

# 地理的表示保護制度研究会で提起された 主な意見について

---

平成25年11月  
食料産業局新事業創出課長 坂 勝浩

農林水産省

# 1. 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

## 2. 研究会委員より提起された主な意見

### 1 地理的表示の定義

- ・ シンプルで使いやすく、分かりやすい我が国の実情にあった制度とすべき。
- ・ EUの制度には、PDO(原産地呼称保護)、PGI(地理的表示保護)などの定義があるが、我が国としてふさわしい方法を検討すべき。
- ・ EUの仕組みを参考にするうえで、PGIは参考にすべき点が多いが、より厳格な基準が適用されるPDOまで我が国の地理的表示保護制度に採用するかどうかは議論が必要ではないか。
- ・ 地理的表示への登録の是非を判断するにあたって、当該産品に関わる土地の固有性は非常に重要だが、現状として、我が国においてその土地だけで生産・加工が全て完結することはまれだろう。その中でどのような産品が地理的表示として保護されるかについてコンセンサスを得ることが重要。
- ・ 意匠権とグッドデザイン賞のように、知的財産法制による規制と公的機関による表彰をセットで行う仕組みもあり得るのではないか。

### 2 保護内容

#### (1) 知的財産としての保護のレベル

- ・ 我が国で検討中の地理的表示保護制度が、その保護範囲を消費者の誤認混同を要件とするWTO/TRIPS協定22条水準とするか、誤認混同を問わず保護する23条水準にまで拡大するかについては、各国で考え方が分かれるところであり、国際的な理解の得られる制度を作るという意味でも、今後研究会においても十分に議論を行うべき。

#### (2) 一般名称の取扱い

- ・ 何が一般名称に当たるのかといった判断は、国ごとに異なるところであり、我が国のみならず、その他の国々の事業者に影響を及ぶ可能性もあることは認識する必要。

### 3 品質管理措置

- ・ 地域団体商標制度は、商品等の品質管理を公的に担保する仕組みでないため、産地自らが品質管理の努力を行うことが必要。一方、地理的表示保護制度は、品質管理を公的に担保するものであり、品質の向上に貢献するものと考えられる。

### 4 商標との関係

- ・ 固有ブランドの保護という観点では、現状も商標制度がうまく機能しているところであるが、それとは別の仕組みとして地理的表示保護制度も新たに導入されることを関係省庁とも連携しつつ、対外的にアピールしていく必要がある。

### 3. 国内産地関係者より提起された主な意見

- 西尾 元弘氏  
鳥取いなば農業協同組合福部支店長

#### 〔主な意見〕

- ・ 地理的表示制度については、より強い差別化に結びつくようなものとなることを期待。

- 坂本 昭夫氏  
鹿児島県天然つぼづくり米酢協議会会長

#### 〔主な意見〕

- ・ 地理的表示保護制度の対象品目には、伝統食品又は、地域に根ざした食品に限定し、地域の食品産業構造に適合した原産地呼称保護(PDO)を採用していただきたい。
- ・ 制度を法律で制定することも大事ではあるが、制度の維持・運営・品質管理(製品の品質のみならず表示や販売も含む)が最も重要であり、これら諸事項を「本場の本物」のように、「鹿児島天然つぼづくり米酢協議会」のような地域の協議会に委ねていただきたい。
- ・ 新しい地理的表示保護制度と「本場の本物」がダブルスタンダードになる可能性が高いので、基本的には「本場の本物」を発展させた制度にしていただきたい。

### 3. 国内産地関係者より提起された主な意見

#### ○ 近 清剛氏 全日本漬物協同組合連合会副会長

##### 〔主な意見〕

- ・ ものづくりは「価値創り」であり、各地の産品は価値あるブランドを創出する上での手段となるもの。その意味で、地理的表示保護制度は、商標とは異なる保護の仕組みであり、地域を価値あるものに仕上げていくための重要な取組だと考える。
- ・ 地域のブランドを発展させるためには、小手先の戦術より、ブランドをどのように発展させるかに関する長期的視点に立った明確な目標が必要。その目標が達成されれば、海外からの観光客招致の新たな原動力となることが期待できる。
- ・ 認定・登録にあたっては、販売者だけでなく、産品の製造者が認定の客体となるような制度設計をお願いしたい。
- ・ 商標制度に基づく取組は、商標登録、他の地域関係者の商標登録に対する意義申立等いろいろ行っている。地域団体商標についても過去に登録申請を行ったことがあるが、なかなか思うようにいかなかった。その意味で、今回の地理的表示保護制度については期待している。

## (1) 米国産業界代表の主張（第2回研究会）

### ○ クレイグ・ソーン氏

Consortium for Common Food Names（一般食品名称に関わるコンソーシアム）

#### 〔主な意見〕

- ・ TRIPS協定では、地理的表示の保護を担保するための具体的方法・手段に関する規定内容が詳細なものとなっていない。その規定の解釈が広くなりすぎてしまうと、貿易のあり方に障害をもたらす可能性がある。
- ・ 原産地以外であり知られていなかった地理的表示産品も、輸入先業者による積極的なマーケティングによっては、世界規模で販売が促進されることがある。  
(例: アジアーゴ・ベーグル)。
- ・ EUの制度では、複合語の一部(例: プロヴォローネ)や派生語(パルメザン)まで保護の範囲に含めているが、当該用語の多くは世界(特に新大陸)で一般的に使用されているもの。保護範囲に含まれてしまうことは、貿易に深刻な影響を及ぼすおそれがあるため、保護対象外とすべき。
- ・ また、一般名称は保護対象外とすべき。一般名称の判断に当たっては、原産国以外での大量生産、国際貿易での取扱量、コーデックス規格等がある。
- ・ 日本の制度が、米国を含む海外との貿易を損なうような内容を含むことは避けてほしい。

## (2) 豪州産業界代表の主張（第4回研究会）

○ ピーター・マイヤーズ氏  
デイリー・オーストラリア 国際貿易開発部長

### 〔主な意見〕

- ・ 豪州は、ワインに関しては、地理的表示を登録・保護する制度を有しており、それ以外の産品に関しても、不正競争・消費者保護に関連した法律、商標法等の国内法によりWTO/TRIPS協定に対応した措置を講じており、それで十分であると考えている。
- ・ EUにおいて、数千近くの産品に係る地理的表示が保護されており、その中には乳製品も多く含まれている。また、EUは、韓EUFTAのような2国間・多国間での国際交渉を通じて地理的表示に関する保護を拡大している。豪州は、このようなEUの取組の結果、一般名称化された名称の使用ができなくなる等により、豪州の酪農産業に対してマイナスの影響が生じたり、消費者の選択の幅が狭まったりするのではないかと懸念している。
- ・ 日本が地理的表示保護制度を導入するに当たっては、国際的に認められた実現可能な内容の保護を講じるよう期待している。  
具体的には、①保護の適用範囲を特定地域のみ限定すること、②産品の原産地の元の言語の名称のみを保護すること、③一般名称や複合名称まで保護を拡大しないこと、④第三国の利害関係者等が保護申請の内容について意見を述べることのできる仕組みを盛り込むこと、について、是非ご検討願いたい。



### (3) EU産業界代表の主張（第4回研究会）

- レイモンド・セラ氏  
欧州委員会 国際担当課長代行 ※ ジョルジオ・ボチエディ GB Avvocati 法律事務所専門弁護士 代理
- フィリップ・バルデ氏  
グリュイエールチーズ協会 代表

#### 〔主な意見〕

- ・ EUの地理的表示保護制度は、ワイン及び蒸留酒については1980年代に導入され、農産品等については1992年から導入されている。
- ・ 登録・保護されている地理的表示に係る製品のうち8割は国内、1割強はEU内で販売されており、海外で販売されているのは5%程度に過ぎない。
- ・ EUの地理的表示保護制度に登録されると、消費者の誤認混同等を問わず保護される国際的にも高い水準の保護の対象となる。
- ・ EUにおいて、地理的表示と商標は、制度的に両立し、かつ相互補完的に存在している。実態ベースでも、地理的表示関連製品は、そのほとんどが生産国で販売されており、地理的表示と商標が対立するケースは非常に限定されている。また、EUにおいては、対立するケースの扱いについて、国内制度上で明確なルールが定められている。
- ・ EUの地理的表示保護制度による効果としては、生産者組合の設立によるコスト分担、地域の雇用への好影響、製品の付加価値化、環境と景観の保全等が挙げられる。

御清聴ありがとうございました。