

付論 2 地理的表示と商標との関係に関する一考察

内藤 恵久

1. はじめに

(1) はじめに

「地理的表示」の内容については、TRIPS 協定(知的所有権の貿易関連の側面に関する協定)の定義が代表的なものと考えられるが、同協定では、「ある商品について、その確立した品質、社会的評価その他の特性が当該商品の地理的原産地に主として帰せられる場合において、当該商品が加盟国の領域又は領域内の地域若しくは地方を原産地とすることを特定する表示」と定義されている。すなわち、①商品に一定の品質等の特性があり、②その特性とその商品の地理的原産地が結びついている場合に、③その原産地を特定することとなる表示を地理的表示と呼んでおり、シャンパン、パルマハム等が代表的なものである。

この地理的表示については、TRIPS 協定上は、一般の商品についてはその商品の地理的原産地を誤認させるような表示が禁止されることになっている。一方、ぶどう酒及び蒸留酒については、真正な原産地が表示される場合や、種類、型、様式、模造品等の表現を伴う場合も、真正な産地以外の産地を原産地とする商品に使用することが禁止されることとなっている(追加的保護)。

TRIPS 協定においては、どのような保護の方式を取るかについて規定されておらず、その保護方法は各国によって異なっている。WIPO(世界知的所有権機関)は、地理的表示保護の方式として、特別の法によるもの、団体商標又は証明商標の形での商標法によるもの、不正競争防止法によるもの、消費者保護法によるもの等があるとしている。

また、高橋は、各国の保護制度について、①独自の(sui generis)保護制度を設けて保護している国、②商標法に保護すると同時に独自の保護制度によって保護している国、③商法の特別規定により保護しているが、独自の保護制度を検討している国、④商標法の特別規定により保護している国の4つに分類している(高橋(2011))。

地理的表示を独自の制度により保護する場合、地理的表示と同様に商品の出所を示すため使用される商標との間で、例えば既に存在する商標と同一・類似の地理的表示の登録を認めるかなど、その登録、効力関係等について問題が生じる場合がある。本稿では、地理的表示を独自の制度で保護した場合に生じうる商標との関係に関する問題を整理するとともに、どのような関係整理の方策が望ましいのかを分析することとする。

(2) EUの地理的表示保護制度

地理的表示の独自の保護制度として代表的なものが、EUの保護制度である。EUにお

いては、農産物、食品全般及びぶどう酒等について、地理的表示の登録制度が設けられており、農産物及び食品に関しては、農産物及び食品に係る地理的表示及び原産地呼称の保護に関する理事会規則第 510 / 2006 号（以下「規則という。」）が定められている。この規則においては、地理的原産地とのつながりが強い「保護原産地呼称（PDO）」と比較的緩やかな「保護地理的表示（PGI）」の二つの仕組みが設けられている。PDO では、（原料）生産、加工、調製の全ての行程が定められた地域で行われること、品質等の特徴がその土地の地理的環境に専ら又は本質的に起因していること等が要件とされている。このため、チーズ等の加工品であれば、その原料についても当該地域で生産されることが必要となる。一方、PGI では生産、加工、調製のいずれかがその土地で行われればよく、また、その地域に起因する品質、評判等の特徴を有すればよい。PDO、PGI とも、登録の申請に当たって、生産地域、生産基準、品質基準等を定めた明細書が作成され、原産国及び EU 委員会での審査、異議申立手続き等を経て登録が行われる。名称の登録が行われると、明細書を満たさない産物で、登録対象産物と類似の産物に登録名称を使用することや、類似の産物でなくとも登録名称の評判の不当な利用になるような使用をすることが禁止される。また、名称の悪用、模倣、想起と考えられる場合や、真正な原産地が表示される場合、種類、型、様式、模造品等の表現を伴う場合も禁止内容に含まれる。一方、明細書の基準を満たす産品については、誰でも登録名称の使用が可能である。なお、産品が明細書を満たしているかどうかについては、第 3 者機関又は公的管理当局のチェックが行われる。

本稿では、基本的には、EU の制度に代表される、以下のような要素をもつ、独自の保護制度（*sui generis*）としての地理的表示保護制度を前提に、商標との関係について考察を行うこととする。

- ① 一定の品質等の特性があり、その特徴と地域との関連性がある場合に、原産地を示すものを保護の対象とするものであること。
- ② 地理的表示の要件に適合するものが登録されることによって、その地理的表示の保護が開始すること。
- ③ 地理的表示を使用できる産品についての生産基準、品質基準等が定められ、その内容について登録に当たって審査が行われること。また、その基準に適合しているかどうかについて、公的主体が関与した形で管理が行われること。
- ④ 基準に適合しない産品に対して地理的表示の使用が禁止され、この禁止内容には、真正な産地が表示される場合や種類、型、様式、模造品等の表現を伴う場合も含まれること。一方、基準に合致する産品であれば誰でもその地理的表示を使用できること。

（３） 商標制度との類似点、相違点

商標は自己の商品・役務と他の商品・役務とを識別する標識であり、商品や役務の出所を示す標章である。商標と地理的表示は、商品の取引のため使用される標章であり、その出所を示す機能を有すること、商品の品質を保証する機能を有すること等の共通点を有する。

しかしながら、商標の場合の品質を保証する機能は、同一の商標が付されている商品は同一の品質を有していることが期待されるというものであり、ある産物が一定の品質基準をクリアしていることを保証するものではない。品質の内容やそれをどう管理していくかは、商標権者の取組に委ねられる。一方、地理的表示の保護制度においては、登録時にその産物が備えるべき一定の品質等について審査を行うとともに、公的主体が関与した形で品質管理を行うことによって、制度的にその産物が一定の品質等を有することを保証している。

また、商標の場合、その権利は特定の者（個人又は法人）に与えられるものである。その特定の権利者が独占的にその商標を使用する権利を有する仕組みであり、その権利保護や商標の対象となる商品の品質管理については、基本的に権利者によって行われる。一方、地理的表示保護の場合、その基準に合致する産物については誰でもその名称を使用することが可能である。その地域で基準に従い生産を行う者全体の利益、さらにはその流通に関わる者、消費者を含めた利益を保護するものであると言える。また、産物の品質管理や保護内容に違反する行為の取締りなどに関し、行政が大きく関与している。

このように、①一定の品質等の特徴をもつのもののみを対象とし、その品質等を制度的に保証するものであること、②特定の者の権利を保護するのではなく、その地域で基準に従い生産を行う者全体の利益を保護するものであること、が商標制度と比較して地理的表示制度の大きな特徴といえる。

なお、地理的表示はある産物の原産地を特定することとなる表示であるが、商標制度の場合、商品の産地、販売地等を表示すると認識される商標は原則として登録できない。これは、産地等のみを示す商標は基本的に自他商品の識別力を有しないとの理由のほか、産地名等は商品の流通上必要で特定の者に独占を認めることが適当でない（独占適応性がない）ためとされている。ただし、長年商標を使用した結果、識別性を獲得した場合は登録が可能となる。また、米国商標法などに見られるように、団体商標や証明商標として登録が可能とされている場合がある。

（４） 問題の所在

（３）のとおり、産地を表示すると認識される地名は商標登録できないため、通常「地名+商品名」等の商標は登録されないが、その地名が産地と認識されない場合や使用により識別性を獲得した場合は登録が可能なほか、団体商標や証明商標として登録が可能な場合がある。

このため、「地名+商品名」等の名称が、一方では地理的表示として保護の対象とされ、一方では商標として保護の対象とされることがあり得る。このような場合に、それぞれ保護を認めるか、また、保護を認めるとした場合、両者が併存したときの効力関係をどう考えるかが問題となる。名称が競合した場合、両者がともに商標としての保護を求めているときは、先に出願した方が優先されるとする先願主義により処理されることとなるが、独自の制度としての地理的表示保護と商標制度は、その趣旨、内容等に差異があるため、必

ずしもこのような整理とはなっていない。

地理的表示と商標の関係については、その出願又は登録の前後関係により、①地理的表示が先に出願等されている場合、又は②商標が先に出願等されている場合の2つのケースがあり、それぞれのケースごとに、後から出願等された商標又は地理的表示の登録を認めるか否か、登録を認めた場合その効力関係をどのように取り扱うかの問題がある。

以下、場合を分けて、既存各制度における扱いを整理した上で検討を行う。

2. 地理的表示が先に出願等されている場合

(1) 各制度等での扱い

1) TRIPS 協定

TRIPS 協定では、ぶどう酒等を対象とした地理的表示に関し、保護される地理的表示を含み、又はその地理的表示から構成される商標の登録であって、原産地を異にするぶどう酒等についてのものを拒絶し又は無効とすることとされている(第23条第2項)。ただし、当該地理的表示が原産国において保護される日^(付 2-1)前に、商標が善意で、出願され、登録され、又は取得された場合には、商標の登録の適格性、有効性又は商標を利用する権利は害されないこととされている(第24条第5項)。すなわち、地理的表示が、原産国において保護された以後は、これを含む商標で地理的表示の原産地と異なる同一の産品に使用するものは、拒絶され又は無効とされることになる^(付 2-2)。

2) EU 規則

EU 規則では、第13条第1項で定める地理的表示の保護に抵触する商標で、同一の種類の産物に関するものの登録出願が、欧州委員会に対する地理的表示の登録名称の出願後になされた場合は、その出願は却下し、これに反して登録された商標は無効とすることとされている(第14条第1項)。このため、欧州委に対する地理的表示の出願後は、この地理的表示を含む商標、想起させるような商標等であって、同種の産物に使用するものは、地理的表示登録産物に使用するものを除き、拒絶され又は無効とされることとなる。EU 規則においては、品質基準、生産基準等を明細書に定め、これに適合するもののみに地理的表示の使用を認めることから、TRIPS 協定と異なり、単に真正な原産地の産物ということだけでなく、明細書の基準を満たす登録対象産物に使用するものでないと、商標の登録は認められないこととされている。

地理的表示が登録された後に、商標が登録されるケースとして想定されるのは、地理的表示対象産物を生産している個別企業が、その企業のロゴとともに地理的表示を使用した商標を登録する場合などである。この場合の効力関係としては、その企業ロゴ等及び地理的表示からなる商標はその企業しか使用できないが、企業ロゴのない地理的表示自体は、

明細書を満たすものであれば誰でも使用できることとなる。このような商標を認めることによって、地理的表示対象産品の間での差別化を図ることが可能となる。

なお、企業ロゴ等を含まない地理的表示の名称それ自体の商標登録は、一般の商標としては基本的に認められておらず、共同団体商標としての登録は可能であるがその効力は地理的表示を使用する権利を持つ者には及ばないこととされている^(付 2-3)。

3) 商標法（日本）

我が国商標法においては、第4条第1項第17号において、「日本国のぶどう酒若しくは蒸留酒の産地のうち特許庁長官が指定するものを表示する標章」又は「世界貿易機関の加盟国のぶどう酒若しくは蒸留酒の産地を表示する標章のうち当該加盟国において当該産地以外の地域を産地とするぶどう酒若しくは蒸留酒について使用することが禁止されているもの」を有する商標であって、「当該産地以外の地域を産地とするぶどう酒又は蒸留酒について使用するもの」が商標登録を受けられない商標として明示されている。この特許庁が指定する産地については、酒税の保全及び酒類業組合に関する法律（以下「酒団法」という。）に基づき地理的表示として保護されている蒸留酒（焼酎）の産地（壱岐等4産地）が指定されているため、我が国又はWTO加盟国で保護されているぶどう酒等の地理的表示に係る標章を含む商標で、当該産地以外の地域を産地とするぶどう酒等に使用する商標が登録を受けられないこととなる。ここで、酒団法に基づき保護される地理的表示及びEU等の地理的表示については、製法の基準（使用する原料等）等が定められており、この基準に適合したもののみ、その地理的表示を使用できることとされているが、商標法では、産地が真正なものであれば、商標登録は認められることとなっている。この点で、地理的表示に係る産品と商標に係る産品の内容に齟齬が生じうる^(付 2-4)。

この商標法第4条第1項第17号の規定は、TRIPS協定第23条第2項に対応するものである。産地、品質等について誤認を生ずるおそれがある商標については、第4条第1項第16号に該当し、登録を拒絶することが可能であるが、産地・品質等を誤認するとは言えないような場合（例えば山梨産ボルドーワイン）は、拒絶できないため、TRIPS協定を踏まえて明示されたものと説明されている。

なお、我が国のぶどう酒、蒸留酒もこの商標法の規定の対象とされているが、清酒は対象とされていない。一方、酒団法においては清酒の地理的表示も保護されることとなっており^(付 2-5)、清酒の地理的表示が保護された後に、産地が異なる清酒について当該地理的表示を含む商標が出願された場合に、どう扱われるかは問題とはなる。

地理的表示の保護の後、それと同様の名称について商標の登録が認められた具体的なケースとして、球磨焼酎（地理的表示:球磨^(付 2-6)、地域団体商標:球磨焼酎^(付 2-7)）、琉球泡盛（地理的表示:琉球^(付 2-8)、地域団体商標:琉球泡盛^(付 2-9)）の事例がある。この場合の効力関係について特段の規定はないので、酒団法に基づく地理的表示の基準に適合するもののみについて（地理的表示保護の効果）、地域団体商標の商標権者及びその構成員のみが（地域団体商標の効果）、その表示を使用できることになるものと考えられる。酒の場合、酒造メ

一カーは限定されており、メーカーは通常組合に加入していると考えられることから問題が少ないと考えられるが、基準に適合するものであれば誰でも地理的表示を使えることを地理的表示の基本的な性格と考えれば、その性格には反する内容となっている。

4) その他

韓国商標法においては、顕著な地理的名称等のみからなる標章^(付 2-10)は、地理的表示団体標章としての登録を除き原則として登録を受けられず(同法第3条第1項第3号及び第3項)、また、需要者が特定の地域の商品を表示するものであると顕著に認識している地理的表示と同一又は類似の商標であって、不当な利益を得ること、又はその地理的表示の適法の使用に損害を負わせること等のため使用されるものは登録を受けられない(同法第7条第1項第12号の2)ことが定められていたが、既に登録された地理的表示がある場合に商標登録ができないことは明確にはされていなかった。2011年に行われた商標法改正において、農産物品質管理法によって登録された地理的表示と同一又は類似の商標であって、その地理的表示を使用する商品と同一又は同一と認識されている商品に使用するものは商標登録を受けられないことが明示された(同法第7条第1項第16号)。このため、規定上は、登録された地理的表示と同一・類似の商標は、例外なくその地理的表示の対象とされる商品については商標登録できないこととなっている。なお、地理的表示団体標章の効力は、地理的表示であって、その商品の生産等の営業を行う者が使用するものには及ばないこととされている(同法第51条第2項第3号)。

第1表 地理的表示が先に出願されている場合等の扱い

	EU規則	TRIPS協定 (ぶどう酒等の場合)	日本(商標法)	韓国
地理的表示出願後等の商標登録の可否	EU委への地理的表示の出願後にされた商標出願は却下	地理的表示が原産国で保護される日以後に出願等された商標は登録拒絶	保護されているぶどう酒等の地理的表示を有する商標は登録拒絶	地理的表示の登録後に 出願された商標は登録拒絶
登録不可とされる商標	地理的表示保護の内容に抵触する場合(原産地が異なる場合に加え、明細書を満たさないものに使用する場合も含む。)	保護される地理的表示を含み、又はその地理的表示から構成される商標で、原産地を異にするぶどう酒についてのもの	保護されている地理的表示を含む商標で、その産地以外の地域を産地とするものに使用するもの	登録された地理的表示と同一・類似で、同一・同一と認識される商品に使用するもの
商標登録が可能な場合	原産地が同一、かつ明細書の基準を満たす場合	原産地が同一な場合	原産地が同一な場合	

(2) 考察

本稿で前提とする地理的表示の保護の内容は、一定の産地で生産される一定の基準に合う産品以外には、その地理的表示の使用を認めないというものである。仮に、このような禁止規定に該当する名称について商標登録が認められたとしても、その商標の使用は、地理的表示の保護内容として禁止されることとなる。従って、地理的表示が保護された後は、

当該地理的表示を含む商標で、地理的表示登録の際定められた産地、基準に適合しない産品に関して使用するものは商標の登録を拒絶すべきと考えられる。我が国においても、このような地理的表示保護の制度が設けられた場合には、その旨を商標法上明確にすべきと考えられる。なお、現行商標法第4条第1項第17号は、ぶどう酒等について、地理的表示産品と異なる地域を原産地とするものに使用する場合を拒絶理由として定めているが、これは基準の設定が制度上明示されていない TRIPS 協定への対応のため設けられた規定であり、我が国の地理的表示保護制度が基準に適合するもののみについて地理的表示を認める仕組みとなった場合は、EU 制度と同様、基準に適合しない産品に使用する場合を拒絶事由とすべきと考えられる。

一方、地理的表示の基準に適合する産物に使用する商標で、地理的表示を一部に含むもの（地理的表示に生産者ごとの名称や図形等を伴う形での商標）の登録は、認められるべきである。これは、基準に適合する地理的表示対象産品の中で、生産者ごとの差別化を図ること等の目的で行われるものと考えられる。これによって、地理的表示対象産物間で差別化を可能とし、さらに良品質なものの生産を促すことにつながるとともに、消費者選択にも資することとなる。

ただし、図形等を伴わず、地理的表示そのものが登録される場合は別途の考慮が必要である。既に述べた球磨焼酎の例で、「球磨」という地理的表示が指定された後に、地域団体商標として「球磨焼酎」が登録されているが、この場合、商標の独占的効力から商標の権利者（及びその構成員）のみが名称を使用できることとなり、基準に合う産品については誰でも地理的表示を使えるとする、地理的表示の保護の基本的考え方にはそぐわないこととなるからである。

地理的表示が登録され、その基準に合う以上誰でもその表示を使用することが可能であるとの制度を設けたのにもかかわらず、それが特定の者に独占されることは適當ではないと考えられる。このため、ア地理的表示（及び一般的な商品名）のみからなる商標は登録しないこととする、イ商標の効力は地理的表示に及ばないこととするなどの対応を取ることが考えられる。

なお、EU の場合、共同団体商標の効力は地理的表示に及ばないことが明示されている^(付 2-11)。そのため、仮に共同団体商標の登録がされたとしてもこのような問題は生じないこととなっている。

3. 商標が先に出願等されている場合

(1) 各制度等での扱い

1) TRIPS 協定

TRIPS 協定では、地理的表示が原産国において保護される日の前^(付 2-12)に、商標が善意

で、出願され、登録され、又は取得された場合には、商標の登録の適格性、有効性又は商標を利用する権利は害されないこととされている（第 24 条第 5 項）。ただし、この規定からは、商標が先に出願等されていた場合、地理的表示の登録が可能であるかどうか^(付 2-13)、また地理的表示が登録された場合の効力関係がどうなるかについては、必ずしも明確ではない。

この規定に関し、EU の地理的表示保護を巡るパネル報告（DS174）（別添を参照）においては、米国は、本規定は、地理的表示保護より前に出願等された商標の権利者に対し、これと抵触する地理的表示についても使用を防止する権限を与えるものであると主張した。一方、EU 委は商標の権利者の権利を、地理的表示について一部制限する意味を含む（即ち地理的表示が保護されれば先行商標があつたとしても商標権者の許諾なく地理的表示の使用が可能である。）と主張した。パネルは両者の意見とも否定しており（詳細は別添）、TRIPS 協定第 24 条第 5 項は、既存商標について、地理的表示に関し排他的権利を及ぼすことを確保することまでは求めていないと解された。このため、TRIPS 協定の地理的表示と商標の関係に関する規定は、先行優先の原則を取っているとは言えない。ただし、同協定第 16 条及び第 17 条（商標権の効力及び例外）との関係には問題が残る（後述の 2）を参照）。なお、商標の有効性等が害されないのは、あくまで、商標の権利者が善意である場合に限られていることにも注意を要する。

2) EU 規則

EU 規則上、既存商標がある場合、商標の評判、名声及び使用年数を考慮して、地理的表示の登録名が、産物の真の独自性に関して消費者の誤認を招くかもしれない場合には、そのような地理的表示の登録はできないとされている（第 3 条第 4 項）。著名な商標があり、消費者の認知が高く、これと同一の地理的表示を登録した場合誤認を招きかねない場合は登録を認めないとするものである。逆に言えば、地理的表示を登録しても、産物の独自性について誤認のおそれがないとき、すなわち商標に係る産品と地理的表示に係る産品が区別して消費者に認識されるときは、地理的表示の登録が認められることとなる^(付 2-14)
^(付 2-15)。

地理的表示の登録が認められ、商標と地理的表示が併存した場合の効力関係については、原産国における地理的表示保護の日^(付 2-16)に、善意で出願され、登録され、使用が確立された商標については、地理的表示の登録にかかわらず、商標の使用継続が認められることとされている（第 14 条第 2 項）。この規定については、登録された地理的表示の基準を満たす産物については、商標権者の許諾がなくとも、その地理的表示の使用ができることを当然の前提としている^(付 2-17)。この商標権の一部制限を正当化する理由として、GI が特別で限定的な種類の知的所有権であることがあげられている^(付 2-18)。一方、地理的表示を使用できる者以外に対する商標権者の排他的権利は影響を受けない^(付 2-19)。

EU の保護制度については、1999 年にアメリカ及びオーストラリアから TRIPS 協定に違反しているとの申立があり、2005 年にパネル報告がなされている（DS174）。この論争の

主要な論点の 1 つが、商標と地理的表示の関係であり、アメリカ等の主張は、EU の仕組みが既存商標の権利を侵害し TRIPS 協定違反であるというものであった。パネルは、結論として、EU の制度が既存商標の所有者の権利を一部侵害し、これは TRIPS 協定第 16 条第 1 項に反するが、同協定第 17 条により認められる商標権の一部制限として正当化されるとした。この理由付けとして、①地理的表示が使用されるのは明細書に従い特定の地域で生産される産物に限られること等から制限は限定的であること、②異議申立手続や商標権者の継続使用を認めていること等から商標権者の正当な利益を考慮していること、③ TRIPS 協定第 17 条で例外が認められる場合として例示されている「記述上の用語の公正な利用」と地理的表示の記述的機能に類似性があること等があげられている（詳細は別添）。

このパネル報告の結論に従えば、地理的表示の登録によって、既存商標の排他的権利を一部制限したとしても、地理的表示制度の趣旨目的に沿った一定の制限的な内容である限り、同協定第 17 条に基づき正当化されることとなる。

なお、このパネル報告の内容については、Delphine Marie-Vivien 及び Erik Thevenod-Mottet は、パネルは地理的表示全体について商標とは独立の知的所有権と認めており、先願主義の理論で、後から申請された地理的表示の保護(登録)を禁止することはできないとしていると評している（Delphine Marie-Vivien 及び Erik Thevenod-Mottet（2010））。

3) 日本

酒団法に基づくぶどう酒等の地理的表示の保護については、先行する商標との関係について特段の規定はおかれておらず、制度上、登録商標と同一・類似の地理的表示についても酒団法に基づく保護が可能と考えられる。ただし、酒団法に基づく地理的表示保護は、地理的表示の要件に適合する産品に関し積極的に地理的表示を使用する権利を与えるものではないことから、仮に抵触する先行商標がある場合は、地理的表示の使用に関し商標権者の許諾が必要になると考えられる。一方、酒団法に基づく地理的表示保護の前から既に使用されていた名称の継続使用については、平成 6 年 4 月 15 日前の少なくとも 10 年間又は同日前に善意で使用されてきた名称について定められている^(付 2-20)のみなので、仮に同日以後に我が国である商標が登録され、その後これと抵触する地理的表示が WTO 加盟国で保護(登録)された場合、酒団法に基づく告示の規定上は、当該商標の継続使用ができないことになる。この点については、TRIPS 協定第 24 条第 5 項との関係に関し、必ずしも十分な整理がされていないのではないかと考えられる。

4) その他

韓国の地理的表示保護制度では、地理的表示の登録により、登録を受けた者に対し、その地理的表示を排他的に使用できる「地理的表示権」が与えられることとなっている（農産物品質管理法第 8 条の 2 第 1 項）。この登録に当たっては、地理的表示の登録申請より前に出願され、又は登録された他人の商標(地理的表示団体標章^(付 2-21)を含む。)と同一又は類似する地理的表示は登録を受けられないこととされている（同法第 8 条第 7 項第 2

号)。EU 制度と異なり先願主義が取られているが、これは、韓国の地理的表示の場合、権利者のみが使用できる排他的権利として構成されており、商標権と地理的表示権という排他権を持つ権利同士の調整であることも影響しているのではないかと考えられる。なお、地理的表示の登録が受けられないのは「他人の」商標と同一又は類似の場合なので、例えば地理的表示団体標章の権利者が併せて地理的表示の登録を受けることは可能と考えられる。

なお、EU－韓国自由貿易協定においては、地理的表示の保護の日前に、出願・登録等された商標については、その商標の継続使用が認められることとなっている（同協定第 10.21 第 5 項）。これは、既存商標がある場合であっても、同自由貿易協定により地理的表示の保護がされうるものが前提となるものと考えられ、この場合の効力関係については EU 規則同様「継続使用が認められる。」となっているので、商標権者の許諾無く地理的表示が使用できる一方、商標の継続利用が認められることになるものと考えられる。これは、韓国の国内法である農産物品質管理法における上述の整理とは異なっている。

第 2 表 商標が先に出願等されている場合の扱い

	EU 規則	TRIPS 協定	日本 (酒団法)	韓国
商標出願等後の地理的表示保護の可否	商標の評判等から商品の同一性について消費者の誤認を招く場合は登録不可。それ以外は可能	可能と解される (地理的表示が保護される前に出願等された商標の効力に関する規定有り)	規定なし	先願の商標と同一又は類似のものは保護不可 (韓国－EU の FTA 協定では、このような規定はない。)
既存商用と地理的表示が併存した場合の効力関係	地理的表示は商標権者の許諾なく使用可能。既存商標は継続使用可能 (パネル報告で示されたところによれば、地理的表示以外に対する商標の排他的権利は影響を受けない。)	商標の適格性、有効性又は商標を利用する権利は害されない。(パネル報告によれば、地理的表示について商標の排他的権利を及ぼすことまでを求めたものではなく、協定第 17 条により商標の権利を一部制限して商標権者の許諾なく地理的表示の使用を認めることは可能。)	既存商標との調整規定がないため、仮に地理的表示が保護された場合、告示の規定上は、商標権者のみが地理的表示の基準に合うものについて名称の使用が可能	併存なし (韓国－EU の FTA 協定は、EU 規則と同内容)

(2) 考察

既存商標が存在する場合に、地理的表示の登録を認めるかどうかについては、これまで述べたように TRIPS 協定等から一定の結論が導かれるものではなく、我が国の状況等も踏まえた総合的判断になるものと考えられる。

これに関して、高倉 (1999) は、EU の制度について商標との間の「異常な不均衡」を指摘し、地理的表示と商標を等しく扱うことが必要であり、先行優先の原則 (first in time, first in right) を調整の原則としたいとする。また、国際商標協会 (INTA) は、商標と地理的表示の関係は、「first in time, first in right」の原則により解決されるべきとする (INTA (1997))。

一方、Francis Fay (2010) は、地理的表示が原産地と結びついた表示であり、かつ、その登録の要件が厳格であることや、商標制度における記述的用語に関する例外のルールとの類似性に触れて、EU の仕組みを擁護している。また、デイブ・ガンジー (2006) は、「Kobe

Beef」商標の登録に関するケーススタディを通じて、商標と地理的表示の抵触に対する解決法として「先願主義」を用いることが不公正な結果をもたらしうることを指摘し、商標法において製品の説明を目的とした特定の用語の「公正な使用」を認めている結果として、商標と地理的表示の併存が認められるのであり、パネル報告書の結論がこの問題の解決策になり得ることを提案している。

思うに、地理的表示及びその保護制度の特徴を踏まえれば、以下のような理由から、商標と地理的表示の関係は、先行したものが必ず優先するという方式をとらず、EU 制度と同様の方式をとることも可能ではないかと考えられる。

- ① 地理的表示は、一定の品質を持つ産品の原産地を特定する表示であり、商標権の効力の例外とされる記述的用語の公正な使用と同様の機能をもつものであること。また、地名が原則として商標登録されないのは、識別性の問題の他、本来独占するのが適当でないことによるものであり、仮に商標登録が認められた場合であっても、地名を使用する以上ある程度の制限に服させることは必ずしも不合理ではないこと。この際、地理的表示については、登録により保護される以前から、長年伝統的に使用されてきた名称であることも考慮する必要があること。
- ② デイブ・ガンジーが、イタリアのパルマハムや我が国の神戸牛の例を引いて指摘しているとおり^(付 2-22)、先願主義を厳格に適用することは、真正な原産地の産品についてその原産地を示す名称（＝地理的表示）を名乗ることを禁ずることとなり、かえって不公正な結果をもたらしかねないこと。
- ③ 地理的表示を使用できる産品は、特定された地域で生産され、かつ一定の品質等の基準を満たすものに限られ、その要件及び基準への適合について行政等のチェックが行われるものに限られること。このため、地理的表示を使用できる産物は非常に限定されることから、既存商標と地理的表示の併存を認めても、既存商標の権利の侵害は限定された範囲にとどまること。
- ④ 地理的表示の保護は特定の者に独占的な権利を与えるものではなく、その意味で、独占権同士の調整の問題ではないこと

以上のような点を総合的に判断すれば、既存商標がある場合の地理的表示の登録については、その商標に係る商品と混同のおそれが強い場合は登録を認めず、そうでない場合は可能とする EU 類似の方式が望ましいのではないかと考えられる。

このような方式をとる場合、地理的表示の登録を認める趣旨からいって、地理的表示の基準に適合する産物については商標権者の許諾無く地理的表示を使用できるとすることが必要であるが、一方、商標の継続使用を認めることは当然であり、また、地理的表示対象産品以外の産品に対する商標の排他的効力は影響を受けないものと整理することが適当と思われる。また、地理的表示の登録に当たっては、異議申立手続を設け、既存商標に係る商品との混同のおそれが強い場合には登録がされないことを手続面で担保することも必要である。

また、両者に係る産物について誤認を招かない工夫が必要であり、EU で行われている

ように^(付 2-23)、地理的表示対象産物を流通させるときに特別のマークの添付を義務づけることも有効と考えられる。

なお、具体的にどのような場合に登録を認めないことになるかだが、パネルでも問題となったチェコの「Budejovicke Pivo」の登録申請があった場合を考えると、アメリカ産ビールに対する著名な既存商標である「Budweiser^(付 2-24)」との関係が問題になり得る。この地理的表示の基になった地名は「Ceske Budejovice」であるが、ドイツ語表記は「Budweis」であり、ここで生産されるビールはドイツ語表記では「Budweiser」と呼ばれる。このような場合に、アメリカ産ビールについての「Budweiser」と産物の同一性に誤認が生ずるかであるが、一方はチェコ語表記であり、また共通部分は「Bud」に限られること等から、商標権侵害を巡って争われた裁判結果等^(付 2-25)も踏まえれば、誤認を生じさせるものではないと理解して良いと考えられる。しかし、(EU でも「Budejovicke Pivo」として登録されているため想定しにくい、)「Budweiser」がチェコのビールの地理的表示として申請された場合は、特段の理由がない限り、誤認のおそれが強いと判断される可能性が高いと考えられる。

また、例えば、商標の一部に「パルメザン」「Parmesan」を使用した商標^(付 2-26)が登録されているが、この場合、識別力のある図形又は文字との組み合わせで登録されており、図形等の部分が商標の要部と考えられることから、地理的表示として「Parmigiano-Reggiano」を登録しても誤認は生じないものと考えられる^(付 2-27)。

なお、我が国の場合、地理的表示に該当しうる名称が、既に多く地域団体商標として登録されているという EU とは異なる状況がある。この関係については、地理的表示の登録の申請を、EU と同様、生産者による団体のみが行えることとすれば、実態上、地理的表示の登録がされるのは商標権者たる組合が地理的表示の登録の申請をする場合に限られることから、問題が生ずるような商標と地理的表示の併存は起こらないものと考えられる

^(付 2-28)。

4. 終わりに

地理的表示と商標は、双方とも農林水産物・食品のブランド化に大きな役割を果たすものと思われ、それぞれの特徴を踏まえた活用が図られるとともに、制度面でもその役割を十分に発揮できるような仕組みを整えておくことが重要と考えられる。

本稿では、地理的表示と商標が重複した場合の関係を考察したが、この問題を検討する際には、地理的表示及びその保護の特徴に配慮することが必要と考えられる。すなわち、特定された地域で生産され、定められた基準に適合するものにしか使えないこと、その基準に適合すれば誰でもその地理的表示が使用できること、原産地と特徴を特定する表示という点で記述的な表示と同様の性格を持つこと、登録前に長年その名称が使用されてきたことが常態であること等を踏まえれば、既存商標があったとしても、地理的表示の登録を

認め、商標権者の利益に配慮しつつその効果は適切に管理された地理的表示には及ばないとする方向での整理をすることが、生産者、消費者を含めた社会全体の利益にかなうものと考えられる。

地理的表示の保護制度については、我が国においては今後その詳細な制度設計が検討されていくこととなるが、商標との関係整理についても1つの大きな論点になると考えられる。この対応を含め、創設される制度が社会全体に大きく役立つ内容となることを期待したい。

(付論 2－別添) GI と既存商標との関係に関するパネル(DS174)について

1 概要

EU の地理的表示制度については、アメリカ及びオーストラリアから TRIPS 協定に違反していること等を理由に、パネルの設置要請が行われ、2005 年 4 月に報告書の採択が行われている (DS174)。この論争の主な論点は、EU の仕組みが、① EU 以外の WTO 加盟国に内国民待遇を与えていないのではないか、② 既存商標の権利を侵害し TRIPS 協定違反ではないか、の 2 点である。

内国民待遇の論点については、パネルは、① 第 3 国が EU と同等の GI の保護システムを採用し、EU の GI に保護を与えていないと、その国の GI は EU で登録を受けられないこと、② 登録の申請等は政府経由で提出する必要がある、またその政府は EU と同様の検査システムを備える必要があること、から内国民待遇違反であるとした。この結果を受けて、EU は制度改正を行っている (R(EC)510/2006。係争の対象となったものは、R(EEC)2981/92)。

既存商標との関係の論点については、パネルは、EU の制度が既存商標の所有者の権利を一部侵害し、これは TRIPS 協定第 16 条第 1 項に反するが、同協定第 17 条により認められる商標の一部制限として正当化されるとした。

ここでは、GI の保護と既存商標との関係に絞って、パネルの内容の分析を行うこととする。なお、2 以降で記述する EU 規則の条項は旧規則 (R(EEC)2081/92) のものであるが、商標との関係に関連する内容は、基本的に現行規則と同内容である。

2 論点及びパネルの判断

(1) 論点の概要

米は、EU 規則が、TRIPS 協定第 16 条第 1 項に違反していると主張している。この理由として、EU 規則が、既存の商標の権利者に対し、商標と混同のおそれを引き起こす GI の使用を防止できることを確保していないことをあげている。

これに対し、EU 委は、① EU 規則第 14 条第 3 項により、商標と混同のおそれのある GI の登録が防止されること、② TRIPS 協定第 24 条第 5 項は GI と既存の商標の併存を認めており、この条項は商標権の一部制限を認めるものであること、③ TRIPS 協定第 24 条第 3 項により既存の商標と GI の併存が要求されていること、④ いずれにせよ、EU 規則第 14 条第 2 項は TRIPS 協定第 17 条に基づく限定的な例外として正当化されること、との理由を挙げて反論している。

(2) EU 規則第 14 条第 3 項について

EU 規則第 14 条第 3 項により、既存商標と混同のおそれを引き起こす GI の登録が防止されるという主張に関して、パネルは、

- ① 規則第 14 条第 3 項は、製品の真の同一性に関して消費者に誤認を与えやすい場合のみ登録できないとしていること (7.559)
- ② 規則第 14 条第 3 項は、既存の商標の評判、名声及びそれが使用された期間に照らして登録を禁止しており、少なくとも、名声がなく、知られておらず、使用されていない商標には適用されないこと (7.560)
- ③ 規則第 14 条第 3 項は、混同のおそれといった言葉を使用しておらず、登録が消費者を誤認させるという規則第 14 条の基準は、混同のおそれを引き起こす使用を防止する商標権よりも狭い状況に適用されること (7.561)
- ④ 商標の登録基準によっても、既存商標との混同のリスクは完全には取り除かれず、また規則第 14 条が問題となるのは保護の適格性を満たした商標が前提であること (7.565)
- ⑤ GI の使用が既存商標を侵害している全ての場合に、規則第 14 条第 3 項に基づき登録の無効を求めることが可能とは証明されないこと (7.567)
- ⑥ GI の使用が既存商標との混同のおそれを引き起こすことがありうることを前提に、GI の登録を行った事例があること (7.572-7.574)

等の理由から、EU 規則第 14 条第 3 項は、ある商標が第 14 条第 2 項の適用を受け権利を制限されることとなる状況が発生することを全て防止できるわけではないということについて、アメリカが一応の証明を行い、EU 委がこれに反論できなかったとした (7.575)。

(3) TRIPS 協定第 24 条第 5 項について

パネルは、TRIPS 協定が、加盟国に対し GI の使用に対しても商標の所有者の権利を行使可能とすることを要求しているかを判断するため、まず、同協定第 16 条第 1 項により与えられた商標の所有者の権利の内容について検討し、その後同協定第 24 条第 5 項がその権利を制限する権限を与えているかどうかを検討している (7.597)。

まず、TRIPS 協定第 16 条第 1 項について、パネルは、商標の所有者の権利について、排他的な権利であることが必要であること、すなわち、全ての第 3 者による承諾のない使用を防止できる権利が商標の所有者にのみ与えられているとした上で (7.602)、この排他的権利について、同協定第 16 条第 1 項では GI に関する制限は何もなく、第 3 者が GI の保護に従って標識を利用するかどうかにかかわらず行使しようとしている (7.603)。

次に TRIPS 協定第 24 条第 5 項について、パネルは、

- ① 第 24 条第 5 項の「商標を利用する権利」という言葉は、EU 委が主張するような、商標を使用する追加的な権利を付与するものではなく、権利が地理的表示に関する措置により影響を受けないことを規定するものである (7.610)。
- ② 第 24 条第 5 項は、GI の保護(商標の登録を拒否し、無効化する義務及び一定の使用を防止する法的手段を確保する義務)に対する例外である (7.614, 7.615 等)。

③ 第 24 条第 5 項では、「存在する既存の権利」という言葉を用いておらず、「登録の適格性及び有効性」という言葉を用いているので、アメリカの主張するような、一定の使用を防止する権利を確保しているわけではない(7.617)。また、TRIPS 協定上明示的に与えられている商標の所有者の排他的な権利を制限することについては何も触れておらず、EU 委の主張するような商標の所有者の権利を制限することが含まれているとは解せない(7.618)。すなわち、第 24 条第 5 項は、混同を招く使用を防止する権利を意味するのでもなく、混同を招く使用を防止する権利の制限を意味するものでもない(7.619)。

としている。

この結果、パネルは、

- ① TRIPS 協定第 16 条の下で、加盟国は GI としての使用を含めて一定の(標識の)使用に対する商標の所有者の権利を行使可能とする義務がある
 - ② EU 規則は規則第 14 条第 2 項が適用される商標の所有者の権利を制限している
 - ③ これに関し TRIPS 協定第 24 条第 5 項の適用はなく、この権利を制限する権限は与えられていない
- との結論に達している(7.625)。

(4) TRIPS 協定第 24 条第 3 項について

TRIPS 協定第 24 条第 3 項について、パネルは、次のように判断している。

- ① 第 24 条第 3 項は、協定第 2 部第 3 節の実施において適用されるものであり、第 2 節にある商標の所有者の権利には適用にならない(7.632)。
- ② 第 24 条第 3 項が、加盟国の保護制度の維持を求めているものだとする、ア．制度の保護水準の高かった加盟国は他の加盟国と同様の水準に変更することができず、また、EU 委が行った保護水準を引き下げる改正の事実とも矛盾する(7.634)、イ．将来にわたり、例外が増大することとなる根源的なものとなるが、その明示的な文言がない(システムとしての例外を定める協定第 14 条第 4 項では、システムを明示し、ある条件下で、選択制の仕組みのものとして規定されている。)(7.635)。したがって、第 24 条第 3 項は(システムとしての維持を求めるものではなく)、1995 年 1 月 1 日以前に保護されていた個別の GI についての保護の状態の維持を意味するが、この EU 規則の下で同日以前に GI は登録されていなかった(7.636)。

この理解の下、パネルは、第 24 条第 3 項は適用にならないと結論づけている(7.637)。

(5) TRIPS 協定第 17 条について

パネルは、第 17 条を満たすためには、①例外が限定的であること、及び②商標の所有者及び第 3 者の正当な利益を考慮するとの条件に合致することが必要であるとした上で、例外の例示となっている「記述上の文言の公正な使用」は、この解釈をする上での指針と

なるとしている(7.648)。

そして、まず、「限定的な例外」については、

- ① 例示としてあげられている「記述上の用語の公正な利用」が解釈の指針となるが、この場合において、利益を受ける第3者の数には制限がなく、対象となる商品やサービスの量にも制限がない(7.654)。
- ② 規則により権利が制限される対象は、明細書に従い特定の地域で生産された產品に限られる。量の制限はないが、「記述上の文言の公正な使用」の場合と同様、これは限定的な例外にならないということを意味しない。(7.655)
- ③ 権利が制限される対象者は、GIの登録内容に従いGIを使用する者に限られる(7.656)
- ④ 権利が制限される標識は、GIとして登録された表示に限られる(7.657)。
- ⑤ 混同のおそれが比較的高い場合は、登録への反対手続きが可能で、これにより例外が単純に適用されるわけではない(7.658)
- ⑥ 混同を防止する商標の所有者の権利は、登録内容(産地、明細)に従った登録簿に記載されたGIの表示の使用に関するものを除き影響されず、アメリカが主張するように商標の所有者の権利を消滅させるものではない(7.659)。

等の理由から、パネルはEU規則がTRIPS協定17条の「限定的な例外」とであると認めた(7.661)。

次に、第17条の「商標の使用者及び第3者の正当な利益を考慮する」という条件については、次のように判断している。

まず、商標の所有者の正当な利益について検討し、

- ① 正当な利益と考えられる商標の識別性を維持することにつき、規則第7条第4項や第14条第3項により一定の考慮がされている(7.665, 7.666)。
- ② これらが適用とならない場合、識別性が影響を受ける可能性があるが、協定第17条が混同のおそれを引き起こす使用を防止する権利に対する例外を認める条文として、ある程度の混同のおそれは認められることを前提にしていると考えられることから、これが第17条の適用にとって致命的なものとはならない(7.670)。
- ③ 第17条の「考慮する」との要件は、協定第13条等で規定されている「利益を不合理に害すること」よりは低い基準である(7.671)

等の理由から、パネルは、規則によって導入された例外は商標の所有者の正当な利益を考慮していると判断しており、また、これは、600以上のGIのうち4つの例外を除き、混同のおそれを引き起こす方法で使われるものを特定できなかったことで確認(補強)されるとした(7.674)。

次に、第3者の正当な利益の確保について、パネルは、まず第3者として消費者について検討し、規則第14条第3項で、登録が產品の真の同一性に消費者に誤認を与えやすい場合には登録が拒否されることを定めており、その適用においても消費者の正当な利益を考慮して判断されているとした(7.677, 7.678)

さらに第3者としてGIの使用者について検討し、

- ① 協定第17条に例示としてあげられている「記述上の用語の公正な利用」は解釈の指針となるが、この例示は一定の条件の下一定の用語が使用可能であるべきとの公共政策と関連している。この例示の記述的機能は、GIの記述的機能と似ており、その産品を示すために地名を用いることについてのGIの使用者の利益が正当である裏付けになる(7.683)。
- ② GIは地域等の名称であって農産物等を表現するために使用され、また原産地、品質等の条件もあり、さらにEUの表示規制等に従うものであること等の要素は、GIの使用者の利益が正当である裏付けになる(7.684)。
- ③ EU規則はGI使用者の正当な利益を考慮するだけでなく、法的権利を与えている(7.685)

等の理由から、パネルは、EU規則によって導入された例外は協定第17条の意味で第3者の正当な利益を考慮していると判断している(7.686)。

この結果、パネルは商標の所有者の権利に対するEU規則による例外は、TRIPS協定第17条により正当化されるとした(7.687)。

(6) 結論

以上の検討の結果、パネルは、EU規則はTRIPS協定第16条第1項に反するが、TRIPS協定第17条により正当化されると結論づけている。また、TRIPS協定第24条第3項及び第5項は適用とならないことにも言及している。(7.688)

注 付2-1 又は加盟国においてTRIPS協定の地理的表示の規定を適用する日

付2-2 これに対し、ぶどう酒等以外の一般の産品については、地理的表示の原産地と異なる産品に使用するので、真正の原産地について公衆を誤認させるような場合に、商標が拒絶され又は無効とされることとされている(第22条第3項)

付2-3 EU商標理事会規則上、商品の種類、原産地等のみからなる商標は、使用の結果識別性を有しない限り登録できない(第7条)。共同団体商標については、このような商標でも登録できるが、地理上の名称を使用する権利を有する第3者には対抗できない(第64条)。

付2-4 基準を満たさないものは、品質に誤認を生ずるおそれがあるものとして、商標法第4条第1項第16号に該当すると考えれば、齟齬は生じない

付2-5 「白山」が保護の対象とされている。

付2-6 1995年6月指定

付2-7 2007年1月登録、商標登録番号5016452号

付2-8 1995年6月指定

付2-9 2006年12月登録、商標登録番号5009176号

付2-10 地理的表示を内容とするもので、生産者等の団体が登録を受けられる。

付2-11 EU商標理事会規則第64条

付2-12 又は加盟国に対し地理的表示の節の規定を適用する日の前

付2-13 文言上、地理的表示の保護の前に、商標が出願、登録等された場合の規定であるので、商標の出願・登録後でも、地理的表示の保護は可能なことを前提にしていると考えられる。

- 付 2-14 これに関し、高倉は、商標が後願の場合は商標が拒絶又は無効とされるのに対し、「異常な不均衡」と評している。(高倉 [4])
- 付 2-15 ただし、EU 商標理事会規則上、商品若しくはサービスの種類、品質、・・・原産地・・・又はその他の特徴を示すために取引上使用されることがある標識若しくは表示のみからなる商標は、使用の結果識別性を獲得していない限り登録できない(第 7 条)。一方、共同団体商標については、このような商標でも登録できるが、この場合、その団体商標の所有者に第 3 者がそのような標識若しくは表示を誠実な慣行に従って取引上使用することを禁止する権利を与えるものではなく、特に地理上の名称を使用する権利を有する第 3 者に対しては主張ができないこととされている(第 64 条)。このように、地理的表示に該当しうる標識又は表示が共同団体商標以外の商標として登録される余地は少なく、また共同団体商標として登録された場合はその効力は登録された地理的表示に及ばないことが明確にされており、地理的表示と商標が衝突するケースは希なものとなっている。
- 付 2-16 又は 1996 年 1 月 1 日 (TRIPS 協定適用日) 前
- 付 2-17 2010 年に提案された規則改正案では、地理的表示の使用が認められることが明記されている(改正規則案第 14 条第 2 項)。
- 付 2-18 2011.3 EU 委担当者による説明
- 付 2-19 パネル報告 (DS174) 7.659 項
- 付 2-20 TRIPS 協定第 24 条第 4 項に相当
- 付 2-21 地理的表示を内容とするもので、生産者等の団体が登録を受けられる。
- 付 2-22 イタリアのパルマハムに関するアメリカでの商標登録が、当初先行商標の存在を理由に拒絶されたことや、我が国の「神戸牛」が米国、豪州等で商標出願され、このような商標が登録された場合正当な生産者も含めて神戸牛を使用できなくなることを指摘している(デイブ・ガンジー [8])。
- 付 2-23 EU 規則第 14 条第 2 項
- 付 2-24 商標登録番号 403923 号等
- 付 2-25 「Budejovicky Budvar」等と「Budweiser」の類似性を否定(東京高判平成 15.7.30、平成 14 年(ネ)第 5791 号)。Budweiser 商標を巡る紛争については、西口 [9] や木元 [10] に詳しい。
- 付 2-26 例えばクラフト社の商標(商標登録番号第 1903505 号)
- 付 2-27 一方、Parmigiano-Reggiano が地理的表示として登録された後、それ以外のチーズに対する「パルメザン」の使用が誤認を招くかは別途の問題としてある。
- 付 2-28 仮に、地域団体商標取得後に、商標を維持したまま地理的表示保護の申請をする場合は、同一産物についての申請になると考えられることから、産物の同一性には誤認を招かないものと思われる(ただし、基準に適合しているかどうかの点が残るが、ここに差が生ずる場合は地理的表示産品であることを示すマークの有無により区別が可能と考えられる。)。このような対応を組合が選択することは少ないと考えられるが、地域外の者に対する商標の排他権を維持しつつ、地理的表示保護制度の品質保証機能や、行政の役割に期待する場合は考えられ、このような可能性をあえて排除する必要はないように思われる。

[参考文献]

- [1] WIPO http://www.wipo.int/geo_indications/en/about.html#protec
- [2] 高橋悌二 (2010) 「地理的表示における各国の法的対応と日本の課題」『法律時報』第 82 巻第 8 号、日本評論社、pp59～65。
- [3] 小野昌延 編(2005)『注釈 商標法 (新版)』上巻、青林書房、pp439～。
- [4] 高倉成男 (1999) 「地理的表示の国際的保護」『知財研フォーラム』第 40 号、(財) 知的財産研究所。
- [5] Delphine Marie-Vivien 及び Erik Thevenod-Mottet、高橋悌二訳 (2010) 「WTO 紛争処理機関の決定の地理的表示の国際保護に及ぼす影響」、のびゆく農業 988 号、(財) 農政調査委員会

- [6] INTA (1997) “Protection of Geographical Indication and Trademarks”
<http://www.inta.org/Advocacy/Pages/ProtectionofGeographicalIndicationsandTrademarks.aspx> (アクセス日 2012 年 6 月 11 日)
- [7] Francis Fay (2010) “ Geographical indications in EU policy”
http://www.ecta.eu/IMG/pdf/fay_final_full_text-2.pdf (アクセス日 2012 年 6 月 11 日)
- [8] デイブ・ガンジー (2006) 「団体商標としての地理的表示保護ーその可能性と陥穿ー」『特許庁委託平成 17 年度産業財産権研究推進事業報告書』、(財) 知的財産研究所
- [9] 西口博之 (2011) 「地理的表示と商標権ーブドパー対パドワイザーのグローバル紛争ー」『知財プリズム』第 9 巻第 113 号、(財) 経済産業調査会。
- [10] 木元富夫 (2009) 「パドワイザー商標紛争の経緯と現在」『生駒経済論叢』第 7 巻第 1 号、近畿大学経済学会
- [11] 米谷三以 (2006) 「EC の農産品及び食品の商標及び地理的表示の保護」『WTO パネル・上級委員会報告書に関する調査研究報告書 (2005 年度版)』経済産業省
(http://www.meti.go.jp/policy/trade_policy/wto/pdf/ds/panelreport/2005/kometani.pdf アクセス日 2012 年 6 月 11 日)