



# NEWS

2012 No.259

全国整備工場の皆様へNGP組合員200拠点がお届けするお役立ち情報

10月号

## 業界初、NGPがテレビCMを全国放映

# 「NGPエコひろば」がビジネスチャンスを創出 宣伝効果を活用してエコな修理を提案しよう

NGP日本自動車リサイクル事業協同組合は、NGPのリサイクル部品と「NGPエコひろば」のテレビCMを製作し、全国ネットで放映をしています。ねらいは、整備工場の皆様にリサイクル部品を活用して事業の発展につなげていただきたい、と願うからです。

自動車リサイクル部品は、自動車関連業界で知らないものはいませんが、すべてのエンドユーザー、消費者がその存在を知っているわけではありません。もっと世間の人たちにリサイクル部品の存在を知ってもらいたいということで、テレビCMを製作しました。

お笑い芸人のカンニング竹山さんを中心に野村将希さん、ダンディ坂野さんがからむコミカルなCMで、リサイクル部品業界初のテレビCM全国放映です。リサイクル部品で修理ができることを印象づける内容になっています。

ご承知の通りこの10月から損害保険各社が保険料率を改定し、事故を起こすと翌年からの保険料が大きく値上がりすることになりました。物損事故などの場合、保険で修理するよりも、保険料の値上がりを考えたと自費で修理した方が得になるケースもあります。リサイクル部品を使った修理を希望す

るエンドユーザーのお客さんも増えそうです。

また、CMを通じて多くの人にリサイクル部品の存在を知ってもらえば、整備工場の皆様は、来店したお客様にリサイクル部品を使って修理代金を抑えることができるのと提案がしやすくなる、とも考えました。CMは整備工場の皆様の車体修理事業を後押しするためのものです。

そして「NGPエコひろば」はリサイクル部品を使った修理を希望するお客様にお近くの修理工場を紹介するインターネットサイトです。全都道府県をカバーして紹介しています。リサイクル部品を使った修理をしていただける整備工場はどこにあるのか、リサイクル部品の存在を知ればエンドユーザーのお客様は、こうした疑問がわいてくるはずですよ。この疑問に答えるための仕掛けです。

NGP協同組合はテレビCMと並行して、各組合員がラッピングカーを走らせてエコひろばの宣伝に力を入れています。アンドロイドタブレット用ソフトをはじめ、リサイクル部品についての商談を進めやすくするさまざまなツールを用意しています。ぜひこの機会にエコひろばへご登録いただくようお願い申し上げます。

これまでお客様からエコ



ひろばに寄せられた相談状況を見ますと、リサイクル部品を利用した車体修理と同じぐらい「車検整備で信頼できる業者さんを紹介してほしい」などとした要望が寄せられています。登録いただいた整備工場様には車検整備のお客様も紹介することが可能で、皆様の固定客づくりにひと役買うことができます。

NGPのリサイクル部品は、品質保証はもちろんのこと、業界で唯一「ベルマーク」が付いています。ベルマーク運動は、従来の助成活動に加えて東日本大震災被災地の支援に力を入れています。NGPのリサイクル部品を使うことで、エコな修理でお客様に喜ばれ、地域社会に貢献することにもなるのです。

リサイクル部品への注目が高まりはじめたなかで、整備工場の皆様にはNGPのリサイクル部品を活用して事業基盤をさらに広げていただきたいと思っています。



真夏に進められたCM制作  
リサイクル部品の熱いメッセージを全国発信

自動車関連ビジネスで「あのひと」買いは健在

# きめ細やかな接客対応が整備売上を伸ばすコツ!?

年代別、何を「あのひと」買いしているか(JU中販連調査より)

	20代		30代		40代		50代		60代	
1位	家電	37.5%	家電	46.7%	自動車	61.2%	自動車	53.1%	自動車	47.1%
2位	洋服・靴	37.5%	自動車	30.8%	家電	35.5%	家電	31.3%	住宅・リフォーム等不動産関連	35.3%
3位	自動車	32.8%	洋服・靴	26.7%	洋服・靴	26.3%	洋服・靴	27.9%	化粧品	23.5%
4位	旅行	20.3%	化粧品	17.5%	金融商品	13.2%	金融商品	18.4%	家電	17.6%
5位	化粧品	17.2%	時計・宝飾品	15.0%	時計・宝飾品	11.8%	住宅・リフォーム等不動産関連	16.3%	洋服・靴	17.6%

商品やサービスの購入で特定店舗の特定販売員に信頼を寄せて買い求める消費行動、いわゆる「あのひと」買いが健在であることが日本中古自動車販売協会連合会(JU中販連)の調査でわかりました。インターネットの普及でスペック・価格を調査して購入する「スペック」買いが消費行動の主流になっていると思われましたが、意外にも人とのつながりで購入するケースは多く、また「あのひと」買いする人の2人に1人は自動車関連をその対象にしていることが調査から明らかになりました。

JU中販連の調査は7月末から8月7日にかけて全国の20代から60代の男女2000人を対象にインターネットで行ったものです。信頼する特定の販売員から購入する「あのひと」買いを行っているとの回答は35.4%になりました。

年齢別では、20代は31.2%と低く、逆に50代38.0%、60代36.9%と年齢が

高い層ほど「あのひと」買いする割合が多くなっています。50代より、60代が低いのは、60代男性が42.2%と男女別・年代別で「あのひと」買いする割合が最も高かったのに対し、60代女性は28.2%と最低だったためです。ちなみの女性では50代が40.3%で最も高いという結果でした。

また「あのひと」買いしている人に何を購入しているのかを聞いたところ、トップが自動車で47.4%でした。2位の家電36.6%、3位の洋服・靴28.0%、4位の化粧品14.0%を大きく引き離しています。しかし、若い層では「あのひと」買いの対象は家電をトップにあげており、自動車は20代では32.8%で第3位、30代では30.8%で第2位の「あのひと」買い対象品目になっていました。

「あのひと」買いする「あのひと」に求める資質は、トップが「誠実さ」で22.8%、信「信頼感・安心感」18.0%、「商品・サービスの知

識」13.2%の順でした。また自動車関係では、「長い付き合いと信頼関係があるから」「何かあったときの対応がいい」「親身なって接してくれるから」との理由で販売員を信頼して購入しているそうです。

もちろん商品・サービスを購入する際、情報を収集してお店を比較検討して購入する「スペック」買いする場合も多く、64.6%が「あのひと」買いはしていません。一方で、今後信頼できる特定の販売員「あのひと」の存在が欲しいかとの問いには、52.4%が「欲しい」との回答を寄せています。

ちなみに「あのひと」買いの平均購入金額は20万7230円でした。

車検整備は慢性的な価格競争が繰り返されていますが、この調査結果からみると、価格だけでなく、信頼できるサービスを受けたいと考えるお客様は多いようです。信頼を売りものに接客・サービスを見直して、固定客づくりに励んでみてはいかがでしょうか。

## 損保協会がリサイクル部品活用推進キャンペーン

# CO<sub>2</sub>排出と修理費の削減効果をPR

日本損害保険協会が自動車リサイクル部品の活用推進キャンペーンに取り組んでいます。自動車リサイクル部品を使うことでCO<sub>2</sub>排出削減になり、販売業者による品質管理が行われており、安心して利用できることを訴える内容のチラシ、ポスターを作製し、エンドユーザーに利用促進を呼びかけています。

キャンペーンの期間は11月30日まで。期間中にリサイクル部品に対する意識や使用実態のアンケートを実施しており、アンケートに回答をお寄せいただいた方の中から抽選で100名にQUOカード(1000円

分)をプレゼントします。

使用済み自動車から取り外された自動車リサイクル部品は、年数は経っていますが、完成車組み立てラインで取り付けられた部品で、いわば「純正部品」と同じです。また、私たちNGP協同組合をはじめ日本リサイクル部品協議会加盟の各事業者が品質をチェックし、品質保証を行って販売しているので安心して利用することができます。

NGP協同組合も、リサイクル部品のさまざまな販売促進ツールを用意しています。最寄りの組合員にお気軽にご相談ください。



北関東、南関東両支部がリビルトメーカーで生産・フロント会議開催

# 信頼あるリサイクル部品を提供し続けるために NGPは常に現場主義で勉強を重ねています

9月8日、NGP協同組合の北関東支部（増田嘉久支部長）、南関東支部（青木金也支部長）の両支部は、リビルトメーカーに出向いて生産管理者・フロントマン会議を実施しました。リビルトメーカーに協力頂き、生産管理者・フロントマンが現場を見て、リビルト部品に関する知識を吸収することを目的に実施したものです。より良いリサイクル部品を提供するための組織教育の一環です。

北関東支部が訪問した先は埼玉県越谷市のBRE関東、また南関東支部は横浜市港北区のヤナセオートシステムズに出向き、それぞれの工場を見学、商品説明などを受けました。BRE関東で行われた北関東支部の生産管理者・フロントマン研修会に同行しました。

BRE関東はリビルトエンジンの製造を手がけています。工場を拡張し、組み立てラインと検査工程を新工場に移しました。会議に参加した北関東支部各社の生産管理者・フロントマンはリビルトエンジンの製造工程を見学しました。コアとして在庫したエンジンは、分解・洗浄→部品チェック→加工・調整→組み立て→テスト・検品の工程を経て、リビルトエンジンとして出荷されます。

NGP協同組合は、リビルト部品についてメーカー各社が定めた保証期間に3カ月または6カ月の延長保証をプラスして販売しています。品質について信頼のおけるリビルトメーカーを選び、販売しているために保

証期間を延長できたのですが、その一方でクレームが「ゼロ」というわけにはならないことも事実です。

クレームがゼロにならない理由のひとつとして、もともとの自動車本体側の要因によるものも多いのです。例えばクリーンで燃費が良いことを求められるようになった軽自動車用エンジンはシビアな作り込みが行われ、同一機種で同様なトラブルが発生するケースがあるそうです。その原因も分かりにくいケースが多いそうです。

工場の見学後、実際のエンジンをテスターにかけて、トラブルの原因となった異音を確認、異音発生メカニズムについての解説を受けました。さらに最近多くなっているトラブルの傾向などについて、現物を見ながら研修を受けました。これらの知識は、リユース部品として生産する際の留意点、またフロントマンにとっては販売先とのトラブルを素早く解決するための手がかりになります。

一方、ヤナセオートシステムズは、前号でご紹介したように日本国内でメルセデスベンツ用トランスミッションの純正リビルトを手がけています。純正リビルトミッションと同等品質のメルセデス用リビルトミッションをNGP協同組合のネットワークで販売するようになりました。

南関東支部の生産管理者・フロントマン会議は、リビルトミッションの製造ラインとともにヤナセオートシステムズの本業でもあるボディーリペア工場などを見学。純正リビルトと同じ品質のメルセデスのトランスミッションがどのように廉価で提供されているのかなどの商品説明を受けました。

エンジンやミッションは高額な部品です。販売する際には細心の注意を払ってトラブル防止に努めていますが、自動車そのものも日進月歩で変わっています。NGP協同組合は現場レベルでもさまざまな機会を通じて勉強を重ね、安心して利用できるリビルト・リユース部品の提供に努めています。



実際にエンジンを動かしてトラブルを確認



BRE 関東見学、リビルトエンジンを研修

## NGP 今月のCO2削減量

### リサイクル部品利用にともなう削減効果



NGP 平成24年8月: **6,490 t**

NGP 1月からの累計: **54,691 t** (全12団体 1月からの累計 **96,312 t**)

※ NGPをはじめとしたリサイクル部品販売事業12団体は、グリーンポイントクラブを作り、リユース部品、リビルト部品を利用することで達成できたCO2の削減量を利用者の皆様にお知らせしています。ご協力ありがとうございます。

### リターナブル梱包材利用にともなう削減効果



NGP 平成24年8月: **20.7 t**

NGP 1月からの累計: **179.4 t**

※ リターナブル梱包材の利用にともなう削減効果はNGP協同組合独自のCO2排出削減の取り組みです。ダンボールに変えて、専用梱包材を200回繰り返し使用することで削減効果を試算しました。

※リターナブル梱包材は、ドア・フェンダー用に加えて2011年2月よりバンパー用の運用を開始しました。

## 第4回初級生産管理者研修会・初級フロントマン研修会を開催

# NGPマンとしての自覚、仲間との絆、心構えをステップアップ

第4回初級生産管理者研修会・初級フロントマン研修会合同研修会が9月13～15日、東京・晴海の晴海グランドホテルで開催されました。初級生産管理者研修会に26名、初級フロントマン研修会に13名が参加、商品定義や品質管理などNGPの基幹となる共有在庫の基本を学びました。

日常作業の中でうろ覚えのまま作業を続けると、NGPのブランドイメージを損なうことにつながります。初級生産管理者研修会

に参加した辻商会の金岩孝憲さんは「あいまいな部分があり、自分なりの判断で作業をして品質を下げていたのではないかと、考えさせられました。商品定義をよく理解し、品質管理をしっかり行い、商品化します」とこれまでの業務を反省。また西川商会の岡岡好弘さんは「研修会で勉強したことをこれからの仕事にいかし、自分から積極的に質問・勉強し、間違っていることは上司・先輩であろうと正して、会社に貢献したい」と心構えを一新しました。

初級フロントマン研修会に参加した小諸パーツセンターの堀口貴史さんは「講習を受けるたびにやればできるようになると思えるようになりました。この気持ちは毎日の仕事でも同じだと思います。もっと売るぞ



基本中の基本、商品定義を頭に入れる

という気持ちで仕事をして1円でも多く売り上げを伸ばせるように頑張りたい」とモチベーションをアップしました。

「新入社員には商品定義の説明をし、部品の価値観を社内で統一します(オートパーツ片岡、宮良初枝さん)、「基本を忘れずに常に学ぶ気持ちを持って仕事に集中します(共伸商会、今井政明さん)、「NGPブランドという意識を持って、お客様にブランドイメージを持っていただけるような販売を行います(富山商会金属工場、和田成志さん)、「感謝の気持ちを伝える。お客様はもちろん会社の人たちやグループの人たちへの感謝を忘れず、伝えます(パーツライン、折原慶子さん)と、自分自身に磨きをかけて新たな決意表明をしています。



全員合格で絆を強めた研修会

## 戦略会議、拡大委員長会議を開催

# 第9期組織活動の基本方針を固める

9月12、13の両日、静岡県熱海市のホテルニューアカオで、長谷川利彦理事長以下NGP協同組合執行部、株式会社NGP役員による戦略会議、戦略会議メンバーに各員会委員長を加えた拡大委員長会議を連続開催し、「強い組合員を育てる」という第9期組織活動の基本方針をまとめました。

NGP協同組合の年間500億円という売上目標はあと一步、9月からスタートした今期に前年比10%増を実現すれば達成できます。その一方で、使用済自動車の仕入環境は厳しさを増しています。また物流費の上昇など、リユース部品販売のコストアップ要因も

浮上しています。次代を担う人材の育成も含め、NGP協同組合を取り巻く環境を分析し、成長戦略を実現するかが、重要な課題になっています。

このため戦略会議、拡大委員長会議は、リユース部品の市場拡大を軸に人材の育成、物流、広報、システムと幅広いテーマを取り上げて議論しました。長谷川理事長は「総員結集」という言葉を示し、NGP協同組合の販売シェアを伸ばしてリユース部品市場を拡大するために「強い組合を育て、組合員の総力を結集することが重要になる」とのひとつの方向を示しました。

組合員各社が使用済自動車を引き取り、リユース部品を生産するという基本に立ち返り、生産効率を高めるなどで力をつけること、これが大事であるということです。この基本方針をもとにこの10月から部品生産力を強くすることをねらいとしたコンサルティング指導「カイゼン塾」を希望する組合員を対象に実施することを決めました。



多方面の議論を展開した戦略会議

## 組合員情報変更

支部	会社名	変更内容	変更後	変更日
南関東	株式会社オートパーツ神奈川	移転	〒243-0014 神奈川県厚木市旭町4丁目4番14号 (電話・FAXの変更はありません)	24年9月15日

### NGP日本自動車リサイクル事業協同組合事務局

〒108-0074 東京都港区高輪3丁目25番33号 長田ビル2F  
TEL:03-5475-1208 FAX:03-5475-1209  
http://www.ngp.gr.jp

### 株式会社 NGP

〒108-0074 東京都港区高輪3丁目25番33号 長田ビル2F  
TEL:03-5475-1200 FAX:03-5475-1201  
http://www.ngp.co.jp