持続可能な社会の実現を目指す SDGs

(7) 原材料メーカーの取組みに学ぼう！

奴間　伸茂*

1．はじめに

2021 年夏季号から 1 年間、「持続可能な社会の実現を目指す SDGs」というテーマで、以下のように執筆してきた。

2021 年夏季号；
「(1) まずは SDGs を知り尽くそう《SDGs 保存版》」
2021 年秋季号；
「(2) ビジネスを持続可能にする SDGs を！」
2022 年新年号；
「(3) 塗料・塗装産業分野における取組とは」
2022 年春季号；
「(4) 線形経済から循環経済へ～限りある資源の効率的な利用を～」
2022 年夏季号；
「(5) さあ、始めよう SDGs ！」
2022 年秋季号；
「(6) まだまだ、これから SDGs ！」

この 2023 年新年号では、カーボンニュートラル達成の追い風ともなる嬉しい動きを紹介させていただく。

2．旭化成グループの素晴らしい取り組み

塗料分野において、イソシアネート硬化剤、アクリル樹脂の原料である各種モノマー、アクリルエマルション、アルミペーストなど旭化成グループの製品は広く使われている。

旭化成グループは、2022 年度よりスタートした『中期経営計画 2024 ～ Be a Trailblazer ～』において、次の 100 年も価値を提供し続けるためのサステナブルな経営基盤の継続強化を掲げ、サステナビリティを重視した経営を進めている。2023 年 1 月 20 日、ステークホルダーに対し旭化成グループのサステナビリティの取り組みについて 3 回目となるサステナビリティ説明会が開催された。

分かり易い資料、動画による解説など大変勉強になる。是非、実際に見て参考にしていただきたい。

・サステナビリティ説明会資料
https://www.asahi-kasei.com/jp/ir/library/business/pdf/230120.pdf
・動画＋スライド
https://www.irwebmeeting.com/asahi-kasei/vod/20230120/p8PR3gv6/esg_01_ja/index.html

筆者が特に共感したのは、「カーボンフットプリント：CFP 算定 / システム化の推進」である。CFP とは、Carbon Footprint of Products：製品毎の GHG（温室効果ガス）排出量のことである。市場ニーズの高い事業から CFP 算定中であり、全社標準版 CFP 算定システム構築を目指している（2023 年度稼働開始予定）。

この取り組みの背景には以下の三点がある。

1. 社会全体のカーボンニュートラルへのニーズ
2. 旭化成グループの製品の GHG 競争力の把握および強化
3. CO_2 削減のベースとしての見える化

CFP 見える化により、
・削減ポイントの明確化
・削減に向けた行動の加速
が可能になる。

旭化成グループのホームページのサステナビリティの項目には、以下のような ESG（環境・社会・ガバナンス）データが分かり易く図表にまとめられている。大変参考になるので紹介させていただく。

https://www.asahi-kasei.com/jp/sustainability/esg_data/#anc-07

2.1　環境保全・安全関連設備投資の推移

旭化成グループは、環境安全・品質保証活動のために必要な経営資源を投入してきた。2021 年度までの環境保全・安全関連設備投資の推移は図 1 に見られるように確実になされている。

2.2　気候変動

JEPIX とは、“Japan Environmental Policy Index”の略で、いくつかの環境パフォーマンスデータを一つの換算環境負荷総量（エコポイント：EIP Environmental Impact Point）に統合する日本における環境政策優先度指数で、科学技術振興事業団と環境経営学会において、国際基督教大学の宮崎修行教授をリーダーとするチームが開発した環境パフォーマンス評価手法である。環境効率は、次式で算出する。

環境効率＝付加価値（経済指標）
／JEPIX のエコポイント

旭化成グループでは、今回、環境負荷として、化学物質の排出、温室効果ガスの排出、廃棄物の埋め立て、COD 負荷など 8 項目を評価した。また、付加価値と

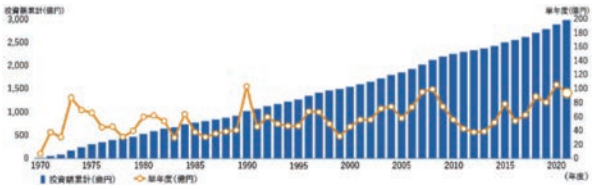


図 1　旭化成グループの環境保全・安全関連設備投資の推移

*　塗料塗装技術研究所　代表

図２　EPIX による環境効率指標の推移

して、売上高を用いている。EPIX による環境効率指標の推移を図２に紹介する。20 年間で約 10 倍に向上している。

スコープ３排出量の推移も開示されている。

旭化成グループにおけるスコープ３排出量の算定方法が紹介されている。

大変参考になる！

以下のように丁寧に計算の根拠を説明してくださる所は滅多にない。

是非学んでいただきたい。

GHG プロトコルの“Corporate Value Chain (Scope3) Accounting and Reporting Standard”とその評価ガイダンスを参照している。排出係数は､2019 年度までは、カーボンフットプリントコミュニケーションプログラム基本データベース、産業連関表による環境負荷原単位データブック（3EID）を参照している。

2020 年度以降は、産業連関表による環境負荷原単位データブック（3EID）（2015 年）や産業技術総合研究所の IDEA v2.3、環境省のサプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース Ver3.2 等を参照している。

従来参照した係数等で算定した場合、2020 年度のスコープ３の全体排出量は 1,036 万 t-CO2e とのことである。その内､カテゴリー１の「購入した部品､サービス」は 411 万 t-CO2e で二番目に多い。

カテゴリー３の「スコープ１，２に含まれない燃料、エネルギー関連の活動」は 21 万 t-CO2e、カテゴリー 12 の「販売した製品の廃棄処理」は 450 万 t-CO2e と最も多い。他のカテゴリーに対する影響は軽微であった。

【「購入した製品・サービス」の算定方法】

旭化成、旭化成ホームズ、旭化成建材、旭化成エレクトロニクス、旭化成メディカルの各社が、グループ外から購入した原料･サービスの購入量（物量データ･金額データ）に、それぞれの原料・サービスの排出係数を乗じて算定される排出量が 4,000 tCO2e 以上となる品目を対象として集計算定している。

【「販売した製品の使用」の算定方法】

旭化成ホームズが定めた算定基準に基づき、住宅総合技術研究所レポートの排出原単位を用いて、各年度に引き渡したヘーベルハウス（戸建住宅・集合住宅）を対象（算定対象期間を耐用年数を 60 年と設定）とし、各ケース毎に異なる省エネ設備の設置実績に基づく CO_2 排出量削減効果等を控除して算定している。

2020 年度以前は、各年度のヘーベルハウス引き渡し棟数をベースに算定していたが、算定精度をより高めるため、2020 年度より、各年度に引き渡したヘーベルハウスの延べ床面積をベースにした算定方法へ変更したとのことである。従来の算定方法により計算した場合、2020 年度のカテゴリー 11 排出量は 89 万 t-CO2e であった。

【「販売した製品の廃棄処理」の算定方法】

旭化成、旭化成建材、旭化成メディカルの各社が、各年度に出荷した製品の重量に、各製品別の廃棄時 CO_2 排出係数を乗じて算定されている。

旭化成ホームズについては、各年度のヘーベルハウス引き渡し棟数に、１棟あたりの CO_2 排出係数を乗じて算定されている。

３．旭化成、製品ごとの CO_2 の排出量開示

本年、１月 13 日の日本経済新聞の朝刊に嬉しい記事が掲載されていた。

https://www.nikkei.com/paper/article/?b=20230120&ng=DGKKZO67729650Z10C23A1TB2000

旭化成グループが製品ごとに CO_2 の排出量を割り出せる体制を築いていることは前節で述べたが、４月にも、原料の調達から製品の生産時までに出す CO_2 排出量の開示を樹脂など従来の１万点から２万点を超える製品に広げるとのことである。

対象になるのは車向けの樹脂のほか、音響機器向けの半導体、食品保存容器など「マテリアル領域」と呼ぶ事業で手がける製品２万点超とのことである。

塗料製造に必要なイソシアネート硬化剤、アクリル樹脂の原料である各種モノマー、アクリルエマルション、アルミペーストなどの原材料が対象になっているか否か確認したい。含まれない場合には直ちに開示を依頼していきたい。

CO_2 排出量の算出・開示は化学メーカーで相次いでいる。化学世界大手のドイツの BASF は４万 5000 点の化学品で CO_2 排出量が分かるよう取り組んでいる。住友化学も自社製品の約２万点で開示できる仕組みを整えたとのことである。化学などの素材産業はこれまで安さや機能性の高さが競争力を左右してきた。世界的に脱炭素の流れが強まるなか、CO_2 の排出量開示を第一歩として、CO_2 排出量削減など環境対応の優劣が顧客を開拓する上で重要性を増してくると日本経済新聞は締めくくっているがその通りである。

各塗料メーカーが自社塗料の LCA 算定をする場合に、塗料製造に使用する原材料について、原材料の原料の調達から生産時までに出す CO_2 排出量データは不可欠である。従来、原材料メーカーから CO_2 排出量データを得ることは困難であった｡旭化成グループ、BASF，住友化学のような取り組みが他の原材料メーカーにも広がることを切に願っている。

【補足】

(1) BASF、全製品のカーボンフットプリントを算出

BASF 本社（ドイツ）が 2020 年 7 月 28 日に発表した英語のプレスリリースを BASF ジャパンが日本語に翻訳・編集したものを紹介する。先進的な素晴らしい取り組みであるのでパウダーコーティング誌の読者の皆さんに是非知っていただきたく、引用紹介する。

https://www.basf.com/jp/ja/media/news-releases/global/2020/07/p-20-260.html

・約 45,000 の製品で構成される全ポートフォリオについて、透明性のある排出量データを化学会社として初めて提供
・BASF のフェアブント（統合生産）のデータと新たなデジタルアプリケーションにより、お客様の活動および最終製品に関するカーボンフットプリントのより正確な測定と削減を支援
・BASF はすでに、再生可能原料またはリサイクル原料由来のカーボンフットプリントの低い製品を、マスバランス方式に基づいてお客様に提供

BASF（本社：ドイツ ルートヴィッヒスハーフェン）は、全製品の二酸化炭素排出量、いわゆる「カーボンフットプリント」の合計値をお客様に提供します。製品カーボンフットプリント（Product Carbon Footprint / PCF）は、原料の調達から、生産工程におけるエネルギーの使用、さらには BASF 製品がお客様のもとに向けて工場から出荷されるまでに発生する、製品に関連した全ての温室効果ガス排出量で構成されます。

BASF 取締役会会長の Dr. マーティン・ブルーダーミュラーは、次のように述べています。「サステナビリティとデジタル化は、私たちが一貫して実践している企業戦略の中心的な要素です。カーボンフットプリントを算出することで、この 2 つの要素を同時に実現するとともに、BASF の各製品の排出量について、お客様にさらなる透明性を示すことができます。これにより、消費者向けの最終製品にいたるまでのバリューチェーンにおいて、お客様とともに二酸化炭素排出量の削減計画を構築できるようになります。」

BASF では 2007 年より、特定の製品について PCF の算出を行ってきました。社内でデジタルソリューションを開発したことで、今後は BASF の製品約 45,000 点の PCF を世界規模で算出することが可能です。今後数カ月以内に一部の製品および顧客セグメントでの算出を開始し、2021 年末までに全ポートフォリオの PCF データを利用できるようにする予定です。

コーポレートサステナビリティ部門を率いるクリストフ・イェケルは、「環境保護は、私たちのお客様にとってますます重要な課題となっています。今後は、お客様が気候関連の目標を達成できるよう、信頼性の高いデータをもってサポートしていきます。PCF を活用することで、お客様は温室効果ガス排出の回避につながるポイントがどこにあるのかを特定できるようになります。一部製品については、私たちはすでに、代替原料や再生可能エネルギーを使用することでカーボンフットプリントを削減する機会をお客様に提供しています」と述べています。

例えば BASF のバイオマスバランス・アプローチでは、生産フェアブント（統合生産）において化石資源を有機廃棄物や植物油由来の再生可能原料に置き換え、その量を算出して製品に割り当てています。また、ChemCyclingTM プロジェクトでも、マスバランス方式を採用しています。BASF は 2020 年より、ケミカルリサイクルしたプラスチック廃棄物をバリューチェーンの初期段階において原料として使用した製品を、初めて商業規模でお客様に提供しています。両アプローチによる BASF の製品は、純粋な化石原料由来の製品と同等の特性を持っていますが、カーボンフットプリントは軽減されています。

環境保護は BASF の戦略の重要な要素です。BASF は今後の成長にもかかわらず、2030 年まで生産関連の排出量を一定に抑えるという目標を設定しています。BASF は生産・プロセス効率の向上、再生可能エネルギー源からの電力調達、革新的な低排出プロセスの構築という、三方向からのアプローチを追及していきます。

比較可能な基準の必要性

BASF は 25 年間、様々なサステナビリティ評価方法を活用してきました。これには、「SEEBalance®」や「サステナブル・ソリューション・ステアリング」などで現在使用している、サステナビリティへの貢献度を測定するためのデータ収集やデータ処理なども含まれます。BASF の PCF 算出は、生産ネットワークにおける排出量を集積した十分なデータと、調達した原料やエネルギーに関する質の高い平均化データに基づいて行われます。この手法は、ISO 14044 や ISO 14067、温室効果ガス（GHG）プロトコル製品基準などの、ライフサイクル分析の一般的な基準に沿ったものです。

BASF は、業界全体で平等な条件のもとで製品の比較を可能にする基準を構築するため、化学業界における PCF 算出用の製品向けガイドラインの導入に注力しています。「私たちは様々なパートナーと協力し、標準化を推進していきます」とイェケルは述べています。

※このプレスリリースの内容および解釈については英語のオリジナルが優先されます。

■ BASF について

BASF（ビーエーエスエフ）は、ドイツ ルートヴィッヒスハーフェンに本社を置く総合化学会社です。持続可能な将来のために化学でいい関係をつくることを企業目的とし、環境保護と社会的責任の追及、経済的な成功の 3 つを同時に果たしています。また、全世界で 117,000 人以上の社員を有し、世界中のほぼすべての産業に関わるお客様に貢献できるよう努めています。ポートフォリオは、6 つの事業セグメント（ケミカル、マテリアル、インダストリアル・ソリューション、サーフェステクノロジー、ニュートリション＆ケア、アグロソリューション）から成ります。2019 年の BASF

の売上高は590億ユーロでした。BASF株式はフランクフルト証券取引所（BAS）に上場しているほか、米国預託証券（BASFY）として取引されています。BASF の詳しい情報は、http://www.basf.com をご覧ください。

以上、引用終了。

(2) 住友化学製品カーボンフットプリント（CFP）算定ツール CFP-TOMO®

住友化学では、CFPを簡易かつ効率的に算定することができるシステム CFP-TOMO® を自社開発した。

住友化学の全製品約２万品目の CFP 算定※を 2021 年末までに完了し、顧客への提供を始めている。

さらに、社会全体における CFP 算定の拡大および、サプライチェーンでの GHG の可視化に貢献するため、住友化学はこのシステムを広く無償で提供している。

※原料の採掘から製品を出荷するまで（Cradle to Gate）の範囲での算定を基本とする。

https://www.sumitomo-chem.co.jp/sustainability/information/cfp_tomo/

トピックス

ジャパンビルド　高機能建材・住設 EXPO に出展して

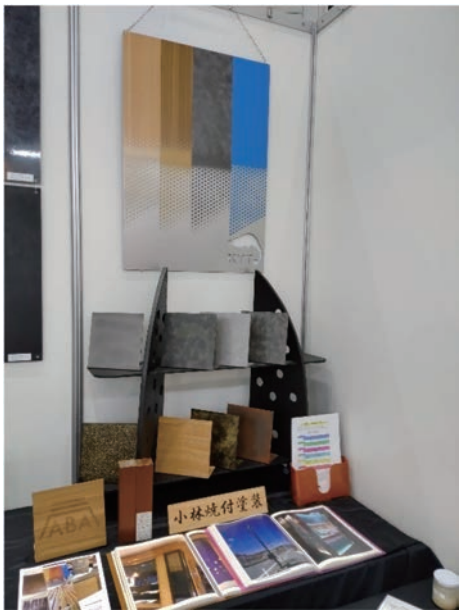
近藤　　旭 *

去る 2022 年 12 月 5 日（月）～ 7 日（水）、RX Japan（株）（以下 RX 社）主催で東京都江東区東京ビッグサイト西展示場において、ABA 初となる大規模展示会、第 7 回『ジャパンビルド』内の「高機能建材・住設 EXPO」に出展した。

ご存知の方はいらっしゃるだろうが、ABA は 2014 年に創立された、主にアルミニウム建材を扱う工業塗装企業の中でも自社で化成処理を所有し管理する企業が集まった工業会だ。その一番の設立目的は、表面ではわからない部分（＝素地調整）に真剣に取り組み、環境負荷を低減しつつ、会員企業の持続可能な成長を手助けすることである。そのため、日本建築仕上学会編纂の「溶剤形塗装標準仕様書・同解説」（2022 年 9 月に改定された第 2 版出版）、「粉体塗装仕様標準指針・同解説」（2018 年 9 月出版）の内容に則り、正しい方法で塗装を管理し、建築業界へこれらの普及・展開を図りコスト重視の業界を変えていこうと意欲的に活動している。そのため、展示会自体に出展することはその普及展開へ寄与するため従来から行ってきた。

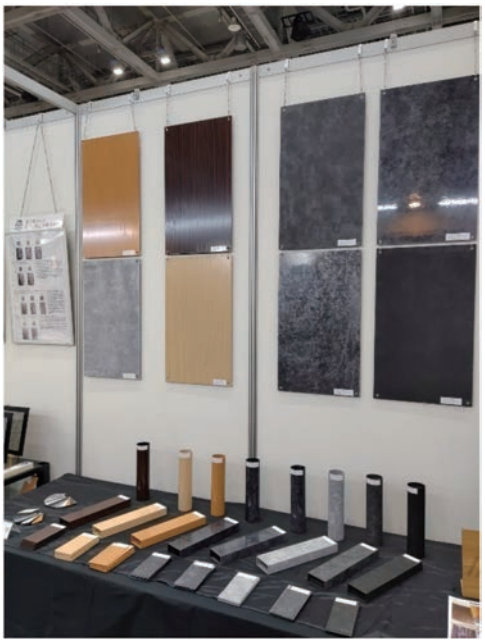
一方、「高性能建材・住設 EXPO」は以前は「高性能建材 EXPO」として東京で開催されていたが、大阪で開催されていた主催者が同じ RX 社（以前はリードエグジビションジャパン）の「高性能建材・住設 EXPO」とブランドを統一して現在では年に 2 回開催されている。ジャパンビルドという名前はごく最近生まれたブランド名だと筆者は記憶しているが、近年流行のスマートハウスや DX・AI 推進、少し前から話題のリノベーションなどに特化した展示会をそれぞれ併設し、全 7 つのコンセプトで建築に関わる分野の展示を実施している。筆者が調べた限りでは、日本で同様の建築に関する大型展示会はこれの他に日本能率協会主催のジャパンホーム & ビルディングショーや日本経済新聞社主催の Nikkei Messe 建築建材展などがあるが、やはり展示会主催数がダントツに多い RX 社の広告宣伝力やサポート体制は力強く、弊工業会も出展を決めた経緯がある。

なお、ビッグサイトから車で 30 分、隣の県の千葉県にある幕張メッセでは同じく RX 社主催の高機能素材展が少し日がずれた 7 日～ 9 日で行われており、その中の併設展である塗料・塗装設備展、通称コーティングジャパンには塗料・塗装関係の展示が多くされて



小林焼付塗装の展示

* アルミニウム合金材料工場塗装工業会（ABA）　専務理事
（株式会社マルシン　代表）



筒井工業の展示

いた。当工業会の賛助会員も何社か出展していたが、初日の午後だったせいか元々の立地のせいか、人の入りは建材・住設 EXPO の方が多かったように思う。当工業会のメインターゲットは建設業関連ということもあり、やはりより多くのターゲット層が来る展示会を選ぶことができたと自負している。

さて、前述の通り、ABA では以前にも他の小規模展示会には出展しているが、今回のような大規模な展示会に出展するのは初めて。集客力が高いが故に出展料も割高で、出展スペースは 2 番目に小さい 1.5 小間で出展したが、工業会の予算の制約上致し方ない。出展は工業会の紹介を一番目立つ場所に配置しつつ、その他わが社を含む 5 社（大塚金属（株）、（有）小林焼付塗装、筒井工業（株）、（株）マルシン、宮越工芸（株））も共同出展する形で出展費用の一部を各社で負担した。なお、今展示会は行動制限が緩和された久しぶりの展示会ということもあり、主催者発表では 3 万人を優に超える参加者で賑わっていた。直前のコロナ感染者数増加は気にはなったが、建築関連の久しぶりの展示会ということで、参加者も含めみな一様に顔が明るかったように思う。多くの設計事務所やゼネコン、建材メーカー等のお客様が訪れ、中には直接・間接的にお付き合いがある企業の方にもコロナ以後久し振りにお会いできた。

ここ数年のコロナ禍による自粛生活で筆者もこのような人混みに出かけるのは滅多になかった。しかし密には気を付けながらであったが、歩くスペースがなくなる位見学者が入ってくる時間帯もあった。もう少しスペースが欲しいと心底思った。熱心な方は 20 分以上も見聞きしていた。外国の方も時折見かけた。日々生活が日常に戻ってくる喜びを感じた展示会であり、共同出展企業も充実感を感じ、また出展したい、と思わせるそんな展示会だった。

ABA では今後も（予算が許す限り）このような展示会に出展し、我々の存在を世の中に広め、粉体塗装やクロムフリーなど環境配慮形塗装が花開くことを目標に活動を続けていきたいと思っており、賛同してくれる企業・団体を正会員（塗装会社）・賛助会員（塗料メーカー・薬剤メーカー・塗装機器メーカーやその販売店）として常時募集している。そしてパウダー協のように一緒に進んでいける他団体と連携し、これからも積極的・自発的に情報を発信していく。

問合せ先：事務局（株式会社マルシン内）近藤　旭
TEL：048 － 931-5200（代）
MAIL：akikondo@kk-marusin.com
URL：https://aba-jp.org/

ABA
Aluminum Alloy Baking Enamel Coaters Association

トピックス

メッセナゴヤ 2022 に出展しました！

前島　靖浩 *

1．はじめに

弊社は 5 年前、やらされ感、人手不足、連携できない…現場は疲弊した雰囲気に包まれていました。そこから一念発起、社内改革を進めた結果として『働きがい改革のパイオニア』を名乗るほどに会社は生まれ変わりました。離職が止まり、社内には元気な笑顔とハツラツとした社員が躍動し、求職者からは『この会社に入りたい』と思ってもらえる存在になりました。

こうして実現した『働きがい改革』のノウハウをもとに、2021 年に【自主性を育む働きがい改革コンサルティング T-CX】として工業塗装業者の枠を飛び出した新事業を展開しています。

2．メッセナゴヤ 2022 に出展

新事業を多くの皆様に知っていただくために、2022 年 11 月 16 日（水）～ 18 日（金）ポートメッセなごやで開催された「メッセナゴヤ 2022」に出展しました。

メッセナゴヤは、「ビジネス効果」を追求する日本最大級の異業種交流展示会です。愛知県、名古屋市、商工会議所などの公共機関が主催していることから、出展料がとても低く抑えられており、中小企業のお財布に優しい情報発信の機会になっています。

メッセナゴヤは、愛知万博の理念（環境、科学技術、国際交流）を継承する事業として 2006 年にスタートした「異業種交流の祭典」です。業種や業態の枠を超え、幅広い分野・地域からの出展を募り、出展者と来場者相互の取引拡大、情報発信、異業種交流を図る日本最大級のビジネス展示会となっております。

主催：メッセナゴヤ実行委員会
出展者数：800 社・団体、1,000 小間
来場者数：40,000 人

3．ブース出展の様子

ブース出展では、『社員の自主性が変わる、魔法の言葉を教えます！』と題して、毎時間 15 分ずつのプレゼンテーションを実施しました。3 日間で 20 回やりましたので最後は目を閉じていても話せるようになりました（笑）。

ブースセミナーでは弊社が提供している『LAB プロファイル ®』というスキルをわかりやすく冊子にまとめた『魔法の言葉辞典』を受講者にプレゼントしました。『LAB プロファイル ®』とは実践心理学 NLP のスキルの一つで、相手のやる気や自主性を引き出すことができるこれまでにないコミュニケーションスキルです。2020 年に代表の前島がその講師資格を取得し、コンサルティングサービスのアイテムの一つとして提供しております。

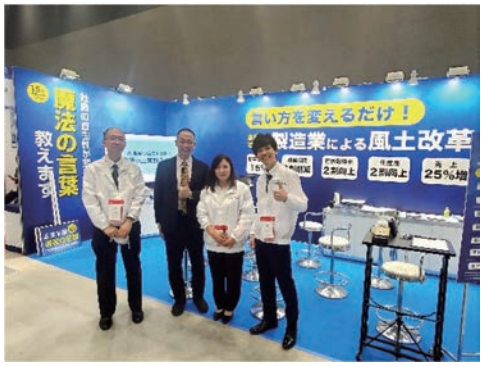


写真１　ブースと T-CX スタッフ

ご興味のある方は、YouTube で概要を配信しておりますのでよければご視聴ください。

相手の心を動かす魔法のスキル
『LAB プロファイル ® とは？』

YouTube 動画はこちら→

ブースセミナーでは 3 日間で延べ 270 名の方にご聴講いただきました。激変する経営環境においては、社員の自主性や会社としての一体感が欠かせないという課題意識が高まっていることを実感いたしました。聴講者の中には、重工業会社さま、自動車メーカーさまなどの巨大企業さまもご聴講くださり、セミナー後にお話を聴くと『この課題を解決することは極めて重要で、大企業にも中小にも共通の課題だ』とのご意見を

写真２　大盛況のブースセミナー（毎回、通路にはみ出すほどの聴講者に囲まれ、中が見えません）

* 筒井工業株式会社

何度も頂きました。
　聴講頂きました皆様、ありがとうございました。

４．プレゼンテーションの様子

　メッセナゴヤでは、ブースとは別に設けられた会場でプレゼンテーションをすることができます。T-CXも初日の最終枠を確保し、代表の前島が『なぜ？製造業はやりがいや一体感を得るのが難しい？その原因と対策』と題して45分間のプレゼンテーションをしました。ありがたいことに、定員50名に対し満席をいただくことができ、やはりここでもこのテーマに対する関心の高さを確認することができました。

　このプレゼンテーションでは、社員の自主性や主体性の『可能性の芽』を開花させるための秘訣について伝えました。この秘訣は〇〇の苦手集団たる製造業が最も苦戦する領域であり、これを克服することで、会社の風土・文化・雰囲気が変容させ、その結果として本来求めていた“しくみ導入の成果”を最大限に発揮させることができるようになります。そして活気ある会社になることは、離職を止め、採用を容易にすることに繋がる、というお話です。講演の様子はYoutube動画にてご覧いただけますのでご興味のある方はご視聴ください。

『なぜ？製造業はやりがいや一体感を得るのが難しい？その原因と対策』
2022.11 メッセ名古屋　前島による入魂のプレゼン Youtube 動画→

写真３　プレゼンテーションも満員御礼！

５．無料の工場見学＆スキル体験セミナー

　ご興味をお持ちいただいた方に【無料の工場見学＆スキル体験セミナー】をご用意しております。

「変容した世界をイメージしたい」方にとっては、工場見学で当社自慢のイキイキと仕事をする社員をご覧いただき、話を聴いて、可能性を体感していただけたらと思います。なお、体験セミナーでは下記をお伝えしております。

・当社の採用、定着、エンパワーメントのしくみ
・自主性や可能性を引き出すための原理原則
・相手の可能性を開く基礎コミュニケーション術

お申込みを心よりお待ちしております。
最後までお読みいただき、ありがとうございました。

無料
工場見学＆体験セミナー
申し込みはこちら→

トピックス

コーティング・ジャパン 2022 東京展参加結果

立花　敏行 *

コーティング・ジャパン 2022 東京展が 2022 年 12 月 7 日～ 9 日の 3 日間に千葉県の幕張メッセで第 13 回の高機能素材 Week の一部として開催されました。本展示会の他に第 32 回ファインテック ジャパン、第 22 回 Photonix も併せて開催され、来客数として 40,000 人を超える一大イベントとなりました。会場では会議室を使用した基調講演のほかに、各種のセミナーが展示会場内の特設のセミナー会場で行われ、セミナー動員数は約 10,000 名と主催者発表されています。

当組合の関係の企業様は、関西ペイント株式会社、大日本塗料（株）、（株）ケツト科学研究所、AGC（株）、東亞合成（株）が出展され、塗料業界として藤倉化成（株）、イサム塗料（株）、アクゾノーベル（株）が出展されていました。また、関連の団体としては、一般社団日本塗料工業会（同ブース内に水谷ペイント（株）、

関西ペイント（株）

大日本塗料（株）

（株）ケツト科学研究所

AGC（株）

東亞合成（株）

藤倉化成（株）

イサム塗料（株）

（一社）日本塗料工業会

（一財）日本塗料検査協会

* 日本パウダーコーティング協同組合 事務局

第5回塗料・塗装設備展　コーティングジャパン東京2022　IPCO Day 講演内容

テーマ：「持続可能な工業塗装を目指して」

講演	開始	終了	講演者	講演テーマ	内容
1	11:00	11:30	コーティング・コンソーシアム　Co-Chairman [illegible]（日本塗料工業会　専務理事） コーティング・コンソーシアム　Co-Chairman 坂井 [illegible]（(一社)国際工業塗装高度化推進会議　理事長）	塗料・塗装業界のつながり提案	7月に発足した「コーティング・コンソーシアム（略称：CoCo）」の取り組みについてご紹介します。
2	11:45	12:15	(一社)国際工業塗装高度化推進会議 塗装ネットワーク委員長　白石 [illegible]	塗料・塗装業界の環境影響評価に資するデータ管理のルール化	業界を横断化したつながりにはさまざまなルールを決めなくてはなりません。データ管理のルール化について提案します。
3	12:30	13:15	日本パウダーコーティング協同組合 専務理事　福田 [illegible]	粉体塗料の現況/地球温暖化で塗装業界が貢献する会員紹介	環境にやさしい粉体塗料の概況とともに先進的な取り組みをしている会員企業をご紹介します。
塗料メーカーPart					
4	13:30	14:10	水谷ペイント株式会社 専務取締役　水谷 [illegible]	新しい水系クロ型アクリルエマルション開発	ご興味の多かった塗料メーカー様の講演です。一社）日本塗料工業会様のご協力のもと、出展されている塗料メーカー様から3社のリレー講演をお届けします。
5	14:10	14:50	斎藤塗料株式会社 技術部チームリーダー　池田 [illegible]	溶剤評価における溶剤系塗料がもたらす便利について	
6	14:50	15:30	久保考ペイント株式会社 研究技術部グループリーダー　松村 [illegible] 研究技術部　[illegible]	二酸化炭素と環境負荷低減に貢献する久保考ペイントの取り組みと提案	

図１　講演内容

斎藤塗料（株）、久保考ペイント（株）が展示）、一般財団法人日本塗料検査協会、日本塗装機械工業会もブースを構えておられました。

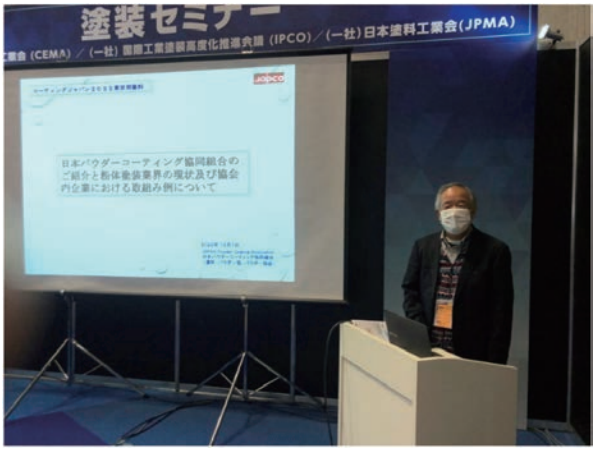
開催初日（7日）には、IPCO（(一社）国際工業塗装高度化推進会議）がIPCO DAY講演を担当され、テーマは、「持続可能な工業塗装を目指して」と題し、図１のような内容で講演が行われました。

第１弾の講演は、昨年 塗料製造製造、工業塗装、塗装機械の業界団体である、（一社）日本塗料工業会（JPMA）、（一社）国際工業塗装高度化推進会議（IPCO）、日本塗装機械工業会（CEMA）の３団体で結成したコーティングコンソーシアム（通称COCO）の講演をJPMA児島常務理事が結成の背景等を説明し、IPCO坂井理事長が具体的な活動について説明されました。

第２弾は、IPCO塗装ネットワーク委員長の白石氏が「塗料・塗装業界の環境影響評価に資するデータ管理のルール化」についてこの講演がありました。

第３弾は、専務理事の福田が担当し、「日本パウダーコーティング協同組合のご紹介と粉体塗装業界の現状及び協会内企業における取組み例について」と題して粉体塗料市場の概要と組合員企業様のカーボンニュートラルへの取組みとして、（株）大瀧商店の粉体塗料廃粉の製鉄所でのフォーミング抑制剤への再利用状況について及び戸﨑産業（株）の各種グリーンプロジェクトへの参画の状況について説明を行いました。また、後半は（株）ヒバラコーポレーション 代表取締役社長 小田倉氏による「Iot/AI技術の活用による持続可能な工業塗装分野への挑戦」と題し、DX型塗装工場ソリューションのご説明を直接の声として頂戴しました。

第４弾以降の講演は、JPMAが担当し、水谷ペイント（株）、斎藤塗料（株）、久保考ペイント（株）がそれぞれおすすめ塗料の説明を行いました。



JAPCA　福田専務理事

（株）ヒバラコープレーション　小田倉社長

IPCO　坂井理事長

今回のIPCO DAYの講演会の場所は、展示会場通路から開催の状況が見にくい場所で、通行来場者が興味を示し聴講するというケースは少なく、2023年の関西展からはこの辺り配慮してもらう必要があると考えます。

2023年の開催予定は、

関西展：2023年5月17日～18日
@インテックス大阪
東京展：2023年10月4日～6日
@幕張メッセ

当組合としても粉体塗装の普及拡大や組合員企業のPRのために、本展示会を継続的に活用したいと考えます。