

# 車用塗膜材のナノ・ガラス・コート

# 自治体建造物向け参入

## 壁に耐久性、落書き対策



車のボディに塗って強度を高める「コーティング材」を製造するナノ・ガラス・コート・ジャパン(千葉市、土岐田雅信社長)は来春から、歩道橋や信号など公共設備の補修を本格化する。2020年の東京五輪に向けて、公共設備の改修・補強需要が高まるとみて、首都圏の自治体に積極的に売り込みをかける。初年度20件、約500万円の売り上げを目指す。

同社が開発した無機ガラス質のコーティング材は紫外線に強く、コンクリート製の壁などに塗ると、汚れが入り込まず耐久性が高まる。同社によると、鉄筋コンクリートに雨水などが浸透すると中の鉄筋がさびて、早いと5〜6年で劣化するが、同社のコーティング材を塗ると15年以上もつという。

首都圏の自治体ではすでに東京都の駒沢オリンピック公園(世田谷区)や代々木公園(渋谷区)の壁や、足立区役所の敷地内にある公衆トイレの

コーティングをはがせるので、汚れや落書き対策にも役立つ

壁の補強で商品を購入した。同社に橋脚の補強を発注した自治体は「設備を長持ちさせたい」と話したといい、自治体から

の需要が高まると判断した。今後は千葉県内を中心に自治体への営業を強化する。

歩道橋や信号機、街灯などの表面に塗ると、耐久性を高められるほか、落書きをされた際もはがすだけで済む利点があるという。五輪を控えて公共設備などの景観美化に取り組み自治体の需要を取り込みたい考えだ。1

平方メートルあたり18000円で販売量に応じて単価を下げる。誰でも簡単に塗れるが、高い場所など危険を伴う作業は同社が担う。

販売だけでなく、公共設備の維持・管理も合わせて請け負う。従業員が1カ月に1回程度、補強した設備を巡回し、落書きなどがあれば剥がしてきれいにする。渋谷区内

で実証実験を進めており、街灯320本などを見回りとメンテナンスなどで料金は月10万円。

同社は車のボディ用や家屋の内装用のコーティング材を販売している。16年4月期の売上高は6000万円。少子高齢化により車向けの需要拡大は見込めないため、公共設備向けの販売をもつ

※補足:

コーティングした表面に載った汚れや落書きは、その上からガムテープ等でも簡単に剥がすことができますが、コーティング自体は剥がれません。

一つの事業の柱として育つ。自治体向けの販売を乗せ、17年度500万円、3年後には2000万円の売り上げ増を目指す。