

ユニ・チャーム株式会社

1. 会社の概要

- (1) 会 員 名：ユニ・チャーム株式会社
- (2) 所属部会：関東化学第二部会第3分科会
- (3) 資 本 金：159億円
従業員数：約20,000名
(※2014年3月現在)

(4) 営業品目

ベビー用紙オムツを中心とするベビーケア用品、ナプキン・タンポンなどの生理関連用品、大人用排泄介護用品、シートクリナーなどの掃除用品、ウェットティッシュや立体型マスク、ペットケア用品

(5) 企業理念

わが社は、“赤ちゃんからお年寄りまで、生活者がさまざまな負担から解放されるよう、心と体をやさしくサポートする商品を提供し、一人ひとりの夢を叶えたい”という願いを、企業理念「NOLA&DOLA」(Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities)に込め、以下の3つを社是として定め、事業を遂行しております。

1. 我が社は、市場と顧客に対し、常に第一級の商品とサービスを創造し、日本及び海外市場に広く提供することによって、人類の豊かな生活の実現に寄与する。
2. 我が社は、企業の成長発展、社員の幸福、及び社会的責任の達成を一元化する正しい企業経営の推進に努める。
3. 我が社は、自主独立の精神を重んずると共に、五大精神の高揚に努め、誠実と和協を旨として、全社員協働の実をあげる。

(6) CIマーク

1961年に大成化工株式会社として創業し、1975年に社名を現在のユニ・チャーム株式会社に変更、さらに2001年に創業40周年を記念して現在のCIマークに変更しています。



2. 知的財産部門の概要

(1) 組織上の位置及び名称

当部門は、本社部門の1つであり、海外を含むユニ・チャームグループの知的財産を一元管理し、経営戦略・事業戦略・開発戦略と連動した知財戦略を策定・遂行しています。

(2) 構 成

知財法務本部は、知財機能全般を担う知財グループと、法務・コンプライアンス機能全般を担う法務グループからなり、知財グループは以下の2つのユニットで構成されています。

①特許ユニット

知的財産の創造・保護・活用、パテントクリアランス、知財情報分析・発信、開発テーマ誘導、知財教育、渉外・係争対応、知財戦略企画立案、経営トップ・事業・開発各部門長への報告・提言、知財関連契約、発明報奨運営などの業務を行っています。2012年から中国にも駐在者を置いています。

②商標・表示審査ユニット

商標の保護・活用、クリアランス調査、広告宣伝表現の法的審査・誘導、渉外・係争対応、国内外社員への商標・表示法の教育などの業務

を行っています。

(3) 沿革

創業から約10年後に特許担当を置いたことに始まり、2004年には知財機能と法務機能が統合され知財法務部となり、その後2009年に知財法務本部となり今に至っています。2006年には「産業財産権制度活用 優良企業等表彰 経済産業大臣表彰（特許戦略優良企業）」を受賞いたしました。受賞理由として、1) 高い特許査定率、2) 外国特許出願比率の高水準の維持、3) 経営・事業・開発戦略と連携した知的財産戦略の推進の3点をあげて頂きました。以来、これらをわが社の強みと位置づけ研鑽しています。

3. わが社の知的財産活動

(1) 基本方針

知財グループのビジョンとして、「ユニ・チャームグループ全社員が志向する顧客にとっての“価値づくり”行動に対し、法的観点での付加価値を、経営スピードを落とさない最適なタイミングで提供することで、わが社にとってのビジネスチャンスの最大化に貢献する」ことを掲げ、知的財産に関するリスク排除・低減はもちろんのこと、わが社にとってのチャンスメーカーとしても機能できるよう活動を行っています。特に、わが社の持ち味でもある“スピードある意思決定”に対応すべく、社内外に広くアンテナを広げた活動を心がけています。

(2) 特許出願

前述の通り、特許査定率の高さを強みとして維持しておりますが、これは「登録されないものはロス（無駄なもの）」と捉えるわが社の基本的な考え方に由来します。わが社では原則、全てを権利化することを目指しています。そのための工夫として、発明発掘の現場では、特許担当者と発明者の間で、発明をめぐる「何故の深掘り」を実践しています。段々と深く掘って

いくことで思考を整理することを仕組みとして実践し、各国審査官にご納得いただける特許発明創造を全社で取り組んでいます。

(3) 権利化業務

新商品の発売時から独占排他権を得ることで模倣・追従の心配のないビジネス展開の担保を目指しています。例えば、2013年に「事業戦略対応四法まとめ審査」の第1号案件としてわが社の紙おむつ「ムーニー エアフィット」に関わる特許、意匠、商標は、約3ヶ月で70件以上の権利化を実現しました。海外でもこれ迄の模倣品対策の経験等から特許のみならず意匠や商標など知的財産権を駆使し確実な商品・ブランドの保護を行っています。

(4) 経営・事業・開発戦略との三位一体

わが社では、当部門と経営トップ、各事業部門長、各開発部門長および現地法人幹部との間で月例の会議を継続して実施しています。そこでは「相手が欲しいと思う“刺さる”情報や課題解決策を考えて会議に臨む」ことを意識しています。結果、知財の重要性や有用性を実感して貰うことで、関係部署からの素早い情報・課題の入手を可能にし、よりビジネスに直結する知財戦略の策定へ繋げることができています。

4. 今後の取り組み

当部門の特徴である、知財機能と法務機能が一緒である点を“強み”に変えることができるよう、広いレンジでの知財と法務の融合領域の確立と、そこでの人・組織・仕組み作りに取り組んでいます。部門名の「知財法務本部」をより体現する組織とし、わが社のビジネスチャンスの最大化に更に貢献していきたいと考えています。

(原稿受領日 2014年11月26日)