

地理的表示保護制度研究会報告書骨子案

【はじめに】

我が国の農山漁村には、長い歴史をかけて培われた地域の特産物であるブランド産品や、地域独特の製法等生産・製造・保存技術に関する知的財産が豊富に存在している。

その中には、地域の農林漁業者や住民等関係者が普段意識していないものの、国内の他の地域、場合によっては海外にも強い訴求力を持つブランド産品や製法等の知的財産が眠っていると考えられる。

今後、農山漁村の活性化を一層推進していくに当たって、これらの歴史と伝統のある知的財産をいかに発掘し、いかに活用していくかが大きな課題となっている。

その課題を解決するためには、その地域独特の気象条件、土地条件や伝統的な製造方法等によって、地域に固有の品質や特徴を有する地域ブランド産品について、公的主体が地域と品質や特徴の関連性を担保することにより、その地名付きのブランド名の保護を図る仕組みである地理的表示保護制度の導入を図ることが、有効な手段であると考えられる。

さらに、地理的表示保護制度を早期に導入し、知的財産を活用した新産業創出による6次産業化を推進することにより、我が国の食と農林漁業の再生にも資することとなる。

本研究会では、地理的表示保護制度について、我が国に導入する場合のあるべき姿について、提言を行うものである。

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

(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

我が国の農山漁村には、地域の人々の長年の努力により、生産された地域名の付いた名称が、その産品に付され、その名称自体が消費者を引きつける力を有している地域ブランド産品が数多く存在している。これらの地域ブランド産品の中には、隠れたポテンシャルを有するものの、未だその潜在的な価値を十分に発現していないものが多い。

我が国において、地理的表示保護制度を導入し、これらの地域ブランド産品を同制度の対象とすることを通じて、ブランド力の向上、価格競争から品質差別化の競争への誘導等を通じた販売力の強化が期待される。

また、生産方法や品質に関する取決めを地域で決定する過程を通じ、産地体制が整備され、生産組織の強化、関係者の士気向上など産地の一体感が醸成され、更に、6次産業化の推進等の関連施策の活用等を通じて更なる高付加価値販売の展開も期待される場所である。

さらに、このような地理的表示保護制度の活用を通じた地域での様々な取組は、将来的に、生産・製造・販売事業の拡大と併せて、観光ツアーなど、地域ブランド産品を核とした多角的な事業の展開も見込まれ、中長期的には地域雇用の増大に伴う地域経済の活性化、地名の付いた特産品が日本全国や世界的に知られるようになることを通じた地域全体の誇りの回復など、再活性化につながるきっかけとなることも期待される。

一方、我が国においては、明治以降、商標制度に基づく商品の出所を表示する名称保護の有効性が社会において幅広く認知されている。さらに、商標制度では、平成17年改正により、地域団体商標制度を導入し、原産地表示等からなる地域ブランドを表す名称を保護しており、既に農林水産物・食品について300件近く登録されているなど実績も上げている。

地域団体商標制度においても、これら地域ブランドを表す商標の登録

等を通じて、販売力の強化や産地体制の整備、高付加価値化販売の展開、地域ブランドを核とした多角的な事業の展開及び生産・製造業者の誇りの醸成といった効果を上げている地域がある。また、地域団体商標制度は、制度上、指定商品が特別な品質を有することまでは課していないものの、自主的に内部規定を制定し、地域団体商標を使用する商品に関して厳格な品質管理を課している場合も多く、他の商品と品質面での差別化を図るものとしての効果も見られる。

一方、地理的表示保護制度は、公的主体が、地域と品質や特徴の関連性を担保するとともに、地域ブランドの保護に関与することとなる制度であり、地域団体商標制度の効果が一層明確かつ高度に発揮し得るものであると考えられる。高齢化や過疎化が進む我が国の農山漁村の活性化へ向け、地域ブランド産品を活用した取組の一層の推進は必須の課題であり、地理的表示保護制度の導入は不可欠である。

(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

地理的表示保護制度は、地域と密接に関連し、一定の社会的評価をもつ農林水産物・食品の生産・製造地域を特定する表示を保護するものである。

本制度の導入により、生産・製造地域と密接に関連する特徴に関する情報が明確になり、農林水産物・食品を選択する際の判断が容易となることが期待される。

また、地域ブランド産品の関係者が自らの産品を同制度の対象とすることについて、6次産業化の推進等の関連施策の活用等に取り組むことで、地理的表示保護制度の対象産品を利用した様々な商品・飲食サービスが開発・販売され、地域ブランド産品を選択する機会が拡大し、豊かな食生活の実現に寄与することが期待される。

しかし、一方で、地域団体商標制度や各地方自治体で行われている表示制度が存在しており、新たな表示制度の追加に伴い、消費者が商品

を選択する際に、商品の出所について混同が生ずる可能性があり、今回新たに導入する制度が、消費者にとって分かりやすく、かつ消費者の美味しく、高品質なものを求める嗜好に、どのように応えられるかが重要となっている。

(3) 我が国の地域ブランド製品の輸出促進

少子高齢化等の進展により、国内の農林水産物・食品の市場が縮小均衡に陥っていく中で、我が国農林水産業・食品産業の更なる発展を図っていくためには、経済成長を続けているアジアを始めとする世界各地域に対して、我が国農林水産物・食品の輸出を一層拡大し、その活力を取り込んでいくことが不可欠となっている。

地理的表示保護制度が導入された場合、海外での見本市、商談会等の機会を活用し、同制度に基づき公的機関がブランド価値を担保した日本ブランド製品を積極的にPRすることで、歴史・伝統・特色のある日本ブランド製品の良さが海外の消費者に浸透し、制度対象製品の輸出の促進に寄与することが期待される。

また、将来的には、制度対象製品の海外市場での販売機会が増加することにより、海外の消費者が我が国の歴史や伝統文化への理解・関心が増すとともに、我が国輸出製品全体の訴求力が向上するなど、ジャパン・ブランド全体の底上げが期待される。

一方、地理的表示保護制度を先行して導入しているEUでは、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割強がEU内で販売され、海外での販売が5%程度と輸出の占める程度は小さく、我が国の地理的表示保護製品の輸出拡大に当たっては、輸出促進施策との連携が不可欠であると認められる。

(4) 海外における我が国の地名を付した模倣製品の流通の防止

近年、海外において、我が国の地名を付した商標が第三者によって出願・登録される等の模倣品問題が発生している。

これにより、海外市場において、我が国から輸出された農林水産物・食品と我が国の地名を付した外国産品が競合することとなり、我が国の農林水産物・食品の輸出促進の障害となっている。さらには、我が国の真正な農林水産物・食品を購入する機会が阻害されることから、諸外国の消費者の利益をも害していると考えられる。

本問題の解決のためには、短期的には、諸外国において、我が国の地名を付した商標が第三者によって出願され公表された場合に、速やかに異議・取消申立てを行うなど、直接、相手国の制度の枠組みで対応することがまず重要である。

一方で、地理的表示保護制度が導入された場合、我が国の制度を根拠とする諸外国での地理的表示保護が図られることで、公的機関が海外における我が国の地名の第三者による使用防止に大きな役割を果たすとともに、我が国の地理的表示保護産品が、同様の制度を有する外国において、同様の保護を受けられることが円滑になることが想定されることから、海外における模倣品被害の減少及び制度対象産品の輸出の促進が期待される。その結果、海外の消費者が、我が国の真正な地域ブランド産品を購入する機会が確保され、海外の消費者の利益が増加することとなる。

しかし、我が国の地域ブランド産品が、地理的表示保護制度の対象となることにより、諸外国における第三者による商標登録の先取りを誘発する可能性があるなど、海外の模倣品対策の観点から逆効果となることも想定される。

模倣品対策については、相手国の制度を十分に理解・把握し、短期的に取るべき対策と中長期的に取るべき対策を十分に考慮し、海外における模倣品対策を講じつつ、輸出の促進に向けた取組を進めることが必要である。

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

以上のように、地理的表示保護制度については、種々の効果が期待されるが、これらの効果を発現するためには、これまで述べてきたとおり、

- ① 地理的表示保護制度という新たな表示制度の導入により、消費者が商品を選択する際に、商品の出所について混同が生じる可能性があること
 - ② 地理的表示保護制度を先行して導入しているEUにおいては、地理的表示産品のうち輸出向けの割合が5%程度にとどまっており、その輸出拡大のためには、輸出促進施策との十分な連携を図る必要があること
 - ③ 地理的表示保護制度の導入により海外における模倣品対策が全て解決するわけではなく、海外模倣品対策として短期的に取るべき対策、更には中長期的に取るべき対策を十分に考慮する必要があること
- 等について留意する必要がある旨明らかにしてきたところである。

本研究会では、これら以外にも、地理的表示保護制度を円滑に導入し、定着を図る観点から以下のような留意すべき点があると考えている。

(1) シンプルで我が国の実情にあった制度の導入

今後検討される地理的表示保護制度については、上記のような視点を踏まえることが重要であるが、この他、地理的表示保護制度に取り組む農業者等の立場に立って、シンプルで使いやすく、分かりやすく、我が国の実情にあった制度とすべきである。

(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

商標法の地域団体商標制度、不正競争防止法等といった既存制度に基づくブランド化の取組の実情を踏まえ、これらをベースに更に発展させるという観点から制度を検討することが必要である。特に、我が国と同様、食文化が古くから発達し、各地域において特色に富む伝統的な地

域ブランド製品の生産等が行われてきたEUにおいて、公的主体が地理的表示保護対象製品の品質管理や不正使用の監視等を行うことにより、その高付加価値化や農業所得の向上等の効果を得て、農山漁村の活性化を図っていることも参考に、我が国における新制度の導入の効果や既存制度との関係を整理し検討することが重要である。

(3) 選択可能な制度の導入

ブランド化戦略も産地によって様々であり、農林水産物・食品を生産・製造・提供する者が、自らのブランド戦略に応じて、必要な制度が選べるよう考慮することも必要である。

(4) EUや米国等の諸外国の理解を得られる制度の導入

本研究会で行ったヒアリングにおいて、EUから、EUの地理的表示保護制度は、特別(sui generis)な制度で国際的にも高い水準の保護となっており、同制度により、輸出促進や農山漁村の活性化等の効果がある旨の説明があった。

一方、米国や豪州から、一般名称や複合語の一部等を保護対象外とし、異議・取消申立制度を設けるなど、これまでの貿易構造を損ねないようにすべきといった意見があった。

これらのことを踏まえ、制度の円滑な導入と安定的な発展を図るためには、我が国における地理的表示保護制度の検討に当たって、WTO協定上の内国民待遇/最恵国待遇の義務とも整合的で、諸外国及び国際的な制度と親和性・調和を有するものとする必要がある。

3 まとめ

現在、農林水産物・食品を対象とした特別(sui generis)な地理的表示保護制度を導入している国は、我が国の有力な輸出先国であるアジア諸国、EU等も含めて70か国以上となっている。

地理的表示保護制度は、知的財産を守る新たな制度である。この知的財産の活用により得られる、農山漁村の活性化、消費者利益の増大等の効果は、既に制度が導入されている世界各国の例をみると期待し得るものである。

今後、地域団体商標制度を始めとし、今日の日本を形成してきたこれまでの様々な制度や取組を踏まえつつ、我が国において、特別(sui generis)な地理的表示保護制度を新たに導入し、地理的表示を活用して、多くの経済的・社会的効果が発揮されるよう取り組んでいくべきである。

II 各論

1 対象とする製品の範囲

本制度は、農山漁村の活性化を主目的とするものであり、対象とする製品については、農山漁村において生産される農林水産物を基本としつつ、これを原料として地域で加工される食品についても、加工度が高いなど地域との結びつきが弱い場合等を除き、本制度の対象とすることが適当である。

酒類については、既に酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律に基づき、地理的表示の積極的な保護が図られていることから、本制度の対象とする必要はないと考える。

2 地理的表示の保護の対象

本制度は、農山漁村の活性化を主目的とするものであり、EUにおいては、地域との結びつきに応じて、PDO(原産地呼称保護。生産、加工、調製の全てが特定の地域内で実施される製品に対して付される表示を対象とする保護)と、PGI(地理的表示保護。生産、加工、調製のいずれかが特定の地域内で実施される製品に対して付される表示を対象とする保護)の2つの保護の仕組みを設定し、製品の地理的表示保護を図っている。

我が国への導入に当たっては、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産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産品を対象とする地理的表示保護制度を導入すべきである。

なお、一層の農山漁村の活性化、消費者の選択に資する情報提供等のニーズにも配慮して、EUのPDO制度のように、生産、加工、調製の全てを特定の地域内で実施する地理的表示保護対象産品については、地域との結び付きが特に強いと認められることから、特別に表彰するような運用上の仕組みを設けることも検討すべきである。

3 保護内容

(1) 知的財産権としての保護のレベル

本制度は、他の法令や知的財産権との整合性、諸外国の制度との親和性・調和に留意しつつ、我が国において農山漁村の活性化や消費者の選択に資する情報提供等といった効果を上げていくために、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である。

(2) 一般名称の取扱い

本制度は、諸外国及び国際的な制度と親和性・調和を有するものとする必要があるところ、一般名称は産品の種類を示す名称として広く用いられているものであり、これを保護の対象とした場合、通商・貿易が阻害される可能性があることから、保護の対象外とすべきである。

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、コーデックス規格など国際的に広く使用されるものを参照すべきである。

(3) 保護の範囲

本制度は、諸外国及び国際的な制度と親和性・調和を有するものとする必要があるところ、単一名称(複合名称の一部)は世界の多くで一般的に使用されているものであり、これを保護の対象とした場合、通商・貿易が阻害される可能性があることから、名称全体(複合名称)を保護の対象とすべきである。

4 登録手続、登録審査

本制度は、諸外国及び国際的な制度と親和性・調和を有するものとする必要があるところ、異議・取消申立ての機会の設定に対する諸外国の産業界の要望は高く、また、デュー・プロセスの確保の観点から、異議・取消申立ての機を設定すべきであると考えられることから、登録に当たっては、第三者による異議・取消申立ての機会を設けるべきである。

5 品質管理措置

本制度は、農山漁村の活性化を主目的とするものであるが、そのためには、登録製品の品質管理について消費者の信頼性を高める必要がある。

他方、本制度は、我が国の実情にあった制度とする必要があるが、我が国においては、生産者団体が中心となって、生産方法や品質の基準を定め、その遵守についても確認するなど、自主的な品質管理が行われている事例もある。

以上を踏まえると、生産者自らが品質管理を行うことを基本としつつ、より消費者の信頼性を高めるために、国又は国が認証した第三者機関が生産者における品質管理の状況を確認するなど、公的な関与の下に品質管理がなされる仕組みとすべきである。

6 担保措置

(1) 侵害行為に対する民事上の救済措置（損害額の推定、過失の推定等）

本制度は、農山漁村の活性化を主目的とするものであるが、そのためには、地理的表示の不正使用に対する担保措置として、地理的表

示保護製品の生産・製造に取り組む産地関係者自らが、権利行使を行える仕組みについて検討すべきである。

その際、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側面があり、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こと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である。

(2) 侵害行為に対する行政上の措置

本制度は、農山漁村の活性化を主目的とするものであるが、そのためには、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必要がある。

また、本制度は、我が国の実情にあった制度とする必要があるが、我が国の農林漁業者の実態を踏まえると、時間や労力との関係から、地理的表示の不正使用について、自力での権利行使を期待できない場合もある。

以上を踏まえると、地理的表示の不正使用に対する行政上の措置を設けることについて検討すべきである。

7 商標との関係

本制度は、諸外国及び国際的な制度と親和性・調和を有するものとする必要があるところ、諸外国においては、地理的表示と商標との関係については、両者をどのように調整するかが課題となっている。

我が国においても、既に地域団体商標制度を活用して、全国各地において、農林水産物・食品のブランド化の取組が推進されているところであり、地理的表示と商標との調整(先行商標との関係を含む)が必要とな

っている。

その際、上記のように、地域団体商標制度を基礎とした取組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考えられるところであり、政府内において今後更に検討を進めるべきである。

(参考)

諸外国における地理的表示保護制度について

地理的表示保護制度は、大きく分けて、①米国型の証明商標制度をベースとした制度と、②EU型の特別(sui generis)な制度の2類型があり、諸外国において、それぞれの国の歴史的経緯や経済連携協定の締結状況等を踏まえ、その国の実情に応じて様々な制度が導入されている。

本研究会においては、我が国の地理的表示保護制度の導入の検討に資するため、米国、EU・スイス、豪州各国・地域の産業界代表者からヒアリングを行うとともに、EUと米国の双方とFTAを締結している韓国の制度について調査を行った農林水産省等より説明を受けている。

1 米国

米国は、商標法に基づく証明商標制度により地理的表示の保護を実施している。証明商標制度は、権利者自身は商標を使用せず、権利者が定める原産地、原材料、製造方法、品質、精度その他の商品・サービスに係る一定の基準を満たす者が当該商標を使用することを可能とする制度である。

第2回研究会において、証明商標制度を持つ国である米国の産業界より、Consortium for Common Food Names(一般食品名称に関わるコンソーシアム) グレイグ・ソーン氏に参画いただき意見を聴取した。

(ソーン氏の意見)

- ・ 証明商標制度により、地理的表示保護産品について、米国国内だけではなく、世界規模で販売を促進。
- ・ 証明商標制度による地理的表示保護産品(アジアゴ・ベーグル)の積極的なマーケティングにより、世界規模で販売が促進され、結果的にEUにおける地理的表示保護産品(アジアゴ・チーズ)の販売も促進されたことがある。

- ・ 複合語の一部(例:プロヴォローネ)や派生語(パルメザン)は保護対象外とすべき。
- ・ 保護対象外である一般名称の判断に当たっての指標として、出願者所在国以外での大量生産、国際貿易での取扱量、コーデックス規格などを参考にすべき。
- ・ 異議・取消申立手続きを設けるべき。
- ・ 日本において、潜在的な貿易構造や米国との貿易を損ねるような制度の導入は回避すべき。

2 EU・スイス

EUは、農産物・食品に係る地理的表示に関して、生産、加工、調製の全てが特定の地域内で実施される「原産地呼称保護」(PDO:Protected Designation of Origin)と、生産、加工、調製のいずれかが特定地域内で実施される「地理的表示保護」(PGI:Protected Geographical Indication)の2つの保護の仕組みを設定し、製品の地理的表示保護を図っている。

第4回研究会において、特別(sui generis)な制度を持つEUの産業界の意見として、GB Avvocati法律事務所専門弁護士 ジョルジオ・ボチェデ氏(注:欧州委員会農業総局レイモンド・セラ担当が代理)の意見を聴取した。また、EUと同様の制度を持つスイスの産業界より、グリュ・イエールチーズ協会代表 フィリップ・バルデ氏に参画いただき意見を聴取した。

(ボチェデ氏及びバルデ氏の意見)

- ・ 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。海外での販売は5%程度だが高く販売されている。
- ・ EUの地理的表示保護制度は、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。
- ・ EUの地理的表示保護制度により、生産者組合の設立による産地全体の宣伝費等のコスト分担、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の効果がある。

- ・ 地理的表示保護制度の要点は、自由意志で参加が可能。ルールを守って生産する人は、地理的表示の活用という選択肢が提供される一方、それを望まない人は、別のチーズを自由に作る。

3 豪州

豪州は、米国と同様、証明商標制度により地理的表示の保護を実施している。

第4回研究会において、証明商標制度を持つ豪州の産業界より、デイル・ホブソンの国際貿易開発部長 ピーター・マイヤーズ氏に参画いただき意見を聴取した。

(マイヤーズ氏の意見)

- ・ 一般名称化された名称の使用ができなくなること等により、豪州の酪農産業に対してマイナスの影響が生じるのではないかと懸念。
- ・ コーデックス規格は、EU各国も参画し、承認している国際基準であり、一般化された名称としてEU域内でも受け入れられているとの認識。
- ・ 複合名称まで保護を拡大しないことが大切。
- ・ 元の言語(もしくはそれを他の言語に書き直したもの、音訳)の名称のみ保護すべき。これは訳語を保護しないことを意味する。
- ・ 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が必要。

4 韓国

韓国は、EUと米国の両国とFTAを締結しており、地理的表示保護制度を導入している。研究会では、韓国の制度について調査を行った農林水産省等より説明を受けている。韓国では、3つの法律による地理的表示の保護の仕組みが併存しており、その概要は以下のとおり。

- ・ 農産物品質管理法に基づき、韓国国内の農産物及びその加工品を対象とする地理的表示を保護。

- 韓国国内外の商品を対象とする商標制度に基づく地理的表示保護制度として、地理的表示団体標章制度と地理的表示証明標章制度を導入。
- 韓EUFTA締結に伴い、不正競争防止及び営業秘密保護に関する法律に基づき、2国間又は多国間FTAで保護された地理的表示の使用等を禁止する地理的表示保護の仕組みを導入。