



BEST

Recyclers Alliance

NEWS

ベストリサイクル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

2021.9

Vol.219

リサイクル部品組織戦の新時代到来



▲WEB方式で参加したBWグループの代表者たち

ビッグウェーブグループが代表者全体会議 EV化対策の検討本格化



▲BW本部で議事進行の指揮を執った服部厚司社長



▲WEB会議の進行を服部社長(中央)の側で支えたBWの職員たち

(株)ビッグウェーブ(服部厚司社長)は令和3年9月9日、第57期の定時株主総会を開催した。株主総会終了後、加盟店地区長(5地区)も含めた戦略会議をWEBで開催し、ビッグウェーブ中長期戦略策定や業界動向(JAPRAとの相互流通等)について報告・検討した。また翌9月10日にはWEBにて加盟店代表者全体会議を開催し、JAPRAとの相互流通や将来のEV化に対する取り組みについての方向性を検討するなど、現状の会員間の危機感に応える動きを見せた。

初日の定時株主総会では第57期が前期比で6%の成果を上げたことを報告し、今後も全社一丸となって業績拡大に取り組む姿勢を明らかにした。

また株主総会終了後WEBで開かれた戦略会議では、①ビッグウェーブ中長期戦略策定について、②業界動向(JAPRAとの相互流通等)について ③会議・研修会(Web含む)のスケジュール及び内容 ④将来の車両EV化へのグループでの取り組みなどの課題を審議した。翌日WEBで開催した加盟店全体会議では①先期の実績及び運営報告②今期の目標及び今後の取り組み③業界の現状と中長期展望について④新規加盟店紹介⑤その他などが審議された。

特に今期の目標について部品流通売り上げを中心にその他売り上げと合計で36億5200万円(対前年比104.3%)を設定することを確認するとともに、(株)JAPRAとの流通開始に伴う売り上げ増については綿密な情

報交流で実績を積み上げる姿勢を強調。

また次世代車両への対応としてHV、EV車両などの基礎知識習得に力を入れることも確認するなど意欲的なところを見せた。具体的には先進運転支援システムの技術向上・情報提供を目的とした団体との提携が最終調整段階に入っている事を明らかにした。

細目は①電子機器制御整備の整備先紹介(整備工場との提携アピール)を検討②同じく電子制御装置整備に関わる情報提供・情報共有を検討③各種スキャンツール使用に関する情報発信、関連の技術研修への参加、関連の整備機器の斡旋などを検討となっている。

加盟店キャンペーン表彰

先期開催のキャンペーン表彰加盟店と新規提携先紹介は次の通り。

◆フロントマンチャレンジ

実績部門◇1位・(株)サービスネット・中西祐希氏◇2位・山形オートリサイクルセンター(株)・長南千鶴氏◇3位・(有)田所商店・山神章裕氏

伸び率部門◇1位・(株)荒谷商会・山口健太郎氏◇2位・山形オートリサイクルセンター(株)・長南千鶴氏◇3位・(有)平康商会・田城康彦氏

◆女性フロントマンチャレンジ

女性フロント部門◇1位・山形オートリサイクルセンター(株)・長南千鶴氏◇2位・(株)青森資源・成田理津子氏◇3位・(株)シマ商会・佐藤悠希氏

◆部品登録キャンペーン

実績部門◇1位・(株)新和商会◇2位・浦和

自動車解体(株)◇3位・(株)エコアール

伸び率部門◇1位・セントパーツ(株)◇2位・(株)ヤマト◇3位・(株)大隅金属

◆新規提携先紹介

◇グーネットパーツからMOTORGATEショッピングへ・加盟店登録在庫を4月1日から販売開始

◇東邦自動車(株)及び(株)阿部商会の輸入車新品部品取り扱い開始

◇(株)エーミングサービス丸イヘッドライトステー、外装樹脂パーツの溶接補修開始

【解説】近況、リサイクル部品需要の先行き縮小が関係の間で話題に出るが、大きい潮流としてのEV化傾向についてこれをどう観測するかはその組織の戦略に関わる問題だ。

(株)ビッグウェーブはリサイクル部品の組織戦略では業界最古の歴史を持っており、構成メンバーには老練な戦略を展開してきた猛者が揃っている。その故に将来に対する危機感も強いものがある。

同社では予想される将来の課題についてはこれまで積極的に研究や情報収集に動いてきたが、今回の代表者全体会議ではこう言ったメンバーからの要求に応えるべく対応した。

同社服部厚司社長も「これからは我々の顧客筋に当たる整備業界の動向が激変する。顧客が直面している特定認証やOBD車検問題などに我々が疎いままでは長期的なビジネスの展望は開かれない。組織の全力を駆使して整備事業者とともに一連の課題解決に取り組んでいきたい」と見通しを語っている。

品目別出荷額

	316社分			共通会社308社分	
	出荷額(百万円)	構成比(%)	前年度比(%)	構成比(%)	前年度比(%)
エンジン部品	2,430,271	13.0%	92.5%	12.8%	90.7%
電装品・電子部品(エンジン関係)	2,246,265	12.0%	86.4%	12.1%	86.6%
電装品・電子部品(車体関係)	3,151,286	16.8%	95.8%	17.0%	95.9%
駆動・伝導及び操縦装置部品	4,246,892	22.7%	95.8%	22.6%	94.3%
懸架・制動装置部品	776,946	4.1%	82.3%	4.2%	83.9%
車体部品	4,605,098	24.6%	101.0%	24.4%	101.2%
用品	412,527	2.2%	108.5%	2.2%	108.5%
情報関連部品	773,285	4.1%	106.0%	4.2%	105.9%
電動車両用部品(HV、FCV、EV)	106,485	0.6%	115.9%	0.5%	100.3%
合計	18,749,055	100.0%	95.4%	100.0%	94.9%

(注) 316社分は2018年度及び2019年度に共通して回答のあった会社の動向である。

需要先別出荷額

需要先別区分			出荷額(百万円)	構成比(%)	前年度比(%)	
四 輪 車 用	自動車メーカー向	組付	国内①	10,921,924	58.3%	98.2%
			海外②	1,462,862	7.8%	84.0%
		補修	国内③	275,794	1.5%	89.0%
			海外④	55,219	0.3%	122.4%
	車体メーカー向 ⑤		453,931	2.4%	97.1%	
	部販・共販向 ⑥		125,301	0.7%	109.1%	
	部品メーカー向	国内⑦	2,740,508	14.6%	94.0%	
		海外⑧	1,443,185	7.7%	90.8%	
	直接市場向	国内⑨	226,549	1.2%	105.2%	
		海外⑩	755,500	4.0%	91.5%	
計 ①～⑩		18,460,773	98.5%	95.4%		
二 輪 車 用	組付	国内⑪	146,624	0.8%	91.9%	
		海外⑫	118,948	0.6%	95.7%	
	補修	国内⑬	6,829	0.0%	53.5%	
		海外⑭	15,881	0.1%	99.1%	
計 ⑪～⑭		288,282	1.5%	92.2%		
合計 ①～⑭		18,749,055	100.0%	95.4%		

(注) ・出荷額は販売先によって区別している。例えば、自動車メーカー向けの国内とは、国内自動車メーカー向け出荷であって、自動車メーカーによるそれらの輸出もここに含まれている。

・海外は自社及び自社系列販売会社で直接輸出した部品の出荷額である。

北海道釧路の地域性生かすタイヤとリボーン 人気の中古タイヤと低価格カーリースが成功



▲同社の別店舗タイヤハウスで整然と並べられたタイヤ類



▲同社のリボーンカーは厳選された仕入れ車両から生まれる



▲高橋 建作 社長



▲福田 規雄 氏



▲古里 裕二 氏

今回の事例研究は北海道釧路の(株)高橋商会(高橋建作社長)のタイヤ販売とリボーンカーリースを取り上げる。同社のタイヤ販売とカーリースは北海道らしい地域性を発揮した同社独自の背景からなっており、他社が簡単に真似をして儲かるというものではなさそう。自動車リサイクル事業多角化の一例という視点からその動きを追って見た。

歴史ある同社のタイヤ販売

高橋商会のタイヤ販売は開始が1991年で既に30年の歴史がある。雪国特有の冬タイヤ交換需要が基本的に根強いことから、リサイクルタイヤの別店頭販売はある意味、的を当てたということになる。

現在、年間、新古含みで6800本弱販売している。内訳をざっと見ると夏タイヤ新品900本・中古2300本、冬タイヤ新品950本・中古2600本というもの。コロナ禍で最盛期の7000本ベースが落ち込んでいるというもののプロのタイヤショップ顔負けの実績だ。

釧路のタイヤ販売はもっぱら四本セット販売が主流で、開業が早かったことが背景にあり顧客層は安定している。それにタイヤに付随してホイールの販売も好調で事業としては完全に軌道に乗っているようだ。

タイヤ販売の現場責任者である福田規雄氏(42歳)は「当社の究極の目的はリサイクル部品の拡販ですから、むしろタイヤは新中共にお客様の気持ちに沿った販売が狙いで無理強いはいしません。相談にこられたらいつもまだ

まだそのまま乗れますよとお答えしますと逆に交換してほしいとおっしゃる方が多いです」と笑う。

タイヤについてはどこに行っても早期交換が付いて回る傾向を逆手にとった余裕販売が効果を上げているようだ。

地域性発揮のリボーンカーリース

一方のリボーンカーリースだがこちらは開業して今年で10年目を迎える。タイヤに比べてまだ若い事業部門だ。現在のリース契約数は128台で最盛期には150台をキープしたこともある。若いと言ってもこれもなかなかの実績だ。

まずリボーンカーリースの特徴は一般のカーリースのように新車ベースではなく、あくまでも中古車が基本のカーリースということまでここにコスト低減の秘密がある。

同社の価格帯を見ると軽4・月額15000円、普通乗用車・同21000円、その他・同27000円となっている。明らかに手軽な価格で庶民感覚に訴えるものがある。

ここで活用される車両は同社がリサイクル事業者としてオークションや中古車市場から仕入れたもので、一般の消費者が手にする中古車ではない。初期のコストはやはり優位なところに立っている。

現場担当者の古里裕二氏(54歳)は「顧客の中心は40代から50代のサラリーマンが多いです。免許取り立ての方や今所有している車が故障中だとおっしゃる方など様々です。また珍しい固定客としては毎年釧路に避暑で本

州からお越しの観光客の方々も結構いらっしやいます」としている。

同社では認証資格を取得して一般整備の作業も軌道に載せており、リース車両のメンテナンスには万全を期している。これも先述のタイヤと同様で高橋商会のリサイクル部品を一般消費者にアピールするためのビジネスということで販売の姿勢には余裕がある。

経営側は両部門を戦略の一環と見る

こう言った現場の実情を踏まえて同社としてはタイヤ・リボーンカーリース事業をどう見ているのだろうか。

基本的には雪国のタイヤ需要が硬いこと、低価格カーリースの需要も根強いことなどが背景にあるが、ここで言えることは同社の基本はあくまでも「高橋商会ブランドのリサイクル部品拡販」という点にあるということだ。

地元のカーユーザーの本音を自然な雰囲気の中でしっかりと受け止めて着実に同社の取引先を増やして行こうとしている。

この点に関して同社高橋建作社長は「タイヤ販売は歴史もあるので固定客が一定量あって順調な販売実績をマークしている。またリボーンカーリースも最近ようやく軌道に乗ったので今後をどう展開するか、今、担当者の意見を聴きながら検討を加えている。両部門とも自動車リサイクル事業者としては貴重な一般消費者との生の声が聴ける重要な接点として大切に育てていきたいと考えている」としている。関係者としては傾聴に値する動きと言える。



ビッグウェーブグループの戦略背負い模範示す 山形オートリサイクルセンターの松田裕也氏に聞く



▲山形県酒田市では実績ある同社

山形県酒田市の山形オートリサイクルセンター(株)(伊藤雄一郎社長)はトラック部品に力を入れるビッグウェーブグループでも先進的なメンバー。電気自動車の組み立てに挑戦したり、中古車販売やクイック整備にも進出するなど意欲的な経営に取り組んでいる。その同社の生産管理を担当しているのが工場長の松田裕也氏(36歳)だ。伊藤社長の側で具体的な戦術展開に協力している。今回は同氏の見解を聞いて見た。

あなたの入社の経緯をまずお話しください。

松田 私は入社前、認証工場3年、指定工場6年の計9年間整備士をしておりました。自動車整備は経験済みで当社に入ったわけです。入社後は資源、国内部品、貿易実務など重要な分野のほぼ全てを経験させてもらって、2016年に工場長に任命されました。入社後に様々な業務に携わらせてもらったことを感謝しています。

現在のお仕事の内容をお話しください。

松田 現在は部品生産、在庫車両の輸出国内の仕分け、中古車販売、車両仕入れ、新人教育など多岐に亘る業務の総合的な管理に携わっています。当社にはそれぞれ現場にベテランが控えておりまして、実務の流れを大局的に監督するだけで回転していますので楽と言えば楽ですが、それだけに社員全員をコントロールするのは大きい責任が伴います。毎

日真剣に取り組んでいます。

ところであなたから見た伊藤社長はどういう経営者ですか。

松田 一言で言いますと「やりたいことをさせてくれる有難い経営者」ということですね。過日も現場で使う診断機を申請したところ導入を即決してもらいました。現場の担当者も勇気百倍で作業に取り組んでくれていて本当に助かりました。また最近では車両の仕入れについても希少な車両はコストが高騰しがちですが、すぐに仕入れの可否を指示してもらえるなど現場中心の経営をしてもらっています。

伊藤社長の先進性は噂に聞いていましたが本物ですね。ちなみに2010年当時にEV組み立てに挑戦しておられます。それに近年は中古車販売やクイック整備への進出など意欲的な姿勢ですね。

松田 社長は広くアンテナを張っておられて情報収集の幅は相当なものです。一般向けの当社のニュースレター配布などアナログ情報も重視されますが、最近のデジタル系のそれに関しては積極的に多用されておまして、当社のPR用のYouTubeチャンネルが完成しました。Webサービスを介して問い合わせが最近では多くなって驚いています。ちなみに2010年のEV組み立てですが、軽自動車のEVキットを購入して完成させるものでした。社内で実験して完成させたという実績です。現在は中止していますが将来に向けての経験としては良い経験だったと思います。また当社の中古車販売は決定的にコストパフォーマンスが優れていますのでお客様には好評です。さらにリサイクル業として長年培ってきた美化技術を駆使し車輛の外装磨きを商品化したところこちらでも強い手ごたえを感じております。

ではあなたの自動車リサイクル部品戦略をお話しください。

松田 私は入社当初から事業者向けのリサ

イクル部品という感覚から踏み出て、一般向けのリサイクル部品というニュアンスを打ち出したいと考えておりました。当時はこの部品なら末端では必ず売れると思われるのもどンドンスクラップにしていたことがかなりありました。今は工場長として先頭に立って改革しなければならない事態になっています。そこでクルマ好きのメンバーから収集し実情を分析したところ、最近では外車を始め旧車の希少な部品の需要が高まってきていることがわかってきています。ところがこの外車や旧車の仕入れとなるとコストも高騰気味で仕入れには作戦が必要になってきています。そういう時には社長との相談が必要になるのですが、社長も現場の実情を良くご存知なので話し合いはスムーズで助かっています。私のリサイクル部品戦略と聞かれたらそれは「マニアックな希少部品の合理的な仕入れ」と「ヤブなどのネットを介した個人ユーザーとの効果的な取引」ということになるでしょうね。

最後に今後の見通しをお話してください。

松田 時代はEV化の方向にどんどん進んでいます。一部ではもうガソリン車の時代は終わったからリサイクル事業も衰退の一途だと言いつける向きも出てきました。しかし私は一概にそうとは言いつけないのではないかと考えています。まず、そうであるなら逆に行現のガソリン車の部品、この場合は絶版部品ということになりますが、そのリサイクル部品の需要は高騰すると見ていますし、仮にEV時代に突入しても消耗部品の需要は発生しますからそのリサイクル需要も発生し続けると見ています。今の時点では決定的なことはまだ何も分かっていないと思っていますので、模索し続けることは必要ですし、諦めることはないと思っています。

