

4. 我が国における状況

(1) 我が国における地理的表示に関連する制度

1) 概況

我が国では、TRIPS 協定に対応するため、不正競争防止法に基づき、原産地を誤認させるような表示を不正競争として禁止している。また、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律に基づき、ぶどう酒、焼酎等の酒についての地理的表示を保護しており、保護内容としては、真正な原産地が表示される場合や、「種類」「型」「様式」「模造品」等の表現を伴う場合も当該地理的表示の使用を禁止している(追加的保護に対応)。なお、地域ブランドの商標による保護として、地域団体商標の制度が設けられている。

2) 不正競争防止法

(i) 制度概要

不正競争防止法においては、事業者間の公正な競争等を確保するため、不正競争を規制しているが、この「不正競争」として、商品にその商品の原産地、品質等について誤認させるような表示をし、又はその表示した商品を譲渡等すること(原産地等誤認惹起行為、第2条第1項第13号)等が定められている。

この原産地表示にはいわゆる原産地名称(地理的表示)を含むと解されているが、真正な原産地を併せて表示する場合や、～式、～風等の語をつけて使用する場合は、基本的に原産地の誤認を生じさせるものではないと解されている。ただし、後者については表示から期待される品質を誤認させるものとして、原産地等誤認惹起行為に該当する場合があります。

また、ある表示が他人の商品等の表示として需用者の間に広く認識されている場合、その表示を使用すること等についても不正競争とされる(商品主体混同行為、第2条第1項第1号)。このため、地理的表示が、ある者の商品を表示するものとして広く認識されているときは、その表示の使用は商品主体混同行為となりうる。

この不正競争については、不正競争により営業上の利益を侵害される者に対する差止請求権(第3条)が規定されるとともに、不正競争を行って他人の営業上の利益を侵害した者に対する損害賠償義務(第4条)、損害額の推定等の損害賠償請求を容易にする措置(第5条～第9条)が講じられている。

また、不正の目的をもって原産地等誤認惹起行為をした者及び(不正の目的が無くとも)虚偽表示をした者については、5年以下の懲役若しくは500万円以下の罰金又はその併科(法人は3億円以下の罰金)の対象となる(第21条第2項、第22条第1項)。

なお、この制度は、地理的表示に関し原産地を誤認させるような表示を禁ずる TRIPS

協定第 22 条を国内的に担保する役割を果たしている。

このほか、不正競争防止法以外の公正な競争を確保するための表示規制で、地理的表示に関連するものとして、不当景品類及び不当表示防止法や私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律等がある。前者においては、一般消費者に対し、商品等の品質、規格その他の内容について実際のもの又は競争事業者のものより著しく優良であると示すことにより、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害すると認められる表示等が不当な表示として禁止される。後者では、自己の供給する商品等が実際のもの又は競争者のものより著しく優良であると顧客に誤認させることにより、不当に誘引することが、不公正な取引方法の一つである「ぎまんの客誘引」として禁止される。

(ii) 問題点

不正競争防止法は、原産地等誤認惹起行為等の禁止を通じ、地理的表示の保護に資するものである。しかしどのような表示が禁止される表示となるかは解釈によることとなるため、必ずしもその範囲が明確でない⁽⁴⁹⁾。また、産地を併記した場合や、～風等の語を用いた場合は原則として不正競争とならないなど、必ずしも十分な地理的表示の保護とはなっていない。また、その商品の品質の水準そのものは問うていないため、消費者としてその商品がどのような品質のものであるかを知る手法とはならないこととなる。

また、損害賠償の請求を行う場合は、加害者が原産地等誤認行為を行ったことの立証では不十分で、損害の発生及び原産地等誤認行為と損害発生の因果関係等を証明する必要がある。損害賠償を通じて是正を図ることは必ずしも容易でないものと考えられる。

3) 酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（酒団法）

(i) 制度概要

酒団法においては、財務大臣は、酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため酒類の表示の適正化を図る必要があると認めるときは、酒類の製法、品質等の表示について、酒類製造業者又は酒類販売業者が遵守すべき必要な基準を定めることができることとされている（第 86 条の 6 第 1 項）。この基準を遵守しない者に対しては、指示、公表（同条第 3 項及び第 4 項）を行うことができ、重要な基準について指示に従わない者に対しては命令を行うことができる（第 86 条の 7）。この命令に違反した者は 50 万円以下の罰金の対象となる（第 98 条第 2 号）。

地理的表示に関しては、地理的表示に関する表示基準を定める件（平成 6 年国税庁告示第 4 号）が定められており、ここでは、「世界貿易機関の加盟国のぶどう酒及び産地を表示する地理的表示のうち当該加盟国において当該産地以外を産地とするぶどう酒若しくは蒸留酒について使用されることが禁止されている地理的表示」に加え、「日本国のぶどう酒若しくは蒸留酒の産地のうち国税庁長官が指定するものを表示する地理的表示」及び「清酒の産地のうち国税庁長官が指定するものを表示する地理的表示」について、当該産地以

外の地域を産地とするぶどう酒等について使用してはならないことが定められている。これに関しては、真正の産地が表示される場合や「種類」、「型」、「模造品」等の表現を伴う場合も同様とされる。ただし、ぶどう酒等を特定する世界貿易機関の他の加盟国の特定の地理的表示を平成 6 年 4 月 15 日以前少なくとも 10 年間又は同日前に善意で、当該加盟国の領域内においてぶどう酒等について継続して使用していた場合は、この規制の例外とされる⁽⁵⁰⁾。

なお、この地理的表示に関する基準については第 86 条の 7 の重要基準とされており⁽⁵¹⁾、基準違反の場合、指示・命令の対象となることとなる。

国税庁長官が指定する産地としては、焼酎について、壱岐、球磨、琉球、薩摩の 4 産地が、清酒について白山の 1 産地が指定されている（地理的表示に関する表示基準第 2 項に規定する国税庁長官が指定するぶどう酒、蒸留酒又は清酒の産地を定める件（平成 7 年国税庁告示第 6 号））。さらに、指定は組合等の申請に基づき行うことや指定産地を表示する場合に従うべき製法の基準等が、国税庁長官通達⁽⁵²⁾により定められている。

なお、この制度はぶどう酒等の地理的表示に関し追加的保護を定める TRIPS 協定第 23 条の規定を国内的に担保する役割を果たしている。

（ii）問題点等

法目的からいって、対象物は酒に限定され、幅広く地理的表示を保護する仕組みとはなり得ない。また、地理的表示を行うことのできる商品の内容（例：米こうじ及び〇〇地域の地下水使用）は通達で示されており、当該通達で定められた基準の内容と異なるその地域産の商品に地理的表示を付したとしても、是正の対象となるか疑問がある。

さらに、是正措置は指示、命令、命令違反に対する罰則等行政上の措置に限られ、差止請求等の民事上の措置は講じられていない。

4）商標法（地域団体商標）

（i）制度概要

商標制度においては、原則として「その商品の産地、販売地、品質、原材料、・・・を普通に用いられる方法で表示する標章のみからなる商標」や「需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識することができない商標」等は登録を受けられないこととされている（第 3 条第 1 項第 3 号及び第 6 号）。このため、地域の名称と商品の名称のみからなる商標は、その商標が使用された結果「需要者が何人かの業務に係る商品又は役務であることを認識できるもの（同条第 2 項）」、すなわち全国レベルの識別性を獲得したような著名性を有するもの（夕張メロン等⁽⁵³⁾）を除き、商標登録を受けることができないこととなっていた。これは、識別力の乏しいものを商標として認めることは適当でなく、また、産地名等については商品の流通上必要で、一私人に独占を認めることが適当でないためとされている。なお、このような名称と図形等を併せた商標は、図形等により識別力

を有することとなるため登録が可能であり、多くの地域ブランドが図形等を伴う形で登録されてきた。

これに対し、発展段階にある地域ブランド保護の観点から、以下のような要件を満たすものについて、需要者に広く認識されているという周知性があれば、全国的に著名という程度に達しないものであっても商標の登録を認める「地域団体商標」が平成 17 年の改正で設けられた（第 7 条の 2）。

ア その商標が、（ア）地域の名称＋商品等の普通名称（例：○○りんご）、（イ）地域の名称＋商品等の慣用名称（例：○○焼）、（ウ）（ア）又は（イ）＋産地等を表示する際に慣用的に付される文字（本場○○織、○○産みかん）のいずれかであること

イ 商標権取得者が、事業協同組合その他特別の法律により設立された組合で、当該法律で不当に構成員たる資格を有する者の加入を制限してはならないことが定められているものであること

ウ その商標が使用された結果自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして需用者の間に広く認識されていること（運用としては、全国的な認識は必要としないが、隣接都道府県に及ぶ程度の認識が必要とされる。）

ここで、地域の名称とは、商品の産地又は役務の提供の場所その他これに準ずる程度に当該商品等と密接な関連性を有すると認められる地域の名称又はその略称とされており（第 7 条の 2 第 2 項）、商品の産地のほか、商品の原材料の産地（例：奥多摩の粘土を原材料として生産される「奥多摩瓦」）、商品の製法の由来地（例：多摩地域に由来する製法により生産された「本場多摩紬」）等も地域の名称として認められることとなっている。

また、イの要件については、この商標が本来一私人に独占させるべき内容でないため、加入を希望すれば加入が認められ商標が利用できることとなる組合のみを権利主体とし、構成員に許諾なしで地域団体商標の使用権を認めた（第 31 条の 2 第 1 項）ものと考えられる⁽⁵⁴⁾。

ウの「自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務」が指定商品（役務）となるものとされており、地域の名称が産地であれば、「○○産の△△（商品名）」が指定商品になるものとされている。このため、商品一般やその加工品を指定商品にすることはできない。例えば、○○りんごであれば、「りんご」一般や「りんごジュース」等を指定商品にすることはできないこととなる。

商標権取得の手続き、権利内容等は、基本的に一般の商標権と同様であるが、譲渡ができないこととされていること（第 24 条の 2 第 4 項）、地域団体商標の出願前からその商標を使用していた者に対して広く先使用権が認められること（第 32 条の 2）等の特別の規定が置かれている。

指定商品についての登録商標の使用が権利侵害になるのはもちろんであるが、指定商品についての登録商標と類似する商標の使用や指定商品と類似する商品についての登録商標又はこれと類似する商標の使用が権利侵害とみなされ（第 37 条）、権利侵害に対しては差止請求権が認められ（第 36 条）、権利侵害による損害賠償については 損害額の推定等損

害賠償を容易にする措置が講じられている（第 38 条，第 39 条）。商標権を侵害した者は，10 年以下の懲役若しくは 1 千万円以下の罰金又はその併科（法人は 3 億円以下の罰金）の，侵害とみなされる行為を行った者は，5 年以下の懲役若しくは 500 万円以下の罰金又はその併科（法人は 3 億円以下の罰金）の対象となる（第 78 条，第 78 条の 2，第 82 条）。

2012 年 3 月末現在の申請件数は 1,013 件（うち農林水産物・食品 671 件），登録件数は 499 件となっている。登録件数の半数以上は，農産物・食品である（第 22 表）。

第 22 表 地域団体商標登録の内訳（2012 年 3 月末現在）

（単位：件，％）

野菜・ 米・花	果物	茶	肉	水産 物	その 他食 品	小計	酒	工業 製品	温泉	その 他	計
51	32	13	41	35	70	242	11	181	37	8	479

資料：特許庁ホームページより筆者集計

注．「市川のなし」及び「市川の梨」のように同一品目を指すものは，1 と数えている．また，同一商標で 2 区分以上に登録されているものも 1 と数えている．このため，計が登録件数(499)と異なる．

（ii） 地理的表示保護に活用する場合の問題点等

地域団体商標制度は，商標権の設定により地域ブランドの保護を図ろうとするものであり，権利者以外の者が地域団体商標又はこれと類似する商標を使用した時点で権利侵害として差し止め請求や損害賠償請求が可能となり，損害額の推定等の規定により損害賠償請求が容易となる等利点も大きい。

一方，「地理的表示」の対象となる産品は，基本的には，その地域に住む者の長期にわたる努力で優良な品質のものが確立され，その品質等について消費者の信頼を得たものが多い。このため，その保護に当たっては，品質等に対する消費者の信頼に応えられる制度とすることが望ましく，このような仕組みとしてこそ消費者の評価，価格も上昇することとなる。また，特定の者のみの努力により名声が確立した場合を除き，当該産品に対する信頼は地域の共有財産であり，その地域で一定基準以上のものを作れば誰でもその名称を使用可能であることが望ましいものと考えられ，また，このように考えた方が地域農業全体の振興及び消費者利益の面でメリットが大きい。このような観点から見た場合，地域団体商標制度を地理的表示の保護に活用していく場合には，以下のような問題点が生じうると考えられる。この点に関し，斎藤（2011）は，地域団体商標について，EU の原産地呼称制度と比較して，供給範囲や地域との緊密性，品質管理や技術体系，歴史・文化などの諸点について，品質管理の水準を向上させるための厳格性を欠き，ブランド価値をイメージで説明しようとするため，長期的な経済効果を引き出しにくいことを指摘している。

ア 品質等の特性と地理的原産地の実質的な結びつきを要件とするものではないこと

地域団体商標の登録においては，商標に含まれる地域名は，その商品の産地であれば足り，品質等の特性と地理的原産地との実質的な結びつきを要件とはしていない。また，地

域名は、商品と密接な関連性を有することが必要であるが、商品の産地のみならず、製品の原料の産地、製法の由来地でもよいこととなっており、地域とのつながりは地理的表示と比べ緩いものとなっている。このように、地域団体商標は、原産地との実質的なつながりを要件とする EU の制度や TRIPS 協定上の地理的表示とは異なるものである。

アーカー（1994）は、ブランド・エクイティの構成要素として、ブランド連想をあげ、ブランドに結びつく様々な要素の重要性を指摘した。また、地域ブランド成立のためには、地域との関連性や背景としての物語性が必要であり、こだわり（地域へのこだわり、つくりにかたへのこだわり、品種へのこだわり、歴史へのこだわり等）が不可欠と指摘されているが⁽⁵⁵⁾、地域団体商標制度自体には、そのような内容を発信していく仕組みは設けられていないと言える。この点、自然的・人的な地理的環境が生み出す品質等の特徴や歴史的評価を重視し、これを明細書に明記・公示する EU の地理的表示保護の仕組みとは異なっている。

イ 生産基準、品質基準等の基準を定めることや、その基準の遵守を確保する方策が制度化されていないこと

地域団体商標では、保護の要件として特定の品質等を要求しておらず、品質基準や生産基準を定めることは求められていない⁽⁵⁶⁾。このため、組合が適切な内部規定を定めて管理しなければ、品質等の確保はされず、また、内部規定を定めた場合であってもその内容が外部に明らかにされる仕組みとはなっていない。さらに、基準の設定が必須でないので、当然のこととなるが、品質基準等を外部機関による検査等で担保する仕組みも設けられていない。実態としても、地理的表示・地名等に係る商標の保護に関する調査研究報告書（2011）によれば、地域団体商標の出願人に対するアンケート調査結果として、商標の使用規則があるとする者の割合は、40.0 %にとどまっており、また、あると答えた者のうち、使用規則の遵守について監視する体制があると答えた者の割合は 66.2 %に過ぎない⁽⁵⁷⁾。

これは、明細書で品質基準、生産基準等を定め、それを公示し、その内容の遵守を検査等によって担保することにより消費者に品質等の保証を行う、EU の地理的保護の仕組みとは大きく異なっている。このため、地域団体商標制度において、ブランド力の向上は、商標権者の取組に基本的に委ねられていることとなる⁽⁵⁸⁾。

ウ 権利を取得できる者が組合に限られ、組合に独占権が与えられていること

地域団体商標を取得できる要件として、組合がその構成員に使用させる商標につき「自己又は構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして広く認識されている」ことが必要なため、商品の生産者が、一つの組合にまもらないときは（又は関係組合が全て共同で申請しなければ）登録を受けることができない。このような場合としては、（ア）組合加入者以外にその名称を使用している者が多い場合⁽⁵⁹⁾、（イ）その産品にかかわる者が、農業者、加工業者など幅広い者となっており、適切な組合を設立することが難しい場合⁽⁶⁰⁾、（ウ）代表的な生産者が本家争いをしていて、一つの組合にまとまりにくい場合等が考え

られる。また、商品の生産者が一人又はごく少数の場合も、適切な組合を構成できるかの問題があり⁽⁶¹⁾、このような場合も対応が難しいものと考えられる。

一方、地域団体商標が登録された場合は、商標権者である組合が独占的使用権を有することとなる。しかしながら、地域ブランドは、一つの主体の取組のみにより確立したものではなく、その地域で生産等を行う無数の者の長年にわたる取組により成立してきた、いわば地域共有の財産というべきものも多いと考えられる⁽⁶²⁾。このような場合に、特定の組合に独占権を認めることの正当性の問題とともに、以下のような問題が生ずるおそれがある。

- (ア) 先使用権が認められているとはいえ、組合に加入せずに当該商品を生産している者に不利益となりかねないこと、
- (イ) 今後、地域団体商標に係る商品を生産したい者に対し、実質上組合への加入を強制することになること、
- (ウ) 組合の構成員について、規模等で加入資格を限定することは可能であり、一部の者が排除されうること、
- (エ) 例えば農協が権利者であったときに、農協系以外の販売業者がいる場合に、その事業者が地域団体商標を使用するには、農協の許諾が必要になるが、場合によっては農協以外の販売ルートを閉め出す効果を持ちかねないこと

EU の地理的表示保護制度においては、品質基準、生産基準等を定めた明細書に適合する商品を流通させる者は、誰でも、その地理的表示を使用することが可能である。一主体に独占させることが適当でない地理的表示については、このような仕組みをとる方が、社会全体の厚生上も望ましいものと考えられる。本来真正品として販売できるものを閉め出すこととすれば、地域農業全体の振興を図る上で、また消費者利益の上で問題が生じることとなる。この問題に関し、林（2008）は、米の地域団体商標について、農協という一出荷団体に商標権という強い権利を独占させることは、流通自由化の障壁となりかねないこと等を考慮すると米の銘柄を地域団体商標として一団体に権利を与えることは難しく、登録される場合は、生産者から最終消費者が購入する段階まで一貫して農協が管理を行っているとは認められなければならないと指摘しているが、このような状況は米に限られず、また農産物流通の最終段階まで農協が管理しているという状況は、実態上あまりないものと考えられる。

エ 権利の範囲

(ア) 類似する商品等の範囲

商標権の効果は、指定商品又は指定役務についての登録商標の使用の権利を占有することである（第 25 条）。また、指定商品に類似する商品についての登録商標又はこれに類似する商標の使用等は、商標権を侵害する行為とみなされる（第 37 条）。

ここで、地域団体商標においては、例えば「〇〇牛」という地域団体商標についての指定商品は、牛肉一般ではなく〇〇産の牛肉と限定的に定めることとされている。これは、

地域団体商標が地域と商品との密接関連性を要件としているため、密接な関連性を有する商品以外の商品に使用される時は商品の品質に誤認を生じさせるおそれがあるからとされている⁽⁶³⁾。このため、〇〇産以外の牛肉や、牛肉の加工品、さらにはレストランでの牛肉の料理の提供などへの使用は、第 37 条の適用の問題となり、これらが商標権を侵害する行為に該当するかは解釈に委ねられることとなる⁽⁶⁴⁾。いずれにせよ、通常の商標に比べ、権利範囲は限定的である⁽⁶⁵⁾。

(イ) 先使用权

地域団体商標については、地域の名称及び商品（役務）名からなる商標であり、本来誰でも使用可能とされていたものであることから、先使用权に関する要件が緩和されている。具体的には、通常の商標であれば商標登録出願前から不正競争の目的でなく同一又は類似の商標を利用した結果、当該商標が周知となっている場合に先使用权が認められている（商標法第 32 条）。これに対し、地域団体商標については、この周知性の要件はなく、地域団体商標の出願前から商標を利用していた者（業務を承継した者を含む。）は、継続してその地域団体商標を利用できることとされている（同法第 32 条の 2）。この規定は、地域団体商標の権利者である団体に属さない者の利益を尊重する観点からは必要な規定と考えられるが、当該名称で販売される商品の品質確保の観点からは問題が生ずる。例えば、権利者たる団体が、品質・生産基準を設けてその基準に適合したもののみをその名称で販売することによってブランド管理しようとしても、団体に属さない先使用者はその基準に縛られないことになり、同一名称で品質等の異なる産品が販売されることとなる。これはブランドの確立・維持の観点からは問題が大きい⁽⁶⁶⁾。実例としても、長野県の地域団体商標を取得した柿の事例では、品質基準が定められているものの、その基準を満たさない産品が先使用者である事業者により販売され、産品の評価を下げている例がある。

(ウ) 商標権の及ばない商標

商標権の効力は、商品の普通名称、産地等を普通に用いられる方法で表示する商標等には及ばないこととされている（商標法第 26 条第 1 項第 2 号等）⁽⁶⁷⁾。このため、〇〇牛が地域団体商標として登録されていたとしても、〇〇地域で生産された牛肉であれば、「〇〇産牛肉」の表示は権利者及びその構成員でなくとも使用可能と考えられる⁽⁶⁸⁾。加えて、田村（2007）は、地域団体商標の趣旨を、産地等偽装表示行為規制を定型化したととらえる考えに立ち、ブランド名をその地域の事業者が用いる限り、同号が適用されるとする。これは、単にその地域で生産されたというだけでなく、品質、生産基準にあったもののみ地理的表示を認めるという考え方からは問題を生じうる仕組みである。

(エ) 流通過程における効力

大箱に地域団体商標が表示されて出荷された産品を、小分けして商標を使用して販売する場合に、権利者の許諾を必要とするかの問題がある。これに関し、平 6.2. 24 大阪地裁判決（判例時報 1522 号 139 頁）においては、真正品を小分けしたものに登録商標と類似の商標を付して販売した案件につき、商標権侵害としており、基本的に権利者の許諾を要することとなるものと考えられる。しかし、農産物販売の実態からみると、例えば、りん

ご、肉類のように流通過程で小分け（ばら売り）、切断等が行われるものも多く、このようなものまで全て権利の範囲内とすれば円滑な取引に支障を生ずるおそれがある⁽⁶⁹⁾。

（iii） 証明商標

我が国の現行の商標制度においては、アメリカの制度の項で述べたような証明商標の仕組みはないが、これに関し、特許庁の産業財産権制度問題研究事業の一環として、商標制度による地理的表示の積極的保護の可能性等を検討するため、研究が行われている⁽⁷⁰⁾。この研究の報告書においては、地理的表示の保護を目的として証明商標制度を導入すべきか否かについては国内外のニーズを踏まえた検討が必要であるとした上で、現行の地域団体商標制度の保護の対象と地理的表示の比較検討を踏まえた上で、仮に証明商標制度を導入することとした場合の制度設計のあり方について検討が行われている。この検討の中で、特に重要かつ難しい論点として「識別性」の要件をどのように考えるかがあげられており、証明商標が証明に係る商品・役務とそれ以外の商品・役務を識別する機能に着目して、現行商標法第3条第2項に代わる規定を設けて、第3条第1項第3号乃至第6号にかかわらず商標登録を受け得るような措置が必要ではないかとの方向で検討がなされたものの、今後さらなる検討が必要とされている。また、証明商標による品質保証機能を担保するための手当に関しては、証明商標の主体要件や使用規則に関して、出願段階で特許庁が審査をするのは困難を伴うものと考えられ、比較的容易と思われる実態と外形的な要素との不整合を除いて、原則事後的なチェック（異議申立て、取消審判等）に委ねる方が効率的との意見が示されている。この点においては、品質保証機能を重視し、品質等の基準やその担保方法についてまで十分な審査等を行う EU 型の地理的表示保護制度とは異なる方向が示唆されている。

5） その他（JAS 法）

JAS 法（農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律）においては、日本農林規格（JAS 規格）の制定・格付け及び品質表示基準の制定等の措置が講じられている。

このうち、JAS 規格については、目的規定に「適正かつ合理的な農林物資の規格を制定し、これを普及させることによって、農林物資の品質の改善、生産の合理化、取引の単純公正化及び使用又は消費の合理化を図る」とされていることに現れているように、基本的に、全国一律の望ましい「規格」を制定し、その規格を普及させ、品質の統一を図っていくとするものである。このような点で、地域ごとの独特の品質等を備えた産物、すなわち一般のものとは異なる特異な産物を保護しようとする地理的表示保護制度とは、目的がかなり異なっている⁽⁷¹⁾。

一方、JAS 規格の中には、生産の方法に特色があり、これにより価値が高まると認められる農林水産物について制定される規格（特定 JAS）があり（第2条第3項第2号及び第4項）⁽⁷²⁾、一定の生産の方法の基準を満たすものについてのみ表示を認める点で、地理的表示保護制度との共通点がある。しかし、前述のような JAS 規格の目的から、地域独自の

品質等を持つ産物に特化した規格の制定は考えにくい。また、JAS 規格の格付を受けるかどうかは任意であり、格付を受けないものであっても、JAS マークが付せないにとどまり、名称使用の制限の効果を持つものではない。

なお、特定 JAS のうち、その規格で定める名称が他の農林物資にも用いられ、これを放置しては一般消費者の選択に著しい支障を生ずるおそれがある指定農林物資に関しては、JAS 規格の格付の表示がないものについては、その名称を使用してはならないこととされている（第 19 条第 15）。現在、この対象としては、有機農産物及び有機加工食品が指定されている。この仕組みによれば、一定の基準を満たさないものに対する名称使用制限が可能となるが、地理的表示保護の仕組みとして考えた場合、前述のような全国一律的な JAS 規格の性格のほか、一般消費者の選択に著しい支障を生ずるおそれがあるといえるかどうかの問題がある。

次に品質表示基準については、農林水産物資の品質に関する表示について、①名称、原料又は材料、保存の方法、原産地その他表示すべき事項、②表示の方法その他表示に関して製造業者等が遵守すべき事項について基準を定めるものである（第 19 条の 13）。この基準違反については、指示、措置命令、命令違反に対する罰則（原産地表示違反については、命令を待たずに虚偽表示自体が罰則の対象）の措置が講じられている（第 19 条の 14、第 23 条の 2、第 24 条第 8 号）。酒団法の表示基準と同様の仕組みであり、この表示基準により地理的表示の保護を図る余地はありうるものと考えられる。しかしながら、法律上、地理的表示の保護が明確にならないことに加え、製法基準・品質基準等を広く明示することが難しいこと、基準への適合を担保する検査等の措置が講じられていないこと、民事上の措置がないこと等の問題点があり、地理的表示の十分な保護とならないものと考えられる。

（２） ブランド化の取組の実態

１） 概況

我が国では、地域の特徴を活かした様々な産品、いわゆる地域ブランド産品が生産されている。平成 16 年度地域伝統食品地理的呼称制度調査によれば、地域名を冠した地域ブランド産品（農林水産物、食品）として、全国で 548 の例（うち生鮮品 306、加工品 242）が挙げられている。また、地域団体商標として登録されている農林水産物・食品は、平成 24 年 3 月末現在で 242 件となっている。

２） 個別事例にみる課題等

本研究においては、地理的表示制度導入の参考とするため、具体的な産品の調査を行った。そこで得られた制度導入に当たっての課題等は以下のとおりである。

（い） 地理的表示制度の必要性を裏付ける事例

鹿児島県の「かごしま黒豚」⁽⁷³⁾については、生産者協議会が、餌にサツマイモを一定量混入すること等の生産基準・品質基準を定め、これを満たす黒豚にのみ、「かごしま黒豚」の表示を認めている（県が、かごしま黒豚につき図形入りで商標を取得済みであり、基準を満たすもののみに商標使用を許諾している。）。しかし、この基準を満たして生産される黒豚は、鹿児島の黒豚の約半数に過ぎない。一方、消費者は必ずしも基準を守ったものであるかどうか十分認識できずに購入しているのが実態である。基準を満たさない黒豚の存在もあって、必ずしも十分な価格評価がされておらず、県、生産者協議会としては、基準を守れる者のみに生産を限定し、評価を上げたいとの意向を持っている。一方、かごしま黒豚の生産は農協系のみならず行われていること等から、組合を権利主体として地域団体商標を取得することは難しい状況である。

このような状況下においては、「かごしま黒豚」の生産基準、品質基準を明定・公示し、その基準を満たさない黒豚には「かごしま黒豚」の表示を認めないことが、鹿児島黒豚の生産振興及び消費者の利益にかなうものと考えられる。

（ii）対象製品の範囲等についての関係者の意見相違

愛知県の「八丁味噌」⁽⁷⁴⁾については、歴史的には岡崎市八帖町にある2社が、伝統的製法によって製造してきた、赤褐色の独特の味わいを持つ長期熟成の豆味噌である。しかし、生産ノウハウは周辺地域にも拡大し、岡崎市以外の愛知県で生産される味噌についても八丁味噌と名乗っている実態がある。伝統的生産者である2社とその他の生産者では、品質、生産地域、生産方法等に意見の相違が見られる（このため、地域団体商標が取得できていない。）。このような製品について地理的表示の対象範囲の確定する場合、行政のみによる審査でよい（例えば、外部有識者を入れた審議会のようなものを要するかどうか）検討することが必要と考えられる。

（iii）生産地域と地理的表示に使用される地域との乖離

北海道の「利尻昆布」は、「リシリコンブ」という種名と一致するという問題のほか（（vii）の問題）、生産地域が、利尻地域だけでなく、稚内、紋別等広範にわたるという問題がある。さらに、利尻地域産と他地域産のものでは品質差が見られるとも言われている。

また、愛知県の「守口漬け」⁽⁷⁵⁾は、守口大根に由来する名称であるが、この「守口」は大阪の地名であり、現在の生産地との関連はない。

地理的表示に含まれる地域名と実際の生産地域の乖離をどの程度まで認めるかは、運用上問題となりうる。

（iv）地域名を含まない名称

秋田県の「いぶりがっこ」⁽⁷⁶⁾は独特の風味、食感を有する漬物であり、地域とのつながりも認められるが、名称に地名を含んでいない。同様に秋田県の「しょつつる」は、ハタハタ等の小魚で作られる魚醤であり、秋田地域独特のものとなっているが、名称に地名

を含んでいない。これら地域名を含まない名称の保護を認めるかは、制度設計上の問題となる。

(v) 生産基準等が周知不足と考えられる例

北海道の「白老牛」については、生産、品質の基準は制定されているものの、素牛が黒毛和種で協議会が認める地域産(現在は北海道産)であること、白老町が最終飼養地でかつ肥育期間の最長を占めること、肉質が3以上で歩留まり等級がA又はBであること等の内容にとどまっている。また、その内容の十分な周知もされていない。このためもあってか、他の同等品質の黒毛和種との特段の価格差が認められない。

一方、銘柄牛の中には、兵庫県の「神戸牛⁽⁷⁷⁾」のように、素牛、生産地、生産者、肉質等級等について厳格な規定を設けるとともに、十分な周知、トレーサビリティの確保が行われているものもある。地理的表示として登録するに当たっては、一定の明確な生産基準、品質基準の設定が必要になるものと思われる。

(vi) 地理的表示と一般名称(普通名称)との関係

「八丁味噌」(前出)については、製造2社のうち1社が行った「合資会社八丁味噌」の商標出願の拒絶に関し争われた事案について、「八丁味噌」は愛知県岡崎市を主産地とする豆味噌の一種を指称する普通名称であり、取引上の識別性を有しないため、当該商標は何人かの業務に係る商品であることを認識することができない商標であると言わざるを得ないとした判決がある(東京高裁、平成元年(行ケ)112号)。ただしこの判決においては「岡崎市を主産地とする豆味噌の一種」を指称する普通名称と言っており、生産地域を問わずあるタイプの豆味噌を八丁味噌と言っているわけではなく、2社のどちらかを指す識別性は有していないと言っているに過ぎないとも考えられる。

地理的表示の要件審査に当たって、一般名称であるかどうかの判断は、その製品と同タイプのものがどの地域で作られてもその名称で呼ばれると一般的に認められるものか、あるいは、特定の地域で生産されると認識されるものかによって判断されることが適切と考えられる。このような観点からは、八丁味噌については、一般的には岡崎又は愛知県産の味噌と認識されていると考えられるので、地理的表示の保護要件上は一般名称と考える必要はないように思われる。なお、林(2008)、八丁味噌についての地域団体商標の登録要件審査に関し、一度裁判で普通名称として判断された事案ではあるが、地域団体商標制度という新たな視点で考えると、その裁判例と事情が異なってくると指摘している。

なお、仮に「八丁味噌」が一般名称だとしても、かつて(江戸時代)使用されていた「三河八丁味噌」等による登録は可能と考えられる。

(vii) 地理的表示と品種名の合致

岐阜県の「堂上蜂屋柿」は、美濃加茂市旧蜂屋町を中心として生産される大ぶりで糖度の高い干し柿である。伝統的な生産ノウハウにより他とは異なる品質があり、歴史的にも

著名な産品となっている。しかし、「堂上蜂屋柿」は柿の品種名と一致しており、その生産地も美濃加茂市以外に広がっている。このような場合に品種名と同一名称の地理的表示の登録を認めると、産品の流通上混乱を生ずるおそれがある。このため、「堂上蜂屋柿」としての登録を認めず、例えば「美濃堂上蜂屋柿」との登録とするのか(EU制度並び)、
「堂上蜂屋柿」としての登録を認めた上で品種名としての表示には効力が及ばないとするのか(韓国制度並び)等の対応が必要と考えられる。

(viii) 当該名称としての普及度の低さ

鹿児島県の「鹿児島黒酢⁽⁷⁸⁾」については、福山地区の寒暖の差の少ない発酵に適した温暖な気候と、豊富な地下水、土中の微生物を生かした、露天での壺による長期醗酵・熟成という伝統的な製法で作られており、香気、まろやかな酸味、独特の色(褐色又は黒褐色)などの特徴を有する。また、約 200 年の歴史を有するなど、地理的表示産品の典型例と考えられる。しかし、当該産品は、「鹿児島黒酢」のほか、単に「黒酢」、「天然つぼづくり米酢」、「アマン」等の名称で呼ばれており、必ずしも「鹿児島黒酢」がその産品を示す代表的な名称ではない。このような場合でも「鹿児島黒酢」の名称を登録して良いのかの問題がある。なお、「鹿児島黒酢」を登録しても、「黒酢」等の名称使用は制限されないので、特に問題はないと考えることも可能ではある。

3) 地域における地理的表示保護に向けた動き

(i) 有田市原産地呼称管理制度

和歌山県有田市は、平成 22 年 4 月に、より高い品質の農産物及び農産物加工品を提供していくことで生産情報を消費者に開示し、消費者の信頼を得ながら地域の振興を図ることを目的とした「有田市原産地呼称管理制度要綱」を制定している⁽⁷⁹⁾。本要綱上、対象はみかんに限られていないが、まず、みかんについて認定基準等が定められ、平成 22 年産のみかんから認定が行われている(平成 22 年産は 42 品目、23 年産は 41 品を認定)。平成 24 年からは、みかんジュースの認定も開始されている。

この制度においては、品目別の委員会が設定され、その委員会で認定基準が制定され、公表される。認定基準の内容は、生産地、生産方法、出荷形態のほか、官能審査(糖度、酸度、味など)が含まれており、有田みかんのうち高品質なものを認定・管理する仕組みとなっている⁽⁸⁰⁾。認定されたものについては、「有田市原産地呼称管理委員会認定」の表示がなされる。なお、事務局は有田市となっている。

以上のように、本制度は、地理的名称そのものを保護するものではなく⁽⁸¹⁾、高品質なものを公的に認定し、その品質を保証しようとするものであるが、生産基準、品質基準を定め、公示し、その基準に合致することを保証して消費者の信頼を得るという点で、地理的表示の保護制度と同様の趣旨を有するものとなっている。

(ii) 長野県原産地呼称管理制度

長野県は、平成 14 年に「長野県原産地呼称管理制度」を創設しており、自治体主導の原産地呼称管理制度の先駆けとなった⁽⁸²⁾⁽⁸³⁾。有田市の原産地呼称管理制度はこの長野県の制度にならったものであり、基本的な仕組みは同様である。現在、ワイン、シードル、日本酒、焼酎、米が対象となっており、平成 24 年 2 月 6 日現在で 3,144 品が認定されている。

4) その他

我が国の地域ブランドには、行政主導で振興が図られてきたものも多い。このようなものについては、生産地は県全域、市全域等とされていることが多く、必ずしも、地理的環境（土壌、気候等）を踏まえて生産地域が決定されているわけではない。3) の有田市及び長野県の原産地呼称管理制度も、基本的に行政区域全域を対象として優れた産物に認証を与える仕組みとなっている。

一方、地理的表示、特に原産地呼称については、その地域の自然的要因（土壌、気候等）とそれを踏まえて行われる人間の働きかけという人的要因を備えた地理的環境が品質等に結びついていることが、その中心的な考え方となっている。

このような点で、日本の地理的ブランド製品に関し、生産地域及び地域と品質等の結びつきをどのように確定していくか、運用面の審査基準等について、具体的に検討しておく必要がある。なお、この点については、付論 1 を参照のこと。

注 49 これに関連し、不正競争防止法第 2 条第 1 項第 13 号でも規制しうる産地等の誤認行為を、特許庁の事前審査を介在させることで定型化し、権利行使を容易としたのが地域団体商標の登録制度であるとする見解がある（田村（2007））。

50 本規定は、TRIPS 協定第 24 条第 4 項に対応するものと考えられるが、同項は、「加盟国の国民又は居住者が、ぶどう酒又は蒸留酒を特定する他の加盟国の特定する地理的表示を(a)1994 年 4 月 15 日前の少なくとも 10 年間又は(b)同日前に善意で、当該加盟国の領域内においてある商品又はサービスに継続して使用してきた場合には、当該加盟国に対し当該国民又は居住者が当該地理的表示を同一の又は関連する商品又はサービスについて継続かつ同様に使用することを防止することを要求するものではない」と規定しており、A 国の国民等が B 国のぶどう酒等の地理的表示を A 国で継続使用していた場合に、A 国はその国民等の継続使用を禁止することを求められないことを定めている。一方、酒団法による表示基準では、文言上は B 国の地理的表示を B 国で継続して使用していた場合を定めているように読める。

51 酒類の表示の基準における重要基準を定める件(平成 15 年国税庁告示第 15 号)

52 酒税法及び酒類行政関係法令等解釈等解釈通達（平成 11 年 6 月 25 日国税庁長官通達）

53 このほか、前沢牛、信州味噌、三輪素麺等がある。

54 「平成 17 年商標法の一部改正 産業財産権法の解説」では、以下のように説明している。

地域団体商標として登録される・・・商標は、本来、地域における商品の生産者や役務の提供者等が広く使用を欲するものであり、一事業者による独占に適さない等の理由から第 3 条第 1 項各号に該当するとして登録が認められなかったものであることから、その商標登録を認めるに当たっては、可能な限り、商標の使用を欲する事業者が当該商標を使用することができるようにすべきである。こうしたことから、地域団体商標においては、出願人たる団体の設立根拠法において構成員資格を有する者の団体への加入を不当に妨げてはならないとの義務が規

定されていることを主体要件の一つとし、当該商標の使用を欲する事業者が団体の構成員となって使用する途が妨げられないよう措置した。

- 55 「農林水産物・食品の地域ブランドの確立に向けて（地域ブランドワーキンググループ報告書）」、「事例で学ぶ！地域ブランドの成功法則 33」等
- 56 地域団体商標に係る商標権を有する組合等の構成員は、当該組合等の定めるところにより、登録商標の使用をする権利を有することとされており（商標法第 31 条の 2 第 1 項）、組合が品質基準等を定めれば、その範囲内で構成員に商標を使用させることは可能である。ただし、このような基準を定めることは制度上必須の要件ではない。
- 57 斎藤（2011）は、地域団体商標を取得する産地が増加したが、ブランド管理まで発展するケースは少ないことを指摘している。
- 58 「地理的表示・地名等に係る商標の保護に関する調査研究報告書」（2011. 2,（財）知的財産研究所）によれば、地域団体商標の出願人に対するアンケート調査結果として、地域団体商標制度において不十分な点について「地域団体商標を取得しても商品役務の品質の優良性について需用者に効果的にアピールできない」との回答が 37.6 %に達している。
- 59 組合及び組合構成員以外の者でその名称を使用している者が多く、地域団体商標の登録が認められなかったものがある（ひるぜん大根、近江米）
- 60 かごしま黒豚の場合、生産者協議会の会員は、生産者としては、各農協に加入する生産者、農協に加入していない生産者（グループ）、各食肉加工業者系列の生産者等があり、販売業者としては、農協系統、食肉加工業者等が存在する。このような者が農協及び事業協同組合を設立して共同で権利取得をすることは不可能ではないと考えられるものの、このような場合に複数の組合を設立して権利主体となることは實際上難しいものと考えられる。
- 61 例えば、事業協同組合の場合、設立には 4 人以上の者が必要とされる（中小企業等協同組合法第 24 条）。
- 62 一方、「夕張メロン」の例のように、組合の取組により名声が高まり、生産管理も組合で完結しているような場合は、組合に独占的な権利が与えられる正当性は高いものと考えられる。
- 63 「平成 17 年商標法の一部改正 産業財産権法の解説」
- 64 当該地域以外で生産された商品に当該産地名を付すことは、不正競争防止法、景表法、JAS 法等との関係で問題になり得ることは、また別途の問題としてある。
- 65 青木博文（2008）は、この指定商品の範囲の狭さのほか、先使用権に関する要件緩和、後発的な登録無効事由の存在等から、通常の商標権に比べ必ずしも安定的な権利とは言い難いことを指摘している。また、青木博通（2008）も通常の商標権に比べ、権利が不安定なことを指摘している。
- 66 地域団体商標の出願者に対するアンケート調査では、地域団体商標制度で不十分な点として、「先使用者を排除できない」との回答が 49.6 %を占め、不十分な点の第 1 位となっている（「地理的表示・地名等に係る商標の保護に関する調査研究報告書」）。
- 67 「平成 17 年商標法の一部改正 産業財産権法の解説」では、以下のような理由から、地域団体商標についても第 26 条第 1 項第 2 号及び第 3 号の規定の適用を認めることとしたと説明している。
地域団体商標として登録される地域の名称及び商品（役務）の名称等からなる商標は、当該地域において当該商品の生産・販売、役務の提供等を行うものが広く使用を欲する商標であり一事業者による独占に適さないとの理由で原則的に登録を認めないこととされていたものである。このため、地域団体商標が登録されたことにより、同種の商品を扱う者が商品の産地や原材料名等の取引上必要な表示を全く付せなくなれば、これらの者の営業活動が過度に制約されるおそれがあり、地域団体商標に係る商標権の効力が他の事業者による取引上必要な表示に対して過度に及ばないようにする必要がある。
- 68 この点、EU 制度においては、産地を記載する場合も禁止の対象となり得る。一方、韓国の制度においては、地理的表示権の効力はその地域で生産される産品に使用する地理的表示には及ばない（農産物品質管理法第 8 条の 2 第 2 項第 4 号）。
- 69 EU における取扱いとして、現在の EU 規則（EC No510 / 2006）の前の保護規則である 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）。現行規則第 4 条では、明細書の内容に「品質を守り、又は原産地若しくは管理を保証するために、限定された地理的地域で包装しなければならないと決定しその理由を示した場合には、包装に関する情報」を含められることを明記している。農産物の場合、このような形で、必要な範囲に限り小分け等も規制の対象となるよう明確化する仕組みが望ましいと考えられる。

なお、韓国の制度においては、地理的表示権は権利者のみが持ち、小分けする者が地理的表示を付すことは認められていない。

70 「地理的表示・地名等に係る商標の保護に関する調査研究報告」

71 例えば、黒酢に関しては、醸造酢の日本農林規格の中で品質等の基準が定められているが、全国一般の黒酢を前提としたものであり、「鹿児島黒酢」の、野外に置かれた壺による長期熟成による独特の品質といった特性は導入されていない。

72 熟成ハム類、手延べ干しめん、地鶏肉、有機農産物等で規格が制定されている。また、例えば地鶏肉の中には、阿波尾鳥（徳島）のように地域独特の地鶏が含まれるが、制定されている規格は、それに特化した規格ではなく、日本全国の地鶏に共通の規格となっている。

73 産品概要は付論 1 の資料参照

74 産品概要は付論 1 の資料参照

75 産品概要は付論 1 の資料参照

76 産品概要は付論 1 の資料参照

77 産品概要は付論 1 の資料参照

78 産品概要は付論 1 の資料参照

79 <http://www.city.arida.lg.jp/kikaku/gennsanntikoshou.html>（アクセス日 2012. 3. 14）

80 「有田みかん」は地域団体商標の登録がされており、有田市を含む有田地域産のみかんに使用されている。

81 また、地域の土壌、気候等の環境と品質等とのつながりがそれほど前面に出ておらず、行政区域を単位とした取組となっている。

82 <http://www.pref.nagano.lg.jp/nousei/nousei/aoc/seido20120423.pdf>（アクセス日 2012. 6. 14）

83 このほか、佐賀県が純米酒、焼酎を対象に原産地呼称管理制度を設けている。