

【講演1】

品種経営の必要性 一クラブ制を中心について
弘前大学 教授 黄 孝春

「種子を制するものは世界を制す」。これはいうまでもなく育種の重要性を意味する言葉だが、しかし、世界を制すには種子や品種の商業化方式の重要性が勝るとも劣らない。

日本は早くから育種の重要性を認識して自主育種に着手し、果物ではふじ、シャインマスカット、幸水、不知火、あかつきなど代表的な優良品種を輩出してきた。新品種の商業化については、研究所あるいはそれを管轄する行政機関が普及すべき奨励品種と決定し、その生産を農家の選択にゆだねることにしてきた。その背景には果樹産業のサプライチェーンにおいて品種の重要性を認識し、それを「資材」として位置付け、その産地化を優先的に推進してきたことがある。つまり、品種、とくに公的研究機関によって育成した品種を一種の「公共財」として考える向きがあった。育成者権に関する種苗法が制定された後でも本質的な変化はなく、その保護活用を怠り、その延長線上に海外に違法持ち出され、栽培された果実が輸出市場で日本産と競合するなどの問題点が表面化している。

今後は新品種を「知財」として位置づけ、新品種の育成者権と商標権を軸に、いわゆる知財マネジメントを積極的に推進することによって、新品種の価値を最大限引き出し、創造→活用→収益という知的創造サイクルとともに、育種一生産一流通一消費という産業サプライチェーンの再構築が必要と考える。

現行の種苗法は「育成者権者は、品種登録を受けている品種及び当該登録品種と特性により明確に区別されない品種を業として利用する権利を専有する」とし、品種登録された品種を他人に販売や増殖等させる場合に、複数のものに対して利用権を設定できる通常利用権と、登録品種を独占的には利用する専用利用権があるという。

優良新品種を運営能力のある特定の業者に専用利用権を与えて新品種の価値を引き出すようなライセンスビジネスの構築が不可欠である。いま世界の果物業界においてライセンサーが育成者権、商標権の排他的使用権利を生産者や流通業者であるライセンシーに許諾し、ライセンシーは会員だけに限定して新品種の生産販売を行わせ、その商品のブランディング化を図り、その収益の一部をロイヤリティとしてライセンサーに支払うことを仕組みとする「クラブ制」が品種経営のモデルとして実践されている。

本講演はクラブ制を先導しているりんご産業を事例に「クラブ制」の導入経緯や仕組み、特徴などについて述べる予定である。

【講演2】

法制度の観点から見るクラブ制 — 育成者権・商標権との比較と活用方法
経済産業省 特許庁 産業財産権専門官 青木 貴美子

【要旨】

本講演では、農林水産物の高付加価値化や国際競争力の強化を目的に、農業者が活用できる知的財産制度の仕組みを解説します。

- ・新品種の育成者権や、ブランドを守る商標権の法的性質や効力を解説
- ・知財活用の具体的手法として「クラブ制」にも触れ、高付加価値化や模倣品防止の活用イメージを提示

制度を理解し、自らの產品価値を高めるための基礎知識を提供する内容です。

【概要】

農林水産物のブランド化や高付加価値化は、国内外の消費者に選ばれる產品づくりの重要な要素です。そのためには、新品種の開発やブランド管理など、知的財産制度を戦略的に活用することが求められます。

○ 育成者権

- ・新品種の開発者を保護する制度
- ・新品種を一定期間独占的に利用することができる権利
- ・生産者を限定して品質や生産量を管理可能

○ 商標権

- ・產品のブランドの名称・ロゴを独占的に使用できる権利
- ・消費者が特定の產品の品質や由来を識別可能とする権利
- ・ブランド信頼性向上や模倣品・混同防止に有効

これらの制度を理解することで、農業者は自らの產品やブランドを保護・活用し、差別化や消費者認知向上につなげることができます。

○ クラブ制の活用イメージ

- ・知的財産制度を前提に、高付加価値化を図る取り組みの一例
- ・育成者権及び商標権による知的財産を利用した契約関係により苗木から果実までの利用をコントロールし、ロイヤルティの確保
- ・育成者権や商標権を活用して產品の価値やブランドを維持・向上
- ・国内外の消費者への認知・評価向上や模倣品対策となる手法

本講演では、育成者権・商標権の制度的仕組みを中心に解説し、クラブ制の活用イメージを示すことで、農業者が知財を戦略的に活用し、產品の差別化や市場競争力の強化に役立てるための基礎知識を提供します。

【 講演3】

果樹クラブ制の現状と海外事例の紹介

宇都宮大学 特任准教授 櫻谷 満一

知財は、「保護」だけではなく有効に「活用」されてこそその価値が実現されるものであり、「保護」と「活用」の仕組み作りが重要である。植物品種で知財の「保護」と「活用」のシステムを構築している取組みとして、リンゴ品種のクラブ制がある。リンゴ品種のクラブ制では、新品種を開発した育成者が苗木業者、生産者等からなるクラブを組織し、当該クラブの会員のみに苗木の増殖や果実の生産を許諾して生産量を管理したり、一定以上の品質の果実のみに商標を付して販売することを許諾して、品質を管理したりブランド化を図る取組みが行われている。こうしたクラブ制では、育成者権と商標権を活用した品種の「保護」と「活用」の拡大が重要になる。

本セミナーでは、栽培面積が500ha以上のクラブ制リンゴ12品種の育成者権、商標権、知財マネジメント、ビジネスの特徴等を紹介し、そこから示唆される論点として、「商標の活用」、「ビジネスモデル」の視点から考察を行う。特に「商標の活用」については、品質管理の重要性に注目する。「ビジネスモデル」については、クローズド戦略（Managed variety）を採用する場合、「自己完結タイプ」、「分業タイプ」、「外部委託タイプ」があること、また、苗木生産～果実生産～集荷～販売、のどこまで関与するかによって「垂直統合モデル」と「生産管理モデル」に分けられることを示した。さらに、公的機関では、資金、人員、マーケティングに制約があり、クラブ制の運用にはパートナーが必要であること、海外においてはパートナーを通じた違法栽培の監視、対応も重要な役割になること、パートナーの選定においては、①栽培地域の選定、②地域は全世界か、各国ごとか、③委託する業務範囲（分業タイプか、外部委託タイプか）、④サプライチェーンのどこまで関与するか（垂直統合モデルか、生産管理モデルか）を検討する必要があることを示した。

近年、海外流出防止の観点から、有識者の検討会や国において提言や指針が示されているが、その内容は、“海外流出防止の観点からも育成者権を適切に活用しつつ保護していくいくという発想が必要”、“意図しない海外流出ではなく、管理された海外生産”、“ライセンス先による侵害監視”、“日本産の輸出の端境期を海外ライセンス生産で補完して周年供給を実現”といったことが示されている。クラブ制は、苗木生産者や果実生産者を限定することから、苗木管理や意図しない流出防止に有効であり、また、分業タイプや外部委託タイプをとることで、ライセンス先による侵害監視が機能することも期待される。