

住環境の改善

製品開発のヒントはお客様の声

(株)日進産業はもともと、機械製造工程での組み立てなどを行っていた。平成元年頃、当時バブル崩壊や中国の台頭などがあり、石子社長は既存の事業だけでは今後の展開が期待できないのではないかと懸念していた。そんな時、「工場内がとても暑くて作業性が低下している」という顧客の声を聞いた。それを聞いた石子社長は前々から夏の工場内の暑さを知っていたこともあり、ここに大きな市場があると感じた。熱と温度についてのさまざまな研究を行い、セラミックビーズを活用した断熱塗料の開発を決意した。

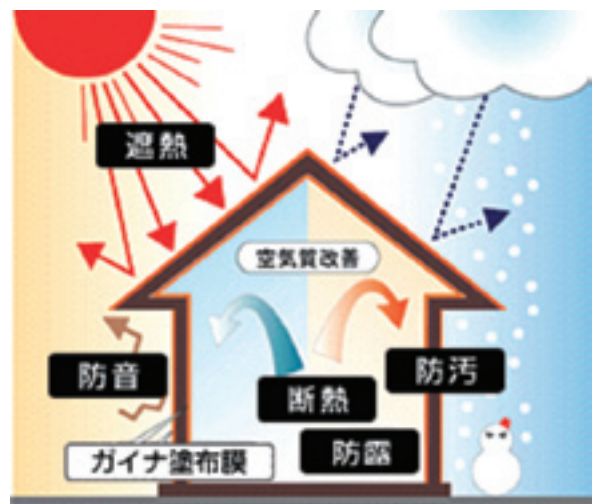
研究開発が実を結んだ

その後、断熱塗料の「シスタコート」ができるまでには数多くの実験を繰り返した。ある程度製品として形になるまでには4年から5年もの時間がかかった。平成5年から販売を開始していたが、実際に売り上げが軌道に乗るまでには10年余りを要している。販売を開始してからも研究は怠らなかった。常に原料の改良などを重ね、それが実を結んだ結果、平成13年には販売も軌道に乗り始めた。量産体制を築くには協力会社との連携など非常に難しい課題があったが、それも一つずつ解決していった。

JAXA から技術移転

あるとき、宇宙航空研究開発機構（JAXA）のロケット研究の第一人者と石子社長が1対1で話し合う機会があった。石子社長の断熱についての理論をその研究者に話したところ、すばらしい理論であると高い評価を得た。これがきっかけとなり、(株)日進産業とJAXAとで技術移転のライセンス契約を行うことになった。このJAXAの技術と、シスタコートの技術を融合し、ついに新製品「ガイナ」が完成した。この

製品は単なる断熱のみならず、防音、防露、防臭、空気質改善など、実にさまざまな効果を発揮する。また、JAXAのホームページに(株)日進産業の名前が掲載されたり、JAXAの会議に石子社長が出席したりという副次的な効果もあった。そのJAXAの会議で多くの議論を交わし、さまざまな情報を入手することができた。



「ガイナ」を塗るだけで、夏は涼しく、冬暖かに

公社活用のメリット

公社の支援開始は平成16年5月からである。きっかけはビジネスナビゲータからニューマーケット開拓支援事業の利用を勧められたことによる。公的機関の支援の最大のメリットは、支援機関名が販売ツールになるということで、代理店も含めて公社の支援企業であることを積極的に謳っている。また、公社との関係ができたことで、他にもさまざまな効果があった。公社の推薦を受け、東京都主催の「東京ショーケース」によりドイツ及びイギリスでの商談会に参加できたこともその一つである。海外でのノウハウがなかったのだが、大手商社が代理店を引き受けてくれたため実現した。当社肝付室長は「東京ショーケースに参加できるというのは、東京都にある多くの企業の中からの10社に選ばれたと言えるので、とても光栄なことだと思っている」とい

企業概要

(株)日進産業

東京都板橋区坂下2-15-7 富山ビル 4F

URL:<http://www.nissin-sangyo.jp/>

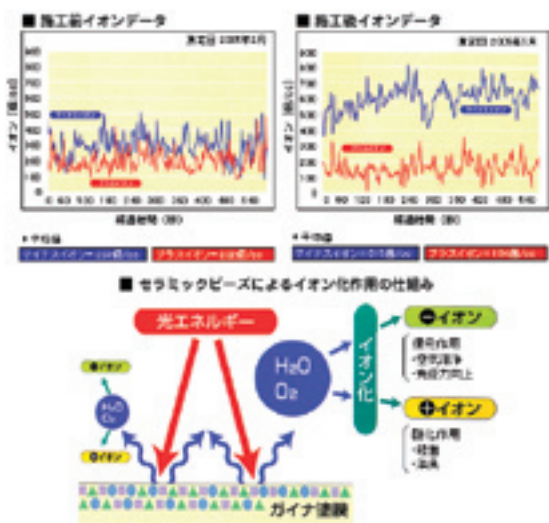
代表取締役 石子 達次郎

資本金 1,000万円

業種 断熱塗料製造業、機械工事業

主要製品 断熱塗料「シスタコート」「ガイナ」の製造販売

う。また、昨年、会社からの推薦で東京商工会議所主催の第4回「勇気ある経営大賞」に応募したが、そこでも優秀賞を獲得することができた。



特殊セラミックによる理想的なイオンバランス効果で空気質を改善

製品の可能性が戦略の方向を変えた

「ガイナ」が完成してからは売上げが飛躍的に伸びて

おり、代理店も増加している。

しかし、まだ課題もいくつか残されていた。売り込みの際に「ガイナ」の性能に関する公的試験のデータを求められる。しかし、この断熱塗料にはJIS規格がまだないため、先方の要望ごとにデータをそろえる必要がある。紙の上での数字やグラフを見て判断するよりも、実際に手に触れて、感じて判断してほしいと考えているが、現実には公的な数字やグラフなどのデータが重視されており、最も悩ましい問題となっていた。しかし、先日、首都大学東京による夏の冷房消費電力削減効果実証試験を行うことができた。これは公的データに近い結果として説得材料に使いそうである。この首都大学東京で得られたデータや「ガイナ」のさまざまな製品特性を考慮すると、消費財としても広く消費者へ展開したほうがよいのではないかと考え、これからは工場需要はもちろん一般の家庭へも販売していくつもりである。

先日あるシンクタンク系のコンサルティング会社に入ってもらい、現在戦略を立案中だが、概ね方向は定まってきた。これからの事業領域を「住環境」にも積極的に展開していく予定だ。

ナビゲータの声

NASAの技術を使ったセラミック遮熱塗料を輸入販売している企業が多くあるが、その製品と(株)日進産業の「ガイナ」とを比較試験すると、明らかに「ガイナ」の方が性能が良いという結果が出ている。

他にも性能を示すデモンストレーションは数多くあるが多くのユーザーは公的試験のデータを要求する。大手企業は特にこの傾向が強い。これに対して石子社長は「目で見て肌で感じて良ければ購入してほしい」という立場なので大企業には営業したくないと言っている。このため世間でのオーソライズがまだ遅れている。

そのためいつかは試験方法を含めて、建材試験センターでのお墨付きのお手伝いをしたいと思う。会社の支援、首都大学東京での実験のおかげでかなり信用度が増してきているのもう少しの努力である。

創業以来会社経営を継続してきた石子社長の努力は素晴らしいものがあるが、これまでの技術偏重の姿勢から営業体制の早急な整備が望まれる。CSR(企業の社会的責任)を意識した民生向け展開の成功を祈念しつつ今後も支援を続けたいと思う。

企業の声

現在は販売網の整備を行っています。多くの引き合いが来ているため、整備をするのが非常に大変で、現在最も重要な課題のひとつです。

先日コンサルティングを受け、市場調査をしてもらいました。国内だけでなく、例えばラスベガスなどの海外市場を含めると、この市場は手に余るほどの巨大なニーズが存在するとのこと。当社としては非常に自信が持てました。しかし、現在は売上を伸ばすことよりも販路の整備や社内の整備など、組織体制を整えることが先であると考えており、そのための戦略を立案中です。