

小さなことから
地球の環境と資源を大切に...

企業としての社会的責任



株式会社フィギュアネット

前向きに取り組まなければならない課題

メーカーである限り、どうしてもある程度余裕を持って部品を確保する必要があります。そして、残念ながら「無駄」のないようにぎりぎりまで調整しても残る…。それらは、いずれ不良資産として処理され、さらに「産業廃棄物」への道を進みます。

余剰在庫 ⇒ 不良資産 ⇒ 産業廃棄物

つまり余剰在庫は、会社の経営を圧迫させるのみならず、**地球環境を壊している**といえます。

廃棄処分する資材は購入した部品のほんの数%であっても、金額的にも量的にも相当な量にびます。また、道義的にも「使えるものを捨てる」という発想は、メーカー企業のエゴのようにも捉えられかねず、今の社会では通用しません。製造業としては「産業廃棄物」をゼロにはできませんが、**少しでも減らす企業努力**が問われています。

弊社の提案は、『余剰在庫を流通させる』という方法で、「**産業廃棄物を減らし**、且つ有効な資源を販売することで得る利益を**企業経営にも還元する**」ものです。よろしくご検討のほど、お願いします。



株式会社 フィギュアネット
Managing Director
島崎ふみひこ

資源の分別

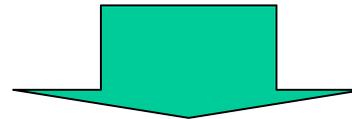
ごく当たり前のことですが、「ごみ」とは大別すると2種類あります。
一つは「**使えなくなったもの**」、もう一つは「**使わなくなったもの**」です。

企業にとっては同じ「**産業廃棄物**」でも、この違いは大きい。



「**使えなくなったもの**」は、
せいぜい一度溶解して材料をリサイクルするくらいしか、資源として甦らせることが出来ませんが、

「**使わなくなったもの**」は、
その企業にとっていらなくなったものという意味だけで、**付加価値のついた立派な資源**そのものです。十分に高い価値が存在しています。



つまり、「使わなくなったもの」とは所有者にとって価値がなくなっただけで、
欲しい会社にとってはそれだけで「**有用な資材**」なのです。

三方一両得

今までは「**使わなくなったもの**」を「**欲しい人**」に渡すきちんとした流通手段が無かったため、廃棄処分にするか、「ジャンク屋」と呼ばれる業者に中身を選別することなしに、『**グラムいくら**』という金額でタダ同然で買い取ってもらっていました。

売る立場の企業にとっては、「産業廃棄物」を処理する**経費が削減されたというメリット**だけで良かったのですが、それは本当の意味で「産業廃棄物」を減らしたわけでも、地球環境に配慮したわけでも、ましてや企業の経営にプラスになるものでもありません。

中身を分別することなしに、捨てることで如何に「価値ある部品」「大きな資産」を捨てていたことか....。

弊社は、「使わなくなったもの」を「欲している会社」に販売するサービスをご提供するものです。

産業廃棄物を減らし、地球環境にも優しい！



三方一両得
(余剰部品を売る会社、買う会社、そして地球環境)



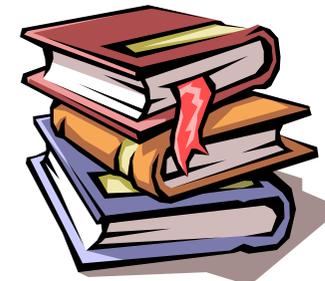
日本の代表的なメーカーとしての立場

素朴な疑問：製造メーカーが余剰在庫を流出させて良いのか？

産業廃棄物を減らすという観点では100%合意が得られると思いますが、その対応策として、今までは捨てていた「余剰在庫品」を流出させることに、当然のごとくいくつかの『疑問符』が出てきます。

- 1) 法律
- 2) 輸出管理(キャッチオール観点)
- 3) 社会的影響(ダンピングの恐れ)
- 4) 取引先との関係
- 5) 品質に関する責任
- 6) 日本的商習慣

以下のページで、個別にその『疑問符』の分析を行います。



初めてのことには、不安はつきものです。

不安は思考停止を起こしやすいものですが、大切なことは初志を貫徹すること、「産業廃棄物を減らす ⇒ 地球環境を保護する」です。

小さなことからですが、すべては積み重ねです。次の世代を担う子供たちのためにすべきことを、一緒にお考え下さい。



【検証】 その1) 法律

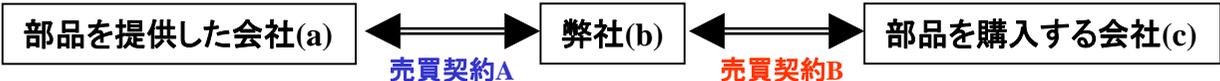
これは弊社がどう理屈を捏ねても法律の専門家ではないので信憑性がありません。そこで、『(財)神奈川中小企業センターの法律相談』で2002年9月4日小野弁護士と相談した結果を下記にご説明します。

質問1: 仕入れた部品を使わなくなったので、他の企業に販売する場合法律的な問題はあるか？
[条件]新品(使用せず、保管されていたもの)

回答1: 一度購入した電子部品を、他に販売することは法律的になんら問題はない。

質問2: その際、売ったものに関してトラブルが発生した場合の責任の範疇は？
[条件]「部品を提供した会社」と「弊社」、「弊社」と「部品を購入する会社」とで別々に売買契約を結んでいる。
また、それぞれの契約において、不具合が生じた場合、保障期間内限定で返品&返金にて対応することを明記してある。

回答2:



```

    graph LR
      A[部品を提供した会社(a)] <-->|売買契約A| B[弊社(b)]
      B <-->|売買契約B| C[部品を購入する会社(c)]
  
```

上記図のように、それぞれ別々の契約がなされているため、仮に(b)-(c)間で販売した部品に伴うトラブルが発生したとしても(a)には影響がない、部品を提供した会社は売買契約Aの範疇でのみ、保障が必要。

質問3: 販売した際の、PL法上の責任は？

回答3: 製品に関する保障は誰の手にあっても、電子部品の製造メーカーにあり、販売した会社にはない。



売買行為に関して法律的な問題はない

【検証】 その2)輸出管理(キャッチオール)の観点)

輸出を行う場合、平成14年4月1日より実施されているキャッチオール規制に対応した輸出管理規制を遵守することが**国民の義務**となります。

キャッチオール規制とは、規制対象貨物をあらかじめ特定することなく、懸念があれば、「**すべての輸出される貨物又は提供される技術等が規制対象になる**」規制のこと。キャッチオール規制対象貨物等は16項に掲げられているが、**原則として全品目が対象**。また、規制対象地域も概ね全地域。しかし、日本と同じように大量破壊兵器の不拡散政策をとり、厳しい輸出管理をしている、いわゆる**ホワイト国については、規制対象地域から外れます**。このように、いずれにしてもキャッチオール規制対象貨物等を輸出等する場合は、経済産業大臣の許可を受けなければなりません。その場合の要件は次の二つ。

【参照資料】 <http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/kokusai/20020404cacthall.html>

○知っている場合(客観要件)

「輸出者が輸出しようとしている貨物が大量破壊兵器の開発等に使用されるおそれがあることを知っている場合」
なお、客観要件は次の2点に着目。(1)「輸出する貨物の用途」(2)「輸出する貨物の最終需要者」

○通知を受けた場合(インフォーム要件)

「輸出しようとしている貨物が大量破壊兵器の開発等に用いられるおそれがあるとして、政府当局から通知を受けた場合」(インフォーム要件の通知は、輸出の時点の前に、輸出者に対し、書面等によってなされる)

ホワイト国「輸出貿易管理令別表第4の2に掲げる地域」:

アルゼンチン、オーストラリア、オーストリア、ベルギー、カナダ、チェッコ、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、ギリシャ、ハンガリー、アイルランド、イタリア、ルクセンブルグ、オランダ、ニュージーランド、ノルウェー、ポーランド、ポルトガル、スペイン、スウェーデン、スイス、イギリス、アメリカ 【参照資料】 http://www.meti.go.jp/policy/boekikanri/anpo_hourei/data/Q&A/kiseitaisyochiiki.html



【対応方法】法律に則った御社の輸出基準に基づく契約を輸出業者(弊社)とすることが条件

- 輸出することが前提の品物に関しては、**基本的にホワイト国に限定すること**。
- またそれ以外の国に輸出する場合には、輸出業者(弊社)が「**輸出する貨物の用途**」「**輸出する貨物の最終需要者**」を把握することを事前に行わない限り、**出荷しない**。

上記を条件にすれば、国益に反することなく事業として認められると思われます。

【検証】 その3) 社会的影響(ダンピングの恐れ)

弊社がご提案していることは、**地球環境に優しい『新しいマーケット』の創出**です。既存の部品マーケットとは別になります。車でいえば、**新車市場と中古車市場の関係**のようなものです。

すでに、アメリカではこの「**フリートレード**」の新しい市場が成立しており、100億ドル市場とも言われております。日本においても、徐々にこの市場が立ち上がりつつあり、弊社でも既に商社11社、アセンブリメーカー9社[一部上場企業複数含む](2002年9月初現在)が弊社のサービスをご利用になられています。

企業は、**地球環境**に対してだけでなく、**経済活動**においても**社会的責任を追わなくてはなりません**。そのため新しい行動をとる場合、社会的見地から熟慮が必要になりますが、想定質問を分析すると下記のような結論となり、ご安心して弊社のサービスをご利用いただけるものと思います。

【○余剰在庫を流通させることで、市場に多大な影響が及ぶのではないか？(市場価格を下げないか?)】

【御社ブランド品の場合】 販売する際の最終価格判断は、御社(部品を提供する側)にあります。よって、御社が故意に価格を引き下げない限りその心配はありません。また、基本的には正規ルートで入手しづらい部品を探す『新たな市場』のため、正規ルートの市場に影響は及びません。

【他社ブランド品の場合】 御社が他社から購入した大量の部品を、資材調達した際の金額を遥かに下回った金額で転売する場合は、市場操作を行え、ダンピングが可能ですが、そんなことをするメリットが御社にはありません。つまりこの場合も心配がいきりません。



【○輸出した場合には、ダンピングと言われないか?】

輸出する部品は、正規ルートで入手しづらい部品を探す『新たな市場』での商品です。つまり他にないからこそ、手間隙を掛けて探す市場ですので、逆に言えば**ダンピングの対象がないこと**になります。また、この市場での価格は『相場』的なところがあるため、ダンピングにはなりません。

さらに、御社で独自に販売する場合には『言われなき摩擦』を生む可能性がありますが、市場における実際の売買は弊社が行いますので、**表に御社の名前が出ません**。



【検証】 その4) 取引先との関係

余剰部品が発生した際に、一番ありがたいのが、仕入れ元の商社なりメーカーなりがその部品を引き取ってくれることです。そして、他へ転売してもらえば産業廃棄物を減らすことができます。

しかし、購入する際の条件に「使用しないときには返却する」とでも明記しない限り一般的にそれはできません。そのため、取引先との力関係で「引き取ってもらうことを条件にして、別の部品を購入する」等のやりとりがなされます。

しかし、新たに購入する部品の価格に『その分の上乗せ』がされていると考えれば、あまり得策とは言えません。また、返すに当たっても一般的に「オリジナルパッケージの状態であること」等の条件が付きますので、容易にこの交渉は成立しません。



そのため、どうしても「余剰在庫⇒産業廃棄物取り扱い業者⇒産業廃棄物」といった道を進んでしまいます。

これでは、産業廃棄物を減らすことはできない！

道義的に「他社から購入した部品を他に転売してよいのか？」、「市場値が下がるのでは？」といった『疑問符』がやはり心を過ぎりますが、『【検証】その1)法律』や『【検証】その3)社会的影響』で検証してきたように、何も問題がないことが分かっています。



ならば、産業廃棄物を減らすには何をすべきか明白です。

三方一両得！(余剰在庫を市場へ！)

【検証】 その5) 品質に関する責任

秋葉原の段ボール箱に無造作に入っている「御社の部品」に関して御社は責任を持ちますか？

持つはずがありません。もちろん、PL法に基づいた範疇での責任はありますが、動作保障等は、部品製造メーカーとして正規ディーラがきちんと管理をし、販売したものに関してのみ有効です。どのような使われ方(管理の仕方)をされても、製造メーカーが保証するなんてことは考えられないからです。

なぜ、それでもお客様はその部品を購入するのでしょうか？

- それは販売店とお客様との間で、別の取り決めがあるからです。
『動作しない場合、ある一定期間のみお取替え(または返金)する』という契約です。
だから、メーカー保障がなくても安心して購入するのです。
- そしてその背景には、「正規ルートで入手できない部品」、「少量で十分なのに正規ディーラではリールでしか売ってくれない部品」、「納期が間に合わない部品」、「既に生産中止の部品」、等の事情があります。



市場の特性が違います

部品製造メーカーも、正規ディーラも、採算性の面から上記のような事情の顧客ニーズには対応できません。しかし、このニーズはなくなることはない。よって正規ディーラの市場ではない、新しい市場が自然発生的に出来てきました。

御社から仕入れた部品に不具合があった場合、弊社はお客様(最終ユーザ)から部品を取り戻し、御社にお戻します。返品された部品が御社に到着後、御社から弊社にご返金をしてもらい、弊社よりお客様にお戻しします。その期間は、お客様への**納品後1ヶ月**です。それ以降のクレームに関しては、一切お受けしない旨お客様と契約をしております。これは、「御社ブランドの部品」も「他社ブランドの部品」も条件は同じです。

必要な保障はシンプルに返品 & 返金のみ



【検証】 その6) 日本的商習慣

「**日本的商習慣**」と書くと、非常に**ネガティブな印象**を受けます。

革新的なことを拒み、企業間の馴れ合いで事業をおこなっている

...的なイメージです。

こればかりはどうしようもない....。
— 他がやっていないから....。



果たしてそうでしょうか？

これは『**日本だから**』という問題ではなく、単に**企業の生活習慣病**のようなものです。



80年代日本企業は“**Rising Sun**”として、全世界の経営の『お手本』となっていました。

品質のよい製品を安く、的確に提供する日本。という市場からの絶対的な信頼！
バブル崩壊後、「低迷」という暗いイメージがありますが、何か当時から変わったでしょうか？
なんら変わっていません。単に「**欠点に目が行っているだけ**」、「**競争相手から追い上げられている不安だけ**」なのではないでしょうか？

⇒生活習慣病は、
習慣さえ直せば
『**治る**』ものです。

オイルショック、プラザ合意等、突然襲ってきた「**変革期**」に対して、不可能と思われた課題を乗り越え、80年代の繁栄を築き上げました。それは**たじろぐことなく、変革期に柔軟な対応をした**からです。

やったことがないからできない...ではなく、
企業として率先しなくてはならないこと...
地球環境の保全はまさにその一つです。
毎年、膨大な産業廃棄物を生んでいる企業として、取り組むべき課題です。

今までは、「**ごみ**」出する直前まで倉庫で管理されていた**余剰在庫**という「**資産**」でさえ廃棄していました。それは、今まではこの方法しかなかったからです。しかし、**インターネット**という技術がそれに風穴を開けました。今までのように「**取引口座**」のある企業間でしか情報交換ができなかった時代と違い、今は簡単に誰とでも情報交換が可能になったため、より**ドラスティックな取引が可能**となり、**ともすれば見逃しがちだったニーズが表に出てきました**。

*******時代の流れ**です。*****



インターネットの出現により、余剰在庫の流通が可能となり、地球環境の保全に役立つようになりました。これは、四季を愛し、自然を愛でる日本文化に合致しています。「**日本的商習慣**」に弊社のご提案しているサービスがなかったのは、「**やりたくなかった**」ではなく、「**気づかなかった**」だけです。
意識は目覚めるものです。

まとめ

製造メーカー様にとって、「余剰在庫」の流通に躊躇されるお気持は、重々理解できます。

しかし、それを分析してみると単に「未知への不安」という一言につきます。

事実、どんなことであろうが、何か新しいことをすると「揚げ足」を取られるものです。しかし、それを恐れては何も前進しません。きちんとした『社会的理念』と『信念』があればこそ、それを乗り越えることができます。

ましてや、環境破壊の元凶の一つとして扱われている「産業廃棄物」を減らす努力をすることが目的なら、この一面に関してなら誰も文句をいう人はいません。

御社内において、余剰在庫を流通させるための新たな「仕組み」が必要になることも事実ですが、弊社はなるべくお手間を取らせない方法で、お客様とお取引をさせて頂いております。

余剰在庫を販売したお金は、純粋なプラスとなり、廃棄処分をしていた観点からすれば『利益』そのものです。厳しい経営環境の中、プラスになることはあっても、マイナスになることはありません。

スピードが要求される現在、是非地球環境のためにも、「余剰在庫」の流通に関して弊社とお取引頂けますよう、ご英断のほど、宜しくお願い申し上げます。



〒221-0057 横浜市神奈川区青木町3-15 SSビル201

Tel:045-440-5545 Fax:045-461-1577

株式会社 フィギュアネット

MD 島崎ふみひこ shima@figurenet.com