

有力食品メーカー40社のR & D戦略を分析

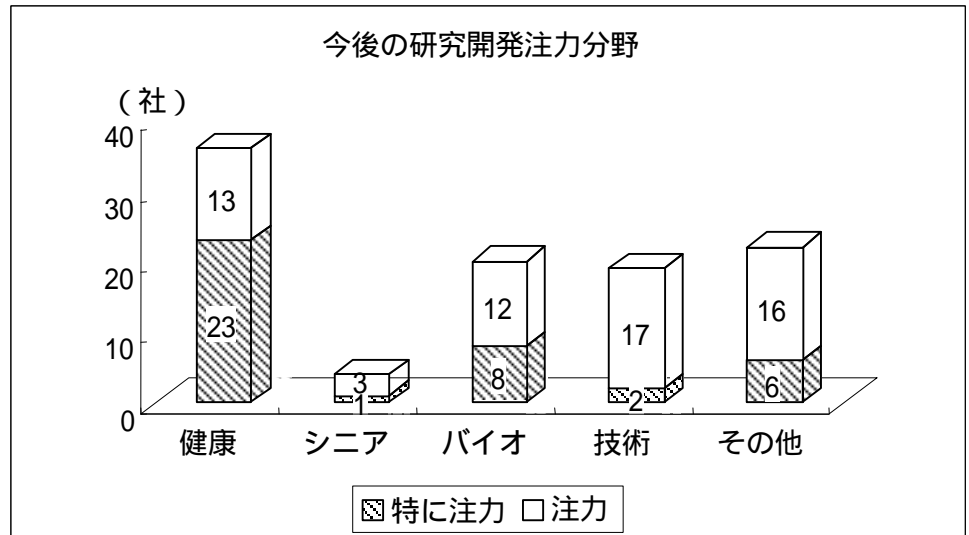
R & D 今後の注力分野は「健康」、「バイオ」

総合マーケティングビジネスの(株)富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 原 務 03-3664-5811)はこのほど、有力食品メーカー40社のR & D部門の位置付け、R & D部門の組織・役割、R & D展開状況、実際のヒット商品開発プロジェクトなどR & D戦略を分析し、その結果を報告書「食品メーカーのR & D戦略調査レポート2004」にまとめた。

食品業界は長引く不況による消費低迷・デフレの進行に加え、BSEや鳥インフルエンザなどにより消費者の「安心・安全」への懸念が高まり、業界を取り巻く環境は非常に厳しい状況が続いている。このような状況下で激しい競争を勝ち抜くためには、他社に先駆けて常に新しい商品を投入していく応用開発技術、将来の消費者ニーズを捉える基盤技術の開発・育成が必要不可欠となっており、優れた研究開発戦略の遂行が生き残りのための条件となっている。

<調査結果のまとめ>

1. 今後の研究開発注力分野は「健康」、「バイオ」、「技術」: 各社の研究開発テーマ、研究テーマのトレンド



対象企業の今後の研究開発注力分野をみると「健康」を9割の企業が挙げ、5割の企業が挙げている「バイオ」、「技術」を大きく上回っている。その他には、「新規性」「簡便性」が挙げられている。

「健康」をキーワードにした研究内容としては、醸造技術、バイオ技術など各社が培ってきた独自の技術を活かした新素材の機能研究が挙げられており、今後さらにその動きは加速すると予測される。しかし「健康」は大半の企業において開発テーマとなっており開発競争は激しさを増している。

2. 研究データで営業活動を側面から支援: 研究開発担当者の営業部門支援、生産部門支援

研究開発部門の営業部門支援活動としては営業・商談に使用する商品説明書の作成や、研究データを活用した提案営業活動の支援、マーケティング活動への参画などを行っている企業が多い。生産部門への支援活動としては、原材料・資材調達支援、生産ラインの構築支援、工場現場の技術指導などが多くなっている。

3. 「事業部管轄型」「戦略的事業部型」が今後増加: 激変する市場に応じた各社のR & D部門の組織、特徴

分類	特徴	メリット	デメリット
中央研究所型	商品を安定的且つ大量供給する企業で採用が多い	専門性の蓄積が容易 基礎研究の充実	テーマの硬直性
事業部管轄型	事業部直轄の研究部門を持つ組織が該当	事業戦略と一体化した研究・商品開発が可能（商品化までのコンセプトの統一、開発スピードの迅速化など）	目の前のニーズに追われ 長期的なテーマ選定が少なくなる懸念
戦略的事業部型	新規市場開拓に積極的に取り組む企業で採用。	市場のニーズに素早く対応可能。 他の部署との連携を図ることで、基礎研究と応用研究のバランスをとるなど、独自の特徴を取り入れ最適化。	基礎的・長期的な研究開発に注力しにくい

食品メーカーの研究開発体制は、「中央研究所型」「事業部管轄型」「戦略的事業部型」の3タイプに大別された。それぞれの組織で一長一短があり、最適な組織というものはなく、企業が自社の経営ビジョン、技術力、研究テーマに基づき、最適な研究開発体制を構築することが重要。変化の激しい消費者ニーズを的確に捉えた商品開発を行うためには、技術力もさることながら商品開発のスピード（消費者ニーズの把握、商品化のスピード）が重要視されることから、事業部と研究部門が密接に連携している「事業部管轄型」「戦略的事業部型」を採用する企業が今後増加するとみられる。

4. 商品開発の主流は「健康」: 激しい競争を勝ち抜くために各社が採用するR & D戦略

対象企業の代表的な新商品または話題の商品の最も多い開発キーワードは「健康」であった。商品コンセプトや開発経緯をみると、開発キーワードは「高付加価値」「健康」「シニア」「簡便性」「新規性」の5つに大別される。

生活習慣病予防意識の深まり、健康に関する知識の深まりという消費者の動きと、機能性素材に関する研究や技術開発の深化・高度化という業界の動きとの相乗効果によるものと考えられる。また、後発企業が成熟市場に参入するケースでは、企業側から消費者に対する提案として、新しい発想・切り口で開発しているケースが多くみられる。

現在は、健康をキーワードとした商品開発が主流となっているが、更に市場競争力のある商品開発を目指し、「健康」と「高付加価値」「シニア」「新規性」といったキーワードも兼ね合わせた商品開発が必要になるとみられる。

< 調査対象企業 >

分野	企業名
総合食品系	味の素、エスビー食品、カゴメ、キューピー、永谷園、日清食品、ハウス食品、フジッコ
製粉系	昭和産業、日清製粉グループ本社、日本製粉
油脂・調味料系	キッコーマン、日清オイリオ、日本油脂、不二製油
飲料系	アサヒ飲料、伊藤園、カルピス、キリンビバレッジ、ヤクルト本社
畜肉系	伊藤ハム、日本ハム
酒系	アサヒビール、キリンビール、サッポロビール、サントリー
水産系	ニチレイ、ニチロ、日本水産、マルハグループ本社
乳業系	明治乳業、森永乳業
菓子系	江崎グリコ、亀田製菓、ブルボン、明治製菓、森永製菓
その他	花王、協和発酵工業、日本たばこ産業

<調査内容>

1. 企業プロフィール
2. 分野別売上高推移
3. 経営戦略とR & D部門の位置付け
 - 1) 経営戦略と各事業の構造・特徴
 - 2) 各事業におけるR & D部門の位置付け
4. R & D部門の組織・役割
5. R & D展開状況
 - 1) 研究開発費推移
 - 2) 設備投資費推移
 - 3) 別法人の研究開発拠点・設置状況
 - 4) 技術提携状況
6. 研究開発支援状況
7. 営業支援取り組み状況
8. 生産支援取り組み状況
9. 新商品・新事業開発事例
10. 今後のR & Dの方向性

<調査方法>

(株)富士経済専門調査員による面接取材、電話取材

<調査期間>

2004年4月 ~ 2004年6月

以上

資料タイトル:「食品メーカーのR & D戦略調査レポート2004」

体 裁 : A4判 252頁

価 格 : 100,000円 (税込み105,000円)

調査・編集 : 富士経済 大阪マーケティング本部 第3事業部 コンシューマグループ
TEL:06-6228-2020(代) FAX:06-6228-2030

発 行 所 : 株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2 - 5 F・Kビル

TEL03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165 e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp>