

セカイの、ミライの、イノアック。

INOAC CORPORATION Sustainability Report 2026



セカイの、 ミライの、 イノアック。

遥かなる海を越え、
イノアックの素材は活躍しています

Contents

01 目次/表紙について

イントロダクション

- 02 存在意義/企業理念/Innovation & Action
- 03 製品紹介
- 04 イノアックの歩み
- 05 社長メッセージ

特 集

- 09 特集1 | 100年における技術開発の歩み
- 11 特集2 | ケミカルリサイクルで拓く、サステナブルなミライ

イノアックグループのサステナビリティ活動

- 13 サステナビリティ活動とSDGs

環 境

- 14 環境マネジメント
- 15 基本方針① 環境法規制の遵守
- 16 基本方針② 気候変動対応
- 18 基本方針③ 循環型社会への貢献
- 19 基本方針④ 化学物質管理
- 21 基本方針⑤ 環境に配慮した製品の開発とサービスの展開
- 22 基本方針⑥ 水リスクへの対応
- 23 基本方針⑦ 従業員への環境教育・環境監査
- 基本方針⑧ 持続可能な社会の構築

社 会

- 24 研究開発への取り組み
- 27 品質向上への取り組み
- 29 人権配慮
- 30 人材戦略
- 31 人材育成
- 33 職場環境
- 35 安全衛生・防災
- 37 サプライチェーンマネジメント
- 39 社会とのコミュニケーション

ガバナンス

- 40 コーポレートガバナンス
- 41 コンプライアンス
- 43 情報セキュリティ

データ集

- 45 ESGデータ
- 47 会社概要

編集方針

◎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2025年度(2025年1月1日~12月31日)の活動実績を基に作成しています。※2024年度とそれ以前、2026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
◎参考としたガイドライン:GRIスタンダード

表紙について



本レポートの表紙は、「セカイの、ミライの、イノアック。」をコンセプトに制作しました。グローバルに事業を展開するイノアックグループの姿を「セカイ」に、持続可能な未来の実現に向けた取り組みへの思いを「ミライ」という言葉に託しています。表紙に描かれた製品群は、自動車・産業資材・生活用品など、幅広い分野で活用されるイノアックの素材を象徴しています。また、世界中のさまざまな場所で、人々の豊かな暮らしや産業を支え続ける存在でありたいという思いを表現しました。デザインは、コーポレートカラーであるブルーを基調としています。

イノアックの仲間たち

イノアックの新たな仲間が登場! ウレタンフォームだけでなく、ゴムやプラスチックなどイノアックがつくる素材の幅広さを伝えるために、「ゴムイノアックくん」と「プライノアックくん」が加わりました。



【お問い合わせ先】

株式会社 **イノアック コーポレーション**

経営企画本部 広報部

〒141-0032 東京都品川区大崎二丁目9番3号 大崎ウエストシティビル4階
TEL: 03-6680-8168 E-mail: csr@inoac.co.jp URL: <https://www.inoac.co.jp/>



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。

イノアックは日本で初めてウレタンフォームの生産を始めたウレタン発泡技術のリーディングカンパニーです。「暮らしをもっと豊かにしたい」という思いから、一つの事業に特化することなく、ゴム・ウレタン・プラスチック・複合材という4つの苗を元に多くの事業(=木)を育て、企業体として多彩な製品・サービスをつくり出し、社会へ貢献してまいります。当社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。

存在意義

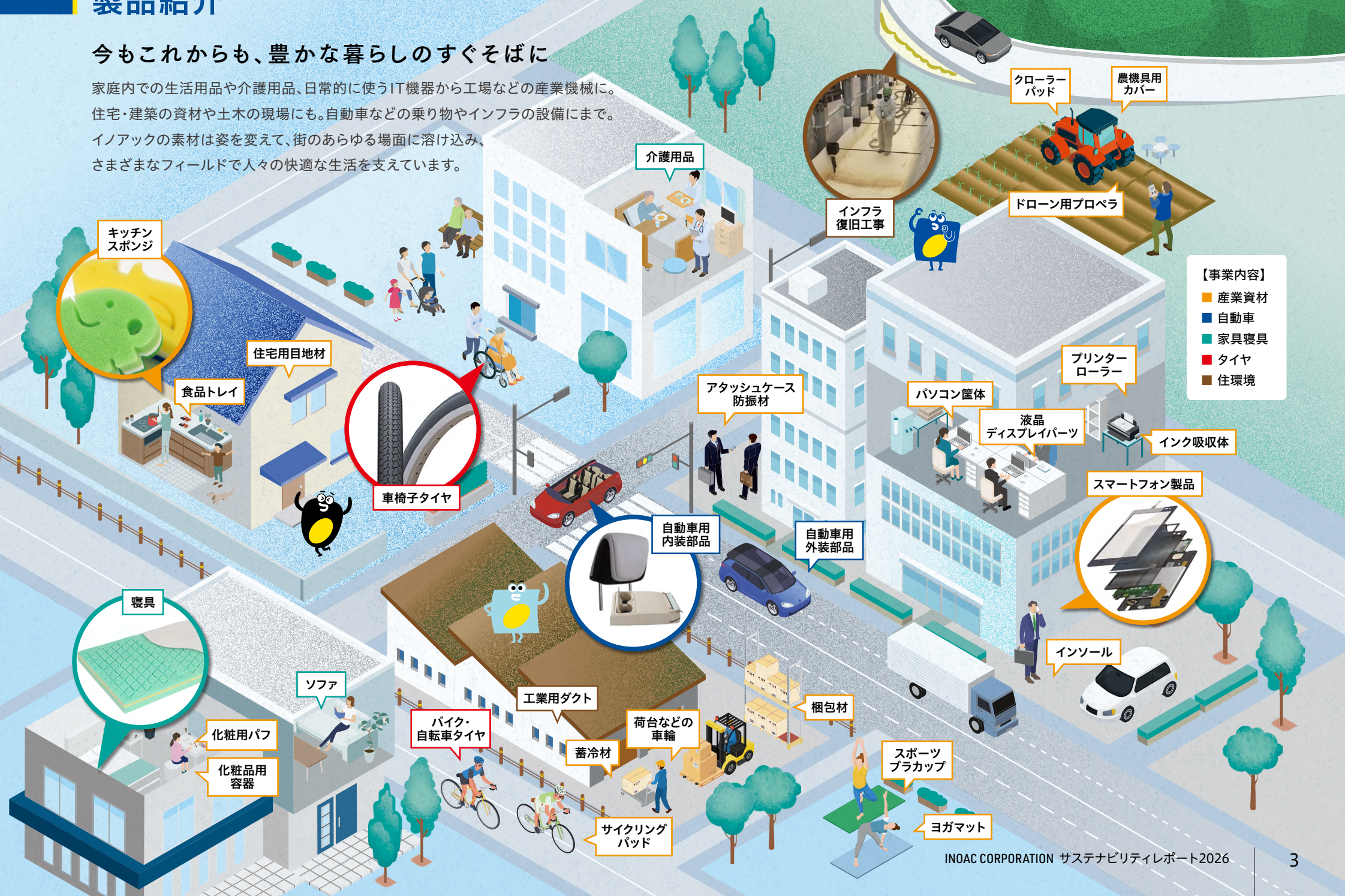
素材で暮らしを豊かにする

Innovation & Action

「常に革新し続けること」「それを実践し続けること」

「INOAC」の社名には、「常に革新し続けること」と「それを実践し続けること」という意味が込められています。そして常に上を目指すために「革新=Innovation」と「実践=Action」を欠くことはできません。イノアックは高分子化学で世界をリードし、迅速な決断と行動で、活気と個性に満ちたグローバル集団を目指します。それとともに「行動指針」を定め、社内外ともに裏表のない行動で「企業理念」を確実に実行・実現することで、地域社会、お客さま、イノアックに関わる全ての人々に信頼されるブランドを確立します。

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。



1926

創業 井上護謨製造所の誕生



井上護謨工業株式会社の前身である「井上護謨製造所」を、愛知県名古屋市中熱田区に設立。自転車用タイヤ・チューブの生産開始。

1934

海外輸出開始
IRCブランドの拡大



1938

井上護謨工業株式会社を設立



1954

エム・テー・ピー化成株式会社を設立

1950年代

寝具分野・自動車部品事業へ進出

1955

日本で初めてモルトプレンの国産化に成功



1973

家具分野へ進出



1975

化粧品容器分野へ進出



1980

「INOAC」誕生

「井上護謨工業株式会社」の工業用ゴム・プラスチック部門と「エム・テー・ピー化成株式会社」が合併して、「井上エム・テー・ピー株式会社」を設立。ウレタン・ゴム・プラスチックの総合化学メーカーとなる。グループの統一ブランド「INOAC」誕生。



1980年代

建材分野へ進出

1982

OA機器分野へ進出



1990

社名変更とCIリニューアル



1991

株式会社イノアック技術研究所を開設

2026

イノアックグループ
創業100周年

100th



2025

サステナビリティ推進室設立
国連グローバル・コンパクト署名

2017

名古屋市に神野R&Dセンター設立

2010

社会環境報告書を初めて発行



中国への進出を本格化

1994 China

Japan

North America

1985

北米への進出を本格化

1970

Asia

1959

スリランカに海外初の合併会社を設立

東南アジアへの進出を本格化



「美しい森」に 新たな息吹を吹き込み、 次の100年を切り拓く

— 事業を越えて手を取り合う
「木々」がもたらす豊かな暮らし

株式会社イノアックコーポレーション
代表取締役 社長執行役員 **野村 泰**

イノアックグループは2026年、創業100周年を迎えました。1926年にゴムの事業を興して以来、ウレタン、樹脂、複合材と、扱う素材を広げながら、常に「暮らしのすぐそば」で仕事をしてきました。本年よりCSRレポートを「サステナビリティレポート」と改めます。環境や社会への責任を事業そのものに組み込んでいく決意を示すものです。

地政学リスク、原材料の調達難、気候変動、そしてAIの急速な進展。先の読めない時代だからこそ、経営に求められるのは軸を持つことだと考えます。その軸は、私自身が仕事の中で身に付けたものであり、当社が100年をかけて築いてきたもの、つまり理念とパーパスに他なりません。

I. 私の原点

思い通りにいかない前提で、道を選ぶ

私の仕事観の土台にあるのは、「物事は思い通りにはならない」という実感です。これは悲観ではありません。そう前提を置けば、残された選択肢の中で最善を尽くす覚悟が定まります。

学び① 行く道は一本ではない

私は大学時代、化学を専攻していましたが、実は学びたくて選んだわけではありません。物理は苦手、惹かれていた地質学は断念せざるを得ず、消去法で残ったのが化学でした。それでも、学生時代に身に付けた設備や流体の知識は、後年の海外での業務を支えてくれました。思ってもみない選択が人を成長させます。だから私は社内で「一つの選択肢だけで突き進むな」と言い続けています。行く道は決して一本ではありません。

学び② 追い込まれたとき、人は自分で手段を見つける

入社2年目、私はインドネシアの樹脂事業の立ち上げに一人で送り出されました。知識もなく、出発前日に書店で

入門書を買って求め、機内で読み込んだことを覚えています。現地では言葉も通じません。頼りになったのは、身振り手振りや、図面から起こしたポンチ絵でした。人は追い込まれたとき、何をすべきか考えます。必要に迫られて自ら行動したことこそ、身に付くのです。

学び③ 人は、歩み寄りと理屈で動く

大きな転機となったのは、東北イノアックの社長を務めた時期です。業績は厳しく、着任してまず手を付けたのが人員削減でした。「本社から来た人間」として見られ、当初は誰も言葉を交わしてくれません。そこで私は、数分ずつでも社員全員と一人ずつ面談を行いました。やがて現場を歩けば声がかかるようになります。同時にこの時期、月次損益表と正面から向き合いました。数字から実態を読み解き、論理的に説明すれば人は納得してくれる。歩み寄りと理屈、その両輪があって初めて組織は動くのだと学びました。結果、2年で東北イノアックの全事業を黒字化できました。

II. 理念とパーパス

「美しい森」をつくるということ

当社の企業理念は、「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。」というものです。一本の大木は、それが倒れれば会社全体が傾きます。森であれば、一つが不調でも他が支え、互いに補い合いながら成長を続けることができる。持続可能性という観点から見て、私は森の方が強いと考えています。

ただし、森に植える木はどんなものでも良いわけではありません。1926年のゴムに始まり、ウレタン、樹脂、複合材、先人が一本ずつ育てた「素材」の木々が当社の森は形づくられています。だからこそ、「素材で暮らしを豊かにする」

というパーパスに行き着きました。これは事業選定における判断基準でもあります。また、美しい森は、伸びるべき木に陽が当たるよう手入れをしなければならず、これが事業の選択と集中の基準です。

壁を壊す——組織と人の交わり

もっとも、森をつくってきたことの弊害も見えてきました。木と木の間に、いつしか壁ができていたのです。そこで自動車以外の事業を一つの傘下に集め、産業資材事業本部として再編しました。ウレタン素材、特殊発泡素材、樹脂素材をはじめとする各事業は、お客さまが重なっていながら別々に接点を持っていました。各事業が一つにまとまれば、同じお客さまにあらゆる素材をご提案できます。

しかし、組織図を書き換えただけで人は変わりません。そこで始めたのが「一枚岩合宿」です。経営幹部が集い、自らの生い立ちや価値観まで率直に語り合い、互いの考えの根底を理解する。すでに4期を数え、合宿を経た事業部間で現場同士の相互研鑽が自然に始まるという、想定していなかった大きな喜びが生まれています。この取り組みは海外にも広がり、東南アジアと台湾の自動車関連拠点の間で、社員が国を越えて互いの現場を訪ね合う活動が始まっています。

「豊かさ」とは、快適であるということ

では、暮らしが豊かであるとはどういう状態か。私はそれを「快適」という言葉で捉えています。当社の素材が持つ機能は、断熱、制振、吸音、シール性、軽さ。突き詰めれば全て快適につながっています。

そして、素材が生み出す快適は、環境負荷の低減をも実現します。断熱材は建物の冷暖房エネルギーを減らし、軽量化は自動車の燃費や電費を改善します。当社にとって環境配慮とは、事業とともに取り組むものです。素材の機能



を高めることが社会の負荷を下げることにつながる。この関係を社内でも共有できたことは、ここ数年の最も大きな前進です。

III. 事業の現在

「買う・つくる・売る」を突き詰める

製造業の本質は、「買う・つくる・売る」の3つに集約されます。この言葉に行き着いたのは東北イノアックの時代であり、その後タイでの子会社経営を通じて確信に変わりました。この基本が回っていれば思わしくない事業も必ず立ち直りますが、どれか一つでも緩めば全体が滞ります。中期経営戦略「INOAC2030」も、この3つを軸に前へ進めています。

買う——グローバル調達体制の確立へ

原材料の調達は、今、最も難易度の高い領域です。地政学リスクに加え、国内化学メーカーからの調達も変化しています。かつて日本の材料メーカーは多品種少量に応じ、当社専用の材料も供給してもらえました。それが競争力の源泉でもありましたが、今や同じことは難しくなりました。そのため、良いもの、必要なものを適正な価格で必要なときに調達できるよう取り組み、将来的には、日本・北米・中国の3拠点によるグローバル調達体制の確立を目指します。

つくる——稼ぐ力が企業の持続可能性を支える

「つくる」には3つの意味があります。モノをつくり上げる製造力の「作る」、何をどこでどうつくるか生産技術力の「造る」、新しい価値を創造する開発力の「創る」です。第一の「作る」で問われるのは稼ぐ力です。とりわけ損益計算書に紐づく原価低減を徹底するよう求めています。企業の持続可能性の土台は収益力にあります。稼げなければ、環境対策や人への投資を行うことはできません。第二の

「造る」は設備投資です。老朽化した設備の更新とともに自動化とAIの活用を加速させます。最も難しいのが第三の「創る」、新製品・新素材の開発です。既存技術に安住したい気持ちは誰にでもあります。それでは将来立ち行かなくなります。開発力の「維持・改善・改革」が必要ですが、維持するだけでは陳腐化してしまうため、「維持・是正・改善」を回し、その先に「改革」を置くべきだと考えています。

売る——「素材を売る」から「価値を提案する」へ

3つの中で、今、最も大きな変革を進めているのが「売る」です。当社の営業は長く、お客さまに言われたものをお届けする受注対応型でした。今後は、素材が持つ価値を提案する営業へと転換しなければなりません。「当社の断熱素材を用いれば、室内に流入する熱量はこれだけ減り、室温はこれだけ下がります」と説明できれば、省エネという社会的価値、お客さまの価値、当社の収益、これらが環境負荷低減という共通の成果でつながり、商品を価格だけで比較されることはありません。そのためには、素材がどう使われているかを知り、裏付けとなるデータが必要です。バックデータを持つため、お客さまの製品の使用環境を再現できる試験・評価設備環境を整え、取得するデータの精度を高めています。

IV. 事業の未来

セカイの、ミライの、イノアック。

素材を循環させる

資源の有効活用と再利用は、この先、取引の前提条件になっていくと考えています。樹脂については業界全体で先行していますが、自動車用ゴム部品の再生はこれからという状況です。そこで、当社を含めた4社が幹事会社である中部ゴム工業会で、ゴムのリサイクルに取り組む枠組み

を立ち上げました。現状、回収物流費などの影響で新品よりコストが高くなっているのが課題です。しかし、この活動に賛同する企業を増やし、共同物流などさまざまな物流費低減の知恵を出し合えば、必ずコストは下げられ、新品と遜色ない価格の再生品を提供できる見通しです。

ウレタンについては、社内で先行してケミカルリサイクルに取り組み、自社の工程内で発生する端材を化学的に分解・再生し、原料化から再びウレタンフォームとして発泡させるまでの循環モデルを実現しました。すでに、再生原料を用いた従来と同等の性能を持つ再生ウレタンフォーム「rePURous(リピュラス)」の開発に成功しています。

地産地消の開発体制とカーボンニュートラル

原材料のグローバル調達体制を目指すとともに、開発機能のグローバル化も加速させています。材料の調達地と開発地は本来、近くにあるべきだからです。日本以外では、北米で3か所に分散していた開発機能をデトロイト近郊に集約、中国では上海にウレタン、東莞にゴムの開発拠点を整備しました。それぞれの地域のニーズに合った素材を



その地域で生み出す。この地産地消の体制が、供給網の強靱化にも、環境負荷の低減にもつながります。

カーボンニュートラルへの対応は容易ではありません。2030年度に2013年度比で半減という目標は、工場のエネルギー、物流、資材の使い方まであらゆる局面を見直さなければ到達できない水準です。しかし、国連グローバル・コンパクトへの署名を行い、サステナビリティへの取り組みはやり遂げなければならないという使命感を持って臨んでいます。

ヒトの力 ― 聞くこと、そして伝える言葉

企業にとって全ての基盤は人です。近年、「しゃべくりINOAC」と称して、各地の事業所で社員と役員が直接語り合う場を設けています。若い社員の率直な問いに答え、飾らない言葉で考えを伝えられるこの時間は、私自身にとっても得がたいものです。併せて力を入れたいのがエンゲージメントの向上です。評価の高い拠点は業績も良いという相関が表れており、人が生き生きと働く職場をつくることは経営そのものだと受け止めています。



そのために心がけているのは、伝える言葉を使うことです。例えば、現場で「2S(整理整頓)」と言っても受け止め方は人それぞれですが、「耳を揃えて掃除しよう」と言えば、物の向きや並びを整えながら掃除します。現場が整うと雰囲気が変わり、次はどうしようかと自ら考え始める。経営の考えを伝えるときも、皆が自分の手で実行できる言葉に置き換える、それが経営者の責任だと考えています。

次の100年に向けて

創業100周年は、到達点ではなく通過点です。世界情勢がどれほど変わろうとも、私たちは「素材で暮らしを豊かにする」という一点に立ち返り、ぶれずに歩んでいきます。

多くの個性ある木々で美しい森を築き、素材の力で暮らしを快適にしながら地球環境への負荷を減らしていく。そして、そこで働く一人一人が明るく、楽しく、元気よく力を発揮できる会社であり続ける。

セカイの、ミライの、イノアックになるため、次の100年に向けた基盤を、社員をはじめとするステークホルダーの皆さまとともに築いてまいります。変わらぬご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。



Profile

野村 泰 (のむら・やすし)

1985年 3月	井上エムデーピー (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 社長執行役員(現職)