

|                          |  |
|--------------------------|--|
| 事業概要                     | 廃車買取事業、中古車フリマ事業、車陸送事業  |
| 部署                       | WEBマーケティング部  |
| 所在地                      | 〒550-0015<br>大阪府大阪市西区南堀江1-1-14 四ツ橋中埜ビル4F   |
| 連絡先                      | (電話番号)06-6484-6518   |
| 環境省ローカルSDGsを通じて、実現したい社会像 | 車を無駄なく使える循環型社会を目指していきたいと考えています。<br>具体的には、廃車買取事業、中古車フリマ事業を通じて「接続可能な消費と生産パターンの確保」「ITを駆使しての地域経済の活性と雇用創出における地方創生への貢献」を目指します。 |

|                          |   |   |
|--------------------------|---|---|
| ローカルSDGsの実現に貢献できるソリューション | 分野  | サーキュラーエコノミー   |
|                          | 【地域課題の環境、経済の統合的解決として】   |   |
|                          | <p>■地方の解体事業者への廃車依頼を増やすことで地方創生に貢献</p> <p>中小零細企業と呼ばれる解体事業者は、解体過程で部品や鉄資源を取り出す等といった高い技術を持っていますが、少人数で事業を行っていたり経営者が高齢であることも多く、インターネットでの集客力に弱い一面を持っています。弊社ではITベンチャー企業ならではのインターネットでの集客力を強みとしている為、解体事業者の代わりにWEBサイト上で廃車を処分したいユーザーを集め地方の解体事業者への廃車依頼を増やすことで地方創生に貢献できると考えています。</p> <p>技術の高い解体事業者でも、集客ができず依頼がなければ存続ができません。当社においても、集客ができて依頼を受けてくれる解体事業者がいなければ事業が成り立ちません。私たちは“人と人との繋がりを大切にする”という理念を掲げ、お互いに無い部分をお互いの高い技術で補い合うことで持続可能な産業の実現を目指します。</p> <p>■車の不法投棄を防ぐことによる自然の保護と資源の再利用の活性化</p> <p>一般的に、動かない車を廃車するにはレッカー代が必要であったり、廃車するだけでも手続き費用が必要と認識されています。その為、事故等で突然廃車することになった際は急な出費が必要となり、費用が用意できず放置され、不法投棄に繋がる場合があります。</p> <p>2002年に自動車リサイクル法が制定されたことで車の不法投棄は減少したものの完全には無くなっておらず、近年では駐車場に何年も停めっぱなしといった放置車両も問題視されています。</p> <p>『ハイシャル』では動かない車や事故に遭ってボロボロになった車でもレッカー代や廃車手続き費用を一切無料で引取りを行っている為、突然の廃車でもユーザーに経済的負担をかけません。</p> <p>費用無料の廃車を広く知ってもらい車の不法投棄を防ぐことに繋げ自然保護の観点からSDGsの「住み続けられるまちづくりを」という目標の達成を目指します。</p> |   |
|                          | URL   | <a href="https://haishall.jp/sdgs/">https://haishall.jp/sdgs/</a> |
| 上記ソリューションを提供できる地域について    | 全国  |   |

|                    |   |
|--------------------|---|
| 自者の特徴              | <p>「人と人とのつながりを大切に成長し続ける」という理念の下、車に特化した循環型サービスをITで提供しています。</p> <p>創業時の2016年に開始したサービスである廃車の買取りサイト『ハイシャル』は問合せ相談件数、成約数ともに毎年増加し、創業から3年後の2019年には新たなサービスである車専門のフリマサイト『クリマ』を開始。</p> <p>サービスの成長とともに雇用を創出しコロナ禍にも関わらず正社員数が増加、今年2021年4月にはオフィスの拡大移転を遂げました。</p> <p>ITを駆使して廃車買取事業「ハイシャル」と中古車フリマ事業「クリマ」を中心に、車を無駄なく使える循環型社会を目指します。</p> |
| SDGs経営に向けた自者の課題や悩み | SDGsの活動において社内での温度差があり啓蒙活動が必要な点。   |