



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

2016.4

Vol.154

注目の第14回国際オートアフターマーケットEXPO2016「自動車補修部品ビジネスフォーラム」

自動車補修部品市場で高まる中古部品の評価 リビルト工業会と ブロードリーフが提案



▲フォーラムの会場を埋め尽くした自動車部品関係者



▲深澤広司氏(左端)と大山堅司氏(中央)

▲新戸部八州男氏(中央)と武藤正弘氏(右端)

3月16日から三日間、東京ビッグサイトで開催された第14回国際オートアフターマーケットEXPO2016は最近の自動車補修部品流通の激しい変化の波を受け、各種の経営セミナーが並行して開かれた。中でも自動車リサイクル部品流通を新品部品流通の一部とみなした論調が初めて公式のセミナーの対象になった自動車補修部品ビジネスフォーラムが注目された。改めてその模様を報告する。

◆盛況の事業者経営セミナー42コース

カーアフターマーケットに関する事業者セミナーは会期中三日間、一日14コース、合計42コースにわたって開かれた。この事業者セミナーは回を追うごとに充実し、現状では関係者必見の内容を持つ段階にきている。

今回、注目されたのはその中でもリビルト工業会全国連合会深澤広司会長と(株)ブロードリーフ大山堅司代表取締役の二人が出席した「自動車補修部品ビジネスフォーラム」で、同席したパネラーは全日本自動車部品卸商協同組合新戸部八州男理事長、日本自動車部品工業会補修部品用品委員会武藤正弘委員長、日本郵便(株)福田聖輝代表取締役副社長の三人。流れは新品部品流通を語る顔ぶれだ。

論議の主題は自動車補修部品(新品)の流通が大きく変革を受けはじめ、これまでの流通経路の維持が困難になっていくことにどのように対応すべきかという点にあった。

◆現状に警告発する新戸部理事長

これに関してまず全部協の新戸部理事長が

「これまでの流通経路は破壊されて、なんでもありの流通変化が起きており、事業者の意識を変えなければいけない」という警告が大前提となって話が展開された。

これを受けて(株)ブロードリーフの大山堅司代表取締役が「新品部品の供給体制はこれからの時代に即応させたインターネットビジネス型に発展しなければならない。在庫管理も供給体制も新しい時代の形に入るべきだ」とし、そのために今回、開発したのが新システム「部品マックス」(関連記事2面)で、供給も日本郵便(株)の宅配便を高度に活用した即納方式を取ると表明し、注目された。

前半の新品部品流通変革の認識を前提に、後半はリビルト工業会全国連合会の深澤広司会長が「リサイクル部品とともにリビルト部品の価値が評価され流通量が伸びてきた。現状では補修部品市場の重要な部分を占める要素に成長してきた。課題は品質基準の統一が問題でこれは関係業界全体の協力体制で取り組んでどうか」と提言、時代の変化を強く感じさせる論調となった。

◆注目の(株)ブロードリーフの立場

フォーラムの中心には日本自動車部品工業会補修部品用品委員会の武藤正弘委員長が座って、全体を見つめながら、自動車補修部品の流れがインターネット流通の成熟で大きく変化し、これまでの個々対面流通の範囲を超え、急速に形を変えていることを出席したパネラー全員が情報発信したことになる。

同時に、新品部品流通の領域にリビルト部

品、リサイクル部品が大きく食い込んできたという感じを漂わせたフォーラムとなった。

とくに注目すべきは、(株)ブロードリーフ大山堅司代表取締役の立ち位置で、同社は前身の翼システム時代から新品部品の電算管理の草分けで、新品補修部品の過去情報をふんだんに持っていること、同時に中古部品に関しても「パーツステーションシステム」の開発で成功体験を持っていること、など今後の流通を仕切れるところにある。

またリビルト工業会深澤広司会長が指摘するリサイクル部品の品質基準問題はまさに我々専門の領域でも焦眉の急で、基準の統一は急がれる問題だ。

◆間違いなく変わる自動車部品流通の形

今回のフォーラムでは自動車部品の流通形態が新品・リサイクルともにプロ事業者間の固定的なBtoBの流れを固執する時代が去って、すべての自動車部品流通が、純正部品のそれを除いて、一気に一般化、消費者直結の方向にインターネットによって走り出そうとしていることが分かる。

インターネットを活用した流通経路の研究はリサイクル部品業界でも実績があった時代が結構長かった。しかし、現状ではリサイクル部品流通業界の外枠で急速にリサイクル部品在庫情報が膨らみを見せており、一定の市場規模を確立している事実がある。

今回の補修部品フォーラムではその事実をリサイクル部品業界の外郭、とくに新品流通関係者から間接的に指摘されたことが注目される。

土門五郎会長の後を受け高橋敏氏が登壇 北島宗尚社長の路線を側面支援し更に前進

(株)JARAが新会長に北海道釧路の(株)高橋商会高橋敏社長を迎え新しい歩み始める。さっそく同氏に会長就任の思いを聞いた。

まず新会長就任の感想は

高橋 今回の会長交代の話は急に表面化しましたが、とくにこうだからという理由はありません。しいて言えば土門五郎前会長の意向もあって交代を決意しました。

一方で、リサイクル業界の流れをみると鉄相場の急下落や部品取りの玉の取り合いなどが激化して、大きい意味で節目の時を迎えているのは間違いありません。すべての業界で進化した考え方が必要になってきているので大枠で見直しをする時かも知れないと思っています。

(株)JARAの会長としてまずやることは

高橋 (株)JARAの実務は代表の北島宗尚氏が受け持っているので、わたしは傍で彼の仕事をやりやすい環境を作ってあげるのが仕事だと

思っています。

具体的には、例えばATRS会員の中でJARAグループに加入したいとお考えの向きにはいろいろ特別な配慮が必要になってきますが、そういう部分では過去の事情に詳しいわたしのような者の出番があるようにも思います。とくにATRS会員さん方とはもっとお互いが理解し合える話し合いの時間とか場所とかが必要になってくるのではないのでしょうか。

ビッグウェーブとの連携については

高橋 ビッグウェーブさんとの連携も同様で、この業界を形作ってこられた実力者が揃っておられるグループなので、JARA側としても真摯な交流が求められると思います。先輩方が多数名前を連ねておられるグループとの将来の本物の連携を探る意味で、慎重に誠意を持って時間をかけて考えて行く必要があると思っています。



【高橋 敏】(たかはし とし) 北海道釧路の(株)高橋商会代表取締役社長。もとNGPグループ会長。SPN倶楽部設立に尽力し、同時発足のNPO法人JARAの副理事長も兼務して今日に至る。子供向け環境教育絵本の発刊や地元自治体との共同での環境対策に実績がある

最後に今後の見通しを

高橋 (株)JARAの役割はまず傘下のメンバー企業の業績拡大のための支援が先決です。メンバーの業績支援をさし置いて(株)JARAだけの利益を先に拡大することはなかなか難しいのではないのでしょうか。この点は周囲の関係者が深く理解しなければいけない部分でしょう。スクラップ相場下落や部品取り車両減少の環境下では(株)JARAのかじ取りは慎重でなければいけないと見ています。私はそういう意味で今後、北島宗尚社長の側面支援に力を注ぎたいと思っています。

新品部品のネット流通を本格的に掩護射撃 株ブロードリーフが新ソフト「部品マックス」発売

(株)ブロードリーフ(大山堅司社長)はこのほど新品自動車部品ショッピングサイト「部品マックス」を発売した。これは自動車整備に必要な補修部品の通販ソフトで、同社が抱える約30万点の優良部品(メーカー純正部品を除く)の在庫情報を駆使して、車検証で簡単に部品を検索(類別区分情報30万件・型式情報26万件を基礎に)して、最短で受注翌日の配送を実現するもの。自動車整備事業者を軸とする部品需要家筋の要求に即応できるシステムとして注目される。

従来から同社では翼システム時代も含め、全国の自動車部品小売商向けの部品検索ソフトを長期間提供してきたが、この「部品マックス」はそれら既存の検索ソフトを根本的に見直し、

同社が保有するすべての部品情報を整理統合して一本化し、部品検索の速度を最大限に向上させた内容になっている。

同社では最近の自動車補修部品市場での一般のインターネットビジネスサイトが自動車専門業界外の領域で急速に発展、流通の合理化が進展している状況について一定の危機感を持っており、経営危機に直面している整備業界支援を目的に、今後の市場動向に対応するソフトとして、今回、「部品マックス」の商品化に踏み切った。

同社ではこのシステムを稼働させるために商品の宅配システム自体も高度化するため日本郵便(株)の宅配システムの積極利用で流通の近代化も検討している。(一面記事参照)



今回新発売のブロードリーフの新品部品ネット部品マックスのチラシ

リサイクル部品需要動向を BSサミット事業協同組合が公表

リサイクル部品の普及に独自のシステム開発で取り組んでいるBSサミット事業協同組合(磯部君男理事長)では今年1~2月のリサイクル部品需要の内容を発表した。これによると1月

10235点、2月10411点で12か月連続で10000点超えを記録している。個別の品目ではドアが二か月通算で2289点で最多、二位にヘッドライト同2221点が続いている。

月別リサイクルパーツ別実績 2016年1月~2016年2月(全国)

内 訳	2016年		合 計
	1月 数 量	2月 数 量	
フロントバンパー	901	849	1,750
リアバンパー	474	582	1,056
ヘッドライト	1,128	1,093	2,221
ボンネット	400	363	763
フェンダー	912	857	1,769
ドア	1,154	1,135	2,289
トランクリッド・リアゲート	322	322	644
テールランプ	595	635	1,230
その他※	4,349	4,575	8,924
合計	10,235	10,411	20,646

※BSサミット事業協同組合ではリサイクル部品需要の動向を常に注目している

我社のキーマン紹介します。第78回

ビッグウェーブグループ

浅野 任政 氏

浦和自動車解体株式会社

**販売の基本を生産管理に置く
部品情報の正確な提供目指す**



▲同社は目下売り上げ伸び率首位



▲浅野任政生産担当

現在、グループ内売り上げ伸び率トップにあるのが、埼玉県さいたま市の浦和自動車解体(株) (榎本廣社長)である。ビッグウェーブグループには平成9年2月に入会し、現在、総社員25人で月間の解体台数は550台、在庫量は10000点の規模にある。今回は快進撃中の同社の生産担当の浅野任政氏(33歳)に売れる部品の生産の秘訣を聞いた。

◆新車販売と板金塗装の経験生かす

浅野氏は同社に入社するまでに、ホンダディーラーでの新車販売1.5年と専業工場での板金塗装業務4年を経験してきた。浦和自動車解体には入社して今年で6年目で、ようやく部品生産の勘どころを身に付けた段階。昨年5月に生産管理の責任者に抜擢され、動きを本格化させたばかりだ。

「いま、わたしの仕事は第一線のフロントが日常受け止めている顧客の要望を生産に生かすこと」と明快な見解。日常のフロントからの情報では「ちょっとした修理に必要な小物部品をすぐに出荷してほしい」というものが意外と多い。単価の低い商品に手間はかけられないという常識を破って、顧客の便宜を図ることで人気を獲得している。

そして次の手が、仕入れの際に、部品取り車両のみならず、出先の整備工場部品交換後、発生した放出部品など「顧客が処理に困っている部品」をこまめに引き取るなど、仕入れの効率改善などにも力を発揮している。

◆部品情報の正確な提供を模索

こういった一連の動きと並行して、浅野氏が今後考えているのが、生産した部品についての詳細な情報をわかりやすく顧客に提供する姿勢だ。価格について、品質について、売る側だけがわかっている状態から、それらの細かい情報が買い手にもわかりやすく正確に伝わるにはどうすればよいかを模索している。

つまり、商談後の納品を今以上に円滑に進めるために、見えない部分での生産の手順をいかに改善するかである。「部品を発注してくる側の生の感情を正確に反映した生産体制をどう築くかがこれからの私の任務」という。

漫然と部品を生産して出荷する時代は終わり、生産中の部品がどこまで需要にマッチしているかを冷静に考えるときにきている。

JARA (ATRS) 会員

市来 修 氏

株式会社ワールドパーツ

**中古部品を資源再利用の一要素と見る
的確な仕入れと需要家の要望吸収**



▲整備事業者と密接な連携を取る同社 ▲市来修CRS本部マネージャー

兵庫県西脇市の(株)ワールドパーツ(横山雄三社長)が今回の訪問先。ユニークな中古部品販売戦略で急速に知名度を上げている。創業が1985年1月で当時のエコラインシステムを2012年9月に採用。現在は総社員21名で月間解体台数100台、部品在庫7200点の規模。新しい視点の自動車リサイクル戦略で注目を浴びている。

◆ベテラン市来氏の一線投入

そんな同社に先月から市来修氏(49歳)が入社、営業活動の強化に乗り出している。同氏はアフター部品の生産販売、自動車解体業務を通算で30年近く経験したベテランで、即戦力の入社ということになる。

「当社ではCRS戦略・カーリサイクルソリューションの発想で自動車の中古部品の流れを根本的に見直そうとしています」と前置きして「最終的に需要家である整備工場さんの本当の要望に沿った部品の供給を実現したいと考えています」としている。

言い方を替えると、中古部品という限定的な発想ではなく「自動車の資源再利用の一部が中古部品」という発想で、その発生(玉仕入れ)から最終の解体処分までを一体とみる経営戦略で需要の汲み上げを模索している。

◆際立つ需要家筋との意見交流

そのためには定期的に整備工場経営者を招いて戦略交流会を開き、品質、価格、商品化など基本的な流通要素の検討会を開き、徹底した需要家の要望の吸い上げを図っている。

「それぞれの需要家の事情に応じた部品の供給ですべての面で納得していただけるビジネスを実現しようとしています」という。

この戦略の要は何といっても基本は部品取り車両の仕入れで、これを確実なものにするため、今回の市来氏の戦力投下となったもの。同氏自身がかつてアフター部品の生産と販売、そして自動車解体の三つの業務を充分体験しているところから、そのノウハウを駆使した新しい感覚の仕入れ対策で「CRS・カーリサイクルソリューション」を果たそうというわけ。仕事の流れは同じに見えるが中身と考え方が全く異質で時代の要求に応える斬新な姿勢だ。

JARA (SPN) グループ会員

吉岡 貴子 代表取締役

株式会社吉岡商店

**中部関西ブロック長就任で動き急
豊富な玉の仕入れ力生かす戦略**



▲地元和歌山では解体の老舗

▲吉岡貴子代表取締役

今回のJARAグループ企業是和歌山県岩出市の(株)吉岡商店(吉岡貴子社長)の傍系(有)セカンドパーツである。3年前の代表者吉岡武司氏の急逝の悲しみがいまだに覚めやらない状態がつい最近まで続いていた。その同社が、今年から中部関西ブロック長として表舞台に躍り出るという急な展開を見せることになった。

◆重鎮連のアドバイスに覚醒

その背景を直接、吉岡貴子社長に尋ねると、「部品販売は弟に任せてきたので、その後の対応も後手に回っていたのは事実です」と前置きし、「土門五郎、守屋隆之、八束正の重鎮お三方々にアドバイスいただき、このままではいけないとようやく納得しました」と正直な見解だ。

吉岡商店は地元では屈指の解体業者で、月平均で1800台以上の車両入庫を確保している。これだけの玉を集めながら、部品の販売はおとなしい。というよりむしろトップ不在の形が続いた。

これを受けて、JARAグループとしても一気に戦力の回復を目指したいとして、首脳陣の直接指導に加えて、新進の教育部長小林則夫氏を同社のパートナーに指定、二社が連携して業務改善に臨む体制を整えた。

◆ブロック長就任で動きに大きい変化

その結果、つい最近、二社が揃って仙台の守屋氏の三森コーポレーションの見学を行い、意見交換しながら互いに自社の問題解決に具体的に取り組む方向を打ち出し、さっそく効果を上げている。

「弟に部品を任せてきたので勉強はこれからですが、これに加えて、中部関西ブロック長という立場も本部が与えてくださったので、いやでも動き出さざるを得なくなったというのが本当のところですよ」と笑う。

解体業としての地元での実績が光っているので、打つ手さえ間違えなければ、必ず部品売り上げは伸ばすことができるとみられている。土門五郎名誉会長も「吉岡さんは真剣に取り組んでくれ、急速な実績回復が果たされると思う。他のグループメンバーへの良い刺激になるのではないかと期待している。」



【新トップインタビューシリーズ】

自動車リサイクルの現状打破に挑戦する経営者に聞くシリーズその25

品質基準を早く統一して需要発掘に挑戦 中古部品のメーカー意識が根底に必要

東京都の 深澤 広司 氏(50歳)

「品質の統一と品質基準の統一は違います」というリビルト工業会全国連合会の深澤広司会長▶



3月16日に第14回国際オートマーケット EXPO2016でリサイクル部品とリビルト部品の重要性を自動車補修部品ビジネスフォーラムという公式の場で披露したのがリビルト工業会全国連合会の深澤広司会長。リビルト事業者であると同時にリサイクル事業やオートスポーツ用品事業にも深く関わる名実ともに自動車部品業界の若き獅子である。同氏が指摘したリサイクル部品の品質基準制定の共同作業の重要性についての理論を改めて聞いてみた。

まず深澤広司会長の現在のお立場をまとめてください。

深澤 父が創業した二輪車のプレーキライニング再生事業を引き継ぎ、平成4年に「リビルト業界次世代の会」を結成して業界問題に取り組みました。平成11年5月にリビルト工業会全国連合会関東ブロック長に就任し、同年10月、同工業会全国連合会の会長を拝命しました。その後、平成15年に自動車リサイクル部品利用促進に関する調査検討委員会就任などの委員を兼任しながら現在は、日本自動車リサイクル部品協議会専務理事・日本自動車用品部品アフターマーケット振興会理事や(株)ジャラの専務取締役執行役員の立場もいただいております。

先だっの自動車補修部品ビジネスフォーラムでのお話しぶりはなかなかのもので聴衆も真剣に耳を傾けました。あなたが指摘されたリサイクル部品、リビルト部品の品質基準についてのお考えを詳しく聞きたいが。

深澤 リサイクル(リユース)部品につきましては、私はリビルト部品生産業なので、側面からの視点ですが、まず第一点は「品質の統一」ではなく「品質基準の統一」だということです。多分、関係各位の間でお話がなかなかまとまらない理由の一つにこの部分があると思います。リサイクル(リユース)部品のコアは純正部品または優良部品のどちらかでしょうが、もともとリサイクル生産の段階に到達した時点ではコアの品質はまちまちで、この品質を統一するということ自体が初めから困難なことです。考え方は「基準の統一」であって「品質の統一」ではないことを前提に考えるべきではないかと思います。さらに需要者側の言われているリサイクル(リユース)部品が、機能部品と外装部品のどちらに対しての品質を言われているのか区別が為されていません。生産者側の意見と需要者側の意見とが食い違うポイントの一つ

がこの点です。機能部品の品質と外装部品の品質の概念が初めから大きく違っているからです。最後にもう一つ需要者が車体整備業と車検整備業とではリサイクル部品(リユース及びリビルト部品)に対する感覚が違っています。受け止める感覚に開きがあるということです。同じレベルの部品を見ても評価に違いが出てくるということに注意すべきではないかと思っています。

以上のことからも、リサイクル部品とは、リユース部品とリビルト部品から成り立っているということを、まずは業界内で呼称の定義を明確にすることが重要だと考えます。

なるほど。ではリサイクル(リユース)部品の判断基準をいまご指摘の考え方からしますと、機能部品と外装部品、車体整備と車検整備の四つの要素に分類して相互に掛け合わせた視点が必要ではないかということになりますね。これらの要素が現状はごちゃになっているのではないかとご意見ですね。

深澤 そうです。リビルトもリサイクル(リユース)も品質基準の設定に関しては生産側と需要者側とが共同で基準作りで参画しなければいけないと申し上げたのはそういう理由からです。

では、そういう考え方のもとにこれからのリサイクル(リユース)部品事業はどういう方向に進んでいけばいいのかご意見を伺いたい。

深澤 このたびの自動車補修部品ビジネスフォーラムでも全部協の新戸部理事長が指摘されていまして新品部品流通が大きく変化する時代を迎えています。新戸部理事長の表現を借りますと、それこそなんでもありの戦国時代の到来だとおっしゃっています。われわれのリビルト部品も幸い需要が伸びており、またリサイクル(リユース)部品の需要もそうです。部品の需要の構造変化が起き始めているわけで、この時をどのように受け止め手を打つかが大切です。変革の時が来ているという視点に立ちますと、リサイクル部品事業の在り方もこの辺で状況に対応する時ではないでしょうか。その基本部分は「解体業」ではなく「部品業」に完全に変身する必要があるということでしょう。さきほど申し上げた基準の統一の視点と同様で、自動車を解体することが軸の感覚と自動車リサイクル(リユース)部品を売ることが軸の感覚は全く別物だということです。解体と部品取りの二つ要素を同時に一つの袋に入れて考えることがもはや無理な時代に差し掛かっています。大きい解体事業規模がリサイクル部

品販売の事業規模を大きくするとは限らない時代が来ているのではないかとということです。

なかなか手厳しいご意見でちょっと耳が痛いですが、自動車リサイクル法施行後の10年が経った今、改めてなにがわれわれの業界に欠けていたのかを見直さなければいけませんね。業界としての社会的責任の自覚や企業としての潜在能力は十分あるのですが、その中心点をどのあたりに見定めるべきかが、関係者間での絞りが絞られていませんね。

深澤 さきほど言い忘れましたが、もうひとつリサイクル部品に関しては「性能と使用年数の区別」が為されず、混同している部分があります。「使用年数と性能劣化は必ずしも比例しない」、こういうところを正確に分析しないでまとめて商品化してしまっていることがやはり大きい問題でしょう。リサイクル部品のPL保険についての話し合いも10年くらい前から本格的にとり沙汰されるようになりましたが、昨年の4月の時点で補償の対象のランク分けを細分化することが損保会社側とリ協側とで話し合われました。大手の損保会社各位も補償の視点でいろいろ協力してくださるようになりました。時代は確実に変化しています。

最後にもう一点、お伺いしたいことは日本の自動車事情についてなにかご感想はありませんか。日本の自動車市場の弱点と言ったものであれば...

深澤 わたしはさきほど部品業として解体業者各位は思想転換すべきと申し上げたのですが、これらの部品事業者は新品部品、リサイクル(リユース)部品、リビルト部品などの区分けにこだわらず、すべてのジャンルに挑戦して取り扱いの胃口を大胆に広げるべきだと思っています。そしてリサイクル(リユース)部品事業者は「リサイクル(リユース)部品のメーカー」であるという感覚で価格や品質、物流に関して新品部品メーカーと同列の経営意識を持って取り組むべき時が来たと思います。それに日本の自動車産業は表向きは消費者志向の重視を謳っていますが、本音の部分では需要家に自らが生産した商品を結局は押し付けて売っているというのが現状です。ですから、知らず知らずのうちに私たち部品販売事業者もこの風潮に巻き込まれて「コアは純正部品ですから大丈夫」と他人任せの感覚をどこかで拭い切れないまままで今日まで来ています。この部分は早急に払拭して、ほんもののリサイクル・リビルト事業者の立場を確立して自動車補修部品市場での消費者優先を実現していきたいですね。

