

地理的表示(G I)の活用について



農林水産省

G I 登録の現状

農林水産省
輸出・国際局

主な生産地のみ記載

121産品
(令和5年1月31日時点)

※「CraftMAP」を使用

九州

【福岡】

5.八女伝統本玉露
117.はかた地どり

【佐賀】

121.女山大根

【長崎】

61.対州そば

【熊本】

8.くまもと県産い草
9.くまもと県産い草畳表
67.くまもとあか牛
74.菊池水田ごぼう
88.田浦銀太刀
94.八代特産晩白柚
95.八代生姜
111.くまもと塩トマト

【大分】

22.くにさき七島蘭表
33.大分かぼす

【宮崎】

55.宮崎牛
64.ヤマダイかんしょ

【鹿児島】

7.鹿児島県の壺造り黒酢
46.桜島小みかん
57.辺塚だいたい
58.鹿児島黒牛
102.えらぶゆり
115.種子島安納いも

【沖縄】

44.琉球もろみ酢

中国・四国

【鳥取】

11.鳥取砂丘らっきょう
70.大山ブロッコリー

72.こおげ花御所柿

80.大栄西瓜

【島根】

87.東出雲のまる畑ほし柿

91.三瓶そば

【岡山】

24.連島ごぼう

【広島】

83.比婆牛 84.豊島タチウオ
89.大野あさり

97.福山のくわい

【山口】

19.下関ふく 40.美東ごぼう
100.徳地やまのいも

【徳島】

42.木頭ゆず

【香川】

54.香川小原紅早生みかん
82.善通寺産四角スイカ

124.サヌキ白みそ

【愛媛】

10.伊予生糸

【高知】

96.物部ゆず

沖縄

近畿

【滋賀】

56.近江牛
85.伊吹そば

122.近江日野産日野菜

【京都】

37.万願寺甘とう

【兵庫】

2.但馬牛
3.神戸ビーフ
78.佐用もち大豆

【奈良】

12.三輪素麺

【和歌山】

39.紀州金山寺味噌
108.わかやま布引だいこん

北海道

【北海道】

4.夕張メロン
21.十勝川西長いも
86.今金男しゃく
92.檜山海参
101.網走湖産しじみ貝
120.とろろピンクにんにく

北陸

【新潟】

29.くろさき茶豆
81.津南の雪下にんじん
109.大口れんこん

【富山】

53.入善ジャンボ西瓜
98.富山干柿
112.氷見稻積梅

【石川】

17.加賀丸いも
20.能登志賀ころ柿

【福井】

14.吉川ナス
16.山内かぶら
43.上庄さといも
45.若狭小浜小鯛ささ漬
69.越前がに

東海

【岐阜】

48.奥飛騨山之村寒干し大根 50.堂上蜂屋柿
126.飛騨牛

【愛知】

49.八丁味噌 116.豊橋なんぶとうがん

【三重】

25.特産松阪牛

東北

【青森】

1.あおもりカシス 23.十三湖産大和しじみ
52.小川原湖産大和しじみ
75.つるたスチューベン
90.大鰐温泉もやし 105.清水森ナンバ

【岩手】

28.前沢牛 47.岩手野田村荒海ホタテ
66.岩手木炭 68.二子さといも
73.浄法寺漆 106.甲子柿
114.広田湾産イシカゲ貝

【宮城】

31.みやぎサーモン 65.岩出山凍り豆腐
104.河北せり

【秋田】

32.大館とんぶり 51.ひばり野オクラ
60.松館しほり大根 79.いぶりがっこ
93.大竹いちじく

【山形】

26.米沢牛 30.東根さくらんぼ
62.山形セルリー 76.小笹うるい
99.山形ラ・フランス

【福島】

63.南郷マト 113.阿久津曲がりねぎ
118.川俣シャモ 123.伊達のあんぼ柿
125.たむらのエゴマ油

関東

【茨城】

6.江戸崎かぼちゃ 38.飯沼栗 59.水戸の柔甘ねぎ
71.奥久慈しゃも

【栃木】

35.新里ねぎ

【東京】

77.東京しゃも

【山梨】

119.あけぼの大豆

【長野】

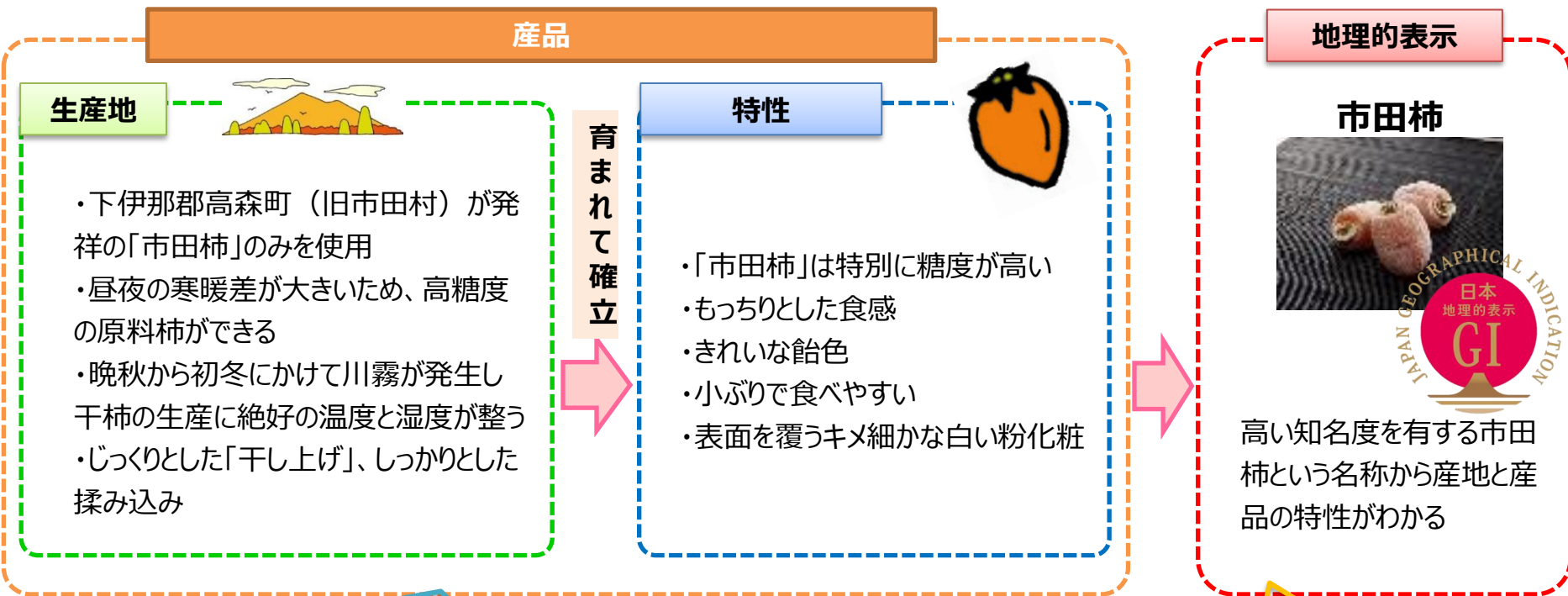
13.市田柿 34.すんき

【静岡】

18.三島馬鈴薯 36.田子の浦しらす
103.西浦みかん寿太郎

地理的表示（GI : Geographical Indication）保護制度

- GI制度は、その地域ならではの自然的、人文的、社会的な要因・環境の中で長年育まれてきた品質、社会的評価等の特性を有する製品の名称を、地域の知的財産として保護するもの。外国との相互保護や模倣品対策の充実により、海外においても保護。
- ビジネスにおいては、地域と結びついた製品の品質、製法、評判、ものがたりといった潜在的な魅力や強みを見える化し、国による登録やGIマークと相まって、効果的・効率的なアピール、取引における説明や証明、需要者の信頼の獲得を容易にするツール。



- 地理的表示は、生産者団体が製品について登録を受け、構成員が使用。登録内容は明細書に記載。
- 登録を受けた生産者団体は、構成員が行う「生産」が、明細書に適合して行われるよう、必要な指導等を実施（生産行程管理業務）。

- 登録された地理的表示が不正使用された場合には、行政が取締り。

- GI制度について、農林水産物・食品の輸出拡大や所得・地域の活力の向上に更に貢献できるよう、多様な製品のG I登録と波及効果の高いG Iプロモーションを展開。
- GIマークという統一ロゴの下、GI製品の名称・ブランドを保護しつつ、成功事例の横展開、市場展開を通じ、GIそのものの認知を高め、全体として「GIブランド」を確立。



「成功事例」を
ひろげる

輸出を含め、優良事例の
創出・横展開

市場におけるGIの露出の拡大

波及効果の高い
プロモーション

製品のフィールドを
ひろげる

多様な製品の
登録

登録のフィールドを
ひろげる

真に価値あるGIブランドへ

ー地域産品・日本産品のマーケット拡大、所得・地域の活力の向上ー

G I 産品と関係業界とのコラボの推進

- G I マークという統一ロゴの下、流通・eコマース、観光、食品・外食との連携強化等を通じ、G I 産品やコラボ商品・コラボサービスの市場の拡大を志向。市場においてG I を目にする機会の増大を図る。
- G I 産品とのコラボは、関係業界・関係企業にとっても、商品開発、SDGsへの貢献などの面にメリット。

■ これまでのGI産品と関係業界・企業とのコラボ事例

■ 今金男しゃく × 湖池屋

今金男しゃくを使用したポテトチップスを、オンライン限定商品と「湖池屋プライドポテト」シリーズにおいて、季節限定販売。



■ みやぎサーモン × JR東日本

JR東日本フーズとの共同開発により、押し寿司弁当を東京駅と仙台駅にて数量限定販売。売行きが好調であったことから、現在まで継続して販売中。



■ 江戸崎かぼちゃ × セブンイレブン

「江戸崎かぼちゃのポタージュ」を2018年から茨城県内全域で期間限定販売。2021年には、北関東地域まで販売が拡大。



■ 大口れんこん × 加島屋

地域の特産野菜を使用した「大口れんこんピクルス」を地元の醸造会社が製造。新潟の老舗食品企業・加島屋本店において季節商品として限定販売。



■ 辺塚だいたい × キリンビール

地域の特産果実でつくる、キリンビール株式会社の「いいね！ニッポンの果実。氷結®」シリーズにおいて、期間限定販売（完売）。鹿児島県内一の繁華街のご当地ハイボール「天文館ハイボール」の原料にも使用されている。



■ 吉川ナス × 百貨店・ミシュランレストラン

G I 登録をセールスポイントに、伝統野菜に関心があった伊勢丹（新宿店）、京急百貨店と取引を開始。都内ミシュランレストラン等とも取引。



■ 全国のG I 産品 × 豊洲市場ドットコム

豊洲市場に集まる産品を一般消費者に紹介・販売するECサイト「豊洲市場ドットコム」（会員数32万人、年間1億PV）において、2022年1月から全国のG I 産品の取扱いを開始。



- **GI産品がもつ風土、匠の技、伝統、品質といった産地の物語**は、幅広いフィールドにおいてGIを展開する際の大きな強み。
- **その地にしかない産品、ご当地ブランドの証としてGIを活用し、その地を訪れる呼び水として観光とタイアップ**。観光分野におけるGIをコンテンツとした新たな商品・サービスの提供は、**GIの新たな価値と地域の活力の創造につながる可能性**。

■GI×観光列車

日本各地を走る観光列車。
「食」を楽しむ列車では、食堂車や車内販売ではGI産品の提供を。
「景観」を楽しむ列車では、車窓から、あるいはや途中下車で産地を探访。



観光列車の例：「観光特急しまかぜ」
(近畿日本鉄道Webサイトより)

■GI×現地体験

実際に産地を訪れ、GIを郷土料理として楽しむほか、収穫・ものづくり等の体験を通じて産地の物語を聞く機会も。



「岩手木炭(炭焼き体験)」



「石巻せり鍋」



■GI×観光エンタメ

産地のアイコン的キャラクターやアイドルとのコラボ。アニメやドラマの舞台・題材として話題性を狙うのも◎。



■GI×観光スポット

GIを育んだ地域の豊かな自然や深い歴史に触れるスポットを提案。訪れた人は、「逸品」の価値を肌で実感。



「但馬牧場公園」
(但馬牛博物館併設)



「鳥取砂丘らっきょう畑」

■GI×駅弁、お土産品

GI産品を使って地元企業が駅弁やお土産品を開発・製造。ヒット商品は都心のアンテナショップへ進出！



- GI製品については、**外国との相互保護**や**模倣品対策**を通じ、**海外においても、その名称・ブランドを保護**。
- GI制度の活用により、その名称・ブランドを守りつつ、**真正な日本産品として、競合する外国産品との差別化・競争力強化**にも寄与。GIマークという統一ロゴの下、「**ジャパン・ブランド**」としてアピールも。

1 外国産品との差別化

■ 市田柿（長野県）

春節需要が高まる年明けに、中華系マーケットをターゲットに輸出戦略を展開する中、「**中国産市田柿**」と差別化すべくGIを取得。ブランドの取組を一層強化。

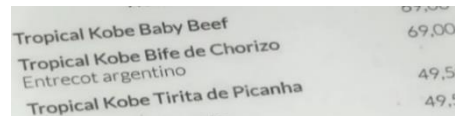


2021年の輸出額が2016年比で4.4倍増に

2 外国政府によるGI保護

「**相互保護**」の枠組により、日本のGI名称が外国でも保護。不正使用が発見された場合、**外国当局が取り締まりこれを排除**。

- スペインのレストランにおいて、南米産牛肉のメニューに「**TROPICAL KOBE BEEF**」と表示



- ドイツのスーパーでは、NZ産和牛に「Wagyu “Kobe-Style”」



我が国の要請に応じ、**EU当局が事業者に対しGI名称の削除を指導**

3 冒認商標への対抗

農水省調査により判明した**第三者によるGI産品の名称を用いた商標の出願**に対し、**GI権利保持者が異議申立**。



**ICHIDAGAKI
Sunki**

- インドネシア：「**鹿児島黒牛**」
- ベトナム：「**市田柿**」
- 中国：「**すんき**」



当局が当該商標の登録を拒絶

4 ショッピングサイトにおける不正出品物の削除

世界の主要な166のショッピングサイトにおいて**GI名称の不正使用が疑われる産品**について、農水省が各サイトの運営会社に**削除・修正を要請**。



1300件以上の不正使用のうち、**1000件以上が削除済**

令和4年1月19日 設立

目的

全国のGI登録団体の団結を図り、GI登録団体の連携によるGI製品の販売や輸出等を促進することにより、GI登録団体の活動活性化とGI制度の認知度向上を図る。

構成

- ・顧問：森山裕氏(元農林水産大臣)
- ・会長：村田吉弘氏(一般社団法人全日本・食学会 理事長)
- ・副会長：寺沢寿男氏(みなみ信州農業協同組合 代表理事組合長)
- ・会員：GI登録団体(103団体)
- ・協力会員：GI登録団体の活動に協力する団体等(食品産業、料理人、商工、金融、流通、酒類GI、行政等)(101団体)



※令和5年2月20日現在

活動

GI登録のメリットの拡大に向けて、関係業界とのコラボなど波及効果の高いプロモーション

情報発信の強化

○料理人との連携によるレストランフェア
⇒レストランでGI食材を活用

○百貨店フェアの展開



販路拡大・販売促進

○GI産品ネット販売サイトの立上げ
⇒食品販売会社と連携

豊洲 TOYOSU うまいもん 豊洲 ICHIBA

○ふるさと納税サイトとの連携



新商品開発支援

○外食・食品企業、観光業界とのコラボ商品の開発促進や必要なマッチング、実需者へのプロモーション活動支援

交流促進

○会員の課題に応じた勉強会



令和4年11月
@仙台藤崎百貨店

GI制度の認知度向上
GI登録団体の活動活性化



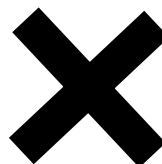
多様なフィールド

地域貢献

料理

サステナブル

インバウンド



GI製品の個性

流通エリア

食品／工芸品

出荷シーズン

加工適性

ロットの大小

多様なフィールド

と

GIの強み

をいかにマッチさせるか？

歴史、風土、品質、製法、評判、物語といった
潜在的な魅力や強みを見える化するもの

GIマークと相まって、効果的なアピール、
需要者の信頼の獲得を容易にするツール

多様なステークホルダーそれぞれの視点から
GI製品の個性を活かせるビジネスモデルを探る