

第3章 地域ブランド産品に対するブランド保護制度への期待と効果

八木 浩平・大橋 めぐみ・高橋 祐一郎・菊島 良介・内藤 恵久

1. はじめに

近年、グローバル化による農産物輸入の拡大や、小売主導型の流通構造への遷移が起きており、産地の価格交渉力を高めるため、農産物の高付加価値化へ向けた取組が求められている。こうした農産物の高付加価値化に当たって藤島（2009）は、輸入農産物へ対抗するためにも、農産物の地域ブランド化が有用であることを指摘している。すなわち、地域ブランド化によって、輸入品等と比べて自らの生産物が優れていることを消費者（買い手）が容易に認識できるようにし、産地の価格交渉力の強化やブランドロイヤルティの獲得といった効果を期待している。ただし、こうした地域ブランドは、「多くのブランド名を持った製品が販売されており、これらの多くが消費者のブランド認知まで至っていない」とも指摘される（斎藤，2007）。既に、多くの地域ブランドが乱立しており、地域ブランド化へ向けた活動のみでは差別化が十分なされていない状況が窺える。

こうした地域ブランド化を行政が後押しする施策として、ブランド保護制度があげられる。これは、行政がブランド認証を行う、又は地理的表示保護制度（以下、「GI 保護制度」という。）や地域団体商標によって知的財産権を保護する制度である。こうした制度によって、行政が品質の高い産品であることを保証し、また模倣品の流通を制限することで、供給者と消費者の情報の非対称性を解消し、製品の品質についての知識が一般的に少ない消費者が高品質な製品を選択できるようになる(Herrmann and Teuber, 2011)。またそれによって産地では、高品質な産品の取引量の拡大や、価格上昇などの効果が期待できる。

それではこうしたブランド保護制度は、実際にはどのような効果があったのだろうか。本研究では、地域ブランド化への取組におけるブランド保護制度の効果を整理し、より効果的な施策の活用へ向けたインプリケーションを提示することを目的とする。なおその際、各品目の登録の理由を把握し、効果と比較するため、保護制度への期待も整理した。我が国でブランド保護制度への期待や効果を検証した文献は少ないが、定性的な研究では、香坂（2015）が GI 保護制度へ、香坂・内山（2016）が GI 保護制度と地域団体商標への申請理由を複数産品への現地調査から整理している。特に香坂（2015）は、GI 保護制度への申請理由として、地域団体商標と違って申請資格が緩やかになった点、GI 保護制度への登録によって国が模造品や不正を取り締まってくれる点が影響したことを述べている。この他に Defrancesco and Kimura(2018)は、GI 産品への消費者の認知の程度と国外市場向け

可否かで品目を分類し、それぞれの価格上昇の状況等を示している。しかし、ブランド保護制度による効果について、例えば模倣品抑止や認知度の向上、生産拡大といった価格の上昇以外の視点も含めて検証した文献は、管見の限り見当たらない。また、そうした効果の背景や、こういった産品でなぜ効果が出たかは必ずしも整理されていない。

そこで本研究では、ブランド保護制度の効果の検証に当たり、価格の上昇だけでなく、模倣品抑止や認知度の向上などの多様な観点から検証し、その背景まで整理した。効果に関する具体的な項目としては、地域ブランド産品の需給曲線へ影響する要因として、供給曲線を左上にシフトさせる「生産管理体制の構築」、需要曲線を右上にシフトさせる「模倣品抑止」、均衡点の変化である「価格の上昇」と「生産の拡大」を確認した。また、需給曲線へ直接影響する訳ではないが、ブランド保護制度の効果として「認知度の向上」も検証した。

なお、対象とするブランド保護制度については、地域団体商標や GI 保護制度といった国の施策に着目した。これは、地方自治体の認証制度と違って、国の両制度は知的財産権を保護する機能を有しており、ブランド保護制度の効果を検証する第一段階として、その実態の把握が必要であること。また、全国的に広く取り組まれており、その実態を整理することが、全国の未登録産地にとって、今後の参考になり得ることが考えられるためである。特に、GI 保護制度は施行から間もないものの、後述するように、模倣品に対して国が取り締まりを行う点など地域団体商標にはなかった特性を有している。あくまで現時点の効果ではあるが、その検証が制度選択の参考になると判断し、対象として選定した。なお、執筆に当たり、2017 年 9 月から 2018 年 11 月にかけて、12 品目の登録生産者団体へ現地調査を行った。本研究の内容は特に説明がなければ、これらの調査に依拠する。

以下では、次節で地域団体商標と GI 保護制度の概要を整理する。3 節でブランド保護制度を巡る理論を整理し、4 節で調査結果を提示する。特に 4 節では連島ごぼうとみやぎサーモンを事例に、プレミアム価格法を用いた GI 保護制度への登録効果の検証も行った。最後に 5 節で得られた知見を整理し、本研究の締めとする。

2. 地域団体商標と GI 保護制度の概要

(1) 地域団体商標の概要

まず、地域団体商標の概要について説明する⁽¹⁾。地域団体商標の創設前は、その商品の産地名等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（産地名と商品名だけから構成される商標など）は、原則として登録を受けられなかった。例外的に、全国的に著名となったものは登録を受けられたが、そこまで著名となっていない地域ブランドは、産地名と商品名だけの名称では商標登録ができなかった。このため、全国的に著名とまでは至ってなくても、需要者にある程度の認識が得られていれば、地域ブランドの名称の商標登録を認める制度として、地域団体商標の仕組みが設けられた。

地域団体商標の登録要件は、次のとおりである。

- ④地域の名称（産地名等）＋商品等の名称からなる商標であること。
- ⑤事業協同組合、農協等の組合やNPO法人、商工会等が権利者であること。
- ⑥その商標が、組合等又はその構成員の業務に係る商品等を表示するものとして広く認識されていること（少なくとも商品を生産・販売する地域や役務を提供している地域が属する都道府県内で広く知られていることが必要で、それを超える範囲にまで知られていることが立証できればなお有効）。

地域団体商標へ登録されると、出願に際して指定した商品・役務とこれに類似する商品・役務については、登録商標・これに類似する商標が、商標権者の許諾なしでは使用できなくなる⁽²⁾。この商標権が侵害された場合、主に権利者自らが対応して、侵害の差止や損害賠償が可能である。

（２）GI 保護制度の概要と地域団体商標との相違点

続いて、GI 保護制度の概要と地域団体商標との相違点を整理する⁽³⁾。GI 保護制度で対象となる「地理的表示」は、次の要件を満たす名称の表示である。

- (I) 一定の農林水産物等（食用農林水産物や飲食料品等）の名称であること。
- (II) その名称が示す農林水産物等が、特定の地域を生産地とし、その生産地と結びつきのある品質等の確立した特性を持つもの（＝特定農林水産物等）であること。
- (III) その名称によって、生産地と特性を特定できるものであること。

その上で、登録要件として次の点が挙げられる。

- (i) 申請者が適切な生産者団体であり、その生産者団体が行う品質管理に関する業務（生産行程管理業務）が適切に行われるようになっていること。
- (ii) 名称が示す農林水産物等が、制度の対象となっており、かつ、生産地と結びつきのある確立した特性を持った農林水産物等であること。また、既に登録された地理的表示が示す農林水産物等でないこと。
- (iii) 名称が、その産品に関して、生産地と特性を特定できる名称であること。また、既存の登録商標と同一・類似の名称でないこと。

以上から、GI 保護制度の特徴を次のようにまとめることができる。ここでは、地域団体商標との違いに着目しながら整理した。

第一に GI 保護制度では、生産地域との実質的な結びつきのある品質等の特性があることを必須とし、これについて審査が行われる。周知性だけで済む地域団体商標と比べて、公的な審査で品質等に一定のお墨付きを与えている点が異なっている。第二に GI 保護制度では、品質等について基準を定め、その基準が守られているのか生産者団体が確認する必要がある。こうした生産管理体制の構築は、地域団体商標では任意である。第三に GI 保護制度では、行政主導で偽物対策が講じられる。不正な使用に対しては行政の取り締まり

が行われ、訴訟等の手続きを取る必要がない。一方で地域団体商標では、商標権者自らが対応する必要がある。第四に GI 保護制度では、基準を遵守する者は広く名称が使用できる。地域団体商標では、権利者及びその構成員に独占的使用権が付与される。第五に GI 保護制度では、生産・加工業者の団体であり、法人格を有さない地域のブランド協議会等でも申請が可能である。一方で地域団体商標では、事業協同組合等の特定の組合、商工会、商工会議所、NPO に限っている。なお、その他の両制度の相違点については、第 1 表を参照されたい。

第 1 表 GI 保護制度と地域団体商標制度の比較

	地域団体商標制度	GI 保護制度
対象	すべての商品・サービス	農林水産物、飲食料品等(酒類等を除く)
申請主体	事業協同組合等の特定の組合、商工会、商工会議所、NPO に限る	生産・加工業者の団体。法人格を有さない地域のブランド協議会等も可能
産地との関係	当該地域で生産されていれば足りる	品質等の特性が当該地域と結びついている必要
伝統性・周知性	一定の需要者に認識されている必要(周知性)	一定期間(おおむね 25 年)継続して生産されている必要(伝統性)
品質基準	制度上の規定はなく、権利者が任意で対応	産地と結び付いた品質の基準を定め、登録・公開する必要
品質管理	制度上の規定はなく、権利者が任意で対応	生産・加工業者が品質基準を守るよう団体が管理。管理状況について国の定期的なチェックを受ける
登録の明示方法	登録商標である旨の表示を付すよう努める	GI 保護制度マークを付す必要
規制手段	不正使用は商標権者自らが対応(差止請求等)。その際、損害額の推定等の規定を活用できる	不正使用は国が取り締まる
保護期間	10 年間(継続するためには更新手続・費用が必要)	取り消されない限り登録存続(更新手続・費用はかからない)
海外での保護	各国に個別に登録を行う必要	地理的表示保護制度を持つ国との間で相互保護が実現した際には、当該国においても保護される

資料：内藤（2015a）、内藤（2015b）。

3. ブランド保護制度に関する理論の整理

(1) ブランド保護制度の合理性

冒頭で述べたように、ブランド保護制度は、製品の品質についての知識が一般に少ない消費者が高品質な製品を選択できるようにすることを目的としている。仮に、ブランド保護制度のような制約がなく、高品質な製品 (A) と低品質な製品 (B) が区分されていない状況を想定しよう。売り手は製品の品質を知っているが、買い手は製品の品質についての情報を有していない。ここで、高品質な製品 (A) の再生産価格を P_a 、低品質な製品 (B) の再生産価格を P_b とし、 $P_a > P_b$ と仮定する。また、同種の製品では高品質な製品 (A) と低品質な製品 (B) の 2 種類しか流通していないと想定する。こうした場合、買い手は品質

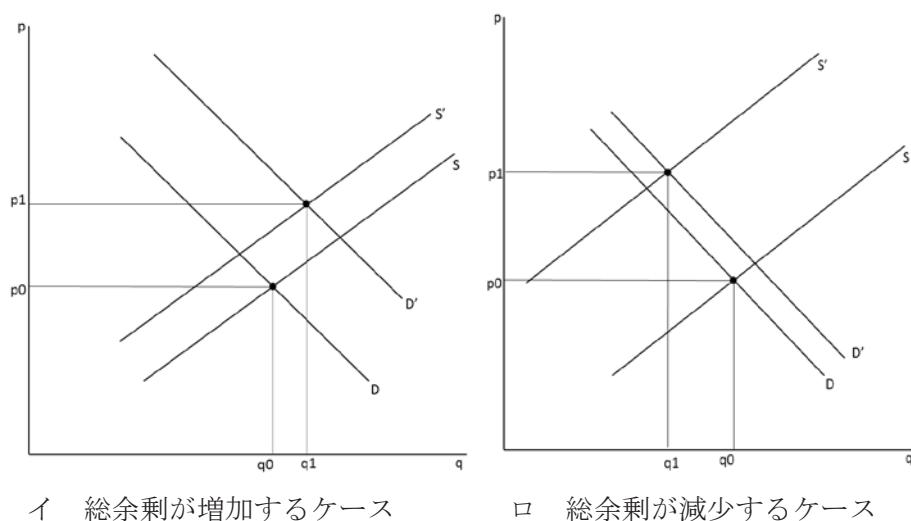
を見分けることができないため、高品質な製品（A）の売り手だけでなく、低品質な製品（B）の売り手も価格 P_a で製品を販売する。すると、高価格（ P_a ）な製品が低品質である可能性が十分高い場合、買い手は、価格に見合った品質を得ることが難しい高価格（ P_a ）の製品の購入を控え、低価格（ P_b ）で低品質な製品（B）のみを購入するようになる。そのため、価格 P_a でしか販売できない高品質な製品（A）は淘汰される（Akerlof, 1970）。このように、情報の非対称性によって高品質な製品が低品質な製品によって淘汰される事態が起き得るため、それを解消する施策の一環として、ブランド保護制度が求められる。

地域団体商標であれば「周知性」、GI 保護制度であれば「伝統性」や「地域に結び付いた品質」の点から、登録産品を他の地域ブランド産品から区分していると言えよう。また、両制度とも知的財産権を保護することで、模倣品と登録産品を区分している。

（２）ブランド保護制度の厚生効果

それでは、こうしたブランド保護制度は、登録産品の総余剰を拡大できるのだろうか。結論から言えば、生産管理体制の構築等に必要となる費用負担が生産者側へ求められる場合があるため、理論的には、必ずしも総余剰が大きくなるとは限らない。以下では Herrmann and Teuber(2011)を参照しながら、ブランド保護制度の厚生効果を確認する。

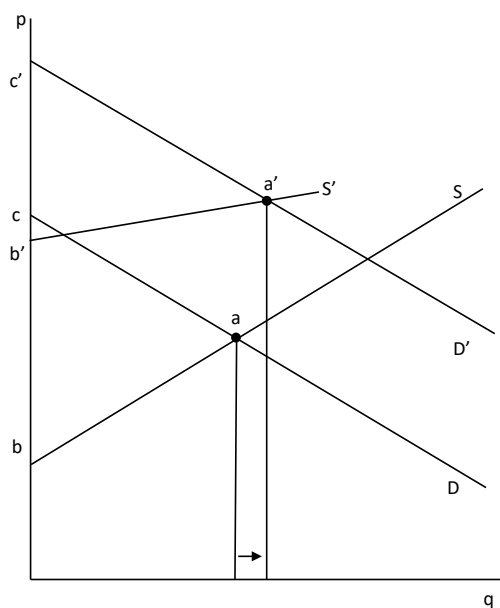
第1図は、ブランド保護制度へ登録された製品の需給曲線である。イとロのどちらとも、D は登録前の需要曲線、S は登録前の供給曲線を示し、登録前では D と S の交点の価格 p_0 、生産量 q_0 で均衡している。ここで、ブランド保護制度へ登録されることで模倣品が減少し、また消費者が当該産品を選択する機会が増えることで需要曲線が D' へシフトしたものとする。こうした変化は、価格の上昇や総余剰の拡大に繋がるものである。一方で、登録による新たな費用負担が生産者側で発生した場合、供給曲線が S' へシフトし、均衡価格は p_1 、均衡取引量は q_1 へ移動する。この生産者による新たな費用負担について制度へ当てはめて考えると、GI 保護制度では、新たな生産基準の遵守や遵守状況の証明が必要な点を想定しており、その他の項目はあっても軽微である⁽⁴⁾。また既述のとおり、生産管理体制の構築は地域団体商標では任意であるが、調査した幾つかの産品では、地域団体商標への登録を契機に生産基準を強化した事例があり、供給曲線の左上へのシフトに繋がっていた。こうした新たな費用負担によって、第1図のロのように供給曲線のシフトが十分大きければ、総余剰が減退する可能性もある。



第 1 図 ブランド保護制度に係る需給曲線

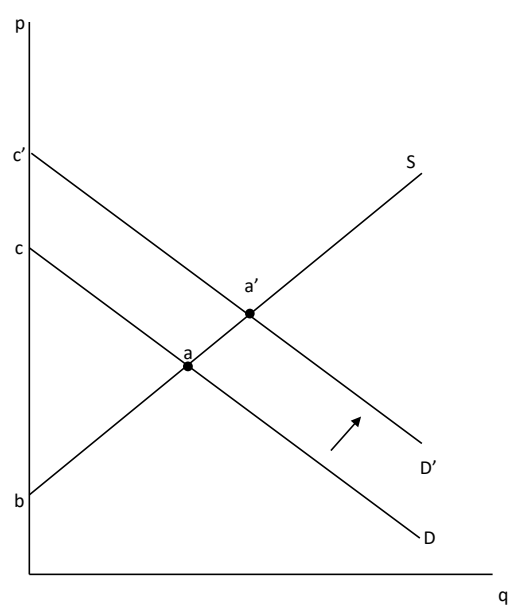
資料：Herrmann and Teuber(2011)を参考に、筆者作成。

それでは、数量ベースで余剰の変化を確認できない定性的な視点から、こういった点で登録による総余剰の増減を見分けることができるだろうか。まず、総余剰は供給曲線と需要曲線、グラフの縦軸からなる三角形の面積で示されるため、その増加については生産量の拡大から読み取れそうである。ただし、これは登録によって供給曲線の傾きが変化せず、平行移動した場合である。第 2 図のように、費用の追加によって限界費用曲線の傾きが緩やかになった場合、生産量が増えたとしても、需要曲線と供給曲線の切片の差 ($c' \sim b'$) が縮まることで総余剰である $\triangle abc$ が $\triangle a'b'c'$ へ減退する可能性もある⁽⁵⁾。生産量の増減からでは、総余剰の増減は判断できない。限定的なケースであるが、第 3 図に示すように、供給曲線が左上へシフトしていないケースに限れば、価格の上昇によって総余剰が増加したことを確認できる⁽⁶⁾。



第2図 供給曲線の傾きが
緩やかになったケース

資料：筆者作成。



第3図 総余剰の拡大が
判断できるケース

資料：筆者作成。

4. ブランド保護制度に係る実態調査結果

(1) 対象産品

調査対象とした産品を、第2表に示す。このうち GI 保護制度登録産品については、登録の効果や課題を検証するため、登録から一定期間経過した産品を選択した。なお、対象産品の選定に当たり、376 の農産物ブランドの産地を対象に行った GI 保護制度の活用に関するアンケート調査を参照した⁽⁷⁾。本研究では、同調査を基に生産額を比較して、規模の大きな産品と小さな産品の両方を調査した。これは、登録に伴う追加費用がどの産品でも共通であれば、大規模産地よりも小規模産地において売上高に占める追加費用の割合が高くなり、登録のハードルが上がるため、多様な規模の産地を検証すべきと考えたためである⁽⁸⁾。

第2表 調査対象産品

	産品名	登録の時期(年次)	年間販売額
GI 保護制 度	みやぎサーモン	2017：GI保護制度	約 2,200-2,500 百万円 (H29 年)
	鳥取・ふくべ砂丘らっきょう	2016：GI保護制度	約 1,033 百万円 (H29 年)
	連島ごぼう	2016：GI保護制度	約 191 百万円 (H29 年度)
	江戸崎かぼちゃ	2015：GI保護制度	約 167 百万円 (H29 年度春物)
	あおもりカシス	2015：GI保護制度	約 25 百万円 (H28 年度)
	谷田部ねぎ	2016：GI保護制度	2 百万円強
両制度	くまもと県産い草畳表 ¹⁾	2009：地域団体商標, 2016：GI保護制度	不明
地 域 団 体 商 標	越前がに ²⁾	2007：地域団体商標	約 2,000 百万円 (H28 年)
	野辺地葉つきこかぶ	2012：地域団体商標	約 741 百万円 (H21 年)
	若狭ふぐ	2007：地域団体商標	約 300 百万円 (H27 年)
	若狭ぐじ ³⁾	2007：地域団体商標	約 168 百万円 (H27 年)
	たっこにんにく ⁴⁾	2006：地域団体商標	系統外出荷が多いため不明

資料：聞き取り調査及び現地調査資料より筆者作成。

注 (1) くまもと県産い草畳表は、GI 保護制度と地域団体商標の両方へ登録している。

(2) 越前がには二つの生産者団体の合計額、また、2018 年に GI 保護制度へ登録されたが、調査時点で GI 保護制度登録前であったため、ここでは記述していない。

(3) 若狭ぐじはアカアマダイのうちブランド認定された産品のみを指すが、ここではアカアマダイ全体の年間販売額を示している。

(4) たっこにんにくは系統外出荷の割合も高いため、年間生産額は不明。

(2) ブランド保護制度への期待

次に、各制度への登録で期待した点を整理する(第3表)。ここでは、「各制度へ登録した理由をいくつか挙げてください」という質問への回答結果を記述した。GI 保護制度へ登録した理由については、「模倣品抑止のため」に登録した産品として、鳥取・ふくべ砂丘らっきょう、江戸崎かぼちゃ、くまもと県産い草畳表が確認された。GI 保護制度において、模倣品に対して国が取り締まりを行う点にメリットを感じた産地があった。また、あおもりカシスやみやぎサーモンは、「法人格を有さない団体でも登録できる点」を理由として挙げていた。香坂(2015)の指摘と同様に、登録団体の要件の緩和や模倣品への対応が登録の理由となっていた。

地域団体商標については、くまもと県産い草畳表とたっこにんにくが「模倣品抑止」のために登録していた。この他には「農家の意識向上(野辺地葉つきこかぶ)」「差別化へ向けた取組(若狭ぐじ)」「県内での消費拡大と観光客の漁家民宿への誘客促進(若狭ふぐ)」といったように、共通の内容は確認できなかった。

なお、谷田部ねぎが地域団体商標へ登録しない理由及び若狭ふぐが GI 保護制度へ登録しない理由として、規模が小さいため「経費負担に二の足を踏む」「登録によるメリットを感じにくい」といった点を挙げていた。この点は、前述の生産規模と登録へのハードルの関係と整合的である。

第3表 登録で期待した点

	産品名	登録で期待した点
GI 保護制度	みやぎサーモン	品質等について国のお墨付きをもらうことによる地域ブランドの確立、生産管理体制の構築による品質の統一へ向けた生産者の意識の向上、宮城県で一番に登録されることによる認知度の向上、法人格を持たない団体でも取得可能
	鳥取・ふくべ砂丘らっきょう	模倣品抑止を国が行ってくれる点や、付加価値の上昇
	連島ごぼう	価格の上昇による農家の意欲向上や雇用労働力の確保、生産面積の拡大
	江戸崎かぼちゃ	模倣品抑止
	あおもりカシス	法人格を有さない団体でも GI 保護制度へ登録できる点 国のお墨付きを得ることができ、認知度の向上に繋がる
	谷田部ねぎ	－
両制度	くまもと県産い草畳表	GI 保護制度：模倣品抑止や経営向上、経営安定 地域団体商標：模倣品抑止
地域 商標 団体	越前がに	地域の産品であることをより PR するため
	野辺地葉つきこかぶ	農家の意識向上
	若狭ふぐ	県内での消費拡大と、観光客の漁家民宿への誘客促進のため
	若狭ぐじ	他産地及び通常の産品との差別化へ向けた取組のため
	たっこにんにく	模倣品抑止のため

資料：聞き取り調査より筆者作成。

（3）登録後の効果

続いて第4表に、ブランド保護制度への登録による効果を示す。ここでは現地調査で、各効果の項目について達成できたか否かを確認し、その理由まで聞き取りを行った。

第4表 登録後の効果に対する調査対象者の認識

	産品名	生産管理体制の構築	模倣品抑止	認知度向上	生産拡大	価格上昇 ³⁾	価格上昇の要因
GI 保護制度	みやぎサーモン	○	-	○	○	○	GI 保護制度への登録を契機に温度管理を徹底し、その点が認められて価格が上昇
	鳥取・ふくべ砂丘らっきょう	済み	期待	○	△	△	他産地の作柄の影響が大きい。ただし、GI 保護制度取得産品として小売店で他産地とは別の棚で販売
	連島ごぼう	済み	-	○		○	JA が GI 保護制度説明書や希望価格を提示するなど、流通業者へ GI 保護制度登録についてアピールし、また冷蔵庫の設置でロットを確保する等により、流通業者と一体となって価値提案を実施
	江戸崎かぼちゃ	済み	期待	○			
	あおもりカシス	○	-	○	△		
	谷田部ねぎ	○	-	○			
	くまもと県産い草畳表	済み	○			○	登録が輸入品の産地偽装に対する抑止力となり、価格が上昇
地域団体商標	越前がに	強化		○		△	産地・品質保証のためのタグ付けが、マスコミを通じて消費者に認知されて価格が上昇。ただし、地域団体商標への登録の効果は不明
	野辺地葉つきこかぶ	済み	-	○			
	若狭ふぐ	済み	-	○			
	若狭ぐじ	済み		○		○	登録を契機に、従前から実施していた温度管理の徹底による鮮度維持や優良品へのシール貼付等の生産管理体制が高く評価され、「若狭ぐじ」の規格の価格が上昇
	たっこにんにく	強化	期待	○	○	○	登録を契機にマスコミに取り上げられ、厳格な品質管理体制により高品質である点を認知
	くまもと県産い草畳表	済み	○				

資料：聞き取り調査及び現地調査資料より筆者作成。

注（1）生産管理体制の「強化」は登録によって生産管理体制がより強化されたこと、「済み」は登録前から生産管理体制が構築されていたことを示す。

（2）模倣品抑止の「-」は、模倣品がない又はごく僅かであることを示す。

（3）価格上昇と生産拡大の「△」は、登録による効果か不明であるが、価格が上昇したり生産が拡大したことを示す。

1）生産管理体制の構築

追加された生産管理体制の内容を、第5表に示す。GI 保護制度ではみやぎサーモン、あおもりカシス、谷田部ねぎが新たに構築していた。このうちみやぎサーモンは、前述の GI 保護制度登録の理由で「生産管理体制の構築による品質の統一へ向けた生産者の意識の向上」を挙げており、生産管理体制の整備の足がかりとして、GI 保護制度の仕組みを生かしていた。あおもりカシスや谷田部ねぎでも、GI 保護制度への登録をきっかけに、これまでなかった記帳を必須にする等の体制を整備した。

地域団体商標では、越前がにとたっこにんにくが生産管理体制を強化した。その内容は、規格の新設と栽培履歴書の回収率改善であり、登録が、ブランド化へ向けた取組の強化や、農家の意識向上に寄与した点が窺えた。一方、他の7品目は登録前と同じ生産管理体制を採っていた。

第5表 登録を契機に追加された主な生産管理体制の内容

		基準	基準の遵守を確認する方法
GI 保護 制度	みやぎ サーモン	おおむね 5℃以下に保った海水タンクに浸漬	生産者の出荷表のチェック、市場での生産者団体による検査、餌の納品書の提出
	あおもり カシス	農薬を栽培期間中は使用しない、手摘みで収穫、剪定・施肥・土壌改良などの栽培方法の規定、出荷規格	栽培管理記録簿での確認、新規就農者等への現地調査の実施
	谷田部 ねぎ	集落で継続的に栽培されている品種を活用、9月から翌年10月以降までの約13か月以上の栽培、植え替えを2回実施、出荷規格	作業日誌へ記帳し、播種から収穫までの間に4回提出
地域 団体 商標	越前がに	最上級の産品であることを示す規格の新設	-
	たっこ にんにく	-	栽培履歴書の回収率 100%を達成

資料：各品目のGI保護制度への登録簿及び聞き取り調査より筆者作成。

2) 模倣品抑止

模倣品抑止については、両制度とも、くまもと県産い草畳表で効果があった。畳表は輸入品を国産品として偽装するケースも多く、特に国が模倣品の取り締まりを行うGI保護制度への登録が抑止力となり、価格が若干上昇したとされる。現地調査資料を基に、全品種の本間規格と五八規格それぞれの生産量と金額の合計から単価を計算したところ、登録前の2013-2015年度の加重平均で本間が約2,535.1円/枚、五八で約1,952.9円/枚だったものが、登録後の2017年度から2018年度11月までの加重平均でそれぞれ約2,817.2円/枚と約2,173.7円/枚へ上昇していた。

一方、模倣品抑止へ期待して地域団体商標へ登録したたっこにんにくでは、町外で生産されたにんにくがたっこにんにくの名称を不正使用して販売する場合がありますとされる。この点について産地では、商標権侵害者への訴訟に人件費等の費用がかかる点を懸念し、対応できていない。既述のとおり、GI保護制度と違って地域団体商標は名称の不正使用へ商標権者自らの対応が必要であり、少なくともたっこにんにくでは、その点が模倣品抑止の障壁となっていた。なお、この他に模倣品抑止へ期待してGI保護制度へ登録した鳥取・ふくべ砂丘らっきょうと江戸崎かぼちゃでは、不正使用について問題となる事例は発生していない。

3) 認知度の向上

認知度については、両制度への登録後、メディアで取り上げられて向上したとする産品がほとんどであった。特に、第3表の登録の理由として認知度の向上を挙げた品目のうち、

みやぎサーモンでは、みやぎサーモン専門のどんぶり店の期間限定での開店や、JR 東日本とタイアップしての駅弁といった企画が実現しており、成果が上がっていた。あおもりカシスでも、GI 保護制度第一号での登録だったこともあり、全国ニュースで取り上げられ、問い合わせも増えて認知度が向上したとされる。この他にも、「テレビや新聞の取材がきて、長年作ってきたものが認められたと実感（江戸崎かぼちゃ）」「マスコミや有名シェフ等の取材が来るようになった（野辺地葉つきこかぶ）」など、メディアで取り上げられるようになったと回答する品目がほとんどであった。登録によって取材先として選ばれやすくなる傾向があり、少なくとも今回の調査対象品目では、認知度向上の点で GI 保護制度と地域団体商標の大きな違いはないようである。

なお、以上の認知度は登録産品に対する認知度である。GI 保護制度では、施行されて間もないものの制度自体の認知度が低いと、複数の登録産地で指摘されており、課題の一つである⁽⁹⁾。

4) 価格の上昇

ブランド保護制度への登録によって価格が上昇したとする産品は、くまもと県産い草畳表、みやぎサーモン、連島ごぼう、若狭ぐじ、たっこにんにくの5品目であった。例えば、価格の上昇効果が見られなかった谷田部ねぎについて登録生産者団体は、「生産規模が小さいところが GI 保護制度を取得しても、取得後の展開が見えない」と述べており、前述の生産規模と登録へのハードルの関係と整合的であった⁽¹⁰⁾。

5品目で価格が上昇した背景として、くまもと県産い草畳表については前述のとおり、登録が輸入畳表の産地偽装への抑止力となり、価格の上昇に繋がったとされる。

みやぎサーモンでは、GI 保護制度への登録を契機に温度管理を徹底し、厳格な生産管理体制を構築した。世界的なサーモン需要の拡大に伴う輸入量の減退や、秋さけの不漁の見込み等による国内需要の増加の影響もあったとされるが、GI 保護制度の生産管理体制のもとで高品質な商品を提供したことが認められて価格が上昇したとされる。なお、GI 保護制度登録前の2014・2016年度の加重平均で560.3円/kgであった価格は、登録後の平成30年度で575.0円/kgへ上昇した。

連島ごぼうは、岡山県で流通するごぼうの大半が連島ごぼうであることから、県内の消費者へ連島ごぼうが赤いマークのごぼうとして浸透した。そうした背景の下、登録生産者団体であるJA 倉敷かさやが、GI 保護制度の説明書や希望買い取り価格を流通業者へ提示する等、GI 保護制度登録についてアピールし、流通業者と一体となった価値提案を行った。さらに、価格を上げた分、流通業者から安定した出荷体制を求められたため冷蔵庫の設置を行い、流通業者との信頼関係を醸成した。

若狭ぐじでは、地域団体商標への登録前から、延縄で漁獲したアカアマダイを船上に設置した水温5℃前後の保冷ボックスで保管して品質を保ち、水揚げ後には生産者団体により、重さ（1尾500g以上）、色つや、形状等の独自に制定したブランド規格に該当する魚のみに「若狭ぐじ」と表記したシールを貼るなど、厳格な生産管理体制を構築しており、一部

の消費地市場では、高品質な地域ブランド産品として認められていた。それが、地域団体商標への登録をきっかけに、認知度がさらに向上し、若狭ぐじとして認定したアカアマダイの価格は、登録前と比べて2割程度上昇したとされる。

たっこにんにくも、A品とB品を混ぜずに個包装で出荷する、バーコードや番号でトレーサビリティを行うなど、厳格な生産管理体制を構築しており、地域団体商標への登録をきっかけに、そうした高品質である点がマスコミに取り上げられて認知された。これによって、登録前は小さかった青森県産にんにくとの価格差が、登録後に3割になったとされる。

品目数が少ないこともあり、価格の上昇の理由についてGI保護制度と地域団体商標の違いは明確に確認できないが、これらの事例は、登録がゴールでなく、高い水準の品質管理や流通業者への訴求等の取組が重要なことを示唆する。EUでのGI保護制度の効果を整理したLondon Economics(2008)でも、登録のみでは変化は起きないと述べており、こうした内容と整合的である。なお、あおもりカシスと谷田部ねぎは、新たな生産管理体制を整備したにも関わらず、価格は上昇していない。価格の上昇は生産管理体制の水準の高低にもよるため、上昇しなかった背景については、更なる詳細な分析が必要である。

なお、価格が上昇した品目のうちくまもと県産い草畳表、連島ごぼう、若狭ぐじでは、登録の際に新たな生産管理体制を構築しておらず、それ以外にも生産者の追加的な費用や作業の負担はなかったとされる。その一方で、GI保護制度への登録によって価格が上昇していることから、第3図のケースが該当し、総余剰の増加が示唆される。

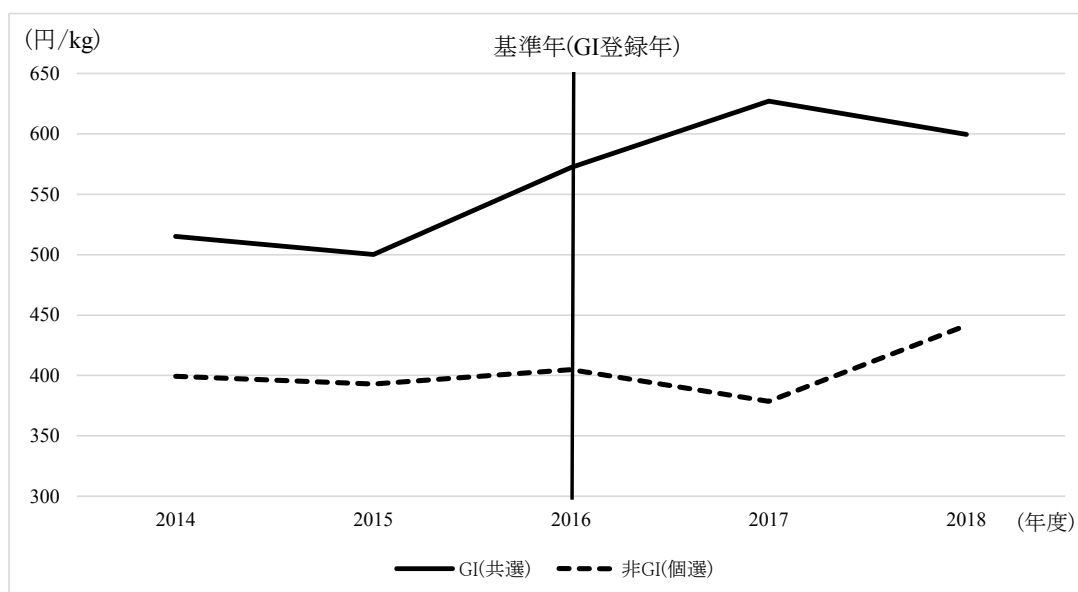
5) プレミアム価格法の適用

GI保護制度への登録効果を検証する上では、他の競合する産品の価格の推移との比較も必要となる。そのため本稿では、連島ごぼうとみやぎサーモンを事例に、森嶋(2008)の提示したプレミアム価格法を実施した。プレミアム価格法とは、ブランド品とノンブランド品の価格差へブランド品の出荷量を乗じ、ブランドの資産的価値としてのブランド・エクイティを計算する方法である。

まず連島ごぼうは、卸売市場を通じた相対取引での出荷が主であり、出荷量の約6割は岡山県内に集中している。ここでは、連島ごぼうをJA倉敷かさやから出荷する際に、最も取引量の多い卸売市場会社(県内)の仕入れ価格を分析で用いる価格水準として選んだ。この卸売市場会社は、「地元市場である同社の価格が他の市場の参考価格になる」と述べており、価格水準として有用と考える。比較対象とする価格は、同じ卸売会社でのGI保護制度でない個選の連島ごぼうの仕入れ価格を用いることとし、GI保護制度登録の効果を検証することとした。

ブランド・エクイティの計算では、上記のデータの価格差へ出荷量を乗じて、年数で割る⁽¹¹⁾。この試算では、連島ごぼうの全量を同じ卸売市場会社へ出荷し、それによって値段も変化しないことを仮定することになるが、各年度の出荷先ごとの出荷量と単価、比較対象とする価格の入手は困難であり、上記の方法で代用した⁽¹²⁾。

第4図は、GI 保護制度産品と非 GI 保護制度産品の価格差を示す。登録前である 2014-2015 年度の価格差の加重平均が 111.5 円/kg であった一方で、登録後である 2017-2018 年度のそれは 212.4 円/kg と、価格差が広がっていた。ブランド・エクイティは、登録前が約 4,388 万円であったのに対し、登録後は 6,705 万円へ上昇していた。連島ごぼうにおいて、GI 保護制度登録の効果があったことが示唆された。



第4図 GI 保護制度と非 GI 保護制度の連島ごぼうの価格差

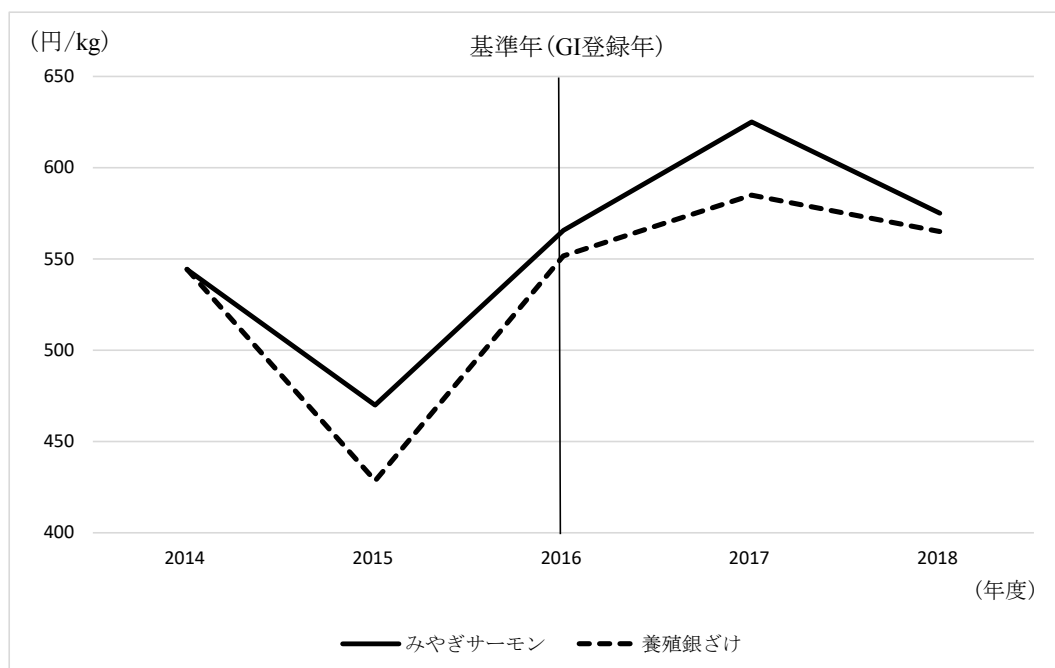
資料：現地調査資料より筆者作成。

続いて、みやぎサーモンについて検証する。みやぎサーモンは、宮城県における養殖銀ざけのうち、水揚げの際に「活け締め」と呼ばれる鮮度維持のための処理を施した銀ざけを指す。主な流通経路としては、養殖経営体から産地市場を通じて加工業者や仲卸へ販売される。ここで、産地市場の価格は取引先企業の情報を含むため開示は困難であり、また産地市場が公表した価格はみやぎサーモンを他の養殖銀ざけと区別していない。そのため、本研究ではみやぎサーモンと他を区別している、宮城県漁業協同組合のとりまとめた宮城県全体の生産販売実績を分析に用いることとした。価格水準は、GI 保護制度登録された活け締めしたみやぎサーモンの価格であり、比較対象とする価格は、登録されていないその他の宮城県産養殖銀ざけの価格である。なお、みやぎサーモン以外の養殖銀ざけについても、GI 保護制度への登録をきっかけに輸送時の水温 5℃以下を保つよう徹底しており、生産管理体制の構築によってみやぎサーモン以外の価格も上昇している点に注意が必要である。

第5図は、みやぎサーモンとその他の養殖銀ざけの価格差を示す。登録前である 2014-2015 年度の価格差の加重平均が 24.4 円/kg であったのに対し、登録後である 2017-2018 年度のそれは 26.4 円/kg と微増した。ブランド・エクイティは、登録前が約 7,458 万円であったのに対し、みやぎサーモンの生産量が増加したことから、登録後は約 9,111 万円ま

で伸びていた。後述するように、養殖経営体の新規参入とそれによる生産量の拡大の背景に、GI 保護制度登録とそれに伴う生産管理体制の構築による収益性の改善があったとされる。価格差はあまり変化していないものの、生産量と関連するブランド・エクイティにおいて、GI 保護制度登録の効果があったことが示唆された。また、既述のとおり、登録をきっかけに他の養殖銀ざけの生産管理体制も改善し、バイヤーに高く評価された。世界的なサーモン需要の拡大等もあるものの、みやぎサーモンとその他の養殖銀ざけ全体で価格が上昇しており、産地全体で、登録をきっかけとした生産管理体制の構築の恩恵を受けた。

なお、以上の分析はいずれも GI 保護制度への登録後 2 年ほどの結果を活用した分析である。GI 保護制度は施行されて間もない制度であることから、今後の価格の推移について継続的に確認する必要がある。



第5図 みやぎサーモンとその他の宮城県産養殖銀ざけの価格差

資料：現地調査資料より筆者作成。

6) 生産拡大

「生産拡大」について、まず、みやぎサーモンで、GI 保護制度への登録に伴う生産管理体制の構築をバイヤーが高く評価して収益性が改善し、2 経営体が新規参入した。また、たっこにんにくでは、登録による価格上昇をきっかけに複数の民間の地域内の加工業者が起業し、生産規模が拡大した⁽¹³⁾。このように、保護制度への登録を契機に、収益性が向上し、新規参入が起きた事例が確認された。なお、連島ごぼうは生産拡大へ期待して GI 保護制度へ登録したが、2016 年から 2017 年にかけて生産量が 3%と微増したものの、生産面積は変化していない。高齢化や宅地化の進展がその背景にあるとされ、離農者の作付け地を他の農家へ頼む等、生産面積の維持に注力している。

5. おわりに

以上、本研究では GI 保護制度と地域団体商標への登録産品への実態調査を通じて、ブランド保護制度に対する期待と効果を整理した。以下では、これまでの内容から得られた政策的インプリケーションを提示する。

まず、両制度とも、登録によってほとんどの産品の認知度が向上した一方、価格の上昇は一部の産品に限定されていた。少なくとも調査対象産品において、登録のみによるシグナリングの効果は限定的だったようである。既述のように特に GI 保護制度について、制度自体の認知度の低さを指摘する産地が多かった。行政としても、保護制度への登録を効果的なものとするため、保護制度の訴求へ向けた積極的な対応が求められよう。なお、こうした状況の下、登録によって価格が上昇した産品は、認知度の向上をきっかけに品質の高さが認められた産品や、流通業者への積極的な訴求を行った産品であり、登録を生かした更なるブランド化への取組が行われていた。行政としても、保護制度を効果的なものにする上で、登録をゴールと位置づけるのではなく、登録後のブランド化へ向けた対応へのフォローも必要である⁽¹⁴⁾。なお、これらの産品のうちくまもと県産い草畳表、連島ごぼう、若狭ぐじで総余剰の拡大が示唆された。

また、本研究では地域ブランド産品へのブランド保護制度として、GI 保護制度と地域団体商標の二つの制度の実態と登録効果を検証した。両制度の相違点として、名称の不正使用に対して GI 保護制度では国が取り締まりを行う一方、地域団体商標では商標権者が商標権侵害者に対して自ら対応しなくてはならない点がある。実際に、訴訟への負担感から、対応が十分なされていないたっこにんにくの事例を確認しており、地域団体商標の仕組みの限界が改めて事例から示唆された。模倣品抑止の視点では、国が取り締まりを行う GI 保護制度のより積極的な活用が有効である。なお、両制度における認知度の向上や価格の上昇等の効果の違いは、調査サンプル数が少ないこともあり十分検証できなかった。こうした点は、表明選好法による消費者行動の分析等が求められる。

また、本研究では両制度への期待と効果について整理したが、期待と効果の間にギャップは生じなかったのだろうか。この点について、今回検証した効果の項目を見る限り、事前に期待した項目で効果が上がっている例が多く確認された⁽¹⁵⁾。例えばみやぎサーモンでは、生産管理体制の構築の足がかりとして GI 保護制度へ登録し、産地全体の養殖銀だけの価格上昇を実現した。また、連島ごぼうやくまもと県産い草畳表、若狭ぐじでは、価格の上昇や経営安定、差別化等を目指して登録し、価格が上がった。認知度の向上についても、みやぎサーモン、あおもりカシス、越前がにが登録の理由として挙げ、効果が出ている。

また、小規模産地の場合に登録のハードルが高くなり得ることを述べ、そうした内容と整合的な事例を確認した。ただし既述のとおり、生産管理体制を登録前から整備し、追加的な負担が限定的であったケースも多くあった。また規模が小さくても、例えば若狭ぐ

では、地元でも提供することで地域に観光客を増やしていた。本研究はあくまで地域の一資源である地域ブランド產品に着目してブランド保護制度の効果を検証したが、認知度の向上によって地域全体のイメージのアップや観光客の誘致に成功するなど、地域全体への効果を見た場合、優良な事例があるかもしれない。また、EU ではこうした地域全体への効果について、社会的、環境的、文化的な影響評価も行っている(London Economics, 2008; Barjolle et al., 2009)。こうした多様な視点による地域全体への影響の検証も、今後の研究課題としたい。

この他、本研究ではプレミアム価格法による価格上昇効果の検証を行ったが、本来は、様々な要因をコントロールしたヘドニック・アプローチ等による分析が望ましい。この点も、今後の課題である。なお、GI 保護制度は施行から間もないため、今後、普及に伴って消費者の選好が変化する可能性にも留意が必要である。

注 (1) 本項は、主に内藤 (2015a) を参照した。

(2) ただし、権利者である団体の構成員は、団体の定めるところによって、登録商標の使用をする権利を有するため、団体構成員はその商標を利用できる。また、商標登録出願前から、不正競争の目的でなく、その商標・類似する商標を使用していたもの（先使用者）については、継続的にその商標を利用できる。

(3) 本項は、主に内藤 (2015a) や内藤 (2015b) を参照した。

(4) 後述の厚生効果を検証した產品では、生産管理体制の構築以外にも生産者の費用負担がなかったか確認している。

(5) 規模に応じて限界費用曲線が緩やかになるような項目としては、例えば、作業日誌への追記が必要となる点が考えられる。作業日誌は圃場ごとに記録する場合が多いため、圃場が分散して増加した場合、農薬散布の状況等の追記が必要である。この場合、その限界費用の程度は追加された圃場の面積に依存するが、追加された圃場の面積が既存の平均的な圃場の面積より大きい場合、規模に対して限界費用が逓減することが起こり得る。

(6) なお、第 1 図から第 4 図にかけて、以下の前提で需給曲線を記述した。第一に、地域ブランド產品であるため、独占的な利潤を享受する市場環境にあると思われるが、ここでは簡単化のため、競争的な市場構造のモデルを提示した。第二に、保護制度への登録による需要曲線の傾きの変化については、変化したとしても上方バイアスであり、考慮しなかった。第三に、Herrmann and Teuber(2011)では、登録による費用を生産・加工業者の団体等が負担し、供給量を決定するため、生産者の供給曲線が登録によってシフトしないことを想定している。ただし実際には、価格に応じた生産量の決定を行うのはあくまで生産者であり、また生産管理体制への対応等により生産者側で費用が増加した例もあるため、本研究では、生産者と消費者のみの需給曲線を想定した。第四に、実際には、登録へ向けた活動や地域団体商標を更新する際の手続きと費用、生産基準の順守状況の確認など、生産・加工業者の団体が負担しているコストがある。こうしたコストは、本来であれば登録による総余剰の変化から差し引くべきであるが、コストや総余剰の正確な把握は困難であり、ここでは生産・加工業者の団体の既存の資本（人的資本や内部留保等）を用いてそうしたコストを吸収したものとした。

(7) 意向調査の結果については、内藤ら (2018) を参照されたい。なお、みやぎサーモンとたっこにんにくは意向調査の調査対象外であったが、ブランド保護制度の成功事例を検証するため、追加的に調査した。

- (8) 第2表の年間販売額は、意向調査の結果でなく、現地調査で改めて確認した額である。
- (9) みやぎサーモン、連島ごぼう、江戸崎かぼちゃ、あおもりカシス、くまもと県産い草畳表で指摘された。
- (10) そのため、特に小規模産地では、希少性のアピールや、地産地消とそれによる観光客の誘引など、独自の対策が求められることとなる。
- (11) 平成30年度は4-9月までのデータであったため、直近4年間の全出荷量に占める4-9月の出荷量の平均割合を年数として用いた。
- (12) 森嶋（2008）も、夕張メロンに対して同じ仮定で分析している。ただし森嶋（2008）は、出荷最盛期である7月を中心に出荷量の25%を他市場へ振り分けた場合の検証も行っているが、比較対象とする価格がノンブランド製品に限定できなかったため価格差が縮小し、本来これらのデータは用いないと判断すべきと述べる。
- (13) これらの加工業者は、名称の不正使用は行っていない。なお、田子町「人口・産業の統計」によると、にんにくの生産面積は登録した2006年度から2007年度にかけて約9%拡大した。
- (14) ただし、生産管理体制の構築が必ずしも価格上昇に結び付いていない品目もあるため、その背景については更なる検証が求められる。
- (15) 既述の通り、たっこにんにくの模倣品抑止と、連島ごぼうの生産面積拡大は現時点で達成できていない。

[引用文献]

- Akerlof, George A.(1970) “The Market for “LEMONS”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism” *Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500.
- Barjolle Dominique, Marguerite Paus and Anna Perret(2009) “Impacts of Geographical Indications Review of Methods and empirical Evidences” *Contributed Paper prepared for presentation at the International Association of Agricultural Economists Conference, Beijing, China*, 16-22.
- Defrancesco Edi and Junko Kimura(2018) “Are Geographical Indications (GIs) Effective Value-Adding Tools for Traditional Food? Insights from the new-born Japanese GIs System” *Proceedings in System Dynamics and Innovation in Food Networks 2018*, 119-130.
- 藤島廣二（2009）「いまなぜ地域ブランド化か？」、藤島廣二・中島寛爾編著『実践 農産物地域ブランド化戦略』筑波書房、7-16.
- Herrmann, R., and Ramona, Teuber.(2011) “Geographically Differentiated Products” Edited by Jayson L. Lusk, Jutta Roosen, and Jason F. Shogren *The Oxford Handbook of the Economics of Food Consumption and Policy*, Oxford University Press, 811-842.
- 香坂怜（2015）「農産品の全国での取り組み事例と地方自治体の役割」香坂怜編著『農林漁業の産地ブランド戦略 地理的表示を活用した地域再生』ぎょうせい、194-234.
- 香坂怜・内山愉太（2016）「なぜ地域団体商標・地理的表示への申請をするのか 石川県能登地域における農産品の事例と林産品への示唆」『久留米大学ビジネス研究』1、85-98.
- London Economics.(2008) *Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin(PDO) and protected geographical indications(PGI)*, London Economics.
- 森嶋輝也（2008）「地域ブランドと評価手法」斎藤修編著『地域ブランドの戦略と管理 日本と韓国／米

から水産品まで』農山漁村文化協会，64-83.

内藤恵久（2015a）『地理的表示法の解説』大成出版.

内藤恵久（2015b）「我が国の地理的表示保護制度（地理的表示法）」香坂怜編著『農林漁業の産地ブランド戦略 地理的表示を活用した地域再生』ぎょうせい，80-98.

内藤恵久・大橋めぐみ・八木浩平・菊島良介（2018）「地域ブランド製品の現状と地理的表示保護制度活用に向けた期待・課題」『日本知財学会誌』，15(1)，11-17.

斎藤修（2007）「地域ブランド管理の体系化と基本的課題」斎藤修『食料産業クラスターと地域ブランド 食農連携と新しいフードビジネス』農山漁村文化協会，208-242.