



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

2016.11

Vol.161

自動車メーカーの連携強化で注目の互換部品の検索

新品・リサイクル両部品共通の課題は共通互換品番 急進展する新車メーカーの多角的業務提携

▲新品部品を扱う事業者の報告会では多角的に課題が検討されている
(全部協の地域報告会の模様)

▲部品の供給が生命線の整備工場の作業現場



▲自動車のリサイクル部品を生産する解体工場の作業現場

自動車メーカーの業務提携が活発化して業界地図が大きく変化の時を迎えている。自動車メーカー同士の業務提携で最初に検討される課題は使用される部品の生産合理化だ。互換性を持つ部品の量が拡大し、ベースとなる各種のデバイスも共通部分が広がる。こういった現象は現状でも広がりを見せており、部品流通に関わる事業者としては今後の情報収集に気を配らざるを得ない。新しい時代の到来を互換部品の検索という視点から考えてみた。

新品部品の卸小売り事業者で組織する全日本自動車部品卸商協同組合(本部東京)では傘下の事業者を対象に「WEB共通互換品番検索利用拠点報償」という内部向けの奨励制度を設けて、小売り事業者の販売効率改善に尽力している。

◆新品部品流通の現場情報が決め手

この共通互換品番検索は流通現場での互換品番を部品販売段階で調査して各社が申告するもので、このデータ申告によって、新品部品の互換状況が共有され、整備工場などの部品需要家の利便性を大いに高めることができるというもの。

この部品互換性の効用はまず新車生産の効率を高めるものだが、次の段階としては整備現場での作業効率をも大きく引き上げることに繋がり、特に新品部品流通市場では効用が期待されている。

自動車の新品部品流通の段階では基本は純正部品の品番検索が軸になっているが、優良部品、社外新品、リビルト部品などがそれに連動していることから、かねてから部品事業者の常識として流通の末端では相互の互換性確認の作業は丁寧に行われて来ている。

新品部品事業者の場合、作業環境も純正品番を保有するという恵まれた位置にあり、一見して互換性の確認は簡単に出来そうだが、実はそうではない。実際に流通の現場で整備工場といっしょになって情報交換してはじめてそれが確認できる。

地味だが、しっかり行えば飛躍的に販売の効率はあがるので、こういった企業努力が継続されている。

◆新品以上に必要なリサイクル部品情報

ところでこの共通互換品番の確認は、リサイクル部品の場合でも新品部品流通以上に重要なテーマで、この情報を数多く持っている企業は間違いなく売り上げに成果を挙げている。

但し、自動車リサイクル部品の場合は各個の企業のある意味で企業情報扱いになっていて、業界間の公開情報とまでは開放されていない。

新品部品のようなメーカー間の壁がない分、もっと自由に情報が行きかかっていても不思議ではないが、グループ間の販売競争がまだまだ激しい状況下ではリサイクル業界全体としてこの

互換性の情報の集約は未完のままである。業界経験豊かな老舗であれば、その経験に裏付けられたキャリアの蓄積で対応しているのが現状だ。

◆急進展する新車メーカー間の業務提携

一方で、新車メーカー同士の業務提携が急速に進展し始めていることから、近い将来の自動車部品事情は大きく変化することが、いまから鮮明になっている。

この互換性の確認作業は実際の整備現場での生きた情報の交換から始めて生まれて来るもので、待っていれば新車メーカーから自然に流れ出てくるといった性格のものではない。

リサイクル部品流通の根幹を握る課題であるだけに、今後のリサイクル部品業界の解決すべきテーマのひとつとして、組織運営に当たる向きは心すべき問題といえそうだ。

ちなみに新品部品を取り扱う全日本自動車部品卸商協同組合側では、新品部品販売の不振を補う戦略としてはリサイクル部品取り扱いの強化を真剣に模索し始めており、将来においては新品・リサイクル品の壁はほぼ取り払われていく公算が濃い。

ふたつの業界が大きく連携するその手始めの課題がこの互換品番検索の合理化に繋がれば、巨視的には一挙両得の結果になりそうだ。

開票当日の日本株価に変化もたらずトランプ旋風一過性ながら防衛産業株に顕著な反応見せる



▲富裕層から低所得者層まで広く得票して勝利したドナルド・トランプ氏



▲開票当日揺れた東京証券取引所



▲日本の防衛産業株に顕著な反応が見られた

世界中が驚きを持って迎えた米国大統領選。開票当日の11月9日(日本時間)、日経平均終値は1万6251円54銭。前日の終値から919円84銭の下落だった。株価は一夜開けてのトランプ氏の勝利宣言で一応平静を取り戻したが、開票当日の結果は、国内証券市場に上場している約3600社のうち、前日比で終値が上昇した会社はわずか145社。このうち5%以上の上昇となったのは25社にすぎなかった。その25社のうち株価上昇の上位に就いたのが意外にも日本の防衛産業ということで、先行き見通しに敏感な反応と成り行きが注目される。

◆火薬、通信機器に注目

顕著な傾向は、防衛産業関連の銘柄が上位にきていることだ。上昇率トップは前日から23.7%の上昇となった細谷火工。創業は1906年と100年以上の歴史を有し、自衛隊向けの照明弾や発煙筒が主力。都内で唯一の火薬類の廃棄処理場を持ち、有効期限切れの火薬の廃棄処分も請け負っている。

4位の東京計器は17.6%の上昇。この会社も歴史は長く、1896年創業なので今年創業120周年。主に利益を稼いでいるのは船舶用のコンパスやレーダーなどの船舶港湾機器事業だが、売上高では防衛・通信機器事業が全体の3分の1を占める。

無数のマイクロ波スクランブルの中から危険な周波数のみを瞬時に捉え、パイロットに警報を与える「レーダー警戒装置」、海中を航行する潜水艦を安全・確実に導く「慣性航法装置」など、最先端の技術のみが成し得る分野

が得意の企業。

◆機雷生産の石川製作所や小銃の豊和工業

9位の石川製作所は段ボールの製函印刷機のメーカーで、1921年創業。段ボール首位のレンゴーが発行済み株式総数の2割を保有する筆頭株主。同社では、一般に製函印刷機、医療機器や繊維機械などしか紹介されていないが、主力は機雷などの防衛機器。売上高、営業利益ともに、概ね半分を防衛機器部門が稼いでいる。

10位の豊和工業も歴史は古い。トヨタグループの創始者、豊田佐吉が発明した動力織機を製造するために、1907年に誕生した会社だが、トヨタ自動車との資本関係はない。自動車業界向けの工作機械が主力で、国内唯一の小銃メーカーという顔も持つ。防衛省向けには小銃や迫撃砲、手榴弾、防音サッシを納入しており、小銃技術を生かすかたちで海外向けに猟銃も製造している。

◆NECの子会社日本アビオニクス

11位の日本アビオニクスはNECの子会社。防衛省向けの情報システム部門が売上高全体の6割を占める。「防衛庁(現防衛省)から主契約会社として受注した第一次バッジシステム(自動警戒管制組織)で、日本初の大規模オンライン・リアルタイム・全国ネットワークシステムを実現。

さらに新バッジシステムの開発に参画し完成に導いている。その他、陸・海・空の安全を守る多くの指揮・統制システム、表示・音響システムなどに、最先端の技術を駆使した機器・装置を提供し続けている。

15位の重松製作所は産業用の防毒マスク

や保護メガネの大手企業。来年創立100周年を迎える。防衛省向けには同業の興研のほうが強いようだが、重松製作所は米3M社に防毒マスクをOEM(相手先ブランド生産)供給している。

16位の旭精機工業は小口径の銃弾メーカー。筆頭株主は発行済みの17.8%を保有する、工作機械大手のオークマ。第2位株主は16%を保有する古河電気工業。売上高全体の3分の1が、小口径銃弾。売上高の3割を防衛省に依存する、防衛省依存度の高い会社だ。

◆開票翌日には下落分取り戻す

一方、防衛産業といえど多くの人が真っ先に連想するはずの三菱重工業や川崎重工業、三井造船はどうだったのか。3社とも値上がりではなく値下がり組で、三菱重工は3.5%、川崎重工は4.7%、三井造船は4.1%の下落だった。

翌11月10日の日経平均は、さきにも述べたが、前日比1092円88銭高の1万7344円42銭。前日の下落分を取り返してなおおつりが来た。値上がり率上位銘柄の顔触れもがらりと入れ替わりを見せた。

米国国内ではさっそく反トランプの大規模なデモが多数発生している。依然として「トランプ」は株式市場にとってリスクファクターである。トランプ大統領誕生=戦争勃発というのは飛躍にすぎるとしても、これら企業の株価変動は、はからずも多くの市場参加者が、脊髄反射的に防衛予算枠拡大を連想したこと証してある。米国新大統領トランプ氏の影響力の大きさが感じられる動きだ。

(Yahoo!Japanニュースより引用)



父からこの仕事の奥深さを教えられました 新しい発想で市場の規模を見直すべきです

◀「単にソフトを入れ替えるだけのEV整備の時代が目前です」という齊藤 徹氏

三重県の 齊藤 徹氏 (33歳)

JARAグループの前身にあたるSPNクラブ、さらにその前身にあたる旧NGPグループの立ち上げに尽力したのが(株)三重パーツの齊藤貢社長である。その流れのなかで自動車リサイクル部品流通システム「スーパーライン」を基礎から組み立てた功績は大きい。このことから自動車リサイクル部品の販売の原点が創造されていた事実は否定できない。今回はそんな立場の父を持つ、(株)三重パーツ販売の代表取締役である齊藤徹氏に二代目としての想いと今後の歩みについて聞いてみた。

リサイクル部品流通の販売側からみたものとしては画期的な構造の部品共有システムを開発したお父さんをあなたはどんな目で見ましたか。

齊藤 父がそのシステム開発に奔走していた頃というのはわたしが小学生か中学生でしたし、長じて学卒後は三重日産に勤め、一生懸命ディーラーマンになろうと頑張っていましたので、家業のことにはほとんど関心がありませんでした。父のイメージは長い出張が続いて久しぶりに鈴鹿に帰ってきたら、わたしを遊びに連れ出して面倒を見てくれたというものおかげで、リサイクル業務の現場で働く姿はほとんど見ていなかったと思います。仕事場での父の姿をしっかりと見たのは三重パーツに戻ってからでしたから、成人してから大分経っていましたね。ですから肝心のシステムの組み立てに奮闘していた当時の父の姿は知らないということになりますね。

形がなかったリサイクル部品の流通を理論的に組み立てた功績はほんとうに大きいものがあったのですが、そのあたりはどう理解していますか。

齊藤 リサイクル部品の仕事を本格的に手伝うようになってからは、毎日のように父の仕事ぶりを目の当たりに見るわけですから、びっくりの連続でした。こんなことまで考えていたのかと、この仕事の奥深さを教えられたということです。当社の基礎を形作っただけではなく、この業界の基礎造りに関わった人という目でいまでは見つめています。

結局のところあなたのお父様が為さったこととは簡単に纏めるとどういうことだと見ていますか。

齊藤 父はスーパーラインのシステム造りで小規模事業者の売り上げを大幅に引き上げること、そしてそのことを通じてこの業界の総合的な市場の規模を構築していったこと、と見ています。アナログのビジネスを完全にデジタルなものに切り替えていったという点ではすごい成果を挙げたのではないかと考えています。それにこういった研究姿勢は今後も取り組むという形で継続中であり、わたしも真剣に父を手伝っています。

あなたはJARAグループの事務局長という肩書きをお持ちですが、これからのJARAグループについてはどのような方向性を打ち出すべきだとお考えですか。

齊藤 実務的な面での対外的な交渉の場面では事務局長という仕事を任されてほんとうに勉強になりました。リサイクル部品の流通に関してはまだまだ一般の認知を受けた業態だとは言えませんので、今後も対外情報発信の仕事にもっと関わって努力していくつもりです。ほかの事業分野と比較しますと、日本の自動車リサイクル部品流通は末端での消費者の認知度は低いというのが私の実感です。リサイクル部品が一般消費者の身近に感じられていないのではないかと、購入方法や活用方法がまだまだはっきり一般消費者に理解されていないのではないかと、といった不安があります。具体的なグループ活動の部分でも、目下展開中のTM(テクニカルマイスター)制度については一部の人材に負担が集中する傾向があり、これは改善が必要です。内部では、グループ活動の根幹部分では高度な経営判断や戦略判断が求められるので、もっとオーナーの二代目さんが頑張らないといけないという声もあふくくらいです。責任は大いに感じています。

ところで最近の玉不足に付いてはどういう目でみられますか。対策があれば教えてください。

齊藤 自動車リサイクル法施行をきっかけに中古車の海外流失が増えました。若年層の人口が減り、車両の主体が軽自動車に移行しています。いまは売れる玉の取り合い現象が激化しています。そういう悲観的な状況下にあることは事実でしょう。しかしそれは従来の発想でことに当たろうとしているためにぶつかる現象ではないかと思っています。先にも言いました

がリサイクル部品に関する一般の認知度は低いわけですから、現状の市場規模に対する認識もこれでいいのかまず疑問です。もてはやされている高年式車だけが商品ではありません。本来、リサイクル部品を必要とするのはむしろ低年式車であるわけですから、もっと意識的に低年式車部品に注目して、品揃えの幅を広げることも重要です。そして、地元の整備事業者さんとの連携を強化して、リサイクル部品で加修してもらえる整備事業者さんを増やす努力が必要です。一般の消費者、地元の整備事業者、そして私たちリサイクル部品事業者のトライアングルを構築しなければいけません。仕入れと販売の緻密な連携動作を組織的に組み立てて行く必要があります。わたしはリサイクル部品のマーケットと言うものは、実はまだまだ開発されていないのではないかと考えているのです。やり方ひとつでさらに次の場面が開けるといいます。いまのように玉不足に悩む瞬間がむしろ飛躍のときではないかと思っています。いままでしてこなかったことを、ひとつひとつの作業を拾い上げて忍耐を持って積み上げるなら、必ず広いところに辿り付けると考えているのですが…。

なるほど。では昨今、叫ばれている次世代車両の今後の見通しや動きに付いてはどうでしょうか。

齊藤 これはわれわれに取っては非常に厳しいものがあります。まず自動車の車体を構成する素材が大きく変わってプラスチック部分やその他非鉄部分が増えるでしょう。われわれが扱える部品の中身が変化してくるのは予想できます。そして車両本体の基本の構造が変わります。自動操縦の車両が増えるのは勿論で、米国で注目されている電気自動車テスラなどを見ますと、明らかに本体を触らなくても一部の電子部品を交換するだけで、あるいは内蔵するコンピュータに新しいソフトをダウンロードするだけで、クルマの性能をアップデートできる時代が来るでしょう。要するにクルマの部品を取り替えるのではなくてクルマのソフトを切り替えるという自動車整備の時代が目前です。こういった新しい時代に私達は全ての面で備えていかなければいけないと思います。

ビッグウェーブグループ

佐藤 正光 氏

(株)シマ商会

トラック専門の部品販売 即答のフロント対応目指す



▲グループ内最大級のトラック部品販売店 ▲佐藤正光フロント担当

今回のビッグウェーブグループの訪問先はグループ立ち上げ時の発起人でもある(株)シマ商会(島一樹社長)。創業は昭和50年。現在、総社員は167人、自動車リサイクルを軸にトラック車両販売、海外向け部品輸出など手広く商う大店だ。月間の解体台数は平均して1860台、部品の在庫は12000点の段階。在庫台数のうち約280台が大型トラックで、そのリサイクル部品の生産と販売に力が入っている。

◇大型トラックと乗用車の総合経営

そんな同社のフロントを預かるのが佐藤正光氏(39歳)だ。同氏は入社して5年目だが目下、重要な国内部品販売の先頭に立っている。「入社後は一貫してフロント業務に当たりました。乗用車とトラックの両面のフロントを経験し、現在は主に乗用車の部品販売を担当しています」という。

佐藤氏の場合は同社入社前は福祉関係の仕事に長期間就いていたこともあり、対人関係に付いてはキャリアがある。その強みをフロント業務のなかで今大いに発揮しており、老舗シマ商会のイメージ拡大に寄与している。

「お客様の満足度を高めるにはまずこちらからの返答がどこまで速いかにあります。整備現場では恐らく一刻を争う雰囲気包まれているはず。ですから引き合いを受けた後、どこまでその緊張した時間を短縮できるかが勝負です」ともいう。

◇顧客の真情を鋭くキャッチ

品質、価格などは良くても安いに越したことはなく、ある意味では当然の内容。全体の流れを決定付けるのはやはり回答のスピードだということだ。

そこにたどり着くにはまず顧客の話しぶりから瞬時に相手の真情を汲み取る直感力のようなものがフロントには要求されるとみている。

また、グループで開催される研修会では他社の優秀なフロントマンとの交流を深めて、同業者間の迅速な部品取引も心掛ける。いずれにせよ代表者からは「日本一のフロントを目指せ」と発破がかかっている。「執務中は気が許せません」と気合の入ったところを見せている。

職場 福島県南相馬市原町区雫字権現下73の2
TEL0244・22・1835

JARA会員

山元 清氏

(株)ワタナベ

創業昭和28年の老舗が参入 改めて国内部品販売を刷新



▲今月から株JARA会員に加入し部品販売強化の同社 ▲山元 清販売統括

広島県安芸郡坂東に本社を構える(株)ワタナベ(渡邊拓也社長)は創業が昭和28年でこの業界では古参に入る。総社員は16人で月間の在庫台数は250台、在庫量は5000点の規模。手堅くリサイクル部品を生産し販売を進めてきた。そんな同社が今月に入って(株)JARA会員に加入し、部品販売を強化する方向を打ち出した。

◇業界経験者を新規に採用

新車ディーラーで整備とフロントを経験し、同時に自動車解体業も経験済みの山元清氏(43歳)を一年半前に採用。外回りの仕入れ営業から始めて社内の業務研修を経て、このほど部品販売の統括に当たらせることになった。

ATRSシステム導入と同時に営業活動の強化を図ったことになる。同社としては改めて国内部品販売を大幅に見直す時を迎えた。

「つい最近まで私はリサイクル部品を購入する側にいましたので、利用者の心理状態を察する事が出来ると思います。この雰囲気今の社内でも共有する事が当面の役割です」という。

過去の経験を活かして、(株)ワタナベに入社当初はもっぱら仕入れ営業に奔走、同社の取引先を何度も訪問、客筋の雰囲気をしっかり掴む時間を持った。

その後、社内で販売戦略の立案、部品の商品化、値立て立案などのソフト面の取り仕切りに動いている。

◇なんでも相談に乗れる雰囲気作り

同社では女性スタッフも抱えて、対外的な窓口の交渉力も強めているが、最終の段階での顧客対応には徹底した無理のない話し合いの場を提供することを目指している。

すべてに「お客様にはなんでも相談できる店、そして言いたいことを聞いてくれる店だと思っていただきたい」(山元氏)という気持ちを滲ませる。

「究極の私の仕事はクレーム対応引き受け係りに落ち着きそうです」と笑う。自動車リサイクル部品の市場も主流はリピーターが占めるようになってきた。心がほんとうに通う大人の商いが不可欠の時代である。自動車業界の裏表を熟知した山元さんが活躍する時が来ている。

職場 広島県東広島市黒瀬町宗近柳国97の1
TEL0823・82・1280

JARAグループ会員

杉島 剛志氏

K-Parts有限会社金森商会

市場動向を読み柔軟な対応 品揃えは生産段階で把握



▲個性的な部品販売で異彩を放つ同社 ▲杉島剛志国内部品生産担当

岐阜県のK-Parts(有)金森商会(金森弘元社長)はJARAグループでは独自の路線を歩む個性派の事業者。現在、総社員10人で月間の処理台数は50台平均だが、在庫量は8000点と豊富などところを見せている。市場の動向に合わせて、柔軟に品揃えを行い、地元顧客のハートをがっちり掴んだビジネスを展開中だ。

◇ベテランを生産現場に配置

そんな同社の部品生産現場で活躍中なのが杉島剛志氏(43歳)だ。杉島氏は地元の自動車ディーラーで12年間整備士、検査員を勤め、同社に入社して9年目を迎える。いわゆるこの業界のベテランの一人だ。

「市場ではどんなクルマが主流で、結果としてどんな部品の需要が高いか、いつもアンテナを張っているというのが私の仕事」という。同社の強みは生産段階で需要の情報を握り、即生産に反映させている点だ。

在庫量の減少傾向に対応して、丁寧な部品取りを粘り強く行い、売れ筋部品を大量に蓄えて行く戦略がいま成果を挙げている。その現場責任者が杉島氏ということになる。

◇現場で考える訓練受け実力発揮

「金森社長から『いつも自分が使うとしたらどの部品がほしいかをまず考えよ』と言われ続けてきました。市場を見抜くことは難しいが、実は非常に簡単ということもわかってきました」と笑う。

その一方で、杉島氏がJARAグループのテクニカルマイスターに就任し、組織運営の裏方も最近経験した。「研修を受けるだけの側ではなく、受けさせる側の経験が物事を冷静に分析する力を付けた」という。

マイスターとして働くことでグループ内の同じ立場の社員同士の交流も深まり、これが縁で同業者間の取引もスムーズに進むようになったともいう。

地域例会では自然にグループメンバーの前で話をする機会も増えた。言動に責任が生じる経験もした。その結果、何が売れるのか、それを効率よく生産する方法はなにか、様々の現場の体験が今、杉島氏の心を揺さぶっている。この躍動感溢れる体験こそJARAグループの真の人材開発の力と言えそうだ。

職場 岐阜県羽島郡笠松町門間1853の5
TEL058・387・7252

