令和 5 年度
輸出環境整備緊急対策委託事業
（海外模倣品対策）
調査対象国及び地域における
知的財産に関する制度、事例、判例調査

2025 年 3 月

令和 5 年度輸出環境整備緊急対策委託事業（海外模倣品対策）
調査対象国及び地域における知的財産に関する制度、事例、判例調査

2025 年 3 月

IP FORWARD 株式会社
〒105-0003 東京都港区西新橋 1-18-6 クロスオフィス内幸町 710 号室
https://www.ip-fw.com/
03-6427-6445
ipf@ip-fw.com

【注意事項】

本事業は、農林水産省の委託により、IPFORWARD 株式会社が実施したものであり、本報告書の内容は農林水産省の見解を示すものではありません。

【免責事項】

農林水産省及び IPFORWARD 株式会社は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、又は懲罰的な損害及び利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、又はその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負うものではありません。また、本報告書は信頼できると思われる各種情報に基づいて作成していますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。

目次

第 1 部　本調査の概要 1
1　背景と目的 1
2　調査対象国・地域 1
3　調査項目 1
3.1　制度調査 2
3.2　事例調査 3
4　調査方法 4
4.1　各国・地域の代理人へのヒアリング及びデスク調査 4
4.2　過去調査 4
5　本報告書における用語の定義 4
5.1　地理的表示の保護制度と一般商標 4
5.2　証明商標 5
5.3　標章/商標 5
第 2 部　各国・地域における地理的表示保護 6
1　中国 6
1.1　農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要 6
1.2　GI 制度について 16
1.3　商標制度について 37
1.4　原産地を誤認させるような表示等への対策 58
1.5　事例・判例 65
2　インドネシア 77
2.1　農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要 77
2.2　GI 制度について 82
2.3　商標制度について 95
2.4　原産地を誤認させるような表示等への対策 107
2.5 事例・判例 111
3　フィリピン 114
3.1　農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要 114
3.2　GI 制度について 123
3.3　商標制度について 139
3.4　原産地を誤認させるような表示等への対策 154
3.5 事例・判例 161
4　マレーシア 166

4.1 農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要 166
4.2 GI 制度について 172
4.3 商標制度について 182
4.4 原産地を誤認させるような表示等への対策 191
4.5 事例・判例 196

第 1 部　本調査の概要

1　背景と目的

特定農林水産物等の名称の保護に関する法律（地理的表示法）に基づき登録された産品、日本の地名を冠した産品、地域団体商標を含めたブランド農林水産品等（以下「日本ブランド産品」という。）は、海外でも高く評価されている一方で、模倣品の流通や、第三者による冒認商標の取得により、海外における知的財産の侵害リスクが顕在化しつつあり、模倣品による被害の増大が懸念されている。

これら知的財産権の侵害は、海外における日本ブランド産品の付加価値を毀損するにとどまらず、今後諸外国への輸出・販売が困難になることも懸念されるため、各国ごとの法令等に沿って対応を早急に講じることが輸出促進に不可欠である。

かかる状況に鑑み、本調査は、日本ブランド産品の模倣品が販売されている疑いのある国及び地域を中心に、現地国及び地域における知的財産の権利保護と模倣品への対策及び原産地を誤認させる表示等への対策（制度、事例、判例）を調査することを目的とする。

2　調査対象国・地域

日本の農林水産物や食品の輸出規模や模倣品流通の実態に鑑み、本調査では以下の国・地域（以下「本調査対象国・地域」という。）を調査対象とした。

1（第 2 部第 1 節）	中国
2（第 2 部第 2 節）	インドネシア
3（第 2 部第 3 節）	フィリピン
4（第 2 部第 4 節）	マレーシア

3　調査項目

本調査における調査項目は以下のとおりである。なお、対象国・地域によっては、関連法制度の運用実態が不明、又は、運用実績が少ない場合もあり、調査の結果、収集できた情報量には、国・地域ごとに差が見られた。

3.1 制度調査

調査対象国及び地域における知的財産の権利保護と模倣品への対策及び原産地を誤認させるような表示等への対策に関する制度の概要と法体系、法令に関する調査を行う。

GI 制度について	(1) GI 保護に関する調査国と他国との国際協定の状況 (2) 登録の要件、手続、適用される審査基準、費用(一般的な代理人費用を含む。)、期間及び登録による効果 ※ 国外から出願する場合に留意すべき事項(特に審査において要求される追加的資料や審査期間等)を含める。 (3) GI 登録後の品質管理に係る、検査、手続、審査基準等 (4) GI 名称及びマーク使用要件、使用義務の有無 (5) 冒認登録への対抗策 (6) 侵害に関する行政指導、罰則等の措置内容(手続、効果、費用感) (7) 地理的表示の保護水準(TRIPS 協定第 22 条及び第 23 条との比較を含む。) (8) 普及状況、普及活動等
商標制度について	(1) 登録の要件、手続、適用される審査基準、費用(一般的な代理人費用を含む。)、期間及び登録による効果 ※ 国外から出願する場合に留意すべき事項(特に審査において要求される追加的資料や審査期間等)を含める。 (2) 使用要件、使用義務 (3) GI 制度と商標制度の関係(先行する同一又は類似の商標が存在する場合の GI 登録の審査に与える影響、併存する場合のそれぞれの権利範囲等) (4) 商標権者と GI の登録生産者団体との間で争いが生じた事例 (5) 冒認登録への対抗策 (6) 侵害に関する行政指導、罰則等の措置内容(手続、効果、費用感) (7) 普及状況、普及活動等 (農産品・食品分野において)
原産地を誤認させるような表示等への対策	(1) 制度の概要 不正競争防止法、独占禁止法、食品表示法、消費者保護法、不当景品類及び不当表示防止法等の模倣品対策に適用可能な法律、法令、規則 (2) 違反時の措置(手続、効果、費用感)

3.2 事例調査

調査対象国及び地域において、農林水産物・食品の模倣品に関して知的財産権侵害等が争われた事例、判例、調停、政府担当省庁による権利行使や取り締まりの事例をまとめる。ただし、2015 年から 2024 年までの 10 年間に生じた事例・判例・調停に限る。

各調査対象国・地域において、調査内容の項目（GI、商標、原産地を誤認させるような表示）ごとに 2 つ以上（計 18 件以上）とするが、調査対象国・地域で事例・判例が見つからなかった場合は、他の調査対象国・地域の事例・判例を追加で調査することとする。

本調査においては結果として、一部の調査対象国・地域出は上記の条件を満たす事例が確認できなかったため、他の調査対象国・地域の事例・判例を追加して以下の事例数となった。

	GI	商標	原産地を誤認させるような表示	合計
中国	4	3	5	12
インドネシア	1	2	0	3
フィリピン	0	2	1	3
マレーシア	1	0	0	1
合計	6	7	6	19

4 調査方法

4.1 各国・地域の代理人へのヒアリング及びデスク調査

各調査項目について、IP FORWARD 法律特許事務所の弁護士によるデスク調査を行うとともに、同事務所の提携先である各国・地域の法律事務所の弁護士に対して、ヒアリング等の方法により情報収集を行った。情報収集に協力をいただいた各国・地域の法律事務所は以下のとおりである。

インドネシア	Rouse & Co International Kota Jakarta Selatan
フィリピン	BCCS Law
マレーシア	Ram Caroline Sha & Syah

4.2 過去調査

本報告書においては、農林水産省「平成 30 年度 主要輸出国の知財制度等実態調査委託事業報告書」(2020 年 3 月)[1]、「令和 4 年度 輸出環境整備緊急対策委託事業(海外模倣品対策)主要輸出国の知的財産制度・運用実態等調査報告書」と重複する内容であり、同調査から重要な変更がない部分については、当該記載を踏襲・参考にして記載している。

5 本報告書における用語の定義

本報告書で用いる用語等について、以下のとおり注釈を付す。

5.1 地理的表示の保護制度と一般商標

本調査は特に、GI を独自の法律に基づいて保護する地理的表示制度や商標制度、原産地を誤認させるような表示に関する規制を対象としている。

アジア各国における、商標を含む一般的な知的財産制度については、日本貿易機構(ジェトロ)のウェブサイト「アジア各国・地域の知的財産に関する情報」[2]を参照されたい。

[1] https://www.maff.go.jp/j/kanbo/tizai/brand/b_syoku/attach/pdf/index-39.pdf
[2] https://www.jetro.go.jp/world/asia/ip.html

5.2 証明商標

本調査対象国・地域では、「証明商標」が団体商標とともに、地理的名称等の保護手段の 1 つとして法制化されている国がある。日本の現行法上、団体商標制度は存在するが、証明商標制度はないため、注釈を加える。

証明商標制度は、ある商品・サービスについて、商品・サービスの産地や原料、品質、管理方法等について、第三者の認証/証明機関が認証/証明したものを、それ以外の商品・サービスと区別するために用いる標章を登録する制度である。証明商標として他国で登録されている標章の例としては、ウールマーク(ザ・ウールマークカンパニーが品質認証する羊毛製品に付す標章)、マレーシアハラール認証マーク(マレーシア政府ハラール認証機関が商品・サービスについてイスラーム法に則ると認証した商品・サービスに付す標章)、レインフォレスト・アライアンス認証マーク(レインフォレスト・アライアンスの熱帯雨林保全に係る認証を受けた事業者が販売する商品・サービスに付す標章)等が挙げられる。

地理的名称に係る場合には、生産者や加工業者、流通業者等の直接、商品を扱う当事者から構成される団体ではない第三者による組織、例えば国や自治体、その他の認証機関等が、認証等を通じて、地域特産品の生産・品質基準等の管理を行う場合に、証明商標で当該名称を登録することになると考えられる。

5.3 標章/商標

日本の商標法では、標章(Mark)を、「人の知覚によつて認識することができるもののうち、文字、図形、記号、立体的形状若しくは色彩又はこれらの結合、音その他政令で定めるもの」(商標法第 2 条第 1 項柱書)、商標(Trademark)を標章のうち、「業として商品を生産し、証明し、又は譲渡する者がその商品について使用をするもの」又は「業として役務を提供し、又は証明する者がその役務について使用をするもの」と定義している(同条項第 1 号、第 2 号)。本報告書では、かかる日本法の定義をベースに表記を統一した。

第 2 部　各国・地域における地理的表示保護

1　中国

1.1　農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要

(1)　各制度の概要・法令等所管部署

中国において、農林水産物・食品の名称等を保護する法律・規定として挙げられるのが、①商標法、②地理的表示産品保護弁法、③反不正当競争法、④農産物品質安全法、の 4 つである。ただし、④農産物品質安全法をベースとする制度については、2022 年 3 月から登録業務が停止されている[3]。これは、地理的表示の認定制度の一本化が進められているためであり、今後、同制度は、②の地理的表示保護弁法をベースとする地理的表示制度に統合される予定である。

それぞれの法制度の詳細は次節以降で説明することとし、本節では各法制度の概要を俯瞰する。

表 1-1　中国における農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要

	地理的表示産品保護弁法	商標法	反不正当競争法	農産物品質安全法
マーク			–	
法目的	中国の地理的表示産品の保護、	商標の信用の維持と保護を通じた	公正な競争の奨励、保護による社	農産物の品質安全を保障し、

[3] 出典：中国農業農村部「信訪処によるネットユーザーからの『農産物地理的表示認証政策問い合わせ』についてのメッセージに対する回答」(2022 年 11 月 9 日)
https://www.moa.gov.cn/bzxxlyhf/xfwy/netizen/replyDetail.html?strMinisterCode=W20220922009

		地理的表示産品保護弁法	商標法	反不正当競争法	農産物品質安全法
		地理的表示産品の品質と特徴を確保	社会主義市場経済の発展	会主義市場経済の発展	農業と農村経済発展を促進
農産物名称等の保護に係る関連法規 ※ ()内は参考情報		・国外地理的表示産品保護弁法[4]（※ 中国国内で販売される外国の地理的表示産品の保護を目的） ・地理的表示産品保護規定[5]	・商標法実施条例[6]（※ 団体商標及び証明商標制度について規定あり） ・団体商標、証明商標の登録と管理規定[7] ・団体商標、証明商標の登録と管理弁法[8]	−	・農産物地理的表示管理弁法[9] ・農産物地理的表示の登記に関する規範文書等
主管機関	登録	国家知識産権局	国家知識産権局 商標局	−	農業農村部 （※ 2022 年より登録業務停止）
	法執行	各地の市場監督管理局	各地の市場監督管理局	各地の市場監督管理局	各地の県級以上の人民政府農業行政主管部門
備考		現在、従前の部門規章	現在、従前の「団体商	登録された地理	地理的表示保

[4] 国外地理的表示産品保護弁法：http://scjg.sjz.gov.cn/columns/3c5d1ce3-bac4-4f67-979c-4091b0cc9097/202004/08/d794a998-23b9-4a8e-b6ad-355d78a300ed.html
なお、中国法における法令情報は下記に掲載されることが多い。
https://flk.npc.gov.cn/

[5] 地理的表示産品保護規定：https://www.cnipa.gov.cn/attach/0/78d2a00b31d9425899da193d18e54739.pdf
参考和訳：https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/section/20050607.pdf

[6] 商標法実施条例：https://www.gov.cn/gongbao/content/2014/content_2679357.htm
参考和訳：https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/admin/20140501_rev.pdf

[7] 団体商標、証明商標の登録と管理規定：https://www.gov.cn/gongbao/2024/issue_11226/202403/content_6940044.html
参考和訳：https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/section/20240201_1.pdf

[8] 団体商標、証明商標の登録と管理弁法：https://www.moj.gov.cn/pub/sfbgw/flfggz/flfggzbmgz/200306/t20030611_143462.html
参考和訳：https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/section/20030417-1a.pdf

[9] 農産物地理的表示管理弁法：http://www.zfs.moa.gov.cn/flfg/201006/t20100606_6315668.htm

	地理的表示産品保護弁法	商標法	反不正当競争法	農産物品質安全法
	[10]である「地理的表示産品保護規定」（2005 年 7 月から施行）と最新の「地理的表示産品保護弁法」（2024 年 2 月から施行）が併存している。具体的な法適用について、もし地理的表示産品の認定、管理及び保護の内容に不一致がある場合は、「弁法」を適用するが、一方、行政法執行については、引き続き、「規定」を適用するものとする。	標、証明商標の登録と管理規定」（2003 年 6 月から施行）と最新の「団体商標、証明商標の登録と管理弁法」（2024 年 2 月から施行）が併存している。具体的な法適用について、もし団体商標、証明商標の認定、管理及び運用の内容に不一致がある場合は、「規定」を適用するが、一方、行政法執行については、引き続き、「弁法」を適用するものとする。	的表示の保護について、反不正当競争法に基づく民事裁判が利用されるケースもある。	護規定をベースとする地理的表示制度に統合予定である。

ア　地理的表示産品保護弁法[11]

日本におけるいわゆるGI法（特定農林水産物等の名称の保護に関する法律）に基づく保護制度に相当する制度は、国家知識産権局による部門規則である「地理的表示産品保護弁法」である。ただし、同規定は、中国の地理的表示産品の保護を目的としており、外国の地理的表示産品（中国で販売されるもの）の保護については、「国外地理的表示産品保護弁法」の規定を別途参照する必要がある。日本と中国との間には相互保護に関する協定がないため、日本の生産者等が本制度に基づく保護を受けようとする場合には、「地理的表示産品保護弁法」及び「国外地理的表示産品保護弁法」に基づき、申請手続を行う必要がある。

[10] 中国法令の優先順位は、憲法→法律→行政法規→地方性法規→部門規章→規範性書類となる。部門規章とは、国務院各部署、直属機構が制定する法文書である。
[11] 地理的表示産品保護弁法：https://www.gov.cn/gongbao/2024/issue_11226/202403/content_6940042.html
参考和訳：https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/section/20240201_5.pdf

イ　商標法[12]

中国の商標法は、日本の商標法と同様に、商標に化体した業務上の信用を保護することにより、健全な産業の発達を図ることを目的として制定されている。この商標法の枠組みの中で農林水産物・食品の名称等を保護する制度として挙げられるのが、証明商標と団体商標である。

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対して使用するものであって、かつ当該組織以外の事業単位又は個人がその商品又は役務について使用し、同商品又は役務の原産地、原材料、製造方法、品質又はその他の特別な品質を証明するために用いる標章をいう(「商標法」第 3 条第 3 項)。

これに対して、団体商標とは、「団体、協会又はその他の組織の名義で登録され、当該組織の構成員が商業活動の使用に供し、これを使用する者が当該組織の構成員資格を表示する標章をいう(「商標法」第 3 条第 2 項)。すなわち、団体商標が、その商品等の出所が当該団体等に係るものであることを表示する商標であるのに対し、証明商標は、商品等の出所を表示し、自他商品等を識別するためのものではなく、商品等の原産地、原材料等を証明するための商標であると解される。

また、証明商標、団体商標の登録に一定のハードルがあるため、実務上、農林水産物・食品の名称について、証明商標と団体商標ではなく、普通商標として登録することも見受けられる。

ウ　反不正当競争法[13]

反不正当競争法は、日本の不正競争防止法に相当する法律である。反不正当競争法上、地理的表示等を直接的に保護する明文規定はないが、日本法におけるいわゆる周知表示混同惹起行為に相当する標識の使用行為や、商品の出所の混同等を生じる行為は、不正当競争行為の類型として規定されており(「反不正当競争法」第 6 条第 1 号、第 4 号)、農林水産物・食品の名称等についても、要件を満たせば、これらの規定により保護される可能性はある。日本法と同様、アの地理的表示産品保護弁法や、イの商標法による保護と異なり、出願

---

[12] 商標法:https://www.gov.cn/guoqing/2020-12/24/content_5572941.htm
参考和訳:https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20191101law_2_jp.pdf
[13] 反不正当競争法:http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/201906/t20190608_296509.html
参考和訳:https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20171104-1_2.pdf、https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20190423_jp.pdf

や登録は不要である。

エ　農産物品質安全法[14]

農産物品質安全法は、農産物の産地の環境等に関する規制、農産物の生産業者に関する規制、農産物の販売における安全規制等、種々の側面から広く農産物の品質安全を保障することを目的とする法律である。同法では、国家が農産物の地理的表示の保護と管理を強化する旨、規定されており（第 42 条）、その具体的な登録要件や手続等は「農産物地理的表示管理弁法」に委ねられている。このように、農産物の地理的表示の保護制度については、アの地理的表示産品保護弁法に基づく保護制度と、「農産物地理的表示管理弁法」に基づく保護制度が並存する状態が続いていたが、農産物に係る地理的表示の保護制度の統一化が中央政府の指示に基づき進められており、これに伴い、2022 年 3 月以降、「農産物地理的表示管理弁法」に基づく登録申請の受付業務は停止されている[15]。

[14] 農産物品質安全法：http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202209/t20220902_319195.html
[15] 出典：中国農業農村部「信訪処によるネットユーザーからの『農産物地理的表示認証政策に関する相談』についてのメッセージに回答」（2022 年 11 月 9 日）
https://www.moa.gov.cn/bzxxlyhf/xfwy/netizen/replyDetail.html?strMinisterCode=W20220922009

(2) 各法制度の比較表

下表は、前節で概説した各法制度について、日本の権利者による利用を想定し、登録コストや救済手段の側面から比較評価した表である。下表に示すとおり、農林水産物・食品の名称等の保護については、商標法に基づく保護が最も有効であると考えられるが、商標による保護と地理的表示産品保護弁法による保護を受けることができ、日本で既に地理的表示の登録を受けている場合には、両方の登録を検討しても良いだろう。

なお、各法制度の登録手続や救済手段の詳細については、次節以降で説明する。

表 1-2 各法制度の比較表

	地理的表示産品保護弁法	商標法	反不正当競争法	農産物品質安全法
日本からの登録可否	○ ※ 日本との間の相互保護協定なし ※ 外国の地理的表示については、「国外地理的表示産品保護弁法」の規定に基づく ※ 原産国での登録が必要	○ ※ 団体商標、証明商標、ともに日本からの登録可能	− ※ 登録不要	− ※ 2022 年より登録受付停止
対象品目	商品	商品・役務		
適用される審査基準	・地理的表示産品保護弁法 ・国外地理的表示産品保護弁法 ・地理的表示産品保護規定	・商標法実施条例 ・団体商標、証明商標の登録と管理規定 ・団体商標、証明商標の登録と管理弁法 ・商標審査審理指南[16]		

[16] 商標審査審理指南：https://www.cnipa.gov.cn/attach/0/123456011.pdf
参考和訳：https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/section/20220101_1.pdf、https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/section/20220101_2.pdf

	地理的表示産品保護弁法	商標法	反不正当競争法	農産物品質安全法
登録関連費用	官庁費用:無償 代理人費用[17]:数万元程度/件	■団体商標及び証明商標の場合 官庁費用(団体・証明商標):1,500 元(紙ベース出願)、1,350 元(電子出願)/1 商標・区分 代理人費用:数万元程度/商標・区分 ■普通商標の場合 ・官庁費用:300 元(紙ベース出願)、270 元(電子出願)/1 商標・区分 ・代理人費用:2,000 元程度/1 商標・区分		
登録の効果	・他人による同一の地理的表示出願を阻止することができる。 ・他人による登録地理的表示の無断使用を禁止することができる。	・他人による同一又は類似する商標の出願を阻止することができる。 ・他人による登録商標の無断使用を禁止することができる。		
日本から出願する場合の留意事項(追加的資料や、審	・実務上、日本からの登録例が見受けられておらず、登録に一定のハードルがあ	日本における地理的表示が既に出願人の名義で法的保護を受けている証明書類を		

[17] 代理人費用はあくまで一般的な目安の費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されため、実際に発生する費用が異なる場合があることに留意されたい。以下同様である。

		地理的表示産品保護弁法	商標法	反不正当競争法	農産物品質安全法
査期間）		ると考える。 ・日本における地理的表示について保護を受けていることを証する公式文書、主管機構が発行した生産地範囲の文書、日本で発行した原産国/地域が発行した、産品の感覚的特色、物理・化学的指標に関する検査報告書を提供する必要がある。	提供する必要がある。		
侵害に対する救済手段	民事	あり ・ただし、民事責任について法律上明記されておらず、実務上、紛争事例も少ない。反不正当競争法に基づき、民事裁判が認められた事例があるが、判断基準は統一されていない可能性があり、裁判結果の予見可能性が低い。	あり ・差止/損害賠償請求可能である。	あり ・差止/損害賠償請求可能である。 ・ただし、地理的表示の登録がない場合、不正競争行為該当性の立証は、一般的には容易ではない。	－
	行政	あり ・実務上は、製品品質法又は反不正当競争法の規定に基づき、行政措置が課されることになる。 ・ただし、特に反不正	あり ・民事裁判に比べて、費用や時間がそれほどかからないため、実務上良く利用されている。 ・ただし、類似侵害	あり ・ただし、不正競争行為の該当性判断が難しいケースについては、当局が積極的な対応を避ける傾向にある。	－

		地理的表示産品保護弁法	商標法	反不正当競争法	農産物品質安全法
		当競争法に基づく場合、該当性判断が難しいケースについては、当局が積極的な対応を避ける傾向にある。 ・税関における差止めの対象とならない。	等、難易度の高い案件の場合、行政措置を講じることできない可能性がある。 ・税関における差止めの対象となる。	・税関における差止めの対象とならない。	
	刑事	−	あり ・侵害者に対する抑止力が最も高いが、刑事訴追基準に満たす必要があるため、利用条件が厳しい。時間と費用がかかる。	−	−
総合評価		○～△ ・外国権利者の場合、既に本国で登録を受けており、本国と中国との間に相互保護に関する協定がある場合、比較的容易に登録されることが見込まれる。 ・民事裁判が利用しづらい。	◎ ・刑事措置を有する。 ・地理的表示産品保護弁法と比較して、各救済制度についての法規定がより整備されている。 ・農産物等の名称等については、商標法に基づく救済手段を利用した事例が圧倒的に多く、各執行機関の経験も蓄積されており、安定した運用	△ 地理的表示の登録を受けることで、本法に基づく民事裁判等もより利用しやすくなることから、地理的表示の対象となるものについては、基本的には、まずは、登録を検討したほうが望ましい。	×

	地理的表示産品保護弁法	商標法	反不正当競争法	農産物品質安全法
		が期待できる。		

1.2 GI 制度について

(1) GI 保護に関する中国と他国との国際協定の状況

GI 保護について中国と他国の国際協定の締結状況は下表に示す。

表 1-3 中国と他国の協定一覧

対象国	締結年度	協定名	備考
中国・タイ	2013 年	地理的表示提携覚書	-
中国・フランス	2019 年	農業及び食品の地理的表示提携に関する議定書	2024 年 5 月、習近平中国国家主席のフランス訪問中に、当該議定書を更新した。両国は農業交流と協力に関する共同声明の中で、今回の地理的表示協力議定書の更新を通じて、協力を強化することを歓迎する態度を表明した[18]。
中国・EU	2020 年	地理的表示保護及び合作協定[19]	中国における外国産品の累計登録件数は、2023 年末時点までに 140 件であるところ、このうち、中国・EU 間の当該協定に基づく登録は、同時点までに累計 98 件[20]であった。

上記のほか、中国が加盟している「地域的な包括的経済連携（RCEP）協定」や、中国とスイスの間の FTA、米中第 1 段階経済・貿易協定等においても、地理的表示に関する保護規定がある。

---

[18] 出典：中国国家知識産権局「中国とフランス、地理的表示に関する協力を更新」（2024 年 5 月 15 日）https://www.cnipa.gov.cn/art/2024/5/15/art_53_192479.html

[19] 地理的表示保護及び合作協定：http://ipr.mofcom.gov.cn/hwwq_2/chn_eu_gi/Agreement/CHN-EU-GI/CHN_EU_GI.html

[20] 商務部中欧地理的表示協定特設サイト（http://ipr.mofcom.gov.cn/hwwq_2/chn_eu_gi/index2.html#eu）における検索結果

(2) 登録の要件、手続、適用される審査基準、費用(一般的な代理人費用を含む。)、期間及び登録による効果※ 国外から出願する場合に留意すべき事項(特に審査において要求される追加的資料や審査期間等)を含める。

登録対象となる商品の種類には制限はない。したがって、農水産物やその加工品だけでなく、工業製品(手工芸品等)も保護の対象となる(「地理的表示産品保護弁法」第 2 条)。

ア 登録の要件

(ア) 登録/保護対象

地理的表示産品は、特定の地域で生産され、本質的に産地の自然的要因や人的要因によって決定される品質や社会的評価、その他の特性を持つものとし(「地理的表示産品保護弁法」第 2 条)、以下の特性を備えなければならない。

① 真実性:地理的表示産品の名称が長期的に継続して使用され、かつ、広く公衆に知られていること
② 地域性:地理的表示産品の生産プロセス全体又は主要な生産プロセスが限定された地域範囲内で生じていること
③ 特異性:産品が明確な品質的特徴、特定の社会的評価又はその他の特徴を有すること
④ 関連性:産品の特異性が特定地域の自然的要因と人的要因により決定されること

(「地理的表示産品保護弁法」第 3 条)

(イ) 申請人の要件

対象産地範囲の県レベル以上の人民政府或いはその指定した代表性を有する社会団体、保護申請機構が申請人となる(「地理的表示産品保護弁法」第 9 条)。

一方、外国産品の場合は、当該産品の所在国/地域の地理的表示保護の原申請人が申請人となる。申請人は、原産国/地域の地理的表示の管轄機関の推薦を得なければならない(「国外地理的表示産品保護弁法」第 7 条)。

(ウ) 地域に関する要件

上述のとおり、地理的表示産品は地域性(地理的表示産品の生産プロセス全体又は主要な生産プロセスが限定された地域範囲内で生じていること)を備えなければならない。この特性における「限定された地域範囲」は、以下の方法にしたがって決められる。

・ 保護申請する産品が県の範囲内にある場合、県レベル以上の人民政府が産地の範囲について建議する
・ 県レベルの範囲が跨る場合、共通の上級の市レベルの地方人民政府が産地の範囲について建議する
・ 市レベルの範囲が跨る場合、関連する省レベルの人民政府が産地の範囲について建議する
・ 省レベルの範囲が跨る場合、関連する省レベルの人民政府が共同で産地の範囲について建議する
(「地理的表示産品保護弁法」第 10 条)

一方、外国の出願人の場合、地域範囲は、原産国/地域の地理的表示の主管機構が発行した生産地の地域的範囲に関する文書に基づいて申請を行う必要がある(「国外地理的表示産品保護弁法」第 9 条第 4 号)。

イ 申請の手続

(ア) 申請時提出書類

a 中国国内産品の場合(「地理的表示産品保護弁法」第 11 条)

(一) 関連地方政府による地理的表示産品の産地範囲の画定に関する建議
(二) 関連地方政府による地理的表示産品の申請と保護メカニズムに関する文書
(三) 地理的表示産品に関連する資料。以下のものを含む。
1. 地理的表示産品保護申請書
2. 次の情報を含む地理的表示産品保護の要求
・ 産品名
・ 産品カテゴリ
・ 申請人情報
・ 産地範囲
・ 産品の説明
・ 産品の物理・化学的性質、感覚等の品質上の特色、特定の評価、又はその他の特性並びに産地の自然的要因及び人的要因との間の関係についての説明
・ 専用標識使用管理機関としての地方知財管理部門の情報
3. 産品品質の検査・検証報告書
4. 保護を申請する地理的表示産品の技術標準
5. 産品名の長期にわたる使用に関する文献記録等の資料

6. 産品の知名度、産品の生産・販売状況の説明
7. 地理的表示産品の特徴的な品質検査・検証機関の情報
（四） その他の説明資料又は証明資料

b 外国産品の場合（「国外地理的表示産品保護弁法」第 9 条）

（一） 外国地理的表示産品の中国における保護に関する申請書
（二） 申請人の名称及び住所、電話番号、中国国内における連絡先、住所、電話番号
（三） 原産国/地域における当該産品の地理的表示について保護を受けていることを証する公式文書及び公証済みの中国語訳
（四） 原産国/地域の地理的表示の主管機構が発行した生産地範囲の文書及び公証済みの中国語訳
（五） 当該産品の品質技術的要求（a.中国語の名称・原文の名称、b.保護される産地の範囲、c.産品の特性、d.生産工程、e.品質の特色（産品の感覚的特色、物理化学的指標）、f.知名度、原産地や中国・その他世界での知名度・貿易販売状況、g.産品の品質的特性と産地の自然・人的要因との関連性についての資料等）
（六） 検査報告書：原産国/地域が発行した、産品の感覚的特色、物理・化学的指標に関する検査報告書と公証済みの中国語訳
（七） その他補足的な証明資料等

なお、2019 年の国外地理的表示産品保護弁法の改正により、「原産国/地域の地理的表示を管轄する機構で発行した推薦書、当該産品の中国における登録保護を勧める公式文書の原本及び公証済みの中国語訳」は提出不要となった。

（イ） 登録までの手続フロー

外国産品の登録申請の手続の流れは下図のとおりである。

なお、各ステップの所要期間については、受理公告後の異議申立期間が 2 か月と定められている以外は、明文規定がなく、明らかとなっていない。

また、審査において追加的に要求される資料についても、明文規定がなく、明らかになっていない。

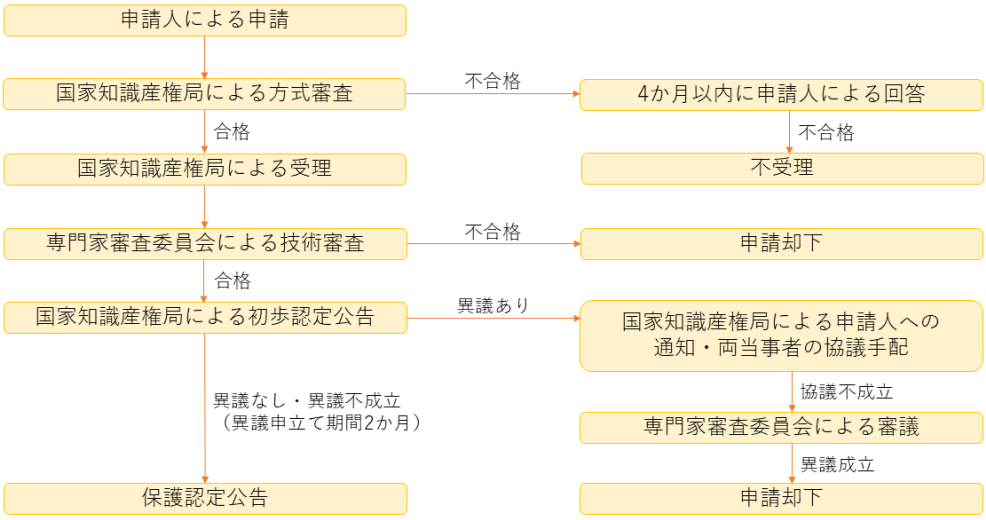


図 1-1　中国における外国産品の地理的表示登録申請手続の流れ

（ウ） 費用と所要期間

a 費用

申請から登録までの費用は次のとおりである。

- 官庁費用:無償
- 代理人費用:数万元程度/件

※ 上記の代理人費用はあくまで一般的な目安の費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

b 所要期間

出願から登録までの所要期間については、関連法令に明文規定はない。実務上、品目によって審査期間（特に技術審査）に幅があるが、全体的に約 1～2 年かかると予想される。

（エ） 登録による効果

他人による同一の地理的表示出願を阻止することができ、かつ、他人による登録地理的表示の無断使用を禁止することができる（「地理的表示産品保護弁法」第 8 条第 1 項第 4 号、第 23 条、第 30 条）。

（オ） 権利の有効期間

登録の有効期間は特に定められていない。

しかし、中国国内の地理的表示産品については、以下のいずれかに場合に、何人も、国家知識産権局に対して関連証拠を提出することにより、登録の取消しを請求することができる。

（一） 産品名称が普通名称になった場合

（二） 3 年間連続して生産や販売において地理的表示産品の名称を使用しなかった場合

（三） 自然的要因又は人的要因の変化により地理的表示産品の品質の特色が保証できなくなり、かつ回復が困難である場合

（四） 産品又は産品名称が法律に違反し、公序良俗に反し又は公共利益を害する場合

（五） 産品又は特定の製法が安全、衛生、環境保全の要件に違反し、環境、生態、資源に危害を与えるおそれがある場合

（六） 詐欺手段又はその他の不正手段によって保護を獲得した場合

（「地理的表示産品保護弁法」第 27 条）

また、国外の地理的表示産品については、以下の場合に、国家知識産権局は取り消すことができ、また、誰でも、国家知識産権局に対して関連証拠を提出することにより、登録の取消しを請求することができる。

（一） 地理的表示産品の原産国又は地域で保護が取り消された場合

（二） 中国国内で普通名称である又は普通名称化した場合

（三） 中国の関連法令の重大な違反がある場合

（「国外地理的表示産品保護弁法」第 33 条）

(3) GI 登録後の品質管理に係る、検査、手続、審査基準等

ア 中国国内の地理的表示産品の品質管理の仕組み

(ア) 申請人、生産者の品質管理に関する義務

GI 登録後は、地理的産品の申請人、生産者のいずれも品質管理に関する義務を負う。

a 申請人について

- 地理的表示産品登録後、申請人は、産品の品質基準を含み、地理的表示産品に関連する国家基準、地方基準、団体基準の制定に協力し、産品分類に基づいて国家基準見本を開発しなければならない。基準は、保護要件で認定された名称、産品分類、産地範囲、品質の特色等の強制的な規定を変更してはならない。
- 地理的表示産品登録後、申請人は産品の特色の品質等を管理するために、係る措置を講じなければならない (「地理的表示産品保護弁法」第 18 条、第 23 条)。

b 生産者について

地理的表示産品の生産者は、基準に基づいて産品の生産を行うものとし、GI マークの使用を申請する際に、その産品は、地理的表示産品の特色品質検査報告書を提出しなければならない。
(「地理的表示産品保護弁法」第 23 条、第 20 条第 1 項)

(イ) 政府による品質の監督管理

各地の知的財産権管理部門は、その地域内の地理的表示産品の品質の特色、基準の合致性等に対して日常的な監督管理を行う。
(「地理的表示産品保護弁法」第 24 条第 1 項)

（ウ） 品質が保証できなくなる場合の登録取消し

もし、自然的要因又は人的要因の変化により地理的表示産品の品質の特色が保証できなくなり、かつ回復が困難である場合、何人も国家知識産権局に対して地理的表示産品の保護の取消しを請求できる。
（「地理的表示産品保護弁法」第 27 条第 1 項第 3 号）

イ 国外の地理的表示産品の品質管理の仕組み

- 地理的表示産品の申請人は地理的表示産品の品質特色等を含む管理措置を制定し、毎年 3 月末までに、当年度の管理措置及び前年度の管理措置の実施状況を報告しなければならない（「国外地理的表示産品保護弁法」第 26 条、第 27 条）。
- 保護を受けた地理的表示産品は、中国で重大なマイナス影響が発生した場合、国家知識産権局が必要と認めるときは、その品質の特色及び産地条件等に対してさらに審査することができ、申請人はこれに協力しなければならない（「国外地理的表示産品保護弁法」第 28 条）。

（4） GI 名称及びマーク使用要件、使用義務の有無

ア GI 名称及び地理的表示産品専用マーク（GI マーク）を使用するための要件

（ア） GI 名称について

GI 名称の使用要件について法令上明記されていない。ただし、地理的表示産品の生産者を除き、誰でも登録を受けたGI名称を無断に使用してはならず（「地理的表示産品保護弁法」第 23 条第 1 項）、また、以下の不当使用行為は違法行為として禁止されている（「地理的表示産品保護弁法」第 30 条第 1 項第 1、2、3、4 号）

- 産地範囲以外の同じ又は類似の産品に、保護を受けている地理的表示産品の名称を使用する。
- 産地範囲以外の同じ又は類似の産品に、保護を受けている地理的表示産品の名称に類似する名称を使用し、公衆を誤認させる。
- 保護を受けている地理的表示産品の名称を、産地範囲以外の同じ又は類似の産品に使用する。たとえ真の産地が明記されていたとしても、翻訳された名称を使用する、又は「種」「型」「式」「類」「風」等のような表記を伴っていても同様。
- 産地範囲内の地理的表示産品の基準と管理規範の要件に合致しない産品に、保護を受けている地理的表示産品の名称を使用する。

（イ） GI マークについて

地理的表示産品産地範囲内の生産者は、以下の資料を提出し、所在地の知的財産権管理部門に審査を申請し、当該の申請は産地の知的財産権管理部門、省レベルの知的財産権管理部門及び国家知識産権局の審査を経て、合格・登録され、公告されてからはじめて、生産者はその産品に GI マークを使用することができる。

（一） 地理的表示専用マーク使用申請書

（二） 地理的表示産品の特色品質検査報告書

（「地理的表示産品保護弁法」第 20 条）

もし、シンポジウム、展示会等の公益性イベントにおいて GI マークを使用する場合、以下の資料を提出し、所在地の省レベルの知的財産権管理部門に届出を申請する。届出は、省レベルの知的財産権管理部門の審査を経て、国家知識産権局において届出できてから、公益性イベントにおいて GI マークを使用できる。

（一） 地理的表示の専用マークの使用届出申請表

（二） 地理的表示の専用マークの使用設計図

（「地理的表示産品保護弁法」第 21 条）

なお、外国産品については、GI マークの使用を希望する場合、産地範囲内の生産者、協会等の団体は、国家知識産権局に申請することができる（「国外地理的表示産品保護弁法」第 22 条）。

イ GI 名称及び地理的表示産品専用マーク（GI マーク）の使用義務の有無

中国国内の地理的表示産品については、法令上、名称、GI マークの使用義務は定められていない。ただ、3 年間連続して生産や販売において地理的表示産品の名称を使用しなかった場合、何人も国家知識産権局に対して地理的表示産品の保護の取消しを請求できる（「地理的表示産品保護弁法」第 27 条第 1 項第 2 号）。

また、外国産品については、法令上、名称、GI マークの使用義務は定められていない。

ウ　当該国における GI 名称及び地理的表示産品専用マーク（GI マーク）の使用要求

（ア） GI 名称について

GI 名称に関する使用要求は特にない。

（イ） GI マークについて

（一） GI マークの指定位置に統一社会信用コードを表記しなければならない。
（二） GI マークと地理的表示の名称を同時に使用し、産品ラベル又は包装に所定の地理的表示標準コード又は批准公告番号を表示しなければならない。
（三） 外国の地理的表示産品に GI マークを使用するには、GI マークの指定位置に販売代理店の統一社会信用コードを表記しなければならない（「地理的表示専用マーク使用管理弁法（試行）[21]」第 6 条）。

図 1-2　GI マーク

[21] 地理的表示専用マーク使用管理弁法（試行）：https://www.gov.cn/gongbao/content/2020/content_5522554.htm

(5) 冒認登録への対抗策

上述のとおり、地理的表示登録の申請人は、県レベル以上の人民政府或いはその指定した代表性を有する社会団体、保護申請機構が申請人に限られ、地理的表示の冒認登録が発生する可能性が低いと思われる。万が一、冒認出願又は登録が発生した場合、以下の登録不許可事由規定又は取消事由規定に基づいて、地理的表示登録申請に対する異議申立て又は登録に対する取消しを申請することが考えられる(「地理的表示産品保護弁法」第 15 条、第 27 条)

地理的表示の登録不許可事由は以下のとおりである。

(一) 産品又は産品名称が法律に違反し、公序良俗に反し又は公共利益を害する。
(二) 産品名称が産品の普通名称にすぎない。
(三) 産品名称が他人の登録商標であり、又は未登録の馳名商標であり、公衆を誤認させる。
(四) 産品名称が既に、保護を受けている地理的表示産品の名称と同じであり、公衆に産品の地理的由来を誤認させる。
(五) 産品名称が、国家が承認した植物品種又は動物育種の名称と同じであり、公衆に産品の地理的由来を誤認させる。
(六) 産品又は特定の工芸が安全、衛生、環境保全の要件に違反し、環境、生態、資源に危害を与えるおそれがある。

(「地理的表示産品保護弁法」第 8 条)

地理的表示の取消事由は以下のとおりである。

(一) 産品名称が普通名称になった場合
(二) 3 年間連続して生産や販売において地理的表示産品の名称を使用しなかった場合
(三) 自然的要因又は人的要因の変化により地理的表示産品の品質の特色が保証できなくなり、かつ回復が困難である場合
(四) 産品又は産品名称が法律に違反し、公序良俗に反し又は公共利益を害する場合
(五) 産品又は特定の工芸が安全、衛生、環境保全の要件に違反し、環境、生態、資源に危害を与えるおそれがある場合
(六) 詐欺手段又はその他の不正手段によって保護を獲得した場合

(「地理的表示産品保護弁法」第 27 条)

(6) 侵害に関する行政指導、罰則等の措置内容(手続、効果、費用感)

ア 保護の対象となる違法行為

(一) 産地範囲以外の同じ又は類似の産品に、保護を受けている地理的表示産品の名称を使用する。
(二) 産地範囲以外の同じ又は類似の産品に、保護を受けている地理的表示産品の名称に類似する名称を使用し、公衆を誤認させる。
(三) 保護を受けている地理的表示産品の名称を、産地範囲以外の同じ又は類似の産品に使用する。たとえ真の産地が明記されていたとしても、翻訳された名称を使用する、又は「種」「型」「式」「類」「風」等のような表記を伴っていても同様。
(四) 産地範囲内の地理的表示産品の基準と管理規範の要件に合致しない産品に、保護を受けている地理的表示産品の名称を使用する。
(五) 製品に地理的表示の専用マークを偽造して使用する。
(六) 製品に地理的表示の専用マークに類似し又は消費者を誤認させるおそれがある文字又は図案標識を使用し、公衆を誤認させる。
(七) 上述した製品を販売する。
(八) 地理的表示の専用マークを偽造する。
(九) その他の関連する法令の規定に合致しないもの。
(「地理的表示産品保護弁法」第 30 条)

イ 違法行為に対する救済手段

（ア） 行政措置

上述の違法行為について、製品品質、基準関連規定を違反したものであれば、「製品品質法」、「標準化法」[22]等の法令に基づき行政処罰を下す（「地理的表示産品保護弁法」第 32 条）。実務上は、「製品品質法」第 5 条、第 30 条、第 31 条、第 37 条、第 38 条の品質標識の偽造又は盗用、原産地の偽造として、同法第 53 条に基づく処罰、又は、「反不正当競争法」第 6 条の混同行為として、同法第 18 条に基づいて処罰することが一般的である。なお、製品品質法に基づく行政処罰、反不正当競争法に基づく行政処罰のいずれも、各地の市場監督管理局が担当する。

「製品品質法」[23]

第 5 条（抜粋）：認証標識などの品質標識を偽造又は盗用することを禁止する。製品の産地を偽造したり、他人の工場名・工場住所を偽造若しくは盗用したりすることを禁止する。

第 30 条：製造者は、産地を偽造してはならず、他人の工場名又は工場住所を偽造し、又は盗用してはならない。

第 31 条：製造者は認証標識などの品質標識を偽造又は盗用してはならない。

第 37 条：販売者は、産地を偽造してはならず、他人の工場名又は工場住所を偽造し、又は盗用してはならない。

第 38 条：販売者は認証標識などの品質標識を偽造又は盗用してはならない。

第 53 条：原産地を偽造し、他人の工場名若しくは工場住所を偽造若しくは盗用し、又は認証標識などの品質標識を偽造若しくは盗用したときは、是正を命じ、違法に生産し、又は販売した製品を没収し、違法に生産、販売した製品の商品価値金額と等価以下の過料を科する。違法所得があるときは、あわせて違法所得を没収し、情状が厳重である場合、営業許可証を取り消すことができる。

「反不正当競争法」

第 6 条第 1 項第 2 号、第 4 号：事業者は、他人の商品又は特定の関係者と誤認されるような混同行為を行ってはならない。（1）他人の一定の影響力のある商品の名称、包装、装飾等と同一又は類似した標識を無断で使用する。（4）その他、他人の商品や他人と特定の関係があると誤認されるような混同行為。

---

[22] 標準化法：http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/xinwen/2017-11/04/content_2031446.htm

[23] 製品品質法：http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/xinwen/2019-01/07/content_2070255.htm

第 18 条:事業者が本法第 6 条の規定に違反して混同行為を実施した場合、監督検査部門は違法行為の停止を命じ、違法商品を没収する。違法経営額が 5 万元以上の場合、違法経営額の 5 倍以下の罰金を科すことができる。違法経営額がない又は違法経営額が 5 万元に満たない場合、25 万元以下の罰金を科すことができる。情状が重大である場合、営業許可証を取り消すことができる。

実際の対応フローと所要期間、費用概算は以下のとおりである。

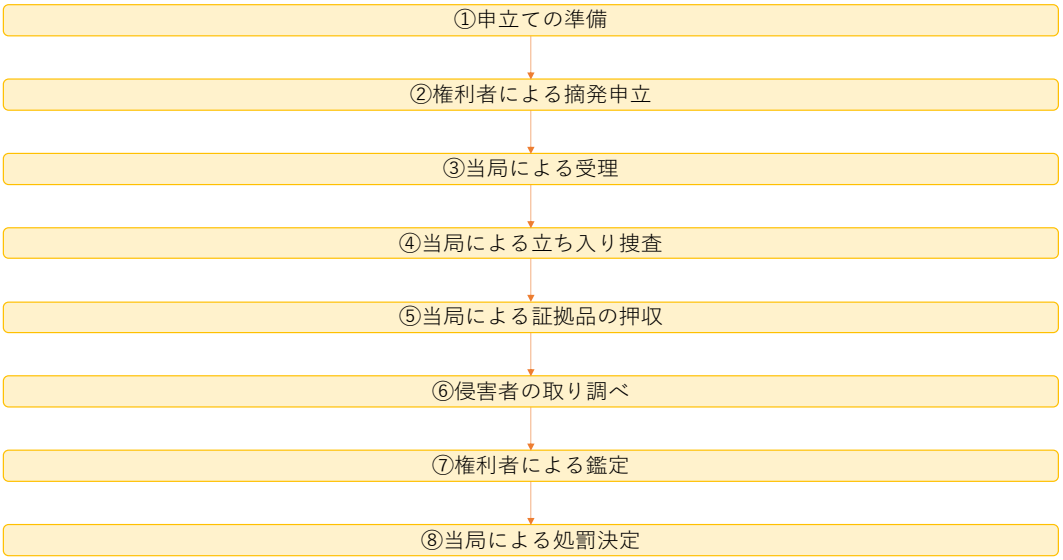


図 1-3 反不正当競争法に基づく対応フロー

- 所要期間:数か月～半年程度
- 代理人費用(裁判所、当局等への納付を含む。):数万元程度/件

※ 上記の代理人費用はあくまで参考情報としての費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

（イ） 民事裁判

「地理的表示産品保護弁法」には、民事裁判についての規定がないが、登録を受けた地理的表示の無断使用行為について、後述の 1.5 節に挙げた事例のように、「反不正当競争法」第 2 条第 2 項、第 6 条第 1 項第 1 号、第 4 号に規定する不正競争行為として、同法の第 17 条に基づき、民事責任が認められた事例がある。

なお、外国の地理的表示産品については、外国申請人は、裁判所に訴訟を提起することができる（「国外地理表示産品保護弁法」第 31 条）。

「反不正当競争法」

第 2 条第 2 項：本法でいう不正競争行為とは、事業者が生産事業か活動において、本法の規定に違反し、市場の競争秩序を乱し、他の事業者又は消費者の合法的権益を害する行為をいう。

第 6 条第 1 項第 2 号、第 4 号：事業者は、他人の商品又は特定の関係者と誤認されるような混同行為を行ってはならない。（1）他人の一定の影響力のある商品の名称、包装、装飾等と同一又は類似した標識を無断で使用する。（4）その他、他人の商品や他人と特定の関係があると誤認されるような混同行為。

第 17 条：事業者は、本法の規定に違反し、他人に損害を与えた場合、法により民事責任を負わなければならない。

事業者は、その合法的な権益が不正競争行為により損害を受けた場合、人民法院に訴えを提起することができる。

不正競争行為により損害を受けた事業者の賠償額は、当該権利侵害により受けた実際の損失に応じて確定する。実際の損失を計算することが困難な場合には、権利侵害者が権利侵害により獲得した利益に応じて確定する。事業者が悪意をもって営業秘密に係る侵害行為を実施し、情状が重大である場合は、上記の方法で定めた金額の 1 倍以上 5 倍以下で賠償額を確定することができる。賠償額には事業者が権利侵害行為を制止するために支払った合理的な支出も含まなければならない。

事業者が本法第 6 条、第 9 条の規定に違反し、権利者が権利侵害により受けた実際の損失、権利侵害者が権利侵害により獲得した利益を確定することが困難な場合には、人民法院が権利侵害行為の情状に基づき 500 万元以下の賠償を権利者に与える判決を下す。

実際の対応フローと費用の概算は以下のとおりである。

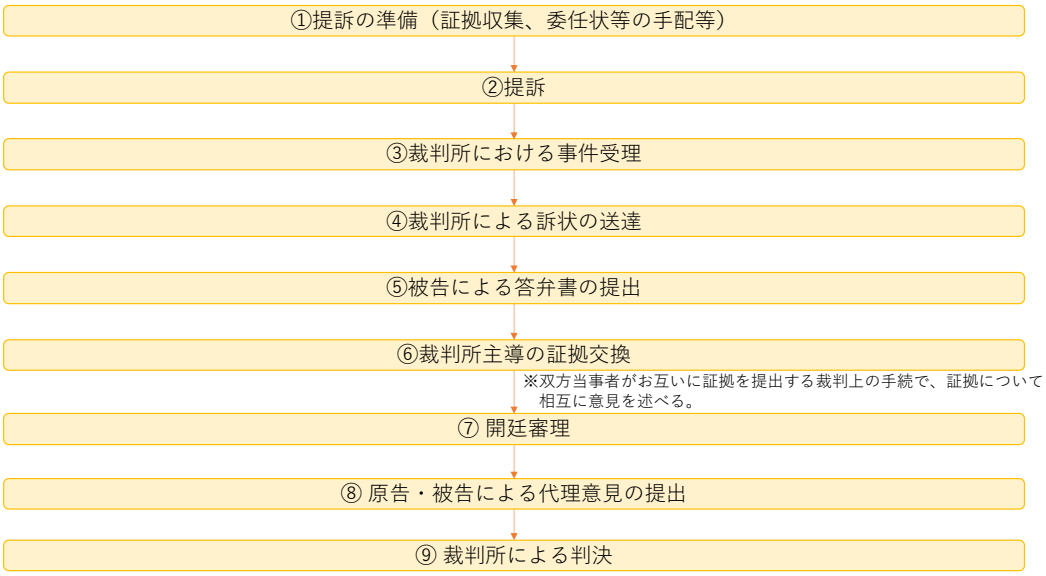


図 1-4　民事裁判の対応フロー

- 所要期間：提訴から一審判決まで約 1～1.5 年
- 一審判決までの代理人費用（裁判所、当局等への納付を含む。）：数万～数十万元/件

※　上記の代理人費用はあくまで参考情報としての費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

（ウ） 刑事措置

刑事措置の対象とはならない。

上記を踏まえて、地理的表示の侵害が発生した場合、実効性と迅速性、費用を総合的に考慮し、一般的に、行政措置が推奨される。

(7) 地理的表示の保護水準（TRIPS 協定第 22 条及び第 23 条との比較を含む。）

下表のとおり、中国の地理的表示産品保護弁法に定めている追加的保護の適用対象は、ワイン及び蒸留酒に限定されず、中国において保護を受けている全ての地理的表示産品を含んでいるため、制度上、中国は地理的表示について TRIPS 協定以上の保護水準を実施している。

表 1-4 TRIPS 協定と中国地理的表示産品保護弁法の対照

TRIPS 協定	中国地理的表示産品保護弁法
第 22 条では、一般産品に対する、原産地誤認を招く表示の禁止という最低限の保護を定めている。 具体的に、商品の地理的原産地について公衆を誤認させるような方法で、真正の原産地以外の地域を原産地とするものであることを表示し、又は示唆する手段の使用等を禁止する旨を定めている。	「地理的表示産品保護弁法」第 30 条第 1 項第 1 号、第 2 号では、TRIPS 協定第 22 条に相当する原産地誤認を招く表示の禁止という最低限の保護を定めている。 「地理的表示産品保護弁法」第 30 条 以下のいずれかの行為を行う場合、関連法令規定にしたがって処理する。 （一） 産地範囲以外の同じ又は類似の産品に、保護を受けている地理的表示産品の名称を使用する。 （二） 産地範囲以外の同じ又は類似の産品に、保護を受けている地理的表示産品の名称に類似する名称を使用し、公衆を誤認させる。
第 23 条では、ワイン及び蒸留酒に対する追加的保護を定めている。 具体的に、ワイン及び蒸留酒については、真正の原産地が表示される場合や、翻訳さ	「地理的表示産品保護弁法」第 30 条第 1 項第 3 号では、TRIPS 協定第 23 条に相当する追加的保護を定めている。ただし、追加的保護の適用対象は、ワイン及び蒸留酒に

れた場合、「種類」「型」「模造品」等の表現を伴う場合も禁止する旨を定めている。	限定されず、中国において保護を受けている全ての地理的表示産品を含む。 「地理的表示産品保護弁法」第 30 条 以下のいずれかの行為を行う場合、関連法令規定にしたがって処理する。 （三） 保護を受けている地理的表示産品の名称を、産地範囲以外の同じ又は類似の産品に使用する場合。たとえ真の産地が明記されていたとしても、翻訳された名称を使用する、又は「種」「型」「式」「類」「風」等のような表記を伴っていても同様とする。

(8) 普及状況、普及活動等

登録された GI については、国家知識産権局の公式サイト[24]で確認できる。2025 年 1 月時点では、合計 2,544 件が登録されている。[25]

現在、地理的表示の普及及びプロモーションは、主に、宣伝動画の制作・投稿、SNS アカウントの開設、成果展示会の開催、学術シンポジウムの開催、企業・市場・コミュニティ・学校・ネットワークにおける普及活動の実施、地理的表示を活用した文化・観光プロジェクト等を通じて行われる[26]。以下に、いくつかの普及活動について紹介する。

表 1-5 地理的表示の普及方法及び実施例一覧

普及方法	実施例
宣伝動画	国家知識産権局は公式 Douyin アカウントで地理的表示に関する宣伝動画を投稿している。 **図 1-5 国家知識産権局が Douyin に投稿した宣伝動画**
SNS アカウント	全国各地の地理的表示に関する公的機関、協会、企業等が、WeChat、Douyin 等の SNS において公式アカウントを開設し、地理的表示に関する情報の発信を行っている。

[24] 国家知的財産局公式サイト：https://ggfw-dlbzsq.cnipa.gov.cn/dbQuery

[25] 出典：国家知的財産局「知的財産権統計簡報（2025 年第 2 期）」（2025 年 2 月 12 日）
https://www.cnipa.gov.cn/module/download/down.jsp?i_ID=197557&colID=88

[26] 2024 年 1 月、国家知識産権局弁公室は「地理的表示保護プロジェクト実施方案」を公布した。同方案は、地理的表示の普及プロモーションについて以下のとおり定めている。
（六）地理的表示の歴史的、文化的、そして生態的価値を深く掘り下げ、「老舗」や「非物質文化遺産」等との融合発展を促進する。これにより、特色ある地理的表示を活用した文化・観光プロジェクトや観光ルートの構築を推進し、産業観光を開発する。また、地理的表示観光拠点、オンライン・オフライン展示館、体験型展示センター、及び関連テーマパークの建設を模索する。さらに、地理的表示を農産品の商業活動と有機的に結び付けることで、地理的表示の知名度を一層向上させることを目指す。
（七）ブランド宣伝を積極的に展開し、宣伝方法を革新することを求めている。具体的には、宣伝動画の制作、公式 WeChat アカウント及び動画アカウントの作成、成果展示会の開催、学術シンポジウムの開催、企業、市場、コミュニティ、学校、インターネット上での活動の実施等を通じて、地理的表示の普及を広く推進することを強調している。また、地理的表示に関する情報の伝達及び活用を強化し、社会的認知を高め、意識を向上させることで、地理的表示の保護に適した良好な環境と雰囲気を醸成することを目指す。

普及方法	実施例
	 図 1-6　広東省地理的表示協会　WeChat 公式アカウント
展示会	EU と「地理的表示保護及び合作協定」の締結をしたことを背景に、2022 年から「中国・海外地理的表示産品博覧会」が開催されている。この博覧会は、地理的表示産品の国際的な交流と協力を促進することを目的とし、世界各地の特色ある産品を展示する場となっている。 第 3 回博覧会は 2024 年 9 月 20 日に四川省瀘州市で開催し、地域の特色を有する 3,200 点以上の地理的表示産品が展示された[27]。 第 4 回博覧会は、2025 年 9 月に河南省鄭州市で開催される予定である[28]。
学術シンポジウム	2024 年 11 月 29 日、「一帯一路」地理的表示シンポジウムが北京で開催された。このシンポジウムは、北京知識産権局の指導のもと行われ、中国、ギリシャ、スロバキア等の「一帯一路」沿線国の代表者及び中国国内の関連企業代表、計約 100 名が参加した。シンポジウムでは、「一帯一路」重点国及び地域における地理的表示制度の構築、国際的な保護、及び経済貿易協力等の議題を中心に議論が行われた[29]。
企業・市場・コミュニティ・学校・ネットワークにおける普	2024 年 10 月 16 日、学生の知的財産権の保護意識を高め、蜀繍文化（中国四川省を中心に発展した伝統的な刺繍技術）の価値と意義を深く認識させることを目的として、金牛区市場監督管理局と金牛

[27] 出典：CCTV「第 3 回中国海外地理的表示製品博覧会は四川省瀘州市で開幕」（2024 年 09 月 23 日）
https://jingji.cctv.com/2024/09/23/ARTI01ORMah7RTqJhVB88pmU240923.shtml?utm_source=chatgpt.com

[28] 出典：2025 年、河南省鄭州市に開催される「中国・海外地理的表示産品博覧会」の公式サイト：http://www.cgiiaexpo.com/

[29] 出典：中国欧州経済技術協力協会「「一帯一路」地理的表示シンポジウムが北京で成功裏に開催された」（2024 年 12 月 3 日）
https://www.ceatec.org.cn/contents/452/4205.html

普及方法	実施例
及活動	区教育局が協力し、四川省成都市第八中学校にて「地理的表示」をテーマとした知的財産権キャンパス普及活動を実施した[30]。
地理的表示を活用した文化・観光プロジェクト	2024 年の端午節の連休に、雲南省地理的表示産業協会が主催する「2024 年第一回雲南地理的表示文化ツアー」の普洱（プーアル）ステーションが開催され、雲南省の地理的表示を活用した文化観光の新たなスタートを切った。このイベントでは、普洱の地理的表示製品の生産企業、深加工企業、観光サービス業を緊密に結び付け、端午節に普洱地域特有の「薬根」文化を取り入れた茶とコーヒーを基軸とした健康養生ルートを作り上げた[31]。

1.3 商標制度について

(1) 登録の要件、手続、適用される審査基準、費用（一般代理人費用を含む。）、期間及び登録による効果。※ 国外から出願する場合に留意すべき事項（特に審査において要求される追加的資料や審査期間等）を含める。

ア 法律上の登録要件

（ア） 団体商標/証明商標として登録を受けようとする場合の要件

a 地理的表示を含む商標を団体商標/証明商標として登録を受けようとする場合の要件

商品の地理的表示を含む商標とは、ある商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、社会的評価又はその他の特性が、主に当該地域の自然的要因又は人的要因によって形成されたこと（「商標法」第 16 条第 2 項）である。日本法では、地域団体商標の登録要件として、①地域団体商標登録出願に係る主体要件を満たしていること、②団体が、その構成員に使用させる商標であること、③商標が周知性を有すること、④商標が地域の名称及び商品（役務）の名称等の文字のみからなること、⑤商標中の地域の名称が商品（役務）

[30] 出典：四川省成都市第八中学校「非物質文化遺産の伝承を通じて知的財産権保護の種をまく――知的財産権キャンパス普及活動「地理的表示」宣伝イベント」（2024 年 10 月 18 日）
https://mp.weixin.qq.com/s/BKWMyiuFt-mqTqxZyhG7pQ

[31] 出典：食品安全中国行「雲南における地理的表示と文化観光の融合――一次産業から三次産業までをつなぐ取り組み」（2024 年 7 月 5 日）
https://mp.weixin.qq.com/s/gFQv4z8n_9yfLrDU6jJrDA

と密接な関連性を有すること、が規定されているが[32]、中国では、これに相当する登録を受けようとする場合、上記の地理的表示を含む商標としての登録要件と、団体商標又は証明商標として登録するための登録要件がそれぞれ存在する。以下では、商品の地理的表示を含む標章について、団体商標又は証明商標として登録を受けようとする場合を前提に、その他の要件について説明する。

b 出願人の要件

上記のように、日本の地域団体の登録要件のうち、出願人に関する要件は、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のうち所定要件を満たすもの、商工会、商工会議所等である（日本「商標法」第 7 条の 2）。

これに対して、中国では、団体商標、証明商標それぞれについては、以下のような主体資格が必要となる。

(a) 団体商標

① 当該地理的表示に表記された地域範囲の構成員によって構成される団体、協会又はその他の組織。
② 専門技術人員、専門検査設備又は委託する機構を有し、当該地理的表示の使用商品の特定品質を監督する能力を有する。
③ 当該地理的表示が表示された地域の県級以上の人民政府又は業界主管部門の同意を得る。
④ 営利を目的としない団体、協会又はその他の組織であること。一般的には、業務範囲が地理的表示産品の使用監督に関する社団法人、事業単位法人が挙げられる。会社や農民専門協同組合などは営利主体であるため、地理的表示団体商標や証明商標の登録者になることができない。

（「団体商標、証明商標の登録及び管理規定」第 3 条、「商標審査審理指南（2021）」下編第九章第 6.2 条）

[32] 出典：特許庁「地域団体商標制度 Q&A」（2023 年 11 月 17 日）
https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/faq.html#q-shutsugan-shuchi01

(b) 証明商標

① 専門技術人員、専門検査設備又は委託する機構を有し、当該証明商標により証明される特定の商品品質を監督する能力を有する。
② 当該地理的表示が表示された地域の県級以上の人民政府又は業界主管部門の同意を得る。
③ 営利を目的としない団体、協会又はその他の組織であること。一般的には、業務範囲が地理的表示産品の使用監督に関する社団法人、事業単位法人が挙げられる。会社や農民専門協同組合などは営利主体であるため、地理的表示団体商標や証明商標の登録者になることができない。

(「団体商標、証明商標の登録及び管理規定」第 4 条、「商標審査審理指南(2021)」下編第九章第 6.2 条)。

中国国内の出願人の場合には、団体商標、証明商標いずれについても、当該地理的表示に表記される地域の県級以上人民政府又は主管部門の批准文書を得ていることが必要である。外国の出願人の場合には、その名義で当該地理的表示が所属国で法的に保護されている証明書を提出することが必要である(「団体商標、証明商標の登録及び管理規定」第 5 条)。

c 商標に関する要件

日本の地域団体の登録要件のうち、商標に関する要件は、出願に係る商標が「地域の名称」を含む一定の文字商標であること、当該商標が周知となっていること、「地域の名称」に関して、当該商標が使用されている商品の産地/役務の提供場所等、商品/役務と密接な関連を有すると認められる地域の名称、略称であること、である(日本「商標法」第 7 条の 2)。

これに対して、中国では、地理的表示を含む商標について登録を受けようとする場合、商品が当該表示に示された地域に由来することが必要であり、また、地理的表示として認められるためには、商品がその地域に由来することを示し、当該商品の特定の品質、社会的評価又はその他の特性が、主に当該地域の自然的要因又は人的要因によって形成されたことが必要である(「商標法」第 16 条)。社会的評価が認定要素となり得るが、商標の周知性は要件となっていない。

地理的表示の表示する地域の生産地域の範囲は、県誌、農業誌、産品誌、年鑑、教科書に記載する地域の範囲であってもよく、地理的表示の表示する地域の県級以上の人民政府又はその 1 級上の業界主管部門から発行される地域範囲証明書類によって決まるものであってもよい。地理的表示の表示する地域範囲が一つの市、県内である場合、当該市、県の人

民政府又は業界主管部門が証明書類を発行するものとする。地域範囲が同一の省に属する二つ以上の市、県である場合、当該市、県の共通の 1 級上の人民政府又は業界主管部門が証明書類を発行するものとする。省を跨る場合、中央人民政府の農業主管部門又は対応する省の人民政府間で協議して解決するものとする(「商標審査審理指南(2021)」下編第九章第 6.5 条)。

また、上記の要件以外に、後述の普通商標として登録を受ける場合の要件も満たす必要がある。

(イ) 普通商標として登録を受けようとする場合の要件

普通商標として登録を受けようとする場合、主に、①商標として使用してはならないものに該当しない、②識別力がある、③他人の先行権利・先願と抵触しない、この三つの要件を満たす必要がある(「商標法」第 10 条、第 9 条、第 30 条、第 31 条、第 32 条等)。地理的表示は、通常、「地名＋産品名」で構成されるため、普通商標として出願する場合、以下の理由でその出願が拒絶されてしまう可能性があることに留意する必要がある。

- 「地名＋産品名」の構成は、識別力が欠如する、又は、産地等について公衆の誤認を招きやすいものとして、②又は①の登録要件を満たさず、その出願が拒絶されてしまう。
- 地名は、県レベル以上の行政区画の地名又は公衆に知られている外国地名である場合、商標として使用してはならないものに該当し(ただし、その地名が別の意味を持つ場合、又は団体商標、証明商標の一部である場合は、この限りでない)、①の登録要件を満たさず、その出願が拒絶されてしまう。

イ 出願手続

（ア） 出願時提出書類

a 団体商標/証明商標の場合

① 商標登録出願願書
② 出願人の主体資格証明書類（外国人又は外国企業出願人が地理的表示を団体商標として登録出願する場合は、当該地理的表示が既にその名義により本国において法的保護を受けている証明書類を提供すること。）
③ 地理的表示が表示された地域の県級人民政府又は業界の主管部門は、出願人による地理的表示の登録出願及び当該地理的表示の監督管理を授権した書類（中国国内出願人の場合のみ。）
④ 当該地理的表示産品の客観的な存在と信用状況の証明書類（証明資料を発行した部門の実印のあるもの、中国国内出願人の場合のみ。）
⑤ 地理的表示が示す地域範囲の区分に関する書類（中国国内出願人の場合のみ。）
⑥ 地理的表示の団体商標や証明商標の使用管理規則
⑦ 地理的表示商品の特定の品質、信用又はその他の特徴と、当地の自然的要因又は人的要因との関係に関する説明（中国国内出願人の場合のみ。）
⑧ 出願人が当該地理的表示を監督・検測する能力を証明できる書類

（国家知識産権局「地理的表示証明・団体商標の登録出願に必要な提出書類の目次及び説明」[33]、「商標審査審理指南（2021）」下編第九章第 6.9 条）

b 普通商標の場合

① 商標登録出願願書
② 出願人の主体資格証明書類
③ 商標標識サンプル

（国家知識産権局「商品商標又は役務商標の登録出願指南」[34]）

---

[33] 出典：国家知識産権局商標局「地理的表示証明商標と団体商標登録の出願に必要な書類提出リスト及び説明」（2022 年 6 月 21 日）
https://sbj.cnipa.gov.cn/sbj/jtzmsb/jtzmsb_sqzn/202107/t20210730_955.html

[34] 出典：国家知識産権局商標局「商品商標又は役務商標の登録出願指南」（2024 年 2 月 1 日）
https://sbj.cnipa.gov.cn/sbj/jtzmsb/jtzmsb_sqzn/202107/t20210730_955.html

（イ） 登録までの手続フロー

団体商標、証明商標、普通商標の出願の手続の流れ、及び、各ステップの凡その所要期間は下図のとおりである。

なお、審査において追加的に要求される資料については、明文規定がなく、明らかになっていない。

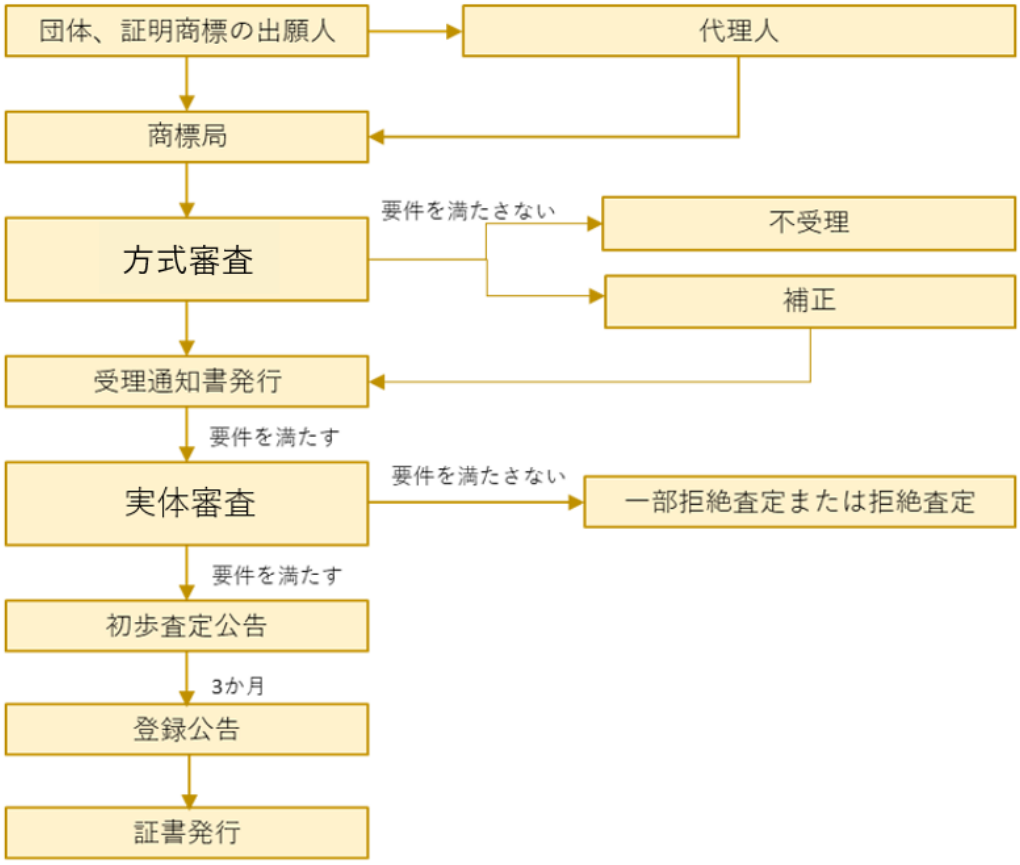


図 1-7　中国における団体商標、証明商標、普通商標の出願手続の流れ

（ウ） 登録までの所要期間

団体商標及び証明商標の出願は複雑であり、出願審査において、補正等が指示されることも多いため、出願審査は 1～2 年間以上かかってしまうことが多い。一方、普通商標の出願審査は迅速で、約 6 か月である。

（エ） 費用

出願から登録までの費用は次のとおりである。

⑷ 団体商標及び証明商標の場合
・ 官庁費用：1,500 元（紙ベース出願）、1,350 元（電子出願）/1 商標・区分
・ 代理人費用：数万元程度/1 商標・区分
※ 上記の代理人費用はあくまで一般的な目安の費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

⑸ 普通商標の場合
・ 官庁費用：300 元（紙ベース出願）、270 元（電子出願）/1 商標・区分
・ 代理人費用：2,000 元程度/1 商標・区分
※ 上記の代理人費用はあくまで一般的な目安の費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

（オ） 登録による効果

他人による同一又は類似する商標の出願を阻止することができ、かつ、他人による登録商標の無断使用を禁止することができる（「商標法」第 30 条、第 31 条、第 57 条）。

（カ） 権利の有効期間

権利の存続期間は、登録日から 10 年間であるが、10 年ごとに何度でも更新可能である（「商標法」第 39 条）。

(2) 使用要件、使用義務

ア 商標登録された名称を使用するための要件

日本の地域団体商標については、団体の構成員に使用させる商標であることが登録要件とされ（日本「商標法」第 7 条第 2 項）、また、登録後は、構成員には原則として当然に使用権が発生する（日本「商標法」第 31 条の 2）。また、地域団体商標については、専用使用権を設定することができない（日本「商標法」第 30 条第 1 項但書）。

これに対して、中国において、登録された団体商標/証明商標の使用については、「団体商標及び証明商標の登録と管理に関する規定」に以下のような規定がある。

団体商標：団体商標登録者の構成員であって、当該団体商標の使用管理規則で定めた手続を履行した場合、団体商標を使用できる。当該団体の構成員は、使用管理規則に適合しない商品に当該団体商標を使用してはならない。団体商標の構成員以外に使用を許可できない（第 15 条）。

証明商標:証明商標の使用管理規則で定めた条件を満たし、当該使用管理規則で定めた手続を履行した場合、証明商標を使用できる。使用者は、使用管理規則に適合しない商品に当該証明商標を使用してはならない。また、証明商標の登録者は、自ら提供する商品に当該証明商標を使用してはならない(第 16 条)。

普通商標:商標権者及び/又は使用許諾を受けた者は普通商標を使用できる。

イ 名称の使用義務の有無

名称の使用義務はないが、他の商標権と同様に、不使用取消制度の適用がある。すなわち、正当な理由なく連続して 3 年間、登録商標を使用していない場合、何人も商標局に当該登録商標の取消しを請求することができる(「商標法」第 49 条第 2 項)。

ウ 不正使用した場合に適用される罰則

中国商標法には、日本の商標法における不正使用取消しに相当する制度は存在しない。

なお、商標権者が登録商標を使用する過程で、自ら登録商標、商標権者の名義、住所又はその他の登録事項を変更した場合、地方工商行政管理部門は期限を定めて是正するよう命じる。満期が満了しても是正しない場合、商標局はその登録商標を取り消すことができる(「商標法」第 49 条第 1 項)。

(3) GI 制度と商標制度の関係（先行する同一又は類似の商標が存在する場合の GI 登録の審査に与える影響、併存する場合のそれぞれの権利範囲等）

ア GI 登録申請と商標出願の傾向

中国において、同じ権利者による GI と商標の登録は並存することができるため、地理的表示をより全面的に保護するために、両方とも登録を行ったほうが望ましい。もし、諸事情により GI と商標登録のいずれかを選択する場合、上述のとおり、商標の総合評価がより高いため、商標登録できるのであれば商標を登録して進めることが望ましい。一方で、先行商標と抵触する等の関係で商標は登録しがたい場合もあるので、専門家の意見も踏まえて、海外輸出で使われる名称を選定のうえ、登録しやすい方を選ぶことになる。

イ GI 登録と商標登録の抵触関係

2024 年 2 月 1 日から施行され「地理的表示産品保護弁法」では、「産品名が他人の登録商標、未登録の馳名商標で、公衆を誤認させる場合、地理的表示産品の保護を与えない」との規定が新設され（第 8 条第 2 項）、GI 登録の審査において、同一又は類似の登録商標（又は未登録馳名商標）の存在が影響を与える可能性があることから、GI の早期登録の検討とあわせて、冒認商標登録をウォッチすることによる早期発見も視野に入れる必要があると考えられる。

また、商標法には、商標出願よりも先に登録された地理的表示と同一又は類似し、公衆を誤認させる場合は、当該商標出願を登録してはならず、またその使用を禁止する旨の規定がある（「商標法」第 16 条第 1 項）。ただし、既に善意で登録された商標は引き続き有効とされることから、冒認商標登録を防止するためにも、GI 登録はできるだけ早期に行うことが望ましいといえる。

実務上、同一又は類似する GI 登録と登録商標が併存することは相当程度あり、例として、下表のとおり、「金華火腿」地理的表示、証明商標、普通商標が異なる権利者が所有する事例を挙げる。しかしながら、同一又は類似する GI 登録と登録商標が並存する場合のそれぞれの権利範囲は現在、法令上は、明確にされていない。

表 1-6 「金華火腿」地理的表示及び商標の抵触事例

地理的表示	証明商標	普通商標
金华火腿 （金華火腿）	金華市金華火腿 （金華市金華火腿）	 （金華火腿）
申請人：浙江省金華市人民政府 登録時期：2002 年	出願人：金華市知識産権保護センター 出願番号：3779379 登録時期：2009 年	出願人：浙江省金華火腿有限公司 出願番号：130131 登録時期：1979 年

そこで、地理的表示及び商標が異なる権利者によって所有されることで生じる紛争を減らすため、2021 年 5 月に発表された「国家知識産権局及び国家市場監督管理総局による地理的表示保護をさらに強化するための指導意見」[35]等の政策において、地理的表示保護産品の認定と地理的表示の団体商標及び証明商標登録の手続の調整・連携の強化、地理的表示保護産品の認定と地理的表示が団体商標及び証明商標として登録される際のデータ交換、情報共有、リソース共有の促進、さらに普通商標登録審査手続において先行する地理的表示保護産品の認定及び団体商標・証明商標の登録結果を考慮することが求められている。

[35] 国家知識産権局及び国家市場監督管理総局による地理的表示保護をさらに強化するための指導意見：https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-05/22/content_5610379.htm

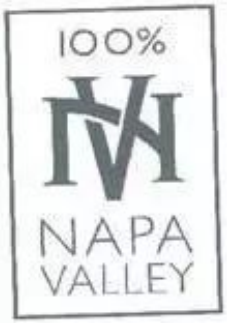
(4) 商標権者とGIの登録生産者団体との間で争いが生じた事例

■事案の概要
一審原告(二審控訴人):ナパヴァレー・ヴィントナーズ(NVV:Napa Valley Vintners)
一審被告(二審被控訴人):商標局商標評審委員会
第三者:Z 有限公司
一審事件番号:北京市第一中級人民法院(2014)一中行(知)初字第 10698 号行政判決書(判決日:不明)
二審事件番号:北京市高級人民法院(2016)北京行終第 2295 号行政判決書(判決日:2016 年 8 月 30 日)

先行商標「NAPA VALLEY 100%及び図面」という地理的表示証明商標は、ナパヴァレー・ヴィントナーズ協会によって登録された(出願番号:4502959、出願日:2005 年 2 月 6 日、登録日:2007 年 12 月 28 日、指定商品:第 33 類米国のナパヴァレー地域産のワインなど)。また、ナパヴァレー・ヴィントナーズ協会は、「Napa Valley」について、2012 年 9 月 24 日に中国においてワインにおける地理的表示製品保護を取得した。

一方、係争商標「螺旋卡帕 SCREW KAPPA NAPA」(出願番号:4662547、出願日:2005 年 5 月 18 日、指定商品:第 33 類ワインなど)は中国企業 Z 有限公司によって登録された。

係争商標



先行商標

これに対して、ナパヴァレー・ヴィントナーズ協会は法定期間内に係争商標の異議申立てを行った。商標局は、係争商標の登録が消費者に混乱を与えるおそれがないという理由で、係争商標の登録を認めるとの決定を下した。ナパヴァレー・ヴィントナーズ協会は商標局の決定を不服として、商標審査委員会に異議の復審を申し立てた。商標審査委員会もこれを支持せず、係争商標の登録を承認することを決定した。ナパヴァレー・ヴィントナーズ協会は復審結果を不服として、裁判所に行政訴訟を起こした。

■判旨

一審裁判所は、係争商標の英語表記の部分と先行商標とを比較して、両者の称呼、外観、文字の構成などに違いがあるとした上で、係争商標の顕著な識別部分は「螺旋卡帕」であり、両商標は非類似と認定し、商標審査委員会の復審決定を維持した。これに対してナパヴァレー・ヴィントナーズ協会は上訴。二審裁判所は両商標の構成について、以下のような判断に基づき、類似と認定した。

商標が類似しているかどうかを判断する際、商標の構成要素や全体的な類似度だけでなく、関連商標の顕著性や知名度、指定商品の関連性なども考慮すべきであり、誤認混同を招きやすいかどうかを判断基準とする。係争商標は中国語の「螺旋卡帕」と英語の「SCREW KAPPA　NAPA」を組み合わせたものであり、「Napa　Valley」はワイン商品における地理的表示である。この係争商標には地理的表示である「ナパヴァレー（Napa　Valley）」のうちの 1 つの英単語しか含まれていないが、「ナパ」と「Napa」は地理的表示の中で最も顕著な部分になる。関連公衆は、ワイン商品に「NAPA」という単語を見かけた際に、「ナパヴァレー（NAPA Valley）」という地理的表示と関連づけて、その表示が使われている商品が地理的表示に由来する地域の商品であるかのように誤解する。よって、係争商標の出願登録は商標法第 16 条第 1 項の規定に違反し、係争商標及び先行商標は、類似商品に使用される類似商標に該当すると解すべきである。

以上の判断に基づき、二審裁判所は、一審判決を取り消し、商標審査委員会に改めて裁定を下すよう判示した。

(5) 冒認登録への対抗策

中国では、従前より、外国権利者の商標を無関係の中国企業が出願する冒認商標の事例が多く報告されており、農林水産物・食品の名称等についても例外ではない。

冒認商標出願に対しては、事後的には、異議申立てや無効審判等の対応が考えられるが、異議申立てを法定期間内に行うためにも、日ごろから冒認出願の有無を監視しておくことが重要である。加えて、冒認出願を後願として排除するためにも、中国での商標出願を行うことを検討するべきである。

冒認出願に対する各対応及び関連費用については、JETRO 北京「中小企業中国展開における知的財産権リスクマネジメント（中国ビジネス初級者向け）」（2020 年 3 月）[36]P.10～P.13 が参考になる。

地理的表示に係る冒認商標出願に関しては、主に、商標法の以下の規定：「商品の地理的表示を含む商標は、当該商品が当該表示に示された地域に由来するものでなく、公衆を誤認させるときは、その登録をせず、かつその使用を禁止する。ただし、既に善意によって登録したものは、引き続き有効とする。」（第 16 条第 1 項）という規定に反することを理由として、異議申立て又は無効審判を請求することが考えられる（第 33 条、第 45 条第 1 項）。

上記商標法第 16 条の規定に基づき、外国の地理的表示に係る商標の冒認出願について、異議申立てにより商標登録を阻止した事例もある。

---

[36] 出典：JETRO 北京「中小企業中国展開における知的財産権リスクマネジメント（中国ビジネス初級者向け）」（2020 年 3 月）：https://www.jetro.go.jp/ext_library/1/world/asia/cn/ip/notice/2020/539a99dfc78c1ca9/202003.pdf

■案件情報

事例番号:(2022)商標異字第 0000143775 号

被異議商標:第 57709775 号「玻瑪巴赫　POMMARD　BACK」(指定商品:ワイン等)

玻玛巴赫

Pommard Bach

被異議商標:第 57709775 号

■経緯と異議決定概要

本件は、中国企業が登録した上記商標権に対して、フランス国家産品原産地及び品質管理局が異議申立てを行った事案である。

異議決定概要:異議申立人が提出した証拠によれば、「POMMARD」はフランスワイン産品の地理的表示であり、フランス東北部に位置し、フランスのワイン産地であることを証明できる。被異議商標にはフランスワイン産品の地理的表示「POMMARD」が含まれているが、当該表示に示された地域に由来するものではない産品に使用することは、公衆を容易に誤認させる。よって、「商標法」第 16 条第 1 項の規定に基づき、被異議商標の登録を許可しない。

(6) 侵害に関する行政指導、罰則等の措置内容(手続、効果、費用感)

ア 保護の対象となる違法行為

以下の各行為が商標権侵害行為となる(「商標法」第 57 条)。

(一) 商標登録者の許諾を得ずに、同一の商品にその登録商標と同一の商標を使用すること。

(二) 商標登録者の許諾を得ずに、同一の商品にその登録商標と類似の商標を使用し、又は類似の商品にその登録商標と同一若しくは類似の商標を使用し、容易に混同を生じさせること。

(三) 登録商標専用権を侵害する商品を販売すること。

(四) 他人の登録商標の標章を偽造若しくは無断で製造し、又は偽造若しくは無断で製造した登録商標の標章を販売すること。

(五) 商標登録者の許諾を得ずに、その登録商標を変更し、変更した商標を使用する商品を市場に投入すること。

(六) 他人の登録商標専用権を侵害する行為に対して、故意に便宜を提供し、他人による登録商標専用権侵害行為の実施を幇助すること。

(七) 他人の登録商標専用権にその他の損害を与えること。

イ 侵害行為に対する救済手段

（ア） 行政措置

商標権侵害に対しては、行政措置が認められている（いわゆる「行政摘発」）。具体的には、侵害行為の差止命令、侵害品及び主に侵害品の製造、登録商標の標章の偽造に用いる器具の没収、破棄、過料（違法経営額が 5 万元以上であるときは、違法経営額の 5 倍以下、違法経営額がないとき又は 5 万元未満であるときは、25 万元以下）の行政処罰が下される。また、5 年以内に商標権侵害行為を 2 回以上行っているとき、又はその他重大な情状を有するときは、重罰に処さなければならない（「商標法」第 60 条）。

実際の対応フローと所要期間、費用概算は以下のとおりである。

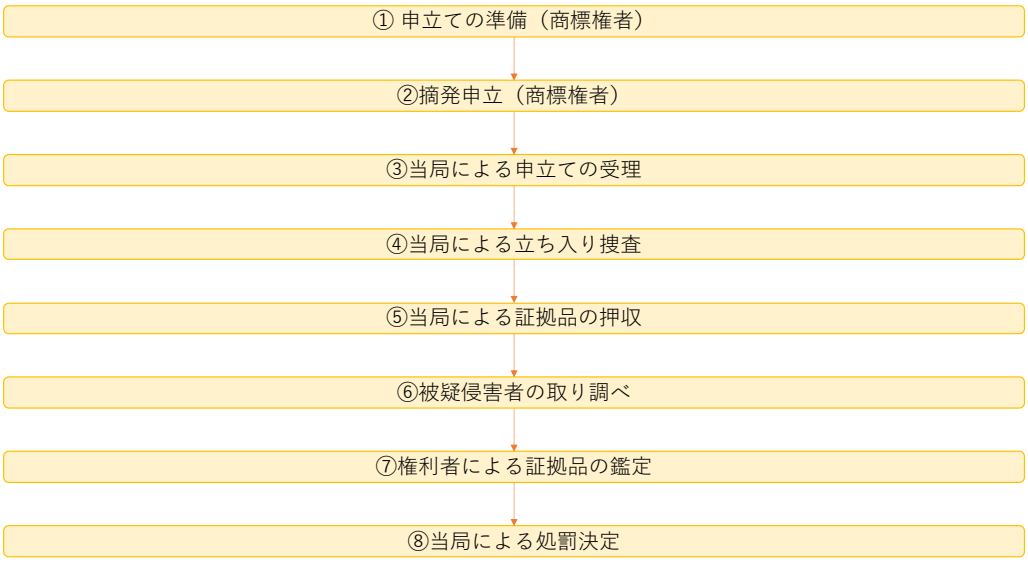


図 1-8 行政措置の対応フロー

- 所要期間：約 3 か月
- 代理人費用（裁判所、当局等への納付を含む。）：数万元/件

※ 上記の代理人費用はあくまで参考情報としての費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

（イ） 民事裁判

商標権侵害行為に対しては、民事訴訟の提起による、差止め及び損害賠償の請求が可能である（「商標法」第 60 条）。

実際の対応フローと所要期間、費用概算は以下のとおりである。

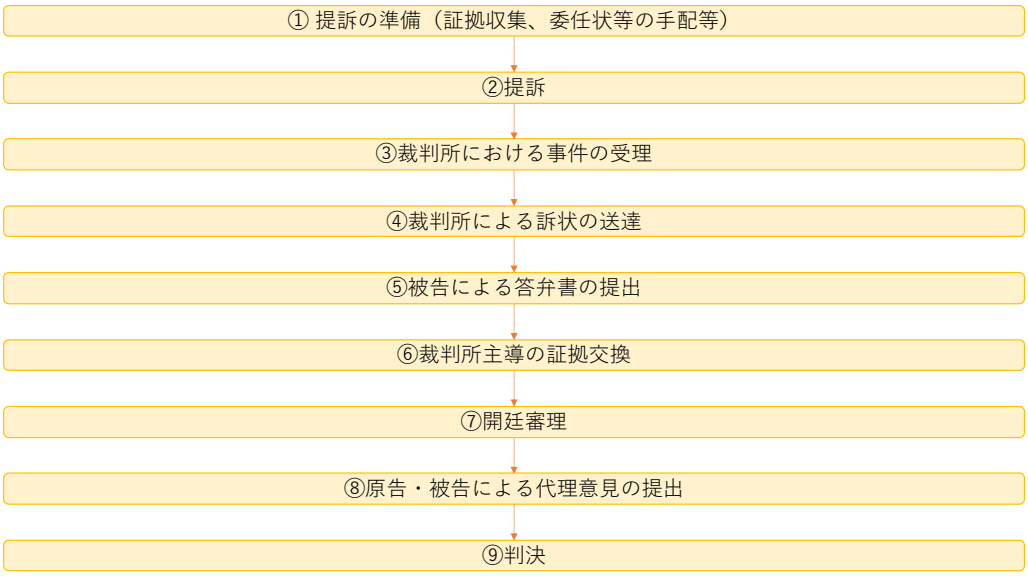


図 1-9　民事裁判の対応フロー

・ 所要期間：提訴から一審判決まで約半年～1.5 年
・ 一審判決までの代理人費用（裁判所、当局等への納付を含む。）：数万～数十万元/件
※　上記の代理人費用はあくまで参考情報としての費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

（ウ） 刑事措置

刑法[37]では、商標権侵害行為について以下の 3 種類の刑事罰が定められている（「刑法」第 213 条～第 215 条）。

① 登録商標詐称罪

登録商標権者の許諾を得ずに、同一種類の商品にその登録商標と同一の商標を使用して情状が深刻な場合は、3 年以下の有期懲役に処し、罰金を併科又は単科する。情状が特に深刻な場合は、3 年以上 10 年以下の有期懲役に処し、罰金を併科する。

② 登録商標を詐称した商品の販売罪

登録商標を詐称した商品であることを知りながら販売し、違法所得が比較的大きい又はその他の情状が深刻な場合は、3 年以下の有期懲役に処し、罰金を併科又は単科する。違法所得が巨大である場合又はその他の特に情状が深刻な場合は、3 年以上 10 年以下の有期懲役に処し、罰金を併科する。

③ 登録商標標識の不正製造販売罪

他人の登録商標を偽造若しくは無断で製造し、又は偽造若しくは無断で製造された登録商標を販売し、情状が深刻な場合は、3 年以下の有期懲役に処し、罰金を併科又は単科する。情状が特に深刻な場合は、3 年以上 10 年以下の有期懲役に処し、罰金を併科する。

---

[37] 刑法：http://gat.sc.gov.cn/scgat/c108968/2024/10/15/6914533aa6954b4f9c780a340c418735.shtml

実際の対応フローと所要期間、費用概算は以下のとおりである。

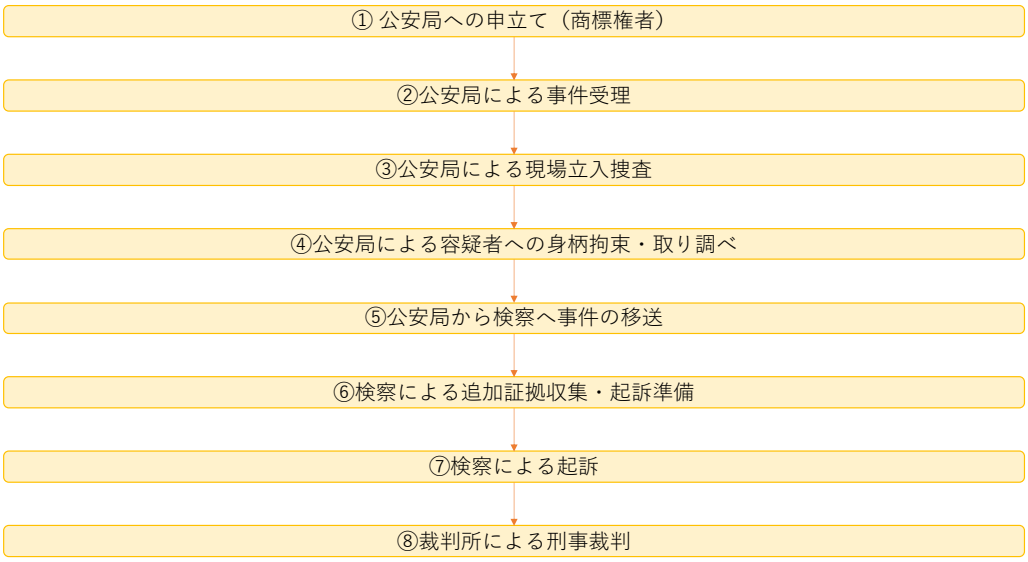


図 1-10 刑事措置の対応フロー

・ 所要期間：約 1 年

・ 代理人費用（裁判所、当局等への納付を含む。）：数万～数十万元/1 件、また、押収品が多い場合、その押収品を保管するための倉庫費用を別途負担する必要がある。

※ 上記の代理人費用はあくまで参考情報としての費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

（エ） 税関差止め

商標権侵害品については、税関における差止めが可能である（税関法[38]第 91 条）。
税関差止を利用するには、対象とする商標権を予め税関に登録する必要がある。

対応フローと所要期間、費用概算は以下のとおりである。

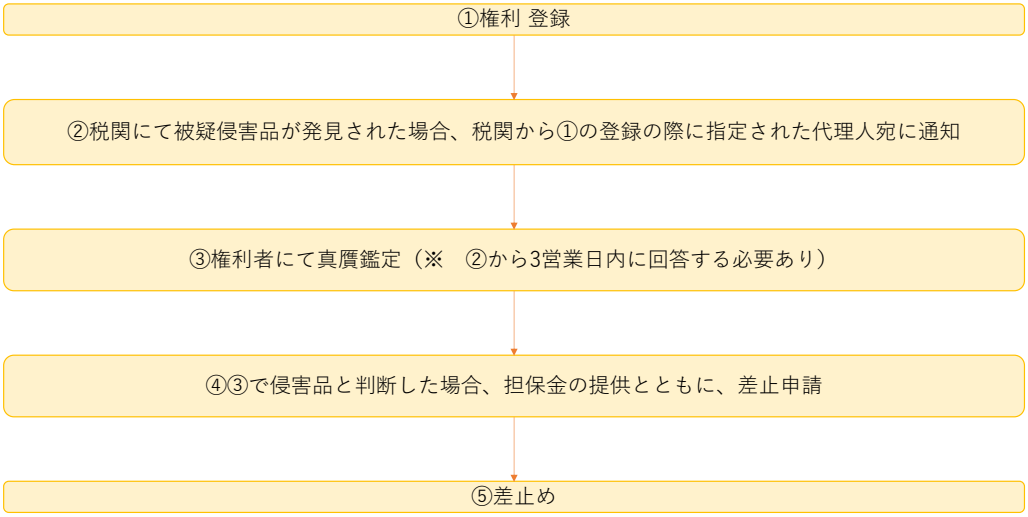


図 1-11 税関差止めの対応フロー

所要期間：
- 権利登録については、書面の準備から登録まで約 1～3 か月
- 税関からの被疑侵害品発見の通知から差止めまで約 3 営業日（ただ、権利者に差止めを連絡するまでの所要期間は明確になっておらず、数日間～数か月かかることがある）

代理人費用（裁判所、当局等への納付を含む。）：
- 権利登録：税関代理人として指定されることを前提に無料となることが多い。また、税関への登録に係る費用も無い。
- 被疑侵害品発見時の対応：数千元程度である。差止めを行う場合、担保金を提供する必要がある（後日返還してもらう）。このほか、被疑侵害品の処分が確定されるまでの倉庫費用及び破棄費用を負担する必要がある。

※　上記の代理人費用はあくまで参考情報としての費用相場であり、事案によってケースバ

[38] 税関法：http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302266/302267/356575/index.html

イケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

(7) 普及状況、普及活動等

地理的表示に関する商標の普及活動は、主に、地理的表示の普及活動の枠内で行われるため、1.2 GI 制度の(7)普及状況、普及活動等の解説を参照されたい。

1.4 原産地を誤認させるような表示等への対策

(1) 制度の概要(不正競争防止法、独占禁止法、食品表示法、消費者保護法、不当景品類及び不当表示防止法等の模倣品対策に適用可能な法律、法令、規則)

中国では、原産地誤認表示の規制を定めた法令は、主に、反不正当競争法、製品品質法、広告法、消費者権益保護法が挙げられる。

ア 反不正当競争法

(ア) 混同行為について

上述のとおり、反不正当競争法は、競争法上、地理的表示等を直接的に保護する明文規定はないが、周知表示混同惹起行為に相当する標識の使用行為や、商品の出所の混同等を生じる行為は、不正当競争行為の類型として規定されており(「反不正当競争法」第 6 条第 1 号、第 4 号)、農林水産物・食品の名称等についても、要件を満たせば、これらの規定により保護される可能性はある。詳細は、上記 1.1、1.2 における反不正当競争法に関する記載を参照されたい。

(イ) 虚偽宣伝について

混同行為のほか、反不正当競争法では、虚偽宣伝を禁止しており、「事業者は、その商品の性能、機能、品質、販売状況、ユーザーの評価、受賞歴等を偽り、又は関連公衆に誤解を生じさせる商業宣伝を行い、消費者を欺き、誤った方向に導いてはならない。」とされている(「反不正当競争法」第 8 条)、産地情報は、商品の性能・機能・品質に関する情報の一つとして、偽造された場合は、虚偽宣伝に認定される可能性がある。

この場合、違法行為の停止、20 万元～100 万元の過料との行政罰が下され、情状が厳重

の場合、100 万元～200 万元の過料、営業許可の取消しとの行政罰が下される(「反不正当競争法」第 20 条)。

もし、虚偽宣伝により他人に損害を与えた場合、損害賠償等の民事責任も負わなければならない(「反不正当競争法」第 17 条)。

イ 製品品質法

「製品品質法」は、製品品質の水準を向上させ、消費者の合法的な権益を保護し、社会経済秩序を維持するため、制定される法律である。産地情報は製品品質に関わる重要情報の一つとして、「製品品質法」の複数の条文を通じて産地の偽造を禁止しており、詳細は以下のとおりである。

第 5 条(抜粋):認証標識などの品質標識を偽造又は盗用することを禁止する。製品の産地を偽造したり、他人の工場名・工場住所を偽造又は盗用したりすることを禁止する。

第 30 条:製造者は、産地を偽造してはならず、他人の工場名若しくは工場住所を偽造し、又は盗用してはならない。

第 37 条:販売者は、産地を偽造してはならず、他人の工場名若しくは工場住所を偽造し、又は盗用してはならない。

上記に違反し、産地の偽造、他人の工場名又は工場住所を偽造又は盗用した場合、当局は違法者に対し、是正命令、違法製品及び違法所得の没収、過料(違法に生産し、かつ、販売した製品の製品価値金額と同額)の行政罰を下し、情状が厳重な場合、営業許可を取り消すことができる(「製品品質法」第 53 条)。

ウ 広告法[39]

「広告法」は、広告業の健全な発展と消費者の権利利益を保護し、社会経済秩序を維持するため、制定される法律である。商品の産地、品質等について実情と一致せず、購買行為に対する実質的な影響がある場合、虚偽広告に該当し、同法に禁止されている(「広告法」第 4 条、第 28 条)。虚偽広告を行った場合、広告主、広告事業者、広告推奨者対し、以下の処罰が下され、もし、虚偽広告により、消費者の合法的な権利・利益を損なった場合、法にしたがって、損害賠償等の民事責任も負担しなければならない。

---

[39] 広告法:https://flk.npc.gov.cn/detail2.html?ZmY4MDgxODE3YWIyMzFlYjAxN2FiZDZiZDg2MDA1MmQ

（ア） 広告主に対する処罰

市場監督管理部門が広告の発行の停止を命じ、広告主に相応の範囲内で影響を除去するよう命じ、広告費の 3 倍以上 5 倍以下の過料を科し、広告費の計算ができないとき又は明らかに低額のときは、20 万元以上 100 万元以下の過料を科す。2 年以内に 3 回以上の違法行為があり、又は他に重大な情状がある場合には、広告費の 5 倍以上 10 倍以下の過料を科し、広告費の計算ができないとき又は明らかに低額のときは、100 万元以上 200 百万元以下の過料を科し、営業許可を取り消すことができ、かつ、広告審査機関は、広告審査承認書を撤回し、1 年間は広告審査の申請を受理しないことができる（「広告法」第 55 条第 1 項）。

広告主が上述の行為をし、犯罪行為となる場合には、法律に基づき刑事責任を追及する（「広告法」第 55 条第 4 項）。

（イ） 広告事業者、広告発行者に対する処罰

広告事業者又は広告発行者が虚偽広告を明らかに知り又は知るべきであるのに、設計、制作、代理、発行した場合には、市場監督管理部門は広告費を没収し、広告費の 3 倍以上 5 倍以下の過料を科し、広告費の計算ができないとき又は明らかに低額のときは、20 万元以上 100 万元以下の過料を科す。2 年以内に 3 回以上の違法行為があり、又は他に重大な情状がある場合には、広告費の 5 倍以上 10 倍以下の過料を科し、広告費の計算ができないとき又は明らかに低額のときは、100 万元以上 200 万元以下の過料を科し、かつ、関連部門は、広告発行業務を一時停止し、営業許可を取り消すことができる（「広告法」第 55 条第 3 項）。

広告事業者、広告発行者が上述の行為をし、犯罪行為となる場合には、法律に基づき刑事責任を追及する（「広告法」第 55 条第 4 項）。

（ウ） 広告推奨者に対する罰則

広告推奨者が、広告が虚偽であることを明らかに知り、又は知るべきであるのに、依然として商品、サービスを推奨、証明をする場合、市場監督管理部門が違法な収益を没収し、更に違法な収益の 1 倍以上 2 倍以下の過料を科す（「広告法」第 61 条第 4 号）。

エ　消費者権益保護法[40]

消費者権益保護法の立法目的は、消費者の合法的な権益を保護し、社会経済秩序を維持することである。これに基づき、同法では商品の産地を偽造する行為、他人の工場名又は工場所在地を偽造又は盗用する行為、認証標識などの品質標識を偽造又は盗用する行為、さらに商品又はサービスについて虚偽若しくは誤解を招く宣伝を行う行為を禁止している。違反があった場合、相応の民事責任を負うほか、関連する法令が処罰機関や処罰方法を定めている場合には、当該法令にしたがって処罰される。法令に規定がない場合には、関連行政部門が是正を命じることができ、情状に応じて単独又は併せて警告、違法所得の没収、違法所得の 1 倍以上 10 倍以下の罰金を科し、違法所得がない場合には 50 万元以下の罰金を科すことができる。情状が重い場合には、操業停止や営業許可の取消しを命じることがある（消費者権益保護法第 20 条 1 項、第 56 条第 1 項第 4 号、第 6 号）。

(2) 違反時の措置（手続、効果、費用感）

ア　反不正当競争法に基づく対策

（ア） 混同行為について

混同行為を根拠とした対策は、1.2（6）イ違法行為に対する救済手段における「反不正当競争法」第 6 条の混同行為を根拠とした対策に関する解説を参照されたい。

---

[40] 消費者権益保護法：https://www.gov.cn/jrzg/2013-10/25/content_2515601.htm

（イ） 虚偽宣伝について

虚偽宣伝を根拠とした対策は、主に、行政措置（行政摘発）と民事裁判（民事訴訟）があり、それぞれのフォロー、所要期間、費用概要は以下のとおりである。

a 行政措置（行政摘発）

（a） フロー

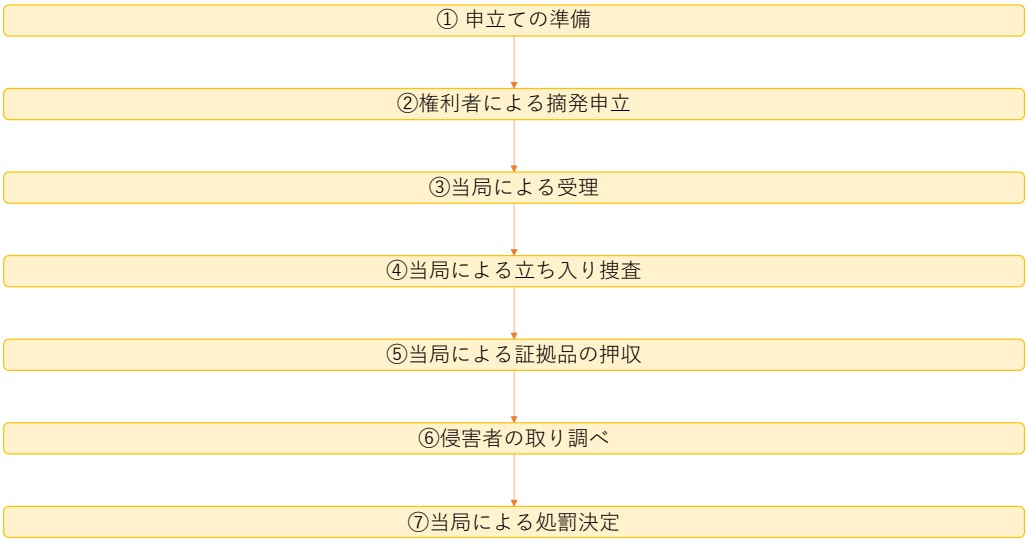


図 1-12 行政措置の対応フロー

（b） 所要期間：数か月～半年程度

（c） 代理人費用（裁判所、当局等への納付を含む。）：数万元程度/件
※ 上記の代理人費用はあくまで参考情報としての費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

b 民事裁判

(a) フロー

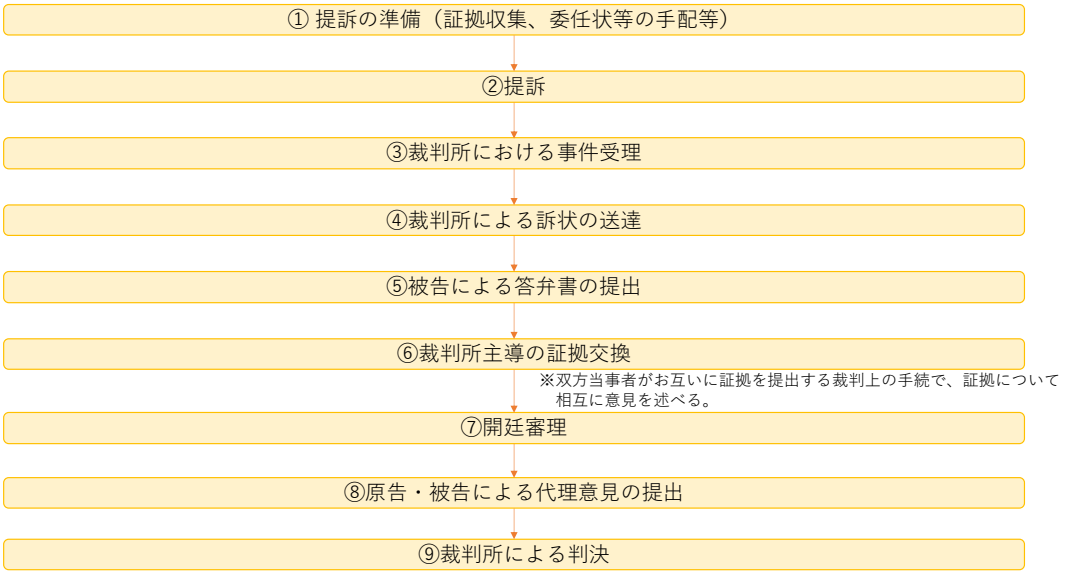


図 1-13 民事裁判の対応フロー

(b) 所要期間：提訴から一審判決まで約 1～1.5 年

(c) 代理人費用：一審判決までの代理人費用（裁判所、当局等への納付を含む。）：数万～数十万元/件

※ 上記の代理人費用はあくまで参考情報としての費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

イ　製品品質法に基づく対策

製品品質法違反を根拠とした対策は、行政措置（行政機関に対する告発）のみであり、その対応フォロー、所要期間、費用概要は以下のとおりである。

（a） フロー

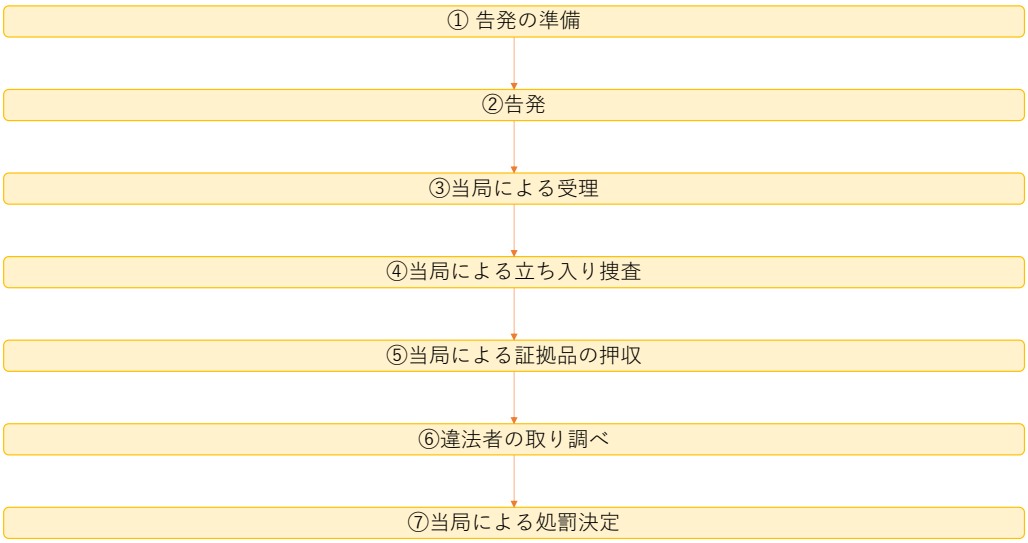


図 1-14　行政措置の対応フロー

（b） 所要期間：数か月～半年程度

（c） 代理人費用（裁判所、当局等への納付を含む。）：数万元程度/件
※　上記の代理人費用はあくまで参考情報としての費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されるため、代理人の稼働に応じて追加の費用が発生する場合があることに留意されたい。

ウ　広告法に基づく対策

広告法違反を根拠とした対策は、主に、行政措置（行政機関に対する告発）であり、その対応フォロー、所要期間、費用概要は上記のア　反不正当競争法（虚偽宣伝）に基づく対策を根拠とした行政上の対策に関する解説を参照されたい。

エ 消費者権益保護法に基づく対策

広告法違反を根拠とした対策は、主に、行政措置（行政機関に対する告発）であり、その対応フォロー、所要期間、費用概要は上記のイ 製品品質法、又はア 反不正当競争法（虚偽宣伝）に基づく対策を根拠とした行政上の対策に関する解説を参照されたい。

1.5 事例・判例

中国において、農林水産物・食品の模倣品に関して知的財産権侵害等が争われた事例、判例、調停、政府担当省庁による権利行使や取り締まりの事例（2015 年から 2024 年までの 10 年間に生じた事例・判例・調停に限る。）について、以下のとおり報告する。

(1) GI

事案 1：行政事例

■事案の概要
処罰対象当事者：珠海市 X ショッピングセンター
当局：珠海市香洲区市場監督管理局
処罰日：2023 年 12 月 14 日
事件番号：珠香市監処罰〔2023〕11-25 号

2021 年 3 月、「München er Bier（ミュンヘナー・ビア）」が中国において地理表示産品の保護を受け、申請人は Verein München er Brauereien e.V.（ミュンヘナー酒造協会）である。
2023 年 10 月 18 日、当局は、国家知的財産局から転送されたミュンヘナー・ビアに関する違法情報に基づき、珠海市の某ショッピングセンターを検査した。検査の結果、当事者は安徽省の某ビール株式会社から、ミュンヘナー・ビアと表記した 7 種類のビール 288 本を仕入れ、対外的に販売していたことが確認された。違法経営額は合計 2,448 元、違法所得は 192.87 元であった。

■違法行為の認定及び行政罰

2023 年 12 月 14 日、珠海市香洲区市場監督管理局は、当事者が「広東省地理的表示条例[41]」第 20 条第 1 項第 5 号の規定に違反したと認定し、「広東省地理的表示条例」第 26 条に基づき、当事者に、対象ビール 223 本（缶）を押収し、違法所得 192.87 元を没収、さらに 700 元の過料という行政処罰を下した。

事案 2：行政事例

■事案の概要

処罰対象当事者：陽城県 X 貿有限公司

当局：山西省晋城市市場監督管理局

処罰日：2022 年 5 月 9 日

事件番号：晋城市監執隊処罰〔2022〕第 60 号

当局は、2022 年 2 月 14 日に通報を受け、山西省陽城県 X 商貿有限公司（以下「X」という。）が製造した酢には「山西老陳酢」が表示されていたが、「山西老陳酢」は、山西省清徐県及びその周辺地域の産品であり、地理的表示保護産品を偽造した疑いがもたれていた。

2022 年 3 月 2 日、当局が X の営業所を検査したところ、X の完成品倉庫には「李府」、「山西老陳酢」などの文字が印刷された箱が 390 箱あり、各箱に 4 本の酢が入っていた。それ以外に未使用の箱も 540 個あった。当局はこれらの箱を差し押さえた。

調査したところ、X は 2021 年 11 月に「李府」、「山西老陳酢」という文字が印刷された箱を 1,000 個印刷し、460 個に「李府」、「五糧老陳酢」というラベルのペットボトル入りの酢を入れたことが明らかになった。商品の総価格は 22,080 元であり、違法所得は 416 元であった。

■違法行為の認定及び行政罰

当局は、X が「山西老陳酢」という文字を印刷した酢を生産・事業化する行為は「地理的表示産品保護規定」第 21 条、「製品品質法」第 31 条の規定に違反すると判断した。

当局は「地理的表示産品保護規定」第 24 条、「製品品質法」第 53 条の規定に基づき、未使用の侵害品を X に破棄するよう指示し、以下の行政処罰を下した。

・「李府」「山西老陳酢」などの文字が印刷された使用済み・未使用の箱を没収する。

・416 元の違法所得を没収し、7,000 元の過料に処する。

[41] 広東省地理的表示条例：http://amr.gd.gov.cn/gkmlpt/content/4/4178/mpost_4178402.html#4211

事案 3:行政事例

■事案の概要
事件番号:未公開
処罰対象者:新郷市 Y 有限公司
当局:河南省新郷市原陽県市場監督管理局
処罰日:2022 年 6 月 23 日

「龍口粉絲」(注:粉絲は春雨の一種)は、2002 年 9 月に地理的表示産品として法的保護を受けた。その申請人と権利者は山東省煙台市人民政府であり、その地域的保護範囲は山東省竜口市、招遠市、蓬莱市、莱陽市、莱州市の管轄行政区域である。

2022 年 5 月 12 日、河南省新郷市原陽県市場監督管理局は通報に基づき、新郷市 Y 有限公司に立入検査を行ったところ、同社が 2022 年 3 月より、「五連包龍億粉絲」(5 パック龍億粉絲)の製造・販売を開始したことが確認された。同産品のパッケージには「口」に似た「億」(簡体字:亿)の字を含む「龍億粉絲」などと記載されていた。2022 年 6 月までに、同社は 150 パック(25 袋/パック)を生産し、100 パックを販売しており、商品の総価格は 4,500 元で、違法所得は 825 元であった。

■違法行為の認定及び行政罰

2022 年 6 月 23 日、河南省新郷市原陽県市場監督管理局は、同社が「地理的表示産品保護規定」第 21 条と「製品品質法」第 5 条に違反したとして、「製品品質法」第 53 条に基づき、関連商品 50 パックと違法所得の 825 元を没収し、2,250 元の過料を科す行政処分を下した。

事案 4:民事事例

■事案の概要

一審原告:Bureau National Interprofessionnel du Cognac(二審控訴人、以下「BNIC」という。)

一審被告:F 社(米国法人)及びその中国子会社(二審控訴人)、蘇州 T 服務有限公司(二審被控訴人)、(以下総称して「F 社等」という。)

裁判所:江蘇省蘇州市中級人民法院(一審)、江蘇省高級人民法院(二審)

判決日:2023 年 8 月 9 日(二審)※ 一審判決日の公開情報なし

事件番号:(2019)蘇 05 知初第 353 号、(2021)蘇知終第 6 号

原告である BNIC は、フランスのコニャック(Cognac)の業界団体である。2005 年 9 月 5 日に締結された中欧地理的表示に関する協定に基づき、中国国家質量監督検験検疫総局(現・国家市場監督管理総局)は 2009 年 12 月 16 日に、コニャックの地理的表示の保護を承認した。また、長期間の使用と宣伝を通じて、コニャックは中国で高い著名性を有するに至っていた。

被告の F 社等は、その販売した自動車を「コニャックスペシャル」などと命名し、カラーリングには「コニャックブラウン」を使用した。BNIC は、F 社等が「コニャック(Cognac)」の地理的表示を利用して当該自動車を商業的に宣伝したことが、不正競争行為にあたるとして、侵害行為の停止と損害賠償を求める訴訟を裁判所に提起した。

■判旨

裁判所は、BNIC の原告適格性、及び、BNIC と F 社は競争関係があることを認定した。競争関係の認定理由は次のとおりである:BNIC は主にぶどう酒業界で、F 社等は主に自動車業界で、両者の製品には直接的な代替関係がないが、消費者の関心や業界を超えたコラボレーションの機会など、資源を奪い合う競争関係がある。

その上で、裁判所は次のように認定し、F 社等の行為が不正競争行為に該当すると判断した:本件において、F 社等は、コニャック特別仕様車を「コニャックスペシャル」と名付け、インテリアカラーを「コニャックブラウン」と表現し、「コニャック」を強調しているとともに、多くのインターネット記事では、「全てのブランデーがコニャックではなく、全てのフォードがコニャックではない」と強調している。すなわち、F 社等は、「コニャック」と一般的なブランデーの違いを通じて、コニャック特別仕様車と一般的な仕様車の品位やセンスの違いを強調している。「コニャック」に関わる公衆は、ハイエンドな消費者を含み、F 社等の自動車の消費者と重なる部分がある。よって、国境を越えたコラボレーションと混業経営が増加している背景の下、F 社等による「コニャック」と「COGNAC」の使用は、関連公衆に混乱をもたらしやすいといえる。F 社等は、明らかに「コニャック」の商業名誉を不正に利用し、「コニャック」と関連性があるように消費者

に誤認させるという混同行為を実施したのであるから、不正競争行為に該当する。

また、F 社がインテリアカラーを「コニャックブラウン」と表現した行為は、「コニャック」地理的表示の普通名称化のリスクを高めた。また、約 10～20 万元のエコノミー型車両の名称に「コニャック」を用いて、宣伝にも使用したことは、同時に、「コニャック」製品のイメージを低下させるという不正競争に該当する。

以上より、F 社等による上記の行為は、「反不正当競争法」第 2 条、第 6 条第 4 号に反した不正競争行為に該当すると認定され、侵害行使の差止め、BNIC に対する 200 万元の損害賠償の支払い、影響消去のための声明発表を命じる判決が下された。

(2) 商標

事案 1:行政事例

■事案の概要
処罰対象当事者:X
当局:三門県市場監督管理局
処罰日:2021 年 4 月 9 日
事件番号:三市監処〔2021〕第 0083 号
地理的表示証明商標:三門青蟹(第 3897098、第 8136757 号、指定商品:青蟹等)

第 3897098 号
地理的表示証明商標

第 8136757 号
地理的表示証明商標

第 3897098 号商標と第 8136757 号商標はいずれも三門県青蟹産業発展サービスセンターが青蟹商品について登録した地理的表示証明商標である。

2020 年 9 月 18 日、浙江省三門県市場監督管理局の職員が通報に基づき、個人 X の倉庫を捜査したところ、上記 2 つの地理的商標のロゴが印刷された青蟹の段ボールがそれぞれ 625 個と 571 個発見された。

調べによると、第三者 A は 2020 年 7 月に、当該ロゴの入った段ボール 5,110 個を無断で印刷し、X は第三者 A から 5,104 個を 9,760.4 元で購入し、うち 2,908 箱を販売して合計 1.19 万元の売上高を得た。

■違法行為の認定及び行政罰

2021 年 4 月 9 日、三門県市場監督管理局は、X の行為は、「商標法」第 57 条第 4 項(「他人の登録商標の標識を無断で製造、販売する」)の規定に違反すると認定し、「商標法」第 60 条第 2 項の規定に基づき、段ボールを 1,196 個押収し、過料 1 万元の行政処分を下した。また、X に侵害品を販売した第三者 A に対しても、金型を 1 個押収し、過料の 15,000 元の行政処分を下した。

事案 2:民事事例

■事案の概要
原告:信陽市茶葉協会
被告:福建省安渓県 S 有限公司、北京 J 有限公司
裁判所:北京市西城区人民法院
判決日:2021 年 6 月 22 日
事件番号:(2021)京 0102 民初第 3281 号
地理的表示証明商標:信陽毛尖(第 3047772 号、指定商品:茶葉等)

第 3047772 号
地理的表示証明商標

原告の河南省信陽市茶葉協会は 2003 年に「信陽毛尖」の地理的表示証明商標を登録した(指定商品:茶、茶葉等)。
原告は、2020 年 7 月に、被告の某茶葉会社 S が大手 EC サイト JD.com の店舗で、「新茶登場、信陽毛尖 250 グラム袋入りばら売りお茶ギフトセット」の商品を販売し、そのギフトボックスに「信陽毛尖」の文字を無断で使用していたことを発見した。
原告は S 社及びプラットフォーム運営会社 J 社に対して民事訴訟を提訴し、侵害品の販売停止、「信陽毛尖」という地理的表示証明商標の無断使用の停止、及び経済的損失として 5 万元の賠償金の支払いを請求した。

■判旨
裁判所は、S 社がばら売りの茶葉を包装して販売し、その包装に「信陽毛尖」の表示を使用したものの、当該茶葉が「信陽毛尖」の指定生産地域に由来することを証明できず、その産品が「信陽毛尖」の品質要求に合致することも証明できないとして、このような行為は「信陽毛尖」の地理的表示証明商標権を侵害すると判断した。
裁判所は S 社に対して侵害行為の停止、原告に経済損失と権利行使のための合理的な支出を合わせて 25,000 元を賠償するよう命じた。

事案 3:刑事事例

■事案の概要
権利者:ボルドーワイン委員会
被告人:上海 F 有限公司、X(同社の経営者)
裁判所:上海市浦東新区人民法院
判決日:2020 年 6 月 4 日
事件番号:(2020)滬 0115 刑初第 985 号
地理的表示団体商標:BORDEAUX (日本語表記:ボルドー、第 19564618 号)

BORDEAUX

第 19564618 号
地理的表示団体商標

第 19564618 号「BORDEAUX」商標はフランスのボルドーワイン委員会が中国で登録した地理的表示団体商標である(指定商品:第 33 類 ワイン)。

2019 年、本事件の原告であるボルドーワイン委員会は中国成都市で開催された展示会で、被告の上海 F 有限公司が「BORDEAUX」の地理的表示団体商標を表示したワイン商品を展示していることを発見した。原告の鑑定の結果、当該商品は「BORDEAUX」(ボルドー)地区に由来するものではなく、地理的表示団体商標の模倣品と判断し、成都市市場監督管理局に対し、商品の取り下げを要請した。

本事件は成都市市場監督管理局から上海浦東新区市場監督管理局に移送され、同当局が調査したところ、地理的表示団体商標を侵害したワインを製造・販売した事実が確認された。侵害品数量と金額が大きさから、刑事訴追の基準に達したため、浦東新区市場監督管理局は本事件を浦東新区公安局に移送し、本件は刑事事件として立件された。

■判旨

裁判所は、上海 F 有限公司による登録商標詐称罪が成立し、また、同社の役員である X も登録商標詐称罪で刑事責任を負うべき旨、認定した。

判決内容:①上海 F 有限公司を罰金 10 万元に処する。②同社役員 X を懲役 1 年 6 か月、執行猶予 1 年、罰金 5 万元に処する。③商標権侵害品のワインを没収する。④執行猶予期間中に X による食品の製造・販売などへの従事を禁ずる。

(3) 原産地を誤認させるような表示

事案 1:行政事例

■事案の概要
処罰対象当事者:上海 X 飲食管理有限公司
当局:上海市静安区市場監督管理局
処罰日:2023 年 9 月 1 日
事件番号:滬市監静処〔2023〕062023000677 号

2023 年 5 月 8 日、当局の執法担当者が通報を受けて当事者に対し現地調査したところ、当事者が取り扱うタコ食品の原材料のサプライヤーは上海の某貿易会社であり、原産地は中国であることが判明した。当事者は、レストランの提供価格(2023 年 1 月～3 月のメニュー:桜煮ダコ、一皿 198 元)を引き上げる目的で、2023 年 4 月中旬に輸入産地(日本・宮城県、日本・千葉県)と表示した看板を作成し、タコの原材料を輸入品であるかのように宣伝して消費者を誘引しようと計画していた。2023 年 4 月にメニューを変更して以降、当事者はタコの原材料を仕入れておらず、桜煮ダコも販売していなかったため、違法な収益は得られなかった。

■違法行為の認定及び行政罰
当事者は飲食サービス提供者として、虚偽の輸入食品原材料産地証明を作成し、顧客を誘引して消費させようとする行為は、消費者権益保護法第 20 条第 1 項(経営者は、消費者に対して商品又はサービスの品質、性能、用途、有効期限等に関する情報を提供する場合、真実かつ網羅的でなければならず、虚偽又は誤解を招く宣伝をしてはならない)の規定に違反し、消費者に対する虚偽の産地宣伝という違法行為を構成する。
消費者権益保護法第 56 条第 1 項第 6 号の規定に基づき、当事者に対し直ちに違法行為を是正するよう命じ、以下の処罰を下した。
1.警告
2.過料 5,000 元

事案 2:行政事例

■事案の概要
処罰対象当事者:雷州市X農産物加工工場
当局:広東省雷州市市場監督管理局
処罰日:2022 年 5 月 27 日
事件番号:雷市監処字〔2020〕210 号

2020 年 4 月 30 日、当局が当事者である雷州市X農産物加工工場に対して監督検査を行ったところ、当事者はミニパイナップルを加工する際に、「XXX」という文字が貼られたラベルの発泡スチロール箱を用いてミニパイナップルを包装し、「YYY」という文字が印刷されたテープで箱を封じていたことが確認された。

調査の結果、XXX と YYY はタイ語でそれぞれ「タイのミニパイナップル」と「タイのパイナップル」を意味することがわかった。当事者はこの包装表示を通じて、当地で生産されたパイナップルをタイのパイナップルと偽った。取り締まりまでの間に当事者は 4,800 元の利益を得て、合計で 48,000 元のミニパイナップルを加工・販売した。

■違法行為の認定及び行政罰

当事者の行為は「製品品質法」第 30 条及び 37 条の生産者及び販売者による産地偽造禁止指定に違反し、産地偽造の違法行為に該当すると認定され、過料 3 万元、違法所得及び違法財物の没収という行政処罰が下された。

事案 3:行政事例

■事案の概要
処罰対象当事者:X 牛肉ラーメン屋
当局:寧夏回族自治区青銅峡市市場監督管理局
処罰日:2024 年 6 月 24 日
事件番号:青市監処字[2024]第 22 号

2024 年 4 月 29 日、当局が当事者である X 牛肉ラーメン屋を検査した際、店内メニューの表紙には「塩池灘羊肉」、「特色手抓み」、「58 元/斤」という文字と手抓み羊肉の画像が含まれていることが確認された。

調査の結果、2023 年 4 月 28 日以降、当事者が店舗で調理した料理に使用される羊肉は、全て寧夏 Y 社から仕入れたことが判明した。

しかし、寧夏 Y 社と当事者は、ともに地理的表示証明商標「塩池灘羊」の権利者から使用許

諾を受けていない。

■違法行為の認定及び行政罰

当事者がメニューに「塩池灘羊肉」と印刷し、その宣伝内容と実際に使用した羊肉の原材料の産地と一致せず、広告に虚偽の内容を用いて消費者を欺くものである。当該行為は「広告法」第 28 条に定める虚偽広告に該当し、「広告法」第 55 条第 1 項に基づき、当事者に対して違法広告の掲載停止、500 元の過料という行政処罰を下した。

事案 4:行政事例

■事案の概要

処罰対象当事者:松陽県 H

当局:浙江省麗水市松陽県市場監督管理局

処罰日:2023 年 2 月 9 日

事件番号:松市監処罰〔2023〕第 14 号

2002 年 11 月 8 日、「黄山毛峰」茶は原産地域産品(現在の地理的表示保護産品)の保護を取得し、「黄山毛峰」茶の原産地域は現在の安徽省黄山市管轄の行政区域内の複数の郷鎮である。

2022 年 9 月に、H がアリババ EC サイトにおける「松陽県 H」の店舗で販売した某茶葉商品のラベルには「黄山毛峰」が印刷されていた。しかし、当該商品は上記の「黄山毛峰」の指定原産地に由来するものではなく、浙江両省麗水市松陽県の茶葉会社から購入した松陽緑茶であることが判明した。ただし、立件時において、当該茶葉はまだ販売実績がなかった。

■違法行為の認定及び行政罰

当局は、Hによる当該商品の販売行為は「反不正当競争法」第 6 条第 1 号に規定された「他人に一定の影響を及ぼす商品名を無断で使用し、他人の商品と誤認させる商業混同違法行為」にあたると判断したが、当事者が積極的に本件調査に協力して、自発的に侵害商品を取り下げ、消費者に実質的な危害をもたらしていないことなどから、処罰を減軽する余地があるとし、「反不正当競争法」第 18 条第 1 項などの規定に基づき、当事者に対し、違法行為の停止、500 元の罰金という処罰命令を下した。

事案 5:行政事例

■事案の概要
処罰対象当事者:松陽県 X 茶葉経営部
当局:浙江省麗水市松陽県市場監督管理局
処罰日:2024 年 4 月 12 日
事件番号:松市監処罰[2024]58 号

2006 年、「烏牛早茶」は、浙江省永嘉県の地理的表示製品として認定されている。

当事者は、浙江省松陽県で茶葉を製造し、自ら包装し、ラベルを貼り付けていた。そのラベルには「品名:烏牛早茶(緑茶)」と記載されていた。その後、当事者は自らのネットショップにおいて、「浙江松陽烏牛早茶葉販売開始」と宣伝し、販売を行っていた。

■違法行為の認定及び行政罰
当事者の行為は、消費者に対し販売された茶葉が正規の「烏牛早茶」であると誤認させ、混同を引き起こすおそれがあると認定された。この行為は「反不正当競争法」第 6 条第 1 号に規定される「他人の一定の影響力のある商品の名称を無断で使用し、他人の商品と誤認させる」混同行為に該当すると確認された。そのため、当事者には 500 元の過料という行政処罰を下した。

2 インドネシア

2.1 農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要

(1) 各制度の概要・法令等所管部署

インドネシアは、1997 年改正商標法（第 14 号改正）により、初めて地理的表示の概念を導入し、地理的表示の定義や登録要件等の基本的なルールを定めた。次いで、2001 年改正商標法（第 15 号改正）で、地理的表示の登録手続を別途政令で定めると示し、これに基づき 2007 年に地理的表示規則を制定し、地理的表示登録制度の運用を開始した。

その後、インドネシアは、グローバル化する経済の中で公正な企業競争、消費者保護及び国内産業保護を図るためには、商標及び地理的表示の分野におけるより充実した法規が必要であるとして、2008 年に商標法の改正案を公表し、同改正案は「商標及び地理的表示に関するインドネシア共和国法令 2016 年第 20 号（以下「商標・地理的表示法」という。）」として、2016 年 10 月に国民議会で可決され、同年 11 月に発効した。同法に基づき、2019 年 6 月に新たに法務・人権大臣令として地理的表示規則が制定された[42]。

このようにインドネシアでは、農林水産物・食品の名称等を保護する法律・規定としては、①商標・地理的表示法があり、さらに、原産地を誤認させる表示に関する規制として、②食品表示に関する規制、③消費者保護法が挙げられる。

なお、インドネシアにおいて、独占行為と不公正な事業競争の防止に関する法律はあるが、主として独占を禁止する規制のみであり、原産地を誤認させる表示への適用は想定しがたい。

それぞれの法制度の詳細は次節以降で説明することとし、本節では各法制度の概要を俯瞰する。

---

[42] なお、同規則公布前の申請で登録が完了していないものについては、引き続き 2007 年地理的表示規則が適用される。
商標・地理的表示法原文及び英文参考訳（WIPO Lex Database）
:https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/16513

表 2-1　インドネシアにおける農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要

		商標・地理的表示法		食品表示規制	消費者保護法
		地理的表示	商標		
マーク			–	–	–
法目的		地理的表示に適用される基本原則を定めること	商標に適用される基本原則を定めること	生鮮食品の表示の監督	消費者の意識、能力、利益を守ること
農産物名称等の保護に係る関連法規		地理的表示規則	–	国立食糧庁規則 2023 年 1 号	–
主管機関	登録	法務人権省知的財産総局（DGIP）	DGIP	–	–
	施行	DGIP/警察	DGIP/警察	国立食糧庁	消費者保護紛争解決機関（BPSK）
備考				地理的表示情報のラベルへの記載を含め、生鮮食品のラベル表示について規定している。	消費者保護法律第 8 号は、ある製品が特定の地域や場所で生産されたものでないにもかかわらず、その製品が特定の地域や場所で生産されたものであるかのように消費者を誤解させることを禁止している。

(2) 各法制度の比較表

下表は、前節で概説した各法制度について、日本の権利者による利用を想定し、登録コストや救済手段の側面から比較評価した表である。下表に示すとおり、農林水産物・食品の名称等の保護については、商標法に基づく保護が望ましいと言えるが、商標による保護と地理的表示による保護を受けることができ、日本で既に地理的表示の登録を受けている場合には、両方の登録を検討しても良いだろう。

なお、各法制度の登録手続や救済手段の詳細については、次節以降で説明する。

表 2-2 各法制度の比較表

	商標・地理的表示法		食品表示規制	消費者保護法
	地理的表示	商標		
日本からの登録の可否	○	○	−	−
対象品目	商品	商品・役務	−	−
適用される審査基準	審査は、製品の評判、品質、特性が、地理的表示説明文書に詳述されているように、自然的要因及び人為的要因を含む地理的環境要因に直接関連しているかどうかを評価する。	審査では、商標が公序良俗に反するか、誤解を招くか、先行登録商標と類似しているかなどが検討される。また、商標が識別力を有し、一般的な名称や公共のシンボルでないかどうかも評価される。	−	−
登録関連費用	事務手数料 USD35	事務手数料 USD150 代理人費用 USD550	−	−

	商標・地理的表示法		食品表示規制	消費者保護法
	地理的表示	商標		
	代理人費用[43] 1 件につき USD1,650	1 出願 1 区分		
登録の効果	登録は地理的表示を使用する排他的権利を付与し、不正使用に対する法的保護を提供する。	登録は、商標の使用に対する排他的権利、不正使用に対する法的保護、及び商標を他者にライセンスする能力を付与する。	−	−
日本から申請/出願する場合の注意点（追加書類、審査期間）	・申請書はインドネシアの代理人を通じて提出する必要がある。 ・地理的表示説明文書は英語とインドネシア語の両方で作成されなければならない。 ・その地理的表示が既に日本で承認又は登録されている必要がある。	マドリッド制度を通じて出願する場合、国内段階での追加要件はない。現地代理人を通じて申請する場合、必要書類はインドネシア語又は英語とインドネシア語併記でなければならず、通常は代理人が作成する。	−	−

[43] 代理人費用はあくまで一般的な目安の費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されため、実際に発生する費用が異なる場合があることに留意されたい。以下同様である。

		商標・地理的表示法		食品表示規制	消費者保護法
		地理的表示	商標		
侵害に対する救済措置	民事	差止/損害賠償を請求可能。	差止/損害賠償を請求可能。	−	消費者は、損害賠償等を裁判所に提訴できる。
	行政	−	あり（税関における差止め）	あり	BPSKに苦情を申し立てることができる。
	刑事	あり	あり	−	−
総合評価		△ 登録を受けた場合、救済措置があるが、実例は乏しい。	○ 民事、刑事の救済措置が整備されている。ただし、団体商標についての登録実績は乏しい。	△ 規定はあるが、実例に乏しい。	△ 規定はあるが、実例に乏しく、警告状など任意解決の場面以外では、効果をあまり期待できない。

2.2 GI 制度について

(1) GI 保護に関するインドネシアと他国との国際協定の状況

ア インドネシア-EFTA 包括的経済連携協定(IE-CEPA)

地理的表示保護に関するインドネシアと他国との国際協定としては、インドネシア-EFTA 包括的経済連携協定(IE-CEPA)がある。IE-CEPA は、広範な自由貿易協定であり、物品及びサービスの貿易、投資、知的財産権、競争、政府調達、貿易及び持続可能な開発、法的・水平的規定、並びに協力及び能力構築に関する章を含んでいる。

本協定は、2018 年 12 月 16 日に EFTA 加盟国及びインドネシアによってジャカルタにおいて署名され、全締約国の批准を経て 2021 年 11 月 1 日に発効した。

イ 地域的な包括的経済連携(RCEP)協定

インドネシアは、2022 年 11 月 7 日に地域的な包括的経済連携(RCEP)協定[44]という多国間自由貿易協定の寄託書を ASEAN 事務局に提出し、同協定は 2023 年 1 月 2 日にインドネシアで発効した[45]。この協定には、知的財産権の保護に関する条項が含まれており、地理的表示(GI)の保護もその一部である(第 11 章「知的財産権」第 29 条地理的表示の保護)。

[44] 協定概要等:https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/fta/j-eacepia/index.html
[45] https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/press1_001144.html

⑵ 登録の要件、手続、適用される審査基準、費用(一般的な代理人費用を含む。)、期間及び登録による効果※ 国外から出願する場合に留意すべき事項(特に審査において要求される追加的資料や審査期間等)を含める。

ア 登録の要件

(ア) 登録/保護対象(商標・地理的表示法第 53 条第 3 項)

商標・地理的表示法では、地理的表示について天然物、手工芸品、工業製品が登録・保護の対象となる。なお、天然物とは、動植物及び微生物のような生物的要素のみに限らず、石油、天然ガス、鉱物各種、水及び土のような非生物的要素も含む。また、工業製品とは、中部ジャワ織やシッカ織のような原料を製品に変質させる人間の活動の産物を意味する。

外国からの地理的表示の登録は、その原産国において有効な規定にしたがって承認及び/又は登録されている場合にのみ登録することができる(規則第 19 条第 2 項)。

一方で、次に該当する地理的表示の申請は登録されない。

a 国家のイデオロギー、法規、道徳、宗教、品位及び公序に反するもの
b 社会的評価、品質、特性、原産、製造工程、及び使用方法の全部又は一部について、公衆を誤認させる又は欺くもの
c 類似の地理的表示の要素を示すべく用語が追加されている場合を除いて、植物の品種においてこれまでに使用されておりかつ類似の植物品種に用いられている名称をなすもの

(イ) 申請人の要件(商標・地理的表示法第 53 条)

特定の地理的領域において、天然物、手工芸品、工業製品のいずれかを生産する団体を代表する任意の主体又は州政府、県・市町村政府が申請人となり得る。

(エ) 地域に関する要件

対象地域の設定方法について特段の定めは無い。

イ 申請の手続

（ア） 申請時提出書類

登録申請は、DGIP の商標地理的表示局に提出する。書面での申請の他、DGIP のウェブサイトを通じた電子申請が可能である。海外からの申請人は、代理人等を選任しなければならない。DGIP での方式審査、実体審査を経て登録に至る。円滑に進んだ場合、申請から登録に要する期間は約 1 年である。登録によって得られる地理的表示に関する権利は、保護が与えられる根拠となった社会的評価、品質、特性が維持されている限り、期間の制限なく有効である。

申請用紙にはインドネシア語で記入し、以下を添付しなければならない。

a 申請の手数料納付の受領書
b 地理的表示のラベル 2 枚（2 ㎝×2 ㎝～9 ㎝×9 ㎝）
c 要件記載書（Buku Persyaratan）の要約又は概要
d 外国から地理的表示を申請する場合は、原産国で登録されたことを証明できる証明書又は適法な証拠書類の写し
e 委任状（代理人を通じて申請する場合）
f 要件記載書
g b～f までの電子データ

上記 f の要件記載書には以下の情報が含まれる必要がある。海外からの申請の場合は、要件記載書はインドネシア語に加え、英語版の提出も求められる。

a 申請の対象となる地理的表示の申請人のデータ
b 申請の対象となる地理的表示の名称
c 地理的表示により保護される商品の名称
d 特定の商品を同種の他の商品から区別する特性及び品質に関する説明
e 生産される商品の品質又は特性に影響を与える地理的環境及び自然的要因、人的要因が一体化されたものの説明
f 地理的表示の対象となる地方及び/又は地域の境界線の説明
g その地域で生産される商品を指定するうえでの地理的表示に関係する歴史及び伝統の概要。これには公衆による当該地理的表示の認識の説明が含まれる。
h 生産者が当該地域で関連する商品を生産、処理、又は製造することができる生産方法、処理及び製造方法の説明
i 生産される商品の品質を確認するために使用される試験方法の説明、及び商品に使用さ

れ、地理的表示が記載されているラベル

外国から地理的表示を申請する場合、インドネシアに居住する代理人を通じて申請しなければならないことに注意する必要がある。また、地理的表示はインドネシアで登録される前に、申請人の本国で既に登録されていなければならない。さらに、必要な地理的表示説明文書は、提出の言語要件を満たすため、英語とインドネシア語の両方で提出しなければならない。

（イ） 登録までの手続フロー

商標・地理的表示法に基づく地理的表示登録の流れは以下のとおりである。

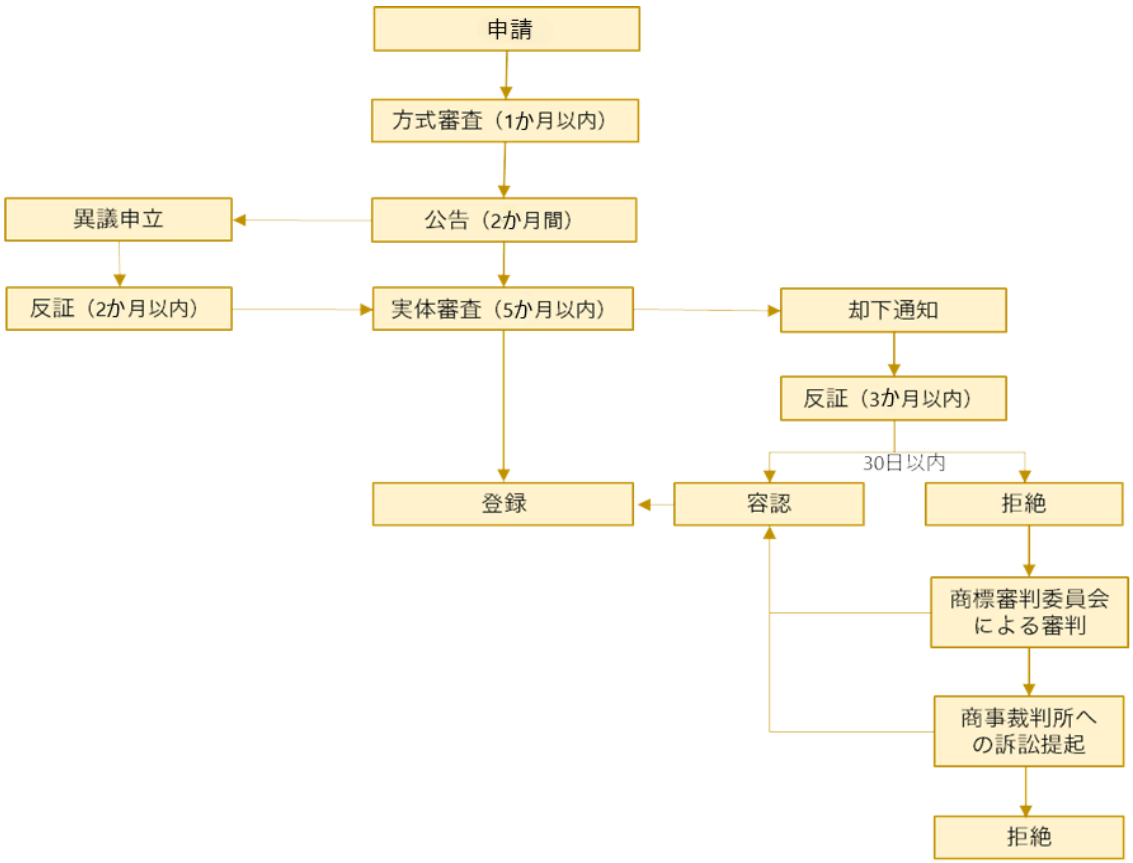


図 2-1 インドネシアにおける地理的表示登録手続のフローチャート

（ウ） 費用と所要期間

a 費用

現地法律事務所へのヒアリングによれば、登録に関する手数料の参考例は、1 件の申請に対して、以下のとおりである。

事務手数料 USD35
代理人費用 USD1,650

b 所要期間

地理的表示が、申請から登録に至るまでの所要期間としては、一般的に約 1 年である。

（エ） 登録による効果

登録されると保有者は、該当する商品又は製品について、地理的表示を使用する排他的権利を与えられる。この保護により、定められた基準に適合し、指定された地理的範囲内にある者のみが地理的表示を使用することができる。

（オ） 権利の有効期間

インドネシアで登録された地理的表示の有効期間は、地理的表示登録の基礎となる、地理的表示に関連する商品の評判、品質、特性らの要素が存在し続ける限り、有効であり、地理的表示に決まった有効期限はない。

(3) GI 登録後の品質管理に係る、検査、手続、審査基準等

登録後の品質管理は、政府又は第三者を含む一般市民が行うことができる。しかし、法律はこのプロセスの技術的な手順を明記していない。主な監視項目としては、地理的表示登録の根拠となった評判、品質、特性と GI 文書に記載された説明との不一致、GI の誤用などがある。DGIP は、登録された GI が要求された基準を満たしていない、又は、不正使用されていると認めた場合、GI を登録から削除する権限を有する[46]。

[46] インドネシアでは、本報告書作成時点で、この措置はまだ実施されていない。

(4) GI 名称及びマーク使用要件、使用義務の有無

ロゴと原産地コードの適用が義務付けられているが、これはインドネシア産の GI 製品にのみ適用される（2022 年法律省令第 10 号第 37 条 A）。

GI 保有者から使用許諾を得た者による登録 GI の使用を DGIP に登録するための必要書類は以下のとおりである[47]。

a 地理的表示の使用を登録するための申請手数料の支払証明書
b 地理的表示の保有者の推薦書
c 委任状（代理人を通じて申請する場合）
d 地理的表示登録証明書の写し
e 申請人による書類の真正性の宣言

必要書類が揃ってから、当該情報は 2 か月間公示される。公示期間終了後、申請人は GI 使用者として登録される。

地理的表示の使用に対しては、特段使用義務は規定されていない。

[47] 外国の GI については、利害関係者の登録は義務ではないが、当該登録がなければ GI に基づく保護は受けられない。

(5) 冒認登録への対抗策

商標・地理的表示法は、GIの登録に関して悪意による申請への対抗策を明確には規定していない。しかし、登録の根拠となった評判、品質、特性を満たさなくなった地理的表示については、削除手続が規定されている(商標・地理的表示法第 62 条)。

この手続は、悪意の申請への直接的な解決策とはならないが、代替手段としては役立つ可能性がある。しかし、インドネシアにおけるGIの事例はほとんどないため、この削除手続の冒認登録に対する有効性はまだ検証されていない。

当該削除手続の詳細は以下のとおりである。

登録されたGIに関する問題が一般市民から報告されると、DGIP は 30 日以内に GI 専門家チームにその報告を転送する。GI 専門家チームはその後 6 か月以内にその GI の評判、品質、特性について調査を行う。調査の結果、GI が必要な基準を満たしていないと判断された場合、DGIP は 30 日以内に登録を抹消する。

決定は 14 日以内に申請人、その代理人、及び全ての GI 使用者に書面で通知され、30 日以内に削除が正式に発表され、GIの使用権は消滅する。

現地法律事務所へのヒアリングによれば、上記手続の手数料の参考例は以下のとおりである。

事務手数料　USD15
代理人費用　USD10,000～15,000

(6) 侵害に関する行政指導、罰則等の措置内容(手続、効果、費用感)

地理的表示の侵害に対する救済措置としては、民事裁判と刑事措置がある。

表 2-3 民事裁判と刑事措置の詳細

	民事裁判	刑事措置
法的規定の条項	関連する規定は商標・地理的表示法第 69 条にあり、GI 権者が侵害者に対して訴訟を提起する権利の概要が示されている。 第 69 条 (1) 地理的表示の保有者は、地理的表示の不法な使用者に対し、損害賠償及びその使用の終了並びに不法に使用された地理的表示のラベルの破棄を求めて、訴訟を提起することができる。 (2) 裁判官は、被侵害者の更なる損害を防ぐため、侵害者に対し、不法に使用された地理的表示のラベルの破棄を命令するとともに、その製造及び複製の終了を命令することができる。	GI 侵害に対する刑事罰は第 101 条に規定されており、登録 GI の不正使用や、製品の原産地や品質に関して公衆を欺く行為に対する罰則が定められている。 第 101 条 (1) 他者が権利を有する類似の商品や製品についての地理的表示にその全体が類似する標章、若しくは登録された商品や製品と同一の標章を不法に使用する者は、4 年以下の懲役若しくは 20 億ルピアの罰金に処し、又はこれを併科する。 (2) 類似の商品や製品についての他者の地理的表示と本質的に類似する標章、又は登録された商品や製品と同一化する標章を不法に使用する者は、4 年以下の懲役若しくは 20 億ルピアの罰金に処し、又はこれを併科する。
法的要件	第 66 条 地理的表示に対する違反には以下のものが含まれる。 a 地理的表示説明文書に準拠していない商品及び/又は商品に、直接的又は間接的に地理的表示を使用すること	刑事責任には、侵害者が登録された GI と同一の標識又は類似の標識を不法に使用したという証明が必要である。

	民事裁判	刑事措置
	b 次の意図をもって、地理的表示を保護対象又は非保護対象の商品及び/又は製品に直接的又は間接的に使用すること ①地理的表示によって保護されている商品及び/又は製品と品質が同等であることを示すため ②使用により利益を得るため ③地理的評判から利益を得るため c 商品の地理的原産地に関して公衆を誤認させる可能性のある地理的表示の使用 d 登録されていない地理的表示の使用者による地理的表示の使用 e 商品及び/若しくは製品の原産地、又は含まれる商品及び/若しくは製品の品質に関して誤解を招くような以下の模倣又は濫用 ①包装又は梱包 ②広告の記述 ③商品及び/又は製品に関する文書に記載された情報 ④パッケージに記載された原産地に関する誤解を招く情報	
効果	侵害者は、侵害により発生した損失について、GI 保有者に損害賠償を支払うよう要求される場合がある。 裁判所は、GI のさらなる不正使用を防止する差止命令を出し、ラベルの破棄を命じることもできる。	刑事責任に対する罰則には、禁固刑と罰金がある。例えば、登録された GI と実質的に類似する表示を違法に使用した場合、最高 5 年の懲役及び/又は最高 20 億ルピアの罰金が科される。

	民事裁判	刑事措置
手続の概要	GI 保有者は、損害賠償、差止め、ラベルの破棄を求め、商事裁判所に訴訟を起こすことができる。	刑事手続は、法執行当局による捜査から始まるが、これは通常、GI 保有者又は規制機関からの告発によって開始される。 その後、事件は刑事裁判所で起訴され、検察側は合理的な疑いを超えて犯罪の要素を立証しなければならない。 有罪とされた場合、侵害者は禁固刑、罰金刑、又はその両方を科される。
参考費用	事務手数料　約 USD500 代理人費用　USD30,000	事務手数料　なし 代理人費用　USD15,000～20,000 実費（旅費等）
所要期間	第一審には約 4～6 か月かかる。 各訴訟段階には約 6～12 か月かかる。	事案により 1～2 年を要する。
メリット	損害賠償により損害金を回収できる可能性がある。 和解等により、訴訟の終結をコントロールできる。	懲役や罰金などの刑事罰は、侵害に対する強い抑止力となる。 GI 保有者は、捜査と起訴の全費用を負担する必要がない。ただし代理人を用いる場合、その費用が発生する。
デメリット	GI 保有者が勝訴したとしても、判決の執行（損害賠償の回収など）は困難な場合がある。	刑事事件が開始されると、起訴は国によって管理されるため、GI 保有者は訴訟手続に対して限られたコントロールしかできない。 刑事事件では、被害者への補償よりも侵害者への罰則が重視されるため、通常、GI 保有者への直接的な損害賠償は行われない。

(7) 地理的表示の保護水準(TRIPS 協定第 22 条及び第 23 条との比較を含む。)

インドネシアは、TRIPS 協定(知的所有権の貿易関連の側面に関する協定)が義務付ける保護の最低基準を満たすよう国内法を整備している。その詳細は以下のとおりである。

表 2-4 TRIPS 協定とインドネシア地理的表示産品保護規定の整合性比較

TRIPS 協定との整合性の概要	インドネシアの地理的表示(GI)保護の枠組みは、主に商標・地理的表示法によって規定されており、TRIPS 協定で定められた規定とほぼ一致している。世界貿易機関(WTO)加盟国であるインドネシアは、TRIPS 協定が義務付ける保護の最低基準を満たすよう国内法を整備している。
TRIPS 協定第 22 条との整合性	TRIPS 協定第 22 条は、知的財産の基本的な保護について概説しており、加盟国は知的財産を保護するための法的手段を提供することを義務付けている(商標・地理的表示法第 1 条 6 項、第 21 条、及び第 56 条と第 76 条)。 ・ 商品の呼称又は表示において、その商品が真の原産地以外の地理的地域で生産されたものであることを示す、又は示唆する手段を使用し、公衆の誤解を招くこと。 ・ 不正競争行為となる使用 インドネシアの GI 制度は、以下の要件を満たしている。 ・ 地理的表示の定義 地理的表示とは、「商品及び/又は製品の原産地を示す標識であり、自然的要因、人的要因又はそれらの組合せを含むその地理的環境要因により、そこで生産される商品及び/又は製品に特定の社会的評価、品質、及び特性を与えるもの」と定められている(商標・地理的表示法第 1 条第 6 号)。 ・ 法的保護の仕組み 法は登録された知的財産の不正使用の防止を規定し、侵害行為に対して民事・刑事を含む法的救済を提供している(商標・地理的表示法第 66 条、第 67 条～第 69 条、第 86 条第 b 号、第 101 条)。
TRIPS 協定第 23 条との整合性	TRIPS 協定第 23 条は、ワインや蒸留酒に関連する GI に対してより高いレベルの保護を義務付けており、商品の真の原産地が

	表示されている場合や、GI が翻訳で使用されている場合、又は、「種類」、「タイプ」、「模倣」といった用語を伴う場合であっても、GI の使用を禁止している。 インドネシアの GI 保護の枠組みは、ワイン、蒸留酒、その他の商品を明確に区別しておらず、全ての商品カテゴリーについて統一して上記の保護レベルを設けている（商標・地理的表示法第 1 条第 6 号）。

(8) 普及状況、普及活動等

2024 年 12 月時点において、DGIP は合計 182 件の地理的表示を登録している。そのうち、167 産品はインドネシア国内から、15 産品は海外から登録されている[48]。登録されている地理的表示については以下の DGIP の公式サイトから検索することができる。

https://www.dgip.go.id/menu-utama/indikasi-geografis/listing

インドネシアにおける地理的表示（GI）制度の普及は、地域経済の発展と輸出促進にもつながるものとして、DGIP によって積極的に支援されている。例としては以下のとおりである。

- GI プロモーション：DGIP はジャカルタの展示会で国内外の GI 製品 138 点を紹介し、認知度を高める活動を行った[49]。
- デジタル・キャンペーン：Tokopedia（EC サイト）との協力により、Sukapura Coffee のような GI 商品生産者に対し、オンラインでの存在感を高めるためのデジタル・マーケティング・トレーニングを提供した[50]。
- 他国との協力：DGIP はフランス大使館と、インドネシアにおける GI エコシステムの発展に重点を置いた両国の GI 保護について協議した[51]。

---

[48] DGIP 公式サイト：https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/penutupan-tahun-ig-2024-launching-tahun-hak-cipta-desain-industri-2025-djki-catat-kenaikan-permohonan?kategori=liputan-humas

[49] https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/keunikan-produk-perkebunan-dan-pertanian-indonesia-dipamerkan-di-sidang-majelis-umum-ke-65-wipo?kategori=liputan-humas

[50] https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/djki-tokopedia-beri-pelatihan-digital-marketing-produk-kayu-manis-dan-kopi-kerinci-untuk-tingkatkan-promosi-dan-komersialisasi?kategori=liputan-humas

[51] https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/djki-dan-kantor-ki-perancis-diskusikan-perkembangan-pelindungan-indikasi-geografis?kategori=liputan-humas

2.3 商標制度について

(1) 登録の要件、手続、適用される審査基準、費用(一般的な代理人費用を含む。)、期間及び登録による効果※ 国外から出願する場合に留意すべき事項(特に審査において要求される追加的資料や審査期間等)を含める。

商標・地理的表示法には、団体商標の制度も定められており、地理的表示を団体商標として登録することは可能である。現地法律事務所へのヒアリングによれば、団体商標制度の下での商標申請は過去5年間実績がない。また、2019年に制定された地理的表示規則により、インドネシアにおける地理的表示保護の枠組みはより強固になっていることから、団体商標よりは地理的表示登録制度の下で保護を求めることが推奨される。なお、インドネシアにおいて、証明商標の制度はない。

団体商標と一般商標の主な相違点は以下のとおりである。外国の団体も団体商標を申請することが可能である。

1. 団体商標の出願人は、個人又は団体のグループでなければならない。
2. 団体商標の出願においては、出願人は、その商標が団体商標として使用される旨を明示しなければならない(商標・地理的表示法第46条第1項)。
3. 出願には、団体商標として使用する商標の規定の写しを添付しなければならない。これらの規定には、少なくとも以下の内容を含めなければならない(商標・地理的表示法第46条第2項及び第3項)。

a 生産及び取引される商品及び/又はサービスの性質、一般的な特性、又は品質
b 団体商標の使用の監督
c 団体商標の使用規定に違反した場合の制裁

ア 登録の要件

ある事業者の商品又は役務と他の事業者の商品又は役務とを区別することができる標識は、商標として登録することができる。これには、単語、名称、文字、数字、色彩、画像、又はそれらの組み合わせが含まれる。商品又はその包装の形状を含む立体的形状や、特定の音又は音の連続も商標として登録することができる。

マドリッド制度を通じて出願する場合を除き、外国出願人はインドネシアに居住する登録代理人を通じて商標出願を提出しなければならない。代理人は外国出願人に代わって全ての連絡と提出を処理する必要がある(商標・地理的表示法第 5 条第 3 項)。

必要書類は以下のとおりである。インドネシア語で記載する必要がある。

a 商標登録出願書

出願の日付、出願の氏名、国籍、住所などの詳細情報を記載する。

b 商標の見本

出願人は商標の写しを 3 部提出しなければならない。標準的な商標の場合、画像又はテキストが含まれる。3D 商標の場合異なる視点の、3D 形状の視覚的表現を提供しなければならない。音商標の場合、楽譜と音録音の両方が必要となる。

c 商品/サービスの説明

ニース国際分類にしたがって分類された、商標登録の対象となる商品及び/又は役務の詳細な説明が必要となる。

d 申請料金支払いの領収書

申請料金の領収書又は支払い証明書を添付する。

e 委任状(代理人を通じて出願する場合)

f 商標所有の宣誓供述書

出願人が商標を所有していることを確認する宣誓供述書を提出しなければならない。

イ 出願手続

以下のフローチャートのとおりである。

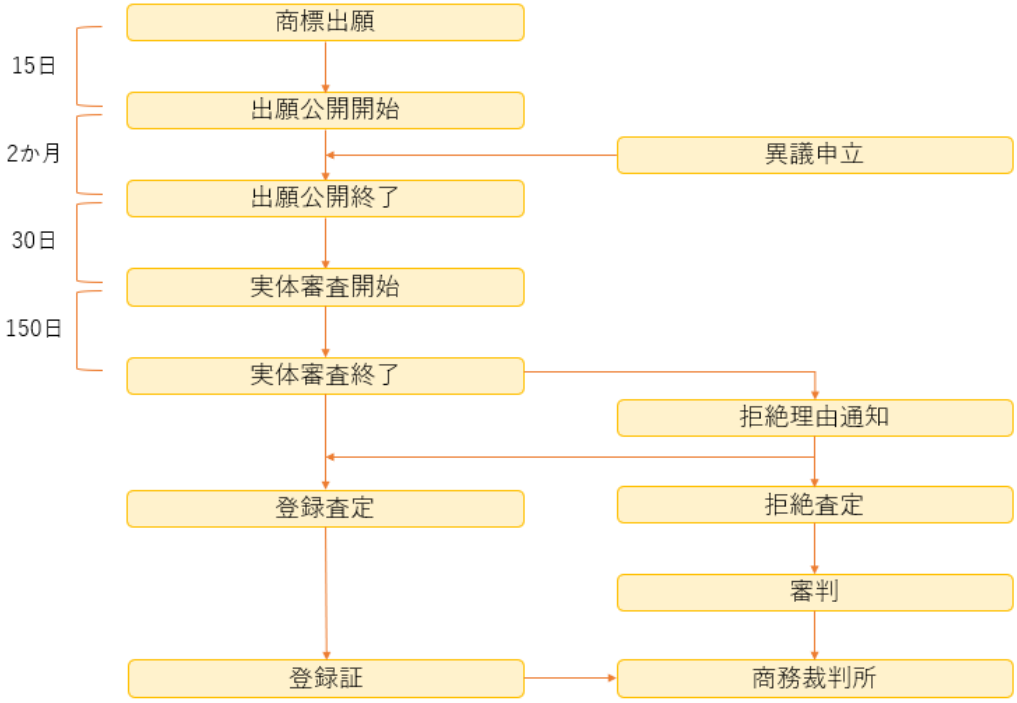


図 2-2 インドネシアにおける商標登録手続のフローチャート

ウ 適用される審査基準

以下のとおりである（商標・地理的表示法第 20 条など）。

識別性：商標は、出願人の商品又は役務を他人の商品又は役務と区別することができる識別力がなければならない。その商標が表す商品又は役務の説明的又は一般的なものであってはならない。

既存の商標との類似：既に登録されている商標や、類似の商品・サービスについて出願中の商標と同一又は紛らわしい類似であってはならない。審査では、著名商標とその保護も考慮される。

公序良俗の遵守：公序良俗や国家安全保障に反する商標であってはならない。また、商品・サービスの原産地、品質、特性に関する虚偽の主張など、誤解を招く要素を含んではならない。

禁止要素:商標には、許可のない著名人の名前、国旗、紋章、シンボル、公式マークなど、禁止されている要素を含んではならない。

エ　登録による効果

登録商標の所有者は、その商標が登録された商品又はサービスに関して商標を独占的に使用する権利を得る。すなわち、第三者は、所有者の許可なく、類似の商品又は役務について、同一又は紛らわしい類似の商標を合法的に使用することはできない。

オ　権利の有効期間

インドネシアにおける商標登録は、出願日から 10 年間有効である。登録は 10 年ごとに無期限に更新することができる。商標を維持するためには、現在の登録期間が満了する 6 か月前までに更新申請を提出しなければならない。もっとも、更新が期限内に提出されなかった場合、有効期間満了後 6 か月の猶予期間が設けられ、その期間内であれば、遅延損害金が加算されるものの、商標を更新することができる。

カ　費用と所要期間

a　費用

現地法律事務所へのヒアリングによれば、登録に関する手数料(1 商標 1 区分)の参考例は以下のとおりである。

事務手数料　USD150
代理人費用　USD550

b　所要期間

インドネシアにおける商標の出願から登録までに要する期間は、通常 12 か月～18 か月である。

(2) 使用要件、使用義務

一般商標については使用条件に関する定めはないが、団体商標については、その商標を所有する組織又は団体のメンバーによって使用されなければならない。その使用は、団体が定めた規則及び基準に従わなければならない。これらの規則には、通常、標章を使用できる者、使用条件、標章が適用される商品又はサービスの品質又は特性が定められている。

登録商標は、登録日から 5 年以内に商業目的で使用され、登録を維持するために継続的に使用されなければならない。正当な理由なく連続して 5 年間商標を使用しなかった場合、第三者から不使用取消訴訟を提起される可能性がある(商標・地理的表示法第 74 条)。

(3) GI 制度と商標制度の関係(先行する同一又は類似の商標が存在する場合の GI 登録の審査に与える影響、併存する場合のそれぞれの権利範囲等)

商標・地理的表示法第 21 条第 1 項の規定により、商標が登録済みの地理的表示に実質的に類似するか、又は同一である場合、出願は拒否される。ただし、第 68 条の規定により、地理的表示の登録申請に先立ち、又はその最中に登録の権利を持たない第三者によって、当該標章が善意により使用される場合、その善意の第三者はその地理的表示の登録日から 2 年間、その使用を続けることができる。

また、当該標章が既に商標として登録されている場合、法務人権大臣は、その標章の商標としての登録日から 2 年の期間経過後に、全部又は一部の商品種別に対して当該の商標登録を取り消し、これを削除することができる。

(4) 商標権者とGIの登録生産者団体との間で争いが生じた事例

GI 制度と商標制度の関係を直接示す裁判例は確認できていない。もっとも、GI と商標が一致することを直接の根拠とはしていないが、登録された GI と類似していることを理由に、商標が拒絶された例がある。例えば、2018 年 11 月 8 日に出願された商標 BATAVIA SCOTCH WHISKY(DID2018057924)は、2017 年 8 月 15 日にインドネシアで登録されている登録 GI-SCOTCH WHISKY との類似性により商標登録が拒絶された。

また、異議申立手続において商標審査官が拒絶の根拠として原産地表示を挙げた事例も以下のとおりある。

■事案の概要

申請人:Churny Company Inc.

異議申立人:Consorzio Per La Tutela Del Formaggio Gorgonzola

対象商標:ATHENOS GORGONZOLA(第 29 類)

■決定

出願人が提出した商標出願は、商標・地理的表示法第 20 条(c)に基づく原産地表示との類似を理由に拒絶された。その結果、DGIP は最終的に商標出願を拒絶した。

なお、商標・地理的表示法第 20条(c)では、「登録が申請された商品及び/又は役務の原産地、品質、種類、サイズ、種類、意図された用途、又は類似の商品及び/又は役務の保護された植物品種の名称を構成することについて、公衆を誤認させる可能性のある要素を含む」場合、商標登録はできないと規定している。

(5) 冒認登録への対抗策

インドネシアにおける商標の冒認登録に対する対抗手段は以下のとおりである。

表 2-5 冒認登録への対抗手段

	異議	無効審判	不使用取消し
対策の概要	商標が登録される前に、利害関係者は、その商標が自己の権利を侵害する、又はその他の不正な出願であると考える場合、公告期間中に異議申立てを行うことができる。	無効審判は、商標権者又は利害関係者が、悪意や既存の商標権の侵害など、不正に取得された登録商標を無効にするために利用できる法的救済手段である。原則として、無効審判は登録日から 5 年以内に提起されなければならない(悪意による登録の場合を除く。)。	登録商標は、正当な理由なく5年間継続して商業で使用されなかった場合、取り消すことができる。
法的規定	商標・地理的表示法第 16 条 官報公告後 2 か月以内に商標出願に対する異議申立てを行うことができる。異議申立ては、先願権及び/又は悪意などの正当な理由に基づかなけ	商標・地理的表示法第 76 条 登録商標が法律に違反して登録された場合、その無効を規定している。無効事由には、既存商標との類似、識別力の欠如、悪意による登録などが含まれる。	商標・地理的表示法第 74 条 商標登録後、正当な理由なく連続して 5 年間使用されなかった場合、商標を取り消すことができると規定している。

	異議	無効審判	不使用取消し
	ればならない。		
手続	異議申立人は、商標が官報に掲載されてから2か月以内に異議申立てをしなければならない。	インドネシアにおいて商標の無効又は不使用取消しを求める場合、その手続は商事裁判所での訴訟手続となる。以下は、第一審の訴訟とその後の上訴における典型的な手続の概要である。 **第一審訴訟(商事裁判所):** 全プロセスには通常約 4～6 か月を要する。 **1. 両当事者の委任状を検証する** 裁判所は、両当事者(原告と被告)の法定代理人の委任状の正当性を確認する。 **2. 被告及び/又は共同被告の答弁書の提出** 被告は原告の訴訟に対し、請求に対する抗弁の概要を記した答弁書を提出する。 **3. 反論(回答に対する返答)の提出** 原告は反論を提出し、被告の回答で指摘された点を取り上げ、反論する。 **4. 再反論(反論に対する返答)の提出** 被告は、原告の反論に対して、さらに再反論を提出する。 **5. 原告からの証拠書類の提出** 原告は、無効又は取消しの主張を裏付ける証拠書類を提出する。 **6. 被告及び共同被告からの証拠書類の提出** 被告は、原告の主張に反論するための証拠書類を提出する。 **7. 原告の証人及び/又は専門家の証言(必要な場合)** 原告は、立証を強化するために証人や専門家の証言を提出することができる。この措置は必須ではなく、必要な場合にのみ取られる。 **8. 被告の証人及び/又は専門家の証言(必要な場合)**	

	異議	無効審判	不使用取消し
		被告は、弁護を支持する証人や専門家を提示することもできる。この手続も任意である。 **9. 両当事者が最終弁論を提出する** 両当事者は最終弁論を提出し、それぞれの立場と裁判中に提出された証拠を要約する。 **10. 判決** 裁判所は、当事者双方から提出された全ての証拠、証言、主張を検討した上で判決を下す。 なお、追加の審問が必要になる場合もある。 **上訴段階（最高裁判所）** 当事者は第一審判決に不服がある場合、最高裁判所に上訴することができる。上訴には、上訴審と再審査の 2 段階がある。それぞれの段階には通常 6 か月～12 か月を要する。 **1. 控訴人が控訴趣意書を提出する** 決定を不服とする当事者（控訴人）は、不服申し立ての理由をまとめた趣意書を提出する。 **2. 被控訴人の控訴趣意書を提出する** 相手側（被控訴人）は、控訴人の上訴で指摘された点を取り上げ、原判決を擁護する趣意書を提出する。 **3. 判決** 最高裁は、当事者双方から提出された趣意書に基づいて審理し、最終決定を下す。	
費用	事務手数料 USD70 代理人費用 USD1,500 ～2,000	事務手数料 約 USD500 代理人費用 USD30,000	事務手数料 約 USD500 代理人費用 USD30,000

(6) 侵害に関する行政指導、罰則等の措置内容(手続、効果、費用感)

商標権の侵害に対する救済措置としては、地理的表示同様に、民事裁判と刑事措置がある。その比較表は以下のとおりである。

表 2-6 民事裁判と刑事措置の比較

	民事裁判	刑事措置
法的規定の条項	商標・地理的表示法第 83 条 商標権侵害の民事訴訟の法的根拠となる。商標権者は損害賠償、差止め、その他の救済を求める訴訟を提起することができる。	商標・地理的表示法第 100 条 登録商標の不正使用に対する罰金や懲役など、商標権侵害に対する刑事罰が規定されている。
法的要件	原告は、商標権を証明し、被告によるマークの使用が無許可であり、混同や損害を引き起こしていることを証明しなければならない。	検察側は、侵害が故意によるものであり、被告人が無許可で商標を使用したことを証明しなければならない。
内容の概要	**予備的差止命令** 裁判所は侵害行為を直ちに停止する命令を出すことができる。 **損害賠償** 商標権者は、侵害によって被った損害の賠償を求めることができる。 **使用中止** 裁判所は、侵害者に対し、商品又はサービスに関する侵害商標の使用中止を命じることができる。	**罰金** 侵害者に対して金銭的な罰則を科すことができる。 **禁固刑** 侵害者は、侵害の度合いに応じて最長 5 年の禁固刑を科される可能性がある。
手続の概要	**訴訟の提起** 商標権者は商事裁判所に訴訟を提起する。 **法廷審理** 両当事者とも証拠提出と弁論を	**告訴状を提出** 刑事告訴は法執行機関に提出される。 **調査** 法執行機関は侵害を調査する。

	民事裁判	刑事措置
	行う。 **判決** 裁判所は、損害賠償、差止命令、使用停止、その他の救済措置を含む判決を下す。	**起訴** 刑事裁判所で起訴される。 裁判所は、罰金、懲役、侵害商標の使用停止を決定する。
費用	事務手数料 約 USD500 代理人費用 約 USD30,000	事務手数料 なし 代理人費用 USD10,000～15,000
所要期間	通常、第一審では 6 か月～12 か月かかる。不服申し立てにより、さらに 6 か月～12 か月延長されることもある。	事件の複雑さや裁判所のスケジュールにもよるが、手続には 12 か月～18 か月かかる。
メリット	損害賠償により損害金を回収できる可能性がある。懲罰的損害が認められる場合もある。 和解等により、訴訟の終結をコントロールできる。	懲役や罰金などの刑事罰は、侵害に対する強い抑止力となる。 商標権者は捜査と起訴を全負担する必要がない。ただし代理人を用いる場合、その費用が発生する。
デメリット	勝訴したとしても、判決の執行（損害賠償の回収など）は困難な場合がある。	刑事事件が開始されると、起訴は国によって管理されるため、商標権者は訴訟手続に対して限られたコントロールしかできない。 刑事事件では、被害者への補償よりも侵害者への罰則が重視されるため、通常、GI 保有者への直接的な損害賠償は行われない

加えて、インドネシアでは、商標について登録することで税関での輸入差止めを行うことができる。しかしながら、当該申請をできるのは現地の事業体又は子会社を持つ商標権者のみに限られ、外国に本拠を有する商標権者がこの制度を利用することはできない。

(7) 普及状況、普及活動等

法務人権省知的財産総局（DGIP）のデータベースで商標登録の状況を検索できるが、商標と団体商標のデータを区別していない[52]。

インドネシアでは、DGIP が商標の普及を積極的に推進している。DGIP は、特に技術的な改善や国際的なパートナーとの協力を通じて、これらの商標の保護・登録制度の強化に力を入れている。例えば、以下のとおりである。

商標保護：DGIP は、実体審査やマドリッド制度に関するガイドラインの作成など、商標登録制度の強化に取り組んでいる[53]。
プロモーション・キャンペーン：DGIP は、食品・農業を含む様々な分野における商標保護の重要性に対する認識を高めるため、全国品質インフラフェスティバルなどのキャンペーンに取り組んでいる[54]。

[52] https://pdki-indonesia.dgip.go.id/
[53] https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/djki-perkuat-sistem-pendaftaran-merek-melalui-penyusunan-dan-penyempurnaan-petunjuk-teknis-pemeriksaan-substantif-merek-dan-protokol-madrid?kategori=liputan-humas
[54] https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/pentingnya-pelindungan-merek-dalam-layanan-pemerintah-di-festival-infrastruktur-mutu-nasional-2024?kategori=liputan-humas

2.4 原産地を誤認させるような表示等への対策

(1) 制度の概要(不正競争防止法、独占禁止法、食品表示法、消費者保護法、不当景品類及び不当表示防止法等の模倣品対策に適用可能な法律、法令、規則)

原産地を誤認させるような表示等への対策として適用できる法令としては、消費者保護法と食品表示規則が挙げられる。以下、それぞれについて説明する。なお、インドネシアにおいて、独占行為と不公正な事業競争の防止に関する法律はあるが、主として独占を禁止する規制のみであり、原産地を誤認させる表示への適用は難しい。

ア 消費者保護法[55]

この法律は、誤解を招くような表示、ラベル貼付、包装、広告を含む不公正な商行為から消費者を保護することを目的としている。製品の原産地、成分、品質、その他の特性に関係するものであれ、誤解を招くような情報は、消費者保護法第 8 条により禁止される。模倣品が破損していたり、欠陥があったりするような場合も罰則の対象となる。

イ 食品表示規則

国立食糧庁規則 2023 年 1 号[56]は、生鮮食品の表示に関して以下の条項を規定している。

第 44 条

1. 何人も、生鮮食品の分析を行う機関の名称、ロゴ又は身元をラベルに記載することを禁止する。
2. 何人も、以下のような記述、説明、文章、画像、ロゴ、クレーム及び/又はビジュアライゼーションを(食品の表示に)含めることを禁ずる。

a 当該生鮮食品に他の生鮮食品よりも優れた栄養成分が含まれている旨の、法令の定めに従わない記述

b 当該生鮮食品は健康を回復させることができるという記述

c 当該食品が医薬品として機能する可能性があることを、いかなる形でも記述又は情報提供すること

d 当該生鮮食品は知能を高めるという記述

---

[55] 条文原文:http://peraturan.bpk.go.id/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999
英語参考訳:https://aseanconsumer.org/file/pdf_file/04%20Law-No.-8-Concerning-Consumer-Protection.pdf

[56] 条文原文:https://peraturan.bpk.go.id/Details/307586/peraturan-bapanas-no-1-tahun-2023

e 当該生鮮食品の優位性が、当該生鮮食品に完全に由来するものではなく、一緒に消費される可能性のある他の生鮮食品に部分的に由来する場合であっても当該生鮮食品の優位性を記載すること

f 生鮮食品に自然に含まれない成分が含まれる旨の記述。ただし、当該成分を含む生鮮食品の裏付けデータ/一般規格がある場合はこの限りではない。

g 特定の原材料を使用していないことを表明しているが、実際には、意図的でないにせよ、又は共同原材料/化合物として、当該特定の原材料を含有している。

h 食品に関する開発、推奨、及び/又は分析を行う機関の名称、ロゴ、又は身元

i 医療従事者、宗教家、公務員、又は医療従事者、宗教、公務員として活動する者に関連する図面や情報

j 公共物と人物の名前と写真。ただし、関係者の許可を得た場合はこの限りではない。

k 商品及び/又はサービスを直接的又は間接的に低下させる発言又は情報

l 特定の民族、宗教、人種、及び/又はグループを不快にさせる情報、文章、画像

m 宝くじ、コンペティション、賞品、及び配布許可証の不可欠な部分を構成する承認済みラベルに従わない著作物又は抽選に関する情報

n その他法令の規定に反し、禁止されている情報、文章、画像

o 良識、倫理、又は公序良俗に反するイメージや認識を生み出す情報

p 当該生鮮食品を摂取することで、全ての栄養素のニーズを満たすことができるという声明

q 食品添加物を含まないことに関する情報。食品添加物の名称、「食品添加物不使用」、「食品添加物無添加」、又はその他類似の文言の使用及び/又は記載。

(2) 違反時の措置(手続、効果、費用感)

ア 消費者保護法

原告又は告訴人は消費者、つまり生産者から製品やサービスを購入又は利用し、その結果損失や損害を被った人でなければならない。

(ア) 民事裁判

原告は、誤解を招くような情報によって被った損害の賠償を請求することができる(消費者保護法第 45 条)。

a 費用

現地法律事務所へのヒアリングによれば、手数料の参考例は以下のとおりである。

事務手数料 約 USD500
代理人費用 USD50,000～80,000

b 所要期間

訴訟には通常 12～18 か月を要する。複雑な事件ではそれ以上かかることもある。

（イ） 行政措置

苦情は、関連規制当局（貿易省及び/又は消費者保護紛争解決機関(BPSK)）に申し立てることができる。当局が苦情を調査し、場合によっては検査や専門家による分析が行われる。

当局は、罰金、製品リコール、その他の行政処分を含む決定を下す。

規制当局は、誤解を招くような行為を行った業者に対して以下の処分を科すことができる。

a 罰金
b 活動、生産、及び/又は流通の一時停止
c 生産者による流通からの食品の撤去
d 補償
e 許可の取消し

（2023 年国家食糧庁規則第 1 条の第 47 条及び 2012 年国家食品庁規則第 18 条の第 100 条及び第 102 条との関連）

a 費用

現地法律事務所へのヒアリングによれば、手数料の参考例は以下のとおりである。

代理人費用 USD10,000～15,000

b 所要期間

30 営業日前後とされるが、実際にはより長く期間を要する場合もある。

（ウ） 刑事措置

故意による虚偽表示で重大な場合には、刑事告発がなされ、責任者が懲役及び/又は罰金が科せられる。

現地法律事務所へのヒアリングによれば、代理人費用は約 USD10,000～15,000、所要期間としては捜査・公判段階を含め 12～18 か月を要する。

2.5 事例・判例

インドネシアにおいて、農林水産物・食品の模倣品に関して知的財産権侵害等が争われた事例、判例、調停、政府担当省庁による権利行使や取り締まりの事例（2015 年から 2024 年までの 10 年間に生じた事例・判例・調停に限る。）について、以下のとおり報告する。

(1) GI

該当する事例としては以下の 1 件のみ確認できた。

■事案の概要
原告：スコッチウイスキー協会
被告：PT Industri Semak
裁判所：中央ジャカルタ商事裁判所（地方裁判所）
判決日：2022 年 7 月 7 日
事件番号：78/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021/PN Niaga Jkt.Pst

■判旨
「Scotch Whisky」及び「Glen」という用語について GI 登録している原告は、被告による、これら用語の無断使用に対し、その使用は製品の出所及び品質に関して消費者を誤認させる可能性があるとして、侵害訴訟を提起した。
しかし、裁判所は、被告は原告の権利を侵害していないと判断した。被告はインドネシア食品医薬品庁（BPOM）に製品ラベルの改訂申請書を提出し、承認され、既に「Scotch Whisky」という用語は使用していなかった。また、被告は自社製品に「Glen Classic」という用語を使用していることを認めたが、この使用は原告の地理的表示登録より前に行われたものであった。
これらの事実に基づき、裁判所は、被告は原告の権利を侵害していないと判断し、原告の請求を棄却した。

(2) 商標

事案1：刑事告訴されたが和解に至った事例①[57]

■事案の概要
告訴人：PT East West Seed Indonesia
被疑者：D 氏

インドネシアの園芸農家である告訴人 PT East West Seed Indonesia においてトマトの種子を指定商品とする登録商標「SERVO」を保有していたところ、告訴人のトマト種子の偽造種子を流通させている疑いのあるグループが確認された。そこで、告訴人は告訴を行い、2022 年 5 月、西ジャワ州警察は、対象商標権を侵害したとの理由で、当該グループの捜査を行った。

■決定の概要
告訴人の損害は最大 6,000 億ルピア（約 54 億円）にまでのぼると推測されたが、告訴人は、警察の仲介の後、加害者と和解することを決定した（和解内容は非公開）。
インドネシアでは、知的財産に関する刑事事件は起訴され最終解決することよりも和解で解決することが多いが、本事案もその一例である。

[57] ：出典：Bisnis Indonesia「種子ブランド偽造事件」（2022 年 5 月 30 日）
https://bisnisindonesia.id/article/pengungkapan-kasus-pemalsuan-merek-benih

事案 2：刑事告訴されたが和解に至った事例②[58]

■事案の概要
告訴人：PT Syngenta Indonesia
被疑者：UD Tani Bayumas 及び UD Usaha Tani Jaya の Facebook アカウント運営者
事件が処理された場所：南スラウェシ州シドラップ警察

告訴人は種子を指定商品とする登録商標「SYNGENTA」を保有していたところ、2023 年 5 月、南スラウェシ州シドラップ警察は、SYNGENTA と名付けられた 4.7 トンのトウモロコシ種子を押収した。容疑者は SNS などオンラインでこの偽造種子を販売していた。

■決定の概要
当事者間で和解が成立した後、偽造品は破棄された。
本件も警察による模倣品の押収まで至ったが、結果として和解で終了した事案である。

(3) 原産地を誤認させるような表示

該当する事案を確認できなかった。

[58] 出典：detiksulsel「シドラップでトウモロコシ趣旨の模倣品を発見」（2023 年 5 月 24 日）
https://www.detik.com/sulsel/hukum-dan-kriminal/d-6737336/polisi-bongkar-pemalsuan-merek-bibit-jagung-4-7-ton-di-sidrap

3 フィリピン

3.1 農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要

(1) 各制度の概要・法令等所管部署

フィリピンは、1998 年1月に知的財産法典を施行し(2023 年 2 月改正)、同法典において、地理的表示は知的財産の一つであると規定している。この知的財産法典には、商標、不正競争防止に関する制度も含まれている。さらに、食品・医薬品・化粧品法、消費者法も農林水産物・食品の名称等に対する保護を提供している。

表 3−1 フィリピンにおける農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要

	知的財産法典			食品・医薬品・化粧品法	消費者法
	地理的表示関係	商標関係	不正競争防止関係		
法目的	フィリピン国内の創作活動の発展、技術移転の促進、外国投資の誘致、フィリピン国内の製品の市場のアクセスの確保、知的財産及び創作物に対する権利の保護・保障、知的財産権の執行の強化。			フィリピンにおける食品、医薬品、化粧品(以下「FDC」という。)の基準及び品質基準の確立、フィリピン国内における FDC の純度と安全な供給の確保。	消費者を保護するために、消費者製品に対するラベル付けや包装のガイドライン、広告に関する規定が定められている。
マーク	統一された地理的表示マークはなく、製品ごとに異なる地	−	−	−	−

	知的財産法典			食品・医薬品・化粧品法	消費者法
	地理的表示関係	商標関係	不正競争防止関係		
	理的表示マークを設定できる。				
農産物名称等の保護に係る関連法規	・知的財産法典の実施規則（地理的表示に関する規則（以下「GI 規則[59]」という。））	・知的財産法典の実施規則（2023 年商標規則[60]） ・インターパルテ手続[61]に関する規則（以下「IPC 規則[62]」という。） ・知的財産	・知的財産法典の実施規則（そのうち、適用が多いのは IPV 規則） ・民法典[64]	・食品・医薬品・化粧品法の実施規則[65] ・食品安全法[66] ・消費者法 ・ミルク法[67]	・消費者法の実施規則[68] ・インターネット取引法[69]

[59] GI 規則：https://drive.google.com/file/d/1mn1i36LP2uHm19a9xta5Y9fWMyA7eBSz/view
IPOPHL 関連法令情報
https://www.ipophil.gov.ph/intellectual-property-code-implementing-rules-and-regulations/
[60] 2023 年商標規則：https://drive.google.com/file/d/1kfczZkVpKiWuFiRSgG5OIlAKvYvRXsB9/view、https://drive.google.com/file/d/14f-j05JCGMJeA32IHroE65hmjNr3Eck8/view
[61] インターバル手続（inter partes proceedings）とは、知的財産権に関する当事者間の争いを審理する手続を指す。
[62] IPC 規則：https://drive.google.com/file/d/18rcsI27FGapGpemhEpmct8Kxdj6FxTXY/view
[64] 民法典：https://www.officialgazette.gov.ph/1949/06/18/republic-act-no-386/
[65] 食品・医薬品・化粧品法の実施規則：https://www.fda.gov.ph/wp-content/uploads/2022/06/The-Rules-and-Regulations-Implementing-Republic-Act-No.-9711-%C2%AD-The-Food-and-Drug-Administration-Act-of-2009.pdf
食品類関係（FDA 等）の関連法令情報
https://www.fda.gov.ph/#
https://www.fao.org/faolex/country-profiles/general-profile/en/?iso3=PHL
[66] 食品安全法：https://www.fda.gov.ph/wp-content/uploads/2021/05/Republic-Act-No.-10611.pdf
[67] ミルク法：https://www.fda.gov.ph/wp-content/uploads/2021/05/Executive-Order-51.pdf
[68] 消費者法の実施規則：https://dtiwebfiles.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/Laws+and+Policies/Consumer+Laws/1.2.IRR(RA+7394).pdf
関連法令情報
https://www.dti.gov.ph/resources/laws-and-policies/
[69] インターネット取引法：https://ecommerce.dti.gov.ph/internet-transactions-act-of-2023/

		知的財産法典			食品・医薬品・化粧品法	消費者法
		地理的表示関係	商標関係	不正競争防止関係		
			権に関する法律違反の行政訴訟に関する規則（以下「IPV規則[63]」という。）			
主管機関	登録	知的財産庁（以下「IPOPHL」という。）の地理的表示登録官及び商標局局長	IPOPHL の商標局	−	−	−
	法執行	・IPOPHL の法務局及び知的財産権執行局 ・一般裁判所	・IPOPHL の法務局及び知的財産権執行局 ・一般裁判所	・IPOPHL の法務局及び知的財産権執行局 ・一般裁判所	・食品医薬品局（以下「FDA」という。） ・一般裁判所	・貿易産業省（以下「DTI」という。） ・一般裁判所

[63] IPV 規則：https://drive.google.com/file/d/11ncbSL6NSrycAyGMQudo4ehusEJfOYDS/view
法改正については、次の URL を参照されたい。
https://www.ipophil.gov.ph/reference/laws-issuance-and-treaties/

ア 知的財産法典[70]

知的財産法典は、1997 年 6 月公布、1998 年 1 月施行、2013 年 2 月に改正された。この法典の内容には、地理的表示、商標、そして不正競争防止に関する規定も含まれている。

地理的表示に関する規定について、知的財産法典は地理的表示を知的財産権として規定し、その権利に関する規則を実施する政府機関を特定している。また、虚偽の原産地表示を定義し、商品の特性や原産地について誤解を招くおそれのある標章の登録を禁止している。さらに、商品の原産地やその他の特性について記述的な標章の登録も禁止している。

商標に関する規定について、知的財産法典は商標及び団体商標を定義し、商標の登録、使用、取消しに関するガイドラインを設定し、商標権者の権利及び救済策を定めている。

不正競争防止に関する規定について、知的財産法典は不正競争の行為を定義し、不正競争行為が行われた場合の権利者の権利及び救済策を提供し、侵害者の責任についても定めている。

イ 食品・医薬品・化粧品法[71]

食品・医薬品・化粧品法は、1963 年 6 月に公布、施行され、1987 年 5 月及び 2009 年 8 月に改正された。この法律において、流通を目的とした FDC の検査、テスト、FDC の製造及び販売に従事する事業者の許認可及び規制等の内容が定められている。また、食品の製品名やラベルに誤解を招く表示が含まれている場合の罰則等の内容も定めている。

ウ 消費者法[72]

消費者法は、1992 年 4 月公布、施行され、2022 年 4 月に改正された。この法律では、消費者保護及び不当な景品や誤解を招く表示を規制する内容が含まれている。

---

[70] 知的財産法典：https://www.officialgazette.gov.ph/1997/06/06/republic-act-no-8293/
参考和訳：https://www.jpo.go.jp/system/laws/gaikoku/document/mokuji/philippines-tizai.pdf
法改正については、次の URL を参照されたい：
https://www.ipophil.gov.ph/reference/laws-issuance-and-treaties/

[71] 食品・医薬品・化粧品法：https://faolex.fao.org/docs/pdf/phi100092.pdf
法改正については、次の URL を参照されたい：
https://www.fao.org/faolex/results/details/en/c/LEX-FAOC100092/

[72] 消費者法：https://www.fao.org/faolex/results/details/en/c/LEX-FAOC175409/
法改正については、次の URL を参照されたい：
https://www.fao.org/faolex/results/details/en/c/LEX-FAOC175409/

(2) 各法制度の比較表

下表は、前節で概説した各法制度について、日本の権利者による利用を想定し、登録コストや救済手段の側面から比較評価した表である。下表に示すとおり、農林水産物・食品の名称等の保護については、まずは商標法に基づく保護が最も有効であると考えられるが、日本で既に地理的表示の登録を受けている場合には、地理的表示の登録を検討しても良いだろう。加えて、フィリピンでは、小規模事業者か大規模事業者かをその資産によって区分し、要する費用が変更になる場合が多いことに留意する必要がある。それぞれの基準については下表の脚注に記載している。外国法人の場合は、申請人/出願人の財務諸表に記載された資産額を基に評価される。ただし、財務諸表は申請/出願に必須ではなく、当局が申請人/出願人の資産分類(小規模事業者・大規模事業者)に疑問を抱いた場合に、提出を求められる。その際、提出する財務諸表は、申請人/出願人の国の独立した公認会計士によって監査され、公証認証を行う必要がある。

なお、各法制度の登録手続や救済手段の詳細については、次節以降で説明する。

表 3-2 各法制度の比較表

	知的財産法典			食品・医薬品・化粧品法	消費者法
	地理的表示関係	商標関係	不正競争防止関係		
日本からの登録の可否	○	○	−	−	−
対象品目	加工又は未加工の農産物や天然物、食品又はアルコール飲料、又は手工芸品若しくは工業製品	商品・役務	−	−	−
適用される審査基準	・GI 規則	・知的財産法典	−	FDA 行政命令	−
登録関連費用	・申請人が小規模事業者で	・出願人が小規模事業者で	−	−	−

	知的財産法典			食品・医薬品・化粧品法	消費者法
	地理的表示関係	商標関係	不正競争防止関係		
	ある場合[73]:基本料金(申請料と公告料が含まれる。):3,000 ペソ ・申請人が大規模事業者である場合[74]:(申請料と公告料が含まれる。):12,000 ペソ ※ 各費用には、さらに法律研究基金(以下「LRF」という。LRF = 1 % * 各費用。)を加算する。LRF の最低金額は 10 ペソ。 ・代理人費用	ある場合[76]:基本料金/1 商標・区分:1,200 ペソ ・出願人が大規模事業者である場合[77]:基本料金/1 商標・区分:2,592 ペソ ・代理人費用:約 35,000 ペソ			

[73] GI 規則第 2 条(t)によれば、小規模事業者とは、地理的表示の登録を申請する、資産が 1,500 万ペソ以下の法人、組織、又は団体を指す。また、フィリピン政府の機関、事務所、局、又は部門、政府所有又は管理の法人も含まれる。

[74] GI 規則第 2 条(a)によれば、大規模事業者とは、地理的表示の登録を申請する、資産が 1,500 万ペソを超える法人、組織、又は団体を指す。

[76] 小規模事業者の出願人とは、資産が 1 億ペソ以下の者を指す。

[77] 大規模事業者の出願人とは、資産が 1 億ペソを超える者を指す。

	知的財産法典			食品・医薬品・化粧品法	消費者法
	地理的表示関係	商標関係	不正競争防止関係		
	[75]:約 35,000 ペソ				
登録の効果	・他人による同一の地理的表示申請を阻止することができ、かつ、他人による登録済みの地理的表示の無断使用を禁止することができる。 ・GI 規則に基づく強化された保護を受けることができ、特に、地理的表示登録者は GI 規則第 4 条に基づき、第三者に対して権利侵害行為の差止めを請求できる。	・商標の登録証明書は、登録の有効性、登録者の商標に対する所有権、及び登録者が証明書に記載された商品やサービスに関連してその商標を独占的に使用する権利の推定的証拠となる。 ・他人による冒認出願を阻止することができる。 ・商標登録者は、無断使用を行った者に対して権利行使できる。	−	−	−
日本から申請	IPOPHL が定	フィリピン以外	−	−	−

[75] 代理人費用はあくまで一般的な目安の費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されため、実際に発生する費用が異なる場合があることに留意されたい。以下同様である。

		知的財産法典			食品・医薬品・化粧品法	消費者法
		地理的表示関係	商標関係	不正競争防止関係		
/出願する場合の留意事項（追加的資料や、審査期間）		める期間に申請対象が登録済み又は保護されている地理的表示を証明する書類を提出する必要がある（GI 規則第 11 条）。	の出願人の場合、出願手続は現地の代理人が行う必要あり。 外国語の場合は翻訳が必要。			
侵害に対する救済手段	民事	あり 裁判所に差止め・損害賠償請求の民事裁判を提起	あり 裁判所に差止め・損害賠償請求の民事裁判を提起	あり 裁判所に差止め・損害賠償請求の民事裁判を提起	−	−
	行政	あり 申請を IPOPHL に提出 ・税関における差し止めは無い	あり ・申請を IPOPHL に提出 ・税関における差止め	あり 申請を IPOPHL に提出	あり 申請を FDA に提出	あり 申請を DTI に提出
	刑事	あり	あり	あり	あり	あり
総合評価		△ GI 制度により、外国の地理的表示もフィリピンで登録可能。本報告書作成時点では、フィリピンで登録された外国の地理的	○ GI 制度と比較して、法規定がより整備されており、GI 制度に不備がある場合、商標法制度を参照する傾向がある。	△ 不正競争が該当する範囲は広範囲に及ぶため、地理的表示や商標権の主張と合わせて主張されることが多い。	○ 規定はあるが、実例に乏しい。	△ 消費者法やその他の商取引法に関する専門知識を持つ機関で

	知的財産法典			食品・医薬品・化粧品法	消費者法
	地理的表示関係	商標関係	不正競争防止関係		
	表示の数が、フィリピン国内のものを上回っている[78]。 しかし、地理的表示制度が比較的新しいものであり、多くの面で規制（例えば、第三者による異議申立て）がまだ十分に整備されていない部分がある。				あるDTIに行政措置を求めることが推奨される。ただし、実例に乏しい。

[78] 本報告書作成時点において、フィリピン国内の登録済みの地理的表示は 1 件のみであり、その他の 5 件は、外国地理表示である。出典：IPOPHL「登録済みの地理的表示リスト」
https://www.ipophil.gov.ph/geographical-indications/registered-geographical-indications/

3.2 GI 制度について

(1) GI 保護に関するフィリピンと他国との国際協定の状況

パリ条約及び TRIPS 協定を除いて、本報告書作成時点において、フィリピンは、他国と GI 保護に関する国際協定を締結したことがない。

(2) 登録の要件、手続、適用される審査基準、費用(一般的な代理人費用を含む。)、期間及び登録による効果※ 国外から申請する場合に留意すべき事項(特に審査において要求される追加的資料や審査期間等)を含む。

ア 登録の要件

(ア) 登録/保護対象

地理的表示の対象となる商品は、加工又は未加工の農産物や宝石や貴石のような天然物、食品又はアルコール飲料、又は手工芸品若しくは工業製品でなければならない。商品の品質、評判及び/又は特性は、仕様書に記載される必要がある(GI 規則第 2(j)条、第 2(p)条)。

(イ) 申請人の要件

フィリピン国内の地理的表示の申請人となることができるのは、以下の者である(GI 規則第 7 条)。

a 生産者(即ち、地理的表示の対象となる商品を加工、製造、製作する任意の者)又は、地理的表示に該当する商品の採取、製造又は加工に直接関与する利害関係者を代表する生産者団体又は協会
b 商品の原産地に関する管轄権を有する政府機関又は地方自治体
c 上記 a に基づいて、地理的表示の規制及び/又は保護を担当することについて、特に任命された団体、協会又は先住文化団体/先住民族

フィリピン以外の地理的表示の申請人の場合:海外の地理的表示に対して申請を希望する非フィリピン人の申請人は、以下の 2 つの規則のいずれかに適合する必要がある。

① GI 規則第 7 条

・ 申請人が、自国民の地理的表示に関して同等の権利と保護をフィリピン国民に提供する法律を持つ外国政府の代表、又は外国政府の代表による委任を受け、地理的表示の規制及び/又は保護を担当する団体、協会又は先住文化コミュニティ/先住民族であること

② GI 規則第 9 条

・ 申請人が、フィリピンも当事国である貿易関連の知的財産権に関する TRIPS 協定又は地理的表示保護に関する他の国際条約又は協定の当事国で設立又は組織された法人であること
・ 申請人が、フィリピン国内又はフィリピンも当事国である地理的表示保護に関する国際条約又は協定の当事国において、実質的かつ有効な産業又は商業の拠点を持つか、住居を有すること

さらに、その海外の申請人がフィリピンに住所を有せず、かつフィリピンにおいて実際に有効な商業拠点を有しない場合、以下の条件を満たさなければならない（GI 規則第 8 条）。

・ 登録官に提出する書面によって、商品の原産する国のフィリピンの在住者、又はその国の大使館、領事館、商工会議所の代表者の氏名と住所を指定し、その人物に申請に関する通知や書類を送達できるようにしなければならない。

（ウ） 地域に関する要件

地理的表示に、地域・地方・場所の名称。例外として、国家の名称も記載することができる（GI 規則第 2(m)条）。

地理的表示には、適用される地域、即ち、商品が生産される特定の地域を明示する必要があり、また、地域と商品の品質、評判又は特性との関連性を説明することが、仕様書に記載されることが求められている（GI 規則第 2(p)条）。

（エ） 名称に関する要件

GI 規則の第 18 条に基づき、以下の名称は地理的表示として登録できない。

a 法律、規制、公序良俗、又は道徳に反するもの
b 自国又は原産国において保護されていない、又は保護が終了した外国の地理的表示
c 商品の特性、性質、品質、原産地、生産プロセス又は使用について、消費者を誤解させるもの
d フィリピンにおける商品名の一般的、共通、又は慣習的名称と完全に同一、又は同様のもので、同じ商品において地理的表示を申請するもの
e 植物品種や動物品種の名称と同一、又は混同を引き起こす可能性があり、商品の真の原産地を誤解させるもの
f 地理的表示の定義[79]に該当しないもの
g フィリピンで既に申請又は登録された地理的表示、又はフィリピンが加盟している条約や国際協定に基づく地理的表示と、同一若しくは混同を引き起こすほど類似している、又はそれを想起させるもので、同じ商品又は密接に関連する商品に関して、混乱を引き起こすおそれがあるもの

[79] GI 規則第 2 条(h)によれば、地理的表示とは、特定の品質、評判、又はその他の特性が地理的起源及び/又は人間の要因に本質的に起因する領土、地域又は地方からのものであることを示す任意の表示を指す。

イ 申請の手続

（ア） 申請時提出書類

申請書には、以下の詳細が含まれるか、又は以下の書類が添付されている必要がある。

a 申請人の名称と住所
b 申請人が法人格を有する国家の名称、又はその法人が法律に基づいて設立され、存続する国家の名称。申請人が居住する国家、又は実質的かつ有効な産業又は商業拠点を有する国家の名称
c 登録を希望する地理的表示の名称
d 地理的表示が適用される商品
e 境界又は限界を含む地理的表示が適用される地理的区域の説明
f 商品の特定の品質、評判又はその他の特性の説明及びそれらの品質、評判又は特性がどのように原産地及び/又は人的要因に本質的に起因するかに関する説明
g 利害関係者又はその運営理事会又は評議会によって適切に策定・採択された仕様書の写し
h 関係政府機関又は同等の独立機関からの証明書:(1)特定の品質、評判又はその他の特性とその起源又は生産地である地理的区域との因果関係を検証するもの、及び(2)仕様書に関する技術情報
i 外国の申請人に対しては、申請の対象が登録又は保護された地理的表示であることを示す、外国政府の権限のある機関又は民間認証機関から発行された証明書

これらを除き、登録官は必要に応じて他の詳細の提出を求めることがある。

（イ） 登録までの手続フロー

地理的表示登録の流れは、下記図のとおりである。

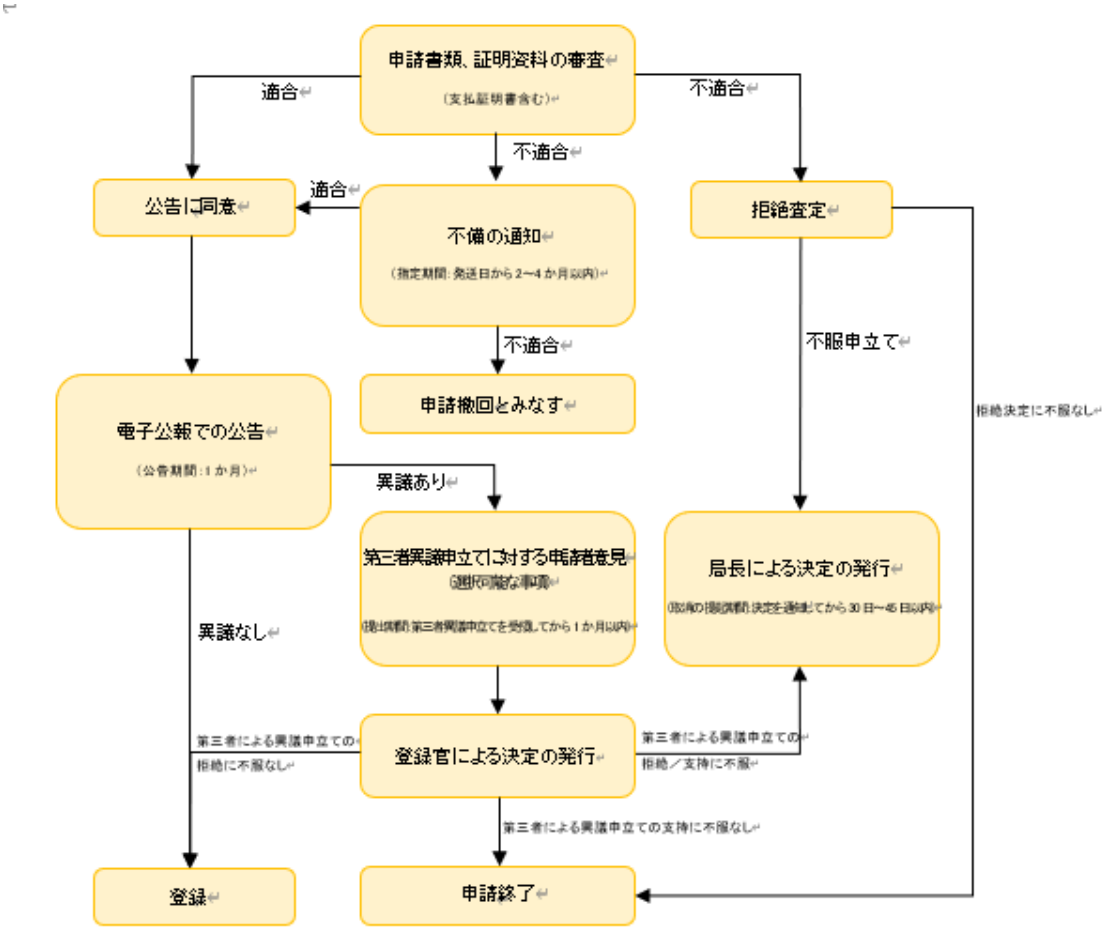


図 3-1　地理的表示登録の流れ

（ウ） 費用と所要期間

a 費用

(a) 官庁費用は、申請人の規模によって異なり、以下のとおりである。

表 3-3 官庁費用料金の一覧表

	小規模事業者	大規模事業者
基本料金（申請料と公告料が含まれる。）	3,000 ペソ	12,000 ペソ
回答提出期限の延長	500 ペソ	1,500 ペソ
拒絶査定不服審判の申立て	5,000 ペソ	15,000 ペソ
登録の公告（第 2 回公告）	1,250 ペソ	2,500 ペソ
登録証の発行	1,000 ペソ	2,500 ペソ

(b) 代理人費用：約 35,000 ペソ

b 所要期間

申請から登録までの所要期間は約 2～6 か月であるが、申請内容に不備がある場合や異議申立てがあった場合、IPOPHL での手続はさらに約 5～12 か月かかる可能性がある（上訴審や最高裁判所での上訴を除く。）。

（エ） 登録による効果

他人による同一の地理的表示申請を阻止することができ、かつ、他人による登録済みの地理的表示の無断使用を禁止することができる（GI 規則第 4 条、第 18 条）。手続等の詳細は後述のとおりである。

（オ） 権利の有効期間

地理的表示の有効期間は、登録が最終的に取り消されない限り、無期限である（GI 規則第 22 条）。

(3) GI 登録後の品質管理に係る、検査、手続、審査基準等

地理的表示が登録された後、第三者又は IPOPHL による品質管理に関する検査は特段行わず、登録された地理的表示には、無期限の保護期間が付与される。ただし、無期限の保護期間は、商品の地理的原産地に変更が生じ、これが商品の品質、評判、又は特性に影響を与える自然的及び人的要因による場合、関係者[80]からの正当な請求に基づき取り消される可能性がある（GI 規則第 24(b)条）。

[80] GI 規則において、「関係者」の定義はなく、対象の GI の登録によって損害を受ける可能性がある者は広く含まれると解される。

(4) GI 名称及びマーク使用要件、使用義務の有無

GI 名称の使用について、GI 規則には、申請済み又は登録された地理的表示の名称の使用に関する要求はない。

GI 制度において、統一された GI マークは設定されておらず、商品に GI マークを必ずしも付けなければならないという規定もない。申請人は、GI マークを含むラベルを自ら決定でき、必要な場合は、申請時に提出する「仕様書」において、そのパターン及び使用ルールを記載し、GI 登録後、その仕様書に基づき使用する必要がある。

(5) 冒認登録への対抗策

上述のとおり、GI 規則は、地理的表示の登録名称に関する要件が定められており、登録名称が既に申請又は登録された地理的表示等と同一、又は類似しており、混乱を引き起こす場合、その申請は拒絶される(GI 規則第 18 条、第 21 条)。さらに、登録された地理的表示が、申請過程において虚偽の記述や文書によって取得された場合、その地理的表示の登録は取り消される(GI 規則第 24 条)。

表 3-4 手続の詳細

項目	第三者異議申立て 第 21 条	登録の取消請求 第 24 条
段階	申請から登録まで	登録後
手続	地理的表示申請に対する第三者異議申立て又は登録の取消請求(該当する場合)は、IPOPHL の地理的表示登録官に提出される。	
法的要求	申請書の提出、証拠の提供、提出及び送達の証明、提出手数料の支払い	
所用期間	約 2～3 年(上訴期間を含まない。)	
官庁費用 ※ 上訴手数料を含まない	・小規模事業者:5,000 ペソ ・大規模事業者:15,000 ペソ	・小規模事業者:5,000 ペソ ・大規模事業者:20,000 ペソ
代理人費用	約 310,000 ペソ	

フィリピンにおいて GI 制度は比較的新しいため、地理的表示に関する制度の解釈や判例がまだ少ない。第三者異議申立てについては、GI の登録によって影響を受ける可能性がある者であれば、誰でも異議を申し立てることができると規定されている(GI 規則第 21 条)。しかし、現在の GI 制度では、どのような場合が「損害」が認められるのか、損害の程度、さらにどのような証拠を提出する必要があるのかが明確ではく、IPOPHL など当局の判断に委ねられているのが実情である。

(6) 侵害に関する行政指導、罰則等の措置内容(手続、効果、費用感)

地理的表示の権利者は、第三者による侵害行為に対して、行政措置、民事裁判、刑事措置の三つの救済手段を講じることができる。その中で、経験上、行政措置は、民事裁判や刑事措置と比べて、費用対効果が高く、比較的迅速である。また、行政機関の判断は、上訴時に裁判所によって通常支持される。そのため、行政措置が推奨される方法と考えられ、以下では、まず行政措置について紹介する。

ア 行政措置

GI 規則第 4 条は、正式に登録された地理的表示を有する者に対し、以下の行為を防止する権利を付与している。

a 商品の名称又は表示において、当該商品が真の産地とは異なる地理的地域に由来することを示唆又は示す手段を使用し、これによって公衆が商品の原産地を誤解させること
b 商品の原産地である地域、地方、又は地理的名称に関して文字どおり真実であっても、それが公衆に対して商品が他の地域を原産地とするかのように誤解させる虚偽表示の使用をすること
c 当該地理的表示が示す場所に由来しない商品に地理的表示を使用すること。商品の真の起源が示されている場合や、地理的表示が翻訳で使用される場合、又は「種類」、「タイプ」、「スタイル」、「模倣」、「方法」、「生産地」等の類似の限定的な表現が伴う場合も含む
d パリ条約第 10 条の 2 の意味において不正競争行為を構成する地理的表示の使用をすること
e 上記に類似又は類するその他の使用をすること

侵害者が上記 GI 規則第 4 条に定められる違法行為を行った場合に、地理的表示の権利者は、GI 規則、知的財産法典その他の関連規定に基づき、行政上の救済を請求することができる。

表 3-5 行政措置の詳細

項目	詳細	
手続	損害賠償額が 200,000 ペソ以上の知的財産権侵害に関する行政措置は、IPOPHL の法務局に提出される。	
法的要求	申請書の提出、証拠の提供、提出及び送達の証明、提出手数料の支払い	
法的責任	罰金及び/又は損害賠償	
所要期間	約 2～3 年 ※ 上訴期間を含まない。	
官庁費用	小規模事業者	大規模事業者
	15,000 ペソ	19,200 ペソ
	※ 上訴手数料を含まない。 ※ 請求額が 500,000 ペソを超える場合、訴状が修正される場合、仮差押や差止命令の請求が伴う場合、又は期間延長等の申立ての提出がある場合には、追加料金が別途かかる。	
代理人費用	450,000 ペソ以上	

イ 民事裁判及び刑事措置

地理的表示の権利者が、民事上又は刑事上の救済を求める場合、知的財産法典はより広範な法的根拠を提供している。特に、虚偽の原産地が誤解等を引き起こすと認定された場合（知的財産法典第 169 条）、権利者は、同法に基づき、民事上の救済及び刑事上の救済を受けることが可能である。

「知的財産法典」

第 169 条 169.1. いかなる者も、商品又はサービス、又は商品の容器に関連して、商業において、語、用語、名称、記号、装置、又はそれらの組み合わせ、若しくは虚偽の原産地表示、虚偽又は誤解を招く事実の説明、若しくは虚偽又は誤解を招く事実の表現を使用し、以下の行為を行った場合には、本法第 156 条及び第 157 条に基づき、損害賠償及び差止請求の対象となる。

a その者が他の者と提携、関係、又は連携していると誤解させる可能性がある場合、又はその者の商品、サービス、若しくは商業活動の起源、後援、承認に関して他者の関与を誤解させる可能性がある場合

b 商業広告又はプロモーションにおいて、自ら又は他者の商品、サービス、又は商業活動の性質、特徴、品質、又は原産地を誤認させる場合

第 170 条 第 155 条、第 168 条、及び第 169 条第 1 項に記載されたいずれかの行為を行った者については、2 年～5 年の懲役及び 5 万ペソ(Php 50,000)～20 万ペソ(Php 200,000)の範囲内の罰金が科されるものとする。

表 3-6 民事裁判と刑事措置の詳細

項目	民事裁判	刑事措置
手続	民事裁判は、管轄の裁判所に訴状と証拠を提出することによって開始される。	・検察庁に直接、告訴状を提出して初期調査手続を行うことで開始される。 ・検察官が合理的な理由があると判断した場合、裁判所に刑事訴訟を提起する。
法的要求	申請書の提出、証拠の提供、提出及び送達の証明、提出手数料の支払い	
法的責任	損害賠償、差止命令	罰金及び/又は懲役
所用期間 ※ 上訴期間を含まない	約 4 年	3～5 年
官庁費用	請求額、事件がメトロマニラ内外で提起されるか否か、仮の救済措置が伴うか否か等の条件に依存する。	
代理人費用	570,000 ペソ以上	570,000 ペソ以上

(7) 地理的表示の保護水準(TRIPS 協定第 22 条及び第 23 条との比較を含む。)

TRIPS 協定第 22 条及び第 23 条に基づく規定の大部分は、フィリピンの GI 規則に採用されており、これらは基本的に整合している。さらに、GI 規則が TRIPS 協定に基づくワイン及び蒸留酒に与える追加的保護を、全ての地理的表示の対象商品に適用している。このため、GI 規則による保護は、TRIPS 協定に基づく保護レベルよりも強化されていると考えられる。

表 3-7 TRIPS 協定と GI 規則の対照表

整合性	項目	TRIPS 協定条項	GI 規則条項
TRIPS 第 22 条との整合性	地理的表示の基本定義	第 22(1)条	第 2(h)条
	地理的表示登録者の無断使用に対する権利	第 22(2)(a)条 第 22(4)条	第 4(a)条 第 4(b)条
	地理的表示に関する不正競争に対する権利	第 22(2)(b)条	第 4(d)条
	地理的表示の拒絶理由	第 22(2)(3)条	第 18(c)条
TRIPS 第 23 条との整合性	地理的表示登録者の無許可使用に対する権利	第 23(1)条	第 4(c)条
	同名の地理的表示	第 23(3)条	第 16 条 第 17 条
TRIPS に沿ったその他の規定	使用防止に対する例外	第 24(4)条 第 24(5)条	第 27(a)条 第 27(b)条
	地理的表示に対する慣用名称の言及	第 24(6)条	第 18(d)条 第 24(e)条
	原産国で保護されていない、又は保護が終了した地理的表示	第 24(9)条	第 18(b)条

(8) 普及状況、普及活動等

登録された GI については、IPOPHL の公式サイトで確認できる。2025 年 2 月時点では、以下の 6 件が登録されている[81]。

表 3-8 GI 登録リスト

	名称	登録日	産品	地域
1	GUIMARAS MANGOES	2023-05-13	マンゴー	フィリピン
2	COGNAC or EAU-DE-VIE DE COGNAC or EAU-DE-VIE DES CHARENTES	2023-10-29	ワイン、蒸留酒	フランス
3	SCOTCH WHISKY	2024-01-12	蒸留酒	イギリス
4	PARMIGIANO REGGIANO	2024-01-06	食品	イタリア
5	PROSECCO	2024-02-15	ワイン等	イタリア
6	COTES DE PROVENCE	2024-04-09	ワイン	フランス

GI 規則が 2022 年に発表されたため、地理的表示制度に関する情報は、商標、著作権、特許等の他の知的財産分野に比べて、あまり多くない。それにもかかわらず、GI 規則の実施を含め、地理的表示制度の認知を高めるための取り組みを強化しており、最近のプレスリリースにもその活動が見られる。地理的表示関係のニュースの例は以下のとおりである。

[81] https://www.ipophil.gov.ph/geographical-indications/registered-geographical-indications/

表 3-9 地理的表示関係のニュース

日付	出典	タイトル	URL
2023 年 6 月 5 日	IPOPHL	地理的表示は文化と先住民族の伝統を守るための保護手段	https://ipophil.gov.ph/news/geographical-indications-as-safeguards-for-culture-and-indigenous-traditions/
2023 年 6 月 1 日	IPOPHL	ギマラスマンゴーをフィリピン初の地理的表示として登録、侵害対策のための立法改革を目指す	https://www.ipophil.gov.ph/news/ipophl-oks-guimaras-mangoes-as-phs-first-gi-targets-legislative-reforms-against-infringement/
2023 年 5 月 18 日	IPOPHL	IP Key SEA と第二回フィリピン地理的表示フォーラムを共同開催	https://www.ipophil.gov.ph/news/ipophl-ip-key-sea-team-up-for-2nd-philippine-geographical-indications-forum/
–	IPOPHL	フィリピンにおける地理的表示登録の概要ウェブページ	https://ipophil.gov.ph/geographical-indications-registration/

3.3 商標制度について

(1) 登録の要件、手続、適用される審査基準、費用(一般的な代理人費用を含む。)、期間及び登録による効果※ 国外から出願する場合に留意すべき事項(特に審査において要求される追加的資料や審査期間等)を含める。

ア 登録の要件

(ア) 品質等、保護対象品の性質に関する要件

フィリピンの法律上、商標は、企業の商品の又はサービスを区別する可視的な標章であると定義されている。団体商標は、登録された所有者の管理下で、異なる企業が共通の特性を持つ商品を識別するために使用する標章である。証明商標は、地域又はその他の原産地、素材、製造方法、品質、正確性、又は他の特性を証明するための標章である。これにより、商品やサービスがグループや団体のメンバーによって行われたことが示される(知的財産法典第 121.1～121.2 条、2023 年商標規則第 101(c)条)。

そのため、品質や性質等特定の特性が求められる商品を商標法で保護したい場合、その商品において団体商標又は証明商標として登録することが検討できる。そこで、以下では、普通商標に加えて、団体商標と証明商標についても解説する。

(イ) 出願人の要件

出願人は、自然人又は法人のいずれかである。フィリピン以外の出願人の場合、出願手続は現地の代理人に依頼しなければならない(2023 年商標規則第 302、第 303 条)。さらに、出願人が優先権を主張する場合、申請書には次の事項の記載は必須であり、かつ、最初の外国出願の提出日から 6 か月以内に行わなければならない(2023 年商標規則第 400(1)(f)条、第 203 条)。

i 基礎出願が提出された国家の特許庁の名称、又は特許庁以外の機関に提出された場合は、その機関の名称
ii 基礎出願の出願日
iii (可能な場合)基礎出願の出願番号

イ 出願手続

（ア） 出願時提出書類

表 3-10 商標登録出願書類の対照表

普通商標	団体商標	証明商標
・記入済みの出願書（オンライン） ・委任状（該当する場合） ・商標の写し ・商標の音、文字等が外国語の場合の音写又は翻訳	・出願書において出願される商標が団体商標であることの指定 ・団体商標の使用を規定する合意書の写し（ある場合） ・普通商標に必要な書類	・出願書において出願される商標が証明商標であることの指定 ・証明商標の使用を規定する認証者によって定められた基準の写し ・普通商標に必要な書類

（イ） 登録までの手続フロー、所要期間費用

表 3-11 登録手続の一覧表

	手続	費用		所要期間
		小規模事業者	大規模事業者	
①	商標/団体商標の出願	1,200 ペソ	2,592 ペソ	商標の種類を問わず、IPOPHL による審査官通知が発行されず、又は第三者による異議申立て（公告の期間は 30 日）もない場合、登録までの所用期間は、約 10～12 か月を要する。
②	形式審査、実態審査[82]	–	–	
③	公告に対する異議申立て	900 ペソ	960 ペソ	
④	商標登録証明書の発行	570 ペソ	1,200 ペソ	
⑤	登録された商標の公告	900 ペソ	960 ペソ	

[82] 関連する商標規則に基づく形式的及び実質的要件に加えて、IPOPHL は商標出願の審査において、ASEAN 商標実態審査共通ガイドラインも参照する。ASEAN 商標実態審査共通ガイドライン（ASEAN Common Guidelines for Substantial Examination of Trademarks）は、東南アジア諸国連合（ASEAN）が制定した商標の実態審査に関するガイドラインである。このガイドラインは、商標審査において ASEAN 加盟国間での一貫性と透明性を保つことを目的としており、各国の知的財産庁が商標出願の実態審査を行う際の統一基準として提供されている。

また、登録に関する他の費用は、以下の費用一覧を参照されたい。

表 3-12 登録にかかる費用の一覧表

項目	小規模事業者	大規模事業者
条約優先権の主張	900 ペソ	1,800 ペソ
色の主張、識別性の主張	280 ペソ	600 ペソ
優先審査の請求	2,990 ペソ	6,240 ペソ
回答提出期限の延長	340 ペソ	720 ペソ
分割出願	280 ペソ	600 ペソ
修正手数料	400 ペソ	840 ペソ
拒絶査定不服審判の申立て	1,800 ペソ	1,800 ペソ
追加区分	1,200 ペソ	2,592 ペソ
記録手数料(譲渡の記録、名称/住所の変更、合併のため)	400 ペソ	960 ペソ
修正手数料(IPOPHL の過失によらない場合)	570 ペソ	1,200 ペソ
自発的放棄	280 ペソ	600 ペソ
登録の分割	570 ペソ	1,200 ペソ

代理人費用:約 35,000 ペソ

ウ 登録による効果

商標登録後、登録者が取得する商標登録証明書は、商標登録の有効性、登録者の所有権、及び証明書に記載された商品やサービスに対する商標の独占使用権を示す推定的な証拠となる。そのため、商標登録者は、他人による同一又は類似する商標の出願を阻止することができ、かつ、無断で商標を使用する第三者に対し、侵害訴訟を提起することができる。

エ 権利の有効期間

権利の存続期間は、登録日から 10 年間であるが、10 年ごとに何度でも更新可能である。

(2) 使用要件、使用義務

商標登録者は、使用の証明のために、IPOPHL が提供する形式[83]にしたがって、IPOPHL に商標の使用状況を提出する必要がある。登録者が期限内に使用状況の説明を提出しない場合、その登録商標は、自動的に商標登録簿から削除される。また、IPOPHL の商標データベースには、使用状況の説明が未提出のために商標は削除された旨、表示される。

表 3-13 使用状況の説明とその提出期間の一覧表

使用状況	提出期間
3 年の使用説明	出願日から 3 年以内(6 か月の延長が認められる場合がある。)
5 年の使用説明	登録 5 年の満期日から 1 年以内
3 年使用説明の更新	更新日から1年以内
5 年使用説明の更新	各更新の 5 年満期日から 1 年以内

上記のフォームを IPOPHL に提出する際には、以下の証明資料も併せて提供しなければならない(2023 年商標規則第 210 条)。

a フィリピンにおいて、商品が販売されている、又はサービスが提供されていることが明確に示されているウェブサイトのページをダウンロードしたもの
b 次の事項が写っている写真(普通紙に印刷されたデジタル写真を含む。)
  i 商品に実際に使用されている商標が記載されたラベルや包装
  ii 商品の容器に押印又は表示された商標
  iii 商標が掲示されている施設内の標識や看板
c 商品の販売又はサービスの提供における商標の実際の使用を示すパンフレットや広告資料
d フィリピンにおいて、商品の販売又はサービスの提供に関する領収書や請求書、又はその他の類似の使用証明資料で、商品が市場に出されていることやサービスが提供されていることを示すもの
e 商標の使用を示す契約書の写し
f 商標局局長が認めるその他の類似の証拠資料

---

[83] IPOPHL:参考フォーム
https://drive.google.com/file/d/1IVF-3-l6zkjHGQiPLA6ng8umnemBMEpq/view

一方で、商標不使用について、商標登録者が以下の状況に該当する場合に、IPOPHL によって不使用が正当と認められる可能性がある(2023 年商標規則第 211 条)。この場合、商標登録者は、提出期間において、IPOPHL に対して理由と事実を説明し、適切な証拠を提出する必要がある。

表 3-14 不使用状況の説明とその提出期間の一覧表

不使用状況	提出期間
a 出願人又は登録者が、他の政府機関によって商品を市場に出す前やサービス提供前に課された要件のため、商標を商業的に使用することが禁止されている場合 b 法務局、裁判所、又は競争委員会などの準司法機関[84]によって、商標の使用を禁止する差止命令や仮処分が出された場合 c 商標が異議申立てや取消審判の対象である場合、又は審理が未決の場合 なお、2023 年商標規則第 211 条により、「資金不足」は、不使用の正当な理由とは認められないことも留意する必要がある。	・出願日から 3 年以内(6 か月の延長が認められる場合がある。) ・出願又は登録された商標の使用が係属中の訴訟により中断又は停止された場合、2023 年商標規則第 204 条に定める指定期間内に提出する。

(3) GI 制度と商標制度の関係(先行する同一又は類似の商標が存在する場合の GI 登録の審査に与える影響、併存する場合のそれぞれの権利範囲等)

GI 規則では、GI 規則を実施するために取られた措置が、商標の登録資格、効力、又は使用権に影響を与えないことを明確に定めている。具体的には、GI 規則の効力発生日以前又は地理的表示がその原産国で保護される前(GI 規則第 18 条)に、その商標が善意で出願・登録された場合又は善意の使用によって権利を取得した場合、その商標が地理的表示と同一又は類似していても、商標の登録資格、効力又は使用権を否認されることはない。

また、商標が先に登録された場合、GI 規則はその商標の存在が地理的表示の登録を拒否する理由として特に規定していない。さらに、GI 規則が施行されて以来、先に登録された商標の存在を理由として地理的表示の登録を禁止した行政決定や判決もない。

---

[84] 準司法機関(quasi judicial body)とは、フィリピンにおいて、法的根拠がある場合にのみ、特定の紛争において裁定権を行使することができる行政機関を指す。

一方で、地理的表示の登録後に対象地理的表示と同一又は類似の商標が出願された場合、商品の原産地に関して、公衆を誤解させるおそれがある場合、その商標は登録できないという規定（2023 年商標規則第 102(g)条）があることから、登録されない可能性がある。

以上からすると、同一又は類似する地理的表示と商標が共存することは可能であり、そのため、それぞれの権利者はお互いに影響を与えることなく、自己の権利を行使できる場合がある。

(4) 商標権者とGIの登録生産者団体との間で争いが生じた事例

インド地理的表示とフィリピン商標に関する紛争について以下のとおり紹介する。加えて、フランス地理的表示とフィリピン商標に関する紛争もあるが、この事例については下記 3.5 で紹介する。

■案件の情報

申 立 人 : The Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority

被申立人:Windred Tan

主管機関:IPOPHL

決定日:2019 年 12 月 20 日

事件番号:IPO 決定第 2019-375 号

■事案の概要

申立人は、インドで「BASMATI」の地理的表示を登録しており、その地理的表示の対象産品は米である。申立人は、フィリピンでの「BASIMATSI」という商標の出願に異議申立てを行った。この商標は、国際分類第 30 類の調味料を指定商品としていた。

「BASMATI」登録された地理的表示

「BASIMATSI」出願中の商標

■判旨

IPOPHL の法務局は、TRIPS 協定に基づく地理的表示の保護と、知的財産法典第 123.1 条(g)及び(j)(これらの条項は、商品の原産地について誤解を招く商標や、商品の種類、品質、原産地等を示すためにのみ使用される表示の登録を禁止している。)の適用を検討した。ただし、最終的に、法務局は、被申立人の出願した「BASIMATSI」が申立人の GI「BASMATI」と混同されることはないと判断し、さらに当該商標と地理的表示が対象とする商品が異なることも考慮し、「BASIMATSI」商標の登録を認めた。

(5) 冒認登録への対抗策

知的財産法典は、冒認登録に対抗するための 3 つの手段を提供している。すなわち、第三者による異議申立て（商標登録前）、登録商標の無効審判（商標登録後）、及び不使用取消しである。

ア 第三者による異議申立て

知的財産法典では、悪意のある商標の登録及び使用を抑止することを目的として、商標登録前の第三者による異議申立てを可能にしている。悪意の定義とは、他人が既に商標を創作、使用又は登録していることを知っていることを指す。IPOPHL の法務局は、第三者による異議申立てによって悪意のある商標の出願を拒絶することができる（知的財産法典第 10 条）。

（ア） 手続

主として以下の流れになる。

① 申立人による申立書の提出
② 法務局による申立書に対する審査
③ 被申立人による答弁書の提出
④ 法務局による双方の資料と証拠の審査
⑤ 法務局による決定

（イ） 書類要件

IPOPHL のホームページに掲載されているガイドラインによると、第三者による異議申立ては、以下の書類要件を満たす必要がある。

a 書面で署名された異議申立ての原本を提出し、被申立人又はその代理人/代表者への送達証明書を添付すること
b これまでに同じ問題に関する訴訟や請求を裁判所などに提起しておらず、また、自身の知る限り、そのような訴訟や請求が係属していないことを宣誓した証明書を添付すること
c 異議を支持する証拠及びその他の関連文書を添付すること

（ウ） 費用

官庁費用は、小規模事業者と大規模事業者によって異なる。

表 3-15 第三者による異議申立てに関する費用の一覧

項目		小規模事業者	大規模事業者
官庁費用	申立手数料	10,000 ペソ+1%LRF	14,600 ペソ+1%LRF
	異議申立期限の延長	800 ペソ+1%LRF	1,700 ペソ+1%LRF
代理人費用		約 310,000 ペソ	

イ 登録商標の無効審判

以下の条件が満たされた場合、商標の登録によって自己が損害を受ける、又は受ける可能性があると考える者は、IPOPHL の法務局に商標登録の無効審判を申し立てることができる（知的財産法典第 10 条、第 151 条）。

a 当該商標の登録日から 5 年以内
b 登録商標が、以下のいずれかの状況に該当する場合
- 商標が商品やサービス（又はその一部）の一般名称となった場合
- 商標が放棄された場合
- 商標の登録が詐欺によって取得又は知的財産法典の規定に反する方法で取得された場合
- 商標が登録者又は登録者の許可のもとで使用されているかのように、商品やサービスの出所を誤認させるような使用がされている場合

（ア） 手続

主として以下の流れになる。

① 申立人による申立書の提出
② 法務局による申立書に対する審査
③ 被申立人による答弁書の提出
④ 法務局による双方の資料と証拠の審査
⑤ 法務局による決定

（イ） 書類要件

IPOPHL のホームページに掲載されているガイドラインによると、無効審判の申立ては、以下の書類要件を満たす必要がある。

a 書面で署名された無効審判申立ての原本を提出し、被申立人又はその代理人/代表者への送達証明書を添付すること
b これまでに同じ問題に関する訴訟や請求を裁判所などに提起しておらず、また、自身の知る限り、そのような訴訟や請求が係属していないことを宣誓した証明書を添付すること
c 無効審判の要件を満たす証拠及びその他の関連文書を添付すること

（ウ） 費用

官庁費用は、小規模事業者と大規模事業者によって異なる。

表 3-16 無効審判の申立てに関する費用の一覧

項目		小規模事業者	大規模事業者
官庁費用	申立手数料	10,000 ペソ+1%LRF	14,600 ペソ+1%LRF
代理人費用		450,000 ペソ以上	

ウ 不使用取消し

冒認登録商標が連続して 3 年間使用されていない場合であり、かつ、当該登録商標によって自己が損害を受ける、又は受ける可能性があると考える者は、IPOPHL の法務局に商標登録の取消しを提出することができる（知的財産法典第 10 条、第 151 条）。

（ア） 手続

主として以下の流れになる。

① 申立人による申立書の提出
② 法務局による申立書に対する審査
③ 被申立人による答弁書の提出
④ 法務局による双方の資料と証拠の審査
⑤ 法務局による決定

（イ） 書類要件

IPOPHL のホームページに掲載されているガイドラインによると、不使用取消しの申立ては、以下の書類要件を満たす必要がある。

a 書面で署名された無効審判申立ての原本を提出し、被申立人又はその代理人/代表者への送達証明書を添付すること
b これまでに同じ問題に関する訴訟や請求を裁判所などに提起しておらず、また、自身の知る限り、そのような訴訟や請求が係属していないことを宣誓した証明書を添付すること
c 不使用取消しを支持する証拠及びその他の関連文書を添付すること

（ウ） 費用

官庁費用は、小規模事業者と大規模事業者によって異なる。

表 3-17 不使用取消しの申立てに関する費用の一覧

項目		小規模事業者	大規模事業者
官庁費用	申立手数料	10,000 ペソ+1%LRF	14,600 ペソ+1%LRF
代理人費用		約 20,000 ペソ	

(6) 侵害に関する行政指導、罰則等の措置内容(手続、効果、費用感)

侵害者が登録商標の権利者の許可を得ずに、以下の侵害行為を行った場合(知的財産法典第 155 条)、知的財産権法典は権利者に対し、自らの権利を保護するために行政措置、民事裁判、刑事措置の三つの救済手段を付与する。

155.1. 使用することによって混同を生じさせ、錯誤を生じさせ若しくは欺罔させるおそれがある商品又はサービスの販売、販売の申立て・配布・宣伝その他販売を行うために必要な準備段階に関連して、登録商標の複製・模造・模倣若しくは紛らわしい模倣若しくは同一の容器又はそれらの主要な特徴を商業上使用すること。
155.2. 登録商標又はその主要な特徴を複製、模倣、又は混同を引き起こすおそれがある模倣を行い、その複製、模倣、又は混同を引き起こすおそれがある模倣を、商品又はサービスの販売、販売の提供、配布、広告に関連して商業的に使用するために、ラベル、標章、印刷物、パッケージ、包装紙、容器、又は広告に適用すること。

商標権利者がどのような救済措置を選択する場合でも、救済を申請する際には、受理されるために、(1)当事者の詳細情報、(2)事実及び法律に基づく根拠、(3)証拠、及び(4)求める救済措置等の情報を管轄機関に提出しなければならない。

経験上、行政措置は、民事裁判や刑事措置と比べて、費用対効果が高く、迅速であるため、もっとも有効な手段と考えられる。以下では、まず、行政措置について紹介する。

ア 行政措置

(ア)知的財産法典による行政措置

侵害行為が発見され、かつ損害賠償額が 20 万ペソ(Php 200,000)以上の場合は、IPOPHL の法務局に申請ができる。もし侵害行為が確認された場合、法務局の局長は、以下の行政命令を発行することができる(知的財産法典第 10 条)。

i 停止命令を発行し、被告が停止すべき行為を特定し、命令で定められた合理的な期間内に遵守報告を提出するよう求めること
ii 被告の自発的な遵守又は行為の中止の誓約を受け入れること。このような自発的な誓約には以下の一つ以上が含まれる必要がある。(1) 違反した知的財産法の条項を遵守する誓約、(2) 正式調査の対象となった不法及び不公正な行為を行わない誓約、(3) 市場に流通している欠陥商品を回収、交換、修理又は代金の返金を行う誓約、(4) 法務局にお

ける訴訟にかかる費用及び費用を原告に補償する誓約

iii 犯罪の対象となった製品の没収又は押収。押収された商品は、法務局長が定める指針に基づき、適切と判断される方法（販売、被災した地方自治体又は慈善・救援機関への寄付、輸出、他の製品へのリサイクル等、又はこれらの組み合わせ）で破棄される。

iv 犯罪に使用された装置及び全ての動産及び不動産の没収

v 法務局長が妥当と判断する金額での行政罰を科す。ただし、罰金額は 5 千ペソ(Php 5,000)以上 15 万ペソ(Php 150,000)以下とする。さらに、継続違反がある場合、1 日あたり最大 1 千ペソ(Php 1,000)の追加罰金が科される。

vi IPOPHL から発行された許可証、認可、権限、又は登録の取消し、又はその有効性の一時停止（期間は法務局長が合理的と判断するもので、最長 1 年）

vii 被告が IPOPHL に申請している許可証、認可、権限、又は登録の発行保留

viii 損害賠償の評価

ix 戒告

x その他類似の罰則又は制裁

所要期間：約 2～3 年（上訴を含まない。）

参考費用は以下のとおりである。

表 3-18 行政措置にかかる費用の一覧表

項目	小規模事業者	大規模事業者
官庁費用	15,000 ペソ	19,200 ペソ
	※請求額が 500,000 ペソを超える場合、訴状が修正される場合、仮差押や差止命令の請求が伴う場合、又は期間延長等の申立ての提出がある場合には、追加料金が別途かかる。	
代理人費用	450,000 ペソ以上	

（イ） 税関制度による行政措置

加えて、フィリピンでは、商標について登録することで税関での輸入差止めを行うことができる。フィリピン税関局(Bureau of Customs)は、商標権を含む知的財産権の登録制度を導入しており、侵害品の輸入があった場合、権利者（予め税関に登録する必要がある。）に通知し、権利侵害と確認された場合、その侵害品を押収する（税関行政命令 06-2002[85]第 2.B 条、第 2.C 条、税関近代化及び関税法[86]第 118(f)条、第 216 条）。商標権の登録は、登録日から 2 年間有効であり、その後は 2 年ごとに更新が可能である（税関行政命令 06-2002 第 2.C.1.3 条）。

税関差止めについての対応手続、費用と所要期間は、以下のとおりである。

① 権利者は税関長へ申請書を提出する
② 受理後、税関長は、税関の法務局に対して、①の申請書に記載される情報及び商標権証書を帳簿への登録を指示する
③ 登録完了後、税関長は、全ての税関徴収官、税関検査官/鑑定官及び法務局の審理官に対し、監視及び執行を指示する

官庁費用：2,000 ペソ/件
代理人費用：数万ペソ

所用期間：約 2 週間

[85] 税関行政命令 06-2002：https://customs.gov.ph/wp-content/uploads/2023/01/CAO-6-2002.pdf
[86] 税関近代化及び関税法 https://elibrary.judiciary.gov.ph/thebookshelf/showdocs/2/68014

イ 民事裁判

登録商標の権利者は、裁判所を通じて、自身の権利を侵害した者に、損害賠償を請求することができる。裁判所が侵害行為を認定した場合、差止命令の発令や、侵害品の破棄、損害賠償額の増額等の命令が下されることがある(知的財産法典第 156 条、第 157 条)。

所要期間:約 4 年(上訴を含まない。)

参考費用は以下のとおりである。

表 3-19 民事裁判にかかる費用の一覧表

項目	内容
官庁費用	請求額、事件がメトロマニラ内外で提起されるか否か、仮の救済措置が伴うか否か等の条件に依存する。
代理人費用	570,000 ペソ以上

ウ 刑事措置

第 155 条で規定されている侵害行為には、刑事罰が科される。刑事罰の内容には、2 年～5 年の懲役、及び 5 万ペソ(Php 50,000)～20 万ペソ(Php 200,000)の罰金が含まれる(知的財産法典第 170 条)。これらは告訴を要しない非親告罪である。

所要期間:約 3～5 年(上訴を含まない。)

参考費用は以下のとおりである。

表 3-20 刑事措置にかかる費用の一覧表

項目	内容
官庁費用	請求額、事件がメトロマニラ内外で提起されるか否か、仮の救済措置が伴うか否か等の条件に依存する。
代理人費用	570,000 ペソ以上

(7) 普及状況、普及活動

IPOPHL は、食品及び農産物に関連する商標の普及活動を積極的に展開している。2023 年商標規則等の規則の発布により、知的財産保護の環境が整備され、IPOPHL は、零細企業、小規模事業者、中規模事業者(この 3 種類の事業者は、「MSME」と呼ばれる[87]。)が商標登録をより利用しやすくするため、商標登録料の削減や、商標手続のオンライン化を進めている。また、他の政府機関も、地元産の食品及び農産物に関する模倣対策や商標に関する広報活動も行っている[88]。

3.4 原産地を誤認させるような表示等への対策

(1) 制度の概要(不正競争防止法、独占禁止法、食品表示法、消費者保護法、不当景品類及び不当表示防止法等の模倣品対策に適用可能な法律、法令、規則)

フィリピンでは、原産地誤認の規制に関して、知的財産法典の不正競争防止制度、食品・医薬品・化粧品法、消費者法が適用されている。

以下では、原産地誤認の規制に関わる主な法律として、知的財産法典の不正競争防止制度、食品・医薬品・化粧品法及び消費者法を紹介する。

ア 知的財産法典の不正競争防止制度

以下のような混同を招く行為や虚偽の宣伝が行われた場合、これらは不正競争とみなされる(知的財産法典第 168 条)。

a 自身の商品を販売する際に、その商品自体や包装、又は包装に付された装飾や文字、又はその他の外観上の特徴が他の製造業者又は販売業者の商品と似た外観を持たせ、購入者に対してその商品が実際の製造業者や販売業者とは異なる製造業者や販売業者のものであると誤認させる可能性がある場合、又はそのような外観を与えて公衆を欺き、他

---

[87] 出典:IPOPHL「Juana による商標の確立」(日付未記載)
https://www.ipophil.gov.ph/juana-make-a-mark-trademark-assistance-program/

[88] 出典:フィリピンの農業、水産業、天然資源分野の研究開発委員会(Philippine Council for Agriculture, Aquatic and Natural Resources Research and Development)「ロス・バニョスの『LB ベジームーブ』が商標登録を獲得」(2024 年 4 月 19 日)
https://www.pcaarrd.dost.gov.ph/index.php/quick-information-dispatch-qid-articles/los-banos-lb-veggie-move-secures-trademark-approval

者の正当な商売を不当に妨害する目的で販売される場合、又はそのような目的でその商品を販売する後続の販売業者や販売業者の代理人も含まれる。

b いかなる策略や手段を用いて、又は他の方法を用いて、あたかもその者が公衆に広く認知された他者のサービスを提供していると誤認させる目的で行われる場合

もし侵害行為が不正競争行為を構成することが認定された場合、権利者は、民事裁判、行政措置、刑事措置の三つの救済手段を選択することができる。

イ 食品・医薬品・化粧品法

食品・医薬品・化粧品法は、ラベルに関する権利の根拠を区別している。もしラベルに誤記載などがあり、それが商標法や著作権法によって保護される場合、権利者はこれらの法律に基づいて権利を行使することができる。それ以外のラベルの誤記載等が食品に関連している場合、関連する権利者は食品・医薬品・化粧品法を通じて権利を守ることができる。

食品・医薬品・化粧品法に関する第 2014-0030 号行政命令（以下「第 2014-0030 号行政命令」という。）に従い、地名を食品のブランド名として使用することができる（第 2014-0030 号行政命令第 7.O.(2)条）。もし地名をブランド名の使用が、かかる行政命令に適合せず、誤認を招いた場合、食品の販売や製造に関する責任者は食品・医薬品・化粧品法及び関連規則によって罰則を受ける可能性がある。

ウ 消費者法

消費者法は、消費者を詐欺的、不公正、不当な販売行為や取引から守ることを目的としている。このため、様々な消費財に関するラベルや包装のガイドライン、広告や販売促進活動についての規則が定められている。以下のとおり、下記の行為は消費者を欺く行為とみなされ、消費者法によって規制される（消費者法第 50 条、第 76～77 条、第 85 条）。

- 実際には存在しない特性や成分等を消費財やサービスに示すこと
- 実際とは異なる基準、品質等を消費財やサービスに示すこと
- 実際に存在しない許諾等を消費財やサービスに示すこと
- 正しくない登録商標、商品名、ブランド名等をラベルや包装に印刷すること
- 食品のラベルや広告が虚偽又は誤解を招くこと
- 消費財やサービスの購入を誘導する虚偽・誤解を招く広告の配信をすること

これらの侵害行為について、消費者法は罰則も設けている。

(2) 違反時の措置(手続、効果、費用感)

ア 知的財産法典の不正競争防止制度に基づく対策

権利者は、民事裁判、行政措置、刑事措置の三つの救済手段を選択することができる。その手続、所要期間、費用、救済による効果について、以下の一覧を参照されたい。

表 3-21 知的財産法典の不正競争防止制度に基づく各救済手段の対照表

<table>
<tr><th>項目</th><th>行政措置</th><th>民事裁判</th><th>刑事措置</th></tr>
<tr><td>手続</td><td>損害賠償額が200,000ペソ以上の場合は、IPOPHLの法務局に申請</td><td>管轄の裁判所に訴状と証拠を提出することで開始</td><td>・検察庁に直接、告訴状を提出して初期調査手続を行うことで開始
・検察官が合理的な理由があると判断した場合、裁判所に提訴</td></tr>
<tr><td>救済による効果</td><td>・罰金
・損害賠償
・差止命令
・破壊
・押収</td><td>・損害賠償
・差止命令
・破壊
・押収</td><td>・罰金
・懲役
・差止命令
・破壊
・押収</td></tr>
<tr><td>所要期間</td><td>約2～3年
(上訴を含まない。)</td><td>約4年
(上訴を含まない。)</td><td>約3～5年
(上訴を含まない。)</td></tr>
<tr><td>官庁費用</td><td>小規模事業者 / 大規模事業者
15,000ペソ / 19,200ペソ
※請求額が500,000ペソを超える場合、訴状が修正される場合、仮差押や差止命令の請求が伴う場合、又は期間延長等の申立ての提出がある場合には、追加料金が別途かかる。</td><td colspan="2">請求額、事件がメトロマニラ内外で提起されるか否か、仮の救済措置が伴うか否か等の条件に依存する。</td></tr>
<tr><td>代理人費用</td><td>450,000ペソ以上</td><td>570,000ペソ以上</td><td>570,000ペソ以上</td></tr>
</table>

イ 食品・医薬品・化粧品法に基づく対策

権利者は、民事裁判、行政措置、刑事措置の三つの救済手段を選択することができる。その手続、所要期間、費用、救済による効果について、以下の一覧を参照されたい。

表 3-22 食品・医薬品・化粧品法に基づく各救済手段の対照表

項目	行政措置	民事裁判	刑事措置
手続	FDA に提出	管轄の裁判所に訴状と証拠を提出することで開始	・検察庁に直接訴状を提出して初期調査手続を行うことで開始 ・検察官が合理的な理由があると判断した場合、裁判所に提訴
救済による効果	・罰金 ・差止命令 ・破壊 ・押収 ・営業許可証の取消し ・営業場所の閉鎖	・損害賠償 ・差止命令	・罰金 ・懲役 ・差止命令
所要期間	約 2～3 年 （上訴を含まない。）	約 4 年 （上訴を含まない。）	約 3～5 年 （上訴を含まない。）
官庁費用	－ ※行政措置の申立ては公証人等の前で確認する必要があるため、一定程度の公証料が発生する。	請求額、事件がメトロマニラ内外で提起されるか否か、仮の救済措置が伴うか否か等の条件に依存する。	
代理人費用	450,000 ペソ以上	570,000 ペソ以上	570,000 ペソ以上

ウ 消費者法に基づく対策

権利者は、消費者の立場から、民事裁判、行政措置、刑事措置の三つの救済手段を選択することができる[89]。その手続、所要期間、費用、救済による効果について、以下の一覧を参照されたい。

表 3-23 消費者法に基づく各救済手段の対照表

項目	行政措置		民事裁判	刑事措置
手続	DTI に提出		管轄の裁判所に訴状と証拠を提出することで開始	・検察庁に直接、告訴状を提出して初期調査手続を行うことで開始 ・検察官が合理的な理由があると判断した場合、裁判所に提起
救済による効果	・罰金 ・損害賠償 ・差止命令 ・没収 ・差押え ・損害賠償なしの契約の復元又は解除		・損害賠償 ・差止命令	・罰金 ・懲役 ・差止命令
所要期間	約 2～3 年 （上訴を含まない。）		約 4 年 （上訴を含まない。）	約 3～5 年 （上訴を含まない。）
官庁費用	小規模事業者	大規模事業者	-	
	15,000 ペソ	19,200 ペソ		

[89] 消費者法における救済手段は、主に消費者の権利が侵害された場合に取れる保護措置を指す。地理的表示の権利者や商標登録者は、通常、消費者法を直接適用して権利を主張することができない。ただし、これらの主体は、消費者としての立場で苦情を申し立てることは可能である。

項目	行政措置	民事裁判	刑事措置
	※請求額が 500,000 ペソを超える場合、訴状が修正される場合、仮差押や差止命令の請求が伴う場合、又は期間延長等の申立ての提出がある場合には、追加料金が別途かかる。		
代理人費用	450,000 ペソ以上	570,000 ペソ以上	570,000 ペソ以上

3.5 事例・判例

フィリピンにおいて、農林水産物・食品の模倣品に関して知的財産権侵害等が争われた事例、判例、調停、政府担当省庁による権利行使や取り締まりの事例をまとめる。ただし、2015年から2024年までの10年間に生じた事例・判例・調停に限る。

(1) GI

該当する事案を確認できなかった。

(2) 商標

事案1：商標に関する行政事例

■事案の概要
原告：Belgioioso Cheese, Inc.（以下「US社」という。）
被告：商標局局長
管轄機関：IPOPHL局長
判決日：2021年10月5日
事件番号：IPO ODG Appeal No. 04-2020-0002

商標局局長は、US社が「BELGIOIOSO ASIAGO」をチーズに使用するための商標登録を拒否した。その理由は、「ASIAGO」がイタリアの有名なチーズ産地であり、関連する消費者がUS社の商標が付された商品をこの産地からのものと誤認する可能性があるためである。

■判旨
IPOPHL局長は、拒絶の決定を維持した。「ASIAGO」がイタリアの地名であることに争いはなく、US社がその名称を商標に使用することで、同社の製品がこの地域から来たものであるとの印象を与える。局長は、US社が製品ラベルに「アメリカ製」と表示して公衆を誤解させる意図がないとしても、混同の可能性が依然として残ると判断した。

事案 2:商標に関する行政事例

■事案の概要
申立人:Le Comite Interprofessionel Du Vin Champagne
被申立人:Manila Hotel Corporation
管轄機関:IPOPHL 法務局
判決日:2017 年 12 月 22 日
事件番号:IPO Decision No. 2017-490

申立人はフランスの法律に基づいて設立された公共サービス機関で、そのメンバーは「シャンパン」商品の生産と貿易に従事している。「シャンパン」は多くの国で地理的表示として認定されている。申立人は、被申立人が「CHAMPAGNE ROOM」をレストランや食品、飲料サービスの商標(第 43 類)として出願することに異議を提出し、その理由は、被申立人が「CHAMPAGNE ROOM」を商標として登録することが、消費者に対してその商品やサービスの原産国について誤解を与える可能性があるためであると主張した。
これに対して、被申立人は、対象商標は、申立人、産地名、又はフランスのシャンパーニュ地方でのスパークリングワインの生産との関連性を示唆せず、関連する消費者に誤認を与えることもないと主張した。

■判旨
法務局は、「CHAMPAGNE ROOM」の商標登録を支持し、申立人の異議を認めなかった。その理由として、被申立人が「CHAMPAGNE ROOM」を使用したのは、一般的な用語「CHAMPAGNE」を自由に使ったもので、世界中のレストランやバーでよく見かける表現である。そのため、被申立人がこの商標を使ったとしても、申立人やその原産地、又はフランスのシャンパーニュ地方のスパークリングワインとの関係を示すものではないので、「CHAMPAGNE ROOM」が消費者にそのワインの原産国について誤解を与えることもないと認定したことを挙げている。

(3) 原産地を誤認させるような表示

事案 1:商標権侵害は否定されたが、不正競争が認められた民事裁判

■事案の概要
原告:Foodsphere, Inc.
被告:San Miguel Pure Foods Company, Inc.
裁判所:最高裁判所
判決日:2018 年 6 月 20 日
事件番号:G.R. Nos. 217781 and 217788

原告は、ハム製品に「FIESTA」という商標を登録しており、その権利は一定の評判を有していると主張する。一方、被告はハム製品に「PISTA」という商標を登録している。原告は、被告の商標が消費者にハムの出所に対する混乱を引き起こし、原告の登録商標の使用権を侵害しており、また不正競争も構成すると主張する。

原告の商標「FIESTA」

被告の商標「PISTA」

■判旨
裁判所は、両者の商標が混同を招くほど類似していないと認定し、商標権侵害を構成しないとの判断を下した。ただし、被告の行為は、原告に対して、不正競争を構成するとした。その判断理由は、以下のとおりである。

商品の外観における混同の類似性について、両者の製品の包装がハム用の紙袋を容器として使用しっており、両方の紙袋は、主要な色が同じであり、包装の正面には部分的に切ったハムと果物のデザインがあり、背面には提供される他のハムの種類が表示されている。このため、被告の全体的な包装は、その上の「PISTA」商標だけでなく、原告のハム包装と混同を招くほど類似している。

公衆を欺く意図について、被告は過去に使用した箱の包装を、原告と同じ紙製のハム袋包装に変更し、さらにその包装には原告と同じデザインパターンも使用したことから、不正競争に当たると認定された。

表 3-24　両当事者の包装の比較図

	「FIESTA」の包装（2008 以前）	「PISTA」の包装（2008 以前）
包装形態	紙包装 	ボックス包装
	「FIESTA」の包装（2009-2010）	「PISTA」の包装（2009-2010）
正面図		
背面図		
	「FIESTA」の包装（2010 以降）	「PISTA」の包装（2010 以降）
包装写真	－	

4 マレーシア

4.1 農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要

(1) 各制度の概要・法令等所管部署

マレーシアでは、地理的表示の保護に関する主要な制度として、①地理的表示法と②商標法が挙げられる。また、原産地を誤認させるような表示への対策の観点から、③パッシングオフ(不正競争防止)、④消費者保護法、及び⑤取引表示法などで、農林水産物・食品の名称等に対する保護が可能である。

それぞれの法制度の詳細は次節以降で説明することとし、本節では各法制度の概要を俯瞰する。

表 4-1 マレーシアにおける農林水産物・食品の名称等の保護に係る法制度の概要

	地理的表示法	商標法	パッシングオフ(不正競争防止)	消費者保護法	取引表示法
法目的	産品の地理的表示の保護及び登録、並びに関連条約及び関連事項の遂行	商品の商標の保護及び登録、並びに関連条約及び関連事項の施行	未登録商標や商号を使用する事業者の業務上の信用(グッドウィル)を保護し、不正な混同や誤認の防止	消費者の保護、国家消費者諮問委員会及び消費者苦情審判所の設立に関する規定並びにこれに関連する事項を定めること	虚偽の取引表示や誤解を招く表示や行為を禁止し、適正な取引慣行を促進すること
マーク		–	–	–	–
農産物名称等の保護に係る	–	–	–	広告実務規範 通信・マルチメディア内容規範	2011 年取引表示法

		地理的表示法	商標法	パッシングオフ（不正競争防止）	消費者保護法	取引表示法
関連法規						
主管機関	登録	マレーシア知的財産公社（MyIPO）	MyIPO	–	–	–
	法執行	国内取引・生活費省（KPDN）	KPDN	マレーシア競争委員会	・消費者保護法：国内取引・生活費省 執行局 ・広告実務規範：マレーシア広告基準機構 ・通信・マルチメディア内容規範：マレーシア通信・マルチメディア委員会	国内取引・生活費省

ア 地理的表示法による保護制度

マレーシアでは、2000 年に地理的表示法が制定され、2022 年に同法の改正が行われた。2022 年地理的表示法[90]第 2 条では、地理的表示について、「商品の特定の品質、評判又はその他の特性が本質的にその地理的起源により決定付けられる場合に、商品に対して特定の国若しくは地域、又は特定の国・地域の属する地域/場所に由来することを示す、1 つ又はそれ以上の単語からなる表示」と定義している。

イ 商標法による団体商標/証明商標保護制度

マレーシアでは、1976 年に商標法が制定され、2019 年 12 月 27 日に現行の商標法が施行された。現行の商標法では、証明商標制度と団体商標制度が導入された。

現行商標法[91]では、原則として地理的表示を商標として登録できないが、団体商標に関する規則を定めた附則 1(第 3 条(1))及び証明商標に関する規則を定めた附則 2(第 2 条(1))により、商標法における上記規定にもかかわらず、地理的表示を含む団体商標/証明商標は、商品又は役務の原産地を指定する目的であれば、団体商標/証明商標として登録が認められる。

---

[90] 条文:https://www.myipo.gov.my/wp-content/uploads/2022/03/GEOGRAPHICAL-INDICATIONS-2022-ACT-836.pdf
MyIPO の下記サイトに掲載されている。
https://www.myipo.gov.my/en/geographical-indications-act-2000/?lang=en

[91] 条文:https://www.myipo.gov.my/wp-content/uploads/2019/12/ACT-815-TRADEMARKS-ACT-201.pdf
MyIPO の下記サイトに掲載されている。
https://www.myipo.gov.my/en/trade-marks-act-1976/?lang=en

(2) 各法制度の比較表

下表は、前節で概説した各法制度について、日本の権利者による利用を想定し、登録コストや救済手段の側面から比較評価した表である。下表に示すとおり、農林水産物・食品の名称等の保護については、外国権利者による登録手続や権利行使の利便性の観点から商標法に基づく保護が有効性が高いと考えられる。もっとも、商標による保護と地理的表示による保護を受けることができ、日本で既に地理的表示の登録を受けている場合には、両方の登録を検討しても良いだろう。加えて、商標権などが未登録の場合にはパッシングオフによる権利主張も検討し得る。

なお、各法制度の登録手続や救済手段の詳細については、次節以降で説明する。

表 4-2 各法制度の比較表

比較項目	地理的表示法	商標法	パッシングオフ（不正競争防止）	消費者保護法	取引表示法
日本からの登録可否	○	○	−	−	−
対象品目	商品	商品・役務	−	−	−
適用される審査基準	地理的表示法	商標法	パッシングオフ（コモンロー）	消費者保護法	取引表示法
登録関連費用	1件につき事務手数料：MYR730 代理人費用[92]：MYR3,300	1件につき事務手数料：MYR1,550 代理人費用：MYR6,600	−	−	−
登録によ	地理的表示	商標権者	−	−	−

[92] 代理人費用はあくまで一般的な目安の費用相場であり、事案によってケースバイケースで判断されため、実際に発生する費用が異なる場合があることに留意されたい。以下同様である。

比較項目		地理的表示法	商標法	パッシングオフ（不正競争防止）	消費者保護法	取引表示法
る効果		の登録人は、当該地理的表示が登録された産品に関して、当該地理的表示を使用する権利を有し、また、他者にその使用を許諾する権利を有する。	は、登録された商品又はサービスに関して商標を使用する権利及び他者にその使用を許諾する権利を有し、さらに、商標の侵害があった場合には救済を求める権利を有する。			
日本から申請/出願する場合の留意事項		申請資料の使用言語はマレー語又は英語 マレーシアの代理人による必要がある。	出願資料の使用言語はマレー語又は英語 マレーシアの代理人による必要がある。	-	-	-
侵害に対する救済手段	民事	あり 差止/損害賠償が請求可能。	あり 差止/損害賠償/不当利得返還が請求可能。	あり 差止/損害賠償/不当利得返還が請求可能。	あり 返金又は交換/損害賠償が請求可能。	-
	行政	-	あり（税関における差止め）	-	あり	あり

比較項目		地理的表示法	商標法	パッシングオフ（不正競争防止）	消費者保護法	取引表示法
	刑事	－	あり	－	あり	あり
総合評価		△ 登録を受けた場合、救済措置があるが、実例は乏しい。	○ 民事、刑事の救済措置が整備されている。	○ 民事の救済措置が整備されている。	△ 規定はあるが、実例に乏しい。	△ 規定はあるが、実例に乏しい。

4.2 GI 制度について

(1) GI 保護に関するマレーシアと他国との国際協定の状況

マレーシアはこれまで 7 つの二国間自由貿易協定及び 6 つの多国間自由貿易協定を締結している。この中で、地理的表示に関する規定を設けているのは以下のものが挙げられる。また、マレーシアが加盟している環太平洋パートナーシップ協定（CPTPP）及び地域的な包括的経済連携（RCEP） においても、地理的表示の保護に関する規定が設けられている。

ア マレーシア・チリ自由貿易協定（MCFTA）

マレーシアは 2010 年 11 月、3 年間の交渉期間を経てチリ政府と「マレーシア・チリ自由貿易協定（MCFTA）[93]」に署名し、同協定は 2012 年 2 月に発効した。交渉の中でチリ政府はピスコ（Pisco）[94]を地理的表示として保護することを要求し、協定第 3.13 条はマレーシアに対し、その国内法に則って、チリの地理的表示ピスコ（Pisco）を認めることを要求している。

イ ASEAN-オーストラリア-ニュージーランド自由貿易協定（AANZFTA）

2004 年 11 月 30 日にラオスで開催された ASEAN・オーストラリア・ニュージーランドサミットにおいて、各国は包括的な「ASEAN-オーストラリア-ニュージーランド自由貿易協定（AANZFTA）[95]」を締結することに合意し、この協定は、2010 年 1 月 1 日に発効した。

同協定は「第 13 章知的財産」の第 7 条において、商標権に対して高い品質の保護を確保することを締約国に対して要求し、同時に地理的表示は商標制度を通じて保護できることを定めている。第 7 条はまた、地理的表示より前に登録された商標について、国内法及び TRIPS 協定にしたがって保護することを要求している。

ウ 環太平洋パートナーシップ協定（CPTPP）

マレーシアは、2022 年 9 月 30 日に地理的表示保護の規定のある環太平洋パートナーシップ協定（CPTPP[96]）の国内批准手続を完了し、同年 11 月 29 日に CPTPP がマレーシアで発効

---

[93] 協定本文：https://fta.miti.gov.my/miti-fta/resources/Malaysia-Chile/MCFTA.pdf
[94] 葡萄酒を原料とした蒸留酒
[95] 協定本文：https://www.mfat.govt.nz/en/trade/free-trade-agreements/free-trade-agreements-in-force/asean-australia-new-zealand-free-trade-agreement-aanzfta/aanzfta-text/
[96] 協定本文：https://www.mfat.govt.nz/en/trade/free-trade-agreements/free-trade-agreements-in-force/cptpp/comprehensive-and-progressive-agreement-for-trans-pacific-partnership-text-and-resources

した。CPTPP は、地理的表示が、商標、特別の制度又はその他の法的手段によって保護されることができることを認め（第 18.30 条）、第三者による地理的表示の保護・認証に対する異議申立てを含む包括的な地理的表示の枠組みを提供している（CPTPP 第 18.32 条）。

エ 地域的な包括的経済連携（RCEP）協定

マレーシアは、2022 年 1 月 17 日に地域的な包括的経済連携（RCEP）協定[97]という多国間自由貿易協定の寄託書を ASEAN 事務局に提出し、同協定は 2022 年 3 月 18 日にマレーシアで発効した。この協定には、知的財産権の保護に関する条項が含まれており、地理的表示（GI）の保護もその一部である（第 11 章「知的財産権」第 29 条地理的表示の保護）。

協定日本語訳：https://www.cas.go.jp/jp/tpp/naiyou/tpp_text_yakubun.html
[97] 協定概要等：https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/fta/j-eacepia/index.html

⑵ 登録の要件、手続、適用される審査基準、費用(一般的な代理人費用を含む。)、期間及び登録による効果※ 国外から出願する場合に留意すべき事項(特に審査において要求される追加的資料や審査期間等)を含める。

ア 登録の要件

(ア) 登録/保護対象

登録の対象に関して、地理的表示法は、2000 年同法第 2 条における「天然物、農産物、手工芸品及び工業製品が登録の対象となる」との記述を削除し、「登録官が定めるあらゆる商品」とのみ規定している。また、外国産品の場合は、原産国・地域において地理的表示が現在も保護されていることが必要である(地理的表示法第 2 条、第 10 条)。

(イ) 申請人の要件(地理的表示法第 8 条)

申請人の要件については、以下のとおり規定されている。

a 対象の地理的地域において産品の生産者として活動を行う者であり、当該団体を含む。
上記要件における「生産者」とは、地理的表示によって特定される商品の生産者、製造業者又は販売業者を指す(地理的表示法第 2 条)。
b 権限を有する当局
「権限を有する当局」とは、以下のいずれかを指すと定義されている(地理的表示法第 2 条)。

(a) マレーシア政府又は州政府の機能を遂行する政府機関又は法定機関であり、政府を代表する者又は政府の認可を受けた者
(b) マレーシア政府以外の政府
(c) 商品の認証を行う権限を有し、当該地理的表示に関する責任を有する当局

（ウ） 登録の審査基準（地理的表示法第 2 条、第 10 条）

地理的表示登録の申請を行う全ての産品については、「特定の品質、評判又はその他の特性が本質的にその地理的起源に起因する商品を、ある国若しくは地域、又は当該国若しくは地域内の特定の地域若しくは地方の産品として決定付けられる」ことが必要である。
また、次のいずれかに該当する場合、地理的表示の登録申請は拒絶される。

a 地理的表示が、第 2 条に定義される「地理的表示」の意味に該当しない場合
b 地理的表示が、登録官が定める商品の分類のいずれにも該当しない商品であると識別される場合
c 地理的表示が、マレーシアにおいて、特定の商品に関する一般名称として共通言語で慣習的に使用されている用語と同一である場合
d 地理的表示が、公序良俗に反する場合
e 地理的表示が、その原産国又は原産地域において保護されていない、又は保護が終了した場合
f 商品が、地理的表示の登録申請において示された国、地域又は地方に由来しない場合
g 商品の地理的表示が、その真正な原産地について公衆を誤認させるおそれがある性質を有する場合

また、審査官は、対象の地理的表示が以前に登録された地理的表示と同一又は類似しており、これにより公衆に混乱を生じさせる可能性がある場合も、その登録を拒絶する。
さらに、商標と同一又は類似している地理的表示については、公衆に混乱を生じさせるおそれがある場合は、次の条件の下で地理的表示の登録が拒絶される。

a 当該商標が、地理的表示の申請日よりも前に善意に登録されており、かつ優先権が適切に主張されている場合
b 地理的表示の申請日よりも前に、当該商標がマレーシアにおいて商取引の過程で善意に使用されていた場合

加えて、地理的表示が商標と同一又は類似している場合で、次の条件を満たす場合も登録が拒絶される。

a 地理的表示の申請日以前に、当該商標がマレーシアにおいて周知商標である場合
b その地理的表示の登録が、当該商標によって識別される商品の真の性質について消費者を誤認させるおそれがある場合

（エ） 地域に関する要件

対象地域の設定方法について特段の定めは無い。

イ 申請の手続

（ア） 申請時提出書類

地理的表示の申請には以下の情報を提供する必要がある。申請資料の使用言語はマレー語又は英語であり、これら以外の言語の場合には、認証付きの翻訳文書を添付する必要がある。

a 申請人の詳細情報
b 申請人の登録申請における立場について、
(a) 申請人が団体である場合、当該団体の構成員の氏名及び住所
(b) 申請人が権限を有する当局である場合、当該当局の管理下にある生産者の氏名及び住所
c 登録を申請する地理的表示
d 地理的表示が適用される地理的区域
e 地理的表示の登録対象となる商品
f 対象商品の品質、評判又はその他の特性が、本質的にその商品が由来する地域に起因すること
g 登録申請する地理的表示がマレーシア以外の国に関連する場合、原産国又は地域において地理的表示として保護を受けていることを示す証拠
h 登録官が定めるその他の事項

（イ） 登録までの手続フロー

マレーシアにおいて、地理的表示の申請から登録までの手続の流れは下記フローチャートのとおりである。

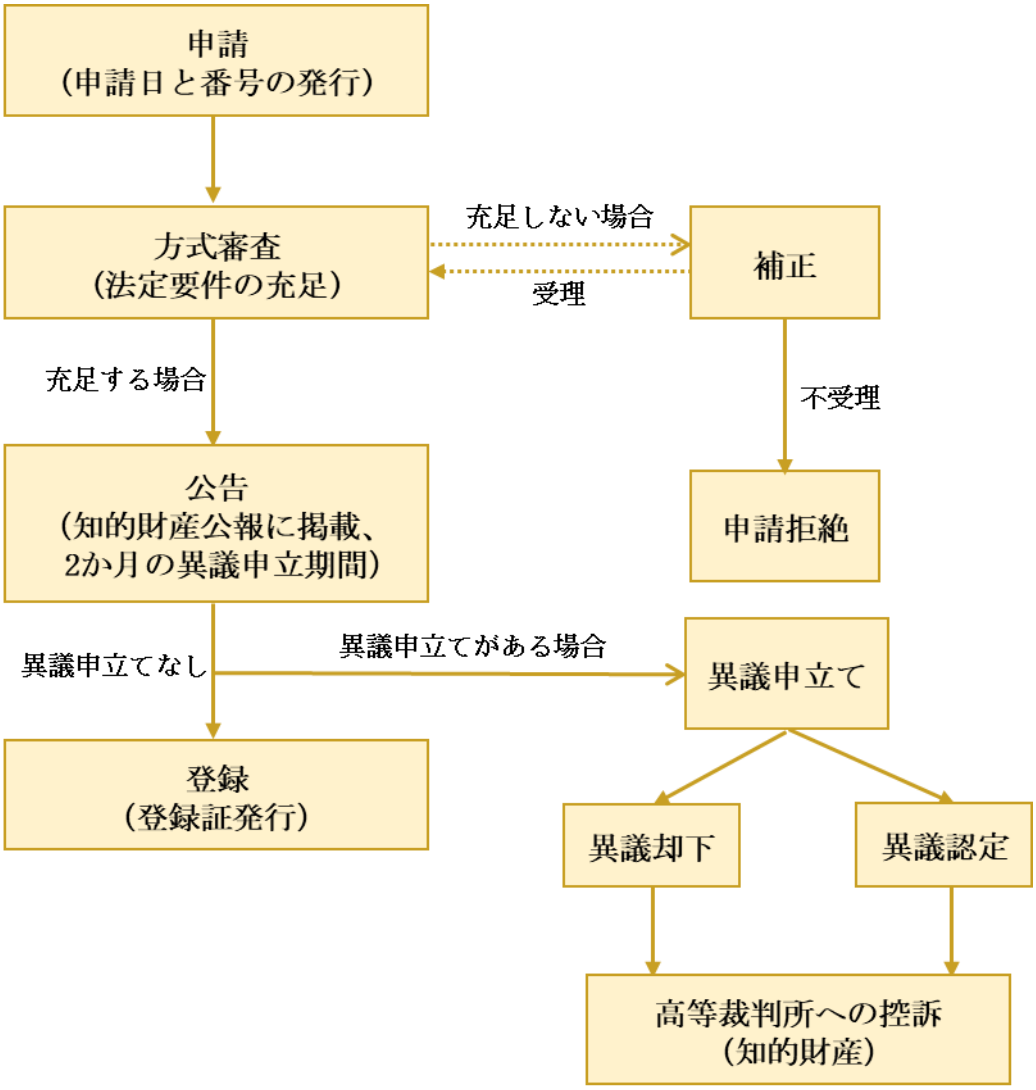


図 4-1 マレーシアにおける地理的表示登録手続のフローチャート[98]

外国産品も登録の対象となるが、申請人がマレーシアで居住又は事業を行っていない場合は、代理人を任命することが条件となる。代理人は、マレーシアに居住又は定住しているか、マレーシアの法律に基づいて設立された企業であって、主にマレーシアで事業又は業務を行っている必要がある（地理的表示法第 29 条第 2 項）。

[98] 参考：https://www.myipo.gov.my/en/geographical-indications-application-process-flowchart/

（ウ） 費用と所要期間

a 費用

現地法律事務所へのヒアリングによれば、マレーシアにおける地理的表示登録のための参考費用は下表のとおりである。

表 4-3 マレーシアにおける地理的表示登録のための参考費用

項目	代理人費用	印紙代
申請（1 件）	MYR2,000 / USD500	MYR280 / USD68
公告	MYR800 / USD200	MYR450 / USD110
登録証の確認・送付	MYR500 / USD123	–

b 所要期間

円滑に進んだ場合、地理的表示の申請から登録までに要する期間は 1 年と想定される。

（エ） 登録による効果

地理的表示の登録人は、当該地理的表示が登録された産品に関して、当該地理的表示を使用する権利を有し、また、他者にその使用を許諾する権利を有する（地理的表示法第 25 条第 1 項）。

（オ） 権利の有効期間

地理的表示の存続期間は 10 年であり、申請により更新することができる。

(3) GI 登録後の品質管理に係る、検査、手続、審査基準等

マレーシアには、地理的表示登録後の品質管理に関する検査、手続、審査基準等についての規定は存在しない。

(4) GI 名称及びマーク使用要件、使用義務の有無

登録された地理的表示の所有者は、地理的表示を使用する権利と、他者に地理的表示の使用を許諾する権利を有する。「使用」とは、地理的表示が登録された商品に関して、製造、輸入、輸出、販売の申し出、販売、又は利用することを含む(地理的表示法第 25 条)。

地理的表示登録後には使用義務が発生し、いかなる者も不使用を理由として、登録された地理的表示の取消しを求めて裁判所に請求することができる。地理的表示の不使用取消しの請求が行われた場合、請求者は、登録官が定める方法にしたがい、当該地理的表示を使用する権利を有する生産者へ通知しなければならない。生産者及び利害関係者は、裁判所が定める期間内に、取消手続への参加許可を申請できる。

裁判所が不使用を理由に登録を取り消した場合、その地理的表示は登録されていなかったものとみなされるが、過去の取引には影響を及ぼさない。また、取消しにより、当該地理的表示に基づく権利は、取消申請日又は裁判所が認定したそれ以前の日に消滅する。取消しが決定された場合、請求者は、登録官の管理する登録簿に記載された関係者にその旨を通知する義務を負う(地理的表示法第 23 条)。

(5) 冒認登録への対抗策

地理的表示の登録が、不正手段又は虚偽の表示によって取得された場合、裁判所は、所定の手続にしたがい、第三者からの申請に基づき、当該地理的表示の登録を取り消すことができる(地理的表示法第 23 条)。この申立てには、現地法律事務所へのヒアリングによれば、公式手数料:約 USD1,000、弁護士費用:USD5,000～10,000 がかかる。

(6) 侵害に関する行政指導、罰則等の措置内容(手続、効果、費用感)

マレーシアの地理的表示法に基づく対抗手段としては、民事裁判が考えられる。一方で、行政措置と刑事措置に関する既定はなく、後述の取引表示法(Trade Descriptions Act 2011)に基づく措置が考えられる。

民事裁判について、マレーシアの地理的表示法に基づき、地理的表示によって識別される商品の利害関係者は地理的表示の不正使用に対し、高等裁判所に民事訴訟を提起し、差止め、損害賠償、その他の適切な法的救済を求めることができる(地理的表示法第 34 条、第 35 条、第 77 条)。裁判の提起から判決に至るまでには約 1 年を要し、知的財産権専門の裁判所及び訓練を受けた裁判官による迅速な控訴審手続や、裁判所での和解による迅速な事件処理を選択できるといった利点がある一方、費用が高額となる点が課題となる。

(7) 地理的表示の保護水準(TRIPS 協定第 22 条及び第 23 条との比較を含む。)

マレーシアは TRIPS 協定の加盟国であり、TRIPS 協定に準拠するために、マレーシアは 2000 年に地理的表示法を制定し、2022 年に法改正を行った。この法改正により、マレーシアにおける知的財産権への保護基準は、TRIPS 協定(第 22 条、第 23 条を含む。)に適合する形で整備されているといえる。マレーシアの地理的表示法の関連規定と TRIPS 協定第 22 条との整合性を比較すると以下のとおりである。

表 4-4 TRIPS 協定と GI 規則の比較表

	項目	TRIPS 協定条項	地理的表示法条項
TRIPS 協定第 22 条との整合性	地理的表示の基本定義	第 22(1)条	第 2 条
	地理的表示登録者の無断使用に対する権利	第 22(2)(a)条	第 23 条
	地理的表示の拒絶理由	第 22(2)(3)条	第 10 条
TRIPS 協定第 23 条との整合性	地理的表示登録者の無許可使用に対する権利	第 23(1)条	第 77(2)(c)条
	同名の地理的表示	第 23(3)条	第 11(2)条

(8) 普及状況、普及活動等

マレーシアにおける 2003 年以降の地理的表示(GI)の申請及び登録状況の一覧は、MyIPO の以下のページで公開されており、2025 年 2 月時点では 98 件が登録されている。

https://www.myipo.gov.my/en/geographical_indications_statistic_2021/

マレーシアにおける地理的表示(GI)制度の普及状況及び普及活動の実施状況は限定的と考えられる。その理由として、まず、政府や MyIPO による情報発信は、地域特有の産品を対象とした GI ツアープログラム[99]や農林水産物の生産者を対象とした GI 登録費用負担するための IP Fund[100]が限定的に実施されている程度であり、また、GI に関する議論も主に一部の知的財産関連のセミナーや会議で取り上げられるにとどまっている。

[99] https://ipkey.eu/sites/default/files/ipkey-docs/2023/IPKeySEA_june2022_Ryzul%2BOsman%2BBasah_Implementing-the-Malaysia%E2%80%99s-Geographical-Indications-Act-of-2022-Issues-and-Challenges.pdf

[100] 同上。

4.3 商標制度について

(1) 登録の要件、手続、適用される審査基準、費用(一般的な代理人費用を含む。)、期間及び登録による効果※ 国外から出願する場合に留意すべき事項(特に審査において要求される追加的資料や審査期間等)を含める。

ア 登録の要件

(ア) 登録の対象

商標登録の対象は商品又は役務で、種類に特段制限はない。

(イ) 出願人の要件

商標法に基づく団体商標及び証明商標の出願人の要件は、それぞれ以下のとおり規定されている。

団体商標:団体(Association)とは、その設立に関する法律に基づいて正式に登記された組織で、会社に関連する法律によって法人化されたものではない組織を指し、クラブ(Club)、労働組合(Trade Union)、協会(Society)を含む(商標法附則 1 第 1 条)。

証明商標:証明商標の所有者が、自ら認証する商品又はサービスの供給に関与する事業を営んでいる場合、当該証明商標は登録できない(商標法附則 2 第 3 条)。

イ 出願手続

（ア） 出願時提出書類

全ての商標出願に際しては、以下の書類を知的財産公社（MyIPO）に提出する必要がある。また、団体商標又は証明商標については、商標法附則 1 又は附則 2 に規定された使用管理規則を届け出る必要がある。なお、マレーシア国内に主たる居住地又は事業所を有しない者が商標登録の出願や関連手続を行う場合、マレーシア国内の商標代理人を任命し、これを通じて手続を行うことが義務付けられている（商標法第 95 条第 2 項）。

a 願書
b 商標見本
c 商標のローマ字への音訳（英語やマレー語以外の文字の単語を含む場合）
d 使用管理規則

（イ） 登録までの手続フロー

マレーシアにおける商標（地理的表示に係る団体商標/証明商標を含む。）の登録の手続は下図のとおりである[101]。商標権の存続期間は登録日から 10 年で、更新可能である。

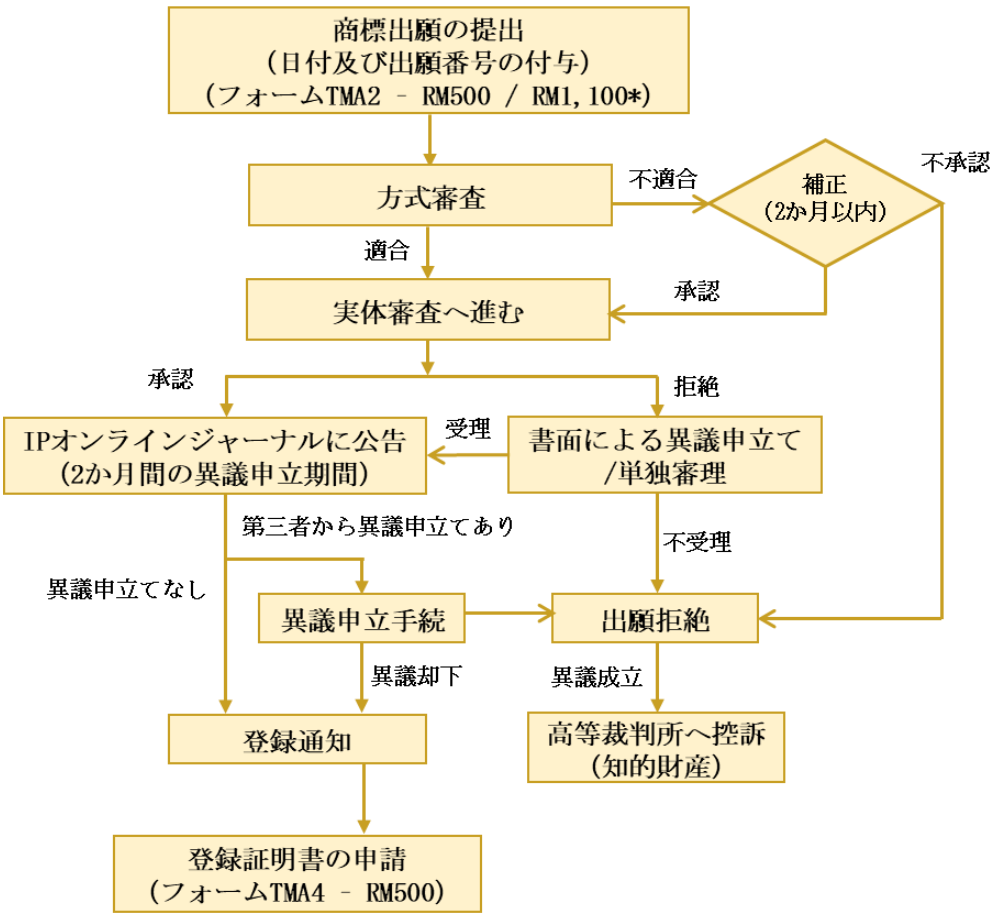


図 4-2 マレーシアにおける商標登録手続のフローチャート

[101] https://www.myipo.gov.my/en/trade-marks-application-process-flowchart/?lang=en

（ウ） 登録の費用と所要期間

a 登録の費用

現地法律事務所へのヒアリングによれば、商標登録に関する手数料の参考例は以下のとおりである。

表 4-5 マレーシアにおける商標登録出願に必要な費用例

項目	事務手数料	代理人費用
事前相談	MYR250 / USD63	MYR6,600
出願（1 件）	MYR950～1,100（注） / USD238～275	
使用管理規則の届出（団体商標/証明商標）	MYR300 / USD75	
早期審査請求	MYR1,000 / USD250	

注：商品/役務が事前承認リストに含まれている場合は MYR500、それ以外は MYR1,100 である。

b 登録の所要期間

一般的に、出願から登録までに要する期間は約 1～2 年である。

（エ） 登録による効果

マレーシアにおける登録商標の存続期間は、登録日から 10 年間である。また、申請により 10 年ごとに何度でも更新することが可能である（商標法第 39 条第 1 項）。

商標権者は、登録された商品又はサービスに関して商標を使用する権利及び他者にその使用を許諾する権利を有し、さらに、商標の侵害があった場合には救済を求める権利を有する。

(2) 使用要件、使用義務

ア 使用要件

団体商標は、特定の団体の構成員が使用する商標であり、構成員の商品又はサービスを他者のものと区別するために用いられるものである(商標法附則 1)。

証明商標は、特定の基準を満たす商品又はサービスであることを証明できる場合に使用することができる(商標法附則 2)。

イ 使用義務

マレーシアにおいては、商標に使用義務が課されている。登録通知の発行日から 3 年以内に登録商標がマレーシアで善意に使用されていない場合、又は非使用について正当な理由がない場合、取消請求の対象となる可能性がある。

(3) GI 制度と商標制度の関係(先行する同一又は類似の商標が存在する場合の GI 登録の審査に与える影響、併存する場合のそれぞれの権利範囲等)

商標法に基づき、地理的表示からなる商標を団体商標/証明商標として登録することは可能である。もっとも、団体商標/証明商標の使用が、地理的表示法の下で先に登録された地理的表示と同一若しくは類似しており、登録済みの地理的表示と同一の原産地を有するという理由で、公衆に混同を生じさせるおそれがある場合には、登録は拒否される(商標法附則 1 第 3 条(e)、附則 2 第 2 条(e))。すなわち、先に地理的表示登録がされている場合、商標の登録は拒否される。

また、地理的表示法第 10 条(3)(4)では、以下のとおり、上記に対応する規定が設けられている。

(3) 登録官は、以下のいずれかの条件を満たす商標が存在する場合、地理的表示がその商標と同一又は類似しており、公衆に混乱を生じさせるおそれがあると判断される場合には、当該地理的表示の登録を行ってはならない。 (a) その商標が、登録商標又はマレーシアを指定した国際登録商標であり、適切な場合には、2019 年商標法に基づく優先権主張が考慮される。(*)(i)又は(ii)のいずれかに該当、(i) その商標の登録出願が善意に行われた場合、又は、(ii) その商標が 2019 年商標法若しくは過去の商標関連法に基づき、地理的表示の登録出願日より前に善意に登録されていた場合

(b) その商標が、地理的表示の登録出願日前に、マレーシアにおいて善意に商取引で使用されていた場合

(4) 登録官は、以下のいずれかに該当する場合、商標と同一又は類似する地理的表示の登録を拒絶しなければならない。
(a) 地理的表示の登録出願日前に、当該商標がマレーシアにおいて周知商標である場合
(b) その地理的表示の登録が、当該地理的表示によって識別される商品の真正な識別について、消費者を誤認させるおそれがある場合

すなわち、先に商標登録がされている場合であり公衆に混同を生じるおそれがあるとき、特定の条件を満たす商標と同一又は類似する地理的表示の登録は認められないということになる。

(4) 商標権者と GI の登録生産者団体との間で争いが生じた事例

関連する事例は確認されなかった。

(5) 冒認登録への対抗策

マレーシアでは、冒認登録商標に対し、異議申立て、無効審判、及び不使用取消審判による対抗策が可能である。それぞれ対応策の概要は以下のとおりである。

ア 異議申立て

商標出願公報で公告された後、利害関係者は公告日から 2 か月以内に異議を申し立てることができる(商標法第 34 条、第 35 条)。この手続を行うための費用は、現地代理人へのヒアリングによれば、約 USD7,500 である。

イ 無効審判

既に登録された冒認商標に対しては、利害関係者が商標の無効を求めることができる(商標法第 47 条)。この手続を行うための費用は、現地代理人へのヒアリングによれば、USD10,000～USD15,000 である。

ウ 不使用取消審判

利害関係人は、商標が、登録通知の発行日から 3 年以内に、登録商標が登録された商品・サービスに関して善意に使用されておらず、かつ非使用について正当な理由がない場合、又は当該商標の使用が連続して 3 年間中断され、正当な理由がない場合、利害関係人の申立てに基づき、裁判所に取消しを申し立てることができる（商標法第 46 条）。この手続を行うための費用は、現地代理人へのヒアリングによれば、USD10,000～USD15,000 である（別途、調査費用を要する場合がある。）。

(6) 侵害に関する行政指導、罰則等の措置内容（手続、効果、費用感）

ア 民事裁判

マレーシアにおける商標侵害行為に対し、商標権者は高等裁判所に訴訟を提起することができる（商標法第 56 条）。裁判所は、侵害品が市場に流通することを防ぐ差止命令、損害賠償、違法に得た利益の開示及び返還、さらに悪質な侵害に対する追加的損害賠償を認めることができる。裁判の手続は、高等裁判所に訴状を提出することで開始され、被告は抗弁や反訴を行うことが可能である。裁判所の指示にしたがい、必要書類を提出した後、審理を経て判決が下される。

訴訟費用は約 USD15,000～USD30,000 と想定され、訴訟の進行は概ね 1 年を要する。

民事裁判のメリットとして、マレーシアには知的財産専門の裁判所[102]が設置され、迅速な審理が可能であることや、調停の推奨により早期解決が期待できることである。マレーシアの知的財産裁判所は、2007 年 7 月 17 日に設立され、知的財産権に関する専門的な司法手続を担当する。この裁判所は、各州に設置された 15 の地方裁判所と、クアラルンプール、ジョホール、ペラなどの主要州に設置された 6 つの高等裁判所（民事及び控訴管轄）で構成されており、知的財産訴訟の多くは、高等裁判所の中でもこれら知的財産裁判所に提起されることが多い。

一方で、訴訟費用が高額であることがデメリットとして挙げられる。

[102]参考：（独）工業所有権情報・研修館知財活用支援センター　マレーシアにおける知的財産関連機関・サイト
https://www.globalipdb.inpit.go.jp/link/21770/

イ 行政措置

マレーシアにおいては、商標法に基づく団体商標及び証明商標に関する行政措置は特に規定されていない。ただし、前記 GI 編における行政措置で記載したとおり、国内取引・生活費省が模倣品の取り締まりや虚偽取引表示の監視を行っている。

また、商標及び著作権に関する侵害品はマレーシア税関の取締り対象となるが、税関登録制度はなく、権利者は侵害品の疑いがある商品ごとに個別申請を行う必要がある。商標権の場合は、商標権者が疑義侵害品の輸入時期と場所を特定し、MyIPO の登録官へ申請し、その承認を得ると、税関が貨物を押収する。その後、申請人と輸入者による押収品の点検を経て、異議がある場合は裁判所で判断される。異議がない場合、検査の結果、侵害が成立すると確認されれば、当該商品は没収される。一方、侵害が成立しない場合は、商品の輸入は再開され、さらに輸入者は訴訟を通じて申請人に対し損害賠償を請求することができる。実務上、商標権者が輸入情報を特定することは非常に困難であり、この制度の利用実績は少ない[103]。

ウ 刑事措置

マレーシアでは、商標の偽造、不正使用、偽造商標の製造・所持、及び侵害商品の輸入・販売行為が犯罪とされる。また、権利者の同意なく登録商標を改変・偽造した場合や、偽の商標を商品やサービスに適用した場合、又は偽造商標を作成・所持した場合、刑事責任を問われる（商標法第 99 条～第 102 条）。

刑事措置の手続は国内取引・生活費省の執行部門に申立てを行い、捜索・押収後に起訴が進められる。有罪となった場合、違反者には罰金や懲役刑が科される。

刑事措置の執行の費用は約 USD5,000～で、刑事措置手続の進行は 3 年～5 年を要する。刑事訴訟は商標侵害の抑止力となる点にメリットがあるが、手続が煩雑で長期間を要する点がデメリットである。

(7) 普及状況、普及活動等

商標の登録状況については、知的財産公社 （MyIPO）[104]の公式サイトから確認できる。出願番号又は登録番号、又は商標名称を入力することで簡易な商標検索が可能である。また、「Advanced Search」を選択すると追加の検索条件が利用可能となり、より専門的に商標検索を行うことができる。

---

[103] 参考：日本税関 ASEAN 諸国における知的財産侵害物品の水際取締り等の実態調査（3. マレーシア編）
https://www.customs.go.jp/mizugiwa/chiteki/pages/d_006.htm

[104] https://iponlineext.myipo.gov.my/SPHI/Extra/IP/TM/Qbe.aspx?sid=638288082624245502

MyIPO が行う食品・農産品分野における団体商標、証明商標及びその他の地理的表示関連標章の普及活動の例としては、知的財産ツールを活用して美食観光を促進する戦略に関するセミナー[105]の開催や、マレーシアの伝統料理の保護と市場価値向上を目的とした団体商標や地理的表示の活用に関するラウンドテーブルの開催[106]などが挙げられる。

[105] https://www.wipo.int/ip-development/en/agenda/projects/malaysia.html
[106] 同上。

4.4 原産地を誤認させるような表示等への対策

(1) 制度の概要(不正競争防止法、独占禁止法、食品表示法、消費者保護法、不当景品類及び不当表示防止法等の模倣品対策に適用可能な法律、法令、規則)

マレーシアにおいて、原産地を誤認させるような表示等への対策として適用できる法令等としては、パッシングオフ(詐称通用)、消費者保護法[107]、及び取引表示法[108]に関する法律が挙げられる。以下、それぞれについて説明する。なお、マレーシアにおいて、独占行為と不公正な事業競争の防止に関する法律はあるが、主として独占を禁止する規制のみであり、原産地を誤認させる表示への適用は難しい。

ア パッシングオフ(詐称通用)

マレーシアでは、コモンロー[109]上の「パッシングオフ(詐称通用)」という法理に基づき、他者の商標やブランドに類似した名称や表示を使用し、消費者に混同を生じさせる行為や虚偽の宣伝が不正競争として禁止されている。この規定では、未登録商標又は商号であっても保護される可能性があるが、パッシングオフの成立要件は、以下の 3 つとされる。

① 請求者がマレーシア国内で該当する標章に関連する事業を実施し、商業的信用を有していること
② 相手方の使用行為により、請求者の商品と混同又は誤認されるおそれがあること
③ 相手方の使用行為が、請求者の事業及び商業的信用に損害を与える可能性があること

[107] https://aseanconsumer.org/file/pdf_file/CONSUMER%20PROTECTION%20ACT%201999%20AMENDMENT%202019%20.pdf

[108] https://tcclaw.com.my/wp-content/uploads/2020/12/Trade-Descriptions-Act-2011-1.pdf
下記国内取引・消費者省のサイトに掲載される。
https://www.kpdn.gov.my/en/public/acts-guidelines-rules?highlight=WyJjb25zdW1lciIsInByb3RlY3Rpb24iLCJwcm90ZWN0IiwiYWN0Il0=

[109] コモンローとは、原則として過去の判例を法律とする法体系をいう。例えば、ある法的判断を含む紛争が発生した場合、類似した成文法は存在しないという場合には、過去の類似した判例に基づき判断がなされることとなる。

イ　消費者保護法

マレーシアの消費者保護法（Consumer Protection Act 1999）は、商品の原産地、成分及び品質に関する誤解を招く表示、ラベル、包装及び広告を規制し、消費者を保護することを目的としている。本法に基づき、国家消費者諮問委員会及び消費者苦情審判所が設立され、消費者の権利保護のための措置が講じられている。具体的には、本法第 9 条及び第 10 条において、商品の性質、生産方法、特性、用途、品質、原産地などに関して、消費者を誤認させる可能性のある行為や虚偽の表示を禁止している。

ウ　取引表示法

2011 年取引表示法（Trade Descriptions Act 2011）[110]は、虚偽の取引表示や誤解を招く表示・行為を禁止し、適正な取引慣行を促進することを目的としている。本法では、商品の包装やラベルに関する「虚偽取引表示」を禁止し、違反した場合の行政及び刑事罰を定めている。

[110] 下記国内取引・消費者省のサイトに掲載される。
https://www.kpdn.gov.my/en/public/acts-guidelines-rules?highlight=WyJjb25zdW1lciIsInByb3RlY3Rpb24iLCJwcm90ZWN0IiwiYWN0Il0=

(2) 違反時の措置(手続、効果、費用感)

ア パッシングオフ(詐称通用)

マレーシアにおいて、パッシングオフに関する不法行為に対する刑事措置及び行政措置は、法制度上直接的には規定されていない。民事裁判を提起することで、自らの商標又は商号の独占的使用権を保護することができる[111]。以下に、民事裁判を通じたパッシングオフの救済措置の概要を紹介する。

表 4-6 パッシングオフ(詐称通用)に基づく救済手段の対照表

救済手段	民事
手続	原告は、高等裁判所に対しパッシングオフに基づく訴訟を提起して手続が開始する。訴状には、被告による混同を招く行為及びそれによる損害の詳細を記載する必要がある。
救済による効果	・差止命令 ・損害賠償 ・不当利得返還
所要期間	1～3 年
概算費用	USD5,000～10,000

[111]商標法第 159 条第 2 項では、未登録商標の侵害に対する差止めや損害賠償の請求は認められないものの、パッシングオフに基づく救済措置を求める権利には影響を及ぼさないと明記されている。

イ　消費者保護法

マレーシアの消費者保護法に基づき、商品の性質、生産方法、特性、用途、品質、原産地などに関し、消費者を誤認させる可能性のある行為や虚偽の表示が確認された場合、民事裁判（消費者保護法第 67～71 条）、刑事措置（マレーシア国内取引・生活費省による調査・起訴、消費者保護法第 25 条）、及び行政措置（消費者苦情審判所への申立て、消費者保護法第 83～88 条）という救済措置を講じることが可能である。以下、それぞれの救済措置の概要について説明する。

表 4-7　消費者保護法に基づく各救済措置の対照表

救済手段	民事裁判	行政措置	刑事措置
手続	原告（消費者）は管轄裁判所に訴状及び証拠を提出することで、手続を開始できる。	消費者は国内取引・生活費省の管轄下の消費者苦情審判所（TCCM）に申告を申し立てる。同局が調査を行い、適切な命令を発令する。	国内取引・生活費省に対して違反行為を申告することで手続が開始される。
救済による効果	・返金又は交換 ・損害賠償	・製品回収命令 ・是正命令 ・営業停止（重大違反がある場合）	・罰金 ・懲役
所要期間	1～3 年	1 年	1 年以上
概算費用	USD5,000～10,000	USD3,000～10,000	USD3,000～10,000

ウ 取引表示法

2011 年取引表示法(Trade Descriptions Act 2011)では、虚偽又は基準不適合のラベル表示や包装に対して、主に刑事措置及び行政措置を定めている。以下は、それぞれの救済措置の概要について紹介する。

表 4-8 取引表示法に基づく各救済手段の対照表

救済手段	行政	刑事
手続	国内取引・生活費省の下の取引表示管理官(Controller of Trade Descriptions)は、虚偽表示の疑いがある製品に対して調査を行い、必要に応じて製品の販売停止や回収命令を出す。犯罪であると認定された場合、検察当局により起訴手続が進められる(取引表示法第 5 条、第 21 条)。	
救済による効果	・過料 ・製品破棄命令 ・営業許可取消命令	・罰金 ・懲役
所要期間	1 年	1 年以上を要することが多い
概算費用	USD3,000～7,000	USD3,000～7,000

4.5 事例・判例

マレーシアにおいて、農林水産物・食品の模倣品に関する知的財産権侵害の争いは、訴訟、判例、調停、又は政府担当省庁による権利行使や取り締まりの事例が全体的に少ないのが現状である。以下のとおり、地理的表示及び商標・パッシングオフに関するそれぞれ 1 件の事例を紹介する。

(1) GI

事案 1:GI に関する民事訴訟事例

MAESTRO SWISS CHOCOLATE SDN BHD & ORS v. CHOCOSUISSE UNION DES FABRICANTS SUISSES DE CHOCOLAT & ORS AND ANOTHER APPEAL

■事案の概要

原告:CHOCOSUISSE UNION DES FABRICANTS SUISSES DE CHOCOLAT & ORS
被告:MAESTRO SWISS CHOCOLATE SDN BHD & ORS
裁判所:連邦裁判所(Federal Court of Malaysia)
判決日:2016 年 2 月 3 日
事件番号:[2016] 3 CLJ 345

原告は、旧地理的表示法(Geographical Indications Act 2000)第 5 条に基づき、パッシングオフ及び地理的表示の不正使用を理由として被告を高等裁判所に提訴した。本件の争点は、被告が「Vochelle」ブランドのチョコレート及び関連製品において「Maestro SWISS」という名称を使用したことにあった。

原告は、「Maestro SWISS」を地理的表示として登録していること、スイスのチョコレート製造業者を代表し、「SWISS」の名称が高品質なスイス製チョコレートと強く結びついていることを主張した。そして、被告の「Maestro SWISS」の使用が、消費者に対し当該製品がスイスで製造されたもの、又はスイスのメーカーによって生産されたものであるとの誤認を生じさせるおそれがあるとして、不正競争にあたると訴えた。

■判旨

連邦裁判所(Federal Court)は、原告の主張を認め、「Maestro SWISS」が地理的表示に該当することを認定し、次のとおり判示した。原告は、2000 年地理的表示法第 5 条に基づく請求権を有しており、第 2 条及び第 11 条に定める「利害関係人」に該当するため、提訴の適格性を有する。被告は善意の先使用(Good faith use)を主張したが、裁判所は、たとえ「Maestro

SWISS」の使用が法律施行前に開始されていたとしても、そのブランド戦略やマーケティング活動はスイスとの関連性を意図的に訴求するものであり、善意の使用とは認められず、法律施行前後にかかわらず、被告の使用は正当化されないと判断した。

(2) 商標

事例 2:商標・パッシングオフに関する民事裁判事例

Danone Biscuits Manufacturing (M) Sdn Bhd v. Hwa Tai Industries Bhd

■事案の概要

原告:Danone Biscuits Manufacturing (M) Sdn Bhd

被告:Hwa Tai Industries Bhd

裁判所:マレーシア高等裁判所(High Court of Malaysia)

判決日:2010 年

事件番号:[2010] 8 MLJ 500

原告は ChipsMore を商標としてマレーシアで登録しており、1990 年より「ChipsMore」ブランドでチョコチップクッキーを販売しており、被告は「ChipsPlus」ブランドのクッキーを製造・販売していた。原告は被告の商標が原告商標と類似しており、消費者の混同を引き起こす可能性があるとして商標権侵害及びパッシングオフで提訴した。被告は原告の商標や包装デザインと酷似した要素を使用し、自社製品を原告の製品と誤認させる意図があったと主張した。

■判旨

商標権侵害について、裁判所は ChipsPlus と ChipsMore が外観・称呼・観念の各点で類似しており、消費者に混同を招く可能性が高いと判断した。特に、「Chips」が共通し、「More」と「Plus」が類似の意味を持つこと、両商標がスペースを省略した書式を採用していること、及びロゴのデザインや文字の囲み線が似ていることを考慮し、商標権侵害が成立すると認定した。

パッシングオフについて、裁判所は、原告の「ChipsMore」が市場で高い認知度を有し、パッケージデザイン(黄色の背景・青いスワッシュ・曲線的なロゴ)が特徴的であると認定した。被告の「ChipsPlus」のパッケージはこれと酷似しており、消費者が誤認しやすいと判断された。また、低価格帯の商品では、購入前に詳細な比較をしない消費者が多いため、包装デザインの類似が混同の要因となると認定された。

(3) 原産地を誤認させるような表示

該当する事案を確認できなかった。