

特許庁委託

台湾における地理的表示の保護

2017年3月

公益財団法人日本台湾交流協会

台湾における地理的表示の保護

一、はじめに.....	1
(一) 各国の保護方法.....	2
1. 間接的管理の方法.....	3
2. 商法登録体系により保護する方法.....	3
3. 特別法のスキームにより保護する方法.....	3
(二) 地理的表示と商標との相違点.....	4
二、台湾における地理的表示に関連する制度.....	5
(一) 商標法における規定.....	5
1. 制度の導入経緯.....	5
2. 証明標章、団体標章、団体商標の定義.....	6
(1) 証明標章の定義及び保護の対象.....	6
(2) 団体標章の定義及び保護の対象.....	8
(3) 団体商標の定義及び保護の対象.....	8
3. 産地証明標章及び産地団体商標の登録審査について.....	9
(1) 産地証明標章の登録審査について.....	9
(2) 産地団体商標の登録審査について.....	25
(3) 出願料について.....	38
(4) 異議申立手続き.....	38
(5) 権利侵害の救済.....	40
(6) 実際の申請状況について.....	42
(7) 産地証明標章と産地団体商標との相違.....	46
(二) 台湾公正取引法の関連規定.....	47
1. 公正取引法第 21 条.....	47
(1) 立法理由.....	47
(2) 条文内容.....	48
(3) 違反した場合の法律効果.....	48
(4) 公正取引委員会の公正取引法第 21 条案件に対する処理原則.....	49
(5) 公正取引委員会の処分事例.....	52
(三) 消費者保護法.....	54
(四) タバコ・酒管理法.....	54
1. タバコ・酒管理法における酒類表示管理規制について.....	54
2. 地理的表示と原産地表示.....	55
3. 地理的表示の言語.....	57
4. 表示不実の場合の法律効果.....	57
(五) 商品表示法と台湾製品 MIT スマイル標章制度.....	57
1. MIT スマイル標章が申請できる製品.....	59

2.	製品を申請する際の要件.....	60
(1)	台湾原産地の認定条件.....	60
(2)	製品品質の検証基準.....	61
3.	標章の使用期間.....	62
(六)	食品衛生管理法.....	62
三、	台湾と日本との地理的表示に関連する制度の相違点について.....	64
(一)	日本の不正競争防止法について.....	64
(二)	日本の酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律について.....	65
(三)	日本の商標法について.....	67
1.	登録を受けられる商標について.....	68
2.	地域団体商標権の取得者.....	70
3.	構成員に使用させ、需要者の間に広く認識されていることの必要性.....	70
4.	地域団体商標取得の手続き、権利内容について.....	71
5.	地域団体商標の問題点.....	71
6.	登録件数.....	72
(四)	日本の特定農林水産物等の名称の保護に関する法律について.....	72
1.	立法趣旨.....	72
2.	登録申請者及び申請対象物について.....	73
3.	審査手続き.....	73
4.	違反の場合の措置について.....	74
5.	地理的表示保護制度と地域団体商標制度との関係.....	74
(五)	台湾と日本の制度の比較.....	77
1.	独禁法の部分について.....	77
2.	商標法の部分について.....	77
3.	酒類商品の表示について.....	79
4.	地理的表示法の有無について.....	80
四、	まとめ.....	81
付表一:	産地証明標章の出願の必要書類.....	82
付表二:	産地団体商標の出願の必要書類.....	89

一、はじめに

地理的表示は、古くから、消費者が商品を選択し購入するための重要な根拠の一つであり、今もなお消費者が取引商品の原産地を識別するものとされており、また、商品の品質又は特性を理解するための要素であり、よって重要性を有するものである。ただし、これより、地理的表示の不正使用問題が生じやすく、消費者の混同誤認等も招きやすい。

歴史的に言えば、地理的表示は、特許、商標、著作権などと比べ、比較的斬新な制度だと思われる。100年以上も前からヨーロッパの一部の国で概念が形成されてきたと言われる。特にぶどう酒商品については、ヨーロッパ国家において異なるぶどう酒産地の品質管理について相当厳しい規定が設けられていることにより、その高品質の評判を形成しており、各特定の「ぶどう酒産地」はその品質、特性を十分区別しうるものであり、商品の原産地を表彰する効能を有することとなる。地理的表示という概念は、もともと農業、食品の品質に多様な価値を求める消費者の要求に応えるものであり、我々の生活にも身近な制度だと言える。ボルドーやチリといった「産地名」を指標にワインを購入する者がよく見られるし、多くのワインのラベルにはその「産地」、すなわち「地理的表示」がなされている。

早くも19世紀末には地理的表示に関する国際規範が存在し、1883年に締結された「工業所有権の保護に関するパリ条約」(以下、「パリ条約」という。)、1891年に締結された「虚偽の又は誤認を生じさせる原産地表示の防止に関するマドリッド協定」(以下、「マドリッド協定」という。)、1958年に締結された「原産地名称の保護及び国際登録に関するリスボン協定」(以下、「リスボン協定」という。)、及び1994年に締結された「知的所有権の貿易関連の側面に関する協定」(以下、「TRIPs協定」という。)等がある。

地理的表示について、長い間、一部の国でしか保護されていなかったが、TRIPs協定によって150以上の加盟国によって認められたことにより、初めて国際的に注目を集め、世界的に普及しつつある。TRIPs協定以後、アメリカと欧州連合との間における地理的表示保護に関する認識の相違等から、地理的表示の定義、目的、法的態様、保護内容等について、各国間の意見の相違があることを窺うことができる。

パリ条約には、原産地表示又は原産地名称について、虚偽表示の防止及び公衆を誤認混同させることから保護することを主として規定が設けられているが、商品とその原産地との関係性に関する規定にすぎず、原産地と関連する一定の特質を有する必要はない。この点において、リスボン協定の「原産地呼称」(Appellations of Origin)や TRIPs 協定における「地理的表示」とは異なる。

また、各国の法律又は条約により、「地理的表示」について、様々な用語が用いられると共に、定義も様々である。TRIPs 協定第 22 条 1 項による地理的表示(GI; Geographical Indication)とは、「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原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また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」と定義され、3 つの特徴がある。(一)当該地理的表示は、ある商品がある会員の地域に由来するものであることを表示しなければならない。(二)当該商品は、ある種の特定の品質、評判又はその他の特性を有しなければならない。(三)これらの特性は、主に当該地理的表示と関連するものでなければならない。

原産地等に関連する制度全般を考察するために、本稿における地理的表示は、TRIPs 協定上の定義に限らず、品質等に関係がなくても、原産地との関係性があるのであれば、地理的表示として考察しようと思うので、合わせて説明しておく。

(一) 各国の保護方法

各国が採用する地理的表示の保護は、大きく分けて以下の 3 種類¹に区分することができる。ただし、各国が採用可能な保護方法は 1 種類とは限らない。

¹ 沈宗倫「地理的表示と商標の利益衝突及び協調—商標法第 30 条第 1 項第 8 号関連司法実務の発展の評論・分析(中国語:地理標示與商標的利衝突與協調—評析商標法第三十條第一項第八款相關司法實務發展)」政大法学評論第 139 期第 76~77 頁。

1. 間接的管理の方法

地理的表示の保護について、競争法、消費者保護法、商品情報の開示又は公示に関する法令を通して、又は食品品質基準に対する管制等の方法を通して、規範の目的を達成する。

2. 商法登録体系により保護する方法

地理的表示を商標法の規範内に入れ、登録の方法により保護する。例えば、地理的表示が地理的区域を識別する効能を有することを通じて、商標法に規範する標章の証明等により保護する。

3. 特別法のスキームにより保護する方法

この方法は、地理的表示の特殊性に鑑み、特別立法のスキームにより、地理的表示に属する登録システム及び権利保護体系を別途設立し、商標法の系統と区別する。

各国の実施例から見れば、EU の場合、地理的表示に対して、独自の保護を与える類型、アメリカの場合、不正競争法や商標法の枠組み（特に団体商標制度又は証明商標制度）等で保護する類型が伺われる²。

台湾の場合は、商標法において産地証明標章及び産地団体標章が規定されているほか、別途、公平交易法（不正競争禁止法に相当する法律）、消費者保護法等の規定を合わせて保護の機能が果たされており、アメリカのように 2 種類以上の保護方法が取られているといえる。

² 伊藤成美、鈴木将文「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)第 224 頁。

(二) 地理的表示と商標との相違点

前述の保護方法から見れば、例えば、商標法だけで規制すれば十分ではないのかという考え方があるかもしれない。しかし、各制度の発想及び機能が異なるので、一本化するのであれば、十分保護を与えうるかについて、懸念がないとはいえない。下記の説明を展開する前に、制度への理解を深めるため、制度の相違点を先に説明することとし、一般的に認知されている商標と地理的表示の基本概念を簡単に説明しておく。

1. 商標は商標権者が独占的に使用できる知的財産権であるが、地理的表示は、その産地の人々の共通の財産であり、独占的に使用できる権利ではない³。
2. 商標は、営業の出所の表示であり、地理的表示は商品の地理的な出所の表示である。
3. 商標は識別力を有さなければならないことが厳格に要求されるが、地理的表示の識別力に対する要求は、商標ほど厳格ではない。
4. 商標はその権利を自由に譲渡できるが、地理的表示は、基本的には譲渡できない。
5. 商標は商品の品質は証明していないが、地理的表示は、生産基準の設定及び管理等が義務づけられるので、産地と関連する品質を証明することができる。

³ 高橋梯二「地理的表示に於ける各国の法的対応と日本の課題」法律時報 82 巻 8 号 62 頁。

二、台湾における地理的表示に関連する制度

台湾は 2002 年に正式に WTO の加盟国となり、TRIPs 協定の義務を履行し、TRIPs 協定の地理的表示の保護に関する規定に合わせるため、台湾商標法において、産地証明標章及び産地団体商標の登録を申請するという方法により、「地理的表示」の登録の保護を提供している。これが台湾における現行の主要な商品の地理的表示の保護制度である。商標法以外、地理的表示に関連する法律、例えば、公平交易法等の法律もあるので、以下順次に重要な内容を紹介する。

(一) 商標法における規定

1. 制度の導入経緯

經濟部智慧財産局が台湾の WTO への加盟に対応し、TRIPs 協定第 22 条の地理的表示の保護に関する規定を強化するため、ドイツ商標法第 126 条、アメリカ商標法第 4 条を参照して、2003 年 5 月 28 日に改正商標法第 72 条(当時)を公布し、同年 11 月 28 日に施行し、「産地」が証明標章の範囲に追加され、産地証明標章という制度が立ち上がった。当該法律の関連条文の主旨によると、産地証明標章は、標章をもって、他人の商品が当該特定地理区域に由来すること、及び一定の品質、評判又はその他の特性を有することを証明するものである。証明標章の出願人は証明する事項に関連する業務に従事してはならないという規定があるため、台湾の産地標章は多くの農産品に使用されていたものの、農業を営む農民団体である台湾の農会は、出願していない。また、一般的に標章権者が規定する使用規範及び条件に合致している者は使用を求めることができる。

經濟部智慧財産局は、産業発展及び実務の促進の要求に応えるため、政策及び法規の緩和を進め、2007 年 7 月 25 日付けで「証明標章、団体商標及び団体標章審査基準」を規定の上、発布し、産地を団体商標の登録範囲に加えた。産地団体商標は、法人資格を有する公会(組合)、協会又はその他団体により出願申請をするものとされており、その団体会員の商品又は役務へ

の使用に提供される。また、産地団体商標はその商品又は役務の由来する当該特定地理区域の団体を表示し、特定の品質、評判又はその他の特性を有するものであり、それによりその他非当該団体会員の商品又は役務と区別することができる。

2011年6月29日に改正商標法全文111条が公布され、2012年7月1日に施行された。元の第72条の証明標章の条文は第80条へ移動され、証明標章の定義には、原料又は製造方法が追加された。産地証明のために用いる場合、当該地理区域の商品又は役務は、特定の品質、評判又はその他の特性を有していなければならない。証明標章の出願人は、当該地理名称を含む又は当該地理区域を表示する標識をもって、産地証明標章として登録を申請しなければならない。商標専門機関が即時にその登録を許可するのではなく、当該産地名称がその指定する商品又は役務において特定の品質、評判又はその他の特性を有しているか否かを考慮しなければならない。

2011年の商標法の改正において、産地証明標章、産地団体商標及び団体標章の定義、使用規範書に記載すべき事項及びその使用の定義等の規定が追加され、2012年5月2日には改正「証明商標、団体商標及び団体標章審査基準」(以下、「審査基準」という)が公表された。以下、審査基準等に基づいて、証明標章、団体商標等の定義等を説明する。

2. 証明標章、団体標章、団体商標の定義

(1) 証明標章の定義及び保護の対象

証明標章は、証明標章権者が他人の商品又は役務の特定品質、精密度、原料、製造方法、産地又はその他の事項を証明するための標識であり、証明能力を有する法人、団体又は政府機関が登録を取得し、他人の商品又は役務が使用規範書に規定する条件を満たした場合、当該他人が標章を商品又は役務に使用することに同意し、それによって証明されていない商品又は役務と区別するものである(商標法第80条第1項、第81条

第1項)。よって、証明標章は、商品又は役務が一定の特性を有することを証明する機能を有するほか、証明されていない商品又は役務と区別する識別機能を有する。

証明標章の証明機能及び識別機能を維持するために、証明標章権者は、管理及び監督の義務を有し、使用者が使用規範書の規定に基づいて当該証明標章を使用し、証明標章を使用した商品又は役務が当該標章の表彰する特定品質、精密度、原料、製造方法及び産地等の事項を満たすことを確保し、消費者が当該証明標章により商品又は役務の特性を識別する権益を保障する。

証明標章は、証明事項によって一般証明標章及び産地証明標章に区分され、前者は、商品又は役務の品質、精密度、原料、製造方法又はその他の事項を証明し、後者は、商品の産地又は役務の提供地を証明する。証明標章が産地の証明に用いられる場合、当該地理区域の商品又は役務は特定品質、名声又はその他の特性を有しなければならない(商標法第80条第2項)。「当該地理区域の商品又は役務は特定品質、名声又はその他の特性を有しなければならない」とは、商品又は役務が当該地理環境の要素を有する特性、即ち商品又は役務の品質、名声又はその他の特性が当該地理環境と十分な関連性を有し、例えば、当該地理環境の土壌、気候、風、水質、海拔高度、湿度等に起因した自然要素によるものであり、若しくは現地の伝統的又は特殊な製造過程、産出方法、製造技術等の人文要素と関連性を有することである(審査基準2.3.3.2(3))。証明標章が商品の有する特性又は品質の証明に用いられるものであり、当該地理環境と関連性を有しないものであれば、産地証明標章の定義を満たさず、たとえ標章図形において地理名称又は一定の地理区域を十分に指示しうる標識があつたとしても、産地証明標章には属せず、商品又は役務の品質、精密度、原料、製造方法又はその他の事項を証明する一般証明標章に属する。

(2) 団体標章の定義及び保護の対象

団体標章とは、法人資格を有する公会(組合)、協会又はその他の団体が、その会員の会籍を表彰し且つ非当該団体会員と互いに区別する標識である(商標法第 85 条)。団体標章は、商業又は取引において商品又は役務に使用されるのではなく、特定団体の会員身分を表彰することにより、公衆に当該団体標章使用者(即ち団体会員)が当該団体と関連性を有することを告知するために用いられるものである。

(3) 団体商標の定義及び保護の対象

団体商標とは、法人資格を有する公会(組合)、協会又はその他の団体が、その会員から提供される商品又は役務を指示することにより、非当該団体会員から提供される商品又は役務と互いに区別する標識(商標法第 88 条第1項)である。従って、団体商標は、商品又は役務が特定団体会員由来の標識として団体会員の使用のために提供されるものであり、また、商品又は役務の品質、地理的出所又はその他の特性に対して規範書の基準を満たすことを要求されるものである。

団体は、会員の共同利益を維持するために団体商標権を所有し、団体商標権者は、個別会員の不当使用行為によって団体商標の商業的名声に影響が及ぶことのないように、団体商標の使用を管理及び監督しなければならない。団体商標及び商標は、ともに商品又は役務の商業的出所を指し示すためのものであるが、商標が単一の商業的出所を指し示すのに対し、団体商標は複数の商業的出所を指し示す。団体商標権者は、使用規範書に規定される条件に基づいて団体商標を団体から提供される商品又は役務に使用することができ、団体会員から提供される商品又は役務の販売促進のために広告及びプロモーション活動に団体商標を使用することもできる。

団体商標は、一般団体商標及び産地団体商標に区分され、前者は、商品又は役務が特定団体の会員に由来することを指し示し、後者は、商品又

は役務が特定団体の会員に由来することのほか、当該商品又は役務が一定の産地に由来することをも指し示す。産地団体商標の場合、当該地理区域の商品又は役務は、特定品質、名声又はその他の特性を有しなければならない(商標法第 88 条第 2 項)。「当該地理区域の商品又は役務は、特定品質、名声又はその他の特性を有しなければならない」とは、産地証明標章でも言及したとおり、商品又は役務が当該地理環境の要素の有する特性、即ち商品又は役務の品質、名声又はその他の特性が当該地理環境と十分な関連性を有し、例えば、当該地理環境の土壌、気候、風、水質、海拔高度、湿度等に起因した自然要素によるものであり、若しくは現地の伝統的又は特殊な製造過程、産出方法、製造技術等の人文要素と関連性を有することである(審査基準 2.3.3.2(3))。

団体商標を使用する指定商品に備わる特性又は品質は、団体商標権者がその生産製造基準を制定し監督を行った対象となり、当該地理環境と関連性を有しない場合は、産地団体商標の定義を満たさず、たとえ商標図形において地理名称又は一定の地理区域を十分指示しうる標識があったとしても、産地団体商標には属せず、一般団体商標に属する(審査基準 3.2.3.2)。

3. 産地証明標章及び産地団体商標の登録審査について

(1) 産地証明標章の登録審査について

産地証明標章を登録するためには、申請書等を揃えて、出願人、標章図及び指定した商品又は役務を明記しなければならず、また、当該地理区域の商品又は役務は特定品質、名声又はその他の特性を有することも説明しなければならない。以下、出願人の資格等の登録審査に関わる点を説明する。

A. 産地証明標章の定義への合致

産地証明標章は、商品又は役務の産地を証明するためのもので

ある。当該地理区域の商品又は役務は、特定の品質、名声又はその他の特性を有していなければならない、かつ、商品又は役務の有するそれらの特性は、地理環境との間に関連性を有していなければならない。したがって、かかる証明標章が、当該地理環境と関連性を有しないものであれば、産地証明標章の定義を満たさず、産地証明標章として出願することができない（一般証明標章として出願できる可能性はある）。産地証明標章の定義に合致するか否かについては、使用規範書等に記入された事項により判断される。以下、詳細な内容を説明する。

B. 出願人の資格

産地証明標章の出願人の資格としては、以下のとおり 3 つの条件がある。

I. 法人、団体又は政府機関であること

- 台湾出願人の場合

法人、団体又は政府機関は産地証明標章の出願を行うことができる。民法によって成立された財団法人、社団法人であっても、会社法等その他の法律によって成立された法人であってもよく、非法人団体又は政府機関であってもよい。しかし、自然人であってはならない。

そもそも商標法で保護される権利客体は無体財産権であり、原則的には、権利能力を有する自然人及び法人でなければ出願人となることができない。ただし、証明標章（産地証明標章を含む）の場合、実務の需要に応じるため、例外的に非法人団体が出願人となることを許可する。台湾では、非法人団体が証明業務に従事する事

例はよく見られる。

また、政府機関は、その職掌範囲内の業務、例えば消費安全、環境保護、貿易促進等に対して、商品又は役務が一定の特性を有することを証明する必要があるため、政府機関も出願人となることができる。

自然人は、一般に、個人の人力、物力で標章使用に対して監督制御を適切に行うことが困難であり、証明標章出願人が証明能力を有しなければならないという要求を満たしていないため、自然人が出願人となることは許可されない。

- 外国出願人の場合

外国の法人(社団法人、財団法人や会社など)、法人でない団体、政府機関による産地証明標章の出願も可能である。ただし、自然人が出願人となることは許可されない。基本的には台湾出願人の場合と同様である。

前記の内容を、以下の表のとおり要約する。

種類	台湾出願人	外国出願人
法人である団体	○	○
—社団法人	○	○
——会社	○	○
—財団法人	○	○
法人でない団体	○	○
政府機関	○	○
自然人	×	×

II. 他人の商品又は役務を証明する能力を有すること

- 台湾出願人の場合

証明標章の出願人は、他人の商品又は役務を証明する能力を有しなければならない。即ち、標章の使用に対して監督能力を有することが求められる。ただし、産地証明標章の場合、標章の使用を管理、監督する能力を有するほか、当該地理区域限定範囲内における生産製造、販売等の関連業者を十分に代表することも要求されている。

産地証明標章の使用に対する監督、管理の能力については、産地証明標章は主に産地を証明するためのものであり、一般的に政府機関は、地名の使用に対して管理制御権を有するため、それによって産地証明標章の使用基準を確立し標章使用に対して管理、監督を行うのが望ましい。従って、出願人が政府機関又は政府機関によって授権された法人、団体ではない場合、当該出願人は、地名の使用に対して管理監督能力を有することを詳しく説明し、且つ関連証拠を提出しなければならない。

また、関連業者の代表性については、それが特定の地理区域内⁴において、商品又は役務を証明することに従

⁴ 証明標章が証明する産地は、2つ以上の人為行政区画に跨る可能性がある。この場合、当該産地の所属する各行政機関は、共同で出願を提出しなければならない。ただし、もし出願を提出しようとする機関がある場合は、出願を提出しようとする機関がその他の機関に出願の提出を授権しなければならず、又は、各行政機関の共通する上級機関が出願を提出しなければならない。なお、同一の産地に複数の法人、団体があってもいずれも一部の業者しか代表できない場合もある。その場合、それらの法人、団体は、出願を共同で提出し、若しくは協議統合を行い、そのうちの一方又は一部が出願を提出することができる(審査基準 2.3.2.1)。

事する業者を代表する地位を有することを指す。政府機関又は政府機関によって授権された法人、団体から出願が提出される場合、原則的には、それが代表性を有することを推定することができる。出願人が政府機関又は政府機関によって授権された法人、団体ではない場合、当該出願人が代表性を有するか否かは、出願人成立の時間、当該地区において熟知される程度、当該地区において管理監督可能な業者の割合及び出願人の当該地区製品の品質、特性、生産状況、技術事項、生産製造業者等の情報の把握程度から判断することができる。なお、経済部智慧財産局は、出願人の代表性に対して疑義がある場合は、商品又は役務中央目的事業主務官庁に意見を照会することができる。(商標法第 82 条第 2 項)

- 外国出願人の場合

台湾出願人と同じように、外国出願人(外国の産地をもって産地証明標章を出願するもの)に対しても産地証明標章の使用に対する監督、管理の能力及び関連業者の代表性が要求されている。外国の法人、団体又は政府機関が、出願の際に、当該産地証明標章がその名義でその原産国において既に保護される証明書類を添付した場合、出願人は証明能力を有すると認められる。例えば、前記の証明書類としては、原産国で取得されている産地証明標章などが考えられる。また、新聞、雑誌等の報道、書籍の紹介、設立に関する歴史等の提出が考えられる。

III. 出願人は証明しようとする商品又は役務の業務への非従事

- 台湾出願人の場合

出願人は、中立性、公正性を保つために、自ら証明対象商品又は役務に従事してはならず、従事しない旨の誓約書を申請書類として提出しなければならない。勿論、出願人が証明業務以外の業務に従事することは商標法にて禁止されていない。

- 外国出願人の場合

台湾出願人と同様で、自ら証明対象商品又は役務に従事してはならず、従事しない旨の誓約書を申請書類として提出しなければならない。

C. 使用規範書

使用規範書の内容に基づいて、商標権者が産地証明標章の使用を管理することとなるので、使用規範書に記載すべき事項を詳細に記載した上、使用規範書を出願書類として添付しなければならない。証明標章の利害関係者(例えば潜在使用者)及び消費者が標章使用の関連規定を容易に取得し理解できるように、証明標章が登録される場合は、使用規範書を商標公報に公告しなければならない。使用規範書が外国語である場合は、中国語訳を添付し、若しくは使用規範書に記載すべき事項の抄訳を添付しなければならない。このうち、中国語訳又は抄訳を併せて公告しなければならない。出願手続きにおいて、出願人は、使用規範書を補正することができるが、標章の証明する商品又は役務範囲を拡張することはできない。

使用規範書に対する審査について、原則的にはその記載事項についてのみ形式審査を行い、審査した上で疑義がある場合、審査員が商品又は役務の中央目的事業主務官庁に問い合わせる可能性がある他、補充資料の提出を求めることもよく見られる。出願人が使用規範書を添付せず、若しくは使用規範書に欠落があり、出願人に補正を通知した後も、期限を過ぎても補正せず、若しくは補正が審査された後も、依然として規定を満たしていない場合は、出願を受理しないものとする。

産地証明標章の出願に当たって、使用規範書に記載すべき事項について、以下の通り、説明する。

I. 証明の内容

証明の内容という項目では、証明する商品又は役務、産地、及びこれらの商品又は役務が満たすべき規範を記載しなければならない。一つの地理区域における特殊な自然又は人文要素が通常特定の商品又は役務の育成に適しているため、原則的には産地証明標章は、単一かつ具体的な商品を証明することに用いられる(例えば「お茶」、「米」、「芋」、「素麺」という商品)。例外として、産地証明標章は、概括の商品を証明することができる(例えば「水産品」)。商品又は役務が満たすべき規範については、具体的な規範であってもよく、「証明標章権者の制定した条件を満たす」と記載してもよい。

II. 証明標章の使用条件

商品又は役務が特定の産地に由来することは、産地証明標章の使用における必要条件であり、また、出願人は、本項目において商品又は役務の有する特定品質、名声又はその他の特性、及びそれらの特性と地理環境との関連性を説明しなければなら

ない。証明標章の標示方法に対して規定があるか、若しくは出願又は証明標章の使用に対して費用を徴収するかについて、出願人は本項目において説明しなければならない。

当該標章の使用に必要な条件を理解させるように明確に記入しなければならない。もし原料、製造方法、生産方法、品質又はその他の特性の基準に関する内容が複雑である場合は、別添資料で示すことができる。

①. 定義した産地の範囲

使用規範書には産地証明標章の証明する産地の範囲を記載しなければならない。当該範囲が県、市、郷、鎮等の行政エリアに一致する場合は、出願人は、行政エリアで表示することができる。既存の行政エリアでは産地の範囲を容易に特定できない場合は、出願人は、行政上のエリアでない地理的エリアで表示することができる。

②. 商品又は役務の有する特定品質、名声又はその他の特性

産地証明標章の指定する商品又は役務は、特定品質、名声又はその他の特性を有しなければならない。製品の外観特徴、規格サイズ、色、形状、特殊な風味、甘さ、質料、成分、製造過程、製造方法などに基づき、説明を加えることができる。

ある商品に言及すると、消費者がすぐある産地を連想することができるが、消費者にとっては、中性的ないしマイナス印象である可能性とも考えられる(例えばブルーチ

一ズ及び臭豆腐の匂い)。また、商品又は役務が一定の品質又は特性を有するため、出願人は、その原料、製造方法、生産方法等が一定の基準を満たすことを要求することができる。例えば米、水産品の薬物残留基準及び保存条件、お茶の品質及び製造方法等については、関連基準を具体的に記載する。

出願人は、商品又は役務が名声を有することを主張する場合、証明される商品又は役務において当該産地が知名度を有することを示す資料を添付しなければならない。例えば新聞、雑誌、放送局等のメディアの報道、コンテストでの受賞記録、商品又は役務の販売広告又はプロモーション活動等の資料が挙げられる。ネットワーク上のディスカッションも考えられるが、その正確性及び客観性に注意しなければならない。審査基準では、特に台湾の消費者に地名として知られていることを要求されていない。

③. 地理環境との関連性

商品又は役務の特定品質、名声又はその他の特性と地理環境との「関連性」は、当該地理環境における自然又は人文要素との関連性を含む。例えば、商品の品質、名声又はその他の特性は、主に当該地理環境の土壌、気候、風、水質、海拔高度、湿度等に起因した自然要素によるものであり、若しくは現地の伝統的又は特殊な製造過程、産出方法、製造技術等の人文要素と関連性を有するものも考えられる。

④. 証明標章の使用方法及び費用徴収規定

標章権者は、証明標章の使用方法に対して関連規範を設ける場合は、本項目において明記しなければならず、例えば標章が商品又は包装に標示される位置、標章図形の大きさ等が挙げられる。また、証明標章の使用に費用を支払わなければならない場合は、本項目において費用に関して記載しなければならない。

III.証明標章の使用を管理及び監督する方法

証明標章の使用に対する具体的な管理監督方法、及び関連作業の手続きについては、例えば監督実施及び定期又は不定期の検証手続き、改善期間の制限及び期限までに改善されなかった場合の罰則、又はその他の使用規範書違反状況の軽重に応じた処罰等を明記しなければならない。

IV.証明標章の使用申請の手続き事項及びその争議解決方法

使用規範書に明記すべき証明標章の使用申請の手続き事項については、申請手続き及び必要書類を含み、例えば身分又は資格証明書類を添付する必要がある場合は添付すべき証明書類、表に記入する必要がある場合は記入すべき表等を明記しなければならない。

使用規範書には、証明標章の使用に関わる争議解決方法を記載しなければならない。使用申請が許可されない場合、商品が市場に流通した後、証明標章権者に検査され、不合格と認定され、それに対し不服申立てをおこなう場合、又はその他標章の使用に関して標章権者との間に紛争があった場合の解決方法

等を含む。争議を公平、公正に解決する為に、証明標章権者は、紛争解決手続きを制定しそれにより争議を解決することができるが、争議の最終決定者は、裁判所、仲裁者又は調停委員会等の中立の第三者でなければならない。

D. 識別性

証明標章の識別性とは、証明された商品又は役務を示すために、証明されていない商品又は役務と区別する特性を指す。証明標章が単に証明する商品又は役務を記述した関連説明、通用標章又は名称、若しくは識別性を有しないその他の標識のみからなる場合は、識別性を有しないため、登録することができない(商標法第94条により同法第29条第1項に準用)。例えば、「純綿 100%」は、紡織業界において常用される商品成分説明であり、それを証明標章の証明する衣服成分とした場合、証明された衣服商品を指し示すことができず、証明されていないその他の商品と区別することもできず、識別性を有しないため、出願を却下すべきである。

一般証明標章における地理名称は、単なる産地説明の意味のみを有し、一般証明標章権者が標章図形における地理名称について他人が使用する権利を排除できたと誤認されることを回避するために、一般証明標章において地理名称が含まれている場合は、証明標章権利範囲に疑義が生じる恐れがあり、専用権放棄の声明を行って初めて登録を取得することができる(審査基準 2.2.4)。

産地証明標章の場合、産地が当該標章の証明事項の一つであるため、標章が単に指定される商品又は役務を記述した産地名称のみからなっても、識別性を有しないことをもってその登録を却下してはならない。また、産地名称が標章図形の一部であり、標章全体が識別性を有する場合、当該部分が商品又は役務産地の説明であり、且つ産地証明標章範囲に疑義を生じさせる虞があることをも

って、出願人に産地の説明の部分について専用権放棄の声明を行うように要求することができない。又は、識別性の有無の判断については、主に証明されていない商品又は役務と区別することができるかを中心として判断することとなるので、台湾の消費者に地名として知られているか否かということを確認する必要はない。

E. 登録できない事由

証明標章の出願においては、登録できない事由が存在してはならない(商標法第 94 条により同法第 30 条、第 65 条第 3 項を準用)。以下、登録できない事由について、関連する審査原則に基づいて説明する。

I. 公衆に証明する商品又は役務の性質、品質又は産地について誤認誤信を生じさせる虞

産地証明標章は、産地を証明するものであるため、通常、公衆に証明される商品又は役務の産地について誤認誤信を生じさせる虞がないといえる。

但し、産地証明標章図形に、証明する商品又は役務性質、品質等の特性の記述が含まれる場合は、証明内容及び証明標章の使用条件に合わせて観察しなければならない。もし当該記述が事実ではなく、且つ消費者が当該記述が真実であると信じる可能性があり、その購買意欲に影響を与える場合は、公衆に商品又は役務の性質、品質について誤認誤信を生じさせる虞のあることに属し、却下すべきである(審査基準 2.3.5.1)。

例えば、標章図形に「純蜂蜜 100%」という記載が含まれているが、証明内容及び証明標章の使用条件を見たところ、純蜂蜜 100%ではない混合蜂蜜も当該証明標章を使用できる場合は、

当該標章が消費者に当該証明標章が標示された商品が比較的高い品質を有することについて誤認誤信を生じさせる虞のあることに属する。ただし、標章図形から公衆に商品又は役務の性質、品質について誤認誤信を生じさせる虞のある部分を削除した場合は、商標の実質的変更とならないため、出願人に当該部分を削除するように要求してから登録を許可することができる(審査基準 2.3.5.1)。

II. 関連消費者に混同誤認を生じさせる虞

産地証明標章図形においては、通常、地名又は特定地理区域を十分指し示しうる表示等が含まれている。従って、商標近似の判断に当たっては、単に2つの図形に同一の地名が含まれ、若しくは含まれた表示が観念上同一の地理的出所を示すからといって、2つの図形が近似すると認めることはできない。近似の判断については、一般の商標と同様に図形全体をもって観察しなければならない。(審査基準 2.3.5.2)。

審査基準により提供される混同誤認を生じさせる虞のない例は以下の通りである。



左図は、嘉義県阿里山郷農会により先に登録された商標であ

り、お茶に使用することが指定されている。その後、嘉義県は、右の標識を証明標章として出願し、阿里山において生産されるお茶を証明するものとした。両者の図形にはいずれも「阿里山」という産地に関する文字が表示されているが、その他の図形及び文字が含まれ、近似程度が極めて低く、同一のお茶に使用されるものの、関連消費者は、同一の出所であると混同誤認する虞がないため、後に出願した証明標章の登録を許可することができる。

F. 必要書類

出願について、必要な書類を以下のとおり纏める。外国出願人の場合、必要書類に対応するための書類の詳細については付表1を参照いただきたい。

I.産地証明標章登録申請書

中国語の申請書を提出する必要がある。

II.商標の図案

縦・横が5～8 cmのもの、5枚を添付する。

III.優先権証明文書

台湾と相互承認している優先権の国家又はWTOメンバーによる受理を証明する文書を指す。元の書類が中国語でない場合、中国語訳又は必要な部分の中国語抄訳を添付する。

IV.展覧会優先権証明文書

展覧会主催者が発行する展覧会参加証明文書を指す。元の書類が中国語でない場合、中国語訳又は必要な部分の中国語抄訳を添付する。

V.法人、団体、政府機関の資格証明文書

法に基づき設立したことの証明文書のコピーが必要である。原則として、中国語訳は必要でないが、必要に応じて、必要な部分の中国語抄訳が求められる可能性がある。

申請者が中国（香港及びマカオを含む）の法人である場合、法人登記証書を添付するほか、主務官庁が必要と認定した場合、行政院指定の機関又は委託の民間団体の認証を経なければならない。

VI.出願人の証明の資格又は能力に関する文書

例えば、設立の目的、趣旨、任務、営業事項、規模、歴史、職権等、資格又は能力の証明に当たる資料を指す。必要に応じて、必要な部分の中国語抄訳が求められる可能性がある。

VII.代理人委任状

台湾の領域内に住所又は営業所を有さない場合、代理人に委任すべきである。委任状の中国語訳の添付が必要である。

中国（香港及びマカオを含む）の出願人が台湾に住所又は営業所を有する場合、商標の出願及びそれに関する事項については、出願人が自ら行うことができ、代理人にこれを委任しなくてもよい。

共同出願案の場合、共同者全員が共同で1人の代理人に委任し、1通の委任状を提出する。共同出願案であっても、個別に委任状を作成する場合、同一代理人に委任しなければならない。共同者全員により選定された代表者がいる場合、委任状は、かかる代表者の名義により代理人に委任することができる。

VIII.証明標章使用規範書

使用規範書には、前述の通り少なくとも次の事項を記載しなければならない。

- ①. 証明標章が証明する内容
- ②. 証明標章の使用の条件
- ③. 証明標章の使用の管理及び監督の方法
- ④. 当該証明標章の使用を申請する手続き事項及び争議の解決方法

使用規範書が外国語で作成されたものである場合は、中国語訳又は必要記載事項の中国語抄訳を添付する。

申請時に使用規範書の電子ファイル(及びその中国語訳又は必要記載事項の中国語抄訳)を提出しなければならない。

IX.出願人は証明しようとする商品又は役務の業務に従事しない旨の誓約書

中国語で提出する場合、翻訳は不要である。

X.出願人の代表性保有証明文書

必要に応じて、必要な部分の中国語抄訳が求められる可能性がある。

XI.その他証明文書

元の書類が外国語で作成されている場合、強制的ではないが、審査のスピードを加速させるため、適宜重要な部分について中国語抄訳を添付したほうが無難であると考えられる。

(2)産地団体商標の登録審査について

産地団体商標を登録するためには、申請書等を揃えて、出願人、商標図及び指定した商品又は役務を明記しなければならず、また、当該地理区域の商品又は役務は特定品質、名声又はその他の特性を有することも説明しなければならない。

以下、産地団体商標の定義、出願人の資格等の登録審査に関わる点を説明する。

A. 産地団体商標の定義への合致

産地団体商標は、会員から提供される商品又は役務が一定の産地に由来することを指し示すものである。当該地理区域の商品又は役務は、特定品質、名声又はその他の特性を有していなければならない、かつ、それらの特性は、地理環境と関連性を有していなければならない。したがって、かかる産地団体商標が、当該地理環境と関連性を有しないものであれば、産地団体商標の定義を満たさず、産地団体商標として出願することができない。産地団体商標の定義に合致するか否かについては、使用規範書等に記入され

た項目により判断される。以下、詳細な内容を説明する。

B. 出願人の資格

産地団体商標の出願人の資格については、以下のとおりである。

種類	台湾出願人	外国出願人
法人である団体	○	○
— 社団法人	○	○
—— 会社	×	×
— 財団法人	×	×
法人でない団体	×	×
政府機関	×	×
自然人	×	×

I. 法人資格を有しなければならない。

- 台湾出願人の場合

産地団体商標出願人は、法人資格を有する公会(組合)、協会又はその他の団体でなければならない(商標法第88条第1項)。農会法、漁会法、合作社法、商業団体会法、工業団体会法、教育会法によって設立された農会、漁会、合作社、公会、教育会等の団体は、それぞれの当該法規によって設立された際に法人資格を有したため、出願人は、立案証明書等の証明書類のみを添付すれば十分だと思われる。

また、産地団体商標は、団体によって会員が使用するために提供されるものであるため、出願人は、「人」を集合体とする公会、協会又はその他の団体でなければな

らない。財団法人は、「財産」を集合体としており、会社は営利性社団法人であるが、個別の株主の名義で営業を行う者ではないので、両者とも団体商標の出願人の資格を有していない(審査基準 3.2.2)。

- 外国出願人の場合

外国法人は出願人として出願することも可能である。基本的には台湾出願人と同様である。

II.当該地名の出願に対して代表性を有しなければならない

- 台湾出願人の場合

前記の資格以外、産地団体商標の出願人は、当該地名の出願に対して、代表性を有しなければならない。

産地団体商標の機能は、会員商品が一定の産地に由来することを示すことにあり、出願人は、当該地名の出願に対して代表性を有しなければならない(商標法第91条により同法第82条第2項を準用する)。「代表性」とは、特定の地理区域内において、指定された商品又は役務に従事する業者を代表する地位を有することを指す。出願人の代表性は、出願人成立の時間、当該地区において熟知される程度、当該地区において管理、監督可能な業者割合及び出願人の当該地区製品の品質、特性、生産状況、技術事項、生産製造業者等の情報の把握程度から判断することとなるので、出願人の代表性に対して疑義がある場合は、審査員が商品又は役務中央目的事業主務官庁に意見を問い合わせることができる他(審査基準 3.2.2)、出願人に補充資料を求めることも考えら

れる。

産地が歴史上自然及び人文要素によって形成された特定地理区域である可能性があるため、産地団体商標の産地は、2 つ以上の人為行政区画に跨る可能性がある。もし同一の産地に複数の法人、団体があつていずれも一部の業者しか代表できない場合は、それらの法人、団体は、出願を共同で提出し、若しくは協議した上、そのうちの一つの団体又は一部の団体より出願することができる。

- 外国出願人の場合

外国の産地をもって産地団体商標を出願する場合、もし外国法人が、出願の際に、当該産地団体商標がその名義でその原産国において保護される証明書類を添付した場合は、出願人とする代表性を有すると認定することができる(審査基準 3.2.2)。実務上の出願例から見れば、先に自分の母国で登録がなされた上で、台湾の当局に出願することは合理的であるといえる。

出願人の資格及び代表性に疑義があり、出願人に補正を通知した後、期限を過ぎても補正せず、又は補正が審査された後も、依然として出願人の資格を満たしておらず、若しくはそれが証明能力を有すると認定することができない場合は、受理しないものとする。

C. 使用規範書

使用規範書の内容に基づいて、商標権者は、産地団体商標の使用を管理することとなるので、使用規範書に記載すべき事項を詳

細に記載した上、使用規範書を出願書類の一つとして添付しなければならない。団体商標の利害関係者(例えば潜在使用者)及び公衆が標章使用の関連規定を容易に取得し理解できるように、商標法において、出願人が添付すべき団体商標使用規範書(商標法第 89 条第 1 項)、使用規範書に明記すべき事項(商標法第 89 条第 2 項)、及び使用規範書の公告(商標法第 89 条第 4 項)について明確に規定されている。従って、団体商標が登録される際に、使用規範書が商標公報に公告され、使用規範書が外国語である場合、出願人は、中国語訳を添付し、若しくは使用規範書に記載すべき事項の抄訳を添付しなければならず、中国語訳又は抄訳を併せて公告しなければならない。出願手続きにおいて、出願人は、使用規範書を補正することができるが、団体商標の指定する商品又は役務範囲を拡張することはできない。

出願人が添付した使用規範書に対して、原則的にはその記載事項について形式審査を行い、審査され疑義があると認められた場合、審査員が商品又は役務の中央目的事業主務官庁に意見を問い合わせることができる。出願人が使用規範書を添付せず、若しくは使用規範書に欠落があり、出願人に補正を通知した後、期限を過ぎても補正せず、若しくは補正が審査された後も、依然として規定を満たしていない場合は、受理しないものとする(商標法第 17 条により同法第 8 条第 1 項を準用する)。

以下、使用規範書に記入すべき事項を説明する。

I. 会員の資格

産地団体商標は産地を指し示す性質を有し、当該産地地理区域範囲内の業者は、その商品又は役務が使用規範書に規定される使用条件を満たし、且つ当該業者が団体会員になる資格を有する場合、当該団体に加入し、当該団体商標を利用

できる。本項目においては当該産地団体の会員の資格を明確に記載しなければならず、その商品又は役務及び資格が使用規範書の要件を満たした場合、産地団体商標権者は、当該産地団体商標を公平に利用する権益を保障するために、かかる者が会員になることに同意しなければならない。

II.産地団体商標の使用条件

商品又は役務が特定産地に由来することは、産地団体商標の必要条件である。また、出願人は、本項目において商品又は役務の有する特定品質、名声又はその他の特性、及びそれらの特性と地理環境との関連性を説明しなければならない。出願人が団体商標の標示方法に対して規範を有するか、若しくは出願又は団体商標使用について費用を徴収する場合、本項目において明記しなければならない。

1. 定義した産地の範囲

使用規範書には産地の範囲を記載しなければならず、当該範囲が県、市、郷、鎮等の行政エリアに一致する場合は、出願人は、行政エリアをもって表示することができる。既存の行政エリアでは産地の範囲を容易に特定できない場合、出願人は、行政エリアでない地理的エリアをもって表示することができる。

2. 商品又は役務の有する特定品質、名声又はその他の特性

産地団体商標の指定する地理区域の商品又は役務は、特定品質、名声又はその他の特性を有しなければならない。製品の外観特徴、規格サイズ、色、形状、特殊な風

味、甘さ、質料、成分、製造過程、製造方法などに基づき、説明を加えることができる。

ある商品に言及すると、消費者がすぐある産地を連想することができるが、消費者にとっては、中性的ないしマイナス印象である可能性も考えられる（例えばブルーチーズ及び臭豆腐の匂い）。また、商品又は役務が一定の品質又は特性を有するため、出願人は、その原料、製造方法、生産方法等が一定の基準を満たすことを要求することができる。例えば米、水産品の薬物残留基準及び保存条件、お茶の品質及び製造方法等については、関連基準を具体的に記載する。

出願人は、商品又は役務が名声を有することを主張する場合、証明される商品又は役務において当該産地が知名度を有することを示す資料を添付しなければならず、例えば新聞、雑誌、放送局等のメディアの報道、コンテストでの受賞記録、商品又は役務の販売広告又はプロモーション活動等の資料が挙げられる。ネットワーク上のディスカッションも考えられるが、その正確性及び客観性に注意しなければならない。審査基準では、特に台湾の消費者に地名として知られていることは要求されていない。

3. 地理環境との関連性

商品又は役務の特定品質、名声又はその他の特性と地理環境との「関連性」は、当該地理環境における自然又は人文要素との関連性を含む。例えば、商品の品質、名声又はその他の特性は、主に当該地理環境の土壌、気候、風、水質、海拔高度、湿度等に起因した自然要素によるものであり、若しくは現地の伝統的又は特殊な製造

過程、産出方法、製造技術等の人文要素と関連性を有するものも考えられる。

4. 団体商標使用の方法及び費用徴収規定

団体商標権者は、団体商標の使用方法に対して関連規範を設ける場合は、本項目において明確に記載しなければならない。例えば団体商標が商品又は包装に標示される位置、標章図形の大きさ等が挙げられる。また、団体商標の出願又は使用に費用を支払わなければならない場合は、本項目において費用に関して記載しなければならない。

III.産地団体商標使用を管理及び監督する方法

産地団体商標の使用を管理及び監督する方法は、団体商標権者による、団体商標の使用に対する具体的な管理監督方法、及び関連作業フロー規定を指し、例えば生産環境に対する検査、半製品又は製品に対して実施される定期又は不定期の検証手続き、市場に流通する製品に対する抜き取り検査等が挙げられる。

IV.規範違反の処理規定

団体及び会員は、団体商標を使用する権利を所有するとともに、使用規範書の規定に基づいて使用する義務を果たさなければならない。使用規範書には、団体及び会員が遵守できるように使用規範違反の処理規定を記載しなければならない。例えば、団体商標の使用が使用規範又はその他の法律規定

に違反した場合は、状況の軽重に応じて期限までの改正の要求、使用中止、又は会員資格の取り下げ等の処理方法が挙げられる。

D. 識別性

産地団体商標の識別性とは、一般の消費者が、産地団体商標をもって産地を識別できるほか、当該団体商標により、非当該団体会員から提供される商品又は役務とを区別することができる特性をいう。

産地団体商標の重要な機能は、産地を示すことにあるため、産地団体商標が単に指定される商品又は役務を記述した産地名称のみからなり、識別性を有しないことをもってその登録を却下してはならない。

産地名称が団体商標図形の一部であり、団体商標全体が識別性を有する場合、当該部分が商品又は役務産地の説明であり、団体商標権利範囲に疑義を生じさせる虞があることを理由として、出願人に専用権放棄の声明を行うように要求することもできない(審査基準 3.2.4.2)。

農産品の取引慣習において、「産地名称+商品名称」を商品産地として説明することはよくあり、例えば「雲林パイヤ」は、単に当該パイヤが雲林産地由来である意味のみを表彰するためのものである。従って、出願人が単なる「産地名称+商品名称」標章図形をもって産地団体商標登録を取得した場合、その同意を得ていない者が「産地名称+商品名称」を商標として使用した場合は、権利侵害主張の可否又は合理的な使用であるか否かの懸念が生じる。当該地理区域内における団体及び非団体会員の商品間の差異を明確に識別するために、出願人は、使用規範書において団体商標

標示の位置、様式及びその商品包装の配色等の使用条件を追加し、又は商標図形に識別性を有するその他の図形又は文字を加えた方が望ましい(審査基準 3.2.4.2)。例えば、「産地名称」及び「商品名称」の他、識別性を有する図形を更に加えることが挙げられる。

E. 登録できない事由

産地団体商標の出願においては、下記の登録できない事由が存在してはならない。

I. 公衆に商品又は役務の性質、品質又は産地について誤認誤信を生じさせる虞

産地団体商標は、その会員の商品又は役務が特定産地に由来し、且つ産地団体商標の使用条件を満たすことを示すことから、通常、公衆に商品又は役務の産地について誤認誤信を生じさせる虞がないといえる。しかし、産地団体商標図形に指定商品又は役務の品質、性質等の特性の記述が含まれている場合は、公衆に商品又は役務の品質、性質について誤認誤信を生じさせる虞があるか否かについては、別途内容に基づいて、検討する余地がある。例えば商標には「100%蜂蜜」という記載があるが、100%蜂蜜でなくても、当該産地団体商標を使用することができるのであれば、品質に誤認させる虞がある(審査基準 3.2.5.1)。

II. 関連消費者に混同誤認を生じさせる虞

産地団体標章図形には、通常、地名又は特定地理区域を十分表示しうる標識が含まれている。産地団体商標と商標又は証明標章との近似性の判断にあたって、単に2つの図形に同一の地名が含まれ、若しくは含まれた表示が観念上同一の地

理的出所を示すからといって、2つの図形が近似すると認めることはできない。要するに、近似するか否かについては、図形全体について観察しなければならない。

産地の記載が同一であっても、他の図形及び文字が含まれる場合、近似度が低いといえ、登録ができると思われる。以下の例をご参考いただきたい。



左図は、先登録の商標(登録番号:01418120)であり、新鮮な果物等の商品に使用することが指定される。その後、屏東県枋山地区農会は、右の標識を産地団体商標として登録し(登録番号:01463668)、商品が屏東県枋山地区農会で生産されるマンゴーであることを指定した。2つの図形のいずれにも産地の「枋山」の文字が表示されているが、その他の図形及び文字が含まれるので、近似程度が極めて低く、又は同一のマンゴー商品に使用されるが、関連消費者は、後出願の団体商標が標示された商品が、先登録の商標が標示された商品と同一であり若しくは関連する出所を有すると混同誤認する虞がないため、後出願の団体商標の登録が許可された。

F. 必要書類

出願の必要書類を以下の通り纏める。外国出願人の場合、上記必要書類に対応するための書類の詳細については付表 2 をご参照いただきたい。

I.産地団体商標登録申請書

中国語の申請書を提出する必要がある。

II.商標の図案

縦・横が 5～8 cmのもの、5 枚を添付する。

III.優先権証明文書

台湾と相互承認している優先権の国家又は WTO メンバーによる受理を証明する文書を指す。元の書類が中国語でない場合、中国語訳又は必要な部分の中国語抄訳を添付する。

IV.展覧会優先権証明文書

展覧会主催者が発行する展覧会参加証明文書を指す。元の書類が中国語でない場合、中国語訳又は必要な部分の中国語抄訳を添付する。

V.出願人の法人資格証明文書

中央又は地方主務官庁に対し登記を行い、法に基づき当該管轄裁判所にて法人登記を行った法人登記証書のコピー。原則として、中国語訳は必要でない。

出願人が中国(香港及びマカオを含む)の法人である場合、法人登記証書を添付し、当該商標の専門機関の認可が必要な場合、行政院指定の機関又は委託の民間団体の認証を経なければならない。

VI.代理人委任状

台湾の領域内に住所又は営業所を有さない場合、代理人に出願を行うことを委任すべきである。中国語訳の添付が必要である。

中国(香港及びマカオを含む)の申請者が台湾地区に住所又は営業所を有する場合、商標の出願及びそれに関する事項については、申請者が自ら行うことができ、代理人にこれを委任しなくてもよい。

共同出願案の場合、共同者全員が共同で1人の代理人に委任し、1通の委任状を提出する。共同出願案であっても、個別に委任状を作成する場合、同一代理人に委任しなければならない。共同者全員により選定された代表者がいる場合、委任状は、かかる代表者の名義により代理人に委任することができる。

VII.産地団体商標使用規範書

使用規範書には、少なくとも次の事項を記載しなければならない。

- ①. 会員の資格
- ②. 団体商標の使用の条件
- ③. 団体商標の使用の管理及び監督の方法
- ④. 規範違反の処理規定

使用規範書が外国語で作成されたものである場合は、中国語訳又は必要記載事項の中国語抄訳を添付する。

申請時に使用規範書の電子ファイル(及びその中国語訳又は必要記載事項の中国語抄訳)を提出しなければならない。

VIII.出願人の代表性保有証明文書

必要に応じて、必要な部分の中国語抄訳が求められる可能性がある。

IX.その他証明文書

元の書類が外国語で作成されている場合、強制的でないが、審査のスピードを加速させるため、適宜重要な部分について中国語抄訳を添付したほうが無難であると考えられる。

(3) 出願料について

産地証明標章を出願する場合、出願料は新台幣ドル(以下同様)5,000元となるが、産地団体商標を出願する場合、出願料は出願する商標の商品・サービスの分類、及びその個数に応じて、それぞれ計算することとなる。

産地団体商標を出願する場合、出願料の計算について、第1類～第34類の商品に使用する場合、同類商品において指定の商品個数が20個以下の場合、1分類ごとに3,000元となる。商品個数が20個を超える場合、1個増加当たり200元追徴する。第35類～第45類の商品に使用する場合、1分類ごとに3,000元となる。ただし、第35類の特定商品の小売サービスに使用し、5個を超える場合、1個増加当たり500元追徴する。

(4) 異議申立手続き

商標審査手続きは、出願人が出願する際に經濟部智慧財産局の職権により進められる審査と、商標の登録が公告された後、公衆により自主的に行われる審査とに分けられる。

台湾の商標制度は、商標の公衆審査において、異議、評定及び廃止の計 3 種類の制度を設けており、産地証明標章及び産地団体商標にも同様に適用される。

	異議	評定	廃止
申請者	誰でも可	利害関係者又は 審査員	誰でも可
申請期間	登録の公告の日後 3ヶ月以内	登録の公告の日後 原則 5 年間。例外規定 あり。	期間制限なし
申請事由	商標法第 94 条で準 用の同法第 48 条	商標法第 94 条で準用 の同法第 57 条	商標法第 93 条 商標法第 94 条で準用 の同法第 63 条第 1 項 及び第 2 項
法的効果	異議が成立した場合、当該産地証明標章又は産地団体商標の登録は取り消され、遡及的に過去に遡って効果が生じる。	評定が成立した場合、当該産地証明標章又は産地団体商標の登録は取り消され、遡及的に過去に遡って効果が生じる。	廃止された場合、当該証明標章又は産地団体商標は廃止日から将来に向かってその効力を失う。

		ただし、評決の時点において、当該登録すべきでない状況が既に存在しない場合は、公益及び当事者の利益の衡平を斟酌して、評定を不成立とすることができる。	
--	--	---	--

(5) 権利侵害の救済

A. 民事請求

証明標章、団体標章又は団体商標について、別途規定がある場合を除き、その性質により商標法の関連する商標の規定を準用する、と規定されている(商標法第94条)。これより、虚偽の産地証明標章又は産地団体商標が発見された場合、当該産地証明標章又は産地団体商標の権利者は、一般商標権者と同じく次の権利を行使することができる。認許を経ない外国法人又は外国団体は、刑事告訴又は民事訴訟を提起することができる(商標法第99条)。

I. 侵害排除又は防止の請求権

商標権者はその商標権を侵害する者に対して、その排除を請求することができる。侵害の恐れがある場合、その防止を請求することができる(商標法第69条第1項)。商標権者が侵害の排除又は防止を請求する場合、商標権を侵害する物品及び侵害行為に従事する原料又は器具の廃棄を請求することができる。ただし、裁判所は、侵害の程度及び第三者の利益を斟酌した上で、その他必要な処置をとることができる。

II. 損害賠償請求権

商標権者は故意又は過失によりその商標権を侵害した者に対して、損害賠償を請求することができる(商標法第 69 条第 3 項)。

B. 刑事告訴

I. 産地証明標章を侵害した場合

証明標章権者の同意を得ないで、販売の拡大を目的として、同一又は類似の商品又は役務に、登録された証明標章と同一又は類似する標章を使用し、関連消費者を誤認、誤信させるおそれがあるときは、3 年以下の有期懲役、禁錮に処し、又は新台幣ドル 20 万元以下の罰金を科す又は併科する(商標法第 96 条第 1 項)。

証明標章権の侵害のおそれがあることを知りながら、販売又は販売を意図して、他人の登録証明標章標識と同一又は類似する標識を付したラベル、包装容器又はその他の物品を製造、所持、陳列するときも、同様とする(商標法第 96 条第 2 項)。

無断で証明標章を使用した商品を知りながら販売し、又は販売を意図して所持、陳列、輸出又は輸入した場合、一年以下の有期懲役、禁錮に処し、又は新台幣ドル 5 万元以下の罰金を科す又は併科する。電子媒体又はインターネットを利用して行った場合も、同様とする(商標法第 97 条)。

II. 産地団体商標を侵害した場合

団体商標権者の同意を得ずに、販売の拡大を目的として、次のいずれかの場合に該当するときは、3 年以下の有期懲役、禁錮に処し、または新台幣ドル 20 万元以下の罰金を科す又は併科する(商標法第 95 条)。

- ①. 同一商品又は役務に、登録された商標又は団体商標と同一の商標を使用する場合。
- ②. 類似する商品又は役務に、登録された商標又は団体商標と同一の商標を使用し、関連消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある場合。
- ③. 同一又は類似する商品又は役務に、登録された商標又は団体商標と近似する商標を使用し、関連消費者に混同誤認を生じさせるおそれがある場合。

無断で産地団体商標を使用した商品を知りながら販売し、又は販売を意図して所持、陳列、輸出又は輸入した場合、一年以下の有期懲役、禁錮に処し、又は新台幣ドル 5 万元以下の罰金を科す又は併科する。電子媒体又はインターネットを利用して行った場合も、同様とする(商標法第 97 条)。

C. 税関による差し押さえ

商標権者は、輸入された又は輸出した物品につき、その商標権を侵害するおそれのある場合、税関にあらかじめ捜査、差し押さえするよう申請することができる(商標法第 72 条第 1 項)。申請するにあたって、書面を持って、侵害の事実を釈明し、かつ保証金又は担保金を預託しなければならない(商標法第 72 条第 2 項)。

(6) 実際の申請状況について

A. 日本の出願人による登録状況

日本の出願人による出願の登録状況につき、台湾智慧財産局のホームページに掲載されている登録資料を検索したところによると、産地証明標章の登録はなく、産地団体商標は 11 件登録されている(2016 年 10 月 18 日時点)⁵。

登録番号	産地団体商標商標権者	商標の内容
01325447	沖縄県酒造組合連合会	琉球泡盛
01418362	南信州農業協同組合 下伊那園芸農業協同組合	市田柿
01426283	全国農業協同組合連合会	日田梨
01448145	佐賀県有明海漁業協同組合	佐賀海苔有明海一番
01456266	高岡銅器協同組合	高岡銅器
01556151	宇都宮餃子会同業公会	宇都宮餃子
01565185	常滑焼協同組合	常滑焼
01610736	四国タオル工業組合	今治タオル
01610737	四国タオル工業組合	imabari towel 及び図
01691752	群馬県達磨製造協同組合	高崎だるま
01694558	帯広市川西農業協同組合	十勝川西長いも

なお、日本の農林水産省は下記に言及する GI マークを産地証明標章ではなく、通常商標として出願している(登録番号:01754105)。

⁵ 現時点での検索結果に限り、11 件しか見当たらなかったが、データベース及び検索上の問題の関係で、他にも存在する可能性は否定できない。



B. その他の国の出願人による登録状況

台湾智慧財産局のホームページに掲載されている登録資料を検索したところ、その他の国の出願人により出願され、登録された産地証明標章は以下の表のとおりで、17件ある(2016年10月18日時点)⁶。

登録番号	産地証明標章権者	商標の内容
01248450	遷西縣林学会(中国)	遷西板栗
01327971	TEA BOARD INDIA(インド)	DARJEELING
01327972	TEA BOARD INDIA(インド)	DARJEELING 及び図
01383067	成都市郫県食品工業協会(中国)	郫縣豆瓣
01391245	安吉県農業局茶葉站(中国)	安吉白茶 AN JI WHITE TEA
01460187	SRI LANKA TEA BOARD(スリランカ)	CEYLON TEA SYMBOL QUALITY

⁶ 現時点での検索結果に限り、17件しか見当たらなかったが、データベース及び検索上の問題の関係で、他にも存在する可能性は否定できない。

01483510	淳安県茶葉行業協会(中国)	千島玉葉
01501462	杭州市余杭区徑山茶行業協会(中国)	西湖龍井
01553027	杭州市西湖区龍井茶産業協会(中国)	徑山茶
01588005	CONSORZIO DEL FORMAGGIO "PARMIGIANO-REGGIANO"(イタリア)	PARMIGIANO REGGIANO
01588006	CONSORZIO DEL FORMAGGIO "PARMIGIANO-REGGIANO"(イタリア)	PARMIGIANO REGGIANO
01603589	NAPA VALLEY VINTNERS ASSOCIATION(アメリカ)	NAPA VALLEY
01642034	安溪県茶業總公司(中国)	安溪鐵觀音
01648012	平和県白芽奇蘭茶協会	平和白芽奇蘭 PING HE BAI YA QI LAN
01749159	BINH THUAN DRAGON FRUIT ASSOCIATION(ベトナム)	BINH THUAN DRAGON FRUIT
01787279	THE SCOTCH WHISKY ASSOCIATION(イギリス)	SCOTCH WHISKY
01787280	THE SCOTCH WHISKY ASSOCIATION(イギリス)	蘇格蘭威士忌

台湾智慧財産局のホームページに掲載されている登録資料を検索したところ、その他の国の法人により登録された産地団体産地団体商標は以下の表のとおりで、4件ある(2016年10月18日時点)⁷。

登録番号	産地団体商標権者	商標の内容
01465483	CONSORZIO DI TUTELA BAROLO BARBARESCO ALBA LANGHE E ROERO(イタリア)	BARBARESCO
01460186	CONSORZIO DI TUTELA BAROLO BARBARESCO ALBA LANGHE E ROERO(イタリア)	BAROLO
01415844	CONSORZIO VINO CHIANTI CLASSICO(イタリア)	CHIANTI CLASSICO
01571785	KOREAN GINSENG ASSOCIATION(韓国)	KOREAN RED GINSENG

(7)産地証明標章と産地団体商標との相違

相違点は以下の通りである。

- A. 産地証明標章の出願人は非法人団体、政府機関であっても可能であるが、産地団体商標の出願人は、法人資格を有する公会、協会であることが必要となる。
- B. 産地団体商標は、かかる団体のメンバーしか使用できず、産地証明標章は、団体メンバーでなくても、使用規範書による要件を満た

⁷ 現時点での検索結果に限り、4件しか見当たらなかったが、データベース及び検索上の問題の関係で、他にも存在する可能性は否定できない。

す場合は使用できる。

- C. 産地証明標章の出願人は、自らかかる標章を使用してはならないが、産地団体商標の出願人は、かかる商標を使用することが可能である。

産地証明標章の出願人は、商品又は役務を証明する能力を有する必要があるため、産地を証明する能力の有無が重要なポイントとなる。また、産地証明標章は、証明の公正性を保つために、産地証明標章の出願人自らは標章を使用してはならないとされているが、一方、産地団体商標は、当該団体自体も商品又は役務を提供することができる。

したがって、産地の保護に当たって、出願人は、自己の身分、及び、権利の利用方法等を考慮した上で、自らの需要に適合する制度を選択することとなる。

(二) 台湾公正取引法の関連規定

商標法において証明標章及び団体商標の登録制度が規定されているほか、台湾公正取引法(原文:「公平交易法」)及びその他の関連法規においても、地理的表示の保護に関する規制がある。ひとまず、公正取引法における関連法規及び公正取引委員会(原文:「公平交易委員会」)の処理原則などを説明する。

1. 公正取引法第 21 条

(1) 立法理由

本条は 1991 年に公布され、その立法理由を総体的に見ると、立法者は、広告表示が最も消費者の購買行為に直接的な影響を与える要素であることを考慮していることが分かる。従って、一部のメーカーが、商品を販売する目的のために、虚偽不実又は誤認させるような広告を用いて販売促進を行うことで、消費者が的確に必要な商品又はサービスを選

択することができなくなるだけでなく、それと同時に法を遵守しているその他の競合同業に対して、不公平な競争状況を形成し、更には競争秩序に影響を与えることになる。よって、虚偽不実又は誤認させるような広告に対し、厳重に取り締まる必要があった。その後、1999年、2010年、2011年、2014年度の法改正を経たのはそのためである。2015年の修正は、特に商品またはサービスの表示に重点を置いており、これにより、原条文の文義が更に明確になった。

(2) 条文内容

台湾公正取引法第21条第1項では、「事業者は、商品若しくはその広告の上、その他公衆の知り得る方法により、商品に関する取引決定に影響するおそれのある事項について、虚偽・不実又は誤認させるような表示又は標識をしてはならない。」、同上第2項では、「前項において『商品に関し取引決定に影響するおそれのある事項』とは、商品の価格、数量、品質、内容、製造方法、製造期日、消費期限、使用方法、用途、原産地、製造業者、製造地、加工業者、加工地その他顧客誘引に係る効果のある事項をいう。」とそれぞれ規定されている。商品の品質、原産地など勧誘効果を含む関連事項は、取引の決定に影響を与えうるので、「地理的表示」に関与することとなる。また、特定の品質を表示するなどといった状況に関与する可能性もあるため、前記の規定により地理的表示による保護という目的を果たせる。

(3) 違反した場合の法律効果

公正取引法第21条に違反した場合、それぞれ民事責任及び行政責任の二つの責任を負うこととなる。

A. 民事責任

事業者が、この法律の規定に違反して他人の権利又は利益を侵

害した場合において、被害者は、これを排除するよう求めることができる。また、侵害されるおそれがある場合において、これを防止するよう求めることができる(公正取引法第 29 条)。また、事業者が、この法律の規定に違反して他人の権利又は利益を侵害した場合においては、これによって生じた損害を賠償する責任を負わなければならない(公正取引法第 30 条)。損害賠償の請求に当たって、故意である場合、損害額以上の賠償を求めることができるが、損害額の三倍の金額を超えてはならない(公正取引法第 31 条第 1 項)。被害者は加害者の費用で新聞に判決書を掲載するよう求めることもできる(公正取引法第 33 条)。

B. 行政責任

主務官庁は期限を定めて、当該行為の差止め又は修正その他これを是正するために必要な措置を命じ、また、新台幣ドル 5 万元以上 2500 万元以下の過料を課すことができる(公正取引法第 42 条)。当該期限の経過後、事業者が、なお当該行為をとりやめず若しくは修正せず、若しくは必要な措置を講じないときは、主管機関は、当該事業者に対し、期限を定めて引き続き、当該行為の差止め又は修正その他これを是正するために必要な措置を命じ、これらの措置を講ずるまで、拒否するごとに新台幣ドル 10 万元以上 5,000 万元以下の過料に処することができる(公正取引法第 42 条)。

(4) 公正取引委員会の公正取引法第 21 条案件に対する処理原則

行政院公正取引委員会が定めた「公正取引委員会の公正取引法第 21 条案件に対する処理原則」(原文:「公平交易委員會對於公平交易法第 21 條案件之處理原則」、以下、「処理原則」という。)には、公正取引法第 21 条の構成要件及び関連案件の処理手続について、より詳細に記載されている。以下、簡単に説明する。

- A. 公正取引法第 21 条でいう表示または表徴とは、文字、言語、音響、図形、記号、数字、映像、顔色、形状、動作、物体またはその他の方式で商業価値を有するメッセージまたは観念を表せる行為である(処理原則の第 4 点)。
- B. 虚偽不実又は誤認させるような表示または表徴を判断する場合、以下の要素を考慮すべきであると列挙されている(処理原則の第 7 点)。
 - I. 表示または表徴は、関連の取引相手方の普通注意力の認知をもって、虚偽不実又は誤認させるような事情があるか否かを判断しなければならない。
 - II. 表示または表徴の内容が対比または特別顕著な方式でなされ、その特別顕著な主な部分が、消費者が取引をするか否かを決定する主な要素を形成する場合、その特別顕著な主な部分を単独で観察した上で判定するものとする。
 - III. 表示または表徴を個別で観察した場合は真実であるが、合体して観察した全体の印象及び効果が、取引相手方に誤った認知または決定を引き起こす虞がある場合、それは人を誤解させることに該当する。
 - IV. 表示または表徴に関する重要な取引情報が、レイアウト、位置、フォントサイズと比例しない場合、それが取引相手方に誤った認知または決定を引き起こさせる虞がある。
 - V. 表示または表徴に関する負担または制限条件が十分に揭示されていない場合、取引相手方に誤った認知または決定を引き起こさせる虞がある。
 - VI. 表示または表徴が客観的に複数の合理的な解釈を有し、その内の一つが真実である場合、不実ではない。但し、人を誤解させる意図が顕著である場合は、これに限られない。
 - VII. 表示または表徴と実際の状況との差異の程度。
 - VIII. 表示または表徴の内容が、通常の知識及び経験を有する関連取引相手方が合理的な判断、並びに取引の決定を行なうことに

影響を与え得るか否か。表示または表徴の内容が競争の事業及び取引相手方の経済利益に対する影響。

- C. 処理原則においては、「表示または表徴の商品自体または比較した商品(サービス)には一定の品質があると説明しているが、その差異は一般人または大衆が受入れない程度である場合」、「表示または表徴した商品の原産地(国)名の表示が、人に当該原産地(国)で生産または製造していると誤解させる場合」は、表示または表徴が虚偽不実又は誤認させる事例として例示されている。
- D. 「商品付加地名の表示と公正取引法第 21 条との適用関係」の検討要素

行政院公正取引委員会は、2012年3月3日に“「商品付加地名の表示と公正取引法第 21 条との適用関係」の検討要素”(原文:「商品附加地名之表示與公平交易法第 21 條適用關係」考量因素)を公表し、人に当該原産地(国)で生産または製造していると誤解させる場合、それは虚偽不実又は誤認させるような表示に該当するため、事業者の商品における原産地(国)の表示が、積極的な方法で人に誤認させる場合、当該行為は公正取引法第 21 条に違反する虞があると説明している。「産地的表示」の適用対象も「商品」であるため、地理的表示の枠内においても検討する余地があると思われる。

当該検討要素では、事業者の商品における原産地(国)の表示が、積極的な方法で人を誤認させる場合、当該行為は公正取引法第 21 条に違反する虞があるが、事業者が積極的な行為で人に商品の原産地(国)を誤認させておらず、単に商品付加地名の方法で表示した場合、当該地理名詞がその商品の出所であるか否かは、一般人または大衆の普遍的な認知をもってして、係争商品がその地域から来たと認めるか否かで決めるものとする(検討要素第一点)。

また、事業者が積極的な行為で人に商品の原産地(国)を誤認させておらず、単に商品付加地名の方法で表示するのであれば、商品名称で示された地名は、当該商品の原産地(国)であるか、原則として一般人または大衆の普遍的な認知をもって、その表示がある商品が当該地域(国)を出所とするか否かで決めなければならない。例えば、「新竹ビーフン」のブランドがその他の県又は市に模倣されることは、果たして公正取引法に違反するか否かの案件では、「新竹ビーフン」の「新竹」は、あくまでも味の表徴となり、商品の地理的な出所の表徴ではないという認定があった。

(5) 公正取引委員会の処分事例

A. 行政院公正取引委員会〈89〉公処第 098 号

I. 事実: A 社が輸入した「ロイヤルダイヤモンドウイスキーROYAL DIAMOND WHISKY」は、その製造業者は「REAU.RICHARD & CIE FRANCE」であるが、ボトル自体及び外装パッケージにいずれも「SCOTLAND TASTE」の文字が表示されている。このような表示は、非常に消費者に係争商品がスコットランドのウイスキーであると誤認させやすいものである。また、A 社が輸入して販売している「フランスキングウェイウイスキー」は、フランスの E.G.E 酒造業者が製造しているものであるが、その商品の包装において「SCOTCH TASTE WHISKY」の文字が表示されているため、消費者に当該商品がスコットランドのウイスキーであると誤認させやすいものである。

II. 争点: 本件商品の「SCOTLAND TASTE」、「SCOTCH TASTE WHISKY」の表示は、人に原産地を誤認させる虞があるか。

III. 判断: この二つの商品は、フランス業者がイギリスよりスコットランドウイスキーを輸入し、調製してから包装したため、被処分者

は「SCOTLAND TASTE」という文字を表示した。そして、商品自体はスコットランドフレーバーであり、これは「REAU.RICHARD & CIE FRANCE」及び「E.G.E」製造業者の証明資料で確認することができ、且つ係争商品のボトル自体においても、明確に上記製造業者の名称を表示している。これにより、係争行為に原産地の表示が不実であると認定するのは困難である。

B. 行政院公正取引委員会<89>公処第 097 号

I. 事実：B 社が輸入した「龍老爹金十八ウイスキー GOLDEN CLASSIC」は、その製造業者はオランダ会社「SONNEMA BOLSWARD NL.」であるが、被処分者は広告において「100%純スコットランド高地オリジナルフレーバ」と称し、且つ広告における商品の外装パッケージにおいて「Scotch Whisky」と印刷されており、その上、係争商品の外装パッケージにおいても「SCOTCHS SMOKE」と表示しているため、原産地の表示不実に関与している虞がある。

II. 争点：本件商品は、広告において「100%純スコットランド高地オリジナルフレーバ」と称し、広告における商品の外装パッケージにおいて「Scotch Whisky」と印刷されており、その上係争商品の外装パッケージにおいても「SCOTCHS SMOKE」と表示している。これらの表示は、人に原産地を誤認させる虞があるか。

III. 判断：係争商品の成分は、100%のスコットランドウイスキーではなく、スコットランドで製造されて輸入されたものでもないにもかかわらず、商品の外装パッケージにおいて「Scotch Whisky」と表示するのは、不適切である。被処分者が商品の外装パッケージにおいて「Scotch Whisky」と表示するのは、明らかに虚偽不実又は誤認させるような表示である。

(三) 消費者保護法

消費者保護法の立法目的は、消費者の権利と利益を保護し、国民の消費生活の品質を向上させることにある。従って、法令規定に合致するよう、如何にして商品又はサービスの品質及び安全衛生の維持をするのか、並びに如何にして商品又はサービスの表示を確保するのかということは、重要な目標となる。消費者保護法も、企業経営業者が商品表示法などの法令に従い、商品又はサービスに対する表示の義務を負うことを明確に規定している(消費者保護法第 24 条第 1 項)。

商品表示法等の法令に違反した場合、主務官庁に改善するよう通知されたにもかかわらず、期限を過ぎても改善しなかった場合は、新台幣ドル 2 万元以上、20 万元以下の過料に処することができる(消費者保護法第 56 条)。

なお、「商品表示法(原文:「商品標示法」)」の関連規定については、下記「商品表示法」の部分の説明をご参照いただきたい。

(四) タバコ・酒管理法

タバコ・酒専売制度の改正に合わせ、タバコ・酒業者、タバコ・酒の衛生、生産製造、輸入、販売、表示及び広告プロモーションなどの管理を行なうため、2000 年にタバコ・酒管理法(原文:「菸酒管理法」)が公布された。これにより、タバコ及び酒類関連の表示については、「商品表示法」ではなく、優先的にタバコ・酒管理法を参照すべきであることを、併せて先に説明しておく。

1. タバコ・酒管理法における酒類表示管理規制について

- (1)2000 年に制定されたタバコ・酒管理法において、酒類は地理的表示を表示することができるかと規定されていたが、2014 年に法改正の際に、立法者は、当該規定は、業者に酒齢、製造年、地理的表示或いは法定の表示すべき商品情報を除き、その他の情報を表示しては誤解される虞があると考えたため、

地理的表示に関する文言が削除された。従って、現行のタバコ・酒管理法では、「地理的表示」に関する文字は見受けられない。

- (2)但し、主管官庁がタバコ・酒管理法の授權に基づいて制定した「酒類表示管理規制(原文:「酒類標示管理辦法」)」において、明確に「地理的表示」について言及された。そして、本法でいう地理的表示とは、商品の特定の品質、名声又はその他の特定の国家又はエリアなどの地理的な出所を表徴するに足りるものであり、且つその出所は当該商品の原産地であり、且つ地理的表示は、各エリア又は国家の規定に該当すべきであると定義された(酒類表示管理規制第 13 条第 1 項)。
- (3)酒類の表示は、たとえ正確に実際の出所を表示したとしても、翻訳用語或いは同類、同型、同仕様、或いは同様などその他類似の表示又は補充説明を利用して、それがその他の地理から来たとしてはならない(酒類表示管理規制第 13 条第 2 項)。
- (4)また、酒類に地理的表示を表示する際、通関前又は工場から出荷する前に、原産地(国)の政府又は政府が授權した商工会議所が発行した地理的表示証明書を中央主務官庁が監査するために送付しなければならない(酒類表示管理規制第 13 条第 3 項)。

2. 地理的表示と原産地表示

- (1)タバコ・酒管理法は、「輸入酒」のみに対し、ボトルにおいて原産地を表示しなければならないと要求している(タバコ・酒管理法第 32 条第 1 項第 4 号)。また、酒造業者がその他の業者が製造した酒を原料として加工して製造した酒である場合、原酒の産地、風味及び関連用語を表示してはならない(タバコ・酒管理法第 32 条第 3 項)。例えば、スコットランドウイスキーは、日本において原料を加工して製造された日本のウイスキーであるため、その原産地をスコットランドと表示してはならない。また、地理的表示は、原産地を表示する機能があるため、実務上、既に「地理的表示」がある場合、別途タバコ・酒

に原産地を記載する必要があるか否かが争いとなる。

(2)輸入酒は、そのボトルに原産地を表示しなければならず、且つ、酒類の輸入業者は、通関前又は工場から出荷する前に、原産地(国)の政府又は政府が授権した商工会議所が発行した地理的表示証明書を中央主務官庁が監査するために送付しなければならないため、タバコ・酒管理法は原産地表示をしなければならないと強制しているが、地理的表示については言及していない。従って、地理的表示があるからといって、原産地表示を省略してはならないものとする。

(3)台北高等行政裁判所 104 年訴字第 628 号行政判決を参照する。当該事件において、酒類輸入業者は「CHATEAU BRISSON フランスワイン」及び「BELLEVUE LA RANDEE フランスワイン」と表示されているワイン(以下、「係争ワイン」という)を輸入した。係争ワインは、「当社が輸入したワインは、全て原産地から顧客に納品している。」、「Product of France」、「PRODUCE OF FRANCE」などの英文が記載されていたが、ボトルにおいては中国語で原産地を表示していなかったため、主務官庁はタバコ・酒管理法の関連規定に違反したと判断し、期限を設けて回収して補正するよう命じた。これに関して、裁判所の判断は次の通りであった。

係争ワインのボトルは「フランスワイン」という文字が表示されているものの、「原産地」という文字が表示されていない。酒類のブランド名であれば大きい文字または太字で表示しなければならず、その字体は他の表示よりも大きくなくてはならない(酒類表示管理規制第 4 条)ため、「フランスワイン」が大きい太字で表示されていることは、人に当該商品のブランドであると誤認させやすい虞がある。一般消費者にとって、「フランスワイン」という文字だけでは、その商品の「原産地」が「フランス」であると知ることは困難である。係争ワインは単に中国語で「フランスワイン」としか表示しておらず、この「フランス」とは一体「商品種類」を指すか、又は「フランスワイン」を指すかは定かではない。その他の中国語で表示されている内容においても、商品種類又は原産地などといったタイトル名がないため、係争ワインが表示している「フランスワ

イン」という文字は、人に当該種類の「原産地」であることを認知させることはできない。係争ワインが輸入酒であれば、その「原産地」の記載について、当時のタバコ・酒管理法の規定に合致していない。

- (4)従って、上記事件における裁判所見解によれば、タバコ・酒管理法の規定により、たとえ地理的表示が表示されていたとしても、原産地を別途表示しなければならないと解される。

3. 地理的表示の言語

タバコ・酒類の表示は、基本的に中国語で表示しなければならないとされている。ただし、輸出、輸入しているタバコ・酒のブランドとその外国製造業者の名称及び住所、或いは表示しなければならない委託製造国以外の業者名称及び住所などといった状況がある場合、必ずしも中国語で表示する必要はない(タバコ・酒管理法第 33 条第 1 項)。酒類の地理的表示もまた、必ずしも中国語を使用する必要はない(酒類表示管理規制第 14 条第 3 号)。

4. 表示不実の場合の法律効果

タバコ・酒類の容器及びその外装に表示されている地理的表示の表示及びその説明書において、不実或いは人を誤解させるような情報を記載してはならない(タバコ・酒管理法第 31 条第 2 項及び第 32 条第 5 項)。表示に関する規定に違反した場合、一回目の調査により表示が不実或いは人を誤認させる虞がない場合に期限を設けて改善できる以外、新台幣ドル 3 万元以上、50 万元以下の過料に処し、並びに期限を通知して回収し改善するものとする。改善されるまで、販売を行なってはならない。期限を過ぎても履行されなかった場合、違反ごとに処罰を与え、並びに違法のタバコ・酒類を没収するものとする(タバコ・酒類管理法第 50 条第 1 項)。

(五) 商品表示法と台湾製品 MIT スマイル標章制度

商品表示法における商品表示とは、企業経営者が商品の陳列・販売時に商品の本体、内外・包装、説明書に付す表示を指す(商品表示法第4条第1号)。商品の表示は、虚偽・不実又は人を錯誤に陥らせてはならない(商品表示法第6条第1号)。

商品表示法は、商品が市場に流通する際に、生産業者、製造業者又は輸入業者に「生産、製造業者名称、電話、住所及び商品原産地」を表示しなければならないと要求している(商品表示法第9条第1項第2号)。また、表示に使用すべき文字は、中国語をメインとすべきであり、英語又はその他の外国語をサブとするものとする(商品表示法第7条第1項)。

商品表示に虚偽・不実又は人を錯誤に陥らせる情事があった場合、直轄市又は県(市)の主務官庁は、生産業者、製造業者又は輸入業者に期限を設けて改善を命じなければならない。期限を過ぎても改善しなかった場合は、新台幣ドル3万元から30万元の過料に処し、かつ、改善するまでその度に連続して処することができる。情状が重大なものは、6ヶ月以下の営業中止又は休業を命じることができる(商品表示法第14条)。

商品に原産地が表示されなかった場合、直轄市又は県(市)の主務官庁は、生産業者、製造業者又は輸入業者に期限を設けて改善を命じなければならない。期限を過ぎても改善しなかった場合は、新台幣ドル2万元から20万元の過料に処し、かつ、改善するまでその度に連続して処することができる(商品表示法第15条)。

また、主務官庁が必要であると判断した場合、前述の処罰以外に、マスメディアを通じて、当該企業経営者の名称、住所、商品を公表し、又はその他必要な措置を講じることができる(商品表示法第18条)。

商品表示法は、一般商品表示の原則に対する規定である。特に注意すべき点として、主務官庁が商品表示法の授權により定めた「台湾製品MITスマイル標章の推進及び管理に関する規則」により、原産地が台湾で且つ一定の品質を具えた

商品に対して認証を行なうこととしていることである。「台湾製品 MIT スマイル標章」(以下のとおりで証明標章として登録されている。登録番号:01411527。)制度の要点について、以下のとおり簡単に説明する。



1. MIT スマイル標章が申請できる製品

MIT スマイル標章が使用できる製品は製造及び加工による製品に限り、分類は以下の通りである(台湾製品 MIT スマイル標章の推進及び管理に関する規則第 4 条)。

(1) 第一類:

国内内需型、競争力が弱く、自由貿易化の影響を受けやすい産業の生産を評価し、かつ経済部(註:日本経済産業省に相当する部署)により強化サポーティングインダストリーに指定された製品。現在、「衣服、下着、ニット、水着、タオル、寝具、靴下、靴類、バッグとトランク、家電、石材、セラミックス、木と竹製品、農薬、動物用医薬品、紡織帽子、スカーフ、紡織手袋、傘類、紡織品保護具、カーテン」等の 22 項が含まれる。

(2) 第二類:

経済部工業局が採用する特定製品認定制度に適合する製品。化粧品 GMP、CNS 等の製品が含まれる。

(3) 第三類: 第一類、第二類製品以外の一般製品

サングラス、セメント、ガス用ソフトコード、石油製品、保護眼鏡、ヘルメット、作業用安全ベルト、自動車タイヤ、防火塗料、自動自転車、玩具、耐熱建材、耐熱壁紙、ゴムパイプ、低電圧用ゴムボックス、消しゴム、コンドーム、事務機器、視聴音響、メディア製品、電子製品、電動ゲーム機、電源供給設備、一般家電、配電基材、モーター、照明ランプ、工作機械、ハンドツール、自動車部品、防火ドア、金属製品、運動用品、電動ハンドツール、バルブ製品、キッチン用品、3C 製品保護シート(厚さ 0.008-0.25 ミリ)、ガラス食器棚(ガラス材質が完成品の表面積 50%以上を占める)、固定タイヤ又は自由タイヤが具えられていないエアロバイク(医療用を除く)、計 536 項目が含まれる(2015 年 11 月 4 日の統計資料)。

2. 製品を申請する際の要件

上記第一類及び第三類は、それぞれ以下の二つの条件に該当しなければならない。

(1) 台湾原産地の認定条件

台湾を原産地とする場合は、必ず以下に列挙するいずれかの状況に該当しなければならない(原産地証明書及び加工証明書管理規制第 3 条第 1 項)。

- A. 商品が台湾の国内で完全に取得された、又は完全に生産された場合。

例えば、台湾で採集された果物、又はこの果物を原料として台湾で生産されたジャムなどは、これに該当する(原産地証明書及び加工証明書管理弁法第 4 条)。

- B. 商品の加工、製造又は原材料について、台湾と他国・地域が共同で関与している場合には、台湾国内で最終的に実質的な変更がなされた場合に限る。

例えば、サングラスの各部品はそれぞれ異なる場所で生産されているが、レンズを台湾で生産しているのであれば、原産地を台湾と認定することができる(經濟部国際貿易局貿服字第 1050152591 号公告)。

(2) 製品品質の検証基準

製品品質認定基準には、工場品質管理システム認定基準及び産業別の製品品質検査基準を含む(台湾製品 MIT スマイル標章の推進及び管理規則第 5 条第 3 項)。

- A. 工場品質管理システム認定基準には、以下の 6 項目が含まれる。設備管理、原材料管理、製造工程作業管理、人員管理、検査作業管理、顧客関係管理(台湾製品 MIT スマイル標章の推進及び管理規則第 5 条第 4 項)。
- B. 産業別の製品品質検査基準は、産業別の品質検査基準が異なるものの、以下の三項目が含まれるべきである。
- I. 安全性基準: 国家或いは国際的関連規範に符合すること。
 - II. 性能性基準: 製品特性を考慮して定める。
 - III. 商品表示検査: 商品表示法及びその他の関連法令の規定を満たしているか検査する。

第二類製品の申請要件は、以下の条件に該当しなければならない。

- A. 製品が上記の台湾製品原産地認定条件に符合すること。

- B. 国内に認定申請受理、審査、承認、証書発行、追跡管理及び標章使用管理等の機構を有すること。また一定の社会的信頼性を備えた特定製品認定制度を有すること。
- C. 少なくとも一項以上の製品安全品質検査基準を有すること。
- D. 製品認証費用項目及び金額が合理性を有すること。

3. 標章の使用期間

- (1)台湾製品 MIT スマイル標章使用期間は 2 年とする(台湾製品 MIT スマイル標章の推進及び管理規則第 7 条第 2 項)。
- (2)使用期間は延長することができ、延長期間は 2 年とし、繰り返し延長ができる。
- (3)延長する場合、使用期間が終了する 2 か月前に延長申請の提出するものとする。
- (4)使用期間が終了して延長申請をしていない者は、続けて使用することはできない。

(六) 食品衛生管理法

食品、食品添加物、食品用洗剤、食品器具、食品容器又は包装において品名記載又は付加説明書を用いる文字、絵又は記号又は付加の説明書は、いずれも食品衛生管理法で規制されている「表示」に該当する(食品衛生管理法第 3 条第 8 号)。食品本体又はその容器、包装に使用される地理的表示も、食品安全衛生管理法の規制を受け、不実、誇張又は誤解を生じやすい状況があってはならない(食品安全衛生管理法第 28 条第 1 項)。

また、容器又は包装を有する食品、即ち原料は、その容器又は包装において中国語及び通用符号を用いて明確に「原産地(国)」を表示しなければならない(食品安全衛生管理法第 22 条第 1 項第 6 号)。従って、原産国さえ表示されていれば、法令規定に該当するものとするが、更に明確な場所、例えば台湾嘉義と表示してもよい。但し、現時点では、日本より輸入される食品につき、主務官庁は一律都

道府県を表示するよう要求しており、さもなければ販売中止を要求されるか、又は輸入禁止とされる。

原産地を表示していない場合、新台幣ドル 3 万元以上 300 万元以下の過料に処するものとする。情状が重大な場合は、一定期間の休業命令、営業停止又はその会社、商業もしくは工場の全部または一部の登記事項又は食品業者の登録の廃止することができる。登録が廃止された者は、一年以内に再度登録を申請してはならないものとする(食品安全衛生管理法第 47 条第 1 項第 7 号)。

食品に不実、誇張又は誤解を生じやすい状況があった場合、新台幣ドル 4 万元以上 400 万元以下の過料に処するものとする。再度違反した場合は、一定期間の休業命令、営業停止又はその会社、商業もしくは工場の全部または一部の登記事項又は食品業者の登録の廃止することができる。登録が廃止された者は、一年以内に再度登録を申請してはならないものとする(食品安全衛生管理法第 45 条)。

三、台湾と日本との地理的表示に関連する制度の相違点について

当報告書は、台湾の地理的表示に関連する制度の説明を中心とするが、台湾の制度を理解するため、日本との制度の相違点を検討するのは有意義だと思われる。

日台の制度を比較するために、先ず簡単に日本の不正競争禁止法、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律地域団体商標制度を説明する。

(一)日本の不正競争防止法について

不正競争防止法により定義される「不正競争」の類型の一つは、原産地等誤認惹起行為であり、つまり、商品にその商品の原産地、品質等について誤認させるような表示をすることは、不正競争として禁止されている(不正競争防止法第2条第1項第14号)。

この原産地表示にはいわゆる原産地名称を含むと解されているが、真正な原産地をあわせて表示する場合や、～式、～風等の文言をつけて使用する場合は、基本的に原産地の誤認を生じさせるものではないと思われるが、後者の場合、表示から期待される品質を誤認させるものであれば、原産地等誤認惹起行為に該当する場合があります。

不正競争により営業上の利益を害された者に対して、損害賠償の請求、差し止め請求を行うことが可能である(不正競争防止法第3、4条)。

不正の目的をもって原産地等誤認惹起行為をした者及び不正の目的がなくても虚偽表示をした者に対しては、5年以下の懲役若しくは500万円に処し、又はこれを併科する(不正競争防止法第21条第2項)。

違反者が法人である場合では、3億円以下の罰金刑を科する(不正競争防止法第22条第1項)。

(二)日本の酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律について

ぶどう酒、蒸留酒等の酒については、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律に基づき、これらの地理的表示を保護している。この法律の適用対象は酒に限定され、農産品、食品に関する保護制度とは言えない。

財務大臣は、酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため、酒類の表示の適正化を図る必要があると認めるときは、酒類の製法、品質その他の政令で定める事項の表示につき、酒類製造業者又は酒類販売業者が遵守すべき必要な基準を定めることができるとされている(第 86 条の6第 1 項)。財務大臣は、基準を定めたとき、遅延なく告示しなければならず、この基準を遵守しない者に対しては、指示を出すことができ(第 86 条の6第 3、4項)、指示に従わない者に対しては、重要基準を遵守すべきことを命令することができる(第 86 条の7)。この命令に違反した者には、50 万円以下の罰金に処する(第 98 条第 2 号)。

酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律第 86 条の 6 第 1 項の規定に基づき、酒類の地理的表示に関する表示基準が定められた(平成 27 年 10 月 30 日国税庁告示第 19 号)。

酒類の地理的表示に関する表示基準の保護内容としては、地理的表示の名称は、当該地理的表示の産地以外を産地とする酒類及び当該地理的表示に係る生産基準を満たさない酒類について使用してはならず、当該酒類の真正の産地として使用する場合又は地理的表示の名称が翻訳された上で使用される場合若しくは「種類」、「型」、「様式」、「模造品」等の表現を伴い使用される場合においても同様とする。つまり、「ボルドー風」、「シャンパンスタイル」などの表示が禁止されるということである。

「酒類の地理的表示に関する表示基準」(平成 27 年国税庁告示第 19 号)附則第 2 項により第 1 項 3 号イの指定を受けたものとみなす地理的表示は、以下の通りである。

名称	産地範囲	酒類区分
山梨	山梨県	ぶどう酒
壱岐	長崎県壱岐市	蒸留酒
球磨	熊本県球磨郡人吉市	蒸留酒
琉球	沖縄県	蒸留酒
薩摩	鹿児島県(奄美市及び大島郡を除く。)	蒸留酒
白山	石川県白山市	清酒

「酒類の地理的表示に関する表示基準」第 1 項 3 号イに規定する国税庁長官官が指定した地理的表示は、以下の通りである。

指定日	名称	産地範囲	酒類区分
平成 27 年 12 月 25 日	日本酒	日本国	清酒
平成 28 年 12 月 16 日	山形	山形県	清酒

「酒類の地理的表示に関する表示基準」第 1 項 3 号ロに規定する日本国以外の世界貿易機関の加盟国において保護される地理的表示を保護するに当たって、第 6 項に基づき確認が完了した地理的表示は、以下の通りである。

名称	産地の範囲	酒類区分	確認した方法
チリ産ピスコ	チリ共和国	蒸留酒	戦略的な経済上の連携に関する日本国とチリ共和国との間の協定
ピスコ・ペルー	ペルー共和国	蒸留酒	経済上の連携に関する日本国とペルー共和国との間の協定
テキーラ	メキシコ合衆国	蒸留酒	経済上の連携の強化に関する日本国とメキシコ合衆国との間の協定

メスカル	メキシコ合衆国	蒸留酒	経済上の連携の強化に関する 日本国とメキシコ合衆国との間 の協定
ソトール	メキシコ合衆国	蒸留酒	経済上の連携の強化に関する 日本国とメキシコ合衆国との間 の協定
バカノラ	メキシコ合衆国	蒸留酒	経済上の連携の強化に関する 日本国とメキシコ合衆国との間 の協定
チャランダ	メキシコ合衆国	蒸留酒	経済上の連携の強化に関する 日本国とメキシコ合衆国との間 の協定

(三)日本の商標法について

日本の商標法に基づく商標制度においては、原則として「その商品の産地、販売地、品質、原材料…を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標」や「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ない商標」等は登録を受けられないこととされている(商標法3条第1項第3号及び第6号)。そのため、全国レベルの識別性を獲得したような著名性を有するもの(例えば、「夕張メロン」(商標登録第2591068号)、「宇都宮餃子」(商標登録第4546706号))を除き、商標登録を受けることができないこととなっていた。これは、産地名等については商品の流通上必要となり、私人に独占を認めることが適当ではないためである。ただし、このような名称と図形等を合わせた商標は、図形等により識別力を有することとなるため、登録が可能であり、多くの地域ブランドが図形等を伴う方法で登録されてきた⁸。

⁸ 内藤恵久(2013)「地理的表示の保護について-EUの地理的表示の保護制度と我が国への制度の導入」『農林水産政策研究』第20号。

地域の特産品等を他の地域のもとの差別化を図るための地域ブランドの保護制度も検討されてきた。このような地域ブランド化の取り組みでは、地域の特産品にその産地の地域名を付す等、地域名と商品名からなる商標が数多く用いられている。ただし、従来の商標法では、このような地域名と商品名からなる商標は、商標としての識別力を有しない、特定の者の独占になじまない等の理由により、図形と組み合わせられた場合や全国的な知名度を獲得した場合を除き、商標登録を受けることはできなかった。

このような地域名と商品名からなる商標が、地域ブランド育成の早い段階で商標登録を受けられるようにするため、経済産業省が進めていた団体商標制度の枠組みを利用した地域団体商標制度を新たに導入する方向で落ち着き、平成 17 年の通常国会で「商標法の一部を改正する法律」が成立し、平成 18 年 4 月 1 日に同法が施行され、地域団体商標制度がスタートした。まだ需要者が認識していない発展段階にある地域ブランドを保護するために、全国的に著名という程度に達しないものであっても商標の登録が認められる。以下では、地域団体商標制度の概要を簡単に説明する。

1. 登録を受けられる商標について

登録を受けられる商標は、以下のいずれかであることが必要である(商標法第 7 条の 2 第 1 項第 1 号、第 2 号及び第 3 号)。

- A. 地域の名称及び自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務の普通名称を普通に用いられる方法で表示する文字のみからなる商標。
- B. 地域の名称及び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慣用されている名称を普通に用いられる方法で表示する文字のみからなる商標。
- C. 地域の名称及び自己若しくはその構成員の業務に係る商品若しくは役務の普通名称又はこれらを表示するものとして慣用されている名称を普通に用いられる方法で表示する文字並びに商品の産

地又は役務の提供の場所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であって、普通に用いられる方法で表示するもののみからなる商標。

地名及び商品等の普通名称又は慣用名称(商標法第 7 条の 2 第 1 項第 1 号、第 2 号)による登録例としては、「草津温泉」という登録商標がある(商標登録第 5083102 号)。

この「地域の名称」とは、自己若しくはその構成員が商標登録出願前から当該出願に係る商標の使用をしている商品の産地若しくは役務の提供の場所その他これらに準ずる程度に当該商品若しくは当該役務と密接な関連性を有すると認められる地域の名称又はその略称とされている(商標法第 7 条の 2 第 2 項)。

「これらに準ずる程度に当該商品若しくは当該役務と密接な関連性を有すると認められる地域」とは、特許庁の審査基準により、次のようなものが該当する。

- A. 原材料の産地が重要性を有する加工品については、その加工品の主要原材料が生産等された地域が本項に該当し、例えば、「そばのめん」について、原材料「そばの実」の産地、「硯」について、原材料「石」の産地が該当する。
- B. 製法の由来地が重要性を有する工芸品については、当該商品の重要な製法が発祥し由来することとなった地域が本項に該当し、例えば、「織物」について、伝統的製法の由来地が該当する。

つまり、商品の産地のほか、商品の主要原料の産地、商品の重要な製法の由来地等も、地域の名称として認められることとなっている。

2. 地域団体商標権の取得者

地域団体商標権取得者は、以下のものとなる。

- A. 事業協同組合その他の特別の法律により設立された組合（法人格を有しないものを除き、当該特別の法律において、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る。）

加入自由という要件については、この商標が産地等を表すものであり、本来一私人に独占させるべき内容でないため、加入を希望すれば加入が認められることとなる組合のみを権利主体とし、組合の構成員が許諾なしで地域団体商標を使用することができる措置だと考えられる。

- B. 商工会、商工会議所又は特定非営利活動法人
- C. 事業協同組合等、商工会、商工会議所又は特定非営利活動法人に相当する外国の法人

地域団体商標権の取得者は、組合となるが、組合等の構成員は、組合等の定めにより当該登録商標を使用する権利を有するという組合等の構成員の権利が定められる点も、この制度の重要な特徴の一つである（商標法第 31 条の 2）

3. 構成員に使用させ、需要者の間に広く認識されていることの必要性

地域団体商標の商標登録を受けられるためには、その構成員に使用させる商標であるほか、その商標が使用された結果、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

る必要もある。これは商標が使用されることによって一定の周知性を獲得していることを求めるものである。前述の通り、産地と商品の名称のみを示す商標について、全国的な識別性を獲得したような著名性がなければ、原則として登録されない。一方、商品又は役務の種類、需要者層、取引の実情等の個別事情により、全国的な需要者の間に認識されるには至ってなくとも、商品又は役務の種類及び流通経路等に応じて、一定範囲の需要者に認識されていることを要する。例えば、全国的な需要者間の中で認識されるには至ってなくとも、隣接都道府県に及ぶ制度の需要者に認識されていることが必要となる。

4. 地域団体商標取得の手続き、権利内容について

基本的に一般商標権と同様であるが、譲渡ができないこととされている(商標法第24条の2第4項)。また、地域団体商標の出願前からその商標を使用していた者に対して、広く先使用权が認められること等の特別の規定がある。

5. 地域団体商標の問題点

地域団体商標制度は、地域ブランドの保護を図ろうとするものであり、権利者以外の者が地域団体商標またはこれと類似する商標を使用した場合、権利侵害で差し止めや損害賠償請求を行うことが可能であり、損害額の推定等の規定により損害賠償請求が難しくないというメリットがあると思われる。

ただし、地理的表示の対象となる商品は、当該地域の住民の長期にわたる努力で品質が確立されたものであり、その品質等について、消費者より信頼を得たものが多い。したがって、品質等に対して消費者の信頼に応えられる制度が望ましいが、地域団体商標制度を地理的表示の保護に活用していく場合には、品質等の特徴と原産地の実質的な結びつきを要件としていないこと、品質等の基準の遵守を確保する仕組みが講じられていないこと、特定の団体に権利を独占させるものであること、先使用者等に権利が及ばず、基準

を遵守させることが難しいことといった問題点があると指摘されている⁹。

6. 登録件数

平成 28 年 11 月 30 日現在の登録件数は 598 件となっている。

「松坂牛」(商標登録 5022671 号)、「紀州備長炭」(商標登録 5003837 号)、「琉球泡盛」(商標登録 5009176 号)、「京漬物」(商標登録 5009700 号)とも登録されている。

(四)日本の特定農林水産物等の名称の保護に関する法律について

もともと地理的表示保護制度の導入の議論は、地域団体商標制度が創設された後も続けられている。平成 24 年に 3 月に「地理的表示保護制度研究会」が設置され、「地理的表示保護制度研究会報告書骨子案」を公表し、地理的表示保護制度のあるべき姿について提言がなされた。平成 26 年になり、国会に「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律案」(以下地理的表示法という)が提出され、成立した。

1. 立法趣旨

地理的表示法の目的は、TRIPs 協定に基づき地理的表示保護制度を確立することにより、生産業者の利益を保護し、もって産業の発展に寄与し、合わせて需要者の利益を保護することにある(地理的表示法第 1 条)。生産業者側のメリットとしては、公的に保護することでブランド価値が守られ、本来生産業者が受けるべき利益が確保されることである。需要者側のメリットとしては、高品質商品の選択に資することが考えられる。

⁹ 内藤恵久(2013)「地理的表示の保護について-EU の地理的表示の保護制度と我が国への制度の導入」『農林水産政策研究』第 20 号、52 頁。

2. 登録申請者及び申請対象物について

地域の生産業者の組織する団体(生産者団体)が「農林水産物等」のうち一定の要件を満たす「特定農林水産物等」の名称(地理的表示)について、申請書と添付書類(「明細書」、「生産行程管理業務規定」)により、登録申請を行うこととなる(地理的表示法第7条)。

申請の対象となりうる「農林水産物等」には、精米、魚介類、野菜など食用に供される農林水産物(地理的表示法第2条1項1号)、パン、麺類、惣菜などの飲食料品(同項2号)、観賞用の植物や真珠等の食用に供されない農林水産物のうち政令指定されるもの(同項3号)、生糸や木炭などの農林水産物を原材料とする製品等のうち政令指定されるもの(同項4号)がある。

酒税法に規定する酒類、医薬品医療機器等法(旧薬事法)に規定する医薬品、医薬部外品、化粧品、再生医療等製品は除外されている。

また、全ての農林水産物等が申請の対象となるわけではなく、「特定農林水産物等」としての以下の要件を満たす必要がある。

- A. 特定の場所、地域または国を生産地とするものであること。
- B. 品質、社会的評判その他の確立した特性が、前記の生産地に主として帰せられるものであること。

特定農林水産物等は、一定期間の実績(伝統性)が必要であり、地理的表示保護制度申請者ガイドラインにより、概ね25年生産された実績があることが必要となる。

3. 審査手続き

申請がなされると、農林水産省ウェブサイト内の専用ページで公示しなければならない。申請書等を公衆の縦覧に供しなければならない。公示から3ヶ月

間、第三者による意見書の提出が認められる。意見書が提出された場合、申請団体に送付される。その後、学識経験者に意見書を提示し、学識経験者の意見聴取がなされる(地理的表示法第 11 条 1 項、2 項)。また、申請団体および意見書提出者その他利害関係者に対して、意見聴取をすることもできる。その後、農林水産大臣による登録審査がなされ、登録拒否に該当しない場合、地理的表示、生産者団体、申請書により定まる品質の基準を登録する(地理的表示法第 12 条 1 項 2 項)。

また、登録に際しては、登録免許税として 9 万円を要するが、更新手続きは必要なく、取り消されない限り、登録は存続する。

4. 違反の場合の措置について

地理的表示法に違反する場合、差し止め請求権等の民事的救済措置は定められておらず、行政措置及び罰則が定められている。「地理的表示」を付することが認められた者以外の第三者が、当該表示又はこれに類似する表示を付した場合、農林水産大臣は、かかる第三者に対して、不正表示の除去又は抹消等の排除命令を行うことができる(地理的表示法第 5 条第 1 号)。登録を受けた団体の構成員である生産業者が生産基準を遵守していない場合、措置命令を行うことができる(地理的表示法第 21 条第 1 項)。

第 5 条(第一号に係る部分に限る)の規定による排除命令に違反した者は、五年以下の懲役若しくは五百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する(地理的表示法第 39 条)。第 5 条(第一号の規定に係る部分を除く)の規定による排除命令に違反した者は、三年以下の懲役又は三百万円以下の罰金に処する(地理的表示法第 40 条)。

5. 地理的表示保護制度と地域団体商標制度との関係

地理的表示保護制度と地域団体商標制度との関係は、以下のようにまとめられる。

- A. 登録商標と同一または類似の地理的表示は、当該登録商標権者の承諾がある場合を除き、地理的表示としては登録できない(地理的表示法 13 条 1 項 4 号ロ、同条 2 項)。
- B. 登録を受けた地理的表示と同一または類似の商標であっても、このことをもって直ちに商標登録出願は拒絶されない。ただし、地理的表示の登録日以降の商標登録出願に係る登録商標権者の登録商標の使用については、地理的表示法に基づく行政的な使用規制の対象となる(地理的表示法 3 条 2 項柱書)。
- C. 地理的表示の登録日以前の商標登録出願に係る登録商標権者の登録商標の使用については、地理的表示の行政的な使用規制の対象とはならない(地理的表示法 3 条 2 項 2 号、3 号)。ただし、商品または商品の包装に登録を受けた地理的表示を付する行為等には、商標権の効力は及ばない(地理的表示法附則 4 条によって改正された商標法 26 条 3 号)。

以下では、地理的表示法による保護制度と地域団体商標制度との特徴を、表にまとめる。

	地理的表示法による保護制度	地域団体商標制度
保護対象	農林水産物、飲食料品等 (酒類等を除く)。	全ての商品・サービス。
保護対象 (名称)	地域を特定できれば、地名を 含まなくてもよい。	「地域名」+「商品名」等。
申請主体	生産・加工業者の団体。 法人格のない団体も可能。	事業協同組合等の特定の組 合、商工会、商工会議所、 NPO に限る。
申請先	農林水産大臣(農林水産省)	特許庁長官(特許庁)
産地との	品質等の特性が当該地域と	当該地域で生産されていれ

関係	結び付いていることが必要。	ば足りる。
主な登録要件	<ol style="list-style-type: none"> 1. 生産地と結び付いた品質等の特性を有すること。 2. 一定期間(概ね25年)継続して生産されていること(伝統性)。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 一定・地域の名称と商品が関連性を有すること。 2. 需要者に認識されていること(周知性)。
品質基準	産地と結び付いた品質の基準を定め、登録・公開する必要がある。	制度上の規定はなく、権利者が自主管理する。
品質管理	生産・加工業者が品質基準を守るよう、団体が管理し、それを国が定期的にチェックする。	商品の品質等は、商標権者が自主管理する。
使用方法	GI マークを付す必要がある(義務)。	登録商標である旨の表示を付すよう努める。
規制手段	不正使用は国が取り締まる。	不正使用は商標権者自らが対応する(差止請求、損害賠償請求等)。
権利付与	権利ではなく、地域共有の財産となり、品質基準等の一定の要件を満たせば、地域内の生産者は誰でも名称を使用することが可能。	名称を独占して使用する権利を取得する。
保護期間	取り消されない限り権利が存続する。(更新手続・費用はかからない。)	登録から10年間。(継続するためには更新手続・費用が必要。)
海外での保護	地理的表示保護制度を持つ国との間で相互保護が実現した際には、当該国において	各国に個別に登録を行う必要がある。

	も保護される。	
--	---------	--

(五)台湾と日本の制度の比較

1. 独禁法の部分について

台湾の公正取引法、又は日本の不正競争防止法ではどちらにおいても、商品の原産地等について誤認させるような表示をすることを不正競争として禁止すると規制されている。罰則は若干異なるが、不公正な競争状況を防ぐという立法趣旨及び規制内容はほぼ同様だと思われる。

2. 商標法の部分について

台湾の場合、WTO の加盟国となった後、TRIPs 協定の義務を履行するために、商標法等の関連法令が改正され、産地証明標章制度及び産地団体商標制度が整備され、地理的表示の保護における重要な制度となっている。台湾商標法上の産地証明標章及び産地団体商標を深く理解するために、台湾と日本との商標法の異同を比較するのは有意義だと思われる。

台湾の商標法には、産地団体商標の他、産地証明標章という制度があることが特徴である。また、産地団体商標の登録要件について、日本の地域団体商標の登録要件とは異なる点がある。

台湾の産地証明標章と同様の制度は、日本の商標法では見当たらないが、台湾の産地団体商標と日本の地域団体商標とを比較すると、類似する部分があり、其々の特徴及び異同は以下のようにまとめられる。

	台湾の産地団体商標制度	日本の地域団体商標制度
--	-------------	-------------

保護対象	全ての商品・サービス。	全ての商品・サービス。
保護対象 (名称)	「地域名」+「商品名」等。	「地域名」+「商品名」等。
申請主体	法人資格を有する公会、協会、団体。自然人、財団法人、会社は出願者としてすることができない。	事業協同組合等の特定の組合、商工会、商工会議所、NPOに限る。
申請先	智慧財産局	特許庁長官(特許庁)
産地との 関係	当該産地に由来することを示す必要。	当該地域で生産されていれば足りる。
主な 登録要件	<ol style="list-style-type: none"> 1. 特定の産地内において、商品又は役務に従事する業者を代表する地位を有すること(代表性)。 2. 当該地理区域の商品又は役務が、特定品質、名声又はその他の特性を有していること。 3. 地理環境と関連性を有していること。 <p>※日本の制度と異なり、周知性を要件とされない。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 一定・地域の名称と商品が関連性を有すること。 2. 需要者に認識されていること(周知性)。
品質基準	産地と結び付いた品質の基準を使用規範書に定め、公開することが必要。	制度上の規定はなく、権利者が自主管理。
品質管理	管理方法は使用規範書に明記しなければならない、原則と	商品の品質等は商標権者の自主管理

	しては、商標権者の自主管理。	
使用方法	使用規範書に明記しなければならない。	登録商標である旨の表示を付すよう努める。
規制手段	不正使用は商標権者自らが対応(差止請求、損害賠償請求等)。	不正使用は商標権者自らが対応(差止請求、損害賠償請求等)。
権利付与	使用規範書による品質基準等の一定の要件を満たせば、団体の会員となることができ、当該産地団体商標を使用する権利を取得する。	名称を独占して使用する権利を取得する。
保護期間	登録から10年間。(継続するためには更新手続・費用が必要。)	登録から10年間。(継続するためには更新手続・費用が必要。)
海外での保護	各国にて個別に登録を行う。	各国にて個別に登録を行う。

3. 酒類商品の表示について

台湾では、「タバコ・酒管理法」があり、「酒類表示管理規制」においても明確に「地理的表示」について言及されている。但し、台湾はもともと酒の名産地ではないため、かかる規制は殆ど外国からの輸入品に適用されると考えられる。特に「酒類表示管理規制」には、酒類にかかる地理的表示は各エリア又は国家の規定に適合すべきであるという規定があることから、酒類に使用される地理的表示の表示方法等も、台湾で産地証明標章又は産地団体商標の登録がなされた場合を除き、殆ど外国の規定が適用されるものと思われる。また、酒類に地理的表示を表示する場合、通関前又は工場から出荷する前に、原産地(国)の政府又は政府が授権した商工会議所が発行した地理的表示証明書を、中央主務官庁の監査のために送付しなければならないと規定されている。これより、地理的表示の保護よりも、表示不正の有無を重視してい

ると読める。

日本の場合、酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため、酒類の製法、品質その他の政令で定める事項の表示について、酒類製造業者又は酒類販売業者が遵守すべき必要な基準を定めることができる他、酒類の地理的表示に関する表示基準もあり、酒類に関し、その確立した品質、社会的評価又はその他の特性が当該酒類の地理的な産地に主として帰せられる場合、国税庁長官の指定で、当該酒類が世界貿易機関の加盟国の領域又はその領域内の地域若しくは地方を産地とするものであることを特定することができる。台湾は世界貿易機関の加盟国であっても、日本のような国税庁長官による指定制度がないので、酒類の地理的表示保護に対して、他の商品と同様に、公正取引法、商標法等の法律によりなされると言える。

4. 地理的表示法の有無について

日本では、農林水産物の生産業者のブランド価値を守るために、特定農林水産物等に対して、品質基準等の一定の要件を満たせば、GIマークを使用することができる他、不正使用があれば、国が取り締まるという地理的表示法による保護制度があるが、台湾では同様の法律はないと言える。

一方、台湾製商品の高品質等をアピールするために、商品表示法の中で、「台湾製品 MIT スマイル標章」を付与し、商品に使用することは可能である。「台湾製品 MIT スマイル標章」は、商標法により登録された証明標章の一つであり、製品品質の検証基準を満たせば、「台湾製品 MIT スマイル標章」の使用が認められることとなり、「台湾製品 MIT スマイル標章」の付与制度は、単に商標法上の産地証明標章に過ぎないと考えても良いと思われる。

四、まとめ

日本でも台湾でも、地理的表示に関する国際規範に符合するために、商標法等の法改正により地理的表示の保護を図っている。前記の説明とおり、台湾では、主に商標法上の産地証明標章及び産地団体商標の二つの制度で地理的表示の保護機能を果たしていると考えられる。タバコ・酒表示法による関連規定には、地理的表示に関する文言があったとしても、外国の規定により表示することを意味するに過ぎず、商標法と比べると、遥かに重要性を有しないことが分かるだろう。台湾で工場を持たず、又は生産しない外国法人等にとって、「台湾製品 MIT スマイル標章」という制度を利用する可能性は小さいが、商標法の産地証明標章の一つとして理解しても特段に問題ないと考えられる。

台湾で産地証明標章又は産地団体商標を出願しようとする場合、各々の特徴が異なるため、各自のニーズ及び目的に符合した制度を利用し、出願するのが望ましい。現時点で整理した日本からの出願例を見ると、殆ど産地団体商標として出願しており、その理由としては、台湾と日本との商標法に類似している制度があること、産地証明標章の権利者が当該商標を使用することができないこと、あるいは、台湾での証明業務が存在しないこと、などが考えられる。

また、本報告書において、産地証明標章又は産地団体商標の出願に当たり、必要な書類の内容を説明したが、あくまでも一般論として認識していただきたい。事案に応じて、使用規範書への追加の記載、他の証明資料の提出等が必要となる場合もあるので、注意を要する。

付表一：産地証明標章の出願の必要書類

産地証明標章			
	必要書類	書類に関する説明	訳本の要否
1	産地証明 標章登録 申請書	申請書の様式及び記載例は主務官庁のサイトからダウンロードできる。中国語で記載した上で、主務官庁に提出する必要があるため、代理人と相談した上、内容を作成した方が無難である。	×（中国語の申請書を提出する必要がある。）
2	商標の 図案	縦・横が 5～8 cm のもの、6 枚を用意する（1 枚は申請書の正文に貼付するほか、5 枚はその付表に仮貼りする）	×
3	優先権 証明文書	優先権の主張をする場合のみ。出願日の翌日から 3 ヶ月以内に提出が必要。台湾と相互承認している優先権の国家又は WTO メンバーによる受理を証明する文書であること。	中国語訳又は必要な部分の中国語抄訳。
4	展示会 優先権 証明文書	これを主張したい場合のみ。展示会主催者が発行する展示会参加証明文書であること。証明文書には、次の事項が含まなければならない。 <ul style="list-style-type: none"> ● 展示会の名称、場所、主催者名称及び商品又はサービスの最初の展示日。 ● 展示会参加者の姓名又は名称及び展示された商品又はサービスの名称。 ● 商品又はサービスの展示写真、カタログ、パンフレット又はその他展示内容を証明するに足りる文書。 	中国語訳又は必要な部分の中国語抄訳。

5	法人、団体、政府機関の資格証明文書	<ul style="list-style-type: none"> ● 法人である団体の場合は、履歴登記事項証明書又は登記簿謄抄本。 ● 法人でない団体の場合は、出願人の証明の資格又は能力を証明する場合の文書と同じ文書を提出してもよい。「出願人の証明の資格又は能力に関する文書」をご参照ください。 ● 政府機関の場合、特に外国の政府機関の場合、機関の組織や業務などを説明した上で、機関の資格を証明できる文書を提出する必要がある。 	必要に応じて、必要な部分の中国語抄訳が求められる可能性がある。
6	出願人の証明の資格又は能力に関する文書	<p>出願人は既に母国において産地証明標章又は産地証明標章と類似している制度を利用し、登録している場合、かかる登録資料の提出により証明の資格又は能力を証明することができる。</p> <p>また、出願人が母国において何も登録していない場合、出願人の証明の資格又は能力について、設立の目的、設立の趣旨、任務、営業事項、規模、歴史、職権等、資格又は能力の証明に当たる資料を提出する必要がある。証明資料の例としては、出願者の定款、規約、品質基準や品質検査の作業規程又は出願者及びその証明業務に関する報道記事などが考えられる。</p> <p>なお、実務上、出願人が母国において何らの制度をも利用、登録していないにもかかわらず、台湾で初めて出願を行う例は殆どないと言える。前記の書類は個別事案により対応しきれない場合もあることを踏まえて、出願する前にあらかじめ対応文書について代理人を通じて主務官庁に確認するのが望ましい。</p>	必要に応じて、必要な部分の中国語抄訳が求められる可能性がある。

7	出願人の 代表性保 有証明文 書	<p>出願人は、母国において産地証明標章又は産地証明標章と類似する制度を利用し、登録している場合、かかる登録資料を提出できれば、代表性を保有すると認定される。</p> <p>なお、当該産地証明標章がまだ出願人の名義で母国において保護されていない場合、政府機関又は政府機関より委託される法人又は団体から出願の場合、原則として代表性も推定される。しかし、政府機関より委託される法人又は団体であれば、委託されることを証明できる資料(例えば、法令又は委託文書)を提出する必要がある。</p> <p>前記以外の場合、次の事項を証明できる資料を提出する必要がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 出願人の成立期間 ● 当該地域において知られる程度 ● 当該地域において支配できる業者の割合 ● 出願人の当該地域製品に関する品質、特性、生産状況、技術事項や生産業者などの情報に対する理解の程度 <p>なお、一つの産地内に存在する複数の法人又は団体がすべて一部の業者しか代表することができない場合、これらの法人又は団体から共同で出願することが可能である。又は、協議により、そのうちのひとり又は一部から出願することも可能である。</p>	必要に応じて、必要な部分の中国語抄訳が求められる可能性がある。
8	代理人 委任状	<p>台湾の領域内に住所又は営業所を有さない場合、代理人に委任すべきである。</p> <p>共同出願案の場合、共同者全員が共同で1人の代理人に委任し、1通の委任状を提出する。共同出願案であっても、個別に委任状を作成する場合、同一代理人に委任しなければならない。共同者全員により選定された代表者がいる場合、委任状</p>	中国語 訳。

		は、かかる代表者の名義により代理人に委任することができる。	
9	証明標章 使用規範 書	<p>使用規範書には、次の事項を記載しなければならない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 目的及び趣旨 本使用規範書の目的及び趣旨を明確に規定する。例：特定の地理的エリア内の業者の権利・利益及び製品の品質、名声を維持するためなど。 ● 証明標章が証明する内容 その定義したエリア範囲、商品またはサービスにおける特定の品質、名声またはその他の特性、及びそれと当該地理的環境との間の関連性を記載する。 ● 証明標章の使用の条件 特定の基準を満たすことが条件とされる場合、当該基準を記入又は添付する必要がある。当該基準を添付文書とする場合、中国語訳も必要。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 定義した産地の範囲 申請者は、行政部署の地理的エリアに基づいて表示することができる。但し、行政部署が管轄する地理的エリアにおいて、その出所のエリアを定義することが困難である場合、行政上のエリアでない地理的エリアで表示してもよい。 2. 品質特徴 製品の外観特徴、規格サイズ、色、形状、特殊な風味、甘さ、質料、成分、製造過程、製造方法などに基づき、説明を加えることができる。 	中国語訳 又は必要な部分（記載すべき事項）の中国語抄訳。

		<p>3. 地理環境との関連性</p> <p>商品による特性、品質及び当該地理的環境の土壌、気候、風、水質、海拔高度、湿度などの特殊な自然要素に関する陳述及び証拠。仮に、製品そのものが現地または当該エリアの伝統または公認の製造過程、生産方法、特殊な製造技巧などの人文要素と関連がある場合、これも併せて説明すべきである。</p> <p>4. 証明標章の使用方法及び費用徴収規定</p> <p>証明標章の使用方法に対して関連規範を設ける場合、それを明記しなければならない。例えば、標章が商品又は包装に標示される位置、標章図形の大きさ等が挙げられる。証明標章の使用に費用を支払わなければならない場合も、それを明記しなければならない。</p> <p>産地証明標章の使用を申請する場合、その生産により提供された製品名は上記の使用条件に符合すると同時に、所定基準または規格にも符合しなければならず、審査を通過してから、本件産地証明標章を使用することができるという旨の記載を記入する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 証明標章の使用の管理及び監督の方法 <p>証明標章の使用方法及び監督とは、証明標章の使用を制御する監視規制及びその関連作業プロセスなどの規定である。例:監督及び定期または不定期の検証手続、改善期間の制限、期限に基づいて改善しなかった</p>	
--	--	---	--

		<p>場合において、証明標章権者がその使用を停止する権利があるなどといった処理規定を実施する。証明標章の申請者が自ら検証などの管理手続などを実行していない場合、その検証などの制御手続が誰によるのか、並びに如何にして実行されるのかを明確に記載すべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 当該証明標章の使用を申請する手続き事項及び争議の解決方法 <p>他人が生産し、経営している商品またはサービスが定められた表示使用条件に符合する場合、その証明標章の表示を認めるべきである。また、実際の状況に基づいて、証明標章を使用する際の申請の手続き事項及び同意しない場合に起きる争議の解決方法を明確に記載すべきである。</p> <p>紙の文書のほか、光学ディスクに記録されている同文書の電子ファイルも提供する必要がある。</p>	
10	出願人は証明しようとする商品又は役務の業務に従事しない誓約書	証明しようとする商品又は役務の業務に従事しないという内容を記載すれば、十分である。	中国語の誓約書を提出する場合、訳文は不要である。
11	その他証明文書	例えば、商品又はサービスに関する報道記事、催し物の資料、店舗情報、観光ガイドブックなど、商品又はサービスが有する特定品質、名声又はその他の特性と地理環境の自然又は人文の要素との関連性をさらに証明するための文書。	必要に応じて、必要な部分の中国語抄訳が求められる可

			能性がある。
--	--	--	--------

付表二：産地団体商標の出願の必要書類

産地団体商標			
	必要書類	書類に関する説明	訳本の要否
1	産地団体商標登録申請書	申請書の様式及び記載例は主務官庁のサイトからダウンロードできる。中国語で記載した上で、主務官庁に提出する必要があるため、代理人と相談した上、内容を作成した方が無難である。	×(中国語の申請書を提出する必要がある。)
2	商標の図案	縦・横が 5～8 cmのもの、6 枚を用意する(1枚は申請書の正文に貼付するほか、5 枚はその付表に仮貼りする)	×
3	優先権証明文書	優先権の主張をする場合のみ。出願日の翌日から3ヶ月以内に提出が必要。台湾と相互承認している優先権の国家又はWTOメンバーによる受理を証明する文書であること。	中国語訳又は必要な部分の中国語抄訳。
4	展示会優先権証明文書	これを主張したい場合のみ。展示会主催者が発行する展示会参加証明文書である。証明文書には、次の事項が含まなければならない。 <ul style="list-style-type: none"> ● 展示会の名称、場所、主催者名称及び商品又はサービスの最初の展示日。 ● 展示会参加者の姓名又は名称及び展示された商品又はサービスの名称。 ● 商品又はサービスの展示写真、カタログ、パンフレット又はその他展示内容を証明するに足りる文書。 	中国語訳又は必要な部分の中国語抄訳。

5	法人資格 証明文書	<p>出願人は法人資格を有する公会(組合)、協会又はその他の団体でなければならない。</p> <p>履歴登記事項証明書又は登記簿謄抄本。</p>	<p>必要に応じて、必要な部分の中国語抄訳が求められる可能性がある。</p>
6	出願人の 代表性保 有証明文 書	<p>出願人は、母国において産地団体商標又は産地団体商標と類似している制度を利用し、登録している場合、かかる登録資料を提出できれば、代表性を保有すると認定されうる。勿論、政府により発行された証明文書も可能である。</p> <p>なお、一つの産地内に存在する複数の法人がすべて一部の業者しか代表することができない場合、これらの法人から共同で出願することが可能である。</p> <p>又は、その協議により、そのうちのひとり又は一部から出願することも可能である。その場合、かかる協議書の提出も必要となる。</p> <p>前記以外の場合、次の事項を証明できる資料を提出する必要がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 出願人の成立期間 ● 当該地域において知られる程度 ● 当該地域において支配できる業者の割合 ● 出願人の当該地域製品に関する品質、特性、生産状況、技術事項や生産業者などの情報に対する理解の程度 <p>従って、証明できる資料、例えば、雑誌、新聞記事、広告、本等を事前に備えておくのが望ましい。</p>	<p>必要に応じて、必要な部分の中国語抄訳が求められる可能性がある。</p>

7	代理人 委任状	<p>台湾の領域内に住所又は営業所を有さない場合、代理人に委任すべきである。</p> <p>共同出願案の場合、共同者全員が共同で1人の代理人に委任し、1通の委任状を提出する。共同出願案であっても、個別に委任状を作成する場合、同一代理人に委任しなければならない。共同者全員により選定された代表者がいる場合、委任状は、かかる代表者の名義により代理人に委任することができる。</p>	中国語 訳。
8	団体商標 使用規範 書	<p>使用規範書には、次の事項を記載しなければならない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 目的及び趣旨 本使用規範書の目的及び趣旨を明確に規定する。例：特定の地理的エリア内の業者の権利・利益及び製品の品質、名声を維持するためなど。 ● 会員の資格 出願人は、会員になるための資格または条件を自ら定めることができる。例：所在地、住居または営業所(製品製造、加工、配布などを含む)、経營業務項目などを会員になるための資格条件とする。また、申請許可により会員の資格などを取得するなどの入会の申請手続なども定めることができる。 ● 団体商標の使用の条件 <ol style="list-style-type: none"> 1. 定義した産地の範囲 出願人は、行政部署の地理的エリアに基づいて表示することができる。但し、行政部署が管轄する地理的エリアにおいて、その出所のエリアを定義することが困難である場合、行政上のエリアでない地理的エリアで表示してもよい。 	中国語訳 又は必要な部分(記載すべき事項)の中国語抄訳。

		<p>2. 品質特徴</p> <p>製品の外観特徴、規格サイズ、色、形状、特殊な風味、甘さ、質料、成分、製造過程、製造方法などに基づき、説明することができる。</p> <p>3. 地理環境との関連性</p> <p>商品による特性、品質及び当該地理的環境の土壌、気候、風、水質、海拔高度、湿度などの特殊な自然要素に関する陳述及び証拠。仮に、製品そのものが現地または当該エリアの伝統または公認の製造過程、生産方法、特殊な製造技巧などの人文要素と関連がある場合、これも併せて説明するべきである。</p> <p>4. 産地団体商標の使用方法及び費用徴収規定</p> <p>産地団体商標の使用方法に対して関連規範を設ける場合、それを明記しなければならない。例えば、商標が商品又は包装に標示される位置、商標図形の大きさ等が挙げられる。団体商標の使用に費用を支払わなければならない場合も、それを明記しなければならない。</p> <p>本産地団体商標は、本会会員のみが使用可能であり、独自で転売または授権してはならないものとする。当会の正式な会員資格を取得していない場合、会員身分を偽って使用してはならない。</p> <p>● 団体商標の使用の管理及び監督の方法</p> <p>確実に団体商標の使用を管理するため、使用規制として必ず関連する監督管理規制を定めなけ</p>	
--	--	---	--

		<p>ればならない。団体商標を使用する場合の監督、検証手続、検証基準及び改善期間の制限などといった監督管理規則を含む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 規範違反の処理規定 <p>団体商標は、団体会員が共同で使用し、その団体商標の使用権利を享有するためにあるため、会員は使用規制の義務を負い、並びに遵守すべきである。従って、使用規制において、使用規制に違反した場合の処理規定を定めなければならない。例:会員が違反し、団体の利益に損害を与えた場合、退会、権利の停止、メンバーシップを解除すべきとする。退会、権利の停止、メンバーシップが解除された場合、団体商標を使用してはならない。会員が不当に団体商標を使用した場合、及び期限に基づいて改善をしなかった場合の罰則など。</p> <p>紙の文書のほか、同文書の電子ファイルを記録した光学ディスクも提供する必要がある。</p>	
9	その他 証明文書	<p>例えば、商品又はサービスに関する報道記事、催し物の資料、店舗情報、観光ガイドブックなど、前記のことを補足するに当たる文書。</p>	<p>必要に応じて、必要な部分の中国語抄訳が求められる可能性がある。</p>

[特許庁委託] 台湾における地理的表示の保護

平成29年3月 発行

発行者 舟町仁志

発行所 公益財団法人 日本台湾交流協会

【禁無断転載】

東京都港区六本木3-16-33

青葉六本木ビル7階

印刷所 株式会社 丸井工文社

執筆協力: 理律法律事務所 (Lee and Li, Attorneys-at-Law)

台北市敦化北路201号7階