

創業以来 50 年以上の歴史を持つ滋賀県の清掃会社に、なぜ“あひる”のキャラクターが？業界のイメージを変える、リ・プロダクツ「ろぼあひる」誕生の裏側

創業 50 年以上の清掃支援の会社が生み出す、新たな風



リ・プロダクツ株式会社は、「清掃を科学的に捉え、快適空間を創造することで社会に貢献し、働く仲間の幸福を追求すること」をミッションに掲げ、“清掃 DX によるソリューション”を広げるべく事業を展開する企業です。

1973 年の創業以来 50 年以上の歴史を持ちながら、ロボットレンタルサービス「おそうじレンタル」では幅広い施設に直接サポートを提供し、その導入数が全国 2,000 台以上を突破するなど、本社を置く滋賀県から全国へ事業を展開してきました。

そんな弊社に、今「ろぼあひる」というマスコットキャラクターがいることをご存じでしょうか。



キャラクターの名前は「ろぼあひる」。弊社の運用する SNS に登場しており、イラスト主体から幅を広げ最近ではぬいぐるみだけでなく着ぐるみも登場するなど、その活躍の場を広げています。

なぜ清掃 DX のソリューションを提供するリ・プロダクツに、アヒルのキャラクターが突如として登場したのか。その誕生の裏にある、ニッチな業界の中小企業が抱えるリアルな課題と、社員の小さなアイデアから始まった試行錯誤の物語について、マーケティング戦略室室長の坂下真綾が語ります。

コロナ禍で高まった WEB マーケティングの需要。

直面した地方 BtoB 企業としての悩み

## 私たちのできること

リ・プロダクツ株式会社



清掃・ビルメンテナンス業は、社会に不可欠なエッセンシャルワークでありながら、その仕事内容には古くから「3K（きつい、きたない、危険）」といったワードが想起され、ネガティブなイメージが付きまとっているという実情があります。そんな世間のイメージを、どうすれば変えていけるのか。それはリ・プロダクツにとっても大きなテーマでした。



転機となったのは、2020 年のコロナ禍です。多くの BtoB 企業と同様に、対面営業が困難となり、Web マーケティングの重要性が急速に高まりました。

そうした動きを背景に、弊社も Web をはじめとしたマーケティング活動に動き出すことになりました。マーケティングをゼロから進めるにあたり、50 年という半世紀かけて築き上げてきた基盤を生かすことで、最初から広告に頼りすぎず、コンテンツの力で自社のファンを増やしていきたいという思いがありました。



コンテンツを強化し、発信していくことを考えたとき、ニッチな BtoB 向け企業かつ地方の中小企業が、社の認知度を高めるための施策の 1 つとして出てきたのが SNS でした。

しかし、当時、次第に中小企業にも SNS 活用の波が来ていた一方で、いわゆる“中の人”として専任担当者を置く余裕はなく、他の業務と兼務しながらの運用では、人員もリソースもノウハウも不足しているのが実情でした。

また、清掃業務や一見すると家庭用であるロボットのビジネスにおける稼働風景といった発信自体、食事中や休憩中に気軽に閲覧される SNS において、ユーザーが求めている情報にはならないのではないかという懸念もありました。どうすればもっと多くの方に当社のことを知ってもらえるのか、発信内容に頭を悩ませる日々が続きました。



きっかけは、100 均の「アヒル」

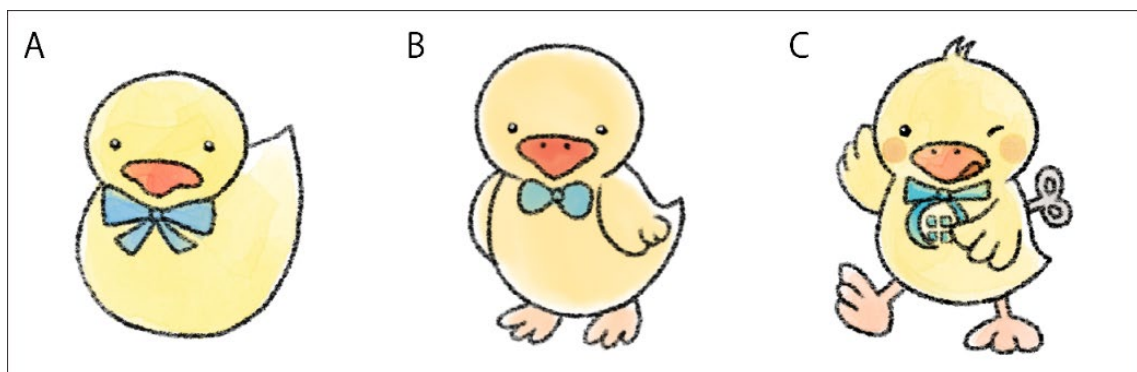


そんな中、一つの投稿が予想外な反応を得ました。それは、100 円ショップで買った黄色いアヒルのおもちゃを、お掃除ロボットの上に乗せて走らせた、何気ない投稿でした。この投稿に対する周囲の反応が最も良かったのです。

このアヒルを、うちのキャラクターにしてみたら面白いのではないかと思います。一個人の突飛なアイデアでしたが、会社は面白がって受け入れてくれました。

**清掃業界としての発信という挑戦。キャラクター開発で大切にされたのは「親しみやすさ」**

フリーランスのイラストレーターへのコンペを経て、現在の「ろぼあひる」が誕生しました。コンペでは様々なデザイン案が寄せられましたが、最終的に選んだのは、キャラクターの親しみやすさや愛嬌が伝わる優れたデザインでした。



デザインを担当してくださったイラストレーターの方は、制作時のこだわりやキャラクターに込めた思いについて、次のように語ってくさっています。

「ぬいぐるみのような、温かく愛らしいフォルムを意識し、頭の毛や背中のねじまきで、ちょっと抜けたような愛嬌と個性を表現しました。見た瞬間につい笑顔になってしまう、気がつく側で寄り添ってくれている…そんな親しみやすい存在になってくれたらという思いでデザインさせていただきました。リ・プロダクツさんで生まれた「ろぼあひる」は、とても幸せそうだなと日々感じており嬉しいです」

こうして、見る人誰しもにとって親しみやすい現在の「ろぼあひる」が完成しました。

完成したデザインを見て、このキャラクターを通じてリ・プロダクツが目指す「清掃を“価値ある仕事”へ」という想いを、柔らかに社会に届けるための新しい道筋になると感じました。

**SNS のフォロワーが 7000 人以上に。今や会社の顔になった「ろぼあひる」**



「ろぼあひる」が完成し、ぬいぐるみがオフィスに届いた日、社員からは「かわいい！」という声が溢れ、自分のデスクに置きたがる人が増えました。今では本社のエントランスで来客を出迎え、掃除当番の回覧板代わりにもなるなど、すっかり“会社の顔”として愛される存在になっています。


最初はいちサービス「おそうじレンタル」のみのキャラクターでしたが、今では新たなサービスのロゴへの活用など、会社全体の看板キャラクターに成長しました。

日常的なキレイを実現！  
業務の効率化・人手不足の改善に繋がります

# 掃除業務は ロボットに おまかせ！

お掃除ロボットレンタルサービス  
おそうじレンタル

＼お試しレンタル実施中／

ロボットを  
体感してみる 



SNS のフォロワーも、2021 年の X アカウント開設から少しずつ増え、今では 7,000 人（※）を超えるまでになりました。ただ数が増えただけでなく、投稿に「いいね」やコメントをいただくことも増えて、本当に嬉しいです。「ろぼあひる」を通じて、少しずつ会社に親しみを持っていただけていることを実感しています。

※2025 年 11 月現在

## 「ろぼあひる」の今後の活躍について



最近では、TikTokをはじめとするショート動画用に着ぐるみを制作し、よりコミカルな動きでSNSユーザーの方に楽しんでもらえるよう工夫しています。サイトリニューアル時には、あらゆる場所にキャラクターを配置するといった構想もあります。

これまで契約社限定でご希望者にぬいぐるみの配布を実施していましたが、今後はより広く・親しみを持ってもらえるように、「ろぼあひる」のフォロワーが目標の1万フォロワーを超えた段階から、一般の方向けのグッズキャンペーンも考えられたらと思っています。



#### ■各種 SNS

ろぼあひるの X : [https://twitter.com/pikapika\\_pro](https://twitter.com/pikapika_pro)

リ・プロダクツ株式会社 企業公式 X : [https://twitter.com/repro\\_kanri](https://twitter.com/repro_kanri)

代表 X : [https://twitter.com/takaoku\\_repro](https://twitter.com/takaoku_repro)

Tiktok : [https://www.tiktok.com/@re\\_products.official](https://www.tiktok.com/@re_products.official)

Youtube :

[https://www.youtube.com/channel/UCaPUEUZZe7iIw0RlwFXMAGA?sub\\_confirmation=1](https://www.youtube.com/channel/UCaPUEUZZe7iIw0RlwFXMAGA?sub_confirmation=1)

note : <https://note.com/reproducts>