

高機能材料

ファイブ・スペシヤリティ

触媒開発体制を拡充

自動車 沼津の実験棟増床

触媒製造大手のエヌ・イー・ケムキャットは国内の技術基盤を強化する。研究開発拠点のある沼津事業所(静岡県沼津市)に数億円を投じ、2016年度中にカソリン車やディーゼル車の排ガス浄化触媒を性能評価する実験棟を増床する。各事業の生産技術や品質保証を担当する部門も4月に再編した。長期の成長目標達成に向け、製品開発のスピード向上や顧客対応の強化を狙う。

化学 専門部署を新設

エヌ・イー・ケムキャットは住友金属鉱山と共同でBASFの折半出資会社。主力の自動車触媒事業では約35億円を投じ、国内拠点の構造改革を実施。つくば事業所(茨城県坂東市)で排ガス規制の強化で需要が増えるディーゼル車向け触媒の生産能力を従来比で2・5倍に高めた一方、国内生産が減るカソリン車向け触媒は同事業所に沼津事業所の生産品目を移管した。

これに続き、全社の研究開発拠点が有る沼津事業所で16年度中に自動車排ガス浄化触媒の実験棟を増床し、分析装置や評価機器を追加導入する。Fの各国拠点への生産移

管を主導する。生産の海外展開が進む日系自動車メーカーの現地調達ニーズに対し、グループ関連携で供給網を構築する。化学品向け触媒を手掛

インクに取り組みすることで、顧客企業が志向する「ライフサイエンス」や「機能性材料」「環境エネルギー」分野の共同開発や生産受託の新規案件の獲得を目指す。

同社は昨年、10年間の成長戦略を盛り込んだ初の長期ビジョンを策定した。23年度に自動車触媒事業の売上高を14年度比で3割増、化学触媒事業は2倍に引き上げる計画。顧客業界を取り巻く環境が大きく変化するなかで、ハード・ソフト両面の対応力を強化して事業の足場を固める。

DICの2016年6月中間決算

DICの2016年6月中間決算は営業利益が前年同期比15・5%増の261億円だった。液晶パネルのカラーフィルターや化粧品向け高機能顔料など好採算製品の販売が伸び、インキや合成樹脂製品の原材料安にもなる収益改善効果も表れた。売上高は同7・8%減

営業利益16%増

DICの2016年6月の3777億円と、3800億円の当初計画に近い水準で着地した。円高で1〜6月期の円換算した売上高は約26億円減りしたが、増収効果で補った。金融収支の改善や持分法投資利益の拡大などもあって経常利益は同22・3%増の267億円、欧米インキ事業の合理化費用の低減などから

中国の顔料 合弁子会社化

東洋インキSCホールディングスは、中国の顔料メーカー、江蘇仁欣化工(江蘇省)と折半出資する顔料の販売会社を連結子会社化した。政府の調に推移した。

併せて通期業績予想の売上高を従来の8000億円から7800億円に下方修正した。業績予想の前提となる想定為替レートを1ドル1109円と円高方向に見直しした。一方で、液晶材料の販売や合理化費用の低減などを織り込み、経常利益は520億円(従来予想は500億円)、純利益も300億円(同250億円)にそれぞれ上方修正した。

UVインキ好調 東洋インキSCHD 4〜6月期

東洋インキSCホールディングスの2016年4〜6月期決算は営業利益が前年同期比4・6%増の38億200万円だった。紫外線(UV)を当てると乾燥するUVインキの販売が日本や欧州を中心に伸び、食品などの包装資材向けインキも東南アジアで販路が広がった。

売上高は同4%減の654億9700万円だった。液晶パネルのカラーフィルター用材料はテレビなど最終製品の需要減などで最終製品の需要減が影響し、売上高は同5・0%減の500億000万円、前期に比べて約200万円減った。紫外線(UV)を当てると乾燥するUVインキの販売が日本や欧州を中心に伸び、食品などの包装資材向けインキも東南アジアで販路が広がった。

フルヤ金属 ナノ合金を安定生産

触媒向け Pd・Ru均質混合

フルヤ金属は、科学技術振興機構(JST)の「ACCCELプログラム」で取り組んでいる新規ナノ合金の安定生産プロジェクトを確立した。土浦工場(茨城県)に各種製造・分析装置を導入し、試作品の生産体制を整備。このほどサンプル供給を開始した。自動車排ガス触媒や化学触媒、水素インフラ触媒などとしての用途開発が本格化する。

同社はJSTが主管するACCCELプログラムにおける進行課題「二元素間融合を基軸とする物質

開発と応用展開」に参画している。同課題の目標は京都大学の北川宏教授が開発した新規ナノ合金材料の量産化技術確立と試作サンプル提供による実用化用途開発の促進。同社は合金の量産技術の確立と用途開発に対する

【2016年6月のカーバイド需給実績】
(単位:ト、前年同月比%)

生産量	数量	前年同月比
自家消費	20,200	90
出荷		
肥料原料用	1,662	113.1
合成セチレン用	15,732	95.6
溶解アセチレン用	18	69.2
その他	0	-
市販肥料原料用	3	100
溶解アセチレン用	2,000	97.4
硫酸肥料原料用	1,222	124.4
その他	0	-
自消出荷合計	20,637	98.4
肥料原料用合計	1,662	113.1
溶解アセチレン用合計	2,018	97
月末在庫	20,581	59
輸入量	98	39.8

(カーバイド工業会まとめ)

カーバイド内需6月は1.6%減

カーバイド工業会がまとめたカーバイド(炭化カルシウム)の2016年6月需給実績によると、メーカーの自消費と出荷量を含めた国内需要の合計は前年同月比1・6%減の2万6377トとなった。最大用途のクロロフランゴムやアセチレンフラックなどの化学品合成用が同4・4%減

顧客「困り込み」の手段



東洋炭素は2012年後半にWebによる販促強化の方針を打ち出し、1人枠のWeb専任者を社内で公募した。すぐ応じたのが当時、海外営業担当だった堂本浩子氏だ。

「新規開拓まで手が回らない。クライアントを訪問しながら、堂本氏はじりじりしていた。カーボン製品はユーザーごとにカスタマイズなどの技術サービスが必要。このため営業活動は既存顧客のフォローが中心になる。需要が減少している国内では新製品による新需要創出も喫緊のテーマになっている。ネットでの検索が当たり前の時代こそWebで販促支援できそうだが、自社サイトはネット空間で孤立していた。



「新規開拓まで手が回らない。クライアントを訪問しながら、堂本氏はじりじりしていた。カーボン製品はユーザーごとにカスタマイズなどの技術サービスが必要。このため営業活動は既存顧客のフォローが中心になる。需要が減少している国内では新製品による新需要創出も喫緊のテーマになっている。ネットでの検索が当たり前の時代こそWebで販促支援できそうだが、自社サイトはネット空間で孤立していた。

「新規開拓まで手が回らない。クライアントを訪問しながら、堂本氏はじりじりしていた。カーボン製品はユーザーごとにカスタマイズなどの技術サービスが必要。このため営業活動は既存顧客のフォローが中心になる。需要が減少している国内では新製品による新需要創出も喫緊のテーマになっている。ネットでの検索が当たり前の時代こそWebで販促支援できそうだが、自社サイトはネット空間で孤立していた。

「新規開拓まで手が回らない。クライアントを訪問しながら、堂本氏はじりじりしていた。カーボン製品はユーザーごとにカスタマイズなどの技術サービスが必要。このため営業活動は既存顧客のフォローが中心になる。需要が減少している国内では新製品による新需要創出も喫緊のテーマになっている。ネットでの検索が当たり前の時代こそWebで販促支援できそうだが、自社サイトはネット空間で孤立していた。

「新規開拓まで手が回らない。クライアントを訪問しながら、堂本氏はじりじりしていた。カーボン製品はユーザーごとにカスタマイズなどの技術サービスが必要。このため営業活動は既存顧客のフォローが中心になる。需要が減少している国内では新製品による新需要創出も喫緊のテーマになっている。ネットでの検索が当たり前の時代こそWebで販促支援できそうだが、自社サイトはネット空間で孤立していた。

「新規開拓まで手が回らない。クライアントを訪問しながら、堂本氏はじりじりしていた。カーボン製品はユーザーごとにカスタマイズなどの技術サービスが必要。このため営業活動は既存顧客のフォローが中心になる。需要が減少している国内では新製品による新需要創出も喫緊のテーマになっている。ネットでの検索が当たり前の時代こそWebで販促支援できそうだが、自社サイトはネット空間で孤立していた。

「新規開拓まで手が回らない。クライアントを訪問しながら、堂本氏はじりじりしていた。カーボン製品はユーザーごとにカスタマイズなどの技術サービスが必要。このため営業活動は既存顧客のフォローが中心になる。需要が減少している国内では新製品による新需要創出も喫緊のテーマになっている。ネットでの検索が当たり前の時代こそWebで販促支援できそうだが、自社サイトはネット空間で孤立していた。

「新規開拓まで手が回らない。クライアントを訪問しながら、堂本氏はじりじりしていた。カーボン製品はユーザーごとにカスタマイズなどの技術サービスが必要。このため営業活動は既存顧客のフォローが中心になる。需要が減少している国内では新製品による新需要創出も喫緊のテーマになっている。ネットでの検索が当たり前の時代こそWebで販促支援できそうだが、自社サイトはネット空間で孤立していた。

「新規開拓まで手が回らない。クライアントを訪問しながら、堂本氏はじりじりしていた。カーボン製品はユーザーごとにカスタマイズなどの技術サービスが必要。このため営業活動は既存顧客のフォローが中心になる。需要が減少している国内では新製品による新需要創出も喫緊のテーマになっている。ネットでの検索が当たり前の時代こそWebで販促支援できそうだが、自社サイトはネット空間で孤立していた。

「新規開拓まで手が回らない。クライアントを訪問しながら、堂本氏はじりじりしていた。カーボン製品はユーザーごとにカスタマイズなどの技術サービスが必要。このため営業活動は既存顧客のフォローが中心になる。需要が減少している国内では新製品による新需要創出も喫緊のテーマになっている。ネットでの検索が当たり前の時代こそWebで販促支援できそうだが、自社サイトはネット空間で孤立していた。