

Title	地域団体商標制度と地理的表示(GI)保護制度の比較研究
Author(s)	山中, 翔太; 長谷川, 光一
Citation	年次学術大会講演要旨集, 40: 480-483
Issue Date	2025-11-08
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	https://hdl.handle.net/10119/20298
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

地域団体商標制度と地理的表示(GI)保護制度の比較研究

○山中翔太, 長谷川光一(大阪工業大学)

m1m24p34@st.oit.ac.jp

1. 1. 研究の背景

我が国の農業は、生産者の高齢化や後継者不足といった課題に直面している。農林水産庁の発表した「農林業センサス」によれば、農業従事者は 2005 年から 2020 年の間に、335 万人から 167 万人へとほぼ半減した(農林水産省 2021)。一方で、若年層の非農家出身者が農業法人等へ就職する割合はやや増えているものの、全体的にみると農業従事者は減少傾向にある。

2024 年に改正された「食料・農業・農村基本法」では農業に食料安全保証のみならず国土の保全や、文化の伝承といった多面的機能の発揮が求められている。このまま農業従事者が減少すれば、食料安全保障に加えてこれらの機能も損なわれる恐れがある。農業が直面する現状は、ある種危機的な状況と言っても良い。この状況を打開するためには、少なくとも個々の農産物の付加価値を高めるなどし、農業従事者が「儲かる農業」を実現できるような構造転換が必須となる。

儲かる農業の実現に向けた手段の一つとして、その土地ならではの農産物をブランド化して競争力を高める「地域ブランド戦略」がある。この戦略を支える法的制度の一つに知的財産があり、我が国では代表的な例として「地域団体商標制度」(以下、地域団体商標)と「地理的表示(GI)保護制度」(以下、地理的表示(GI))とがある。これらの制度は地域農産物の価値を高め、模倣品から生産者を守る目的を持つ。(木村,2021)

2つの制度は類似・重複する点も多く、保護対象や目的にも共通点が見られる。このため、生産者や地域団体が2つの制度を十分に理解し、適切に選択・活用していないことが考えられる。そこで本稿では地域団体商標と地理的表示(GI)の比較を行い、生産者の利用制度選択に向けた示唆を提供する。

1. 2 地域ブランド保護に関する動きと先行研究

地域ブランド保護の動きは、日本のみならず世界中で広がっている。例えば WTO が 1994 年に発行した「知的所有権の貿易関連の側面に関する協定」(以下、TRIPS 協定という)では、EU が農林水産物の保護を課題として地理的表示の保護を要求した。米国や豪州などはこれに反対し、自由な取引を妨げるものとして 2003 年に GATT に提訴した。最終的にこれは条約違反ではないと判断は下されたが、以降 GI を巡る国際的な対立は現在も続いている(JETRO,2016)。

農林水産の知的財産に関する先行研究として岡田(2018)は国内の研究を網羅的に整理し、研究が種苗法と商標に変調していること、また農業経済学と法学の間で研究アプローチが異なることを指摘した。加えて地理的表示(GI)と地域団体商標との直接的な比較研究として外村(2019)が挙げられる。外村は、法的観点から出願主体等を比較し、両制度の特徴や相違点を指摘した。しかし、実際のブランド戦略における選択・併用の在り方や、消費者への影響などの検討には踏み込んでおらず、今後の課題として残されている。

2. 地域団体商標と地理的(GI)表示の比較

地域団体商標と地理的表示(GI)の概要をそれぞれ整理し、両制度の相違点を明確にするために制度の歴史を整理し、比較を行う。

2. 1. 地域団体商標

地域団体商標制度は 2004 年 12 月に開催された第 10 回の商標制度小委員会で制度化が肯定的に打ち出された。(内藤,2022)

2005 年 3 月 15 日に商標法改正案が提出され、地域団体商標が創設されることとなった。

本制度は、地域ブランドの保護と活性化を目的として 2006 年 4 月 1 日に導入された商標法上の制度である。最大の特徴は、通常には商標としての識別力が認められない「地域の名称」と「商品の普通名称」の組み合わせ(例:仙台牛)からなる文字商標について、一定の要件下で登録を認める点にある。権利主体となり得るのは、事業協同組合や農業協同組合、商工会、特定非営利活動法人(NPO 法人)といった法人格を有す

る団体に限られる。本制度は特許庁の所管であり、権利の保護期間は 10 年、存続のためには更新が必要となる。権利の保護は日本国内に限定される。海外での保護を求める場合は各国で個別に商標登録手続きを行う必要がある。

模倣品等の不正使用に対する差止請求や損害賠償請求は、権利者である団体自らが行う必要があり、権利の維持・行使には主体的かつ積極的な活動が求められる。地域団体商標の登録効果として松隈(2018)は安定的な販路の確保と販路拡大、組合員の意識向上などを指摘している。

2.2. 地理的表示(GI)保護制度

地理的表示(GI)制度は、農林水産物等の生産者の保護と需要者の保護を目的として導入された。2004 年の知的財産推進計画で「地域ブランドの保護制度を検討する」として農林水産物等の地域ブランドの保護が検討された。(内藤,2022)

また 2004 年 9 月 29 日の「食品等の地理的表示の保護に関する専門家会合」が開催され、順調に導入に進んでいったよう見える。しかし法律の創設が 10 年後になったため、この時は政策としてはすぐには纏まらなかった可能性が伺える。

本制度は、「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」(以下、GI 法)に基づき、特定の産地と品質等の特性が結びついた農林水産物等の名称を知的財産として保護するため、2014 年 6 月 1 日から施行された。保護対象は酒類などを除く農林水産物や飲食料品等とされている。酒類が除かれているのは、「酒類の地理的表示」という制度の管轄のためである。

登録主体は、生産者団体であり法人格を必要としない。本制度は農林水産省の所管であり、一度登録されれば更新は不要で活動報告を行えば半永久的に保護される。不正使用に対する監視や取締りは国(行政)が主体となって行う点に大きな特徴がある。GI 登録された製品には GI マークの使用が認められ、国際的にも保護される。協定を締結した相手国内でも自動的に保護が及ぶため、海外展開において強力な権利となる。

GI の登録効果として、江端・米澤 (2018)は新規の引き合いの増加、生産量・販売単価の上昇、生産者の意識の変化を上げている。内藤(2020)は GI によってほとんどの製品の認知度が向上する一方、価格の上昇は一部に留まっていることを指摘している。

2.3. 両制度の比較

以下に、地域団体商標と地理的表示(GI)の比較表を示す

制度	地域団体商標	地理的表示(GI)
施行日	2006 年 4 月 1 日	2014 年 6 月 1 日
根拠法	商標法	特定農林水産物等の名称の保護に関する法律
目的	事業者の信用の維持を図り、「地域ブランド」の保護による地域経済の活性化をすること	特定の産地と品質、社会的評価等の特性の面で結び付きのある農林水産物・食品等の製品の名称を知的財産として保護し、もって、生産業者の利益の増進と需要者の利益の保護をすること
客体(保護対象)	全ての商品・サービス	農林水産物、飲食料品等(酒類等を除く)
使用できる名称	産品の特産地を名称から特定でき、産品の特性が名称と結びついていると特定できるもの	「地域名」+「商品もしくは役務の普通名称 or 慣用名称」
主体(権利者)	事業協同組合等の特定の組合、商工会、商工会議所、NPO に限られ、法人格が必要	生産・加工業者を構成員に含む団体、地域のブランド協議会等も可能であり、法人格が不要
保護条件	一定の需要者に認識されており、商標と商品の産地が密接に関連していること	生産地特有の要因が特性と強く結び付いており、それが管理され、25 年以上の生産実績があること
海外での保護	権利者が自主的に、各国に登録を行う	地理的表示保護制度を持つ国との間で

	う必要がある	条約があれば、自動的に当該国においても保護される
取り締まり	ブランド戦略等に応じて自己で監視・権利行使。民事的な救済がある。	不正表示(類似表示を含む)を行政が監視・取締り。民事的な救済はない。
登録料	登録に一区分 32,900 円。更新に一区分 43,600 円(10 年に 1 度)	登録時に 9 万円。更新手数料無し
管理負担	10 年に 1 度、権利を更新しなければならない	年に 1 回以上、行政に品質業務管理についての報告が求められる
管轄省庁	特許庁長官(特許庁)	農林水産大臣(農林水産省)

表 1 (筆者作成)

表 1 から両制度は根拠法や管轄省庁が異なるだけでなく、保護の思想そのものに違いがあることが伺える。地域団体商標が団体の業務上の信用を私権として保護するのに対し、地理的表示は地域に根差した商品の名称を共有財と位置づけ、品質を国が保証し規制により保護する制度である。根本的な思想の差異が、登録要件や品質管理や取締りの方法といった各項目に表れていると考えられる。

2. 4. 両制度の利用状況

それぞれの制度がどのような商品にどの程度活用されているかの実態にも違いが見られる。地域団体商標は農林水産物に限らず、伝統工芸品や加工品など幅広い分野で 809 件が登録されている。(特許庁.2023)

それに対し、地理的表示はより厳格な要件を反映して知名度の高い商品を中心に 167 件の登録に留まっている。(農林水産省,2025)

以下に、地域団体商標と地理的表示の登録分類を比較した表を示す。地域団体商標については特許庁(2023)記述の商品別の登録件数を、地理的表示については地理的表示の登録区分を参照し集計した。

分類	地域団体商標	地理的表示
果実・穀物・野菜	142	90
生鮮肉類	67	19
水産食品	55	13
加工品	165	31
食品以外	380	10
合計	809	167

表 2 (筆者作成)

表 2 から地域団体商標は食品以外が 380 件と全体の約 47%を占めていることが解る。一方、地理的表示(GI)において食品以外の登録は僅か 10 件に留まり、全体の約 6%ほどである。果実・穀物・野菜についても地域団体商標の 142 件が GI の 90 件を上回っている。これは両制度の保護対象の差、登録要件の違いが反映された結果と考えられる。

3. 考察

以上の比較から、両制度は単なる優劣ではなく、生産者の環境やブランド戦略によってどちらを使用すべきか多角的に検討する必要があることが明らかとなった。

生産者が直面する問題として登録時の負担と、登録後の負担が挙げられる。地域団体商標は GI に比べて登録要件が比較的緩やかであり、歴史の浅いブランドでも登録できる可能性がある。しかし、10 年ごとの更新手続きや、権利行使は権利者自らが行う必要があり、その管理負担は決して小さくない。GI は、更新が不要で、不正使用の取締りを国が担うため、権利行使に関する生産者の負担は軽減される。しかし、生産者は年に 1 度以上、品質業務管理の報告が求められる。原(2021)のインタビュー調査では、生産者団体にとって報告書の提出が負担になっていると報告されている。

以上から生産者は地域ブランドを保護するために、参入障壁は低い権利行使の負担を負う地域団体商標と参入障壁が高く品質管理義務はあるが行政に取り締まりを任せる地理的表示(GI)という選択の問題に直面していることが伺える。

このことから、生産者団体は自らの経営状況やブランドの発展段階に応じて適切に使用する制度を選択、併用する必要がある。具体的には、歴史が浅く組織力が十分でない地域団体にとっては参入障壁の低い地域団体商標が現実的な選択肢となる。一方で既に確立したブランドを持ち、海外展開や模倣対策を強化したい団体にとっては、国による監視と国際的な保護を受けられる GI の方が有効である。

農業をブランド化して収益性を高めるには、生産者が両制度の特性を理解し、自身の経営資源・市場戦略・ブランドの成長段階に照らして最適な制度を選択していくことが求められる。

参考文献

- ・岡田ちから、「国内農業分野における知的財産研究の動向と展望」、『農業経済研究』第 89 巻, 第 4 号, p.295(2018)
- ・木村達矢,「地理的表示と地域団体商標の相違」,『パテント』Vol. 74, No. 3, p.11(2021).
- ・岡, 齊藤ら他「地理的表示制度と知財ミックスに関する調査報告」,『パテント』Vol. 76, No. 14, p.109(2023)
- ・松隈久昭「地域団体商標による農産物のブランド化の現状と課題」,『大分大学経済論集』69 巻, p33(2018)
- ・内藤ら他,「地域ブランド活用による高付加価値化の取組と 今後の展開 ―地理的表示等の活用と消費者評価―」,農林水産省農林水産政策研究所(2020).
https://www.maff.go.jp/primaff/kanko/project/attach/pdf/200831_R02brand1.pdf
- ・農林水産省,「2020 年農林業センサス結果の概要(確定値)」(2020).
<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/noucen/attach/pdf/index-3.pdf>
- ・農林水産省,「登録産品一覧」(2025).
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/index.html
- ・特許庁,「地域団体商標ガイドブック〜カタログ編〜2023」,p11(2023).
<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/document/tiikibrand/guidebook-catalog.pdf>
- ・特許庁,「地域団体商標 都道府県別出願・登録件数」(2025).
<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/document/index/ranking.pdf>
- ・JETRO,「EU 米国間の包括的貿易投資協定 (TTIP)」に関わる 交渉進捗状況と欧米産業界の見方」(2016). https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/01/75d8af7bd2c6f8e1/20150163.pdf
- ・生越由美,「地理的表示保護の活用戦略」,一般社団法人金融財政事情研究会(2023)
- ・荒木雅也,「地理的表示法制の研究」,尚学社(2021)
- ・内藤恵久,「地理的表示の保護制度の創設: どのように政策は決定されたのか」,筑波書房(2022)

本研究は JSPS 科研費 22K01644 の助成を受けたものです。