第１章　地理的表示保護を巡る内外の状況

内藤　恵久

１．地理的表示保護に関する概況

「地理的表示」は，原産地の特徴と結びついた特有の品質や社会的評価等の特性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，著名な例としては，パルマハム，シャンパン等があげられる。この地理的表示保護に関する国際的なルールとしては，TRIPS 協定（知的所有権の貿易関連の側面に関する条約）の内容が広く受け入れられたものとなっているが，ワイン及び蒸留酒の地理的表示を除き，その保護水準は原産地の誤認を招く表示を禁止することにとどまっている。この保護水準について，EU 等は，ワイン等の地理的表示に認められている追加的保護（真正な原産地が表示される場合や，「種類」，「型」，「様式」等の表現を用いる場合も地理的表示の使用を禁止。原産地の誤認を前提としない保護。）を他の産品へも拡大することを主張するなど，保護内容の拡充を主張しており，拡充に消極的な米国等と対立している。これに関して，世界貿易機関（WTO）の場で議論が行われているものの方向性は定まっていない。両者の対立の背景として，地域の特性をいかした高品質産品の名称を保護し，これを EU 産品の優位性発揮のため戦略的に活用したい EU 等と，それを自国産品の生産，輸出等に損害を与える競争制限的なものと捉える米国等の立場[1]の違いがある。また，EU と米国では，地理的表示の保護の仕組みも大きく異なっており，EU が地理的表示の保護に関する特別の制度を設けて保護をしているのに対し，米国は商標制度の枠内での保護を行っている。このように，地理的表示保護を巡っては，EU と米国という，二つの異なるアプローチが対立している状況にある[2]。

WTO で議論が進んでいない状況もあって，近年，EU は，FTA 協定等の地域貿易協定で地理的表示の保護の拡充を積極的に追求している。一方，米国も FTA 協定等に自国の立場を反映させようとしており，地理的表示の保護のルールを巡って両陣営が囲い込みを行う動きが見られる。双方の立場は上記のように大きく異なることから，ある国がその双方と地域貿易協定を結ぶ場合，そこで定められる地理的表示保護に関する内容が異なることとなり，協定と国内制度の調整に困難な問題を生ずることとなる[3]。

我が国においては，地理的表示保護制度の整備が遅れていたが，2014 年に，高品質な農林水産物・食品のブランド化を促進し，農林水産業，農山漁村の活性化を図ること等を目的として，地理的表示の保護を内容とする「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」が制定された。本制度は 2015 年に施行され，2016 年末現在で 24 の産品の登録が行われているが，現時点では必ずしも制度の認知度は高くなく，今後制度の活用を一層推進していくことが課題となっている。対外的な関係を見ると，地理的表示に関し米国の主張が反映

された内容を含むTPPが合意，国会承認される一方，地理的表示保護に関心の強いEUとのEPA交渉が進められており，今後，同制度を農林水産業振興に活用しつつ，米国・EUという異なる二つのアプローチと国内制度との調整を図っていくことも課題であると思われる。

２．TRIPS協定における地理的表示保護

（１）TRIPS協定における地理的表示保護の内容

TRIPS協定はWTO設立協定の一部であり，加盟国・地域は164に達することから，TRIPS協定で定める内容が，地理的表示について国際的に最も広く受け入れられているルールといえる[4]。

TRIPS協定においては，地理的表示を知的所有権の一つとして保護することを定めており，「ある商品について，その確立した品質，社会的評価その他の特性が当該商品の地理的原産地に主として帰せられる場合において，当該商品が加盟国の領域又は領域内の地域若しくは地方を原産地とすることを特定する表示」と定義している（同協定第22条第1項）。すなわち，①商品に一定の品質等の特性があり，②その特性とその商品の地理的原産地が結びついている場合に，③その原産地を特定する表示を地理的表示と呼んでいることになる。

保護内容については，一般の商品に関する地理的表示とワイン及び蒸留酒に関する地理的表示で，保護の水準が異なる。一般の商品については，「商品の地理的原産地について公衆を誤認させるような方法で，当該商品が真正の原産地以外の地理的区域を原産地とするものであることを表示し又は示唆する手段の使用」等を禁止している（同協定第22条）。すなわち原産地の誤認を招く表示等を禁止するものであるため，真正な原産地を表示する場合（例えば「パルマハム」についての「北海道産パルマハム」）や，～様式，～型等の表現を用いて表示する場合は，原則として原産地の誤認を招かず，表示が許容されると解されている。一方，ワイン及び蒸留酒の地理的表示については，真正な原産地が表示される場合，翻訳して使用される場合，「種類」，「型」，「様式」，「模造品」等の表現を用いる場合も，その地理的表示によって表示されている場所を原産地としないワイン等に使用することが禁止されている（同協定第23条第1項）。原産地の誤認を招かない場合であっても禁止の対象とするものであり，これは「追加的保護」と呼ばれている。これにより，山梨産ボルドーワインやボルドー風ワインといった表示も認められないこととなる。

なお，TRIPS協定では，上記保護内容を実現するため，どのような方式で地理的表示を保護すべきなのかの定めがない。このため，保護方式は各国により異なるが，ワイン等以外の農産物・食品の地理的表示を保護する方式としては，大別して，EUなど商標とは異なる特別の保護制度で行う国と米国など商標制度の活用により行う国とがある。特別の保護

制度を設けて地理的表示保護を行う国は，EU を含め 100 カ国以上に達している（第 1-1 表）。

第 1-1 表　特別の保護制度を設ける国

アジア	中東	欧州 （EUを除く）	EU	中南米	アフリカ
11か国	7か国	17か国	（28か国）	24か国	24か国

資料：農林水産省

なお，同一の名称が，一方で地理的表示保護制度による保護の対象とされ，一方で商標制度による保護の対象とされることがあり得る。この場合の地理的表示と商標との関係については，TRIPS 協定では，地理的表示の保護前に出願等されていた商標は，地理的表示と同一・類似であることを理由として，商標の適格性，有効性，商標を使用する権利は害されないとされている（同協定第 24 条 5 項）。これは，地理的表示の保護により先行商標の権利が影響を受けない旨の規定であるが，先行商標がある場合の地理的表示の保護禁止（先行優先）や地理的表示に商標の排他的権利を及ぼすことを求めた規定とは解されていない[5]。この点で，TRIPS 協定では，商標保護と地理的表示保護の関係を明確には定めていないといえる。

また，自国の領域の中で一般名称として用いられている用語と同一の地理的表示には，協定の適用は要求されず（同協定第 24 条 6 項），保護の対象外にできる。

（２）地理的表示保護内容の拡充に関する議論

TRIPS 協定による地理的表示保護に関して，現在，WTO において大きく二つの点について議論が行われている[6]。

一点は，ワイン及び蒸留酒の地理的表示についての多国間通報・登録制度である。同協定第 23 条第 4 項は，ワインの地理的表示の通報・登録に関する多国間制度の設立について交渉を行うことを明記しており（ビルトイン・アジェンダ），TRIPS 理事会特別会合でこれに関する議論が進められている。EU 等は，通報・登録によって全加盟国に対して法的保護の効果が生ずる方式を主張している。一方，米国等は，制度への参加を任意とし，また，データベースの作成はするがその法的効力は各国に任せるべきと主張しており，方向性は定まっていない。

もう一点は，追加的保護のワイン等以外の地理的表示への拡大である。同協定第 24 条 1 項は地理的表示の保護の強化を目的とした交渉を，同条 2 項は地理的表示の保護の規定の実施の検討を定めてはいるものの，追加的保護の拡大には触れておらず，これを交渉項目とすること自体に争いがある。これに関する議論は，当初 TRIPS 理事会で行われたが，そ

の後 WTO 事務局次長主催の場で行われることとなった。EU 等[7]は，ワイン等の地理的表示についても追加的保護の対象とすることを主張しているが，米国等[8]は反対しており，この点も方向性は定まっていない。

３．EU 及び米国における地理的表示保護

（１）EU における地理的表示保護

１のとおり，地理的表示保護については，EU 等と米国等という大きく異なる二つのアプローチが存在する。EU は地理的表示を商標とは異なる特別の制度で手厚く保護する。一方，米国は，地理的表示を商標制度の枠内で保護し，保護内容は EU に比較して限定的である。

まず，EU の制度について説明すると，EU では，1992 年に，農産物及び食品の地理的表示保護について，EU 全体に適用される仕組みが導入されている。現在の根拠となる規則は，2012 年に制定された「農産物及び食品の品質制度に関する 2012 年 11 月 21 日の欧州議会及び理事会規則」（以下「EU 規則」という。）である[9]。基本的な保護の仕組みとしては，原産地の自然的・人的な特徴（気候・土壌等の条件や伝統的なノウハウなど）と結びついた特徴ある産品の名称を登録し，当該名称に係る産品の品質基準・生産基準を明細書として定め，その基準に適合した産品についてのみ当該名称の使用を認めるものである[10]。現在，1,300 を超える地理的表示が登録されている。この登録の効果について，欧州委員会の資金で行われた調査・研究[11]によれば，地理的表示産品の価格は一般品の 2.23 倍（農産物・食品は 1.55 倍，ワインは 2.75 倍，蒸留酒は 2.57 倍。データは 2010 年。）であり，保護制度が価格上昇等に一定の効果を上げていることがうかがわれる。

保護される地理的表示には，保護原産地呼称（PDO）と保護地理的表示（PGI）の 2 種類がある（第 2 表）。PDO 及び PGI とも，特定の地理的地域を原産地とし原産地と結び付きのある品質等を有する産品を特定する名称であるが，PDO では原料生産を含め全ての生産行程をその地域で行う必要があるなど，原産地とのより強い結び付きが必要である（EU 規則第 5 条）。

第 1-2 表　PDO と PGI

	PDO(保護原産地呼称) (Protected Designation of Origin)	PGI(保護地理的表示) (Protected Geographical Indication)	備考
生産地	特定の場所、地域又は例外的に国を原産地としている		
生産地との結び付き	品質又は特性が、自然的、人的要因を備えた特定の地理的環境に専ら又は本質的に起因している	その地理的原産地に本質的に起因する、固有の品質、評判その他の特性を有している	PDOの方が生産地との結び付きが強い
生産地で行われる生産行程	生産行程の全てがその地域で行われる(原料もその地域産である必要)	生産行程のいずれかがその地域で行われる	PGIの場合、原料は他地域の物でも可
マーク			

資料:筆者作成

地理的表示は登録により保護されるが，①一般名称，②既存商標があり，その評判，使用年数等を考慮すると登録名称が産品の独自性に誤認を招く恐れのある名称等は登録できない（EU 規則第 6 条）。つまり，既存商標と同一・類似の名称も，商標に係る産品との区別がつけば，地理的表示の登録が可能となっている。この場合，商標と地理的表示が併存し，既存商標の継続使用が認められる一方，地理的表示の使用も商標権者の許諾なく認められる（EU 規則第 14 条 2 項）。このため，既存商標と地理的表示が併存した場合，商標権者の権利が一部制限されることになる[12]。なお，一般名称は保護できないこととされているが，米国等が一般名称と主張する，フェタ，ゴルゴンゾーラ等の登録はされており，具体的な当てはめについて，米国等との間で問題が生じうる。

保護内容については，PDO も PGI も同内容である。すなわち，①登録の対象とされていない産品について登録名称を直接又は間接に業として使用すること[13]，及び②名称の悪用，模倣，想起等が禁止され，これには真の生産地が示されている場合，登録名称が翻訳されている場合，style，type，imitation 等の表現を伴う場合が含まれる（EU 規則第 13 条）。類似産品以外に使用する場合であっても評判の不当な利用になる場合や，名称の類似性等により登録名称を想起（evocation）させる場合なども保護内容に含まれており，TRIPS 協定の追加的保護を超える水準の保護となっている。

また，EU の地理的表示保護の特徴として，品質管理の仕組みがある。生産地，品質，生産基準等を定めた明細書が作成･公示され，この明細書の基準に適合する産品についてのみ，登録名称の使用が認められる（EU 規則第 7 条）。明細書への適合については，管理当局又は管理当局から権限の委任を受けた第 3 者機関がチェックを行う（EU 規則第 37 条）。明細書による品質等の基準の設定･公示と第 3 者機関等による基準遵守の確認により，品質保証を徹底し，消費者の評価を高める仕組みといえる。

（２）米国における地理的表示保護

米国は，農産物・食品の地理的表示保護について特別の制度を設けておらず，地理的表

示は商標制度の枠内（証明商標等）で保護される。証明商標は，原産地，製造方法，品質等の証明を行うことを目的とする商標である。証明商標の登録者が，定められた商標の使用基準に従い，商標の使用許可を行うことによって，証明内容に適合する商品に商標が使用される仕組みとなっている。

一般の商標の場合，主として地理的に商品を記述する標章は，識別性がないことから原則として商標の登録ができない。しかし，証明商標の場合は，地理的に商品を記述する標章（例：アイダホポテト）であっても登録が可能となっていることから，この制度の活用により，地理的表示の保護を行うことができる。ただし，証明商標の登録に当たって，産品の品質等の特性と地域との間に実質的なつながりがあることは登録要件に含まれず，TRIPS 協定の地理的表示の定義に含まれる「特性が当該商品の地理的原産地に主として帰せられる」という要素が担保されているとは限らない。このため，地理的に商品を記述する標章が証明商標として登録されていても，必ずしも TRIPS 協定で定義する地理的表示に該当しないことがあり得る。また，証明を行うのは商標の登録者[14]であり，その内容について公的な管理は行われておらず，公的機関が関与しつつ第 3 者機関による基準遵守の確認を行うことで品質保証の機能を高めている EU の制度とは異なっている。

この証明商標を活用した地理的表示の保護にあっては，商標制度の枠内での保護となるため，同一の名称が既に商標登録されている場合は登録ができない（先行優先の原則）。また，保護内容は混同を招く商標の使用であり，保護範囲はある程度限定的である。

４．我が国における地理的表示保護

（１）地理的表示保護制度創設の経緯

我が国において，地域ブランドの名称を保護する仕組みとしては，2006 年に創設された地域団体商標制度が存在する。この地域団体商標制度は，地名と商品・サービスの名称から構成される商標（例：神戸牛，小田原かまぼこ）を保護する仕組みであり，農産物・食品の地域ブランド保護にも積極的な活用が図られてきた。ただし，地名は生産地域の名称であれば足り，産品の特性と生産地域との実質的な関係は保護の要件とはされていない。この点で，地域団体商標制度は TRIPS 協定上の地理的表示の保護を目的とする仕組みではない[15]。また，品質を保証する仕組みは設けられておらず産品のブランド価値の向上に課題があること，不正使用に対しては原則として権利者が対応するため小規模な農林漁業者では対応に困難な点があることなど，農林水産物・食品のブランド化に活用する上での課題が指摘されていた[16]。

このような課題に対応し，農林水産業振興や消費者利益の確保等を図るため，農林水産物・食品の地理的表示を積極的に保護する特別の制度の創設が検討された。2010 年の食料・農業・農村基本計画や知的財産推進計画において，農産物等のブランド化を進める観点か

ら，地理的表示を支える仕組みの創設が打ち出され，2011 年の「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」において，地理的表示保護制度の導入が定められた。2012 年には，有識者による地理的表示保護制度研究会で制度内容が検討され，報告書骨子案のとりまとめが行われた。この内容も踏まえて，2014 年 3 月に，地理的表示を保護する特別の保護制度として「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」（以下「法」という。）が国会に提出され，同年 6 月に成立し，2015 年 6 月に施行された。

（２）制度の概要

法の目的は，地理的表示の保護制度を確立することにより，生産業者の利益保護を通じた農林水産業等の発展を図るとともに，消費者等需要者の利益を保護することである（法第 1 条）。なお，目的には TRIPS 協定に基づき地理的表示の保護制度を確立する旨が規定されているが，後述のように，本法での保護水準は追加的保護の水準であり同協定で定める農産物・食品の地理的表示に関する保護水準とは異なる一方，同協定が求める民事上の措置[17]は講じられていない。このため，この規定は，TRIPS 協定の趣旨に沿って，地理的表示の定義等に整合した形で制度を創設した旨を規定した意味にとどまると考えられる。

保護の対象となる地理的表示に関しては，①特定の場所，地域又は国を生産地とし，②品質，社会的評価その他の確立した特性が生産地に主として帰せられる農林水産物等を「特定農林水産物等」と定義した上で，①と②が特定できる特定農林水産物等の名称の表示を「地理的表示」と定義している（法第 2 条第 1 項から 3 項まで）。このように，地理的表示の定義は，基本的に TRIPS 協定の定義に沿ったものである。

この地理的表示を，農林水産大臣が登録することによって保護するが，普通名称（いわゆる一般名称[18]）など名称によって産地等を特定できない名称や，既存商標と同一・類似の名称は登録できない（法第 13 条第 1 項 4 号）。ただし，既存商標の商標権者が申請する場合や商標権者が承諾している場合は，既存商標があっても登録が可能である（同条第 2 項）。

保護内容としては，特定農林水産物等以外の産品への地理的表示及びこれに類似する表示が禁止される（法第 3 条）。表示禁止がされる範囲は，その地理的表示に係る特定農林水産物と同一区分の農林水産物等とこれを主な原材料とする農林水産物等である。また，「類似する表示」には，①真正の生産地の表示を伴う場合，②「種類」，「型」，「様式」，「模造品」その他これらに類する表示を伴う場合，③翻訳が含まれており[19]，追加的保護の水準であることが明確にされている。TRIPS 協定上追加的保護の対象となるのは，ワイン及び蒸留酒の地理的表示に限られており，農林水産物・食品の地理的表示について，同協定で定める内容を超えた保護内容を措置していることになる。

登録に際しては，生産者団体が，特定農林水産物等の品質等の特性，生産地域，生産の方法等を定めた「明細書」と，その確認の方法を定めた「生産行程管理業務規程」を定め，生産者団体がこの規程に基づきチェックを行う（法第 2 条第 6 項，第 6 条，第 7 条等）。ま

た，生産者団体の管理状況について，国が定期的に報告を求め，適切な生産行程管理業務が行われていないときは，是正命令や登録の取消を行うこととしている（法第 21 条，第 22 条）。このような仕組みにより，明細書に定められた品質等の基準を満たす産品のみに地理的表示が使用されることを担保している。品質等の確保のため，地理的表示を付せるのは，生産行程管理業務を行う生産者団体の構成員又のその者からの譲受者に限られる（法第 3 条第 1 項）。ただし，これは特定の団体の構成員のみに地理的表示使用を独占させるものではなく，生産行程管理業務を行う別団体を作ればその団体の構成員も地理的表示の使用が可能となっており，地理的表示の地域の共有財産としての性格に即した仕組みを取っている[20]。なお，明細書に適合する産品に地理的表示を使用する場合は，あわせて GI マークを使用する必要がある（法第 4 条）。GI マークは地理的表示産品であることを示す統一マークであり，これによって品質等の基準に適合した産品であることが明確になる。

このように，登録に当たって，明細書の策定と生産者団体による生産行程管理業務の実施が必要とされていることから，関係者間で，品質，生産地域，生産方法などについて合意を形成するとともに，生産行程管理業務を行う体制を構築することが必要となる。これは，差別化ポイントの明確化とその内容を保証するという点で，ブランド確立に重要な点であるが，従来，その内容が明確化されてこなかった産品においては，制度活用に当たっての課題となり得る点である。特に，生産者が農協等の一つの団体にまとまっていない場合は，合意形成やその団体の構成員以外の者も包含した管理体制の確立に困難な問題が生ずることも想定される。

この品質の確保方策については，生産者団体が基準遵守の確認を行う点で，第 3 者機関が基準遵守の確認を行う EU の仕組みと異なるが，公的な関与を行いつつ，産品の品質保証を行う仕組みを制度に組み込んでいる点で共通している。このように，我が国の制度は，地理的表示保護のための特別の保護制度という点だけでなく，①農林水産物・食品の地理的表示について，原産地の誤認を要件としない追加的保護の水準での保護を与えていること，②公的な関与を行いつつ品質管理を行う品質保証の仕組みを制度に組み込んでいること，という点で，EU の制度に類似した保護制度となっている。

この地理的表示保護制度については，2015 年策定の食料・農業・農村基本計画等において，高品質な農産物・食品作りとそのブランド化等により，生産・加工・流通過程を通じた新たな価値を創出していく一方策として期待されており，制度の活用を促進するため，認知度の向上，迅速な登録審査，登録後の品質管理の徹底についての指導・監督，不正使用に対する適切な取締り等を実施することとされている。

（３）TPP 合意を踏まえた制度改正

環太平洋パートナーシップ協定（TPP）は 2015 年に大筋合意されたが，この合意内容に国際協定により地理的表示を保護する場合の手続き等が規定された。これに対応するため，

2016 年 12 月に成立した「環太平洋パートナーシップ協定の締結に伴う関係法律の整備に関する法律」により「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」の改正が行われ，同月施行された。

この改正では，諸外国と相互に地理的表示を保護する規定を整備しており，外国の地理的表示を大臣の指定により保護する仕組みを導入している。具体的には，農林水産大臣は，国際約束で相互保護が定められた外国の地理的表示を指定することができる(法第 23 条)。この場合，対象国が，我が国の地理的表示の保護制度と同等の水準の保護制度を有するとともに，我が国の地理的表示についても国際約束で保護することを定めている必要がある。この指定に当たっては，登録の場合と同様に，意見書の提出手続や学識経験者からの意見聴取手続が講じられる（法第 25 条，第 27 条)。また，先行商標がある場合や普通名称（一般名称）である場合は指定ができない（法第 29 条)。指定された地理的表示産品については，登録された地理的表示産品とみなされ，地理的表示保護に関する規定が適用されるため（法第 30 条)，保護内容は登録産品と同一（追加的保護の水準）となる。

この改正によって，例えば EU との間で地理的表示の相互保護を内容に含む国際約束が締結された場合は，大臣の指定によって EU の地理的表示を追加的保護の水準で保護できることになる[21]。

なお，このほか，本改正では，輸入業者が輸入に係る地理的表示の不正表示品の譲り渡しをしてはならないことが定められた（法第 3 条第 3 項)。従来，外国で不正な地理的表示が付されて輸入された産品を規制することができなかったが，この改正により可能となった。

５．最近の地理的表示保護を巡る国際的な動き

（１）リスボン協定の改定

地理的表示保護に関する国際協定としては，TRIPS 協定のほか，リスボン協定（1958 年の原産地名称の保護及び国際登録に関するリスボン協定）がある。この協定では，原産地名称の保護を規定しているが，この「原産地名称」は，産品の品質・特徴が生産地の自然的・人的要因を含む地域環境に専ら又は本質的に由来する場合に，その生産地から生じる産品を表示する地理上の名称を指すものである（同協定第 2 条)。TRIPS 協定の地理的表示の定義と比較して，産品の特性に社会的評価が含まれていない点，及び特性と生産地との関係が「専ら又は本質的」である必要があり，TRIPS 協定の「特性が・・・原産地に主として帰せられる」よりも深いつながりを必要としている点が異なる。つまり，原産地名称は，TRIPS 協定上の地理的表示の範疇に含まれるものであるが，対象がより限定されていることになる。EU 規則上の PDO の定義とほぼ同内容である。

この「原産地名称」について，ある加盟国で保護されている原産地名称を知的所有権国

際事務局へ登録することによって，他の加盟国でも保護する仕組みを取っている（同協定第 1 条第 2 項)。登録の通知を受けた加盟国は，通知から 1 年以内に，理由を明示してその名称を保護できないことを宣言できる。保護内容には，真正な原産地が表示される場合，翻訳された場合，及び「種類」「型」等の表現を伴って用いられる場合も含まれており（同協定第 3 条)，手厚い保護内容となっている。加盟国に拘束力のある国際登録制度を設けている点及び保護水準が高い点で，地理的表示の一部である原産地名称を手厚く保護する仕組みといえる。ただし，加盟国数は 28 と少数にとどまっており，その点で限界がある。

このリスボン協定の改訂について，2009 年から世界知的所有権機関（WIPO）の作業部会で議論が行われてきたが，2015 年に，対象をこれまでの原産地名称に加えて，地理的表示にも拡大すること等を内容とするジュネーブアクトが採択された[22]。この内容は，地理的表示全般に対する高いレベルの保護（追加的保護）と地理的表示の多国間登録制度を意味するものであり, WTO で議論が行われているが方向性が定まらない二つのテーマが, WIPO では合意されたことになる。このほか，先行商標と地理的表示の併存を前提とする規定や登録された名称の一般名称化を否定する規定が盛り込まれており，地理的表示の保護の強化を主張する EU 側[23]の立場が色濃く反映されている。この内容については，米国等は反対しているが，今後，WIPO の場でどのような議論が進むか注目される。

（２）地域貿易協定における地理的表示保護

１）EU が関連する地域貿易協定

2（2）で述べたように，WTO の場での地理的表示保護の拡充の議論は方向性が見えていない。このため，EU は，手厚く保護している EU の地理的表示を，地域貿易協定を通じて他国でも保護されるよう動きを強めている。これについて，今村（2013）は，2006 年の EU の新通商戦略「グローバル・ヨーロッパ : 国際競争への対応」の公表以後，地理的表示の保護の拡充に向け従来とは異なる態度で対応していると指摘している。

EU が近年締結，合意した FTA などの地域間貿易協定における地理的表示保護の内容を整理したものが第 1-3 表であるが，共通して，①保護すべき地理的表示を協定の附属書で特定し，②その地理的表示について，追加的保護の水準で保護すべきことを定め，③先行商標がある場合や相手国が一般名称と考える場合であっても必要な地理的表示の保護を追求していることが読み取れる[24]。

第 1-3 表　EU が締結している地域貿易協定における地理的表示保護規定の例

	保護水準	先行商標との関係	備考
EU・コロンビア/ペルーFTA協定(2012.6署名)	対象の地理的表示を附属書で特定 農産物、食品の地理的表示についても、type、imitation等を伴う場合や、悪用、模倣、想起等を保護内容として規定	先行商標がある場合、その商品の真の独自性に誤認を生ずるおそれのあるときは、地理的表示を保護する義務を負わない	保護内容は、EUの保護内容にかなり近い(想起等まで規定) 先行商標との関係は、EU規則とほぼ同様の規定ぶり
EU・シンガポールFTA協定(2013.9仮署名)	対象の地理的表示を附属書で特定 農産物・食品の地理的表示も、TRIPS協定の追加的保護の水準で保護	先行商標の権利者の同意を前提に、先行商標と地理的表示が併存	追加的保護の農産物・食品への拡張 先行商標との関係は、商標権者の同意を前提として保護を認める
EU・カナダFTA協定(2016.10署名)	対象の地理的表示を附属書で特定 農産物・食品の地理的表示も、TRIPS協定の追加的保護の水準で保護 一定の地理的表示について継続使用やstyle、type等の表現の容認。また、一定の翻訳語等を例外に	商標権の例外としてterms descriptive of geographical originを明記 パルマハム等について、先行商標がある場合であっても、地理的表示として保護を認める	一般名称や翻訳の扱い、先行商標との関係について、個別事情に応じた妥協が図られている
EU・ベトナムFTA協定(2015.12合意)	対象の地理的表示を附属書で特定 農産物・食品の地理的表示も、TRIPS協定の追加的保護の水準で保護 一定の地理的表示について継続使用の容認。また、一定の用語を例外に	商標権の例外としてthe use of a sign to indicate the geographic origin of goods or servicesを明記	一般名称、翻訳の扱い等について、個別事情に応じた妥協が図られている

筆者作成

ここで注目されるのが，EU・カナダ FTA 協定の内容である。カナダは，米国と同様に，地理的表示の保護の拡充に反対する立場を取っている。しかし，同協定においては，EU の農産物・食品の地理的表示に関しても追加的保護の水準での保護を認めている。ただし，EU が地理的表示と考える一方，カナダが一般名称と考える，Feta，Gorgonzola 等の 5 つのチーズの名称について，地理的表示として保護するものの，style，type 等の表現と原産地を明示する場合は，保護される名称の使用を認める内容となっている。また，Parmigiano Reggiano，Schwarzwälder Schinken 等原語表記による名称を地理的表示として保護するが，その英語表記である Parmezan，Black Forest Ham などの，一定の翻訳語等の表現を保護の対象外としている。追加的保護においては，style，type 等の表現を伴う場合，真正な原産地を明示する場合及び翻訳された場合も，保護の対象となることから，この点について EU，カナダ双方が妥協を行ったことになる。このほか，既にカナダで使用されている一定の名称について継続使用[25]を認めたり，従来カナダで商標が登録されているため使用が認められなかった名称（Prosciutto di Parma 等）のいくつかについて地理的表示の保護が認められている。このように，EU，カナダ双方の立場を踏まえつつ，個別事情に応じた妥協がされていることが特徴となっている。

2015 年に合意された EU・ベトナムの FTA 協定においても，翻訳語等一定の用語への配慮，既存名称の継続使用など様々な妥協が盛り込まれている。カナダやベトナムの対応，及びここでは詳細に触れていないが EU・米国双方と FTA 協定を締結した韓国の対応[26]からは，地理的表示保護に関し EU と米国という二つの大きく異なるアプローチが存在する中で，地域間貿易協定の締結や国内制度の運用に当たって，様々な妥協・工夫をしながら対応する必要性が示唆される。

２）米国が関連する地域貿易協定（TPP を含む）

まず，EU 等による地理的表示保護拡充の動きに対する米国の考え方を見ておく。米国通商代表部（USTR）が知的財産保護について問題のある国・慣行を報告する 2016 年のスペシャル 301 条報告では，EU の GI 保護について，商標等で保護された米国事業者の利益を害し，また米国産品のマーケットアクセスに負の影響を与えるとして，2 国間や多国間の協議を通じてマーケットアクセス改善の取組を継続するとしている。具体的に達成すべき目標としては，①地理的表示保護が，商標など既存の権利を害さないこと，②パルメザンやフェタ等の一般名称を使用可能とすること，③利害関係人による異議申立，取消機会の付与，④複合名称である地理的表示の中の一般名称を特定させること，⑤追加的保護の拡大のための TRIPS 協定修正の動きへの対抗等を記載している。このように米国は，米国の製造業者，輸出業者等の利益を保護するため，地理的表示保護の水準が追加的保護の水準に拡充されないようにするとともに，個々の地理的表示保護に当たっても，米国事業者が使用している既存商標や名称（フェタやパルメザン）への影響を排除し，これを異議申立手続等によって担保しようとしている。

米国・オーストラリア FTA 協定（2004 年署名），米国・ペルーFTA 協定（2006 年署名）等，米国が最近締結した FTA 協定での地理的表示保護の内容のいくつかを見ると，地理的表示は商標で保護できること，先行商標がある地理的表示の保護禁止，異議申立・取消手続の整備等が規定されている。既に述べた，既存商標の保護，異議申立手続等を通じた米国事業者の利益確保等の内容が，FTA 協定で追求されていることがわかる。

また，米国，我が国等が交渉に参加し，2015 年に合意された TPP の協定案においては，地理的表示保護に関して，次のような規定を定めている。

①保護方式については，地理的表示は，商標，特別の制度又はその他の法的手段によって保護可能であること（第 18.30 条）。（ただし，保護水準については規定がない。）

②保護手続きとして，異議申立手続，取消手続の整備が必要であること（第 18.31 条）。また，先行商標との混同，一般名称は保護の拒絶，取消の事由であること（第 18.32 条第 1 項及び第 2 項）。

③国際協定による地理的表示保護についても，少なくとも②と同等の異議申立手続を適用すること（第 18.36 条）。ただし，TPP 合意前に合意された協定，批准前に批准された協定，発効前に発効した協定に基づく保護には適用されない。

④翻訳に保護を与える場合も，②と同等の手続を利用可能とすること（第 18.32 条第 5 項）。また，一般名称であるかどうかの判断の指針を定めること（第 18.33 条）。複合名称の中の個々の要素が一般名称であるときは保護の対象外であること（第 18.34 条）。

以上のように，TPP においては，保護水準を除き，既述した米国の立場が大幅に取り入れられているといえ，前述のスペシャル 301 条報告でも，これらの規定を米国の製造業者

や貿易業者に害を与える抜け道を封じる措置として評価している。これについて，林(2016)は，地理的表示に関する規定を含めた食品の安全性と品質に関する TPP の条項に関し，WTO の場で対立のある論点について，一部の国々の立場を反映した点が少なくないと指摘している。

一方，我が国は EU と類似する特別の保護制度を設けて地理的表示を追加的保護の水準で保護するとともに，地理的表示保護に関心の強い EU と EPA 交渉を行っている。このため，TPP の合意内容で示された米国の主張と EU の主張する内容の狭間で，困難な問題[27]が生ずることも懸念される。地理的表示保護に関し EU と米国という二つの大きく異なるアプローチが存在する現状にあっては[28]，我が国の農業・農業施策の方向性を踏まえつつ，1)で示唆されるように，両者の関心や具体的ケースの状況に応じて，様々な妥協・工夫[29]をしながら対応を模索するほかないものと思われる。

６．小括

地理的表示の保護のルールについては，EU 等と米国等との間の対立が厳しい分野である。TRIPS 協定において一定のルールが定められているが，保護の拡充を巡って WTO の交渉の場での両陣営の対立があり，地域貿易協定においても，それぞれ自らの立場・利益が反映されるよう，両陣営による囲い込みとも言える対応が進められている。

このような状況の中で，我が国でも，農林水産業の発展や消費者利益の確保等を目的として，特別の地理的表示保護制度が創設された。今後の我が国農林水産業，農山漁村の振興を図って行くためには，生産性の向上，低コスト化を進めることも重要であるが，一方では，他と差別化された特徴ある産品を生産し，消費者の選択を通じ，高い付加価値を実現していくことも重要である。これを進める上で，品質等の特性を明確にし，その品質等を保証する地理的表示保護の仕組みが有効と考えられ，これは，国内においてのみならず，輸出振興を図る上でも有用なツールとなると考えられる。

今後，地理的表示保護制度の一層の活用により，我が国農林水産業，農山漁村の振興を図るとともに，対外的には，EU 及び米国双方から納得の得られる制度運用が課題となっている。このため，国内的な地域ブランド産品の状況や抱える課題を具体的に把握するとともに，国際的な地理的表示保護を巡る動向についても十分把握しておくことが望まれる。

（注）本章の内容は，林正徳・弦間正彦編著『『ポスト貿易自由化』時代の貿易ルール』(2015）における，内藤恵久「地理的表示に関する国際的な保護ルールと国内制度－TRIPS 協定と地域貿易協定の貿易ルール，国内制度のはざまで」の内容をベースに，その後の状況推移を踏まえ，記述内容を追加，修正したものです。

［引用文献］

AND International(2012)“Value of Production of agricultural products and foodstuffs,wines,aromatized wines and spirits protected by a geographical indication(GI)”。

林正徳（2015）「ウルグアイ・ラウンド後の貿易ルールの形成と実践」，林正徳・弦間正彦編著『『ポスト貿易自由化』時代の貿易ルール』，農林統計出版。

林正徳（2016）「TPP と食品の安全性・品質－TPP 協定の関連条項の分析」『国際農林業協力』Vol.39 No.3。

今村哲也（2013）「地理的表示に係る国際的議論の進展と今後の課題」『特許研究』No.55。

小林宗一（2008）「地域団体商標制度の趣旨と立法者の意思」『日本法学』第 74 巻第 2 号。

李哉泫(2013)「農産物の地域ブランドの役割とマネジメント」『フードシステム研究』第 20 巻 2 号。

内藤恵久（2012）「地理的表示と商標の関係に関する一考察」『行政対応特別研究[地理的表示]研究資料』農林水産政策研究所。

内藤恵久（2013）「地理的表示の保護について－EU の地理的表示の保護制度と我が国への制度の導入－」農林水産政策研究 No20。

内藤恵久（2015）「地理的表示に関する国際的な保護ルールと国内制度－TRIPS 協定と地域貿易協定の貿易ルール，国内制度のはざまで」，林正徳・弦間正彦編著『『ポスト貿易自由化』時代の貿易ルール』，農林統計出版。

大町真義（2012）「FTA/EPA への多数国間知財問題の波及とその含意」『AIPPI』Vol.57 No.10。

斎藤修（2011）「「地域ブランド」の実践的課題とは」，岸本喜樹・斎藤修編著『ブランド作りと地域のブランド化』，農林統計出版。

高木善幸（2016）「WIPO を巡る国際動向（2015 年諸外国の動向）」『年報知的財産法』，日本評論社。

田中佐知子（2014）「新たな地理的表示保護法案「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律案」を巡る要考慮点」『AIPPI』Vol.59 No.7。

USTR（online）“2016 Special 301 report”，https://ustr.gov/sites/default/files/USTR-2016-Special-301-Report.pdf（2017.2.10 アクセス）。

米谷三以（2006）「EC の農産品及び食品の商標及び地理的表示の保護」『WTO パネル・上級委員会報告書に関する調査研究報告書（2005 年度版）』経済産業省。

注

1 乳製品等について，旧大陸から新大陸への移民等によって，同じタイプの産品が生産され，同じ名称で販売されていることも背景の一つである。
2 これに関し，林（2015）は，「大量生産・大量消費型」と「少量生産・少量消費型」の二つの農業と農産物・食品貿易のビジネスモデルの違いを背景とした「制度間調整」の問題と指摘する。
3 韓国は EU 及び米国双方と地理的表示保護に関する事項を内容に含む FTA 協定を締結している。両協定の内容の差異及び両協定の狭間での韓国国内法での対応は，内藤（2015）及び大町（2012）を参照。
4 このほか，地理的表示保護を定める国際協定として，リスボン協定がある。この内容については 5（1）を参照。
5 EU の地理的表示保護制度に関するパネル報告（1999 年 6 月, DS174）。詳細については, 米谷（2006）及び内藤（2012）を参照。
6 地理的表示保護に関する国際的な議論の進展については，今村（2013）を参照。
7 スイス，ブラジル，インド等が EU と同様の立場をとっている。
8 オーストラリア，カナダ等が米国と同様の立場をとっている。
9 R(EU)No1151/2012。ワイン，芳香ワイン，蒸留酒の地理的表示は，それぞれ別規則により保護される。以下の説明は，基本的に農産物・食品の地理的表示に関するものである。
10 EU の保護制度の詳細については，内藤（2013）を参照。
11 AND International(2012)“Value of Production of agricultural products and foodstuffs,wines,aromatized wines and spirits protected by a geographical indication(GI)”
12 この商標権の内容を一部制限する EU の仕組みについて, EU と米国等の紛争となったが, WTO のパネル報告では, TRIPS 協定第 17 条により商標権を一部制限することは可能であり，TRIPS 協定に違反しないとされている。注 5 を参照。
13 表示が禁止される場合は, 類似産品への使用又は登録名称の評判の不当な利用になる場合であり，当該産品が材料として用いられる時を含む。
14 通常は政府機関又は政府の許可を得た機関であることが一般的である。
15 小林（2008）は，地域団体商標制度は，品質，社会的評価その他の特性が商品の地理的原産地に帰せられることを保証するものではないので，TRIPS 協定上の地理的表示の保護を目的とするものではないとする。
16 斎藤（2011），李（2013），内藤（2013）など。
17 TRIPS 協定第 42 条。
18 この「普通名称」は生産地及び生産地に帰せられる特性を特定することができない名称との意味で使用されており（法第 13 条 1 項 4 号イ），一般名称（TRIPS 協定上の common name，EU 規則上の generic name）と同義と考えられる。
19 特定農林水産物等の名称の保護に関する法律施行規則(以下「施行規則」という。)第 2 条
20 これに関し田中（2014）は，登録生産者団体に所属しない限り，GI の明細書通りの一定の基準を満たした商品を生産しても，その商品に GI を使用できず，GI が「地域の共有財産」として使用できるものとは言い難いと指摘する。しかし，この生産者団体への加入は，上記の通り基準を満たしているかどうかを確認するために必要とされるものであり，その体制を整えさえすれば，特定の団体への加入は必要とされない。この点は地域団体商標制度との大きな違いであり，基準確保を図りつつ地域の共有財産としての地理的表示を保護するために取られた仕組みと考えられる。
21 想起など幅広い保護内容を含む EU の制度と比べると，保護内容は限定されるが，これまで EU が締結した地域貿易協定を踏まえれば，EU は，少なくとも追加的保護の水準での保護を望んでいると考えられ，これには対応できる内容となっている。
22 ジュネーブアクトの採択の経緯，内容等については，高木（2016）を参照。
23 EU 構成国のうちリスボン協定加盟国は，フランス，イタリア等 7 カ国であり，EU 構成国全てがリスボン条約に加盟しているわけではない。
24 詳細については，内藤（2015）を参照
25 ただし，これまでその名称を使用してきた期間が短い場合は，継続使用できる期間に一定の制限がある。
26 注 3 参照
27 例えば，米国が一般名称と主張する一方，EU が地理的表示として保護しているフェタ，ゴルゴンゾーラ等をどのように扱うかは問題となることが想定される。
28 EU・米国 FTA（TTIP）交渉における地理的表示保護に関する議論の方向は，今後地理的表示の保護ルールがどのような内容となっていくかを考える上で，非常に興味深い。
29 2016 年の法改正を踏まえた施行規則の改正では，保護対象である「地理的表示に類似する表示」から，「条約その他国際約束で定めるところによる表示」が除外されることとなった（施行規則第 2 条）。この運用は現時点では定かではないが，この規定により，例えば，関係国間に争いのある地理的表示に関し，地理的表示として原語表記は保護しつつその翻訳は保護しない等の内容で国際約束上合意し，その内容に従った運用を行うことが可能となっている。