

## 中小企業は3つのステップで環境事業の立ち上げを ③

第4回

今回は、環境分野で新しい事業を立ち上げるための3つのステップのうち、第2ステップとして「既存客への徹底したヒアリング」を紹介した。今回は、第3ステップとして、「自社の強みと環境要素の融合」についてご紹介したい。

田村 賢一 (株式会社イースクエア コンサルティンググループ マネジャー)

たむら・けんいち ●監査法人系のコンサルティング会社にて、CSR関連支援業務、中小企業向けのISO14001導入コンサルティング、ビジネススキル講師を経験し、2010年にイースクエアに入社。現在は環境事業を行う中小企業のネットワーク「環成経(かんせいけい)」の事務局を務める。

### 環境ビジネスへの参入パターン

一言に環境ビジネスといっても、エネルギー分野、廃棄物やリサイクル分野、水処理分野など幅が広い。どの分野で新規事業を行っていくかを決める際は、前回紹介した手順で、既存客が持つ共通の「環境ニーズ」を絞り込むことが重要だ。

次に、どのように参入していくかを決める。参入方法としては、①自社単独で商品・サービスを開発して参入 ②他社と協業して参入、の2つの選択肢がある。すでに自社で参入分野の技術や商品があれば別だが、中小企業にとって自社で一から新規参入することはリスクが高い。よって、自社の強みを生かしつつ、環境分野で協業できるパートナーを探してビジネスをスタートすることをお勧めする。

### 自社の強みと環境要素の融合

では、どのように協業相手を探し、自社の強みと融合していけばよいのか。まず、他社との協業パターンを考えてみる。協業パターンは、①協業先の環境製品・サービスを自社で販売 ②協業先と自社で新商品を共同開発 ③協業先の設備を導入し新規事業を立ち上げる、の3つが主に考えられる。自社にとってどの協業が良いかは、顧客のニーズや自社の強みを見ながら決める。例えば、パターン1では、自社の強みが顧客に医療機関が多いことならば、医療機関向けの省エネ技術を持つ企業や医療系廃棄物に特化した協業先は有力な候補になり得る。また、パターン2では、自社の生産工程から大量の廃棄物が出ていれば、リサイクル技術を持つ企業とリサイクル製品を開発し、新商品として販売することもできる。このように、お互いにメリットのある形で協業できれば、中小企業でも既存顧客を相手に環境ビジネスをスタートできる。

では、どのように協業相手を探すのか。まず、自社の強みと新規事業に向けて自社の資源・機能で足りない部分を明確にする必要がある。どんな強みを生かし、事業のどの部分で協業するかを整理できていなければ協業提案もできない。次に、環境分野の異業種交流の場への参加をお勧めする。環境をテーマにした異業種の集まりは各地にある。例えば、地域の商工会議所なども環境部会を開催している。また、手前味噌であるが弊社の「環成経」も各地で環境ビジネスの異業種交流を開催している。

### 協業で総合病院に省エネ改修を提案

一例として、環成経から生まれたパターン1の事例を紹介したい。山梨県笛吹市の風間建設は、100年の歴史を持ち、病院分野に強みを持つ土木建設会社である。同社は既存の顧客基盤を生かし、他社と協働で環境ビジネスを立ち上げようと模索していた。一方、大阪市にある不二熱学工業は、省エネ設備の設計・施工・保守などを行うエンジニアリング会社である。不二熱学工業では、CO<sub>2</sub>とコストの削減を特長とした省エネ設備の販路拡大を考えていた。昨年、これら両社が環成経のネットワークを通じ、互いのニーズをマッチさせて総合病院向けに空調設備の省エネ改修提案を行うことができた。これは、異業種同士の強みが組み合わせることで新しい環境ビジネスを生んだケースである。

これまで3回に分けて、環境分野で新しい事業を立ち上げるための、①現状把握と理念・目標の確認 ②既存顧客への徹底したヒアリング ③自社の強みと環境要素の融合、という3つのステップを紹介してきた。このステップに従い、他社とうまく協業することで、中小企業でもリスクを抑えながらスムーズに環境ビジネスの立ち上げができると考えている。