



BEST

Recyclers Alliance

NEWS

ベストリサイクリ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2020.9
Vol.207

コロナ禍と戦う自動車リサイクル業界

コロナ不況に立ち向い善戦するリサイクル業界 7~8月から復調で前年実績確保が続出



▲8月の熊本水害にはいつものように被災車両撤去のため動いたJARAメンバー



▲今年前半はコロナ禍のため会議は全部WEB方式で行われた



▲コロナ禍の最中でもリサイクル部品の流通は堅調だった

9月に入ってリサイクル部品流通の市況を伺うと4、5月の底打ちからやや脱して業界全体としては最悪の状態を切り抜けた感が出てきた。企業規模の格差を乗り越えて、大手、中小いずれも業績は回復の傾向を見せている。コロナ禍は各社の動きにどういった影響を与えたのかまとめて見た。

9月に入り、自動車リサイクル業界の声を探ると、「外出自粛が解けて8月以降流通に活気が戻つつある」という見方が支配的で意外な回復力の強さを感じさせた。

主なコメントを要約すると、「スクラップ鉄の輸出についてはコロナ禍にも関わらず昨年実績を確保しつつある」、「今年に入って4、5月の2、ないし3割の売り上げ減は止むを得ないものがあった。当社では昨年の災害車両の緊急引取で発生した在庫でようやく凌いだ」、「JARAグループの今年前半のキャンペーンの成果は前年比100%は超えているようだ。但し3月以降は資源と輸出は依然として厳しい」、「当社の場合、これまでの売り上げは前年比で実績は上がっている」、「4、5月に比べて今はますます危機的な状況は脱したのではないかと。市況は7、8月で持ち直し気味だ」、「いろんな意味でリサイクル流通全体が変化している。車両仕入れの段階から全てを見直したい」、「経営の苦しさは昨年秋以来変わらず苦しい。輸出が止まった段階で日常の海外バイヤーの

買い付けが急減し、流通の形が変わったように思う」といった声が上がっている。

◇今年前半は対面の実務連絡ゼロだった

以上のコメントは、約半年間、従来のような対面の実務連絡は一切行われず、リモート会議のみで情報交換が行われ、代表者の大半が自社の経営に専念した状況で発せられている。

代表者が直接、社内の管理を徹底させたこと、各種の政府系給付金の獲得を済ませたこと、仕入れ営業の密度を高めて万全の構えに素早く入ったことなどが8月以降の事業活動に反映されてきたと見られている。

JARAグループにせよ、ビッグウェーブグループにせよ、これまでの過程で組織による経営学習は積み上げてきており、その情報蓄積は無視できない。しかし、今回のコロナ禍は瞬間的に一切の動きが無理矢理停止せられ、企業行動の自由が大きく奪われた。これはこれまでにない経験で、営業活動は当面全て自力単独で行わなければならなかった。

この経験は非常に重いものがある。これまで組織の仲間の助けを受けながらの経営がかなりの期間続いてきたが、ここに来て自力で全ての課題を突破しなければならなかった。

言い換えるとこれまで学習してきた知識を駆使して実際に行動に移さざるを得なくなったということ。経営の学習効果が問われ

各社その回答を苦しみながら出したことになる。

◇本来は単独行動が原則の業界

自動車リサイクル事業は本来孤独な単独行動であり、現状の組織化戦略はむしろ特殊な形態だったと言えなくもない。経営者個人の鉄相場に対する直感が大きく場面を左右することからもそれは言える。今回の取材で得たコメントにはそういう本来の姿に立ち戻って「意外とやってやれないことはなかった」という雰囲気を感じられる。

目下の緊急事態がいつまで続くかまだまだ分からないが、今まで蓄えてきた各社のオリジナルな戦略が緊急事態を迎えて表面に滲み出てきて、その結果が決して悪いものではなかったということではないだろうか。

自動車リサイクル事業の根幹は地道に車両を集め、手順に沿った手法で商品化し、適正価格で丁寧に販売するという基本動作を大きく外れない限り、不況には強いということが証明されたようだ。

また自動車産業は社会の大半の物流を底辺で支えており、整備需要は車検整備を軸に常に一定量は存在している。このため補修のための部品需要も同様に安定していると言えそうだ。

今回のコロナ禍は自動車リサイクル部品の生産と販売について足元を見つめ直す良いきっかけとなったと言えるだろう。

豊田通商が物流システムを販促

▲紹介キャンペーンは取引先を中心に広範囲に力が入っている

豊田通商株式会社はトヨタグループとして、トヨタL&Fの産業車両と物流システムの販促をアピールする紹介キャンペーンを展開している。フォークリフト等の産業車両、自動倉庫・搬送システムなどの物流システムの導入を検討している顧客を豊田通商に紹介すると、トヨタL&Fの販売スタッフがその顧客に派遣され、詳しい内容が説明される。その後、顧客とL&Fの契約が成約すると、仲介者/購入

者に2万円～最大22万円の謝礼が支払われる仕組みで、同時に仲介者自身が購入する場合にも謝礼金が支払われる。機器の購入以外にも、物流改善・レイアウトに関する相談にもトヨタL&Fは対応する。

ご提出期限：2020年12月15日まで
問い合わせ窓口：豊田通商株式会社金属企画部 DXイノベーショングループ
佐藤 Ta.(052)584-3399

ビッグウェーブが株主総会開催



▲株主総会とは個別に開かれたリモート会議の様相

(株)ビッグウェーブ(服部厚司社長)は9月10日、株主総会を開催した。今期はグループ独自で会議・研修会(Web含む)の定期開催、ネットワーク取引の拡充及び新規取引先との業務提携等に力を入れたため、大手パートナー取引の供給量拡大、商品の販売先及び仕入先の見直しなどに成果を上げ、売上は前期比110%と前期より増加したことが第56期株主総会で報告された。

また別途に各地区地区長が参加する戦略会議もリモート会議で開催した。

中国の小鵬汽車がニューヨーク証券取引所に上場し注目集める 発行価格は1株15ドルで同社時価総額は150億ドルに

8月27日、中国の新興EVメーカー「小鵬汽車(Xpeng)」がニューヨーク証券取引所に上場し、米中経済摩擦の最中にも関わらず、投資家の注目を集めた。発行価格は一株15ドル(約1600円)、当日の終値は41%上がり、同社の時価総額は150億ドル(約1兆6000億円)に達した。

その前日には、同じく新興EVメーカーの「蔚来汽車(NIO)」と「理想汽車(Li Auto)」の株価がそれぞれ14%と28%上昇してい

る。資本市場での人気により、これらの企業の資金調達は順調に進んでいる。小鵬汽車はわずか1カ月という期間内に、シリーズC+、C++とIPOで、計24億ドル(約2500億円)を調達した。

7月末にナスダック上場を果たした理想自動車も、シリーズDとIPOで、計20億ドル(約2000億円)を調達している。

蔚来も最近の公告において、7500万株を増発し、最高で17.22億ドル(約1800億円)

の増資を行うと発表した。同社は今年4月に合肥市などから計70億元(約1000億円)を調達しており、増資が完了すれば、新興EVメーカーのなかで資金調達額1位の座がさらに安定することになる。

まもなく科创板(スターマーケット)に上場予定の「威馬汽車(WM Motor)」も、IPOとPre-IPOで100億元(約1500億円)規模の資金を難なく調達できそうだ。

(36KrJAPAN)

ホンダが米GMと提携拡大に踏み出し幅広い分野の協力関係へ 北米市場でのコスト効率向上を目指して大きく前進の意向

ホンダがアメリカのゼネラル・モーターズ(GM)と提携拡大に踏み出した。両社は9月3日、北米向けの車両でのエンジンやプラットフォームの共通化、部品の共同購買など幅広い分野での包括提携を検討すると発表した。

ホンダがこれまでの部分的な提携から大幅に深化させる背景には、自前主義の限界が垣間見える。「新たな協業を通じて、将来のモビリティ技術への投資に向け、最大市場の北

米で大幅なコスト効率の向上が実現可能となる」とホンダの倉石誠司副社長は発表声明の中で、提携拡大の意義を強調した。

1990年代に始まった両社の協業は近年、次世代技術の開発を中心に進んできた。2013年に燃料電池車(FCV)の開発で提携したほか、2018年にライドシェア向けの自動運転車、今年4月には電気自動車(EV)での共同開発を決めるなどしてきた。ただ、あくま

で個別の技術分野ごとの協業にとどめてきた。

今回は車の土台に相当するプラットフォームやエンジンなどを含め、車の商品力を左右する基幹部分にまで範囲を広げる。先進技術の研究開発全般での協力も模索しており、従来「独立独歩」を信条としてきたホンダにとっては大きな路線転換とも言える内容だ。

(東洋経済)

15年以上乗り続けた上位15車が全て日本車 うち10車がトヨタで続くホンダとスバル



▲写真は首位のトヨタ・ハイランダー



▲写真は9位のトヨタ・プリウス

米国での日本車の人気上昇が改めて確認されている。先頃明らかにされた米情報サイトの人気投票で一位から十五位までを日本車が占めるといふ快挙が判明、燃費と耐久性を誇る日本車の面目を施した。百年に一度の大変革の時代、EV化、自動運転化の方向には間違いはないが、なぜそこまで日本車の人気が高いのか背景を探って見た。

米自動車情報サイト:iSeeCars.comの調査によると米国で長く乗り続けられているクルマの一位から十五位までを日本車が占めるといふ結果が出た。一位はトヨタのハイランダーで、最下位の十五位がやはりトヨタのランドクルーザーとなり、その間の13車種もホンダとスバルを含む全車種が日本製という強さを見せた。調査は2019年に中古市場に売りに出された35万台の車両を対象に、初代オーナーが15年以上乗り続けていた割合をモデル別に集計したものだ。

15年以上継続して乗られていた個体の割合は全車種平均で7.7%であったが、1位に輝いたあるモデルは実に倍以上となる18%超を記録。購入者のうちほぼ5人に1人が15年以上乗り続けるという驚きの結果となった。

◆日本車、特にトヨタ車が圧倒的評価

十五位までの車を列記すると、十五位トヨタランドクルーザー、続いてホンダシビック、トヨタカムリ、トヨタカローラ、ホンダオデッセイ、トヨタハイラックス、トヨタプリウス、ホンダ

CRV、ホンダパイロット、トヨタRAV4、スバルホレスター、トヨタタンドラ、トヨタタコマ、トヨタシェナの順で最後の一位がトヨタハイランダーという結果である。トヨタ車が圧倒的に多く、改めて人気の高さがわかる。

米国ユーザーの声をまとめると「故障が少なく維持費が安い」、「クルマの耐久性が高く長期間の使用に耐える」と言ったところに集中する。この感覚は欧州車との比較でも言えており、総合的に品質で勝利している。

◆遠因はQuality Control (QC) の思想

こういう評価の遠因を探ると、日本製自動車の高品質を支える背景にQuality Control (QC) の思想があることは見逃せない。この品質管理の考え方はアメリカのベル研究所の技師であった時のウォルター・シューハートが1931年に著した The Economic Control of Manufactured Product において初めて現れたとされている。

日本においては第二次世界大戦敗戦後1948年から始まった日本科学技術連盟、海外技術調査委員会所属の品質管理調査委員会品質管理調査部会の調査活動や1949年(朝鮮戦争勃発の前年)のGHQが行ったいわゆるCCS経営者講座[8]を端緒とする。戦時の兵器生産の技術のレベルアップを目指した米国の経営指導だった。

特に日本科学技術連盟は日本の国勢調査についての計画立案のため来日していたW・エドワーズ・デミングを招聘し統計的プロセス制御

と品質管理について講義を行なった。

デミングはベル研究所でシューハートに学んだ統計学者である。このことにより当初日本における品質管理において統計的手法に偏重した傾向を持つこととなる。

1956年には日本産業規格(通称JIS規格)において「品質管理とは買い手の要求に合った品質の製品を、経済的に作り出すための、全ての手段の体系」「近代的な品質管理は、統計的な手段を採用しているため、統計的品質管理(statistical quality control)と呼ぶことがある」と定義された。

◆全力投球で取り組んだ戦後の日本

こういう背景から日本の産業界、特に自動車産業界ではこのQC手法で生産に取り組む姿勢が一般化し、部品生産に関わる全ての企業がこの思想で対応し、互いに品質を競い合う風潮が顕著になっていった。

この品質重視の発想はQC手法の産みの親である米国を追い抜き、その反動で1990年代に米国産業界が改めてQC手法を再評価する逆転現象を呼び起こしている。

また製造部門にとどまらずサービス部門や管理部門など全社的にQC活動を広げた活動はTQC(Total Quality Control)と呼ばれるようになった。

頑なに第二次大戦後の米国の技術指導を守り抜いた結果が、米国での日本車の高評価に繋がったという皮肉な状況である。

二代目代表を支えて業界の歴史継承の作業に取り組む (株)ユーパーツの清水利憲専務取締役に聞く



▲(株)ユーパーツは日本のリサイクル部品流通の優等生だ

(株)ユーパーツ(清水道悦社長)の旧社名は(株)清水商会である。旧NGPグループを創設した大石一彦氏が当時の清水商会を訪れて「ここにこれから我々が目指す理想像がある」と叫ばせたという話が残されている。それほど同社の発足時点からの歩みは急進的だった。その清水商会は今や二代目清水道悦氏の代に移っている。その彼を支える位置にあるのが実弟の清水利憲専務取締役(39歳)だ。留学を終えて帰国後、輸出業務を皮切りにこの業界に足を踏み入れた同氏の参謀としての歩みを聞いた。

まずユーパーツに入社されるまでと入社以来担当されたお仕事をお話ください。

清水 ユーパーツへの入社は2008年4月で、今年で12年になります。大学卒業後、神戸の中古車輸出業者で3年間の丁稚奉公をしました。もともと海外での仕事に興味があり、大学時代にはアメリカへ留学していました。神戸での3年間は、輸出向け自動車の仕入や、抹消書類の作成、海外販売先の開拓、カザフスタンやアフリカ諸国など様々な国への海外出張と多くのことを学ばせて頂きました。入社当時は慣れない関西弁と社会人1年目で埼玉に帰りたと思うこともありましたが、住めば都で本当に充実した日々を送ることが出来たと思感謝しております。神戸から帰って、ユーパーツ入社後は一通りすべての部署を経験させて頂き、その後は以前の経験を生かして海外への販売に注力しました。ちょうど海外への中古車輸出が伸びている時期とも重なり、部品に関しても以前にも増して需要がありました。しかし当社は国内メインで販売していて海外向けはモンゴル向けを少し輸出していただけでしたので、

肝心な海外のお客様がいない状態でした。まずはお客様を見つけることから始めました。海外出張を行い、お客様からオーダーを頂き、車両を仕入れ、解体し、コンテナパッキングをして、と忙しい毎日を過ごさせて頂きました。初めてのコンテナを出荷した際の達成感と、今までやっとの思いで集めた部品が出荷して行ったことの何となく寂しい気持ちは今も良く覚えています。その後は海外に強い人材も加わり、ヨーロッパ、カリブ、南米と徐々にお客様を増やしてきました。海外部以外には、車両部、生産部、バッテリーの再生事業を統括しております。

専務のお立場からみた清水社長とはどういう経営者とお覧になっていますか。

清水 社長が代表者という役職に就かれてから、思考・行動等において、良い意味で変われたと感じております。特に決断力においては、目を見張るものがございます。ご自身が最後の砦ということを意識されておられるからだと思います。例えば、コロナの強い感染力が話題になり始めた頃、いち早く在宅ワークの導入を決め、必要な機材を調達、フロント体制の再構築を指示されました。私はもう少し周囲の状況を確認してから立ち上げて間合っていました。瞬刻間に在宅ワークに必要な機材が品薄となるなど社長の即断に助けられました。また、情報の共有化を重視しておられます。立場上知りえる情報量は私と比較になりませんが、我々が判断を誤らないよう必要と思える情報は、背景も含めてよく教えていただいております。

専務は参謀としてのお立場ですが、ご自身の役回りについてはどのように振る舞っておられますか。

清水 確かに私は参謀のような立場にいますが、それを意識して仕事をしているつもりはありません。しかし心がけていることが二つ程あります。一つ目は社長が意思決定をする際、判断を誤らないよう精度の高い情報を提供することです。社内各部署の実態や人事、トラブル等についても、出来る限り自分で確認して報告しています。二つ目は社員とのコミュニケーションの活発化です。わたしが社長と社員の架け橋になればと考えております。どんな企業も社長一人で全てをこなすということはなく、従業員である社員に支えられています。その社

員が最高のパフォーマンスを発揮出来る環境作りが大切と考えています。

幸いにも当社は本当に良い社員に恵まれており、皆、一生懸命に各自の仕事に取り組んでおります。私自身まだまだ力不足ですが、できるだけ社員の声に耳を傾け、疑問や不安、業務上の納得出来ないことなど彼らが一人で悩まないよう私なりの回答を出しています。中小企業は社員が宝です。共に成長していきたいと考えております。

これからの自動車リサイクル部品販売はどうあるべきとお考えですか。

清水 次世代自動車への対応が必須となると思います。電気自動車になると部品点数も減り、それに伴い販売できるリサイクル部品も減るとよく言われますが、自動車がなくなるわけではありません。当社では鉛バッテリーの再生事業からスタートし、2012年からハイブリッドバッテリー(ニッケル水素バッテリー)の再生販売を開始しました。これもいずれは来ると言われていた自動車のEV化に備えての挑戦です。今後は中国を筆頭に益々EVの技術が進化し、排ガス規制やゼロエミッションのような、より環境に配慮した車両しか販売されない時代がくると思います。そのために早い段階で特にリチウムイオンバッテリーの分野をしっかりと研究し、品質の見える化を実現することが急務だと思います。幸いにも我々リサイクル業界は、すでに販売された車両のアフターの部分で商売させて頂いております。現在の新車が廃車もしくはリサイクル部品が必要になるまでには時間があります。この時間を大切に使うべきだと思います。そして最終的には現在と同様に顧客が安心してリサイクル部品を使える環境を作り上げることが重要だと思います。

最近のコロナ禍の影響について何かご意見あればお話しください。

清水 過去には経験したことがないような生活環境になっています。ワクチンができるまではコロナウイルスと共存していかなざるをえません。この機会をチャンスととらえ対応していきたいと思っております。経済が厳しい時には、必ずリサイクル部品の出番が増えます。社内体制の強化、在庫部品の充実、顧客の開拓等地道に努力する時期だと思っております。

