

ジャパンリビルト（田中勝弘社長、大阪府堺市）が差別化戦略を強化している。小型トラック向けの部品や輸入車の駆動系部品などの品揃えを拡充。豊富な在庫量を強みにして価格競争に巻き込まれにくい商品領域でのリビルドパーツ販売を引き上げる。

同社はこれまで「品質にこだわり、安心して販売していただける商品を扱いながら、幅広い注文に応じられる品揃えを整えてきた」（田中社長）。20万台にも上るコアの在庫で様々な顧客ニーズに応える一方、自社で部品の内製化工場を持つ特徴を活かし、低コストで品質の高い商品供給に力を入れてきた。

こうした同社独自の強みを維持、向上させながら、今年は商用車の中でも特に2〜4

豊富な在庫が強み 差別化戦略を強化

ジャパンリビルト



クラスの品揃えを強化している。エンジンやトランスミ

ッションは

もちろん、

電装部品、

パワステ、

触媒などあ

らゆる部品

の完成在庫

をラインア

ップ。トラ

ンスミッシ

ョンではA

TとMTの特

徴を兼ね備

えるセミ

オートマチ

ックトラン

スミッショ

ン（※い

すゞ自動車

小トラや輸入車向け部品拡充

のスムーサーなど）の需要にも対応する。

よりの価格競争が激しい商品領域での取り組みも進む。例えばドライブシャフト。輸入車や四輪駆動車の後輪など他社が手掛けないような部品も在庫しているという。低価格競争下の商品提供ではなく、たとえ市場規模は小さくとも顧客ニーズのある部品を提供する。それが販売量の拡大とともにリピーター作りにつながっている。

少子高齢化や人口減少、自動車販売台数の縮小に伴う使用済み自動車（ELV）の発生減など市場環境は厳しい。その中で同社は多様化する顧客ニーズにマッチした商品提供を通じて循環型社会の実現に貢献していく。