

地理的表示の保護制度について

—EUの地理的表示保護制度と我が国への制度の導入—

食料・環境領域 上席主任研究官 内藤 恵久

1. はじめに

地理的表示とは、原産地と結びついた特有の品質や社会的評価を備えている産品について、その原産地を特定する表示であり、代表的な例としてはパルマハムやロックフォールチーズがあります。この地理的表示を保護する制度については、EU等で導入され、対象産品の価格上昇等の効果を上げており、我が国においても、農業振興施策の一環として制度の導入が検討されています。農林水産政策研究所では、地理的表示の保護制度に関して、諸外国の状況及び我が国の実態等を分析し、我が国への制度の円滑な導入に向け課題の整理を行ってきたところであり、今回その内容を報告したものです。

2. EUの保護制度の概要

地理的表示の保護制度としては、EUの制度が歴史と実績があることから、その内容について整理しました。概要としては、①品質等の特徴と原産地が結びついている名称を登録し、保護するものであること、②地域との結びつきが強いPDO（保護原産地呼称）と比較的緩やかなPGI（保護地理的表示）があること、③登録に際し、生産地、品質・生産基準等を定めた明細書を作成すること、④登録に

より明細書に適合しない産品についての登録名称の使用を禁止するほか、手厚い保護が講じられていること、⑤商品が市場に出る前に第3者機関等が明細書との整合性を確認すること等により品質の確保を図っていること、⑥違反に対しては、公的管理当局が取締り等によって実効を確保すること、等があげられます。この整理の中で、EUの制度が、明細書を設定し、その適合性を公的な管理措置（第3者機関による明細書適合のチェック、行政による取締り）により確保することを重視した、一種の品質保証の仕組みであることが明確となりました。なお、登録数は約1,000であり、生産額は全体で145億ユーロ（2008年）となっています。

3. 地理的表示保護による効果

地理的表示保護による効果については、EU等における調査結果から、チーズのPDOで一般品の2倍程度の価格となっているなど、販売価格の上昇が見られるほか、小売価格に占める農家手取り割合の上昇が見られる等の知見が得られました。この価格上昇については、偽物・基準以下のものが排除されるとともに、明細書の公表を通じて消費者に情報が伝達されることや第3者機関による検査を通じて信頼性の向上が図られていること等が要因として考えられます。

このような価格上昇等の効果のほか、地理的表示登録の効果としては、市場シェアの拡大、農業・農村の6次産業化等があげられます。例えば、仏バロニエ地方においては、ニヨンのオリーブ（PDO）を中心に、他の地域特産品、さらにはオリーブの段々畑等の景観イメージを活かしたツーリズムサービスが統合され、共通の地域イメージを持つ財・サービス全体の高付加価値化が図られています。

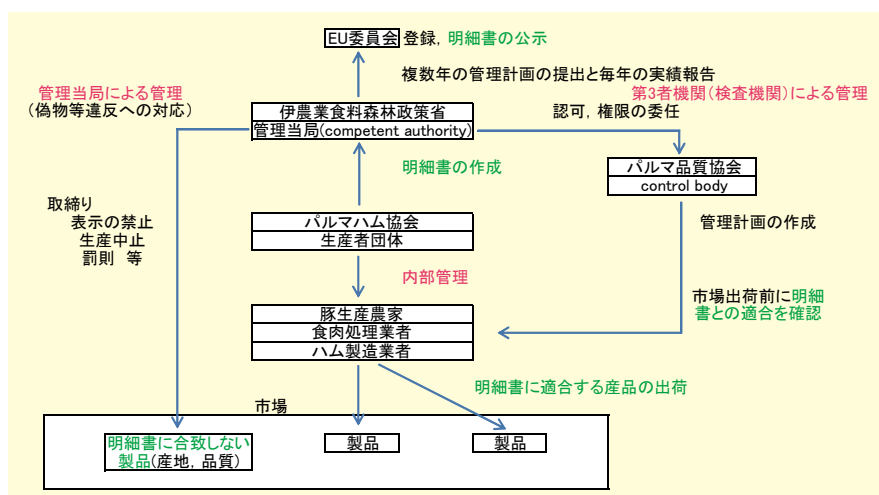


図 プロシュート・ディ・パルマ（伊、PDO）の品質管理

4. EUにおける保護要件の具体的内容

EUの実際の登録産品について、登録要件の最も重要な要素である地域環境と品質等のつながり(link)について具体的に分析しました。この結果、PDOについては自然環境との強いつながりが認められる一方、PGIでは評判のみによってつながりを説明しているものが多くなっています。例えば、肉の分野では、PDOでは、原産地の環境の特殊性がそこで生産される餌に特徴を与え、その餌の使用と環境に適合した独特の生産ノウハウが、産品の特徴を生み出すといった共通点があり、一方、PGIでは地域の環境の特殊性は強調されず、消費者調査などによって評判を示すものが多くなっています。

このようなEUの制度運用を踏まえ、我が国産品への当てはめを行うと、①肉の分野では、生産地域が必ずしも自然環境を踏まえた設定となっていないこと、地域産の餌を使用していないことが多いこと等からPDOには該当しにくいことが多いこと、②味噌等の加工品については、原料が他地域産であること等からPDOには該当しにくく、また、PGIに該当する場合であっても自然環境により生じる品質をlinkの内容としていないことも多いため、生産地域の確定等に困難を生ずる例が想定されること、③果物、野菜等においては、PDOに該当するものも多いと考えられるものの、PGIとの区別につき運用基準の明確化が求められること等が考えられます。

5. 独自の制度による地理的表示保護と商標との関係

地理的表示と同一・類似の商標が既に保護されているときに、その地理的表示の保護を認めるか、あるいは先行優先の原則により保護を認めないかについては、考え方が分かれています。この問題に関しては、先行商標がある場合にも地理的表示の登録を可能とするEUの制度について、アメリカ等からTRIPS協定違反であるとの申し立てがWTOにあり、「EUの制度は商標の所有者の権利を一部制限し、TRIPS協定第16条第1項に違反することとなるが、同協定第17条による商標権の一部制限として正当化される」とのパネル報告がなされています。我が国で制度を考える際には、こういったパネル報告の内容等も踏まえ、商標権の例外とされる産地表示と地理的表示の類似性、登録を認めないことによる真正な産品への影響等も考慮し、判断していく必

要があるものと考えられます。

6. 我が国への制度導入に向けて

どのような方法により地理的表示を保護するかについて、諸外国の状況を見ると、EUの保護制度を代表とする独自の保護制度によるものと商標制度の活用によるものに大別されます。この両者を比較した場合、EU型の地理的表示保護制度は、①基準の設定、第3者機関による基準該当のチェック等を通じた一種の品質保証の仕組みであること、②自然環境やそれに合わせた人間の活動などを重視した制度であること、③制度運営に当たっての行政の役割が大きいこと、④特定の個人、団体に権利を独占させるものではないこと等の特徴があります。

現在、我が国で保護制度の対象として想定されている農産物、食品については、①小規模で多数の生産者により生産されることから、品質確保の効果が自らに帰着する一の者により生産される場合と異なり、フリーライダーを生じやすいこと、②品質面のばらつきが大きく、また外観からでは品質がわかりにくいこと、③産物の名声は特定の者により作られたものではなく、多数の無名の者により歴史的に形成されたものが多いこと、等の特徴があります。また、農産物等のブランド化に当たっては、その背景、物語の重要性が指摘されます。

このような特徴等を踏まえれば、①フリーライダーを防止し、また、品質を確保・保証する仕組みが重要であり、このため、基準(明細書)の設定とその確保体制が必要なこと、②基準を遵守する限り、特定の団体等の構成員でなくとも、誰もが名称を使用できる仕組みとすること、③背景、物語性を明確にできるよう、産品の特徴と原産地の特徴との実質的な結びつきを重視した仕組みとすること、が必要です。また、生産者が小規模であり、自ら権利侵害に対処する力が弱いことから、制度の実効性確保を権利者に委ねるのではなく、行政が制度維持に関して大きな役割を果たすことが望まれ、また、共通のシンボルマーク等によって、地理的表示産品全体の認知度を高める仕組みが望ましいと考えられます。

以上のようなことから、我が国においても、EU類似の保護制度を導入することが望ましいと考えられます。いずれにせよ、地理的表示の保護制度は、農産物の高付加価値化、6次産業化に効果のある施策と考えられ、現在行われている制度創設に向けた検討が早期に進むことが期待されます。