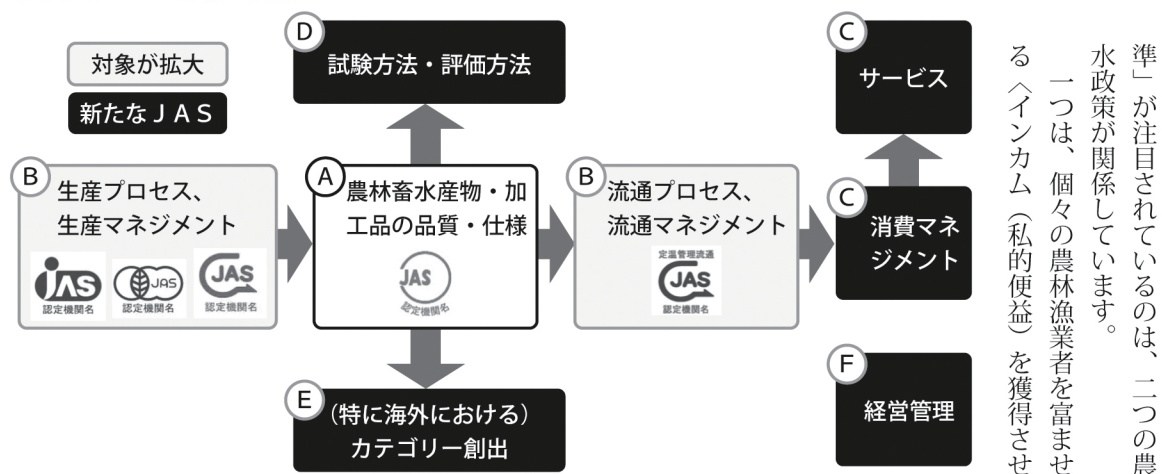


【図表1】J A S 規格の展開



「準」が注目されているのは、二つの農水政策が関係しています。

一つは、個々の農林漁業者を富ませる「ヘインカム(私的便益)」を獲得させる

1 はじめに

(1) 本改正の意義

J A S 規格は、いわゆるJ A S 法に基づく、農林物資(飲食料品、油脂、農林畜水産物および政令で定めるそれらの加工品)の品質自体の基準および品質に関する表示の基準です。

昭和四五年のJ A S 法大改正以降、J A S 規格は、農林物資の品位・成分・性能その他の「品質」を対象としてきました(図表1の(A))。その後、「生産方法」(平成五年改正。特定J A S、有機J A S、生産情報公表J A S

農業者支援のために知っておこう

J A S 法大改正の概要と活用事例

「農水分野の戦略的標準化」



が導入)や「流通方法」(平成一七年改正。定温管理流通J A Sが導入)に対象を拡大してきました(図表1の(B))。

このたび、J A S 法が大改正され、J A S 規格の対象が大幅に拡大しました(図表1の(B)〜(F))(平成二九年六月一六日成立、平成三〇年四月一日施行。以下、「本改正」という)。

本改正は一見、前記の対象拡大の流れの一環にすぎないようにみえますが、農業経営の視点からはまったく意味合いが異なります。

具体的には、新たなJ A S 規格を利用することにより、次のような利点が生まれると理解すべきです。

「方向性であり、「6次産業化」等が該当します。第2次産業や第3次産業の分野には、知財戦略で固めた既存のプレイヤーがいるため、農林漁業者にも知財が必要となるのです。

もう一つは、地域全体を富ませる「アウトカム(社会的便益)」を獲得させる「方向性であり、地域活性化や産地結集等が該当します。この方向性では、ビジネスモデルが重要であり、ビジネスモデルの「プラットフォーム」(多くの地域資産が参加できる場)を整備するために、知財や標準を活用できるのです。

なお、J A S 規格の対象を「モノ」以外にも拡大したことから、J A S 法の題名が「農林物資の規格化等に関する法律」(以下、「現行法」という)から、「日本農林規格等に関する法律」(以下、「改正法」という)に改称されました。

(2) 管内の農産物に新たな商機

本改正は、次に例示するような事情を抱える産地のJ A にとって、極めて有効です。

①生産行程や流通行程にこだわりがある場合のように、「品質」以外の部分

浅野国際特許事務所 副所長
アグリ創研株式会社 代表取締役社長
浅野 卓

一級知的財産管理技能士(全専門業務)。知財戦略、ブランド戦略、標準化戦略に詳しい。現在、農林水産省国立研究開発法人審議会専門委員、中央サポートセンター6次産業化プランナー。主著に『実践知的財産法』『ビジュアル知的財産マネジメント』など。



①生産者団体・生産地・地域が自らビジネスチャンスや差別化のポイントを作り出せるようになる

②自らが定めた、自らに有利なルール(規格)のもとで競争できる(イニシアティブを確保できる)ようになる

③(特に海外で)粗悪品が出ている場合に、「本物」として流通できるようになる

本改正により、知的財産分野で発達してきた「戦略的標準化」(後述2(4))の考え方を、農林水産分野に応用できるようになった点で画期的な改正といえます。

近時、いわゆる「農水知財」や「標

に強みがある場合(後述2(2))

②管内に特産品といえるほどの農産物はないが、伝統的な食文化がある場合(後述2(3))

③高品質の農産物や加工品があるが、その品質を実現するノウハウは公開したくない場合(後述2(4))

④(特に海外における)マーケティングに苦戦している場合(後述2(5))

⑤サプライチェーン全体で環境経営等に取り組んでいる場合(後述2(6))

2 新たなJ A S の概要

本改正のポイントと活用例を、次の(1)〜(6)に整理しました。

(1) 品質(実質的に変更なし)

「品質」についてのJ A S 規格は、現行法と実質的に変更はなく、品位・成分・性能その他の品質(形状・寸法・量目、荷造り・包装その他の条件を含む)や仕様について(図表1の(A))規格化できます。なお、本改正

【図表3】商品・サービスの「価値」の4分類

商品・サービスの感性的価値 (価値の比較が困難)	②モノの感性的価値 例：ストーリーブランディングなど →コモディティ化に対抗	④コトによる感性的価値 例：経験価値ブランディングなど →コモディティ化をより回避
商品・サービスの機能的価値 (価値の比較が容易)	①モノの機能的価値 例：糖度・外観・重量など →コモディティ化の危険	③コトによる機能的価値 例：トクホの許可など →コモディティ化の回避
	モノ(製品自体)の価値の「受容」	コト(使用・消費)による価値の「共創」

種類に分類できます(図表3。詳細は、本誌五四四号一六頁参照)。

この四種類の価値のうち、農林漁業者が「新たな価値」と言っているものの多くは、「モノの機能的価値」です(図表3の①)。すなわち、品質・機能・性能・組成等や便宜性・利便性による差別化であり、例えば、1次製品の糖度や外観・重量等による価値です。特に1次製品については、この価値に注力する傾向が見られます。

しかし、この価値は、商品・サービス自体の属性的な価値であり、かつ、

数値等により価値の比較が容易なため、他者による模倣や追従がされたりしてしまいます。また、他者と差別化しようと躍起になって、消費者の要求以上のオーバースペックになってしまいうおそれもあります。

その結果、特に1次製品は、価値面での差別化が困難となり、他社商品と代替可能となってしまうため、価格決定において受動的となり、コモディティ化(差別化が困難となり、低価格化・価格競争に陥った状態)しやすくなるのです。

そこで、近時のブランド戦略では、商品・サービス自体の属性的な価値ではなく、顧客が商品・サービスを「使用」したり「消費」したりするときに得る感動や共感による「コトの価値」が注目されています(図表3の③④)。

本改正で、この使用・消費マネジメント(調理、使用方法、提供方法等)やサービス(和食の提供等)がJAS規格の対象となりました。

例えば、和食の特徴(食材、調理方法、メニュー、季節感や器・行事を含めたおもてなし)の規格化が想定されていますが、地域の伝統食でも同様に規格化できるでしょう。

本改正で新設された部分です(図表1の⑥。改正法二条二項三号)。近年、知的財産の分野では、戦略的標準化が進んできました。標準化とは、①実在の問題または起こる可能性がある問題に関して、②与えられた状況において、③最適な秩序を得ることを目的として、④共通に、かつ、繰り返し使用するための、⑤記述事項を確立する活動をいいます(JIS Z 8002:2006による定義に基づく)。

「最適な秩序」のために「共通に、かつ、繰り返し使用」されるので、自己の知的財産権を標準に組み込むことができれば、技術の改良・高度化の主導や、ライセンス料の安定的な獲得の観点から、事業活動にとって有利になると考えられています。

戦略的標準化は、次頁図表4の四類型に分けることができますが、①の類型は、自己の知的財産を標準の内容に必須特許として含めており、当該必須特許を広く他者に開放することになります。一方、②や③の類型は、それがない製品が成り立たない自己の知的財産(要所技術)とは別個の技術や

【図表2】J A S 法新旧対照表(下線筆者)

改正法2条	現行法2条
【2項】この法律において「規格」とは、次に掲げる事項についての基準及び当該事項に関する表示(名称及び原産地の表示を含む。以下同じ。)の基準をいい、「日本農林規格」とは、次条の規定により制定された規格をいう。 一 農林物資の次に掲げる事項 イ 品位、成分、性能その他の品質(その形状、寸法、量目又は荷造り、包装その他の条件を含む。以下同じ。) ロ 生産行程 ハ 流通过程 二 農林物資の生産、販売その他の取扱い又はこれを業とする者の経営管理(以下「農林物資の取扱い等」という。)の方法(次号に掲げるものを除く。以下同じ。) 三 農林物資に関する試験、分析、測定、鑑定、検査又は検定(以下「試験等」という。)の方法 四 前三号に掲げる事項に準ずるものとして農林水産省令で定める事項	【2項】この法律で「規格」とは、農林物資の品質(その形状、寸法、量目又は荷造り、包装等の条件を含む。以下同じ。)についての基準及びその品質に関する表示(名称及び原産地の表示を含み、 <u>栄養成分の表示</u> を除く。以下同じ。)の基準をいう。 【3項】この法律で「日本農林規格」とは、第七条の規定により制定された規格であつて、次に掲げる農林物資の品質についての基準を内容とするものをいう。 一 品位、成分、性能その他の品質についての基準(次号及び第三号に掲げるものを除く。) 二 <u>生産の方法</u> についての基準 三 <u>流通の方法</u> についての基準 【4項】前項第二号又は第三号に掲げる基準に係る日本農林規格は、生産の方法又は流通の方法に特色があり、これにより価値が高まると認められる農林物資について制定することができる。

で、現行法では除かれていた「栄養成分の表示」がJAS規格の対象となりました(図表2。改正法二条二項一号イ、現行法二条二項および三項一号)。

今後は、例えば、グルテンフリーやハラルなど特定の原材料の使用・不使用、特定の成分等の規格化が考えられます。

(2) 生産・流通プロセスおよび生産・流通マネジメント(拡大)

本改正で対象が拡大した部分です(図表1の⑥。改正法二条二項一号ロ・ハおよび同二号)。農林畜水産物は、工業製品と異なり、個体や年度によつて成分等の数値にバラツキが生じやすく、「品質」についてのJAS規格が難しいものもあります。また、生鮮品や発酵食品等のように、出荷後に品質が変化するものもあります。しかし、現行法では、「特色があり」かつ「これにより価値が高まる」生産・流通方法に限定されていましたが(図表2。現行法二条三項二・三号および四項)。

本改正で、これらの限定はなくなり、生産プロセス・生産マネジメント(栽培方法・製造方法、生産行程管

理・品質管理・衛生管理等)や流通プロセス・流通マネジメント(保管、輸送、資材、販売等)が広くJAS規格の対象となりました。

例えば、ジビエの味や匂いを左右する、血抜き回数や保存・流通の温度管理など処理・流通プロセスを規格化し(特に飲食店における)ジビエの普及を目指すことが考えられます。

また、集出荷当日中に塩漬処理し徹底した温度管理を行う鳥取の「砂丘らつきよう」のように、鮮度を特徴の一つとしている農産加工品も多くあります。これらについても、処理・流通プロセスを規格化し、鮮度が価格に反映されるようにすることが考えられます。

さらに、定温保管や輸送方式等を規格化して、その実施能力を有する事業者が認証を受ける等、農林漁業の周辺事業者の競争力強化にも役立ちます。

(3) 使用・消費マネジメントおよびサービス(新設)

本改正で新設された部分です(図表1の⑥。改正法二条二項二号)。近年、農水分野でも「価値」という言葉がよく使われますが、ブランド戦略において、価値を顧客視点で捉えた場合、四

本改正で新設された部分です（図表

⑥ 経営管理（新設）

認知度が低く、「清涼飲料水」に分類され、高率の付加価値税が課されることもありました。そこで、他の乳製品と同様の軽減税率区分へ変更を促すために、国際的な食品規格であるCODEXに「発酵乳」の一類型として乳酸菌飲料を規格化しました。その結果、イタリヤ等で食品分類が変更され、税率が軽減したのです。

これからわが国特有の産品を海外に輸出する場合には、同様のことが予想されます。例えば、日本のほぼすべての県で生産されている「干柿」は、日本においては「ドライフルーツ」に分類されますが、海外（とくにEU）においてドライフルーツは砂糖をかけた低価格商品を指します。そのため、地理的表示（GI）登録された「市田柿」であっても、海外では干柿の価格は低く抑えられてしまい、輸出の障害となっています。そこで、「干柿」という新たなカテゴリーを創出することにより、海外において、安価なドライフルーツとは別個の高価格帯の商品として売り出すことが考えられます。

登録（またはGI登録）による

①一事業者のブランドについては商標

現在の農林水産省の運用をベースにすると、次のように整理できるでしょう（図表5）。

GI制度は、特定農林水産物等の名称を保護するとともに、国がその品質にお墨付きを与える制度ですが、その品質や生産行程の「規格」としての側面があります。

五三四号一六頁参照）。

GI制度は、特定農林水産物等の名称を保護するとともに、国がその品質にお墨付きを与える制度ですが、その品質や生産行程の「規格」としての側面があります。

3 地理的表示との関係性

地理的表示（GI）制度は、特定農

林水産物等（生産地に由来した特性を

有する農林水産物等）を登録する制度

です（GI制度については、前掲本誌

五三四号一六頁参照）。

GI制度は、特定農林水産物等の名

称を保護するとともに、国がその品質

にお墨付きを与える制度ですが、その

品質や生産行程の「規格」としての側

面があります。

五三四号一六頁参照）。

GI制度は、特定農林水産物等の名

称を保護するとともに、国がその品質

にお墨付きを与える制度ですが、その

品質や生産行程の「規格」としての側

面があります。

五三四号一六頁参照）。

GI制度は、特定農林水産物等の名

称を保護するとともに、国がその品質

にお墨付きを与える制度ですが、その

品質や生産行程の「規格」としての側

面があります。

五三四号一六頁参照）。

GI制度は、特定農林水産物等の名

称を保護するとともに、国がその品質

にお墨付きを与える制度ですが、その

品質や生産行程の「規格」としての側

面があります。

五三四号一六頁参照）。

GI制度は、特定農林水産物等の名

称を保護するとともに、国がその品質

にお墨付きを与える制度ですが、その

品質や生産行程の「規格」としての側

面があります。

五三四号一六頁参照）。

GI制度は、特定農林水産物等の名

称を保護するとともに、国がその品質

にお墨付きを与える制度ですが、その

品質や生産行程の「規格」としての側

面があります。

五三四号一六頁参照）。

GI制度は、特定農林水産物等の名

称を保護するとともに、国がその品質

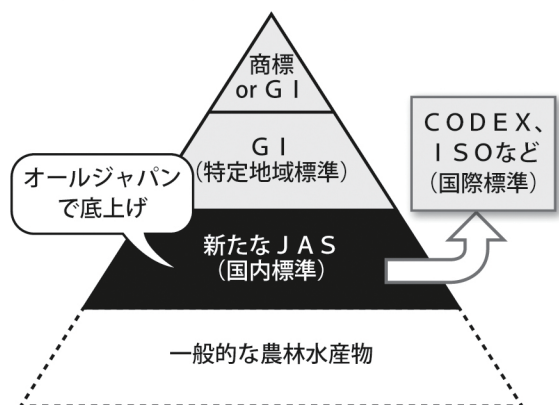
にお墨付きを与える制度ですが、その

品質や生産行程の「規格」としての側

面があります。

五三四号一六頁参照）。

【図表5】農水規格のピラミッド構造



（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

（あさの たかし）

ブランド戦略においては、ブランドの階層化が有効ですが、JAS制度を組み合わせるにより、より緻密なブランドのコントロールや仲間づくりができるようになったといえます。

【図表4】知財分野の戦略的標準化類型

標準化の類型および典型例のイメージ	特 徴
① 製品の仕様の標準化 	☑製品普及による市場拡大を実現しつつ、標準の必須特許によるライセンス収入増
② 他社製品とのインターフェイス部分（周辺技術）の仕様の標準化 	☑相互接続確保による市場拡大を実現しつつ、要所技術のクローズ化により価格低下抑制
③ 自社製品・技術でなければ実現できない性能基準やその試験方法の標準化 	☑自社製品の差別化による市場創出・獲得を実現
④ 新製品等の用語・記号の標準化	☑認知度を高めて市場を拡大

（出所）中山文博「知財と標準化の戦略的活用」IPマネジメントレビュー 22号 15頁に加筆修正

⑤ カテゴリー創出（新設）

本改正で新設された部分です（図表1のE。改正法二条二項全体）。

本改正で、新たなカテゴリーをJASで規格化し、場合によってはCODEXやISO等の国際規格に架橋できるようにしました。

かつて、日本でお馴染みの「乳酸菌飲料」について、国際規格に新たなカテゴリーを創出し、自らに有利な競争環境にしたことがありました。具体的には、乳酸菌飲料は、当時の海外では

ルールを標準の内容としているため、当該要所技術を他者に開放しないまま、イニシアティブを強く及ぼすことができます。

現行法の「品質」についてのJAS規格では、当該品質を実現するノウハウ（営業秘密）も公開しなければならず、ノウハウの公開につながる懸念からJASでの規格化が難しいものもありました。

本改正で、自己のノウハウを用いなければ実現できない品質基準の試験・分析・測定・鑑定・検査・検定の方法

を、ノウハウを秘匿したまま、JASで規格化できるようになりました（図表4の③の類型）。なお、図表1のAは図表4の①の類型、図表1のBおよびCは図表4の②の類型、後述のカテゴリー創出に係るJAS規格（図表1のE）は図表4の④の類型に対応するといえるでしょう。

例えば、マグロは筋肉の発熱量が多い魚であり、釣り上げる際に抵抗して深く潜ると身が煮えてしまい（身焼け）、食味が著しく落ちます。そこで、日本の漁師の、身焼けさせないマグロ

の釣り方・機械またはマグロの身焼けるの有無の検査・分析方法を規格化し、日本産のマグロの国際競争力を増すことが考えられます。

また、果物の熟度の測定方法を規格化し、エチレン吸着素材の性能をアピールしたり、品質の経時変化が大きい生鮮品の鮮度の測定方法を規格化し、鮮度を保持した輸送・保管能力をアピールしたりする等、農林漁業の周辺事業者の競争力強化にも役立ちます。

さらに、（特に海外では）機能的成分が重要なことから、機能的表示食品の成分の測定方法や、DNA分析方法等の規格化も考えられます。