

社会的課題の解決を目指し、新たな事業ブランドを立ち上げ

当社グループでは情報通信・エレクトロニクスやエネルギー、医療・介護などの分野を中心に、社会的課題の解決と会社の持続的成長を見据えた新事業の創出に取り組んでいます。今回、これら各テーマに関する技術開発と製品提案の強化を図るため、新ブランド「Welsurt」を立ち上げました。同ブランドの製品開発においては他社や大学とも連携しつつ、当社独自のシート化技術や米国の研究開発拠点が持つ先端材料「カーボンナノチューブ（CNT）」の技術などを応用。電流を流すことで冷却・加熱といった温度制御が可能な薄膜材料のほか、導電性や耐久性、柔軟性に優れるCNTを活用したセンサーなどの実用化に向けた研究が進んでおり、「Welsurt」製品の早期市場投入を目指しています。

Wellbeing

ウェルビーイング：身体的、精神的、社会的に満たされた幸福な状態

Sustainable

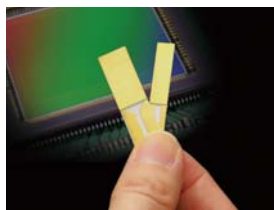
サステナブル：持続可能性の実現

Smart

スマート：エレクトロニクス技術やネットワークを駆使した社会革新

Welsurt
Wellbeing, sustainable and smart

持続可能な社会の実現に向け、さまざまな課題の解決に貢献していきたいという思いを込めたブランド名



電子機器の熱制御に効果を発揮する薄膜軽量冷却シート

食品表示の“脱プラ”に貢献するラベル素材の新製品を発売

当社では特殊紙製造技術を生かし、プラスチックフィルムの代わりに耐水性のある紙を表面基材に使用したラベル素材を「PLALESS」シリーズとして展開しています。この9月には日付や価格、バーコードなどの可変情報を印字する食品表示向けラベル素材を新たに追加しました。冷蔵・低温環境下などでの耐水性や粘着特性を備えるほか、製造時に有機溶剤を使わない粘着剤を採用した環境配慮設計となっています。今後、食品関連だけでなく、物流管理などの幅広い用途に向けて拡販を図っていきます。



プリンタの熱により発色させるダイレクトサーマル方式に対応したラベル素材です。結露しても剥がれにくく、また電子レンジで加熱しても印字面が黒く変色しません



2022年度 新聞広告シリーズ リンテック みっけ!

あなたの身近なところに、リンテックテクノロジー。

持続可能な社会の実現に向けて、リンテックはさまざまな製品や技術を生み出しています。皆様の“暮らしの中で活躍するリンテック”を好奇心旺盛な黒猫と一緒にみつける広告シリーズです。

【掲載紙】

日本経済新聞、読賣新聞、朝日新聞、毎日新聞、産経新聞、北海道新聞、中日新聞、中国新聞、西日本新聞、上毛新聞、神戸新聞、愛媛新聞、日刊工業新聞、化学工業日報



リンテック
みっけ!

使用済みペットボトルを原料にした
資源の再利用を促進するラベル素材
リンテック株式会社

10月 掲載広告

リンテックは使用済みのペットボトルを原料にしたラベル素材の拡販に注力しています。最近ではペットボトル飲料の小型の商品表示ラベルとして採用されており、プラスチックの使用量削減につながるほか、再剥離タイプなので廃棄時の分別の手間も軽減します。




リンテック
みっけ!

お弁当容器などの脱プラに貢献する
油や水が染み出しにくい特殊な紙
リンテック株式会社

11月 掲載広告

近年、コンビニ業界では環境配慮の観点からプラスチック製のお弁当容器などを紙製に切り替える動きが出てきています。リンテックでは各種食品容器に使用できる油や水が染み出しにくい厚物タイプの耐油耐水紙の提案を強化し、脱プラニーズにお応えしていきます。




リンテック
みっけ!

照明器具などの消費電力を抑える
LEDの製造工程に欠かせないテープ
リンテック株式会社

12月 掲載広告

蛍光灯などと比べて長寿命で、省電力のLED照明。その光源となるLEDチップの製造工程において、発光層を形成した基板をチップに切断する際は強い粘着力で固定して、ピックアップ時には紫外線照射で粘着力を低下させるリンテックの高機能テープが活躍しています。

製品の詳細は右記の二次元コードから
ウェブサイトにて御覧いただけます。

DREAM FACTORY
www.lintec.co.jp/dream/ad



時代を映す鏡 「季語」

夏井 いつき

YouTubeを始めて二年半が過ぎた。

始めた一番の目的は、「定番の質問に対する答えをストックする」ことだ。俳句を始めた人たちは、皆、同じ疑問を持ち、同じ質問をしてくる。それに毎回答えていくのは、結構めんどくさいものなのだ。

例えば「着物持っていないんですけど、俳句できますか」「正座ができないけど、句会に行けますか」のような外側から固めてくるタイプの質問もあれば、「俳句って五七五でしたっけ」「季語ってなんですか」のような、そこからですか?!的な質問もある。こういう質問に対する答えをYouTube上にずらりと並べておけば、俳句を始めてみようという人たちにとっても便利だし、こちらとしてもメッチャ楽ちんなのだ。

その手の質問の中によくあるのが、「季語って、誰が、どうやって決めるのですか」というヤツだ。季語を選定する委員会があると思い込んでいる人が案外多いこと

に、逆に私たちは驚く。

季語とは、誰かが決めるのではなく、自然発生的に生まれ、沢山の人がそれを季語として使い始め、さらに次代の歳時記編者が季語として載せる。つまり長い時間をかけて、ゆっくりと熟成されていくのが季語なのだ。

生まれてくる季語もあれば、時代と共に変わっていく季語もある。

かつて私は、『絶滅寸前季語辞典』という本を書いた。絶滅寸前季語保存委員会というものを勝手に立ち上げ、人々に忘れ去られ消えかけている季語に、もう一度光を当てる活動を始めたのだ。

その中で見つけた絶滅寸前季語の一つに「越冬資金」があった。豪雪地帯の雪掻き費用か、リストラ対象の給付金か、などと思ったが、なんのことはないボーナス、つまり年末賞与をこんなふうに呼んでいた時代があったのだ。



夏井 いつき (なついいつき)

俳人。1957年生まれ、愛媛県出身、松山市在住。俳句集団「いつき組」組長、藍生俳句会会員。第8回俳壇賞、第72回日本放送協会放送文化賞、第4回種田山頭火賞受賞。俳句甲子園の創設にも携わる。帝塚山学院大学客員教授。松山市公式俳句サイト「俳句ポスト365」選者。2015年より初代俳都松山大使。句集『伊月集 鶴』(朝日出版社)、『夏井いつきの「今日から一句」』(第三文明社)、『瓢箪から人生』(小学館)など著書多数。

そういえば、「餅代」という言葉があったなと思い出す。お正月の準備として暮れに餅を搗く。そのための代金として、雇い主が少額を包んでくれたものだ。各家庭で親族郎党、皆で集まり賑やかに餅を搗く風習は廃れた。餅はスーパーで買うもの。そうなれば「餅代」という心遣いも廃れていく。

「越冬資金」という切実で生々しい言葉は、事務用語っぽい「年末賞与」という呼び名に変わり、さらに「ボーナス」という外来語のほうが洒落てるなど流行りだす。経済復興と繁栄の昭和らしい選択であったに違いない。季語は時代と共に変遷していく、時代を映す鏡なのだ。

何もかもが物凄いスピードで変化していく現代。まさかコロナがここまで続くとは、まさか気候変動がここまでの猛威を振るうとは。そんな現状から、新しく生まれる季語も出てくるかもしれないぞ、と思う。

ここ数年の夏の暑さは半端ではない。天気予報のお兄さんが「明日の最高気温は三十五度」と言っても動じなくなっているし、「〇〇では四十度を超える命に危険のある暑さ」という予報に対しても、また記録更新かと聞き流す人も多いのではないかな。

ひょっとすると夏のボーナス、「夏期賞与」という季語が「猛暑生存資金」と呼ばれる日がくるやもしれぬ。これでエアコン買って下さい。電気代の一部に充てて下さい。命に危険のある猛暑を、なんとか生き抜いて下さい。

そんな冗談が冗談で終わらない日がくるかもしれないことを、私たちはここ数年の経験から学んでいる。新しく生まれるかもしれない季語を予測することは、時代の方角を見守り、警鐘を鳴らす行為となり得るかもしれない。そんなことを夢想する、現在は2022年の冬である。

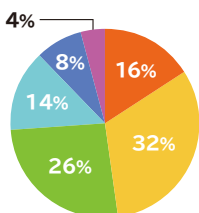
時の移り変わりと共に変化していく「季語」は時代を映す鏡のようなものであり、今後は例えば気候変動に関する新しい季語が誕生するのでは、と語る夏井さん。リンテックも将来を見据えながらリスクや機会を分析し、現在そして未来の社会的課題の解決に貢献するための経営を推進していきます。

読者アンケートへのご協力ありがとうございました

「LINTEC WAVE」第87号(2022年6月発行)で皆様にご協力をお願いしたアンケートでは過去最多となる1,394件のご回答を頂きました。アンケートの集計結果やお寄せいただいた貴重なご意見・ご要望を基に、今後も一層の経営強化やIR(投資家向け広報)活動の充実に努めてまいります。

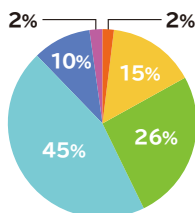
回答者の属性

年齢



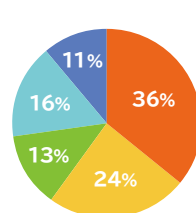
80代以上
70代
60代
50代
40代
30代以下

保有株数



5,000株以上
1,000株～5,000株未満
200株～1,000株未満
100株～200株未満
100株未満
保有していない

保有期間



10年以上
5年～10年未満
3年～5年未満
1年～3年未満
1年未満

主な集計結果 上位ランキング

Q. 保有する理由として当てはまるものは?(複数回答)

- 株価の値上がり期待 **48%**
- 配当金が魅力的 **45%**
- カレンダーが好き **32%**

Q. 長期保有する場合、株価以外に最も重視することは?

- 成長性・将来性 **55%**
- 株主還元の充実 **26%**
- 収益性・ROE **9%**

Q. 興味深かったページを教えてください。(複数回答)

- 社長インタビュー **40%**
- トピックス **33%**
- 1年間の主な動き **29%**

編集担当者より

アンケートの集計結果では、約6割の方に5年以上の長期にわたって保有していただいています。保有理由の上位は昨年と同様の結果となり、長期保有に当たって重視することは「成長性・将来性」が過半数を占め、最も興味深かったページは「社長インタビュー」となりました。今後も株主の皆様の関心が高い情報、知りたい情報を掲載し、より興味を持って読んでいただける株主通信誌を目指してまいります。

読者の方から多く寄せられた声

他社の株主通信と比べて
分かりやすく、読みやすい

はがきによるアンケートは
ぜひ継続してほしい

環境に配慮した製品開発で社会に
貢献する会社になってほしい

毎年カレンダーを
楽しみにしている

円安の影響が
気になる

文字の大きさや文章量、
ページ数がちょうど良い

新製品・新技術の
記事を増やしてほしい

リンテックの製品がどんなところで
使われているかもっと知りたい

WAVEはホームページに掲載しているので、
冊子を印刷・郵送しなくてもよいのでは

増配を期待
している

表紙がきれい
で 毎号楽しみ

知名度をもっと
高めてほしい

セグメント情報に営業利益の
増減要因を載せてほしい

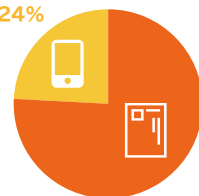
新聞広告の猫が
かわいい

編集担当者より

記述回答では、今回も「WAVE」については上記のとおり好意的な声が多数寄せられましたが、ご要望を受けて第88号からセグメント情報に営業利益の主な増減要因を記載するなど改善も図っています。また、コスト面などから冊子の送付は不要ではないかというご意見もありましたが、76%の方がはがきで回答していることなども勘案し、今後も冊子の送付とはがきによるアンケートは継続したいと考えています。

アンケート回答方法

インターネット
による回答
24%



はがきによる回答 76%

ご協力ありがとうございました

アンケートにご回答いただいた皆様には、当社高級印刷用紙「ニューージュ CoC」を使用した2023年版当社オリジナルカレンダーをお送りさせていただきました。今回は、ヨーロッパ各地の印象的な風景を透明水彩ならではの色の重なりやにじみを生かし、彩り豊かに描いた古山 拓ふるやま たく氏の作品集です。

