

## 科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成25年6月3日現在

機関番号：11101

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：2010年度～2012年度

課題番号：22580231

研究課題名（和文）会員制（クラブシステム）による農産物の生産販売に関する基礎的研究

研究課題名（英文）Basic Research on the Production and Sale of Agricultural Products under the "Club System"

研究代表者

神田 健策（KANDA KENSAKU）

学内共同利用施設等・理事・副学長

研究者番号：10113705

研究成果の概要（和文）：

ピンクレディーシステムはりんごの新品種に関し育成者権と商標権を盾にクラブ制を用いて育成者の権益を保護しながら、販売価格の維持をはかることを目的にオーストラリアから始まった。わが国ではクラブ制システムに近い制度を導入しているのは、弘前中央青果の専用利用権の行使であるが、これは生産段階に限ったクラブ制と言える。今後、品種経営の時代の到来が予測される中で日本の対応が問われている。

研究成果の概要（英文）：

**The Pink Lady System, which originated in Australia, has pioneered a new approach to the introduction of new apple varieties. In addition to plant variety holder rights (PVR), new varieties are being trademarked, with the rights of PVR and trademark holders protected by a "club" to which these rights holders belong. One of the major goals of such a club is to maintain premium prices. In Japan, something similar to a "club" has been introduced by the Hirosaki Wholesale Produce Market, Ltd (Hiroka). Hiroka has obtained exclusive control over a number of new varieties and has issued permission to a limited number of growers to produce them. Although a worldwide era of variety "management" can be said to have arrived, it remains to be seen how the Japanese apple industry will respond.**

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2010年度	900,000	270,000	1,170,000
2011年度	1,300,000	390,000	1,690,000
2012年度	1,100,000	330,000	1,430,000
年度			
年度			
総計	3,300,000	990,000	4,290,000

研究分野：農学

科研費の分科・細目：農業経済学、農業経済学（6401）

キーワード：知的財産、りんご、クラブシステム、ピンクレディー、専用利用権、農協、農産物輸出、マーケティング

## 1. 研究開始当初の背景

(1) 2006年に「農林水産省知的財産戦略」が発表され、日本農業の競争力強化と地域活性化を

はかるために知的財産の活用が不可欠であるとの認識が示された。しかし、わが国では農産物の知的財産に関する認識は薄く、育成者権、特

許権、商標権、意匠権などの制度的活用が課題となってきた。

(2) リンゴ産業に限ってみると、種苗法に基づいて新品種の登録出願が行われてきたが、その育成者権の厳格な適用は実施されてこなかった。そのため日本の「ふじ」に代表される超優良品種が無制限に海外に流出し、海外において「ふじ」の商標登録が行われなかったために、商標使用料の徴収ができないばかりでなく、逆に輸出先で日本産ふじと競合している現状にあり、わが国農業界にとっては大きな損失であった。

## 2. 研究の目的

(1) これとは対照的にオーストラリアでは 20 年前から Cripps Pink という品種の育成者権に基づく栽培許諾ライセンス契約とともに、Pink Lady の商標権に基づく商標使用ライセンス契約によってピンクレディーの生産と販売を一貫して行う新しい試みをスタートさせている。

(2) わが国において、県レベルでは長野県が農産物に関していち早く知的財産戦略を策定しており、2007 年 4 月にシナノゴールド海外許諾選定委員会を設置、許諾の条件を検討し、同年 12 月イタリアのりんご技術指導機関にシナノゴールドの生産販売強許諾を与えている。また、りんごの事例ではないが、花き分野において新品種の育成と輸出、国際商標登録取得を行っている岩手県八幡平市の安代りんごの先進事例があるが、わが国ではピンクレディーに見られるような本格的なクラブ制の導入はまだ見られていない。各国の実態を調査し、わが国の今後の対策を検討する。

## 3. 研究の方法

(1) クラブ制のシステム、実際の運用を調べるために先進事例であるオーストラリア、ニュージーランド、ヨーロッパ(イタリア、フランス)、アメリカ、チリ、中国などの事情を実態調査した。

(2) 国内では、長野県の知財戦略とクラブ制、八幡平市「安代りんご」の輸出戦略、弘前中央青果の専用利用権行使の実態について、調査研究を行った。

## 4. 研究成果

(1) 近年、欧米のスーパーマーケットのりんご売り場では、クリプスピンク(Cripps Pink)とピンクレディー(Pink Lady)という名前こそ異なるが、実はまったく同じ品種のりんごが並べて販売されることがある。ほとんどの場合、ピンクレディーの販売価格が高い。品種名のままでりんごを販売するのは昔からの販売方法であり、クリプスピンクがその一例である。それに対してりんごに商標名を付けて販売する新しい試みが現れた。ピンクレディーがその先行事例である。農産物の分

野で初めての取り組みとされるこの事例はその商標名に因んで、ピンクレディーシステムと呼ばれることがある。特定の品種を経営の対象にしていることから品種経営、また会員限定という排他性からクラブ制(会員制)とも呼ばれている。

(2) りんごの生産販売はこれまで次のサイクルを繰り返してきた。つまり、優良品種が出ると、それを先に取り入れた生産者がその果実を高い価格で市場に出荷し、いわゆる先駆者利益を享受するが、新規参入が自由であるので、生産量が増加するにつれ、価格競争に陥り、プレミアム価格が消滅する。

しかし、りんごのように新品種の開発には一般に 20 年という長い年月がかかり、リスクとコストを背負う育成者の権益をどう確保し、またその費用をどのように回収するかが、難題であった。ピンクレディーシステムは育成者権と商標権を盾にクラブ制を用いて育成者の権益を保護しながら上述の品種サイクルを回避するための試みといえる。

(3) ピンクレディーの知財マネジメントは関連業界で注目され始めているが、それに関する本格的な研究は見られなかった。本研究の結果、ピンクレディーシステムの創設の背景、育成者権と商標権のライセンス(使用許諾)実態、運営機構およびロイヤルティー(royalty)の徴収と配分などシステムの制度面、不法栽培や変異種問題への対処、ブランド力の強化活動などシステムの運営について明らかにした。加えてわが国、特に青森県のりんご産業をめぐる知的財産の活用と現状にも言及した。

1990 年代初めに商業生産が始まって以来、クリプスピンクは現在、30 カ国で品種登録され、ピンクレディーは 70 以上の国で商標登録が行われている。ピンクレディーは 15 カ国で栽培、30 カ国以上で販売、現在年産 35 万トン、小売売上高は 14~16 億豪ドルに達すると推測されている。ピンクレディーシステムでは、合法的に栽培されたクリプスピンクの樹から採れたりんごのうち、定められた品質基準を満たしたものだけはピンクレディー、残りはクリプスピンクとして市場で販売される。なお、ピンクレディーの名前で販売される場合、商標使用料を払わなければならない。

ピンクレディーシステムでは PBR ライセンス(植物育成者権)と商標ライセンスを与える代わりに、ロイヤルティーが徴収されることになっている。具体的には栽培許諾書を交付し、クリプスピンクの苗木を農家に渡す際に 1 回限りの栽培許諾料(1 本につき、売上代金の 1 割程度)が徴収される。一方、商標使用料の徴収は各国の商標マスターライセンスが担当している。具体的には貿易の場合、ピンクレディーが輸入される時点、国内販売の場合、りんごがパッカーから卸売業者へ出荷される時点で徴収される。果実の

販売が毎年行われるため、商標使用料は毎年繰り返し発生することになっている。

ヨーロッパはピンクレディーの最大生産地であると同時に、最大の消費地・輸出先でもあるため、ピンクレディーシステムにおいて格別な存在となっている。ピンクレディーが販売されるところに商標使用料が発生するので、主要輸出先と消費先であるヨーロッパにそれが集中することは避けられない。

ところで、ヨーロッパ市場で徴収した商標使用料の配分ルールは管轄区域内におけるピンクレディーのプロモーションとマーケティングのための費用に60%、管轄区域の管理運営コストに16%、APALの管理開発費用に14%、ブランド防衛のための準備金に10%を充てることになっている。このように商標使用料の大半は現地のプロモーションと管理コストに使われ、またブランド防衛用の準備金として積立てている。

(5) 育成者権と商標権のライセンス代価としてロイヤリティーが徴収される。それが最終的には生産者の負担であるので、商標使用料を徴収しても会員である生産者に利益をもたらすには商品の販売価格を他のりんごよりも高く設定するほかない。そのプレミアム価格を実現するために、商品のブランディング戦略が重視されている。

ピンクレディーの場合、イギリスのCoregeoとヨーロッパ・ピンクレディー協会が消費者への積極的なマーケティング活動を通じてそのブランド価値の向上を図っている。商標使用料の60%を管轄区域内のピンクレディーのプロモーションとマーケティングに使用するヨーロッパ・ピンクレディー協会は、毎年約1000万ユーロの資金をプロモーションに投入している。

スーパーマーケットでの販売促進活動のほか、テレビ、雑誌、新聞などのメディア広告、注目度の高いイベントへの資金提供、各種見本市へのブースの出店などでそのロゴの認知度と親和性の向上、店頭における展示と包装を通じた露出度と存在感の強化がはかられてきた。同社のマーケティングスローガンに掲げる“pink lady, so much more than an apple”(ただのりんごではない)がヨーロッパで多くの消費者の認知を獲得している。イギリスとヨーロッパ市場ではピンクレディーの小売価格はほかのりんごのそれより3~5割高い。その結果2008年金融危機以降、ブランドビジネスが停滞するという逆風のなか、ピンクレディーの売上と利益は増え続けている。

(6) わが国においてりんご主産地の青森県でクラブ制システムに近い制度を導入しているのは、青森県弘前市を中心に津軽地域を営業範囲とする弘前中央青果株式会社の専用利用権の行使である。同社は、2002年に育成者からりんご6品種の専用利用権を得て、登録品種の独占的利用を専有した。弘果は、子会社の「弘前物流」を通して契約農家に限定して苗木の販売を行う

ことにより、契約農家は育成したりんごの全量を弘果に販売することを義務づけられている。その際、農家は市場手数料7%、育成者へのロイヤリティー2%、研究促進費及び研究開発費1%の合計10%を販売金額から支払う仕組みとなっている。つまり、弘果は専用利用権の設定によって、新品種を他市場に流通させずに独占的に取り扱うことが可能となったが、卸売市場での競売後のりんご流通には全く関わっていない。他業者の消費地販売や輸出に関しては全くの自由である。すなわち、専用利用権を持つ弘果は、契約農家だけに栽培を与え、結実りんごの販売市場を強制し、権益を確保することにとどめている。言わば品種育成者権は活用しているが、商標権まで視野に入れた活用をしていない。それ故、弘果の専用利用権はピンクレディーのクラブ制と比較すると生産段階に限ったクラブ制と言える。

専用利用権が設定された6品種の取扱量を見ると、2003年の3,860箱(20kg/箱)から2010年の2万8,462箱と、8年間で7倍以上に増加している。中でも大紅栄は、2003年の80箱から2010年の1万2,368箱と大幅な増加を示しており、6品目中のシェアは、2003年の2.0%から2010年の43.0%と著しい。大紅栄は、現在、輸出需要が中心の品種となっており、特に、台湾及び中国の消費者に好評であり、高値で取引されている。弘果では、このような大紅栄の将来性に期待をかけており、弘果りんご連絡協議会新品種部会を結成し、さらに、大紅栄の「生産拡大20万箱戦略」打ち出している。

(5) 本研究はピンクレディーの事例を中心に品種の育成者権と商標権を用いたりんご生産販売の仕組みの再構築に関する考察を行った。ピンクレディーシステムは特定品種の経営を目的にする経営責任主体を持ち、ライセンス方式により、各国ピンクレディー協会と連携しながらその生産数量と品質を厳格に管理し、そしてそのブランド防衛、ブランディング化を通じてブランド価値の向上と果実のプレミアム価格を実現している。品種経営またはクラブ制と呼ばれるこの仕組みは知財の創造(新品種の開発)、知財の保護・権利化(品種登録と商標登録)、知財の活用(ライセンス)という三つの段階によって構成され、工業と商業の世界で行われる知財マネジメントに一脈通じるものである。しかし果物の生産販売であるがゆえにその知財ビジネスはいくつかの困難を克服する必要があった。

まず経営主体は規模的にも財政的にも限界があるなか、単独での事業展開よりも、ライセンス・ビジネス方式の採用が望まれる。ピンクレディーシステムの場合、AIGNという苗木業者の国際ネットワークを活用し、またそのメンバーを中心に作られた協会がピンクレディー国際連盟(IPLA)を形成し、アライアンスという形でシステムの運営を担ってきた。

(6)次に農産物であるがゆえに、果実の出来具合は天候などの自然状況に左右されやすいし、また各国の自然環境や、栽培技術、流通条件、消費習慣などの相違が果実の品質に影響を与えることが考えられるため、品質の均一化が難しい。しかし、品質の均一化は周年供給を目指すピンクレディーシステムにとって至上課題であり、そのブランド化にとって必要な条件である。

最後にりんごの場合、新品種は接ぎ木で簡単に移植でき、また枝変わりも多発する。知財権利意識が相対的に低いといわれる農産物の生産販売において不法栽培の防止、偽りの商標使用の摘発などシステムの防衛を怠ると、システムの崩壊につながる恐れがある、ピンクレディーの場合、Pier to Pier System の導入などによってそれに対応している。

ともあれ、農産物の知財マネジメント(品種経営)は世界で始まったばかりであり、今後さまざまな取り組みが予想される。品種経営の時代の到来が予測される中で日本の対応が問われている。

#### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計4件)

- ① 黄孝春・V. L. カーペンター、戦後青森県産りんごにおける輸出構造の形成とその要因について、弘前大学地域社会研究科年報、査読有、7号、2011、pp.95-111
- ② 黄孝春・山野豊・王建軍、知的財産権をベースにしたりんごの生産販売体制の再構築、弘前大学『人文社会論叢』(社会科学編)、査読有、27巻、2012、pp.1-19
- ③ 黄孝春、ワシントン州産りんごと中国リンゴ最新事情、『「再発見」される地域の魅力と可能性 平成 23 年度共同研究論集』、弘前大学人文学部地域研究プロジェクト、査読無、1巻、2012、pp.9-13
- ④ 神田健策・大橋治、グローバル体制下における弘前市内りんご産業のマーケティング戦略の再編に関する実証的研究—TPPへの対抗策の検討—、『平成 23 年度弘前大学と弘前市との連携調査研究委託モデル事業調査報告書』、査読無、2012、pp.1-112

[学会発表](計3件)

- ① 黄孝春、ピンクレディーシステムの成立、経営史学会東北ワークショップ、弘前大学、2012年9月29日
- ② 神田健策・黄孝春・V. L. カーペンター、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

中心に一、日本農業経済学会、東京農業大学、2013年3月30日

- ③ 石塚哉史・澤口頼太・神田健策、りんどう産地における独自品種開発と輸出振興の現状と課題—岩手県八幡平市の事例を中心に、日本農業経済学会、東京農業大学、2013年3月30日

#### 6. 研究組織

##### (1) 研究代表者

神田 健策(KANDA KENSAKU)  
弘前大学・学内共同利用施設等・理事・副学長  
研究者番号:10113705

##### (2) 研究分担者

黄 孝春(HUANG XIAO CHUN)  
弘前大学・人文学部・教授  
研究者番号: 10234684  
荒川 修(ARAKAWA OSAMU)  
弘前大学・農学生命科学部・教授  
研究者番号:70184265  
CARPENTER、VICTOR LEE  
弘前大学・人文学部・教授  
研究者番号:80142909