

Nice to meet you.
初めまして、
Intellectual Property 
農林水産 関連 の
● Agriculture, Forestry
知的財産 です
and Fisheries. 

農林水産分野の知的財産テキスト（入門編）

社団法人 農林水産先端技術産業振興センター（略称STAFF）

Society for Techno-innovation of Agriculture, Forestry and Fisheries

〒107-0052 東京都港区赤坂1-9-13三會堂ビル7階

TEL.03-3586-8644 FAX.03-3586-8277

STAFFホームページ <http://web.staff.or.jp/>

企画・制作：（株）パーティ・フー

「知的財産」を使った

「攻めの農政」が

始まっています。

これからの日本の農政は、
今までの常識を打ち破ること。
新たな価値を創造すること。

その観点から、食料・農業・
農村政策の見直しが行われ、
「攻め」の発想と積極的な取り組みが
推進されています。

例えば、消費者の視点に立つこと。

住民や企業と価値を共有すること。
地域や農業従事者のやる気や創意工夫
を後押しすること。そして、国際的視
点を踏まえた農政を展開すること。

もともと海外における日本の農林水
産物・食品は、「高品質」「高付加価値」
「安全・安心」というイメージがあり、
その技術力・開発力についても、国内
はもとより世界的に認められています。

世界的な「日本食ブーム」の今、積
極的に輸出拡大を行うことで日本

食についての「日本ブランド」が確立し、
広く海外へと展開できる可能性があり
ます。

ここで、重要な役割を果たすのが「知
的財産」です。世界に誇れる「日本の
農林水産分野」の高い技術力・開発力
や、農林水産物・食品のブランド力な
どを「知的財産」として保護し、活用
していくことが、日本の産業の活性化
につながるものと期待されているのです。



知的財産とは? — 4P

育成者権 — 8P

品種保護 Gメン — 10P

活用事例 りんご「大紅栄」 — 11P

活用事例 リンドウ — 12P

活用事例 カランコエ — 14P

活用事例 初恋草 — 15P

商標権 — 16P

活用事例 いちご「あまおう」 — 18P

活用事例 夕張メロン — 20P

地域団体商標 — 22P

特許権 — 24P

活用事例 セサミン — 26P

活用事例 アミノアップ — 28P

活用事例
大豆多糖類開発 — 29P

おしゃべりまめ知識コーナー — 30P

4 ～ 7 P

農林水産分野における
知的財産について

8 ～ 15 P

日本の農林水産業の
未来を支える大事な権利

16 ～ 23 P

安心、信頼を
保護する権利

24 ～ 29 P

ひらめきと
努力に応える権利

知的財産とは？

育成者権

商標権

特許権

知的財産とは 人間の知的活動から 生み出される創造物です。

それは

「人間の財産」でもありません。

例えば、音楽や絵画、小説といった、作家や芸術家たちによって作られるもの。あるいは、科学的発見や理論、研究・開発活動の結果生み出されるもの。こうした、人間の創造的活動から生み出されるものはすべて「知的財産」と総称されます。

また、毎日さまざまな場所で見かけるお店や商品のロゴマーク、ブランド名などもまた「知的財産」の一種です。



形がなく、目に見えない「知的財産」。

いわゆる「財産」と呼ばれるものは、お金、土地、建物などの目に見えるもの。自分のものだという証明も、簡単にできます。一方「知的財産」は、アイデアや技術という、目に見えないものがほとんど。だから、真似されたりコピーされたりしても、自分が考えたものだとは証明するのは難しいことです。

そこで、知的財産を権利化し、権利を持つ人に独占権を付与する

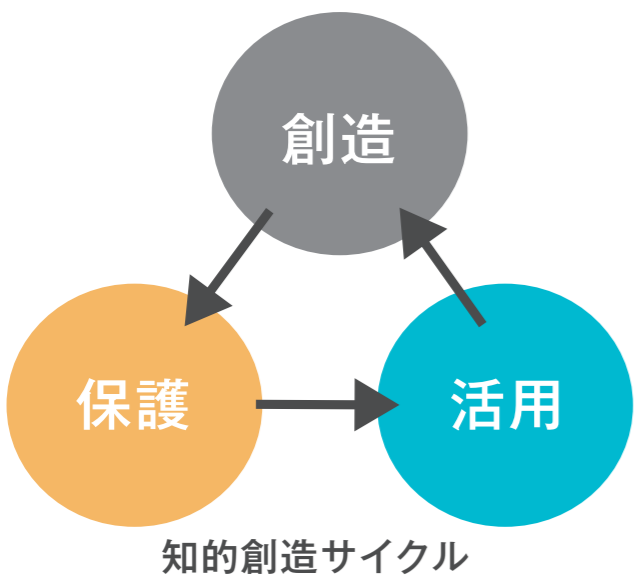
制度が整備されてきました。例えば、発明は「特許権」として、デザインは「意匠権」として、ロゴマークは「商標権」として、音楽や小説は「著作権」として、権利を持つ人が自由にその権利を使うことができるようになるのです。しかも、類似品や盗作に対しては使用の差し止めを要求したり、損害賠償を請求することもできます。

さまざまな知的財産権

権利（法律）	目的	特徴	
知的創造物についての権利	特許権 (特許法)	発明を保護	出願から 20 年保護
	実用新案権 (実用新案法)	物品の形状などの考案を保護	出願から 10 年保護
	意匠権 (意匠法)	物品のデザインを保護	登録から 20 年保護 ※平成 19 年 4 月 1 日～
	著作権 (著作権法)	文芸・芸術・美術・音楽・プログラム等の精神的創作物を保護	死後 50 年保護 (法人は公表後 50 年、映画は公表後 70 年)
	回路配置利用権 (半導体集積回路の回路配置に関する法律)	半導体集積回路の回路配置の利用を促進	登録から 10 年保護
	育成者権 (種苗法)	植物の新品種を保護	登録から 25 年保護 (樹木等の永年性植物は 30 年)
	営業秘密 (不正競争防止法)	ノウハウや顧客リストの盗用など不正行為を禁止	
営業標識についての権利	商標権 (商標法)	商標を保護	登録から 10 年保護 (更新も可能)
	商号 (商法)	登記された商号を保護	
	商品表示、形態等 (不正競争防止法)	・原産地などの虚偽表示 ・商品形態のデッドコピー ・ドメインネームの不正取得など	

「知的創造サイクル」が、 産業・文化を活性化。

知的財産の理想的な形は、「創造」によって生み出された知的財産を権利化して「保護」し、その知的財産を商品やサービスなどに「活用」し、そこで得られた収益をさらに新たな知的財産の「創造」に投資する、という循環サイクル。「創造」「保護」「活用」が継続して循環することにより、産業の発達や文化の発展に寄与することになります。



農林水産分野における 知的財産

農林水産業・食品産業分野でも、
知的財産を権利化し、積極的に活用できる
環境が整いつつあります。

日本の農林水産業の
未来を支える大事な権利

育成者権 いくせいしゃけん

植物の新品種を品種登録すること
で、その育成者に育成者権を与
えて保護する制度です。登録され
た品種の種や苗はもちろん、その
種や苗からできた収穫物、及び加
工品の一部までが「育成者権」に
より保護されます。

年々増加する海賊版作物に対
抗するために設置された「品種保
護Gメン」をはじめ、海外におけ
る権利侵害に対する支援も強化さ
れています。また、登録品種表示
マーク「PVPマーク」の普及活
動など、育成者権の様々な啓発活
動も行われています。

安心・信頼を
保護する権利

商標権 しょうひょうけん

食品の名称やロゴマークなど、商
品やサービスに使用する「商標」
を保護する権利です。2006
年には「地域団体商標制度」が
施行され、「地域名+商品名」か
らなる商標を保護・活用できるよ
うになりました。

こうした地域ブランドの普及に
より、地域産業の発展に貢献でき
るものと期待されています。

ひらめきと
努力に応える権利

特許権 とっきょけん

「発明」を保護する権利です。
農林水産物、機能性食品、新素
材などの生産・製造方法を独占
的に利用できる権利が与えられま
す。もちろん、最先端のゲノム解
析やDNA研究などのバイオテク
ノロジー関連技術も対象です。

今後もさらに多くの特許出願が
見込まれ、特許権を活用しての実
用化、商品化が期待されます。



日本の農林水産業の大切な財産

育成者権

日本の新品種に注目が集まっています。

育成者だけが持つ権利。

植物の新品種を育成した人が、品種登録をすることにより与えられる権利が「育成者権」です。育成者権（育成者権を持つ人）は、登録した品種の種苗や収穫物（例えば果実や切り花）などを独占的に

利用することができ、生産や販売を行ったり、権利を他人に譲渡することもできます。また他の人に生産する許可を与えて、使用料を受け取ることもできます。日本での登録出願件数は年々増

える傾向にあり、世界で毎年、出願される数の10%以上を占めています。出願から登録までには平均3年ほどの期間がかかっています。その期間を短くするための努力が行われています。

登録に必要な条件とは？

- 品種の登録には、
- ① 既存の品種と形状その他で明確な違いがある「区別性」。
 - ② 栽培した種苗からすべて同じものができる「均一性」。
 - ③ 何世代増殖を繰り返しても同じものができる「安定性」。
 - ④ 出願日までの1年（外国では4年・果樹等は6年）の間に種苗や作物を譲渡していない「未譲渡性」。
 - ⑤ 品種の名称が既存のものとはまぎらわしいものでない「名称の適切性」。
- 5つの条件を満たすことが必要となります。
- 新品種は、農林水産省へ登録出願後、約2〜3年の審査を経た後に登録され、育成者権が発生することになります。登録出願も年々増加の傾向にあり、2005年度には出願数1385件、登録数1110件に達しています。

高品質な日本の品種を守るために。

近年、日本で登録された品種がアジアなどの国で無断で栽培され、日本に逆輸入されるケースが増え、いんげん豆の「雪手亡」、いぐさの「ひのみどり」など、高品質で貴重な日本の品種が被害を受けています。長い時間と努力と莫大な費用をかけて開発した品種だけに、決して許される行為ではありません。そこで農林水産省では、こうした侵害から育成者権を守るため、数々の対策に取り組んでいます。

種苗管理センターに設置された「品種保護Gメン」「相談窓口」の設置もその一つ。そのほか、農林水産省種苗課では、ホームページでの登録品種情報の提供、DNA解析による品種識別技術の開発支援、さらにはアジア等諸外国への制度整備の働きかけ、海外における育成者権の保護や適切な許諾締結支援なども積極的に進めています。

UPOV 条約

育成者権の保護を世界的に決めた条約があります。それが「植物の新品種の保護に関する国際条約」、通称「UPOV（ユポフ）条約」です。1961年にパリで採択され、1991年には、権利の強化を内容とする改正が行われています。

その目的は、新しく育成された植物品種を各国が共通の基本原則に従って保護することで、優れた品種の開発・流通を促進し、各国農業の発展に寄与すること。日本は1982年に加盟、2007年1月現在、63カ国が加盟しています。

中立・公正な立場で育成者権を保護し、侵害対策を担う、心強い専門家がいます。

育成者権の正しい知識を伝える、

品種保護Gメン。

育成者権の円滑な
保護・活用を支援。



権利者が購入した侵害疑義物品を封印しているところ

種保護Gメン」こと品種保護対策
役です。

中立・公正な Gメン活動。

- 品種保護Gメンが行う主な活動は、
- 1 育成者権侵害対策のための相談や助言。
 - 2 情報の収集と提供。
 - 3 比較試験やDNA分析などによる品種類似性試験。
 - 4 侵害状況の記録。
 - 5 証拠品保管のための種苗等の寄託。
- 以上の5つに集約されます。権利者等からの依頼を受けて行動しますが、品種保護Gメンはあくまでも中立・公正な立場で活動を行っています。

育成者権の活用事例

青森発、 国際派のりんご 「大紅栄」。

片山りんご(株)
大紅栄



大きいサイズが好まれる中国で
人気を博している、
大玉のりんごです。

世界に誇れる、 青森の新品種。

400〜600gという通常の倍ほどもある重さの大玉のりんご「大紅栄」。りんご育成の名人、工藤清一さんによって育成され、青森県の「片山りんご株式会社」で栽培されています。

肥料は、天然の土壌改良剤。そして、太陽の光を十分に浴びせて味を良くする「無袋栽培」により、安全性と品質にこだわったりんご作りを実践しています。また、栽培から販売までをすべて自園で行うことで、品質の管理を徹底しています。

国により、人気のリンゴが違ふことに注目。各国での人気のリンゴを研究し、育成を行っています。

ポイントスタディ

中国でも 人気の大紅栄。

1999年よりイギリスをはじめとするヨーロッパで、2004年には中国で、りんごの販売を始めました。7cmほどの小玉に人気があるヨーロッパと違い、中国では「大きいものほど売れる」という傾向があります。とくにりんごが売れるのが春節（旧正月）です。中国では、年一度のボーナスが春節前に支給されることもあり、また春節にりんごを食べるとその年健康に過ごせるという言い伝えもあり、1個約2700円と高価な大紅栄も完売してしまいます。大玉の大紅栄の場合、とくに温度管理など輸送時の品質管理にも細心の注意を払い、クレーン等が発生しないよう対処しています。



リンドウ世界交流・花交流。

ニュージーランドでも委託生産され、国際ブランド化に向けた取組みが展開されています。

「リンドウ生産日本」の名誉を守るために。

ブルーやピンクなど鮮やかな花に人気のある「リンドウ」。その生産地として知られるのが、岩手県八幡平市安代地区です。1972年から本格的なリンドウの栽培が開始され、やがて新品種「いわて」が誕生。1985年には、岩手県のリンドウの出荷数量が長野県を抜き、日本一となりました。

八幡平市では、リンドウの新品種の利用は市内の生産者に制限しています。また日本における販売権（独占利用権）を「有限責任中間法人安代リンドウ開発」が持つことで、市外への品種流出を防ぎ、育成者権の保護に努めています。

岩手県八幡平市
リンドウ

地域ブランドから、世界ブランドへ。

安代リンドウは、日本と季節が逆になるニュージーランドでも委託生産されています。一年を通してリンドウが供給できるように、日本向けの「赤い花のリンドウ」など共同開発による新品種を育成するなどの成果が期待されています。

EUでは「ラブリアシロ」など数種類のリンドウの品種登録を済ませました。さらにオランダへの輸出、そしてチリで生産してアメリカへの輸出を目指すなど、国際ブランド化への取組みが着々と進められています。

ポイントスタディ

リンドウの新品種の利用エリアを制限し、日本における販売権（独占利用権）を持ち育成者権の保護と活用を図っています。また、海外への輸出に伴う無断増殖等に対抗するため、国の補助金を活用し、DNA分析技術を開発しています。



ニュージーランドの生産者との交流



ニュージーランドと共同で、日本でも栽培可能な赤いリンドウの品種を開発中

コラム 安代リンドウのオリジナル品種

濃いブルーの「安代の夏」と「安代の秋」は、お盆と彼岸の主力品種。ピンクの花では「メルヘンアシロ」「ラブリアシロ」、白い花では「サマースノー」「オータムスノー」「クリスタルアシロ」、そのほか花の咲く時期により「安代の初秋」「安代の星彩」「シャインブルーアシロ」など数多くの品種があり、現在も次々と新しい品種が誕生しています。





花工場で生まれる 「カラシコエ」。

〔農法アルプガーデン
カラシコエ〕

”日本仕様”の
カラシコエを目指して。

高い生産効率と品質の均一化を実現した、この「花工場」。

日本人の好みに合わせた 新品種が次々と生まれ、 大量生産されています。

北アルプスのふもと、長野県穂高町で完全自動化によるカラシコエの栽培が行われています。オーナーは「アルプガーデン」の小林功さん。1960年代終わりに北アメリカ旅行の際、偶然カラシコエに出会い、140種はあると言われるその奥深さに魅せられた小林さんは、より多くの原種を集めるためカラシコエ育種の先進国、オランダとの交流を始めます。やがてたどり着いたのが、カラシコエ特有の強い色合いの花ではなく、日本人の好みに合うような中間色の花。今では「ホーホ」「メイテンス」などの新品種を次々に登録出願しています。

最大の特徴は、回転ベンチ（栽培棚）の採用。鉢植えの花をベンチに乗せ、移動・回転させながら栽培する方法で、栽培面積の省スペース化を実現しました。また給水や殺菌・殺虫剤の散布、栄養補給なども容易になり、大幅な省力化にも成功。さらに地下水の熱エネルギーをビニールハウス内に導き入れる「ウォーターカーテン」のシステムを独自に開発するなど、温度管理も徹底しています。



省スペース・省力化に成功したアルプガーデンの「花工場」

育成先進国オランダとの交流で多くの原種を収集。日本人好みの新品種を次々に育成し、品種登録。新品種はシステム化された「花工場」で、均一に、効率的に生産されています。

ポイント
スタディ

野生の花から 55品種の初恋が 生まれました。

思いを一つにする
4人の園芸家たちによる
品種育成の成功例

T.I.U.
初恋草



原種「レシュノルティア」



オーストラリア生まれ、
日本育ち。

新品種の
商品化システム。

ポイント
スタディ

“オンリーワン商品”開発を目指し、おしゃれな「初恋草」の品種を育成。そして35品種の「初恋草」を生産しています。

白、赤、オレンジ、ブルーなどの豊富な花の色と、小さな蝶のような花の形が可愛らしい「初恋草」。もともとはオーストラリアに自生する「レシュノルティア」を品種改良したもので、福岡県久留米市田主丸町^{たぬまる}の4人の園芸家グループ「T.I.U.」が名付け、生産しています。初恋草の商品化に成功したのが1996年。他にはない、オンリーワン商品の開発を目指し、1998年「T.I.U.」を設立。現在までに登録・出願された品種は55品種、生産品種は35品種43アイテムにのぼっています。生産量は年間50万鉢に及び、全国生産量の9割をT.I.U.が占めています。

このグループでは、在来種のほか、オセアニア、南アフリカ、ヨーロッパなどから幅広く植物素材を収集しています。収集した植物は、形態・生態特性、自生地環境などを詳しくチェックし、新しい商品としての可能性を判定し、具体的な商品開発に向けた研究開発が始まります。オリジナル品種の育種と栽培試験、生産ライン作りや省力化のための機械開発などもあわせて進めます。そして、いよいよ、テスト販売に向けて販売戦略を練り、販売促進活動が展開されます。このようにして、オンリーワン鉢物の商品化を進めていきます。地域の仲間達と生産を行うことによって、他産地との競争を避け、安定した生産活動を行っています。

企業や商品の「顔」となる、

商標権

商品やサービスのブランド化を推進・支援し、商標を保護する権利です。

どいでも目にする「商標」。

商標とは「文字」「図形」「記号」などで構成されるマークのことです。洋服や家電製品、お店など、私たちが毎日のように利用する商品やサービスなどのあらゆるものにメーカー名やブランド名、マークが入っていますが、これらはすべて「商標」と総称されます。

「商標」は目印。

その安心感・信頼感が高まるにつれ、企業イメージも向上。

私たちが一度、商品を購入したり、サービスを利用して、大変よいものだったと満足したとき、また、次の機会にも、同じものを購入したり、同じサービスを利用したいと考えます。そういったとき、メーカー名やブランド名などの「商標」が、次の購入のときの目印になります。類似商品があった場合にも、「商標」を目印にして間違えることなく、私たちが購入することができるようになるのです。

そして、その商品への安心感・信頼感が高まり、知名度が増すと、さらにはその商品を作っている企業のイメージが向上します。今度は、この企業の商品を買いたいと思わせるような効果も出てくるのが期待されます。いわば、「商標」は企業や商品の顔として、大きな役割を果たしているのです。

権利は半永久的。

商標を特許庁に登録すると「商標権」が与えられます。商標権者つまり商標権を持つ人や企業は、その商標の独占権を持つこととなります。それにより、他者はこれとまぎらわしい商品名、マークなどが使えなくなるため、類似品の発生を防ぐことができます。万一、登録商標を他者が勝手に使った場合は、商標権者は権利を侵害されたものとし損害賠償を請求することができます。

商標権の有効期間は登録日から10年間。ただし、申請することでも何度でも更新が認められるため、実質、半永久的に権利を持ち続けることができるのです。

地域団体商標

小田原蒲鉾、長崎カステラなど、「地域名+商標名」の組合せによる商標について、これまで地域で知られるようになったものについては、一企業でなく、その地域にある農協や業界団体などが、「地域団体商標」として商標登録できるようになりました。

わが国では、各地域において、特徴のある食べ物や工芸品など、素晴らしい特産品を生み出しています。その名称に地域名が付されている場合、消費者は、地域名を含めて、それらの名称をブランドとして認知します。

「地域団体商標登録」として登録することにより、他者が、そのブランドに便乗することを防げます。ブランドの独占的な利用は、その地域イメージの向上にもつながり、地域産業の活性化も促します。

あかい・まるい おおきい・うまい、 「あまおう」。

福岡県農業総合試験場
あまおう

福岡生まれのいちごの新品種が、
世代交代を経て、世界に飛び立ちます。

「とよのか」から「あまおう」へ。



真っ赤な色とツヤのある輝きが特徴のいちご「あまおう」。「あまおう」は商標登録されています。福岡県農業総合試験場で育成された新品種で、当時、県内で栽培されていた「とよのか」の後継品種として、2005年に別の名称で品種登録されました。「とよのか」はかつて「東の女峰、西のとよのか」と呼ばれるほど人気を博し、1993年には、福岡県がいちご生産額日本一になりました。ところが、その後は生産農家の減少

とともに栽培面積も年々減少。以来、「とよのか」に代わる福岡県独自の新品種が待ち望まれていたのです。

名称は一般公募で決定。

品種登録の名称は「福岡S6号」でしたが、広く愛される品種として育てるため、愛称を一般から公募。その結果、「あかい・まるい・おお

きい・うまい」の頭文字を並べたという「あまおう」に決定しました。この愛称は、販売を担当する「JA全農ふくれん」が2002年に商標登録を済ませています。

品質の維持と品種の保護。

大きさや色はもちろん、食感のよさと濃厚な味わいにより、「あまおう」はすぐに評判となりました。この優れた品質を維持していくため、生産者と県は一体となって栽培方法の改善に努めています。研修会や対策会議のほか、栽培の手引き、栽培カレンダー、生産流通マニュアル、病害虫防除の手引きなど各種技術資料による指導や情報提供が徹底して行われています。

また、福岡県は農産物の育成者

コラム 中国でも品種登録へ

2006年11月、「あまおう」の中国での品種登録出願が公表されました。今後、品種登録されると、中国国内での種苗の生産販売には福岡県の許可が必要となり、無断で行われた場合は損害賠償の請求が可能になります。アジアにおける育成者権とブランド保護の、さらなる強化につながるものと期待されています。

権の保護・侵害防止を図るために、2003年3月「福岡県農産物知的財産戦略」を策定し、県農業総合試験場内に「福岡県農産物知的財産権センター」を設置しました。さらに、違法栽培などの権利侵害の監視や情報収集などを行うため、全国に呼びかけて「農産物知的財産権保護ネットワーク」を発足。現在、31道府県が参画し、活動しています。

ポイントスタンプ

品種登録名は「福岡S6号」ですが、販売普及にあたっては、広く親しみがあり、おいしそうなお愛称として「あまおう」を公募で採用し、商標登録をしています。





「夕張メロン」は、 1日にしてならず。

〈JA夕張市 夕張メロン〉

炭鉱の町から メロンの町へ。

オレンジの果肉が鮮やかな「夕張メロン」。北海道夕張市を代表する特産品として全国的に知られていますが、もともと夕張市は炭鉱の町でした。やがて石炭産業の停滞とともに閉山が相次ぎ、市は新たな産業開発に着手しました。その一つが、メロン栽培です。山岳に囲まれ、標高も高く、また朝晩の寒暖の差が大きいこの地は、良質なメロンの栽培に適していたのです。

1960年には「夕張メロン生産組合」が発足。スパイシー種とアールスメロンを交配した新品種「夕張キング」の開発に成功しました。

ポイントスタディ

「夕張メロン」が、ブランドとして高く認知されているのも、徹底した品質管理が行われ、商標権の管理体制がしっかりしているからです。

東京へ、 そして全国へ。 「夕張の財産」を 守り、育てるために。

夕張メロンが全国に広がるきっかけとなったのが、東京への進出です。1970年には空輸を使ったコンテナでの出荷が始まりました。当時のメロンは青肉が一般的で、夕張メロンのような赤肉は珍しく、「腐っている」という誤解による苦情も多かったようです。そのため、百貨店の店頭で食べ頃の時期や品質の確かさを説明するなど、対面販売を行いました。

こうしたきめ細かな対応が、夕張メロンのイメージと認知度を高めることにもなり、その後の宅配便の登場で全国へと普及していくことになるのです。

夕張メロンが全国的に有名になってくるにつれ、偽装シールを貼った偽物の夕張メロンが販売されるようになり、夕張市農協は大きな損失を被りました。これをきっかけに、マークやシール、名称を商標登録。夕張メロンというブランドの保護を徹底しています。

夕張メロン組合では、一代雑種の育成、栽培基準や出荷規格の作成、みづばちによる交配、技術改善など、徹底した品質の管理と指導を行っています。夕張市農協でも「夕張メロン担当普及員」を配置し、絶えず農家の相談に対応しながら栽培技術の向上に努めています。

地域が一丸となり、
細やかな管理と
徹底した保護対策で、
全国区ブランドを
守っています。

夕張メロンの商標



コラム 特許庁長官表彰を受章 夕張メロン

2006年、夕張メロンは「平成18年度特許庁長官表彰」を受賞しました。

「一元出荷全量共撰方式の確立、徹底した品質管理で首都圏百貨店への販売展開などを行い、高級メロンブランドを確立したこと」「規格外のメロンは果肉・果汁を使用した加工品にすることで有効活用し、ブランドをさらに浸透させることに成功していること」「普通名称化しないための積極的な取り組み、不正使用防止のために防護標章などを積極的に取得し、ブランドの保護を徹底していること」。以上が受賞のポイントで、商標を活用した優良企業として表彰されました。

地域の関係者の努力が、新しいブランドを生み出します。

産業発展のカギを握る、地域団体商標。

2006年より「地域団体商標制度」が始まりました。
 地場産業や農作物のブランド化を支援する制度で、
 地域経済の活性化が期待されます。

待望の、地域団体商標制度。

地域団体商標は「地域名+商品名」の組み合わせで登録することができます。ただし、「地域名」と商品の生産地や製造地は一定の関係性が必要で、また登録しようとする商標が周知されている必要があります。

これまでも「全国的な知名度」があれば「地域名+商品名」の登録は可能でしたが、あの夕張メロンでさえも全国に知られるようになるまでかなりの時間を要したため、その間は登録ができませんでした。この制度により、容易に商標登録が可能になったのです。

「おらが町のブランド」を全国へ。

地域団体商標の登録は「地域ブランド」への第一歩。その名称を付けた商品により、生産・販売をしている組合などの団体が活性化され、その団体に加盟している業者や業界も活性化され、ひいては地域の活性化につながるという効果が期待できます。また、それまで知名度が高くなかった地域でも、全国的に認知度やイメージを高めるチャンスとなります。

商標の「タダ乗り」を防止。

商品が広く認知されてくると、それに便乗した商品が現れることがあります。粗悪な品が出回ると、本物の商品だけでなくその地域名までもがイメージダウンとなり、大きな損失を被ることになってしまいます。地域団体商標制度に基づいて適切に権利行使することで、それらの類似品やニセモノから地域ブランドを守り、商品の価値を高める効果が期待されます。

高級魚に生まれ変わった「関あじ・関さば」。

大分県、佐賀県地域、漁協が三位一体となり、
 ブランドを確立。地域ブランドとして、
 品質の良さを提供し続けていくための
 創意工夫、努力を続けています。

今や全国ブランドとして名高い、大分県佐賀県地域の「関あじ・関さば」。漁は撒き餌を使わず、擬似餌かゴカイを餌に使った「一本釣り」。そして、暴れて身を傷めないよう、生け簀で泳いでいる魚を見て値段を決める「面買い」の方式を取り入れるなど品質を保つための工夫をしています。

最初の商標登録は1996年。一匹ずつ、尾に商標タグを付けて販売するなどブランド化に成功。それにより浜値も10倍以上に値上がりし、高級魚としての地位を築きました。

そして、2006年10月には、「関あじ」「関さば」として、地域団体商標登録されて、より幅広い保護ができるようになりました。



発明を守り、育てる、

特許権

産業の発展に貢献する、ヒラメキと努力に応える権利です。

新しいアイデアや技術はいち早く特許出願。

新しいアイデアや技術、いわゆる「発明」が登録されると「特許」となり、それを保護するための「特許権」が生まれます。特許権は、その発明を公開する代わりに、一定の期間、発明者に独占権を与えるものです。

特許権を持つ人だけが、その発明を自由に利用することができ、他者による類似商品の製造販売や技術の模倣を防ぐことができます。もし、同じ発明をした場合には、先に出願した人に特許が与えられ

ます。新しいアイデアや技術は、いち早く特許出願することが大切なのです。

新しいものだけが登録可。

特許の取得は、「自然法則を利用し」「技術的思想で」「創作で」「高度なもの」であることが条件となります。

自然界において見いだされる法則を利用したもので、過去に同じものがなく、容易に考えることができない、独創性のあるものだけが認められるのです。

特許庁では、これらの条件を満たした発明かどうかを審査して「特許」として登録することにより、その権利の保護を行っています。

技術の革新が目的。

特許が登録をされると、他者は無断で同じアイデアや技術での実施ができなくなります。一方で、新しい発明を多くの人に公開することで、そこからさらに新しい発明や改良が促されます。そして、次々と新しい発明が公開されることにより、競争力を高めることになり、技術の進歩が促されます。技術の進歩により、生産効率も向上し、産業の発展に貢献することになります。

特許権を有効活用

特許権を持つ人は、そのアイデアや技術を自由に使うことができます。その発明を自分で利用して製造・販売することもできますが、そのためには設備や費用など必要になります。そこで、この特許権を他人に貸したり、部分的に利用できる許可を与えて、特許使用料（ライセンス料）を受け取ることもできます。

ゴマの健康成分「セサミン」に注目し、商品化。

〈サントリー(株)セサミン〉

ゴマの持つパワーにいち早く着目し、特許・商品化を実現。



独自素材の開発により、特許出願。

サントリーは健康食品・健康飲料の分野でも事業展開をしており、独自素材の開発により、特許出願も積極的に行っています。その独自素材のひとつが、ゴマの健康成分「セサミン」。大学などの研究機関と共に、セサミンの研究を早くから行い、その成果を学会などで発表してきました。

ポイント
スタディ

ゴマの健康成分に注目し、商品展開まで見据えた基本的な特許を取得し、侵害品を排除しています。

基本的な特許をおさえ、侵害品を排除。

セサミンを含む飲料や食品についての基本的な特許をおさえ、侵害品の排除にも、積極的に取り組んでいます。他メーカーの類似品を発見したときには、中味分析を行い、その結果、特許侵害にあたるものと判断した場合には、弁護士等を通じて、「警告書」を送付します。その内容は、製造販売行為の即時停止、在庫品の処分、損害賠償の支払い要求などです。このような要求に対して、相手側が応じないときには、東京地方裁判所に提訴するなどの対策を講じて、事業を保護しています。また、研究開発部門と知的財産部門が連携して、将来の商品展開を見据えた知的財産戦略をもって、研究開発から商品化に向けた事業を展開しています。



特許コーディネーター集団

2003年6月に農林水産大臣の認定を受け、農林水産技術情報協会の中に設立された「農林水産大臣認定TLO AFFTIS アイピー」。

農林水産省所管独立行政法人研究機関等の特許紹介、実施契約等の締結、共同研究や研修の斡旋、研究開発に対するニーズ調査のほか、研究機関・研究者の紹介や各種コ

農林水産大臣認定 TLO AFFTIS アイピー

ンサルティング、特許情報や特許戦略に関する講演会、シンポジウムの開催などを主な活動としています。

※「AFFTIS」は社団法人 農林水産技術情報協会、「アイピー」は知的財産 (Intellectual Property) をあらわします。



偶然の発見から 生まれた 農作物の 生育促進剤。

〈(株)アミノアップ化学
アミノアップ〉

「アミノアップ」の
独創的な研究・開発により、
世界のトップシェアを獲得しています。

「アミノアップ」の 始まりは偶然から。

農作物の生育促進剤「アミノアップ」。その歴史は、個人営業の「北海道飼料研究所」の創始者だった小砂憲一さんが、家畜の担子菌体飼料廃液により変異した雑草を発見したことから始まります。研究の結果、飼料が醗酵する際、微生物（担子菌）の働きによって「サイトカイニン」という植物生長ホルモンが生産されることが判明しました。そこで、このサイトカイニンを大量生産する大型タンク培養システムを独自に開発し、「アミノアップ」として商品化に成功。
1984年、商品名にちなんで

ポイントスタディ

素材開発、生産システム、商品化に至るまでの全ての特許を自社で活用。商標権も取得し、ブランドイメージの維持と管理に努めています。

「株式会社アミノアップ化学」として設立しました。

すべての特許を 自社で活用。

アミノアップ化学では、すべての製品について特許権を取得し、自社で活用しています。開発のノウハウも非公開で、市場独占率はほぼ100%。製品の多くは併せて商標権も取得し、他社との競合を回避するとともに類似品を排除。ブランドイメージの維持と管理に努めています。

また、国内外の研究機関・医療機関とも共同研究を行い、その成果は学会や学術誌に発表されています。さらに、アメリカ、ヨーロッパ、アジア諸国及びオーストラリア等にて国際特許を出願中。開発された製品をこれらの国々に輸出し、世界的なシェアを確保しています。



おからから生まれる 「大豆多糖類」の特許が 新たな商品開発に つながっています。

おからを有効利用。

「不二製油」という食品素材メーカーがあります。油脂事業、製菓・製パン素材事業、大豆たん白事業と3つの事業を展開し、国内だけでなく世界7カ国にもグループ会社を有しています。
創業当初から着目している大豆たん白事業では、大豆たん白を作る際に出てくる「おから」から、新しい食品素材「大豆多糖類」を工業的に抽出することに成功し、その製造法の特許登録しています。

食品メーカーの 商品開発を 支える技術。

「大豆多糖類」は酸性乳飲料等のたん白質成分の沈殿を防いだり、ごはんや麺のくつき・硬化の防止などに使用されている素材です。不二製油は食品素材メーカーという性格上、食品メーカーの商品開発にこうした技術・素材を提供する、という形で事業展開しています。
今後は、シャンプーや洗浄剤、コーティング剤などへの大豆多糖類の応用も考えられており、こうした非食品分野における利用も、特許によつて保護されています。

独占事業としての 今後の課題。

現在、大豆多糖類の素材メーカーは不二製油1社のみです。これは特許により保護されていることが大きな要因で、用途面での自社特許も多く、競合会社の参入を抑制しているのです。
今後、さらに幅広い特許網を築くために、自社開発のみでなく、他社との共同開発も進めています。

ポイントスタディ

通常では廃棄していた素材「おから」から、新食品素材を工業的に抽出する技術開発に成功し、その製造法の特許登録。その後、関連する幅広い特許網を構築しています。

おからは、
不二製油(株)
大豆多糖類開発事業
変幻自在の価値を
生み出します。



おしゃべり まめ知識コーナー

知ってトクする、ためになる
知的財産まめ知識ページです。

植物を海外に 持ち出すときの注意点。

登録品種の種子や枝は、その植物を対象とした品種保護制度のない国に持ち出す場合、育成者権者の輸出許諾が必要となります。

2007年1月現在、すべての植物を保護対象としている国は38カ国。また一部だけを保護対象としている国は25カ国で、例えば中国では小豆、さくらんぼ、あじさいなどが、韓国ではいちご、みかんなどが保護対象外。これらの国にその種子や枝を持ち出す際は、育成者権者の輸出許諾が必要となります。

親しき仲にも大切なルール

登録品種の種子や苗の利用には、**十分な注意が必要です。**

登録品種の種子や苗を購入して栽培している農家の方は、その収穫物を次期作用の種子や苗として自分の畑で利用する場合(※)を除いては、採種した種子や苗を他の農家などに渡すことは、有償・無償を問わず、違反になります。

また、他産地からの見学者、研修に来た留学生などに、自分の畑にある穂木や採種した種子を渡すことも、違反となりますので、十分な注意が必要です。

※ただし、栄養繁殖植物のうち自家増殖が禁止されている植物、契約で自家増殖が禁止されている場合などは、自分の畑で次期作用に利用する場合でも、違反になりません。

知ってトクする

「和牛」も**重要な知的財産。**

「国産牛」は、牛の品種を問わず、国内での飼育期間が最も長い牛が該当します。一方、「和牛」は、「黒毛和種」、「褐色和種」、「日本短角種」、「無角和種」及びこれらの品種間の交雑種に限られています。

現在、農林水産省では、「和牛の遺伝資源は、関係者の長年の育種改良の努力によって優れた特性を備えたわが国の財産」という認識のもと、和牛の遺伝子特許の取得・活用、精液の流通管理の徹底などにより、和牛の知的財産の保護・活用を推進しようとしています。

登録品種をわかりやすく表示する取り組み

**登録品種表示普及へ向け法律改正へ。
マークやステッカーの活用。**

**登録品種表示の努力義務化と、
虚偽の品種登録表示の禁止。**

登録品種を利用する農家の方などが知らずに育成者権を侵害することがないように、種苗やその包装に登録品種である旨の表示の努力義務化を行い、種苗を売買する際に、その種苗が登録品種であるかどうかを容易に識別できるようにする国としての取り組みが進んでいます。また、登録品種でないものに紛らわしい表示をすることを禁止する「虚偽の品種登録表示禁止」も必要です。このため、現在、関係の法律の改正に向けた作業が進められています(2007年3月現在)。

制度の正しい理解と侵害防止に、 PVPマークの表示。

わが国の種苗関係6団体の自主的な取り組みとして、品種保護制度と育成者権の正しい理解と普及、育成者権の侵害を未然に防止することを目的に、「登録品種」や「品種登録出願中の品種」の種苗など

▼ PVP マーク



▼ EAC ステッカー



に、登録品種表示マーク(PVPマーク)を広く表示する取り組みが進められています。

※PVP: Plant Variety Protection (植物品種保護)の略

「輸出許可証(EACステッカー)」を添付して、**育成者権侵害を防止。**

わが国で品種登録されたカーネーションなどの切り花を中国などからわが国へ輸出する際には、「輸出許可証(EACステッカー)」を添付することによって、育成者権侵害切り花の輸入を防止するための民間企業の取り組みも行われています。

※EAC: Export Approval Certificateの略

知的財産ライブラリー もっとくわしく知りたい方に

● 知的財産に関するホームページ

<行政機関>

- 農林水産省 <http://www.maff.go.jp/>
- 農林水産省品種登録ホームページ <http://www.hinsyu.maff.go.jp/>
- 特許庁 <http://www.jpo.go.jp/indexj.htm>
- 内閣官房知的財産戦略推進事務局 <http://www.ipr.go.jp/>

<関連団体等>

- 社団法人 農林水産技術情報協会 AFFTIS アイピー <http://www.afftis.or.jp/IP/index.html>
- 独立行政法人 種苗管理センター <http://www.ncss.go.jp/index.html>
- UPOV (植物新品種保護国際同盟) <http://www.upov.int/index.html>
- 福岡県農産物知的財産権センター <http://farc.pref.fukuoka.jp/center/index.html>
- 社団法人 農林水産先端技術産業振興センター (STAFF) <http://web.staff.or.jp/>

取材・協力 (株)アミノアップ化学 / (農法)アルプガーデン / 岩手県八幡平市 / 大分県漁業協同組合 / 片山りんご(株) / サントリー(株) / (独)種苗管理センター / 園田・小林特許事務所 / T. I. U. / (社)農林水産技術情報協会 / 福岡県農業総合試験場 / 不二製油(株) / 夕張市農業協同組合