

特集 《地理的表示》

地理的表示保護制度の更なる活用に向けて

農林水産省 食料産業局 知的財産課

佐久間 温子, 中村 京子, 野澤 聡

要 約

本稿では、制度発足から5年半余りが経過した農林水産物・食品の地理的表示保護制度の更なる活用促進に資する観点から、制度の特色や登録申請に当たっての留意点等について、農林水産物・食品の知的財産保護ツールの1つとしての活用を図るため他制度とも比較しつつ論点ごとに説明する。また、地理的表示保護制度は、国際約束による諸外国との相互保護を行っていることが特色であり、現在相互保護を行っているEU及び英国との相互保護の概況や保護の執行、保護製品の追加等について説明する。また、地理的表示保護制度の更なる活用に向けて、制度の認知度向上の取組や輸出促進との関連、多様な品目の登録拡大などのトピックについて説明する。知的財産の専門家の皆様によって地理的表示保護申請のサポートがより積極的に行われ、地理的表示保護制度がより深く我が国に根付いていくことを期待する。

目次

1. 農林水産物・食品の地理的表示保護制度について
2. 地理的表示登録申請に当たっての留意点
3. 地理的表示の諸外国・地域との相互保護について
4. 地理的表示保護制度の更なる活用に向けて
5. まとめ

1. 農林水産物・食品の地理的表示保護制度について

地理的表示保護制度は、知的所有権の貿易関連の側面に関する協定（TRIPS協定）において知的財産権の一つとして位置付けられており、我が国においては、農林水産物・食品の地理的表示について、特定農林水産物等の名称の保護に関する法律（平成26年法律第84号。以下「法」という。）が平成27年6月に施行され、令和2年12月末日時点で104の産品が登録されている（図1）。

まず、本稿では、地理的表示保護制度の特色について紹介の上、申請に当たって留意すべき点について述べる（我が国には、国税庁の所管する酒類の地理的表示があるが、以下特に言及のない限り、農林水産物・食品の地理的表示保護制度を指す。）。

(1) 目的

地理的表示保護制度は、地理的表示産品の生産業者

の利益の保護を図り、もって農林水産業及び関連産業の発展に寄与し、併せて需要者の利益を保護することを目的としている（法第1条）。地理的表示とは、①特定の場所、地域又は国を生産地とし、②品質、社会的評価その他の確立した特性が生産地に主に帰せられる農林水産物等の名称の表示をいい（法第2条第2項及び第3項）、原則として登録された産品のみ地理的表示を使用可能とすることによって産品の価値に対するフリーライドを防止し、生産業者の利益保護を図るとともに、表示を信頼した需要者の利益保護を図っている。

(2) 制度の大枠

地理的表示保護制度は、申請に基づき、農林水産物等の名称を、生産地、特性、生産の方法、その特性がその生産地に主として帰せられる理由等と併せて登録し、その保護を図ることとしている。主な特徴としては、以下のとおりである。

- ① 登録された産品の生産地や産品の品質等の特性、生産の方法等を記した明細書等を満たす産品にのみ地理的表示を使用可能。また、地理的表示と併せて、以下に示す地理的表示の登録標章（商標登録第5756405号）を使用可能。

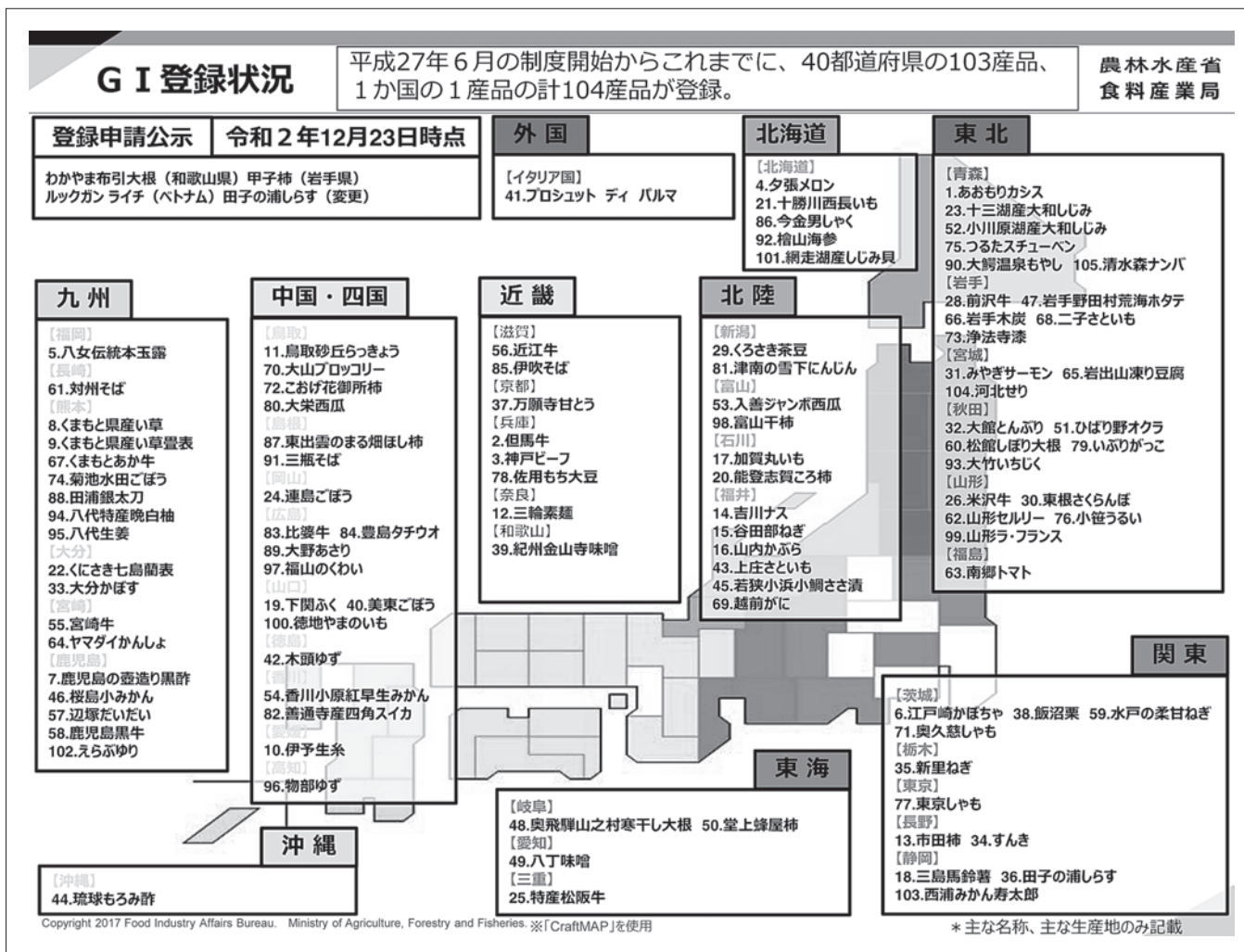


図1：GI登録状況



- ② 他の知的財産権と異なり、個人や法人に権利を与えるものではなく、農林水産物等の名称を地域の共有財産として保護するものである。このため、登録後に新たに生産者団体が登録簿に沿った形で明細書等を作成し、追加登録の手続きを経て地理的表示の使用が可能。
- ③ 登録された地理的表示の不正使用（類似等表示を含む）は農林水産省が改善指導や措置命令等の取り

- 締まりを行うことから、登録生産者団体は訴訟等の負担なく、自らの製品のブランド価値を守ることができる。
- ④ 申請者の負担は登録免許税（9万円）のみで取消や失効がない限り保護は継続し、更新の必要もない。
- (3) 農林水産物・食品の知的財産保護ツールの1つ 地理的表示保護制度は、制度発足後5年半余りが経過し、一定の認知は得られているものの、知的財産の専門家が申請サポートを行った件数は多くはない。農林水産物・食品の知的財産保護を適切に図るため、発明を保護する特許権、商標を保護する商標権、植物の新品種を保護する育成者権などに加え、地理的表示保護制度も農林水産物・食品の知的財産保護ツールの1つとして、知的財産の専門家の皆様に知見を深めて頂く観点から、本稿では①地理的表示登録申請に当たっての留意点、②国際約束を通じた諸外国・地域との相互保護、③地理的表示保護制度の更なる活用に向けて、の3つの観点から地理的表示保護制度について論

ずることとしたい。

2. 地理的表示登録申請に当たっての留意点

ここでは、当課が行っている登録申請審査実務の経験から、今後知的財産の専門家の皆様が地理的表示登録申請のサポートを扱う上で、特に留意すべき事項について説明する。

(1) 地理的表示保護制度の特色と申請に当たっての留意点

① 保護対象

農林水産省の地理的表示保護制度において登録の対象となるのは、農林水産物・食品（「特定農林水産物等」）であり、大別すると、食用農林水産物等と非食用農林水産物等に分けられる。食用農林水産物等には、野菜や果物といった食用に供される農林水産物と、調味料といったそれ以外の飲食料品が含まれる。非食用農林水産物等には、観賞用植物や工芸農作物等の非食用農林水産物と、木炭等の飲食料品以外の加工品が含まれる。

飲食料品には、菓子を始めた多様な加工品も含まれる。我が国の地理的表示産品は、加工品の登録が少なく、例えば菓子の登録はまだないが、後述する相互保護によって指定（法第23条）されている産品には菓子が複数含まれている（ドイツの「リュベッカー マジパン」や「アーヘナー プリンテン」、スペインの「ヒホナ」や「トゥロン デ アリカンテ」等）。我が国の各地にも、生鮮食料品のみならず伝統的な製造方法を長年受け継いできた地域特有の菓子などの加工品も種々存在するので、今後このような産品の申請が増加することを期待する。

なお、サービス、医薬品、医薬部外品、化粧品及び再生医療等製品は対象外である。また、酒類については国税庁が所管する酒類の地理的表示保護制度によって保護される。

② 申請主体

申請主体は、生産・加工業者を構成員に含む団体であり、農協等の法人を始め、例えば地域の伝統的産品のブランド確立を目指す協議会等（任意団体）も申請することが可能である。

個人や個人は要件を満たさず、また、事業協同組合等の特定の組合、商工会等定められた法人に申請主体

が限定されている地域団体商標とは要件が異なることに留意が必要である（法第2条第5項）。

また、一つの生産者団体のみが地域を代表して申請することも可能であるし、複数の生産者団体が共同で申請することもできる。共同申請する場合には、それぞれの生産者団体がそれぞれの出荷規格や生産の方法等を明細書に記載して申請することができる。

③ 産品に関する基準（法第2条第2項等）

産品は、「特定農林水産物等」に該当することが要件である。すなわち、(i) 特定の場所や地域等を生産地とするものであり、(ii) 品質、社会的評価その他の特性が、自然条件、伝統的製造方法など生産地域との結び付きを有するものである必要がある。更に、(iii) 「確立した特性」を有していることも要件であり、具体的には特性を有した状態で概ね25年程度以上の生産実績があることが必要となる。

(i) は、農林水産物等の特性を付与し、又は、農林水産物等の特性を保持するための行為が行われる生産地を特定する必要がある。ただし、名称に含まれている地名と生産地は、必ずしも一致していなくてもよく、発祥の地域から生産の範囲が拡大している場合でも、生産地として記載することができる。このような例として、登録第12号の「三輪素麺」や第83号の「比婆牛」などがあり生産地が拡大している例はよく見られる。

(ii) の特性は、品質、社会的評価など他の同種の産品と比較して差別化できる特徴である必要がある。これは、単に申請者が主観的・抽象的に認識しているものではなく、客観的なものであることが必要である。物理的な要素（大きさ等）や化学的な要素（成分分析等）等の客観的なデータが、根拠資料として必要となる。特性を説明するデータについて地域の大学や研究機関、農業試験場等と連携して収集するケースも見られる。研究者の研究成果も根拠資料として有効だが、当該地域の産品の分析データだけではなく、他産地との比較を提出することが重要となる。

社会的評価としては、どのような点が評価されているのかを明記した上で、その外形的表れである同種の産品との主要市場における取引価格の差を示すことも一つの方法である。継続的な価格差を示すため10年程度の価格差についてのデータを提出することが望ましい。

なお、黒毛和牛についての社会的評価については、審査基準を別途設けているため、御参照頂きたい⁽¹⁾。

また、特性が、自然条件や伝統的製法など生産地との結び付きを有することが必要であるが、例えば、地域特有の土壌、地形や気象といった自然条件や、長年当該地域のみで受け継がれてきたような伝統的製法等が特性と結びついていることを矛盾なく合理的に説明する必要がある。

④ 名称に関する基準（法第2条第3項及び第13条第1項第4号等）

製品の生産地や特性を正しく特定できる名称である必要がある。従って、申請製品の名称が普通名称である場合には登録できず、これは地域団体商標と同じである。また、動物又は植物の品種の名称と同一の名称であって、生産地について需要者に誤認を生じさせるおそれがあるものである場合にも登録されない。

地域団体商標は「地域の名称」+「商品（サービス）の普通名称又は慣用名称」の組み合わせからなる文字のみが登録対象であり、出願書類の「商標登録を受けようとする商標」の欄には例えば「東京りんご」と記載することになる。地理的表示保護制度では申請書⁽²⁾の「農林水産物等の名称」欄に記載することとなるが、地域の名称は必ずしも含まれている必要はない。このような場合には、需要者が当該名称から申請農林水産物等の生産地を認識していることを示す根拠が必要である。登録第34号の「すんき」と第79号の「いぶりがっこ」がこの例である。

申請に係る名称の使用については、確立した特性と異なり「概ね25年」の使用実績までは要求していないが、需要者が当該名称から申請農林水産物等の生産地や特性を特定できることを十分に示す根拠資料が必要となる。また、使用実績がない名称は、需要者が当該名称から製品の生産地や特性を特定できないため、登録は認められない。

⑤ 生産の方法（法第2条第4項等）

地理的表示保護制度において「生産」とは、農林水産物等が出荷されるまでに行われる一連の行為のうち、製品の特性を付与・維持するために行われる行為を指す。したがって、申請書と明細書には、製品の特性の付与・保持に必要な行程を端的に記載するようにし、当該製品を生産するに当たり一般的に行われてい

る方法など全過程を記載する必要はない。

また、地理的表示保護制度においても公示手続があることから、生産の方法に営業秘密や公開を望まないノウハウが含まれる場合には、その内容を具体的に示さない方法をとることも許容される。

特性と生産の方法をどう設定するかが、申請する際に十分検討を要する1つのポイントである。生産の方法に記載した行程は、生産行程管理業務規程に従って事後的に確認することになる。同種の製品と差別化された特性を説明するために、厳しい生産の方法を設定し、その生産方法を用いない製品を別名称で販売する場合も想定されるが、その場合は、実需者のニーズに合ったものなのか調査する必要がある。申請を検討する段階で、関係者間で将来の販売戦略等を十分議論し、地域共有の知的財産として地理的表示保護制度により保護することが適当なのか、あるいは他の知的財産権で保護を図る方が得策であるのかを、長期的視野を含めた様々な角度から議論することが望まれる。

⑥ 生産行程管理（法13条第1項第2号等）

地理的表示保護制度では、生産者団体が「生産行程管理業務規程」を作成し、登録を受けた後は、登録製品の特性付与・維持するための生産行程管理を的確に実施し、その品質を担保する必要がある。一般的には、生産地の範囲が広く、生産者が多いほど生産行程管理の負担が増大すると言える。一方で、生産地が広範囲の場合、製品の生産量・出荷量をより多く確保でき、市場の確保や輸出等に有利となるという側面もある。申請団体等の体制に応じて適切な生産行程管理業務体制を構築する必要があることに留意が必要である。

(2) 他の知的財産制度を活用すべき場合

地域の製品について知的財産保護を図る場合、例えば地理的表示保護制度ではなく以下の制度での保護を図ることが適切なこともあれば、いくつかの制度を組み合わせて保護を享受する策もあり得る。各製品の状況によって、また何を知的財産として保護したいのかという目的を十分明確に整理した上で、戦略を決めることが望ましい。地理的表示保護制度は、地域ブランドを守る手段の一つであり、状況に応じた適切な保護方策を採ることが適当である。

① 地域団体商標

農協や事業協同組合等の地域団体商標制度の申請適格を有する団体は、要件に該当すれば申請して地域団体商標と地理的表示保護制度の両方で保護を受けることは可能である。地理的表示保護制度の登録生産者団体でも登録に先行して地域団体商標を取得している例もある。例えば、地理的表示保護制度において求められる概ね 25 年程度以上の生産実績に満たない段階では、まず地域団体商標での保護を図りつつ、生産実績の年数を積んでいくことも可能である。

また、特性の裏付けとなる資料が入手できない、生産行程管理のための合意形成がまとまらない、といった地理的表示保護制度の申請に必要な要件をまとめるために年数を要する場合も同様の策を取り得る。

生産の方法を生産地内の生産業者間で共通にすることを選択せずに、より幅広い製法の産品に実需者ニーズを設定するという戦略をとる場合には、地域団体商標の方が適する場合もある。

② ①以外の商標

地域産品としての認知はあるが、地域団体商標の周知性要件を充足できない場合に図形を付した結合商標としてブランド保護を図る場合や、地域産品と思われるが実質的に個社のブランドとして確立している場合に取り得る策である。

③ 特許や実用新案

地理的表示保護制度では、特性を付与する生産の方法を登録簿や明細書において規定し、それに順守した生産が求められる。従って、特性を付与する生産の方法が特定の技術に特に依存し、その技術が一定期間で大幅に変化する場合は、地理的表示保護制度で保護するよりもむしろ特許や実用新案により、権利の保護を図る方が適切な場合もある。

3. 地理的表示の諸外国との相互保護について

海外における我が国の地理的表示の保護の方法として、当該外国の地理的表示保護制度により直接保護を求める申請を行う方法のほか、国際約束を締結し地理的表示の相互保護を行うことで保護を図る方法がある。

平成 28 年 12 月の法改正により、条約等により海外の地理的表示の相互保護を可能とする規定を創設した。また、平成 31 年 2 月には「経済上の連携に関す

る日本国と欧州連合との間の協定」(日 EU・EPA)の発効に合わせ、より高いレベルでの地理的表示保護を目的とした法改正を行った。現在、我が国と地理的表示相互保護を行っている諸外国・地域は欧州連合と英国である。

本稿では、諸外国との地理的表示相互保護について、(1) 法の相互保護の手続、(2) 日 EU・EPA における相互保護(主に執行措置について)、(3) 英国と新たに締結した条約における相互保護の現況、(4) 相互保護における地理的表示の追加的な保護、について概説する。

(1) 相互保護(指定)の手続

外国の地理的表示は、指定の手続により日本国内で保護されることとなる。指定の手続が国内登録の手続と大きく異なるのは以下の点である。

① 我が国の地理的表示保護制度と同等の水準にあると認められる制度を有する外国等と条約等の国際約束を締結していることが前提となっている。

また指定をするにあたっては、

(i) 国際約束において相互に地理的表示を保護すべきものとされていること

(ii) 我が国の地理的表示について、その適切な保護を我が国又は関係する生産者団体が、相手国当局に要請した場合には、必要な措置を講ずると認められること

も要件となっている(法第 23 条第 1 項各号)。

② 指定対象となる産品は、我が国と同等の地理的表示保護制度を有する国において既に地理的表示登録されている産品であり、お互いに相手国の制度を信頼して相互保護することが前提となっているため、基本的には相手国で適用されている明細書が日本でも適用され、その明細書や生産行程管理業務の内容は指定の可否には影響しない。

したがって、指定に係る審査や学識経験者からの意見聴取も、指定に係る名称に対し、

(i) 普通名称か否か

(ii) 先行して登録されている同一または類似する商標の有無

(iii) その他名称を保護すべきでない場合(動植物の品種の名称と同一であって、指定対象産品の生産地について誤認させるおそれのあるもの等)に該当するか否か

といった、主に名称に関する観点から行うこととなる(法第29条第1項各号)。

また、相手国で保護される我が国の地理的表示については、締約国の相互保護に関する法律等に規定された手続に従って保護されることとなる。保護を希望する地理的表示は、交渉時に我が国において登録されている産品の中から、生産者団体の輸出・保護の意向、生産量、相手国の地理的表示保護制度の対象品目か否か等を踏まえ、相手国と調整して決定する。相互保護にあたって、生産者団体が新たに行う手続や費用負担は特段ない。

(2) 日EU・EPAにおける相互保護について

平成31年2月1日に発効した日EU・EPAにより、本稿執筆中の令和3年1月現在、日本側47産品(参考1)、EU側68産品(参考2)の農林水産物・食品の地理的表示が相互に保護されている。ここでは、EU域内における日本の地理的表示の保護の執行について触れたい⁽³⁾。

日EU・EPAにおいては、地理的表示の保護の執行に関し、第14・28条に規定がある。

第14・28条 保護の執行

各締約国は、自国の権限のある当局に対し、附属書十四-Bに掲げる地理的表示を保護するため、自国の法令に従い、職権により、又は利害関係者の要請により、適当な措置をとる権限を与える。

EUで保護されている我が国の地理的表示に関し、EU域内で不正使用の疑いがあれば、当該規定に基づきEUの関係当局へ適当な措置をとるよう要請することができる。

2019年にスペインのレストランにて、南米産の牛肉であるにもかかわらず、これをメニュー等で「TROPICAL KOBE BEEF」と表示していたことが確認され、日EU・EPAに基づき、日本政府からEU当局へ適当な措置をとるよう要請した結果、EUを通じてスペインの当局が指導を行い、上記表示が中止された。

このように、海外との相互保護には、不正使用が疑われる者に対して生産者団体が直接交渉や裁判などを行う手間を要せず、締約国政府当局間による要請、事

実確認、保護の執行措置等を通じて保護を実現できる点において商標権等の知的財産権とは異なる利点がある。特に知的財産権の管理や行使にハードルを感じる小規模の生産者団体にとっても、名称の保護を図る目的においては有用な制度といえる。

なお、欧州委員会は、地理的表示の品質管理や市場における名称使用の監督権限を各加盟国に委ねている⁽⁴⁾。農林水産省では、委託事業によりEU域内において我が国の地理的表示産品の模倣品が発見された場合に生産者団体が取り得る措置を調査・整理している。現在、EUの主要6カ国⁽⁵⁾(イタリア、フランス、スペイン、ドイツ、イギリス、オランダ)についての調査をまとめた報告書「平成30年度EUのGI監視スキーム等実態調査委託事業 事業成果報告書」をウェブサイトで公表⁽⁶⁾しているので御活用頂きたい。また、相互保護対象産品につき、当該国での地理的表示の不正使用を把握した場合は、農林水産省知的財産課まで御連絡頂きたい。

(3) 日英包括的経済連携協定における相互保護について

令和3年1月1日に発効した「包括的な経済上の連携に関する日本国とグレートブリテン及び北アイルランド連合王国との間の協定」(日英CEPA)により、現在、日本側47産品、英国側3産品の地理的表示が相互に保護されている。

ここでは、日英CEPAにおける相互保護について概説する。

① 日EU・EPAにおける英国指定産品の取扱い

英国は令和2年1月31日にEUから離脱したが、欧州連合と英国との間で作成され、令和2年2月1日に発効した「英国の欧州連合及び欧州原子力共同体からの脱却に関する協定」に規定する移行期間中、日本国と欧州連合間の国際約束において、「欧州連合」の構成国に英国を含むものと解釈され(令和2年外務省告知第25号)、当該移行期間中は、英国を生産地とする指定に係る特定農林水産物等の名称も、日EU経済連携協定において保護を行っていた。

② 日英CEPAの発効による保護開始

令和2年10月、日英CEPAの署名が行われ、令和3年1月1日に発効した。

日英 CEPA は、日 EU・EPA と同じ高いレベルでの地理的表示の保護を行うことを規定し、また日 EU・EPA で保護されている両国の地理的表示を日英 CEPA の下でも引き続き保護することとし、本稿執筆中の令和 3 年 1 月現在、日本側 47 産品（参考 1）、英国側 3 産品（参考 3）の地理的表示が相互に保護されている。

また、保護する地理的表示を追加する協議等を協定発効後速やかに開始することとしている（日英 CEPA 第 14・34 条 第 5 項）。相互保護における追加的な保護については、項を改めて説明する。

(4) 地理的表示の追加保護について

日 EU・EPA や日英 CEPA に規定されているとおり、相互保護制度においては、発効時に相互保護する地理的表示のリストに記載された産品のほか、当該相互保護対象の地理的表示のリストを改正して、保護される地理的表示を両締約国の協議により追加することが可能である。

日 EU・EPA では、令和 2 年に互いに追加する地理的表示産品について協議を行い、審査手続を進めた。我が国側の手続においては、EU 側が追加保護を希望する 21 産品について令和 2 年 7 月 7 日から 3 ヶ月間公示を行い、同様に、我が国が保護を希望する 25 産品についても、EU 側の手続において令和 2 年 7 月 1 日から 2 ヶ月間公示が行われた⁷⁾。その他、日 EU・EPA に規定された必要な手続が完了し、日 EU・EPA の合同委員会で地理的表示保護リストの改正が決定され、追加保護に関する公文を交換し、改正した保護リストが発効したときに、追加の地理的表示についての保護が開始される。

また、前述のとおり、日英 CEPA では、両締約国が協定の発効後可能な限り速やかに保護される地理的表示の追加の協議を開始することが規定された（日英 CEPA 第 14・34 条 第 5 項）。その他、当該規定には、追加を求める地理的表示のリストとその明細書を相手国の言語での翻訳を含め提供すること、これらの情報を受け取った後、可能な限り速やかに各締約国は

(参考 1) E U・英国で保護されている日本側 G I (2021年1月末現在 : 47産品) 農林水産省 食料産業局

※日本語名称だけでなく、翻訳名称も E U・英国での保護の対象。

(参考2) 日本国内で保護する E U側 G I (2021年1月末現在 : 68産品)

**農林水産省
食料産業局**

酪農製品 : 25品目 (チーズ24品目, バター1品目)

アジアーゴ イタリア	フォンティーナ イタリア	ゴルゴンゾーラ イタリア	グラナ パダーノ イタリア	モッツアレラ ディ ブファラ カンパナ イタリア	パルミジャーノ レッジャーノ イタリア
ペコリーノ ロマーノ イタリア	ペコリーノ トスカノ イタリア	プロヴォローネ ヴァルパゲーナ イタリア	タレージョ イタリア	ブリード モー フランス	カマンベール ド ノルマンディ フランス
コッテ フランス	エメンタル ド サヴォワ フランス	ルブロン/ルブロン フランス	ロックフォール フランス	ダナブル デンマーク	イディアサバル スペイン
マオン メルカ スペイン	クリ マンチェゴ スペイン	フェタ ギリシャ	エダム ホラント オランダ	ゴード ホラント オランダ	ケイジョ サン ジョルジュ ホルトガル

その他加工品等 : 9品目

バルサミコ酢	ドライフルーツ
アシェット バルサミコ ディ モテナ イタリア	ブルー ダジャン/ ブルー ダジャン・ミキエ フランス
ホップ	サフラン
シャeddar ケー チュ オーストリア	アサフラン テラ マンチャ スペイン

その他:
(オーストリア) シュタイリッシャー クレン (西洋わらび)
(ドイツ) ホップ アンズ テア ハロータウ (ホップ)
(フランス) ウール エサン・エル ド ラヴァンド ド オートプロヴァンス/エサン・ド
ラヴァンド ド オートプロヴァンス (精油)
(ギリシャ) マスチハ ヒロ (天然香料)
(イタリア) アシェット バルサミコ トラフィツィナーレ ディ モテナ (バルサミコ酢)

食肉製品 : 14品目

ニルンベルガー プラットブルスト/ ニルンベルガー ローストブルスト ドイツ	モルタデラ ボローニャ イタリア	サンボネ モテナ イタリア	プロシュット トスカノ イタリア
ティロー シュバク オーストリア	ジャンボン タルデンス ベルギー	ハブゴ スペイン	ジャンボン ド バイヨンヌ フランス

その他:
(フランス) カナール ア フォアグラ ド スコリエスト (シャロス, ガスコニユ,
ジリス, サン, ペリゴール, クルシ)
(イタリア) プルサオラ チッタ ヴァルチマリナ
(イタリア) プロシュット ディ サン ダニレ
(スペイン) キエロ
(スペイン) ハモン テ ラルエル/バレタ テ ラルエル
ハンガリー

食用油脂 : 10品目

シエラ デ カルラ スペイン	シュタイリッシャー キュルスケル オーストリア

その他:
(ギリシャ) シェア ランティウ クラリス
(スペイン) アセテ デル バホ アラゴン
(スペイン) アンデラ
(スペイン) バロ
(スペイン) プラエゴ デ コルドバ
(スペイン) シエラ デ セラ
(スペイン) シエラ マチャ
(スペイン) シクラナ

菓子類 : 5品目

リューベッカー マジバン ドイツ	ヒボナ スペイン

その他:
(キプロス) ルクミ イロスキブ
(ドイツ) ニルンベルガー レーヴァーヘン
(スペイン) トロン デ アカデ

生鮮・水産 : 5品目

オリブ (果)	梨	牡蠣
エリヤ カラマタス ギリシャ	ペラ ロッシャドゥ オエステ ホルトガル	ウイトカル マレンス フランス
オレンジ, マンダリン, レモン	リンゴ	
シドコス パンシアス/ ストルダス パンシアス スペイン	メーラ アルト アディエ/ ステロル アプフェル イタリア	

Copyright 2021 Food Industry Affairs Bureau. Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries. 出典 : Qualigeo Atlas. Atlas of european and non-european PDO, PGI, TSG agri-food products / MAURO ROSATI

参考2

審査と異議申立手続を実施し、それらの完了後、知的財産専門委員会は手続を完了した地理的表示の保護リストへの追加の勧告を合同委員会に対して行うことが定められている。

EUも英国も、地理的表示の追加的な保護について積極的な姿勢を見せている。一般論としては、地理的表示の相互保護の拡大は我が方としても歓迎すべきことと考えており、我が国としても、外国において保護される我が国の地理的表示の追加について、輸出の増加につながるよう協議していく。

4. 地理的表示保護制度の更なる活用に向けて

ここまで、我が国の地理的表示保護制度の申請上の留意点や諸外国との相互保護の現状を見てきたが、我が国の農林水産物・食品の地理的表示は、発足から5年半余りが経過し、保護品目も順調に増加しているが、我が国には地域に根差した伝統的な農林水産物・食品があまた存在し、その中でも同種の産品と差別化された確立した特性を有する産品は潜在的に多く存在

していると考えられる。

農林水産省の補助事業により相談窓口として「地理的表示保護サポートデスク」を設置し、申請をサポートしているが、我が国地域特有の農林水産物・食品を地域の共有財産として保護を進めるためには、知的財産の専門家の気づきやサポートも重要と考える。

そこで、知的財産の専門家の皆様が地理的表示保護制度を活用するに当たり、参考となる情報を次に紹介したい。

(1) 地理的表示保護制度の認知度向上について

地理的表示保護制度は地理的表示の不正使用の防止による模倣品の排除以外にも、副次的な効果として産品の認知度向上の効果も期待され、そのためには、地理的表示保護制度自体の認知度向上も不可欠である。農林水産政策研究所の調査によれば、地理的表示保護制度の消費者への認知度は7.2%であり、地域団体商標制度と同程度(7.0%)、有機JASよりは認知されておらず(31.5%)⁽⁸⁾、登録の効果の発揮を図るためには

(参考3) 日本国内で保護する英国側 G I (2021年1月末現在：3 産品)

農林水産省
食料産業局

日EU・EPAにおいて保護されていた英国3産品を、日英EPAにおいても引き続き保護。



ウエスト カントリー ファームハウス
チェダー チーズ



ホホワイト スティルトン チーズ/
ブルー スティルトン チーズ



スコティッシュ ファームド サーモン

Copyright 2021 Food Industry Affairs Bureau. Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries. 出典：Qualigeo Atlas. Atlas of european and non-european PDO, PGI, TSG agri-food products / MAURO ROSATI (2009)

参考3

更なる認知度向上が必要である。

農林水産省としても、地理的表示保護制度の認知度向上を図るため、補助事業による地理的表示産品の高島屋でのフェア（オンラインストア、玉川店等）⁽⁹⁾や、ふるさと納税サイト「さとふる」と連携した産品紹介サイトの設置⁽¹⁰⁾、また、当課若手職員が参加した農林水産省 YOUTUBE チャンネル BUZZ MAFF での制度の紹介⁽¹¹⁾など認知度向上の取り組みを進めており、令和3年度も制度の認知度向上に向けて積極的に取り組んでいきたい。また、地理的表示産品情報発信サイト⁽¹²⁾においては6か国語で地理的表示産品の情報発信を行っており、更なる充実を図っていきたい。

(2) 相互保護を活かした輸出促進について

前述したとおり、我が国は諸外国との地理的表示の相互保護を進めており、相互保護により海外での模倣品の排除が可能となり、当該国での模倣品によるブランド価値の棄損を防ぐことができ、輸出拡大にメリットがある。

一方、我が国の地理的表示登録産品のうち、登録生産者団体が輸出を把握している産品は半数に満たないのが現状である。前述したとおり地理的表示保護制度は「生産業者の利益の保護を図り、もって農林水産業及びその関連産業の発展に寄与し、併せて需要者の利益を保護する」ことを目的とするものであり、必ずしも輸出を一義的な目的とするものではないが、諸外国との相互保護や海外での地理的表示登録申請（海外での申請には原産国での地理的表示登録を要求するケースが多い。）を行いながら輸出を拡大している産品もあり、海外輸出の拡大を指向する産地が国内と海外で地域の知的財産としての保護を行う必要性が高まっていくものと考えられる。

例えば、EUの地理的表示産品の例を見ると、相互保護により諸外国で産品を保護して名称の不正利用を防ぎ、欧州の農産品等の評判を維持できるメリットを生かして輸出拡大を進めており、EUの地理的表示保護産品（農林水産物・食品）の輸出額を見ると、EU域外への輸出は2010年の1,038百万€（約1,245億円）

から2017年には1,767百万€(約2,120億円)と増加しており⁽¹³⁾、地理的表示保護を活かした輸出拡大を図っている。

我が国の地理的表示産品の輸出の状況を見ると、牛肉、長芋、干柿、一部魚介類など、比較的単価が高く、保存性がよい産品が輸出の上位を占めている。海外への輸出を伸ばすに当たり、海外での知的財産保護に目を向ける必要があるが、輸出を指向する、地理的表示保護制度の登録要件に該当する可能性のある伝統的産品の生産者団体は、本制度を活用した知的財産保護も御検討頂きたい。

(3) 多様な品目への地理的表示保護制度の活用

(2)で述べた輸出とも関連するが、我が国の農林水産物・食品の地理的表示保護制度では令和2年末で104産品登録されているが、野菜、果実、肉、水産物など生鮮食料品が多く、加工品は18産品とまだ少ない現状にある。例えばEUの相互保護品目を見るとチーズやハムなどといった加工品が多いことがわかる。2.で菓子について触れたが、我が国においても生鮮食料品に加え、加工品などより多様な品目においても、地理的表示保護制度による知的財産保護のニーズはあるものと考えられるので、その可能性を追求して頂きたい。

(4) 関連予算

農林水産物・食品の地理的表示保護関連予算については、「地理的表示保護・活用総合推進事業」として、地理的表示保護制度の活用促進や輸出拡大のため、地理的表示登録申請から登録後のフォローアップまでの一貫したサポート体制の構築、販路拡大等の活動を支援するとともに、国内及び相互保護対象国における地理的表示侵害に対する監視強化の取組を図るため、令和3年度予算概算決定額として1.3億円、令和2年度第3次補正予算額として7,900万円が計上された。

5. まとめ

我が国の農林水産物・食品の地理的表示保護制度の

発足から5年半余りが経過し、更なる活用を図るため、登録申請に当たっての留意点や諸外国との相互保護の現状、更なる活用に向けた取組等について概説した。知的財産の専門家の皆様により地理的表示保護申請のサポートがより積極的に行われ、地理的表示保護制度がより深く我が国に根付いていくことを期待したい。

(注)

- (1) 審査要領別添4 農林水産物等審査基準別紙1「黒毛和種の牛肉の社会的評価についての基準」
- (2) 申請書の様式については、農林水産省のウェブサイトからダウンロードすることができる。http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/process/index.html
- (3) 日EU・EPAにおける相互保護の内容については、本特集の他の解説論文をご覧頂きたい。
- (4) 欧州連合 地理的表示及び原産地呼称に関する理事会規則 (REGULATION (EU) No.1151/2012) 第36条から第39条等。
- (5) イギリスはEUから離脱したが、調査開始当時はEUに加盟していたこと等から調査対象となっている。
- (6) https://www.maff.go.jp/j/kanbo/tizai/brand/b_syoku/index.html 参照
- (7) Official Journal of the European Union C217 37頁 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.C_2020.217.01.0037.01.ENG&toc=OJ%3AC%3A2020%3A217%3ATOC
- (8) 菊島良介, 伊藤暢宏, 内藤恵久, 大橋めぐみ, 八木浩平 地域ブランド活用による高付加価値化の取組と今後の展開—地理的表示等の活用と消費者評価— 第4章 消費者の認証制度等に対する認知と評価 2020。
- (9) <https://www.takashimaya.co.jp/shopping/special/FA18624/> 参照
- (10) https://www.satofull.jp/static/geographical_indications/ 参照
- (11) <https://www.youtube.com/watch?v=Sfk8YYYYZdgE> 参照。令和2年12月末現在6.7万回視聴されている。
- (12) <https://gi-act.maff.go.jp/> 参照
- (13) Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialties guaranteed (TSGs), Directorate-General for Agriculture and Rural Development (European Commission), 2020, pp18

(原稿受領 2021.1.6)