

日本ブランドの再起と地理的表示の保護

—中国商標法における保護を中心に—



中国弁護士・弁理士 鍾紅波¹ 日本弁理士 森 智香子²

目次

1. はじめに
2. 中国商標法における地理的表示の保護
3. 団体商標としての保護
4. 証明商標としての保護
5. 団体商標と証明商標の違い
6. 日本ブランドの再起に期待

1. はじめに

2011年3月11日に起こった東日本大地震、それに続く福島における原発事故は、日本ブランドの評価に多大な影響を与えている。日本産というだけで敬遠され、震災のあった地から離れた関西や九州の産品ですら影響を受

けている。海外における「日本産の産品、日本産の商品」に対する信頼感が揺らいだ感は否定しにくい。

このような状況の下、今まで以上に「産地名」「製造地」を海外向けに情報発信し、「産地」「製造地」と「品質」の結びつきを強くアピールし、全体として「日本ブランド」の底上げ、保護強化を行う必要がある。

ところで、ブランドの保護というと、商標法での保護というイメージが強いかもしれないが、現行の日本の商標法は、地理的表示³については限定的にしか保護を与えていない。この点、商標法で積極的な手当を行っている中国⁴等とは相違する。

1 北京律盟知識産権代理有限公司 (Lee and Li -Leaven IPR Agency Ltd.) 同事務所の創立者の一人で、副所長。中国商標出願・訴訟実務に精通しており、実際に地理的表示の保護に関する案件を多数扱った経験を有する。国際商標協会 (INTA)、中華商標協会の会員としても活発に活動。

2 Sun East 知的財産事務所 (Sun East IP Firm) 所長。早稲田大学非常勤講師。中国知財案件を得意とし、中国知財に関する執筆や講演も頻繁に行う。平成 23 年度日本弁理士会意匠委員会委員、著作権委員会委員。

3 TRIPS 協定 22 条 1 項「ある商品に関し、その確立した品質、社会的評価その他の特性が当該商品の地理的産地に主として帰せられる場合において、当該商品が加盟国の領域又はその領域内の地域若しくは地方を原産地とするものであることを特定する表示」。

4 中国本土以外でも商標法で積極的に手当てをしているアジアの国や地域もある。なお、台湾では商標法改正草案が提出され、2011年5月9日に立法院で可決。地理的表示の保護に関する部分も改正草案に含まれている。韓国では証明商標制度 (後述) はないが、改正の検討が進められている。地理的表示の保護は、アジア諸国を含め、多くの国や地域にとって重要な課題となっている。

本稿では、中国本土の商標法における地理的表示の積極的な保護制度（具体的には団体商標と証明商標制度）を取り上げ、最後に日本企業がどのように中国の需要者・消費者に今後アピールをしていけるのか商標という側面から考えてみたい。

2. 中国商標法における地理的表示の保護

中国での地理的表示の保護は、中国商標法上の保護だけではなく、1) 国家品質監督検査検疫総局が、中国地理的表示製品保護規定に基づき、地理的表示を地理的表示製品としての審査確認と認可をすることにより行う保護、2) 農業部が中国農産物地理的表示管理規則に基づき、地理的表示を農産物地理的表示としての登録をすることによる保護と、重疊的な保護が認められている。

本稿では紙面の都合上、商標法上の保護に限って紹介する。

なお、商標局が2011年4月に公表した情報によると2010年12月までに登録または登録査定となり公告された地理的表示は、1,100以上（この中には中国国外のものも含まれ、米国、イタリアなど複数の国の地理的表示が登録されている）にもものぼるが、日本の地理的表示で登録された例はない。

(1) 地理的表示の定義

中国商標法では、地理的表示を「当該商品の原産地、その特有の品質、名声又は主に同地域の自然的若しくは文化的要因によって決定されるその他の特徴を表わす標識をいう。」と規定している（中国商標法16条）。

(2) 地理的表示に関する登録制度

中国商標法10条2項第1文では「⁵又はそれ以上のクラスの行政区画の地名及び一般に知られた外国地名は、商標とすることができない。」と規定し、これらの地名は、商品や役務との関係性を問わず、商標登録できないとしている⁶。しかし、第2文で「ただし、その地名が別の意味を有する場合、又は団体商標、証明商標の一部とする場合はこの限りでない。」と規定し、団体商標や証明商標の一部であればそれらを保護することが可能である。

なお、本稿では団体商標と証明商標を中心に取り上げるが、第1文に掲げたような地名でなければ（例 外国の地名で一般に知られていない地名やそれを一部とする商標）、普通の商標として地理的表示を保護することもできる。普通の商標として地名が必ずしも保護されないというわけではない点、明確にしておきたい。

3. 団体商標としての保護

日本にも事業者を構成員とする団体がその構成員に使用をさせる目的で登録する団体商標の制度は存在するが、地理的表示保護の一手段という性格のものではない。

(1) 団体商標の定義

団体商標とは「団体、協会又はその他の組織の名義で登録し、当該組織構成員の商業活動における使用に供して当該組織の構成員資格を表示する標識」を指す（中国商標法3条）。

⁵ 第3級の行政区画で1,470県ある。

⁶ 一般に知られた外国地名等に識別力のある文字等を付加した場合には登録され得る。ただし、その地名と無関係な者が出願した場合には、公衆に誤認をさせるという理由で拒絶される可能性がある（中国商標法16条）。

(2) 団体商標の出願人適格

組織構成員の商業活動における使用に供して商標を使用する団体、協会又はその他の組織が団体商標の出願人となることができる。

(3) 団体商標出願に必要な書類

団体商標を出願する場合、通常の商標出願に必要な書類に加え、下記の情報や資料を提出する必要がある。

■出願人である団体等が法に基づき成立したことを示す証明書の写し(例 営業許可書)

■所有者の規定した団体商標に関する規則

構成員の資格、構成員の氏名や住所、団体商標の使用に関する取り決め、団体商標を付する商品の品質、団体商標の使用に関する監督の方法等を記載する。

■中国国外の団体等が地理的表示を団体商標として登録を希望する場合、当該商標が出願人の名称において本国で保護されていることを示す書類(構成員は、全てその地域の者である必要がある)

なお、本国における保護には、団体商標の登録を受けていることも含まれる。

(4) 団体商標の審査

通常の出願と同様、初歩審査⁷があり、実体審査が行われる。団体商標の審査では特に下記の点について審査が行われる。なお、登録が認められた場合、使用に関する規則は商標

掲載公報に公告される。

■商品・役務の指定の妥当性

団体商標であっても、通常の出願同様、商品・役務の指定に際しては、ニース国際分類に従う必要がある。

■先行する商標との関係

審査官は、出願に係る団体商標と抵触する他の先行する商標(通常の商標)、団体商標、証明商標の存在がないか、データベースにより検索する⁸。

■その他

地理的表示を団体商標として出願した場合、商品の品質、顧客吸引力(グッドウィル)や商品の特徴に比べると、識別性(生来的な登録可能性)は重要な問題とならない⁹。

(5) 団体商標の使用

団体の構成員は、個々にライセンス契約を締結することなく、規則に沿って団体商標を使用することができる。登録者は、団体構成員に対して団体商標の使用を許可することを示した証書を発行することができる。

団体商標の登録者は、商品の品質管理についての監督を行う責任を負う。監督義務を怠り、消費者に害を与えてしまった場合、国家工商行政管理局が制裁を加える場合がある。

団体商標の使用、団体構成員の変更に関する規則を含め、規則に変更が生じた場合には、商標局に変更を登録する必要がある。登録を

7 形式的な要件の審査と指定商品及び指定役務の記載に関する審査。

8 地理的表示を含む団体商標の出願の場合、地理的表示を除いた部分と同一または類似の先行商標が存在しないか検索される。

9 通常の商標出願に比べると、識別性の有無は重要視されない。

行わずに変更した場合、国家工商行政管理总局により 30,000 人民元¹⁰を超えない範囲で罰金が科される。

■ ライセンス及び譲渡

団体商標は団体の構成員以外にライセンス許諾することができない。

団体商標を譲渡することは可能であるが、譲受人は関連の法で適格と認められる団体等に限られる。

4. 証明商標としての保護

(1) 証明商標の定義

証明商標とは「監督能力を有する組織の管理下にある特定の商品又は役務に使用するものであって、かつ、当該組織以外の者が当該商品又は役務の原産地、原料、製造方法、品質又はその他の特定の品質を証明するために用いる標識」を指す（中国商標法 3 条）。

(2) 証明商標の出願人適格

法に基づき設立され、法人格を有し、かつ特定の商品又は役務の品質監督能力を有する団体が証明商標の出願人となることができる。

(3) 証明商標出願に必要な書類

証明商標を出願する場合、通常の商標出願に必要な書類に加え、下記の情報や資料を提出する必要がある。

■ 出願人である団体等が法に基づき成立したことを示す証明書の写し（例 営業許可書）

■ 出願人が証明商標により証明される特定の商品品質等を監督する能力を備えていることを証明する書類

■ 所有者の規定した証明商標の使用管理規則
証明商標の使用の趣旨、証明商標を使用する商品の品質、証明商標の使用の条件および手続き、登録者の証明商標使用商品に対する検査監督方法等を記載する。

■ 中国国外の出願人が地理的表示を証明商標として保護を希望する場合、当該商標が出願人の名称において本国において保護されていることを示す書類¹¹。商標出願人は、出願書類において、地理的範囲や商標が付された特定の品質等を明確にする必要がある。

(4) 証明商標の審査

団体商標の審査と共通する点が多い（上記 3（4）参照）。

(5) 証明商標の使用

証明商標の登録者は、品質監督業務を負い、条件に合致する者の商標使用を拒絶してはならない。商標登録者は、証明商標の使用を許可することを示した証書を発行することができる。

証明商標の登録者は、自らが提供する商品又は役務に当該証明商標を使用することは認められない。

団体商標の場合同様、監督義務を怠り、消費者に害を与えてしまった場合等、国家工商行政管理总局が制裁を加える場合がある。

10 日本円で約 38 万円（2011 年 5 月 31 日時点）。

11 証明商標の制度が存在しない国もあり、本国で証明商標を有していることまでは求められないと考えられる。

登録者による証明商標使用管理規則の修正は、いかなるものでも商標局の審査確認を得なければならず、その効力は公告の日から生じる。

■ ライセンスおよび譲渡

証明商標の登録者が他人にその商標の使用を許諾した場合、登録者は、1年以内に商標局に届け出なければならず、商標局がこれを公告する。

証明商標を譲渡することは可能であるが、譲受人は関連の法で適格と認められる団体等に限られる。

5. 団体商標と証明商標の違い

団体商標と証明商標は、団体が登録者となるといった点で共通する部分があるため、比較の対象とされることも多いが、両者は大きく相違する。第一に、証明商標は特定の商品や役務の品質等を表示するものであるのに対し、団体商標は組織の会員であることを表示するものである。第二に、証明商標は登録者自身が使用できないのに対し、団体商標の場合、登録者自身の使用が可能である。

6. 日本ブランドの再起に期待

最近の統計¹²によると、中日間の貿易総額は、約3,030億ドルで内約5億9,300万ドルは、日本から中国への農産物の輸出額である。中でも日本産の米、果物、ブランド牛は、特に人気の高まりがみられる。さらに中国での売上を伸ばすには、早期出願・商標データベースのウォッチングなど、迅速で着実なブラン

ド保護が肝要である。

また、地理的表示について、団体商標・証明商標の制度などを積極的に活用し、保護を図ることが重要である。

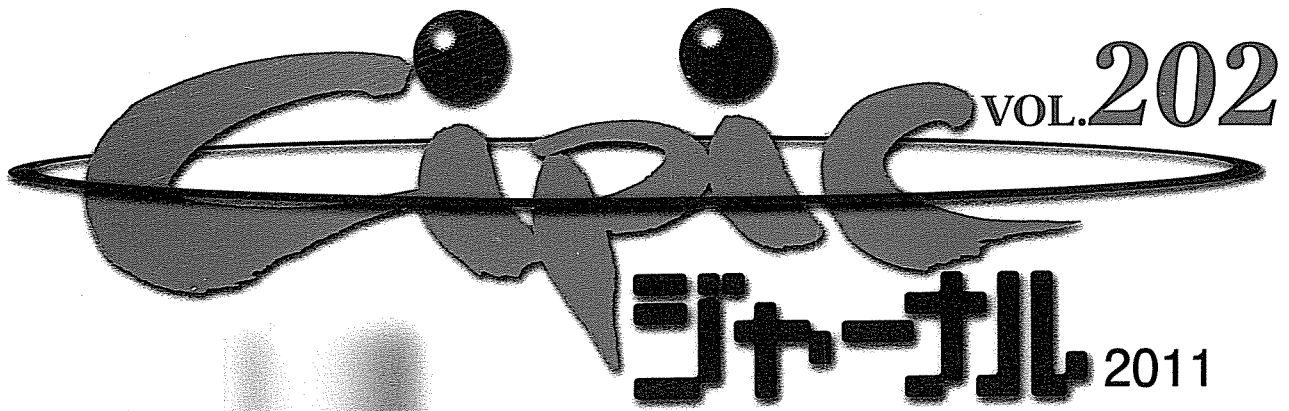
東日本大地震・福島原発の問題を受け、相次いで日本からの農産物、海産物の輸入制限をする国や地域があったことは記憶に新しい。しかし、2011年5月22日には温家宝首相が来日し、中日韓首脳会議の席で日本の食品の輸入制限を緩和し、日本の震災復興を支援する考えを述べた¹³。この明るいニュースは、日本ブランド再起に向けた後押しになりそうである。

参考文献（本文中に記載したもの以外）

- 1) 「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」 2011年2月 財団法人 知的財産研究所
- 2) 「中国における団体商標・証明商標」 2009年9月9日 ジェトロ北京センター 知的財産権部

12 http://www.gov.cn/fwxx/jk/2011-03/22/content_1829037.htm

13 <http://english.people.com.cn/90001/90776/90883/7387727.html>



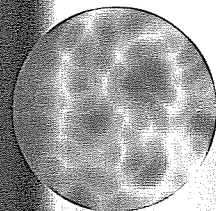
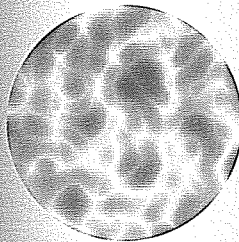
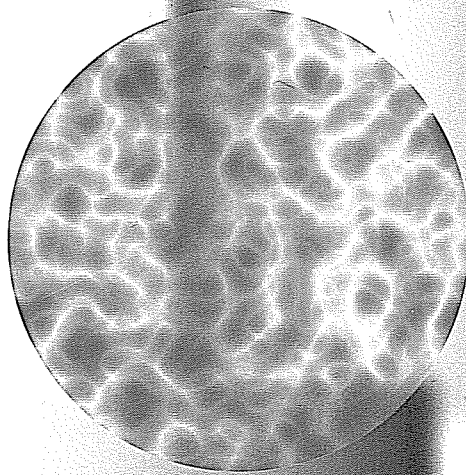
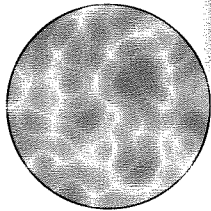
VOL. 202
ジャーナル 2011

世界税関機構(WCO)「IPMシステム」セミナー

CIPIC事務局

立体形状と水際での保護

橋本 千賀子



Customs Intellectual Property Information Center