

品質と特許の信用力で模倣品に対抗

(農業生産法人) 有限会社 水耕八重岳 (沖縄県名護市)

- ・ 沖縄県名護市中山 8 9 4 - 9
- ・ 1992 年 10 月 22 日設立
- ・ 事業内容 ゴーヤー茶および関連製品の開発・製造
- ・ 職員数 15 人
- ・ お話いただいた人 常務取締役営業企画部長 山根毅さん

沖縄のゴーヤーを全国に広めたい

ゴーヤーの栽培は、2月～3月の間に畑に土を入れ、種をまき、定植から100日たった頃にちょうど収穫時期を迎える。しかし、沖縄ではこの頃が台風のシーズンにあたり、丹精込めて育てたゴーヤーが一晩の台風で全滅してしまう年もある。また、豊作時には価格が暴落し、大量に廃棄することもある。

農業生産法人有限会社水耕八重岳の渡久地社長は電気関係の会社でサラリーマンをしていたが、実家が農家であったため、子供の頃からゴーヤー農家の実情を間近で見てきた。「これからの農業は“つくる”だけではなく、加工や販売も含めた新しいあり方を!」「安心して安全な地元沖縄産のゴーヤーを全国の人にもっと広めたい、そして大切に育てたゴーヤーを無駄にしないようにするにはどうすればよいのか?」そんな思いから、サラリーマンを辞め、ゴーヤーの加工技術の開発にとりかかった。

加工品のターゲットを県外マーケットと想定した場合、物流コストの観点から少しでも軽い商品が良いだろうとの考えから、ゴーヤー茶づくりを開始、電気会社勤務の経験をいかし、試行錯誤しながら、技術開発に取り組んだ。毎日毎日ゴーヤーを乾燥機に入れ続ける渡久地社長の姿を見て、周囲には「頭がおかしくなったのではないか」と陰口をたたく人さえいたという。

そんな中、最初の試作品が出来上がった。しっかりと苦味の残るゴーヤー茶だった。首都圏での販売を視野に入れ、東京の調査会社を使ってマーケットリサーチを行った。苦いお茶は絶対売れないとの結果が返ってきた。渡久地社長は社員とともに苦味を取り除く努力をくり返した。試行錯誤の結果、乾燥したゴーヤーに独自の方法で焙煎を加えることにより、苦味のないゴーヤー茶の開発に成功した。平成元年から研究開始、平成4年に現在のゴーヤー茶が完成した。早速、日本をはじめ、台湾、ベトナム、中国で特許を出願した。

模倣品には品質で対抗

海外特許の取得について、台湾、ベトナム、中国を選んだ理由は、沖縄同様にゴーヤーの産地であり、お茶文化を持っていることから、模倣の可能性のある地域と考えたためだ。しかし、現在水耕八重岳が保有する特許は日本をはじめ、海外の各国においても侵害され、多くの模倣品が出回っている。そして、沖縄県内も例外ではない。

この現状に対して、水耕八重岳では、自らの知的財産を守るための訴訟を起こさずにいる。一体なぜか。訴訟は、長い年月がかかる上に、結局和解という結果になることが予想され、自社の体力と、そこにかける労力や費用を考え合わせると、訴訟を起こすメリットはないに等しいと判断しているからだ。つまり、泣き寝入り状態である。問題の根底には、沖縄、日本を含むこれらの国や地域が共通して知的財産に対する意識が非常に低いことがある。社会全体の知的財産に対する意識が向上しない限り、規模の小さい企業が知的財産を取得したとしても、その権利を保護することは難しいようだ。そんなこともあり、その後の技術開発により発明された、シークァーサー入りゴーヤー茶などについては出願申請を取りやめている。

とはいえ、知的財産の効力を否定しているわけではない。商品の信用力を高めるには大切だと考えている。実際、模倣品の多いなか、特許製法による商品であることが、こだわりのある顧客の評価につながっている。誠実に作り続けることが、このような顧客の評価を得ることにつながると考え、ISO9001も認証取得した。薬事法、健康増進法などで、表示の制限が厳しくなり、売上に大きく影響しているが、ゴーヤー茶ブームがひと段落した今日でも、特許の持つ信用力で、安定的に顧客をつかむことができている。

現在の水耕八重岳におけるゴーヤー茶の売上は5億円、うち、2.5億は通販での売上だという。特にこだわりを持った顧客の囲い込む目的で会員をつのり通信販売を行っている。ブームは去ったと思われるが、商品のよさは、わかる人にはわかってもらえているようだ。山根常務は、沖縄の製品には、量販店で大量生産、大量販売というのは、向かないのではないかと考えているという。知的財産などにより商品の付加価値を高め、所得層を高い個人客をターゲットに、少量高品質を維持していけば、必ず理解してくれる顧客はいると信念ともいえる答えが返ってきた。

流行に踊らされた苦い経験

そんな水耕八重岳も、ブームの影で大きな失敗を経験している。テレビ番組で「ゴーヤー茶」がとりあげられた後、冷やかしの客が増えた。しかし、冷やかしか客はリピートにはならない。この手の番組は次々と新しいものを放映するので、一時的に増えた注文に対応し、大急ぎで製造ラインを拡大しても、出荷する頃にはキャンセルが相

次いだ。

ゴーヤー茶は11ヶ月間、注文の電話が殺到した。原料相場も上がりゴーヤーが手に入りにくくなったため地域からの苦情も多かった。1年後には、古くからの取引先や優良顧客が潮を引くように去っていった。原料不足のため、手当たり次第のゴーヤーをかき集めて使ったため、製品の品質が低下したことも、一因だったと思われる。「メディアが作るブームは怖いものだ。ただ、今では、よい経験だったと思っている。」と山根常務は語った。

もうひとつ、水耕八重岳にとっては苦い経験がある。平成6年には大手飲料メーカーがゴーヤー茶を地域限定商品として発売開始した。水耕八重岳は、近隣農家からB品、C品の材料をすべて買い取って対応する準備を進めた。平成7年にはゴーヤー茶の新工場が完成した。そんな矢先、突然、同メーカーの方針で国外で商品開発が行われることになり、地域限定商品の廃止が決まった。この出来事は水耕八重岳の経営に大きな打撃を与え、その後4～5年は資金繰りが苦しく、まさに日々借金取りに負われる大変な時期が続いたという。

その後はゴーヤー茶を中心とした地道な活動が続き、平成8年には、出願中であった特許を、台湾、ベトナム、日本において取得、平成13年には中国において特許を取得している。

ゴーヤー茶製品



職務発明規程の不備で訴訟の危機

水耕八重岳では、知的財産の保護に関しても一つ衝撃的な経験をしている。ゴーヤー茶の製造に関する特許は、発明人を当時の職員の一人とし、出願者を会社としていた。その後、発明人の退職に伴い、職務発明に対する権利を主張されたため、水耕八重岳は、高額な費用を支払い、和解しなくてはならなかった。出願当時は、発明人名を誰にするかということに関しては、深く考えていなかったため、その後に起こるであろうトラブルを想定していなかったのだ。企業において知的財産を保護する観点から、出願の際に権利を明らかにしておくことが重要である。会社の指示により経費を使い、グループで発明しても、発明人を一人で出願してしまうと、当人が退職した場合に、訴訟の危険性があることを十分認識すべきだったとの反省がある。

特許が事業を守っている

ゴーヤー茶のブームが去った現在、特許を取得したことが、厳しい消費者の信頼獲得に大きな効力を発揮している。都内高級百貨店などでは、特許製法であることを理由に、他社の製品を取り扱わないことを明言しているところもある。百貨店サイドもこだわり客に説明責任を果たすためには、信頼できる商品だけを扱おうという流れはあるようだ。知的財産の取得は県外進出にはかせないものであるようだ。

では、もし、この特許を県外の大手が取得していたら、今頃どうなっていたらどうか？ 山根常務は、ゴーヤー茶はなくなっていたのではないかと考えている。県外大手企業であれば、ブームのときだけ作って、普段は作らない。そして沖縄にも作らせないということが起こっていたのではないか。10年以上続けて、ゴーヤー茶を作り続けることができたのは、水耕八重岳が特許を取得したおかげかもしれない。現在、同社は、沖縄の企業に対しては、その権利の主張をするつもりはないという。

地域に安定した産業基盤を築きたい

最近では、同じヤンバル地域の企業と連携して、ゴーヤー入りのローションやシャンプー、ボディソープなどを開発した。なかには、アトピー性皮膚炎への効果が期待できる製品もある。その他、菓子製造会社と連携してゴーヤー入りの菓子を製造するなど、積極的な連携によりお茶以外の製品製造にも取り組んでいる。

今後は、原料生産を安定的に行えるしくみ作りと、健康・安全志向の消費者ニーズに対応し、限りなく無農薬に近い栽培法の確立を目指していくという。また、地域の生産農家からB品、C品を買い上げることで、農家の安定収入を確保してあげてをひとつの地域貢献と考えている。だから、相場が暴落しても安く買い叩くことはしない方針だ。しかし、農家の多くは、メディアなどの影響で本土企業からの注文が増加すると、契約を反故にして高価で買い取ってくれるところへ売ってしまう場合も多い。水耕八重岳の目標は、ブームや目先の利益に流されることなく、地域ぐるみで安定した収入を確保できるようなしくみを作っていくことだ。そして、地域の若者たちが出稼ぎにいかなくても済むような、安定した産業を育てていきたいと考えている。100年、200年先まで、安定して生活できる基盤を築きたい・・・山根常務は壮大な夢を静かに語った。

本事例で紹介した知的財産の例

- ・にがうり茶及びその製造方法（特許第 2116101 号）
- ・ハイサイ！\ ゴーヤー茶（商標登録第 4024213 号）