

地域団体商標制度の現状と考察

The present conditions and consideration of the Regionally Based Collective Trademark System

小 川 宗 一*
Soichi OGAWA

抄録 本稿は、施行後7年目に入った我が国の地域団体商標制度の利用状況・運用状況を紹介し、これらについて考察を加えるとともに、さらに、今後の課題についても言及するものである。

1. はじめに

平成18年4月1日に施行された「商標法の一部を改正する法律」(平成17年法律第56号)により地域団体商標制度を導入してから7年目を迎えている。平成18年11月10日に第1号として登録された青森県の「たっこにんにく」¹に始まり、これまでに本制度を利用して、全国の農産品、工芸品、温泉地などについて、個々の商品・役務名に地域名を冠したいわゆる「地域ブランド」が数多く商標登録されている。平成24年4月6日には、宮城県の「仙台いちご」が登録されたことで、登録件数が500件に到達したことが報じられた²。東日本大震災による津波被害では多くのいちご畑やハウス施設が壊滅的な被害を受けたが、現在では復興に向けた取り組みが進められているようである。東日本の各震災地では多くの地域産業が被災したが、これらの地域で登録になっている地域団体商標も少なくないので、これらが震災地の今後の復興の一助になってもらいたいものである。

本稿では、地域団体商標の登録例等を掲載した冊子「地域団体商標2011」(平成23年10月特許庁発行)や地域団体商標の「登録査定案件リスト」

や「出願状況」(特許庁ホームページ)等の特許庁が公表している情報、新聞報道、さらには、地域団体商標に係る出願や登録を巡る審判決例等³に基づいて、私なりに気付いた制度の現状のいくつかを紹介し、考察を加えることとする。

2. 地域団体商標制度の概要

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、事業者の信用の維持を図り、産業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て、自他商品(役務)識別性及び独占適応性の観点より個々の事業者が本来的に商標登録を受け得ない「地名及び商品・役務名からなる商標」等について、特定の組合が地域団体商標として商標登録を受けることを可能にするため導入されたものである。

具体的には、地域の事業協同組合や農業協同組合等(加入の自由が設立根拠法で確保されている

* 日本大学法学部・大学院知的財産研究科教授
Professor, College of Law/Graduate School of Intellectual Property, Nihon University

もの)は、「地域の名称+商品(役務)の普通名称・慣用名称」等からなる商標がその地域との密接な関連性を有する商品・役務に使用された結果、当該組合又はその構成員の商品・役務を表示するものとして一定の地理的範囲内で周知となっている場合は、全国的に周知となっていなくとも、地域団体商標として商標登録を受けることができるものである(商標法7条の2、以下条項のみの引用は商標法である)。

その上で、当該地域団商標については、当該地域内の事業者であれば商標権者である組合の構成員として(31条の2)、又はいわゆる先使用权者として(32条の2)、さらに、組合に加入しない新規参入者等は産地等を取引上必要な表示として付する等という形で(26条1項2号・3号)、広く使用が確保されるのに対して、当該地域以外の地域の事業者(本来、当該表示を使用することはできない、あるいは使用する必要のない事業者)は、商標権の効力の制約を受ける結果、原則として使用できなくするとしたものである。

3. 地域団体商標制度の利用状況

特許庁は、定期的に登録査定案件や出願案件を、そのホームページ上で公表をしている。

それによると、現時点(平成24年7月3日現在、以下同じ。)で、登録査定案件数は516件⁴である。また、出願件数の総計は1017件、出願中の案件は77件であるので、審査等処理済み案件は940件となると、そのうち登録査定案件数は516件であるので、424件は拒絶査定等により登録査定にならなかったものといえる。登録査定率は54.9%ということになる。

なお、出願件数の総計である1017件(内訳:18年度698件、19年度110件、20年度71件、21年度54件、22年度48件、23年度31件、24年度現

時点で4件)については、地域団体商標として登録を受け得る商標は周知性を獲得していることを要件とするなど、既に地域ブランドとしての実績をある程度有するものを対象としていることから、極端に大量の出願がなされることはないだろうと思われていた中で、予想よりやや多めの出願件数となっている。この制度に寄せる各地の期待の大きさを表すものといえる。年々漸減傾向を示しているのは予想どおりであり、各地の主たる地域ブランド品については、大方、出願(又は登録)をし終えたというところなのであろう。

出願件数ベースではあるが、産品別の内訳を見ると、農水産一次産品486件(47.8%)と工芸品・焼物等を含む工業製品248件(24.4%)で全体の7割以上を占め、その後加工食品120件(11.8%)、温泉49件(4.8%)、麺類37件(3.6%)、菓子32件(3.1%)、酒類20件(2.0%)と続く。

要件を充足して登録査定になった案件数(6年間余りで516件)を見てみると、一都道府県当たり平均11件となるので、ほぼ当初に予想した程度のもになっているのではないだろうか。この登録査定案件を都道府県別に見てみると、上位は、京都府59件、兵庫県31件、岐阜県28件、石川県27件、北海道19件、静岡県19件、東京都16件、福岡県16件、沖縄県15件、鹿児島県14件、福井県14件の順となる。伝統的な工芸品・食品が多く、かつ偽物に悩まされてきているという事情を抱え、行政・関係団体等の支援態勢の下で地域ブランド対策に熱心な地域を有する都道府県が上位に来ているものと推察される。

4. 地域団体商標制度の運用状況

地域団体商標制度の運用の状況を、前記した制度の概要に即しながら、見ていくこととする。

(1) 主体的登録要件に関して

(i) 全農による登録

現時点で、全国農業共同組合連合会（以下「全農」という。）による登録は23件（例えば、「岡山白桃」（指定商品：岡山県産の白桃）、「とやま牛」（同：富山県産の牛肉）⁵）、全農と地域の単位農協の共同名義による登録は6件（例えば、「伊勢茶」（同：三重県産の緑茶）、「近江牛」（同：滋賀県産の牛肉））がある。

地域団体商標制度の趣旨からみて全国組織である全農が権利主体となることに疑問を呈する声や⁶、全農の構成員は各地の単位農協であるので、単位農協の構成員である農業従事者は構成員になり得ないとする問題点の指摘⁷もある。

これについては、全農は法人格を有しているが、各県本部や支部には法人格がないので、本部である全農名で登録を受けざるを得ないケースもあること（上記全農による登録例の指定商品の表示からも伺えるように、単位農協の範囲を超えて広く県内全域の農業従事者によって使用されているケースも多い）、その場合であっても、当該組合の規則に定めるところに従った使用となるので（31条の2第1項）、全国の単位農協や農業従事者のすべてが自動的に使用できることになるわけではないこと、さらには、全農については、その事業を行うに当たって、直接構成員である単位農協等のみならず、間接構成員である単位農協の組合員も構成員である組合員として扱われることとなっているので（農業協同組合法10条）、単位農協の構成員である農業従事者を全農の構成員として扱うこととしている特許庁の運用⁸には、問題はないように思われる。ちなみに、全農自身が、加入の自由が定められている団体であることは勿論のことである（同法20条）。

(ii) 海外の組合による登録

海外の事業者組合であっても、内外無差別の原則に基づいて、地域団体商標の登録を受けることができるとしたものの（7条の2第1項「これに相当する外国の法人」）、法体系の相違もあり、上記したような主体的要件（とりわけ、設立根拠法があること、及びそこにおいて加入の自由が規定されていること）の充足については、当初困難が予想された。この点については、特許庁では、各国法制の実状を考慮することとし⁹、実質的にそれらの要件が担保されている枠組があると確認できれば登録を認めるという弾力的な運用が行われているようである。例えば、設立根拠法等が存在しないような場合でも、当該国で出願人を管理監督する官庁（これに準ずる機関を含む）が、設立根拠法の不存在、及び出願人が加入の自由のある組合であることを証明すること等により、実質上要件を充足するものと扱うこととしているようである。それにより、現在、「PROSCIUTTODIPARMA」（指定商品：イタリア国パルマ地方産のハム）、「カナダポーク」（同：カナダ産の豚肉）、「鎮江香醋」（同：中国の鎮江産のもち米を用いて鎮江地区で製造された食酢）の3件の海外案件が登録されており、今後も登録例が出てくることが予想される。海外の事業者組合についてのこのような弾力的運用は評価できるところ、今後国内の事業者組合についてもそのような運用を考慮すべきケースが出てくるかもしれない。

ちなみに、「鎮江香醋」の登録案件は、マドリッド協定議定書に基づく国際商標登録出願（基礎登録は中国）に係るものであるもので、中国では「地域の名称+商品の普通名称」からなる商標でも登録になるのかと思いきや、通常の商標ではなく団体商標として登録されていたので合点が行った。これが、国際標準の本来の団体商標制度であり、

我が国の団体商標制度（7条）が異質であるということである¹⁰。

(2) 客体的登録要件に関して

(i) 商標の構成

地域団体商標として登録を受けうる商標の構成は、「地域の名称」（商品・役務と密接関連性を有するもの）に商品（役務）の「普通名称」若しくは「慣用名称」を結合させたもの、又はこれらに「商品の産地等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」を結合させたものでなければならないところ（7条の2第1項1号～3号、2項）、特許庁関係者が施行前に想定した例¹¹以外にも多様な登録例が見られる。（以下、この項において、カッコ書きは指定商品・役務、アンダーラインは筆者）

① 商標中の「地域の名称」が「現在の行政区画単位の名称」以外の登録例

- 旧地名：「江戸甘味噌」（東京産の甘味噌）
- 旧国名：「伊勢うどん」（三重県産のうどんのめん）
- 海域名：「明石鯛」（明石海峡又は明石沖で漁獲された鯛）
- 河川名：「四万十川の青のり」（四万十川産の干し青のり）
- 湖沼名：「琵琶湖産鮎」（琵琶湖産の鮎の稚魚）
- 湾名：「駿河湾桜えび」（駿河湾産桜えび）
- 漁港名：「松輪サバ」（神奈川県三浦市松輪漁港で水揚げされた一本釣の鯖）
- 峠の名称：「十石みそ」（十石峠のある群馬県上野村地域で製造された麦みそ）
- 地名略称：「関あじ」（佐賀関産のあじ）

② 商標中の「地域の名称」が、「商品の産地」以外で、商品との密接関連性を有する登録例

- 「びんご畳表」（広島県福山市及び尾道市で生産又は加工された畳表）¹²
- 「はぼまい昆布しょうゆ」（歯舞産の昆布を原材料とする昆布だしを含有するしょうゆ）
- 「本場大島紬」（奄美大島に由来する製法により生産された紬織物など）

③ 商標中に商品の「普通名称」が含まれている登録例

地域団体商標として登録になっているものの多くは、地域の名称に商品の普通名称を結合させたものであるが、この普通名称には、商品の一般的名称の他に、次のとおり、普通名称化した元品種名や普通名称の略称・俗称等も含まれる。

<普通名称化した元品種名の例>

- 「大正メークイン」（北海道帯広市大正本町・大正町などにて営農する組合員により生産されたメークイン種の馬鈴薯）
- 「山形おきたま産デラウエア」（山形県置賜地区産のデラウエア品種のぶどう）
- 「東条産山田錦」（兵庫県加東市の東条地域で生産された醸造用の山田錦の玄米）
- 「加西ゴールデンベリーA」（兵庫県加西市産のぶどう）
- 「三次ピオーネ」（広島県三次産のピオーネ品種のぶどう）
- 「なると金時」（徳島県鳴門市・徳島市・板野郡産の金時さつまいも）

<普通名称の略称の例>

- 「尾張七宝」（尾張地方で生産された七宝焼のネクタイピン・ペンダント・皿・つぼ・椀・花瓶など）

- ・「飛騨春慶」(飛騨で生産される春慶塗りの小タンス・収納用の箱・食器類・盆など)
- ・「飛騨のさるぼぼ」(飛騨地域に由来する製法により飛騨地域にて製造されるさるぼぼ人形)
- ・「西陣御召」(京都市西陣地域に由来する製法により京都市及びその周辺地域で生産された御召縮緬織物・御召縮緬織物を用いた和服)
- ・「紀州うすい」(和歌山県産のうすいえんどう)
- ・「能州紬」(石川県の能登地域で生産された紬織物, 紬織物の帯・長着)
- ・「小千谷縮」(新潟県の小千谷地域に由来する製法により小千谷市及びその周辺地域で生産された縮織物など)
- ・「琉球紜」(沖縄県に由来する製法により沖縄県島尻郡南風原町で生産された紜織物)
- ・「有松鳴海絞」(愛知県の有松・鳴海地域に由来する製法により愛知県で生産された絞り染織物・それを使用した和服)

<普通名称の俗称・別称・方言等の例>

- ・「嶽きみ」(青森県嶽地区で生産されたとうもろこし)
- ・「群馬の地酒」(群馬県産の清酒)
- ・「若狭ぐじ」(若狭湾で漁獲されたアカアマダイ)
- ・「万願寺甘とう」(京都府舞鶴市万願寺地区を中心とした舞鶴地方産のとうがらし)
- ・「結崎ネブカ」(奈良県川西町結崎地区及びその周辺で生産されたねぎ)
- ・「和歌山ラーメン」(和歌山県産のスープ付き中華そばのめん)
- ・「神戸ビーフ」(兵庫県産の和牛の肉)
- ・「下関ふく」(山口県下関市南風泊で水揚げされて身欠き処理されたとらふぐ)
- ・「宇和島じゃこ天」(愛媛県宇和島市又は北宇和郡産の小魚のすり身を主原料とした揚げかまぼこ)
- ・「宮古上布」(沖縄県宮古島市・宮古郡多良間村で生産される麻織物)
- ・「武州正藍染」(埼玉県羽生市・加須市・行田市で生産された埼玉県武州地域に由来する正藍染を施した織物, これを用いて羽生市・加須市・行田市で生産された手ぬぐい・座布団カバー・ティージャケットなど)
- ・「備前焼」(岡山県備前市及びその周辺地産の陶器製酒器・茶器・食器類・花器・置物)
- ・「輪島塗」(石川県旧輪島市において漆塗り工程が行なわれた皿・重箱・茶わん・ぜん・はしなど)
- ・「鎌倉彫」(鎌倉地方に由来する木彫刻及び漆塗りの技法により, 鎌倉市及びその周辺地域で生産された盆・皿・菓子器・椀・文箱・壁掛けなど)
- ・「豊岡杞柳細工」(兵庫県豊岡市及び周辺地域で生産された杞柳細工を施したこうり・柳・籐製のかごなど)
- ・「江戸切子」(東京地方に由来する製法により東京都江東区・墨田区・葛飾区・江戸川区及びその周辺で生産されたガラス製の徳利・盃・皿・グラスなど)
- ・「みえ豚」(三重県産豚肉)
- ・「十六島紫菜」(島根県出雲市十六島地区産の干しのり・のり)¹³

④商標中に商品・役務の「慣用名称」が含まれている登録例

<「商品の慣用名称」の例>

- ・「米沢織」(山形県米沢市内産の織物)
- ・「江戸甘味噌」(東京産の甘口みそ)
- ・「入善ジャンボ西瓜」(富山県入善町産のすい)

か)

- 「すさみケンケン鱈」(和歌山県すさみ町においてケンケン漁法により水揚げされた鱈)
- 「京の伝統野菜」(京都市・向日市などで生産されたみず菜、京都市・南丹市などで生産されたねぎ、京都市・亀岡市などで生産されたなす、京都市・宇治市などで生産されたとうがらし、京都市・綾部市で生産されたかぼちゃ、京都市・舞鶴市などで生産されたごぼう、その他)
- 「宮崎の本格焼酎」(宮崎県産の本格焼酎)
- 「知覧紅」(鹿児島県知覧町産のサツマイモ)

<「役務の慣用名称」の例>

- 「山代温泉」(石川県加賀市山代温泉内における温泉浴場施設を有する宿泊施設の提供・温泉浴場施設の提供)
- 「江戸切子」(東京都江東区・墨田区・葛飾区・江戸川区及びその周辺で行われる東京地方に由来するガラスの加工)
- 「横濱中華街」(横浜市中区山下町一帯における中華料理を主とする飲食物の提供)
- 「奥美濃カレー」(岐阜県奥美濃(郡上市)におけるカレーの提供)
- 「鴨川納涼床」(京都鴨川岸に夏季に設けられる床における飲食物の提供)
- 「京表具」(京都における書・画の軸装および額装、京都における書・画を襖・障子・屏風・巻物等に仕上げる為の表装加工)
- 「京仕立」(京都府における和服の仕立)
- 「京鹿の子絞」(京都府における布地の絞り染加工)
- 「京印章」(京都における印章の彫刻)
- 「保津川下り」(京都府保津川流域における遊船による旅客の輸送)
- 「出石皿そば」(兵庫県豊岡市出石町における皿に盛ったそばの提供)

⑤商標中に「商品の産地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」が含まれている登録例

- 「本場奄美大島紬」(奄美大島産の紬織物)
- 「富山名産昆布巻かまぼこ」(富山県内の地域で生産される昆布巻かまぼこ)
- 「苫小牧産ほっき貝」(苫小牧産のほっき貝)
- 「市川の梨」(千葉県市川市及びその周辺地域産の梨)

(ii) 周知性の要件

①周知性の意義

実際の審査において、一番多い拒絶理由は、「周知性の要件を充足しない」(7条の2第1項柱書)というものである¹⁴。

ちなみに、この周知性の要件は、「当該商標が特定の組合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、隣接県に及ぶ程度の需要者(及び取引者)間に広く認識されていること」が必要であり、その地域ブランド名自体はよく知られているものであるとしても、特定の組合又はその構成員の業務に係る商品・役務との認識が希薄である場合には、その要件を充足しないこととなる。

例えば、審判決例によれば、「喜多方ラーメン」(指定役務：福島県喜多方市におけるラーメンの提供)¹⁵、「京料理」(同：京都における日本料理を主とする飲食物の提供)¹⁶、「京生菓子」(指定商品：京都産の生菓子)¹⁷についての地域団体商標に係る出願は、いずれもこの周知性の要件を充足しないとして、登録に至らなかったものである。

一般的には、当該組合への事業者の加入状況が低調であったり、地域内の有力事業者が当該組合に加入していなかったりするような場合、地域内

に当該組合と同種の事業をする団体が競合していたりするような場合、当該組合員以外の者（アウトサイダー）が多数全国各地で使用しているような場合には、特定の組合又はその構成員の業務に係る商品・役務との認識が希薄となり、この周知性の要件を充足していないとされることが多くなる。

②複数団体による周知商標

同一地域において、同一の地域ブランドを複数の団体が使用している場合であって、それぞれが周知となっているときには、需要者に混同を生じさせるおそれがあるため、いずれも地域団体商標の登録を受けることはできない(4条1項10号)。

例えば、「鳴門わかめ」（指定商品：徳島県産の塩蔵わかめ）は、徳島県と兵庫県の双方の漁業協同組合が共同して周知にしたにもかかわらず、前者の団体のみが出願して登録されたところ、後者の団体からの異議申立があり、当該登録は同号に違反して登録されたものであるとして取消になっている¹⁸。登録取消第1号である。

なお、この場合、双方の漁業協同組合が共同して出願をすれば、これら複数の団体又はその構成員の業務に係る商品を表示するものとして周知になっているとして登録を受けうる可能性があると思われるが、その後共同での再出願はしていないようである。

ちなみに、実際に、複数の組合の共同名義にすることにより登録されている例も少なくない。「淡路島たまねぎ」（指定商品：淡路島産のたまねぎ）もその一つである¹⁹。また、現時点で、共同名義数の最多は、「松阪肉」（松阪農業協同組合外10組合）及び「松阪牛」（松阪肉事業協同組合外10組合）の11組合である。また、複数の都県の組合による共同名義の登録例としては、「江戸木目込人形」（東

京都雛人形工業協同組合、岩槻人形協同組合（埼玉県）や「本場結城紬」（本場結城紬卸商協同組合（茨城県）、茨城県本場結城紬織物協同組合、栃木県本場結城紬織物協同組合）がある。

③使用商標と出願商標の同一性

周知性の要件は、使用を前提としてその実績に基づいて認定されるのであるから、使用に係る商標と出願に係る商標は、実質的に同一であることが必要である。両商標の構成文字が異なるもの（例えば、出願商標：「京生菓子」に対して、使用商標：「京の生菓子」、「京都生菓子」、「京生菓子祭り」等²⁰）は、この同一性が認められない。7条の2第1項柱書の周知性の要件は、3条2項の要件を緩やかにしたものではあるが、この要件緩和は、識別力の程度（需要者の広がり乃至範囲と、質的なものすなわち認知度）についてのものであり、実際に商品に使用されていないものまで商標登録を認めるのは妥当でないからである。この点は、3条2項の要件についての運用と基本的に同じである。

ただし、特許庁の審査では、地域団体商標の場合には、構成文字が同一であれば両商標の態様の同一性は緩やかにするという点で、3条2項の要件よりも弾力的な運用がなされている。3条2項の適用においては、両商標の同一性は厳格に解釈されるべきものとされており²¹、したがって、同条項適用の登録例として標準文字による商標は極めて少ないのであるが、地域団体商標の登録例のうち標準文字による商標は、現時点で約75%を占めている。3条2項の場合には、「一事業者」の使用であるのに対して、地域団体商標の場合には、「複数の事業者（構成員）」による使用（したがって、同一の構成文字ながらも、それぞれの商標の態様は多少異なることが少なくない）であるという実態をも考慮したことに基づくものであり、評価しうる弾

力的運用といえよう。

(3) 地域団体商標に係る商標権に関して

(i) 商標権侵害訴訟

地域団体商標に係る商標権を巡る侵害関連訴訟についての新聞報道も散見されるようになってきている。

例えば、『石川県白山市の美川佛壇協同組合が、地域団体商標に係る商標権「美川仏壇」に基づいて、組合から除名された市内業者に、基準を満たさない商品に「美川仏壇」の使用をすることは侵害であるとして使用差止の通知をしたことに対して、当該業者が先使用権を主張するとともに業務妨害を受けたとして損害賠償を求めて金沢地裁で係争中』（読売新聞朝刊 2008.5.10）や、『博多織工業組合が地域団体商標に係る商標権「博多織」に基づいて、「博多帯」印の着物の帯を販売する東京の企業に対して、商標権侵害であるとして差止・損害賠償を求めて福岡地裁で係争中』（読売新聞朝刊 2011.5.17）等である。

(ii) 産地偽装事例

模造品の防止や地域振興などを目的として創設され、産地偽装や類似品横行を抑制する効果への期待から、出願（登録）件数が伸びてきている中で、地域団体商標として登録されている地域ブランドを巡る産地偽装事件も少なくない。地域団体商標制度の施行（2006年4月1日）以降に新聞報道された主な事件（日付順）を拾ってみると次のとおりである。

- 秋田県大館市の食肉加工業者が「比内地鶏」と偽って別の鶏肉を原料にした商品を出荷した事件（日本経済新聞朝刊 2007.11.5）
- 徳島県内の加工業者 13 社が、「鳴門わかめ」に中国産や韓国産を混ぜて販売した事件（読

売新聞大阪朝刊 2008.2.21）

- 愛知県一色町の「一色産うなぎ」権利者団体（漁協）自身が、台湾で成育したウナギに「一色産」と表示して販売した事件（日本経済新聞朝刊 2008.6.23）
- 大阪市の料亭が、提供牛肉を九州産牛肉にもかかわらず、「但馬牛」「三田牛」と偽って提供した事件（日本経済新聞朝刊 2008.6.27）
- 大阪市のウナギ輸入販売会社と神戸市の水産物卸会社が、中国産ウナギを「一色産」と偽り販売した事件（朝日新聞朝刊 2008.6.30）
- 岐阜県養老町の食肉卸販売業者が、「飛騨牛」について肉質等級を実際より格上の最上級に表示を偽って販売した事件（日本経済新聞朝刊 2009.2.14）
- 都内の焼肉店が、提供牛肉を他の国産和牛にもかかわらず、「但馬牛」「神戸ビーフ」と偽った事件（日本経済新聞朝刊 2009.4.1）
- 「淡路島たまねぎ」を商標登録しブランド化を進めてきている中で、兵庫県南あわじ市の食品加工販売会社が中国産タマネギを「淡路産」と偽って販売した事件（朝日新聞朝刊 2012.7.11）

これらの産地偽装事件については、不正競争防止法、JAS 法又は景品表示法違反に問われていることが報じられている。しかしながら、これらの中には、地域団体商標の登録後に行われた事件も少なくないようであるので、商標権侵害に問われてしかるべき事件もあったように思われる。

不正競争防止法による場合においては、事業者が差止請求・損害賠償請求等の権利行使をするときには誤認・混同等の立証の困難性等の機動性に問題があること、JAS 法や景品表示法の場合は、規制法であって、事業者が権利に基づいて主体的に差止請求・損害賠償請求をすることができるわけではない上に、JAS 法で原産地表示規制が可能なのは、原則として生鮮食品に限られ、その表示

も都道府県単位でよいということになっており、景表法もその表示が実際より優良なものであると消費者に誤認させるおそれがある場合の規制に止まるものであること等より、いずれも効率的・機動的な地域ブランドの保護という観点では十分なものではない。商標権に基づいて模倣品の排除をより機動的かつ確実にできるようにするために創設したのが地域団体商標制度であり、今後、上記のような事案が起きた場合には、地域団体商標に係る商標権侵害としての責任を問うケースも多くなるのではないかと思われる。

また、このような報道の中で驚くべきは、地域外ではなく地域内の事業者が産地偽装事件を引き起こしている事件が少なくないということである。本来ならブランド価値を守るべき側が信用を根底から揺さぶるような行為に手を染めたことには衝撃を覚える。

ちなみに、地域団体商標に係る商標権を有する組合の構成員は、指定商品について地域団体商標に係る登録商標の使用をすることができるとされているが、組合内部の規則においてその使用が特定の品質基準に合致した商品に限られるとされている場合には、これに反する使用は、構成員であっても商標権侵害となるのである(31条の2第1項)。

さらには、組合やその構成員自身が産地偽装等により商品の品質に誤認を生じさせるような不適切な方法で地域団体商標に係る登録商標を使用した場合には、取消審判請求による商標登録の取消の対象にもなりうるのであるが(51条, 53条)、幸いにも、現時点で、この取消審判を請求されている事案はないようである。

(iii) 譲渡禁止による商標権の再取得

地域団体商標に係る商標権は譲渡することができないとされている結果(24条の2第4項)、権

利者の組織変更(水産業協同組合法による組合から中小企業等協同組合法による組合へ)に対応するため、当該権利の取得のし直しを余儀なくされたという珍しい事案がある。「小田原蒲鉾」、「小田原かまぼこ」の両商標権がそれである²²。地域団体商標に係る商標権の譲渡を禁止したのは、地域団体商標について厳格な主体要件を定めた趣旨を没却することにならぬようにという理由に基づくものであるところ²³、上記のような事案自体極めて希有とすべきあり、権利の取得のし直しを余儀なくされたという事態が生じたことはやむを得ないものである。

(iv) 3条2項による商標権の再取得

地域団体商標制度は、全国的な周知性を獲得していなくても、一地域で周知な発展段階にある地域ブランドを保護しようとするものであり、登録後の徹底したブランド管理の下での使用継続により全国的周知性を獲得した暁には、3条2項の適用により、より効力が強い通常の商標権を取得することが可能であると言われている。今後そのようなケースが出てくることも期待される。

したがって、逆にすでに通常の商標権を取得している地域ブランドについて、改めて地域団体商標の登録を取得する必要性はないものと考えられているが、今般の登録例の中にはそのような考え方を覆すかのようなものも見出せる。「小城羊羹」(指定商品:佐賀県小城市及びその周辺地域産のようかん)がその例である。幾度かの試練を乗り越えて維持してきた商標権を有するにもかかわらず²⁴、同一の組合が、縦書き・横書きの違いはあるにしても、再度、重ねて地域団体商標の登録を取得するに至った真意は不明である。最近話題の「地域団体商標」として登録になったことを宣伝広告として利用したいということなのかもしれない。

(v) 中国における出願・登録問題

近年、中国において、我が国の都道府県名や政令指定都市名の他に、地域団体商標として登録されている地域ブランドが、第三者によって商標の出願・登録がされるという事例が跡を絶たない状況にある。そのような出願・登録の監視体制や、それを発見した場合の対応策（異議申立てや登録取消申請等）の確立も必要となるが、必ずしもその対応策が認められるとは限らないので、我が国の各地域の事業者団体が、今後、中国等で地域団体商標を使用した商品を流通させる可能性があるのであれば、その流通国において可能な限り早く当該地域団体商標についての登録を取得する等のブランド戦略を確立しておくことが肝要である。

ちなみに、JETRO 北京事務所の調査²⁵によると、「九谷焼」「美濃焼」「上野焼」等が中国企業により商標登録されているようであり、その一方で、「高岡銅器」「飛騨の家具」「関の刃物」「豊岡鞆」「本場奄美大島紬」等のように、我が国の商標権者が登録を受けている事例もある。

5. おわりに

(1) 地域団体商標制度の現状について

地域団体商標制度創設前には、一時期、地域の事業者が優先的に地域ブランドについて商標権を取得しうることに対して、飲料等の食品産業が制度創設に懸念を表明したこともあったが、地域の事業者といえども、使用実績に基づいた周知性がないと権利を取得できないこと（7条の2第1項）、第三者もいわゆる先使用权（32条の2）や産地表示（26条1項2号）により事実上使用が認められることも多いこととした制度設計により、杞憂に終わったようである。

地域団体商標制度の現在までの利用状況・運用状況を見ると、地域経済活性化に繋がる地域ブラ

ンド構築のために、各地域の本制度に寄せる大きな期待が伝わってくる。しかしながら、地域ブランド構築のためには、単に地域ブランドについて地域団体商標の商標登録を取得すれば事足りるというものではない。商標登録の取得は、地域事業者の意識を高めることの一助とはなるが、継続して地域イメージを向上させ地域経済を活性化させるためには、需要者の信頼や評価を得るために商品（役務）の品質（質）の基準・定義や商標の使用基準を明確にし、これを確実に保持すること、すなわち徹底した品質管理・商標管理も必須であり、これらについての組合員の意識を高めることも不可欠である。

前記したように、地域の内外で地域団体商標を巡って産地偽装事件が起きているので、これらの模倣品の流通の監視や情報収集（インターネット検索、卸・小売店や直売所の定期的巡回等）を行う体制の整備、模倣品を発見した場合の速やかな権利行使も重要である。

各地域が、その特色を生かし、自らの創意工夫によって、地域経済を活性化させる様々な努力が求められている中で、本制度が、各地域における地域ブランド化の取組みへのインセンティブとなり、その地域全体のイメージや認知度を高めることによって、地域経済の活性化、地方の再生、ひいては人々の心豊かな生活の実現のための強力な後押しとなることに期待をしたい。

(2) 地理的表示の保護の検討の動きの中で

今日、我が国は、EPA/FTA 交渉においても地理的表示の積極的な保護が求められてきており、さらには近い将来に参加が予想される PPT 交渉でも同様のことが求められる可能性があることをも視野に入れ、種々の対応策についての検討が始まっている。

すなわち、現在の地域団体商標制度では地理的表示の保護には不十分な点があるということを前提にして（地域団体商標制度は、Trips 協定上の地理的表示の保護を目的としたものではない）、例えば、特許庁では地理的表示の積極的な保護を商標法に証明商標制度を導入することによって図とした場合の制度のあり方について検討が行われており²⁶、農林水産省では農林水産物や食品についての地理的表示保護制度の導入について検討が行われている²⁷。

そのような動きの中にあって、一方で、地域団体商標制度自体の改善について言及するものもある。

地域経済の活性化という観点では、その旗振り・音頭取りをする地方公共団体の役割は大きいとして、地方公共団体自身が地域団体商標の権利主体になれないことについての問題を提起するもの²⁸や、今般の東日本大震災の復興支援政策の一環としてではあるが、特例的に、保護に値する地域ブランドを有する主体（地方自治体、社団法人、財団法人、NPO 法人、商工会議所、商工会等）に対しては、その主体的要件を緩和すべきとする提案²⁹もある。

しかしながら、地域団体商標制度は、団体商標制度の仕組みを利用したもの、すなわち同業者の構成員で組織される組合がその構成員に使用をさせるために商標登録を受けることを前提としたものである³⁰ので、団体商標制度の枠組みを残したままで、上記のような主体的要件の緩和に関する制度改正は困難である。

なお、主体的要件の緩和に関して、現在、海外の事業者組合について行われている前記したような弾力的な運用を、今後国内の事業者組合についても適用できるようにするための制度の見直しは可能であるように思われる。

また、地理的表示の保護強化を図るという観点で、「地域の名称」のみからなる商標であっても地域団体商標として登録できるようにすることも考えられるとするものもあるが³⁰、地域団体商標の制度設計においてこれを登録の対象としなかったのは、これを認めると同一地域内において他の類似の商品を生産・販売する者による地域の名称の使用を過度に制約することになる弊害を懸念したものである³¹、この懸念を払拭する術がない限り、現行制度の下では困難であるように思われる。

ちなみに、前記したように、現時点で審査等処理済み案件中、45.1%に当たる 424 件は登録査定にならなかったものであるところ、その中には、利用者側の制度内容の未習熟に原因があるものもあるであろうし、場合によっては、制度や運用の改善を検討する余地もあるかもしれない。特許庁では、平成 20 年度に地域団体商標に係る出願動向調査を行っているが³²、各地の地域ブランド品についての方について出願（登録）されたといえるこの時点で、是非とももう一度その内容の分析（とりわけ、登録査定にならなかった案件について）をして欲しいものである。

注)

- ¹ 本稿では、数多くの「登録例」を掲げたが、その登録番号は、紙数の制約もあり、特許庁 HP・IPDL で容易に確認可能なので省略した。
- ² 経済産業省 NewsRelease 平成 24 年 4 月 11 日、朝日新聞朝刊平成 24 年 4 月 12 日
- ³ 地域団体商標に係る出願や登録を巡っては、平成 24 年 6 月末現在で拒絶査定不服審判の審決が 6 件、登録異議申立の決定が 2 件、審決取消訴訟の判決が 1 件出ている。
- ⁴ この中には、一出願多区分制度を利用せずに同一商標を異なる区分の商品について同日に複数の出願をしているケース（「小千谷縮」「小千谷紬」「駿河漆器」）、同一商標を異なる区分の役務について後日に出願を追加しているケース（「下呂温泉」「道後温泉」）、同一商標を同一の区分内の他の役務について後日に出願を追加しているケース（「川辺仏壇」）、区分だけでなく出願人も相違しているケース（「美濃焼」）、区分だけでなく商標の

- 読みを異にするケース（「但馬牛」）など、同一商標についての複数登録が含まれる。また、後日に登録が異議申立により取消になったケース（「鳴門わかめ」）も含まれている。
- なお、一度登録になった後で、異なる区分の役務を追加するため（「黒川温泉」）、又は指定商品の生産地域を拡大するため（「三ヶ日みかん」）に、それぞれ先の登録を放棄した上で、再出願して再登録されているケースもあるが、これらについては、先の登録はこの案件からは除かれている。
- 5 特許庁審決平成 22・6・15, 不服 2008-5960 (特許庁 HP・IPDL)
 - 6 古関宏「商標法概論—制度と実務—」42 頁 (法学書院 2009 年)
 - 7 平成 18 年度商標委員会・座談会「地域団体商標出願が開始されて」23 頁 (日本弁理士会 パテント 2006 Vol.59 No.8)
 - 8 特許庁編商標審査便覧 47.101.10「地域団体商標に係る団体の構成員について」(発明協会 2007 年)
 - 9 特許庁編商標審査便覧 47.101.01「地域団体商標登録出願に係る主体的要件について」4. (発明協会 2007 年)
 - 10 拙稿「団体商標と産地表示」37 頁～51 頁 (特許庁商標懇談会 商標懇 Vol. 20 No. 76)
 - 11 特許庁商標課編「商標審査基準 [改訂第 9 版]」73～77 頁 (発明協会 2007 年)
 - 12 特許庁異議決定平成 21・12・7, 異議 2009-900024 (特許庁 HP・IPDL)
 - 13 特許庁審決平成 20・11・27, 不服 2008-101 (特許庁 HP・IPDL)
 - 14 特許庁編「地域団体商標 2011」(平成 23 年 10 月) 11 頁
 - 15 知財高判平成 22・11・15 判時 2111 号 109 頁 (平成 24・1・31 上告不受理)
 - 16 特許庁審決平成 21・3・30, 不服 2008-14424 (特許庁 HP・IPDL)
 - 17 特許庁審決平成 20・8・22, 不服 2007-25090 (特許庁 HP・IPDL)
 - 18 特許庁異議決定平成 21・7・21, 異議 2008-900188 (特許庁 HP・IPDL)
 - 19 特許庁審決平成 22・10・26, 不服 2009-12251 (特許庁 HP・IPDL)
 - 20 17 に同じ
 - 21 東京高判平成 15・4・21「TAHITIAN NONI」事件 (最高裁 HP), 知財高判平成 19・4・10「スピードクッキング」事件 (最高裁 HP)
 - 22 「小田原蒲鉾」「小田原かまぼこ」については、当初、「小田原蒲鉾水産加工業協同組合」(水産業協同組合法に基づく)が地域団体商標に係る商標権を取得したが、構成員数の充足要件を満たさなくなったため、「小田原蒲鉾協同組合」(中小企業等協同組合法に基づく)を新たに設立し前者の活動を継続(組員は前者と共通)することとしたものの、当該商標権については譲渡ができないため、前者は当該商標権を放棄し解散をするとともに、後者は再出願をし再登録をするに至ったものである。再登録に際しては、新組合発足以後の使用に基づき新組合又はその組員の業務に係る商品を表示するものとして周知に至っていることを改めて立証することが必要になったのは言うまでもない。ちなみに、前者が有して
- いた他の団体商標に係る商標権（「囟+小田原蒲鉾」）については、24 条の 3 第 2 項に基づき、後者に譲渡されている。
- 23 特許庁編「工業所有権法逐条解説 [第 18 版]」1292 頁 (発明協会 2010 年)
 - 24 旧々法時に、一度は慣用標章として認定されたものの (大正 9 審判 4056), 旧法時になって、使用による顕著性取得が認められて団体標章として登録され (旧 43 類羊羹), その後の登録無効審判 (昭 34 審判 44・慣用標章であるとの申立てを受けたが不成立) も乗り越え、現行法制定時に「新法による商標権となった」ものとみなされ (商標法施行法 3 条 1 項), その後幾たびかの更新手続を重ねて、平成 16 年に指定商品を「30 類羊羹」に書換登録をした上で、現在もなお存続中である。
 - 25 日本貿易振興機構北京事務所「中国における日本の地名等に関する商標登録出願について (特許庁委託事業)」(2011 年 6 月 10 日) (http://www.jetro-pkip.org/upload_file/201106101337001.doc)
 - 26 平成 22 年度特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書「地理的表示・地名等に係る商標の保護に関する調査研究報告書」(財団法人知的財産研究所 平成 23 年 2 月), 平成 23 年度特許庁産業財産権制度問題調査研究報告書「商標法における認証・証明マークの保護の在り方に関する調査研究報告書」(一般財団法人知的財産研究所 平成 24 年 2 月)
 - 27 地理的表示保護制度研究会 (農林水産省 HP, <http://www.maff.go.jp/j/kanbo/tizai/brand/index.html>)
 - 28 久保次三「新『地域団体商標』制度と地方公共団体—新制度の概要と今後の課題—」18 頁 (鹿児島大学法学論集 Vol.40 no.1 鹿児島大学 2005 年)
 - 29 鈴木信也「多面的な地域ブランドの保護と地域振興政策の提案」40 頁 (東和知財研究 4 巻 1 号 東和知的財産研究所 2012 年 2 月)
 - 30 江幡奈歩「地理的表示の証明商標制度による保護の可能性について—地域団体商標制度との比較の観点から—」14 頁 (知財研フォーラム夏号 一般財団法人知的財産研究所 2011 年 8 月)
 - 31 特許庁編「工業所有権法逐条解説 [第 18 版]」1241 頁 (発明協会 2010 年)
 - 32 特許庁「平成 20 年度商標出願動向調査報告書—地域団体商標に係る出願戦略状況調査—」(平成 21 年 3 月)