

塗料製造業各社社長の年頭インタビューまとめ

2021年1月15日

業界紙各紙の新春特別号で塗料関連企業と業界団体の代表者のインタビューや挨拶が掲載されていますが、今日はその中から Paint & Coatings Journal 紙に掲載された塗料製造業各社社長の年頭インタビューを、個人的主観より超要約したものをご紹介します。詳しくはもちろん、同紙をご覧ください。同紙を選んだ理由は最も多くの製造会社に取り上げられていたからです。

それでは、超要約新春インタビュー一覧をご覧ください。

Paint & Coatings Journal 2021新春特集に掲載された各社社長のインタビュー記事の独断的抜粋

日本ペイントホールディングス 田中社長 塗料の"魅力"可能性を磨く		イサム塗料 北村社長 リアルとデジタルの融合加速	
理念	株主価値の最大化、社会における富の創造	需要	ビフォーコロナには戻れぬ予測
訴求	Paint Wonderの世界観を示すCM	訴求	抗菌塗料、木部用塗料など時代に即した付加価値製品提供
開発	商品開発部設置、東京大学と産学協創協定	デジコン	動画配信、オンライン会議、ライブ配信など複合的に進展
生産	デジタル技術、AIによる生産、サプライチェーンの革新的再建	市場	水性塗料技術の深彫りと測色技術の普及啓蒙が鍵
関西ペイント 毛利社長 収益体質の強化へ、事業環境を整備		日本特殊塗料 田谷社長 テレワーク推進、仕事力アップに期待	
理念	お客様が求める価値の提供	需要	自動車比率が高くダメージ大だが、回復傾向
コロナ	世界基準での価値観変革をデジタル化でチャンスに変える	新分野	土木分野の防水に注力、フェイスシールド曇り止め用商品化
戦略	技術から国際競争力を向上させる	テレワーク	製造現場以外で恒久化予定、社員の成長が成否の鍵
生産	生産の集約化とIoT化、BCP対策	環境	自動車防音材でのリサイクル、軽量化で環境貢献
国内	安定した有望市場	生産	デジタル化推進を通じた工程改善や効率化
エスケー化研 藤井社長 顧客・市場起点のアプローチ		カシュー 戸次社長 顧客の環境ソリューションに貢献	
理念	"無から有" 技術革新に挑み付加価値製品を提供	理念	お客様の困りごとに満足度の高いソリューションを提供
コロナ	需要は収束とともに復帰	需要	自動車急ピッチで回復、家電中国で底堅く、国内は時間要
訴求	製品から需要を高める 省力化と環境対応 技能者不足対応	訴求	VOC削減、CO2低減以外にも バイオ由来製品で環境貢献
勤務	WEB テレワーク実施による効率化、働き方改革	働き方	技術2班シフトテレワーク併用で生産性向上
大日本塗料 里社長 成長軌道に乗せる1,000億円ビジョン		ナトコ 粕谷社長 脱炭素対応製品の開発	
理念	顧客ニーズを満たし深耕していくカスタマーファースト	業績	収入、営業、経常微減、純利微増 中国の早期回復貢献
コロナ	主力構造物堅調 需要復帰は2022年 2023から成長	コロナ	営業のWEB対応進み、詳細資料も整備
利益	原材料統廃合による原価低減、売上最大・費用最小	デジ知	経理総務などペーパーレス化推進
訴求	塗膜の耐久性向上は省資源、環境負荷低減に貢献	訴求	脱炭素めざした商品開発・焼き付け低温化短縮化、UV硬化型
生産	IoT化による効率改善と自動化	脱塗料	自己治癒コート剤でフィルム形成しじなどで加飾
IT	営業、技術にRPA導入 WEB会議	生産	粉体新工場建設発表
神東塗料 高沢社長 変化に適応する体制づくり		アトミクス 神保社長 堅調な道路部門、業績を後押し	
利益	10年ビジョンで取り組む	業績	家庭用伸長、道路用堅調、建築用減少
国内	中長期視点で業務効率改善し、新規分野や海外へ展開	営業	顧客訪問数激減 WEB活用
コロナ	コロナ対策は構造改革に資する	社内会議	WEB重用するも問題点も見えている
IT	雇人性脱却 生産IoT、技術データベース、営業支援ツール	BCP	自然災害対策に加え、感染症対策も
中国塗料 植竹社長 ウェビナー盛況、新たな営業手法 植竹社長		東日本塗料 尾張社長 コロナ期間で社内研修を充実	
需要	修繕船堅調、中国市場、コンテナ回復途中、21は辛抱の年	理念	頻繁に現場に行くことで市場ニーズを捉え製品開発に活かす
WEB	日常の営業活動で多用 高評価 収束後も定着見通し	需要	塗装工事中止などの状況から回復中
生産	全工程ほぼ無人化でリノベーション	訴求	技術者が現場で下地診断から塗装までトータルでフォロー
訴求	船舶外板のモニタリング&解析システム	研修	若手営業マンなどにコロナ禍の行動制約を利用し社内研修実施

会社名 社長命の下の欄は、C & P J 紙がつけていた各社のトップ見出しです。その下の 4-6 行が私の超要約です。超要約には勝手にこちらで分類し、見出しをつけさせていただきました。個々のインタ

ビュー内容にコメントするのは、企業トップの方に対して不遜なので全体的な傾向のようなものについてコメントしたいと思います。

やはりコロナに関連しての業績見通しやテレワーク、デジタル化などについての言及が多く見られました。コロナ禍により、テレワークや WEB 会議など働き方が大きく変化することを契機と捉え、より一層の業務の効率化を図ろうとしている意見が多く見られます。

生産に関しても、デジタル化や IoT 化などにより、革新的リノベーションに取り組む表明をしている会社が多くみられました。一般的にコロナが収束しても前の社会には戻らないという認識をされている方が多いようです。

日本は諸外国に比べてデジタル化が遅れていると言われていています。特に ERP と呼ばれる業務全般を統合的に貫く業務システムの導入が不十分なように感じています。全く個人的な意見ですが、欧米の企業と競合していくためにも、コロナを契機としてこうした ERP の普及が進むことを期待します。

新製品開発の方向性については、環境負荷低減、省資源、省力化といったところが共通のキーワードになりそうですが、今年は特に抗菌・抗ウイルス、脱炭素といったもう少し特定の言葉も挙がっていました。特に脱炭素については 2050 年に実質排出量ゼロが宣言されましたので、塗料業界としても真剣に取り組むべき重要課題であると思います。

何社かには、理念という見出しを付けました。理念に分類したものは、会社としての価値観や存在意義を示していると考えられるもので、こうしたものが明確であることは、社員が会社の目指す方向性を理解するために重要だと考えています。

緊急事態宣言下、難しい時期が続きますが、「禍福は糾える縄の如し」「人間万事塞翁が馬」という言葉もあります。この 1 年が、コロナ禍を契機として、各社の業務改革が一挙に進む年になることを強く期待いたします。