

地理的表示法と地域ブランド化

～新たに導入される地理的表示保護制度の活用に向けて～

政策研究調整官 石原 清史

報告者 朝日 健介（農林水産省食料産業局新事業創出課国際専門官）
内藤 恵久（農林水産政策研究所企画広報室企画科長）
須田 文明（農林水産政策研究所国際領域上席主任研究官）
日時 平成26年11月11日（火） 会場 中央合同庁舎4号館

平成26年6月に、「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」（地理的表示法）が制定されました。この制度は、地域で生まれた伝統と特性を有する農林水産物・食品のうち、品質等の特性が産地と結び付いており、その結び付きを特定できる名称が付されているものについて、その名称を地理的表示として国に登録し、知的財産として保護するものです。

新しく設けられた地理的表示の保護の仕組みは、ブランドの立上げ（地域と関連づけたブランド価値の明確化）、消費者への情報伝達、継続的な品質管理、法的な保護措置等において、地域ブランドを構築・維持していく上で、極めて有効な手法となることが期待されています。

農林水産政策研究所では、平成22年度から地理的表示について本格的な研究に着手し、制度の企画立案を担当する行政部局と連携しながら進めてきました。本セミナーでは、新たに導入される地理的表示法の概要とその運用方向について担当部局から説明

するとともに、当研究所の地理的表示に関する研究成果について報告し、参加者と意見交換を行いました。以下、報告の概要を紹介します。

1. 特定農林水産物等の名称の保護に関する法律の概要とその運用について

セミナーでは、まず最初に、地理的表示法の企画立案を担当された農林水産省食料産業局新事業創出課の朝日健介国際専門官より、本制度の概要と期待される効果についての説明が行われました（図参照）。



農林水産省
食料産業局新事業創出課
朝日健介国際専門官

次に、地理的表示

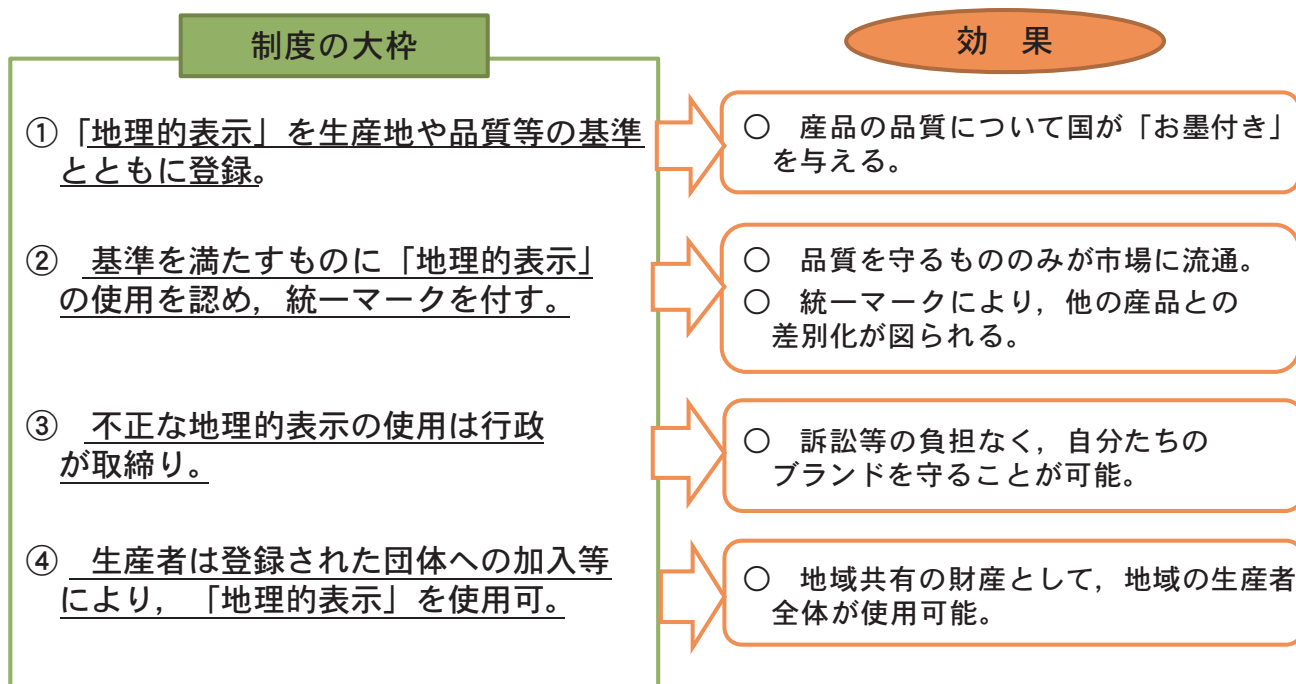


図 新設された地理的表示保護制度の大枠と期待される効果

の登録・審査手続き、登録後の品質管理や不正使用への対応など制度の詳細についての説明が行われた後、登録及び規制の対象となる農林水産物や生産地の範囲、新開発の産品やこれからブランド化を行う産品の登録可能性、地理的表示や統一マークが使用できる場合など、実際に地理的表示保護制度を利用するに当たって参考となる事項について、具体的な例示を示しながら説明が行われました。

2. 農林水産政策研究所の研究成果について

(1) 「EU制度、地域団体商標制度との比較と地域ブランド構築に向けた今後の活用」

地理的表示はすでに多くの国で取り込まれており、TRIPS協定（知的所有権の貿易関連の側面に関する協定）という国際的なルールもあります。その一方で、国によって保護の方式が異なっています。我が国における地理的表示保護制度の創設に当たっては、特にEUにおける保護制度が参考にされています。

当研究所企画広報室の内藤恵久企画科長の報告では、まず今回創設された地理的表示法とEUにおける地理的表示保護制度や我が国の地域団体商標制度との比較分析の結果が報告されました。また、新制度が地域ブランドの構築に向けて非常に有効なツールになるとの認識に立って、地理的表示保護制度の特徴を踏まえたブランド構築への活用について報告がなされました。これに加えて、地域団体商標と地理的表示の選択の考え方、あるいはこれらを併せて活用する場合や輸出戦略への活用方策などについて、具体的事例を提示しながらブランド振興に向けてのそれぞれの可能性が検討されました。

最後に、我が国には地域の特徴を生かした商品が多くあることを踏まえ、今後の方向、課題として、創設された地理的表示法を活用して商品の競争力を高めていくことの重要性、生産者の努力に加え行政等の支援の必要性、地理的表示産品を核として地域全体の活性化に役立てていくことへの期待への指摘がありました。



農林水産政策研究所
内藤恵久企画科長

(2) 「フランスにおける地理的表示制度を活用した取組～「味の景勝地制度」を中心に～」

地理的表示制度を早くから導入しているフランスでは、地理的表示産品を核にした地域振興が各地で取り組まれています。



農林水産政策研究所
須田文明上席主任研究官

当所国際領域の須田文明上席主任研究官からは、その具体的な取組の一つであるフランスの「味の景勝地制度」(Site Remarquable du Goût : SRG) が紹介されました。SRGは1994年に民間組織によって創設され、現在は全国SRG連合会が制度運営の中心となって、農業省、環境省、観光省、文化省の4省の協力の下、2013年時点で71ヶ所の地域が「味の景勝地」に認定されています。認定の条件として①伝統的かつ特徴的地域農産品の存在、②産品と関連した特徴的ヘリテイジ（自然や文化遺産）の存在、③滞在施設等の旅行客の受け入れ態勢の整備、④地域の関係者の組織化という4つの基準が設定されています。

報告では具体的な認定事例としてニヨンのオリーブ、オーブラックのチーズ、アルデシュの栗園が紹介され、こうした地域では地域ぐるみで地理的表示産品と観光、環境などを連携させた取組が行われたことによりシナジー（相乗効果）が発揮され、地域全体の活性化につながっていることが示されました。

(注) セミナーの資料は、下記の農林水産政策研究所のホームページでご覧になれます。
<http://www.maff.go.jp/primaff/meeting/kaisai/2014/index.html>