

世界に誇れる、 化学を。

その仕事は、未来に新しい価値を提案しているか。

人と地球の明日を幸せにしているか。

1915年の創立以来、私たちが追求してきたのは
ほかの誰にもできない、デンカならではの強みを生かして
社会を、世界を、よりよく変えていく挑戦です。

110年を越えて磨き上げた技術と、最新のテクノロジーを
融合させ、化学の未知なる可能性を切りひらくこと。
未来のニーズを予測し、まだ見ぬ豊かさを創造すること。

環境・エネルギー分野での先端素材の開発や
ライフサイエンス領域のさらなる推進など
私たちは多様化する新たな課題にこたえ
化学の力で、人々の暮らしと社会に貢献し続けます。

Denka

デンカ株式会社
東京都中央区日本橋室町2-1-1 日本橋三井タワー
www.denka.co.jp

フランス・リヨン

The Denka Way

Spring
2026 Vol.26

発行/デンカ株式会社 コーポレートコミュニケーション部
〒103-8338 東京都中央区日本橋室町2-1-1 日本橋三井タワー
発行責任者/山本浩之 発行日/2026年4月11日

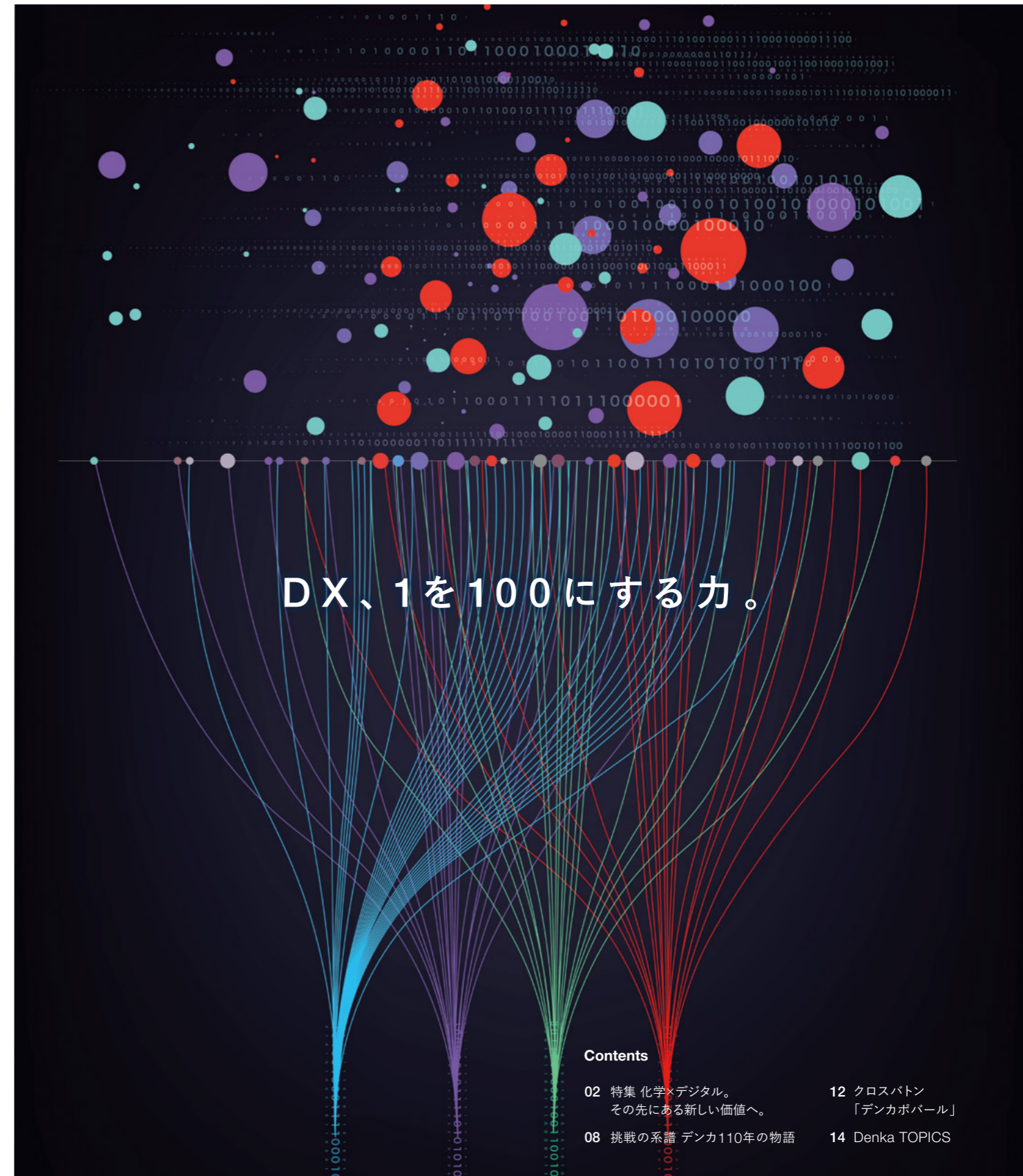


禁煙所指定・掲載

Denka

The Denka Way

Spring 2026 Vol.26



DX、1を100にする力。

Contents

- | | |
|---------------------------------|------------------------|
| 02 特集 化学×デジタル。
その先にある新しい価値へ。 | 12 クロスバトン
「デンカポータル」 |
| 08 挑戦の系譜 デンカ110年の物語 | 14 Denka TOPICS |

化学 × デジタル。

その先にある新しい価値へ。

Denka Digital Transformation



新価値創造に
時間を使える組織へ

2030年の職場像

- ・ムリ・ムダ・ムラの半減
- ・グレーゾーン業務の削減
- ・本来業務へのリソース集中
- ・働きやすさの向上

全社で推進、デンカのDX

2025年12月、デンカは経済産業省が定める「DX 認定事業者」に認定されました。
現在、DXを起点にした全社の変革が進められています。その取り組みの全容をお伝えします。

DXとは？

DX (Digital Transformation) は、デジタル技術を活用して企業のビジネスモデルや業務プロセス、組織文化そのものを根本的に変革し、新しい価値創造や競争力向上につなげる取り組みです。
デンカでは、「Denka Digital Transformation (DDX)」を全社的なDX戦略として掲げ、経営計画「Mission 2030」の実現に向けた重要な施策の一つとして推進しています。一部の部署だけの施策ではなく、企画・生産・管理・販売など全社部門が連携して取り組む戦略であり、単なる業務効率化ではなく、企業の価値そのものを高める変革です。

DDXの特長

デンカのDXは、経営計画「Mission 2030」達成のための手段と位置付けられています。その特長として大きく3点が挙げられます。



1 全社巻き込み型

DX推進部門だけの取り組みではなく、5事業部門、16のコーポレート部門がそれぞれ主体的に推進できる仕組みを確立しています。

DDX推進体制

本社 経営層 DXプロデューサー：事業部門長・コーポレート部長 DXコーディネーター：DXプロデューサーがDX推進者から任命	
本社・支店 DX推進者：部課長 コアメンバー：DP [®] ・実務担当者	事業所 DX推進者：工場幹部・部課長 コアメンバー：DP [®] ・実務担当者

全社のDXを牽引するデジタル戦略部DX支援課と、全事業部門／コーポレート部門から任命されたコアメンバーと共創で、DDXテーマの実装を進めています。

※DP: Digital Pilot。社内のデジタル活用・DX推進の先導役。

2 最小投資で最大成果を目指す

インフラ整備など最低限の投資は計画的に実施していきますが、既存のICT資産を最大限に活用していく方針です。また、システムやアプリケーションは全社で同じものを導入することで二重・三重投資を防ぎ、全社最適を徹底しています。



3 「対話と統制」で推進

マネジメントとしての一定の統制や、プロジェクトを取りまとめるデジタル戦略部の役割は重要ですが、それ以上に、当社のコアバリューである「共感」を大切にしています。デジタル戦略部と現場の対話は年間100回以上行っており、全拠点を対象に粘り強く浸透を図ってきました。



DDXの3大プロジェクト

デンカの各事業部門やコーポレート各部の具体的なDXの打ち手は、大きく3つのプロジェクトに分類されます。3つのプロジェクトとその代表的な事例、そしてプロジェクトを支えるDX支援課メンバーの声を紹介します。

※A・B・Cの各テーマ数は2025年4月時点のもの。



Project **A**
28 Themes

AIによるグレーゾーン業務の撲滅

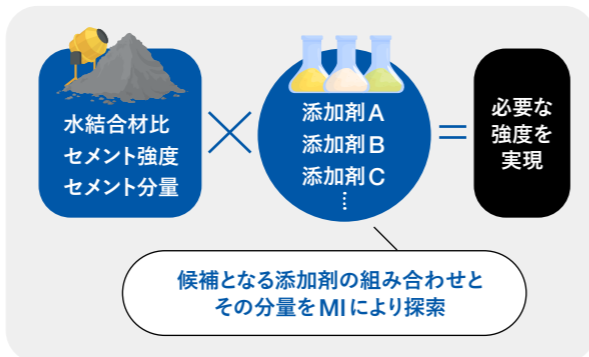
それぞれの職場の定型的な業務を対象に、生成AIをはじめとする先進的なAI技術の活用を通じて、業務の簡略化・自動化を推進します。労働時間の削減を図るとともに、従業員がより創造的かつ戦略的な業務に集中できる環境の整備を目指します。

Case Study

コンクリートの最適配合の効率的な探索

MI^{*}の導入により、新材料の探索や材料開発の飛躍的な高速化・効率化を実現しました。

※MI:マテリアルズ・インフォマティクス。AI(機械学習・ディープラーニング)や情報科学技術を活用し、膨大な実験・論文データから新材料の性能を予測・探索する手法。



コンクリートに配合する複数の添加剤の選択やその分量の調整には、熟練した開発担当者の知見が欠かせず、また最適な配合を選ぶには膨大な工数が必要。

Before

これまでの実験データをもとに、計算条件を設定し、ベイズ最適化(最適な配合を効率的に探索する手法)を用いて、推奨される配合条件、強度の予測値、分析結果を表示。

Action

経験則に基づく試行と比較して、より少ない試行回数で最適条件に近づくことが可能となり、**約1~2カ月の研究期間の短縮に成功!**

After

DX支援課メンバーから

AIは、仕事を楽にする「身近な道具」



はやさか まき 早坂 真貴

日々の業務に潜む「不便な業務」、「ムダな時間の浪費」、「無理な作業」を一つずつ手放していくことで、従業員がより創造的な仕事に向き合える環境を整えていき、生産性の向上に寄与したいと考えています。AIが業務を支える身近な助けとなり、判断や作業の負担を軽減することで、誰もが心にゆとりを持って働けるようになる、その積み重ねを会社全体の活力につなげていくことに大きな意義を感じています。DXやAIを特別なものと捉えるのではなく、皆さんの仕事を楽にするための「身近な道具」にしていきたいです。

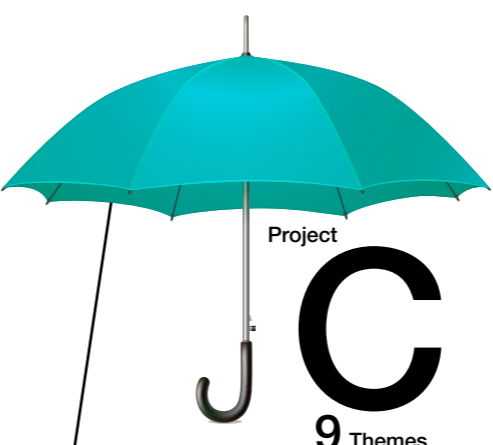
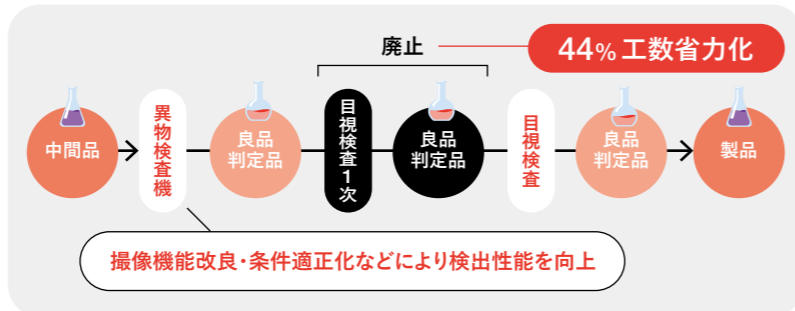
BI・データドリブンによる業務プロセス変革

さまざまなシステムから収集したデータをつなぐデータ活用基盤と、BI(ビジネス・インテリジェンス、企業内に蓄積されたデータに基づき正しくスピーディな判断を行う仕組み)を構築することにより、従業員の意思決定を早く回す文化を醸成し、更なる業務効率化や顧客理解の深掘りや新たな経営課題の発見、新事業の創出を実現します。

Case Study

自動異物検査機の改良による省力化

ある製品の製造の検査・品質保証プロセスにおいて、異物検査機の機能を改修することで、人の目による検査の回数を削減。工数の省力化を実現しました。



Project **C**
9 Themes

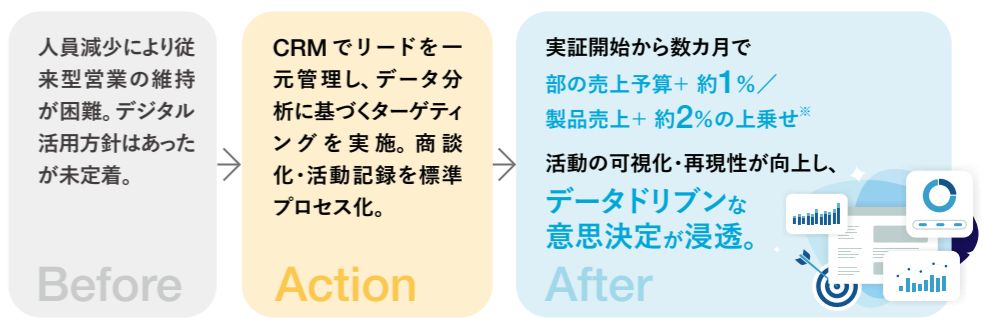
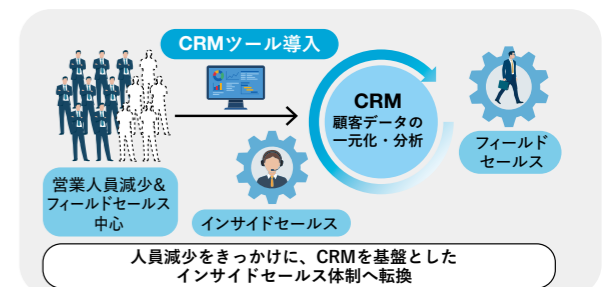
CRMによる顧客満足度向上と新しい価値の創造

営業・マーケティング領域におけるデジタル化を加速させるべく、SFA(営業支援システム)、CRM(顧客関係管理)、MA(マーケティングオートメーション)などのデジタル技術を活用した業務改革を推進していきます。営業・マーケティング活動の高度化と顧客との関係性の深化を図り、顧客満足度の向上と新たな価値の創出を目指し、新規顧客の獲得につなげていきます。

Case Study

限られた人員で成果を最大化する営業モデルの確立

営業人員減少を背景に、CRMを基盤としたインサイドセールス体制を導入。データ起点の営業プロセスを部内標準として設計し、全社展開を見据えた概念実証(PoC)を先行導入して実施。短期間で売上寄与と営業モデルの有効性を確認しました。



※実証(PoC)期間中の指標から試算。

DX支援課メンバーから
全社標準CRMを基盤に価値創造を

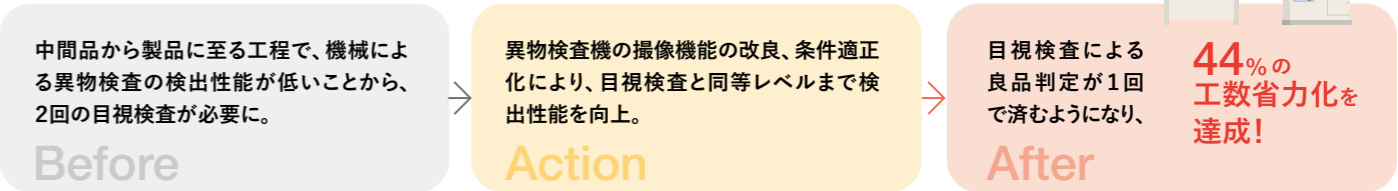


うらの てっぺい 浦野 哲平

顧客起点で新しい価値を創造する仕組みづくりを進めています。全社で共通化すべき領域と、部門特性に応じて柔軟性を持たせる領域を整理するとともに、顧客のニーズや商談、品質に関する情報を一気通貫で捉え、営業・マーケティング・開発・品質を横断して活用しています。こうした取り組みを支える基盤として、全社標準のCRMを活用し、現場の皆さんが顧客理解や提案活動に集中できる環境を提供することで、顧客起点の価値創造が組織として回り続ける仕組みを構築していきます。



Project **B**
50 Themes



DX支援課メンバーから
業務を変え、顧客理解にもつなげていく



はせがわ あきこ 長谷川 晶子

Bのテーマはシステム化を伴うものが多く、「対話と統制」で切り開くDDXをキャッチフレーズに、テーマ起案部門にもガバナンスを発揮していただきながら、対話を重ね、現状把握と要件整理に多くの時間と労力をかけました。また、運用タスクを一つずつ分解し、業務フローとして整理した上で、サンプル画面を用いながら説明することで、実物がない段階でも運用のイメージを持っていただけるよう工夫しています。データ活用を通じて現場の皆さんの業務を「見える化」し、より良い判断や行動につなげていく取り組みは、一部門だけで完結するものではありません。一緒にデータを「作る・見る」だけでなく、「使って業務を変え、顧客理解にもつなげる」取り組みを進めていければと思います。

DDXが目指す未来

Interview



2025年度は「デンカのDX元年」

—なぜ今DXに取り組む必要があるのか、改めて説明をお願いします。

生産効率の向上、人手不足、国際競争力の強化、そして新事業の創出——。製造業である当社を取り巻く環境は変化し続けており、課題は山積しています。こうした課題に真正面から向き合うための手段がDXであり、もはや「やるかどうか」を議論しているような段階ではないと考えています。

デジタル化は今までも部分最適の形で進められてきましたが、DDXは経営計画「Mission 2030」を達成するための手段であり、全社的に展開していくという意味で、2025年度は「デンカのDX元年」と言えるでしょう。

—デンカのDXの特長として「全社巻き込み型」「最小投資で最大成果」「対話と統制」の3つを挙げています。

DXの本質は技術ではなく、コミュニケー

ションです。これまでのデジタル化の取り組みが必ずしも大きな成果を上げることができなかったのは、特定の部署だけの取り組みに留まったり、腹落ち感の足りない状態で自分事化が進まなかったりしたためです。コミュニケーションを大切にすることで、全社において「DXは現場の業務をより楽に、効率的にするためのもの」という共通認識を持たせたこと、プロデューサー・コーディネーター・推進者・DPといった役割を設け、現場で責任を持って主体的に進めることができる体制がとれたことが大きいと思います。

—役割の中でもDP制度を大きなポイントに位置付けています。

DXは人的資本とセットで進めなければ絵に描いた餅にすぎません。デンカでは、ロードマップ策定の1年前からDX人材を育成するプログラムを始めています。

中でも現場での推進役を担うDPの育成が極めて重要です。DPの育成プログラムは1年間にわたり、その後半の3か月間に実務研修(道場)が実施されます。この道場で最初に提示されるのは、「今あるICT資産を用いてDX企画を立てる」こと。新しいシステムやアプリの導入はNGです。例えるなら、今、冷蔵庫の中にある物だけで最

高の料理をつくるようなもので、DXのスキルやセンスが問われます。とはいえ、最初の段階で水準をクリアできる人はほとんどいません。しかし、実務研修後には、多くの人が実装可能な企画を立案できるようになります。車の運転免許に例えると、学科試験で100点を取っても、運転できるようにはなりません。路上での“運転力”を磨く技能試験がこの実務研修にあたります。

もう一つ、DPは、他社のDX推進者と比べて大きな違いがあります。それは、DPにはインセンティブがあることです。賞与において、本業の業務評価とは別に、DXテーマ推進とその成果を評価し、上乘せされています。このインセンティブは、会社としての本気度を示し、DPのモチベーションを高め、DX推進を加速させる一つのエンジンとなっています。

DXの傘をすべての社員に

—DDXはA・B・Cの3つのカテゴリでプロジェクトを推進しています。

例えば、研究部門では「新事業のアイディエーション」での生成AI活用が始まっています。従来、多くの人手と膨大な時間をかけていたアイデア出しがほとんど一瞬で最

きることで、研究開発の飛躍的なスピードアップにつながると期待されています。

また、工場の現場などでは、作業手順書やマニュアルを、生成AIを用いた音声データで共有することにより、安全や品質、保安力の向上などに役立てています。

こうした、各部門から上がってきたDDXテーマは118。これを3つのカテゴリに分類しています。共通の横串を刺すことで、同じカテゴリの取り組みでは先行する知見を活用したり、利用するシステムを標準化することが可能です。

モチーフの「傘」は、DXがすべての社員を包み込み、誰一人取り残さない、そんな思いが込められています。

—DX元年の成果は見えていますか。

デンカでは活用力の高い社員を対象に、生成AIのアカウントを配布しています。つ

まり、バラマキはしていません。これにより、アクティブユーザー比率は95%以上で、AI活用による労働時間の削減効果は一人当たり月7.5時間と高い水準を保っています。ただ、これは裏を返せば、ノンコア業務がまだ多いということでもあります。削減した時間を新価値創造にいかに関り向けていくかが次の課題です。

2030年までに、生成AIを業務で当たり前に使いこなせる人材を1,000人育成し、さらに現場でDXを推進するDPを400人体制で構築することを目指しています。

デンカのコアバリューがDX推進の原動力になる

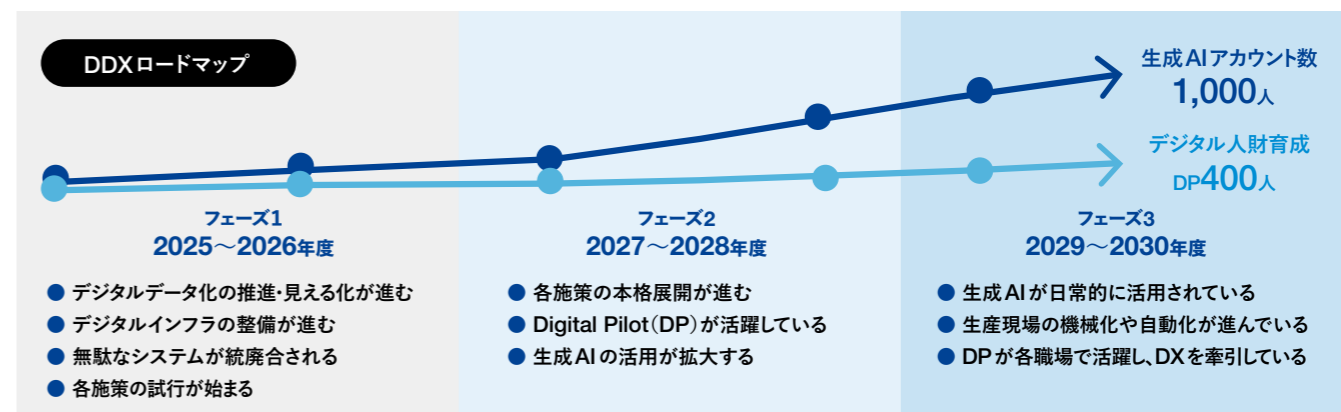
—DDX成功の鍵は何だと思いますか。

DXは「0→1」を生み出すツールではなく、「1→100」へと規模を拡大するための“振

る舞い(行動)”だと言えます。最新技術のみを追いつけるのではなく、DPの実務研修がそうであるように、「今あるもので何ができるかを問い続ける」こと、そして、関係者間で対話を続けていくこと(みんなが同じ方向を向くこと)が重要であり、デジタル戦略部としても、常にこのメッセージを発信し続けることを徹底したいと思っています。

—最後に社員をはじめとするステークホルダーへのメッセージをお願いします。

実は、デンカはDXに向いている会社だと思っています。それは、共感・挑戦・誠実というコアバリューを共有し、決まったことに対して全員で真摯に取り組む風土があるからです。あとは、成果をみんなで実感できるように成功事例を積み重ねていきます。現場の皆さんを力強くサポートしていきますので、一緒に取り組んでいきましょう。



「知ってる」から「できる」へ DDXを担うDP育成

2024年度から開始されたDPの育成プログラム。自社のICT資産を活用したDXテーマを企画する、実践的な実務研修などを1年間にわたって受講します。初年度は78人、2025年度も100人以上のDPが認定される見込みです。

DP研修 受講者の声

エラストマー・インフラソリューション部門 環境・アグリプロダクツ部
ひのにし ゆうだい
日野西 祐大

攻めと守りを兼ね備えたDX文化定着の担い手になる

これまで自身が取り組んできたデジタル領域でのマーケティング業務と、会社全体が本気でDXへ舵を切ったという実感が重なったことが研修への挑戦の契機となりました。研修で特に印象に残っているのはグループワーク。部署や商材、商習慣がそれぞれ違う中、より良い取り組みになるよう意見や知恵を持ち寄り、一生懸命考え抜く姿勢に感激しました。

私は現在、CRMツール起点に、デジタルマーケティングによる見込み客創出で“稼げる実感”をつくり、業務プロセスの見える化・効率化や記録ルール統一による営業情報一元管理を推進しています。新人教育や転入者などの引き継ぎ負荷の低減を実現し、攻めと守りを兼ね備えたDX文化の定着を進めています。DP研修を通じて、共通の意識や志を持つ仲間存在を知り、それぞれの強み、観点を生かした最速・最強のDX実現に向けて、一緒にチャレンジしてみませんか？

挑戦の系譜

デンカ110年の物語

vol. 03 1933-1945

拡大と喪失、戦時を生き抜く電気化学工業 肥料を守り抜いた 近藤鍬次の戦い

操業の危機を乗り越えた電気化学工業は、その勢いを保ったまま海外へと事業の舞台を広げていった。しかしその背後で、国内には次第に戦争の影が忍び寄る。国家による電力統制、軍需生産への強い要請、そして敗戦によってもたらされる海外資産の喪失。今回は、こうした激動の時代を生き抜き、陣頭に立って経営を担った近藤鍬次の視点から、その歩みを振り返る。



近藤 鍬次

1905年に三井物産へ入社。1920年に和賀水力電気専務取締役役に就任し、電気化学工業が同社を吸収合併したことから、1925年に電気化学工業の営業部長に就任。その後、専務取締役、取締役社長として戦時統制に立ち向かい、軍部の圧力の中で肥料生産を守り抜いた。



爆撃により焼け野原となった大牟田駅前付近

世界へ歩みを広げる 電気化学工業

1930年代初頭、電気化学工業は長い苦境を抜け、6期ぶりの復配を果たした。長く会社を率いてきた藤原銀次郎が会長を勇退し、新たに経営の舵を取ったのが

小林正直だった。小林は、私が三井物産時代に薫陶を受けた上司でもあった。小林の下で、当社の海外展開は本格化する。1916年に中国で操業を開始した撫順工場を起点に事業は拡大。とりわけ象徴的だったのが、台湾電力との共同による台湾電化の設立である。資本金200万円

のうち115万円を当社が出資し、小林は同社会長として台湾における化学事業を担った。1937年には元会長の大橋新太郎が会長に復帰し、取締役会長・大橋新太郎と専務取締役であった私の2名が代表取締役を選任された。同年、日中戦争の勃発に

History of Denka

藤原銀次郎が取締役会長を辞任し、小林正直が取締役社長として経営権を握る。

1933

社会のできごと

満州事変(1931年)

三井物産・台湾電力と共同で台湾電化を設立。小林正直が同社取締役会長に就任。

1935



小林社長(前列左から5人目)と大牟田工場職員

創業者・藤山常一が死去

1936

二・二六事件が発生(1936)



大橋新太郎

取締役会長 大橋新太郎と専務取締役 近藤鍬次の2名が代表取締役に選任される。

1937

盧溝橋事件、日中戦争勃発(1937)

・満州電気化学工業が設立され、経営に参加。
・東京都目黒区に「目黒研究所」を開設。

1938

国家総動員法公布(1938)

近藤鍬次が取締役社長に就任

1939

第二次世界大戦勃発(1939)



1941

目黒研究所
地鎮祭

真珠湾攻撃、太平洋戦争勃発(1941)

1944

インドシナ総督府と共同で、印度支那電化を設立。



印度支那電化工業チャンケン工場の全景(当時:仏領インドシナ、現:ベトナム)

太平洋戦争終結(1945)

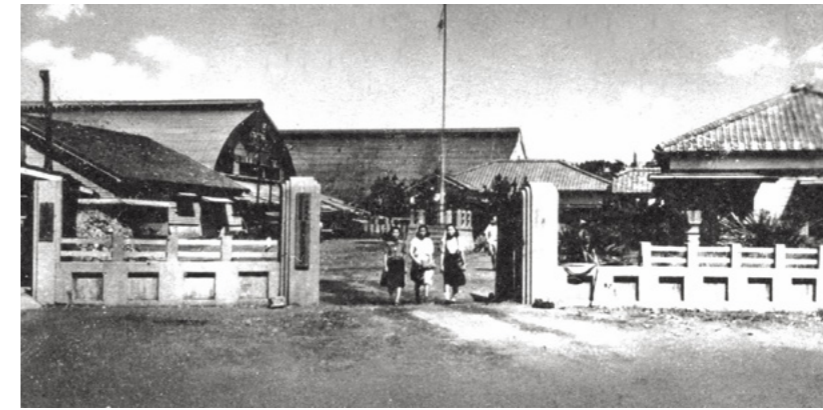
1945

青海工場に酢酸合成工場を建設し、試運転を開始。



酢酸の原料となるアセトアルデヒド蒸留装置

太平洋戦争終結(1945)



台湾電化基隆工場の正門



山東電化の株券

よって国内の戦時統制が強まる中、当社は満州国政府設立の満州電気化学工業に経営参加し、カーバイド・窒素系化学の技術を生かした満州での化学生産体制の構築を進めていった。

「肥料だけは守る」。 統制を敷く軍部との折衝

一方、国内にも戦時体制の波が本格的に押し寄せてきた。国家による電力統制が進められ、民間企業が保有してきた発電所は、国家管理会社である日本発送電へ集約される方針が打ち出された。当社も例外ではなく、長年にわたり生産の根幹を支えてきた大淀川第一・第二発電所などの重要資産が、現物出資という形で事実上の強制移管を迫られた。独自電源を失うことは、単なる資産喪失ではなく、生産計画や事業継続そのものを左右する重大

な転機であった。

さらに1941年、太平洋戦争の開戦によって状況は一段と厳しさを増す。それに伴い、軍部は化学企業に対し、軍需向け化学品への全面的な生産転換を強く求めてきた。それは、我々電気化学工業においても例外ではなかった。そして、戦況が悪化していくにつれて、その要求は日に日に激しくなっていたのである。

しかし私は、国家総動員体制の下にあっても、肥料は食糧増産に不可欠であり、国民生活を支える基盤であるとの考えを譲らなかった。兵器や物資だけでは国家は持ちこたえられない。食糧を支える肥料こそ、長期にわたる国力の土台である。そう考え、私は軍部と粘り強く交渉を重ねた。その結果、当社は軍需生産一辺倒に流されることなく、肥料生産を継続する道を辛うじて確保することができたのである。

接収される海外資産と、 残された希望

1945年、日本は敗戦を迎える。敗戦に伴い台湾電化は賠償工場として接収され、当社はその支配権を完全に失った。満州電気化学工業もソ連軍に接収され、日本人技術者・社員は引き揚げを余儀なくされた。海外で築き上げてきた生産基盤は、一挙に失われたのである。

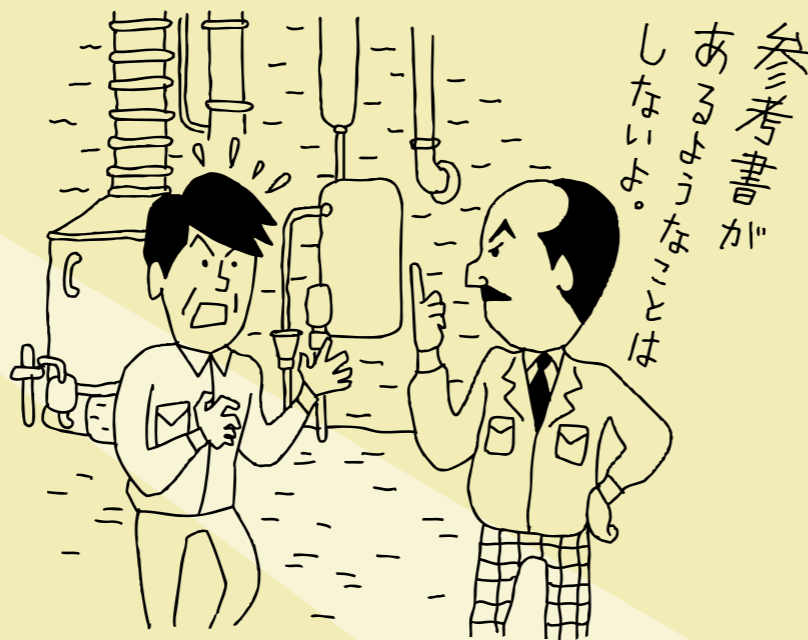
それでも、すべてが失われたわけではなかった。戦時下にあっても守り抜いた肥料生産の体制と技術は、戦後の混乱の中で、再び事業を立ち上げていくための確かな拠り所となった。

海外資産は失われた。しかし、何を守るべきかを見誤らなかつたこと——それだけは、次の時代へつながる希望として残ったのである。

Story 1

日本の電気化学工業の父・藤山常一の死去

デンカの創業者である藤山常一は、1936年1月4日、65歳で逝去した。日本の電気化学工業の礎を築いた藤山は、常に前例なき領域へ踏み出す先駆者であった。その精神を物語る逸話が残る。当時の工務課長が業務で扱う機械について「わかりやすい参考書はありませんか」と藤山に聞いたとき、「参考書があるようなことはしない」と応じたという。既存の答えに頼らず、未知に道を開く覚悟を示す言葉である。仙台・三居沢や青海工場に立つ胸像が示すように、その功績と気概はいまも企業文化の礎として息づいている。



「藤山のやることに参考書はないよ。参考書があるようなことはせぬよ」

(『電気化学工業百年史』より)

Story 3

デンカの事業と雇用を守った、近藤の粘り強い折衝

戦時中、全国の工場に軍需生産への切り替えが迫られる中で、当社にも再三の要請が届いた。近藤はこれに真正面から向き合い、「食糧の確保は最重要の問題で、当社の使命としても肥料の生産は絶対に守らなければならない」と軍部と折衝を重ね、石灰窒素の供給を維持した。終戦翌年の臨時株主総会で近藤は、命令に抗して本業を守り通したことが、戦後ただちに事業と雇用を維持できた要因だと振り返る。非常時であっても「肥料」というデンカの原点を手放さなかった判断は、当社の歴史に刻まれた経営の芯である。



「食糧の確保は最重要の問題で、当社の使命としても肥料の生産は絶対に守らなければならない」

(『電気化学工業百年史』より)



Story 2

さらなる成長の契機となったカーバドアセチレン化学への進出

カーバドから得られるアセチレンを原料とした合成化学に可能性を感じていた近藤は、1938年東京都目黒区三田に目黒研究所を新設し、自ら所長となってカーバドおよび誘導体の研究に着手。さらに1940年には、九州電気工業・日出工場の酢酸合成設備を買収・移設し、その後、青海工場にアセトアルデヒド、追って酢酸のパイロット設備を整備し、カーバドアセチレン化学への展開を進めた。藤山・藤原の時代に固められたカーバドという基礎の上に、近藤はカーバドアセチレン化学という次の成長の芽を育て、新たな成長の道筋を拓いた。

「藤山、藤原の両氏に依て同社の基礎が固まり、近藤氏に依て積極的発展の機運に向った」

(『近藤鍊次翁追想録』より)



Story 4

終戦からの再出発

1945年8月、日本は終戦を迎え、国土は空襲で荒廃し、生産設備は大きく損なわれていた。物価は急騰し、農業も冷害と人手不足で衰え、深刻な食糧難が全国を覆った。肥料工業も設備損傷や資材難で復興が進まず、混乱の只中にあった。こうした状況下で、近藤は終戦直後に全社員へ向けて新たな心構えを示し、会社の再建と国の復興に力を尽くすべきだと訴えた。敗戦を受け止めつつ、忍耐と努力によって再び国を立て直すという強い意志を示し、社員を鼓舞したのである。この覚悟こそが、戦後のデンカの歩みを支える原動力となった。

「戦いは終わった。そして戦いはこれからである。この敗戦の屈辱を決して忘れてはならない…」

(『近藤鍊次翁追想録』より)

Cross Batton

クロスバトン

デンカの製品に、営業や開発、製造などそれぞれの立場から関わる社員の思いをひもときます。

新たな需要を見つけ、販売拡大へ

ポパールの輸出販売をはじめ、生産計画の立案、在庫管理、物流管理など幅広い業務を担当しています。輸出販売では、海外のお客様と交渉を行い、当社の海外支店と協力しながら、ポパールの販売拡大、新規用途の開拓に取り組んでいます。また生産計画では工場と密に連携し、効率的な生産順序やトラブル時の調整などを行っています。

ポパールは、接着剤や繊維などに使われ、既存用途だけでも多種多様です。また、時代に沿って新たな用途が生まれる点が、この製品の大きな魅力です。最近では、水溶性や生分解性といった特性を活かし、半導体などの電子材料用途や、環境対応分野での需要が高まっています。現在は、そうしたニーズに対応した水溶性の繊維やフィルム用途の販売を拡大しています。

自らを高めて、事業も成長させる

前職は自動車部品メーカーで、ドイツを拠点に国内外の自動車メーカーに自動車部品の営業をしていました。次のキャリアを考えたときに、より幅広い分野に製品を展開する、化学・素材メーカーに興味を持ち、デンカへの入社を決意しました。その希望通り、今では幅広い用途を持つポパールを担当できています。しかし、ポパールは今、既存用途の一部は国内を中心に需要が下落傾向にあります。

こうした需要の変化に柔軟に対応するためにも、前職から培った海外での営業経験をもとに、日々の業務を通じて国際的なビジネスに関する知識、経験を蓄えていきたいです。そうすることで、自身の強みである英語力や海外での交渉力をさらに高めていきます。そして、販路拡大や継続的な利益拡大に貢献する存在へ成長し、ポパール事業の成長を支え続けていきます。



世界中に届ける

可能性を秘めた素材を

ポリマーソリューション部門
スチレン・化成品部
たかはし りゅうた
高橋 龍太

Profile
自動車部品メーカー営業を経験後、2023年4月にデンカ入社。前職の海外勤務経験を活かし、ポパールの輸出販売や荷練り業務に携わる。週末は音楽ライブに足を運び、心身ともにリフレッシュしている。

● 今回の製品 ● デンカポパール



溶け込み、馴染み、支えていく力。

デンカが製造するポリビニルアルコール (PVA) 樹脂で、水に溶ける性質を持つ白色の粉末・顆粒状の高分子材料。高い水溶性、優れた接着力、油に溶けにくい耐油性、強い皮膜をつくる造膜性などが特長で、紙加工、繊維用糊剤、乳化分散剤、接着剤、フィルム材料など幅広い分野で利用されている。

Data ■生産拠点 青海工場
■販売担当 ポリマーソリューション部門

ユニークな特性で時代に応える製品

あなたが目指す「スペシャリスト」とは？

強みをもとに自分ならではの価値を提供できる人。特定の分野に強みを持ち、自分にしかできないことを追求し続けるスペシャリストを目指していきたいです。

高橋さんにとってどんな製品か一言で言うと？

潜在的可能性に満ち溢れた素材

あなたが目指す「スペシャリスト」とは？

常に知識をアップデートして、最善の可能性を考え、行動できる人。これを実現し、少しずつ、周囲からの信頼を積み上げていきたいと考えています。

木村さんにとってどんな製品か一言で言うと？



幅広い視野を持ち

製品の新たな可能性を探る

前例にとらわれず 挑戦を続ける

私は現在、ポパールの研究開発に携わり、新規用途や高付加価値用途の検討を担当しています。営業部門との打ち合わせや展示会、特許情報などからヒントを得て、ポパールの新たな可能性を探り、実験や分析を重ねながら実際に使えるかどうかを確かめています。

デンカはポパールメーカーとしては決して規模が大きいとは言えません。しかし、この規模だからこそ、他社が手を伸ばしにくい分野や用途にも柔軟に踏み込むことができるのが強みだと感じています。前例にとらわれず、「まずはやってみよう」と動ける環境は、研究者にとって大きな魅力です。

「新たな用途開発」という 使命のために

ポパールは汎用品としての安定した価値を持つ一方で、まだ十分に引き出されていない可能性を秘めた素材でもあります。その力をどう見つけ、どう形にしていけるかは、研究に携わる私たちの使命です。そのためにも、既存の知識や成功体験にとどまらず、常に情報をアップデートし、新しい視点を取り入れ続けることが欠かせません。

私が目指しているのは、知識を蓄えるだけでなく、それらを組み合わせる最善の選択肢を導き出せる技術者です。材料に関する専門性を磨くことはもちろん、他分野にも視野を広げながら挑戦を重ねることで、これまで想定されていなかった使い方を提案できる存在になりたいと考えています。

研究は一人で完結するものではありません。営業部門や他工場、イノベーションセンターなど、多くの方との対話の中で新たな気づきが生まれます。人とのつながりを大切にしながら、ポパール、そしてデンカの素材の可能性をさらに引き出していきたいと思っています。

12-3
Dec. Mar.Pick Up
Dec.

第3回「Denka Innovation Day」開催！

2023年度よりスタートしたビジネスアイデアコンテスト、デンカイノベーションデイ。
第3回となる本年度は23件のアイデアが寄せられ、
一次審査、二次審査を経て新事業候補として3件が最終審査へ進みました。

本 コンテストは、デンカのコアバリューである「挑戦」を体現するとともに、デンカの未来を担う新たなビジネスアイデアを発見し、イノベーションを促進することを目的としています。

最終審査では、候補となる3名の社員による発表の後、審査員である今井会長、石田社長をはじめとした当社役員陣による厳正な審査が行われ、1位～3位の順位が決定しました。



最終審査会で挨拶する石田社長



Denka Innovation Dayで上位に輝いた3名の方に、コンテストに参加した理由や、そこから学んだことについて伺いました。



1位

インフラソリューション研究部
やなぎ しんいち
柳 慎一さん

M職という立場上、業務に受動的な姿勢に陥りやすいため、自主的にやりたいことを形にできる貴重な機会と捉え、今回のコンテストに応募しました。本取り組みを通じて、市場が何を求めているかを把握し提供することの重要性を再認識しました。特に、プロのメンタリングを受けながらスタートアップについて学んだ経験は、自身の価値観を大きく変えるものでした。一方、通常業務と異なる分野であったため実験材料や設備の準備に苦労し、AIや有識者との対話を重ねて仮説検証の構想を練りました。また、趣味に近い分野でもあり、これまでの経験が着想につながりました。今回の結果に慢心せず、本テーマに真摯に向き合い、成長と成果の両立を目指します。



2位

デンカアツミン製造・開発課
たかはし まちこ
高橋 真智子さん

デンカアツミンが製造する腐植酸は作物の環境ストレスを軽減する効果があり、研究を進める中で農業以外の活用の可能性も見えてきました。企画検討では多様な方々の意見を聞き、自分にはない発想やアプローチを得られたことが大きな学びでした。一方で、収益性の根拠づくりや実現に向けたスケジュール設計、市場分析による獲得シェアの裏付けには苦労しました。専門家へのインタビューを行い、仮説ごとに必要なデータを整理しながら検証を進め、企画として形にしていきました。今回の挑戦で発想力やビジネスモデルの精度を高めることができ、腐植酸の持つポテンシャルをより多くの人に届けたいという思いが一層強まりました。今後も課題の一つずつ丁寧に検証し、腐植酸ならではの価値を世の中に提案していきたいと考えています。



3位

ライフイノベーション部門POCT開発部
たけした なおき
竹下 直輝さん

五泉事業所への配属を機に家庭菜園を始め、実家で菜園をしている父との会話が今回のアイデアのヒントになりました。日々の発想が事業として成り立つのか試したい気持ちがあり、過去の参加経験もあって今回の挑戦となりました。コンテストでは普段触れない材料や技術に触れ、視野が広がるとともに、他事業所との新しいつながりも得られました。アンケート作成では質問の偏りをなくす工夫や集計に苦労しましたが、これまでの経験を活かし目的に合う調査設計に近づけることができました。

今回の挑戦で事業化までの流れを理解し、多くの学びを得ました。今後は日々の気づきから生まれる小さな発想も大事にし、実現性のある提案につなげていきたいと思っています。今回の経験を糧に、次回も挑戦したいです。

Jan.

「ファイナルイベント ありがとう大船工場～76年の感謝を込めて～」を開催

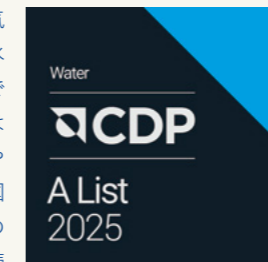
3月末に閉鎖する大船工場で、1月22日に従業員への感謝と新天地での活躍を願う記念イベントを開催。今井会長・石田社長をはじめ多くの関係者が参加し、参加者への労いの言葉とともに、工場の歴史や挑戦の歩みが振り返られた。西村工場長の挨拶では、76年の歴史を支えた従業員への感謝と「大船のプライド」を胸に新たな舞台で活躍してほしいとの思いが語られた。クイズ企画など和やかな交流も行われ、参加者が互いの健闘をたたえ合う会となった。



Jan.

CDP2025「気候変動」で「A-」、
「水セキュリティ」で「A」の評価を獲得

デンカはCDP2025において「気候変動」分野で「A-」スコア、「水セキュリティ」分野では2年連続で「A」スコアを獲得した。CDPは企業の環境情報開示の透明性や経営の関与等を評価、提供する国際的な非営利団体であり、今回の結果は当社の環境活動が引き続き評価されたものである。当社は2050年カーボンニュートラルの達成に向け、2030年までにCO₂排出量を2013年度比で60%削減する目標を掲げている。自社水力発電の活用、再エネ導入、プロセス革新、製品ライフサイクル全体での排出削減など、長期的な企業価値の向上とESG経営の深化を推進していく。



Feb.

環境省「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」
で「環境サステナブル企業」に初選定

デンカは、環境省主催の「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」において、「環境サステナブル企業」に初めて選定された。本アワードは、環境課題を経営戦略に取り込み、企業価値向上と環境への正の効果を創出する企業を選定・表彰する制度である。当社は、長期的な企業価値の向上とESG経営の深化に向けた取り組みについて積極的な情報開示を行っており、これらの実績が総合的に評価された。



Jan.

早期消化管がんESDシミュレータモデルを
共同開発

侵襲的内視鏡手技に対するシミュレータ開発「Medical RisingSTAR®」プロジェクトの第三弾として、デンカは東北大学、ユー・エー(株)と共同で、早期消化管がん治療ESD*を一連の手技で学べるドライシミュレータを開発した。特殊な軟質素材を用い、粘膜層・粘膜下層・筋層のヒト同様の多層構造を持つシートで、出血・止血、誤操作による穿孔の再現まで可能とし、初学者の安全な習得から熟練者の高難度症例トレーニングまでを想定。医療の質向上と人材育成への貢献が期待される。



*ESD…Endoscopic Submucosal Dissection内視鏡的粘膜下層剥離術

Feb.

大牟田文化会館のネーミングライツを取得

大牟田文化会館のネーミングライツの取得が決定。1916年に大牟田市で操業を開始して以来、地域で事業活動を継続してきたことから、企業認知の向上と地域社会への貢献をさらに深めることを目的に取得。文化・芸術活動の拠点である同会館の利活用促進に寄与するとともに、地域活性化に資する取り組みを積極的に進めていく。



Mar.

福岡ソフトバンクホークスとの
オフィシャルスポンサー契約を更新

福岡ソフトバンクホークスとのオフィシャルスポンサー契約を2026年シーズンも更新することを決定。デンカは社会貢献方針においてスポーツ振興を掲げ、1916年の大牟田工場の操業以来、大牟田工場を通じて当地域と長年深い関わりを築いてきた。本取り組みを通じて地域とのつながりを一層強化するとともに、スポーツを通じた社会貢献を推進していく。

