

東アジアにおけるブランド保護の 課題と対策

特許業務法人三枝国際特許事務所
弁理士 中川 博司
弁理士 岩井 智子



背景

世界的な日本食ブームの広がり
「MADE IN JAPAN」信仰
アジア諸国の経済発展に伴う富裕層の増加
内外の食品偽装事件等に伴う消費者の食の安全性への関心
農産物、水産物、それらの加工品のアジア諸国への輸出
地域ブランドを育成させるための日本における法整備と意識の高まり
様々な事件の発覚

台湾や中国に出かけると、日式とか日本食堂、日本料理、回転寿司、ラーメンの店などをよく見かけると思います。中国、台湾、韓国では、日本の料理が割とポピュラーになっているなという体験をされるかと思います。中国・韓国では、デパ地下に行きますと高級食材を売っています。そういう高級スーパーマーケットに行けば、日本の食材もたくさん目にされると思います。そうすると、日本の農産品というものも相当出回っているなという経験をされるかと思います。これが現在の状況です。

レジュメでは、富裕層が増えていると解説しています。かかる国々の富裕層の内実もご報告いたします。

問題点

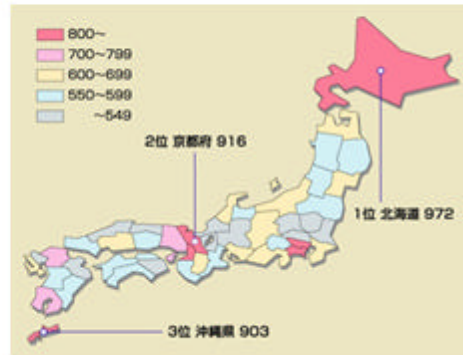
農産物や水産物の関連組合や団体の知的財産権保護に対する甘さ

そもそも日本においても商標として権利化できないことを理由に地域ブランドの保護を重要視していない

アジア諸国(特に漢字圏)における第三者の先駆け出願の発覚と対応の遅れ

例: 青森事件、讃岐事件

↓
輸出ができない!



出所: NIKKEI-R 地域ブランドサーベイ
http://www.nikkei-r.co.jp/area_brand/total.html

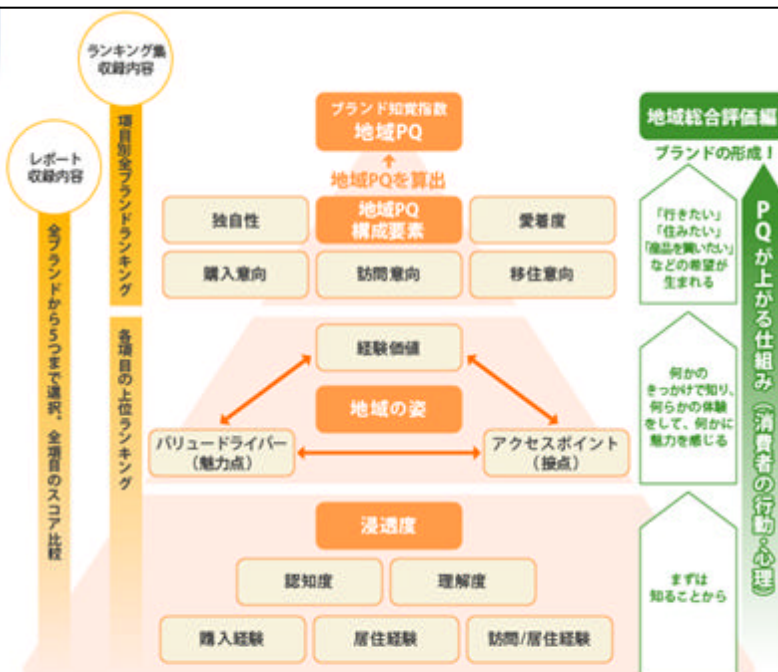
地域PQ値によるランキング

独自性、愛着度、購入意向、訪問意向、居留意向から算出した総合指標

5年ほど前に起こった問題で、青森事件と讃岐事件があります。

中国における青森事件ですが、中国のかたが「青森」という表記の商標について、商標権を5つの区分各々で認めますよと、中国商標局の官報に掲載されてしまったという例です。これに対し、青森県の農林水産団体は24ありますが、24がすべてそろって異議申立てをして、5年間かかってやっと申立てを認めてもらったという事件です。申立てが認められないということになりますと「青森」という漢字表記について、中国で青森産の本来の日本産品に付した場合、中国人の商標権の侵害になる、使えないだけでなく、工商行政管理局が乗り込んできて、レイドと称して物品を押さえてしまう破棄してしまうという対象になってしまうという事件です。

台湾における讃岐事件は、台湾のかたが「讃岐」について、うどん麺などが含まれる商品分類で商標権を取得してしまったという例です。



出所：NIKKEI-R 地域ブランドサーベイ
http://www.nikkei-rc.co.jp/area_brand/total.html

都道府県ランキングTOP20

順位	全体順位	地域名	地域PQ	順位	全体順位	地域名	地域PQ
1	1	北海道	972	11	60	広島県	693
2	4	京都府	916	12	61	長崎県	692
3	5	沖縄県	903	13	62	静岡県	691
4	9	大阪府	849	14	63	長野県	689
5	11	東京都	840	15	66	愛知県	687
6	16	神奈川県	803	16	87	千葉県	664
7	18	兵庫県	799	17	102	新潟県	656
8	30	福岡県	758	18	117	青森県	643
9	44	鹿児島県	720	19	162	宮城県	618
10	59	奈良県	697	20	184	石川県	604

旧国名・地域名ランキングTOP10

順位	全体順位	地域名	地域PQ	順位	全体順位	地域名	地域PQ
1	25	琉球	765	6	77	飛騨	674
2	49	伊勢	708	7	82	土佐	667
3	52	讃岐	705	8	85	紀州	666
4	55	信州	700	9	102	加賀	656
5	67	湘南	685	10	105	十勝	655

出所：NIKKEI-R 地域ブランドサーベイ

http://www.nikkei-r.co.jp/area_brand/total.html

日本国内における都道府県名と旧国名や地名のブランド力の調査結果です。このブランド力の調査は、民間の一つの調査結果にすぎませんが、認知度、情報接触度、居留意欲、観光意欲、食品や製品の購入意欲、歴史や学術、芸術、それに先端技術に関する地名のイメージ度などを総合評価してランキング化したものです。

つまり、地名も「ブランド」

地名を付すことで商品価値が高まり、購買力が高まる

商品に産地認証シールを貼付

地名をそれぞれの都道府県、市町村、組合、団体で保護していく

地域ブランド認証制度、育成事業の強化 http://www.ipr.go.jp/chiiki/chiiki_brand.html

地域団体商標の取得



日本の商標法というのは、地名は自由に産地のかたに使わせたらどうか、そういった自由競争というのを地名について、つまり個人が独占権という商標権を取得できるという対象にせず、地名のネームバリューを自由使用によって高めてもらえばいいという考えです。ところが、一方パリ条約、わたしたちが商標とか特許の保護を国際的に図るために一番古い、一番基本となる条約というのが1883年にできていますが、このパリ条約の考えは日本の考えと違って、ボルドー、シャンパーニュというような地名を地名産品として扱う人以外の人に無断で使用された場合、輸入規制をかけたもよろしい、国内とか、輸入の時点での差し押えを認めなさいという強制的な規定で、指導しています。これが、日本と国際的な条約の考え方の食い違いところだろうと思います。ここで皆さんに、ご理解いただきたいのは、まず、日本の商標法というものの制度設計がどうなっているかの再確認をしていただくことに加え、中国とか台湾の商標法というのは、日本の地名表記について、どういう法律的な手当、や運用をしているかということです。

ブランドの保護対策

ブランド保護の必要性についての意識改革

日本の商標法における地域ブランドの商標登録

流通国への速やかな出願、権利化

流通国の制度に合わせた権利化

※ 地域団体商標の登録の検討

地域ブランドを発展させ育成していく土台作り

地域ブランドの活性化と広報活動

地名ブランドをどういふふうに育成し、浸透させるかという方法ですが、これは、いかようでも手段はあるかと思えます。こだわり あるいは付加価値というものをどういふふうにつけたらいいかということ、産品であれば、品種であるとか、作り方であるとか、地域性、歴史、情報、パッケージのデザインといった側面で、知恵を出され、宣伝されるということが、必要ではないかと思えます。やはり地方産品を全国水準に引き上げるには、情報の発信も幅広くしていただくというのが必要です。付加価値というのは、いうまでもなく希少性、ストーリー性、話題性を提供することであります。

商標出願の対象(国際分類)

29類 食肉、食用魚介類(生きていないもの)、
加工水産物、加工野菜、乳製品

30類 茶、菓子、米、加工食品

31類 食用魚介類(生きているもの)、果実、野
菜、種子

32類 ビール、飲料

33類 日本酒、洋酒、果実酒

※他の国もほぼ共通

農産品については、国際条約の中に商品やサービスの分類に関するニース協定というのがあって、この中に、具体的な区分を挙げています。農産品に対する区分というのは、大きく分けて5つあります。29類、これは食肉などが含まれる区分、30類、茶・お菓子・米などが含まれる区分、31類、鮮魚・果物・野菜などが含まれる区分、32類、ビールやソフト飲料などが含まれる区分、33類、お酒が含まれる区分、この5つの区分を念頭に置いて、商標権の取得をしていただくことが必要になります。

日本の商標法では？

登録要件

その **商品の産地、販売地**・・・を普通に用いられる方法で表示した **標章のみ**からなる商標は登録を受けることができない(3条1項3号)

(1) 国家名、国家名の略称、現存国の旧国家名→商品に拘わらず拒絶(登録不可)

(2) 首都名、州名、県名、州都名、省名、省都名、郡名、県庁所在地(県都)、旧国名、旧地域名、地方名、市、特別区、著名な繁華街、著名な観光地→辞書に掲載されていなくとも商品と結びつく要因があれば拒絶

商品の **品質の誤認**を生ずるおそれがある商標(4条1項16号)

権利の効力が及ばない範囲(26条)

商標権の効力は指定商品の産地、販売地・・・を普通に用いられる方法で表示する商標もしくは商標の一部には及ばない

日本の商標法で、地名の扱いは、3つのポイントをご理解いただく必要があります。まず、商標はどういう条件を充足していたら登録になるかという商標の登録要件がひとつです。それから、そういう地名が含まれた商標権が他人に取得された場合、商標権ということで、一方的に地名表記が使えなくなるのかという点です。これは、調整規定がありますというのが2つ目です。もうひとつは、地名を商標権の出願より前に使い始めておりある程度、地名として認知されている、周知になっているといった場合には、その地名表記を継続して使える、これを先使用権といいます。こうい先使用権の規定が32条に置かれている、これが3つ目のポイントです。

【登録番号】第4680657号
 メイシーズ キャンディーズ リミテッド



第30類 中国産のアイスクリーム用凝固剤、中国産の家庭用食肉軟化剤、中国産のホイップクリーム用安定剤、中国産の食品香料(精油のものを除く。)、中国産の茶、中国産のコーヒー及びココア、中国産の氷、中国産の菓子及びパン、中国産の調味料、中国産の香辛料、中国産のアイスクリームのもと、中国産のシャーベットのもと、中国産のコーヒー豆、中国産の穀物の加工品、中国産のアーモンドペースト、中国産のぎょうざ、中国産のサンドイッチ、中国産のしょうまい、中国産のすし、中国産のたこ焼き、中国産の肉まんじゅう、中国産のハンバーガー、中国産のピザ、中国産のべんとう、中国産のホットドッグ、中国産のミートパイ、中国産のラビオリ、中国産のイーストパウダー、中国産のこうじ、中国産の酵母、中国産のベーキングパウダー、中国産の即席菓子のもと、中国産の酒かす、中国産の米、中国産の脱穀済みのえん麦、中国産の脱穀済みの大麦、中国産の食用粉類、中国産の食用グルテン

10

この商標の構成は、「北京」という文字があって、北京の繁華街「王府井」という表記があり何か図形がくっついている。このような文字と図形の結合した登録商標です。「北京」という文字は、私ども需要者は中国の首都だと理解します。そうしますと、その下に30類と書かれている中の商品も、中国産以外のものであれば、「北京」という文字が書いてあることから勘違いしてしまうので、中国産に限定しなさいというのが、日本の特許庁の審査運用です。

【登録番号】第5019605号
株式会社ライフスタイル



Shanghai 上海

第20類 家具

家具という商品について「上海」という商標の登録例です。その登録商標の構成は、アルファベットと漢字であり、表現が変わった形で書かれている漢字です。これは、先ほど普通に用いられる方法ではないといった場合には、商標の登録を受けられるとご説明しましたが、漢字が、ここまで変容している形であれば、これは全体として他人のマークと区別できることから、登録が認められたものです。

【登録番号】第5065487号
株式会社都市生活工房アンドパートナーズ

落陽(標準文字)

第33類

日本酒, 洋酒, 果実酒, 中国酒, 薬味酒

「落陽」という漢字表記について、指定商品お酒について、登録が認められた例です。この「落陽」というのは、中国の河南省の都市の名前ですが、一般の日本の需要者というのは、都市の名称と認識するよりは、夕日が落ちたというような情景を理解する漢字である、こういう理由で、一般の需要者が地名というふうに認識しないということで登録が認められたものです。

【登録番号】第409821号
株式会社直勝筆

九
龍

第16類 文房具類等

これは中国の広東省、イギリスの租借地内にある都市の名称ですが、これも文房具と関係ない、商品との関係性を直感させないという理由で、登録を認めたと考えられます。この登録番号が40万台ですから、昭和20年代の後半くらいの登録で、昔の登録として認められたと想像できます。現在は、「九龍」というのは、やはり広東省の都市の名称だと需要者が理解できるということで、これは、登録が認められないという結論が大半だろうと思います。

事例) 佐賀ほのか

佐賀のブランドイチゴ

日本では種苗法上の登録品種

他にブランドみかん「J-PON」等

中国、香港、台湾で2006年に出願

出願人: 佐賀県

商標「佐賀穂香」

台湾では、2006年10月30日出願、2007年10月16日登録

香港では、2006年3月29日出願、2006年9月20日登録(ひらがな「さがほのか」も)

中国では、2006年3月31日出願、2008年10月13日拒絶、
2008年11月拒絶査定不服審判請求(現在係属中)

日本の場合には、品種の登録については、農水大臣のほうに種苗法に基づいて申請しなさいとなっています。そして、果物については、独占使用が25年、米については30年認めますとなっています。こういった種苗法に基づいた保護期間というのが経過した後には、商標の登録は認めずに、その製品の一般の名称として使いなさいとなっています。この種苗法で登録を受けた「佐賀ほのか」について、佐賀県は申請を台湾、香港、中国で行ったわけです。台湾と香港では無事登録を受けることができましたが、中国については、残念ながら他人の権利が既にありますという事で、商標局の判断では登録が認められませんでした。不服申し立ての場合には、拒絶査定を受け取ってから15日という短い期間になりますが、商標評審委員会というところに、不服申し立てができます。ここで現在、事件が継続しているという状況です。

