

第7回JIPA知財シンポジウム
パネルディスカッション

三位一体の知財経営をどう実現するか

2008年1月18日
サントリー株式会社
知的財産部 竹本一志

1 . サントリーグループの事業概要と現状

2 . サントリーの知的財産活動上の課題と対策

サントリーグループの事業概要

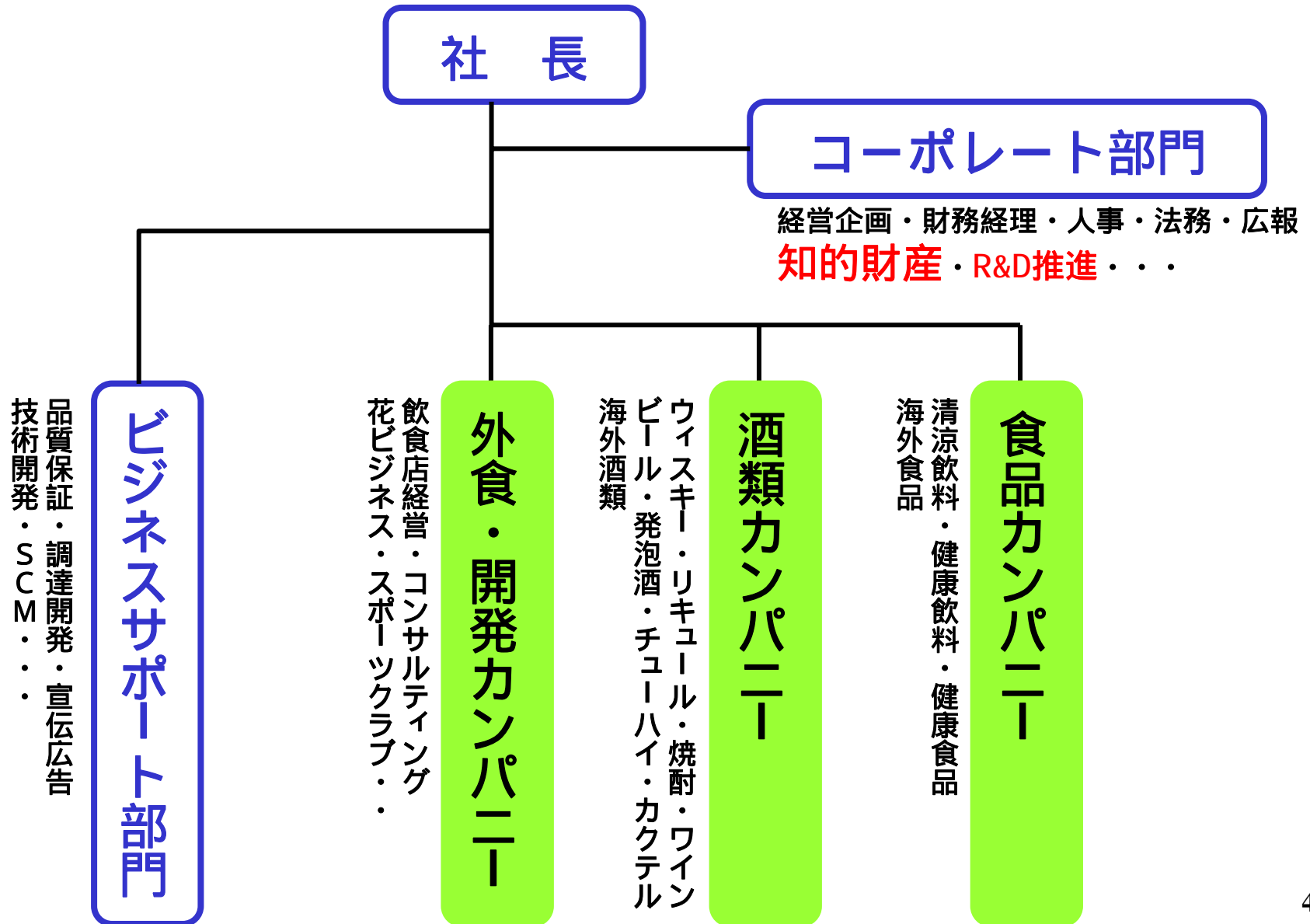
サントリーグループ (2006年12月31日現在)

会社数	: 177社
連結売上高	: 1兆4,139億円
連結経常利益	: 756億円
従業員数	: 20,206名
主な対象市場	: 一般消費者、飲食店など

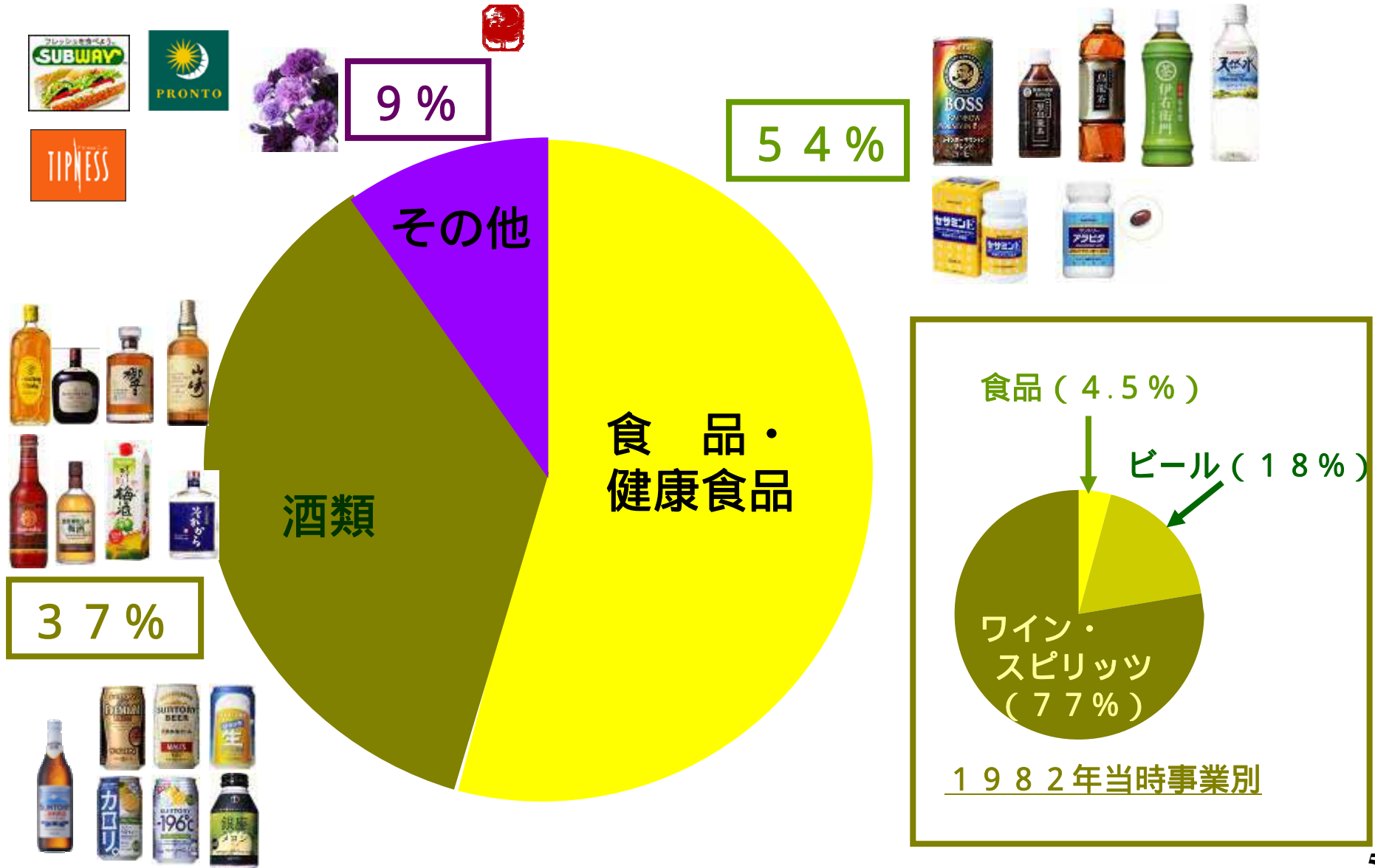
サントリー株式会社単体 (2006年12月31日現在)

本社所在地	: 大阪市北区堂島浜
創業年	: 1899年
設立年	: 1921年12月1日
資本金	: 300億円
売上高	: 7,970億円
経常利益	: 377億円
従業員数	: 4,398名
主な対象市場	: 一般消費者、飲食店など

サントリーグループの組織



サントリーグループの売上構成



1 . サントリーグループの事業概要と現状

2 . サントリーの知的財産活動上の課題と対策

事業戦略：新商品開発とブランド化

～60年代

70年代

80年代

90年代

'07赤玉ポトワイン



'72 金曜日はワイン



'80家庭用生樽



'93ザ・カテルバー



'94 ホップス



'29 白札



'78 ブランデー・アメリカンCP



'84ペンギン缶



'96とっておき果実



'50 オールド



'67 純生



'80 バレンタインCP



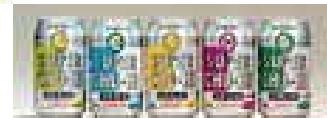
'84山崎



'85 アワ缶



'99 スーパーチューハイ



'86 モルツ



'99マグナムドライ



イノベーションを起こす商品の開発
成功確率の低い業界にあって長期に渡る商品育成が必要

競争力：ブランドと技術



自社独自の技術とブランドの活用
コアの構築とマーケットリーディングが決め手



新たな知の創出

特性：少数の基本技術・模倣が容易・多くの分野に跨る研究

知的財産活動上の課題

- 当社の場合 -

事業戦略：新商品開発とブランド化

イノベーションを起こす商品の開発
成功確率の低い業界にあって長期に渡る商品育成が必要

商品開発の独自性の確保
長期に渡る事業基盤の確保

競争力：ブランドと技術

自社独自の技術とブランドの活用
コアの構築とマーケットリーディングが決め手

知財ポートフォリオの構築と管理
権利の有効活用

技術領域：ライフサイエンス

新たな知の創出
特性：少数の基本技術・模倣が容易・多くの分野に跨る研究

シーズの確保
多方面に渡る研究成果の管理

知財部に求められる役割

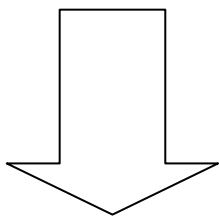
事業戦略：新商品開発とブランド化

事業・R&D

イノベーションを起こす商品の開発
成功確率の低い業界において
長期に渡る商品育成が必要

知財

商品開発の独自性の確保
長期に渡る事業基盤の確保



技術価値の判断と事業化への動機付け
(商品コンセプトに照らした知的財産権取得の射程範囲の的確な設計)

知財部に求められる役割

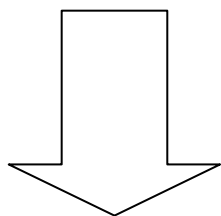
競争力：ブランドと技術

事業・R&D

自社独自の技術とブランドの活用
コアの構築と
マーケットリーディングが決め手

知財

知財ポートフォリオの構築と管理
権利の有効活用



事業・R&D・知財が一体となったシナリオの検討
(事業、R&D、知財それぞれにbenefit)

知財部に求められる役割

技術領域: ライフサイエンス

事業・R&D

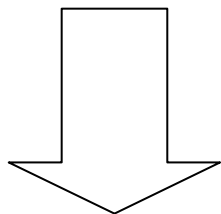
新たな知の創出

特性: 少数の基本技術・模倣が容易・多くの分野に跨る研究

知財

シーズの確保

多方面に渡る研究成果の管理



シーズ発掘の方法・連携への対応
複数機関が関与する場合の対処、調整

サントリーの知的財産活動

事業・R&D・知財の三位一体の活動

- ・発明委員会の設置
- ・知財創出プロジェクトの推進
(パテントポートフォリオ意識の定着と構築)

発明評価制度の拡充

- ・報償制度の改訂
- ・実験ノートの管理強化

啓蒙・知財キャリア開発

- ・特許管理者研修
- ・特許作成講座
- ・商標・意匠研修
- ・知財e-learning

水と生きる

SUNTORY

人と自然の共生を実現するために水を大切に育む。とともに社会を潤す水となる。そんな思いを「水と生きる」という言葉に込めました。