

海外展開を見据えた知財ミックスによる 知的財産の保護及び活用

令和6年度農林水産知財対応委員会第3部会

岡 恵、北村 光司、齊藤 整、高原 千鶴子、原 慶多、伊藤 晃、
金丸 清隆、片岡 泰明、押鴨 涼子、柴田 富士子

要 約

近年、葡萄のシャインマスカットや和牛肉等、海外でも高い評価を受けている日本の農林畜水産物及びその加工品が増えている。そこで、日本の農畜林水産分野の国際競争力の強化に向けて、知的財産を創造し、保護し、活用することが急務である。具体的には、弁理士が農業従事者やその加工品製造者や地域振興に携わる関係者等（以下、単に「農業従事者等」という）から知的財産に関する相談を受けた際に、適切に対応できるよう、基礎的な知識を網羅しておくことが重要である。特に、農業知財では、「知財ミックス」といって、商標や地理的表示等の複数の知的財産権を組み合わせることでより幅広い保護を受けることができる。弁理士が相談を受けた際に的確なアドバイスを行うためには個々のケースに応じて、的確な知財権を組み合わせ、いわゆる「知財ミックス」の提案をすることが求められる。そのためには、「知財ミックス」を構成する農林畜水産分野の知的財産の全体像を把握することが不可欠である。そこで、本稿では、農林水産分野における知財マネジメントの基本を整理し、農業者が直面する課題に応じた知財戦略を理解するための指針を提供することを目的とする。本稿は令和7年2月4日に「農林水産物・食品等に関する知的財産の保護及び活用」と題する農林水産省との共催セミナーにおいて当部会が発表した講演内容を講演録として再編集したものである。

目次

1. はじめに
2. 日本の農業経営の課題
3. 農林水産分野の知財マネジメント
4. 総論：農作物等のブランド化と育成者権、地理的表示、商標による保護
5. 各論：知財ミックス事例
6. 酒類の地理的表示
7. ノウハウ管理の留意点
8. おわりに

〔講演録〕

海外展開を見据えた知財ミックスによる知的財産の保護及び活用

Protection and Utilization of Intellectual Property through Strategic IP Portfolio Management for Global Market Development”

令和6年度農林水産知財対応委員会 第3部会

本稿は令和7年2月4日に「農林水産物・食品等に関する知的財産の保護及び活用」と題する農林水産省とのコラボセミナーにおいて当部会が発表した講演内容を講演録として再編集したものである。

1. はじめに

弁理士が農業者から知的財産に関する相談を受けた際に、適切に対応できるよう、基礎的な知識を網羅しておく

ことが重要である。特に、農業知財では、「知財ミックス」といって、商標や地理的表示等の複数の知的財産権を組み合わせる権利を取得することが必要である。そして、弁理士が相談を受けた際の的確なアドバイスを行うためには個々のケースに応じた「知財ミックス」の提案をすることが求められる。そのためには、「知財ミックス」を構成する農林水産分野の知的財産の全体像を把握することが不可欠である。そこで、本稿では、農林水産分野における知財マネジメントの基本を整理し、農業者が直面する課題に応じた知財戦略を理解するための指針を提供することを目的とする。

2. 日本の農業経営の課題

近年の調査※（2024年、農林中央金庫調べ）によると、日本の野菜生産者が抱える経営課題として、以下の3点が挙げられている⁽¹⁾。

1. 販売価格の低迷
2. 出荷価格の変動
3. 販路の拡大

またマーケティングやブランディングの支援にも関心が高いことも明らかになっている。これらの経営課題に対処するために、知的財産を活用した戦略的なアプローチを行うことによって、農林水産物の付加価値を高め、事業者の競争力向上に寄与することが期待される。

3. 農林水産分野の知財マネジメント

知的財産の活用において、権利化、公知化、秘匿化のいずれを選択するかは、事業戦略や市場環境に応じた判断が求められる。それぞれの方法には以下のようなメリット・デメリットがある。権利化を行う場合の判断基準としては、①市場での競争優位性を確保する必要があるか、②費用対効果が見込めるか、③技術の公開が許容されるか、④他者による模倣や特許取得のリスクが高いか、といった要素を総合的に検討することが重要である。

権利化と非権利化

	事例	メリット	デメリット	検討事項
権利化	①外国で大規模な商品化・事業化が見込まれるもの ②食糧供給の安定化に資するもの ③企業の事業活動を支援する上で有益	許諾先の事業活動を通じた技術の普及	・登録・維持費用 ・侵害防止対策が必要 ・公報による公開等	・費用対効果 ・海外出願 ・相手国の知財管理状況 ・信頼における許諾予定先の有無
公知化	幅広い主体の活用により、普及が期待されるもの	・公知化による技術の普及 ・他者による技術の独占の防止 ・技術の標準化	・技術の流出 ・権利化・秘匿化の確定的な放棄	・広く普及すべき技術か
秘匿化	秘密として保持し、特定の主体に使用許諾することを通じた早期の商品化・事業化が期待されるもの	・営業秘密として秘匿化しておけば半永久的に保護 ・ノウハウも保護対象となりえる ・模倣機会の減少	・管理不十分な場合、営業秘密として法的保護されないおそれ ・後に同じ技術を独自開発した他者の実施を排除できない	・営業秘密として保護を受ける対象を明確化し、秘密管理性・有用性・非公知性を確保する。

出所：農林水産業・食品産業の公的研究機関等のための知財マネジメントの手引き（令和6年3月）3頁 図表1を元に筆者作表

4. 総論：農作物等のブランド化と育成者権、地理的表示、商標による保護

農作物等のブランディングとは、地域や品質の特色等に応じて、その農作物等がもつ独自の個性や魅力を確立し、これを対外的に打ち出し、その独自性に対するファンを獲得することで、その農作物等が末永く愛され続ける仕組みを作り上げることにある。そのためには、当該農作物等が持つ品質や地域性、マーケットのニーズ、競合農

作物等の特色など、現状の把握・分析やブランド化に向けた戦略構築が必要であるのはもちろんのこと、打ち出すべき独自性やコンセプトを体現し、これを顧客へ伝える役割を担うブランド要素（品種やブランドの名称、キャッチコピー、キャラクター等）を知財制度によりしっかりと保護することが極めて重要となる。

ブランド要素の保護の中核を担う知財制度としては、まず商標法があげられる。また、農作物等のブランド化においては、これに加えて、新品種の種苗と名称を保護する種苗法や、地理的表示を保護する地理的表示法（GI法：特定農林水産物等の名称の保護に関する法律）に関しても理解しておく必要があり、状況や戦略に応じてこれらを使い分けることが肝要である。

ブランド化の対象である農作物等が新品種である場合には、種苗法（育成者権）による保護を受ける余地があるが、その際、新品種の登録品種名をブランド名とすることについては慎重に検討する必要がある。そもそも品種名とは本来誰もが自由に使える普通名称としての性格を有しており、種苗法による保護期間が満了すると、いかに品種登録を受けた者であっても、以後はその品種名を独占的に使用することができなくなるためである。永続的にブランド名を保護していくには、ブランド名を新品種に係る品種名として育成者権で保護するのではなく、品種名とは切り離し、商標権で保護することが重要である。

なお、以下に示すように、種苗等を指定商品とする登録商標を、品種名として種苗登録することはできず、また、逆に、品種名を商標として（農作物等に関する商品・役務に係る商標として）登録することについても、自他識別性や品質誤認等の観点から、一般的には困難を伴う。

品種名と商標の関係

種苗等に係る登録商標を品種名として品種登録：

× できない（種4条1項2号/3号）

品種名を種苗等に係る商標として商標登録：

× できない（品種登録されている品種名＝商4条1項14号）

× できない（品種登録されていない品種名＝商3条1項1号／4条1項16号）

品種名を収穫物や収穫物の加工品に係る商標として商標登録：

△ できない場合がある（品種登録の有無を問わず商3条1項3号／4条1項16号）

品種名を収穫物等の小売等役務に係る商標として商標登録：

△ できない場合がある（品種登録の有無を問わず商3条1項6号／4条1項16号）

参考資料：商標審査便覧 42.114.01 種苗の登録品種の名称に関する取扱い

次に、地域との結びつきが強い農作物等のブランド化においては、地域名をブランド名として冠するものも多く、そのようなブランド名を地理的表示（GI）として保護するのか、もしくは、商標（通常商標／団体商標／地域団体商標）として保護するのか、という問題がある。実務上は、それぞれの制度の違いを踏まえたうえで、そのブランド名がどのような要素から構成されるものであるか（識別性を十分に発揮する要素の有無／地理的名称の有無／農作物等に係る普通名称の有無）、そのブランド名がどれほどの期間使用されてきたのか、周知性を獲得するにいたっているのか、統一的な品質管理がなされているのか、ブランド名を管理する団体自らが積極的に模倣品対策を行っていきたいのか、等々を踏まえ、いずれの制度による保護が妥当であるかを検討することになる。また、海外展開を行うブランドの場合は、我が国の法制度のみならず、海外でのブランド名の保護も見越した選択を行う必要がある。

以下は、GI制度と似通った点の特に多い地域団体商標制度にフォーカスし、GIと地域団体商標の両制度における特色や概要について、簡単に整理したものである。

地理的表示（GI）と商標

それぞれの制度の違いを理解した上で、ブランドごとに適した制度を活用することが大切

GI（Geographical Indication）制度

特定の生産地に由来した特性を有する農林水産物等の名称の表示（GI）を保護し、国がその品質を保証する（お墨付きを与える）制度

地域団体商標制度

組合等の団体がその構成員に使用させる周知な商標（地域名と商品・役務名からなるもの）につき登録要件を緩和し保護する制度

全体統一的な品質は不問、生産者（構成員）ごとに異なる独自性を打ち出せる（個別ブランド化、屋号や技術ブランド名を商標で保護）

GI制度と地域団体商標制度の対比

地理的表示（GI）保護制度		地域団体商標制度
地域と結びついた特性を有する製品の名称を保護	保護対象	地域団体が商品や役務に使用するものとして周知となった名称（商標）を保護
行政による取締	模倣等対応	自己で権利行使
農林水産物、飲食品等（酒類等は別制度）	対象品等	すべての商品・役務
生産・加工業者を構成員に含む団体 法人格のない地域のブランド協議会等も可能	申請主体	事業協同組合等の特定の組合、商工会、商工会議所、NPO法人のみ
生産地特有の要因が特性と強く結び付いていること 名称中に地名は必須ではない	主な要件	一般的な商標に求められる登録要件 一定の需要者に認識されていること（周知性） 商標中に地名は必須（地名+商品役務名）
GI制度を持つ国や地域との間で相互保護が行われている場合、その国や地域でも保護される	海外での保護	国や地域ごとに登録が必要（通常商標・団体商標・証明商標・保証商標等として） 直接出願ルート／国際登録（マドプロ）ルート

5. 各論：知財ミックス事例

本項目では、日本国内の農業分野において、知財がどのように活用されてきたかについて、知財ミックスの事例を紹介する。なお、権利取得について、例えば商標登録は特許庁の管轄、地理的表示は農林水産省の管轄と各々の権利関係を管轄する行政機関が異なることが農業知財の特色の一つである。

（1）商標権×育成者権：

農産物の種子、苗、収穫物、加工品等は各々別名称で権利を取得する必要がある。

栃木県

種子・苗・収穫物・加工品・収穫物等について、
別の名称で権利を得る
(スカイベリー)

品種登録： 栃木i27号
登録第23749号 イチゴ属

商標： スカイベリー

権利者： 栃木県

①登録第5519463号 31 野菜，果実，種子類，苗

②登録第5519465号

29 冷凍果実，加工野菜及び加工果実

30 茶，菓子及びパン，穀物の加工品

32 ビール，清涼飲料，果実飲料，乳清飲料

33 日本酒，洋酒，果実酒

出典：栃木県、J-PlatPat

(2) 商標権×育成者権：

育成者権者が農産物の名称をコントロールしたい場合、品種名称と同じ名称で商標の権利を得ることができる。

**育成者権者が名称をコントロールしたい場合、
同じ名称で商標の権利も得る**

山形県 (つや姫)

品種名称：	つや姫	登録第20911号 稲種
商 標：	つや姫	第5343442号 全国農業協同組合連合会 1 化学品
	つや姫	第5521583号 山形県 29, 30, 31, 33 食用油脂, 食肉, 卵, なめ物, 食用たんぱく, コーヒー及びココア 氷, 酒かす, 野菜, 糖料作物, 果実, 麦芽, 飼料, 花, 中国酒, 薬味酒
	つや姫	第5559848号 山形県 39 旅客車による輸送
	つや姫	第5448363号 山形県 30, 31 つや姫種の米, つや姫種の米を使用した即席菓子のもと, つや姫種の米粉, つや姫種の米を主原料とする粉末状・粒状・顆粒状・錠剤状・液状・カプセル状の加工食品, つや姫種の籾米, つや姫種の米ぬか, つや姫種の米を主成分とする飼料



写真：全農・山形県本部
出典：J-PlatPat



このような活用事例としては、以下のぶどう（ルビーロマン）が挙げられる⁽²⁾。

ぶどう： 品種登録と商標が同じ名称の活用事例

品種名称： ルビーロマン（ぶどう、登録第15020号） 石川県

商 標	 Ruby Roman 第5196032号 31 ぶどう	
	登録6210814 29 食用油脂、乳製品、食肉 30 菓子コーヒー、ココア 32 ビール、清涼飲料 33 焼酎、白酒、清酒	写真出典：石川県庁

農林水産省「戦略的知的財産活用マニュアル」を基に作成

(3) 商標権×育成者権：

愛媛県が「愛媛果試28号」として柑橘属に品種登録した柑橘新種を全国農業協同組合連合会が「紅マドンナ」とし商標登録した事例である。育成者権と商標登録を各々別名称として登録することで重畳的な保護が得られた事例である。

愛媛果試第28号 → 紅まどんな

- ・愛媛県が「愛媛果試第28号」としてカンキツ属に品種登録。
- ・全国農業協同組合連合会が「紅まどんな、紅マドンナ/紅まどんな」で商標登録。

商標	登録番号	区分	指定商品・指定役務
紅まどんな	第5041853号	31	みかん
紅まどんな	第5370793号	3	香料類及び香水類, 植物性芳香剤, 化粧品, 石鹸類, 線香,
		5	入浴剤、薬剤
紅まどんな	第5549965号	30	フルーツゼリー, その他の菓子, パン
紅マドンナ/ 紅まどんな	第5781933号	29	加工野菜及び加工果実, 冷凍果実, 乳製品
紅マドンナ/ 紅まどんな	第6542494号	43	飲食物の提供

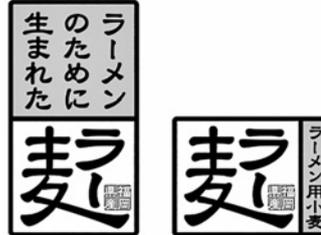
以下は、食品加工品について育成者権と商標登録を行なった例である。農産物そのものだけでなく、農産物等を用いた食品加工品についても知財ミックスによる保護が可能である。

品種名称と商標によるラーメンへの活用事例 福岡県

品種名称: ちくしW2号
第19702号 小麦



商標: ラー麦
第5244217号
32 中華そばのめん、小麦粉等、



- ・福岡県が、製粉業者と連携し、とんこつラーメンに適した品種を育成
- ・ラー麦を使ったラーメン店のみに商標の使用を許諾

引用: 福岡県庁ホームページ、農林水産省「戦略的知的財産活用マニュアル」を基に作成

(4) 特許権×商標権

農産物の栽培方法が画期的である場合には、商標権に加えて特許権による権利取得が可能である。以下は、「空飛ぶパンプキン」という商標登録に関するかぼちゃの栽培方法について「かぼちゃの空中栽培法とその装置」という特許権も獲得した事例である。

かぼちゃ: 特許と商標の活用事例

特許 かぼちゃの空中栽培法とその装置

(事例1) かぼちゃの空中栽培法とその装置
(平成5年出願、平成8年登録)

特許の内容: アーチ型パイプの上にネットを張り、その上にカボチャの茎葉をはわせ、空中で果実を着果、肥大させることを特徴とした栽培法及びその装置

権利者: 個人

権利取得後の状況: 独自の栽培方法により、一般的な栽培カボチャとの差別化を図り、高価格販売を可能にした権利を取得。現在、生産組合を組織し、空中で栽培されたカボチャを「空飛ぶパンプキン」として商標登録し、ブランド品として通常の約2倍の価格で取引されている。今後もブランドイメージを販売戦略としていくため、権利を維持。



※ 病害虫の発生が少なく、高品質な果実が生産され、収穫作業の軽減化が可能。

出典: 農林水産省「知的財産戦略2020 そのポイント」

商標登録

空飛ぶパンプキン

権利者: 新生商事株式会社(北海道)
登録第2597162号
29 かぼちゃの加工野菜
31 かぼちゃ

(5) 商標権×特許権×地理的表示

商標権と特許権に加えて、地理的表示を登録することでさらに厚い保護を得ることも可能である。例えば、以下に紹介するのは、香川県善通寺で生産が行われている商標登録「善通寺産四角スイカ」のまさに四角型のスイカについて、その栽培容器について特許権を取得し、さらに、商標登録と同名称で地理的表示も取得した例である。

スイカ： 商標と地理的表示(GI)と特許の活用事例

商標
普通寺産四角スイカ

登録第5856218号
香川県農業協同組合
31 香川県普通寺市で生産したスイカ

1個1万円（食用には不向き）



地理的表示(GI)
普通寺産四角スイカ

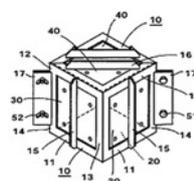
登録第82号
香川県農業協同組合



https://www.maff.go.jp/j/shokusan/si_act/register/0082/index.html

特許
ウリ科類の成型栽培容器

登録第3583386号
香川県農業協同組合



(6) 商標権×地理的表示

農産物以外にも、近年、神戸ビーフなど日本の畜産物も海外で広く評価されている。しかしながら、海外での虚偽表示について、和文の商標登録に基づいた権利行使は困難である。その一方で、欧州および英国については、地理的表示の相互保護の枠組みがあり、日本政府が欧州連合及び英国の当局に要請することにより、和文の地理的表示の登録が和文であっても、欧州域内での虚偽表示の削除が可能である。例えば、以下の事例のように、神戸ビーフは「神戸ビーフ」等で地域団体商標登録について商標権を獲得し、さらに地理的表示としての登録もされており、海外での商標権や地理的表示もされていたが、和文による地理的表示に基づいて、欧州域内での虚偽表示を削除することに成功した。

神戸ビーフ 国内・海外展開

世界に知られる最高級の味のブランド牛肉

[日本国内]

- ・2007年 「神戸ビーフ」「神戸肉」「神戸牛」について地域団体商標登録
- ・2015年 「神戸ビーフ」「神戸肉」「神戸牛」についてGI登録

[海外]

- ・2014年～   について複数国で商標登録
- ・相互保護の枠組みによるGI保護（欧州・英国）



農林水産省HPより画像引用

外国における保護

- ・2021年、ドイツ・オーストリア・イタリアのスーパーで、NZ産牛肉などに「Kobe Beef」「Kobe Style」「Kobe Wagyu Beef」の表示が見つかる
- ・2022年、スペインのレストランで、南米産牛肉メニューに「TROPICAL KOBE BEEF」の表示が見つかる
- ▶ 和文の登録商標に係る商標権で止めるのは困難
- ▶ 和文のGI登録に基づく日本の要請により、EU当局が事業者に対して名称削除を指導→排除

このように、複数の権利取得や登録による重疊的な保護を受けることにより、評価及び品質に優れた農畜産物やその加工品を安心して海外展開できる。農業知財における知財ミックスがいかに重要か、を理解していただけたら幸甚である。

6. 酒類の地理的表示

酒類は農産物の加工品としての位置付けであるが、近年外国でも日本の酒類、ウイスキーや日本酒や焼酎等の愛好者が増えており、日本の酒類が輸出され、外国の日本食材店などを中心として販売されることが多くなっている。また、酒類の地理的表示の保護は国税庁の管轄であり、農林水産省が管轄する農産物の地理的表示制度とは制度が異なる。そこで、本項目では、酒類の地理的表示について検討する。

(1) 制度について

農林水産物等の地理的表示保護制度が「産品の名称」を保護する制度である一方、酒類の地理的表示保護制度は、地域の共有財産である「産地名」の適切な使用を促進する制度である⁽³⁾。

GI酒類の輸出数量（令和5年度）

GI酒類は、国内向けの出荷が多いが、輸出数量は対前年比で12地域において増加

出典：国税庁「令和5年度の地理的表示の使用状況について」

令和6年12月5日（日本時間）「伝統的
酒造り」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことにより、GI酒類の輸出数量がさらに増加することが期待される。

GI	酒類区分	出荷量		参考
		出荷量	内輸出量	令和4年度 GI酒類輸出量
白山	清酒	51	0	2
山形	清酒	1,913	202	278
奥五郎	清酒	2,420	811	623
はりま	清酒	176	25	23
三重	清酒	286	13	23
杉原沼田	清酒	1.6	0.1	0
萩	清酒	126	23	22
山梨	清酒	68	3	4
佐賀	清酒	234	56	33
長野	清酒	321	19	16
新潟	清酒	14,443	1,485	698
滋賀	清酒	49	5	4
信濃大町	清酒	7.5	0.4	—
岩手	清酒	465	70	—
静岡	清酒	0	0	—
香枝	蒸留酒	1,837	9	9
琉球	蒸留酒	9,613	50	62
琉球	蒸留酒	13,470	37	63
薩摩	蒸留酒	45,147	214	367
山梨	ぶどう酒	1,061	34	50
北海道	ぶどう酒	421	不明	不明
山形	ぶどう酒	462	6	4
長野	ぶどう酒	308	1	0.5
大阪	ぶどう酒	23	0.09	0.02
和歌山梅酒	その他の酒類	319	98	92

ヨーロッパ等の諸外国では、ワインが国際貿易の主要品として古くから取引されてきたため、「原産地呼称制度」が設けられていた。日本では、世界貿易機関（WTO）の発足に際し、ぶどう酒と蒸留酒の地理的表示の保護が加盟国の義務とされていたことから、平成6年に国税庁が制度を制定した⁽⁴⁾。

海外における酒類の地理的表示（GI）の保護について（令和6年3月現在）

- ・ **日EU・EPA**（平成31年2月発効）
日本側23産品、EU側169産品を相互保護
- ・ **日英EPA**（令和3年1月発効）
日本側16産品、英国側13産品を相互保護
- ・ **日米貿易協定**（令和2年1月発効）
米国が、日本の3産品について、地理的表示の適正な表示の確保に向けた検討手続を進めることを約束。

出典：国税庁「お酒の地理的表示（GI）を知っていますか？」（2024年3月版）

申請を行う官庁は、農林水産物等の地理的表示が農林水産省、酒類の地理的表示が国税庁となっている。

地理的表示保護制度が制定されたのは、酒類の地理的表示の方が農林水産物等の地理的表示より約20年早く、平成7年6月30日に「壺岐」、「球磨」及び「琉球」が、初めて指定されている（農林水産物等の地理的表示が最初に登録されたのは、平成27年12月22日である（「あおりカシス」等））。

(2) 地理的表示の指定のための申立てについて

酒類の地理的表示は、酒にその産地ならではの特性が確立されており、産地からの申立てに基づき、国税庁長官の指定を受けることで、産地名を独占的に使用することができる。

「地理的表示の指定に係る申立書」には、特性と共に、酒類の原料・製法等を記載する必要がある。特性については、官能的要素、微生物学的要素、化学的要素等を明確にしなければならない。そして、特性が産地に主として帰せられることについて、自然的要因と人的要因に分けて説明する。

(3) 指定後の地理的表示の保護等について

酒類の地理的表示に関するガイドライン第1章9では地理的表示の保護の申立てに関する手続きを定めており、「(4) 地理的表示の保護の申立て」において、以下のような規定を設け、各所轄税務署長が適切な措置を行うこととしている。

“酒類製造業者等が地理的表示の名称（表示基準第1項第3号口に掲げる地理的表示については、表示基準第6項の確認をしたものに限る。）を使用してはならない酒類に地理的表示の名称を使用していることによって営業上の利益を侵害され又は侵害されるおそれがある者は、当該酒類製造業者の製造場又は当該酒類販売業者の販売場の所在地を所轄する税務署長に適切な措置を行うべきことを申立てることができる。”

また、地理的表示をロゴマークとして商標登録している事案もあるため、そのいくつかを挙げておく。

商標登録されている酒類の地理的表示（GI）に関するロゴマークの例



7. ノウハウ管理の留意点

以下に、特に管理に留意すべき項目について例示する⁽⁵⁾。

重要技術・ノウハウを漏らさないために

【従業員・関係者対策】

- ・家族のみ・従業員少数：ノウハウ等を家族・従業員以外に漏らさない
- ・従業員が数十人以上：ノウハウ等に触れる従業員を制限＋従業員への秘密保持の注意喚起・教育
- ・地域の生産者グループ：秘密情報の管理ルールを定めてメンバーに周知する
- ・農協の生産部会等：従業員農協と部会員との間で秘密保持契約を締結

【外部の方への対策】

- ・技能実習生・見学者：ノウハウ等をこれらの方に漏らさない、ほ場への立入禁止宣誓をさせる
- ・指導員（県、JA）：（仕分け）他の生産者等への伝達可能情報、伝達してほしくない情報（伝達）上記を指導員が明確に区別できるように文書等で特定、伝達する

【重要技術・ノウハウが屋外にある場合】

- ・従業員に対して：ノウハウ等を有する区画への立入可能な従業員を限定、「区画A」などノウハウ所在地がどこにあるのかわからないようにする
- ・侵入者に対して：（仕分け）本来他人の土地への出入りは禁止されている。「立入禁止」等の立て看板は逆効果となる場合がある

出典：一部、JATAF「農業分野における営業秘密の保護ガイドライン」令和4年3月 を基に作成

その他 農林水産分野におけるノウハウ留意点

- ・ GI登録（地理的表示）：明細書、生産行程管理規定等に、生産行程・品質特定以上のノウハウまでを記載する必要はない
- ・ 育成者権（種苗法）：種苗と同時に開発された育成方法にノウハウが含まれる場合がある
- ・ スマート農業：①農林水産技術（育成、栽培、収穫方法）には営業秘密の保護要件を備えるもの、特許要件を備えるものがありえる ②農林水産関係のデータには、営業秘密でなくても限定提供データ（不競法2条7項）として保護要件を備えるものがある

⇒上記に関し、取引先との契約条項で、上記で保護される権利を生産者等に保持する工夫が重要である

8. おわりに

弁理士の果たすべき貢献としては、知財マネジメントを通じて農業従事者等が持つ技術や農林畜水産物及びその加工品の名称等を適切に保護し、競争力を高めることが挙げられる。知財ミックスを活用することで、特許・意匠・商標・地理的表示・営業秘密を適切に組み合わせ、農業従事者等の事業の付加価値を向上させることが可能となる。

また、知財戦略の立案においては、権利化の適切なタイミングや営業秘密の管理、さらには市場動向を見据えた判断が求められる。特に海外展開を目指す場合には、現地の知財制度を踏まえた権利取得やブランド戦略が不可欠である。

今後、農業従事者等が直面する知財課題に対して弁理士が積極的に関与し、知財の活用を支援することが期待される。本稿で示した知財マネジメントの視点を活かし、我が国の農林畜水産分野の発展に貢献していきたい。

(参考文献)

(1) 日本の農業の持続可能性に関する意識調査

https://www.nochubank.or.jp/news/news_release/2024/post-994.html（最終確認日 2025年2月5日）

(2) 戦略的知的財産活用マニュアル（平成26年4月）

<https://www.maff.go.jp/j/press/shokusan/sosyutu/pdf/140407-01.pdf>（最終確認日 2025年2月5日）

(3) 日本の農業の持続可能性に関する意識調査

https://www.nochubank.or.jp/news/news_release/2024/post-994.html（最終確認日 2025年2月5日）

(4) 農林水産業・食品産業の公的研究機関等のための知財マネジメントの手引き（令和6年3月）

<https://www.affrc.maff.go.jp/docs/chizai/attach/pdf/gakusyu-1.pdf>（最終確認日 2025年12月23日）

(5) 農業分野における営業秘密の保護ガイドライン（令和4年3月）

<https://pvp-conso.org/wp-content/uploads/2023/09/5e8cde99a6eef1663413e62fd5a44631.pdf>（最終確認日 2025年2月5日）

(原稿受領 2025.6.10)