

第4回KVBCオープンセミナー  
「環境をビジネスする」

## 第4回KVBCオープンセミナー

## 「環境をビジネスする」

新春もすがすがしい1月24日、「環境をビジネスする」をテーマにオープンセミナーが開かれました。開催に先立ち、岸根明 日本経済新聞社京都支社長が「21世紀は環境が1つのキーワードとなる。京都ならではのビジネスを創出してほしい」と挨拶。その後、環境ビジネスに積極的に取り組むパネリストにより、環境ビジネスの現状や将来展望などについて積極的な意見交換が行われました。



会場では、スライドを使った説明も行われた

## 発想の転換が新しい環境ビジネスを生む

**澤村** 様々な調査によると、環境ビジネスの市場規模は2010年までに30兆円以上に成長すると予測されています。もうすでに、総合力を発揮しながら環境ビジネスをグローバル展開している大企業も増えていきますね。ますます激化する市場競争の中で、ベンチャー企業が勝ち残っていくためには、どのようなビジョンや発想が必要でしょうか。

**吉村** 私が掲げている戦略の1つに“発想の転換”というのがあります。害虫駆除の世界で言うと、大手企業ではどれくらいの薬剤を年間に何回くらい散布するという契約を結んでいます。当社では契約書の中に「害虫を駆除したあとの1年間は、1匹でも害虫が出たら無償で対応します」という文言を明記しています。見た目はまったく同じ商品であっても、発想を転換することによって180度違うものだという“売り込み”ができるのです。

**川端** 私どもが最初に開発したのは、注射器の針先だけを瞬時に溶かす「注射針処理装置」です。これは顧客から非常に高い評価をいただきましたが、注射針だけでなく注射器自体も安全に廃棄したいという要望があり、新たに感染性医療廃棄物を滅菌・溶解する商品を開発しました。このように1つの商品が、どんどんと新しい商品開発へとつながっているのです。顧客からのニーズを引き出して、それらを商品にすぐに反映することができるのもベンチャー企業ならではの強みだと思います。

**澤村** 直江さんは、「環境ソリューション」という切り口で、環境ビジネスに取り組んでおられますね。今後、企業の環境姿勢にますます注目が集まる中、環境コンサルティングビジネスの重要性も高まっていくのではないのでしょうか。

**直江** そうですね。「環境ソリューション」ビジネスを成功に導くためには、4つの要件があると思います。(1)EMS（環境マネジメントシステム）を十分に理解しているか、(2)顧客の個別課題をしっかりと理解しているか、(3)解決策を実行できる製品・サービスが充実しているか、(4)課題に応じて最適な提案を行うコンサルティング力があるかということ。単に、環境管理システムやリスクマネジメントを提供するだけでは成功しません。顧客のコストダウンにつながるようなメリットを明確に打ち出すことが必要でしょう。

## 利益を得るには市場創出の努力が必要

**澤村** 単刀直入にお伺いしたいのですが、ずばり環境ビジネスは儲かるのでしょうか。もちろん、投資コストや収益率などによって様々だと思いますが、現在皆さんが展開されている事業に当てはめてみて、率直にどのようにお考えですか。また、利益を生み出すためにはどのような視点が必要でしょうか。

**吉村** ずばり儲かると思います。ベンチャーという視点から考えれば、時代のトレンドとして非常に取り組みやすい分野でしょうね。営業のときにも「環境」を口にすれば、話だけはとりあえず聞いてもらえますから。ただ、お客様には会社のオーナーもいれば、経理担当の方や現場の方もおられます。現場の方は害虫がいなくなればそれでいいわけですが、経理の方の立場からすると環境よりも駆除料金のほうが気になるわけです。「環境が良くなるから、良い商品だ」という理論ではお客様の支持は得られないでしょうね。

**有川** 環境問題はますます深刻になっていくでしょうから、今後ビジネスチャンスが広がっていくのは確かだと思います。私は、環境ビジネスというのは医者と同じではないかと考えているんです。環境がおかしくなってきたので、私たちがそれをなんとか解決しようと取り組んでいるわけですが、環境ビジネスがますます盛んになる社会というのは本来あってはならないはずで、地球環境を大切にしなければ、いくらお金を儲けても何の意味もありません。私は、そうした危機感を持って環境ビジネスに臨んでいます。

**直江** 私たちは当初、京都府域300社程度の顧客を想定していましたが、実際には大手企業の顧客が多く、目標の販売件数に達していません。PRTR（特定化学物質）管理ソフトをASPで提供していますが、1件あたり月額15,000円程度で、営業的にはなかなかビジネスにはなりにくいといえます。中小企業を相手にビジネスを立ち上げようとする場合、商品開発の段階から積極的に市場創出を行っていくことも必要でしょう。ただ、儲かりだしてから市場に参入しようと思っても手遅れになってしまうので、たとえ儲からなくてもいまのうちに参入して力を蓄えていく前向きな姿勢が大切だと思いますね。

**澤村** 環境ビジネスで儲けようと思っても、先行企業と同じようなことをしていたのではなかなか難しいでしょう。環境ビジネスは、まさにベンチャー企業ならではのニッチな発想、独創性を最大限に生かせる分野ではないかと思えますね。



## “京都ならではの”の感性を生かした環境ビジネス

**澤村** 京都は1997年にはCOP3のホスト都市として、また今年3月16日から予定されている世界水フォーラムの中心開催地になるなど、環境先進都市を標榜しています。ベンチャー企業が環境ビジネスを立ち上げていく上で、京都の土壌・風土はいかがでしょうか。また、京都の強みを生かした環境ビジネスは何かありますか。

**有川** 京都の地下には、琵琶湖の水量に匹敵する豊富な地下水が眠っていて、太古からずっと京都のまちを潤わしてきたそうです。その一方で、地盤改良工事などの影響で都心の「井戸水」が枯れつつあるという話を聞いたことがあります。京都は水のまちなので、そうした水環境を守っていくようなビジネスは面白いのではないのでしょうか。

**吉村** 「京都は日本よりも有名だ」とよくいわれますが、それは文化的価値のある建物（町並み）が存在しているからだだと思います。この“建物”をキーワードにした、京都ならではの環境ビジネスがあるのではないのでしょうか。例えば、昨年からマンションの住環境を含めた管理ビジネスに着手していますが、これは害虫駆除が建物環境に結びつくのではないかとこの発想から生まれたものです。大手企業が気がつかないような、なるべく京都らしいビジネスを展開するように心がけています。

**澤村** 川端社長は、この4月から本格的に環境市場に参入されるとお伺いしましたが、総合的なビジネス展開のビジョンはお持ちですか。

**川端** 私たちは当初から医療廃棄物の処理を主眼としていますが、いままでない商品を開発していますので、国や行政がなかなか商品の価値を認められないという苦労があります。顧客を納得させるのにも、やはりビジネスとしての実績が要求されるわけですから。ただ、当社が開発した小型焼却炉をある企業に購入していただいたので、これを1つの実績として、今後は病院関係にも販路を拡大していきたいと考えています。

**澤村** いまや企業の環境への取り組みが、商品の売り上げや資金調達にまで影響を与える状況になってきています。今後、環境ビジネスは、京都だけでなく世界を視野に入れたグローバルな視点で求められるようになるでしょう。今回のセミナーが皆さまにとりまして、新たな市場分析やビジネス展開のヒントになれば幸いです。本日はどうもありがとうございました。



正面右側から順にパネリストの川端氏、吉村氏、有川氏、直江氏、コーディネーターの澤村氏

## パネリスト

## ■(株)島津ビジネスシステムズ 直江一治氏

PRTR（特定化学物質）管理システムのASPサービスや環境影響評価システム、廃棄物計量管理システムの提供など、「環境ソリューション」ビジネスを多角的に展開。天候を予報して携帯電話などに配信する「J天気ず」などユニークな取り組みを行っている。

## ■アーク・テクノロジーサーチ(株) 有川晴彦氏

農業や化学肥料を使わない、耕さない農業（不耕起農法）を提案・実践するなど、鋭い視点で環境問題にメスを入れる。環境ビジネスだけでなく、高速ファジィ制御システムや還元水（抗酸化水）生成器など最先端機器の開発に実績を持つ。

## ■(株)京都インテリジェンスサーチ 吉村 賢氏

害虫「駆除」ではなく、害虫「防除」という発想で、住環境全般の衛生管理を行っている。薬剤を一切使わずにネズミを駆除する新サービスを展開するなど、そのビジネスの領域は病院や食品工場、駅構内まで大きく広がっている。

## ■大洋エレクトクス(株) 川端克裕氏

主に画像処理装置や欠陥検出装置、レーザー応用システムなどの開発・設計を行っているが、今年4月から環境ビジネスにも本格的に参入する。医療廃棄物処理の分野に注目し、「注射針安全処理装置」や「超高温熱分解装置」などを開発。

## コーディネーター

## ■OFFICE SAWAMURA 澤村栄治