

資生堂 グローバル R&D 体制を強化

—米国研究拠点アメリカイノベーションセンターを拡充—

資生堂は海外研究開発拠点のひとつである米国の「アメリカイノベーションセンター」(イーストウインザー・ニュージャージー州)を 2016 年 5 月に拡張オープンし、米州地域におけるお客さま研究、製品開発、情報開発などの R&D 機能を拡充・強化します。

資生堂は 2020 年までの中長期戦略「VISION 2020」にもとづき、グローバルレベルでのブランド価値向上と事業構造改革に取り組んでいます。この戦略の一環として、世界各地のお客さまの心に共鳴する価値を実現する研究開発を目指し、5 カ国 9 カ所の研究開発拠点とそのネットワークを整備・強化していきます。

アメリカイノベーションセンターの拡充

新たに拡充オープンするアメリカイノベーションセンターは、従来の機能に加え、これまで日本で対応・サポートしてきた「製品情報・訴求の開発」、「製品の安全性の保証」、「知財管理」、などの機能を現地に移管・強化することで、現地完結型の研究開発体制を確立します。研究員の数を増員し、現地のお客さまにより密着した価値創造・イノベーション創出を推進します。

<アメリカイノベーションセンターの概要>

所在地: 366 Princeton-Hightstown, East Windsor, NJ08520, USA

センター長: 吉田 克典(よしだ かつのり)

設立年: 2008 年

拡充オープン: 2016 年 5 月

	拡充前	拡充後
面積	平屋 600 m ²	平屋 2,000 m ²
研究者数	25 名 (2016 年 2 月末時点)	2020 年までに 47 名
主な研究機能	・米国発ブランド(NARS、bareMinerals)製品の処方開発 ・製造工程の設計 ・研究管理	拡張前の機能に加え、 ・製品情報・訴求の開発 ・製品の安全性の保証 ・知財管理

メーキャップ分野の開発能力強化

資生堂は、世界に通用する強いブランドを育成するため、「センター・オブ・エクセレンス (Center of Excellence)」の構想の下、スキンケアは日本、メーキャップとデジタルマーケティングはニューヨーク、フレグランスはパリといったように、各カテゴリーにとってグローバルに影響力を持つ最先端のエリアで情報収集・戦略立案・商品開発などをリードし、それらを全世界のマーケティング展開に活かしています。

このセンター・オブ・エクセレンスを研究開発の分野で強力に推進することを目的に、アメリカイノベーションセンターは、メーキャップ分野の開発能力を優先して拡充・強化を進めていきます。

グローバル R&D 体制の強化

資生堂は、「VISION 2020」の一環として、イノベーションを実現する研究開発投資の拡大を進めています。グローバルレベルでの研究開発力の最大化に向け、主に基礎・基盤研究や新領域の研究を担う日本のイノベーションセンターをハブとし、現地のお客さまに適合した価値開発を行う海外各地域の研究開発拠点をスポークとする「ハブ&スポーク体制」を整備し、世界中のお客さまへの最適な価値提供を実現します。

具体的には、横浜市に新研究所「グローバルイノベーションセンター(仮称)」を設立するとともに(2018 年末稼動開始予定)、米州、欧州、中国、東南アジアの各イノベーションセンターの規模を順次拡大し、徹底した各地域の市場調査、お客さまの肌・化粧行動・意識の研究を行うとともに、現地マーケティングとの連携も強化して、現地のお客さまのインサイトを捉えたイノベティブな製品開発を実現していきます。さらに 2020 年度には、全世界の研究所の人員を現在の約 1,000 名から 1,500 名規模まで拡大するとともに、研究開発費を対売上高比率で現在の 1.8% から 2.5%まで拡大します。