

環境関連ワードが頻出した P&CJ 2022 年新春特集

- [金曜日 - 07 1 月 2022](#)

2022 年 1 月 5 日付のペイント&コーティングジャーナル紙に掲載された塗料関連企業のトップの年頭挨拶から塗料製造会社のトップの発言内容についてまとめてみました。全体の総括としては同紙の表紙にまとめられているように、原材料の高騰と円安によるダブルパンチへの対応、加えて脱炭素への動きに象徴される環境対応が塗料・塗装業界における大きな課題であり、こうした課題からの圧力をむしろ追い風とし、技術革新による塗料および塗装の革新が進むことが期待される状況にあるということになろうかと思えます。

それでは、上場会社を中心とした製造会社のトップの新春特集のまとめをご覧ください。

会社名	代表者	P&CJがつけた見出し	個人的に気になったキーワード
日本ペイント	喜田益夫	社会との関わりに事業を据える	職人不足⇔省工程、価格競争⇒商品力勝負 社会的貢献と経済価値の両立、社会貢献の発信
関西ペイント	毛利訓士	Greatへ持続成長力を強固に	創業の精神に鑑みてもESGは原点回帰、持続的成長サイクルへの転換、脱炭素実現に注力
エスケー化研	藤井実広	高付加価値展開で市場を活性化	原材料高騰に対し製品力で活路、新製品・新工法で需要拡大、無から有への理念で社会貢献
大日本塗料	里 隆幸	社会貢献に基点、成長軌道へ	ESGは事業拡大の成長機会、環境政策を主体的に捉える、CTC・防食Cの技術を見せる
中国塗料	伊達健士	ビジネスモデルの転換期、価値訴求	原材料高騰は新造船で苦戦、抗付加価値製品を訴求、密閉型タンクによる生産方式の展開
神東塗料	高沢 聡	収益性強化から未来志向へ	新型コロナが脱炭素を一気に加速、塗装工程全体のエネルギー削減を視野に、EV周辺に注目
日本特殊塗料	遠田比呂氏	AI導入へ始動、製品開発の新たなフェーズへ	AI技術を製品設計に活用、顧客からのCO2削減要求の切迫化、原材料の内外価格ギャップ
イサム塗料	北村 倍章	メンテナンス事業に着眼	サステナビリティが新たな可能性を広げる、事故車以外の需要を喚起、
カシュー	戸次 強	付加価値の創出を全社的ベクトルに	デジタル技術の活用、脱炭素・環境対応製品の開発、バイオ塗料の具体化、
菊水化学工業	今井田広幸	環境共生時代の市場戦略、キーワードは「共感」	水性・無機重視の歴史を強化・反映、SDGsで貢献できる企業の視点、完成塗膜にコミット
ナトコ	粕谷太一	自前よりもスピーディ重視	工業分野で海外に積極展開、表面加飾の手段拡大、塗装レスへの対応
アトムクス	神保敏和	SDGsの取組を加速	埼玉県SDGsパートナー登録、SDGsを意識した製品開発、大学や研究機関との連携

基本的にすべての方が環境問題にはなんらかの形で触れられています。DSGsやESG、カーボンニュートラル(脱炭素)、サステナビリティという言葉も多く出されています。そうした中で具体的に塗料と塗装の課題に言及していたのが、神東塗料の高沢社長で、焼き付け温度の低温化について言及されていました。

また日本特殊塗料の遠田社長からの「AIを製品設計に活用」というのは驚きました。ニュアンス的には塗料の開発ではなく、自動車用の制振材や吸音材の開発のように感じましたが、塗料にも展開できればよいなと思いました。例えば耐候性のシミュレーションであれば、顔料と樹脂の暴露データがそろっていればある程度可能なのではないかと思います。

さらに自社の伝統や強みを活かしたいというカシュー（バイオ塗料）や菊水化学工業（水性・無機）や、自社の専門領域で活路を見出したいイサム（車両補修）の方向性は納得性があります。

続いて上記以外の製造会社について、同紙がつけた見出しのみご紹介します。

会社名	代表者	P&CJがつけた見出し
オキツモ	山中重治	水性塗料開発を中国拠点に集中
AGCコーテック	伊藤 陽	地力を高め、新分野に挑戦
シンマテリアルワン	酒井隆一	ピンチをチャンスに変え成長目指す
東日本塗料	細谷義憲	現場主義で差別化戦略を推進
日本化工塗料	塩田 淳	BCP、そしてESGへ
大同塗料		塗料化技術から需要を創出
ミクニペイント	西村龍夫	第2工場を設立、事業拡大
吉田製油所	吉田善彦	SDGs を宣言、DIY 需要を喚起
メーコー	萩本文雄	湿式ならではの魅力を訴求
斎藤塗料	斎藤由美子	SNSから顧客を創出

これらの見出しからも、現在突き付けられている課題に対し、なんとか活路を見出したいという各社の戦略が示されているものと思います。これまでと違うやり方で、他社とは違う方向性で、環境圧力を逆手にとってそれぞれのやり方でこの難しい時期を乗り切ろうとしています。

とここまで書いてきて、方向性はおおよそ定まったとして果たして将来への展望は開けているかという疑問があります。それは CO2 排出に関する目標達成へのロードマップです。塗料業界にとって 2050 年 CO2 排出ゼロの目標は、根源的な変革を必要とするものでありこれまでの延長線上で達成できるものではありません。当面の目標となる 2030 年の目標である 2013 年度比 46%減でさえ、塗料業界にとってみればあまりにも高い目標であると思われます。それにしてもまずは、日本の塗料・塗装業界が塗料の製造、塗装、被塗物の廃却においてどれだけの CO2 を排出しているのかを把握したうえで、2030 年にむけたロードマップを作成する必要があるのではないのでしょうか？

2030 年まではあと 8 年しかありません。業界が協力してこの問題に着手すべき時が来ていると思われます。