



日本産酒類の GI 指定について

勝 田 英 紀

要約 商標の保護を含む知的財産権を守ることを、日本の農林水産業者や酒造会社あるいは、農林水産省、国税庁やジェトロが急に取り組み始めた原因と今後 GI (Geographical Indication; 地理的表示) を活用しようとしているのかについて検討した。

国を挙げて「日本酒 (Nihon-shu)」や「焼酎 (Shochu)」という呼称を、日本米と国産原料で造った酒のみに限定しようと日本政府は PR し始めた。我が国の GI が EU において保護されることにより、日本以外の他国で製造された清酒が「日本酒」と表示して流通・販売されることが禁止されることになる。このことは、日本産酒類のブランド価値を将来にわたって保護することになるため、輸出拡大に寄与すると考える。

Abstract We examined the reason why the agriculture, forestry, and fisheries industry and breweries in Japan as well as the Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, the National Tax Agency and JETRO suddenly began working on protecting intellectual property rights including trademarks, along with future measures we can take. Why did the Japanese agriculture, forestry, and fisheries industry not look into this until now? We examined why it is rapidly beginning to spread and how they intend to utilize GI (Geographical Indication) going forward.

The Japanese government also noticed that this system could bring great benefits and began promoting the idea that the name “Nihon-shu” be used exclusively for sake made from Japanese rice and Japanese ingredients, and the name “Japan Wine” be used exclusively for products brewed in Japan using grapes grown in Japan as ingredients. By protecting our GIs in the EU, distribution and sales of sake made in countries other than Japan but indicated as “Nihon-shu” will be prohibited. This will protect the brand equity of sake made in Japan into the future, contributing to export expansion.

キーワード 日本産酒類, 地理的表示保護制度, Geographical Indication, 農林水産省, 国税庁

原稿受理日 2023年5月15日

I. は じ め に

日本各地には、伝統的な生産方法や気候・風土・土壌などの生産地等の特性が、品質等の特性に結びついている産品が数多く存在している。これらの産品の名称をEU (European Union：欧州連合)と同様にGI (地理的表示：Geographical Indication)として知的財産として指定し、保護する制度が「地理的表示保護制度」(以降GI保護制度と称す)である。農林水産省は、GI保護制度の導入を通じて、それらの生産業者の利益の保護を図ると同時に、農林水産業や関連産業の発展、需要者の利益を図り、農林水産物の輸出をサポートする取り組みを進めている。GI保護制度とは、農林水産物・食品の名称であって、その名称から産地が分かり、品質や社会的評価などがその産地と結び付いていることが特定できるものを対象としている。そこで、このGI保護制度を知的財産として保護することにより、地域の農産品の適切な評価・価値を向上させ、産品に対する信用を守り、生産者の利益を保護するとともに、消費者にとり表示を信頼して産品を購入することを可能にしている。

日本では、2014年6月25日に、地理的表示を知的財産として保護することにより生産業者の利益の増進と需要者の信頼の保護を図ることを目的として、「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」(地理的表示法)が制定され、同法に基づき2015年6月1日に指定申請の受付を開始し、2022年10月末現在、農林水産省は、GI保護制度の対象品目を42都道府県の122品目を指定している。

GI保護制度について、EU諸国では農産物を中心とする商品の商標などを守ることに100年以上の時間を費やしてきた。EUでの検討を引き継ぐようにして、WTOではTRIPS協定で知的財産保護を検討してきた。このような海外での名称保護の検討を今まで全く取り組んでいなかった日本もようやく名称保護の重要性に気が付き始めた。そこで、日本の農林水産業者や酒造会社あるいは農林水産省、国税庁やジェトロが、GI保護制度について今までほとんど検討を行ってこなかったのはなぜなのか。それが今、急速に普及し始めているのはなぜか、今後はどのようにGI保護制度を活用しようとしているのかについて検討する。

II. 商品名称の保護制度の歴史について

2-1 EU 諸国における名称保護の歴史について⁽¹⁾

フランスのアペラシオン・ドリジヌ・コントロール（AOC）は、ワイン、チーズ、バターなどの農産品の地理的表示を保護するためのフランス国内制度である。また、欧州連合（EU）では1992年に原産地名保護制度を制定して EU 域内での地理的表示の保護を図っている。そこで、EU 諸国における名称の保護に関係する法整備について概観する。

(1) パリ条約

世界知的所有権機関（World Intellectual Property Organization ; WIPO）の1883年締結のパリ条約は、「工業所有権」に、「原産地表示又は原産地名」（indications of source or appellations of origin）を含むと定めている。条文上は、地理的な結びつきのある出所の表示とされ、当該製品の特徴や品質と地理的表示との関連性は求められない。また、虚偽表示を明文で禁じる一方、「～風」や「～様式」などの使用態様を一義的に禁じる明文規定はない。ただし、これらの使用態様は、不正競争行為に該当するとされる。

(2) マドリッド協定

虚偽又は誤認を生じさせる原産地表示の防止に関する1891年のマドリッド協定は、主に消費者保護の目的で制定されたものであり、誤認を招く表示についても禁止の対象としている。しかし、後述のリスボン協定において、誤認を招く地理的表示が明文で禁止されることとなったため、同協定の意義は薄れたと言われている。

(3) リスボン協定

原産地名の保護及び国際指定に関する1958年のリスボン協定は、世界知的所有権機関が管理しており、フランスを起源とする語句である「原産地名」（Appellation of origin）に関する国際的な枠組みである。本協定において、「原産地名」とは、ある国、あ

(1) 「EU 諸国における名称保護の歴史について」については、以下の 2 論文をまとめている。
伊藤成美・鈴木将文、2015年、「地理的表示保護制度に関する一考察 ―我が国の表示法の位置づけを中心として―」『知的財産法政策学研究』, Vol.47, 223-259頁。

南かおり、2017年3月、「欧州における地理的表示保護制度」『知財ふりずむ』, Vol.15 No.174, 1-10頁。

る地方又はある土地の地理上の名称であって、その国、地方又は土地から生じる生産物を表示するために用いるものをいう。ただし、当該生産物の品質及び特徴が自然的要因及び人的要因を含む当該国、地方又は土地の環境に専ら又は本質的に由来する場合に限ると規定している。

すなわち、狭義の地理的表示や原産地名称は、ある地域の地名が商品の名称として用いられるものであり、その商品の品質や特性がその地域の環境に由来するものを指す。これに対して、広義の地理的表示や原産地表示は、ある地域の地名が商品の名称として用いられるもの全般を指す。つまり、加盟国に対して、虚偽表示や誤認を生じる態様での使用を禁じる立法措置を義務付けるものであり、「～風」「～様式の」などの表示も禁止の対象である。

リスボン協定は、2015年5月に改正され、協定加盟国間では、地理的表示が知的財産権と同様の地位を持つ権利として認められることとなった。欧州の複数の国が加盟国となっているが、日本は改正前・後のいずれのリスボン協定の未加盟である。

2-2 EUにおける知的財産権に対する規定

経済のブロック化が第二次大戦の一因となったことの反省から、第二次大戦後の世界貿易の基本原則を定めたGATT（General Agreement on Tariffs and Trade；関税及び貿易に関する一般協定）が1948に発効した。GATTは、①最恵国待遇、②内国民待遇、③数量制限禁止、④関税引下げの4つを基本原則とし、貿易の自由化の促進を通じて世界経済の成長に貢献した。しかし、第二次大戦前は、現在の開発途上国が、先進国の植民地であったことから、欧米先進国を中心とするものであった。第二次大戦の敗戦国であった日本は、いろいろな課題を課された末1955年にGATTに加盟した。

その後、1986年に始まったGATTのウルグアイラウンドにおいて、貿易ルールの大幅な拡充が行われるとともに、紛争処理機能などを強化した国際機関を設立する必要性が強く認識されるようになった。このため、1994年のウルグアイラウンド交渉の妥結の際に、GATTを基に先進国のみでなく開発途上国も含めた全世界の国を取り込む貿易協定としてWTO（World Trade Organization：世界貿易機関）の設立が合意された。

WTOの設立において、EU諸国が強く求めていた「知的所有権の貿易関連の側面に関する協定」（Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights；以

下「TRIPS 協定」⁽²⁾が含められ、1995年1月1日に発効された。TRIPS 協定は、知的財産権の保護に関して WTO 加盟国が遵守すべき最低基準（ミニマム・スタンダード）として機能しており、WIPO（World Intellectual Property Organization；世界知的所有権機関）とともに、国際的な知的財産権制度の基本となっている。

経済産業省による TRIPS 協定の意義

- a 先進国、途上国を問わず各国が遵守すべき知的財産権保護の最低基準を明確化。
- b パリ条約やベルヌ条約等の既存の国際条約を越える知的財産権保護水準の義務づけ。
- c 最恵国待遇義務による二国間交渉の成果の加盟国への均てん（平等に恩恵や利益を受けること）により、保護水準が国際的に向上させる。
- d 権利行使に関する規定を有しており、実質的な権利保護が可能。
- e 知的財産権分野における紛争についても、統一的な紛争処理を適用することが可能。

TRIPS 協定は、地理的表示の保護を明文で定め、保護の対象を「ある商品に関し、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する」と定義している。この定義は EU の規則と類似するが、TRIPS 協定の保護の対象は「商品」であり、「農産品または食品」に限る EU 規則よりも対象が広い。また、ワイン・蒸留酒に関しては「追加的保護」を要すると定め、加盟国に対して、その他の物品よりも厚い保護手段の確保を義務付けている。

2-3 米国における名称保護

ヨーロッパ各国は全般に地理的表示の保護に積極的であるが、米国やカナダをはじめとする南北アメリカ大陸諸国は、地理的表示の保護に対してあまり積極的ではない。特に住民の多様性が高い米国およびカナダに入植、移民となった人々は商品名に出身国の名称を商品につけたがる傾向が強い。そこで、ヨーロッパ各国はパリ条約を米国やカナダに締結させ、ヨーロッパのブランドを守る必要があった。マドリード条約やリスボン条約も同様の趣旨である。そこで、この名称に関して、バドワイザー対ブドヴァルの裁判⁽³⁾に代表さ

(2) 経済産業省、「TRIPS 協定」(知的所有権の貿易関連の側面に関する協定)、http://www.meti.go.jp/policy/trade_policy/wto/negotiation/trips/trips.html

(3) フリー百科事典『ウィキペディア (Wikipedia)』「ブドヴァル」<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%96%E3%83%89%E3%83%B4%E3%82%A1%E3%83%AB> ブジェヨヴィツェ市民醸造はブ

れるように、新大陸では欧州の地名に由来する商品が多く製造・販売されることを阻止することが、当初の目的であった。

ウイスキーに関しては法律が制定されており、アメリカン・ウイスキーやカナディアン・ウイスキーは国内で特定の製法により製造されたものだけがこの名称を使用することができる。日米貿易協定において協議してゆくことを確認し、2021年12月21日付けで『「酒類の表示の保護に関する日本国政府とアメリカ合衆国政府との間の交換公文」及び「日本産酒類に関する日本国政府とアメリカ合衆国政府との間の交換公文」』を通じた酒類の地理的表示の保護について』により米国で「日本酒」が指定され、日本で「バーボン・ウイスキー」と「テネシー・ウイスキー」が指定されることとなった⁽⁴⁾。

Ⅲ. 我が国における知的財産権保護

3-1 特定農林水産物等の名称の保護に関する法律（地理的表示法）⁽⁵⁾

農産物等に商品名を付けても、その商品名を他人に自由に使用されると築き上げたブランド価値をタダで利用される、あるいは低品質の商品を販売されることでブランド価値が下がってしまうことがある。このようなことを避けるためにあるのが商標法である。

商標とは、特許庁によれば、『事業者が、自己（自社）の取り扱う商品・サービスを他人（他社）のものとは区別するために使用するマーク（識別標識）』と定義されている。商品名だけでなく、ロゴマークやマスコットも商標として保護の対象となる。

商標権は、単にマークだけでそのまま権利として認めているものではなく、マークと商品やサービスを組み合わせる権利として認められている。そのため、マークを商標指定する際に、特定の商品やサービス（加工野菜や加工果物など）を指定する必要がある。

↘ 1871年にブドヴァイゼル・ベルゲブロイ（ブドヴァイゼル・ビール）を初めてアメリカに輸出した。のちチェコ合同醸造も1895年から対米輸出に参入したが、ブドヴァイゼル・ブドヴァルと米国内で「バドワイザー」を商標指定していたビール会社のアンハイザー・ブッシュ社のバドワイザーは商標をめぐる世界各国で争っている。

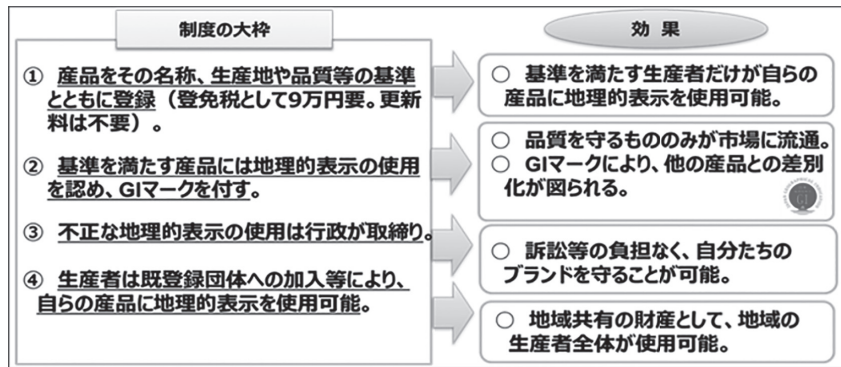
現在、ヨーロッパの主な国ではバドワイザーはその商標を使うことが認められず「Bud」（バド）「Busch」（ブッシュ）の名前で販売されている。逆にアメリカ、カナダではブドヴァイゼル・ブドヴァルは「Czechvar」（チェコヴァル）、ブドヴァイゼル・ベルゲブロイは「Budweis City Bier」（ブドヴァイス市のビール）を略した「BB Bürgerbräu」（BBベルゲブロイ）の名前で販売している。

(4) 財務省、「特集：すべての酒類を対象に国税庁長官が指定 お酒の地理的表示（GI）が地域活性化に一役買う」、https://www.mof.go.jp/public_relations/finance/202012/202012c.html

国税庁、「酒類の表示の保護に関する日本国政府とアメリカ合衆国政府との間の交換公文」及び「日本産酒類に関する日本国政府とアメリカ合衆国政府との間の交換公文」、<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/yushutsu/pdf/0021012-041.pdf>

(5) 農林水産省「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」、2014年6月25日。

図1 我が国における地理的表示保護の概要



出典：農林水産省「地理的表示保護制度」, http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/

農産物については、消費者は「産地」を重視するポイントの一つとしている。産地と品質・特性が結びついて消費者に訴えかけることができることから、生産者は産地と野菜や果物の名前を組み合わせた名称を使用し、ブランドとして確立してきた。

産地と商品名を組み合わせた名称は、これまでも重要なものとして考えられてきたが、商標法では単に産地のみを表示する商標を指定することは認められていなかったため、地域名を商標に加えることができるように「地域団体商標」の制度が作られた。しかし、地域団体商標制度はあくまでも商標法の保護を受けられるだけであり、さらに進んで国が農産物等のブランドを地域の共有財産として保護する制度の創設が求められるようになった。

そこで、産地と品質の結びつきについて、いうならば、「国がお墨付きを与え」、地域が長年の努力によって育て上げたブランドをより強力に保護し輸出振興を図ることがGI保護制度であり、2014年に施行された⁽⁶⁾。

2014年6月25日、地域で育まれた伝統と特性を有する農林水産物食品のうち、品質等の特性が産地と結び付き、その結び付きを特定できるような名称が付されているものについて、その地理的表示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信頼の保護を図ることを目的として、「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」（地理的表示法）が制定された。

2015年12月に、この法律に基づき7件が地理的表示として初めて指定された。その後、指定商品は増加しており、2022年10月末現在農林水産省は、表1のごとくGI指定品目を119品目に増加させ、外国の産品については、イタリアのプロシュット・ディ・パルマ、

(6) 農林水産省「地理的表示保護制度」, http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/

表1 日本の地理的表示保護制度の登録商品 特定農林水産物等

北海道		十勝川西長いも、夕張メロン、今金男しゃく、檜山海参、網走湖産しじみ貝、ところピンクにんにく	
東北	青森県	あおもりカシス、小川原湖産大和しじみ、十三湖産大和しじみ、つるたスチューベン、大鰐温泉もやし、清水森ナンバ	
	岩手県	岩手野田村荒海ホタテ、岩手木炭、浄法寺漆、二子さといも、前沢牛、甲子柿、広田湾産イシカゲ貝	
	宮城県	岩出山凍り豆腐、みやぎサーモン、河北セリ	
	秋田県	大館どんぶり、ひばり野オクラ、松館しほり大根、いぶるがっこ、大竹いちじく	
	山形県	東根さくらんぼ、山形セルリー、米沢牛、小笹うるい、山形ラ・フランス	
	福島県	南郷トマト、阿久津曲がりねぎ、川俣シャモ	
関東	茨城県	飯沼栗、江戸崎かぼちゃ、奥久慈しゃも、水戸の柔甘ねぎ	
	栃木県	新里ねぎ	
	東京都	東京しゃも	
中部	新潟県	くろさき茶豆、津南雪下になじん、大日れんこん	
	富山県	入善ジャンボ西瓜、富山干柿、水見稲積梅	
	石川県	加賀丸いも、能登志賀ころ柿	
	福井県	越前がに、上庄さといも、矢田部ねぎ、山内かぶら、吉川ナス、若狭小浜小鯛さき漬	
	長野県	市田柿、すんき	
	岐阜県	奥飛騨勝山之村寒干し大根、道場蜂屋柿	
	静岡県	田子の浦しらす、三島馬鈴薯、西浦みかん寿太郎	
	愛知県	八丁味噌、豊橋なんぶとうがん	
	近畿	三重県	特産松阪牛
		滋賀県	近江牛、伊吹そば、近江日野産日野菜
京都府		万願寺甘とう	
兵庫県		神戸ビーフ、但馬牛、佐用もち大豆	
奈良県		三輪素麺	
和歌山県		紀州金山寺味噌、わかやま布引だいこん	
中国	鳥取県	おこげ花御所柿、大山ブロッコリー、鳥取砂丘らっきょう、大栄西瓜	
	島根県	東出雲のまる畑ほし芋、三瓶そば	
	広島県	比婆牛、豊島タチウオ、大野あさり、福井のくわい	
	岡山県	連島ごぼう	
四国	山口県	下関ふく、美東ごぼう、福地のやまいも	
	徳島県	木頭ゆず	
	香川県	香川小原紅早生みかん、善通寺産四角スイカ	
	愛媛県	伊予生糸	
九州・沖縄	高知県	物部ゆず	
	福岡県	八女伝統本玉露、はかた地どり	
	佐賀県	女山大根	
	長崎県	対宗そば	
	熊本県	くまもと赤牛、くまもと県産い草、くまもと県産い草畳表、菊池水田ごぼう、田浦銀太刀、八代特産晩白柚、八代生姜、くまもと塩トマト	
	大分県	大分かぼす、くにさき七島蘭表	
	宮崎県	宮崎牛、ヤマダイかんしょ	
	鹿児島県	鹿児島黒牛、鹿児島壺造り黒酢、桜島ミカン、辺塚だいたい、桜島小みかん、えらぶゆり、種子島安納いも	
沖縄県	琉球もろみ酢		
その他	海外	プロシュット・ディ・パルマ（イタリア）、ルックガン・ライチ、ビントウアン・ドラゴンフルーツ（ベトナム）	

出典：農林水産省「地理的標示制度 指定産品一覧」より作成
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/index.html

日本産酒類の GI 指定について（勝田）

ベトナムのルックガン・ライチ、ビントゥアン・ドラゴンフルーツの3品の合計122品目となっており、指定申請も増加している。

3-2 酒類の地理的表示⁽⁷⁾

アルコールを含む飲料には、酒税が課せられている。現在（2022年時点）の日本においては、酒税法（昭和28年2月28日法律第6号）に基づいて課される国税である。酒税は消費税と同様に、間接税・流通税に分類される。なお酒類の課税は世界各国でも行われている。そこで、酒類のGI指定認定については、日本では農林水産省ではなく国税庁がおこなっている。TRIPS協定の成立を受けて酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律が改正され、同法の基で「地理的表示に関する表示基準」を定めてぶどう酒及び蒸留酒の保護を図ってきた。2005年10月1日には、保護対象がTRIPS協定の範囲を超えて、日本酒にも拡大された。2015年10月30日に「酒類の地理的表示に関する表示基準」（国税庁告示第

表2 国税庁長官が指定した酒類の地理的表示（GI）

名称	指定した日	産地の範囲	酒類区分
壱岐	平成7年6月30日	長崎県壱岐市	麦焼酎
球磨	平成7年6月30日	熊本県球磨郡及び人吉市	米焼酎
琉球	平成7年6月30日	沖縄県	泡盛
薩摩	平成17年12月22日	鹿児島県（奄美市及び大島郡を除く。）	芋焼酎
白山	平成17年12月22日	石川県白山市	清酒
山梨	平成25年7月16日	山梨県	ぶどう酒
日本酒	平成27年12月25日	日本国	清酒
山形	平成28年12月16日	山形県	清酒
北海道	平成30年6月28日	北海道	ぶどう酒
灘五郷	平成30年6月28日	兵庫県神戸市灘区、東灘区、芦屋市、西宮市	清酒
はりま	令和2年3月16日	兵庫県姫路、相生、加古川、赤穂、西脇、三木等	清酒
三重	令和2年6月19日	三重県	清酒
和歌山梅酒	令和2年9月7日	和歌山県	その他の酒類
利根沼田	令和3年1月22日	群馬県沼田市：利根郡片品村：川場村：昭和村、みなかた町	清酒
萩	令和3年3月30日	山口県萩市および阿武郡阿武町	清酒
佐賀	令和3年6月14日	佐賀県	清酒
大阪	令和3年6月30日	大阪府	ぶどう酒
長野	令和3年6月30日	長野県	ぶどう酒
			清酒
新潟	令和4年2月7日	新潟県	清酒
滋賀	令和4年4月13日	滋賀県	清酒

出典：国税庁、「酒類の地理的表示一覧 - 国税庁長官が指定した酒類の地理的表示（GI）」
<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/chiri/ichiran.htm>

(7) 国税庁、「酒類の地理的表示に関する表示基準を定める件」,平成27年10月30日, https://www.nta.go.jp/law/kokujij/151030_3/index.htm

国税庁、「酒類の地理的表示一覧 - 国税庁長官が指定した酒類の地理的表示（GI）」, <https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/chiri/ichiran.htm>

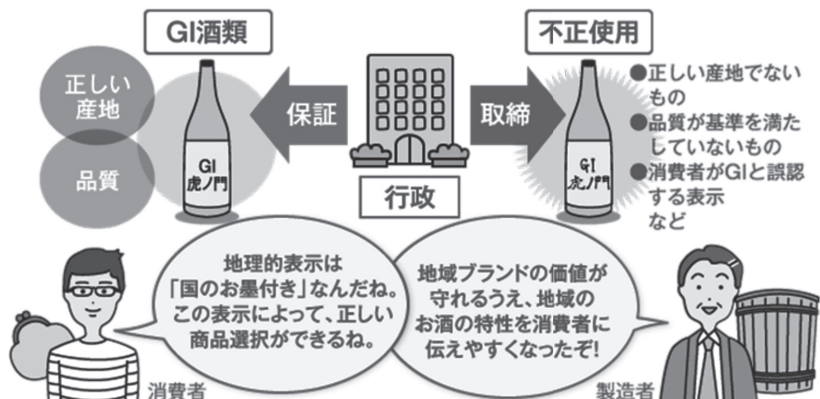
19号)が公布され、これまでの基準(地理的表示に関する表示基準)が全面改正され、2022年10月末現在定められている地理的表示における酒類の指定品目は以下の21名称であり、日本酒については、「清酒」として12名称が指定され、日本のワインについては、府県単位で4名称が指定されている。焼酎については、「壱岐」、「球磨」、「琉球」、「薩摩」の4名称が指定され、和歌山は「和歌山梅酒」の名称が指定されている。

3-3 日本酒のGI指定について

農産物に関して、築き上げたブランド価値をタダで利用される、あるいは低品質の商品を販売されることでブランド価値が下がってしまうこともある。このようなことを避けるためにあるのが商標であり、酒類に関しても日本の名称がかってに使用されることを防ぐ必要がある。現在、日本酒は以下の表のとおり海外で海外でも生産されている、日本酒のブランディングを確立することは非常に重要である。

お酒の地理的表示(GI)は、正しい産地であること、一定の基準を満たした品質であることを示しており、地域ブランド産品を適切に選ぶことが可能となる。世界の中には、それぞれの地域に根差し、固有の製法で作られるさまざまな製品が、GI認定により売り上げを伸ばすなど、大きな恩恵を受けている国々がある。日本は前述のリスボン協定に加盟していないが、日本政府は、日本の農産品や日本酒、ワインや焼酎の国外での売り上げや評価を高めようとしている。日本が最近、農産品に対して、独自のGI保護制度を導入したことからもわかるように、第三国において日本のGIが保護されることは、GI

図2 日本酒のGI保護制度の概要



出典：国税庁、「お酒の地理的表示を知っていますか?」, http://sakefanworld.info/sake_GI/index.html

図3 GIの例



出典：Nihonshu Tourism, 「日本酒の地理的表示（GI）とは？」 <https://nihonshu-tourism.com/archives/2284>

図4 表示例：地理的表示「虎ノ門」の場合



地理的表示の名称の一箇所以上に、下記のいずれかの文字が併記されている。

1. 地理的表示
2. Geographical Indication
3. GI

出典：国税庁, 「お酒の地理的表示を知っていますか?」, http://sakefanworld.info/sake_GI/index.html

名称の乱用を防ぐために、ますます重要になると考える。

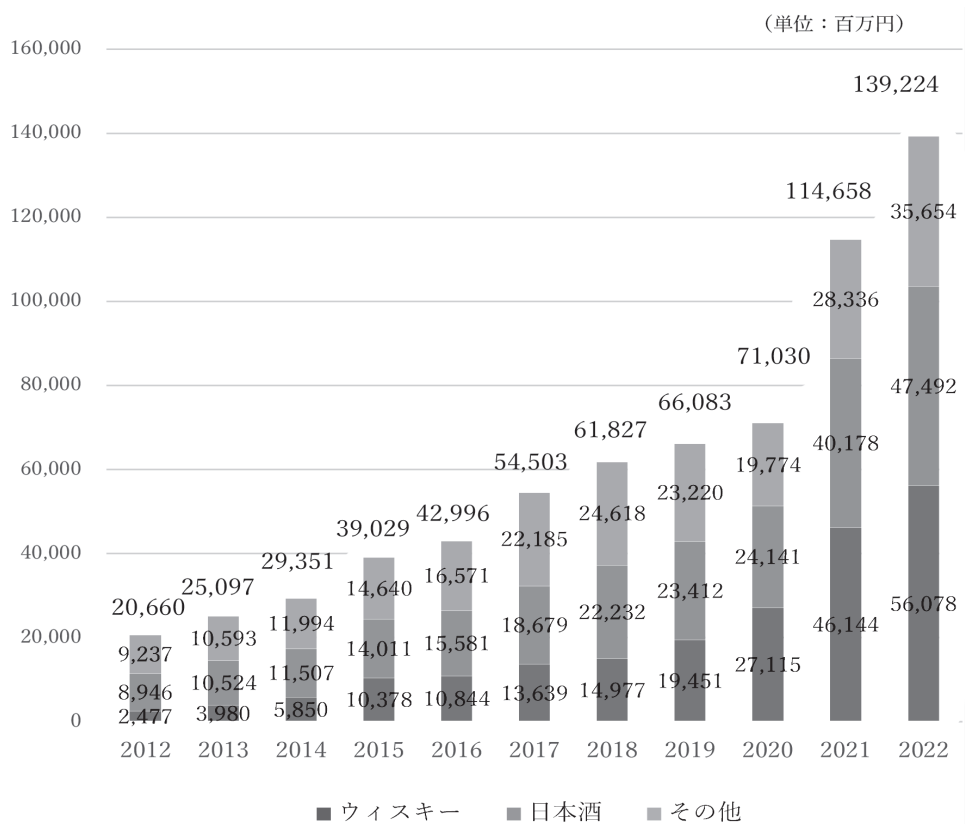
酒類に関する GI に関しては、米国及びカナダとの間で、日本が指定している酒類（日本酒・焼酎）と、米国における特産酒類（バーボン等）を、指定することに合意し、2021年12月21日付で『「酒類の表示の保護に関する日本国政府とアメリカ合衆国政府との間の交換公文」及び「日本産酒類に関する日本国政府とアメリカ合衆国政府との間の交換公文』を通じた酒類の地理的表示の保護について』により米国で「日本酒」が保護され、日本で「バーボン・ウイスキー」と「テネシー・ウイスキー」が保護されることとなった。

2021年度の日本産酒類の輸出額は、初めて1,000億円を超えた。最も売上を伸ばしたのはウイスキーであった。ウイスキーは2014年にNHKの連続テレビ小説「マッサン」でニッカウイスキーの創業者の竹鶴政孝氏の生涯が取り上げられ人気を博した頃から急速に

日本産ウイスキーの輸出額が増加した。特に2021年は新型コロナウイルスの影響で世界的に巣ごもり需要が高まり、ウイスキーならびに日本酒の海外需要が高まったと考えられている。2019年の195億円から急速に増加し、2020年に271億円、2021年に461億円となり、2022年には、500億円を超え、561億円と急増している。主な輸出先はアメリカと中国である。

日本酒の海外売上も順調に増加し、2021年には非常に輸出額が伸びている。輸出総額約401億円のうち、トップの中国は約103億円となり急増しており、2位アメリカの約96億円、3位香港の93億円を抜き去る結果となっている。以下はシンガポール、台湾、フランス、イギリスが伸びている。2022年には、ウイスキーには及ばないが、475億円となり、中国、アメリカへの輸出が急増しており、2023年には500億円に届きそうである。その他のアルコール飲料も円安の影響により輸出が伸びている。

図5 最近の日本産酒類の輸出動向について



出典：国税局、「最近の日本産酒類の輸出動向について」、<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/yushutsu/pdf/0021010-203.pdf>

また、TPP 参加国では日本酒の需要が高く、日本酒輸出に有利な条件で合意できた。また、2020年に米及び米加工品の売上で 600 億円を目標に掲げているが、「和食」が2013年に世界遺産指定され、世界中で日本食ブームに沸いており、それに併せて日本酒も人気となり輸出拡大につながっている。

さらに、蒸留酒（焼酎・ウイスキー等）の容器容量規制の改正が行われ、もともと日本酒は米国に輸出する際750ml等に容量が限定されていたが、改正され 4 合瓶（720ml）等でそのまま輸出することができるようになったことも輸出のプラス材料になっている。

日本政府は日本酒を成長産業にするため輸出に力を入れており、関税が撤廃されれば追い風となっていたと考えられる。輸出を増やすため、政府や日本貿易振興機構（ジェトロ）などが協力して海外のバイヤーとの商談会を開催するなど、米国を中心として、積極的に日本酒輸出に取り組んでいる。

一方、2019年2月に発効した日 EU・EPA においては、「日本酒」は日本・EU 相互認証となる GI 保護制度の対象となり、韓国や中国産の「日本酒」または「清酒」と表示して EU に輸出している酒は、EU への輸出時に日本酒あるいは清酒と名乗れなくなるため、差別化できるようになり、今後 EU 向けの日本酒の輸出量の増加が期待されている。

日本酒については、今後も発信力の高いパリ、ロンドン、ニューヨーク等の重点市場においてイベント事業やセミナーを開催し、日本酒の良さを PR しているため、EU 市場で非常に有効な PR 手段となると考える。

3-4 日本のワイン

日本のワイン発祥の地で知られる山梨県の特産ブドウ「甲州」で造られる甲州ワインは、世界的に人気が高まっている。輸出量はこの5年で20倍以上に拡大している。山梨県のワイン生産者15社と甲州市商工会議、山梨県ワイン酒造協同組合は2009年に「甲州ワイン EU 輸出プロジェクト (KOJ)」を組織し、2010年から毎年、ロンドンでプロモーションを実施してきた。

また、2010年8月には、日本固有のブドウ品種「甲州」が、ワインに関するフランスの政府機関である「葡萄・ワイン国際機構」(OIV ; Office International de la vigne et du vin : 本部・パリ)⁽⁸⁾ が作成する「葡萄の品種同意語リスト (International list of vine varieties and their synonyms)」に、日本国内の醸造用ブドウ品種として初めて指定さ

(8) 葡萄・ワイン国際機構 (OIV ; Office International de la vigne et du vin : 本部・パリ)
<http://www.oiv.int/>

れた。これにより、ブドウ品種名「甲州 (Koshu)」をワインラベルに記載することが可能となった。さらに、2013年7月には、日本のワイン産地として初めて国税庁から「山梨」というGI (Geographical Indication : 地理的表示) 保護制度の指定を受けたことにより、ワインラベルに産地名を記載することができるようになるなど本プロジェクトの推進に一層弾みがついてきている。また、2018年6月には、国税庁から「北海道」がぶどう酒として2件目のGI保護制度の指定を受けたことから、日本中のワイン醸造家の機運を盛り上げている。さらに大阪や長野でも指定を受けており、日本産ワインの評価が上がっている。

3-5 TPP11における地理的表示の保護

TPP11 (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership ; CPTTP) では、農林水産物等の地理的表示 (GI) や植物新品種及び和牛遺伝資源保護を進め、我が国の農林水産物等の競争優位性を守ることで、農林水産物の輸出を促進する。上述のTPPとは別に、二国間自由貿易協定の中に地理的表示保護を含む方法により、地理的表示の保護を国際的に拡大・推進している。

3-6 不正競争防止法

不正競争防止法においても、原産地等誤認惹起行為を禁止するなど、地理的表示の保護が図られている。

IV. 和食および日本食材の輸出について

コメ加工品の輸出の中で、日本酒の伸びが著しく、前述のごとく、ロンドン、パリやニューヨーク等の重点市場でのイベント事業やセミナー等を通じて、日本酒の良さをPRしている。日本酒は産地の特性が確立されており、産地からの申立てに基づき、国税庁長官の指定を受けることで産地名を独占的に名乗ることができる。産地にとっては、地域ブランド確立による「他の製品との差別化」、消費者にとっては、品質が確保されていることによる「信頼性の向上」という効果がある。

また、GIを保護することは、多くの関係者 (生産者、消費者、輸入・輸出業者、農村地域など) に、経済・文化・社会・環境面でさまざまな便益をもたらす。GI保護制度は、特定の地域に固有の製造方法で造られた製品の名称を特定し保護することが目的であり、

多様な農業生産を守り、農村地域の発展に貢献する。GI 製品の生産者たちは、製品の仕様を定め、製法を明確にし、製品を販売する際にも、協力する。この協同作業により、社会の結束力が高まり、その製品の生産や加工の現場あるいは飲食店や観光サービス業での雇用を創出することにつながる。GI 製品の生産は、その地域との結びつきが不可欠であり、地方の農村社会での確実な雇用が生まれる。

生産者にとっての最大のメリットは、GI の名称が法的に守られていることにある。名称の知名度が高まり、商売上の利益と価値が高まれば、模倣や乱用の可能性が高まり、適正な法的保護がなければ、誤用や一般名称化の標的となり、生産者に損害を与え、また、GI 保護制度への消費者からの信用も損なわれる危険がある。GI を使用する権利を持つ生産者は、しっかりした法的保護の下で、GI の評判を悪用して利益を上げようとする者や、権利なく GI 名称を使用する者に対して、法的手段を行使することができるのです。

V. EU と日本の GI 保護制度の相違

5-1 日 EU EPA における制度の差

EU には、農産品、ワイン、蒸留酒について伝統的に GI 保護を行ってきたフランス、イタリア、ドイツなどの EU 加盟国の国内制度を基にして開発された GI 保護制度があり、全加盟国に適用されている。EU 域内で与えられている法的保護は、TRIPS で醸造酒や蒸留酒の GI に与えられるもの以上に保護精度が高い。現在、EU では、GI 保護制度を、農産品以外、例えば、手工芸品などにも拡大しようと検討している。

日本は、醸造酒と蒸留酒については TRIPS が規定する範囲内で GI 保護制度を施行してきた。日本各地には、本来なら GI に指定されて然るべき蒸留酒が極めて豊富にあるにもかかわらず、醸造酒と蒸留酒双方でたった10品目しか保護対象になっていないことから、制度はまだまだ十分に活用されていないと考える。しかし、海外での和食ブームにより、日本政府も、この制度の利点に気づき、「日本酒 (Nihon-shu)」という呼称を、日本米と国産原料で造った酒のみに限定する、あるいは「ジャパン・ワイン (Japan Wine)」という呼称を、日本産ぶどうを原料に日本で醸造した製品に限定しようと PR し始めた。

EU では、GI 指定された農産品、ワイン、蒸留酒は数千にも及び、これらは原産地呼称保護 (Protected Designation of Origin = PDO) と地理的表示保護 (Protected Geographical Indication = PGI) という2つのカテゴリーに分類される。

原産地呼称保護（PDO）は、原材料の原産地、生産、加工についてのルールが、地理的表示保護（PGI）に比べてより厳しいが、その利点はより大きなものになっている。日本の制度は、ほぼPGIに相当するが、これにより例えば、当該地理的領域以外から調達された原材料を用いてもよいなど、やや柔軟性が認められる。

日欧間では、農産品と定義される製品に違いがあるので、GIに含まれる製品カテゴリーも異なる。例えば、EUでは、ビールは農産品であり、従って、農産品GIとして保護することができるが、日本では、ビールは酒類と認識され国税庁が管轄し農産品と認識されていないので、農林水産省の農産品GI保護制度の中に含まれない。

EU内で保護されているGI名称は、公開されている指定簿またはデータベースから検索することができる。主なものとしては、農産品と食品に関する「DOOR（ドア）」⁽⁹⁾、ワインに関する「E-BACCHUS（E-バッカス）」⁽¹⁰⁾がある。なお、日・EU EPAが2019年2月に発効したことにより、日本の新しいGI保護制度の下で指定されたGIは、農林水産省のウェブサイトに掲載されている。

日本の制度では、例えば、名称が一般的になってしまった際には、GI指定が取り消されることがあるとしている。欧州の観点からみると、GI名称が一般名称化する可能性があるということは、保護や実施の度合いが低いことを意味する。EUにおいて、GI保護は非常に厳格に施行されており、いったん指定されたGIが取り消されるのはごくまれであり、生産者が名称の取り消しを要求した場合や、7年にわたりその製品が市場に出回っていない場合などに限定されている。

5-2 EUの輸入品に対するGI保護

原産国でGI指定され、EU域内に輸入される製品が、自動的にEUのGI保護を受けることはないが、EUは、第三国のGI製品を域内で保護することにも前向きであり、2007年に初めて「コロンビア・コーヒー」が指定されて以来、その数は順調に増え続けている。2019年2月以降、日本のGI指定製品で、EU域内で保護されているものは少ないが、これから増えていくものと考えられる。

EUのGI保護を受けるには、主に2つの方法がある。第1に、原産国ですでにGIとして保護されている場合には、その生産者は、自国の当局を通じて、あるいは、欧州委員

(9) DOOR (Database of Origin and Registration) : PDO, PGI, TSG に指定済みまたは申請中の農産品・食品のデータベース <https://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

(10) E-BACCHUS (EU designations of origin and geographical indications database) <https://www.iprhelpdesk.eu/node/946>

日本産酒類の GI 指定について（勝田）

会（農業・農村開発総局）に直接指定申請をすることができる。欧州委員会が、EU 法規との整合性を確認するために、その申請書類と製品明細書を 6 カ月かけて審査し、その後、申請は通常 3 カ月にわたる異議申し立て期間を経て指定される。一度認められれば、EU の GI 指定簿に記載され、全 EU 加盟国で保護される。

第 2 に、非 EU の GI を二国間協定によって認め、保護するという方法であり、EU が近年第三国と締結する二国間通商協定には、GI についての規定が設けられており、相手側の GI を、EU 領域で保護する条件について相互に合意することになっている。協定によって直接保護する場合は、相手側の GI 保護・管理制度が認証されるので、保護の迅速化や手順の効率化という意味で、多くの利点がある⁽¹¹⁾。

日・EU EPA が 2019 年 2 月に発効したことで、農産物を中心として GI 指定が日本国内で増えている。EU とは相互認証であるため、日本で指定されれば、EU 内でも GI 保護されるため、指定申請が増えている。ただし、酒類の申請は前述のごとく今のところ少ない。

日欧経済連携協定（EPA）の大枠合意を受けて国税庁は 2017 年 7 月 12 日、農産品などの地域ブランドを守る地理的表示（GI）として保護する欧州連合（EU）産の酒類 139 品目を公表した⁽¹²⁾。フランス産ワインの「ボルドー」「シャンパーニュ」などが対象となる。地域ブランドにただ乗りして GI の名称を使う商品の流通を防ぐ。販売業者は商品名を変更するなどの対応を迫られる。国税庁は保護する GI について 3 カ月間、意見公募する。民間の意見も踏まえ、年内を目指す EPA の大枠合意までに国内ルールを整備する。

表 3 日・EU EPA（2019 年 2 月 1 日発効）による相互認証品目（酒類）

EU で保護			日本で保護		
名称	産地の範囲	酒類区分	139 品目	EU 28 か国	酒類
壱岐	長崎県壱岐市	麦焼酎			
球磨	熊本県球磨郡及び人吉市	米焼酎			
琉球	沖縄県	泡盛			
薩摩	鹿児島県（奄美市及び大島郡を除く。）	芋焼酎			
白山	石川県白山市	清酒			
山梨	山梨県	ぶどう酒			
日本酒	日本国	清酒			
山形	山形県	清酒			

出典：国税庁「酒類の地理的表示一覧」、<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/chiri/ichiran.htm>

(11) 「品質と味にこだわったヨーロッパの食品」(2014 年 04 月号 注目の話題) https://www.nikkei.com/article/DGXLASFS12H35_S7A710C1EE8000/

(12) 2017 年 7 月 12 日 日経新聞「地理的表示保護、酒類 139 品目を公表」

GI 保護制度では地域ブランドの模造品の流通を阻止する。例えば139品目に含まれるドイツのビール「ミュンヘナー・ビア」やイタリア産蒸留酒「グラッパ」などの名称は日本でつくった商品には使えなくなる。国内メーカーへの激変緩和措置として、EPA 発効後5年間の猶予期間を設ける。

実際に備える企業もある。石川酒造（東京都福生市）はドイツ風のビール「ミュンヘナーダーク」を自社の運営するレストランで提供している。「ミュンヘナー・ビア」がGIの対象品目となることについて「5年間の猶予期間内にラベルの変更などの必要な対応を考えたい」と述べている。

酒類に関する交渉結果において、日本から輸出する全酒類の関税が即時撤廃となることは、日本産酒類の輸出拡大に追い風になると考える。また、日本ワインの輸入規制、単式蒸留焼酎の容器容量規制といった非関税障壁が撤廃され、日本で流通する日本ワインや単式蒸留焼酎がほぼそのまま輸出可能となる。更に、我が国の地理的表示（GI）がEUにおいて保護されることにより、例えば、日本以外の他国で製造された清酒が「日本酒」と表示して流通・販売されることが禁止されることになる。このことは、日本産酒類のブランド価値を将来にわたって保護することになるため、輸出拡大に寄与する。また、現在、EUのGIと同様の表示を使用している者への影響を緩和するための協定発効後5年の経過措置もいきなり販売停止にならないため、経済的影響は少ない。

一方、我が国に輸入されるボトルワイン・スパークリングワイン等の関税については即時撤廃されることとなった。この結果、輸入酒類が増加する、特にフランスやイタリアのワインの価格が安くなるため、日本産ワインのみならず日本酒をはじめとする日本産酒類の業界に大きな影響を与えることが予想される。

5-3 日EU・EPAにおける農産物の相互認証

日EU・EPAでは、2019年2月1日に発効し、EUは日本の48産品、日本はEUの71産品をそれぞれ保護することとなっている。発効後は、相手国からの要請に応じ、保護対象となる産品を随時追加できる。

相互認証されるEU産品は、「ゴルゴンゾーラ」（イタリア）、「ロックフォール」（フランス）や「パルミジャーノ・レッジャーノ」（イタリア）などのチーズ類が多い。日本国内で製造したチーズにこれらの名称は使えなくなる。また、広告やレストランのメニューにも適用される見通しであるため、大手の流通業者だけでなく、一般の小売店やレストランにも影響があると考えられている。

表 4 日本で保護される EU の地理的表示（71 産品）

区分	国	産品
乳製品	【ベルギー】	ブール・ダルデンヌ（バター）
	【デンマーク】	ダナブル
	【フランス】	カマンベール・ド・ノルマンディ、コンテ、ブリー・ド・モー、ロック フォール、エメンタール・ド・サヴォワ、ルプロション/ルプロシ ョン・ド・サヴォワ
	【ギリシャ】	フェタ
	【イタリア】	バルミジャーノ・レッジャーノ、ゴルゴンゾーラ、アジアーゴ、フォン ティーナ、モッツアレラ・ディ・ブファエラ・カンバーナ、グラナ パダーノ、ペコリーノ・ロマーノ、ペコリーノ・トスカーノ、プロヴォ ローネ・ヴァルパダーナ、タレージョ
	【オランダ】	ゴーダ・ホラント、エダム・ホラント
	【ポルトガル】	ケイジョ・サン・ジョルジュ
	【スペイン】	イディアサバル、マオン・メノルカ、ケソ・マンチェゴ
	【イギリス】	ウェスト・カントリー・ファームハウス・チェダーチーズ、ブルー/ホワ イト・スティルトン・チーズ
	肉製品	【オーストリア】
【ベルギー】		ジャンボン・ダルデンヌ
【フランス】		カナール・ア・フォアグラ・ド・スッドウエスト（シャロス、ガスコー ニュ、ジェルス、ランド、ペリゴール、ケルシー）ジャンボン・ド・バ イヨンヌ
【ドイツ】		ニュルンベルガー・ブラートブルスト/ニュルンベルガー・ローストブ ラートブルスト
【ハンガリー】		セゲディ・サラミ/セゲディ・テリサラミ
【イタリア】		モルタデッラ・ポローニャ、プロシュット・ディ・サン・ダニエレ、プ ロシュット・トスカーノ、ザンポーネ・モデナ、プレザオーラ・デッラ ヴァルテッリーナ
【スペイン】		ハブーゴ、ハモン・デ・テルエル/バレタ・デ・テルエル、ギフエロ
野菜・ 果実		【オーストリア】
	【フランス】	ブルノー・ダジャン/ブルノー・ダジャン・ミキュイ（ドライブルーン）
	【ギリシャ】	エリヤ・カラマタス（食卓オリーブ）
	【イタリア】	メーラ・アルト・アディジェ/スティロル・アプフェル（リンゴ）
	【ポルトガル】	ペラ・ロッシヤ・ド・オエステ（西洋ナシ）
	【スペイン】	シトリコス・バレンシアノス/シトリックス・バレンシアンス（柑橘）
水産物	【フランス】	ウィートウル・マレンヌ・オレロン（牡蠣）
	【イギリス】	スコティッシュ・ファームド・サーモン（鮭）
食用 油脂	【オーストリア】	シュタイリッシェス・キュルビスケルネール（パンブキンオイル）
	【ギリシャ】	シティア・ラシティウ・クリティス
果実酢	【スペイン】	アセイテ・デル・バホ・アラゴン、アンテケラ、バエナ、プリエゴ・ デ・コルドバ、シエラ・デ・カルソラ、シエラ・デ・セグラ、シエラ・ マヒナ、シウラナ
	【イタリア】	アチエート・バルサミコ・ディ・モデナ、アチエート・バルサミコ・ト ラディツィオナーレ・ディ・モデナ
菓子類	【キプロス】	ルクミ・イエロスキプ（ゼリー）
	【ドイツ】	リュベッカー・マジパン（洋菓子）、ニュルンベルガー・レープクー ヘン（焼菓子）
	【スペイン】	ヒホーナ（ヌガー）、トゥロン・デ・アlicant（ヌガー）
その他	【チェコ】	ジャテツキー・フメル（ホップ）
	【フランス】	ウィール・エサンシエル・ド・ラヴァンド・ド・オート・プロヴァン ス/エサンス・ド・ラヴァンド・ド・オート・プロヴァンス（精油）
	【ドイツ】	ホップヘン・アウス・デア・ハラータウ（ホップ）
	【ギリシャ】	マスティハ・ヒウ（天然ガム）
	【スペイン】	アサフラン・デ・ラ・マンチャ（サフラン）

出典：Brand on Marks 弁理士中村祥二のブログ，法制度「EU との EPA 発効による食品表示への影響」，<https://brand-on-marks.com/post/681>

しかし、すべてのヨーロッパのチーズの名称が使えないかというと、そうではなく、「カマンベール」や「モッツアレラ」などは一般的な名称として広くヨーロッパにおいても認識されていることから、指定産品との誤認を生じさせない限り使用は可能である。また、反対に EU 産品に「夕張メロン」「神戸ビーフ」などの名称を使用することはできないので、EU 側が取り締まることとなる。

日本では2018年12月、GI 産品と同じ名称を指定前から使う「先使用」に7年間の制限をかける改正法が成立した。その結果、これまでは無期限に認めていたが、EU が先使用を認める期間に制限を設けていることから、協定発効を見据えて制度改正をした。「先使用」に該当する産品を生産する農家や生産者団体は、期間内に GI 指定団体に加入するなどの対応が必要となる。

VI. お わ り に

商標の保護を含む知的財産権を守ることを、日本の農林水産業者や酒造会社あるいは、農林水産省、国税庁やジェトロが急に取り組み始めた原因と今後の対策について検討した。日本の農林水産業界は、今まで検討を行ってこなかったのはなぜなのか。また、急速に普及し始めているのはなぜか、今後どのように GI を活用しようとしているのかについて検討した。

EU においては、19世紀末の1883年のパリ条約、1891年のマドリッド協定(1891年)1958年のリスボン協定(1958年)と100年以上前より名称保護を検討してきた。その対象は、米国やカナダを含む南北アメリカ大陸諸国では、入植した人々は商品名に出身国の名称を商品につけたがる傾向が高く、名称を守ることに消極的である。

日本は、ヨーロッパに対して「舶来信仰」を持っており、なんでもヨーロッパのモノはいいものと信仰に似た感覚を未だに引きずっている。「パリ風～」、「ミラノ風～」、「ロンドンの～」というような表現を好んでいる。しかし、日 EU・EPA の発効でこのような表現はもう使えない。

一方、昨今の海外での和食ブームにより、日本食材の輸出が伸びていることから、日本政府も、この制度から得るものは大きいと気づき、「日本酒(Nihon-shu)」という呼称を、日本米と国産原料で造った酒のみに限定する、あるいは「ジャパン・ワイン(Japan Wine)」という呼称を、日本産ぶどうを原料に日本で醸造した製品に限定しようと PR し始めた。

我が国の地理的表示（GI）が EU において保護されることにより、日本以外の他国で製造された清酒が「日本酒」と表示して流通・販売されることが禁止されることになる。このことは、日本産酒類のブランド価値を将来にわたって保護することになるため、輸出拡大に寄与すると考える。

参 考 文 献

- 伊藤成美・鈴木将文，2015年，「地理的表示保護制度に関する一考察 —我が国の的表示法の位置づけを中心として—」『知的財産法政策学研究』，Vol.47，223-259頁。
- 南かおり，2017年3月，「欧州における地理的表示保護制度」『知財ぶりずむ』，Vol.15，No.174，1-10頁。
- 経済産業省，「TRIPS 協定」，http://www.meti.go.jp/policy/trade_policy/wto/negotiation/trips/trips.html
- フリー百科事典『ウィキペディア（Wikipedia）』「ブドウ」
- 農林水産省「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」，2014年6月25日
- 農林水産省「地理的表示保護制度」，http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/
- 農林水産省「地理的表示保護制度」，http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/
- 農林水産省「地理的標示制度 指定産品一覧」，http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/index.html
- 国税庁，「酒類の地理的表示一覧—国税庁長官が指定した酒類の地理的表示（GI）」，<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/chiri/ichiran.htm>
- 国税庁，「酒類の地理的表示に関する表示基準を定める件」，平成27年10月30日，https://www.nta.go.jp/law/kokuji/151030_3/index.htm
- 国税庁，「酒類の地理的表示一覧—国税庁長官が指定した酒類の地理的表示（GI）」，<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/chiri/ichiran.htm>
- 国税庁，「お酒の地理的表示を知っていますか？」，http://sakefanworld.info/sake_GI/index.html
- 喜多常夫「成長期」にある SAKE と SHOUCHU 原典：農林水産省「コメ・コメ加工品の輸出戦略（参考資料）平成25年8月」，<http://www.maff.go.jp/e/export/kikaku/pdf/komekomekakouhin.pdf>
- 葡萄・ワイン国際機構（OIV；Office International de la vigne et du vin：本部・パリ），<http://www.oiv.int/>
- DOOR（Database of Origin and Registration）：PDO，PGI，TSG に指定済みまたは申請中の農産品・食品のデータベース <https://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>
- E-BACCHUS（EU designations of origin and geographical indications database）<https://www.iprhelphdesk.eu/node/946>
- 「品質と味にこだわったヨーロッパの食品」（2014年04月号 注目の話題），https://www.nikkei.com/article/DGXLASFS12H35_S7A710C1EE8000/
- 2017年7月12日 日経新聞「地理的表示保護，酒類139品目を公表」
- 食品産業新聞社ニュース酒類，2017年08月07日，<https://www.ssnpc.co.jp/news/liquor/2017/08/1708070007338970.html>
- 日本農業新聞，2019年2月2日，「日欧 GI を相互保護 EPA 発効 類似名称は排除」，<https://www.agrinews.co.jp/p46613.html>
- Brand on Marks 弁理士中村祥二のブログ，法制度「EU との EPA 発効による食品表示への影響」，<https://brand-on-marks.com/post/681>