

タイ王国における地理的表示保護制度

蛭原健介

1 はじめに

フランスなどで生まれた原産地呼称制度を起源とする地理的表示(GI)制度は、今日、ヨーロッパのみならず、多くのWTO加盟国で導入されている¹。近年では、日本や東南アジアの国々においても、地理的表示制度を積極的に活用し、自国の農産物や酒類の付加価値を高めていこうとする取り組みが見られるようになってきた²。

本稿では、東南アジアにおける導入事例として、タイ王国の地理的表示保護制度に注目したい。タイにおいては、TRIPS協定を受けて、2003年(仏暦2546年)10月に地理的表示保護法(พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖、以下「GI保護法」と略する)が制定され³、これを管轄する商務省知的財産局(กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์)の公式サイトによると、2020年1月現在、タイ国内の地理的表示(สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์)として118件が登録されている。タイ政府は、日本の都道府県に相当するチャンワット(จังหวัด)に少なくとも1つの地理的表示を登録するというスローガン《一チャンワット、一地理的表示(สินค้าหนึ่งจังหวัด หนึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์)》を掲げて積極的に登録を推進しているところであり、現在では、ほとんどすべてのチャンワットに地理的表示産品を見ることができている状況になっている。

とはいえ、EUの地理的表示制度に比べ、タイの地理的表示制度はわが国では広く知られていないといえないため、まず、2003年のGI保護法の内容を俯瞰する。そのうえで、同法にもとづいて登録された地理的表示産品のいくつかを取り上げ、実際に同法がどのように運用されているかを見ていくこととしたい⁴。

2 2003年地理的表示保護法の概要

2003年のGI保護法は、その立法理由でも述べられているように、地理的表示を登録することのほか、産品の原産地について消費者の誤認を生じさせるような地理的表示の使用を禁止することをねらったものであり、TRIPS協定に対する立法的対応として制定された。

(1) 対象となる産品

GI保護法は、その3条において、「地理的表示とは、地理的原産地の呼称もしくは表示に用いられる名称(ชื่อ)、表象(สัญลักษณ์)、またはその他のものであって、かつ、その地理的原産地から生まれた商品が、特別な品質、社会的評価、または特性がその地理的原産地に帰せられる商

品であることを特定するものをいう」と定義している。TRIPS協定においては、地理的表示につき、「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をいう」（22条1）と定義されており、これに対応したものといえる。

GI保護法3条は、また、「地理的原産地 (แหล่งภูมิศาสตร์)」についても定義しており、「地理的原産地とは、国、領域、地域および地方を意味し、海、湖、河川、運河、島、山、またはそれに類する地帯を含む」としている。

GI保護法の対象は、特定の製品には限定されておらず、「商品 (สินค้า)」、すなわち、「天然物または農作物であるかにかかわらず、売買、交換、または譲渡可能な物品」を対象とし、手工業的または工業的な製品 (ผลิตภัณฑ์ทางหัตถกรรมและอุตสาหกรรม) も含まれる (3条)。ただし、普通名称 (ชื่อสามัญ)、もしくは、「公の秩序、公序良俗、または国の政策に反する地理的表示」は申請することができない (5条)。

地理的表示の対象となりうる製品の範囲を食用に供されるもの以外にも拡張する措置は、タイのみならず、その他の国にも見られる。2005年の知的財産法により地理的表示制度が本格的に導入されたベトナムでは、筍の「Huế」、タバコの「Tiên Lãng」「Vĩnh Bảo」、竹の「Cao Bằng」など、食用に供されない製品の地理的表示が登録されている⁵。日本においては、2014年に地理的表示法 (特定農林水産物等の名称の保護に関する法律) が制定され、その対象となる製品には、食用に供される農林水産物だけでなく、食用には供されない製品 (観賞用の植物、工芸農作物、立木竹、観賞用の魚、真珠、飼料、漆、竹材、精油、木炭、木材、畳表、生糸) も含まれる (特定農林水産物等の名称の保護に関する法律施行令1条および2条)。実際に、これまでに「くまもと県産い草」「くまもと県産い草畳表」「伊予生糸」「くにさき七島藪表」「岩手木炭」「浄法寺漆」といった地理的表示が登録されている。なお、日本の酒類の地理的表示は、この地理的表示法にもとづき農林水産大臣が登録するのではなく、国税庁長官が指定する形になっている⁶。

普通名称を地理的表示に申請することはできないとする趣旨の規定は、日本の地理的表示法13条4項、あるいは、ベトナムの知的財産法80条にも見られる⁷。

(2) 登録申請者

GI保護法7条は、地理的表示の登録申請を行うことができる者として、以下のように列挙している。

- ①当該商品の地理的原産地を管轄する責任のある法人格を有する政府機関、公共機関、公営企業、地方行政機関または行政機関 (ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์การปกครอง ส่วนท้องถิ่น)。
- ②地理的表示を使用した商品に関する事業を行い、商品の地理的原産地に住所がある自然人、団体、または法人。
- ③地理的表示を使用した商品の消費者団体 (กลุ่มผู้บริโภค) または消費者機関 (องค์กรผู้บริโภคสิน)。

外国の地理的表示の登録については、タイ国籍を有していない申請者により登録申請を行うことができる。その際、該当国の法律にもとづき保護を受けている地理的表示であるということ、および、タイ国内で登録申請を提出する日までそれが使用されていたことを示す明らかな証拠の提出が求められる（GI保護法6条）。

(3) 登録申請書

GI保護法10条において、地理的表示の登録申請書は、商品の品質、社会的評価（ชื่อเสียง）、またはその他の性質、地理的原産地、および省令に規定されたその他の詳細により構成されると定められている。ここで、「省令に規定されたその他の詳細」とは、2004年の地理的表示の登録手続に関する省令（กฎกระทรวง ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการขอขึ้นทะเบียน การประกาศโฆษณา การคัดค้านและการโต้แย้งคำคัดค้าน การขึ้นทะเบียน การอุทธรณ์ และการแก้ไขหรือเพิกถอนทะเบียน สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.๒๕๔๗、以下「GI登録省令」と略する）9条に列挙されている事項である。すなわち、申請者に関する情報、地理的原産地を呼称するために用いられる名称、表象、またはその他のもの、地理的表示が用いられる商品の説明、地理的表示が用いられる商品の品質、社会的評価、特性または性質に関する詳細、地理的表示が用いられる商品と地理的原産地との関連性を示す詳細、地理的原産地の場所に関する詳細といった事項である。

(4) 登録申請手続

地理的表示の登録申請手続については、GI保護法11条以下に規定されている。登録申請は商務省知的財産局に対して行われ、まず登録申請要件を満たしているか否かについて審査が行われる。

審査の結果、GI保護法およびGI登録省令の定める要件を満たしていないと判断された場合は、登録申請書を却下する命令が出され、申請者には15日以内にその却下理由が文書で通知される。命令を受けた申請者は、命令受領日から90日以内に地理的表示委員会（คณะกรรมการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์）に審判を請求することができる（GI保護法13条）。さらに、地理的表示委員会の審決に不服のある場合は、委員会の審決に関する通知を受けてから90日以内に裁判所に提訴することができる（GI保護法14条）。

登録要件を満たすと判断された場合、登録官（知的財産局長、または商務大臣によって任命された者）によって登録の受理を公告する命令が出される（GI保護法15条）。公告日から90日以内に、利害関係人は当該地理的表示の登録に対して異議申立を行うことができる（GI保護法16条）。異議申立期間中に、異議申立がなかった場合、もしくは、登録官、地理的表示委員会または裁判所により異議申立が却下された場合は、申請された地理的表示は登録される（GI保護法19条）。

(5) 異議申立制度

前述のように、GI保護法16条は、利害関係人が公告日から90日以内に異議申立を行うことができることとしている。異議申立があった場合、登録申請者は、その写を受領してから90日以内に「答弁書（คำโต้แย้ง）」を提出しなければならない。登録申請者が答弁書を提出しない場合、そ

の登録申請は、放棄したものとみなされる（G I 保護法17条）。

異議申立と答弁書を審理した結果、登録官は、登録するか否かの決定を下す。この決定に不服のある者は、地理的表示委員会に審判を請求することができる。さらに、地理的表示委員会の審決に不服のある者は、審決受領日より90日以内に裁判所に提訴することができる（G I 保護法18条）。

(6) 保護の効果

地理的表示が登録されると、その地理的原産地に住所をもつ商品の製造者、またはその商品に関する事業に従事する者は、登録官の定めた条件にもとづき、その商品に登録された地理的表示を使用することができる（G I 保護法25条）。

地理的表示を使用する権限を有する者が、登録条件に反して地理的表示を使用していた場合、登録官は、その者に対して、登録官が定めた期間内に登録条件にしたがうよう文書で通告する。定めた期限内に合理的理由なく条件にしたがわない場合、登録官はその者の地理的表示使用停止命令を文書で通告する。使用停止期間は通告を受領した日から2年を超えないものとする（G I 保護法26条1項）。

地理的表示の使用停止を命じられた者は、使用停止命令通告を受領した日から90日以内に、登録官の命令につき、地理的表示委員会に審判を請求することができる（G I 保護法26条2項）。さらに、地理的表示委員会の審決に不服のある場合には、その通告の受領日より90日以内に裁判所に提訴することができる（同26条3項）。

後述するワインなどの「特定商品(สินค้าเฉพาะอย่าง)」に関する例外を除いて、誤認混同を引き起こす場合に限って地理的表示の保護の効力が及ぶというのが原則である。G I 保護法27条は、「登録申請書に明記された地理的原産地の商品ではないものを、当該地理的原産地の商品であると表示する、または他者に誤認させるためにかかる地理的表示を使用する行為」、「他の業者に対して損害を与えるために、商品の地理的原産地、および品質、社会的評価またはその他の性質について、混同または誤認を引き起こす地理的表示の使用」は違反行為であるとしている。これに対して、たとえば、「●●コーヒーのイミテーション」（「●●」は地理的表示）といった表示は、消費者の誤認混同を引き起こすものではないため、ここでは、G I 保護法27条に違反する行為とはならない。

(7) 特定商品の追加的保護

TRIPS協定23条1は、「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または地理的表示が翻訳された上で使用される場合もしくは『種類(kind)』、『型(type)』、『様式(style)』、『模造品(imitation)』等の表現を伴う場合においても、ぶどう酒また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また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」とし、ワインと蒸留酒の地理的表示については、いわゆる追加的保護を与え、しかるべき法的・行政的措置を講ずるべきことをWTO加盟国に義務づけている。これにより、消費者の誤認混同を引き起こさないような方法

であっても、地理的表示によって表示される地理的原産地以外で生産されたものについて、その地理的表示を使用することは禁じられることとなる。

このようなTRIPS協定23条1への対応として、タイにおいては、2004年の特定商品の指定に関する省令 (กฎกระทรวง กำหนดรายชื่อประเภทสินค้าเฉพาะอย่างและกำหนดหลักเกณฑ์ และวิธีการในการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนหรือป้องกัน พ.ศ. ๒๕๔๗) により指定された商品の地理的表示は、消費者の誤認混同を前提としない追加的保護の対象となる。現在、省令で規定されているのは、米 (ข้าว)、シルク (ไหม)、ワイン (ไวน์)、スピリッツ (สุรา) の4品目である。上述のように、TRIPS協定23条1では、「ぶどう酒または蒸留酒」の地理的表示について追加的保護が与えられることになっているが、タイ法においては、この2品目に加え、タイの重要産品である米とシルクの地理的表示もまた追加的保護の対象となっている点が注目される。

GI保護法28条2項は、これらの特定商品については、「たとえ使用者がその商品の真正の地理的原産地を明記し、またはその商品の真正の地理的原産地を示し知らせる文言の使用もしくは何らかの行為を行っていたとしても、登録申請書に明記された地理的原産地を原産地としない商品に地理的表示を使用する行為は違法である」と規定する。また、28条3項では、地理的表示に「種類(ชนิด)」、「型(ประเภท)」、「様式(แบบ)」またはその他類似する表現を伴う場合においても、同様に、登録申請書に明記された地理的原産地を原産地としない商品に使用する行為は違法であるとされている。たとえば、地理的表示に登録されているเขาใหญ่ (Khao Yai) を原産地としていないワインについて「Khao Yai type Wine」 「ไวน์เขาใหญ่ประเภท」などと表示する行為がこれにあたる。

(8) 地理的表示委員会

GI保護法は、30条以下において地理的表示委員会を設置すると規定している。31条によると、地理的表示委員会の権限は、①GI保護法にもとづく省令を制定する際に大臣に提言または助言をすること、②GI保護法にもとづく審判請求に対して審理・審決すること、③GI保護法にもとづく地理的表示の登録の補正または無効を審理・命令すること、④大臣から付託された地理的表示に関するその他の案件について審理すること、⑤登録出願書の審査において意見を述べる有識者を任命すること、⑥GI保護法の規定にしたがいその他業務を行うことである。

地理的表示委員会は、商務省事務次官を委員長とし、農業・協同組合省 (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์) 事務次官、法制委員会 (คณะกรรมการกฤษฎีกา) 事務総長、検事総長 (อัยการสูงสุด)、弁護士会代表、および内閣が任命する法律、政治、科学、農業、経済、教養、歴史、地理または考古学の分野における14人以下の有識者から構成される。有識者のうち少なくとも6人は、消費者保護に関する機関または団体から有識者を任命する。知的財産局長も委員となる (30条)。有識者委員の任期は4年で、再任されうるが、その任期は二期を超えることはできない (32条)。地理的表示委員会は、半数を定足数とし、多数決をもって決する (36条)。

3 登録状況とGI製品の取扱い

(1) タイ国内の地理的表示

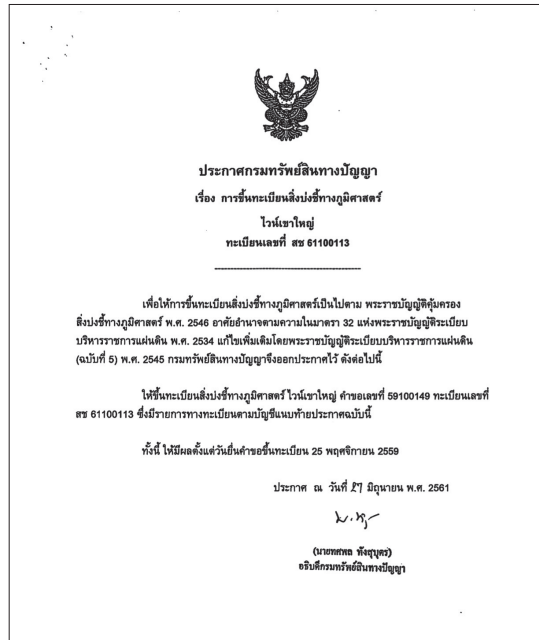
前述のように、商務省知的財産局の公式サイトによると、2020年1月現在、タイ国内の地理的表示として118件が登録されている。品目別にこれを見ると、野菜・果物 (ผัก/ผลไม้) が57件で半数近くを占めており、一般の食品 (อาหาร) が22件 (食肉、水産物、コーヒー、茶、ドライフルーツなど)、工芸品 (หัตถกรรม อุตสาหกรรม) が14件 (陶磁器、真珠など)、米 (ข้าว) が13件、シルク・綿 (ไหม/ฝ้าย) が10件、そして、ワイン・スピリッツ (ไวน์/สุรา) が2件となっている⁸。

省令により特定商品に指定された品目、すなわち、米、シルク、ワイン、スピリッツの地理的表示については、TRIPS協定23条1により「ぶどう酒または蒸留酒」の地理的表示に与えられる追加的保護と同様の保護が与えられる。このうち、ワインについては、ไวน์ที่ราบสูงภูเรือ (Phurua Plateau Wine) とไวน์เขาใหญ่ (Khao Yai Wine) の2つが地理的表示に登録されている。

日本やEUにおけるワインの地理的表示と同様、タイの地理的表示ワインについても、それぞれ生産基準が定められている。Phurua Plateau Wineの生産基準書によると、使用可能なブドウ品種は、白ワイン用のシュナン・ブランと赤ワイン用のシラーである。アルコール度は11%ないし14%と定められており、栽培方法および収穫方法についても基準が明記されている。また、果汁糖度については、シラーを使用した赤ワインReserveは22° Brix、それ以外の赤ワインは20° Brix、ロゼワインは20° Brix、シュナン・ブランを使用した白ワインは22° Brix、甘口ワインは28° Brix、そしてスパークリングワインは20° Brixという基準が設けられている。

Khao Yai Wineの生産基準書においては、より多くの品種の使用が認められている。白ワインは、シュナン・ブランのほか、ヴィオニエやセミヨンも使用でき、赤ワインは、シラーのほか、カベルネ・ソーヴィニヨン、デュリフ (プチ・シラー)、グルナッシュなどを使うことができる。アルコール度の基準は、白ワイン、ロゼワインおよびスパークリングワインが12%ないし14%、赤ワインが12.5%ないし15%、甘口ワイン (残糖45g/L以上) は9%ないし14%である。pH (ความเป็นกรดต่าง) は、白ワイン、ロゼワインおよびスパークリングワインが3.80以下、赤ワインおよび甘口ワインが4.00以下となっている。揮発酸の上限値は、白ワイン、ロゼワインおよびスパークリングワインが1リットルあたり0.8g、赤ワインおよび甘口ワインが1.2gである。収穫時の最低果汁糖度は、甘口ワインが23° Brix、それ以外は19° Brixとされている。

【写真1】 Khao Yai Wineの地理的表示登録通知（ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่อง การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ไวน์เขาใหญ่ ทะเบียนเลขที่ สข 61100113）



(2) 外国の地理的表示

タイのGI保護法にもとづき、外国の地理的表示の登録を申請することは可能であり、登録された外国の地理的表示はタイ国内において保護される。商務省知的財産局の公開しているリストによると、実際に登録された外国の地理的表示は以下の16件である（2018年8月30日現在）。

| 地理的表示 | 品目 | 原産国 |
|-------------------------|-------|-------|
| Pisco | スピリッツ | ペルー |
| Champagne | ワイン | フランス |
| Brunello di Montalcino | ワイン | イタリア |
| Cognac | スピリッツ | フランス |
| Prosciutto di Parma | ハム | イタリア |
| Scotch Whiskey | スピリッツ | イギリス |
| Napa Valley | ワイン | アメリカ |
| Tequila | スピリッツ | メキシコ |
| Barbaresco | ワイン | イタリア |
| Barolo | ワイン | イタリア |
| Buôn Ma Thuột Coffee | コーヒー | ベトナム |
| Parmigiano-Reggiano | チーズ | イタリア |
| Kampot Pepper | 胡椒 | カンボジア |
| Kampong Speu Palm Sugar | ヤシ糖 | カンボジア |
| Shan tuyết Mộc Châu Tea | 茶 | ベトナム |
| Văn Yên Cinnamon | シナモン | ベトナム |

研究ノート

これら16件のうち、品目別ではワイン・スピリッツが9件ともっとも多い。EU加盟国の地理的表示だけでなく、ベトナムやカンボジアの地理的表示も登録されている。このリストには日本の地理的表示は含まれていないが、2017年3月には、商務省知的財産局と日本の農林水産省が、地理的表示の重要性および地理的表示の相互保護の必要性について認識し、地理的表示の相互保護に向けた協力を開始することについて合意にいたっている。その具体的内容としては、「相互のGI保護の法規、保護の運用等についての情報交換」、「GI産地の相互訪問」、「GI産品を相互に申請し保護する試行的事業の実施」の3つが掲げられている⁹。すでにバンコク市内のスーパーマーケットや日系百貨店では、日本のGIマークを付した商品が店頭に並んでいることが確認された。

【写真2】 バンコク市内の日系百貨店で販売されている日本の地理的表示産品（市田柿）



商務省知的財産局の公式サイトに掲載されているインフォグラフィック「การขึ้นทะเบียนสินค้า GI ต่างประเทศในไทย (タイにおける地理的表示登録)」には、登録検討中（อยู่ระหว่างตรวจสอบคำขอ）の日本の地理的表示として、「神戸牛」「但馬牛」「夕張メロン」「市田柿」「東根さくらんぼ」の5件が掲載されている¹⁰。いずれも、2019年2月に発効した日・EU経済連携協定により、EU加盟国においては、すでに地理的表示として登録され、保護されている日本の産品である。

(3) 国外におけるタイのGI産品

日本においては、2020年2月現在、タイの地理的表示は登録・指定されておらず、登録申請の

公示の事実や指定前の公示の情報も確認することができない。もっとも、上記の商務省知的財産局と日本の農林水産省との協力合意をふまえ、両国における相互保護を進めるために、地理的表示の登録が試みられる見通しであり、商務省知的財産局の公式サイトに掲載されているインフォグラフィック「การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (GI) ในต่างประเทศ (外国におけるタイの地理的表示登録)」によると、กาแฟดอยตุง (Doi Tung Coffee)、กาแฟดอยต้าง (Doi Chaang Coffee) およびสับปะรดห้วยมุ่น (Hauymon Pineapple) が登録待機中となっている¹¹。

EUにおいては、2013年に登録されたข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (Khao Hom Mali Thung Kula Rong-Hai) を皮切りに、以下の4件の地理的表示が、EU法にいうPGI（保護地理的表示）として登録されている¹²。

| 登録番号 | 地理的表示 | 品目名 | 登録日 |
|-------------|--|------|-------------|
| PGI-TH-0729 | ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (Khao Hom Mali Thung Kula Rong-Hai) | 米 | 2013年 2月12日 |
| PGI-TH-0814 | กาแฟดอยตุง (Doi Tung Coffee) | コーヒー | 2015年 7月14日 |
| PGI-TH-0815 | กาแฟดอยต้าง (Doi Chaang Coffee) | コーヒー | 2015年 7月14日 |
| PGI-TH-1115 | ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง (Khao Sangyod Muang Phatthalung) | 米 | 2016年10月12日 |

また、ベトナムでは、เส้นไหมไทยพื้นบ้านอีสาน (Isan Indigenous Thai Silk Yarn) が、インドおよびインドネシアでは、ผ้าไหมยกดอกลำพูน (Lamphun Brocade Silk) がそれぞれ地理的表示登録されている。

このほか、カンボジアで、กาแฟดอยตุง (Doi Tung Coffee) が、中国では、EUでも登録されている地理的表示であるข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้のほか、มะขามหวานเพชรบูรณ์ (Phetchabun Sweet Tamarind)、ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง (Tabtim Siam Pakpanang Pomelo) が、ベトナムにおいては、มะขามหวานเพชรบูรณ์、および、ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง ลำพูน (Lamphun Golden Dried Longan) が、それぞれ登録待機中となっている。

(4) 小売店におけるGI製品の取扱い

筆者は、2019年5月および2020年2月、バンコク市内の小売店を中心に、タイのGI登録製品について現地調査を実施した。タイにおいては、GI製品の統一マーク(金色)が定められており、これを手がかりに消費者がGI製品を確認できるようになっている。EUのPDO(保護原産地呼称)およびPGIのマーク、あるいは、日本の特定農林水産物のGIマーク(写真2参照)に相当するものといえる。

地理的表示ワインについては、GranMonte社のKhao Yai Wineを日系百貨店や現地系百貨店内に設けられたワインショップで見つけることができたが、Phurua Plateau Wineは見つけることはできなかった。Khao Yai Wineは、一般的な輸入ワインに比べて高価であり、安いものでも1,000バーツ(約3,600円)を超えていた。タイ産ワインを置く小売店の方が例外的であり、輸入ワインがタイ国内市場では圧倒的であることがあらためて明らかになった。

【写真3】 バンコク市内のワインショップで販売されているKhao Yai Wine



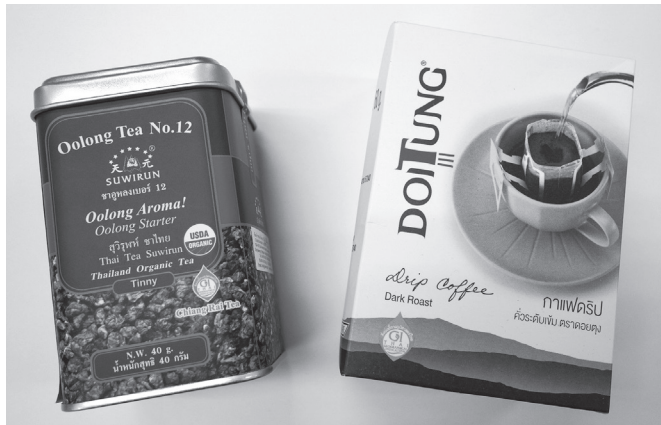
米はタイの主食であることもあって、どのスーパーマーケットでも販売されているが、地理的表示の付された米は、高級スーパーマーケットや現地系百貨店でなければ見つけることができなかった。タイにおいては、ブランド米が他の品質の劣る米とブレンドされるなどの偽装が問題になっており、その対策は容易ではないという指摘もある¹³。

【写真4】 ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง (Sangyod Muang Phatthalung) はEUでも保護される地理的表示である



コーヒーに関しては、6件の地理的表示が登録されているが、EUにおいても地理的表示に登録されているDoi Tung Coffeeが、多くの百貨店や高級スーパーマーケットで販売されていた。200gのコーヒー豆が230バーツ（約830円）、10g×6パックのドリップタイプが150バーツ（約540円）程度の価格であった。茶については、Chiang Raiの烏龍茶が現地系百貨店などで販売されていた。

【写真5】 写真左のชาเชียงใหม่ (Chiang Rai Tea)、写真右のカแฟดอยตุง (Doi Tung Coffee) のいずれも地理的表示に登録されている



タイにおけるGI登録件数でもっとも多いのが果物・野菜であるが、実際にスーパーマーケットやショッピングモールなどの店頭で確認することができたのは、パイナップルのみであった。カット販売されているパイナップルのほか、ジュースにもGIマークが貼り付けられていた。

【写真6】 地理的表示に登録されたパイナップルสับปะรดภูแลเชียงใหม่ (Chiang Rai Phulae Pineapple) の説明パネル



4 おわりに

以上、本稿では、2003年のG I 保護法を中心にタイの地理的表示保護制度を俯瞰したうえで、登録産品や登録件数を手がかりに、同法の運用状況を考察した。さらに、現地調査を通して、タイのG I 産品の小売店における取扱いにも触れた。G I 産品と非G I 産品との価格差については、店頭で十分な調査を実施することはできなかったが、EU加盟国においては、G I 産品は、非G I 産品と比較して、明確な価格差が存在するとの指摘がなされている。今後は、G I 登録が実際どのような効果をもたらしているのかについて、より詳しい調査を行うことにしたい。

最後に、G I マークの重要性について強調しておきたい。日本においては、地理的表示法にもとづき、農林水産大臣によって登録された特定農林水産物等のG I 産品には、共通のG I マークを表示することになっており、海外に輸出される商品にもこのマークが貼られている。しかし、国税庁長官が指定する酒類の地理的表示に関しては、農林水産物のような共通のマークは存在せず、G I 産品であることが消費者には伝わりにくいという問題がある。ワインの地理的表示「北海道」のように、独自のG I マークが採用されている例もあるが、EUやタイに倣い、すべてのG I 産品に共通のマークを表示（あるいは少なくとも酒類G I の共通マークを導入）することが、とりわけ海外市場における日本の酒類G I の認知度向上や日本産酒類のブランド強化のためにも不可欠であるように思われる。

-
- 1 フランスの原産地呼称制度およびEUの地理的表示制度について、詳しくは、蛭原健介『ワイン法』（講談社、2019年）56頁以下参照。
 - 2 ベトナムの地理的表示制度については、蛭原健介「ベトナム社会主義共和国における地理的表示制度と登録産品」明治学院大学法律科学研究所年報35号39頁以下参照。また、開発途上国における地理的表示制度の関心の高まりについては、高橋梯二『農林水産物・飲料品の地理的表示』（農文協、2015年）81頁以下に詳しい。
 - 3 2003年地理的表示保護法の翻訳として、S&I International Bangkok Officeによるものが、同オフィスのサイト（<https://siasia.co.th/jp/law-library.php>）において公開されている（最終閲覧日2020年3月11日）。また、社団法人日本国際知的財産保護協会「諸外国の地理的表示保護制度及び同保護を巡る国際的動向に関する調査研究」（平成23年度産業財産権制度各国比較事業報告書）225頁以下にも同法の紹介がある。
 - 4 本稿の執筆にあたり、JETROバンコク事務所の加藤範久氏（知的財産部長）、立石崇晴氏、福田かおる氏、安田良輔氏より、タイの地理的表示制度やその運用状況に関して、貴重な現地情報を得ることができた。記して御礼を申し上げたい。
 - 5 蛭原健介・前掲論文44頁参照。
 - 6 酒類の地理的表示に関して、詳しくは、蛭原健介『日本のワイン法』（虹有社、2020年）112頁以下。
 - 7 蛭原健介・前掲論文40頁参照。ベトナム知的財産法80条は、「ベトナムの商品の普通名称となっている名称、表示」は地理的表示としては保護されないと定めている。
 - 8 タイにおける米の地理的表示については、高橋梯二・前掲書87頁以下に登録事例が示されている。
 - 9 農林水産省食料産業局知的財産課「地理的表示メールマガジン」第59号（平成29年3月22日）
 - 10 Infographics “การขึ้นทะเบียนสินค้า G I ต่างประเทศในไทย” <http://www.ipthailand.go.th/th/gi-014.html>

(最終閲覧日2020年3月31日)

- 11 Infographics “การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (G I) ในต่างประเทศ” <http://www.ipthailand.go.th/th/gi-014.html> (最終閲覧日2020年3月31日)
- 12 EUの地理的表示データベースeAmbrosiaで検索 (検索日2020年3月11日)
- 13 高橋梯二・前掲書88頁。