

本誌を創り上げたのは
 昭和30年代
 代表取締役社長 藤原 幸治



昭和30年代、戦後復興期に際して、塗料業界は大きな転機を迎えました。戦前には主に軍用塗料が中心でしたが、戦後は民生用塗料の需要が急増しました。この変化に対応するため、当社は新製品の開発と生産体制の強化に取り組んできました。また、戦後の高度経済成長に伴って、自動車や家電製品などの分野でも塗料の需要が拡大しました。当社はこれらの市場変化を捉え、高品質な塗料を開発し、顧客のニーズに応えるべく努力を続けてきました。創業以来、塗料業界の発展に貢献し、信頼を得てきたことを誇りに思っています。

現場を現場で
 営業部長 佐藤 健一
 代表取締役社長 藤原 幸治

現場を現場で、営業部長 佐藤 健一。現場での経験が、営業活動の基盤となっています。現場では、顧客のニーズを直接把握し、最適なソリューションを提供することが重要です。佐藤氏は、現場での経験を活かし、営業活動の効率化と顧客満足度の向上に取り組んでいます。また、現場での課題を迅速に解決し、顧客との信頼関係を築くことも重要な役割です。佐藤氏は、現場での経験を通じて、営業活動の質を高め、顧客のニーズに応えるべく努力を続けています。

グローバル市場への展開
 代表取締役社長 藤原 幸治



グローバル市場への展開。代表取締役社長 藤原 幸治。グローバル市場への展開は、企業の成長にとって重要な要素です。当社は、グローバル市場への展開を積極的に進め、海外市場での競争力を高めるべく努力を続けています。また、海外市場での展開には、現地市場のニーズや文化の違いを理解し、最適なマーケティング戦略を立てることが重要です。当社は、グローバル市場への展開を通じて、企業の成長と発展に貢献し、顧客のニーズに応えるべく努力を続けています。

意思決定のスピードと質を高める
 江戸川合成
 代表取締役 篠原幸治氏



当社では今年、売上高の24%を環境に貢献できる製品に置き換えていく。そのための製品開発も活発化しており、環境負荷低減に貢献できる紫外線硬化型塗料や水性塗料などを発売した。製品開発・上市に際しては営業、技術、生産、総務が横断的にプロジェクトチームを組んで行っている。製品の強みやターゲットを全員で共有し役割や責任範囲を明確にしている。この形をとってから社員の一体感が格段に向上している。特に昨今では原材料の高騰や物流の滞りなど問題や課題が連日発生しているが、そのような環境下では全員が最新情報を共有し問題解決のためのアイデアを出し合いながら最善の方法を選択することが求められる。意思決定のスピードと質を高めていく。そのカギを握るのはアナログコミュニケーション。全員が目指すべきゴールを正しく認識し、互いの状況も配慮しながらベストな方法を素早く正しく決定していくには、対面での話し合いが不可欠。体温を感じ合えるコミュニケーションの積み重ねが、顧客のニーズにお応えできる製品を生み出す。意思決定のスピード感と小回りが利く企業づくりで環境対応や顧客ニーズを満たす製品を生み出していきたい。全社員が共通認識を持ち一丸となってチャレンジする風土を更にブラッシュアップしていく。(談)

