

世界 World

GI の国際ルール整備へ

ジェトロ海外調査部国際経済課 山崎 伊都子

日本の農林水産物・食品輸出が拡大している。2015年の輸出額は7,451億円で過去最高を更新。特に青果物、緑茶、牛肉などが好調だ。さらなる輸出増も視野に入れ、政府は15年に地理的表示（GI）法を施行。農産品のブランド化を進める体制を整えた。欧州の成功例を参考とした制度活用と、FTA（自由貿易協定）などによる国際ルール整備に注目したい。

原産地名を保護する意義

GIとは、特定の原産地を有し、その原産地に由来する品質や評価を備えた産品に用いる表示である。各国が保護すべき知的財産権の一つとして、WTOが指定している。GIの目的は、真正の産地以外で生産された産品に、消費者の誤認を招く方法で地名が使用されることを防ぎ、真正品への信用を向上させることにある。また、産品の製法を伝承する意味合いも持つ。

GI保護がもたらす恩恵は、定量的にも把握できる。例えばイタリアの「ジベッコ産クラテッロ」。クラテッロは豚肉を塩蔵した生ハムで、ジベッコの名称は1996年、EUのGIとして登録された。世界的に同地名の知名度が高まった結果、92年に年間300本程度だった生産数は、11年には約7万本にまで拡大した。これ以外にも、GI登録によって地域ブランドの差別化に成功し、一般品より高額で取引される産品の事例は数多い。

WTOの「知的所有権の貿易関連の側面に関する（TRIPS）協定」は、消費者が産地を誤認するような表示の禁止を義務付けている。しかし実施方法までは定めていないため、GIの保護制度は国ごとに異なる。独自の制度を設けてGIを保護するのはEU、中国、インドなど、商標法で対応するのは米国やカナダなどである。

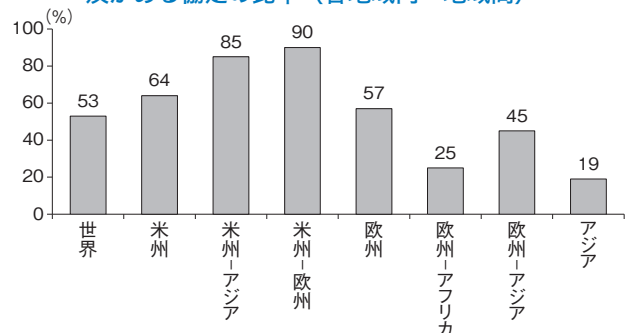
一方TRIPS協定は、ぶどう酒と蒸留酒には消費者の誤認がなくとも保護すべき絶対的な権利がある、と

規定した。例えば「『ボルドー風』ワイン」のように、誤認しないことが明らかな表示であっても、「ボルドー」の地名は使えない。こうした規定の背景には、フランスをはじめワイン産地の多い欧州勢の要望があった。日本でも同協定への対応として、酒税を所管する国税庁が焼酎や泡盛をGIに指定するも、登録数は七つにとどまる。ただ、日本食ブームもあって酒類のGIは拡充傾向にあり、13年には「山梨」（ぶどう酒）、15年には「日本酒」（清酒）が登録された。

EUはGI保護に積極姿勢

一方、GIの保護対象拡大や国際登録制度の構築も含め、WTOでの新規ルール形成は進んでいない。GIを相互に保護する仕組みとしては、世界知的所有権機関（WIPO）が管理するマドリッド協定もあるが、締約国は16年10月現在36カ国にとどまり、米国や中国などは加盟していない。そこで、GIの追加的保護をFTAで規定する動きが出てきた。WTOによると、知的財産に関する条項を持つFTAのうち53%がGIに言及しており（図）、特に10年以降は増加傾向にある。先進国同士のFTAには、ほぼGI規定があるが、中南米でも蒸留酒のGI保護を規定するFTAは多い。メ

図 知的財産関連規定を持つFTAのうち、GIへの言及がある協定の比率（各地域内・地域間）



注：①14年2月までにWTOに通報された245件のFTAに基づき集計。②欧州の割合が小さいのは、ワイン協定などFTA以外の枠組みでGI保護を求めてきたため
 資料：WTOワーキングペーパーを基に作成

キシコやペルーと FTA を締結する日本も、テキーラやピスコといった相手国の GI を保護する義務を負う。

特に EU は GI 保護に熱心だ。現在 EU で登録されている農林水産物・食品（以下、農産品）の GI は約 1,300 件（表）。対象産品の売り上げは年間 600 億ユーロに上る。GI の経済インパクトが大きいことから、EU は 00 年代以降ワイン貿易に関する二国間協定などを締結してきたほか、最近の FTA では GI 保護を従来以上に強化する傾向にある。例えば、TRIPS 協定が酒類に与えるような強い権利を、食品全般に設定することが一般的だ。EU は、最近の FTA 相手国に対し約 200 の農産品について GI 保護を求めており、双方の合意があればさらなる対象産品拡大も可能とする。3 桁以上の GI リストを備えた FTA は世界でも稀である。また EU は、TRIPS 協定では商標権または著作権を侵害する製品に限られる税関での取り締まりの対象を、FTA では GI にも拡大するなど、執行面も強化した。

GI の対象を工業製品に広げる動きもある。欧州議会は 16 年 5 月、「アルザス」（陶器：フランス）や「ムラーノ」（ガラス：イタリア）といった各国の工業製品の GI を、EU 全体として保護するよう求める決議を採択した。EU が、締結する FTA を通じて工業製品の GI 保護を求めてくる日も近いかもしれない。

地域ブランド品の輸出に GI 活用を

翻って日本では従来、酒類以外の農産品の GI を保護するための独自制度が存在しなかった。しかし 15 年 6 月、EU の制度を参考に「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」を施行。日本は農産品のブランド化を進めるべく積極的に GI を保護する方針に転換した。

海外展開に寄与するであろう新制度の特徴は何か。第 1 に、EU の制度と同様、GI が名称のみならず製品の品質も保証する点だ。日本のブランド食品の中には、アジア諸国を中心に既に海外で人気を博しているものもあるが、品質管理に関する共通認識がないことも多い。その点 GI マークは、登録に当たって、製品の製造方法のみならず、その特性、生産地との関係性、伝統性の有無なども要求する。GI マーク付きの商品が、こうしたプロセスを経た真正品であることを海外でも示すことができれば、輸出促進効果も大きい。

第 2 の特徴は、GI を地域の共有財産として扱える

表 農産品に対する日本と EU の地理的表示保護制度

| | 日本 | EU |
|-------------------------|---|--|
| 根拠法 | 地理的表示法（15年） | 欧州議会・理事会規則 No.1151/2012（12年） |
| 表示方法 (右のマークの貼付を義務付け) |  GI |   PDO PGI |
| 保護の対象 | 生産地とのつながりを持つ品質等の特性を有する農林水産物・食品の名称 (EU では、つながりの程度により PDO か PGI に分類) | |
| 名称を使用できる者 | 生産行程管理業務を行う生産者団体の構成員たる生産業者、および当該者から産品の譲渡を受けた者 | 明細書に適合すると確認された産品は誰でも使用可 |
| 既存商標がある場合の取り扱い | 商標権者の同意がある場合に限り GI の保護が可能 | 消費者の誤認を招かなければ GI による保護が可能 |
| 違反への対応 | 農林水産大臣の是正命令、命令違反の場合は罰則 | 公的管理当局による行政措置や罰則 |
| 登録数（※） | 24 | PDO: 619件、PGI: 706件 |
| 登録されている GI の例 | 「神戸ビーフ」(牛肉:兵庫) 「夕張メロン」(メロン:北海道) 「八女伝統本玉露」(茶:福岡) 「下関ふく」(フグ:山口など) 「三輪素麺」(そうめん:奈良) | 「コンテ」(チーズ:フランス) 「タレッジョ」(チーズ:イタリア) 「ハルマ」(ハム:イタリア) 「バレンシア」(オレンジ:スペイン) 「バイエルン」(ビール:ドイツ) |

※登録数は16年12月時点
資料：農林水産政策研究所、欧州委員会資料を基に作成

点。申請は生産・加工業者の団体単位で行うため、輸出への新規参入者も GI マークを使用できる。

第 3 に、不正使用に対しては政府が権利者に代わって取り締まること。食品の名称を保護する仕組みとしては商標登録もあるが、商標の場合、違反に対して被害者自らが差し止め請求を行う必要がある。こうした負担なしにブランド保護が図れる点が GI の利点だ。

GI を使ったブランド力強化は、輸出拡大の強力な武器であり、生産者による活用を期待したい。しかし課題もある。まず、GI 登録数が諸外国と比べてまだ圧倒的に少ない。今後は対象産品の充実が望まれる。また、現行の GI 制度は国内でのみ有効で、海外で保護を受けるには各国で別途登録が必要だ。そこで政府は、主要輸出先で GI マークの商標出願を行ってきた。これまでに台湾、韓国、オーストラリアなど、6 カ国・地域で登録が完了した。政府は今後、諸外国と相互に GI を保護する仕組みも整備していく構えだ。

FTA も GI 保護を後押しすると考えられる。EU の FTA のように、日本も酒類に限らず農産品全体の GI を FTA の相手国と相互に保護できれば、諸外国での個別登録は不要となる。さらに、工業製品（例えば「江戸切子」や「有田焼」などが該当するだろう）も含めた GI の保護を実現し、これを FTA で展開できれば、メイド・イン・ジャパン製品のさらなる輸出拡大に寄与しよう。

