

共同購入スキームで安価な再エネ電力など購入支援

アイチューザー 藤井俊嗣代表取締役社長

アイチューザー(東京都品川区)は、共同購入スキームによる再生可能エネルギー由来の電力メニューや太陽光発電、蓄電システムの安価な購入支援事業を展開している。2008年にオランダで設立され2017年からは日本でも本格的に事業を開始した同社では、各地の自治体と協力し地域住民が再エネ電力や機器をリーズナブルに購入できるための支援を行い実績を挙げている。同社日本法人の藤井俊嗣代表取締役社長にお話を伺った。

——日本法人の設立経緯などについてお聞かせください

藤井 アイチューザーのビジネスモデルは当初欧州でも事例が無く、ファウンダーがそのビジネススキームを発案し2008年にオランダで設立された。オランダは冬期に非常に寒くなり灯油が多く消費される。この灯油を家庭で灯油会社から買う際に多くの需要家を集め購買力を高め安価に共同購入できないかというアイデアが、アイチューザーのビジネスモデルの始まりとなる。

欧州では再エネや環境への意識が高く、やがてアイチューザーのビジネスモデルでも再エネ電力の取り扱いを行うことになり、オランダではアムステルダムにある住宅オーナー組合との協業が決定した。住宅オーナー組合は、住宅に関する情報の提供を住宅オーナーに対し行っており、生活協同組合のような組織と言える。こうした組織の組合員に安く再エネ電力を買う機会をアイチューザーが提供できること、また住宅オーナー組合はこれにより新たな会員の取り込みが期待できるとして、商材を扱うアイチューザーと組合の事業におけるメリットなどが合致したため、両者の協業で2009年より再エネ電力共同購入事業が始まった。その後2012年からは住宅用太陽光発電システムの共同購入事業にも拡大していった。

私はトーメンに入社し、その後は合併先の豊田通商に勤務していた。同社を2017年に退職後は農業大国で

もあるオランダで農業関連のビジネスの知見を得ようと同国を訪れていた。大学やスタートアップ企業の担当者と交流していく中で、現在のアイチューザーのCEOであるカス・バイルホルト氏(Cas Bijlholt氏)と出会った。2016年には電力小売自由化が日本で始まったことをうけて、アジアの中でもとくに電力市場のマーケットが大きくルールや制度が整っている日本は有望としてアイチューザー

も事業開始を決定し、2017年に日本法人登記を完了させ、2019年3月には日本で第1号の事業となる神奈川県での太陽光発電システムの共同購入の公募で採択された。日本法人には私を含め現在8名のスタッフが在籍している。またアイチューザーは現在オランダと日本のほか、ベルギー、英国、米国でも事業を展開している。アイチューザーは日本法人の設立から2年半程度が経過したばかりで、まだまだ当社の存在を認知してもらい取り組みが必要な段階にあると考えている。

——貴社の事業スキームの特徴や収益モデルはどのようなものですか

藤井 購入者の方々が決断をするうえでは考えて決断するというプロセスが重要だが、一方で自ら決断をしきれない方も多くいる。そういった方々に対し、イエスカノーのいずれにせよ決断をしてもらうよう後押しするのが当社であり、そのために行動科学も活用したプラットフォームを保有してい



藤井俊嗣氏

る。このプラットフォームの中で商材として現在太陽光発電システムや蓄電池、再エネ電力、さらに欧州ではこれにガスも加え扱っている。

日本では電力小売全面自由化から4年あまりが経過したが、電力会社の切替を経験したケースは現状2割未満にとどまる。旧一般電気事業者の従来料金からの切替で電気料金は安くなることが期待でき、切替により停電が増加するなどのリスクもほぼ存在せず、プランも多くのが用意されているのに切替が進んでいない。この説明として、従来の経済学的にはすべての人が合理的な方向へ行動するという考えが主流だったが実際は必ずしもそうではない。そこに心理学も検討事項として取り入れないとビジネスに結びつかない。また消費者には大きく分けて2つのタイプが存在する。1つは自ら積極的に情報も取り入れ様々なプランや商品の中から選択、契約までの流れを自分達でやりきる「エコノタイプ」と呼ばれる人たち。これに対し、新たな電

力メニューに興味は常日頃あるが、様々な選択肢がありすぎて、忙しいなどの理由で切替を後回しにしてしまうような「ヒューマン」と呼ばれる人たちがおり、ヒューマンは消費者の大半を占める。

このヒューマンの人たちに行動と決断を起こしてもらうことがアイチューザーの得意な取り組みとなる。行動を起こしてもらうには4つの要素が存在する。1つ目は信頼感で、アイチューザーが再エネ電力安く買えると呼び掛けても懐疑的な方々は多い。このため当社では信頼感を得るために自治体の方とタッグを組み共同購入事業を展開している。自治体の方々に対しては共同購入事業の公募開始以前からスキームの紹介もさせて頂いている。2つ目は理解のしやすさ。多くの消費者が参加し需要を大きくすることで安価な購入が実現できるというシンプルな仕組みとなっている。3つ目は単純・シンプルで煩雑な要素が排除されていること。消費者は面倒なことを考えたくない傾向があり、複数のプランのどれを選択しても良いとしても実際の行動にはつながらず、そのため単一の選択肢となるメニューやプランを掲示し「イエスカノーで考えてください」と当社が呼び掛けを行う。そして4つ目は行動経済学で言うナッジの要素も取り入れながら、最も効果的なタイミングでキャンペーン・打ち手を講じることにある。

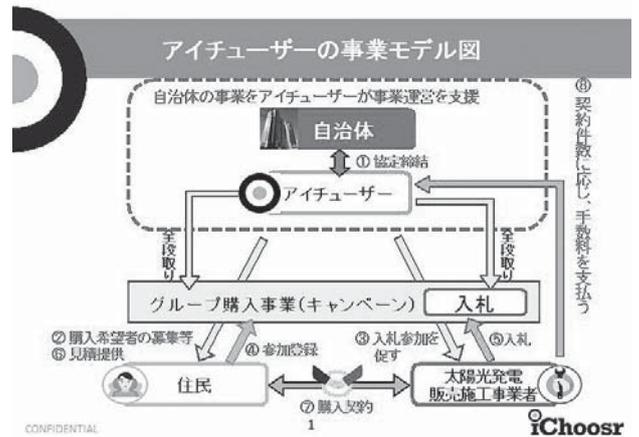
当社の事業モデルの中にはアイチューザー、自治体、消費者、そしてサプライヤーという4つのステークホルダーがいる。共同購入キャンペーン展開に向けアイチューザーと自治体が協定を締結し、自治体が色々なチャンネルを通じて住民の方々に共同購入への参加を呼びかける。またオークションの事前にしっかりとしたサプライヤーをアイチューザーで選定し、オークション時には価格のみの条件をサプライヤーに掲示して頂く。住民の方々が購入を決断して頂く際にはサプライヤーと直接契約して頂き、契約成立時に我々がサプライヤーの方々から手数料を頂いている。欧州では同様の事業を手掛ける他社もあるが、とくに太陽光発電システムは購入にとどまらず

契約後の施工・管理も含めた様々なプロセスがあり、それもしっかりモニタリングすることが必要になる。こうした契約後も含めた対応をアイチューザーと同様の規模で提供している事例は、現状ではほかに存在しないのでは。当社のビジネスモデル自体はシンプルである一方で、当社が手がけるべき事項は多岐にわたる。

このビジネスモデルの中では無駄を排除しており、サプライヤーの方々にとっては営業や広告にかかる手間を省き、一度にたくさんの注文を受けられるので仕入れ単価の抑制につながる。とともに、当面の効率的な施工計画も立てられる。これにより削減できたコストをオークション時の原資やアイチューザーが提供するサービスの費用として充てるとともに利益もしっかり確保して頂く。自治体側にとっては予算を極力抑えて実施できる事業で多くのマンパワーをかける必要はない。メリットをステークホルダー同士でシェアし、みんなが得をするモデルであると自負している。

——欧州や日本でのこれまでの実績を教えてください

藤井 欧州のうちオランダではこれまでのキャンペーンで参加数171万世帯のうち58万世帯で電力会社の切り替えがあった。またベルギーでは55万8,000世帯のうち再エネ電力へのメニュー切替数は37万世帯にまで達している。日本でも、2019年に国内最初の事業となる神奈川県太陽光発電システム共同購入事業で446世帯のうち見積もりに承諾頂いた世帯は152世帯、契約成立した世帯は74世帯だった。この時は市場価格より平均26%安価での落札を実現した。また東京都では再エネ電力共同購入の公募が行われ、東京電力の従量電灯B料金より平均7%安価な電力メニューがオーク



アイチューザーの事業スキーム(同社提供)

ションで示され、参加数4,334世帯のうち約950世帯が切替を行った。欧州では2~3割というコンバージョン率があり、日本でも同様の数字を得ることができたと評価している。

——今後のさらなる事業拡大に向けた取り組みなどは

藤井 共同購入への参加全体世帯数となる母数をどう拡大していくかが重要になり、当社のマーケティング活動や住民向けのブランディングのあり方についてさらなる検討が必要になる。共同購入キャンペーンの際には自治体の広報誌や回覧板、さらに新聞へのチラシ折り込み広告も実施している。また、家庭以外の小規模オフィスや商店などの低圧需要家向けの事業をどう展開していくかについても検討を行っている。一方で2021年以降は共同購入を実施する自治体数も相当増えるものと期待しており、新たなアイテム・商材も取り扱っていききたい。エコキュートやエネファーム、また充電機器などV2H関連製品のほか、エネルギー製品だけにとどまらずヘルスケア分野製品なども今後想定される。さらに太陽光発電の第三者所有モデル、卒FITを迎えた世帯の不安を解決するようなソリューション、また電気自動車の充電設備なども取り扱いたい。電気自動車の充電器を一般家庭にどう普及させるか検討に注力している自治体も多く、当社のビジネスモデルは自治体が目指す将来像の実現を支援するモデルでもあるとも考えている。