

アメリカのPCO事情

環境生物コンサルティング・ラボ 平尾 素一

1. NPMAの2017年次報告

NPMAは毎年、夏頃前年度の年次報告書(Annual Report)を発表している。今年もカラー刷り16頁の”The Future is Bright”を発表した。まず、理事の構成を見ると、Executive committeeは会長、次期会長候補、経理担当、秘書、前会長、専務理事の6名で構成。地域選出理事(Regional director)が5名、大規模企業理事(At-large member)が10名、前会長からの選出理事(Past president's representative)1名、賛助会員理事(Allied director)2名、関連団体理事(Associate director)2名、製剤メーカー・販売業者協会(UPFDA: United Producers, Formulators & Distributors Association)から1名の計27名で理事会が構成されている。興味があるのは、同じ会員でも大企業会員At-Largeメンバーからの選出理事は10名で、全米各地区選出理事5名の倍になっていることである。売り上げ上位3社の業界売上は40%、上位100社で70%を占めているだけにその声は無視できないのであろう。勿論年会費も高く、数百万円はしたように思うが、HPでは大企業の年会費額は発見できなかった。

NPMAでは、2016年秋にCEO (Chief Executive Officer)のBob Rosenberg氏が引退し、新たに内部からMs. Dominique Stumpf氏が就任した。このとき、NPMAのこれからのビジョンを定めるため、2016年3月18-20日まで、業界リーダー100名を集めこれからの方向性を策定する計

画作戦会議(Strategic planning)、名付けてP3 SummitがフロリダのCoral GablesのBiltmore Hotelで開催された。3Pとは、目的(Purpose)を定め、そのための計画(Plan)をし、どう進めるか(Progress)の3つのPである。この手の会議にはよくスポンサーが付くが、BASFとForshow社がスポンサーとして費用の協力している。

また、NPMAのこの手のビジョンづくりには、いつもその時代と将来のトレンドを見越したうまいキャッチフレーズが発表される。常々うまいもんだと感心していたが、やはりプロが参画していた。ビジョンづくりのコンサルタント会社Tecker internationalからJim Meffert氏が参画し、時流に乗ったビジョンづくりの提案を行ったようである。

その結果、ビジョンは「すべての家庭、事業所がプロのペストマネジメントサービスを楽しむこと」をゴールとし、それを達成するために、

- 1) 会員にメリットのあるプログラムづくりのために更に改良を加える
- 2) パブリックヘルス分野でもリーダーシップを取る
- 3) 質の高いサービスを通じ、消費者との関係を築く
- 4) 法規制当局との関係を強化し、PCOの影響力を高める

とし、これらの目的を達成するため、各種の作戦が展開されることになった。

アメリカのPCO事情

現在、協会員は5500社、国際会員の国は79か国、協会スタッフは26人、理事は27人、委員会は19、NPMAの総収入は5.9million\$ (6.5億円、日本ペストコントロール協会の約7倍)、2017年に加入した新会員数426社、ペストコントロール業界に影響する法規制783、ペストワールドへの参加者は最大で3700人となっている。

会員外も含めると、ペストコントロール業界の全会社数は、20,018。そこで働く全従業員数は143,705人、業界総売り上げは8.5billion\$ (約9350億円)と示されている。

2. 委員会は19も存在

協会の重要なプロジェクトを検討する委員会は実に19も存在する。

- ・ Blue Ribbon Task Force; 緊急性の高い特定の課題に取り組む特別チームで、最近ではトコジラミ対策に取り組んでいる。
- ・ Business Developing Committee; ビジネス発展委員会
- ・ By-laws committee; 規則、規約の検討委員会
- ・ Canine Insect Detecting Committee; 犬による昆虫類探知犬(シロアリ、トコジラミ等)に関する検討委員会
- ・ Commercial Committee; 事業所防除に関する委員会
- ・ Diversity Committee*; 多様性委員会
- ・ Finance and Audit Committee; 会計監査委員会
- ・ Fumigation Committee; 燻蒸技術委員会
- ・ Leadership Development Committee; リーダシップ育成委員会
- ・ Marketing to Membership Committee; メンバーのためのマーケティング委員会

- ・ Nominating Committee; 理事等の立候補者調整委員会
- ・ PestVets Committee; 退役軍人再雇用委員会
- ・ Professional Woman in Pest Management; プロの女性PCO会員
- ・ Public Policy Committee; 公衆衛生委員会
- ・ Super Committee; 各委員会の委員長の会合
- ・ Technology Committee; 技術委員会
- ・ Wildlife Committee; 野生生物対策委員会
- ・ Wood Destroying Organisms Committee; 木材加害組織委員会

全ての委員会には、NPMA協会側からの連絡調整員(Liaison)が担当役として付いている。*のついたDiversity committeeは多様性委員会の意味になるが、生物の多様性問題だけではなく、業界で働く人々には、そのバックグラウンド、国籍、人種、性別、考え方、宗教、仕事経験、パーソナリティ、政治信条、身体的能力、等々に差があるが、平等な取扱いをするべきであるという考え方を推進する委員会だそうである。

3. 成功を取めているPPMA (Professional Pest Management Alliance) 活動とは

NPMAとは別組織で運営されている協会のPR部門である。20年前にスタートしたプロジェクトで、プロとしてのPCOの価値を広く人々に知ってもらうには、積極的なプロの手によるPR作戦が必要であるとし、いわばPCOのマーケット戦略を地道に推進している組織である。

PRの効果は大きいことは、誰もが知っているが、問題は多大の経費が掛かるだけにその資金をどう捻出すかである。いろいろ知恵を出し合った結果、当初は会員が仕入れる薬剤

や資材、機材に何%かを上乗せをしてディラーさんに支払い、その上乗せ分を後程ディラーさんから払い戻してもらうという計画を立て、実施に移された。2年ほどで、1億円近くがプールされた。そこでまず、フライヤーという細長い印刷物数種が作成され、全国のスーパーに配布され、来客にPRをする作戦が採用された。勿論TVコマーシャルも実施された。

資金が底つくと一旦中止し、プールされた資金が溜まると再び次のCMを始めるという方法が展開された。しかしその後、ディラーさんからのクレームで、この集金方法は中止になったようである。

TVコマーシャルのみでは広い全米で知名度を上げにはあまりにも多額の資金が必要なのことがわかったので、その後は、協会スタッフや会員が、虫問題があると、積極的に各地のTVに出演し、消費者教育を兼ねてプロの存在をPRし続ける方針に切り替えたのである。また資金作りも、会員からの寄付で賄われるようになった。寄付を多くした会社も、そうでない会社も、TVコマーシャルから受ける恩恵は同じであり、大口寄付企業からは不満もあったようであるが、米国では何事も寄付による社会貢献が非常に評価される社会であることが幸いしたのか、高額寄付を好んでする大手PCOがあり、その力が大きくこのプロジェクトに貢献したようである。そんなところから、選出理事数も大企業からの数が圧倒的に多いが、この辺の寄付行為に対する大企業に対する不満を吸収したものではないかと思っている。

勿論年商額により、年会費にも大きい差があり、数百万円の会費を支払っているところもある。大手PCOのリーダーシップ性が業界発展にも大きく寄与したと言えよう。

もちろん個々の小規模PCO会社のPR能力も高めることが必要である。一番効果のあるのは近年、ソーシャルメディアに対するPRのレベルを高めることであるとされているが、会員は毎月80ドルを支払えば、各種のペストコントロール普及のためのプレスリリース、PR資料、各国の「害虫を知る月間」ニュース、害虫の写真、You tube用のプロの作成したPR資料等を提供してもらえることになり、そのためにスーパーコンピュータの利用も導入された。

毎年、其の宣伝効果も発表しているが、2017年の宣伝効果は135,319,997ドル(約150億円)、メディアへの出演1700回、その他を合わせ、総合的に2900億円のPRを打ったことになるとその効果を誇らしげに示している。これは、TVに出演をし、害虫の話をした場合、もしコマーシャルとして使用すれば、一体いくりに相当するかを計算して算出したものである。

2000年頃からのトコジラミの全米への蔓延という問題も業界にはプラスに働いたようで、毎年500億の需要があるとされるトコジラミによる需要増も大きく寄与したようである。

現在、このPPMAの運営は、執行役員6名、理事23名で運営されている。PPMA活動が始まり、この15年間で、80兆円のPR効果を生みだし、その結果プロの業者を採用するご家庭は、2001年の18%から、2014年には37%にまで伸びた。過去6年間で、初めてプロの業者に依頼したご家庭は600万戸も増加したとしている。

日本でも、スズメバチや有害生物の捕獲、トコジラミの被害、感染症媒介昆虫の駆除、自然災害後の害虫対策・消毒、家畜伝染病発

アメリカのPCO事情

生時の消毒などに際しての会員のマスコミ露出度は相当なPR効果を上げているものと思われる。

特に関東の会員さんの出演は、キー局であるだけに全国展開され、そのPR効果は誠に大きいものがある。TV局からの依頼には面倒がらずに積極的に協力していただきたいものである。何かと面倒なので断っているという声も聞かすが、贅沢な話である。せいぜい年に2-3回程程度のことと思われるので、願ってもないチャンスと自社のためにも、協会のためにもマスコミに協力していただきたいものである。10分間のTV露出を宣伝コマーシャルで賄うとすれば大変な金額になるはずである。

4. 研究のための資金調達ファンド

(The Pest Management Foundation)

ペストコントロール業界では、防除につながる研究は必要不可欠である。NPMAでは、ここでも The Pest Management Foundation というプログラムを協会とは別組織でもう40年以上展開している。会員から1人100ドル以上の寄付を募り、その資金をもとに大学などの Urban Pest Management 学部に研究を依頼している。会員から今何を知りたいかの意見を聞き、研究テーマを募集し、委員会で審査し、研究費を配布している。

NPMAの全米大会であるPest World大会に出ると、寄付を募るというポストの様な丸い塔があり、ここに金額を書いた個人小切手を投入することになっている。目標は〇〇ドルと書かれたチラシもあり、数千万円の寄付は集まるようである。現在、依頼している研究テーマと担当大学は以下である。

1) ネズミは臭いを鼻で嗅ぎ行動する。これを新ツールとして製品化できないか

ネズミは尿、排泄物、精液など利用し、他のネズミとのコミュニケーションをとっている。しかし、この分野の実用につながる研究あまりない。NYのFordham大のMichael Paterson博士らとPCOであるArrow Exterminating社が、におい物質とネズミの行動を調べ防除に役立てることはできないかというテーマで研究を行う。

2) 東洋ゴキブリとチュウトウゴキブリの野外におけるベイトによる防除

半家住性の二種のゴキブリは野外から室内に侵入することが多い。防除のために現在外周の基礎周りに殺虫剤処理をして防除が行われている。しかし、カリフォルニア州では庭園への殺虫剤処理は、庭から排水溝に流れ、やがて海に流れ込む可能性があることから現在微妙な問題になっている。長期に涉って効果のある方法はIPMであり、その効果は長く続く。ベイト剤を庭園に配置し、野外のゴキブリを駆除し、侵入を防ぐことは可能かの試験が行われることになっている。担当はカリフォルニア大学リバサイド校のExtentionのグループで、Andrew Southerland博士、Dong-Hawan Choe博士、Mike Rust教授らのもとで行われる。

3) ゴキブリが多く住み着きそうな庭園とはどんな所か?

庭園の広さ、樹木の数、1エーカー当たりの松の木の数、1エーカー当たりの広葉樹の数、庭にあるバーベキュー設備の有無、庭の周りの壁の有無、外周の建物、1エーカー当たりの積み上げた薪の山、天井裏の面積、住人数、外周のペッ

トの有無、PCOの採用、等々のゴキブリ生息のファクターと半家住性ゴキブリとの関係を11の庭園で調べようというもの。どんな庭園ならゴキブリが少ないか、より少ない殺虫剤でどう駆除するとよいか、などのデータが得られる予定。

担当は、Auburn大学のArthur Appel教授、Xing Ping Hu博士らが予定されている。

4) ネズミ用ベイトボックスの管理法の改良で対象外生物への被害を減らすことができるか?

ネズミ駆除用の殺鼠剤はベイトボックスに入れて使用するが、ネズミ以外の小鳥、ボブキャット、コヨーテ、マウンテンライオンなどがこれを食べることがあり、危険にさらされている。カリフォルニアでは過去2年間に2つの規制が出た。標的外の生物をいかに殺鼠剤から守るかの使用法を探るため、自動カメラで長期間観察をし、問題点を探るという研究である。カリフォルニア大デービス校のNiamh Quinn博士、カリフォルニア州立大のPaul Staff博士らが担当する。

いずれも、基礎研究というより、PCOによる防除をどうすればより安全に遂行でき、消費者の味方になれるかといういわばPCOの生き残り作戦のための研究テーマと言えよう。実用性という点で、日本の学会での発表テーマとのあまりにも差があることを感じる次第である。

参考までに、過去のFoundationによる研究の成果をタイトルのみ紹介した。

○アリ

- ・アリ駆除に際しての殺虫剤の流出とその防除効果に与えるインパクト
- ・広域に広がっている在来アリの系統の中で、都会部進出に最も成功したアリはどれか?
- ・アリ駆除のため殺虫剤処理をした住宅から流出する殺虫剤量を減少させるにはどうすればよいか?

○トコジラミ

- ・炭酸ガスに対するトコジラミの活性と方向性の決定
- ・殺虫剤を使用しないトコジラミ駆除により、その耐熱性は増加するか?

○ハエ

- ・ライトトラップのハエ誘引力に関与する蛍光灯の劣化

○歩行性侵入虫

- ・カメムシの室内侵入を防ぐExclusionの効果

○クモ

- ・Marbled cellar spider防除におけるIPM作戦としてのスプレー法について
- ・2種の毒グモに対する3種殺虫剤の効果
- ・毒グモの卵のうに対するいくつかの殺虫剤の効果

○有害動物

- ・人の住む住宅でのアライグマの毒性のない対策
- ・アシナガバチの巣を造らせない住宅の庇

GDPで日本と米国を比較すると、2000年頃の米国は日本の2倍であった。2008年頃は3倍に差が付き、2017年には4倍の差がついた。日本のGDPは1994年頃をピークにずっと横ばいが続いている。2010年には中国に抜かれ、今

では2.5倍の差がついた。PCOの売り上げを見ても、かつては日米で2倍くらいの差であったが、今では3-4倍の差がついてしまった。2020年には米国は1兆円に達すると予想されている。日本はマーケティング会社の杜撰な調査で、日本のPCOの総売り上げは1000億円と報

じられている。私は内部から見て、細かく計算し、2000億、その後の伸びも考えると2300億ぐらいではないかとみているが、それでも米国と5倍の差がついてしまった。PCOのみの責任とは言い難いが、日本のこの低迷は何だろう？
もうちょっと頑張ろうよと言いたい。

