

コンテンツ産業、AI 搭載ロボット産業に、旭化成がどう貢献できるか

Felo AI

概要

本レポートは、日本政府が次世代の成長エンジンとして注力する「コンテンツ産業」および「AI 搭載ロボット産業」に対し、総合化学メーカーである旭化成が如何に貢献し、新たな事業機会を創出できるかを分析する。旭化成は、マテリアル・住宅・ヘルスケアという3つの多様な事業領域[\[35\]](#)[\[41\]](#)[\[56\]](#)、全社横断で推進する強力なデジタルトランスフォーメーション（DX）戦略[\[26\]](#)[\[63\]](#)、そして無形資産の価値化を目指す先進的なビジネスモデル[\[8\]](#)[\[18\]](#)を保有しており、これらを組み合わせることで両産業において独自のポジションを築く潜在能力を有する。

現状、旭化成は Preferred Robotics 社との共同開発による生成 AI 搭載の家庭用自律移動ロボット「カチャカ」[\[1\]](#)[\[62\]](#)や、製造現場における AI・ロボット活用[\[7\]](#)[\[39\]](#)を通じて、AI ロボット産業へ直接的に関与している。一方、コンテンツ産業へは直接参入していないものの、同社が誇る高機能素材群は、コンテンツの物理的な表現や体験価値を向上させるマテリアルとして高いポテンシャルを秘めている。

本レポートでは、旭化成が目指すべき姿を「単なる素材・製品メーカーから、AI ロボットとコンテンツが融合した新たなライフスタイル・産業ソリューションを提供するプラットフォーム」と定義する。この変革を実現するためには、現在の BtoB 中心の事業モデルから、BtoBtoC/BtoC 市場への展開、そしてサービス・プラットフォーム事業の構築というギャッ

ブを克服する必要がある。そのための具体的なシナリオとして、スマートホーム連携の深化、ロボット向け高機能素材事業の確立、マテリアル起点のコンテンツ共創、そしてコンテンツ保護ソリューションの提供などを提言する。これらの戦略的展開は、同社の中期経営計画『Trailblaze Together』[2][3]が掲げる成長投資の方向性とも合致しており、持続的な企業価値向上に貢献することが期待される。

詳細レポート

第 1 章: 日本の成長戦略と旭化成のポテンシャル

日本の新成長領域：コンテンツと AI ロボット

日本政府は、国内経済の新たな牽引役としてコンテンツ産業と AI ロボット産業に大きな期待を寄せている。「新たなクールジャパン戦略」では、コンテンツの海外市場規模を 2033 年に 20 兆円へ拡大する目標を掲げている[21]。日本のコンテンツ市場はすでに 14 兆円規模に達しており[70][90]、特にアニメは世界的に高い需要を誇る[78]。テクノロジーの進化は、コンテンツを従来のメディアから解放し、グローバルな「輸出」産業へと変貌させた[21]。

同時に、AI 技術、特に生成 AI の急速な進歩はロボット開発に革命をもたらし、「フィジカル AI」として現実世界との融合を加速させている[17][79][95]。産業用ロボット市場に加え、家庭用サービスロボット[96]、介護・医療ロボット[75]など、その応用範囲は急速に拡大しており、国際ロボット連盟は 2025 年の主要トレンドとして AI の活用を筆頭に挙げている[87]。これらの産業は、日本の技術力と文化資本を活かせる有望な分野と目されている。

旭化成の強みと新産業への適合性

旭化成は、一見するとこれらの産業とは距離があるように見えるが、その事業ポートフォリオと経営戦略は高い適合性を持つ。

- 多様な事業基盤: マテリアル、住宅、ヘルスケアの3領域にまたがる事業は、技術や知見の融合によるシナジー創出の土壌となる[25][35]。例えば、ロボット技術を住宅やヘルスケア（見守りなど）に応用する、あるいはマテリアル技術でコンテンツの表現力を高める、といった領域横断的なアプローチが可能である。
- 先進的な DX 戦略: 2021 年に「デジタル共創本部」を設立し、グループ横断で DX を強力に推進している[26][40][49]。現在は、ビジネスモデル変革を目指す「デジタル創造期」に位置づけられており[20][25]、全社員4万人のデジタル人材化[14]や、データマネジメント基盤「DEEP」の構築[7][44]など、先進的な取り組みを進めている。この DX 推進力は、データ駆動型である AI ロボットやデジタルコンテンツ事業の基盤となる。
- AI とロボット技術への早期着手: 製造現場での AI 活用[7][34]や、マテリアルズ・インフォマティクス (MI) [54]、さらには生成 AI の全社的な活用 (50 以上のテーマ) [18][60]など、AI 技術の実装経験が豊富である。特に、Preferred Robotics との家庭用ロボット「カチャカ」の共同開発は、コンシューマー向け AI ロボット市場への具体的な足掛かりとなっている[1][62]。
- オープンイノベーションと共創文化: 『Asahi Kasei Value Co-Creation Table』といったプログラムを通じて、社外のパートナーと新たな価値を「共創」する文化を醸成している[4][16]。中国・深圳の「共創センター」では、現地の EV メーカーと次世代のニーズを共同で探求しており[24][57]、このアプローチは変化の速いコンテンツ・ロボット業界においても有効である。



第2章: AI 搭載ロボット産業における現状と成長シナリオ

現状分析

旭化成の AI ロボット産業への関与は、主に「家庭用ロボット」と「産業用ロボット」の二つの側面から分析できる。

- 家庭用ロボット分野: 旭化成ホームズが、AI 開発スタートアップ Preferred Networks (PFN) の子会社である Preferred Robotics と共同で、生成 AI (LLM) を搭載した自律移動ロボット「カチャカ」を開発している[1][36][62]。この取り組みの核心は、単なるロボット開発に留まらず、旭化成ホームズが構築する住宅内 IoT プラットフォームと連携させる点にある[1]。これにより、家族構成や室内の温湿度、天気などの情報に応じてロボットが自律的に判断し、食事の配膳補助や帰宅時の出迎えといった、より生活に寄り添ったサポートを提供することを目指している[1][62]。この構想は、CES 2023 で「スマートクローク・ゲートウェイ×自律移動 AI ロボット」として展示され、海外にも発信された[28][51]。



- 産業用ロボット分野: 自社の製造現場の高度化を目的として、AI やロボット技術を積極的に導入している。四足歩行ロボット「Spot」を活用したプラント内の巡回点検[39]や、AI による保温材下腐食 (CUI) の予測モデル開発[7]などがその例である。これらは現時点で

は社内利用が主だが、スマートファクトリー化で培ったノウハウは将来的な事業化のシーズとなり得る。

- ロボット向け素材: 直接的な事業ではないが、旭化成が開発するポリマーエアロゲルシート（軽量、断熱）[\[4\]](#)[\[16\]](#)や高機能樹脂[\[4\]](#)などは、ロボットの軽量化、省エネ化、耐久性向上に貢献するキーマテリアルとなる可能性を秘めている。

あるべき姿

旭化成が目指すべきは、単なるロボットメーカーや部品サプライヤーではなく、「ロボットと共生する空間・生活をデザインし、サービスとして提供するソリューションプロバイダー」である。

- 家庭向け: 「カチャカ」をハブとし、住宅設備、ヘルスケア機器、外部サービスを連携させたスマートホーム・プラットフォームを構築・運営する。RaaS（Robot as a Service）[\[13\]](#)モデルを導入し、継続的な収益を確保する。
- 産業向け: 自社工場で実証済みの AI・ロボット活用ソリューション（スマートファクトリー）を、他社（特に同業の化学・素材メーカー）へコンサルティングやシステムとして提供する。これは、無形資産を収益化する「テクノロジーバリュー事業開発（TBC）」[\[8\]](#)[\[18\]](#)の考え方を応用したものである。

ギャップと克服シナリオ

ギャップ	克服シナリオ
BtoC 市場での経験・ブランド力不足	シナリオ A（スマートホーム連携深化）：旭化成ホームズの顧客基盤を足掛かりに、「カチャカ」を軸としたサービスを展開。ヘルスケア事業の知見を活かした見守りやバイタル連携サービスを付加価値として提供し、信頼性を構築する。
サービス・プラットフォーム事業のノウハウ	シナリオ B（オープンプラットフォーム化）：自社サービスに固執せず、サードパーティ製の IoT 機器やアプリケーションを積極的に取り込むオープンなエコシステムを構築。外部パートナーとの連携により、サービス開

ギャップ	克服シナリオ
	発を加速させる。
ロボット向け素材の用途開発	シナリオ C（ロボット向け高機能素材事業の確立）：主要ロボットメーカーとの「共創」 [24] を強化し、次世代ロボットの要求仕様を先取りした素材開発を推進。「ロボット用素材」という新カテゴリーを確立し、ブランド化を図る。
産業用ソリューションの外販体制	シナリオ D（産業用ロボットソリューション事業化）：デジタル共創本部内に専門部隊を設置し、自社の成功事例をパッケージ化。まずは業界団体などを通じて CUI 予測モデル [7] のような共通課題解決型ソリューションから提供を開始し、実績を積む。

第 3 章: コンテンツ産業における現状と成長シナリオ

現状分析

旭化成は現在、映像やゲームといった直接的なコンテンツ制作事業は手掛けていない。しかし、その事業ポートフォリオには、コンテンツ産業のバリューチェーンに貢献しうる技術や製品が点在している。

- コンテンツの付加価値向上に資する素材:
 - ベンリーゼ®: 天然素材由来のセルロース連続長繊維不織布で、高い吸液性や密着性を持つ[\[4\]](#)。フェイスマスクで知られるが、その特性は印刷適性や加工性にも優れ、特殊な質感を持つグッズやパッケージへの応用が考えられる。
 - ポリマーエアロゲルシート: 軽量で断熱性に優れるだけでなく、薄膜化や曲げにも強い[\[4\]\[16\]](#)。これを活用し、ウェアラブルデバイスや、体験型施設の特殊な内装材など、新たな表現が可能になる。
 - 高機能樹脂: 光学特性に優れた樹脂は、プロジェクターや VR/AR デバイスのレンズ、ディスプレイ部材としてコンテンツの視覚体験の質を向上させる[\[4\]](#)。
- コンテンツの保護・流通に関連する技術:

- 偽造防止支援サービス: 超微細印刷技術を用いた偽造不可能な透明ラベルと、ブロックチェーンを組み合わせた真贋判定プラットフォームを開発[14]。これは、フィギュアや限定グッズなど、物理的なコンテンツ商品の偽造防止やトレーサビリティ確保に直接応用できる。
- コンテンツ活用経験:
 - 旭化成ファーマでは、医師向けオウンドメディア「Pharma DIGITAL」を運営し、デジタルコンテンツを活用したマーケティングを 10 年以上にわたり実践している[10]。これは、ターゲットに合わせたコンテンツを企画・提供し、ビジネス成果に繋げるノウハウを社内に蓄積していることを意味する。



あるべき姿

旭化成は、コンテンツ産業において「クリエイターの表現力を拡張し、ファンの体験価値を最大化する、唯一無二の『マテリアル&テクノロジーパートナー』」という地位を確立すべきである。IP（知的財産）ホルダーと対等なパートナーとして連携し、新たな価値を「共創」する存在を目指す。

ギャップと克服シナリオ

ギャップ	克服シナリオ
コンテンツ業界との接点・ネットワーク不足	シナリオ E（マテリアル・ドリブン・コンテンツ共創）：オープンイノベーションの枠組み[4][16]をコンテンツ業界に拡張。IP ホルダーやクリエイターを招き、「この素材で何ができるか」を共に考えるワークショップやコンペティションを開催。成功事例を創出し、業界内での認知度を高める。
IP ビジネスへの理解と事業化ノウハウ	シナリオ F（専門人材の獲得と組織構築）：デジタル共創本部[26]や TBC[18]の機能として、IP ライセンスやコンテンツビジネスに精通した専門家を外部から招聘。M&A も視野に入れ、コンテンツ関連の企画・プロデュース機能を持つ企業との資本提携を検討する。
素材技術のコンテンツ応用事例の欠如	シナリオ G（デジタル×リアル融合体験の提供）：住宅事業と連携し、家庭で楽しめる没入型コンテンツ体験空間を提案。プロジェクションマッピングに最適化された壁紙、音響特性に優れた建材、AI ロボット「カチャカ」との連動などをパッケージ化し、モデルハウスで実証。具体的なユースケースを提示する。
技術のマネタイズ手法	シナリオ H（コンテンツ保護・流通ソリューション事業化）：偽造防止技術[14]を、フィジカルグッズだけでなく、NFT（非代替性トークン）と連携させたデジタル資産の保証サービスへと拡張。コンテンツの二次流通市場における信頼性向上に貢献し、新たな収益源を確立する。

第 4 章: 統合戦略と成功への提言

旭化成が AI ロボット産業とコンテンツ産業で成功を収めるためには、個別のシナリオを推進するだけでなく、両者を融合させ、全社的な事業変革へと繋げる統合的な戦略が不可欠である。

AI ロボットとコンテンツの融合

AI 搭載ロボットは、コンテンツを消費するための究極のインターフェースとなり得る。例えば、AI ロボット「カチャカ」が、ユーザーの好みや気分を学習し、最適な映画や音楽を推薦して再生する。あるいは、AR ゲームと連携し、部屋の中を動き回るキャラクターとして振る舞う。このように、ロボットがコンテンツ体験を能動的に拡張するハブとなることで、「ロボット事業」と「コンテンツ関連事業」は相互に価値を高め合うことができる。旭化成は、住宅という「場」と、ロボットという「動くインターフェース」、そして体験を豊かにする「素材」を併せ持つ稀有な企業として、この融合領域をリードできる可能性がある。

事業モデルの転換：「モノ売り」から「コト売り」へ

本レポートで提言したシナリオの多くは、従来の製品販売（モノ売り）から、サービスやソリューション、プラットフォーム利用料で収益を得る「コト売り」への転換を必要とする。これは、同社が既に推進しているライセンス型事業（TBC）[\[8\]](#)[\[18\]](#)や、RaaS[\[13\]](#)の考え方と軌を一にするものである。この転換を加速させるためには、中期経営計画で確保されている1兆円規模の投資枠[\[2\]](#)[\[3\]](#)を、ソフトウェア開発、プラットフォーム構築、サービス提供能力を持つ企業への M&A や出資に戦略的に配分することが重要となる。

事業ポートフォリオ（各事業の位置づけ）

「重点成長」、「戦略的育成」への投資継続、利益成長の実現と並行して、「収益改善・事業モデル転換」の改革を進める



* 不動産部門における開発事業（賃貸・仲介事業は除く）、および建築請負部門における土地仕入活用

組織と人材の進化

事業モデルの転換には、組織と人材の進化が不可欠である。現在推進中の全社的なデジタル人材育成[14][20]に加え、今後は特に以下の専門性が求められる。

- ・ サービスデザイナー/UX デザイナー: 顧客体験全体を設計し、継続的に改善する能力。
- ・ IP ビジネスプロデューサー: 知的財産を核としたビジネスを企画・推進する能力。
- ・ プラットフォームアーキテクト: 拡張性と安定性を両立した技術基盤を設計・構築する能力。

これらの専門人材は、社内育成と並行して、外部からの積極的な採用や、パートナー企業との連携によって確保する必要がある。デジタル共創本部がそのハブとなり、多様な専門性を持つ人材が領域を越えて協働する「共創」の文化をさらに深化させることが成功の鍵となる[25][26]。

結論

旭化成は、その多様な事業基盤と先進的な DX 戦略を武器に、日本の新たな成長ドライバーである AI ロボット産業とコンテンツ産業において、重要なプレイヤーとなる大きな可能性を

秘めている。その道筋は、単なる製品供給者から脱却し、AI ロボットとコンテンツが融合した未来のライフスタイルを提案する「ソリューション・プラットフォーマー」へと進化することである。この変革は容易ではないが、同社が掲げる「Trailblaze（道を切り拓く）」の精神[3]のもと、社内外の知恵を結集し、大胆な投資と事業モデルの革新を実行することで、次なる 100 年の成長基盤を築くことができるだろう。

1. [旭化成ホームズとプリファードロボティクス、生成 AI（LLM ...](#)
2. [中期経営計画 2027 Trailblaze Together | 旭化成株式会社](#)
3. [『中期経営計画 2027 Trailblaze Together』の発表について](#)
4. [【旭化成×AUBA】未来の可能性を旭化成と共に考える ...](#)
5. [Watching | リポート | 株式会社 旭リサーチセンター](#)
6. [国産 AI の勝機は製造業の課題解決、AI 有識者 7 名が激論](#)
7. [事例 | デジタルトランスフォーメーション | 旭化成株式会社](#)
8. [化学の無形資産戦略、技術やノウハウのマネタイズ手法とは ...](#)
9. [スクー、旭化成の人財戦略「終身成長」の実現に向けた リス ...](#)
10. [感覚だけでは勝てない！旭化成・旭化成ファーマが実践する ...](#)
11. [ロボット・AI・製造関連技術 - 駐日イスラエル大使館 経済部](#)
12. [旭化成が DX 戦略、生成 AI 活用を拡大 新デジタル基盤整備](#)
13. [ロボット導入のハードルを下げる RaaS](#)
14. [グループ全 4 万人をデジタル人材に、旭化成が推進する D X ...](#)
15. [Executive Insight：旭化成における企業経営と知的財産戦略](#)
16. [【旭化成 × AUBA】未来の可能性を旭化成と共に考える ...](#)
17. [「CES 2025」で見た 3 つの論点 AI がリアル世界と融合](#)
18. [2024 年「無形資産戦略説明会」を開催 - Asahi Kasei DX](#)
19. [旭化成、DX 戦略説明会で生成 AI の本格導入を発表 社内 ...](#)
20. [ビジネスモデル革新に DX を活かす 旭化成の成長戦略](#)
21. [コンテンツ海外展開、日本が苦戦してきた理由 見た「勝ち ...](#)
22. [【DX 事例 32 選】業界別の成功事例から学ぶ DX 推進のカギと ...](#)
23. [新素材の探索を実験まで全自動化！旭化成が稼働する ...](#)

24. [中国 EV 市場の急速進化に挑む旭化成 深圳発「共創」新モデル](#)
25. [DX を成功に導く「3 つの要因」 旭化成の価値創造へ](#)
26. [戦略 | デジタルトランスフォーメーション | 旭化成株式会社](#)
27. [NEW JAPAN SUMMIT 2024 TOKYO - TECHBLITZ](#)
28. [20230127_AI ロボットを活用した未来の暮らしを「CES ...](#)
29. [旭化成、自社技術で他社事業を共同開発 知財利用料得る](#)
30. [感覚だけでは勝てない！旭化成・旭化成ファーマが実践する ...](#)
31. [旭化成、生成 AI 活用拡大 新デジタル基盤を整備 - 日刊工業新聞](#)
32. [『中期経営計画 2027_Trailblaze Together』の発表について](#)
33. [旭化成が挑む技術活用術、自社製品化にこだわらない研究開発 ...](#)
34. [D X で加速する企業変革 旭化成の戦略【PR】 - 日刊工業新聞](#)
35. [事業・製品 | 旭化成株式会社](#)
36. [旭化成ホームズとプリファードロボティクス、生成 AI（LLM ...](#)
37. [デジタル共創本部について | 旭化成株式会社 DX エンジニア ...](#)
38. [中期経営計画 2027_Trailblaze Together | 旭化成株式会社](#)
39. [四足歩行ロボット Spot を活用した製造現場の高度化の取り組み](#)
40. [戦略 | デジタルトランスフォーメーション | 旭化成株式会社](#)
41. [事業領域 Business Field - 旭化成グループ](#)
42. [PFN 系と旭化成ホームズ、家庭向け自律移動ロボを共同開発へ](#)
43. [Asahi Kasei DX](#)
44. [事例 | デジタルトランスフォーメーション | 旭化成株式会社](#)
45. [宅配物の受け取り・リビングへの運搬をロボットが全自動で ...](#)
46. [なるほど DX!!⑤～旭化成のデジタル共創本部ってどんなところ？](#)
47. [旭化成の製造現場でのデジタル活用とは？ - Cognite](#)
48. [新素材の探索を実験まで全自動化！旭化成が稼働する ...](#)
49. [旭化成グループ横断の DX 組織「デジタル共創本部」はいかに ...](#)
50. [イノベーション事例 - 旭化成グループ 採用情報](#)
51. [旭化成グループで「CES® 2023」に出展 | 2022 年度 | ニュース](#)
52. [デジタルトランスフォーメーション | 企業情報 | 旭化成株式会社](#)

- 53. [旭化成株式会社 | セールスフォース・ジャパン - Salesforce](#)
- 54. [AI とともに／旭化成 電子材開発、MI で効率化 - 日刊工業新聞](#)
- 55. [旭化成の DX 人材採用 | 職種・社員紹介](#)
- 56. [グループ事業紹介 | 企業情報 | 旭化成株式会社](#)
- 57. [中国 EV 市場の急速進化に挑む旭化成 深圳発「共創」新モデル](#)
- 58. [人・データ・組織風土で奏でる 旭化成のデジタル共創戦略](#)
- 59. [新時代に挑む知財戦略 IP ランドスケープのススメ「旭化成株式 ...](#)
- 60. [材料の新規用途探索や製造現場の技術伝承において生成 AI の ...](#)
- 61. [旭化成のデジタル共創戦略にみる、アジャイル経営への挑戦と ...](#)
- 62. [旭化成ホームズとプリファードロボティクス、生成 AI（LLM）を活用し、住宅内 IoT
情報と連携する「カチャカ」の開発を発表 | 株式会社 Preferred Robotics のプレスリリー
ス](#)
- 63. [デジタルトランスフォーメーション | 企業情報 | 旭化成株式会社](#)
- 64. [新素材の探索を実験まで全自動化！旭化成が稼働する「スマートラボ」の全貌 | ニュ
ーススイッチ by 日刊工業新聞社](#)
- 65. [ロボット\(素材\) - 企業と製品の一覧](#)
- 66. [【2025 年最新】動画コンテンツの市場規模は？今後の展望 ...](#)
- 67. [CES 2025 で注目の AI ロボット 7 選 | 小型化・自動化・価格帯の ...](#)
- 68. [コンテンツ制作・配信業界：企業一覧：日経会社情報 DIGITAL](#)
- 69. [産業用ロボット メーカー63 社 - Metoree](#)
- 70. [2024 年の日本のコンテンツ市場の規模は前年から微増の 14 兆 ...](#)
- 71. [2025 年版 | 最新のロボットの現状は？技術や AI に代替される ...](#)
- 72. [【最新版】素材メーカーの売上高・年収が高い企業ランキング](#)
- 73. [日本 & 海外の協働ロボットメーカー16 社の特徴を紹介！](#)
- 74. [【2024 年】コンテンツマーケティングのトレンド 7 選 - パスカル](#)
- 75. [ロボティクス AI とは？仕組み・活用事例・最新トレンドを紹介](#)
- 76. [【素材メーカー：業界研究】大手 5 社（日本製鉄・旭化成 ...](#)
- 77. [コミュニケーションロボット - 企業 12 社の製品一覧とランキング](#)
- 78. [グローバル OTT を通して見えた日本コンテンツ業界の希望と限界](#)
- 79. [人型ロボット、AI 技術の進歩が開発に追い風 TECHBLITZ が ...](#)

- 80. [グローバル市場における日本コンテンツ産業の可能性 - CJPF](#)
- 81. [国内の注目ロボット開発ベンチャー・スタートアップ企業一覧 ...](#)
- 82. [AI が予測するコンテンツ制作業界 業界 | 2030 年市場規模推移 ...](#)
- 83. [【2025 年 3 月最新】 AI が世界を変える！生成 AI、ロボット - note](#)
- 84. [「エンタメ出身者×コンサル出身者」の掛け算でコンテンツ ...](#)
- 85. [ロボット AI 株式会社](#)
- 86. [2021 年コンテンツマーケティングの最新トレンド 3 選](#)
- 87. [国際ロボット連盟、2025 年のロボット 5 大トレンドを発表 AI ...](#)
- 88. [素材メーカーとは？主な業界や職種、現状・将来性などを解説](#)
- 89. [日本のロボットや自動車のメーカーが NVIDIA AI と Omniverse ...](#)
- 90. [デジタルコンテンツ白書 2024 発刊、コンテンツ産業の市場 ...](#)
- 91. [AI ロボットの動向と展望 | InfoCom ニュースレター](#)
- 92. [ロボティクス | 京セラ](#)
- 93. [AI で激変するヒューマノイドロボット 高まる期待と現実の課題](#)
- 94. [プラごみも空き缶も AI ロボットが自動で仕分け！リサイクル ...](#)
- 95. [転換期を迎えたロボット・フィジカル AI 開発 - ビジネス+IT](#)
- 96. [サービスロボット メーカー8 社 - Metoree](#)