考えられている。この点は、審議会の報告書で最後に盛り込まれた内容であり、⁽²⁾ 出願に係る地域団体商標が、このような浸透度を有しているか否かを以って、周知性の判断がなされることになる。

(c) 周知性判断のための要素

周知性については、

- ・ 商標の使用期間
 - ・ 商標の使用地域
 - ・ 商品（役務）の生産・販売等の数量・規模
 - ・ 営業地域
 - ・ 広告宣伝の方法・回数・内容
 - ・ 一般紙・業界紙への記事等の掲載回数・内容
- 等を総合的に勘案（定量的に把握）して判断することになると考える。

④ 商標が地域名＋商品名（役務名）等からなること

地域団体商標として登録を受けることができる商標については、第7条の2第1項第1号～第3号に規定されており、次の3つの態様に類型化することができる。

(a) 地域の名称＋商品（役務）の普通名称（1号）

例：○○りんご，○○みかん

(b) 地域の名称＋商品（役務）の慣用名称（2号）

例：○○焼，○○織，○○塗

(c) 地域の名称＋商品（役務）の普通（慣用）名称＋産地表示の際に慣用されている文字（3号）

例：○○の△△，本場○○紬，○○産△△

※○○には地域の名称が、△△には商品又は役務の普通（慣用）名称が入る。

地域団体商標における「地域の名称」は、行政区画として用いられている名称のみならず、旧地名、海域名、山岳名、河川名等や地域名の略称であっても良い

が、上記(a)～(c)の場合も含め、出願に係る地域団体商標が「地域の名称」を含むものであることを証明する書類を特許庁長官に提出しなければならない(第7条の2第4項)。

上記以外に地域名を含む商標として「地域名のみから構成されている商標」「地域名+商品名等のほかに図形等の要素を含んでいる商標」等があるが、これらの商標については、上記の各類型には該当しないため、地域団体商標として登録を受けることはできない。

なお、上記各類型は、出願に係る商標について地域団体商標を受ける際に求められる要件であって、出願に係る商標と使用されている商標との同一性の問題とは別である点に留意すべきである。例えば、実際に使用している商標が「地域名+商品名のほかに図形を含んでいる商標」であっても、「地域名+商品名」の部分と「図形」の部分とが分離しているような態様のときには、当該「地域名+商品名」の部分を以って、地域団体商標として登録を受け得る場合もあると考える。この点を含め、使用商標と出願商標の同一性の判断基準に関しては、今後、審査基準等で明確にすると思えるので、その点は十分に注視する必要がある。

⑤ 商標中の地域名と商品(役務)とが密接な関連性を有すること

出願に係る地域団体商標中の「地域の名称」は、「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ものでなければならない」という要件が課されている(第7条の2第2項)。

この要件において、商品の産地の名称、役務の提供の場所にあつては、「商品の産地」「役務提供地」の名称が「地域の名称」となることは明らかであるが、ここで問題となるのは、このような「商品の産地」「役務提供地」の名称に準ずる程度に商品・役務と密接な関連性を有する地域名をどのように捉えるかという点である。この点に関して、例えば、出願に係る地域団体商標中に含まれる地域名が、製法が由来する地域名(伝統的製法の発祥地の名称)である場合や主要な原材料が生産されている地域名である場合には、商品・役務と密接な関連性を有する地域名として認められるように思う。

また、第7条の2第2項からは、地域団体商標中の

地域名と商品(役務)とが密接な関連性を有しなければならないという要件のほかに、出願に係る指定商品(指定役務)と出願前より当該地域団体商標を使用している商品・役務とが一致していなければならないということも導かれるところである。したがって、登録の対象となる商品・役務は、地域団体商標の使用に係る商品・役務に限定されることになり、指定商品(指定役務)の記載も、品質(質)の誤認等を生じさせないようにするという観点から、次に示すような限定的な記載になると考える。

<具体例>

- ・商品の産地：○○産△△
 - ・役務提供地：○○における△△の提供
 - ・製法由来地：○○に由来する××製法により生産された△△
 - ・原材料の産地：○○で取れた□□を主要な原料とする△△
- ※○○には地域の名称が、△△(□□)には商品又は役務の普通(慣用)名称が入る。

⑥ 通常の登録要件を具備していること

地域団体商標は、商標法第3条第1項第3号～同第6号との関係においてのみ例外的に扱われるのであって、それ以外の登録要件については、通常の商標(団体商標)と同様の扱いがなされる。したがって、通常の商標(団体商標)に求められる登録要件を具備していなければならない。

なお、第7条の2第1項では「第3条の規定(同条第1項第1号又は第2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。」旨規定されているが、この中のカッコ書きで示されている「第3条第1項第1号又は2号に該当する場合を除く」ということが意味するところは、「地域名+商品名(役務名)等」からなる商標であっても、既にそれが普通名称や慣用商標になっているときには、地域団体商標としての登録を受けることはできないという点にあり、この点に関しては、十分に留意する必要がある。

(3) 地域団体商標が上述の要件を満たし、商標登録された場合には、商標権が発生することになる(第18条)。この商標権については、通常の商標登録の場合の商標権の効力と同様の効力(第25条、第37条)

が認められ、他人による商標（地域団体商標）の便乗使用等を排除できることになるが、地域団体商標の性格から、若干取り扱いを異にする規定も設けられている。そこで、この点を中心に、地域団体商標が登録された場合の取り扱いについて、以下に述べることとする。

① 正当な第三者の使用の保護

(a) 先使用权（第 32 条の 2）

ある地域ブランド（地域団体商標）について、その登録を受け得る正当な主体をどのように考えるか、という点が、審議会において、最大のポイントとなったことは前にも述べたが、その一つの要因として、正当な主体を如何に捉えるかにより、実際にその地域ブランドを使用している者であっても、その組合等に属していないときには、所謂アウトサイダーということになり、その者の使用が制限されることになるという点も挙げられる。

今回の地域団体商標の創設に際しては、このようなアウトサイダーの問題は当然に考えなければならない事項であり、その観点から、正当にその地域ブランドを使用している者に対する保護の規定も設けている（第 32 条の 2）

第 32 条の 2

他人の地域団体商標の商標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指定商品若しくは指定役務又はこれらに類似する商品若しくは役務についてその商標又はこれに類似する商標の使用をしていた者は、継続してその商品又は役務についてその商標の使用をする場合は、その商品又は役務についてその商標の使用をする権利を有する。当該業務を承継した者についても、同様とする。

2 当該商標権者は、前項の規定により商標の使用をする権利を有する者に対し、その者の業務に係る商品又は役務と自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務との混同を防ぐのに適当な表示を付すべきことを請求することができる。

この規定は、地域団体商標の出願前から、不正競争の目的がなく、継続してその商標と同一又はそれに類似する商標を使用している場合には、引き続きその商標について、使用する権利を認めるというものである。この権利は、平成 4 年にサービスマークが導入された

際に設けられた所謂「継続的使用権」と性格を同じくするものであるが、継続的使用権にあっては、「その商標を使用してその役務に係る業務を行っている範囲内」という制限があり、これにより、地域的範囲の拡大も認められなかったが、地域団体商標については、このような制限は設けられていない。したがって、この先使用权を有する者が、他の地域に移って、それを引き続き使用する場合であっても、そのような使用は認められることになる。

(b) 商標権の効力の制限（第 26 条）

商標権の効力の及ばない範囲に関する規定（第 26 条）については、今回の地域団体商標の創設に伴った改正はなされていない。したがって、地域団体商標に係る商標権についても、この規定がそのまま適用されることになる。この規定との関係からすると、地域団体商標と同一又は類似の商標を使用している場合であっても、その商標の使用態様からみて、商品（役務）の普通名称、産地、提供の場所、品質等の内容を表示するものにすぎず、出所表示機能を果たしていないようなときには、商標権の効力は及ばないことになる。

② 第三者による対抗手段

地域団体商標が登録された場合に、第三者の対抗手段として、登録異議の申立、無効審判の請求、取消審判の請求がある。

(a) 登録異議の申立（第 43 条の 2 第 1 号）

地域団体商標について、第 7 条の 2 に規定する登録要件を満たさないことを理由として、登録異議の申立をすることができる。

(b) 無効審判（第 46 条第 1 項第 1 号）

上記異議申立と同様に、地域団体商標について、第 7 条の 2 に規定する登録要件を満たさないことを理由として、無効審判を請求することができる。この理由のほかに、以下に示す、後発的無効理由も規定されている（同第 6 号）

第 46 条（商標登録の無効の審判）

六 地域団体商標の商標登録がされた後において、その商標権者が組合等に該当しなくなったとき、又はその登録商標が商標権者若しくはその構成員の業務に係る商品若しく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若しくは第 7 条の 2 第 1 項各号に該当するものでなくなっているとき。

上記条項より明らかなように、

- ・登録後に商標権者が組織変更等により主体要件を満たさなくなった場合
- ・登録後に地域団体商標に係る登録商標が周知性を失った場合
- ・登録後に第7条の2第1項各号に掲げる商標に該当しなくなった場合

には、第三者は、それを理由とする無効審判の請求ができることになる。

一方、地域団体商標の登録を取得した商標権者にとっては、このような状況を招来しないよう、特に周知性を失うことがないように、登録後においても、なお一層の努力が必要であり、そのような努力が、まさに地域経済の活性化、全国ブランドへの展開に資することになるのだと考える。

以上、無効審判について述べてきたが、これに関連する事項として、除斥期間(47条)も改正されているので、以下にこの点を触れることとする。

第47条

2 商標登録が第7条の2第1項の規定に違反してされた場合(商標が使用をされた結果商標登録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でなかつた場合に限る。)であって、商標権の設定の登録の日から5年を経過し、かつ、その登録商標が商標権者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、その商標登録についての第46条第1項の審判は、請求することができない。

上記規定(第47条第2項)の意味するところは、地域団体商標の登録要件(第7条の2第1項)を満たしていなかった場合については、原則として、除斥期間(登録から5年)の適用はないが、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の請求については、登録から5年を経過し、かつ、審判請求当時において既に周知性を獲得するに至っている場合には、無効審判を請求することができないということである。

(c) 取消審判(第50条, 第51条, 第53条)

取消審判の規定については、今回の地域団体商標の創設に伴った改正はなされていない。したがって、不正使用に基づく取消審判(第50条)、商標権者の不正使

用に基づく取消審判(第51条)、使用権者の不正使用に基づく取消審判(第51条)の規定は、地域団体商標に係る商標権についても、そのまま適用されることになる。これらの取消審判うち、特に注意しなければならないのは、不正使用に基づく取消審判である。その理由は、今回の地域団体商標にあつては、その登録の内容からある程度の特徴が把握でき、それとは異なる形で使用した場合(例えば、「〇〇産りんご」という指定商品について、「〇〇りんご」という地域団体商標の登録を取得した場合において、その商品の供給が間に合わないために、「××産のりんご」を仕入れ、それに「〇〇りんご」とその地域団体商標を使用した場合)には、商品の品質の誤認の問題が生じかねないからであり、また、団体の構成員(通常使用権者)の間において、その品質等に、ばらつきがあるような場合にも、同様の問題が生じるおそれがあり、これらが、不適切な方法での登録商標の使用であると考えられる可能性もあるからである。

このような問題が生じるのを事前に回避するという観点からも、前述のように、各組合等において、使用規則を定めておく必要があると考える。

③ その他

(a) 商標権の移転・使用権の設定

地域団体商標の特殊性に鑑み、地域団体商標に係る商標権については、合併その他の一般承継による移転のみ認められ、譲渡による移転は認められない(第24条の2第4項)。

また、地域団体商標に係る商標権について、通常使用権の設定はできるが、専用使用権の設定はできないことになっている(第30条)。

(b) 後願排除効

地域団体商標が登録された場合、その登録に係る指定商品と同一又は類似の商品について、その商標と同一又は類似の商標は拒絶されることになるが(第4条第1項第11号)、地域団体商標にあつては、地域名と商品名(役務名)とが一体となって、産地識別力(出所表示)を発揮するという性格からすると、その類似の範囲は狭く考えられるべきであり、また、商標の類否判断においても、要部観察はあり得ず、全体観察のみで判断されるべきものとする。この類否判断に関して、後願排除効の観点から述べたが、地域団体商標の審査においても、先行商標との関係では、このよう

な判断方法が当てはまるものとする。

四 施行日

今回の改正法は平成18年4月1日より施行され、その日から地域団体商標の出願をすることができる。なお、地域団体商標の出願については、通常の商標登録出願、団体商標の出願との間で相互に出願変更が認められているが（第11条）、改正法の施行前に（平成18年3月31日までに）した商標登録出願（団体商標の出願を含む）を4月1日以降に「地域団体商標」の出願に変更することはできないので、この点については、留意する必要がある。

五 地域ブランドの実態の把握

今までは、地域団体商標制度の創設に伴う改正点の説明を中心に筆者の意見を加える形で述べてきたが、実際に、地域団体商標の出願を取り扱うに際して、その地域ブランドの実態をどのように把握しておくべきか（資料等を収集しておくべきか）、以下、そのポイントとなると考えられる事項を挙げてみたい。

1 商品（役務）の特徴、概要、歴史的背景の把握

- ・商品の特徴（一般的商品との違い、製法の特殊性等）
- ・歴史的な背景（いつごろから、どのような背景の下に使い始めたのか）
- ・地域との結びつき（どの地区・地域と関連するのか）
- ・名声・社会的な評価等（社会的には、どのような評価を得ているか）

2 主体に関する実態の確認

- ・団体の形態（組合の適格性、どの組合が使っているのか）
- ・団体の構成員（その組合の構成員は何人いるのか）
- ・加入状況（生産者等のうち、どれくらいの人が組合に加入しているのか）
- ・事業規模（出荷数量、販売数量、出荷額、生産額等）

3 登録要件に関する状況の把握・確認

- ・商標の周知性（どの程度の浸透度か、普通名称になっていないか）
- ・アウトサイダーの有無
- ・使用規則等の有無
- ・地名との関係（密接な関連性があるか）

4 既登録商標との関係

- ・既登録商標の有無（関連する登録商標等は存在しないか、一般企業や地方自治体との抵触、調整の問題はないか）

六 最後に

今回の地域団体商標の下で登録の対象となる商標は、「地域名＋商品名等」からなる商標であるが、このような商標との関係においては、

- ① 第3条第2項の適用を受けて登録になっている商標が既に存在すること
 - ② 「地域名＋商品名等」からなる商標であるにも拘わらず、地域名の部分が地域名として認識されなかったために登録されている商標も存在すること
 - ③ 「地域名＋商品名等」に図形を結合させた態様で登録されている商標が多数存在すること、
 - ④ このように既に登録になっている商標の権利者が、組合等の団体の場合もあれば、そうではなく、地方自治体や一般企業の場合もあること
- 等、それぞれの地域ブランドについて、種々の状況があると思われる。

来年の4月1日に一斉にスタートとはいうものの、それぞれの地域ブランドが抱えている状況は異なるものがあり、それゆえ、抵触の問題の回避や権利取得の調整等を事前に図った上でなければ、その後「争い」になるのは当然に予想されることである。

地域経済活性化のために創設した「地域団体商標制度」が、逆に地域内での「争いの火種」になっただけならず、また、一方では、地域ブランド化の取り組みがなされているものが登録を受けられず、逆にこのような取り組みがなされていないにも拘わらず、登録要件を具備するために登録になるものもあると思う。

このように、地域団体商標に関しては、非常にデリケートな問題を含んでいるということを十分にご理解いただき、その上で、本稿が地域団体商標を取り扱うにあたって、参考の一助になれば、望外の喜びである。

注

- (1) 産業構造審議会知的財産政策部会第10回商標制度小委員会「資料2」より
- (2) 産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会「報告書第13頁第5～6行」

(原稿受領 2005.8.8)