



論文内容の要旨

氏名 孫 埜



題目 中国における地理的表示制度の展開と産地振興への効果と課題
(Development and Subject of Geographical Indication System in China)

地理的表示制度は、ヨーロッパ諸国で創設され、1994年に合意されたGATTウルグアイ・ラウンドの「知的所有権の貿易関連の側面に関する協定」(TRIPS協定)で知的財産権として認められたことで、世界的に導入が進んだ。その中でも中国は、登録品目数が飛び抜けて多く、地理的表示制度が最も普及している国の一つとなっている。中国で地理的表示制度が広がった背景には、この間のWTO加盟など、グローバル化への対応もあるが、「三農問題」、すなわち、都市農村の経済格差の問題(農村問題)、農業産業化のレベルが低い(農業問題)、農村の貧困問題(農民問題)の解決策としての農業振興策の中に位置づけられていることがある。そのため、中国における地理的表示制度に関しては、その導入によって、地域農業の発展、産地振興にどのような効果が期待できるのか、またその実現のための課題は何かを明らかにすることは重要な課題である。本論文では、地理的表示登録品目数が最も多い山東省の2つの産地を事例として、地理的表示制度が産地振興に及ぼす効果と課題を実証的に明らかにした。

第1章では、中国における地理的表示制度の概要と既往研究を整理した。中国では地理的表示制度が後半に普及していく中で、地理的表示制度に関する研究は数多くなされている。その多くは制度の特徴や課題、期待される効果や消費者の認知度に関するものである。地理的表示制度導入産地に関する事例研究もみられるが、生産者などの行動にまで立ち入った実証的調査を行っているものはわずかである。本論文では、生産者など関係者の行動にまで立ち入った実証調査に基づいて、地理的表示制度の効果と課題を検討した。

第2章では、中国における地理的表示制度の全体的な動向を分析した。中国では1万近い地理的表示登録品目があるが、その内容は多様である。本来の地理的表示制度は、地域の伝統産品で、一定の社会的知名度を得ている産品を保護し、「産地を守る」ことを目的としている。中国においても、そのような地理的表示産品もあるが、むしろ、まだ社会的知名度は低く、これから産地発展を目指している品目が地理的表示登録産品には多い。これは、中国の地理的表示制度では、三農問題対策としての産地振興が期待されていることがあると考えられる。そのため、中国における地理的表示制度では、「産地を守る」機能とともに、「産地

(備考) 日本語(2000字以内)または英語(500ワード以内)にまとめて記載してください。

(別紙様式第6号)

をつくる」機能が期待されていると言える。本論文でも、「産地をつくる」機能という観点から、地理的表示制度を検討した。

第3章、第4章では、2つの産地の実証分析を行っている。第3章で取り上げた事例産地は、山東省沿海部にある栄成市のイチジクである。栄成市では、リンゴをはじめとする様々な果樹が栽培されているが、イチジクはこれから振興を目指している品目である。イチジクは、地理的表示登録以降、販売価格はある程度上昇し、出荷地域の拡大がみられるなど、地理的表示登録の効果はみられる。しかし、その販売実態をみると、流通過程で地理的表示がなされている品目は多くはない。その要因には、流通チャネルが従来の仲買業者を通じたもののままであり、このチャネルでは流通過程での地理的表示の管理が困難なことがある。また生産者に対するアンケート調査では、多くの者が地理的表示登録を認識してなく、地理的表示登録が求める生産・品質管理を遵守していなかった。栄成市のイチジクでは、地理的表示登録を地域でマネジメントする主体が明確でなく、それを十分に活かしかれていない実態が明らかになった。

第4章では、山東省内陸部の肥城市のモモを取り上げた。肥城市のモモは、長い歴史を有しているが、近年は生産が減少傾向にあり、その再振興が課題となっていた。肥城市では、地理的表示登録前から産地振興組織の設立、品種、技術の開発、普及などの総合的な産地振興策を進めていた。その過程で地理的表示登録も行われた。登録後も生産者組織、出荷組織の育成、ネット販売に向けた支援などを行ってきた。その結果、流通チャネルは既存の仲買業者を通じたモノから、農民專業合作社が主体となり、ネット販売が主要なチャネルの一つとなり、ほとんどのモモで地理的表示がなされるようになった。肥城市のモモは、地理的表示登録による産地振興の成功事例と位置づけられるが、その要因は地理的表示登録のみでの産地振興ではなく、総合的な産地振興の中に地理的表示登録を位置づけ、その効果をより高めたことにある。

終章では、研究全体を取りまとめ、中国における地理的表示制度を産地振興に活かしていく上での課題を提示した。産地振興の中での地理的表示の役割は、農産物の品質基準などの明確化や消費者へのブランド浸透などにより商品力を向上させ、生産者の組織化を促進し、産地体制の構築に資することにあると考えられる。このような地理的表示の役割が発揮できるような総合的な産地振興の取組みが、中国における新たな「産地をつくる」ことを目指した地理的表示では、重要な課題である。