

# 実践! 6次産業

## 地理的表示保護制度を活用した産地ブランド戦略

NPO 法人みちのく6次産業プラットフォーム 理事長  
(地理的表示保護制度活用支援窓口 東北ブロック統括アドバイザー)

望月 孝

皆さん、昨年6月から始まりました「地理的表示保護(以下、GI)制度」をご存じでしょうか。GI制度はまだ国内ではあまり知られていませんが、海外では欧米やアジアを中心に同様の制度が100カ国以上で導入されています。GI制度は、品質及び社会的評価の確立した特性が産地と結びついており「地名+産品名」で表わされる農林水産品・食品など地域の特色ある産品(以下、地域産品)を農林水産省に登録して、その品質について国がお墨付きを与えるという制度です。GI登録することにより、国内での地域産品のブランド化、付加価値化を図り、TPP等による海外の安い産品との競争激化が予想される中、地域産品を積極的に海外に輸出していくということも目的にしています。

皆さん、昨年6月から始まりました「地理的表示保護(以下、GI)制度」をご存じでしょうか。GI制度はまだ国内ではあまり知られていませんが、海外では欧米やアジアを中心に同様の制度が100カ国以上で導入されています。GI制度は、品質及び社会的評価の確立した特性が産地と結びついており「地名+産品名」で表わされる農林水産品・食品など地域の特色ある産品(以下、地域産品)を農林水産省に登録して、その品質について国がお墨付きを与えるという制度です。GI登録することにより、国内での地域産品のブランド化、付加価値化を図り、TPP等による海外の安い産品との競争激化が予想される中、地域産品を積極的に海外に輸出していくということも目的にしています。



GI登録産品発表会・登録証授与式

GI登録により期待される効果は、①地域ブランド産品として差別化が図られ、価格に反映、②不正使用に対して行政が取締りを行うことで、生産者・食品事業者等にとって訴訟等の負担なく、自分たちのブランドの保護が可能、③品質を守る産品のみが市場に流通することにより、消費者に安全・安心な産品を保証、④真の日本の産品の海外展開等です。日本ではこれから登録が進んで効果が出てくると思いますが、既に導入している国々では、地理的表示産品と一般品との価格差は、農産品・食品が1.55倍、肉製品が1.8倍、ワインが2.75倍となっています。一例をあげると、フランス中東部のプレス地方で5週間以上になると放牧している「プレス鶏」は、一般的な鶏の約4倍の価格で取引されています。

GI制度と、同様に「地名+産品名」で登録する「地域団体商標制度」との違いは、「地域が一体となった取組み(産地ブランド化)」と「産地と結びついた品質を自ら管理し、消費者に約束すること」です。前者について、GI制度は法人格を有さない任意の生産者団体等でも登録できますが、団体への加入の自由は規約で明記することが求められます。後者については、生産者・食品事業者等が自ら設定した品質基準を登録団体が管理し、その管理状況を国が定期的にチェックして、品質について国のお墨付きを得て差別化します。地域の実態や産品の特性を踏まえた産地ブランド戦略に応じ、いずれかの制度を選択したり、両者を組み合わせることで活用することが重要です。



GIマーク

6次産業とは 農林水産物の生産(第1次産業)、加工・製造(第2次産業)、流通・販売・観光など(第3次産業)を組み合わせ、多角的または他業種との連携による経営によって、高い付加価値や新たな商品・サービスを創出していくこと

NPO 法人みちのく6次産業プラットフォーム <http://michi6.nou-shou-kou.jp/>