

2. 国際条約、諸外国制度の概要

(1) TRIPS 協定等条約上の扱い

1) 概況

地理的表示の保護に関する国際条約としては、1883 年に締結された「工業所有権の保護に関するパリ条約」、1891 年に締結された「虚偽の又は誤認を生じさせる原産地表示の防止に関するマドリッド協定」、1958 年に締結された「原産地名称の保護及び国際登録に関するリスボン協定」、1994 年に締結された「知的所有権の貿易関連の側面に関する協定 (TRIPS 協定)」等がある。

パリ条約では、原産地の虚偽表示の取締りを定めるとともに、競争者との製品の混同を生じさせる行為や製品の性質等につき公衆を誤認させるような取引上の表示を禁止している。マドリッド協定においても、虚偽又は誤認を生じさせる原産地表示に対する制裁等が定められている。両者とも、原産地の虚偽表示の取締りを中心とした内容にとどまり、また、原産地表示、地理的表示等に関する定義はない。

一方、リスボン協定では、「原産地名称」の定義を置き、知的所有権国際事務局への登録を通じて、その名称の積極的保護を図るものである。また、TRIPS 協定では、「地理的表示」の定義を置き、一般の品目の地理的表示については誤認を招く表示の使用の防止を、ぶどう酒等の地理的表示についてはさらに手厚い保護を求めるものである。

以下では、地理的表示等の定義をおき、その積極的な保護の内容を含む TRIPS 協定とリスボン協定について詳説する。

2) TRIPS 協定 (Agreement on Trade-Related Aspect of Intellectual Property Right, 知的所有権の貿易関連の側面に関する協定, 1995.1. 1 発効)

(i) 概要

TRIPS 協定は、貿易に関連する知的所有権に関する協定であり、WTO 設立協定の一部として 1995 年に発効している。この中で、地理的表示は、著作権、商標、特許等と並んで、地理的表示が知的所有権の一つとして取り扱われている(第 2 部第 3 節)。本協定では、地理的表示の明確な定義をおき、その保護の内容を定めており、加盟国数の多さ(153 カ国)と相まって、現在、地理的表示に関する最も普遍的な仕組みとなっている。

(ii) 定義

TRIPS 協定においては、地理的表示について「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⁽²⁾が当該商品の地理的原産地に主として (essentially) 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」と定義されている(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こととなる表示を地理的表示と呼んでいることとなる。ここで、注目される点としては、データ等により客観化がしやすい品質等のほかに、社会的評価という客観的には判断しにくいものも要素として明記している点があり、文言上、社会的評価はあるが確立した品質その他の特徴がないもの(すなわち品質等で他と区別が困難なもの)も対象となり得ることとなっている。

なお、対象は、農林水産物及び食品に限らず、広く商品となっている。また、保護対象は「表示」であるため、名称以外の表示を含むこととなっている。

(iii) 保護の内容

TRIPS 協定の保護内容は、一般の品目と、ぶどう酒及び蒸留酒で保護の程度が異なっている。一般の品目については、「商品の特定又は提示において、当該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⁽³⁾を防止するための法的手段を確保することを、加盟国に対して要求している(第 22 条第 2 項)。原産地の誤認を招く表示を禁止するものなので、例えばパルマハムについては、北海道産パルマ風ハムの表示が許容されることとなる。

一方、ぶどう酒及び蒸留酒については「真正な原産地が表示される場合又は地理的表示が翻訳された上で使用される場合若しくは「種類」、「型」、「様式」、「模造品」等の表現を伴う場合においても、ぶどう酒又は蒸留酒を特定する地理的表示が当該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ぶどう酒又は蒸留酒に使用されること」を防止するための法的手段を確保することとされている(第 23 条第 1 項)。このぶどう酒等に関する保護内容は、「追加的保護」と呼ばれる。このため、ぶどう酒に関しては、原産地の誤認を招かない場合であっても表示が禁止され、具体的には山梨産ボルドーワインや、ボルドー風ワインの表示も認められないこととなる。

なお、この追加的保護については、民事上の司法手続きに代えて行政上の措置による実施を確保することができることとされている(第 23 条第 1 項脚注)。これは、TRIPS 協定においては、知的所有権の行使に関し、民事上の司法手続きを権利者に提供することとされていること(第 42 条)の例外となっている。これにより、我が国においてぶどう酒等の地理的表示に関し規制的手法(酒団法)によってのみ保護し、権利者に対し民事上の法的手続が与えられていないことが正当化されることとなっている。

(iv) 商標等との関係

加盟国は、地理的表示を含むか又は地理的表示から構成される商標の登録であって、当該地理的表示に係る領域を原産地としない商品のものを拒絶し又は無効とすること等とされている(第 22 条第 3 項及び第 23 条第 2 項⁽⁴⁾)。ただし、加盟国において TRIPS 協定の地

地理的表示の保護の規定を適用する日又は当該地理的表示がその原産国において保護される日より前に、善意に出願、登録、取得された商標については、これらの商標が地理的表示と同一又は類似であることを理由として、商標の登録の適格性、有効性、商標を使用する権利は害されない(第 24 条第 5 項)。これにより、原産国で地理的表示として保護される日より前に出願、登録等された商標には、第 22 条第 3 項及び第 23 条第 2 項は及ばず、当該商標は有効に存在することとなる。なお、これにより、地理的表示と商標が併存することがあり得るが、この場合の両者の関係については、付論 2 を参照。

また、ぶどう酒等の地理的表示に関しては、① 1994 年 4 月 15 日⁽⁴⁾前に少なくとも 10 年間、又は②同日前に善意で継続して使用されてきた表示については、その表示を継続して使用することを防止することを要求するものではないとされている(第 24 条第 4 項)。これにより、追加的保護の対象であるぶどう酒等の地理的表示についても、既に一定期間使用されてきた表示については(真正な産地産のものでなくとも)その継続使用を認めることが可能となっている。

さらに、自国の領域の中で一般名称として通例用いられている用語と同一の地理的表示については、協定の規定の適用は要求されない(第 24 条第 6 項)。これによって、その国で一般名称と判断される用語と同一の地理的表示は、保護しないことができる。

(v) TRIPS 協定改定に関する交渉の状況

現在の WTO 交渉において、EU、スイス、インドなどは、地理的表示の保護に関し、追加的保護の対象を拡大するよう主張している。一方、米、オーストラリア、カナダなどは、現行制度で十分との立場である。この背景には、米等では、EU 等の地理的表示と同一、類似の名称を使用している商品の存在があり、自国産品の競争条件の悪化につながるおそれがあるためと考えられる。現在のところ、両者の対立は激しく、方向性は定まっていない。

3) リスボン協定 (The Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration, 原産地名称の保護及び国際登録に関する協定, 1966. 9. 25 発効)

リスボン協定は、ある加盟国で保護され、かつ知的所有権国際事務局(以下「国際事務局」という。)に登録された原産地名称を、他の加盟国でも保護することを内容としている。

リスボン協定上、「原産地名称」は、「ある国、地方又は土地の地理上の名称であって、その国、地方又は土地から生じる生産物を表示するために用いるものをいう。ただし、当該生産物の品質又は特徴が自然的要因及び人的要因を含む当該国、地方又は土地の環境に専ら又は本質的に(exclusively or essentially)由来する場合に限る。」と定義されている(第 2 条第 1 項)。

TRIPS 協定の定義とそれほどの違いはないようにも見えるが、「社会的評価」が明示されていないこと、「自然的要因及び人的要因を含む(地域の)環境」に「専ら又は本質的に由来」することを求めていること等の差がある。つまり、気候、土壌等の自然的要因及びそれに適合した人間の営みという人的要因を備えたその土地の環境が、品質等を生み出しているものを対象としているという点で、TRIPS 協定上定義される地理的表示に比べより限定されたものとなっている。EU の PDO 及び仏の AOC(後述)と同様の内容と考えられる。なお、リスボン協定では原産地「名称」のみを対象としており、この点でも、名称以外の表示を含む TRIPS 協定上の地理的表示とは異なっている。

協定加盟国は、原産国で保護されており、かつ国際事務局に登録されたものを、その領域内で保護することを約束する(第 1 条第 2 項)。この保護内容については、生産物の真正な原産地が表示されている場合又は当該名称が翻訳された形で若しくは「kind」、「type」、「imitation」等の語を伴って使用されている場合であっても、権利侵害又は模倣に対して保護が保証される(第 3 条)。

原産地名称の登録は、加盟国の官庁の請求に応じ、当該国の国内法令に従い当該名称を使用する権利を有する自然人又は法人の名義において、国際事務局が行う(第 5 条第 1 項)。登録は加盟国に通知されるとともに、公告される(同条第 2 項)。通知を受けた加盟国は、通知の受領日から 1 年以内に、当該国で原産地名称の保護を保証することができないことを宣言できる(同条第 3 項)。また、通知の日前から、その原産地名称が第 3 者により使用されていた場合は、第 3 者に当該使用を終了させるために 2 年を超えない期間を与えることができる(同条第 6 項)。

現在の加盟国は、仏、伊等 27 カ国であり、登録名称数は約 900 である。保護内容は TRIPS 協定の追加的保護と同等の手厚いものであるが、加盟国が少なく、その点で限界がある。

(2) EU 関係

1) 概要

EU においては、EU 連合の成立にあわせ、1992 年に、農林水産物及び食品の原産地呼称及び地理的表示の保護に関する EU 全体に適用される仕組みが導入された。現在の根拠となる規則は、2006 年に定められた R (EC) 510/2006(以下「規則」という。)であるが、これは、R (EEC)2081/92 を廃止した上で制定されたものである。この制度は、一定の特徴を有する産物の生産振興による農業者・農村の利益向上とともに、消費者選択に資することを目的としており、対象となる産品の品質基準・生産基準等を明細書として定め、公示した上で、その基準に適合した産品についてのみ地理的表示の使用を認めている。また、明細書への適合について第三者機関等が検査を行うことにより、基準が守られていることを保証している。

2) 登録等の状況

2011年3月末現在の登録数は978件となっており、うち保護原産地呼称(PDO)が507、保護地理的表示(PGI)が471となっている(第1表)。品目としては果物・野菜・穀物(263)、チーズ(193)、肉(118)、肉製品(112)といったものが多い。なお、PDOについてはチーズ(166)が特に多くなっている。

国別では、イタリア、フランス、スペイン、ポルトガルといった南ヨーロッパの国々が多くを占めている(第2表)。

第1表 PDO, PGI の分野別登録実績 (2011年3月末現在)

(単位:件、%)

分類	登録 件数	うち主な分野				
		果実、野菜、 穀物(注1)	チーズ	肉	肉製品 (注2)	油脂
PDO	507	109	166	27	30	98
PGI	471	154	27	91	82	14
合計 (全体に占める割合)	978 (100.0)	263 (27.0)	193 (19.6)	118 (12.1)	112 (11.5)	112 (11.6)

資料: EU DOOR database

注1) 生鮮及び加工品

2) 加熱、塩漬、燻製等

第2表 PDO, PGI の国別登録実績 (2011年3月末現在)

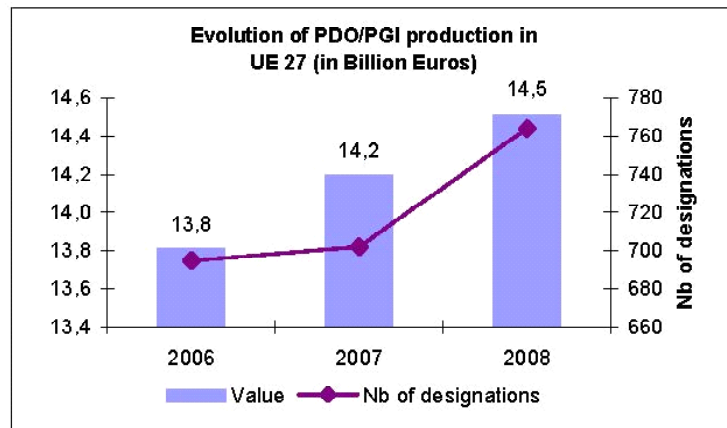
(単位:件、%)

分類	登録 件数	うち主な国(EU)						EU域外
		イタリア	フランス	スペイン	ポルトガル	ギリシャ	ドイツ	
PDO	507	140	81	79	58	65	29	0
PGI	471	83	102	66	58	23	48	(注1)2
合計 (全体に占める割合)	978 (100.0)	223 (22.8)	183 (18.9)	145 (14.9)	116 (12.0)	88 (9.1)	77 (7.9)	2 (0.2)

注1) 中国の"龙口粉丝"(Longkou Fen Si, パスタ)及びコロンビアの"Cafe de Colombia"の2件。

2) この他、域外からの出願で、既に公告されているものがPDOで4件(中国)、PGIで4件(中国2件、インド1件、タイ1件)、公告に至っていないものが、PDOで4件(中国2件、トルコ1件、ベトナム1件)、PGIで5件(中国1件、インド1件、タイ2件、トルコ1件)ある。

PDO/PGIの生産額は2008年で約145億ユーロとなっている(第1図)。生産物全体に占める割合は、チーズでは約8%を占めるなど、少なからぬ割合を占めている(第3表)。



第1図 EU27ヶ国におけるPDO及びPGIの登録の推移等

資料: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/>

第3表 販売額に占める地理的表示製品のシェア

製品	シェア
チーズ(EU)注1	EU全体の販売額の8%
乾燥ハム(スペイン・2005年)注2	スペイン国内市場での販売額の8.9% スペイン輸出市場での販売額の3%
オリーブオイル(スペイン・2005年)注3	スペイン国内市場での販売額の3.7% スペイン輸出市場での販売額の1%弱

注1) 資料: ECニュースレター 2010

2) 資料: PDO および PGI に関する CAP 政策の評価 (London Economics, 2008). スペイン 4 製品のデータ

3) 資料: 同上. スペイン 10 製品のデータ

3) 対象

規則が対象としている産物は、EU 設立条約付属書 I の人間により消費を予定している農産物並びに規則付属書 I にいう食品及び付属書 II に掲げる農産物である(第1条)。ただし、ぶどう酒及び蒸留酒は適用外であり(同条ただし書)、これらは別途 R (EC) 479/2008 及び R (EC) 110/2008 により保護されている。

EU 設立条約付属書では、生きている動物、肉、魚、野菜、果実、油脂、肉等の調整品、砂糖、酢等が規定されている。また、規則付属書 I では、ビール、パン、ケーキ、パスタ、塩等が規定され、付属書 II では、干し草、精油、花及び観賞植物、羊毛、綿等が規定されている。登録可能な産物の分類の一覧は R (EC) 1898/2006(以下「詳細規則」という。)別表 2 に定められている。

対象産物は、おおむね、農林水産物及びその一次加工品となっている。これは、歴史的

経緯に加え、①地理的表示については、地域との結びつきが主要要素であり、農産物及びその一次加工品は、地域との結びつきが強いと考えられること、②農産物等は品質のばらつきも多く、また、外見からその品質、生産工程を知ることが困難であることから、地理的表示制度による品質保証の必要性が高いこと等によるものと考えられる。

4) 要件

(i) 定義(積極的要件)

規則では、原産地呼称(designation of origin)と地理的表示(geographical indication)の2種類の定義がおかれている(規則第2条)。

原産地呼称は、地方、特定の場所、又は例外的に国の名称であって、①当該地方、特定の場所又は国を原産地としていること、②その品質又は特徴が、固有の自然的及び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(exclusively or essentially)起因していること、③その生産、加工及び調製が当該定義された地理的地域において行われていること、に該当する農産物又は食品を表現するために使用するものとされている(規則第2条第1項(a))。

地理的表示は、地方、特定の場所、又は例外的に国の名称であって、①当該地方、特定の場所又は国を原産地としていること、②当該地理的原産地に起因する固有の品質、評判その他の特徴を有していること、③その生産、加工又は調製が当該定義された地理的地域において行われていること、に該当する農産物又は食品を表現するために使用するものとされている(規則第2条第1項(b))。

この名称については、特定の農産物又は食品を示すために使用されている名称であることが必要であり(詳細規則第3条)、新しく作られた名称は登録できない。ある程度の期間使用されてきた実績が必要と考えられるが、その期間についてEU規則上では明確な規定はない⁽⁶⁾。

なお、原産地呼称及び地理的表示とも、原産地を示す地名⁽⁷⁾とされているが、上記のような条件を満たす農産物又は食品を示す伝統的な地理的又は非地理的名称も、原産地呼称又は地理的表示とみなされる(規則第2条第2項)。この規定により、名称に使用される地域名と実際の生産地が異なる場合や、ギリシャのフェタチーズのように地理的な名称を含まないもの⁽⁸⁾も保護の対象となることとなる。

両者の相違点としては、原産地呼称の場合、品質等がその土地の地理的環境(気候、土壌等)と強く結びついていることが必要で、また、原料生産を含めた生産工程の全てがその土地で行われている必要があるのに対し、地理的表示の場合、評判が確立しているのみでもそれが地理的原産地と結びついていれば対象となり得る定義となっており、また、生産工程のいずれかがその地域で行われていればよい。原産地呼称の方がより地域との結びつきが強いと言える。なお、この生産については、漁獲、採集のようなものも含まれ、漁獲物等も対象とされている⁽⁹⁾。

なお、原材料の産地がその加工地域より広い、又は加工地域とは異なる場合であっても、生産地域の限定、特別な生産条件とその条件遵守のための検査制度の存在があり、かつ、2004 年 5 月 1 日以前に原産国で原産地呼称と認められているものであれば、原産地呼称と取り扱うこととされている(規則第 2 条第 3 項)。この原料は、生きた動物、肉、ミルクに限定されている(詳細規則第 5 条)⁽¹⁰⁾。

この原産地呼称の定義は、フランスの AOC にならったものと考えられ、リスボン協定第 2 条の定義ともほぼ一致している。一方、地理的表示の定義は、TRIPS 協定第 22 条第 1 項の定義ともほぼ一致している。

原産地呼称制度については、「自然的及び人的要素を備えた地理的環境」(気象、土壌等の自然的環境と、それを踏まえて行われる人間の働きかけ)に「専ら又は本質的に(exclusively or essentially) 起因する」「品質又は特徴」を有することが要件の 1 つであり、その土地ならではの品質をもった、他では生産困難な産物ということになる。品質等と地域環境との結びつき(link)を特に重視した要件となっている。

一方、地理的表示の方は、単に、「当該地理的原産地に起因する固有の品質、評判、その他の特徴」を有すればよいこととなっている。この「その他の特徴」は独特のノウハウが想定されているとの説明である。この規定によれば、地理的環境に基本的・本質的に起因する客観的な品質がなくとも、言い換えれば、その土地ならではの品質をもったものではなく、品質的には他地域で生産可能であっても、その地域産の産物の評判が高ければ登録されうることとなる⁽¹¹⁾。ただし、ここは微妙な点であり、保護の対象は、あくまで「specific product」であるとの説明である⁽¹²⁾。この地域と結びついた評判を説明するため、消費者調査の結果や文献での引用が示されることとなる。

なお、品質等の特徴と地域の特徴との結びつき(link)の詳細な内容については、付論 1 を参照されたい。



第 2 図 PDO のマーク



第 3 図 PGI のマーク

なお、出願が EU 加盟国以外の第 3 国に所在する地理的地域に関するものである場合、その名称が原産国において保護されていることも要件となる(規則第 5 条第 9 項)⁽¹³⁾。

(ii) 消極的要件

次のような名称は登録を受けることができない(規則第 3 条)。

ア 一般化している名称

イ 植物又は動物の品種名と抵触し、原産地について誤認を生じさせるおそれのあるもの

ウ 既に登録されている名称と、一部又は全部が同音であり、原産地の誤認につながったり、登録済みの名称と十分な区別ができないもの

エ 既存商標があり、その評判、名声、使用年数を考慮すると、登録名称が産物の独自性に誤認を招くおそれがある場合

このうち、アについては、カマンベール、ゴーダ等⁽¹⁴⁾が一般名称とされているが、必ずしも明確な基準はない。現に、ギリシャのフェタチーズ（PDO）は、登録された後、一般名称であるとのドイツ等の提訴を受け一旦登録が取り消され、その後再登録された後、2005年に欧州司法裁判所において、消費者調査等を踏まえ、ギリシャに特有のものとして PDO の要件を満たすと確認されている。

イについては、品種名と完全に同一の名称は、登録申請前に当該地域以外で商業的に生産されている場合は原則登録できないこと⁽¹⁵⁾、部分的に同一の名称は、当該地域以外で生産されていても消費者の混同がなければ登録されうることが定められている（詳細規則第 3 条第 3 項及び第 4 項）。

また、エについては、既存商標がある場合も、誤認を招かなければ名称の登録が可能となることになる。この場合、商標と登録された地理的名称が併存することとなり、その効力関係について問題が生じる（8）参照）。

5) 登録の手続き

(i) 出願者等

一部例外を除き、生産者又は加工者の団体のみが、自ら生産又は取得する農産物等について登録出願をすることができる（規則第 5 条第 1 項及び第 2 項）。例外としては、一個人又は法人が、出願を希望する唯一の生産者である等の要件を満たす場合が定められている（詳細規則第 2 条）。

登録出願は、(ii) の明細書等を添えて、地理的地域が所在する加盟国に対して行う（規則第 5 条第 3 項及び第 4 項）。EU 加盟国以外の第 3 国の場合は、直接又は当該第 3 国を経由して EU 委に行う（規則第 5 条第 9 項）。

(ii) 出願書類

登録出願には、ア出願団体の名称・住所、イ明細書、ウ明細書の主要事項及び産物と地域のつながりの説明等を示す文書（＝「single document」。詳細規則附属書 I に様式有り）が必要である（規則第 5 条第 3 項）。

明細書には、以下の内容を含む必要がある（規則第 4 条第 2 項）。なお、この明細書に適合する農産物等に保護名称が使用できることとなる（同条第 1 項）。

ア 原産地呼称又は地理的表示を含む農産物等の名称

- イ 農産物等の説明及び物理的、科学的、微生物学的又は感覚的に認知できる特徴
- ウ 地理的地域の定義
- エ 定められた地理的地域を原産地としている証拠
- オ 生産方法（パッキングが限定された地域で行われる必要がある場合は、その内容・理由を含む。）^{(16) (17) (18) (19)}
- カ 原産地呼称の場合は、品質等と地理的環境の連結、地理的表示の場合は品質、評判、その他の特徴と地理的原産地との連結を裏付ける内容
- キ 明細書との適合性を判断する機関等の名称、機能等 等

このように、明細書で、対象産物が備えるべき特徴及び生産方法が明示される。また、地理的原産地との連結を証明することが求められており、原産地呼称の場合、自然的・人的要因を備えた地理的環境が、どのように品質等と連結しているか、地理的表示の場合、特徴と地理的原産地がどう連結しているかを証明することが必要となる。また、定められた地理的地域を原産地としている証拠として、製品・原材料の供給元・量、供給先・量、両者の対応関係等を識別できるようしておくことが求められており（詳細規則第6条）、トレーサビリティの確保が求められることとなっている。

なお、明細書については、技術的な進展を考慮し、また地理的地域を再定義する等のため、一定の手続きの下、変更が可能である（規則第9条）。

（iii） 審査の手続き

出願を受けた地理的地域が所在する加盟国が、まず要件適合の審査を行い（規則第5条第4項）、審査の一環として、国内の異議申立手続きを行う（同条第5項）。加盟国が要件を満たしていると判断すれば、受理を決定し、明細書を公告し、EU委に書類を提出する。この場合、加盟国は国内的な保護や調整期間を設けることができる（同条第6項）。なお、登録出願が第3国に所在する地理的地域に関するものである場合、出願は直接又はその第3国を経由してEU委に行うが、原産国においてその名称が保護されている証明が必要とされる（同条第9項）。

EU委に出願が行われると、12月以内に審査が行われ（規則第6条第1項）、要件が満たされていると判断される場合は、明細書の一部等が公報に公告される（同条第2項）。この公告の日から6月以内に、加盟国若しくは第3国又は利害関係を有する自然人若しくは法人は、異議申立をすることができる（規則第7条第1項及び第2項）。この異議申立については、

- ア 原産地呼称又は地理的表示の定義にあわない場合、
 - イ 4）（ii）イ、ウ及びエの消極要件に該当する場合、
 - ウ 既存商標や、公告日以前少なくとも5年間合法的に販売されている産物の存在を危険にさらす場合、
 - エ 一般名称であることを結論づける詳細な理由を提示している場合
- に限り受理される（規則第7条第3項）。

異議申立がなければ登録が行われ（規則第 7 条第 4 項）、異議申立が受理された場合、利害関係人の協議が行われ、6 月内に合意が成立すれば、登録が行われる。なお、明細書に微細でない修正があれば再審査を要する。合意が成立しなければ、EU 委が決定を行う（同条第 5 項）。決定は広報に公告される。

このように、審査は出願された加盟国において一次的な審査及びその過程での調整（異議申立手続き）が行われ、当該国で登録要件ありと判断された上で、EU 委での最終的な審査が行われる。異議申立が受理されるのは、積極・消極要件に反する場合のみでなく、既存商標や既存商品に大きな影響を与える場合が含まれ、その場合、必要な調整が行われることとなる。

6) 保護の内容

登録された名称は、明細書に合致する農産物等を販売する事業者は誰でも使用することができる（規則第 8 条第 1 項）。登録された名称に基づき販売される共同体を原産地とする農産物等については、「保護原産地呼称」若しくは「保護地理的表示」という表示又はこれらを伴う共同体シンボルがラベルとして表示されなければならない（同条第 2 項）。第 3 国を原産地とするものについてはこの表示及びラベルの使用については任意である（同条第 3 項）。

登録名称は、①登録の対象とされていない産物について直接又は間接に業として使用すること、②名称の悪用、模倣、想起（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」等の表現が添えられている場合も同様。）、③産物の出所、原産地、種類又は基本的品質に関する①、②以外の虚偽の又は誤認を生ずる表示を付すこと、④その他産物の真の原産地について消費者に誤認を生じさせるおそれのある全ての実施に対し保護される（規則第 13 条第 1 項）。なお、登録名称の中に一般名称が含まれる場合、その一般名称の使用は①、②に該当するとはみなされない（同項）⁽²⁰⁾。

①については、登録名称の登録対象産物以外への使用を禁止するものであるが、その産物が対象産物と類似しているか又はその名称を使用することが登録名称の評判の不当な利用になることが条件とされる。どこまでが類似している産品になるか、また、どこまでが評判の不当な利用となるか等は解釈に委ねられるが、その範囲を確定することは難しい面がある⁽²¹⁾。例えば登録産品を原料の一部に用いた加工品について、どのような場合に登録名称を使用することが許されるかは、判断が難しい場合も多いと考えられる⁽²²⁾。

さらに、②の「名称の悪用、模倣、想起」により、保護範囲が拡張されている。例えば、「Parmigiano-Reggiano」が登録されているが、これに関し「Parmesan」の使用は Parmigiano-Reggiano を「想起」させるとして、第 13 条に抵触することとされている⁽²³⁾。また、「翻訳」した場合も保護範囲に含まれることとされている。このような保護範囲の広さは、商標に比した地理的表示の特徴の一つとなっている。

効力の例外としては、①登録名称と全部又は一部が同一の名称の産物や EU 委による公告前 5 年以上合法的に販売されていた産物の存在を危険にさらすとして異議申し立てが受

理された場合に、5 年以内の移行期間を設けられること（規則第 13 条第 3 項）、②地理的地域が所在している国で、EU 委による公告前に少なくとも 5 年間名称を使用し、異議申し立てでその旨を言及している場合も 5 年以内の移行期間を設けられること（同項）、③ 1993 年 7 月 24 日⁽²⁴⁾前に 25 年以上公正に使用されていた等一定の要件⁽²⁵⁾を満たす場所を表示する名称について、登録名称との共存を認めることができること（同条第 4 項）が規定されている。②の移行期間については、この期間中、その名称での登録名称に係る産物と内容の異なる産物の共存を認め、5 年以内に登録名称に係る基準へ統一を図るための経過措置としての期間と考えられる。なお、国内的保護を認める場合は、同様の趣旨から調整期間の設定が可能となっているが（規則第 5 条第 6 項）、この調整期間と移行期間を合算して 5 年を超えることはできない（規則第 13 条第 3 項）。また、③の登録名称と非登録名称の共存は、非登録名称に係る産物の原産国を明示することを条件に、最大 15 年間に限り認められる（同条第 4 項）。この規定は、同一の地名等があり、それが名称に使用されて同一名称となっている場合等に関する規定と考えられる。

なお、登録名称は一般名称となることはない（規則第 13 条第 2 項）。これにより、登録名称が一般化し、地理的表示保護の要件を満たさなくなることを防止している。この点も商標制度と比べた特徴の 1 つとなっている。

7) 管理体制、担保措置

PDO/PGI 産物に関する品質管理については、大別して、PDO/PGI 産物として生産される産物の明細書で定められた要件への適合の確認と、偽物など産地・品質要件等を満たさないものに関する市場における規則違反の取締りがある⁽²⁶⁾。前者は主に、公的管理当局（行政）から権限を与えられた第 3 者機関が担い、後者は公的管理当局が担当することとなっている。

(i) 産物の明細書への適合の確保

加盟国には、公的管理を行う管理当局の指定が義務づけられる（規則第 10 条）。管理当局は国の担当部局とされていることが多いが、スペインなどでは地方自治体が管理当局となっている。

登録名称に係る産物を市場に出す際には、この管理当局又は産物認証団体として機能する管理団体により、事前の明細書遵守の確認が必要である（規則第 11 条第 1 項）。管理当局及び管理団体の詳細については、R(EC)882/2004 に定められており、管理団体の定義としては、管理当局が管理事務の権限を与えた独立した第 3 者機関とされている（882/2004 第 2 条第 5 項）。検査の内容、頻度等が定められた管理計画が策定され、これに基づき第 3 者機関による検査等が行われる。この明細書遵守の立証に要する費用は生産者の負担である（規則第 11 条第 1 項）。

明細書遵守が確保されていない場合は、EU 委は登録を抹消する（第 12 条第 1 項）。また、利害関係者は抹消を要求できる（同条第 2 項）。

このように、ア) 明細書が明確に定められ、公示されていること、イ) その明細書への適合について、公的機関又は独立した第3者機関が確認する体制をとっていることが、産物への信頼性を高める上で重要な役割を持っているものと考えられる。

(ii) 偽物等違反に対する対応

違反に対する行政上の措置及び罰則については、他の食品関係法規に関するものとあわせて、R(EC)No882/2004 で定められている。ここでは、管理当局が違反を発見したときに是正措置をとることが求められており、その措置には市場流通の禁止、操業の停止その他の適切な措置が含まれる(第54条)。また、加盟国は法令違反に対する制裁措置のルールを確立することが求められている(第55条)

一方、違反による損害に対する民事上の救済措置(差止請求、損害賠償請求)については、EU 規則には規定されておらず、各国法に委ねられており、必ずしも統一的な措置はとられていない。

なお、違反に対する対応に関しては仏に関する記述も参照のこと。

8) 商標との関係

(i) 原産地呼称又は地理的表示の登録出願後に出願された商標の扱い

登録名称と抵触する商標の登録出願が、欧州委に対する登録名称の出願後になされた場合、規則第13条第1項で禁止される内容に該当するときは、その商標の出願は却下される(規則第14条第1項)。このため、地理的名称の登録が行われた後は、原則これに同一、類似の商標は登録されない。ただし、登録名称に係る明細書に合致する産品にその商標を使用する場合は、規則第13条第1項に抵触せず、商標の登録が可能である⁽²⁷⁾。これにより、登録名称を使用しつつ、商標により、各事業者がその事業者の製品を差別化することが可能となっている。

(ii) 既存商標との関係

登録名称と抵触する商標が既に存在したとしても、登録名が産物の真の独自性について誤認を招くものでない場合は、名称の登録は可能である(規則第3条第4項、4)(ii)を参照)。このため、商標と登録名称の併存があり得ることになる。

一方、登録名称の原産国における保護の日より前又は1996年1月1日より前に、これと抵触する商標が出願、登録等されていた場合、その商標の使用の継続が認められる(規則第14条第2項)。この意味としては、登録名称の使用は商標権者の許諾なくできるとの理解の下⁽²⁸⁾、既存の商標権者は明細書に適合していない産物についてもその商標を継続して使用することができるとしたものである。これは商標権の効力を制限するものであることから、商標権の保護を定めるTRIPS協定との整合性が問われたが、WTO パネルの報告(付論2参照)では、商標権に対する限定的な制限としてTRIPS協定上認められるとの

判断となっている。また、このパネルでの EU 側の主張では、商標権者が単に商標の使用を継続できるということにとどまらず、登録名称の対象である産物以外については、商標権の効力は失われないものとされている。

9) 仏の運用

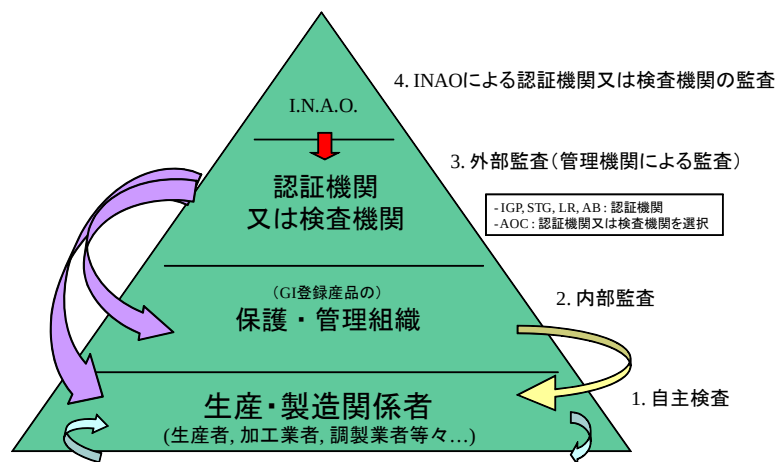
フランスは EU 共通の制度が導入される以前から、原産地呼称の保護の仕組みを整備している⁽²⁹⁾。現在の地理的表示保護のための国内法は、「農産物、木材製品、食品及び水産物の価値向上に関するオルドナンス（2006 年）」により、農事法典及び消費法典を改正して整備されている。保護の種類としては、AOC（統制原産地呼称）と地理的保護表示がある。AOC は基本的に EU 制度の PDO（AOP）と同内容のものであり、農事法典上 EU 制度の適用範囲となる農産物及び食品は、AOP の保護を求めなければならず、この申請が拒絶された場合、AOC としての保護も失効する（農事法典 L641-10 条）。AOC と PDO の関係は、今一つ不明確であるが⁽³⁰⁾、この規定により、AOC は PDO（AOP）に統一されていくものと考えられる。地理的保護表示は EU 制度の PGI である。

品質及び原産地認証表示に関する法的措置の実施を担当するため、INAO（原産地呼称全国機関）が設置されている（農事法典 L642-5 条）。INAO の権限は、原産地呼称等の承認、明細書の変更の提案、保護管理組織の承認⁽³¹⁾、管理計画の同意、管理機関の承認・評価等である。

明細書適合の管理は、INAO の名の下または管理下で、INAO の承認を受けた管理機関（第 3 者機関）により行われる（農事法典 L642-27 条～ 642-33 条）。管理計画については保護管理組織と第 3 者機関の協議により作成され、INAO の同意を受ける⁽³²⁾。

承認を受けないで統制原産地呼称や地理的保護表示を使用すること、不正な表示の使用等は、2 年以下の禁固及び 37,500 ユーロの罰金の対象となる（消費法典 L115-22 条）。

なお、仏における管理の詳細については、付論 3 を参照のこと。



資料：CERTIPAQ

第 4 図 フランスにおける地理的表示制度の管理体制図

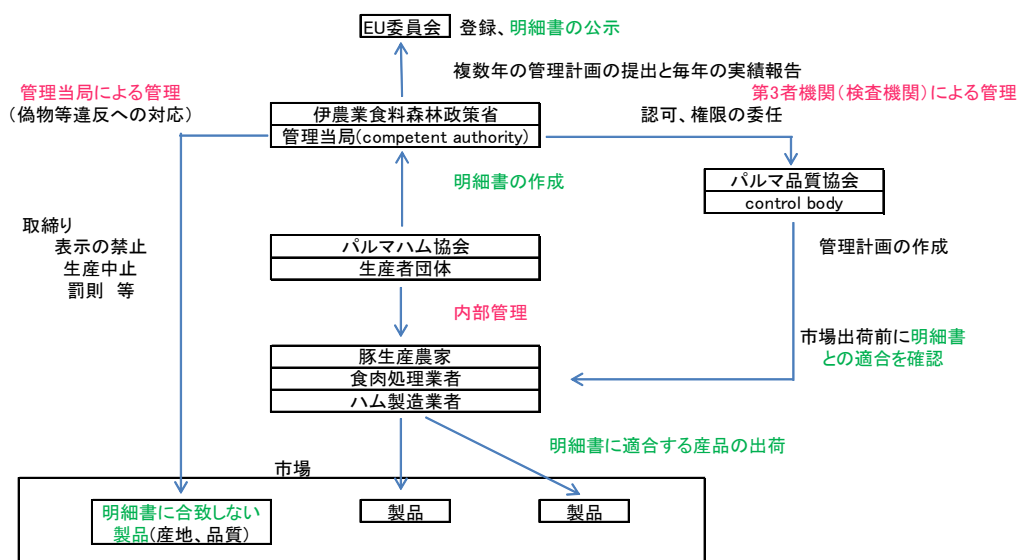
10) 伊における管理の状況

イタリアでは、農業食料森林政策省（MPAAF）が PDO/PGI 制度の管理を担当している。

登録された PDO/PGI の生産者、製造業者、小分け・包装業者等は、MPAAF に指定された検査機関が公表する検査計画に沿った検査を受ける必要がある。また、MPAAF の機関である農産加工品品質保護・不正防止中央監査機関（ICQRF）により、生産者等の行程検査、市販品の検査、指定検査機関に対する監査・監督が行われる。

プロシュート・ディ・パルマ（PDO）を例に、これを図示したものが第5図である。

検査機関は、検査計画の他、検査料金、不適合の場合の措置等について、規定を設け公表している。PGI として登録されている羊肉「アバッキオ・ロマーノ」では、ローマ商工手工業農業会議所（以下「ローマ商工会議所」）が検査機関となっている。これを例に、検査計画の規定項目を見たものが第4表、検査頻度や検査の対象が第5表、検査料金を整理したものが第6表である。



違反に対する管理当局による取締り、検査機関による明細書との適合性の確認を通じて、
地理的表示を付して市場に供給される製品の品質を保証

第5図 プロシュート・ディ・パルマ（伊，PDO）の管理体制

資料：筆者作成

第4表 アバッキオ・ロマーノ（PGI）の検査計画における主な規定項目

○適合性の要件
・子羊の特定と追跡が可能であること
・子羊の種(系統)
・と畜場及び飼育場所の立地
・飼育、精肉、包装方法
・消費者に提供時に必要な特性(色、堅さ等)
・明示及び展示
○コントロール計画
・一般規則
・年間の検査頻度
・コントロール活動(飼養者、精肉業者、小分け・包装業者の各段階)
○一日当たりの生産ロット及びその刻印
○補完的給餌に係る文書
○製品の附属文書
○脂肪分に関する分析証明
○個々の子羊に付するナンバー票(帯票)の交付
○ラベル又は証票の添付
○追跡及び製品の適合性のための検査機関による具体的コントロール
○自己証明及び呼称の付与
○非適合品の処理

資料：アバッキオ・ロマーノの検査計画規程（ローマ商工会議所）

第5表 アバッキオ・ロマーノの確認のための検査頻度・対象等

類型	証明の種類	確認の対象割合	頻度	確認事項
飼養者	登録	申請者全員	初回登録及び登録変更時	飼養場所、遺伝的証明、飼養方法
	管理	登録者の33% 及び前年に管理を受けた登録者の2%	毎年	生産工程、生産者の適合性、製品のトレーサビリティ
精肉業者	登録	申請者全員	初回登録及び登録変更時	設備の場所、要求事項への適合
	管理	登録者全員	毎年	生産工程の規定への適合、製品のトレーサビリティ
小分け、包装業者	登録	申請者全員	初回登録及び登録変更時	業者の適合性と文書管理の完全性、要求事項への適合
	管理	登録者全員	毎年	生産工程の規定への適合、製品のトレーサビリティ
製品(精肉段階)	管理	証明された羊800頭に1体 800頭に達しない場合には、12ヶ月に1回	毎年	屠体の特性(脂肪組成)

資料：アバッキオ・ロマーノの検査計画規程（ローマ商工会議所）

第 6 表 アバッキオ・ロマーノの検査料金

1 登録料

対象者	費目	額 ※	備考
飼養者	加入費	40ユーロ	初年度の年会費を含む
	年会費(2年目以降)	10ユーロ	監視のための検査官の派遣費を含む
	不適合に関連する検査官の派遣費	80ユーロ	
屠畜場(精肉業者)	加入費	100ユーロ	初年度の年会費を含む
	年会費(2年目以降)	100ユーロ	監視のための検査官の派遣費を含む
	不適合に関連する検査官の派遣費	100ユーロ	
小分け・包装業者	加入費	100ユーロ	初年度の年会費を含む
	年会費(2年目以降)	100ユーロ	

2 証明料

固定経費	精肉業者の検査及びサンプリング	70ユーロ	
	分析(屠畜場でサンプリングしたサンプル1個につき)	20ユーロ	
	飼養者	0.25ユーロ	アバッキオ証明1個につき
変動経費	精肉業者	0.35ユーロ	番号の付された帯封ごとのアバッキオ証明1件につき
	小分け・包装業者	0.09ユーロ	番号の付されたロゴによる1包装につき

資料：アバッキオ・ロマーノの検査計画規程（ローマ商工会議所）

注．額にはこれに付加価値税 2 0 % を加算する．

イタリアの地理的表示の公的管理当局である ICQRF は、PDO/PGI 製品のみならず、一般食品、有機食品等食品全般のほか、農薬、肥料の品質に関する管理を行う機関であり、2009 年現在のデータでは、MPAAF 1,577 名の職員のうち、半数以上の 875 名が ICQRF に配置されている。ICQRF は、イタリア各地に出先機関（全土で 18 機関）を設置し、生産者等に対する監督、製品の検査、分析活動を展開している。

生産者等に対する管理（コントロール活動）は、財務警察、軍警察、軍警察の不正食品対策班、森林警察、地域保健所、税関と協力して実施している。管理活動は生産者、製造業者等に対する検査を行い、その過程で、サンプルの抜き取りを行い、物理・化学的分析（場合によっては、官能検査）が行われる。分析検査は、管理活動を補完するものであり、製品の成分や量を確認するとともに、法令や明細書において要求されている事項への適合性の確認を行っている。

ICQRF では、DOCG 等のワイン、PDO 等の地理的表示産品、有機食品については、他の製品と区別して、手厚い管理を行っている。2010 年の ICQRF の活動のうち、PDO/PGI/TSG の地理的表示に対する管理活動の結果をまとめたものが、第 7 表である。

違反例としては、特にチーズや野菜・果樹に違反が多く見られ、明示されていない添加物や認められていない添加物の使用例、規定事項に適合しない製品の不正販売例、チーズ、エキストラバージンオリーブオイルでのトレーサビリティ要件の不適合、品質管理システムへの参加費用不払い例などが見られた。

第 7 表 ICQRF による地理的表示産品に関する管理活動の結果

業者検査	2,465	件	➡	製品検査 (3,765件の内訳)	
業者の違反率	16	%		チーズ	2,071件
製品検査	3,765	件		エキストラバージン・オリーブオイル	653件
製品の違反率	12.4	%		肉・肉製品	623件
サンプル検査	765	件		野菜・果樹	255件
サンプル検査の違反率	6.7	%		酢	114件
差し押さえ	19	件		その他	49件
差し押さえ額	864,308	ユーロ			
違反の公表	16	件			
行政当局による通知	543	件			

資料: ICQRF 活動報告 2010

また、ICQRF では、地理的表示や有機食品の第三者検査機関に対する監督活動（ヴィジランツァ）を行っている。これは、MPAAF が検査機関を認証した際の要件を満たしているか、検査機関の公平性が確保されているか、制度への参加者（希望者）に差別的扱いはないか等をチェック（第 3 者機関の所在地や業者における書類のチェック）を行うものであり、2010 年の実績では、年間に 39 の地理的表示産品の関係の検査機関に対する監督活動を実施した。

1 1) 支援策

EU では、PDO・PGI 制度への支援は、CAP 制度の農村開発政策の枠の中で実施されている。EU ガイドライン（2007 ～ 2013）では、「農業者が生産物の品質を高め、品質保証システムに参加するのを推進するための『高品質の農産物生産と販売促進に対する助成措置』」として、例えば、「市場リサーチ及び製品の企画・立案（この中には、PDO や PGI の申請書の作成も含む）に対する助成（最大でコストの 100%を補助）」がメニューとして示されている。実際に、2007 年から 2010 年に域内向けに採択されたプログラムは第 8 表、域外向けに採択されたプログラムは第 9 表のとおりである。

実績のある国はイタリア、フランス、スペイン、ドイツ、ギリシャと偏りが見られる⁽³³⁾⁽³⁴⁾。

第8表 EU域内における地理的表示産品のプロモーションに関し採択された
プログラム及び事業額（2007-2010）

(単位:千ユーロ)

年	国	主体	対象	年数	予算総額				ECの 負担割合
					1年目	2年目	3年目	合計	
2007	ギリシャ	Coops Zagora Piliou-Kimis-K Nevrokopi-Crococ	PDO,PGI製品	3	850	1,074	1,041	2,966	50%
	フランス	CNIEL	PDO,PGI,GTS	3	1,197	1,199	1,199	3,596	50%
	イタリア	CONS. SAN DANIELE CONS. GRANA PADANO	PDO,PGI,GTS	3	615	1,177	1,712	3,504	50%
	イタリア	CONS. MELA ALTO ADIGE CONS. TUTELA SPECK ALTO ADIGE CONS.DELLE CANTINE PRODUTTORI ALTOATESINE	PDO,PGI,GTS	3	869	1,564	1,567	4,000	50%
	イタリア	ATI: CONS. TUTELA FORMAGGIO PECORINO TOSCANO, CONS. TUTELA MIELE DELLA LUNIGIANA DOP	PDO,PGI,GTS	3	321	384	339	1,044	50%
2008	イタリア	Consorzio Prosciutto Parma Consorzio Parmigiano-Reggiano	PDO,PGI,TSG	3	1,000	1,000	1,000	3,000	50%
	イタリア	UIV - IVSI	Multi (PDO, PGI, quality wine, table wine)	3	1,182	972	1,112	3,267	50%
2010	フランス	Fraise du Périgord raisins de table du Mont Ventoux l'asperge des sables des Landes kiwis des pays de l'Adour	Fresh fruitand vegetables PDO,PGI,TSG	3	401	401	401	2,407	50%
	スペイン	PDC PRODECASA			401	401	401		
	ドイツ	LVBW Werbe-GmbH	PDO,PGI,TSG	3	395	350	355	1,100	50%
	ギリシャ	KIN PDO/PGI Producers	PDO,PGI,TSG	3	728	1,006	726	2,460	50%
	イタリア	PROSCIUTTO SAN DANIELE GRANA PADANO	PDO,PGI,TSG	3	1,334	1,324	1,302	3,960	50%

資料:EUのプレスリリースから筆者作成

注. イタリアでは、2000 ～ 2006 の農村開発プログラムに基づいて、トスカーナのオリーブオイル生産者組合（Consorzio）の5年間の地理的表示の保護・促進活動に対し、資金提供を行った例や、Mela della Val di Non の組合に対し、農家の管理費用や認証費用を支援した例がある。

また、これに加えて、地方政府や農業省は、申請者が申請書類を作成支援を行ったり、地方政府が会議を開催し、申請者間の見解の相違を解決する手助けをしている例がある。

第9表 EU域外における地理的表示産品のプロモーションに関し採択された
プログラム及び事業額（2007-2010）

(単位:千ユーロ)

年	国	主体	対象	年数	予算総額				ECの 負担割合
					1年目	2年目	3年目	合計	
2007	ギリシャ	Coops Zagora Piliou-Kimis-K Nevrokopi-Crococ	PDO,PGI製品	3	850	1,074	1,041	2,966	50%
	フランス	CNIEL	PDO,PGI,GTS	3	1,197	1,199	1,199	3,596	50%
	イタリア	CONS. SAN DANIELE CONS. GRANA PADANO	PDO,PGI,GTS	3	615	1,177	1,712	3,504	50%
	イタリア	CONS. MELA ALTO ADIGE CONS. TUTELA SPECK ALTO ADIGE CONS.DELLE CANTINE PRODUTTORI ALTOATESINE	PDO,PGI,GTS	3	869	1,564	1,567	4,000	50%
	イタリア	ATI: CONS. TUTELA FORMAGGIO PECORINO TOSCANO, CONS. TUTELA MIELE DELLA LUNIGIANA	PDO,PGI,GTS	3	321	384	339	1,044	50%
2008	イタリア	Consorzio Prosciutto Parma Consorzio Parmigiano-Reggiano	PDO,PGI,TSG	3	1,000	1,000	1,000	3,000	50%
	イタリア	UIV - IVSI	Multi (PDO, PGI, quality wine, table wine)	3	1,182	972	1,112	3,267	50%
2010	フランス	Fraise du Périgord raisins de table du Mont Ventoux l'asperge des sables des Landes kiwis des pays de l'Adour	Fresh fruitand vegetables PDO,PGI,TSG	3	401	401	401	2,407	50%
	スペイン	PDC PRODECASA			401	401	401		
	ドイツ	LVBW Werbe-GmbH	PDO,PGI,TSG	3	395	350	355	1,100	50%
	ギリシャ	KIN PDO/PGI Producers	PDO,PGI,TSG	3	728	1,006	726	2,460	50%
	イタリア	PROSCIUTTO SAN DANIELE GRANA PADANO	PDO,PGI,TSG	3	1,334	1,324	1,302	3,960	50%

資料:EUのプレスリリースから筆者作成

１２） 規則改正の動き

EU の品質管理政策に関しては、その法的スキームについて 2010 年 12 月に委員会から新たな提案がなされている。この規則案は、従来の地理的表示保護に関する規則（R（EC）510/2006）及び伝統的産品保護の規則（R（EC）509/2006）を統合し、これに加え、任意の品質用語に関する規定を整備するものである。

この改正は、制度を簡素化し、より透明度を高め、また生産者等の負担を軽減すること等を目的とするものであり、地理的表示に関する部分の主な改正事項としては、

- ① 審査期間、異議申立期間の短縮（審査期間 12 ヶ月→6 ヶ月、異議申立期間 6 ヶ月→2 ヶ月）
- ② 名称の保護内容について、禁止される「悪用、模倣、想起」に関し、サービスについても対象に追加
- ③ 先行商標があっても登録された GI の使用が認められることを明記等があげられる。

第 10 表 現行規則と改正規則案の比較

項目	現行規則の条項	改正規則案の条項	主な変更点等
対象範囲	1①	2①, ②	基本的に同一。フレーバードワインが対象外であることが明記された。
定義	2①, ②, ③	5①, ②	基本的な要素は同一だが、①PGIに本質的という要素が明記されたこと、②「地方等の名称」とされていたのが、「産品を特定する名称」とされたこと、③地理的名称という性格が明記されなくなったこと（従来は要件を満たす農産物等を示す伝統的な非地理的名称がGIとみなされた。）等の差がある。
消極的要件			
一般名称	3①	6①, 3⑥(38②)	基本的に同一
植物又は動物の品種	3②	6②(39)	基本的に同一。ただし、品種名と同一の名称が登録された場合、一定の要件の下、品種名は使用可能であることが定められた。
同音異義語	3③	6③	簡略化されているが基本的には同一か。ただし、登録できない名称の明示はなくなっている。
商標	3④	6④	基本的に同一
明細書	4	7	基本的に同一
出願者	5①, ②	46①, 3②	基本的に同一
出願書類	5③, ⑨	8①	基本的に同一
加盟国での出願手続	5④, ⑤	46②, ③, ④	基本的に同一
暫定的な国内での保護	5⑥	9	国内の暫定的保護期間に関する、調整期間がなくなっている。ただし、暫定的な例外措置を参照。
EU委による審査	6	47	審査期間を12ヶ月以内から6ヶ月以内に短縮。
異議申立て	7①, ②, ③, ⑤	10, 48	異議申立期間について、公告の日から6ヶ月を2ヶ月に短縮。申立要件は基本的に同一。
登録	7④, ⑤, ⑥	11, 49	11②にEUが締約国となっている国際協定に従ってEU内で保護されるGIについて登録できる旨の規定を新設。
名称、シンボル	8	12, (41)	ほぼ同一であるが、PDO,PGIの略語を明示。
明細書の変更	9	50	基本的に同一（詳細規定にある規定の一部を規則で規定）
公的管理	10, 11	33, 34, 35, 36, 37	次のような点が詳細化されている。①明細書との整合性の検証のほか、名称使用の監視を公的管理として明示(33③)、②管理当局から管理機関への事務委任(36)、③管理活動の計画、報告(37)
抹消、取消し	12	51	取消事由として5年以上産物が取引されていないことを追加(51①b)
保護	13①, ②	13	悪用、模倣又は想起の対象がサービスについてまで拡大(13①b)。加盟国による名称の不正利用の防止等のための行政及び司法上の措置を明示(13③)。
暫定的な例外措置	13③, ④, (5⑥)	15	現規則13③第1パラ及び④が15①, ②に対応し、現規則第13③第2パラが新規規則15④に対応か？新規規則15①で暫定期間を15年に延長できる場合の1993年7月24日より前に25年間以上使用されてきたとの要件はなくなっている。また、新規規則15①の暫定期間が認められるのは登録申請者の国以外の国を原産地とする産物に限られているので、申請者の国の産物は、新規規則15④の全ての生産者に産品明細書の遵守を確保させることが一時的に困難な場合の対応期間(移行期間?)としての暫定期間のみが認められ、この場合の期間は10年以下とされている。
商標との関係	14	14	商標とGIが共存する場合、GIの使用も認められることを明示(14②)。
その他		41②	管理上の支援のための出資を規定。

13) EU－韓国 FTA 協定

(i) EU-韓国自由貿易協定における GI に関する規定内容

ア 概要

2011 年 7 月 1 日に発効した EU-韓国自由貿易協定では、GI について、第 10 章の知的所有権の章の中で一節を設けて規定されている（Sub-sectionC, 第 10.18 ～第 10.27）。ここでは、保護の基本的仕組み、保護内容等を定めるとともに、双方が互いに保護すべき品目をリストに明示し、保護の対象とすることとしている。なお、地理的表示の定義は TRIPS 協定第 22 条第 1 項の定義に従ったものとなっており、保護内容は TRIPS 協定第 23 条第 1 項の追加的保護の内容に従ったものとなっている。

当該内容については、地理的表示保護に関する韓国国内法である農産物品質管理法と一定の差異がみられ、このような部分については、EU 側の意向が反映されたものと考えられる。今後協議が予定される日－EU の EPA 交渉を考える際にも、参考となるものと考えられる。

イ 保護の基本的要素

第 10.18 では、まず、EU、韓国双方の法制度（EU については（EC）No510/2006）及び（EC）No1234/2007、韓国については農産物品質管理法）が、一定の要素を満たす地理的表示の登録、管理及び保護の制度であると認め合っている⁽³⁵⁾。

この一定の要素については、第 6 項で以下のことが定められており、この要素が GI の登録、管理及び保護の主要部分と両方で合意したと考えることができる。なお、この要素については、一部韓国農産物品質管理法と異なる点があることから(ii) 参照)、特に EU 側として、地理的表示の保護に必要な要素として考えているものと言える。

(ア) それぞれの領域で保護される GI の登録リスト

(イ) ある商品に関し、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、それぞれの国の領域、地域又は地方を原産地であることを特定する地理的表示を確認する行政手続

(ウ) 登録された名称が特定の産品、すなわち、その産品の明細書が定められ、明細書は適正な行政手続によってのみ修正されることとなっているもの、に対応しなければならないことの要求

(エ) 生産に適用される管理規則

(オ) 登録された名称を、対応する明細書に適合する農産物又は食料品を取り扱う全ての事業者が使用できる法的定め

(カ) その名称が知的所有権の形で保護されているかどうかを問わず、その名称の従来からの使用者の正当な利益が考慮されることを保証する異議申立手続

このうち、(イ)の地理的表示の定義については、基本的に TRIPS 協定の定義(第 22 条第 1 項)に従っている。また、(オ)に関連して、協定のこの節で保護される地理的表示については、明細書に適合する産品を取り扱う全ての事業者が使用できることが協定上も明示されている(第 10.20)。

ウ 保護の対象産品

お互いに保護の対象とする産品については、リストに明示することにより特定しており、農産物、食品についてはアネックス A に、ワイン等についてはアネックス B に定められている。農産物、食品については、EU 側が 60 品目、韓国側が 63 品目を定めている⁽³⁶⁾。このリストに定められた農産物及び食品については、第 10 章に定める保護のレベルで相手国で保護される(第 10.18 第 3 項及び第 4 項)。なお、対象産品については、第 10.24 の手続により追加が可能である。

リストに示された産品については、別途の手続なしで保護が認められる。このため、通常の登録で必要とされる異議申立手続が行われないこととなる。

エ 保護内容

保護内容については、第 10.21 第 1 項に定められており、対象となる地理的表示は以下の行為から保護される。

- (ア) 商品の特定又は提示において、当該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(第 10.21 第 1 項(a))
- (イ) 真正な原産地が表示される場合又は地理的表示が翻訳され、若しくは音訳された上で使用される場合又は「種類(kind)」、「型(type)」、「様式(style)」、「模造品(imitation)」等の表現を伴う場合においても、産品を特定する地理的表示を当該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同種の産品に使用すること(第 10.21 第 1 項(b))
- (ウ) パリ条約第 10 条の 2 に規定する不正競争行為を構成する使用(第 10.21 第 1 項(c))

第 10.21 第 1 項(a)及び(c)は、TRIPS 協定第 22 条第 2 項(a)及び(b)にそれぞれ一致している(原産地の誤認を招かないための一般的な保護等)。また、第 10.21 第 1 項(b)は、TRIPS 協定第 23 条第 1 項の追加的保護の規定とほぼ同内容である(なお、「transcription(音訳)」が明示されている)。このように、保護内容については、TRIPS 協定の追加的保護のレベルまで保護しようとの合意になっている。一方、EU 規則第 13 条にある「悪用、模倣、想起(misuse, imitation, evocation)」は明示されていない。

なお、人名の場合の権利の例外(第 10.21 第 2 項)、同音異義語の場合の取り扱い(第 10.21 第 3 項)、地理的表示が原産国で保護されなくなった場合等の取扱い(第 10.21 第 4 項)

についても定められている。

また、保護の実施については、締約国が、公的当局の適切な介入により自ら主導して行わなければならない（第 10.22）。

オ 商標との関係

商標との関係は、

（ア）地理的表示の保護，すなわち承認の適用の日（the date of application for protection or recognition）の前に，参加国の領域内で出願され，登録され，使用により確立された商標については，その商標の継続使用が認められる（第 10.21 第 5 項）。

（イ）第 10.21 第 1 項の地理的表示保護の内容に抵触する商標について，その出願が地理的表示の保護，すなわち承認の適用の日より後にされているときは，その商標の登録は拒絶され，又は無効とされる（第 10.23 第 1 項）。なお，「地理的表示の保護，すなわち承認の適用の日」とは，当初からリストに載っている製品については協定発効の日，追加された製品については保護（承認）の要求の日とされている（第 10.23 第 2 項）。

（ア）については，「継続使用」が認められることを定めており，EU 規則第 14 条第 2 項とほぼ同一の規定ぶりである。これは，「商標の登録の適格性若しくは有効性又は商標を使用する権利を害するものであってはならない」ことを定める TRIPS 協定第 24 条第 5 項とは規定ぶりが異なる。このため，既存商標があった場合でも，地理的表示の保護を認め，その場合の既存商標の継続使用を認めたものではないかと考えられる。

（イ）については，EU 規則第 14 条第 1 項とほぼ同内容であり，また，TRIPS 協定でもぶどう酒等について定める内容（第 23 条第 2 項及び第 24 条第 5 項）とほぼ同内容である。

カ その他

品目リストの追加，削除等に関し，コンセンサス方式で決定を行う作業グループが設立されることとなっている（第 10.25）。

また，個々の主体が EU 又は韓国の関係法律の下で，登録・保護を受けることは妨げられない（第 10.26）。

（ii） 韓国農産物品質管理法等との関係

ア 農産物品質管理法との関係

FTA 協定で保護の対象としてリストに記載された製品については，農産物品質管理法上の登録手続は取られず，FTA 協定で合意された保護内容は，不正競争防止法により国内的に担保される（イ参照）。

一方，FTA 協定上，EU 側は，農産物品質管理法を一定の要素を満たす地理的表示の登録，管理及び保護の制度であると認めているので，協定の内容と農産物品質管理法の内容

の比較を行うこととする。同法における地理的表示の保護は、EU の要請も踏まえて作成されたものであり、EU の保護の仕組みと多くの共通点があるが、一定の差異もある。このような部分は、EU 制度に整合するよう FTA 協定の内容が定められており、EU 側の意向が感じられる。

協定と農産物品質管理法が整合しない主な部分は以下のとおりである。

(ア) 地理的表示の定義

韓国品質管理法においては、地理的表示については「その特定地域で生産及び加工されたことを示す表示」であることが要件とされており(同法第 2 条第 7 項)、原料生産及び加工ともその地域で行われなければならない点で、EU の PDO に近いものである。一方、協定上の定義はそれよりも広くなっており、例えば原料の生産地がその地域でない場合も対象とされうる定義である。實際上、EU のリストにある産物のうち、例えばパルマハムの原料の生産地はパルマ地方よりも広い地域となっており、また、PGI に該当する品目も対象となっている(例 Salchichon de Vic(スペイン))。

(イ) 地理的表示を使用できる者の範囲

協定では明細書に適合する産品については誰でも名称を使用できることとされているが、農産物品質管理法においては、地理的表示の登録を受けた者(生産者団体等)に地理的表示権が与えられ(同法第 8 条の 2)、この地理的表示権は独占権を有する知的財産権とされている(同法第 2 条第 9 項)。例外的に、地理的表示権は登録対象地域で生産される同一品目の農産物等に使用される場合には権利が及ばないが(同法第 8 条の 2 第 2 項)、明細書に適合する産物を取り扱う全ての事業者がその名称を使えるわけではない。

(ウ) 商標との関係

商標との関係では、協定では、先行商標の継続使用が認められるとの規定であり、先行商標がある場合でも地理的表示の保護があり得ることが前提となる規定である。一方、農産物品質管理法では、先に出願、登録された商標がある場合地理的表示の登録が受けられないことになっており(同法第 8 条第 7 項第 2 号)、扱いに差が見られる。また、協定では、地理的表示が登録された後のこれと抵触する商標の登録を拒絶し、又は無効とする旨が定められている。従来韓国商標法ではこれに関する明示的な規定はなかったが、2011 年に行われた改正により、農産物品質管理法及び水産物品質管理法に基づき登録された地理的表示並びに FTA 協定によって保護する地理的表示と同一・類似の商標は商標登録を受けられない商標として明示された(商標法第 7 条第 1 項第 16 号及び第 17 号)。

第 11 表 FTA 協定と韓国農産物品質管理法の差異

項目	FTA協定の内容	韓国農産物品質管理法の内容
地理的表示の定義	ある商品に関し、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、それぞれの国の領域、地域又は地方を原産地であることを特定する表示	産物の名声、品質その他の特徴が本質的に特定地域の地理的特性に起因する場合に、その産物がその特定地域で生産・製造及び加工されたことを示す表示(加工品の場合原料生産もその地域で行われることが必要)
地理的名称を使用できる者の範囲	明細書に適合する産品については、誰でも表示を使用することが可能	地理的表示の登録を受けた者に対し、独占的使用権。ただし、登録対象地域で生産される同一品目の産物については権利の効力が及ばない。
既存商標との関係	地理的表示の保護の前に出願等された商標については、その継続使用が認められる	先に出願又は登録された商標と同一又は類似の地理的表示は登録が受けられない(先願主義)

資料：筆者整理

注. FTA 協定と EU 規則との差異としては、EU 規則では保護内容に「悪用、想起、模倣」が明示されているのに対し、協定では明示されておらず、FTA 協定の保護内容は TRIPS 協定の追加的保護の水準。

イ 不正競争防止法との関係

FTA 協定で保護の対象としてリストに記載された地理的表示の保護については、不正競争防止法により国内的に担保される。

具体的には、2011 年に行われた不正競争防止法の改正で、一条を設けて、外国と締結した自由貿易協定によって保護する地理的表示に対して、原産地を誤認させる場合だけでなく、真の原産地表示以外に使用する場合、翻訳・音訳して使用する場合、「種類」「様式」等の表現を伴う場合についても、その地理的表示の使用を禁止している（第 3 条の 2）。

（３） EU 以外の国の状況

１） 概況

どのような方法により地理的表示を保護するかについて、諸外国の動向を見ると、大きく独自の（sui generis）保護制度によるものと商標制度の活用によるものがある。

前者は、地理的表示を商標とは異なる知的財産として特別の制度で保護しようとするものであり、EU の保護制度が代表的なものであるが、EU の他約 80 カ国で採用されている。特別の保護制度を取っている国でも、内容は各国により多少異なっており、対象品目は、農産物・食品以外にも、手工芸品、工業製品を含めている国が多く、サービスも対象としている国もある。また、登録制度がない場合（シンガポール等）や保護に必ずしも登録を必要としない場合（インド、マレーシア等）もあり、保護水準についても一定の差が見られる。権利保護については、行政が積極的に行うのではなく、地理的表示を使用できる者の行動に委ねられていることも多い。

一方、アメリカ、カナダ、オーストラリア等は特別の保護制度を設けておらず、商標制

度による保護を指向している。なお、中国、韓国のように、特別の保護制度を設けながら、商標制度においても、地理的表示の定義を設けて明示的に保護を可能としている国もある。

これについて、高橋（2011）は、①独自の制度を設けて保護している国、②商標法により保護すると同時に独自の保護制度によって保護している国、③商標法の特別規定により保護しているが独自の法制度を検討している国、④商標法の特別規定により保護している国に4分類している。

ここでは韓国及び中国の制度の概要、及びアメリカの証明商標制度を取り上げる。

第12表 地理的表示について独自の（sui generis）保護制度を持つ国

地域	農産物・食品の地理的表示について独自の（sui generis）保護制度を持つ国
アジア	中国、インド、インドネシア、北朝鮮、韓国、キルギス、マレーシア、モンゴル、シンガポール、スリランカ、タジキスタン、タイ、ウズベキスタン、ベトナム(14カ国)
中東	イスラエル、ヨルダン、オマーン、カタール(4カ国)
欧州	EU(27カ国)、アルバニア、アルメニア、アゼルバイジャン、ベラルーシ、ボスニア・ヘルツェゴヴィナ、クロアチア、ブルガリア、カザフスタン、マケドニア、モルドバ、ロシア、セルビア・モンテネグロ、スイス、トルコ、ウクライナ(EU及び16カ国)
北米	なし
中南米	アルゼンチン、バルバドス、ボリビア、ブラジル、チリ、コロンビア、コスタリカ、キューバ、ドミニカ共和国、エクアドル、エルサルバドル、グアテマラ、ハイチ、ホンジュラス、メキシコ、ニカラグア、パナマ、ペルー、セントルシア、トリニダード・トバゴ、ウルグアイ、ベネズエラ(22カ国)
オセアニア	なし
アフリカ	アルジェリア、ベニン、ブルキナファソ、カメルーン、中央アフリカ、チャド、コンゴ、ガボン、ギニア、ギニアビサオ、赤道ギニア、コートジボワール、マリ、モーリタニア、モーリシャス、モザンビーク、ニジェール、セネガル、トーゴ、チュニジア、ジンバブエ(21カ国)
計	EU(27カ国)及び77カ国

資料：O'Connor and Company(2007)「Geographical indications and TRIPs:10 years later A Roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members」のデータ（EU以外の161カ国の調査）を基に整理したもの。

注. このほか、制度はあるが未施行の国として、パーレーン、クウェート、ガイアナ、ジャマイカ、セントヴィンセント・グレナディン、ニュージーランド、モロッコがある。

2) 韓国

(i) 概況

韓国はEUとの基本協力協定に基づき、1996年に農産物品質管理法を改正し、地理的表示の登録の根拠規定を整備している。2002年に第1号としてポソンの緑茶が登録されており、現在の登録数は農産物66品目、林産物29品目の計95品目となっている（このほか、水産物品質管理法に基づき9品目が登録）。なお、2012年に両法を統合する改正案が成立した（資料4(2)）。

EUと類似する仕組みであるが、団体に地理的表示権（独占権）を与えているなど、相違点も多い。

一方、商標法においても、地理的表示団体標章の仕組みを設けて、地理的表示を保護し

ている。

(ii) 地理的表示の定義

地理的表示の定義としては「農産物又はその加工品の名声、品質、その他の特徴が本質的に当該地域の地理的特性に起因する場合に当該農産物又はその加工品がその特定地域で生産及び加工されたことを示す表示」とされている（農産物品質管理法第2条第7項。以下特記なき限り条文は同法のことを指す）。水産物関係については、同内容が水産物品質管理法により規定されている。

「地理的特性に本質的に起因する」ことを要件として求めており、また、加工品については原料の生産及び加工が当該地域で行われることが必要としているなど、EU の制度で言えば PDO に近いものである。ここで、加工品の場合、メインの原料の生産及びその加工がその地域で行われることが必要であり、行政の指導としてはなるべくすべての原料についてその地域産のものとするよう指導しているとのことである⁽³⁷⁾。

(iii) 地理的表示の登録手続き

登録を希望する者は、登録申請書及びその附属書類を提出する（第8条第2項）。この提出書類として、生産基準、品質基準、品質管理の方法等が含まれる。

審査は、地理的表示登録審議分科委員会で行われる。委員会のメンバーは、関係機関職員7名、民間（大学の学者、消費者団体代表、農業者団体代表等）10名の計17名である。

申請が可能なのは、原則として生産者、加工業者等の団体であり、生産者等が一人の場合は個人で申請が可能である。団体が、生産者等の加入を禁止したり、困難な加入条件を付けている場合は登録が拒絶される（第8条第7項第6号）。

(iv) 要件の審査

「名声が本質的に当該地域の特性に起因する」か否かの判断については、主観的な部分があり判断が難しいが、歴史的背景や消費者アンケート等により判断されるとのことである。多数の委員が納得できる証明を申請者が提出することが必要である。一定の継続生産も要素として考慮されており、明文の規定はないが、委員会のメンバーの一人は20年を目安に判断しているとの説明である。

申請団体に加盟する生産者の全体に占める割合が小さい場合は申請が拒絶されるが、基準として明確な数値はない。委員会の委員の一人は50%以上が目安と説明している。

(v) 地理的表示権

登録された地理的表示を排他的に使用できる権利を「地理的表示権」として定義している（第2条第9項）。地理的表示の登録を受けた者が地理的表示権を持ち（第8条の2第1項）、登録対象者は基本的に団体なので、団体に加入しないと原則として表示が使えないことになる。ただし、地理的表示権の効力には例外があり、登録対象地域で生産される農

産物又はその加工品に使用する地理的名称等には及ばないこととされる（第 8 条の 2 第 2 項第 4 号）。このため、生産基準等を満たさない農産物にも、地理的名称が使用できるとなっている（ただし、マークは使用不可）。生産基準等を満たさない農産物に名称使用を認めているのは、GI 産品は従来から著名な産品であり、これまでその名称を表示できていた者の利益保護のためとのことである。

地理的表示権は登録者のみが持ち、小分け業者等はその権限を持たない。このため、登録者が小分けされた形のものにマークを付す必要がある。

地理的表示権者に対しては、差止請求権（第 8 条の 4）及び損害賠償請求権（第 8 条の 5）が認められている。損害賠償については、登録事実を知っていることの推定や損害額の推定の措置が講じられている。

（vi） 商標との関係

韓国の商標法では、一般の商標のほか、地理的表示団体標章の仕組みが設けられている。韓国の商標法上、一般の商標については、原則として産地を普通の方法で表示した標章や顕著な地理的名称からなる商標は、商標登録を受けられない。一方、地理的表示団体標章は、地理的表示を内容とするものであり、産地等を表示するものであっても、生産者等により構成される法人が登録を受けられる（韓国商標法第 6 条第 3 項）。権利の効力は、指定商品に関する商標の排他的使用権である。なお、韓国商標法上「地理的表示」は、「その商品の所与の品質、名声又は他の特徴が実質的に特定地域に由来するものである場合に、その特定地域に産出する商品であることを明示する表示」と定義されている。農産物品質管理法の定義が、原料生産についてもその地域で行われることを求めていることに比べ、範囲が広がっており、EU の PGI 及び TRIPS 協定の地理的表示の定義とほぼ同様のものとなっている。

農産物品質管理法に基づく地理的表示と、商標及び地理的表示団体標章との関係については、

ア 地理的表示の登録申請より先に出願され、又は登録された商標（地理的表示団体標章を含む。）と同一又は類似する地理的表示は登録を受けられない（第 8 条第 7 項第 2 号）。商標との抵触を確認するため、農林水産食品部長官は特許庁長官に意見照会しなければならない（同条第 3 項）。

イ 地理的表示権の効力は、地理的表示の登録申請前に登録され、又は登録審査中の商標には及ばない（第 8 条の 2 第 2 項第 2 号）。

アのとおり、商標との間で先願主義が取られている。このような整理になっている以上、イのような状況は生じないとも考えられるが、イは念のため置いている規定であるとの説明である。

また、韓国商標法上、需用者が特定の地域の商品を表示するものと顕著に認識している地理的表示と同一又は類似の商標であって、不当な利益を得ること等のため使用されるものは登録を受けられないこととされており（第 7 条第 1 項第 12 号の 2）、実質上、農産物

品質管理法に基づき地理的表示の登録を受けたものは商標の登録を受けられないとの扱いであった。2011 年の商標法改正で、これに加え、農産物品質管理法によって登録された地理的表示と同一又は類似の商標であって、その地理的表示を使用する商品と同一又は同一と認識されている商品に使用するものは商標登録を受けられないことが定められた（第 7 条第 1 項第 16 号）。また、地理的表示団体標章権の効力は、地理的表示であってその商品の生産者等が使用するものには及ばないことが定められている（第 51 条第 2 項第 3 号）。

（vii） 管理体制

基準の遵守等の管理については、第一義的には権利者である生産者団体に任される。GI 登録申請の際、管理の方式も内容に含めて申請がされており、これが政府との約束になっているとの説明である。これが守られないときは、是正命令、登録取り消し等の対象となる（第 8 条の 8）。

行政によるチェックは、農産物品質管理院が行う。説明では 4 半期ごとに 1 回以上チェックをしているとのことである。内容は、生産段階の農薬等の使用状況の現地での確認、販売物を購入して品質をチェック等がある。こういうチェックを通じ、例えばみかんで、糖度 11 度以上のものを基準としているときに、そうでないものが地理的表示産品として売られていることが判明すれば、行政処分の対象となり得る。

偽装品の対応も農産物品質管理院の業務だが、実際の事例は多くない。実例としては、ハムアンのスイカで、出荷用の箱が外部に流出したケースがあり、生産者団体及びその箱を入手した違反者を処罰した。

なお、農産物品質管理院のスタッフは約 1,450 人、うち約 1,100 人が特別司法警察官であり取締りを行える。広域市・郡レベルに 9 支院をおき、109 出張所を設置している。

（viii） その他

ア 加工品

地理的表示登録産品を使用した加工品に、地理的表示の名称を使用できるかどうかについては、原料として 100 % 使用しているときのみに名称を使用できるとの説明である。

イ 手数料

申請 1 回につき 10 万ウォン（W）。維持のための手数料はない。

ウ 植物品種名との関係

植物品種名と同一の地理的表示であっても登録可能である。ただし、地理的表示の登録申請前に、種子産業法に基づき登録され、又は出願審査中の品種の名称に対しては地理的表示権は及ばない（第 8 条の 2 第 2 項第 3 号）。

（ix） EU 制度との差異

まず、農産物品質管理法上の地理的表示の定義が、EU 制度に比べ狭くなっており、EU

の PDO と類似のものになっている。

大きな差異の一つは、生産基準、品質基準を満たさないものであっても、その地域で生産されるものであれば、地理的表示の使用が認められている点である。他産地のものは排除できるとはいえ、品質等の基準に適合するもののみが表示を行えるというのが、地理的表示保護の基本的な要素と考えられ、この点では必ずしも十分な制度にはなっていないと思われる⁽³⁸⁾。

また、「地理的表示権」という権利として構成しており、団体に独占権を認める仕組みとなっている。基準に適合する限り誰でも地理的表示が使用できる EU の仕組みと異なり、団体に加入しない限り少なくともマークは使用できないこととなるが、これが適当かは議論の余地があろう。

なお、商標との関係では、地理的表示団体標章が先行してあれば、地理的表示は登録できないとの仕組みになっており、この点も相違点の一つである。

以上のように、韓国の地理的表示保護制度は、①品質保証機能が弱く、むしろマークによる優良製品の認証との性格があること、及び②地理的表示権者に一定の独占を認めることや地域団体標章との関係など商標による保護と類似する性格があること、等の特徴を持つものと考えられる。

3) 中国

(i) 概況

中国における地理的表示の保護の仕組みは、

ア 「商標法」に基づく団体商標又は証明商標によるもの（管理当局は商標局）

イ 「地理的表示製品保護規定」によるもの（管理当局は国家品質管理総局）

ウ 「農産物地理的表示管理規則」によるもの（管理当局は農業部）

が併存している。

このように、中国の法制度は重複構造による保護を認めており、また、管理当局も異なり制度間の調整も図られているとは言い難い。このため、中国において地理的表示を保護するためには、商標登録だけでなく国家品質検査総局による地理的表示製品の認可及び農産物地理的表示の登録が必要であることが指摘されている⁽³⁹⁾。

(ii) 商標法に基づく団体商標及び証明商標

中国商標法第 16 条は、地理的表示について、「ある商品がある地域を産地とし、当該商品の特定の品質、信望又はその他の特徴が主に同地域の自然的要素又は人文的要素によって決定されていることを表す表示」と定義されている。この地理的表示については、証明商標又は団体商標⁽⁴⁰⁾として登録を出願できるとされている（商標法実施条例第 6 条）。この出願に当たっては、使用管理規則の提出が必要であり、使用管理規則には、商標を使用する商品の品質、商標を使用する手続、検査監督制度等を定めなければならない（同条例

第 10 条及び第 11 条)。また、申請を行う団体は商品の品質を監督する能力を備えていなければならない、その団体が有する、又はその委託する機構が有する専門技術者及び専門検査測定設備等の状況の説明によりこれを明らかにすることとされている(同条例第 4 条及び第 5 条)。

地理的表示を証明商標として登録した場合、その商品について当該地理的表示を使用する条件に合致する自然人、法人その他の組織は当該証明商標を使用することを要求することができ、当該証明商標を管理する組織はこれを認めなければならない。団体商標として登録した場合は、当該地理的表示を使用する条件に合致する自然人、法人その他の組織は団体商標を登録した団体等に参加することを要求でき、団体等は会員として受け入れなければならない。参加を要求しない場合も、正当に地理的表示を使用することができ、団体等はこれを禁止する権限を有しない(商標実施条例第 6 条)。団体商標及び証明商標の登録者が有効な管理・制御を行わず、当該商標を使用する商品が使用管理規則の要求に達せず、消費者に損害を与えた場合は、工商行政管理部门が改善を命じ、これに従わなかった場合過料の対象となる(商標実施条例第 21 条)

このように、中国における地理的表示に関する商標による保護については、ほぼ TRIPS 協定の定義と同様の地理的表示に関する定義を置いた上で、地理的表示に関する団体商標及び証明商標に特別の規定を置き、管理規則で決められた品質等の条件に合致するものには商標を使用でき、品質を管理する能力を有する団体によってそのコントロールがなされる仕組みとなっている。

(iii) 地理的表示保護規定による保護

国家品質検査総局により 2005 年に定められた地理的表示品質保護規定による保護である。同規定上、「地理的表示製品」は、「特定の地域から産出され、その備える品質、名声又はその他の特性が本質的に当該産地の自然的要素及び人為的要素によって決定され、審査認可を経てその地名をもって命名される製品」と定義されている。TRIPS 協定と同様の要素を含むが、これにプラスして、「審査認可を経て命名される製品」との要素がある。

申請は人民政府が指定する地理的表示製品保護申請機構又は人民政府が認定する協会及び企業が行う(第 8 条)。産地範囲の確定については地方政府が意見を提出する(第 9 条)。地理的表示製品については、国家基準、地方基準又は管理規範が設定される(第 17 条)。品質検査は省級の品質技術監督部門等が行う(第 19 条)。地理的表示の産地範囲内の生産者が地理的表示製品の製品マークを使用する場合、現地の品質技術監督局等に申請を提出し、審査を経て、かつ国家品質検査総局の審査に合格して登録登記した後に、公告が出される。これにより、専用マークの使用が可能となり、地理的表示製品保護を受けることができる(第 20 条)。無断で地理的表示名称及び専用マークを使用し、又は偽造した場合、製品基準等に合致せずに名称を使用した場合、専用マークに類似し、誤解を生じさせやすい名称若しくは標識等を使用した場合は処分の対象となる(第 21 条)。監督については、各地の品質技術監督局等が基準の合致性等について監督管理を行う(第 22 条)。基準に適

合しない生産等の場合は専用マークの使用登録の抹消が行われる(第 23 条)

(iv) 農産物地理的表示管理規則による保護

標記規則は 2007 年に農業部により制定されている。対象となる農産物は、農業由来の一次産品、すなわち農業活動の中で獲得した植物、動物、微生物及びその製品と定義されている(第 2 条)。また、「農産物地理的表示」は、「農産物が特定の地域を産地とし、商品の品質及び特徴が主に自然生態環境及び歴史人文的要素によって決まり、かつ地域名称により命名された特有の農産物表示」と定義されている。農産物地理的表示は、登録により保護の対象となる(第 3 条)。登録の要件としては、①名称が地域区域名称及び農産物に通用する名称で構成されていること、②産品の独特の品質上の特性又は特定の生産方式があること、③品質及び特色が主に独特の自然生態環境及び人文歴史的要素により決まること、④産品に限定的な生産区域があること等が定められている(第 7 条)。出願者は農産物地理的表示及びその産品を監督・管理する能力等を備える農民専業合作経済組織、業種協会等組織である(第 8 条)。生産者が登録証書保有者に対し地理的表示の使用を申請し、協議書を締結した上で表示を使用する(第 15 条)。県級以上の人民政府農業行政主管部門が、定期的な監督検査を行う(第 18 条)。なお、表示のための共通の標識が定められている(第 14 条)。

4) アメリカ

アメリカには、地理的表示の保護そのものを目的とした制度はない。一方、アメリカは WTO 交渉において、地理的表示は証明商標制度により保護できると主張している。以下は、この証明商標制度の概略について述べる。

米国商標法上、「証明商標」は、①語、名称、記号若しくは図形又はその結合であって、②(ア)その所有者以外の者によって使用されているか、又は(イ)それをその所有者が所有者以外の者に取引上使用させる誠実な意図を有しており、かつ、この章によって設定された主登録簿への登録を出願するものであって、③その目的が当該人の商品若しくはサービスに関する地域的若しくはその他の出所、材料、製造方法、品質、精度若しくはその他の特徴、又はその商品又はサービスについての作業若しくは労働が組合若しくはその他の組織の構成員によって行われたことを証明することにあるもの、とされている。すなわち、権利者が権利者以外の者に使用させる商標で、商品等の地理的出所、品質・製造方法等が一定の水準であること等を証明するものである。アメリカ商標法上、主として地理的に商品を記述するものは登録を受けられないことが原則であるが、この証明商標については、原産地表示である場合も登録が可能である(第 2 条及び第 4 条)。

この証明商標については、登録人が、①商標を管理していないか若しくは正当に管理することができないこと、②その商標が適用されている商品又はサービスの生産若しくは販売に従事していること、③証明行為以外の目的でその商標の使用を許可すること、④その商標が証明する基準若しくは条件を維持している者の商品若しくはサービスを証明するこ

と若しくは引き続き証明することを差別的に拒絶すること、の事情にあるときは取消の対象となる(第 14 条)。ここから、登録者は、商品等の基準等適合性につき管理能力が必要であり、また、基準等を満たす者には証明を拒んではならないことが示されている。

このような内容の商標であるため、アメリカは商品の一定の特徴が原産地に結びついてるときに、その原産地を表示する地理的表示について、証明商標で保護できると主張しているものと考えられる。

注 2 尾島 (1999) は、1990.12 のブラッセル閣僚会合用のテキストでは「…where a given quality or other characteristic on which its reputation is based is essentially attributable to its geographical origin」となっており、確立した品質又はその他の特徴があつて、かつ、名声のあるものだけが保護の対象となり、最終テキストよりも要件が厳しかったことを指摘している。

3 このほかパリ条約第 10 条の 2 に規定する不正競争行為を構成する使用が規定されている。

4 一般の産品については、真正の原産地について公衆を誤認させるような場合に限る(第 22 条第 3 項ただし書)。ぶどう酒等についてはそのような条件はない(第 23 条第 2 項)。

5 協定署名日

6 伊では 25 年以上の使用実績が必要としている。

7 現在提案されている規則改正案では、「…name which identifies a product」と一定の要件を満たす産物を特定する名称と定義されている。

8 このほか、仏の PDO であるルブション・チーズがある。

9 例えば、仏の Coquille St. Jacques de Cotes d'Armor (アルモー湾のホタテ)

10 例えばパルマハム (PDO) の場合、ハムの生産地はパルマ丘陵地域であるが、原料の豚の生産地はイタリア北部の 10 州となっている。

11 この点、荒木 (2004) はヌガーに関する 1992 年の欧州司法裁判所判決において、「商品が地理的起源に由来する品質を持つておらず且つ他の商品との品質上の相違を客観的に証明できない場合であっても地理的呼称は保護され得る、とする解釈論、-品質中立主義 quality neutral-と称される」が理論構成として示されたことを指摘した上で、規則 2081/92 の地理的表示は「品質中立主義の観点から原産地呼称の保護要件を充足しない呼称をも保護対象とするため設けられた制度と考えられる。」としている。

12 2011.3 EU 担当者による説明。一般のものとは異なるその地域特別のものという説明であり、仮に成分的には同じものが他の地域で作ることが不可能でないとしても、様々な背景からその地域特別の産品として認識されるものであることが必要とのことである。

13 保護の種類は、地理的表示の登録によるもののほか、商標、公的規制によるものでも可とされる (Frank Fay (2009))。

14 公式に決定されたものではないが、チーズでは、カマンベール、ブリー、エダム、ゴーダ、チェダー、エメンタールが一般名称に当たるとされている。

15 このような場合、品種名を変更することにより地理的表示名称の登録が行われることがあるとの指摘がある。例えば、須田 (2011) は、仏のメヌ・アンジュ (PDO, 牛肉) の場合、旧来のメヌ・アンジュという品種名が Rouge des pres という品種名に変更された例を紹介している。

16 製法は、伝統的な製法が基本となるが、申請にあたり一定の統一を図ったり、新しい方法を導入することも行われている (2010.1 仏ブリーチーズに関する調査での聞き取り)。また、製造業者により一定の幅もある。

17 現在の EU 規則の前の規則である EEC 第 2081/92 号の下での案件であるが、イタリアで生産されたパルマハムを、イギリスで薄切り、包装してパルマハムの名称で販売したケースに関し、欧州司法裁判所は、明細書により薄切り・包装を産地で実施することを義務づけることは可能だが、このケースの場合その明細書の内容が周知されていないため、その遵守を要求できないとした (2003 年 パルマハムラベル事件欧州司法裁判所判決)。

- 18 パッキング地域を限定することを正当化する理由としては、品質の確保上の必要性や不正行為の防止等がある。
なお、詳細規則付属書 I では、スライス、すりおろし、パッキング等に関して制限がある場合は、それを正当であるとする理由を明示することを求めている。
- 19 天候等により、場合によって生産基準の一部を満たせなくなることがあらかじめ想定されるときは（例えば、長雨続きで明細書で定める一定期間以上の放牧ができない）、そのような場合における生産基準を定めておくことも可能とされる（2011.3 EU 委担当者からの説明）。
- 20 例えば、カマンベール・ド・ノルマンディが登録されているときに、カマンベールが一般名称であるとする、カマンベール自体を使用することは規則第 13 条第 1 項に反しない。
- 21 パルマハムが登録されている場合、パルマ産ハムとするのも禁止事項に該当するとされる（2010.1 EU 委担当者からの聞き取り）。また、香水に「シャンパン」を使用することも評判の不当な利用とされる（2010.1 仏 INAO の資料による）。どのような場合が不当な利用となるかについては、名称使用の意図、態様等を総合的に判断し、最終的には司法判断によるとの説明である（2011.3 EU 担当者の説明）。
- 22 EU 委は、名称が登録された産品を原料とする加工品についての表示のガイドラインを作成中である（6（3）3）ii）参照）。
- 23 P72 脚注 124 参照
- 24 旧規則（EEC2081/92）の施行日
- 25 要件は、①登録名称と同一の被登録名称が 1993 年 7 月 24 日よりも前少なくとも 25 年間にわたって法的に一貫して公正に使用してきたこと、②その名称を使用する目的が登録名称の評判から利益を得るためではなかったこと、かつ、消費者は産物の真の原産地に関して誤認していなかった又は誤認していなかったであろうことが示されること、③同一名称であることに由来する問題が、名称の登録以前に生じたこと、を全て満たすこととされている。
- 26 新規規則案においては、公的管理として、①明細書との整合性の確保、②保護内容が遵守されることの監視、の 2 つがあることが明確にされている（新規規則案第 33 条第 3 項）。
- 27 2011.3 EU 委担当者の説明によれば、商標の申請の際、登録された地理的表示対象産品の〇〇に使用されるとして申請すればよいとのことである。実際上も、地理的表示対象産品に関し、製造業者ごとの差別化を図るため、商標の登録がされる場合がある。
- 28 現在提案されている改正規則案では、地理的表示の登録前に商標がある場合であっても、地理的表示について使用が認められることが条文上明確にされている（新規規則案第 14 条第 2 項）。
- 29 1919 年原産地呼称法、1935 年ワインについての統制原産地呼称（AOC）法等
- 30 本来、EU 規則に従って、統一的なルールの下、PDO（AOP）の保護を図ることが原則と考えられる。
- 31 保護管理組織は、原産地呼称等の対象となる農産物の保護及び管理を行う組織で、生産者から構成される。明細書を作成し、管理計画の作成に関与し、生産者リストの作成等を行う。
- 32 2010.1 の調査時の聞き取りでは、国の委員会と生産者で作成するとの説明であった。
- 33 当該支援策の利用率は低い。GI 産品の実産者への直接的な生産支援は行われておらず、公的機関としては、特定地域・特定生産者のプロモーションに直接関わることは避ける必要があり、プロモーション支援基金による支援や、一般的な PGI/PDO 制度全体の普及・振興の活動を中心としているとの EU 担当者の説明であった（2011.03）。
- 34 EU 加盟国に対して行った調査によると、ハンガリーとスウェーデンを除き、地理的表示産品の生産・販売促進のために、何らかの支援をしていると回答があった（London Economics (2008)）。しかしながら、第 8 表及び第 9 表でも同様の傾向が見られたように、支援の方法には国によって大きな差があり、概して南ヨーロッパの方が厚い。
- 35 第 10.18 の対象は、農産物、食品及びワインであり、第 10.19 に定めるアロマタイズドワイン及びスピリッツは含まれていない。ただし、第 10.18 に基づくリストであるアネックス 10-A にはワインは含まれず、第 10.19 に基づく 10-B に記載されている。
- 36 ワイン、アロマタイズドワイン、蒸留酒については、EU 側が 102 品目、韓国側が 1 品目を定めている。
- 37 2010.8 韓国農林食品安全部担当者等からの聞き取りによる。以下、韓国の項の聞取内容は、この際の調査内容

によっている。

- 38 農林水産食品部担当課長からは、将来的には団体に加盟していない生産者は地理的表示が使えないようにしていきたいとの発言があった。
- 39 中国における団体商標・証明商標(ジェトロ北京センター，平成 21 年度特許庁委託事業)P24。なお，本項に記載した中国の制度の概要については基本的にこの報告書の内容に依っている。
- 40 商標法上，「団体商標」は，団体，協会又はその他の組織名で登録し，同組織構成員の商業活動の使用に供し，使用者の当該組織における構成員資格を表示する商標と，「証明商標」は，特定の商品又はサービスに対して監督能力を有する組織が管理しており，当該組織以外の単位又は個人がその商品又はサービスについて使用し，当該商品又はサービスの原産地，原料，製造方法，品質又はその他の特別な品質を証明する商標と定義されている(商標法第 3 条)。