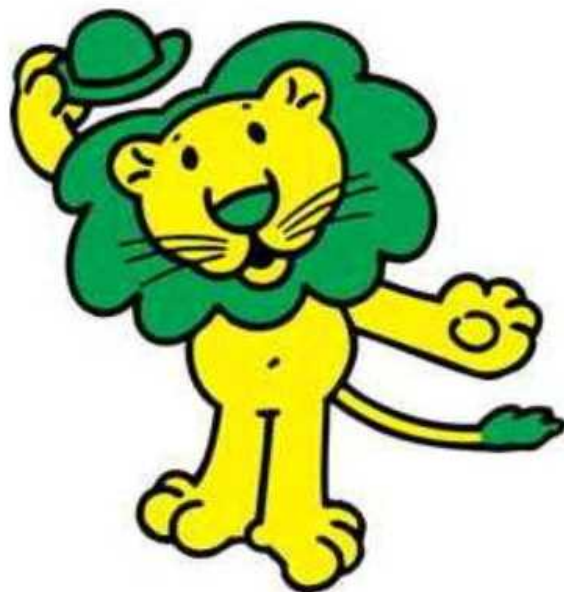


お客様から愛されるブランドに

－ライオンの商標権活用－



2020.1.28
ライオン株式会社
知的財産部
高岡 弘光

報告内容

- 1 ライオン株式会社の概要
 - 1-1 企業情報
 - 1-2 社名の由来
 - 1-3 事業内容
 - 1-4 海外展開
- 2 ブランドマネジメント
 - 2-1 二層構造のブランド戦略
 - 2-2 コーポレートブランドのマネジメント
 - 2-3 プロダクトブランドのマネジメント
- 3 商標を活用したブランディングへの貢献
 - 3-1 「ライオンちゃん」がつなぐ二層構造
 - 3-2 記憶に残る「音の商標」活用
 - 3-3 「キーメッセージ」の独占
 - 3-4 「商標活動の表彰」を通じた知財意識醸成
 - 3-5 知財MIXによる世界観の保護
- 4 まとめ

1-1 企業情報

商号： ライオン株式会社
創業： 1891年10月30日(創立129年)

社是： わが社は、
「愛の精神の実践」を経営の基本とし、
人々の幸福と生活の向上に寄与する。

資本金： 344億3,372万円
従業員： 連結6,941人／単独2,727人
事業内容： ハミガキ・ハブラシ・石鹼・洗剤・ヘアケア
スキンケア・調理用品・薬品・海外現地会社輸出
事業国： 日本・中国・韓国・香港・台湾
タイ・マレーシア・インドネシア・シンガポール
売上： 連結3,494億円／単独2,645億円 (2018年)



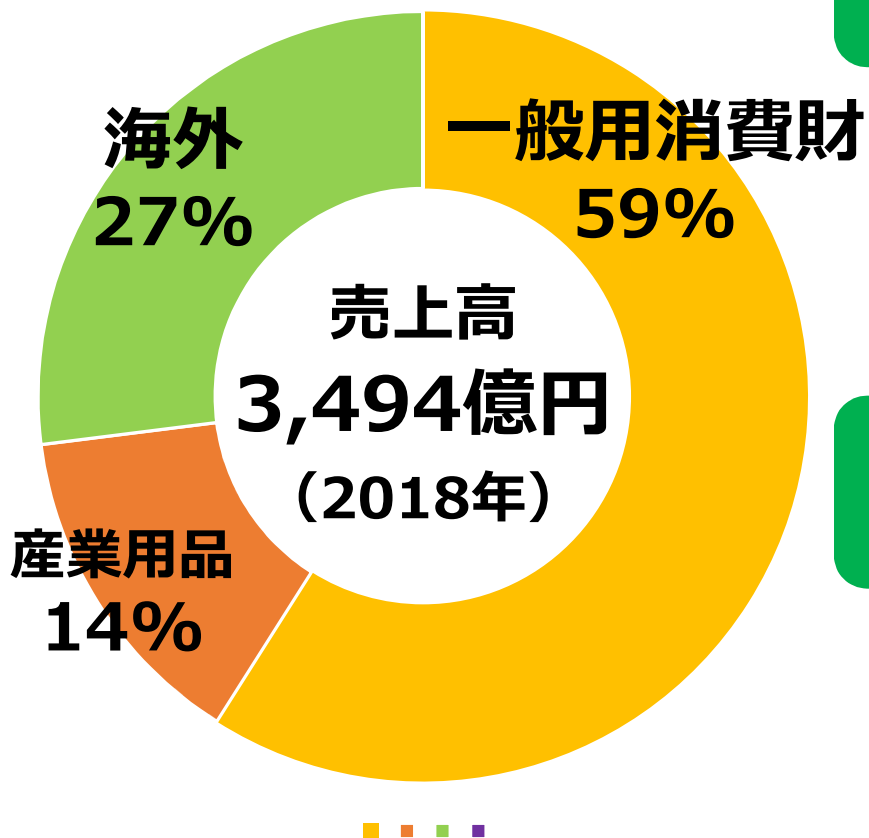
1-2 社名の由来



社名の由来

- 1891 小林富次郎商店 創業
- 1896 「獅子印ライオン歯磨」新発売
商標登録
- 1919 洗剤事業会社を
「ライオン石鹼株式会社」に
- 1949 歯磨事業会社を
「ライオン歯磨株式会社」に
- 1980 「ライオン株式会社」に合併

1-3 事業内容



オーラルケア
26%



ビューティケア
9%



薬品
13%



ファブリックケア
26%



リビングケア
8%



その他
18%



1-4 海外展開

タイ
ハブラシ、ボディソープシェアNo.1
洗濯用洗剤シェア
No.2



香港 洗濯用洗剤シェア
No.2



韓国
ハンドソープ シェア
No.1



シェア：当社調べ

**2018年度売上高
単純合算:1,461億円
連結:1,050億円**



マレーシア 洗濯用洗剤シェア
No.1



中国
ハブラシ Eコマースシェア
No.1



シンガポール
洗濯用洗剤、台所用洗剤
ハンドソープシェア
No.1



台湾



生産・販売国

販売国

インドネシア
ハミガキ、台所用洗剤
シェアNo.2



2-1 二層構造のブランド戦略



2-2 コーポレートブランドのマネジメント

ブランド浸透

企業理念の社内外発信
企業理念実現行動（CSV・啓発）

×

ブランド保護

商標権の確保
使用ルールの規定

- CSV推進部： コーポレートブランド戦略の責任者
- CIマニュアル： コーポレートロゴ等の使用ルールの規定
- PDCA確認： ブランド浸透度に関する経営層への報告
- 啓発活動： LIONステートメントビデオ

<http://www.lion.co.jp/ja/life-love/#about>
生活情報サイト「Lidea」

くらしと心を彩るアイデアを発信

Lidea

くらしとココロに、彩りを。

<https://lidea.today/>

2-3 プロダクトブランドのマネジメント

ブランド浸透

基本約束 + 時代を捉えた新価値
多様なコミュニケーション媒体

×

ブランド保護

商標権の確保
ブランド規定

- ブランドマネージャー : ブランド戦略の責任者
- ブランド規定書 : 提供価値やロゴなど変えないものを規定
- PDCA確認 : 「ブランド価値スコア」にてエクイティを測定し
ブランド政策会議にて議論
- 啓発活動 : ブランドサイト、広告宣伝、TV-CM
例) 「HA!HA!HA!パーク」 <https://clinica.lion.co.jp/hahahapark>
「Kid's 歯ツカソン」 <https://www.lion-hackathon.jp>

3-1 「ライオンちゃん」がつなぐ二層構造



3-2 記憶に残る「音の商標」活用

お客様の記憶に残る
識別ポイントを権利化する

“音の商標登録9件”は
企業別で国内最多



登録	商標	商品	登録日
5806751	スマイルよんじゅう	目薬	2015/11/13
5842089	ずつうにバファリン	解熱鎮痛薬	2016/04/15
5842092	キレイ キレイ	ハンドソープ, 消毒薬, ウェットシート	2016/04/15
5857836	システマ	歯磨き	2016/06/10
5950060	よぼうはっそうの おせんたくハイジア	洗濯用洗剤	2017/05/26
5960237	クリニカ	歯ブラシ	2017/06/30
5986536	ルックお風呂の 防カビくん煙剤	くん煙式の 浴室用カビ発生防止剤	2017/10/06
6013040	M A G I C A	台所用洗剤	2018/01/19
6132635	デントヘルス	歯磨き・ハブラシ	2019/03/22

3-3 「キーマッセージ」の独占

口臭科学から生まれた

NONIO



商標登録

「口臭科学」 第5954219号
「口臭科学研究所」 第6013194号

マーケターの想いを権利化する

口を開けば、心が近づく。
ひらけ、自分。
口臭科学から生まれたNONIOは、
香りをつけてごまかすのではなく、
「科学のチカラ」で口臭の不安を取り除きます。
自分の息に自信が持てれば、
躊躇なく気持ちを伝えられるはず。
NONIOは口臭ケアを通して、
気持ちの通うコミュニケーションを応援していきます。

3-4 「商標活動の表彰」を通じた知財意識醸成

褒めることでグループ全社に、知財権の重要性を見える化する

韓国「キレイキレイ」商標登録

- ・表彰者：韓国ライオンマーケター
韓国ライオン渉外担当者
本社知財部員
- ・品質語として登録が認められていなかったが、韓国内での手洗い啓発活動・市場シェア・認知率等の資料を揃え、韓国特許庁に説明。権利化に成功。



洗剤「ハレタ！」の商標準備

- ・表彰者：事業部リーダー
研究所開発担当者
- ・手触りという感性価値を伝え、独占するためのキーワードを開発、商標権を確保。
例：晴れ干し触感
ごきげん洗濯
カラふわ 等



3-5 知財MIXによる世界観の保護

守りたい世界観を何で守るか：知財部門の挑戦

「クリニカKid's」

- 特許
 - ・ 軟質部と硬質部からなる
 - ・ 軸直方向に30N荷重で変形
- 意匠
 - ・ 全体形状・ハンドル形状
- 商標
 - ・ ブランド名／クリニカ
 - ・ ポータルサイト／hahahaパーク
 - ・ アイコン／予防歯科マーク
- 著作権
 - ・ Disney
- 営業秘密
 - ・ 製造方法／ハンドル成型・植毛技術



毎日の歯磨きで、
親子はもっと向き合える。

4 まとめ

- コーポレートブランドとプロダクトブランドをつなぐシナジーを生み出し、お客様からの信頼を蓄積する。
- 知財MIXにてプロダクトの世界観を保護し、お客様からの関心・共感を得る。
(新しい商標の活用・キーメッセージの独占)
- 本社知財部門が、国内外グループの知財権を管理、知財意識の醸成を牽引する。

**お客様との多様な接点に、
知財活用・知財部門活躍の機会があるはず！**

今日を愛する。

LION

Copyright © LION Corporation