

# 地域ブランドを保護する地域団体商標制度と 地理的表示法<sup>1)</sup>

才原慶道

地域経済の活性化の一環として、地域ブランドの構築が叫ばれて久しい。ところで、本学は、その名が示すとおり、商科系の単科大学であり、筆者の担当している「知的財産法」の授業には、筆者の所属する企業法学科の学生のみならず、多くはないものの、商学科などの他の学科の学生も履修することがある。そこで、そのような学生が関心を示すかもしれない、地域ブランドを保護する地域団体商標制度と地理的表示法<sup>2)</sup>の概要について、その授業の教材の一つとして使用することも意図して、本稿を執筆することにした。

## 1. 商標法<sup>3)</sup>

### (1) 3条2項

商標は、それが使用された商品やサービスの質が良好であれば、その商品やサービスに対する取引者や消費者からの信用が、その商標に形成されていくことになる。そのような商標を法的に保護する制度としては、現実に商標が使用され、その商標に信用が蓄積して初めて商標登録を認めるという使用主義の立

---

1) 本稿の脚注に記載した各ウェブサイトの最終閲覧日は、いずれも令和5年12月7日である。

2) 正式の名称は「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」であるが、「地理的表示法」と呼び慣わされていることから、本稿でもそのようにいう。

3) 以下、この節において、商標法の条文を示すにあたっては、単に条文番号のみを表記することにする。

場もあるものの、日本の商標法は、商品の販売や役務<sup>4)</sup>の提供の開始前に、あらかじめその商品や役務への信用を蓄積していくための受け皿を確保しておくことを可能にするために、登録主義<sup>5)</sup>の立場を採っている。3条1項が、その柱書で、「自己の業務に係る商品又は役務について使用をする商標については、……商標登録を受けることができる。」と規定し、「使用をしている」ではなく、「使用をする」という文言を使っているのは、それを表しているといえよう。したがって、出願する商標について、現に使用していなくても、それを指定商品・役務<sup>6)</sup>に使用する意思を有してさえいれば、商標権を取得することができる<sup>7)</sup>。

しかし、商標は商品や役務の出所を表示するためのものであるから、自己の商品や役務にそれを付するなどしても、そもそも他人の商品や役務と識別することができないような商標については、たとえそれが出願されたとしても、その出願は拒絶される(15条1号、3条1項<sup>8)</sup>)。例えば、仮に、筆者の勤務する

---

4) 商標法では、サービスを「役務」と呼んでいる(2条1項2号参照)。

5) 登録主義と、それに対する使用主義という用語の使われ方については、小野昌延＝三山峻司『新・商標法概説』(第3版、青林書院、2021年)99頁を参照。

6) 商標登録出願にあたっては、出願する商標を使用する商品や役務を指定しなければならない(6条1、2項)。

7) 特許庁編『商標審査基準』(改訂第15版、発明推進協会、2020年)(<https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/kijun/index.html>)の第1の2の2(1)。

なお、「被告は、他者の使用する商標ないし商号について、……多岐にわたる指定役務について商標登録出願をし、登録された商標を収集しているにすぎないというべきであって、本件商標は、登録査定時において、被告が現に自己の業務に係る商品又は役務に使用をしている商標に当たらない上、被告に将来自己の業務に係る商品又は役務に使用する意思があったとも認め難い。」として、原告商標の使用開始後の、これに近接した時期に出願され、その後、登録された、原告商標と類似する商標についての無効審判請求に係る請求不成立審決を取り消した判決として、知財高判平成24年5月31日平24(行ケ)10019[アールシータバーン]がある(この判決の評釈としては、青木大也「無効審判請求不成立審決の取消訴訟において、『自己の業務に係る商品又は役務について使用をする商標』(商標法3条1項柱書)該当性の立証責任の負担を明らかにした上で、審決を取り消した事例」判例評論657号(判例時報2196号)(2013年)23頁、大須賀滋「使用意思」茶園成樹＝田村善之＝宮脇正晴＝横山久芳編『商標・意匠・不正競争判例百選』(第2版、2020年)4頁などがある)。

8) もっとも、3条1項各号の趣旨については、理念形としては、一方の極に出所識別

大学が所在する、北海道しりべし後志地方（小樽市のほか、19町村で構成されている。）において、果実であるミカンが栽培されているとしてみよう。そして、その生産者の一人が、自己の出荷するミカンについて、標準文字<sup>9)</sup>による「後志みかん」のように、商品の普通名称とそれを産出する地域の名称だけからなる商標を出願したとしても、そのような商標は、通常、自他商品・役務識別機能を有しないから、3条1項3号に該当するとして、その出願は拒絶されることになる<sup>10)</sup>。

しかし、3条1項3～5号に該当する商標<sup>11)</sup>については、使用によって識別力を獲得することもあるから、3条2項は、「使用を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ことができるものについては、……商標登録を受けることができる。」と規定し、地域名と商品名を組み合わせただけの商標であっても、そのような識別力<sup>12)</sup>をもつようになったときには、その登録が認められる。もっとも、そこで要求される識別力の程度については、その商品や役務の需要者の間で全国的に認識されていることを要するとされている<sup>13) 14)</sup>。

---

力欠如説があるほかに、他方の極には独占適応性欠如説があることを指摘するものとして、田村善之『商標法概説』（第2版、弘文堂、2000年）170頁。

9) 5条3項括弧書（特許庁ウェブサイト中の「出願（商標）」の「出願に際しての留意事項について」の「商標法第5条第3項に規定する標準文字について」（[https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/syouhyou\\_5\\_3.html](https://www.jpo.go.jp/system/laws/rule/guideline/trademark/syouhyou_5_3.html)）も参照。）。

10) そのような名称は、本来、その地域の生産者が自由に使用することができるようにしておくべきものであろう。

11) ここで3条1項1、2号が除かれているのは、これらの商標は特定の者に独占させるべきではないからであるといわれることもあるが、それらの商標も、自他商品・役務の識別力を獲得することはあり、そうなれば、もはや「普通名称」（1号）とも「慣用されている商標」（2号）ともいえなくなるから、あえて同条2項に挙げなかったにすぎない（網野誠『商標』（第6版、有斐閣、2002年）187頁）と説明される。

12) 特別顕著性と呼ばれることがある。

13) 前掲注7)『商標審査基準』の第2の2(1)。

14) そのような例としては、昭和47年に絹織りなる長着などを指定商品として登録された「西陣織」（登録番号第976092号）、平成5年にメロンなどを指定商品として登録された「夕張メロン」（登録第2591067号）、平成9年に牛肉を指定商品として登録された「前沢牛」（登録番号第4076636号）、平成14年に団体商標としてぎょうざなどを指定商品・役務として登録された「宇都宮餃子」（登録番号第

## (2) 地域団体商標制度の創設

しかし、その後、平成17年(2005年)に、地域ブランド化の取り組みを支援するために、団体がその構成員に使用させるために商標権を取得することができる団体商標制度(7条)の枠組みを利用して、地域団体商標制度(7条の2)<sup>15)</sup>が創設され、発展段階にある地域ブランドについてより早い段階で商標登録を可能にするために、3条2項で要求されている特別顕著性を緩和し、地域名<sup>16)</sup>と商品名などを組み合わせただけの文字商標であっても、「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」れば、商標登録を受けることができるようになった(7条の2第1項)。

この地域団体商標の主体になりうるのは、例えば、農業協同組合などの、団体の設立根拠法が、「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」を置いている「特別の法律により設立された組合」<sup>17)</sup>のほか、商工会、商工会議所、NPO法人<sup>18)</sup>(またはこれらに相当する外国の法人)に限られる(7条の2第1項柱書)<sup>19)</sup>。

## (3) 7条の2第1項柱書の周知性

この制度の趣旨については、「地域の産品等についての事業者の信用の維持

---

4546706号)などがある。

15) 令和5年10月31日の時点で、全国で755件、北海道で38件が登録されているようである(特許庁ウェブサイト中の「地域ブランドの保護は、地域団体商標制度で」の「地域団体商標登録案件一覧」(<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/shoukai/ichiran/index.html>))。

16) 当然ながら、地域名は、「当該商品若しくは当該役務と密接な関連性を有」しなければならない(7条の2第2項)。

17) ただし、法人格を有しないものは除かれている。

18) これらの3つについては、平成26年の改正で追加された。

19) そのほか、「地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律」によって、承認地域経済牽引事業者に含まれる一般社団法人は、承認地域経済牽引商品等について、地域団体商標の登録を受けることができるとされている(同法23条1項)。

を図り、地域ブランドの保護による我が国の産業競争力の強化と地域経済の活性化を目的として、いわゆる『地域ブランド』として用いられることが多い地域の名称及び商品ないし役務の名称等からなる文字商標について、登録要件を緩和する趣旨に出たものである。」<sup>20)</sup>とされる(いわゆる産業政策説)<sup>21)</sup>。したがって、地域団体商標であっても、「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」認識されている必要があり(7条の2第1項柱書)、指定役務を福島県喜多方市におけるラーメンの提供とする「喜多方ラーメン」の商標登録出願についてされた拒絶査定を維持した審決に対する取消訴訟では、請求不成立審決の時点において、喜多方市内のラーメン店92店(そのうち、「喜多方ラーメン」の表示を使用しているラーメン店73店)のうち、出願人である原告組合に加入しているラーメン店は43店であったと認定したうえで、全国的に知られる有力な喜多方市内のラーメン店が原告組合に加入していないことに加え、喜多方市外で複数の事業者が「喜多方ラーメン」の表示を使用してラーメン店チェーンを展開するなどしていることを指摘して、「例えば福島県及びその隣接県に及ぶ程度の需要者の間において、本願商標が原告

20) 知財高判平成22年11月15日平21(行ケ)10433[喜多方ラーメン]。

21) これに対して、不正競争防止法2条1項13号(現20号)でも規制しうる産地等の誤認行為を定型的に規制する制度であるとの理解を提唱する見解(行為規制定型化説と呼ばれる。)がある(田村善之「知財立国下における商標法の改正とその理論的な含意—地域団体商標と小売商標の導入の理論的分析」ジュリスト1326号(2007年)96～97頁)。そして、そのように理解することによって、その後、後掲注28)および29)の[博多帯]事件でも問題になった、商標権の効力が及ばない場合を規定する26条1項2、3号について、当該地域の事業者が用いる限りは、それらの規定を広く適用するという解釈を導き出している(前掲田村99頁の注31)および32)とそれに対応する本文)。地理的表示法が制定されるかなり前から、地理的表示保護制度を先取りするかのような解釈論を展開していた。

このほか、これも地理的表示法制定前のものであるが、前田健「地域団体商標制度の意義について」同志社大学知的財産法研究会編『知的財産法の挑戦』(弘文堂、2013年)235頁は、地域団体商標の主眼は統一したブランド管理を可能にすることにあると捉え(259～260頁)、消費者のサーチ費用を低減するという商標の機能に注目し(242頁)、「地域団体商標制度は『地域としての識別』に着目して創設された制度であり、出所が特定の個人を指すのか地域を指すのかの違いはあるものの、従来の商標制度と連続的に理解できる」(246頁)とする「地域としての識別性」説を唱える(248頁)。

又はその構成員の業務に係る役務を表示するものとして、広く認識されているということとはできない」とされた<sup>22)</sup>。

なお、周知性の範囲について、当初は、「需要者の広がりについては、商品（役務）の種類、取引者・需要者層、取引の実情等の個別事情によるが、例えば隣接都道府県に及ぶ程度の需要者に認識されていることが必要であると考えられる。」<sup>23)</sup>と説明されていたが、現在は、「テレビ放送、新聞、インターネット等のメディアを利用し、大規模に宣伝広告及び販売等を行っている場合」か否かも加味し、商品・役務の種類や流通経路などに応じて、(ア)「比較的低価格であり、また、日常的に消費されること等から、比較的広範囲の地域で販売され得る商品」、(イ)「高額であること等から、生産地では販売されず、主として大消費地で販売され尽くすような商品」、(ウ)「主として生産地でのみ販売される地産地消の商品やその地でのみ提供される役務」、(エ)「工芸品等の商品」の4つに類型化して、(ア)については「本条第2項がいう『地域』(以下『地域』という。)が属する都道府県を越える程度の範囲における多数の需要者の間に広く認識されていれば足りる」、(イ)については「少なくとも販売地が属する一都道府県における多数の需要者の間に広く認識されていることを要する」、(ウ)と(エ)については「少なくとも地域が属する一都道府県における多数

---

22) 前掲注20) 知財高判[喜多方ラーメン] (この判決の評釈としては、今村哲也「『福島県喜多方市におけるラーメンの提供』を指定役務として出願された本願商標『喜多方ラーメン』は、地域団体商標における周知性要件を具備していないとした拒絶査定不服審判を維持した事例」判例評論635号(判例時報2130号)(2012年)13頁、長谷川遼「地域団体商標の周知性—喜多方ラーメン地域団体商標事件」ジュリスト1443号(2012年)110頁、江幡奈歩「地域団体商標の登録要件としての『需要者の間に広く認識されている』要件」前掲注7)『商標・意匠・不正競争判例百選』34頁などがある。なお、前掲長谷川111～113頁は、地域団体商標においても、その商標から、特定の団体やその構成員の商品・役務であることが需要者によって認識されていることが要求されるのかという、この事件の争点について、産業政策説と前記注21)で紹介した行為規制定型化説からそれぞれ、どのような結論が導き出せるのかを詳細に分析している。)

23) 特許庁総務部総務課制度改正審議室編『産業財産権法の解説—平成17年商標法の一部改正』(発明協会、2005年)16頁。

の需要者の間に広く認識されていることを要する。」として運用されている<sup>24)</sup>ようである。

#### (4) 地域団体商標権

地域団体商標の登録が認められると、その団体の構成員は、その商標について使用権を有することになる(31条の2第1項)。もっとも、「当該組合等の定めるところにより」とされていることから、その団体が品質などについて基準を定めていれば、それに従わなければならない。そして、構成員以外の者は、原則として、それと同一または類似の商標を指定商品・役務と同一または類似の商品・役務に使用することができなくなる(25条, 37条1号)。もっとも、その地域団体商標の出願前から使用していた構成員以外の者が、継続して使用する利益を保護するために、32条1項の先使用権では要求されている周知性<sup>25)</sup>を必要としない先使用権(32条の2第1項)が認められている。また、先使用権も有しない、その団体の構成員以外の者が、例えば、「後志みかん」が地域団体商標として登録されているとして、後志地方で収穫したミカン装箱詰めした段ボールに「後志産みかん」と表示したような場合には、もし、それが、産地を表示しただけのものにすぎず、出所識別機能を果たさないと評価されるような態様で使用されているにとどまるのであれば、「後志みかん」の商標権の効力は、26条1項2号<sup>26)</sup>によって、その表示には及ばないと解される<sup>27)</sup>。

この点、地域団体商標として登録された、指定商品を博多織製法により福岡県福岡市などの22市町で生産された絹織物の和服などとする「博多織」の商標権を有する原告組合が、その出願前から「博多織」の商標を使用していた、

24) 前掲注7)『商標審査基準』の第7の一の6。

25) 32条1項の「需要者の間に広く認識されている」と4条1項10号の「需要者の間に広く認識されている」の意味の関係については、前掲注8) 田村80～81頁を参照。

26) なお、登録された地域団体商標が、商品ではなく、役務を指定している場合には、26条1項3号の問題になる。

27) 今村哲也「改正商標法における地域団体商標制度について」知財管理55巻12号(2005年)1713頁参照。

同組合の構成員であった訴外会社から博多織事業を承継した被告会社が、同商標の使用について、原告組合から警告を受けたことから、博多織製法を用いて織られた織物から造る帯製品に「博多帯」という標章を付して製造・販売していることに対して、同社とそのグループ企業を訴えたという事件において、原告商標と被告標章の類似性を否定しているので、傍論ではあるものの、前記注21)で紹介した行為規制定型化説を退けたうえで、被告標章の使用態様を検討し、自他商品識別機能を発揮しているとして、原判決<sup>28)</sup>が肯定した26条1項2号該当性を否定する一方で、被告会社の原告組合への加入を正当な理由なく拒否したことなどを指摘し、原告による商標権の行使は権利の濫用に当たるとした判決<sup>29)</sup>がある<sup>30)31)</sup>。地域団体商標がいわゆる地域内アウトサイダーの商標選定の自由と衝突しうる場合があることを物語っている。

---

28) 福岡地判平成24年12月10日平23(ワ)1188[博多帯1審]。

29) 福岡高判平成26年1月29日判例時報2273号116頁[博多帯2審]。この判決の評釈としては、今村哲也「地域団体商標の効力と商品の普通名称等に商標権の効力が及ばない旨を規定した商標法26条1項2号との関係等について判断した事例」判例評論690号(判例時報2296号)(2016年)12頁がある。前掲今村15～17頁は、前記注21)とそれに対応する本文で紹介した、地域団体商標制度の趣旨についてのそれぞれの見解について検討を加え、地域としての識別性説に賛意を示しつつ、地理的表示法制定に伴う商標法26条3項の新設を踏まえ、「商標法26条3項の反対解釈として、地理的表示の登録がない場合に、地域内アウトサイダーが、地域団体商標と同じ表示について、自他商品識別機能を発揮しうるような態様で使用することは禁止されていると解するべきなのではないか」(17頁)との考えを示す。なお、今村哲也「地域団体商標制度と地理的表示の保護—その予せぬ保護の交錯—」日本工業所有権法学会年報30号(2006年)276～277頁、同『地理的表示保護制度の生成と展開』(弘文堂、2022年)185頁は、地域団体商標制度を地理的表示保護法制の過渡的な発現形態と捉えている(過渡的発現形態説)が、この説と地域としての識別性説の関係については、筆者が見る限り、明らかではない。

30) なお、この控訴審判決では、「博多織」という原告商標について、不正競争防止法2条1項1号の周知商品等表示該当性も否定されている。

31) この事件は、被告会社が、原告組合による出願前から「博多織」の商標を使用していた、同組合の構成員であった訴外会社から事業を継承したという事案であったが、これに関連して、地域団体商標の出願前からその商標を使用していた組合の構成員が後にその組合から脱退した場合にその使用を継続することができるかという問題については、前掲注29)今村『地理的表示保護制度の生成と展開』130頁の注80を参照。



このほか、地域団体商標は、通常の商標とは異なり、その商標権を譲渡したり、それについて専用使用権を設定したりすることはできない（24条の2第4項、30条1項ただし書）。また、仮に、地域団体商標の登録後に、7条の2第1項柱書で要求されている周知性が失われてしまったような場合には、事後的な無効理由になる（46条1項7号）。しかし、地域団体商標も、通常の商標と同じく、その商標権の存続期間は、設定登録から10年であり（19条1項）、更新するためには、その都度、申請しなければならない（同条2項）。また、その侵害には、刑事罰（78条、78条の2）もあるものの、差止請求（36条）や損害賠償請求といった民事的な救済が中心となろうから、後述する地理的表示の不正使用の場合とは異なり、地域団体商標の商標権者は、訴訟の提起など、自ら行動を起こさなければならない<sup>32)</sup>。

## 2. 地理的表示法<sup>33)</sup>

その後、平成26年（2014年）に、確立した地域ブランドを地域共有の財産として保護するために、地域団体商標制度とは別に、地域ブランド製品の名称を「地理的表示」<sup>34)</sup>として登録する<sup>35)</sup>地理的表示法が制定された<sup>36)</sup><sup>37)</sup>。

32) もっとも、見方を変えれば、自ら行動を起こすことができるといえるかもしれない。  
33) 以下、この節において、地理的表示法の条文を示すにあたっては、単に条文番号のみを表記することにする。

34) 英語の geographical indication の頭文字をとって GI と呼ばれることもある。

35) そのほか、外国の特定農林水産物等に関する特例（第4章）として、農林水産大臣による指定がある（23条）。

36) 制定当初の地理的表示法の概要を解説するものとして、朝日健介「地理的表示法の制定 『地域ブランド製品』を地域共有の知財に」時の法令1973号（2015年）30頁、今村哲也「地理的表示法の概要と今後の課題について」ジュリスト1488号（2016年）51頁などがある。なお、国際協定による相互保護を可能とする制度を整備するなどした平成28年改正の概要については、粟津侑「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律の改正」Law & Technology 75号（2017年）42頁が、先使用の期間に制限を課するなどした平成30年改正の概要については、今村哲也「地理的表示（GI）制度をめぐる現状と課題」ジュリスト1530号（2019年）81頁、川口藍「新しい地理的表示保護制度について」IPジャーナル10号（2019年）5頁がある。

37) 地理的表示法制定前であるが、地理的表示保護制度の趣旨が、単に産地表示を保

### (1) 農林水産物等の特性

まず、登録を受けられる対象は、商品または役務という以上には限定がない地域団体商標とは異なり、地理的表示では、その法令名からうかがえるように、食用の農林水産物、飲食物品のほか、それぞれ政令<sup>38)</sup>で定める、非食用の農林水産物、農林水産物を原材料とした、飲食物品以外の加工品に限られている(2条1項。同項は、これらを総称して「農林水産物等」という。)<sup>39)</sup><sup>40)</sup>。そして、申請された農林水産物等が特定農林水産物等(2条2項)でないときは、登録が拒否される(13条1項3号イ)(なお、以下では、農林水産省のウェブサイトの表記に従って、登録された特定農林水産物等を「登録産品」ということにする。)が、「特定農林水産物等」といえるためには、その農林水産物等が「品質、社会的評価<sup>41)</sup>その他の確立した<sup>42)</sup>特性」(2条2項2号)を有しているこ

- 
- 護することではなく、産地に起因する特殊性が認められる商品について、それがその産地で生産されたことを示す表示を保護することにある、と指摘するものとして、荒木雅也「地理的表示保護制度の意義」知財管理55巻5号(2005年)571頁。
- 38) 特定農林水産物等の名称の保護に関する法律施行令において、1条では「観賞用の植物」などが、2条では「飼料」などが定められている。
- 39) ただし、酒類や医薬品などは除かれている(2条1項柱書)。なお、酒類については、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律86条の6に基づき、「酒類の地理的表示に関する表示基準」が告示されている(国税庁ウェブサイト中の「酒類の地理的表示」の「酒類の地理的表示に関する表示基準を定める件」(<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/chiri/hyojikijun.htm>))。そして、令和5年9月25日までに、全国で22件が指定されているようである(同庁ウェブサイト中の「酒類の地理的表示」の「酒類の地理的表示一覧」(<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/chiri/ichiran.htm>))。
- 40) なお、令和5年7月20日の時点で、全国で134の産品が登録されているようである(農林水産省ウェブサイト中の「地理的表示(GI)保護制度」の「登録産品一覧」([https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/register/index.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/index.html)))。
- 41) 産地に由来する「社会的評価」のみが認められるような場合でも、地理的表示として保護するという立場を品質中立主義という(前掲注37)荒木572頁)が、地理的表示保護制度は、もともとは、ある地域の自然環境の特徴とその地域の住民の営みとが結び付くによって生じる、商品の独特の品質や特性を保護することに本質的な趣旨がある(前掲注37)荒木573頁)。
- 42) 従来は、概ね25年生産された実績があることが必要とされていた(例えば、平成27年5月29日付け「特定農林水産物等審査要領」([https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/outline/attach/pdf/index-8.pdf](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/outline/attach/pdf/index-8.pdf))の別添4「農林水産物等審査基準」第2の2(2)ア(ア))が、令和4年10月31日付けで改正された平成31年1月

とが必要とされ<sup>43)</sup>、登録が認められると、そのような特性も登録される（12条2項2号、7条1項5号）ことが地域団体商標とは大きく異なる。

## （2）生産者団体による生産行程管理業務

次に、登録を受けられる主体は、地理的表示では、「生産行程管理業務を行う生産者団体」であればよい（6条）が、「生産者団体」は、地域団体商標と同様の趣旨から、「法令又は定款その他の基本約款において、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」られる（2条5項第2括弧書）。もっとも、商標権という私権を設定する地域団体商標の場合とは異なり、代表者または管理人の定めがあれば、法人格を有していなくてもよい（同項第2括弧書）。

また、前述したとおり、地域団体商標においても、その構成員は、その使用にあたっては、「当該組合等の定めるところによ」らなければならない（商標法31条の2第1項）から、その団体が品質などについて基準を定めていれば、それに従わなければならないが、地理的表示において特徴的なことは、生産の方法などを定めた明細書<sup>44)</sup>を作成し、構成員による生産がそれに適合して行われるように必要な指導、検査などを行う、生産者団体による生産行程管理業務（2条6項）である。すなわち、地理的表示の場合には、例えば、「生産行程管理業務規程で定める生産行程管理業務の方法が、当該生産者団体の構成員たる生産業者が行うその生産が明細書に適合して行われるようにすることを確保す

---

31日付け「特定農林水産物等審査要領」（[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/outline/attach/pdf/index-29.pdf](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/outline/attach/pdf/index-29.pdf)）の別添4「農林水産物等審査基準」の第2の2(2)イ(ウ)では、その運用が見直され、知名度なども考慮して、弾力的に判断することを可能にしている。

43) そして、名称についても、その名称から、その農林水産物等の生産地と特性を特定することができる必要がある（13条1項4号イ、2条2項1、2号）。

44) 地理的表示保護制度において品質保証機能が有効に働くには、登録にあたって、このような明細書が要求され、そして、そこで定められた基準が遵守される体制が確保されている必要がある（前掲注37）荒木577頁）。

るために必要なものとして農林水産省令で定める基準に適合していること(13条1項2号口)など、同号のイ～ニのいずれにも当たらない生産行程管理業務を行うことが、登録にあたって要求されており、また、登録生産者団体が生産行程管理業務を廃止したときは、その登録は効力が失われることになっている(20条1項2号)。したがって、複数の生産者団体が共同して登録を申請する場合(7条3項)には、申請にあたって、それらの生産者団体の間で、生産の方法などについてすり合わせておく必要がある<sup>45)</sup>。

この点、「八丁味噌」という名称をめぐって、生産地を「愛知県岡崎市八帖町」とする先行申請と、「愛知県」とする後行申請<sup>46)</sup>が競合し<sup>47)</sup>、先行申請が取り下げられた<sup>48)</sup>後、後行申請についてされた登録に対して、先行申請をした組合による審査請求を棄却した裁決後6か月以内に、その組合を構成する1社が処分取消訴訟を提起したという事件において、知的財産高等裁判所は、行政事件訴訟法14条1項が定める出訴期間を徒過していることを理由として訴えを却下した原判決<sup>49)</sup>を維持したが、その中で、同項ただし書の「正当な理由」があるという控訴人(原告)の主張を主張自体失当としつつも、今後、控訴人

45) もっとも、明細書については、個々の生産者団体が作成することになる(荒木雅也『地理的表示法制の研究』(尚学社、2021年)172頁)。したがって、各団体が、それぞれの明細書において、申請書における生産基準を上回る基準を定めることも可能である(前掲荒木177～178頁)。

また、既に登録されている地理的表示について、他の生産者団体が生産者団体を追加する変更の登録を申請することもできる(15条)が、その場合、既に登録されている生産者団体の同意は要らない(荒木雅也「地理的表示の登録手続きの問題点と、生産者間の合意形成の意義—第186回国会審議を手がかりとして」時の法令1968号(2014年)46頁の(注4))。そして、その生産者団体を1名の生産者が組織することもできる(前掲荒木『地理的表示法制の研究』173頁)。

46) もっとも、先行申請についての意見書提出期間内の後行申請は、意見書の提出とみなされる(10条1項)。

47) この紛争の一連の経過については、荒木雅也『地理的表示と日本の地域ブランドの将来』(信山社、2023年)187～195頁が詳しい。

48) 前掲注36)今村「地理的表示(GI)制度をめぐる現状と課題」85頁によれば、「生産地の範囲(……)が狭いなどの理由で、農林水産省から再検討が打診された。しかし、伝統製法を重視する2社との間で折り合いがつかず、……申請が取り下げられるに至った。」という事情があったようである。

49) 東京地判令和4年6月28日令3(行ウ)381[八丁味噌1審]。

が取りうる方法について、「改正法（筆者注：平成30年の改正法を指す。）により先使用権の期間は7年に制限された（筆者注：現3条2項4号第2括弧書による。）もの、控訴人は、平成31年2月1日（筆者注：その改正法の施行日である。）から（……）7年の間は、その製品に『八丁味噌』という名称を使用することができ、7年を経過した後においても、『GI登録産品ではありません』等と明示するなど、地理的表示法の登録産品との混同を防ぐのに適当な表示を付せば、その製品に『八丁味噌』という名称を使用することができる（改正後地理的表示法3条2項4号。）」「八丁組合（筆者注：取り下げられた先行申請の生産者団体であった。）は、登録に係る特定農林水産物等と生産地が同じであるから、特定農林水産物等の生産者団体に追加する変更の登録を受けることができ（改正後地理的表示法15条）、八丁組合を構成する生産業者が、既存の登録生産者団体に加入することも可能である。」「地理的表示法上、特定農林水産物等の特性が保持される限り、登録簿の生産の方法以上の基準を各登録生産団体の明細書や生産行程管理業務規程に規定し、登録に係る特定農林水産物等の中で差別化を図ることは可能である。その際、生産者団体を追加する変更の登録申請を行う生産者団体は、既に登録を受けている生産者団体と協議しなくとも、自らの判断で伝統的な生産方法等を規定した明細書等を作成し、生産者団体追加登録の申請を行うことは可能である。」「既に登録を受けている生産者団体と追加登録を望む団体との協議により、登録簿において、生産の方法の中に伝統的製法を遵守した産品のみが使用できる種類名を定めることが可能であり、『八丁味噌』について、登録された生産の方法と差別化した伝統的な製法を登録簿の『生産の方法』欄に追加し、追加した製法に適合する八丁味噌について、例えば『元祖八丁味噌』の名称を使用する旨定める等の方法により、その区別を登録簿に規定することも、改正後地理的表示法に規定する各要件を充足する限り可能である。」と述べている<sup>50)</sup>ことは、地理的表示法の構造を理解するうえで参考になると思われる。

---

50) 知財高判令和5年3月8日令4（行コ）10002〔八丁味噌2審〕。

### (3) 地理的表示の登録

地理的表示の登録がされると、その生産者団体の構成員である生産者をはじめ、その登録産品を譲渡などする者は、その地理的表示を使用することができる(3条1項)<sup>51)</sup>が、それは、あくまでも、その明細書に沿って生産されたものに限られる<sup>52)</sup><sup>53)</sup>。何人も、それ以外の場合に、その登録産品が属する区分<sup>54)</sup>に属する農林水産物等やその加工品にその地理的表示またはそれに類似する表示やそれと誤認させるおそれのある表示を使用することは、原則として<sup>55)</sup>禁止され(3条2項)、これに違反した場合は、農林水産大臣による措置命令の対象になる(5条1号)<sup>56)</sup>。このように、地理的表示の場合、その不正使用に対する規制は、商標権とは異なり、行政による取締りによって行われる<sup>57)</sup><sup>58)</sup>。なお、地理的表示の登録については、商標権とは異なり、期間の限定はない<sup>59)</sup>が、

---

51) そして、地理的表示を使用する場合には、それと併せて、登録標章(農林水産省ウェブサイト中の「地理的表示(GI)保護制度」の「地理的表示及びGIマークの表示について」([https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/gi\\_mark/index.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/gi_mark/index.html)))を使用することができる(4条1項。平成30年の改正によって、使用が任意化された。)

52) 前掲注36)朝日40頁の(注10)とそれに対応する本文。

53) しかし、「登録生産者団体に所属しない限り、たとえ同一地域の生産業者がGIの明細書どおりの一定の基準を満たした商品を生産しても、その商品にGIを使用することはできない」(法案段階でのものではあるが、田中佐知子「新たな地理的表示保護法案『特定農林水産物等の名称の保護に関する法律案』をめぐる要考慮点」AIPPI 59巻7号(2014年)7頁。なお、同19~20頁の(注)12)も参照。)

54) 「確立された農林水産物等に関する国際分類その他の事情を勘案して農林水産大臣が定める農林水産物等の区分をい」い(3条2項柱書第1括弧書)、「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律第3条第2項の規定に基づき農林水産物等の区分等を定める件」が告示されている([https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/outline/attach/pdf/index-147.pdf](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/outline/attach/pdf/index-147.pdf))。

55) 例えば、登録産品を主な原材料とした加工品について、その地理的表示を使用することは許される(3条2項1号)。

56) 措置命令への違反には、刑事罰が科される(39条)。

57) もっとも、職権発動を促すために、農林水産大臣への申出はすることができる(35条1項)。

58) ただし、その不正使用が原産地などを誤認させるものであれば、それによって営業上の利益を侵害される者は、不正競争防止法2条1項20号によって差止めなどを請求することはできる(前掲注29)今村『地理的表示保護制度の生成と展開』166頁参照。)

59) 前掲注36)朝日45頁の図表2。

特定農林水産物等としての特性を失うなど、その登録要件を満たさなくなったときなどのために、取消制度が用意されている（22条）。

### 3. 商標法と地理的表示法間の調整<sup>60)</sup>

このように地域名と商品名からなる名称が、地域団体商標でも地理的表示でも保護されうるとなると、両者による重複保護の可否や、それが可能な場合の両者の効力の関係が問題になる。

商標法と地理的表示法間の調整について、まず、すでに登録商標がある場合には、その登録商標が、申請する農林水産物等またはそれに類似する商品に係るものなどであれば、申請する生産者団体自身がその商標権を有する場合（地13条2項1号）は別として、その商標権者（および専用使用権者）から承諾を得ていない限り（地13条2項2、3号）<sup>61)</sup>、その登録商標と同一または類似の名称について地理的表示の登録を申請しても、その登録は拒否される（地13条1項4号口）<sup>62)</sup> <sup>63)</sup>。また、同一または類似の登録商標がなく、地理的表示

60) 以下、この節において、括弧内で、商標法の条文を示すときは「標」を、地理的表示法の条文を示すときは「地」を、それぞれ条文番号の前に付することにする。

61) 商標権者等の承諾を得て、いったん地理的表示の登録が認められると、その商標権の効力は、その地理的表示を不正競争の目的なく登録産品やその加工品に付する行為などには及ばない（標26条3項）。もっとも、いったんした承諾についても、その撤回が許されており、それが撤回されたときは、地理的表示の登録取消事由になる（地22条1項4号）。

62) もっとも、仮に同一の名称であっても、その効力が及ぶ範囲について、商標法では指定商品・役務に類似する商品・役務とされているのに対して、地理的表示法では登録産品が属する区分に属する農林水産物等やその加工品とされていることもあり、そもそも、申請された農林水産物等の名称が商品や名称において先行登録商標と類似しているかという審査が、特許庁でされている、出願された商標が商品・役務や商標において先行登録商標と類似しているかという審査と同じものになるのかという問題（前掲注53）田中13頁参照。）に加え、伊藤成美＝鈴木將文「地理的表示保護制度に関する一考察—我が国の地理的表示法の位置づけを中心として」知的財産法政策学研究47号（2015年）258頁は、申請された農林水産物等の名称と登録商標の類否について審査する能力が、農林水産大臣（農林水産省）にあるのか、疑問を呈する。仮に、誤って登録がされ、その取消訴訟の出訴期間（行政事件訴訟法14条）も過ぎてしまったような場合には、その商標権の効力は、や

の登録が認められても<sup>64)</sup>、その登録前に不正の目的なく出願された、例えば、地域団体商標がその後に登録されれば<sup>65)</sup>、商標権者などによる、指定商標・役務についての登録商標の使用には、その地理的表示による禁止の効力は及ばない(地3条2項2号)<sup>66)</sup>が、商標法26条3項によって、その商標権の効力も、その地理的表示を不正競争の目的なく登録産品やその加工品に付する行為などには及ばないことになるから<sup>67)</sup>、この場合、異なる者による地理的表示の使用と登録商標の使用が併存する可能性がある<sup>68)</sup>。

次に、すでに地理的表示の登録がある場合には、その名称などについて商標登録出願を許さない旨の規定はないが、その登録産品を指定商品とするなどの出願を考えると、その登録生産者団体自身ではなく、その団体の構成員の一部の者や構成員以外の者が地域団体商標として出願したような場合に、その

---

はり商標法26条3項によって制限されることになろうか。

63) 先行登録商標が図形などと組み合わせた結合商標である場合については、前掲注29)今村『地理的表示保護制度の生成と展開』204～205頁を参照。

64) 地理的表示の登録拒否事由を定める地理的表示法13条1項において、その4号口柱書は、「登録商標と同一又は類似の名称であるとき」と規定していることから、同一または類似の登録商標の存否の基準時は、申請時ではなく、地理的表示の登録時であると考えられる(前掲注53)田中12頁同旨)。

65) もっとも、商標の出願が地理的表示の登録に先立つとはいえ、地理的表示が登録されるような状況において、その登録産品について、その生産者団体の構成員以外の者に商標法7条の2第1項の周知性が認められることはあまりないのかもしれない。

66) 地理的表示法3条2項3号も参照。これに関連して、今村哲也「地理的表示保護制度に関する法的課題について一同法制度の内在的、外在的(制度間・国際間)な課題に着目して」高林龍三・三村量一・上野達弘編『年報知的財産法2017-2018』(日本評論社、2017年)52頁は、「先行登録商標権者が、地理的表示の登録後に第三者に当該商標権を使用許諾する場合などにおいては、使用権を獲得した者が地理的表示を利用できる生産団体の構成員でない限り、当該商標権を使用できなくなる可能性がある。」と指摘する。

67) 「仮に両者が共存した場合」として、両者の効力についてこのように述べるものとして、前掲注62)伊藤＝鈴木257頁。

68) なお、前掲注62)伊藤＝鈴木255頁は、先行登録商標と後行地理的表示の調整について、「先行優先の原則」によるべきでないという考え方に立って、両者が「共存」することによって生ずる可能性がある混同のおそれを防止するための措置に言及する。



出願人について商標法7条の2第1項の周知性が認められることは困難であろう<sup>69)</sup>し、また、そのような商標は同法4条1項10号などの不登録事由を有することになろう<sup>70)</sup>。仮に例外的に登録がされるようなことがあっても、その商標権の効力は、前述したように、地理的表示を不正競争の目的なく登録産品やその加工品に付する行為などには及ばず(標26条3項)、また、その商標権者自身も、地理的表示法3条2項によって、その登録産品が属する区分に属する農林水産物等やその加工品にその登録商標を使用することは禁止されるから、その地理的表示の登録生産者団体でない限り、そのような商標権の取得はあまり意味がないのかもしれない<sup>71)</sup>。

---

69) 前掲注29) 今村『地理的表示保護制度の生成と展開』207頁同旨。そのうえで、同207頁は、「現実味があるのは、産地名の部分が類否判断の要部とならない結合商標の登録出願をするケースである。」と指摘し、地理的表示を登録した生産者団体が同一の地域団体商標を登録している場合とそうでない場合に分けて検討している。

70) 前掲注29) 今村『地理的表示保護制度の生成と展開』208頁。前掲注62) 伊藤 = 鈴木250頁も参照。

71) 地理的表示の登録後に、図形などと組み合わせた結合商標が第三者によって登録された場合の検討においては、前掲注29) 今村『地理的表示保護制度の生成と展開』209～210頁同旨。

