

ゼロエミッションシンポジウム 2003 年  
「ゼロエミッション社会を目指した新しい行動モデル」  
- 集中と分散 -

セッション : オンデマンド生産と機能販売

「あかり安心サービス 売らない仕組みの衝撃」

【宮木】 皆さん、こんにちは。私、松下電器の宮木でございます。よろしくお願いたします。日ごろは、弊社のパナソニック商品に絶大なるご支援を賜りまして、まことにありがとうございます。

私、8月ぐらい、唐突に、こういった高尚な、アカデミックな場で話せということございまして、大変、皆様に対して興味のある、あるいは効果のあるお話ができるかどうか、非常にためらいもあったのでございますけれども、このような場でお話ができる機会ということは今後大切に、あるいは末代までも1つの土産としてやっていきたいと考えておりますので、ひとつ最後までご清聴をよろしくお願ひしたいと思います。

私、入社が昭和59年、1984年、バブルに至る手前の入社でございまして、つくればどんどん売れるという時代でございますので、大変恵まれた時代にサラリーマンを、若いころ、30代前半まで過ごしてきたということでございますので、松下電器は、幸之助社主が、売って、売って、売りまくれと。いわゆるきれいな言葉で言いますと、水道哲学ということでございますので、どちらかという、売りっ放しの世界で親しんできた人間であります。

私が、ここ数年、カスタマークリエイトセンター、私どもが営業本部の中につくった新しいセクションでございますけれども、こちらのほうで、売って、売っての世界がどんどん市場がシュリンクする中でございますので、価格が非常に暴落といいますが、厳しいことになってまいりまして、ここ二、三年、どうやって松下電器が生き残っていくかというような命題を受けまして、新しいビジネスモデル、そういったものを開発していきなさいというような指示を受けまして、今回、このようなあかり安心サービスというものを提案させていただいております。ひとつよろしくお願ひしたいと思います。去年の4月にこのサービスを始めまして、今現在、9月末時点ですけれども、181件ということございまして、1年強という中で、順調に契約の推進が進んでいるということでございます。

さて、循環型社会を目指す松下電器の戦略ということでございますけれども、私ども、非常に厳しい経営を強いられておりまして、超製造業を目指す。中村社長が常に世間に対して申し上げていることでございますけれども、それに対して、私ども営業本部としましては、今までの、売り切り型の、製造業からしたら常識なことでございますけれども、売り切り型のビジネスモデルから、いわゆる機能提供型へのビジネスモデルの転換ということございまして、古くから伝えられ、新しい概念でありますサービスサイジング、そういった新しい概念を取り入れたサービスができないものかということで模索してまいっております。

製品が持つそもそもの便益、ベネフィット、利用価値、そういったものを売ることでしか提供できないのか。いわゆる売らずに、ベネフィットだけを提供することはできないのか。そういったことを具体的に実現させていこうということでありまして、松下電器においても、あるいはいろいろな電器メーカーさんにとっても、新しい試みになるかもしれません。このあたり安心サービスが1つの試金石になっていくだろうと考えております。

そういった意味で、この売らない仕組み、要は、売らずに、便益だけを提供する、こういったものが、我々メーカーだけではなくて、流通、あるいはお客様にもいろいろな仕組みの違い、あるいは受け取りの違い等々の衝撃を受けるのではないかとということで、きょうのテーマは、「あたり安心サービス 売らない仕組みの衝撃」と題しまして、発表させていただきます。

去年の2002年版の「循環型社会白書」、こちらのほうには、経済活動との両立の強調ということでございまして、「脱物質化を加速し、物の所有からサービスの利用へ」というようなメッセージを書かれております。例えば、家電レンタルサービスということで、東芝さんとお組みになって、イトーヨーカ堂さんが去年の4月からお始めになった単身者向けの家電レンタルサービス、これが、4月には、カタログさえお出しにならないで、どこかの情報かと思えますけれども、非常に順調に推移しているということでございます。また、例2としましては、カーシェアリング、いわゆる車の機能をお互いに共有し合おうということで、オリックスさん、スズキさん、NECさんが共同の代行会社をおつくりになっている、そういったような新しいビジネスモデルというものが発展的に出てきているというようなメッセージが書いてございまして、白書は、脱物質化ビジネスがますます進展するであろうというようにメッセージを送られております。

そして、次に、環境省が作成された企業の環境に対する考え方ということでございまして、こちらの赤い、ピンクに近いところでございますけれども、環境活動は企業の業績そのものを占う1つの大きなファクターであるというようなデータを取りそろえております。

さて、我々、手前みその話でございましてけれども、蛍光管、いわゆるランプ、このような、上についているのが、これは普通の電球でございましてけれども、蛍光管をはじめ電球のビジネスの現状と将来ということでございまして、大変気恥ずかしいお話でございましてけれども、お客様からしますと、ランプにかかわる、いわゆるエネルギーコスト、省エネはランプからということでございまして、電気の使用量の20%から65%がこのランプ、いわゆる明かりが占めるということでございまして。また、ランプには、後ほど詳しくご説明いたしますけれども、若干環境に大変負荷の高い有害物質が入っているということでございまして。その適正処理ということが今非常に叫ばれているということでございまして。したがって、お客様からとりましたら、購入コスト、あるいはランニングコスト、あるいは廃棄処理コスト、こういった3つのコストがかかってくるということでございまして、大変お客様には、この厳しい折から、大変な厳しいコストがかかるということでございまして。

さて、「蛍光管ビジネスの現状と将来2」としまして、我々のメーカーにとってどういう課題があるかということでございましてけれども、シェアの低下ということでございまして、松下電器は、曲がりなりにも、今ランプではトップメーカーということでございまして、

これは皆様のおかげをもちましてトップメーカーでございますけれども、ちょっと古い数値かもしれませんが、91年ごろは30%のシェアがあったということでございまして、2000年は25.8%、今も非常に苦戦をしているということでございます。ただ、ランプというのは、照明器具がないと働かない、要は、明かりをともしないということでございまして、実は、照明器具そのものは、松下電器産業ではなくて、松下電工が製造し、販売しております。その松下電工の照明器具のシェアというのが50%を超えているわけです。すなわち、ランプというのは、もうこれは消耗品でございます、コピー機で言えば紙みたいなものでありまして、特にメーカーを選ばず、いわゆる機能さえ提供すれば、安ければいいということでございまして、どんなにいい商品というような形で発売したり、あるいはプロモーションをしても、なかなかお客様の満足を得られないということでございまして、50%の照明器具のシェアにもかかわらず、半分以上がほかのランプメーカーさんに奪い取られているということでございます。

また、低価格化がますます進んでいる。ごらんになって右のほうに書いておりますけれども、今インターネットという、非常にITといいますか、情報インフラが発展しまして、インターネットによるオークション、そういったもので、どんどんこういった副資材といいますか、消耗品が安くお買い求めることができる。非常に価格だけの競争にさらされるということでございます。

そういったことで、我々松下電器は、今トップメーカーを、非常にもうぎりぎりの中でいるわけでございますけれども、ビール競争にとらえれば、味だけの勝負ということで、今まで我々は物の販売、コストだけしかお客様に満足するものを得られなかったものを、こういった、ふらふらになるまでの体力勝負、コストだけの消耗戦、こういったものから脱却して、新しい競争を取り入れる、これが私ども業界のリーダーとしての新しい提案ということでございます。

さて、「ランプを取り巻く環境の変化」ということでございまして、これは皆様には釈迦に説法になるかもしれませんが、関連法規の整備。これは午前中のご講演でもお話がございましたように、非常に廃棄物、あるいはリサイクルに対する関連法が強化されております。まず、排出者責任の強化ということで、今まで、排出者は、収集・運搬会社さん等に商品といいますか、廃棄物をお渡しになれば、あとはどうなったかというのは、はっきり言って、知ったこっちゃないというような、まあ、そういう雰囲気がありました。今でも、企業さんの中には、そういった考えをお持ちのところもあると聞いております。産業廃棄物処理法ということで、廃掃法が2002年6月、また今年7月に、10月施行で強化されましたけれども、排出者責任が非常に厳しくなったということでございまして、マニフェスト、これは政見公約ではございませんけれども、要は、廃棄物をお客様から手を離れた場合には、第三者に渡す場合には、マニフェストを発行しなくてはいけないということでございまして、最終処分場まできちっと見届ける義務があるということでございます。こういったことで、マニフェストの不公布、あるいは処理会社、収集・運搬会社の許可を持たない業者に対して廃棄物をお出しになったということで、何らかの行政処分、あるいは企業名の公表ということでございます。これは1つの環境リスクであり、これが企

業リスクにつながるということでございます。

次に、循環型社会形成基本法、その中で特に EU、ヨーロッパを中心として EPR、拡大生産者責任、こういったものが問われつつあるということでございまして、ヨーロッパのほうでは非常に厳しい指令が出ておりまして、これが to Japan にどのような影響を及ぼすか。これは、我々製造業にとって非常に大きな課題、生命線になるというふうに考えております。こういったことも、やはりふたをするのではなく、大きく意識していくべきだと私は考えております。

3 つ目は、国、自治体の責任としてグリーン購入法というのが制定されまして、グリーンプロダクト、あるいはエコサービス、こういったものを積極的に調達すべきである。こういった姿勢がどんどん民間のほうにブレークダウンしていくだろうと考えております。

さて、2 つ目でございますけれども、蛍光管の排出量でございますけれども、年間の B2B、いわゆる事業系の廃蛍光管、40 ワットの直管蛍光管にとらえますと、約 1 億 6,000 万本排出されております。これを生活系、いわゆる皆様、ご家庭でお使いになっているランプ類を含めると、約 4 億万本と言われております。しかしながら、これは全体の廃棄物 4 億 5 千万トンからしますと、約 6 万トンということでありまして、非常に微々たるものであります。したがって、我々メーカーとしても、正直言いまして、あまり注視しなかったというのが現状でございます。しかしながら、冒頭申し上げましたとおり、ランプには、特に蛍光管の中には非常に環境負荷の高いもの、具体的に言えば、無機水銀、これは紫外線を出すために、どうしても代替物質がない、無機水銀を若干入れている。あるいは、口金の部分に鉛、これも非常に環境負荷の高いものでありますけれども、若干鉛を入れている。これを割って、クラッシュして、シュレッダーダストにして埋め立てなどしてしまいますと、当然理学的な反応を起こして、もしや有機水銀になる可能性も否定できないということから、我々は、水俣病という大きなトラウマがございますので、そういったものはやはり防いでいかななくてはいけないということを考えております。そういった意味で、適正処理が必要でと。

今現在、この適正処理をされているパーセンテージは約 10%前後というように聞いております。したがって、90%は全く放置されて、シュレッダーダストにして埋め立てされているというのが現状であります。

したがって、第 3、「現行廃棄の現状」ということで、最終処分場は、国土の狭い日本ではますます逼迫していくでしょう。あるいは、今申し上げたとおり、蛍光管を破砕して埋め立て処理をしますと、地球環境に当然悪影響を及ぼすということでもあります。

また、3 つ目は、蛍光管はほとんどガラスで組成されておりますが、ガラスが大体 85 から 90%ということでございまして、だんだん細くなっておりますので、ガラスの組成率も低くなっていると思っておりますけれども、まだまだガラスがほとんどを占めております。それで金属。そして蛍光パウダー。この蛍光パウダーの中に微量の水銀が含まれているということでございます。これをガラガラボンで、割って、捨てれば、産廃で言えばただのガラス陶磁くずということでございますけれども、これをそのまま埋め立てなどする、あるいは大気中に水銀が放散されるということで、環境に悪影響を及ぼすということでござい

す。

さて、私は、このビジネスを立ち上げる前に、ISO14001 の企業、当時はたしか 6,000 企業ぐらいだったかと思えますけれども、約 300 ぐらいの企業様にアンケート調査いたしましたところ、処理コストは、40 ワット 1 本当たり 92 円ということでございます。特に、こちらの、関東以北のほうになれば、非常に高くなりまして、1 本当たり 100 円とか 200 円、あるいは 400 円と、ランプを買うよりも高いお客様がいらっしゃるということでございます。ただし、西のほうに近づけばだんだん安くなっていくということございまして、これはやはりお国柄といたしますか、その地元のお考え方といたしますか、神戸のほうには、フェニックスという、大変大きな埋め立て地もあると聞いております。全体からすれば、非常に青天井になりつつある。特に割ってはいけないということでございますから、割らずに、**正体(セイタイ)**で持っていくということは、それだけ、蛍光管というのは、中はもうほとんど空気でございますから、空気を運ぶようなものでございますから、大変その辺の物流コストがかかってしまうということでございます。

また、300 企業のお客様に聞きますと、特に ISO の企業は、こういう有害物質の汚染ということに関して非常にセンシティブになっておりますので、環境経営上の効果というのが非常に高いというようなことで、これはビジネスになるなというふう考えたわけでありませう。

さて、冒頭申し上げましたとおり、超製造業ということで、今までの売り切りの世界から、お客様とコミュニケーションを絶やさない、そういったビジネスモデルに転換していくにはどうすればいいか。午前中、三橋先生のお話にもございましたとおり、やはり我々は今まで新築物件ばかり追い求めておりましたけれども、こういった新築物件がシュリンクする中で、いわゆるストックに対してどういったサービスが提供できるのかということテーマに挙げまして、特にお客様には、もう投資する金額もない、もうとにかくその商品が持つベネフィットを提供してほしい、そういった意味で、松下電器としても新しい競争戦略として物販から脱却し、売らない仕組みというものをつくっていかう。それに付随しまして、コストだけの同質競争、あるいは、三橋先生のお話にもございましたけれども、メーカー独自の、サプライサイド型の考え方である買いかえ需要、思惑生産、こういったものから脱却していかう。そのためには、超寿命、あるいは良質な明かりという性能を提供していく、あるいはお客様に管理コストを低減していただく、そういったものを求めていかう。したがって、3 つ目は、今まで 1 本、あるいは 1 個幾らという世界から、いわゆる明かりという性能を提供する。それに対してビジネスフィー、いわゆるサービス料金をいただきます。すなわち 1 時間、あるいは 1 日、あるいは 1 カ月、いわゆる時間よっての単価にしていかう。こういったビジネスモデルの転換を私は求めたわけでございます。

したがって、ソリューションビジネスと、いろいろ言われておりますけれども、そのビジネスのゴールというのは、弊社松下とお客様がお互いに「WIN WIN」の関係になることであると考えております。お客様にとっては明るい環境が欲しいわけでありまして、決してややこしいものが入っている物質が欲しいというわけではないということでございます。松下にとっても、デフレスパイラルが続くハード、いわゆるコモディティの商売か

ら脱却し、持続的差別化と競争有益が図れるということでございます。

さて、経済と環境を両立する、そういったビジネスモデルにどんどん転換していただくとうと循環型社会白書のほうには書かれておりましたけれども、まず、企業経営。これは弊社も同じでございますけれども、大変厳しい経営を強いられております。そういった中で、こういったランプ、いわゆる明かりに関しましては、一番よろしいのは、特にスーパーさんとかデパートさん等は、一斉にランプを交換しますと、非常に世の中明るくなったなという感じで、お客様に大変お喜びいただけるわけでありましてけれども、そういった場合、例えば、まあ、何店舗もお持ちになっている、例えば高島屋さんとか、そういったところが一斉にランプを交換しますと、高島屋さんだけでも何億というランプの費用がかかってしまうわけでありまして、どうしても切れたら交換というような形になってしまう。そういったお客様の明かりに対する満足度をどのように提供すればいいのか。そのためには、初期コストを分散させて、明かりという一定料金をお支払いになっていただければ、ご満足いただけるような明かりを提供できます、そういったようなサービス。また、超寿命型のランプを開発し、ランニングコストを低減していこう。そういったことをお客様の満足として提供していこう。あるいは、先ほど捨てられない時代ということでございまして、処理コストを低減していこうということでございます。

次に、環境経営の面では、やはり ISO14001、これは B2B の世界で企業としてはパスポートになっていく要素でございます。2 つ目は、排出者責任がますます強くなってきたということでございます。また、3 つ目は、企業の最大の使命でありますゼロエミッションの達成、これは、環境経営として、企業経営とは違った、プラスコストということでありまして、いわゆる企業経営と環境経営というのはトレードオフの関係であるということでございまして、この 2 つの相反する関係をサポートしていこうというのが、このあかり安心サービスということでございます。

さて、企業の環境責任。今までは、私どもはお客様にすべて委ねていたのかもしれませんが。我々松下電器、メーカーは直接物を売れませんので、我々の販売会社、あるいは代理店さん、そういったものを通じて、お客様に販売しておりました。これが売り切りの 20 世紀型のビジネスモデルということでございまして、今回のあかり安心サービスは、販売会社は物を売る会社ではなく、明かりという役務を提供する会社である。いわゆるサービス会社という位置づけということでございます。したがって、お客様に売らないわけですから、所有権は移転していたわけでございますけれども、売らない仕組みということで、所有権をサービス会社が維持したままお客様に明かりを提供する。すなわち、今までは、物をお客様に提供していたわけでございますけれども、今回は明かりというサービスを提供する。したがって、お客様が今お使いになっているランプそのものから始めましょうということで、所有権の移転をさせていただいて、そのランプを、1 つの明かりを提供するツールとして明かりを有料で提供させていただくという形でございます。

こちらが、あかり安心サービスのスキームということでございまして、単純に言えば、ランプの所有者は、私どもが選んだ特定代理店、こちらのほうが排出者責任を持ちまして、マニフェストを発行する。お客様は、明かりを使用していただくと。単純に、お客様

にランプを貸与して、自己物として代理店はランプを回収するということでございます。そして、廃棄物処理法にのっとりまして、このような形で排出者責任を全うしようということでございます。

さて、サービスの中身でございますけれども、一斉交換の場合は、現状ではランプの購入費用が一斉にかかりまして、ランプの交換コストがかかる。ランプというのは、定額寿命ということございまして、いつ切れるかわからないわけです。そのいつ切れるかわからないことを、お客様は予測していないのであって、その辺、切れてしまった運の悪さはすべてお客様の責任というような、非常に都合のいい商品であったわけでございますけれども、それに対して処理コストもかかっていって、マニフェストの保管管理が必要になってくるということでございます。それを、今回、新しいサービスでは、月々定額をお支払いいただくだけで、明かりを契約期間お届けしようということでございます。

工場のほうへ行きますと、やはり切れたら取りかえる。一斉交換というのは非常にレアでございます、月々ランプがどのように交換されるかというのは、これははっきり言って予測ができないということございまして、お客様からのいろいろな取りつけ環境とか、そういったものを私どもで調査させていただきまして、契約期間使われるであろうというランプの本数を予測しまして、お客様に定額で明かりを提供するというサービスでございます。まあ、この契約期間の本数が当たらなかった場合どうするのだということでございますけれども、それは、まあ、いろいろと、返金したり、あるいは次の契約のときに本数を減らしたり、増やしたり、そういうような、保険と同じような形でサービスを展開させていただいております。お詳しいことは、ちょっときょう、時間があまりございませんので、割愛させていただきます。

さて、お客様にとって何がメリットかということございまして、181件のお客様全員の方にお聞きしたわけではございませんけれども、まとめてみますと、現場としては、コストの低減ということでありまして、ライフサイクルコストが低減できました。あるいは定額コストなので、非常に予算化しやすい。また、今までご自分の手でやられていた発注、備蓄、廃棄管理口数が大幅に軽減、あるいはゼロになりました。ただ、取りつけに関しては、これはコストの問題がいろいろございますので、お客様のほうでやっていただくということでございます。当然マニフェストは、所有権をお持ちになっておりませんので、発行は不要であります。これは代理店、サービス会社のほうで発行しますということでございます。

お客様の経営にとってのメリットは、先ほど申し上げたとおり、環境経営に好結果でありますし、ISO14001への対応でありますし、また、企業価値の向上にも、大げさな話かもしれませんが、つながるでしょう。ランプに関しては、お客様の持ち物ではなくなるわけですから、ゼロエミッションを達成できるということでございます。

さて、こちらが、私ども松下電器が提携している中間処理会社、あるいは最終処理会社ということであります。具体的な名前を挙げるべきかどうか悩んだのでありますけれども、やはり非常に処理会社さんも厳しい競争が働いておりますので、きょうは差し控えさせていただきます。

こちらは、A社というのが北海道。ご存じの企業様もいらっしゃると思いますが、こちらのほうが、非常にガリバーといえますか、古くから蛍光管等の処理を専門的に、電池もやっていたらっしゃいますから、専門的にやっているお会社でありまして、こちらの大きな強みは、昭和40年代まで水銀を掘り出していたというお会社でございまして、水銀の精錬、いわゆる純度アップ、こちらの非常に高い技術をお持ちになっております。蛍光管に使われる水銀というのは、非常に純度の高いもの、もうほとんど不純物が入っていない、いわゆる99.999から99.9999、99.9999から99.9999の純度を求められるということでございまして、大変技術力のあるお会社でありまして、私どももおつき合いを深くしております。当然、私どもで使われている水銀もこちらのお会社のほうから求めさせていただいているということでございます。

ISOの企業さんは、こういった使用済みのランプに対して適正処理をしないといけないという機運が大変働いているということから、B社、C社、D社、E社という4社が、後発組ということが出てきております。いろいろ各お会社の技術のレベル、あるいは質がございまして、私ども、この5社に対して提携をさせていただいて、全国の使用済みランプを回収して、こちらのほうに運搬して、処理をさせていただいているということでございます。

さて、使用済み蛍光ランプの回収容器ということで、持ち運びに楽なように、このような廃プラスチックからできたプラスチックダンボールを、環境イメージを高めるために使わせていただいております。こちらが、約70本ほど入りまして20キロ。まあ、男性であれば、何とか運ぶことができるというような、コンパクトにさせていただいております。特に今までは、お客様の倉庫に1年に1回ということで、デッドスペースを設けていただいていたものを、今回は非常にコンパクトにさせていただいて、非常に少量で回収するというサービスも、首都圏を中心に始めさせていただいております。

これはご紹介でございまして、『日経エコロジー』さん、『日経アーキテクチャー』さん、いろいろな雑誌に、環境サービスということでご紹介させていただいております。

さて、売らない仕組みの衝撃ということで、流通に対してどういう利点と課題があるのかということをお述べさせていただきたいと思っております。まず、物販しか知らなかった代理店が機能だけ提供するとどうということが起きるのかということでございまして、まず、長期契約になりますから、顧客の囲い込みにつながる。いわゆる、一々販売損失、機会損失がない、いわゆる長期契約が実現できるということでございます。2つ目は、長期契約ということは、お客様のホームドクターになるということでございますから、言い方は悪いですが、施設に入り込んで、設備の提案が継続的にできるということでございます。

次に、課題でございます。後ほど出てきますけれども、従来とは異なる会計処理、経理処理、いわゆる物販会計からサービス会計に変わるということでございます。2つ目は、ランプというのはどんどん残存価値がなくなっていくわけでございます。これはレンタルでもリースでもありません。要は、ランプの貸与ということでございまして、ランプというのはどんどん残存価値がなくなっていくということでございまして、その企業が何らかの



形でサービスを提供することができなくなった場合、要は、享受されない場合、その債権管理というのが非常に難しいということでございます。3つ目は、当然収益の取り方が違いますから、キャッシュフローの管理が必要になってくるということでございます。

一斉交換の場合は、先ほど申し上げましたとおり、一斉にランプと処理コストがかかるわけでありまして、月々定額で収入がなっている。大体、週末ぐらいで利益が出てくるといふ予定であるということでございます。物販であれば、売ればすぐ利益が確定するというところでございますけれども、このような機能を提供する、あるいは物販ではないということになりますと、非常にこの辺のキャッシュフロー管理が必要になってくるということでございます。

都度交換の場合も、申し上げたとおり、いつランプが切れるかどうかわからないということございまして、月々定額になりますと、まあ、このような形で、利益になったり、あるいは赤字になったりということが当然出てくる。そのような形で、期間収益のとり方が非常に難しくなるということでございます。まあ、そういったことから、こういう定額は、もう営業のほうからやめてほしい。都度、かかった分だけの利用料金をお客様から徴収するというような、物販に近い形も出てきております。これがサービスと言えるのかどうかということが若干疑義の生じるところでありますけれども、まあ、そういう物販に近い会計処理ということも出てきております。

ちょっと時間もございませぬので、こちらがキャッシュフロー管理、いわゆる一斉交換時にキャッシュ支援ということで、このような、回収代行業務を含めた代理店に対する融資というような、これは非常にリースに近い形になっておりますけれども、こういったものも今やっております。

さて、使用済み蛍光管の処理ということで、基本的に、蛍光管というのは、今現状ある蛍光管はラピッドタイプということで、日本独特のガラスの作り方をしております、電圧の高いヨーロッパとかでは、特に200ボルトですから、ガラスは普通のガラスを使っております。ただ、日本の場合は、電圧が低いために、それを高圧化といいますか、それを、ランプが付きやすくするために、酸化スズ膜というものをガラスの中に焼きつけております。これが、ランプ・ツー・ランプができない大きな技術的ハードルになっておりまして、したがって、第1ステージは、要は、無害化と適正処理、第2ステージは、ガラスを建材化、あるいは水銀類、いろいろマテリアルリサイクルをしようということございまして、今現状、あかり安心サービスはこの第2ステージということでございます。そして第3ステージ、今非常に研究しておりますけど、そのランプ・ツー・ランプ、いわゆるその技術的ハードルを越えるか、あるいは新たな素材ランプをつくるか、こういったことを今研究しております。そういったことで、今、新しい、環境に優しいランプというのを鋭意研究している最中でございます。

MRT ということで、これは、全世界的に非常に実績のある蛍光管処理プラントということでありまして、これは、まあ、簡単に申し上げますと、メーカー別の、種類別蛍光パウダーを分別できる装置ということございまして、これがどんどん世の中にできると、ランプ・ツー・ランプも実現できる可能性があるということございまして、これは、極

東地区におきましては、松下電器の国際商事本部がライセンスを持っているということでございます。これも、全国に今3つほどの処理会社に入っているということでございます。

さて、最後でございますけれども、あかり安心サービスのもう一つの安心ということでございまして、基本的に、これが代理店でございますけれども、代理店が排出者責任を持って、マニフェストを将来発行するということでございますけれども、お客様からは、貸与したランプを自己物として回収するときに、回収伝票というものをエビデンスにしております。これが、A社、B社、C社、D社というものを集めさせていただいて、代理店の倉庫に保管させていただいて、将来廃棄物としてマニフェストを切るということでございまして、このマニフェストの行方を、これは無償でございますけれども、お客様からのパソコンで、その行方を見ることができる。これは、当然、IDコードとパスワードを付与した上でのごでございますけれども、そういったサービスもさせていただいております。また、これは、現状、紙マニフェストでやっておりますけれども、電子マニフェスト、両方使えるということでございますので、JWネットに加入している業者さんもお使いすることができるということでございます。

さて、最後でございます。このビジネスで何が変わるのかということでございまして、サービスサイジングがビジネスのあり方そのものを変える。ビジネス上のシステムチェンジということでございますけれども、それは、すなわち、設計の見直し、エコ効率の見直しということで、今までどんどん売ればよいという水道哲学ではなくて、お客様に満足していただけるような性能、超寿命のものを提供する。あるいは、今までの物販、物を売るときには物販ということでございましたけれども、月々の利用料金をもらうというような形で、キャッシュフローの見直しというものを各企業に迫られる可能性がある。また、思惑生産をしていたものを見直し、エコ効率、再生可能資源の活用というものがメーカーの使命であるということでございまして、かつての松下は、まあ、行儀が悪いから強かったというのは、これは私個人の言い過ぎかもしれませんが、そういったものにどうこたえるか。売りっ放しは顧客との決別ということを肝に銘じまして、今後こういったサービスを深めてまいりたいと考えております。

ご清聴どうもありがとうございました。(拍手)