

「アミノサイエンス®を核とした知財戦略の進化と価値創造」： 味の素株式会社 泉井裕氏 LexisNexis PatentSight+ Summit 2025 講演内容予測分析

Gemini Deep Research

1. エグゼクティブサマリー

本レポートは、味の素株式会社（以下、味の素）の知的財産（IP）戦略を詳細に分析し、2025 年に開催される LexisNexis PatentSight+ Summit における同社執行理事 知的財産部長 泉井裕氏の講演「アミノサイエンス®を核とした知財戦略の進化と価値創造」の内容を予測するものである¹。

泉井氏の講演は、味の素が食品・アミノ酸企業から、多様な事業領域を包含する「アミノサイエンス®」を中核とした企業へと進化を遂げる過程で、知的財産がいかにして単なる保護手段から経済価値と社会価値（ASV: Ajinomoto Group Creating Shared Value）を能動的に創出する原動力へと変貌を遂げたかを詳述するものと予測される。講演の主要な柱として、以下の点が強調されるであろう。

- **アミノサイエンス®の中心的役割:** 味の素のイノベーションと事業展開の根幹を成す「アミノサイエンス®」の概念とその戦略的重要性。
- **事業・研究開発・知財（B-R&D-IP）の戦略的連携:** これら三位一体の連携強化が、いかにして知財価値の最大化と事業成果に結びついているか。
- **知財主導の事業成功事例:** 具体的な事業分野における知財活用事例を通じた価値創造の実証。
- **「Well-being」への貢献:** 知的財産戦略が、最終的に人・社会・地球の Well-being 向上にいかにか貢献するかという、同社のパーパスとの関連。

特に、泉井氏の講演は、LexisNexis PatentSight+ Summit の主要テーマである

「Bringing IP to the Boardroom（IP を経営会議へ）」²、すなわち知的財産の価値を経営層を含む広範なビジネスオーディエンスに訴求する絶好の機会となるであろう。この文脈において、講演は単なる技術的な IP 議論に留まらず、IP が事業戦略と不可分であり、経営判断に資する情報を提供し得ることを示すものとなる可能性が高い。

また、「アミノサイエンス®」は、単なる技術ポートフォリオとしてではなく、多様な研究開発努力を統一し、新たな高付加価値市場への参入を促進する戦略的ブランドとして提示されることが見込まれる。アミノサイエンス®の定義は「多様な素材・機能・技術・サービスの総称」⁴と広範であり、ヘルスケア、ICT、グリーンといった多岐にわ

たる分野へ応用されている⁶。この広範な活動を一つのブランド傘下に収めることは、伝統的なイメージを超えて進化する企業にとって、一貫性のあるイノベーションの物語を構築する上で極めて重要であり、このブランド自体が戦略的な知的財産として機能していると言える。

2. 発表の背景：泉井氏の講演と LexisNexis PatentSight+ Summit 2025

2.1. LexisNexis PatentSight+ Summit：IP 戦略家たちの交差点

LexisNexis PatentSight+ Summit は、知的財産がビジネスに与える戦略的影響について、トップレベルの議論が行われる重要な国際会議である²。特に、特許情報分析（パテントアナリティクス）を活用した経営戦略への貢献や、複雑な IP データを実用的なビジネスインサイトに転換する方法論が主要な議題となる。

2025 年の日本開催サミットのテーマは「未来を拓く知財戦略～戦略・人材・AI の新たな可能性～」⁸であり、これは泉井氏の講演が、味の素の IP 戦略がいかに未来志向であるか、また、人材育成や AI の活用といった新たな側面にも（主要な焦点ではないとしても）触れる可能性を示唆している。さらに、グローバルサミットのテーマ

「Bringing IP to the Boardroom（IP を経営会議へ）」²は、講演者が IP の価値を経営レベルのビジネス用語で明確に説明することが期待されている状況を裏付けている。このような背景から、泉井氏の講演は、この特定の聴衆とその期待に合わせて調整されるものと考えられる。

2.2. 講演者：泉井裕氏 – 味の素の IP 価値提案の設計者

泉井裕氏は、味の素の執行理事であり、知的財産部長を務める¹。同氏は、アミノ酸関連の事業開発、バイオテクノロジー、研究開発マネジメントといった分野で、国際的な業務経験も含め、長年にわたり味の素グループ内で幅広い経験を積んできた⁸。この多岐にわたる経歴は、IP 戦略と研究開発、事業戦略との統合について権威ある見解を述べる上で、同氏を独自の立場に置いている。

過去には、2023 年の IR Day においても、知的財産戦略と企業価値向上といった類似のテーマで講演しており¹⁰、これは 2025 年のサミットに向けて、さらに進化・洗練された一貫性のあるメッセージが発信されることを示唆している。泉井氏の研究開発、事業開発、IP リーダーシップ、そして国際経験という多様なバックグラウンド⁸は、氏の講演が技術的な IP の側面だけでなく、具体的なビジネス成果やグローバルな戦略的考察と結びついた、包括的な視点を提供することを示唆している。これは、単なる IP 部門長のプレゼンテーション以上のものとなるであろう。

LexisNexis のような権威あるサミットで泉井氏が講演するという選択自体が、味の素が自社の IP 戦略を企業およびイノベーション戦略の重要な構成要素として外部に発信し、投資家の認識や業界での地位向上に影響を与えようとする意図の表れである。味の素は、特許力において継続的に高い評価を得ており¹⁰、IP と ASV（味の素グループシェアードバリュー）を明確に結びつけている¹⁰。これらは、IP が同社の誇りであり、戦略的な差別化要因であることを示している。泉井氏の講演は、このメッセージを外部に効果的に伝達する手段となる。

3. 味の素のイノベーションの核心：「アミノサイエンス®」の戦略的必須性

3.1. アミノサイエンス®の定義：単なるアミノ酸を超えて

アミノサイエンス®は、公式には「アミノ酸のはたらきに徹底的にこだわった研究プロセスや実装化プロセスから得られる多様な素材・機能・技術・サービスの総称であり、それらを社会課題の解決や Well-being への貢献につなげる、味の素グループ独自の科学的アプローチ」と定義されている⁴。この定義が示すように、アミノサイエンス®は食品やウェルネス分野に留まらず、ヘルスケア、ICT（情報通信技術）、グリーン（環境サステナビリティ）といった広範な領域をカバーしている⁴。そして、このアミノサイエンス®こそが、多様な知的財産が生み出される源泉なのである¹²。

その応用範囲は、うま味調味料のような伝統的な分野⁵から、半導体材料⁶や再生医療¹⁵といった最先端技術にまで及んでいる。この「アミノサイエンス®」というブランド化は、それ自体が戦略的な IP ムーブであると言える。食品、医薬品、電子材料、グリーンテクノロジーといった多様な研究開発分野を持つ企業は、ともすれば断片的な印象を与えかねない。しかし、「アミノサイエンス®」⁴は、これらの活動を束ねる統一的なコンセプトとして機能する。これは、他のテクノロジー企業が自社の中核的研究開発思想をブランド化する手法と類似しており、単なる科学用語ではなく、マーケティングおよび戦略的コミュニケーションツールとしての IP 価値（ブランド認知、独自性）を有している。

3.2. アミノサイエンス®：「Well-being」と ASV（味の素グループシェアードバリュー）の原動力

アミノサイエンス®は、味の素のパーパス「アミノサイエンス®で人・社会・地球の Well-being に貢献する」¹³と直結している。この理念は、健康寿命の延伸や環境負荷の低減といった社会課題の解決に向けたイノベーションを推進する力となっている¹³。事実、味の素は、アミノサイエンス®を原動力としたビジネスモデルと ASV への取り

組みが評価され、「SX（サステナビリティ・トランスフォーメーション）銘柄」にも選定されている¹³。

アミノサイエンス®の広範な定義⁴は、戦略的な柔軟性をもたらし、味の素がアミノ酸研究における歴史的強みに根差した一貫性のある物語を維持しつつ、ICT 材料のような一見関連性の薄い新たな高成長分野へも進出することを可能にしている⁶。これにより、伝統的市場への過度な依存に伴うリスクを軽減している。狭義の定義ではこのような展開は困難であったろうが、現状の定義は、ABF のような先端材料⁶でさえも「アミノサイエンス®」の成果であると位置づけ、中核コンピタンスとの繋がりを明確にすることを可能にしている。これは、新規分野参入時の戦略的移行と社内合意形成を円滑にする。

さらに、アミノサイエンス®と「Well-being」および ASV との明確な連携¹³は、イノベーションを社会的目的と整合させる意図的な戦略であり、従業員のエンゲージメント向上、ESG（環境・社会・ガバナンス）重視の投資家への訴求、そして消費者信頼の構築に繋がり得る。これは無形資産創造の一形態であり、現代企業がますますその社会的影響力によって評価される中で、味の素がこれらの広範なステークホルダーの関心に応えるための枠組みを提供している。これは単なる利他主義ではなく、より強靱なブランドと意欲的な労働力（従業員のパーパスへの共感が示されている¹⁸）に繋がる優れた事業戦略である。

4. 味の素の IP 戦略の進化：要塞からフロンティアへ

4.1. 基盤となる強み：IP を重んじる歴史

味の素の知的財産創造の歴史は、グルタミン酸ナトリウム（MSG）の発明にまで遡る⁵。同社は、グローバルで約 4,000 件から 4,118 件の特許¹²、および 5,412 件の商標¹⁴を保有する強固なポートフォリオを構築している。食品業界における特許の質や競争への影響力に関しても、継続して高い評価を得ていることは特筆に値する¹⁰。

4.2. 戦略的転換：IP を能動的な価値創造者へ

泉井氏の講演の核心は、IP 戦略の「進化」¹にある。これは、単なる権利保護を超え、IP を「事業活用」と「価値創造」のために積極的に用いるという方向転換を意味する¹。IP は今や、競争優位性の確保、新規事業の創出、リスク管理に貢献するものと位置づけられている¹⁶。そして、この進化した IP 戦略は、ASV（味の素グループシェアードバリュー）の実現に不可欠な要素となっている¹⁰。

この IP 戦略の「進化」は、洗練された企業において IP 部門がコストセンター（出願・

維持業務中心) からプロフィット/バリューセンター (戦略的活用・事業化中心) へと変貌を遂げるという広範なトレンドを反映している。泉井氏の講演は、味の素がこの変革の先駆者であることを示すものとなるだろう。「進化」「価値創造」「事業活用」¹といった言葉遣いは、この転換を示唆している。従来の IP 指標は特許件数に偏りがちであったが、味の素は「質」¹² や事業利益との連関 (特許資産指数と事業利益率の相関¹⁰) も強調しており、これは IP の収益貢献を重視する現代の IP マネジメント哲学と合致する。

4.3. 三位一体：事業 (B) ・研究開発 (R&D) ・IP の統合

講演の主要テーマの一つは、事業・研究開発・IP 連携の強化である¹。IP 戦略は、事業戦略および研究開発戦略と一体となって策定・実行される¹⁴。この連携は、研究開発の成果が商業的に適切であり、かつ保護されること、そして事業戦略が IP 資産を効果的に活用することを目的としている⁷。具体的には、各成長領域ごとに IP、事業、CVC、M&A、R&D のメンバーから成る「イノベーション戦略チーム」が組成されている⁷。

この事業・研究開発・IP の明確な統合¹は、イノベーションのリスクを低減し、投資収益率 (ROI) を最大化する上で極めて重要である。これにより、研究開発が市場のニーズに合致し、IP 保護が初期段階から事業目標と整合し、事業部門が生み出された IP を認識し活用できる体制が確保される。サイロ化した機能は、商業的に見込みのない研究開発、主要な市場側面をカバーしない IP、あるいは事業部門が貴重な内部 IP に気づかないといった事態を招きがちである。味の素が実践する統合アプローチ (「イノベーション戦略チーム」⁷ など) は、これらの落とし穴を回避することを目的としており、単なるグッドプラクティスを超えた、効率的なイノベーションを可能にする戦略的要素である。

4.4. 戦略的ポートフォリオ構築と管理

味の素は、「質の高い」かつ「戦略的かつ効率的な」IP ポートフォリオの構築に注力している¹²。これには、アミノサイエンス®から生まれる発明や差別化技術を広範に特許化し、高い競争優位性と参入障壁を構築することが含まれる¹²。IP ランドスケープ (特許・技術動向、市場ダイナミクスの分析) を活用して戦略を策定し、キーテクノロジーを特定している⁷。ポートフォリオは、ライセンス供与、侵害に対する権利行使、ブランド価値向上のための商標活用など、積極的に管理されている¹⁴。

IP ランドスケープと IP ・市場情報の「見える化」⁷ を重視する姿勢は、PatentSight+ Summit の分析的焦点とよく整合する、データ駆動型 IP 戦略アプローチを示唆している。これにより、研究開発の方向性、M&A、競争上のポジショニングに関して、より情報に基づいた意思決定が可能になる。これは単に特許を出願するだけでなく、競争的

な IP 環境を理解することの重要性を物語っている。

5. アミノサイエンス®の実践：IP 主導の価値創造と事業活用 – 予測されるケーススタディ

泉井氏の講演タイトルには「活用事例を通じて」と明記されており、IP 戦略の成功を具体的に示すために、いくつかの事業分野から事例が引用されると予測される。これらの事例は、アミノサイエンス®の多様な応用範囲と、各分野で IP が果たす様々な役割（例：ABF における市場障壁、AJICAP®における基盤技術、食品におけるブランド保護）を示すために慎重に選ばれるであろう。この多様性こそが、味の素の強みの一つである。

5.1. フード&ウェルネス：進化する基盤

従来の調味料の枠を超え、アミノサイエンス®が味、食感、健康機能（例：おいしい減塩⁵⁾）、持続可能な食ソリューションにおけるイノベーションをいかに推進しているかが示されるだろう。商標戦略としては、「丸鶏がらスープ®」¹⁹⁾のような象徴的ブランドや、「Cook Do®PREMIUM」「あえて、®」⁷⁾といった新製品ラインの保護が挙げられる。また、IP が「おいしさ設計技術®」¹⁵⁾を支えている点も強調される可能性がある。

5.2. ヘルスケア：高成長・高インパクト IP

- バイオ・医薬事業（CDMO）：
 - **AJIPHASE®**: 核酸医薬品向けオリゴ核酸製造サービス。急成長事業として注目されている⁷⁾。独自の製造プロセスや組成物に関する特許が中核を成していると考えられる。
 - **AJICAP®**: 抗体薬物複合体（ADC）の開発・製造技術。これも主要な成長ドライバーである⁷⁾。部位特異的結合技術などが特許で保護されている可能性が高い。
 - **Forge Biologics** 社の買収: 遺伝子治療 CDMO への進出。Forge 社の技術と味の素の先進培地技術の融合が鍵となる⁶⁾。IP デューデリジェンスと統合が不可欠であったはずだ。
- 再生医療：
 - **StemFit®**: 高性能 iPS/ES 細胞培養培地⁷⁾。市場での地位確立には特許が不可欠であり、京都大学との共同研究¹⁶⁾のようなオープンイノベーションを通じて開発された可能性もある。
- メディカルフード: フェニルケトン尿症（PKU）患者向け食品など¹⁵⁾。

これらのヘルスケア分野のイノベーションは、過去の IR Day のプレゼンテーション¹⁰でも AJIPHASE®や AJICAP®が戦略事例として取り上げられており、今回の講演でも重要な位置を占める可能性が非常に高い。

5.3. ICT（情報通信技術）：デジタル未来の実現

- **味の素ビルドアップフィルム® (ABF)**：高性能 CPU 向け絶縁材料。業界のデファクトスタンダードとして圧倒的な市場シェアを誇る⁷。これは、アミノサイエンス®に根差した特殊化学技術がエレクトロニクス産業の重要部材へと繋がった代表例である。ここでの IP 戦略は、プロセス特許や材料特許を通じて市場支配力を維持することに焦点が当てられていると考えられる。過去の IR Day では、ABF の 100%に近いシェアと、それを特許がどのように保護しているかについて質疑があったことから¹⁰、有力なケーススタディ候補である。
- 光電融合パッケージ向け材料の開発も進められている⁷。

5.4. グリーンイノベーション：持続可能な地球のための IP

- **AjiPro®-L**: 乳牛用リジン製剤。乳量増加と温室効果ガス排出削減に貢献⁷。製法、生産、使用方法に関する IP が想定される。
- **バイオプラスチック・バイオベースマテリアル**: 発酵技術とアミノ酸の知見を活かした環境配慮型素材¹⁶。
- **農業用バイオスティミュラント**: 発酵副産物を活用し、持続可能な形で収量・品質向上に貢献⁷。
- **Solar Foods** 社との協業: CO2 を原料とするタンパク質⁷。

これらの高付加価値なケーススタディの多く（ABF、AJIPHASE® AJICAP®など）は B2B 市場に属する。これは、味の素の IP 戦略が、複雑なバリューチェーン、パートナーシップ、OEM 関係を管理する上で高度に洗練されていることを示唆しており、消費者向け IP 戦略とは異なる特徴を持つ。消費者向け製品の IP は商標や意匠に重点を置くことが多いが、ABF や CDMO サービスのような B2B 材料・サービス⁷では、コア技術の特許保護、製造プロセスの営業秘密管理、堅牢なライセンス契約が最重要となる。これらの分野での成功は、こうした B2B の IP メカニズムを習熟していることを意味する。

また、これらのケーススタディは、研究開発投資に対する明確なリターンを示す形で構成され、IP がそのリターンを確保・増幅するメカニズムとして機能することを強調し、講演タイトルの「価値創造」の部分に直接的に応えるものとなるだろう。特許資産指数と事業利益率の間に見られる高い相関関係（ $R^2 = 0.8221$ ）¹⁰は、この主張を裏付ける包括的な証拠として提示される可能性がある。

表 1：味の素の「アミノサイエンス®」 - 主要な柱、IP の焦点、価値提案

アミノサイエンス®ドメイン	主要技術/プラットフォーム	戦略的 IP 目標	価値創造/Well-being への貢献
フード&ウェルネス	おいしさ設計技術®、減塩技術 (γ-PGA ⁵⁾ 、新製品 (例：Aetc® ⁷⁾)	市場リーダーシップ、ブランド保護 (例：丸鶏がらスープ® ¹⁹⁾ 、新規用途開発	栄養改善、健康的な食生活の実現、食の楽しみ
ヘルスケア	AJIPHASE® ¹⁵ 、AJICAP® ¹⁰ 、StemFit® ¹⁶ 、遺伝子治療 CDMO (Forge 社 ⁷⁾)	先端医療技術の確立、市場参入障壁の構築、戦略的提携の実現	先進治療法の提供、健康寿命の延伸、個別化医療の推進
ICT	味の素ビルドアップフィルム® (ABF) ¹⁰ 、光電融合パッケージ向け材料 ⁷	技術的優位性の維持、デファクトスタンダードの確立、サプライチェーンにおける重要性の確保	デジタルインフラの進化、スマート社会の実現、情報処理能力の向上
グリーン	AjiPro®-L ¹⁷ 、バイオプラスチック ¹⁶ 、バイオスティミュラント ⁷ 、Solar Foods 社協業 ⁷	持続可能技術の特許化、環境負荷低減ソリューションの提供、循環型経済への貢献	温室効果ガス排出削減、資源効率の改善、持続可能な農業・食料生産システムの構築、地球環境の保全

6. 講演内容の予測：泉井裕氏の主要メッセージ

6.1. 予測される構成と流れ

泉井氏の講演は、以下のような構成で展開されると予測される。

1. 導入: 味の素のパーパス (Well-being への貢献) と、その実現におけるアミノサイエンス®の中心的役割を提示。

2. 「進化」の道のり: 歴史的な IP の強みに触れつつ、現在の能動的かつ統合された B-R&D-IP モデルへの転換を詳述。
3. アミノサイエンス®を核として: アミノサイエンス®が多様な成長ドメインにおけるイノベーションをいかに促進しているかを説明。
4. IP の実践 (ケーススタディ): 食品、ヘルスケア、ICT、グリーン分野から 2~3 の主要事例 (ABF、バイオ・医薬関連事業は特に有力) を取り上げ、具体的な価値創造を実証。
5. 戦略的必須事項: 高品質なポートフォリオ、B-R&D-IP のシナジー、IP ランドスケープの重要性を再確認。
6. 将来展望: この進化した IP 戦略が、味の素の将来成長と ASV への継続的貢献をどのように位置づけるか。サミットのテーマ²に呼応し、研究開発における AI の活用や IP 人材育成といった新たな課題への適応にも言及する可能性。
7. 結論: これまでの歩みを総括し、IP 主導の価値創造への持続的なコミットメントを表明。

6.2. 「進化」と将来ビジョンへの強調

講演の物語は、過去のアプローチと、現在のダイナミックで統合されたビジネス志向の IP 戦略とを対比させる形で展開される可能性が高い。将来ビジョンとしては、IP 戦略が「2030 年目標」(例: 10 億人の健康寿命延伸、環境負荷 50%削減¹³) のような長期目標の達成にどのように貢献するかが示されるだろう。

6.3. 「価値創造」(経済的価値と社会的価値)の具体化

経済的価値は、市場シェア (ABF など)、新規事業からの収益 (バイオ・医薬事業など)、ブランドエクイティといった形で示される。特許価値と事業利益の間に見られる強い相関関係¹⁰は、この主張を裏付ける重要なポイントとなる。社会的価値は、健康への貢献 (新薬、栄養価の高い食品)、サステナビリティ (AjiPro®L による GHG 削減、グリーンマテリアル)、社会の進歩 (ICT の実現) といった形で示され、ASV および Well-being との繋がりが明確にされる。

6.4. サミットテーマへの呼応: 人材と AI

LexisNexis PatentSight+ Summit Japan 2025 のテーマが「未来を拓く知財戦略～戦略・人材・AI の新たな可能性～」⁸であり、またグローバルサミットでも AI の影響力増大が言及されていること²を踏まえると、泉井氏は以下の点に短く触れるかもしれない。

- 味の素が IP 人材をどのように育成し、IP 意識の高い文化を醸成しているか⁷。
- IP マネジメント、特許ランドスケープ、あるいは研究開発における AI/アナリティクス

クスの探索的または実際の活用状況。特にサミット主催者が IP アナリティクスプロバイダーである点を考慮すると、この点への言及は自然である。

泉井氏の多様な経歴⁸とサミットの焦点²を考慮すると、講演は IP の概念をビジネス言語に翻訳し、法務用語を減らし、戦略的影響と経済的・社会的リターンを強調する内容となることが予想される。これは、まさに「IP を経営会議へ」というテーマに合致する。

また、この講演は、味の素が IP 戦略における自信とリーダーシップを示し、ASV という包括的な価値創造のために IP を活用する模範的企業として、同業他社や異業種の企業に対してもベンチマークを提示する機会となるだろう。味の素が一貫して IP 分野で高い評価を得ていること¹⁰、明確な ASV フレームワークを掲げていること¹³、そして自社の IP 戦略を公の場で共有する意欲¹はすべて、リーダーとしての自覚の表れである。

講演タイトルはアミノサイエンス®に焦点を当てているが、IP 戦略を「進化」させ、それを事業と統合する「プロセス」に関する根底のメッセージは、聴衆の具体的な業界に関わらず、重要な示唆を与えるだろう。IP 機能をいかに進化させ、B-R&D-IP 連携を促進するか¹というテーマは、IP 専門家やビジネスリーダーにとって普遍的な関心事である。アミノサイエンス®の具体例⁶は、これらの普遍的原則を例証するために用いられる。

表 2：泉井裕氏の講演における予測される主要要素

予測される講演セッション	予測される主要メッセージ/テーマ	有力な裏付けとなるケーススタディ/事例	味の素の公表 IP 戦略/進化との関連
導入	アミノサイエンス®は Well-being 実現の原動力	味の素グループのパーパス、アミノサイエンス®の概要	ASV 経営、パーパス経営
「進化」の道のり	IP 戦略は受動的保護から能動的価値創造へ	過去の IP 管理体制と現在の B-R&D-IP 統合モデルの対比	知的財産の強化を通じた ASV の実現 ¹⁰ 、事業・R&D・IP の連携強化 [ユーザーリクエスト]

アミノサイエンス®を核として	アミノサイエンス®が多様な成長ドメインのイノベーションを加速	食品・ヘルスケア・ICT・グリーン各分野でのアミノサイエンス®の展開例	アミノサイエンス®を競争力の源泉とする戦略 ¹¹
主要ケーススタディ 1：ヘルスケア	バイオ・医薬事業（AJIPHASE®、AJICAP®など）における IP による事業成長と参入障壁構築	AJIPHASE®の市場成長 ¹⁵ 、AJICAP®の技術的優位性 ¹⁰ 、StemFit®の再生医療への貢献 ¹⁶ 、Forge Biologics 社買収によるシナジー ⁷	特許ポートフォリオによる競争優位性確保 ¹⁶ 、高成長事業における IP 戦略 ¹⁰
主要ケーススタディ 2：ICT	ABF における圧倒的市場シェアは強力な IP ポートフォリオと事業戦略の賜物	ABF の技術詳細、市場シェアデータ ⁷ 、高性能化特許による参入障壁 ¹⁰	知財ポートフォリオの高質化 ¹² 、他社牽制力ランキング 1 位 ¹⁰
（可能性）その他ケーススタディ	食品（ブランド価値向上）、グリーン（持続可能性への貢献）など	丸鶏がらスープ®の商標登録 ¹⁹ 、AjiPro®-L の環境・経済価値 ⁷	商標権確立によるブランド価値保護 ¹⁰ 、環境分野での競争優位性構築 ¹⁶
戦略的必須事項	B-R&D-IP のシナジー、IP ランドスケープ、質の高いポートフォリオが持続的成長の鍵	イノベーション戦略チームの役割 ⁷ 、「見える化」の推進 ¹⁶	事業戦略・R&D 戦略・知財戦略の一体推進 ¹⁴
将来展望	進化した IP 戦略による ASV の更なる深化と 2030 年目標達成への貢献。人材育成・AI 活用への示唆。	2030 年アウトカム目標（健康寿命延伸、環境負荷削減） ¹³ 、知財人材育成プログラム ⁷	知的財産の強化を通じた ASV の実現 ¹⁰ 、サミットテーマ（人材・AI）への対応 ⁸

結論	IP は味の素の価値創造ストーリーの中核であり続ける	講演全体の要約	「アミノサイエンス®を核とした知財戦略の進化と価値創造」という講演タイトルそのもの ¹
----	----------------------------	---------	--

7. 戦略的含意と結論

泉井氏の講演で語られるであろう味の素の IP 戦略は、同社が静的な存在ではなく、成長とサステナビリティへの野心の中核を成す、ダイナミックで進化し続ける枠組みであることを明確に示すものとなる。アミノサイエンス®への集中は、多角化と高付加価値な技術集約型セクターへの参入のための、堅牢かつ柔軟なプラットフォームを提供している。

この戦略の重要な実現要因は、B-R&D-IP の統合であり、これによりイノベーションが最先端であると同時に市場と整合性が取れることが保証される。味の素が ICT 分野の ABF⁷のような、多様かつハイテクな分野で「アミノサイエンス®」を活用して成功している事実は、企業の中核コンピタンスが、IP を通じて戦略的に定義・管理されれば、一見関連性のないように見えるが収益性の高い市場への飛躍台となり得ることを示している。これは、従来の業界の境界に挑戦するものである。「食品会社」が CPU の主要サプライヤーになる⁹という道のりは自明ではない。「アミノサイエンス®」⁴がその物語的繋がりを提供する一方で、ABF のようなイノベーションを保護する IP 戦略こそが、これらの新領域での商業的成功を確実なものにしている。これは、企業が自社の中核資産と多角化の可能性をどのように捉えるかについて、重要な示唆を与える。

さらに、「Well-being」と ASV への一貫した強調¹³が IP および事業戦略に統合されていることは、味の素がそれ自体重要な無形資産である、強靱でパーパスドリブンなブランドを構築していることを示唆している。IP に支えられたこの長期的ビジョンは、ステークホルダーのロイヤルティを育み、才能ある人材を引き付けることができる。IP はしばしば排他性や独占という観点で見られがちだが、味の素は自社の IP を健康やサステナビリティへの貢献を可能にするものとして位置づけている⁷。この「社会に貢献する IP」という物語は、信頼性があり一貫して適用されれば、企業を差別化し、評価資本を構築することができる。これは、定量化は難しいものの価値ある資産である。

結論として、味の素のアプローチは、深い科学的専門知識が洗練された IP 戦略と結びついたときに、いかにして顕著な経済的価値と社会的価値を推進し、真に ASV の概念を具現化できるかを示す、説得力のあるケーススタディとして機能するであろう。

引用文献

1. 日本最大級の知財サミット LexisNexis PatentSight+ Summit 2025 5月28日(水)に開催, 5月23, 2025にアクセス、
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000010.000124984.html>
2. 2025 PatentSight+ Summit | LexisNexis Intellectual Property Solutions, 5月23, 2025にアクセス、
<https://www.lexisnexisip.com/resources/industry-events/patentsight-summit/>
3. PatentSight+ Summit FAQs | LexisNexis Intellectual Property Solutions, 5月23, 2025にアクセス、
<https://www.lexisnexisip.com/resources/industry-events/patentsight-summit-faqs/>
4. アミノサイエンスでヘルスケアを追求 - Hoitto! ヘルスケアビジネス ..., 5月23, 2025にアクセス、
<https://hoitto-hc.com/9684/>
5. アミノサイエンス® | アミノ酸大百科 | 味の素株式会社, 5月23, 2025にアクセス、
<https://www.ajinomoto.co.jp/amino/aminosan/hataraki/>
6. アミノサイエンス®と4つの成長領域 | 研究開発 | 味の素グループ, 5月23, 2025にアクセス、
<https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/rd/aminoscience/>
7. www.ajinomoto.co.jp, 5月23, 2025にアクセス、
[https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/library/annual/main/00/teaserItems1/0/linkList/0/link/ASV%20Report%20\(Integrated%20Report\)%202024%20\(A4jp\)%20.pdf](https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/library/annual/main/00/teaserItems1/0/linkList/0/link/ASV%20Report%20(Integrated%20Report)%202024%20(A4jp)%20.pdf)
8. LexisNexis PatentSight+ Summit 2025, 5月23, 2025にアクセス、
<https://www.lexisnexisip.jp/patentsight-summit/>
9. 味の素株式会社は、下記の通り人事異動を行いますのでお知らせします。 , 5月23, 2025にアクセス、
https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/presscenter/press/detail/2023_05_17.html
10. 味の素 IR Day にみる知財戦略を通じた企業価値向上の実現, 5月23, 2025にアクセス、
<https://yorozuipsc.com/blog/ir-day>
11. 味の素グループの知財戦略を通じた企業価値向上の実現, 5月23, 2025にアクセス、
https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/event/business_briefing/main/01119/teaserItems1/01/linkList/02/link/Intellectual%20Property_J.pdf
12. 知的財産 | 研究開発 | 味の素グループ, 5月23, 2025にアクセス、
https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/rd/intellectual_property/
13. 味の素、「サステナビリティ・トランスフォーメーション銘柄(SX ..., 5月23, 2025にアクセス、
<https://news.ajinomoto.co.jp/2025/05/20250514.html>
14. 味の素グループサステナビリティレポート2024, 5月23, 2025にアクセス、
https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/library/databook/main/00/teaserItem_s1/05/linkList/02/link/SR2024jp_all.pdf
15. アミノサイエンス®でできること - 味の素, 5月23, 2025にアクセス、
https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/activity/pdf/2023/ar2023jp_032-

[059.pdf](#)

16. yorozuipsc.com, 5 月 23, 2025 にアクセス、
<https://yorozuipsc.com/uploads/1/3/2/5/132566344/37aa1ad3f06c2d63f661.pdf>
17. 【味の素】 アミノ酸で人類と環境に貢献する, 5 月 23, 2025 にアクセス、
<https://sustainable.japantimes.com/jp/magazine/352>
18. 「アミノサイエンス®で 人・社会・地球の Well-being に貢献する」 - 味の素, 5 月 23, 2025 にアクセス、
https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/sustainability/pdf/2024/ar2024jp_018-027.pdf
19. 味の素 「丸鶏がらスープ®」 のロゴが発売 30 年目で登録商標に - PR TIMES, 5 月 23, 2025 にアクセス、
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000188.000059753.html>