

新研究开发基地“资生堂全球创新中心”正式启动 ~以实现进一步的发展为目标，努力开展新的研究开发~

资生堂位于横滨未来港 21 地区的新研究开发基地--“全球创新中心”（简称 GIC·昵称“S/PARK”）正式启用，该研究所作为一个都市型开放式研究所，将开展顾客与研究人员之间的交流，并与业务合作伙伴以及国内外的其他研究机构开展合作。另外，还将借助基于新的理念所设计的办公室和先进的研究设备，为研究人员创造出灵活多样的工作方式。通过这些措施，实现“多样性知识与人的融合”，进而催生出前所未有的价值。

2019年4月13日（星期六）一楼和二楼的交流区域正式对外开放，进一步深化与客人之间的交流。资生堂将通过创造出跨越国家和行业界限的、源自于日本的创新，来努力践行“BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（美力创新让世界更好）”这一新使命。



R&D的方针

1872年作为西式药房而诞生的资生堂在1916年就开设了对商品进行开发和改良的“试验室”。之后，在100多年的时间里，资生堂以“感性科学、追求放心与安全、皮肤科学”作为自己的优势，持续开展研究开发，不断创造高品质的产品。另外，包括中国在内，在全球5个国家设立的研究所，还对当地顾客的肌肤和化妆习惯等开展了调查和各类研究。今后，为了能够在多样化的市场环境下成为全球性的业界领先企业，资生堂将在保持上述优势的基础上，加强数字化、环保型技术的研究，并以“The Cosmetics”（加强有关化妆品的研究）、“New Category”（前所未有的新型化妆品品类的开发）、“Unlimited Beauty”（不限于化妆品范畴的美容解

决方案的研究)为重点领域,加速推进相关的研究开发。为此,资生堂将改变研究模式,不仅追求新的知识,还将从外部引进新的创意,以期通过这些措施的实施,为顾客提供新的价值,成为“源于日本,制胜全球的国际化化妆品企业”。

GIC (S/PARK) 的概要

位于1楼和2楼的交流区域,是以“邂逅美的灵感的场所”为概念、让顾客和研究人员进行交流的场所,由小山薰堂先生(ORANGE AND PARTNERS公司)、佐藤 Oki 先生(nendo公司)分别担任制作人和设计师。4楼的合作研究区域设立了商谈空间以及与外部研究机构开展共同研究的研究室,这在研究所中是非常少见的。从5楼到16楼的研究楼层不仅设有可以制成基础研究的先进研究设备,还对办公室进行了突破常规的设计。可以为研究人员提供灵活多样的工作方式。为了促进研究人员之间的知识交换和创意转换,我们还完善了自由座位空间和交流空间。

逾140年品牌历程,资生堂不懈传递美的知识与力量,研发更成为其保持品牌活力的核心要素。自1916年在日本开设第一家研究中心以来,资生堂在全球皮肤学基础研究中始终处于领先地位。横滨新研发中心的启动和对外开放,是资生堂聚焦研发创新、优化产品价值、提振品牌实力的又一项重要举措,以前卫理念引导研发,赋予创新更多可能,是资生堂着力追求的经营理念。“在研发中发现美”,未来,基于新研发中心的成果将为资生堂美丽哲学的阐释提供更为丰富的素材。

附件

开放时间(1·2层)	不同区域开放时间不同,详情请参考后附资料
闭馆日(1·2层)	星期日
住所	横滨市西区高岛一丁目2番11号
建筑面积	56,181.26 m ²
建筑物高度	76.91m
建筑物概况	地上16层、地下1层(钢结构、部分为钢筋混凝土结构)
备注	在基于横滨市的建筑物环保制度“CASBEE 横滨”所进行的评级中,获得了5个级别中最高的S级评级。 * “CASBEE”是对包括可再生能源利用在内的环保措施以及景观优化、地区贡献等各方面的实施情况进行综合性评级的制度。

GIC 的设施

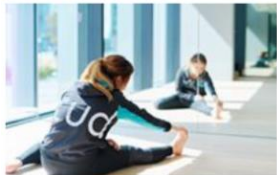
【交流区域 1·2F】



1F 【Beauty Bar】工作日 10:00-19:00, 周六和节假日 10:00-18:00

我们在这里与顾客共同研究有关塑造“最适合自己的美”的科学, 并让其变为现实。研究人员和 BC (美容专员) 通过分析顾客的皮肤, 让顾客体验保持皮肤健康的个性化皮肤护理服务, 并制作出适合每个顾客皮肤和个人偏好的“定制化妆品 (化妆水和乳液)”。

*由接受过特别训练的员工在 Beauty Bar 研究所(制造所)中制造



1F 【S/PARK Studio】工作日 7:00-22:00, 周六和节假日 8:00-18:00

该室内工作室可提供基于资生堂跑步俱乐部的专业知识所开设的跑步、步行训练课程以及基于 GIC 独有的理念所开设的美容课程。另外该工作室还设有跑步服务站, 您可以把这里作为给每一天注入活力的基地来使用。它着眼于美丽身姿的营造, 以“充满活力的美”为主题, 为您综合塑造全身之美。



1F 【S/PARK Cafe】工作日 8:00-21:00, 周六和节假日 8:00-18:00 (LO.17:30)

由资生堂 Parlour 经营的咖啡厅, 您可以根据自己的心情和身体状况自由享用餐点。我们以“Veg-Centric”(意为“以蔬菜为主”)为概念提供均衡的饮食。在这里, 您还可以品尝到本店特有的菜单和饮品。



1F 【其他展示】

●Beyond Time : 拥有可让两个人体验容貌变化的数字时光机。还可以在监视器中让父母和孩子的年龄逆转, 体验到可以现场模拟随着年龄变化而变化的脸部容貌。如果可以自由选择你的年龄, 人与人之间的交流又会有什么样的变化。在这里你可以体验到资生堂最尖端的科技。

●16K 显示屏: 是世界上最大的“水晶 LED 显示系统”, 采用索尼独立开发的超高清 LED 技术, 实现了高画质和沉浸式的视觉表现。占据了整个墙面的显示屏, 可以为您提供绝无仅有的视觉体验。*截至 2019 年 4 月



2F 【S/PARK Museum】工作日 11:00-18:00, 周六和节假日 11:00-18:00

这是一个体验型的博物馆, 您可以在这里感受到研究所独有的前沿技术和未来之美。它由“SCIENCE & ART”、“LIFE OF BEAUTY”、“BEAUTY INNOVATION”、“FUTURE”这四个主题展区组成。在这里, 借助与美容、创新有关的独特的展示和体验内容, 可以邂逅让顾客的日常生活和未来世界变得更为美好的“美”的灵感。

【研究楼层 3~16F】



3F 【Hall】

大厅最多可容纳 500 人。它可用于各种目的，如技术演示和学术会议等。在这里，通过汇集、传播公司内外的有识之见，可以催生出新的知识和见解。



4F 【Collaboration site】

在这里，本公司的销售人员可以与零售商和其他业务合作伙伴开展商务会谈。我们可以以本公司所拥有的有关顾客的知识为基础，从各个角度提出建议。此外，研究人员也将参与商务会谈，从而可以将最新的趋势和业务合作伙伴的需求充分导入到自己的研发中。



4F 【Collaboration lab】

该研究设施是一个开展共同研究的场所，包括日本国内外的外部研究机构在内的各利益相关方的研究人员将在此与本公司的研究人员共同开展研究。通过让外部研究机构常驻于此，可确保合作的顺利开展。该设施内备有多个房间，可以同时从各个角度推进共同研究。



11F 【Living Lab】

这是一间模拟真实公寓房的生活场景的试验室。通过在监视器下模拟生活，可以在接近于真实生活的环境中，对我们所开发的技术在实际生活环境中的应用方法以及何种技术对于客户而言更好等进行验证。



隔断 【Open area】

为了活跃研究人员之间的交流，我们还完善了自由座位空间。目的是让不同领域的研究人员发生接触，进而催生他们新的开发灵感。通过启发研究人员思维、完善工作环境，创造出灵活多样的工作方式。

研究设备



【2D DESI-MS】

一种最为尖端的分析设备，可以将分子级的空间分布以高精度可视图像的方式加以展现。借助可以细致展示有效成分浸入肌肤的情况的专利技术，可以帮助我们开发出更多能够让顾客感受到实际效果的新产品。同时还可以用于制作 PR 资料，把产品的特征直观地展现出来。



【Cryo FIB-SEM】

是最新型的扫描式电子显微镜。可进行 nm 级(纳米：一百万分之一毫米)的精密加工，获取清晰的图像。通过对化妆品、皮肤、毛发的内部构造进行高精度的观察，可以准确地把握化妆品的功能和效果。它可以有效用于化妆品的研究开发，还可以帮助我们将化妆品的效果一目了然地传达给顾客。



【电子实验笔记】

可以让多名员工共享研究内容的平台。通过对数据进行统一化的管理，大大拓宽了数据使用的广度。借助这一平台，大家可以针对研究方针等开展更为活跃的意见交换，同时也可以通过统计分析来构建预测模型，从而形成资生堂未来资产创造的基础。

参考·资生堂的 R&D

【主要研究机构一览】 ※截至 2019 年 4 月为止

	研究基地(括号内为所在地)	成立年份*	概要
日本	资生堂全球创新中心 (神奈川县横滨市)	1916	· 全世界研究开发基地的中枢 · 作为都市型开放式研究所, 将各类知识与人类智慧相融合, 进行创新 *前身: 试验室(东京·银座)
	资生堂细胞加工培养中心 "SPEC" (兵库县神戸市)	2014	· 以尽快实现毛发等的再生医疗为目标, 进行细胞的培养、加工
亚洲 (不含日本)	资生堂(中国)研究开发有限公司 (北京市)	2001	· 研究开发面向中国市场的产品 · 中国顾客研究、信息开发
	资生堂(中国)研究开发有限公司 上海分公司 (上海市)	2015	· 研究开发面向中国市场的产品
	资生堂亚太创新中心 (新加坡)	2006	· 研究开发面向东南亚市场的产品 · 东南亚顾客研究、信息开发 *前身: 东南亚调研中心(曼谷)
美国	资生堂美国创新中心 (新泽西州)	1989	· 主要开展彩妆、护肤产品的研究开发 · 美国顾客研究、信息开发 *前身: 美国技术中心(康涅狄格州)
	资生堂技术加速枢纽 (马萨诸塞州)	2018	开展可以提供新的体验和价值的、创新性的技术和商业模式的开发
	资生堂欧洲创新中心 (法国、尼姆(Orme)市)	1988	· 主要开展高级品牌、护肤产品的研究开发 · 欧洲顾客研究、信息开发

			*前身：欧洲技术中心(巴黎)
--	--	--	----------------

*成立年份指承担研究开发和当地技术法规制度的调查等功能的前身研究机构的成立年份。

【研究所人数】

2015年：大约 1000 人

2020年：计划增至 1500 人

【研究开发费占销售额的比例】

2015年：1.5%

2018年：2.7%

2020年：计划增至 3%

未来计划提高至 4%

【IFSCC(国际化妆品化学家学会联盟)大会获奖数】(全世界获奖最多的企业)

最优秀奖 22 次、优秀奖 4 次

【专利数】

国内 1390 件、国外 2491 件(有关化妆品成分技术的专利保有数在日本国内排名第二) ※截至 2019 年 3 月止