

序 文

世界各地には、地域の自然環境等の特徴を活かし、また長年培われた特別の生産方法などによって、高い品質と評価を獲得した産品（パルマハム、シャンパンなど）が多く存在している。このように、産品に特別の品質等の特性があり、その特性と産品の地理的原産地が結びついている場合に、その原産地を特定できる地域産品の名称が、「地理的表示（GI）」と呼ばれている。

フランスをはじめヨーロッパでは、この地理的表示を保護する仕組みが古くから設けられ、EU では 1992 年導入の品質保証を重視した共通の保護制度により、農産物等の付加価値向上を通じて、農業の振興や農山漁村の活性化に成果をあげてきている。

我が国の農山漁村にも多くの特色ある地域産品が存在するが、EU とは異なり、農産物・食品全体を対象とする地理的表示保護制度の導入は遅れた。2004 年に農林水産省は、地理的表示を保護する特別な制度を検討したが制度化は実現せず、特許庁が立案した「地域団体商標制度」が創設された。その 10 年後、農業振興を図るための仕組みとして、地理的表示保護制度の創設が再度検討され、農林水産省と特許庁の調整を経て、2014 年に保護制度が創設された。

制度創設以降、これまで 100 を超える産品の名称が登録されている。我が国でも、産品の付加価値向上や農山漁村の活性化に効果を上げることが期待されており、「食料・農業・農村基本計画」等においても、その積極的な活用の方角が示されている。

本書は、この「地理的表示保護制度」を事例として、制度創設の際の省庁間調整に着目して政策決定の要因を分析するとともに、この制度の新しい政策手段としての意義や政策実施上の課題を分析したものである。

具体的には、まず、分析を行う前提として、地理的表示保護とはどういうものであるかについて、特別な仕組みによる保護を行う EU と一般的な商標制度の中で地理的名称の保護を行う米国の保護制度の違いを分析し、地域環境に

由来する特性というテロワールの考え方と、行政関与の品質保証・情報提供という二つの要素を抽出している。

次に、政策決定の要因については、政策決定の成否を分けるのは何かという問題意識のもと、2004年の制度創設に失敗した政策決定過程と、2014年の制度創設に至る政策決定過程を、省庁間調整を中心に分析している。省庁間調整については、セクショナリズムの観点から分析されることが多いが、本書では、先行研究も踏まえて、アイディアをめぐる相互作用の観点から分析し、公的主体が関与した品質保証による付加価値向上を図るという政策アイディア（＝特別な保護制度による地理的表示保護のアイディア）が果たした役割等を明らかにしようとしている。

また、政策手段としての地理的表示保護については、農政の政策変化の一環としてとらえられることを示すとともに、消費者に情報を伝えることによって行動を促す「情報」の政策手段としての位置付け、特徴等を整理している。さらに、地理的表示保護制度の実施に関して、登録の現状や制度に対する期待・効果等を整理するとともに、制度をより効果的に活用する上での課題等を整理している。

このように、本書は、地理的表示保護制度創設の政策過程を明らかにするとともに、これを事例として、政治争点化しにくい専門的分野の政策形成において省庁間の調整がどのような意味を持つのかを明らかにすることを試みたものである。また、地理的表示保護制度の実施面での課題等を示すとともに、農政の中で「情報」という新しい政策手段としての意義を明らかにすることも意図している。

本書が、地理的表示保護制度に関心を持つ方々のみならず、我が国における政策決定や政策手段の在り方に関心を持つ方々にとっても、今後の検討・研究の一助となれば幸いである。

2022年3月

農林水産政策研究所