

「クラブ」制リンゴ品種の知的財産に関する調査分析

櫻谷 満一^{*}，川下 英盛^{*}，野口 真己^{*}

要 約

育成者権と商標権を活用した植物品種の保護と海外展開の取組みとして、リンゴ品種のクラブ制がある。クラブ制を採用しているリンゴ品種は、育成者権と商標権を組み合わせることで果実の生産量と品質が管理されていることから、植物品種の知財マネジメントの面から注目されるが、これまで知財に関して詳細な調査はされておらず、その実態は十分に把握されていない。そこで、本研究では、代表的なクラブ制リンゴ品種の知財の登録状況を調査・分析し、植物品種を海外展開する際の知財マネジメントについて考察した。その結果、クラブ制リンゴ品種の多くは、①30カ国以上で育成者権及び商標権が登録されていること、②「Cripps red」等育成年代の古い品種では、存続期間満了によって育成者権が消滅した国も発生しているが、商標出願は現在も活発に行われていること、③こうしたことから、初期の段階では育成者権によって品種を保護し、長期的には商標に信用（good will）を蓄積し、育成者権の存続期間満了後も商標によって生産量や品質をコントロールすることが重要であることを示した。

目次

- はじめに
- 先行文献
- 調査方法
- 調査結果
 - 育成者権
 - 商標権
 - 知財マネジメント
- 考察
- おわりに

1. はじめに

我が国で育成された優良品種の海外への流出等を背景に、品種の海外持ち出しの制限や自家増殖の制限等を内容とした種苗法の改正が行われ、植物品種の知財としての「保護」に関心が高まっている。一方、知財は、「保護」だけでなく有効に「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⁽¹⁾。これまで、農業分野における知財に関する研究は、種苗法や植物新品种保護条約（Union International pour la Protection des Obtentions Vegetales：UPOV条約）等の制度分析に代表されるように、主として知財としての「保護」を射

程としたものや、地域団体商標制度や地理的表示保護制度などブランド構築の文脈での議論が多く、地域名称に拠ることなく研究開発の成果である植物品種を知財で「保護」し「活用」につなげていくという視点や、「創造」から「保護」、「活用」に至る知財マネジメントに関する研究はほとんど見られない。日本の高品質な農産物が海外で注目され、農産物の輸出も拡大しているなかで、今後は、他の工業製品と同様に植物品種についても、適切な知財マネジメントが求められる。

育成者権と商標権を活用した植物品種の保護と海外展開の取組みとして、リンゴ品種のクラブ制がある。一般に育成されたリンゴ品種の新品種は育成者が苗木業者に種苗の増殖を許諾し、生産者は増殖された苗木を購入して栽培し、生産された果実を販売する。しかし、リンゴのような永年性果樹は、種苗の増殖に時間を要すること、植栽後も経済年数に達するまで数十年を要することから、経済生産が行われている間に育成者権が存続期間満了で消滅するケースも多く、品種を経済的に利用する期間に比べてロイヤリティー徴収の機会が少ないと言える。また、こうした生産形態は、育成者が生産量や品質を管理できないため、過剰作付

^{*} 一般財団法人知的財産研究教育財団 知的財産教育協会 知的財産管理技能士会 研究会

けによる価格の暴落、栽培不適地での作付けや不十分な栽培管理による低品質果実の流通等を招きやすく、育成された品種の価値を低下させることにもつながる。一方で、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ならず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。このように、クラブ制を採用しているリンゴ品種は、育成者権と商標権を組み合わせることで果実の生産量と品質を管理し、育成者権と商標権からロイヤリティーを得ており、植物品種の知財マネジメントの面から注目される。しかし、これまでクラブ制リンゴ品種の知財に関しては詳細な調査がされておらず、その実態は十分に把握されていない。

そこで、本研究では、品種開発や農産物輸出に取り組んでいる関係者に、植物品種を海外展開していく上での知財マネジメントに関する有用な知見を提供することを目的として、代表的なクラブ制リンゴ品種の知財の実態について調査、分析した。

2. 先行文献

この分野の研究では、海外における取り組み事例がいくつか報告されている。まず、2008、2009年度に、ピー・アイ・エーリミテッドライアビリティカンパニーが農林水産省からの委託を受けて実施した調査⁽²⁾と、神田ら(2013)が行った調査がある⁽³⁾。これらの調査では、オーストラリアの公設試験場が育成したリンゴ品種「Cripps Pink」の各国へのライセンスの実態が報告されている。また、本調査に委員として参加した黄(2013)は、こうした取組みを品種経営の観点から紹介している⁽⁴⁾。それらの報告によると、「Cripps Pink」は、世界30カ国以上に品種登録され、さらに、品種名称とは別に「PINK LADY」として世界70カ国以上に商標登録されており、この育成者権と商標権を海外生産者にライセンスすることで年間数十億円のロイヤリティーを得ているとされている。さらに、櫻谷(2021)は、「Cripps Pink」の育成者権と商標権の分析から、リンゴのような永年性果樹では、盛果期には育成者権が存続期間満了で消滅する場合もあり、育成者権と併せて商標権の取得が重要であることを報告している⁽⁵⁾。

一方で、海外では、Brown & Maloney(2009, 2013)が、リンゴのクラブは世界に30以上あると報告しており⁽⁶⁾、また、近年、こうした取組みが急速に拡大していると述べている⁽⁷⁾。Witon(2017)は、クラブ制を成功に導くためには、他の品種との違い(味、色、食感、収穫時期、貯蔵性等)、強力なマーケティング、初期投資等が重要であると述べている⁽⁸⁾。さらに、Luby et al(2015)は、リンゴでクラブ制が盛んな理由として、リンゴは、個々の品種が外観、質感、食味から消費者に容易に認識されるため、商標を消費者に訴求しやすいことを挙げており、育成者権と商標権の活用の重要性を指摘している⁽⁹⁾。リンゴ以外では、Roe & Brokaw(2007)がアボカドの知財戦略について報告しており、商標の活用についても言及している⁽¹⁰⁾。さらに、Kranjacら(2015)は、ハンガリー及びセルビアの食品産業クラスターのヒアリング調査結果から、農業、食品分野においては、原産地名と商標による保護と活用により国際的な競争上の優位を得るべきと主張している⁽¹¹⁾。しかし、これらの論文も具体的な商標の活用について、踏み込んだ調査まではなされていない。

以上のように、海外ではリンゴのクラブ制等についての報告が複数あり、育成者権と商標権の重要性が指摘されているが、知財の取得状況等の実態面にまで踏み込んだ調査はされておらず、また、国内では、「Cripps Pink」の報告があるのみで、研究蓄積は極めて乏しい状況にある。

3. 調査方法

クラブ制リンゴ品種の育成者権及び商標権の登録状況を調査した。調査項目は、育成者権者、品種登録国・登録年、商標権者、商標登録国・登録年とした。さらに、既存文献を収集し、栽培国、生産量、ライセンス等の実態を把握した。

対象品種は、表1に示すように「Cripps Pink」, 「Nico-ter」, 「WA38」, 「Scifresh」, 「Ambrosia」等栽培面積が500ha以上の上位12品種とした。

育成者権の登録状況については、植物新品種保護国際同盟(UPOV)が提供する「Plant Variety Database」(<https://www.upov.int/pluto/en/>)を利用した。また、必要に応じて、欧州植物品種庁(CPVO)の「CPVO varieties database」(<https://cpvo.europa.eu/en/applications-and-examinations/cpvo-varieties-database>)

表1 調査対象品種の育成者権者・商標権者と最初の登録年

品種名称	育成者権者	最初の育成者権の登録年	商標	商標権者	最初の商標権の登録年	栽培面積 (ha)
Cripps Pink	Department of Agriculture and Food, Western Australia (オーストラリア)	1995年 (フランス, アルゼンチン)	PinkLady	Apple and Pear Australia Limited (オーストラリア)	1992年 (フランス)	>5000
Nicoter	Better3fruit N.V. (ベルギー)	2005年 (欧州, スイス)	Kanzi	Better3fruit N.V. (ベルギー)	2001年 (MP: スイス, オーストラリア, 日本等)	3000 - 4999
WA38	Washington State University (アメリカ合衆国)	2017年 (チリ)	Cosmic Crisp	Washington State University (アメリカ合衆国)	2015年 (オーストラリア, ニュージーランド, 欧州)	1000 - 2999
Scifresh	The New Zealand Institute for Plant and Food Research Ltd (ニュージーランド)	2002年 (ニュージーランド)	Jazz	Enzafruit New Zealand International Limited Company (ニュージーランド)	2001年 (シンガポール, ニュージーランド, スイス)	1000 - 2999
Ambrosia	Summerland Varieties Corp (カナダ)	1997年 (カナダ)	Ambrosia	Sally Mennell (カナダ) Wilfrid Mennell (カナダ)	2009年 (ニュージーランド)	1000 - 2999
Cripps red	Department Of Agriculture Western Australia (オーストラリア)	1993年 (ニュージーランド)	Joya	Apple and Pear Australia Limited (オーストラリア)	2012年 (オーストラリア, スイス, 欧州)	1000 - 2999
RoHo 3615	Hofmann Sortenschutz GmbH (ドイツ)	2006年 (欧州, スイス)	Evelina	Evelina GmbH (ドイツ)	2004年 (ドイツ, イギリス, ニュージーランド等)	1000 - 2999
Brak/ Fubrax	KIKU SRL GMBH (イタリア)	2001年 (ブラジル, フランス)	Kiku	KIKU SRL GMBH (イタリア)	1995年 (イタリア)	1000 - 2999
Scilate	THE NEW ZEALAND INSTITUTE FOR PLANT AND FOOD RESEARCH LIMITED (ニュージーランド)	2009年 (アメリカ合衆国)	Envy	Enzafruit New Zealand International Limited (ニュージーランド)	2007年 (オーストラリア, ヨルダン, シンガポール)	500-999
UEB 3264/2	Institute of Experimental Botany (チェコ)	2005年 (アメリカ合衆国)	Opal	Webfruit GmbH (ドイツ) Fruit select GmbH (ドイツ)	2010年 (MP: 欧州, クロアチア, ウクライナ等)	500-999
CIVG 198	MODI GMBH (イタリア)	2008年 (欧州, アメリカ合衆国, スイス)	Modi	MODI GMBH (イタリア)	2005年 (欧州 EU)	500-999
Minneiska	Regents Of The University Of Minnesota (アメリカ合衆国)	2008年 (アメリカ合衆国)	SweeTango	Regents of the University of Minnesota (アメリカ合衆国)	2008年 (アメリカ合衆国)	500-999

注：栽培面積は、『世界におけるリング新品種のライセンス・ビジネス』（黄孝春，2019年，弘前大学人文社会科学部「人文社会科学論集」第7号）による。

等各国・地域が提供するデータベースを利用した。

商標権の登録状況については，世界知的所有権機関 (WIPO) が提供する「Global Brand Database」(<https://www.wipo.int/reference/en/branddb/>) 及び「Madrid Monitor」(<https://www.wipo.int/madrid/monitor/en/>) を利用した。また，必要に応じて，米国特許商標庁

(USPTO) の「PatFT」(<https://www.uspto.gov/>) や「Trademark Electronic Search System」(<https://www.uspto.gov/trademarks-application-process/search-trademark-database>)，欧州連合知的財産庁 (EUIPO) の「TM view」(<https://www.tmdn.org/tmview/welcome#>) 等各国・地域が提供するデータベースを利用した。

4. 調査結果

(1) 育成者権

表2に示すように、調査対象としたクラブ制リンゴ品種は、最近育成された「WA38」を除いて30カ国以上で育成者権が登録されていた。また、登録国はEU、北米、南米、オセアニア諸国が中心であった。育成者権の登録国が最も多いのは、ベルギーの企業が育成した「Nicoter」(46カ国)、次いで、イタリアの企業が育成した「CIVG198」(42カ国)、ニュージーランドの公的研究機関が育成した「Scifresh」とドイツの企業が育成した「RoHo3615」(39カ国)であった。登録年が最も古いのはオーストラリアの公的研究機関が育成した「Cripps red」で1993年、次いで同機関が育成した「Cripps Pink」で1995年、カナダの果樹経営者が育成した「Ambrosia」で1997年であった。これらの品種は、1990年代から2000年代前半にかけて各国に登録されていることから、「Cripps red」、「Cripps Pink」、「Brak/Fubrax」は、存続期間満了によって育成者権が消滅した国も発生しており、今後も2020年代に多くの国で期間満了となる。また、今回の調査で最も登録年の新しい品種は、米国のワシントン州立大学が育成した「WA38」(商標「Cosmic Crisp」)で2017年、次いでニュージーランドの公的研究機関が育成した「Scifresh」(商標「Envy」)で2009年、米国のミネソタ大学が育成した「Minneiska」(商標「SweeTango」)で2008年であった。

(2) 商標権

表3に示すように、調査対象としたクラブ制リンゴ品種は、30カ国以上で商標権が登録されていた。また、登録国はEU、北米、南米、オセアニア諸国に加えてアジア諸国にも多数登録されていた。商標権の登録国が最も多いのは、「PinkLady」(70カ国)で、次いで「KiKu」(67カ国)、「Modi」(64カ国)であった。多くの品種では、育成者権の出願登録とほぼ同時期に商標権を出願登録しているが、Kikuのように商標権を先行して出願登録しているもの、「Joya」のように育成者権の存続期間満了期前後に商標出願登録している事例も明らかになった。また、商標を構成する要素から、文字商標型、文字と図形の結合商標型、品種名称を商標に使用している品種名称型に分類すると表4が示される。クラブ制リンゴ品種の多くは、権利範囲の広い造語による文字商標を主体としている。また、結合商標型の「Pink Lady」、「Joya」、「Kiku」も、登録の初期は文字商標を主体としていたが、経時的に図形との結合商標を増やしている傾向が明らかになった。これらは、当初は権利範囲の広い文字商標を登録しておき、栽培地・販売地の拡大に合わせて、それら栽培地・販売地の取引者や消費者の嗜好(需要)に合わせて視覚効果が狙える図形との結合商標を登録しているものと推察される。一方で、「Ambrosia」は、品種名称である「Ambrosia」を育成者権の登録のない国では品種名称で、育成者権の登録のある国では「Ambrosia」の文字と図形の結合商標で商標登録をし

表2 育成者権の登録国数

品種	登録国数	最初の育成者権の登録年	備考
Cripps red (Joya)	32	1993年(ニュージーランド)	3カ国で権利消滅
Cripps Pink (PinkLady)	33	1995年(フランス, アルゼンチン)	2カ国で権利消滅
Ambrosia	33	1997年(カナダ)	左記の他1カ国に出願中
Brak/Fubrax (Kiku)	37	2001年(ブラジル, フランス)	3カ国で権利消滅
Scifresh (Jazz)	39	2002年(ニュージーランド)	
Nicoter (Kanzi)	46	2005年(欧州, スイス)	
UEB 3264/2 (Opal)	38	2005年(アメリカ合衆国)	左記の他3カ国に出願中
RoHo 3615 (Evelina)	39	2006年(欧州, スイス)	左記の他3カ国に出願中
CIVG 198 (Modi)	42	2008年(欧州, アメリカ合衆国, スイス)	左記の他2カ国に出願中
Minneiska (SweeTango)	35	2008年(アメリカ合衆国)	左記の他1カ国に出願中
Scilate (Envy)	38	2009年(アメリカ合衆国)	左記の他1カ国に出願中
WA 38 (Cosmic Crisp)	1	2017年(チリ)	左記の他2カ国に出願中

注：出願戦略を明らかにするために存続期間満了等によって権利が消滅した国もカウントしている。

表3 商標権の登録国数

商標	登録国数	最初の商標権の登録年	備考
Joya (Cripps red)	32	2012年 (オーストラリア, スイス, 欧州)	左記の他1カ国に出願中
PinkLady (Cripps Pink)	70	1992年 (フランス)	
Ambrosia	38	2009年 (ニュージーランド)	左記の他2カ国に出願中
Kiku (Brak/Fubrax)	67	1995年 (イタリア)	
Jazz (Scifresh)	39	2001年 (シンガポール, ニュージーランド, スイス)	左記の他2カ国に出願中
Kanzi (Nicoter)	55	2001年 (MP: スイス, オーストラリア, 日本等)	
Opal (UEB 3264/2)	38	2010年 (MP: 欧州, クロアチア, ウクライナ等)	左記の他1カ国に出願中
Evelina (RoHo 3615)	39	2004年 (ドイツ, イギリス, ニュージーランド等)	
Modi (CIVG 198)	64	2005年 (欧州 EU)	
SweeTango (Minneiska)	39	2008年 (アメリカ合衆国)	
Envy (Scilate)	38	2007年 (オーストラリア, ヨルダン, シンガポール)	
Cosmic Crisp (WA 38)	36	2015年 (オーストラリア, ニュージーランド, 欧州)	

表4 クラブ制リンゴ品種の商標タイプ

文字商標型 (ロゴを含む)	Kanzi, Cosmic Crisp, Jazz, Evelina, Envy, Opal, Modi, SweeTango	
結合商標型	Pink Lady, Joya, Kiku	
品種名称型	Ambrosia	

ていることが明らかになった。

(3) 知財マネジメント

育成者権は栽培地、商標権は果実の販売地で権利を取得することが基本となるが、個別の品種についてみると、図1に示すようにニュージーランドで育成された「Scilate」、 「Scifresh」、オーストラリアで育成された「Cripps red」は、ヨーロッパや北米を中心に育成者権を取得しており、これは、季節が反対の半球の国にライセンスすることで、自国からの輸出と競合することなく年間を通じて果実を供給可能としていると考えられる。一方で、クラブ制リンゴ品種の商標権は、育成国に関わりなく多くの国で取得していることが明らかになった。また、クラブ制リンゴ品種の多くは、育成国に関わりなくオーストラリア、ニュージーランドで育成者権を取得しており、南半球においては南

米よりもオーストラリア、ニュージーランドが重要な生産地となっている。一方で、アジア諸国で育成者権を取得する品種は少ないが（アジアでは、マレーシア、シンガポールが主。現在、日本で登録されている品種は「Scifresh」、 「Nicoter」の2品種のみ）、商標権はアジア諸国においても広く取得していることが明らかになった。

5. 考察

以上のように、クラブ制リンゴ品種は、自国で育成したリンゴ品種を自国で栽培し自国内や海外で販売するのではなく、複数の国で栽培し、同一・類似の商標で世界中に販売を展開しているところに特徴がある。この取組みの利点としては、育成者権や商標権からのロイヤリティー収入が得られること、年間を通して新鮮な果実を流通、販売することが可能になること、が

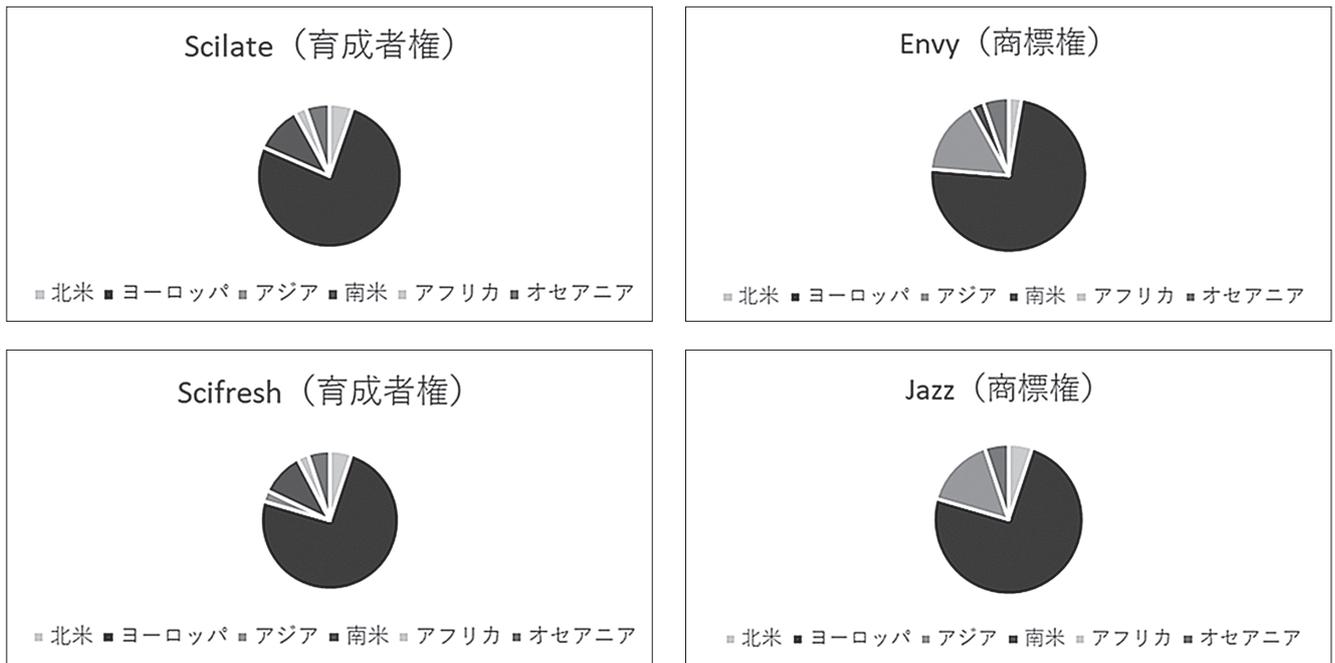


図1 地域別の育成者権・商標権

挙げられる。商標の点に着目すると、前掲の櫻谷(2021)が報告しているように、リンゴのような永年性果樹は種子繁殖植物と違って苗木の増殖に時間を要し、また植栽されてから経済年数に達するまで数十年を要することから、盛果期には育成者権が存続期間満了で消滅する場合もある。このため、初期の段階では育成者権による「保護」が重要であるが、長期的には品種を指定商品とした商標に信用 (good will) を蓄積することが一層重要となる。一方で、栽培地が一カ国ではなく各国に亘ることから、栽培地に影響されない安定した品質の維持・管理が要求される。こうした点で、栽培地の地域特性に由来する品質を基礎としたブランドが既に確立され、地域名称に化体した信用を活用する「テロワール」の考え方とは、商標、栽培地や品質に関する知財戦略やマーケティング戦略が異なると言える。

商標が高品質な果実を示すブランドとして認知されると、「Cripps Pink」等のように、育成者権が消滅した後も商標権によって生産量や品質の管理が可能となる。また、「Kiku」のように後代の改良品種を育成した場合も、同じ商標を付して販売することで、商標に蓄積した信用 (good will) を活用することが可能になる。一方で、「Ambrosia」の例のように、品種名称を結合商標として商標登録し、品種名称に信用 (good will) を蓄積した場合、育成者権消滅後は何人であっても当該種苗を利用し、「Ambrosia」の名称で果実を販売できることから、知財マネジメントとしては課題

があると指摘できる。

「Pink Lady」, 「Kanzi」, 「Jazz」のような造語による商標は、周知・著名性の獲得には時間と広告宣伝への投資が必要となるものの、いったん周知・著名性を獲得すると、栽培地域に制約されることなくライセンスが可能となる利点がある。「WA38」, 「RoHo3615」はあえて品種名称は記号的な標記として、商標を特徴あるものとしているが、こうした商標戦略も有効と考える。ただし、この場合、国によっては、記号のみから構成される品種名称を品種登録の拒絶理由としているところもあることから注意が必要であろう。

国内での取り組みでは、長野県が育成した「シナノゴールド」の海外展開の事例がある。「シナノゴールド」は海外では育成者権を取得していないが、イタリアの生産者団体と共有で、商標「yello」を各国に登録している。イタリアの生産者団体の代表は、「シナノゴールドは世界的ブランドとして「yello」の名で広がるだろう」と述べているが⁽¹²⁾、この事例からは、海外において育成者権が登録されていなくても、許諾先の販売戦略と合致し、商標権と組み合わせることで新たなビジネス展開やライセンスが可能であることが示唆される。種苗の海外流出が問題となったブドウ品種「シャインマスカット」のように、品種名称が周知・著名性を獲得した場合、ライセンシー側にとっては、品種名称とは別に商標を付して果実を販売することのメリットに乏しく、育成者権のない国においてライセンス契約を結ぶというのは困難になると考えられる。

る。このように考えると、品種名称とは別の名称で商標権を取得し、品種名称が高品質であると認知される前に、商標を高品質である農産物と認知させるプロモーションが重要になると指摘できる。今回調査した「Joya」のように、育成者権の存続期間満了期前後に商標出願している例もあるが、上記の理由により知財マネジメントとしては課題があると思われる。

従来、我が国で育成されたリンゴ品種は、国内のみで栽培するため、国内でのみ品種登録がされ、品種を指定商品とした商標登録はほとんど行われていなかった。一方で、リンゴ品種「ふじ」が品種別生産量で世界第一位になっているように、我が国の高品質なリンゴ品種は海外展開できる潜在力を有している。今後は、図2に示すように、果実の輸出だけではなく、長期的な品種の保護と海外展開を実現するために、保護重視型から活用型への転換、そのための海外における育成者権や商標権の登録、海外でのライセンスの開拓を戦略的に考えていく必要がある。

6. おわりに

本研究では、大学、公設試験場等で品種開発に取り組んでいる関係者に、植物品種を海外展開していく上での知財マネジメントに関する有用な知見を提供することを目的として、各国のクラブ制リンゴ品種の知財の実態について、主に育成者権と商標権を中心に調査、分析した。

その結果、調査対象としたクラブ制リンゴ品種の多くは、①30カ国以上で育成者権及び商標権が登録されていること、②「Cripps red」等育成年の古い品種では、存続期間満了によって育成者権が消滅した国も発生しているが、商標出願は現在も活発に行われていること、が明らかになった。こうしたことから、初期の段階では育成者権によって品種を保護し、長期的には品種を指定商品とした商標に信用 (good will) を蓄積し、育成者権の存続期間満了後も商標によって生産量や品質をコントロールすること、が重要であることを示した。

一方で、クラブ制は、栽培地が特定の国・地域ではなく、複数国にわたることから、海外におけるライセンスの開拓や栽培地に影響されない安定した品質の維持・管理が重要となる。今回調査した品種では、例えば「Nicoter」のように、商標「KANZI」の使用料をWEB上で公開しているものがあるが⁽¹³⁾、多くの品種は非公開である。また、「Scilate」, 「Scifresh」のように育成者権者と商標権者が異なる品種もある。今後は、ライセンスの実態や品質の維持・管理に関する詳細な調査が必要である。またリンゴ以外の他の品目への拡大可能性についても検討が必要である。

米国においては、公的な大学が開発した品種を一部の生産者のみに独占的に許諾し生産量をコントロールすることについて、公共性の観点から問題点を指摘する報告もあり、Alston & Plakias (2014) は、独占的

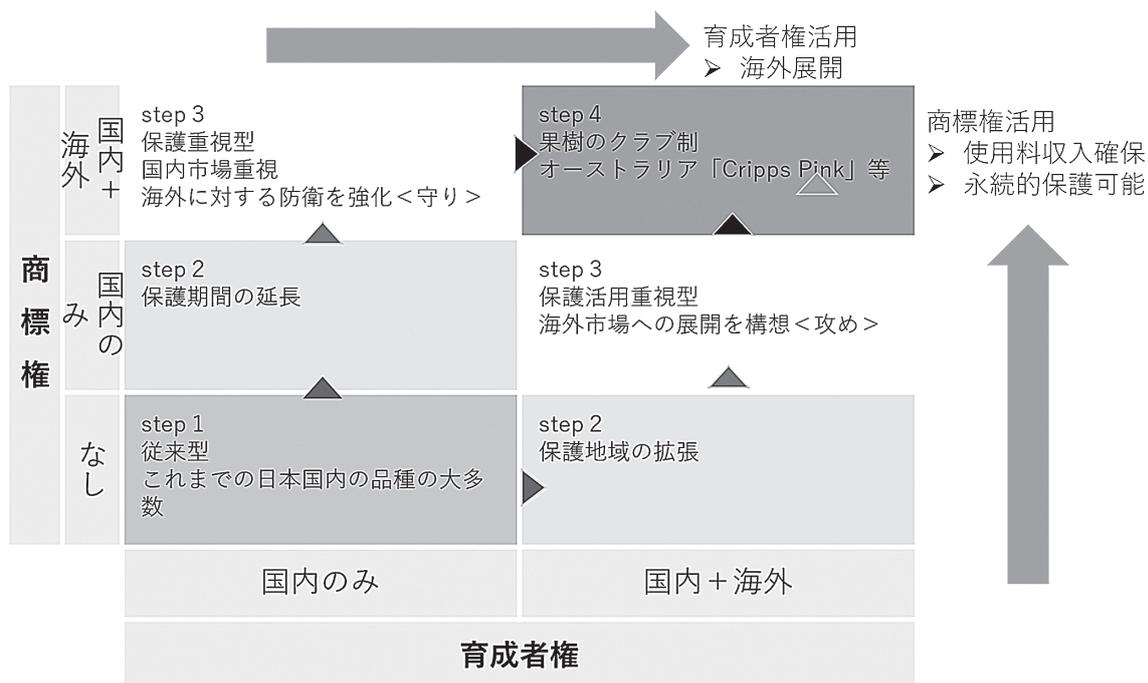


図2 育成者権と商標権の活用

ライセンスが生産者間の分配の問題を生じさせることを指摘し⁽¹⁴⁾、また Lehnert (2010) は、本稿でも調査対象としたミネソタ大学が開発したリンゴ品種「Sweetango」の苗木生産を制限する行為について、批判的な報告をしている⁽¹⁵⁾。また、前掲の Witon (2017) の報告では、クラブ制リンゴ品種は、プロモーションに投資が必要な反面、栽培初期は供給量が少なすぎて販売収入やそこから派生するロイヤリティーが十分でないこと、価格を維持するために盛果期においても供給量を制限せざるを得ない場合もあること、からクラブ制は必ずしも成功が約束されたものではないと述べている。このように、育成者による品種の囲い込みに対する批判や、クラブ運営の困難性に対する指摘もあるが、一方で、クラブ制は誰もが生産し販売できる従来の品種利用形態からの転換を目指すものであり、我が国の農業戦略を考える上でも参考になる取組みと思われる。

* 本調査は、一般財団法人知的財産研究教育財団知的財産管理技能士会に設置された研究会において実施したものである。

* 本稿は、日本知財学会第 18 回年次学術研究発表会 (2020 年 11 月 28 日) において一般発表したものを論文として取りまとめたものである。

(参考文献)

- (1) 知的財産戦略会議 (2002) 「知的財産戦略大綱」。
- (2) ピー・アイ・エーリミテッドライアビリティカンパニー (2009) 「平成 20 年度農林水産省貿易円滑化推進事業輸出戦略調査報告書 (ピンクレディー)」農林水産省。
- (3) 神田健策・黄孝春・V.Carpenter (2013) 「農産物の知財マネジメントとりんご生産販売システムの新動向—ピンクレディーの事例を中心に—」, 日本農業経済学会論文集, pp.118-124.
- (4) 黄孝春 (2013) 「品種経営—ピンクレディーシステムの事例—」, 弘前大学人文社会論叢, 社会科学篇, 第 29 号,

- pp.173-194.
- (5) Mitsukazu SAKURADANI (2021) 『Intellectual Property Management Through Fruit Tree Club System : The Case Study of the Apple Cultivar “Cripps Pink”』, Journal of Management Science, vol.10, pp.21-29.
 - (6) S.K.Brown, K.E.Maloney (2009) 「Making Sense of New Apple Varieties, Trademarks and Clubs : Current Status」, NEW YORK FRUIT QUARTERLY, No.17, pp.9-12.
 - (7) S.K.Brown, K.E.Maloney (2013) 「An Update on Apple Cultivars, Brands and Club-Marketing」, NEW YORK FRUIT QUARTERLY, No.21, pp.3-10.
 - (8) John Witon (2017) 「Pros and cons of club varieties」, Australian Fruitgrower, Aug/Sep.
 - (9) J.J.Luby, D.S.Bedford (2015) 「Cultivars as Consumer Brands : Trends in Protecting and Commercializing Apple Cultivars via Intellectual Property Rights」, Crop Science, Vol.55, No.6, pp.2504-2510.
 - (10) D.Roe, R.Brokaw (2007) 「Intellectual property rights applicable to fruit trees and the likely effects on regional and global avocado industries」, Proceedings VI World Avocado Congress.
 - (11) M.Kranjac, U.Sikimic, M.Vujakovic, I.Molnar (2015) 「Cross border protection of the clusters' intellectual property in the agricultural sector」, Agric.Econ, 61, (1), pp.23-30.
 - (12) 産経ニュース (2016.3.25) <https://www.sankei.com/region/news/160325/rgn1603250018-n1.html>
 - (13) https://efcfruit.com/files/FRUITTEELTOVEREENKOMST_NICOTER_en_NICOGREEN_ENG
 - (14) J.M.Alston and Z.T.Plakias (2014) 「Optimal Licensing for Public Intellectual Property : Theory and Application to Plant Variety Patents」, Selected Paper prepared for presentation at the Agricultural & Applied Economics 2014 AAEA Annual Meeting, Minneapolis, MN, July 27-29, 2014.
 - (15) R.Lehnert (2010) 「Minnesota Growers Feel Excluded」, Good Fruit Grower, August.

(原稿受領 2021.2.22)