

特集

海外子会社
(タイ)

ASEAN成長市場を捉え、 高付加価値戦略で持続的成長を目指す

▶ 東京インキ(タイ)株式会社 取締役社長インタビュー

当社グループ化成品事業の収益拡大を支える東京インキ(タイ)株式会社(以下、TIC-T)。
モビリティ分野や機能性包材用途を中心に事業を拡大する同社の
現在地と今後の展望について、TIC-Tを率いる大森社長に伺いました。

ASEAN市場とともに成長する製販一体拠点

—— 現地ニーズに応える事業基盤を確立

TIC-Tは2010年にタイで設立されました。設立当初はマスターバッチの販売会社として事業を開始し、その後、現地の日系自動車メーカーや食品包装メーカーへの事業拡大を目的に、2015年には自社工場を本格稼働。これにより、販売機能に加えて試作・製造・品質管理機能を備え、日本品質の製品をASEAN域内で安定供給する体制を構築しています。



東京インキ(タイ)株式会社
取締役社長

大森 善晴

日本とASEANをつなぐ「第5の工場」へ

—— 化成品事業の最適生産を支える重要拠点に

TIC-Tは設立以来、当社グループの海外生産拠点として事業を発展させてきました。近年はタイ国内外への販売に加え、日本向け製品の生産・供給も担う等、グループ全体の生産最適化に貢献しています。

設立当初は国内工場の生産能力を補完することが主な目的でしたが、現在では日本とタイそれぞれの強みを活かした生産体制へと発展しています。国内工場が高付加価値製品の開発や生産に注力する一方、TIC-Tでは品質を維持しながら効率的な生産を担い、化成品事業の収益を支える存在となっています。

また、日本で生産していた製品の一部をタイで生産し、日本へ供給する取り組みも進めています。日本向け製品の生産も着実に拡大しており、TIC-Tは単なる海外工場ではなく、化成品事業全体の最適生産を支える「第5の工場」として存在感を高めています。

更に、タイで調達可能な原材料を積極的に活用することでコスト競争力を高めるとともに、原材料調達先の多様化による供給リスク低減にも取り組んでいます。生産面だけでなく、グループ全体のサプライチェーン強化という観点からも、その役割はますます重要になっています。

「量」ではなく「質」で収益力を高める

—— 高付加価値製品へのシフトを加速

TIC-Tの成長を支える大きなテーマは、販売数量の拡大だけに頼らない、収益性を重視した事業運営です。

現在の顧客構成は日系企業が大部分を占めていますが、重視しているのは顧客属性そのものではなく、付加価値の高い製品をいかに提案できるかという点です。ASEAN市場は引き続き成長が期待される一方、タイでは市場の成熟化や競争の激化も進んでいます。そうした環境の中で、機能性添加剤をはじめとする高機能・高付加価値製品の拡販に注力しています。

販売数量の拡大だけを追い求めるのではなく、お客様が価値を認める製品を増やし、収益性を高めていくことを重視しています。農業資材や土木資材等新たな用途分野への提案も進めながら、利益率を重視した事業構造への転換を推進しています。

こうした取り組みは、当社グループが進める構造改革の方向性とも一致しています。付加価値による差別化を進めることで、景気変動や価格競争の影響を受けにくい収益基盤の構築を目指しています。

「まずやってみる」姿勢が競争力を生む

—— 生産・技術・開発が一体となった現場対応力

競争の激しいタイ市場の中で、TIC-Tが成長を続けている背景には、同社ならではの現場力があります。

大規模な組織ではないからこそ、生産・技術・開発が一体となって動くことができ、意思決定のスピードと柔軟な対応力を発揮しています。顧客からの要望や試作案件に対しても、まず挑戦してみるという姿勢を大切にしており、それが競争力の源泉となっています。

可能性を先に否定するのではなく、まず取り組んでみる。その積み重ねが、多様なニーズへの対応力につながっています。

こうした姿勢は、東京インキなら相談できる、まず試してくれるという顧客からの評価につながり、新規案件の獲得や既存顧客との関係強化にも結び付いています。製品そのものの機能だけでなく、現場の対応力や挑戦する姿勢もTIC-Tの強みとなっています。

サステナブル製品でASEAN市場を広げる

—— 環境対応と成長市場開拓を両立する

環境対応やサステナビリティへの取り組みも、今後の成長に欠かせないテーマです。

TIC-Tでは、フードロス削減に貢献するモノマテリアル鮮度保持マスターバッチや、リサイクル材料を活用した環境配慮型製品の開発・販売を進めています。また、リサイクルカーボンブラックを活用したマスターバッチの開発等、タイならではの素材やサプライヤーとの連携も進めています。環境性能と機能性を両立した製品提案の強化にも取り組んでいます。

今後はタイ国内だけでなく、ベトナム、インドネシア、フィリピン等高い成長が続くASEAN各国への提案も強化していく方針です。特に高機能添加剤等付加価値の高い製品を中心に市場開拓を進め、タイを拠点としたASEAN戦略を加速していきます。

成長市場の需要を取り込みながら環境配慮型製品の拡充を進めることで、経済価値と社会価値の両立を目指しています。価格だけではなく、機能性や環境性能を通じて選ばれる製品を増やすことが、今後の成長を支える重要な取り組みとなっています。

人材と組織の強化が次の成長を支える

—— 持続的成長に向けた基盤づくり

事業を継続的に成長させるためには、人材と組織基盤の強化も欠かせません。

人材育成においては、タイの文化や商習慣を尊重することを重視しています。現地の価値観を理解しながら外部セミナーや研修の機会を提供し、従業員一人ひとりのスキル向上と成長を後押ししています。更に、自律的に行動できる組織づくりを進めることで、持続的な成長を支える人材基盤の強化に取り組んでいます。

一方で、人材確保を通じたBCP(事業継続計画)体制の強化は今後の重要課題です。少人数組織だからこそ、一人ひとりが幅広い役割を担っており、収益力向上によって人員を厚くしながら、特定の人材に依存しない体制づくりを進めています。また、事業拡大と人材育成を両立しながら変化に強い組織づくりを推進しています。収益力向上を組織基盤の強化につなげ、その基盤が更なる成長を支える好循環の実現を目指しています。

受け継いだ基盤を、次の成長ステージへ

—— ASEANにおける

当社グループの中核拠点を目指して

TIC-Tは、設立以来築いてきた事業基盤を土台に、次の成長ステージへ進もうとしています。

現在の成長拡大路線は、2010年の設立以来築き上げてきた基盤の上に成り立っています。工場を持つ海外拠点として当社グループの発展を支えてきた歩みを受け継ぎながら、更に成長へつなげていくことを重要なテーマとしています。

安定した利益の確保と事業規模の拡大を両立し、収益力向上を通じて人材や組織基盤を強化することで、ASEANにおける当社グループの中核拠点としての役割を更に高めていく考えです。現地のお客様との信頼関係を深めるとともに、日本との連携を強化しながら新たな事業機会の創出にも取り組んでいきます。

また、これまで築き上げてきた基盤を受け継ぎ、その上で更なる成長と発展を実現することに重点を置いた会社運営を進めています。常に前向きな姿勢を大切にしながら、収益力の向上と事業拡大を両立し、将来的にはASEAN地域における飛躍を目指しています。