



BEST

Recyclers Alliance

NEWS

ベストリサイクラーズアライアンスニュース

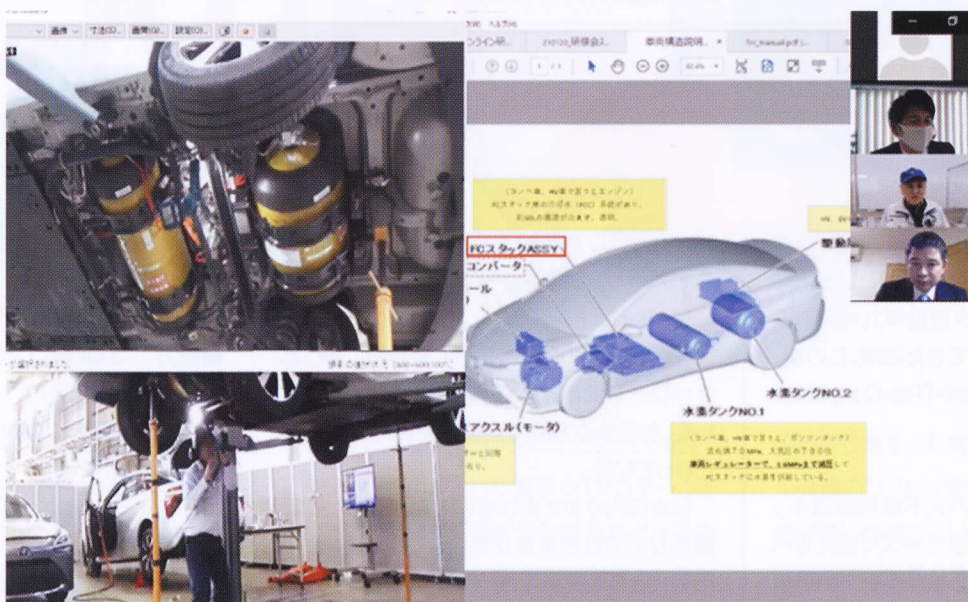
中古・リビルトパーツのご提供で
お客様との夢をつなぐ情報誌

2021.3

Vol.213

新時代の適正処理学習がスタート

豊田メタル自動車リサイクル研究所が講師 JARAが損保会社向けFCVの適正処理講座



▲損保会社向けのFCV適正処理の講座は今回のものが初めて

最近の自動車産業界は世界的規模で次世代車両開発のテンポを速めており、乗用車のEV化、低公害化、低燃費化の速度は目紛しいものがある。こういう中で現状、最先端の構造を持つFCV(燃料電池車)についての適正処理に関する情報収集が損保会社間で急がれる事態になり、今回、それに答えるWEB研修会が初めて開催された。自動車解体の世界もこの傾向に影響を受け急速に変化しつつある。

JARA(北島宗尚社長、東京都中央区)は、FCV(燃料電池車)の適正処理について損害保険会社向けにWEB研修会を開催した。本研修会は、今後使用済み自動車としてFCVの取り扱いが出てきた場合の事業者への依頼を見据え、適正処理の方法や注意点について把握したいという損害保険会社の要請を受けて企画実施したものだ。

◆講師は豊田メタル自動車リサイクル研究所が

トヨタ自動車の委託を受けて使用済み自動車の解体技術・リサイクル技術の開発、及び開発した技術・ノウハウの自動車設計への織り込み提案等を実施している豊田メタル(株)自動

車リサイクル研究所(彦坂栄二 所長、池田弘樹 研究員=愛知県半田市)が講師を務め、三井住友海上火災保険、あいおいニッセイ同和損害保険、損害保険ジャパン、東京海上日動火災保険の4社50名が参加した。

研修では、水素関連法規、FCV適正処理の考え方などの基礎知識をはじめ、トヨタの初代MIRAIを実車に用いて、水素ガスの抜き方やFCスタック、水素タンク降ろしなどの作業工程を動画マニュアルも交えて説明した。質疑応答では、オンライン開催の利点を生かし、中継による実車や構造の詳細確認によって参加者の理解を深めた。

◆JARAも新時代の適正処理を推進

今後、JARAは電気自動車・燃料電池車をはじめとした車両の高度化・多様化に対して、会員企業の自動車解体事業者が直面する作業課題を明確にしながら、トヨタ自動車、自動車リサイクル研究所、損害保険会社の協力のもと、共に時代に合った車両の適正処理を推進していくための情報提供や体制づくりを強化する構えだ。

【解説】

トヨタ自動車が開発したFCV(燃料電池車)MIRAIは目下、世界標準で見ても最高水準の次世代車両で究極の低公害車両と目されている。このFCVについての適正処理については解体現場を受け持つ解体事業者は無論のこと、損保関係者にとっても情報の収集は急がれる課題だ。

基本的な情報を持つ豊田メタル(株)自動車リサイクル研究所が中核となって主要損害保険会社4社が今回、一堂に会して情報共有を行なったことは業界にとって極めて重要な一歩となったようだ。

特に実習段階でトヨタの初代MIRAIを実車で構造の確認ができたことは深い理解を参加者に与えたことになり、研修の成果は大きいものがあった。

また研修会の開催について自動車解体の現場実務や作業情報を豊富に抱えるJARAが豊田メタル(株)自動車リサイクル研究所と主要損害保険会社の仲立ちをしたことで関連情報の密度を保ち、かつ漏れがない研修になったことは注目される。(ベストニュース編集部)

HV車プリウス利用した給電キット新発売 豊田通商がトヨタ自動車九州とともに開発

Re-Q

お使いの車が 発電機 に早変わり

公認車/標準車として
お使いのプリウスに Re-Qをsetしたら すぐ使える発電機に!

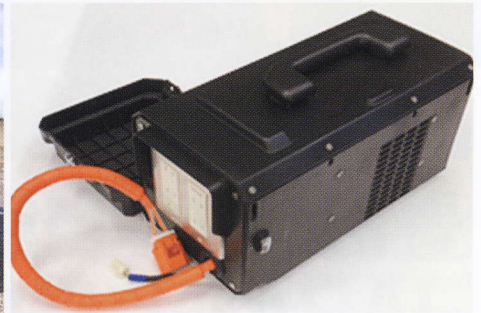
Re-Qの利点

- 一晩余裕で電力が持ちます!!
- やすい!
- かんたん!
- らくちん!
- たっぷり!

▲給電キット「Re-Q」紹介のパンフレット



▲キットの搭載はリアトランクで十分取まる



▲キットの本体はバッテリーと同じイメージだ

トヨタグループとして強みのあるトヨタHV車両を活用してできることは何かという視点で、豊田通商(株)はトヨタ自動車九州(株)と共に2019年より検討してきた結果、この度、ハイブリッド車用給電キット「Re-Q」を開発、発売を開始した。

今回開発されたハイブリッド車用給電キット「Re-Q」は災害時の電源ニーズに応えるべく誕生した商品で、既存保有のハイブリッド車(トヨタの30型プリウス)に「Re-Q」を設置することにより、電力供給を可能にすることができる。

ガソリン満タン時の連続使用可能な電力量は、約80kWhで、これは大人10人の一般的な生活レベルでの2日間の生活や、スマート

フォンのフル充電約7,200台/日に相当する電力量で、市場のニーズを十分満たす内容になっている。

一般各企業のBCP対策や、災害時におけるオペレーションにおいて電源のバックアップとして、あらゆる方面で活躍が期待できる商品となっている。

日本国内さまざまな地域にて、地震や台風、豪雨などの自然災害が多発している。災害への備えとして被災地域でニーズが高いのが、避難所での電化製品の利用や、スマートフォンの充電などのための電力供給だ。自治体・法人・個人としても防災力強化の観点から、「非常用の電源対策」が強く求められていることから今後の同キットの販売の行方が注目される。

■商品名 Re-Q(リ・キュー)

■重さ 9kg

■サイズ 420mm×205mm×220mm

■能力 3.0kW(1.5kW×2)

■満タン時連続使用

■可能電力量* 約80kWh

■小売価格(税込み)

①Re-Q一式(本体・車両側配線)253,000円+工賃

②車両側配線 31,900円+工賃

■販売開始日 2021年3月22日

*使用方法により連続使用可能な時間は異なります。

◆問い合わせ先:豊田通商(株)金属本部資源循環第一部(担当:宮城・松本)

TEL 052-584-5192

ビッグウェーブが 久々の流通向上 部会をWEBで開催

(株)ビッグウェーブ(服部厚司社長)は3月6日、コロナ禍により延期されていた部品流通活性化プロジェクト「流通向上部会」をWEB方式で第7回目として開催した。目的はBW加盟店相互のグループ間取引の活性化で、生産指示担当者及び国内パーツ部門責任者を対象に開かれ、「基本的な生産指示書作成方法」について話し合いが行われた。今回



▲加盟店はWEB方式で十分な意思疎通が可能だった

の話し合いは一般的な生産指示を確認した上で各社作成の生産指示書について生産基

準や価格設定基準などについて討議が行われた。

メールマガジンを既納先に徹底送信し成果 同社の付加価値拡大戦術の象徴的ツール

◆ **お買い得な!**
特選車両
PICKUP! ◆

今月のおすすめ
車両はこちら♪



▲シマ商会のメルマガ画面



▲同社のフロント業務ルームの全景



▲島一樹社長

商用車リサイクル部品の生産と販売を専門に活動中の(株)シマ商会(島一樹社長・本社福島県南相馬市)がメールマガジンを活用した商品PR作戦を実践し大いに成果を挙げている。専門性の高い商用車リサイクル部品を一般消費者向けにアピールする姿勢は珍しく新しい販売手法として注目されている。

同社のメールマガジンは商用車のリサイクル部品について商品と価格を写真付きで丁寧にアピールするもので、定期的に連続して発信され、輸送事業者や整備工場といった従来の客層から大きく拡大した一般消費者に向けたものになっている。

メールマガジンは職場から離れた家庭用のパソコンで家族揃ってみることもできるもので「プロ商品を一般向けに広くPR」という形になっている。正直言ってそこまで宣伝領域を広げても意味がないのではと感ぜられるほどだ。

この点に関して同社では「マーケティングの原則は、商品について、認知・関心・欲求・行動の四段階を確認することで、最初の段階の認知が商用車リサイクル部品の場合は全く欠けて

いるのではないか」という見方に立っている。

例えばPR手段として看板やTVコマーシャルを想定すると、不動産や化粧品などは看板やTVコマーシャルを通じてPR対象となる消費者はそれを見たほぼ100%が影響を受ける確率があるのに比べ、商用車リサイクル部品については看板やTVコマーシャルで影響されるPR対象は不動産や化粧品に比べると、100分の1に激減すると同社では見ている。つまり他の消費財の宣伝との比較では極めて不利な状態に置かれているのが商用車リサイクル部品ではないかという見方である。

そこで同社では営業活動に参加している社員が持っている顧客情報を社内内で管理して定期的に更新、それを一括して電子管理できる体制をすでに築いている。同社の取引関係にある顧客の情報を中心に周辺の消費者(家族を含めて)に向かって正確な商品情報を継続発信する形を整えているわけだ。こういった絞り込みのメール作戦でほぼ100%がPR対象に変化する。同社ではこのメルマガ作戦は長期的展望に立って今後も徹底していくとしている。

また同社のこのメルマガ作戦は費用対効果

の点から見ると非常に効率が良いものでメール発信のコストは限りなくゼロに近い。付加価値が高い作戦だということになる。

同社では昨年6月から社内に付加価値事業部を立ち上げて①リビルト部品取り扱い開始②鍍金塗装や特装架装の再検討③在庫回転率の再検討などに取り組んでいる。要するに今まで当たり前として無視してきた部分を注意深く正確に見直して、失っていた利益を見える利益に置換えようとしている。メルマガ作戦はそういう一連の流れの中で象徴的な位置づけの作戦ということになる。

同社島一樹社長は「例えば十席の椅子を店内に持っているレストランが思い切って表の歩道に十席の椅子を張り出してお客に提供できたとすると収益は二倍に急増します。そういう視点を自動車リサイクル業に持ち込んだら、見えないところにびっくりするような利益が発見されることもあり得ます」という。

商用車リサイクル部品とは全く無縁のような一般人から利益を伴う商談が飛び込んでくる可能性は確かにゼロとは言えない。同社の大胆な動きから同業者が学ぶことは多い。

代表者広城新治社長とは義理の兄弟に当たる (株)新和商会の赤瀬将平部長に聞く



▲BWグループ登録キャンペーン常勝の新和商会

山口県下松市の(株)新和商会(広城新治社長)は昭和51年の創業で業界では古参。現在、総社員56人を抱え、月間処理台数1300台、部品在庫量30000点強の豊富さを誇る大手企業。ビッグウェーブグループに所属して鉄・非鉄金属販売、自動車解体、リサイクル部品生産販売、資源輸出、西日本高速レッカー業務、タイヤ販売に実績ある、同社の参謀、赤瀬将平部長(38歳)に現状を聞いた。

赤瀬部長ご自身のご入社のご経緯をまずお伺いします。

赤瀬 新和商会には八年前に入社しました。縁があって現代表は私の義理の兄に当たります。私は当時、トヨタカローラ山口の新車販売に携わっておりましたが、私から望んで当社に入ったわけです。自動車の販売に関わっていた頃から自動車リサイクル事業というものに興味を持っていましたし、外から見た自動車リサイクルの形に何かしら奥の深さのようなものも感じていました。こちらに来た当初は「スクラップ鉄が結構な価値で売買されている」ことに非常に感動したのを覚えています。ユニックや大型トラックなどの免許も取得して引き取りの外回り営業やフロント業務などを経験するうちにますますその深みを感じる今日この頃です。

現状の赤瀬部長の主なお仕事はどういうものですか。

赤瀬 二年前に部長職に引き上げてもらいました。現場の業務をこなすことは当然で、自然な形で会社全体の社員の動きを意識してみるようになってきています。当社は部品の生産販売を中心に貿易、資源、タイヤ販売、レッカー事

業などの部門を持っており、それぞれ異質の業務が総合された職場になっていますので、誰かが現場の社員の状況をしっかり把握してはいてはけません。そういうことで今、私自身が対外的に営業を担当すると同時に社内での管理者としての訓練を受けている状態です。

赤瀬部長から見た現代表広城新治様はどういう経営者に見えておられますか。

赤瀬 広城代表は一口で言って非常に冷静な経営者です。周囲の意見を正確に聞き取って経営に生かすという雰囲気が強いです。一方、私はイケイケのタイプでとにかく外に向かって動いて見て答えを見つけ出すという傾向があります。代表からいろいろ意見を求められると、流れとしてはぶつかるような意見の交流になりますが、そこは代表が辛抱強く私の意見を聞いてくださっているようで、現状は無難に話し合いが進んでいます。その辺は大いに助けられていることになりましたね。

ビッグウェーブグループで開催される部品登録キャンペーンでは、常勝でいつも首位の成績を挙げておられますか。

赤瀬 その点は改めてということでもないですが、キャンペーンの結果というのは上からの現代表の理解と応援があってこそ数字になって現れるわけです。私以下の現場担当者の力を冷静に見て総合的に発揮させる統率力には敬服しています。

ということで赤瀬部長の広城代表に対するお考えはどうなりますか。

赤瀬 経営についての最終決定権は広城代表にあります。私の立場での意見は言いますが、最終的には代表の決定に従って実務を行うのが私の務めだと自覚しています。

あなたの自動車リサイクル部品販売についてのお考えをお聞かせください。

赤瀬 基本的な部分で「自動車リサイクル部品」に対する世間の認知度が低いというのが気になっています。海外でのリサイクル部品の認識は日本に比べて非常に高いものがあります。低価格でしかも効用は新品に劣らないという良いイメージがありますが、日本ではまだまだそこまで行ってはいません。新品でちょ

ど良いものがないから止むを得ずリサイクル部品を使おうという雰囲気の方が強いと感じています。どうもこれは日本特有の感覚かも知れません。私の思うところではこういう風潮は我々業界側のアピールが不足していたからではないかと思っています。売る側が商品に関する情報を十分に買い手に与えてこなかったからではないかと思っています。

なるほど。ではどうすれば良いのかということですが…

赤瀬 我々の側からの取引先へのアプローチを強化する以外に方法はありません。現状に満足せずにどんどんお客様の方に向かって働きかけていく姿勢が必要です。一人の営業マンがいくら頑張っても大したことはできないと悲観的にならないで、コツコツ生の声でお客様に訴えて行く、私流の言葉でいうなら「自然的拡大」を常に実行して行くことで未来は大きく変わると思っています。あきらめずにリサイクル部品の有効性を事あるごとに訴えることが大切だと思います。今後の日本の自動車リサイクル事業の将来をどのように観測しておられますか。

赤瀬 これは非常に難しい問いかけです。昨年来のコロナ禍の影響もあって全ての社会現象が暫定的になっていて、結論を急ぐことは危険だと思います。資源関係の商流は変わらないでしょうが、将来のEVパーツは恐らくアッセンブリー販売が主流になって細かい部品がバラで販売される可能性は低くなるのではないかと見ています。これからの「当たり前だと感じる場面」を手探りででも早く掴み取る必要があります。物事を見つめる視点や角度がこれまでのものとは違って来るでしょうから、その違う状態が喜べるものなのか、いやだと拒否するものなのかで180度答えが違ってきます。ということからこれからは所謂「目利き」の時代に入ります。自分の会社にその「目利き」が何人いるのかで勝負が決まる時代が来ると思っています。温故知新という言葉がありますが、これまでの経験にプラスして新しい時代の情報を組み込む精神が強く求められるのではないのでしょうか。自動車リサイクル事業の未来はまだまだ拡大する可能性を秘めていると思っています。

