

地理的表示保護制度に基づく  
「いぶりがっこ」の一問一答集

(ver. 1)

令和2年2月

秋田県いぶりがっこ振興協議会

## 目 次

### (地理的表示保護制度)

- 問1 地理的表示保護制度とはどのような制度ですか。 1
- 問2 GI 制度に基づく「いぶりがっこ」の基準とはどのような内容ですか。 1

### (協議会への加入)

- 問3 協議会に加入したいのですがどうすればよいでしょうか。 2

### (先使用权)

- 問4 GI 制度に基づく「いぶりがっこ」以外は「いぶりがっこ」の名称を使用することができなくなりますか。 2
- 問5 先使用による「いぶりがっこ」商品について、規格（重さ・形状）を変えた商品を販売する場合、これも先使用にあたり「いぶりがっこ」として販売してよいですか。 2

### (加工品の取り扱い)

- 問6 「いぶりがっこ」を原材料にして新たに加工食品を製造・販売したいのですが、商品名に「いぶりがっこ」の名称をつけて販売してもよいですか。 3
- 問7 GI 制度に基づく「いぶりがっこ」を原材料にした加工品にはGI マークを貼付してもいいでしょうか。 3
- 問8 GI 認証の「いぶりがっこ」とそれ以外の製造方法による「いぶりがっこ」を原材料として加工品を製造・販売する場合、GI 認証の「いぶりがっこ」の使用割合はありますか。 3

### (飲食店等での対応)

- 問9 飲食店等で「いぶりがっこ」をメニューとして提供する場合はありますか。 3

### (量販店等での対応)

- 問10 スーパーなどの量販店や小売店では、GI マークのついたものとそうでない「いぶりがっこ」の両方を販売することになりますが、消費者が混同しクレームの原因となることはないでしょうか。 3

(地理的表示保護制度)

問1 地理的表示保護制度とはどのような制度ですか。

答：

- 地域には長年培われた特別の生産方法や気候・風土・土壌などの生産地の特性により、高い品質と評価を獲得するに至った産品が多く存在しています。これら産品の名称(地理的表示)を知的財産として保護する制度が「地理的表示保護制度」(以下「GI制度」又は「GI」と表示します。)で、産品を生産・製造する団体等が国(農林水産省)に申請し登録されたものが当該制度の保護対象となります。登録されたGI産品の不正使用に対しては、国が取締りを行います。
- なお、真正なGI産品及びその包装等については、GIマークを貼付することが可能となります。
- 「いぶりがっこ」の場合は、「秋田県いぶりがっこ振興協議会」(以下「協議会」とします。)が申請団体となり登録されたもので、一定の製造基準を満たしたものがGI制度に基づき「いぶりがっこ」という名称の表示ができます。

【GIマーク】



問2 GI制度に基づく「いぶりがっこ」の基準とはどのような内容ですか。

答： 協議会に加入し、以下の基準に基づき製造したものがGI制度の「いぶりがっこ」となり、これらをカット(ハーフ、スライス、チップ)したのも対象となります。

なお、他の原料等を加えた加工品については、GI制度の製造基準を満たした協議会の団体会員に所属した事業所の「いぶりがっこ」を使用しなければ商品名には「いぶりがっこ」の名称を使用することはできません。(「いぶりがっこ」の先使用については問4参照)

(原材料)

国内産の大根を用いる。

(燻し)

「ナラ」や「サクラ」等の広葉樹を用いて、昼夜2日以上燻す。

(燻し大根の仕入れ)

燻した大根を仕入れる場合は、上記の原材料及び燻しの方法で燻した大根であること。

(漬け込み)

燻し終えた大根は、ぬか床に40日以上漬け込み、低温で長時間発酵・熟成させ製品とする。仕込みにあたって使用する添加物は、自然由来のものを基本とし、以下の食品添加物(甘味料としてのサッカリン及び塩類、着色料として食用黄色4号および食用黄色4号アルミニウムレーキ、保存料としてソルビン酸およびその塩類)を用いないものとする。

(その他)

秋田県内のメーカーであり、秋田県いぶりがっこ振興協議会に参画したメーカーの商品であること。

(協議会への加入)

問3 秋田県いぶりがっこ振興協議会に加入したいのですがどうすればよいでしょうか。

答： 協議会に参加する場合は、協議会を構成する3団体(※)のいずれかに加入するか、複数の団体または企業が連携して新たな組合等を設立して協議会に加入するかのいずれかの方法で加入することが可能です。詳しくは事務局である秋田県中小企業団体中央会(018-863-8701)までお問い合わせください。

※ 協議会を構成する3団体

・秋田いぶりがっこ協同組合、・秋田県漬物協同組合、・横手市いぶりがっこ活性化協議会

(先使用)

問4 GI制度に基づく「いぶりがっこ」以外は「いぶりがっこ」の名称を使用することができなくなりますか。

答：

- 「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律」に基づき、登録された製品のブランド保護を図るため、生産基準(問2参照)を満たさない商品に「いぶりがっこ」又はそれに類似する名称を使用した者に対しては、行政による取締りの対象となり、違反した場合には罰金等が課せられることとなります。
- ただし、協議会会員ではない者で、「いぶりがっこ」のGI登録の日(令和元年5月8日)よりも前から、「いぶりがっこ」の名称で販売していた商品については、販売されている実態が証明できる場合、「いぶりがっこ」の名称使用が認められる場合があります(「先使用」といいますが、先使用が認められた場合でも「いぶりがっこ」の使用は令和8年5月7日までとなり、この間に該当する商品を、「いぶりがっこ」と非類似の名称(例えば「いぶり漬け」、「いぶり大根」などが想定されます。)に改善することが必要です。
- なお、令和8年5月8日以降は、県内で生産された先使用品についてのみ「GI登録産品ではありません」などの表示があれば、引き続き「いぶりがっこ」の名称で販売をすることができます。

問5 先使用による「いぶりがっこ」商品について、規格(重さ・形状)を変えた商品を販売する場合、これも先使用にあたり「いぶりがっこ」として販売してよいですか。

答： 原則として、商品の形状やパッケージ等が変わっても商品の成分が変わらないと認められる場合には先使用に該当すると考えられます。一方、味付け・レシピなどの配合を変更する場合は、新商品として先使用には該当しないと判断されるため「いぶりがっこ」という商品名での

販売は認められません。

また、先使用による「いぶりがっこ」商品が販売会社が別会社名で販売される場合も、中身は「いぶりがっこ」であるため、先使用で認められた「いぶりがっこ」として販売することができる。7年後の商品の取り扱いは、問4による。

#### (加工品の取り扱い)

問6 「いぶりがっこ」を原材料にして新たに加工食品を製造・販売したいのですが、商品名に「いぶりがっこ」の名称をつけて販売してもよいですか。

答： GI法上、加工品の名称に「いぶりがっこ」を使用する場合は、GI登録された「いぶりがっこ」を使用することが明確化されており、非GI产品及び先使用（問4）による「いぶりがっこ」を原材料に使用したものや、大根パウダーとくん液などの合成によりいぶりがっこ風味を加えたものなどにより、GI登録後に新たに販売が開始された加工品には「いぶりがっこ」の名称を使うことができません（地理的表示保護制度登録等申請マニュアル Q&A 一覧 Q56 参照）。これは、県内、県外いずれの場合でも同様の措置となります。

ただし、加工食品の名称に「いぶり漬け」や「いぶり大根」等を使用する場合は、この限りではありません。

問7 GI制度に基づく「いぶりがっこ」を原材料にした加工品にはGIマークを貼付してもいいでしょうか。

答： 加工品には、真正な「いぶりがっこ」を使用している場合であっても、GIマークを貼付することはできません。

GIマークは、あくまでも真正なGI産品である「いぶりがっこ」にのみ使用が可能です。

問8 GI登録された「いぶりがっこ」とそれ以外の製造方法によるたくあん漬けを原材料として加工品を製造・販売する場合、「いぶりがっこ」の名称を用いることは可能ですか。

答： GI登録された「いぶりがっこ」とその他のたくあん漬けを混合して加工品を製造・販売することは可能ですが、その場合は「いぶりがっこ」の名称を用いることはできません。

#### (飲食店等での対応)

問9 飲食店等で「いぶりがっこ」をメニューとして提供する場合の注意点はありますか。

答： メニューに「いぶりがっこ」の名称を付して提供できるものは、GI制度に基づく「いぶりがっこ」か先使用によるもののいずれかの場合に限られます。また、「いぶりがっこ」を調理したもの、例えば「いぶりがっこ」とチーズを組み合わせたものや、料理の具材として「いぶりがっこ」を使用したものに「いぶりがっこ」の名称を使用する場合は、加工品と同様にGI登録された「いぶりがっこ」を使用したメニューに限られます。

なお、料理にG I登録された「いぶりがっこ」以外の名称の商品（「いぶり漬け」や「いぶり大根」等）を使用する場合は、メニューにその名称を記載すれば特に問題はありません。

（量販店等での対応）

問10 スーパーなどの量販店や小売店では、G Iマークのついたものとそうでない「いぶりがっこ」の両方を販売することになりますが、消費者が混同しクレームの原因となることはないでしょうか。

答： 「秋田県いぶりがっこ振興協議会」では、G Iマーク商品が多く出回る本年3月以降、ホームページでの説明、消費者やバイヤーの方々に向けた説明用リーフレットや店頭ポップ等の制作を計画しており、今後、丁寧な説明を心がけて、できるだけ消費者が混同しないような取り組みを進めてまいります。