

BRIDGESTONE

Real Answers



トラック&バス タイヤ
コミュニケーションマガジン
"リアルアンサーズ"

2003 Summer
第11号

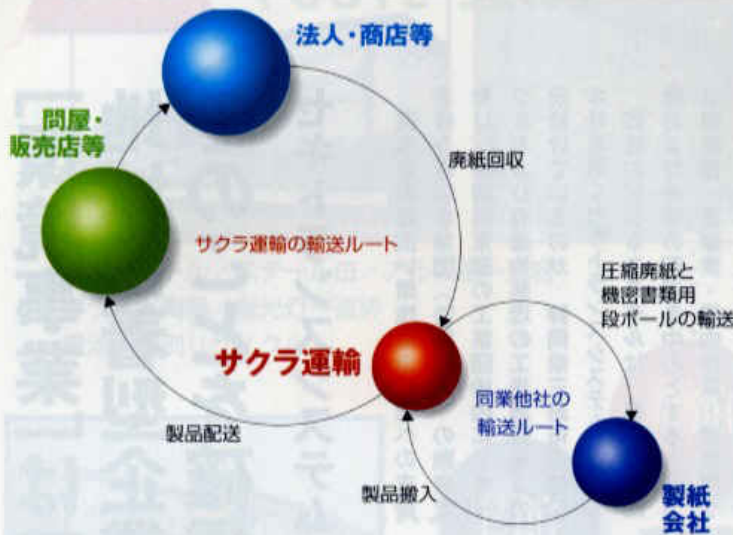
「環境」は福に転ずるか？

NOx

CO₂

PM





この廃紙回収サービスにおいて、新たに導入したのは、ドイツ製の圧縮マシン1台(約500万円)のみ。これは、ある環境関連の展示会に出かけた松岡部長が、国内の農機具販売業者が輸入展示していたドラム缶圧縮用のプレス機を見たとき、自社の廃紙圧縮に活用できるのではないかとピンときたのが、導入のきっかけだといいます。このマシンのおかげで、确实かつスピーディに廃紙を圧縮でき、融解処理のため製紙工場に持ち込む際の積載効率も上がったそうです。

「環境に関連するビジネスを手がけてみて、一番痛切に感じたのは、荷主や配送先のお客さまに合理化を提案することは、自社の業務も合理化することにつながるという事実です。ムタをなくすのが環境ビジネスの第一歩だと実感しました」(同社・松岡部長)。

廃紙回収システムの流れ

- 問屋・スーパー・ディスカウントストア等に積み合わせ配送
- 納品終了後、空車状態で廃紙回収場所へトラック移動
- お客様の手で一般廃紙、機密書類の選別をした荷姿のものを引取り
- 引取った廃紙をサクラ運輸で、圧縮作業。機密書類については段ボールのまま一切開封せず
- 圧縮された廃紙と段ボールを、週に1度製紙会社へ輸送(同社物流センターに製品を届けにくる別会社トラックの巡回便を使用)
- 製紙会社において、原料を溶解処理し再生紙に加工
- 再生トイレットペーパー等を引取り、当社の倉庫へと一時保管
- ご注文に応じ、再生トイレットペーパー等を配送

本システムのメリット

- 企業の方は、機密書類を外に漏らすことなく処分可能
- 廃紙引き取りは、当社配送用2トン車の帰り便を活用するため、廃棄金額は軽減
- 古紙の引取→選別作業→古紙原料の作成→製紙会社持込(溶解処理)→製品引取まで一括して行うため、NOxやPMの放出も軽減



事実このシステムによって、同社の収益率は大幅に向上。稼働率アップは勿論のことですが、料金体系が運賃でなく、紙の種類によって、処理料を頂くか、買取るかして回収した廃紙を荷主企業に、原料として買い取ってもらうというスタイルなので、同業他社との競争のための「値下げ」という事態に陥ることもないというのも、大きな魅力。



従来は、焼却されて再びCO₂を排出する運命にあった、オフィスや店舗における廃紙の循環利用を見事実現。さらに荷主、メーカー、そして自社に、それぞれのメリットを創出させた同社のシステム。「ムダをなくすことをビジネスにする」という同社の挑戦は、輸送事業者における「環境事業」が目指すべきひとつの方向を、明確に示してくれているのではないだろうか。

①②回収してきた廃紙が到着
③④⑤廃紙を圧縮機で一定の大きさに固める
⑥パレットに積み、メーカーへの運送を行う
同業者の引き取りに備える



「紙」という得意分野で、時代のニーズを徹底追求。 生活紙リサイクルにより、ゆるぎない収益基盤を確立した企業。

サクラ運輸株式会社

昭和38年創業／社員数約15名／保有車輛約10台／本社東京都江戸川区

荷主である大手製紙会社が生産するティッシュペーパー・トイレットペーパーを量販店に配送するだけの輸送サービスを提供し、配送後の空荷返り便に牛乳パックやオフィス廃紙を回収し、荷主工場に持ち込んで再生紙の原料供給をする。こうした「紙の循環輸送」システムを作り上げたのが、東京・江戸川区に本社を置くサクラ運輸（株）。

創業当時から2トン車荷台を最大限に拡張しウレタンマットを全国配送するなど、経営資源の効率化を実践してきた同社は、安全意識も高く、1999年に全国交通安全優秀事業所表彰（第39回交通安全国民運動中央大会）も受けています。

オフィス紙ゴミを出すのに費用がかかる。

いまでは当たり前のことを、8年前に説明して回った。

会社からムダをなくすこと。これは、同社の経営方針の大きな柱のひとつです。遊休車輛は保有しない、車庫・倉庫はいつも整理整頓する、積み合わせる荷は容積と重量をキメ細かく計算して積載する、荷主の信頼を失う事故を起こさないよう日常点検を徹底する。車輛も社員も少数

精鋭で、創立以来、輸送品質を常に高める努力を続けてきました。

しかし、10数年前からティッシュペーパーやトイレットペーパー、キッチンペーパーなど家庭紙の多品種化と小口化が進み、輸送だけでは収益力が圧迫されつつあったのです。

この時代変化をいち早くとらえ、同社では付加価値の高いシステムの構築に乗り出しました。まず、江戸川の臨海地区に「葛西物流センター」を設け、受入（検品・管理）／保管（一時・契約・長期）／流通（加工・値付け・出荷）／配送（一般・ルート・代行・回収・積み合わせ）までを一貫して請け負うサービス体制を整備。

さらに社長の

次男である松岡哲夫営業部長は、もう一歩先を行く業務改革案を打ち出しました。それが製

品配送後の空荷返り便を活用した「廃紙回収システム」でした。荷主の製品を



松岡哲夫 取締役営業部長



松岡正治 代表取締役社長



製品の配送と廃紙回収を1台でこなす車種

配送した生協から、牛乳パックや商品カタログ・オフィス廃紙、さらに他の一般オフィスを廻ってオフィスから出る紙ゴミを回収。荷主企業に原材料として供給するといふものです。

その当時（約8〜10年前）は、現在のようにはオフィスゴミの処分に費用がかかると時代が来るとは一般に信じられなかった時代でした。松岡部長は、オフィスの廃紙回収に費用がかかる時代が来ると懸念に説明して回り、ついには多くの企業への理解を得たのでした。

また当時から比較的リサイクル意識の高い組合員の多かった生協からは「組合員が出した牛乳パックや廃紙がトイレットペーパーになって組合員に返ってくる」という同社のシステムに対して、積極的な賛同を得ることができ、松岡部長の提案は、日の目を見ることとなりました。

目指すのは、「紙」を扱ったらどこにも負けない輸送サービス。

同社は、長年の生活紙輸送業務を経て、荷主の紙製品に関する物流システムを熟知していたことを最大限に活かして、荷主企業が古紙問屋から仕入れている古紙の品質や価格等を細かく調べるマーケットリサーチを実施。荷主が何を求めているのかを徹底的に分析した上で、システムの構築を行い、新たなビジネスを軌道に乗せることができました。こうした「紙」という得意分野で、差別化を図ろうとするしつかりとした経営戦略こそが、同社の最大の成功要因といえるでしょう。それに加えて、新ビジネス立ち上げに関して、多額の設備投資をすることがなかったことも、早期の採算ベース実現を可能にしました。

