

# 地理的表示制度と 知財ミックスに関する調査報告

令和4年度農林水産知財対応委員会 第3部会

岡 恵、齊藤 純子、北村 光司、大津 洋夫、永井 豊  
佐々木 美紀、秋元 正哉、片岡 泰明、辻 雄介

## 要 約

令和4年度の農林水産知財対応委員会（以下、「本委員会」という）第3部会では、農林水産分野の国内外における地理的表示（GI：Geographical Indication、以下、「GI」という）に関する支援策（知財ミックスに関する支援策）の検討及び提言を行うべく、GIの国内の登録生産者団体（酒類のGIに関しては、管理委員会）に対してはヒアリングを行い、海外の登録生産者団体に対しては書簡インタビューを実施した。その結果、現場では、我々弁理士にはGIのみならず、営業秘密を含めた知財全般に関する多角的なアドバイスが期待されていることを実感した。我々弁理士は、もっと農林水産の事業者に知的財産価値の重要性を普及、活用するなどの支援をすべきであり、知財ミックスはその一つの戦略である。そこに我々弁理士の活躍の場があると思われる。

## 目次

1. はじめに
2. GI制度の概要と現状
  - 2.1 農林水産物等のGI
  - 2.2 酒類のGI
3. 調査報告
  - 3.1 事例紹介1「米沢牛」
    - (1) 登録概要
    - (2) ヒアリング内容
    - (3) 所感と提言
  - 3.2 事例紹介2「越前がに」
    - (1) 登録概要
    - (2) ヒアリング内容
    - (3) 所感と提言
  - 3.3 事例紹介3「大阪」
    - (1) 登録概要
    - (2) ヒアリング内容
    - (3) 所感
  - 3.4 海外生産者団体による日本のGI登録事例
    - (1) 概論
    - (2) プロシュット ディ パルマ（イタリア）
    - (3) ルックガン ライチ、ビントゥアン ドラゴンフルーツ（ベトナム）
4. 地理的表示制度とノウハウの保護—GI制度における「生産ノウハウの流出防止」について—
  - 4.1 概要
  - 4.2 営業秘密とノウハウ
  - 4.3 品質の希釈化について
  - 4.4 原因と対策
  - 4.5 弁理士の活用

5. おわりに

1. はじめに

本委員会は、農林水産分野における国内外の知的財産保護等に関する調査、研究や、調査研究成果物の内外への発表を職権限としている。令和4年度の本委員会第3部会では、農林水産分野の国内外におけるGIに関する支援策（知財ミックスに関する支援策）の検討及び提言を行うべく、GIの国内の登録生産者団体（酒類のGIに関しては、管理委員会）に対してはヒアリングを行い、海外の登録生産者団体に対しては書簡インタビューを実施した。各団体のGI登録（酒類のGIにおいては、GI指定）の経緯、他の知的財産権との関係（知財ミックス）、運用の実情などについて調査・検討を行った。

調査を実施した団体は、次の通りである（表1）。

表1 調査を実施した団体一覧

GI	ヒアリング又はアンケート先
米沢牛	米沢牛銘柄推進協議会
越前がに	福井県漁業協同組合連合会
大阪	大阪ワイナリー協会事務局
プロシュット ディ パルマ	コンソルツィオ デル プロシュット ディ パルマ（イタリア）
ルックガン ライチ	ルックガン ティエウライチ生産消費協会（ベトナム）
ピントゥアンドラゴンフルーツ	ピントゥアンドラゴンフルーツ協会（ベトナム）

2. GI 制度の概要と現状

調査結果の報告に入る前に、GI制度の概要と現状について簡潔にまとめておく。GIとは、TRIPS協定において、知的財産の一つとして認められているものであり、同協定において、GIは「ある商品に関し、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その領域内の地域若しくは地方を原産地とするものであることを特定する表示」と定義されている（第22条1）。

我が国のGI制度は、農林水産物を対象とするものと、酒類を対象とするものの2つの系統に分かれる。以下、それぞれの制度について概要と現状を述べる。

2. 1 農林水産物等のGI

平成26年に成立した「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律（以下「地理的表示法」という）」に基づく制度である。対象となる「特定農林水産物等」とは、①食用の農林水産物、②飲食料品（①を除く）、③政令で指定される非食用の農林水産物（観賞用の植物、工芸農作物、観賞用の魚、立木竹、真珠の5つを指定）、④政令で指定される非食用の農林水産物の加工品（飼料、漆、竹材、木材、精油、木炭、畳表、生糸の8つを指定）である。

令和4年11月1日より、GI制度の運用が見直された<sup>(1)</sup>。見直しが行われる前のGI制度の下では、他産品よりも優位な品質、厳しい生産行程管理を重視する運用が行われていた。こうした運用が徐々に厳格化していった結果、GI産品は他産品との品質差を証明し易く、地域でまとまり易い小規模・地場の伝統野菜等に偏るようになった。そして、知名度の高いもの、加工品、輸出志向のGI産品は僅かという現状を招いた。このため、地理的表示法の施行規則と審査要領の改訂が行われたのである。改訂後は、差別化された品質がなくとも、地域における自然的・人文的・社会的な要因・環境の中で育まれてきた品質、製法、評判、ものがたり等のその産品独自の多彩な特性を実質的に評価する審査に変更された。この運用見直しの概要を図1に示す。このGI制度の運用見直しにより、地域で守られるべき伝統野菜から、加工品、海外志向の産品まで、多様な産品の登録につながることを期待されている。令和5年1月31日現在、農林水産物等のGIとして、121産品が登録されている<sup>(2)</sup>。

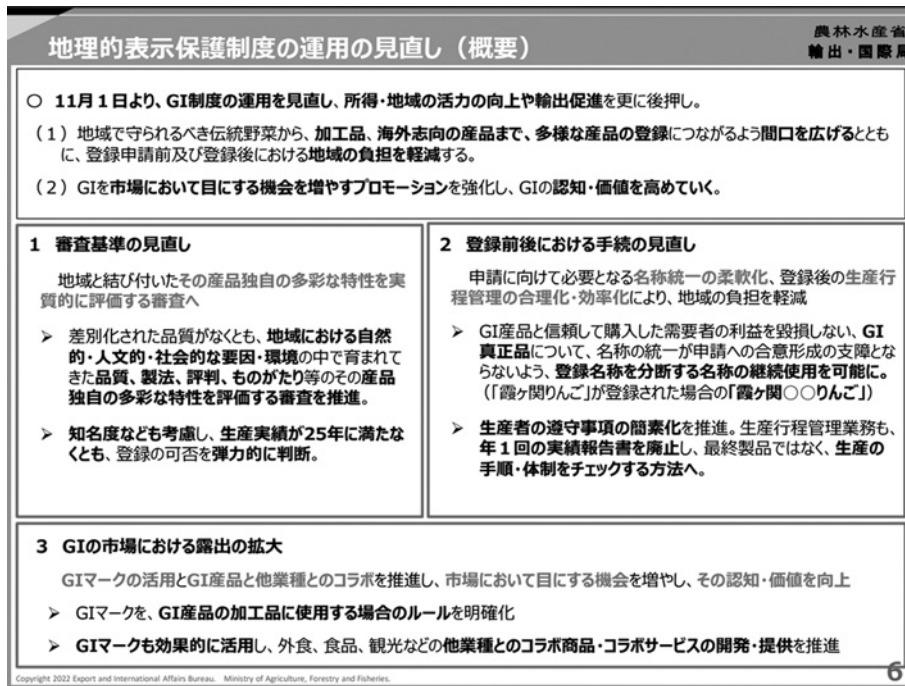


図1 農林水産物のGI保護制度の運用見直しの概要<sup>(1)</sup>

## 2.2 酒類のGI

平成6年に酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律第86条の6第1項の規定に基づき、ぶどう酒、蒸留酒、清酒を対象とする地理的表示に関する表示基準（以下「旧告示」という）を定めることにより制度化したものである。平成27年に、酒類の地理的表示に関する表示基準（以下「新告示」という）が制定され、すべての酒類へと対象が拡大し現在に至る。GIの指定を受けるためには、① 酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性が明確であること、② 酒類の特性を維持するための管理が行われていること、の2つの要件を満たすことが必要である。酒類のGIの指定の枠組みを図2<sup>(3)</sup>に示す。

酒類のGIにおいて特筆に値する点は、国レベルのGIが存在することである。それは「日本酒」である。原料の米に国内産米のみを使い、かつ、日本国内で製造された清酒のみが、「日本酒」を独占的に名乗ることができる。外国産の米を使用した清酒や日本以外で製造された清酒が国内市場に流通したとしても、「日本酒」とは表示できないため、消費者にとって区別が容易になる。また、GI「日本酒」の指定によって、近年国内需要が減少している「日本酒」のブランド価値向上、海外への輸出促進に大きく貢献することが期待されている<sup>(4)</sup>。令和5年2月末現在、酒類のGIとして20の名称が指定されている<sup>(5)</sup>。

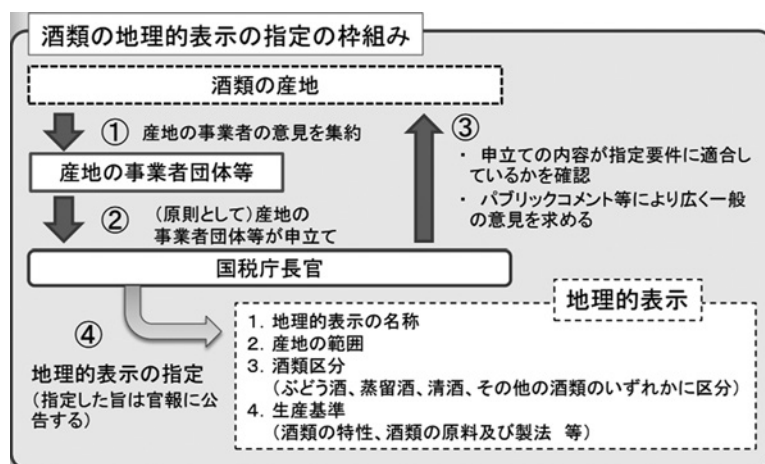


図2 酒類のGI制度の指定の枠組み<sup>(3)</sup> 国税庁（以上、令和4年度農林水産知財対応委員会 副委員長 岡 恵）

### 3. 調査報告

公開の承諾が得られた団体について、調査結果をダイジェストとして報告する。なお、詳細に関しては答申書及び附属書類の本文を参照されたい。

#### 3. 1 事例紹介1「米沢牛」

##### (1) 登録概要

日本三大和牛と称されている「米沢牛」の日本における地理的表示登録（以下GI登録と称す。）は、登録番号第26号として平成29年3月3日に登録された。その特定農産物等の名称は、「米沢牛（ヨネザワギユ）、YONEZAWAGYU」の2つであり、その登録生産者団体の名称は、米沢牛銘柄推進協議会であり、その特定農産物等の生産地は山形県置賜地域（米沢市ほか7市町村）である。

##### (2) ヒアリング内容

我々担当委員は、令和5年1月13日、GI登録された「米沢牛」に関して、米沢牛銘柄推進協議会の事務局代表とZOOM形式でヒアリングを行った。その内容は次の通りである。

###### 1) 産品の特徴

米沢牛は、その品質の高さと食味の良さから日本三大和牛と称されているが、その背景には米沢盆地特有の自然の豊かな環境と、長年にわたる生産者達のたゆまぬ努力の蓄積によって生まれた米沢周辺（置賜地域）の伝統の逸品である。

その米沢牛は（定義）、出荷時の月齢が生後32ヶ月以上の黒毛和牛種かつ未経産雌牛の牛肉である。その品質は公益団法人日本食肉格付協会の「牛枝肉取引規格」による格付け結果において、肉質等級3等級以上である。その米沢牛の社会的評価は品質の高さにある。

米沢牛の歴史は古く、明治8年に当地の牛肉を「米沢牛」として食用としたのが始まりである。当時米沢では四つ足の動物は食べないとされていたが、当時米沢に招かれていた英国人教師チャールズ・ヘンリー・ダラスが当地の牛肉の美味しさを全国に広めたのがきっかけで米沢の地での米沢牛の需要が伸びたため、米沢周辺（置賜地域）での牛肉肥育が盛んとなり、米沢地域の重要な産業となった。それ以来約1世紀半にわたる長き蓄積を経て、今では、この地域を支える重要な産業になっている。

###### 2) GI取得の概要

上記のように米沢牛は、我国のGI登録制度による申請開始直後の平成27年9月3日に申請が行われた。その理由は、GI制度施行前の平成4年には米沢牛の更なる銘柄確立と生産・流通の振興に資するのを目的に関係団体が一体となって「米沢牛銘柄推進協議会」が発足し、「米沢牛」の定義が定められていたことが第1の理由である。更に、それ以前に中国本土で「米沢牛」なる商標が不正に登録され取り消し求める訴えを起こしたが、取り消すことが出来なかったのが第2の理由である。そのため、GI登録すれば農水省が外国で取り締まってくれるとのことで、協議会の合意によりGI登録申請が決まった。

米沢牛銘柄推進協議会では、現在、事務局である山形おきたま協同組合が所有する商標権である商標登録第1457084号と商標登録第5029824号（団体商標）については承諾を受けて使用している。特に商標登録第1457084号は昭和56年に米沢市農業協同組合が登録して使用していたが、平成11年に山形おきたま農業協同組合に合併移転した後、米沢牛証明書や飾り駒等として有効に使用している（図3）。

###### 3) GI登録の効果と現状の課題

「米沢牛」をGI登録した結果については、歴史も古く以前から既にかかなり周知であったが、GI登録によって更に認知度が上がり、出荷量も増え、枝肉の単価が上がり、収益が上がるようになって、当事者は登録してよかったと思っている。

しかし、他の地域におけるライバルの和牛生産団体との競争が激しくなっているうえ、生産者の後継者不足や餌代や人件費の高騰など、畜産農家の経営環境が厳しさを増しており、更に和牛遺伝資源の外国への流失への脅威も



商標登録第1457084号



商標登録第5029824号



(米沢牛証明書)



(米沢牛の飾り駒)

図3 米沢牛の商標登録状況

ある。そのため、和牛業界が今後も生き残り発展していくのが厳しいのが現実である。

米沢牛においても、和牛業界の経営環境の厳しさに直面しており、この深刻な課題に対して、品質改良と農業と畜産の併用によって、生産振興を図っていこうと努力している。

このように「米沢牛」では生産振興を図ることを目標としているが、その対策として特許、商標など知的財産の積極的な活用については、現在のところ考えていないとのこと。

### (3) 所感と提言

今回の「米沢牛」に対するGI登録ヒアリングに際して、我々は、和牛業界は近年世界的に高い評価を受けており、今後益々発展が期待される業界であるとの先入観をもって臨んだが、現実には畜産や農業の経営環境は厳しく、たくさんの課題をかかえていて、国内外の競争に打ち勝つために必死の努力をされているというのが現状であることを再認識した。

その際、我々が残念に思ったことは、和牛業界の競争力強化策として、GI登録という知的財産活用によって業界の業績が向上していることを体験しながら、業界の更なる競争力強化策として新たな特許や商標などの知的財産がもたらす価値についての理解や認識がまだまだ十分ではないと感じたことである。

特に、和牛関連でいえば、令和2年に施行された和牛遺伝資源関連2法案をみても、実質的に行為規制にとどまっており、種苗法における育成者権のような権利化する規定にはなっていない。これでは、知的財産による和牛遺伝資源の外国への流出を防ぐには不十分と思われる。

日本が誇る和牛は、「〇〇牛」のような名称（商標・地理的表示）の他にも、上記の遺伝資源、餌の種類・配合、肥育方法、肥育環境、肥育期間、気候風土に応じた肉質管理、それらのノウハウなどの開発、保護、活用など知的財産をミックスすることで、他国産の牛肉とは大きく異なる高品質で食味、美味しさなど、更に高い付加価値が生まれ、更に国際競争力を強化することができると思われる。

因って、我々弁理士は、もっと農水産や畜産関連の事業者に、知的財産価値の重要性を普及し、活用するなどの支援を行うべきであり、そこに我々弁理士のこれからの活躍の場があると感じた。

(担当：大津 洋夫)

## 3. 2 事例紹介2「越前がに」

### (1) 登録概要

「越前がに」とは、福井県の漁港に水揚げされるずわいがにのことで、その名称は2007年に地域団体商標（登録第5089307号）、2018年にはGI（登録第69号）として登録されている。

## (2) ヒアリング内容

我々担当委員は、令和4年11月15日、GI登録された「越前がに」に関して、福井県漁業協同組合連合会（JF福井漁連）の代表とZOOM形式でヒアリングを行った。ヒアリングの内容は次の通りである。

### 1) 「越前がに」のGI登録について

福井県は製品のブランド化を図っていて、代表的な産品である「越前がに」について、福井県からGI登録の要請があった。GI申請後、農林水産省から数回検査があり、カニは海底を移動するから「越前がに」をどのように特定するのが難しいのではないかと指摘もあったものの、申請から2年位でGI登録できた。農林水産省の方が、海で泳いでいるようなカニのGIをよく認定してくれたものだと思うとのことだった。

### 2) GI登録の効果

当初はGIの効果はそれほどないのではないかと考えていたが、GIを使い始めると、GIの効果はあると感じたとのことであった。漁師の意識も、黄色いタグとGIによって変わってきた。黄色いタグ+GIによって、「越前がに」のブランド価値が上がったとのことである。なお、黄色いタグとは、「越前がに」を証明するタグを指し、越前町が全国に先駆けて1997年からカニにタグを取り付けるブランド化を行っている（図4）。

漁師の、自分達の獲ってきたカニに黄色いタグとGIをつけることが、一番価値のあることだという意識ができてきたことが、GI登録した最大の成果であるとのことだった。

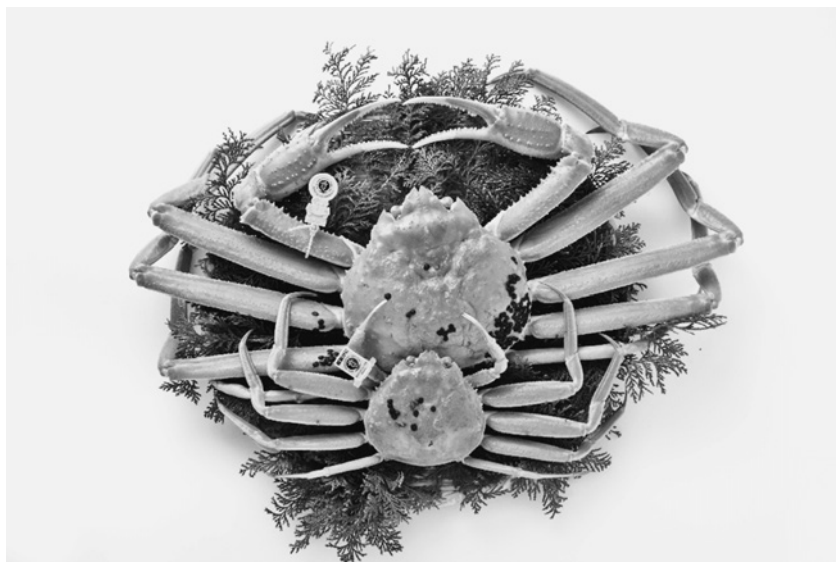


図4 GIマーク入りの黄色いタグがついた越前がに オスのズワイガニに対し、メスは「せいこがに」と呼ばれ、大きさは1/3程度（写真提供：福井県水産課）

### 3) GI登録の課題

GI登録にあたっては、「越前がに」の規格を作るのが難しいとのことであった。また、GI登録後の生産行程管理も厳しいとのことであった。今年農林水産省の検査があったが、検査員の検査内容が細かすぎて、なぜ生産者がそこまで管理しなければならないのかと言っても、検査員から生産行程管理に規定しているから、そこだけはチェックすると言われ、反論のしようがないとのこと、GI登録後の管理の難しさが窺い知れた。

## (3) 所感と提言

農産物によるGI登録が圧倒的に多い中で、水産分野のGIのヒアリングは初の試みであり、天然水産物であるカニという管理が難しい対象に関するGIについて、ヒアリングすることができた。特に、GI登録に至るまでの苦労話も交えた経緯や、GI登録後に生産者の意識が向上し、ブランド価値も高まるという優れた成果を上げた点が興味深かった。

GI登録後の管理は生産者にとってかなりの負担であり、今後のGIのさらなる促進を図るにあたっては、GI登録後の管理業務の負荷の低減がキーポイントであると感じた。GIの今後の促進及び活用のために、GI登録後の管

理業務を見直して、負荷の一層の低減を図ることを提言する。

今回のヒアリングは、農産物以外でのGI登録・活用を図るという点で、今後の我々の活動に多いに参考となった。また、ヒアリングで得られた知見は、今後農林水産分野の知財相談業務に従事する弁理士にとっても有用な情報となるであろう。

なお、GIとは直接には関係ないが、漁業における後継者問題や地球温暖化の漁業への影響といった生産現場に直結したお話も併せて伺うことができ、日本の漁業とその問題にも関心が高まり、この点においても貴重な体験であった。

(担当：永井 豊)

### 3. 3 事例紹介3「大阪」

#### (1) 登録概要

GI「大阪」は、令和3年6月30日に登録された酒類のGIの一つであり、種類区分「ぶどう酒」のGIとして、「山梨」、「山形」、「北海道」に続いて「長野」と同時に登録された。GI「大阪」の管理機関は、大阪ワイナリー協会事務局である。大阪府で収穫された一定の糖度以上を有する特定品種のぶどうのみを使用し、大阪府内で製造、貯蔵及び容器詰めが行われている等、特定の条件で製造されたぶどう酒にGI「大阪」を付することができる(図5)。

■GI大阪ロゴマーク



出典：大阪ワイナリー協会 HP (<https://www.osaka-winery.com/>)

図5 GI大阪ロゴマーク

#### (2) ヒアリング内容

我々担当委員は、令和4年10月20日、GI登録された「大阪」に関して、大阪ワイナリー協会監事であり、株式会社河内ワイン代表取締役社長である金銅重行氏と対面及びZoomのハイブリッド形式でヒアリングを行った。その内容は次の通りである。

##### 1) GI取得の背景

大阪は120年の歴史がある葡萄の一大産地で、7件のワイナリーがある。国税局とのやりとりの中で、大阪で作って育てた葡萄のワインを積極的に海外に輸出しようという話になった。当時、西日本でGIを取得している地域がなかったため、西日本で最初のGIを取得しようという共通の旗印のもとワイナリーが集結することとなった。GI取得に取り組むにはワイナリー全員の総意が必要で、7件という生産者数はちょうど良かった。

##### 2) GI取得の経緯

大阪ワイナリー協会の会長による呼びかけにより発起した。まとめ役をたてて、1年ぐらい話し合い、意思統一を図った。各ワイナリーの方向性が異なっていることから、ワイナリーを纏め、ベクトルを合わせる事が重要であった。GI取得のためには煩雑な手続きを経る必要があったことや、GI登録による効果が未知であったことから、最初は否定的な意見をもつワイナリーもあった。実際のところ、GI対象ワインに付しているGIシールがお客様への販促にはなるが、商品が爆発的に売れたという実感はない。また、ワインをはじめ飲食物にとって重要であることは「美味しい」ことであり、美味しいか否かとGI取得とは別問題である。例えばGI対象ワインには大阪の葡萄を100%使用することなど厳しい生産基準を設ける必要があることもあり、GI取得が重要であることを各ワイナリーに説明することは大変であった。その際、中心となるワイナリーの選択や、方針の発案者を選択することが重要である。周囲を巻き込めるような影響力のあり、適切な担当者を選択して仕事を振ることができる人物の存在

は重要である。

### 3) GI 登録したことによるメリット

第一に、GI 登録のためにワイナリー同士で話し合いの場を多く設けたことにより、ワイナリー同士の関係が深くなり、またお客様との距離が近くなった。第二に、海外へ積極的に進出するうえで、GI はわかりやすい基準になることが分かった。例えば、海外の品評会では受賞歴などが無い限りなかなか認知されないが GI を謳うことで世界中の人々が大阪のワインを認知し、大阪がワインの生産地であることを認識するきっかけとなった。第三に、ワイナリー同士で審査をしたり、第三者の目として国税局を交えて毎年テイスティングを 11 月に行ったりすることで、その際に情報交換ができたり、各ワイナリーのワインを客観的にみたりできるようになった。また、全国で同業者と集まる口実にもなっている。

また、日本国内または海外からワイナリー見学に来られる人数が増え、そのために、畑や工場をきれいにするようになる。さらに、葡萄の生産農家との信頼関係が強くなったり、販促のためのブランディングをしたりするようになる。海外とのコネクションも積極的に持つようになる。団体として纏まるまでが大変だが、纏まるために GI 登録を目指すのは内側としては大事な要素と感じている。

### 4) 商標登録あるいは地域団体商標登録の検討

平成 30 年 10 月に施行された「果実酒等の製法品質表示基準」では、産地の葡萄を 85% 以上使用しないとその地域名をつけてはならないという規定がある。このため、例えば「大阪ワイン」という商標登録を取得したとしても「大阪ワイン」なるワインを付して販売することのハードルが高く、取得は考えてこなかった。但し、大阪ワイナリー協会の構成員が GI 製品について付すためのロゴを商標登録している（図 6）。



商標登録 6522958 号

図 6 GI 大阪のロゴマーク

### 5) GI 登録を目指す団体へのアドバイス

とりあえず登録を目指すのではなく、GI 登録後にどのように利用するかを考えることを推奨する。GI を取得してから動くのではなく、例えば並行して輸出ルートを確認していかないと海外展開が遅くなる。GI 登録を目指すからには慎重にリスクマネジメントしなければならない。GI のデメリットとしては、例えば GI の品質基準に違反すれば、信用が一瞬にして崩れ落ちることが考えられる。品質が GI 基準に満たないときはその年の GI 品の生産は諦めるなどの潔さも大切となる。

## (3) 所感

GI「大阪」を取得した、ワイナリー 7 件を取り纏める大阪ワイナリー協会をインタビューさせて頂いた。GI 登録に取り組む中で構成員の意思統一を図るご苦労を伺ったので、ワイナリーの多い長野や山梨、岩手などではさらにご苦労が多いと推察される。また、GI「大阪」があっても、GI の生産基準として大阪産の葡萄 100% という厳しい基準があるため、原料確保が最も大変であり、GI 登録維持のためには GI 登録をすることのメリット（売上や名声の向上など）がデメリットを上回っていかねば立ち行かないと感じた。メリットを高くすることで GI 登録及びその維持のためのモチベーションを高く保つことができる。さらに、ワインの地域名称を保護するにあたり、商標法と「果実酒等の製法品質表示基準」における規定が必ずしも相容れないことがあるため、生産者団体にとっては GI 指定又は商標登録のいずれかで良いと考えるかもしれないと感じたので、異なる法律による権利の保護の必要性を弁理士会内、生産者団体等にもっと提案、啓蒙できるのではないかと思われた。今後もインタビュー事例を集積することにより、地理的表示制度、商標制度等の各法域による権利の使い分けについて知見が深まり、弁理士による農林水産知財の助言に寄与するものと考えられる。また、GI 登録にあたり弁理士には相談しなかつ



たとのことなので、GI登録を含めて知財ミックスで弁理士が提案・貢献できることの周知活動を行いつつ、対応可能な弁理士を増やしていくことが重要であると考えられる。

(担当：片岡 泰明、佐々木 美紀)

### 3. 4 海外生産者団体による日本のGI登録事例

#### (1) 概論

2023年3月現在、以下の海外の3製品が、日本においてGI登録されている。

- ・プロシュット デイ パルマ (イタリア)
- ・ルックガン ライチ (ベトナム)
- ・ビントゥアン ドラゴンフルーツ (ベトナム)

当委員会においては、これまで農林水産分野のGIの活用例のインタビューを実施し、GIに関する支援策の検討に資する調査を実施してきた。しかし、これまでに蓄積されてきたインタビュー実績はすべて国内の生産者団体についてのみであり、GI保護分野で先行する海外の生産者団体に対し直接インタビューを行った実績はなかった。海外の生産者団体にインタビューを行うことは、日本でGI登録をすることに関して、日本の生産者団体とは異なる海外の生産者団体ならではの考えや苦労を知ることができるという点で、有益な情報が得られるのではないかと考えた。

そこで、調査対象として、上記3つの海外生産者団体による日本のGI登録の先進事例について、書簡によるインタビューを試みた。

#### (2) プロシュット デイ パルマ (イタリア)

1963年に設立されたイタリアのパルマハム協会(コンソルツィオ デル プロシュット デイ パルマ (Consorzio del Prosciutto di Parma))は、「プロシュット デイ パルマ、パルマハム、Prosciutto di Parma, Parma Ham」の名称について、2017年9月15日、日本でGI登録第41号を取得した。日本での初の海外からのGI登録である。

また「Prosciutto di Parma」は、欧州連合(EU)の原産地名称保護制度(Protected designation of origin、略称PDO)による登録品である。

##### 1) 製品の特性

「プロシュット デイ パルマ」は、イタリア国エミリア、ロマーニャ州パルマ県内の限られた地域で生まれ、特別な飼料で飼育された豚の中から脂肪特性など特定の属性を有する豚のモモ肉を、最小限の塩を用いて加工工程で熟成させて製造する。特定の加工プロセスを経て熟成過程を終える頃には水分の減少により、元の1/4以上の重量が減少し、熟成により肉が柔らかく仕上がりが、香りが凝縮されている。

「プロシュット デイ パルマ」は古くからパルマの町周辺で生産されていた記録があるが、豚モモ肉の伝統的製法に関する厳格な規定を定め、「プロシュット デイ パルマ」の名声を守るとともに、他の生ハムとの区別を図り、品質の保証のために設立されたのがパルマハム協会である(農林水産省、登録の公示を参照した)。

##### 2) 登録商標

商標登録第5073378号「PROSCIUTTO DI PARMA」を地域団体商標として指定商品「第29類 イタリア共和国パルマ地方産のハム」について所有している。その他5件の商標登録を有している(図7)。

##### 3) インタビューのまとめ

メールによる質問リストの送付によりインタビューを行った。Eメール送信日は、令和4年11月22日であり、Eメールによる回答受信日は令和5年1月11日である。

主な質問と回答は次のとおりである。

##### ・日本でのGI登録の目的

日本国内に販売経路をもっていることから、日本における模倣品の排除など、ブランドの幅広い保護を図るため

第 5073378 号	第 4388216 号	第 4584290 号
PROSCIUTTO DI PARMA (標準文字)		
CI.29 イタリア国パルマ 地方産のハム	CI.29 ハム	CI.29 イタリア国パ ルマ地方産のハム
地域団体商標	団体商標	団体商標
第 5206230 号	第 5918849 号	
		
CI.35 イタリア産の飲食 料品の小売又は卸売の業 務において行われる顧客 に対する便益の提供	CI.30 パルマ産のハムが詰められた穀物 の加工品、パルマ産のハムが詰められた パスタ、パルマ産のハムが詰められたラ ビオリ、パルマ産のハムが詰められたダ ンプリング、パルマ産のハムが詰められ たロールパン、パルマ産のハムが詰めら れたキッシュ、パルマ産のハムが詰めら れた塩味のタルト、パルマ産のハムが詰 められたパン	CI.29 ハム
	団体商標	団体商標

図7 「プロシュット ディ パルマ」の商標登録状況

である。

・登録の効果、活用

GI登録後、登録の事実を発信し、マーケティングに活用すると共に「プロシュット ディ パルマ」の模倣品を排除する効果がある。

・他者による不正な使用について

恒常的にウォッチングを行っており、これまで紛らわしい表示を付した商品が発見した場合や、不適切な商標使用を発見した場合に対処した。

・他国での登録

世界多数の国でGI登録を取得し、または申請中であり、商標と共により広く強力なブランド保護を追求している。

4) 所感

登録された農林水産物等の生産地や加工プロセスについては、かなり細かく規定されており、原料の厳選、複数の加工段階管理など、品質維持に重点をおいていることが窺える。また、日本でもすでに販売経路をもち、日本でのGI登録をマーケティングに役立てていると共に他者によるGIの不正表示や商標の使用につき、常にウォッチングを行い、不正行為を発見した際には厳しく対処しているとのことであり、GIと商標を用いたブランドの保護に非常に注意を払っていると思われる。

さらに、広く海外展開を行うにあたり、多くの国ですでにGI登録を取得しており、世界的規模でProsciutto di Parmaをより広く保護することを目標としていることを改めて認識した。

(3) ルックガン ライチ、ピントウアン ドラゴンフルーツ (ベトナム)

農林水産省食料産業局とベトナム社会主義共和国知的財産庁とは、平成29年6月2日にベトナム・ハノイにおいて、地理的表示に係る協力覚書に署名した。具体的には、以下の内容の協力を開始することが示されている。

- (1) 両国における GI 保護の促進
  - ・ GI 産品を相互に申請し、保護する試行的事業の実施
  - ・ GI 関係者の相互訪問等
- (2) 相互の GI 制度に関する情報交換
- (3) GI に関する普及・啓発への取組
- (4) 事務方レベル会合の創設

(平成 29 年 6 月 2 日 農林水産省食料産業局知的財産課 地理的表示メールマガジン 第 64 号参照)

このような協力関係のもと、日本・ベトナムの産品が、互いの国において GI 登録されつつある。例えば、日本の産品について、鹿児島黒牛、市田柿、みやぎサーモンがベトナムで GI 登録されている。

また、2023 年 3 月現在、ベトナムの産品について日本で GI 登録されているのは以下の 2 つである。

- ・ ルックガン ライチ (GI 登録第 107 号 登録日：2021 年 3 月 12 日)
- ・ ビントゥアン ドラゴンフルーツ (GI 登録第 110 号 登録日：2021 年 10 月 7 日)

### 1) 産品の特性

「ルックガン ライチ」は、ベトナム国バックジャン省ルックガン県で栽培されており、他のベトナムの栽培地のライチと比較して、大きく、甘みが強いことを特徴とする（農林水産省、登録の公示<sup>(6)</sup>を参照した）。

「ビントゥアン ドラゴンフルーツ」は、ベトナム国ビントゥアン省のハムタム県、ハムトゥアンナム県、ハムトゥアンバック県、バックビン県、及びファンティエット市で栽培されており、他のベトナムの栽培地のドラゴンフルーツと比較して甘みが強く酸味が弱いことを特徴とする（農林水産省、登録の公示<sup>(7)</sup>を参照した）。

### 2) 登録商標

「ルックガン ライチ」は、指定商品を「第 29 類 ライチの缶詰及び瓶詰、乾燥加工したライチ」、「第 31 類 ライチ」として、以下の商標登録第 5625485 号が取得されている（権利者：ホイ サン スアット ティユ テュヴァイ ティユ ルックガン）（図 8）。



図 8 ルックガン ライチのロゴマーク

「ビントゥアン ドラゴンフルーツ」は、指定商品を「第 31 類 ベトナムのビントゥアン省産の新鮮なドラゴンフルーツ」として、以下の国際登録第 1164622 号が取得されている（権利者：BINH THUAN DRAGON FRUIT ASSOCIATION）。



図 9 ビントゥアン ドラゴンフルーツのロゴマーク

### 3) 所感

ルックガン ティエウライチ生産消費協会及びビントゥアン ドラゴンフルーツ協会に書簡を送付した。インタビュー項目は、上記「プロシュット デイ パルマ」の事例と同じとした。なお、インタビュー結果は非公開を条件に提供された情報であるため、詳細は割愛する。現在、農水省は、GI の相互保護の適用に向けて、ベトナムと調整を進めているとのことである（2022 年 8 月 16 日付日本農業新聞より）。日本、ベトナムの GI 産品の相互の申請がより活発になることを期待する。

## 4. 地理的表示制度とノウハウの保護—GI 制度における「生産ノウハウの流出防止」について—

### 4. 1 概要

GI 保護制度は、「特定農林水産物等」をその名称、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、その名称を保護するものである。登録された明細書に記載された事項（生産地や製品の品質等の特性、生産方法等）に即さない製品について、GI 産品と同一又は類似の名称を禁止している。そして、品質等に裏付けられた GI 産品の名称の希釈化を防止することで、生産事業者と需要者の利益保護を図っている。

ところで、生産事業者及び需要者の利益は、GI 産品の品質等に起因するものである。品質等が他の産品に比較して際立っているから、GI 産品の名称を保護する必要性があるのである。栽培、飼育、捕獲、加工等の生産方法に関するノウハウの流出（以下、「生産ノウハウの流出」という）によって GI 産品の品質等が他の産品と比較して際立たない状態となる、いわば「品質の希釈化」が発生すれば、GI 保護制度の根幹に拘わる事態となる。本稿では、生産ノウハウの流出が発生する要因とその防止に弁理士が貢献しうる可能性について模索してみたい。

### 4. 2 営業秘密とノウハウ

不正競争防止法 2 条 6 項では、「この法律において「営業秘密」とは、秘密として管理されている（①秘密管理性）生産方法、販売方法その他の事業活動に有用（②有用性）な技術上又は営業上の情報であって、公然と知られていないもの（③非公知性）」と定義されている。一方、ノウハウについての定義は様々あるが、本稿では、「競争の有力な手段となり得る情報・経験の蓄積で、限られた人の範囲でのみ保有されているもの」とする。例えば、生産者組合のみで知られている生産方法はノウハウであり、それが認識されて管理されれば、営業秘密となりうる。逆に、その栽培方法が管理されずに他の地域に流出し、公となれば、営業秘密には該当しなくなる。

### 4. 3 品質の希釈化について

#### (1) 生産者団体からの離脱

品質の希釈化が起りうる場合として、例えば、生産ノウハウを生産者組合で学んだ者が同組合を離脱し、近隣地域で同品種を利用して、同ノウハウに基づいて生産を行う場合が想定される。近隣地域の気候は同様であり、同ノウハウに基づき同品種を利用するのであるから、品質も極めて類似するものが生産されることが予想される。

#### (2) 申請書類等でのノウハウ開示

申請時には「農林水産物等の生産の方法」の記載が必要であり、生産者団体毎に提出される明細書、生産工程管理業務規程にも同様の記載が必要となる。これらの書面並びにこれらの書面に添付される指針やマニュアルに生産ノウハウが記載される場合があるが、GI 登録の公示により内容が公開されると上記③非公知性を欠くから、営業秘密に該当せず、流用してもその行為を禁止する術はない。このような生産ノウハウを用いれば、近隣地域では類似品質の産品が、また、他地域で改良され、さらに品質のよい産品ができれば、品質の希釈化が進むこととなる。

申請書類等は、その開示が丁寧なほど生産者にも生産方法が具体的に伝わり、品質は良好に保たれるが、開示によって品質の希釈化が促進されるという矛盾を生じる。

#### (3) ノウハウの流用

生産者団体では、長年の生産実績により、相当量の生産ノウハウも蓄積されていると考えられる。しかし、生産ノウハウがノウハウとして認識されず、管理されていない状態であれば、上記①秘密管理性を欠き、これも流用を禁止することができない<sup>(8)(9)</sup>。

#### 4. 4 原因と対策

以下、「a 原因」と「b 対策」とをそれぞれ記載する。

##### (1) ノウハウの存在の認識

###### 1) a. 生産者団体内での周知事項

生産方法のノウハウを暗黙知のまま共有して生産等を行っている状態では、ノウハウは生産者団体内において周知事項となっていることが考えられる。周知事項は日常接していることなので、その生産方法の重要性や、生産方法から生じる効果についても認識しておらず、生産ノウハウが流出しても仕方のない状況である。

###### 2) b. 第三者へのヒアリング

ノウハウの把握には、ノウハウの効果である品質を認めている第三者にヒアリングをするのが近道であり、生産ノウハウの効果である農林水産物の特性につながる品質のチェック事項を把握する。生産ノウハウを最もよく知る者、例えば、生産者団体の指導者が、他地域の製品の品質も把握しているバイヤーや県の指導員などにヒアリングを行うのも一策である<sup>(10)</sup>。

##### (2) 特定農林水産物等の特性と生産方法との因果関係の整理

###### 1) a. 生産方法の詳細な記載の問題

地理的表示保護制度登録申請マニュアル<sup>(11)</sup>によれば、生産者団体や地域で管理している秘密のノウハウの扱いについて、流出防止のために抽象的に申請書に記載すべき旨に言及している。一方、GI 制度において「生産」とは、農林水産物等が出荷されるまでの一連の行為のうち、農林水産物等に特性を付与又は保持するために行われる行為（GI 法 2 条 4 項）とされ、これに伴い、「特定農林水産物等の生産の方法」の記載が申請要件とされている。他の申請要件として、「特定農林水産物等の特性」等の記載も求められている。

GI 登録の申請書類における「農林水産物等の生産の方法」欄では、土壌の pH、乾燥工程の温度帯、加工時間帯などの詳細な記載が散見される。これら生産方法のノウハウに属する事項は、上述のとおり「農林水産物等に特性を付与又は保持するために行われる行為」の一要素である。「特定農林水産物等の特性」を表現するために、「生産方法」が用いられているにすぎず、「生産方法」を詳細に記載することは本来必須とはされていない。

###### 2) b. 生産方法から生じる技術的效果に着目して特定農林水産物等の特性を定義

上述のヒアリング等により、自らの農林水産物が評価されている品質のチェック事項を把握したら、生産方法との因果関係を分析する。生産経験のみで分析が十分できない場合は、品質のチェック事項を再統合した特性を表現できず、生産方法の詳しい要素を記載することで特性を表現するということになりかねない。したがって、この分析には技術的知見や、技術要素とその効果を分析する作業が必要となるものと考えられる。

##### (3) 営業秘密としての評価と管理

###### 1) a. ノウハウ把握がなされていない状態

上記 (1) (2) で述べた以前の状況であれば、生産ノウハウ自体が把握されておらず、また、生産方法がノウハウを含んだまま流出しかねない状況である。同時に、営業秘密の要件である「①秘密管理性」を充足することは不可能である。

###### 2) b. 申請書類作成前のノウハウ仕分け

上述のヒアリング・分析により、生産方法のノウハウと品質のチェック事項との因果関係が適切に把握されれば、品質のチェック事項の市場における評価が可能となる。市場の評価が高い品質チェック事項に関連する生産ノウハウほど、価値も高いものと考えられ、営業秘密としての保護を得られるように管理すべきである。その一方、市場の評価を受けにくい品質チェック事項に関連する生産ノウハウは、営業秘密としての管理ランクは低く、場合によっては「特定農林水産物等の生産の方法」に記載しても差支えないものと考えられる。

このように、上記 (1)～(3) の対策を順次行うことで、「生産ノウハウの流出」に伴う「品質の希釈化」を防止

しながら GI 登録によるブランド力の向上を享受しうる状態となる。

#### 4. 5 弁理士の活用

GI 登録は、その事実を世間に知らしめる広報が重要であり、生産方法のノウハウも世間に知れることとなる。ところで、特許、実用新案、意匠は新規性が要件となっており、上述のノウハウ仕分け以前にその内容が知れると、新規性を喪失し、権利としての適格性を失いかねない。また、ノウハウは仕分け後に営業秘密として管理されることが望ましい。GI 登録と知財戦略を連携させるには、上記ノウハウ仕分けと広報のタイミングを合わせる事が重要である。

弁理士は、特許、実用新案、意匠及び商標の産業財産権と不正競争防止法を業務として扱い、これらの権利に情報の公開が及ぼす影響を熟知している。また、ノウハウの把握において、農林水産物が評価されている品質のチェック事項と生産方法との因果関係を技術的に分析する作業は、発明の効果と請求項とを明細書に記載する際に弁理士が通常行っている工程である。したがって、弁理士は、ノウハウの把握、上記タイミングの調整及び内容の検討役として適切なスキルを有し、生産ノウハウの流出防止に貢献することで知財戦略に裏付けられた GI 制度を推進しうるものと思われる。

(担当：北村 光司)

#### 5. おわりに

農林水産分野と知的財産は密接に関係しており、我々弁理士は、農業者、生産者団体等に向けて GI 登録製品の発掘、海外展開、営業秘密の保護等の農水知財の相談・助言の業務を積極的に行うべきであると思われる。

また本委員会の活動を通じて、農林水産物の GI については農林水産省、酒類の GI については国税庁と、意見交換を密にして関係を強化し、地理的表示法及び酒類の地理的表示に関する表示基準をはじめとする農業・酒類等の関係知財について更なる調査研究に積極的に取り組んでゆきたい。そして、必要に応じて我が国の国益となる制度となるよう、関係各所に働きかけるべきであると思う。これが弁理士の職能を活かした社会貢献であると思う。

#### 謝辞

本稿は、日本弁理士会農林水産知財対応委員会で実施した生産者団体等のインタビューの結果に基づきます。同インタビューにご協力を頂き、本稿の作成にあたりご助言をいただきました以下の皆さまに、心より感謝申し上げます。

- ・ 米沢牛銘柄推進協議会事務局 山形おきたま農業協同組合  
営農経済部 畜産酪農課 小松 武彦様
- ・ 福井県漁業協同組合連合会 (JF 福井漁連) 専務理事 中川 浩一様
- ・ 大阪ワイナリー協会 幹事、株式会社河内ワイン 代表取締役 金銅 重行様
- ・ PARMA (PR) LARGO CALAMANDREI 1/A CAP 43121 ITALY  
コンサルツィオ デル プロシュット デイ パルマ 会長 Mr. Alessandro Utini

#### (参考・引用文献)

- (1) 地理的表示保護制度の運用見直し (令和 4 年 11 月版) 農林水産省 輸出・国際局 知的財産課  
[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/outline/attach/pdf/index-24.pdf](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/outline/attach/pdf/index-24.pdf) (2023 年 2 月 25 日アクセス)
- (2) 地理的表示保護 (GI) 制度について (令和 5 年 1 月版) 農林水産省 輸出・国際局  
[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/outline/attach/pdf/index-32.pdf](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/outline/attach/pdf/index-32.pdf) (2023 年 2 月 25 日アクセス)
- (3) 酒類の地理的表示の活用の手引き (平成 28 年 3 月) 国税庁 酒税課  
<https://www.nta.go.jp/publication/pamph/sake/02.pdf> (2023 年 2 月 25 日アクセス)
- (4) 地理的表示「日本酒」の指定について (平成 27 年 12 月) 国税庁  
<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/minaoshi/pdf/chiritekihyoji.pdf> (2023 年 2 月 25 日アクセス)

(5) 国税庁ホームページ：酒類の地理的表示一覧

<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/chiri/ichiran.htm> (2023年2月25日アクセス)

(6) 農林水産省ホームページ：登録の公示（登録番号第107号）

[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/register/107.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/107.html) (2023年10月1日アクセス)

(7) 農林水産省ホームページ：登録の公示（登録番号第110号）

[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi\\_act/register/110.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/110.html) (2023年10月1日アクセス)

(8) 農業分野における営業秘密の保護ガイドライン

<https://www.jfa.maff.go.jp/j/saibai/yousyoku/attach/pdf/youryou-13.pdf>

こちらには、技術・ノウハウが暗黙知に留まること、秘密管理の欠如に関する問題点と、ノウハウの棚卸等の方策が提案されている。

(9) 改訂版 攻めの農林水産業のための知財戦略（経済産業調査会）P456～459「農業分野におけるノウハウ等の重要性」参照。

(10) 上述の農業分野における営業秘密の保護ガイドライン、P37以降に「ノウハウの棚卸」等の具体的手法が記載されている。

(11) 地理的表示保護制度登録申請マニュアル 農林水産省食料産業局 P55「解説：生産方法について」参照。

(原稿受領 2023.5.11)