

商品開発支援や販路開拓支援時の 知的財産リスク回避の「簡単虎の巻」

「名前」「ロゴマーク」
「形」の直前チェック

自治体、支援機関の担当者として知っておきたい知的財産のチェックポイント、これだけは！



令和8年2月
近畿経済産業局

【 目 次 】

1. なぜ今、ふるさと納税返礼品の知的財産“確認”の意識が必要か？	1
2. ふるさと納税担当のあなたに 専門家からのメッセージ	2
3. 典型的なヒヤリハット事例から見る「リスクの顕在化」	3
4. 自治体・支援機関と知財総合支援窓口の連携による知財の課題解決事例	4
5. 支援段階に応じた産業部局と財政部局による企業とのタッチポイント	7
6. 転ばぬ先の杖としての「3種の自治体向けチェックリスト」	8
①財政部局 ふるさと納税担当者向け	8
②産業部局 商品開発支援担当者向け	9
③産業部局 販路開拓支援担当者向け	10
【巻末資料集】	
巻末資料1 INPIT知財総合支援窓口、INPIT-KANSAIについて	11
巻末資料2 J-PlatPatについて	12
巻末資料3 そもそも知的財産とは / 侵害してしまっていたら？	13
巻末資料4 参考事例① ふるさと納税#3.0の取組事例	14
参考事例② 商品開発を支えるプロジェクト事例	15

1. なぜ今、ふるさと納税返礼品の知的財産“確認”の意識が必要か？

ふるさと納税の現状

ふるさと納税は、地方自治体にとって自主財源の一つとして位置付けられており、特に人口減少・税収減少が進む地域においては、財源確保の重要な手段となっています。

令和6年度におけるふるさと納税の受入額および受入件数は、いずれも増加傾向にあります。

- ・ 全国の受入額計 約1兆2,728億円（対前年比およそ1.1倍）
- ・ 受入件数 約5,879万件（同約1.0倍）

ふるさと納税を運営する主要ポータルサイトにおける返礼品の登録（掲載）件数は、以下のとおりです。3サイト合計では約166万件となりますが、各サイト間で重複している返礼品も一定数存在すると考えられるため、仮に3割を重複分として控除すると、実質的な返礼品数は110～120万件程度と推計されます。

- ・ 「ふるさとチョイス」 令和6年10月時点 76万点以上
 - ・ 「ふるなび」 令和7年8月時点 70万件以上
 - ・ 「さとふる」 令和6年7月時点 20万件以上
- 出典：ふるさとチョイス、ふるなび、さとふるの各公式サイト

ふるさと納税返礼品に潜む 知的財産に関する潜在的リスク

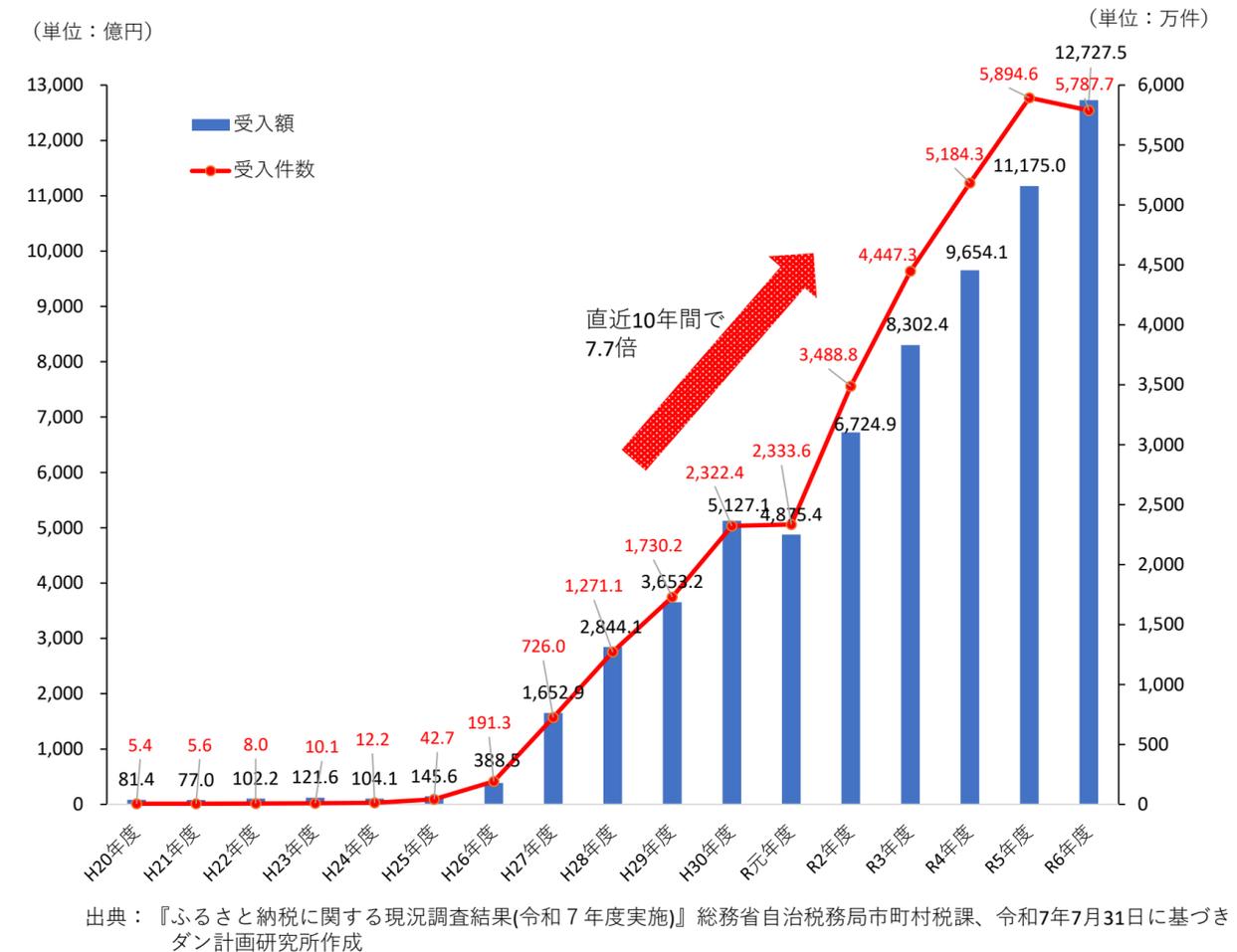
ふるさと納税返礼品への登録により、これまで以上に多くの相手先に発信できます。それは同時に、より多くの自社の屋号や開発した商品のブランドや信用が、目にした第三者によって無断で利用され、いわゆるフリーライドを受けることにより、本来得られるはずの利益やブランド価値が損なわれるおそれにもつながります。

その際、防御の一つになるのが商標等の知的財産権による守りです。その一方で、気づかないうちに他者の権利を侵害しているリスクもあります。

総務省からの通知においても「返礼品等について、商標権等を侵害している事案が発生している。商標権等の侵害は直ちに各指定基準に違反するものではないが、ふるさと納税制度に対する信頼を損ねるものであることから、地方団体においては返礼品取扱事業者に対し、注意喚起を行うべきこと」と発出されています。（総税市第74号 令和7年6月24日）

ふるさと納税返礼品について事業者にとっては、①発信することによる自社開発技術や商品の新規性や独自性（オリジナリティ）を喪うリスクと、②他者の知的財産権（特に商標権）を侵害するリスクの2つがあります。加えて、返礼品に採択した自治体にとっては、③自治体の信頼を喪うリスクを潜在的にはらんでおり、返礼品の増加に伴い、リスクが顕在化していくことが懸念されます。

令和6年度におけるふるさと納税の受入額、受入件数



ふるさと納税返礼品に潜む 知的財産に関する潜在的リスクとは？

地域 事業者	リスク① 自社開発の新規性やオリジナリティを喪うリスク
	リスク② 他者の知的財産権を侵害するリスク
自治体	リスク③ 返礼品採択自治体の信頼を喪うリスク（レピュテーションリスク）

2. ふるさと納税担当のあなたに 専門家からのメッセージ

ふるさと納税の現場で、知的財産が問題になることは「ほとんどない」。という思い込み。

ふるさと納税の現場では、知的財産は「地域事業者の問題」と捉えられ、自治体側が積極的に確認する実務はこれまでほとんどなかった、そうした状況が続いてきたように見受けられます。本調査事業で実施したヒアリングでも、返礼品について知的財産に関する「トラブルが起きた」「指摘された」という経験を持つ自治体はごくわずかでした。しかし、それは「問題がない」のではなく、「問題に気づく仕組みがない」だけ、というケースが多くみられます。

一方で返礼品は、その自治体ならではの魅力を自治体名とともに全国へ届ける「広報大使」のような存在です。だからこそ、他者の権利に触れていないかを確認する視点と、自分たちの強みを権利として押さえる（権利取得を促す）視点の両方が欠かせません。

ふるさと納税の実務は税務・産業振興・広報など複数部署にまたがり、担当者も数年で入れ替わります。

そこで本冊子のチェックリストは、初めて担当する方でも日々の運用の中で迷いなく確認・助言できるよう設計しました。本冊子が、地域事業者の知的財産（自治体ブランドの源泉）を「守れる資産」として育む伴走を支え、自治体のブランド力向上とふるさと納税制度の健全な発展に貢献できれば幸いです。



オフィス大江山
弁理士・行政書士・薬剤師
岡恵氏

本調査事業の検討会
知的財産専門委員

ふるさと納税担当者として
知的財産への意識を
確認してみませんか？

Q1 登録事業者は商標権の取得は行っているか？ また、他社の商標権を侵害している恐れはないか？

Yes → Q2へ

No、わからない → 商標権取得に向けて相談支援機関をご紹介（巻末資料1）

Q2 登録商標における指定商品・役務の区分は適切か？

Yes → Q3へ

No、わからない → 相談支援機関をご紹介（巻末資料1）

Q3 掲載商品が他社の登録意匠と類似しているなど権利侵害の恐れはないか？

Yes → ふるさと納税 返礼品掲載へ

No、わからない → 相談支援機関をご紹介（巻末資料1）

3. 典型的なヒヤリハット事例から見る「リスクの顕在化」

長野県須坂市の事例では、「地元産」としていた返礼品に他の市町村産のものが混在し、農林水産省が立入検査を実施、食品表示法上、「原産地」についての不適正表示があったと報告されました。この結果、須坂市は総務省から令和7年6月17日から2年間ふるさと納税の対象となる地方団体としての指定取消処分を受けました。リスクは徐々に顕在化しています。

項目	事例
<p>商品開発支援のプロセスにおいて</p>	<p>事例1 業界の著名プロデューサーとの共同開発事例におけるロイヤリティ支払いを口約束、販売計画が頓挫</p> <p>【経緯】・業界の著名プロデューサーと地場産業企業が商品を共同開発。 ・販売時に著名プロデューサー名を入れた場合はロイヤリティを支払い、入れない場合は自社商品として販売と約束。 ・販売開始後に、プロデューサー名を入れない場合でもロイヤリティ支払いが必要となり、販売計画自体が頓挫。</p> <p>【主要因】契約書での確認でなく、「口約束」になっていたこと。</p> <p>【学び】言った、言わないで勘違いが起こりやすく、後のトラブルの元になる。</p>
<p>ふるさと納税返礼品に関して</p>	<p>事例2 ふるさと納税返礼品に登録されていたシャインマスカット等の産地が、別の地域の産品であるにもかかわらず、地元の県産であると不適正表示</p> <p>【経緯】・市が主催するふるさと納税特設サイトに、市内で収穫したフルーツを市外事業者が返礼品として登録。 ・他地域で収穫されたフルーツであることを認識していたにも関わらず、リーフレットには当該市で収穫したフルーツと表示し、返礼品として発送。 ・農林水産省が立入検査を実施、市では第三者委員会を設置し、問題点の検証と再発防止策を公表。 ・当該市は、総務省からふるさと納税の対象となる団体から除外（指定取消）することが発表された（指定取消期間は2年間）。</p> <p>【主要因】返礼品に関する十分な管理・確認体制が整っていなかったことが要因。</p> <p>【学び】自治体に対する信頼の失墜のみならず、ふるさと納税の対象団体から除外され、当初予算が減額され、実施予定であった事業が先送りになる等、影響は甚大で、事後対応には膨大な事務処理が発生。事前のチェック体制が必要。</p> <p>事例3 他者の登録商標の名前と同じ名前を返礼品に使用していた</p> <p>【経緯】・市が主催するふるさと納税特設サイトに、市内事業者の商品を返礼品として登録。 ・登録後に、「今出ている商品の名前は、うちの登録商標なので取り下げてほしい」と市役所に連絡が入った。 ・即、返礼品登録を取り下げ。</p> <p>【主要因】事業者の多くが返礼品登録の際、他者の商標登録が無いかどうかをほぼチェックしていない。市役所も知財確認の意識が無く、「事業者がチェックしているだろう」という“思い込み”があった。</p> <p>【学び】担当者の“思い込み”を排して、「同じような名前でも他者が商標登録をしていないか、チェックしましたよね？」という注意喚起をするだけでもリスク回避につながる。</p>
<p>【番外編】 ゆるキャラ</p>	<p>事例4 市のゆるキャラが他のイベントで使われていた</p> <p>【経緯】・毎年の季節もののイベント時に登場し、市民に親しまれている市のゆるキャラがいる。 ・遠隔の自治体が開催したイベント時、参加者に配布するTシャツのデザインとして、当該ゆるキャラが無断使用されていた。 ・先方首長から謝罪の電話が入り、幕引き。</p> <p>【主要因】先方のTシャツデザイン制作事業者が、ネット検索でゆるキャラを見つけ、フリー素材と誤認したか？</p> <p>【学び】イラスト・キャラクター等の商標登録手続きや、「商標登録済」「©〇〇市」等の表示を入れたアピールができていなかった。</p>

4. 自治体・支援機関と知財総合支援窓口の連携による知財の課題解決事例

知的財産（以下、知財）のリスク回避のために、ぜひご相談いただきたいのが各都道府県に設置されている「INPIT知財総合支援窓口」です。（巻末資料1）
知財の経験豊富な支援者による多角的な助言を得ることができ、弁理士等の専門家の無料相談も可能です。以下では、知財に関する課題を解決し、安心してふるさと納税返礼品への登録や、販売を開始した事例をご紹介します。

新商品開発に関する知財事例①（タイコー青果株式会社、支援機関による紹介例）

【相談のきっかけ】

冷凍焼きいもの製造ラインを準備し、パッケージデザインを検討していた際に、経営革新化計画の承認サポートをされていた大分県中小企業団体中央会から知財面での検討が必要ではないかと指摘を受け、大分県知財総合支援窓口を紹介され、商標等に関するご相談をいただきました。

【支援概要】

当初デザイン案に使われていた商品名は、他者の登録商標であることが分かり、商品名の再検討とともに、ブランディング、ネーミングと会社ロゴの商標出願、登録に至る支援を行いました（商標登録第5864050号）。また、中国への輸出を積極的に進める意向があり、外国出願補助金や専門家を活用した中国への商標出願～登録までの検討・支援、INPIT海外知財プロデューサーを活用した知財・契約上のリスク等の助言などを通じ、中国輸出をスムーズに進めることができました。

【支援成果】

冷凍焼き芋「ひみつの黄蜜芋（きなみついも）」は、生産量が追いつかず、中国輸出は休止しているものの、パッケージやネーミングも好評で、日本で順調に売り上げを伸ばしています。また、知財への意識が高くなり、その後の事業拡大や新規事業展開の際には、あらかじめ商標や知財クリアランス、ブランディング等のご相談をいただき、円滑な事業推進につながっています。



【企業からのコメント】

当時は、外国輸出の知識も皆無で、もちろん商品開発や知財についても経験がなく、大分県知財総合支援窓口の支援をいただいて、大変良い商品が出来上がり、大分市ふるさと納税の返礼品をはじめ当社の看板商品になっています。

（出典） <https://chizai-portal.inpit.go.jp/supportcase/2021/09/post-1015.html>

4. 知的財産総合支援窓口への相談による課題解決事例

新商品に関する知財事例②（青木養蜂、農業団体知人からの助言による相談例）

【相談のきっかけ】

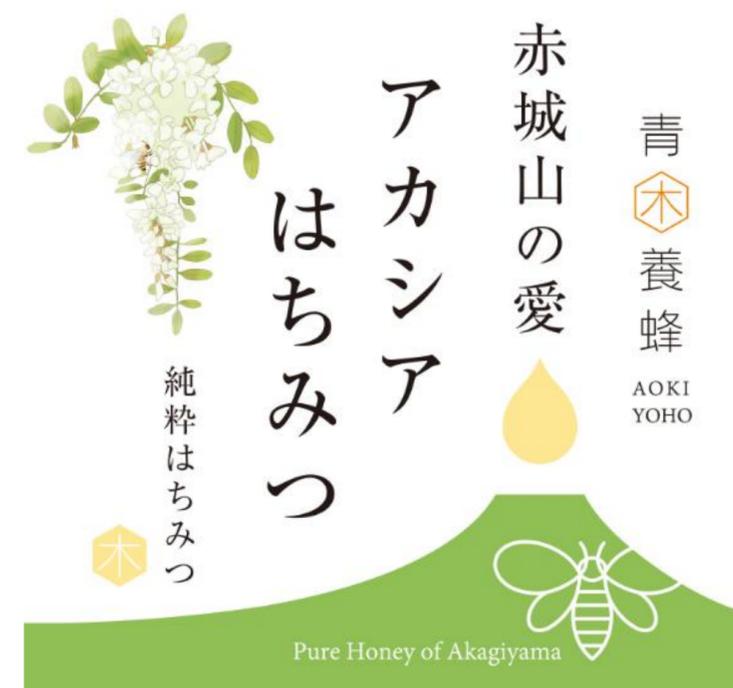
同社は、デザイナーにはちみつのラベルデザインを依頼中でしたが、地元の農業団体の知人から事前に商標調査を行っておいたほうがよいとのアドバイスを受け、知財総合支援窓口を訪問されました。

【支援概要】

デザイナーが仕上げたラベルデザインについて、窓口で先行商標調査をサポートしたところ、考慮すべき登録商標が見つかりました。その後、弁理士を交えてネーミングの考え方や知財クリアランスについてアドバイスを行い、デザイン変更はデザイナーと相談しながら進めていくことができました。

【窓口を活用して変わったところ】

同社は、販売開始直前に商標相談に来られたため、危ないところで商標権侵害のリスクを回避することができました。今回の相談を通じて、安心して事業を行うため商標の重要性を十分ご理解いただけたと思います。同社はその後もよろず支援拠点で開催されるセミナーなどに積極的に参加し、インターネット販売をスタートしました。



【企業からのコメント】

商標権を取得したことで、安心して営業活動できました。磨きかけた本物の蜂蜜を届けたいという自分の思いを、自信をもってお客様に伝えることができ、本当によかったです。無料で相談にのってもらえますので、皆さんも是非ご利用されてはいかがでしょうか。**群馬県前橋市のふるさと納税返礼品にも採択されております。**

（出典） <https://chizai-portal.inpit.go.jp/supportcase/2018/06/post-671.html>

4. 知的財産総合支援窓口への相談による課題解決事例

新商品に関する知財事例③ (ESOLA(笑空)、市役所とよろず支援拠点の連携による紹介例)

【相談のきっかけ】

同社は、最初は諫早市役所から長崎県よろず支援拠点へ相談され、長崎よろず支援拠点より商品の知的財産権を確認しておく必要性を助言され、知財総合支援窓口の特許か、商標か、を出願できないでしょうか、と相談に来られたのがきっかけです。

【支援概要】

同社一押し商品の販売が間近の段階で、権利化の相談がありました。

そこで商標登録の必要性をアドバイスし、最初に先願調査方法の検索指導をしたところ類似商標が見つかりました。

すでに商品パンフレットなど、印刷の発注をしていたため、一旦印刷を停止して貰いました。

また、考案された商標名については、弁理士による派遣指導を実施し、その後も何度か弁理士を交え、登録の可能性を追求した結果、短期間に商標出願を3件完了することができました。

【窓口を活用して変わったところ】

商品開発に伴う知的財産権の必要性、それから先願調査方法も十分理解していただきました。

今後は早い段階での知的財産権の準備ができると思われれます。

また経営上、知財を意識された事業展開も可能となり、専門家を交えた事業戦略を計画的に進めていき、必要な時期に相談するとのことです。



【企業からのコメント】

最初は諫早市役所から長崎県よろず支援拠点へ相談し、そこから知財総合支援窓口を知ることができました。窓口では私が知りたかった事、準備するもの、手順や助言など、欲しい情報をすぐに分かりやすく教えて頂き本当に助かりました。また、専門家相談が必要になった時にはすぐに対応頂きスムーズに事が進みました。窓口を気軽に利用する事によってスピード感をもってビジネスを進める事ができました。

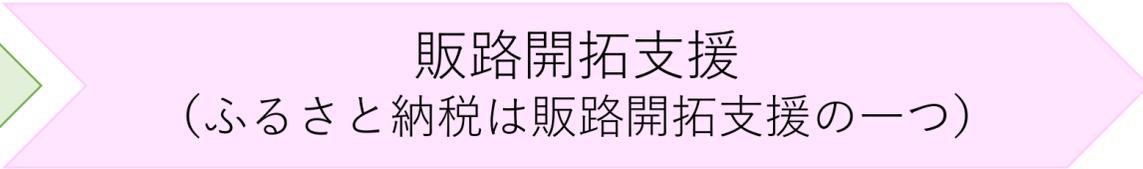
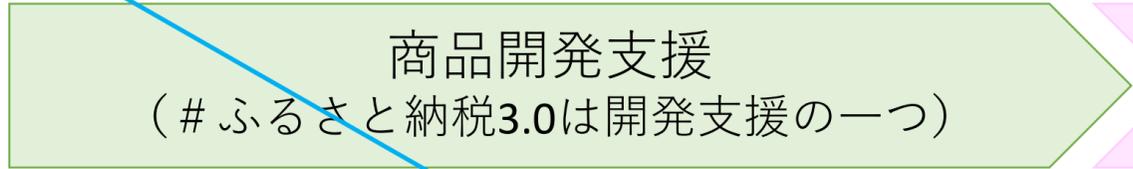
(出典) <https://chizai-portal.inpit.go.jp/supportcase/2016/06/post-254.html>

5. 支援段階に応じた産業部局と財政部局による企業とのタッチポイント

ふるさと納税返礼品への登録は、地域の中小企業等にとって重要な販路開拓の選択肢の一つになってきています。加えて、「#ふるさと納税3.0」は開発資金の調達手段の一つになってきていると言えます。

自治体内における企業とのタッチポイントは、商品開発支援や販路開拓支援の段階に応じて増えており、関与する主体も産業部局だけでなく財政部局へと拡大しています。

①産業部局の関与 [産業振興担当部局/成長戦略や地域ブランド担当部局]



プロジェクトベース (巻末資料4 ②)

- 八尾市「YAOKONTON」
- 京都府「京ものクオリティ市場創出事業 (PRECIOUS KYOTO PROJECT)」
- (公財)こうべ産業・就労支援財団「神戸セレクション」

補助金・助成金

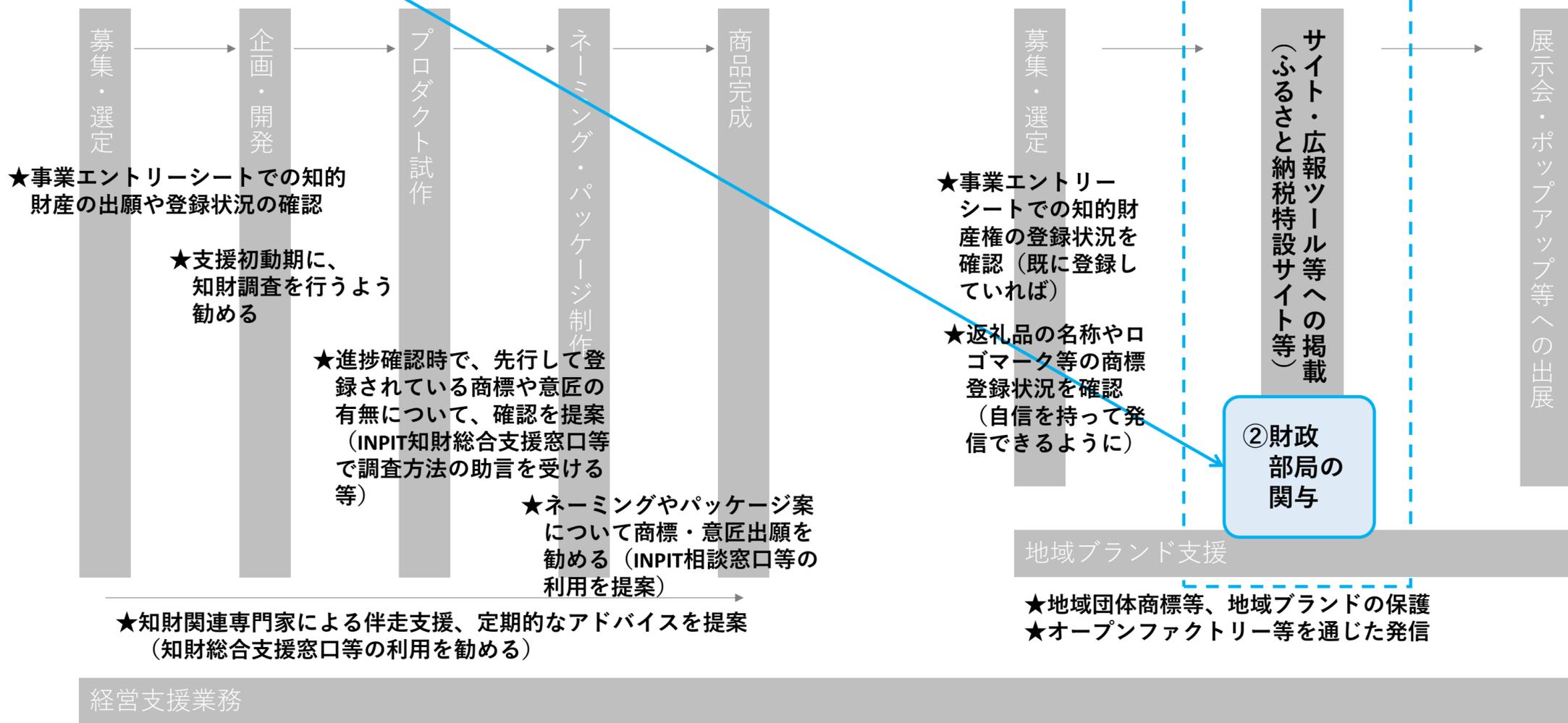
- 京丹後市「商工支援補助制度」
- 上牧町「特産品開発支援補助金」

#ふるさと納税3.0 (巻末資料4 ①)

- 泉佐野市
- 京丹後市
- 枚方市 (準備中)

通常の経営支援業務

- 八尾市 中小企業サポートセンター
- 関市ビジネスサポートセンター (セキビズ)



経営支援業務

- ★通常の相談支援業務における知財関連の確認、INPIT知財総合支援窓口等を案内 (巻末資料1)
- ★通常の相談支援業務における知財専門家等の定期的相談等の実施

6. 転ばぬ先の杖としての「3種の自治体向けチェックリスト」

以下では、自治体担当者として意識しておいていただきたい、知的財産のチェックリストを3種類、紹介しています。これらのチェックリストには、他者の権利に抵触していないかを確認する視点と、自分たちの強みを知的財産権として適切に権利化していく（権利取得を促す）視点の双方が含まれています。ぜひ、この機会に自治体担当者としての知財意識をバージョンアップしていただけたら幸いです。

① 財政部局 ふるさと納税担当者向け

② 産業部局 商品開発支援担当者向け

③ 産業部局 販路開拓支援担当者向け

① 財政部局 ふるさと納税担当者向け

<input checked="" type="checkbox"/>	項目	備考
■ 担当者の知的財産への意識		
<input type="checkbox"/>	「ふるさと納税返礼品提供事業者登録申請書 兼 誓約書」に記載の「関連法令を遵守する」には、「知的財産」や「食品表示表」に関する法令を含むという意識を、担当者は有しているか？ (知的財産に関する主な法令：特許法、実用新案法、意匠法、商標法、著作権法、不正競争防止法。ふるさと納税で問題になりやすいのは「商標法」)	自治体内での研修や勉強会等に、知的財産に関する学びの機会を導入 等
<input type="checkbox"/>	法令違反による影響は、自治体の信用失墜のみならず、寄附金の減少による予算の見直し（事業費削減）や、最悪の場合、総務省からのふるさと納税の指定団体取消につながりかねないリスクがあると意識しているか？	
■ 返礼品登録前後のチェック		
<input type="checkbox"/>	事業者が登録しようとしている返礼品について、他者の登録商標と類似する商品名がないかの確認を事業者に求めたか？	INPIT知財総合支援窓口の利用を勧める
<input type="checkbox"/>	事業者にINPIT知財総合支援窓口（巻末資料1）を案内しているか？	
<input type="checkbox"/>	定期的に返礼品の抜き打ちチェック等を実施する体制になっているか？（産地の適切な表示、他者の商標権侵害リスク等）	自治体内の体制整備
<input type="checkbox"/>	潜在的なリスクについて、定期的にアップデートして確認する仕組みや体制になっているか？	

6. 転ばぬ先の杖としての「3種の自治体向けチェックリスト」

②産業部局 商品開発支援担当者向け

☑	項目	備考
■支援先事業者が、外部デザイナーや大学等と連携して商品開発を行っている場合の確認		
<input type="checkbox"/>	支援先では、デザイナーのスケッチ等、外部専門家の創作物は専門家自身の著作物だと理解できているか？許可なく、無断で使用していないか？	プロセスに応じて、定期的に注意喚起（民間相互の契約の話であるが、リスクを示唆し、後のトラブルを未然に防ぎたい）
<input type="checkbox"/>	支援先では、デザイナー等外部専門や連携企業・大学との間で、共同出願や著作権などの知的財産の取り扱いについて、文書によって明確にしているか？	
<input type="checkbox"/>	支援先では、デザインやイラストの著作権譲渡や、売上に応じたロイヤリティの支払い等が口約束になっていないか？	
■支援先事業者の商品に関する、「他者」の先行登録商標や意匠、特許等の確認		
<input type="checkbox"/>	支援先に対して、ネーミングやロゴマークについて、同一又は類似のものが先に商標登録されていないかのチェックを勧めているか？（巻末資料2）	INPIT知財総合支援窓口の利用を勧める J-PlatPatの商標パンフレット等の情報を提供（簡易検索方法が掲載されている） （巻末資料2） 
<input type="checkbox"/>	支援先に対して、特徴のある商品の形（容器やパッケージ等を含む）について、同一又は類似のものが先に意匠登録されていないかのチェックを勧めているか？	
<input type="checkbox"/>	支援先に対して、特徴的な技術を利用している場合、同一又は類似のものが先に特許登録されていないかのチェックを勧めているか？	
<input type="checkbox"/>	支援先にINPIT知財総合支援窓口（巻末資料1）を案内しているか？	
■支援先事業者の開発に関する、「自社」の権利化促進		
<input type="checkbox"/>	支援先に対して、ネーミングやロゴマークについて、商標出願を検討するよう進めているか？	（特許、意匠）大切な技術やデザインほど、公表や展示会等への試作品出展前に出願しておくことがお勧め （商標）公表や発売後でも出願可能だが、先に出願することが望ましい
<input type="checkbox"/>	支援先に対して、新規性や進歩性がある技術が開発されている場合、特許や意匠の出願を検討するよう勧めているか？	
<input type="checkbox"/>	支援先にINPIT知財総合支援窓口を案内しているか？	

6. 転ばぬ先の杖としての「3種の自治体向けチェックリスト」

③産業部局 販路開拓支援担当者向け

☑	項目	備考
■返礼品登録前後のチェック		
☐	支援先にINPIT知財総合支援窓口（巻末資料1）について案内しているか？	INPIT知財総合支援窓口の利用を勧める
☐	定期的に返礼品登録後の状況を確認できているか？（産地の適切な表示、他者の商標権侵害リスク等）	自治体内の体制整備
■支援先事業者の商品に関する、「他者」の知的財産の確認		
☐	支援先に対して、ネーミングやロゴマークについて、同一又は類似のものが先に商標登録されていないかのチェックを勧めているか？（巻末資料2）	
☐	支援先に対して、特徴のある商品の形（容器やパッケージ等を含む）について、同一又は類似のものが先に意匠登録されていないかのチェックを勧めているか？	展示会出展、プレスリリース、返礼品登録前に最終確認
☐	支援先に対して、特徴的な技術を利用している場合、同一又は類似のものが先に特許登録されていないかのチェックを勧めているか？	
■支援先事業者の開発に関する、「自社」の知的財産の発信や秘匿について		
☐	支援先では、ふるさと納税返礼品に登録することや、ECサイトに掲載することが、今までより多くの不特定の相手の目に触れることにつながると理解しているか？	
☐	権利化した場合、支援先ではサイトやパンフレットにおいて、商標登録済等をアピールする場合、「商標登録済」や®のマーク等を書き込んでいるか？（特許や意匠の場合は、登録番号等の表記を推奨）	発信前に最終チェック INPIT知財総合支援窓口の利用を勧める 発信前に専門家相談を勧める
☐	事業者のPR文書の中に、製造ノウハウに関わる技術的なプロセス等の秘匿すべき情報が入っていないか？	
☐	支援先にINPIT知財総合支援窓口について案内しているか？	

巻末資料 1 INPIT知財総合支援窓口、INPIT-KANSAIについて

■INPIT知財総合支援窓口（INPIT：独立行政法人工業所有権情報・研修館）

INPIT知財総合支援窓口は中小企業等が抱える様々な経営課題について、自社のアイデア、技術、ブランドなどの「知的財産」の側面から解決を図る支援窓口です。窓口では、登録商標の調査方法について助言してもらうこともできますし、解決したい課題に対して専門家派遣も無料で受けられます。知財総合支援窓口は、各都道府県に設置しており、地域に根付いた支援を行っています。

TEL 0570-082100

全国47都道府県に設置されたお近くの窓口につながります。

知財総合支援窓口 知財ポータル

<https://chizai-portal.inpit.go.jp/>



■INPIT-KANSAIについて

INPITの近畿統括本部（INPIT-KANSAI）では、

- ・「関西知財戦略支援専門窓口」に配置している専門家（知財戦略エキスパート）による“ビジネス・知財総合戦略”に関する専門的な支援
- ・「高度検索用端末利用室」に設置した、特許庁の審査官が使用する機器とほぼ同等の機能をもつ高度検索用端末の利用開放
- ・「面接審査室」を利用した、特許庁審査官による「出張面接審査」「オンライン面接審査」の実施

等を通じて、地域の支援機関等とも連携をしながら、近畿地域の企業の皆さまの事業成長のための知財支援を展開しています。

INPIT-KANSAI

<https://www.inpit.go.jp/kinki/index.html>



（参考）近畿経済産業局 ～知的財産活用支援サイト～ みんなの関西ちざいば

近畿経済産業局では、近畿地方の企業・産業支援機関等に不可欠な知的財産に関する基礎知識や支援施策、イベントなどの最新情報を集約した知財ポータルサイト（知的財産活用支援サイト「みんなの関西ちざいば」）を開設しています。

～知的財産活用支援サイト～ みんなの関西ちざいば

<https://www.kansai.meti.go.jp/2tokkyo/kinip/index.html>



知財総合支援窓口によるふるさと納税返礼品登録商品に関する近畿圏の支援事例

事例1 京阪紙工株式会社（大阪府大東市） 新しい時代を目指したダンボール商品の知財支援

【企業紹介】当社が展示会にダンボール製品を出展するたびに、たくさんの人と出会い、ものづくりで人が喜ぶ顔が見えてきました。当社はこれまでの自社の歩みを活かして、ダンボール製品の特徴を活かした商品づくりにチャレンジしています。知財面では、簡易トイレの商標「@トイレ/アットトイレ」（商標登録第5907488号）などを取得することで権利の活用も図っています。

【相談のきっかけ】同社が出展されていた展示会ブースをINPIT大阪府知財総合支援窓口が訪問し、知財の重要性について説明しました。その場で、開発検討中であった独自商品である簡易トイレやバーベキューセットについて、意匠出願や商標出願を勧め、それらの権利化を支援することとなりました。

【支援概要】同社のダンボールの特徴（軽量、保管・収納性がよい、頑丈）を活かした簡易トイレについてはネーミングについての商標出願を3件、バーベキューセットについてはコンロの意匠出願をされ、専門家と共にそれらの権利化を支援しました（商標登録第5907488号、意匠登録第1570716号他）。このほかにもトング、組立式舞台、段ボール製ストーブなどの意匠権や「脚軽〜ル」、「御禅」など商標権を複数取得されています。

【支援成果】「@トイレ」は大阪府大東市のふるさと納税返礼品となり非常用トイレとして有名になり、公益社団法人日本インダストリアルデザイン協会の「JIDAデザインミュージアムセレクション vol.24 2022年」に選出されました。また、段ボール製ストレッチボード「Ashi Girl-脚軽〜ル」が複数の雑誌に掲載されたり、テレビのニュース番組等で紹介されたり、さらに小売店にて全国販売展開されています。



Product @トイレ（アットトイレ）
@trilet

事例2 株式会社新香 線香新商品の知財保護とブランディング支援

【企業紹介】当社は日本一のお線香生産地淡路島で創業して36年、伝統的な製法を守りながら従来品にはない新たな価値のある商品を提供することをいつも念頭に置いています。お客様目線はもちろんのこと、自社製造でオリジナルかつリーズナブルであることにもこだわり、お客様に喜び感動していただくことが最大の目標です。

【相談のきっかけ】線香の新商品開発に当たり、数年前に、INPIT兵庫県知財総合支援窓口が他社の権利を調査する方法を助言したことがきっかけでした。その後、商標「SOZO」の権利化で助言を行い、更に新たな意匠出願や商品開発・ブランディングの助言へと支援範囲を広げてきました。

【支援概要】新商品となる線香の商標としての「SOZO」の商標出願やロゴマークの商標出願を支援しました。その後、専門家（福島一弁理士）のアドバイスも受けて、色・香りが変化する新たな線香の意匠出願を支援しました。更に、ブランド専門家（中内由佳氏）のアドバイスも受けて、差別化商品及びブランディングの支援、商談用プレゼンテーション資料や補助金申請資料作成の支援を行いました。

【支援成果】支援により、「SOZO」とロゴマークの商標権及び新たな線香の意匠権を取得できました（商標登録第6666858号・第6837790号、意匠登録第1770087号）。1本のお香で春の桜、夏のラベンダー、秋のキンモクセイ、冬の水仙の香りが5分ごとに変わり、季節を感じられるお香タイマーである「SOZO」の春夏秋冬は、令和5年度五つ星ひょうごの認定を受け淡路市のふるさと納税返礼品にも選定されました。また、全国商工会連合会が実施する第12回小規模事業者持続化補助金（一般型）等も受けながら販路を拡大し、売上げ・利益も向上しています。



巻末資料 2 J-PlatPatについて

■特許情報プラットフォーム J-PlatPat

(特許だけでなく、商標等の情報を含みます)

独立行政法人工業所有権情報・研修館 (INPIT) は、インターネットを通じて、誰でも、いつでも、どこからでも、無料で産業財産権情報の検索ができるサービスとして、「J-PlatPat (特許情報プラットフォーム)」を提供しています。

J-PlatPat では、明治以来、特許庁が発行してきた**特許・実用新案、意匠、商標に関する公報や外国公報**に加え、それぞれの出願の審査状況が簡単に確認できる経過情報などの産業財産権情報を提供しています。

J-PlatPat には、「ぶらっと」寄って、情報を「ぱっと」見つけれられるような、ユーザーフレンドリーなサービスが提供できるようにという願いが込められています。

商標に関しては

「商標」のタブから「商標検索」を選び、



「称呼 (類似検索)」に「カタカナ」で名前を入れると、登録されている商標のうち、類似のものがマークを含めて出てきます。

詳しくは指定商品及び指定役務の確認も必要ですが、ネーミングの参考にもなるため、支援先にぜひ利用をお勧めください。

J-PlatPat

<https://www.j-platpat.inpit.go.jp/>



新しい商品のネーミングをしたいな！でも、その商品名を他人が使っていたらどうしよう…？

思いついた商品名と同じ読み方(称呼)の商標を調べてみよう。

まずはインターネットでJ-PlatPatを開いてみよう！

J-PlatPat 検索

一口メモ「読み方(称呼)」だけでなく、「図形」で調べられるよ！

調べてみたら…

同じ読み方の商品名がなかった！

同じ読み方や、似ている読み方の商品名が見つかった…

よし、商標を取ろう！でも、どこで教えてくれるだろう…

けれど、商標を取ることを諦めたくない！誰かに相談できないかな…

知財のスペシャリストが揃う知財総合支援窓口にご相談してみましょう！

知財総合支援窓口は、47都道府県に設置している、地域密着型の無料の相談窓口です。

Tel: 0570-082100

J-PlatPatの操作方法や、商標の出願についてもアドバイスしています。

知財支援はINPIT

日本の中小企業経営を支えたい

知財の面から、知財総合支援窓口がサポートします！

相談無料 秘密厳守

読み方(称呼)で調べてみよう!

J-PlatPat 特許情報プラットフォーム

パソコン画面の場合

スマホ画面の場合

検索対象種別

出願・登録情報 公報 電子化された公報(2000年以降)のみが対象となります。

商標(マーク)

商標(検索用) 検索(類似文字列検索) 称呼(類似検索) 図形(類似検索)

キーワード インピット

思いついた商品名をカタカナで入力し、画面下部の「検索」をクリック。

検索結果

No.	出願番号 登録番号	商標図本	商標 (検索用)	呼称 基準	呼称 (呼称情報)	区分	出願人/ 権利者 名義人	出願日/ 実効開始日	登録日	ステータス	各種機能
2	登録505211 (商標006-094773)		INPIT	01	インピット	09 15 41	独立行政法人 工業所有権 情報・研修館	2006/06/27	2007/06/08	登録・登録	<input type="button" value="詳細情報"/> <input type="button" value="類似検索"/> <input type="button" value="出願履歴"/> <input type="button" value="出願状況"/>

お気軽に電話ください!

J-PlatPatの操作に困った時は

Tel: 03-3588-2751(平日9:00-20:00)

Mail: helpdesk@j-platpat.inpit.go.jp

J-PlatPatのマニュアルの提供

J-PlatPatのマニュアル等をご覧いただけます。ご希望の方には紙冊子もお送りしております。(いずれも無料)

詳しくはJ-PlatPat トップのバナー「マニュアルをダウンロードしたい」からご確認ください。

本書に関するお問い合わせ

独立行政法人工業所有権情報・研修館 知財情報部 情報提供担当

TEL: 03-3581-1101(内線2413)

E-mail: ip-jh05@inpit.go.jp

リサイクルマーク

この情報は、環境マークでリサイクルできます。

2025.05

巻末資料3 そもそも知的財産とは / 侵害してしまっていたら？

知的財産って何ですか？ 出願して査定を受けたら登録できる「産業財産権」

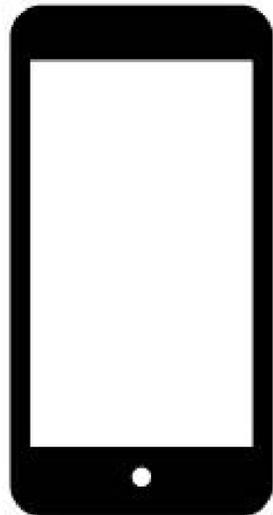
人間の幅広い知的創造活動の成果について、一定期間の独占権を与えるようにしたのが知的財産権制度です。知的財産権は、様々な法律で保護されています。

「産業財産権」は特許庁に出願し、登録となると、権利期間中は独占して利用できる、自由競争の中で例外的に認められている強い権利です。

※著作権は著作物を創作した時点で自動的に発生し、その取得のためになんら手続を必要としません。文化庁には「著作権登録制度」がありますが、これは、著作権が誰のものかを明確にしたい場合等（権利移転等）に利用されるものです。

知的財産権(産業財産権に加えた広い範囲)

- | 産業財産権 | |
|----------------|------------------------|
| ■ 特許権(特許法) | ■ 著作権(著作権法) |
| ■ 実用新案権(実用新案法) | ■ 回路配置権(半導体集積回路の回路配置法) |
| ■ 意匠権(意匠法) | ■ 育成者権(種苗法) |
| ■ 商標権(商標法) | ■ 地理的表示(地理的表示法など) |
| | ■ 商品表示・商品形態(不正競争防止法) |
| | ■ 商号(会社法・商法) |



特許権

自然法則を利用した、新規かつ高度で産業上利用可能な発明を保護

例/通信の高速化、携帯電話の通信方式に関する発明

実用新案権

物品の形状、構造、組合せに関する考案を保護

例/携帯性を向上させたベルトに取付け可能なスマートフォンカバーの形状に関する考案

意匠権

独創的で美感を有する物品の形状、模様、色彩等のデザインを保護

例/美しく握りやすい曲面が施されたスマートフォンのデザイン

商標権

商品・サービスを区別するために使用するマーク(文字、図形など)を保護

例/電話機メーカーが自社製品を他社製品と区別するために製品などに表示するマーク

他人の登録済の産業財産権を知らずに侵害したらどうなりますか？

産業財産権は登録されたら特許庁が出している「公報」に掲載されます。「公報」に掲載されている以上、誰もが情報入手可能な状態であり、「知らなかった」とは言えません。

【ブランド名、商品名は定期的にチェックされている】

仮に、A市が運営しているふるさと納税特設サイトに登録されている返礼品の「商品名」が、他の企業が登録済の商標と同じであった場合を考えてみます。

商標登録をするような会社は自社ブランドを守るために、模倣品等が販売されていないかを常にネットや展示会で定期的にチェックしています。常に知財パトロールをしているようなものです。

【わざとでなくても、商品開発は頓挫かやり直し】

A市の商品開発支援事業を利用して、B to Bで普段ビジネスを行っているB社が新商品開発に成功し、その商品を販路開拓の意味でA市のふるさと納税の返礼品に採用されたとします。

初めて自社商品を世に送り出して、誇りを持ってうきうきしていたB社の返礼品の名前が、第三者の商標権を侵害した場合、権利者からの連絡は、直接B企業へというよりは、ふるさと納税特設サイトの運営者であるA市に入ってくると思われられます。

この場合、他者の知的財産権を侵害していますから、ただちに掲載を取り下げる必要があります。そうすると、せっかくがんばってB社が商品開発したものが、ネーミングもやり直し、パッケージもやり直し、ネット掲載の画像も販促チラシもやり直しになってしまうのです。

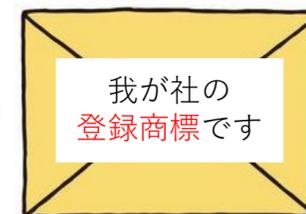
連絡されても止めない場合は、B社に対しての警告状や訴訟（差止請求、損害賠償請求等）へと進むこともあり、そうなった場合は、ふるさと納税返礼品として採用していた自治体の評判や信用が毀損される懸念すら出てくるのです。

Challenge成功！

-開発できた！
-ふるさと納税返礼品に登録！



権利者からの連絡



全部やり直し・・・？
経費倍増？ 中断？



巻末資料4 参考事例① 「#ふるさと納税3.0」の取組事例

参考事例① #ふるさと納税3.0の取組事例

「#ふるさと納税3.0」とは？：寄附者が地場産品を受け取るふるさと納税の従来の仕組みに加え、事業者（地域企業や個人事業主等）が返礼品開発や生産強化のための費用獲得を目指してクラウドファンディング（CF）型で寄附を募り、その資金を自治体が事業者へ補助金として交付する仕組。寄附額の4割程度が補助金上限となっている例がみられます。

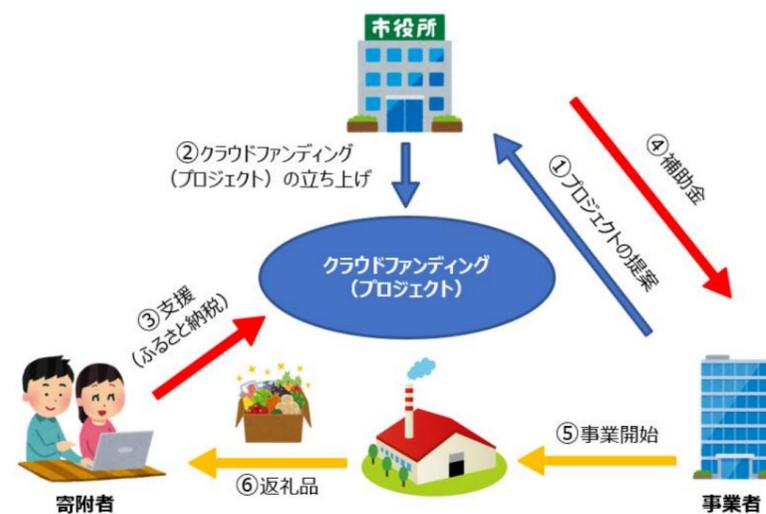
泉佐野市「#ふるさと納税3.0」

ふるさと納税型クラウドファンディングを通じて新たな地場産品を共創し、その創出と販売までを一体で支援するスキーム。返礼品の「お得感」が強調された段階を「ふるさと納税1.0」、寄附で地域を「応援」する寄附者目線の拡大を「2.0」と整理し、その両方を満たしつつ「地場産品を共に創り出す」段階を「3.0」と定義。

泉佐野市では「地場産品創出支援事業補助金・中小企業者支援事業補助金」と連動させながら、毎年度、市内事業者からプロジェクトを公募・採択。2020年度の開始以降、2024年度までの5年間累計で寄附額は185億円超に達している（2024年度約64.1億円）。

具体的には、市内で新たな地場産品を製造、加工、開発いただける事業者を募り、プロジェクト単位でふるさと納税型クラウドファンディングを実施。寄附金が目標に達成した事業者に対して、寄附金の40%を事業開始（イニシャルコスト）に対する補助金として交付する。

事業者は、新たな事業展開のための資金調達ができることはもちろん、新規事業としては不安なスタート時の売上げについてもCF実施時に一定の受注が確保できるほか、CF終了後はふるさと納税に参画することで、継続して受注が見込め、企業や個人事業主のスタートアップ支援となる。また、この取り組みは、ふるさと納税制度で定められた「地場産品基準」により、地場産品資源の豊富な自治体とそうでない自治体に格差をもたらしている問題にも対応。



出典：泉佐野市ニュースリリース（2025年8月22日12.22）

京丹後市「#ふるさと納税3.0」

泉佐野市の「#ふるさと納税3.0」に続き、京丹後市でも同様の取組が始まっています。以下に、ふるさと産品を新たに創出しようとする事業者を支援する補助制度を紹介します。

新たなふるさと産品を創出しようとする事業者や既存産品の改良、増産等に取り組む事業者に対し、ふるさと納税制度を活用したクラウドファンディング（以下「CF」という）により集まった寄附金を財源として補助金を交付する制度。次の補助スキームを2つ用意している。

1. ふるさと産品創出支援事業補助金
2. ふるさと産品生産強化等支援事業補助金

【補助対象者】

- ・新たに創出したふるさと産品を、市のふるさと納税の返礼品として登録する意思を有する者
- ・市内に事業所等を有する、または開設を予定する者で、当該補助金の交付決定の日から5年以上継続して補助事業を行う意思を有する者

【補助金額】

- ・交付する補助金はCF等により資金調達し、寄附額の10分の4を交付。

- ・CF等による寄附額の10分の4が、ふるさと産品の創出に係る必要経費のうち補助対象となる経費の2分の1に達した場合、補助金を交付。
- ・寄附目標額に達しなかった場合でも、協議により補助金を交付する場合がある。
- ・寄附目標額を超えた場合は、補助対象経費の範囲内（補助対象経費の全額補助も可能）で交付。



出典：京丹後市ふるさと納税特設サイト

巻末資料4 参考事例② 商品開発を支えるプロジェクト事例

参考事例② 商品開発を支えるプロジェクト事例

自治体が商品開発を支援し、展示会に共同で出展して開発された商品の販路開拓を目指したり、ふるさと納税返礼品の採択を目指したりする取組も各地で見られます。

八尾市 デザインイノベーション推進事業 「YAOKONTON」等

市内の製造業者が下請けから脱却し、B2BからB2Cへの移行を支援するという方針のもと、2015年から「デザインイノベーション推進事業」を継続的に実施。中小企業とデザイナーをマッチングさせ、企業が持つ技術を製品化することで、技術を外部に「見せる」ための支援を行う。2022年8月にスタートした「YAOKONTON」は、「つくれないものは、無い。」を合言葉に、八尾市内企業の商品開発事業を支援するプログラム。

これまで78アイテムを開発してきた。



(YAOKONTON 開発スケジュール)
<https://yaokonton.jp/>



KINJO JAPAN (錦城護謨)



鉄フライパン (藤田金属)



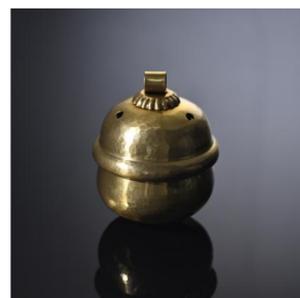
わたしものふくさ (第一創芸)

京都府 「京ものクオリティ市場創出事業 (PRECIOUS KYOTO PROJECT)」

「PRECIOUS KYOTO」では、京都府内の伝統文化やものづくり産業に関わる事業者を対象に、製品の強みを活かした商品開発のサポート。ターゲットは、国外の設計事務所、アート・FFE・PA等ラグジュアリーホテル関連、ハイブランド等の内装、日本の工芸品に理解のある海外セレクトショップや、商社等を設定。

開発プロセスは、各社訪問等で強みや技術を検証。その後、月毎の個別開発会議を開催し、その中でデザイナー等とともに商品のブラッシュアップを重ねていき、参画事業者は素材の検討からプロトタイプ、そして完成に至るまで取り組む。MAISON&OBJETへの出展、パリ市内の小売店舗でのテスト販売等を通じて、海外での販路開拓や自走化を支援。

※本事業は令和6年度にて終了。令和7年度より事業内容及び事業名を変更し、引き続き、海外での販路開拓の支援を展開。



鈴箱 (作島)



ゴールドリーフアートパネル (金箔押山村)



アート畳マット「KAKU」 きぬ川畳店

(公財) こうべ産業・就労支援財団 「神戸セレクション」

「神戸セレクション」は、神戸の魅力が感じられる逸品を認定し、販路支援を通じて挑戦する企業の発展を後押し。同財団の自主事業として2007年から開始。

神戸の暮らしや伝統、商品の開発背景といったストーリーを重視。例えば、神戸開港時から続くコーヒー・紅茶文化、長田のケミカルシューズの歴史、地元の食材を使った商品、老舗ホテルの味が継承された商品など、地域に根差した物語と市場における成長期待度を評価。

認定後は、ロゴマークの使用や「神戸セレクション」公式サイトやSNSなどで認定商品と事業者様の情報を内外に発信。販路開拓の機会として、神戸市内の商業施設でのテスト販売（ポップアップ）、神戸空港へ発着する主要都市（札幌、沖縄）等でのイベント出店、全国各地の百貨店への出店等を通じて継続的に支援。



< P R 冊子 >

この冊子の作成にご協力いただいた皆様 以下、敬称略

【検討会 知的財産専門委員】

オフィス大江山所長
弁理士・行政書士・薬剤師 岡 恵

【検討会 委員】

有限会社セメントプロデュースデザイン
取締役/クリエイティブディレクター 三嶋 貴若
株式会社SASI 代表取締役 近藤 清人

【ヒアリングに協力いただいた自治体、支援機関の皆様】
(五十音順)

泉佐野市、上牧町、京丹後市、京都府、(公財)こうべ産
業・就労支援財団、三条市、関市、燕市、枚方市、八尾
市

発行・事務局

近畿経済産業局 地域経済部 地域連携推進課
〒540-8535 大阪府大阪市中央区大手前1丁目5-44
大阪合同庁舎第一号館

令和7年度自治体における製品開発事業に際しての知的財産調査事業

編集・事務局

株式会社ダン計画研究所 TEL 06-6944-1173