

# 日清オイリオグループ 統合報告書における知的資本 (知財・無形資産) 関連記載の抽出・比較 (2023– 2025)

## Manus

本資料は、アップロードされた3年分の統合報告書 PDF から、知的資本（知財・無形資産）に関する記載を抽出し、年度間の変化を比較したものです。抜粋は PDF テキスト抽出結果を基に、改行・レイアウト由来の乱れを読みやすく整えています。

## 総括

3年間の変化を通じて、知的資本（知財・無形資産）に関する記載は、2023年の「資本・強みの棚卸し」から、2024年の「共創による実装基盤」へ、さらに2025年の「無形資産の循環的創造を通じた勝ち筋」へと発展している。2023年版では、知的資本は主に「次なる成長への基盤となる独創的で高い技術力」として、価値創造モデルのインプットに整理され、MCTの特許・研究開発、油脂加工技術、ブランド、顧客接点、DX、人材が個別要素として示されていた。2024年版では、これらの要素がインキュベーションスクエアを中心とする顧客との価値共創、研究開発とマーケティング・販売の連携、データを活用した顧客理解へと結び付けられ、知的資本が事業成長を実際に生むプロセスとして説明されている。2025年版では、「無形資産の循環的創造」「イノベーションの体質化」が明示され、顧客接点、技術革新、デジタル、トレーサブルなサプライチェーン、知的財産、デジタルデータ、人材投資を循環させることが、グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業への飛躍に向けた“勝ち筋”として位置付けられている。

## 価値創造ストーリーにおける位置付けの変化

2023年版では、価値創造モデルのなかで知的資本が他の資本と並列に置かれ、技術力や研究開発、知財戦略を「次なる成長への基盤」として説明している点が特徴である。これに対し2024年版では、研究開発拠点「インキュベーションスクエア」が

知的資本を顧客課題解決へつなぐ装置として登場し、油脂を究める技術と顧客との共創が連続的な価値創造を生むというストーリーが強まった。2025年版ではさらに、知的資本という用語に加えて「無形資産」が明示的に使われ、資本の棚卸しではなく、無形資産を蓄積・循環・再投資してイノベーションを常態化する企業体質への転換として語られる。つまり、知的資本は、単なる保有資産から、価値創造を反復的に生むメカニズムへと位置付けが変化している。

## 特に注目すべき変化

最も大きな変化は、知財・技術・研究開発の説明が、2025年版で資本収益性や投資配分と直接結び付いたことである。2023年版のMCT特許や知財戦略は競争優位と研究開発自由度の確保が中心であったが、2025年版では登録特許と売上収益の紐づけ、堅牢な特許網、研究開発費・デジタル投資額などが示され、知的資本が収益成長・ROIC向上を支える戦略資産として扱われている。また、データ・DXについても、2023年版のスマートファクトリーや需給管理から、2025年版では研究開発、営業、サプライチェーン、資金繰りまで横断するデジタル・IT基盤へと対象が広がっている。

## 比較表

観点	2023年版	2024年版	2025年版
価値創造ストーリー上の位置付け	知的資本を「次なる成長への基盤となる独創的で高い技術力」として、価値創造モデルのインプット／資本の一つに明示。MCT特許・研究開発、顧客接点、DX、人材を個別に説明。	「非財務資本の強化」として、知的資本・製造資本・人的資本を次期中計に接続。インキュベーションスキエアを、顧客との価値共創を推進する研究開発基盤として前面化。	「日清オイリオグループらしい“勝ち筋”」の中に、無形資産の循環的創造とイノベーション体質化を明示。知的資本は単一資本ではなく、成長戦略・ROIC・投資配分と一体化。

観点	2023 年版	2024 年版	2025 年版
知財・研究開発の扱い	MCT を象徴事例として、特許権、商標・ロゴ、研究開発の自由度確保を説明。	植物油脂研究に基づく技術開発力・商品開発力を、共創と「ビジョン 2030」の重点領域に結び付けて説明。	登録特許と売上収益の紐づけ、質・量ともに優位性のある特許網、脂質栄養エビデンス取得など、知財を成長・収益へ結び付ける記載がより具体化。
顧客接点・共創	長年の顧客関係やユーザーサポートセンター、中央研究所による技術ソリューション提供を強みとして記載。	インキュベーションスクエアにより、顧客と直接対話し共に手を動かす場を整備。官能評価データや分析機器を用いた課題解決が強調。	「顧客接点の高度化」「知のクロッシング」として、顧客接点そのものを無形資産の循環的創造の起点に位置付け。
データ・DX	顧客理解の深化やスマートファクトリー、SCM 改革に向けたデータ活用として記載。	ID-POS、デジタル活用、データドリブンな提案・マーケティング創生として事業側の活用が拡大。	AI 需要予測、研究開発の電子実験ノート・AI 分析、商談データ分析など、バリューチェーン横断のデジタル・IT 投資として体系化。
人的資本・組織文化	DX 人材の獲得・教育、真摯な姿勢やチームワーク等の企業文化が、価値創造の基盤として登場。	少数精鋭から厚みのある精鋭人材へ、人的資本投資を明示。社外取締役鼎談でも技術・人的資本・DX の説明力が論点化。	人材投資が無形資産の循環的創造を加速する資本投資として位置付けられ、研究開発・デジタル・サプライチェーン等の機能強化と連動。
開示の変化の要点	「知的資本＝技術力・知財・研究開発」を中心とした資本別説明。	「研究開発×共創×顧客接点」によって、知的資本を事業実装する場・プロセスへ展開。	「無形資産＝成長の勝ち筋を循環的に生む仕組み」として、価値創造ストーリーの中核概念へ格上げ。

## 2023 年版：知的資本（知財・無形資産）関連記載の抽出

2023 年の日清オイリオグループ統合報告書では、長期ビジョン「ビジョン 2030」を軸に、植物資源と油脂技術を基盤とした知的資本の強化が価値創造の中核として位置づけられている。特に、MCT を中心とした研究開発と特許保有、知的財産戦略の推進が顕著であり、機能性素材の市場展開やブランド価値向上に寄与している。顧

客接点の厚みを活かした共創やユーザーサポート、DX推進によるデータ活用と生産技術革新も知的資本の重要な側面として強調されている。人的資本では、企業文化や多様性の推進、教育・研修の充実がイノベーションの源泉とされ、サプライチェーンのトレーサビリティ確保や環境配慮も知的資本の持続的価値創造に貢献している。全体として、技術力、知財、ブランド、人的資本、顧客接点を統合的に活用し、グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業を目指す姿勢が明確に示された年である。

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
1	p.4	社長メッセージ	価値創造モデル	当社グループは長期ビジョン「日清オイリオグループビジョン 2030」で、“植物のチカラ®”と“油脂をさらに究めた強み”で“生きるエネルギー”をすべての人にお届けする企業グループになることを掲げました。そのために、お客さまの課題解決を通じて社会価値と経済価値を創出し、「グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業」になることを目指しています。	長期ビジョンにおいて、植物資源と油脂技術という知的資本を基盤に価値創造を目指すことを明示している。
2	p.5	社長メッセージ	顧客接点・共創	当社の強みは「油脂を究める」ことですが、最大の特長は、長年にわたり構築してきたホームユース、業務用、加工用などの多岐にわたる、多様なお客さまとの関係性です。お客さまへのソリューション提供を通じて新たな価値を生み出し、相互の理解と信頼関係をこれまで以上に高めていきます。多様なお客さまとの信頼関係をベースに、その接点のなかで得られた知見を、別のビジネスのなかで活用する。	顧客接点を通じた知見の蓄積と共創が知的資本の活用例として示されている。

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
3	p.5	社長メッセージ	ノウハウ	<p>当社は、ライフスタイルや社会の変化を速やかに捉え、迅速な提案をしてきました。例えば、国内油脂の業務用のお客さまの課題は、人手不足対策やコストダウンなどです。新型コロナウイルス感染症の流行により、外食需要の代わりに中食の需要が増加したことを受け、油脂によって解決すべき新たな課題も明らかになり、その課題に対するソリューションを提供しています。</p>	<p>顧客課題に対応するためのノウハウと技術的ソリューションの提供が知的資本の一部として言及されている。</p>
4	p.5	社長メッセージ	顧客接点・共創	<p>ユーザーサポートセンターは、国内の外食や中食企業、加工食品メーカーを主なお客さまとし、時にはお客さまと協働でニーズを発掘し、国内市場を開拓してきました。同様の機能はマレーシアの ISF も有しており、ファインケミカル領域でもテクニカルサポートとして展開しています。さらに、中央研究所でも、直接お客さまに対して技術的なソリューションを提供しています。</p>	<p>顧客接点を強化し、共創や技術支援を通じて知的資本を活用している具体例。</p>
5	p.6	社長メッセージ	データ・DX	<p>デジタルの活用を通じお客さまに対する理解をより深め、さらなる価値創造につなげたいと考えています。そのためには DX に取り組み、仕事のやり方や思想を変革していかなければなりません。DX の必要性については、十分に議論を重ね、全社的な理解が得られたと感じています。DX による事業強化に向け、必要な人材の獲得や、教育の拡充等の人的資本への投資を推進していきます。</p>	<p>DX 推進によるデータ活用と人的資本強化が知的資本の重要な側面として示されている。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
6	p.6	社長メッセージ	人的資本	<p>当社の企業文化は一言で言うと「真面目な会社」であるということです。これまで、油脂の物性などの機能面での課題や、安全・安心などの品質確保、Scope3のCO2排出量削減の追求などにより「社会的な品質」を獲得してきました。今後、よりきめ細やかな品質への対応、サプライチェーンにおけるトレーサビリティ確保などの社会的な品質を含め、どれだけ取り組むべき領域が広がっても「真摯な姿勢」で取り組み続けることが重要です。</p>	<p>企業文化や組織風土が知的資本の一部として価値創造に寄与していることを示す。</p>
7	p.8	価値創造モデル	知的資本	<p>知的資本次なる成長への基盤となる独創的で高い技術力。当社グループは、植物資源を起源とした事業活動、“植物のチカラ®”と“油脂をさらに究めた強み”で、共創による油脂ソリューションを創出していきます。6つの重点領域を通じて多様な価値を持つ“生きるエネルギー”を生み出し、すべての人にお届けします。</p>	<p>知的資本を技術力と位置づけ、価値創造の中核資産として明確に示している。</p>
8	p.9	価値創造ストーリー	知的資本	<p>知的資本として、油脂に関する長年の基礎研究によって積み重ねてきた知見と、お客さまのニーズや市場に合わせた商品開発のノウハウ、自社の技術とブランドを活用するための戦略的な知的財産戦略を掲げています。また、横浜磯子事業場におけるインキュベーション機能の強化や、機能性素材マーケティング、高度専門人材のキャリア採用強化なども推進しています。</p>	<p>知的資本の具体的内容として研究開発、知財戦略、技術人材育成を挙げている。</p>
9	p.10	当社グループの強み	技術	<p>油脂と周辺領域の技術力として、油脂の分析・評価・栄養研究、油脂加工技術、アプリケーション力を強みとしています。これらの技術力を基盤に、持続可能な原材料調達やフードセーフティ対応力、安定供給を実現する生産・物流体制を構築し、ブランドと販売力を活かしてグローバル展開を進めています。</p>	<p>技術力と知的資本が事業競争力の根幹であることを示している。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
10	p.11	油脂のバリューチェーンにおける強み	顧客接点・共創	<p>当社グループは「油脂を究める」ことにより、生活者の食卓から、外食・中食の厨房、そして加工食品メーカーの工場まで、多様なお客さまの食を支える油脂ソリューションを提供しています。多様なお客さまとの接点から得られた知見を他の共創のなかで展開することで、さらなるイノベーションを創発し、お客さまに対する課題解決力や価値創造力を高めています。</p>	<p>顧客接点を活用した知見の共有と共創によるイノベーション創出が知的資本の活用例。</p>
11	p.19	知的資本研究開発	知財	<p>当社グループは知的財産戦略として、共有価値の創造を促すことに加え、事業活動における優位性や研究開発における自由度の確保を掲げています。長年研究開発を続けてきたMCTに関しては、国内約110件、海外約120件の特許権を保有し、食品分野で圧倒的な競争優位を築いています。MCTの機能訴求のための商標登録や独自ロゴマークの開発も行い、社会への定着化に注力しています。</p>	<p>知的財産権の保有と戦略的活用により、技術優位性とブランド価値を高めている。</p>
12	p.19	知的資本研究開発	技術	<p>当社は、植物油脂研究で培った技術力と商品開発力により、「健康」、「おいしさ」、「利便性」、「環境負荷低減」等の多様なニーズや社会課題に応えています。油脂のおいしさの評価技術、栄養評価技術、油脂の製造および加工に関する技術力を強みとし、社内外での連携や共創を強化することで、「ビジョン2030」の重点領域における共有価値の創造に向けた研究開発を行っています。</p>	<p>技術力と研究開発が知的資本の中核であり、共創を通じて価値創造を推進している。</p>

No.	ページ シ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
13	p.20	基盤戦略	データ・DX	<p>名古屋工場のスマートファクトリー化では、ICT ツールや AI を導入し、カメラ映像やデジタル計器のデータを一括監視することで、生産性向上や働き方改革、技術力の獲得と伝承を実現しています。また、計画系システム導入により統計的・AI手法を用いた需要予測と需給計画策定を進め、データに基づく最適な需給管理を実現し、製品の安定供給と在庫圧縮を図っています。</p>	<p>DX によるデータ活用と技術革新が生産基盤の知的資本強化に寄与している。</p>
14	p.21	特集座談会	技術/ 顧客 接点・ 共創	<p>ISF は高品質なパーム油中間原料を安定供給し、ヨーロッパの顧客から「油脂の品質、サービス、知識の面で業界のフロントランナー」と評価されています。ファインケミカル事業は機能性エステル油剤の品質と独自性で世界トップレベルの評価を得ており、技術交流を通じて信頼関係を築いています。研究開発部門は多様な油脂加工技術と実生産設備を有し、グローバルな共創関係を構築しながらイノベーションを推進しています。</p>	<p>技術力と顧客接点を活かしたグローバル共創が知的資本の具体的活用例として示されている。</p>
15	p.23	重点領域すべての人の健康	技術/ 知財	<p>当社は MCT の主成分である中鎖脂肪酸の機能性表示を拡充し、健康課題に応える機能素材として展開しています。MCT は 50 年以上の研究開発の成果であり、国内外で多くの特許を保有しています。加工食品メーカーや流通と共創し、MCT 配合商品の市場規模は拡大中です。今後もパーソナルな健康課題に対応した商品開発や情報発信を進め、健康寿命の延伸に貢献します。</p>	<p>長期的な研究開発と知財戦略に基づく機能性素材の展開が知的資本の価値創造に直結している。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
16	p.24	重点領域 おいしさ、美のある豊かな生活	ブランド/技術	当社は 100 年以上の歴史を持つ食用油ブランドを基盤に、油脂の特性を活かした味づくりや調味調香技術による「味つけオイル」など新たな食文化を提案しています。研究開発力と製造技術力、流通との信頼関係を活かし、多様化するニーズに応え、生活者の QOL 向上に貢献しています。ブランド認知率 90% を目指し、商品のマーケット創造と売上拡大を推進しています。	ブランド力と技術力の融合による無形資産の強化が価値創造の重要要素として示されている。

## 2024 年版：知的資本（知財・無形資産）関連記載の抽出

2024 年度の統合報告書では、日清オイリオグループが「グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業」への飛躍を目指し、知的資本の強化を中核に据えた価値創造モデルを明確化しています。特に、研究開発拠点「インキュベーションスクエア」の新設による技術革新と顧客共創基盤の強化、スマートファクトリー化や AI 活用による製造資本とデジタル基盤の高度化、人的資本の戦略的育成と組織文化の醸成が重点的に推進されています。知的財産権の戦略的活用や特許網の拡充、産学官連携による新技術開発も進展し、健康・おいしさ・環境負荷低減など多様な社会課題への対応が技術開発の柱となっています。さらに、取締役会の実効性向上やガバナンス強化を通じて、持続的成長と社会的価値創造を支える経営体制の整備が進められています。これらの取り組みは、知的資本を軸にした価値創造ストーリーの深化と、非財務資本と財務資本の統合的マネジメントによる企業価値向上を示すものです。

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
1	p.5	社長メッセージ	技術	<p>当社が「グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業」への飛躍を目指すには、長年にわたり培ってきた“油脂をさらに究めた強み”により、社会価値と経済価値の両方を創出し、価値創造型のビジネスモデルをより強固に構築する必要があると考えています。次期中計に向けては、「ビジョン2030」のCSV経営の原点に立ち返って6つの重点領域（マテリアリティ）における価値創造と成長のストーリーを整理し、当社のビジネスモデルとして確立していく必要があります。</p>	<p>油脂技術を核とした強みを基盤に、価値創造型ビジネスモデルを構築し、重点領域での価値創造と成長ストーリーを明確化しているため知的資本の中核的記載。</p>
2	p.6	研究開発拠点「インキュベーションスクエア」新設	技術/R&D/共創基盤	<p>この5月にお客さまとの価値共創を推進する基盤として、横浜磯子事業場に研究開発拠点「インキュベーションスクエア」を立ち上げました。特に、重点領域「食のバリューチェーンへの貢献」において、お客さまのニーズに見合ったソリューションを提供するための共創の場として、最大限に活用したいと考えています。国内外の開発者同士がコミュニケーションを図りながら技術や情報を共有し、共に手を動かすことによって、スピード感を持って確度の高いソリューションを提供していきます。</p>	<p>新設の研究開発拠点は技術共有と顧客共創の場であり、知的資本の強化と価値創造の基盤として重要。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
3	p.6	人的資本強化	人的資本	「ビジョン 2030」の成長に向けた基本方針を支える“Marketing”“Technology”“Globalization”の分野における人材、さらにはデジタル領域を支える人材については、特に注力していきたいと考えています。昨年 10 月の人事制度の刷新に加えて、今年の春には「ビジョン 2030」の重点領域の 1 つ「人材マネジメント」の CSV 目標を見直しました。社員一人ひとりが当社グループの理念やビジョンに共感し、日々働きがいを感じられることが重要と考えています。	人的資本の強化と組織文化の醸成を通じて、知的資本の基盤を整備し、価値創造に直結する取り組み。
4	p.6	スマートファクトリー化	製造資本/技術	名古屋工場をモデル工場としてスマートファクトリー化を進めています。生産性向上を目的としつつ、生み出された時間を価値創造に向けた能力強化や技術の伝承に活用し、現場力の強化にもつなげています。品質管理においてはセンシングや AI など最先端技術を導入し、人の手による作業より精度の向上を実現しています。	製造現場のデジタル化と技術革新により製造資本を強化し、知的資本の一環として価値創造を支えている。
5	p.8	価値創造モデル	知的資本	当社グループは、植物資源を起源とした事業活動、“植物のチカラ®”と“油脂をさらに究めた強み”で共創による油脂ソリューションを創出。6 つの重点領域を通じて多様な価値を持つ“生きるエネルギー”を生み出し、社会課題を解決しながら技術の進化を可能とする資本を生み出す。この循環を通じてサステナビリティを実現していく。	知的資本を中心に据えた価値創造モデルの説明であり、技術・ブランド・共創基盤など無形資産の統合的活用を示す。

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
6	p.9	価値創造ストーリーのインプット	知的資本/技術/人的資本/データ・DX	油脂に関する長年の基礎研究による知見と商品開発ノウハウ、自社技術とブランドの戦略的知的財産戦略、教育最優先の充実した教育・研修制度、デジタル投資によるスマートファクトリー化、AI活用によるデジタルリテラシー教育など多角的な知的資本強化を推進しています。	知的資本の多面的強化（技術、知財、人的資本、DX）を具体的に示し、価値創造の基盤として重要。
7	p.10	当社グループの強み	技術/ブランド/顧客接点・共創	油脂の分析・評価・栄養研究、油脂加工技術、アプリケーション力、持続可能な原材料調達、フードセーフティ対応力、安定供給の生産・物流体制、安全・安心のブランド力、多様な販売チャンネル、ニーズ協働発掘型営業、グローバリゼーションなどの強みを活かし、新たな価値創出とビジネス領域拡大を目指しています。	技術力とブランド、顧客接点を融合した知的資本の強みを示し、価値創造の源泉として位置付けている。
8	p.16	インキュベーションスキエアの開設	技術/R&D/共創基盤	横浜磯子事業場に新たな研究開発拠点「インキュベーションスクエア」を開設。商品化・事業化まで一貫支援するインキュベーション機能を強化し、共創型キッチンやパイロット設備を備え、お客さまとの共創によるイノベーション創出とスピーディーな事業化を推進しています。大学や企業との連携を深め、技術的ハブとして機能しています。	研究開発と共創基盤の強化により知的資本を拡充し、価値創造の加速を図る重要な取り組み。

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
9	p.21	知的資本・研究開発	技術/R&D/知財/共創基盤	<p>長年の植物油脂研究に基づく技術開発力と商品開発力で健康・おいしさ・利便性・環境負荷低減など多様なニーズに対応。インキュベーションスクエアを中核に技術を磨き、国内外の共創の場として活用。東北大学との共同研究で植物油脂の酸化利用による動物性食品の香り成分創発技術を開発。国内特許約 690 件を保有し、特許網の強化と価値評価を進めています。</p>	<p>研究開発力と知的財産の戦略的活用、共創基盤の強化を通じて知的資本を体系的に拡充し、価値創造に直結している。</p>
10	p.22	生産構造の革新とデジタル戦略	製造資本/データ・DX/知的資本	<p>名古屋工場のスマートファクトリー化をはじめ、ICT 導入による製造実績情報の一元管理や AI 活用による需給計画の精緻化、デジタルツイン技術によるサプライチェーン最適化を推進。顧客理解深化のため ID-POS データ活用やマーケティングオートメーションを導入し、生活者のパーソナルデータを活用した健康情報発信も進めています。全社員対象のデジタルリテラシー教育や AI 利活用ルールの整備も実施。</p>	<p>製造資本のデジタル化とデータ活用による知的資本強化、顧客接点の深化を通じた価値創造基盤の高度化を示す。</p>
11	p.24	重点領域「すべての人の健康」	技術/R&D/知的資本	<p>植物油脂研究の技術と栄養評価を活かし、脂質栄養の知見を軸に健康課題の改善を目指す商品開発を推進。MCT オイルの機能性表示食品化や市場拡大に成功し、健康情報の発信も強化。東北大学との共同研究成果を活用し、植物油脂による乳・牛肉風味の創発技術など新技術の実用化を目指す。</p>	<p>技術開発と研究成果を活用した健康関連商品開発と知的資本の活用が価値創造の中心であることを示す。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
12	p.25	重点領域 「おいしさ、美のある豊かな生活」	技術/ブランド	<p>「日清ヘルシークリア」は酸化抑制技術「ウルトラ酸化バリア製法」を採用し、開封後も鮮度が長持ちする商品として開発。味つけオイル市場の創造や化粧品原料の自然由来指数向上など、技術を結集した付加価値型商品を展開。生活者の多様なニーズに応え、ブランド価値向上と市場拡大を図っています。</p>	<p>独自技術による製品差別化とブランド強化を通じて知的資本を活用し、価値創造に貢献している。</p>
13	p.29	重点領域 「食のバリューチェーンへの貢献」	技術/顧客接点・共創/ノウハウ	<p>ユーザーサポート機能を強化し、加工食品メーカーや外食など多様なお客さまのニーズに応じた最適な商品やオペレーションを技術的知見とともに提案。家庭用食用油の賞味期限延長や機能性油脂の活用による商品の品質向上、コスト抑制ソリューションも提供。インキュベーションスクエアを活用した共創により油脂ソリューションの幅を拡大し、搾油合弁会社設立で安定供給体制を強化。</p>	<p>技術力と顧客共創によるソリューション提供、ノウハウ蓄積とサプライチェーン強化を通じた知的資本活用の具体例。</p>
14	p.32	重点領域 「人材マネジメント」	人的資本/組織文化	<p>多様な人材の働きがい向上と組織能力強化を目指し、「多様な強みをもつ個と組織の Value Up」を理念とした新たな人事制度を導入。理念・ビジョンへの共感、強固な人材力の構築、多様な人材の活躍、イノベーションを生み出す組織風土への進化を人材マテリアリティに設定し、教育投資や働きやすい環境づくりを推進。社員の成長志向や働きがいの向上を CSV 目標に掲げています。</p>	<p>人的資本の戦略的強化と組織文化醸成を通じて知的資本の基盤を整備し、価値創造に寄与している。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
15	p.35	社外取締役鼎談	人的資本/知的資本/ガバナンス	社外取締役は資本コストを意識した経営マネジメントの重要性を指摘し、グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業への飛躍に向け技術の強みと重点領域の関連性を明確化する必要性を述べています。また、人的資本経営の観点からグローバルな人材登用や人権対応の施策の重要性を強調。ROIC 経営の浸透には部門別の資本効率把握が課題であり、数字だけにとらわれず実態を伴う経営が求められるとしています。	知的資本の戦略的活用、人的資本経営、ガバナンス強化を通じた価値創造と持続的成長の視点を示す。
16	p.38	取締役会の実効性向上	ガバナンス/知的資本	取締役会では ROIC 目標達成に向けた議論や 2030 年に向けた成長性と収益性の検討、経営戦略とリスク管理、CSV 目標の見直し、北米事業構想の進捗確認などを重点的に審議。経営サステナビリティ委員会を新設し、持続的成長と社会発展に資する基本方針や重要課題を審議。取締役会の実効性評価は年々向上し、経営課題の集中審議や社内外役員間の意思疎通深化を継続的に推進しています。	知的資本を含む経営戦略の高度化とガバナンス強化により、持続的な価値創造を支える体制整備を示す。

## 2025 年版：知的資本（知財・無形資産）関連記載の抽出

日清オイリオグループ統合報告書 2025 では、コアコンピタンスである油脂を中心に据えた知的資本の体系的な活用が価値創造ストーリーの根幹をなしています。技術力、知的財産、研究開発、デジタル・IT 活用、人的資本、ブランド、共創基盤、サプライチェーンの知見を多面的に連携させ、無形資産の循環的創造によるイノベーション体質化を推進。特に新中期経営計画「Value UpX」では、研究開発施設の整備、特許網の強化、デジタル技術の活用、グローバル展開、持続可能な原料調達とサプライチェーン強靱化、人材育成を重点的に進め、持続的成長と資本収益性向上を目指しています。これらの取り組みは、健康・美・食のバリューチェーンへの貢献を通じて社会価値と経済価値の共創を実現する知的資本の具体的な活用例として位置づけられています。

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
1	p.2	理念体系・トップメッセージ	ブランド/組織文化/技術	<p>私たちは、“植物のチカラ®”と“油脂をさらに究めた強み”で、食の新たな機能を生み出すプラットフォームの役割を担います。そして多様な価値を創造し、“生きるエネルギー”をすべての人にお届けする企業グループになります。コアコンピタンスである油脂を「究める」ことが当社グループの競争力の源泉であり、未知の事業領域や技術領域に挑戦し新しい領域を「切り拓く」ことを重視しています。</p>	<p>ブランド価値、組織文化、技術力を統合した知的資本の源泉としての油脂の強みを明示し、価値創造ストーリーの基盤を示している。</p>
2	p.3	統合報告書ハイライト	技術/研究開発/共創基盤	<p>新中期経営計画「Value UpX」では、チョコレート用油脂、化粧品油剤、機能性油脂・油剤、脂質栄養の知見に基づく市場創造の4領域を成長ドライバーと位置づけ、技術力と知見を活かした市場創造と共創基盤の強化を推進しています。特に研究開発施設「インキュベーションスクエア」の開設により共創基盤を構築し、イノベーションを加速しています。</p>	<p>研究開発施設や技術知見を活用した共創基盤の構築が価値創造ストーリーの中核であり、知的資本の重要な要素として位置づけられている。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
3	p.8	社長メッセージ	技術/ 研究開発/ 知財/ ブランド	<p>「Value UpX」では、チョコレート用油脂の品質管理や安全・安心の品質、社会的品質のマネジメント能力を高め、CBE（ココアバター代用脂）のグローバルシェア 15%以上を目指すほか、化粧品油剤のグローバルシェア 10%以上を目標に技術力と知見を活かした製品開発を推進しています。また、脂質栄養の知見を活用し健康と活力を生む商品を通じて QOL 向上に貢献します。</p>	<p>技術力、知的財産、ブランド力を活用した製品開発と市場創造が価値創造ストーリーの中核であり、知的資本の具体的な活用例を示している。</p>
4	p.14	価値創造ストーリー・成長の軌跡	技術/ ブランド/ ノウハウ	<p>日清オイリオグループは 110 年以上にわたり「油脂を究める」ことで多様な価値の共創に挑み続けてきました。BtoC 商品を通じた油脂ソリューションの提供や BtoB ビジネスを中心としたソリューション提供により、技術力とノウハウを蓄積し市場拡大を目指しています。</p>	<p>長年の技術蓄積とノウハウが知的資本の基盤となり、価値創造ストーリーの歴史的背景と位置づけを示している。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
5	p.15	価値創造モデル	知的資本/人的資本/社会関係資本	<p>知的資本は次なる成長への基盤となる独創的で高い技術力として位置づけられ、人的資本はイノベーションを生み出すエネルギッシュな人材、社会関係資本は油脂によるソリューションの機会をもたらすネットワークとして価値創造を支えています。コアコンピタンスの油脂を強化し、ビジネス領域を拡大しながら新たな価値創造を目指します。</p>	<p>知的資本を中心に人的資本や社会関係資本を連携させた価値創造モデルを示し、無形資産の体系的な位置づけを明確化している。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
6	p.16	戦略の実現に向けて	研究開発/知財/デジタル・IT/サプライチェーン/人的資本	<p>「Value UpX」では、チョコレート用油脂生産設備増強、スマートファクトリー化推進、インキュベーションスクエアの開設による共創基盤構築、登録特許の質・量の強化、脂質栄養のエビデンス取得、デジタル活用によるイノベーション加速、知的財産の戦略的活用、機能素材マーケティング推進、人材育成強化など多面的な知的資本強化に取り組んでいます。</p>	<p>研究開発、知的財産、デジタル技術、人的資本、共創基盤、サプライチェーン強化など多様な知的資本要素を戦略的に連携させている点が価値創造ストーリーの重要な柱である。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
7	p.17	日清オイリオグループの強み	技術/ ノウハウ/ ブランド/ 人的資本/ 顧客接点	当社グループの強みは「油脂を究める」ことにあり、協働による価値創造やプラットフォーム参画、共創の場の創出、BtoBtoC 機能性素材マーケティング、消費者心理の洞察による市場創造、油脂の分析・評価・栄養研究、加工技術、持続可能な原材料調達、安定供給体制、ブランド力、多様な販売チャンネル、グローバル展開など多面的な知的資本を活用しています。	技術力、ノウハウ、ブランド、人的資本、顧客接点を含む知的資本の多層的活用が価値創造ストーリーの中核であることを示している。
8	p.18	価値創造ストーリー・勝ち筋	知的資本/ デジタル・IT/ 研究開発/ 知財/ サプライチェーン/ 人的資本/ ノウハウ	無形資産の循環的創造によりイノベーションを生み出す企業体質に進化し、顧客接点の高度化、技術革新の実装、デジタルイノベーション、トレーサブルなサプライチェーン構築、知的財産の活用、デジタルデータ活用、人材投資など多様な無形資産を循環的に創造・強化し、成長を加速させます。	無形資産の循環的創造を通じたイノベーション体質化が価値創造ストーリーの重要な位置づけであり、知的資本の多角的活用を示している。

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
9	p.20	ビジョン 2030 概要	技術/ ブランド/ 人的資本/ ノウハウ	<p>私たちのコアコンピタンスは「油脂」であり、油脂を究め続けることで共創による油脂ソリューションを創出し続けます。油脂は根源的なエネルギーであり、おいしさや栄養機能、美の演出など多様な価値を持ちます。6つの重点領域を通じて油脂と相乗効果を発揮する素材・技術・事業から生み出される“生きるエネルギー”を提供し、企業グループとして多様な価値創造を目指します。</p>	<p>油脂を中心とした技術力、ブランド価値、人的資本、ノウハウを統合した価値創造の源泉を明確に示し、価値創造ストーリーの根幹をなす知的資本の位置づけを示している。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
10	p.23	重点領域 おいしさ、美のある豊かな生活	技術/ノウハウ/ブランド	<p>当社グループは多様な油種に関する豊富なノウハウと技術力、食生活の提案力を強みとし、変化する社会で一人ひとりの価値観やニーズに応え新しい価値創造を目指します。自然由来の成分や製造プロセスを重視するナチュラルティや高機能のスペシャリティ製品を開発し、化粧品原料分野でも独創的な技術提案とテクニカルサポート体制を強化しています。</p>	<p>技術力とノウハウを活用した製品開発とブランド価値創造が生活者のQOL向上に貢献し、知的資本の具体的活用例として価値創造ストーリーに位置づけられている。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
11	p.24	重点領域 食のバリューチェーンへの貢献	技術/共創基盤/サプライチェーン	<p>当社グループは技術力と共創基盤、サステナブルな原料調達や生産・加工技術を活かし、ユーザーベネフィットを追求するソリューション提供と油脂・ミールの安定供給を強化します。グローバル市場での新たなお客さまへの油脂ソリューション提供や共創による油脂の新たな機能創出、国内での持続可能な食エネルギーの安定供給に取り組めます。</p>	<p>技術力と共創基盤、サプライチェーンの知見を活用した価値創造が事業戦略の中核であり、知的資本の重要な構成要素として位置づけられている。</p>
12	p.29	新中期経営計画 「Value UpX」スタート	技術/研究開発/知財/人的資本/デジタル・IT	<p>「Value UpX」では “Marketing”×“Technology”×“Globalization”の取り組みを結実・進化させ、当社グループらしい“勝ち筋”と ROIC マネジメントによる成長の好循環を目指します。研究開発、デジタル・IT、サプライチェーン、サステナビリティの機能強化を進め、知的資本を活用した成長戦略を推進します。</p>	<p>技術力、知的財産、デジタル技術、人的資本を統合した成長戦略の推進が価値創造ストーリーの中心であり、知的資本の体系的活用を示している。</p>

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
13	p.32	基幹戦略	技術/ 研究開発/ 知財/ マーケティング/ 人的資本	成長ドライバーとなる基幹戦略では、トレーサブルで高機能なチョコレート用油脂のバリューチェーン創出と拡大、脂質栄養による健康課題への価値創造、ファインケミカル事業のグローバルシェア拡大、BtoBtoCにおける展開領域拡大と多様な価値創出、BtoCにおける生活の質向上に貢献する製品の売上拡大を推進します。	技術力、知的財産、マーケティング力、人的資本を活用した多面的な価値創造が基幹戦略の中核であり、知的資本の具体的な活用を示している。
14	p.52	研究開発と知的財産	知財/ 研究開発/ 脂質栄養/ ブランド	当社は重要技術や市場に関する特許網の構築により高い参入障壁を確立し、複数の特許網の組み合わせによる新たな価値創造に取り組んでいます。例えば揚げものの吸油量を抑える「ヘルシーオフ製法」やフライ油の長持ち機能を向上させる「UL製法」など独自技術を掛け合わせた製品開発を行い、知的財産を競争優位性の源泉としています。また脂質栄養のエビデンス取得にも注力しています。	知的財産戦略と研究開発による技術革新が競争優位性の確保と新たな価値創造に直結し、知的資本の中核的役割を果たしている。

No.	ページ	該当箇所	分類	抜粋	関連性
15	p.54	デジタル・IT	データ・DX/デジタル・IT/研究開発/顧客接点	<p>資本収益性向上とサプライチェーン強靱化を目的に、原料調達から生産・物流・販売までのバリューチェーン全体でデジタル活用を進めています。</p> <p>AIによる需要予測精度向上、トレーサビリティ強化、リスク管理の高度化を推進。研究開発では実験ノートの電子化やAI分析による革新的アイデア創出を加速し、営業部門では商談データのAI分析で提案力向上と営業プロセス自動化を目指しています。</p>	<p>デジタル技術とデータ活用による知的資本の強化が価値創造ストーリーの重要な要素であり、研究開発や顧客接点の高度化に寄与している。</p>
16	p.58	サプライチェーン/サステナビリティ	サプライチェーン/社会関係資本/環境・人権	<p>当社グループはISFを核に持続可能なパーム油調達に取り組み、認証油活用による農園までのトレーサビリティ向上を進めています。農園や搾油工場での環境・人権課題解決に働きかけ、NGOや地域社会と連携した森林保護活動も実施。透明性の高いサプライチェーン構築を目指し、持続可能なカカオ調達にも注力しています。</p>	<p>サプライチェーンの知見と社会関係資本を活用し、環境・人権課題解決を通じて持続可能な価値創造を実現する知的資本の重要な側面を示している。</p>

# 日清オイリオグループ 統合報告書における 知的資本（知財・無形資産）関連記載の抽出・比較 （2023–2025）

## Manus

対象資料：2602\_Nisshin\_OilliO\_Integrated\_Report\_2023\_JP.pdf、2024\_JP.pdf、2025\_JP.pdf

注：抜粋は PDF から抽出したテキストを基に、改行・レイアウト由来の乱れを読みやすく整えています。

### 総括

3年間の変化を通じて、知的資本（知財・無形資産）に関する記載は、2023年の「資本・強みの棚卸し」から、2024年の「共創による実装基盤」へ、さらに2025年の「無形資産の循環的創造を通じた勝ち筋」へと発展している。2023年版では、知的資本は主に「次なる成長への基盤となる独創的で高い技術力」として、価値創造モデルのインプットに整理され、MCTの特許・研究開発、油脂加工技術、ブランド、顧客接点、DX、人材が個別要素として示されていた。2024年版では、これらの要素がインキュベーションスクエアを中心とする顧客との価値共創、研究開発とマーケティング・販売の連携、データを活用した顧客理解へと結び付けられ、知的資本が事業成長を実際に生むプロセスとして説明されている。2025年版では、「無形資産の循環的創造」「イノベーションの体質化」が明示され、顧客接点、技術革新、デジタル、トレーサブルなサプライチェーン、知的財産、デジタルデータ、人材投資を循環させることが、グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業への飛躍に向けた“勝ち筋”として位置付けられている。

### 価値創造ストーリーにおける位置付けの変化

2023年版では、価値創造モデルのなかで知的資本が他の資本と並列に置かれ、技術力や研究開発、知財戦略を「次なる成長への基盤」として説明している点が特徴である。これに対し2024年版では、研究開発拠点「インキュベーションスクエア」が知的資本を顧客課題解決へつなぐ装置として登場し、油脂を究める技術と顧客との共創が連続的な価値創造を生むというストーリーが強まった。2025年版ではさらに、知的資本という用語に加えて「無形資産」が明示的に使われ、資本の棚卸しではなく、無形資産を蓄積・循環・再投資してイノベーションを常態化する企業体質への転換として語られる。つまり、知的資本は、単なる保有資産から、価値創造を反復的に生むメカニズムへと位置付けが変化している。

### 特に注目すべき変化

最も大きな変化は、知財・技術・研究開発の説明が、2025年版で資本収益性や投資配分と直接結び付いたことである。2023年版のMCT特許や知財戦略は競争優位と研究開発自由度の確保が中心であったが、2025年版では登録特許と売上収益の紐づけ、堅牢な特許網、研究開発費・デジタル投資額などが示され、知的資本が収益成長・ROIC向上を支える戦略資産として扱われている。また、データ・DXについても、2023年版のスマートファクトリーや需給管理から、2025年版では研究開発、営業、サプライチェーン、資金繰りまで横断するデジタル・IT基盤へと対象が広がっている。

## 比較表：知的資本（知財・無形資産）の位置付けの変化

観点	2023年版	2024年版	2025年版
価値創造ストーリー上の位置付け	知的資本を「次なる成長への基盤となる独創的で高い技術力」として、価値創造モデルのインプット／資本の一つに明示。MCT 特許・研究開発、顧客接点、DX、人材を個別に説明。	「非財務資本の強化」として、知的資本・製造資本・人的資本を次期中計に接続。インキュベーションスキエアを、顧客との価値共創を推進する研究開発基盤として前面化。	「日清オイリオグループらしい“勝ち筋”」の中に、無形資産の循環的創造とイノベーション体質化を明示。知的資本は単一資本ではなく、成長戦略・ROIC・投資配分と一体化。
知財・研究開発の扱い	MCT を象徴事例として、特許権、商標・ロゴ、研究開発の自由度確保を説明。	植物油脂研究に基づく技術開発力・商品開発力を、共創と「ビジョン 2030」の重点領域に結び付けて説明。	登録特許と売上収益の紐づけ、質・量ともに優位性のある特許網、脂質栄養エビデンス取得など、知財を成長・収益へ結び付ける記載がより具体化。
顧客接点・共創	長年の顧客関係やユーザーサポートセンター、中央研究所による技術ソリューション提供を強みとして記載。	インキュベーションスキエアにより、顧客と直接対話し共に手を動かす場を整備。官能評価データや分析機器を用いた課題解決が強調。	「顧客接点の高度化」「知のクロッシング」として、顧客接点そのものを無形資産の循環的創造の起点に位置付け。
データ・DX	顧客理解の深化やスマートファクトリー、SCM 改革に向けたデータ活用として記載。	ID-POS、デジタル活用、データドリブンな提案・マーケティング創生として事業側の活用が拡大。	AI 需要予測、研究開発の電子実験ノート・AI 分析、商談データ分析など、バリューチェーン横断のデジタル・IT 投資として体系化。
人的資本・組織文化	DX 人材の獲得・教育、真摯な姿勢やチームワーク等の企業文化が、価値創造の基盤として登場。	少数精鋭から厚みのある精鋭人材へ、人的資本投資を明示。社外取締役鼎談でも技術・人的資本・DX の説明力が論点化。	人材投資が無形資産の循環的創造を加速する資本投資として位置付けられ、研究開発・デジタル・サプライチェーン等の機能強化と連動。
開示の変化の要点	「知的資本＝技術力・知財・研究開発」を中心とした資本別説明。	「研究開発×共創×顧客接点」によって、知的資本を事業実装する場・プロセスへ展開。	「無形資産＝成長の勝ち筋を循環的に生む仕組み」として、価値創造ストーリーの中核概念へ格上げ。

## 2023年版：知的資本（知財・無形資産）関連記載の抽出

2023年の日清オイリオグループ統合報告書では、長期ビジョン「ビジョン2030」を軸に、植物資源と油脂技術を基盤とした知的資本の強化が価値創造の中核として位置づけられている。特に、MCTを中心とした研究開発と特許保有、知的財産戦略の推進が顕著であり、機能性素材の市場展開やブランド価値向上に寄与している。顧客接点の厚みを活かした共創やユーザーサポート、DX推進によるデータ活用と生産技術革新も知的資本の重要な側面として強調されている。人的資本では、企業文化や多様性の推進、教育・研修の充実がイノベーションの源泉とされ、サプライチェーンのトレーサビリティ確保や環境配慮も知的資本の持続的価値創造に貢献している。全体として、技術力、知財、ブランド、人的資本、顧客接点を統合的に活用し、グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業を目指す姿勢が明確に示された年である。

No.	ページ	該当箇所・分類	抜粋	関連性
1	p.4	社長メッセージ (価値創造モデル)	当社グループは長期ビジョン「日清オイリオグループビジョン2030」で、“植物のチカラ®”と“油脂をさらに究めた強み”で“生きるエネルギー”をすべての人にお届けする企業グループになることを掲げました。そのために、お客さまの課題解決を通じて社会価値と経済価値を創出し、「グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業」になることを目指しています。	長期ビジョンにおいて、植物資源と油脂技術という知的資本を基盤に価値創造を目指すことを明示している。
2	p.5	社長メッセージ (顧客接点・共創)	当社の強みは「油脂を究める」ことですが、最大の特長は、長年にわたり構築してきたホームユース、業務用、加工用などの多岐にわたる、多様なお客さまとの関係性です。お客さまへのソリューション提供を通じて新たな価値を生み出し、相互の理解と信頼関係をこれまで以上に高めていきます。多様なお客さまとの信頼関係をベースに、その接点のなかで得られた知見を、別のビジネスのなかで活用する。	顧客接点を通じた知見の蓄積と共創が知的資本の活用例として示されている。
3	p.5	社長メッセージ (ノウハウ)	当社は、ライフスタイルや社会の変化を速やかに捉え、迅速な提案をしてきました。例えば、国内油脂の業務用のお客さまの課題は、人手不足対策やコストダウンなどです。新型コロナウイルス感染症の流行により、外食需要の代わりに中食の需要が増加したことを受け、油脂によって解決すべき新たな課題も明らかになり、その課題に対するソリューションを提供しています。	顧客課題に対応するためのノウハウと技術的ソリューションの提供が知的資本の一部として言及されている。
4	p.5	社長メッセージ (顧客接点・共創)	ユーザーサポートセンターは、国内の外食や中食企業、加工食品メーカーを主なお客	顧客接点を強化し、共創や技術支援を通じて知的資本を活用している具体例。

			<p>さまとし、時にはお客さまと協働でニーズを発掘し、国内市場を開拓してきました。同様の機能はマレーシアの ISF も有しており、ファインケミカル領域でもテクニカルサポートとして展開しています。</p> <p>さらに、中央研究所でも、直接お客さまに対して技術的なソリューションを提供しています。</p>	
5	p.6	社長メッセージ (データ・DX)	<p>デジタルの活用を通じお客さまに対する理解をより深め、さらなる価値創造につなげたいと考えています。そのためには DX に取り組み、仕事のやり方や思想を変革していかなければなりません。DX の必要性については、十分に議論を重ね、全社的な理解が得られたと感じています。DX による事業強化に向け、必要な人材の獲得や、教育の拡充等の人的資本への投資を推進していきます。</p>	DX 推進によるデータ活用と人的資本強化が知的資本の重要な側面として示されている。
6	p.6	社長メッセージ (人的資本)	<p>当社の企業文化は一言で言うと「真面目な会社」であるということです。これまで、油脂の物性などの機能面での課題や、安全・安心などの品質確保、Scope3 の CO2 排出量削減の追求などにより「社会的な品質」を獲得してきました。今後、よりきめ細やかな品質への対応、サプライチェーンにおけるトレーサビリティ確保などの社会的な品質を含め、どれだけ取り組むべき領域が広がっても「真摯な姿勢」で取り組み続けることが重要です。</p>	企業文化や組織風土が知的資本の一部として価値創造に寄与していることを示す。
7	p.8	価値創造モデル (知的資本)	<p>知的資本 次なる成長への基盤となる独創的で高い技術力。当社グループは、植物資源を起源とした事業活動、“植物のチカラ®”と“油脂をさらに究めた強み”で、共創による油脂ソリューションを創出していきます。6つの重点領域を通じて多様な価値を持つ“生きるエネルギー”を生み出し、すべての人にお届けします。</p>	知的資本を技術力と位置づけ、価値創造の中核資産として明確に示している。
8	p.9	価値創造ストーリー (知的資本)	<p>知的資本として、油脂に関する長年の基礎研究によって積み重ねてきた知見と、お客さまのニーズや市場に合わせた商品開発のノウハウ、自社の技術とブランドを活用するための戦略的な知的財産戦略を</p>	知的資本の具体的内容として研究開発、知財戦略、技術人材育成を挙げている。

			掲げています。また、横浜磯子事業場におけるインキュベーション機能の強化や、機能性素材マーケティング、高度専門人材のキャリア採用強化なども推進しています。	
9	p.10	当社グループの強み (技術)	油脂と周辺領域の技術力として、油脂の分析・評価・栄養研究、油脂加工技術、アプリケーション力を強みとしています。これらの技術力を基盤に、持続可能な原材料調達やフードセーフティ対応力、安定供給を実現する生産・物流体制を構築し、ブランドと販売力を活かしてグローバル展開を進めています。	技術力と知的資本が事業競争力の根幹であることを示している。
10	p.11	油脂のバリューチェーンにおける強み (顧客接点・共創)	当社グループは「油脂を究める」ことにより、生活者の食卓から、外食・中食の厨房、そして加工食品メーカーの工場まで、多様なお客さまの食を支える油脂ソリューションを提供しています。多様なお客さまとの接点から得られた知見を他の共創のなかで展開することで、さらなるイノベーションを創出し、お客さまに対する課題解決力や価値創造力を高めています。	顧客接点を活用した知見の共有と共創によるイノベーション創出が知的資本の活用例。
11	p.19	知的資本 研究開発 (知財)	当社グループは知的財産戦略として、共有価値の創造を促すことに加え、事業活動における優位性や研究開発における自由度の確保を掲げています。長年研究開発を続けてきたMCTに関しては、国内約110件、海外約120件の特許権を保有し、食品分野で圧倒的な競争優位を築いています。MCTの機能訴求のための商標登録や独自ロゴマークの開発も行い、社会への定着化に注力しています。	知的財産権の保有と戦略的活用により、技術優位性とブランド価値を高めている。
12	p.19	知的資本 研究開発 (技術)	当社は、植物油脂研究で培った技術力と商品開発力により、「健康」、「おいしさ」、「利便性」、「環境負荷低減」等の多様なニーズや社会課題に応えています。油脂のおいしさの評価技術、栄養評価技術、油脂の製造および加工に関する技術力を強みとし、社内外での連携や共創を強化することで、「ビジョン2030」の重点領域における共有価値の創造に向けた研究開発を行っています。	技術力と研究開発が知的資本の中核であり、共創を通じて価値創造を推進している。
13	p.20	基盤戦略	名古屋工場のスマートファク	DXによるデータ活用と技術

		(データ・DX)	<p>トリー化では、ICT ツールや AI を導入し、カメラ映像やデジタル計器のデータを一括監視することで、生産性向上や働き方改革、技術力の獲得と伝承を実現しています。また、計画系システム導入により統計的・AI 手法を用いた需要予測と需給計画策定を進め、データに基づく最適な需給管理を実現し、製品の安定供給と在庫圧縮を図っています。</p>	革新が生産基盤の知的資本強化に寄与している。
14	p.21	特集座談会 (技術/顧客接点・共創)	<p>ISF は高品質なパーム油中間原料を安定供給し、ヨーロッパの顧客から「油脂の品質、サービス、知識の面で業界のフロントランナー」と評価されています。ファインケミカル事業は機能性エステル油剤の品質と独自性で世界トップレベルの評価を得ており、技術交流を通じて信頼関係を築いています。研究開発部門は多様な油脂加工技術と実生産設備を有し、グローバルな共創関係を構築しながらイノベーションを推進しています。</p>	技術力と顧客接点を活かしたグローバル共創が知的資本の具体的活用例として示されている。
15	p.23	重点領域 すべての人の健康 (技術/知財)	<p>当社は MCT の主成分である中鎖脂肪酸の機能性表示を拡充し、健康課題に応える機能素材として展開しています。MCT は 50 年以上の研究開発の成果であり、国内外で多くの特許を保有しています。加工食品メーカーや流通と共創し、MCT 配合商品の市場規模は拡大中です。今後もパーソナルな健康課題に対応した商品開発や情報発信を進め、健康寿命の延伸に貢献します。</p>	長期的な研究開発と知財戦略に基づく機能性素材の展開が知的資本の価値創造に直結している。
16	p.24	重点領域 おいしさ、美のある豊かな生活 (ブランド/技術)	<p>当社は 100 年以上の歴史を持つ食用油ブランドを基盤に、油脂の特性を活かした味づくりや調味調香技術による「味つけオイル」など新たな食文化を提案しています。研究開発力と製造技術力、流通との信頼関係を活かし、多様化するニーズに応え、生活者の QOL 向上に貢献しています。ブランド認知率 90% を目指し、商品のマーケット創造と売上拡大を推進しています。</p>	ブランド力と技術力の融合による無形資産の強化が価値創造の重要要素として示されている。

## 2024年版：知的資本（知財・無形資産）関連記載の抽出

2024年度の統合報告書では、日清オイリオグループが「グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業」への飛躍を目指し、知的資本の強化を中核に据えた価値創造モデルを明確化しています。特に、研究開発拠点「インキュベーションスクエア」の新設による技術革新と顧客共創基盤の強化、スマートファクトリー化やAI活用による製造資本とデジタル基盤の高度化、人的資本の戦略的育成と組織文化の醸成が重点的に推進されています。知的財産権の戦略的活用や特許網の拡充、産学官連携による新技術開発も進展し、健康・おいしさ・環境負荷低減など多様な社会課題への対応が技術開発の柱となっています。さらに、取締役会の実効性向上やガバナンス強化を通じて、持続的成長と社会的価値創造を支える経営体制の整備が進められています。これらの取り組みは、知的資本を軸にした価値創造ストーリーの深化と、非財務資本と財務資本の統合的マネジメントによる企業価値向上を示すものです。

No.	ページ	該当箇所・分類	抜粋	関連性
1	p.5	社長メッセージ (技術)	当社が「グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業」への飛躍を目指すには、長年にわたり培ってきた“油脂をさらに究めた強み”により、社会価値と経済価値の両方を創出し、価値創造型のビジネスモデルをより強固に構築する必要があります。次期中計に向けては、「ビジョン2030」のCSV経営の原点に立ち返って6つの重点領域（マテリアリティ）における価値創造と成長のストーリーを整理し、当社のビジネスモデルとして確立していく必要があります。	油脂技術を核とした強みを基盤に、価値創造型ビジネスモデルを構築し、重点領域での価値創造と成長ストーリーを明確化しているため知的資本の中核的記載。
2	p.6	研究開発拠点「インキュベーションスクエア」新設 (技術/R&D/共創基盤)	この5月にお客さまとの価値共創を推進する基盤として、横浜磯子事業場に研究開発拠点「インキュベーションスクエア」を立ち上げました。特に、重点領域「食のバリューチェーンへの貢献」において、お客さまのニーズに見合ったソリューションを提供するための共創の場として、最大限に活用したいと考えています。国内外の開発者同士がコミュニケーションを図りながら技術や情報を共有し、共に手を動かすことによって、スピード感を持って確度の高いソリューションを提供していきます。	新設の研究開発拠点は技術共有と顧客共創の場であり、知的資本の強化と価値創造の基盤として重要。
3	p.6	人的資本強化 (人的資本)	「ビジョン2030」の成長に向けた基本方針を支える “Marketing”“Technology”“Globalization”の分野における人材、さらにはデジタル領域を支える人材については、特に注力していきたいと考えています。昨年10月の人事制度の刷新に加えて、今年の春には「ビジョン2030」の重点領域の1つ「人材マネジメント」のCSV目標を見直しました。社員一人ひとりが当社グループの理念やビジョンに共感し、日々働きがいを感じられることが重要と考えています。	人的資本の強化と組織文化の醸成を通じて、知的資本の基盤を整備し、価値創造に直結する取り組み。
4	p.6	スマートファクトリー化 (製造資本/技術)	名古屋工場をモデル工場としてスマートファクトリー化を進めています。生産性向上を目的としつつ、生み出された時間を価値創造に向けた能力強化や技術の伝承に活用し、現場力の強化にもつなげています。品質管理においてはセンシング	製造現場のデジタル化と技術革新により製造資本を強化し、知的資本の一環として価値創造を支えている。

			や AI など最先端技術を導入し、人の手による作業より精度の向上を実現しています。	
5	p.8	価値創造モデル (知的資本)	当社グループは、植物資源を起源とした事業活動、“植物のチカラ®”と“油脂をさらに究めた強み”で共創による油脂ソリューションを創出。6つの重点領域を通じて多様な価値を持つ“生きるエネルギー”を生み出し、社会課題を解決しながら技術の進化を可能とする資本を生み出す。この循環を通じてサステナビリティを実現していく。	知的資本を中心に据えた価値創造モデルの説明であり、技術・ブランド・共創基盤など無形資産の統合的活用を示す。
6	p.9	価値創造ストーリーのイン プット (知的資本/技術/人的資本/ データ・DX)	油脂に関する長年の基礎研究による知見と商品開発ノウハウ、自社技術とブランドの戦略的知的財産戦略、教育最優先の充実した教育・研修制度、デジタル投資によるスマートファクトリー化、AI活用によるデジタルリテラシー教育など多角的な知的資本強化を推進しています。	知的資本の多面的強化（技術、知財、人的資本、DX）を具体的に示し、価値創造の基盤として重要。
7	p.10	当社グループの強み (技術/ブランド/顧客接 点・共創)	油脂の分析・評価・栄養研究、油脂加工技術、アプリケーション力、持続可能な原材料調達、フードセーフティ対応力、安定供給の生産・物流体制、安全・安心のブランド力、多様な販売チャネル、ニーズ協働発掘型営業、グローバルイノベーションなどの強みを活かし、新たな価値創出とビジネス領域拡大を目指しています。	技術力とブランド、顧客接点を融合した知的資本の強みを示し、価値創造の源泉として位置付けている。
8	p.16	インキュベーションスクエ アの開設 (技術/R&D/共創基盤)	横浜磯子事業場に新たな研究開発拠点「インキュベーションスクエア」を開設。商品化・事業化まで一貫支援するインキュベーション機能を強化し、共創型キッチンやパイロット設備を備え、お客さまとの共創によるイノベーション創出とスピーディーな事業化を推進しています。大学や企業との連携を深め、技術的ハブとして機能しています。	研究開発と共創基盤の強化により知的資本を拡充し、価値創造の加速を図る重要な取り組み。
9	p.21	知的資本・研究開発 (技術/R&D/知財/共創基 盤)	長年の植物油脂研究に基づく技術開発力と商品開発力で健康・おいしさ・利便性・環境負荷低減など多様なニーズに対応。インキュベーションスクエアを中核に技術を磨き、国内外の共創の場として活用。東北大学との共同研究で植物油脂の酸化利用による動物性食品の香り成分創発技術を開発。国内特許約 690 件を保有し、特許網の強化と価値評価を進めています。	研究開発力と知的財産の戦略的活用、共創基盤の強化を通じて知的資本を体系的に拡充し、価値創造に直結している。
10	p.22	生産構造の変革とデジタル 戦略 (製造資本/データ・DX/知 的資本)	名古屋工場のスマートファクトリー化をはじめ、ICT 導入による製造実績情報の一元管理や AI 活用による需給計画の精緻化、デジタルツイン技術によるサプライチェーン最適化を推進。顧客理解深化のため ID-POS データ活用やマーケティングオートメーションを導入し、生活者のパーソナルデータを活用した健康情報発信も進めています。全社員対象のデジタルリテラシー教育や AI 活用ルールの整備も実施。	製造資本のデジタル化とデータ活用による知的資本強化、顧客接点の深化を通じた価値創造基盤の高度化を示す。
11	p.24	重点領域「すべての人の健	植物油脂研究の技術と栄養評価を活か	技術開発と研究成果を活用

		康」 (技術/R&D/知的資本)	し、脂質栄養の知見を軸に健康課題の改善を目指す商品開発を推進。MCT オイルの機能性表示食品化や市場拡大に成功し、健康情報の発信も強化。東北大学との共同研究成果を活用し、植物油脂による乳・牛肉風味の創発技術など新技術の実用化を目指す。	した健康関連商品開発と知的資本の活用が価値創造の中心であることを示す。
12	p.25	重点領域「おいしさ、美のある豊かな生活」 (技術/ブランド)	「日清ヘルシークリア」は酸化抑制技術「ウルトラ酸化バリア製法」を採用し、開封後も鮮度が長持ちする商品として開発。味つけオイル市場の創造や化粧品原料の自然由来指数向上など、技術を結集した付加価値型商品を展開。生活者の多様なニーズに応え、ブランド価値向上と市場拡大を図っています。	独自技術による製品差別化とブランド強化を通じて知的資本を活用し、価値創造に貢献している。
13	p.29	重点領域「食のバリューチェーンへの貢献」 (技術/顧客接点・共創/ノウハウ)	ユーザーサポート機能を強化し、加工食品メーカーや外食など多様なお客さまのニーズに応じた最適な商品やオペレーションを技術的知見とともに提案。家庭用食用油の賞味期限延長や機能性油脂の活用による商品の品質向上、コスト抑制ソリューションも提供。インキュベーションスクエアを活用した共創により油脂ソリューションの幅を拡大し、搾油合弁会社設立で安定供給体制を強化。	技術力と顧客共創によるソリューション提供、ノウハウ蓄積とサプライチェーン強化を通じた知的資本活用の具体例。
14	p.32	重点領域「人材マネジメント」 (人的資本/組織文化)	多様な人材の働きがい向上と組織能力強化を目指し、「多様な強みをもつ個と組織の Value Up」を理念とした新たな人事制度を導入。理念・ビジョンへの共感、強固な人材力の構築、多様な人材の活躍、イノベーションを生み出す組織風土への進化を人材マテリアリティに設定し、教育投資や働きやすい環境づくりを推進。社員の成長志向や働きがいの向上を CSV 目標に掲げています。	人的資本の戦略的強化と組織文化醸成を通じて知的資本の基盤を整備し、価値創造に寄与している。
15	p.35	社外取締役鼎談 (人的資本/知的資本/ガバナンス)	社外取締役は資本コストを意識した経営マネジメントの重要性を指摘し、グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業への飛躍に向け技術の強みと重点領域の関連性を明確化する必要性を述べています。また、人的資本経営の観点からグローバルな人材登用や人権対応の施策の重要性を強調。ROIC 経営の浸透には部門別の資本効率把握が課題であり、数字だけにとらわれず実態を伴う経営が求められるとしています。	知的資本の戦略的活用、人的資本経営、ガバナンス強化を通じた価値創造と持続的成長の視点を示す。
16	p.38	取締役会の実効性向上 (ガバナンス/知的資本)	取締役会では ROIC 目標達成に向けた議論や 2030 年に向けた成長性と収益性の検討、経営戦略とリスク管理、CSV 目標の見直し、北米事業構想の進捗確認などを重点的に審議。経営サステナビリティ委員会を新設し、持続的成長と社会発展に資する基本方針や重要課題を審議。取締役会の実効性評価は年々向上し、経営課題の集中審議や社内外役員間の意思疎通深化を継続的に推進しています。	知的資本を含む経営戦略の高度化とガバナンス強化により、持続的な価値創造を支える体制整備を示す。

## 2025年版：知的資本（知財・無形資産）関連記載の抽出

日清オイリオグループ統合報告書 2025 では、コアコンピタンスである油脂を中心に据えた知的資本の体系的な活用が価値創造ストーリーの根幹をなしています。技術力、知的財産、研究開発、デジタル・IT活用、人的資本、ブランド、共創基盤、サプライチェーンの知見を多面的に連携させ、無形資産の循環的創造によるイノベーション体質化を推進。特に新中期経営計画「Value UpX」では、研究開発施設の整備、特許網の強化、デジタル技術の活用、グローバル展開、持続可能な原料調達とサプライチェーン強化、人材育成を重点的に進め、持続的成長と資本収益性向上を目指しています。これらの取り組みは、健康・美・食のバリューチェーンへの貢献を通じて社会価値と経済価値の共創を実現する知的資本の具体的な活用例として位置づけられています。

No.	ページ	該当箇所・分類	抜粋	関連性
1	p.2	理念体系・トップメッセージ (ブランド/組織文化/技術)	私たちは、“植物のチカラ®”と“油脂をさらに究めた強み”で、食の新たな機能を生み出すプラットフォームの役割を担います。そして多様な価値を創造し、“生きるエネルギー”をすべての人にお届けする企業グループになります。コアコンピタンスである油脂を「究める」ことが当社グループの競争力の源泉であり、未知の事業領域や技術領域に挑戦し新しい領域を「切り拓く」ことを重視しています。	ブランド価値、組織文化、技術力を統合した知的資本の源泉としての油脂の強みを明示し、価値創造ストーリーの基盤を示している。
2	p.3	統合報告書ハイライト (技術/研究開発/共創基盤)	新中期経営計画「Value UpX」では、チョコレート用油脂、化粧品油剤、機能性油脂・油剤、脂質栄養の知見に基づく市場創造の4領域を成長ドライバーと位置づけ、技術力と知見を活かした市場創造と共創基盤の強化を推進しています。特に研究開発施設「インキュベーションスクエア」の開設により共創基盤を構築し、イノベーションを加速しています。	研究開発施設や技術知見を活用した共創基盤の構築が価値創造ストーリーの中核であり、知的資本の重要な要素として位置づけられている。
3	p.8	社長メッセージ (技術/研究開発/知財/ブランド)	「Value UpX」では、チョコレート用油脂の品質管理や安全・安心の品質、社会的品質のマネジメント能力を高め、CBE（ココアバター代用脂）のグローバルシェア15%以上を目指すほか、化粧品油剤のグローバルシェア10%以上を目標に技術力と知見を活かした製品開発を推進しています。また、脂質栄養の知見を活用し健康と活力を生む商品を通じてQOL向上に貢献します。	技術力、知的財産、ブランド力を活用した製品開発と市場創造が価値創造ストーリーの中核であり、知的資本の具体的な活用例を示している。
4	p.14	価値創造ストーリー・成長の軌跡 (技術/ブランド/ノウハウ)	日清オイリオグループは110年以上にわたり「油脂を究める」ことで多様な価値の共創に挑み続けてきました。BtoC商品を通じた油脂ソリューションの提供やBtoBビジネスを中心としたソリューション提供により、技術力とノウハウを蓄積し市場拡大を目指しています。	長年の技術蓄積とノウハウが知的資本の基盤となり、価値創造ストーリーの歴史的背景と位置づけを示している。
5	p.15	価値創造モデル (知的資本/人的資本/社会関係資本)	知的資本は次なる成長への基盤となる独創的で高い技術力として位置づけられ、人的資本はイノベーションを生み出すエネルギーギッシュな人材、社会関係資本は油脂によるソリューションの機会をもたらすネットワークとして価値創造を支えています。コアコンピタンスの油脂を強化し、ビジネス領域を拡大しながら新たな価値創造を目指します。	知的資本を中心に人的資本や社会関係資本を連携させた価値創造モデルを示し、無形資産の体系的な位置づけを明確化している。
6	p.16	戦略の実現に向けて (研究開発/知財/デジタル・IT/サプライチェーン/)	「Value UpX」では、チョコレート用油脂生産設備増強、スマートファクトリー化推進、インキュベーションスクエアの開設による共	研究開発、知的財産、デジタル技術、人的資本、共創基盤、サプライチェーン強

		人的資本)	創基盤構築、登録特許の質・量の強化、脂質栄養のエビデンス取得、デジタル活用によるイノベーション加速、知的財産の戦略的活用、機能素材マーケティング推進、人材育成強化など多面的な知的資本強化に取り組んでいます。	化など多様な知的資本要素を戦略的に連携させている点が価値創造ストーリーの重要な柱である。
7	p.17	日清オイリオグループの強み (技術/ノウハウ/ブランド/人的資本/顧客接点)	当社グループの強みは「油脂を究める」ことにあり、協働による価値創造やプラットフォーム参画、共創の場の創出、BtoBtoC 機能性素材マーケティング、消費者心理の洞察による市場創造、油脂の分析・評価・栄養研究、加工技術、持続可能な原材料調達、安定供給体制、ブランド力、多様な販売チャネル、グローバル展開など多面的な知的資本を活用しています。	技術力、ノウハウ、ブランド、人的資本、顧客接点を含む知的資本の多層的活用が価値創造ストーリーの中核であることを示している。
8	p.18	価値創造ストーリー・勝ち筋 (知的資本/デジタル・IT/研究開発/知財/サプライチェーン/人的資本/ノウハウ)	無形資産の循環的創造によりイノベーションを生み出す企業体質に進化し、顧客接点の高度化、技術革新の実装、デジタルイノベーション、トレーサブルなサプライチェーン構築、知的財産の活用、デジタルデータ活用、人材投資など多様な無形資産を循環的に創造・強化し、成長を加速させます。	無形資産の循環的創造を通じたイノベーション体質が価値創造ストーリーの重要な位置づけであり、知的資本の多角的活用を示している。
9	p.20	ビジョン 2030 概要 (技術/ブランド/人的資本/ノウハウ)	私たちのコアコンピタンスは「油脂」であり、油脂を究め続けることで共創による油脂ソリューションを創出し続けます。油脂は根源的なエネルギーであり、おいしさや栄養機能、美の演出など多様な価値を持ちます。6つの重点領域を通じて油脂と相乗効果を発揮する素材・技術・事業から生み出される“生きるエネルギー”を提供し、企業グループとして多様な価値創造を目指します。	油脂を中心とした技術力、ブランド価値、人的資本、ノウハウを統合した価値創造の源泉を明確に示し、価値創造ストーリーの根幹をなす知的資本の位置づけを示している。
10	p.23	重点領域 おいしさ、美のある豊かな生活 (技術/ノウハウ/ブランド)	当社グループは多様な油種に関する豊富なノウハウと技術力、食生活の提案力を強みとし、変化する社会で一人ひとりの価値観やニーズに応え新しい価値創造を目指します。自然由来の成分や製造プロセスを重視するナチュラルリティや高機能のスペシャリティ製品を開発し、化粧品原料分野でも独創的な技術提案とテクニカルサポート体制を強化しています。	技術力とノウハウを活用した製品開発とブランド価値創造が生活者の QOL 向上に貢献し、知的資本の具体的活用例として価値創造ストーリーに位置づけられている。
11	p.24	重点領域 食のバリューチェーンへの貢献 (技術/共創基盤/サプライチェーン)	当社グループは技術力と共創基盤、サステナブルな原料調達や生産・加工技術を活かし、ユーザーベネフィットを追求するソリューション提供と油脂・ミールの安定供給を強化します。グローバル市場での新たなお客さまへの油脂ソリューション提供や共創による油脂の新たな機能創出、国内での持続可能な食エネルギーの安定供給に取り組めます。	技術力と共創基盤、サプライチェーンの知見を活用した価値創造が事業戦略の中核であり、知的資本の重要な構成要素として位置づけられている。
12	p.29	新中期経営計画「Value UpX」スタート (技術/研究開発/知財/人的資本/デジタル・IT)	「Value UpX」では“Marketing”×“Technology”×“Globalization”の取り組みを結実・進化させ、当社グループらしい“勝ち筋”と ROIC マネジメントによる成長の好循環を目指します。研究開発、デジタル・IT、サプライチェーン、サステナビリティの機能強化を進め、知的資本を活用した成長戦略を推進します。	技術力、知的財産、デジタル技術、人的資本を統合した成長戦略の推進が価値創造ストーリーの中心であり、知的資本の体系的活用を示している。
13	p.32	基幹戦略 (技術/研究開発/知財/マーケティング/人的資本)	成長ドライバーとなる基幹戦略では、トレーサブルで高機能なチョコレート用油脂のバリューチェーン創出と拡大、脂質栄養による健	技術力、知的財産、マーケティング力、人的資本を活用した多面的な価値創造が

			<p>康課題への価値創造、ファインケミカル事業のグローバルシェア拡大、BtoBtoCにおける展開領域拡大と多様な価値創出、BtoCにおける生活の質向上に貢献する製品の売上拡大を推進します。</p>	<p>基幹戦略の中核であり、知的資本の具体的な活用を示している。</p>
14	p.52	<p>研究開発と知的財産 (知財/研究開発/脂質栄養/ブランド)</p>	<p>当社は重要技術や市場に関する特許網の構築により高い参入障壁を確立し、複数の特許網の組み合わせによる新たな価値創造に取り組んでいます。例えば揚げものの吸油量を抑える「ヘルシーオフ製法」やフライ油の長持ち機能を向上させる「UL製法」など独自技術を掛け合わせた製品開発を行い、知的財産を競争優位性の源泉としています。また脂質栄養のエビデンス取得にも注力しています。</p>	<p>知的財産戦略と研究開発による技術革新が競争優位性の確保と新たな価値創造に直結し、知的資本の中核的役割を果たしている。</p>
15	p.54	<p>デジタル・IT (データ・DX/デジタル・IT/研究開発/顧客接点)</p>	<p>資本収益性向上とサプライチェーン強靱化を目的に、原料調達から生産・物流・販売までのバリューチェーン全体でデジタル活用を進めています。AIによる需要予測精度向上、トレーサビリティ強化、リスク管理の高度化を推進。研究開発では実験ノートの電子化やAI分析による革新的アイデア創出を加速し、営業部門では商談データのAI分析で提案力向上と営業プロセス自動化を目指しています。</p>	<p>デジタル技術とデータ活用による知的資本の強化が価値創造ストーリーの重要な要素であり、研究開発や顧客接点の高度化に寄与している。</p>
16	p.58	<p>サプライチェーン/サステナビリティ (サプライチェーン/社会関係資本/環境・人権)</p>	<p>当社グループはISFを核に持続可能なバーム油調達に取り組み、認証油活用による農園までのトレーサビリティ向上を進めています。農園や搾油工場での環境・人権課題解決に働きかけ、NGOや地域社会と連携した森林保護活動も実施。透明性の高いサプライチェーン構築を目指し、持続可能なカカオ調達にも注力しています。</p>	<p>サプライチェーンの知見と社会関係資本を活用し、環境・人権課題解決を通じて持続可能な価値創造を実現する知的資本の重要な側面を示している。</p>

## 結論

過去3年間の開示は、知的資本を「技術力・知財・研究開発」として説明する段階から、顧客との共創基盤を通じて事業化する段階を経て、2025年版では無形資産を循環的に創造し、イノベーションを生み出す企業体質そのものとして位置付ける段階へと進化している。特に2025年版では、顧客接点、知のクロッシング、技術革新、デジタル、知的財産、デジタルデータ、人材投資、トレーサブルなサプライチェーンが一体的に語られており、知的資本は価値創造ストーリーの補助的説明ではなく、成長戦略と資本収益性向上を支える中核概念へと変化している。

# 日清オイリオグループの知的資本戦略における今後の課題と機会

Manus

先ほど整理した3年間の統合報告書の変化を見ると、日清オイリオグループの知的資本戦略は、単なる技術・特許・研究開発の保有から、顧客接点、研究開発、デジタル、知財、人材、サプライチェーンを循環させて価値創造を継続的に生む仕組みへと進化しつつあります。特に2025年版で示された「無形資産の循環的創造」「イノベーションの体質化」は、同社が知的資本を成長戦略の中核に据えようとしていることを示しています。

一方で、この方向性を実効性ある戦略に高めるには、いくつかの課題があります。第一に、知的資本と収益性の因果関係をより明確にする必要があります。2025年版では登録特許と売上収益の紐づけ、研究開発投資、デジタル投資、ROICとの関係が示され始めていますが、今後は「どの知的資本が、どの事業・製品・顧客価値・利益率にどう貢献しているのか」を定量・定性の両面で説明することが重要になります。特許件数や研究開発費だけではなく、共創案件数、事業化率、プレミアム価格形成、利益率改善、顧客継続率などに接続する開示が求められます。

第二に、インキュベーションスクエアを中心とする共創基盤を、単なる研究開発施設ではなく、事業創出のプラットフォームとして機能させることが課題です。2024年版以降、顧客と「共に手を動かす」場として同施設が前面に出ていますが、今後はここから生まれたソリューションが、どの程度新製品、新カテゴリー、BtoBソリューション、海外展開、顧客課題解決に結び付いたのかを示すことが重要です。顧客接点を高度化するだけでなく、顧客から得た知見を社内横断で共有し、再利用可能なノウハウとして蓄積する仕組みが必要になります。

第三に、デジタル・ITと既存の油脂技術を統合する人材・組織能力の強化が課題です。2025年版ではAI需要予測、電子実験ノート、商談データ分析、サプライチェーンのデジタル化など、デジタル活用領域が大きく広がっています。しかし、データ基盤を整えるだけでは価値創造には直結しません。研究開発、営業、製造、知財、マーケティング、サステナビリティ部門が共通データを使い、仮説検証を高速化できる組織能力が必要です。特に、油脂の分析・評価・加工技術という伝統的な強みと、AI・データサイエンスを組み合わせられる人材の育成が鍵になります。

観点	今後の課題	今後の機会
知財・研究開発	特許・技術・研究成果と売上・利益・ROIC との関係を明確化すること	高機能油脂、MCT、化粧品油剤、チョコレート用油脂などで高付加価値化を進められる
顧客接点・共創	インキュベーションスクエア発の成果を事業化・収益化まで追跡すること	顧客課題を起点に、模倣困難な BtoB ソリューションを継続的に創出できる
データ・DX	データ基盤を部門横断で使いこなす組織能力を高めること	需要予測、研究開発、営業提案、SCM、資金効率を同時に高度化できる
人的資本・組織文化	「少数精鋭」から多様な専門人材が連携する体制へ移行すること	技術、マーケティング、グローバル、デジタルを掛け合わせた新しい事業創造が可能になる
ブランド・市場創造	技術価値を生活者や顧客に分かりやすく伝えること	健康、美、おいしさ、サステナビリティを軸にブランドプレミアムを高められる
サプライチェーン	トレーサビリティや社会的品質をコストではなく価値に転換すること	持続可能な調達・品質保証を差別化要因としてグローバル顧客に訴求できる

機会として最も大きいのは、同社が長年蓄積してきた**油脂に関する研究開発力、加工技術、評価技術、顧客接点、ブランド信頼**を、社会課題解決型の成長領域に展開できる点です。健康寿命延伸、栄養課題、カカオ代替・チョコレート用油脂、化粧品のナチュラルティ、食品のおいしさ・賞味期限延長、サステナブル調達などは、いずれも技術と市場理解の組み合わせが必要な領域です。同社の知的資本は、単独の特許や製品ではなく、顧客課題を理解し、油脂技術で解決し、ブランドやサプライチェーンの信頼で市場に定着させる点に強みがあります。

特に BtoB 領域では、知的資本を「製品」ではなく「ソリューション」として提供できる余地が大きいと考えられます。食品メーカー、外食・中食、化粧品メーカーなどの顧客は、品質、風味、健康機能、コスト、安定供給、環境対応といった複合的課題を抱えています。日清オイリオグループが油脂の分析・評価・加工技術に加え、顧客との共創データや官能評価、サプライチェーン情報を組み合わせれば、単なる原料供給を超えた高付加価値な提案が可能になります。

ただし、今後の知的資本戦略では、「**油脂を究める**」強みをどこまで**グローバルで再現・拡張できるか**が重要な分岐点になります。国内で蓄積した顧客接点や技術ノウハウを、海外市場、特にチョコレート用油脂、化粧品油剤、機能性油脂・油剤に展開するには、現地顧客のニーズ、規制、品質基準、文化的嗜好に合わせた応用力が求め

られます。そのためには、グローバル拠点間で研究開発・知財・顧客情報を共有する仕組みや、現地で技術提案ができる人材の育成が不可欠です。

総じて、日清オイリオグループの知的資本戦略の今後の方向性は、「保有する知的資本」から「循環し、事業化され、収益と社会価値を生む無形資産」への転換にあります。今後の課題は、この循環を測定可能にし、部門横断・グローバル横断で再現性のある仕組みにすることです。一方で、その仕組みが確立されれば、同社は油脂というコアコンピタンスを起点に、健康、美、食のバリューチェーン、サステナビリティを横断する高付加価値ソリューション企業として、競争優位を一段と強化できると考えられます。