

味の素「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

レクシスネクシス PatentSight+ Summit 2025 における講演予測

2025年5月28日に開催される LexisNexis PatentSight+ Summit 2025 では、味の素株式会社 執行理事・知的財産部長の泉井裕氏が「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」と題する講演を行う予定です¹。この講演では、アミノ酸技術を核とした「アミノサイエンス®」の概念を軸に、事業・R&D・IP（研究開発・事業・知財）の緊密な連携によって実現してきた知的財産戦略の進化を紹介¹、具体的には、味の素グループが知的財産を経営戦略の中心に据え、研究開発や事業戦略と有機的に結び付けることで価値創出につなげている事例が語られるでしょう¹。泉井氏自身、1992年に味の素に入社してアミノ酸発酵技術の研究に従事した経歴を持ち、研究現場と知財実務の両面から知財戦略をリードしている人物です。そのため講演では、研究者の視点と知財部門の視点を融合した取り組みが強調され、知財戦略がどのように企業価値の向上や事業競争力の強化に貢献しているかが具体例とともに示されるでしょう。

「アミノサイエンス®」とは何か：味の素の事業戦略と知財ビジョン

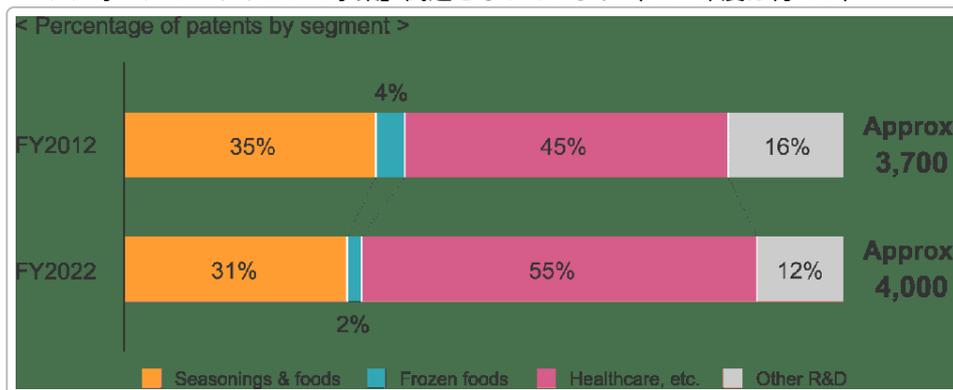
「アミノサイエンス®」とは、味の素グループが提唱する独自のコンセプトで、アミノ酸の持つ多様な機能に着目した研究開発・技術群を指します。アミノ酸は生体を構成する基本要素であり、「うま味」発見以来100年以上にわたり味の素はアミノ酸研究を深化させてきました。その成果を食品のみならず医療・バイオ・健康分野に応用することで、人々の課題解決やウェルビーイング（健康と幸福）に貢献しようという科学的アプローチが「アミノサイエンス®」です²。例えばアミノ酸の味覚への応用（調味料・うま味調味料）、栄養機能（成長・回復促進）、生理機能（健康維持増進）、さらには反応性（アミノ酸を素材に新機能創出）といった「アミノ酸の4つの機能」を事業価値に結び付けています³²。味の素では食品事業を「Food」分野、医薬・バイオ等を「AminoScience」分野と位置付け、両軸で事業展開しています⁴。このアミノ酸科学を核とした事業ドメインこそが、同社の競争力の源泉であり、知財戦略の根幹になっています⁵⁶。

味の素グループは、知的財産を「企業DNA」と位置付けており、経営戦略に不可欠な資産と捉えています⁷。知財部門はグループ全体の知財を統括し、研究開発・事業部門と一体となって戦略策定・実行を行っています⁸。具体的には、知財部門は企画・事業支援部門に属し、社内外の専門家ネットワークを活用しながら「質と量の両面で戦略的かつ効率的な知財創出」を推進する基本方針を掲げています⁹¹⁰。その基本方針には、コア技術の特許戦略的取得、オープンイノベーションによる外部技術の活用、ライセンス供与・訴訟などによる権利行使、ブランド保護、第三者特許の尊重とリスク低減、事業・R&D部門への情報提供、人材育成といった項目が含まれています¹¹¹²。このように知財戦略・事業戦略・研究開発戦略の「三位一体」運営を目指す姿勢は、グループ共通の知財ポリシーにも明確に示されています⁸。実際、「常にR&D戦略・事業戦略と同期させて知財戦略を立案・遂行する」ことにより、新規事業の創出や競争優位の確立を図っています¹³。例えば、知財部門が発明の抽出段階から研究者と協働し、特許ポートフォリオの観点で事業企画に助言する「IPランドスケープ」も重視されています。また知財担当役員が経営会議に参画するなど、知財をボードレベルで議論する体制も整えられつつあります¹⁴（PatentSight+ Summit 2025のテーマ「Bringing IP to the Boardroom」にも合致）。

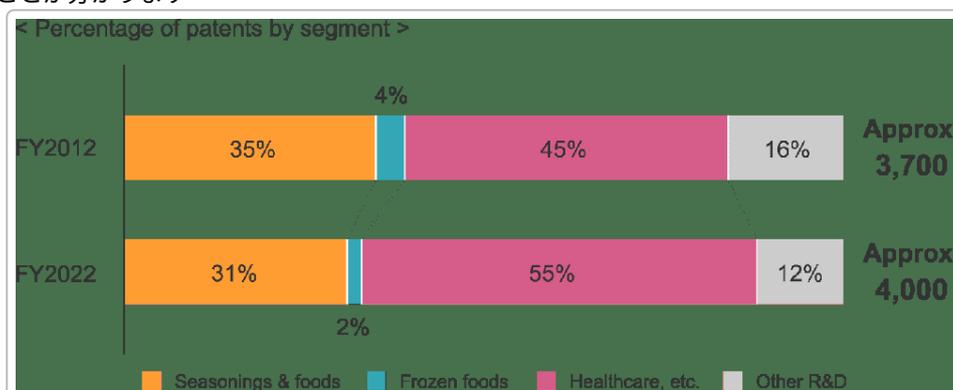
アミノサイエンス関連技術領域の知財ポートフォリオ

味の素グループの知財ポートフォリオ規模は、直近では全世界で約4,000件の特許（日本約1,200件、海外約2,800件）に上ります⁹。この特許群の内訳を見ると、伝統的な食品領域のみならず、アミノサイエンスを

活用したバイオ・ヘルスケア領域が大きな比重を占めていることが特徴です。実際、2010年代から現在にかけて**食品分野以外（医薬・バイオ・機能性素材等）の特許割合が増加し**、2022年度にはグループ全特許の約55%がヘルスケア等「アミノサイエンス事業」関連となっています（2012年度は約45%）



15。特許件数も2012年度の約3,700件から2022年度は約4,000件へと増加しており、新事業分野の知財創出が進んだことがわかります



15。これは、味の素が**アミノ酸由来の幅広い発明・差別化技術を次々と特許化し、強固な競争優位と高い参入障壁を構築してきた結果**といえます 15。

具体的な技術領域としては、**発酵技術を中心とするアミノ酸生産プロセス、食品の風味や旨味に関する技術、甘味料などの食品素材、アミノ酸を用いた医薬・診断技術、バイオ医薬品製造関連（培地技術など）、ヘルスケア食品・サプリメント、動物栄養（飼料用アミノ酸）、さらに電子材料（高機能樹脂など）に至るまで多岐にわたります** 16 6。例えば、味の素は長年培ったアミノ酸発酵技術を応用し、**飼料用アミノ酸（リジン・トリプトファン等）では世界トップクラスの特許網を築いています**。発酵に使う微生物株の改良から培養プロセス、精製手法に至るまで**製造プロセスのあらゆる段階でキー技術の特許で押さえ、新規参入者には真似できない参入障壁を作り上げました** 17。その結果、**アミノ酸発酵技術関連の累計特許出願は全世界で約1,000件に達している**とされています 18。また、近年注目される電子材料分野では、半導体パッケージ用樹脂フィルム「**ABF (Ajinomoto Build-up Film®)**」を開発し、これに関する特許を2000年代以降集中的に出願して急速に拡大させました 17 19。ABFは現在、ハイエンド半導体実装のデファクトスタンダード材料となっており、この成功の背後には**R&D部門と知財部門が技術開発戦略と知財戦略を高度に同期させ、高速で特許を取得していった体制**があります 20。さらにバイオ・医薬サービス分野では、抗体医薬の開発支援技術「**AJICAP®**」（抗体薬物複合体〈ADC〉の結合技術）や、ペプチド合成プロセス「**AJIPHASE®**」などを自社開発し、特許で保護するとともに事業展開に活かしています 21 22。このように、味の素の知財ポートフォリオは**食品からハイテク・医療まで「アミノ酸科学」をキーワードに広範な技術分野を網羅している**点が他社にない特色です。

なお、特許以外の知的財産も重要です。味の素グループは「**AJI-NO-MOTO®**」を始めとする多数の商標ブランドを世界展開しており、**商標権は2022年度時点で5,400件以上**を保有します（2012年度は約3,000件） 23。グローバルで商標出願国・地域は170超に上り、ブランド保護にも力を入れています 24。特に「味の素」と

いう名称が一般化しないよう従業員教育を行うなどブランド価値維持に努めており、これも知財戦略の一環です²⁵。

事業・研究・知財の連携による戦略進化：三位一体のアプローチ

味の素の知財戦略は、**事業戦略・研究開発戦略と一体不可分**である点に大きな特徴があります¹³。この三位一体のアプローチにより、同社の知財戦略は時代とともに進化を遂げ、各事業領域に合わせた価値創造モデルを生み出してきました。以下では、その進化をいくつかの事例で見えます。

- (1) コア事業領域における防衛的戦略からの価値創造**：創業以来の柱である調味料・アミノ酸事業では、知財戦略の主眼は**自社技術の独占と市場参入障壁の構築**でした。例えばグルタミン酸ナトリウム（MSG、「味の素[®]」）の製造法や、各種アミノ酸発酵の生産菌株改良技術などは、特許網で厳重に囲い込み他社を寄せ付けられない戦略を取りました¹⁷。その結果、競合他社が類似技術で特許を取得しようとする味の素の先行特許に抵触し、特許庁で拒絶されるケースが多発しています。実際、日本国内の分析では**味の素の特許は他社の特許審査における拒絶理由引用件数が食品業界でトップクラス**となっており、過去10年で9回も業界1位にランキングされています²⁶（※特許分析会社パテント・リザルト社の「他社牽制力」ランキング）。2022年の食品業界における同ランキングでも味の素は**第1位（350件）**を占め、2位以下のフィリップモリス社（314件）やキリンHD（299件）、サントリーHD、ネスレ社などを大きく引き離しています

Rank	Company name	Number of patents
1	Ajinomoto Co., Inc.	350
2	PHILIP MORRIS PRODUCTS S A	314
3	Kirin Holdings Company, Limited	299
4	Japan Tobacco Inc.	207
5	Suntory Holdings Limited	206
6	Nestlé Ltd.	170
7	Asahi Group Holdings, Ltd.	169
8	Nisshin Seifun Group Inc.	151
9	FUJI OIL HOLDINGS INC.	146
10	Meiji Holdngs Co., Ltd.	136

9 times in the past 10 years
Ranked 1st

²⁶。このように強力な特許網で競合の動きを制限すること自体が、既存事業の収益を守り企業価値を高める重要な施策となりました。また、自社特許を侵害する他社に対しては「**断固たる態度**」で**訴訟も辞さない**方針で臨んでおり²⁷、実際にアメリカ・欧州・日本で特許訴訟を提起して勝訴または和解に持ち込んだ事例が複数あります²⁸¹⁷。例えば2000年代には米国企業による特許侵害に対し米国裁判で勝訴し、2010年代には中国系企業（グローバル・バイオケミカル社）による飼料用リジン特許侵害訴訟でオランダ・ドイツの裁判所から勝訴判決を得ました²⁹。さらに韓国のCJ社による特許侵害にも日本及び欧州で訴訟を起こし、和解金を含む勝利を収めています³⁰。これら防衛的な知財活動により、既存事業の優位性を長期にわたり維持するとともに、ライセンス収入や和解金といった直接的な利益も獲得しています。

- (2) 新規技術分野への攻めの戦略とR&D連携**：従来の食品領域を超えて、新たな技術分野に挑戦する際には、知財戦略も**攻めの姿勢**へと進化しました。その象徴が電子材料事業の成功例である **ABF[®] (Ajinomoto Build-up Film)** です。ABFは半導体基板材料として1990年代末～2000年代に開発されましたが、味の素のR&D部門と知財部門が密接に協力し、技術開発戦略と知財戦略を常に同期させてきました²⁰。具体的には、新材料の研究段階から将来の標準化を見据えて重点特許を先駆けて出願し、短期間で関連特許群を構築しました。その結果、出願件数は年々増加し特許資産の価値も飛躍的に高まっています¹⁷。特にPatentSight[®]の指標である「特許資産指数（Patent Asset Index）」で見

でも、ABF関連特許群の資産価値は右肩上がりです。事業収益の拡大と軌を一にしています¹⁷¹⁴。味の素はこのABFを事実上の業界標準にまで押し上げ、半導体メーカー各社に採用されることで電子材料分野で大きな利益を上げています。これは**知財を武器に新規事業を切り拓いた好例**であり、知財戦略が単なる守りから事業成長のドライバーへ転換したことを示しています。また、この成功により社内でも「**知財を起点としたスピード開発体制**」が評価され、他分野にも横展開する取り組みが進んでいます¹⁷。なお、同社はPatentSightなどの分析ツールを活用して経営層に知財の価値を可視化する工夫もしています。例えば「特許資産指数」と事業利益率との相関を分析し、**特許ポートフォリオ強化が事業収益性向上に貢献することをデータで示す**など、知財を経営層の重要議題に位置付ける努力も行っています¹⁴。

- ・ **(3) 知財から直接価値を生むライセンス戦略**：さらに近年では、単に自社で権利を独占するだけでなく、**自社保有の知財を他社に提供して収益化するビジネスモデル**も発展しています。バイオ・ヘルスケア領域の **AJICAP®** 技術がその代表例です。AJICAPは、抗体医薬品に薬剤を結合させるADC (Antibody-Drug Conjugate) の製造プラットフォーム技術で、味の素が世界に先駆け開発したものです。味の素はこの核心技術について基本特許を取得し、自社だけで保有しています³¹。しかし医薬品そのものは製薬企業が開発するため、味の素は**AJICAP特許をライセンス供与する戦略**を取りました²²。すなわち、製薬会社との契約により特許実施権を付与し、その代わりにライセンス収入やロイヤルティを得るモデルです。加えて、必要に応じて味の素自らが製薬企業向けに中間体API (有効成分) の製造受託を行うケースもあります²²。このように**プラットフォーム特許を起点に他社との協業ビジネスを創出**することで、自社単独では参入しにくい医薬品市場から価値を獲得しています。同様に、ペプチド合成技術AJIPHASE®も外部企業への提供 (CDMO事業) に活かされ、高品質なペプチド医薬品原料を供給する事業につながっています。これらの取り組みは、知財を他社と**共有・活用して新たな価値を共創**する方向性を示しており、オープンイノベーション戦略の一端とも言えます³²。味の素は2010年代からオープンイノベーションを経営方針に掲げ、スタートアップ投資や大学連携 (例：米国ボストンの拠点設置によるMIT等との協業) も推進してきました³³³⁴。そこでも知財面の取り決めを綿密に行い、外部技術導入と自社知財活用のバランスを図っています³²。このようなライセンスや提携による知財戦略の進化は、「自前主義」から「共創による価値創造」へのシフトと位置付けられ、アミノサイエンス領域での事業拡大を加速させています。

以上のように、味の素の知財戦略は**事業ステージごとに役割と方針を変革しつつ進化**してきました。当初は自社技術を守る砦として機能していた知財が、やがて事業を推進する武器となり、さらに他社と価値を分かち合うプラットフォームへと広がっています。この柔軟な戦略転換を可能にした背景には、**常に経営・事業・研究の目線で知財を位置付ける組織体制**があります。知財部門はグループ全体の知財戦略を統括するだけでなく、米国・ロシアに駐在員や専門スタッフを配置し、海外子会社とも密に連携してグローバルに知財ガバナンスを効かせています³⁵。特にバイオ関連技術では日米露の三拠点体制で強い特許取得に取り組むなど、**グローバル知財ネットワーク**を活用しています³⁶。さらに社内人材育成にも注力しており、知財部員の3割以上が弁理士資格を有するほか³⁷³⁸、社員への知財教育 (特許・商標・契約・機密管理の研修) を年間1,500名規模で実施して知財リテラシー向上を図っています³⁹⁴⁰。専門人材の育成と並行して、「知財ストラテジスト」と称される**事業戦略に通じた知財人材**の育成にも力を入れ、将来的には経営課題を知財から解決に導ける人材を創出しようとしています⁴¹⁴²。

他社との比較：食品・バイオ業界における味の素のポジション

味の素の知財戦略の特徴を、競合他社や関連業界と比較すると、その先進性が浮き彫りになります。まず**知財ポートフォリオの規模と質**において、味の素は食品業界で突出しています。前述のように、日本国内における他社牽制力ランキングでは常にトップクラスであり²⁶、競合のキリンホールディングス、サントリーHD、アサヒグループHD、日清製粉グループ、本格的なグローバル食品企業であるネスレなどを上回る評価を得ています

< Food Industry: Ranking of Restraining Power on Other Companies in 2022 >

Rank	Company name	Number of patents
1	Ajinomoto Co., Inc.	350
2	PHILIP MORRIS PRODUCTS S A	314
3	Kirin Holdings Company, Limited	299
4	Japan Tobacco Inc.	207
5	Suntory Holdings Limited	206
6	Nestlé Ltd.	170
7	Asahi Group Holdings, Ltd.	169
8	Nisshin Seifun Group Inc.	151
9	FUJI OIL HOLDINGS INC.	146
10	Meiji Holdngs Co., Ltd.	136

9 times in the past 10 years
Ranked 1st

これは、食品メーカーでありながら医薬・化学に跨る独自技術領域を開拓してきた味の素ならではの強みです。他の国内食品大手も近年ヘルスケア事業に進出しつつありますが、その知財活動を見ると、例えばキリンHDは医薬子会社（協和キリン）を通じたバイオ医薬特許、サントリーHDも機能性食品や飲料の技術特許を出願しています。しかし**事業領域の広さと知財の一貫性**では、味の素はアミノ酸という共通軸で食品から医薬・電子材料までカバーしている点でユニークです。グローバルに目を向けると、ネスレやユニリーバなど多国籍食品企業も多くの特許を保有しますが、それらは主に加工食品や調理技術、包装など消費財寄りの領域が中心です。一方味の素は**BtoB分野（素材・技術）の特許が多いことから、研究開発型企业に近い知財戦略**を取っているとと言えます。この点で、医薬・化学企業に匹敵する知財力を持ち合わせているのが特徴です⁴³。事実、米国のPatent Board社が2011年に公表した世界企業の特許力ランキング（技術力スコア）では、味の素は食品・飲料・タバコ部門で**世界第1位**と評価されました⁴⁴。このランキングでは、米国特許件数や被引用件数など6項目で企業の技術力を評価しますが、味の素は「**特許件数**」と「**技術力**」で**1位**、さらに「**科学力（論文との関連指標）**」でも1位となり、**研究開発力と特許力が世界トップクラス**であることが示されています⁴⁵。当時（2011年）味の素は約4,400件の特許を保有し、その約80%が海外特許でした⁴⁶。海外での特許取得を重視しグローバル市場で競争力を確保する戦略は、まさに同社が「**真のグローバルカンパニー**」へ飛躍する原動力となりました⁴³。このように、**味の素の知財戦略は国内外で高い評価を受けており、食品業界の枠を超えてバイオ・ヘルスケア業界においても突出した存在**となっています。

ビジネス・R&D・IP三位一体戦略の成果と今後の展望

味の素株式会社の取り組む「**事業・研究開発・知財の三位一体戦略**」は、知財を単なる権利の集合ではなく**価値創造の中核**に据える点に真髓があります。その成果として、既存事業では安定した競争優位と収益基盤を築き、新規事業では知財起点の成長を実現し、さらに他企業との協働を通じた新たな価値創出モデルを確立してきました。知的財産はしばしば「**見えない資産**」と言われますが、味の素ではPatentSightによる定量分析などを活用し、**知財の「見える化」**にも積極的です。例えば、特許の質を高めつつ量も適正に拡大することで知財ポートフォリオ全体の価値を高め、それが事業利益率の向上と強い相関関係を持つことが示されています¹⁴。このようなデータに基づく経営への訴求は、知財戦略が経営戦略そのものと表裏一体であることを物語っています。

今後の展望として、味の素は2030年に向けたロードマップの中で知財戦略のさらなる進化を掲げています⁴⁷。そこでは、**イノベーションの芽をいち早く予見して独自の価値を創出する**（アミノサイエンスの進化）、**エコシステムパートナーとの共創による社会実装、有形・無形の現有資産を効果的に活用・進化させる**といった方針が示されています⁴⁷。要するに、従来以上にオープンイノベーションと知財活用を両立させ、知財を起点とした新規事業創造や社会課題解決にも踏み込んでいく考えです。実際、アミノサイエンスの技術は食糧問題や高齢化による健康課題など**社会的課題へのソリューション**にも繋がる可能性が高く、同社は知財戦略を通じてこうしたマテリアリティ（重要課題）にも取り組んでいます⁴⁸。味の素の経営理念であ

る「ASV (Ajinomoto Shared Value) 」においても、知的財産の創出と活用は**社会的価値と経済的価値を両立する手段**と位置付けられています⁴⁹⁵⁰。知財戦略の強化がASVの実現につながる、という認識のもとで全社的な知財活動が推進されているのです。

最後に、味の素の知財部門トップである泉井氏の言葉を借りれば「**知財は事業・研究と切り離せない経営の要諦であり、ボードルームで議論されるべきテーマ**」です¹。同社のケースは、伝統的製造業がいかんにして知財を核にイノベーション企業へ変貌し得るかを示す成功例と言えるでしょう。**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——その挑戦はこれからも続き、知財を武器に新たな市場と価値を切り拓いていくことが期待されています。

参考文献・情報源: 本レポートは、味の素株式会社の公式発表資料・知財関連ドキュメント、特許分析データ、およびLexisNexis PatentSight+ Summit 2025に関するプレスリリース等¹¹³¹⁵¹⁷²²¹⁴に基づき作成しました。各種一次情報をもとに記載していますが、一部引用したデータ・発言については出典を併記しています。

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 | レクシスネクシス・ジャパン株式会社のプレスリリース

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000010.000124984.html>

² ³ ⁴ ³³ ⁴⁷ Microsoft PowerPoint - 2_Growth through AminoScience_E

https://www.ajinomoto.co.jp/company/en/ir/event/business_briefing/main/01113/teaserItems1/01/linkList/02/link/2_Growth%20through%20AminoScience_E.pdf

⁵ ⁶ ¹⁴ ¹⁶ ¹⁷ ¹⁸ ¹⁹ ²⁰ ²¹ ²² ²³ ²⁴ ²⁸ ³⁰ ³¹ ³⁷ ³⁸ ³⁹ ⁴⁰ ⁴¹ ⁴² ⁴⁹ ⁵⁰ PowerPoint プレゼンテーション

https://www.ajinomoto.com/assets/innovation/pdf/Intellectual_Property_E.pdf

⁷ ⁹ ¹³ ¹⁵ ²⁶ Intellectual Property | Innovation | The Ajinomoto Group Global Website - Eat Well, Live Well.

https://www.ajinomoto.com/innovation/intellectual_property

⁸ ²⁹ ajinomoto.co.jp

<https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/library/intell/main/01/teaserItems1/0/linkList/0/link/IP-Oct2014.pdf>

¹⁰ ¹¹ ¹² ²⁵ ²⁷ ³² ³⁵ ³⁶ Intellectual Property | Business Development | IR | Ajinomoto Group

https://www.ajinomoto.co.jp/company/en/ir/business/intellectual_property.html

³⁴ ⁴³ ⁴⁴ ⁴⁵ ⁴⁶ Ajinomoto Tops Global Food Industry Patent Rankings in Technology Strength

https://www.ajinomoto.co.jp/company/en/presscenter/press/detail/g2011_09_30.html

⁴⁸ Materiality | Sustainability | Ajinomoto Group Global Website

<https://www.ajinomoto.com/sustainability/materiality.php>