



# 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2022.12  
Vol.234

2022年を振り返って

## 年頭の三社連携で在庫共有の拡大化実現 着々とリアル会議復活で気合取りもどす



▲年頭の三社連携の決意は大きい成果(左は2021年3月のビッグウェーブとジャブラの提携で、右は2020年9月のジャブラと(株)JARAの提携の様)



▲実務者研修リアル会議は正解

2022年も暮れようとしている。今年は一  
体どういう一年だったのか、振り返って見た  
い。

ベストニュースの第一面を飾ったテーマを  
見ると在庫管理システムの共有から始まって  
リサイクル部品のオールジャパン構想への進  
展が果たされつつあり、日本の自動車リサイ  
クル事業の将来像が見え始めた。今回は今年  
の動き総集編をお送りする。

223号「本格化するビッグウェーブ・ジャブラ・  
JARAの三社連合」。今年の冒頭のこの経緯  
は業界では珍しい快挙となった。在庫共有の  
基礎が出来上がり、関係者相互の利便性が拡  
大したことは特筆できる。

224号「久方ぶりの国際オートアフターマー  
ケットEXPO2022」。コロナ禍で長期間開催  
が延期されていた自動車のアフターマーケ  
ットフェアが再開された。部品販売に携わる事  
業者にとってはまさに息を吹き返した感があ  
った。再開にこぎつけた関係者の英断に感謝  
する思いがある。国際的にも注目された大型  
の展示会の再開は大きい意味があった。

225号「(株)JARAの代表者が北島宗尚氏か  
ら矢島健一郎氏に代わる・北島氏は会長に」。  
矢島氏は豊田通商時代から自動車リサイクル  
に深く関わる道を歩んで、2019年に取締役  
として(株)JARAへ出向となった。かつての視  
野の広さが今後の経営に反映されることが明  
らかになっている。また北島氏は側面から引き

続き、業界の発展・活性化への取り組みに対  
応をしていく。

226号「ビッグウェーブ令和4年度の加盟店代  
表者会議をハイブリッド形式で開催」。長期間  
WEB方式で対面会議を避けてきたビッグ  
ウェーブグループが対面会議を実施、会員間  
の心の交流に成果をあげた。自動車リサイ  
クル業界のベテラン揃いの同グループの動きが  
回復したことは注目された。

227号「(株)JARA・システム管理会社として  
全方位営業確認。業界標準の在庫管理を目指  
す」。ビッグウェーブグループに続いてジャブラ  
とのシステム連携に進出できた(株)JARAは  
今後の経営方針をどのリサイクル部品流通組  
織とも均等に連携を目指す全方位営業を明確  
にし、新しい経営方針を表明、前進を開始した。

228号「NPO・全日本自動車リサイクル事業  
連合第18回通常総会開く」。同連合も長期間  
のコロナ対応で国際的な動きをやや手控えて  
時期を見ていたが、今年は改めてNPO活動を  
再確認して積極的に動く意向を固めた総会と  
なった。また、新たに齊藤徹氏(三重パーツ販  
売社長・SPN会長)を正式に理事として迎え  
た。

229号「ビッグウェーブが実務者研修会を『原  
田メソッド』で実施」。コロナ禍で対面開催を控  
えていた実務者研修を久方ぶりに再開し、人  
材開発手法で注目の『原田メソッド』を導入し  
て成果をあげた。組織戦重視のリサイクル業  
界では改めて対面教育の重要性が証明され

た。

230号「自動車新聞社が部品マーケット要覧  
発刊・リサイクル部品の動向にも紙面割く」。

都内に本社を置く国内部品流通専門誌が  
2022年版の部品マーケット要覧で近況を明  
快に分析、新品部品と並べてリサイクル部品に  
ついてコメントを掲載。関係者に警鐘を鳴ら  
した。

231号「(株)JARAが現役中高生の会社見学  
受け入れ」。(株)JARAが岐阜県と宮城県の現  
役中高生の企業見学を受け入れ、最近の環境  
保護の観点から自動車リサイクル事業の実態  
を積極的にアピールした。今後もこの動きは  
継続して自動車リサイクル業界の現状を、次  
代を担う若者にPR活動を強化する。同社とし  
ては初の試みで今後内容のレベルアップを継  
続する。

232号「ウクライナ戦争勃発でトヨタ・日産の  
ロシア撤退表明」。世界は今回のウクライナ戦  
争で全く新しい世界経済構造の世界に引き摺  
り込まれた。自動車業界の両雄が企業活動停  
止と撤退を表明したことは関係者に対する警  
鐘として受け止められている。

233号「(株)JARA矢島健一郎社長が改めて  
(株)JARAの現役学生の企業訪問についてコ  
メント」。(株)JARAの矢島健一郎社長はイン  
タビュー形式で改めて(株)JARAの人材開発  
に関しての思いを語り、今後の同社の経営に  
ついて方向を示唆している。

# 再生したガラス製品や手提げバッグを出展 子ども向け絵本を1000冊配布し事業PR強化



▲エコプロ展示会のNPO JARAコーナーは盛況



▲マテックのガラス製品



▲山形県自販店リサイクルセンターの手提げバック



▲NPO JARAが配布した啓蒙絵本

12月7日から9日の三日間、東京ビッグサイトで「第24回持続可能な未来を拓く展示会・エコプロ2022」が開催され、NPO全日本自動車リサイクル事業連合（高橋敏理事長・本部東京）が自動車リサイクルに関連する商品の展示を行った。会期中のコーナー見学者は約100社を数え自動車リサイクルに対する関心の強さを感じさせた。

今回の出展商品は（株）マテックのカーウイ

ンドウを再利用したガラス製品、山形県自動車販売店リサイクルセンターのシートベルトを再利用したお洒落手提げバックやエアバックを再利用した帽子、三重パーツが出展した燃料添加剤など。

また同コーナーを訪れた子どもに向けて自動車リサイクルを解説した絵本1000冊を配布、自動車リサイクルについての事業PRを主に子どもを対象に強力に展開した。

出展についてNPO・JARAの関係者は「年々開催を重ねるたびに出展企業の数も増え、各社様々な取り組み活動を紹介し、未来の持続可能な社会生活に関係する商品もどんどん開発されている。自動車のリサイクルで再利用される生活商品も今後増える見通しで、会場は活気に溢れていた」と感想を述べている。

## ビッグウェーブがHPをリニューアル

（株）ビッグウェーブ（服部厚司社長）はこのほど同社のHPを全面的にリニューアルした。新装されたHPのレイアウトは提携関係にある「一般財団法人日本技能研修機構」や「エーミングサービス丸井」などの企業イメージを強調。同時に関連専門情報紙ベストリサイクラーズニュースのバックナンバー検索などが目立つ形で、より企業アピールが効果的に展開できるものに改編されている。



▲このほどリニューアルされたビッグウェーブのHP

当に、100年に一度の大変革を迎え、未来に向けた大規模な投資ですとか、インフラ整備ですとか、来たるべきモビリティ社会に向けて、いろいろとお金が必要だということは理解をしております。

その中で、各省庁間で「財源はどこである」とかというような綱引き合戦ではなくて、日本という国をいったいどういうふうにして行きたいんだと、そのためにはこの自動車関連諸税で集めた税金をどう活用していくんだという議論をお願いしたい、ということを声を大にして申し上げたいと思います。そういう議論のうえで、経団連モビリティ委員会ですとか、官邸との懇話会というのは、非常にいい議論をさせていただけるんじゃないかなと思っております。やっと（政府と自動車ユーザーとの間の議論の）スタートポイントに立てたなど。今後、日本の競争力を強化するために日本全体の税制のあり方を見直すという点で、わたくしどもから抜本的な見直しの議論が始まった第一歩ではないかなと思っております。短絡的な成果を求めめるのではなく、これを機に日本という、この20年、30年で競争力を失った日本経済の存在を高めるためにご活用いただきたい。自動車産業も力になりたいと思いますので、ぜひその点をご理解いただきたいと思っています」

（ベストカー編集部）

## 【自動車税制その1】 エコカー減税据え置き

日本自動車工業会（自工会）の豊田章男会長は令和5年度税制改正について「資材価格高騰や半導体不足などの状況にご配慮いただき、深く感謝申し上げます」とコメントを出した。自動車業界は半導体不足の影響などで納車遅れが発生している。自工会は減税の恩恵が受けられない顧客が多いため、現場の混乱を招くとして、現行制度の据え置きを求めている。今回の税制改正では、自動車重量税を優遇する「エコカー減税」や車の購入時に納める「環境性能割」の来年末までの据え置きが決まった。（産経新聞）

## 【自動車税制その2】 税体系簡素化を要求

2022年11月17日に実施された記者会見での、日本自動車工業会の豊田章男会長のコメント。「（日本の自動車関連諸税が）世界一高い税金である、ということは変わっておりません。そのうえ、非常に複雑です。わたくしどもは「この複雑な税体系を、もう少し簡素化してください」とか、「世界一高い自動車税を軽減してください」と、ずっと申し上げてきました。それに加えて、「自動車ユーザーも、バイクユーザーも、軽自動車ユーザーも、国民ですよ」ということを申し上げております。そのうえで、未来の日本にどういう税制がいいのか、という中で、わたくしども自動車業界は、高いんですが、ただ減らすことだけを要望しているわけではありません。先ほども申し上げたように、いま自動車業界は本

# EVオール100%に対して消費者が疑問の声 日本のトヨタ戦略が再評価の気配濃厚か



▲このほど発表された新型プリウスはトヨタのHV戦略の目玉商品で今後のトヨタEV生産の覚悟を表している



▲軽自動車のキャンピングカーは整備專業工場が仕立て上げて販売する

## 事例その1「世界全車EV化への反論」

今年2022年の自動車産業に絡む注目の業界状況の一つに世界的EV化傾向に一定の反省が加えられつつあることが挙げられる。カーボンニュートラル政策の影響を受け、欧米及び中国のカーメーカーが一斉に100%EV化に向かって走り始め、中でも新進のEVメーカー米テスラ社の動きが注目された。しかしその急激なEV化競争の流れに水を差す極めてまともな反論も出てきている。

.....

今秋に入ってEV先進国の中国市場でPHV車の性能が見直され需要が増えてきたという現象が現れた。また欧州のカーメーカーから水素エンジン車の再評価が起きて、先行するトヨタの動きに追随する動きも見えてきた。

さらに自動車王国米国の消費者レポートの調査結果で日本製HV車の評価がうなぎ上りで日本車メーカーを喜ばせている。

### 緊急充電に時間という米テスラの弱点も

また北欧の寒冷地での米テスラ車の使い勝手(緊急時の充電時間が長すぎるなど)が不評でガソリン車への乗り換えやセカンドカー扱いが増えているようだ。あるいは「バッテリーも含め大量の電気を消費するEVのCO2削減効果は生産から廃車までの生涯計算ではHVや低燃費ガソリン車に劣るのではないか」といった専門的な疑問が提起されている。

こう言ったEV化に対する疑問符は今年後半に入って急速に表面化しており、日本のトヨ

タ自動車などが主張するEVから燃料電池車、水素エンジン車などを含む全方位生産方式が俄然注目される気配が濃くなってきた。

オールEV化の欧米中の傾向に対する冷静な反論で、今後の世界規模でのEV車生産のあり方が厳しく問われることになりそうだ。

### トヨタのHV車に再評価の動き

こう言ったEV化論争の結果、従来通りのガソリン車、HV車の生産に一定の見通しがなされることで、特に部品生産に関わる業界では、これからの動向にわずかだが安堵感のようなものが感じられる。中でもリサイクル部品流通界は従来型車両の生産が見込まれる限りは業態の維持が可能と思われ、体勢を整える時間が大幅に延長される見通しも出てきている。

例えばインド、中近東、東南アジア、アフリカ、南米などこれから自動車需要が発展軌道に乗ろうとしている地域では、充電設備などのインフラ対策が求められる高額なEV車に対抗して従来型車両のニーズは無視できない。

### 先行きに欧米のどんでん返しも

以上述べてきたEV化に関する周辺事情の複雑さについてはEV先行する欧米中の関係者の間でもしっかり認識されているはずで、前半で指摘したオールEV化に対する疑問符は極めて妥当な見方である。

今後の成り行き次第では大幅なルールの見直しがEV先行国家側から突発的に発動されるというどんでん返しも考慮しておく必要

もあるようだ。次に訪れる新しい次世代車両時代の部品需要を正確に見定める業界常識が必要な時がきている。

## 事例その2「軽キャンピングカーの部品販売」

整備業者が力を発揮する軽自動車販売だが、コロナ禍でブームに火がついたキャンピングに関して整備業者が生産する軽自動車のキャンピングカーが人気急上昇している。この動きの影で仕立てに必要な関連部品の販売にも進出する整備業者が現れた。

.....

最近のキャンピングブームのお陰で、整備業者による軽自動車のキャンピングカー仕様の生産販売が軌道に乗りつつある。軽自動車の需要拡大に伴って地域に根差す整備業者の中には各社各様のキャンピングカー仕様を考案し、この生産に伴う特殊部品の販売にも力を入れるところが増えている。

エーミング調整や特定整備の資格取得に迫られてきたことから、整備技術に自信のある業者の中にはスーパーディーラー並みの加修技術を発揮して車両販売のみならず、インターネットで関連する特注部品の販売にも取り組み成果をあげているというわけだ。

部品は自社での整備用に限定していたという時代は過去のもので、今や自社生産する特注車両用の部品を当該車両と並行して顧客向けに販売しているという。

# 現代表細野三好氏の戦略を引き継ぎ次代のカーリサイクルホソノを築く細野秀樹氏に聞く



▲地元顧客最優先の姿勢貫く同社

今年5月にビッグウェーブグループに入会した全くの新会員。すべてはこれからが腕の見せ所だ。同社の創業は昭和53年(1978年)で創業者の現代表細野三好氏(72歳)は人間関係を重視する人情家であると同時に自動車リサイクルの本質を見極めたいわゆる苦勞人で、その地盤を今、息子である細野秀樹専務(43歳)がより強固なものにしようとしている。父の実績を忠実に守りながら今後の荒波をどのように乗り越えようとしているのかを同氏に聞いてみた。

## 細野専務の入社の経緯をお話してください。

細野 私には2000年2月に父の家業を手伝うために入社しました。気楽な学生生活を送っていたのですが、父の依頼もあり、自分でも早く事業を覚えたいと思って父の会社に入りました。大学では建築学という全く自動車解体とは縁のない勉強をしていましたので入社時は自動車の基本を学ぶ意味で、もっぱら車の下に潜って部品外しに専念していました。5年くらい部品外しを学んでから外回りに出て、車の引き取りや仕入れ車両の値付けを手伝うようになりました。外回りを始めるに当たって親父から言われたことは「私が細野の二代目で父を手伝っていますとお前の顔を取引先に覚えてもらって来い」というものでした。

入社当初の修行時代の思い出はどのようなことがありますか。自動車リサイクル業を覚える中で心に残る場面とはどのようなものでしたか。

細野 修行中に思い出深いというものにレッカー業務があります。お客様が車の事故や脱輪などで困っておられて、緊急でお助けしに出かけるわけですが、救援作業が一段落しますとお客様から心込めて「ありがとう。助かった」と言ってもらえた時の嬉しさはやはり心に残ります。こういう経験はお金を出して買えるようなものではないので、自動車リサイクル業をやっていたよかったと思う瞬間です。ですから今でも私はレッカー作業自体がとても好きなんです(笑)。

現在ではどのようなお仕事をされていますか。

細野 2年前に専務の肩書をいただいて、現在はほぼ会社の全業務を統括するところに立っています。現場の実務から車両仕入れなどの外回り、経理総務を含め、会社の流れ全般を見るところに至っています。

ところで現代表の細野三好社長はどのような経営者ですか。

細野 父は農家の出身である意味では親の家業をそのまま引き継ぐことはちょっと気が進まないということから、畑の空き地に少しずつ車を集めてきて解体業をスタートさせたようです。本格的に自動車解体を学ぶために地元の先輩業者に就職して仕事に取り組み、そこで信頼されるころまで腕を磨いて、最終的にはそこが事情あって廃業することになり、当時の顧客を、全部父が譲り受けて今の当社の基盤を作ったと聞いています。そういうことから父はこの事業の細かい一つ一つを丁寧に身に付けて着実に前に進んで来た経営者だと尊敬しています。私をこの仕事の中で訓練する時も決して頭ごなしで上から押し付けるというやり方ではなく、静かに私の仕事ぶりの弱い部分を、時間をかけて説得して教えるという感じでした。要するに失敗しない方法や考え方を忍耐強く教えてくれた父であり経営者だったと受け止めています。

細野専務のリサイクル部品販売戦略をお聞かせください。

細野 最近はコロナ被害の関係で自動車解体、リサイクル部品流通にも大きな変化が起きてきていると見ています。コロナ以前では当社も他府県に足を伸ばして値段交渉をしながら無理やり仕入れを展開して数で利益を膨らませようと頑張っていたのですが、そういう遠距離営業はほとんどコロナ禍がきっかけでできなくなりました。父に言わせると「遠距離他府県営業は値段次第ということでお前の人格を認めてもらった結果の商売ではない。これを機会にもっと地元のお客様に徹底して奉仕する姿勢に戻るべきだ」というのです。全く私も同感で、現状は地元最優先のビジネスに打ち込んでいます。現在の当社の在庫規模は月間約250台程度で大きい数字ではありません。絞り込んで在庫車両を丁寧に解体して上質のリサイクル部品に整えて、当社を信頼していただいている顧客に丁寧に売り込むという姿勢です。コロナのおかげで経営思想が大きく変わりました。

今後の自動車リサイクル部品流通はどうなっていくとお考えですか。

細野 私はリサイクル部品流通というのは父が立ち上げた当時から人間関係を軸とした地味な商売ではないかと思っていて、今更ながらですがお客様とできるだけ対面し交流を深めながら納得の行く値段と品質のビジネスを心がけたいと思っています。業界では在庫共有を意識したオールジャパン構想が取り沙汰されており、その方向に向かっていきます。大掛かりな在庫共有の構想はそれなりの経営効果を発揮すると思いますが、それを現実の企業利益に結びつけるには個々の会社の顧客対応が勝敗の決め手になると見ています。世の中がインターネットによる情報化社会に発展して全てが高速化していますが、基本は当社を信頼される顧客がどれだけ存在しているかではないでしょうか。時代が前に進んでもビジネスの基本は変わらないのではないかと思います。時間が許す限り体を張った顧客訪問は継続させていきたいですね。

