GRAY

新色グレー

クセになるこの1本!!

業界初

※飲み物ではありません。

unirant® 最高級外部用

溶剤塗料用濃縮着色剤

ハイコンク

水性塗料用濃縮着色剤

水性コンク

5%添加 3%添加 1%添加

(イメージです)

高耐候性・万能性

現場 調色革命

バイオレット 赤サビ 紺 黄 緑 赤 オーカー 黒 コンク白

※印刷見本のため、現物とは色が異なる場合があります。(各色原色/容量比1%添加)

YouTube にて詳細動画をご覧いただけます。

ユニラントチャンネル 検索

白ベースに添加すればグレー色になるようあらかじめ配合された着色カラーです。

黒、オーカー、赤錆を使用して1から調色する必要がなく作業時間の短縮になります。

どなたが添加してもグレーになるので指定色でないグレーの調色に最適です。
(指定色の場合は微調整が必要になります)

お問い合わせは、

発売元 横浜化成株式会社

●大阪支店：大阪市北区西天満 5-1-9（大和地所南森町ビル 9F）TEL.06-6364-4981
●本　　社：東京都港区高輪 2-21-43（YCC 高輪ビル）TEL.03-5421-8266
●千葉支店：TEL.043-259-2311　●静岡営業所：TEL.054-282-5366

塗料流通特集

販売×技術の二刀流
インテック日塗（東京）

工業塗装分野をメインとして事業を展開するインテック日塗は、塗料販売だけでなく技術を強みとした塗装業務を推進し事業拡大を図ってきた。塗料販売と塗装技術の“二刀流”を訴求し、自ら塗装需要を獲得することで更なる成長を目指す。

◇

同社の特徴として、塗料販売店として工業用塗料を中心に材料販売を行うと同時に、塗装技術を生かした事業にも積極的に取り組んでいる。売上の約半分が販売ではない別事業から構成されていることからも分かるように“二刀流”が確立している。

販売以外の事業として展開するのが塗装事業だ。建材用塗料を扱っていることから建材の塗装にも携わってきた経緯があり、塗装事業を展開する際、補修と意匠性の2つがキーとなる。

同社では建材の劣化に対して補修工事を請け負っているが、強みとしているのが単に補修するのではなく塗装技術を生かした補強仕上げだ。

「塗料販売と塗装技術の二刀流を訴求する」と営業部・先城吏空氏

建材である押出成形板の補強の大まかな仕様としては、建材の既存塗膜にプライマーを塗ったあとに炭素繊維を埋め込んで上塗りを行う。強度を上げる炭素繊維を活用するための塗装技術が生かされている。

建材メーカーと連携を取りながら同社が工事を請け負う。自社職人がいるものの、工事件数が多いため協力塗装業者のネットワークを使用して広く現場を手掛けている。

意匠性塗装「UNITE」展開

もう1つの強みとしているのが意匠性を前面に押し出した塗装仕上げ。特殊塗装を得意とした自社工場を静岡県焼津市に構えるとともに、協力工場5社のネットワークと連携しながら事業を展開している。

「UNITE」ブランドとして屋外用建材向けで展開しており、ユニークな意匠性で建築物を表現する。種類は木目調や鉄、金属、石、砂といった素材を表現するデザインをラインアップしている。デザインは同社が開発し、協力工場との連携により、小ロットから量産まで対応する。

本社のすぐ近くに東京営業所を兼ねたショールームを開設しており、デザインだけでなく建材が使用される環境や予算に合わせた提案を行う。

展示会に出展するなどして「UNITE」の情報発信を積極的に進め、広く展開していきたい考え。

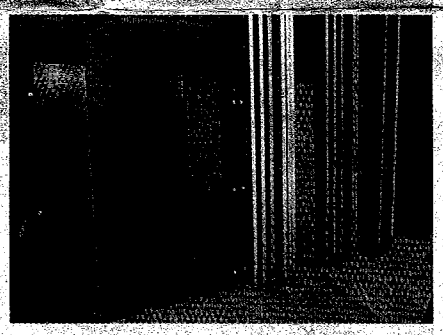
塗料販売店である同社が意匠性塗装を開発し、自ら塗装需要を生み出すための営業活動を積極的に行う。そうして獲得した塗装仕事は、量産の場合、本来であれば顧客関係である塗装会社に発注する流れ。

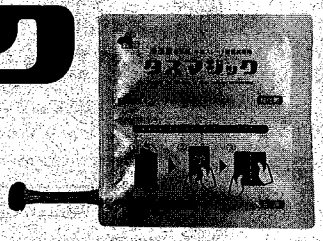
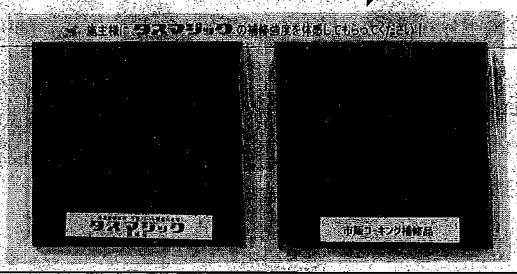
同社にとっては営業力を生かして意匠性塗装を広く展開でき、一方の塗装会社からすると、営業力に課題があったとしても自社の量産技術を生かして受注できる仕組みと言える。顧客を含めた周りと連携することで塗料販売の枠を越えた事業を行っている。

更に塗料販売店として色の管理も強みとしたカラーコーディネーター業務も行っている。店舗や施設といった物件ごとの塗装工事に関して、販売や納入だけでなく色の管理についても関わることで円滑な工事をサポートする。

案件ごとに使用する色が決まったとしても、製造ロットや塗装工場（膜厚、乾燥条件など）によって色ブレなどの問題が生じることがある。そこで同社が塗料及び塗装のノウハウを生かして施主、塗料メーカー、塗装工場と連携を密にすることで問題発生を防ぐ。

塗料・塗装の流通を担う塗料販売店として培ったノウハウを技術に落とし込み業務拡大を図っている。


意匠性デザインを積極展開

施主様の信頼を
約2倍の強度で勝ち取る武器！
平板スレート屋根のヒビ割れ補修に
タスマジック
浸透型で両面補修！
強度約２倍の補修力で強固な仕上がり！
水分に強く高圧洗浄後すぐ使用可能！

効果絶大!! 受注率UP!! タスマジック補修サンプル
施主様への見積もり時に
補修サンプルを使用したい!!
と回答した施工店様
96.7%
※実際に施工サンプルを体験した施工店様への自社アンケートより

製造・販売元 株式会社 セイム
〒302-0109 茨城県守谷市本町257-1
▼補修後のスレートサンプル請求はこちら▼
0120-603-565
受付時間 9:00～17:00（土日祝祭日を除く）

色のない世界はつまらない。
ビル・マンションや自動車、橋梁、電気製品、工業製品など身の回りのありとあらゆる分野の塗料・塗装関連製品を扱う塗料の専門商社です。
街の風景を彩り、建築や製品の性能・品質向上に寄与する塗料の提供を通じて、人々の豊かな暮らしや日本の産業の発展成長を支えています。

ナカシマ
塗料・塗装設備・塗装機器の総合商社
株式会社 中島商会
本社／〒700-0904
岡山県岡山市北区柳町２丁目２番23号
TEL 086(232)2711　FAX 086(225)6489
e-mail/ns-info@nakashima-shokai.co.jp
ホームページ

電子請求書発行で業務効率アップ
ニューマネジメントシステム

業界トップシェアの塗料販売管理システム「スーパー塗料」に、またひとつ新たな機能が加わった。「Web請求書連携機能」だ。電子請求書の発行システム「楽楽明細」(ラクス)と連携し、ボタン1つで請求書発行業務が完結するようになった。請求書の印刷と封入と発送にかかっていた手間と時間とコストが削減、業務効率が高まる。

テレビCMでもお馴染みの「楽楽明細」の機能を、スーパー塗料のユーザーは利用できるようになった(Ver.14・15対応のオプション機能)。

同機能は、スーパー塗料のシステム上で電子請求書の発行が行えるもの。スーパー塗料の請求業務メニューから、得意先の請求データを連携することで電子請求書の発行が行える。

得意先には請求書公開案内メールが送られ、楽楽明細にログイン、または添付されたPDFファイルより電子請求書をダウンロードできる。請求書紛失時に再発行が簡単、スマホやパソコンからいつでも請求書を確認できるなどのメリットがある。また、楽楽明細の代行サービスにより、従来通りの郵送やFAXにも対応(別途料金)可能だ。

「これまで得意先様ごとに手作業で印刷、封入、郵送していた手間と時間とコストが削減、業務効率が大幅に改善される他、テレワークでも請求書発行業務が行え、多用な働き方に応えます。また、締日後すぐに請求書が欲しいなど顧客の細かい要望にも対応でき、郵便事情にも左右されません」とメリットを説明。スーパー塗料を利用している社店からの引き合いが増えている。

EDI導入を拡充、変動料金制を採用
P4NEXT

P4NEXTが開発したクラウド型塗料受発注システム「P4CLOUD(ピーフォークラウド)」が昨年から導入企業を一気に増やしている。「コロナ禍を受け、塗装ユーザーがIT活用のモチベーションを高めている」と井上芳文社長。働き方改革やコンプライアンスの遵守、業務効率化に対する気運の高まりが工業塗装、建築塗装の業種問わず、EDI導入に拍車をかけている。

「P4CLOUD」は、塗装ユーザーと取引販売店で行う塗料受発注システム。ユーザーは、24時間356日塗料・資材の発注や履歴確認が可能になる一方、販売店は電話対応の負荷が軽減する他、情報の一元管理、顧客とのデータ共有など業務全体の効率化に寄与する。また見積もり書や出荷証明書、SDSなどの書類関係もユーザーが任意で取り出せるようペーパレス化を実現した。

中でも同社が差別化に据えるのが、EDI売上(月)の数%を報酬とする料金制度だ。

「導入販売店に対し、定額料金ではなく、変動料金制にすることが稼働率を高めるための動機付けになると考えた」(井上氏)と説明。同社としては、販売店、ユーザー双方のサポートに注力し、煩雑さを極めている販売店の価格改定作業やユーザー代行発行といった受託業務を積極化している。

一方、クラウド型による拡張性の高さもアピール。「APIによるアプリケーションとの連携を容易にしており、変化に迅速に対応することができる」と述べ、戦略的パートナーとしての関係構築を目指していく考えだ。

未来志向で協業深める
Paintnote

「古くから必要とされているレガシー産業だからこそIT活用の効果は大きいと考えている」と話すのは、Paintnoteの藤井友輝社長。塗料販売店向け塗料販売管理システム「Paintnote」及び塗料受発注システム「Paintnote EDI」をリリースし、EDI登録ユーザー数は数千に達した。「最近は塗料メーカーからの相談も増えてきた」と同社の存在が業界EDIの気運を呼び込んでいる。

スタートアップ企業として同社が設立して丸4年が経過した。

藤井氏は「多くの販売店経営者の方々と出会い、自社の将来についていろいろアイデアを聞かせて頂けている」とコメント。実際、販管システムの採用には、切り替えへの負荷の高さから時間を要する局面も見られるが、「ITの活用次第で会社を大きく変えることができる」と未来志向で協業を深めていきたい考えだ。

同社の全サービスがサーバーの設置を要しないクラウド型に特化しているのもその1つ。顧客の要望に応じたカスタマイズ開発を不得手にする反面、バージョンアップにより常時最新バージョンが扱える魅力を訴求する。

「どんなシステムでも導入には面倒が常につきまとう。リモートワークを可能にすることで働き方の柔軟度を高めたり、人材採用の枠組みを広げたりとIT活用によって事業の可能性を広げる目線が重要になる」と話す。

今年から塗装会社向けにスケジュール管理クラウドサービス「おたスケ」を開始。塗料・塗装にフォーカスしたサービス開発に磨きをかけている。

計量調色システムを幅広く販売
横浜化成

横浜化成はユニラントブランドとして現場用着色剤「水性コンク」「ハイコンク」や強力撹拌機「ジャイロ・アジター」などを販売する中で、最近は計量調色システム「ユニラントS-600」の引き合いに新たな動きが目立ってきている。

「ユニラントS-600」は缶内計量調色機で、日塗工の標準色をはじめ、各種塗料メーカーの見本帳にも対応している。塗料メーカーでも採用されていると同時に販売店の店頭調色としても多くの実績を持つ。

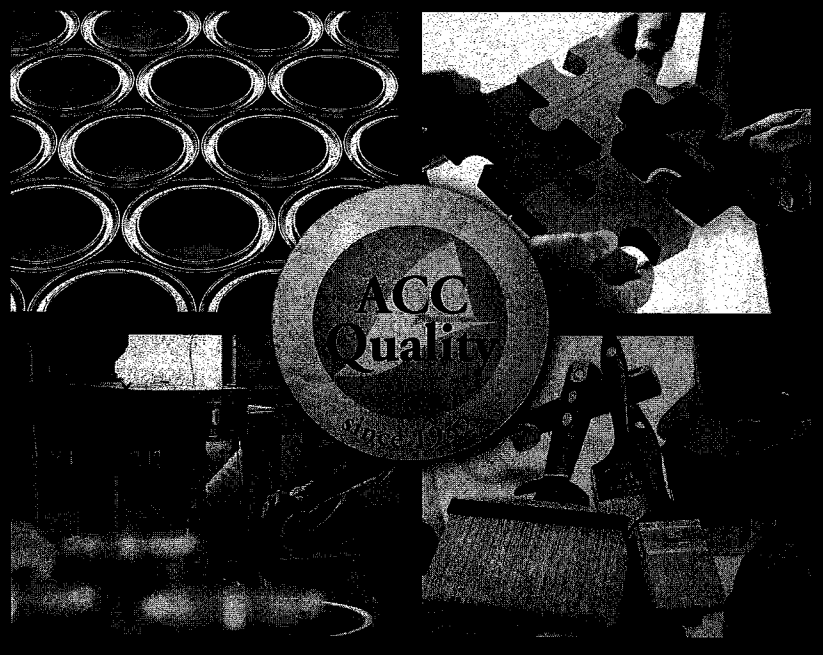
最近はユーザーである塗装業者からの検討や引き合いが目立つ。これまでも塗装業者が導入することはあったものの、極めて稀であった。

しかし最近は塗装業者が補助金を利用し導入するケースが出てきた。塗り替え工事において自身が調色できるため、オーナーからの要望色に素早く対応できサービス力が高まるだけでなく、必要な量だけを調色できるため不良在庫の削減にもつながり、コストダウンと環境保全の両面にメリットを出すことができる。

全国の塗料販売店の数が減っている現状を考えると、調色機能の導入を検討する塗装業者が増えることも想定される。同社としても塗料販売店だけでなく、幅広く展開していく予定。

また、「水性コンク」及び「ハイコンク」は新色グレーを加えて、使いやすさを向上させている。現場の小口調色や手直し調色などで使用されており、塗り替え工事繁忙期に向けて拡販を目指していく。

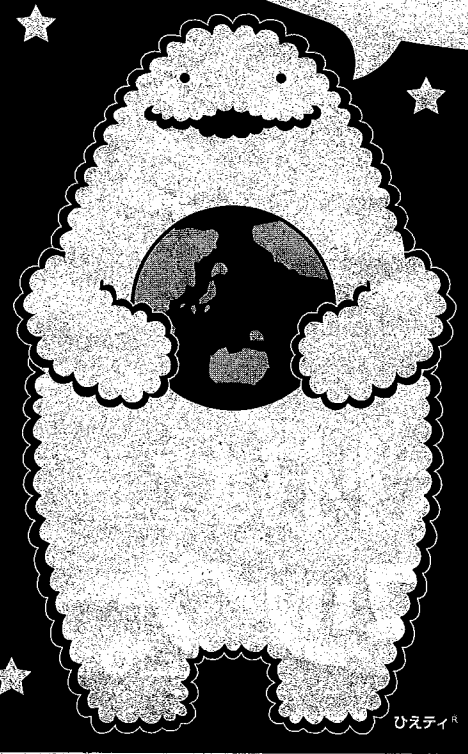
伝統と革新の融合した〝課題解決力〟で、
塗料業界に貢献します。



acc 株式会社アック https://a-c-c.co.jp/
本社／名古屋市港区十一屋二丁目12番地 〒455-0831 TEL〈052〉381-5599
名古屋・小牧・三河・豊川・弥富・浜松・静岡・いわき・山口・東京・相模原

地球にもっといいこと

公式インスタグラム開設しました!
フォローしてね



豊かなくらしに
貢献する企業へ

DNTはあらゆるコーティング製品を開発し続けてきました。
これからも、新しい価値の創造を通じて、地球環境や資源をまもり、豊かなくらしの実現に貢献する企業を目指します。

彩りに優しさをそえて未来へつなぐ
DNT
DAI NIPPON TORYO
大日本塗料株式会社
https://www.dnt.co.jp/
ひえティR 塗料相談室フリーコール 0120-98-1716(いーないろ)

塗料流通特集

問題解決能力を強化する
NCC（長野）

工業分野を中心に事業を展開するNCCは顧客の現場で起こるさまざまな問題の解決能力を高めることを重要視する。

従来、塗料流通の役割は販売だけでなく、在庫・配送、調色、与信管理といった機能が求められていた。しかし、ビジネスのインフラ環境が大きく進歩した現代においては、「流通業として従来の機能だけでは成長は難しい。新たな機能が必要」（原田学社長）との見方。

同社が注力しているのが現場の問題解決能力の向上だ。これまでも現場のクリーン化技術をはじめとして塗料及び塗装技術を生かしたサポートを強みに顧客の信頼につなげてきたが、テクノロジーが進化する中では更なる高度化に着手する。

原田社長は「IoTやAIは日々進化しており、対応する塗装機や設備も開発が進んでいるが、比較的大手需要家を想定した“大振り”なシステムがほとんど。我々が顧客の現場に合わせた管理アプリケーションを提供することで課題解決にもつながるはず」との考え。

塗装機や設備装置にはさまざまなセンシング技術によりデータが収集されており、現場管理の最適化に必要なデータを特定しカスタマイズして、現場ごとの管理システムを提供していく。

工業塗装の現場では省人化や自動化、生産性向上ニーズが高まっている。同時にCO_2対策にも取り組まなければならず課題は山積。問題解決能力を強化することで、塗料流通業としての存在感を高め、事業拡大を目指す。

本業追求と新たな取り組みで成長目指す
高山商店（兵庫）

高山商店は本業を追求する一方で、C&C（キャッシュアンドキャリー）の店舗や障がい者の採用による地域雇用の創出など、新たな取り組みも行っている。

「塗料販売店の仕事は顧客の仕事に支障をきたすことなく商品を届けること」と話す高山一男会長。同社では塗料ごとの性能や特徴はもちろん、メーカーごとの商品の流れなどを把握しながら、日々の営業活動に努めている。「現場での対応や商品の流れなどはすぐに身につくものではないが、これを磨くことが営業マンの価値につながる」と話す。

更に、「経験豊富な社員の情報が良い結果をもたらすこともある」と社員同士のコミュニケーションも活発化している。

塗料販売店として商品を届ける一方で、同社ではC&Cの店舗での販売も行っている。販売チャンネルを増やすことで顧客の利便性も高めている。顧客が直接店舗に来て選べることに加え、一部では物流の効率化にもつながっている。

更に、新たな取り組みとして特別支援学校からの学生を採用した。「仕事をひとつひとつ棚卸した時に、例えば店頭調色など精度高くやってもらえる仕事もあると感じている。また、新たな人材が入ることで、周りの雰囲気も良くなる」と期待を寄せる。

同社では地域に根差す会社として、「まだまだできることがある」と、雇用の面でも地域に協力していきたい考えだ。

“人材力”の強み際立つ
荻野化成（神奈川）

建築用塗料・防水材の市場で勢いが増す塗料ディーラーの荻野化成。その成長を支えているのが“人材力”だ。「人が集まりにくい成熟産業だからこそ、人を集められる力、人を育てられる力が競合との差を生む」と荻野圭輔社長。今春も新卒者6名が入社。新卒、中途の採用活動を毎年続け、今や100名超の社員を抱える業界大手となった。しかも平均年齢は30代半ばと若く、勢いは増すばかりだ。

大手企業も交えて人材争奪戦が激しさを増す中、「人の採用も営業活動と同じ。労働市場に対してきちんとマーケティングを行い、戦略、戦術を練って競争に勝っていかなければならない」と人材の獲得力を養ってきた。

そして、“人を育てる力”だ。

同社はトレーナー制度を設けて先輩が後輩を指導する仕組みを構築している。低いハードルから徐々に負荷を上げ、それをクリアする成功体験を重ねさせて新人を成長へと導く。

このトレーナー制度は、指導役と受ける側との世代間ギャップがないからこそ機能する制度で、新卒者の採用を毎年続けている意味合いがここにもある。一方のトレーナーも指導役を務めることで自身も成長、人が育つサイクルが自ずと回転する。

トレーナー制度に代表されるように、「社員同士で学び合い高め合って、人が自律的に育っていく風土が醸成されてきている」と荻野社長。

人手不足時代だからこそ際立つ“人材力”を強みに、厳しい市場に立ち向かっていく。

イカ墨を顔料化、UV吸収剤も視野
大村塗料（鳥取）

大村塗料（本社・鳥取県鳥取市、社長・大村善彦氏）は昨年、イカ墨を原料とした天然セピア画材を開発、「イカスミJIRO」（商品名）として自社ECサイト（Chitosan Eco Paint Shop）及び画廊などで販売を開始した。大村氏がイカ墨の顔料化に成功し、商用化を実現した。

開発のきっかけは、手作り万年筆で有名な工房「万年筆博士」の前社長・山本雅明氏からの依頼。鳥取民藝運動の創始者として知られる吉田璋也（1898-1972）がかつてイカ墨セピアインクを開発し、昭和30年頃まで付けペン用インクとして販売していたことを聞き、大村氏が開発に着手した。

そして2005年に万年筆用として使用に耐えうる耐水性、流動性を保持する水性微粒子顔料インクの開発に成功。更に10年の歳月を経て、イカ墨顔料の濃縮化（コンク化）を実現し、画材への応用を可能にした。

写真など懐古的なイメージを強くする“セピア”だが、元々はラテン語のイカ墨インクのこと。現在は、合成インクでセピアを表現するのが一般的だが、同社がイカ墨顔料を使った天然セピア画材を開発したことで、国内外のファンから注目を集めている。

今後、塗料への応用も含め、用途に期待するのが紫外線吸収剤の活用。大村氏は「黒褐色の制約はあるが、イカ墨には身を守るためのメラニン色素が多く含まれ、天然の紫外線吸収剤として利用できる」と説明。天然かつ安全性の高い紫外線吸収剤として訴求していく構えだ。