

I B L : Innovative Business Laboratory

環境時代の企業価値とビジネスチャンスづくり
「サーキュラーエコノミー社会実装化検討プロジェクト」
ご案内

2022年10月

株式会社リーディング・イノベーション

プロジェクトの目的

サーキュラーエコノミー (Circular Economy) は、日本語では「循環型経済」と訳されています。環境省は、「従来の3R (Reduce、Reuse、Recycle) の取り組みに加え、資源投入量・消費量を抑えつつ、ストックを有効活用しながら付加価値を生み出す経済活動」と定義しています。

3Rでは廃棄物の一部を再資源化する再利用のエコノミーですが、サーキュラーエコノミーは、「廃棄物」の概念を持たず、資源の調達や製造の設計の段階から資源の回収や再利用を前提としているエコノミーの概念になります。すなわち、地球にある限られた資源の再利用を促すことを目的とした考え方になります。

一方では、地球温暖化を防ぐための温室効果ガスを削減する取り組みも世界的に活発になっています。これは、「省エネ促進と化石燃料由来の電力の削減及び非電力分野でのCO2排出抑制」を中心とする取り組みとなっています。

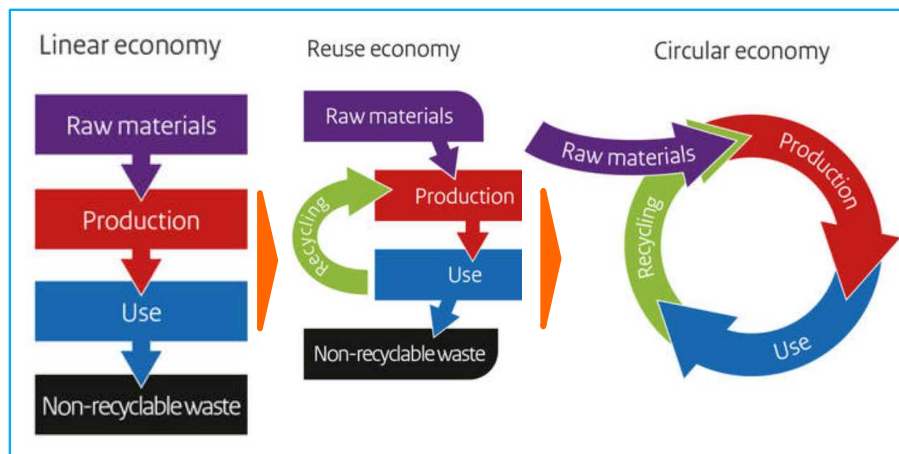
リサイクルはサーキュラーエコノミー推進の重要な手段ですが、しかし、リサイクルのために多くの電力を消費した場合、脱炭素の動きに沿わなくなります。そのため、省エネを重視した場合は、マテリアルリサイクルよりサーマルリサイクルの方が優位性が高くなるという矛盾する状況が生まれています。あるいは、リユースを促進するには長寿命商品の開発が重要になりますが、しかし、これをファッション業界に採り入れた場合、没個性や経済の不活発化につながり、消費者と業界の双方にとってデメリットになります。すなわち、サーキュラーエコノミーは、持続可能な社会を創るためには必須な課題ですが、しかし、メリットとデメリットの双方を併せ持つという性質を持った課題となります。

上記のような矛盾とも取れるような性質を持ったサーキュラーエコノミーに対して、企業は具体的にどのように取り組めば良いでしょうか。恐らく、事業の性質が異なれば、取り組み方も異なるものと思われまます。

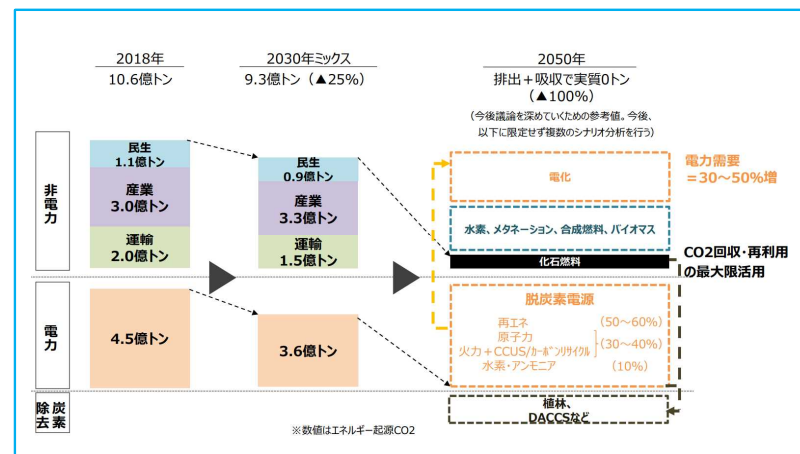
本検討プロジェクトは、サーキュラーエコノミーの観点から事業を特性分類し(事業をユニット化し)、事業ユニット毎の取り組み方向を見いだすと共に、ひとつの事業ユニットを題材に、社会実装化に向けた具体的な取り組み仮説の立案を目指すものです。そして、そのような仮説から新たなビジネスチャンスのアイデアも発掘できるものと考えます。

弊社にて検討会の準備を行い(たたき台を作り)、そのたたき台を基に参加者と検討していくという進め方をします。社会実装化のヒントとビジネスチャンスのヒントの双方が得られるプロジェクトになるものと考えます。

様々なビジネスレイヤーの企業のご参加をお待ちします。よろしく、ご検討のほどお願い致します。



オランダ政府 From a linear to a circular economyより引用



「2050年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略」経済産業省 2020年12月より

顧客満足
経済価値

検討の方向性

フィリップ・コトラー氏は、マーケティングの観点から製品を下図のように分類しています。製品の種類により事業特性が異なり、そのため、効果的なマーケティング施策も異なることを示しています。

サーキュラーエコノミーの社会実装化を考える場合も、同様なことが言えるのではないかと仮説を持っています。サーキュラーエコノミーの観点から事業を特性分類し(事業をユニット化し)、その事業ユニット毎の取り組み方向を検討していきたいと考えます。そのため、事業をどのように網羅性を持って分類するかは重要な検討課題となります。そして、本プロジェクトの参加企業を考慮して、先行して検討する事業ユニットを選定し、社会実装に向けた具体的な取り組み仮説を立案していきます。

消費財

財の分類	定義	例	重要な要因
最寄品	消費者が頻繁にかつ即時に買い物をし、比較と購入に対し、最小の努力しか払わない	タバコ、石鹸、新聞	
必需品	日常の基礎的商品	アスピリン→バイエル 清涼飲料 →コーク	ブランドロイヤルティが選択の要因となる
衝動品	計画や探索を全くしないで購入される財	レジのそばのキ	
緊急品	ニーズが急激に生じた時に買われる財	豪雨の時の傘、 ベル	
買回り品	選択、購入時に自分への適応性・品質・価格・スタイル等基本的なことを比較する財	家具、衣料、大	
同質品	買い手が品質において同等と見なしているが、価格は比較購買するに足る違いがあると見なしている財	洗濯機、トースタ	
異質品	価格よりも他の品質・サービスの違いが大きな要因となる財	家具、衣料	
専門品	固有の特性やブランド認識性を有し、買い手は特殊な努力を惜しまない(比較しない)	ファンシー商品、 写真機器	
非探索品	消費者が知っている、いないに関わらず、購入に興味を示さない財	禁煙探知機等の 保険、墓地分譲	

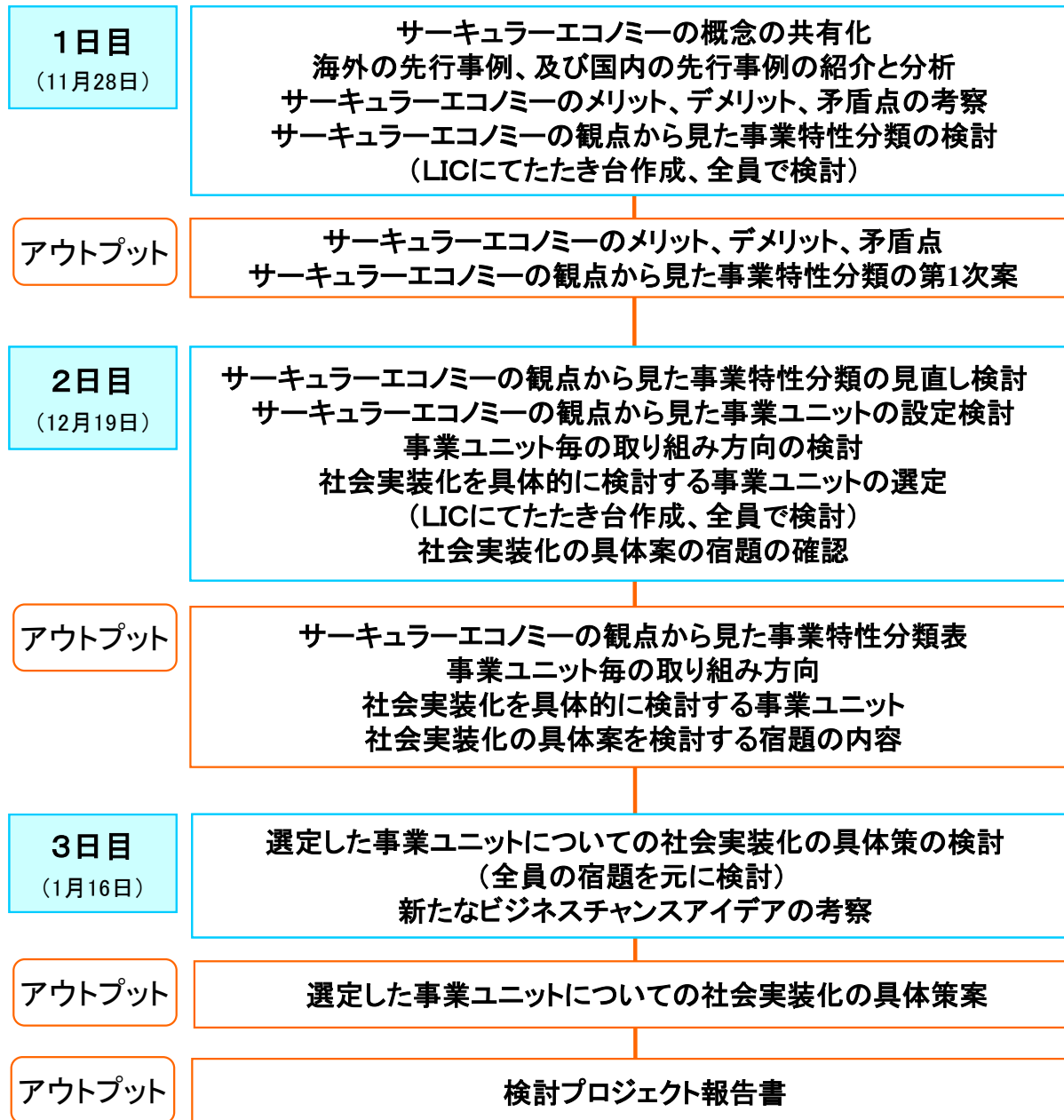
生産財

財の分類	定義	例	重要な要因
材料・部品	完全に生産者の作る製品の構成要素になってしまう財		
原材料	農畜産物 自然採取物	小麦、綿、家畜、野菜、鮮魚、 木材、原油、鉄鉱石	流通を扱う中間業者の育成 大口ユーザーへの直販(長期契約) —価格が大きな要因
加工材料・部品	要素材料 要素部品	鉄、絹糸、セメント、針金、小 型モーター、タイヤ、鋳物	標準化された品質(信頼性) 価格サービスが大切(ブランドや広告は低い ウェイト)
資本財	部分的にしか最終製品の構成要素にならない財		
装置	建物(生産規模に影響を与える) 固定設備	工場、事務所、発電機、 ボール盤、コンピュータ	作業規模を決める(長期商談になるので) 最高度の販売員の組織化が必要
付帯設備	移動機器(単に生産工程を助成) 什器・備品	手工具、リフト、トラック、タイ プライター、机	地理的に分散しているので中間業者を狙う 品質・価値・特性・サービスにより選択される 販売員の組織化が必要
補助材・サービス	全く最終製品の構成要素にならない材		
補助材	作業用補助材 維持、修繕材	潤滑油、タイプ用紙、鉛筆、 ペンキ、釘、梓木	生産財における最寄品(価値サービス重要) 地理的に広く分布しているので中間業者を使う
サービス	維持、修繕サービス、助言 サービス	窓洗い、タイプライター修繕、法 律経営相談、広報活動	契約による提供 請負条件(評判と人材で選択する)

ダイヤモンド社「マーケティング原理」コトラー著より編集

プロジェクトの進め方

● 本プロジェクトの進め方



● 開催要領

◆ 開催日程

1日目：2022年11月28日（月） 13:30～16:30
2日目：2022年12月19日（月） 13:30～16:30
3日目：2023年 1月16日（月） 13:30～16:30

◆ 開催方法

原則、Zoomによるオンライン
ただし、状況とご希望によりリアル開催も検討。

◆ 定員 20社

● 参加費

1名様あたり 90,000円／3日間(消費税別)

- 1) 上記参加費で1社2名様まで参加可能。
- 2) 代理参加も可。
- 3) お申し込み後に御請求書を送付しますので、指定の口座へお振り込みいただきます。

● お申し込み方法

下記メールアドレスに、必要事項(会社名、住所、部署名、役職、氏名、TEL、メールアドレス)を添えてお申し込みください。

株式会社リーディング・イノベーション
東京都千代田区丸の内2-2-1 岸本ビルディング6階
高橋 takahashi@lead-in.com

【お問い合わせ先】

芦澤 : ashizawa@lead-in.com
TEL 03-5953-8950 FAX 03-5953-8862

プロジェクト推進のイメージ

サーキュラーエコノミーの概念の共有化
海外の先行事例、国内の先行事例の紹介と分析
サーキュラーエコノミーのメリット、デメリット、矛盾
点の考察

サーキュラーエコノミーの観点から
見た事業特性分類の検討

サーキュラーエコノミーの観点から見た
事業特性分類表のイメージ

事業分類	事業の特性	例	取り組み方向案
分類①			
分類②			
分類③			

先行検討事業ユニットの選定

事業分類	事業の特性	例	取り組み方向案
分類①			
分類②			
分類③			

先行検討事業ユニットについての
社会実装化の具体案の検討

新たなビジネスチャンスアイデアの
発案