

サンスター株式会社

1. 会社の概要

- (1) 会 員 名：サンスター株式会社
- (2) 所属部会：関西化学部会第1分科会
- (3) 資 本 金：100億円
従業員数：約1,000人
- (4) 事業内容：オーラルケア製品、化粧品、健康食品、生活者向けの製品等の製造販売
- (5) 企業理念

社は「常に人々の健康の増進と生活文化の向上に奉仕する」

「健康」と「生活文化」を主要なテーマとし、予防医療やウェルネスの観点から、お口の健康を起点とした全身の健康増進に寄与する製品・サービスを創造することで、人々の健康寿命の延伸とQOL（生活の質）の向上を支え、人々の心身ともに健やかで快適な生活を一生涯通じてトータルサポートする世界で最も信頼できる企業の一つとなることを目指しています。

- (6) CIマーク

SUNSTAR

当社のハウスマーク「SUNSTAR」は、歯磨分野において1946年に発売された歯磨第1号の名前として使用されました。朝（太陽）にも夜（星）にも、皆さんに使っていただきたいとの思いをこめ命名したとされています。その後、時代と共にハウスマークデザインの変遷があり、現在の形のロゴとなっています。



サンスターコミュニケーションパーク：新社屋

2. 知的財産部門の概要

(1) 組織上の位置及び名称、所在

当社の知的財産部門は研究開発統括部に属しています。組織名称は研究戦略部知財室です。2020年12月に大阪府高槻市に開設した新社屋「サンスターコミュニケーションパーク」を拠点に活動しています。

(2) 構成及び人員

知財室は主に国内外の特許、意匠、商標の出願・権利化や財産管理等の一連業務、知財調査・解析業務、他社知財の調査監視・権利化阻止業務、社内人材への教育・啓発業務を主として担当しています。

(3) 沿革

今までは法務業務の担当部門とともに本社組織に所属する「法務知財部」として活動していましたが、昨年の組織改編に伴い、知財業務の担当部門が独立し、研究開発統括部の所属となりました。

3. わが社の知的財産活動

(1) 基本方針

当社は20カ国に拠点を置き約100カ国に製品やサービスをお届けしているサンスターグループの一員として、日本を中心にオーラルケア分野、ヘルスケア分野、ビューティケア分野を中心とする消費財事業を展開しています。

これら事業を支えるべく生みだされる独自性のある各種技術やアイデアに対する優位性の確保や他社知財権リスクを回避することで、健全性の高い事業活動の維持を目指しています。

(2) 特許関連業務

特許担当者の業務内容としては①自社開発技術の探索・保全②保有特許の評価・維持管理③知財コンプライアンスの確保④技術系契約書の検討・助言⑤知財関連の社内教育・啓発⑥他社知財情報の収集・解析などが挙げられます。

この数年はテレワーク主体の勤務制度の導入やSDGs重視の業務推進に伴い、知財業務項目や手段の根本的な見直しを進めています。

特許出願業務においては、技術の独自性、商品価値への貢献度、事業や商品戦略などの観点から設定した重点分野において、開発初期段階より知財の立場からの助言や提案を行っています。この施策により、多様で網羅的な内容の特許出願を行うことができつつあり、新規出願数は直近5年で倍増しています。

(3) 意匠・商標関連業務

意匠・商標の担当は、①商品のネーミングやデザインを模倣から保護するため、権利を取得し、②他人の権利を侵害しないよう、商品を世に送り出す前に入念に調査を実施するなどし

て、事業活動を支援しています。また、③商標の価値を維持できるよう、第三者が近い商標を登録するのを阻止したり、権利侵害があった時に警告するなどの対応を行っています。

最近では、アジアでの事業活動も活発化し、商標・意匠の海外での支援活動は益々増えてきていますが、日本とは異なるアジア独特の環境での取得や防御が必要となっています。

(4) 社内人材への啓発・教育活動

社内における啓発活動としては、特にコンプライアンス確保のためのルールが形骸化されないよう、日常の知財活動を通じて個々の状況を考慮し妥当性を確認しあう試みを実施しています。また、各種契約に関しても法務担当部門と連動して、個別事情を反映した契約内容とすべく担当者との情報交換を綿密に行い、リスク軽減に対する意識付けを行っています。

昨年導入されたテレワーク勤務の定着に従い、従来の方法である集会的、対面的な形式から、対象者が場所や時間を自由に設定できるリモート形式の教育題材を、法域別、社員階層別の観点で作成し、外部機関による研修と併せて人材育成に努めています。

(5) 今後の方針

社会環境が大きく変動しつつある現状を踏まえ、当社の事業活動の在り方も今後柔軟に変動していく必要があります。従来の啓発・研究活動の成果やブランド力の事業への活用効果を最大限にする目的だけでなく、新しく生み出される企業メッセージや事業形態などの事業貢献度を向上させることもできる知財部門を目指します。

(原稿受領日 2021年9月2日)