

資生堂における知財戦略

東久保 和 雄*



はじめに

化粧品業界における知的財産の役割は、どのような意味を持つのであろうか。化粧品はカタログスペックのみで機能を語ることの出来ない商品であると言える。即ち、化粧品の機能をすべて定量的な数値で表現することは非常に難しい。「しっとりする」、「のびが良い」、「翌朝の皮膚の感触が良い」といった、官能的な表現で化粧品の有用性を示すことが多々ある。こうした感覚は、主として女性のお客さまには、理解していただいていると思っている。その一方、特許としての進歩性を比較データで定量的に示し難いのが、業界共通のジレンマでもある。今回の巻頭言を契機として、化粧品業界における知的財産の特色を述べると共に、弊社の特許戦略について改めて考えて見たい。機械や電気、自動車と言った業界との違いを感じていただければ幸いである。

知財の組織体制

弊社では意匠・商標を担当する総務部法務室、特許・実用新案を担当する特許部と、各々の専門性を生かすこと及びブランド戦略を強化する観点から別の組織で運営している。ここからは、主として特許に関することを研究開発と関係付けて述べてみたい。

化粧品を構成する基幹技術は、多岐に亘っている。乳化・可溶化に関する「界面科学」、粉末の表面処理に関する「粉体科学」、皮膚生理に関する「皮膚科学」、素材開発に関する「薬剤学」「天然物化学」「有機合成」「無機合成」、その他、「分析化学」「微生物学」「毒性学」等も、品質保証上重要な基幹技術である。こうした幅広い学問分野を担当する多くの研究員の成果が、「化粧品」に集約される。弊社ではこのことを“Creative Integration”「創造性の統合」と呼んでいる。即ち、各々の専門性を高めていくと同時に、複数の技術を適切に統合して商品化していく「知恵と目利き」が重要なスキルとなっている。

特許の出願や権利化においても、このことを十分に理解しておく必要がある。つまり特許部員は、バックグラウンドとして持たねばならない学問分野が巾広く、各々の要素技術の組合せが、高い付加価値を生むことを、特許の明細書に必要且十分に表現する必要がある。常日頃の精進に、役員として感謝し過ぎることはないと思っている。

* 株式会社資生堂 執行役員 食品開発, 新成長領域, 特許担当 工学博士 Kazuo TOKUBO

※本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

特許出願の意義

「実施権の確保」「排他権の確保」「ライセンスによる収入」「産業財産権としての活用」等の特許を始めとする知的財産の意義と捉えられるが、当社のような B to C の企業では、技術そのものの事業における比重は自ずと B to B 型の企業とは異なってくる。ややもすれば「技術（＝特許）の重要性」や「特許業務の位置付け」に対して、特許部員が悩む場面が出てくることもある。そうした時、私は常にこう主張するようにしている。

「特許の出願件数は、我々の技術の幅を示すバロメーターである。特許の質の高さは、基盤技術のレベルを示すパラメータである」と。特許を出願して権利化し、実施することの根源的意義が全社的に十分理解されれば、自ずと経営に対する特許の貢献度が向上していくものと信じている。

今後の重要戦略

化粧品国内市場は頭打ち傾向にあり、今後の成長分野は海外である。今まで弊社では、米、欧（仏・独・伊・英・西）、亜（中・台・韓）を中心として権利化を推進してきた。今後は成長性の高い市場を持つ国にも積極的な展開を図っていく。具体的には、ロシア、ブラジル、インド、タイ、ベトナム、オーストラリア、香港等であり、海外事業の推進を知的財産の保護で強力にバックアップしていく。アジアでの模倣品は大きな課題であるが、法制面や、運用細則等の情報収集を万全にして取り組む。

また、海外のR&D拠点やグループ企業と一体化した知財活動も、知財の相乗効果を高め、リスク回避を効率化するポイントである。中期的な課題ではあるが、早急に整備を進めたい。

社内的には、開発戦略・事業戦略との融合、所謂「三位一体経営」を強化していく。手始めに開発戦略との連携強化を目指し、2008年度から開発とより密着した体制にすることとした。「発明を待つ」のではなく、「発明を掘り起こす、創出する」スタッフとして自らを位置付けてもらいたいからである。事業戦略との連携強化は、私自らが先頭に立つ気概で臨む。

人材育成

高度な専門性を必要とする知財分野の人材育成は、システムティックに行わなければならない。弊社では「エコール資生堂」という全社的な人材育成プログラムを持っており、各業務分野の専門性を高める観点から多面的に育成を行っている。ただし、知財分野は社内教育のみでは十分ではないため、積極的に外部のプログラムを活用している。また、異業種企業との交流による相互啓発も、これから積極的に取り入れたい。外部の空気に触れ、刺激を受けることは成長への第一歩として有効である。また、社内的なローテーションの活発化による特許人材の優先的な確保にも努める。