さらなる進化、飛躍のために。
「林原」が生まれ変わる。

2024年4月1日、林原はナガセヴィータに社名変更

創業一四〇年を機に、世界的バイオメーカーが生まれ変わる。

一四〇年の歴史を誇る世界的なバイオメーカー「林原」が二〇二四年四月、社名を「ナガセヴィータ」に変更する。時は、一八八三年（明治一六年）、甘いものが貴重だった時代、太陽の恵みである「でん粉」から水あめを作ったのが「林原」の原点。以来、微生物・酵素の力を自然由来の原料と掛け合わせ、さまざまな製品を開発。多機能糖質「トレハロース」をでん粉から大量生産する技術を世界で初めて確立し、国内市場のほとんどのシェアを占めてきた。二〇二二年から化学系の専門商社「長瀬産業」の傘下に入り、新たなスタートを切った。そんな「林原」が二〇二四年四月に社名を改める。その意図を安場社長はこう話す。

「ひとつ目は『林原』が創業一四〇年という節目の年を迎えたこと。二つ目は、同じNAGASEグループの『ナガセケムテックス』の生化学品事業を統合し、酵素事業を集約してグループのバイオ分野を牽引する体制が整ったこと。三つ目はNAGASEグループの一員となって丸一〇年が経過したこと。ある意味改名への大義名分がやっと揃いました」と微笑む。

安場直樹／株式会社 林原 代表取締役
Yasuba Naoki

新社名とパーパス（存在意義）

New Corporate Name／新社名

Nagase Viita
ナガセヴィータ株式会社

新社名「ナガセヴィータ」に込めた想い

「Viita」は、事業のテーマである「生命、暮らし」を表すラテン語“Vita”に、“i”を加えた造語。並んだ2つの“ii”には、「人と自然が共生する未来を、みなさまと共創したい」という想いが込められている。

パーパス　生命に寄り添い、人と地球の幸せを支える。

株式会社 林原　https://hayashibara.co.jp/

自分たちのDNA、存在意義を見つめ直す。

2024年4月1日より
林原はナガセヴィータへ

1883
岡山市
藤野町（現天瀬南町）で
水あめを製造する
林原商店を創業

1994
多機能糖質トレハロースの製造法を開発
食品から化粧品、医薬品など広く使われている主力製品

2023
ナガセケムテックス福知山事業所の
酵素事業を統合

2024
4月1日
ナガセヴィータへ社名を変更

2023年8月10日、社員約750人が見守る中で
社名変更の記者会見を実施。

手前右：長瀬産業株式会社 上島宏之 社長
左：安場直樹 社長

こだわったのは自分たちの存在意義。
「パーパス」が反映された新社名に。

とはいえ歴史ある慣れ親しんだ社名を変えることは一大決心を要した。実際、「NAGASEグループ入りしても社名は残してきたのに、なぜ？」という戸惑いはあったという。社員のなかでも温度差があった改名への想い。そこで、かねてより進めていた「パーパス（存在意義）」の検討と一体で考えるプロジェクトがスタートした。「まず私たちが取り組んだのが自分たちの『パーパス』を策定する作業でした。自分たちはなぜ社会に存在しているのか。成すべきことは何なのか。社員参加型で言葉を紡ぎ出して、これから大切にしていくものを見出すこと。そして、議論の中で出てきた言葉を新社名にどう反映させるかも一緒に考えていきました。」と安場社長は振り返る。

トップダウンではない
社員が主役となった社名決定。

その道のりも「林原」らしく実にユニークだ。こだわったのは「全社員参加型で前向きな取り組みにする」という姿勢。そのための具体策として二〇二二年の年末にかけてワークショップを複数回開催。そこには翌年四月に「林原」が事業継承したNAGASEグループ傘下の「ナガセケムテックス（大阪市）」福知山事業所（京都福知山）の社員も含めた若手中堅社員が参加。自社が持つ独自性や存在価値、魅力についてそれぞれが議論を深めた。

そして数ある社名案のなかから最終的に三つが候補に残った。全社員七九〇人の約八割が回答した「新社名と当社の未来を考えるアンケート」の結果では、「ナガセバイオ&デザイン」が、「馴染みがある、わかりやすい」などの点から共感を集めたが、一〇年後、二〇年後にふさわしい、未来に広がるイメージが自分たちの想いとリンクするという判断から「ナガセヴィータ」に決定。単純に多数決ではない、自分たちで考え抜いたうえでの社名を選択。もちろん決定までには安場社長自らが何度もビデオ配信などで経緯を詳細に説明し、透明性を保った。トップダウンではない、社員が主役となった新社名の決定。「上から降って来るのでなく、みんなで考えたことに意義がある」と安場社長は強調する。

会社の未来を考えるワークショップを実施
（岡山・福知山）

パーパスに込められた
一四〇年の歴史、想い、DNA。

丁寧に時間をかけ、それぞれの想いを共有したうえで策定されたパーパス（存在意義）は、「生命に寄り添い、人と地球の幸せを支える」。

新素材の開発や素材の機能研究を行う藤崎研究所

安場社長はいう。「長年、微生物や酵素を扱ってきた林原には、生命を尊び生物に学ぶという姿勢が、DNAとして刻まれています。実際に、パーパスにある『生命』『幸せ』という言葉は、かつて林原健氏（『林原』の四代目社長）もよく使われていました。過去、現在、未来…。一四〇年の歴史、DNAは何か？自分たちの存在は？自分たちにできること、自分たちが成すべきことは何か？パーパスを定義する過程で社員が同じ時間を共有し、共感できたことがよかった」と微笑む。

豊かな自然、気候、風土。
「林原」が岡山に生まれた理由。

安場社長は三重県伊賀市の出身。住友商事ケミカルから外資系三社での勤務を経て二〇一二年に長瀬産業入社。二〇一八年から「林原」の代表取締役を務める。「岡山に来て思ったのは、ふるさとの三重県と同じように自然が豊かで自然に対する畏敬の念、同じような匂いを感じました。瀬戸内海があって、山があって、食べ物がおいしい。なぜ『林原』が岡山の地で生まれたのか。水に恵まれ、多種多様な命（微生物）を育む自然、気候、風土。そう考えると決して偶然ではなく必然。バイオに適した環境が岡山にあったからこそ、『林原』は生まれた。改めて今、そう思っています」。

よいものを岡山から世界へ。
次世代に向けて走り出す。

「よいものは岡山だけにとどめず、日本全国、そして世界に向けて発信したい。そのためには『ナガセヴィータ』を世界で戦える、存在感のある企業にすること。それが私の使命です」と話す安場社長。古い衣を脱ぎ捨てて世界へ。過去を否定するのではなく、歴史を振り返ったうえで、未来に想いをめぐらせる。「そのためには軸をぶらさないことが大事」と安場社長は言い切る。自然の力を活かしたモノづくりから生まれた素材や技術で、地球の環境や社会の課題を解決していきたいと願う林原。次世代へ向けて、「ナガセヴィータ」が、この春走り始める。

国連気候変動枠組条約 第28回 締約国会議（COP28）の
リーダーシップインタビューで当社の取組みを説明。
中央：安場直樹 社長
右：サステナビリティ経営部門 竹本圭佑 部門長

HAYASHIBARA
NAGASE Group
林原
株式会社 林原
岡山市北区下石井1-1-3 日本生命岡山第二ビル新館 086-224-4315
https:// hayashibara.co.jp/