

研究ノート 本研究は複数の匿名レフェリーによる審査を受けたものです(日本地域政策学会 2023年3月)

知的財産権制度を活用した自治体が育成した農産物の名称の考察 —育成者権消滅後の地理的表示を活用した農産物のブランド化—

A Study on the Names of Agricultural Products Bred by Local Governments Using the Intellectual Property Rights System

小野関 智洋(群馬県庁)

Tomohiro ONOZEKI (Gunma Prefectural Office)

(受付日: 2022年10月24日 受理日: 2023年2月7日)

Abstract

The cases that local government has breed named with breeding line are increasing. They are the method that register the name of agricultural products by trademark law with post-plant breeder's right extinction. However, the effect is unclear. If geographical indications are used, it will be possible to create a brand using the breed name even after the breeder's right expires.

Keywords: geographical indications, agricultural products, brand, breeder's right

1. 研究の背景

1.1 農業分野の知的財産権制度の整備

農産物に使える名称保護に関する制度は、長らく品種育成した育成者を保護する種苗法の品種登録制度と商標を保護する商標法の商標登録制度の2つであった。しかし、商標登録制度では、地名等の一般的な名称を登録するには、高い周知性を求めており、地域に根付いた農産物は事実上、登録できない。

そこで、地域ブランドの保護を目的として2006年に商標法が改正され、地域団体商標制度が導入された。「地域名+商品名」の商標が登録できることになり、地域におけるブランド化に大きな影響があった(田中2014, p.149)。地域名がつくことで、公共性が加わり、農産物は地域産品として行政の地域活性化施策の一つの手段となったといえるだろう。

この地域団体商標制度は、商標法の改正により導入されたことから、その効果は名称の独占的使用であり、農産物の品質を保証するものではない。そのため、WTOの附属書の一つで知的財産権保護の国際的ミニマムスタンダードであるTRIPS協定で扱われている地理的表示(GI)保護制度の導入が求められていた。国は、2015年6月、品質、社会的評価その他の特性が産地と結びついている産品について、

その名称を知的財産として保護するGI保護制度を導入した。

現在、国では、2021年4月に「農林水産省知的財産戦略2025」を定め、「グローバル時代における知的財産の保護・活用」策として、種苗法等の適正な運用と、GIの登録や海外での知的財産権の登録による保護を掲げている。

1.2 各制度の概要

(1) 種苗法の品種登録制度

「種苗法は、農林水産物の新品種の保護を目的とする」(渋谷2014, p.11)。そして、品種を登録することにより、育成者権を取得し品種を業として利用する権利を専有する。育成者権の存続期間は25年(果樹は30年)である(種苗法第19条及び第20条)。

よって、他人は登録品種を許諾なく利用することはできない。許諾なく利用した侵害行為に対して、育成者権者は、差止請求や損害賠償請求ができる。

種苗法は育成者権を保護するものであり、名称である品種名は育成者権を取得するための品種登録の構成要素に過ぎない。品種の育成振興と種苗の流通適正化を図るため、登録品種を業として譲渡する場合には、登録品種の名称の使用を義務づけているように(同法第22条第1項)、品種の名称が周知され

ることを求めている。商標法やGI保護制度のように名称そのものを保護するものではない。

（２）商標法の商標登録制度

名称の保護は、知的財産権制度において、商標法が中心となって担っている。商標法は登録により商標権が発生する登録主義を採用している。登録したい商標は、指定する商品または役務ごとに登録する必要がある（商標法第6条第1項）。そのため、商標権の及ぼす範囲をあらかじめ検討しておく必要がある。商品または役務の固有名称、略称や広く使われることによって普通名称化したものなど、識別力を有せず、ある者に独占させることが不適切である一般的な名称は登録できない。

登録により商標権が発生すれば、「商標権者は、指定商品または指定役務について登録商標の使用をする権利を専有する」（同法第25条）ことができ、差止請求権、損害賠償請求権等により、他者による使用を排除することができる。

（３）地理的表示（GI）保護制度

この制度は、「特定農林水産物等の名称の保護に関する法律（以下「地理的表示法」とする。）」によって定められたものである。農林水産物等（地理的表示法第2条第1項）を対象とし、「地域と結び付きを有する特性を持つ地域ブランド製品の名称を『地理的表示』として、その生産地や品質等の基準とともに」（内藤2015,p12）登録する。GIは、生産地と特性が特定できる必要（どのような製品かがわかるような名称）がある（同法第2条第3項）。その特性は、確立したものであることが必要であり、伝統性の要件とされるおおむね25年の生産実績が必要とされる。また、生産者団体は、生産行程管理業務²⁾を適切に行う必要がある。そして、登録された基準を満たすもののみが、GIとして登録された名称を名乗ることができる。つまり、GIに登録されている農産物は、登録基準を満たした特性を有していることになり、品質保証につながる。このことは、品種の名前を定める種苗法や、名称の独占利用を認める商標法と異なる点である³⁾。

また、権利執行については、種苗法や商標法は、

私権であるため、最終的には権利者による訴訟により解決される。GI保護制度は、国が産地との結びつき及び品質について、承認するものであるため、不正などの違反行為について国が取り締まる。

本論文では、多くの自治体が農産物のブランド化に取り組んでいる状況の中で、自治体が育成した農産物を対象とし、ブランドの根本的意義である自己識別力を確保するための名称保護に関する知的財産権制度に着目する。

そこで、農産物の知的財産権制度に関する先行研究を見ていく。

2. 先行研究

櫻田（2016）は、商標登録のメリットとしてブランド化、模倣対策や使用料による収入の獲得がある一方、デメリットとして、他人による商標登録と普通名称化を挙げ、その対策として他人による商標登録の排除とブランドの管理の必要性を示している。

林（2015）は、種苗法による育成者権や栽培許諾、商標法による商標権と商標登録によるブランド戦略の特徴を示している。

浅野（2011）は、植物の品種の名称と収穫物や加工品の名称について、種苗法と商標法が交錯する点があることを指摘している。また、神崎（2015）は、種苗法の特徴を明らかにしながら、種苗法と特許法、種苗法と商標法の関係について論じている。

萱野（2017）は、登録までの期間の差を悪用し、品種登録出願の公示を見た者が、その名称を商標登録出願すると、先に品種登録出願がなされたにもかかわらず、商標登録が先になされ、品種名の変更を余儀なくされるいわゆる「商標の追い越し問題」の対策⁴⁾として、福岡県が商標名「あまおう」、品種名「福岡S6号」で登録したように、品種名を意味のない記号的な名称で出願し、商標登録でブランド価値がでるような銘柄とする戦略が推奨されているとしている。

原（2021）は、制度開始から6年が経過したGI保護制度について、登録者が受け身であることが多いことや事務手続きの負担軽減のため、生産者団体

へのサポート体制の充実を課題としている。

以上の先行研究では、種苗法の育成者権と商標法の商標権を農産物のブランド戦略に沿って活用する重要性が示唆されている。そして、知的財産権制度による名称の保護、どのような販売戦略を取るかというマーケティング、そして、ブランドの効果を継続させるためのブランドマネジメントの3点の重要性がブランド戦略の観点から説明されている。

しかし、自治体が育成した農産物の名称の知的財産権制度の活用について、統計的俯瞰的に取り上げた研究は見当たらない。

3. 本論文の目的、方法と意義

本論文では、自治体が育成した農産物の名称保護の事例について、品種登録、商標登録のメリット、デメリットを整理したうえで、自治体の取り組み事例を通して、名称保護の現状と課題を明らかにし、先行研究ではほとんど見られない GI を活用した課題解決の提案を行うことを目的としている。

本論文の研究方法は、種苗法と商標法の関係を整理し、実際の登録状況を調査する。さらに過去の関係者へのヒアリング状況をまとめ、考察を行う。

4. 自治体が育成した品種の名称登録の状況

4.1 種苗法と商標法による登録の違い

農産物の新品種の名称登録は、育成者権確保のため、種苗法に基づく品種名の登録が行われる。品種名は、その農産物の産地の名称、歴史や味、見た目の特徴を活かして検討されることが多いが、近年、品種名を記号的な名称で登録した上で、世間一般に流通させる農産物の銘柄を商標法に基づき商標登録するケースがある。

そこで、まず種苗法、商標法の登録要件を整理する。各法律の主な特徴は表1のとおりである。

なお、GIの登録は、伝統性の要件であるおおむね25年の生産実績が必要とされるため、育成された段階では、名称登録の選択肢に入らない。

種苗法、商標法ともに登録制度であり、先願主義を採用している。種苗法と商標法は、法の趣旨が異

なるため、併用は可能であるが、名称の共通使用はできない。名称保護の観点から重要な違いは、登録までに要する期間と登録後の保護期間である。種苗法は、品種の特性を栽培して確かめる必要があるため、数年を要する。育成者権は、保護期間後は消滅する。一方、商標登録は、登録までの期間が短く、また、更新をする限り、永続的に商標を使用できる。

表1 種苗法と商標法の特徴

	種苗法	商標法
保護対象	植物の新品種	名称(商標)
登録原則	現物主義	登録主義(一部使用主義)
出願	先願主義	先願主義
名称に関する登録要件	登録商標と同一・類似でないこと、出願品種に誤認混同を生じせないこと	自他識別力のない商標や公益性に反しない商標でないこと
審査	植物の比較が必要であり、現地調査や栽培試験を行うため、時間を要する	法律の要件適合性の確認のみため、比較的短時間
登録の効果	育成者権の発生	商標権の発生
権利内容	品種の業として独占的利用権	商標の排他的独占権
保護期間	登録日から25年(永続性植物は30年)	登録日から10年(更新可)
侵害行為への対応	差止め請求、廃棄等の請求、損害賠償	差止め請求、廃棄等の請求、損害賠償
その他	品種名の使用義務	

出所) 筆者作成

4.2 登録状況の変化

実際に品種登録の名称に記号的な名称が増えているのか農林水産省の品種登録データ検索を使用し、2011年10月から2021年9月までの10年間で農産物の商標登録の代表例として扱われる⁵⁾ いちご「あまおう」が商標登録される⁶⁾ 直前の2002年9月までの10年間に都道府県が育成した農産物で記号的な品種名を調査した⁷⁾。その結果、表2のとおり都道府県が育成した品種登録数の増加率に対して、記号的な品種名数の増加率が2倍以上であった。

表2 都道府県の育成品種登録数と記号的な品種名数

	都道府県が育成した品種登録数	記号的な品種名数
2011.10.1～2021.9.30	626	207
1992.10.1～2002.9.30	586	93
増加率	106.8%	222.6%

出所) 農林水産省品種登録データを基に筆者作成

さらに記号的な品種名数が特定の都道府県によるものではなく、全国的な広がりになっているのか確

かめるため、2011年10月から2021年9月までの期間について、5つ以上の都道府県が記号的な品種名として登録している植物名とその品種数をまとめると表3のとおりとなる。なお、表3の1992年10月から2002年9月までの期間は、比較対象として掲載したものであり、5つ以上の都道府県が登録している植物は、稲以外はなかった。

表3 記号的な品種名の登録都道府県数と登録品種数

	稲		イチゴ		キク		ダイズ		ウンシュウミカン	
	都道府県	記号的な品種	都道府県	記号的な品種	都道府県	記号的な品種	都道府県	記号的な品種	都道府県	記号的な品種
2011.10.1～2021.9.30	14	22	13	19	6	17	6	8	5	7
1992.10.1～2002.9.30	10	27	2	2	0	0	0	0	1	1

出所) 農林水産省品種登録データを基に筆者作成

表3によると、2011年10月から2021年9月の10年間は、1992年10月から2002年9月の10年間に比べると、記号的な品種名で品種登録をする都道府県が増えており、農産物の品目も広がっていることがわかる。

そこで、記号的な品種名の登録数が多い稲とイチゴにおいて、記号的な品種名で登録された育成品種が商標登録されているのか、2011年10月から2021年9月の10年間の記号的な品種名のうち、商標登録されている品種を公益社団法人農林水産・食品産業技術振興協会の流通品種データベースで検索した結果をまとめると表4のとおりとなる。

表4 2011年10月から2021年9月に
品種登録された稲とイチゴの状況

	全品種数 ①	記号的品種 数②	うち商標登 録数③	記号的品種 の割合②/ ①	商標登録割 合③/②	著名な品種名	商標登録されている商標
稲	87	22	5	25.3%	22.7%	青天の霹靂、銀河のしずく、黄金の風、雪若丸、新之助、富富富、いちほまれ、だて正夢等	ひだまり、雪きり、赤むすび、ひやくまん殿、百万石乃白、結ひの神
イチゴ	34	19	8	55.9%	42.1%	いばらキッス、よつぼし、古都華、きらび香	スカイベリー、かおりん、あまりん、チーバベリー、あまクイーン、紅クイーン、いちごさん、ベリーツ

出所) 公益社団法人農林水産・食品産業技術振興協会流通品種データベースを基に筆者作成

表4によると、全品種数に占める記号的な品種の割合、記号的な品種のうち商標登録されている割合、ともにイチゴが上回っている。さらに具体的に品種

登録されている著名な品種名と商標登録されている商標名を比べると、各自治体が消費宣伝に力を入れている農産物は、稲では品種登録が主となり、イチゴでは、商標登録が多い結果となった。

そこで、2017年12月に稲の品種である「青天の霹靂」の品種登録について青森県農産園芸課に、2017年11月にイチゴ「スカイベリー」の商標登録について栃木県経営技術課にヒアリングした内容から農産物の品種登録と商標登録の関係について考察する⁸⁾。

4.3 青森県「青天の霹靂」(品種登録)の事例

「青天の霹靂」は、2017年12月12日に品種登録された。各産地が主食用米として売り出している表4のブランド米の中で、早い時期に育成された品種である。その後、各産地のブランド米も記号的な名称ではない名称で、品種登録されていることを考慮すると先行事例として取り扱うことに意義がある。

「青天の霹靂」は、県外での生産許諾を認めないだけでなく、県内でも生産地を一部地域に限定している。その理由は、県内でも地域差がある気候の影響による品質のバラツキを避け、品質の安定化により、ブランド価値を高めるためであるという。

また、商標登録ではなく、品種登録で銘柄を設定した理由については、従前の育成品種も品種登録で銘柄を設定しており、それに倣ったものであり、商標登録の効果を研究したうえでの対応ではないということであった。しかし、米の場合には、農産物検査法に基づく農産物検査は、品種名を基準に検査され、規格取引の根拠であるとともに、小売段階のJAS法に基づく米の表示の根拠となっているため、系統番号による記号的な名称で品種登録をし、商標名で売り出すと農産物検査結果と販売時の銘柄が一致せず混乱する可能性があること、さらに育成者権は保護期間が25年あり、25年あれば次の新品種が育成されている可能性が高く、品種登録による銘柄の設定であっても、県としてのブランド戦略に影響がないと商標登録で銘柄を設定する必要性が低いことを指摘した。

4.4 栃木県「スカイベリー」(商標登録)の事例

イチゴのブランド化戦略においては、品種登録で

消費拡大を図った栃木県の「とちおとめ」と商標登録で高級ブランド化を図った福岡県の「あまおう」が事例として比較される⁹⁾。「スカイベリー」は、栃木県が育成し、2014年11月18日に「栃木 i27 号」として品種登録し、商標登録によりブランド化を図った最初のイチゴである。そこで、「とちおとめ」の品種登録によるブランド化から「スカイベリー」の商標登録によるブランド化への移行に注目し、「スカイベリー」を事例とし、商標登録の効果を検証する。

「とちおとめ」は、県外への許諾に加え、「とちおとめ」という名称が栃木県を連想させるものであったことから、東日本における主流品種として、いわゆるナショナルブランドの地位を確立した。しかし、栃木県は、育成から地位確立まで育て上げたブランド名が育成者権の存続期間の終了とともに、コントロールはできなくなってしまうことは課題であると捉えていた。また、農産物の輸出が行われるようになり、「とちおとめ」の販売戦略とは違う海外の富裕層を狙った高級化路線が必要と考えていた。そこで商標登録で先行している「あまおう」の事例を参考に「スカイベリー」を商標登録した経緯がある。

商標登録のメリットは、商標登録をすることで、ブランドの管理が行えることだという。「スカイベリー」の使用基準を定め、それに適合した場合のみ名称の使用を許可し、使用者に対して、毎年、使用状況の報告を求めることで、品質を一定程度確保することにつながり、ブランドの価値を保てるという。

一方、侵害行為を発見した場合には、利用申請書を提出するように指導しており、また、商標の普通名称化を避けるため、「スカイベリー」が登録商標であることの表記を義務付けており、ブランドの価値を保つために、管理の手間が増えたことをデメリットとしてあげた。

さらに、生鮮果実への「スカイベリー」の使用条件として「別に定める使用条件に適合すること」と定めているが、その使用基準は、病気に罹患しているものや傷んでいるものを出荷してはいけないという通常出荷レベルの基準に留まっているとのことである。その理由として商標登録に際して、生産者や

生産者団体との十分な協議時間が取れなかったことや県側で販売戦略を十分検討できなかったこと、生産者の立場からすれば生産したイチゴはすべて売りたいという思いがあり、ある基準以下のイチゴを出荷しないという調整が困難であることがあげられるとのことである。そのため、「スカイベリー」本来の特徴である極めて大果という特徴がない「スカイベリー」をスーパーマーケットや直売所で見かけることがあるという。

このことは、実態として、銘柄設定の手段が品種登録から商標登録に変わっただけで、商標登録によるブランド戦略が難しいことを示しているといえるのではないかと。

また、「スカイベリー」という名称の他の品種への使用については「栃木 i27 号」とほぼ同じ食味や形質で、耐病性が強い等消費者にわからないような部分での改良品種が育成されれば、「スカイベリー」を使う可能性はあるが、そのような品種が育成される可能性は低いだろうとのことであり、「スカイベリー」＝「栃木 i27 号」の形態が明確になった。

4.5 農産物の品種登録と商標登録に関する考察

稲の銘柄に品種登録が多いのは、青森県農産園芸課へのヒアリング内容から農産物検査制度の存在が一つの原因としてあげられるかもしれない。農産物検査の結果が、品種の品質証明につながるため、公的制度による品質証明として活用するには品種登録名を銘柄としたほうが有利であるからである。

しかし、それ以上に、農産物での商標登録の活用が叫ばれてきた中でも、イチゴの銘柄でも記号的な品種名のうち、商標登録されているものが半数程度であることや稲の記号的な品種名が増えていないことは、単に農産物の銘柄を商標登録する効果が少ないからではないか。栃木県経営技術課へのヒアリングでも示されたが、農産物の商標登録は、1 商標＝1 品種の形をとっている。工業製品のブランドで行われている数多くの商品を 1 商標の対象とし、会社やその商品群について、消費者に特定のイメージを喚起させ、出所識別を確保する利用方法とは違う。農産物の銘柄への商標登録の利用は、ある 1 品種の色、

味や見た目などの特性に着目した名づけ方法であり、従来の品種登録の考え方でもある。結果、他の品種に同じ商標を使えない状態を創り出している。

さらに、商標登録と合わせて品種登録をしていることから育成者権により種苗の流通をコントロールすることが可能であるため、商標により差別化する必要性が実質的にない状態にあるといえるだろう。

商標利用の先駆けといわれる「あまおう」についても「福岡 S6 号」の育成者権が切れるのは 2025 年 1 月である。育成者権が切れたのち、他県で「福岡 S6 号」の栽培が始まった時に、依然として「あまおう」がブランド力を維持できるのか、また、「あまおう」の侵害行為を阻止できるのか、このあたりに商標登録の成否があると考えられる。現状、育成者権消滅後、銘柄を商標登録した農産物が、どれほどブランド価値を維持できるかは未知数であるといえよう。

また、商標登録する際には、販売戦略の決定と生産者団体との十分な協議時間が必要である。登録商標を使用する際の基準として農産物に対して高い品質が要求される場合、その要求に届かない農産物は登録商標を名乗ることができず、かつ記号的な品種名では販売力もないため、ノーブランドで販売するか破棄するかを選択になってしまうだろう。商標登録で使用基準を定める場合、新品種育成に合わせて、使用基準に合致しない農産物の使用方法についても検討しておく必要があるといえる。さらに普通名称化対策やブランド管理が必要となり、品種登録のみに比べて余分に手間がかかるといえる。

育成者権で種苗をコントロールできており、商標で銘柄の名称を定めているだけの状態の場合、銘柄の登録方法を種苗法から商標法に置き換えただけで、商標登録のメリットを活かしていない可能性が高い。

5. 地理的表示 (GI) を活用した方法の提案

5.1 地理的表示 (GI) に品種名を活かす

商標法による銘柄の登録が検討されるようになった背景は、商標の追い越し問題や育成者権期間内に流通を制限し、ブランド化が成功したとしても、育

成者権終了後は他地域の生産者が参入してくるため、作り上げてきたブランド効果を維持できなくなる可能性があることであつた¹⁰⁾。

ところが、GI を使用すれば、品種名を記号的な名称にしなくても、特徴を示した品種名を活用し、産地を PR できる可能性がある。GI は、登録要件におおむね 25 年以上の生産実績が必要である。育成者権の保護期間は 25 年である。育成者権で品種の流通を制限すれば、育成者権保護期間内は、一定の地域でしか栽培されない。そのため、地域の特性が出現し、生産実績を含め、GI の登録要件を満たせる可能性が高い。そうすれば、品種名を活かした GI を登録できる¹¹⁾。

GI に登録することにより、10 年間ごとに必要な商標の登録料、管理の事務や私権であるため取締まりにかかる経費など商標登録のデメリットも解消できる。

5.2 香川小原紅早生みかんの事例

GI に品種登録名を使用しているのは、「香川小原紅早生みかん」(2017 年 12 月 15 日登録) のみ¹²⁾であるため、先行事例としてとりあげる。

『小原紅早生』は、昭和 48 年、香川県坂出市の生産者小原幸晴氏のみかん園で栽培されていた『宮川早生』という品種の中に、偶然発見された枝変わり
の紅いみかんを地域の人たちが協力して接ぎ木で増やし、長い時間をかけて育てあげた香川県のオリジナル品種である¹³⁾。1993 年 10 月 13 日に品種登録し、2011 年 10 月 14 日に育成者権が消滅している¹⁴⁾。

2021 年 12 月に JA 香川県営農部園芸課にヒアリングを行ったところ、GI を取得したきっかけは、育成者権切れにより、香川県のみで栽培していたご当地品種がどこの県でも栽培できるようになり、「小原紅早生」の名前を香川県の財産として保護したいという産地としての想いがあつたためだという。

育成者権消滅後の「小原紅早生」の流通については、全国の生産量は不明であるが苗木の流通はあるため、他県でも生産されていると推測されるものの、現状では、他県産の「小原紅早生」は少ロットであり、大都市への出荷のほとんどが香川県産であると

考えられるとのことである。

「香川小原紅早生みかん」を GI に登録した結果、メディア露出が増加し、知名度が格段に上がったことにより、一般的なみかんと比較して高単価で販売され、価格が安定し、さらに市場からのニーズに対応するため、他品種からの積極的な改植推進を実施しており、栽培面積は年々増加している¹⁵⁾とのことである。

ところで、JA 香川県では、2007 年に「さぬき紅」、「金時紅」¹⁶⁾を商標登録しており、品種「小原紅早生」の関係性は図 1 のように示される。「香川小原紅早生みかん」は JA 香川県から出荷される「小原紅早生」の位置づけとしての名称で、「さぬき紅」、「金時紅」は、販売の差別化を図ることを目的とした名称である。

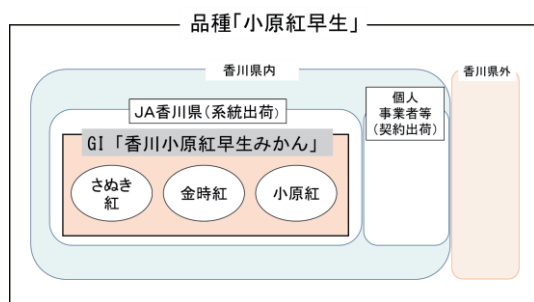


図 1 品種名と GI、商標登録名の関係性
出所) JA 香川県提供資料を基に筆者加筆

以上のとおり、「香川小原紅早生みかん」は、「小原紅早生」の育成者権消滅後に GI に登録をしたことにより、品種名「小原紅早生」をいかしつつ、他県産と差別化を図っている。さらに商標登録により、同じ品種で糖度差によるブランドを複数展開しており、商標登録をうまく活用している事例といえよう。

6. まとめ

本論文では、品種登録、商標登録のメリット、デメリットを整理したうえで、自治体の取り組み事例を通して、名称保護の現状と課題を明らかにした。

品種登録のメリットは、育成者権の取得であり、デメリットは、登録までの期間が長いことや保護期間が有限であることであった。商標登録のメリット

は、登録までの期間が短く、更新する限り保護期間が永続することであり、デメリットは、ブランド管理に手間がかかることであった。そして、自治体が育成した農産物の銘柄の名称保護は、依然として品種登録による名称保護が多いものの、記号的な名称で品種登録をし、商標登録による名称保護が増えてきている現状があった。商標登録による農産物の名称保護は、種苗法による品種登録によるデメリットを克服するために活用されるようになってきたものであるが、1 商標＝1 品種として活用され、品種登録と同じ利用方法となってしまうしており、育成者権の保護期間内であれば、育成者権による流通制限が可能のため、商標登録によるメリットが明確にあるとはいえず、かえって商標登録のデメリットが際立ってしまう可能性がある。さらに、育成者権消滅後に商標登録で効果的にブランドが保護できるかは、先例がない現状では見通せないことが課題といえる。

この課題解決のために、GI を活用して、育成者権消滅後は品種登録名を GI に取り込みながら、他産地との差別化を図っていくことがひとつの解決策であることを事例を通して提案した。GI に登録するためには、おおむね 25 年以上の生産実績が必要である。一方、種苗法における育成者権保護期間は 25 年である。このことから、育成者権が消滅する際に、GI に切り替えることでブランドを維持できる可能性がある。なぜなら、自治体は産地間の競争にさらされているため、品種登録による育成者権に基づき、当該自治体外への流通を制限する傾向が強く、育成者権保護期間の 25 年間、育成した自治体のみで生産されることで、GI の登録要件である地域と結び付きを有する特性を持つことにつながるからである¹⁷⁾。GI は、自治体が育成した農産物と相性が良いといえる。

銘柄を商標登録する一方、記号的な名称で品種登録しつつ、育成者権で流通制限をしている農産物が、育成者権消滅後、他の産地でどのように売り出され、また、生産を独占していた産地が、引き続き、ブランド力を維持できるのか、注視していく必要がある。

—— 注 ——

- 1) 青木 (2008) は、他国の GI 保護制度を整理したうえで、日本での GI 保護制度の創設可能性について論じている。
- 2) 登録申請する際に提出する明細書に記載した農産物の基準に適合した生産が行われるように生産者に対して指導、検査等を行う業務であり、その方法について、登録申請までに規程を作成する必要がある。
- 3) 商標登録者が、名称の使用基準を定めれば、一定の品質確保につながるが、法律上の登録要件ではなく、登録者の内規に過ぎない。GI は、登録基準が公開されているため、誰もが知ることができる点で品質保証が担保されているといえよう。
- 4) 山形県が育成した稲「つや姫」「雪若丸」は、「商標の追い越し問題」を克服するため、まず商標登録を行い、その後品種登録の際に、商標登録を抹消した (2017 年 11 月山形県農業技術環境課へのヒアリング結果)。
 なお、2019 年 1 月に「商標審査基準」が改訂され、商標法第 4 条第 1 項第 7 号の公序良俗違反の商標登録できない場合として、品種登録出願中の品種の名称に対する悪意の商標登録出願が明示され、法的に解決が図られた (農林水産省編 2022,p.35)。
- 5) 萱野 (2017) は、「品種名称としては意味のない記号的な名称を使用し、品種名称とは別にブランドイメージに合った商標権を取得して活用するというもの」の代表例として、あまおうを挙げている。
- 6) あまおうの商標登録日は、2002 年 10 月 25 日
- 7) 育成者権が地方独立行政法人などの研究機関の場合や民間事業者との共同権利者の場合も含む。また、記号的な品種名とは、アルファベットや数字の羅列された名称のほか、都道府県名などに続き、数字や「○号」という名称がついているものとした。品種の育成は主に都道府県が担っているため、都道府県のみを調査対象とした。
- 8) 本論文では、商標登録は文字商標に限定して論ずる。商標登録は、文字以外に図形や色彩、音などを商標として登録可能であり、農産物のブランド化には図形いわゆるロゴマークの登録も有効である。青天の霹靂、スカイベリー、小原紅早生ともに図形商標を登録しているが、その狙いや効果の考察は、別の機会に譲りたい。
- 9) 斎藤 (2010) は、「イチゴをめぐる 2 つのタイプ」として、とちおとめ型の許諾戦略とあまおう型の高級ブランド戦略の 2 パターンがあるとしている。
- 10) 萱野 (2017) や櫻田 (2016) において、品種登録された農産物の商標登録のメリットとして、品種名と異なる商標名で登録すれば、永続的に商標名でブランド化できる可能性をあげている。
- 11) 登録要件を満たせば、品種名が入った GI の登録が可能であることを農林水産省輸出・国際局知的財産課に 2021 年 12 月に確認済み
- 12) 在来品種名や品種登録名の一部を使用した GI はあるが、品種登録名を全てそのまま使用しているのは「香川小原紅早生みかん」のみである。
- 13) 特定農林水産物等登録簿 (登録番号第 54 号)
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/54.html
 (2022 年 6 月 14 日取得)
- 14) 育成者権の存続期間は、現在は、品種登録の日から 25 年 (果樹等の木本は 30 年)。ただし、1998 年 12 月法改正前は 15 年 (果樹等は 18 年)、2005 年 6 月法改正前は 20 年 (果樹等は 25 年) であった。
- 15) JA 香川県によると毎年栽培面積は増加し続け、2021 年の小原紅早生の生産面積は 102.7ha であり、20 年前の 2002 年 21.7ha に比べ 4.7 倍となった。
- 16) 糖度 12.5 以上は「さめき紅」、11.5 以上は「金時紅」
<https://www.pref.kagawa.lg.jp/seiryu/fruits/sanukisanfruit/items/sanukibeni.html> (2022 年 7 月 15 日取得)
- 17) 地理的表示法第 13 条第 1 項第 4 号ロにより、登録商標は GI に登録できない。また、GI は、どのような産品かがわかるような名称が求められる。農産物自体の名称ではない、いわゆるブランド銘柄としての商標は、GI への切り替えの可能性は低いと考えられる。

—— 参考文献 ——

- 青木博文 (2008) 「地理的表示の保護と商標制度」『法学会雑誌』49 巻 1 号, pp.51-81.
- 浅野卓 (2011) 「種苗法と商標法の交錯」『パテント』64 巻 11 号, pp.43-57.
- 萱野英子 (2017) 「植物新品種の品種名称に関する考察」『パテント』70 巻 3 号, pp.68-74.
- 神崎正浩 (2015) 「種苗法と、特許法・商標法との関係」『日本大学知財ジャーナル』8 巻, pp.53-66.
- 斎藤修 (2010) 「地域ブランドをめぐる戦略的課題と管理体系」『農林業問題研究』45 巻 4 号, pp.324-335.
- 櫻田賢 (2016) 「農産物のブランド化を成功に導くための考察」『パテント』69 巻 3 号, pp.54-65.
- 渋谷達紀 (2014) 『種苗法の概要』経済産業調査会
- 田中洋編 (2014) 『ブランド戦略全書』有斐閣
- 内藤恵久 (2015) 『地理的表示法の解説』大成出版社
- 農林水産省輸出・国際局知的財産課編 (2022) 『逐条解説 種苗法改訂版』ぎょうせい
- 林琢也 (2015) 「知的財産権を活用した農業振興の可能性」『経済地理学年報』61 巻, pp.71-88.
- 原慶多 (2021) 「地理的表示保護制度の現状と課題」『パテント』74 巻 3 号, pp.15-19.