

ファイントゥデイグループのR&D

Focus 2

“グローバルなニーズ対応”を実現する 研究開発体制を構築

グローバル企業としての開発体制の実現に向けて

アジア地域のグローバル企業のロールモデルを目指すファイントゥデイグループは、事業展開エリアのお客さまの多様なニーズに応える製品・サービスを提供し続けていくために、新技術や製品・ブランドの開発から生産、販売まで一貫したビジネスシステムの構築を進めています。

この一環として、2021年度からファイントゥデイの

R&D本部が中心となり、研究開発体制の整備に取り組んでいます。同本部では3年間の中期計画を策定し、2024年度末までに「アジアにおけるグローバル企業として求められる研究開発」を実践することを目標に、人的リソースの拡充や組織改編などを計画的に推進。パーソナルケア領域において、より多くのお客さまから支持される企業グループへの発展に挑戦しています。

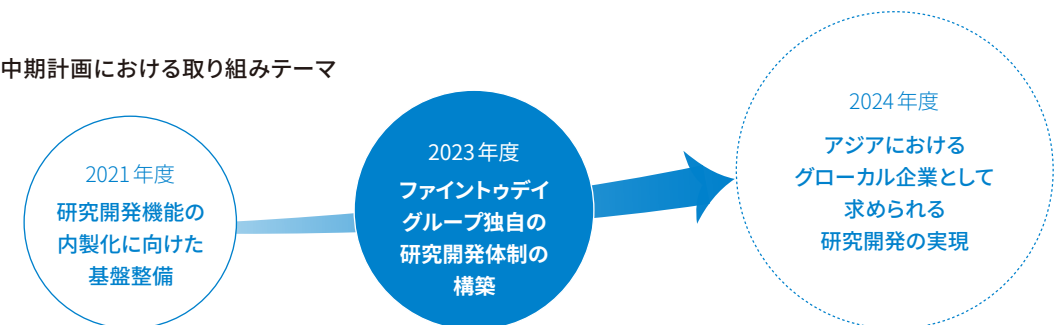


中期計画の概要と進捗

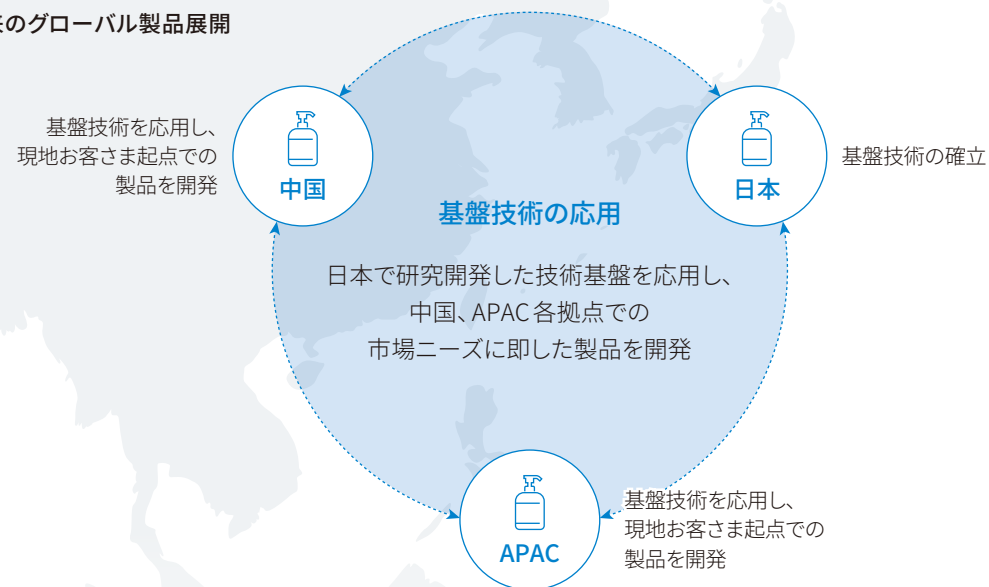
ファイントゥデイグループの売上高比率の60%以上を占めるのが中国とAPACの海外です。現在、海外においては日本市場で培ったブランドを他の市場向けにアレンジして提供していますが、今後は各国・地域のお客さまのニーズをきめ細かく把握・分析することで、よりお客さまに寄り添った製品・サービスを展開していくことを目指しています。将来的には、現地の拠点が個別にニーズを収集し、日本国内のR&D本部と連携しながら各国・地域オリジナルの製品やサービスを開発・提供できる体制の整備を大きな目標として掲げています。

こうした目標のもと、R&D本部の中期計画では年度ごとの取り組みテーマを設定。“グローバルなニーズ対応”の実現に向けて研究開発体制を着実にステップアップしていきます。2022年度～2023年度は当社グループとして独立した研究開発体制を構築する期間と位置付け、そのための基盤を整えてきました。これまでにR&D、薬事、品質保証、技術知財を担当する人財の拡充、必要な許認可の取得などに取り組んだほか、組織体制・情報システムの構築なども進めています。

研究開発中期計画における取り組みテーマ



ー将来のグローバル製品展開



ブランド価値の発展と基礎基盤研究の推進

R&Dにおける中期計画を推進していくために、研究開発の中心的なテーマとなるのが「ブランド価値開発研究」と「基礎基盤研究」です。このうち、ブランド価値開発研究においては、株式会社資生堂から継承したブランド価値を実現する技術を大切にしながらも、パーソナルケア領域で支持される、ファイントゥデイグループ独自のブランド価値をお客さまにお届けする技術開発の確立を目指しています。

また、製品自体の品質や安全性、機能だけでなく、ご使用いただいた際にブランド価値を体感していただける情緒的価値の創出も重要です。そのため、その

情緒的価値をお客さまに伝える技術の開発やノウハウの向上にも注力しています。

一方、新たな製品開発のためには中長期的な基礎基盤研究も不可欠です。とくに、パーソナルケア領域を含む化粧品や医薬品の業界においては独自の基幹技術を有し、競争力ある製品開発に活かしている企業が少なくありません。当社グループも人財や設備をはじめとするリソースの拡充を進め、中国・APACでの更なる成長に資する技術開発に取り組んでいきます。

グループのリソースを活かして更なる成長へ

現在、R&D本部には、化粧品メーカーのほか原料メーカーなど、さまざまな組織の出身の研究員が所属しています。このように多様な経験を有する人財が互いに刺激し合える環境は、製品・サービスの開発を進める上で大きな強みとなっています。

また、化粧品向けの高い要求品質・量産スピードに対応できるファイントゥデイインダストリーズが2023年4月からグループに加わったことで、基礎基盤研究や新たなアイデアから生まれた製品を、スピード感を持って市場に提供していくことも可能

となりました。

今後は、各機能の連携を更に強化し、ファイントゥデイグループの強みを最大限に活かすことで、お客さまへの価値提供、そして次なる成長につながるイノベーションを加速していきます。



ー価値提供の基盤となるグループの強み

