

アグリビジネス創出フェア in 東海 Web展示

INPIT愛知県知財総合支援窓口

- ① 工業所有権情報・研修館 (INPIT)について
- ② 知財総合支援窓口の概要
- ③ 知財の保護活用の必要性が出てくる場面
- ④ 支援事例(農水関係抜粋)
 - 株式会社トーセン農場(佐賀県)
 - 光吉農産(佐賀県)
 - 株式会社 大橋製茶(鹿児島県)
 - 株式会社 岩手くずまきワイン(岩手県)
 - 日乃食工業 株式会社(北海道)



INPIT

愛知県知財総合支援窓口

1. 工業所有権情報・研修館 (INPIT) について



独立行政法人 工業所有権情報・研修館

INPIT (インピット)

National Center for Industrial Property Information and Training

■ 経済産業省・特許庁所管の独立行政法人

■ 特許庁と連携し、知的財産（特許・意匠・商標等）に関する総合支援を行う機関

1. 工業所有権情報・研修館 (INPIT) について



◆ INPIT 事業の三本柱

情報提供

知的財産権（特許・意匠・商標等）の権利状況や審査の経過情報が閲覧できるインターネット検索サービスの提供



権利取得・活用支援

知的財産の権利取得から活用まで幅広くサポートする各種無料相談窓口の設置

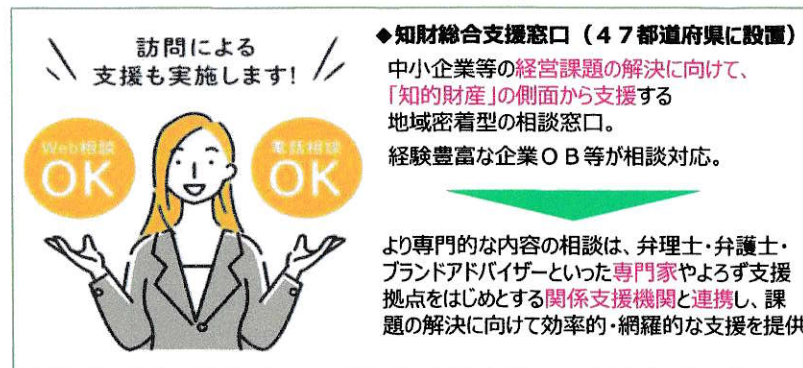


人材育成

知的財産に関する研修の開催や、eラーニング教材の提供



2. (1) 知財総合支援窓口の概要



2. (2) 知財の保護活用の必要性が出てくる場面



支援をする中で、以下のキーワードを聞いたことはありますか？

- 農産品の新しいブランド名を考えた
- 新しく作った農産加工品に商品名をつけて販売したい
- 海外展開したい



新たな事業展開のフェーズ

知財を意識せずに進めてしまうと、このようなリスクが...

商標侵害の疑いで警告・紛争発生
模倣品・類似品による発注減少
ノウハウの漏洩



知的財産の保護活用の重要性が高まっているかもしれません！

知財総合支援窓口にお気軽にご連絡ください。
知財の観点から、皆さまの支援をサポートします！

～ 支 援 事 例 ～

※ 事例は全国より農水関係を抜粋しております。

企業概要

- 社名：株式会社 トーセン農場（佐賀県）<https://tosenfarm.wixsite.com/index/the-plan>
- 従業員数：3人 ■ 資本金：10百万円 ■ 売上高：6千万円
- 事業内容：特殊卵生産販売、魚粉製造販売、一般廃棄物回収業 ■ 知的財産：特許1件、商標1件



相談のきっかけ

機能性 魚粉 オメガフィッシュ

養鶏事業者が知的財産権を取得するなんて思わなかった

当社は、養鶏事業を行っているが、最近鶏の飼料で使われている魚粉が高騰してきたことから、自ら魚粉を生産できないか検討を行った。その結果、鶏卵を加えることにより、魚粉の生産過程で混練負荷を減らせ、従来大型であった生産プラントを小型化することに成功した。その時、お付き合いのあった経営指導員から窓口支援のことをお聞きし、当社生産の魚粉の権利化とビジネスモデルについて支援を受けることにした。

魚粉の強みの明確化と新たな用途展開と広告宣伝活動

鶏の飼料だけでなく養殖用の餌にも展開すべく、当社で生産した魚粉の強みを明確するために魚粉の成分分析を行うと共に、顧客へのヒアリングを通して、製品の価値を見極めて行きたい。そして、販売拡大のため、広告宣伝活動も活発に行いたい。さらに、当社の魚粉の生産方法についても、小型の生産プラントという特徴を活かして、複数の会社ライセンスし、収益を上げるようなビジネスモデルも構築したい。

課題と支援の内容

課題	支援のポイントと活用した専門家
製品開発と知財による保護	- 魚粉の生産方法のマニュアル化支援と共に、ノウハウ化/権利化の仕分けについての支援を行う。 - 魚粉の成分と特性の関係の明確化への支援する。 弁理士 技術士
営業・販売・ブランディング	- 魚粉の販売先拡大のため、広告宣伝手法について支援を行う。 - ブランディングに関連して、商標権取得に向けた支援を行う。 ブランド 専門家
ビジネスモデル構築	- 魚粉の生産に関して、ライセンスを通したビジネスモデル構築に向けた支援を行う。 - その他、顧客選定及び顧客メリット把握に役立つシュミレーション、自社利益把握のためのシュミレーション構築のための支援を行う。 企業OB
知財・申請・法対応（契約）	- 農林水産省の外郭団体に対して、魚粉販売の事業者になるための申請についての支援を行う。 - その他、事業展開で必要となる、秘密保持契約、ライセンス契約等の契約に関わる支援も行う。 弁護士

リーダー：吉栖 康浩（ブランド・知的資産経営専門家）

支援担当者：末次 孝之（佐賀県知財総合支援窓口）

支援を通じてできたこと

項目	支援成果
ノウハウの整理と権利化	- 魚粉の生産方法に関する簡易マニュアルができ、特許出願も完了し、ノウハウも整理することができたことから、今後ライセンスビジネスを行う上でのベースを築くことができた。 - 魚粉の製品分析と顧客ヒアリングにより、当社製品の強みを明らかにすることができ、販売戦略を考える上で役立った。
知財ビジネス	- 魚粉販売拡大のためのビジネスモデルと合わせて、魚粉生産で収益を生み出すためのビジネスモデルが策定でき、売上げも上がった。 - 収益計算や顧客のメリットが計算できるシュミレーターが作成できたので、販売促進に役立てることができるようになった。
申請と契約書	事業を行う上での申請手続きも終わり、必要な契約書関係も揃えることができ、事業を無事スタートできた。

社長の支援成果についてのコメント

はじめは、知的財産という話を聞いて当社には関係の無いものだと思っていたが、支援を通して知的財産などの重要性を理解するようになった。またビジネスモデルの策定では、1社では広がり限界があるビジネスでも多数の会社が組み合わせると大きなビジネスにスケールアップできることを気づかせられた。売上も上がりはじめて今後、拡大していきたいと思う。

企業概要

■社名：光吉農産（佐賀県）

<https://mitsuyoshinousan.com/>

■従業員数：4人

■資本金：なし（個人事業）

■売上高：23百万円

■事業内容：米、麦、大豆の生産

■知的財産：意匠1件、商標3件

相談のきっかけ

自社ブランド米「実り咲かす」
（商標取得済）



米、野菜、加工品販売を確立させ農事法人化を目指したい

ブランド米「実り咲かす」のブランド確立と、新規事業の野菜、既存事業の稲わらによる収益性の強化、水産加工品との連携も含む販売の4部門を確立させ、農事法人化を目指したい。

上質で総合的な企業ブランドイメージ構築と知財強化

ブランド米「実り咲かす」のウェブやEコマースによる販売強化、海外展開や模倣防止、また共販から脱却し、直売、卸、契約栽培に強みを持つ総合的なブランドイメージの構築と知財強化を目指したい。

課題と支援の内容

注）海外知財PD（プロデューサー）は、INPITの専門人材です。

課題	支援のポイントと活用した専門家
ブランドイメージ構築と知財強化	- ペットボトル米「実り咲かす」ブランドの強化のため、商標・意匠出願等の支援を行う。 - その他、ブランド構築のための助言を行う。 弁理士・デザイン専門家
Eコマース、海外展開、模倣防止	- ウェブやEコマースによる販売促進を図るため、ホームページの構成やデザインについて助言を行なう。 - 海外展開を行う上での知財保護のための支援を行う。 デザイン専門家・海外知財PD注）
新商品作り、販路拡大	- ギフトブランドの構築と知財を活用した販路開拓についての支援を行う。 6次産業化商品の創造についての支援を行う。 中小企業診断士・デザイン専門家
組織体制の整備	後継者の資質を活かした雇用体制づくりや、農地所有適格法人化に向けたアドバイス等を行う。 中小企業診断士

支援を通じてできたこと

項目	支援成果
ブランドイメージ構築と知財強化	【実り咲かす】などの商標・意匠出願を計4件実施した。 - スマート農業（ドローンによる部分農業散布）のTVや新聞取材を受け知名度向上が図れた。
Eコマース、海外展開、模倣防止	- ホームページの構成とデザインの整理ができた。（持続化補助金を活用しデザイナーと契約できた。） - 香港での事業展開に向け、商標の海外出願を行えた。
新商品作り、販路拡大	- 製品を玄米にも展開し、展示会に玄米パックを出品、健康食品ブームもあり大変好評を得た。 - 県地域産業支援センターと連携し加工品販路を拡大できた。
組織体制の整備	- 商工会会員に登録し、補助金の活用ができた。 - 輸出、6次産業、作物栽培などについて年間アクションプランを作成し、農地所有適格法人の可能性を検討できた。

社長の支援成果についてのコメント

女性農業者という立場を生かした戦略を支援していただき、持続的で収益性の高い新商品開発と、自社米及び玄米「実り咲かす」の直売体制が確立できました。今回法人化には至りませんでしたが、農協共販から脱却し、自社ブランドを構築し、二人の息子とともに法人化を目指し、佐賀の新しい農業ビジネスモデルを構築していきたいと思ひます。

リーダー：高山美佳（地域デザイナー）

支援担当者：市丸美津子（佐賀県知財総合支援窓口）

地域資源(桜島大根)を活かした地域の活性化に向けて！

会社名 株式会社大橋製茶
所在地 鹿児島県鹿児島市南栄3-17-3
従業員 20名
資本金 1000万円
売上高 約9億6千万円(2020年度)
業種 お茶の製造・販売



支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

Before

- 新規事業として桜島大根葉の販売事業を立ち上げたい(お茶の事業が閑散期となる時期に収穫できる桜島大根を有効活用し、地域のお茶農家にも貢献したい)
- 桜島大根の機能成分「トリゴネリン」をPRしたい。

支援を受けてできるようになったこと

After

- 機能性食品として事業展開する方針が明確となり、今後のロードマップが明確となった。
- 必要な知財、権利化の対応が行われ、今後、臨床試験の実施後、機能性食品申請を経て販売していくこととなった。

今後の事業展開の展望

Future

- 最初はいい「商品だから売れる」と思い立って商品化を企画したものの、新規事業を立ち上げることは容易ではないことを知った。しかし、支援チームから示される課題を1つ1つ乗り越えることで商品化の目途が立った。今年度中には販売を開始したい。

重点支援を受けた事業や商材



出典：社長提供資料(桜島大根葉の粉砕品)

- ・ ほぼ鹿児島県でのみ栽培されている希少価値の高い野菜である桜島大根に多く含まれる「トリゴネリン」の血管を軟らかくする作用に着目。
- ・ 桜島大根の根菜部分は、調理用の野菜や漬物の素材に利用されてきたが、葉っぱの部分は廃棄されてきた。
- ・ 桜島大根の主に葉っぱの部分を荒茶工場の製茶機械を利用して乾燥させ、それを微粉碎し、抹茶のようなパウダー状の製品に加工し、商品化をねらう。

重点支援を実施するにあたって整理した課題

取り組んだ課題	課題に取り組んだ背景・理由
新規事業でに係る事業戦略	お茶問屋を営んでいた当社にとって「桜島大根」を活用した事業を検討するというのは、全くの新規事業であり、緻密な事業戦略が必要
トリゴネリンの知名度が低い中での、PR計画を含むブランド戦略・販売戦略が必要	様々な選択肢が考えられる中、機能性成分である「トリゴネリン」の知名度向上が、今後の事業展開を進める上で重要である。また具体的な販売戦略を検討しておく必要がある。
製法特許出願戦略	地域食材を活用しつつ、大学等との共同研究も活かした独自の製法等の保護を図り、自社(及びアライアンス先)の優位性を確保する必要がある
知財マネジメント体制強化	従来の問屋業と異なり、機能性食品を開発、製造、販売するには相応の知財マネジメントが必要。

重点支援を通じて受けた支援と支援を通じてできるようになったこと

支援を受けた事項	支援を通じてできるようになったこと	活用専門家
事業戦略の明確化	・ 機能性食品としての事業展開を前提としたビジネスモデルが明確となった。 ・ 実施すべき事項が明確となり、2022年度には臨床試験⇒機能性表示申請⇒販売を進め方が明確となった。	・ 中小企業診断士 ・ ブランド専門家
トリゴネリンの知名度向上、ブランド戦略、販売戦略	・ 機能性食品のブランディング、販売戦略の明確化 ・ 臨床試験、機能性表示申請は2022年度に行うこととなったが、並行して進めるが具体的な販売・PR戦略が明確化された。	・ 中小企業診断士 ・ ブランド専門家 ・ 食農専門家
製法特許出願戦略	・ 既存の共願特許の取扱いの検討、既存の単独出願済特許に関する追加出願の検討、権利関係の整理と今後の事業化に向けて必要な権利取得の検討が進んだ。 ・ 関係者との合意形成を踏まえた分割出願を実施	・ 弁理士
知財マネジメント体制の強化	・ 事業推進に際してのチェックリストが整備された	・ 知財戦略専門家

支援チーム紹介

リーダー専門家: 中小企業診断士 東條 寮
活用専門家: 弁理士、ブランド専門家、食農専門家、知財戦略専門家
知財総合支援窓口担当者: 鹿児島県知財総合支援窓口 亀井 英徳
PO(アカウンタビリティ): 中 泰広



地域資源を活用した新たな商品開発

会社名 株式会社岩手くずまきワイン
所在地 岩手県岩手郡葛巻町江刈1-95-55
従業員 35名
資本金 9,800万円
売上高 4億円
業 種 果実酒、清涼飲料水、山菜、果実の加工製造



(株)岩手くずまきワイン

支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

Before

- 新商品の「発酵レーズン」の製造販売の立上げ
- 知財マインドの醸成

支援を受けてできるようになったこと

After

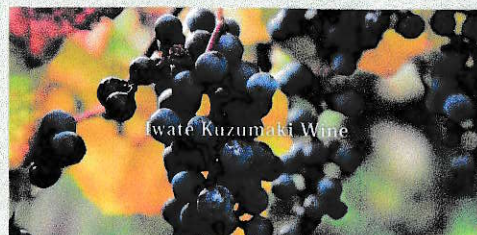
- 新商品の商品コンセプトやターゲット層についての方向性を固めた上で、商品名が具体化し商品化に向けて動き出した。
- 権利化、及び知財管理体制が構築された。

今後の事業展開の展望

Future

- 新商品の大量生産体制の確立、生産・事業・販売計画の立案、情報発信等の販売PRの実践と販売網の確立について継続的に支援。
- 構築した知財管理体制の具体的な運用、職務発明規程の策定運用について継続的に支援。

重点支援を受けた事業や商材



ワイン酵母による「発酵レーズン」
ワイン醸造用酵母を用いた世界初のワイン風味の発酵レーズンを開発。ワイン酵母発酵は、他の酵母(清酒、ビール)に比べて発酵力が早く・安定しているため、雑菌が少なく、香りが良い。また、レーズン特有の匂いがマスキングされ、ワイン風味の香りがするとともに、レーズンの皮を軟化させることができる。アルコール濃度については、1~8%まで調整可能である。

【出典】岩手くずまきワインホームページ
<https://kuzumakiwine.co.jp/>

取り組んだ課題	課題に取り組んだ背景・理由
事業・開発戦略の支援	主力製品とは異なるカテゴリー商品であり、既存商品を含めた事業開発戦略や損益戦略が未整備。また、開発が継続段階であり、開発における課題とその対応が明確になっていない。商品コンセプトやターゲット層が明確化されていない。
知財戦略立案支援	開発中の新製品が知財権で保護されておらず、知財戦略(オープンクローズ戦略を含む)が未整備。また、ドライフルーツの酵母工程のノウハウ管理が不十分
デザイン支援	パッケージデザインやロゴなどが未整備、HPに統一感が無く、カタログ的でユーザー目線に立ったものではない
知財マネジメント体制構築支援	知財マネジメント管理体制が整っておらず、社内の知財啓発・人材育成がなされていない

重点支援を通じて受けた支援と支援を通じてできるようになったこと



支援を受けた事項	支援を通じてできるようになったこと	活用した専門家
事業・開発戦略の支援	・ ブランディング確立のための手法が理解できた。 ・ PR戦略としては商品コンセプトを基にメインターゲット、サブターゲットを設定するという手順を理解できた。	・ マーケティング専門家 ・ デザインブランド専門家
知財戦略立案支援	・ 特許について学び、権利化を念頭に組成や構造上の特徴点確認の必要を理解し、その要素を抽出できた。 ・ 先行技術調査の重要性を確認し、実際に外部機関を活用して調査を実施。 ・ 特許クリアランスのうえ特許出願。	・ 弁理士
デザイン支援	・ 商品コンセプトを整理し、ターゲットを明確にした上で、商品のネーミング、パッケージデザイン、マーケティングプラン等を明確化することを共有できた。 ・ 商品の特徴点、ターゲットについてブレインストーミングを行い、パッケージやネーミング、売り方などのアイデア議論し、方針、候補を決定することができた。	・ マーケティング専門家 ・ デザインブランド専門家
知財マネジメント体制構築支援	・ 中小企業の知財マネジメントとして、①知財担当者を配置、②定期的に知財を考える機会をもつことが重要であることを認識。 ・ 職務発明規程のポイントについて原案まで作成した。	・ 弁理士

支援チーム紹介

リーダー専門家: 弁理士 村雨圭介
活用専門家: ブランド専門家、マーケティング専門家
知財総合支援窓口担当者: 岩手県知財総合支援窓口 酒井俊巳
PO(プログラムオフィサー): 山村正明

もやしを素材とした7大アレルゲンを含まない植物由来のお肉

会社名 日乃食工業株式会社
 所在地 北海道北広島市大曲工業団地4丁目1番地5号
 従業員 20名
 資本金 1000万円
 売上高 3億円
 業種 低温加工製品(水産・農産・畜産物の惣菜及び原材料の加工)、
 道産品を主原料とする製品の開発



支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

Before

- もやしを素材とした肉様食品の商品開発を行い、販路開拓を通して一般消費者向けの市場に進出し、既存の事業に加えた収益が確保できるようにする。年間売上を6000万円程度の事業に育成する。

支援を受けてできるようになったこと

After

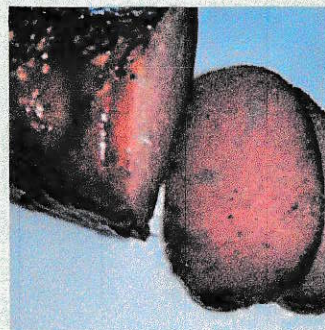
- もやしを素材として食感を肉に近づけた「もやしミート」の商品化が完成し、一般消費者への販売まで到達。

今後の事業展開の展望

Future

- メディアからの注目度も高く、7大アレルゲンを含まない商品として定着するものと思われる。
- 「もやしミート」が商品名として有効機能することに気付き、商標出願し、順次切り替えて行くことになった。

重点支援を受けた事業や商材



「もやし」から肉様食品を作る食品開発が完成しており、安価で食感が肉そのもので、大豆蛋白に比べても7大アレルゲンを含まない食品であるため、学校給食、介護食品などに最適で、自社ブランドで販売することを想定。ヴィーガンにも最適で、ハラル食品としても期待できるため、海外も視野に事業を展開して行くことができるのではないかと期待。

「もやしミート」については基本特許を出願(特願2020-173244)し、早期審査で1月に特許査定の状態。商標は窓口の支援を受け自社のマーク(商標6477663)と「農菜」(商標6440016)の2件が登録されている。

【出典】<https://www.hinoshoku.co.jp/>

重点支援を実施するにあたって整理した課題

取り組んだ課題	課題に取り組んだ背景・理由
事業戦略、販売戦略	■ BtoBからBtoCを含めたビジネスへの拡大に向けた事業戦略、販売戦略が必要。
営業秘密管理の整備	■ 新規開発した「もやし」ミートについて、開示可能な部分と秘匿すべき部分の仕分けを行い社員に理解してもらう必要。
知財戦略の構築、知的財産権の取得	■ 特許の取得や商標出願等なされているが、単発的になることが多い、事業戦略に基づいて知財戦略が必要。
販路開拓	■ BtoCは未経験であり、販路開拓が必要。
ブランディング	■ 一般消費者、中間流通業者の認知度向上が課題。
契約に関する考え方の習得	■ BtoBからBtoCへの拡大により、契約案件が増加するため、契約に関する考え方の習得が必要。
海外展開のリスク把握	■ 海外展開も視野に入れており、まず海外展開時のリスクを理解し、海外展開の準備をする必要。

重点支援を通じて受けた支援と支援を通じてできるようになったこと

支援を受けた事項	支援を通じてできるようになったこと	活用専門家
事業戦略、販売戦略	BtoCの販売について未経験であったが、新商品についてネーミングや、メディア露出等の経験が出来たことで少しづつ理解。	ブランド専門家
営業秘密管理	営業秘密管理については、同社の状況に合わせて支援する予定。	知財戦略AD
知財戦略の構築及び知的財産権の取得	商標権、特許権について理解が進み取得に向けての道筋がついた。知財戦略までは到達できなかったが、知財についての考え方が定着。	弁理士
販路開拓	自社ホームページ改定とメディア露出により一般顧客からの購買が増加。	よろず支援拠点
ブランディング	製品パッケージ作成等との相乗効果でBtoCにおけるブランディングについて理解。	ブランド専門家
契約に関する考え方の習得	ホームページの外注契約を通して、著作権が絡む契約の重要なポイントを理解。秘密保持契約や、今後必要になる契約における考え方を理解。	契約専門家
海外展開のリスク把握	国内市場の構築で苦戦した中で、海外に出るには時期尚早と判断。必要になった時点で支援を再開。	-

支援チーム紹介

リーダー専門家:料理研究家・FOODマーケター 福本 陽子
 活用専門家:よろず支援拠点、弁理士、知財戦略AD、ブランド専門家
 北海道知財総合支援窓口担当者:山内 陽子
 PO(プロデュースオフィサー):石黒 一夫

～ 愛知県知財総合支援窓口 ～

【ご相談お申込み方法】 ※事前予約制

◆電話：TEL：052-753-7635

◆メール

- ①お名前（会社名）、
- ②ご担当者名（会社の場合）、
- ③郵便番号、ご住所、
- ④電話番号（連絡の取れる時間帯）、
- ⑤メールアドレス、
- ⑥相談の概要

担当者から連絡させていただきますので、メールに①～⑥をご記入の上、下記宛までお申し込みください

aichi-chizai-info@task-school.com