

特集

artienceグループの強み

STRENGTHS



▶ P.23

独自のコア技術による
ビジネス展開

アートと
サイエンスの
化学反応で
心動かす価値を
追求する

オープン
イノベーション

成長地域への
グローバル展開

STRENGTHS



▶ P.20

artienceグループは、「成長地域へのグローバル展開」「オープンイノベーション」「独自のコア技術によるビジネス展開」の《3つの強み》を活かしたビジネスモデルを実践することで、「持続的成長」と「感性に響く価値の創出」の実現に取り組んでいます。

STRENGTHS



▶ P.17

STRENGTHS

1

成長地域へのグローバル展開

“世界のキッチン” タイにおけるASEAN地域の成長戦略 TOYO INK (THAILAND) CO., LTD.

1971年に設立された TOYO INK (THAILAND) CO., LTD. (以下TIT) は、今やartienceグループの海外成長を支える拠点の一つとして確固たる地位を築いています。2023年には、製缶塗料メーカーThai Eurocoat社(以下TEC)が傘下に入り事業ポートフォリオを拡大。お客様からのさらなる要望に応えられる体制が整いました。イノベーションと技術による高付加価値産業化への転換を掲げた国策「タイランド4.0」のもと、今後のタイ、さらにはASEAN地域のパッケージ市場におけるトップメーカーを目指す取り組みについて、TITの松岡社長、ナムチップ取締役、ピートGM(ゼネラルマネージャー)の3名に聞きました。

■ TIT・TECの代表的な取扱製品

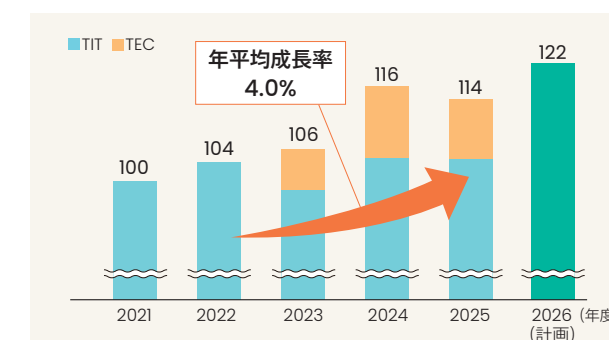


市場環境と競争優位性

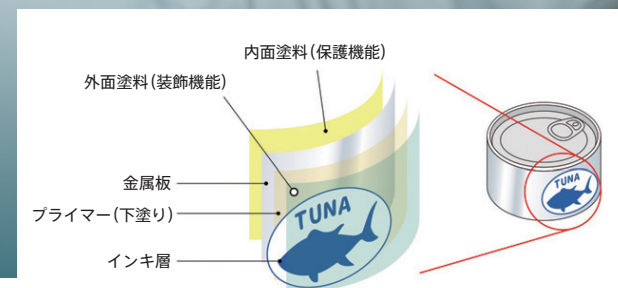
食品パッケージ市場におけるTITの強み

松岡：現在のタイの経済状況は、ASEAN地域のなかで必ずしも良好とは言えません。ただ、そうしたなかでもタイは食品加工の一大拠点として「世界のキッチン」と称され、ここで生産された食品加工品は世界中に輸出されています。アジア太平洋エリアにおける2026年の食缶市場は、2020年比で約40%アップが見込まれており、同じく食品パッケージ関連市場も好調に推移、軟包装向けのリキッドインキやラミネート接着剤、食缶用の製缶塗料など、当社の製品分野も事

■ TIT・TEC売上高の推移(現地通貨ベース：2021年=100)



特集 artience グループの強み



業が拡大しています。

ピート：私は現在SCMを担当しておりますが、それまでは長く営業を経験してきました。そのなかで感じたのは、当社は設立以来、包装材料事業を中心に長い歴史があり、タイでは信頼度の高いブランドを確立できているということです。

ナムチップ：はい、私も同様に感じます。そもそもタイやASEAN市場では、日本の製品や技術は信頼できる“ジャパンブランド”として認知されており、その安心感こそが大きな強みだと思います。

ピート：高度で安定した品質に加え、何より細やかなカスタマーサービスを提供する、お客様に寄り添った姿勢が私たちのDNAとして継承され、強みとなっていると感じています。

ナムチップ：さらに、私たちの高度な製品を実現するための製品設計能力に加え、ASEAN諸国に事業を展開しながら、各地域のグループ企業がサポートしあう家族的ネットワーク

が、私たちの優位性を支えていると感じます。

M&Aによる事業補完とシナジー効果

ナムチップ：2023年にM&Aで子会社化したTECは、缶表面に商品デザインを印刷しない「無地缶」の製缶塗料に特長の強みがありました。無地缶はコストが低く、最終工程で紙ラベルを貼るので柔軟な商品展開が可能で、海外市場での需要が高く、同社はこの分野で高い競争力を持っていました。一方TITは、高機能・高付加価値の印刷缶に強みがあり、両社が一緒になったことで互いの事業補完を実現、タイ市場におけるシェアNo.1を確立しました。現在では印刷缶、無地缶の両方に対応できる体制が整い、一番の競合であった相手とむしろ融合を図ることで、市場のカバレッジが一段と強化されています。

松岡：その後の営業利益も着実に伸びており、シナジーの証

■ M&Aによる製缶塗料事業の拡大



TOYO INK (THAILAND) CO., LTD.
社長
松岡 太郎

TOYO INK (THAILAND) CO., LTD.
取締役(塗料事業管掌)
ナムチップ・サバイウォン

TOYO INK (THAILAND) CO., LTD.
SCMゼネラルマネージャー
ブルックサポーン・ジアマヌラット(ピート)



と考えています。加えて、原材料調達や技術開発にも非常に大きなメリットがあり、お客様が必要なものをワンストップで提案できるようになりました。これらさまざまなシナジー効果の根幹にあるのは、「人のつながり」です。M&Aにおける最重要課題の一つは、両社の社員をスムーズに合流に導くことですが、私たちは配慮と敬意をもってTEC社員との融合に努めました。皆が気持ちよく一つの新しいファミリーとなれたことにとても嬉しく感じています。これこそグループの経営哲学『人間尊重の経営』の顕れの一つだと思います。加えて、グループのポリマー・塗加工関連事業を統括するトーヨーケム(株)主催のグローバル会議では、このM&Aで得られた新たなノウハウや製品情報の共有なども図られており、ASEAN地域はもちろん、グローバルのパッケージビジネスでのグループプレゼンス向上に貢献していきたいと思っています。

タイにおける価値創造ストーリー

松岡：artienceグループは、自らの価値創造として高収益の実現に加え、戦略的重点事業群の創出、経営基盤の変革などを通じて、心豊かな未来、持続可能な社会の実現、企業価値の最大化を目指しています。TITもまた、グループで成長事業と位置付けているリキッドインキ、製缶塗料、ラミネート接着剤、粘着剤を擁しており、積極的な投資で各事業を強化し持続的な成長を目指していきます。artienceグループは、ASEAN域内の各社が協業し、適材適所の考えのもと各社の優位性のある部分は域内で共有しつつ、グローバルな事業成長を実現していく考えです。TITも自社の強みを活かし、

域内の事業成長に貢献していきたいと思っています。

ナムチップ：企業が生き残っていくためには、製品開発を続け市場を先取りする新たな取り組みに挑戦していくことが必要です。その手段としてM&Aも含め、常に変わり続けていくことが価値創造には欠かせません。研究開発、製品開発を通じてお客様の課題を解決し、安全・品質・使いやすさを提供することが、グループが掲げる「感性に響く価値」につながると考えています。

ピート：お客様とよい信頼関係を築き、さまざまなサービスを提供できることが私たちの強みです。ですが、さらにその先に、単により製品を作るという枠組みからもう一段進めて、どうしたらお客様にさらなる貢献ができるのか、幅広いソリューションを提供できるのかを考え続け、模索し続けることが価値を生むのだと思います。

真摯で地道な努力をしっかりと継承し
新たな価値創造へ

松岡：TITは今年55周年を迎えます。ここまで着実に成長してこられたのは、歴代の駐在員と現地社員が手を取り合ってお客様の課題に向き合い、しっかりと組織をつくってきた結果です。今では本当の意味でのグローバル化を果たし、現地社員が重責を担う強い会社となっています。先人が真摯に、地道に努力を積み重ね、工夫してきたことを大切に受け継ぎながらも、時代の変化に合わせて変えるべきところは恐れずどんどん変えていく。新たな仲間と一緒に成長し、ASEAN地域のほかのグループ会社とも力を合わせてイノベーションに挑戦することで、artienceグループの価値創出に貢献していきます。

STRENGTHS

2

オープンイノベーション

マテリアルに特化した オープンイノベーションハブ Incubation CANVAS TOKYO

新規事業の創出を命題とするインキュベーションセンターの開設から3年。2025年度にはグローバル共創拠点「Incubation CANVAS TOKYO」の開設をはじめ、オープンイノベーションを軸とした取り組みが着実に進展しています。本特集では、次世代事業テーマ創出に向けた取り組みの進捗、またそれを支える組織・風土について、インキュベーションセンターの活動を通じて報告します。

世界の素材産業を牽引する場づくり

2025年10月に開設した「Incubation CANVAS TOKYO」（以下ICT）は、私たちにとって大きな転機となりました。ICTは、本社を置く東京・京橋エドグラン内のスペースを活用し、日本初のマテリアル(素材)分野特化型イノベーション拠点として整備したものです。素材産業に関わる多様な企業や組織が集い、共創や交流を深めるハブとして運営することで、artienceグループのオープンイノベーションを支えています。

もともと当社では、新規事業の創出にあたり、他社との共創をいかに広げオープンイノベーションを加速させていくのが一つのテーマでした。私自身さまざまなマッチングピッチにも参加してきましたが、素材・化学領域での出会いは決して多くはなく、であれば自らその場づくりをできないかと

インキュベーションセンター
所長
高橋 隼人



Incubation CANVAS TOKYOの特徴

- ・国内唯一のマテリアル分野に特化したオープンイノベーション拠点
- ・共創の機会を生むためのイベントやピッチを多数実施中
- ・シリコンバレーのベンチャーキャピタルなど強力なパートナー連携

考えたのが出発点です。

ICTのロゴには、白いキャンバスに多様な色が重なり合うイメージを込めました。「日本の、東京の、あの場所に行けば、マテリアル分野の新しい技術や情報、人が世界中から集まっている」と誰もが想起するような場づくりを実現し、世界の素材産業をリードしていくことが大きな目標です。それが、新たな事業創出につながる循環を起こし、当社の価値創造にも還元されていくと信じています。

会員・パートナーの方々の声

マテリアルソリューションの
社会実装に不可欠な「生の実証の場」

BtoB主体の素材メーカーにとって、提供価値の最終検証には高い壁がありました。本拠点は、異業種のメーカーやスタートアップ、研究機関の声に日常的に触れられる貴重な「生の実証の場」です。我々の狙いは、ここを起点として、将来的な共同研究や新たな連携の可能性を拓いていくことにあります。多様な支援プレイヤーが結集するこの環境で技術融合を加速させ、次世代の社会課題を解決する革新的なマテリアルソリューションの社会実装に貢献していきたいと考えています。

会員企業

日本軽金属ホールディングス株式会社
執行役員 マーケティング&インキュベーション
統括室長

林口 貴志 様

素材化学業界のナレッジシェアリングの
取り組みを全面的に支援

Incubation CANVAS TOKYOは、日本の強みである素材化学分野に世界の知見と技術を集める、これまでにないナレッジシェアリングの場となっています。世界規模でナレッジを共有できるこのプラットフォームは、シリコンバレーをはじめ世界の最先端技術を日本企業やベンチャーにつなぐ出会いを創出し、日本発の技術も世界へ広げ、素材化学分野の持続的な活性化を目指しています。我々ベガスはこの取り組みを全面的に支援していきたいと思っています。

パートナー企業

ベガス・テック・ベンチャーズ
創業者兼CEO

アニス ウッツァマン 様



特集 artienceグループの強み

しての活用が進んでいます。また、アカデミアやベンチャーキャピタル、イノベーション支援企業など約25社を「パートナー」と位置付け、研究発表・人材育成・スタートアップソーシングなどのプログラムを継続的に実施いただいています。今後、100～200社へと会員数を拡大していく計画です。

ICT開設を通じて、社内にも変化が生まれています。「自社の技術をどう使うか」という発想に加え、「自社にない技術を持った他社と何ができるか」という視点が育ち始めました。スタートアップとの協業も、徐々に具体的な検討へと動き出しています。

現在は出会いの場としての機能強化を優先する段階ですが、将来的にはパートナー企業との連携のもと、アクセラレータープログラムなどを充実させ、社会実装に注力していきます。社内外の知見や技術を結び付け、より効果的に市場ニーズに応えていくことがICTの長期的な役割です。

挑戦する企業風土を高め 「社会から憧れられる企業」になる

インキュベーションセンター発足から3年が過ぎた今、ICT開設に留まらず、事業面でも具体的な成果が見えてきました。次世代事業のテーマの一つである半導体用材料は、一定の売上を立て、当センターを“卒業”し、全社プロジェクトへと移行しました。ライフサイエンス分野は引き続き育成段階にありますが、バイオ創薬用材料は、中長期テーマとしてターゲットを絞り、着実に前進しています。また、2024年度に社内提案制度「IPPO」でグランプリを受賞した「省エネ推進ソリューション」は、事業化により2025年度には目標売上を達成し、現在はスケール拡大を目指す段階です。

事業テーマ創出を支えるものとして、「IPPO」への応募数も増加しています。大抵このような社内プログラムは、回を重ねるごとに応募数が減るものですが、2024年度の



114件から2025年度は204件へと大きく伸びました。当初は、20代から30代の若手からの応募が多いのかと想定していましたが、実際には、世代を問わず各年代から手が挙がり、なかには50代、60代の社員からも応募があったのは嬉しい誤算でした。全社的に育ってきた挑戦する風土をさらに強めていくため、2026年度からはグループ人事部と連携し、さまざまな階層の研修プログラムにもイノベーションマインドの醸成を組み込んでいます。

インキュベーションセンターという土壌で生まれた半導体用材料のビジネスが、センターを卒業して事業部門に移管されたように、これからもこういう「種」をどんどん増やしていきたいと思っています。社内提案の仕組みである「IPPO」からもそうですし、ICTからもそうですし、いろいろな角度から種を増やしていくことができればいいな、と考えています。それが芽吹いて「若木」として事業部門に引き継がれたり、新たな子会社が設立されたりということにつながれば、それこそがこのインキュベーションセンターの目標達成ということなのだと思います。

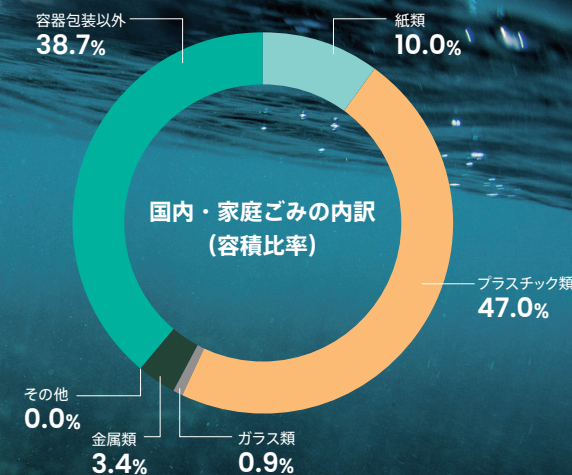
オープンイノベーションは短期間で利益を生むものではありませんが、10年先、20年先も当社が持続的に成長し続けるために不可欠な基礎体力となると確信しています。事業部門が今日を支え、R&D部門やインキュベーションセンターが明日に備える。オープンイノベーションはこの「明日に備える」活動の一部です。そうして今後もさまざまなチャレンジを重ね新たなビジネスを生み出すことで、私たちartienceグループは素材分野で世界をリードする「社会から憧れられる企業」になることを目指します。社員一人ひとりが「この会社で働けてよかった」と誇りを持てるように、インキュベーションセンターは変革の起点であり続けます。



ICTオープニングセレモニーでの交流

STRENGTHS

3



出典：環境省 容器包装廃棄物の使用・排出実態調査の概要(令和6年度)

プラスチックを取り巻く状況

- 世界のプラスチック生産量は4～5億トン／年
- プラスチックの最大用途は容器包装であり、使い捨て製品が多く製品寿命が短いことから、廃棄されやすく、海洋ごみに占める割合も高い(英エレン・マッカーサー財団)
- 欧州では包装および包装廃棄物規則 (PPWR) が2026年8月から一部運用開始。これにより欧州内では、2030年までにすべての包装をリサイクル可能にし、プラスチック包装には一定のリサイクル材含有率が求められる

独自のコア技術によるビジネス展開

消費財メーカーが直面する環境課題をグループ独自のコア技術で解決

消費財メーカーにとってプラスチック包材は不可欠である一方、リサイクルが困難という課題を長年抱えてきました。特にフィルムパッケージは、高機能化の過程で異素材を複層化してきた結果、リサイクルの阻害要因となってきたのです。artienceグループでは、消費財メーカーをはじめとするさまざまなステークホルダーと連携し、食品の包装などに用いられるフィルムパッケージの水平リサイクルを可能にする技術を開発。その背景について、東洋インキ(株)サステナブルパッケージング部の宮川部長が語ります。

市場環境

社会課題となっているプラスチックごみ

近年、プラスチックごみが引き起こすさまざまな問題に対し、地球規模で危機感が高まっています。世界全体で年間4～5億トン生産されるプラスチックのうち、1,100万トンが海洋に流出しているといわれています。

サーキュラーエコノミーで先行する欧州では、全包装のリサイクル可能化やプラスチック包装の削減などを定めた「包装および包装廃棄物規則」(PPWR) が2026年8月に運用開始。日本でも製品の設計・製造・リサイクルまでを一貫強化する「改正資源有効利用促進法」が2026年4月に施行され、プラスチックリサイクルの世界市場が今後さらに拡大していくことは間違いありません。だからこそ、世界が必要とする

リサイクル技術の開発を先行して進めていくことは、中長期的な企業価値の向上に資すると考えます。

東洋インキ株式会社
サステナブルパッケージング部
部長

宮川 匠



特集 artience グループの強み

競争優位性

使用済みプラスチック包装のリサイクル

私たち artience グループでは、2019 年頃からグループ会社の垣根を越えた全社プロジェクトとして使用済みプラスチック包装から再生プラスチックを回収するための剥離・脱墨リサイクル技術の開発に取り組んできました。

食品や医薬品などに用いられる「軟包装」と呼ばれるプラスチック製のフィルムパッケージは、長年の研究開発の積み重ねによって徐々に高機能化が進んできました。異素材のフィルムやアルミを積み重ねることで、鮮度の維持や長期保存など用途ごとに異なる性能が実現されてきたのです。

一方、こうした積層構成のパッケージは、層を貼り合わせ

る接着剤やパッケージ印刷に用いるインキをプラスチックから除去するのが難しく、リサイクルしづらいという課題があります。また、せっかくプラスチックを回収・再生しても、残留インキによる着色など品質に課題が残るため用途が限られ、再生プラスチックを同じ種類のパッケージの原材料として使用する「水平リサイクル」は難しいと考えられてきたのです。

独自技術の開発から製品化に向けて

そのようななか、当社グループでは樹脂合成や色材合成など、グループ会社が持つ多様な分野の先端技術を組み合わせ、使用済みパッケージから接着剤やインキを除去することで純度の高いプラスチックを回収できる高度な剥離・脱墨技術を独自に開発しました。これによりフィルムパッケージの

「高機能性」と「リサイクルのしやすさ」の両立が可能になったのです。

社会実装に向けては、長年の包装材料ビジネスで培ってきた社外との関係性に加え、実証実験ができる大型のラボプラントを自社で保有していることが artience の強みの一つですが、こうしたサーキュラーエコノミーの構築は個社では成し遂げられず、動静脈産業を跨ぐスキームが必要です。そのなかで、どうしたら artience の存在感を高められるかも意識しつつ、協創拡大に取り組んできました。

この技術で再生されたプラスチックが品質・強度・コストなどあらゆる面で実用に足るものになるよう、複数のブランドオーナーや包材メーカーの方々にご協力いただき、検証と改良を重ねてきました。また、高い生産性と効率のもとで運用できる生産設備についても、複数の機械メーカーと緊密に連携して共同開発を行いました。

こうした取り組みに積極的にご参画いただいているブランドオーナーの一つ、ライオン株式会社との共同開発がいち早く結実。当社技術によって高品質に再生されたプラスチックを用いた同社の洗剤つめかえパウチの製品化が決定しました。現在は本格的な事業化に向けての検証を進めています(2026 年 5 月時点)。

フィルムパッケージにおける「水平リサイクル」が可能になったことは、プラスチックのリサイクルスキーム拡大に向けた大きな一歩です。今後、この剥離・脱墨技術をさらに多くのステークホルダーと連携しながら広く展開することで、この流れを後押ししていきたいと考えています。

長期のありたい姿

使用済みプラスチック包装はもはや「ゴミ」ではない

最新技術の粋を集めたといわれるプラスチック包装ですが、一方で「ゴミのもと」という悪いイメージがつきまっています。私自身、グラビアインキ営業の新人時代、お客様から『自分たちが作っているものはいずれゴミになる』と言われて衝撃を受けました。それでも私は、胸を張って仕事をしたい、パッケージ全体の未来を考えていきたいと思い「包装専士[※]」の資格を取得。資格者が集まる委員会などに参画して、10年後、20年後のパッケージのあるべき姿といった未来について皆で考えています。

改めてプラスチック産業に携わる企業人として、プラスチックリサイクルの質をもっと高めていきたい、『使用済みプラスチック包装はゴミではなく、サーキュラーエコノミーを支える中核的な資源だ』という新たな価値を創出し、社会全体のパラダイムシフトを促したいと思っています。そのためには、このスキームに関わる幅広い業界の垣根を越え、ときには競合とも力を合わせることで「協創の輪」を拡げていくつもりです。それに並行して、今回構築したスキームや考え方を artience グループ全体の技術開発・事業開発のコンセプトとして浸透させていきたい。サーキュラーエコノミーは今後の「ものづくり」を大きく変革するテーマであり、私たち artience グループが今後提供すべき「価値」であると確信しています。

※包装専士：公益社団法人日本包装技術協会が定める民間資格で、日本最高レベルの包装技術のエキスパートを認定しています。

ブランドオーナーの声

ライオン株式会社

ライオンは、環境対応の一環として、洗剤・柔軟剤などの容器包装をボトルからつめかえパウチへ転換することで、プラスチック使用量を大幅に削減してきました。しかし、つめかえパウチは、容器としての性能を担保するためにさまざまな素材のプラスチックフィルムが強固に貼り合わされており、リサイクルは容易ではありませんでした。

転機となったのが、東洋インキ様の剥離・脱墨技術との出会いです。この技術を活用させていただき、当社は住居用洗剤「ルックプラス バスタブ クレンジング」でリサイクル可能なパウチを 2024 年に上市しました。本製品は環境貢献への期待度が評価され、国内外でさまざまな賞を受賞しています。さらに 2026 年、同製品の生産端材を剥離して、ポリエチレンを選択的に再生することで、おしゃれ着用洗剤「アクロン」のつめかえパウチに活用するという循環型スキームを実現しました。

当社は引き続き、本技術を活用したプラスチックリサイクルの拡大に向け、東洋インキ様をはじめとするさまざまなステークホルダー様との連携を加速してまいります。



2025 日本パッケージングコンテスト表彰式の様子
パッケージ開発担当 左から畠中さん、花田さん、佐藤さん

包装端材の水平リサイクルフロー



剥離・脱墨技術が目指す
プラスチック包装の資源循環

