



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1-9-13三会堂ビル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・フォー

社団法人 農林水産先端技術産業振興センター

Society for Techno-innovation of Agriculture, Forestry and Fisheries

知的財産は経営資源 攻めの農政の力

農林水産分野の知的財産 中級編 Intellectual Property for Agriculture, Forestry and Fisheries

目次

はじめに	2
1 知的財産の上手な活用法 農林水産分野の知的財産戦略経営	4
2 攻めの農政の鍵、 農林水産分野の知的財産 農林水産分野の知的財産指針	8
3 農林水産・食品分野の知的財産の 活用事例	12
1 育成者権の戦略的活用、民間ブランド米 限定生産・販売方式、育成者権の譲渡	12
2 日本発!バラのアーチング栽培特許 生産技術の特許化とその効果	13
3 空中栽培!空飛ぶパンプキン 生産技術の特許化と商標登録	14
4 畑と食卓をむすぶインターネット活用 生産情報システムの特許化とその活用	15
5 花苗、鉢物こそ、知的財産 育成者権、商標を活用した花苗、鉢物生産	16
6 目指すは、消費者満足のための技術開発 知的財産権の健康食品産業における活用	17
7 特許戦略はケース・バイ・ケース 自社独占、企業間協力、出願しないで秘匿	18
4 特許資産の可視化による戦略的活用 知的財産の資産化モデルによる分析・評価システム 大豆発酵食品関連特許のマイクロ・セミマクロ分析 農林水産分野における技術コンサルティングの実例	19 21
参考資料	23
資料1 知的財産で農林水産業に付加価値を! ～農林水産省知的財産戦略の考え方～	
資料2 農林水産省知的財産戦略における主な施策	

はじめに

わが国の農林水産業の競争力の強化を図るためには、国際化に対応した農林水産分野全般にわたる知的財産の創造・保護・活用を戦略的に推進することが重要です。現在、「攻めの農政」が謳われており、その中でも「知的財産」の重要性がクローズアップされています。

世界的にも評価の高い「日本の農林水産分野の技術力や開発力」、「生産物や製品のブランド力」などを「知的財産」として保護・活用することが産業活性化のためにも重要であり、また研究や技術開発の場面においては「戦略的な知的財産の取得と活用」という明確な目的意識を持った事前調査と企画、進行管理が重要です。特に昨今はグローバル化の中で、他分野と同様、農林水産分野においても、海外との関係で「知的財産」の保護が大きな課題となっています。

これまで、農林水産分野の技術開発は国県等の公的な研究機関が担い、その成果は公的な普及機関を通じて無償で生産現場に提供され、地域の共有財産となってきました。普及も「新しい技術をみんなに広めよう」、「良い品種を多くの人に作ってもらおう」ということで、「知的財産」、「権利保護」という意識は必ずしも強くありませんでした。

しかしながら、経済のグローバル化、国際競争、産地間競争の中で、より優れた技術・品種・ブランドを産み出し、地域の、そしてわが国の農林水産業が活性化していくためには、これらの分野においても、知的財産を戦略的に創造し、使い分け、保護・活用していくことが不可欠となっております。

このため、当センターでは、農林水産省の助成を受け、平成19年度知識集約型産業創造対策事業の一環として、現場の知的財産の担当者等を対象とした「農林水産分野における知的財産の創造・保護・活用推進事業」を実施し、「農林水産分野に関する知的財産指導者講座」及び「農林水産分野に関する知的財産セミナー」を開催したところです。

本テキストは、この講座・セミナーの講演を基に、現場指導者用の分かりやすいテキストとして作成したものです。本テキストでは、知的財産を経営資源として捉えた経営戦略の中でマネジメントを推進するため、「知的財産戦略経営」、「農林水産分野の知的財産指針」について紹介しています。また、実践的な知的財産の活用事例として、「育成者権や商標を経営に活用した事例」、「生産技術の特許化した事例」、「生産情報システムの特許化した事例」、「食品企業の知的財産戦略の事例」等を紹介しています。さらに、特許資産の戦略的活用のための「知的財産の資産化モデルによる分析・評価システム」と、このシステムによる技術コンサルティングの実例を紹介しています。

本テキストが、平成18年度に作成した「農林水産分野における知的財産テキスト(入門編)」と併せて活用され、知的財産の創造・保護・活用の戦略的な推進に役立つことを期待しております。

社団法人 農林水産先端技術産業振興センター
理事長 岩元 睦夫

1 知的財産の上手な活用法

農林水産分野の知的財産戦略経営

近年、農林水産分野の先端技術開発で求められているのは、高付加価値化と生産性の向上。そのためにも、知的財産を経営資源として捉え、知的財産戦略経営の中でマネジメントを推し進めることが重要となります。

「知的財産」を活かし、育て、よりよい方向へと拡げるために

「知的財産」を経営資源として活かし、育て、よりよい方向へと拡げるために、一般に各企業では「特許」に基づいた研究・開発・連携が積極的に行われています。

このページでは、「特許」を軸に、知的財産を経営戦略の中でより活かしていくために重要なポイントとなる3つの視点、

1. 『公開された特許情報を活かして研究開発の方向性を探る』
2. 『特許の排他性という性格を踏まえて本質的な知的財産を取得する』
3. 『異分野との連携』

について、具体的事例を交えて紹介します。

農林水産分野で現在とくに求められるもの

高付加価値化と生産性の向上

知的財産を経営資源として見る見方

1. 公開された特許情報を活かして研究開発の方向性を探る

知的財産権が本来持っている性質として、「排他性」があります。この排他性が法により認められることで、研究者の長期にわたる労力や多大な投下資金に価値が生まれ、革新的な研究開発に向けてまた新たな意欲が生まれるのです。一方で、特許は一定の部分を公開することで、発明者の熱意が産業の振興に結びつくよう配慮しています。秘匿部分はあるものの、発明の一定部分が公開されることより、経済全体として重複などによる非効率性が避けられます。また、ある発明がさらに他の発明を触発したり、他者の発明情報を利用して複合的な開発を行うことができます。こうした連鎖が、結果的に産業の振興につながるのです。

研究開発の場では、常に「他者の権利を侵害するかどうか」、あるいは研究開発の途上において「他者が先を越して発明を行っていないかどうか」を確認する情報利用が行われていますが、情報の活かし方はそれだけではありません。S社とN大学の共同開発による「バイオマスエネルギー用途耐ストレス性植物の開発」は、公開された特許情報を積極的に研究の方向性を探るための情報として活かし、新たな価値を創造することに成功した一例としてあげられます。

知的財産を「経営資源」として捉えた経営戦略のマネジメント

知的財産でみた方向性の探索と
研究開発プロジェクト編成 + アプリケーション開発

本質的知的財産取得・早期の特許網構築

異分野との連携による知的財産創造

S社は、N大学の知的財産を中心にプロジェクトを編成しましたが、その際、同大学ならびに経済全体でみて勢いのある研究のトレンドがバイオテクノロジーであることから、その分野で注目されている研究であって、単願特許の保持者であること、などを踏まえて検討し、1人の研究者を選出しました。そして同研究者の「耐ストレス性植物」の知的財産に着目し、事業化の可能性を探りました。植物の種類と発明の種類について、国内・海外企業との知的財産で見た競合関係を検討したところ、他社にはない強い特質のあることが判明。それが、生育スピードが通常の3倍というイネと、耐暑性・耐塩性にすぐれたトウキビにみられる特質です。

ここで、S社は、トウキビがバイオマスエネルギーの原料であることに注目し、通常の3倍速で育つという特質をトウキビに移す共同開発を立案したのです。これは、得られた情報を「いかに解釈し、何を行うか」を着想する能力が役立った結果といえるでしょう。まだバイオマスエネルギーが世間的にはほとんど話題となっていなかった平成16年、商社の出資を得て新プロジェクトが発足し、事業化となりました。

2. 特許の排他性という性格を踏まえて本質的な知的財産を取得する

前述の通り、知的財産権の権利としての本質を発揮できる領域は、独占的な排他性にあります。独占性の高い独自の技術開発を行った場合、できる限り早く特許網を築き、他社の参入を排除するか、他社がその領域で事業を行うことに対して制約を加えることが重要です。

その事例として紹介するのが食品用の酸化防止剤として使用されている「プロアントシアニン」という物質の研究開発です。この物質は食品会社であるK社の研究により、ぶどうの種子からの抽出方法が成功、世界で初めての天然の抗酸化剤として商品化されました。現在も機能性食品や化粧品など多くの用途を伴い事業化され続けています。

1980年代初期、それまで使用されていた合成酸化防止剤に発癌性の疑いがもたれたことから（後にWHO/FAOはヒトでの発癌性を否定）、厚生省による使用自粛指導があり、

代替剤が必要とされていました。そして当時は「多くの疾病や老化の原因として、フリーラジカル（遊離活性基）や活性酸素が関わっており、逆にこれらを制御することにより、各種疾病や老化が予防できる」という理論仮説が注目され始めていました。K社の研究者は、この理論に関心を持ち、天然の有効成分を分離抽出することによる抗酸化物質の研究開発を着想し、文献の研究を丹念に行いました。その結果、「プロアントシアニジン」という物質に注目。予備的な作業仮説、本仮説の検証を経て、この物質が高い抗酸化効果を持つことを確認しました。さらに、その抗酸化のメカニズムを考察の上、理論構築を行いました。

こうして、分離抽出と有効成分の特定化が行われた「プロアントシアニジン」は、抗酸化にかかわる用途を伴って特許出願され、この特許を基本として、その周辺でも比較的短い期間で製造方法など、集中的に特許網の構築が続けられています。これらの特許および特許群は、他社が手をつけていない分野を基礎から手がけただけでなく、集中的に特許網を構築したことにより、市場でも強い独占性を効かせています。

現在K社では、単独および他社との共同でさまざまな用途開発を行い、機能性食品や化粧品などに展開しています。また、自社で製品化しない用途に対しては、共同開発を行った企業の許諾のもとで、選択的に実施許諾が行われています。

3. 異分野との連携

農林水産分野に限らず、特定の目的をさらに追求するために、異なる分野との連携を図ることがあります。例えば、S大学では、バイオテクノロジーを中心とした異分野融合研究のフォーラムが開かれています。これは、異分野と連携することが良い、というのではなく、高度医療の開発を追求した結果として、生物学・物理学・工学等との連携が必要になったためです。同様に、こうした異分野との連携は、農林水産分野の高付加価値化・生産性向上にも役立つものと期待されています。

白色LEDによる都心部ビル内での農作物栽培もその一例で、これは半導体分野との連携によるもの。光合成が太陽光ほど複雑な光源を必要としないことから、農作物の安定的供給への可能性が見出されたのです。白色LEDとは別に、T大学の研究者グループでも、高付加価値農作物の生産性ある開発を目的に、半導体分野との融合的研究を推し進めています。



白色LEDによる都心部ビル内での農作物栽培

今後の課題

以上のように、農林水産分野では先端技術開発と「知的財産」は深く結びついています。その戦略策定能力は、既存の経営資源と、新たに経営資源を獲得する能力（内部開発・外部獲得双方）に依存するといえるでしょう。

1. で示したように、知的財産で新たな方向性を見出すとともに、開発プロジェクト編成を経て新たな知的財産の創造を行うこと。
2. のように、科学研究をオーソドックスに積み重ねる中から、本質的知的財産を獲得すること。
3. の例のように、異分野とも連携して知的財産を創造・獲得すること。

知的財産を経営資源として考え、活かす場合、この3つが今後ますます求められていくことでしょう。

また、農林水産分野は人の生命維持や生態系と深く関わっています。それだけに、一つの国にとどまらず世界的・地球的な視点に立って、考えることが大切です。知的財産の創造・保護・活用にあたっては、経済社会全体で見たバランス、食に対する人の感受性や倫理、生態系の側面など、慎重に考慮する必要があります。

戦略策定能力

既存の経営資源と
新たに経営資源を
獲得する能力に依存



内部開発・外部獲得の双方

2 攻めの農政の鍵、 農林水産分野の知的財産

農林水産分野の知的財産指針

農林水産分野には、栽培などの技術、改良された植物品種、ブランドなどの数多くの知的財産が存在します。

農林水産業に携わるすべての人が、これらを『知的財産』として認識し、農林水産業、食品産業の競争力強化につなげるために活用していくことが大切です。

農林水産省では、「攻めの農政」の一つとして、知的財産の創造、保護、活用を推進するための「戦略」の策定や現場における知的財産の取扱いの「指針」の策定などを進めています。

農林水産分野の知的財産

知的財産権

- 育成者権（植物の新品種）
- 特許権（かぼちゃの空中栽培の方法、有用機能が解明された遺伝子等）
- 実用新案権（長芋を形よく育てるパイプ等）
- 商標権
- 意匠権（使いやすい剪定鋏等）等

知的財産権以外の重要な知的財産

- ・古くからある農業技術
- ・古くからある植物品種（コシヒカリ、ふじ等）
- ・和牛等の動物の遺伝資源
- ・ブランド（地域ブランド、企業ブランド等）
- ・食文化・伝統文化
- ・人々の手によってつくられた農山漁村景観

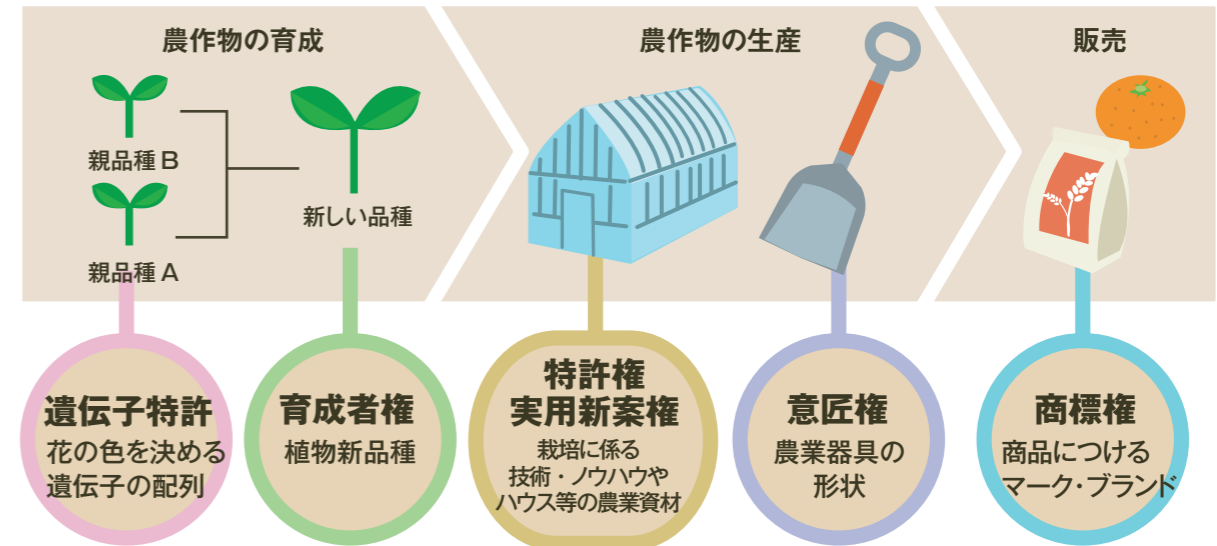
農林水産分野における「知的財産」の重要性

わが国の農林水産物や食品は、農林水産業・食品産業関係者の努力、工夫、技術、伝統、文化等の「知的財産」によって、他国に類を見ない特質、強さを有しています。

農林水産分野では、生産から販売までのそれぞれの段階で、育成者権、特許権、実用新案権、意匠権、商標権といった知的財産権が関係してきます。また、このような知的財産権だけでなく、権利を取得することができる新規性などはないものの、重要な、「権利ではない」「知的財産」も存在します。地域等で受け継がれてきた農業技術、和牛等の動物の遺伝資源、食文化・伝統文化などがこれに当たります。

「知的財産」は農林水産業や農林水産物を形作る重要な要素です。また、地球温暖化等の気候変動やエネルギー問題など新たな課題を解決するものや、農林水産物等に付加価値を付けていくものも、技術や創意工夫であり、それはみな「知的財産」といえます。農林水産業の競争力の強化や地域の活性化が急務となっている現在、こうした知的財産を活用することはますます重要となっています。

農業における知的財産権の例



農林水産省の「知的財産」への取り組み

わが国の農林水産業・食品産業の競争力の強化と地域の活性化を図るため、農林水産省では、農林水産省知的財産戦略本部を設置し（平成18年2月）、省をあげて知的財産施策に取り組んでいます。平成19年3月には、農林水産省として取り組む施策を総合的にとりまとめた「農林水産省知的財産戦略」も策定され、現在、これに沿って施策が実施されています。この戦略の内容は、以下の3つの柱に集約することができます。

■知的財産の創造及び活用の促進

研究開発や研究成果の活用による新需要の創出、現場の技術やノウハウの発掘と活用、地域ブランド化の推進、農山漁村景観や食文化などの地域資源の再発見と活用、農林水産物や食品の輸出による「日本ブランド」の醸成などを図る。

■知的財産の保護の強化

種苗法の改正による植物新品種の育成者権侵害対策の強化、海外での育成者権侵害に対応するための「東アジア植物品種保護フォーラム」の推進、海外での商標権侵害への対応を支援する「食品産業海外事業活動支援センター」の設置、家畜の遺伝資源の保護などを図る。

■知的財産に関する意識改革と知識の普及

地域において新技術・新品種等の創出、

地域ブランド化等への支援や相談に対応できる指導的人材の育成や、農林水産業従事者及び農林水産関係研究者への普及啓発を図る。

農林水産分野が抱える問題点と「知的財産」

現在、わが国の農林水産業は、経済のグローバル化や国民生活の変化の影響を受けるとともに、担い手の高齢化と減少という問題に直面しています。海外に比べて生産・販売コストが高いわが国の農林水産業が今後も持続し、発展していくためには、「価値ある情報」の創造により差別化、付加価値化を図り、競争に打ち勝っていく必要があります。

また、温暖化に代表される地球規模での環境問題、人口増加に伴う食糧需給問題、エネルギー不安といった数々の問題が深刻化し、世界の食糧生産にも影響を及ぼしています。こうした問題を解決していくためにも、新しい技術や発明、工夫という知的創造活動がますます必要になってきます。

さらに、海外に進出した企業が現地で商標権などを侵害されたり、日本で育成者権を取得した植物の新品種が国外に違法に持ち出されるなど、知的財産権の侵害事例が年々増加しています。このような事態への早急な対応が必要です。

農業の現場における知的財産の取扱いと活用

農業分野における知的財産を適切に保護し、活用していくためには、種苗や技術・ノウハウを「知的財産」として認識し、適切に取扱うことが最も重要です。農林水産省では、農林水産業従事者、都道府県の普及指導員、JAの営農指導員等の方々の参考となるよう、農業技術、ノウハウに関し「農業の現場における知的財産取扱指針」を策定しました。

農業現場における技術・ノウハウの取扱い

農業の現場では、これまで技術やノウハウが「知的財産」であるとの認識が薄く、知的財産として活用することによって得られる利益や効果が十分に認識されないまま使われてきました。このような農業現場で、今後想定される問題として次の4点が挙げられます。

- 1 経済のグローバル化やIT化が世界的に進展しており、価値のある情報が国を越えて瞬時に駆け巡るようになった。これにより、地域の戦略的作物やその栽培技術が海外等に流出し、国内の農業に悪影響が及ぶ事態が生じることが懸念される。
- 2 発展途上国の経済発展とともに、輸入品の農産物の品質向上が急速に進み、量だけでなく質の競争も激化しており、付加価値を付けるための技術が競争力強化のために重要になっている。
- 3 農業法人や農業に参入した企業において、技術の特許化や、秘匿化の動きが見られ、知的財産を意識する生産者と意識しない生産者との間での技術に対する意識ギャップが顕在化してきている。
- 4 農業者の高齢化が進み、後継者が見つからず、地域で受け継がれてきた技術が廃れてしまうおそれがある。

このような状況に対応するため、現場において、技術やノウハウの適切な扱いが必要になってきているのです。

新しい技術の取扱い方

ここでは、現場において、有益な新しい技術やノウハウを開発した時、どのように扱えば良いのかについて、指針の概要を説明します。(詳しくは「農業の現場における知的財産取扱指針」(平成19年8月作成)を参照して下さい。)

●権利化・秘匿・公開の3手段

新しい技術を知的所有として保護・活用する手段には、大きく分けて以下の3つが挙げられます。

1. 特許権または実用新案権を取得する「権利化」。
2. 開発者個人または限られた地域・グループで利用すべく管理する「秘匿」。
3. 学会で発表する、刊行物へ掲載する等の「公開」。

どの手段をとるべきなのかは、その技術をどのように活用しようとしているのか、その技術の特徴は何か、それぞれの手段をとったときの費用と効果はどうか、等の開発者の技術戦略、経営戦略、販売戦略によって判断する必要があります。指針には、それぞれの留意点も書いています。

●使用する者の範囲

「権利化」、「秘匿」、「公開」いずれの手段をとるにしても、その技術を保護・活用するためには、使用する範囲を考えることが重要になってきます。

例えば、その技術の開発者が、その技術によって利益を得る場合に、技術を使用する範囲(開発者個人、ある程度限られた地域やグループなど)を限定する方法があります。

逆に、農産物の品質の改良のための技術

■農林水産省の知的財産に関するホームページ

<http://www.maff.go.jp/j/kanbo/tizai/brand/index.html>

■農林水産知的財産ネットワーク ポータルサイト

<http://www.aff-chizai.net/>

わが国の農林水産業・食品産業等における新技術導入による競争力強化を図るとともに、知的財産の活用を促進することを目的として、農林水産・食品分野の知的財産情報を提供するポータルサイト

などでは、個々の農家が単独で取り組むだけでは付加価値に結びつかず、ある程度の生産量を確保できるよう地域全体で産地化に取り組むことにより、経済的な価値を向上させることができる場合もあります。その産地の生産物が、市場において他のものと差別化できるまで高い評価を得ることができれば、高い価格で販売でき、生産グループの一員として、より大きな利益を得ることができるからです。

開発した農業者が自らの経営戦略・販売戦略に照らし合わせて、最良の範囲を選択していく必要があります。

知的財産の活用

技術や種苗などの「知的財産」は、活用してこそ意味があります。活用することで、それが経済的な価値につながり、新たな技術を促進することにもなり、結果として産業の競争力強化につながるのです。

「知的財産」の典型的な活用方法としては、以下の3つが挙げられます。

- 1 特別の技術や種苗等により、農林水産物や食品に付加価値を付けて販売する。
- 2 技術等を他者に使わせ、使用料を徴収する。
- 3 技術を使う権利そのものを販売する。

この中で1については、例えば、植物新品种の育成者権、特許権、ノウハウと商標を組み合わせることでブランド化して販売するなど、さまざまな応用が考えられます。それぞれの経営体や地域において、どのような活用をしていくか、経営戦略・販売戦略に照らし合わせ考えていく必要があります。

知的財産を組み合わせた活用戦略の例

知的財産を複数組み合わせることによって、付加価値をアピールする商品を生産、販売することができるだけでなく、複数の知的財産権を組み合わせることで、他者がより真似しにくいように生産、販売をすることができるようになります。

例えば、以下のような方法があります。

- ・植物の新品種について育成者権を取得するとともに、その新品種を販売する際の名称について商標権を取得する
- ・植物の特徴的な栽培方法について特許権を取得するとともに、その栽培方法によって生産した農産物の販売名について商標権を取得する
- ・地域の伝統食を新しいパッケージで販売することとし、そのパッケージについて意匠権を、その販売名称について商標権を取得するとともに、その伝統食の製造方法はその地域内部でノウハウとして秘匿する

権利化できない「知的財産」の取扱い

法律による保護の仕組みがない知的財産も、農林水産業・食品産業にとっては重要な「知的財産」となりうる場合があります。

例えば、新規性はないものの重要な技術や種苗、和牛など動物の遺伝資源などについては、法的に保護されることはありません。それらを扱っている関係者や地域がその取扱い方を決め、実施していくしかないのです。

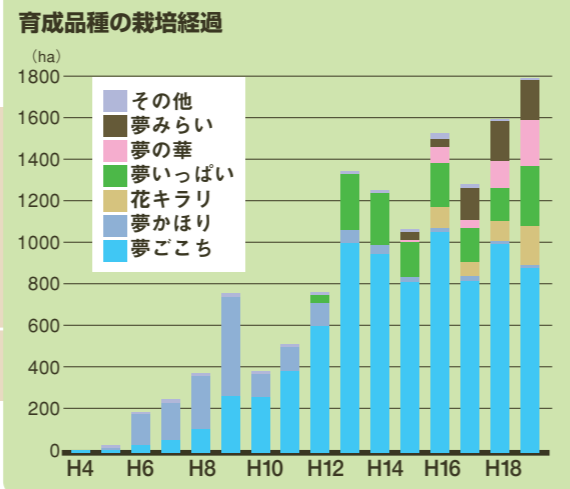
また、地域の食文化や伝統文化、農山漁村の景観なども、地域ブランド化や地域活性化に活用できる可能性を秘めています。

横田 美香(農林水産省)

事例ファイル：1

育成者権の戦略的活用、民間ブランド米

限定生産・販売方式、育成者権の譲渡



民間に開かれた水稻品種

水稻品種の育成は、もともと主に国や県の試験場で行われていましたが、昭和61年に「主要農作物種子法」の一部が改正されたことを契機に、民間企業でも水稻の育種が行われるようになりました。

植物バイオの基礎技術開発の一環で行った「稲プロトプラスト培養」を契機に、民間育種が進み、「夢ごこち」、「夢かほり」、「はれやか」などの良食味安定多収の新品種が育成されました。

民間品種は、その育成者権を最大限に活用し、独占的な生産・販売が可能で、公的品種では困難な企業独自の体制がとれるため、生産する農家や産地を自由に選ぶことも可能になります。

主要育成品種の特長

- 夢ごこち**: 栽培特性はコシヒカリと同等。アミロース含量がコシヒカリより低く、炊飯米の粘りが強く、軟らかい食感で極良食味。
- 夢かほり**: 日本晴熟期、短稈・強耐倒伏性・多収品種、縞葉枯病抵抗性。食味は粘りがあり、日本晴より良い。
- 夢いっばい**: ひとめぼれ熟期、強稈で耐倒伏性は強。穂いもち病耐性は強。夢ごこちと同様に粘りが強く良食味。
- 夢みらい**: 日本晴熟期、強稈・耐倒伏性は強。穂いもち病耐性は強。縞葉枯病抵抗性。夢ごこちと同様に粘りが強く良食味。
- 夢の華**: ヒノヒカリ熟期、強稈・耐倒伏性は強。夢ごこちと同様に粘りが強く良食味。

民間水稻品種の普及方法

民間品種は、品種の特徴等に応じて、様々な方式で育成者権を活用し、パートナーを求め、各社それぞれ戦略的な普及活動とビジネス展開を図っています。そこには公的品種の場合にはない、民間企業としての経営戦略と状況判断があります。

限定した生産・販売

全国の限られた産地だけで栽培し販売する

方法で、値崩れすることもなく、価格も安定します。「夢ごこち」がこの方式で栽培されています。

育成者権の譲渡

米ビジネスに新規参入した他業種に育成者権を譲渡することで、優良品種の普及の一翼を担ってもらいます。「花キラリ」、「夢いっばい」、「夢の華」がこうした方法により各地で栽培されています。

海外での展開

海外展開も盛んに行われており、「はれやか」はアメリカで、「夢かほり」は台湾で生産・販売されており、何れも当地でのブランド化に成功した例といえます。

今後は、育種・生産・販売の一体運営による更なる効率化と次に続く新品種の起ち上げなど、米卸としての事業を積極的に進めるとともに、譲渡先の品種普及活動の支援をはじめ、多収型の品種や高温障害に強い品種の育成などにも力を入れていく必要があります。

民間水稻品種の課題

民間水稻品種の育成と普及には課題もあります。奨励品種の認定や種子生産は県行政の中に組み込まれており、民間品種に対しては、まだハードルの高い制度になっているのです。

また公的品種と違い、育種や普及などにかかる開発経費もすべて自前で賄う必要があります。そのため、どうしてもコスト高になり、大きな負担が生じてしまいます。

この様なハンディキャップを抱えながら、生産者・消費者双方から認められて生産・販売を伸ばすためには、優良品種の育成を第一に考えつつ、常に一步先んじた育種への取り組みと、育成者権の効果的な活用が要となるでしょう。

八尋 義輝 (株)中島美雄商店

事例ファイル：2

日本発！バラのアーチング栽培特許

生産技術の特許化とその効果



(上)アーチング栽培の光景 (右)アーチング栽培

画期的で高収益な「アーチング栽培」

昭和63年、倒れた枝の株元から発生しているベサルシュート(株元から出る太い枝)に気づき、これを人為的に折り曲げたところ、連続してベサルシュートが発生することを発見。そこから“生育初期に発生する新梢をアーチ状に折り下げ、その後に発生するベサルシュートから採花する”新技術が生み出されました。枝葉部を折り下げた形状がアーチ形になることから「アーチング栽培」と命名。平成5年に商標登録、7年に特許登録されました。

従来の栽培と比べ、“株を仕立てないので、採花を開始するまでの期間が短い”、“株元から採花するため、長くてボリュームのある高品質の切り花が得られる”、“採花位置が一定しているので作業性が良い”、“熟練した技術を必要としない”、“ミニチュアバラなど、切り花栽培できない品種も営利栽培が可能”、“単位面積あたりの所有労力が少ない”といった数々の利点を生み出します。

アーチング栽培では、高品質のバラを季節を問わず安定的に出荷できるため市場の信頼性も高く、栽培農家に高い収益をもたらしています。バラ切り花市場をターゲットにした販売戦略として画期的な栽培方法と言え、現在、バラ切り花栽培面積のシェア約35%を占めるに至っています。

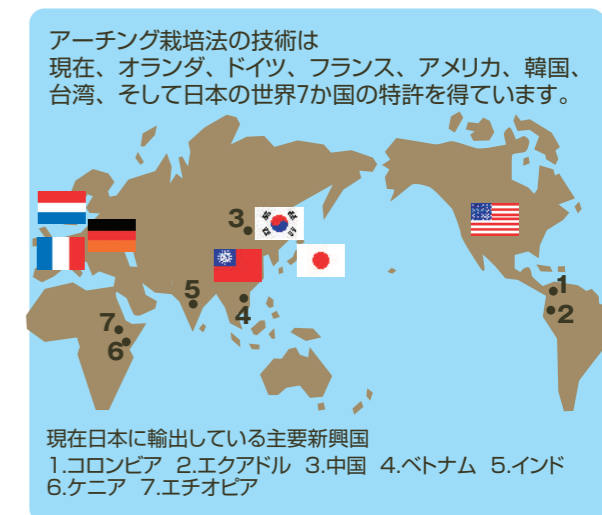
「エアリッチ・アーチング栽培研究会」の設立

アーチング栽培の特許出願当時は「農業には特許は馴染まない」という多くの声がありま

した。しかし粘り強い啓発活動により、この種の「知的財産権」の大切さが浸透し、新たな栽培法が特許出願されたり、改良技術も出現するなど、業界の活性化に繋がっています。平成3年には「エアリッチ・アーチング栽培研究会」が設立され、会員間の情報交換の場、技術研鑽の場として、またこの新技術を大切にしながら更なる普及を図るため、各産地での説明会等、様々な活動が行われています。

グローバルスタンダードに発展

アーチング栽培は、新規参入者にも容易に導入できるため、新たな産地も形成され、ヨーロッパにも負けない大規模生産地も誕生しています。また、海外でも注目され、オランダ、韓国ではすでに基幹技術として導入されており、アメリカ、イスラエル、カナダなどでも導入が始まっています。「ジャパニーズメソッド」、「ジャングル・カルチャー」などと称され、日本発のこの技術が、今やバラ切り花栽培における“グローバルスタンダード”になろうとしています。



横田 禎二 (エアリッチ・アーチング栽培研究会)
末松 優 (エアリッチ・アーチング栽培研究会)

事例ファイル：3

空中栽培！ 空飛ぶパンプキン

生産技術の特許化と商標登録



「空飛ぶパンプキン」の栽培風景

「空飛ぶパンプキン」の誕生

平成元年、北海道で、かぼちゃの新しい栽培法が開発されました。ビニールハウスの骨組みにネットを張り、ツルをはわせて空中で着果・完熟させる「空中栽培」です。かぼちゃを「ぶどうのように作る」画期的な栽培法により、軽労働で、生産性が高く、高品質で、安定供給が可能、という新技術の確立に成功しました。

「空中栽培法」の利点

従来の「地ばい栽培法」では、果実が接地したところの変色・変形したり、果実熟度の一定した収穫が難しいという欠点がありました。一方「空中栽培法」では、果実が土に触れないので、色も形も均一となり、汚れ果も少なく、又空中に果実がぶら下がっているため果実表面を観察しながら熟度を確認して収穫ができ、さらには病虫害発生の軽減にもつながる利点があります。作業性においても、「空中栽培法」は、収穫時に運搬具や車が利用でき、汚れ果も少ないので箱詰め時間も短縮でき、アーチの中は日陰で快適、というように短時間かつ軽労働での作業が実現しました。



慣行栽培のかぼちゃ(左) 空中栽培のかぼちゃ(右)

知的財産として登録・活用

開発当初はなかなか理解してもらえなかった「空中栽培」も、『こだわり商品』として、やが

てスーパー、百貨店での販路が拓け、その生産体制を構築するための第一歩として、平成3年「北海道空飛ぶパンプキン生産組合」が設立されました。組合の設立当初は、生産者の意識を高めるため、百貨店のバイヤーを講師に招いてセミナーを行うなど、生産物の品質責任等の自覚教育を徹底して行いました。

平成5年には、空中栽培法を「空飛ぶパンプキン」の名称で商標登録。商品の食味検査は組合が自ら行い、1ケースずつ検査して、合格したものだけに「空飛ぶパンプキン」の名称使用が認められます。また検査員にはあえて生産者を入れないことで公平を期しています。

2年後には「かぼちゃの空中栽培法と空中栽培装置」で、さらにその1年後には「かぼちゃの空中栽培法」で特許を取得。また平成14年には独自で開発した品種「虹ロマン」を品種登録しています。こうした、知的財産の活用と、生産者の意識改革により、高品質の商品づくりとブランドイメージの定着が可能となりました。

今後の取り組み

現在、空中栽培による収益性は、地ばい栽培と同面積と比較すると、収量も価格も約2倍。商品の安定供給だけでなく、販売価格も安定化しており、まさに生産収益性に優れた商品といえます。

一方で、同様の空中栽培による商品や類似のブランド名も確認されるようになりました。ブランドイメージの堅持、組合員の加入推進、高品質生産に向けたさらなる技術向上とともに、こうした侵害品への対策も考える時機にきています。

高田 正衛(新生商事(株))

事例ファイル：4

畑と食卓をむすぶ インターネット活用

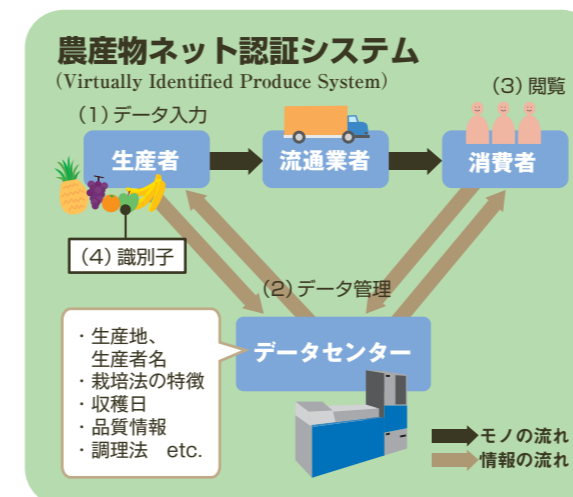
生産情報システムの特許化とその活用

農産物のための 情報システム「VIPS」

農産物の流通に関わる生産者、流通業者、そして消費者が抱える問題として“情報伝達の不足”があります。そこで、既存のシステムとは別に考えられた流通経路の仕組みが、「農産物ネット認証システム(略称VIPS)」です。

VIPSは、情報の発信のために生産者が使う「データ入力システム」、その情報をデータベースで管理し、必要に応じてWebで表示する「データ管理システム(データセンター)」、消費者等がデータセンターにアクセスし情報を取り出す「閲覧システム」、農産物に貼るラベル等にID番号やURLを記す「識別子」、以上の4つから構成されています。

生産者から発信される情報(生産地、生産者名、収穫日、調理法等)は、ID番号とともに「入力システム」により「データ管理システム」にデータベースとして蓄積されます。そして消費者は、農産物に書かれているURLにアクセスし、ID番号を入力することで、データベースからその農産物に関する情報を検索することができます。



インターネットを活かした 環境づくり

双方向性のあるインターネットを利用することで、消費者から生産者への情報伝達も可能になります。また、ネットワークによる分散一元管理により、いつでも・どこからでも入力・追加・編集・訂正ができ、画像・音声・動画等のマルチメディア情報も伝達できるなど、数々の特長が活かせるのも大きなメリットといえます。

以上の仕組みを特許として出願し、平成14年10月に「識別子付与による農産物流通における農産物の個体情報入手システム」(通称、VIPS特許)として特許登録されました。

青果ネットカタログ (SEICA)の誕生

平成14年8月、VIPS特許をもとに、生産者・流通業者・消費者間の情報共有による新しい農産物流通のインフラを目指したデータベースの開発が始まりました。そのシステムは、特許の実施許諾を受けて「青果ネットカタログ(略称SEICA)」として、一般公開されています。

SEICAは、1民間企業の営利に活用されることなく、知的所有権を守りながら、日本の農業の活性化に使うことを本来の目的とし、その実施許諾には独自の工夫をしながら運用を行っています。許諾料もごく低額(SEICAを利用すれば無料)に抑え、情報公開する農産物の年間取扱高により5段階、さらに使用形態により3種類に分類しています。このような構成により、目的と財政事情に合わせて、さまざまなシステムが選択可能になります。

杉山 純一((独)農業・食品産業技術総合研究機構)

事例ファイル：5

花苗、鉢物こそ、知的財産

育成者権、商標を活用した花苗、鉢物生産

園芸バブル崩壊を経て

平成10年、園芸バブルが崩壊。苗の値段が急落し、花苗生産業は大きな打撃を受けました。それまでは需要が勝っていたため「苗になった先から売って行った」という苗商品も、生き残りのため商品の販売方法を見直す必要がありました。

そして行き着いたのが、「持てるノウハウを活かして知的財産を活用した企画商品」と「こだわりをもったオリジナル商品」を発信するための、個人育種家との協力による生産者育種でした。

商標を活用した花苗企画

販売価格を維持するためには、品質の確保はもちろんですが、新規性のある商品が必要でした。そこで、海外の種苗を積極的に導入し、日本向けの品種に仕立てて販売することを計画。その際、日本向けのネーミングに、プロのデザイナーを入れてロゴマークをデザインするなど、オリジナル性の高い商品の企画を行った結果、売り上げの10%を占める商品にまで成長しました。名前とロゴマークは商標登録し、自社の知的財産となっています※画像1。

また、一方で新しい商品企画としての「ガーデンライフスタイルの提案」を行いました。そのひとつがラベル苗の見直しで、今まで「ラベル苗」とひとくりにされていた花苗を「提案型の企画商品」として新たにブランド化し、商標登録。ラベルも商品の特性を分かりやすく伝えるため、育て方を写真やイラストで付記したラベルに変えました※画像2。その他にも、商品コンセプトを反映させたユニークな形のラベルを企画開発して意匠権を得るなど、積極



知的財産を活用した花苗企画商品

的に『知的財産』を創造していきました。

現在は、団塊世代の男性に向けた商品を企画して商標登録するなど、時代のニーズに合わせた魅力ある商品づくりも行われています※画像3。

オリジナル品種の委託育種

花苗生産者にとり、他の生産者と同じ商品を作っていたのでは差別化ができません。こだわりのあるオリジナル品種を生産者が持つことは経営を安定させることにもつながります。生産者育種は、まさに身を削るような投資であるといえますが、そこで取得する知的財産権は自社防衛のために重要なものです。

一方、消費者の嗜好は時代により変わるもので、それに伴い人気商品も変わっていく運命にあります。そのため、常に継続した新品种の育種が求められています。

育種には困難もリスクも伴います。それでも、品種の開発は生産者にとって夢のあるものです。その夢を実現するために、育種、企画、生産が円滑に動く運営組織を構築するとともに、オリジナル商品の安定供給のためにも、自社農場の他に生産委託や生産グループの強固なネットワークを築き、未来を見据えた商品開発を行う必要があるのです。園芸バブルを経た今、花苗生産者の、『知的財産』を活かした新しい時代が始まっています。

角田 ミサ子((有)角田ナーセリー)

事例ファイル：6

目指すは、消費者満足のための技術開発

知的財産権の健康食品産業における活用

第1に「安全性」、第2に「効果」

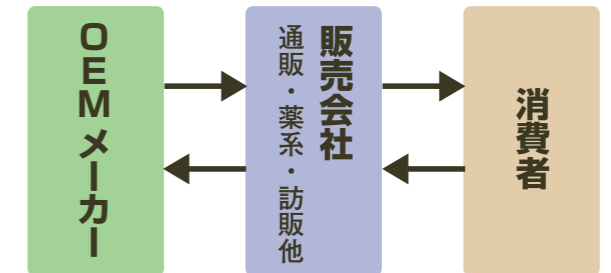
現在の健康食品産業における、商品力のある製品には、必ずといっていいほど科学的根拠が付与されています。それは、近年の安全性や添加物問題、偽装事件など「食」に対する不安が多くなっていることと、この業界が成熟し、消費者の知識向上により「効果のあるものを」というニーズが高まっていることに他なりません。それだけ消費者はバリューフォーマネー、すなわち効果を望んでいるのです。

受託製造メーカーの役割

健康食品や医薬品などの受託製造メーカー(OEMメーカー)では、顧客(販売会社)の売り上げに依存しているため、それぞれの顧客から求められる製品(付加価値商品)の開発を行うことが必要となります。その際に、科学的裏付け(安全性、機能性)を明らかにさせることが強く求められます。また、多くの顧客を得るためには、ハード(設備)やソフト(研究、品質保証)を充実させることが重要となり、顧客が依頼先を決定する要素となっています。

健康食品OEMメーカーの特許戦略

健康食品産業では、同じ素材で多数の企業が競い合っているため、付加価値による差別化を行い、有利に販売しようとしています。どの会社も機能性をひたすら追求し、その科学的根拠をもとに、特許出願を付与し、有利に販売している現状があります。そのために、同一素材を取扱ういろいろな顧客に対して、その顧客ごとに特許を付与する特許戦略をとることも重要視されています。



健康食品で扱う素材は基本的には天然物であり、特許の内容は、食品加工物(3次機能が主)、食品組成物(相乗効果)、新規化合物が中心になります。製法だけの特許は特別な場合を除いて、ノウハウに留めることが通常です。

また、特許の分け方として、特許性のある物質に関しては「真性特許」、競合他社に先手を打つための「防衛特許」、顧客のために他社と差別化する目的で取得する「宣伝特許」として3種類に分類し、取扱う方法もとられています。特許取得ができなくても、「出願中」ということで付加価値となります。

健康食品の場合は寿命が短く、数年ごとのリニューアルが通例です。そのため短い開発期間で、ストーリー性を有する製品をいかに開発するかが「鍵」となります。それは、研究者、販売者の自己満足ではなく、あくまで消費者ベネフィットが描かれなければ優れた商品とはなりません。

より高い付加価値を目指して

今後、さらなる信頼性の向上のためにも、市・県レベルの自治体や大学との共同研究による製品の客観的評価を行い、研究会の設立や論文発表を行うなど、「産・学・官」の連携を強めていくことがますます求められています。

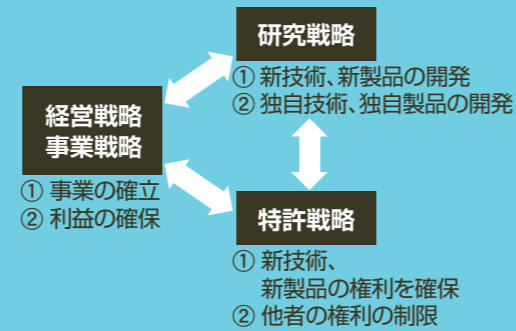
三島 敏(アピ(株))

事例ファイル：7

特許戦略は ケース・バイ・ケース

自社独占、企業間協力、出願しないで秘匿

特許戦略は経営戦略、研究戦略と連動



企業戦略に「特許」は不可欠

企業にとって、特許は極めて重要な経営資源です。そのため、企業戦略を推進する際には、特許をいかに有効に活用するかが重要となってきます。特許の種類には、新規に生成された物質自身に関する「物質特許」、ある物質の製造方法に関する「製造特許」、ある物質の新規な属性を発見し新しい用途に利用した「用途特許」の3つがあり、これらのすべてを押さえておくと、その物質そのものに加えて、製造から利用まで完全に独占できることとなります。また一方で、ノウハウとして秘匿し特許出願しない場合や、出願しても権利化をせずに情報を公開することを目的とする場合もあります。

すべての特許を活用する事例 「クラスターデキストリン」

従来にない酵素を用いて、分子量の揃ったデキストリンを新たに開発しました。主に食品用粉末基材として市場に導入されています。特許も、物質特許、製造特許、用途特許すべてを出願。これらが認可されると、特許の期限である20年間、すべての権利を独占できることとなります。また「吸収が速い」という物質の特性を生かし、新しいエネルギー飲料の開発を行うなど、特許の範囲を拡大することで、20年を過ぎても継続して市場を独占できる体制を整えています。

企業間協力で特許を活用する事例 「αGヘスペリジン」

ヘスペリジン（ビタミンP）を改良した新しい物質で、水溶性が高く、食品素材として使われています。開発当時は、既存市場はなく、新規市場

の開拓をするにもリスクが伴ってきます。そこで、同様の研究をしようとしている企業と協力し合うことで、他社の既存の製造設備を使いつつ、自社は用途開発に専念できる、といった効率的な研究開発ができるようになりました。こうした数社の企業間協力により、一社では困難だった特許も、素材の製造から販売まで広範にわたり独占しています。

特許を公開せずに ノウハウとして有効活用する事例

「ポッキー」の場合は技術を公開しなかった事例です。折れやすいプリッツに粘度の高いチョコレートを一様にコーティングする技術は、実は特許化がされていません。もし特許を出願していた場合、特許情報の開示により次々と改良発明が生まれ、競合品が出てくる可能性があります。こうした「あえて特許を取得しない」という企業戦略により、発売開始後40年を経た現在でも、中心的な製品となっているのです。

特許を独占しないで成功した事例 「メンタルバランスチョコレートGABA」

お茶、チョコレートにも含まれている物質「GABA」を使ったストレス緩和のための食品づくりの場合は、開発スピードを重視するため、原料は他社から購入。特許についてはあまり強く意識をせず、独占よりも「GABA」の知名度を高めることが大事だと考え、市場の拡大を図りました。特許による独占をしなかったため、「GABA」はさまざまな分野で製品化され、認知度が向上。マスコミで取り上げられる際には、そのヒット商品としてメインで紹介されるなど、さらなる売り上げにも貢献しています。

米谷 俊（江崎グリコ(株)）

4 特許資産の可視化による 戦略的活用

知的財産の資産化モデルによる分析・評価システム

これまで企業の内部においても「見えざる資産」のみで、経営資産として戦略的に活用するためのノウハウが確立されていなかった「知的財産」。しかし近年、自社の知的財産を重要な「経営資源」として捉え、最大限有効活用する「知的財産経営戦略」が重要視されるようになりつつあります。同時に、それをサポートする『知的財産を「可視化」するシステム』も開発されており、有料サービスですが、インターネット上で利用することができます。これらのシステムは、膨大な特許情報をデータベース化したものを基に、開発されたものです。

ここでは、知的財産の中で、特に、特許情報を可視化し、経営資産として活用するための方法として用いられている、3つの分析方法、個別特許の新規性・質を分析・評価する「マイクロ分析」、「特許群」の解析を通じて特定の特許分野の研究開発、商品開発戦略を分析・評価する「セミマクロ分析」、企業の特許戦略を分析・評価する「マクロ分析」を紹介します。

1. 個別特許の新規性・質等を分析・評価する、「マイクロ分析」

インターネット上からも活用できる『特許解析サービス』や、『個別特許スコアリング評価サービス』などを活用し、専門的な知識によらず、個別の特許の「新規性」や「質の高さ」を測り、その特許が持つ「特許力」を見ることができなのが「マイクロ分析」です。

インターネット上『特許解析サービス』

～知的財産の「新規性」を判定～

研究開発によって生まれた知的財産の特許性を判断するには、その技術の「新規性」が大きなカギとなります。インターネット上の『特許解析サービス』を利用すると、今まで膨大な時間と労力が必要だった「先行事例や類似特許の抽出」が、コンピュータ上で短時間に自動的にレポート化され、持っている知的財産との類似度によりランキングされた特許の一覧表や詳細を見ることができます。これにより、研究者による発明の先行技術の調査や、特定の技術分野における競合状況の把握が可能となり、出願や審査請求の可否の判断材料として、また、これから研究開発を行う際の、テーマ策定の判断材料としても有効な資料になります。

『個別特許スコアリング評価サービス』

～「特許の質」を診断～

企業において特許力を評価する場合、出願・保有件数ではなく、どれだけ「質」の高い特許を保有しているか、という点が重要です。そのような特許の「質の高さ」をA+++～C-の12段階で格付け評価することのできるインターネット上サービスに『個別特許スコアリングサービス』があります。これは、特許が出願されたあとの経過情報（特許庁が公表する特許取得までに、出願人・特許庁審査官・第三者（ライバル企業等）が起したアクション）等に基づき、一定の評価作業を加えたものから「特許の質」を診断するシステムです。

これらのサービスを利用してマイクロ分析を行うことにより、自社・競合他社の特許力を評価できるだけでなく、現在保有している特許の『棚卸し』を行うことが可能となり、評価の低い

発明の名称	特許番号	パテントスコア	レイティング
磁気交換結合による熱安定性磁気記録媒体の発明	特許第3421632号	74.8	A-
接触分解ガソリンの脱硫処理プロセスの発明	特許第3443474号	55.4	B+
指静脈認証技術の発明	特許第3770241号	81.5	A
DVDとCDの互換技術の発明	特許第3661680号	63.8	B+
既設配管を再利用した環境配慮型空調機更新技術の発明	特許第3361765号	80.3	A
化学増幅型フォトレジスト用材料の発明	特許第3042618号	58.6	B+
オートゲートの発明	特許第3500388号	57.7	B+

「個別特許スコアリング評価サービス」

特許の維持費用を見直すことが容易になります。また、金融機関・ベンチャーキャピタルにおける投融資、研究開発活動の生産性、発明褒賞などの研究者評価などの判断材料として、さらに、特定技術分野における技術力分析の参考指標などとしても活用することが可能になります。

2. 特定の企業や技術分野の特許群を分析・評価し 研究開発・商品開発戦略策定等に活用するための「セミマクロ分析」

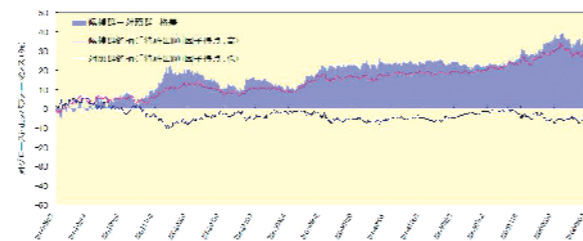
(大豆発酵食品を例に次のページで詳しく紹介)

任意の特許群や技術分野を軸として、そこでの特許群のポートフォリオを様々なシステムにより多角的に分析し、その分野における特許のトレンドや、その中でも強い特許があるのはどの研究ジャンルなのか、またその中における自社のポジションを可視化するのが「セミマクロ分析」です。

自社特許の得意分野における他社との競合状況の分析など、自社の特許・技術資産の把握にとどまらず、その分野で自社の特許を生かすための企業提携分析を行うことも可能です。「発明者」を軸とした分析を行うシステムも開発されており、特定の発明者の出願動向を分析することにより、特許の強化・縮小領域が明確になります。また各発明者の自社特許への寄与度なども分析することができます。

3. 企業の特許情報を分析・評価し「企業評価」に組み入れるための「マクロ分析」

上記の「マイクロ分析」や「セミマクロ分析」の分析結果と併せて、個別の企業における企業の知的財産戦略経営の実現度の分析を行うことができます。その企業の「研究開発、経営・財務、特許に関連したさまざまな指標」ならびに「市場評価指標などの統計データ」の分析から、その企業が知的財産をどのように経営戦略に組み込み、活用出来ているのかを客観的に分析・評価することができます。「マクロ分析」を行うことにより、知的財産を組み入れた新しい企業評価基準が生まれ、市場における企業評価の見直しにつながる可能性も大きいと言われています。



企業評価属性によるスクリーニングの有効性

このように、捉えにくい「見えざる資産」と考えられていた知的財産も「可視化」が可能となり、こうした情報を「知的財産戦略経営」に取り入れてマネジメントに活かしていくことが重要です。

福田 茂則((株)アイ・ピー・ビー)

大豆発酵食品関連特許のミクロ・セミマクロ分析

農林水産分野における技術コンサルティングの実例

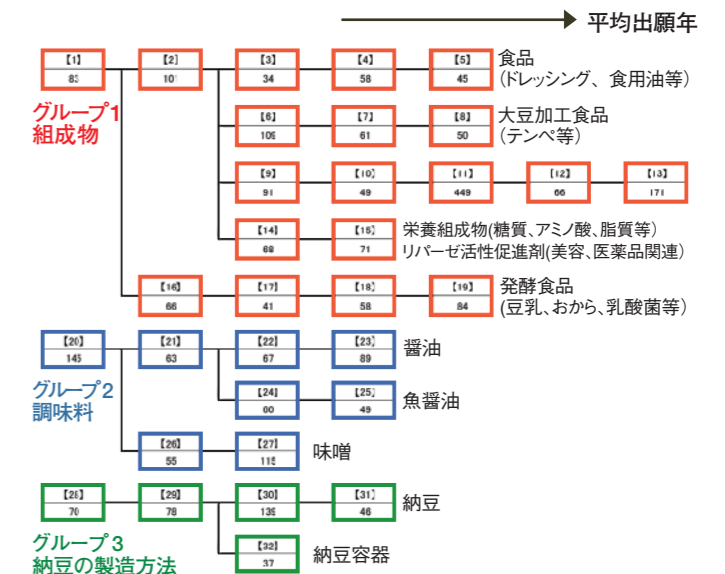
共通性・類似性を調べる「特許関連性構造分析」

特許を分析するシステムの一つに、「特許関連性構造分析」があります。これは、各企業が保有する個々の特許に関する文書を解析し、関連性の高いものをグループ化するシステムです。

まず、日本の公開特許公報（約700万件）の中からキーワードや特許分類記号を用いて「大豆発酵食品（調味料も含む）」に関するものを検索したところ、2804件の特許が抽出されました。その特許群を対象に関連性構造分析を行うと、「組成物」「調味料」「製造方法」の3つに大別され、さらに「機能性食品」「化粧品」「医薬品」、そして「醤油・味噌関連」「納豆関連」に細かく分類することができました。

前項で紹介した、知的財産を可視化するためのさまざまな分析方法の中で、本項では、大豆発酵食品関連分野を例に、任意の特許群における、自社他社の特許群の競争力の評価・分析「セミマクロ分析」をご紹介します。

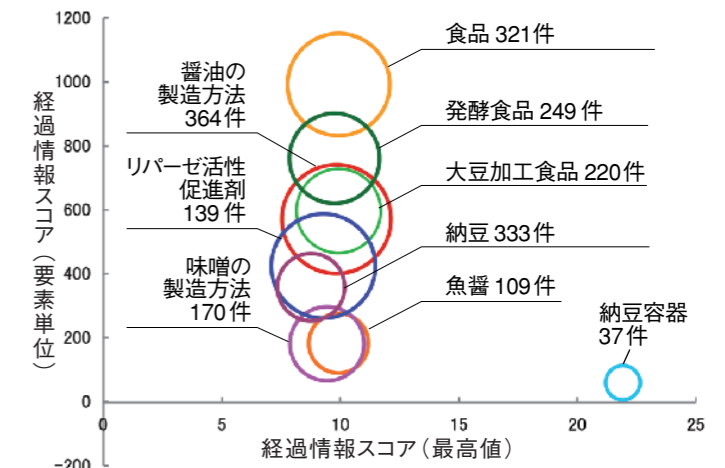
大量の特許群を短時間で分類・分析できる多くのツールを単独または組み合わせることで、大量の特許群の分類や知的資産の現状把握をはじめ、他分野への適応可能性の検討、技術提携候補先の探索などを円滑に行うことが可能です。



▲「特許関連性構造分析」

技術の動向を調べる「経過情報スコア」

どの分野での特許が総合的に見て質が高いか、一件単位で見たときに質が高い特許があるのはどのグループか、ということ「経過情報スコア」で調べることで、技術分野の動向を把握することができます。大豆発酵食品分野においては、「納豆容器に関する特許」に一件あたりの価値が高い特許があることが確認できます。

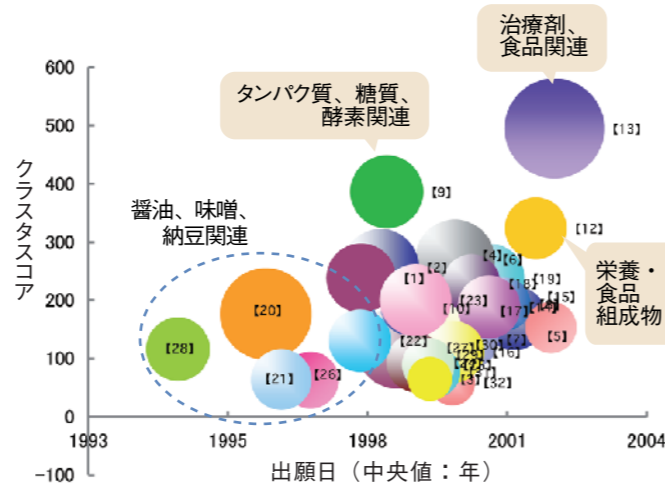


▲「経過情報スコア」

技術の最新トレンドを調べる「ポジションマップ」

「ポジションマップ」という分析法を使うと、現在関心を持たれているのはどのジャンルの特許かを確認することができます。

「ポジションマップ」▶
醤油や味噌、納豆などの伝統食品の分野は成熟している。それに対し、医薬品や機能性食品など応用製品に関する出願のクラスタスコアが高くなっている。

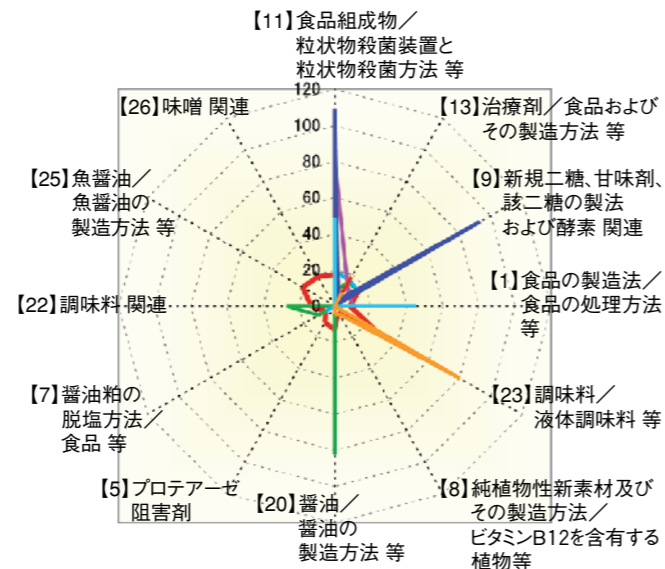


大豆発酵食品の中では、醤油や味噌、納豆といった伝統食品の分野は既に成熟しており、現在では医薬品や機能性食品などの応用製品の特許に関心が高いことが分かります。

自社または競合他社特許の優位点を調べる「クラスタスコア」

「クラスタスコア」という分析法では、特許群の質的価値を数値化（スコア化）することで、自社または競合他社の特許の優位点を把握することができます。グループ全体で高い価値のある特許と、単独で強い価値のある特許を持ったグループを見ることができるので、自社の出願特許の強みが、他社と比較してどこにあるのかを明確にすることができます。

図の中で赤の線を自社とした場合、「味噌」「魚醤油」「プロテアーゼ阻害剤」が他社よりも評価が高く、この3分野が自社においては最も強みが生かせる分野といえます。

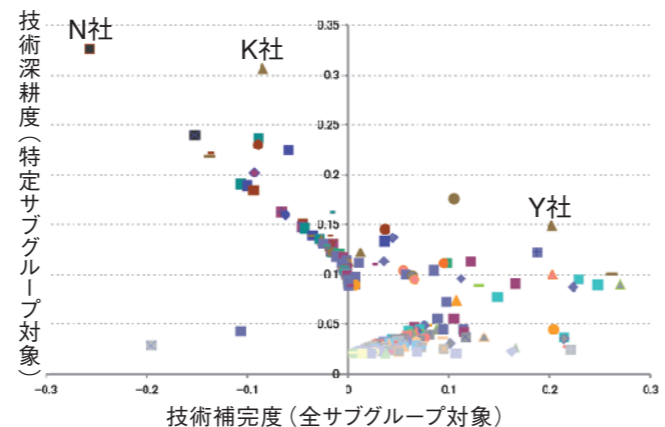


▲「クラスタスコア」

提携可能な企業を調べる「アライアンス分析」

「アライアンス分析」を行えば、自社に足りない分野を補える（技術補完度）他企業、および自社が増強したい分野を保有する（技術深耕度）他企業の特許状況を調べることができます。特定の分野における自社特許の強みを確認できるだけでなく、どの企業と協力したら自社の良さが伸ばせるか、といったアライアンス（提携）の検討材料にもなります。

この図の場合、自社と技術深耕度の高い会社はN社やK社、技術補完度の高い会社はY社であることが分かります。



▲「アライアンス分析」

林 加奈子 ((株)アイ・ピー・ビー)

資料1

知的財産で農林水産業に付加価値を！

～農林水産省知的財産戦略の考え方～

農林水産業・食品産業をめぐる状況

- 経済のグローバル化と競争の激化
- 我が国の農林水産業の担い手の減少
- 地球温暖化、気候変動、人口増加による食料難など、新たな課題

「知的財産」は、
① 付加価値の創造
② 産業の高度化
③ 新しい課題への対応
を可能とするものであり、
今後ますます重要に。

農林水産業・食品産業の競争力強化と地域活性化のためには、「知的財産」を継続的に生み出し（創造）それを経済的価値につなげていく（活用）ことが必要。

農林水産分野の「知的財産」

- ・ 植物新品種
- ・ 動物等の遺伝資源
- ・ 農林水産業の技術・ノウハウ
- ・ 機能性食品の製造技術
- ・ 農産物、地域食品等の商標、ブランド 等

戦略のポイント 概ね3年間で実施すべき施策をとりまとめ

- ◆ 研究、生産現場、海外の各分野で知的財産（新しい価値）の創造と活用を戦略的に実施。
⇒ 付加価値のあるもの、新たな産業分野の開拓
- ◆ 価値の創造・活用を進めるために必要な以下の施策についても推進。
・ 適切な保護の制度や体制の整備
・ 農林水産分野の知的ストックを「知的財産」と認識する意識改革

資料2

農林水産省知的財産戦略における主な施策

1. 創造・活用

目標：① 新たな需要開発による市場規模を22年度までに700億円程度に
② ゲノム情報を活用した新品種を22年度までに50件程度創出

● 研究開発を活用した新需要・新産業創出
機能性食品やバイオマス燃料等新食品・新素材の新たな需要創造につながる研究成果を、企業との共同の実用化研究、事業化に必要な施設整備等への支援により、実用化・事業化を推進

● 遺伝子特許の取得と新品種創出や育種改良の促進
新品種の保護制度のない家畜については、遺伝子特許の取得を促進し、これを活かした育種改良で価値の高い食用種を育成
また、イネ、ダイズ、野菜等について、有用遺伝子の機能解明・特許化を活用して減農薬栽培用品種、高バイオマス品種等を育成

● 研究ニーズの発掘と研究成果の実用化促進
(1) 農林水産知財ネットワーク（仮称）の構築
大学、中央・地方の農林水産分野の試験研究機関等約8割の参画を目指したネットワークを構築し、各々の特許・研究成果の情報を一元化して相互活用による実用化を促進
(2) 新分野開拓に向けた連携強化
医療や工業等他分野を含めた需要開拓のため、研究機関に外部専門家を活用した「リエゾンオフィス」を設置し、共同研究や実用化・商品化を促進

目標：生産現場における技術・ノウハウを活かした生産、地域ブランド形成の促進

生産現場・農山漁村

- 生産者や現場の指導者のための知財取扱指針作成
現場の農林水産業者や指導者が現場の技術・ノウハウ等の知財を発掘・創出・実用化・保護のための指針を作成し普及
- 地域資源の発掘、再認識によるブランド化・事業化の促進
(1) 身近な景観や食文化等地域資源の再発見・活用企業等の地域活動への参画支援、郷土料理百選の実施等
(2) 地域ブランド化への支援
成功事例の収集・分析、アドバイザー派遣等

海外

目標：輸出拡大に向けた日本ブランドの醸成

- 日本ブランド対策
和牛、日本産果実の統一マークを策定、貼付し、輸出を促進。

2. 保護

目標：品種・商標等知財保護の強化

育成者権

- 権利侵害への対応強化
・ DNA識別鑑定能力の向上・侵害対応に備えた全登録植物品種の保存体制構築
- 海外での育成者権保護強化
東アジアでの植物品種保護制度の共通の基盤の構築のため、制度調和、技術協力、人材育成を推進する「東アジア植物品種保護フォーラム（仮称）」の設置を提唱
- 海外での侵害に関する相談窓口の設置
海外の市場や知的財産保護制度に係る情報提供支援、商標権侵害等の相談窓口設置 等

3. 普及啓発・人材育成

目標：知財関係支援・相談に対応できる指導的人材を3年間で1000人程度育成

- 農林水産業者・研究所・普及指導員等における意識啓発、知識の普及