成長企業チカラの源泉 140

遮熱・防汚塗料 認知度アップ

製品実力 採用実績で示す

機能性伝えたい

チルコートは遮熱、防汚といった付加価値を持つ機能性塗料「チルコート」の開発、製造、販売を手がける。機能性塗料の競合は数多い。社長の神藤昌徳は「消費者が有益な塗料を選べるよう、機能性をきちんと伝えたい」と強調する。

神藤が同社を起業したきっかけは、約10年前にさかのぼる。もともと住宅の内外装用品の販売、施工などを手がける会社を経営していた。協力会社の塗料メーカー社長が亡くなり、その社長の「良い塗料を開発し社会に貢献したい」との意志を継ぐ形で、2009年に同社を設立。「化学の知識はほとんどなかった」が、塗料の仕組みを勉強し、今では機能性塗料の勉強会ができるまでになった。

郵便ポストに

同社が開発した透明防汚塗料「チルコートAFC」が、日本郵便のポストに採用された。検証に3年かけた製品。同塗料を表面に塗ると、油性マジックなどの落書きを簡単に落とせる。ステッカーなども張り付かない。20年東京五輪・パラリンピックなどに向け、街の美観維持につながることから需要が増えているという。全国1万基の郵便ポストに塗られ、配達員などから「いつ見てもきれい」と好評だ。

社長
神藤 昌徳氏

チルコート

18年には高乱反射式非中空型遮熱水性塗料「チルコートHSP」が、省庁管轄の矯正施設内の体育館や道場の屋根に採用された。同塗料の太陽光反射率は94・7%。屋根に塗ると真夏の太陽光を反射し、室内の温度を保てる。熱中症対策に効果があると採用された。

神藤は同社の課題を、「（機能性塗料の）効果が本当にあるのかを、なかなか理解してもらえないことだ」と明かす。歴史が浅い「ベンチャー企業だけに」、特別な機能を持った塗料に対して、顧客の目は厳しいのが実情という。しかし、採用実績を積み重ねる中で、徐々に認知度が高まっている。「商品ありきで認められた」ことが、力になっている。

機能性塗料の検証実験を行うため、遮熱塗料を屋根に塗布する

海外にも納入

日本だけでなく、経済発展とともにバングラデシュやタイといったアジア市場に機能性塗料の需要が生まれつつある。既にフィリピンに納入実績がある。海外市場で「メード・イン・ジャパンは人気」だ。競合が多い中、他社と差別化する模索が続く。

（敬称略、大阪・大原佑美子）

【企業プロフィル】
▽所在地＝大阪市北区西天満5の8の15▽社長＝神藤昌徳氏▽設立＝09年（平21）10月▽資本金＝150万円▽従業員＝8人▽売上高＝非公表

（火曜日に掲載）