

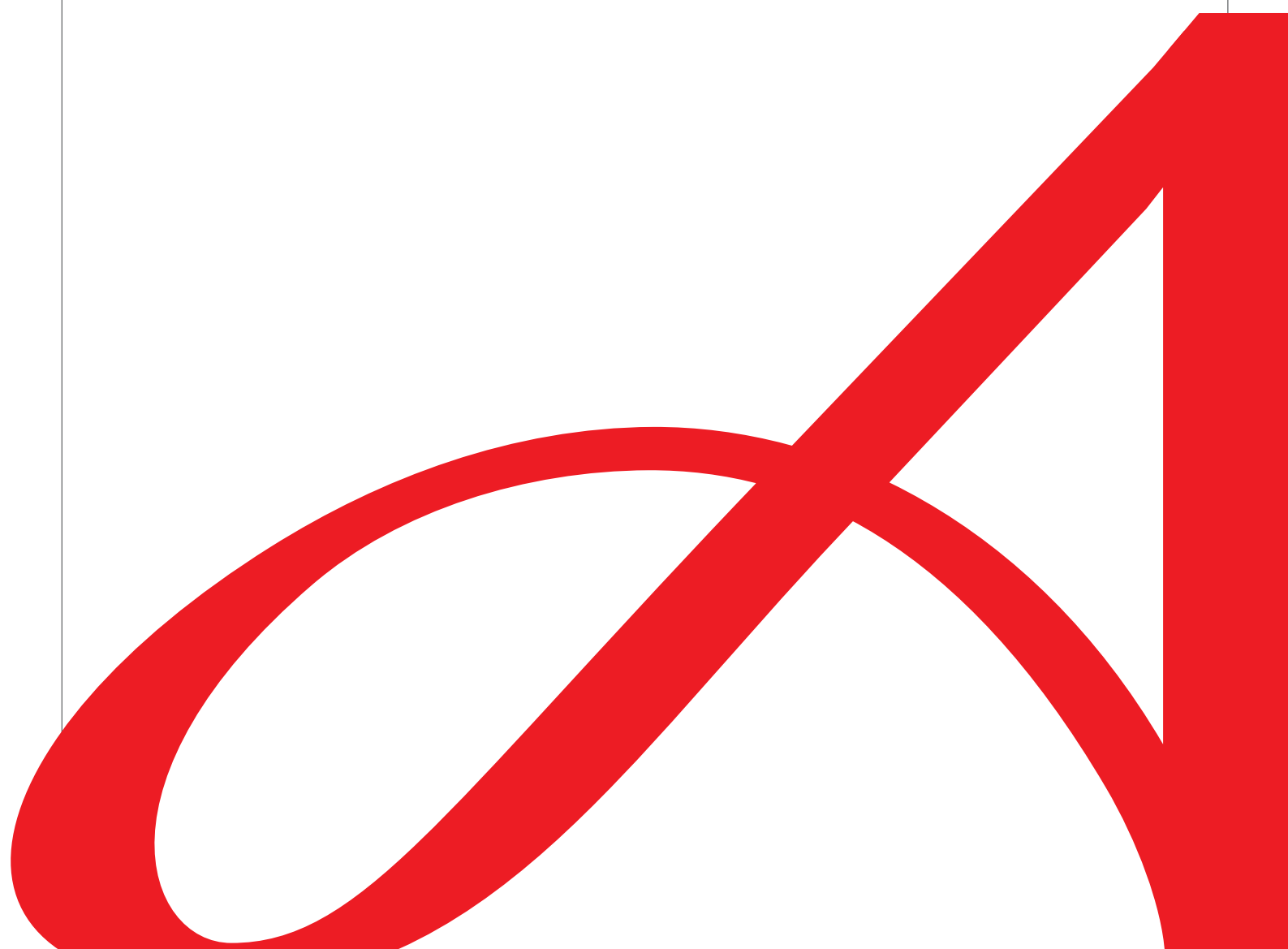
あしたのもと
AJINOMOTO®



知的財産報告書

2005

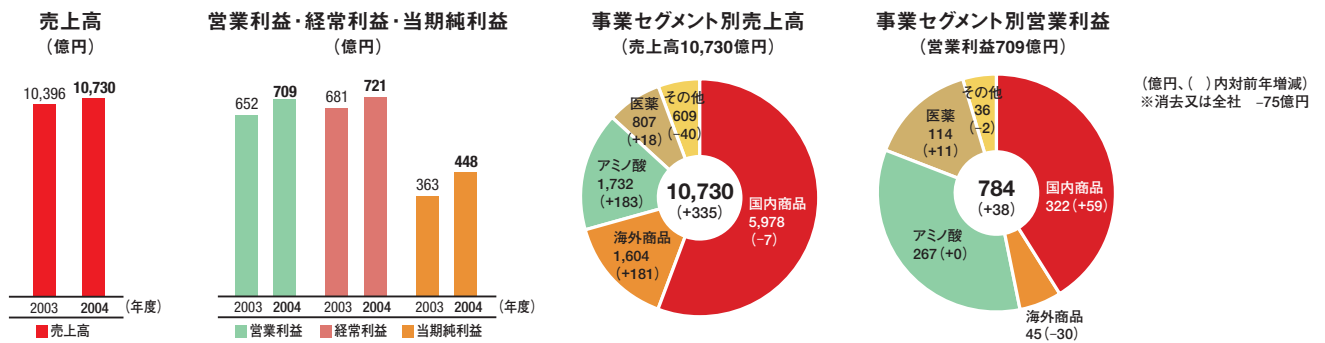
(2004年4月1日から2005年3月31日まで)



会社概要 (2005年3月31日現在)

商号	味の素株式会社	決算期	毎年3月末日
本社所在地	〒104-8315 東京都中央区京橋一丁目15番1号	売上高	1兆730億円(連結)
創業	1909年5月20日	資本金	798億6,300万円
設立	1925年12月17日	発行済株式総数	649,981,740株
代表者	代表取締役社長 最高経営責任者 山口 範雄	株主総数	60,940名
		従業員数	連結25,812名(単体3,483名)

2004年度連結決算の概要



製品分類 (2005年3月31日現在)

事業区分	製品区分	内訳	主要製品
国内食品	調味料・食品	調味料・加工食品 (家庭用/業務用)	「味の素」、「ほんだし」、「Cook Do」、「クノールカップスープ」、「味の素KKコンソメ」、「ピュアセレクト」マヨネーズ、「ケロッグ」、「パルスイート」(国内分)、「アミノバイタル」
		加工用調味料 (加工食品メーカー向け)	「味液」、天然系調味料、酵素製剤 ※天然系調味料、酵素製剤の海外分は国内食品セグメントに含まれます。
		ギフト	調味料ギフト、食用油ギフト
		デリカ・ベーカリー	弁当、惣菜、ベーカリー製品
	冷凍食品	冷凍食品(家庭用/業務用)	「ギョーザ」、「エビシューマイ」、「お弁当にエビ寄せフライ」、「やわらか若鶏からあげ」、「HOT! 1 エビピラフ」、「フレック洋食亭ハンバーグ」
	油脂	油脂(家庭用/業務用)	「サラダ油」、「健康サララ」、「オレイン酸たっぷり べに花油」
	飲料・乳製品	飲料・乳製品(家庭用/業務用)	味の素ゼネラルフーズ(株)製品 「マキシム」、「ブレンディ」、「ブレンディボトルコーヒー」 カルピス(株)製品 「カルピス」、「カルピスウォーター」、「アミールS」 カルピス味の素ダノン(株)製品 「フルーツセレクション」、「プチダノン」
海外食品	調味料・加工食品	コンシューマーフーズ (主として家庭用)	「味の素」(各国)、「ROSDEE」(タイ/風味調味料)、「Masako」(インドネシア/風味調味料)、「yumyum」(タイ/即席麺)、「Birdy」(タイ/コーヒー飲料)
		加工用うま味調味料 (加工食品メーカー向け)	加工用MSG、核酸 ※加工用うま味調味料の日本国内分は海外食品セグメントに含まれます。
		その他	海外サービス
アミノ酸	アミノ酸・化成品	飼料用アミノ酸	飼料用リジン、飼料用スレオニン、飼料用トリプトファン
		医薬・食品用アミノ酸	医薬用アミノ酸：輸液用途、食品用アミノ酸：飲料用途
		化成品	化粧品原料：「アミノソフト」(マイルド洗浄剤)、「アジデュウ」(湿潤剤)、「エルデュウ」(エモリエント剤)、「Jino」、電子材料：MPU用多層間絶縁フィルム、液晶パネル駆動用の半導体用レジストインキ
		甘味料	アスパルテームバルク、海外リテール品 ※国内販売の「パルスイート」の売上は国内食品セグメントに含まれます。
		医薬中間体	
		機能性栄養	「アミノバイタル」 ※「アミノバイタル」の売上の大部分は国内食品セグメントに含まれます。
医薬	医薬・医療食		「リーバクト」、「ソリタ-T」、「ピーエヌツイン」、「エレンタール」、「アテレック」、「ファスティック」、「アクトネル」、「インバクト」、「ミセラピスト超微粒子β-グルカン」
その他	包材・物流・サービス他		

はじめに

1908年、東京大学教授池田菊苗先生は「味の素」の基本特許を取得しました。この特許をもとに当社は研究開発を行い、1909年世界で初めてうま味調味料「味の素」という独創的な商品を発売しました。

それ以来、「食」と「健康」の価値の実現を目指し、創造的で付加価値の高い商品の開発、革新的な生産技術の確立、積極的な新市場の開拓を進めつつ、グローバルビジネスを展開し、今日の味の素グループを築いてまいりました。

当社の知的財産センターは、歴史的には、工業所有権管理（現在の産業財産権管理）のための組織として1957年に本社管理部内に特許課（1961年特許部）として誕生しました。その前年には中央研究所が設立されています。初期の中央研究所においてはグルタミン酸を中心とするアミノ酸の製造開発が主な研究開発テーマで、要員99名（1956年12月末）で発足しました。以後、研究開発の方向は深化と拡大を続け、現在、約1,000名の研究者を擁する研究所に発展しました。その間、発酵技術を中心とするライフサイエンス分野の研究を通じて食品、ファイン商品、医薬品などの開発を行い、経営に多大な貢献をしてきました。特に、アミノ酸製造技術において技術深化を図り、工場技術部門との協働による最先端の技術の開発と応用により、アミノ酸事業分野における「ストロングNo.1」の地位を継続発展させる原動力となっています。

研究所で生み出されたこれらの技術、製品を知的財産の面から創造、保護、活用することは経営上極めて重要です。当社グループでは、事業戦略、研究開発戦略と知的財産戦略を三位一体化する取り組みを推進していますが、今後もこの活動を強化し当社グループの発展に寄与していきます。

本知的財産報告書を通じて、アミノ酸を中心とする事業戦略、研究開発戦略と知的財産戦略に対する皆様の理解が深まり、その結果として、当社グループの知的財産価値ひいては知的資産価値向上につながっていけば、それに勝る喜びはありません。

目次

ごあいさつ.....	2
1. 中核技術と事業モデル.....	3
2. 研究開発セグメントと事業戦略の方向性.....	3
3. 研究開発セグメントと知的財産の概略.....	4
4. 技術の市場性、市場優位性の分析.....	5
5. 研究開発・知的財産組織図、研究開発協力・提携.....	5
6. 知的財産の取得・管理、営業秘密管理、技術流出防止に関する方針（指針の実施を含む）.....	6
7. ライセンス関連活動の事業への貢献.....	7
8. 特許群の事業への貢献.....	7
9. 知的財産ポートフォリオに対する方針.....	8
10. リスク対応情報.....	8
11. 商標に対する取り組み.....	9
12. コーポレートブランド力強化の取り組み.....	9

注) 知的財産報告書に記載されている計画、見込み、戦略などは、現在入手可能な情報に基づき、経営者が現時点で判断した将来に対する展望です。当社グループを取り巻く事業環境の変化、技術革新の進展、知的財産訴訟の動向などによっては、計画を見直すことがあります。したがって、将来にわたってこの知的財産報告書に記載した内容の確かさを保証するものではありません。

ごあいさつ

当社は2009年に創業100周年を迎えます。次の100年のさらなる発展に向け、事業拡大と収益構造の改善により企業価値の向上を図ります。そのため、2005年から2010年までの当社グループの中長期経営計画「**A-advance 10**」を策定いたしました。その中で、次の4つの基本経営戦略を定めました。

- > グローバル経営
(コア事業に経営資源を集中し、世界市場で成長を加速させる)
- > 創造経営
(技術革新で“食”と“アミノ酸”における新しい価値を提案する)
- > グループ経営
(グループ人材を育成・登用し、企業文化の共有化を図る)
- > CSR経営 (世界で尊敬される“企業市民”となる)



創造経営がなければ、収益性の高い企業にはなりえません。また、他社にない独自技術を開発し、優位に立たなければ、優勝劣敗の企業間競争には勝ち残れません。まさに、創造経営は当社グループにとって最も重要な基本経営戦略と考えています。当社グループは“食”と“アミノ酸”を中心に新しい価値創造を推進いたします。そのためには、この重点分野における継続的な研究開発資源の集中投入が必要であり、また、そのような集中投資も戦略的に実施いたします。創出される知的財産をあらかじめ戦略的に想定し、創造、維持、活用していく取り組みを行っていきます。

また、この基本経営戦略の中では、人材育成・登用や発明創造風土の醸成は重要なグループ経営戦略として位置づけられています。画期的な技術の創造のためには、研究開発者の発明創造を促進しなければなりませんし、発明マインドや知的財産マインドをさらに引き上げ、同時に創造性豊かな風土を醸成するための仕組みをつくらなければなりません。そのため、研究開発者に対する知的財産教育の普及や職務発明制度の改定を行っていきます。

この報告書により、当社グループの研究開発や知的財産の活動をお読み取りいただき、当社グループへの認識を一層深めていただくことができれば幸いです。

2005年7月

代表取締役 最高経営責任者

山口 範雄

1. 中核技術と事業モデル

当社の中核事業であるアミノ酸関連事業の地位を一層確実なものにするため、アミノ酸関連技術である発酵技術、合成技術、評価技術の中核技術として位置づけ、その技術を深化、拡大させています。例えば、飼料用アミノ酸および医薬・食品用アミノ酸の生産能力の増強にあわせた研究開発を実施しています。具体的には、アミノ酸用途の市場拡大を目指して、飼料用アミノ酸(リジン、スレオニン、トリプトファン)についてはフランス、イタリア、米国、タイ、中国、ブラジルの生産拠点の拡大・増強を行っています。

世界トップレベルのアミノ酸製造技術を生かし、研究開発を積み重ね、飼料用、医薬・食品用

アミノ酸の安定供給に努めています。さらに、アミノ酸の利用研究や新素材・新規用途開発など当社に蓄積された研究開発情報を活用し、世界のアミノ酸市場を拡大し、当社のアミノ酸ビジネスをより強固なものにしていきます。

2004年度の事業セグメント別研究開発費は表1の通りです。全体の研究開発費は増加傾向にあります。中でもアミノ酸および医薬事業に関連する研究開発費が全体の半分以上となっています。今後もアミノ酸、医薬、食品の事業において、アミノ酸関連研究開発を中心に安定した研究開発投資を続ける方針です。

表1. 事業セグメントと研究開発費の推移

(億円)

事業セグメント	2002年度	2003年度	2004年度
国内食品事業	29.7	30.9	28.7
海外食品事業	17.7	16.4	14.8
アミノ酸事業	68.0	70.9	74.6
医薬事業	106.0	112.9	105.8
コーポレート	43.9	50.6	60.4
合計	265.3	281.7	284.3

2. 研究開発セグメントと事業戦略の方向性

当社の研究開発戦略は3つの領域(アミノ酸、健康、環境)において、主要技術の高度化と開発加速を図り新しい価値を提案していきます。アミノ酸関連の研究開発は、研究開発戦略と知的財産戦略を密接に連動させて「ストロングNo.1」の地位を確立していきます。

アミノ酸領域は、アミノ酸製造分野とアミノ酸利用分野に分類できます。アミノ酸製造分野については世界一のコスト競争力の確立のため、一層の技術深化を図る研究開発を行っています。

コーポレート連結子会社である味の素-ジェネティカ・リサーチ・インスティテュート(AGRI)は、アミノ酸発酵研究活動をさらに拡大・充実させるとともに、その他の研究開発分野にも研究活動を広げていく方針です。

長年の酵素利用技術研究の成果として、新規酵素による効率的で安価なペプチド生産方法の

開発に成功しました。この生産技術を用いて医療分野で待ち望まれていたジペプチドであるアラニルグルタミンを工業的に製造し、安価に供給していきます。この技術は汎用性があり、より鎖長の長いオリゴペプチド製造に応用が可能であるとともに、非天然系アミノ酸を含むさまざまなペプチド製造にも応用が可能です。これによりペプチド医薬市場で優位な位置を占め、アミノ酸分野の収益増に貢献していきます。

アミノ酸利用技術については、アミノ酸市場拡大の可能性を最大限引き出すため、当社各研究所では協力して医薬、健康栄養、食品、化粧品、化粧品へのアミノ酸利用拡大のための研究開発を推進しています。これにより、アミノ酸のNo.1カンパニーとしての地位をゆるぎないものとしていきます。最近の成果としては、アミノ酸の一種であるグリシンを摂取することにより睡

眠の質が改善されることを発見しました。睡眠の質を向上させるグリシンの機能を活用した商品「グリナ」は、健康栄養分野で新たな市場を形成するものと考えています。

健康領域への事業展開も積極的に行っています。アミノ酸の新しい作用の研究のみならず、健康関連素材の新しい能力を見出す研究・開発も健康基盤研究所を中心に推進しています。先般、植物素材を利用したマヨネーズタイプ調味料「ピュアセレクト サラリア」を上市しましたが、2004年に新たな健康関連素材として辛くないトウガラシ「CH-19甘」にかかわる知的財産権を森永製菓株式会社から取得しました。辛くないトウガラシ「CH-19甘」に含まれる脂肪燃焼作用、体温上昇作用をもつ新規成分「カプシエイト」は抗肥満領域で知られる他の健康関連素材と比

較して稀少な素材であると考えており、健康栄養分野でグローバルに研究開発を行う予定です。

環境領域については、持続社会の実現に向けて重要な領域と認識し、研究開発を行っています。例えば、当社の得意とする発酵技術を利用して植物系生分解性プラスチックの原料製造と用途開発を進めています。2005年愛知万博「愛・



地球博」にあわせて開催される「子供環境サミット2005」に本プラスチックを加工したブリーフケースを提供し、製品の理解を求めると共に、各種用途の拡大を図っています。

3. 研究開発セグメントと知的財産の概略

味の素グループは、「食品・アミノ酸系の、日本から出発した“真の世界企業”の実現を“AJINOMOTO WAY”で達成する」ことを目標としています。そして、これに連動した知的財産戦略を立案、実行することを基本としています。食品分野では、グローバルなリテール事業の拡大やグローバル素材の開発が活発化するのに伴い、世界的なブランド戦略、特許戦略を実行します。そのために、各国における知的財産制度、知的財産関連政策の情報収集活動を積極的に行い、グローバルな知的財産管理体制を強化する方針です。食品分野の重要アイテムは特許マップなどを利用して、特許による他社参入障壁の構築を図っていきます。アミノ酸製造分野については、世界のリーディングテクノロジーとして、他の追随を許さない特許網を構築し、活用していきます。アミノ酸利用分野についても積極的な特許戦略を推進します。医薬分野では、アミ

ノ酸医薬および臨床栄養分野で幅広く、強力な特許網を構築し、他社の参入を阻止する知的財産戦略を実行します。健康栄養分野では、ユニークな製品コンセプトに対応した創造性のある特許の取得を目指し、この分野での地位確立に貢献していきます。

プロパテント時代が続く中、知的財産をめぐる複雑な問題が多発しています。バイオテクノロジー分野では、大学・公的機関との産学連携における知的財産権の取り扱い、例えば知的財産権の帰属などが不安定な状況になってきています。これらを未然に防止するために、大学・研究機関などとの産学連携における共同研究契約、ライセンス契約などを的確に行います。事業戦略、研究開発戦略との連携を強化する中で、知的財産リスクマネジメントを的確に実行していきます。

4. 技術の市場性、市場優位性の分析

アミノ酸市場は成長・拡大を続けている分野のひとつですが、当社は高度なアミノ酸製造および利用技術を基に、常にアミノ酸市場のトップの地位を誇っています。さらに、アミノ酸事業において、アスパルテームというアミノ酸系甘味料の商業用製造に成功し、世界のダイエット市場でも優位性を確保しています。また、アミノ酸関連商品として化粧品「Jino」を開発・販売し、徐々に市場への浸透を図っています。食品事業では、当社の収益の根幹を担ってきた「ほんだし」などの調味料に加えて、トランスグルタミナーゼなどの新規素材の事業化に成功し、国内外の市場で広く用いられています。医薬事業では分岐鎖アミノ酸製剤「リーバクト」が大型製品に成長し、

肝臓疾患の治療に役立っています。

リジン、スレオニン、トリプトファンという飼料用アミノ酸は表2に示すように、世界市場において当社が高いシェアを獲得しており、利益の源泉となっています。アミノ酸の製造技術開発を行っている競合他社として、協和醗酵工業株式会社、Degussa AG、BASF AG、Archer Daniels Midland Company (ADM)、PT. Cheil Samsung Indonesia (CSI)などがあります。当社はこれらの競合他社の特許出願状況を把握し、戦略的分析を常に行っています。

アミノ酸関連の研究開発活動と知的財産活動を通じて、アミノ酸関連市場における優位性を確保し、さらなる市場拡大の可能性を追求していきます。

表2. 飼料用アミノ酸市場規模と当社シェア(当社推定)

飼料用アミノ酸	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度(予想)
リジン (トン)	650,000	700,000	770,000	830,000~850,000
当社シェア	35%	35%	35%	35%
スレオニン (トン)	40,000	50,000	65,000	75,000~85,000
当社シェア	60%	70%	70%	70%
トリプトファン (トン)	1,200	1,300	1,500	1,700~1,800
当社シェア	70%	70~80%	70~80%	70~80%

5. 研究開発・知的財産組織図、研究開発協力・提携

当社の研究開発体制は、コーポレートの研究開発拠点として2研究所および1センターと、社内カンパニーの製品開発を行う研究開発組織か

ら成り立っています。社内カンパニーの研究開発組織は、2005年4月から8つの研究所・センターで運営しています。食品事業では、日本、米国、

味の素グループにおける研究開発体制



中国の三極で協力した開発体制を築いています。医薬事業では、英国と米国に臨床開発部門を設置し、研究開発環境を整えています。また、生産プロセスの開発を加速する目的で、世界6カ国の工場に、リージョナルテクノロジーセンター(RTC)を併設しています。

当社の中央研究所は1956年に設立以来、川崎事業所内にありましたが、この川崎事業所組織の再編計画の中で、研究開発拠点の再構築を行う予定です。約170億円を投じ、食品研究開発のための新棟建設をはじめとして、食品・アミノ酸・ライフサイエンスに関する研究棟を順次建設していきます。これにより、「アミノ酸」、「健康」、「環境」の3領域を中心に食品とアミノ酸を主力とする独自技術を駆使した研究開発が実現します。

知的財産センターはコーポレートに位置づけられ、全社の知的財産の統括を行っています。また、医薬カンパニーには医薬の知的財産のライセンス・戦略立案などを行うグループがあります。ロシアにある味の素-ジェネティカ・リサーチ・インスティテュート(AGRI)では、研究活動の拡大に伴い、AGRI内で特許出願を専門に担当する研究員を増強しました。これにより、2003年に米国に設立したバイオ関連特許出願拠点、ロシアのAGRI特許担当部門および日本・知的財産センターの3カ所でアミノ酸発酵技術に関する特許戦略を共有し、協力して特許出願を行う三極体制を確立しました。

当社は研究開発協力・提携において国内外の研究機関との共同研究にも注力しています。例



えば、2004年には慶応義塾大学発のバイオベンチャー企業であるヒューマン・メタボローム・テクノロジー株式会社と共同で、メタボローム解析法を用いた微生物の代謝産物の測定に関する研究を開始しました。メタボローム技術とは、生きた細胞内で行われている代謝の産物を測定・解析する最先端の汎用技術です。当社では、この先端技術を自社に導入し、発酵微生物生産菌の改良に応用する計画です。

また、アミノ酸の研究、特にその生理・薬理作用の解明に関する研究の振興を目的として、世界中の研究者を対象に助成する「Ajinomoto Amino Acid Research Program」を2004年から発足させました。探索的・萌芽的な研究テーマに対し、年間5万ドル(期間2年以内)のタイプと、より高度な研究内容のテーマに対し年間20万ドル(期間2年以内)という2つのタイプの研究を対象に世界中で公募しています。2004年度は120件を超える応募が寄せられ、社外研究者からなる「Scientific Advisory Committee」の厳正な審査の結果、8件を選出しました。2005年度から助成を開始します。

6. 知的財産の取得・管理、営業秘密管理、技術流出防止に関する方針(指針の実施を含む)

味の素グループ全体の知的財産の取得・管理は知的財産センターが統括しています。

会社情報の機密性保持に留意し、情報の適正使用を定めた「情報取扱規程」を制定していますが、その実施のため「情報取扱ガイドブック 2005年改訂版」を発行し、教育活動を強化して社員への周知徹底を図っています。

その中で、営業秘密保持についても重視して

おり、ノウハウ・技術や微生物などの取り扱いに最大の注意を払っています。特に、発酵技術で最も重要な生産菌株の管理体制を厳格に定め、運用しています。当社が開発したアミノ酸製造技術について、世界各地にあるアミノ酸関連会社に技術移転する際に、事業部、生産戦略部および生産統括センター、発酵技術研究所によって厳重に技術移転の管理・開示が行われています。

7. ライセンス関連活動の事業への貢献

国内食品、海外食品、アミノ酸各事業では、自社特許を他社にライセンス供与して収益を上げることより、特許を当社グループ内で活用することに重点を置いています。さらに、ライセンス契約はグループ内関連会社との間で結ばれたものが多く、連結という観点からは

ライセンス収益はほとんど数字に表れません。一方、医薬事業においては、ライセンス関連活動は当事業にとって重要な役割を果たしており、海外の医薬品会社などからライセンス収入を得ています。

8. 特許群の事業への貢献

当社は特許をグループ内で活用することに重点を置いた知的財産戦略をとっています。あわせて、グループ企業も含め特許権の維持・放棄判断について定期的な見直しを実施し、特許維持費の削減を積極的に行っています。

表3は最近5年間の特許登録件数の推移を表したものです。当社の特許保有件数は2004年

度（2005年3月末現在）では国内特許708件、海外特許2,615件、合計3,323件となりました。国内特許登録件数は実施特許権の維持・放棄の見直しにより、2000年度より若干低い水準が続いていますが、海外でのビジネス活動の拡大に伴い、海外の特許登録件数は増加傾向が続いています。

表3. 特許登録件数の推移

事業セグメント	国内特許保有件数					海外特許保有件数				
	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
国内食品事業	209	213	226	220	241	135	153	190	223	288
海外食品事業	32	22	20	17	19	117	131	148	205	230
アミノ酸事業	357	337	296	269	261	1,172	1,140	1,264	1,364	1,407
医薬事業	120	127	129	125	128	369	427	435	471	507
コーポレート	64	61	59	56	59	92	114	142	151	183
合計	782	760	730	687	708	1,902	1,965	2,179	2,414	2,615

2004年度に特許庁から公開された「分野別上位出願人データ」によれば、当社の日本における特許出願件数は昨年と同様に、食品分野（IPC:A21-A24）で4位（50件）と上位にあり、微生物利用技術分野（特許マップシリーズ化学13

微生物利用技術（特許庁編）社団法人発明協会）で5位（43件）となっています。このように、当社は関連業界の中のリーダーとして活発な特許出願を行い、業界の技術進歩に貢献しています。

9. 知的財産ポートフォリオに対する方針

当社は多様な事業およびグループ経営に対応して、事業セグメントごとに知的財産ポートフォリオの管理を行っています。当社の収益事業、製品について、常に競合他社の知的財産情報の分析を行い、それにすばやく対処する体制を整えています。

国公立大学の独立法人化に伴い、共同研究成果に対する大学の権利意識が顕在化し、新たな産学連携関係に対応した知的財産ポートフォリオ管理が求められています。当社では管理職を中心とする研究開発リーダーに対し、大学との共同研究契約などについての教育活動を定期的に実施しています。今後、研究開発契約の専門家の育成・増強に努め、大学での研究成果を最大限に活用できるよう知的財産ポートフォリオ管理体制を強化していきます。

知的財産ポートフォリオを充実させるためには、研究開発者の知的財産マインドを醸成し、

知的財産スキルを今まで以上に向上させることが必要です。そのため、①将来性のあるテーマに着手すること、②研究開発者の調査能力を向上させること、③特許の考え方・明細書作成スキルを身につけタフな特許権を取得すること、④他者の特許を尊重することなどによって知的財産に係るリスクを回避することを目的とした知的財産関連教育プログラムを組み、戦略的に実施しています。



10. リスク対応情報

2004年11月、アスパルテーム職務発明訴訟の控訴審において、当社と一審原告との間で和解が成立しました。当社は、和解金額1億5千万円が一審判決と比較して大幅に減額されたものであること、和解が控訴裁判所の強い職権による勧告でなされたこと、控訴審における当社主張が十分反映されたこと、および、当該和解金は紛争の解決金であって、発明の譲渡対価ではなく、他社の同種訴訟には何らの影響も与えないことなどを考慮して和解いたしました。

日本製薬株式会社が当社を被告として提訴した分岐鎖アミノ酸製剤「リーバクト顆粒」に係る特許権侵害差止請求権不存在確認請求事件では、2005年2月に当社勝訴の判決が出されました。これにより、当社主張が認められたことは非常に意義あるものと考えています。分岐鎖アミノ酸製剤「リーバクト顆粒」について、当社は複数の特許権を保有しており、これらがマーケットシェアの確保に貢献しています。

11. 商標に対する取り組み

2003年、CPCインターナショナル社(現・コノブコ社)との東南アジア諸国における合併事業の解消に伴い、当社は独自の新規グローバルブランド「VONO」を用いて、関連現地法人によるスープ事業の展開を始めました。また、海外リテール事業の拡大に対応し、タイの緑茶飲料「SENCHA」、せんべい「おせん」、ベトナムの酢「LISA」、フィリピンのから揚げ粉「CRISPY FRY」などの各国法人の新製品をカバーする商標の出願・権利化を推進しました。国内外の登録商標保有数(2005年3月末現在)は2,803件です。

うま味調味料「味の素」のブランドを守るため、インドにおける商標権侵害訴訟の勝訴をはじめ、世界各国で模倣品排除の実績を上げました。2004年度の対応件数は260件になりました。東南アジアや南米の偽物退治においては、現地法人の偽物対策チームが対応しています。また、普

通名称化防止にも常時、目を配っています。自社使用予定商標については、他社権利を侵害しないよう厳格に使用可能性調査を行っており、2004年度の調査件数は約500件になりました。

また、商標に関する社員教育を強化し人材育成に努めています。例えば、各カンパニーのマーケティング担当者や支社の営業担当者を対象に、商標に関する社内事例をまとめたテキスト「マーケッターのための商標教室」を作成して講義を行っています。



「VONO」(ブラジル)

「VONO」(タイ)



「SENCHA」(タイ)



「CRISPY FRY」(フィリピン)

12. コーポレートブランド力強化の取り組み

当社では、コーポレートブランドが最も重要な無形資産のひとつであると認識しています。1999年のコーポレートブランドロゴ「AJINOMOTO」と企業理念を凝縮したコーポレートスローガン「あしたのもと」の導入を機に、ブランド委員会(2001年にブランド会議に移行)を設置し、全社的なコーポレートブランド戦略の策定、推進を実施してきました。具体的な取り組みとしては、コーポレートブランドロゴの統一管理を図るため、基準を策定し、テレビコマーシャルで企業メッセージを発信、新聞ではアミノ酸を軸とした企業広告の

掲載によって先進性・革新性を訴求してきました。また、日本で初めてのネーミングライツの取得となった「味の素スタジアム」への取り組みなど、一連のプロジェクトによりコーポレートブランド力の強化に注力してきました。このような取り組みを通じて「AJINOMOTOブランド」の価値向上に努め、さらにはグループ企業全体でのコーポレートブランドロゴの共有により、世界的規模でのコーポレートブランド力の強化に努めています。



あしたのもと
AJINOMOTO®

本 社

〒104-8315
東京都中央区京橋一丁目15番1号
Tel: (03) 5250-8111 (代表)
<http://www.ajinomoto.co.jp>

知的財産センター

〒210-8681
神奈川県川崎市川崎区鈴木町一丁目1番
Tel: (044) 244-7182
Fax: (044) 244-9619



この冊子は100%再生紙と環境にやさしい大豆油インキを使用しております。