

ユニ・チャームの成長戦略における知的財産部門の貢献

グローバル市場において、企業の競争力を左右する重要な要素の一つに、知的財産戦略が挙げられます。特に、消費財メーカーであるユニ・チャームは、常に変化する消費者ニーズに対応し、競争優位性を築くために、積極的な知的財産戦略を展開しています。本稿では、ユニ・チャームの成長戦略における知的財産部門の貢献実績について、詳細に分析していきます。

1. ユニ・チャームの知的財産部門の役割と活動内容

ユニ・チャームは、「世界の人々の健康と快適な生活に貢献する」という企業理念のもと、ベビーケア、フェミニンケア、ヘルスケア、ペットケアなどの幅広い分野で事業を展開しています。その中で、知的財産部門は、研究開発、マーケティング、法務などの部門と連携し、知的財産の創造、保護、活用を推進することで、企業価値の向上に貢献しています。具体的には、知的財産部門は、以下の3つのコア・バリューを掲げ、事業活動を行っています。

- **スピード:** 事業のスピードに合わせて、迅速かつ的確な知的財産活動を展開
- **グローバル:** 世界を視野に入れた知的財産戦略を策定し、グローバルな権利取得と活用を推進
- **チャレンジ:** 新しい技術やアイデアを積極的に保護し、知的財産を活用した新規事業の創出を促進

ユニ・チャームの製品開発は、「人」を中心としたデザイン思考に基づいて行われており、消費者の潜在的なニーズを捉え、生活者視点での課題解決を目指しています。このような開発 **philosophy** は、知的財産戦略にも反映されており、消費者の共感を呼ぶ製品やサービスを生み出すための重要な要素となっています。

上記の役割を果たすために、ユニ・チャームの知的財産部門は、以下の活動を行っています。

- **知的財産戦略の策定:** 企業全体の事業戦略に基づき、知的財産戦略を策定し、特許、商標、意匠などの知的財産権の取得、管理、活用を推進しています。
- **知的財産権の取得:** 研究開発部門と連携し、発明、考案、デザインなどを特許、実用新案、意匠などの知的財産権として出願、取得しています。
- **知的財産権の管理:** 取得した知的財産権を適切に管理し、権利の有効期限や更新手続きなどを監視しています。
- **知的財産権の活用:** ライセンス契約や共同研究などを通じて、知的財産権を積極的に活用し、収益の拡大や事業の多角化を図っています。
- **知的財産リスクの管理:** 知的財産権に関する紛争や侵害のリスクを分析し、適切な対策を講じています。

2. ユニ・チャームの成長戦略における知的財産部門の貢献実績

ユニ・チャームの知的財産部門は、上記の活動を通じて、同社の成長戦略に大きく貢献しています。具体的には、以下の実績が挙げられます。

(a) 新規事業創出への貢献

ユニ・チャームは、消費者のニーズを的確に捉え、新しい製品やサービスを開発することで、市場を創造し、成長を続けてきました。この新規事業創出において、知的財産部門は重要な役割を果たしています。

- **新規製品・サービスの開発における知的財産権の活用事例:** ユニ・チャームは、独自の吸収体技術に関する特許を多数保有しており、これを活用して、高機能な紙おむつや生理用品などの新製品を開発しています。例えば、「ムーニーマンエアフィット」は、通気性に優れた独自のシート構造に関する特許技術を活用した製品であり、乳幼児の肌への負担を軽減することで、大きな支持を得ています。また、高齢者向けのおむつ「ライフリー」では、消臭機能や肌への優しさに関する特許技術を導入することで、市場競争力を強化しています。
- **Co-Creation Center:** ユニ・チャームは、「Co-Creation Center」と呼ばれる施設を設け、社内外の専門家や消費者と連携し、新製品やサービスの開発に取り組んでいます。この施設では、デザイン思考やオープンイノベーションの手法を活用することで、消費者の潜在的なニーズを捉え、革新的な製品を生み出しています。知的財産部門は、Co-Creation Center で生まれたアイデアや技術を、特許などの知的財産権によって保護することで、新規事業の創出を支援しています。
- **デザイン思考:** ユニ・チャームは、製品開発プロセスにおいて、デザイン思考を積極的に活用しています。デザイン思考とは、ユーザー中心のアプローチで、共感、定義、アイデア、プロトタイプ、テストの5つの段階を繰り返すことで、課題解決やイノベーションを促進する手法です。知的財産部門は、デザイン思考プロセスに参画し、生まれたアイデアを特許などの知的財産権で保護することで、競争優位性を確保しています。

(b) 既存事業の強化への貢献

ユニ・チャームは、既存事業においても、常に改善と innovation を追求することで、競争力を維持・強化しています。知的財産部門は、この既存事業の強化にも大きく貢献しています。

ブランド価値と商標戦略: ユニ・チャームは、「ムーニー」、「ソフィ」、「マミーポコ」など、多くの強力なブランドを保有しています。これらのブランドは、長年の研究開発やマーケティング活動によって築き上げられた、同社の重要な資産です。知的財産部門は、商標権などを活用することで、これらのブランド価値を守り、高めています。主要ブランドの商標は、国内外で積極的に登録しており、模倣品対策やブランド価値の維持に努めています。

- **知的財産権を活用した製品・サービスの差別化事例:** ユニ・チャームは、既存製品の改良にも積極的に取り組み、知的財産権を活用することで、競合他社との差別化を図っています。例えば、「ソフィ」ブランドの生理用品では、吸収力やフィット感に関する特許技術を導入することで、女性の快適性を向上させ、ブランドイメージを高めています。

(c) 海外事業展開への貢献

ユニ・チャームは、アジアを中心とした海外市場への進出を積極的に進めており、世界各国で事業を展開しています。この海外事業展開においても、知的財産部門は重要な役割を果たして

います。

- **知的財産権を活用した海外市場進出事例:** ユニ・チャームは、日本国内で取得した特許を基に、現地ニーズに合わせた製品を開発し、市場に投入しています。例えば、中国や東南アジアでは、紙おむつの素材や形状を、現地の気候や生活習慣に合わせて改良することで、市場での **acceptance** を高めています。
- **Thinx ブランドの買収:** ユニ・チャームは、2020年にアメリカの生理用ショーツブランド「Thinx」を買収しました。Thinxは、吸収性、防臭性、快適性に優れた生理用ショーツを開発・販売しており、欧米を中心に高い人気を誇っています。この買収により、ユニ・チャームは、フェミニンケア事業における製品 **portfolio** を拡充し、北米市場でのプレゼンスを高めることに成功しました。
- **新興国市場における知的財産保護:** ユニ・チャームは、新興国市場においても、知的財産権の保護に積極的に取り組んでいます。模倣品対策やブランド保護を強化することで、市場における競争優位性を確保し、持続的な成長を目指しています。

3. ユニ・チャームの知的財産部門の今後の展望

ユニ・チャームは、今後もグローバル市場での競争力を強化するために、知的財産部門の役割をさらに重要視していくと考えられます。具体的には、以下の取り組みが予想されます。

- **デジタル技術の活用:** AI やビッグデータなどのデジタル技術を活用することで、知的財産情報の分析や管理を効率化し、より戦略的な知的財産活動を目指します。
- **オープンイノベーションの推進:** 大学や研究機関との連携を強化し、オープンイノベーションを通じて、外部技術の導入や共同研究を促進します。
- **グローバル人材の育成:** 海外事業の拡大に伴い、国際的な知的財産に関する知識や経験を持つ人材の育成を強化します。

持続可能性と知的財産

ユニ・チャームは、ESG (環境・社会・ガバナンス) 経営を重視しており、持続可能な社会の実現に向けて積極的に取り組んでいます。知的財産部門も、この取り組みに貢献するために、環境負荷の低減や社会課題の解決に繋がる技術開発を支援し、その成果を知的財産権で保護することで、社会全体の持続可能性向上に貢献していきます。

4. 競合他社の知的財産戦略との比較分析

ユニ・チャームの競合他社としては、花王、P&G、大王製紙などが挙げられます。これらの企業も、それぞれ独自の知的財産戦略を展開しており、ユニ・チャームと比較することで、強みや弱みを分析することができます。

(a) 競合他社の知的財産部門の活動内容

- **花王:** 基礎研究に力を入れており、独自の技術開発を重視しています。そのため、特許出願件数が多く、質の高い特許ポートフォリオを構築しています。また、オープンイノベーションにも積極的に取り組み、外部の研究機関や企業との連携を強化しています。

- **P&G:** 世界的なブランド力を有しており、商標戦略に強みを持っています。グローバルな視点でブランド管理を行い、模倣品対策にも力を入れています。また、デジタル技術を活用したマーケティングにも注力しており、消費者とのエンゲージメントを高めるための取り組みを強化しています。
- **大王製紙:** コスト競争力を重視しており、生産効率の向上や低コスト化につながる技術開発に注力しています。また、環境負荷の低減にも積極的に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献するための活動を展開しています。

(b) ユニ・チャームとの比較における強みと弱み

企業	強み	弱み
ユニ・チャーム	アジア市場への展開力、スピード感のある製品開発、人中心のデザイン思考	基礎研究力、グローバルブランド力
花王	基礎研究力、質の高い特許ポートフォリオ、オープンイノベーション	スピード感、アジア市場への展開力
P&G	グローバルブランド力、商標戦略、デジタルマーケティング	コスト競争力
大王製紙	コスト競争力、環境への取り組み	製品開発力、ブランド力

5. ユニ・チャームの知的財産部門の成功要因分析

ユニ・チャームの知的財産部門は、なぜこれほどまでに同社の成長に貢献できているのでしょうか。その成功要因を分析すると、以下の点が挙げられます。

(a) 組織文化、リーダーシップ、人材育成などの観点からの分析

- **経営層の強いコミットメント:** ユニ・チャームの経営層は、知的財産の重要性を深く理解し

ており、知的財産戦略を積極的に推進しています。

- **部門間の連携:** 知的財産部門は、研究開発部門、事業部門、法務部門など、様々な部門と密接に連携し、一体となって知的財産活動を推進しています。
- **人材育成:** 知的財産に関する専門知識やスキルを持つ人材を育成するために、研修制度や資格取得支援制度などを充実させています。

(b) 知的財産管理システム、プロセス、ツールなどの観点からの分析

- **効率的な知的財産管理システム:** 知的財産情報を一元管理するシステムを導入し、情報の共有化や業務の効率化を図っています。
- **PDCA サイクル:** 知的財産活動においても、PDCA サイクルを回し、継続的な改善に取り組んでいます。
- **外部専門家との連携:** 特許事務所や弁護士などの外部専門家と連携し、専門的な知識やノウハウを活用しています。

6. 結論

ユニ・チャームは、積極的な知的財産戦略を展開することで、競争優位性を築き、グローバル市場での成長を続けています。知的財産部門は、研究開発成果の保護、ブランド価値の向上、模倣品対策、新規事業の創出など、様々な役割を担っており、同社の成長戦略に大きく貢献しています。

特に、ユニ・チャームの知的財産戦略の特徴として、以下の点が挙げられます。

- **人中心のデザイン思考:** 消費者の潜在的なニーズを捉え、生活者視点での課題解決を目指した製品開発を行うことで、共感を呼ぶ製品やサービスを生み出し、知的財産を創出しています。
- **グローバルな視点での知的財産保護:** 新興国市場を含む世界各国において、知的財産権の保護に積極的に取り組み、模倣品対策やブランド保護を強化することで、市場における競争優位性を確保しています。

これらの特徴は、ユニ・チャームの持続的な成長を支える重要な要素となっています。

今後も、デジタル技術の活用やオープンイノベーションの推進など、新たな取り組みを通じて、知的財産部門の役割はさらに重要性を増していくと考えられます。ユニ・チャームは、知的財産戦略を進化させ続けることで、グローバル市場における競争力を強化し、世界の人々の健康と快適な生活に貢献していくことが期待されます。