

首都圏事業系 一般廃棄物事業

～未来への視点～

シリーズ・第1回

業界の地位向上へ
(株)増測商店 (東京都板橋区)

[DATA]

所在地 東京都板橋区
設立 1974年
代表者 増測千人
従業員数 50人

収集サービスを提供している。近年は、板橋区や大型商業施設が主催する環境啓発イベントにもオリジナルキャラクターとともに参加し、地域密着企業としての存在感を高めている。

2011年に三代目社長へ就任した増測千人氏は現在、東京廃棄物事業協同組合や全国スマイル・プログラム推進協議会、サステナ資源化循環協力会など各団体を牽引する中心メンバーの一人でもある。増測社長に、東京23区の許可業者が抱える課題と、同社の取り組みについて話を聞いた。(以下、増測氏談)

東京23区で直面する課題

廃棄物業界はコロナ禍でエッセンシャルワーカーとして認識された一方、人材不足は深刻なままです。かつて動脈物流より高いと言われた給与水準も逆転し、いまでは大きく見劣りする状況になっています。

特に23区では、事業系一般廃棄物の処理料金に上限が設けられており、排出事業者から必要な料金を徴収しづらい構造があります。収集運搬費

の上限は現在1kg当たり28・5円に抑えられていて、清掃工場への搬入手数料と合わせて46円という上限が設定されていますが、東京二十三清掃一部事務組合が公表している1kg当たり60円台の処理原価とは大きな乖離があります。この乖離が、我々の利益確保や従業員の待遇改善を難しくしています。

環境省から9・30通知(一般廃棄物処理業務における「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」を踏まえた対応)が発出されているにもかかわらず、23区で十分に対応がなされていない点は課題だと思います。また、行政が料金改定を発表するのが年度末ぎりぎりになるため、排出事業者の予算計画に間に合わず、値上げ分の転嫁が翌年度まで先送りされるケースもあります。

物価高や燃料費の高騰などに伴うコスト増への対応も、民・民の契約である収集運搬料金では交渉が不可欠で、行政の料金改定に合わせて値上げをお願いしても、満額を受け入

れる排出事業者は稀です。

加えて、23区には約300社の許可業者が存在し、価格競争も根強い状況です。事業系一般廃棄物の収集運搬だけで十分な利益を得られる事業者は少なく、多くが産業廃棄物の収集や資源回収、中間処理などを組み合わせて収益を確保しています。将来にわたり必要な人材を確保するためにも、行政に対して業界の実情を粘り強く伝え、改善を働きかけて

いくことが重要だと考えています。

制服刷新と、誇りの醸成

人手不足の背景には給与だけでなく、若者の職業観の変化もあると感じています。スキマバイト志向やIT業界への流入など、従来の「安定した職」への価値観が揺らいでいます。こうした状況に対して、当社では業界のイメージアップや福利厚生の実践に力を入れてきました。

今年2月には、30年ぶりに制服を刷新しました。赤いシャーシと青いボディからなる当社のバックカー車をモチーフにしたカラーリングで、カスタムオーダーで制作し、胸には当社のロゴマーク、左腕にはオリジナルキャラクターのワッペンを刺繍しています。まずは外見から業界の印



代表取締役社長 増測千人氏

象を変えたいと考え、ドライバーと意見交換しながらデザインを決めました。

何といたっても、この仕事は現場ありきです。廃棄物処理法が制定されてから50年以上が経過して、さまざまなリサイクル法ができてごみの分別が進んだり、収集車両の性能も向上したりと変化してきましたが、現場でごみを収集する仕事自体は変わっていません。そこに価値があると思います。

私自身、二十歳の時に父の興じたこの会社に就職し、収集作業をしていたときに、「ゴミ屋は汚いからあっちへ行け」と心ない言葉を浴びせられた経験があり、強い悔しさを覚えました。しかし、この仕事は社会に不可欠であり、誇りを持つべき職業です。新しい制服が従業員の意識を高め、堂々と働く姿が世間の見方を変えるきっかけになればと思っています。

環境イベント参画と人材定着

当社は8年前から、顧客のショッピングモールや板橋区が主催する環境イベントに積極的に参画しています。一般の来店客や区民を対象にし



環境イベントで活躍するオリジナルのエコキャラ。左からECOMAN、LOGY(板橋区主催「第24回環境なんでも見本市」にて)

たいイベントなので、事業系ごみを扱う当社にとって直接の営業メリットはありませんが、集客の部分でお客様の手伝いができればという思いから始めたのがきっかけでした。

イベントでは、再生段ボールを活用したパズルやバックカー車の製作、廃食用油からできた石けんを成形するワークショップなど、子どもがごみのおもしろく学べる場を提供したり、最近ではリチウムイオン電池の問題を取り上げて、正しい分別の方法をクイズ形式で伝える啓発活動なども行っています。また、イベントには当社オリジナルのエコキャラを登場させて、子どもたちの人気者になっています。

業界全体が人手不足という課題を抱える中で、行政とも連携して、こうした取り組みを継続していくことで、業界の社会的意義や魅力を発信することにもつながって、将来「環境の仕事に就きたい」と思う子どもが増えることを願っています。今後は同業他社にもこうした取り組みが広がり、業界全体のイメージが変わっていくことを期待しています。

また、人材の確保という意味では、社内の福利厚生も重要で、数年前から食事補助として導入しているチケットレストラン制度は好評です。また、誕生日には社長直筆のメッセージカード付きギフトカード、年末にはクリスマスケーキを全員に配付するなど、従業員に感謝の気持ちを伝える機会を積極的に設けています。こうした取り組みが功を奏しているのか、当社の離職率は低く、10年以上勤務する従業員が大半を占めています。特にドライバーは直近5年間で退職者がいません。

私は昨年還暦を迎えましたが、今後5年間で業界変革のきっかけをつくりたいと考えています。業界の地位向上と若手人材の確保に向け、これからもさまざまな方法でイメージアップにつながる取り組みを続けていきます。W