高崎経済大学論集　第47巻　第３号　2004　65頁～78頁

地理的表示に関する国際交渉

荒　木　雅　也

International Negotiations relating to GIs

Masaya ARAKI

Summary

This article makes an assessment of negotiations relating to legal protection for geographical indications under the Agreement on Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights.

The introduction of the protection system of geographical indications is not suitable for all the member of countries of WTO. In other words, not every country will be able to benefit from this system. Several reasons can be pointed out. For example, this system is advantageous to countries who have well known geographical terms around the world or preserve the traditional rural production. In contrast, countries without such terms or traditions might be compelled to introduce the system solely to protect foreign geographical terms. So every country have to recognize the various aspects of geographical indications and assess their national interest before they decide whether they must introduce this system or not. Above all, each country should be aware that the system of geographical indications is not merely a part of intellectual property rights, but is also a means of agricultural policy.

１．はじめに

近年、国際社会及び幾つかの主要国の国内において、つまり国際法及び国内法の双方の次元において、いわゆる産地ブランドの保護制度の導入ないしは強化が重要な政策課題になりつつある。ここで言う産地ブランドとは、例えば神戸牛や関サバ等のように、一定地域内の複数の生産者がその産品を特定するために用いる商品名称のことを言い、従来からこれを新たな形態の知的財産権として、つまり商標その他の伝統的な知的財産権とは別個の類型に属する知的財産権として保護の対象

とするために種々の制度が設けられてきた[1)]。まず国際法の次元では、パリ条約及びその附属協定の中で「原産地名称　appellations of origin」及び「原産地表示　indications of source」という概念が定められ、これらを一定の場合に保護する制度が設けられている他、TRIPs協定では「地理的表示　geographical indications」という概念を定め、これを保護するための仕組みが整備されている。また、これら多国間条約とは別に、ワインに関する1994年のEU・豪州間協定やEU構成諸国間又は中南米諸国間協定のように、当事国の産地ブランドを保護するための二国間協定が締結された例もある[2)]。次に国内法の次元では、比較的早くから欧州各国においてかなり完成度の高い産地ブランド保護のための法制度が制定されている他[3)]、近年ではEUにおいても産地ブランド保護法制である理事会規則2081/92号が制定され、同規則において「原産地呼称　designations of origin」等を保護するための仕組みが設けられている[4)]。これらの制度の目的や概念が意味するところには微妙な相違があり、それぞれに研究が必要とされるところではあるが、本稿ではこれらの制度を概観するのではなく、また比較研究を試みることを目的とするのでもなく、特にTRIPs協定における地理的表示の保護制度に焦点を合わせてこれを検討の対象としてみたい。というのも、TRIPs協定における地理的表示保護制度は今日において国際間の改正交渉の最中にあり、この改正交渉の中で提起されている種々の論点を検討することにより、地理的表示保護制度が果たす機能の多様な側面と制度がもたらす問題の複雑さを認識することができると考えるからである。そしてその認識が、地理的表示という比較的新しい権利を、今後において既存の法秩序の中に如何に位置づけていくかという難問について考慮する上での一助になると考えるからである。

２．地理的表示保護制度

２．１　地理的表示概念

地理的表示という用語はTRIPs協定の中で、商標権、著作権等と並ぶ、同協定における保護対象たる知的財産権の一類型を示す概念として用いられており、同協定22条に詳細な定義が定められているが、沿革的には、元来上述のパリ条約及びその附属協定における「原産地名称」と「原産地表示」という二つの概念を包摂するものとしてWIPOが採用した表現であった[5)]。つまり、「原産地名称」と「原産地表示」という二つの概念は、一定地域内の産品の商品名称として用いられる地名である点は共通するものの、前者においては商品の「品質及び特性　the quality and characteristics」が生産地域の地理的環境に起因するものでなければならないのに対して（リスボン協定２条１項)、後者においてはそのような限定が無く、単に商品の地理的起原を意味する機能を持つに過ぎないという相違がある。言い換えれば、前者にあっては商品と産地との間にいわゆる「品質上の関連性　quality link」が要求されるのに対して[6)]、後者にあってはそうではないということである。そこで、WIPOにおいては、これら二つの概念を包摂し、商品の地理的起原を示す一切の名称や標章を示す概念として、地理的表示という用語が用いられることになったわけである。

但し、WIPOにおいてもTRIPs協定においても、同じく地理的表示という用語を用いてはいるが、その意味するところは同一ではない。TRIPs協定における地理的表示は、22条１項において「ある商品に関し、その確立した品質、世評又はその他の特性　a given quality, reputation or other characteristic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、当該表示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」と定義されており、従って、この定義においては、商品と産地との間に、品質か世評のいずれかの点において関連性が認められる場合には、問題の表示が保護対象たり得るということになる。つまり、産地の地理的環境に由来する品質を欠く場合であっても、商品の世評が産地に由来すると認められる場合には、TRIPs協定の保護対象となるということである。よってTRIPs協定では、パリ条約及びその附属協定といういわば伝統的な国際法において定められた、厳格な「品質上の関連性」という原理を大幅に緩和したものと理解できる[7)]。

２．２　TRIPs協定における地理的表示

TRIPs協定では、第２部第３節（22条乃至24条）に地理的表示（以下、「GI」と言う）に関する定めがある。これらの条項の中で定められている事項の要点として、保護の範囲、商標との関係、普通名称に関する例外措置、加盟国間交渉、の四つを摘示して以下に略述する。

２．２（１）保護の範囲

TRIPs協定では、GIに関して二段階の保護の枠組が用意されている。第一の枠組が全てのGIを対象とする保護制度であり（22条）、第二の枠組がワイン及びスピリッツのGIのみを対象とする、「追加的保護」と称される保護制度である（23条）。第一の枠組では、加盟国は利害関係を有する者のために[8)]、真正の原産地について「公衆を誤認させ」又は「不正競争行為を構成する」第三者によるGIの使用を防止するための法的手段を確保する義務を負い、第二の枠組では、加盟国は利害関係者のために、公衆を誤認させるか否か、また、不正競争を構成するか否かを問わず、第三者によるGIの一切の使用を防止するための法的手段を確保する義務を負う。すなわち、22条２項の下では例えば日本で生産されたハムに「日本産ハム　パルマ風」という表示を行なうことは問題無いが、23条１項の下では例えば「日本産ワイン　ボルドー風」という表示を行なうことは許されないことになる[9)]。

２．２（２）商標との関係･普通名称に関する例外

GIと商標との関係についての原則を定める規定は22条３項と23条２項の二つである。まず22条３項により、GIを含むか又はGIから構成される商標の登録については、その使用が真正の原産地について公衆を誤認させるような場合には、加盟国はこれを拒絶しまたは無効とする。次に23条２項により、ワイン及びスピリッツのGIを含むか又はGIから構成される商標については、その登録は完全に禁止される。但し、24条５項において、既得権保護の観点から以上の二つの規定に対する例外措置が定められており、加盟国においてこの節（TRIPs協定第２部第３節）の規定を適用する

以前又はGIが原産地において保護される以前に、GIと同一又は類似の商標が善意に出願若しくは登録され、又は善意の使用によって取得された場合、この節の規定に基づく措置は商標の登録又は使用の権利を害するものではない、と規定されている。

また、加盟国において普通名称として用いられるGIに関しては、24条６項に基づき、加盟国は保護する義務を負うものではない。なおGIが普通名称となっているか否かの判断は各加盟国に委ねられるため、個別のGIの扱いに関しては加盟国間の交渉又は二国間協定によって決着することが予想され得る[10)]。

２．２（３）加盟国間交渉

TRIPs協定では、GI保護制度に関する加盟国間交渉について幾つかの定めを置いている。まず23条４項においてワインのGIに関する多国間通報登録制度の設立についてTRIPs理事会で交渉を行なうことが定められている他、24条１項及び２項において、加盟国はGI保護制度強化のための交渉を行なうこと、及び、TRIPs理事会においてTRIPs協定におけるGI保護制度に関する定めについて検討することができることを定めている。これらの規定に基づき、現在、TRIPs協定の改正に向けた交渉が実施されている。

３．改正交渉

上述のように、TRIPs協定には、GI保護制度に関する加盟国間交渉の枠組が定められており、この枠組に基づき、協定発効以来改正を巡って議論が繰返されてきた。そこでの論点は二つに集約できる。一つは多国間通報登録制度の導入であり、もう一つは追加的保護の対象品目の拡大である[11)]。前者の多国間通報登録制度の導入は上述の23条４項の定めに基づくものであり、この点については、この制度を行政上の費用負担が軽く何らの法的拘束力も無いデータベースとして位置づけようとする提案と、一定の法的拘束力を認めるとする提案とが対立している。後者の追加的保護は23条において定められる制度であり、この点については、同条の保護対象をワイン・スピリッツ以外の品目に拡大することを求める提案と、これに反対する主張とが対立している。なお、言うまでも無くこれら二つの論点は、商標との関係や普通名称の扱いという、より本質的な問題とも無縁ではない。つまり、追加的保護の対象が増えればワイン・スピリッツ以外の品目についても加盟国においてGIの商標登録が不可となり、また、多国間通報登録制度に法的拘束力を認めれば将来的には、一度登録されたGIは普通名称となることが無くなる方向で改正されると予想され得るからである。

ところで、このような対立の根底には歴史的及び文化的な要因があると言われている。つまり食に関して古くからの伝統を維持し多数の著名なGIを擁する国々、就中、欧州諸国がGIの保護強化に積極的であるのに対して、そうした伝統を持たない米国や豪州等の新大陸諸国は消極的であると指摘されている[12)]。欧州諸国は概ね次のような歴史的根拠を提示する。そもそもGIとは現に存在する地域を特定する標識であり、その住民はその産品に関してその標識を用いる権利を侵害される

べきではないし、GIを普通名称や登録商標として用いる他者の権利によって犠牲となるべきではない。TRIPs協定の改正交渉における保護強化の提案は、グローバル化に伴う当然の帰結であって権利者の権利を回復する好機でもある、等。これに対して米国や豪州等は次のように反論する。すなわち、移民国家において欧州起原のGIを用いるのは移民がその出身地にちなんでこれを用いたからであり、あくまで歴史的偶然の結果なのであって悪意に基づくただ乗りではない。今日では消費者の多くは欧州起原のGIとその原産国との関連性を認識していない、等。このように、GI保護制度の改正交渉においては先進国間で大きな対立が見られ、先進国と途上国間の対立が基本的な構図となる他の多くの貿易交渉のような単純な構図では理解できない[13)]。更に言えば、途上国の中にもGI保護に積極的な国と消極的な国とがあり、特に先進国市場において知名度を獲得しているGIを擁する国は、先進国市場における自国産品の競争力強化を図る狙いから、自国のGI保護強化とその目的に資する形でのTRIPs協定改正を望んでいる[14)]。

４．GIと国家的利益

４．１　総説

このような背景の下、各加盟国はそれぞれの国家的利益という観点からGI保護制度に関して取るべき立場を決定しなければならない。以下では、その際各国が検討すべき点を、大きく分けて次の四つの視点から考えてみたい。第一は、GI保護制度の導入は各加盟国の知的財産権制度にどのような影響を与えるか、という視点である。第二は、GI保護制度の導入は各加盟国の農業にどのような影響を与えるか、という視点である。後述するように、GI保護制度は知的財産権制度の一種であると同時に農業政策の一手段でもあり、従ってGI保護制度が農業政策としてどのような意味を持つかという観点から一考してみたいのである。第三は、TRIPs協定改正交渉の場において加盟国はGI保護制度強化に賛成又は反対する引換えに何らかの利益を得ることができるか。つまり交渉における妥協の見返りとして、知的財産権制度や農業問題等における何らかの交渉課題において、何らかの譲歩を交渉相手から引き出すことができるか、という視点である。最後に、第四の視点はGI保護制度の運営において各加盟国の政府及び企業がどのような負担を負うことになるか、についてである。第三及び第四の視点は、第一及び第二の視点に比してより副次的ではあるが無視できない点である。

４．２知的財産権

４．２（１）総説

今日GIに関しては、国際的に見て制度の実施状況に極めて大きな相違がある。例えば、EUや欧州諸国では完成度の高いGI保護制度を既に実施しているのに対して、現在でも多くの国は、国内においてGI保護制度を有していないし、また有しているとしてもEUのような完成度の高い制度で

はない。また、そもそもGIに関しては、他の知的財産権制度において見られるような国際的な共通の理解が未だ形成されておらず、その制度の趣旨について根強い懐疑論もある。最も根本的な批判としては、GI保護制度の存在意義そのものに疑問を呈する見解もある。つまり、GI保護制度が果たす機能は商標法を中核とする既存の法体系によって十分果たし得るではないか、というのである。更に、商標権との関わりでは、所有権の不可侵性という観点から、GI登録によって既存の登録商標が失効することに対する強い批判もある[15)]。

このようにGIに関しては、制度の実施状況のみならず、制度の意義についての理解においても加盟国間に相違があることが改正問題を巡る議論の混乱の原因となっている。

そこで、以下ではGI制度の意義について考えるために、GIの機能面について商標との比較という観点から一考してみよう。商標が果たす機能は通常、出所表示機能及び品質表示機能と説明される。GIが果たし得る機能も概括的にはこれとほぼ同様のものと考えてよいと思われる。

しかし、GIが果たす出所表示機能及び品質表示機能は商標のそれとは次元を異にする。まず、商標は商品の生産者を特定するという意味において出所表示機能を持つのに対して、GIは商品の生産者というよりもその産地、すなわち地理的起原を特定する機能を果たす。言うまでも無く商標それ自体には地理的起原を特定する機能は無い。次に、両者が果たす品質表示機能における相違は、商標権とGIの登録要件の相違に起因する。つまり、商標権は一種の所有権と捉え得るのに対して、GIは個人が所有する財産ではなく一定地域内の複数生産者のいわば共有の権利であるため、GI保護制度においては、生産者各々の行動がGIの価値を損なうことが無いように、予め明確な製品基準を定めること、及び、各々の生産者がこれを遵守する体制が確保されていることが登録要件となるのが通例である。というのも、必ずしも地理的起原それ自体が、複数生産者の産品の品質、水準、生産方法等における均一性を保証するわけではないからである。この点について、例えば上述のEU理事会規則2081/92号では、製品基準やその適合性審査のための検査体制の如何がGI登録の際のEU当局の承認事項になっている[16)]。このように、GI保護制度においては、同一のGIを用いる複数生産者の産品の均一性を確保するための仕組みが登録の要件として組み込まれており、それ故にGIは同一のGIを付している商品の均一性をいわば公的に保証することができる。かくしてGIは、直接的には産品の産地を特定し一定地域内における複数生産者の産品の均一性を保証することにより、産地及び産地に由来する「品質、世評又はその他の特性」（TRIPs協定22条１項）を消費者に伝達する機能を果たし得る。

４．２（２）加盟国への影響

TRIPs協定におけるGI保護制度の強化に前向きな態度をとるのは、言うまでも無く、自国が擁するGIを自国領域外で保護するための仕組みが講じられることを望む国であろう。そのような国は多くの場合世界的に高い知名度を持つGIを擁しており、且つ、そのようなGIは往々にして、多くの国において既に普通名称化し又は商標登録されているため、現行TRIPs協定の下では保護の枠外にあるからである。従って、そうしたGIを擁する国は、TRIPs協定改正交渉を、他国において既に

普通名称化し又は商標として登録されている自国起原のGIへの直接的な管理を回復する好機と捉えるだろう。そして、それらの国々が、自国の領域外において効果的に自国起原のGIを管理できるようになれば、単に自国産品の輸出競争力強化を図り得るのみならず、場合によっては、自国起原のGIの下で第三国において既に確立している市場を、自国の生産者に確保させることすら可能になるかもしれない。つまり自国起原のGIを、第三国において登録商標又は普通名称として用いてきた外国企業が営々と開拓してきた市場を、自国の生産者に容易に確保させるための千載一遇の機会になり得るかもしれない[17)]。

しかしそのような事態は、輸入国側から見れば、いわゆるただ乗りに近い不当な利益の簒奪と映るかもしれない。また加盟国の商標法に基づき合法的に形成された私有財産の侵害に当たるという批判すら提起されるかもしれない。このような立場は一定の補償の要求を正当化する理論的根拠になるかもしれない[18)]。

要するにGI保護制度を導入するということは、既存の知的財産法の体系、就中商標法を中心とする標識に関する法体系に新たな権利義務を組み込むということであり、その際に、当然ながら他の権利との関係でGIに基づく権利の範囲をどの程度承認するべきかが問題になる。その調整における最も本質的な問題の一つは、GIと商標権との関係及び普通名称の扱いである。つまり一つには商標に対するGIの優位を認めることの当否という問題と、いま一つにはGIの普通名称化を阻止することの当否、言い換えれば普通名称としての使用を制限することの当否という理論的な問題が根本的な論点になる[19)]。従って、現在進められているTRIPs改正交渉において、追加的保護の対象品目の拡大が実現せず、普通名称の例外制度が存続するのであれば、その他の点で改正が実現したとしても保護水準の実質的な向上は期待し難いであろう。

但し、TRIPs協定においてこの二点に関する改正が実現しなくとも、後述するように加盟国は、他国との二国間交渉又は二国間協定によって、当該他国における自国起原のGI保護を確保することも不可能ではない。つまり二国間交渉ないしは協定により、当事国において特定のGIを保護し、当該のGIに関しては普通名称としての使用を禁止ないしは制限することや、商標登録を認めずないしは登録商標を失効させることを取り決めることができる。その場合、当該の交渉ないしは協定の当事国以外の第三国からの、当該GIを用いた登録商標の下での、又は普通名称としての使用の下での商品の輸入を阻止できることになる。

４．３農業政策

４．３（１）総説

上述のようにGI保護制度は、産地を特定することにより消費者に商品の一定の特性を伝達するという機能を果たす知的財産権制度であり、そのためには地理的起原の証拠と製品基準への適合性を確保する仕組みを必要とする。つまり、具体的には地域の区分の他、製品基準の策定、及び製品基準の遵守を確保するための検査体制を必要とする。この点においてGI保護制度は知的財産権制

度であると同時に農業政策としての側面をも併せ持つことになる[20)]。よって加盟国としては、GI保護制度が知的財産権制度として果たす機能を必要とするか否か、という点とは別に、制度の導入が自国の農業に如何なる影響を与えるか、あるいは農業の振興にとって有益であるか否かという観点から導入の是非を判断しなければならないということになる。当然ながらGI保護制度の導入が農業に及ぼす影響には国ごとに少なからぬ相違があり[21)]、この点もまたTRIPs協定改正に関する加盟国間の意見の相違をもたらす一因となっている。

ところで、そもそもGI保護制度は、その農業振興に及ぼす生産的な影響を一つの政策目標として十分に意識されつつ、発展してきた制度であると言ってよい。例えば、EU理事会規則2081/92号が、その前文において、「需給のより良き均衡を確保できるようにするために農業生産の多様化が促進されるべきであり、一定の特性を持つ産品を奨励することは…農家の所得を向上せしめ農村の人口を維持することにより、……農村経済に少なからぬ利益をもたらす」と謳っているように、GI保護制度は明らかに、「需給の…均衡」、つまりは過剰生産の回避、及びその帰結としての価格の安定、そして「農家の所得…（の）向上」という生産的な効果をもたらし得る[22)]。但し、一方でGI保護制度は農業生産の形態への直接的な介入そのものであり、経済の阻害要因となる可能性も否定できない。と言うのは、この制度は結果的に生産体制を固定させコスト高を招くおそれがあるからである。例えば、EUの制度では品質維持の観点から予め原材料についてその種類や産地やその量に至るまで特定しておくことを要する仕組みになっており、従ってその時々の価格動向に応じて柔軟に様々な調達先から調達することができない仕組みになっている。また生産方法についても予め特定しておかなければならないため[23)]、技術革新を制約する要因ともなり得る。このような負の側面はGIが増加するにつれて、農業や食品産業全体に蔓延するおそれがある[24)]。

４．３（２）加盟国への影響

GI保護制度の導入によって恩恵を受けるか否か、またその程度の如何は各加盟国の農業を巡る条件による。GI保護制度の導入によって利益を得られる可能性が最も高いのは、伝統的な生産方法を保全していること、既にして知名度の高い伝統的な食品を多数擁していること、地域的な一体性を持つ農村が多いこと、小規模農家が多いこと、等の条件を充たす国であろう。これらの条件を充たす国において、政府が農村及びその生産形態の現状維持を望むのならばGI保護制度は有効に機能する可能性が比較的高いと言ってよかろう。一方で、保護すべき伝統に乏しく、小規模農家が少なく、それ故農地の大規模化、農業生産の法人化、技術革新等を農業振興の主要な政策手段として用いている国では、GI保護制度が商標の使用に比して必ずしも魅力的であるとは言えないとも思われる。また農村における生産量拡大を目指す場合にはその目的のためにはさして有益とは言えないであろう。

それ故、欧州諸国のように専門的な小規模農家による伝統的農業生産が比較的保全されている国がGI保護にとりわけ熱心なのは当然であろう。なお、元来EUの農業政策を特徴づけてきた価格支持制度に関して、1992年の共通農業政策の改革を契機として、思い切った縮減が実施され[25)]、財

政面での小規模農家支援が手薄になった時期に、それと時をほぼ同じくして理事会規則2081/92号が制定されたことを付言しておきたい。

４．４　国際交渉

TRIPs協定改正交渉については、改正の内容それ自体が加盟国に裨益するか否かという観点とは別に、交渉の場においてGI保護制度強化に賛成又は反対することの引換えに、つまり一定の妥協をする見返りとして何らかの利益を得ることができるか、という視点もまた加盟国にとって小さくない意味を持つであろう[26)]。というのも、上で見たようにGI保護強化については、商標との関係や普通名称の扱い、及び、農業政策への影響の双方において、加盟国間に埋め難い溝があり、最終的には積極論者も消極論者も共に妥協を余儀なくされる形で決着を図る公算が高いからである。

この点についてはそれぞれの国の立場に応じた様々な展開が予測され得るが、ここでは特に、保護強化に積極的な国が保護強化に消極的な国に融和的な態度をとる場合の展開について考えてみよう。例えばEUが、商標との関係や普通名称に関する例外等の点について、消極論者の意向に沿う形で若干緩やかな保護制度を認める可能性も十分考えられる。というのは、先に述べたようにTRIPs協定においてEUが満足できる保護水準を確保できなくとも、二国間の交渉ないしは協定によって当事者間において高い保護水準を確保することも不可能ではないからである。その実例が既に触れた1994年のEU･豪州間協定である。この協定で定められた事項は多岐に渡るが、その骨子は、保護対象となる両当事者のワインGIを特定した上で両当事者が相互に相手国起原のGIを保護すること、豪州で普通名称として用いられてきた欧州起原のワインGIを豪州において数年かけて段階的に普通名称としての使用を禁止すること、豪州産ワインの対EU輸出の際の認証手続を大幅に簡素化すること、等である。つまり実質的には、豪州側が従来国内で普通名称として用いられてきた欧州産ワインGIを保護することの引換えとして、EU側は豪州に市場アクセスを与えたわけである[27)]。このようにEUにはGI保護強化という政策目標を実現するために二つのアプローチがある。つまり一方ではTRIPs協定の枠内で保護の拡大を推進することができるし、他方ではTRIPs協定の枠外で、すなわち二国間の交渉ないしは協定によって普通名称の例外及び登録商標の優先という制約の下にあるTRIPs協定における権利保護の脆弱性を打破することができる[28)]。

ところで、GI保護制度強化という問題を国際交渉という観点から瞥見する場合、いま一つの視点もあり得るかもしれない。近年EUは財政負担の削減の必要から、また特に米国からの要求に応じるために、農産物への輸出補助金を削減する傾向にある[29)]。このような状況の下、EUにとってGI保護の強化は、輸出補助金削減に伴う農産物の輸出競争力低下を補う手段の一つとしても一定の意味を持ち得るかもしれない。

４．５　費用

４．５（１）総説

GI保護制度の保持のためには相当の社会的費用を必要とする。つまり政府は制度の導入及び運用の両面において相当の費用を負担する必要が生じ、企業や生産者もまた法の遵守、ブランドの確立、宣伝広告活動等において費用を負担する必要が生じる[30)]。

この点、欧州諸国のように既に強固な保護制度を定立し、しかも制度の運用に習熟している国は、将来的に国内制度を改正する場合にもごく小さな費用負担で対応できる。更に、農村における伝統的な生産方法や小規模生産が保全されている国の企業や生産者は、著名なブランドの確立に成功し、且つ、国内外における宣伝広告活動にも熟達していることが多い[31)]。

対照的に保護制度を持たないか、あるいは非常に保護水準の低い制度を持つに過ぎない国においては、GI制度を新たに導入する場合においても、またTRIPs協定改正に基づき国内制度を改正する場合においても、政府は相当の費用負担を余儀無くされるであろうし、企業や生産者は制度に習熟するまでに相当の困難を伴うだろう。

４．５（２）政府の費用負担

既に見たように、GI保護制度は地理的起原の証拠と製品基準への適合の確保を必要とする。より具体的には、地域の区分、製品基準、及び検査制度を必要とする。従って政府は、GI登録の可否を決するために、これらの事項について綿密な確認作業を実施する必要がある。仮に比較的単純な保護制度を導入するとしても、少なくとも産地の定義と生産者の特定のために、地域の区分の当否についての確認作業だけは欠かすことができない。

また、新規に登録されるGIと既存の商標との関係の調整という困難な法律上の問題の解決も相当の負担になる。TRIPs協定の改正の結果将来的に登録商標との関係でGIの権利保護が大幅に引上げられることになるとしても、また逆に、既存の制度に大きな変化は無いとしても、いずれにしても困難な調整の問題が生じることになる。前者の場合にあっては登録商標を放棄させる代償として一定の補償が必要になるであろうことは既に述べた。

あるいは仮に、TRIPs協定改正の結果、追加的保護の対象の拡大等が見送られることになり、改正の内容が法的拘束力の無い多国間通報登録制度の導入程度の微調整にとどまるとしても、登録の受理や検査においては政府は相応の費用を負担しなければならない。殊に、国内においてGI保護制度を整備していない国にとってはかなりの費用負担になるだろう。また、多国間通報登録制度の対象がワインのみに限定されることになるとしても、国内の登録商標との関係の調査や、その調整のための制度を新たに導入することが必要になるだろう。なお、ワインを他の商品と区別して、多国間通報登録制度の対象をワインに限定しなければならない理論的根拠は認められない。よって将来的には、ワイン以外の商品を、少なくとも農産物及び食品の大半を多国間通報登録制度の対象とすべしという主張が強まる可能性は否定できない。この主張が実現すれば、既に完備したGI保護制度を有している国が、一層有利な立場に立つことになる。

４．５（３）企業の費用負担

GIが消費者からの信任を得るためには、生産者は、法令及び製品基準の遵守、生産管理、品質保全、販売促進、宣伝広告等の様々な局面で相当の投資を行なうことを要する。そこで、生産者が直面することが予想される困難な状況を幾つか挙げてみよう。

まず、生産者が、元来GI保護の伝統が無い国においてGIに基づきその産品の差別化を図ることは容易ではなかろう。というのは、そうした国ではGIを用いた販促の手法自体が消費者にとって必ずしも一般的ではないため、消費者に対してその産品のGIを認知させることは決して容易ではないと予想されるからである。

その他、消費者の認知の獲得という点において特に大きな困難が予想されるのは、GIが既にいずれかの加盟国において普通名称化している場合である。既に普通名称化しているGIについては、TRIPs協定改正の結果普通名称に関する例外が廃止されてその結果第三者による使用を排除することが可能になったとしても、生産者が当該加盟国においてこれを消費者に浸透させるためには相当の費用を要するであろう。

もっとも、生産者が、その産品のGIを有効に利用することに成功し、少なからぬ利益を得ることも十分あり得る。しかし成功の可能性が高いのはやはり、制度の運用に習熟し、特に外国において知名度を勝ち得ているGIを擁している生産者であろう。つまりそのような生産者は、TRIPs協定改正によりGIの保護水準が大幅に引上げられることになり、外国においてGIを直接的に管理できることになれば利益を得ることもあるだろう。しかし、生産者が、そのようなGIを擁していない場合には、輸出市場における宣伝広告活動等のために莫大な費用を要することになるだろう。そして、仮にGIを用いることにより製品差別化に成功しても、言うまでも無くそのために要した費用を価格の差別化によって回収できるかは不明と言う他は無いのである。

なお、仮にTRIPs協定改正交渉の結果、改正の内容が多国間通報登録制度の導入にとどまり、今後もTRIPs協定における既存の例外措置が存続するとして、その場合は生産者がGIの管理を外国市場において回復することは難しい。但し、多国間登録制度の導入には、GIの権利者にとってはこれにより外国当局に個々に登録を申請する必要が無くなるという点において、一定の費用節減効果を期待できる。しかし、GI登録はそれ自体では商業的な成功を意味しないことは改めて言うまでも無い。

５．結び

以上見てきたようにGI保護制度は多様な側面を持つだけに、その強化が及ぼす影響は各々の国の状況に応じて様々であろう。つまり、GI保護制度強化が各国の国内経済に裨益するか否かは、各国の文化と政策体系に、より具体的には各国の歴史、伝統、GI制度運用に関する習熟度、農業生産の形態、農業政策等の様々な要因に左右されると言って良かろう。更に、これらの要因を慎重

且つ総合的に勘案したとしても、将来的に保護制度の強化が各国にどのような影響を及ぼすかを予測することは容易ではないかもしれない。

現段階で非常に明白なことは、GI保護制度強化は大多数の国の政府と生産者に相当の出費を強いることになるということである。従ってかかる費用負担が、消費者への情報提供、農業の振興、生産過剰の抑制、輸出競争力強化といった、GI保護制度がもたらし得る生産的な効果に見合うだけの意義があるかという観点からの判断も必要になるであろう。

そのような観点からは、GI保護制度強化に一定の意義を認め得るとしても、GI保護制度強化が全ての国にとって最善の方途であるとは必ずしも言えないという評価もあり得よう。そして他に選択肢があるとすれば、やはり既存の法制度、就中、商標制度の活用という平凡な結論に帰着するであろう[32)]。すなわち、産地ブランドを保護する上ではGI保護制度がより優れていることを承認するとしても、商標によってこれを保護することも必ずしも不可能ではない。企業ブランドによって、特定の産地において特定の生産方法の下で生産される商品を特定し、消費者に周知徹底することは必ずしも不可能ではないからである。また団体商標制度を用いることも一考に価しよう。更に言えば、商標制度は政府にとっても生産者にとってもより安くつく手段であり、且つ消費者が既に習熟している制度でもある。技術革新の促進という点においては、GI保護制度よりもむしろ商標制度の方が優れているとすら言い得る。

そもそもTRIPs協定は自由貿易促進のために定められた国際協定であり、TRIPs協定は貿易の自由化と全ての加盟国の経済発展のために有益な制度でなければならない[33)]。そのような視点から見れば、GI保護制度強化が特定の国のみに過度に好都合に働く可能性が認められることは看過できないし、また幾つかの国が外国起原のGI保護のみを実質的な目的とする法制度を導入せざるを得ない羽目に陥る危険性を過小評価することは適切ではないと思われる。

但し、以上のようにGI保護制度強化に無視し得ない問題点があるからといって、保護強化を求める声に対して消極的な態度をとり続けることにもそれなりの危険性がある。つまり保護制度強化に積極的な国々が二国間協定の締結に動き、その結果二国間協定の当事国の市場から非当事国の企業が締め出されることになれば、それもまた貿易促進の観点からの知的財産権保護というTRIPs協定の精神に反することになる。

（あらき　まさや・本学非常勤講師）

注

1）WIPO, *Introduction to Intellectual Property Theory and Practice*, 1997, Kluwer Law International, at231-242.

2）WIPO, *supra* note 1, at242; Stephen Stern “ First Test of the EC Australia Wine Treaty ”（1997）11 EIPR 668; Des Ryan “ The Protection of Geographical Indications in Australia under the EC/Australia Wine Agreement ”（1994）12 EIPR 521.

3）Warren Moran “ The Wine Appellations as Territory in France and California ”（1993）83(4) Annals of the Association of American Geographers 694；木村健助「フランス法における統制原産地法－特に

ChampagneとCognacについて－」関西大学法学論集12巻３・４号545頁（1963年）。

４）Bertold Schwab “ The Protection of Geographical Indications in the European Economic Community ”（1995）5 EIPR 242；拙稿「ECにおける地理的呼称の保護」高崎経済大学論集47巻２号107頁（2004年）。

５）WIPO, *supra* note 1, at232.

６）WIPO, *supra* note 1, at232.

７）Jayashree Watal, *Intellectual Property Rights in the WTO and Developing Countries*, 2001, Kluwer Law International, at232; Jim Keon “ Intellectual Property Rules for Trademarks and Geographical Indications：Important Parts of the New World Trade Order ” , Carlos M. Correa and Abdulqawi A. Yusuf (eds.), *Intellectual Property and International Trade The TRIPs Agreement*, 1998, Kluwer Law International, at175.

８）「利害関係を有する者」については、TRIPs協定２条１項においてパリ条約10条が引用されている。パリ条約10条２項「産品の生産、製造又は販売に従事する生産者、製造者又は販売人であって、原産地として偽って表示されている土地、その土地の所在する地方、原産国として偽って表示されている国又は原産地の虚偽の表示が行なわれている国に住所を有するものは、自然人であるか法人であるかを問わず、全ての場合において利害関係人と認められる」。

９）TRIPs協定23条１項「加盟国は利害関係を有する者に対し、真正の原産地が表示される場合又は地理的表示が翻訳された上で使用される場合若しくは「種類」、「型」、「様式」、「模造品」等の表現を伴う場合においても、ぶどう酒又は蒸留酒を特定する地理的表示が当該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ぶどう酒又は蒸留酒に使用されることを防止するための法的手段を確保する」。

10）Watal, *supra* note 7, at 270.

11）W. Van Caenegem “ Registered Gis：Intellectual Property ,Agricultural Policy and International Trade ”（2004）4 EIPR 170.

12）Caenegem, *supra* note 11, at173; Christopher Arup “ TRIPs：Across the Global Field of Intellectual Property ”（2004）1 EIPR 7, at11.

13）Watal, *supra* note 7, at263; Keon, *supra* note 7, at174; Arup, *supra* note12, at11.

14）Watal, *supra* note 7, at273.

15）Caenegem, *supra* note 11, at173.

16）Schwab, *supra* note 4, at242-243.

17）Watal, *supra* note 7, at270-273.

18）Caenegem, *supra* note 11, at176-177.

19）WIPO, *supra* note 1, at233.

20）Caenegem, *supra* note 11,at175; Arup, *supra* note 12, at11; Moran, *supra* note 3, at704-705.

21）Moran, *supra* note 3, at705.

22）Moran, *supra* note 3, at715.

23）Schwab, *supra*a note 4, at242-243.

24）Moran, *supra* note 3, at714-716.

25）磯野喜美子「EUの農業」、内田勝敏・清水貞俊編『EU経済論』（2001年）、ミネルヴァ書房、231頁以下。

26）Caenegem, *supra* note 11, at171.

27）Ryan, *supra* note 2, at521.

28）Caenegem, *supra* note 11, at 178-179.　なお、EUの当局者は先頃開催されたシンポジウムで、日本との間で二国間協定を締結することを希望する旨を表明している。Paul Vandoren “ Geographical Indications：An Opportunity for Japanese Speciality Quality Products ” Seminar on the EU Geographical Indications Labelling System, Tokyo-Osaka, 10-12 March 2004
《http://jpn.cec.eu.int/english/whatsnews/20040209-gi-vandoren.htm》

29）是永東彦・津谷好人・福士正博『ECの農業政策に学ぶ』（1994年）、農山漁村文化協会、104頁以下；日本経済新聞社編『世界経済読本』（1989年）、日本経済新聞社、187頁以下。

30）Caenegem, *supra* note 11, at176-177.

31）Moran, *supra* note 3, at704.

32）Caenegem, *supra* note 11, at180-181.

33）Robert N. Mayer “ Protectionism, Intellectual Property and Consumer Protection：Was the Uruguay Round Good for Consumers？ ”（1998）21 JCP 195.