GI各都道府県に

骨太方針PTが提言

登録38産品中、青果は17産品

2015年にスタートした地理的表示（GI）保護制度。同年12月から産品の登録が始まり、今年6月23日時点で38産品となった。このほど自民党の農林水産業骨太方針実行プロジェクトチームが取りまとめた提言では、20年までに各都道府県で1産品以上の登録を目標に掲げている。産地ではブランド力強化への期待が膨らむ一方で、制度の知名度向上が課題にある。

JAさくらんぼひがしねではGI登録を記念して、東京・築地市場で品評会を開催した

GI保護制度は、その地域ならではの特徴的な産品の名称を知的財産として国で登録し、保護する制度。品質の基準なども一緒に申請するため、登録されると国が産品の品質について「お墨付きを与える」ことになる。

現在、青果物17産品、野菜・果物加工品4産品、畜産食品5産品、水産食品4産品など。青果物は15年に登録された「夕張メロン」「江戸崎かぼちゃ」「あおもりカシス」をはじめ、「加賀丸いも」「三島馬鈴薯」「十勝川西ながいも」「大分かぼす」などが登録されている。登録されると「GI」マークの使用が可能で、これにより模倣品と区別することができる。このGIマークは日本をはじめ韓国、台湾、マレーシア、欧州、オーストラリアなどで商標登録されている。

骨太方針PTの提言では、生産者の所得アップに向け、「GIのように国際的な知的財産保護の枠組みを活用したブランド化も重要」と明記。20年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会までを第1期、21年～30年を第2期として目標を掲げて施策を打出す。第1期の施策では、①生産地域のみならず、流通段階まで広くGI等の知的財産制度についての理解を深める②GI登録産品について模倣品の排除などの知財保護により、国内外でのブランド価値確立を図る③GIの登録推進を図るとともに、諸外国との相互保護実現に向けた具体的な交渉を進めるーとしている。

ブランド力向上も知名度アップ課題

GI登録はブランド化につながるとの期待が高まる一方で、認知度の向上が課題に。今年4月に登録された「東根さくらんぼ」の登録生産者団体である果樹王国ひがしねや6次産業化推進協議会は、山形県東根市やJA、商工会、温泉組合などからなる。このうちJAさくらんぼひがしねでは東京・築地市場で品評会を開催し、GI登録をPRしたところだ。東根市では「サクランボの付加価値が向上することで市全体のPRに結びつく」と期待を膨らませる。

一方、JA鳥取いなばでは、昨年「鳥取砂丘らっきょう」「ふくべ砂丘らっきょう」がGI登録された。14年に販売開始100周年を迎え、さらなるブランド力の強化やその保護が目的。GIマークのついた資材を利用し、スーパーにPOPの提供もしているが、「まだGIが消費者に浸透していない」といい、認知度向上に期待する。