

MOOV DISCUSSION



今回のディスカッション会場となったフリーベア本社工場

こだわりを持つマニアのニーズを刺激する「一点主義」。

田中 「一点主義」を貫いていると意外なサプライズもありますね。「ローバル」は本来、防錆補修塗料なので金属に塗布するのが常套なのですが、プラスチックに塗って磨くとリアルなメタル感が出せるとモデルガンマニアから高い評価を得ています。用途の広がりといえば、防かびの効能もあるようで、酒造会社の工場内の塗料などにも使ってもらっています。普通の防かび塗料よりも耐久性があるようです。また、色が経年変化していくという特性から装飾用の建築用塗料に採用されたりもしています。「一点主義」には、私たちが知らないさまざまな用途へのこだわりを持つマニアのお客様が考えてくださるというサプライズがありますね。

高橋 同感ですね。「一点主義」をしていると

思いもよらない発注が来ることがあります。当社のバルブの対象は30～40年前のレトロな車なのですが、先般、日本の中古車雑誌に特集されたんですね。その記事を見て、国内のお年を召したお客様から「何十年も前に乗っていた愛用バイクをもう一度走らせたいからバルブをつくってほしい」とのオファーをいただきました。「これを手付にしてくれ」と札束を握りしめてね(笑)。こんなサプライズはものづくりをしている人間にとって何よりの喜びです。

天野 いいお話です。将来、クラシックカーマニアの方からの受注が殺到するかもしれませんね(笑)。当社のボールトランスファーは搬送用を専らにしていますが、他の用途でも使っていただいています。例えば、プロのカメラマンが移動撮影する際に使うブレ防止機器

に使われたり…中には、うちの製品を使って手づくりされている方もいるようです。他には、免震装置の部品に使われたり、新幹線の連結部分に採用されていたり…。お客様、特にマニアの方々は、私たちの発想を超えたいろんな用途を開発されるんですね。これらをヒントにすれば、まったく新しい市場を開拓できるかもしれません。

社名ブランド

南洋防錆工業

ローバル

社名をブランド名に、覚えやすく

DOKURO

日本精機株式会社

「ドクロ」ブランドで、補修用エンジン・バルブを海外市場で販売。独自の測定ノウハウで30～40年前のレトロなバルブでも製造可能。多様な要望に応えられる体制を整えている。

544-0005 大阪市生野区中川5-13-5

Tel 06-6753-0881

<http://www.enginevalve.co.jp/>

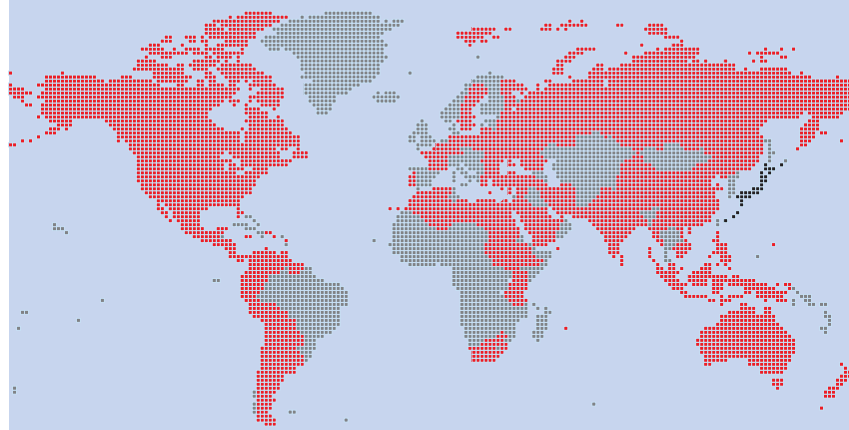
高橋 祐子 Yuko Takahashi

日本精機株式会社 代表取締役

海外市場で、得意の英語を使いこなす才女。



世界70か国以上に
補修用エンジン・バルブを輸出



マレーシア フィリピン バングラデシュ タイ スリランカ シンガポール ベトナム 中国 インドネシア ミャンマー
バプアニューギニア ネパール インド カンボジア パキスタン エジプト スーダン モロッコ アルジェリア リビア
南アフリカ カナリア諸島 モルドバ モーリシャス タンザニア ケニア エチオピア
ロシア トルコ ギリシャ ブルガリア フランス ドイツ ポーランド ベルギー スウェーデン キプロス リトアニア
ペラルーシ ポルトガル ウクライナ ルーマニア オーストラリア ニュージーランド
サウジアラビア アラブ首長国連合 イエメン イラン ヨルダン レバノン シリア グアテマラ パナマ ホンジュラス
ドミニカ共和国 エルサルバドル コスタリカ トリニダード・トバゴ ニカラグア ジャマイカ ガイアナ メキシコ
スリナム マルティニーク プエルトリコ ペルー コロンビア チリ アルゼンチン ペネズエラ ボリビア パラグアイ
エクアドル ウルグアイ アメリカ合衆国 カナダ

SINCE 1955

ROVAL

ローバル 株式会社

一度塗れば防錆効果を発揮するめっき発想の塗料「ローバル」を製造・販売。防錆補修塗料というニッチ市場のトップメーカーとして知られる。防かびや建築用などの新領域も開拓中。

576-0054 交野市幾野6-41-1

Tel 072-892-7791

<http://www.roval.co.jp/>

田中 有 Tamotsu Tanaka

ローバル株式会社 代表取締役

後継者育成にも余念のない二代目経営者。



強いブランド力で「一点主義」を推進。

高橋 当社は「ドクロ」というブランドで海外展開しているのですが、バングラデシュやマレーシアでは憧れのトップブランドになっています。「名は体を表す」と言いますが、「ドクロ」が海賊船の旗印みたいに世界を席巻するシンボルになってくれればと願っています。ただ、残念なのは社名とブランド名を統一していないこと。早々に社名変更して統一したいと考えていますが、なかなかそこまで手が回らなくて…。

天野 そうですね。社名とブランド名の統一は大切なことだと思います。当社はもともと共栄精工という社名だったのですが、2000年にブランド名だった「フリーベア」を冠してフリーベアコーポレーションと社名変更しました。今では、「フリーベア」は、ボールトランスファーの代名詞として広く認知していただき、自動車メーカー、家電メーカーをはじめ全国の製造工場の生産設備や工作機械メーカーの部品として多数の納入実績を持っています。この実績を支えている要因のひとつにブランドの浸透があると考えています。統一したのが功を奏した、と。

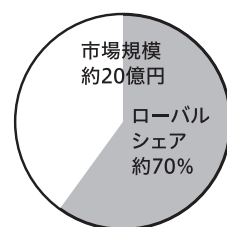
田中 まったく同感ですね。私が創業者である父から経営を受け継ぐ際、提案したのがブランド名と社名の統一でした。それまでは東

洋防錆工業という社名だったのですが、思い切って製品の登録商標である「ローバル」に変えたんです。一番売らなければならないものの名称ですから、それを社名にするのが得策だと。それが1991年のことです。お客様からは「発注しやすくなった」と喜んでいただきましたね(笑)。現在は、このブランド名&社名をベースにして製品のシリーズ化を図っています。これから力を入れていこうと考えているのが、水溶性のローバル。環境にやさしいのがポイントです。現在は一液一粉末タイプですが、近いうちに一液タイプを市場に投入したいと考えています。技術的に難易度が高いのですが、他社が追従できないというメリットがあります。

天野 「フリーベア」ブランドの価値を最大限に活かしたいですね。ブランドを切り売りするような安売り対応は一時の打ち上げ花火。今ある価値を大切にしてお適価格での販売を維持していきたい…それが結果的にはお客様第一のものづくりにつながると考えています。

高橋 「一点主義」で「一点突破」するにはブランド力は欠かせませんね。うちも早く統一しなければ…。MOBIOさん、ご指導よろしく(笑)。

一同 今日は、ありがとうございました。



※ローバル調べ



防錆補修塗料でトップシェアを誇るローバルブランドの製品