

スターウェイ (省資源型の梱包・輸送サービス)

梱包材を100回以上再利用

再利用可能な梱包材の開発で、環境対応を急ぐ企業から支持される。梱包から、輸送、梱包材の回収まで一貫したサービスが強さの秘訣だ。半導体メーカーを脱サラした社長が、新たな市場を掘り起こした。



竹本直文社長は「行く先いつも星が輝いているように」との願いからスターウェイという社名をつけた

パソコンやプリンターを購入した際、輸送用の箱やその中に入っている緩衝材をどう扱っているだろうか。商品を取り出した後、すぐに廃棄する人もいるかもしれないが、修理に備え保管する人も多いのではないだろうか。しかし、箱のサイズは商品よりもずっと大きく、捨てるにしても、取っておくにしても、厄介な代物である。

では、この梱包材を廃棄も、保管もする必要がないとしたらどうだろうか。商品が到着後、開梱したら梱包材を回収してくれる。修理時には輸送用の梱包材をメーカー側が提供し、さら

に修理後の納品時には、その梱包材をまた回収する。梱包材をムダに捨てることもないし、何より非常に便利なサービスである。実は、こんなサービスを一部の大手電機メーカーが既に導入している。

輸送ではなく環境サービス業

しかし、このサービスを運営するのは、電機メーカー自身ではない。東京都港区に本社を置くスターウェイという会社だ。設立が1999年の若い企業ではあるが、セイコーエプソンやユニデン、東芝、富士ゼロックスなど、大

手家電・IT(情報技術)機器メーカーのニーズを的確にとらえ、40社以上と契約を結ぶ。

2006年3月期の売上高は2億4000万円、経常利益は1000万円と、まだまだ事業規模は小さい。だが、急速に業容を拡大中だ。今期は、既存顧客のサービス対象地域の拡張や新規顧客の獲得などにより、売上高13億円、経常利益3000万円弱へと、大きな飛躍を見込んでいる。

スターウェイは、企業が対応を迫られる環境問題に焦点を合わせ、パソコンやプリンターのほか、一般消費者向け精密機器やガラス製品などを対象に、梱包、輸送、梱包材回収、荷物管理からなる省資源型の輸送サービスを一括して請け負う。ただ、スターウェイは社員わずか10人の会社。梱包材の製造、梱包・輸送業務といった実作業は専門の業者に委託する。

スターウェイが看板に「環境」を掲げる理由は、使用する梱包材が、繰り返し使用できるからだが、それだけではない。同社の梱包・輸送サービスを導入することで、環境負荷をどれだけ低減できたかを綿密に分析し、顧客にデータを提供することもサービスの一環としている点が特徴だ。

通い箱と呼ばれる梱包材は、古紙を圧縮加工して作った板紙できており、100回以上繰り返して使えるという。商品を梱包する際には、箱と同じ板紙製の枠に、ウレタンフィルムというビニールの約10倍の強さと高い伸縮性を持つフィルムを張った部材を2

つ用いる。

板紙の枠にウレタンフィルムを張ると、体操器具のトランポリンのようになる。その上に商品を載せ、さらに商品の上から、もう1つのトランポリンを逆さにかぶせて挟み込む。こうすると商品は箱の中で、宙に浮いた状態で固定され、外部からの衝撃を受けにくくなる。梱包作業に要する時間も、緩衝材を商品の周りに詰めていく従来の方法に比べ、大幅に短縮できる。

「もったいない」から起業

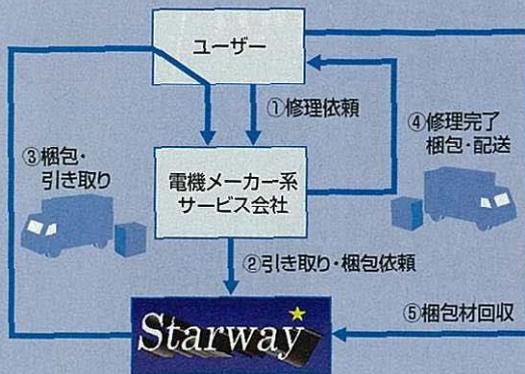
スターウェイの設立前、竹本直文社長は米半導体メーカーの日本法人に勤めていた。納入先の電機メーカーを訪れるたびに気になっていたのが、半導体運ぶ際に用いるプラスチック製のトレーだった。輸送時には欠かせないが、納入後は無用の長物になり、納入先の電機メーカーは処理費用を支払って廃棄処分していた。その数は月間約5万枚に上ったという。

処理費用も膨大だが、環境に与える影響も甚大だ。「もったいない。再利用できないか」。竹本社長はそんな思いを振り払えなかった。自分が勤める半導体メーカーやその納入先以外でも、同じような問題を抱えているはずだ、と考えた竹本社長は会社を離れてトレーの再利用を事業化することを決意。トレーを1枚1円で電機メーカーから買い取り、検査後、新品の半額程度で半導体メーカーに再販した。

電機メーカーにとっては、わずかな金額ながらも有償でトレーを引き取ってもらえるうえ、処理費用が不要になる。一方、半導体メーカーにこの仕組みを採用してもらうには苦労した。中古トレーで輸送しても半導体の品質は維持できる、という保証がなかったからだ。そこで、一定の検査基準を設定し、再利用の回数にも上限を設けた。これにより、半導体メーカーへの導入事例

梱包・輸送を一括請け負い

引き取り修理時の作業フロー



ユーザーからの修理依頼に対し、スターウェイは電機メーカー系サービス会社に代わって、梱包、輸送、梱包材の回収までの作業管理を一括して請け負う

スターウェイの概要

本社	東京都港区浜松町
設立	1999年12月
資本金	3億5000万円
社長	竹本直文(47歳)
売上高	2億4000万円 (2006年3月期)
従業員	10人



ウレタンフィルムに挟み込まれた商品は宙に浮いた状態で固定される

が徐々に増えていった。

「環境への対応という、費用がかかり、面倒なものだと考えられがち。逆に、企業に利益をもたらす仕組みを考え出したことで、支持されたのではないか」と竹本社長は振り返る。

その後、スターウェイは2000年に、再利用可能な自社開発の梱包材を販売する新事業に乗り出した。しかし、引き合いはあるものの、受注はなかなか伸びなかった。同社の梱包材の値段は普通の段ボール箱の約30倍。差額を回収するには、少なくとも30回以上は再利用しなければならず、手間とコストがかかりすぎた。

半導体輸送用トレーの再販事業では好調だったスターウェイの業績も、梱包材の開発や製造に伴う初期投資がかさみ、会社設立から2期連続で赤字となった。そして、ピーク時に15人いた従業員は、会社設立3年目には2人を残すのみとなった。そんな苦境に耐え、ビジネスモデルを再転換したことで現在につながった。

ただ、梱包から輸送、梱包材の回収までを請け負うといっても、新品のパソコンやプリンターの場合、流通過程に量販店などが入るうえに、箱自体が販促媒体になっているケースが多く、

ほかに転用するのは難しい。そこで、最初に手がけたのは、セイコーエプソン製プリンターの引き取り修理に伴う梱包・輸送業務だった。

ユーザーからの引き取り依頼は、メーカー系のサービス会社を通し、スターウェイに入る。スターウェイは、業務委託している運送会社を、ユーザーの元へ引き取りに行かせる。運送会社は梱包し、サービス会社へ運ぶ。修理完了後、再び運送会社が梱包し、ユーザーに届ける。ユーザーの元で開梱した後、梱包材は回収する。

最近では、新品についても、インターネット通販などを運営する一部のメーカーで、スターウェイのサービスが導入されるようになってきた。商品自体の性能や機能にそれほど差がなくなった今、「環境への配慮」といったメーカーの姿勢が、消費者の商品選択において重要性を増しつつある。

一般に、日本企業の省資源化は進んでおり、CO₂(二酸化炭素)排出量を削減する余地は小さいとされる。そんな中、輸送の過程でCO₂排出量を削減できるスターウェイのサービスは異彩を放つ。今後は、「海外へも同様のサービスを展開していきたい」と竹本社長は自信を見せる。(小路 夏子)