

東洋インキグループ 統合レポート

2023

Integrated Report 2023



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

CONTENTS

- 1 東洋インキグループの理念
- 2 統合レポート2023の発行にあたって
- 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 価値創造モデル
- 17 価値創造の源泉となる資本

- 25 価値創造の基盤となる強み
- 29 中期経営計画「SIC-II」の進捗
- 37 サステナビリティマネジメント
- 41 気候変動への取り組み
～ TCFD提言に基づく情報開示
- 45 持続的成長を支える
人権マネジメント

東洋インキグループの事業

- 47 ■ 色材・機能材関連事業
- 49 ■ ポリマー・塗加工関連事業
- 51 ■ パッケージ関連事業
- 53 ■ 印刷・情報関連事業

ガバナンス

- 55 コーポレート・ガバナンス座談会
- 59 マネジメント一覧
- 61 コーポレート・ガバナンス
- 68 リスクマネジメント
- 70 コンプライアンス

コーポレートデータ

- 71 データハイライト
- 73 財務情報
- 86 株式情報
- 87 グループ会社情報
- 88 社外からの評価

統合レポート2023の発行にあたって

当社の統合レポートは、当社グループの全体像と価値創造ストーリー、すなわち当社グループがいかなる社会課題を認識し、それらの解決に向けていかに考え、取り組んでいるかをご理解いただくために、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などを統合的に説明しています。

今般の「統合レポート2023」では、当社グループが重要課題として特定している「人権」「人材育成」に焦点を当てて説明しています。これらは、当社グループの経営哲学「人間尊重の経営」の実践であり、かつ当社グループが掲げる「企業と社会の持続的成長」の基底に位置するテーマです。また、現中期経営計画「SIC-II」およびサステナビリティビジョン「TSV2050/2030」をベースとしたグループの価値創造ストーリーを充実させるべく、人材育成やダイバーシティ&インクルージョンを中核施策とする人的資本の強化や、当社グループが120年以上をかけて蓄積してきた技術力という強みから社会課題の解決に至る流れなどを重点的に説明しています。

当社の統合レポートは、当社グループの中長期的な企業価値向上のために、財務・非財務情報を積極的に情報開示し、株主・投資家の皆様やサプライチェーンを共にするお客様・お取引先様などステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを高めていくツールとすべく編集しています。また、その編集過程や記載内容については、当社グループの業務執行に関する意思決定機関であるグループ経営会議が監督しています。ぜひご一読いただき、統合レポートならびに当社グループの経営に対するコミュニケーションの契機としていただければ幸いです。今後もご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

2023年6月

代表取締役社長 グループCEO

高島 悟

〈報告対象期間〉

2022年1月1日～2022年12月31日(2022年度)

※一部の情報については、2021年以前や2023年以降の内容を含んでいます。

〈報告対象範囲〉

本報告書の情報は、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。報告範囲が異なる情報については、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「価値協創ガイダンス」
- ・GRI「サステナビリティ・レポート・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 : 2023年6月

(次回発行予定: 2024年6月)

英語版 : 2023年8月

(次回発行予定: 2024年8月)

簡体中文版: 2023年8月

(次回発行予定: 2024年8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)

ウェブサイト: <https://schd.toyoinkgroup.com>

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

当社グループは、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「世界の人の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鎌太郎は、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産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 鎌太郎 (1875-1938)

1907

1910

1920

1930

1940

1950

1960

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(原材料を混ぜ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～

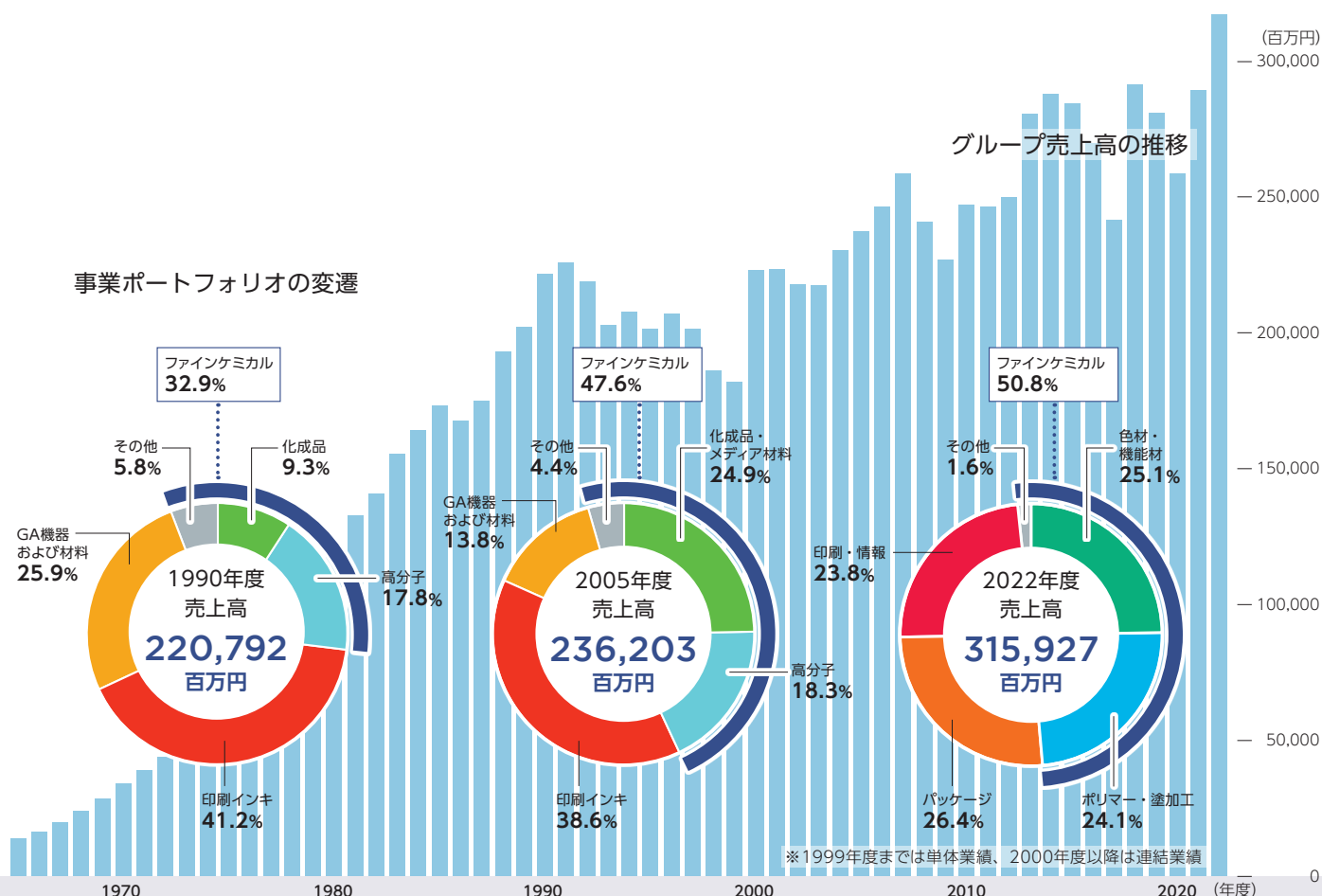
インキ会社から化学メーカーへ

1951年にアメリカ最大の化学会社インターケミカル(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)
「オリバイン®」

工業用両面接着テープ
「ダブルフェース®」



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ケ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、当社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。

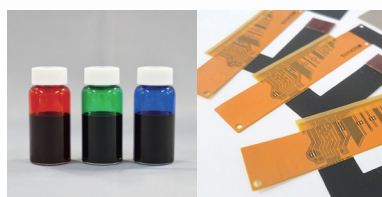


TOYO INK (THAILAND) CO., LTD.(1971年設立)

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氣的・光学的特性、印刷や塗加工で培われた膜構造制御技術、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、太陽電池などグループ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。



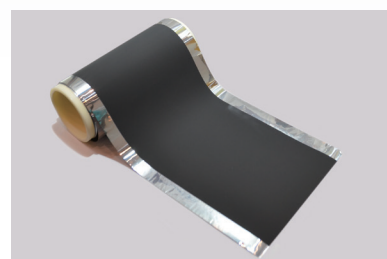
FPD用カラーレジスト「ライオキウム®」

電磁波シールドフィルム「ライオエルム® 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当社グループは、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。医療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「ライオキウム®」

東洋インキグループの姿

当社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、トーヨーカラー株式会社、トーヨーケム株式会社、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当社グループにとって、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〉 トー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、食品包装や医療・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〉 トーヨーケム株式会社

〈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、医療製品、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、その包装材としての機能維持と環境対応性確保を目的にインキの水溶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、フレキシインキ、グラビア機器、グラビア・フレキシ製版など



印刷・情報関連事業

印刷インキは当社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を含めたトータルソリューションも提供しています。

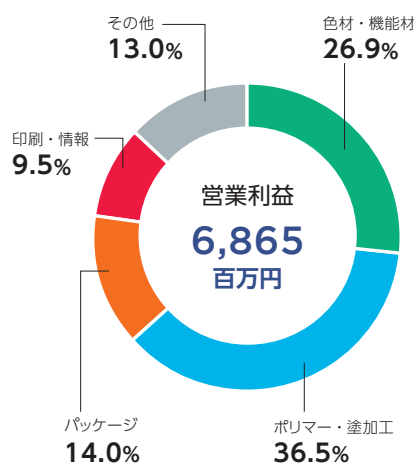
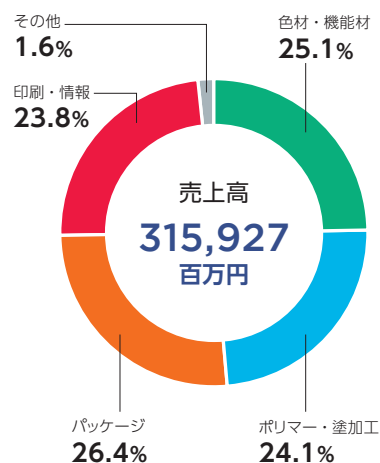
〈中核事業会社〉 東洋インキ株式会社

〈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 (2022年12月31日現在)

事業セグメント別売上高・営業利益



経常利益

7,906百万円

親会社株主に帰属する
当期純利益

9,308百万円

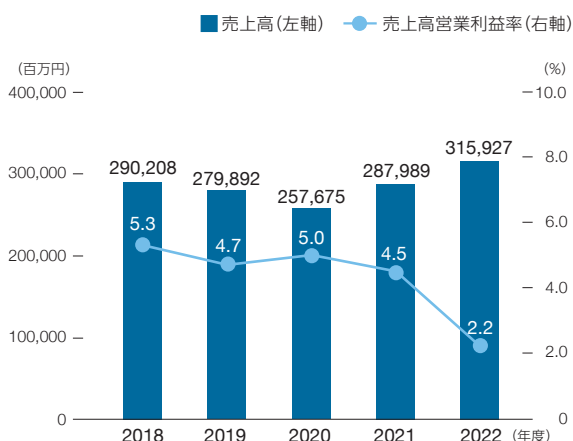
売上高営業利益率

2.2%

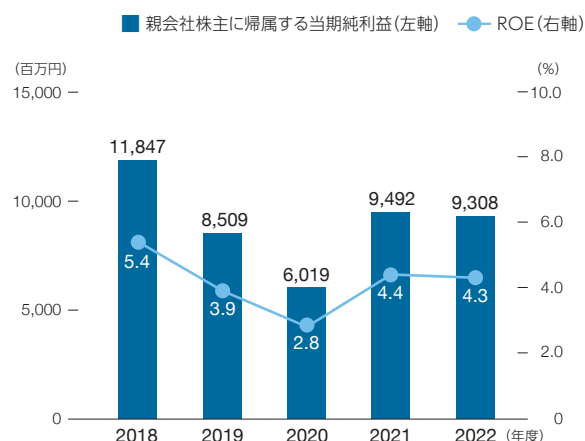
ROE

4.3%

売上高・営業利益率の推移



当期純利益・ROEの推移



グローバル展開状況



国内

21社 / 32拠点

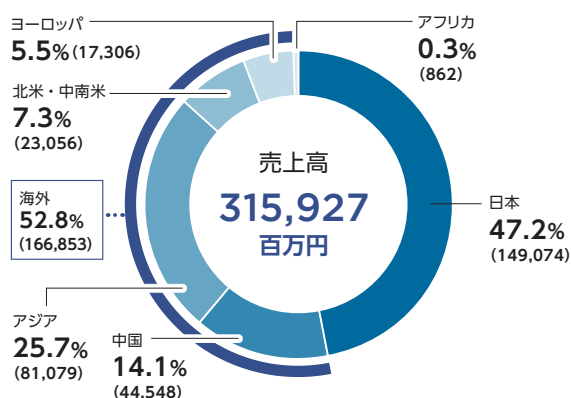
※持株会社を含む



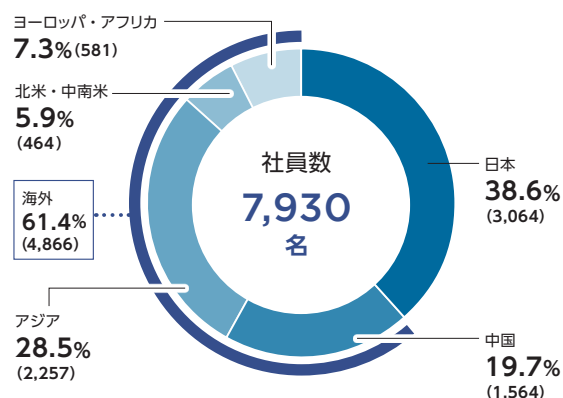
海外

23の国・地域 / 48社 / 77拠点

地域別グループ売上高 (百万円)



地域別グループ社員数 (名)



トップメッセージ

代表取締役社長 グループCEO

高島 悟

「世界の人びとに先端の技術で
先駆の価値を届ける会社」を
目指す企業像として変革に取り組みます。

およそ3年間に亘って続いた新型コロナウイルス感染症のパンデミックが収束に向かいつつある中、社会や人びとの生活のありようが劇的に変化したことを肌で感じています。デジタル・トランスフォーメーション(DX)を推進して経済や産業を効率化・高付加価値化していこうという動きは以前からありましたが、コロナ禍という加速因子が人命優先と社会機能維持を前提にデジタル基盤整備やデジタル技術活用を急速に進展させ、個人・産業・社会のすべての階層でマインドとフィジカルの両方で変革が起こり、新たな生活様式、新たなビジネス、新たな価値観が誕生しています。既に変革が始まっているこのウィズコロナの世界において浮き彫りになった多くの経営課題に取り組み、私たち東洋インキグループを新たな時代に適応進化させるべく自己変革を速やかに推進しなければならないと切に感じています。

経営トップとしての責任と行動

代表取締役社長に就任してから3年目となった2022年度、周知のとおり当社グループは非常に厳しい業績となりました。経営トップの立場として忸怩たる思いもありましたが、私自身が沈んでいる状態では適切な経営判断ができなくなり、グループ全体にも負の影響が蔓延してしまいます。グループのリーダーとして、健全な心身で常に明るく振る舞うことに努めています。

経営トップの責務として私が重視していることの一つが次世代経営者の育成です。社長就任と同時に、社外取締役から次世代経営者の育成に着手してはどうかとの指摘を受けました。そこで、いわゆる社長塾のような組織「未来検討タスクフォース」を立ち上げました。40代後半から50代前半の社員10名程度を経営者候補として招集し、東洋インキグループの未来をどう描いていくかをテーマにディスカッションを展開しています。より多くの社員に当社グループ全体のことを考えてもらいたいという理由から毎年メンバーを入れ替えており、来年1月に実施する社名変更なども、このタスクフォースから発生した取り組みです。今年度も、来年度に控えた新たな中期経営計画について議論を進めています。

このタスクフォースでの議論から思わぬ波及効果もありました。ある時、参加メンバーの一人から「若い年代層の社員は社長と直接対話したがる」との話がありました。そこで若手社員を集めた懇話会を行ったところ、「年頭所感をオンラインで視聴したけれども、やはり直に対話した方が社長の考えや危機感が伝わってくる」といった率直な意見を聞くことができ、非常に有意義な場となりました。さらに、私が直接対話を重視していると感じたグループ会社の社長たちが同様の取り組みを始めたこともプラスの効果でした。

将来の会社の成長を担っている社員たちとの対話を通じて、直接言葉を交わすことで理念や目指す姿の浸透・共有を図ることや、風通しの良い組織であり続けることの重要性を再認識しました。経営者は本質的に孤独です。もし対話がなければ、孤独な環境に置かれた経営者は独善的となり、批判や都合の悪い話は耳に届かなくなるでしょう。積極的に対話の場を設け、多様な人材の多様な意見・視点・価値観を取り入れて自らが独裁的にならないしくみを構築することはガバナンスの基礎であり、私の経営者としての責務だと思います。

SIC-IIの進捗と次期中期経営計画に向けた課題

2022年度の決算は、為替の影響と価格改定の進展により増収とはなったものの、原材料価格の急騰や液晶パネル・エレクトロニクス市況の急減速などの影響を受け、大幅な減益となりました。今年度目標としている営業利益110億円を達成しても中期経営計画での目標の半分にしかならないという、非常に厳しい状況です。不可避かつ大きな減益要因はありましたが、それらを克服できなかった根本的な要因は、社会全体のデジタル化による紙用印刷インキ市場の縮小がコロナ禍を通じて一気に加速したことへの対応力が弱かったことだと考えています。想定を超えた時代の流れに対応できなかったことは大きな反省点であり、市場環境予測の精度向上は、新たな経営指標の導入や事業ポートフォリオ戦略の策定、バランスシート改革、キャッシュフロー経営の強化などとともに、次期中期経営計画の策定に向けた重要課題だと認識しています。そして、このような厳しい業績下ではありましたが、当社グループはSIC-IIで掲げている3つの基本方針に基づく事業戦略を策定し、諸施策に取り組みました。

SIC-IIの一つ目の柱である「事業の収益力強化」においては、「低収益事業の再編・改革・撤退」の戦略のもと、不採算事業に対する聖域なき撤退や、非効率的な事業体制の構造改革を進めてきました。具体的には、プラスチック着色剤事業における不採算拠点であったフランスおよびフィリピンからの撤退や、トーヨーカラー（株）茂原工場の顔料分散体生産機能の同社富士製造所への機能移管を実施しました。また今年1月には、日本国内のエリア販売会社6社を東洋インキ（株）に吸収合併させることで、20年以上にわたってエリアごとに展開してきた国内販売網の統合と合理化に向けた取り組みを始めています。一方、もう一つの戦略「高収益事業群の形成」では、当社グループとして将来性を見込んでいる、特に海外市場が拡大傾向にある8製品群を特定し、積極的に資源投入を実施しています。具体的には、粘着剤・接着剤、製缶塗料などポリマー事業に関する海外各拠点のキャパシティ増強のための設備投資、ディスプレイ用カラーフィルタ材料事業に関するトーヨーカラー（株）守山製造所への投資を推進してきました。

二つ目の柱である「重点開発領域の創出と拡大」においては、多様な社会課題を出発点に特定したグリーン・デジタル・健康の3つの社会ニーズに対して、それぞれサステナビリティ、コミュニケーション、ライフの重点開発領域を設定しています。これら領域のそれぞれに応じた事業戦略を推進し、継続的に新製品投入を進めています。サステナビリティ・サイエンス領域をターゲットとしているリチウムイオン電池（LiB）用材料事業では、当社グループはLiBの主要生産地域である欧州・北米・中国・日本のそれぞれに正極材用カーボンナノチューブ（CNT）分散体の生産拠点を配置しており、物理的距離と技術対応力の両面で優位性を持っています。この量産・供給ネットワークに積極投資し生産能力の増強を図っています。今年1月の米国の新会社 LioChem e-Materials LLC社の設立には、北米地域における生産能力を現在の4倍に引き上げるという狙いがあり、大規模な政策支援を追い風にした米国車載電池市場の急速な需要拡大に対応していくものです。同じくサステナビリティ・サイエンス領域をターゲットとする環境調和型パッケージ事業でも、原材料のバイオマス化や水性化、基材のリサイクル性を高



める機能製品など、サプライチェーン視点でのCO₂排出量削減に資する環境価値製品の開発と生産に積極投資しています。

新体制でのサステナビリティ課題への取り組み

以上の二つの柱はSIC-IIにおける基本的な事業戦略ですが、三つ目の柱「持続的成長に向けた経営資源の価値向上」は、私たちがよりサステナブルな企業グループとなるために不可欠な体質変革であり、「働き方・人事制度改革」「DXの推進」「ガバナンス体制の変革」「環境経営の推進」の4つをテーマとしています。2022年度は、それまでのCSR統括委員会を「サステナビリティ委員会」に改称・改組し、全社サステナビリティ活動を推進するとともに、グループの各社各部門と緊密に連携して個別のサステナビリティ活動を支援する体制を整備しました。この新体制のもと、従来不十分であったとして抽出した二つのサステナビリティ課題、人権対応とCSR調達推進に注力して取り組みました。

当社グループは「人間尊重の経営」を経営哲学として掲げ、全社員の行動の拠り所としている「ビジネス行動基準」やグローバル人事活動の共通ルールである「人事ポリシー」において、人権対応に関する実践的な行動規範を内規として長い間運用してきました。しかし、これらの根幹となる基本方針の明文化と開示がこれまで不十分であったことから、このたび人権に対する基本的な考え方および方針を整理統合し、関連する諸々の国際規範に則った「人権方針」を制定、これをベースとした取り組みを推進することを社内外に表明しました。

もう一つの取り組みであるCSR調達推進においては、制定以来15年以上ほとんど改定されないまま運用を続けてきた「調達基本方針」を抜本的に改定し、昨今のCSR調達の潮流との齟齬解消を図りました。併せて、同じサプライチェーン上にある当社グループとサプライヤー各社がともに遵守に向けて取り組むべき行動規範をまとめた「サステナブルサプライチェーンガイドライ

」を策定、開示しました。およそ8割のサプライヤーが当社グループの調達基本方針やガイドラインに同意・同調を示してくれています。今後もビジネスパートナーであるサプライヤー各社と協働してCSR調達を推進し、サプライチェーンのサステナビリティ向上に努めます。

人的資本マネジメントにおいて目指す姿

社会に必要とされるような、企業としてよりサステナビリティを高めるには、経営資源、特に人的資本の安定的な強化が肝要だと考えます。人的資本強化は長期的なスケールで取り組まなければならない課題ですが、気を緩めず着実に推進していきます。

今年3月、当社の経営陣に安達知子氏を新たな女性社外取締役として迎えました。社外役員6名中の3名が女性となりましたが、これは形式的に取締役会の女性比率を高めようという趣旨ではありません。これは私たちの危機感の表れであり、女性管理職社員比率がまだまだ低い当社グループが、本気で女性登用に取り組んでいくという意思表示だと思ってください。そのような意図がある中で、産婦人科医であり病院経営の経験もある安達取締役は、ジェンダーダイバーシティというサステナビリティ課題にフィジカルな切り口で論じることのできる存在であり、今年度発足した新組織「D&I推進室」への働きかけも含めて大いに期待しているところです。

女性や若手の登用拔擢とトレードオフになりがちなベテラン社員に対する取り組みについては、さらなるスピードアップと効果的な施策が必要です。国内グループ各社では、成長分野や生産現場など“人手不足”の職場がある一方で、かつての花形事業や間接部門では“人余り”が生じています。この偏りを解消し人的資本の効率性を向上すべく、現在全社規模でリスクリングを推進しています。ただし、私たちが行っているリスクリングは単なる学び直しではなく、社員自身のキャリアプランや職能適性などを十分に考慮した、適正配置のためのリスクリングです。余剰人員が望まない職場に放り込まれるのではなく、これまで培ってきたスキルと新たに学んだスキルを併せ持つことで、異動先の職場にはない新たな着眼点・発想・意見を持った社員へと「再成長」し、活躍できるようにするのが当社グループのリスクリングの目指す姿です。もちろんこれは社員本人にとってだけでなく、組織にとっても人的資本に厚みを持たせられる、非常にプラスの効果期待できる施策と考えています。

新コーポレートブランド「artience」―変革の決意

最後になりますが、昨年12月にプレス発表したとおり、来年2024年1月に、当社は会社名を「artience株式会社」に改称します。この新たなコーポレートブランド「artience」（アーティエンス）は、「art」と「science」を融合した造語であり、artは色彩をはじめとした五感や心への刺激に加え、“リベラルアーツ”の観点を表現しており、scienceは技術や素材、合理性を表現しています。

よく誤解されるのですが、artは一般的に訳される「芸術」の意味だけではないことを述べておきます。上述のリベラルアーツですが、もともとは共和制ローマ時代のアルテス・リベラレス(artes liberales)、「人間を諸々の制約から解放して自由にする学芸・学問」がその原義であり、狭義においてはいわゆる教養学や人文科学です。唯一の正解を追求する自然科学のメソッドに対して、複数の正解を良しとする人文科学のメソッドは、グローバル化において必須の価値観だと考えます。グローバルビジネスの場で遭遇するさまざまな文化・歴史・宗教・生活・考え方の違いを一方的な価値観の押し付けで共通化するのではなく、多様性を理解してリスペクトする姿勢でグローバル化に取り組みたいという考えが、新社名にartを冠する理由です。

artとscience、この二つを融合し磨き上げることによって、人の心を動かす「感性に響く価値」を創出し世界に提供する、そして心豊かな未来の実現に貢献していこうという思いを、この新たなコーポレートブランドに込めています。

今般の社名変更は、社会環境が目まぐるしく変化する中で、当社グループが新たな時代に貢献し、さらなる成長を遂げ、「世界の人びとに先端の技術で先駆の価値を届ける会社」へと名実ともに変革するという強い決意を、社内外のすべてのステークホルダーの方々に表明するものです。企業と社会の持続的成長を目指す当社グループの大きな変革にどうかご期待ください。

