

地理的表示に関する国際的な保護ルールと国内制度
—TRIPS 協定及び地域間貿易協定における保護ルールと国内制度調整—

農林水産政策研究所企画広報室企画科長 内藤 恵久

1. はじめに

地理的表示 (GI : Geographical Indication) は、原産地の特徴と結びついた特有の品質や社会的評価等の特性を備えている製品について、その原産地を特定する表示であり、著名な例としては、パルマハム、シャンパン等があげられる。この地理的表示保護に関する国際的なルールとしては、TRIPS 協定 (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights : 知的所有権の貿易関連の側面に関する協定) で定められたものが広く受け入れられたものとなっているが、ワイン等の地理的表示を除き、その保護水準は原産地の誤認を招く表示を禁止することにとどまっている。この保護水準について、EU 等は、ワイン等の地理的表示に認められている追加的保護 (真正な原産地が表示される場合や、「種類」「型」等の表現を用いる場合も、地理的表示の使用を禁止) を他の製品へも拡大することを主張するなど、保護内容の拡充を主張しており、拡充に消極的な立場である米国、オーストラリア等と対立している。これに関しては、WTO の場で議論が行われているものの、方向性は定まっていない。両者の対立の背景としては、地域の特性を活かした高品質製品の名称を保護しこれを戦略的に活用したい EU 等と、それを競争制限的なものと捉える米国等の立場¹の違いがある。インドなど一部新興国についても、地域の特性を生かした製品を積極的に活用したい点で、EU と立場を同じくしている。

WTO で議論が進んでいない状況もあって、EU は、FTA 協定等の地域間貿易協定で地理的表示の保護の拡充を指向している。一方、米国も FTA 協定等に自国の立場を反映させようとしている。双方の立場は上記のように大きく異なることから、ある国がその双方と地域間協定を結ぶ場合、そこで定められる地理的表示保護に関する内容が異なることとなり、協定と国内制度の調整に困難な問題を生ずることとなる。

以上のような状況の中で、我が国においては、農林水産業、農山漁村の活性化等を目的として、地理的表示の保護制度の必要性が指摘され、2014 年に地理的表示の保護を内容と

¹ 乳製品等について、旧大陸から新大陸への移民等によって、同じタイプの製品が生産され、同じ名称で販売されていることも背景の一つである。

する「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」が制定された。一方では、EU との EPA 交渉、米国を含む TPP 交渉が進められつつあり、今後、国内制度とこれら協定の内容との調整を図っていくことが課題になるものと思われる。

本稿では、まず TRIPS 協定で定められた地理的表示保護の内容及びこれより手厚い保護を行っている EU の保護制度の内容を整理する。その上で、EU 及び米国が FTA 協定等で定めている地理的表示保護に関するルールを整理し、双方と FTA 協定を結んだ韓国を例にとって、EU 及び米国の立場の違い及び FTA 協定と国内制度との調整の状況を把握する。このような整理を行った後、我が国で先日成立した「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」の内容を、国際的な保護ルールの状況を踏まえて分析し、今後の我が国の対応について示唆を得ることとする。

2. TRIPS 協定と EU の保護規則

1 のとおり、地理的表示について国際的に広く受け入れられているルールは、TRIPS 協定で定めるものであるが、これに対して、EU 等が保護内容の拡充を主張している状況であるので、まず、TRIPS 協定の規定内容、EU における規定内容及び両者の差異を確認しておく。

(1) TRIPS 協定における地理的表示保護の概要

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」と定義している（同協定第 22 条 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表示を地理的表示と呼んでいることとなる。

保護内容については、一般の商品に関する地理的表示とワイン及び蒸留酒に関する地理的表示で、保護の程度が異なる。一般の商品については、「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」等を禁止している（同協定第 22 条）。すなわち原産地の誤認を招く表示等を禁止するものであるため、真正な原産地を表示する場合（例えば「パルマハム」についての「北海道産パルマハム」）や、～様式、～風、～型等の表現を用いて表示する場合は、原則として原産地の誤認を招かず、表示が許容される

と解されている。一方、ワイン及び蒸留酒の地理的表示については、真正な原産地が表示される場合、翻訳して使用される場合、「種類」「型」「様式」「模造品」等の表現を用いる場合も、その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ワイン等に使用することが禁止されている(同協定第 23 条 1 項)。原産地の誤認を招かない場合であっても、具体的には山梨産ボルドーワインやボルドー風ワインといった表示も認めないものであり、これは「追加的保護」と呼ばれている。

商標との関係については、地理的表示が保護される前に、出願、登録等されていた商標は、地理的表示と同一又は類似であることを理由として、商標の適格性、有効性、商標を使用する権利は害されないとされている(同協定第 24 条 5 項)。これは、地理的表示の保護により、既存商標の権利が影響を受けない旨の規定であるが、先行商標がある場合に地理的表示の保護をできないとすること(先行優先)や、地理的表示に商標の排他的権利を及ぼすことを求めた規定とは解されていない²。

また、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、協定の適用は要求されず(同協定第 24 条 6 項)、保護の対象外とすることができる。

TRIPS 協定による地理的表示保護に関して、現在、WTO において大きく二つの点について議論が行われている³。一点は、ワイン及び蒸留酒の地理的表示についての多国間通報制度である。同協定第 23 条 4 項は、ワインの地理的表示の通報・登録に関する多国間制度の設立について交渉を行うことを明記しており、これに関する議論が進められている。通報・登録によって加盟国に対する法的保護の効果を主張する EU と、データベースの作成はするがその法的効力は各国に任せるべきとする米国等が対立し、方向性は定まっていない。もう一点は、追加的保護のワイン等以外への拡大である。同協定第 24 条 1 項は地理的表示の保護の強化を目的とした交渉、同条 2 項は地理的表示の保護の規定の実施の検討を定めてはいるものの、追加的保護の拡大には触れておらず、これを交渉項目とすること自体に争いがある。追加的保護のワイン等以外への拡大を主張する EU、インド等と、これに反対する米国等が対立し、この点も方向性は定まっていない。

(2) EU における地理的表示保護の概要

² EU の地理的表示保護制度に関するパネル報告(1999年6月、DS174)。詳細については、米谷(2006)及び内藤他(2012)を参照。

³ 地理的表示保護に関する国際的な議論の進展については、今村(2013)を参照。

EUにおいては、1992年に、農産物及び食品の地理的表示保護について、EU全体に適用される仕組みが導入されている。現在の根拠となる規則は、2012年に制定された「農産物及び食品の品質制度に関する2012年11月21日の欧州議会及び理事会規則」

(R(EU)No1151/2012。以下「EU規則」という。)である⁴。基本的な保護の仕組みとしては、原産地と結びついた特徴ある製品の名称を登録し、当該名称に係る製品の品質基準・生産基準を明細書として定め、その基準に適合した製品についてのみ当該名称の使用を認めるものである⁵。現在、1,200を超える地理的表示が登録されている。

保護される地理的表示としては、保護原産地呼称(PDO; Protected Designation of Origin)と保護地理的表示(PGI; Protected Geographical Indication)の2種類がある(EU規則第4条)。PDOは、次の①から③の要件を満たす製品を特定する名称である必要がある(EU規則第5条1項)。①特定の場所、地域、例外的に国を原産地としていること、②品質又は特徴が自然的、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起因していること、③全ての生産工程がその地域で行われること。一方、PGIは、次の①から③の要件を満たす製品を特定する名称である必要がある(同条2項)。①特定の場所、地域、例外的に国を原産地としていること、②その地理的原産地に本質的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生産工程のいずれかがその地域で行われること。要件を比較すると、①の要件は同一であるが、②の地域とのつながりの程度(PDOの方がつながりが深い)、③のその地域で行われる生産工程(PDOでは原料⁶もその地域産であることが必要)に違いが見られる。

以上のような要件を満たす地理的表示が登録により保護されることとなるが、①一般名称、②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恐れのある名称、③既存商標があり、その評判、使用年数等を考慮すると登録名称が製品の独自性に誤認を招く恐れのある名称等は登録できない(EU規則第6条)。一般名称は登録できないとされているが、何が一般名称に該当するかは争いのあるところであり、米国等が一般名称とす

⁴ ワイン、芳香ワイン、蒸留酒の地理的表示については、別規則により保護が行われている。保護の根拠となる規則は、それぞれ、R(EU)No1308/2013、R(EU)No251/2014、R(EU)No110/2008である。以下の説明は、基本的に農産物・食品の地理的表示に関するものである。

⁵ 保護要件の詳細、登録手続き、登録実績、効果等EUの保護制度の詳細については、内藤(2013)を参照。

⁶ 例えば、チーズの場合の乳の生産。

るフェタ⁷は PDO として登録されている。また、既存商標との関係では、地理的表示と同一・類似の既存商標がある場合は登録が不可とされる場合もあるものの、商標に係る商品との区別がつけば、このような場合であっても地理的表示の登録が可能となっている。この場合、商標と地理的表示が併存し、既存商標の継続使用が認められる一方、地理的表示の使用も商標権者の許諾なく認められる（EU 規則第 14 条 2 項）。

保護内容については、PDO も PGI も同内容である。すなわち、①登録の対象とされていない商品について登録名称を直接又は間接に業として使用すること⁸、及び②名称の悪用、模倣、想起等が禁止され、これには、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が含まれる。類似商品以外に使用する場合であっても評判の不当な利用になる場合⁹や、名称の類似性等により登録名称を想起（evocation）させる場合なども保護内容に含まれており、TRIPS 協定の追加的保護を超えるさらに手厚い保護となっている¹⁰。この保護内容のうち、評判の不当な利用や想起については、どこまでが保護内容に該当するか、外縁部がわかりにくいという面がある。この想起に関しては、具体例として、「パルメザン」の使用が「パルミジャーノ・レッジャーノ¹¹」を想起させ、EU の規則に抵触するとした欧州司法裁判所の判断がある¹²。

なお、登録された地理的表示は、一般名称化しないとされており（EU 規則第 13 条 2 項）、登録後に一般名称化することによって、保護の対象外となることを防止している。

また、EU の地理的表示保護の特徴として、品質管理の仕組みがあげられる。具体的には、地理的表示の登録に際して、生産地、品質、生産基準等を定めた明細書が定められ、

⁷ フェタは、一般名称であるとのドイツ等の主張により一旦登録が取り消されたが、再登録され、2005 年に欧州司法裁判所で地理的表示の要件を満たすと確認された。なお、カマンベール、ブリー、エダム、ゴーダ、チェダー、エメンタールは一般名称に当たるとされている。

⁸ 表示が禁止される場合は、類似商品への使用又は登録名称の評判の不当な利用になる場合であり、当該商品が材料として用いられる時を含む。

⁹ シャンパンの評判を悪用して名称を香水に利用したような場合が該当する。

¹⁰ なお、EU 規則においても、保護される地理的表示の中に一般名称が含まれる場合、その一般名称の使用（例：カマンベール・ド・ノルマンディが登録されている場合のカマンベールの使用）は禁止されない（EU 規則第 13 条 1 項）。

¹¹ パルミジャーノ・レッジャーノについては、想起のほか、「パルメザン」が「パルミジャーノ」、「パルミジャーノ・レッジャーノ」の翻訳に該当するか、「パルメザン」は一般名称か否か、「パルミジャーノ・レッジャーノ」が登録されているときに「パルミジャーノ/パルメザン」単独の名称に保護が及ぶか(複合名称の問題)など、問題になる点が多い。

¹² 欧州司法裁判所 2008.2.26 判決（欧州司法裁判所（online））

この明細書に適合する製品についてのみ、登録名称の使用が認められる（EU 規則第 7 条）。明細書への適合については、管理当局又は管理当局から権限の委任を受けた第 3 者機関が、基準適合をチェックすることによって担保されている（EU 規則第 37 条）。

地理的表示の登録の対象となった農産物・食品の価格は、2010 年のデータで一般品の平均 1.55 倍の価格となっており¹³、保護制度が価格上昇等に効果を上げていることがうかがわれる。

（3）TRIPS 協定と EU の保護規則との比較

地理的表示保護に関して、TRIPS 協定と EU 規則を比較すると、まず保護水準の違いがあげられる。EU 規則の保護では、TRIPS 協定の追加的保護が農産物・食品にも拡張されていることに加え、これを超える部分(想起等)が存在する。非常に手厚い保護内容といえよう。

次に、先行商標との関係が違いとしてあげられる。TRIPS 協定においては、先行する商標の適格性、有効性又は商標を利用する権利は害されないと規定されている(同協定第 24 条第 5 項)。ただし、先に触れたように、この規定は先行商標がある場合に地理的表示の保護を禁止することを求めたものではなく、TRIPS 協定では先行商標がある場合の地理的表示保護の可否について明確に定めていないと解される。一方、EU 規則においては、先行商標等の評判等から商品の同一性について誤認を招く場合は登録不可とされている。逆に言えば同一性に誤認を招かなければ、先行商標があっても地理的表示の登録が可能であり、商標と地理的表示の併存があり得ることとなる。この場合、商標権者は商標の継続使用が可能である一方、地理的表示は商標権者の許諾なく使用が可能である。この商標権の内容を一部制限する EU の仕組みについては、TRIPS 協定第 17 条により、商標権を一部制限することは可能であり、TRIPS 協定に違反しないとされている¹⁴。

このほか、TRIPS 協定と EU 規則の規定内容に大きな差はないが、具体的な事例の当てはめに当たって問題が生じるものがある。まず、一般名称の扱いについては、TRIPS 協定及び EU 規則とも、保護しない(保護しなくとも良い)との扱いである。ただし、具体的にどのような名称を一般名称とするかで問題が生じる。例えば、ギリシャのチーズの地理的表示であるフェタは、EU で PDO として登録されているが、米国等は一般名称と主張し

¹³ AND International(2012)。ワインでは 2.75 倍、蒸留酒では 2.57 倍であり、これを含めた地理的表示全体では、2.23 倍。

¹⁴ 脚注 2 のパネル報告。

ている。なお、EU の保護制度においては、一旦登録された地理的表示は一般名称化しないとされており、登録後の一般名称化によって保護の対象外とされないようにしているが、TRIPS 協定ではこのような規定はない。

また、TRIPS 協定及び EU 規則とも、地理的表示としての定義には、地理的な名称を含まなければならないとの規定はない。しかし、非地理的名称であるフェタを巡っては、地理的表示としての保護に米国等の関係者から不満の声がある。

表 1 TRIPS 協定と EU 規則との関係

	TRIPS 協定	EU 規則	備考
保護水準	<p>一般の産品については、原産地を誤認させる表示の禁止(第 22 条)</p> <p>ワイン等については、真正の原産地が表示される場合、翻訳、種類・型・様式等の表現を伴う場合も禁止(追加的保護)(第 23 条)</p>	<p>一般の産品にも追加的保護を認めるだけでなく、悪用、模倣、想起(その産品を想起させるような表示)も禁止(第 13 条)</p>	<p><u>すべての農産品・食品の地理的表示に追加的保護を認めるだけでなく、追加的保護を超える非常に手厚い保護</u></p>
<p>先行商標がある場合の取り扱い</p>	<p>商標の適格性、有効性又は商標を利用する権利は害されない(第 24 条 5 項)</p>	<p>商標の評判等から商品の同一性について消費者の誤認を招く場合は登録不可(第 6 条 4 項)</p> <p>→<u>併存があり得る</u></p> <p>商標と地理的表示が併存した場合、商標の継続使用が可能だが、地理的表示は商標権者の許諾なく使用可能(第 14 条 2 項)</p>	<p>パネル報告(DS174)によれば、TRIPS 協定第 24 条は地理的表示について商標の排他的権利を及ぼすことまでを求めたものではなく、同協定第 17 条により商標の権利を一部制限して商標権者の許諾なく地理的表示の使用を認めることは可能(<u>EU 規則は TRIPS 協定に違反しない</u>)</p>

<p>一般名称の取り扱い</p>	<p>一般名称には地理的表示の保護を及ぼすことは要求されない（第 24 条 4 項）</p>	<p>一般名称は登録できない（第 6 条 1 項） 地理的表示に含まれる一般名称の使用には保護の効力は及ばない（第 13 条 1 項）</p>	<p>一般名称に保護が及ばないのは共通するが、<u>何が一般名称かは問題となる</u> （EU ではカマンベール、ブリー、エダム、ゴーダ等は一般名称として取り扱うが、パルメザンは一般名称として取り扱わない。また、米国等が一般名称とするフェタは GI として登録）</p>
------------------	------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

（４）保護水準等に対する米国等の考え方

EU 等が主張する地理的表示保護の拡充に対する米国等の考え方を見ておくと、WTO の場で米国は、追加的保護の範囲の拡充は不要であり、地理的表示は証明商標で保護可能と主張している。この証明商標による保護であっても、現在の TRIPS 協定の原産地の誤認を招く表示の禁止よりは手厚い保護となると考えられるが、保護の内容は混同を生じさせるような標章使用の禁止であり、保護範囲はある程度限定的である。また、商標の枠内での保護であり、先行商標との関係も、先行優先の原則で処理されることとなる。

我が国での地理的表示保護のあり方を検討するため設置された地理的表示保護制度研究会で表明された、米国、オーストラリアの生産者団体の意見を見ると、①一般名称は保護しない¹⁵、②地名を含む複合名称のみを保護する、③保護名称(及びその音訳)のみを保護し、名称の一部や派生語・翻訳は保護しない、④異議申立手続の整備、⑤商標との関係は先願主義とすべき、等が主張されている¹⁶。

また、USTR が知的財産保護について問題のある国・慣行を報告する 2014 年の「Special 301 Report」では、地理的表示に関し達成すべき目標として、①地理的表示保護が、商標など既存の権利を害さないこと、②地理的表示保護により、パルメザンやモッツァレラ等の一般名称が使用できなくならないようにすること、③利害関係人による異議申立、取消機会の付与、④追加的保護の拡大のための TRIPS 協定修正の動きを阻止することを記載している。

¹⁵ 一般名称か否かは、コーデックス規格、世界での生産量・貿易量等を基に判断するとされ、具体的には、チェダー、パルメザン、プロヴォローネ、フェタ、アジアゴ等は一般名称と主張されている。

¹⁶ 地理的表示保護制度研究会第 2 回、第 4 回提出資料（農林水産省(online)）

このような、保護対象の限定、保護水準の限定（特に翻訳及び地理的表示の一部として含まれる名称を保護の対象外とすること）、既存商標権の尊重、異議申立・取消手続きの重視の内容は、後述する米国が締結している地域間貿易協定にその内容が一部盛り込まれている。

3. EU・韓国 FTA 協定及び米国・韓国 FTA 協定に見る GI 保護の内容と韓国国内法での担保

次に、地理的表示保護を巡る地域間貿易協定上のルールと国内制度の調整の事例として、地理的表示保護について立場の大きく異なる EU 及び米国双方と FTA 協定を結んでいる韓国について、それぞれの FTA 協定で定められた地理的表示保護の内容を分析するとともに¹⁷、その内容が韓国国内法でどのように担保されているかを整理したい。

(1) EU・韓国 FTA 協定における地理的表示保護の取扱い

EU・韓国 FTA 協定においては、各々の地理的表示保護法（EU 規則及び韓国の農産物品質管理法）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（同協定第 10.8）。一定の要素としては、①保護される地理的表示の登録リストの仕組み、②保護要件を行政的に確認する仕組み、③行政の関与の下での製品の明細書の作成、変更、④登録名称を、明細書に適合する製品を取り扱う全ての事業者が使用できる定め、⑤その名称の従来からの使用者の利益が考慮されることを保証する異議申立手続、等が挙げられている。

しかしながら、実際の保護については、相手国の地理的表示保護法による登録手続という仕組みをとらず、保護する名称を協定の附属書で特定し¹⁸、保護内容も協定に規定するという形をとっている。保護水準としては、TRIPS 協定の追加的保護の内容を農産物・食品にも拡張した内容となっており（同協定第 10.21 第 1 項）、EU 規則にある追加的保護の内容を超える内容（想起等）は規定されていない。保護の実施は、締約国が公的当局の適切な介入により自ら主導して行うこととされている（同協定第 10.22）。

このように、協定で直接保護される地理的表示及び保護内容を規定し、相手国での GI 保護法に基づく登録の仕組みをとらないため、相互の GI 保護法について言及する必要は

¹⁷ 荒木（2014）は、知的財産分野について、地理的表示保護のあり方こそが、米 EU 間の最も大きな相違であることは米韓 FTA と EU 韓 FTA の規定ぶりから明らかとする。

¹⁸ 附属書で特定された名称は、農産物・食品について、EU のもの 60、韓国のもの 63、ぶどう酒、蒸留酒、芳香ワインについて、EU のもの 102、韓国のもの 1 となっている。

ないとも考えられるが、EU として、独自の GI 保護法が重要でありこれを広げていきたいとの意思を明確にしたものと考えられよう¹⁹。

先行商標との関係は、地理的表示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との規定になっている(同協定第 10.21 第 5 項)。継続使用が認められるとの規定ぶりは EU 規則と同様で、商標と地理的表示の併存が可能と解される余地のある規定であるが、EU 規則のように商標との併存があり得ることが明示される規定とはなっていない。

表 2 EU・韓国の規定内容の比較

	TRIPS 協定	EU 規則	EU・韓国 FTA 協定	韓国 GI 法
保護内容	地理的原産地について公衆を誤認させるような表示等の禁止に加え、ぶどう酒等については追加的保護	農産物・食品についても <u>追加的保護</u> <u>誤用、模倣、想起等を広く禁止</u>	農産物・食品についても <u>追加的保護</u>	同一・類似の商品に関する、同一・類似の地理的表示の使用禁止等(商標と類似の規定ぶり)
先行商標との関係	商標の適格性、有効性又は商標を利用する権利は害されない	商品の同一性について誤認を招く場合は登録不可(商標と <u>地理的表示の併存</u> があり得る) 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 <u>継続使用</u> が認められる	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 <u>継続使用</u> が認められる(継続使用については EU 規則と同様の規定ぶりだが、 <u>併存を明示的に認める規定はない</u>)	先願の商標がある場合、地理的表示の登録は受けられない(併存なし)

(2) EU との FTA 協定に対する韓国国内法での対応

(1) で説明した EU・韓国 FTA 協定で定められた内容を、韓国国内法でどのように担

¹⁹ 鈴木 (2008) 及び今村 (2013) は、地域貿易協定が、自国が重要と考えて、実現したい規律の普及を図るための跳躍台として利用されていることを指摘している。

保したかであるが、協定で特定された EU の地理的表示については、韓国 GI 保護法である農水産物品質管理法による保護という形ではなく、不正競争防止及び営業秘密に関する法律により保護する形をとっている。すなわち、同法を 2011 年に改正し、2 国間又は多国間の自由貿易協定によって保護する地理的表示に関し、地理的表示に係る場所を原産地としない商品（同一又は同一と認識される商品に限る）については、原産地を誤認させる場合だけでなく、①真の原産地表示に加えて地理的表示を使用する行為、②地理的表示を翻訳又は音訳して使用する行為、③「種類」「型」「様式」「模造品」等の表現を伴って地理的表示を使用する行為、を追加的に禁止した（同法第 3 条の 2）。農水産物品質管理法による地理的表示保護の水準は、同一・類似の製品に対する同一・類似の地理的表示の使用の禁止となっており、FTA 協定で定められた内容とは差があるため同法での対応は困難だが、この結果、同法に基づき登録された韓国国内の地理的表示と FTA 協定に基づく EU の地理的表示の保護の水準が異なることとなっている。なお、地理的表示の保護開始前から商標を使用していた者には、その商標の継続使用が認められている（不正競争防止及び営業秘密に関する法律第 3 条の 2 第 3 項）。

このように、FTA 協定で保護が決定された地理的表示については、国内的な登録等の手続をとることなく、自動的に保護される仕組みとなっている。このような対応をとったこともあり、少なくとも協定発効当初から保護された地理的表示については、異議申立手続はとられていない²⁰。

（3）米国・韓国 FTA 協定における地理的表示保護の取扱い

米国・韓国 FTA 協定においては、地理的表示保護に関して、TRIPS 協定で定められていない、又は明確でない部分について、一定内容が規定されている。内容として大きいものは、①地理的表示保護の方式、②先行商標がある場合の取扱い、③異議申立手続等である。まず地理的表示保護の方式については、地理的表示は商標として保護できることを明定している（同協定第 18.2 の 2）。また、先行商標がある場合の地理的表示の取扱いについては、先行商標がある場合の地理的表示の保護禁止を規定しており（同協定第 18.2 の 5）、先行優先を明確にしている。これとともに、登録商標の権利者は、地理的表示に関しても排他的権利を有することが明確にされている（同協定第 18.2 の 4）。手続関係では、登録

²⁰ 大町(2012)によれば、EU・韓国 FTA 暫定適用後の 2011 年 9 月に、通商協定により保護される GI の異議申立手続に関する規定が制定されたため、これ以降の追加指定には異議申立手続が適用されるが、EU・韓国 FTA に当初から掲載の GI については、制定日前に保護が発生していたことになるため、異議申立手続に付されない。

時の利害関係者による異議申立手続及び登録後の取消手続が必要であることを規定しており（同協定第 18.2 の 9）、利害関係者の意見反映の機会を確保することが重視されている。

表 3 米国・韓国 FTA 協定における地理的表示の取扱い

	TRIPS 協定	米国商標法	米国・韓国 FTA 協定	韓国商標法
GI の保護の方式	どのような方式をとるかに ついては、定めていない	地名を含む商標は、 証明商標(又は団体 商標)として保護可能	地理的表示は、 <u>商標として保護</u> できることを明定(第 18.2 の 2)	商標法に地理的表示団体 標章、地理的表示証明 商標の定義を設け、商標 として保護可能 一方で、独自の GI 保護 法（農水産物品質管理法）あり
先行商標がある場合の GI の取扱い	商標の適格性、 有効性又は商標を利用する 権利は害されない	先行優先	先行商標ある場合は、これと 混同を招く GI の保護禁止(= 先行優先)(第 18.2 の 15) 登録商標の権利者は、GI に対 しても、排他的使用権を有す る(第 18.2 の 4)	先行優先 地理的表示団体標章等 の効力は、GI 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
異議申立手続等	特段の規定なし	異議申立手続及び 取消手続あり	登録時の利害関係者による <u>異 議申立手続</u> 及び登録後の <u>取消 手続</u> （第 18.2 の 9）	異議申立手続及び取消 手続あり

（４）二つの FTA 協定に見られる内容の違いと韓国の対応

EU・韓国、米国・韓国の二つの FTA 協定における地理的表示保護の内容を比較すると、大きく次の点に差異が見られる。

まず、第一点として、保護の方式及び水準である。どのような保護の方式をとるかについては、TRIPS 協定では定められていないが、EU・韓国 FTA 協定では、互いの独自の地理的表示保護法を一定の要素を満たす地理的表示保護法と認め合っており、独自の保護制

度を重視している。一方、米国・韓国 FTA 協定では、地理的表示は商標制度で保護できるとしており、商標制度の枠内での保護を指向している。この両協定の内容に関し、韓国国内法においては、独自の地理的表示保護制度（農水産物品質管理法）と商標法の中での地理的表示保護（地理的表示団体標章及び地理的表示証明標章）の双方が整備されており、両協定に適合できる形となっている。また、保護水準については、EU・韓国 FTA 協定では、農産物・食品についても追加的保護の内容である²¹。一方、米国・韓国 FTA 協定では、商標としての保護なので、混同の恐れのある標章使用の禁止となる。ただし、米国・韓国 FTA 協定は、地理的表示について商標としての保護内容を超える内容を定めることを禁止していないので、EU・韓国 FTA 協定と矛盾はしない。

第二点として、先行商標との関係である。TRIPS 協定では、商標の適格性、有効性又は商標を利用する権利は害されないとしているが、先行商標がある場合に地理的表示を保護できるか否かは明確ではない。これに対し、EU・韓国 FTA 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、先行商標と地理的表示の併存が可能と解される余地のある規定ぶりである。ただし、EU 規則のように先行商標があっても保護される場合があるとは明定していない。一方、米国・韓国 FTA 協定では、先行する商標がある場合、地理的表示は保護できないこと（先行優先）を明確にしている。EU との FTA 協定が併存を認めるとの内容であるならば、両協定の内容は矛盾することとなる。

韓国 GI 法である農水産物品質管理法及び韓国商標法では、先行商標がある場合、地理的表示は登録を受けられないとの規定で先行優先が明確にされており、米国・韓国 FTA 協定に整合的である。一方で、EU・韓国 FTA 協定で保護される地理的表示については、農水産物品質管理法の登録は必要とせず、(2) のとおり不正競争防止及び営業秘密に関する法律で保護されるため、EU との関係では実質上の問題は生じないことになる。

この先行商標との関係について、EU・韓国 FTA は EU 制度のような商標と地理的表示の共存可能性を有する制度を義務づけていないため、米韓 FTA の先願主義の貫徹を求める規定と矛盾しておらず、この両 FTA が共通して許容する狭い空間の存在が、韓国が米韓と EU・韓国の両 FTA の締約国たりうる所以になっているとの指摘がある²²。

²¹ EU の地理的表示について、地名と商品名が含まれる場合（例：カマンベール・ド・ノルマンディ）、商品名（例：カマンベール）は一般名称であるため保護の対象でないとの運用基準が示されており、EU・韓国 FTA 協定に対する米国等の懸念に応える対応が一定程度なされている（大町（2012））。

²² 大町（2012）

第三点として、異議申立手続等があげられる。EU・韓国 FTA 協定に基づき協定発効当時から保護される地理的表示については、特段の異議申立手続はとられていない。一方、米国・韓国 FTA 協定では、登録時の利害関係者による異議申立手続及び登録後の取消手続を設けることを義務づけている。韓国の農水産物品質管理法及び商標法では、異議申立手続等が整備されており、米国・韓国 FTA 協定と整合的であるが、EU・韓国 FTA 協定に基づき(不正競争防止及び営業秘密に関する法律で)保護される地理的表示と、米国・韓国 FTA 協定の異議申立手続の義務付けとの関係は問題になり得る。これについて、FTA に基づき GI 保護に合意することは通常の国内手続でないという立論が可能であること、米国・韓国 FTA 協定の発効が EU・韓国 FTA の発効より後になったことを理由に、狭い道を通ることできたとの指摘がある²³。

以上のように、EU・韓国 FTA 協定及び米国・韓国 FTA 協定における地理的表示保護に関する規定については、内容が相矛盾しかねない内容を含んでいる。韓国は、その狭間の中で、工夫をしつつ、国内法で両協定に対応している。

地域間貿易協定の知的財産条項について、当事者の実情やニーズに応じた合意がなされるという意義や、一般的に知的財産制度の国際的調和に資する面で意義があるとされる一方、問題点として、差別的待遇の可能性、必要以上の「譲歩」の可能性、国際的調和を阻害する可能性が指摘されている²⁴。地理的表示保護のルールについては、EU 等と米国等の考え方が大きく異なる分野であり、国際的調和というような状況にはない。EU・韓国 FTA 協定及び米国・韓国 FTA 協定における地理的表示保護に関する規定を見ても、これを反映して内容が相当異なっており、国内的な対応上も課題を生じさせている状況が見られる。

4. TPP 関係国の状況

(1) TPP(環太平洋経済連携協定)及び関連する国における地理的表示保護の概況

地域間貿易協定と国内制度との関係のもう一つの事例として、我が国が参加に関する交渉を行っている TPP に関し、地理的表示保護の扱いがどのようになっているのかを整理しておきたい。

まず、現行 TPP における地理的表示保護の扱いについては、附属書に掲げられたワイ

²³ 大町 (2012)

²⁴ 鈴木 (2008)

ン及び蒸留酒の名称を、TRIPS 協定第 22 条第 1 項にいう地理的表示と認めるとの内容となっている。また、具体的な保護内容については、TRIPS 協定に整合する内容での各国法に委ねることとされている(同協定第 10.5 1 項)。この名称については、加盟国の要請により、追加・削除が決定される(同 2 項)。現在、この名称として定められているのは、チリのワイン及び蒸留酒の名称 83 のみである(同協定附属書 10. A)。

協定加盟国の地理的表示保護の状況を見ると、チリ及びシンガポールが独自の保護制度を設けており、ニュージーランドは独自の保護制度に関する法律を制定しているが未施行である。一方、ブルネイは独自の保護制度を整備していない。

交渉参加国の状況を見ると、ペルー、マレーシア、ベトナム、メキシコが独自の保護制度を整備しており、我が国も 2014 年に独自の保護制度を整備した。一方、アメリカ、オーストラリア、カナダは、独自の保護制度を整備していない。

(2) TPP 加盟国、交渉参加国の地理的表示保護法の内容

TPP 加盟国、交渉参加国のうち、地理的表示保護について、商標以外の独自の保護制度がある国の保護内容を以下に整理しておく(日本の制度については、5 を参照)。

まず、ペルーについては、アンデス共同体委員会の知的財産に関する決定により、地理的表示保護が行われている²⁵。ここでは、原産地呼称について、「国、地域、地方の名称から構成され、又は国、地域、地方の名称がないがある地理的地域に関連する名称から構成される地理的表示であって、品質、社会的評価又は特性が、自然的及び人的要因を備えた、商品が生産される地理的な環境に専ら又は本質的に帰せられる商品の原産地を特定するため、その名称が使用されるもの」と定義されている。「自然的及び人的要因を備えた地理的な環境」が明示されている点で、リスボン協定²⁶における定義や EU 制度の PDO の定義との類似点がある。一方、「社会的評価」が明示されている点で、TRIPS 協定の地理的表示の定義との類似点がある。

保護は、対象となる名称を宣言することによって行われ、名称の使用許可を得ていない者による消費者の誤認を招くおそれのある方法での名称使用が禁止される。禁止される内容には、「variety」「type」「imitation」その他の類似の表現を伴う場合を含む。商標との

²⁵ 内容は、アンデス共同体(online) 及び WIPO Lex(online a)による。

²⁶ 原産地名の保護及び国際登録に関するリスボン協定。品質又は特徴が自然的要因及び人的要因を含む地域環境に専ら又は本質的に由来する場合に、その生産物を表示するため用いられる地理上の名称を「原産地名」とし、知的所有権国際事務局(WIPO 事務局)への登録によって、他の加盟国でも保護することを内容とする。加盟国数は 28。

関係については、善意で登録され、又は登録手続き中の商標と混同を引き起こすおそれのある原産地呼称は保護の対象とならない。

シンガポールについては、地理的表示法により保護が行われている²⁷。地理的表示の定義は、基本的に TRIPS 協定と同様となっている。地理的表示の登録制度は設けられておらず、地理的表示の要件を満たす名称は保護が受けられる。保護内容は、基本的に TRIPS 協定で定める内容と同一である。商標との関係は、地理的表示法の施行前又はその地理的表示が原産国・領域で保護される前に、商標登録等された商標を継続的に使用する場合は、地理的表示保護の効果は及ばないこととされている。このような規定ぶりのため、先行商標がある場合に、地理的表示が保護されうるかどうかは明確ではない。なお、シンガポールについては、EU との間で、地理的表示保護の内容の充実を含む FTA 協定に合意しており、今後、地理的表示の登録制度の導入、保護水準の拡充等の制度改正が予定されている。

マレーシアについては、地理的表示法により保護が行われている²⁸。地理的表示の定義は、基本的に TRIPS 協定と同様となっている。地理的表示の登録は保護の要件ではなく、地理的表示の要件を満たすものは登録なしで保護が認められるが、登録を受けた場合は、その表示が登録要件を満たす地理的表示と推定されることとなっている。保護内容は、基本的に TRIPS 協定で定める内容と同一である。商標との関係は、地理的表示法の施行前又はその地理的表示が原産国で保護される前に登録等された商標については、そ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、その商標の適格性、有効性、又は当該商標を利用する権利は害されないとされている。このような規定ぶりのため、先行商標がある場合に、地理的表示が保護されうるかどうかは明確ではない。

メキシコについては、産業財産法に、原産地呼称に関する章を設けることにより、保護が行われている²⁹。原産地呼称は、「その地理的地域を原産地とする産品を示すために使用される、ある国の地理的地域の名称であって、その産品の品質又は特徴が、自然的及び人的要因を含む地理的環境に本質的に起因する場合のもの」と定義されており、リスボン協定に整合する内容となっている。保護は、対象となる名称を宣言することによって行われ、名称の使用許可を得ていない者による名称の不正使用が禁止される。禁止される内容には、「kind」「type」「style」「imitation」その他の類似の用語を伴う場合を含む。商標との関

²⁷ 内容は、シンガポール知財庁(online)及び WIPO Lex(online b)による。

²⁸ 内容は、WIPO Lex(online c)による。

²⁹ 内容は、メキシコ産業財産庁 (online) による。

係については、商標に抵触する原産地呼称は保護できないとの規定はなく、先行商標がある場合に、地理的表示が保護されるかどうかは明確ではない。

チリについては、産業財産法に、地理的表示及び原産地呼称の章を設けることにより、保護が行われている³⁰。地理的表示及び原産地呼称の定義が置かれているが、地理的表示の定義は基本的に TRIPS 協定における定義と同様である。原産地呼称は、「ある商品に関して、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、かつ、商品の特性に影響を与える自然的又は人的要因が考慮されている場合において、その商品が、国、その国の地域又は地方を原産地とするものであることを特定する表示」と定義されており、自然的、人的要因を要素とする点でリスボン協定の定義や EU 制度の PDO の定義と類似するが、社会的評価が含まれている点で、これらの定義より範囲が広がっている。保護は登録によって行われ、地理的表示を使用する権利がないのに故意に同種の産品に名称を使用すること等が禁止される。商標との関係については、商標と地理的表示の併存が可能とされた場合は、消費者の誤認混同を避けるため、地理的表示又は商標の使用の条件を定めることとされており、商標と地理的表示が併存することがあり得ることを前提とした規定となっている。

ベトナムについては、知的財産法により、地理的表示の保護が行われている³¹。地理的表示は、「ある商品が、特定の地域、地方、領域又は国を原産地とすることを特定する表示」とされ、保護要件として、商品の社会的評価、品質又は特性が地理的環境に帰せられることが規定されている。保護は登録によって行われ、特徴・品質を満たさない同種の産品への名称の使用、社会的評価を利用する目的での同種の産品への名称の使用、原産地の誤認を招く同一・類似の表示の使用が禁止される。商標との関係は、保護されている商標と同一・類似の地理的表示で、その地理的表示の使用が商品の独自性について混同を引き起こすおそれのあるものは登録されないこととなっており、商標と地理的表示の併存を認めている EU 制度と同様の規定ぶりとなっている。

以上のような各国の状況を、保護水準及び先行商標との関係を基準に整理したものが表 4 であり³²、保護水準について TRIPS 協定で定める内容を超えるものや、先行商標がある場合も一定の場合は地理的表示の保護が可能となっているものが含まれている。

³⁰ 内容は、WIPO Lex(online d)による。

³¹ 内容は、WIPO Lex(online e)による。

³² 保護規定からの規定ぶりからだけでは内容が把握しきれない部分があるため、暫定的な整理であることに留意されたい。

現在の TPP 交渉の状況は、地理的表示保護に関するルールに関するものを含め、明らかとなっていないが、米国の立場と異なる国内制度をとる国が多くあること、(3) で触れるように EU との間で手厚い地理的表示保護を内容に含む FTA 協定を締結している国があることから、内容についてかなりの議論、対立があるものと思われる。例えば、2014.11.7 日付の Inside US Trade によれば、EU と FTA 協定を締結している国が FTA 協定下で保護される地理的表示を TPP のルールの例外とすることを主張する一方、米国等は一般名称や翻訳に対する異議申立を認める手続き、複合名称の一部を保護しないことなどを主張している点などで、意見の隔たりが大きいとされている。

表 4 TPP 加盟国、交渉参加国の地理的表示保護制度の概要

保護水準	TRIPS 協定並 (原産地の誤認を招く表示等の禁止、ぶどう酒・蒸留酒について追加的保護)	TRIPS 協定を超える部分があると考えられる	同左 うち、「type」「imitation」等の明示
先行商標との関係			
先行商標優先が明示されている			ペルー(※1)
不明確	シンガポール マレーシア		メキシコ(※2)
先行商標との併存が認められる場合がある	チリ(※3)	ベトナム(※4)	シンガポール (EU との FTA 協定に伴う制度改正後) (※5) 日本(※6)

(※1)消費者の誤認を招くおそれのある名称使用が禁止され、これには「type」「imitation」等の表現を伴う場合を含む。先行商標と混同を引き起こすおそれのある名称は地理的表示として宣言不可。(※2)名称の不正使用が禁止され、これには、「kind」「type」「imitation」等の表現を伴う場合を含む。(※3)同種の製品に対する故意の名称使用等が禁止(原産地誤認を招く場合に限定する規定はないが、一応 TRIPS 協定並と整理した)。商標と地理的表示の併存が認められた場合には、誤認混同を避けるため、地理的表示又は商標の使用条件が定められる。(※4)特徴・品質を満たさない同一製品への名称使用、社会的評価を利用する目的での同種の製品への名

称使用等が禁止。また、保護されている商標と同一、類似で、商品の同一性に付き消費者の混同を引き起こす名称は地理的表示の登録不可(EUにおける取扱いと同様)。(※5)農産物等のGIについても、翻訳の場合、「kind」「type」「imitation」等の表現を伴う場合を保護対象に含む。先行商標権者の同意がある場合に、併存が認められる。(※6)同種の農林水産物等及びその加工品に対する同一・類似の名称使用の禁止。2015.2にパブリックコメントに付された省令案によれば、「類似」の範囲には、①真正の生産地の表示又は「種類」「型」「様式」「模造品」その他これらに類する表示を伴う場合、②翻訳が含まれる。先行商標権者の同意がある場合に、併存が認められる。

(3) TPP加盟国、交渉参加国とEU又米国とのFTA協定における地理的表示保護の内容

TPP加盟国、交渉参加国がEU又は米国とFTA協定等を結んでいる場合の当該協定で定められた地理的表示保護の内容を整理したものが、1)から3)である。TPP加盟国、交渉参加国がEUと結んでいるFTA協定等においては、TRIPS協定の内容を超える保護水準や、先行商標との併存を認める内容が定められている。一方、TPP加盟国、交渉参加国が米国と結んでいるFTA協定等においては、商標による地理的表示の保護、先行商標と混同のおそれのある地理的表示の登録拒絶(先行優先)等が定められている。ここでも、EUと米国の地理的表示保護のルールについての考え方の違いを反映して、内容に大きな差異が見られる。TPP関係国が、こういった内容の異なるFTA協定を締結していることも、地理的表示保護に関する内容の合意を困難にしているものと思われる。

1) TPP加盟国、交渉参加国とEUとのFTA協定等における地理的表示保護の内容

EU・チリ連合協定、EU・コロンビア/ペルーFTA協定、EU・シンガポールFTA協定、EU・カナダFTA協定における地理的表示保護について、保護水準と先行商標との関係を中心に整理したものが、表5である。これを見ると、EUは、EUとして保護の対象としたい地理的表示を協定の中で特定し、保護水準としてはワイン以外についても「type」「imitation」等の表現を伴う場合も含む追加的保護の水準を追求していることがわかる。また、商標との関係では、EU・コロンビア/ペルーFTA協定ではEU制度と同様の規定ぶりで商標と地理的表示の併存が可能な規定としており、EU・シンガポールFTA協定では商標権者の同意を必要とするものの商標と地理的表示の併存が可能な規定としており、EU・カナダFTA協定では一部の名称について先行商標がある場合も地理的表示としての保護を認めている。こういった地域間貿易協定に知的財産権保護を詳細に規定する最近の

EU の態度に関し、EU は、2006 年の新通商戦略発出後、従来の多国間条約をメインとする政策を大きく変化させていると指摘されている³³。

表 5 TPP 加盟国、交渉参加国と EU との FTA 協定（地理的表示保護関係）

	対象	保護水準	先行商標との関係	備考
EU・チリ連 合協定 (2003 年発 効)	ぶどう酒、 蒸留酒、芳香 ワイン 附属書によ りリスト化	TRIPS 協定第 23 条の追加的保護の内容	一定の商標については、 国内的使用は 12 年以内 に、輸出の際の使用は 5 年以内に効力を失わせる リストで特定された地理 的表示には、商標の効力 は及ばない	登録商標の一部を 失効させる内容を 含む(TRIPS 協定 を超える可能性の ある内容と思われ る)
EU・コロン ビアペルー FTA 協定 (2012 署名)	農産物・食 品、ぶどう 酒・蒸留酒・ 芳香ワイン 附属書によ りリスト化	①登録名称の商業的利用、②〈農産物、食品〉 消費者の混同を招く正当化されない利用 〔「style」「type」「imitation」等を伴う場合 を含む。悪用、模倣、想起を含む。〕〈ぶどう 酒・蒸留酒〉悪用、模倣、想起(真正な原産地 が示される場合、翻訳・音訳された場合、 「style」「type」「imitation」等を伴う場合を 含む。) 等	評判のある、又はよく知 られた商標に照らして、 その商品の真の独自性に 誤認を生ずるおそれのあ るときは、その地理的表 示を保護する義務を負わ ない	保護内容は、EU の 保護内容にかなり 近い(想起等まで規 定) 先行商標との関係 は、EU 規則とほぼ 同様の規定ぶり
EU・シンガ ポール FTA 協定(2013 署名)	農産物・食 品、ぶどう 酒・蒸留酒 附属書によ りリスト化	TRIPS におけるぶどう酒等の GI の保護内容 を農産物・食品に拡張（真正な原産地が示さ れる場合、翻訳された場合、「style」「type」 「imitation」等を伴う場合を保護内容に含 む。) (シンガポールは特別の GI の登録制度を創 設)	先行商標の権利者の同意 を前提に、先行商標と GI が併存	追加的保護の農産 物・食品への拡張 先行商標との関係 は、商標権者の同 意を前提として登 録を認める

³³ 今村 (2013)

EU・カナダ FTA 協定 (CETA)(2 013 合意)	農産物・食品 附属書によ りリスト化	TRIPS におけるぶどう酒等の GI の保護内容を農産物・食品に拡張（真正な原産地が表示される場合、翻訳された場合、「style」「type」「imitation」等を伴う場合を保護内容に含む。） 一定の GI について「style」「type」等の表現の容認。また、一定の翻訳語等を例外に。	商標権の例外として 「terms descriptive of geographical origin」を明記 バルマハム等について、 先行商標がある場合であっても、GI としての保護を認める	翻訳や先行商標との関係について、 個別事情に応じた妥協が図られている
-----------------------------------------	--------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------

なお、EU・カナダ FTA 協定については、合意内容に興味深い点が多いため、2) で詳説する。

2) EU・カナダ FTA 協定における既存名称への配慮等の妥協

EU・カナダ FTA 協定において、地理的表示保護について合意したとされる内容で興味深い点は、既存名称への配慮等、個別の地理的表示ごとの具体的な状況を踏まえた妥協がされている点である³⁴。

まず第一点として、EU が地理的表示と主張し、カナダが一般名称と主張していた Feta、Gorgonzola 等 5 つの名称³⁵について、地理的表示としての保護を認めるが、「kind」「type」「style」等の表現を伴うとともに原産地を明示する場合は、その名称の使用を認めている。追加的保護では、「kind」「type」「style」等の表現を伴う場合や真正の原産地を標記する場合も保護の対象となることから、EU 及びカナダ双方が一定の譲歩をしたものと考えられる。

第二点として、Parmigiano Reggiano、Schwarzwälder Schinken 等の原語表記による名称を地理的表示として保護するが、Parmezan、Black Forest Ham などの、一定の翻訳語等 14 の表現については、保護の対象外としている³⁶。ただし、原産地の誤認を招くよう

³⁴ 情報は、欧州委員会 HP に 2014 年 9 月 26 日に掲載されたテキストによっている。なお、この合意について、USTR は 2014 年外国貿易障壁報告書において、異議申立手続きなく保護を合意したことや一般名称の使用に限定的な例外しか設けていないことに対し、重大な懸念を表明している。

³⁵ このほか、Agiago、Fontina、Muenster が対象。

³⁶ 使用が認められる表現は、次の通りである（() 内は保護された地理的表示）。Valencia Orange、Orange Valencia、Valencia (Citris Valancianos)、Black Forest Ham、Jambon Forêt Noire(Schwarzwälder Schinken) Tiroler Bacon、Bacon Tiroler(Tiroler Speck)、

な表示は認められない。追加的保護では、翻訳語も保護対象とされており、ここでも一定の妥協がされたことがわかる。

第三点として、既に使用されている一定の名称について、継続的な利用を可能にしているものがある。この扱いは次の通り3つに分かれている。

- ① Feta、Gorgonzola 等5つの名称（第一点であげた名称と同一）については、既に使用している者への継続使用の容認
- ② Nürnberger Bratwürse については、5年以上使用している者への継続使用の容認（5年未満の者には5年間の継続使用の容認）
- ③ Jambon de Bayonne、Beaufort については、10年以上使用している者への継続使用の容認（10年未満の者には5年間の継続使用の容認）

先使用名称の継続的使用は、EU規則でも認められており、原則5年以内、最長で15年以内の範囲で継続使用を認めることができることとなっている(EU規則第15条)。EU・カナダFTA協定では、フェタなどについては永続的に先使用が認められるケースがあるなど、EU規則の内容を超えて先使用が認められている部分はあるが、先使用が認められる名称はあまり多くなく、また使用期間が限定される場合があり、制限的な規定となっている³⁷。

第四点として、先行する商標がある場合の取扱いである。従来、パルマハム(Prosciutto di Parma)等については、カナダでの先行商標の存在を理由に、イタリア生産者がその表示をすることができなかったが、今回、Prosciutto di Parma、Prosciutto di San Daniele等³⁸について、先行商標がある場合も地理的表示としての保護が認められた(商標と地理的表示の併存)。ただし、併存を認めるとの規定は明示されておらず、商標権の例外となる記述上の用語の公正な使用の例示として、「terms descriptive of geographical origin」が明示される形となっている。一方、商標としてBudweiserが存在するBudějovické pivoに

Parmesan(Parmigiano Reggiano)、Bavarian Beer、Bière Bavaroise(Bayerisches Bier)、Munich Beer、Bière Munich(Münchener Bier) St George Cheese、Fromage St-George[s](Queijo S.Jorge)。このほか、「country」の意味での「comté」の使用、バンクーバー島の地名「Beaufort range」の意味での「Beaufort」の使用についても、保護の対象外とされている。

³⁷ 我が国制度においては、先使用が広く認められている(特定農林水産物等の名称の保護に関する法律第3条2項4号)

³⁸ このほか、Prosciutto Toscano、Szegedi szalami、Foie Gras du Perigordの保護が認められている。

については、地理的表示として保護が認められなかった。ここでも、商標と地理的表示の併存という EU の要請に応えつつ、個別事情に応じた妥協がされていると考えることができる。

以上のように、新大陸の国であり地理的表示について米国と立場が近いと考えられるカナダは、EU の要請を踏まえ、個別具体的な品目の状況に応じた妥協を行って、FTA 協定に合意したものと思われる。

3) TPP 加盟国、交渉参加国と米国との FTA 協定における地理的表示保護の内容

米国が TPP 加盟国、交渉参加国と締結している FTA 協定の中で、地理的表示保護に関して TRIPS 協定を超える内容を含んでいるものは、チリ(2004年発効)、シンガポール(2004年発効)、オーストラリア(2005年発効)、ペルー(2009年発効)との協定となっている³⁹。

以上の4ヵ国との FTA 協定においては、共通して、①地理的表示は商標で保護できること、②商標の排他的権利は地理的表示に及ぶことが定められている。これに加え、オーストラリア及びペルーとの FTA 協定では、③地理的表示登録の際の申立手続、登録後の取消手続を整備すること、④先行商標と混同のおそれのある地理的表示の登録拒絶(先行優先)が定められている。内容的に、米国・韓国 FTA 協定における、地理的表示保護に関する規定と同内容となっており、異議申立手続の整備や商標との間での先行優先の規定はあるが、地理的表示の保護水準を制限するような内容はない。

5. 我が国における「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」の成立

(1) 法律の概要

我が国においては、これまで、農産物・食品の地理的表示を積極的に保護する独自の制度が存在せず、農業振興や消費者利益の確保等の面から、その創設が課題とされてきた。2004年頃にも制度化の検討がなされたが、その後検討が一時中断し、2010年の食料・農業・農村基本計画⁴⁰や知的財産推進計画⁴¹において、農産物等のブランド化を進める観点から、地理的表示を支える仕組みの創設が打ち出された。有識者による検討等も経て、2014年6月に、地理的表示を保護する独自の保護制度として「特定農産物等の名称の保護に関する法律」(以下「法」という。)が成立することとなった。

³⁹ 1994年発効のカナダ、メキシコとの北米自由貿易協定 (NAFTA) では、地理的表示に関する規定はあるものの、基本的には TRIPS 協定を超える内容は定められていない。

⁴⁰ 2010年3月30日閣議決定。

⁴¹ 2010年5月21日知的財産戦略本部決定。

同法では目的として、地理的表示を保護する制度を確立することにより、生産業者の利益保護を通じた農林水産業等の発展を図り、併せて需要者の利益を保護することをあげており（法第1条）、ブランド価値を保全・向上させ、また消費者の信頼に応えることを目的とした制度となっている。

保護の対象となる地理的表示に関しては、①特定の場所、地域又は国を生産地とし、②品質、社会的評価その他の確立した特性が生産地に主として帰せられる農林水産物等を「特定農林水産物等」と定義した上で、①と②が特定できる特定農林水産物等の名称の表示を「地理的表示」と定義している（法第2条1項から3項まで）。地理的表示の定義は、基本的に TRIPS 協定の定義に沿ったものである。

この地理的表示を、農林水産大臣が登録することによって保護するが（法第6条）、普通名称（一般名称⁴²）など名称によって産地等を特定できない名称や、既存商標と同一・類似の名称は登録できない（法第13条1項4号）。ただし、既存商標の商標権者が地理的表示の登録を申請する場合や商標権者が同意している場合は、既存商標があっても登録が可能となっている（同条第2項）。

保護内容としては、特定農林水産物等以外の産品への地理的表示及びこれに類似する表示が禁止される（法第3条）。表示禁止がされる範囲は、その地理的表示に係る特定農林水産物と同一区分の農林水産物等とこれを主な原材料とする農林水産物等である。また、2015年2月にパブリックコメントに付された省令案によれば、「類似する表示」には、①真正の生産地の表示又は「種類」「型」「様式」「模造品」その他これらに類する表示を伴う場合、②翻訳が含まれており、追加的保護の水準であることが明確にされている。違法な表示に対しては、大臣が是正命令を行った上で（法第5条）、罰則の対象とされており、行政の取り締まりによって実効性が担保されている。なお、地理的表示の登録前から不正の目的でなく地理的表示と同一・類似の名称を使用していた場合は、継続的な使用が認められる（法第3条2項4号）

品質の確保等に関しては、登録の際、特定農林水産物等の品質等の特性や生産の方法等が明細書として定められ、その明細書に適合しているかどうかは生産者団体がチェックを

⁴² 法第13条1項4号イにおいて、「普通名称であるとき、その他当該申請農林水産物等について第2条第2項各号に掲げる事項（筆者注：生産地及び生産地に帰せられる特性）を特定することができない名称」とされていることから推察されるとおり、この「普通名称」は生産地等が特定できない名称としての意味であり、一般名称（TRIPS 協定上の common name、EU 規則上の generic name）と同義と考えられる。

行って管理することとなっている（法第2条6項、第6条等）。この管理内容については、省令で基準が定められる（法第13条1項2号ロ）

なお、登録後に取消しが行われる場合として、登録された地理的表示が普通名称など名称によって産地等を特定できない名称となった場合が含まれており（法第22条1項3号）、登録後に地理的表示が一般名称化することを否定していない。

（2）TRIPS 協定や地域間貿易協定における保護ルール等との関係

特定農林水産物等の名称の保護に関する法律で定められた内容について、TRIPS 協定や EU 及び米国が地域間貿易協定において追求している保護ルールの内容と比較すると、EU や米国との関係で今後課題となる可能性のある部分として、保護水準、既存商標との関係、一般名称の取扱い等があげられる⁴³。

1) 保護水準

我が国の制度では、地理的表示の登録によって、地理的表示及びこれに類似する表示が禁止される。この「類似する表示」には、①真正の生産地の表示又は「種類」「型」「様式」「模造品」その他これらに類する表示を伴う場合、②翻訳が含まれている。

このように、保護水準は、TRIPS 協定の追加的保護の内容と同内容となっている。一方、想起など幅広い保護内容を含む EU の制度と比べると、保護内容は限定的である。これまで EU が締結した地域間貿易協定を踏まえれば、EU は、少なくとも追加的保護の水準で EU の地理的表示が保護されることを望んでいると考えられ、これには対応できる内容となっている。一方、米国等がどのように考えるかは注目される。

2) 既存商標との関係

我が国の制度では、既存商標と同一、類似の名称は、原則として地理的表示として登録できないが、商標権者が地理的表示の登録を申請する場合や商標権者の同意がある場合は、登録が可能となっている。

既存商標がある場合の地理的表示の登録可能性について、TRIPS 協定では明確に定めておらず、EU 規則では製品の独自性について誤認を招かなければ登録可能であり、米国は先行優先の立場をとっている。我が国制度は、先行商標があっても登録は不可能ではないが、登録が認められるのは商標権者の同意がある場合等かなり限定されている点で、EU

⁴³ 以下で述べる点のほか、我が国制度と EU 制度を比較した場合の大きな相違点の一つとして、品質管理を行う主体がある。我が国制度では生産者団体が基準遵守のチェックを行うのに対して、EU 制度では、公的管理当局又は第三者機関が行うこととされている。

と米国の中間に位置するといえる⁴⁴。このため、双方から関心が寄せられる可能性があるが、特に EU との関係では、最終的には具体的な EU の地理的表示が保護されるか否かにかかっているのではないかと思われ⁴⁵、具体的な運用、当てはめが問題となりうるだろう。

3) 一般名称の取り扱い

普通名称は登録できないとされているが、ここは EU 規則でも同様であり、米国も同様の考え方であることから、規定上の問題はないものと考えられる。ただし、具体的にどのようなものを普通名称と判断するかには、EU・米国双方から強い関心が寄せられると思われる⁴⁶。今後、具体的な運用を慎重に検討する必要があるだろう⁴⁷。

なお、これに関連して、登録前から既に使用していた表示は継続的に、年数の期限なくその表示を行うことが可能となっており、普通名称に該当しなくとも従来使用していた名称の継続的な使用が可能となっていることから、この点も具体的な名称の扱いを検討するに当たって、一定の調整材料となるものと考えられる。

また、我が国制度では、地理的表示後の一般名称化を否定していない。EU 規則では、登録後は一般名称化せず、これによる取消し等はないことから、この点が問題になることも考えられる。地理的表示に登録された後は、行政が違法な使用を取り締まることから、一般名称となることは考えにくいとの国会答弁⁴⁸がなされているが、今後より扱いを明確にしていくことも必要ではないかと考えられる。

6. おわりに

地理的表示の保護のルールについては、EU 等と米国等との間の対立が厳しい分野である。両者は WTO の交渉の場でも対立しており、FTA 協定等の地域間貿易協定においても、それぞれ自らの立場・利益が反映されるよう対応している。その内容は、①TRIPS 協定が定めていない部分についてある方向で定める(保護の方式について独自の保護か商標によ

⁴⁴ EU・シンガポール FTA 協定で同様の内容が定められている。

⁴⁵ 特定農林水産物等の名称の保護に関する法律の対象からは酒類が除かれているので、直接同法の問題とはならないが、例えば、Budweiser の商標があることを理由に、チェコのビールの Budějovické pivo の登録が認められないような場合があれば、問題となろう。

⁴⁶ 例えば、EU で地理的表示として登録される一方、米国等が一般名称であると主張するチーズの名称等について、どのように扱うかは問題となろう。

⁴⁷ このほかにも、登録された地理的表示の一部に一般名称が含まれる場合の扱いも争点になり得るが、この点については、パブリックコメントに付された省令案では、当該一般名称の使用は規制の対象外となることが明確にされている。

⁴⁸ 平成 26 年 5 月 13 日衆議院本会議。

る保護か)、②明確でない部分を自らの立場が反映されるよう定める(先行商標との関係について併存か先行優先か)、③保護水準の上乗せを行う(追加的保護の拡張)等の内容となっている。このように、地理的表示保護に関しては、両者の対立状況が地域間貿易協定にも反映されている状況が見られる⁴⁹。

このような中で、韓国は、EU、米国双方と FTA 協定を結び、工夫をしつつ、その内容を国内法で担保している。また、実質合意がされた EU・カナダ FTA 協定では、地理的表示保護について、EU と新大陸であるカナダ双方の立場を踏まえつつ具体的事情に応じた様々な妥協が行われている。

我が国でも、農林水産業の発展や消費者利益の確保等を目的として、独自の地理的表示保護制度の創設が行われたところであるが、その内容には、EU 及び米国から関心と呼ぶと思われる点も含まれている。今後も地域間貿易協定で地理的表示の保護は取り上げられていくと考えられ、EU との EPA 交渉や TPP 交渉等が進む中で、我が国の制度を踏まえた交渉を行う一方、国内制度の運用方針等を明らかにし、様々な国から理解を得られる制度・運用としていくことが重要である。この際、韓国やカナダの対応は一つの参考になると考えられる。すなわち、各国の重視する点、実利等を踏まえて対応していくこと、具体的には、保護範囲を明確にしつつ、関心品目に関して、一般名称の扱いや先使用の運用等で現実的な対応を行うことで、双方から一定の納得が得られる制度として運営していく方向が考えられよう。

今後の我が国農林水産業、農山漁村の振興を図って行くためには、生産性の向上、低コスト化を進めることも重要であるが、一方では、他と差別化された特徴ある産品を生産し、消費者の選択を通じ、高い付加価値を実現していくことも重要である。これを進める上で、品質等の特性を明確にし、その品質等を保証する地理的表示保護の仕組みが有効であり、これは、国内においてのみならず、輸出振興を図る上でも有用なツールとなると考えられる。今後、地理的表示に関する国際的なルールを形成して行くに当たっても、こういった認識に立って、我が国が積極的な役割を果たしていくことも求められよう。

我が国には、地域の特性を生かした優れた農林水産物、食品が数多く存在する。その有利性を生かしつつ、農林水産業、農山漁村の所得向上を図るため、地理的表示の保護の仕組みが有効に活用されていくことを大いに期待するものである。

⁴⁹ EU・米国 FTA (TTIP) 交渉における地理的表示保護に関する議論の方向は、今後地理的表示の保護ルールがどのような内容となっていくかを考える上で、非常に興味深い。

(付記) 本稿は、執筆者の個人的な見解等を示したものであり、執筆者が所属する組織等のものではありません。

参考文献等

荒木雅也 (2014) 「米 EU 間の FTA (TTIP) 交渉開始と、米 EU 高級作業部会最終報告書」『月刊資本市場』 No341

今村哲也 (2013) 「地理的表示に係る国際的議論の進展と今後の課題」『特許研究』 No55

大町真義(2012)「FTA/EPA への多数国間知財問題の波及とその含意」『AIPPI』 Vol57No10

鈴木将文 (2008) 「地域貿易協定 (RTAs) における知的財産条項の評価と展望」『RIETI Discussion Paper Series』 08-J-005

内藤恵久、須田文明、羽根田知子 (2012) 「地理的表示の保護制度について」『農林水産政策研究所 行政対応特別研究研究資料』

内藤恵久(2013)「地理的表示の保護について」『農林水産政策研究』第 20 号

米谷三以 (2006) 「EU の農産品及び食品の商標の地理的表示の保護」『WTO パネル・上級委員会報告書に関する調査研究報告書 (2005 年度版)』 (経済産業省 HP より入手)

AND International(2012) "Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)", (欧州委員会ホームページより入手)

農林水産省(online)「地理的表示保護制度研究会」,

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/tizai/other/gikenkyu.html>

アンデス共同体(online)“DECISION 486 Common Intellectual Property Regime (Non official translation)”,

<http://www.comunidadandina.org/ingles/normativa/D486e.htm>

メキシコ産業財産庁(online) “Industrial Property Law”,

http://www.impi.gob.mx/wb/impi_en/industrial_property_law

欧州司法裁判所(online) “JUDGEMENT OF THE COURT(GRAND CHAMBER)26 February 2008”,

<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=72367&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=936204>

シンガポール知財庁 (online) “Geographical Indications Consultation Paper”,
<http://www.ipos.gov.sg/Portals/0/Geographical%20Indications%20Consultation%20Paper.pdf>
WIPO Lex (online a) “Legislative Decree No. 1075 of June 27, 2008. Resolution approving the Complementary Provisions to Decision 486 of the Andean Community Commission establishing the Common Regime on Industrial Property”,
<http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=6541>
WIPO Lex (online b) “Geographical Indications Act (Chapter 117B)”,
<http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=3695>
WIPO Lex (online c) “Geographical Indications Act 2000 (Act 602)”,
<http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=3119>
WIPO Lex(online d) “ Law No. 19.039 on Industrial Property (Consolidated Law approved by Decree-Law No. 3)”,
<http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=5324>
WIPO Lex (online e) “Law No. 50/2005/QH11 on Intellectual Property”,
<http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=12011>