

# 「地域ブランドの保護について」(案)に対する中間意見

平成17年1月7日  
日本弁護士連合会

平成16年12月10日付、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「地域ブランドの保護について」(案)(以下「報告書案」という。)について、下記のとおり、意見を述べる。

なお、報告書案自体が流動的であって、制度設計が固まっていないこと、及び「地域ブランド」の商標登録制度について一部産業界におけるニーズが認められるものの、下記に述べるような種々の問題点が存在することから、制度自体への賛否は留保し、問題点の指摘にとどめる。

## 記

### 1. 結論

「地域ブランド」の概念は、従来の識別力を根拠とした「商標」の概念とかなり異質なものであり、権利主体の要件や権利の効力について、特別な扱いが必要とされる。特に、「地域ブランド」の創設により排除される者(以下「アウトサイダー」という。)との利益の調整措置や需要者の混乱回避措置が不可欠であり、かなり複雑な制度設計が必要となる。またその適正な運用には、公共側も民間側も相当な社会的コストを負担しなければならないであろう。そのうえで、このようなデメリットとコストを上回る社会的便益が生じるようなシステムでなければならないと考える。

現段階の案の骨子は、EUのシステムを参考にしたものと思われるが、わが国とは、歴史的背景、社会的需要、関与者の態様などの差異があるので、それを十分に勘案した検討が必要であると考えます。

よって、「地域ブランド」の商標法への導入にあたっては、上記の点を踏まえた検討が望まれる。

### 2. 検討

以下、報告書案中で提示されている要件毎に問題点を検討する。

#### (1) 保護対象

実際のニーズを踏まえ、現在、第3条第1項第3号の規定により登録できない商標のうち、「地域名」と「商品(役務)名」のみの組合せからなる文字商標を対象とする。

上記のように保護対象を「地域名」と「商品(役務)名」のみの組合せに限ることにつ

いては、概ね妥当と思われる。これは、判断基準もさほど困難ではなく、立法需要を相当程度カバーし得るとと思われるからである。しかし、下記のように、「地域ブランド」を特定の者に独占させることには、看過し難いいくつかの問題点がある。

(地域以外の者の参入が問題となるケース)

報告書案中で議論されている「地域ブランド」とは、識別力がない又は地域的にしかないにもかかわらず、特定の団体に対し、排他的独占権を認めるものであるが、その理論的根拠は、特定の要件の下に登録が認められる団体商標として、識別力の発生が具体的蓋然性をもって予測される商標であると位置づけるもの、ということができる。しかし、このような団体商標は、特定の団体に対し全国的な独占的排他権を認める結果、特定地域以外の者の参入を排除することになる点に問題がある。

具体的には、問題となり得るケースとして以下のようなものが考えられる。

- イ． 本社は地域内にあるが、製造工場が地域外にある場合等、商品または役務の生産又は流通の一部のみにしか地域性が関与しない場合の取扱い（保護の対象が不十分または実態との落差が生じるケース）
- ロ． 本社の移転、工場の拡張、環境の変化に伴う適地の変化等、生産と流通の変化に伴うケースの取扱い（時間的变化に即応できない又は逆作用するケース）
- ハ． 複数地域間の同一又は類似の地域ブランドの取扱い（報告書案17頁の例示のように、先願主義を単純に適用することでよいのか。調整不全となるケース）

(地域内での関係者間の調整が問題となるケース)

地域ブランドは、もともと地域内で複数の者が使用可能なブランドを、特定の者の単独所有とすることを肯定することを意味する。従って、そのプロセスにおいて、排除や脱落の可能性が生じ得るので（イ、ロ）その救済に配慮する必要がある。また制度趣旨に反する利用が行われる事態（ハ）についても検討する必要がある。

具体的には、問題となり得るケースとして以下のようなものが考えられる。

- イ． 権利団体に参加していない者であって、品質が同等なものを生産・流通するケース（多数者による少数者の排除または支配のケース）
- ロ． 権利団体に参加している者であって、品質が異なったものを生産・流通するケース（異端や変化を阻むケース）
- ハ． 権利団体を形成しない個人又は単独企業のみが生産・流通を行っているケース（制度趣旨に反する事態が生じるケース）

以上の問題点は、下記の登録要件等を決定する際に、以下のとおり、十分配慮されるべきである。

(2) 地域団体商標制度の登録要件

主たる登録要素（主体の要件の意味と思われる。）

上記の商標を登録できる者については、諸外国の立法例を勘案すれば、団体商標に

よる保護（「地域団体商標」としての保護）を基本として検討していくことが適当ではないか。

地域ブランドを団体商標として制度設計することを前提にした場合、主体の要件は、最も重要な要件の1つであると考えられる。これを不用意に拡大すると、大きなリスクを招く一方、厳格すぎると、本制度を設けた趣旨を実現できなくなる。いうまでもなく、その間の適切なバランスが重要である。

その意味で、主体となる団体は、原則として公共的な立場の者か、少なくとも排他的独占権を取得するに足る団体でなければならないが、そうであるかぎり、それは、生産活動業者団体、加工業者団体、サービス提供団体等内容を問わず、地方公共団体、株式会社等とし、法人格所有の形式を問わないものとしてはどうか。

しかし、当該団体は団体作成の規則を有すべきであり、その中には、(a) 団体商標の管理条項、(b) 団体構成メンバーになり、かつ、メンバーであることに係る条項、(c) 団体に対する参加条項、(d) 商標の使用に関するメンバーの権利、義務、責任に関する条項、(e) 団体から脱退することの条項、団体商標の不正使用に関する制裁に関する条項、(f) 当該団体の所在する地域から離れた場合の処遇に関する条項、(g) 団体の解散・消滅に関する条項、(h) その他適正を確保するための手続に関する条項がなければならない。ただし、特許庁は、これらの条項の有無について審査しなければならないが、内容及びその真実性について審査する義務はない、と解することになるのか。

上記の点に鑑み、報告書案に示された要件を以下のとおり検討する。

なお、地域ブランドは地域の生産者等の集合体としての識別力を認めるものだとすると、団体商標として上記の商標を登録できる要件としては、団体商標のうち一定の条件を満たす場合に限定することも検討する必要があるところ、このような要件としては以下のようなものが考えられるのではないか。

案1 周知性の要件

(略)

案2 数量的な要件

(略)

案3 数量的な要件又は周知性の要件

(略)

案1「周知性の要件」について

本来代表としての正当性の要件と周知性の要件は、本質的に全く異なる概念であり、

排他力付与の正当性の根拠として、周知性の要件が十分条件といえるかは検討を要する。なお、以前（12月2日付）の報告書は、この「周知性の要件」の「周知」とは「商標自体の周知性ではなく、主体の周知性」であるとしていたが、今回は商標自体の周知性を要件とするという趣旨であると思われるので、その点を明確にしておくべきである。

なお、理論面とは別に、政策的に「地域ブランド」のストック化や放置を防ぐために、「地域的に相当程度知られている使用」を要件とすることも考えられるべきであろうが、立ち上がり段階の地域ブランドの保護のあり方についても十分検討すべきであろう。

## 案2「数量的要素」について

数量的な要素を要件とするなら、アウトサイダーとの利害調整措置が十分に機能することを前提に、過半数でなくともよいのではないかという考えもあり得る。

### 対象となる商品（役務）の要件

地域団体商標については、使用される商品（役務）の生産等の範囲や品質等の基準について、出願の際に明らかとなっており、今後商標が使用されるに当たり公開されるもの（閲覧が自由であるもの）であることを要件とすべきかどうか。

地域ブランドを単独所有とする以上、当然その管理について妥当性の確保が不可欠であり、そのためには、明確かつ合理的な基準を定め、かつこれに基づく運用がなされるものでなければならない。さらに運用の適正さは、実体面のみならず、不服申立手続等を含め手続面からも、保証されているべきである。これらを確保するために、団体の規則の内容は公開され（例えば特許庁に具え置く）かつ、その存在が商標登録の要件とされるべきである。

### その他の登録要件

（ ）上記以外に当該主体が自由に加入できる団体であること、当該団体が商品の品質の管理をしている団体であること等、地域団体商標の登録に当たり付加的な要素が必要かどうか。

（略）

（ ）地域団体商標であっても、第3条第1項第1号に該当する普通名称である場合や、他人の周知商標と類似している商標、商品の品質又は役務の質を誤認させるおそれがある商標等、第3条第1項及び第4条第1項の要件を満たさない場合には、登録ができない。

( ) 公共の財というべき地域ブランドを特定の団体が単独所有とするプロセスにおいて、参加可能性のある者に、その単独所有の主体の一員となり得る機会を確保することが求められよう。参加の形態は様々であるから、特許庁が内容を審査するのは不可能であると考えられるが、少なくとも、条項の存在は審査すべきものとする。

(ii) その他の登録要件も当然のことと思われる。

### (3) 登録された地域団体商標に係る商標権の効力

#### 正当な使用者への効力制限

地域団体商標に係る商標権は、これを正当に使用する第三者には及ばないこととする。

- ・ 正当な使用とは、例えば、地域団体商標が示す地域内で生産されたものであるかどうか、生産された商品が団体が定めた基準を満たしているかどうか、団体構成員が基準を遵守しているかどうか、等の点を総合的に考慮の上判断されるものとする。

「地域団体商標は、これを正当に使用する第三者には及ばないこと」とすることは、当然であるが、実際上それが「正当な使用」か否かを判断するのは相当な困難が予想される。

第一に、「正当な使用」という抽象的な文言では、合法と違法の予測可能性が、特に通常のビジネスの場面で難しくなるのではないかと。もちろん通常の訴訟においても権利濫用などにより権利行使が制約されることはあるが、それは極めて例外的事態であり、本件のように多くの例外が考えられるケースにおいては、「正当な使用」という抽象的な文言のみでは不確実にすぎるとと思われる。従ってEUの基準等を参考にして、基準の一層の明確化が望まれる。

第二に、「正当な使用」といえるか否かは裁判所の判断事項であるが、基準自体が正当か否かについて、裁判所が判断することになるのか否か、判断するとなると更に何を基準に「正当性」を判断するのか、極めて困難な問題が生じる。逆に、裁判所までその判断をしないとなると、実質的な「正当性」が担保されなくなるのではないかと。団体の自主性を尊重して、公序良俗に反するようなケースのみ違法、無効となるのか、それによいのか等々を検討しておくべきである。

第三に、権利主体が定めた使用基準への適合性をその判断の要素とすると、結局、多数派が恣意的基準を設定することにより、少数派を排除する、又は反対や分裂を許さないように、商標の使用禁止という強力な手段でコントロールする道具に墮することになりはしないか。この点は、まさに「地域ブランド」の最大の問題点の一つであろう。しかし、商標は、それ以上に、公衆に対する商標の品質保証機能（品質の同等性）が本質である。これがなくなれば、結局商標としての存在意味を失うのではないかと。仮に産地の表示機能にすぎないとするなら、それは商標ではなく、単なる産地標識ではないか。そのように考えると基準へのミニマムの適合性は「正当な使用」の判断にはやはり必要であろう。

#### (4) 団体商標権の取消・無効

団体が主体要件を満たさない場合や登録要件を満たさない場合等には、通常の商標と同様に無効や取消を請求できる制度を整備しておくことが適切ではないか。

例えば、異議申立て事由や無効審判の請求事由として、団体が主体要件等の登録要件を満たさない場合、及び、団体商標が登録要件を満たさない場合を追加すること、無効審判の請求事由として、事後的に団体が主体要件を満たさなくなった場合を追加すること等について検討が必要ではないか。

団体が、主体要件を充たさない場合や登録要件を充たさなくなった場合には、無効や取消が観念されるのは当然である。しかし、実際に争点となることが予想される商標使用管理基準について、報告書案19頁によれば、特許庁の「審査官は基準の内容の審査は原則として行わない」とされているので、この点は無効・取消原因にもしないという趣旨と解される。そうすれば、これは審決取消訴訟においても同様と考えざるを得ないであろう。そうすると終局的に管理基準の内容の不当性は争えないことになるが、このような扱いとなるのか、明確にされる必要がある。

以上