

JIPAシンポジウム

サントリーの知財活動

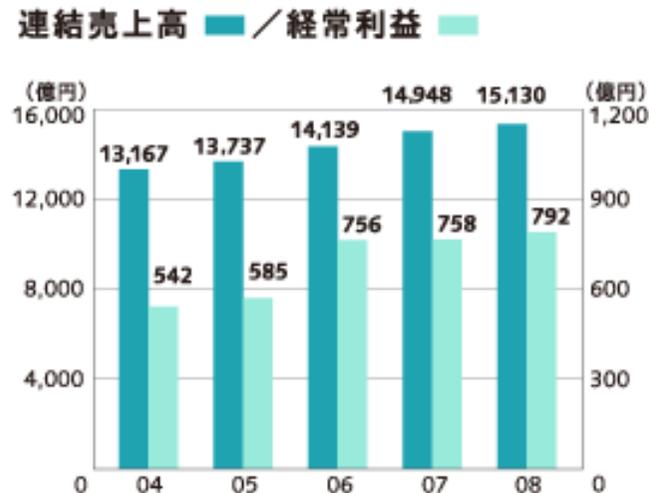
2011年2月3日

サントリーホールディングス株式会社
常務執行役員 辻村 英雄

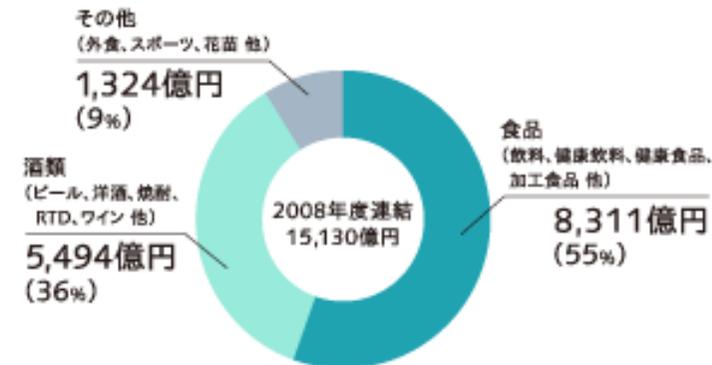
サントリーグループの事業概要

サントリーグループ (2008年12月31日現在)

会社数：182社
連結売上高：1兆5,130億円
連結経常利益：792億円
従業員数：21,845名
主な対象市場：一般消費者、飲食店など



事業別売上構成



事業・R & D・知財の三位一体と知的創造のサイクル



知財の積極的活用による経営戦略

競争環境の変化

取り巻く環境

安心・安全の徹底：変化に極めて慎重、イノベーションを起こしにくい

経験に基づくノウハウが重要、事業戦略ではマーケティング重視

成功確率の低下・製品寿命の短期化・サバイバルゲームの様相

業界の変化

知的財産権の活用による事業経営へのシフト

価格競争に巻き込まれない競争優位な製品が出現

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

企業の存続

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

利益の源泉

知財ポートフォリオマネージメント
と権利の有効活用

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

成長の端緒

多方面に渡る研究成果の管理

事業・R&D・知財の三位一体の活動

事業上の課題

高付加価値製品
グローバル展開

R&D上の課題

安心・安全
差別化商品

知財上の課題

知財保証
権利化保護

事業・R&D・知財それぞれにBenefit

ブランド

技術

シナリオ

企業の存続と発展のために

既存事業の維持・発展と新規事業の創出

ブランド維持・発展と技術シナジー

新商品開発とブランド創出・育成

シーズ発掘と新規事業創出

おわり