

表紙作品：「群青 2」  
イラストレーター：Ken Matsuda

1990年生まれ、鳥取県米子市出身。島根大学教育学部幼児教育学科卒業。  
ペンと水彩を使って動物と植物の共生をメインテーマに制作を行う。  
美術経験が無いなか、感性と経験を頼りに、どうしたらより絵が生命力を発するかを課題とし、  
作品制作に努める。  
市役所を辞職し、2019年4月より拠点を関東に移し、本格的に制作活動を行う。

TOYOINKGROUP

東洋インキグループ 総合レポート  
2022  
Integrated Report 2022

TOYOINKGROUP

<https://schd.toyoinkgroup.com>



## 東洋インキグループの理念

経営哲学 人間尊重の経営

経営理念 私たち東洋インキグループは、  
世界にひろがる生活文化創造企業を目指します。

- 世界の人びとの豊かさと文化に貢献します。
- 新しい時代の生活の価値を創造します。
- 先端の技術と品質を提供します。

行動指針 ● お客様の信頼と満足を高める知恵を提供しよう。

CS (Customer Satisfaction : お客様満足度)

● 多様な個の夢の実現を尊重しよう。

ES (Employee Satisfaction : 社員満足度)

● 地球や社会と共生し、よき市民として活動しよう。

SS (Society Satisfaction : 社会満足度)

● 株主権を尊重し、株主価値の向上に努め市場の評価を高めよう。

ShS (Shareholder Satisfaction : 株主満足度)

1993年4月制定 2014年4月改定

東洋インキグループは、学術教育の普及の土台となる書籍に用いる印刷インキの製造販売によって、社会の発展の一翼を担うとして、1896年に創業されました。以来、120年以上にわたって、世界中の人びとの暮らしの豊かさに貢献することを念頭に、企業活動に取り組んでいます。ここで言う「豊かさ」とは、単なる経済的な豊かさではなく、彩りに満ちあふれ、あらゆる人びとの意思が尊重され、快適で負荷の小さい、心から安らげる生活の豊かさ(生活文化)を意味しています。サイエンスの力で製品やサービスを生み出し、グローバルに生活文化を創り出す企業、すなわち「生活文化創造企業」であり続けることが、私たち東洋インキグループの使命です。

## CONTENTS

- 1 東洋インキグループの理念
- 2 総合レポート2022について
- 3 東洋インキグループのあゆみ
- 5 東洋インキグループの姿
- 7 トップメッセージ

### 東洋インキグループの価値創造

- 13 2050年を見据えた  
東洋インキグループの価値創造
- 15 企業と社会の持続的成長を目指す価値創造モデル
- 17 価値創造の源泉となる資本
- 19 価値創造の基盤となる強み
- 23 持続的成長を実現する中期経営計画「SIC-II」の進捗
- 31 サステナビリティマネジメント
- 35 TCFD提言に基づく気候変動情報開示

### 東洋インキグループの事業

- 41 色材・機能材関連事業
- 43 ポリマー・塗加工関連事業
- 45 パッケージ関連事業
- 47 印刷・情報関連事業

### ガバナンス

- 49 社外取締役からのメッセージ
- 51 コーポレート・ガバナンス
- 56 マネジメント一覧
- 58 リスクマネジメント
- 60 コンプライアンス

### コーポレートデータ

- 61 財務・非財務ハイライト
- 63 財務情報
- 76 株式情報
- 77 グループ会社情報
- 78 社外からの評価

## 統合レポート2022について

### 〈編集方針〉

当社グループの全体像と価値創造ストーリーを分かりやすくお伝えすることを目指して、当社グループの経営戦略、事業、コーポレート・ガバナンス、環境や社会への取り組みに関する過去・現在・未来を統合的にまとめています。作成にあたっては、価値報告財団(VRF)の「国際統合報告フレームワーク」および経済産業省の「価値協創ガイドンス」などを参照しています。2回目の発行となる今回は、価値創造ストーリーの充実化に加えて、TCFD提言への対応や、2022年2月に公表したサステナビリティビジョン「TSV2050/2030」に関する情報開示を充実させました。なお、財務情報の詳細については、金融庁に提出している有価証券報告書を、非財務情報の詳細については、2022年9月発行予定の「サステナビリティデータブック」をご参照ください。

### 〈報告対象期間〉

2021年1月1日～2021年12月31日(2021年度)

※一部の情報については、2020年以前や2022年以降の内容を含んでいます。

### 〈報告対象範囲〉

本報告書の記事は、東洋インキグループ(東洋インキSCホールディングス株式会社、連結子会社および持分法適用関係会社)を報告範囲としています。報告範囲が異なる事項については、対象とする報告範囲を注記しています。

### 〈参考ガイドライン〉

- ・価値報告財団(VRF)「国際統合報告フレームワーク」
- ・経済産業省「価値協創ガイドンス」
- ・GRI「サステナビリティ・レポートイング・スタンダード」
- ・TCFD「気候関連財務情報開示タスクフォースの提言」



### 〈発行年月〉

日本語版：2022年7月 (次回発行予定：2023年7月)

英語版：2022年9月予定 (次回発行予定：2023年9月)

簡体中文版：2022年9月予定 (次回発行予定：2023年9月)

### 〈お問い合わせ先〉

東洋インキSCホールディングス株式会社 グループ広報室

〒104-8377 東京都中央区京橋2丁目2-1

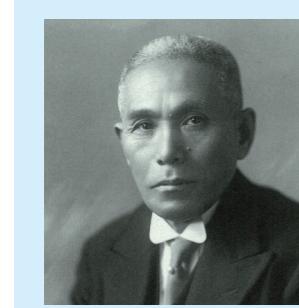
E-MAIL : info@toyoinkgroup.com(総合窓口)

### 将来見通しに関する注意事項

本レポートに記載されている意見や見通しは、レポート作成時点における当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証または約束するものではありません。このため将来の業績は当社の見通しとは異なる可能性があります。

# 東洋インキグループのあゆみ

東洋インキグループは、創業から120年以上にわたって常にその時代の社会情勢や需要に柔軟に対応し、成長を続けてきました。時代ごとで事業戦略上の大きな決断を下し、それを弛まず実践してきた結果が、今日のグループの姿につながっています。これからも「世界の人びとの生活文化を創造する」DNAを受け継ぐことで、サステナブルな社会の実現に貢献していきます。



## 学術教育の普及を担う高品質な国産印刷インキのために

11歳で横浜から上京した小林謙太郎は、看板屋の徒弟、絵具商の店員を経て、1896年に独立、東京・日本橋に印刷インキ店を開業しました。幼少期から就学できず生涯文盲だった小林は、日本の発展には学術教育が最重要であり、そこで必要とされる書籍や教科書に使われる印刷インキの国产化と品質向上を志し、1907年1月、東洋インキ製造株式会社を設立しました。

創業者 小林 謙太郎(1875-1938)

1907 1910 1920 1930 1940 1950 1960 1970 1980 1990 2000 2010 2020 (年度)

## 1896~

### 小林商店を開業

当時のカラー印刷技術の飛躍的な進歩を目の当たりにした小林は、1896年に印刷インキ店を開業しました。また、当時の印刷業者は完成品のインキを購入するのではなく、顔料やワニス(インキ用樹脂)などの原材料を購入し、練肉(原材料を混せ合わせてインキを作ること)するのが主流でした。そこで小林は、練肉工員を雇っていない中小業者向けに練肉のアウトソーシングを始めました。その後、完成品のインキを製造販売するまでに成長した小林商店でしたが、良質なインキの製造には高価な輸入原材料が欠かせないという障壁が、小林に原材料の自製化という新たな夢を抱かせました。



小林商店時代のインキ色見本シート

## 1907~

### 国産インキの一貫生産へ

1907年にインキ業界初の株式会社を設立した小林は、高品質なインキの完全国産化を目指して、原材料である顔料やワニスの自製化研究を推進しました。第一次世界大戦の影響で有機色素の輸入調達が困難になったのをきっかけに研究開発を加速させ、1920年、発色と耐久性に優れたアゾ顔料ブリリアントカーミン3Bなどの自製化に成功し量産を開始。さらに1937年、その後の東洋インキグループを代表する顔料製品となるフタロシアニンブルーの自製化に成功しました。こうして、素材から印刷インキまでの一貫生産を支える技術力を獲得し、国内有数のインキ会社に成長しました。

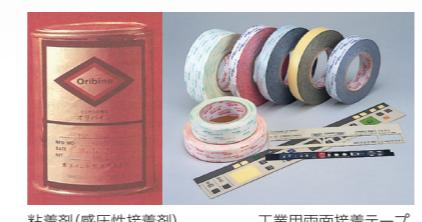


設立当初の東洋インキ製造(株)本社(1910年頃)

## 1950~

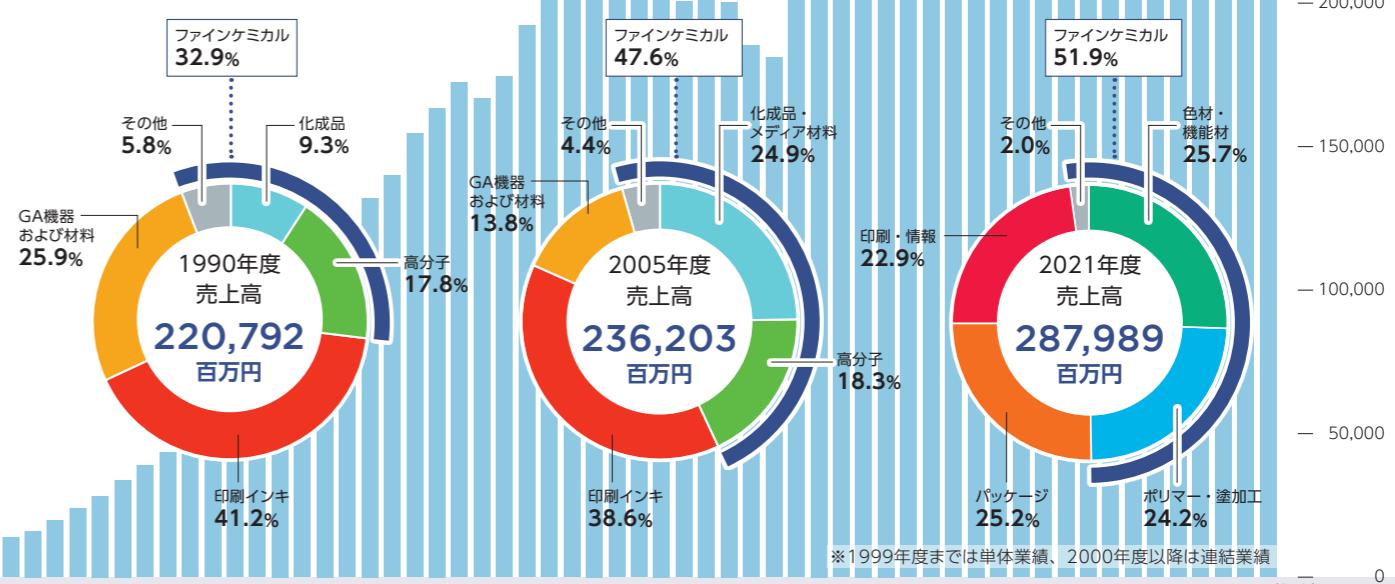
### インキ会社から化学メーカーへ

1951年にアメリカ最大の化学会社インターチミカル(現BASF)と技術提携し、合成樹脂の技術を導入しました。これによって、従来のインキでは得られなかった優れた色彩・光沢・耐久性を持った合成樹脂型インキが完成しました。他にも顔料捺染剤や金属塗装剤、接着剤や粘着剤(感圧性接着剤)などの技術も導入し、印刷インキ以外のポリマー素材による新規事業に参入。また、新たな製品群の用途開発も積極的に進め、飲料缶コーティング剤やプラスチック用着色剤、工業用両面テープ、プリント基板用レジストインキなど、多彩な製品を扱う化学メーカーとして発展しました。



粘着剤(感圧性接着剤)  
「オリペイン®」  
工業用両面接着テープ  
「ダブルフェース®」

## 事業ポートフォリオの変遷



## 1960~

### グローバルカンパニーへの拡大と成長

国内市場での成長と並行して、中国や東南アジアへの製品輸出を本格化すべく、1961年に香港に海外駐在員事務所を開設。1963年には香港にインターチミカル社との合併で戦後初の海外子会社を設立し、シンガポールとマレーシアに拠点を築きました。1970年代には韓国、タイ、ベルギー、アメリカに、1980年代に入ると中国各地と東南アジア各国で拠点を一気に増やし、東洋インキグループの本格的なグローバル事業基盤を構築しました。2000年以降はインド、中東、トルコ、中南米など新興国市場に展開するとともに、地産地消を基本としたグローバル供給体制の構築を進めています。

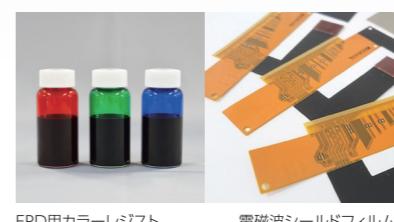


TOYO INK (THAILAND) CO., LTD.(1971年設立)

## 1990~

### 自社技術主導による新市場への展開

1990年代以降、印刷インキや接着剤、塗料、着色剤など従来の製品群に使われてきた自社技術を、新たな産業分野へと応用する研究開発を推進してきました。有機顔料やポリマーが持つ電気的・光学的特性、印刷や塗加工で培われた膜構造技術、接着剤や色材の開発で用いられる分散制御技術などをベースにした機能性付与技術を進化させ、エレクトロニクス、ディスプレイ、通信、自動車、太陽電池などグローバルにとっての新たな市場に向けて、OPCドラム用有機色素や導電インキ、FPDカラーフィルタ用レジスト、電磁波シールドフィルムといった素材を開発・展開しました。

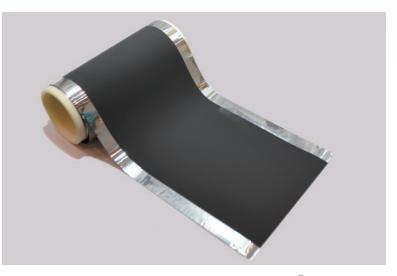


FPD用カラーレジスト  
「ライオキュア®」  
電磁波シールドフィルム  
「リオエルム® TSS」

## 2010~

### サステナブル社会実現へのチャレンジ

2011年、持株会社制に移行した東洋インキグループは、素材化学メーカーとして新たな市場に向けた先進的な製品開発に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献するチャレンジを行ってきました。バイオマス原材料を用いた印刷インキや接着剤、太陽電池の効率と寿命を向上させる封止材料、リチウムイオン電池用CNT電極材料など、その成果は多岐にわたります。メデカル分野でも貼付剤事業を中心に医療現場・創薬関連材料に注力しています。2018年にスタートした長期構想SIC27では、100年先の未来に向けた企業と社会の持続的な成長のための企業基盤の改革を掲げています。



リチウムイオン電池用電極材料「リオアクチューム®」

# 東洋インキグループの姿

東洋インキグループの事業活動は、「色材・機能材関連事業」「ポリマー・塗加工関連事業」「パッケージ関連事業」「印刷・情報関連事業」の4つのセグメントで構成されており、トヨーカラー株式会社、トヨーケム株式会社、東洋インキ株式会社の3つの中核事業会社を中心に、グループ各社がグローバルに事業活動を展開しています。

## 色材・機能材関連事業

色材のリーディングカンパニーである東洋インキグループにとって、有機顔料の合成技術は原点の一つです。また、インキや塗料の製造技術で蓄積されたナノレベルの分散技術は、着色するという用途を大きく越え、フラットパネルディスプレイ(FPD)カラーフィルタ用材料や車載用リチウムイオン電池用材料などにも展開されています。

〈中核事業会社〉トヨーカラー株式会社

〈主な製品〉汎用顔料、顔料分散体、高機能顔料、カラーフィルタ用ペースト、カラーレジスト、カラーマスター/バッチ、機能性マスター/バッチ、機能性コンパウンド、記録材塗料、カーボン分散体、インクジェットインキなど



## ポリマー・塗加工関連事業

グループのコア素材の一つである樹脂(ポリマー)をもとに、時代のニーズに合わせたさまざまな製品を生み出しています。合成や塗加工の技術を活かし、自動車やエレクトロニクス、太陽電池などのエネルギー分野のほか、メディカル・ヘルスケア分野など日々の生活に欠かせない用途にも数多く機能製品が採用されています。

〈中核事業会社〉トヨーケム株式会社

〈主な製品〉粘着剤(感圧性接着剤)、ラミネート接着剤、ホットメルト(熱溶融型接着剤)、接着テープ、エレクトロニクス関連機能性フィルム材料、マーキングフィルム、製缶塗料、樹脂、ハードコート、メディカル製品、天然材料など

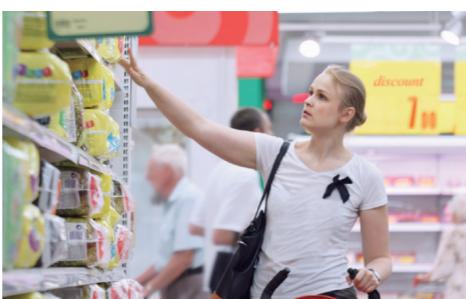


## パッケージ関連事業

人びとの生活に欠かせないパッケージの製造工程において多様な高機能製品を提供しています。特に安全・安心が求められる食品パッケージの分野では、内容物の風味保持と安全性向上を目的にインキの水性化や無溶剤化などを進めています。また、脱石化や持続可能な社会の実現を目指し、業界に先駆けたバイオマス製品の開発も積極的に行ってています。

〈中核事業会社〉東洋インキ株式会社

〈主な製品〉グラビアインキ、フレキソインキ、グラビア機器、グラビア・フレキソ製版など



## 印刷・情報関連事業

印刷インキは東洋インキグループにとって事業の原点であり、基盤事業の一つです。原材料の顔料や樹脂から最終製品までを一貫生産できる強みを活かし、サステナビリティ貢献製品や高機能のUV硬化型インキなど多様な製品を開発するとともに、お客様の印刷工程での標準化サポートやカラーマネジメントなどのソリューションも提供しています。

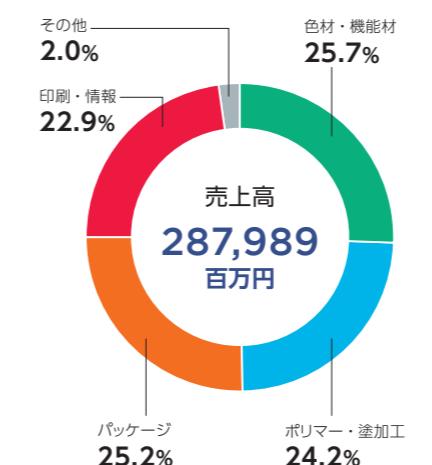
〈中核事業会社〉東洋インキ株式会社

〈主な製品〉オフセットインキ、新聞インキ、金属インキ、UV硬化型インキ、オフセット印刷材料、印刷検査装置、スクリーンインキなど

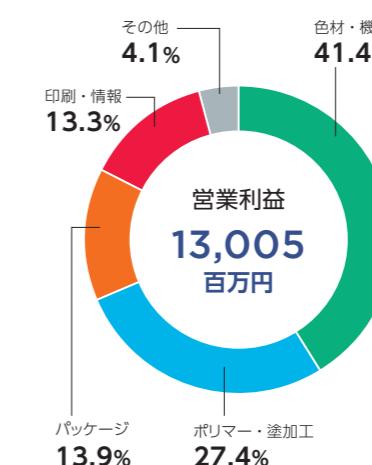


## グループ企業概要 (2021年12月31日現在)

### 事業セグメント別売上高・営業利益



売上高  
287,989  
百万円



営業利益  
13,005  
百万円

経常利益  
15,442百万円

親会社株主に帰属する当期純利益  
9,492百万円

売上高営業利益率  
4.5%

ROE  
4.4%

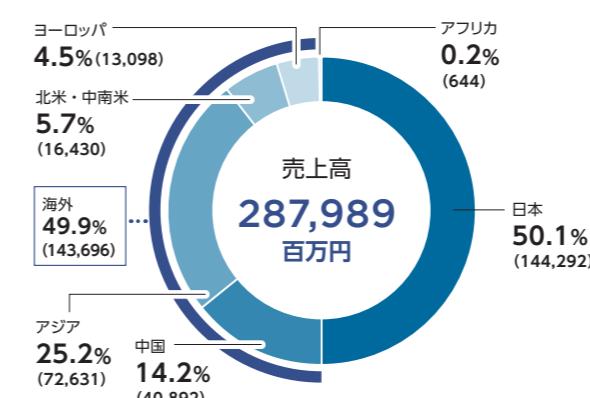
### 売上高・営業利益率の推移



### 当期純利益・ROEの推移



### 地域別グループ売上高 (百万円)



### グローバル展開状況

国内  
21社 / 32拠点  
※持株会社を含む



海外  
23の国・地域 / 48社 / 74拠点



## トップメッセージ



### 「生活文化創造企業を目指す」ことが当社の存在意義

新型コロナウイルス感染症への対応が2年を越え、また今年2月のロシアによるウクライナ侵攻の影響で、エネルギーや原材料価格の大幅な高騰ほか、世界のさまざまなサプライチェーンに大きな変動が起きています。その間、私たち東洋インキグループはニューノーマルはじめさまざまな環境変化への適応を続けてきましたが、このような変化の激しい、そして、先行き不透明な今だからこそ企業としての責任を果たすべく何を「拠り所」として行動していくべきかを明確にしました。中期経営計画「SIC-II」で掲げた「新たな時代に貢献する生活文化創造企業を目指す」はグループの経営理念ともつながっており、基軸となるものと考えています。

「生活文化創造企業」とは何か。世界では、さまざまな人びとが多様な価値観を持ち、地域や世代、社会環境による課題や問題に直面しつつ、日々生活を営んでいます。そのような人びとの生活のために、単なる経済的な豊かさだけではない、文化的・精神的な豊かさに資する製品・サービスを提供していくことが、私の考える生活文化創造です。そしてそれはビジネスにおける収益の確保とは相反しないと考えています。渋沢栄一の『論語と算盤』に「義利合一」という概念、社会への貢献と営利の追求は両立するという考え方があります。当社グループの強みである技術力やグローバルネットワークを最大限活かし、社会に貢献し、同時に利益を上げていく。それが生活文化創造企業を目指すということです。

生活文化創造企業を目指すには、もう一つ大切なポイントがあります。当社グループは、お客様・社員・社会・株主の4つの満足度を重視していますが、私は「未来を担う子どもたちを幸せにすること」と言い換えることができると言えています。現在の当社グループを取り巻くステークホルダーの要望に応えていくことに加え、未来を担う子どもたち、将来世代の人びとのために私たちが取り組むべきは、SDGs達成やESG経営といった事柄にもつながっていきます。未来に向けて事業に取り組み、雇用を創出し、収益を得て納税し、さらに未来を見据えた新しい事業に再投資していく。この当たり前のことを日々意識して企業経営に取り組んでいくことで、未来を担う子どもたちの期待に応えられる東洋インキグループを実現できると確信しています。

### 成長する社員と組織の双方向エンゲージメント

少し前から、企業と社員の関係性は大きく変化してきていると考えます。かつての社員のロイヤリティに支えられて企業が成長できた時代は終焉し、今や、多様な価値観を持つ社員と企業との双方向の力によって個人と企業が共に成長する時代に突入しています。これからのエンゲージメントの本質はそこにあると考えています。

当社グループには、「6年目ローテーション」という人事制度があります。新卒入社して6年目の社員が異なる職域の部署に異動するシステムですが、現場からは『5年掛けて育てて、ようやく戦力として活躍してほしいタイミングで異動というの、会社にとって本当にベストな仕組み

なのか』という意見は少なくありません。育てた側の心情は理解できますが、本人の長い人生の中での成長を考えると、環境を変えることは社員と会社、両者にとってプラスに働きます。慣れた業務環境は社員の安心感や部分的な組織力の確保をもたらす一方、気付かないうちに個人の潜在能力の開発や、組織全体としての成長を妨げる要因となります。

私自身、今の私の礎となった経験は、30代での米国駐在でした。世の中のあらゆる物品の色のもとは顔料にあると知り、そこに惹かれて入社した私でしたが、入社後しばらくして当時の社長が「国際化元年」を打ち出したことで、私の中の海外赴任への想いがますます強くなりました。何年かの後、想いが叶って実現した米国駐在の数年間は、異文化の中で明確に意思表示するなどのスタイルを学びつつ、どのような環境でもチャレンジするマインドや、困難に立ち向かうことの面白さを学べた、とても実りのある時期だったことを覚えています。

会社や事業の成長は社員の成長によって達せられる、すなわち、個があつて全体があるというのが基本です。社員と組織の適切なエンゲージメントが形成され、社員が自身の成長を実感できる組織であり続けられるよう、会社は常に改革的であろうと思います。

既に、事業の現場において社員の成長が結実している様子を目にします。当社グループでは、日々さまざまな部門で新製品や新技術が誕生しているのですが、その着想や提案が、グローバル視点での外部環境の変化を捉えたうえで現場レベルから発生してくる、という内発的な点を非常に頼もしく感じています。このようなボトムアップスタイルが次々と実践されている風土が、当社グループの特長として、組織の成長への強力なエンジンになっていると確信しています。

## コロナ禍だからこそ企業基盤強化のとき

2021年度からスタートした中期経営計画「SIC-II」が2年目に入りました。これを策定している最中、社内で『新中期経営計画をこのタイミングでスタートさせるべきか否か』という議論がありました。当時はまさにコロナ禍の拡大期であり、他社においても非常事態として中期経営計画のリリースを先延ばしにする例が複数ありました。一企業の業績どころか社会の動向自体が完全に不透明であり、計画発表の延期も止むなしといった判断もあったと思われます。

私は、経営企画を担当する役員や社員たちと議論を重ねましたが、やはり予定通りに策定し開示しようと判断しました。それは、このコロナ禍だからこそ、当社グループのファンダメンタルズを再構築すべきタイミングではないかと考えたからです。苦境にあるからこそ、当社グループの基盤に関わる重要な課題が顕在化するのであり、それをターゲティングして解決するチャンスであるとの考えを強く持ちました。

ファンダメンタルズとは、目に見える製造資本やテクノロジープラットフォームなどの知的資本に限りません。社員の考え方や向かうべき方向性、何を拠り所として仕事をするのかなど、不可視なものも含めて検討し、中期経営計画を練り上げました。その目指す姿として「生活文化創造企業」をキーワードとし、先行き不透明な時期だからこそニューノーマルに適応できる、新た



な時代に貢献できる生活文化創造企業であり続けようという意思を根幹に始めたのです。

## 取り組むべき短期的課題と中長期的な戦略

2021年度を振り返ると、売上高についてはSIC-IIの年度目標に届く水準に達したものの、営業利益については年度目標とした145億円に対して130億円と大きく出遅れてしまいました。これは、単純に原材料価格の高騰が減益の要因となったと考察すべきではなく、原材料価格の高騰という環境変化に対して、その対応を十分にできなかつたことが経営としての反省点です。

このことから、当社グループが取り組むべき短期的課題は明確です。原材料価格の高騰は今後も続くことが想定されますし、ステークホルダーの皆様の関心事でもあります。既に多方面で価格改定にご理解いただいていることについては大変感謝しておりますものの、メーカーとしてコストダウン施策を尽くしたうえで、お客様とも粘り強く対話を重ねていきたいと考えております。加えて中長期的には、いかなる環境変化にも左右され難い事業の収益力強化が不可欠です。2021年度はフィリピンおよびフランスの生産拠点閉鎖や売却、そしてミャンマーの事業一時停止に加え、国内でも製造拠点および研究開発拠点の再編や集約を敢行しました。今年度も低収益事業の見直しや場合によっては撤退など、また、製品や事業ポートフォリオのドラスティックな転換といった、事業の収益力強化に向けた取り組みを深めていきます。

一方、重点開発領域の創出と拡大においては、成長エンジンとなる新事業の筆頭にリチウムイオン電池(LiB)用材料事業を挙げます。CNT(カーボンナノチューブ)を安定分散できる当社の技術力と、需要地域と重なる世界4地域のグローバル供給ネットワークが当社の強みです。非常に需要が大きい市場分野であり、各地域で生産拠点の増強を図っています。お客様である海外大手電池メーカーによる投資の大胆さやスピードには学ぶ点が多く、動向を見極めつつ当社グループの持続的成長の核にしていきたいと考えています。

経営基盤としての技術力向上においては、グループ内の研究開発機能の再編に加え、社外との知的コラボレーションとして東京工業大学との連携を実現しました。そのうえで、全てのグループ研究開発部門が情報や進捗を共有することで、市場ニーズやコスト感覚から逸脱しない、スピーディかつダイナミックな研究開発体制を構築しています。

## サステナブル社会の到来は大きなビジネスチャンス

地球規模の課題である気候変動問題に対しては、昨今多くの企業がTCFD提言に基づく自己分析や情報開示に積極的に取り組んでいます。気候変動への対応は当社にとっても重要課題の一つです。売上高の約50%が海外である当社グループでは、海外で排出している温室効果ガス(GHG)をいかに把握し削減するか、化石燃料に頼ったエネルギー믹스をいかに転換していくかなどの分析を進めています。一企業では難しい部分も、進出先の各国の政策や事情などを整理し対応を推進していきます。原材料調達から輸送、使用、廃棄にわたるサプライチェーンでのGHG排出、Scope3への対応も課題です。お客様やサプライヤー様と連携を図り、排出量の把握と対策を進めています。

さらに、GHGのみならず廃棄物やエネルギー消費などさまざまな環境負荷の低減と、社会に向けた製品・サービスを通じた価値提供に意欲的に取り組むべきとして、2050年に向けた長期目標となるサステナビリティビジョン「TSV2050/2030」を策定しました。これは、「持続可能な社会を実現させる製品・サービスの提供」「モノづくりでの環境負荷低減」「信頼される企業基盤の構築」を3本の“柱”としています。そこで掲げる「2050年における実質的なカーボンニュートラル達成」「サステナビリティ貢献製品売上高比率80%」などの具体的な数値目標は、当社グループから将来世代、未来を担う子どもたちに向けたコミットメントです。

サステナブル社会の到来は、当社グループにとって大きなビジネスチャンスですが、ひとたび取り組みを怠れば、事業機会を喪失し、ステークホルダーからの信頼を損なうことは疑いありません。そのことを十分肝に銘じつつ、能動的に取り組んでいこうと思います。

## 持続的成長に向けた基盤整備

企業の持続的成長を支えるガバナンスをメンテナンスしていくうえで、社外取締役の客観的な視点による意見、提言は不可欠です。高度な経営判断をする場合はもちろん、日々の取締役会での闘争的な議論において社外取締役の言葉が鍵となる局面は頻繁にあります。

社長就任後の初の取締役会で、ある社外取締役から『次世代経営者の育成を考えてほしい』との提言を受けました。現在私が主催している「次世代経営研修プログラム」は、その提言を受けて発足したものです。毎年8人程度のメンバーを選定し、次期長期経営計画の構想や、新たな企業ブランディングについて取り組むことで、未来の世界と東洋インキグループをコーディネートできる次世代の経営幹部候補者を育成しています。前例を継承しつつも前例を打破できる、自立した経営判断ができる次世代経営者を育成することは、私の重大な使命の一つです。

次世代経営者の育成と併せて、優れた人材を確保し活躍させることもまた、基盤整備のための重要な課題です。当社グループに在籍する数千名の社員たちは実に多様で、一人ひとりの能力もさまざまです。全員の能力が十分に発揮できるような仕事と人のマッチングは理想論かもしれませんのが、これまで能力を活かせていなかった社員が、実はDX対応に傑出したスキルを

有しているといったケースは十分想定できます。だからこそマネジメント層には、社員の特性や強みを時流に合わせて見抜く力が求められます。日本と海外とを問わず、優れた人材を確保し活躍させるには、当社グループの企業、職場としての魅力を高め、社員や求職者に向けたエンゲージメント力を高めていくことが大切だと考えます。

ダイバーシティ&インクルージョンの面では、あらゆる属性の社員が活躍する組織を目指しており、現在は女性・シニア・障がい者・外国籍社員などの活躍推進を施策として取り組んでいます。例えば、女性活躍推進では女性採用比率30%、女性管理職比率8%を目標に掲げています。しかし、単に採用・評価システムを改革するだけでは、本当の意味での女性活躍は実現できません。すべての社員が性別というフィルタを捨て、出産や育児が女性社員のキャリアを阻害しない、男性社員も積極的に育児に携わる、そして未来を担う子どもたちが健全な生活環境で育つことができる、そのような職場環境作りを実践していきます。

創業から120年超にわたり、私たち東洋インキグループは世界中の人びとの生活文化に貢献してきました。製品の販売先、材料の購入先、職場、投資先、そして社会の隣人として、東洋インキグループを選んでくださったすべてのステークホルダーの方々にとって、その選択は“ベストチョイス”だったと確信していただけるよう、創業の精神を継承しつつも、変革と挑戦を間断なく進めています。新たな時代に貢献する生活文化創造企業を目指す東洋インキグループの成長にご期待いただきたいと思います。

