

「生活者視点で斬る環境・エネルギー最前線」（第12回・最終回）

～環境・エネルギーの「新しい時代」における作法～

副主任研究員 佐々木努

これまで11回にわたり、昨今話題となっている環境・エネルギーのトピックスを生活者視点で紐解いてきた。最終回である本稿では11回の論考を振り返りながら、環境・エネルギー分野において生活者視点を取り入れるための心得を改めて検討し、本連載のまとめとしたい。

### 将来の環境・エネルギーをめぐる社会像

本連載では冒頭のリード文に、おおよそ10～20年後の環境・エネルギーを取り巻く将来を描いてきた。その内容をまとめると図のようになる。

図 10～20年後の環境・エネルギーを取り巻く社会像

<p>&lt;技術の未来&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・メガソーラーや風力発電、バイオ燃料など再生可能エネルギーが伸張</li><li>・素材原料でもバイオディーゼルなどの石油代替品の役割が増加</li><li>・スマートハウスやスマートシティなどの技術が確立</li></ul> <p>&lt;政策・仕組みの未来&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・需要家による電源の選択やエネルギーの融通、個人による発電事業への投資活動が一般化</li><li>・省エネ・環境活動が全うに評価される仕組みが整備</li></ul> <p>&lt;生活者・外部環境の未来&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・環境・エネルギー分野の取組と社会のトレンド（コミュニティ、所有から共有など）が結合</li><li>・環境・エネルギー分野に高い関心を払わざるを得ない状況（気候変動など）が深刻化</li><li>・環境・エネルギー分野への関心の高い生活者や高い透明性を確保した企業が増加</li></ul>
--

改めて将来の社会像を振り返ってみたとき、その絵姿をリアリティーを持って想像することができただろうか。われわれの想定に関して様々なご意見をお持ちになったことと推察するが、その多くは技術や政策・仕組みに関するものではないだろうか。

ここに本連載であぶり出したいと考えている「環境・エネルギー分野の活動を進める上での作法」のヒントが隠されているのだ。それでは、その作法とは一体どのようなものなのだろうか。

### 生活者不在の環境・エネルギービジネス

環境ビジネスの需要創造の要素は「技術」「政策や仕組み」「生活者の意識」の3つである<sup>1</sup>と言われており、先に示した将来像もこの3要素で整理した。面白いことに、この3つは等価なものではなく、往々にして技術と政策に偏ったビジネス創出がなされ、生活者の

<sup>1</sup> 足達英一郎、「環境経営入門」、日本経済新聞出版社、2009年

意識から生まれたビジネスはほとんど見られない。

#### ■技術・政策の偏重

これまでの環境・エネルギービジネスでは、技術論や政策論を前面に議論することが多かった。高性能だが高額な機器を販売するために、厳しい規制や補助金を用意してビジネス化するというこの分野のビジネスの歴史がそれを物語っている。例えば、昨今の電力需給を巡る対応でいえば、現時点では費用対効果が悪い蓄電池での対策に期待を寄せたり、電気事業のあり方を見直したりするなどの技術・政策論がそうだ。

#### ■生活者の意識の軽視

「生活者（消費者）の意識が変化することで世の中が変わる」との主張を真に受けている企業は少ないし、政府の認識も低い。環境・エネルギービジネスの訴求方法を見れば、そのことがよく分かる。例えば、環境・エネルギー関連の商品やサービスでは、環境性能の訴求には価格や性能ほどの力点は置かず、「地球に優しい」や「エコ」という言葉で飾り、流行やファッションなどとしてイメージ先行のコミュニケーションを行ってきた。

こうした技術・政策志向や生活者軽視の姿勢では、生活者起点でビジネスを創出したり、生活者の変化の兆しをいち早く察知しビジネスに活かしたりすることは叶わない。「エネルギーを売って儲ける企業が顧客にとって最適な省エネ提案などできるのか？」という生活者が抱く疑問は、新しいビジネスの芽になりうるかもしれないが、今の世の中ではおざなりにされてしまうのだ。

それでは、今後も生活者の意識からビジネスが生まれることはないのだろうか。企業は従来通り、生活者不在のスタンスでいけば事足りるのだろうか。

#### 目利き能力を増した生活者の台頭

生活者不在の時代は東日本大震災とともに終焉した。計画停電や昨夏の節電の経験、原発事故などを通して、環境・エネルギー問題は暮らしの基盤であり、「流行としてのエコ（環境）やエネルギー」では生活できないことを生活者は痛感したのである。

そして、技術や政策に対する生活者の関心や理解も格段に進歩した。例えば、「家庭においてエネルギーを最も多く消費している用途は何か？」という問いに対して、東日本大震災前の生活者の大半は冷房あるいは暖房と答えたそう（実際の答えは給湯や照明・家電）<sup>2</sup>。それが昨夏の節電に取り組んだ今ではどうだろう。多くの生活者がエネルギー政策の評論家のごとく政府の施策に意見を持つようになり、家庭でのエネルギー構造やエネルギー機器などの技術的な知識も随分向上した。生活者の意識がビジネスを生み出すための素養が出来上がりつつあるのだ。

---

<sup>2</sup> 東京理科大学 井上隆教授によるアンケート（前真之、「エコハウスのウソ 第2回 冷房のエネルギーが一番？」、日経アーキテクチャ 2011年5月25日号より）

もちろん、技術や政策面での支援は今後も欠かせないし、生活者の目利き能力が増したからといって全てを理解し判断できるわけではない。こうした状況でビジネスを進めるには、生活者の声を技術や政策に取り込んでいくことが必要である。そのため、政府や企業の役割は今以上に重要になるはずだ。

生活者の意識の向上は、この分野で長く携わってきた者に意識改革を迫るだろう。それでは、生活者の意識に立脚したビジネスを実現するための意識改革とは何で、生活者の求めにはどのように応えていけばよいのだろうか。

### **環境・エネルギー分野における作法**

ドラッカーは、著書『ネクスト・ソサエティ』の中で「組織にとって最も重要な情報は、顧客ではなくノンカスタマ（非顧客）についてのものである」と述べている。一方で、環境・エネルギー分野は全ての人の暮らしに関するものであることを考えると、この分野は「ノンカスタマ不在」ということになる。つまり、拡大解釈すれば、ノンカスタマを持たない環境・エネルギー分野は重要な情報を知る術を持っていないということになる。

この文脈で言えば、生活者の意識の向上はノンカスタマ出現と同義と捉えることができる。家庭や企業、地域においてエネルギーの自給を目指す動きや、少々価格が高くてもグリーンな電気を買いたいという動きは、既存のエネルギー企業にしてみればノンカスタマ出現の一例である。技術や政策一辺倒でカスタマさえ意識してこなかった企業にとって、ノンカスタマまでもが出現したことに戸惑うことは当然だろう。しかし、時代や変化を映し出す重要な情報源を手に入れたと解釈すれば前向きに受け入れることは可能だ。

しかし、こうした動きを「新しい電力供給の世界の幕開け」として捉えるだけでは、あまりに表面的である。生活者は新しい電力供給の世界の扉をノックしたに過ぎないのである。移行の是非の判断にかかるプロセスで企業や政府と生活者との対話がなされることで、元通りに戻るということもありえるだろう。結論ありきの技術・政策論で進められてきた環境・エネルギー分野が、途中でその是非を判断できる機能を獲得したと捉えることが重要なのだ。生活者の意識は答えをもたらしてくれる処方箋ではないのだ。生活者との距離感を見失ってもいけない。

今向かおうとしている環境・エネルギーの世界は、技術や政策の力だけで達成できる程やさしいものではない。生活者の力を借りなければ到達できないものだ。これまでないがしろにしてきたものとともに答えを見出していくには、相当な努力と意識改革が必要になるだろう。企業や政府自らが生活者や暮らしに寄り添い、暮らしを起点とした説明を丁寧に行うことなどが具体的な作法になる。

本来、環境・エネルギー分野は生活や暮らしを支えるものであるはずだが、この分野はそれを最も苦手としてきた。だからこそ、苦手を克服できたとき、この分野の未来は明るいものになるだろう。

以上