

【ロシア】地方のブランド力を向上させるための法律

海外立法情報課 古澤 卓也

* プーチン大統領は 2019 年 7 月、地方のブランド力を高めるための新法に署名した。この法律により、商品に対する地理的表示が知的財産権保護の対象となった。

1 ブランド法制定の背景

2019 年 7 月 26 日、連邦法第 230 号「ロシア連邦民法典第 4 部並びに連邦法『エチルアルコール、アルコール及びアルコール含有製品の製造及び流通並びにアルコール製品の消費（飲酒）について』第 1 条及び第 23 条補足条項第 1 条の改正について」¹（以下「ブランド法」）がプーチン大統領の署名により制定された。この法律は、連邦法第 230 号「ロシア連邦民法典第 4 部」²（以下「連邦民法典」）並びに連邦法第 171 号「エチルアルコール、アルコール及びアルコール含有製品の製造及び流通並びにアルコール製品の消費（飲酒）について」³を改正することで、商品を特定の地域や都市の名前と結び付ける「地理的表示」を知的財産権の対象とし、法的な保護を与えるものである。

従来、地方のブランドを維持・向上させるための制度として、「商品原産地名称」が存在した。連邦民法典によれば、ある地名、地名を含む表記又は地名から派生し有名になった表記を商品原産地名称として法的な保護の対象にすることができる。ある表記が商品原産地名称として登録されている場合、当該の地理的領域において商品の特別な性格を形成する上で本質的な影響を与えるような商品製造段階の全てが行われているときに限り、その商品の名称に商品原産地名称を用いたり、商品のパッケージに商品原産地名称を印刷することができる。具体例としては、「チーズ・アディゲ」（ロシア連邦の連邦構成主体の一つアディゲ共和国内で生産されたチーズ）や「ブジェヨヴィツェ・ビール」⁴（チェコ共和国ブジェヨヴィツェで生産されたビール）などがある。（ロシア国外の地名も商品原産地名称として登録することができる。）

2 ブランド法の概要

(1) 地理的表示とは

地理的表示は商品原産地名称と同様、知的財産権の一種である特定の地名と結び付いた表記だが、商品原産地名称よりも登録条件や使用条件が緩やかになっている。ブランド法によると、ある商品の品質、評価又はその他の性格が、ある地理的起源と高度に結び付いているとき、そ

* 本稿におけるインターネット情報の最終アクセス日は、2019 年 9 月 9 日である。

¹ Федеральный закон от 26 июля 2019 г. N 230-ФЗ "О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и статьи 1 и 231 Федерального закона "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции." <<https://rg.ru/2019/07/31/azakony-dok.html>>

² Федеральный закон от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ "Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4." <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/>

³ Федеральный закон от 22 ноября 1995 г. N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции." <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8368/>

⁴ ジェトロ「模倣対策マニュアル ロシア編」p.128. <https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/russia_cis/ru/ip/pdf/2016_mohou.pdf>

の地理的対象の領域から発祥した商品を指し示す表記を地理的表示として国家に登録することができる。ある表記が地理的表示として登録された場合、商品の特徴に本質的な影響を与えるような製造段階のうち、少なくとも一つの段階がその地理的表示に含まれる地名に相当する地域において行われた場合に限り、地理的表示を商品名に含めることやパッケージやラベルに印刷することができる。

(2) 地理的表示の国家登録

ある表記を地理的表示として法的な保護の対象とするためには、その表記を連邦知的財産権・特許・商標庁（以下「特許庁」）に登録する必要がある。登録されるためには、既述の条件、すなわち地理的起源と商品の品質・評価等が高度に結び付いているという条件を満たしていることに加え、以下の条件に当てはまらないことを示す文書を特許庁に提出しなければならない。

- ・ロシア連邦において特定の種類の製品の表示として一般的に用いられており、生産地と結び付いていない表示（例えばカマンベールチーズ）
- ・同種の商品に対して地理的表示又は商品原産地名称として登録されている表示
- ・先に優先権を得ていた商標⁵と同一、又は消費者の誤解を招くほどその商標とよく似ている表示
- ・植物や家畜の名称と同一、又は消費者の誤解を招くほどその名称とよく似ている表示
- ・その他、商品又はその生産者に対する消費者の誤解を招き得る表示

上述の条件のいずれか一つでも当てはまる表示は、地理的表示として登録を受けることができない。また、ロシア国外の地名を含む地理的表示であっても、条件を満たしていれば特許庁に登録を行うことができる。

(3) 地理的表示に対する排他的権利

地理的表示が登録された場合、ロシア国内でその地理的表示を商品名に利用する場合や、パッケージに印刷する場合には、特許庁に対して「地理的表示に対する排他的権利」を獲得するための申請を行い、許可を受けなければならない。この際に申請者は、地理的表示を適用する商品の名称、製造方法などを特許庁に申告する必要がある。地理的表示に対する排他的権利の期限は10年間だが、特許庁に対して期限の延長を申請することができる。

また、地理的表示に対する法的な保護が制度化されると同時に、ある表示が地理的表示であることを示すための「保護マーク」の制度が導入された。すなわち、地理的表示に対する排他的権利を持つ者は、地理的表示を商品のパッケージなどに印刷する際、その隣に地理的表示が国家登録を受けていることを示すエンブレムを印刷することができる。このエンブレムは特許庁が設定する。

特許庁に対して申請を行っていない商品の名称に国家登録済みの地理的表示を利用したり、当該商品のパッケージに地理的表示や地理的表示の保護マークを印刷した場合、この者は法的な責任を問われる。

⁵ 連邦民法典によれば、商標は「法人や個々の企業の商品を識別するための表示」であり、登録を行えば複数の法人・企業が利用できる地理的表示とは性格が異なっている。