

EU の地理的表示（GI）保護制度

2015 年 2 月

ジェトロ・ブリュッセル事務所

【免責条項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

目 次

1. EU の地理的表示（GI）保護制度の概要および戦略	3
(1) EU の GI 保護戦略	3
(2) 制度の概要	4
(3) GI の認定手続き	6
2. GI と企業の販売戦略の関係性	8
事例(1) ペコリノ・トスカーナ DOP（チーズ）	8
事例(2) カラマタ DOP（オリーブ）	9
3. GI 保護制度の効果	11
4. 最近の動向（GI の非農産品への拡大検討）	12

図表リスト

表 1： EU の GI 保護制度（PDO、PGI、TSG）の要件	5
図 1： GI 保護制度における呼称登録の流れ	8

1. EU の地理的表示 (GI) 保護制度の概要および戦略

(1) EU の GI 保護戦略

地理的表示 (GI : Geographical Indication) とは、ある製品が特定の国や地域を原産地としており、その品質や評判等の特性がその原産地と結びつきがある場合に、その原産地を特定する表示を指している¹。世界的に広く認知されている GI の例を挙げると、フランスの「シャンパン」やイタリアの「プロシュット・ディ・パルマ (パルマハム)」などがある。

原産地の伝統や文化、地理に深く根付いた製品の GI を保護することにより、地域コミュニティに文化的・経済的な価値を創出し、消費者に信頼できる情報を伝達できるといった利点がある。近年、GI の不正使用や模造は世界的に増えているため、EU は GI 保護の強化を積極的に推進している。世界知的所有権機関 (WIPO) のパリ条約やリスボン協定、世界貿易機関 (WTO) の TRIPs 協定では一定の対応がなされ²、EU は WTO ドーハ開発アジェンダでの GI に関する交渉を支持している。しかし、こうした条約や協定は定義や対象範囲などの面で大きく異なり、WTO 交渉は実質的な進捗が見られていない^{3,4}。

そこで EU は、2 国間の自由貿易協定 (FTA) で GI 保護条項を含むよう交渉している。最近では、2011 年 7 月に発効した韓国との FTA をはじめ、コロンビア (2013 年 8 月に暫定適用開始) およびペルー (2013 年 3 月に暫定適用開始)、中米 6 カ国 (ホンジュラス、ニカラグア、パナマは 2013 年 8 月、コスタリカとエルサルバドルは同 10 月、グアテマラは同年 12 月暫定適用開始)、シンガポール (一部を除き 2013 年 9 月仮調印)、ウクライナ (2014 年 6 月調印、但し発効は 2016 年 1 月以降)、カナダ (2014 年 9 月交渉終了) と締結した FTA で GI 保護の条項が含まれている。現在交渉が進められているベトナム、日本との FTA でも GI 保護条項が含まれるとされる⁵。

EU 韓国 FTA では、EU 側の農産品・食品が 60 件、ワイン・芳香ワイン・スピリッツが 105 件、韓国側はそれぞれ 63 件と 1 件の GI を相互の領土で保護することとした⁶。また、カナダとの包括的経済・貿易協定 (CETA) では、EU 側の提案した名称リスト 145 件の大半についてカナダ側は高水準の保護⁷に合意し、すでにカナダで使用されており EU の GI 名称と重複する商標登録 21 件については、引き続きカナダでの使用を認め、英語ないしフランス語訳の名称であれば使用可能とするなどの措置がとられた⁸。

¹ <http://ec.europa.eu/trade/policy/accessing-markets/intellectual-property/geographical-indications/>

² WIPO の管理するパリ条約では、工業所有権の保護に原産地表示と原産地名称を対象として含めているほか、原産地名称の保護および国際登録に関するリスボン協定などがある。また WTO では、TRIPs 協定に GI に関するセクションが設けられている。

³ http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_04b_e.htm#3

⁴ <http://ec.europa.eu/trade/policy/accessing-markets/intellectual-property/geographical-indications/>

⁵ <http://ec.europa.eu/trade/policy/accessing-markets/intellectual-property/geographical-indications/>

⁶ [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/PDF/?uri=CELEX:22011A0514\(01\)&rid=1](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/PDF/?uri=CELEX:22011A0514(01)&rid=1)

⁷ 実際の原産地を表示しても EU で GI 登録されている名称は一切使えず、「〇〇風」と言った言い回しも禁じられることになった。

⁸ http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/december/tradoc_152982.pdf

(2) 制度の概要

EU における高品質な農産品・食品の名称を保護するための制度として、「原産地呼称保護 (PDO : Protected Designation of Origin)」、「地理的表示保護 (PGI : Protected Geographical Indication)」、「伝統的特産品保証 (TSG: Traditional Specialty Guaranteed)」の 3 種類がある。表 1 にこれらの制度の要件をまとめた。PDO は PGI に比べて製品と産地の結びつきをより重視しており、生産工程 (生産、加工、調製) のすべてが一定の地理的領域内で行われている必要がある。TSG は、他の類似製品とは区別できる特徴を有していなければならないが、PDO や PGI とは異なり製品と原産地との間に関連性があることは求められていない。PDO および PGI では、EU 加盟国以外の第三国 (以下、第三国) 原産の製品も EU で認定、登録されると、同様にロゴをラベルに表示することができる。

これらの制度を定めた主な法令は欧州議会・理事会規則(EU) No 1151/2012 で、さらなる詳細が欧州委員会実施規則(EU) No 668/2014 および欧州委員会委任規則(EU) No 664/2014 によって規定されている。EU ではワイン、芳香ワイン、スピリッツについても GI が保護されているが、これらの製品については規則(EU) No 1151/2012 ではなく別途、それぞれ、欧州議会・理事会規則(EU) 1308/2013⁹、欧州議会・理事会規則(EU) No 251/2014¹⁰、理事会規則(EC) No 110/2008¹¹で定められている。

表 1: EU の GI 保護制度 (PDO、PGI、TSG) の要件

制度名称	ロゴ	要件 (認定基準)
原産地呼称保護 PDO: Protected Designation of Origin		【欧州議会・理事会規則(EU) No 1151/2012 第 5 条(1)】 (a) 特定の場所、地域、まれに国を原産地としていること (b) 製品の品質や特性が、本質的または排他的に、自然的・人的要因を備えた固有の自然・地理的環境によるところが大きいこと (c) 生産工程のすべてが一定の地理的領域で行われていること
地理的表示保護 PGI: Protected Geographical Indication		【欧州議会・理事会規則(EU) No 1151/2012 第 5 条(2)】 (a) 特定の場所、地域、または国を原産地としていること (b) 製品の品質、評判、その他の特性が、本質的に原産地に起因していること (c) 生産工程の一部が一定の地理的領域で行われていること
伝統的特産品保証 TSG: Traditional Specialty Guaranteed		【欧州議会・理事会規則(EU) No 1151/2012 第 18 条(1)】 (a) 伝統的な慣行に沿った生産、加工方法または組成から生じる産品・食品であること (b) 伝統的に使用されてきた原料または成分から生産された産品・食品であること 【欧州議会・理事会規則(EU) No 1151/2012 第 18 条(2)】 (a) 名称が伝統的にその特定産品を指すのに使用されてきたものであること または (b) 伝統的でないし製品の特定の特徴を識別できる名称であること ※「伝統的」とは 30 年以上を指す【同規則第 3 条(3)】

出所: 欧州議会・理事会規則(EU) No 1151/2012 および欧州委員会ウェブサイト (http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/logos/index_en.htm) を基にジェトロ作成

⁹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32013R1308>

¹⁰ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32014R0251>

¹¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32008R0110>

参考リンク（主な関連法）

- 農産物および食品の品質制度（PDO、PGI、TSG）に関する欧州議会・理事会規則(EU) No 1151/2012
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX:32012R1151>
- 規則(EU) No 1151/2012 の適用のためのルールを定める欧州委員会実施規則(EU) No 668/2014
http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=OJ:JOL_2014_179_R_0007
- PDO、PGI、TSG の EU ロゴの制定と、材料調達、一部の手続き規定および一部の追加的な移行規定
に関し規則(EU) No 1151/2012 を補完する欧州委員会委任規則(EU) No 664/2014
http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=OJ:JOL_2014_179_R_0003

なお、欧州委員会の GI 登録に関するデータベース「DOOR」¹²によると、2015年1月13日時点の農産物および食品の登録総数は1,252件で、2010年時点の867件から40%以上増えている。保護のタイプ別では1,252件中619件がPGI、584件がPDO、49件がTSGであった。これに申請中（147件）と申請結果がまだ出ていないがEU官報掲載済みのもの（58件）を加えると計1,457件となった。

第三国を原産とする製品の登録では、中国の野菜・果物をはじめアジア諸国による登録が他地域に比べて多い¹³。日本についてはこれまでのところ登録・申請は行われていない。

欧州委のEU加盟国原産および第三国産のワインに関するデータベース「E-BACCHUS」¹⁴によると、ワインについては計2,883件の登録が行われており、うちEU産が1,750件（PDOが1,291件、PGIが459件）で、いずれもイタリア、フランス、スペインの順で多くなっている。第三国原産のワインの登録も多く、PGIが435件（南アフリカ、オーストラリア、チリの順）、PDOは2件（米国・ブラジル各1件）、原産地名登録は696件ですべて米国となっている。

参考リンク

- 「DOOR（Database of Origin and Registration）」
PDO、PGI、TSG 制度のもと登録済みまたは申請中の農産物・食品のデータベース
<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>
- 「E-BACCHUS」
EU の GI 保護制度により EU 域内で保護されている EU 加盟国原産および第三国原産のワインのデータベース（二国間貿易協定により保護される第三国産ワインも含む）
<http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/index.cfm>

¹² 欧州委員会データベース「DOOR（Database of Origin and Registration）」
<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

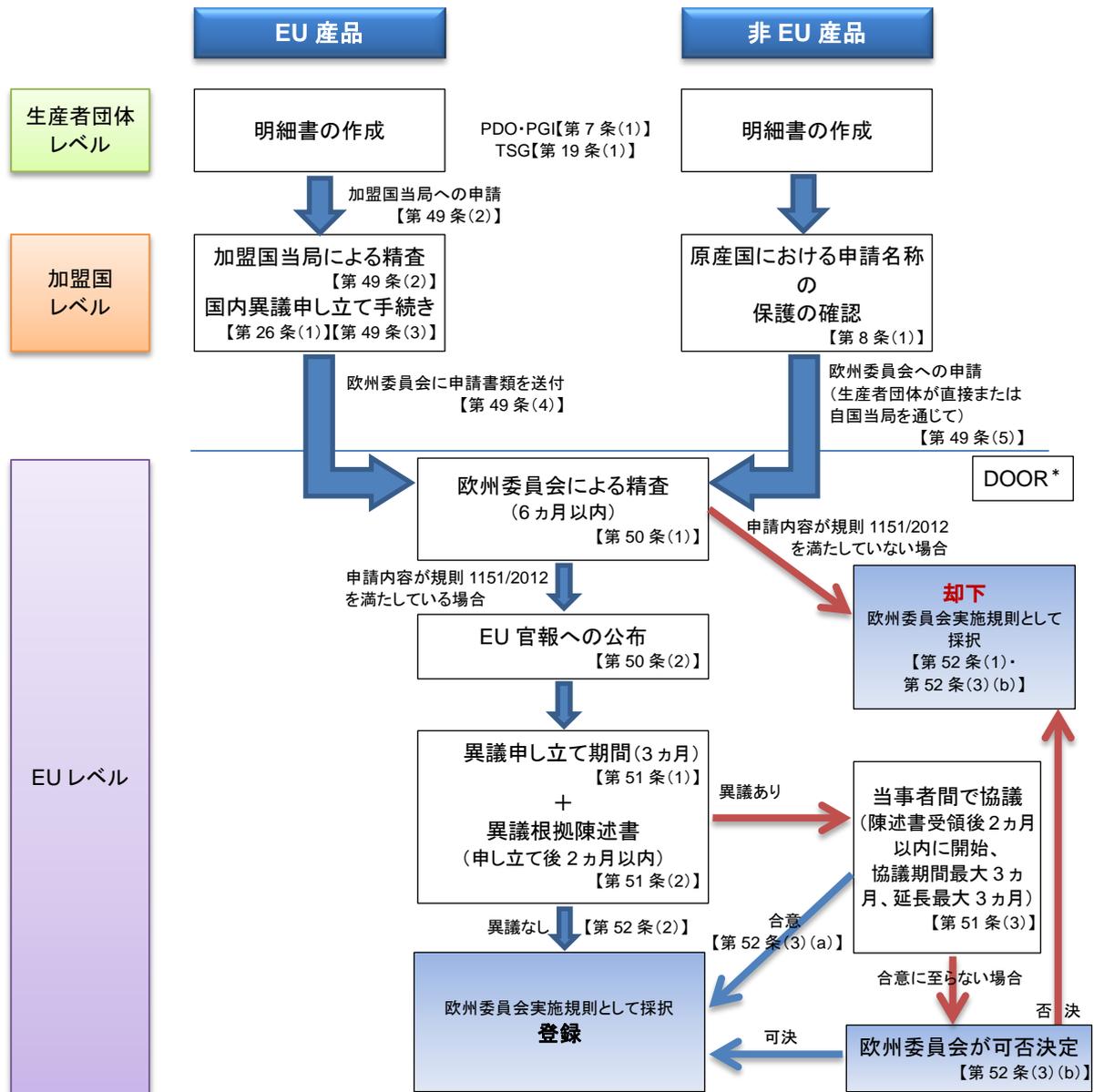
¹³ 欧州委員会データベース「DOOR（Database of Origin and Registration）」（2015年1月13日時点）によると、中国10件（PDO=陝西リンゴや龍井茶（緑茶）など4件、PGI=金郷ニンニクや鎮江香酢（黒酢）など6件）のほか、インド（ダージリン茶）、タイ（ジャスミンライス）、コロンビア（コロンビア・コーヒー）、トルコ（バクラヴァ）、ノルウェー（ロフォーテン干しダラ）（以上すべてPGI）、ベトナム（フーコック魚醤）（PDO）がEUで登録されている。

¹⁴ 欧州委員会データベース「E-BACCHUS」（データ最終更新時点は、EU加盟国2014年11月11日、第3国2013年1月25日）

(3) GI の認定手続き

GI の認定手続きの流れを図 1 に示した。GI の認定において、生産者団体は申請する品の特徴などを記載した明細書を作成したうえで、EU 域内の生産者は各加盟国の当局に、非加盟国の生産者の場合は直接又は自国の当局を経由して欧州委員会に申請することになる。認定の審査過程では、欧州委員会が内容に問題がないと判断すれば EU 官報に公布し、第三者の認定申請に対して異議を申し立てる機会が設けられており、第三国の団体や関連当局も異議を申し立てることができる。なお、加盟国当局は、国内生産者から受理した申請内容を精査し、欧州委員会に送付する前に国内で異議申し立て手続きをとることが求められている。ここで異議が出なければ登録へと進むが、異議が出た場合は申請者側と異議申し立て側の間で協議し、合意に至らない場合は最終的に欧州委員会が登録可否を判断する。いずれの場合も、結果は欧州委員会実施規則として EU 官報に公表される。

図 1: GI 保護制度における登録の流れ



* DOOR (Database of Origin and Registration) : PDO、PGI、TSG 制度のもと登録済みまたは申請中の農産品および食品のデータベース

出所: 欧州委員会ウェブサイト(http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm) および規則(EU) No 1151/2012 を基にジェットロ作成

参考リンク

■ 欧州委員会 申請者向けガイダンス

“Guide to Applicants how to Compile the Single Document”, European Commission
http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/guides/guide-for-applicants_en.pdf

2. GI と企業の販売戦略の関係性

事例(1) ペコリノ・トスカーナ DOP (チーズ)

GI と企業の販売戦略の関係性について、イタリア中部トスカーナ地方を産地とするチーズ「ペコリノ・トスカーナ」^{15, 16} についてみる。



PDO 刻印



ブランドロゴ

「ペコリノ・トスカーナ」は、1996年にEUのPDOの登録を受けた。「ペコリノ」は羊乳製チーズを意味する。

ペコリノ・トスカーナ DOP の保護(管理)団体(Consorzio per la Tutela del Pecorino Toscano DOP)には現在、チーズ生産者 17 社、羊乳を供給する畜産業者 245 社、熟成専門会社 1 社、包装業者 1 社が加盟している。生産者の売上高は生産量の伸びを大きく上回る勢いで、1997年の500万ユーロから2012年に2,200万ユーロへと4倍以上に拡大している。2013年は悪天候などの理由で羊乳供給量が低下したため生産量も低下したが、引き続き市場の需要はあるため販売量は増加している。特に2013年の輸出は前年比41.7%と大幅に拡大し、輸出比率は14%を超えた。これは保護団体による輸出促進活動が功を奏したもので、独自の活動のほかトスカーナ地方の支援で他の特産品との共同活動も行われた。主要輸出先はEU域内のほか、米国、UAE、オーストラリアなど。輸出の成功要因には、製品自体の評判や「トスカーナ」がブランド化されていること、PDO取得による差別化で道筋が開けたことが挙げられる。

イタリアのチーズ生産者の年間生産量の規模をみると、1トン未満から857トンまで幅があるが、大手4社が総生産量の9割を占める。これら大手生産者の間では、PDO認定品が大手スーパーとの取引に直接つながるとい理由から、ペコリノ・トスカーナ PDO 認定品を重要視している。

ペコリノ・トスカーナの強みの一つに、PDO製品仕様における製法基準が比較的緩かったことが挙げられる。これは伝統的に、広いトスカーナ地方では同じペコリノチーズでも製法に違いがあることが大きい。チーズそのものの産地だけでなく羊の飼育場所もトスカーナ地方(および隣接する2地区)でなくてはならず、保護団体の承認を受けた地元産の発酵乳酸しか使えないという規定はあるが、製法についてはあまり詳しく規定していない。チーズの大きさも、直径15~22センチ、高さ7~11センチ、重量0.75~3.5キロと柔軟性があり、外皮の色も伝統的な黄色以外に黒や赤っぽいものも使われることもある。ディスカウントが避けられない大手スーパーでの販売では、同じ商品名、同じロゴでも、品質水準を調整できる柔軟性があることは有利となった。また、ディスカウント販売によって、幅広い消費者の関心を掴み、購入者層の裾野が広がったという利点もある。

他方、中小・零細生産者の場合はPDO認定をそれほど重視していない。コスト面で大手に太刀打ちできず、PDO認定品の生産は採算が合わないため、スーパーマーケットへの参入も

¹⁵ “The effects of the legal protection Geographical indications: PDO/PGIs in Tuscany”, Paper presented at the 11th European IFSA Symposium “Farming systems facing global challenges: Capacities and strategies”, 1-4 April 2014 in Berlin, Germany, Belletti Giovanni, Brazzini Alessandro, Marescotti Andrea (Università di Firenze – Dipartimento di Scienze per l’economia e l’impresa)
http://www.webalice.it/andrea.marescotti/Materiali/3-2-Tipici/2014_IFSA-Berlin.pdf

¹⁶ <http://www.pecorinotoscanodop.it/>

難しい。このため PDO 認定品の生産は自社直販店での品揃え強化と顧客のニーズを満たすのに必要な量にとどめている。中小・零細生産者は、PDO 認定品で品揃えを補強しつつも、主要製品は PDO 認定品以外の高品質チーズで、ハイエンド市場のセグメントを狙うという戦略をとっている。

事例(2) カラマタ DOP (オリーブ)

(ジェトロ『欧州中小企業から学ぶ販路開拓事例(食品編) 2013年10月発行』より)

1995年に設立されたギリシャ食品企業[ガエア](#)(GAEA)は、PDOを自社のオリーブオイルの販売に活用している。同社は従業員54人(2013年3月時点)の中小企業だが、売上高(2012年)の82%は輸出だ。同社は、クレタ島シティアやカラマタ(ペロポネソス半島南部)産などのPDO登録されている国内産のオリーブオイルを利用している。



PDO登録されたカラマタ産のエキストラバージンオリーブオイル(ラベル左下にEUの定める「PDOマーク」を表示)

もともと、創業の精神として「世界の食卓にギリシャ食品を届ける」という使命感を持っていたこともあり、PDO登録されている産地の商品にはEUが定めている「PDOマーク」を明示し、ギリシャ産であることをアピールするようにしている。

[国際オリーブオイル協会](#)によると、ギリシャのオリーブオイル生産量(2011/2012年)は年産30万トン。これは世界最大の生産量を誇るスペイン(161万トン)、2位のイタリア(45万トン)に次いで世界3位の生産量だ。このほかにはEU域内に年産10万トンを超える国は

なく、EU 域外のシリア（20 万トン）、トルコ（19 万トン）、チュニジア（18 万トン）をしのぐ。

同社はオリーブオイルの中でも、最高級品のエキストラバージンオリーブオイル（EVOO）の輸出に力を入れている。EVOO は酸化（劣化）を最小限に抑えるため、オリーブの採集から圧搾（オイル抽出）までの作業時間を極小化する必要がある。大規模農園主体のスペイン、イタリアとは異なり、ギリシャにはオリーブの零細農家が多数ある。このため、小回りが利き、作業効率が良く、短時間での作業が可能で、これがギリシャのオリーブオイル産業の優位性にもなっており、ギリシャ産オリーブオイルの約 80% は EVOO として出荷されるという。

同社では、圧搾までの作業時間を 3～5 時間に抑える工程が確立しており、高品位の EVOO を輸出できる態勢を整えている。こうした取り組みもあり、ドイツ、英国など EU 域内市場での認知・評価も徐々に高まっている。ドイツではメトロ、ビラ、英国ではテスコ、セインズベリーなどの大型流通チェーンを中心に販路は広がりをみせる。最近では、英国を本拠とする格安航空サービス大手イージージェットがガエアの「テーブルオリーブ（食用の加工オリーブ）」を機内販売品として採用している。

3. GI 保護制度の効果

ここでは欧州委員会が 2013 年 12 月に発表した調査研究レポート（サマリー版）¹⁷から、GI 保護制度の効果として、PDO および PGI 認定品がどのような付加価値をもたらすかについてまとめる。同レポートは PDO または PGI 認定を受けた 13 製品¹⁸を、認定を受けていない類似製品と比較し、GI 製品の生産者にもたらす付加価値を経済的見地から評価している。同レポートでは、特に製品の価格やグロスマージンの差に注目しており、PDO および PGI 認定製品は経済的意義を見出せるとしている。

- 1) 価格差：ほとんどの製品で GI 製品は類似製品に比べて高い価格が達成できている
 - GI 製品と類似製品との価格差は製品によって格差があるが、差が大きいものでは類似製品価格の 2 倍に上る。小さいものでは 2~3% しか価格差がない。
 - 加工品（ワイン、オイル）より非加工品（果物、野菜）で価格差が小さいケースが目立つ。
- 2) 最終製品生産者のグロスマージン：大半（13 製品中 10 製品）で GI 製品のグロスマージンが類似製品より高い
 - 一部で GI 製品生産の追加コストが GI 製品の価格を上回るケースがあった。
 - 製品によってグロスマージンの差は様々だが、高い場合では類似製品の 3 倍に上る。
 - 一般的には、加工品の方が非加工品より GI 製品のマージンが類似製品より大きい。
 - グロスマージンが類似製品より高い要因として、製品の本質的特徴の変化やマーケティング戦略・ツールの効果、輸出志向戦略、流通網の短縮による影響、プロモーション手法や消費者認知の違いが考えられる。
- 3) GI 製品生産者のその他のメリットとして主に以下が挙げられる。
 - 知的財産権の保護
 - 製品の可視性の向上（展示会への参加などによる）
 - 新市場へのアクセス向上（現在の市場への浸透率向上よりも新市場参入に有効）
 - 投資補助金や促進助成金へのアクセス向上
- 4) GI 製品の付加価値創出に対する有効要因：製品によって様々だが、主に以下が挙げられる。
 - 製品の本質的な差別化
 - 生産量増加の達成
 - 輸出志向の上昇
 - 消費者の GI 製品に対する適度な認知や信頼（プレミアム価格を払うのを厭わないこと）
 - 強固なサプライチェーン
 - 政策立案者や当局の GI 製品に対する注目

¹⁷ “Study on assessing the added value of PDO/PGI products (Executive Summary)”, Areté, commissioned by the European Commission (December 2013)
http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/added-value-pdo-pgi_en.htm

¹⁸ ワイン 2 種、スコッチビーフ、ハム、サラミ、チーズ 3 種、オリーブオイル 2 種、りんご、にんじん、焼赤ピーマン油漬け。

4. 最近の動向（GI の非農産品への拡大検討）

現在、EU 一元的な GI の保護は農産品と食品だけが対象となっており、工業製品を含む非農産品については、全ての EU 加盟国で不正競争防止法や商標法などによって GI 保護もある程度カバーされている。しかし、GI 保護に独特の法制度を運用している加盟国は 15 ヶ国¹⁹（このうち一部は地域レベル）にとどまっている²⁰。これらの加盟国をみると、一般的な GI 保護に関する国内法でカバーしている場合もあれば、例えばドイツの「ゾーリングゲン・ナイフ」のように、特定の GI だけを保護する法律の場合もある²¹。このため、EU では国や地域によって GI の保護水準がまちまちで、保護がない場合、GI を騙った類似品の流通により不利益を被る生産者は訴訟に頼らざるを得ない。また、非農産品の GI 保護制度がある上記の 15 ヶ国においても、制度内容が国ごとに異なるため、非農産品の生産者は GI 保護のための申請や商標登録を各国別に行わなければならないという非効率な状況に陥っている。

こういった状況を受け、欧州委員会は加盟国における非農産品の GI 保護の法的枠組みとその域内市場への影響を調査することを決め、2013 年 3 月に報告書を公表した²²。同報告書では、現行の法制度では不十分との結論が示された。欧州委員会は、より広く協議を進めるため、2013 年 4 月に公聴会を実施し、2014 年 7 月にコンサルテーション実施のため議論のたたき台としてグリーンペーパーを公表した²³。意見公募は 2014 年 10 月 28 日で締め切られ、まとめた結果を 2015 年 1 月 19 日の会合で公表した²⁴。

非農産品では、スイス時計やボヘミアンクリスタル（チェコ）といった工業製品に加え、レースや陶器といった多くのクラフト製品が対象となりうる。それらは地域活性化や中小企業支援につながる利点がある。また、第三国との貿易協定交渉では、EU が重点項目とする EU 農産品の第三国における GI 保護の見返りとして、第三国の非農産品の EU における GI 保護を要求されることが少なくない。このため欧州委員会は、EU に非農産品の GI 保護制度があれば二国間貿易関係を強化できる可能性があると考えている。

¹⁹ ベルギー（ワロン地方）、ブルガリア、クロアチア、チェコ、エストニア、フランス、ドイツ、ハンガリー、ラトビア、ポーランド、ポルトガル、ルーマニア、スロバキア、スロベニア、スペイン（ムルシア州）。

²⁰ EU 加盟全 28 ヶ国が WTO に加盟しているが、WTO に加盟する国は、農産品だけではなく非農産品についても何らかの法制度で GI 保護の措置を取る義務がある。

²¹ “MEMO/14/486 Green Paper on the protection of geographical indications for non-agricultural products – Frequently Asked Questions”, European Commission (15 July 2014)
http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-486_en.htm

²² “Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the Internal market, Final Report - 18 February 2013”
http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/geo-indications/index_en.htm

²³ “GREEN PAPER - Making the most out of Europe's traditional know-how: a possible extension of geographical indication protection of the European Union to non-agricultural products (COM(2014) 469 final)”, European Commission (19 July 2014)
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2014:469:FIN>

²⁴ http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/geo-indications/index_en.htm

EU の地理的表示 (GI) 保護制度

2015 年 2 月作成

作成者 ジェトロ (日本貿易振興機構) ブリュッセル事務所
発行所 ジェトロ (日本貿易振興機構) 農林水産・食品部 農林水産・食品調査課
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32
Tel. 03-3582-5186
