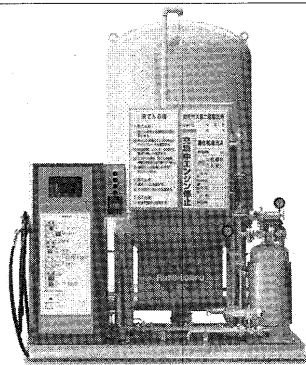


カグラペーパーテック & 位田モーターズ



「メッセナゴヤ2018」で 注目のプレゼンテーション

LPG改造車の導入と 簡易スタンドの設置を

昨年、営業車両として「ガソリン車」を導入する動きが増えている。地方の事業者の中には費用の問題でジャンタクシーの導入を諦め、ガソリン車を転用するケースも少なくないと話す向きもある。一方、資源エネルギー庁の発表した石油製品の店頭小売価格週次調査では、11月12日時点でレギュラーガソリンの単価は157.5円。一時に比べれば安くなったとはいえ、まだまだ高い水準にあると言えよう（その後、さらに値下がり傾向が出始めたが）。人員不足の中で、人件費は動かしにくく、当面は燃料単価を下げることが「経費削減」の大部分を占める格好になるだろう。ガソリンとLPG。今後、選択すべきはどちらか？（鈴木）

カグラペーパーテック（玉井健一社長、兵庫県尼崎市）と位田モーターズ（位田幸司社長、名古屋市中西区）は、名古屋市中港区のポートメッセなごやで開催された「メッセナゴヤ2018」（11月7～10日）に共同出展した。同展示会は出展者1400社・団体、来



場者数6万5000人を誇る国内最大級の異業種交流展示会だ。

一般車両をLPG車に

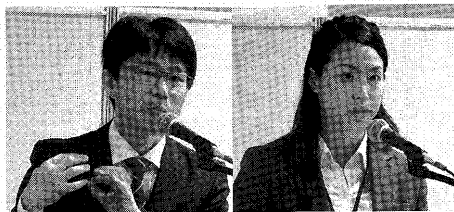
両社は「燃料転換という選択でコスト効率を上げる」をテーマに、ガソリン車からLPG車への切り替えを行うことで燃料経費削減につながるというメリットをアピール。

具体的な手法として「LPGバイフューエル（改造）車両の導入」を推奨するとともに、①社用車を20両以上保有②1カ月のガソリン代が50万円以上③昨年度より販管費が上がった——という企業に「簡易LPGスタンド（オートコンポ）の設置」を提案した。

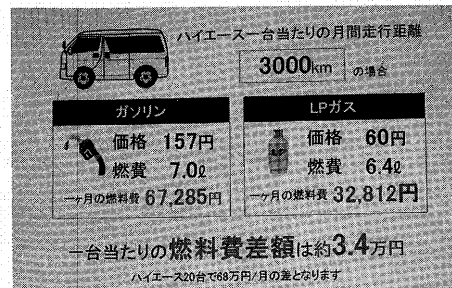
位田社長は本紙記者に、今回はあえてLPG改造車両やオートコンポの実機を展示せずに、導入事業者のメッセージをVTR放映することやパネル展示などで、今後のプレゼンテーションのモデルケースを創出するための試みであることを示唆した。

年間480万円の経費削減

両社は9日、出展者プレゼンテーションとして、カグラペーパーテック新規事業部の久保愛美氏が「年間480万円を生み出す仕組みと企業価値向上」と題して講演、①年間480万円を作れる仕組み②導入事例③企業価値の向上——について解説した。



位田（左）、久保の両氏。



①については、「燃料費の削減」により一般企業にとって年間480万円の経費削減につながるものと説明。展示の内容と同じく具体的な手法として、LPGバイフューエル車両の導入とオートコンポの設置をあげ、単純なエネルギー転換を行うことでガソリンの約60%の燃料経費となり、併せてオートコンポを導入すれば、「自社によるLPGの大量発注によるガス単価の交渉を行う」ことで、さらに経費を圧縮することも可能になるケースもあると説明した。

表題の「480万円」の根拠については、月間3000キロ走行するハイエース20両の走行を想定。ガソリン（単価157円/リットル、燃費7.0リットル＝1両6万7285円/月）とLPG（単価60円/リットル、燃費6.4リットル＝1両3万2812円/月）との比較で、5年償却で考えた場合、ガソリンでは「8074万2000円」（20両×60カ月）かかる経費が、LPG（20両×60カ月＝3937万4400円）+オートコンポ設置費用+LPGバイフューエル改造費用の「5643万3659円」となり、その差額が「2430万8341円」となることから、「年間約480万円」の経費削減につながる——と解説した。オートコンポと改造費用の償却が終わった6年目以降には「年間671万円」に削減額が上昇する——とも付け加えた。

②の導入事例については、東海3県の外食産業向けに業務用パンを販売するエースベーキング（吉田哲也社長、愛知県清須市）のLPG車およびオートコンポの導入事例をアニメーションで紹介。その中

でLPGバイフューエル車両の高い対災能力から行政からの注目度も高く、LPGは国内備蓄が多いため災害時に供給がストップしたり、価格が高騰することなく安定供給される——とした。また、オートコンポについては、設置・運用に有資格者が必要なく、災害時の発電、炊き出し、暖房なども可能となり、地域のエネルギー拠点としての活躍も期待できる点などを紹介した。

BCP実効性の高さで差別化

③の企業価値の向上については、削減した経費を利用した人員増加、社員のスキルアップ、品質向上、生産性の向上——などを提案。加えて、導入事例の中から特に「BCP（Business Continuity Plan＝事業継続計画）の実効性の高さによる他社との差別化を図ることが可能となる」という点が最大の特徴と説明した。

前述のエースベーキングは、オートコンポ導入をきっかけに自治体と災害応援協定を締結しており、自治体とのコネクションでさらなる販路の拡大や他の公共団体へのアピール力の増強が図られ、災害時のBCPの実行性の高さでブランディングを図り、法人顧客からの信頼を獲得し、地域住民からの支持を得られる企業へと進化を遂げた——と紹介した。

業界内にLPG改造が浸透中…？

質疑応答では、オートコンポ導入費用に関するものもあった。通常、最小サイズのもので1000万円程度とあるが、前出の災害協定の締結などにより、「最大半額補助」が行われることもあり、また一括償却などを行うことで、さらに費用を圧縮している導入事例もあることが紹介された。

本紙でもこれまで何度か紹介してきたところだが、昨今、トヨタ・カムリなどをLPG改造して実験的にタクシー車両に導入しているケースや、計画導入のフェーズに移行しつつある事業者もいる。各地で運賃改定の動きが出ている中、そうした純粋な「増収」の動きと並行して、「経費削減」や地域貢献などに伴う「職域の拡大」を検討する必要もあるのではないだろうか。

今後、業界を取り巻く環境は目まぐるしく変化することは間違いない。事業者は改めて、扱う車種などから「自社の営業内容はどうか」と原点に立ち返る必要があるようだ。