

ビジネスモデル変革による サーキュラー・エコノミーへの貢献

パナソニックグループでは、喫緊の課題であるカーボンニュートラル実現への取り組みを加速するとともに、持続可能な社会に向けた必須要件であるサーキュラー・エコノミーについても様々な取り組みを進めている。持続的な資源循環を実現するために家電リサイクルを中心とした樹脂や金属の資源循環の高度化を図る一方、さらにサーキュラー・エコノミーへの移行のためのビジネスモデルの革新を図ることも重要であると認識している。サーキュラー・エコノミーへの移行には、これまで製造業として培ってきた様々な仕組みの変革が必要であり、取り組みの多くは試行の段階であるが、今回は「価値提供サービス」として社内でも先進事例であり、事業として拡大しつつある「あかりEサポート」と「Eスターボ・シーズ」の2つの事例を紹介する。

あかりEサポート (あかりの価値提供サービス)

「あかりEサポート」は、2002年に開始した「あかり安心サービス」に続くものであり、まず「あかり安心サービス」から紹介する。「あかり安心」は蛍光管を売るのではなく、あかりの価値を提供するサービサイジング型のビジネスモデルであり、蛍光管の設置・交換・リサイクルなど全てパナソニックが責任を持って行うスキームである。特に使用後の蛍光管をパナソニックが回収し、有害物である水銀の適正処理だけでなく、口金ガラス、蛍光体に選別しリサイクルするもので、中でもガラスについては、ガラスカレットを再びガラスメーカーに戻して、蛍光灯のガラス原料として再利用する水平循環も実現した。2004年第1回のエコプロダクツ大賞を受賞した、まさにLaas (Lighting as a Service) の先駆的なビジネスモデルであった。その後、照明のLED化という大変革があり、対応した新たなビジネスモデルとして、「あかりEサポート」の提供を開始した。

あかり利用のライフサイクルは、機器の導入から契約・工事、利用、そして再度の更新となるが、その中で、ユーザーニーズとしては、機器選定、費用支払い、故障時の対応、廃棄などがある。「あかりEサポート」ではこのようなライフステージごとのニーズに対してソリューションを提供する。

「あかりEサポート」が、「あかり安心」と異なる点は、消耗品交換ではなく、照明器具全体のサービスマodelであることである。主な特

パナソニック
産機システムズ
新事業開発本部本部長

藤田卓也

ふじた たくや



パナソニック
ETソリューションズ
企画部総括部長

田島章男

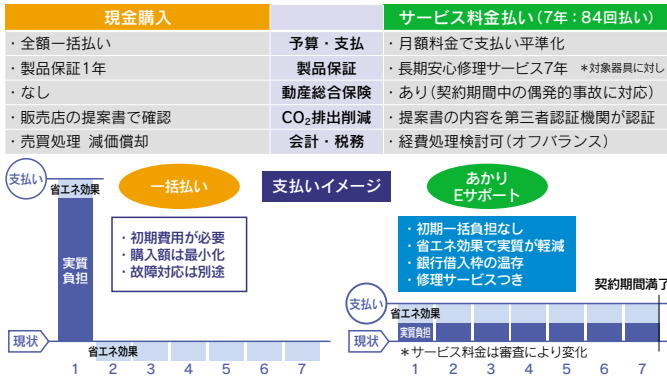
たじま あきお



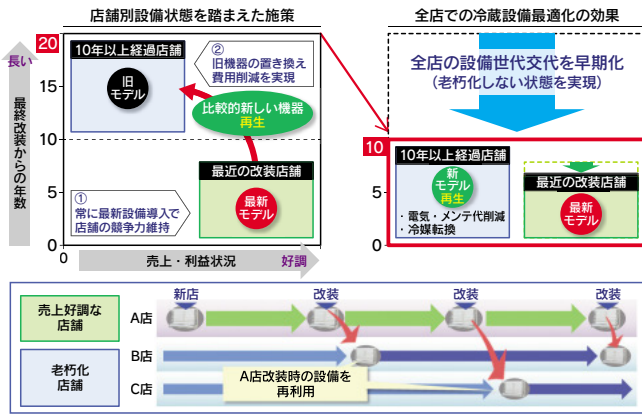
徴としては、定額による機能提供型サービス(オフバランス検討可能)であり、さらに安心修理サービス(7年間)、効果提案を第三機関が確認するCO₂削減認証サービスなどがある(図表1)。

特に蛍光管をLED照明に替えたい事業者にとって、機器をLED化する際の設備導入費用を計上することなく導入が可能であり、かつ電気代が大幅に削減できるため、現在の電気代の削減分を月々の支払いに充てられる。新築時でも照明器具の所有者を分離することで、上昇する建設コスト対策にも有効となる。さらに高効率照明にすることによりCO₂の発生が削減されることも大きなメリットとなる。「あかり安心」からスタートした「あかり」

図表1 あかりEサポートによる顧客メリット



図表2 店舗チェーン全体でのリファーマシユ活用



修理や改装による交換などを経て5、25年程度の使用期間があるが、全ての要冷機器が廃棄時に同じような老朽化具合にあるのではなく、年使用した機器でも使用環境やメンテナンスの違いにより老朽化具合にはかなりの差が生じる。

そのため、高度な循環スキームを実現するためには、
 ① 適切な維持管理を行うためのメンテナンス(老朽化を防ぐ)
 ② 故障(もしくは壊れる前に)を素早く修理するサービス(早期交換を防ぐ)
 が不可欠となる。

この①②を実現するためには、これまでの機器販売ではなくPaas(Product as a Service)として食品を安全安心に冷やし続けるという「冷やす価値サービス」をファイナンスまで含めて提供し、クラウドサービスを駆使し(遠隔で機器使用状況の監視、故障予測、エネルギー制御、機器の台帳管理など)リファーマシユ活用できる機器を管理する必要がある、「エスクーポ・シリーズ」として、サービス提供を行っている。

また、この取り組みを最大化するためには店舗単位の観点で施策するのではなく、保有する全店舗の面で取り組む必要がある。すなわち競争力を最大化するために戦略的に投資し、リファーマシユ機器を生み出す店舗の人口と、故障しがちでエネルギー効率の悪い店舗の出口で機器の配置を最適にコントロールすることでチェーン全体の高位平準化を実現する(図表2)。

パナソニック産機システムズは、このようなリファーマシユスキームを活用した「冷やす価値」の提案・提供により顧客の事業に貢献を図るとともに、さらにサーキュラー・エコノミーの推進においてもメーカーとしての責務を果たしていく所存である。

パナソニック産機システムズは、様々な生鮮食料品を安心安全に供給するために欠かせ

エスクーポ・シリーズ
 (冷やす価値の提供サービス)

の価値提供サービスは、「あかりEサポート」となりより価値を高めているが、まだ進化の途上にある。今後想定するサービスとして、使用状況に応じた光度調節や遠隔監視、リサイクルおよび資源の循環スキーム提供などによりさらに顧客メリットを向上させるとともに、サーキュラー・エコノミーへの貢献を図るべく取り組みを進めている。

ない冷凍冷蔵ショーケース(以下:要冷機器)を製造販売している。
 現在この要冷機器は資源↓製造↓販売↓消費↓廃棄というリニアエコノミーのサイクルの流れが一般的である。廃棄物を出さないサーキュラー・エコノミーの観点から製造物の設計・素材の変革はメーカーとして今後の課題であるが、第一段階として既存店が市場にある製品のリファーマシユなどの高度な循環スキームを確立させていくことが重要と考えている。これまで要冷機器はメーカーから販売された後は使用者が設備の維持・管理を行うのが一般的である。設備のライフサイクルでは故障等による修理や改装による交換などを経て5、25年程度の使用期間があるが、全ての要冷機器が廃棄時に同じような老朽化具合にあるのではなく、年使用した機器でも使用環境やメンテナンスの違いにより老朽化具合にはかなりの差が生じる。