

大平潤販(中島裕晶社長、東京都千代田区)は、社会問題や環境課題の解決に寄与することを目的としたオリジナルブランド「ドライブ(DR)」を展開している。DR第2弾の商品として、ディーゼルエンジンオイルを2020年8月から販売。1年間で千本の販売を目指し掲げているが、当初目標を上回る勢いで、好調に推移しているという。

DRはドライブとアクティブを組み合わせた造語。第1弾でDPF(ディーゼル排気微粒子除去装置)専一営業部の青木宏彰マネー

用クリーナー「スーパーDC」プラス」を販売している。また、社会貢献の一環として、DR商品の収益の一部をチャансフォーチルドレンを通じて子供の教育

支援のために寄付している。

ディーゼルエンジンオイルは、SDCプラスの納品先からエンジンオイルに関する要望の声が多くなったことなどを受けて製品化。第

大平潤販

ジャーは「安心して使ってもらうこと」を重視しており、オイルは国内大手メー

カーに依頼して製造している」という。

同オイルは「DH-12」と「DH-12プレミアム」の2タイプで、それぞれ2種類の粘度タイプを用意。

DH-12プレミアムはDH-12に比べて、オイル交換の必要な走行距離が1・5倍のため、長距離輸送で見られるオイル交換のタイミングの逸失を防ぐとともに、省資源やコスト削減に寄与する。各タイプ200kgのドラム缶で販売してお

り、同容量でトラック約30台に対応できる。また、離島以外は基本的には無償で空きドラムを回収。更に、オイルが正常な状態かなどを分析するサービス(無償)や自社製品以外を含めた適切なオイルをアドバイスするサービス(有償)を提供している。

DRのポスターを手にする第一営業部の青木マネージャー

青木氏は「安心感もあってほとんどがリピーターになれる。今後のDRは、ディーゼルに特化せず、ニーズをくみ取りながら商品化を検討していく」と話している。

(井内亨)

オリジナルブランド展開

社会問題解決に寄与



DRのポスターを手にする第一営業部の青木マネージャー