

エンジンオイルをはじめとする潤滑油などの販売・販促活動を展開している大平潤販（中島裕昌社長、東京都千代田区）は6月から、プライベートブランド（PB）「DR ACTIVE E（ドラクティブ）」のパッケージデザインとロゴを統一する。これを契機にブランドコンセプトの「快適を超える快感、感動の提供、社会貢献」を体現する姿勢を社会に広く発信。キヤッチコピーに掲げる「時代と車を動かす」事業に一段とギアを入れる。

大平潤販

PBデザイン・ロゴ統一 コンセプト広く発信

燃料添加剤「SDC PLUS」



を色言葉に含むというあざき色を用いて、ロゴは車の主要な部品の一つである「歯車の一部」をモチーフに使用。「より多くの顧客に知っていただき、信頼されるブランドにしていきたい」（事業企画開発部の岩切静香グループリーダー）との思いを込めた。

ブランド戦略の一環として、今後はPBの手洗いブラシ、ブレーキパーソクリーナー、ディーゼルエンジンオイル、スプラッシュポリマー、タイヤワックスなど、同じデザインとロゴを採用してシリーズの統一感を持たせる。「トラック・バスの救世主」を標榜する燃料添加剤の「SDC PLUS（スーパーディーゼルクリーナー プラス）」もドラクティブを冠した商品。燃料タンクに注入して走行するだけで、すすの燃焼を促進してDPF（ディーゼル微粒子除去装置）の目詰まりを改善する。

同商品は、燃費向上、DPF再生の回数削減や時間短縮、白煙の排出低減、イマネージャーは「SDC PLUSは車内内部の変化に合わせ、あるいは容量の10万本（1本当たりの容量は500ml）を突破しており、その利用の大半は運送事業者の車両という。

営業部の三好林太郎次長は「特殊な成分を使っているSDC PLUSは、DPFに起因する車両の稼働停止を防止する。低温（セ氏400度）ですすを燃やせるため、低速走行やストップ&ゴー（市街地の走行）、PTO（パワー・テイク・オフ）装置が付いた車両に有用。整備工場も人手不足が加速しており、予防整備としても使われている。車両を安定稼働させる一助になりたい」と話す。

事業企画開発部の大沼慧

（澤田顕嗣）