

「不易流行」具現化

中国陸運 大型車に復刻デザイン



往時の意匠を採用したトラック④と最新デザイン
のトラック

中国陸運（西尾義輝社長、広島県廿日市市）は不易流行の理念を具現化しようと、不易のシンボルとなる創業当時の意匠をトラック1台に施した。2015年にも同様のデザインの復刻トラックを製作したが、大型車両は初めてで、26年5月26日から稼働している。

1月に年男の48歳を迎えた西尾社長が「原点回帰する」とともに、前に向かって攻めよう」と改めて決意。「不易」「流行」それぞれをトラックのデザインで表現した。

流行に相当する最新のグラフィックをまとったトラックは、春に投入。以前からモノトーンの新デザインを採用していたが、ロゴマークを含め大幅にリニューアルし、荷台の左右と背面に物流への思いとサービスの内容を英語で表記した。

不易に当たる今回のリバイバル車両は、フロントなど外装全体に往時のカラーリングを選択。ボディにもシルバーのフィルムを貼って漢字のロゴを入れ、丸パイプのステンレス製サイドバンパーを装着させた。

ベース車両は三菱ふそうトラック・バス（フランツィスカ・クスマノ社長兼CEO）の最高経営責任者、川崎市中原区）の新型スーパーグレート。西尾氏は「このトラックのデザインが、復刻版のイメージと重なった。先代の創業の精神を可視化する、象徴のような存在になった」と話している。（矢野孝明）