

2012年5月14日

公共工事減で再生砕石の民需開拓へ



砂利敷き駐車場のくぼみを再生砕石で埋める

高度経済成長期に造られた建物が続々と更新期を迎えコンクリートがらの排出量が増す一方、再利用先の大口顧客であった公共工事の路盤材利用が減り、再生砕石の需給バランスが崩れ始めている。こうした中、コンクリートがらの収集運搬から中間処理、再生砕石の製造販売までを行う黒姫(東京都足立区、渡辺明彦社長)は、公共工事の多寡に頼らない新たな販路として民需開拓に乗り出した。

「建設廃棄物の優等生」として97%以上の高いリサイクル率を持つコンクリートからは、主に公共工事の路盤材として再利用されてきた。しかし近年、インフラ整備の進展や公共工事量の減少に伴い路盤材利用が減少。建て替えが必要な建物(コンクリートがらの排出量)は増加しているため、再生砕石の需給ギャップを埋め処理費の高騰を防ぐ対策が特に都市部で大きな課題となっている。

そこで同社が新たな販路として考えたのは民間の個人需要。まず、砂利敷き駐車場で利用者のくぼみ、わだちに対するクレームが多いことに着目し、埋め戻し用=写真=として25キログラム当たり100円で販売。駐車場経営者や不動産管理会社らに売り込み、社員による「見回りサービス」で年間保守管理契約もオプションとして用意する。

また、吸水率の高い路盤材を袋詰め状態にした土のうを1袋100円で販売。砂の袋詰め作業が省ける点も好評で、すでに中部、関西方面の鉄道会社から水害対策用の備蓄資材として注文が入り、輸送費を含め高付加価値商品に発展した。

このほか、「埋める」「敷く」という従来の機能性志向から「楽しみ」「安らぎ」といった感性志向の商品として蓄光塗料を施した「イルミリサイクルストーン」を考案。ガーデニングデコレーションや節電対策などに1キログラム当たり3000円で販売し、輝度向上のため最適な塗料の付着方法など大学との共同研究で試作、改良を重ねている。

渡辺社長は「手探りでも多様なメニューを用意し、売れる仕組みを構築した。路盤材を大量販売することに固執せず単位重量当たりの単価を上げ、処理費の高騰を防いでいきたい」と話している。