



地理的表示(GI)の活用と 地方創生

荒木 雅也 Araki Masaya 茨城大学人文学部社会科学科准教授

専門は法律学。2007年より現職。2011年より水戸地方裁判所委員会委員。2014～15年 地理的表示活用検討委員会委員。

地理的表示保護制度導入のねらい

2015年6月に地理的表示法*1が施行され、わが国において本格的に地理的表示保護制度(Geographical Indication、以下、GI制度)が導入されました。2015年12月22日には、江戸崎かぼちゃ、神戸ビーフを含む7つの品目の産地名称がわが国において初めてGIとして登録されました*2。GI制度とは、伝統的でかつ高品質の農林水産物・飲食料品等の産地名称(産地ブランド)保護を目的として欧州で始まった制度です。世界で100カ国以上がこの制度を導入済みです(アジアでは、インド、中国、タイ等)。今日ではEUが最も完成された制度を持っており、EUではパルマハム(イタリア)、ロックフォールチーズ(フランス)、その他3,000以上の名称がGI登録されています。

わが国の制度導入の背景には、国産品のブランド化を支援することで農業の振興をめざすというねらいや、GI制度を導入済みの国との間で将来的にGIの相互承認を行うために国内で保護を実施しておきたいという政府の意向があると思われる。

GIとは

産品が産地に起因する特性(味や香り等)を持

つ場合に、産地内の生産者のみに産地名称(GI)の使用を認めることを内容とする登録制度です(商標と同じく、名称と産品のセットで登録します)。生産者団体は、登録を受けようとする産品につき生産基準(産地の範囲、原料、成分、生産方法等)を定め、政府の審査を受けます。登録された場合、生産者は生産基準を遵守しなければなりません。

例えば、パルマハムの場合、産地の範囲や、原料の豚の品種、飼育期間、製造工程等の生産基準が細かく定められています。よって、所定の産地外で飼育された豚や所定の品種ではない豚を原料とするハムにパルマハムという名称を用いることはEU全域において禁止されています。

GIの特徴と地域団体商標

GIに類似する制度として、わが国には地域団体商標という制度があります(2006年導入)。両制度は、「○○しゃも」「○○栗」といった、産地名称(産地ブランド)保護制度である点は共通します。登録制であることと、生産者団体が登録を申請・出願する点も同じです。

GI制度の主な特徴は以下のとおりです。①産品が、産地に起因する特性を持つことが登録の要件になります。そのため、生産者団体は、「火山灰土壌のため他地域に比べて糖度が高いこと」や、「地域伝来の方法により魚を処理するため、通常より鮮度が高いこと」等を示す必要があります。

*1 特定農林水産物等の名称の保護に関する法律

*2 「登録産品一覧」農林水産省

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/index.html

ます。②生産基準を遵守しない産品(産地偽装を含む)へのGIの使用は不正使用として禁じられます。③不正使用に対しては、農林水産省が使用停止を命令します。命令違反に対しては刑罰が科されます。

これに対して、地域団体商標制度にあつては、①現に産地で生産している等の事実があれば十分であり、産地ゆえの特別の品質などは登録要件として不要です。②生産基準を定めるか否かは生産者団体の自由であり、法律上の義務ではありません。③不正使用に対しては、生産者団体が民事訴訟を提起し、損害賠償・差止めを請

求することが基本です。

その他の相違は表のとおりです。

なお、既に地域団体商標として登録されている名称を、GIとして登録することも可能です。その場合、いわば二重の保護を受けますので、不正使用に対しては、商標法上の損害賠償・差止めを請求できるほか、農林水産省による取り締まりもなされます。

消費者にとっての意味とGIマーク

全体としてGI制度は、地域団体商標制度に比してより強力な品質保証機能を備えています。それゆえ、世界的には、GI制度は産地ブランド保護制度としては最も格が高いものと目されています。また、今回導入された制度は、高品質食品と正確な産地表示を求める日本の消費者の信頼に応え得るものと言ってよいでしょう。

GI登録された場合、産品にはマーク(☒)が貼付されますので、国のお墨付きを得ていることが一目瞭然となります。

地方創生への期待

GI登録は地方創生につながることを期待されます。具体的には、①食料自給率上昇 ②輸出拡大 ③観光業の振興 ④品種の保存です。

①については、GI登録により地方産の食品の

	GI	地域団体商標
管 轄	農林水産省	特許庁
名 称	地域を特定できれば地名を冠する必要なし。	地名を冠する必要あり。
品質管理	生産者団体は、生産基準を遵守するよう生産者・加工業者を管理し、政府は管理状況を定期的に確認する。	生産者団体の対応は任意。政府も関与しない。
保護の期間	無制限。取り消されない限り権利は存続(更新は不要)。	登録から10年間(継続のためには更新・費用が必要)。
ブランド化の程度	伝統性(おおむね25年の継続的な生産)が登録要件の1つ。	周知性(近県等に知られていること)が登録要件の1つ。
保護の対象	農林水産物等注1。	すべての商品・サービス。
保護の範囲	「種類、型、様式、模造品」等の表現を伴う場合でも違法。買い手が、模造品を本物と混同するおそれがなくとも違法注2。	買い手が、模造品を本物と混同するおそれがある場合に違法。

表 GIと地域団体商標との違い

注1：GIの登録対象は、食用のすべての農林水産物と飲食物品(酒類、医薬品、医薬部外品、化粧品、再生医療等製品は除く)のほか、個別に指定された産品(観賞用の植物、工芸農作物、立木竹、観賞用の魚、真珠、飼料、漆、竹材、精油、木炭、木材、畳表、生糸)。酒類のGIについては従来から別途の保護制度が用意されており、農林水産省ではなく国税庁に登録を申請する。

注2：登録名称が「○○カステラ」であつて、模造品に「○○風カステラ」などと表示する場合、GI登録であれば一律に違法。地域団体商標登録であれば合法か違法かはケースバイ・ケース。



図 GIマーク

安全性と品質が地域住民に理解され、住民の食の地域志向が強まることを期待する声があります*3。すなわち、食の地域志向が強まれば、地産地消が進み、地域社会の中での自給率が高まる。そうなれば、単純な国産信仰は影を潜め国産表示は並品のレッテルとなるが、結果的に日本全体の自給率も上昇することになる、という見方です。また、その際、地域内での原料作物の栽培とその加工を奨励すれば、輸入原料に依存する加工食品との競争にも勝利できる、という見通しも示されています。

②については、タイの取り組みに注目してみましょう。タイは日本より早く2003年に地理的表示法を制定しました。また、タイの生産者は、欧州への食品輸出拡大をねらって、EUにおいてもタイ産品(ジャスミン米、コーヒー)のGIを登録しています。こうした取り組みに対して欧州の食品市場関係者はおおむね好意的で、EUでGIその他の公的ブランドを取得することは欧州の消費者に好印象を与えるとみています。

ただ同時に、消費者は海外産の食品の安全性に神経質になりがちなので、タイ産品が欧州で成功するためにはGI登録に加えてトレーサビリティを確保することが重要であると言っています*4。これは大変示唆的な意見であり、日本のGI産品の輸出のためには、IT技術や遺伝子技術を駆使して、トレーサビリティを確保すること、つまり、産業界の協力を得ることと、伝統とテクノロジーとの融合を図ることがポイントになりそうです。

まずは、日本の生産者団体がEUその他の海外でGI登録することが望まれますが、海外での登録については政府からの金銭的な支援と、手続きを進めるための人的支援が期待されます。

③については、わが国の産品がGI登録されそ

の評価が高まれば、国内外での産地の知名度も向上することになります。そのことは観光業への波及効果を持つでしょう。ロックフォールはチーズのGIとして有名ですが、その産地は観光地として大成功を収めています。生産の中心地ロックフォール・シュル・スールゾン村は、人口数百人で、年間20万人の観光客を集めているそうです*5。

④については、例えばブルー・デュ・ヴェルコール=サスナーージュというチーズ(フランス)がGI登録されたことをきっかけとして、絶滅の危機に瀕^{ひん}していた在来種(乳牛)の価値が再認識されています。

わが国では、伝統野菜のGI登録を推奨する声*6があります。伝統野菜の復権は、欧米企業の種子独占に対抗するうえでも有益でしょう。

まとめ

例えば、いずれかの伝統野菜がGI登録されることで、①地域内での売り上げが増え、②輸出が増え、③産地の知名度が高まり、野菜を食べるために観光客が押し寄せ、④貴重な伝統野菜の保存が図られることになれば、一石四鳥です。

さて、GI制度が導入された今、我々は改めて地名の重要性を認識すべきでしょう。鎌倉時代から宇治や^{とがのお}梶尾はお茶の産地として有名です。地名が失われれば伝統も失われかねません。今後は、地域の歴史や伝統を無視した安易な地名の命名はあってはなりません。GI登録により地名が保存、継承され、地域の歴史への関心や愛着が高まれば一石五鳥です。

登録に要する費用は登録免許税の90,000円のみです。たった90,000円で5羽の鳥を捕獲できれば安上がりではないでしょうか。

*3 松尾雅彦『スマート・テロワール』(学芸出版社)、2014年

*4 Wongprawmas他『Gatekeepers' Perceptions of Thai Geographical Indication Products in Europe』[JIFAM]24巻3号、2012年、185-200ページ

*5 Barham & Sylvander『Labels of Origin for Food』(CAB International)、2011年

*6 後藤斎現山梨県知事(元衆議院議員)第186回国会 衆議院農林水産委員会(2014年5月21日)