

スケールメリットで競争力高める

ヤブタ塗料（神奈川）

就任して6年目に入った藪田直秀社長は一昨年、長期10カ年計画を策定、その2年目に入っている。「スタートから10年後の2022年に22億円の売上を目指す。また、売上もさることながら、例えばその時点で上場を目指したとして証券会社が真剣に取り組んでくれるような企業内容にするのが目標」と見定める。汎用塗料という差別化の難しい商材を扱っている以上、「スケールメリットで競争力を高めていくのが基本」との方針だ。

社歴100年以上を誇る老舗中の老舗。とは言え、伝統の上に胡坐をかくことなく、主力の塗料販売の他、工業塗装（加工）、建築塗装（戸建て塗り替え）と事業領域を拡大、型にとらわれない柔軟な展開が目立つ。

塗料販売に関しては「エリアでのシェア拡大とC&C業態の確立、ネットやDMなど無店舗販売を絡めた売上増大」と明言。エリアでのシェア拡大に関しては「詳細なマーケティングを行った結果、主戦場の県西部エリアでまだまだ伸ばす余地があることが分かった。現況の倍のシェア獲得を目指す」とし、開拓層のリストアップなどで市場を可視化し、アプローチを強める。

また、C&C業態に関しては現在平塚営業所で展開。「品揃えや陳列方法、お客さんとの会話のキャッチボールなど店頭販売特有のノウハウを構築。まだ月間の売上目標には届かないものの、手応えは感じている。ビジネスモデルが確立できれば多店舗化も視野に入れたい」と見据えている。

更に、情報インフラ、物流インフラ



の進化の中で「無店舗販売も有望な流通チャンネル」と捉えており、インターネット販売やDM販売にも傾注する。

販売手法が多岐にわたり、力が分散されるとの見方もあるが、それぞれにおいてマーケティングで市場性をつかみ、行動によって感触を確信するなど順序を踏まえた固い展開。「塗料の販売といっても多彩なアプローチがあり、お互いが刺激し合ってユニークなアイデアも生まれる」と相乗効果へも期待。

塗料販売以外に工業塗装、建築塗装といった塗装の現業部門を抱えているのが同社の大きな特徴。工業塗装に関しては静岡県沼津市と中国上海で工場を稼働。ベトナムでの稼働も視野に入れる。「今般、沼津工場を移転、充実化が図られることでマザー工場としての存在感が高まる。海外展開での優位性につなげていきたい」とここでも積極策を取る。

90年代から始めている戸建て塗り替え事業は既にリピートオーダーも出始めており事業として成立。「今後リフォーム需要の増大が確実視されており、最も有望な事業分野」との見方だ。

「塗料販売、工業塗装、建築塗装それぞれのノウハウや情報を絡めあわせることで得られるシナジーを、自社の独自の強みにしたい」。