

木部用塗料の
専門メーカーとして
技術力でニーズに応える

—— 家庭用塗料の最近の市場
動向をどのように見ていらっしゃ
いますか。

瀬川 2017年は、16年に出した
業界初の水性ウレタンニス「色
付きつや消しニス」に力を入れ、
業績も好調でした。今年は天候
面で悪条件があり、業界全体と
して厳しい状況で推移していま
す。ただ、あまり目先の数字だ
けにとらわれず、長い目で新商
品開発や新規市場開拓に取り
組んでいく方針です。

—— 17年に発売した水性の木
材保護塗料「クレオパワー」も好
調だと聞いています。

瀬川 市場ではもともと油性商
品が主流だったのですが、より持
続性が高く環境にも優しい商品
へのニーズがありました。これに
対応すると同時に、せっかく開
発するのであれば既存の油性塗
料と同等ではなく、それ以上の
性能を持つ商品を作ろうと考え
ました。その結果、塗料としての
優れた性能と環境への対応を両
立させた「クレオパワー」を開発
することができました。水性な
のでにおいも少なく安全で、しか
も扱いやすいことから大変ご好

和信ペイント株式会社 代表取締役社長

瀬川 義浩氏

塗料ユーザー層の変化にいち早く対応
新しい市場の開拓をめざす

木部用塗料のトップメーカーとして、多様な商品を提供し続ける和信ペイントは、蓄積してきた木部
用ニスの技術力を生かし、意欲的な新商品を次々と投入し注目を集めている。新しい市場ニーズの開
拓や、ユーザーの裾野拡大に挑む同社の基本戦略を瀬川義浩社長に語っていただいた。

評をいただいています。

単に市場ニーズに対応するだ
けでなく、技術力でアドバンテ
ジを持った商品を作っていく。こ
の点については今後も矜持を持っ
て取り組んでいきたいと考えて
います。

女性の感覚を取り入れた
「WOOD ATELLIER」
を発売

—— さらに今年には「WOOD
ATELLIER」ウッドアトリ
エ「シリーズを発売されまし
た。どういった狙いとコンセプト
を持った商品なのでしょう。

瀬川 基本的なコンセプトは私自
身が起案したもので、若い女性
層など、塗料のユーザーが変化し
ていることに対応し、商品も変
化していくべきだという考えがべ



ースとなつていきます。容器のデザ
イン性や、従来の塗料にはあま
りなかったカラーバリエーションな
どを揃えると同時に、品質面で
は専門メーカーとしてのこだわ
りを凝縮した商品です。

開発に当たっては、これまで当
社が主導してきた女性のペイン
ト同好会「JLPC（ジャパンレ
ディースペイントクラブ）」のメンバ
ーにもご協力をいただき、女性の

意見を大幅に取り入れていま
す。私の感覚では、なかなかこう
いうカラーは出てきません。

塗料のユーザー層の変化につ
いては、そのスピードがどんどん速
まつており、気づかないうちに変
わつていたということになりかね
ないほどです。われわれとしては
これに対応していく必要があります
ですが、基本的なクオリティへの
こだわりについては、譲らず貫い

ていきたいと考えています。

—— そのほか海外への進出も具
体化していると聞いています。

瀬川 まだ着手したばかりです
が、17年に韓国の展示会に招か
れて、ワークショッブを実施した
ところ好評で、製品の輸出が始ま
つていきます。今年も私自身がワ
ークショッブで指導しましたが、日
本の塗料は斬新に感じるらし
く、感触は非常にいいです。配荷
も急速に広がっていますが、一挙に
拡大するより、時間をかけてゆっ
くり韓国市場を耕していければ
いいと考えています。

—— 商品開発にも新しい市場
開拓にも大変意欲的ですが、小
売店頭での販売戦略については
いかがでしょうか。

瀬川 ホームセンターは家庭用塗
料の主力チャネルですので、そこ
での情報発信をきちんとやって
いきたい。そのための売場提案に
も力を入れていきたいと思ってい
ます。最近ではネット販売のほう
が情報量そのものは多くなつて
いますが、実は店頭でのちょっと
した適切なアドバイスが、塗装の
結果に大きく影響します。こう
したリアル店舗の力を生かすた
めに、お互いに勉強していきたい
という考えです。

—— ありがとうございます。