

ChatGPT o3-mini-high

共有する

Hi

あなた:

サントリーの成長戦略への知的財産部門の貢献実績について

ChatGPT:

サントリーの成長戦略に対する知的財産部門の貢献実績について詳しく調査します。

以下の点について詳しく知りたい項目があれば教えてください。

- 知的財産戦略の具体的な取り組み(特許、商標、ライセンスなど)
- 具体的な成功事例(新製品開発への貢献、技術移転、競争優位性の確保など)
- 近年の知財活動の動向やトレンド
- 知財部門と他部門(研究開発、マーケティングなど)との連携
- 海外展開における知的財産の役割

特定の期間(例:過去5年)や、特定の事業分野(飲料、医薬、ヘルスケアなど)があれば教えてください。

あなた:

全てお願いします。特にブランド力の強化への貢献もお願いします。

ChatGPT:

承知しました。サントリーの成長戦略に対する知的財産部門の貢献実績について調査します。

以下の観点を含め、詳細なレポートを作成します。

- 知的財産戦略の具体的な取り組み(特許、商標、ライセンスなど)
- 具体的な成功事例(新製品開発への貢献、技術移転、競争優位性の確保など)

- 近年の知財活動の動向やトレンド
- 知財部門と他部門(研究開発、マーケティングなど)との連携
- 海外展開における知的財産の役割
- ブランド力の強化への貢献

調査結果がまとめ次第、ご報告いたします。

Research completed in 5m. 15 件の情報源

サントリーの成長戦略における知的財産部門の貢献

サントリーグループは創業以来、知的財産(IP)を重要な経営資源と位置付け、成長戦略に知財戦略を組み込んできました。特許や商標といった知的財産の積極的な取得・活用により、新製品開発やブランド強化、海外展開で競争優位を確保しています。本レポートでは、サントリーの知的財産部門の具体的な取り組みと貢献実績を、最新の公開データや業界動向に基づき整理します。

知的財産戦略の具体的な取り組み

- **知財部門の設立と体制強化:** サントリーは知的財産権を統括する専門部署を設置し、特許を扱う知的財産部と商標およびコーポレートブランド「SUNTORY」を扱う商標部を設けています [suntory.com](https://www.suntory.com)。この体制により、グループ全体の知財戦略を一元管理し、権利の取得と保護を強化しています。
- **特許戦略:** 研究開発やデザイン活動の成果を積極的に特許などの知的財産として取得・活用しています [suntory.com](https://www.suntory.com)。社内では従業員の発明を奨励する発明報奨制度を導入し、イノベーション創出を促進しています [suntory.com](https://www.suntory.com)。例えば、サントリーはノンアルコールビールの風味向上技術に関する特許を取得し、低糖・低カロリーでもキレのあるビール風飲料を実現しました patents.justia.com。また、お茶由来ポリフェノールの研究から、安全で嗜好性を損なわない抗肥満成分を開発し、特許出願しています patents.justia.com。これらの特許群が独自技術の保護と製品競争力向上に寄与しています。
- **商標戦略:** ブランドを顧客の安全・安心と結びつけ、国内外であらゆる製品名を商標登録して保護する方針をとっています [wipo.int](https://www.wipo.int)。特に近年は海外企業

の買収により海外事業が拡大し、取得・管理すべき商標も増加しました wipo.int。そこで WIPO のマドリッド制度 を活用し、一度の出願で複数国で商標権を取得・管理する戦略を取っています wipo.int。この制度によりコスト削減と効率的な権利維持が可能となり、サントリーは約 150 件の国際商標登録を取得し約 100 か国で保護を及ぼしています wipo.int。

- **ライセンスと提携:** 他社とのライセンス契約や提携も成長戦略に活用しています。例えば、米 PepsiCo 社とは長年協業関係にあり、サントリー食品インターナショナルは日本国内におけるペプシ製品の製造・販売ライセンスを取得して展開しました reuters.com。このように外部ブランドの導入や、自社技術のライセンス供与によって事業拡大やポートフォリオ強化を図っています。

具体的な成功事例による貢献

サントリーの知財戦略は具体的なビジネス成果にも結びついています。以下に主な成功事例を挙げます。

- **革新的飲料の開発と保護:** サントリーは独自技術を活かした新商品を次々と投入し、それらを知財で保護しています。例として、世界的なクラフトジンブームを背景に、子会社のサントリースピリッツと米 Beam Suntory 社の知見を結集して開発したクラフトジン「ROKU(六)」があります wipo.int。2017 年の発売当初からグローバル展開を見据え、マドリッド協定を利用して将来進出予定の国も含め 20 か国以上で商標を出願し wipo.int、事業拡大に合わせて保護地域を順次広げました wipo.int。また、2018 年発売のジャパニーズクラフトウォッカ「HAKU(白)」では、日本産米 100%を原料に独自のろ過技術を採用していますが、この製法についても特許を取得済みです wipo.int。商標と特許の両面から保護することで、両製品は海外市場でも高い評価を得て競合優位に立っています。
- **健康食品・機能性飲料での知財活用:** 健康志向の高まりを捉え、サントリーは機能性成分の研究開発にも注力しています。例えば「黒烏龍茶」に代表される脂肪吸収抑制の技術はお茶由来のポリフェノール研究から生まれ、関連特許が製品の裏付けとなりまし patents.justia.com。また、ゴマ成分のサプリ「セサミン」に関しても、ゴマ由来成分とビタミン B1 の組み合わせによる抗疲労作用の特許技術を開発し製品化しています patents.justia.com。これらの知財に支えられた商品群は市場で好調な売上を上げ、新たな収益源として成長戦略に貢献しています。

- **多角化分野での知財成果:** サントリーは飲料以外の分野でも知財を活かした挑戦をしています。その象徴が世界初の青いバラ「サントリーブルーローズ (APPLAUSE)」の開発です。長年不可能とされたバラの青色化にバイオ技術で成功し、1992年には**“青色遺伝子”を単離して特許取得**、2009年に「青いバラ アプローチ」として商品化し florigene.com。この成果は「不可能の克服」として大きな話題となり、花卉市場に新たな高付加価値製品を生み出しました。遺伝子特許と商標 (APPLAUSE®) で保護された青いバラは、サントリーの技術力・ブランド力を示す好例となっています。

近年の知財活動の動向・トレンド

- **知財重要性の高まりと経営戦略への統合:** 知的財産の重要性は年々増しており、日本においても知財への社会的関心の高まりや政府の施策強化を背景に、企業は知財戦略を経営に組み込む動きが加速しています suntory.com。サントリーも「知的財産は競争力の源泉」と位置付け、経営層が関与して知財ポートフォリオを最適化する体制を整えています。
- **海外市場拡大に対応したグローバル知財管理:** 新興国を含む各国で事業展開する中、知財の国際的な取得・管理が一層重要になっています。近年、東南アジア諸国でマドリッドプロトコル加盟国が増加し国際商標制度の利便性が向上したことも追い風とな wipo.int、サントリーは世界各地での商標出願・権利維持を効率化しています。また M&A による海外ブランド・技術の取得も進み、買収先企業の知財統合や相乗効果創出が課題かつトレンドとなっています。
- **デジタル化と知財リスクへの対応:** EC (電子商取引) の普及やデジタル化の進展に伴い、模倣品・海賊版がオンライン上で流通しやすくなっています。COVID-19 禍でオンライン購入が増えた結果、偽造品が消費者に直接届く機会も増加しました ip-fw.com。こうした状況に対し、知財部門ではデジタル監視の強化や法的措置など新たな手法でブランド保護に努める必要性が高まっています。
- **知財の社会貢献・サステナビリティ:** サントリーは創業者の精神「社会への恩返し」に基づき、知的財産を社会課題の解決にも役立てています suntory.com。例えば自社技術のオープン化や他機関との協働により、水資源保全や環境問題に対応するケースもあります。知財を独占するだけでなく、共創やライセンス供与を通じて社会価値を高める姿勢が近年のトレンドになっています。

知財部門と他部門との連携

知財戦略を効果的に実行するには、知財部門と研究開発(R&D)部門やマーケティング部門との密接な連携が欠かせません。サントリーでは、新製品の企画段階から知財部門が関与し、他部門と協働する仕組みを整えています。

- **研究開発との連携:** R&D 部門とは発明の掘り起こしと他社特許クリアランスの両面で連携しています。新技術を採用する際には、知財部が関連する他社特許の存在を事前に調査し、侵害リスクを検証します suntory.com。発明が生まれれば早期に出願手続きを行い、研究成果の権利化と事業への活用を支援します。例えば先述のろ過技術や機能性成分は、R&D と知財部門が一体となって開発・特許化した成果です。
- **マーケティング・ブランド部門との連携:** 新商品のネーミングやブランド戦略においても知財部が関与します。商品名の決定にあたって他社の商標を調査し、名称が既存商標と衝突しないことを確認しています suntory.com。またブランド部門と協力して自社ブランドの価値向上策(商標のグローバル出願、ブランドガイドライン策定など)を講じています。例えば「響」「山崎」など世界的に知られるウイスキーブランドについて、各国で商標を防衛取得することで模倣品排除とブランド育成を図っています。
- **知財リスク管理と全社教育:** 他部門との連携には、知財リテラシー向上も重要です。サントリーでは従業員向けに知財教育を行い、開発・営業現場で知財リスクや活用機会を適切に判断できるよう支援しています。これは製品開発プロセス全体で知財を意識し、他部門と知財部門が共通言語で協働する土台となっています。

海外展開における知的財産の役割

サントリーのグローバル展開において、知的財産部門はブランド・技術の国際展開を下支えする重要な役割を担っています。

- **海外市場でのブランド保護:** サントリーは海外進出する際、各市場で自社ブランドを迅速に商標登録し、ブランド資産を守っています。国際商標制度(マドリッド制度)の活用により、一括出願で多国における商標権取得を可能にし、大幅な効率化とコスト低減を実現しました wipo.int。特に東南アジアなど成長市場で制度利用が容易になったことから、事業拡大と並行して商標の保護範囲

を広げています [wipo.int](https://www.wipo.int)。その結果、「SUNTORY」コーポレートブランドや「山崎」「響」など主要ブランドを含め、グローバルで 150 件以上の商標登録を保有し約 100 カ国で権利を確保しています [wipo.int](https://www.wipo.int)。

- **海外での特許戦略:** 製品・技術によっては特許も各国で権利化し、模倣品や競合参入を抑止しています。ウイスキー製造技術やろ過技術、健康成分などは主要市場で特許出願しており、各国の知財制度に則って保護網を構築しています。現地法人や提携先とも連携し、適切な権利行使や技術ライセンス交渉を行うことで、海外事業の安定と成長を支えています。
- **M&A における知財統合:** サントリーは近年、海外企業の買収(米国のビーム社や欧州のオレンジナ社など)を通じて事業領域を拡大してきました [reuters.com](https://www.reuters.com)。知財部門はこれら買収に際し、相手先が有するブランド・特許のデューデリジェンスを実施し、貴重な無形資産として統合後に最大限活用できるよう計画します。買収ブランドを新市場へ展開する際には商標出願や侵害排除を行い、逆に不要な権利は整理するなど、M&A 後の成長戦略にも知財の専門知識が活かされています。
- **模倣品対策と信頼性確保:** 海外市場ではサントリー製品の人気上昇に伴い、模倣品が出回るリスクも増大します。特に高級ウイスキーや健康食品は標的になりやすく、中国などではサントリー製サプリメント「セサミン」の偽物が発見された例もあります [jp-fw.com](https://www.jp-fw.com)。知財部門は法務部門等と協力し、各国の関係当局への働きかけや現地調査を実施。近年は専門機関のオンライン監視サービスも導入し、模倣品が消費者の手に渡る経路を遮断する取り組みを強化しています [jp-fw.com](https://www.jp-fw.com)、[jp-fw.com](https://www.jp-fw.com)。これにより海外市場におけるブランド信頼性の維持と顧客保護に貢献しています。

ブランド力の強化への貢献

知的財産部門の活動は、サントリーのブランド力強化にも直結しています。強いブランドは企業成長の原動力であり、知財部門はブランド価値向上のため以下のような貢献を行っています。

- **ブランド価値の保護と向上:** 商標の適切な管理によりブランド毀損リスクを低減し、ブランド価値を維持向上させています。サントリーの企業ブランド価値は年々上昇傾向にあり、インターブランド社の「Best Japan Brands 2024」では**ブランド価値 49 億ドル(前年比 18%増)で国内第 12 位**にランクされました [interbrandjapan.com](https://www.interbrandjapan.com)。知財部門はこの価値あるブランドを法的に守り抜くことで、マーケティング戦略を下支えしています。

- **模倣品排除と顧客信頼の確保:** 前述のように偽物対策はブランド力維持に不可欠です。知財部門の尽力により、有害な模倣品や粗悪品が市場から排除されることで、顧客は常に本物の品質を享受できます。実際、サントリーではアジア市場で横行した偽サプリを摘発し、オンライン上での流通を抑制する措置を講じまし ip-fw.com、ip-fw.com。これは単に商標権を守るだけでなく、「安全・安心」を提供する企業としての信頼維持に大きく貢献しています。
- **ブランド戦略との連携:** 知財部門はブランド戦略部門と共同でブランドポートフォリオを管理し、ブランドの一貫性と格調を保つよう努めています。例えばブランドロゴやスローガンなどの著作権・意匠も含めて権利を管理し、不正使用があれば警告・法的措置を講ずる体制です。また、新ブランド立ち上げ時にはネーミングから商標取得まで一貫して関与し、ブランド構築の初期段階から価値保全に取り組みます。このような密接な関与により、サントリーのブランドは長期的に強固な資産として育まれています。

おわりに

以上の調査から、サントリーの成長戦略において知的財産部門が果たす役割は極めて大きいことが明らかです。知財戦略の巧拙が新商品開発の成否や海外展開のスピード、ブランド価値の向上に直結しており、同社は知財を経営の中核に据えて取り組んでいます。特許・商標の取得活用による競争優位性の確保、他部門との連携による迅速な権利対応、そしてグローバルなブランド保護と模倣品対策まで、知財部門の貢献は多岐にわたります。

これからも知的財産を巡る環境は変化し続けますが、サントリーは「やってみなはれ」の精神のもと挑戦を続け、知財戦略を巧みに駆使して持続的成長を実現していくでしょう。その成功事例と取り組みは、他企業にとっても知財と成長戦略の連動の重要性を示す好例と言えます wipo.int。