

# 資生堂の成長戦略における知的財産部門の貢献

## はじめに

本稿では、日本の化粧品業界を牽引する株式会社資生堂の成長戦略における知的財産部門の貢献について考察する。資生堂は、1872年の創業以来、「美」を通じて社会に貢献するという企業理念のもと、革新的な製品開発とグローバルな事業展開を続け、世界トップクラスの化粧品メーカーとしての地位を確立してきた<sup>1</sup>。近年、化粧品業界は、技術革新の加速、消費者のニーズの多様化、グローバル競争の激化といった変化に直面しており、企業は持続的な成長を遂げるために、新たな戦略を打ち出すことが求められている。

興味深いことに、資生堂は過去にゲーム開発にも携わっていたことがある。特許情報から、ゲームの難易度調整に関する技術開発を行っていたことが明らかになっている<sup>2</sup>。これは、同社のイノベーションへの飽くなき探求心と、知的財産を幅広い分野で活用しようとする姿勢を示す一例と言えるだろう。

資生堂は、化粧品業界における変化に対応し、2021年に新たな中期経営戦略「SHIFT 2025 and Beyond」を策定し、「スキンケア領域における世界 No.1」という目標を掲げている<sup>3</sup>。この目標達成に向け、同社は、ブランド価値の向上、イノベーションの創出、人材育成の強化を重点施策として掲げている。

本稿では、資生堂の知的財産部門が、これらの重点施策にどのように貢献しているのかを分析し、その役割と活動内容、成功事例、課題と今後の展望について考察する。

## 資生堂の知的財産部門の役割と活動内容

資生堂は、知的財産活動をイノベーション創出により企業およびブランドの価値を高める上で重要な活動と位置付けている<sup>4</sup>。将来を見据えて新たな知的財産を獲得し、グループ全体で最大限に有効活用することで、技術とマーケティングの競争力強化につなげている。具体的には、以下の活動を行っている。

Activity	Description	Snippet ID
研究開発部門との連携	研究開発部門と連携し、特許出願戦略の策定、先行技	5

Activity	Description	Snippet ID
知的財産権の取得・管理	術調査、発明の発掘などを支援している。	4
海外事業の推進	成長性の高い海外市場において、知的財産の保護を強化することで、事業展開を支援している。	6
模倣品対策	アジア市場における模倣品問題に対し、法制面や運用細則等の情報収集を強化し、対策を講じている。	6
人材育成	知的財産分野の専門人材育成のため、社内教育プログラム「エコール資生堂」や外部プログラムを活用し、高度な専門性を有する人材を育成している。	6
知的財産管理システムの活用	知的財産管理システム「ANAQUA」を導入し、知的財産情報の管理、特許出願手続き、報奨金支払管理などを効率化している。	7
人材育成施設の整備	次世代を担う経営リーダー育成のため、人材育成施設「Shiseido Future University」を整備し、研修プログラムなどを提供し	8

Activity

Description

Snippet ID

ている。

さらに、資生堂の知的財産部門では、多様なキャリアパスを持つ人材が活躍している。例えば、特許事務所、電機業界、食品業界を経て、資生堂の知的財産部門に転職したケースもある<sup>9</sup>。

## 資生堂の知的財産戦略

資生堂は、知的財産戦略において、以下の点を重視している。

- **技術の幅と質の向上:** 特許の出願件数を技術の幅を示すバロメーター、特許の質の高さを基盤技術のレベルを示すパラメータと捉え、質の高い知的財産の創造に注力している<sup>6</sup>。これは、同社が単に特許件数を増やすことよりも、真に価値のある、競争力に直結する技術の開発と保護を重視していることを示している。
- **海外市場における権利化:** 成長市場である海外において、特許権の取得を積極的に推進し、競争優位性を確保している<sup>10</sup>。特に、模倣品対策が重要なアジア市場においては、法制面や運用細則等の情報収集を強化することで、知的財産権の侵害リスクを抑制している。
- **開発戦略・事業戦略との融合:** いわゆる「三位一体経営」を強化し、開発戦略、事業戦略と知的財産戦略を連携させることで、相乗効果を高めている<sup>6</sup>。この三位一体経営は、各部門が個別に活動するのではなく、互いに連携し、情報を共有することで、より効果的な知的財産戦略を推進することを目指している。

## 資生堂の成長戦略

資生堂は、中期経営戦略「SHIFT 2025 and Beyond」において、以下の3つの成長戦略を掲げている。

- **プレステージブランドの強化:** 高価格帯ブランド「クレ・ド・ポー ボーテ」などのプレステージブランドを強化し、収益性の向上を図る<sup>11</sup>。世界的に高級化粧品市場が成長する中、資生堂はプレステージブランドの育成に注力することで、収益基盤の強化を図っている。
- **スキンケア領域への集中:** 基礎化粧品やメイクアップ化粧品などのスキンケア領域に経営資源を集中投下し、競争力を強化する<sup>3</sup>。スキンケア領域は、資生堂の強みであり、コア事業と位置付けられている。
- **デジタル戦略の推進:** デジタル技術を活用したマーケティングや顧客とのコミュニケーションを強化し、新たな顧客体験を創造する<sup>12</sup>。ECサイトの強化、パーソナライズ化された美容サービスの提供など、デジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの構築を進めている。
- **製品と市場の戦略:** 資生堂は、市場浸透、新製品開発、新市場開拓といった戦略を組み合わせることで、成長を図っている<sup>13</sup>。既存製品の販売拡大、新製品の投入、新たな市場への進出など、多角的な戦略を展開することで、持続的な成長を目指している。

- **収益性改善と生産性向上:** 全社のシステムをグローバルに統合し、データの標準化、業務プロセスの最適化を目指す全社的なプロジェクト「**FOCUS**」のグローバルでの稼働を推進し、収益性改善と生産性向上を図っている<sup>12</sup>。

## 知的財産部門の成長戦略への貢献

資生堂の知的財産部門は、上記の成長戦略に以下の点で貢献している。

- **プレステージブランドの価値向上:** プレステージブランドの独自技術や高品質な製品を保護する知的財産権を取得することで、ブランド価値の向上に貢献している<sup>4</sup>。模倣品対策やブランドイメージの維持にも貢献することで、プレステージブランドの持続的な成長を支えている。
- **スキンケア領域における競争力強化:** スキンビューティー領域における研究開発成果の特許化することで、競争優位性を確保し、模倣品から自社製品を守っている<sup>10</sup>。
- **デジタル技術の活用:** デジタル技術を活用した美容サービスやパーソナライズ化された製品開発において、関連する知的財産権を取得することで、新たなビジネスモデルの構築を支援している<sup>14</sup>。デジタル技術と美容を融合させた新たな価値の創造を、知的財産の側面から支えている。
- **サステナビリティへの貢献:** 資生堂は、環境負荷の低減にも積極的に取り組んでおり、CDP（カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト）から、気候変動対応と森林保全活動において、最高評価の「**A** リスト企業」にダブル選定されている<sup>15</sup>。知的財産部門は、サステナビリティに貢献する技術開発を支援することで、間接的にこれらの活動にも貢献していると考えられる。

## 資生堂の知的財産部門の成功事例

資生堂の知的財産部門は、数多くの成功事例を創出している。以下に、その代表的な事例を紹介する。

- **美白有効成分「4MSK」の開発:** メラニンの生成を抑え、シミ・そばかすを防ぐ美白有効成分「4MSK」を開発し、特許を取得した。この成分は、同社の美白化粧品に広く採用され、大きな成功を収めている<sup>16</sup>。資生堂は、「4MSK」に関する特許情報を積極的に公開することで、その技術力をアピールし、競合他社に対する優位性を築いている<sup>2</sup>。
- **「エリクシール」ブランドの知的財産戦略:** 基礎化粧品ブランド「エリクシール」において、独自のエイジングケア技術を開発し、特許を取得することで、ブランドの競争力を強化している<sup>6</sup>。長年の研究開発で培われた技術の特許で保護することで、模倣を防ぎ、ブランドの独自性を維持している。
- **「HAKU」ブランドの知的財産戦略:** 美白化粧品ブランド「HAKU」において、メラニン生成のメカニズムを解明し、新たな美白技術を開発、特許を取得することで、市場における優位性を確立している<sup>16</sup>。

## 資生堂の知的財産部門の課題と今後の展望

資生堂の知的財産部門は、以下の課題を抱えている。

- **グローバル競争の激化:** 世界的な化粧品メーカーとの競争が激化しており、より高度な知的財産戦略が求められている<sup>14</sup>。中国経済の減速など、世界経済の不確実性が高まる中、海外市場における競争は激化しており、知的財産戦略の重要性はますます高まっている<sup>17</sup>。
- **デジタル化への対応:** デジタル技術の進化に伴い、新たな知的財産リスクへの対応が必要となっている<sup>14</sup>。AI、IoT、ビッグデータなどのデジタル技術の活用が進むにつれ、サイバーセキュリティ対策、データプライバシー保護など、新たな課題に対応する必要がある。
- **人材の確保・育成:** 知的財産分野の専門人材の確保と育成が課題となっている<sup>6</sup>。高度な専門知識と国際的な視野を持つ人材の育成が急務となっている。

これらの課題に対し、資生堂の知的財産部門は、以下の取り組みを強化していくと考えられる。

- **オープンイノベーションの推進:** 大学や研究機関との連携を強化し、外部の知見を活用することで、イノベーションを加速させる<sup>14</sup>。
- **AI・データ分析の活用:** AIやデータ分析技術を活用することで、知的財産情報の分析や戦略策定の効率化を図る<sup>14</sup>。
- **グローバルな知財体制の構築:** 海外拠点における知的財産活動を強化し、グローバルな知財リスクに対応する体制を構築する<sup>10</sup>。
- **他社事例のベンチマーク:** トヨタ、ソニー、日立製作所などの企業は、統合報告書において、知財戦略、研究開発投資、人材育成などに関する情報を積極的に開示している<sup>14</sup>。資生堂も、これらの企業の事例を参考に、知的財産に関する情報開示を充実させることで、企業価値の向上を図ることが期待される。
- **グローバル・ブランド戦略の強化:** 中国市場では、ブランドイメージやポジショニングだけでなく、ブランド・アイデンティティのグローバルな共通化が重要となる<sup>18</sup>。資生堂は、グローバルな視点でブランド戦略を展開し、知的財産を活用することで、ブランド価値を最大化していく必要がある。

## 結論

資生堂は、創業以来、「美」を通じて社会に貢献するという企業理念のもと、革新的な製品開発とグローバルな事業展開を続け、世界トップクラスの化粧品メーカーとしての地位を確立してきた。近年、化粧品業界は、技術革新の加速、消費者のニーズの多様化、グローバル競争の激化といった変化に直面しており、企業は持続的な成長を遂げるために、新たな戦略を打ち出すことが求められている。

資生堂は、こうした変化に対応し、2021年に新たな中期経営戦略「SHIFT 2025 and Beyond」を策定し、「スキンケア領域における世界 No.1」という目標を掲げている。この目標達成に向け、同社は、ブランド価値の向上、イノベーションの創出、人材育成の強化を重点施策として掲げている。

本稿では、資生堂の知的財産部門が、これらの重点施策にどのように貢献しているのかを分析し、その役割と活動内容、成功事例、課題と今後の展望について考察した結果、以下の結論を得た。

- 資生堂の知的財産部門は、研究開発部門と連携し、特許出願戦略の策定、先行技術調査、発明の発掘などを支援することで、イノベーション創出に貢献している。また、知的財産権の取得・管理、海外事業の推進、模倣品対策、人材育成など、幅広い活動を行っている。
- 資生堂は、知的財産戦略において、技術の幅と質の向上、海外市場における権利化、開発戦略・事業戦略との融合を重視している。
- 資生堂の知的財産部門は、プレステージブランドの価値向上、スキンケア領域における競争力強化、デジタル技術の活用といった成長戦略に貢献している。また、サステナビリティに貢献する技術開発を支援することで、間接的に環境負荷の低減にも貢献している。
- 資生堂の知的財産部門は、美白有効成分「4MSK」の開発、「エリクシール」ブランドの知的財産戦略、「HAKU」ブランドの知的財産戦略など、数多くの成功事例を創出している。
- 資生堂の知的財産部門は、グローバル競争の激化、デジタル化への対応、人材の確保・育成といった課題を抱えている。
- 今後、資生堂の知的財産部門は、オープンイノベーションの推進、AI・データ分析の活用、グローバルな知財体制の構築といった取り組みを強化していくと考えられる。また、他社事例のベンチマークやグローバル・ブランド戦略の強化も重要となる。

資生堂の知的財産部門は、同社の成長戦略において重要な役割を担っており、今後もその重要性はますます高まっていくと考えられる。グローバル競争が激化する中、いかに効果的に知的財産を活用し、イノベーションを創出し続けるかが、資生堂の今後の成長を左右する重要な鍵となるだろう。

特に、デジタル技術の進化は、美容業界に大きな変革をもたらすと予想される。AI、IoT、ビッグデータなどを活用したパーソナライズ化された美容サービスや、新たな顧客体験の提供など、デジタル技術と美容の融合は、今後ますます加速していくと考えられる。資生堂の知的財産部門は、こうした変化を的確に捉え、新たな知的財産戦略を策定することで、同社の持続的な成長に貢献していくことが期待される。

## 引用文献

1. [www.u-hyogo.ac.jp](https://www.u-hyogo.ac.jp/mba/pdf/SBR/8-4/067.pdf), 1月 8, 2025 にアクセス、<https://www.u-hyogo.ac.jp/mba/pdf/SBR/8-4/067.pdf>
2. 資生堂がゲームを開発していた！特許から見えてくる意外な情報【企業分析】 - Tokkyo.Ai, 1月 8, 2025 にアクセス、<https://www.tokkyo.ai/tokkyo-wiki/shiseido-game-analysis/>
3. 資生堂が新中期経営戦略を策定 ブランド強化で 1000 億円超の追加 ..., 1月 8, 2025 にアクセス、<https://www.wwdjapan.com/articles/1507838>
4. 知的財産の保護 | コンプライアンス・リスクマネジメント | サステナビリティ | 資生堂 企業情報, 1月 8, 2025 にアクセス、<https://corp.shiseido.com/jp/sustainability/compliance/intellectual.html>
5. 知財からスタートし、ブランドの価値を育てる立場へ。 - SHISEIDO ..., 1月 8, 2025 にアクセス、[https://recruit.shiseido.com/career/career\\_sk.html](https://recruit.shiseido.com/career/career_sk.html)
6. 資生堂における知財戦略 - 日本知的財産協会, 1月 8, 2025 にアクセス、[http://www.jpipa.or.jp/kaiin/kikansi/honbun/2008\\_05\\_0569.pdf](http://www.jpipa.or.jp/kaiin/kikansi/honbun/2008_05_0569.pdf)
7. 株式会社資生堂の知財業務合理化をアナクアがサポート - Anaqua, 1月 8, 2025 にアクセス、<https://www.anaqua.com/ja/resource/%E6%A0%AA%E5%BC%8F%E4%BC%9A%E7%A4%BE%E8%B3%87%E7%94%9F%E5%A0%82%E3%81%AE%E7%9F%A5%E8%B2%A1%E6%A5>

[%AD%E5%8B%99%E5%90%88%E7%90%86%E5%8C%96%E3%82%92%E3%82%A%E3%83%8A%E3%82%AF%E3%82%A%E3%81%8C%E3%82%B5/](#)

8. 資生堂「Shiseido Future University」 - 人財育成施設 開発事例, 1月 8, 2025 にアクセス、  
<https://www.joneslanglasalle.co.jp/ja/client-stories/human-resource-facility-development-project-management-and-acquisition-of-leed-shiseido-2024>
9. 知的財産部門の歩き方（特許事務所→企業3社）第159回知財実務オンライン, 1月 8, 2025 にアクセス、  
<https://yorozuipsc.com/blog/-3159>
10. 美しい社会と輝く未来のためにー。資生堂は、さまざまな活動を通して、社会から共感される C, 1月 8, 2025 にアクセス、  
[https://corp.shiseido.com/jp/sustainability/pdf/pdf2010/backnumber2010j\\_all.pdf](https://corp.shiseido.com/jp/sustainability/pdf/pdf2010/backnumber2010j_all.pdf)
11. 中長期経営戦略 | 投資家情報 | 資生堂 企業情報 - Shiseido, 1月 8, 2025 にアクセス、  
<https://corp.shiseido.com/jp/ir/strategy/mgt.html>
12. 株主のみなさまにお伝えしたいこと | 株式会社資生堂 スマート招集, 1月 8, 2025 にアクセス、  
<https://p.sokai.jp/4911/message/index.html>
13. niigata-u.repo.nii.ac.jp, 1月 8, 2025 にアクセス、  
[https://niigata-u.repo.nii.ac.jp/record/7707/files/01\\_0010.pdf](https://niigata-u.repo.nii.ac.jp/record/7707/files/01_0010.pdf)
14. yorozuipsc.com, 1月 8, 2025 にアクセス、  
<https://yorozuipsc.com/uploads/1/3/2/5/132566344/9e76eef020bf6ab5cf1b.pdf>
15. 資生堂、CDP より最高評価の「A リスト企業」に初のダブル選定 ～「気候変動」分野は2年連続, 1月 8, 2025 にアクセス、  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000002571.000005794.html>
16. 資生堂、世界初、光学リアルタイム解析法 FLIM の応用で、シミが ..., 1月 8, 2025 にアクセス、  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000002767.000005794.html>
17. 資生堂の最新ニュース・記事一覧 | ダイヤモンド・オンライン, 1月 8, 2025 にアクセス、  
<https://diamond.jp/list/companies/10127661>
18. 「化粧品業界のグローバルおよびローカル・ブランド戦略の考察」赤松裕二 - 関西ベンチャー学会, 1月 8, 2025 にアクセス、  
<http://www.kansai-venture.org/wp-content/uploads/2016/05/81e835a5752905c6de734ee761cf7a88.pdf>