



2020 | Since 1960

Nippon Paint Holdings Group Communication Magazine

KOZUCHI

 NIPPON PAINT HOLDINGS CO., LTD.

KOZUCHI 2020

KOZUCHI

Nippon Paint
Holdings

NO. 251

2020年10月発行

編集・発行：日本ペイントホールディングス株式会社 広報部 東京都中央区京橋1丁目7-2
※表記の部署、役職は2020年10月現在のものです。

PAINT.W NDER
この地球をオドロキで彩ろう

 **日本ペイントホールディングス株式会社**
Basic & New



この地球をオドロキで彩ろう

塗料やコーティングの技術は、あらゆる形で社会の隅々にまで利用されています。

塗料が秘めている可能性や日本ペイントホールディングスグループの

素晴らしい技術力を広く知っていただくと、皆さんも、

「えっ、ここにも塗料技術が使われているの!」という驚き(=Wonder)を経験されるでしょう。

私ども、日本ペイントホールディングスグループの塗料、コーティングや表面処理の技術は、

世界中の人々の生活に彩(いろどり)と快適さや、安心を提供するだけでなく、

さまざまな社会課題の解決にも役立つという素晴らしい力を秘めています。

「PAINT.WONDER」は、そうしたワクワク感と塗料技術の広がりへの期待感、

そして日本ペイントホールディングスグループの力強い将来に向けて創り上げたメッセージです。

CONTENTS

- 001 PAINT.WONDERとは
- 002 TOP MESSAGE [今こそ、塗料の技術で社会課題の解決を]
| 日本ペイントホールディングス株式会社 取締役会長 代表執行役 社長 兼 CEO 田中 正明
- 005 TOP NEWS [圧倒的アジアNo.1の経営基盤を確立し、さらなるグローバル展開へ]
- 010 NEWS SPOTLIGHT
- 015 ESG STATEMENT [ESGが経営の根幹にある姿とは?]
- 017 -社会課題解決に向けたイノベーション創出- 人々の安心・安全な環境を目指し
- 特集1
- 019 対談 / 東京大学 × 日本ペイントHD [新たな未来を創るために]
| 第30代 東京大学 総長 五神 真さん
| 日本ペイントホールディングス株式会社 取締役会長 代表執行役 社長 兼 CEO 田中 正明
- 特集2
- 025 R&D - 叡智結集 - [私たちが切り拓く、人と社会の未来]
| 叡智結集 I 対談 / R&D組織戦略とグループ連携の「今」と「これから」を大いに語る
| 叡智結集 II トークセッション
| 新しい価値観の世界で、塗料の技術はどう変わる 次世代リーダーたちの考察
- 特集3
- 034 粉体塗料の魅力と可能性に迫る [ESGを体現する千葉工場の新たな取り組み]
- 041 人々の共感に根差した彩り豊かなアジアのペイント文化
- 047 家づくりは自分で! Duluxから知るオーストラリアのDIY事情
- 049 DIY JAPAN
- 051 GLOBAL ESG TOPICS
- 058 GLOBAL PROFESSIONALS

TOP MESSAGE

今こそ、塗料の技術で 社会課題の解決を

日本ペイントホールディングス株式会社
取締役会長 代表執行役 社長 兼 CEO

田中正明





社会課題解決に向け歩んできた歴史を 礎に、さらなる技術革新を目指す

日本ペイントホールディングスグループの塗料・コーティング技術は、創業以来140年近くにわたり、多様な分野で、人々の生活に彩（いろどり）と快適さ、安心を提供してきました。当社の歴史は、東京大学の前身である開成学校出身の創業者茂木重次郎が、白粉（おしろい）に含まれていた鉛白による中毒症状に悩む女性たちを助けるため、無毒性の亜鉛華（あえんか）を国内で初めて開発したことからは始まりました。社会のさまざまな変化に柔軟に対応し、課題を解決することは当社の社会に対する責任であり、そして私自身が担うべき重要な使命と捉えています。

危機を新たな発想で乗り越え、 社会に新たな価値を提供し続ける

世界が直面している社会課題の一つに、1月以降いまだ収束が見えない新型コロナウイルス問題があります。私はこの問題に対して三つの方針で経営してきました。第一に、社員とその家族を新型コロナウイルスの感染から守ること。第二に、世界中の事業を守るために資金繰りを確保すること。第三には、収束時に反転攻勢をかけるための

事業継続計画（BCP）を構築することです。当社では、新型コロナウイルス対策本部を1月末に立ち上げ、グローバルな視野で感染防止に努めるとともに、「New Normalガイドライン」の策定を行い、さらに社員の安全確保のため、7月から希望する全社員に対して全額会社負担でPCR検査を実施しています。第二、第三の点については、2020年4月には不測の事態に備えた合計2千億円のコミットメントラインの設定も速やかに実施しました。今後の事業継続はもちろん、製造設備に対する投資や従業員雇用といった事業基盤強化に安心して取り組めるよう、資金面で十分な水準の環境を整えることは何より重要と言えるでしょう。この危機を新たな発想で乗り越え、スピーディーな変革で社会に価値を提供し続けていきます。

あらゆる可能性を秘めた塗料技術で 社会貢献できる新しい発想を

このようにさまざまな起こる社会課題の解決に向け、まず私たちの事業の根幹を担うR&Dを強化しています。具体的には、今年の5月に、創業者とゆかりのある東京大学と産学協創協定を締結し、10月から「革新的コーティング技術の創生」という社会連携講座を開設しました。そしてアジアNo.1のペイントブランドメーカーであるNIPSEAグルー

プや、オーストラリアのトップ塗料メーカー DuluxGroup など、世界のパートナー会社と連携し、各地の優秀な技術者が持つ技術力、知見、ネットワークを最大限に活用して、世界の環境保護や持続的社会的の実現に、この研究成果を還元していきたいと考えています。また、すでに実用化されている可視光応答形光触媒技術を使った当社の抗ウイルス・抗菌塗料は、多くの公共施設、ビル、レストラン、ダンススタジオなどから好評を得ています。この可視光応答形光触媒技術をさらに発展させた新しい機能を持つ製品とサービスは、今現在も加速度的に開発が進んでいます。

お客様と社員を大切にし、スピーディー な意思決定と組織力で価値を創造

当社グループでは「株主価値の最大化（MSV）」を経営のミッションに掲げています。MSVの大前提は、全てのステークホルダーへの責務をしっかりと果たすことであり、一般的に言われる「株主第一主義」とは全く異なります。持続的な成長に向けた投資や、お取引先への適正な支払い、社員への報酬、お客様への商品供給、環境負荷の低減など、企業が社会や他のステークホルダーに対する全ての責務を果たした上で、最後に残る価値である株主価値を最大化していくことが根幹です。このような経営ミッションのもと、2020

年8月21日、「アジア合併事業の100%化」と「インドネシア事業買収」を決定いたしました。これにより、Wuthelam（ウットラム）グループが保有していたアジア合併事業の持ち分およびインドネシア事業を、日本ペイントホールディングスが100%取得することになります。その主な対価として、Wuthelam（ウットラム）グループに当社の株式1.487億株を割り当て、結果として、Wuthelam（ウットラム）グループは当社株式の58.7%を保有することになります。この取引では、少数株主の利益を十分確保しながら、これまで複雑であった資本関係を一本化することで、大株主と少数株主の利害は完全に一致します。また、当期純利益が6割増加し、さらにEPS（一株当たりの純利益）も10%以上増加することになり、強固な財務基盤を構築することが可能となります。当社とWuthelam（ウットラム）グループには、60年間にわたりパートナーシップを続けてきた歴史があり、今日では強い信頼関係と「絆」が形成されております。そして、このパートナーシップをてこに、これまでも事業を飛躍的に成長させてきました。今後は、強化される事業体制と財務基盤をもって、国内市場とグローバル市場におけるさらなる飛躍と、当社グループの経営上のミッションである「株主価値最大化」の実現に向けて、内外のグループ各社が相互に結びつく「蜘蛛の巣型経営」による総合力を発揮していきたいと考えております。世界におけるさまざまな社会課題に対して当社グループを挙げて向き合う体制が整ったと言えます。なお、本件取引により経営体制には一切変更はなく、上場も維持いたします。

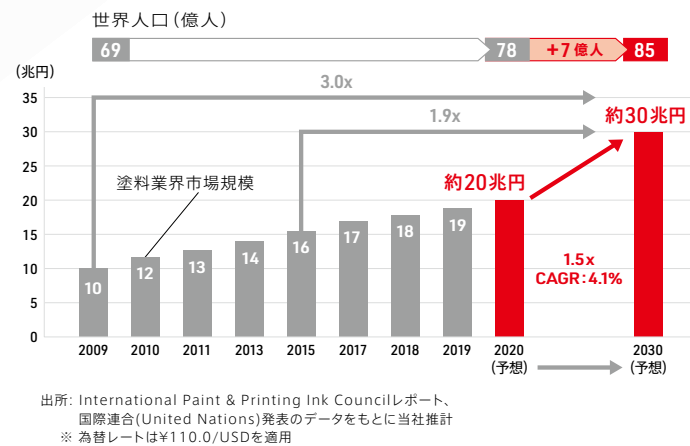
「PAINT.WONDER」の姿勢で塗料の 可能性を切り拓き続ける

私たちの生活の身近にある塗料が世の中で果たす役割はとても大きいと感じています。塗料には、オドロキと喜び、感動があります。私は、社会課題をも解決できる塗料への期待とさらなる可能性を、この冊子のコンセプトにもなっている「PAINT.WONDER」という言葉で表現しました。塗料のすばらしさとワクワク感をより広く、多くの方に知ってもらいたいという願いから、2020年10月よりテレビCMの放映もスタートしました。また、当社国内外のグループ各社が蜘蛛の巣のようにつながりあい、有機的に協力しながら、世界中の各拠点で自由闊達にシナジーを発揮する「蜘蛛の巣型経営」を加速していきます。これによって、当社創業者茂木重次郎の志でもあった、社会課題解決の一助となる革新的な塗料・コーティング技術の開発を迅速に進め、皆さまに安全・安心をお届けできるよう全力を注いでまいります。引き続き、ご支援ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

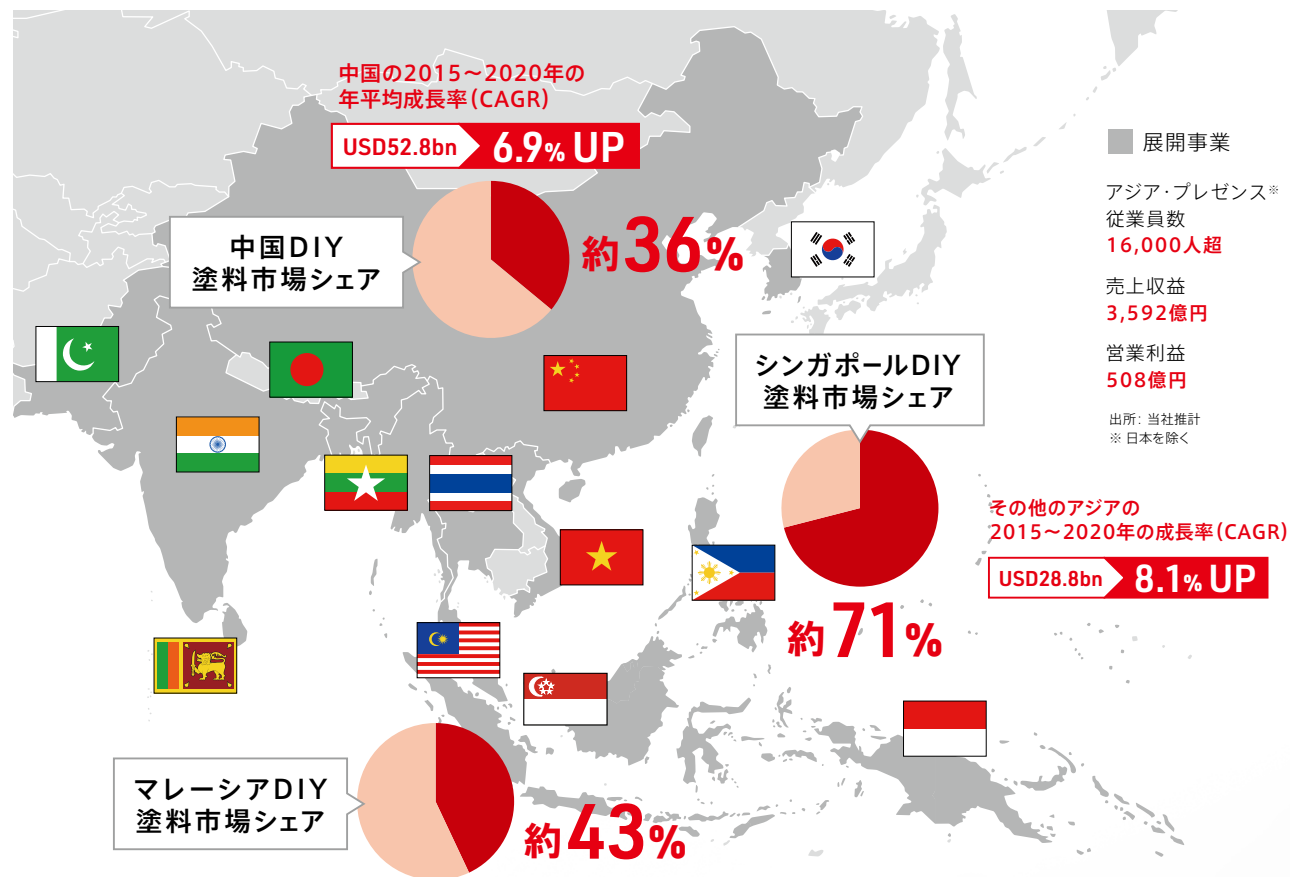
アジアを中心に世界の塗料需要は高い成長が期待される

塗料の需要は2020年の20兆円規模から2030年には30兆円にまで成長すると見込まれています。そのなかでも中国を含めたアジアは特に高い成長が期待されています。過去を振り返ると塗料市場は人口増加に比例して規模が拡大しています。世界人口は2010年前後の約70億人から現在の2020年時点では約78億人に増加しており、10年後の2030年には85億人に達すると予想されています。当社グループはすでにアジアにおいて圧倒的No.1の地位を築きあげており、塗料事業のポテンシャルに対してもグループ一体となりチャンスを獲得しています。

□ グローバルに高い成長が期待されている塗料市場



□ 中国・マレーシア・シンガポールなどを中心に18の国と地域で塗料事業を展開



高い成長が見込まれるインドネシア市場

日本の5倍に相当する約192km²の国土に2.7億人の人々が暮らしています。近年は建設需要が特に旺盛で、2018年の1人当たりのGDPは4,000ドルを超えるなど、継続的な成長を見せてい

ます。中間所得層が増加していることから塗料市場の特にプレミアム分野の伸びが期待され、2021年以降はコロナ禍の収束次第でさらに着実な成長曲線を描いていくことが予測されています。

インドネシアでNo.1市場シェアを誇るインドネシア事業

インドネシア事業は約40年にわたり市場シェアNo.1を維持しています。2019年度の売上は4.6兆ルピア(1ルピア0.0077円換算で約353億円)で営業利益率は30%という高水準に達し、同年度の市場シェア率は建築用市場では27%、工業用市場では57%のシェアを占めています。これらの要因は強い「ブランド力」に加えて、広い国土を網羅する「生産体制と販売

網」の整備と言えるでしょう。自動調色機のCCM(コンピュータライズド・カラー・マッチング)は国内の主要な塗料販売店にほぼ設置され、機械のサポート人員も競合他社とは比較にならないほど充実しています。さらなる競争優位性を築くべく、全国で営業人員3,000人を超えるというマンパワーを活用しながら、CCMは今以上の増大が予定されています。

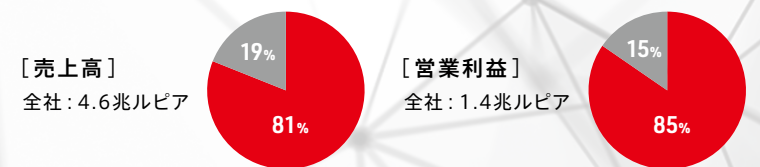
沿革

- 1969年 ジャカルタに最初の塗料工場を設立
- 1970年代 メダンとスラバヤに2工場を新設
- 1980年代 4つの生産拠点と30の流通拠点という最大ネットワークを持つNo.1塗料会社に
- 1993年 ブルワカルタに最大規模(80ha)の工場を新設
- 2015年頃ー 営業力強化、流通網の効率化、CCMを中心とした全面的な改革に着手し、積極的なブランド広告を展開

□ 主要な事業分野



□ 事業構成比(2019年度)

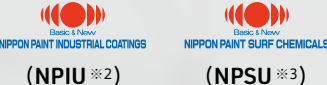


「蜘蛛の巣型経営」によるシナジーの発現への期待

工業用塗料事業の体制をグローバルに一本化することにより、例えば歴史的に世界各地で分散・競合が続いている自動車用塗料事業の統合も検討が可能となります。また、日本国内の顧客ネットワークを活用した、地域軸ではない事業軸での横展開と意思決定を加速させることも大いに期待できます。建築用塗料に目を向ければ、接着剤とシーラントの分野で高性能製品を取り揃えるDuluxGroupの

「Selleys」ブランドをインドネシアで展開することが考えられ、日本の工業用・ファインケミカル事業ではコイル、建設機械、表面処理などの技術をインドネシア国内に本格的に展開できる余地が広がります。インドネシアでの事業においては、建築用、工業用、自動車用、表面処理、船舶用と、塗料領域に限らないシナジー効果がはかりしれず、無限大で持続的な成長の可能性が秘められているのです。

□ 新たな地域および経営陣の獲得により事業機会を創出

 NIPPON PAINT AUTOMOTIVE COATINGS CO., LTD. (NPAC ※1)	自動車用塗料事業のグローバル一体運営を実現 □ 地域軸から事業軸に切り替え、迅速な意思決定と執行が可能に □ 各地で分散している自動車事業の統合など
 DuluxGroup	Selleys ブランドのインドネシア展開 □ DuluxGroupにて展開するSelleysブランド(接着剤、シーラントなど)をNIPSEAインドネシアの販売チャンネルにて拡販
 NIPPON PAINT INDUSTRIAL COATINGS (NPIU ※2) NIPPON PAINT SURF CHEMICALS (NPSU ※3)	インドネシア拡大塗料分野への進出 □ 日本の工業用やファインケミカル事業との協働により、コイル、建設機械、表面処理などの分野へ本格進出
 インドネシア事業	有能な経営陣の参画による経営ノウハウの共有 □ 成長市場に精通した経営陣がグループに加わることで、新たな成長機会が創出

※1 2021年1月1日に発足する新体制において統括会社となる日本ペイント・オートモーティブコーティングスの略称 ※2 日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社 ※3 日本ペイント・サーフェキmals株式会社

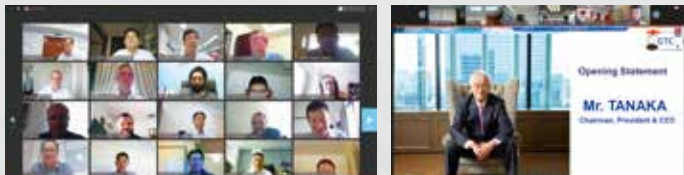
今後の戦略

互いに「優秀なパートナー」と認め合う両社が自律的な連携を強めたことで、かねてから標榜している「蜘蛛の巣型経営」がより盤石なものとなりました。各エリアの経営陣が持つ高い執行能力がいかに発揮され、技術共有などを通じて革新的な成長を成し遂げることができるでしょう。増強された自己資本は最大限に有効活用されなければいけません。「成長に向けた必要な投資」は積極的に継続され、生産プロセスと技術力の向上につながる次の3つが推進されます。1つ目は「デジタルサプライチェーンの実現」です。国内外を問わずあらゆる拠点で生産性を可視化し、作業の高度化を果たします。2つ目は「抗ウイルス製品の積極的な研究開発」です。2020年の5月から東京大学との産学協創協定を結び、抗ウイルス機能を有するコーティング技術の共同研究が進められています。そして3つ目は「M&Aの活用による成長促進」です。株主価値を最大化することは当然ながら、事業そのものだけでなく優秀な人材と信頼性の高いブランドをも一挙に獲得することで、グループ全体に波及する相乗的な効果を生み出します。今回の「アジア合併事業100%化とインドネシア事業買収」は、当社とWuthelam (ウットラム) が日星合併企業としてシナジーを発揮しながらアジアNo.1を超えて世界No.1に挑む過程における、輝かしいマイルストーンとなりました。

TOPICS

グループ全体のマネジメント会議 GEC (Global Executive Conference) を開催

当社では事業戦略共有のため、かねてよりNIPSEAと定期的にトップマネジメントが一堂に会する会議を開催してまいりました。今回、2020年8月～9月の開催においてはグループ全体に拡大して実施しました。新型コロナウイルスの影響による安全確保を優先し、全てオンラインにて行いました。



2019年北京でトップマネジメントが一堂に会して会議開催

COLUMN

国民の記念日を共に祝うボランティア塗装活動はSNSでの注目度が急上昇

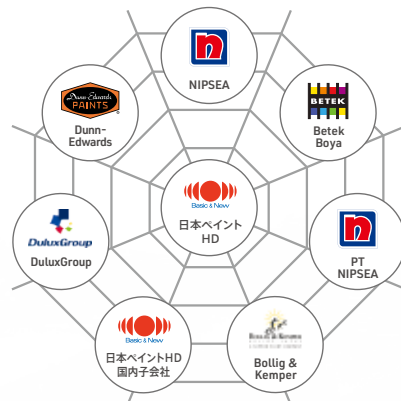


8月17日はインドネシアの独立記念日です。この日を祝うため、人々は地区の入り口にある門を自国の国旗に見立てて赤と白のツートーンに塗装するという習慣があります。Nippon Paint Indonesiaの社員たちは各地のコミュニティと協力し、地域貢献プロジェクトの一環として2016年より門の塗装を行い、この行事を大いに盛り上げる活動を開始しました。その様子をSNSで配信したところ多く共感を呼び、国内メディアに取り上げられ、全国的に知られるようになりました。教育機関や地方自治体からも依頼が殺到し、各種の賞も受賞しています。各地で行われる活動の様子を配信する動画は2,000本近くにもなり、SNSの企業アカウントはフォロワー 100万人を超えるほどの注目を集めています。

NIPSEAの他の国々についてはP41で紹介しています

各企業間で有機的に連携を行う「蜘蛛の巣型経営」

- ① 利益の社外流出を抑え、資源配分の全体最適が可能に
- ② 工業用事業のグローバル体制構築の足がかり
- ③ グループ間の相互販売の拡大、ノウハウ共有
- ④ 高い執行能力を持つ有能な経営陣の獲得



NEWS SPOTLIGHT

NEWS CATEGORY



NEWS HEADLINE

- 2019.2.27 代表取締役の異動に関するお知らせ
- 2019.4.17 豪州塗料メーカーDuluxGroupの買収発表
- 2019.4.26 ガバナンス諮問委員会の新設ならびに各諮問委員会の委員長・委員選任に関するお知らせ
- 2019.4.26 トルコ塗料メーカーBetek Boyaの買収発表
- 2019.5.7 第2回 高機能 塗料展～コーティングジャパンへの出展のお知らせ
- 2019.7.8 グローバルインターンシップの募集を開始しました
- 2019.9.20 代表取締役の異動に関するお知らせ
- 2019.9.24 日本ペイントホールディングスグループNippon Paint (USA) Inc.の米国南部への新工場建設決定のお知らせ
- 2019.10.2 子ども用の卓球台を全国の幼稚園・保育園等に寄贈いたします
- 2019.10.25 代表取締役および役員の異動などに関するお知らせ
- 2019.11.20 台風15号、台風19号の豪雨災害に対して寄付を実施
- 2020.1.17 豪州の山林火災に対して寄付を実施
- 2020.2.1 R&D本部新体制：塗料の力で未来の革新を目指す Smart R&D®
- 2020.2.13 2019年12月期 決算短信 (IFRS) (連結)
- 2020.2.13 新型コロナウイルス支援で中国赤十字社(3社)へ総額400万円(約6,400万円)を寄付
- 2020.3.26 指名委員会等設置会社への移行
- 2020.4.1 グローバル本社機能を有する東京本社を新設
- 2020.4.10 コミットメントラインの設定および資金の貸入れについて
- 2020.4.27 “この地球(ホシ)をオドロキで彩ろう”「PAINT.WONDER」のロゴ設定とコーポレートムービーを公開
- 2020.4.28 STAY HOME & ENJOY PAINTING 特設サイトを公開
- 2020.5.19 東京大学と産学協創協定を締結
- 2020.6.4 抗菌・抗ウイルス塗料「パーフェクト® インテリアエアークリーン」の無償提供について
- 2020.7.31 新型コロナウイルスPCR検査を希望者全社員に実施
- 2020.9.28 企業新CMが完成 - 多部未華子さんが当社メッセンジャー役に! 「日本ペイントの部屋」で“PAINT.WONDER”の世界観を伝える

2019 | 4.17

豪州塗料メーカー DuluxGroupの買収発表



安定成長が見込まれるパシフィック地域において今後も需要拡大が期待される建築用塗料市場のトッププレーヤーである DuluxGroup Limited 社 (以下、DuluxGroup) の買収を発表、同年8月21日に2,917億円で株式取得を完了しました。DuluxGroupは1918年創業の歴史を有し、オーストラリア建築用塗料市場において卓越した消費者ブランドとして認知され、安定的かつ継続的に利益成長を確保してきた優良会社です。当社は同社を子会社化することにより、すでに高い競争力を有するアジアにパシフィックを加えることで、この地域でのNo.1の競争力をさらに強固なものにし、高成長地域 (アジア・中国) と 安定成長地域 (日本・米欧・パシフィック) の地域ポートフォリオのバランスを確立しました。

2019 | 4.26

トルコ塗料メーカー Betek Boyaの買収発表



今後高い成長が期待されるトルコ建築用塗料市場のトッププレーヤーである Betek Boya ve Kimya Sanayi Anonim Şirketi 社 (以下 Betek Boya) の買収を発表し、同年7月10日に約1,407百万トルコリラ (参考レート：1トルコリラ=20円) で株式取得を完了しました。Betek Boyaは1988年設立され、トルコ建築用塗料・建設資材市場において約25%のシェアを有します。買収によりトルコにおいてもNo.1シェアを獲得し、DuluxGroup (オセアニアでシェア1位) に続き、「地域No.1シェアの獲得」という当社戦略に沿って、当社グループの事業基盤の一層の強化を図りました。



NEWS SPOTLIGHT

NEWS CATEGORY

NEWS
お知らせTOPICS
社会貢献FISCAL
決算・適時開示R&D
研究開発

2019 | 11.20

台風15号、台風19号の 豪雨災害に対して寄付を実施

台風ならびに豪雨の被害に遭われた方々に対する支援、復興に役立てていただくために、賛助会員である特定非営利活動法人「ジャパン・プラットフォーム」を通じて1,000万円の寄付を行いました。



2020 | 1.17

豪州の山林火災に対して寄付を実施



2019年後半から発生しているオーストラリア・ニューサウスウェールズ州およびその南隣のビクトリア州での山林火災に対して、オーストラリア赤十字社を通じて10万豪州ドル（約760万円）の寄付を行いました。併せて、100%連結子会社であるDuluxGroupが食糧や水、シェルターの支援対応および10万豪州ドルの寄付をオーストラリア赤十字社に実施しました。また同社は、社員からの寄付を募り、10万豪州ドルを上限にマッチング拠出を行い、追加でオーストラリア赤十字社に寄付を行いました。

2020 | 2.13

新型コロナウイルス支援で中国赤十字社（3社）へ 総額400万元（約6,400万円）を寄付

■ 中国の赤十字社3社への寄付

中国現地への支援として、総額400万元（約6,400万円）の寄付を実施しました。中国の現地法人による湖北省咸寧市の赤十字社への寄付200万元（約3,200万円）に加えて、中国赤十字社ならびに上海赤十字社に、それぞれ100万元、合計200万元（約3,200万円）を寄付しました。

■ 社員などからの募金およびマスクの寄付

日本国内の社員や、当社OB組織「松樹会」からのマスクの寄付ならびに、社員からの募金を行いました。マスク6万枚に加え、追加分4万枚やその他支援物資も、現地へ発送しました。また、グループ会社のBetek Boya（トルコ）、NipponPaint India（インド）などから、合計20万枚以上のマスクを中国の現地法人に送付しています。



(上) 日本から立邦船舶塗料（张家港）有限公司へマスクを寄付
(下) 中国赤十字社からの感謝状

2020 | 3.26

指名委員会等設置会社への移行



当社グループは「塗料とコーティング技術の持つ力を高めることで生活に彩（いろどり）と快適を提供する」ミッションのもと、株主価値の最大化を目指すにあたり、指名委員会等設置会社へ移行する方針を決定、2020年3月26日株主総会で決議され、指名委員会等設置会社へ移行しました。既存事業の強化やM&A等による地域ポートフォリオの拡充を加速するなど、国内外で成長戦略を推進しています。今後も進展するグローバル事業展開を鑑み、当社グループに最適なコーポレート・ガバナンス体制の構築に向けて、①経営の透明性・客観性・公正性の向上、②監督と執行の分離および強化、③グローバル監査体制の強化を目的として実行されました。

2020 | 4.10

コミットメントラインの設定および 資金の貸入れについて

新型コロナ禍における事業基盤強化策として、手元流動性確保のため、金融機関から1,800億円のコミットメントライン（借り入れ枠）の設定と200億円の資金借り入れを実施し、その後300億円の追加で計500億円を確保しました。すでに、1,000億円以上の手元資金がありますが、万が一の不測の事態に備え、今後の事業継続のみならず事業基盤強化策の実施に安心して取り組めるよう、資金面で十分な水準の環境を整えました。



2020 | 4.1

グローバル本社機能を有する 東京本社を新設

当社グループはアジアを中心にグローバルでの事業展開を加速しており、直近の海外売上高比率は71%、海外従業員比率は87%に達しています。また、積極的なM&Aにより事業ポートフォリオを拡充し、「株主価値の最大化」を目指しています。このような状況下に最適なコーポレート・ガバナンスの体制構築に向けて、グローバルで事業全体の統括強化および成長戦略を推進する目的として、グローバル本社機能を有する東京本社を新設しました。また、2023年を目途に、現東京事業所の再開発を完了し、品川に移転を予定しています。グローバルの事業を統括する経営部門を集約することで、成長戦略の加速ならびにガバナンスの強化を図っていきます。



(上) 東京本社エントランス前 (下) 田中社長 新執務室
(2020年4月1日撮影)

NEWS SPOTLIGHT

NEWS CATEGORY

NEWS
お知らせTOPICS
社会貢献FISCAL
決算・適時開示R&D
研究開発

2020 | 4.27

“この地球（ホシ）をオドロキで彩ろう” 「PAINT.WONDER」の ロゴ設定とコーポレートムービーを公開

塗料の技術革新を通じて社会課題を解決する企業姿勢を示した「PAINT.WONDER」のロゴの設定と共に新たにコーポレートムービーを公開しました。塗料は、あらゆるモノを彩り、守り、また、新たな機能を与えることができるミラクルで身近な存在です。塗料技術の進化が、世界をより豊かに変え、ペイントそのものが暮らしに新しい文化を創っていくのではないかと考えています。1881年の創業以来、社会課題解決に真摯に向き合ってきた当社グループは、みなさんに「PAINT.WONDER」の世界観を伝え、世界中に驚きの可能性を広げていきます。

PAINT.WONDER
この地球をオドロキで彩ろう



(上) (中央) (下) コーポレートムービー画像
コーポレートムービーは日本ペイントホールディングス公式YouTubeチャンネルからご覧いただけます

日本ペイント コーポレートムービー 検索 🔍

2020 | 5.19

東京大学と産学協創協定を締結



産学協創協定締結 (左) 東京大学五神総長 (右) 田中社長

東京大学と当社は産学協創協定の締結を通じて、卓越した知見・技術を有する東京大学の研究者ならびにその研究成果と、当社の塗料・コーティング技術の総合力が結びつくことで、さまざまな社会課題の解決に貢献できる共同研究や技術開発に取り組んでいきます。直近の課題として“塗料とコーティング”を軸に、抗ウイルス技術を含む新型コロナウイルス感染症の拡大防止に資する技術や、感染拡大が終息した後に訪れる新たな社会の課題解決に向けた技術の実現に注力します。また、スマート/リモート社会の基盤づくり、ならびに美しく魅力あふれる持続可能型社会を紡ぐための新たな技術を提供していきます。具体的な取り組みとして、2020年10月1日から東京大学大学院工学系研究科に社会連携講座「講座名：革新的コーティング技術の創生」を開設しました。

2020 | 7.31

新型コロナウイルスPCR検査を希望者全社員に実施

新型コロナウイルスの全国的な感染拡大の中、社員の安全・安心を確保するために、グループ全社社員の希望者全員へ全額会社負担でPCR検査実施を決定しました。7月末より全国の提携医療機関を通じて、唾液採取による検査を行っています。



2020 | 9.28

企業新CMが完成ー多部未華子さんが当社メッセンジャー役に！ 「日本ペイントの部屋」で“PAINT.WONDER”の世界観を伝える

塗料とコーティング技術で、世界中にオドロキの可能性を広げていく「PAINT.WONDER」（ペイント・ワンダー）の世界観を伝える企業CMを10月3日（土）より全国で放映を開始しました。俳優の多部未華子さんが当社メッセンジャー役として、ビル・道路・橋・船・車など当社の塗料が使われたミニチュアで表現した「日本ペイントの部

屋」から、色だけではない塗料の凄さ、オドロキ、魅力を伝えます。シンガーソングライターの山崎まさよしさんの楽曲「Flowers」の明るくイリズミカルな曲調がCMの世界観を盛り上げています。人の生活を豊かに彩る「色」に加え、塗料が果たしている「守る」機能の魅力と素晴らしさを伝えていきます。



PAINT.WONDERの世界観を表現したメインビジュアル



シンガーソングライターの山崎まさよしさん

CMは下記からご覧いただけます。テレビCM特設サイトでは、CMだけではご紹介しきれない塗料の魅力をご覧ください。

<https://www.nipponpaint-holdings.com/cm/>

日本ペイントホールディングス CM 検索 🔍

QRで簡単
アクセス





ESG STATEMENT

ESGステートメント

ESGが経営の根幹にある姿とは？

日本ペイントホールディングスグループは、
当社が活動するあらゆる地域における持続可能な発展を支え、推進するために事業活動を行うことを目指します。
そして、その活動は、経済・社会・環境という3つの要素を、バランスよく一体となった形で、実施します。

塗料とコーティングを通じて、全ての人々に豊かな彩、快適さおよび安心を提供することは、
創業以来の私たちの変わらぬ使命です。

グローバルな持続可能性に関する社会課題の解決は、
将来の世代に向けた私たちの責務であり、継続的な成長と成功への原動力です。

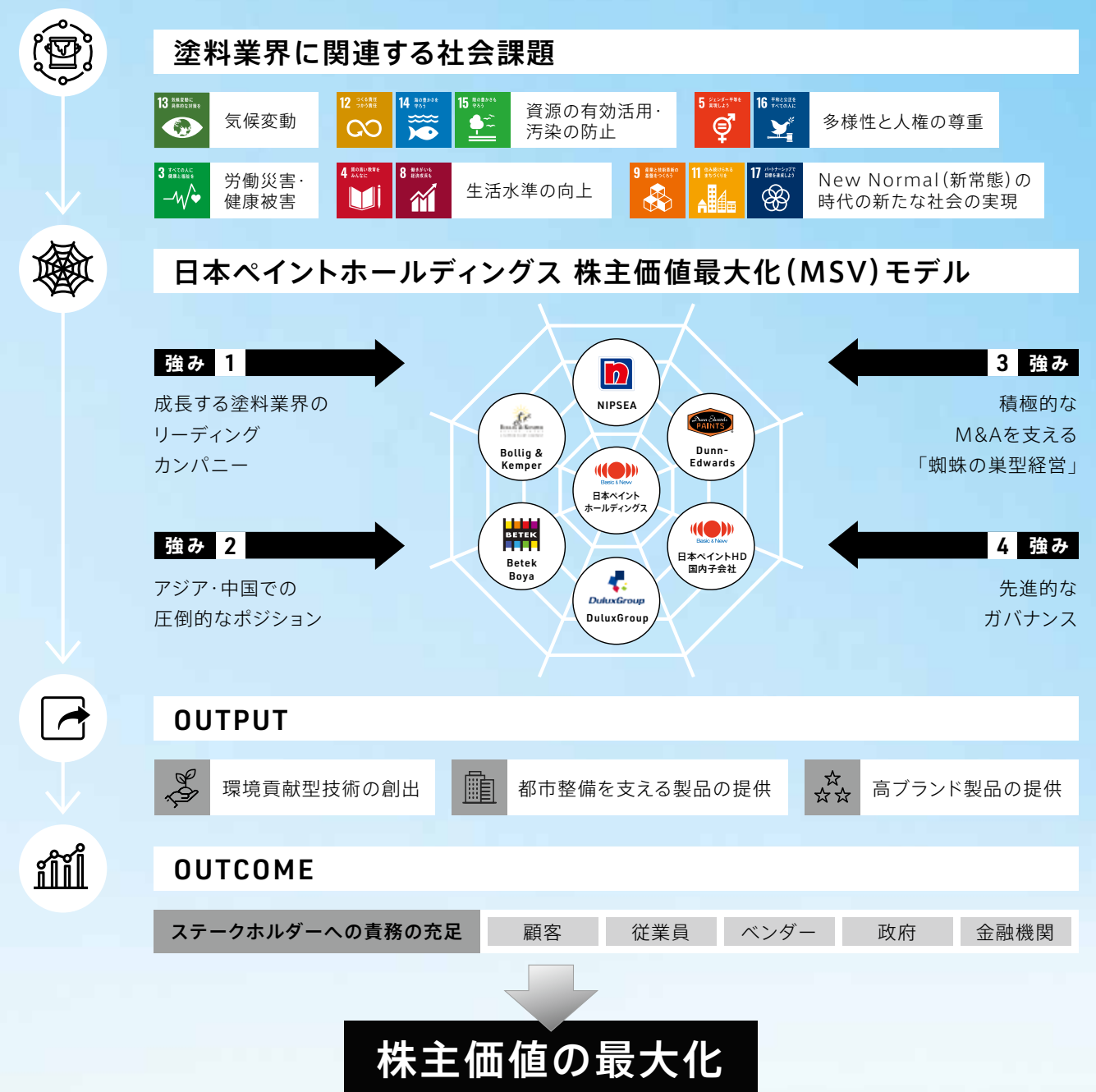
私たちは、これらを達成するために、次のことを行います。

- 革新的な製品やサービス、新たな事業機会を通じて、持続可能性の強化に資するため、バリューチェーンのあらゆる場面での技術による貢献を追求します。
- ステークホルダーの期待に応えるため、ステークホルダーとの対話を重視し、共に活動することで、共有する持続可能性への約束、責任や課題に応えます。
- 透明性・客観性・公正性を備えた経営を確保し、当社が活動する全ての社会からの信頼を得るために、実効性のあるガバナンスの枠組みを確立します。
- 当社の多様な従業員及び関係会社の職員が、それぞれの可能性を最大限に発揮し、革新的で持続可能な価値を創造することを尊重し、支援し、且つ、推進します。
- 持続可能性改善計画を推し進めることは、新たな事業機会や株主価値の最大化※につながると理解し、「持続可能な開発のための2030アジェンダ」(SDGs)を支持します。

※「株主価値の最大化」は、「株主第一主義」とは一線を画し、お客様・従業員・取引先・社会などへの責務を果たすことを前提とした上で、残存する「株主価値」を最大化することを意味します。

SDGs・ESG視点を経営の中核とした価値創造を実践していきます。

当社グループは塗料業界に関連する社会課題を踏まえ、独自の「4つの強み」とグループ各社が相互に結び付く「蜘蛛の巣型経営」で総合力を発揮しながら、社会課題の解決を図ってまいります。
そして、お客様・従業員・取引先・社会などすべてのステークホルダーへの責務を果たした上で、残存する「株主価値」の最大化に尽力してまいります。





社会課題解決に向けた イノベーション創出

当社グループは創業時から社会課題解決に取り組み続けており、その精神は私たちの技術開発の根底に息づいています。さらにESG方針で掲げているとおり、SDGs・ESG視点を経営の中核とした価値創造モデルを通して社会課題の解決に向け、グループの総合力をあげて取り組んでいます。

人やモノがグローバルに移動する現代社会では、時代性や地域性など複雑に絡み合う地球規模での課題が多くなっています。塗料には、「保護」という機能があり、船、車両、橋やビルなどの構造物、そして身近なところでは皆さんの家を老朽化や汚染などから守ってきました。これからさらに人と人の暮らしの安心・安全を守っていくことを主眼に、このような地球規模での課題に対してイノベーションで立ち向かっていきます。そして、私たちの製品や社会貢献活動を通して皆さんの暮らしに役立つ企業であり続けたいと思います。

ウイルスとの共生

人類は長い歴史のなかで自然の脅威やウイルスと共生してきましたが、2020年始めから起こっている新型コロナウイルスの感染拡大は、治療薬の開発途中であり、全世界でまだ感染予防策を徹底するほかに策は見えておらず、日本においても第二波、第三波の発生も予見され、長期化が余儀なくされている状況です。このようななか、当社グループは、社員の安全確保をしっかりと行いながら事業継続の追求のみならず、塗料とコーティング技術の開発に全力を注ぎ、

また今後の新製品・新サービスの提供を通じて、社会への貢献と事業活動を前進させていきます。具体的には、塗料・コーティング技術の開発において、抗ウイルス製品開発に特化した専門チームを立ち上げ、いち早く安心・安全な環境を提供すべくスピード感をもって開発を行っています。また、社会のためにできることとして、日本国内の医療機関において、マスク・消毒液などが依然として確保が困難である状況を鑑み、中国の提携工場で生産した医療用マスク（サージカルマスク相当、N95タイプマスク）計18万枚ならびに物品消毒用アルコール1,700リットルを、国内医療機関および公共機関など全国計76カ所に寄贈しました。

事例：抗ウイルス・抗菌塗料を無償提供



寺島文庫ビル [ミネルパカフェ]
東京都 九段下



in the house [ダンススタジオ]
東京都 高田馬場



Studio Somcha Club [ダンススタジオ]
福岡県 筑紫野市

抗ウイルス・抗菌製品

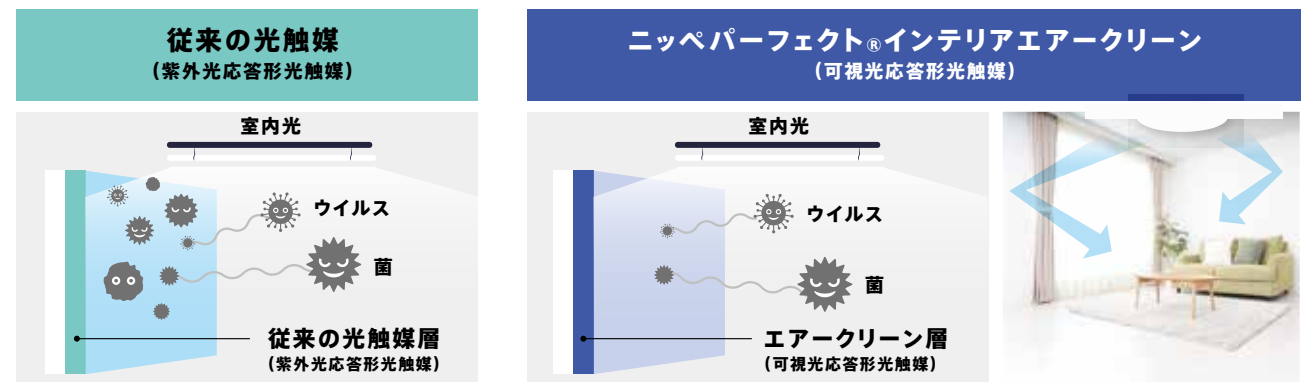
ニッペパーフェクト® インテリアエアークリーン

2017年に抗ウイルス・抗菌塗料「ニッペパーフェクト® インテリアエアークリーン」を発売し、すでに多くの施工実績を重ねてきた。新型コロナウイルスの感染拡大前は、特に超低臭や消臭機能が高く評価を受けてきました。新型コロナウイルス感染拡大により、2020年の3月以降は人が集まる学校や病院などの公共施設を中心に光触媒による抗ウイルス・抗菌機能を持つ塗料の需要が急速に拡大している。



抗ウイルス・抗菌のメカニズム ※JIS R 1756 バクテリオファージQβでの試験結果 (PIA) 認証

塗膜表面に付着した菌やウイルスはエアークリーン層表面の可視光応答形光触媒作用により抑制されます。



従来の光触媒 (紫外光応答形光触媒) は、太陽光などの強い光の照射下で作用しますが、室内光では作用しにくく、ウイルスや菌の繁殖抑制効果が小さい。

※本製品は、医療品や医療機器などの医療を目的としたものではありません。また、本製品は表面に付着したウイルスを抑制するものであり、感染予防を保証するものではありません。

可視光応答形光触媒により室内の照明に反応し、抗ウイルス・抗菌作用を発現し、ニオイ・汚れなどの原因となる菌や有害なウイルスを抑制します。



DIY・家庭用塗料

抗ウイルス・抗菌家庭用塗料で日本初! 9月4日発売

PROTECTON インテリアペイントプレミアム

公共の施設、病院などで活躍しているニッペパーフェクト® インテリアエアークリーンの技術力を活かし、DIY・家庭用の抗ウイルス・抗菌塗料が発売されました。今後も「PROTECTON」ブランドとして、抗ウイルス製品を発売していきます。

室内の照明でウイルスと菌を99.9%※抑制する日本初の家庭用塗料

「PROTECTON インテリアペイントプレミアム」は、室内の照明に反応し、塗膜表面に付着したウイルスや菌を99.9%※以上抑制する超低臭気・防カビ機能のある塗料です。

※室内の空気中のウイルスを抑制するものではありません。
※本製品は、医療品や医療機器などの医療を目的としたものではありません。また、本製品は表面に付着したウイルスを抑制するものであり、感染予防の効果を示すものではありません。
※被塗物の形状、素地の状態、気象条件、施工条件により性能に差異が生じることがあります。
※光触媒工業会では、抗ウイルス性能を判定する標準試験としては、試験の精度・再現性が高い「ノンエンベロープタイプ」である「バクテリオファージQβ」を使用しています。「ノンエンベロープタイプ」は、一般に消毒薬等に対する耐性が高いとされており、詳細は光触媒工業会のHPよりご覧ください。https://www.piaj.gr.jp/roller/contents/entry/20090121

安心・安全な環境をつくる

新型コロナウイルス感染拡大による新しい生活様式が求められるなかで、社会に安心・安全を提供するため事業会社の垣根を超えた開発を担う抗ウイルス製品開発の専門チームを5月に日本ペイントホールディングスに立ち上げ、その管掌を拝命しました。現在、グループの知見を集約しながら、いち早く社会に安心・安全をお届けするため鋭意取り組んでいます。一方、私が社長を務める汎用塗料事業会社である日本ペイントには、すでに抗ウイルス・抗菌機能を有する「ニッペパーフェクト® インテリアエアークリーン」がありますが、今回改めて本製品は「人の生活空間を守る」ことを認識しました。そこで本製品を社会に役立てたいと考え、集団感染リスクの高い病院などの公共施設や、ダンススタジオなどエンターテインメント施設への無償提供を行い、施工店様と協力して安心・安全な空間をお届けしました。また、一般の方が手軽に入手できるよう、DIY向け商品「PROTECTON インテリアペイントプレミアム」を発売しました。長い歴史のなかで時代ごとに新たな社会課題が生まれ、人間はこれらの課題に技術で立ち向かってきました。私たちも新たな課題の一つでも解決していくことが社会への責務と考え、今後も社会に貢献する製品を提供していきます。



日本ペイント
ホールディングス株式会社
常務執行役
日本ペイント株式会社
代表取締役社長

喜田 益夫

日本ペイントホールディングス（以下、日本ペイントHD）と東京大学は、
双方の組織の包括的な共同研究や人材交流を目的とし、2020年5月18日に産学協創協定を締結しました。
東京大学五神真総長と田中正明社長に、New Normal（新常態）でのスマート／リモート社会の基盤づくり、
持続可能型社会に向けた技術創出や本協創への期待について、語ってもらいました。
日本ペイントと東京大学の役割、塗料・コーティング技術の可能性などについて、
SDGs、Society5.0、ポストコロナの観点から紐解いていきます。

対談 | Discussion

新たな未来を創るために

The University of Tokyo × Nippon Paint Holdings

東京大学 × 日本ペイントHD

第30代
東京大学 総長
五神 真さん Makoto Gonokami

日本ペイントホールディングス株式会社
取締役会長 代表執行役 社長 兼 CEO 田中 正明 Masaaki Tanaka

Profile / 1957年生まれ。1980年、
東京大学理学部物理学科卒業。理学博
士（東京大学）。光子物理学を専攻。
東京大学大学院工学系研究科教授、同
工学系研究科附属光子科学研究セン
ター長、同理学系研究科物理学専攻教
授、同理学系研究科長・理学部長、東
京大学副学長などを経て、2015年よ
り第30代東京大学総長。日本学術会
議会員、未来投資会議議員、科学技術・
学術審議会委員、知的財産戦略本部本
部員、一般社団法人国立大学協会顧問
などを務める。

撮影：2020年5月18日
東京大学「HASEKO-KUMA HALL」



塗料を制することで、あらゆる可能性が広がる

田中社長 まず、産学協創協定により設置する社会連携講座に、「革新的コーティング技術の創生」という素晴らしい講座名をいただきましたことに感謝いたします。これは東京大学の先生方が、塗料・コーティング技術・表面処理の技術に将来的な可能性を見出していただいた結果だと受け止めています。個人的な感想で恐縮ですが、今回の産学協創には、17歳の3月に駒場で合格発表を受けたときと同じくらいの感激を覚えています。そこでまず、東京大学にとって、塗料・コーティング技術に関する今回の産学協創はどのような価値や意義があるとお考えでしょうか。

五神総長 昨年12月に日本ペイントHDの品川事業所を訪問し、歴史も含めた塗料のお話を伺った際、塗料はどこにでも必ず使われているものであることを改めて認識し、また人々の生活に寄り添った技術であることも実感しました。今回のコロナ禍は想定外でしたが、それ以前からすでに社会は大きく変わろうとしており、従来のような工業製品をたくさん作って売る時代から、違う価値を求めなければならない時代に入っていました。産学協創という仕組みは、新たな価値を生み出していくため、東京大学が大きく一步踏み出すために作ったものです。その連携相手として日本ペイントHDは大変面白いと思っています。

田中社長 今回テーマとして掲げられた、「抗ウイルス機能やウイルスの拡散防止機能を実現するコーティング技術」「スマート社会の基盤を支え、社会の効率性向上に貢献するコーティング技術」「環境負荷軽減、社会コスト抑制に貢献するコーティング技術」の3つの研究課題の選定は社会的意義が大きい素晴らしいものだと思います。また、五神総長の下で策定された、「東京大学ビジョ

ン2020」の「卓越性と多様性の相互連関」を駆動力とした「知の協創の世界拠点になる」という基本理念と、当社の「塗料・コーティング・表面処理の技術を駆使して社会課題の解決に貢献する」という経営の方針が見事に重なり、上手く融合されています。今回策定した3つの研究課題は、そのまま当社の技術陣1,000人全てのミッション・ステートメントとなると思います。

五神総長 塗料は人とモノとの接点に必ず存在するものです。一方で、「塗る」というプロセスは、物理的な側面と化学的な側面があり、学問的には両者をまたぐ複合的な領域を持ちます。今は最先端の学問が、その複雑な融合領域にも入り込めるタイミングに来ており、可能性は相応に広がっていくと思います。人とモノとの接点におけるデータの活用が重要になっていることは広く認識されるようになりました。通常はサイバー空間の話だけに目が行きがちですが、実はサイバーとリアルな空間を自在に行き来しながら協調することが重要ですので、その接点こそが鍵になります。その意味でも、塗料を制すれば、実にさまざまなことができるのではないかと考えています。



SDGsやSociety5.0など大きな目標に向かう上でも伸びしろがある技術

田中社長 塗料そのものを社会的に広げてみたとき、例えばSDGsやSociety5.0の実現に向け、塗料やコーティングはどのような役割を果たし、またどのような可能性を秘めているとお考えですか。

五神総長 Society5.0は、日本が世界に先駆けて議論を深め、定義したモデルです。これにはデジタル革新、すなわち、情報通信技術やコンピュータなどのデジタル技術の急速な進展によって私たちの生活や社会の様相が劇的に変わりつつあるなかで、それが生み出した新しいサービスを活用して、未来の社会をよりよいものにするという気持ちが込められています。また、Society5.0には、現実の世界からデータを集め、それを人工知能技術などを駆使して、解析し、それを社会で活用することにより、結果として格差をなくし全ての人が参加できる社会、つまりインクルーシブな社会の創造を目指すという思想が入っています。このような、全ての人の社会参画を目指すという

新たな価値は、人が感じて初めて生まれるものですから、人とのものの接点に必ず存在する塗料は、SDGsあるいはSociety5.0のような大きな目標に向かう上でも「伸びしろ」があり、非常にわかりやすい素材ではないでしょうか。先程も触れましたが、高度経済成長期には良いものを安く大量生産し、多くの人に提供することが求められました。例えば、オートメーションや製品管理などは、日本が生み出した産業モデルだったとも言えます。そこでは個別の多様性を多少犠牲にする方が、効率が上がるということがたくさんありました。ICT技術が進歩した現在では、データを上手く活用することで個々人に別々のサービスを提供することが可能になってきています。その特性が、新しい経済成長に結びつくのではないかと感じています。また、2015年に国連が定めたSDGsの17の目標にも、インクルーシブを追求する考え方が、基本姿勢に入っています。拡張主義的な経済成長に限界が来ているなか、全ての人が参加する社会のあり方を追求し、成長を広げていくことが極めて重要なのです。東京大学は、それぞれの産業場面でどのようにSociety5.0を実現していくのかを、産業界とともに議論していきたいと考えています。例えば自動運転を安全に実装していくために、道路の白線や車にどのような塗料が最適かなど、工夫できる点はたくさんあるでしょう。

田中社長 私も同感です。例えば雪深いところでは道路の白線は見えないので、自動運転のためにはセンサーへの反応性の高い塗料が必要です。また、自動運転での操作は、ハンドルからタッチパネルになることも考えられます。タッチパネルの表面には表面処理の技術が重要になりますし、そこに抗ウイルス性を持たせる、という発想もできるわけですね。

五神総長 おっしゃるとおり、自動運転では人間の目以外でもきちんと識別できるようなものが必要です。加えて、



人間の目にも優しい色が表現できる塗料でなければなりません。こうして拡張していくと、随分と研究テーマが広がるでしょう。

田中社長 SDGsでも掲げている気候変動に対する具体的な対策については、これまで以上に遮熱塗料が重要な役割を担います。これをさらに発展させることで、世界の温暖化防止に貢献することができるでしょう。社会が非常に大きな変革期にあるなか、我々には具体的なニーズや社会課題を発掘し、それに対応していくアプローチが必要だと思っています。

ポストコロナの安全、安心 そして快適をつくりだすために

五神総長 ところで、先ほど抗ウイルスの話が出ましたが、抗ウイルスと抗菌とはずいぶん違うので、新型コロナウイルスの問題をクリアしていくなかで、しっかり議論していかねばならない課題になっています。今後、抗ウイルス製品を社会に実装していくためには、議論を煮詰め、化学的にも医学的にも、あるいは社会学的にも合理的なものをつくることが重要です。

田中社長 そうですね。私も抗菌と抗ウイルスの違いを、技術的に明確にしていく必要があると痛感しています。生活環境を安全にするためにも、今は抗菌だけではなく、抗ウイルスに焦点を当てた開発が必要です。抗菌の物質は必ずしもウイルスには効かないのです。コロナウイルスのようなものには、エンベロープという脂質やたんぱく質があり、アルコールでこのエンベロープを破壊することによりウイルスを抑制します。そのために使われている光触媒の技術は、かつて東京大学で

発見されたものです。そして、その技術を使い、塗料として唯一光触媒工業会から認証を受けた「ニッペパーフェクト®インテリアエアークリーン」という商品を当社では販売しています。大腸菌などを抑える抗菌機能と、抗ウイルス機能は構造が違うということを、社会に広くお伝えしていく必要があります。

五神総長 東京大学には、今回の社会連携講座のようなエンジニアリングの最先端もありますが、医学も社会科学も法学もあります。その多様な学知を総動員しながら、社会実装へのスピードを上げていく上でも、企業との協創は重要だと思います。また、新型コロナがある程度落ち着いた状況で、社会活動を再開しながら、第二波を抑えるにはどうしていけば良いのかも一つの論点です。感染抑制が必要なときの人の行動や欲求を分析し、どんな場面で塗料が役割を果たすか、どういう機能が必要かなどを考えると、より効果的な技術が生まれるのではないかと思います。デジタルレポリューションの技術を使って人の行動をセンシングし、塗料の開発にいち早くフィードバックできるようになれば、東京大学と日本ペイントHDのコラボレーションは非常に有効になるでしょうね。

田中社長 そうですね。新たな開発については、まず、世界中の人たちが安心して社会生活ができる空間づくりに貢献していきたいという思いがあります。また、これまでの巣ごもり生活で活動の範囲が限定され、困惑する方がたくさんいたなか、New Normal（新常態）で生活空間をいかに快適にするかという視点も重要です。つまり、空間を自らの好みで作る「巣飾り」ができる製品・サービスを届け、新しい生活様式のなかでも、個々の生活を豊かにできる可能性が多くあるという側面も忘れてはいけないと思っています。実際にいくつかの国ではDIYの商品が飛ぶように売れており、日本も需要が急増しています。



2019年12月 日本ペイントHD 東京事業所

New Normal（新常態）の 世界における価値観

五神総長 まさに巣ごもり生活でテレビを見ていたら、DIYが相当盛んになっているという話題が紹介されていて、すぐに田中社長の顔が思い浮かびました（笑）。私ももう少し器用なら、ペンキを自分で塗ってもいいかなと思ったりしていたところです。ポストコロナとされるNew Normal（新常態）の社会では、私は今までよりもリアルな接触を伴う行動が価値の高いものになってくると思うのです。安価な海外旅行を求めてきた傾向は見直されるかもしれませんが、それでもリアルな接触を伴う活動は不可欠で不滅のものです。より安全を実現するための技術は、大変重要で、経済としてはすごく「伸びしろ」があり、今までよりお金を出してでも手に入れたと思うところに、高い付加価値をつけていくことが求められるでしょう。

田中社長 その高い付加価値の一つが抗ウイルス機能ですね。具体的な製品を考えていくとき、感染リスクが想定される場面、生活シーンの見極めが大切で、そこにターゲットを合わせることが必要だと思います。こうした場面は生活のいたるところに考えられますが、これを考える際に、私は一つ忘れてはいけないと思うことがあります。それは、保育園・養護施設・老人ホームなど、いわゆる社会的に弱い立場とされる方々を支える施設です。我々は、もう一歩踏み込んだ技術を開発し、人が集まる空間に付加価値を生み出すアプローチをしていく必要があると考えています。

五神総長 今のお話はインクルーシブな社会成長を求めるなかではとても重要な視点です。接触が避けられない人たちを支え、守る技術を、どのようにリーズナブルな形で

提供していくかについて、ソーシャルシステムなども合わせて考える必要があるのかもしれませんが。東京大学では、まさにそこまで含めた議論を始めているところですので、ぜひその知見も共有できればと思います。

田中社長 ぜひお願いしたいですね。我々は塗料メーカーですが、従来どおり塗料しか扱わないという発想から抜け出し、進化する必要があると思っています。例えば病院の防護服などには、塗料とコーティング技術を使って塗料ではない抗ウイルス製品をコーティングしてもよいわけです。塗料・コーティング技術でどのような付加価値が生み出せるかという新しい発想を広げていくべきですね。我々の技術を、社会課題やニーズにどう活用できるか、という発想からものごとを進めていきたいと私は思っています。

アカデミアと企業の知見による 新たな産学協創と次世代教育

五神総長 日本ペイントの話を通して感じたのですが、グローバルの考え方が非常に特徴的ですよね。塗料は液体なので、地産地消が良い面もありますが、御社は積極的にグローバル展開を進められています。今回の新型コロナウイルスの影響により、人とモノの流れが制約される状況においてグローバル化を考えると、日本ペイントHDが10年20年と実践してきた手法から、未来の方向として、学ぶところも多いと思います。そこも一緒にできると面白いなということが、この連携で、私が密かに抱いている期待でもあります。

田中社長 当社のThink Global, Act Localの手法を他社に伝えていただくのもありがたいことです。逆に当社が他社から学んだり、コラボレーションしたりする機会も出てくるでしょう。東京大学がまさにハブとして、企業同士をつないでいただけることに、非常に期待しています。

五神総長 産学協創と一緒に進めている企業はまだ限られていますが、企業間の連携に意欲的な会社も多いので、ぜひそちらも進めたいと思います。私たちも日本ペイントHDの知見を活用させていただきますので、日本ペイントHDも東京大学を存分に活用していただき、一緒に新しい未来を創っていきましょう。

田中社長 年齢・性別や経験、学歴に捉われず、塗料・コーティング・表面処理技術の実務に精通した技術者に活躍してもらい、かつポストコロナ時代の変革期には、一層技術力を高めることで、世界中で安全・安心で快適な生活環境を創造することに貢献する企業でありたいと思っています。また、そうした活動を次世代に、かつグローバルにつなげていきたいと強く念じております。そのような高い志に燃えた技術者の教育をぜひお願いします。本日は、本当にありがとうございました。心よりお礼申し上げます。

Research and Development

R&D

叡 智 結 集

私たちが切り拓く、人と社会の未来

日本ペイントホールディングスグループが世界を視野に動き出した今、R&Dはその根幹を担う重要な活動領域です。

革新的な技術力を生み出す源泉となる組織の鍵を握る2人のキーパーソンによる対談と、

次世代リーダーたちのトークセッションから、

当社グループのR&Dの「今」と「未来」に触れてください。



叡智結集 I 対談

R&D組織戦略とグループ連携の 「今」と「これから」を大いに語る

日本ペイントホールディングス株式会社 執行役 R&D本部長
日本ペイント・サーフケミカルズ株式会社 代表取締役社長

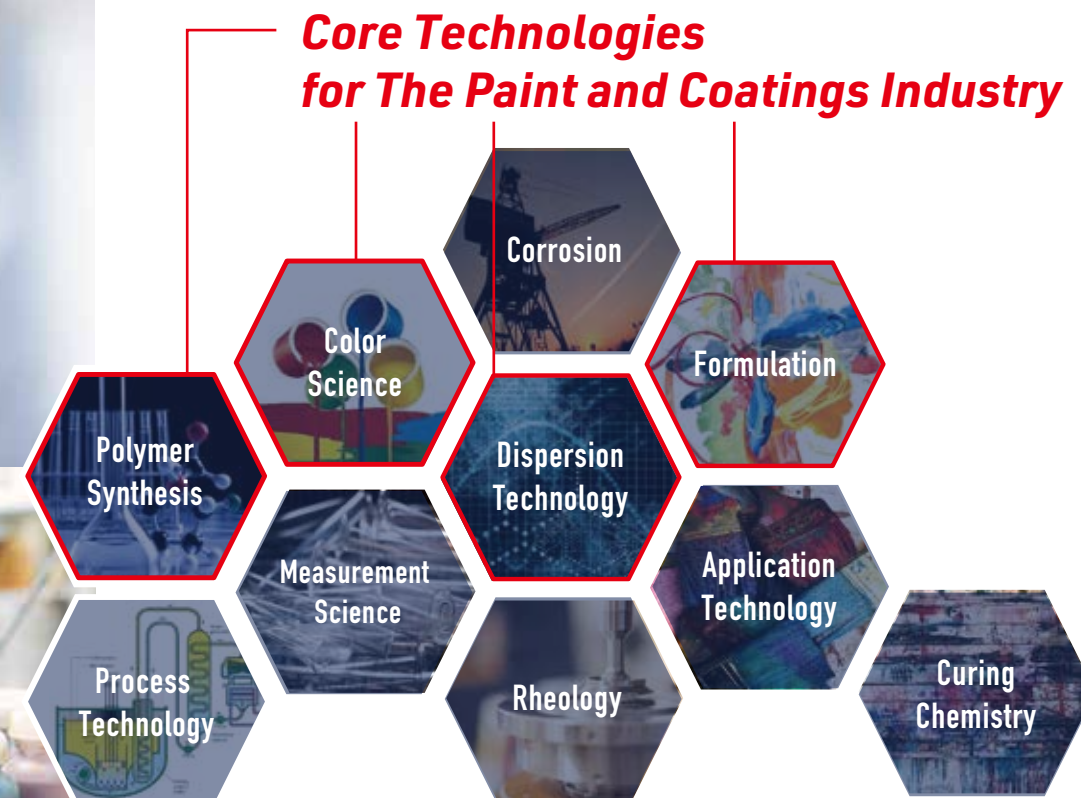
西村 智志

NIPSEA グループ CTO (Chief Technology Officer)
President, Group Coil Coatings

Dr. Jiang Hong (ジャン・ホン)

日本ペイントホールディングス R&D部門の責任者である西村と、CTOとしてNIPSEAグループ技術を統括するホンは、
当社グループのさらなる発展につながる技術の創出において、共通の思いがあります。

技術者たちが果敢にチャレンジできる環境を整えるために何をすべきか、
新たな技術をどのようにして組織全体に波及させるべきか、そして未来を託す若い世代にどのようなことを期待しているのか。
ポストコロナの環境下で、進むべき道筋について語ってもらいました。



CORE TECHNOLOGIES

PROCESS & SYSTEMS

R&D FACILITIES

PEOPLE & ORGANIZATION

NIPSEA グループコアテクノロジー

Dr.Hong 世界の塗料業界において約22年のキャリアを持つ私が、4年前にNIPSEAグループに参画してからまず実行したことがあります。それは、CTOとしての責任を明確にすることでした。具体的には、技術とイノベーションのビジョンと戦略を定義すること、技術とイノベーションの組織を主導し、管理すること、そして市場主導型で協調的なイノベーション文化を促進することです。私の意味するCTOの役割は、技術と製品イノベーション戦略立案リーダーであり、それを可能にする組織のリーダーです。つまり、従業員がイノベーションを起こすためにリスクを恐れずチャレンジすることに対する支援を意味します。強いR&D組織づくりには、技術者が失敗を恐れず、リスクを取ってでもチャレンジしようと思える環境整備が最も



重要だと考えたからです。そして、NIPSEA技術は費用対効果の高い方法で最高の顧客満足を提供し、株主価値を最大化する塗料・コーティング技術リーダーであることを私たちのビジョンとして掲げました。2017年からは、「適応型組織の構築」「コア・コンピタンスの構築」「新興市場・隣接市場への進出」の3本柱からなる「NIPSEA技術変革戦略」を推進しています。

西村 日本ペイントは2014年に持株会社となり、日本ペイントホールディングス（以下、日本ペイントHD）と5つのグループ会社に分社化し、研究開発組織も分割することで各事業分野の強化を図りました。これにより、各社での製品開発が加速したものの、強固なグループ共通の技術基盤を構築し、将来技術の創出を加速することが困難となりました。研究開発部門の責任者として、外部ネットワークとの技術の融合を図り、塗料が持つ可能性を最大限に引き出し、社会にソリューションを提供することを目指しています。そこで、日本のグループの戦略立案とガバナンスを向上させる「Group Technology Management (GTM)」と、世界中のグループ企業とそのパートナーの力を結集し、ホンさんが言及したイノベーションを事業

化することで、社会にソリューションを提供する「Group Innovation Management Platform (GIMP)」の2つの組織を立ち上げました。この2つのグループ横断組織が両輪となり、さらにグループ技術の総合力を高めていくために、私はそのかじ取りを担う非常に重要な立場であることを認識し、NIPSEAとの連携強化を図っています。

Dr.Hong NPHDは2020年8月21日にアジア合併事業の100%化とインドネシア事業の買収を発表しました。これにより、日本ペイントHDとNIPSEAのコラボレーションはさらに加速するでしょう。NIPSEAの技術組織の主な役割と責任を説明すると、技術、イノベーション、製品改善、品質改善、コスト削減、そしてこれらを可能にする組織という6つの柱があり、2つの研究開発センター、1つのイノベーションセンター、26のテクニカルセンターから構成されています。R&Dセンターは基礎・応用研究を行い、イノベーションセンターはこれを革新的な技術とプラットフォームに落とし込みます。そして、テクニカルセンターはそれらを最終市場と顧客のためのソリューションとして提供できる製品に変えてゆく役割を担っています。NIPSEAの技術組織は、現在、2020～2024年の期間に1,500件近い研究開発

プロジェクトを有し、プロジェクトの進捗状況は良好な投資収益が得られるように随時モニタリングされています。

西村 日本ペイントHDでは塗料基盤技術を含む技術プラットフォームの強化、技術革新によるDX推進^{※1}、社会課題の解決につながるイノベーション、戦略的提携による最先端の技術・ノウハウの蓄積を4つの方針として、製品・サービスの革新的なソリューションの提供を目指しています。GTMとGIMPのメンバーが、日本ペイントHDの全技術者の参加を得て、これらの取り組みの中心的な役割を果たすことになります。そしてNIPSEAには、初期計画から最終実行に至るまで、あらゆる活動に携わってもらい、日本ペイントHDはその成果をグローバルパートナーにも共有し、世界市場への展開を図っていきます。

※1 データとデジタル技術を活用して製品やサービス及ビジネスモデルを変革し、業務、組織、プロセス等を変革して優位性を確立すること。

Dr.Hong まさに私が期待しているのは、NIPSEAと日本ペイントHDのグループコラボレーションによる成果を出すことです。そのためには、グローバルな技術戦略とロードマップの整合性やベストプラクティスの共有と過去の失敗からの学習、そして「蜘蛛の巣型経営」における技

術リソースの最適化を含めた、日本ペイントHDグループ全ての組織と戦略に関する理解を深めることが重要です。また、次世代の育成は重要課題だと認識しており、現在、新たな組織体制づくりと若手人材育成に取り組んでいます。特に若い人材は、顧客の潜在ニーズはローカルではなくグローバルに存在することを知る必要があると考えます。

西村 私が技術責任者として中国に駐在した際、日本や中国の同僚と協働した経験は非常に貴重であり、現在の糧となっています。日本ペイントHDグループの将来を担う若手社員には、蜘蛛の巣型経営によるグローバルなネットワークを通じて、世界中で働く機会を提供していきます。もちろん、若手人材のみならず、全ての技術者が世界市場で成功するというこの共通の目標に向けて、世界中の顧客のニーズに焦点を当て、競合他社が行っていることを見据えて、適切な技術、製品、サービスをできるだけ早く開発しなければならないと考えています。

ポストコロナに対する将来技術の展望

Dr.Hong 新型コロナウイルスの蔓延により、世界はかつてない危機にさらされています。その一方で、日本ペイントHDとNIPSEAは新たなチャレンジを行うことができます。例えば、中国では、5Gインフラ、都市間高速鉄道網、EV充電ステーションなどへの投資を通じて、経済の活性化を目指しています。これらの領域は、全て塗料・コーティング技術が必要となる分野です。特に、適切な技術を適切なタイミングで提供できるモビリティ領域では、NPHDの抗ウイルス・抗菌塗料には自動車の車内用塗料として新たなニーズがあるでしょう。さらに中国では、百度（バイドゥ）が自走式ロボタクシーサービスを一般向けに開始しました。このようにさまざまな人が同じ車を利用するシェアリング分野では、衛生的な環境の提供が不可欠です。そこに当社の車内用抗ウイルス・抗菌塗料が役立ちます。また、自動運転になれば道路マーキング塗料や、LiDAR（ライダー）※²に対応した車載用のトップコート塗料など、モビリティ分野に貢献も可能です。

※ 2 物体をセンシングで検知する技術。



西村 新型コロナウイルスの感染拡大によって、安全衛生への関心が高まっているというホンさんの指摘どおり、当社の抗ウイルス・抗菌塗料は、確実に社会に役立ちます。これから迎えるスマート社会のなかで、さまざまな側面で貢献する最先端の技術・製品・サービスを開発するために、東京大学のようなアカデミアと連携を図り、社会課題を解決するための技術開発を行っていきます。具体的には化石燃料への依存度や温室効果ガス排出量の削減による環境負荷の低減やメンテナンスフリー化による社会コスト削減などを目指しています。

Dr.Hong これらの変化に当社の技術で迅速に対応していくためには、アカデミアとの協創が重要です。例えば、オープン・イノベーションのために、シンガポールのA*STAR※³やカナダのQueen's Universityなどと非水性分散剤の共同開発を進めています。今後は東京大学との連携も加わり、開発が加速することがとても楽しみです。

※ 3 シンガポール科学技術研究庁、Agency for Science, Technology and Researchの略称。

西村 東京大学との連携では、製造や塗装のプロセスにおける自動化も革新技術テーマとして掲げています。新型コロナウイルスの別の影響として、感染拡大は人々の生活様式を変え、また職場環境も変えています。これは私たちの工場や塗装現場も例外ではありません。感染防止の観点に加え、少子高齢化社会においては人材不足も予想されるため塗料工場の調色工程や現場塗装・塗装作業などを自動化することがますます重要になってきているからです。

Dr.Hong 世界中で起きているテクノロジーの変化は、業界全体の事業構造をも変えるでしょう。例えば、自動運転の革新的な技術によって、交通事故の数が減少します。そうすると衝突後に塗り替える必要のある車の数が減ります。つまり、Google社やTesla社のような企業が自動運転車の普及を推進するなかで、自動車補修事業は5年～10年後にはどうなるのか目が離せません。このような変化を前にNIPSEAでは、先端技術を探求しながら継続的な成長を目指し、新興および隣接分野における新規事業を構築するために、フロンティア・テクノロジー、NIPSEA新事業およびNIPSEAベンチャーキャピタルに投資しています。

西村 そうした世の中の変化を踏まえ、さらに最先端の製品を開発する必要があります。これは、まさにグローバル・パートナーの技術担当者を集めたグローバル・テクノロジー・カウンシル（GTC）を結成した理由の一つです。Hongさんと共に、NIPSEAおよび日本ペイントHDの目標である、世界のリーダーとしての地位を獲得するために、海外パートナーとの関係強化に向けて、GTCの活動をリードしていきます。



日本ペイント
株式会社
技術本部
技術企画管理部
企画グループ

川上 晋也

日本ペイント・
オートモーティブ
コーティングス株式会社
R&D本部
商品開発

印部 俊雄

日本ペイント・
インダストリアル
コーティングス
株式会社
開発部 技術開発G

大西 勇

日本ペイント
ホールディングス
株式会社
R&D本部
次世代技術研究所

湊 康学

日本ペイントマリン
株式会社
技術本部
研究開発部
先端開発グループ

永瀬 靖久

日本ペイント
ホールディングス株式会社
R&D本部
次世代技術研究所
イノベーション創出室

川元 環

日本ペイント・
サーフェミカルズ
株式会社
技術本部
FC部

守田 克彰

叡智結集Ⅱ トークセッション

新しい価値観の世界で、塗料の技術はどう変わる 次世代リーダーたちの考察

日本ペイントホールディングスグループは創業以来、塗料・コーティングの分野で社会に役立つ製品を世の中に送り出してきました。

その核となるのが、当社が持つ技術力です。今回の特集では、技術開発の次世代リーダーたちが集まり

当社の技術は今後どう変わっていくべきなのか、また技術者としてどのような行動が求められるのかという観点から、

ポストコロナがもたらすNew Normal（新常態）の世界や、東京大学との連携における変化など、

さまざまなテーマについて議論しました。

ポストコロナを見据えたいま、技術者としてどのように課題に向かうのか

印部 お客様の製品に付加価値をつけるコーティングを扱う当社は、保護と美観の領域で主導権を取ってきましたが、ポストコロナを含むこれからの世界においては、それに加え、お客様が直接は要望しない新しさを提供する必要性を感じています。

湊 今後お客様にとって必要な新しい技術は、受け身の姿勢では生み出せないでしょう。お客様のイメージする塗料とその延長にあるものを越える、新たな価値を提供していく必要があります。

守田 塗料には色を付与、材料を保護する以外にも魅力的な機能がたくさんありますが、それらがうまく伝えられていないことはもったいないと感じます。今後はそうした塗料の価値を、技術者自身がしっかりお客様に伝えながら、お客様が本当に求めているものは何かを把握し、潜在的なニーズに基づき塗料を開発していくようなアクティブな活動をしていくべきだと思います。

川上 例えば現在のコロナ禍についても、技術情報へのアクセスや提示内容がもっと容易かつ説得性があれば、多くの方が自ら考えて行動しやすくなると思います。その意味で、原因と対策、さらにそれに対する検証をエビデンスとして残し、皆が使い理解できるようにすることがすごく大事ですね。それは塗料の開発においても同じことだと思います。

大西 例えば塗料の保護機能によって新興国におけるインフラの耐久性が向上し、世界経済の発展や社会の安全確保に貢献しています。塗料はさまざまな形で世界を豊かにし、まさしくSDGsに貢献する製品だと思います。ポストコロナ社会においても、この僅かな薄膜がどれだけの社会課題を解決してきたのかを、我々自身が改めて認識し、積極性を持ってアイデア実現を図る「攻めの開発」を行っていくことが大切でしょう。

川元 私はポストコロナの世界では、環境問題の位置付けがより高まるのではないかと思います。新型コロナウイルスによる経済活動の停滞は、温暖化対策の国際枠組み「パリ協定」の目標達成に迫る勢いでした。しかし、いつまでも経済を犠牲にはできません。そう考えると現在開発中の遮熱技術も含め、環境に対応した技術が果たす役割がますます重要になるのではないのでしょうか。

永瀬 未来の世界においては今後も予想もしないことが起こるでしょう。そのなかで、世の中の変化を見極めるため、



技術者として情報のアンテナを張り、柔軟に考えていきたいです。新型コロナウイルスに対する塗料を開発するにしても、今日のようにさまざまな知見を持った人が集まって会話することが、新しい開発へのヒントになってくるのだと思います。

theme2

今後、塗料・コーティングの技術はどう発展していくのか

印部 最近になって、一般の方が塗料に求める役割がより変わってきたと感じています。例えば飛沫感染防止のアクリル板に反射防止機能をつけたい場合、屈折率を制御するコーティングを塗布するだけで実現できます。一般の方にとっても、従来からある保護と美観に加えて、そうした機能を求めることが少しずつ身近になってきています。

湊 例えば、高い機能性と同時に社会や環境への配慮を両立することはとても難しいのですが、そこは追求する価値がありますし、我々にはそれができると思います。その意味でコーティングの技術と言ってもそれは単に塗膜の性能を上げることだけではなく、そうした難しいことを可能にする技術全てを含み、そこに価値があると思います。

守田 ひょっとすると、今後技術の範囲はいわゆる塗料やコーティングという枠組みを超えたものになっていくかもしれないですね。例えば、塗料から香りや薬が発生し、患者の病気を治療したり、害虫や空気中の菌やウイルスを積極的にとらえて駆除したり、塗料自体が太陽光などの周囲からの刺激により好きな場所で自由にエネルギーを生み出したりといった、これまでなかった機能をプラスすることでお

客様に新たな価値として提供する、そのための技術が求められているのではないのでしょうか。

大西 社会のニーズは必ずしもお客様自身が認識できているわけではなく、開発前は「必要性を感じない」と言われても、使ってみて便利であれば自然に浸透していくものです。今は市場ニーズが聞こえない技術でも、自分たちが社会貢献できると信じる研究活動を継続していくことも大事なんでしょうね。

守田 私自身がもともと他業種から来ているからより強く感じますが、塗料メーカーには、さまざまある化学メーカーのなかでも、物理や化学などの幅広い知識や、非常に複雑な能力が求められます。当社も含めて塗料メーカーが持つ強みは、価値の高いものであると思います。

印部 お客様の幅が広いのも強みだと思います。お客様によってはある商材のキーとなるような希少な部品にも使われていることがあります。それら各事業領域で蓄積した知見を、異なる領域に展開することで新たな付加価値につなげることができます。

川上 私は汎用塗料に長く携わっているのですが、技術者としての「職人の勘」、つまり経験やノウハウそのものが強みだと思います。それらを粘り強く技術に落とし込み、誰でも使い理解できるものとして継承していくことは今後さらに強化していくべきだと思います。

大西 塗料は複雑系なので、川上さんのいう「職人の勘」を持つ技術者は、本当にすごいです。以前、高分子シミュレーション分野の先生とお話した際に、「実用塗料はパラメータが多すぎ、学術的な取り組みは不可能」と言われていました。ただ近年、計算科学分野の進歩は著しく、

複雑系の解析を実現できる一歩手前まで来ていると感じます。我々が持つ経験やノウハウと、アカデミアが持つ複雑系の解析技術は、今、融合する絶好のタイミングに来ていると思います。

theme3

東京大学との連携によせる期待

湊 大西さんからアカデミアとの連携について話がありましたが、今こそ東京大学のようなアカデミアの最先端技術を、ものづくりに活かしていけたらすごく面白いと思いますね。

永瀬 当社の技術は、諸先輩方によって何千何万通りの配合から確立されたものではありませんが、それらの塗膜がどのように形成され、性能を発揮しているのかの詳細はまだまだ把握できていません。その点あらゆる現象のメカニズムを探索できるアカデミアの力はやはりすごいと感じています。アカデミアが持つ学術的な知見を活かすことで、もう一歩先の新しいものが生み出せる期待は高く、技術者としてこれから経験したいと思っています。

川上 汎用塗料はこれまでノウハウの積み上げから、ある程度製品を提供してきているとは思いますが、東京大学と取り組むことでそれだけではたどり着けなかったところを目指せるのではないかと思います。その点とてもワクワクしています。

大西 先生方から得られる知見をどう現実の産業に活かすのかというのは、技術者の役割の果たしどころで醍醐味だと思います。そういう意味では非常に面白い課題をいただいたとやりがいを感じています。

川元 先生方と話をしてみて特に印象的だったのが、塗



料の技術に心底関心を持ってくださり、たくさんの質問をいただいていることです。社外の方とお話することで、塗料技術の可能性を改めて感じることができています。塗料技術に関して東京大学の先生方と対等に議論できることにも驚きました。そういった意味で塗料技術者としては、これまで蓄積してきた技術をもう一度しっかり捉え直し、正確にお伝えする責任があると感じています。

印部 東京大学連携で掲げた3つの研究の方向性はすごく良い選択ができたと思っています。ただ、中長期の研究だけでなく、事業のなかで重要度の高いものを、東京大学と連携して技術に変換する取り組みも進めたいですね。

大西 基本的には10年、20年先の未来も視野に研究を進めながら、研究のなかで得られた知見を近未来の商品開発に展開できれば良いと思います。東京大学との連携により塗料技術の裾野をさらに広げながら、目の前の商品開発にも活かしていきたいです。

湊 技術だけでなく営業などの領域でも積極的に人材交流やイベントをしようという話をしています。東京大学との連携を通じて、会社全体でどんどん新しい知見を取り入れられれば良いと思いますね。

theme4

NIPSEAとの連携強化でさらなる高みを目指す

湊 現在でも、NIPSEAとは技術プラットフォームの設立など連携強化を図っていますが、皆さんはどのように捉え



ていますか。

大西 協業テーマを通じて、NIPSEAの技術チームの持つスピード感にはとても刺激を受けています。日本の良さもあるので、両方がかみ合うようにマネジメントすることにやりがいを覚えます。

印部 中国のメンバーと一緒に仕事をしている際に気付いたこととして、スピードとトップマネジメントに関してとても柔軟性があり、決断力もあることです。また、短期、長期の両端だけでなく中期スパンのテーマをうまく設定して取り組んでいるイメージがあります。

川元 NIPSEAの仲間はさまざまな方面にアンテナを広く張り、得た膨大な情報量を武器に、ものすごいスピードで決断する印象があります。また、NIPSEAや海外メンバーとのコミュニケーションを深めるためには、お互いのことをよく知る努力も必要だと思います。言語もそうですが、歴史や文化など自国のことを話してもらえると嬉しいですね。
永瀬 船舶用塗料のマーケットは海外に展開されていますが、技術は日本が中心となり海外技術メンバーとコンタクトを取って進めています。しかしNIPSEAグループとの関わりはこれまでにありませんでした。逆にNIPSEAグループとの連携が多い他の事業会社の方々はどのような違いがあるか聞いてみたいです。

大西 成長市場に拠点を構える中国と、停滞市場にある日本で採択できる決断は違うのです。もう一步踏み込んで、我々自身が、トップマネジメントの決断が早まるような提案をしていかなければならないでしょう。失敗を恐れず、チャレンジする時期に来ているのではないかと思います。



環境、安全、経済性へのニーズが年々高まる

Powder Paints

粉体塗料の魅力と可能性に迫る

— ESGを体現する千葉工場の新たな取り組み —

事務机や冷蔵庫、電子レンジ、ガードレールなど
実は、私たちの生活のあらゆる場面で使われている粉体塗料は、
国内のみならず海外での需要も年々増えている。

今回はその知られざる魅力と、千葉工場にオープンした
粉体塗料新工場を軸とした「ESGプロジェクト」について紹介する。



Chiba Factory Data

千葉工場概要

所在地 …… 千葉県東金市関下630
敷地面積 …… 101,000m² (甲子園球場の約2.7倍)、粉体塗料新工場3,000m²
生産量 …… [2019年実績] 塗料34,300t (内 粉体塗料4,600t)、樹脂31,200t
生産品目 …… 溶剤塗料、水性塗料、電着塗料、粉体塗料
従業員数 …… 約300人

技術者が見る粉体塗料の今

— 日進月歩で変貌する「彩(いろどり)」の世界 —

粉体塗料は、VOCフリーを実現し、環境や人にやさしい画期的な塗料だ。

その成長は著しく、高まるニーズに我々は答えていかなければならない。

最先端技術を支える技術者の目に、粉体塗料はいま、どのように映っているのだろうか。

VOCとは、「Volatile Organic Compound」の略で、「揮発性有機化合物」のことです。
塗料ではシンナーなどの溶剤、造膜助剤、添加剤の一部がVOCにあたり、
塗料が塗膜になる際に空気中に発散されます。

作業者にやさしい、VOCフリー塗料の常識を覆した粉体塗料

「塗料業界のなかでも、特殊なジャンルとして扱われている」と品質管理課の浅見祐寿がそう話すのは、塗料とひと口に言っても、液体塗料と粉体塗料とでは、その性質や扱い方、製造プロセスなど全てが大きく異なるからだ。作業的なプロセスについては後述するが、粉体塗料の主な特徴として、環境負荷が少ないことと安全性の高さが挙げられる。平均約25～40 μ m（マイクロメートル）※の粒子である粉体塗料には、一般的な液体塗料に含まれている有機溶剤が用いられていない。そのため、VOCフリーであることと環境面でのメリットがある。塗装により排出されるVOCは、国内のVOC発生源に大きく関わっており、粉体塗料は業界全体の課題解決にも一役買っている。粉体塗料は環境面のメリットに加え、その高い安全性にも注目したい。有機溶剤を使用している液体塗料は危険物であるため、保管や輸送の仕方など消防法で細かく規定が定められており、資格保持者でないと扱えない場合もある。一方、「粉体塗料は非危険物扱いであるため特別な保管場所も不要で、輸送上注意する点は、夏場など暑い時期に熱で粉体

※ 1 μ m＝1mmの1,000分の1の大きさ。スギ花粉の粒子の平均が30 μ m



が固まらないようにするくらいです。安全面のメリットも大きいと言えます」と、品質管理課の朝倉和人は話す。粉体塗料の原材料は基本的には顔料と樹脂・硬化剤のみといったシンプルだからこそメリットの大きさがある。ますます気になる粉体塗料とは、どのような塗料なのだろうか。

省人化・工数低減・回収再利用「高い経済性」も注目の理由

粉体塗料は、有機溶剤を使用している液体塗料のように溶剤を混ぜて粘度を調整する必要がなく、1回の塗装で厚く均一に塗ることができる。「液体塗料の場合、塗料の性質上、職



粉体塗料工場内でペレットを作っている工程。粉を混ぜる過程でこもった熱を冷却装置で30℃前後に冷やしていく。

人のような特別な技術を持っている熟練者でないと美しく仕上げることはできません。一方、粉体塗料は、塗装技術が高くなくても同じように仕上げるができます」と浅見は話す。これは作業工程の低減につながるだけでなく塗装の省人化・自動化にも大きく貢献している。少子高齢化に伴う技能工の人材確保は年々難しくなっており、省人化や自動化のしやすさは、各企業が注目しているポイントだ。また、粉体塗料は、塗装の際、被塗物に塗着しなかった塗料を回収して再利用することもできるため、ランニングコストの削減につながる。一方、液体塗料の場合は、一部の水性塗料を除いて回収再利用は難しく、ほぼ使い切りになってしまうことが多い。「塗料の扱いやすさ、工場の省人化、環境面への配慮はどの企業にとっても優先順位が高いものです。粉体塗料は、これら3つのニーズに応えるだけの十分な可能性を秘めています」と浅見は語る。

高い技術が求められる製造プロセス

ここまで取り上げたとおり、粉体塗料は環境面、安全面、経済面において大きなメリットがある。実際、粉体塗料の国内需要額は2017年～2018年にかけて年率103%前後で推移しており、塗料のなかでも、安定した成長を遂げている。同時に、この需要に応えるために、製造工程をはじめ、あらゆる工程で改善、改良が求められている。粉体塗料の製造工程は大きく分けて、①混合（粉を混ぜる）、②熔融混練（熱をかけて粉を熔融させながら練り、延伸冷却後に薄片状のペレットという固形にする）、③粉碎・分級（ペレットを粉末状にし、粒子の大きさを揃える）の3つに分けられる。なかでも、「混合」は高度な制御技術が求められる工程である。「混合」では原料となる粉を機械で均一に混ぜなければならないが、摩擦などで熱が発生してしまう。粉体塗料は熱を加えると固まってしまうので、一定の温度に冷やしながら効率よく混ぜていかなければならないため、塗料の種類ごとに、温度や回転数、時間などは緻密に管理されている。また、粉体塗料は、製造工程全てを通して、他の粉や異物が混ざらないようにすることも重要だ。「少しでも別の粉や異物が入ってしまうと、それらだけを取り除くのが難しいのです。液体なら、濾過をすれば小さなゴミなども取り除けますが、粉体はそうはいきません」と浅見は話す。こうした粉体

塗料の特性に合わせ、高度な技術が必要な製造工程に加えお客様のニーズに合わせた粉体塗料の設計も求められる。日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社（以下、NPIU）では、主に工業用の粉体塗料を製造しており、お客様の要望する仕様に合わせて粉体塗料の配合を作っている。また、塗料設計、生産管理、品質管理はもちろんのこと、環境負荷物質がどの程度含まれているかなど、お客様のニーズにあわせて細かく調整していく。いわば、全てがオーダーメイドなのだ。この全ての工程を、浅見、朝倉をはじめとするNPIUの技術者が一手に担っている。

「粉体塗料には夢がある」技術者から見た粉体塗料

粉体塗料は、品質だけでなく環境や働く人にとっての安全性など、現代のニーズを反映している。技術者の観点から見た粉体塗料には、一体どんな魅力があるのだろうか。浅見は「液体塗料は歴史も長く、確立された技術がありますが、粉体塗料はまだ解明されていない部分が多く、そこを突き詰めていく面白さがあります」と語る。粉体塗料は、工程の問題で設備が大きくなってしまったため、最少の設備でいかに効率よく製造をするのが課題である。「粉体塗料は業界全体でも、まだまだ未開拓。振り回されることも多いですが、その分、夢があります」と朝倉は話す。千葉工場では、IoTを導入し、今後、生産情報の蓄積を行っていく。このデータの蓄積は、粉体塗料の製造技術を一層高めてくれるだろう。

粉体塗料について語ってくれたのはこの人



日本ペイント・インダストリアル
コーティングス株式会社
生産本部 品質管理課

浅見 祐寿

日本ペイント・インダストリアル
コーティングス株式会社
生産本部 品質管理課

朝倉 和人

進化し続ける「千葉工場」

Chiba Factory

グループ全体のESGを体現・発信する場へ

ESGは、企業価値をはかる「ものさし」として世界的な共通言語になっている。2020年6月にオープンした粉体塗料新工場は、日本ペイント・インダストリアルコーティングスのESGを語る上で欠かすことのできない存在だ。

「100年工場」の礎 旧工場を塗料の力で蘇らせる

ESGとは、Environment (環境)、Social (社会)、Governance (企業統治) の3つの言葉の頭文字をとったものであり、これらの要素を軸に企業を分析し、社会的に優れた経営をしている企業に投資をする「ESG投資」が、近年、注目を集めている。ESGとは、いわば企業の経営バランスをはかる「ものさし」として、世界的な共通言語となった。しかし、ESGと言っても、CO₂削減、ダイバーシティ推進、積極的な情報開示、企業ごとにその概念やテーマは異なる。日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社 (以下、NPIU) にとってのESGとは、一体どのようなものなのだろうか。「2020年6月にオープンした粉体塗料新工場は、NPIUの技術力の集大成ともいえる場所だ。工場の存在自体がグループ全体のESGを体現しているのである」と生産本部長の山本 明は語る。1962年の完成当時は、「東洋一の工場」とも言われ、最新鋭の設備が整っていた千葉工場だが、年々老朽化が進み、2014年に「第一塗料工場」が閉鎖された。その後、会社ではESGの協議が進められ、この閉鎖された工場を全社のESGを体現する場所として改修するという構想が2018年に固まった。半世紀以上の歴史の上に、未来の半世紀を描く「100年工場」として、NPIUの技術力・デザイン力の全てを詰め込み、環境 (Environment) にやさしく、経済的 (Economical) な塗料の力でイノベーションを起こすというESGを体現する骨子も固まった。しかし、工場でESGを体現と言っても、全てが手探りだった。「工場はいわばピラミッド型の組織、クリエイティブな発想を活かしてゼロから1を作っていくという経験は誰もしたことがない状態でした」と話す山本は、まず各部署から性別や年次の異なるメンバーを集め、プロジェクトをスタートすることにした。こうして全てが未経験のプロジェクトが2018年9月に始まった。

度重なる困難を乗り越え 粉体塗料新工場が完成

半世紀以上の歴史のある建屋を活かして、千葉工場を新工場に生まれ変わらせるには、数々の難題をクリアしなければならなかった。塗料工場は危険物製造工場のため、中に通っている配管を外に回すなど、消防署をはじめとする諸官庁への問い合わせや、やり取りに想像以上に時間を要した。並行して、海外製設備の買いつけも行った。通常はメンテナンスや管理がしやすい日本製のものを入れることが多いが、今後の展開を見据え、現地で調達を考えて、あえて海外製の設備を日本で導入することにしたのだ。海外製設備の買いつけは言葉も文化も違うなか、発注した設備が設計図どおりにあがってこず、何度もやり取りを重ねることが続いた。「部屋にテレビなどの家電を設置するようにはいかない」という山本の言葉どおり、設備の大きさが数センチ変わるだけで、配管、設備の設置など工場全体の設計が変わる。そのたびに設計図を引き直すという気の遠くなる作業を何度も繰り返して、2019年の工事着工にこぎつけた。「配管内に残っている危険物に火がついて火災が発生する危険性と常に隣り合わせで、いかに事故を出さずに工事を進めていくかを建築業者と話し合いながら慎重に進めていきました」と安全設備課の久保涼介は、当時の苦労を話す。そして、2020年3月、念願の粉体塗料新工場が完成した。工場外壁には、プレコートメタル塗料が塗装されたカラー鋼板と呼ばれる、耐久性が高く環境負荷の少ない塗装が施された化粧板が張られ、見た目も刷新し、築半世紀以上が経つ建屋が、新築と見まがうほどの外観に生まれ変わった。粉体塗料新工場は、NPIUのESGを体現しているだけでなく、会社が誇る技術力とそこで働く人々の思いが詰まっているのだ。

(左) 新工場内部。(中央) 海外への買いつけや設計を担当した生産本部の久保涼介。(右) 粉碎工程前の粉体塗料。

働く人たちが見たESG



ESGプロジェクトを振り返って



ESGプロジェクトには11人の工場勤務の社員が参加し、企画立案からオープンまでの約1年半、大車輪の活躍を見せた。最初に行ったのはESGをネット検索することだった。



① Powder room (パウダールーム)



手で塗る塗料
MORUMORU



② Fan Blend Lab (ファンブレンドラボ)



③ Conference room (カンファレンスルーム)



④ Control room (コントロールルーム)

「ESGって何？」 ネット検索からスタート

千葉工場の刷新を起点としたESGプロジェクトには、日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社（以下、NPIU）の関連会社のニッコーテクノ株式会社を含め、合計11人の社員がプロジェクトメンバーとして参画した。プロジェクトのリーダーである企画課の伊東明の指揮のもと、約1年半の間、アイデア出しから実行に至るまで全てに関わってきた。経営的な側面から語られることの多いESGは、メンバーにとっては現実味のないキーワードだった。「なんとなく聞いたことはあるけれど、何のことだろう？ まずはネットで検索しました」と塗料製造課の今関真悟は話す。他のメンバーも同様で、プロジェクトを進めながらESGへの理解を深め、NPIUとして何ができるかを考えてきた。

働く人の心が開く工場 テーマは「オープンコミュニケーション」

月1～2回、1回2時間以上に及ぶミーティングで出てきたキーワードは、「オープンコミュニケーション」。プロジェクトメンバーたちも、普段はそれぞれ別の業務にあたっており、お互いに本

音を伝え合うことへの遠慮もあった。それは千葉工場全体を見ても同じことで、このプロジェクト自体が、工場全体の縮図であることに気付くまでにそう時間はかからなかった。「千葉工場では、約300名が働くが全員と話す機会があまりないのが事実です。でも、話し合いや社内アンケートを通じて、皆さんが求めているのは“コミュニケーション”なのだということがよくわかりました」と東日本業務課の石井藍美は話す。これがきっかけになり、次々とアイデアが浮かんできた。それは、社内の働き方環境にとどまらず、地域住民との関係構築という構想へと広がり、「汚い」「暗い」と評される工場のイメージを払拭する空間づくりが始まった。「ポイントは、どう意見を集約していくかでした。ここで働く全ての人にとって必要だと思える場所にするためにどうするか、皆で知恵を出し合いました」と今関が語るように、メンバーが出した結論は、「あえて用途を限定しない空間にする」というものだった。出来上がった「Fan Blend Lab」(ファンブレンドラボ)は、両端にカウンターとテーブルが配置されているだけのシンプルで広々とした空間であるが、パーティションで仕切ったり、機材は必要に応じて借りたりして、目的に応じてあらゆる使い方を可能にし、皆が必要と思える場所にした。また、この空間は社員が自由に使えるだけでなく、今後は地域住民向けの各種イベントも開催し

ていく予定だ。千葉という場所を活かし、地域性あふれる空間にもこだわった。エントランスには、地元で有名な山武杉のオブジェを設置した。九十九里浜に近いことから、随所にヤシの木のモチーフを入れてリラックスしたムードを演出した。そして、女子チーム肝入りのパウダールームは海をテーマとし、壁には地元のアーティスト・バルサミコヤスさんのダイナミックな絵が一面に描かれている。深海から浜辺をイメージさせる幻想的な空間は、社員の間でも話題になるほどの出来栄えだ。

「家族や子どもに誇れる職場に」 できることから変えていく

このプロジェクトを通して、メンバーの働き方への意識も変化があった。「オープンコミュニケーション」という言葉にもあるとおり、他者の目線で物事を考え、自分事として



ESG Project Member



NPIU 生産本部
安全設備課
久保 諒介

ESGプロジェクトでは、安全設備課での知識と経験をフル活用し、新工場設備のインフラ設計や設備の実務を一手に担った。海外設備の買いつけや交渉なども担当。



NPIU 生産本部
品質管理課
濱田 尚史

工場内の意見を集約し、設備のコンセプトや導入機器などの選定に関わる。普段の業務は、粉体塗料の品質管理。



NPIU 生産本部
東日本業務課
石井 藍美

業務課では主に生産管理を担当している。プロジェクトでは、現場で働く女性たちの意見を集約し、パウダールームをはじめ、女性目線を反映した空間づくりに貢献。



NPIU 生産本部
塗料製造課
今関 真悟

製造現場で働く作業者としての目線を意識した数々のアイデアを提案。プロジェクトのムードメーカー的な存在。



NPIU 生産本部
安全設備課
岩田 孝樹

入社半年でプロジェクトに参加した、最年少メンバー。プロジェクトでは、新工場建設までの過程やプロジェクトを写真で記録してきた。



ニッコーテクノ
業務・総務課
相原 千佳

ニッコーテクノとNPIUの橋渡り的な存在。現場の意見を吸い上げながら、ESGを具体化していった。普段は作業管理表の発行を中心とした事務を担当している。



ニッコーテクノ
業務・総務課
吉川 由香

普段はニッコーテクノの事務全般を行う。女性の目線を生かし、ナチュラルでかわいい空間づくりのためのアイデアを集約。チームの頼れるお姉さん的な存在。

※NPIUは日本ペイント・インダストリアルコーティングスの略です。

捉えられるようになったことが大きな収穫とメンバーは振り返る。「ESGというとなんだか壮大ですが、まずはここで働く皆さんが、自分の職場を誇りに思ってもらいたい。家族や子どもに誇れる職場にしたいという思いでプロジェクトに関わりました」と石井が話すように、新工場の完成は、ゴールであると同時にスタートでもある。社員や地域住民も巻き込んだESGの具現化が、この場所を拠点にいよいよ始まろうとしている。

① Powder room / 海がテーマの室内アートは、地元アーティスト・バルサミコヤスさん作。パウダースペースの貝殻の装飾は女子社員のDIY。② Fan Blend Lab / 両端にカウンターとテーブルを置いたシンプルな空間。今後は地域住民向けの貸し出しの予定もあり。イベントも企画中。③ Conference room / 普段は会議室として使用。パーティションで仕切ることができ、目的に合わせて空間を変えられるのが魅力。④ Control room / ここでは工場の稼働状況の全てを管理。モニタリングの結果は全てデータ化・蓄積されている。シンプルで機能的な空間。⑤ Entrance / 九十九里浜に近いことから、随所にヤシの木のモチーフを入れてリラックスしたムードに。地域性あふれる空間を演出。





人々の共感に根差した 彩り豊かなアジアのペイント文化

アジア一円に広がるNIPSEA (Nippon Paint South East Asia) グループは、シンガポールをはじめ、主要拠点となる国と地域で、人々の共感を呼び、暮らしを豊かに彩るさまざまな事業を展開しています。「NIPPON PAINT」がアジア各国でどのように親しまれ、どのように役立てられているのか、それぞれの事例をご紹介します。

NIPSEAとは？

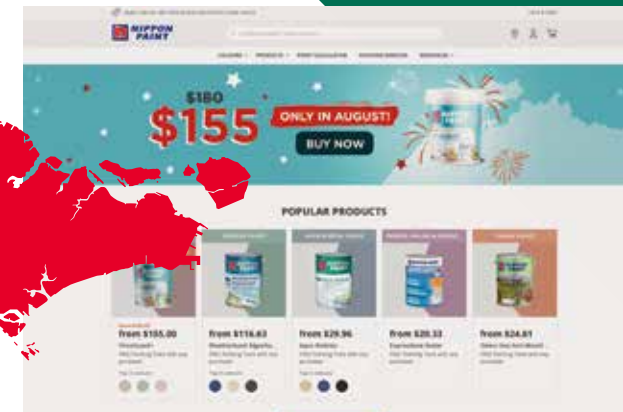
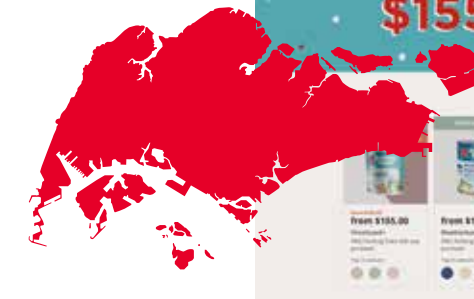
NIPSEAグループは、日本ペイントホールディングスとシンガポールの大手塗料メーカー・Wuthelam (ウットラム) グループが半世紀以上にわたって共に育ててきた事業です。その歴史は1962年にさかのぼり、シンガポールでの事業開始後、1970年代にはタイ、マレーシア、フィリピンなどに市場を拡大しました。1992年には中国本土への進出を果たしています。現在はシンガポール、インドネシア、中国を主な拠点として、18の国と地域で事業を展開しています。アジア全域で70社を超えるグループ企業に在籍する社員数は2万人以上になります。アジアでは外壁塗装や内装のDIYが根付いている国々が多くあることから、NIPSEAブランドはBtoBだけでなく、BtoC市場においても人々の暮らしに広く浸透しています。

Singapore

シンガポール

選びやすく購入しやすい オンラインショップが人気

シンガポールのペイント文化は、塗料の選定・購入までを自身が行い、塗装はプロに依頼するDIFY (Do It For You) が主流です。これはプロがカラーや製品を見せて色選びのサポートから購入まで行いますが、昨今ではモバイル端末の普及率の高さから、多くの人がカタログ冊子やカラーカードで選ぶのではなくオンラインを利用しています。例えば、Nippon Paint Singaporeのオンライン通販サイトは異なるデバイスで閲覧しても色味が変わらないカラー選択ページや、「調べる」「選ぶ」「購入する」といった手順をストレスなしにオンラインで短縮できるため好評です。同サイトはこのような見やすさから、DIFYだけではなくDIYユーザーからも高く支持されています。



(上) Nippon Paint Singaporeのオンライン通販サイトでは限定・割引の提供や、丁寧な製品説明が好評 (下) モバイルユーザーに人気のわかりやすいアプリを提供



Malaysia

マレーシア

遊びながら衛生について学ぶ オリジナルアイテム

清潔に対する意識の向上はマレーシアのさらなる発展に欠かせない課題です。解決に向けた取り組みとして、Nippon Paint Malaysiaが制作したマスクと「Ray Saves the Day」というぬり絵型絵本をセットにしたオリジナルアイテムは、地域の幼稚園に配布され、子どもたちの衛生教育に役立てられています。このセットは「Wellness Blobby (ウェルネス・プロビー)」と名付けられたマスコットキャラクターを用いてかわいらしくデザインされています。幼稚園の先生はこれらを使って、感染防止に役立つ知識を子どもたちに教えます。ぬり絵には清潔の大切さを学び取れるような絵が描かれていて、子どもたちは白地に思い思いの色を塗ることで、衛生観念とともに豊かな色彩感覚も身につけることができます。このぬり絵は定期的にコンテストも開催されるほどに広がりを見せ、未来を担う子どもたちの健康を楽しくカラフルに守っています。



(上) Nippon Paint Malaysia のぬり絵型絵本
(下) 絵本で衛生教育を受ける子供たち



自分で色を選び、自分で壁を塗る アジアの人々にとって、塗料は生活用品

アジアのペイント文化が日本と大きく異なる点は、塗料が言わば生活用品のひとつとして認識されているということです。家屋の所有者は事業者任せではなく自身の好みで色を選び、日曜大工に近い感覚で外壁と内壁を自由に塗装するため、日本ではあまり見られないような個性的な室内空間が多くあります。刷毛やローラーといった道具を常備している家庭も少なくありません。ホームセンターのような商業施設には家庭向けの塗料コーナーが一定のスペースで設けられ、街中では飲食店や各種物販と並んで塗料専門店が軒を連ねている通りも珍しい光景ではなく、そこで販売されている商品は実にさまざまです。カラーや容量のバリエーションはもちろん、抗ウイルス・抗菌加工を施した付加価値のあるものや、環境への負荷を考慮した植物由来の素材を使ったものなど、プラスαの要素を打ち出したタイプも多数あります。また、「湿気に強い」「蚊を寄せつけない」といった、アジア特有の気候条件から生まれる需要にマッチした塗料も開発、販売されています。このような環境から、各社の塗料製品はテレビコマーシャル、SNS、競技場の壁面広告などを通して、幅広い層の人々の目に日常的に触れています。加えて、アジア各国のNIPSEAでは国民的行事を共に祝う塗装活動や子どもたちの衛生教育に役立つオリジナルアイテムの配布といった、地域と手を取り合った社会貢献活動も積極的に実施しており、暮らしに身近なブランドとして人々に親しまれています。



(上) 台湾 IKEA の店内でペイントされた壁面を展示
(下) IKEA のスタッフに塗料についてレクチャー

Taiwan

中国(台湾)

世界最大の家具量販店
IKEAとの共同企画が好評

台湾では、カラーリングに工夫を凝らして空間そのものを自分好みにアレンジするという楽しみ方が見られます。台湾内のIKEA各店ではNippon Paint TaiwanによるIKEAオリジナルのカラーが使われたショールームが展示され、「空間を丸ごと買う」感覚でショッピングを楽しむ消費者も少なくありません。購入した家具の雰囲気に合わせて自宅の壁を塗り替える独自のペイントサービスも人気です。IKEAとの提携は香港、マカオでも開始されています。

China

中国

人気ブランドとのコラボレーション
が新しい層にフィット

「暮らす」という観点において、中国では数年前から消費者層に大きな変化が訪れています。中心となる層は従来の価値観に根差した保守的な生活様式ではなく、モノもコトも含めて、より自由でより自分らしいライフスタイルを求める1985年以降生まれのニューミドルクラスです。旅行に積極的で、美しく洗練されたシックなデザインを好むといった傾向が見られるこの世代には、生活用品を主に取り扱う「一条」という国内ブランドが人気で、Nippon Paint Chinaとのコラボレーション企画も好評でした。「日本＝緑」のように、旅と色のイメージをリンクさせながら各国の魅力を紹介する動画が好評を博し、SNSでもたびたび取り上げられています。



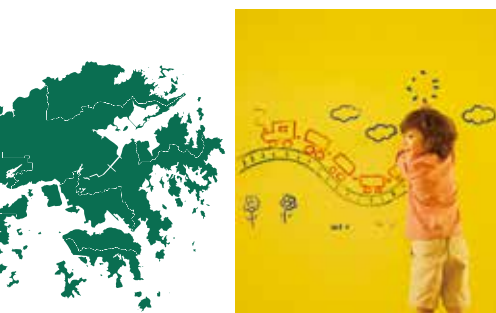
(上右、上左) ニューミドルクラスをイメージした広告
(下) デザイン性の高い広告で新しいイメージを訴求

Hong Kong

中国(香港)

キーメッセージは「オールラウンドに守る」
子どものためのセーフガードとして役立つペイント

親が子どもの幸せを願い、学業や生活環境などできるだけことをしてあげたいという思いは香港でも同じです。香港の親世代は子どもの育つ環境を整えることに高い関心があるため、部屋づくりにも熱心です。Nippon Paint Hong Kongが積極的に展開する製品は「無臭」「抗菌」「対汚染性」「対摩耗性」といった性能の高さを、子どもの育つ環境をよりよくするために提供しています。例えば、子どもが落書きをしてしまっても、汚れを落としやすいといったメリットを発信しています。さらに、抗菌機能を高めた製品で「オールラウンドに守る」というキーメッセージが広く伝わり、ペイントは、ぬり絵を楽しむような感覚で家族一緒にペイント作業を楽しむためのツールとして位置付けられています。



子どものための安心を届ける TVCM を展開



Philippines

フィリピン共和国

街を彩るペイントの力で
地元のアーティスト支援と貧困地域の活性化に貢献



(1.2) COLOUR THE CITY PROJECT
(3.4) EVERY COURT CAN DREAM



フィリピンでは、貧困地域の路上やスポーツ施設をペイントで装飾してコミュニティを再建する取り組みが行われています。例えば「COLOUR THE CITY PROJECT」では大地が割れてその下に海が広がっているようなトリックアートが路面に描かれ、「EVERY COURT CAN DREAM」ではいくつかのバスケットコートにキャンバスにポップなデザインが描かれています。これらのアーティストックなプロジェクトは地域コミュニティと地元アーティスト、そしてNippon Paint Philippinesが共同で行ったものです。若きアーティストに表現の場を提供することに加えて、貧困地域の活性化も大きな目的です。定期的なスポーツイベントを開催することにより、バスケットコートの利用者に軽食を販売するといった、生計を立てるための新たな機会の提供にもつながっています。

アジアの人々の暮らしに寄り添い 日常をカラフルに彩り続ける

ペイント文化が根付くアジアの塗料分野を語る上で欠かせないキーワードは、「共感」です。あらゆる世代の生活者の立場に立ち、「使う側」の目線で需要に応えるプロセスがこれまで以上に重要視されるようになりました。顧客満足を具体的に想像すること、新旧あらゆるメディアを活用すること、「ペイント」以外の付加価値を見出すことといった視点から柔軟なアイデアを生み出すことで、NIPSEAグループの各国はお客様との良好な関係を築いています。その要因は当然ながら製品開発やプロモーションだけではなく、社会貢献活動に積極的に取り組むことでお客様と緊密なコミュニケーションを図り、そのときその場所におけるリアルな反応を感じ取っていることも大きな要因と言えるでしょう。香港では特別支援学校を対象にした建物の壁面デザイン、塗料提供、塗装ボランティアといった活動が大いに喜ばれています。マレーシアのマスクとぬり絵型絵

本のセットは、50カ所の幼稚園に通う5,000人の児童に配布されています。子どものための取り組みは「共感」と同じく重要な、この先のアジア展開における一つの指針です。世界人口は依然、増加傾向にあり、69億人だった2009年から11年後の現在2020年は78億人、10年後の2030年には85億人に達すると予測されています。塗料市場の世界的な規模も右肩上がりの人口統計に比例するように伸張し続け、2009年は10兆円、2020年は20兆円、2030年には30兆円に達するという見通しです。さらに、日本ペイントホールディングス全体の地域別売上比を見ると、2014年度は日本市場72%、アジア市場17%という割合に対して、昨年の2019年度は日本市場26%、アジア市場52%と、大きく変動しています。この割合は日常をカラフルに彩るブランドとして人々に親しまれていることの何よりの証左と言えます。グローバル化のますますの加速が予測される未来においては、アジアのすう勢に目を向けながら日本市場でも活かせるヒントを機敏に読み取ることで、さらなる相乗効果を生み出すことができるでしょう。

Japan

日本

塗料販売店から見る
国内塗料市場の今とこれから



〈インタビュー〉

株式会社フジミ 代表取締役
(日本ペイント特約店)

清 元秀さん

profile / 1966年 神奈川県小田原市に清康夫氏が「富士美塗料店」として創業し、1988年に業務拡大に伴い社名を株式会社フジミに変更。2011年に社長就任。2017年日本塗料商業組合青年部設立に伴い初代会長就任。趣味はスポーツで、湘南ベルマーレフットサルクラブのオフィシャルスポンサーも務める。

独自性の高い色彩設計と 確かな提案力が鍵を握る

少子高齢化に伴う住宅供給の減少や塗装事業者の後継者問題といった要因から、国内の塗料市場は厳しい状況が続いています。需給バランスは一定の規模で推移し続けており、上昇線を描くのはまだ先のことでないでしょうか。しかし、個人の幸福の尺度が多様化するこの現代日本社会においては、家庭向けのアプローチに新たな商機を見出せる余地は十分にあると感じています。家屋のカラーリングは、ハウスメーカーと塗料メーカー、そして私たち販売店と塗装事業者のどの立場であれ、すでに用意されている選択肢のなかから提案するというスタイルが常態化しています。そこにお客様のこだわり、ライフプラン、地域性まで考慮した選択肢を加えられれば、その独自性はお客様にとって品質や予算と比肩する重要度の高い価値に必ずつながるはずです。そのためには塗料全般に対する深い知識と、信頼を得られる確かな提案力が必須です。技術と経験を横断的に共有できる事業者間の組織づくりや専門的な資格制度の創設なども視野に入れながら、お客様との距離が近

い販売店という私達の立場から、その可能性に近付いていきたいと思います。一般家庭における塗料の位置付けが日本とそれ以外のアジア各国で大きな隔たりがあることは、私自身、強く意識しています。一方で品質の高さにおいては、やはり日本の技術力が世界のなかで突出しているという点は、客観的な事実です。例えば長寿命を叶える耐久性と温暖湿潤なアジア特有の気候にマッチした耐候性に優れた製品を、日本ペイントさんが開発することでメイド・イン・ジャパンの存在感を今以上に発揮することができれば、アジア市場、ひいては国内市場の活性化にも大いに影響を与えられるものになると期待しています。日本が課題先進国であるという点も、優位に働く一要素であると個人的には捉えています。人口は世界的には増加傾向にあるとはいえ、少子高齢化が避けられない国も少なからずあります。その際に起きるさまざまな住宅問題、特に塗料分野に対して、今現在すでに国内で取り組んでいる事例を活かすことができれば、この上ないアドバンテージになるでしょう。国内市場のポテンシャルは掘り尽くされておらず、アジアでの可能性は限りなく広がっています。メーカーと販売店の垣根を越えて、未来を共に築いていきたいと思っています。

家づくりは自分で!



Duluxから知るオーストラリアのDIY事情 暮らし空間づくりを自らの手で行う

◀ Duluxとは? ▶ オーストラリアを代表するプレミアムブランド塗料メーカー

2019年8月に日本ペイントホールディングスの100%子会社となったDuluxGroupは、創業1918年の長い歴史を有し、プレミアムブランドの塗料メーカーとしてオーストラリアで圧倒的な存在を誇っています。内装用、外装用、防食用、粉体、意匠系、木材用のコーティング剤にも製品ラインナップを拡大し、オーストラリア市場のマーケットリーダーとなっています。近年はオーストラリア国内に加えて、ニュージーランド、パプアニューギニア、イギリス、フランスでもプレミアムブランドとして認知を獲得しています。さらに、オーストラリア、ニュージーランドでは住宅改修市場向けを中心としたプライマー、ウッドステイン、コーキングや接着剤ブランドも展開しています。



DIYの普及に貢献するDulux流のR&Dとは

DIYにおいても知名度の高いDuluxGroupのブランド力の基盤となるのは、技術革新と新製品開発の着実な実績に他なりません。本社にあるDulux Paints & Coatings Innovation and Technologyセンターでは、マーケットリーダーとしての地位にふさわしい新製品の開発と技術革新が、日々進められています。

オーストラリアの
DIY比率
50%

オーストラリアのリフォーム実行・検討率
56%

オーストラリアのデコレーション*実行・検討率
78%

★デコレーションはペイントで壁の色を変えるなどの模様替えのことです。

※DuluxGroup調べ

DIY大国であるオーストラリアの人々は、昔からの習慣として、自宅の保守、修理、改良や、もちろんペイントも自分で行うことが一般的です。その根底には、「家は自分の城」と考える文化があるからだとされています。自分の家に誇りを持ち、誰よりもいい家にするために、組みあがった家や修理のあとでさらに自ら家を仕上げる人が多くいます。そして、住みながら自宅の模様替えを行ったり、ペイントを塗り替えたりすることを“Home Improvement (ホームインプルーブメント)”と呼び、自らの手を入れて改修し続けるそうです。

オーストラリアの人々は

自らの手で生活をつくることを楽しんでいる



Crikey!



オーストラリアの

ホームセンター最大手 Bunnings!



塗料缶の裏には塗り方が説明されている



今年は新型コロナウイルスの感染拡大による影響でオーストラリアでも多くの人が自宅で過ごす時間が長くなり、Bunnings Warehouseの各店舗でも家屋の内外装用の塗料、特にキッチンのベンチトップや食器棚用の塗料といったDuluxGroup製品の需要が増加しているそうです。

Heaps!



Bunnings WarehouseはDuluxGroupと業務提携を結んでいて、店内では4,000以上のカラーパレットを活用したデコレーティングアドバイスサービスが人気です。また、自宅にDuluxカラーコンサルタントを派遣して、家具のレイアウトや採光なども考慮した本格的なカラーコンサルティングも行っています。



カラーコンサルタントの

アドバイスで豊富な種類から選べる



Give it a burl!

オーストラリアでは、自宅の模様替えは

自分で行うのが当たりまえ!!

ペイントコーナーにはカラーチャートが数多く並べられていて、お客様はそのなかから好みの色を選び、ペイント用のカウンターで塗料を調色してもらいます。用途に合わせてさまざまなメーカーの塗料が陳列されているのでじっくりと選び抜くことができると、足繁く通うDIY愛好家も少なくないそうです。

DIY JAPAN



「#巣飾り」アイコン

「#巣飾り」の由来

日本ペイントホールディングスは、「巣ごもり」で多くの方がDIYを楽しむ機会が増えたことをきっかけに、ペイントの楽しさ、面白さを感じてもらうために、自宅をDIYで模様替えることを「#巣飾り」という言葉で発信しています。



Waku Waku...



暮らしのアップデートを提案するDIYペイント

日本でのDIYペイントの需要規模が海外ほどではない主な要因は、住宅の販売形態が建売（完成品販売）主体であること、コストと品質の観点から内装仕上げに壁紙が選ばれやすいこと、職人文化が根付いているため「プロに頼んだ方が失敗せずきれいに仕上がる」と考える人が多いこと、などが挙げられます。しかし、近年はスマートフォンの普及、SNSの浸透といった整備されたネット環境を追い風に、需要構造が変化しつつあります。海外のインテリア情報を目にしてその生活様式を取り入れたいと望む人が増え、また、新型コロナ対策で外出を自粛するかわりに在宅時間を有意義に過ごそうと、DIYを始める人が増加傾向にあります。ペイントは、木材カットや釘打ちなどの力仕事がない、手軽に始めやすい位置付けで、壁1面だけを塗り替えるだけでも雰囲気がガラリと変わります。ニッペホームプロダクツでは、ペイントを初めてする人のために、小さなお子様と一緒に家族で楽しめる「手で塗る MORUMORU」や、塗装用具一式が揃ったセットなど販売しています。通販サイトの「NIPPE HOME ONLINE」では限定的オリジナルカラーをつくることのできる塗料が販売されているほか、スプレーの調色サービス、HOW TO動画の公開なども展開されています。「巣飾り」をキーワードにした各種の取り組みには、人々の暮らしを豊かに彩るためのさまざまなヒントが散りばめられています。

ニッペホームプロダクツ株式会社について

日本ペイントホールディングスグループで家庭用、DIY用塗料全般並びに塗装用具・関連商品の販売通販サイトニッペホームオンラインの運営を行っています。

話を聞いたのはこの二人



ニッペホームプロダクツ株式会社
営業企画部 部長
門脇 幸治



ニッペホームプロダクツ株式会社
営業企画部
岩切 未来



(上) 子供たちも簡単に楽しく塗れる
(中) 壁に自由に塗って楽しい (下)
明るい色にも思いきってチャレンジ!

DIY 特設サイト

特設サイトの
アクセスはこちらから



おうち時間
を彩る
簡単DIY事例
を紹介!



ムービーで塗り方をわかりやすく解説

初めてペイントに挑戦する人には「どうやって塗ったらいいのかわからない」「難しそうだけど興味がある」と思っている人もいます。人気YouTuberがMORUMORUやSTYLE DIYペンキを実際に使って、塗り方の解説をしています。ぜひご覧になってください。



DIY 特設サイトで紹介する2つの事例

手で塗る
MORUMORU
モルモル



手だけで
自由に
壁を塗ろう



MORUMORUとは、手で塗る壁用仕上げ・補修剤です。遊び感覚で本格的なしっくい風の壁に仕上げる事が可能で、手で塗れて初めてでも簡単に塗装ができます。手で塗れるのでお子さんと一緒に遊び感覚で楽しめることもポイントです。汎用性が高く、室内壁のみならず屋外でも使用できます。また下地を選ばずに塗ることが可能なため、壁紙やコンクリートなどの上からそのまま塗れます。

STYLE show you how to decorate your room.
DIY
ペンキ



ペイントの
世界を
広げよう



STYLE DIYペンキは、自分で簡単に壁を塗ることができます。STYLE DIYペンキはムラになりにくく、自宅の壁紙の上から塗れるため、準備にも手間がかからず簡単に便利です。また、カラーも68色あるので、自分の好きな色を選ぶ楽しみもあります。

塗料商品が充実の通販サイトもぜひご覧ください

NIPPE
HOME
ONLINE

通販サイト
へのアクセス
はこちらから



DIY・家庭用の抗ウイルス抗菌製品
(P18に詳細を掲載しています)

「NIPPE HOME ONLINE」では、購入される方の視点に立ち、DIY用とプロ用にサイト構成を変えて商品を案内しており、商品の選びやすさでのご好評をいただいています。オンラインショップならではの限定商品や、当日出荷、送料無料(3,000円以上ご購入)などさまざまな特典があります。ぜひ皆さんもDIYを始めてみませんか。

「Environment(環境)」「Social(社会)」「Governance(企業統治)」の3つの観点から世の中のさまざまな課題を抽出し、事業活動をもって解決に取り組むことは、いまや持続的な成長につながる企業経営の世界的なスタンダードになっています。私たち日本ペイントホールディングスのグループ内では、どのようなESG活動が行われているのでしょうか。製品開発や働く環境の整備、社会への貢献など、国内外を問わず各方面で目覚ましい成果をあげている13のトピックを取り上げました。

ENVIRONMENT [環境] | 自動車用塗料 / 日本ペイント・オートモーティブコーティングス株式会社



自動車用コーティング技術を応用、フェイスガードに防曇・低反射機能付加



フェイスガード
映り込み防止タイプ

日本ペイント・オートモーティブコーティングス株式会社は、自動車用コーティング技術を応用した防曇性・反射防止性に優れた「フェイスガード映り込み防止タイプ」をパナック株式会社と共同開発しました。コロナ禍において、飛沫によるウイルス感染を抑制するため、フェイスガードの需要が急増している一方、利用者から「呼吸で曇る」、「映り込みがあり見えにくい」という声が出ています。そこで、自動車用塗料開発で培った防曇・低反射技術で、内面をコーティングし、呼吸しても曇らず、マスク等が映り込みにくく、消毒液で拭いても性能が変わらず繰り返し使えるフェイスガードが完成しました。

ENVIRONMENT [環境] | 表面処理 / 日本ペイント・サーフケミカルズ株式会社



エネルギー効率を高める親水化処理技術

日本ペイント・サーフケミカルズ株式会社の親水化処理剤は、ルームエアコンやカーエアコン内部の熱交換器表面にコーティングされており、わずか1μm以下の超薄膜で水滴の発生を防いでいます。エアコンを運転させたときに熱交換器の表面に水滴が発生すると、風の通りが阻害されてエネルギー効率の低下や、吹き出し口からの水飛びの原因となりますが、親水化技術によりそのような問題の発生を防いでいます。さらに、熱交換器に臭気成分が付着することを抑制したり、熱交換器の腐食を防止する効果により、エアコンを運転した際に感じる不快な臭いを低減し、心地よい室内空間の創出に貢献しています。



ENVIRONMENT [環境] | 船舶用塗料 / 日本ペイントマリン株式会社



塗料技術のノウハウが詰まった、環境負荷低減技術



八木哲也環境大臣政務官(左)、日本ペイントマリン社長 白幡清一郎(右)
(2019年12月2日)



FASTARの塗膜状態を確認する日本ペイントマリンの技術者

日本ペイントマリン株式会社は、海洋環境・大気環境の負荷低減をコンセプトとし、船舶の運航効率改善と環境負荷軽減を両立する船底防汚塗料を開発してきました。1991年、世界初の^{すず}錫フリー加水分解型防汚塗料「エコロフレックスSPC」シリーズを導入、環境ホルモンとして有害性が指摘される有機錫による海洋環境負荷の低減に貢献しました。2007年、マグロの皮膚に着想を得て、当時世界初となる低摩擦型の船底塗料「LF-Sea」を開発しました。2013年、さらにその進化型である超低燃費型防汚塗料「A-LF-Sea」を開発しました。10%の省燃費効果が確認され、延べ3,300隻以上の船舶に採用されています。この「LF-Sea」シリーズは船舶からの排出炭酸ガス削減、燃費削減を実現し、製品の普及による大気環境の負荷低減への貢献と実績が高く評価され、2019年12月2日環境省の「令和元年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰」において対策技術先進導入部門を受賞しました。また、2017年には世界初の防汚剤フリー自己研磨型防汚塗料「AQUATERRAS」を導入し、一切の忌避物質、殺生物性物質を含まない防汚技術が注目を集めています。更に新しいコンセプトの防汚塗料「FASTAR」を2021年に発売予定です。日本ペイントマリン株式会社は「FASTAR」の防汚効果を高めるため、塗膜の表面構造に着目しました。従来よりも低溶出で防汚性の向上と海洋汚染の抑制を図ります。また、2020年下期、国内船社を中心に合計10隻の大型船舶に塗装する計画で、顧客説明、現場作業性の確認を通じ、さらなる製品の信頼向上のため、営業、技術がONE TEAMとなり取り組んでいます。現状、国際海運から排出される炭酸ガスは年間約7.9トンであり、これはドイツ一國分の年間排出量に匹敵します。加えて、2020年から船舶燃料油のSOx規制が課せられ、高価な低硫黄燃料油へ切り替える必要があります。環境問題に対し、世界中の船舶への経済負担が増大し、船舶の燃費、運航効率改善への期待が一層高まるなか、日本ペイントマリン株式会社は塗料による解決策を提案していきます。

超低燃費型船底防汚塗料 「A-LF-Sea」

マグロの皮膚にヒントを得た技術をベースに開発された「LF-Sea」の進化版であり、自動車用塗料で培ったノウハウを活用することでさらなる摩擦抵抗削減を実現。船舶の大幅な燃費向上に貢献しています。本製品は、Seatrade Asia Awards 2014においてTechnical Innovation Awardと2019年環境省「令和元年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰」対策技術先進導入部門を受賞しています。

防汚剤フリー自己研磨型 船底防汚塗料「AQUATERRAS」

新規加水分解技術「HydrophiX」テクノロジーによって開発されたこの船底防汚塗料は一切の防汚物質や忌避物質を含まず防汚性能を発揮するという、まさに地球環境にとって特級品でありまた摩擦抵抗の削減も発揮するこの製品は抗血栓性ポリマー素材をヒントに開発されました。

親水・疎水ナノドメイン加水分解型 船底防汚塗料「FASTAR」

2021年発売予定。独自のドメイン技術を深化させました。「FASTAR」はナノレベルのドメイン構造を塗膜に形成し、防汚剤から発する銅イオン等の防汚成分を均一に拡散。低溶出ながら高い防汚性を発揮します。LF-Seaのノウハウも活用し、低摩擦効果、低燃費効果を発現します。(一部ラインアップのみ)

SOCIAL [社会] | 日本ペイントホールディングスグループ

AYDA (Asia Young Design Awards)



2020年度コンペティションのテーマ



2019年度日本地区入賞者と審査員長 原田祐馬さん(右から2人目)



2019年アジア学生サミットで激戦を勝ち抜いた入賞者



2019年アジア学生サミットスタディーツアーでシンガポールの名建築を見学中の学生達

AYDA (Asia Young Design Awards) は日本ペイントホールディングスグループが、アジア一円で開催している学生向け建築デザインの国際コンペティションです。AYDAは2008年マレーシアにおいてスタートしました。当初はわずか87名の応募者でしたが、今やアジア18の国と地域でエントリー総数が8,400名を超える、アジアをまたぐコンペティションとして学生をはじめ各国のアカデミアでも一定の認識をいただいています。AYDAのユニークな点は、アジア各国の学生の皆さんが国をまたいで同じテーマに取り組み、審査はそれぞれの国で行うことです。テーマは毎年異なりますが、共通している点として、多様な人々が豊かに自分らしく暮らす社会の実現を、建築・デザインの視点からどのようにアプローチしていくかを学生の皆さんに問いかけています。現代は、急速な技術革新や、経済や情報のグローバル化によって、人はますますボーダレスに活躍をしていく一方で、社会課題はさらに複雑化し、解決の難易度が高まっています。さまざまな課題に立ち向かい、持続可能な社会を実現するためには、まずその問題を考えることのできる人材が必要です。最優秀者は賞金とは別にアジア学生サミットに参加していただき、自らのアイデアを各国から集まった建築家や学生に発表していただきます。賞金のみならず、各国の学生の皆さんが、共に学び、ディスカッションを通して互いの多様性を理解する場を提供しています。さらにアジア全域での最優秀者にはハーバード大学デザインスクールが開催するサマースクールへ招待しています。

SOCIAL [社会] | 工業用塗料 / 日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社

障がい者雇用活動 「ニッペファンファーム」が誕生！

日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社は、障がい者雇用のあり方を見直し、社会に出て働くことを目的とした農園「ニッペファンファーム」のスタッフとして、自立を目指した就業の場を設けました。埼玉県さいたま市にあるこの農園は、障がい者雇用支援サービスとして民間企業が提供する農業雇用プランを利用したものです。活動を開始した2019年の10月より、ハウス内に栽培ができる土壌や環境を整えることから始め、今では、少しずつ野菜を収穫するまでになりました。当該支援企業が運営する農園では、この10年間の就業定着率は92%と安定しており、障がい者の方々にとっても安心して働ける場になっています。また、独自の施策として、収穫した野菜を品川区の社会福祉協議会を通じて品川区内の子ども食堂へ寄付することにより、社会貢献の機会も広がっています。農園で働いている社員の皆さんは、このコロナ禍にも負けず、ローテーション勤務で感染対策を講じながら、働くことの楽しさを実感しています。



「ニッペファンファーム」での収穫作業



栽培している野菜

SOCIAL [社会] | 工業用塗料 / 日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社

“waku² Co-creation”IU大阪 ESG居室改革プロジェクト

日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社では、社員自ら働きやすい環境を考え作り出す取り組みとして、各地の居室や会議室のリノベーションが計画、実施されています。5月に、同社の大阪拠点で、技術部門が集まる居室がリニューアルされました。各事業部門から選出したメンバーでプロジェクトを編成し、“waku² Co-creation”をコンセプトに、「ワクワク感」「枠を超えたグローバルコミュニケーション」「創造性」をありたい姿に掲げて、新たな働く環境を実現しました。この取り組みにより、これまで以上に横のつながりが生まれ、コミュニケーションが活性化しています。



Food (食×風土) 改革プロジェクトが始動

日本ペイントホールディングスグループが推進している働き方「環境」改革は、「きれい・気持ちいい・来たい」と思える「働きやすい3K職場」をつくる社員の労働環境改革です。その施策の一つ、国内グループの食堂改革であるFood (食×風土) 改革プロジェクトが始動しました。国内グループ全社員の昼食や休憩の環境を一新し、心身ともに充足感を高めることで社員同士のコミュニケーション活性化を促して「新たな価値」が生まれる風土の醸成することがねらいです。Food改革のコンセプトは「Colorsol」(カラソル) です。私たちが大切にしたい彩(Color) と、太陽(Sol: ラテン語) のように明るく健康的なイメージを重ね合わせた造語で、空間や食が彩り豊かであることに加え、多彩な個性を持つ人々が集い、活気あふれる様子を思い描いています。また機能面では、「Connect」「Choose」「Charge」の3つのCをキーワードとして掲げ、食堂で新たに人や情報とつながること、空間の使い方などを自由に選べること、午後の仕事に必要な栄養をしっかりとチャージできることを目指しています。2019年の大阪地区(本社・大阪事業所)に加え、2020年には愛知プロジェクト(高浜工場・武豊工場)が2月7日に始動し、5月にそれぞれの工場で食堂がリニューアルオープンしました。2月のキックオフ後からリニューアルまで実質2カ月弱という短期間のプロジェクトであるだけでなく、新型コロナウイルスの影響によるさまざまな制約があるなか、高浜・武豊工場のプロジェクトメンバーが中心となり、Food改革のコンセプトに基づいて社員の方々のニーズの具現化を行いました。また、リニューアル後の食堂では当社グループの製品である内装用塗料「ニッペパーフェクトインテリアEMO (エモ)」で、当社らしさとスタイリッシュな雰囲気を演出しています。現在、他拠点においても次々とプロジェクトチームを立ち上げて、その拠点のニーズや多様性を活かした仕様を実現すべく、日本ペイントホールディングスグループ内でリレー方式でFood改革が進行しています。



(左上) 最初のプロジェクトとなった大阪本社食堂 (右上) 武豊工場食堂 (下) 高浜工場食堂

指名委員会等設置会社へ移行

日本ペイントホールディングスグループは、今後も進展するグローバルでの事業展開を鑑み、当社に最適なコーポレート・ガバナンス体制の構築に向けて、2020年3月26日開催の定時株主総会での承認を得て、監査役会設置会社から指名委員会等設置会社へ移行しました。当社の直近の海外売上高比率は71%、海外従業員比率は87%、海外投資家の持株比率は59%に達しており、グローバルな視点から理解されやすいガバナンス体制を実現する必要があります。今回の移行で、独立社外取締役が過半数を占め、独立社外取締役が委員長を務める指名委員会、報酬委員会、監査委員会を設置しました。指名委員会が取締役候補者を決定し、報酬委員会が取締役・執行役の報酬を決定する仕組みを構築することで、経営の透明性・客観性・公正性の向上を図ります。また、少数株主の利益に配慮し、海外機関投資家など国内外のステークホルダーからの理解促進に努めます。当社は2015年以降、取締役会の監督機能および執行部門の強化を図るべく、事業分社化による権限委譲や独立社外取締役の増員を進めてきましたが、事業環境の急速な変化に即応するには、権限委譲をさらに拡大し、執行機能を強化する必要があります。今回の移行により独立社外取締役が過半数を占め、独立社外取締役が委員長を務める監査委員会を設置しました。また、監査の実効性を高めるために今回の移行を契機として内部監査部門の機能強化を図ります。監査委員会および内部監査部門が連携して従来の適法性監査に加えて妥当性監査を実施することにより、グローバルで経営全般にわたる幅広い監査が可能となるため、かかるリスクを低減します。



植物エッセンスを使用したバイオペイント「Eco Essence Paint」

Nippon Paint Chinaでは、グリーン製品購買を行う消費者が増えていることから、これまでのオイルベースに代わり再生可能資源である植物エッセンスを26%配合した環境にやさしい塗料を開発しました。化学物質に対して厳しい審査基準を誇る「TÜV Rheinland」認証および「GREENGUARD Gold」認証も取得しています。「Eco Essence Paint Anti-Formaldehyde」に加え、特に汚れに強い「Eco Essence Kids Paint」、専用プライマーの3製品をラインアップしています。



SOCIAL [社会] | DuluxGroup (オーストラリア)



環境配慮型ペイント「Dulux enviro2」

DuluxGroupのあるオーストラリアでは、住宅・商用もしくは新築・中古リノベーションのいずれにおいても、室内外問わずより持続可能な材料に対する消費者ニーズが高まっています。新しい「Dulux enviro2」は、より持続可能な製品として、耐候性に優れ、かつこれまでにない超低VOC・超低臭・防藻・対汚染性を兼ね備えた優れたパフォーマンスを発揮する製品です。



ENVIRONMENT [環境] | DuluxGroup (オーストラリア)



社会課題解決型製品「Dulux EnviroSolutions®」

DuluxGroupはペインターが日々行う刷毛やローラーの洗浄作業に責任あるソリューションを提供する製品群を開発しました。水の使用量を最小限に抑え、有機溶剤を使用せずに洗浄、さらに残塗料と塗料洗浄水を分離して廃棄させることにより水質汚染を防ぎます。またペイント缶のリサイクルを行うことにより廃棄物の発生量を最小限に抑え、廃棄物処理に関連する問題を減らすためにあらゆる努力を払い、環境責任においても建築業界をサポートしています。



ENVIRONMENT [環境] | Betek Boya (トルコ)



Betek Boya「Filli Boya Momento Silan」

Betek Boyaは、トルコの家庭では強い洗浄剤を用いて毎日拭き掃除を行う慣習に着目し、塗装がすぐにはがれる問題を解決するために、対洗浄性が高く、化学物質に対する耐性を備えたより強い塗膜の塗料を開発しました。生産工場では、トルコの一般的な研究所よりさらに厳しい基準で評価し、また機能的な側面だけではなくデザイン性を加味して、家庭内を一層華やかに、美しく彩りお客様の生活品質の向上に貢献しています。



SOCIAL [社会] | 日本ペイントホールディングスグループ



新型コロナウイルス感染拡大に対する支援活動

2020年1月末に始まった新型コロナウイルス感染拡大において、当社グループは中国赤十字への寄付及びマスク寄付を皮切りに数々の支援活動を展開しています。日本国内では、世界各国の当社グループ会社から入手した医療用マスク（サージカルマスク、N95タイプマスク）約18万枚と、入手した消毒エタノール1700リットルを、全国76の医療機関と市区町村および、新型コロナウイルスの研究機関、東京や大阪地区のPCRセンターへ順次寄贈しました。



愛知県・刈谷豊田総合病院へ寄贈
(2020年3月)

GLOBAL PROFESSIONALS

日本ペイントホールディングス(以下、日本ペイントHD)グループの各事業領域で活躍する、国内外11人の「プロフェッショナル」をご紹介します。人々に彩りある快適な暮らしを提供するため、積み上げたキャリアに満足することなく飽くなき探求心で成長し続ける、プロフェッショナルズの意欲と情熱を感じてください。

01



Bollig & Kemper France SAS [France]

Amandine Gautier

02



DuluxGroup Limited. [Australia]

Brian Roulstone

03



日本ペイント・オートモーティブコーティングス株式会社 [Japan]

Takashi Yoshio

04



日本ペイント・サーフケミカルズ株式会社 [Japan]

Keisuke Yoshida

05



Nippon Paint (Malaysia) Sdn. Bhd. [Malaysia]

Wong Meng Lee

06



Dunn-Edwards Corporation [USA]

Lisa Kudukis

07



Betek Boya Ve Kimya Sanay Anonim Şirketi [Turkey]

Asli Ak

08



日本ペイント株式会社 [Japan]

Ryoma Kanno

09



日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社 [Japan]

Yoshihiro Nakano

10



日本ペイントマリン株式会社 [China]

Akio Murota

11



日本ペイントホールディングス株式会社 [Japan]

Hiroshi Wakumoto

国境を越え研究成果を広く発信

— 製品開発から顧客満足までを視野に捉えて

| フランス、日本で知識と技術を蓄積

日本ペイントHDグループでのキャリアがスタートしたのは、フランス・グルノーブルにあるBolling & Kemperフランス（以下、BKフランス）の研究開発部門に入った2007年です。その後、スタイル部門、工業化、カスタマー・サポートなどでの勤務を経て、直近の2年間は日本に滞在し、製品開発本部が進めるプライマー（下塗り）、トップコート（上塗り）研究を担当するメンバーとして日本ペイント・オートモーティブコーティングス株式会社、枚方R&Dセンターに所属していました。不完全な乾燥状態であっても重ね塗りが可能な高性能水性塗料を研究開発するチームと共に、ヨーロッパの将来的な自動車市場に向けた塗装工程を短縮した高性能な水性下塗り塗料技術の開発に携わっています。

| 車両用塗料の分野でチームを率いる

2020年8月からはBKフランスに復帰しました。カラーデベロップメント・スタイリング部長の役職に就き、さまざまな業務に取り組んでいます。ヨーロッパのOEMデザイナーの要望に沿った新規カラーを開発し、新しい設計開発を生み出すため日本ペイント・オートモーティブコーティングス株式会社のD-Logチームと良好な関係を構築しながら進めています。また、製品開発を担当するBKチームが顧客ラインに導入する自動車のボディカラー、およびプラスチック製を含めた各パーツとのトータル的なマッチングをサポート

しています。グルノーブル時代から培った自身の知識、技術、経験を存分に発揮できるこれらの業務はどれもがチャレンジングであり、成長の意欲を情熱的に駆り立ててくれます。

| 個人の力を組織に還元

仕事の上で常に意識していることは、個人の成長スピードを落とすことなくチームとして完成度の高い仕事を遂行していくことです。そして、その成果をもって顧客満足度を高め、日本ペイントHDのグローバル展開に貢献し続けることです。フランスをはじめとしたヨーロッパの国々であれ、日本を含めたアジアの国々であれ、カラーリングと塗装技術の価値ある技術は、科学的なアプローチと垣根のない組織運営により生み出されるものと信じています。日本ペイントHDグループの一員であることに誇りを持ち、チームとお客様への感謝を忘れることなく、より多くの方々と喜びを分かち合える研究に励んでいきます。

Bollig & Kemper France SAS - Laboratoire de R&D
Color development and styling department manager

Amandine Gautier [France]
(アマンディーヌ ゴーティエ)

2007年、Bollig & Kemper フランス入社。スタイル部門を経て工業化部門およびカスタマー・サポートに異動。4年間にわたってPSA (Peugeot-Citroen brands)の第1世代ショートプロセスシステムである自動車用の水性下塗り塗料部門に従事し、その後、フランスの自動車メーカー専用の、電着・下塗り・クリヤーを含めた各種塗料を担当する技術マネージャーに就任。



日本ペイント・オートモーティブコーティングス株式会社 R&D 本部 商品開発のメンバー

Amandine
Gautier

Brian
Roulstone

イノベーションで世界に通用するビジネスを

— それぞれの分野の連携と技術力の強化で成長を目指す

| 消費者のニーズをカタチに

DuluxGroupの中心的事業である建築用塗料事業は、DIYを主とした小売業向け事業と、プロ向けの塗料販売事業の2つで構成されています。当社の建築用塗料事業はブランド力、スムーズな流通、製品の品質の高さ、革新性において市場で確固たる地位を築いています。私が、日々の仕事で大切にしているのはマーケティング部門のメンバーとの連携です。マーケティング部門との連携は、消費者のニーズに合わせた塗料や技術の開発と提供につながる、重要な一要素を占めていると認識しています。私たちの成功には、消費者のニーズを深く理解することが欠かせません。最も重要なニーズを掴み、それを形にするために技術力を駆使し製品として提供することが私たちの使命だと確信しています。

| 他部門との連携で付加価値を創出

マーケティングだけではなく、調達や製造部門、カスタマーサービス、販売など、全ての分野と積極的に関わることを意識しています。異なる専門性を持つ者同士がコラボレーションすることによって多様性の理解が進み、柔軟な考え方が可能になります。それがビジネスのあらゆる場面で活かされ、付加価値の創出にもつながっています。

| 既存の技術に科学的手法を加味

私たちが目指すのは、イノベーションで成長することです。そのために欠かせない技術的な機能を刷新する時期はすぐそこにきていると感じています。デジタル時代においては「芸術から科学への移行」が塗料市場での存在価値を左右します。つまりそれは、美しさに加えて科学的に立証された数値をもとに塗料の機能性やマッチングの根拠を具体的に明示できるかどうか、ということです。塗料産業における自動化やコンピューターによる数値計算、分析技術といった従来の強みに、データ重視の科学的手法を導入し、世界に通用する産業を目指していきます。

DuluxGroup Limited.
Technical Director DuluxGroup

Brian Roulstone [Australia]
(ブライアン ロールストーン)

テクノロジー・ディレクターとして建材事業を支える技術部門を主導。Dulux Group内のさまざまなビジネスユニットの技術マネージャーで構成されるチームを取りまとめ、技術とイノベーションによる事業成長に注力している。



同僚のMadeleine Alwaysさん

生きた情報を精査し世界から調達

— 技術者の「こんな原材料を使ってみたい」を支える

｜ 情報を駆使し最適を判断

塗料の原材料を世界中から調達する仕事は、冷蔵庫の中身を把握し節約しながら買い物をする感覚に近いと思っています。また、野菜の選び方一つで料理のできが変わるように、調達も技術職の方が使いたい原材料を仕入れるための“目利き”が問われます。要となるのは精度の高い情報です。現地の専門ウェブサイトをくまなく読んだり、気になることを海外のグループ会社に問い合わせたりしたあと、経済の動きにも頭をめぐらせながら適正な価格、品質を見比べ最終的な判断をしています。

｜ 明確さはグローバルの基本ルール

化学や技術など専門知識を身につけて入社する人が多いなか、インテリアデザインを専攻し塗料（色彩）に魅せられて入社した私は畑違いで、そんな私にできるのは自分の主張をはっきりさせ、誰に対してもフラットな態度をとり“一緒に仕事したい人”と思われるよう努めることです。これは入社当時、新人の私に紳士的に接してくれた、とある自動車メーカーの重役の姿勢から学んだことです。しかし、現在の仕事は選定して購入するという性質上、入手先よりも立場が強くなりがちなので、裏表のない一貫した態度と、自分の意志を明確に伝えることを徹底しています。Maybeは使わずYes or Noで回答が求められている、というのは欧米・東南アジアなどの調達先とのコ

ミュニケーションでも感じています。2013年度にTOBによって距離が縮まったNIPSEAとの関係でも、あいまいな返事はグレーであり、ビジネスのスピードを減速させる要因になることを体感しました。以来、この気付きを共有するため“変化に柔軟になることの重要性”を社内でも積極的に発信するようになりました。

｜ もっと一緒に仕事したい人に

目標は、冷蔵庫の在庫が増えすぎるのを避けつつ、技術の方々が楽しく塗料を作れるサポートをすることです。そのためには、もっと一緒に仕事したいと思われるよう、担当する国々に足を運んで信頼関係を深めていきたいです。工場の規模や新しさ、体制など自身の目で感じ取ることで比較対象を増やし、より一層最適な調達につなげたいと考えています。

日本ペイント・オートモーティブコーティングス株式会社
安全・品質・調達本部 調達部 原料調達

吉尾 隆志 [Japan]

北米に留学していたときに、自宅のペンキ塗りを経験し塗料の魅力に開眼。2006年に入社後、自動車塗料の営業を経て2007年にデザインセンターに異動しカスタムペイントの提案と供給に従事。2011年からはグローバル調達に所属し、欧州、北米の窓口を担当している。



アメリカNB Coatingsの技術、生産、調達のメンバーと共に

Takashi
Yoshio

経験豊富な品質管理のスペシャリスト

— 部署をまたぎ国を超えて調整能力を発揮

｜ 部署の垣根を超えワンチームに

建築などの汎用塗料であれ自動車補修用塗料であれ、品質管理業務を円滑に進めるためには、製造課のメンバーだけに限らず社内ほぼ全ての部署の方々との幅広い連携が不可欠です。製品そのものに対する一定の知識はもちろん、製造の各工程に携わる担当者の業務内容も把握しておく必要があり、取り扱う情報量は膨大です。それらを整理する大変さは確かにありますが、お客様に安心・安全な製品を届けるために分野ごとの垣根を超えワンチームとして取り組むことができる今の業務内容には、大きな魅力を感じています。

｜ ものづくりのこだわりは万国共通

近年は海外での現地生産活動が活発になっていることから、情報交換を密に行うことがいかに重要かを以前にも増して強く感じるようになりました。国ごとの環境や文化に根差した考え方の違いを考慮して、日本では慣例として浸透している認識を掘り下げながら品質を満たすための最善の方法を模索する過程は、“ものづくりの最前線”にいることを実感させてくれます。ヨーロッパや中国の方に日本の工場設備を案内したときなどは吸収の意欲を目の当たりにし、お国柄の違いはあれども、「良いものをつくりたい」という気持ちは万国共通であると嬉しい気持ちになりました。時差や言葉の壁に左右されることなく効率的でスピーディーな情報共有を行い、各プロジェクトを計画どおりに推進するための取り組みに注力しています。

｜ 当事者意識と多角的な視点で高品質を守り続ける

仕事へのこだわりは「当事者意識を持つこと」「多角的な視点で物事を捉えること」、この2点に尽きます。常に製品の品質と顧客満足向上に向けて、お客様に製品をお届けする一連の流れにある重要な職責です。営業・技術サイドの視点とお客様がどう感じるかにも想像力を働かせ、「自分に何ができるか」を常に考えて行動するよう心がけています。慣れによる先入観も大敵です。自身の立ち位置を俯瞰的に捉えながら柔軟な思考力を養い、グローバルな生産体制の構築に寄与する一手を発信できる存在を目指したいと思います。

日本ペイント・サーフケミカルズ株式会社 生産部 品質管理課 岡山品質係
吉田 圭佑 [Japan]

2009年、品質管理課配属。栃木工場にて汎用塗料、自動車補修用塗料の品質管理業務を担当し、2012年～17年のサーフ事業部（現日本ペイント・サーフケミカルズ）勤務を経て、2018年より品質管理課に再配属。岡山工場にて商品全般の品質管理業務および海外生産フォロー対応に従事している。



マレーシア市場の敏腕マーケター

— “お国柄” を戦略に反映し企業の価値向上に邁進

ブランドイメージ＝親近感

日本ペイントマレーシアのマーケティング部で副部長を務めています。マーケティング部の使命は、国内におけるブランド価値の強化です。マレーシアでは家の外壁や部屋の壁を自分で塗るといったことが日常的なDIYとして根付いていることから、家庭用塗料に対しても一定の需要を見込むことができます。その需要に応えるためには、消費者の皆さまにどれだけ親近感を持っていただけるかがポイントになります。社内のみならず、建設業界や不動産業界から建築家、インテリアデザイナーといった個人に至るまで、私たちの製品に関連のあるあらゆる事業者と広くコミュニケーションを図りながら、ブランドイメージの継続的な向上を目指し、日々施策を打ち出しています。

マーケティングは 時勢を読む力が求められる

マーケティング活動において、市場の動向と業界の新しい情報を即座にキャッチする感度の高い受信力が常に求められます。今年で言えば、新型コロナウイルスの流行がヒントをもたらしてくれました。マレーシアでも世界各国と同様に政府による規制がさまざまに設けられた結果、約1ヵ月にわたるラマダン（断食）とハリラヤ（断食明けを祝う習慣）の期間は、巣ごもり消費の傾向が顕著になります。そこで、人々に明るい話題を提供しながら製品PRにもつながるアイデアとして、家庭向けの塗装How to講座、ライブペインティングパフォーマンスといった動

画を積極的に配信しました。新型コロナウイルス流行の波と規制緩和を見計らいながら、日本で言えばお盆のような行事にあたるハリラヤの家族イベントとして「塗ること」そのものの楽しさにフォーカスしたキャンペーンの展開にも注力しています。

多様な価値観にカスタマイズ

マレーシアは多民族国家です。文化的価値観も風習も地域によって多種多様で、そのような市場で存在感を放つためには、前例や実績に捉われてしまうことが最大のタブーになります。時代と場所によるニーズの変化を的確に見極めながら、製造部門、販売部門とともに、今まで以上の連携を図り、日本ペイントの製品がいかに革新的であるかを訴求し続けていきます。そして、プロモーション戦略を常に改善しながら、効果的で長期的な企業ブランディングに努めていきます。

Nippon Paint (Malaysia) Sdn. Bhd.
Assistant General Manager - Marketing
Marketing Department

Wong Meng Lee [Malaysia] (ウォン メン リー)

2007年1月1日、日本ペイント入社。マーケティングのアシスタントブランドマネージャーに配属。13年間にわたってマーケティングに携わり、リテールマーケティング部門からBtoB（プロジェクトマーケティング）部門に異動し、マーケティング部門全体を統括する責任者に就任。



「Asia Young Designer Awards」を率いるNIPSEAグループ各国のメンバーと共に授賞式開催

Wong
Meng Lee

Lisa
Kudukis

北米全域に知られる存在を目指す

— プロ業界で求められ、一般消費者にも選ばれるブランドに

無駄を見直しサービスを充実

Dunn-Edwards は塗料メーカーとして高品質な製品を塗料業界に提供しています。私の役割はインテリアデザインを専門的に学んだチームメンバーとともに、イノベーション＆コンシューマー戦略の副社長として既存の方法にひそむ煩雑さを排除し、プロセスを合理化し、効率性を構築することで、塗料業界の塗料供給ビジネスモデルに革新をもたらすことを目指しています。もう一つの役割は、一般消費者向け市場のシェアを伸ばすことです。当社の売上の9割以上がプロ向けの市場に集中し、一般消費者向け市場は5%にとどまっているのが現状です。そこで店舗やオンライン通販サイトでの販売に注力し、大きな可能性がある一般消費者向け市場の開拓に注力しています。

組織力の強さで市場を切り拓く

当社の強みは、チームメンバーの情熱と向上心が高いことです。“勝ちたい”という風土をチーム全体で共有しており、このマインドは日本との事業でも実証されています。昨年はDuluxGroupの買収という大きな出来事がありましたが、日本とオーストラリアの市場には多くの類似点があるため、最良の一手を見出せるのではないかと期待しています。

革新性でお客様に貢献していく

当社の歴史は100年にも及びますが、まだ100年ともいえます。地域や塗料業界内で信頼される企業から、北

米全域で広く知られる存在へと飛躍できるよう、まずは塗料業界において、スリムでスムーズなやりとりと充実したサービスで差別化をはかり、競合他社が強い分野においても確固たるブランド力を浸透させていきます。一般消費者向けのDIY用塗料においては、豊富なカラーセレクションの提供とお客様が色を選ぶためのお手伝いができるよう、機能や用途の知識を深めて効率的に提案できる仕組みを強化することで存在感を高めていきます。店員から経営陣に至るまで、才能豊かでオープンマインドを持つメンバーと一丸になり、これからも塗料を求める全てのお客様にサービスを提供していきます。

Dunn-Edwards Corporation
Vice President, Innovation & Consumer Strategy

Lisa Kudukis [USA] (リサクデュキス)

東シガン大学総合マーケティング・コミュニケーションで修士号を取得し、11年間BHER塗料やKILZプライナーなどの複数の住宅・建材ブランドの米国特許会社で勤務。2019年にDunn-Edwardsに入社し、イノベーション＆コンシューマー戦略の副社長として活躍している。



カリフォルニア州にある新店舗のメンフィー店前でオープン初日にメンバーと共に

経験に基づく確かな提案力を発揮

— 市場を見渡し、効果的な戦略を打ち出す

｜ 多角的な施策で市場の信頼を獲得

カラーマーケティングスーパーバイザーとして、ツールの設計とブランドごとのカラーマーケティング戦略に携わっています。カラーマーケティングは、カラーカード、ファンデック、カラーボード、トレンドリングカラーコレクション、デジタルおよびソーシャルメディアコンテンツなど、実にさまざまなツールを活用します。これらの形態も用途も異なるツールを用いて、配色が空間にいかにより大きな影響を与えるかということを広く訴求し、塗料に関わるあらゆる分野において主導的なポジションを確立するため、多角的な観点から施策を打ち出しています。また、今年の流行色やトルコで人気の高い配色といった、世の中の傾向をリサーチすることも行います。需要を押さえた効果的なプロモーションを発信することで市場の信頼を獲得し、内装と外装のカラーリングをアドバイスするといったカラーコンサルタント業務も順調です。

｜ ブランドの浸透と購買層獲得のために

マーケティング戦略においては精度の高いデータ収集が求められます。製品ごとの売上や市場シェアの推移を時間軸で詳細に把握することはもちろん、機能性重視、価格重視といった消費者層ごとの傾向をつかみ、同業他社の動向にもアンテナを張り、プロモーション活動に活かします。トルコ国内の塗料市場を見ると「日本ペイント」ブランドは比較的、新規参入の印象があるため、年間を通した長期

的な戦略でブランドの浸透を図り、同時に顧客分析によるターゲットを絞った展開で購買層の獲得を目指します。

｜ 各部署と連携し、 全てのお客様に寄り添う

市場に向けた施策を企画・実施することと、そのための裏付けとなるデータを収集・分析することは相反する特徴があると、個人的には感じています。いわば事業のスタートとゴールに深くかかわる業務です。社内と社外から刺激を受けられる役割は誇らしくもあり、光栄に感じています。私の仕事は、研究開発から製造、営業などの各部署と連携を取りながら進めるプロジェクトが多くあるため、「バランス感覚」「共有」「共感」がキーワードになっています。また、自己研鑽だけではなく後進の育成も重要な使命と捉えています。B to BとB to Cを問わず、全てのお客様に寄り添うという「日本ペイント」ブランドのイメージ確立に貢献していきます。

Betek Boya Ve Kimya Sanay Anonim Şirketi
Color Marketing Supervisor

Asli Ak [Turkey] (アスリー アク)

これまで11年間、トルコBetek Boya社に在籍。2020年1月までカラーリングによる集客強化を目指す部門の監督者であるカラーマーケティングスーパーバイザーを務め、日本ペイントHDとBetek Boya社の統合後も同役職にて業務に従事。



Asli Ak

Ryoma
Kanno

重防食で確実に選ばれるブランドに

— 橋梁やプラントなど

“地図に残る仕事”を支えていく

｜ 設計から完成までを見届ける

プラントやビルなど、大型構造向けの重防食塗料を取り扱っています。前職が橋梁を手掛けるゼネコンだったため、特に思い入れがあるのは橋のプロジェクトです。沖縄県の伊良部大橋のプロジェクトやレインボーブリッジの改修工事など、ランドマーク的な物件を手がけるときは“地図に残る仕事”の一翼を担っていることを実感します。構造物はメンテナンスをしながら数十年にわたって利用されるものなので、設計段階から参加しコンセプトに沿った色と求められる機能を備えた塗料を提案しています。プロジェクトの期間は4、5年に及ぶこともあり、受注後は、進捗具合を確認するために作業現場にも足繁く通います。橋の場合は工場で個々のパーツを塗装し、現地で組み立てられます。ばらばらだったパーツが構造物になっていく様子は、何度立ち会っても見応えがあります。

｜ 条件を踏まえ最善策を提案する

塗料営業のプロとして、まずは塗装物の構造を理解し、お客様のコンセプトと予算を踏まえ何をどこに塗るのかを提案しています。お客様と意見が異なったときは、「日本ペイント」ブランドの品質と機能の高さを知っていただくチャンスのため、機能や効果の例を挙げ、選んだ塗料で間違いないことを丁寧に伝えるようにしています。もう一つ、専門誌で知識を身につけたり、入社以来培った人間関係から業界の最新情報をこまめに入手したりすることも大切にしています。これらの要素は競合他社に勝つ秘訣でもあります。とは言っても、大型プロジェクトの受注は

容易ではありません。コンペでの敗退やプロジェクトの中止を社内の方々に報告するときは何よりも辛い瞬間です。その無念さを「次こそは」という闘志に変えています。

｜ 営業力で他社に差をつける

専門知識や営業のスキル、お客様との信頼関係は、人に継承しなければ個人資産のままです。今の私の目標は後輩をプロフェッショナルな人材に育て、営業力で競合他社に差をつけることにあり、そのために必要なのは、知識を増やし、経験を自信に変え、お客様と対等な立場で話せる関係になることです。重防食なら「日本ペイント」と社会に広く認知されるよう、後輩を導いていきます。

日本ペイント株式会社 販売本部 顧客推進部 鉄構グループ

菅野 良磨 [Japan]

2005年に入社以来、自治体やゼネコン、塗装施工店などのエンドユーザーに向けた日本ペイント製品のブランド指定活動に従事。ほか、社内における製造・物流・技術や販売店舗への調整役も務めている。



世界に一つだけの設備をつくる

— 運用場面を想像し、効率を高めるために工夫を重ねる

| お客様のためにどこまでもこだわる

先輩方のサポートをしながら感じるのは、安全性、コスト、品質のバランスをとるための技術上のこだわりとお客様によりよいものを提供したいという思いの強さです。私も納入先に出向いて通路の広さなどを自分の目で見て、お客様の動線を邪魔しないか、点検しやすいかなどを想像して機器の配置場所を考えています。設計、据付、改造する上での難題を乗り越えて無事に生産を開始したときは、お客様に貢献できた喜びで胸が熱くなります。

| 未知の技術に積極的に挑む

設備エンジニアリング事業部の魅力は、国内の塗料メーカーで唯一塗装設備事業を展開しており、エンジニアでありながらお客様のご要望に応える営業的な側面を持っていることです。しかし、私には、お客様の前で説明することに苦手意識があり、入社当初はプレッシャーや不安も感じました。コミュニケーションが不足するとお客様の希望を汲みきれず「思っているのとちょっと違う」という結果につながりかねません。そこで考えたのが、“常に事前に説明すること”でした。動き出す前に説明することでお客様と共通のイメージを描くことができ、細かいご希望もヒアリングできます。時には技術・安全の観点から実現できない場合もあります。そんなときはできない根拠をわかりやすく示し、できることにおいては徹底して尽くすことでお客様に喜んでいただけるようになりました。現在、お客様の製造現場でIoTや生

産の「見える化」が急ピッチで進んでいます。塗装設備に対しても品質管理、生産効率の「見える化」への要求が高まっており、実際に多くの塗装設備への導入を進めています。トライ＆エラーを繰り返しながら、最新の塗装設備の提供に挑み続ける前向きな姿勢が日本ペイントHDグループの高い技術力に結びついているのだと実感しています。

| プロフェッショナルでありたい

塗装設備の面白さは一つとして同じものがないことです。今の私に必要なのは基礎から応用までの知識と技術を習得すること、そして社内のいろんな方々ともっとコミュニケーションをとり、人間関係を築いていくことです。一日も早く塗料・塗装設備のトータルサプライヤーのプロとして成長し「中野に任せれば安心」と頼られるよう、これからも精進していきます。

日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社
設備エンジニアリング事業部 大阪グループ 技術グループ

中野 義優 [Japan]

2018年に入社。塗装ライン設備の設計・据付工事の管理を担当。前職が搬送設備の設計だったため、特に塗装設備の搬送分野で活躍中。先輩社員のサポート業務も行いながら、大型案件を担当できるよう知識・技術の習得に励んでいる。



設備エンジニアリング事業部のメンバーと共に会議

Yoshihiro
Nakano

Akio Murota

意見を戦わせながら着地点を目指す

— 言語や文化の異なる

海外アソシエイトとともに仕事を勝ち取る

| ぶつかり合う主張を一つに

貨物船のメンテナンスは通常3年、5年に一度行われ、塗料の塗り替えは船が立ち寄るさまざまな国の修繕ドックで行われます。お客様が世界中におられるため、売上の約7割は中国以外のお客様です。世界中に広がっているビジネスチャンスを獲得するため、アジアや欧州など海外アソシエイトと連携して戦略を立てています。社内のグローバル会議やメールのやりとりでは、それぞれの立場で遠慮のない“健全な議論”をぶつけ合います。時にはヒートアップしながらも折り合いをつけて、国をまたぐ一つのチームとしてチャンスを手にしたときの達成感は大きく、次の仕事に向かう何よりのエネルギーになっています。

| 決断と実行の速さが鍵を握る

仕事をするうえで意識しているのは、“腹をくくる”ことです。そして、スピード感、情報の共有化、指示に責任を持つ、この3つを常に忘れないようにしています。こういった姿勢の原点は今から15年前、自動車塗料の営業をしていたときに特約店の社長に「退路をもって仕事をするな」と叱責されたことで、悔しさもあり仕事への向き合い方を考えるようになりました。中国事業をとりまく環境の変化でも、この言葉をリアルに体感しています。天津の爆発事故以来、危険物の取り扱いや環境保護の規制が厳しくなり、企業の社会的責任も重要視されるようになりました。有機溶剤の排出浄化装置の導入など工場への設備投資からPM2.5の濃度を基準値内に抑えるといった地域一帯・国家で取り組むような課題（規制）まで、急ピッチ

で対応してきましたが環境保護の取り組みはこれからも続きます。塗料の需要が増加するなかで政府の要求・指導に応じながら工場を安定的に操業するには、決断、実行のスピードが肝要だと確信しています。

| 大きな夢を支える一員として

元々、英語が苦手な海外勤務は選択肢にありませんでした。それが思い切って自動車塗料の営業として4年間タイに赴任したことが転機となり、日本ペイントマリン株式会社でのやりがいのある仕事に結びつきました。日本ペイントHDグループには高い技術開発力、品質と日本と中国のみならず世界各地で培われたビジネスの基盤があります。グローバルシェアNo.1という大きな飛躍を目指す一員として、株主価値の最大化や社会貢献など広い視野を持って自身の仕事に励むことが今の私の目標であり使命です。

日本ペイントマリン株式会社 取締役
NIPPON PAINT MARINE (CHINA) CO.,LTD. 董事長

室田 昭夫 [China]

1992年に入社。自動車塗料の営業に従事し、北九州や広島など国内の自動車メーカーの工場・開発部門の営業などを経てタイに駐在。2010年からはNPMCのグローバル事業本部（神戸）に所属し、2017年から上海に駐在。董事長（中国事業統括）、グローバルSCMの責任者として活躍している。



企業活動を支える究極の裏方でありたい

— 国内の塗料業界で最も革新的なシステムの構築を目指す

自動化で属人性を軽減する

物流はあらゆる企業活動を支える重要な基盤です。私の仕事は物流のさまざまなデータを、グループ各社が可視化できる仕組みにすることにより、画面上で物量を確認したり、その場で経営判断を行ったり、さらに属人性の軽減などを可能にすることです。システム化によって在庫予測や販売予測、配送計画を支援することが大きな目的です。正確な数値を知るために、自ら現場に飛び込みフォークリフトでの積み込みを体験したりすることもあります。自分が体験して初めて見えるリアルなデータがあるからです。そこに会社が求めるデータを加味し、客観的に分析してシステムの構築に生かしています。

物流に欠かせない“人流”

物流には“人流”という側面があります。私が日々の仕事で一番大切にしていることも、さまざまな部署の方の思いをまとめることです。例えば、自動車メーカーに塗料の入った2トンのコンテナを大至急届けたい、災害を避けた緊急対策が必要、在庫を減らしたいが欠品はしたくないなど、どんなに自動化が進んでも物流人材の持つ知恵やネットワークはその企業の大きな財産になります。「確実に届ける」という物流の使命を果たす上でも、関わりのある分野、現場とのコミュニケーションが不可欠です。届かない、足りない、モノが違うなどの事態が起きないように一つと

つの作業や工程を確認するとともに、万が一トラブルが起きたらすぐに対処できるよう備えています。

日本独自の仕組みに変革を

日本の物流システムの特徴は、荷主ごとに細かい物流設計が行われそのレベルに見合った物流事業者が選定されることです。人手不足の問題が深刻になるなか、荷主の依頼に応える姿勢から一歩踏み出し、物流事業者自ら企画を提案する文化を醸成することが業界全体を大きく変えると思っています。物流は、世の中の動きに沿って常に変革が求められる業種です。言い換えれば、ビジネスそのものが変わるような潜在的なパワーを秘めています。私が目指すのは、国内塗料業界で最も革新的なシステムを構築することです。受発注から輸配送までのオートメーションロジスティクスを実現できるよう、将来を担う人材の育成にも取り組んでいます。

日本ペイントホールディングス株式会社 サプライチェーン企画部

梓本 裕司 [Japan]

食品、建材メーカーを経て2020年に入社。物流拠点設計や運営管理、会社統合などを物流会社や食品会社、メーカーなどで実施。2005年から5年間日本ペイント(当時)のSCM改革に携わった経験があり、現在はSC企画部で物流デジタルトランスフォーメーションを推進している。



出荷に向けてピッキング作業中

Hiroshi
Wakumoto

多部末華子さんがメッセンジャー役に

企業CM放映中！

日本ペイントの部屋で **PAINT.WONDER** の世界観を伝えます。



提供番組のご案内

(サンドイッチマン & 芦田愛菜の博士ちゃん)	(教えてもらう前と後)
テレビ朝日 毎週土曜夜6時56分～8時 MC 芦田愛菜、サンドイッチマン	TBS 毎週火曜夜8時～8時54分 MC 滝川クリステル、博多華丸・大吉

どうぞ
お見逃し
なく！

Editorial Note

KOZUCHI 編集後記

1960年にグループ報として創刊以来、長い歴史を通じて社員に親しまれてきたKOZUCHIが、コミュニケーションマガジンとして生まれ変わりました。KOZUCHIを通じて、当社グループが社会課題の解決に向けて取り組む姿勢とともに、「PAINT.WONDER (ペイント・ワンダー)」のワクワク感が少しでも伝われば、とても嬉しく思います。

日本ペイントホールディングス 広報部一同

» アンケートのご協力をお願い

アンケートサイトもしくは右記のQRコードからご回答いただいた方から、抽選で素敵な商品を100名様にプレゼント！ <https://enquete.cc/q/NPHD-KOZUCHI>

※ アンケート締切 2020年12月25日

