

地理的表示保護制度について

— 諸外国の動向と我が国での検討状況 —

平成25年11月

農林水産省

目 次

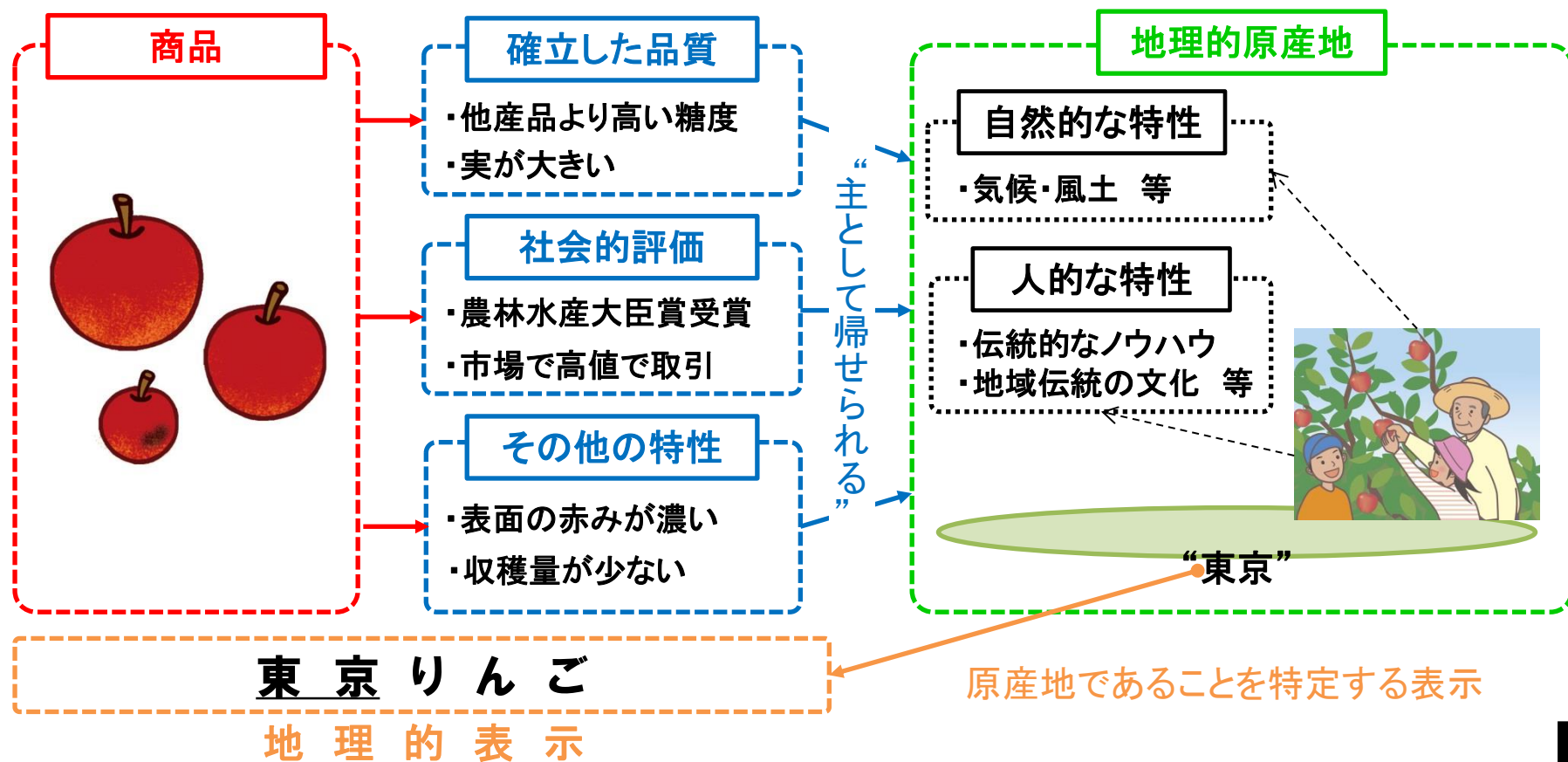
1. 地理的表示とは	1
2. TRIPS協定での保護内容（保護水準）	2
3. 諸外国における地理的表示の保護の仕組み	
(1) 米国の例	
① 米国における地理的表示の保護の仕組み	3
② 米国で証明商標として保護されている地理的表示産品の例	4
(2) EUの例	
① EUにおける地理的表示の保護の仕組み	5
② EUの地理的表示登録産品の例	6
4. 農山漁村の活性化への効果（EUの例）	7
5. 近年の地理的表示保護制度に関する各種提言	8
6. 地理的表示保護制度研究会について	9
7. 研究会報告書骨子案の概要	10

1. 地理的表示とは

○ 知的所有権の貿易関連の側面に関する協定 (TRIPS協定) における定義 (第22条第1項):

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をいう。

○ TRIPS協定の定義する地理的表示のイメージ～東京りんご (※架空の農産物) を例に～



2. TRIPS協定での保護内容（保護水準）

○ TRIPS協定においては、一般の品目とワイン・蒸留酒とでは、地理的表示の保護内容（保護水準）に差が設けられている。

TRIPS協定における保護水準

一般の品目

TRIPS協定第22条第2項

地理的表示に関して、加盟国は、利害関係を有する者に対し次の行為を防止するための法的手段を確保する。

- (a) 商品の特定又は提示において、当該商品の地理的原産地について公衆を誤認させるような方法で、当該商品が真正の原産地以外の地理的区域を原産地とするものであることを表示し又は示唆する手段の使用
- (b) 1967年のパリ条約第10条の2に規定する不正競争行為を構成する使用

北海道産のハムに

× パルマハム

○ 北海道産パルマ風ハム

公衆の誤認
が要件

ワイン・蒸留酒

TRIPS協定第23条第1項

加盟国は、利害関係を有する者に対し、真正の原産地が表示される場合又は地理的表示が翻訳された上で使用される場合若しくは「種類(kind)」、「型(type)」、「様式(style)」、「模造品(imitation)」等の表現を伴う場合においても、ぶどう酒又は蒸留酒を特定する地理的表示が当該地理的表示によって表示されている場所を原産地としないぶどう酒又は蒸留酒に使用されることを防止するための法的手段を確保する。(注)

(注)

加盟国は、これらの法的手段を確保する義務に関し、第42条第1段の規定にかかわらず、民事上の司法手続に代えて行政上の措置による実施を確保することができる。

北海道産のワインに

× ボルドーワイン

× 北海道産ボルドー風ワイン

公衆の誤認を要件
としない強い保護
(追加的保護)

3. 諸外国における地理的表示の保護の仕組み

(1) 米国の例

① 米国における地理的表示の保護の仕組み

- 米国では、地理的表示の保護そのものを目的とした法制度はない一方、米国商標法に基づき、一般的な商標とは別の証明商標制度により地理的表示の保護を実施。

一般的な商標

・商品又はサービスを識別するために使用される標章

定義

・権利者が独占的に使用

使用者

・地理的用語のみから構成される標章は原則登録不可

地理的
表示の登録

・品質、製造方法等に関する証明はしない

品質等に関する証明

証明商標

・商品・サービスの提供にあたって、当該商品・サービスに係る原産地、原材料、製造方法、品質、精度その他の特徴を証明する標章

・権利者自身は商標を使用せず、権利者が定める商品・サービスに係る一定の基準を満たす者が使用

・地理的用語のみから構成される標章も登録可能

・権利者が定める原産地、原材料、製造方法、品質、精度その他の特徴を証明



品質のみを証明する
証明商標の例



WOOLMARK

地理的用語を含む
証明商標の例



3. 諸外国における地理的表示の保護の仕組み

② 米国で証明商標として保護されている地理的表示製品の例

アイダホ州産アイダホポテト
(IDAHO POTATOES GROWN IN IDAHO)
〔アイダホ州〕

○権利者

・アイダホ州ポテト委員会

○対象産品

・ジャガイモ、ジャガイモ加工品
(生製品、冷凍・冷蔵・乾燥製品)

○証明内容

・原産地がアイダホ州であること。
・権利者の定める基準(等級、サイズ、重さ、色、形状、種類、成熟度、残留農薬濃度等)を満たしていること。



100% コナコーヒー
(100% KONA COFFEE)
〔ハワイ州コナ地域〕

○権利者

・ハワイ州農務局

○対象産品

・コーヒー豆

○証明内容

・ハワイ州の地域内の原産であること。(ハワイ州南北コナ地域地理的境界内で栽培されたこと。)



カリフォルニア州100%ナパ産ワイン
(100% NAPA VALLEY)
〔カリフォルニア州ナパ地域〕

100% NAPA VALLEY

○権利者

・ナパバレーワイン醸造品協会

○対象産品

・ブドウ酒、発砲ブドウ酒、炭酸ぶどう酒

○証明内容

・カリフォルニア州ナパバレー指定ブドウ栽培区域由来の産品であること。
・産品が、協会特定の条件を満たしていること。

メイン州 ロブスター
(CERTIFIED MAINE LOBSTER)
〔メイン州〕

CERTIFIED MAINE LOBSTER

○権利者

・メインロブスター振興協会

○対象産品

・ロブスター、ロブスター製品

○証明内容

・メイン州沿岸域原産であること。

3. 諸外国における地理的表示の保護の仕組み

(2) EUの例

① EUにおける地理的表示の保護の仕組み

○ EUでは、農産品・食品の表記に関わる以下の2つの表示について、産品明細書の条件に合致した農産物等を販売・流通させる者のみが、当該表示を使用することができる。

原産地呼称保護



PDO (Protected Designation of Origin)

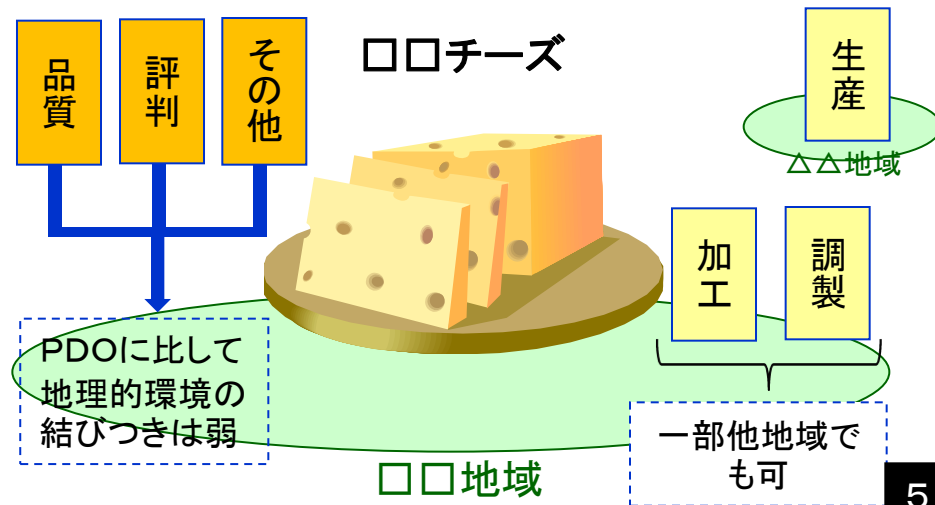
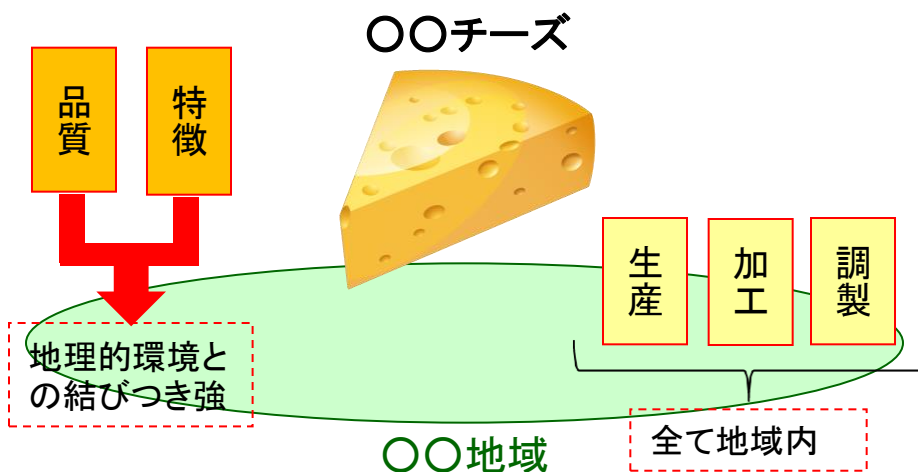
- 農産品・食品の表記に使用される地理的名称
- 名称が特定の地域・国等に由来
- 対象農産品・食品の品質又は特徴が、その地域固有の自然的及び人的要因を備えた特定の地理的環境に基本的又は排他的に起因
- その生産、加工、調製の全てが特定の地域内で実施

地理的表示保護



PGI (Protected Geographical Indication)

- 農産品・食品の表記に使用される地理的名称
- 名称が特定の地域・国等に由来
- 対象農産品・食品が、その原産地に起因する特定の品質、評判その他の特徴を保有
- その生産、加工、調製のいずれかが特定地域内で実施



3. 諸外国における地理的表示の保護の仕組み

② EUの地理的表示登録製品の例

ロックフォール (Roquefort)

〔仏・ロックフォール・シュール・スールゾン村〕

○ 産品の特徴

・羊の生乳で製造される独特の強い味・香りを持つブルーチーズ。

○ 地域との結びつき

・羊の飼料として主に当該地域の牧草を用いる。

・生産地の洞窟に生息する青かびを使用。
・洞窟の独特の環境下での熟成(最低3ヶ月間)。
上記3つの特徴が独特の味・香りを生み出す。



アバッキオ・ロマーノ (Abbacchio Romano)

〔伊・ラツィオ州〕

○ 産品の特徴

・伊ラツィオ州内で生まれ、母乳で育てられ、生後28日～40日間でと殺された子羊の肉。

○ 地域との結びつき

・古代から数多くの文献で言及されるなど評価が確立している地域の料理や祭り(キリスト教の復活祭)と深く結びついている。



リゾ・ディ・バラッジア・ビエレゼ・エ・ヴェルチェレーゼ (Riso di Baraggia Biellese e Vercellese)

〔伊ピエモンテ州ビエッラ県及びヴェルチェッリ県〕

○ 産品の特徴

・アルプス山脈のふもとに位置ほ場で栽培される中粒種米。
・コメの密度が高いことが特徴。

○ 地域との結びつき

・同地の冷涼な気候とアルプスからの低温の湧水でかんがいされ、同産品の栽培は、他地域と比べてより長い期間を要することが、同産品の高い密度につながっている。



メロン・デュ・オー・ポワトゥー (Melon du Haut-Poitou)

〔仏・オー・ポワトゥー地方〕

○ 産品の特徴

・糖度が高いシャランテ種のメロン。

○ 地域との結びつき

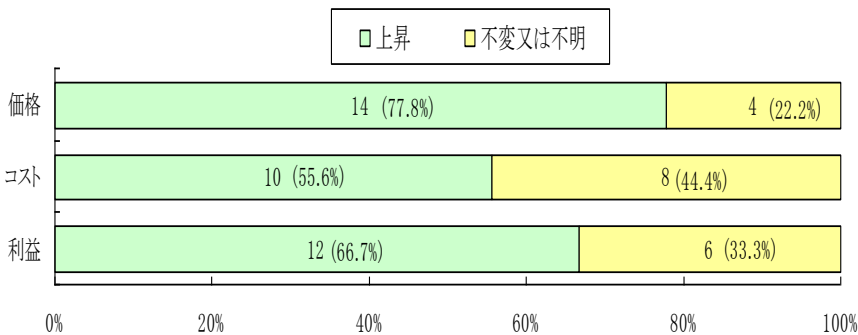
・仏・オー・ポワトゥー地方の石灰質に富む土壌がメロン栽培に適しており、温暖かつ夏期に少雨な気候が、同産品の糖度の高さを生み出している。
・100年以上にわたる高品質メロン生産の歴史により同産品の評判が確立された。



4. 農山漁村の活性化への効果（EUの例）

- EUにおいては、地理的表示の保護制度の導入により、対象産品について、公示された品質や生産方法の基準を満たすものであるという情報の提供を通じて、消費者の信頼が向上し、価格の上昇、生産者の所得の増加等の効果。
- また、対象産品を核とした加工食品化やグリーンツーリズムの取組による六次産業化を促進。
- さらに、対象産品の輸出の増加（数量ベース9%増、価格ベース17%増（2005年～2007年、EU委調べ））がみられるなど、輸出市場での有利性が確保されている。
- 以上のように、高付加価値化、六次産業化等の推進によるEUの農山漁村の活性化が図られている。

図：欧州における一般産品に比べた場合の地理的表示保護対象産品18品の価格・コスト・利益の状況



資料：PDO及びPGIに関するCAP政策の評価(London Economics, 2008)

表：サプライチェーンにおける小売り価格の配分（地理的表示保護対象産品と一般産品との比較）

保護対象産品 (括弧内は比較対象としての非登録産品)	農業者	加工業者	流通業者	価格(総額)
プレス鶏 (他の銘柄鶏)	4.2ユーロ/kg (0.91ユーロ/kg)	4.8ユーロ/kg (1.50ユーロ/kg)	3.0ユーロ/kg (0.84ユーロ/kg)	12ユーロ/kg (3.25ユーロ/kg)
トスカノ・オリーブオイル (原産地を限定しないエキストラバージンオリーブオイル)	4.4～5.1ユーロ/750ml (2.24～2.84ユーロ/750ml)	4.5～5.2ユーロ/750ml (3.21～3.81ユーロ/750ml)		9.6ユーロ/750ml (6.05ユーロ/750ml)
ノン溪谷のリンゴ (トレンティナのリンゴ)	0.88ユーロ/kg (0.51ユーロ/kg)	0.17ユーロ/kg (0.16ユーロ/kg)	0.70ユーロ/kg (0.68ユーロ/kg)	1.75ユーロ/kg (1.35ユーロ/kg)

資料：同左をもとに新事業創出課において加工

5. 近年の地理的表示保護制度に関する各種提言

我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画

(平成23年10月25日食と農林漁業の再生推進本部決定)

Ⅲ【戦略2】(3) 国産農林水産物・食品の輸出戦略の立て直し等

② 我が国の高品質な農林水産物に対する信用を高め、適切な評価が得られるよう、地理的表示の保護制度を導入する。

「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」に関する取組方針

(平成23年12月24日公表)

Ⅱ【戦略2】6. 農林水産物や日本の食文化の発信力の強化

① 地理的表示の保護制度については、国際的な動向を踏まえ、適切な時期に制度を創設できるよう、平成23年度中に有識者等による研究会を立ち上げる。

知的財産推進計画2012 (平成24年5月29日知的財産戦略本部決定)

戦略2. 日本を元気にするコンテンツ総合戦略

②-(ロ) クールジャパンの人気の拡大・定着

【施策例】

・地理的表示保護制度の導入

農林水産省: 地理的表示保護制度研究会報告書の取りまとめを始めとし、地理的表示の保護制度の導入に向けた取組を進め、農林水産物・食品についてブランドイメージの保護及び輸出の促進を図る。(短期)

経済産業省: 農林水産省における検討状況に応じて、商標法、不正競争防止法との整合性を確保するために協力するとともに所要の措置を実施。

財務省 : 酒類に係る地理的表示保護制度については、国税庁において「地理的表示に関する表示基準」により保護を行っているところであり、政府内における検討状況なども注視しつつ、適切な保護に向けた取組を実施。

日本再生戦略 (平成24年7月31日閣議決定)

②食と農林水産漁業の再生[農林水産漁業再生戦略]

(重点施策:6次産業局化等夢のある農林漁業の実現)【3パラ】

地理的表示の保護制度の早期導入

6. 地理的表示保護制度研究会について

○ 我が国の地理的表示保護制度に盛り込むべき具体的措置、公的関与のあり方等について検討を行うため、農林水産省は、平成24年3月より、地理的表示保護制度研究会を開催

○ 地理的表示保護制度研究会委員

荒井 寿光 東京中小企業投資育成株式会社 代表取締役社長

上原 征彦 明治大学専門職大学院 教授

川端 美枝 有限会社フードアトラス 代表取締役

ジャン=シャルル・クルアン フランス食品振興会 アジア代表

高倉 成男 明治大学 法科大学院教授

萬歳 章 全国農業協同組合中央会 会長

福士 千恵子 読売新聞東京本社 編集局文化部長

森 智香子 Sun East知的財産事務所 所長

山口 範雄 味の素株式会社 代表取締役・取締役会長

(五十音順、敬称略)

○ これまでの研究会の開催日程

第1回 3月26日(月) 座長選出
資料説明及び意見交換

第2回 4月25日(水) 関係業界からのヒアリング

第3回 5月31日(木) 関係業界からのヒアリング等

第4回 7月5日(木) 関係業界からのヒアリング等

第5回 8月3日(金) 報告書骨子案の提示・議論

I 総論

1 我が国に導入する地理的表示保護制度の目的と期待される効果として、以下の内容を提示。

- (1) 知的財産である地域ブランド産品を活用した農山漁村の活性化
- (2) 消費者の選択に資する地域ブランド産品についての情報提供
- (3) 我が国の地域ブランド産品の輸出促進
- (4) 海外における我が国の地名を付した模倣産品の流通の防止

2 我が国の実情にあった地理的表示保護制度の導入に向け留意すべき点として、以下の内容を提示。

- (1) シンプルで我が国の実情にあった制度の導入
- (2) 地域団体商標制度等の既存制度に基づく取組を更に発展させる制度の導入
- (3) 各産品のブランド戦略に応じた選択可能な制度の導入
- (4) EUや米国等の諸外国の理解を得られる制度の導入

II 各論

我が国に地理的表示保護制度を導入する上で整理すべき各論点について、下記の内容を研究会として提示。

1 対象とする製品の範囲

地域で生産される農林水産物を基本としつつ、加工食品についても対象とすることが適当。酒類については、既に酒類業組合法で保護が図られていることから、対象としないこととすべき。

2 地理的表示の保護の対象

我が国の実情に応じ、EUのPGI制度のように、生産、加工、調製のいずれかが特定の地域内で実施される地域ブランド産品を対象とすべき。

3 保護内容

(1) 知的財産権としての保護のレベル

現行制度よりも強化された保護について十分検討すべき。

(2) 一般名称の取扱い

一般名称は保護の対象外とすべき。また、何が一般名称に当たるかの判断は、各国の判断に委ねられているが、その判断の指標としては、国際的に広く使用されるものを参照すべき。

(3) 保護の範囲

複合名称については、その名称全体を保護の対象とすべき。

4 登録手続、登録審査

諸外国の産業界の要望及びデュア・プロセスの確保の観点から、第三者による異議・取消申立の機会を設けるべき。

5 品質管理措置

生産者自らの努力を基本としつつ、国又は国が認証した第三者機関による公的な関与の下での品質管理措置がなされる仕組みとすべき。

6 担保措置

(1) 侵害行為に対する民事上の救済措置

産地関係者自らが権利行使を行える仕組みとするため、民事上の救済措置を設けることについて検討すべき。

(2) 侵害行為に対する行政上の措置

地理的表示の不正使用に対する担保措置を万全なものとするため、行政上の措置を設けることについて検討すべき。

7 商標との関係

地域団体商標制度を基本とした取組みが進んでいるという我が国の特性に応じた独自の制度とすることも視野に入れ、更なる政府内での検討を進めるべき。

御清聴ありがとうございました。