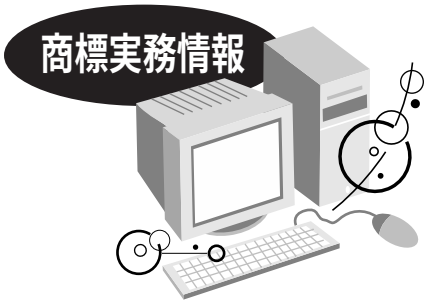

商標法における地域ブランドの保護について

佐藤　真理

地域ブランドの設立がブームのようです。食の安全性に対する消費者の関心の高まりや、JAS法改正による食品の原産地表示の義務付けに加え、未だ衰えないグルメブームによって一部の地域ブランド商品が爆発的な売り上げを上げていることも背景にあるのでしょう。また、地域経済の活性化に繋がるのではないかとの期待もあり、地方自治体をも巻き込んだブームになっているようです。

このような状況の下、地域ブランドを商標登録したいというニーズが高まってはいますが、現行商標法では、そのニーズを十分に満たすことが難しい状況にあります。

そこで、昨年10月以来、地域ブランドを商標法においてどのように保護すべきか商標制度小委員会において検討が重ねられ、去る2月18日にその報告書が公表されました。

そこで、今回は、地域ブランド保護の観点から現行商標法の問題点と、今後予想されるの法改正の方向性について解説します。

現行商標法における地域ブランド名の保護

地域ブランド名の事例を見ると、その多くは、「地名」＋「商品（役務）名」からなるものが採択されていますが、このような商標は、現行商標法においては、原則的には、第3条第1項第3号に該当するとされ、登録が認められません。

但し、①「地名＋商品名」だけでなく、識別性のある他の文字や図形を組み合わせた場合、又は②識別性のない文字商標であったものが、使用の結果、出所表示機能を獲得した場合（第3条第2項）には登録が認められています。

そこで、実際の登録例をいくつか紹介します。

①　識別性のある他の文字や図形を組み合わせた登録例

登録第4625235号
権利者 松阪市
指定商品 松阪牛の肉等

登録第4224361号
権利者 草加煎餅協同組合 /草加地区手焼煎餅協同組合
指定商品 せんべい

②　第3条第2項適用による登録例

●「宇都宮餃子」登録第4546706号
権利者 協同組合 宇都宮餃子会
指定商品：ぎょうざ他

●「富士宮やきそば」登録第4803585号
権利者 NPO法人まちづくりトップランナーふじのみや本舗
指定商品：やきそばのめん等

問題点

このように、現行商標法下においても地域ブランドが商標登録されていますが、①の場合には、識別性ある図形部分を変えて便乗使用しているような者に対して有効な対策がとりにくく、又②の場合は、周知性を獲得するために、多大な労力が必要であるところ、周知性を獲得し登録が可能となる前に、他人に便乗使用される恐れがあり、十分な保護が難しいという問題があります。

法改正の具体的方向

上記問題点の解決と、権利主体となる者と第三者との利益調整を図る必要から、以下のような方向で法改正がされる見通しです。

①商標の構成

●地域名＋商品（役務）名からなる文字商標であり、使用された結果、特定の者の商品等を表示するものと一定範囲の需要者に認識されるに至ったもの

これは、先の問題点を解決するため、要求される周知性のレベルを第3条第2項の場合より緩和し（例えば、近隣都道府県に及ぶ程度）、更に、文字商標での登録とすることで、便乗使用者に対し有効な対策がとれるよう考えられたものです。

②権利主体となりうる者

●事業者を構成員とする団体で、加入の自由性が担保された団体

これは、地域ブランドは、地域事業者が協力して取り組むものであり、特定者に権利を独占させるのは妥当ではなく、また団体構成員以外の者の使用可能性を担保する必要があるとの考えによるものです。

③権利の効力

●団体非構成員の先使用権を認める
●商標権の移転・専用使用権の設定を制限
●異議申立・無効審判及び取消審判制度を規定

最後に

今回は食品を例にあげましたが、伝統工芸品についても同様に取り扱われます。

改正案は、今通常国会にも提出され、平成18年4月1日施行予定のようです。今後の動向に注目したいと思います。

以上