

ひょうご

# 経済戦略

ECONOMIC STRATEGY

5

2009



特集1

ひょうご経営革新賞  
(平成20年度)

特集2

創業・第二創業 総合キックオフセミナー

2009 MAY

# 会社拝見



宮岡督修社長

## 不景気をチャンスに 研究開発型企业へ人員増強 神戸合成株式会社

自動車・二輪車メーカーにボディー用ガラス系コーティング剤、ワックス、洗浄剤、塗料などの化学製品を供給。景気悪化で新車販売が停滞し、関連産業も苦境にあるが、同社の2008年度業績は、売り上げ、利益ともに過去最高となった。宮岡督修社長は言う。「不景気の今こそ、千載一遇のチャンス。開発力を磨き、どこにもない商品を市場投入していく」

### 1 原点はカーワックス

1956年、神戸市内の化学薬品メーカーに勤務していた現会長の三浦忠治氏が、三浦化学工業所を創業。三浦会長が意欲的に取り組んだのが、水と油を混ぜ合わせて乳化させるエマルジョン化の技術。応用先として、成長著しい自動車業界に目を付け、当時海外からの輸入品が主流だった自動車用ワックスの製造・販売を始めた。

当初は行商に出ていたが、60年代に入って大きなビジネスチャンスが訪れた。四輪自動車市場に参入して間もなくの本田技研工業(株)に、ワックス、潤滑剤などを直納することになったのだ。以後ホンダの躍進とともに業容を拡大し、軽四輪、大型トラック、建機、農機など国内の輸送機各部門のトップ企業を相次ぎ開拓してきた。

### 2 飽和状態の国内市場

2代目の宮岡社長の妻は創業者の次女。宮岡社長は大手給湯器メーカーの営業マンを経て86年、義父が経営する神戸合成に入社した。約20年前の入社当時、自社のプロ向け定番商品で「三種の

神器」と呼ばれていたのが「ブレーキクリーナー」「キャブレタークリーナー」「シャーシブラック」。ところが現在、塗装技術の向上など車の高品質化や中国産など安価な商品の流入で、これらアフターサービス用品の動きは良くない。

また、自家用車のある家庭に必ずあった丸缶ワックスの売れ行きも激減。「かつて、週末ともなれば各戸でマイカーを洗う人の姿が多く見受けられたもの。今、ユーザー自身がワックスを買って自分でかけるという習慣はなくなりつつある」と、マイカーに対する消費者の意識変化を分析する。

飽和状態の国内自動車産業。生き残りを懸けて業界内のコスト競争が激化しているのは事実だが、同社は国産にこだわり続け、海外生産や輸入品の取り扱いに興味がない。「自動車メーカーに純正品として納入しており、少しでも不純物が混入すれば顧客に迷惑が掛かる。最終価格は高くなるが、品質を第一に考え、責任を持って管理監督できる自社と国内協力工場でのみ生産している」と話す。

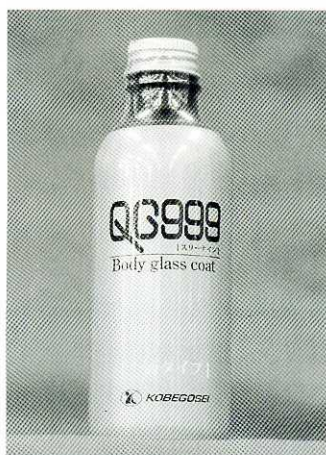
### 3 顧客の要望をすべてかなえる

事業環境は決して良くない中、業績を伸ばしている最大の理由は、顧客の声に真摯に耳を傾け、ニーズを吸い上げていることだ。創業以来、「顧客の要望をすべてかなえる」ことを目指してきた。市場ニーズをつかみ、大ヒットにつなげたのが、ワックスから特化したコーティング剤。新車納入時に塗っておくと汚れにくくなるため、洗車が少なくて済み、その分洗剤も使わないので環境負荷

を低減できる。一般の洗車機にかけない限り、5年間は車のボディー塗装を美しく保てる。繰り返し塗布することで、「後々の下取り価格にも差が出てくる」という。

最初に開発したコート剤は有機であるフッ素系製品。はっ水性を持つ一方、劣化しやすく、耐久性が悪いという弱点を抱えていた。そこで、第2世代として、親水タイプで汚れが付きにくい無機のガラス系製品を発売した。ところが、これが「全く売れなかった」。コート剤としての役割は十分に果たすものだったが、よくよく調べてみると、ユーザーが真に求めていたのはワックスをかけたときのように、ボディが水滴を玉のように弾く商品だった。

そこで5年の研究開発期間を経て2006年、無機系の上に有機をくっ付けることで、はっ水性と耐



QG999

久性を兼ね備えた「QG999(スリーイン)」を発売し、好評を得た。同製品の売上比率は年々上昇し、現在全体の4割を占める。収益性も良く、従来製品の落ち込みをカバーするとともに、多額の開発費用の回収も順調に進んでいる。

#### 4 不景気こそチャンス

自動車と関連産業の冷え込みは深刻だ。しかし、「不景気故のいい影響もある」という。新車購入を見合わせ、長年同じ車に乗り続ける人が増えているため、車検時のメンテナンス用ケミカル剤がよく出ている。また、人気上昇中のガラスコートについては、まだすべての新車に塗布されるほど浸透しているわけではなく、新車販売が停滞してもさほど影響はない。むしろ、ディーラーは1台の車を販売するに当たって、なるべく利を厚くしたいため、付加価値の高いガラスコートは不況下における恰好の商材といえる。

人材採用面でも積極姿勢を見せる。目指す開発

型企業への転換を実現するため、研究職の増員や経験豊かな営業職の中途採用に意欲的に取り組んでいる。

#### 5 技術力を武器に新たなフィールドへ

「とんがったコーティングを作れ」と従業員にハッパを掛けているという宮岡社長。「どこにもないコーティング剤を開発できれば、おのずとプライスリーダーになれる」との期待を込める。昨年まで5人だった研究スタッフを今春9人に倍増し、神戸大学との共同研究をスタートさせた。第4、第5世代のコート剤を生み出したい考えだ。

車用途製品を数多く世に送り出してきたが、今後は「自動車だけでなく、全産業に使われる化学製品を育てたい」とする。すでにプラスチックの樹脂成型時に使う離型剤、金型の防錆剤を開発し、販路を拡大しつつある。

また、「海外市場にも活路を見出したい」とも。切り札はもちろんボディー用ガラス系コーティング剤だ。北米、欧州などの先進国をターゲットに、向こう3年以内での進出を目指す。規制や特許などクリアすべき課題はあるが、準備は着々と進んでおり、「良きパートナーを探し出し、ライセンス契約などで対応するのが理想」と考える。

技術力を武器に新たなフィールドへ。神戸合成の挑戦は続く。

#### 会社概要

神戸合成株式会社	
所在地	小野市匠台10番地
代表取締役社長	宮岡督修
事業内容	自動車・二輪車用ケミカル製品、プラスチック成型用ケミカル製品製造販売
設立年月	1963年1月
資本金	6,000万円
売上高	11億9,000万円(2009年3月期)
従業員数	48人(2009年4月1日現在)
T E L	0794-64-7771
F A X	0794-64-7772
U R L	<a href="http://www.kobe-gosei.co.jp/">http://www.kobe-gosei.co.jp/</a>