

「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」調査レポート

味の素の知財活動とポートフォリオ最新動向

味の素グループは世界各国で活発な知的財産活動を展開しており、**約4,000件**（日本：約1,200件、海外：約2,800件）の特許権を保有しています^①。このポートフォリオは、創業以来培った**アミノ酸技術**を核に、食品、アミノ酸、生物・医薬、機能材料など多岐にわたる分野に及んでいます^②。特にアミノ酸発酵など**コア技術分野**では高度な製造技術に注力し、多数の特許を取得してきました^③。例えばL-リジン（アミノ酸飼料添加）の製造技術では欧州特許庁で特許を堅持する判決を2017年に獲得するなど、重要特許の維持に成功しています^③。

グローバル展開に伴い、味の素は主要市場を中心に幅広い国・地域で知財権を取得しています。**特許の出願・登録国は約143か国**に上り、商標は約172か国に及びます^④。地域別の特許保有割合はおおよそ以下の通りです^④：

- ・日本：約22%
- ・アジア（日本以外）：約33%
- ・米州：約18%
- ・欧州・中東・アフリカ（EMEA）：約26%

このように世界各地で知財網を構築し、グローバルな市場で自社技術を保護・活用しています。特許の**量だけでなく質の向上**にも注力しており、新規知財成果の創出によって戦略的かつ効率的にポートフォリオの高質化を図っています^⑤。実際、味の素グループの特許は他社特許の審査過程で拒絶理由に引用される件数が非常に多く、**特許の他社牽制力**が食品業界で際立っています^⑥。Patent Result社の「食品業界 他社牽制力ランキング2022」において、味の素は過去10年で9回も第1位にランキングされており^⑦、2022年もトップ評価を獲得しました^⑦。これは味の素の特許網が競合他社に対して**参入障壁・競争優位**として強力に機能している証と言えます。

さらに味の素は、特許の**質的価値**（影響力）も重視して管理しています。特許の被引用件数などに基づく客観指標（PatentSight®による「特許価値」指標など）で自社の重要特許群を分析し、特許件数とともに価値の向上を図っています^⑧。例えば後述する半導体材料やバイオ医薬プラットフォームの領域では、特許件数の増加と並行して特許価値（被引用スコア）の上昇が確認されており^⑧、質と量の両面で知財基盤を強化していることが伺えます。

「アミノサイエンス®」を核とした知財戦略と組織連携

味の素グループは企業理念として「ASV（Ajinomoto Group Shared Value）」すなわち事業を通じた社会価値と経済価値の共創を掲げており、その中核を担うのが**アミノ酸に関わる技術力**とそれを事業化する力「**アミノサイエンス®**」です^⑨。アミノサイエンス®によって次々に生み出される知的財産を最大限に活用するため、味の素では**事業（Business）・研究開発（R&D）・知的財産（IP）の連携強化**を図っています^⑨。R&D戦略・事業戦略と知財戦略が**常に同期し協働**することで、新たな事業領域の確立を実現しており^⑩、知財部門は単なる権利管理部門ではなく経営戦略の一翼を担う存在となっています。

組織体制の面では、味の素株式会社（本社）の知的財産部がグループ全体の知財を統括し、知財管理業務の一部は専門会社（株式会社アイ・ピー・イー）に集約するなど**効率的な体制**を整えています¹¹。海外展開に対応するため、米国に駐在員、ロシアに専任スタッフを配置し、アセアン・南米など各主要地域にも知財キーパーソンを設置するグローバルネットワークを構築しています¹²。特にバイオ関連技術については、日本・米国・ロシアの3拠点が連携し、強力な特許権の取得を推進しているとのことで¹³、地域横断的に知財戦略を展開していることが分かります。

知財戦略の運用において特徴的なのは、**クロスファンクショナルな取り組み**です。例えば新製品や新技術の開発初期から知財部員がプロジェクトに参画し、特許出願戦略や他社特許クリアランス（FTO）を研究開発と一体で検討します。実際、味の素の画期的製品が生まれた背景にはこの密接な連携が存在します。例えば半導体パッケージ用樹脂材料「ABF（Ajinomoto Build-up Film）」の開発では、**R&D部門と知財部門が一体となって技術開発戦略と知財戦略を同期させ**、高速な開発と知財網構築を実現しました¹⁴。その結果、ABFは業界の**デファクトスタンダード**となる地位を確立し、現在も関連技術の進化・横展開・次世代技術開発が継続されています¹⁴。このように各プロジェクトで知財と事業・開発が二人三脚で進むことで、「アミノサイエンス®」由来の技術資産を最大限に知財化し、事業競争力へと結びつけているのです⁹¹⁵。

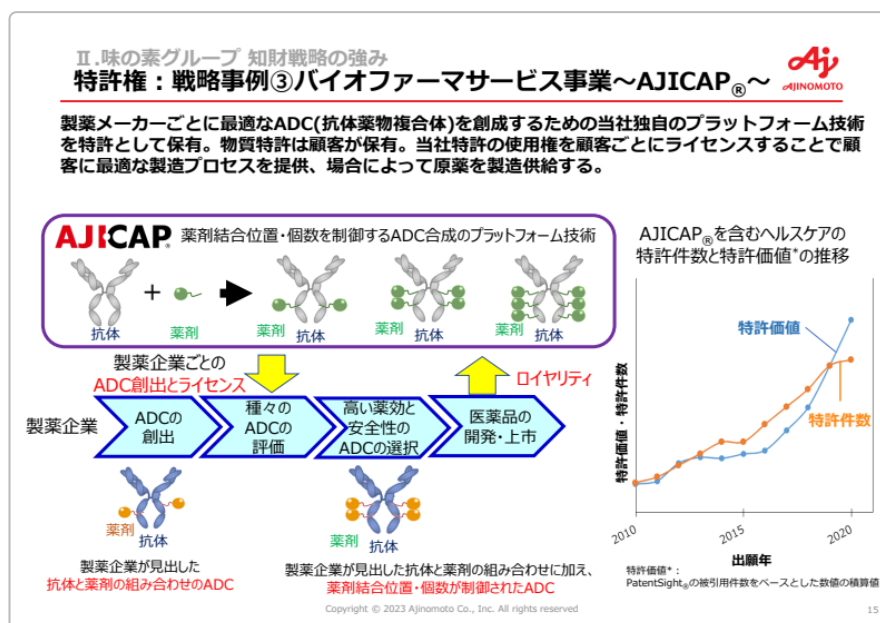
また、オープンイノベーション推進も知財戦略と表裏一体です。味の素グループは大学や研究機関、スタートアップ企業との連携を重要視しており、自社の足りない技術や新規事業のシーズを外部と協働で創出しています¹⁶。例えば**京都大学iPS細胞研究所（CiRA）**との共同研究では、味の素が長年培ったアミノ酸発酵技術・培地開発ノウハウを活かし、iPS細胞を効率よく培養する新しい培地の開発に成功しました¹⁶。この成果は再生医療分野のブレークスルーとなり、関連する培地組成について特許を取得するとともに、新たなライセンス収入源ともなっています¹⁷¹⁸。さらに、味の素は**コーポレートベンチャーキャピタル（CVC）**を設立し、食と健康の課題解決に資するスタートアップへの投資も開始しました¹⁹。こうしたオープンイノベーションによる技術獲得・事業連携にも知財部門が深く関与し、契約・ライセンス交渉や取得特許の共有・活用策定などで重要な役割を果たしています。

知財のビジネス活用事例（製品・技術への貢献）

味の素の知的財産戦略は、単に権利を保有するだけではなく**事業価値の創出**に直結する形で活用されています。その具体例をいくつか挙げます。

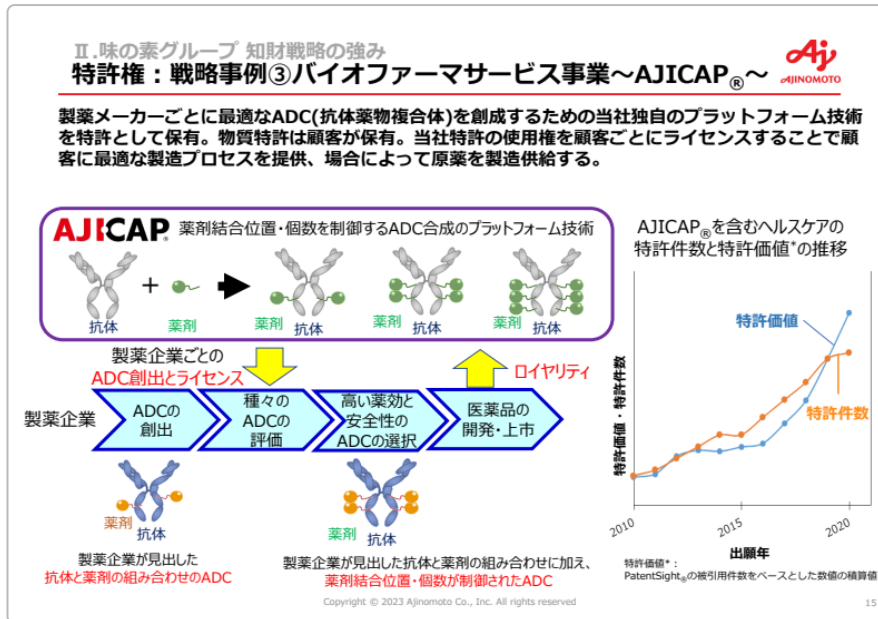
- ・**アミノ酸発酵技術の特許網による参入障壁構築：** 旨味調味料やアミノ酸（例：グルタミン酸ナトリウム、L-リジン等）の生産技術では、原料調製から発酵、精製に至るまで製造工程の要所を幅広く特許で押さえ、高い参入障壁を築いています²⁰。実際に後発他社が技術侵害を行った際には各国で法的措置をとり、**1990年代の米国訴訟、2000年代の欧州訴訟、2010年代の日欧訴訟**においてそれぞれ勝訴・和解金獲得を勝ち取るなど断固たる姿勢で権利行使しています²¹。このような強力な特許網により、味の素はグローバルなアミノ酸市場で長年リーダーシップを維持してきました。
- ・**甘味料事業における特許戦略とクロスライセンス：** 合成甘味料の一種「アスパルテーム」の事業展開において、味の素は製法特許・組成物特許・用途特許を網羅的に取得してポートフォリオを構築しました²²。その結果、競合である米国ニュートラスイート社との間で**特許クロスライセンス契約**を実現し、双方が相手の特許を活用できる体制となりました³。このクロスライセンスにより味の素は北米市場への参入障壁を下げ、アスパルテーム事業のグローバル展開・売上拡大に成功しています³。知財戦略を交渉カードとしてビジネスチャンスを広げた好例と言えます。
- ・**半導体材料「ABF」による新規市場開拓：** 味の素は電子材料分野にも進出しており、プリント基板用の層間絶縁樹脂「**Ajinomoto Build-up Film (ABF)**」を開発しました。ABFは現在、PCやサーバ向け高性能半導体パッケージに不可欠な材料となっていますが、その背後には味の素の知財戦略があります。開発段階から知財とR&Dが連携して得られたコア技術について幅広く特許出願し、**ABF関連だけで数百件規模の特許群**を構築しました²³。この知財網により他社の参入を抑止すると同時に、業界

標準素材として主要半導体メーカー各社への事実上のライセンス供与（製品供給）を実現しています。ABF事業は味の素にとって食品以外の分野での大きな収益源となっており、知財を梃子に新市場を切り拓いた成功事例です。



図：味の素のファンクショナルマテリアルズ事業（ABF）における知財戦略の成果例。R&Dと知財の同期により迅速な開発と特許網構築を実現し、特許件数・特許価値（被引用スコア）ともに年々向上していることが示されている^{14）}^{8）}。右図は将来に向けたABFコア技術の展開例で、省電力化材料や次世代パッケージ分野への応用開発も進められている。

・バイオ医薬プラットフォーム「AJICAP®」のライセンス展開: 味の素は医薬品分野でも、抗体医薬のADC（抗体薬物複合体）と呼ばれる次世代がん治療薬を創製するプラットフォーム技術「AJICAP®」を開発しました。AJICAP技術は抗体の特定部位に薬剤を結合する独自の化学手法で、製薬企業ごとに最適なADCを設計できるものです^{24）}^{25）}。味の素はこのプラットフォーム技術について特許権を取得し、自社で保持する一方、製薬企業に対してライセンス供与を行うビジネスモデルを展開しています^{26）}。具体的には、製薬企業が自社開発した抗体と味の素の特許技術を組み合わせることでADC創製を可能とし、味の素はその使用許諾に対するライセンス収入（ロイヤリティ）を得る仕組みです^{26）}。場合によっては原薬の製造受託も行い、技術ライセンスと受託ビジネスを組み合わせることで価値提供しています^{26）}。このAJICAP®は味の素のヘルスケア分野における知財活用象徴的な存在であり、特許によって守られたプラットフォームを軸に新たな収益源を開拓した例といえます。



図：味の素のバイオフィーマサービ事業（AJICAP®）における知財戦略の概念図。抗体（灰色）に薬剤（緑色）を結合したADC創製技術を自社特許でカバーし、製薬企業へのライセンス提供と原薬供給によって価値創造している。²⁶ 右のグラフはヘルスケア領域を含む味の素の特許件数・特許価値の推移で、2020年代にかけて上昇傾向が示されている（PatentSight分析に基づく）。

- **その他の知財活用例:** 上記以外にも、味の素は多数の知財活用事例を持ちます。例えば、家庭用食品では「Cook Do®」等の強力な商標ブランドを確立しグローバル市場でプレゼンスを向上²⁷。また、食品素材の改良酵素トランスグルタミナーゼ（商品名：「ニュートリゼ」（仮）等）では用途特許を取得し、食品メーカー各社へ販売拡大する際の独自優位性としています²⁸。さらに、再生医療用培地の組成特許を活かした大学発ベンチャーへの技術ライセンス提供や、アミノ酸高含有のスポーツサプリメントに関する特許・商標戦略（「アミノバイタル®」など）によるブランド価値向上など、多岐にわたるケースで知財が事業に貢献しています。

今後の戦略と展望：泉井氏講演内容のシナリオ予測

LexisNexis PatentSight+ Summit 2025における泉井裕氏（味の素 知的財産部長）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」では、以上のような知財戦略の成果を踏まえ、今後の展望について語られると予想されます。その内容をいくつかの視点からシナリオ別に予測してみます。

シナリオ1: コア技術の深化と持続的価値創造

第一のシナリオでは、味の素は引き続きアミノサイエンス®をコアコンピタンスとして**コア技術の深化**に注力し、それを支える知財戦略を強化すると考えられます。具体的には、発酵技術やアミノ酸の機能性研究をさらに進展させ、新たなアミノ酸素材や改良プロセスを生み出すでしょう。知財部門はこれら成果を着実に特許出願し、国内外で強固な特許網を構築・維持します。既存事業領域（調味料、甘味料、飼料用アミノ酸、健康食品等）では、既存特許ポートフォリオをアップデートしつつ**参入障壁をより高く築き直す**戦略を取るでしょう。さらに、自社特許の**定量的価値評価**（例えば特許被引用度合い等）を活用してポートフォリオの質を見える化し、投資対効果の高い研究領域にリソースを集中させることも考えられます。泉井氏の講演では、「今後もアミノ酸技術の可能性を掘り下げ、知財によって味の素ならではの価値創造を継続していく」という**持続的成長戦略**が強調されるでしょう。

シナリオ2: オープンイノベーションと知財エコシステムの拡大

第二のシナリオでは、味の素が社外との連携によるイノベーションを加速し、それを支える知財エコシステムを拡大していく姿が描かれます。具体的には、大学・研究機関との共同研究をこれまで以上に推進し、新技術の共同特許出願や共有知財のルール整備を進めるでしょう。スタートアップ企業へのCVC投資や提携を通じて外部技術を取り込み、**自社技術+他社技術**のハイブリッドによる新規事業創出を図ります。この際、味の素は知財面で柔軟かつ戦略的なアプローチを取ると考えられます。例えば共同研究の成果については**特許の共同保有やライセンス契約**を巧みに設計し、Win-Winの関係でパートナーと成果を実用化するでしょう。さらに、自社のプラットフォーム技術（例えばAJICAP®や食品素材プラットフォーム）をオープンに他企業へ展開する代わりに、**ライセンス収入モデル**で収益化しつつ業界標準を狙う、といった戦略も想定されます。泉井氏は講演で「オープンイノベーションを通じて知財をハブにしたエコシステムを構築し、業界全体の価値共創をリードする」というビジョンを示すかもしれません。その中では、他社・大学とのアライアンス事例や、知財を介したネットワーク形成の具体策（契約類型やパートナー選定基準等）が紹介される可能性があります。

シナリオ3: 新領域への挑戦とデジタル変革への知財対応

第三のシナリオでは、味の素が**デジタルトランスフォーメーション（DX）**や新産業領域への本格的な挑戦を視野に入れ、それに伴う知財戦略の進化が語られるでしょう。例えば、個々人の健康・栄養データを活用した**パーソナライズド栄養サービス**や、AIを用いた新素材開発プラットフォームなど、従来の食品・アミノ酸事業の枠を超えたデジタルビジネスへの展開が考えられます。そうした領域では、従来型の物質特許や製法特許だけでなく、**データ、アルゴリズム、ソフトウェア**といった無形資産の保護・活用が鍵となります。泉井氏の講演でも、「デジタル技術×アミノサイエンス」の融合による新価値創造に触れ、AI・IoTの活用やデータの知財（データ所有権や営業秘密管理）の重要性について言及する可能性があります。また、環境・サステナビリティ領域への進出も新たな柱となり得ます。例えば生分解性プラスチックや代替タンパク質食品の開発など、地球環境課題への技術貢献に向けた知財戦略です²⁹。これら新領域では競合も異業種となるため、他業界のプレイヤーとの**異分野特許競争**に備えた戦略（特許網の早期構築、必要に応じた特許買収・統合など）も必要となるでしょう。講演では、「デジタルとグリーンの時代に対応する知財戦略の変革」として、社内の知財人材育成（デジタルリテラシー向上）や知財DX（知財業務へのAI活用、PatentSightのような分析ツール活用等）の取り組みも紹介されるかもしれません。

以上のように3つのシナリオを描きましたが、実際の泉井氏の講演ではこれらが組み合わさった内容になると予想されます。すなわち、「アミノサイエンス®を核に既存事業の競争力を高めつつ、オープンイノベーションとDXによって新たな価値創造領域を開拓し、それらを支える知財戦略基盤を強化する」という包括的なビジョンが示されるのではないのでしょうか。

まとめ

味の素グループの知財戦略は、創業以来の強みであるアミノ酸科学「アミノサイエンス®」を軸に、事業・R&D・知財の緊密な連携によって進化を遂げてきました。その特許ポートフォリオは世界4000件規模に上り、食品からハイテク・医薬まで幅広い分野で競争優位を支える資産となっています。知財の質・量両面で高い水準を維持し、特許網による参入障壁構築やライセンス活用による事業拡大の成功事例も数多く生まれています。^{9 3}

泉井裕氏の講演では、こうした実績を背景に、味の素の知財戦略が次の段階へと**進化**しようとしている姿が描かれるでしょう。すなわち、アミノ酸技術をさらに深化させつつオープンイノベーションで外部知見を取り込み、デジタルやサステナブル領域へも挑戦していくという**価値創造のビジョン**です。それを支える知財部門は、引き続き戦略的なポートフォリオ構築とビジネス寄与を両立し、社内外のステークホルダーと協働して企業価値・社会価値の向上に貢献していくものと期待されます。^{9 15}

本レポートで調査した内容からもうかがえるように、味の素の知財戦略は単なる権利保有に留まらず、「知財×事業」の相乗効果でイノベーションと価値創造を加速する好例と言えます。今後の展開次第では、アミノサイエンス®に基づく知財活動が食品業界のみならず異業種にも大きなインパクトを与える可能性があります。泉井氏の講演を通じて示される展望から、知財戦略が企業の未来を切り拓く具体的なヒントが得られることでしょう。

7 9

1 5 6 10 知的財産 | 研究開発 | 味の素グループ

https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/rd/intellectual_property/

2 3 11 12 13 16 17 18 22 27 28 29 yorozuipsc.com

<https://yoroziupsc.com/uploads/1/3/2/5/132566344/37aa1ad3f06c2d63f661.pdf>

4 7 8 14 20 21 23 26 PowerPoint プレゼンテーション

https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/event/business_briefing/main/01119/teaserItems1/01/linkList/02/link/Intellectual%20Property_J.pdf

9 15 LexisNexis PatentSight+ Summit 2025 | LexisNexis Intellectual Property Solutions

<https://www.lexisnexisip.jp/patentsight-summit/>

19 オープンイノベーション | 研究開発 | 味の素グループ

https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/rd/open_innovation/

24 25 AJICAP® | 味の素バイオ・ファーマ サービス-独自プラットフォーム技術

<https://ajibio-pharma.ajinomoto.com/jp/ajicap/>