



BEST Recyclers Alliance NEWS

ベストリサイクルズアライアンスニュース

中古・リビルトパーツのご提供で
お客様との夢をつなぐ情報誌

2013.4

Vol.118

今年仕入れ戦略の年特集シリーズ最終回

中古部品事業者がリビルト部品生産に挑戦 品目を限定し技術陣と工作設備を新たに投入



▲重要部品のATミッションを組み立てている

▲手に持った袋に下に準備された部品を組み立てる時に使う
新品のシール類が入っている

▲組み立てられた再生ミッションは包装されて棚に並べられる

今回は自動車リサイクル業界のなかでいま注目され始めた「中古部品業者によるリビルト部品の生産と販売」についてその動きを追って見た。自社内にリビルト用のコアを潤沢に持っているリサイクル部品業者がリビルト部品生産に取り組んだらどうなるか、究極の仕入れ戦略を始まったばかりの実験営業をもとにシュミレーションしてみた。

◇リサイクルからリビルトへ挑戦

長期化傾向にあるリサイクル部品の玉不足現象は今後も続くとする向きはこの業界では多い。高度な生産技術で生産されるHVやEVをはじめ、リッター当たり30キロ超の低燃費車など、自動車生産の歴史が転換期にさしかかっていることから漫然とした将来のコア不足を予想させているからだ。

この傾向を受けて、有力なリサイクル部品業者の中には目前に置かれた大量のコアを見据えて、自らリビルト部品生産に挑戦するところが出てきている。人材確保と工作設備への投資が伴うが、一格上のリビルト部品生産に取り組むことで付加価値の高い商品開発に挑もうというのである。

これまで解体して美化するだけのリサイクル部品から分解して摩耗部分を修復して全く新しく組み立て直すリビルト部品へ方向を転ずることは技術的な裏付けがどうしても必要になる。

このため現状では品目を絞り込み、狭い商品域での実験が繰り返されている段階だが、決定的な強みは潤沢なコアが手元に温存されている点である。品質が確保され、量産のめどが立てば、必ず収益は上がる構造になっている。

◇新品より高性能なリビルト品

ここ数年の期間で新しくリビルト部品生産に挑戦した先行企業に聞くと耳新しい言葉に出会う。それは「リビルト部品は新品部品より性能がアップしている」というものだ。この傾向はとくにエンジンに顕著で、意外なほど自信を見せる事業者が多い。

その理由としては新品エンジンが市場に出た後、仮にクレームが発生していてもアフターマーケットへその情報は発信されることはまずない。リビルトする段階で初めてこれまで蓄積された不具合情報が表面化するわけで、幾度も手直しするうちにまさしく新品より強度の増したリビルト品が誕生するという構造になっている。

それにアフターマーケットでは補修という限界を超えて徹底的に各部品の細部にまでメスを入れて中身を分析できる環境はなく、このリビルト部品生産の世界にしか見られない。

「一般の整備サーブیس現場では預かったお客様のクルマなので何回も徹底して実験的に分解するという作業はできない」というのが実情だ。その点では山ほど積もったコアの中から自

由に選び出して、最後まで修復作業ができるリビルト部品の世界は別世界と言えるだろう。

◇補修に必要な小物部品の入手が壁

もちろん経験を積んだ既存のリビルト部品事業者が持つ生産技術は尋常なものではなく、簡単に模倣できるレベルではない。構造上の修復情報のみならず、問題はリビルト作業の工程で必要になる付帯部品の入手や再生が非常に困難であるという壁である。

一般にクランクケースを割った後、再組み立て時には新しいシール類が必要だが、これなどは新車メーカーの専売特許品で、アフターマーケットには流通していない。

極端な場合は一個200円程度のシール一枚をわざわざ海外にまで探しに出かけるという事業者もいる。「高級外車などのレストアの場合はたった一個の部品でも飛行機に乗って買い付けに行くのは当たり前」と言うほどだ。

小さな部品一個一個を厳密に分析していくとそれらすべてに渡って新品同様の補修品が必要になるので、これらの仕入れルートをどのように開拓するかも大きい課題になる。

しかし、すでにリビルト部品事業者とリサイクル部品事業者は販売やコア入手の立場から密接な互恵関係にあり、お互いがお互いの強みを発揮しつつ、協力関係をさらに育成していくなら、「自動車解体部品の総需要拡大」に貢献することは間違いない。

ドイツのHナンバー制度が旧車維持に拍車 新型車信仰の日本では目下想定外の施策

欧州車のなかでもベンツやBMWなどドイツの人気は日本でも根強いものがある。そのドイツでは30年以上という車歴が長いクルマにHナンバー(historisch・歴史的な)のプレートを提供、自動車税や保険料率の優遇処置を与えている。

この特別待遇制度が発足したのが1997年で、2002年当時9万7000台だったHナンバー車が2011年には23万台に膨れ上がったという。

また、この制度に当てはまる条件としては、新車登録後30年以上経過していて、大幅な改造が施されず、新車時の原型が保たれていること。自動車税は年間約2万3000円で済み、クルマを大事に使っていると看做されて保険も優遇措置がある。環境規制などで進入禁止の制限も緩和され自由に走れると至れり尽くせりである。総数23万台の1割強の2万7000台が世界中でヒットしたフォルクスワーゲンの旧型ビートル(写真)でベンツやボルシェなどが後に続く。新

型車信仰の日本では施行が難しい施策だ。



▲ドイツの旧車ナンバーはやはりVWビートル

新車登録 車種別順位

トヨタアクア首位 2位にプリウス続く

自販連と全軽協の両団体はこのほど平成24年度の車名別新車販売台数を明らかにした。

これによると、3年連続で首位だったトヨタ自動車のHV・プリウスを同じくトヨタ自動車のHV・アクアが台数差1731台で抜き初の首位となった。

アクアは平成23年12月発売の小型HVで価格が169万円とトヨタ製のHVでは最も価格が安い。エンジン排気量は1500CCで燃費性能はガソリン・リッター当たり35.4キロメートルと



▲低価格で小型HVのトヨタアクアが大ヒット

乗用車トップの性能を誇っている。

統計でみると、3位にホンダのN-BOXが続き、4位はスズキの軽自動車ワゴンRが、そして5位にダイハツのミラが入っている。

6位はホンダのフィットだが、7位ダイハツのタント、8位ダイハツのムーヴと軽自動車のダイハツが押し上げており、上位10車中、6車までが軽自動車という結果になっている。

販売力を持つトヨタ自動車が得意のHVで首

平成24年度の車名別新車販売台数

順位	車名 [メーカー]	台数
1	アクア [トヨタ]	28万2660 (約4.4倍)
2	プリウス [トヨタ]	28万0929 (▲9.5)
3★	N BOX [ホンダ]	23万6287 (約5倍)
4★	ワゴンR [スズキ]	19万9122 (14.3)
5★	ミラ [ダイハツ]	19万0490 (11.2)
6	フィット [ホンダ]	17万0099 (▲27.4)
7★	タント [ダイハツ]	16万2783 (16.8)
8★	ムーヴ [ダイハツ]	16万0397 (11.1)
9	ノート [日産]	11万5530 (約2倍)
10★	アルト [スズキ]	20万8872 (17.1)

※★は軽自動車、()内は前年度比増減率、▲はマイナス

位を構成し、その周囲を軽自動車がかっちり取り囲んでいる状況だ。

新車登録 メーカー別販売実績

平成24年度 5年ぶりの500万台突破 軽自動車が総市場の37.9%を占める

自販連と全軽協の両団体がこのほどまとめた平成24年度の国内新車販売台数は前年比9.6%増の521万291台で2年連続で増加した。500万台突破は5年ぶりになる。

これまでのエコカー補助金制度や軽自動車の新型車効果が販売実績を大きく押し上げた。平成24年度実績の内、登録車は323万7690台(5.7%増)、軽自動車は197万2601台(16.8%増)となった。

軽自動車は18年度の203万616台に次ぐ過去2番目の高水準となった。とくに軽トラックを除く軽乗用車は23.0%増の157万1199台と統計を開始した昭和42年以降で過去最高を記録した。この結果、自動車総需要のうち軽自

動車が占める割合は37.9%と4割近くになっている。

軽自動車含む自動車メーカー大手8社の新車販売台数ではホンダが前年度4位から2位に、スズキが5位から3位に順位をあげた。日産自動車は前年度2位から5位に後退した。

軽自動車のみの販売では首位がダイハツ、2位がスズキ、3位がホンダの順で、とくにホンダは「N-BOXシリーズ」の人気でシェアを8.6ポイントアップの18.4%と大きく伸ばした。

【解説】 アベノミクスが爆発するなか、庶民には不況感がまだまだ漂うが、新車需要はエコカー補助金制度のおかげで順調な回復を見せた。価格効果のみならず、総需要の4割近くを占

乗用車の国内販売台数(登録者+軽自動車)

順位		平成24年度	23年度
1	トヨタ	160万9989(30.9)	141万1565(29.7)
2	ホンダ	71万6833(13.8)	60万648(12.6)
3	スズキ	67万1825(12.9)	59万5999(12.5)
4	ダイハツ	65万5245(12.6)	60万5846(12.7)
5	日産	64万7035(12.4)	65万5426(13.8)
6	マツダ	21万6241(4.2)	20万5520(4.3)
7	富士重	16万9213(3.2)	17万8214(3.7)
8	三菱	13万4027(2.6)	15万1335(3.2)

※順位は平成24年度、単位は台(シェア:%)、トヨタはレクサスブランド含む

めた軽自動車需要の堅調ぶりがこれに輪をかけ、総体の膨らみに繋がった。また最近のエコカーはノーマルエンジンの燃費性能が急激に向上し、ガソリン・リッター当たり30キロメートルが当たり前の状況になり、乗り換え需要を刺激したと見られる。またこの現象は車室寸法拡大で再評価の軽自動車需要をさらに押し上げ、当面は総花的に販売好調を維持すると観測される。

我社のキーマン紹介します。第42回

ビッグウェーブグループ

松浦 利信 氏

タイムズモビリティネットワーク(株)

**レンタカー2万5千台分の部品調達
ビッグウェーブメンバーとして正式加入**



▲広島市内に空高くそびえる
同社本社ビル



▲松浦利信調達企画部
マネージャー

今回、登場いただいたビッグウェーブメンバーは今年2月に入会したばかりのニューカマーで、業種もレンタカーとカーシェアリングを業とするタイムズモビリティネットワーク(株)(上西清志社長)である。同社が保有する営業用車両と社用車の補修用としてリサイクル部品を大量に必要としているため、加盟店契約を結んで入会の運びとなった。いわゆるところの大口ユーザーである。

◆保険鑑定人のキャリアで部品調達

その同社の窓口を受け持つのが松浦利信調達企画部マネージャー(50歳)。松浦氏は大手保険会社の鑑定人として10年のキャリアを携え、同社の前身マツダレンタカーに入社、レンタカーの事故処理実務を担当して今日に至っている。

現在、同社はレンタカーとして25000台、カーシェアリング車両として5200台、その他自社の社用車として100台を保有しており、これらの車両群の補修用に大量の部品が求められている。この需要を満たすために部品需要家の立場を越えて一足飛びにビッグウェーブグループのメンバーとなったもの。加盟店としては大いに変わり種である。

「昨年8月からこの問題をどう解決するか検討してきたのですが、ようやく今年に入って正式にビッグウェーブさんに加盟して部品調達を支援いただいているということです。全てはこれからですが、大いに期待しています」としている。

◆ビッグのRDSでサービス拠点繋ぐ

レンタカー業界では補修部品をリサイクル品で調達するというのはすでに常識になっているが、直接、流通組織への参画を果たす事例はまだ少ない。同社では全国五箇所に配置したサービスセンターをビッグウェーブの部品検索システム・RDSで繋ぎ、部品の受発注を合理化する。今回のグループ参画で同社は「潤沢で良質のリサイクル部品で安心、安全、そして綺麗な車両を配備していきたい」(松浦マネージャー)とし、同時に同社ではビッグウェーブグループ内のレンタカー・カーシェアリング需要の受け入れにも力を入れる。

エコライングループ

笹田 英治 氏

株式会社福港商会

**品質に見合った価格戦略で
機能部品強化の姿勢を今後目指す**



▲地元の整備業界での認知度は
高いものがある



▲笹田英治フロント担当

福岡市東区に本社を構える(株)福港商会(金島慶一郎社長)は創業が昭和40年とこの業界では老舗の部に入る。総社員17人で月間の解体台数は平均で500台、在庫量は7000点をキープしている。本社は福岡市内中心部の準工業地にあり立地条件は有利で整備業界の認知度は高い。

◆業界外からの参入で仕事に新鮮さ見える

そんな同社のフロントを仕切るのが笹田英治氏(40歳)だ。ステンレス加工業の現場作業と事務を経験して、10年前に同社に入社、現在フロントを担当して5年目を迎える。

自動車業界外からの転職ということから、仕事に対する姿勢は当初から生真面目さが勝っていた。「受注した品物を間違えて発送してしまうミスだけは犯したくなかった。梱包をあげたら全然違う部品が入っていたということだけではないように神経を尖らせてきた」と省みる。

問題は「品質とそれに見合う価格の商品」をどのように調達するかが、[自社生産品の場合は仮にクレームが発生しても自信を持って対応できますが、止むを得ずネットで仕入れた物で、納品後に最初の話と食い違う商談となった時はほんとうに顧客を説得するのは苦労します」という。いずれにせよ、フロントを預かる立場として常に顧客の納得が得られるリサイクル部品の販売を維持していく戦いが続く笹田氏だ。

◆業者間取引の公正さについて提言

今後の方向としては「いま販売の主力となっている外板部品に加えて機能部品の売り上げも段階を踏んで伸ばしていきたい」と考えている。

5年という短い時間のフロント経験で感じていることは「同業者同士が相互に取引するとき、品薄の場合、時たまびっくりするような低品質品が、意外に高額で取引されるケースがある。こういう極端な場合、これを最終ユーザーに説明するのは至難の業。低品質は妥当な低価格で、というセオリーが必要では」と苦言も呈す。自らのビジネス意識で福港商会の顧客を守っていきたくないと頑張っている

SPNグループ

高橋 勉 氏

有限会社エッセンシャル企画

**組織内クレーム最低発生率の快挙
きめ細かい商談で手堅い実績**



▲クレーム処理の最先端に立つのが
同社のフロント



▲高橋 勉代表取締役

福島県郡山市の(有)エッセンシャル企画(高橋勉社長)は今回、SPNグループのクレーム撲滅キャンペーンで発生率0.58%をはじき出して見事、グループ内第一位の栄冠を勝ち取った。先ごろ開かれたグループ年次総会の席上、結果発表を聞かされた瞬間、当の高橋社長(60歳)自身が「本当ですか!!」と驚きの表情を隠さなかった。

◆板金塗装業の経験生かす部品販売

同社は創業が平成元年で、総社員16人、月間平均解体台数130台、部品在庫量8000点という規模。「部品の在庫量を1万点に引き上げるべく今年中に部品庫を改装したい」と気迫を見せる。

代表の高橋氏は19歳から東京の自動車解体会社に勤務し、平成元年に板金塗装業として独立、その後、平成7年頃からの自動車リサイクル法施行の動きを契機に再びリサイクル部品の生産と販売に着手した背景を持っている。

今回の年間クレーム発生率0.58%達成の事情を聞くと、「クレーム処理については私自身が一件も漏らさずチェックする体制を敷いていて、発生直後の確認から始まり、月一回の全社クレーム会議で再度討議して、その場で最終の対策を全社員に徹底する」姿勢を長期間持続した結果だという。

◆自分だったらどうしてほしいか

討議の形も主な事例に的を絞って具体的な対策を練り上げるまで話し合うというもので決して抽象的な議論で終わるようなものではない。

これまでの経験からクレームが発生しやすいのは足回り部品で内容としては異音対策が目立つようだ。「クレームが発生したら、その対策としてはやはり自分だったらどうしてほしいと思うか」というところから対策を練っていくという。

結局、自分だったらこうしてほしいという対策を積み上げていくうちに、顧客の納得とクレーム発生の防止とが同時に促進されて、今回のような結果に結びついた。今後の高橋氏の目標は文字とおりクレーム発生0%達成に置き換えられるようだ。



作家阿川弘之の小説がきっかけで親子で開業 輸出に強い筋肉質の自動車リサイクル業めざす

栃木県の 石井 正勇 氏 (69歳)

▲自動車リサイクル業界の弱点は次世代を担うナンバー2、ナンバー3が育っていないことと警鐘鳴らす石井正勇会長

今回、登場していただいた会社は栃木県の㈱エコアル(石井浩道社長)。日本の自動車リサイクル業界を代表する大手である。創業以来、海外への鉄スクラップ及び自動車リサイクル部品の輸出に力を入れてきた。堅実さと果敢な海外戦略の両方に切れ味を見せる。同社の形は会長石井正勇氏(69歳)の先見性から生まれてきたと言っても過言ではない。今、同社は二代目浩道氏が舵取りを任されているが、親子二代に渡って筋肉質でしかも柔軟な動きを見せるその秘密の部分を石井正勇会長に語っていただいた。

貴社の創生期のお話をまず伺いたい。(株)エコアルはどういう歴史をたどって来られたのですか。

石井 わたしは農家の三人兄弟の二男として生まれました。当時、くろがね三輪トラックで栽培した梅酒用の梅を東京築地の市場に運んでいたのです。乳牛も飼っていて乳搾りも手伝わされていました。父が44歳で私が19歳のとき、読売新聞に阿川弘之氏を書いた小説「ぼんこつ」が掲載され、自動車解体業の話が注目されたのです。そこで親父が、私たち兄弟に「これからは自動車の時代になるから解体屋をやれ」と号令をかけたのがきっかけで昭和39年12月に石井自動車解体を開業したのです。開業当時はフォークリフトがなくて重たい部品を全部手で運んだりして苦勞ばかり。初めの三年間は赤字でした。これでは話にならんと気がついて中古の2トントラックにダンプの油圧装置を装着して自前のレッカー車を作って、昭和43年に「無料24時間事故車引き取り」を開始して、ようやくリサイクル屋らしくなったのです。

その石井自動車解体がいまや総社員百人強を抱える超一流の大型自動車リサイクル企業になりましたね。御社の強みはどこにありますか。

石井 私は早くから自動車リサイクル部品の輸

出に力を入れてきました。開業後、福島の前野勇三さんと島一さんの二人が「同友会に入って業種指定の資格取得の運動を手伝え」と勧誘に來られたので即座に入会を決意して、自動車リサイクル事業の近代化に取り組んだのです。入会后、当時は4トントラックの中国輸出の話の真っ最中で、ビッグウェーブグループが結成されたばかりの時でした。近藤 港さんが代表で立ち、株式会社と組織の二本立てがスタートし、豊田通商さんを経由してトヨタ自動車さんとお付き合いしていこうではないかと大いに張り切っていましたね。

リサイクル部品のオークションなども開催された頃ですね。

石井 京都のパークホテルでリサイクル部品のペーパーオークションに参加したら、意外にもそれが大成功したので、このビジネスはもっと大きくなると確信したのです。そうこうするうちにわが社も旧本社所在地が道路開発のために行政に買い上げてもらったのを機会に現在の工業団地へ本拠を移転し、事業を本格化させました。輸出業務を軸にスクラップ販売、国内部品販売、その他の部門の部門別独算管理を徹底したのが企業力を養えた理由だと思います。

貴社はスクラップ、リサイクル部品の生産販売以外に車体整備、車検整備、自動車用品販売など解体以外の自動車ビジネスにも早くから着手されましたね。

石井 私は浩道が一人息子だったので、「輸出業務を拡充するにはお前がしっかり英語を学んで世界に通じる商売人になってほしい」と励ましたところ、親の言うことを聞いて米国留学を終えて会社に帰ってきてくれました。これからの自動車リサイクル業は若い力が必要だと分かっていたので、2006年に社名をイシイカー工業からエコアルに変更した際に息子に代を譲って次の場面に移行させました。二代目の時代が来たから

には番頭さんたちも皆次の世代に引き継いでもらわなければいけないと、各部門の責任者の育成にも力を入れました。当社の強みは各部門の人材が時間をかけて育っていることで、創業以来、人事に関しては担当のセクションはよほどのことがない限り動かさずに思いきり仕事をさせています。最近社員がかなり育ってきていると喜んでいます。

ところで最近、海外に合弁会社を進出されましたね。

石井 連休明けにもマレーシアに合弁会社を出します。現地の法人と合弁でマレーシア国内のみならずASEAN諸国などにリサイクル部品や鉄スクラップを販売したいと思っています。当初は中国進出をかなり真剣に検討していたのですが、大震災や中国での日本製品不買運動などが勃発しましたので、急遽、方向転換したのです。マレーシア進出については社長の浩道が開業準備のため、頑張って今、採り仕切ってくれています。

父親譲りの忍耐深いビジネスを浩道社長が引き継がれて、今後の見通しも明るいのがあります。石井会長の目からみた日本の自動車リサイクル業の今後の課題はなんでしょうか。

石井 私はこの業界の弱点は次世代を担う人材育成がなかなか困難であるという点だと思っています。事業所単位でそこを守るナンバー2、ナンバー3の人材が不足していることだと懸念しています。早く総合的に次代のリーダーを育てなければいけません。そして、自動車リサイクル事業の業界を横断的に束ねる組織造りが要ります。情報の管理を一か所に集中させると同時に、実際の在庫管理は道州制などを採用して地域管理に入っていくと言った視野の広い戦略がほしいですね。幸い若い業界人の中にはかなり積極的に組織化に取り組んでくれている向きも出てきているようで、先が楽しみです。

発行

 **株式会社 エコライン**

〒453-0834 愛知県名古屋市中村区豊国通1-23-3 ポニーランドビル4階
TEL 052-419-1901 責任者/服部 大輔



株式会社 ビッグウェーブ

〒497-0005 愛知県あま市七宝町伊福鍛冶屋前58
TEL 052-441-7502 責任者/森川 信也



株式会社 SPN

〒103-0027 東京都中央区日本橋1-2-2 親和ビル7F
TEL 03-3548-3010 責任者/守屋 隆之