

Nishimura Chemitech espande la produzione per creare più valore

Il presidente dell'azienda vuole inaugurare una nuova era di cambiamenti, caratterizzata da un futuro più solido per Nishimura Chemitech come azienda commerciale con capacità produttive.



"Voglio assumere collaboratori capaci di autonomia e creatività nell'analisi delle esigenze dei clienti."

Osamu Nishimura,
Direttore e Presidente,
Nishimura Chemitech Co., Ltd.

È stato quasi dieci anni fa, nel 2014, che Nishimura Chemitech, una società commerciale con sede in Giappone, ha deciso di entrare in produzione.

Il motivo è semplice, come spiega il presidente dell'azienda

Osamu Nishimura: "Non possiamo più sopravvivere se agiamo solo come un'azienda commerciale."



Sistema di diluizione e dosaggio dei prodotti chimici

Eppure la decisione si è rivelata saggia.

Quando la pandemia di Covid iniziò a causare problemi logistici nel mercato dei semiconduttori, Nishimura era già ben avviata e aveva penetrato con successo il mercato giapponese con scrubber di gas di produzione coreana. Una rarità per il mercato nazionale, che non è

noto per accogliere dispositivi di produzione straniera.



Armadio a tamburo per prodotti chimici non diluiti

Il segreto? La capacità di Nishimura di vendere il nuovo prodotto e offrire servizi di manutenzione in parallelo. Secondo Nishimura, questo sviluppo "distingue l'azienda" e le conferisce una solida reputazione tra i produttori sudcoreani.

Con un brevetto in corso di registrazione per il suo sistema POU (Point-of-Use), un sistema avanzato di miscelazione di sostanze chimiche



Scrubber e refrigeratore

che ha molte applicazioni nei processi dei semiconduttori, il futuro dell'azienda sembra brillante.

Per il futuro, Nishimura desidera trovare un partner in grado di offrire servizi di manutenzione nei mercati esteri: "In effetti, stiamo cercando di trovare qualcuno che possa fare quello che facciamo noi a livello nazionale, per aiutarci a introdurre i prodotti giapponesi all'estero."

L'ingresso nella Cina continentale è in cima alla lista dei suoi desideri.

Ma soprattutto è fondamentale che l'azienda continui a creare valore aggiunto, perché solo così può crescere.