

## 第6回 エコネコル

鉄スクラップの回収・販売で創業し、輸出で急成長してきた。廃車や廃家電の解体、資源回収に参入し、事業領域を拡大。長期的な視点に立ち、高品質な資源の分別・回収を目指している。

『日経エコロジー』2008年7月号 p 76-77

「リサイクル請負人」 文/駒橋 徐

## 資源高に甘えず、高品質に選別

エコネコル(静岡県富士宮市)は、鉄スクラップなどを年間約50万t取り扱い、破碎や分別処理施設の規模では産業廃棄物業界で全国でもトップクラスである。昨年、旧・佐野マルカから社名を変えた。環境(エコロジー)と経済(エコノミー)の2つの「エコ」を合わせたのが由来だ。

同社は、佐野富和社長の父親が1950年に鉄スクラップの回収・販売を始めて創業した。23年前に現社長の時代になり、総合リサイクル事業への脱皮を目指してきた。

鉄スクラップは92年から海外輸出を始めた。ソウル大学出身で米国に留学していた李興宰氏(現・取締役)をスカウト、李氏が核になって貿易部を新設した。現在、鉄・非鉄を年間約40万t、古紙を同10万t弱輸出するなど、事業拡大のけん引役を果たしてきた。

さらにシュレッダーマシン(破碎機)の導入が同社の業容を変えてき

会社概要	
●所在地	静岡県富士宮市山宮3507-19
●社長	佐野富和氏
●売上高	210億6000万円(2007年6月期)
●経常利益	15億9000万円(同)
●従業員	230人(パート含む)
●事業概要	鉄・非鉄、廃プラスチック・古紙などのリサイクル



た。廃自動車、そして廃家電の処理事業への参入だ。廃車の解体・分別ビジネスでは、いまや全国的に中古車オークションと結び付けた事業が主流になっている。このビジネスモデルを構築したのが、同社と中古車オークション最大手USSによる合弁会社のアビゾ(名古屋港区)だ。USSが保有するオークション会場のそばに解体工場を構え、オークションに持ち込んで売れなかったいわゆる流れ品を買い取り、解体する。

シュレッダーマシンも含めアビゾがこれまで解体工場に投資した額は20億円。設立4年の2007年に累積を一掃し完全黒字化した。「オークションからの廃車解体事業は業界の

流れを変えた」といわれる。同社は月3000台もの廃車を処理することもあった。ただ全国の解体事業者がこぞってオークションからの廃車導入を強化したことで、今は月1000~1500台に下がっている。今後も樂觀できない。日本の新車販売台数が減るなか、廃車の数も今がピークとの見方もある。「これまで解体工場の設備を増強してきたが、今後はチームワークを組んで中古車輸出事業を強化していく」(佐野社長)。このため、中古車輸出部門をエコネコルから独立させ、2006年に3WM(名古屋港区)を設立した。

3WMの初年度の売上高は18億円。2期目(6月期)は売上高30億円で経常利益7800万円を予想する。「海外新規市場の開拓と、国内仕入れ能力の向上が初年度から好調な要因」。3WMの春山孝造社長は順調な滑り出しに自信を示す。ただ今後、中古車の買い付け競争は激しくなる。

中古パーツの調達力を高めるため

5月には3WMを増資した。全国の大手中古車解体会社など8社や韓国の海運会社からも出資を受け、エコネコルの出資比率を93%から66.7%に下げた。「連合体で事業を強化していく。自動車解体事業はこの先、集荷台数で厳しくなってくる。そのためにもネットワークを強化する」(佐野社長)との狙いだ。

### 「近欲かくな」の教えを守る

廃家電の処理事業では、同社が20%、残りを家電メーカーなどが出資した富士エコサイクル(静岡県富士宮市)を2000年に設立、家電4品目を処理する。従業員80人のうち50人が手解体に従事するなど、人手による解体を中心に据える。リサイクル率は全国のトップクラスだ。

創業の鉄スクラップに加え、廃自動車や廃家電の解体・処理事業などへの参入で、鉄以外にも同社が手掛けるリサイクル素材が広がってきた。そして、それぞれの分野で高品質の分別・回収を目指す。

廃プラスチックは、年間3万tまで扱用量が増えてきた。富士宮市内に

本社工場も含め5カ所の再処理工場を保有するが、廃プラ選別ラインはそのうちの1カ所。初代社長の教えの「近欲かくな」(長期的に考えよ、手軽な商売で利益を出してもダメ)が、この廃プラ選別に生きている。

廃プラは今のように高値がつく時代だと簡易な選別でも売れるが、「分ける仕事をしている企業としてトコトン分別し、ノウハウを蓄え、次の事業につなげていく」(佐野社長)。精度の高い分別・回収が目標だ。

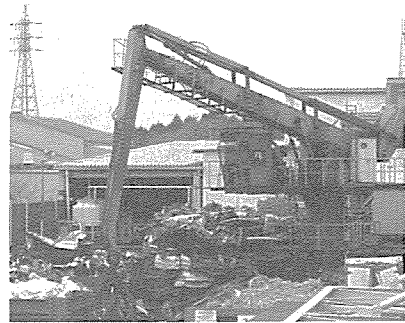
工場からの端材や廃車、使用済み複写機などから出る廃プラスチックは1時間に3t処理できる選別装置で比重により金属を取り除く。さらにプラスチックはX線選別装置で分別。4台の破碎機で細かくし、RPF(廃プラスチック固形燃料)として月2000~2500tを製紙工場に販売する。硬質系プラは石灰、石油精製工場で石油代替燃料として使用される。同社の売上高に占める廃プラスチック処理の規模はまだ小さいが、リサイクルの総合力を高めるため、事業拡大を目指している。

同社はこの数年間、毎年4億円の

投資を続けてきた。地方の廃棄物処理事業者として過剰とも思える額だが、精度の高い分別・回収システムの構築を優先してきた。今期の売上高は250億円を予想し、うち鉄関連で80%、廃プラと古紙で10%程度だ。増収増益で推移しており、利益率は業界ベスト10に入る。ただこれも鉄スクラップの価格が5年ほどで5倍に上がり、1tで5万円を超えている鉄スクラップ相場が背景にある。

電炉や鉄鋼業が直接スクラップを扱い始め、廃車の数も頭打ちになるなど、今後相場に変調が起きることは十分に予想される。こんな時期だからこそ、「廃プラ処理の高度化などを実験と実証工場を通して実現、分別・回収などの質を一層高め、総合力を強化したい。同時に、鉄の相場に左右されない中古車の輸出事業を強化するなど、事業環境の変化に強い経営体質を構築しておきたい。「泥くささ」が今の事業の90%だが、それを武器に社会的存在価値の高い企業を目指す」と佐野社長は言う。

新社名に込めた思いは、着々と実現しつつあるようだ。



廃自動車の分別・解体の様子。左は解体後の車体、右は取り外されたエンジン。廃車の解体・資源回収の規模では全国でもトップクラス

