

# 市場の変化に合わせた商品開発と

## エンドユーザーへの地道なプロモーション活動

例年、同ショーに出展し会場を盛り上げてきた和信ペイント。今年は3年ぶりに自社出展ブースでワークショップを開催。同社の瀬川義浩社長に、DIY部門の現状、新製品や取組み姿勢などについて聞いた。



和信ペイント  
代表取締役社長  
瀬川 義浩氏

「現在の業績はいかがですか。」

「ここ数年集もり需要の影響もありDIYが底上げされ、塗装の機会も増えてまいりました。しかし、ウッドショックによる木材価格の高騰、原材料の値上げ等で木部用塗料をめぐる業況は厳しくなっています。」

「その辺りの対応はいかがでしょう。」

「このようなときにこれまで以上に新製品の開発に力を入れ、プロモーションを広げていくことが大切であると考えております。得意先へも、塗料の勉強会をやらせてほしいとお願いしています。勉強会を通して当社に環境的にも、機能的にも優れた塗料がたくさんあるといった情報を広めていきたいと考えています。」

「塗料の良さを伝えるにはどうすべきでしょうか。」

「販売するためにただ製品の案内をするだけでなく、その使い方、塗り方を伝えるべきだと考えています。きれいに仕上げするために、刷毛の使い方一つを事前に覚えていただくことで、塗料の塗り上がりが変わってきます。売り場の人がお客様一人ひとりに簡単なことから、きちんと啓蒙できるという環境づくりを進めていきます。地道なことが最終的に結実してくると思えます。」

「今回の貴社ブースのアピールポイントを教えてください。」

「新製品を中心にアピールしています。一つが「フローリングコート」。従来の木質系フローリングに替わり、表面がフィルムシートで処理されたシートフローリングが主流になってきています。これには既存の塗料だと密着不良が起りやすいので、それに対応した製品を開発しました。時代の変化で、塗る対象も進歩していくので、そういった変化に合わせた商品です。もう一つは油性ニスで、つや消しの色物です。最近の傾向としてつや消しタイプが好まれており、先に上市した水性は順調な販売を示しています。今回は油性においても業界に先駆けてつや消しの色物を上市しました。ユーザーの嗜好の変化に対応した商品ラインアップを展開します。また昨年ご提案した、人工木の塗料「パワープロテクト」は店頭の出荷も高く、好調な滑り出しとなっております。天然木が供給不足で高騰するなか人工木デッキは注目されており、それらの新たな素材に対応可能な塗料を開発、このDIYショーで新商品コンテストでも銀賞をいただきました。いずれにせよ、お客様の嗜好、時代の変化にあわせて技術対応を行い商品開発していく、シンブルにそういうことです。」



▲フローリングコート300

▲油性ニスつや消し(270ml)

「最後に今後の展開をどのように考えていますか。」

「最後に今後の展開をどのように考えていますか。コロナ禍がおさまりました。ありがとうございます。ありがとごいまま」

「けにしてあります。これと同じタイプで外部用のデッキは外観をがらりと変え、おやじの腕の見せ所」というキャッチを入れました。インテリア向けは女性に受けそうなパッケージに、外部用は男性に受けそうなパッケージにするので、見た目で振り分けを行っています。また、今回のDIYショーでも中国や韓国の方からもオファーをいただいていますので、一つひとつ対応していきます。」



同社ブースにてワークショップ開催