

この人に聞く

常にイノベーションにフォーカス 技術でサステナビリティ一助

モメンティブ・パフォーマンス・マテリアルズ
グローバルマーケティングディレクター

ダイ・ブライト博士

ビューに応じた。

去る2月20日(名古屋)

と22日(東京)に第8回

技術セミナー「ウレタン

フォーム用シリコン整

泡剤および添加剤の新商

品新技術説明会」が開催

されたが(既報)、その

講演のために来日したモ

アルズ(日本法人)モメ

の。

ンティブ・パフォーマンス

・マテリアルズ・ジャ

パン合同会社、東京・港

区赤坂)のポリウレタン

や製品が紹介され、イン

フォーム(PUF)用添

加剤を扱う、グローバル

端を説明してもらった。

軟質のスラフでは、マ

ターのダイ・ブライト博

士が、リサーチ・サイエ

ンス、グローバル・テク

ノロジー・リーダーの方

ボックス/圧縮梱包)向 欧州でトップピックとなっ

けに、復元力を得る ている。

Geocel(ジオセル)プ

ランドの展開を開始して

国で展開し40カ所に拠点

を持ち、5000人超の

従業員、世界で100カ

国以上、約4000人以

上の顧客を有し、売り上

げはシリコンビジネス

を中心に30億米ドルの規模

な用途の一つで、経時変

化での断熱性能低下を抑

制する添加剤や欧州の規

制に対応した低分子シロ

キサンのシリコン整泡

ゼン、中国上海の3拠点

で開発を行っており、用

途や応用の評価は群馬県

太田市、シンガポール、

インドのチェンナイ、ブ

ラジルのイタチバの拠点

で行っている。

をFHOに対応した整泡剤

をFHOに対応した整泡剤

を紹介し、低臭気や低V

OCなどを米国、日本、

インドでも優れた国とい

う見方をしている。日本

界の市場でも勝つという

は他の国よりも高機能、

ことであり、我々にとっ

ては重要な要求であるとい

は、その要求にこたえてい

る。その高性能な製品が

を述べた。

また「特に自動車関連

のため非常に重要である

はコロナの時期は落ちた

と考えている。日本は非

常が高い製品、高品質の

いる。日本車はグローバ

ルで約3分の1と捉えて

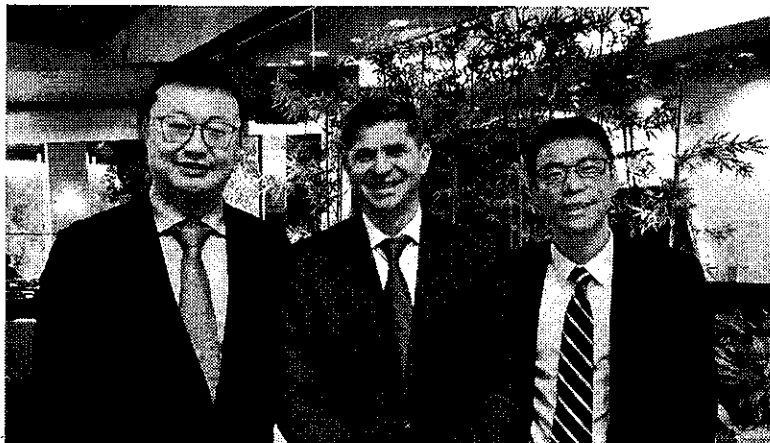
で勝つということは、世

おり、そこに注力するこ

と結んだ。

の技術力が海外展開をす

るうえで非常に重要」と



右からダイ・ブライト博士、
ガブリエル・キス博士、ニュー・ミン氏

とは我々の成長において
大切である」と日本市場
への考えを示した。
モメンティブは1996
年からNiaxフラン
ドを展開し、常にイノベ
ーションにフォーカスし
新しい製品を世の中に送
り出しているが、「注目
しているのがサステナビ
リティであり、我々の技
術がユーザーの持続可能
な発展を手助けできるよ
うな製品を提供すること
が大事と思っており、そ
れが世界に広がっていく
と考えている」と述べた。
インタビュー前日に名
古屋で説明会が開かれて
おり、日本の印象につい
て尋ねてみると「若い研
究者とのディスカッショ
ンで次の世代を担う代替
わりを感じた。日本人は
学ぶことに対して貪欲で
日本は細かいところまで
こだわるというのがほか
の国と違う」と「日本国
内だけではなく、日本で
の技術力が海外展開をす
るうえで非常に重要」と