

特集・果実販売のトレンドを見る

知的財産管理と地理的表示 — G I と商標の組み合わせパターン —

アグリ創研(株) 代表取締役社長
浅野国際特許事務所 副所長

浅野 卓

はじめに

二〇一五年六月一日に施行された「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」(以下、G I 法という)も、三年が経過し大分運用も明らかになってきたように思われる。

一方、当初想定されていた運用と異なる運用により、現場が混乱している論点もある。その一つが、地理的表示(以下、G I という)登録と商標権の関係である。そこで、本稿では、多くの案件に関与した当所の経験を踏まえ、地域活性化のためのブランド育成に有効なG I と商標の組み合わせのパターンを検討する。

農産物の名称に係る知財制度

農産物の名称に関する知的財産(以下、知財という)制度としては、種苗法の品種名称に関する規定、商標法、G I 法が挙げられる。これらの制度の経緯を整理しながら、G I 法の特徴を見ていこう。

▼種苗法(品種登録制度)

種苗法は、①品種の育成の振興を図る「品種登録制度」と、②種苗の

流通の適正化を図る「指定種苗制度」という、二つの制度を内包する。

このうち、知財制度と言えるのは品種登録制度である。品種登録制度は、「育成者権」という排他的独占権を与えることにより、植物新品種を保護する。

もつとも、品種登録制度は、品種名称の登録があるため勘違いされがちだが、名称保護の制度ではない(この点、種苗法の前身である農産種苗法における「名称登録制度」との違いである)。種苗法(二二条等の品種名称に関する規定は、種苗流通の混乱防止が趣旨である。登録品種名称は、普通名称化すると考えられており、育成者権の存続期間満了後はパブリックドメイン(誰でも利用できる名称)となる。

そのため、実務上は、「東京〇〇号」のような名称で品種登録出願をし、同時に、実際の商品名として使用していきたい名称を商標登録出願するという二本立て出願が主流である。当該実務は、浅野勝美弁理士が提唱し定着している。詳しくは、拙稿「種苗法と商標法の交錯」(パテ



図1 登録GIのロゴマーク

ント二〇一一年八月号四三、
五七頁、パテント二〇一四年
七月号二五、四〇頁）を参照
されたい。

▼商標法（商標制度および地
域団体商標制度）

商標制度は、「商標権」と
いう排他的独占権を与えるこ
とにより、商標（商品やサービスに
使用される標章）を保護する。つま
り、名称を保護する制度である。し
かも、商標権の存続期間は更新でき
るため、当該名称を半永久的に独占
することができる。

もつとも、地域ブランド産品の名
称は、識別力（需要者に誰の商品・
サービスなのか認識させる力）を有
しないとされることが多く、商標権
の取得が難しかった。そこで、使用
による識別力の獲得の水準を、「全
国周知」から「隣接都道府県に及ぶ
程度の周知」に緩和した地域団体商
標制度が導入されたのである。

とはいえ、商標制度も地域団体商
標制度も、制度上、品質は保証され
ない。また、商品に対するグッドウイ
ル（≠顧客吸引力）は商標権者に帰

着するか、商標権者と地域に分散し
てしまうおそれがある。

▼地理的表示法

「地理的表示」とは、「特定農林水
産物等の名称の表示」（GI法二条
三項）、つまり、特定の生産地に由
来した特性を有する農林水産物等
の名称の表示である。Geographical
Indication のこと、GIと略され
る。

ここで言う「農林水産物等」は、
食用の農林水産物および加工飲食料
品、並びに政令で定める農林水産物
（観賞用の植物、工芸農作物、立木竹、
観賞用の魚、真珠）および政令で定
める加工品（一定の飼料、漆、竹材、
精油。木炭、木材、畳表、生糸）で
ある。酒類や医薬品、医薬部外品、
化粧品、再生医療等製品は除かれる
が、六次産業化の産品も含まれる。

また、その「特性」は、生産地や
生産方法に由来していることが必要
である。特性は、①風土・自然環境
のような「地域性」、②生産方法・
技術・工夫のような「取組み」、③
歴史・文化のような「伝統性」によっ
て生み出される。そのため、GI制

度では、「地域性」「取組み」「伝統性」
を介して、生産地と特性が密接不可
分に結び付くことになり、産品に対
するグッドウイルが生産地に帰着す
るというメリットがある。

GI制度は、特定農林水産物等の
名称を保護するとともに、国がその
品質を保証（お墨付きを付与）する
制度である。それゆえ、GI制度
を利用すれば、初めからGIとい
う「器」に国がお墨付きを与えた特
性等を「中身」として入れられるた
め、非常に効率的にプラスのブラン
ド・エクイティ（資産的価値）を蓄
積できる。また、国のお墨付きであ
るがゆえに、事業者が示すブランド・
アイデンティティと顧客が抱くブラ
ンド・イメージとの間にずれが生じ
ないというメリットがある。詳しく
は、拙稿「地理的表示（GI）制度
の概要とビジネスモデルの構築」（J
A金融法務二〇一六年四月号一六、
二一頁）を参照されたい。

生産者団体が申請すると、審査
（書面審査、公示、現地調査、学識
経験者委員会）を経て登録される。
GI登録後、①生産業者は、特定農

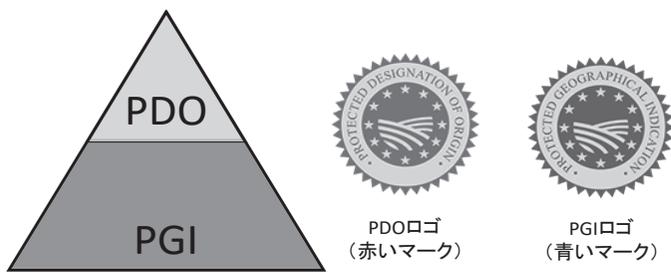


図2 EUのGI制度

農林水産物等または包装等にGIを付すことができる（GI法三条一項）。

②一方、①以外は、登録に係る特定農林水産物等が属する区分については、誰もGIと同一・類似の表示を付してはならない（GI法三条二項）。さらに、③生産業者は、特定農林水産物等または包装等に、GIロゴマーク（図1参照）を付さなければならぬ（GI法四条一項）。

④一方、③以外は、誰もGIロゴマークと同一・類似のロゴマークを付してはならない（GI法四条二項）。

上記②③④の違反者に対し、農林水産大臣は措置命令ができる（GI法五条）。当該措置命令の違反者には罰則が科される（GI法二八条、二九条）。また、誰でも当該措置命令を請求できる（措置請求。GI法二五条一項）。

GI登録に保護期間の制限はない。もともと、GI制度は、第三者の行為を規制するのみであり、排他的独占権は与えられない。その代わり、GIやGIロゴマークの不正付着に対しては、国が対応（農水大臣の措置命令）することになってい

る。換言すれば、GI制度には、①ライセンスという概念がないこと、②権利者自ら行える差止請求がないこと、③損害賠償請求（民法七〇九条）等における立証負担の軽減規定がないことを考え合わせると、GI制度では、生産地が自ら積極的に、機動的かつ緻密なブランド・コントロールをすることは不得手と言える。

なお、申請における留意点や、GI制度を活用したビジネスモデルについては、拙稿「地理的表示（GI）制度の概要とビジネスモデルの構築」（前出）および「JAS法大改正の概要と活用事例（JAS金融法務二〇一八年三月号一〇〜一五頁）を参照されたい。

地理的表示と商標の組み合わせ

▼なぜ組み合わせが必要か

GI制度の先進地域であるEUのGI制度は、PDOとPGIの大きく二段階になっている（図2参照）。PDO（Protected Designation of Origin：保護された原産地呼称）は、生産行程の全てが特定の地理的領域内で行われ、テロワール（自然的・人的要因を含む地理的環境）と密接不可分な特性をもつ産品であり、私は「当地一貫」と呼んでいる。一方、PGI（Protected Geographical Indication：保護された地理的表示）は、生産行程の一部が特定の地理的領域内で行われ、原産地に由来する特性をもつ産品である。

ブランド戦略では、しばしば、複数階層のブランドが設けられる。実際、EUでは、「同一名称」の産品がPDOとPGIの双方に登録されていることも多い。このようにすると、上位のPDOを需要者に対するフラッグシップとして、また、生産者自身の目標として、さらなる品質の向上を牽引することができる。そして、そのような品質の向上のサイクルを継続することにより、農業者の所得向上が達成されるのである。

わが国のGI制度は、EUのPDOに当たるものがなく一階層しかない。商標制度との組み合わせ等による二階層化が必要と考えられる。当時の農林水産省食料産業局長の山下正行氏も、第一八六回国会の参議院農林水産委員会、GI制度

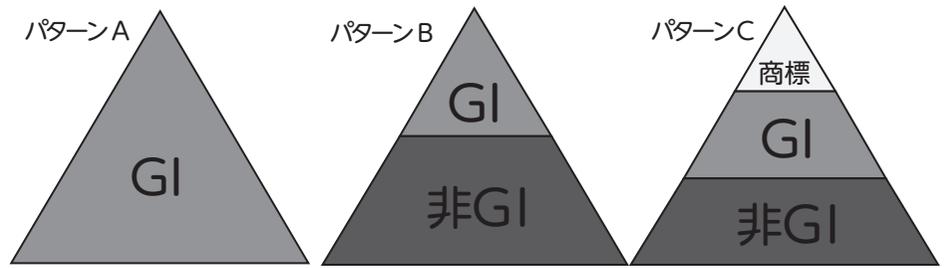


図3-1 GIと商標の組み合わせパターンA～C

と地域団体商標制度について、「地域の実態や産品の特性を踏まえたブランド戦略に応じて利用する制度を選択し、又は両者を組み合わせる利点」という対応を取っていくことが重要ではないかと、こういうふうにご検討しております」と述べている。

▼商標権は不要となるのか

ブランド化に意欲的な団体や地域は、既に商標（地域団体商標を含む）の登録をしているところが多い。この場合、登録商標と同じ名称をGI登録すると、当該名称が付されたGI産品等には、商標権の効力は及ばない（商標法二六条三項）。つまり、特定農林水産物等登録簿（GI登録簿）に記載された生産地の範囲内の構成員は誰でも、当該GIの特性や生産方法等の基準を満たしている限り、登録商標と同じ名称を使用できるのである。これは、GIは「地域の共有財産」という考え方に基づく。

上記を背景に、GI登録後は商標権は不要となるのではないかという質問もよく受ける。私は以下の理由から、GI登録後も商標権を保有し続けるべきと考ええる。第一に、前述

のように、GI制度は、機動的かつ緻密なブランド・コントロールは不得手である。とくに地域外の第三者による使用に対して、商標権は機動的に対処できる。また、損害賠償請求（民法七〇九条）する場合には、商標権には立証負担の軽減規定がある。

第二に、日本で登録されたGIは、原則として日本国内のみの保護であり、海外では相互保護の条約を締結した国でのみ保護される。相互主義国であっても、日本とGIの類似範囲や読み方が異なるという相互保護の限界もある。そのため、日本における商標登録を基礎登録として、マドリッド協定議定書による商標の国際登録をすることは、非相互主義国において必要不可欠であるばかりか、相互主義国においても当該名称の保護を万全にできる点で有効である。

第三に、商標権によって、GI産品の周辺商品・役務のブランド・コントロールをすることができるといえる。

▼組み合わせパターンの検討

図3のように、GI登録および商標権によるブランド管理体制として

大きく五つのパターンが考えられる。

何度もやり取りする中で、GIを所管する農林水産省知的財産課（以下、当局という）は、GIは「地域の共有財産」という意識が強く、パターンA、または相当広くGIを付することを認めるパターンB・パターンCを想定しているように思われた。

私は、パターンDまたはEが、地域活性化のためのブランド育成に最も有効と考えられる。

①パターンA（地域開放GI戦略）

【概要】地域ブランドをGI登録のみで管理する手法であり、当該地域の既存のおよび将来のすべての生産者がGIを付することができるように、GI登録に当たって、品質基準を生産者それぞれの最大公約数的なレベルに設定するパターンである。

【利点】当該地域の生産者が広くGIを付することができるため、GI自体が、産地結集・地域活性化のプラットフォームとなることのできる。

【検討】何度もやり取りする中で、当局は、申請書・明細書には、（特性や生産方法等の基準の）最大公約

(注1) 共有地の悲劇とは、構成員の一部の者が自己の利益の最大化を図った場合、その者は短期的には利益を得る。しかし、他の構成員が追随した場合、構成員全員が歩調を合わせていた時よりも、どの構成員の利益も減少し、構成員全体の総利益も減少する、という経済学の法則である。

数的なところを書くと考えているようであった。

しかし、一般に、いったん基準と
いうものが文書化され固定化される
と、その変更にはかなりのエネルギー
を要する。国に登録された基準
となれば、なおさらである。生産者
のレベルにはばらつきがあるが、自
らの産品がGIの対象から外れるお
それが出てきたときは、当該者は品
質基準の向上に強く抵抗するであ
う。その抵抗は、品質基準を新たに
設定するときよりも、品質基準を変
更するときの方が強いと思われる。
「共有地の悲劇」(注1)と同じ利益
状況である。

地域ブランドの品質基準が一段階
しかない場合において、当該基準をレ
ベルの低い生産者の基準に合わせれ
ば、その後の品質の向上や価値の向上
は見込みづらい。また、最大公約数的
な基準では、産品の個性やこだわり
を反映できず、ブランド・エクイティ
の蓄積の面からも効率が悪い。

②パターンB(単独GI戦略)

【概要】地域ブランドをGI登録の
みで管理する手法であり、GI登録

により高い品質基準で足並みを揃え
管理するパターンである。

【利点】パターンAに比べて、将来
における品質の向上が可能となる
し、産品の個性やこだわりも反映で
きる。

【検討】パターンBには、三つのデ
メリットがある。第一に、当該地域
の既存の生産者がGIと同一・類似
の名称を付することができなくなる
場合がある。

この点、「登録の日前から不正の
利益を得る目的、他人に損害を加え
る目的その他の不正の目的でなく登
録に係る特定農林水産物等が属する
区分に属する農林水産物等若しくは
その包装等に当該特定農林水産物等
に係る地理的表示と同一の名称の表
示若しくはこれに類似する表示を付
していた者及びその業務を承継した
者が継続して当該農林水産物等若し
くはその包装等にこれらの表示を付
する場合」には、GIと同一・類似
の表示を付することは禁止されてい
ない(GI法三条二項四号。いわゆ
る先使用権)。しかし、当局は、先使
用権を多用しないよう指導している。

第二に、前述のように、GI制度
では農林水産大臣の措置命令による
ため、機動的なブランド管理ができ
ないおそれがある。

ただし、この点は、生産地が自ら
積極的にブランドをコントロールす
ることを欲せず、地域ブランドの保
護のみで十分と考える場合は、デメ
リットとならない。

第三に、パターンBも一段階の品
質基準であるため、品質の向上に伴
い価格が上昇する場合、消費者が追
随できなくなってしまうおそれがあ
る。とくに農産物は、日常的に消費
されるものであるため、価格が上昇
すれば良いというものでもない。

じつは、ハイ・ブランドのブラン
ド戦略でも、王室・富裕層向けの希
少商品と、一般人向けの普及商品を
使い分けている。たとえば、エルメ
スは普及商品を軸にビジネスを成立
させている一方、ケリー・バッグや
バーキン・バッグのイメージが普及
商品の価値をも引き立たせている結
果、エルメスの商品全体のコモディ
ティ化を防いでいると言える。地域
ブランドの二階層化の必要性が再確

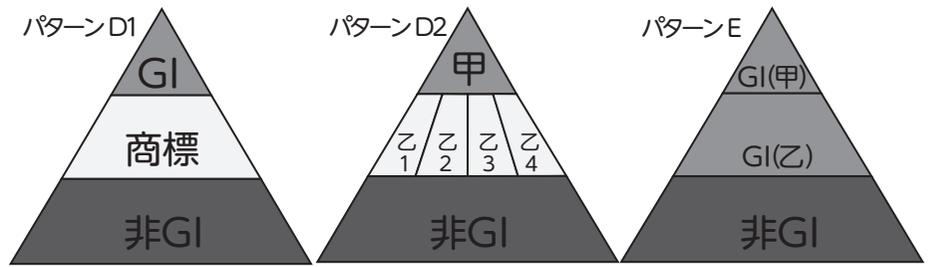


図3-2 GIと商標の組み合わせパターンD～E

認できよう。

③明細書による上乗せ
GI登録申請書類としては、①申請書、②明細書、③生産行程管理業務規程の三点が必須である。

申請書は、単なる願書ではない。申請書には、書誌的事項の他に、農林水産物等の「生産地」、「特性」、「生産方法」「特性と生産地の不可分性」、「生産地における生産実績」という国がお墨付きを与える品質の内容を記載する。

一方、明細書は、基本的に申請書の内容の転記である。唯一、農林水産物等の「特性」と「生産の方法」のみ、申請書の趣旨に反しない範囲で、生産者団体ごとに申請書と異なる記載も可能である。

すなわち、明細書の「特性」について、申請書よりも厳しい規格を記載したり、申請書の規格に新たな要件を付加したものを記載することができる。また、明細書の「生産の方法」について、申請書の生産の方法の一部を限定して記載したり、申請書の生産の方法に新たな行程を付加したものを記載することができる。

そして、明細書適合性を確認・指導するための体制を、生産行程管理業務規程に記載する(図4参照)。

つまり、申請書は、国がお墨付きを与える品質の下限を示すものであり、明細書は、その上乗せ部分と言える。上記構造は、「技術標準」とよく似ている。すなわち、標準技術をベースに、各社が独自技術を上乗せし、差別化を図る構造である。

上記構造を前提に、当局は、GI登録後の品質の向上は、明細書の変更(上乗せ)で可能と考えているように思われる。

しかし、技術標準のように、生産者団体ごとの明細書による上乗せはあるのだろうか。明細書による上乗せをしても、他の生産者団体が自分達より低い基準(申請書と同一の基準)で同じGIを付せるのであれば、不公平感が生じるのではないか。結局、全ての団体で、申請書と同一の明細書になるのではないだろうか。

④パターンC(商標優位の二重管理戦略)
【概要】地域ブランドをGI登録と商標権(地域団体商標を含む)を組

み合わせて管理する二階層のブランド構造であり、商標権により品質基準を高く設定しつつ、GI登録により当該地域の生産者を広く取り込むパターンである。

この場合、GI法三条二項二号を根拠に、GIと商標を同じ名称とし、GI産品として流通させたい場合にはGIロゴマークを付して、商標としての使用の場合にはGIロゴマークを付さないで流通させるといふ運用も考えられる。しかし、当局は、GIロゴマークは付属的なもので、名称のみで特性を特定できなければならぬとし、このような運用を否定する。

したがって、パターンCおよび次のパターンDにおいては、GIと商標は「非類似の名称」でなければならぬ。つまり、当局の意向に従えば、パターンCは、GIをベースとして、独自のこだわりを上乗せする生産者は商標権を設定して差別化を図るといふ形になる。

なお、図形商標「くろさき茶豆」(商標登録第四六八四五一二号)とくろさき茶豆(農林水産大臣登録(以下、GI登録という)第二九号)や、図

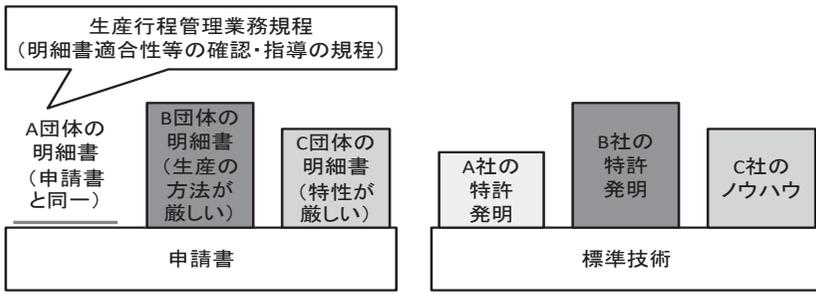


図4 主なGI登録申請書類の関係

【検討】当局の意向を反映したパターンCには、五つのデメリットがある。

第一に、商標権は品質基準を前提とするものではなく、品質基準の遵守は専らライセンス契約に委ねられるため、最上位の製品の品質維持・向上を制度上、担保できない。

第二に、よほど高価な買い物でない限り、数多ある業界団体が保証する品質と、国が保証する品質の差異

を理解し、業界団体の保証する品質の方が優れていると認識できる顧客はいないであろう。とくに農産物は、本来的なコモディティ商品であり、業界団体の品質保証が国の品質保証に勝るといっては違和感がある。

第三に、ブランド育成の流れとして非効率である。すなわち、GI登録には生産期間の合計が概ね二五年あることを要するため、ブランド化に意欲的な団体や地域は、GI登録申請より先に商標登録することが考えられる。しかし、前述のように、当局はGI法三条二項二号および同三〜四号の適用について極めて抑制的であるため、当該名称でGI登録を目指す場合には、事実上、GIに一本化せざるを得ない。そのうえで、当該GIの上に、新たな個別ブランドの商標権を上乗せするというのは非効率的である。

第四に、商標が個々の生産者の「商標名」にすぎない場合、地域ブランドの2階層化とはならず、実質的にはパターンBと変わらない。工業製品においてはメーカーが強く意識されるが、農産物においては産地や販売者が意識される現実がある。

第五に、GI登録は登録時に一度だけ登録免許税を支払えばよいが、商標権は保有し続ける間、維持年金がかかる。

また、登録商標の使用にライセンス料を科す場合、ライセンス料の支払いを嫌って登録商標が使用されなくなる可能性も考えられる(かつての日本酒級別制度において、あえて酒税の安い二級酒として売られるように)。その場合はパターンBと実質的に同様となる。

形商標「堂上蜂屋柿」(商標登録第四三一五二七八号)と堂上蜂屋柿(GI登録第五〇号)は、当局により非類似と判断されたためか、GI法三条一項四号に該当しないとしてGI登録されている点が注目される。

【利点】①GIに加えて、商標権に係るブランド協議会等の品質管理により、さらなる品質の向上を牽引できる、②商標権(権利行使、ライセンス)による機動的なブランド管理ができる、③国(GI)と商標権者による二重のブランド保護ができる、④製品の個性やこだわりも反映できる、⑤場合によっては、商標権のライセンス料獲得の可能性があること等が挙げられる。

【概要】地域ブランドをGI登録と商標権(地域団体商標を含む)を組み合わせ管理する二階層のブランド構造であり、GI登録により品質基準を高く設定しつつ、商標権により既存の生産者を広く取り込むパターンである。前述のように、当局によれば、GIと商標は「非類似の名称」でなければならぬ。

⑤パターンD1(GI優位の二重管理戦略・超ブランド化戦略)

(注2) なお、日EUのEPAが2018年7月17日に署名され、2019年3月下旬までの発効を目指している。当該EPAの発効後、日本のGI法等も再改正される予定である。本稿に関わる改正としては、①広告・ネット販売サイト・外食メニュー等のサービスのGIの使用も、一定の場合は規制されること、②先使用権を7年間に制限すること、③登録GIと同一類似の商標がGI製品の品質を誤認させる場合、当該商標登録出願が拒絶されること(冒認出願等)が検討されている。ただし、改正内容によっては、上記につき、EUのPGIと日本の登録GIで取扱いが異なることになる可能性もある。

用でできる。

【検討】パターンD1は、我が国の実情とも合致する。すなわち、前述のように、GI登録には生産期間の合計が概ね二五年あることを要するため、ブランド化に意欲的な団体や地域は、GI登録申請より先に商標登録することが考えられる。実際、二〇一八年八月三十一日現在、GI登録件数六六件のうち、三四件が商標登録されている(類似商標を含む)。なお、GI登録が先、商標登録出願が後の場合は、商標登録出願は拒絶されると考えられる(商標法三条一項三号、同四条一項一六号参照)。とすると、従前からの商標権で築き上げてきたブランド・イメージを、後のGI登録にあたって低品質のものにまで及ぼす(商標権の下にGIを位置づける)というのはいかにくい。むしろ、パターンD1のように、従前からの商標権で築き上げてきたブランド・イメージを、後のGI登録によって、より高めていくという方が自然であろう。

⑥パターンD2(GI優位の二重管理戦略・複数ブランド)

【概要】パターンD1の応用として、

複数の商標権(個別ブランド…乙1・乙2・乙3・乙4)の上に、GI(甲)を位置付けるパターンも可能である。なお、GIと商標は必ず「非類似の名称」となる。

【利点】複数の商標権の上に、GIを位置付けることにより、個々の地域のブランドも維持しつつ、統一的なブランドを形成することができる。

⑦パターンE(二段GI戦略)

【概要】地域ブランドをGI登録のみで管理する手法であるが、品質基準を高く設定したGI登録(甲)と、品質基準をやや低く設定したGI登録(乙)を組み合わせて管理する二階層のブランド構造である。なお、GI登録(甲)とGI登録(乙)は、必ず「非類似の名称」となる。

たとえば、最上位の「神戸ビーフ」(GI登録第三号)と下位の「但馬牛」(GI登録第二号)が挙げられる。

【利点】①GI登録(甲)によって、さらなる品質の向上を牽引できる一方、GI登録(乙)によって、ある程度、当該地域の既存の生産者にも配慮できる、②GIの二段構えによ

り、しっかりと品質管理されたブランド構造を構築できる、③製品の個性やこだわりも反映できる、④商標権に係る維持年金が不要であることが挙げられる。なお、先使用権(GI法三条二項四号)については、パターンBと同様である。

【検討】GIという枠組みからすると、一番無理のない手法ではある。もっとも、EUのPDOとPGI

はロゴマークが異なるため、一見して上下関係がわかるが、我が国のGI制度は一階層しかないため、GI登録(甲)とGI登録(乙)が別個並列の製品と認識されてしまうおそれがある。

また、前述のように、GI制度では農林水産大臣の措置命令によるため、機動的なブランド管理ができない点がある。パターンBと同様である。

【応用】パターンD2と同様に、二段目に複数のGI登録を位置付けるパターンも可能である(注2)。(浅野国際特許事務所〓港区赤坂七―六一四―二〇四)