vinetur

イタリア、他のEU11カ国とともに地理的表示の海外保護を欧州委に要請

米国の通商措置でシャンパーニュ、ポルト、カバ、トカイなどの保護名称が脅かされる恐れがあるとして、EU加盟12カ国が対応を要請

2026年11月24日（火）



イタリアと他の欧州連合（EU）加盟11カ国は、海外市場で地理的表示を保護するため、欧州委員会に協調戦略の策定を求めた。米国の一連の通商・立法措置によって、欧州を代表する食品・飲料の名称の一部で保護が弱まる恐れがあると主張している。

イタリアのフランチェスコ・ロッロブリジーダ農業・食料主権・森林相は11月23日（月）、地理的表示を守ることは農業生産者の仕事と、製品と原産地との結びつきを守ることだと述べた。イタリアは他の加盟11カ国とともに、保護名称を守り、知的財産に関する共通ルールを維持するため、「あらゆる国際的な場で」EUが一体となって行動するよう求めたという。

イタリアが欧州委員会に提出した説明文書によると、この要請はオーストリア、ブルガリア、キプロス、チェコ、フランス、ギリシャ、ハンガリー、ポーランド、ポルトガル、スロベニア、スペインが支持した。

イタリアの提案は、地理的表示（GI）として知られるEUの制度が、複数の国際的な動きによる圧力にさらされていると指摘する。GIは、特定の原産地や生産方法と結びついた製品の名称を保護するために用いられる。欧州では、ワインや蒸留酒を含む幅広い農産物・飲料が対象となっている。

説明文書はとりわけ米国の動向を挙げている。米国農業法（Farm Bill）の改正と、「Safeguarding American Food and Export Trade Yields Act of 2025」と呼ばれる法案は、地理的表示を自由に使える「一般名称」に分類することを狙っているとしている。欧州当局や生産国は、特定の地域や伝統に結びついた名称の法的保護を損なうとして、長年この考え方に反対してきた。

ロッロブリジーダ氏は、この問題は法的な側面にとどまらず、経済にも関わると述べた。欧州のサプライチェーンの中核を担う製品を、一般的な名称として扱うべきではないという。こうした発言の背景には、欧州で保護されている名称が他の地域で一般用語として認められれば、EU域外の生産者が同じ、または類似した名称で競合商品を販売する可能性があるとの、複数のEU加盟国の懸念がある。

イタリアの説明文書は、相互貿易協定を通じた米国のより広範な戦略とされる動きにも言及している。文書によると、米国政府はアルゼンチン、バングラデシュ、カンボジア、エクアドル、エルサルバドル、グアテマラ、インドネシア、ヨルダン、マレーシア、台湾とすでにこうした協定を締結しており、インドなど他の国々とも交渉している。イタリアと各国は、この方針がメルコスールなどすでに発効しているEUの通商上の取り決めや、タイ、マレーシア、インドを含む進行中の協議に影響を及ぼす恐れがあるとしている。

今回の対立は、議論に挙がっている名称のいくつかがワインやビールに関わるため、飲料分野にも直接影響する。第三国市場やオンラインで保護名称が一般名称として扱われるケースが増えれば、欧州の生産者がスパークリングワイン、酒精強化ワインなどに使われる原産地呼称について、商業上の独占権を主張しにくくなる可能性がある。EU域外で模倣ブランドに対抗することも難しくなりかねない。

イタリアの懸念は通商交渉にとどまらず、インターネットにも及ぶ。説明文書によると、ICANN（インターネット上の識別子を管理する組織）は、.asiago、.gorgonzola、.champagne、.porto、.budweiser、.cava、.tokajなど、保護対象製品の名称を含む新たな汎用トップレベルドメインを割り当てた。ローマと提案を支持する国々は、ここもEUがより統一した対応を取るべき分野だとみている。

これらの例は食品と飲料の両方にまたがるが、欧州のワイン産地にとって特に影響が大きい名称もいくつかある。シャンパーニュ、ポルト、カバ、トカイといった名称は、地理的に定められた生産

地域や長年の輸出市場と強く結びついている。こうした名称が一般的な識別語として広く認められれば、第三国やデジタルプラットフォーム上で生産者が名称を守る際に影響が及ぶ可能性がある。

ロッロブリジーダ氏によると、イタリアが提案する戦略は、EU域外の国々における法的保護、認知向上の取り組み、技術協力を組み合わせるものとなる。地理的表示の保護を強化するとともに、地域の生産システムと持続可能な地域開発を支援することが狙いだという。

今回の要請を受け、欧州委員会は通商政策、デジタルガバナンス、国際的な知的財産権をめぐる紛争において、地理的表示に関する共通方針をより明確に打ち出すかどうかの判断を迫られている。ワイン、チーズ、特産食品の輸出が多い国々にとって、市場アクセスをめぐる協議と名称の権利をめぐる争いが重なるにつれ、この問題は一段と切迫している。