

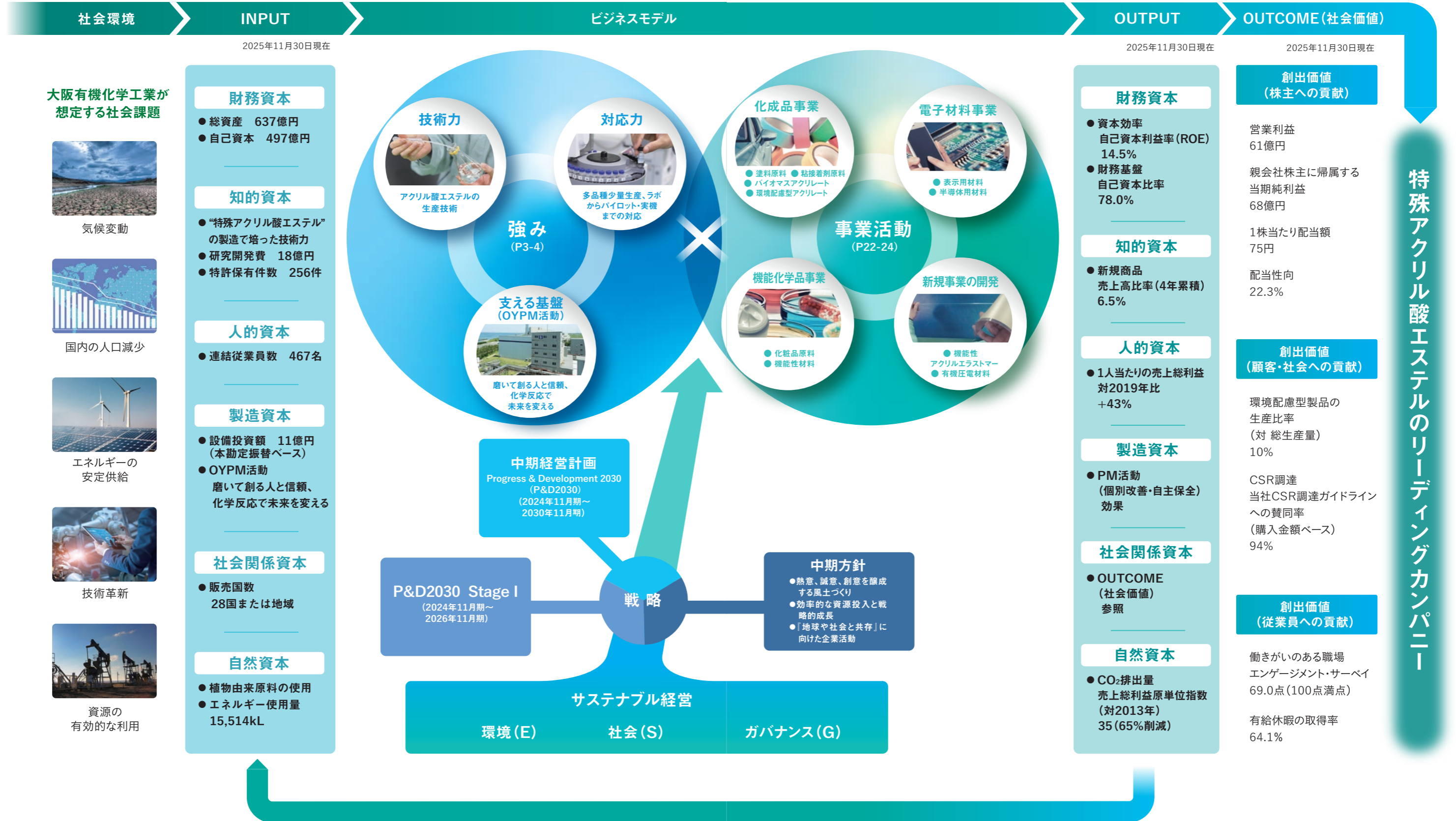
大阪有機の価値創造プロセス

大阪有機化学工業の経営理念

わたしたちは、一人ひとりの個性を大切に、ユニークな機能を備えた材料を提供することにより、お客様と共に社会の発展に貢献します。

経営ビジョン

特殊アクリル酸エステルのリーディングカンパニーとして、グローバル市場に価値を提供する。



特殊アクリル酸エステルのリーディングカンパニー

事業本部長

新規開発と成長領域の拡大に努めるとともに戦略製品の利益を最大化、加えて海外市場で確固としたポジションを確立します。

取締役 執行役員
事業本部長兼海外事業部長
小笠原 元見



3事業揃って、極めて順調に推移

中期経営計画「P&D2030」の2年目となる2025年度は、当社が目指す将来像の実現に向け、成長領域の拡大と海外事業の基盤強化に注力しました。「P&D2030」は当社を「特殊アクリル酸エステルのリーディングカンパニーとして、グローバル市場に価値を提供し、グローバルで選ばれるパートナー」へと進化させるための中長期戦略です。成長分野である半導体用材料、電子材料、環境対応材料に重点的に投資し、事業ポートフォリオの収益力の強化を継続的に進めていきます。

2025年度を振り返ると、3事業セグメントすべてにおいて当初計画を上回る業績を達成しました。化成品事業、機能化学品事業については海外市場における顧客とのネットワークの拡大が進み、事業基盤の強化につながりました。電子材料分野では先端半導体向け材料に対する引き合いが、第2四半期から著しく回復し、その後も好調を持っています。その背景には、生成AIの急速な普及に伴って、世界各地でデータセンターが相次いで新設されていることによる先端半導体のニーズの高まりがあります。先端半導体のニーズは今後、フィジカルAIに象徴されるエッジAIの進展に伴い、さらに加速していくと考えられるため、当社も万全の体制で対応していきます。

ニッチ領域で高付加価値製品を提供

当社はこれまでニッチトップを確保する戦略を徹底してきました。この戦略により確実に成果を出してきた一方では、競争の出現や方式の転換などのリスクもあると認識しています。抜きん出たトップランナーがいれば、そのポジションを狙う競争が必ず出てくるでしょうし、製品のベースとなる方式が一変すれば、当社の優位性は失われかねません。そのようなリスクにも機敏に対応できるよう、常に情報収集を徹底して新規開発に努めています。

差別化ポイントにエッジを効かせて競争優位を維持するた

めには、研究開発から生産・製造まで一連のプロセスに磨きをかけ続けなければなりません。特に半導体領域などは成長分野であるため、常に先手を打ち続けられる体制を整えています。直近の課題は、半導体の微細化や高集積化に対応できる材料開発や品質向上であり、また、この課題に対応できる精緻な生産技術とそれを支える設備が必須となります。今後も続く予想されるAIそのものの進化に加えて、いずれスマートフォンやPCにもAI機能が標準仕様として搭載されるようになれば、先端半導体に対する需要はさらに伸びていくものと考えられます。一連の課題解決と需要増への対応、さらにBCP対応の観点も踏まえて、先端半導体の材料生産のため酒田工場に思いきった投資を行います。

海外拠点を強化、売上拡大につなげる

「P&D2030」ではアメリカを重要成長市場と位置づけ、グローバル事業の中核拠点として強化していきます。新中村化学工業株式会社様との合併会社 Visnex Chemicals Corporationをニュージャージー州に設立し、さまざまな材料の需要拡大に対応します。同時に北米調達網とロジスティクスの最適化による供給リスクの低減、および現地生産・現地品質保証体制の早急な確立も重要課題と認識しています。機能化学品事業の化粧品については、以前からの中国拠点に加えて昨年新たに構築した韓国拠点も活用して展開を推進しています。海外での展示会出展、顧客訪問など当社の認知度を高める活動に対しては、着実な手応えを感じています。当社の材料は中国、韓国、台湾などを含めたアジア地域の文化や習慣ともマッチングし、市場で好評を得ています。これらの経験や知見を活かしアメリカ市場の開拓も進めていきます。

新たな開発テーマ獲得のため、展示会のほかにホームページでの情報発信にも注力しています。最近では海外からの問合せも増えてきており、そこから入った問合せに機敏に対応し、提案営業から新規顧客獲得につなげており、この体制も当社の強みの一つです。

化成品事業



塗料原料



バイオマスアクリレート

製品詳細はWEBサイトをご参照ください。
<https://www.ooc.co.jp/products/chemical/>

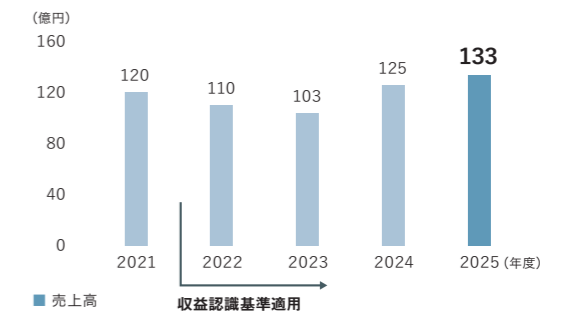


主力製品の競争力強化と新規開発に重点

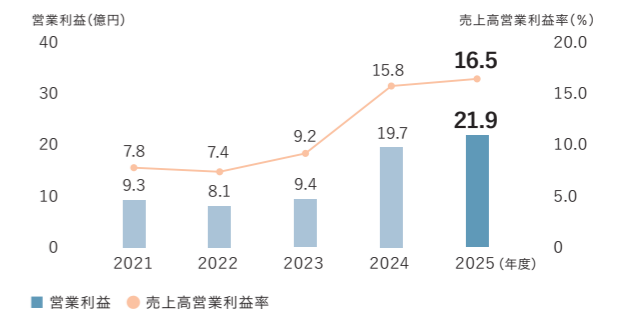
化成品事業では、4-HBA(4-ヒドロキシブチルアクリレート)をはじめとする主力製品の競争力強化に努めました。生産設備の能力増強投資や生産性改善のための技術改良を行いグローバル市場でのポジションを確固たるものにしていきます。当社の強みは、競争を圧倒する生産能力と安定した品質です。また、商品ラインナップの充実にも努めてきたバイオマスアクリレートについて、現状は少し伸び悩んでいますが、脱石油の観点から見れば数年先には期待できると考えています。海外市場での拡販については、2024年の韓国法人に続いて、2025年にはアメリカ法人を立ち上げました。各拠点での事業運営を安定化させ、成長軌道に乗せるための取り組みを進めています。その一例が、既存顧客に対する新たな付加価値提案です。具体的にはお客様の工数を削減し、さらにはコスト削減につながるようなソリューション提案に注力しています。これは従来の材料提供から一歩踏み出す新たな動きです。実際に顧客サイドでも新たな設備投資が難しくなっている状況であるため、材料プラスアルファの加工提案は好意的に受け止められています。

このような動きを進めるために必要なのが、顧客とのコミュニケーション強化であり、それを支える人材育成です。当社にはこれまでに蓄積されたノウハウがあり、その次世代への継承に力を入れています。とはいえ新たなプロジェクトチームを編成する手法は取らず、各セグメントの中で、例えばOYPM活動の一環として展開しています。このような活動を通じて当社の技術や文化を継承できている手応えがあります。

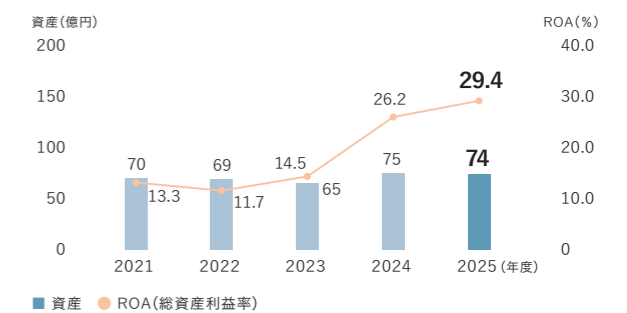
売上高



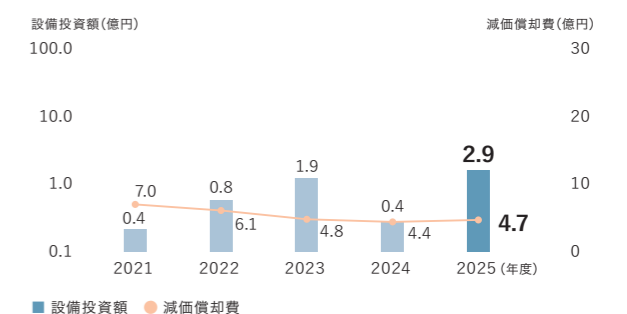
営業利益 / 売上高営業利益率



資産 / ROA



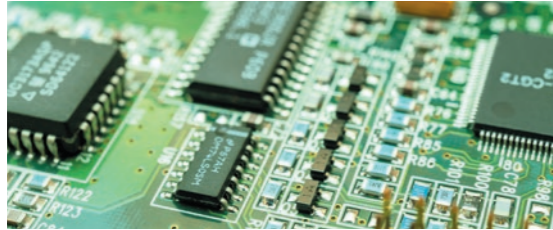
設備投資額 / 減価償却費



電子材料事業



表示用材料



半導体用材料

製品詳細はWEBサイトをご参照ください。
<https://www.ooc.co.jp/products/electronic/>



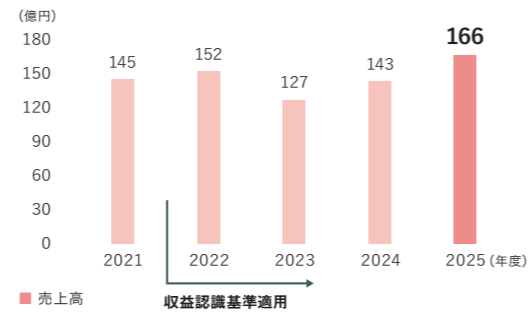
中長期的な成長機会を拡大しつつ、安定供給も確保

電子材料分野では、最先端領域となるEUV(極端紫外線)向け材料の開発を加速するとともに、これまでの主流であるArF向け材料についても市場シェアの維持と拡大に努めました。ディスプレイ分野については、全般的には落ち込み気味ではあるものの、新開発の厚膜レジスト材料が顧客採用されたため、全体的なバランスは取れています。ただし、厚膜レジスト材料などを展開する一方で半導体後工程における配線密度を高める微細加工のニーズに対応するため、材料開発やこれを活用するソリューション提案を強化しています。その結果として、新たな共同開発案件を複数獲得しています。

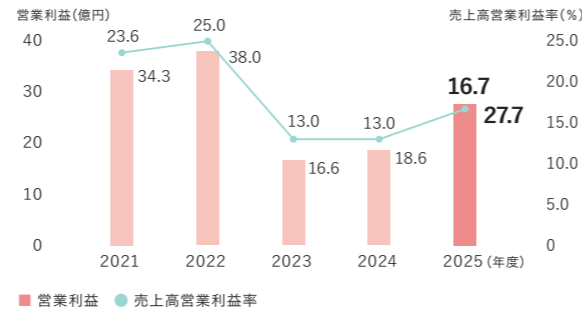
今後の課題は、顧客から求められる新規開発ニーズに対し迅速かつ的確に対応することです。特に半導体では、微細化、高集積化に対応する材料開発や品質強化、精緻な生産技術の強化が欠かせません。顧客からの要請は増加傾向にあり、いずれもスピーディーな対応を求められており特に最先端領域では、早急なサンプルの提供とその評価結果に応じたスケールアップテストへと迅速につなげることが必須です。

また、2028年に完成する予定の酒田工場の設備は伸びゆく先端半導体需要に対応し、原材料の安定供給体制の構築を目指すものです。酒田工場ではEUVレジストとArFレジストの最先端領域に対応していきます。

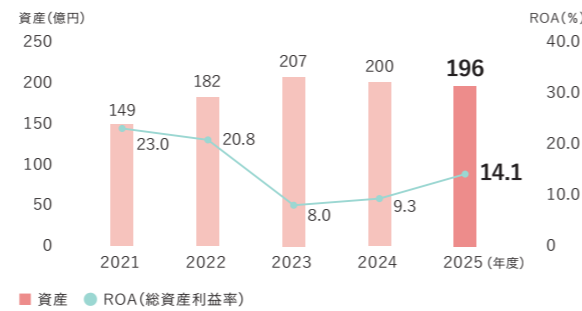
売上高



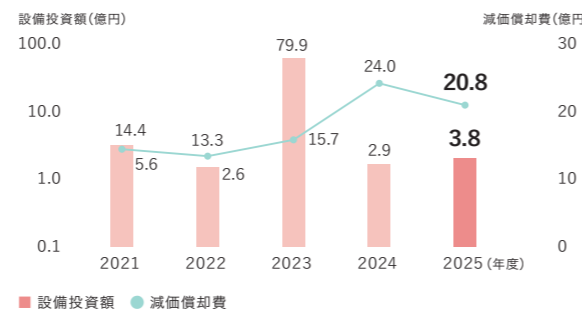
営業利益 / 売上高営業利益率



資産 / ROA



設備投資額 / 減価償却費



機能化学品事業



化粧品原料



機能性材料

製品詳細はWEBサイトをご参照ください。
<https://www.ooc.co.jp/products/function/>



海外拠点開設に伴い、海外市場開拓に重点を

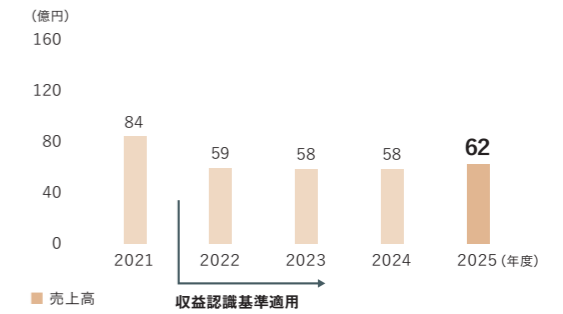
機能化学品の化粧品原料については、輸入化粧品が増えている状況もあり、国内の化粧品マーケットは厳しい状況となりつつあります。そのため当社は、海外市場の開拓を推進しています。具体的には、中国、韓国、アメリカの海外拠点を軸とする展開です。海外での販売チャンネルを増やすため、展示会や技術交流会などに積極的に参加してきた成果として、新規顧客が増えつつあります。

化粧品原料関連の課題は新規商品の開発です。地域性に合わせた機能材料の提供だけでなく、各国の法規制にも適切に対応しています。

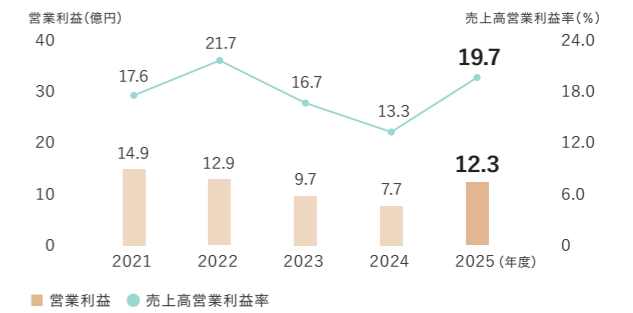
今後の展開については、国内と海外の二面対応が必要です。すなわち国内市場と成長著しい海外市場で相次いで生まれるさまざまなチャンスを着実に掴まなければなりません。そのため既存商品の拡販はもとより、新たな材料開発へのチャレンジに取り組んでいます。バイオマス由来の材料を使用した製品開発はその一つです。化粧品関連では自然由来原料はエンドユーザーニーズに対する差別化ポイントとして欠かせません。そのため、化成品で開発したバイオマスモノマー関連の材料は、機能化学品への応用も可能であるため、化粧品に適用して新たな展開を構想しているところです。また化粧品関連で培った技術を活用した水溶性ポリマーの他用途展開では、半導体の製造工程に欠かせないCMPスラリーへの適用に取り組み、すでに少量ですが販売も始まっています。

いずれにしても化学製品は、開発から市場投入までを10年程度のロングスパンで捉える必要があり、今後も常に先を見据えた新たな開発に注力していきます。

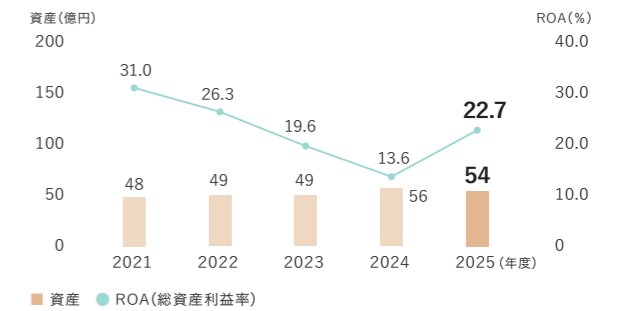
売上高



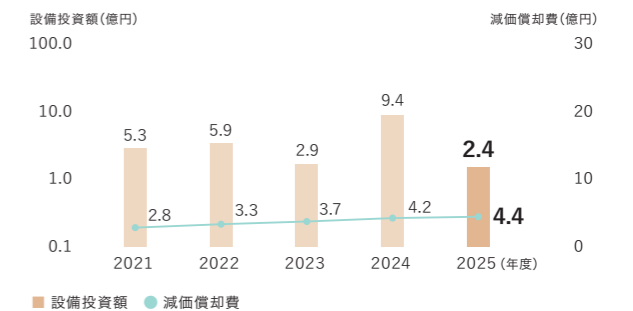
営業利益 / 売上高営業利益率



資産 / ROA



設備投資額 / 減価償却費



技術本部長

新規モノマー開発に挑戦し続け オリジナリティの高い製品提案へと つなげていきます。

執行役員 技術本部長

徳田 雄介



世界のトレンドを先読みして動く

「P&D2030」2年目となりますが、世の中が大きく変化してきていることを強く感じています。これまでのように安くて良いものを作り、それを広く世界に向けて販売していくビジネスは、もはや通用しなくなってきたように思います。要望が多様化している現在では、グローバル市場を一様に捉えるのではなく、国などターゲットを特定したビジネス展開が必要になってきていると思います。従来は日本から全世界に向けて、同一仕様の製品を一斉に展開する戦術を採っていました。しかし現在では、エリアと顧客を特定した製品開発が求められてきているように感じます。

すなわち、開発段階から想定市場とターゲットユーザーを見極め、そこで求められる機能を尖らせていくといった開発活動が必要です。ヘアケア製品を例にしますと、東南アジアは高温多湿な厳しい環境下での強いセット力が求められる一方で、価格は抑えていかなければなりません。また、流行のトレンドもそれぞれの国によって異なります。一方でヨーロッパを対象とする場合は、より高価格帯であっても良いが、より高機能な製品が求められます。それぞれのユーザー、顧客を見据えた開発を行い、知財についてもそれぞれの国ごとに確実な権利化が必要です。

アメリカと中国などの動きをみていると、サプライチェーンが細分化されていくように思います。どちらも大きな市場ですので、無視することはできませんから、製品開発においても、サプライチェーンを含めたビジネス全体のスキームを考えながら進めていく必要があります。アジアの拠点に加えてアメリカにも拠点を開設した背景には、このようなグローバル展開への対応も含まれています。製品開発においても、現地の生きた情報がタイムリーに入手でき、開発方針に迅速に展開できるので、とても心強く感じています。

知財に関していえば、近年、中国企業の技術力が急成長しており、脅威に感じています。一例を挙げれば、ディスプレイ関連分野で現在でも特許を次々に申請しているのは中国であり、日本企業からの出願は、ずいぶん少なくなりました。これ

までは、どの分野でも国内特許をみれば世界の技術トレンドがおおよそ把握できていましたが、現在は、国内だけでなく中国を含めた各国の特許を確認しておく必要があります。

モノマーの力をいかに高めていくか

昨年は「P&D2030」初年度から継続してきた研究開発の成果を、やっとサンプルやカタログとして具体的に提案できるようになり、展示会にも出展するなど市場の反応を掴んできました。

当社は化粧品用材料、レジスト用材料等幅広く展開していますが、やはり、当社のベースとなる技術はモノマーだと思っています。2025年8月には、UVインクジェット等に用いられる新規モノマーを国際学会で発表し、大きな反響を呼びました。ほかにも密着性が高いモノマー「ビスコートMBL」、液状ビスマレイミド樹脂「LMIシリーズ」等、多数の新規モノマーを市場に提案しています。

ファンデーション向けには撥水・撥油性が高く、PFAS問題にも対応できる非フッ素系化粧品用材料「アコーンHB」を開発しました。この製品はさまざまな化粧品に配合することができ、汗や皮脂による化粧崩れを起こしにくい特性を付与することができます。化粧品産業技術展「CITE JAPAN 2025」に出展し、好評を得ました。

サンプルを提供したお客様からは、さまざまなフィードバックが寄せられています。ポジティブなものだけでなく、ネガティブなものもありますが、それらについては機能改善を進め、より競争力のある製品開発につなげています。これまで当社が開発した化粧品用材料は、そのほとんどがヘアケア用途であり、ファンデーションや口紅などメイクアップ用材料はあまり提供できていませんでした。「アコーンHB」はメイクアップ用材料参入への突破口となりうるとみて、とても期待しています。水溶性ポリマーの応用展開としては、ほかにも当社独自の塗布型ポリマーブラシ技術を用いた超親水性コーティング剤「MIRROBIC」の提案を始めました。これはガラスやプラスチック、金属など多様な基材に対応し、優れた防曇性

とセルフクリーニング機能、さらに防汚性、生体適合性等の性能を付与できるコーティング剤です。

電子材料事業ではレジスト材料について、ドライエッチングプロセスで使用できる配線形成用途向けポジ型材料「UPPシリーズ」、リフトオフプロセス用ネガレジスト「SAシリーズ」、高感度・高透過率なレンズ形状の作成が可能なマイクロレンズ向けネガレジスト材料「PMLシリーズ」を開発しました。これらレジスト材料については、すでにサンプル提供まで進んでおり、数社で採用に向けた検討が行われています。

共同研究を進め、新規製品売上高比率向上へ

中長期的なテーマになりますが、社外の研究機関との共同研究も進めており、その成果については学会発表も行っています。取り組んでいるのはフォトニクス分野で光電融合に関わる材料、光スイッチングに関連するものです。これまでの技術の延長線上として開発に携わっている材料ですが、実用化までにはもう少し時間がかかりそうです。

また、大学との共同研究に取り組んでいるのが、非化石原料由来のアクリル酸の開発です。2025年度には研究を加速するため大阪事業所内に培養実験室を新規設置し、バイオ由来原料を効率的に生産するための研究に取り組んでいます。

これらを含めて2030年までに実用化を目指す研究を複数進めています。その際に技術本部として重視しているのは新規製品売上高比率、すなわち新製品の売上貢献度と開発効率を測る指標です。この比率はこれまで、事業買収等を除くと実質7～8%程度で推移してきましたが、目標としては10%以上を保ちたいと考えています。売上比率なので、既存製品の売上が伸びて分母の売上が大きくなると、高い状態を維持することは難しくなります。それでもR&Dパイプラインの量と質を維持し、つねに新製品を生み出し続けることで目標に到達したいと考えています。

もう一点、重視している指標が新規顧客の売上比率です。当社は顧客密着型のビジネスが得意なので、既存顧客との共同開発による製品が売上でも結果を出しています。一方で、新規顧客開拓につながる製品開発が課題と感じています。新規顧客を獲得するためには、まず潜在顧客にリーチする必要があります。試行錯誤を行いながら取り組んでいますが、現在はホームページと学会発表に力を入れています。

社外の研究機関との共同研究も含めて、昨年は14回の学会発表を行いました。当社のようなニッチな領域では、幅広く宣伝するよりも、特定分野の学会を通じて顧客の開発担当者の目にとまる方法が効率的であると考えており、現在は学会や論文発表にも注力しています。発表を通じて新たな顧客とのパートナーシップ構築につなげ、新規顧客の売上比率6%を目指しています。

顧客から期待されるメーカーであり続ける

人材不足の中、研究開発業務でもDXやデータドリブン開

発は今後ますます必要になってくると考えています。当社では全社的に生成AIの導入が進められていて、研究開発業務でも適用を検討しています。2025年度は、Copilotの有効性について技術本部内での検証を進めました。いわゆる事務系の作業ではなく、研究開発業務においてCopilot等の生成AIをどのように活用できるのか。実際に使ってみると、プログラミング言語のPythonやVBAをまったく知らない人でも、とても高性能な処理ができるアプリを作り、それを業務に活用する事例も出てきており、研究開発業務においても生成AIを活用して業務効率化が進められると手応えを感じています。1年かけてCopilotの活用法を検証してきましたので、2026年3月にいったんまとめ、成功例、失敗例を社内でも共有し、全体としての業務効率化につなげていきたいと考えています。もちろん研究開発での使用にあたっては細心の注意を払い、情報の機密性は厳格に確保しています。同時にマテリアル・インフォマティクス（MI）、プロセス・インフォマティクス（PI）も進めています。実験室内や製造現場の生のデータはそのままでは解析できないので、プログラムが解析できる形にデータ整形を行う必要がありますが、これはとても手間がかかる作業になります。この作業を生成AIが代替してくれると、さらにMIの活用が進むと考えています。ただ、現段階では研究員全員がMIやPIを活用できる状態ではないので、誰でも気軽に使えるようなプラットフォームを整備することがこれからの課題です。

今後の展望としては、常に頭に置いているのが「新しい機能を継続して提供するモノマーメーカー」であり続けることです。モノマーメーカーは多くありますが、次々に新しいモノマーを提案するメーカーは少ないと思います。なぜなら労力をかけて開発しても、それを収益化していくまでには十年単位の長い時間がかかるからです。

それでもあえて取り組むのが当社のスタンスです。当社はモノマーだけでなく、それを用いたポリマー、レジスト、化粧品用材料等、その先の展開も行っています。独自に開発した新しい機能を持つモノマーは、社内ユーザーとしてのポリマー開発部門のフィードバックを受けてブラッシュアップされることで製品化が早くなり、ポリマー部隊もいち早く新たな機能を持った製品の上市ができます。これが当社としての大きな強みとなります。

また、新規モノマーを毎年のように提案し続けることで、「大阪有機なら、何か新しい機能を提案してくれるのではないかと」顧客から期待される、そんなメーカーを目指していきたいと思っています。



事業開発室長

常に新たな研究テーマを探究し
開発から製品化へと進めて、
売上に貢献していきます。

執行役員 事業開発室長
鎮目 清明



「P&D2030」2年目:採用・販売の芽が出始めた開発テーマ

2025年度は、これまで取り組んできた開発テーマの一部で新たな採用や販売が進み、実績が出始めています。ウエアラブルやセンサー用途を対象に、機能性アクリルエラストマーや有機圧電材料「OPERISシリーズ」の販売が徐々に増えています。フレキシブルな素材としての特徴を活かし、振動や曲げなどを検知するセンサー関連やアクチュエータ用途で、採用に向けた評価・検証が進んでいます。今後は柔軟性という価値を軸に、生体情報の計測・診断系の医療機器や超音波受信デバイスなどへの応用も視野に、用途開拓を進めていきます。

また、低誘電率・高柔軟性・高耐熱性を特徴とする液状ビスマレイミド「LMIシリーズ」、高ガラス転移点(Tg)・高密着性モノマー「ビスコートMBL」、相溶性を向上させたドーパミンアクリルアミドなどの研究開発にも注力しており、多くの引合いを受けています。

さらに、水溶性ポリマーの応用展開として、独自の塗布型ポリマーブラシ技術を駆使した1液タイプの万能型・超親水性コーティング剤「MIRROBIC」を新たに開発し、昨年からサンプル提供を開始しました。複合型コーティング剤として、さまざまな基材表面で曇り止めやセルフクリーニングなどの機能を付与できます。家庭や自動車などのガラス向けコーティング、トイレの汚れ防止をはじめ、産業用途まで幅広い分野から引合いが寄せられており、一部では販売にもつながっています。

ニーズの見極めから大学との共同研究まで

当社の製品の多くは、開発から販売に至るまでに長い時間を要します。用途や顧客の開発スケジュールによっては、開発期間が長期に及ぶケースも少なくありません。こうした前提のもと、製品開発はロングスパンで捉えつつ、市場ニーズや顧客側の開発状況に応じて優先順位を見直しています。市場性が現時点で合わない場合は開発を一時的にペンディングすることもあります。必要なタイミングで評価が再開できるよう、サンプル提供体制は維持しています。重視しているのは、この進め方によりテーマを積み上げ、将来の事業機会に備える姿勢です。

一方で、ニーズの見極めは容易ではなく、顧客側の開発が

進むにつれて改善要求が増えるケースもあります。可能な限り要望に対応しながらも、当社のリソースには限りがあるため、テーマの選別と集中(見極め)は重要な課題です。加えて、大学などの研究機関との共同研究を通じて新規モノマー開発を進め、技術面は確立しつつも、原料の安定確保やコスト面の条件を整えば製品化できる素材もあります。バイオ関連テーマについては、外部環境の変化も踏まえながら、長期的に重要な課題と捉えて技術構築を継続しています。具体的には、バイオ由来原料に機能を付与した新規「バイオマスアクリレート」の開発に加え、大学との共同研究により、微生物活用から遺伝子組換えを含むバイオ実験まで視野に入れた新プロセスによる非化石由来アクリル酸の研究開発も進めています。研究基盤として大阪事業所に培養実験室を設置し、2025年末から稼働を開始しました。将来的には、自社での生産も選択肢に入れながら検討を進めていきます。

「匠の会」の取り組み、そして若手の育成強化へ

研究開発を進めるうえで、重要な位置づけとなっているのが「匠の会」です。この会には技術本部、事業本部、事業開発室から各本部長に加えて研究所長と部長クラスが可能な限り参加しています。その狙いは部門間での情報交換を通じた、新しいテーマ創出にあります。営業サイドからは顧客のニーズ情報を、技術サイドから大学やベンチャーの取り組みなど各自が収集した情報を共有し、それらと自社技術を掛け合わせて、何か新たな製品開発につながれないかとアイデアを出し合っています。

また、年に一回、全研究員から募る新規事業提案制度の採択もこの会で行い、あわせて新規テーマ候補のリストへ追加され、毎年5件程の新規テーマに着手しています。

人材育成については先進技術研究所の若手に対して、学会発表を促しています。その成果の一つが高分子学会での優秀発表賞の受賞であり、若手のスペシャリスト育成につながっています。

次年度に向けては、ベンチ試作からパイロットプラント、実機への立ち上げプロセスに入っているテーマが多く、いかにスムーズに進めるかが最重要課題となっています。顧客の要望に遅延なく応えて製品化できるよう、全力を尽くしていきます。