

「廃棄物ビジネス論」について

Ryo ONODERA¹

¹tetera.org

2018-10-19

1 タイトルと著者

廃棄物ビジネス論 — ウェイスト・マネジメント社のビジネスモデルを通して [1]

長沢 伸也・森口 健生 著

2 アブストラクトの翻訳または要約

書籍のためアブストラクトなし。

3 気になった箇所

- 廃棄物処理事業は学会でもマスメディアにおいても、ほとんど取りあげられない。(p. 26)
- 注目されていないが廃棄物処理事業は多くの問題が廃棄物処理事業者自身から指摘されている。(p. 26)
- 日本では廃棄物問題は技術的課題であると考えられている(ハードウェア指向)。(p. 21)
- 日本の廃棄物処理企業は総じて非常に弱小である。(p. 106)
- 日本の廃棄物業界は、産業としては長い歴史があるにもかかわらず、新規参入が続いている黎明期の状態のまま現在に至っている。(p. 107)
- WM (ウェイスト・マネジメント) 社のように、収集・運搬・中間処理、そして最終処分をすべて扱う業者は少なく、さらにこれらの廃棄物処理事業の範囲を超えた廃棄物管理サービス業を行う処理業者は皆無である。(p. 110)
- 日本の廃棄物処理企業の規模は米国のそれよりはるかに小さい。(p. 112)
- 日本の廃棄物処理企業には高利益率を誇る企業が存在し、また全体でも比較的高い収益性がある。(p.112)
- WM 社では、請求書の二重発行や、ごみの収集し忘れ、クレームにきちんと対応しないといった劣悪なサービスがごみ収集会社を切り替える同期になっているとの調査結果が出た。(p. 154)
- WM 社では情報システムを導入・再構築し、顧客満足度を高めた。(p. 154)
- 顧客サービスに統一のマニュアルを用意し、顧客第一の思想が社内に浸透した。(pp. 154-155)

- WM 社の海外戦略は、「ローカルのことはローカルに任せる」という方針が貫かれている。(p. 158)
- 廃棄物事業は、総合エンジニアリング事業であるとの認識のもと、研究開発部を設けたのも WM 社が最初であった。(p. 163)
- コスト競争力を保つためにもっとも重要なことは、すべての市場において均一で満足できるサービスを提供することである。(pp. 169-170)
- WM 社は今後 21 年も稼働可能な埋立処分場を所有しており、他社に比べて決定的な競争優位を得ているため、決して薄利多売をしているわけではない。このため高い収益性を誇っているのである。(p. 172)
- WM 社は、自らの事業を総合廃棄物管理サービス業と定め、そこから顧客指向・ブランド力の向上と事業戦略の 2 つの指向性に大別できる。(p. 181)
- WM 社にとって、許可の申請手続きは非常に煩雑であるのに、資格要件を満たし、講習を受ければ誰でも収集運搬業に参入できるような許可要件の基準の低さなど、日本の許可制度は複雑怪奇にみえたであろう。(pp. 196-197)
- 大多数の廃棄物処理業者には大企業のような守るべきブランドがなく、費用節約のために不法投棄を犯してしまうというインセンティブ問題が発生する。(p. 199)
- 収集・運搬業務にも生産性を向上させる、ある程度の機械化、IT 化の余地はあると考えられる。ただ、日本にはそのような技術開発力を持ち、事業家できる企業が残念ながら存在しないのである。(p. 200)
- 公共性の高いサービス業が守るべきブランドもない。(p. 201)
- 市場が統合されていないということは、成熟した市場より比較的容易に成長できる。したがって、技術力と資本力を有し、規模と範囲の経済性を発揮して、社会的信用を重視する廃棄物処理企業が出現すれば、急激に成長する可能性がある。(p. 201)

4 各章を 1 文で要約する

- 廃棄物処理事業に関して、これまで論文が発表されたことがなく、マスメディアに注目もされていないことから、著者は廃棄物処理事業の経営について研究が必要と考え、アメリカ合衆国の Waste Management 社のビジネスモデルを調査して、日本の廃棄物処理事業の課題を検討した。
- 日本での廃棄物処理事業者の参入障壁の低さや、零細企業が多いという著者の主張については、それを否定するような見解も存在する。 [2]
- 結論として、日本の廃棄物処理市場の成熟のためには、大企業の出現が必要であるとした。

参考文献

- [1] 長沢伸也, 森口健生. 廃棄物ビジネス論 — ウェイスト・マネジメント社のビジネスモデルを通して. 同友館, 8 2003.
- [2] 第一法規株式会社. 会社を強くする産業廃棄物処理業の経営実務. 第一法規, 10 2006.