

平成21年12月4日（金）

於：農林水産省4F 第2特別会議室

新たな農林水産省知的財産の策定について
有識者の意見を聴く会 議事録

農林水産省

目 次

開会	1
あいさつ	1
出席者紹介	2
議事	
（１）現行農林水産省知的財産戦略の推進状況について	3
（２）自由討議	10
閉会	30

開 会

○川合知的財産課長 それでは、定刻になりましたので、ただいまから新たな農林水産省知的財産戦略の策定についての有識者の皆様方から意見を聴く会を開催させていただきたいと存じます。

私は、本日の司会進行を務めます農林水産省知的財産課長の川合と申します。よろしくお願ひいたします。

それでは、早速議事に入りたいと思いますが、その前に事務局の方から一言おわびをさせていただきたいと思います。

本日は、農水省正面玄関に入られる際に、当方の手違いで皆様方に不快な思いをさせてしまいましたことを私の方から冒頭おわびを申し上げます。

あいさつ

○川合知的財産課長 それでは、まず初めに、事務局を代表いたしまして、農林水産省生産局担当審議官の小栗よりごあいさつを申し上げます。

○小栗審議官 皆さんこんにちは。

農林水産省で生産局の担当審議官をしております小栗と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

本日は、また、師走に入りまして、非常にお忙しい中、特に皆様方、各分野で御活躍でございますので、大変お忙しい中、時間をつくっていただきまして誠にありがとうございます。

また、日ごろから、それぞれのお立場で、農林水産行政なり、あるいは農業・農村の発展に御尽力、御理解をいただいていると思っております。改めて御礼を申し上げます。

改めて申すまでもなく、我が国の農林水産物、関係者の御努力もありますし、長い

伝統、それから、技術、そういったものの上に立ちまして、世界的に見ましても非常に品質とか、安全・安心の面とか、高い評価を得られているようなものを供給していると考えているところでございます。

私ども農林水産省といたしまして、このような品質の高い我が国の農林水産物をいわばブランド化ということで取り組んでいくことが必要なんではないかということで、農林水産省の知的財産戦略というものを策定いたしまして、それに基づきまして総合的に推進をしているところでございます。

このことは特に近年、市場のグローバル化、国際化、そういった流れの中におきまして、国民も世界的に高い価値のものを求めておりますし、また、世界市場におきまして輸出促進を図る、そういった点におきましても、この知財の活用といったことは非常に大事なテーマだと思っているわけでございますし、また、政権も代わりまして、新しい政権の1つの方策の柱が、農業はつくるだけではなく、つくったものをいかに加工し、あるいはいかに売っていくか、2次産業、3次産業との連携、融合、いわば農業・農村の6次産業化というのが大きな政策課題になっていくわけでございますけれども、その実現のためにも、農林水産物の知的財産としての活用、そういったものが大きなテーマだと考えているわけでございます。

このような状況でございますが、現在の戦略につきましては、平成19年3月に策定をいたしました。このとき、おおむね3年を目途にということ念頭に置きまして策定をしたものでございますので、そういったことを踏まえますと、最近の状況を踏まえまして、改めてこの知的財産戦略を見直すといえますか、策定し直すということが必要になっているところでございます。

本日の会議は、そういった新たな知的財産戦略の検討に際しまして、なかなか知財の取扱い等につきましては、我々もそれほど大きな長い経験があるわけでございませぬ。蓄積もなかなかないということもございまして、できるだけ省外の広い分野の方々の意見を承るといことが大事ではないかということで、本日、有識者の皆様方から意見を聴く会ということで開催をするわけでございます。

ということでございますので、役所側関係者いろいろ来ておりますけれども、皆様方からそれぞれのお立場で忌憚のない御意見をいただきまして、それを今後の検討にできるだけ反映していきたいと思っておりますので、限られた時間でございませぬけれども、十分な御意見をいただければと思っておりますので、どうぞよろしくお願いを申し上げます。

○川合知的財産課長 ありがとうございます。

出席者紹介

○川合知的財産課長 それでは、会議のはじめにあたりまして、本日の会議の出席者の御紹介をさせていただきたいと思っております。

なお、お手元の配付資料に、有識者の先生方におかれましては、先生方のお名前の一覧というものをお配りさせていただいております。

まず本日、御意見をお伺いする有識者の方といたしまして、消費科学連合会会長の

大木美智子さんでいらっしゃいます。

株式会社日本総合研究所総合研究部門新社会システム創成クラスター上席主任研究員の金子和夫様でございます。

大分県漁業協同組合佐賀関支店支店長であります坂井伊智郎様でございます。

サンケイリビング新聞社営業推進局Web企画部部長の滑川恵理子様でございます。

久遠特許事務所共同代表・弁理士の奥山様の代理出席ということで、阿形・本多国際特許事務所長・弁理士の本多一郎様でございます。

なお、有識者としてお願いしておりました先生方のうち、本日、株式会社サカタのタネ執行役員・研究本部長の加々美様、及び東京農工大学大学院教授の澁澤様におかれましては、御都合のため本日、出席できないということで後日、御意見をお伺いするというを予定しておるところでございます。

続きまして、事務局側といたしまして、先ほどごあいさつ申し上げました小栗生産局担当審議官でございます。

それから、農林水産技術会議事務局研究推進課長の引地課長でございます。

また、皆様の方からごらんいただきまして右手の方から、生産局畜産振興課の吉ざわ補佐でございます。

それから、総合食料局食品産業振興課の萩原補佐におかれましては遅れて出席ということでお伺いしております。

大臣官房国際部貿易関税チームから藤田課長補佐でございます。

それから、皆様からごらんいただきまして私の左隣でございますけれども、生産局知的財産課種苗審査室の大河内総括審査官でございます。

その左隣、生産局知的財産課知的財産企画班の山本補佐でございます。

その左側でございますが、農村振興局都市農村交流課活性化推進班担当補佐の増田さんです。

それから、そのお隣ですが、林野庁研究・保全課総務班連絡係長の林さんです。

水産庁研究指導課の宇野補佐におかれましては、遅れて御出席ということで聞いております。

以上が本日の出席メンバーでございます。

それでは、早速ではございますが、お手元の配付資料の御確認をお願いしたいと思います。

まず最初に座席表が置いてございまして、その次に本日の議事次第1枚紙が配付してございます。

それから、その次に有識者一覧ということで配付をし、その次に現行農林水産省知的財産戦略の推進状況というもの。

それから、その下に別とじで参考資料という形で少し厚い資料がお配りされているかと思いますが、もし過不足とかございましたら、お申し出をお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。

議 事

(1) 現行農林水産省知的財産戦略の推進状況について

○川合知的財産課長 それでは、議事に入らせていただきたいと思います。

まず初めに、事務局より現行農林水産省知的財産戦略の推進状況について、知的財産課、山本補佐より御説明申し上げます。

○山本課長補佐 まずお手元の配付資料「現行農林水産省知的財産戦略の推進状況」の資料の方で御説明をいたします。

おめくりいただきまして2ページ目になっておりますけれども、農林水産省知的財産戦略のポイントでございます。

農林水産省知的財産戦略におきましては、技術や工夫などの無形の価値を知的財産ととらえまして、その創造と活用と保護の強化といったことで、柱としてⅠ 創造・活用、Ⅱ 保護の強化という柱がありました、3つ目に、そういった知的財産の取扱いの知識を農林水産、食品関係者に知識を持っていただくということで、普及啓発・人材育成、このⅠ、Ⅱ、Ⅲの3本の柱で構成されてございます。

その現行の戦略の推進状況でございます。3ページ目でございますけれども、Ⅰ番の創造・活用の促進ということです。

こちらの中でも幾つか分かれておりまして、まず研究・技術開発分野ということでございます。

緑の部分ですけれども、現行の戦略の基本的方向といたしましては、農林水産業・食品産業の発展の基盤は「技術」であり、競争力強化のためには、ニーズを的確に把握した上で、新しい技術を開発し、実用化。

開発・実用化された技術の活用方法を見据えた適切な権利化。

これまでの研究成果のストックの効果的な活用の推進といったことでございます。

これまでの取組でございますけれども、研究開発を活用した新需要・新産業創出ということで、機能性に着目した新食品・新食材に関する農林水産省関係の研究機関、独立行政法人の研究成果について産地や民間企業と連携しながら実用化・事業化を促進といったことを平成19年以降取り組んできております。

平成20年からは、国公立の大学や公立試験研究機関の研究成果も活用して取り組んでまいっておるということです。

平成21年に入りましては、民間企業における研究成果や、地域に埋もれた機能性の地域特産物なども活用して、そういった機能性食品等の事業化を推進してございます。

今後の課題でございますが、そういった食品だけではなく、遺伝子組換えカイコ、蛍光色などのついた糸といったものがとれるカイコでございますけれども、そういった研究成果がございますので、こういった食品以外の分野でも革新的な技術を活用してイノベーションを創出していくといったことですか、機能性に関する消費者の認知度を高めるための表示や訴求方法の検討といったことでございます。

引き続きまた研究・技術開発分野が続きますけれども、また研究開発を活用した新需要・新産業ということで続きますが、非主食用米、多収量の品種、食用ではないのですけれども、多収量の品種のお米を利用したバイオエタノールの実証実験などが開始されております。

また、そういった米ではなくて、稲わらですとか、麦わらですとか、もみ殻といった食料と競合しない原料ですとか、林地の残材、間伐材等の森林の未利用資源といったセルロース系の原材料、これは、サトウキビ等の糖質のもの、トウモロコシ等のでんぷんなど、食料から生産するよりコストが高くなるのでございますけれども、こういったもののバイオ燃料の高効率の製造技術の開発にも着手してございます。

さらにそういった国産バイオマスエネルギーの生産コストを大幅に削減する技術とこの研究を進めているところでございます。

また、バイオマスについては、バイオマスプラスチックの普及促進ですとか、リサイクルシステムの構築といった部分にも支援をしましていただいているところでございます。

こういったことで、今後の課題としては、バイオエタノールの生産コストをさらに下げていくということ、1リットル当たり100円ということでございます。

バイオマスプラスチックの利用拡大につきましては、国民の認識をさらに深めていくことが必要であるということでございます。

次にまた引き続き研究・技術開発分野でございますけれども、遺伝子特許の取得と新品種創出や育種改良の促進でございます。

まず和牛の遺伝子特許の取得と育種改良の促進でございますけれども、和牛遺伝子に関する研究による特許取得及び特許の戦略的な利活用推進のための関係団体・研究機関等を構成員とする「和牛知的財産権取得・活用促進協議会」を設立いたしましたところでございます。

ゲノム情報を活用した新品種育成の促進でございますけれども、特にイネのゲノムの研究を進めてまいりまして、その研究の成果ということで、そういった有用遺伝子の機能の解明・特許化を進めるとともに、そういった研究成果を活用して、多収量のイネ、病害虫に強いイネ等を開発してきたところでございます。

写真がありますけれども、コシヒカリの2倍の収量のイネですとか、いもち病に強いイネなどといったものの開発に取り組んでいるところでございます。

今後はさらに遺伝子特許の有効活用を進めるとともに、そういった新品種を開発をさらに進めてまいるとことが課題でございます。

また研究・技術開発分野が続きますけれども、研究ニーズの発掘と研究成果の実用化の促進ということでございます。

農林水産知的財産ネットワークの構築でございます。

こちらは大学ですとか、中央・地方の農林水産分野の試験研究機関等の8割の参画を目指したネットワークを構築するというところで、農林水産知的財産ネットワークのポータルサイトを19年7月に立ち上げてございまして、さらにその中に品種の情報と特許の情報を一元的に検索できる「**aff-chizai**サーチ」という検索システムを平成21年3月から稼働しているところでございます。

新分野開拓に向けた連携強化でございます。

農林水産省関係の独立行政法人の研究機関の研究成果を民間企業が活用し、商品化につなげやすくするため、民間との相談窓口、共同研究の交渉機能を持つ「リエゾンオフィス」を開設し、実用化・商品化を促進してきているところでございます。

次に農業現場における研究成果の普及・実用化の促進でございます。

普及指導員に対しまして、新技術の情報提供・研修を実施いたしましたり、研究機関と普及指導員が連携して、フォーラムですとか、出前技術指導などの実施を図ってきております。

今後の課題ですが、「**aff-chizai**サーチ」を改良し、また、農林水産知財ネットワークの会員、現在、参加率7割でございますので、目標までの会員増。

あとリエゾンオフィスの機能強化のための専門スタッフの充実ですとか、普及指導員の技術力・指導力の向上を通じた研究成果の普及・実用化の促進ということでございます。

また、今度は頭の部分が変わりました、生産現場・農山漁村ということでございますけれども、こちらの現行戦略の基本方向は、全ての農林水産関係者が技術・ノウハウを「知的財産」と認識して、戦略的に活用することが重要であるということでございます。

技術・ノウハウ等の知的財産に関する指針の作成でございまして、平成19年でございますけれども、農林水産業者、都道府県の普及指導員やJAの営農指導員等が活用できる、農業の現場において新たに開発された技術・ノウハウの「知的財産」としての取扱いに関する基本的な考え方を取りまとめた「農業の現場における知的財産取扱指針」を策定いたしましたして、また、「水産業の現場における知的財産取扱指針」を平成20年になりますけれども、策定したところでございます。

農林水産現場の新しい技術やノウハウなどについて、開発者が他者に移転する際の管理手法、許諾契約の方法、情報提供方法などの課題について整理するため、技術やノウハウのマッチングの実施等を行う事業を実施しております。平成20年度からでございます。

また、食品製造業者のブランド・権利の管理手法等について認知度を高めるためのセミナーや相談できる専門家の派遣等を平成19年より実施しております。

今後の課題でございしますが、篤農家の経験や勘に基づくノウハウ、明確に意識されていない暗黙知といったものを情報科学の手法を用いて一般農業者にも活用可能な形に置き換えて蓄積するアグリインフォマティクスシステムの開発ですとか、技術やノウハウ等の知的財産の流通の促進による技術、ノウハウの水準の向上ですとか、食品製造業者のブランド・権利の管理についての認知度の向上でございまして。

おめくりいただきまして、次にまた新たな課題の部分、基本方向で農山漁村の部分でございまして、農山漁村の景観・郷土料理等を知的財産ととらえて農林水産業や地域の活動とうまく組み合わせて、地域活性化につなげていくことが重要であるということでございます。

こちらにおきまして地域の景観や食文化等の地域資源の再発見・活用ということでございまして、平成20年5月に、日本の棚田百選等から、「未来に残したい我が国の農山漁村の風景」の整理・公表。

地域資源を活用した先進的な地域ぐるみの取組の支援といったこと。

あるいは農山漁村の郷土料理百選の選定、こちらは19年12月でございまして。

こういったことに取り組んでまいりました。

今後の課題としては、こういった再発見された地域資源の活用をさらに検討してま

いるということでございます。

続きまして地域ブランドの発掘・創造の部分ですけれども、基本方向としては、地域独自の資源としての農林水産物・食品を発掘・開発し、商品化・ブランド化する地域の取組を促していくということでございます。

地域ブランドの成功例の収集・分析・活用ということで、成功のポイントを示した先進的取組事例集の作成、目指すべき地域ブランドの姿、地域ブランドの取組課題を整理した報告書の作成といったことを行ってまいりました。

また、地域ブランドの取組に対する支援ということで、「食と農の地域ブランド協議会」の設立、これは平成 19 年 11 月でございますけれども、ブランド化に積極的に取り組む地域に対し、プロデューサーの招へいやマーケティング戦略の策定等を支援するという事も平成 20 年から 35 地区で行っております。

今後の課題ですけれども、ブランド化の成功事例を増やしていくとともに、ブランド化を進めるに当たっての具体的事実即した課題の解決を整理すること。

地域ブランド化の取組をさらに強化するための地理的表示制度の導入の検討。

農林水産物・食品に加え、地元の農林水産物を食材の核とした伝統料理、創作料理等の食文化のPR等による地域活性化と名称等に係る知的財産の取得の促進といったことでございます。

おめくりいただきまして、また分野が改まりまして海外ということでございます。

日本ブランドということでございますけれども、世界の食料・食品市場が拡大し、また日本食ブームが広がりつつある中で、日本産のものが区別され、またその特徴が認知されることが必要であるということございまして、和牛と日本産果実の統一マークを作成し、輸出品に貼り付けて海外の消費者にアピールするという事で、和牛につきましては平成 19 年 12 月、日本産果実につきましては平成 20 年 6 月にこういったマークを策定いたしまして取り組んでいるところでございます。

今後の課題としては、統一マークの海外での商標登録の拡大ですとか、さらなる普及といったことでございます。

続きまして、また日本ブランドが続きますけれども、こちらは海外で日本食の関係で、平成 19 年、民間有志により設立されたNPO日本食レストラン海外普及推進機構において、現地の各種活動の促進等に取り組んでございまして、平成 21 年 7 月現在、現地組織の支部は 14 都市にございます。

こういったところで、下の活動でございますけれども、海外の外食事業者と国内の生産者を結びつけ、輸出促進を図るための各種の活動を実施ということでございます。

海外日本食ネットワークの確立、新たな食が伝播する過程に応じた普及啓発のアプローチ、現地支部の具体的な活動といたしまして、こういった現地支部の要請に応じた普及活動、教育研修活動等の取組を実施するとともに、輸出促進に向けた課題の抽出を行うといったことで、平成 21 年の主な活動を右側を書いてございますけれども、全米レストラン協会主催のNRAショーへの出展、ジャパンイタリーにおいて日本食を提供、JRO現地支部で、日本の食材・衛生管理等の勉強会を実施、新たにローマ・ミラノ支部、パリ支部、香港支部を設立ということでございます。

今後の課題といたしまして、日本食の海外の実需者と日本の生産者のマッチングを

さらに促進していくといたしております。

続きまして日本ブランド対策として、日本の「食」を海外に発信ということをごさ
いまして、日本食・日本食材等の日本食文化をアピールするPRイベントの実施とい
ったことに取り組んでございます。

国内外の「食」に関するイベント等において、日本食、日本食材及び日本食文化を
積極的にPRして、また、輸出拡大が見込まれる国・地域の現地百貨店・スーパー等
において、日本フェアを開催といったようなことに取り組んでございます。

さらに「WASHOKU-Try Japan's Good Food」事業の推進ということをごさ
いますけれども、こちらは在外公館等において、日本食・日本食材のPRなどを図っ
ております。在外公館における現地の要人やオピニオンリーダーを対象に、日本から
の高品質な食材を用いた日本食を提供することにより、日本食文化の普及を図ると
ともに、日本産の農林水産物や食品の輸出振興を支援しているものでございます。

実績ですけれども、初年度18年度は10カ国11事業、19年度は18カ国・地域で
23事業、平成20年度は16カ国・地域で21事業ということでございます。

今後の課題として日本食・日本食材の海外への発信のさらなる強化を図っていく
ということでございます。

II番目の保護の強化というところでございます。

植物新品種でございますけれども、現行戦略の基本的方向は、平成22年度までに
新品種の出願件数を2,000件、平成20年度までに審査期間を世界最速水準の2.5年
に短縮。

育成者権取得・権利行使の容易化、DNA識別技術の開発を促進、海外での育成者
権保護制度・運用改善の働きかけなどの総合戦略を推進するというところでございま
す。

審査の迅速化に関しましては、審査官の計画的増員、審査専門職の新設、独立行政
法人種苗管理センターにおける栽培試験実施体制の集約・強化、審査登録業務の迅速
化のための総合電子システムの導入等によりまして、審査期間の短縮を進めてまいり
まして、平成17年の3.2年から平成20年で2.6年まで短縮を図ってまいりました。

次に権利侵害への対応強化ということでございますけれども、種苗管理センターに
おける品種保護Gメンを増員ということでございます。品種保護Gメンといえますの
は、育成者権者などからの求めに応じて権利侵害に関する相談・支援を実施するもの
でございます。

権利侵害を証明するためのDNA品種識別技術の開発といったことで、イチゴです
とかイグサなどの加工品を含めて、30種類の植物のDNA識別技術の開発を行って
おります。

新登録植物品種の標本・DNA資料の保存体制の構築といったことも平成20年
から取り組んでおります。

育成者侵害行為に対する罰則の強化ですが、平成19年12月に罰則の強化を図っ
ておるところでございます。

今後の課題としては、平均審査期間の一層の短縮を図るための取組・体制強化。

DNA品種識別技術の対象品種の拡大と水際差し止への活用ということござい
ます。

ページをおめぐりいただきましてまた植物新品種が続きますけれども、海外での育成者権保護強化といったことで、東アジア植物品種保護フォーラムといったものを平成 20 年 7 月に日本のイニシアティブにより東アジアにおける品種保護制度のレベルアップに向けた取組を推進するというで設置しております。

東アジア（ASEANと日・中・韓）ということをごさしまして、この植物品種保護を担当する政府ハイレベルの者による常設的な意見・情報交換の場の設定を行うものでございます。

主な活動内容でございますけれども、制度運営能力向上のための取組ですとか、制度の発展・調和に向けた活動、育成者権保護・権利行使に向けた活動、情報交換の促進といったことに取り組んでおります。

今後の課題ですけれども、東アジア植物品種保護フォーラム参加国への専門家派遣や研修生の受入れ、技術研修、国際セミナーの開催等の協力活動を積極的に推進することにより、各国における植物品種保護制度の立ち上げや制度運営能力の強化、UPOV加盟国の増加などの成果につなげていくということでございます。

続きまして保護の強化の分野が改まりまして、家畜の遺伝資源でございます。

現行戦略の方向といたしましては、精液の流通管理の徹底、「和牛」表示の厳格化ということでございます。

精液の流通管理の徹底といたしましては、和牛の精液を管理・識別するための牛の名前、生年月日、血統などをデータベースに記録し、データベースとリンクしたバーコードですとか、ICチップを精液の入ったストローに付すなどを行う流通管理システムの構築のためのモデル事業を実施してございます。

「和牛」表示の厳格化でございますが、和牛の表示に関するガイドラインということをごさしまして、下の括弧にありますけれども、品種としては黒毛和種とか4種類の品種、これらの交雑種であることと、国内で出生し、国内で飼養された牛であることといったことのガイドラインを設けまして、この普及指導に努めているところでございまして、今後の課題としては、精液流通管理の全国システムの整備ですとか、今後も「和牛」の表示に関するガイドラインの普及啓発を進めるというところでございます。

また、おめぐりいただきまして保護の強化で、また分野が改まりまして、海外での商標権侵害対策という分野でございます。

戦略の基本的方向でございますけれども、侵害発生国・地域の当局との交渉や働きかけを効果的に行うために、関係省庁と連携。海外への技術流出防止のための対策指針の作成とともに、「海外事業支援センター」を設置し、相談員を配置するというでございまして。

海外での商標権侵害対策でございますが、経産省等との関係省庁と連携して、各国・地域に対し、商標制度・運用改善に向けた働きかけを実施してまいりました。

海外において「青森」ですとか「越光」等が商標で登録されている問題に的確に対応するため、中国、台湾等での商標出願を一元的に監視する「農林水産知的財産保護コンソーシアム」を設立したところでございます。

我が国食品産業の海外展開において技術の流出を防止するため、「食品産業の意図せ

ざる技術流失対策の手引き」を作成するとともに、我が国食品産業の東アジアへの事業展開を支援する「海外事業活動支援センター」に相談員を配置しているところでございます。

今後の課題として、引き続き関係省庁や団体と連携しつつ、海外における商標問題等に取り組むということ。

会員の要望に対応して、知的財産保護コンソーシアムの活動につきまして商標監視、地方相談会、海外現地調査の充実を図って、さらに活動を発展させていくというところでございます。

また、引き続き「海外事業活動支援センター」において、食品産業事業者からの相談に対応してまいることとでございます。

最後ですけれども、普及啓発・人材育成でございます。

現行戦略の基本的方向ですけれども、技術や工夫などの無形の価値を知的財産として認識し、それを適切に扱うことが必要である。

このため、知的財産の取扱いに関する知識を農林水産・食品関係者に普及していき、知的財産に詳しい人材を育成するというところでございます。

この目標といたしまして、知的財産関係支援・相談に対応できる指導的人材を3年間で1,000人程度育成する目標を掲げまして、普及指導員・JA職員等へのセミナー、地方農政局等における研究の実施、経済産業省、弁理士会等との連携による農林水産・食品関係者への知識普及の実施といったことを進めてまいりまして、農林水産関係者583名、普及指導員160名、林業普及指導員135名、水産業普及指導員217名、これは平成21年3月までの実績でございます。

地域レベルにおいて経済産業省や弁理士会等との連携のもと、農林水産関係者、食品企業等への知識の普及の実施を図っているところでございます。

また、「農業の現場における知的財産取扱指針」を策定し、普及指導員を通じて現場の農業者に普及ということ。

農林水産関係独法及び都道府県の研究者向けの研修に知的財産に関する講義を導入するといった取組を行っており、また、普及指導員の資格試験に知的財産権に関する設問を平成20年から導入したところでございます。

今後の課題でございますけれども、普及指導員等の地域の指導層のさらなる充実と、営農指導員資格試験、水産業普及員資格試験へ知財項目の導入の検討ですとか、現場の農林水産関係者・食品産業事業者の人材育成の強化といったところでございます。

資料の説明は以上でございます。

○川合知的財産課長 事務局からの説明は以上でございます。

(2) 自由討議

○川合知的財産課長 これから有識者の先生方の意見をお聴きするというところに入らせていただきたいと思います。

まず御意見をお聴きする前に、先ほど審議官からの御説明にもありましたけれども、私どもこの知的財産戦略の推進というのは大変重要な政策分野だと思っております、

農林水産業は御案内のとおり、農・林・水、どの分野でも担い手がどんどんいなくなっている。あるいは所得が十分確保できない。あるいは農業の世界では、その中で耕作放棄地が非常に増えているという状況にあるわけでございます。

そういった中で、こういう知的財産を上手に使って農林水産物、あるいは食品を差別化していく。それを現場にも普及をし、また、新たな視点で取り組んでいくことが、農林水産業の、大げさにいえば新しい未来を切り開く鍵になるのではないかということで、平成 19 年から知的財産戦略というものをつくりまして、これに基づいて今、御説明をしたような施策を推進してきているところでございます。

そういった中で、資料をごらんいただいてわかりますように、例えば 3 ページ目をごらんいただきますと、緑の部分でどういう方針を立てたか、赤の部分ではそれに対して何をやってきたか、黄色の部分は、農水省の事務局としてこんな課題があるのではないかということで整理をさせていただいた次第でございます。

3 年間やってまいりまして、これから、平成 22 年度から私どもとしては今後 5 年を見通した 5 年計画を策定いたしたいと思っております。

その 5 年計画を策定するにあたり、先生方の有識者の目から見て、例えば今までこういう観点でやってきたけれども、この観点で抜けている、こういう分野をもっとやったらいいのではないか。あるいは観点としては悪くないけれども、今までの取組の内容がもう少しここを充実させたらいいのではないか。あるいはピンクのところは問題ないにしても、黄色の課題認識のところについてもっとプロの観点から見れば、こういう課題認識を持って取り組むべきではないか。こういった御意見などございましたら、ぜひ今日、忌憚のない御意見を頂戴いたしたいと思っておる次第でございます。

そういうことで本当に遠慮なく御発言を頂戴いたしたいと思っている次第でございます。

それで非常に分野が多岐にわたりますので、少し区切って御意見を頂戴できればと思いますが、まず 2 ページ目に、先ほど事務局からお話がありましたように、これまでの知的財産戦略は創造・活用、それから保護の強化、それから、両方を横断する形で普及啓発・人材育成、この 3 本柱で構成をしてきたわけですが、まずこの構成の点について、今後、新しい 5 年計画を考えるにあたって、こういう観点でそのままいった方がいいのか。あるいは別な切り口があるのかという点について御意見がございましたら、お伺いたいと思います。何かございましたらお願いをしたいと思っておりますけれども。

○金子様 2 ページのところでは I と II については、○で小項目が書かれておりますけれども、III 番目の普及啓発・人材育成についてはそのタイトルのままという状況でございます。ちょうど 17 ページがそこに該当するかどうかと思うのですが、このところは少し具体的にどうやっていくのかというのがもう少し論じられてもいいのかなと思います。

17 ページを拝見しておりますと、基本的に農業の分野における人材育成が主として書かれておるのですが、例えば今、お手伝いしていて、農業以外の流通の方、デザインの方、情報の方、ないしは貿易とか、そういった外との連携というのが極め

て大事になってきていると思います。

私も実は農水省の指導員の1,000名の計画の一部をつくばで毎年、お手伝いさせていただいておりますけれども、御本人、一生懸命皆さん、勉強しておられるのですけれども、私も今、例えばプロデューサーをやっている、デザイナーを連れていく、Webデザイナーを連れていく、料理研究家を連れていく、非常に多岐にわたる人材ネットワークを必要としております。

そんなことで、実はこの2ページのところで普及啓発とか人材育成というところに、今、申し上げたような多様な人材との連携とか協働というような中見出しのようなものが幾つか出てくるのかなというふうに期待しております。

○川合知的財産課長 ありがとうございます。

ほかに何か御意見ございますでしょうか。

それでは、もしよろしければ、また先に進む中で戻っていただいて、お気づきの点があれば、この2ページのところについての御意見を今後の議論でいただければと思います。

そうしましたら、次に資料の3ページから4ページ、5ページ、それから、6ページまで、創造・活用の中でも、研究・技術開発分野ということで、これも多岐にわたっておりますけれども、機能性食品、あるいはバイオマスの関係、あるいは和牛遺伝子、ゲノム情報、さらにはネットワーク等々の関係につきまして、この技術分野について先ほどお願いをしましたような視点で、御意見なり、御指摘がございましたら頂戴をいたしたいと思いますが、いかがでございましょうか。

○大木様 指摘とかというよりちょっと質問をさせていただいてもよろしいでしょうか。

3ページなんですけど、とにかく2ページのところのやはり柱というのは必要なんだろうなというふうには思っていますけれども、そこで3ページでちょっと質問なんですけれども、研究開発を活用した新産業の創出というのがありますね。これは国の研究機関の成果を実用化推進することですね。それがちょっとわからない。それともそれぞれ独法でやった経費であって、実用化とかというものは、それから、事業化というのは、費用だけを考えるのかが、この費用の点でちょっとわからないのです。今、この事業がどういう費用でなっているのかということの方がわからないということと。

それから、4ページのところですけども、この研究はどこでやっているのか。大学なのか、民間なのかということも私たち消費者から見たら、これが御説明を伺ってもちょっとわからないのです。こちらについても研究費も、支援をしようとしているのかという費用の点で、もう少しわかるようにしていただけるとありがたいのですけれど。

○引地研究推進課長 研究推進課長でございます。

今、大木委員の方からお話がありましたが、まず研究の担い手は誰かということでございますが、さまざまな研究成果があって、ここに御紹介しているのはその一端でございますけれども、基本的に我が国の農林水産関係の研究でいいますと、ここにございます国の独立行政研究法人、昔の国の研究所です。それが1つでございます。

それから、大学でございます。特に理系の、なかんずく農業関係の研究をしている

ところが中心になります。

それから、県の試験場、これは私ども公設試験場と称していますがけれども、県には農業関係の試験場から畜産の関係の試験場、はてまた水産の関係の試験場もありません。こういった都道府県の試験場。

そして民間の研究機関ということになりまして、今は大体これらの機関が共同して研究するパターンが多々ございます。もちろん単独で研究しているのもありますけれども、私ども農林水産省が資金を提供して研究してもらうときは、ほとんど共同して研究する場合がございます。

しからばその研究のお金はどうかということでございまして、研究の種類には、プロジェクト2つございます。1つは国がみずから研究の課題を設定して、その研究の課題というのは、例えばお米の生産コストを半分に落とすんだ。そのためにどういう機械化体系がいいのか。例えばそういうふうな政策的な研究課題を御提示して、その研究を私がやりますと云ってコンソーシアムを組んで、仲間を組んでその研究に携わっていく。実態的には主として独立行政法人が中心となっている場合が多いのでございますけれども、そういった研究、我々はこれをプロジェクト研究と称しています。国がみずから研究課題を設定して、それを総合的、体系的に大体5年間ぐらいの期間を設定して研究をするもの、これが1種類です。

もう1つ、これは農水省だけでなく、文科省、経産省もやっている競争的資金というものもございます。競争的資金というのは、ある分野、例えば新しいエネルギーの農業関係のバイオマスのエネルギーの分野を設定して、そこの個々の研究課題は、それぞれの研究者の創意、自分の発想で、私はこういう研究をしたいということで応募していただく。一定の審査を経て、それに合格した方には研究費を提供して研究していただく。これは競争的資金と云っています。今、大体他省庁もそういった研究開発が多々ございます。

こういった2種類の研究資金を提供しているところでございます。

○川合知的財産課長 よろしいでしょうか。

○金子様 前半ちょっととばし過ぎかもしれないのですが、3ページ、4ページの研究開発を活用した新需要・新産業創出について少し提案がありまして、いわゆる研究開発における感性の重視でございます。

感性とは、色、香り、味、大きさ、形などでございます。

例えば今、愛媛県で「あまおとめ」という「さがほのか」と「とちおとめ」をかけた合わせたいとこどりのイチゴを県の試験場が開発してつくっております、味はまずまずよいのですが、発色がどうしても悪い、色が悪いという1つの欠点を持っております、色をどう出すかというようなこととか、サントリーが青いバラということでヒットをとばしています。試験場の方と話していると、最近はいざしらず、つい少し前までは量的生産性の追求であるとか、病気に対する耐性とか、そういうことが大きな課題であったと聞いておりますけれども、例えばこれからは色とか、それから、1人食べつきりサイズのミニ野菜とか、それから、例えばにおい、ギンナンがお嫌いだという方にはおいなんですね。ではおいをどう調合するかとか、こういった感性という観点から見た開発ということが1つ考えられないでしょうか。

例えば山口県で「はなっこりー」というおもしろい野菜をやっています。スティック状のブロッコリーなんですけれども、大変かわいらしくて、歌もつくり、キャラクターもつくり、随分地元で盛り上がりまして、このような女性がかわいいととびつくような野菜をつくるということですね。

それから、もう1点ございまして、これは課題としては7ページの技術・ノウハウ等知的財産に関する指針の問題になってくるのですが、これもやや都道府県レベルの運用の問題かもしれないのですが、県の農業試験場などで新種が開発された後、民間の生産団体にそれが移管されますけれども、その段階であたかも自由にやっぴいように解き放たれる結果、せっかくのすぐれた作物がめいめいばらばらの生産、ばらばらの流通、そしてブランド確立できないということで、育たないという問題がございまして。

例えば愛媛県では「媛っこ地鶏」という地鶏を県が開発し、そのひよこを供給するために「媛っこ地鶏生産協議会」をつくって25の養鶏農家が参加しております。そこまでは協議会に参加しないとこの地鶏が買えないということで、種を守るということではできているのですが、この協議会はそこまでしか活動しておりませんで、あとは生産者がめいめいで営業しています。何が起きるか。80日の2kgを切るような媛っこ地鶏を売る業者もいれば、180日で5kgに及ぶものを売る人もいます。あまつさえ媛っこ地鶏というブランドでやるという協議会の約束があるにもかかわらず、大きいから「伊予水軍鶏」という名前をつけて売っている業者がいる。もうこの段階で、私も今、手伝っているのですが、コントロール不能になってしまっている。もう今からこの協議会を建て直すことは難しい。

一方で、御存じのように、東京Xなどは、生産者が20人、30人いらっしゃいますけれども、流通を1本化して、ミートコンパニオンという会社がすべてひとりそこから流通も1社がコントロールして、高いブランドイメージと価格を実現しているということでございまして。

このように、試験研究成果を一体どう出していくのか。ただ、もう1個、愛媛県でも「農試V2号」というサトイモがあるのですが、これも今、JAと民間の集荷会社が生産地をめぐるって取り合っているという状況でございまして。

すばらしい品目については、あらかじめどういうビジネスモデルで種の提供、生産、それから、集荷、加工、そして流通というのを考えてから、公的機関から民間に渡すべきではないかと思っております。多くのものがそこで大切な知的財産の価値を低めているというふうに感じます。

○大木様 要は、消費者としては、こういう研究、非常に重要だと思うのですが、それがどのくらいの費用がかけられているのかというところがまずわからないのです。今、仕分け人のいろいろ話もあちこちで出ていますけれども、消費者から見て、すばらしい研究をやってもらっていいなと思うのですが、その費用の点で、さっき引地課長さんの話で、どういうところをやっているというのが2つに分けられる。よくわかりましたけれども、費用がどのくらいかけられているのかなというところを参考までに教えていただきたいと思っております。

○川合知的財産課長 すみません。今の大木先生の御指摘の点と、あと金子先生から

御指摘のあった感性重視の研究ということについて、もし何かありましたら引地課長お願いします。

○引地研究推進課長 どれぐらいの費用というのはなかなか難しいですけども、わかりやすくお話ししますと、1つの研究プロジェクトというのはいろんな課題がいっぱい入ってまして、例えばコストを下げるといってもいろんなアプローチがありますから、それだとちょっとわからないのですけれども、一般的に5年計画でやって、現在あるプロジェクト研究というのは3億から5億ぐらいの資金を投入します。そのプロジェクトの課題は大体50ないし100ぐらいの研究課題がその中にパッケージとしてあります。

それと競争的資金の方がわかりやすいと思うのですが、先ほど研究者の方に手を挙げていただいて応募してもらうのです。それは1課題大体3,000万ぐらいです。それは3年間、ただ、予算というか、上限3,000万ぐらいになっていますが、実際は二千数百万ぐらいで、もちろん大木委員、これは研究の中身によって使用する資金というのは、ある設備というか、機械とかなんかを買わなくちゃいけない研究から、畑に植えてやる研究までありますから、一概に費用のコストパフォーマンスというのはあれなんですけれども、やはり研究というのはすべて100%成功するかというのは、そういうわけでありませんので、やはり成功しないものもあります。

ただ、我々は成功しないまでも、必ずその知識というか、成果というのは次のステップに必ず活かしていくということで、絶対そこでは無駄にしないという考え方でやっておりますし、むしろ大木委員のお話を普遍して言えば、マーケットというか、市場でどれぐらいの価値がその研究成果を通じて生まれてくるのかということに対するやはり研究スタートの段階から、きっちりそれをやはり考えるというか、あるいはこの市場はこれぐらいだから、ここに参入してこれぐらい、俗っぽく言えば、お金、価値を生み出したい、もうけたいというぐらいの目的意識を、あるいは金目でも目標を明らかにして研究をすべしということで、今、そういった面での研究者への働きかけというのは強力にやっているところでございます。

それと金子委員の感性、これは確かに農業関係の今までのニーズというのは量的拡大ですね。それから、病気、損失を防ぐのだということで、金子委員が言っていたいわゆる感性的なものというのはかなり少ないと思います。

ただ、最近、ニーズが多様化しています。金子委員のおっしゃるとおりでございます。そういった面での研究、基礎から、応用からぼちぼち出ておりまして、例えばこんな研究もあります。ユリはにおいが強いのですね。それで狭い部屋に置くとユリのおいでいやになっちゃう人がいるわけです。そのにおいを抑えるような、その抑えるのは何か液をたらせば、最終的にはそういう簡単なものをつくるのですが、そのにおいを抑えるための生理的なメカニズム、ずっと研究しまして、ではこういうことで、この液の中に一晚置けば、においがぐっと抑えられるとか、まさに先ほどのサントリーの青いバラではありませんけれども、花の世界でそういったことで、これはある意味新たなニーズになるわけでございます。

それから、人間の舌、味覚の研究を若手の研究者、女性の方なんですけれども、いろんな食べ物に対する味覚の反応について、食物との関連において研究をしている方

もいる。ある意味、若い方々が特にそういう今までと違った切り口での研究開発は行われて、今後、委員がおっしゃるように、非常に大事な切り口だと思っておりますし、ある意味、付加価値を生む世界でもあるのかなと思っております。

○川合知的財産課長 それから、金子先生が御指摘の2点目の新しい、いい技術が生まれたときに、ちゃんと将来の市場化をにらんだ取組ができてないのではないかというその御指摘の点、非常に農水省も実は同じ問題意識を持っておりまして、3ページ目の今後の課題のところ少しさわりだけ書いてあるのですが、黄色のところ、「遺伝子組換えカイコなどの非食品分野の革新的技術を活用したイノベーション」これは非食品だけ書いてありますけれども、非食品に限らず、食品も含めてなんですが、技術を活用してイノベーションにつなげていくということが重要であろうという問題意識を持っておりまして、実は来年、農水省の組織改編をやろうということで今、組織改編を検討中なんですが、その組織改編の中でも、こういうイノベーションを、なおかつ知的財産と結びつけて積極的にやっという組織を今、つくろうかということで検討中でございます。

その中で先生が御指摘の点、非常に重要ですので、そういった組織改編と関連する今後の取組み方向といったものも新たな知的財産戦略の中でうまく書き込めればなど思っておるという状況でございます。

○金子様 今のでちょっと、イノベーションというのは一般的に技術革新というふうに僕も思うのですが、それに対してさっき言ったのは、実は研究から、生産から、流通から、消費者とのコミュニケーションという、どちらかというマーケティング過程ですね、それをにらんで一貫した、組織の形はどうであれ、マネジメントが必要になってきているなということ。

○川合知的財産課長 すみません。舌足らずです。そういういい技術をどう市場化に結びつけていくか、そういう観点から今、組織の検討をそういう市場化にもっていく、マーケティングも含めた市場化、そのマーケティングの中には知的財産の活用というものも含まれるかと思えます。そういった検討を今やっておるということでございます。

○引地研究推進課長 ちょっと補足させていただきます。研究の段階については、まず研究があって、開発があって、事業化があって、産業化があるというのです。ともすると研究サイド側は、研究と開発のところで立ち止まっちゃうのです。それは研究者だけの責めに帰するのではなくて、研究から開発、開発から事業化、事業化から産業化といく間には大きな溝があるのです。そこにはマーケットに非常に卓越した人、事業に卓越した人、資金のある人、いろんな人が関与しなくてははいけない。

ただ、研究者は、やはり研究のスタートの段階から最終的にどういう使われ方をするのだ。そのときにお話のあった知的財産というのはどういう扱いになるのだということ相当意識した研究開発というのを進めていかななくてははいけないし、その工程を明らかにして研究をしなくちゃいけない。ややそのところが研究して何か論文を書いて成果が出ればおしまいだ。それはだめだということで、我々はマーケット・インというのです。意識した研究開発という。

ただ、もちろん基礎研究をないがしろにするわけではありません。基礎研究をやっ

た上で、そういうことをしていくんだということと、もう1つ、体制的にどう考えるかということなんですが、研究成果を事業化なり産業化にもっていくときの間がどうしても人的にも、資金的にも、システムのにもまだ弱いところがあるのではないかと。

私はこの研究成果から事業化する間のこのバトンゾーンとっているのですけれども、バトンがちゃんと渡されているのか、バトンを渡して中継ぎをする人はだれかという、やはり人ですね。

それはコーディネーターであり、地域のそういう関係する人でもあり、また、そこには知的財産の扱いをどうするかという、もろもろのものがそこに課題としてあるという、このバトンゾーンを充実したいと思っておりまして、結局は地域できっちり使われる、地域の活性化につながるということが最終的な目標ですから、そんな思いで今、検討を進めているということです。

以上でございます。

○小栗審議官 今、金子先生からいろいろ成功例、失敗例、幾つかお話しいただきましたけれども、そういうのがいろいろ並べてみると非常に大事だと思っておりますので、またあとで事務方の方に先生のいろいろ御知見がありましたら伺わせてもらいたと思いますので、またその辺もよろしくをお願いします。

○川合知的財産課長 あとこの研究・技術開発分野について何かございますか。

○本多様 5ページ目に遺伝子特許の有効活用のさらなる推進、今後の課題ということで、取得した特許の活用ということがここに課題としてあげられているのですけれども、これはあくまでも私の個人的な感想なんですけれども、どちらかという、やはり活用できる特許というのは、研究スタート時から十分にパテントマップ等を構築して、どういう方向性で特許を取得するか。要するにどちらかという、これも本当に個人的な意見なんですけれども、大学の先生とかというのは、特許を取得することが、先ほどおっしゃってございましたけれども、一義的な目的であって、あんまり活用というところまで考えてないのではないかと。

ですから、一応そういう代理人の立場からすると、取得するだけの特許の明細書の書き方と、やはりいわゆる強い特許を取っていく、1つの特許だけではなくて、網の目のように張りめぐらせて特許を取っていく、はじめて産業界で活用できるのではないのかなということで、その点のところはどうなのかなと心配に思ったものですから。ちょっとコメントを。

○引地研究推進課長 本多委員のおっしゃるとおりでございます。特許は大事だと知っているのです。それは自分の研究の権利だということも知っているのです。ただ、それが世の中でどう活用されるかということになると、思いがやや至ってないというのはおっしゃるとおりでございます。そこを何とかしなくちゃいけないということでございまして、私も研究を進めていく上で資金提供をします。応募してもらいます。大学が応募をするときに、必ずある大学では知財戦略というのがまずあるか。大抵ありますね。その上で、この研究が将来的にどういう活用をされる、それも書いてもらう。知的財産はそのときに、特許の扱いはどうするかということまでアグリゲーションフォームに書いていただく。その書き方が悪いと点数が低くなる。その応募課題は下手をすると採用されないということで、これはただ、去年から本格的に

始めまして、まだまだ着手したばかりですけれども、そういうふうにして研究と知財の扱いということから必ず平行なんですよということの意識づけも含めて進めていこうかなと思っております。

なかなかそうしないと本気にならないところがありますので、そんな取り組みをしているという御紹介でございます。

○川合知的財産課長 あとほかにございますでしょうか。

また戻っていただいても結構ですので、それでは、資料の研究関係を取りあえず1つ区切りまして、資料7ページ、8ページ、9ページ、特に生産現場・農山漁村、ここにおきます技術のノウハウですとか、あるいは農山漁村の景観・郷土料理ですとか、あるいは金子先生なんかにも御尽力いただいています地域におけるブランド化の話、この辺をピックアップさせていただいております。

この7ページ、8ページ、9ページの関係につきまして御意見ございましたらお願いいたします。またもちろん戻って以前の部分について御発言いただいても結構でございます。よろしく申し上げます。

○坂井様 知的財産の中で、全般的なことではちょっとわからないので教えていただきたいのですが、この中で最終の対象者、利益を受ける人というのですか、それは誰なのか。知的財産というのは、こういう技術革新、開発した研究者を守るのか、それを利用する生産者とか使用者というのを守るのか。その中の保護にあてるのかというのがわからないのですけれども、最初に戻らせて申しわけないのですが、保護の強化ということで、育成者権の保護とあったのですけれども、そこは技術をつくった人の権利を保護するのか、保護するのか。

先ほど事例で言われたような愛媛の地鶏の件は、技術はつくりました。けど使う人が乱用したので、ブランド化というか、価値観が落ちているという部分があったと思うのですけれども、そういうので、つくったものを、つくるまでが知的財産の考え方で行くのか、できあがったものを使用者、一般のところでは生産者の保護に使うのか。そのところが少しわからないので教えていただければと思います。

○川合知的財産課長 冒頭ちょっと申し上げましたように、もちろん農林水産省がやっておりますことですから、最終的には農林水産業、あるいは食品産業に携わっておられる方が知的財産を活用して所得向上につなげていただくということが一つのポイントになるのではないかと。

逆に言えば、消費者のサイドから見ても、今までにないブランド化商品を提供される。それに対してまた消費者のサイドから見ても選択肢が広がるということ、それは消費者のメリットにもつながろうかと思っておりますので、農林水産業、あるいは食品産業に携わる生産者の方の利益になり、かつひいてはそれが同時に消費者の方にも利益になることを目指しておるものでございますが、ただ、知的財産、おっしゃるように、開発した方が権利を取得する。特許であれ、何であれ、ということになっております。

ただ、それも開発者がいろいろ汗を流してコストをかけて、それで特許を取った。あるいは育成者権を取得した。これに対して誰でもその権利が勝手に使われてしまうということであれば、逆にいえば、そういう開発行為をやるというインセンティブが

どうしてもなくなってしまうということがありますので、そういった意味で、特許であれ、育成者権であれ、権利としてきっちり守って、それを保護するということを制度としてやっておるわけでございます。

開発した方の利益が守られただけではこの農林水産業・食品産業の健全な発展ということにはつながらなくて、いい品種、あるいはいい技術を開発していただいて、それを開発した人の権利を守りながら、なおかつそれを生産者にとっても、消費者にとっても有効に活用していくという、そういうことを我々としては念頭に置いて、この知的財産というのに取り組み、これがまた今後の突破口にならないかという、問題意識としてはそういう問題意識であるということをちょっと御理解いただきたいと思えます。よろしいですか。

○滑川様 8ページの景観や食文化等の再発見・活用の部分なんですけれども、その下の郷土料理百選のときに、ちょっと私どものリビング新聞でも若干御紹介させていただいたとき、たしかホームページもつくっていらっしゃったと思うのですけれども、そういったホームページとか、こういう小冊子がどのぐらい見られて活用されたかというようなことのデータ、そのつくったことについての成果というのはどういうふうにとらえられていらっしゃるのかということをちょっとお聴きしたいと思います。

○増田課長補佐 農村振興局の増田と申します。

どのぐらい活用されているのかということなんですけれども、この郷土料理百選については、発表した当時、かなり反響をいただきまして、冊子をつくっているのですけれども、すみません。数字はないのですけれども、多分何千部ぐらいのレベルで配付、役所でなくて、これは団体のホームページにも載せてもらって配付しているのですけれども、無料で配付をしております。

サンケイリビングさんはじめ、いろんなメディアにも取り上げていただいて反響がかなりあったかと思えます。

さらにこれはここには書いてないのですけれども、これを外国の方にも、うちの方の日本ブランドというところに関係してくるのかもしれないけれども、英語版の冊子もつくりまして、外国で開催する旅行博で配付したりとか、国際空港で配付をしたりということで活用を図っているところでございます。

○滑川様 ありがとうございます。

実はこの千葉県の太巻き寿司、リビング新聞の千葉の方で大分いろいろ一緒に事業をさせていただいてまして、読者の方からお金を取って、やっていたらっしゃるお母さんたちの団体と一緒に祭り寿司の教室をやったり、祭り寿司のデザインのコンテストを御一緒にやって、新しい祭り寿司のデザインをつくったものを一緒に、来年はその新しいデザインで、コンテストで優勝したもののデザインを使ってお教室をやったりとかいうことも何年も続けてきているのです。

こういったものの発掘というところで、それが新たに自分たちの財産として持っているということは、それが整理されて公表されるということは非常に価値が高いなと思うのですけれども、そこで整理されて図書館にしまわれました。いつでも見たい人だけが見に行けます。というようにストックされてしまうのでは、そこで止まってしまおうという感じがちょっといたしまして、それをもっと広げていくためとか、PRし

ていくとか、より一層、もっと新しく地域の中で深めていくというような活動が、こういった文化ですとか、景観とか食文化に関しても行っていかないと、そこは整理しました。20年後、30年後どうなっているのでしょうか。みたいなものはまた同じことになる可能性があるのではないかなというふうにちょっと感じております。

以上です。

○増田課長補佐 今、御指摘いただいた点ですけれども、我々も同じような認識を持っています。

ただ、百選をつくっただけで終わってしまっただけでは何にもならないのだろうというふうには思っています。

ただ、まさに今、活用されているいろいろイベントをやられたりしたというお話ですけれども、やはりここから先はまさに民間の方々がどういうふうにご利用していただけるのかというところもあると思います。

国としてだからどこまでやればいいのかというのは非常に悩むのですけれども、ある意味、こういう百選をつくって、1つこれをきっかけに地域の方が、では我が地元の郷土料理を使ってもっと活性化につなげていきたいと思いますというような認識というか、意識が高まっていれば、それはやはりこれをやった甲斐があったなというふうに思いますので、国としてどこまでやるかというのはあるのですけれども、そういうところを期待してやっているところではございます。

○金子様 7ページの知的財産戦略の指針の作成について述べたいと思います。

こちらで緑色のところで戦略的に活用することが大事と書いております。真ん中の現状のところ、セミナーが平成20年8件、専門家が平成20年8件と、極めてここだけを見ると低調であります。

それで大切なことは、1つの知的財産を活用しようとするときに、地域の農業者団体が戦略を持つことなんです。

やはりものありきでそれを売ってくれというプロダクト・アトミックな発想は、なかなかうまくいかないのは皆さん、御存じのとおりです。

それから、もう1つ、では地域ブランド化をしようとするときに、誰がプレーヤーなんだ。農協というところに行くと、営農課長、米課長、支店長、縦割りですね。そこで、ではこの例えば愛知県の祖父江のギンナンを生産、集荷、加工、流通、誰がやるのですか、みんな顔を見合わせる。だれもギンナン担当はいない。これが実情なんです。戦略がない、キーパーソンがない。そこがございまして。

ちょっと他省庁の事例を言いますと、中小企業庁では、地域資源活用の中で、平成16年よりとにかく800万、商工会にあげるからやってみなさいというのを毎年200本出しているわけです。これはずっと人気があって、800万ももらってどうしようという、その中でとにかくやってみる。戦略をつくる。これが始まっているわけです。

それを考えますと、今、これをわき起こすためには、着手しやすい初歩的な戦略策定事業とか、小規模のトライアル事業を用意してあげて、いわゆる1年間で200本、1つの県で4本ぐらい出す発想が必要ではないかと思っております。

この専門家の派遣、セミナーの派遣、少ないですが、私も農水省関係であちこち行っていますが、大体農政局主催、もしくは県の地域振興局主催というところが実態で、

市町村とJAはお客様です。言っていることはわかるけれども、どう動こうかなというのが実態です。

それはなぜかという、JA、JF、森林組合が自ら取得して専門家を呼んで、戦略をつくってみようという200~300万から700~800万の使い勝手のよい、しかもソフトの方ですね。ハードではなくて、そういう事業がないから手足が出ないというふうに思います。そのような戦略策定支援型の事業をやることによって、知的財産戦略にJAとかJFが、それぞれの団体が取り組んでいただけるのではないかと思います。

以上です。

○川合知的財産課長 ありがとうございます。

あとほかに御意見ございませんでしょうか。

○坂井様 9ページの地域ブランドなんですけれども、ブランド化してその商品の付加価値を上げることはいいことだと思います。これをどんどん広げていって、生産者の価格、生産所得を上げることはいいと思うのですけれども、今、正直うちの佐賀県もそうですけれども、ブランド品を持っている反面、今の状況で一番打撃を受けるのはブランド品だと思います。

だからブランドは何のためにつくるかというのは、まずうちは生産者の所得向上というので立ち上げていったのですけれども、ある程度その効果は出て、全国的に知られるような品物づくりというのはできましたけれども、今、この事情、社会情勢の中でいくと、ブランドを避けるという部分を受けています。ここ1年半受けています。

だからブランドをつかったその後のブランドを持っている人の対策というか、それに対する保護というのも、やはり農水省として1つの知的財産戦略の中に持つ必要があるのではないかと思います。

つくったけれども、あとはそれぞれの努力でという話になると、つくったものを壊して逆に収入を得るために投げ売りをしないといけないとなると、生産者に対してはどうなのかな。持っている人に所有権、持っている人に対しての保護は意味にならないのではないかなと思うのです。

その辺も、消費者を含む全体的な考え方、対応も、この中へ1つ戦略として考えていただけるのがあればいいのではないかなと思います。

○金子様 それは1つ提案があります。

つまりブランドを今、一生懸命つくっています。つくられて、曲がりなりにも社会的に認知されたブランドについては、今度はそれが販売促進活動とか、情報発信活動で継続的に御支援いただくような共通事業といいますか、プラットホームということが考えられます。

例えば経産省のジャパブランド事業では、3年間、各地で商品をつくります。ここで補助金は打切りです。しかし、もう1つジャパブランド事業の共同事業というのがございまして、毎年パリに行く、ニューヨークに行く、それから、お台場の展示会に出る、インターネットのホームページで紹介する。これは補助金が切れた後もいわゆるジャパブランド取組みOBということで、とりあえず今はずっと継続的に、展示会へ行くけれども出ませんか、お金は実費ですけれども、場所は取ってあげます

よ。インターネットで最近、活動は何かないですか、PRしてあげますよ。これは行われております。

その意味で、つくった後、みんながずっと乗れるプラットフォームをどうつくるかということではないかと思えます。

○川合知的財産課長 ありがとうございます。

ブランドの話、随分出ております。そういった意味で資料 10 ページ、11 ページ、12 ページ、これはむしろ海外でのブランド保護という話でもございます。ちょっとブランドを私が切り方が悪くて、国内と海外で切ってしまったので余りあれだったかと思えますが、ブランドについては皆さん、いろんな形でお考えがあるのではないかと思います。

この海外の点も含めて、ブランドの問題について御意見などございましたらお願いをいたしたいと思えますが、いかがでございましょうか。

○金子様 今、地域ブランド事業に携わっている者として、全体、現状と課題をお話したいと思うのですけれども、地域ブランド、ことし2年目の中で幾つか課題が出てきておりまして、まず1つは 35 地域取り組んでおりますけれども、ノウハウの整理と共有というところでございます。

それぞれの地区の人材が取り組んでおること、大分2年目も開いてきたな、いろんな意味で上下と決してそういう意味ではなくても、開いてきたな。それを共有するという形にもっていかなければいけないのではないかなというふうに思っております。

特にノウハウの共有というところで、今、求められているのは売れる商品づくりとしての企画、デザイン、情報発信、販路の開拓などでございます。

これについてはノウハウそのものという話と、有効な専門家をどう探して使っていくかというところです。

それから、2番目に、今回のこの書類には強く書かれてないのですが、以前の地域ブランドの中では、プロデューサーの役割というのが非常に強く書かれていて、そこに責任と期待があったというふうに思っておりますけれども、このプロデューサーとは何かというところがやはり改めて今後、整理しなければいけないと思っております。

例えばある地区では野菜の生産が不安定で、小規模で、いたみやすいから売れないんだという話をされました。ところがある地区のプロデューサーは、だから限定的な魅力があるのではないですか。それをどう売るのが我々の仕事ではないですか。1つの現象をめぐって 180 度違う発想が出る。こういうようなのが今、プロデューサーの状況でございます。

それから、3番目が組織・体制をどうするかということです。さっき祖父江のギンナン、例えばJA愛知西でございますけれども、1人の支店長が一生懸命やっている。営農課長というのは、これはおれの仕事かなと思っているし、だれも引き取り手がいない。だから組合長と支店長にブランド加工課というのをつくってください。支店長、あなたも 50 過ぎたから、こっちに骨を埋めてください。本人も、いや、いいかも売れないとか言って、ただ、そのためには、採算が合うのか、自分の人件費ぐらいかせげるのかというきちんと判断をしていかなければいけない。

いずれにしる誰がやるのかということがそろそろ問われるというふうに思えます。

一生懸命外から応援しても、さっき例えば研究開発からバトンゾーンというのがございましたけれども、これはブランディングも全くそうなんです。バトンをリレーしていったって消費者まで届くわけですので、ブランドマネジメントをできる人がいなければいけないということです。

それから、あと2つなんです。4番目がブランド品を市場開拓していくということが大変難しいと思っています。お台場に出ればいいというものではない。ではネットで紹介すればいいというものではないということで、できれば首都圏で使ってくれそうな飲食店を一本釣りして、その産地と直結する。そういう支援、マッチングにしていかないと、僕は3年目は難しいと思っています。

それはどういうやり方がいいのかな。先日も日比谷でやりましたけれども、これをしっかり議論していかなければいけないと思っております。

最後にプロデューサー費用は国がもつからということで、マーケティング費用は余り計上してない地域が出ています。これはおかしい。アドバイスもらうのに、ネットの費用もない、広告の費用もない、パッケージデザインの費用もない。これは果たしてなぜこの事業で採択したのかと疑わしくなるような取組地域もあります。

やはりマーケティングの活動、経費というものを正當に盛り込まなければ事業はできないわけですので、そこも1つ明らかになった方がいいと思います。

このような観点が地域ブランドを取り組んだ2年目の中で少し見えてきたという感想でございます。

○川合知的財産課長 ありがとうございます。

○大木様 11 ページのところの日本ブランド対策なんですけれども、JROに対して国としてなんか取組を支援していますというのがありますけれども、これもまたちょっと費用というのはどのくらいの費用がどうなっているのかというのわからないので、それも教えていただきたいと思います。

なぜ費用、費用と言いますかと言いますと、きちんといろんなものを行っているというのはわかるのですけれども、これからの消費者がなるほど、こういうことで、このくらいの費用を使ってやっているのだねというのがわからないと、ただやっている、やっているというのではなんかみんなが納得してもらえないのです。ですから、ちょっとこれも教えていただきたいのです。

それと具体的にはどういうことをこの支援というので費用のほかに行っているのかということも教えていただきたい。

それから、私個人ですと、JROにこういうものは任せておけばいいのではないかなという考えです。

それで 12 ページのところですけども、在外の公館などにおける日本食、日本食材のPRというのがありますけれども、1つ近ごろ新聞などによりますと、宮中なんかで接客などしているときに、設営しているときに、新聞によると、ワインが外国のものを使っているという記事を見たのです。そこから見ると、こういうブランドのことにに関して、やはり日本として余り徹底してないのではないかなという感じがするのです。一般の人が見たときに。

ですから、もう少し、農水省さんだけが一生懸命それに取り組んでいても、やはり

連携をしていないと、こういうものはPRできないと思うのです。

ですから、外務省ともしっかりと連携をして、こういうものをしていただいた方がこれからよろしいと思っていますので、そのことがちょっと気になっております。

○川合知的財産課長 2点目の今の和食トライジャパンの問題について、ちょっと国際部の方からお答えをお願いします。

○藤田課長補佐 和食トライ事業ですけれども、こちらの方は、それぞれ海外の大使館でオピニオンリーダーといわれる方を招いてやっているのですけれども、その開くたびごとに、例えばこういった食材を出してくれる産地はありませんかということで、国内の産地に照会しながらやっております、間違っても外国のワインが出るといったようなことはありません。

それで外務省との連携の話なんですけれども、実は関係省庁、それから、関係団体を含めまして、輸出促進の全国協議会というものを平成17年度に立ち上げております。その中に外務省も入っていただいて、例えば在外公館から、この事業をやってほしいとかという要望を上げていただいて、検討、開催という運びになっておりますので、その点、今も連携はしているつもりなんですけれども、おっしゃったことを踏まえまして、これからも十分連携してまいりたいと思っております。

○大木様 わかりました。外国でそういうワインは使ってないとおっしゃいました。新聞だけで見ると、宮中では外国のワインを使っています、こういう記事が出ると、せっかく日本にお見えになったのに、そのときに何で徹底してないのだろうというふうに一般の人は思うわけです。ほかのものが出ていても、新聞記者がそれをあえて書いたかもしれない。そういう理解もありますけれども、やはり日本に来たら日本のブランド、例えばワインでなくて、日本の本当の純粋な国酒、日本酒を出していますよというようなイメージが記者にもわかるようにしないと、やはりこれはこれから言っているだけで実行が伴わないという感じになって、一般の人からは、そういう内々のことは見えませんので、きょうは説明していただいたからそうですねと私はわかりますけれども、新聞で皆さんは見るわけですから、そういうふうに書いてもらうような努力とか、それから、本当に農水省さんだけではなくて、繰り返しますけれども、ひとりよがりになっているのではないかなと思ってしまうのです。

ですから、外務省さんにももっと強く言われた方がいいと思うのです。その点、よろしくをお願いします。

○藤田課長補佐 承知しました。

○川合知的財産課長 それと恐縮ですが、1点目のJROの関係なんです、ちょっとおくれて到着ということで聞いていたのですが、担当が来ておりませんので、今、予算額を確認いたしまして、わかり次第お知らせをさせていただきたいと思っております。すみません。

○大木様 こういう資料をいただいて、とてもいい資料で私たちいいと思うのですけれども、これも一般の人も、私たちだけでなくて見せていただくこともあるわけですか。

○川合知的財産課長 これはホームページに掲載します。

○大木様 そうすると、やはりこういうものに、こういうものでこのくらいの予算が

使われているのですよとかというのが、この資料の1つとしてあると理解はしやすいと思うのですね。ああ、これだけやっただけで、そうするともっと理解が進むと思いますので、それをつけ加えていただけると、難しいかもしれないのですけれども、それもちょっと頭の中に入れておいていただきたいと思います。

○川合知的財産課長 ちょっと検討させていただきます。

22年度予算はちょっと今、調整中ですので、21年度予算ベースで、うまく入るようであれば、そういう方向で検討させていただきたいと思います。

○大木様 今までもこの事業をやるためにこんなふうにしてきたのですよとか、そういうのでいいと思うのです。新しいものを決して入れなくても、こんな計画でやってきた。そうすると、ああ、今度はもう少し出してもいいのではないのかという理解をする人もいると思うのですね。

ですから、そういう意味で、皆さんが理解しやすいものの1つとして入れていただければと思います。

○川合知的財産課長 今、数字がわかりました。

海外日本食優良店の調査支援と普及促進ということで、2つに分かれているのですが、合計で約2億円の21年度予算の内容になっています。

2億円を使って海外に日本食、海外の外食産業と連携をして日本食を普及をし、そこでありていにいえば、日本の食材を使っていただきたいというPRを先ほどの世界各国の14都市、台北、上海、バンコク、ロンドン等々と書いてありますけれども、こういうところで対応しているという状況でございます。

あとほかにございませんでしょうか。

○本多様 10ページで統一マークの海外での商標登録の拡大、普及啓発ということですが、今、ここに和牛とフルーツがあるのですけれども、ほかにもかなりあるのでしょうかという質問なんですけれども。

逆にこういうマークをつくってしまうと、かなり悪用されるのではないのかな。その辺の実態もしわかれば教えていただければと思ったのですけれども、そういうことはまだ全くないかというレベルなのか、もしわかればということで。

○川合知的財産課長 すみません。個別の商品でマークをつくっております、日本全体としてのマークをつくっておりますのは和牛と果実ということでございます。

あと日本の農林水産物全体を要するに日本ブランドということで輸出促進をするにあたって、習字の墨で「おいしい」というのを達筆な筆で書いたマークを、これもちょっと今日、入れてございませんでしょうけれども、日本の農林水産物、食品の輸出促進のシンボルマークとしていろんな国に今、商標を申請したり、一部登録ができているものもあるかと思います。ちょっと国際部の方から、その点、少し補足していただければ。

○藤田課長補佐 今、アジアの国を中心に商標登録を進めているところでして、台湾、それから、タイについては商標登録がすすんでいるという状況です。

今、商標を登録申請中が香港ということになっていまして、これからも順次輸出実績が多い国ですとか、事業をやっていく国で登録を続けていくということにしております。

○本多様 悪用みたいなのは何かありますか。

○藤田課長補佐 こちらの方で把握しています悪用の状況ということなのですが、こちらの方では今のところ全く悪用されているという事例は聞いてはおりません。

○川合知的財産課長 悪用というのは、これに似たようなマークで流すということですね。

○本多様 そうですね。似たようなマークで、それは今のところないのですね。

○藤田課長補佐 はい。

○川合知的財産課長 先ほど金子先生の方から、農協が縦割りになっているというお話がありましたけれども、もし坂井委員の方で、大分漁協ではこういうことで対応しているみたいな話がありましたら、何か御参考までにいただければと思いますけれども。

○坂井様 大分県としては、県漁協が1つになってまだ7年たっているのですけれども、まだ27で動いています。1つの組織ではなっているのですけれども、その点、うちも地域ブランド、ほかの支店としても地域ブランドを持っていますけれども、それは県漁協の中で1つでという中の行い行事、取組というのはされていません。佐賀関もうち単独でというとあれですけども、売り込み、活動方針はやっていますので、あと漁協内、支店内の取組に対しては支店長私ほか職員に対して取組と考え方等は指示して、それをどう流通させていくかというのは日ごろから話をしながら取扱いはやっています。

○川合知的財産課長 関さば、関あじについては支店長がその責任者みたいなことになるのですか、それとも支店の中にブランド課みたいなのがあって、そこがやることになるのでしょうか。

○坂井様 そこはもう私支店長以下ということです。県漁協で関あじ、関さばの地域ブランドを持っていますけれども、取扱いは佐賀関支店だけということで、県漁協内部でも内規を決めています。だから取扱いができるのは佐賀関支店だけ。という中で、だれが命令系統で、どういうふうにするかということ、現場の取扱い責任者もいますし、そのの経理担当、業務関係の担当職員がおりますので、それを統括しながら全体の中で取引を、流通をするということで1つの支店の中でやっております。

○川合知的財産課長 ありがとうございます。

○金子様 多分佐賀関さんとか、高知県の馬路村農協とか、直接地域でまとまった1つの農協は、こういった事業を横断的に組織の中でできていると思います。一方で、実は農業生産力の高い都市周辺の大型農協がございますね、愛知なんか多いわけです。JA愛知西なんか非常に大きいわけなんです、そういった中で実はギンナンを核としてほかにもいろいろ面白い野菜があるとおっしゃるのです。だからギンナンを突破口にしてやれるといいねという話が出るので、そういう都市の比較的大型農協とか、そういうところでどう取り組んでいくのかなというところがぜひ議論しておきたい。また、引っ張りあげていければいいのではないかなと思っています。

○川合知的財産課長 わかりました。ありがとうございます。

○坂井様 地域ブランドを取り扱う方法なんですけれども、佐賀関は生産者が直接流通に乗せるというのは基本的にやめています。漁協もしくはその公認という取扱者にすべて組合員さん、生産者が出荷するということをしています。

だからものは同じなんですけれども、組合員さんが漁獲されたものを直接市場に出すことは禁止という形になっています。だから統制をブランド品として佐賀県が出荷できるということの仕組みを持っていますので、他支店、他の農協さん等がこれから1つの地域ブランドとして確立していく手段とすれば、農協さんがどれだけ生産者と協力、1つになって流通をさせていけるかな。

だから生産者に地域ブランドという取扱いをすべて譲渡する。任せてしまうと、それぞれが勝手に動くのだ。だから1つ上部団体として農協組織があるのであれば、そこをまとめて、そこが通すもの、出荷したものが地域ブランド商品である。そのためには生産者が一応組織を使ってくれということが1つの方法ではないかなと思っています。

○川合知的財産課長 ありがとうございます。

あと後ほどブランド化に戻っていただいても結構ですけれども、時間もございますので、ひととおりということで、もちろんブランド関係でも結構ですけれども、13ページ、14ページが植物品種保護の関係、それから15ページが家畜の遺伝資源の関係、これの保護、また、和牛という名前で海外でもいろいろ流通しているというところも聞かれるところでございます。

また、16ページ、最近の課題といたしまして、青森とか、鹿児島とか、あるいは越光、秋田小町といったものが中国、台湾等で商標出願されるといったような問題に対する一連の権利を日本で形づくられた有用な品種、あるいは遺伝資源、あるいは地名、品種名といったものをいかに保護していくかというテーマについての取組状況と課題を整理いたしましたところがございますけれども、この保護の問題について御意見などございましたらお願いをいたしたいと思っております。

ここのテーマは、創造・活用のところはある意味、攻めみたいなどころで、ここのところは守りみたいなどころなんで、むしろ攻められているところ、あるいは問題になっているところを守ることがちょっと中心になってこようかとは思いますが、若干切り口が今までのブランド化をはじめとする活用・創造のところと違うと思いますが、何かこのあたりの点につきましてございましたら。

本多先生なんかいかがでございましょうか。

○本多様 実際の知財の立場ですと、やはり中国等で日本の青森とか、そういう具体的に登録されてしまうことが非常に問題でございまして、私のクライアントでも、やはり実際に現地に行って、見て回ってきて、どのくらいそういうふうにある農産物が売られているかという話を現地の代理人に頼んで行ったり、非常に時間とお金をかけておりますので、そういうところを例えばコンソーシアムを設立したことによって情報提供してもらえれば非常に助かるところは多いだろうなというふうには考えております。

ですから、その部分での今後の取組みは非常に強化していただければと思っております。個人的には。

○川合知的財産課長 ありがとうございます。

コンソーシアムの方も6月に設立いたしましたして、日本弁理士会さんの方にも大変御尽力いただきまして、現在、入会無料になっておりますけれども、72の都道府県、あ

るいは農林漁業団体、それから、あと学者先生、弁護士、弁理士先生といった個人の方にお入りをいただき、会員からの疑問点なり質問に対して、そういったいろんな方がいろんな立場からお答えいただける、あるいは共通の問題がありましたら、もちろん農水省、農水省だけでは力が及ばない点は外務省さんとか、特許庁さんとかのお力も借りながら、場合によっては相手国政府に質問をするなり、申し入れをするなりということを今やっております。

引き続きこの点については継続していきたいとは思っております。

あともしあれでしたら、17ページの普及啓発・人材育成も含めて御意見がございましたら、御意見を頂戴したいと思いますのですが、いかがでしょうか。

○金子様 こういった知的財産を活用していい商品を生産し、生産者の利益、消費者の利益を守るという大きなねらいを、誰にも伝わるような、この政策自身をブランディングして流布するようなシンボルとか、キャッチフレーズという形にできないでしょうか。決してこの商品がいいよという推奨ではなくて、こういう取組で生れたものだよというようなことですね。マルシェ・ジャポンなんかおもしろいと思うのですよ。わかりますしね。ところが知財というと、すごいまじめなタイトルで、親しみやすさが。

経産省も最初、ジャパンプランドやったとき、カタカナでジャパンプランドだけがあって、各地が瀬戸物をつくったり、漆塗りをやって、何だかわからないねと言っていたのですね。それで3年目に海外のブランディング会社を入れてジャパンプランドという言葉の定義をし、シンボルをつくり、そして展示会でジャパンプランドブースを持つということではじめてさまざまな消費者とかクリエイターが、ジャパンプランドって日本のいいものをつくって売るところが新しくできたよねというふうになったわけです。

こういう政策をブランディングする観点でも何か非常に可能性があるのではないかと考えています。

○川合知的財産課長 ありがとうございます。

ちょっと政策のブランド化というのは、非常に新鮮な響きがございますが。

○金子様 コミュニケーション戦略ですかね、誰にもわかるように。

○川合知的財産課長 ちょっとお答えになるかどうかわかりませんが、9ページの資料の今後の課題の3つ・がありますけれども、真ん中の・に地域ブランド化の取組をさらに強化するための地理的表示制度という、これは日本では既に焼酎で、例えば鹿児島県産のサツマイモを使って、鹿児島県内で醸造したものでないと鹿児島県産の焼酎だとしても「薩摩」と書いてはいけません。逆に「薩摩」と書いてある焼酎は、鹿児島県産のサツマイモを使って、鹿児島県で醸造したお酒なんですよという、実はそういう制度がございまして、こういった制度について、もう少し守備範囲を広げて、農林水産物とか食品にあてはめられるのかどうかという検討はいたしたいと思っております。

ちょっとストレートなお答えにならないかもしれませんが。

あとは全体を通じてでも結構ですけれども、お気づきの点がございましたら、お願いをいたしたいと思っております。

今日はできるだけたくさんのお意見をいただいて、これからの新しい戦略のプランづくりに活かしていきたいという趣旨でございますので、お気づきの点がございましたら、御指摘をいただければと思います。

よろしゅうございますでしょうか。

あと農水省側の出席者の方から何か特にございましたら。

それでは、特にないようですので、本当にこれまで非常に幅広いテーマについていろいろ御意見をちょうだいいたしましてありがとうございます。御礼を申し上げる次第でございます。

本日いただきました貴重な御意見を、新しい農林水産省知的財産戦略の策定の参考とさせていただきますと思っております。

また、この戦略をつくっていく段階で、私どももわからない点がありましたら、個別にまた先生方の御意見を伺わせていただくこともあろうかと思いますが、その際はよろしく願いいたしたいと思います。

○大木様 これ、ずっとこのままの方向で、もう少し何となく的を絞っていくという方向も考えられませんか。この方向でいいと思われて、なんかすごくいっぱい幅が広過ぎるような気がするような気がするのですけれども、私にどうしるともできないけれども、こんなに幅広くやっけていいものなのかなというふうなのがちょっとわからないのですね。

この方向でなくて、もう少し的を絞っていく、そして深くしていくとかというふうにはできないものですかね。すごい広いですね、知的財産の中でも、いっぱい。だから。

○川合知的財産課長 広うございます。

○大木様 広いですね。それでいいのかな。

○川合知的財産課長 絞るということになりますと、この中から幾つか。

○大木様 これはもう任せちゃってもいいものとかというのがあると思うのですね。いや、これは予算の中でもうちょっと絞って、こっちにもっていった方がいいとかという方向もちょっと見つけていただけると、選択と集中。全くこのままの、これで果たしてどれだけの効果があってここまで来たのだらうと思うのですけれども、それが目に見えてくるものとかないものとよく見たらあると思うのですけれども、そういうものも少し見ていただけると。

○小栗審議官 必ずしもすべてが金をつけて、これをやるとすべてに金をつけていくということにはなるわけでもありませんし、一応全体としてはいろんな観点から、また関係者も多うございますので、幅広に検討した上で、役所の書くものですので、書いたものは確かに幅広になるかもしれませんが、またその使い方としては当然のことながら、その中で特に重点的にポイントとか、それはそれぞれでまた使っていく過程において、場面、場面で強調していくべきものというものは、メリハリをつけていきたいと思っておりますので、そういった意味でも追加的にまた御意見とかをいただければ検討してみたいと思っております。

○大木様 どうも終わった後ですみません。

○川合知的財産課長 せっかくですから、何かあと先生からコメントなどありました

ら。

よろしいですか。

ではどうもすみません。ありがとうございました。

これをもちまして閉会とさせていただきます。

閉 会