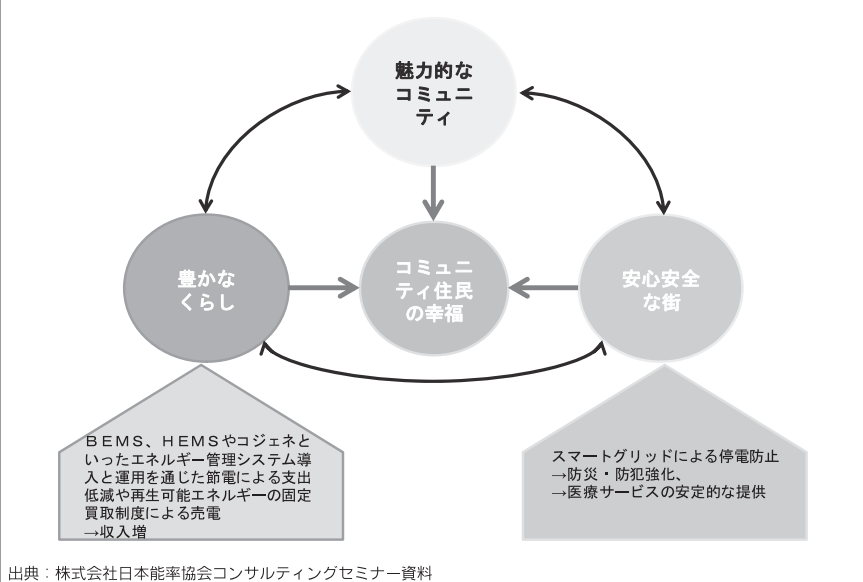


寄稿 スマートコミュニティ実現に向けた取り組みと課題の実際①

日本能率協会コンサルティング(JMAC)マーケティング本部 コンサルティングプランナー 江原 央樹

コミュニティ像の提示が推進には不可欠



出典：株式会社日本能率協会コンサルティングセミナー資料

前回(2012年10月1日掲載)で取り上げた国の技術実証の取り組みは、スマートコミュニティにおけるハード的要素におけるエネルギーマネジメントシステム(以下EMSと呼ぶ)実現のための実証であり、このEMS構築の最終目的は、再生可能エネルギーの活用による低炭素社会化及び、限りあるエネルギーを有効に使う省エネの実現である。

しかし、このようなシステムを導入するにはそれ相応の費用がかかるため、導入費用を誰が負担するのか問題になる。新興国のように新しい都市開発は別として、



未来像の明確な提示がEMS導入を後押しする

先進国、ひいては我が国においては、これまでのように税金によって賄うことは、高齢化の進展に伴って支障をきたすことなく日常生活を送ることができるといふ利点があるため、EMSを導入する動機づけとなるのである。

また、自治体の独自の取り組みとして、岐阜県では、自動車などが不可欠であり、かつカンリンスランド過疎である中山間地域の地域において家庭で充電できる電気自動車および充電ステーションの導入検討がされている。これもまた、燃料を手軽に入手できる移動手段が必要とされているという地域の課題解決が導入の動機



4 実証事業の一つ、北九州市東田地区

スマートコミュニティ実現に際してEMS導入といった事業を推進するにあたっては、地域の住民や企業が費用負担する動機づけや利点を加味する必要がある。つまり、コミュニティにおけるソフト的要素(暮らし・雇用、歴史、文化、伝統、人的ネットワーク等)に基づく地域の問題や課題を把握しその解決策を検討することが必要なのである。

自治体関係者の方の言葉を借りれば、地域の問題や課題を解決することによって、最終的には安心・安全な街、豊かな暮らし並びに魅力的なコミュニティの実現が求められているのである。

事業検討をする企業にとって、地域の問題や課題を自社の製品やサービスだけで解決することは難しく、他の企業、自治体や地域の自治組織等との連携が必要になる。しかし、言うは易く、行うは難しである。社外の連携は言わずもなであるが、そもそも自治体向けの事業を行ったことがなかつたり、社内で事業部門が異なったりして検討が進まないといったケースをよく耳にする。その打開策として、三つの取り組みが考えられる。

一つ目は、スマートコミュニティが実現した社会を具体的に構想すること。弊社では未来構想と呼んでいるが、これにより、ある地域の住民や企業が何に悩み、何が必要とされるのかを実感を持って認識する視点と共通認識が組織的に得られ、想定顧客をターゲットしやすくなる。

二つ目に自社の技術・製品・サービスの顧客価値を再度精査し、スマートコミュニティ向けの新商品・ソリューションの仮想カタログをつくること。スマートコミュニティという視点から自社の技術・商品(製品・サービス)を組み合わせ、新たに企画・開発が必要領域を明確にすることができる。また、仮想カタログという形で新商品・ソリューションを顧客にも分かりやすい形で見せるようにすることで、顧客へのニーズ確認や初期提案の行動が取れるようになるのである。

三つ目に、顧客とのやり取りを通じて仮想カタログをより現実的なカタログに練り上げた後のビジネスモデル検討である。顧客のニーズには自社だけでは実現できない部分が当然出てくる。その点をどのように補完するのか。あるいは二ニーズだけに答えても他社を凌駕するような魅力的な商品にはならない場合もある。

儲かる商品にするにはどうしたら良いか。これからは、自社の強みを活かし、弱みを他社との連携により補完する新しいビジネスモデルの検討が必要となるであろう。