

Exclusive: A Talk with Bhutan's Leader

INTERNATIONAL Newsweek®

TRUE LOVE



Scientists who study **“canine cognition”** say your dog really does love you

26.05-02.06.2023

ISSN 2052-1081



ALBANIA €6.25
AUSTRALIA \$11.00
AUSTRIA €10.00
BAHRAIN BD3.5
BELGIUM €7.00
CHINA RMB8
CROATIA HKR70
CYPRUS €7.00

CZECH REP CZK180
DENMARK DKK57
EGYPT E£ 65.00
FINLAND €7.60
FRANCE €7.50
GERMANY €7.50
GIBRALTAR £6.05
GREECE €7.50

HOLLAND €7.00
HONG KONG HK\$80
HUNGARY FTL1.800
IRELAND €7.00
ISRAEL NIS35
ITALY €7.00
KUWAIT KD3.00
LATVIA €6.50

LEBANON LL10.000
LITHUANIA €8.99
LUXEMBOURG €7.90
MALTA €7.00
MONTENEGRO €8.30
MOROCCO MDH70
NEW ZEALAND \$14.00
NIGERIA \$3.40C

NORWAY NKR119
OMAN OR 3.250
POLAND PLN29.99
PORTUGAL €7.00
QATAR QR65
MALAYSIA RM27.90
ROMANIA LEI 42.00
SAUDI ARABIA SR35.00

SERBIA RSD1035
S LEONE SLL30.000
SINGAPORE \$11.95
SLOVAKIA €6.50
SLOVENIA €8.50
SOUTH AFRICA R55.00
SPAIN €7.00
SWEDEN SKR119

SWITZERLAND CHF10.60
UAE AED42
UK £5.99
US \$10.99
ZIMBABWE ZWD4.00

JASCO: the surface treatment specialists

Since its foundation in 1968, JASCO has continued to support the development of environmentally-friendly plating.



"We are proud that our high quality and track record of zinc plating-related agents, the mainstay of anti-corrosion technology today, are among the best in the industry."

Shigeyoshi Wada, President,
Nippon Hyomen Kagaku

A firm that regards itself as a B2C company, in the last half century JASCO has established an international reputation as a surface treatment specialist.

According to company president Shigeyoshi Wada, however,

what really sets JASCO apart is its "unique" after-sales follow-up services: "Our business is not just selling products. We take care of our customers and users moving forward to ensure that we can address any challenges or issues related to our products."



And with the majority of the company's clients coming from the automotive and electronic sectors, seismic changes are afoot.

While stressing a desire to keep one step ahead of competitors, Mr. Wada also emphasizes the importance of continuity. The shift to electric vehicles (EVs), he says, will not eliminate metal from cars, and

metal requires surface treatment.

For OEMs manufacturing engine vehicles, therefore, JASCO remains a pivotal link. Mr. Wada adds: "Our company can meet various requests by providing one-stop services. We might be a small group, but we have a long history and have accumulated significant expertise over the years" – expertise which OEMs specializing in the development of engine vehicles necessarily lack.



50th anniversary logo

Looking to the future, JASCO will continue to target Japanese manufacturers, particularly those working abroad, providing surface treatments which local competitors cannot match in terms of quality. "In many cases," Mr. Wada

explains, "these local companies cannot satisfy regulations from U.S. and European companies," a state of affairs which has led to JASCO significantly expanding its U.S. and European customer base.



JASCO'S anti-corrosion technology in use

And with the company soon to celebrate its 60th anniversary, Mr. Wada has no doubt that JASCO's customer base remains key.

"As surface treatment professionals," he concludes, "we believe that increasing customer convenience will lead to growth."



JASCO: 表面処理のスペシャリスト

日本表面化学株式会社は1968年の創業以来、環境に配慮したメッキ開発を支援し続けている。



「今日の防錆技術の主役である亜鉛メッキ関連剤の高い品質と実績は、業界トップクラスであると自負している」

日本表面化学株式会社 代表取締役社長 和田 茂与

自らをB2C企業と位置づける日本表面化学株式会社 (JASCO) は、この半世紀で表面処理のスペシャリストとして国際的な評価を確立してきた。

しかし、社長の和田氏によれば、同社が本当の意味で際立っているのは、ユニークなアフターフォローサービスにあるのだという。「私たちのビジネスは、

単に製品を売るだけではなく、製品に関する課題や問題に対応できるように、お客様やユーザーを大切にしながら前進します」

同社の顧客の大半が自動車やエレクトロニクス分野であることから、昨今では大きな変化の波が襲っている。



そこで和田氏は、競合他社より一歩先を行くことを重要視する一方で、継続することの大切さを強調する。電気自動車 (EV) への移行によって自動車から金属がなくなるわけではなく、金属には表面処理が必要なのだ。

そのため、エンジン車を製造する自動車メーカーにとって、JASCOは極めて重要な存在であり続けている。「当社はワンストップサービスでさまざまなご要望にお応えできる会社です。小さなグループかもしれませんが、長い歴史があり、長年にわたって多くの専門知識を蓄積してきました。これは、エンジン



50周年記念ロゴ

車の開発を専門とするOEMには必然的に欠けている専門知識です」

同社は引き続き日本のメーカー、特に海外で活動するメーカーをターゲットに、現地の競合他社には品質的にマネできない

表面処理を提供していくのが当社の目標だ。このような現地法人は、欧米企業の規制をクリアできないケースも多く、同社は欧米の顧客基盤を大幅に拡大してきた経緯がある。

そして、まもなく創立60周年を



防錆技術の活用例

迎える上で、顧客基盤が重要であることに疑いの余地はない。

「表面処理のプロフェッショナルとして、お客様の利便性を高めることが成長につながると考えています」と和田社長は締めくくった。

