

厳しい時にしつかり販売活動

例年、同ショーに出展する和信ペイント。昨年2・8倍の来場者を集めた同ショーで、ワークショップの開催やDIY関連商品の展示で会場を盛り上げた。その展示方法、イベント企画等も群を抜いた展開となった。また同ショーで行われた新品コンテストで同社の「フローリングコート」が金賞を受賞した。今後のDIY市場がどうなっていくのか、同社の瀬川社長に自社の現状や取り組みについて聞いた。

Interview



和信ペイント

代表取締役社長

瀬川 義浩氏

― 現状はいかがですか。DIY業界の状況と併せてお願いします。

DIY業界については、コロナ禍での集もり需要という大きな波が去って、今は谷がきたところですが、コロナの緩和等

から、レジャー産業への比重が大きくなり、今年はその傾向が強くなっています。合わせて、相次ぐ原材料の値上げで、正直苦戦を強いられるところがあります。DIYを長く知ってもらうために勉強会を開催したといったお話があったと思います。コロナ禍で大勢を集める勉強会は実現出来ていませんでした。今後は

心とした材料についても全体的に落ちついてきている状況です。ただ店舗によっては価格にばらつきがあり、もう少し時間が必要かと思われま

― 昨年、一般の方々にDIYを長く知ってもらったために勉強会を開催したといったお話があったと思いませんか。

コロナ禍で大勢を集める勉強会は実現出来ていませんでした。今後は

解禁されていく中で、ワークショップや実演も含めて積極的に展開していきます。ホームセンター、ワークショップについてもDIYを広げるための大きなイベントとして考えています。

― 現状が落ち着いてきているという状況がわかりました。今後どのような急には回復してこないでしょうか。

ただ悲観的に見る必要はないと思います。木材の価格は依然として高まっていますが、海外への展開はいいかと考えています。

市場の変化に合わせ製品開発



ワークショップを中心にブース展開



― 今回のフローリングコートとその他の商品戦略について教えてください。

フローリング材は日本の住宅で主流となっている床材です。何層かの貼り合わせた木材に表面が化粧処理された突き板があります。これまでは、近年は木目状のフィルムが貼ってあるものが主流になりつつあります。表面が天然木であれば塗料は問題なく塗れるのですが、表面がフィルムであるとうまく密着しません。そこで上市したフローリングコートは、そのようなフィルムシートのようなフローリング材にもきちんと密着するように開発

しました。このフローリングコートの市場定着をはかっています。

また、水性ウレタンニスで「つや消し」を上りしたところ、人気があがり、売上が伸びたことから、油性ニスについても「つや消し」を発売しようと考えています。品質は当然の前ですが、先ほど申し上げたとおり、今後も塗られる素材が変わっていくことがありま

― 韓国での事業がうまく進んでいます。ようやく昨秋から韓国のお客様ともコンタクトがとれるようになり、少しずつではありますが注文が増えています。この状況です。この会場にも来場いただき、話を進めることができました。

― ありがとうございます。