

連載

編集長が  
聞く!

# オランダから新エネ 自治体と協力し、

社長  
アイチューザー  
藤井  
俊嗣



藤井 俊嗣 (ふじい・としつぐ)

1970年2月23日生まれ。東京都港区出身。93年、慶大法学部政治学科を卒業後、トーメンに入社し、一貫して化学品・合成樹脂業界の営業・マーケティング業務に従事。96～2001年までインドネシア・ジャカルタに駐在。06年トーメンが豊田通商と合併後、09～15年まで香港現地法人に駐在。17年3月に豊田通商を退職し、17年11月から現職。

オランダのエネルギー関連企業が日本に進出し、新サービスのスタートさせ話題になっている。自治体などと組み、地域の住民に環境にやさしい電気への切り替えや太陽光発電の導入を、行動経済学におけるナッジの手法を用いて後押しするというもの。住民はエコな電気を経済的に購入でき、自治体は、再生可能エネルギーの利用が進むことで、温暖化対策の進展が期待できる。小売電気事業者や太陽光パネル設置業者はまとまった顧客獲得が見込めるといふ。アイチューザー日本法人の藤井俊嗣社長（48）に海外での実績や日本での事業展開について聞いた。（本誌編集長 本田賢一）

## —どのような会社ですか

「アイチューザーは日本を含め5カ国に事業拠点を構え、大きく2つの事業を展開しています。1つは、消費者がエネルギーのスイッチング（切り替え）をスムーズに行えるようサポートすること。もう1つは、太陽光発電の導入を消費者に促すことです。日本では、再エネ電力を一定割合含むクリーンな電力への切り替えと、太陽光発電の導入を促進していきます。消費者に判断を促し、その決断を後押しするにあたり、当社では行動経済学<sup>\*</sup>の考え方を取り入れています」

<sup>\*</sup>行動経済学＝経済行動を心理学の視点を交えて分析する学問。行動経済学の観点から、消費者にちょっとした示唆を与え、行動を促す手法「ナッジ」もその1つである。例えば、飲食店のメニューで「店長オススメ」という文字をみて、思わずそのメニューを注文してしまう

ケースなどがそれにあたる。

「アイチューザーは2008年に設立され、本社はオランダのアムステルダムにあります。支社がベルギー・アントワープ、英ロンドン、米テキサス州、東京にあります。日本法人は昨年11月に設立され、今年1月から本格的に事業を開始しました」

## —日本進出の背景は？

「日本では16年4月に電力小売りが完全自由化されましたが、契約を切り替えた消費者はいまだ約10%です。なぜ、低調なのか。行動経済学では、消費者をエコノとヒューマンに分類しています。エコノは、数ある複雑なプランの中から、自分の電気や携帯電話の使い方などを分析し、どのプランが自分にとって得なのか調べ、自ら切り替えを決めるタ

# ルギーサービスが日本上陸！

## 地域の再エネ導入を請け負う

イブです。このタイプは消費者全体からみるとわずかです。大部分がヒューマンで、契約を切り替えたら電気料金が安くなりそうだと思うつ、切り替えを決断できずにそのままにしてしまうタイプです。低調なスイッチング率をみますと、日本にもヒューマンタイプの消費者がより多くいると推測します。そこで当社が、コミュニティリーダー（そのコミュニティで強い信頼を得ている組織、主に自治体）と取り組むことにより、地域の消費者が切り替えなどを自主的に決断できるようサポートします」

### ——ヒューマンタイプの人たちにスイッチングを促すにあたり重要なことは？

「大きく4つあります。1つ目が、信頼感です。当社の事業で自治体などのコミュニティリーダーに協力してもらうのは、消費者との間に信頼感を醸成するのをサポートしてもらうためです。2つ目が、消費者に当社が何をやろうとしているのかそのスキームをきちんと理解、納得してもらうこと。3つ目が、消費者が理解しやすいよう、できるだけシンプルな切り替えプラン内容、および単一選択肢を提案することです。4つ目は、行動経済学のナッジの考え方をういて、消費者に自発的な判断と決断を効果的に促すことです」

### ——具体的にどのような流れで促していくのでしょうか

「私たちの事業のステークホルダーは、地域の消費者、その消費者から信頼を得ているコミュニティのリーダー（主に自治体）、小売電気事業者や太陽光パネルの設置業者などのサプライヤー、そして当社です。電力切り替えを例に具体的な流れを説明しますと、まず当社が自治体などのコミュニティリーダーに対し、地域に再エネを取り入れるお手伝いを提案します。それから、地域の住民にどのような宣伝広告を行って電力の切り替えをサポートしていくか、再エネ電力を含む電力を住民に供給する小売電気事業者に求める要件などを自治体と詰めます。地域に再エ

ネを入れていきたいと考える自治体は多く、そうしたニーズに応える形でアプローチします」

「自治体などとの事前の打ち合わせが終わると、地域の消費者(住民)に再エネ電力の必要性を理解してもらうためのセミナーの開催や宣伝広告を行い、関心を持った住民には、ウェブサイトから住所、氏名などを登録していただきます。セミナーなどは自治体が主催する形をとりますが、実際の企画・運営は、自治体の意向を聞き当社がすべておぜん立てします。また、セミナーや宣伝広告では行動経済学の手法を使い、より多くの住民に関心を持ってもらえるようにします。より多くの住民が切り替えを決断すれ



ば、グループ購入のメリットが生  
き、低価格で電力を買うことが  
できます。当社ではこの事業を『グ  
ループ切替プログラム』と呼んでいま  
す」

——切り替え先の小売電気事業者  
はどうやって決めるのですか

「入札で決めます。自治体などの  
の事前打ち合わせの中で、どのよ  
うな電力を供給してほしいかヒアリン  
グし、提示された要件を満たし、か  
つ経営面や実績面などから信頼性の  
高い小売電気事業者に入札参加を当  
社が呼び掛けます。落札業者が決  
まったら、ウェブサイトから登録し  
ていただいた各家庭に電力を切り替  
えた場合の料金見積もりをメールで  
送ります。例えば、『再エネ電力が  
30%以上含まれているこの小売電  
気事業者に切り替えると、料金を年  
間5%減らすことができます』『お宅  
では電気料金が年間10%減らせま  
す』と登録していただ

いた各家庭に提示し、じ  
っくり検討していただきま  
す。切り替えを決断した  
ら、各家庭で個別に落札  
業者と契約を結んでい  
ただきます」

「各家庭には約1カ月  
間の検討期間を用意し、  
この期間中に契約に至  
った件数に応じて、当社は  
落札業者からサービ  
スフィーをいただきます。  
これが当社の収入にな  
ります」

——行動経済学におけるナッジの  
手法はどのように取り入れている  
のでしょうか

「住民の方々にウェブサイトから  
登録していただくときや、落札した  
小売電気事業者と契約を結んでい  
ただくときなど、随所にナッジの手  
法を取り入れています。例えば、ウ  
ェブサイトに登録者数を掲示し、住  
民に登録をそっと後押ししたり、切  
り替えるか検討している段階ですと、  
『間もなく締め切ります』と告知し、  
住民の自主的な決断を促したりしま  
す。また、周囲で電力を切り替える  
人が一人二人と増えてきますと、そ  
のこと自体がナッジの役割を果たし、  
住民の切り替えの決断を後押しす  
ることになります」

——太陽光発電の導入も同じ流れ  
で行う？

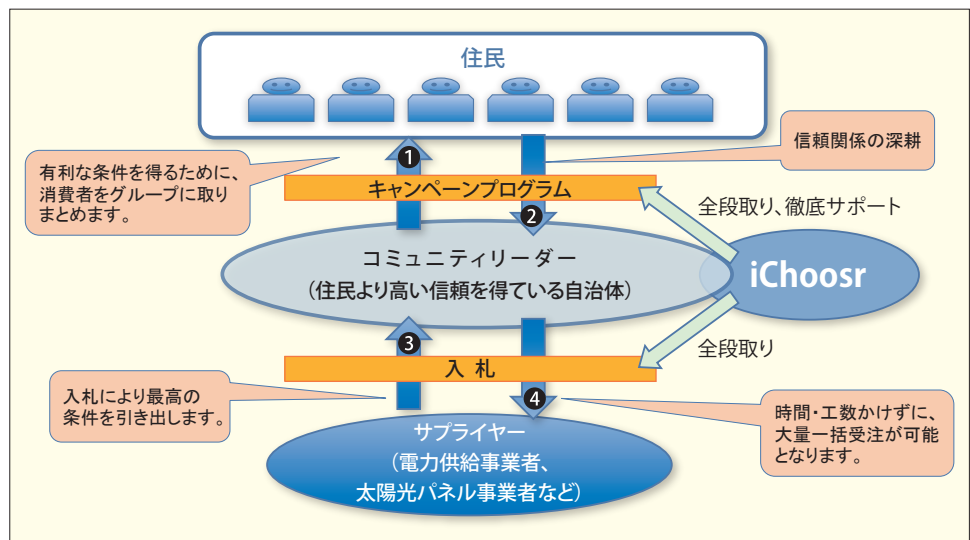
「流れは電力切り替えと同じです。  
自治体によっては太陽光発電の導入

目標を設定しているところもありま  
す。そうした自治体に協力していた  
だき、地域の住民に太陽光発電の導  
入メリットを分かりやすく説明し、  
関心のある住民にウェブサイトから  
登録していただきます。太陽光パネ  
ルの設置業者は入札で決め、入札価  
格やパネルの発電効率、耐久性、保  
証・メンテナンス態勢などを総合的  
に判断して落札者を決めます。登録  
した住民に設置費用の見積もりを提  
示し、設置を決断したら工事を始め  
ます。工事が完了するまで、当社が  
設置の進捗や安全性などをフォロー  
アップします」

——このビジネスモデルの特長  
は？

「すべてのステークホルダーが、  
Win-Winの関係になれる可能性が  
あることです。自治体にとっては、  
お金やマンパワーをほとんどかけず  
に再エネ電力や太陽光発電の導入を

アイチューザーの事業スキーム



促進できます。住民は多数の消費者グループを形成することにより、低価格でクリーンな電力を購入できたり、太陽光パネルを設置できたりします。小売電気事業者などのサプライヤーは、まとまったお客さんを獲得できます。サプライヤーが多くの顧客を獲得できたら、当社の収入も増えることになります」

#### ——自治体は具体的に何をやるのでしょうか

「電力切り替えなどを住民にアピールするための宣伝広告の制作やセミナーの企画などはすべて当社が行います。自治体には、宣伝広告を自治体の広報誌に載せてもらったり、ビラを役所に貼らせてもらったりといった協力をお願いします。また、住民向けセミナーを開催するにあたり、公共施設をお借りできればと考えています」

「セミナーや宣伝広告は自治体が前面に出る格好で行い、住民には、自治体が主体的に再エネ電力導入を進めているようにみえます。実際は、セミナーや宣伝広告の企画・運営・制作は当社が行い、その費用も当社が負担しますので、自治体が行うことは極めて限定的です。自治体には、住民に電力切り替えを促すにあたり、住民との間の信頼感を補完していただくことが大きな役割となります」

#### ——欧州での実績は？

「例えば、オランダでは全国組織である『住宅所有者組合』と協力し

て電力切り替えを促し、09～16年までの累計で170万世帯が切り替えに関心を持ってウェブサイトから登録し、3割強の58万世帯に切り替えていただきました。また、ベルギーではアントワープ州と協力し、10～16年までの累計で56万世帯が登録し、7割近くの37万世帯に切り替えていただきました」

「太陽光発電の導入では、オランダの北オランダ州と協力して4万7000世帯が登録し、7000世帯に導入していただきました。ベルギーではアントワープ州と協力して、3万4600世帯が登録し、7900世帯に導入していただきました」

#### ——日本での事業の見通しは？

「今年1月から日本で本格的に事業を始め、初年度は実証期間とみえています。世帯数が数万世帯と少なめの地域にも事業を展開し、日本国内で事業を展開するにあたっての課題を抽出し、日本に合った形にアレンジして事業を進めていきたいと思っています。目算では、市町村の全世帯の2～5%に登録してもらい、登録者の10～15%程度が切り替えていただけるのではないかとみえています」

#### ——自治体の反応はいかがですか

「とてもいいです。2月中旬、自治体を対象に行動経済学や当社の事業について紹介するセミナーを東京と大阪で開催し、東京で約35人、大阪で約20人にご参加いただきました。3月議会を控えた忙しい時期



に、これだけで出席いただけたことはありがたいことです」

#### ——注目しているエリア(自治体)は？

「東日本大震災で大きな被害を受け、再エネ導入に力を入れている福島県の自治体には、当社としても積極的にアプローチしていきたいと考えています」

#### ——日本での事業の将来像は？

「今後2、3年のうちに大都市圏で事業を実施できればと考えています。大阪府は『おおさかエネルギー地産地消推進プラン』の中で、20年度までに府域で90万Kw(住宅用62万kW、非住宅用28万kW)の太陽光発電の増加を目指すことを掲げていますので、当社がお手伝いできることがあると思っています。東京都も再エネ導入に熱心です。こういった大都市圏でも実績を積み、全国に事業を展開していければと考えています」