

農林水産物・食品の地理的表示保護制度の創設（下）

— 特定農林水産物等の名称の保護に関する法律案 —

農林水産委員会調査室 石川 武彦

本稿上編においては、地理的表示の概念と保護制度創設の意義、地理的表示保護に係る国際協定やEU及び米国の制度の現状について概観した¹。下編では、第186回国会（常会）に提出され、可決・成立した「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律案」（閣法第81号、以下「地理的表示保護法案」という。）について、その概要や参議院農林水産委員会における主な論議の内容、今後の課題等を記すこととした²。

1. 法律案提出の経緯

近年、経済の成長戦略や農業・農村振興等、様々な観点から、地理的表示による地域の農林水産物・食品のブランド化の取組に期待が高まり、政府においても、「新経済成長戦略のフォローアップと改訂」（平成20年9月19日、閣議決定）や「食料・農業・農村基本計画」（平成22年3月30日、閣議決定）、「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）等で、地理的表示保護制度の創設に向けた検討の方針が示されてきた。農林水産省は、こうした方針を踏まえ、民主党政権下の平成24年3月、「地理的表示保護制度研究会」（座長：上原征彦明治大学大学院教授）を設置した。同研究会は、地理的表示保護制度に盛り込むべき具体的措置、公的関与の在り方等について検討を行い、同年8月に報告書骨子案（以下「制度研報告書案」という。）を取りまとめた³。

その後、現政権の下で引き続き地理的表示保護の法制化に向けた作業が進められることとなった。25年1月には、生産現場の潜在力を引き出し、その活性化を図り、農林水産業の中期的な展望を切り開く観点から、農林水産省内に大臣を本部長とする「攻めの農林水産業推進本部」が設置された。同本部においては、「日本型直接支払」と「経営所得安定制度」等を中心とする「担い手総合支援」とともに、我が国の農林水産業の「強み」を分析し、内外の市場開拓、付加価値の創造等の具体的戦略の検討を通じ、消費者ニーズの変化に即応し、多様な関係者を巻き込んだ農林水産業の新たな展開の具体化を検討することとした⁴。

また政府は、平成25年6月の「日本再興戦略」に示された目標を達成するための政策の具体的方向性を示すものとして、同年12月に「農林水産業・地域の活力創造プラン」を策

¹ 拙稿「農林水産物・食品の地理的表示保護制度の創設（上）」『立法と調査』354号（平26.7）43頁

² 同法律案は、平成26年6月18日の参議院本会議で賛成多数をもって可決成立し、同月25日に公布された（特定農林水産物等の名称の保護に関する法律（平成26年法律第84号））。

³ 平成24年末の政権交代等の影響により、最終的な報告書としては取りまとめられていない。

⁴ 「攻めの農林水産業推進本部の設置について」（平25.1.29）（農林水産省）

定し、知的財産を総合的に活用することにより、日本各地で品質やブランド力など「強み」のある農畜産物を実需者と連携して生み出すこととした⁵。

さらに、「知的財産推進計画 2013」（知的財産戦略本部）においては、農林水産省の短期・中期目標として、「我が国の高品質な農林水産物・食品の高付加価値化・ブランド力向上に資する地理的表示（G I）の保護制度を導入し、輸出促進を図る」施策も示されている。

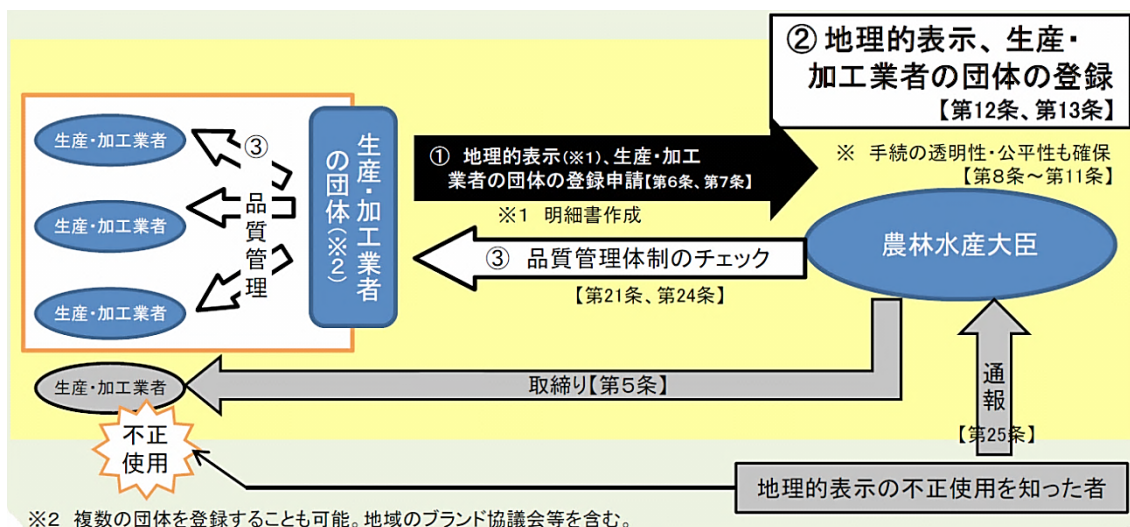
以上のような情勢を踏まえ、政府は、平成 26 年 4 月 25 日、第 186 回国会（常会）に地理的表示保護法案を提出した。

2. 法律案に基づく制度の概要

（1）概要

地理的表示保護法案は、T R I P S 協定に基づき農林水産物・食品の地理的表示保護制度を確立することにより、特定農林水産物等の生産業者の利益の保護を図り、農林水産業とその関連産業の発展に寄与するとともに、需要者の利益を保護することを目的としている（第 1 条）。同制度は、地域で育まれた伝統と特性を有する農林水産物・食品のうち、品質や社会的評価等の確立した特性が産地と結び付いているもの（特定農林水産物等）の名称（地理的表示）を知的財産として国に登録し、保護するものである（図表 1）。

図表 1 地理的表示保護制度の概要



（出所）農林水産省「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律案の概要」（平成 26 年 5 月）

（2）登録手続

地理的表示等の登録は、生産行程管理業務（後述）を行う生産業者や加工業者が組織する団体（生産者団体）が農林水産大臣に対して申請することができる（第 6 条）。

生産者団体は登録申請に当たり、どのような産品を申請するかについて協議し合意形成を行う。この際、申請する産品の具体的内容（生産地域、品質等の産品の特性、産品にこ

⁵ 「農林水産業・地域の活力創造プラン」（平 25. 12. 10 決定）（農林水産業・地域の活力創造本部）16 頁

これらの特性を付与する生産方法等)を記載した明細書を提出する必要がある(第7条第2項第1号)。また、生産者団体の構成員が明細書に適合して生産を行うようにするための指導及び検査等の業務(生産行程管理業務)の方法に関する規程を併せて提出する必要がある(第7条第2項第2号)⁶。

登録申請は、登録手続の透明性・公平性を確保する観点から、農林水産大臣がこれを公示しなければならないこととし(第8条第1項)、これに対し誰でも意見書を提出することができる(第9条第1項)。また、農林水産大臣は、公示期間が満了したときは、登録申請について学識経験者の意見を聴かなければならないこととし(第11条第1項)、以上の手続をもって登録の可否を判断する(第12条第1項)。

(3) 地理的表示とその保護

登録を受けた生産者団体等の構成員は、明細書に適合して生産を行った特定農林水産物等とその包装に地理的表示を付すことができ(第3条第1項)、その際には登録された地理的表示であることを示す標章(マーク)を併せて付さなければならない(第4条第1項)。これらの場合を除き、何人も、農林水産物・食品又はその包装に地理的表示又は標章を付することはできないこととしている(第3条第2項、第4条第2項)。

農林水産大臣は、地理的表示及び標章を不正に表示した者に対し、地理的表示若しくは標章又はこれらと類似する表示若しくは標章の除去を命ずることができる(第5条)。この命令に従わなかった者に対しては、刑事罰を課すこととしている(第28条、第29条及び第32条)。

3. 主な論議

地理的表示保護法案は、衆議院では本会議及び農林水産委員会において⁷、また参議院では農林水産委員会において、政府に対し質疑が行われた。参議院農林水産委員会(以下、一部を除き「委員会」と略す。)における主な論議は以下のとおりである。

(1) 法律案提出の経緯と地理的表示保護制度導入の意義

ア 法律案提出の経緯

委員会では、日本が平成7年にT R I P S協定を批准してから約20年が経過した今般、法律案が提出されるに至った経緯について問われた。農林水産省(以下「農水省」と略す。)は、地理的表示保護制度が品質やブランド価値など日本の農林水産業の強みを生かすものであるため、10年以上前から制度導入の検討を断続的に行ってきたが、同制度が新たな知的財産を創設するものであること、また、商標制度等の既存の法制度との調整を行う必要があることから、これまで政府部内でなかなか成案が得られなかったとした。こうした状況にあって、今般法律案が提出されるに至ったのは、「攻めの農林

⁶ 本制度において、「生産」とは、「農林水産物等が出荷されるまでに行われる一連の行為のうち、農林水産物等に特性を付与し、又は農林水産物等の特性を保持するために行われる行為」を指す(第2条第4項)。

⁷ 第186回国会衆議院本会議録第23号(平26.5.13)及び第186回国会衆議院農林水産委員会議録第15号(平26.5.21)参照。

水産業」を展開し、農業・農村全体の所得の倍増を図る上で、日本の農林水産業の強みである品質やブランド価値を守ることにつながる制度の取組はその一助となると考えたこと、また、25年6月の衆議院農林水産委員会決議⁸において地理的表示保護制度の確立が求められたことも背景にあるとした⁹。さらには、農水省地理的表示保護制度研究会における生産者からのヒアリング¹⁰や全国農業協同組合中央会の要望書¹¹においても制度の導入が要請されるなど、生産者の期待が高まっているとした¹²。

イ 地理的表示保護制度導入の意義と期待される効果

委員会では、地理的表示保護制度導入の意義や期待される効果等についても問われた。本制度導入による生産者や消費者のメリットについて、農水省は、本制度を品質やブランド価値など、我が国の農林水産業の強みを生かすものとして、攻めの農林水産業の核となるものと考えているとした上で、地域の特産品の名称を地理的表示として登録し、公的に保護することによりブランド価値が守られ、本来生産者が得るべき利益が確保されるものと考えた。また、国が不正表示を取り締まる制度としていることから、訴訟等の負担なく生産者が製品のブランド価値を低コストで保護できるメリットがあるとともに、地理的表示が高品質に裏付けられたブランド価値を保護する仕組みとして機能することにより、消費者による高品質商品の選択にも資するとした¹³。

さらに委員会では、本制度導入による登録製品の売上げ増加がどの程度期待できるかについても問われた¹⁴。これについて農水省は、フランス中東部のプレス鶏が通常の鶏肉の4倍の高値で取引されている例を挙げ¹⁵、ブランドの確立が生産者に利益をもたらす、地域の活性化にも資するとした¹⁶。

(2) 「特定農林水産物等」の定義、対象となる産品等

法律案において、「特定農林水産物等」は、特定の場所、地域又は国を生産地とするものであり、かつ、品質、社会的評価その他の確立した特性が主として生産地に帰せられるものと定義されているが(第2条第2項第1号・第2号)、委員会では、具体的にどのようなものが対象となるのか、また、加工品について、産地と原材料の産地が異なる場合や原材料が輸入品である等の場合の扱いについて問われた。

⁸ 衆議院農林水産委員会決議「我が国の農林水産物・食品の輸出拡大に関する件」(第183回国会平成25年6月19日)

⁹ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号8頁(平26.6.17)

¹⁰ 第5回研究会会議資料3「報告書骨子案各論に対応する委員のご発言及びヒアリング対応者のご意見一覧表」参照。農林水産省ホームページ(<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/tizai/other/pdf/5siryu3.pdf>)

¹¹ 全国農業協同組合中央会「活力ある農業・地域づくりに向けて～26年度以降の新農政に関する提言～」5頁、11頁(平25.6)

¹² 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号8頁(平26.6.17)

¹³ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号3頁(平26.6.17)

¹⁴ 特許庁が平成24年に実施した地域団体商標制度に関する調査によると、商品、役務のPRができたという回答が48.3%となった一方で、売上げが増加した又は販売単価が高まったとの評価は、それぞれ4.2%、2.8%と非常に低くなっている。

¹⁵ 前掲拙稿53頁の図表12参照。

¹⁶ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号17頁(平26.6.17)

これについて農水省は、特定農林水産物等の登録の対象となる商品は、例えば糖度が高いなど、当該商品の特性や品質が同種類の商品と異なること、当該商品の特性や品質が生産地と強く結び付いていること、商品の名称を見て生産地や品質を思い浮かべることができること等が大きなポイントになるとした¹⁷。ただし、商品の特性や品質と産地との結び付きについては、国際的な制度との調和の観点を踏まえたものであることが求められるものの、農林水産物等に特性を付与する行為が定められた生産地で行われていれば、必ずしも全ての原材料が現地のものである必要はないとした¹⁸。また、生産地と商品の結び付きについては、その地域の特別な気候、風土、土壌を活用していること、その地域で育まれた品種の商品であること、その地域に根差した伝統的な生産方法で生産されていること等を総合的に勘案して判断するとし¹⁹、今後、登録の具体的基準となるガイドラインを検討していくとした²⁰。

さらに、本制度において保護の対象となる商品の位置付けについて、農水省は、EUの制度にはPDOとPGIの2種類があるが、初めからこうした制度とすると混乱するおそれもあるため、一つの制度として幅広く生産者が利用できるようにしたとしている²¹。

ちなみに制度研報告書案は、地理的表示の保護の対象について、「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を導入すべきとの指摘、EUの制度は100年前後の時間をかけて設立された経緯があるとの指摘、また我が国は伝統的に原料を別の地域から調達して地域ブランド商品を形成することが多いとの指摘があったことを踏まえ、EUのPDO、PGIの2つの保護の仕組みを当然の前提とするのではなく、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商品を対象とする地理的表示保護制度を導入すべき」としている。

このほか、本制度の対象となる具体的な農林水産物等について、非食用商品も含め、どのようなものがあるのかも問われた。農水省は、酒類及び医薬品等を除く農林水産物・食品であり、このうち食用に供されない農林水産物及び加工品については政令で指定することにより対象とすることができるとし、今後、国内におけるブランド化の取組の進展状況を踏まえ、適切な品目を指定していきたいとした²²。

なお、農水省は、薬草類は医薬品等としては本制度の対象外となるが、サプリメントとしての深海ザメやスッポン等は対象と成り得るとした²³。

(3) 地理的表示保護制度の普及と円滑実施のための体制整備

委員会では、本制度の周知の重要性について問われ、農水省は、生産者、生産者団体等が制度を十分に理解し活用できるよう、平成26年度においては、知的財産の総合的活用の

¹⁷ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号14頁(平26.6.17)

¹⁸ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号8頁(平26.6.17)

¹⁹ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号8～9頁(平26.6.17)

²⁰ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号14頁、24頁(平26.6.17)

²¹ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号8頁(平26.6.17)

²² 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号19頁(平26.6.17)

²³ 同上

推進事業の一環として、品質管理基準の策定、マーケティングの確立等への支援を行うとともに²⁴、小売流通業者や消費者に対しても、地理的表示マークの周知を行っていききたいとした²⁵。また、委員会では、各地域産の農林水産物・食品の多くに様々なマークが付されている一方で、消費者の認知度は十分とは言えない現状があり、本制度の地理的表示マークをインパクトのあるものとするとともに、制度の認知度を上げていくことが重要である旨の指摘がなされた。これに対し農水省は、本制度の趣旨の実現のためには、強くアピールするロゴマークが重要であり、制度の周知徹底と不正使用があった場合の取締りの双方に取り組むことにより、生産者と消費者の利益につなげていききたいとした²⁶。

(4) 地理的表示保護制度と地域団体商標制度の関係

委員会では、地理的表示保護制度と既存の地域団体商標制度の相違点や優先関係に関する質疑が多くを占めた。

ア 両制度の相違点

農水省は、地理的表示保護制度は、地域の特性と結び付いた一定の品質基準を満たした製品だけが表示を使用できること、製品の使用が特定の団体及びその構成員に限定されないこと、さらには不正表示への対応を国が行うといった点において、地域団体商標と異なるとした(図表2)²⁷。また、ブランド製品の名称を地域の共有財産と位置付ける場合には地理的表示が、一つの生産者団体のみが名称を独占することになじむ場合には地域団体商標がそれぞれ選択されることになり、地域の実態や製品の特性を踏まえたブランド戦略に応じて利用する制度を選択し、又は両者を組み合わせて利用する等の対応が重要であるとの見解を示した²⁸。

図表2 地理的表示と地域団体商標の比較

	地理的表示(地理的表示保護法)	地域団体商標(商標法)
表示	特定農林水産物等の名称(地理的表示)	地域名+商品又は役務 原産地ではない地域(製法の発祥地等)も可能。
対象	商品に関するものに限られ、役務は対象としない。	商品又は役務 地域の名称と役務名の組合せも対象とする。
生産基準、品質基準	生産者団体が明細書及び生産行程管理業務規程に定める。	生産基準、品質基準は保護要件ではない(定める場合は団体の自主ルール)。
品質管理等	生産者団体が生産行程管理業務を行い生産。農水省がこれを監督し、不正表示を取り締まる。	品質管理、模倣品等への対応は、原則権利者が行う。
独占権	なし 生産者団体(加入の自由のある団体、複数登録可)の構成員たる生産業者及び加工業者並びに流通業者は使用可。	あり 権利者は加入の自由のある団体 ・構成員は許諾なく商標使用可。 ・構成員以外の先使用者は使用可。
存続期間	なし(永続)	10年(更新可能)

(出所) 内藤恵久「地理的表示の保護制度に関する現状と課題」(2010年7月)を参考に作成

²⁴ 地理的表示に係る高付加価値化推進事業(平成26年度予算額:知的財産の総合的活用の推進事業予算1億5,200万円の内数)

²⁵ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号3頁(平26.6.17)

²⁶ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号9頁(平26.6.17)

²⁷ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号3頁(平26.6.17)

²⁸ 同上

また、既存の地域団体商標制度を発展させる形で本制度に一本化することについて、農水省は、商標権という独占的、排他的権利を付与する地域団体商標制度と、一定の品質基準を満たす地域内の生産者であれば誰でも使用できる地理的表示保護制度はその趣旨において相いれないため、一本化は困難と考えたとしている²⁹。

【参考】地域団体商標制度について

1. 制度の概要

地域ブランド化の取組では、〇〇みかんや〇〇ラーメンのように「地域名」と「商品・役務名」を組み合わせた名称やマークが数多く用いられているが、従来の商標制度では、一定の要件を満たす場合を除き、識別力を有しない、特定の事業者による独占になじまない等の理由により、商標登録ができないとされていた。

そこで、地域ブランド化の取組を一層促進し、地域産業の活性化や地域おこしに資するため、平成 17 年に商標法を一部改正し、翌 18 年から一定の要件の下で地域の名称及び商品又は役務の名称等から成る商標（地名入り商標）を登録・保護する「地域団体商標制度」が実施されている。

平成 25 年 9 月末時点では、全国各地の特産品の名称を中心に 551 件が地域団体商標として商標登録され、うち約 300 件を農林水産物・食品が占めている。

地域団体商標登録の主体は、法人格を有する地域の事業協同組合、農業協同組合、漁業協同組合等の団体であり、その構成員は指定された商品・役務について地域団体商標を使用することができる。

地域団体商標（産品別登録件数内訳）

野菜	米	果実	食肉・牛・鶏
49	7	38	55
水産食品	加工食品	牛乳・乳製品	調味料
38	50	5	15
菓子	麺類・穀物	茶	酒
11	11	15	13
清涼飲料	植物	織物・被服・布製品	工芸品・かばん・器・雑貨
1	3	52	78
焼物・瓦	おもちゃ・人形	仏壇・仏具・葬祭用具・家具	貴金属製品・刃物・工具
28	15	36	9
木材・石炭・炭	温泉	サービスの提供(温泉を除く)	
14	41	14	

注：産品別の件数は、登録された項目ごとにカウントしているため、重複する件数を含む。
(出所) 特許庁資料より作成

他人による商標の便乗使用等の侵害行為があった場合は、商標権者である団体が使用の差止め、商標が付された商品や製造設備の廃棄、損害賠償を請求することができるほか、商標権を侵害した者に対しては、10 年以下の懲役若しくは 1,000 万円以下の罰金に処し、又はこれを併科することとしている。

2. 登録効果と課題

地域団体商標の登録と活用により、ブランドイメージの向上や産品の出荷量の増加が図られるなどの効果が現れている。「紀州みなべの南高梅」は地域団体商標の取得・活用により、平成 19 年の青梅市場出荷量が前年比 122% の 3,779 トンに増加し、また、「ひけた鱈」のように、地域団体商標登録前の平成 19 年度漁期 23,396 尾であった出荷量が、登録後の 20 年度漁期には 98,992 尾に増加した事例もみられる。

一方、地域団体商標制度は、制度が発足した平成 18 年度に出願件数が 698 件と最多であったが、以降は顕著な増加は見られず、平成 25 年 9 月時点での登録査定率は 54% となっている。

従来、地域団体商標の権利者となれるのは、特別法に規定される協同組合等で加入脱退の事由のある団体に限定され、個人や地方自治体、一般社団法人、特定非営利活動法人（NPO）、商工会、商工会議所等の組織は対象となっていなかった。近年全国的に人気が高まっている「ご当地グルメ」などは取組の主体が商工会や商工会議所である場合が多いため、登録査定がなされない可能性があった。そこで、第 186 回国会（常会）に提出され平成 26 年 4 月 25 日に成立した「特許法等の一部を改正する法律案」（5 月 14 日公布の平成 26 年法律第 36 号）においては、商標法の一部改正により、地域ブランド普及の担い手である商工会、商工会議所及び NPO が地域団体商標の登録主体に追加された。

注：地域団体商標の登録主体の拡充に係る規定は、政令に基づき、平成 26 年 8 月 1 日に施行される。

²⁹ 第 186 回国会参議院農林水産委員会会議録第 17 号 13 頁（平 26. 6. 17）

イ 両制度における登録、優先関係等

委員会では、地域団体商標と地理的表示の両方の登録が可能かどうかについて問われた。農水省は、両制度は法的効果が異なるものであり、必要に応じて双方の利点を活用することで、地域ブランドを保護するための制度として並列することになるとした³⁰。

また、同一の名称について、商標権者が既にある場合又は商標登録出願中の者がいる場合、地理的表示の登録申請が可能か等、両制度における優先関係についても問われた。これについて農水省は、優先関係は原則として登録の先後関係で決するとし、地理的表示の前に商標登録がなされていた場合、その登録商標と同一又は類似の地理的表示は登録できないが、当該製品の商標権者自らが申請する場合又はその商標権者から承諾を受けた場合に限り、この地理的表示の登録を受けることができるとした（第13条第2項各号）³¹。商標登録の出願中に地理的表示の申請がなされ、商標が先に登録された場合は、原則どおり商標権者の承諾を受けなければ地理的表示の登録はできないとした（第3条第2項第2号、第13条第2項各号）³²。

なお、農水省は、商標が先に登録されており、その後、商標権者の承諾を得るなどにより地理的表示の登録がなされた場合には、その生産地内で正当に地理的表示を使用する者に対しては、当該商標権の効力が及ばなくなるとした（附則第4条）³³。

(5) 国内外における地理的表示の不正表示と模倣品の防止対策

ア 国内における対策

委員会では、国内における不正表示対策をどう講ずるかについて問われた。農水省は、一般からメールや電話等により関連情報を受け付けて機動的に対応する通報窓口を設置するとともに、立入検査等の現場の対応を地方農政局や北海道農政事務所等の同省の出先機関で行う方向であるとした³⁴。その際、出先機関の職員が有する表示監視に関する専門的知見を活用し、効率的で実効性のある体制を整備したいとしている³⁵。

また、不正表示があった場合、地理的表示保護法の罰則規定と不正競争防止法や景表法、JAS法等の他の法律の罰則規定の適用についても問われた。農水省は、いずれの罰則規定が適用されるかは、不正使用行為の対応が各法律の規定に該当するかどうかで判断され、同一の不正使用に対して複数の罰則が併科される場合もあるとした³⁶。

イ 海外における対策

海外における地理的表示の不正使用にどう対応するかについて、農水省は、本制度は

³⁰ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号16頁（平26.6.17）

³¹ 同上

³² 同上

³³ 同上

³⁴ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号3頁（平26.6.17）

地理的表示保護法に規定する農林水産大臣の権限は、農林水産省令で定めるところにより、その一部を地方支分部局の長に委任できることとされている（第26条）。

³⁵ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号4頁（平26.6.17）

³⁶ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号16頁（平26.6.17）

地理的表示に係る国内法制度の整備を行うもので、本制度による登録を受けたとしても、直ちに他国の地理的表示保護制度の対象となるわけではないとした³⁷。ただし、地理的表示登録産品については、地理的表示マークを付することとしており、これを主要な輸出先国で商標登録することにより、輸出先国でも日本の真正な特産品であることが明示され、他産品との差別化が図られるとの見解を示した³⁸。

一方、海外において食品の模倣品被害が増加する中、事業者も様々な対策に取り組んでいるが、食品業界は中小事業者が多いため、事業者単独では十分な被害対策を講じることが困難ではないかとの指摘もなされた。これに対し農水省は、以前中国で「青森」やこれと類似した「青森」の商標登録出願が行われた事案を例に引き³⁹、常時監視する体制の整備が重要であるとした⁴⁰。このため、中小企業や個々の生産者の取組には限界があるとして、平成 21 年度から地方公共団体、農林水産業関係団体、弁理士、弁護士等によるコンソーシアムを組織し、特に中国、台湾等における商標出願の共同監視、偽装品に対する海外現地調査等の取組を行い、実績を上げていくとした⁴¹。

農水省はまた、将来的には日本と同様の地理的表示保護制度を有している国と協定を締結し、地理的表示マークを商標登録しなくても自動的に産品のブランド価値が保護されることも可能になるとした⁴²。

ウ 侵害行為に対する民事上の救済手段

本制度において、地理的表示の不正使用といった侵害行為に対しては、行政が取締り、処罰を行うこととしており、これについて農水省は、生産者が訴訟等の負担をすることなく産品のブランド価値を低コストで保護できるメリットがあるとしているが、委員会では、民事上の救済措置に係る規定を設けていない理由について問われた。農水省は、本制度は特定の者に権利を付与して保護する権利制度としてではなく、未登録産品に地理的表示を付する行為を取り締まる行政規制による保護とする制度であり、民法の不法行為に基づく損害賠償請求や不正競争防止法に基づく差止め請求により民事請求を行うことも引き続き可能であるとした⁴³。なお、日本では、行政規制と民事請求の両方を新法の制定当初から措置した事例は希薄であり、国内で不正使用が横行し生産者に著しい損害が生じる等の特段の事情がない限り、同時に一つの法律において措置するのは法

³⁷ 第 186 回国会参議院農林水産委員会会議録第 17 号 4 頁、10 頁（平 26. 6. 17）

³⁸ 第 186 回国会参議院農林水産委員会会議録第 17 号 4 頁（平 26. 6. 17）

³⁹ 2002 年 7 月、中国広州市の企業が「青森」の商標登録を申請し、翌年 6 月にこれを把握した青森県が中国商標局に異議申立てを行ったところ、2008 年の 2 月及び 4 月に同局が商標登録を認めないとする裁定を行った。また、2005 年 7 月、新疆ウイグル自治区の果物取扱業者が「青森」の表記とリンゴの図柄を組み合わせた商標を出願した。2008 年 3 月、青森県の委託で中国の商標申請を監視している法律事務所がこれを把握し、同年 4 月、青森県とリンゴ関係 5 団体が連名で異議申立てを行ったところ、2011 年 2 月、中国商標局は消費者が産地を誤解するおそれがあるとして商標登録を認めないとする裁定を行った。

⁴⁰ 第 186 回国会参議院農林水産委員会会議録第 17 号 17 頁（平 26. 6. 17）

⁴¹ 同上。農林水産知的財産保護コンソーシアムに係る農林水産省資料

（http://www.maff.go.jp/j/kanbo/tizai/brand/b_conso/index.html）

⁴² 第 186 回国会参議院農林水産委員会会議録第 17 号 22 頁（平 26. 6. 17）

⁴³ 第 186 回国会参議院農林水産委員会会議録第 17 号 16 頁（平 26. 6. 17）

制的に難しいとした⁴⁴。

(6) 登録手続

ア 登録申請の主体等

本制度において、生産行程管理業務を行う生産者団体を特定農林水産物等の登録申請主体とし（第6条）、登録を受けた生産者団体の構成員である生産業者が当該特定農林水産物やその包装等に地理的表示を付することができるとしている（第3条第1項）⁴⁵。

委員会では、地域には生産者団体に加入していなくても高品質の産品を生産し、地域ブランド化に貢献している例があることから、生産者団体に未加入の生産者の扱いについて問われた。農水省は、生産業者は加入する生産者団体の生産行程管理を受けることを前提に地理的表示を付することができることとしているため、登録時に生産者団体に加入していない生産者は、事後的に加入するか、生産行程管理を行う能力を有する生産者団体を新たに組織し、追加的に登録を受けることにより、地理的表示を付することができるとした⁴⁶。

イ 登録申請の公示と内容

特定農林水産物等について登録申請があったときは、農林水産大臣は、生産者団体等が提出した申請書類を公示しなければならないこととしている（第8条）。これについて委員会では、明細書に記載すべきとされる「当該農林水産物等の生産の方法」には企業秘密に該当するようなものも含まれる可能性があり、生産者が制度の利用を躊躇する要因となるのではないかと懸念が示された。農水省は、地域ブランド産品の生産方法については、門外不出のノウハウとして地域で守ってきたものもあり、これを秘密にしておきたいというニーズもあると思料されるため、生産方法は当該産品の特性と結びつく範囲で公表される必要はあるものの、具体的にどの程度詳細に記載するかは、地域の生産者によく話し合っ決めてもらうことになるとした⁴⁷。

ウ 学識経験者の意見聴取

本制度は、登録申請の公示後、3か月間は誰でも意見書を提出することができること

⁴⁴ 同上。なお、制度研報告書案は、「地理的表示の不正使用に対する損害賠償請求を行うとした場合、商標権侵害と同様、損害額や過失の立証が困難な場合があり、これらについて推定規定を設けるなど、立証事項の軽減に努めなければ、本制度を実効性のあるものとするにはできないことから、地理的表示の不正使用に対して、民法第709条の特例として、損害額の推定、過失の推定等の民事上の救済措置を設けることについて検討すべき」としている。

⁴⁵ 生産業者から特定農林水産物等を直接又は間接に譲り受けた者（流通業者等）も同様。

⁴⁶ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号18頁（平26.6.17）

本制度における「生産者団体」としては、生産・加工業者等から成る組合のほか、生産・加工業者の組合員が構成員となっている自治体の地域ブランド協議会等が挙げられる。必ずしも法人格を有する必要はなく、商工会議所等も含まれると解されるが、その構成員については、団体の基本約款で加入の自由を定めているものに限ることとしている（第2条第5項）。これは、地域ブランドの保護や活用を促進する観点から、地域共有の知的財産である地理的表示が特定の生産業者等に独占されるのは望ましくないとの考え方に基づくものと解される。また、本制度では、同一の産品について複数の登録生産者団体の併存を認めている。

⁴⁷ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号14頁（平26.6.17）

としており、同期間が満了したとき、農林水産大臣は、申請が登録拒否事由⁴⁸に該当しないかについて、学識経験者の意見を聴かなければならないこととしている(第11条)。

委員会では、この学識経験者の意見聴取はどのようなプロセスで実施するのか、また学識経験者として想定されるのはどのような者かについて問われた。農水省は、登録対象の製品ごとに求められる知見が異なるため、学識経験者のリストを作成し、製品の登録申請があった段階で必要な者を選定し、一堂に会した形で意見聴取を行う方向であり、学識経験者としては、製品の生産、流通に関係する者、各般の製品や地域ブランドの実態等に専門的知見を有する者、知的財産法に知見を有する者等を想定しているとした⁴⁹。

(7) 品質管理体制の在り方

ア 生産行程管理業務規程の内容

本制度においては、生産者団体に製品の品質管理を義務付け、これを国が保証することとしている。委員会では、生産者団体が登録申請の際に提出する生産行程管理業務規程の位置付けや内容について問われた。農水省は、同規程を、製品について明細書に記載された生産方法や品質が守られているか生産者団体が確認を行うための「生産者団体の業務の方法書」と考えているとした⁵⁰。同省は生産行程管理業務規程の一例としてリンゴ栽培を挙げ、例えば明細書で生産方法と品質について、無袋栽培⁵¹、糖度12度以上に限定すると定めた場合、無袋栽培であることを生産者団体の職員が圃場を巡回して確認する、糖度を生産者団体が保有する光センサーの糖度検査計を使用して確認する、またサンプリングの頻度を定める、さらには、明細書に沿った製品であることの確認方法としてロットごとに仕分けを行い記帳するといった事項の記載が想定されるとした⁵²。同省はまた、生産行程管理業務規程の記載事項についても、登録基準のガイドラインに示す方向で検討するとした⁵³。

イ 生産者団体の品質管理能力、負担等

委員会では、生産者団体には、自ら品質確認を行うための知見、技術、設備・機材が必要であり、相応の財政負担を伴うことになるが、この負担が生産コストに付加される可能性について問われた。農水省は、現在、地域ブランド製品で品質基準を定めている

⁴⁸ ①当該生産者団体が特定農林水産物等の登録を取り消されてから2年未満であるといった生産者団体に係るもの、②申請書と明細書の記載事項の不一致、生産行程管理業務の方法が農林水産省令で定める基準に不適合、生産者団体の経理的基礎が欠如等の生産行程管理業務に係るもの、③申請された農林水産物等が特定農林水産物等でない、あるいは既に登録されているといった場合、④申請された農林水産物等の名称が普通名称である、あるいは既存の登録商標と同一又は類似する場合(第13条第1項第2号～第4号)。

⁴⁹ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号20頁(平26.6.17)

⁵⁰ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号21頁(平26.6.17)

⁵¹ 樹上の果実一つ一つに紙製の袋などを被せて成熟させる有袋栽培は、病虫害防除の効果だけでなく果面を保護し着色を促進して果実の外観を向上させる効果があるが、糖、酸、ビタミンCの含有が袋かけを行わない無袋栽培に比べ低いとされる。独立行政法人農業・生物系特定産業技術研究機構『最新農業技術事典』(農文協2006年)1565頁

⁵² 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号21頁(平26.6.17)

⁵³ 同上

ものについては生産者団体が製品の品質確認を行っている例が多く存在しており、これらが登録された場合には、引き続き生産者団体自らが品質確認することは十分可能と考えとした⁵⁴。また、明細書に定める品質基準の原案は、各地域で協議して定めることになるため、生産者団体が客観性を持って確認できる基準が定められ、生産者団体の能力を超えるものが定められることはないとした⁵⁵。

ウ 公的機関又は第三者機関による品質確認の仕組みの検討

委員会では、品質保証の仕組みについて、EUの制度においては、公的機関又は第三者機関が品質を確認することとしているが⁵⁶、客観性の観点から本制度も将来的にEU型の仕組みにすべきとの指摘もなされた。農水省はこの点について、日本の地域ブランド製品には生産者団体が自ら品質基準を定めて品質確認を行うことによりブランド価値を高めているものも多く見られ、また、特定農林水産物等は、その生産方法や特性が産地と結び付いている必要があるため、品質確認については生産者団体自らが最も知見を有していると考えとした。したがって、生産者団体が品質管理を行うとともに、国がその品質管理の体制をチェックすることにより、品質確認の効率性と客観性を両立させ、製品の品質が公的に保証される仕組みとしたとしている⁵⁷。

(8) 本制度の活用による輸出振興

委員会では、本制度は、あくまで日本国内で登録された特定農林水産物等が保護されるものであり、これを諸外国で保護するためには、当該国の制度に基づく登録や商標権の取得が必要となるが、本制度が農林水産物、食品の輸出振興にどのような影響を与えるのかについて問われた。これに対し農水省は、登録製品には地理的表示マークを付すこととしているため、これを主要な輸出国で登録することにより、差別化が図られ、輸出促進の一助となるとした⁵⁸。

(9) 本制度導入と経済連携協定交渉との関係

地理的表示保護制度については、TRIPS協定加盟国の間でも様々な方式があり、EUのように独自の制度(sui generis)を設けている国・地域がある一方で、米国や豪州といったいわゆる新大陸諸国では、商標制度の下で国内担保措置が講じられている⁵⁹。

委員会では、TPP交渉においても知的財産の交渉分野で地理的表示保護の在り方が検

⁵⁴ 同上

⁵⁵ 同上

⁵⁶ イタリアの例では、農業食料森林政策省の管理当局(ICQRF:農産物品質不正防止中央査察局)が中心となり登録製品の品質管理活動を実施しており、明細書に対する適合性の管理は、ICQRFの認可を受けた管理機関(第三者機関)により実施されている。

⁵⁷ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号23頁(平26.6.17)

地理的表示保護法案の検討段階では、当初、特定農林水産物等の明細書への適合の確認を登録確認機関が行うことを想定し、同機関について、国又は生産者団体以外の第三者を農林水産大臣が登録し、都道府県・市町村を対象とすることも検討された経緯がある。

⁵⁸ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号17頁(平26.6.17)

⁵⁹ 前掲拙稿45~46頁参照。

討対象となっていると思料され、仮に米国が主張する証明商標制度に近いものの導入が合意された場合、日本の地理的表示保護制度は修正を余儀なくされるほか、日欧EPA交渉にも影響を及ぼすのではないかと指摘がなされた。これに対し農水省は、今般の地理的表示保護制度は国際的な議論に十分配慮しながら設計したものであり、本制度を基に国際交渉の相手方と連絡を密にして対応していきたいとした⁶⁰。

4. 今後の課題等

(1) 特定農林水産物等の対象、登録基準の明確化

委員会では、特定農林水産物等の対象や登録の基準が明確でない旨の指摘に対し、農水省は、非食用の特定農林水産物等の対象については今後政令指定するほか⁶¹、特定農林水産物等の登録基準が事前に予見できるよう、登録審査に当たってのガイドラインを示す意向を表明した。

また、登録の判断基準について、衆議院農林水産委員会では、農林水産物・食品の「伝統性」をどのように位置付けるかについても議論された。農水省は、EUでは30年を一つの目安としており、当該産品が、品質や評価などの特性に至るまでの一定の伝統性を具備していることが求められるとした⁶²。

今後、特定農林水産物等の登録を促進するためには、生産者団体の円滑な登録申請にも資するガイドラインを法律の施行までに策定することが望まれる。

(2) 制度の周知と活用の促進

衆参の農林水産委員会が行った地理的表示保護法案に対する附帯決議(以下「附帯決議」という。)の第1項目には、「地理的表示保護制度の導入に当たっては、それぞれの地域においてその効果的活用が助長されるよう、生産業者、生産者団体等による地域ブランドの確立に向けたこれまでの取組を十分尊重しつつ、関係者に対し、新たな制度の趣旨及び内容はもとより、既存の地域団体商標制度等との相違点及び制度の役割分担等について周知徹底を図ること」とある。

各地域では農林水産物等のブランド化の取組を長年にわたり展開している例が数多く存在し、既に地域団体商標制度を活用した取組も見られる。今後、地域の生産者団体は、地域の実態や産品の特性を踏まえたブランド戦略に応じ地域団体商標制度又は地理的表示保護制度を選択し、地域団体商標と地理的表示が併存することも可能となるが、まずは生産業者の間で無用な混乱や誤解、軋轢が生じることのないよう、制度の周知と理解を深めるための努力が求められよう。

他方、実際に特定農林水産物等の購買を促進する上で、流通業者及び消費者への制度や地理的表示マークの周知が重要な鍵となると考えられる。JAS法に基づくJASマーク

⁶⁰ 第186回国会参議院農林水産委員会会議録第17号24頁(平26.6.17)

⁶¹ 非食用の農林水産物としては、盆栽を含む花きや錦鯉等の観賞魚等が、また、非食用農林水産物の加工品については、木材製品や畳表、飼肥料等の農業資材も対象となることが想定される。

⁶² 第186回国会衆議院農林水産委員会会議録第15号15頁、26頁(平26.5.21)

は、農林水産大臣が認定した事業者が一定の規格を満たす製品に付することができるものであるが、消費者の認知度は決して高くはない。日本生活協同組合連合会が平成19年に実施したアンケート調査によると、JASマークを見たことがあるとの回答が9割以上に上った一方、購入時に参考にしていないとの回答は約3割に留まっている⁶³。また、NPO日本有機農業研究会が平成20年度に実施したアンケート調査では、一般消費者のうち有機JASマークを知らない人が5割を超え、その内容までよく知っているとしたのは5%にすぎなかった⁶⁴。

現在、食品に付されるマークは、JASマークを始め、公的な認証に基づくもの、生産者団体等が独自に認証を行っているもの等様々あり、中には消費者の商品選択に有効に活用されていないものもあると考えられる。このため、地理的表示保護制度が有効に機能するためには、消費者等に対する制度の普及・啓発活動を効果的に実施し、商品選択にいかに関与していくかが重要な課題となる。

(3) 品質管理基準策定に向けた支援等

特定農林水産物等に該当する地域のブランド製品の中には、同一のブランドでも生産者ごとに生産方法や品質に微妙な相異があるものも多いと考えられる。これらが長年にわたる伝統に基づくものであるがゆえに、個々の生産者のこだわりも強く、地域で統一的な品質管理基準を策定する際には合意形成が容易でない場合も予想される。

附帯決議の第2項目は、「地理的表示の登録に係る明細書の作成に向けた地域における合意形成の重要性に鑑み、円滑な合意形成に向けた支援を行うこと」としている。農水省の地理的表示に係る高付加価値化推進事業等を通じ、地域の生産者が同省や専門家等のアドバイスを受けながら十分な協議を行い、明細書や生産行程管理業務規程を円滑に策定するとともに、登録後においても、これらに基づく公正かつ安定的な品質管理が持続できるような体制の整備が必要となる。

(4) 農林水産物等の輸出促進と制度の活用

附帯決議の第6項目は、「地理的表示保護制度の活用を我が国の農林水産物・食品の輸出促進対策の重要な柱として明確に位置付け、輸出促進のための総合的なサポート体制を強化するとともに、海外における農林水産物・食品の模倣品への対策を充実・強化すること」としている。農水省は委員会で、本制度に基づき登録された特定農林水産物等が外国で保護されるためには、当該国の地理的表示制度に基づく登録や商標権の取得を行うほか、当該国で地理的表示マークを商標登録することにより類似製品との差別化が可能とした。

しかし、JASマークについては既に海外で商標登録されているものの、国内における消費者の認知度が低迷する中、海外での認知度が高いとは考えにくく、こうした現状から推察すれば、地理的表示マークが日本の農林水産物・食品のブランド価値を海外の消費者

⁶³ 日本生活協同組合連合会「食品の安全・安心に関わる調査結果（一部抜粋）」（2008年3月）

⁶⁴ 特定非営利活動法人日本有機農業研究会『有機農業に対する消費者の意識と理解促進に関する調査報告書』15～17頁（平23.3）

にどの程度アピールできるかについては課題も多いと考えられる。

例えば、中国では、2001年から商標法に基づく地理的表示保護制度が実施されており、国が統一マークを定めている(図表3)。今後、地理的表示保護法に基づき、農林水産省令で地理的表示マークが定められ、中国においても商標登録されることが想定されるが、同国の地理的表示マークと明確に区別し得るだけでなく、委員会審議でも指摘されたように、日本のブランド農林水産物・食品であることを消費者に強くアピールできるものとする必要がある。そのためにはデザインの工夫はもちろんのこと、マークの認知度を高める広報活動も十分に展開する必要がある。

図表3 中国の地理的表示マーク



(出所) 中国国家工商行政管理总局商标局
ホームページ
(<http://sbj.saic.gov.cn/dlbz/>)

なお、農水省は委員会で、地理的表示マークが輸出促進の一助となるとしつつも、むしろ輸出先国での模倣品対策の一つである点を強調した。実際、地理的表示保護制度は、導入すれば即座に農林水産物・食品の輸出促進に結び付くというものではない。「農林水産業・地域の活力創造プラン」に示された日本食・食文化への理解をより確固なものとし、日本の農林水産物・食品の強みを生かせる市場を国内外に創造するための取組⁶⁵を基礎として、期待される役割を着実に果たしていくことが重要ではなかろうか。

(5) 経済連携協定(EPA)交渉における地理的表示保護制度の位置付け

委員会では、今般の地理的表示保護制度はEUの制度を参考にしているが、TPP交渉の結果いかんでは修正を余儀なくされ、また、日欧EPA交渉に影響を及ぼす可能性もあることが指摘された。農水省は、本制度が国際的議論に十分配慮して設計されたものであることを強調したが、EPA交渉における地理的表示保護の在り方をめぐる議論において、今後日本が難しい判断を迫られる可能性は否定できない。

日欧EPA交渉は平成25年4月に始まったが、自動車や農産品の関税撤廃等をめぐり、なお対立点が多いとされる⁶⁶。こうした中、地理的表示保護制度の導入で先行するEUは、同制度が世界標準になれば、農水産物のブランド力が更に高まり、輸出の拡大につながるとの思惑があり、日本にも同様の制度の導入を求めてきた⁶⁷。

このため、今般の地理的表示保護法案の提出は、日本としてEUの要請に応えることで交渉を優位に進めようとする狙いがあったとの指摘もある⁶⁸。

ところがEUは同交渉において、日本が導入する制度で商標と地理的表示が併存するこ

⁶⁵ 「農林水産業・地域の活力創造プラン」(平25.12.10決定)(農林水産業・地域の活力創造本部)4頁

⁶⁶ 『朝日新聞』(平26.6.25)

⁶⁷ 『朝日新聞』(平26.5.12)

⁶⁸ ただし、参議院農林水産委員会の審議で林芳正農林水産大臣は、基本的な認識として、地理的表示保護制度の目的を通商政策上の理由というよりは、農業者の所得向上等に置いている旨述べ、EPA交渉の促進が地理的表示保護制度を導入する目的の一つであることを積極的には認めていない。

とを認めず、既存の商標登録を取り消して地理的表示に一本化することを求めているとされる⁶⁹。

一方、商標制度に基づく地理的表示保護制度を支持する米国は、日本に対し、EUの要求を受け入れるべきではないと求めているとされ、日欧EPA交渉と米国が主導するTPP交渉を並行して進めている日本は、地理的表示保護の手法をめぐり、米欧間で「板挟みの状態」とみる向きもある⁷⁰。

附帯決議の第7項目は、「本法の施行状況に係る検討については、特定農林水産物等の登録の状況、生産業者及び需要者の利益保護の状況はもとより、諸外国における地理的表示保護制度の導入状況とこれが我が国に与える影響等も踏まえ、適時適切に実施し、その結果に基づき、十全の措置を講ずること」としており、EPA交渉の動向が地理的表示保護制度の実施に及ぼす影響については、引き続き注視する必要がある。

5. おわりに

平成26年6月24日、政府の農林水産業・地域の活力創造本部は、「農林水産業・地域の活力創造プラン」を改訂した。同プランは、「農林漁業の成長産業化のためには、市場を意識し消費者の需要に応じて農林水産物を生産・供給するとの発想(マーケットインの発想)による、需要と供給をつなぐバリューチェーンの構築が不可欠である」とした上で、「女性や若者を含めた多様な人材を活用し、農商工連携や医福食農連携等の6次産業化や地理的表示保護制度の導入等による農林水産物・食品のブランド化を進めることにより、農林水産物の付加価値向上を図る」⁷¹としている。

このように、地理的表示保護制度の導入は、農林漁業の成長戦略において重要なツールの一つと位置付けられることとなったが、本制度が6次産業化の市場規模拡大や農業・農村の所得倍増にどの程度寄与するのか、その効果は未知数である。しかし、国による品質保証を通じて農林水産物・食品のブランド化が促進され、生産・流通・消費の底上げが図られる期待は十分にあると考えられる。そのためには、まずは制度の周知を図り、特定農林水産物等の円滑な登録を進めるとともに、消費者の信頼を確保できるような品質管理体制を構築することが不可欠である。地理的表示保護法は平成27年6月までに施行されるが、今後の制度運用の動向に注目したい。

(いしかわ たけひこ)

⁶⁹ 『朝日新聞』(平26.5.12)ただし、EU理事会規則は、原産国における地理的表示保護の日前に善意で出願等された商標は、地理的表示の登録にかかわらず、商標の使用継続が可能とし(第14条第2項)、既存商標と地理的表示の併存を容認している。

⁷⁰ 同上記事

⁷¹ 「農林水産業・地域の活力創造プラン」(平26.6.24改訂)(農林水産業・地域の活力創造本部)7頁