

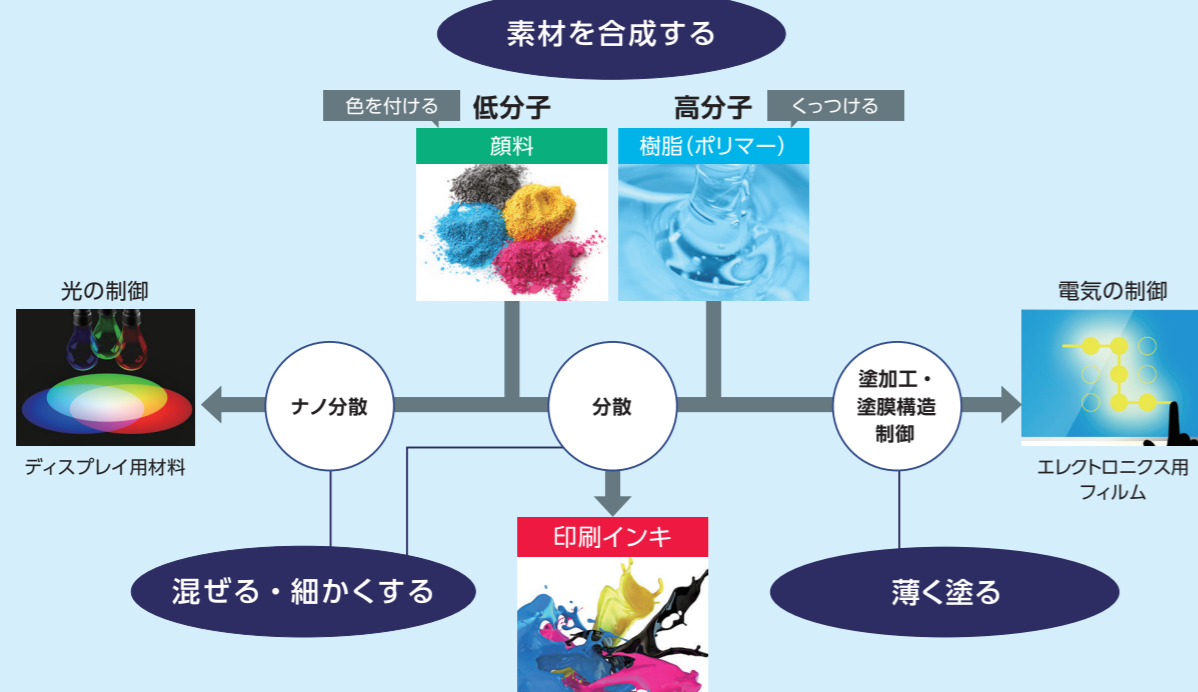
価値創造の基盤となる強み ①独自のコア技術と成長性

東洋インキグループは、顔料や樹脂の合成技術と、それらを原材料とした製品までの一貫生産の技術、また分散や塗加工・塗膜構造制御といった加工技術など、当社グループの技術的強みを活かせる事業分野に経営資源を投入してきました。新たな社会ニーズとして設定するサステナビリティ、コミュニケーション、ライフの3つの重点開発領域において、新事業の創出に注力し、世界の人びとの健やかで快適な暮らしを実現します。

独自のコア技術

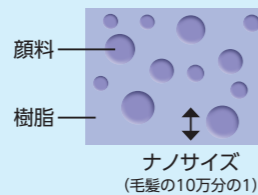
合成技術とは

分子設計・合成技術により目的の機能に応じた独自素材を創り出します。発色性や波長を制御した顔料や、接着性や電気特性を制御したポリマーが、センサー材料や電子デバイス材料などに活用されています。



分散技術とは

顔料の形状・表面状態を制御する分散技術により、印刷性や安定性を高め優れた機能を引き出します。印刷インキやディスプレイ材料、リチウムイオン電池用材料などに活用されています。



塗加工・塗膜構造制御技術とは

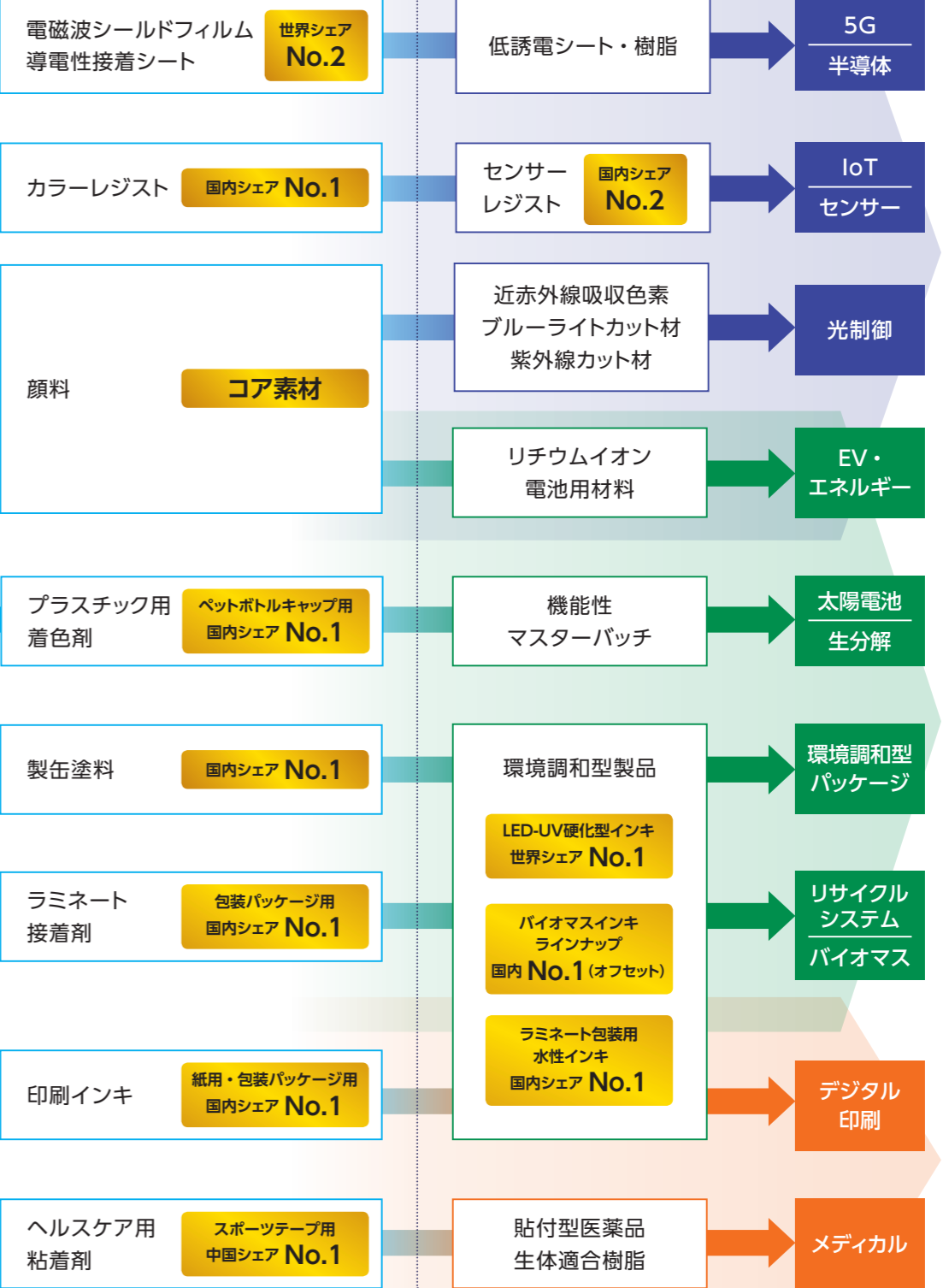
シート・フィルム状に加工する塗加工技術、塗膜構造制御技術によって、ニーズに合わせた機能を持つ製品を提供します。電磁波シールドフィルムやセンサー部材などに活用されています。

合成×分散×塗加工・塗膜構造制御

スペシャリティケミカル分野で高シェア製品 長年の技術を蓄積した製品

成長分野へ展開する 製品技術を応用・進化させた製品

For a Vibrant World 価値提供



コミュニケーション

サステナビリティ

ライフ

トップメッセージ

東洋インキグループの価値創造

東洋インキグループの事業

ガバナンス

コーポレートデータ

トピックス

「東洋インキグループ協働研究拠点」を東京工業大学に設置

東洋インキグループと国立大学法人東京工業大学は、2022年1月13日、環境・IT・バイオ分野に関する先端研究を推進する「東洋インキグループ協働研究拠点」を、東京工業大学オープンイノベーション機構の支援のもと設置しました。地球規模の環境問題解決に向けた次世代電池開発やCO₂活用の推進、デジタルテクノロジーの発展に貢献するIT関連材料技術の開発、次世代の医療技術につながるバイオテクノロジーの追求に取り組み、新たな時代に求められる価値の創造に挑戦していきます。



当社高島社長(左)と東京工業大学益一哉学長(右)。

※シェアは当社調べ

価値創造の基盤となる強み ②お客様との共創

東洋インキグループは、創業以来120年以上の歴史の中で、多岐にわたるお客様と長期的・安定的に堅固な協力関係を構築してきました。時代のニーズの変化に柔軟に対応し、製品を通じてお客様や社会が求める価値を提供する課題解決能力も強みの一つです。

失敗を価値へ転換する、お客様との共創による新たな価値創造

アサヒビール社との共創ストーリー

2021年4月20日、日本の大手飲料メーカーであるアサヒビール(株)から「生ジョッキ缶」が全国発売されました。この生ジョッキ缶にとって重要な“泡の出る缶”の開発に、東洋インキグループのトーヨーケム(株)とアサヒビール社で取り組みました。缶ビールの蓋を開けただけできめ細かな泡が立ち、どこでもお店で飲むような美味しい生ジョッキビールの感動を味わうことができる商品として、日本で大きな話題を呼んだ「生ジョッキ缶」。その新たな価値を実現するカギとなった技術として、アサヒビール社と共に「ビールに求められる価値」について議論を重ねて共同開発した当社の製缶塗料「ビール泡立ち缶用塗料」が使われています。

蓄積した製缶塗料技術

飲料缶や食品缶の内面には、内容物から缶を守ること(腐食防止)や、缶の金属成分が内容物へ溶け出し風味が変化することを防ぐことなどを目的として塗料が塗られています。ポリマー合成技術を活かして開発された当社製缶塗料は日本国内シェア1位であり、缶ビールの内面塗料としても古くから実績があります。その長い実績の中で提供してきた価値の一つは「開缶時の泡立ちを抑えること」です。意図せず缶ビールが泡立ち、噴き出してしまうことは「良くないこと＝失敗」です。当社は過去の数々の失敗から泡立ちを抑える方法を研究し、内面塗料の塗装面に凹凸があると泡立つことを解明、平滑な塗装面を形成できる塗料づくりの技術を蓄積してきました。

アサヒビール社とのパートナーシップ

そのような中、当社では製品開発力の強化に向けて、生活者のニーズに最も詳しい最終製品メーカーへのアプローチを進めていました。アサヒビール社と当社で開催した技術部門交流会の中で、「缶ビールの泡が噴き出してしまう」という当社の過去の失敗談がヒントの一つとなりました。「缶ビールの蓋を開けたときに泡立つ商品を作りたい」というアサヒビール社のアイデアは当



社のこれまでの常識とは正反対でしたが、塗料の開発は可能と判断しました。まさに過去の失敗が新たな価値を生み出す瞬間でした。当社1社だけでは辿り着けない、お客様との深い対話・パートナーシップがあったからこそ初めて生み出された価値と言えます。「ジョッキで飲む生ビールを美味しく感じるポイントは泡にある。生ジョッキ缶が開発できれば、どこでもお店の生ジョッキを味わえる」そう語るアサヒビール社の生活者へ驚きと新しい価値を届けようとする熱意に共感し、共にチャレンジしようと塗料の共同開発を進めました。「生活文化創造企業」を経営理念として掲げる当社にとっても、まさしく人びとの生活に新しい価値を創造するための挑戦でした。

ビール文化への新たな価値提供

既に泡立ちのメカニズムを把握していたため、塗料の開発はスムーズに進むかと思われました。しかし、実際は泡立ちのバラつきや泡の粒径を最適化するための塗装面の凹凸の形状制御、品質保証体制の構築、工場での生産安定性など多くのハードルが立ちばかりです。約4年間にわたる開発期間の中で、提出した塗料のサンプル数は数十種類に及びました。

ギリギリの開発スケジュールの中、営業・技術・生産・管理といったあらゆる部署の社員が一丸となって力を結集し、生産開始日の直前までアサヒビール社と共に開発を続けました。ようやく「生ジョッキ缶」の販売開始となった2021年4月20日は、当社の塗料がビール文化への新たな価値提供に貢献できたことを実感できる記念すべき一日となりました。

蓄積した製缶塗料技術

- ・内容物から缶を守る
- ・缶の金属成分が内容物へ溶け出し風味が変化することを防ぐ



アサヒビール社とのパートナーシップ

- ・これまでの常識とは正反対の発想
- ・缶内面に凹凸を形成し泡立ちを最適化する製缶塗料を開発

過去の失敗を価値へ転換 = 新たな価値の創造

当社は長年の製品づくりの中で多くの失敗を重ねてきました。しかし、その一つひとつの失敗を真剣に受け止め、立ち向かい続けたからこそ、その失敗の蓄積が技術力の糧となり競争力の源泉となりました。そして何よりも、異なる視点を持ったお客様と真摯に向き合

い共に作り上げた強固なパートナーシップが、これまでに無い価値を生み出す原動力となっています。

東洋インキグループは、これからもお客様との共創を通じて、世界の人びとの生活を豊かにする新たな価値を提供してまいります。

VOICE お客様の声

—今回の「ビール泡立ち缶用塗料」のご提供にあたり、開発に携わられたアサヒビール(株)パッケージング技術研究所の黒田隆平様と中島宏章様にお話を伺いました。

本来、飲料缶の開発は製缶メーカーさんとの2社で行われ、内面塗料については製缶メーカーさん経由で間接的に関わっていただくのが通常なので、今回のように塗料メーカーであるトーヨーケムさんと直接開発をしたのは異例中の異例でした。さまざまな偶然が重なった共同開発でしたが、思い返せば非常に実りあるプロジェクトだったと感じます。

トーヨーケムさんはとにかくレスポンスが早く、実機テスト直前の改良依頼にも快く応じてくださいましたし、科学的知見も豊富で、本当に充実した技術交流となりました。

内容物である飲料と、容器であるアルミ缶を進化させていくという2つのアプローチによって、「期待を超えるおいしさ」をお客様にお届けしてきた私たちアサヒビールは、今回の生ジョッキ缶開発を通じて、内面塗料という新たなアプローチの手段を獲得しました。今後もこのパートナーシップを磨いていくことで、さらなる「うまい!!」をお届けしたいと思います。



アサヒビール(株)パッケージング技術研究所 黒田隆平様(右)、中島宏章様(左)