

中部電力ミライズ×三菱商事で暮らし全般サービス DX に挑む

地域が持つ課題に向き合い、データからニーズを探る。地域と企業と人をつなぐ、中部電力ミライズコネク



今回、座談会にご参加頂いた中部電力ミライズコネクの皆さま。写真右から秋山光輝さん、平岡武志さん、平野恵梨さん、関貴之さん。



しようか。

秋山 事業基盤は地域のエネルギーを支えてきた中部電力の顧客基盤です。人口減少やエネルギーシフトが起きていくなかで、電力会社の事業環境の変化も生じている。将来の成長をどう取り込んでいくか。地域の顧客に役立つことを何かもつと提供できないか。三菱商事と組むことでより加速度的にサービスを作って提供できないか、というところから、このパートナーシップは生まれています。電気・ガスを提供する関係の起点・基盤として、地域に住む方々に寄り添い、より快適に、幸せな人生を歩んでいけるような暮らし全般のサービスを提供していきたい。社名のコネクには我社のそうした思いを強く込めています。まだ手探り状態ですが、顧客についてもっと知る基盤を整えるところから始めています。

——暮らし全般サービスはすでに他社でもやっています。どうですか、どう差別化するのでしょうか。

秋山 中部電力の顧客データを活用します。中部電力は地元での知名度も高く信頼も厚い。その名前が社名に入っているの、信頼を得やすいと考えます。いろいろな

サービスを提供して使ってもらい、そこからフィードバックされたデータを活用し、IoT技術などを使って見える化し、さらに必要な分析を加えることで潜在的なニーズも見えてくる。そうした検証サイクルを何度も繰り返しながら顧客のニーズを着実に具現化させていくことで、いま必要なサービスだけでなく、5年後、10年後に必要なものを先回りしてご提案させていただく。すでに、ライフデザインサービスや保険商品の仲間など金融関連サービスは始めていますが、顧客に寄り添い、ライフイベントに合わせて、家計の見直しや資産形成に最適なご提案をしていく。それによって、中部電力や中部電力ミライズの付加価値にもつながっていくものを提供していきたいですね。

暮らしの多様化・高度化が進むなかで、中部電力ミライズコネクトが取り組むのは、地域の高齢者の見守りや子育て支援、食や健康などをテーマに、家族の絆やつながりを育むサービスだ。DX(デジタルトランスフォーメーション)をキーワードに、最新のデジタル技術を駆使して顧客に生涯寄



片桐圭子
AERA 編集長

り添う。目指すは「新しいサービスとDX・マーケティングとの融合」。設立時に重点分野に掲げた「金融」「見守り」「リテール(小売り)」のうち、「見守り」「リテール」サービスを2022年春からスタートさせる。

——「DX・マーケティングとの融合」とは具体的にどういうことですか。

平岡 我々が目指しているのは、電気・ガスの使用を通じてフィードバックされた情報から、デジタル技術によって、顧客が必

要としているニーズを探り、ライフイベントに応じた最適なサービスの構築・提案をするというものです。中部電力ミライズでは、電気・ガス契約者に、家庭向けWEB会員サービス「カテエネ」を提供しています。会員は使用量の見える化やポイント付与、会員限定の優待が受けられる。我々はここから得られる情報と家庭の電気・ガスの使用量のデータとを掛け合わせて、顧客の状況を理解します。たとえば、子育て世帯や共働き、単身などの世帯情報のほか、使用量の変化に応じて、ライフイベントなどの変化までが、世帯の推計モデルから把握できます。今後、世帯の変化のタイミングでサービスを提案することができれば、課題解決にもつながるのでは、と考えています。

中 部電力ミライズコネクトは、中部電力のエネルギー販売子会社「中部電力ミライズ」が51%、三菱商事が49%出資して、2021年4月に設立されたベンチャー企業だ。中部電力ミライズの持つ顧客基盤と三菱商事が持つ産業ネットワークや小売り・物流の知見を掛け合わせ、新たな成長を実現していくという。

——新会社設立の背景や手がける新サービスなどについて、秋山光輝社長、マーケティング本部の平岡武志さん、事業開発本部の平野恵梨さん、関貴之さんの4人に聞いた。

——中部電力ミライズコネクトは何をするために設立されたので

※この座談会企画は感染症予防対策を講じた上で実施しました



電力使用パターンから 高齢者の異変を感知

——春から見守りと買い物代行事業の新サービスがスタートしますね。

関 見守りサービスは、通信機能を持った次世代電力計「スマートメーター」を設置し、見守りたい高齢者宅の電気使用量に異変が生じたときに、離れて暮らす家族などに知らせるサービスです。いつでもスマートフォンアプリから、高齢者に異変がないかを確認できます。電力メーターは朝起きて電気をつけ、電気ケトルでお湯を沸かす、といったことも感知できます。

——日々の電力使用のパターンから、状況の変化がわかるのですね。
関 はい。しかも、カメラやセンサーといった追加の機器の設置もありません。ですから、高齢者側の心理的なハードルも低い。この見守りサービスを活用して、離れて暮らしているご家族同士のコミュニケーションを促進できるようなサービスも考えています。かなり実証なども進んできていますが、オフィスで考えていても埒があかないことも多いです。実際に使っていただく顧客の声をいかに集めることができるか。「煮詰まったら、顧客の声を聞く」とい

うのが大事ですね。
平岡 マーケティングの側面から見ても、データだけでは顧客の顔は見えないです。データだと相関関係は見えても、因果関係は生の声を聞かないとわからない。仮説を立てた内容が合っているか、アンケートやインタビューなどでできるだけ顧客の生の声を聞くよう心がけています。

ネットリテイルサービスは コストコ人気商品から

——買い物代行事業のスタートは会員制倉庫型店「コストコ」から。

地域の顧客が相対する 社会課題に向き合い、 DXで的確な ソリューションを。

平野 専用アプリからご注文いただいた商品をお客様のお宅にお届けする買い物代行サービスですが、コストコでもとくに人気のあるお惣菜や生鮮食品を含めた幅広い商品を取り扱う予定です。どなたで

もご利用可能で、メリットとしては人気の商品が買えることや、大きい商品、重い商品なども運ぶ手間がないこと。商品の配送はまずはコストコ岐阜羽島倉庫店から行います。コストコ倉庫店での買い物楽しさをご自宅にしながらアプリ上で体験してもらえたらと思います。

——このサービスは中部電力ミライズの顧客限定ですか？

平野 徐々に配送エリアを広げていく予定ですが、配送エリアにお住まいの方ならどなたでもお使いいただけます。ただ、カテエネ会員には、会員限定のクーポンの発行やポイント付与などでメリットを感じてもらえる設計にしていきたいです。

秋山 コストコ買い物代行事業は多くの方に利用していただいているので、使いやすさを重視しています。地域の皆さまの買い物

の不便を解消したい。東海地区のほかのスーパーや地元小売店にも事業を広げ、他にはない地域密着型サービスを作っていきたいと考えています。

出身は違っても

フラットに議論

共通目標は

「暮らしに役立つ」

新会社が設立してまもなく1年文化も環境も違う2社が集まったさまざまなバックグラウンドや経験を持つ若手社員たちが活躍中だ。新会社として、コロナ時代の柔軟で新しい働き方も実践中という。オフィスの雰囲気や働き方などについても聞いた。



データを探り ライフイベントに 応じた課題解決へ。



平岡武志
マーケティング本部
マーケティング部課長(企画・運営統括)

子育て世代の 食事の利便性を 高める旗振り役に。



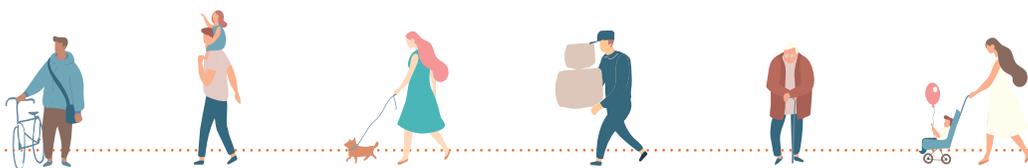
平野恵梨
事業開発本部リテイル事業部課長

関 非常に働きやすいです。新規事業なので、チームでのディスカッションも多いのですが、若手でも自由に意見しやすい。会社としての規模はまだ小さいので、プロジェクトの縦割りもなく、社長や取締役とも関係が近いですね。
平岡 誰ともフラットに話ができますよね。「暮らしに役立つ」と

——働く場所として、中部電力ミライズコネクトはいかがですか？
平野 すごくオープンな会社だなと思います。常にいろいろな人が出入りしていますし、事業部間の打ち合わせなどで基本的にいつも賑やかですね。コロナ禍以降はリモート会議が増え、自宅や移動先から参加が可能になりました。いまは子どもが体調を崩しても、自宅からリモートで参加できるのですごくありがたいです。
——最若手の関さんはいかがですか。
関 非常に働きやすいです。新規事業なので、チームでのディスカッションも多いのですが、若手でも自由に意見しやすい。会社としての規模はまだ小さいので、プロジェクトの縦割りもなく、社長や取締役とも関係が近いですね。



秋山光輝
代表取締役社長



“顧客に寄り添う会社” 地域に不可欠な 価値あるインフラ事業を

というのは、部署に関係なく、我々の共通の目標。同じベクトルに向かって開通に話ができるところがいいなと思います。

若者や女性目線の情報収集も必要

——皆さん、出身母体はあまり意識されませんか。

平岡 意識していませんね。出身に関係なく、意見を言い合えているな、と思います。

関 出身母体に関係なく、日々どんどん議論して、考えながら動き続けなければならぬので、失敗を恐れている暇もありません。懐の深い上司ばかりなので、そこも

でも感謝しています。

秋山 コロナ禍で懇親会などができず、お互いの距離を縮めることができずにきてしまったので、そこがいまの課題かもしれません。

平岡 いつも似たようなメンバーが集まると、男性目線の偏ったサービスになりがち。若い人たちが使っているアプリや、女性の目線からの意見は非常に参考になります。そうした意味でも昼間のミーティングだけではなく、懇親会等での情報収集も必要かなと思っています。

顧客に寄り添い続け 地域密着サービスを追求

煮詰まったら、
 顧客の声を
 聞くことが大事。



関 貴之
 事業開発本部ライフケア事業部主任

——若手の皆さんで、将来やってみたいことなどはありますか？

関 最近はマンション居住者も増えて、収納場所がなくて困っている人も多いですね。個人的には中部電力グループのアセットを活用したトランクルームのサービスも面白いかなと思っています。

平野 ワーキングマザーとしては、子育て世代の食事の利便性を高めたいですね。私自身、いかに家族とのコミュニケーションをとりながら、罪悪感なく手間を省いておいしい料理が作れるかが日々の課題です。たとえばコストコの半調理品は、少し手を加えるだけで食卓が華やかになる品が多くあります。食を通じて、子育て世代の課題解決の旗振り役になりたいです。

——半調理品は便利ですね。家庭の味にどうカスタマイズするかが課題でしょうか。

平野 そうですね。どこまで省いて、どこから手を加えたいかは、人によって違うかもしれません。

秋山 世代によっても違いますよね。私も東京から名古屋に来て9カ月ですが、八丁味噌に魅了され、味噌煮込みうどん、土手煮などもうまいなあ、と。半調理品に家庭の味を求めるなら、地域の味噌を使うなどの手間を加えた商品開発もいいかもしれません。

——10〜20年後の御社のイメージ

はいかがでしょうか。

秋山 事業基盤である中部電力は地元からの信頼も厚い、地域密着型企業です。おそらく100年後もこの地域から離れることなく、地域に貢献していくでしょう。当社としても、地域の顧客に寄り添って、必要不可欠な、価値あるサービスを作っていきたい。中部電力の社員にとっての「インフラ」「三菱商事の社員にとっての「事業」は特別な言葉です。地域のインフラとなる事業を作って展開していく。それが将来のイメージですね。将来的には、ここでのビジネスモデルを他の地域とシェアしていければと考えています。

AERA 編集長 片桐圭子の編集後記

中部電力と三菱商事。母体は歴史ある企業ですが、中部電力ミライズコネクはいい意味でそれを感じさせない会社でした。柔軟で身軽。暮らしを便利にするサービスを提供するという目標が浸透しているから迷いが無い。ここに「寄り添い続ける」覚悟が加わって、私もサービスを使ってみたくまりました。