



2026 年 7 月 13 日

各 位

会社名 株式会社アスタリスク
代表者名 代表取締役執行役員社長 鈴木 規之
(コード番号：6522 東証グロース)
問合せ先 取締役執行役員管理統括室長 太田 尚友
ir@asx.co.jp

世界市場へ本格始動。アスタリスク、韓国 R&D 拠点を開設しアジア展開体制を強化 ～『全商品 RFID 化』を世界へ——グローバル技術開発と海外展開を本格加速～

株式会社アスタリスク（本社：大阪市、代表取締役執行役員社長：鈴木 規之）は、このたび韓国市場への本格参入を決定するとともに、韓国に新たな RFID 研究開発拠点（R&D センター）を設立することをお知らせいたします。これにより当社は、日本、中国（大連・深圳）、米国、韓国を結ぶ世界 4 か国体制を構築し、RFID ソリューションの研究開発から製造、販売までをグローバルに展開する体制を整えます。

現在、世界的な人手不足や物流効率化を背景に、RFID 市場は急速な拡大を続けています。当社は、2026 年 6 月 30 日に発表したスーパーマーケット向け『全商品 RFID 化ソリューション』を、日本国内にとどまらず世界市場へ展開することを視野に入れ、技術開発と市場開拓を同時にアジア展開の推進をしてまいります。

■ 韓国市場攻略の狙いと技術獲得戦略について

韓国は、半導体、通信、AI、組込みシステムなどの分野において高い技術力を有し、小売・物流分野の DX 投資も活発な市場であり、RFID 関連技術についても高い開発力を有しています。また、小売・物流分野では DX（デジタルトランスフォーメーション）への投資意欲が高く、省人化・自動化に対するニーズも世界有数の市場です。

当社が韓国市場へ本格参入する最大の目的は、優れた RFID エンジニアリング人材の獲得、およびこの人材をキーマンとした世界最先端の技術を取り込む研究開発体制の強化にあります。当社は大連・深圳に続くアジアの研究開発拠点として韓国 R&D センターを設立し、現地の優秀な技術者との協業を通じて、『全商品 RFID 化』の実現に必要なコア技術の高度化を推進してまいります。

特に、食品スーパーマーケットへの RFID 導入では、水分や金属包装商品に対する読み取り性能の向上や、RFID タグのさらなる低コスト化が普及の鍵となります。当社は韓国 R&D センターを活用することで、これらの技術課題の解決を加速させ、世界市場において競争力の高い RFID プラットフォームの構築を目指します。

さらに、今回の韓国進出により、日本・中国・韓国・米国を結ぶグローバルな研究開発・事業展開体制が完成します。世界各地の技術、人材、パートナーとの連携を一層強化することで、開発スピードの向上と技術革新を加速させるとともに、世界市場に向けた『全商品 RFID 化』ソリューションの普及を推進してまいります。

■ グローバル展開のストーリーと既存拠点の活用

当社はすでに、米国子会社に加え、中国の大連および深圳に開発拠点を有しており、今回の韓国 R&D センター新設によって、日本・中国・韓国・米国を結ぶ「世界 4 か国体制」を確立いたします。各拠点の具体的な役割は以下の通りです。

- ・ 中国（深圳）：ハードウェア開発および有力 RFID タグメーカーとのアライアンス推進
- ・ 中国（大連）：ソフトウェア開発の主導
- ・ 韓国：RFID アルゴリズムおよび次世代技術の研究開発
- ・ 米国：市場開拓、営業活動、グローバルなパートナーシップ構築の加速

これにより、当社は「開発」「製造・調達」「市場開拓」をグローバルに連携させる体制を整えることとなります。

広く認知されている、置くだけで決済できる「セルフレジ」の利便性を食品スーパーマーケットに展開するためには、RFID リーダー単体の性能だけではなく、現地の基幹システム（SCM、POS など）とのシームレスな連携が不可欠です。当社は、特許技術を活用した RFID リーダーを中核に、各国の業務システムと接続できるソリューションを提供することで、グローバルな小売チェーンへの一括導入にも対

応できる体制を構築してまいります。

また、従来の日本語、英語、中国語に加え、新たに韓国語への対応を進めることで、アジアおよび北米市場における導入支援体制をさらに強化します。今回の韓国 R&D センターの新設は、単なる拠点の追加ではなく、『全商品 RFID 化』を世界市場へ展開するための技術開発力、供給力、販売力を一体化させる重要な戦略施策であると位置付けております。

■ 今後の展望

当社は、2027 年 8 月期にアジア市場（韓国を含む）での導入実績創出を目指すとともに、米州・アジア市場への本格展開をさらに加速させてまいります。

今回のグローバル戦略は、単なる海外拠点の拡充にとどまるものではありません。日本で培ってきた RFID 技術と特許ポートフォリオを基盤に、中国・韓国の開発力、米国の市場開拓力を組み合わせることで、『全商品 RFID 化』の社会実装を世界規模で推進するための成長戦略です。

特に、食品スーパーマーケットへの RFID 導入においては、読み取り精度やタグコストといった「技術的障壁」と「コスト障壁」をいかに克服するかが普及の鍵となります。当社は、世界 4 極体制を通じてこれらの課題解決を加速し、小売・物流現場における省人化、在庫管理の高度化、レジ待ちの解消、食品ロス削減など、実効性の高いソリューションとして展開してまいります。

当社は今後、『全商品 RFID 化』を食品スーパーにおける次世代インフラとして確立し、グローバル市場におけるデファクトスタンダードの創出を目指してまいります。これにより、RFID 関連機器の販売に加え、タグ、クラウドサービス、保守、システム連携など継続的な収益機会の拡大を図り、中長期的な企業価値の向上につなげてまいります。

以上