

地理的表示保護制度と国の戦略について －インバウンドへの期待－

平成28年1月8日

一般社団法人食品需給研究センター
主任研究員 江端 一成

1. 地理的表示とは？

地理的表示（G I : Geographical Indication）とは

農林水産物・食品等の名称であって、その名称から当該産品の産地を特定でき、産品の品質等の確立した特性が当該産地と結び付いているということを特定できるもの。

地名 + 産品名

（例） 夕張メロン、あおりカシス

地理的表示とは、いわゆる地域ブランド名であるが、単なる産地を表す名称ではない。

- ① 特定の品質等に特性があり、
- ② その特性と原産地が結びついているときに、
- ③ その原産地と特性を示すことができる表示

が地理的表示となる。

2. 地理的表示保護制度とは？

地理的表示保護制度とは

- 地理的表示保護制度とは、品質、社会的評価その他の確立した特性が産地と結び付いている産品について、その名称を知的財産として保護するもの。
- 国際的に広く認知されており、世界で100カ国を超える国で保護。

知的所有権の貿易関連の側面に関する協定（TRIPS協定）

- TRIPS協定における定義（第22条1）
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、当該商品が加盟国の領域又はその領域内の地域若しくは地方を原産地とするものであることを特定する表示をいう。

諸外国における地理的表示保護制度の導入状況

アジア	中東	欧州 (EU除く)	EU	中南米	アフリカ
11	7	17	28	24	24

3. 地理的表示産品の例

①

あおもりカシス

農林水産大臣登録第1号

○特性

品種は「あおもりカシス」。さわやかな酸味や独特の芳香があり、アントシアニンも豊富。完熟したものから選別し、全て手摘みで収穫。

○地域との結びつき

昭和40年に弘前大学教授がドイツで、青森の気候に適するであろうと苗木提供の申し出を受けて導入。品種改良せず、当時の品種のまま地域で守り育ててきた。



神戸ビーフ

農林水産大臣登録第3号

○特性

兵庫県北部の但馬地方の山あいでは長い歳月をかけ改良が重ねられた但馬牛を素牛として肥育し、A・B4等級以上でBMSNo6以上に格付けされた枝肉であり、最高級の霜ふり肉。

○地域との結びつき

素牛である但馬牛は、兵庫県の県有種雄牛のみを歴代に亘り交配した牛で、約1200年も昔から兵庫県北部の但馬地方の山あいでは農耕用の役牛として保存。明治期に肉牛として遺伝的に良質な血統であることが認識され、長い歳月をかけ改良が重ねられた良質な肉質の肉用牛。



3. 地理的表示産品の例

②

夕張メロン

農林水産大臣登録第4号

○特性

果肉は、内部色はオレンジ色で、繊維質が少ないことから非常に柔らかく、ジューシー。芳醇な香りが強い「夕張キング」という品種を使用しており、糖度は10度以上。

○地域との結びつき

山や丘陵に囲まれて昼夜の気温差が大きく、また、降水量が少ない上、火山灰土壌で水はけがよいという地理的特徴から、優れた品種特性が発揮される。さらに、栽培技術の蓄積による細やかな栽培管理により、この地域でないと「夕張メロン」を栽培することはできない。



鹿児島県の壺造り黒酢

農林水産大臣登録第7号

○特性

屋外に並べた壺を使って仕込み発酵するという独特な製法による米黒酢。発酵に6か月以上、熟成に6か月以上の長期熟成から生まれる特有の香りともろやかな酸味。

○地域との結びつき

1800年代初期には生産が開始された伝統的製法による黒酢の発祥の地。一年を通じて温暖で寒暖の差が小さく、また、薩摩焼の壺が身近に得られる土地柄は黒酢造りに最適の地である。



4. 地理的表示制度導入の背景 ①

地域ブランドの課題 ①

◆品質の統一化が図られず、製品のブランド価値の向上が図られていない。

○ある産品の事例

- ・昭和50年代から栽培を開始。
- ・ブームにより、地域名が先行して全国的に周知されるものの、生産主体ごとの品質格差が大きく、低品質産品の存在により需要者の評価が低下しつつある。
- ・市による認定シールの取組や組合によるホームページでの周知を行っているが、低品質産品の排除の効果は低い。



商標制度の限界 ①

◆商標制度では、品質を守る取組はあくまでも自主的な取組にすぎず、品質を制度的に担保することはできない。

4. 地理的表示制度導入の背景 ②

地域ブランドの課題 ②

◆ブランドへのただ乗りが行われている実態

○ある産品の事例

- ・昭和40年代から栽培を開始。
- ・火山灰土壌という土地条件の悪さを克服するため、古くから盛んな畜産の堆肥を活用し地力を高め、品質を向上。トップブランドとして全国的な知名度を得たが、ブランドに便乗し、そのブランドの基準を満たさないものが名称を冠して販売されていた実態があった。
- ・現在、地方自治体と農協が対策を検討している状況。



商標制度の限界 ②

- #### ◆商標権は私権であり、侵害への対応は訴訟などによる自力救済。農林漁業者等が行うには一定の限界。

5. 地理的表示制度の大枠と導入効果

①「地理的表示」を生産地や品質等の基準とともに登録



◆製品の品質について国がお墨付きを与える

②基準を満たすものに「地理的表示」の使用を認め、GIマークを付す



- ◆登品質を守るもののみが市場に流通
- ◆GIマークにより、他の製品との差別化が図られる

③不正な地理的表示の使用は行政が取り締まり



◆訴訟等の負担なく、自分たちのブランドを守ることが可能

④生産者は登録された団体への加入等により「地理的表示」を使用可能



◆地域共有の財産として、地域の生産者全体が使用可能

6. 地理的表示保護制度の目指すもの

◆地域ブランド産品として差別化が図られ、**価格に反映**



地域ブランドの
保護・活用による
農山漁村・地域
の活性化

◆不正使用に対して**行政が取締り**を行うことで、生産者にとっては、**訴訟の負担なく、自分たちのブランド保護が可能。**



伝統的な食文化
の継承

◆**品質を守るもののみが市場に流通。**



消費者の利益
の保護

◆**真の日本の特産品の海外展開に寄与。**

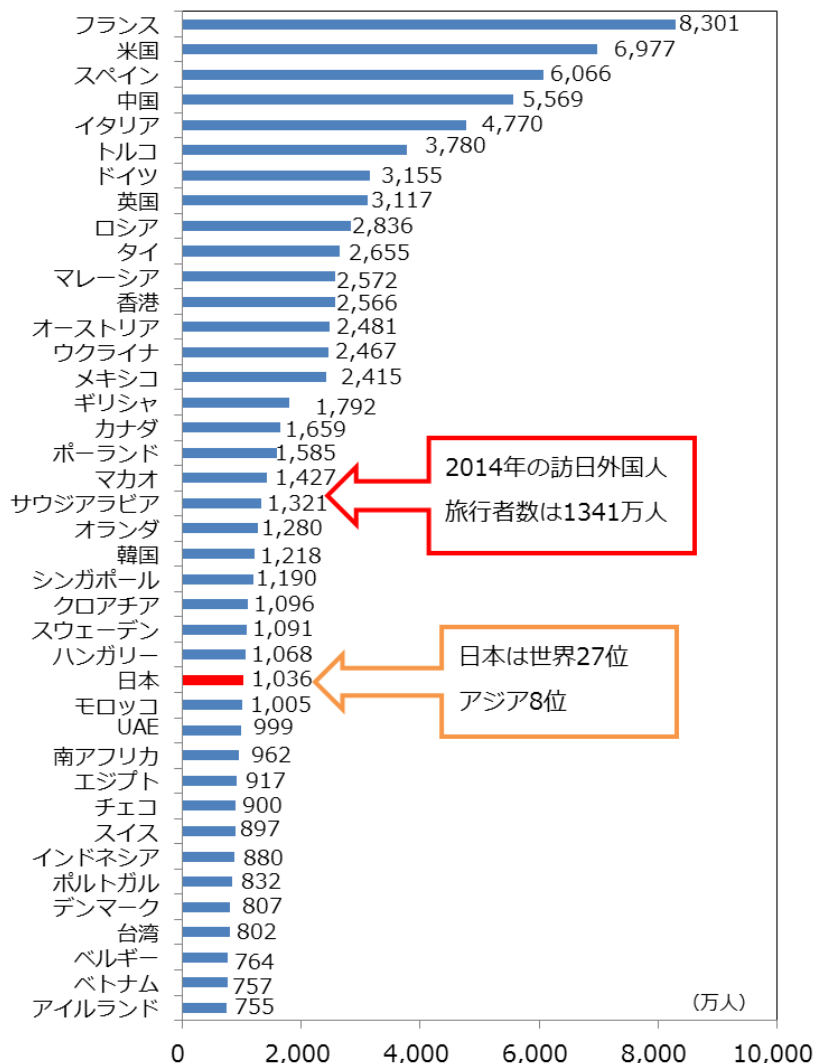


農林水産物・
食品の輸出促進

7. インバウンドの動向

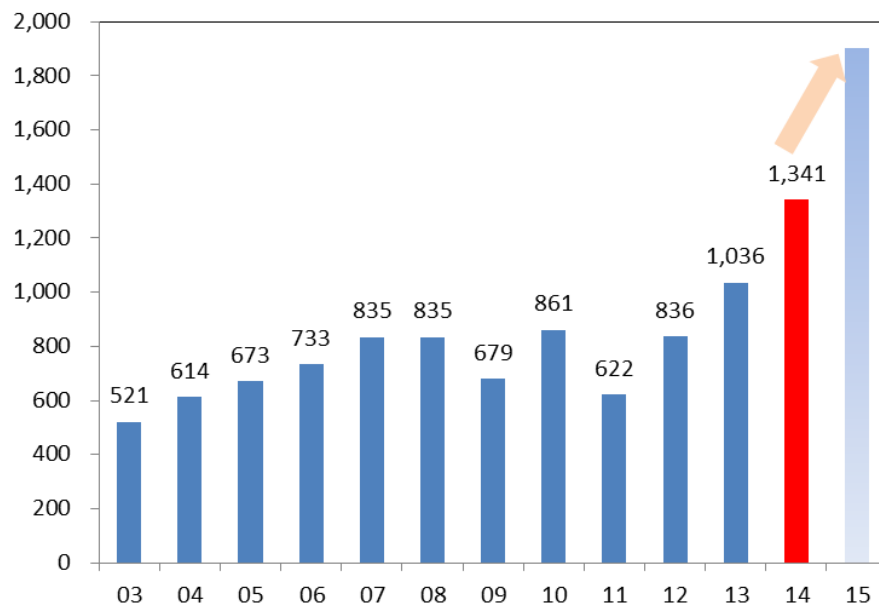
<旅行者数>

外国人旅行者受入数ランキング（2013年）



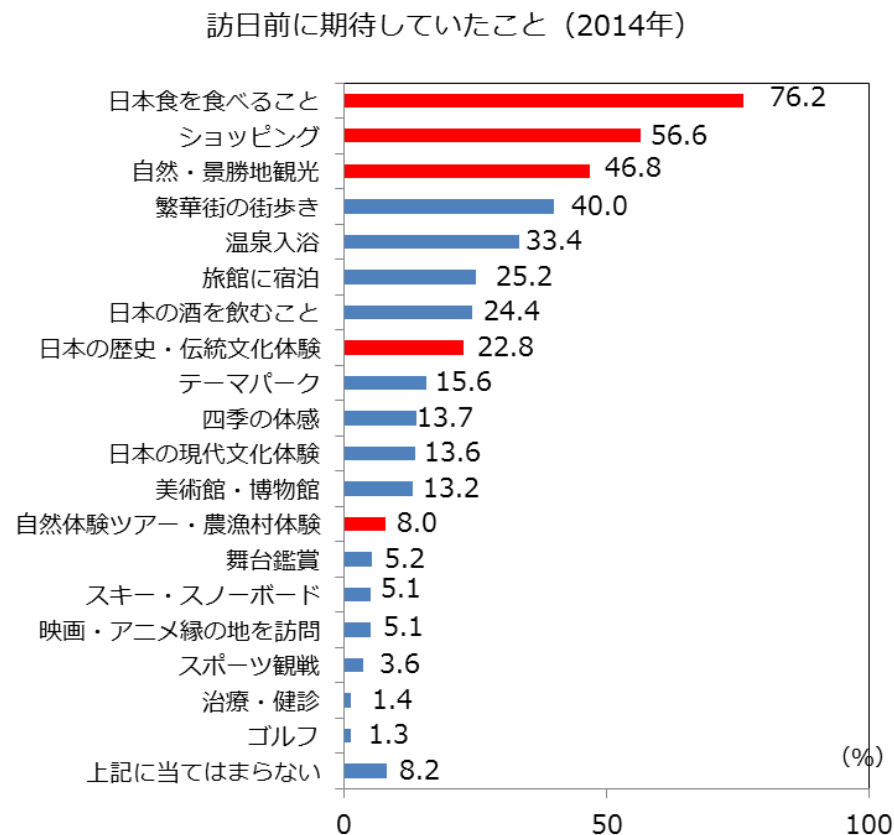
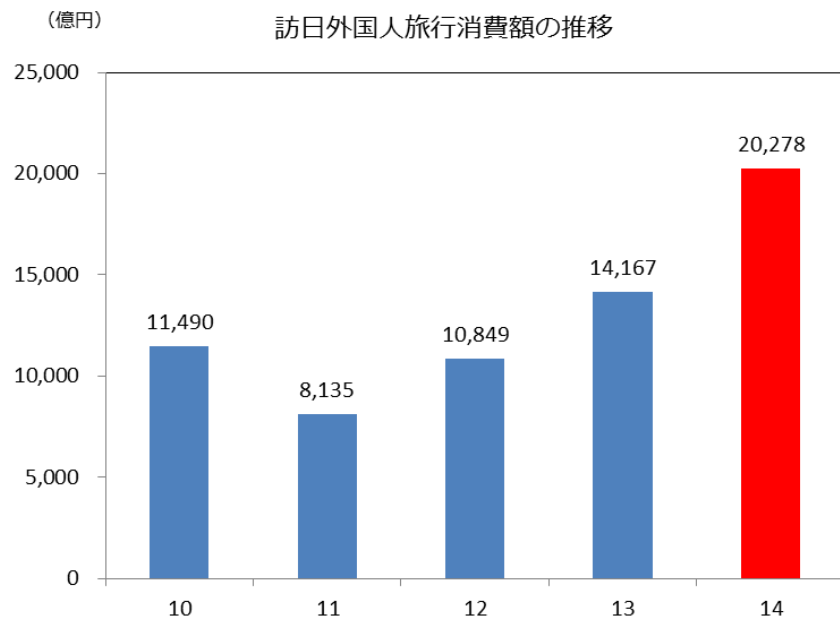
(万人)

訪日外国人旅行者数の推移



- 2013年の外国人旅行者受入数ランキングで日本は、世界27位、アジア8位。
- 2014年では、世界20位相当まで上昇。
- 2014年の訪日外国人旅行者数は、1341万人で対前年比29.4%増。
- 2015年は、2000万人に迫る勢い。

7. インバウンドの動向 <旅行消費額>



- 2014年の訪日外国人の旅行消費額は、前年比4割増2兆278億円で過去最高。
- 訪日外国人の訪日動機の上位は、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「自然・景勝地観光」となっている。

8. 農林水産省の戦略的インバウンドの推進 ①

ーオリンピック・パラリンピック東京大会を契機とした取り組みー

- 訪日外国人旅行者2000万人に向けた「食のおもてなし」体制の整備

戦略的な「食と農の景勝地」づくり

「地域の食」の本場への観光意欲を刺激

地理的表示産品を活用した魅力発信

地理的表示産品等の魅力ある食の活用

訪日外国人旅行者が食を楽しむ環境整備

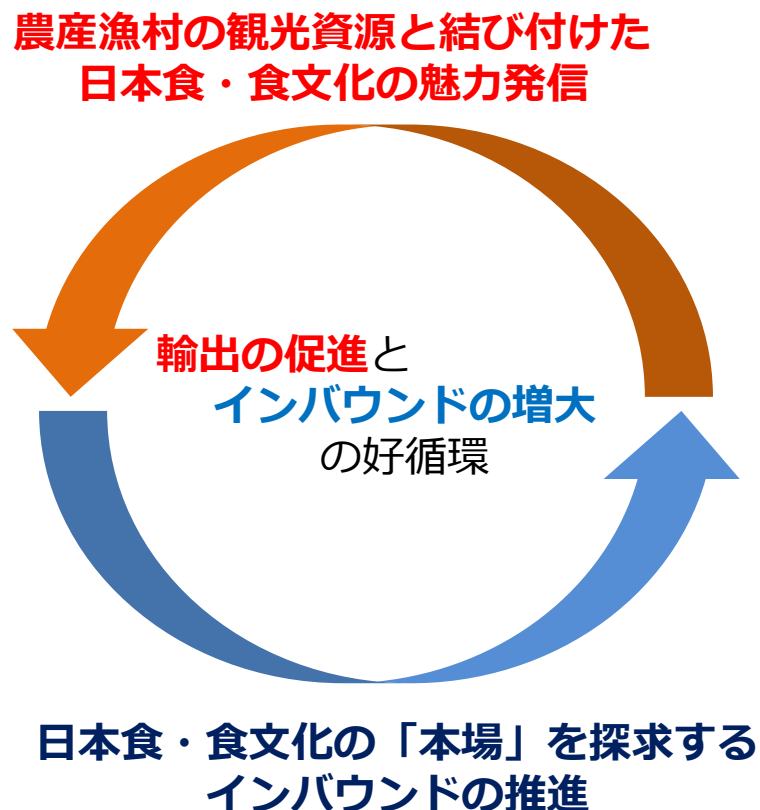
飲食店における多言語対応やムスリム対応

インバウンド対応と輸出促進の一体的推進

道の駅、大型直売所等の免税対応や観光事業との連携推進

8. 農林水産省の戦略的インバウンドの推進 ②

- －「食と農」の地域資源を活用した取り組み－
- インバウンドの増大に向けて、農山漁村ならではの「食」と「農」の魅力の結び付けなどによるコンテンツの磨き上げやマーケティング、情報発信等の取り組みを推進。



9. 平成28年度農林水産予算概算決定

6 輸出の促進と日本食・食文化の魅力発信 (3) 食と農を活用したインバウンドの推進

① 食によるインバウンド対応推進事業【新規】	1億円
② おみやげ農畜産物検疫受検円滑化支援事業	0.5億円
③ 農山漁村おみやげ農畜産物販売促進事業〔T P P 対策〕	4億円(補正予算)
④ 食文化発信による海外需要増進・開拓の加速化【新規】	8億円
⑤ 地理的表示等活用総合対策事業【新規】	2億円
⑥ 輸出総合サポートプロジェクト	15億円
⑦ 6次産業化支援対策	24億円

10. 地理的表示登録産地の今後の取り組み

- ◆あおりカシス（農林水産大臣登録第1号）
- ◆但馬牛（農林水産大臣登録第2号）
- ◆神戸ビーフ（農林水産大臣登録第3号）
- ◆夕張メロン（農林水産大臣登録第4号）
- ◆八女伝統本玉露（農林水産大臣登録第5号）
- ◆江戸崎かぼちゃ（農林水産大臣登録第6号）
- ◆鹿児島の壺造り黒酢（農林水産大臣登録第7号）

GIサポートデスクのご紹介

- 一般社団法人食品需給研究センターでは、平成27年度農林水産省補助事業「地理的表示保護制度推進事業」において、GIサポートデスクを設置しています。
- 全国9ブロック（北海道、東北、関東、北陸、東海、近畿、中国四国、九州、沖縄）に、地域の支援窓口として、地理的表示（GI）の登録申請に係る専門的知識を有したアドバイザーを配置。
- 申請手続きや申請内容について専門的なアドバイスやサポートが必要な場合は、「GIサポートデスク」より、アドバイザーを紹介し、ご相談に対応します。



GIサポートデスク開設
地理的表示保護制度活用支援 中央窓口

GIサポートデスク 支援窓口 アドバイザー

北海道ブロック 鈴木 哲人	東北ブロック 望月 孝	関東ブロック 松田 恭子	北陸ブロック 新藤 登喜男
東海ブロック 尾崎 和郎	近畿ブロック 吉住 裕子	中国四国ブロック 竹内 哲也	九州ブロック 田中 美智子
沖縄ブロック 大久保 秀人			

GIサポートデスク
地理的表示保護制度活用支援 中央窓口

平成27年度地理的表示保護制度推進事業は、一般社団法人食品需給研究センターが農林水産省補助事業の一環として実施しています。

〒114-0024 東京都北区西ヶ丘3-1-12（一般社団法人食品需給研究センター内）

GIサポートデスク
お問合せ先

0120-954-206

通話料 無料

受付時間 月曜日～金曜日 10:00～17:00
※平日12:30～13:30、土・日・祝日、夏期・年末年始の休業期間を除く

Web からの
お問い合わせは
こちらから

<http://www.fmr.or.jp/gidesk/>

GIサポートデスク 検索