2021年9月8日

【新聞掲載のお知らせ －「日刊自動車新聞」（2021年 7/3，8/14，8/24）】

日刊自動車新聞に、当社の新領域となるカーディテイリング事業の取組記事が掲載されましたので、お知らせいたします。

記事は　下記からもご覧いただけます（8/14･24は日刊自動車新聞電子版会員のみ閲覧可能）

《2021年7月　3日 1面》「SPK、ボディーコーティングの「カービューティープロ」の全株式を取得」

《2021年8月17日 4面》「SPKがディテイリング提案本格化、1000拠点で取り扱い目指す　研修設備の増設も視野に」

《2021年8月24日 4面》「SPK、モビリティ事業で新たな付加価値提案〈インタビュー〉SPK　沖恭一郎社長」

日刊自動車新聞
7月3日（土曜日）

SPK　洗車のカービューティープロを傘下に

SPKは2日、洗車サービスやボディーコーティングチェーンなどを手がけるカービューティープロ（古賀大介社長、東京都世田谷区）の全株式を取得すると発表した。買収額は非公表で7月15日に手続きを完了する予定。SPKが展開する自動車整備や補修部品事業にカービューティープロのカーディテイリング事業を組みわせ、アフターマーケットでの事業展開を拡大する。

カービューティープロは1976年に創業した会社。洗車やコーティングのほか、車内クリーニングやカーラッピング、カーフィルム、ウィンドーリペアなどを手がける。創業者の小口洋史会長が高齢になったため、SPKへの株式売却を決めた。手続きの完了後に小口会長は退任し、SPKの沖恭一郎社長がカービューティープロの会長を兼務する。古賀社長は続投する。

SPKは5月に策定した3カ年中期経営計画で最終年度の2023年度に売上高を現在の約3割増に当たる500億円に、営業利益を約2割増に当たる25億円に引き上げる目標を掲げる。市場が拡大し推移するカーディテイリングサービスをグループに取り込むことで事業拡大につなげる。

日刊自動車新聞社が記事利用を許諾しています。
掲載日　2021年7月3日　日刊自動車新聞　1面　©日刊自動車新聞社　無断複製転載を禁じます。

日刊自動車新聞
発行所 日刊自動車新聞社
8月24日（火曜日）

インタビュー

SPK　沖　恭一郎社長

モビリティ事業で新たな付加価値提案

ディテイリング分野に本格参入

今年5月に公表した新中期経営計画で「新規モビリティ事業」の立ち上げを掲げた部品商社のSPK。祖業の部品事業に連なる新たなビジネスモデルの構築によって、中計最終年の2023年度には20年度比30%増の連結売上高550億円を目指す。21年7月にはこの一環としてカービューティープロ（CBP、古賀大介社長、東京都世田谷区）を子会社化し、ディテイリング分野にも本格参入した。今後の展望を沖恭一郎社長に聞いた。（内田　智）

―CBP子会社化の経緯と狙いは

―当社の整備ネットワークの10年先、20年先を考えたときに、モビリティ分野で事業者に新たな付加価値を提案する必要があると考えてきた。こうした中で事業承継を検討していたCBPとの利害が一致し、グループ入りが実現した

―ディテイリング分野への進出でどのようなシナジーを見込むのか

「さまざまなパターンを模索しているが、まずはCBPの持つコーティングやラッピングなどの専門技術をSPKの整備ネットワークに広げ、各事業者の付加価値向上につなげたい。同様に、これまでにCBPで研修を受けた事業者などにSPKの持つ整備・補修ノウハウを還元するケースもあるだろう」

ケミカル技術生かす

―コロナ禍以降、美装化ニーズの伸長を追い風にディテイリング市場は成長を続けている。その中でどのように独自色を出すのか

「ケミカル製造子会社の谷川油化興業（小川健一社長、横浜市鶴見区）の技術を生かせるのではと考えている。CBPがこれまで手掛けてきた施工・研修の深化に加えて、商品面でも新たな提案ができればCBPはディテイリング業界の看板で、施工技術や指導ノウハウは折り紙付き。そのネットワークに広げ、各事業者の付加価値向上につなげたい。同様に、これまでにCBPで研修を受けた事業者などにSPKの持つ整備・補修ノウハウを還元するケースもあるだろう」

―「CBPはディテイリング業界の看板で、施工技術や指導ノウハウは折り紙付き。その半面、最近は積極的に密出していなかったこともあってノウハウを還元するケースもあるだろう」

一般認知は代理で偏りがあった。今後は、昔からの顧客はもちろん、これまでCBPに馴染みのなかった顧客にも品質の高さを知ってもらえるよう働きかけていく。

まずは1千拠点で取り扱い目指す

―導入目標は

「既に部品商からの問い合わせがあるなど、手応えは感じている。数よりも質を第一とすることが前提だが、まずは1千拠点での取り扱いを一つの目安に提案を進め、顧客の理解を得ていきたい」

「ディテイリングは比較的導入コストが低く、研修を通じて技術を積めば早期にビジネス化できる。特定整備制度への対応や、先進安全車（ASV）の普及に伴う板金修理の入庫減など、顧客を取り巻く環境は厳しくなっている。まずはディテイリング市場は成長を続けている。その中でどのように独自色を出すのか

―SPKの顧客となる部品商や整備事業者にもメリットが大きいと見込む理由は

「ディテイリングは比較的導入コストが低く、研修を通じて技術を積めば早期にビジネス化できる。特定整備制度への対応や、先進安全車（ASV）の普及に伴う板金修理の入庫減など、顧客を取り巻くビジネス環境は厳しくなっている。まずはディテイリング市場は成長を続けている。その中でどのように独自色を出すのか

―SPKの顧客となる部品商や整備事業者にもメリットが大きいと見込む理由は

「ディテイリングは比較的導入コストが低く、研修を通じて技術を積めば早期にビジネス化できる。特定整備制度への対応や、先進安全車（ASV）の普及に伴う板金修理の入庫減など、顧客を取り巻く