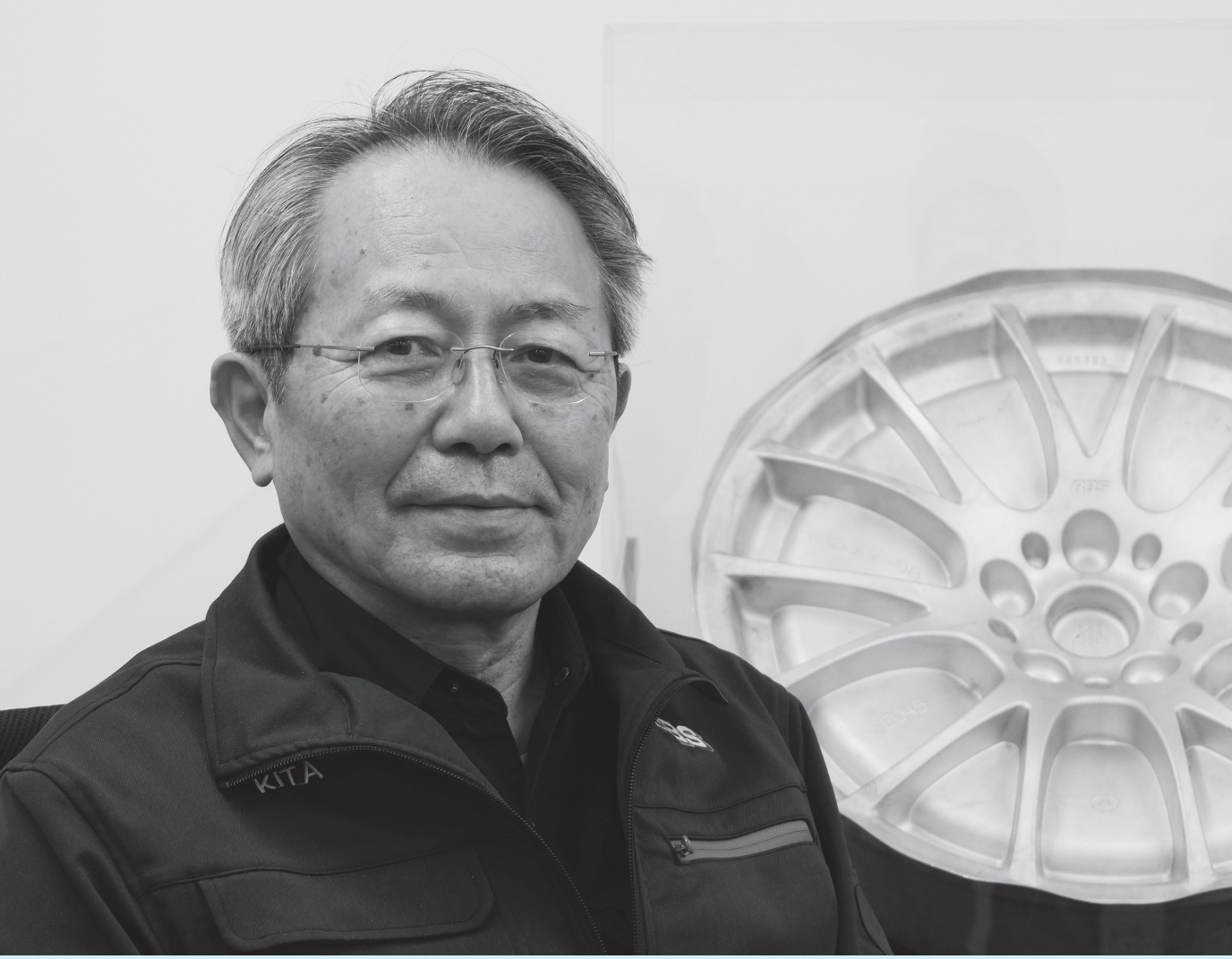
Interview

北　秀孝氏 × 舟橋　徹氏

インタビュア

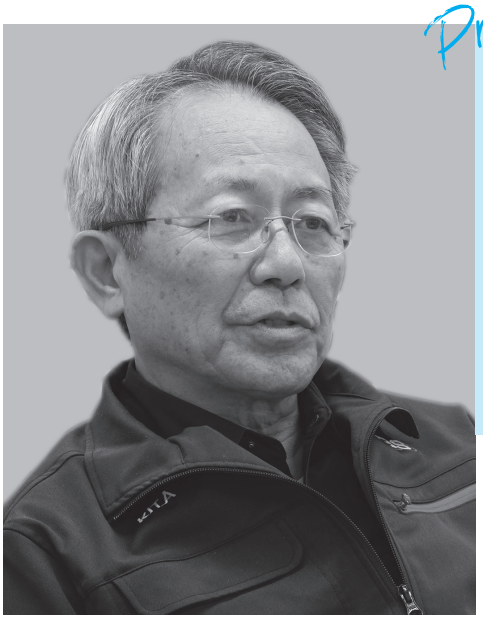
Hidetaka Kita
BBS ジャパン㈱
代表取締役 社長

Toru Funahashi
トヨタ自動車㈱
素形材技術部 ダイキャスト技術室 主幹



自動車ホイールのブランド力は鍛造技術をベースに築き上げた

自動車用ホイールでBBSブランドは圧倒的な存在感を誇る。世界最高峰のカーレースF1で連勝を重ねたことが、ゆるぎないブランド力を構築した。そしてそれを支えたのがBBSジャパンの鍛造技術。世界を席巻するホイールのブランド力とそれを生み出す技術力の源泉について同社をけん引する北秀孝社長に聞いた。



Profile

北　秀孝（きた　ひでたか）

1977年3月	東京工業大学 工学部機械工学科 卒業
同　年4月	㈱小松製作所 入社
2006年11月	㈲コマツ・シー・アイ・エス　社長
2010年4月	㈱小松製作所 執行役員　建機マーケティング本部 プロダクトサポート本部長
2014年4月	同社 常務執行役員　アフターマーケット事業本部長
2018年7月	前田工繊㈱　顧問
2020年4月	BBSジャパン㈱　副社長
2021年7月	同社 社長

舟橋　まずは北秀孝社長の経歴からご紹介ください。

北　1977年に建設機械メーカーのコマツ［小松製作所］に入社し、定年まで勤め上げた後、2018年に地元・福井県の土木・建設資材メーカーの前田工繊に再就職して2年間勤務しました。同社は、2013年に株式取得した3社を合併させてBBSジャパンを立ち上げました。私は前田工繊に勤務中の2020年にBBSジャパンに移籍し、その後社長に就任しました。

舟橋　コマツさんではどのような仕事をされていたのでしょうか。

北　入社から15年間は建設機械のテストドライバーをやりました。建設機械は2〜3年かけて試作機で制御性や走行性など基本性能をすべてテストします。テストドライバーを務めた後は米国で販売促進を担当し、帰国後は商品企画のプロジェクトリーダーを務め、その後はマーケティング部門でアフターパーツ販売に携わり定年退職となりました。

舟橋　建機メーカーから現在は自動車ホイールメーカーのトップを務められる北社長ですが、御社の歴史についてお聞かせください。

北　BBSジャパンの商号は2013年からですが、その前身はワシマイヤーというアルミ合金製経編機部品の鍛造メーカーです。大型経編機のボビン（糸を巻くための筒状部品）などの部品を鍛造加工していました。

舟橋　前身の鍛造メーカー時代からクルマのホイールに似た形状の加工品をつくられていたのですね。

北　そうですね。ただ、鍛造でつくったことで耐久性向上や軽量化など経編機部品の品質が上がったものですから、その結果として補給部品の需要が減ってしまいました。そこで経編機の鍛造技術を転用できる用途がないかと探した結果、1983年にドイツBBSと提携して日本BBSを設立し、ホイールの鍛造加工を始めたのです。

ブランド力構築は一朝一夕にはいかない

舟橋　御社が生産されるホイールのブランド力は非常に高いですが、ブランド価値についてどのように捉えられているのかお聞かせください。

北　ブランドの価値は一朝一夕にはつくれないと思います。ドイツBBSには創業期から3人のキーマンがいて、鋳造アルミホイール全盛期の1983年に鍛造アルミホイールを開発してレースに投入しました。レースへの供給を続けるうちに技術力が認知され、1990年にはマグネシウムの鍛造ホイールを試作してイタリア・フェラーリに提案し、1992年にはF1レースカーのホイールとして3年間の独占契約を締結できました。以降、フェラーリはF1レースで数多くコンストラクターズチャンピオンやドライバーズチャンピオンを獲得しました。それが当社への評価ともなり、国内自動車メーカーへのOEM供給の拡大、海外自動車メーカーとのOEM契約の新規締結へとつながりました。1994年からはフェラーリ以外のF1レーシングチームにも供給しています。

舟橋　材料開発から始まる御社の鍛造技術が従来にはなかった製品や品質を提供し、それが最も過酷なモータースポーツで使われ認められるうちにブランド力が培われ価値が高まり、市販車へと広がったのですね。

北　はい、今もレースへの供給は続けていますし、レースで培った技術を市販車のホイールに展開すべく製