



NTT SMILE ENERGY

エネルギーと人のかかわりにおいて 通信技術の役割を模索・実現する 新会社

省エネへの関心がますます高まる現在、通信とエネルギーの関係性に着目して立ち上げられたNTTスマイルエナジー。太陽光発電エネルギー見える化サービス「エコめがね」を発表して、すでにパネル事業者やユーザから注目を集めている。今後の事業展開などについて、同社の谷口裕昭社長に詳しくお話を伺った。

NTT西日本とオムロンの合併会社として 2011年6月に産声を上げる

◆貴社の設立背景をお聞かせください。

NTT西日本は2000年の再編成時に「新ビジネス推進部」を立ち上げました。これによって他社とアライアンスを組んでサービスを開発するという流れができ、携帯コミックを展開しているNTTソルマーレや、マンションポータルサイトを運営するNTTメディアサブライなどが誕生しました。

私自身はフレッツ・テレビの立ち上げなどの映像配信分野に携わってきましたが、一方で、スマートグリッドと言われ始める前から「通信とエネルギーの関係」について考えていました。オムロンが2年ほど前から法人向けエネルギーの見える化を始めていたので、私たちがフレッツ対応させ協業がスタートしました。

最初は高知の宮地電機さんの提供するLED照明とNTT西日本の「エネルギー見える化システム」を組み合わせることで、電気利用量を実際に計測し、新たにCO₂排出権を創出する方法を開発しました。これは国内クレジット認証委員会からも承認を受けています。当初はLEDに限られ、対象も大型工場や店舗などでしたが、「見える化を他の機器にも拡大し、中小企業にも導入できるのではないか」という意見も出てきました。それをさらに進め、一般消費者向けにエネルギーの見える化サービスを提供する会社として、NTT西日本とオムロンが出資して2011年6月1日に設立されたのが当社です。

自宅の発電状況などをチェックできる 発電モニター「エコめがね」

◆事業内容を教えてください。

当社では太陽光発電の見える化サービスを行っています。



NTTスマイルエナジー 谷口裕昭社長

発電モニターは従来、太陽光パネルのメーカーから利用者の方々が7~8万円ほどで購入していたのですが、使用しているうちに陳腐化してしまう、中のソフトが入れ替えできないなどの課題を抱えていました。そこで私たちはハードと10年分の利用料が込みで6万円弱という比較的安価な価格にしました。また、クラウド型のモニターであるため、外出先でもスマートフォンや携帯等で内容をチェックできるようにしました。ソフトも随時改良していく予定です。

◆「エコめがね」と呼ばれるサービスですね。

「エコめがね」には3つの特長があります。

1番目は「エコグラフ」というエネルギーの変化を見える化するサービスです。例えば、太陽光発電の場合、天気の良い悪い、太陽の高度などによって発電量が変わります。発電量以外にも家庭内の電気使用状況や、他世帯の平均値との比較、電気代の月末収支見込みなどを、スマートフォンや携帯、PCからチェックすることができます。エコグラフサービスは、電気の消費量だけであれば、太陽光発電がなくてもお使いいただけます。

2番目は「太陽光発電見守りサービス」という太陽光発電の状況を見守るサービスです。意外と知られていないのですが、ソーラーパネルも他の機器類と同じように破損や故障などのトラブルを起こすことがあります。屋根の上に設置されていることもあり、なかなか気付かれることがありません。そこで、1カ月間でもっとも発電した1時間の電力量とパネルの理想出力との差異を比較評価して、%で表示しています。また、人工衛星によって観測されたお住まいの地域の日射量データや設置角度などから期待できる発電量を推定し、実測値との差異を表示します。値が低すぎるときはトラブルのサイン。実際に「パネルに小石がぶつかって割れていたことが分かった」「故障に気付いてメーカーに連絡した」など、ご利用者から好評をいただいています。

3番目は「エコフラワー」というCO₂排出権を還元するサービスです。発電電力中の自家消費分に応じてエコフラ

ワーポイントが貯まり、ポイントを利用して東日本大震災への被災者や森林保護活動を支援したり、各種エコグッズを手に入れたりできます。年間にCO₂を1トン削減し、排出権を売却しても今は1000円にも満たない金額ですが、今まで認知されていなかった価値を体感していただくという点で意義があります。

◆パネル販売業者からの注目は予想以上 2014年までに10万件を目指す

◆利用者数の伸びは順調でしょうか。

引き合いは私たちの予想以上に強く、現在100社ほどの太陽光パネル販売業者から利用者の方々へ、当社のサービスを紹介していただいています。従来のモニターをつけている方に乗り換えてもらうというより、太陽光パネルを新規購入される場合にセットで薦めてもらっています。

導入件数は2014年末までに10万件を目標にしています。利用者はほぼ全国に広まっており、西日本が特に先行しています。北海道の実績が少ないのは、緯度が高いことで積雪量が多いため、冬期の申込が少ないためと思われます。

◆競合他社にはどのようなところがありますか。

太陽光パネルのモニター専門という企業は、現在のところほかにはありません。ライバルという強い言葉は一部の太陽光パネルのメーカーになるかと思います。一部のメーカーは自社独自のシステム保守ツールを開発しています。ただし、太陽光パネルメーカーは当然お客さまにもなり得るわけで、この辺りの地割りはまだ混沌としています。

また、HEMS（ホームエネルギーマネジメントシステム）も注目を浴びており、太陽光発電システムを搭載した新築住宅も売り出しが始まっています。ただし、HEMSはまだ高価なシステムなので、私たちは、「蓄電」や「家電の制御」などを削除して軽くすることで安価なサービスを提供し、差別化を図っていきたくと考えています。

◆エコめがねの強みを教えてください。

まず、太陽光パネル販売の方にとって売りやすい商品であるということです。当社のモニターは全メーカーの太陽光パネルに対応しています。また、通信回線の種類をフレッツに限るかどうかに関しては議論がありましたが、現状はフレッツはもちろんのこと、ほかのさまざまな常時接続回線でもつながることができます。さらに、太陽光パネルを扱う方の中には家庭の奥様など、女性が少なくありません。ですから女性に受け入れられるようなインタフェースづくりをしています。エコめがねのキャラクタである「さるる」も、NTT

スマイルエナジーの女性社員のアイデアから誕生しました（図1）。当初検討していたキャラクタはどちらかというと面白みのない、ロボットのめがねのようなものでした。



図1 エコめがねキャラクタ「さるる」

また、発電状況などのデータをブログに貼り付けることができるのですが、これはお客さまからのご意見により実現しました。ブログで自宅のエネルギー情報を公開することで、より節電をがんばろうという気持ちがあわき、エコロジーを世に広められます。

◆節電の価値化や見守りなど 新しい時代に合わせたサービスを

◆今後の課題や目標をお聞かせください。

太陽光パネルを使う予備軍の方々に利用者の声を届け、仲間を増やしてもらえたらと考えています。「電気の見える化ならエコめがね」と言っていただけるように骨格をつくっていききたいです。

また、節電に向けたサービスも展開していきたいです。今のところ節電は個人によるボランティアという感覚ですが、これを価値化できるような仕組みをつくれれば、サービス利用者が力を合わせて節電を行える「みんなで節電所」のコンセプトの提案を始めています。

さらに、電気を消したタイミングなどから家族の行動がある程度推測できる点にも注目しています。これを活かして、登録しておく家族の「起きた」「寝た」「帰った」が分かる、「見守り」サービスが可能となります。

◆エネルギーと通信の関係についていかがお考えですか。

エネルギーと人のかかわりにおいて、ICTの役割が非常に大きくなってきていると感じています。そして今、エネルギーと人との距離がますます近くなっていますよね。

私がつくった言葉ではないのですが、「エネルギー民主主義」という言葉があります。自立的にエネルギーとかかわり、エネルギーを選ぶ、そんな時代になっていくのかもしれない。そのためにはエネルギーをいつでもどこでも見えるようにすることに意義があると考えています。今のエコめがねはあくまで第1弾。今後、お客さまのニーズがどのように動くにせよ、それを把握しながら第2弾、第3弾をリリースしていくつもりです。

◆貴社の社風はどのようなものですか。

「仕事を楽しむ」「すぐやる、まずやる」などの「行動指針7カ条」を掲げています。これはボトムアップのかたちでつくられたもので、当社の性格をよく表していると思います。また、「PVシステムEXPO 2012」に参加した際は、社員がはっぴを着て綿あめをつくって配るなど、他の会社にはない自由で楽しい気風に満ちていると思います。

人材育成にも積極的で、外部講師を招へいしての研修を行っています。例えば心理カウンセラーの先生からコミュニケーションの仕方やストレス対処法、関係者に気持ちよく動いてもらうためのコツなどを学びました。大学の経営学の先生にアドバイスをいただいたり、また、NTTスマイルエナジーの大使として音楽家の坂本龍一さんやゲームクリエイターの飯野賢治さんにご協力をいただいたりと、当社は社員の人脈を通じてさまざまな方々に支えられています。

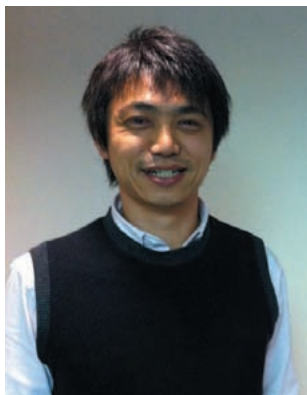
エネルギー情報の用途を さまざまな方面で模索し、サービスに

事業企画部 兼 営業サービス開発部課長 山田裕也さん
営業サービス開発部課長 猪原祥博さん

業務における支障はすぐ解決 小回りの利く会社ならではの柔軟さ

◆ご担当業務について教えてください。

山田さん：「エコめがね」のサービスを立ち上げたところなので、円滑な業務フローやパッケージングをつくっていくのが仕事です（図2）。私たちの扱っている商品は「売りやすいかどうか」が肝ですから、スムーズに流れるB to B to Cの商流をつくろうと努力しています。ただし、現場を知り尽くしているわけではないため、試しては変えて試しては変えてを繰り返しています。



山田裕也課長

例えば、センサを設置する際に無線LANからインターネットに飛ばす必要があるのですが、電気工事の方が必ずしも通信に明るいわけではありません。そこで、いかに簡単に工事をしてもらえるようにするかを考えて、工事用のマニュアルをつくったりヘルプデスクを設置したりしています。マニュアルは、エラーが起きるたびに次に同じことが起こらないための変更をトライアンドエラーを繰り返しながら改善を続けています。

◆営業活動はどのように行われていますか。

山田さん：営業担当とシステム担当が4名ほどのチームを組んで、太陽光パネル販売事業者を対象とする説明会を週2回ほどのペースで実施しています。幸いなことに引き合いが多く、効率的に説明を行うために、一度に複数の事業者へまとめてお話します。東京、大阪、名古屋、福岡、仙台、長野など全国のさまざまな場所へ出向きますが、東京では多いときには30～50社、地方でも少なくとも5社は集まってもらえますね。参加された事業者のうち、3分の1は実際に契約してくれます。

説明会の内容についても参加者アンケートを見て悪いところはどんどん変えていきますので、今ではずいぶんス

ムーズに進行できています。なお、説明会のお知らせを送るために展示会で事業者の名刺をたくさん集めるようにしています。先日の「PVシステムEXPO 2012」では3日間で約8,000人と、展示会への来訪者の10分の1の名刺を集めることに成功しました。

◆「B to C」型の販売はされないのでしょうか。

猪原さん：2011年11月のサービス開始時点ではB to Cのかたちでした。しかし12月に「PV Japan」にB to C、B to Gをターゲットに出展したところ、B to B事業者たちから思わぬ引き合いがあり、そこでB to Cの広告宣伝をB to Bに転ずる戦略に変更しました。サービス開始までB to Cでずっと構想を練っていたのですが、市場のニーズに合わせ、方向転換しました。B to Bは10年分のサービス料が初期費用に含まれており、先にお金をいただけるビジネスモデルなので魅力がありますし、今は順調なのでいけるかなと思っています。



猪原祥博課長

エコめがねのバージョンアップや ニーズに合ったサービス創造に取り組む

◆今後の事業予定をお聞かせください。

山田さん：2012年度もB to B to Cを中心に進めていくのは変わりありません。ただ、このサービスは進化していくことが大事。ずっと使っていただくための、飽きさせない工夫として、Ver. 2、Ver. 3を開発していくつもりです。営業を行いながら声を拾って、ニーズに合ったものをつくり上げた



図2 エコめがね画面

いです。また、当社のモニターを最初から太陽光パネルとセットにしてもらえないかと考え、メーカーへの説明も始めています。メーカーからは「発電量の診断を出すのはちょっと…」という躊躇の声も聞かれますが、最初からセット販売にしてもらえれば楽なので、商談を進めていきたいです。

猪原さん：2012年5月にリリースしたばかりの、「エコめがね i」があります。販売業者とデータをシェアできるサービスです。これによって自社のユーザデータをWebで見られるようになり、保守サービスへの活用等、売り手側にもメリットが生じます。

◆将来的な夢はありますか。

猪原さん：エネルギー情報を収集・使用すれば、いろいろな面白いことができると思います。私たちがエコめがねから始めたのは太陽光パネルがたまたま入りやすい事業領域だったから。つまり、これは第一歩です。次のステップとして、エネルギーデータを指標として生活リズムなどを見るライフログとして活用できないかと思っています。例えば、ある社員の家に試しにデモ機を設置した際に、彼が遅

刻したとき、「ひょっとしてまだ寝ているのではないか？」とエネルギーデータを確認したことがありました。

山田さん：これからは電力の自由化が進み、また新たなさまざまなサービスが誕生すると予想されます。「エネルギーの流通」という概念も生まれてくるのではないのでしょうか。例えば、親の家で発電したものを、子どもの家で使えるようになるとか…。新しい流れができてきたときに、しっかり商売ができるポジショニングを取っておきたいと考えています。今ほどエネルギーが注目されている時期はないかと思いますが、一時の盛り上がりにとどまることなく、エネルギーと人の未来が拓けていくことを願っています。

猪原さん：そうですね。今までは発電所から利用者への一方通行だったものが、これからオープンになり、さらには双方向になる可能性があります。これはちょうどインターネットができたときと同じ。NTTグループはあれからさまざまな経験をしてきました。今回も本当に何が起こるか分かりません。「何があるか分からないからこそ、いろいろやってみる」というチャレンジ精神を保ち続けます。

(インタビュー：村上百合)

NTTスマイルエナジー ア・ラ・カルト

■「PVシステムEXPO 2012」に出展

2012年2月29日～3月2日に東京ビッグサイトで行われた「PVシステムEXPO 2012」。NTTスマイルエナジーでは「祭り」をテーマに社員がはっぴ姿で参加。「他社と違うことで目立てるように、特注のめがね型チョコや綿あめを配ったりしました」と語る山田さん。大勢の方が足を止めて趣向を楽しんでくれたそうです。

■社員みんなで「Trick or Treat」

昨年のハロウィンでは社長をはじめ、スタッフ全員で仮装を行ったそうです(写真1)。もちろんミーティングの際もそのまの姿!「まじめな議論とのギャップが面白かった」と猪原さん。

■週に一度、自分たちでお掃除

NTTスマイルエナジーのオフィスには廃材を活かしたテーブルや大きな植木鉢などの緑がたくさん(写真2)。エコロジーを考える会社にふさわしいインテリアです。この素敵なオフィスを週一度、スタッフ全員で端から端まできれいにするのだとか。

■来客をインスタントカメラでパチリ

本人の承諾があれば、打ち合わせなどで訪れた来客をインスタントカメラで撮影して、コルクボードにどんどん貼り付けていきます(写真3)。まるで賑やかなフォトアルバム。もちろん取材に行った私たちの写真も飾られています!



写真1 ハロウィンには全員仮装で



写真2 廃材を活かした家具



写真3 壁がフォトアルバムに