

仮想事例 1 ～よくある会話の裏に隠れた知財の論点～

概要

内容	新事業の在り方や、新商品開発の場面における知財対応について議論するもの
想定人数	4名～50名（※5～8名単位のグループにおける利用を想定）
想定対象者	<ul style="list-style-type: none">・農業事業者の経営層、商品企画・開発や流通・販売・広報の担当従業員、農産品の開発・生産部門のリーダー層従業員 等・農業関連団体における支援担当者・自治体における農業ビジネスの支援部門担当者・農業ビジネスの支援を行う、連携機関の支援担当者・専門家
想定所要時間	想定所要時間：約90～130分 ①進行説明・仮想事例の把握・アイデアの書き出し：約15～20分 ②自己紹介・討論：60～80分 ③全体共有・総括：10～30分

1. ワークショップの流れ

目的

参加者それぞれが持っている視点を見える化することで、
具体的な知的財産活動の気づきを得たり、
具体的な行動のきっかけとする。

※解決案を導出する目的ではなく、各者の視点・考え方を学びあう



① 仮想事例を把握する



② 個人で下記内容を検討（５～１０分程度）

（１）相談者に対して何を聞くか？

⇒目的：自身の経験・職務領域からはここが気になる、という観点の共有

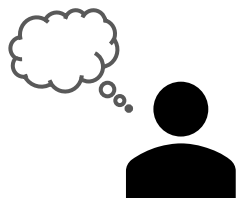
（２）どのような支援・助言を提供できそうか？

⇒目的：自身や所属機関ができることの共有

※「たぶんこんな課題があるだろう」というものを
自由に仮設定してかまいません。

③ グループ内で発表

④ 全体共有・アドバイザー総括



2. 仮想事例

- 相談者（〇〇農園）より、「売り出し中の新品種のトマトのビジネスに関して、今後の展開を考えているところであり、アドバイスがほしい。」との相談があった。

<現状>

- 相談者はトマト農園を営んでいる60代の男性である。当地域のトマト農家の間では、名の知られた存在となっている。
- 畝（うね）の盛り方や支柱の立て方、温度管理、肥料の配合等を長年研究し、高品質のトマト栽培をできるようになった。具体的には、高糖度のトマトや、お尻の部分から黄金色のきれいな筋が出るようなトマトの栽培をできるようになった。なお、最近になって、スマート化のテーマでいくつかの企業から引き合いが入り、栽培方法のデータ化（見える化）についても取組始めたところである。また、農具についてもオリジナルの改良を加えてきたおかげで、効率的な栽培・収穫をできるようになっている。
- 来年、都内のイタリアンレストランで働いている子どもが帰ってきて農園で一緒に働くことになっている。子どもの代では新たなチャレンジもできるとよいと考え始めているところである。



出典) Office365

<今後について考えていること>

- ①現業を今後もしっかりと維持していけるように自社ビジネスで見直しておきたいことに加えて、
②子どもにチャレンジしてもらう新たなことについてもプランを立てたいと思っている。
- ①については当園の人気商品である「甘みのあるトマト」についてブランド化を図りたく、「シュガートマト」という名前をつけて宣伝をしたいと思っている。また、黄金色の星形の筋が入ったトマトについては「金筋トマト」「黄金のトマト」「スタートマト」などの名前を考えているが、子どもにも相談してみようと思っている。星形の筋の入ったトマトについては、以前SNS（インスタ）で見たことがあった。当園もこれを前面に出してインスタ映えを狙っていきたい。
- ②については規格外のトマトを活用した商品開発が候補に挙がっている。具体的には、トマトジュースやパスタソースがあると思っているが、県内の中堅食品メーカーを外注先に考えている。ただ、農園の独自色を出したいと考え、来年帰ってくる子どもがイタリアンの店で修行しているのでレシピ等には詳しいだろうから、その経験を活かして取り組んでもらおうと伝えている。
- また、開発する商品については、贈答品としても使ってほしく、高級感のある箱のデザインを知り合いに頼んで考えてもらっているところである。

(運営者用・論点例1/2)

キーワード	知財面以外（経営面、事業面）の気づき		知財面の気づき	
	聞くこと（例）	支援・助言できそうなこと（例）	聞くこと（例）	支援・助言できそうなこと（例）
新品種	<ul style="list-style-type: none"> 新品種を扱う様になってどの程度経過しているのか？ 安定さを獲得するまでにどの程度年数を要するのか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 競合がキャッチアップする年数と見込んで準備を進めていくことが重要と助言 	<ul style="list-style-type: none"> 品種登録は済ませているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> （未だの場合）速やかに行うことを検討するよう助言
今後の展開	<ul style="list-style-type: none"> BtoB、BtoCどのビジネスを想定されているのか？ 相談者は何年程度で事業承継を終えるつもりか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 経験ないビジネスに取り組む場合は経営の専門家の支援が有用であると助言 すぐに承継はできないことを説明し計画的に取り組むことを助言【中小企業診断士】 	<ul style="list-style-type: none"> 何年後を事業計画上の当面の目標にしているのか？ 	<ul style="list-style-type: none"> その期間で対応できる知財面のことを整理して計画的に取り組むことが重要と助言
長年研究	<ul style="list-style-type: none"> 研究は今後も継続するのか？ 研究活動について計画はあるのか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 研究開発に対する補助金制度を紹介 	<ul style="list-style-type: none"> 研究により蓄積されている技術やノウハウをどのように管理しているのか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 技術＝新規性や進歩性があれば特許権として活用することができる【知財専門家：弁理士・窓口担当者】 ノウハウ＝適切に保護・管理することで他者による模倣の対策が講じやすくなる
スマート化	<ul style="list-style-type: none"> スマート農業への転換はどれくらい年数をかけて取り組むのか？ スマート農業へ転換することで収益性は高まりそうか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 事業計画の見直しの重要性を助言 データ利活用に詳しい研究者との共同研究を提案 	<ul style="list-style-type: none"> データを企業に提供する際に何らかの覚書や契約を締結しているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> データ利用の目的を明確に定義して二次三次利用を抑制する措置（データを資産として管理すること）も重要
企業から引き合い	<ul style="list-style-type: none"> 企業はトマトに関する販路を確保しているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 連携する際に確認し、自社の収益につながる関係構築ができるかを確認することを助言 	<ul style="list-style-type: none"> 引き合い時や見学時に非公開とすべき場所を決めて徹底できているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> ノウハウを秘匿することで、自社の強みが漏れ出さないようにすることが重要
栽培方法のデータ化	<ul style="list-style-type: none"> データは数値化ができていますか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 数値化することで再現性を高めることにつながることを助言 	<ul style="list-style-type: none"> データをいつでも利用できる状態となっているか？ 記録媒体を特定の者のみが閲覧できる措置が講じられているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> だれもがいつでも閲覧できる状態は漏洩のリスクは大きいことを説明し、施錠できるところで補完するなどアクセス管理を徹底することを助言【知財専門家】
農具の改良	<ul style="list-style-type: none"> 改良農具をメーカーに製造させて商品にする予定はないか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 生産・販売委託先を見つけて収入源に仕立てていくことができないか検討【中小企業診断士など】 	<ul style="list-style-type: none"> 改良箇所が形状にまつわるのか？ その加工に特殊な技術やノウハウが必要なのか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 独自の形状が効果を要因である場合は特許・実用新案や意匠で保護できることを助言 ノウハウとしてデータ化できる場合は確実に秘匿することが重要

(運営者用・論点例 2 / 2)

キーワード	知財面以外（経営面、事業面）の気づき		知財面の気づき	
	聞くこと（例）	支援・助言できそうなこと（例）	聞くこと（例）	支援・助言できそうなこと（例）
ご子息が一緒に働く	● 子息が農作業含めて後継者となる予定なのか？	● 営農指導を平素より受けることができることを設営	● ブランディングの方向感（特徴を出すポイント、雰囲気、デザインなど）について、意思疎通を図れているか？（承継も念頭に）	● 真にブランディング方向感等について、真に同じものをイメージしているのか、すり合わせをすることを助言
新たなチャレンジ・プラン	● 新たなチャレンジについて計画はついているのか？	● 事業計画を策定することが先決と助言。今後の資金調達面でも必要となることを説明		
名前をご子息と相談	● ご子息とどのようなビジネスを進めていくのかを話あっているのか？	● 外部専門家を活用する意向を確認し、なるべく早期に相談することを助言		
名前を付けて宣伝	● ターゲット顧客を想定して名前を検討しているか？	● 想定顧客に刺さるネーミングが望ましいことを助言	● 今考えている名前は他者が利用しているものではないか？	● 類似する商標がないかを調査することを助言
自社ビジネスの見直し	● 農業としての収入と農業外の収入の比率をどのように変化させるお考えか？	● 経営資源の配分が適切であるかを外部の目で見ってもらうことを助言	● 今後も維持させるべき知的財産は特定できているか？	● 強みやそれを生み出している知的財産を特定し、その維持を念頭に活動することが重要
甘みのあるトマトのブランド化	● 甘みを数値化できているか？	● 糖度の基準を設定してより良質な商品は選別することを助言	● ブランド名は決めているのか？	● ブランド名は自社の強みや良さを現すものでありじっくり考えることを助言
インスタ映え	● 利用するSNSは決めているのか？	● コンテンツ管理がしやすいツールを利用することが重要 ● マーケティングツールとして活用していくことを助言	● 甘みのあることをどのように伝えるか決めているか？ ● 栽培方法などを動画で紹介する予定があるか？	● 動画を通じてノウハウが漏洩する場合があることを説明し、真に公表してよいか慎重に確認することを助
商品開発	● 協業先との関係は良好か？	● 県外メーカーを委託先とする場合により重要	● 外注先との契約にあたっての考え方は？（特に知財面）	● 新規製品開発・販売にあたっての契約条項の考え方を支援（権利の帰属先等）
食品メーカーを外注先に	●	●	● 委託するメーカーにレシピを開示することを理解されているか？	● レシピの二次利用は認めない契約を締結することが重要
レシピを子息の経験を生かして準備	● 高級感のあるデザインとは？ 参考にしている競合品はあるか？	● 高級思考で売り出すのか、販売戦略を検討することが重要	● パッケージデザインに嗜好を凝らすことは考えているか？ 他には見られない形状や構造など	● 独自の形状が効果を要因である場合は特許・実用新案や意匠で保護できることを助言
箱のデザインを知り合いに依頼	● 協業先との関係は良好か？	● 県外メーカーを委託先とする場合により重要	● 外注先との契約にあたっての考え方は？（特に知財面）	● 新規製品開発・販売にあたっての契約条項の考え方を支援（権利の帰属先等）

仮想事例 2

農産物を活かした商品開発、
～こんなところに知財のメリットと落とし穴！～

概要

内容	販路開拓や新商品企画等の場面における知財対応について議論するもの
想定人数	4名～50名（※5～8名単位のグループにおける利用を想定）
想定対象者	<ul style="list-style-type: none">・農業事業者の経営層、商品企画・開発や流通・販売・広報の担当従業員、農産品の開発・生産部門のリーダー層従業員 等・農業関連団体における支援担当者・自治体における農業ビジネスの支援部門担当者・農業ビジネスの支援を行う、連携機関の支援担当者・専門家
想定所要時間	想定所要時間：約90～130分 ①進行説明・仮想事例の把握・アイデアの書き出し：約15～20分 ②自己紹介・討論：60～80分 ③全体共有・総括：10～30分

1. ワークショップの流れ

目的

参加者それぞれが持っている視点を見える化することで、
具体的な知的財産活動の気づきを得たり、
具体的な行動のきっかけとする。

※解決案を導出する目的ではなく、各者の視点・考え方を学びあう



① 仮想事例を把握する



② 個人で下記内容を検討（５～１０分程度）

(1) 相談者に対して何を聞くか？

⇒目的：自身の経験・職務領域からはここが気になる、という観点の共有

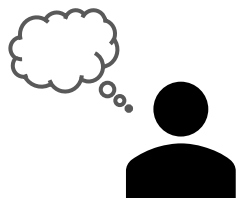
(2) どのような支援・助言を提供できそうか？

⇒目的：自身や所属機関ができることの共有

※「たぶんこんな課題があるだろう」というものを
自由に仮設定してかまいません。

③ グループ内で発表

④ 全体共有・アドバイザー総括



2. 仮想事例

<これまで>

- ABC農園は、●●県●●市で桃やぶどうを中心に栽培を行う果樹園である。
- これまでの主な販路は、JAへの出荷である。その他に、少量ではあるが農場直売も行ってきた。

<これから>

- 規格外品や余剰品として廃棄していた果実を有効活用して、フードロス削減に貢献するとともに、新しい利益を生み出したいと考え、農園で採れた桃（あかつき）を利用した「冷凍カット桃」を考案した。
- 何度も試作を重ねて、カットした桃を変色さず、もぎたてのような甘さとジューシーさを保つ方法で冷凍している。
- まずは、小さな飲食店での商品開発に利用してもらったり、家庭で楽しんだりしてもらえるように、農場直売のほか、ECサイトを立ち上げて売っていきたい。ECサイトでは、「冷凍カット桃」だけでなく、当農園で増やしたシャインマスカットの苗も売れるのではないかと考えている。
- また、「フルーツフル」という名前で冷凍カットフルーツをシリーズ化し、桃以外の果実についても取り組んでいきたい。
- 若者や女性に好まれるようなパッケージデザインにしたいと考えており、デザインは友人のイラストレーターに頼もうと思っている。

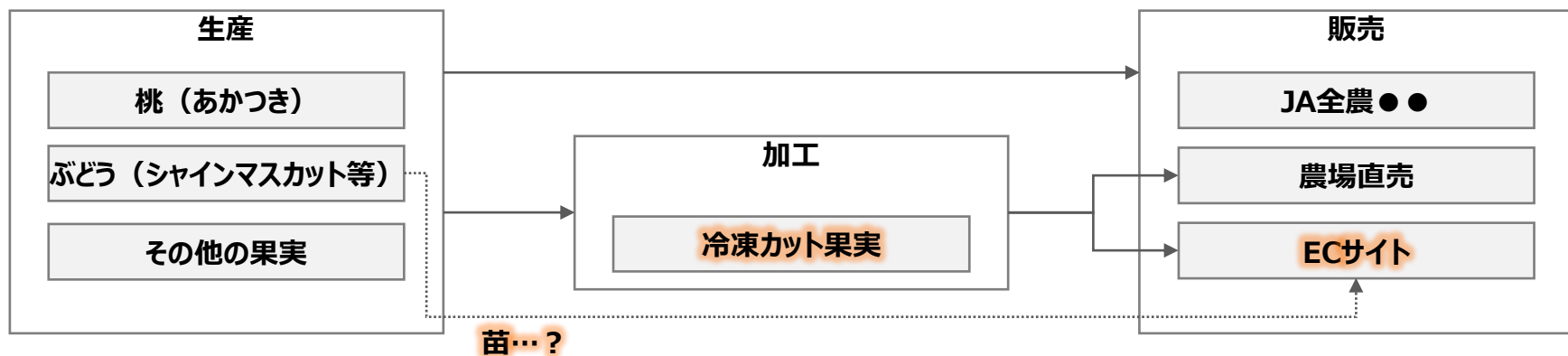


2. 仮想事例

これまで



これから



(運営者用・論点例)

<これまで>

- ABC農園は、●●県●●市で桃やぶどうを中心に栽培を行う果樹園である。
- これまでの主な販路は、JAへの出荷である。その他に、少量ではあるが農場直売も行ってきた。

<これから>

- 規格外品や余剰品として廃棄していた果実を有効活用して、フードロス削減に貢献するとともに、新しい利益を生み出したいと考え、農園で採れた桃（あかつき）を利用した「冷凍カット桃」を考案した。
- 何度も試作を重ねて、カットした桃を**変色さず、もぎたてのような甘さとジューシーさを保つ方法で冷凍**している。
- まずは、小さな飲食店での商品開発に利用してもらったり、家庭で楽しんだりしてもらえるように、農場直売のほか、**ECサイト**を立ち上げて売っていきたい。ECサイトでは、「冷凍カット桃」だけでなく、当農園で増やしたシャインマスカットの**苗も売れる**のではないかと考えている。
- また、「**フルーツフル**」という**名前**で冷凍カットフルーツをシリーズ化し、桃以外の果実についても取り組んでいきたい。
- 若者や女性に好まれるような**パッケージデザイン**にしたいと考えており、デザインは**友人のイラストレーター**に頼もうと思っている。

他者の特許技術を使っていないか？
独自技術である場合、特許取得の可能性はあるか？
(それともノウハウとして秘匿か？)

“ABC農園”は他者の登録商標/類似ではないか？
“ABC農園”の商標登録の可能性はあるか？

育成者権者の許諾を得ずに登録品種の種苗を業として増殖・譲渡する行為は、
育成者権の侵害

“フルーツフル”は他者の登録商標/類似ではないか？“フルーツフル”の商標登録の可能性はあるか？

デザインは他社の登録意匠と類似していないか？独自のデザインである場合、意匠登録出願の可能性はあるか？

著作権者の許諾は得ているか？
(ライセンス契約等の対応の必要性)

ワークショップ

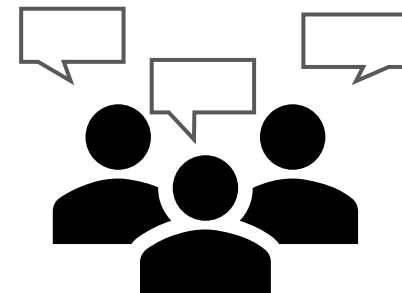
ネーミングを考えよう

概要

内容	ネーミング検討を模擬体験するもの
想定人数	3名～200名（※3～6名単位のグループを作れる会場であれば、スクール形式の座席配置における講義室で、多い人数での実施も可能と想定）
想定対象者	・農業事業者、農業関連団体、自治体（都道府県等）において、 新品種のネーミング検討を担う担当部門や担当者 等
想定所要時間	想定所要時間：約30～60分 ①進行説明・自己紹介：約5～10分 ②商品のキーワード（特徴やコンセプト）の議論：約5～10分 ③ネーミングのアイデア出し：約20～40分
備考	参加者のスマートフォンなどの端末を用いて、「J-PlatPatを用いた商標検索」や「一般のWeb検索」も併せて実施できるとより実践的なものとなる

1. 検討の流れ

- ①各グループにおいて、
2チーム（発想チーム・評価チーム）に分かれてください。
- ②商品（又はサービス・事業等）がどのようなものなのか、
特徴やコンセプト（分野、ターゲット等）について、
キーワードを話し合しましょう。



- ③ネーミングのアイデアを出しましょう。

ネーミングの目的

- ・サービス・商品の特徴・魅力を認識しやすくするため
 - ・ブランド構築のための識別（区別）のため
- ※中身と名前が合っている必要があり、
誤解を招いてはいけません。

ブレインライティング法での進め方

（１）発想チームで、1人あたり3個を検討。（約3分で検討。余裕があれば複数回実施。）

→他の人のアイデアも、どんどん参考にしましょう。

（２）評価チームで、良いと思うネーミングに対して、1人あたり2～3個に○をつける。

→評価のポイント

- ①意味：意味がわかる
- ②視覚：見た感じ（ロゴ）
- ③音感：音としておかしくないか
- ④独創：ユニークか、記憶に残るか（普通＋異質＝新しい）
- ⑤現代：時代・ニーズにあっているか

2. ワークシート（ブレインライティング法）

	案 1	案 2	案 3
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

(運営者用・運用のポイント)

- ネーミング検討のワークショップの前に、講義の時間を確保できる場合、
「ブランドとは何か」、「ブランディングやブランド戦略におけるネーミングの『重要性』や『事例』」について
情報提供をすることも有用と思われます。
- 議論を円滑に進めるため、ネーミングを検討する「対象の農産品や加工品、サービス等」について、
事前に、商品・サービスの「写真（又は実物※）」、「特徴」、「企画・開発・生産等の活動経緯や
取組ストーリー」をスライド 1 ～ 2 ページ程度でまとめておくことは有用と思われます。
※写真ではなく「実物」を用意できると、五感も活かし、議論が活性化するのでお勧めです。
- 総括などにおいて、「ブランディング等の専門家」を招聘し、
次のアクションの道筋や具体イメージについて、コメントをいただくことも有用と思われます。
(ネーミングを用いつつPRをしていくための宣伝フレーズ、パッケージやHP等のデザイン展開 等)