

農産物等に関する知的財産の 海外流出の現状と対策

木 村 有 紀*
田 中 麻 衣**
高 橋 な ほ 佳***

抄 録 2013年5月に発表された成長戦略の中で、政府は日本の食材の輸出額を現在の約5,000億円の水準から2020年に1兆円規模にまで拡大する目標を掲げている。輸出を促進するためには高価格でも購入してもらえよう知的財産を積極的に活用して競争力を高めていくことが重要な戦略の1つである。一方、東アジアを中心とする海外市場では日本で登録されている種苗の無断流出や日本の食材の高品質なイメージを利用した商標の先取り、模倣品が存在する。法規制の強化や育成者権行使の支援などの政府がこれまでとってきた水際対策は有効であったが、今後は現地当局との積極的交渉など攻めの対策へと方針転換が望まれる。事業者は、まずは現地で権利化あるいは秘密管理を行って侵害への対抗要件を備え、認証の仕組みを検討するなどの自助努力を強化していくべきである。

目 次

- はじめに
- 農林水産分野の知的財産権
- 知的財産の海外流出の現状
 - 1 育成者権
 - 2 商 標
 - 3 模倣・産地偽装
- アンケート調査
 - 1 調査方法
 - 2 調査結果
- 知的財産の海外流出対策
 - 1 育成者権の流出対策
 - 2 商標の先取り、模倣対策
 - 3 営業秘密の流出対策
- おわりに

1. はじめに

2013年5月に発表された成長戦略において、政府は農業を重点分野として打ち出し、農林水産物や食品の輸出額を現在の約5,000億円の水

準から2020年に1兆円規模にまで拡大する目標を示している。一方、主な輸出先である東アジアでは日本で登録された種苗の無断流出や日本の食材の安全・安心・高品質なイメージを利用した商標の先取り、模倣品の存在が指摘されている。日本の食材の輸出を促進するためには、高価格でも消費者に購入してもらえよう、知的財産を積極的に活用して国際市場での競争力を高めていく必要がある。

しかし、農林水産分野には知的財産の概念がそもそも馴染みにくいといわれてきた。農業は自然の恵みという考えから、農産物の栽培方法を権利化するという発想が生まれにくい。また、知識や技術は農作業をともに行う共同体の中で

* 株式会社NTTデータ経営研究所 シニアコンサルタント Yuki KIMURA

** 株式会社NTTデータ経営研究所 シニアコンサルタント Mai TANAKA

*** 株式会社NTTデータ経営研究所 コンサルタント Naoka TAKAHASHI

皆で共有しようという伝統がある。

食品製造業界では、農林水産業と比べて工業化が進んでいるにもかかわらず、全産業平均に比べて知的財産の担当者数は半数以下、知的財産に係る活動費は3分の1程度と少ない¹⁾。知的財産を活用して産業を成長させるポテンシャルは高いものの、その考えは現場に浸透しにくく、かつリソースは少ないのである。

このような現状の改善に向けて、日本の農林水産物や食品に関する知的財産の海外流出の現状について文献、アンケート、ヒアリングに基づいて調査した。本稿では知的財産権侵害に対してどのような対策が取りうるかを検討する。

2. 農林水産分野の知的財産権

農林水産分野の知的財産権には、特許権、実用新案権、商標権、意匠権、著作権のほか、種苗法で規定される育成者権、さらには不正競争防止法で保護される営業秘密が含まれる。また日本では権利化されていないものの、EUでは地理表示も知的財産権として認められている。

拠拠法	保護対象の権利	保護の方法
特許法	特許権	公開
実用新案法	実用新案権	
意匠法	意匠権	
商標法	商標権	
種苗法	育成者権	
著作権法	著作権	
不正競争防止法	営業秘密	秘匿

図1 農産物に関連する知的財産権（日本の場合）

農林水産分野における知的財産権の取得状況の特許庁データベースでキーワードを入力して簡易検索してみると、2014年7月10日現在、「農業」に関して10,148件、「林業」に関して2,235件、「水産」に関して4,047件の特許が公開されてい

る。また実用新案についてはそれぞれ507件、95件、194件が公開されている²⁾。

農産物や食品の商標については、当該分野に該当するニース国際分類29から34までの2013年度の出願件数は25,611件、出願全体の14.5%に及んでいる³⁾。また、2005年の商標法改正により導入された地域団体商標をみると、農産物や水産物、加工食品は約300件が登録されている⁴⁾。

食品製造業の知的財産権の保有状況を見ると、特許権は1者当たりの国内権利数が全産業平均142.6件であるところ、35.4件、意匠権は全産業平均22.3件であるところ、4.0件と非常に少ない。しかし、商標権は全産業平均90件であるところ、229.9件と倍以上である。商標権を積極的に活用して事業を展開するという食品産業の特性が明らかである。

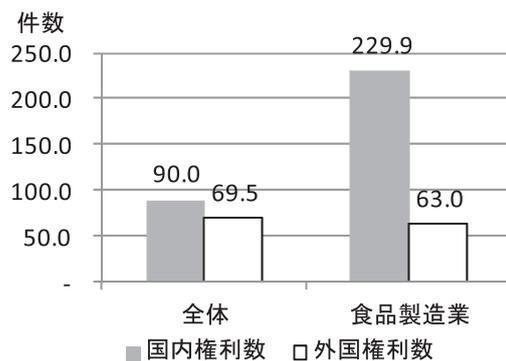


図2 商標権の所有件数（1者あたり）⁵⁾

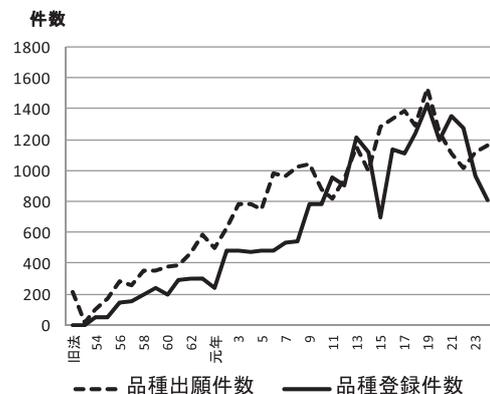


図3 品種登録出願・登録件数の推移⁶⁾

育成者権は、1991年、植物の新品種の保護に関する国際条約（UPOV条約）改正に伴う種苗法改正により導入された、比較的新しい知的財産権である。出願・登録件数は年によって増減はあるが、上昇傾向にある。平成26年3月現在の有効登録数は8,639件である。

著作権は登録を必要としないため、権利を統計的に把握するすべはないが、農林水産分野における著作権の例としては栽培方法や技術に関する著作物、写真等が考えられる。

著作権と同様、営業秘密も統計的に把握不可能であるが、農林水産分野における営業秘密の例としては独自の栽培方法、肥料配合、顧客リスト等が考えられる。

一方で農林水産業にとって重要であるが、知的財産権として認められないものもある。動物の品種、既存の種苗や技術がその例である。伝統野菜の種苗は品種登録できず、育成者権として保護できない。このような場合は、商標を工夫して登録するという選択肢がある。

3. 知的財産の海外流出の現状

3.1 育成者権

(1) 権利侵害のメディア・カバレッジ

日経4紙、全国紙、地方紙、業界紙など新聞約100媒体について、過去20年間以上の記事を収録するデータベース「日経テレコン21」を使い、農産物に係る知的財産の流出記事を検索した。「育成者権」AND「海外」に、「侵害」OR「流出」OR「無断」などの検索ワードを複数組み合わせ合わせて記事を抽出し、その内容を確認して海外流出事例を抽出した。その結果、日本で登録された品種が海外に流出し、生産されて日本へ輸入される例は、2000年頃から顕著になっていた。特に中国と韓国へ品種が流出している事例が目立つ。

表1 育成者権の流出事例

発覚年	対象品目	流出地域
～2001	いちご（レッドパール）	韓国
2001	インゲン豆（雪手亡）	中国
2001-02	いちご（とちおとめ）	韓国
2002	いちご（アスカルビー）	韓国、中国
2003～	イ草（ひのみどり）	中国
2004	小豆（きたのおとめ）	中国
2004	輪菊（岩の白扇）	中国
2005	さくらんぼ（紅秀峰）	豪、中国
2006	いちご（章姫）	韓国
2007	カーネーション（4品種）	中国

なお、農林水産分野における特許権、実用新案権、意匠権、営業秘密の海外流出等を報じる記事は見当たらなかった。これは流出がないわけではなく、実態は一般に認識されていない、と解釈するのが妥当であろう。

(2) 海外での権利侵害の経験

農林水産先端技術産業振興センターによる2006年の調査⁷⁾によると、育成者権の保有者の33.6%が権利侵害された経験があり、そのうち25%が海外での被害にあっている。すなわち、権利保有者全体の約8.4%が海外で権利侵害された経験があるという現状である。

権利保有者が気づかないケースもあると想定されるため、実際の被害はもっと大きい可能性がある。

3.2 商標

(1) 冒認出願問題

育成者権の流出問題と同じ頃、中国で外国の商標を無関係の第三者が先に出願・登録する、いわゆる「冒認出願」が問題となった。2002年、中国の業者が「青森」の商標を中国商標局に登録申請していた事件では、関係者の5年間にわたる申し立てが功を奏し、中国での「青森」の商標の無効化に成功した⁸⁾。一方、2008年に中

国の業者が「松阪牛」と一字違いの「松坂牛」を中国商標局に登録申請していた事件では、関係者が申し立てを行い、本家「松阪牛」の登録を申請したものの認められない事態となった⁹⁾。

日本貿易振興機構¹⁰⁾によると、2012年には日本の都道府県名や政令都市名のうち30もの地名が既に中国で商標登録されている。「八女茶」などの地域団体商標も然りである。日本酒造組合中央会の2008年の調べ¹¹⁾では「越乃寒梅」など25銘柄の名称が無断で申請されていた。ブランド米である「こしひかり」も「越光」として登録されてしまった。平仮名でも油断できないのである。

3. 3 模倣・産地偽装

(1) アジア主要都市における模倣の実態

食品分野では、模倣は日常茶飯事である。特許庁の2013年度模倣被害実態調査によると、食品は雑貨、電子・電気機器、機械とならんで被害の多い上位4品目の1つに挙げられている。海外における被害率は明らかではないが、食品企業の17.9%が国内外で被害を被っており、国内と並んで中国、台湾における被害が多い。

農林水産物の輸出先は、香港、米国、台湾、中国、韓国が上位となっており¹³⁾、近隣のアジアが重要な地域である。農林水産省では2008年よりアジアの主要都市において日本産品の模

倣・偽装品の調査¹⁴⁾を実施している。その結果、多くの事例が確認されており、例えば中国では「越光、こしひかり」「秋田小町、あきたこまち」として中国で商標登録された中国産の米が販売されていた。台湾では、「大分県日田産」ナシや大分県「関の鮮」(さば)の模倣品、「北海道産」ホタテ貝柱や「日本産」の野菜などの産地偽装も確認された。真正パッケージを使って中身だけ入れ替えるケースも確認されている。

(2) インターネット取引

中国のインターネット普及率は年々、急速な勢いで上昇しており、インターネット上での取引も急速に拡大している。インターネット取引は匿名性が高く、侵害者を特定することが困難で、中国では法も未整備なため、模倣品の氾濫は深刻である。

政府模倣品・海賊版対策総合窓口では、2011年に中国のインターネット販売大手4サイトを一定期間モニタリングし、日本産品の真贋判定を行った¹⁵⁾。その結果、サイトAにおいて日本の食品企業B社のものとされる商品は55%が模倣品と推定されている。

4. アンケート調査

4. 1 調査方法

農林水産物等(加工品含む)の輸出に取り組む団体に対し、海外における知的財産権侵害の経験や知的財産保護に対する取り組みについて、郵送によるアンケートを実施した。

調査の対象は、農林水産省が発表する「農林水産物等の輸出取組事例(平成24年度版)」に掲載されている団体のうち連絡先が公開されている94団体である。

平成25年11月第4週に調査票を郵送し、平成25年12月中に回収した。有効回答数N=49、回答率は52.1%であった。

表2 食品企業(製造)の模倣被害率¹²⁾

地域	商標	意匠	特許等	著作物	その他
日本	50.0%	46.2%	50.0%	40.0%	33.3%
中国	47.9%	38.5%	0%	60.0%	50.0%
台湾	12.5%	7.7%	12.5%	0%	16.7%
韓国	4.2%	0%	12.5%	0%	16.7%
フィリピン	6.3%	0%	0%	0%	0%
ベトナム	4.2%	0%	0%	0%	0%
欧州	4.2%	0%	0%	0%	0%
北米	4.2%	0%	0%	0%	0%

注：権利保有企業のうち被害にあった企業の割合を示す。

4. 2 調査結果

(1) 海外で知的財産権を侵害された経験の有無

海外で知的財産権を侵害された経験（侵害された疑いを含む）のある団体は10（20.4%）、ない団体は39（79.6%）であった。

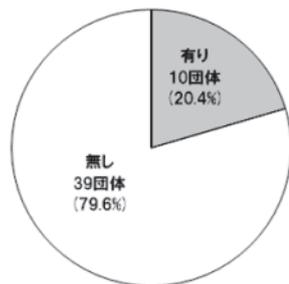


図4 海外で知的財産権を侵害された経験の有無

(2) 侵害の内容

侵害の内容は商標権侵害6件、産地偽装5件である（1団体で複数侵害あり）。侵害対象となった品目は、主に果物などの農産物、加工品、酒であった。

産品の輸出先は、香港（36団体）、台湾（25団体）、タイ（23団体）、シンガポール（21団体）、米国（17団体）が上位5地域であるが、侵害のあった地域は主に台湾、中国に集中していた。

表3 輸出団体が経験した知的財産権侵害

品目	侵害の種類	地域
ナシ	商標権侵害	台湾
リンゴ	産地偽装	台湾
長いも	産地偽装	台湾
農産物、加工品	商標権侵害	台湾、中国
鮮魚、加工品	産地偽装	台湾、中国
清酒	商標権侵害	中国
梅加工品 ドライマンゴー	産地偽装	中国
イチゴ	商標権侵害 産地偽装	香港
メロン	商標権侵害	韓国
日本酒	商標権侵害	無回答

これは、前述の特許庁調査で確認された食品分野における模倣の被害発生地域と同じである。

侵害商品の価格については、自団体の商品より安価＝5団体（50%）、不明＝4団体（40%）、どちらもいえない＝1団体（10%）である。侵害商品の方が高価であった例はなかった。

侵害商品の品質については、自団体の商品より劣る＝5団体（50%）、不明＝4団体（40%）、どちらもいえない＝1団体（10%）である。侵害商品の方が高品質との回答はなかった。

(3) 侵害に気付いた経緯

知的財産権侵害の発覚経緯は、4つに分けられる。①輸出業者など第三者からの連絡（5件）②知的財産に関する報告書を通じて侵害事実を発見（2件）③海外の市場における侵害商品の発見（2件）④日本の市場における侵害商品の発見（1件）というパターンが認められた。

(4) 侵害対策への取り組み

知的財産の保護対策を実施している団体は、22団体（45%）である。

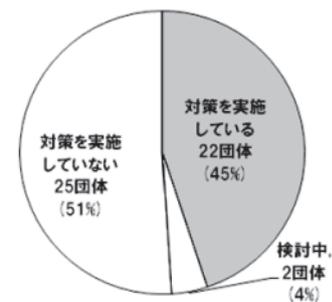


図5 知的財産の保護対策実施状況

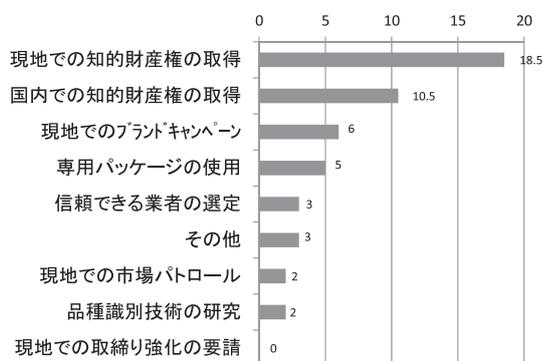
内訳をみると、知的財産権を侵害された経験のある10団体の中では、8団体（80%）が現在対策を実施していたが、そのほか1団体は対策を検討中、1団体は対策を講じていなかった。

侵害された経験のない39団体の中でも14団体（36%）が対策を実施していた。

(5) 対策の内容

知的財産を保護する対策として最も多いのが現地での知的財産権の取得である。18団体が実施中、1団体が検討中と答えている。

国内での知的財産権の取得（10団体実施中、1団体検討中）、現地でのブランドキャンペーン（6団体）、専用パッケージの使用（5団体）を行う団体も多い。さらには現地でのパトロールや品種識別技術の研究に取り組む団体もある。



注：実施中の団体は1，検討中の団体は、0.5として計算

図6 知的財産の保護対策の内容

5. 知的財産の海外流出対策

5.1 育成者権の流出対策

(1) 政府の取り組み

1) 種苗法や関税法などの法規制の強化

育成者権が海外に流出し、栽培されたものが日本に輸入される事態を受け、これに対抗するため、種苗法は数回にわたって改正されてきた。従来「種苗」だけが保護の対象とされてきたところ2003年には「収穫物」、2005年には「加工品」にまで保護の対象が拡大された。育成者権侵害の罰則の引き上げ、育成者権の存続期間の延長も行われてきた。

同時に関税定率法も改正され、権利侵害物品の輸入差し止め、あるいは権利が未登録であっ

ても不正競争防止法違反による差し止めが可能となった。行使例として2003年、熊本県がいくさの品種「ひのみどり」の違法栽培品について、輸入差し止めを申し立てたケースがある¹⁶⁾。

一連の法改正の効果は、輸入データの推移から見て取れる。韓国へ流出したイチゴの場合、2001年の訴訟、2003年の種苗法・関税定率法改正を境として輸入量が減少し、低い水準で抑えられている。

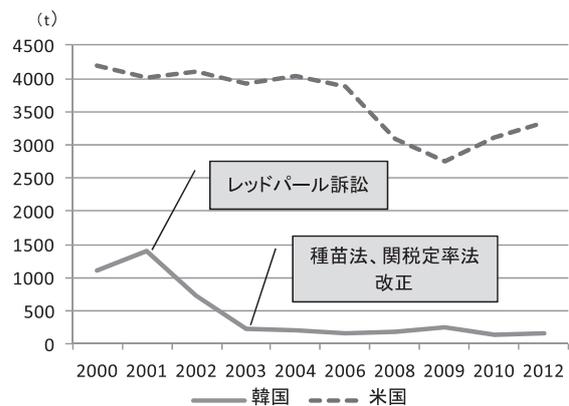


図7 生鮮イチゴの輸入量推移（韓国・米国）¹⁷⁾

また、中国へ流出したカーネーションについても、2006年からの輸入業者への警告等の活動により、2007年を境に中国からの輸入量は抑えられている。

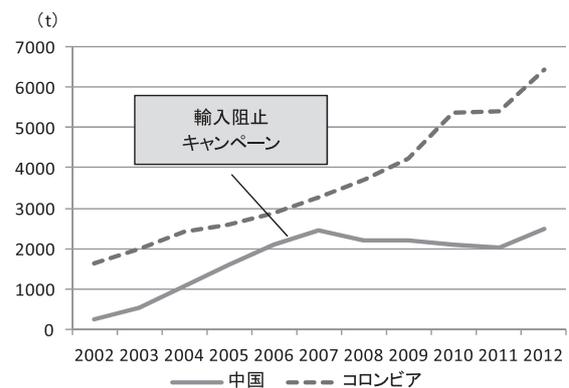


図8 カーネーションの輸入量推移（中国・コロンビア）¹⁸⁾

一連の法改正により輸入業者に対する警告に強制力が増し、輸入量を抑える効果があったことがわかる。もちろん権利侵害していない品は輸入されてよいのだが、有事の際の水際対策として、法規制の強化は有効と判断できる。

2) 品種保護Gメンによる権利行使支援

育成者権の侵害は一般には検知しにくい。また侵害に気がつき対抗しようとする場合、侵害されたことを権利者側が証明しなければならない。

独立行政法人種苗管理センターでは、2005年より育成者権侵害対策の専門スタッフとして「品種保護Gメン」を設けている。Gメンは全国7ヶ所、20名体制で、権利者からの依頼があれば権利者に同行して侵害状況の記録を作成し、証拠品の寄託を受け、品種類似性試験を実施する。侵害立証能力を担保することは、権利の行使を支援する上で不可欠である。

3) 鑑定技術の強化

育成者権の権利侵害を立証するには、登録品種と侵害品の同一性を判別する技術が必要である。品種判別には作物ごとにDNA解析が進められている。イチゴの品種が韓国へ持ち出された事件では、DNA解析結果に基づき権利侵害を大手量販店に警告し、記者発表を行ったところ、韓国からのイチゴの輸入量が減少したと報告されている¹⁹⁾。

課題としては、技術開発には時間も費用もかかることがあげられる。

4) UPOV条約批准への国際的働きかけ

植物の新品種の保護に関する国際条約(UPOV条約)は、新品種の保護に関する国際的な枠組みを規定する。育成者権の海外流出をくい止めるには、流出先の各国の法整備を進めなければならない。しかし、東アジアで批准している国は少ないことから、政府は東アジア植物品種保護フォーラムの開催を支援し、新品種の審査基準の作成などに協力している。

もっとも、制度を整備したとしても制度の運

用までを支援するには限界がある。運用を徹底させていくことが課題といえる。

(2) 事業者の取り組み

1) 交配種の開発

侵害対策としては、そもそもコピー困難な交配種(F1品種)の開発が最も有効である。苗で栄養繁殖するものは一株手に入れるだけで増やすことができ、品種を登録していても容易に流出してしまう。しかし、異なる品種を交配して育種された交配種は、優れた特徴は第一世代(F1)のみに現れる。農家は作付けごとに種子を購入することになる。

種苗メーカー各社や農業研究所は、F1新品種の開発に取り組んでいるが、新品種の開発には相当な投資が必要である。

2) 海外での品種及び商標登録

現地での知的財産権の取得は、最も普及している知的財産保護対策である。侵害時の対抗要件として輸出先での品種登録を行うことは重要である。その際、育成者権だけではなく、半永久的に権利を保有できる商標との組み合わせで権利化することが有効である。

課題は海外での権利取得にかかるコスト負担である。この解決のため、中小企業庁に対しては、特許庁が海外における権利取得の助成を行っている。また各都道府県が支援制度を設けている場合があるので利用することを勧めたい。

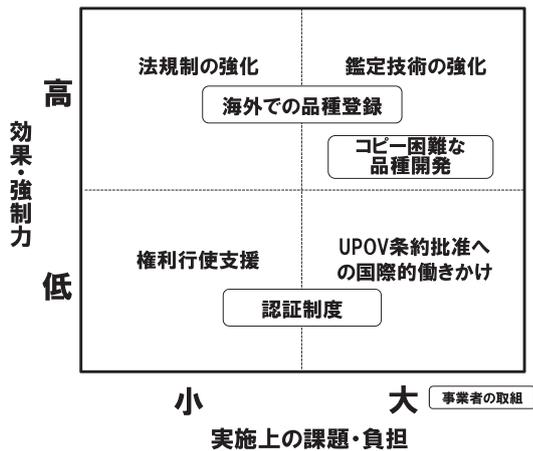
3) 認証制度、トレーサビリティ

育成者権の保護のため、正規品に認証マークを表示する試みが行われている。例えば中国に品種が流出したカーネーションの場合、権利者団体(CIOPORA)が認証制度をつくり、正規品に輸出許可証を発行し、正規品のみを流通させる取り組みが行われた²⁰⁾。

また、中国に品種が流出したいぐさの場合、熊本県のいぐさ生産者団体は熊本県産のいぐさを使った畳表にQRコードタグを織り込み、生

産者情報や栽培履歴を閲覧できるトレーサビリティ・システムを導入している²¹⁾。

問題は、認証マークそのものも模倣可能であることだ。トレーサビリティ・システムの場合には開発と導入コストについて費用対効果の判断が難しく、各事業者に委ねられるところである。



注：政府の取り組みを囲みなし、事業者の取り組みを囲みで表す。実施上の課題・負担は必要な投資（額・時間）の度合いで推定した。

図9 育成者権の流出対策

5.2 商標の先取り，模倣対策

(1) 政府の取り組み

1) 商標の監視

東アジアにおける日本の冒認商標の問題を受けて、農林水産省は2009年に知的財産コンソーシアムを設立し、商標の監視体制を構築している。コンソーシアムと契約した事業者が中国の商標出願を定期的に監視し、冒認出願を検知して迅速な対抗が可能となる。

課題は費用がかかることである。持続していくためには、合理的な監視体制と監視技術の導入を検討していく必要がある。

2) パトロール，現地当局への働きかけ

農林水産省では、知的財産保護コンソーシアムが日本食材の模倣や産地偽装について現地調

査を毎年行っている。調査で確認された事案は、相手国政府に法遵守を求める交渉を行い、被害を受けた当事者は当局に行政措置を求めている。

模倣を放置すれば真正品の売上の低下、ブランドイメージの低下、価格破壊、信用低下が起こりうる²²⁾。実行は現地当局へ依存するため、なかなか進まないのが現状であるが、継続して働きかけていく必要がある。

(2) 事業者の取り組み

1) 海外での商標や意匠登録

海外での商標や意匠登録は、最も普及している知的財産保護対策である。侵害時の対抗要件として輸出先での権利を取得することは必須である。企業によっては権利の適用範囲を広く申請する防衛的権利化を戦略的に行っている場合もある。

課題は、ケースによって時間がかかること、「松阪牛」の事例のように登録できるとは限らないこと、登録費用がかかることである。費用については、5.1.(2)2)で述べたとおり、中小企業庁に対する特許庁の支援や、各都道府県の支援制度の利用が可能である。

2) 認証制度，トレーサビリティ

商品のブランド化や差別化のため、商品にマークを表示することが広く行われている。認証マークは知的財産の保護対策としても普及している。

ただし、各県や各生産者団体がそれぞれマークを作成し、多数のマークが市場に氾濫しているため、消費者には訴求しにくいのが現状である。特に海外市場に対しては、各生産者団体や都道府県あるいは小売店がそれぞれマークを付けて輸出するより、ある程度、統一したジャパンプランドとして打ち出すしくみを検討すべきであろう。

もっとも、マークは模倣が容易という弱点が

ある。そこで、マークを含めた認証制度をIT化したトレーサビリティ・システムも考えられる。IT化の課題は、費用対効果である。開発・導入に費用も時間も要するため、各事業者に判断が委ねられるところである。

3) 模倣困難な技術開発

模倣対策として、模倣が困難なパッケージやセキュリティシール等が導入されている。課題は、前述のトレーサビリティと同様、開発の費用対効果である。

4) パトロール

産地偽装や模倣は育成者権の侵害ケースと異なり、侵害に気がつきやすい。前述の通り、農林水産省の知的財産保護コンソーシアムが現地調査を毎年実施しているが、一部の企業では現地パトロールを独自に行い、積極的に現地警察へ通報し、摘発を促している場合もある。

しかし、このような対策を講じている企業はごく少数であり、大多数は模倣を放置している。アンケート調査(4.2.(3))でも自社が侵害に気づくよりも第三者からの通報や政府の調査報告書で気がつくケースのほうが多い。現状では侵害を受ける当事者が受動的なため、今後は自

助努力を強化していくことが望まれる。

5) ブランドキャンペーン

知的財産権の積極的な活用策として、消費者へ対するブランドキャンペーンがあげられる。キャンペーンによる知名度の向上は模倣を誘発するものの、周知性・著名性が向上すれば模倣対策も打ちやすくなる。なによりも消費者認知度の向上は輸出を促し、事業全体へのメリットは大きい。

5. 3 営業秘密の流出対策

(1) 政府の取り組み

1) 法規制の強化

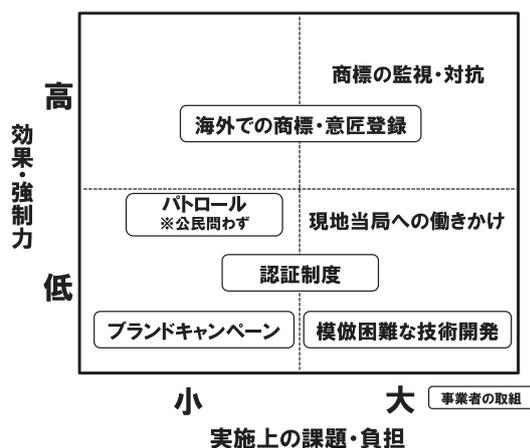
日本では、営業秘密は不正競争防止法の中で保護されているが、諸外国では、営業秘密を分離させて独立した法規としている例もある。独立させることにより、保護されるべき営業秘密がよりわかりやすくなる。さらに営業秘密の流出を厳罰化すれば、大きな予防効果が期待できる。政府は既に営業秘密の不正漏えいに関して罰則強化に向けた方針を打ち出している²³⁾。

国内における法規制の強化は、今後進んでいくと思われるが、海外において如何に対応していくかが今後の課題である。

(2) 事業者の取り組み

1) 内部統制の強化

事業者側としては、知的財産保護マニュアルを整備して、内部統制により営業秘密の流出を防止することが一般的な対策として考えられる。ただし、海外において如何に内部統制を行っていくかは課題である。



注：政府の取り組みを囲みなし、事業者の取り組みを囲みで表す。ただしパトロールは両者とも取り組んでいる。実施上の課題・負担は必要な投資（額・時間）の度合いで推定した。

図10 商標の先取り・模倣の対策

6. おわりに

日本貿易振興機構が実施した欧米アジアの消費者意識アンケート調査²⁴⁾によると、諸外国の消費者は日本食に対して高い好感度を持っている。輸出先の上位である香港、台湾、中国の市

場では、日本産の農林水産物は高級品として、菓子などの食品は大衆向けに広く流通している。日本食の高い人気は食材の輸出を後押しし、アジア新興国の購買力上昇に伴って高価格な日本産品も輸出を伸ばすことが期待される。

食品業界は商標権を積極的に活用して事業展開する特徴があり、農林水産分野も知的財産権を活用して産業を成長させるポテンシャルは高い。

工業製品や身の回りのさまざまな一般消費財を見ればわかるとおり、優れたものは模倣される。海外へ展開するに従って模倣被害を受ける企業の割合は増えることが知られており²⁵⁾、今後、食材の輸出が増えれば、海外における知的財産権侵害も増えるであろう。

政府としては、これまでの水際対策を重視する守りの政策から現地当局との積極的な交渉など海外市場対策を重視する攻めの政策への方針転換が望まれる。一方、事業者側としては、現地で権利化あるいは秘密管理を行い、侵害への対抗要件を備えることが必須である。さらに、現在、個別に行っている認証の仕組みを見直すなど、効果的な知的財産権活用に積極的に努力すべきである。

なお、本調査は、平成25年度農林水産政策科学研究費委託事業として実施した。

注 記

- 1) 特許庁，特許行政年次報告書2014年度版，pp.46-47（2014）
- 2) 特許電子図書館の「初心者向け検索」を用いて、「農業」「林業」「水産」のキーワード検索を行った結果を示す。「漁業」とした場合は600件程度と少ないため「水産」の検索結果を掲げた。
- 3) 前掲注1）〈統計・資料編〉，p.38（2014）
- 4) 前掲注1），p.166（2014）
- 5) 特許庁，平成24年度知的財産活動調査，統計表（2013）

- 6) 農林水産省品種登録ホームページ情報 平成26年3月31日現在
- 7) 農林水産先端技術産業振興センター，育成者権に関するアンケート調査報告書，p.2（2006）
- 8) 東奥日報2009年6月1日記事「県産品マーク，ブランド保護へ活用を」
- 9) 伊勢新聞2010年5月13日記事「松坂牛，松坂肉の商標登録申請，中国で一部却下」
- 10) 日本貿易振興機構北京事務所，2012年中国における日本の地名などに関する商標登録出願について，pp.2-2～2-3（2012）
- 11) 農林水産省，農林水産物貿易円滑化推進事業海外における農林水産物・商品に係る商標・模倣品などに関する調査報告書，p.13（2009）
- 12) 特許庁，2013年度模倣被害調査報告書（2014）
- 13) 農林水産物輸出入概況2013年確定値
- 14) 前掲注11），p.28（2009）
- 15) 政府模倣品・海賊版対策総合窓口，模倣品・海賊版対策の相談業務に関する年次報告，p.21（2012）
- 16) 熊本日日新聞2003年12月3日記事「輸入差し止めで県が申立て，中国産イ草「ひのみどり」」
- 17) 財務省貿易統計 品別国別輸入統計（品目コード0810.10-000）
- 18) 前掲注17）（品目コード0603.12-000，2006年以前は0603.10-050）
- 19) 農研機構，2010年度第3回農研機構産学官連携交流セミナー報告
http://www.naro.affrc.go.jp/publicity_report/pr_report/laboratory/naro/008961.html（参照日：2014.5.15）
- 20) 農林水産省，植物品種の育成者権の保護強化（2007）
- 21) 熊本県いぐさ・豊表活性化連絡協議会・農林水産省九州農政局，日本の豊復活プロジェクト報告書，pp.21-27（2009）
- 22) 中山健一「グローバル化時代の模倣品対策」知財管理 Vol.61 pp.505-520（2011）
- 23) 日本経済新聞 2014年5月19日記事「産業スパイ罰則強化，政府が来年法案」
- 24) 日本貿易振興機構，日本食品に対する消費者意識アンケート調査，p.14（2013）
- 25) 前掲注1），p.vii（2014）

（原稿受領日 2014年5月28日）