

1 育成者権と商標権は「守る対象」が違う

まず、両者が何を守る制度かを整理します。

・育成者権（種苗法）（手引きp.35～39）

新品種の苗・種子などの増殖物そのものをコントロールする権利です。

登録された品種には、登録された品種名を表示することが求められます。

・商標権（商標法）（手引きp.41～42）

商品についての名前・ロゴなどの表示（標識）を独占的に使う権利です。

表示を見て「誰のものか」「どこの産地か」が分かるようにするための制度であり、守られるのは品種そのものではなく、ブランドとしての表示です。

2 どこに「ヒヤリハット」があるか（手引きp.44）

もともと、品種名にそのままブランド名を付けるやり方には理由がありました。品種登録には最終的な登録まで3年程度かかる一方で、その間に第三者が同一・類似の名称を商標登録すると、その名称では品種登録ができず、名称変更を余儀なくされるおそれがあったためです。

しかし、2019年の商標審査基準改正により、出願中の品種の名称と同一・類似の標章について、第三者が先回りして商標登録を受けることは、審査段階で原則認められない運用となりました。

このため、「ブランド名を品種名にしておかないと、誰かに先に商標を取られる」という心配は、現在ではかなり小さくなっています。

その一方で、品種名にブランド名をそのまま付けることには、次のようなデメリットがあります。

① 種苗を指定商品とする商標は登録できない

登録された品種の名称に当たる部分については、育成者権が存続している間、種苗（苗・種子）を指定商品とする商標として、品種名称と同一・類似の標章は登録できません。その名称が、当該品種の苗・種子を指す普通名称的な表示と見なされるためです。

さらに、育成者権が消滅する頃には、その名称は当該品種を示す普通名称として定着していると考えられます。その段階で改めて同じ名称で商標登録を試みても、「識別力のない標章」として、原則として登録は難しい、という状況になります。

② 加工品・飲料で仮に登録できたとしても、長期的なブランド維持が難しい

その品種の果実を原料とする加工品や飲料について、品種名称と同一・類似の商標登録をしようとすることは、「〇〇ジュース」のように「〇〇という品種の果実を原材料に使っている」という表示にとどまる限りは、実務的には登録が難しいです。しかし、字体や装飾を工夫してロゴマークとして特徴を持たせれば、品種名称と同一・類似の標章でも登録が認められる場合はありま

す。もっとも、この場合に保護されるのはロゴ全体のデザインであって、品種名そのものを独占できるわけではない点には注意が必要です。

さらに、育成者権が切れた後に品種名が一般名詞化すると、その名称は「〇〇という品種を原料に使っている」という原材料表示として誰でも使える言葉になっていきます。

その結果、商標登録を得ていたとしても、実務上は単なる原材料名と受け止められ、ブランドとしての独占性・識別力を維持するのが難しくなるというリスクがあります。

つまり、「品種名にブランド名を付けておけば安心」という発想は、現行制度の下では、長期的には得よりも損の方が大きいこととなります（手引きp.44）

3 実務的な結論：品種名とブランド名は分ける

以上を踏まえると、実務上は次のような整理が望ましいと考えます。

① 品種名は「識別用の名前」と割り切る

- ・登録・試験・技術資料で他品種と区別するための名前
- ・多少記号的な名称でもよい
- ・消費者向けのキャッチーさはあえて求めない

② ブランド名（商標）は別に設計する

- ・市場で前面に出す名前は、品種名とは別のブランド名にする
- ・産地名・JA名・企業名などと組み合わせやすい名称を考える
- ・早い段階で商標登録も視野に入れて検討する

手引きでも、

- ・登録品種名：福岡S6号
- ・ブランド名：あまおう

のように、品種名とブランド名を分ける例が紹介されています（手引きp.34、p.97）。

4 まとめ

ご質問のケースでは、

- ・品種名にキャッチーなブランド名をそのまま付けても、2019年改正後は第三者による“先取り”を防ぐ効果は限定的である一方、
 - ・その名前が品種の普通名称として定着する方向に進み、
 - 種苗向けの商標登録はできず、
 - 育成者権消滅後も商標としての識別力が弱く、長期的なブランド維持が難しくなる
- というデメリットの方が明らかに大きくなります。

したがって、キャッチーな名前は品種名ではなく、別立てのブランド名（商標候補）として設計する方向で検討するのが、安全かつ合理的な選択といえます。

なお、育成者権と商標権の双方を出願し、維持することの手間と費用、生産者に対してもその双方を許諾する必要と手間があること等を考慮し、当該品種をブランディング展開する予定がなければ、商標出願をしないことも選択肢となります。

ただし、事後的にブランディング展開をしたくなかったときに、上記のような問題点があることを考慮するならば、品種名の選定は慎重になさった方が良いとは考えます。

【参考資料】

「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」

<https://www.affrc.maff.go.jp/docs/chizai/attach/pdf/gakusyu-1.pdf>

< 次回の配信予定 >

テーマ：個別ネットワークの活動経過#3

配信時期：1月21日頃

< メルマガのバックナンバー >

下記HPよりこれまで配信された全てのメルマガをご覧ください。

ぜひ、気になる情報をチェックしてください。

URL：<https://www.affrc.maff.go.jp/docs/chizai/mailmagazine.html>

※メールマガジン記事の無断複製、無断転載を禁じます。