



企業理念

一本の大きな木を育てるより、
多くの個性ある木を育て、
美しい森をつくる。

イノアックは「暮らしをもっと豊かにしたい」という思いから、
ひとつの事業に特化することなく、
ウレタン・ゴム・プラスチック・複合材という4つの苗をもとに、
多くの事業(=木)を育て、
企業体として多彩な製品、サービスを作り出し、
社会へ貢献してまいりました。
イノアックはこれからも
多くの個性ある木を育てることで、
時代のニーズにお応えしていきます。

CONTENTS

01 企業理念

イントロダクション

02 イノアックのあゆみ

03 製品紹介

04 社長メッセージ

特集

08 カーボンニュートラル (CN)委員会の取り組み

環境

12 環境

社会

15 価値向上のために

18 サプライチェーンマネジメント

19 社会とのコミュニケーション

21 働きやすい職場づくり

ガバナンス

24 ガバナンス

データ集

26 ESGデータ集

27 会社概要

報告対象

報告期間	本報告書は株式会社イノアックコーポレーションにおける 2021年度(2021年1月1日~12月31日)の活動実績をもとに作成 ※2020年度とそれ以前、2022年度の内容も一部含む
対象範囲	株式会社イノアックコーポレーション単体の活動を中心に、 一部国内外イノアックグループ会社を含む
発行年月	2022年11月
参考とする ガイドライン	◎環境報告ガイドライン2018年度版 ◎ISO26000 ◎GRIサステナビリティ・レポートニング・スタンダード 2016/2018/2019/2020

イノアックのあゆみ

快適な暮らしと持続可能な社会のために 発泡技術のリーディングカンパニーとして成長

1926年の創業以来、日本初のウレタンフォームの生産をはじめ、人々の暮らしを豊かにする多彩な製品、サービスを創り出してまいりました。イノアックの成長は、開発の歴史でもあります。新しい用途への応用を数多く生み出すとともに、特に近年では環境への配慮を重視した開発を常に心がけて、人と地球の未来のために挑戦を続けています。



●「井上護膜工業株式会社」の前身である「井上護膜製造所」を名古屋市熱田区に設立(1926年)

●IRCブランドのタイヤ・チューブの輸出を開始

●ドイツよりウレタンフォームの技術を導入(1954年)

●「エム・テー・ピー化成株式会社」を設立

●自動車部品事業へ進出

●寝装品・育児用品分野へ進出

●スリランカに海外初の合併会社、「ASSOCIATED RUBBER INDUSTRIES LTD.」を設立

●配管材分野へ進出



●生活用品分野へ進出



●家具分野へ進出

●物流資材分野へ進出

●粧材分野へ本格的に進出

●東南アジアへの進出を本格化

●「井上エムテーピー株式会社」を設立(1980年)

●建材分野へ進出

●OA分野へ進出



●包装材分野へ進出

●アメリカへの進出を本格化



●「株式会社イノアックコーポレーション」へ社名変更(1990年)

●福祉・介護用品分野へ進出

●中国への進出を本格化



●環境事業分野へ進出

●東南アジア拠点の強化および拡張

●一般社団法人「ポリウレタン国際技術振興財団」を設立



●ウレタンフォーム生産開始60周年を記念して、「ポリウレタン国際フォーラム2015」を開催



●グループ初の沖縄の会社として「株式会社イノアック琉球」を設立



●愛知県名古屋市に神野R&Dセンターを設立



●名古屋本社を増築し新社屋を設立



●全国の事業所内を中心に寝具等の直営ショップをオープン



▶日本で初めてウレタンフォームを生産開始
▶カラーフォームマットレスの販売開始



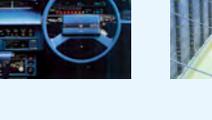
▶タンカー・新幹線車両の現場施工での断熱工事を実施



▶INJ-BLOW工法と加飾技術による化粧品容器の開発



▶インモールドコート(二層)一体成形インパネを開発



▶道路建設現場での発泡ウレタンR-PUR工法を開発



▶環境にやさしい連続気泡微細セルポリオレフィンフォーム「MAPS®」生産



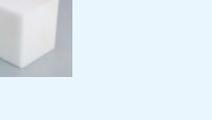
▶超臨界発泡法を使用したクリーンな長尺ポリオレフィンフォーム「FOLEC®」の生産



▶環境にやさしい超微細セル無黄変薄物長尺シート「PureCell®」の生産



▶植物由来のポリウレタンフォーム「ECOLOCEL®」を開発



事業発展の歴史

製品開発の歴史

製品紹介

今もこれからも、豊かな暮らしのすぐそばに

家庭内での生活用品や介護用品、日常的に使うIT機器から工場などの産業機械に。住宅・建築の資材や土木の現場にも。自動車などの乗り物やインフラの設備にまで。イノアックの素材は姿を変えて、街のあらゆる場面に溶け込み、さまざまなフィールドで人々の快適な生活を支えています。



人々の営みに役立つ魅力ある製品
 =多くの個性ある木を育み、
 多様性あふれる「美しい森」を
 形成したい。



株式会社イノアックコーポレーション
 代表取締役社長

野村 泰

PROFILE

1985年3月 井上エムテーピー
(現イノアックコーポレーション)入社
 1991年2月 北米駐在
 2004年2月 自動車関連事業部 技術部長
 2007年10月 自動車関連事業部 品質保証本部長
 2008年10月 東北イノアック 代表取締役社長
 2011年5月 自動車関連事業部統括(タイ駐在)
 2015年2月 専務執行役員
 自動車関連事業本部 本部長
 2018年4月 取締役
 2019年4月 常務取締役
 2022年4月 代表取締役社長(現職)

社長メッセージ

社長就任にあたって

今年4月、翁豊彦前社長よりバトンを受け、新たに代表取締役社長に就任した野村泰です。1985年に前身の井上エムテーピーに入社し、以来、概ね自動車関連事業の道を歩んできました。今後は、環境性能に優れた新たな製品・技術の開発などに全社一丸となって取り組んでまいります。

製造業の本質「つくる」に立ち返る

製造業のビジネスサイクルは、単純に言えば、原材料を購入（買う）、付加価値をつける（つくる）、お客様に販売する（売る）となります。経営環境は厳しさを増しています。昨今の異常気象、国家間対立、コロナ、半導体不足などにより、特に原材料の安定調達、価格高騰には苦慮しています。そのコスト上昇分全てを売価に転嫁することは、競争力確保、市場の受入の面からも、難しい状況です。相手がいて交渉が必要な「買う」「売る」の部分の対応も重要なのですが、ものづくりの現場に近い所で従事してきた私としては「つくる」の部分にこだわり、注力したいと思っています。またそれが我々が生き残る近道であるとも考えています。

この「つくる」には2つのアプローチがあります。1つはより安価に良品を生産するための「現場力」を、さらに一段階底上げすること。もう1つは、お客様や社会のニーズを

捉えたものへと進化させる「技術開発力」を強化することです。「現場力」と「技術開発力」を両輪として「つくる」を相乗的にレベルアップしたいと考えています。

注力すべき分野について

当社には3つの強みがあります。1つ目は配合技術。我々はゴム、樹脂、ウレタン、複合素材を扱う素材メーカーであり、特にウレタンは今の会長が1954年にドイツから日本に初めて導入したパイオニアです。その中で培われた配合技術は最大の強みです。2つ目はその素材を使って付加価値を付与するモノづくり技術。3つ目は「買う、つくる、売る」のスパイラルの中で、育まれたグローバルネットワークです。

当社の理念は「多くの個性ある木」を育て、多様性あふれる「美しい森」を成形することです。

その中の大木は自動車分野です。先ほどの3つの強みも自動車業界に身を置かせていただいていることで成長することができました。この業界はここ数年、CASE、MaaSといったキーワードに代表されるように100年に一度の大変革期といわれていますが、当社のコア事業であることに変わりはありません。ただ自動車業界、特に日本市場などは今後の台数の伸びは期待できませんので、自動車業界で育んできた強みを生かしながら、生活用品、寝具、建材など

を含む産業資材分野でも、人々に役立つ、魅力ある製品を着実に育てていくことにも注力していきます。これが当社理念の「多くの個性ある木」となり、多様性あふれる「美しい森」へと成長することにつながると考えています。

異なる業界の縦型組織の「横の繋がり」の必要性について

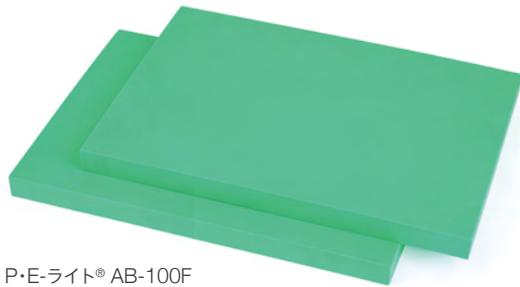
当社はさまざまな業界のお客様と取引をさせていただいています。業界ごとで異なるアプローチが必要なのは当然ですが、特に自動車関連と生活用品の場合では、受注活動～量産化までの対応スタイルが大きく違います。



社長メッセージ



REPECO®



P-E-ライト® AB-100F

自動車の場合、決められたスケジュールのもと、先行開発があり、設計、試作、評価が行われます。それと並行し、我々の方でも生産準備、確認イベントを経て、量産化となります。

一方、生活用品の場合は、「すぐにモノが欲しい」「(感覚的に)肌触りが良いものが欲しい」といったお話をいただくことがあります。品質や価格が大切であることは言うまでもありませんが、スピード感と感性が求められます。

こうしたそれぞれの業界の商習慣に適應するのは大切です。しかし業界が違うからといって事業部間の情報共有(例えば評価、買い方、ものづくりなど)ができない、しようとしにくい組織運営では、目に見えていない機会を損失する可能性があります。

例を挙げると、クルマの車室空間と住宅の室内空間。どちらも快適性ニーズ、機能ニーズがあります。クルマにおいて

は電動化、住宅においても省エネ化による断熱ニーズがあります。また音(遮音、防音)においてもそれぞれにニーズがあります。クルマにおける音対策はエンジン車と電動車で対策すべき周波数が違います。これらは解析により音を可視化し、最も有効な対策を提案できるようになってきました。これら蓄積される当社のノウハウは住宅のような他の業界でも生かすことができるのではないかと考えています。また逆に住宅用に開発された断熱材の配合、工法の応用をクルマの断熱に応用できないか?このような可能性もあると思います。

特に材料、素材開発は当社の強みでもあり、以前から注力しています。これらを担う技術組織については、特定の業界に偏らないよう、本社機能とし、さまざまな業界での機会を逃さぬよう、対応しています。

環境問題、カーボンニュートラルとの向き合い方

当社では、バイオ材料やリサイクル材を用いた製品開発等を積極的に進めています。以前は「一般的な技術、製品開発」と「環境に配慮した開発」を別立てで考えていましたが、今やカーボンニュートラルに貢献できる方法で、環境に優しい製品を生み出すことが顧客や社会が求める価値となり、開発活動の大きな柱になってきました。またそうした意識や姿勢が個々の社員にも浸透しつつあると自負しています。

当社の重要な材料の1つであるウレタンで、対応事例をご紹介します。以前から工場内で発泡したスラブの端材を活用するマテリアルリサイクルは対応しています。自動車のシート、リビング商品等で数多く商業化されています。直近ではバイオ度50%のスラブを開発し、キッチンスポンジ、衣料用で上市しました。今後はこの技術を応用し、寝具、化粧品、自動車等の業界にスペックイン活動をし、上市を目指します。長期的にはケミカルリサイクル(元の原料にまで戻す)等を進めたいと考えています。ケミカルリサイクルは実験室レベルでは成果が得られていますが、量産システムを構築するには、採算検証、仲間づくり等、たくさんの解決すべき課題があります。我々はこれらの中長期テーマを1つずつリストアップ、検証し、課題を解消していきたいと考えています。

私がめざしたい組織のあり方

社長職を拝命し、今後どのようなガバナンス(企業統治や組織管理)を行うべきなのか、考えを巡らせました。結果、行きついたのは2つのシンプルな結論です。

まずは「ガバナンスの本質は誠実さであり謙虚さである」ということです。自分や自社をよく見せるために、事実を偽ったり、隠したりしない。社会に対しても、社内の仲間に対してもです。それが経営の透明性にもつながっていくと思います。

社長メッセージ

もう一つは、「働いている者たちが明るく楽しく仕事ができること」です。社員の皆さんが、日々の仕事にやり甲斐も感じられないなかで、「CSRの時代だから」と社会への貢献を声高に叫び、旗を振ってみたところで、絵に描いた餅になりかねません。まずは自分が、そしてともに働く仲間が、楽しく働ける、そんな職場を実現することだと思っています。

大切なコミュニケーションの力

そのためには「良好なコミュニケーション」が大前提になります。コミュニケーションというお互いに意見を言い合ったりする、いわゆる「相互性」をイメージされる方が多いと思います。それは間違っていないと思いますが、私はコミュニケーションのスタートは「聞くことから」だと考えます。

私は、北米、東南アジアなどさまざまな国と地域で勤務するチャンスに恵まれました。この海外勤務を通じてコミュニケーションの大切さを学びました。「俺は(本社のある)日本から来た。だから俺の言うことを聞け」などと、現地で働く人々に上からものを言っても決してうまくは行きません。相手を一人の人間として尊重し、用件とともに、その敬意を笑顔と言葉で表現する。それが相手に伝わって初めて仲間として受け入れられ、彼らの真の協力を得ることができると思います。

国内の事業所でも同様です。私はなるべく現場を巡回

するようにしていますが、その際、現場の社員に「おはよう、最近はどうだ？」と声掛けをするよう、心掛けています。最初は話しかけられ、戸惑っていますが、何度か繰り返していると、先方から挨拶をしてくれるようになり、時に「現場の問題」や「本当は現場をこう変えたいんです」といった話をしてくれます。以前、話をしてくれた彼にその場でアドバイスした所、彼はそれを実践し、その活動がQC活動で表彰されるに至りました。その社員が「やりました。表彰されました」と電話越しに嬉しそうに報告をくれた時は非常に感激をしました。このようなできごとを、私は現場でしばしば経験してきました。

我々は上から目線で「人材育成」をうたい、ややもすると、育成される側の考え、気持ちをどこかに置いて行ってしまいがちです。しかし、個々の社員たちは、自らの仕事について「もっと高い価値を提供できるようになりたい」という向上心や成長欲求をもっていると思います。組織としては、社員のやる気を摘まないこと、そのやる気を正しい方向にもっていくこと、評価することだと思います。組織である以上、会社の要求と個人の希望が必ずしも一致することはありません。だからこそコミュニケーションは大事です。今後AIやDXの活用が増えますが、代替できない(人でしか対応できない)業務においてはコミュニケーションの必要性はますます高くなると思います。

イノアックの不変のテーマ 「Innovation & Action」

当社の社名には「常に革新“Innovation”し続けること」「それを実践“Action”し続けること」という意味が込められています。これらを実行するためのポイントとなるのが今述べました「コミュニケーション力」だと思います。そして誠実さと謙虚さをもって経営の透明性に努め、全ての社員が明るく、やりがいをもって仕事ができる職場づくり。シンプルにこのことを突き詰めていきたいと思っています。そうすれば、当社の3つの強みが、異なる業界で、魅力ある商品として花開き、「多くの個性ある木」から「美しい森」へと成長できると確信しています。



北米での現場研修