

海外展開における 新たなるパラダイム

Paradigm Shift in World Wide Corporate Activities

執行役員
塗料事業部技術統括(汎用)
長尾博樹

Hiroki
Nagao



平素より弊社の製品をご愛顧賜り、関西ペイントグループに多大なご支援を頂き、誠に有難うございます。また、技術研究小誌『塗料の研究』をご愛読いただくとともに、貴重なご意見、ご助言をお寄せいただき有り難く存じております。

この3月に発生しました東日本大震災において被災された皆様方に対しましては、この場をお借りして心よりお見舞い申し上げますとともに、一日も早い被災地の復興をお祈りいたします。

さてリーマン・ショック以降、国内需要の回復は以前の水準にまでは到達し得ないとの予測のもと、弊社におきましても自動車塗料関連をはじめとして、工業用塗料、汎用塗料関連についても海外シフトに注力してまいりました。加えて、今回の大震災により日本の政治・経済は不安定さを増す中で、日本企業は欧州の金融危機に伴う円高に加え、製造の生命線である電力の供給不足、また旺盛な新興国の石油需要の増大に起因する原料の高騰など三重苦、五重苦の負荷を背負いながら企業活動を継続することを余儀なくされております。

こうした状況の中で、弊社も他の日本企業と同様に中国、ASEAN、インドなど人口が増加し、経済が急成長を遂げている新興国に対して、M&Aや海外関連会社の子会社化を進め、新規市場の開拓を推進してまいりました。また、国内の体制におきましても部門間の壁を取り除き、「スピードと柔軟性」を機軸とした組織の再構築に注力しております。

このようなグローバル展開において、まだいくつかの障壁が存在しています。日本の設計品は、品質を重視し、特性変動の少ない原材料を使用し、日本の顧客からの要望に対応しておりますが、当然のことながらそれをそのまま海外に展開した場合、まだ所得水準の低い新興国においては、高コストが問題となります。この問題を解決するためには、現地の製品に求められる機能や品質レベルをいかに早く把握して

それに合致した製品開発を進めるかが最重要課題になります。当然ながら、現地と国内の営業担当者が密接に連携してマーケティング活動を行い、市場で求められる商品の選定や品揃えの推進を行うことがまず必要です。一方、技術部門においては現地の原材料を使いこなすとともに、世界の各地域における原料のグローバルな調達によって原価低減を図り、これまで培ってきた設計技術力、生産技術力、製造力を結集して低価格な汎用量販品を設計する必要があります。こうした商品を市場投入することによってボリュームゾーンを確保すると共に省工程・省エネルギー、高耐候性等の機能商品も投入していくことでブランド力の向上を図り、新興国でのシェア拡大を目指すことが不可欠となっております。最近では、“先端技術は国内、汎用技術は海外”といったすみ分けの常識が崩れつつあり、国内の空洞化防止を理由として先端技術を出し惜しめば、世界の膨張に日本が取り残され、成長の機会を失う恐れさえあります。そのためにも今後は、中国、ASEAN、インドを技術拠点として、海外関連会社の技術陣とのコワークを強力に推進し、現地現物を直視しつつ、対等な立場で設計活動を進めることが必要になります。

本誌には環境対応型塗料、省工程かつ高耐候型塗料、省エネルギー型塗料、新規塗装システムなど、多岐にわたる分野からのグローバル材質としてのポテンシャルを秘めた新製品を数多く掲載させて頂いています。ぜひご高覧頂き、ご意見など頂ければ幸いです。

原油価格の高騰、世界的な化学物質使用制限等、塗料メーカーを取り巻く環境は年々厳しくなっています。弊社は日本のリーディングメーカーとしての技術力、生産力を駆使し、これからも市場から求められる商品、環境に配慮した商品を輩出していく所存であります。皆様のごより一層のご支援、ご指導を宜しくお願い致します。