

### ゼロボード、GHG可視化ツールのデファクト化へ展開急ぐ 1,300社が採用、大手企業とも次々提携

GHG排出量算定・可視化クラウドサービス「zeroboard」を展開するゼロボード。代表の渡慶次道隆氏は、世界有数の金融機関、国内大手商社を経てA.L.I Technologies在籍時に同サービスを考案、MBO(マネジメント・バイアウト)により独立しゼロボードを設立した。ベンチャーながら大手エネルギー企業などと次々に提携し、既に1,300社で採用されている。同社のビジネスモデルや目指す姿を渡慶次氏に聞いた。

#### 一なぜA.L.I.から独立したか

**渡慶次** ハードテックに強みをもつのがA.L.Iという企業である一方、私が担当していたエネルギーソリューションズ事業はソフトウェアの受託開発、コンサルティングが中心だった。

2020年の前半、新型コロナウイルスの影響で案件が減少し一度立ち止まった時、私がこれまでやってきた金融やエネルギーテック関連の自社ソリューションを立ち上げようと思いついた。

社会課題の解決に資するサービスは何かと考えた際、GHG排出量の可視化へと行き着いた。最初はA.L.I.の一つの事業本部として進めることも考えたが、ニーズが非常に強いことがわかった。一方、スタートアップ企業がハードに加えソフト事業にも注力すると、投資家は「何に投資しているかわからない」状況になり、企業価値を棄損しかねない(コングロマリッド・ディスカウント)。そのため、MBOによりゼロボードとして独立した。

#### 一開発の経緯は

**渡慶次** 最初は環境価値取引のプラットフォームというアイデアをユーザー候補に話したところ、「将来的には面白いが、まず排出量を把握できていない。(環境価値を)どの程度買えばいいかわからない」という答えが返ってきた。これを受け「排出量開示のニーズはある」と思ったが、一方で自分でもまだ半信半疑だった。

2021年3月、A.L.I.時代だが、京セラやREXEVと、神奈川県小田原市の



渡慶次氏

地域マイクログリッド事業紹介で展示会に出展する機会があり、その際に新プロダクトとしてzeroboardを発表したところ、多数の引き合いがあった。世の中のニーズ、市場の大きさを実感し、独立を決めた。

製品を企画する段階では、私が過去に歩んだ金融業界や、商社のICT部門で電力・エネルギーを担当した経験が活かした。現状、排出量の可視化は金融市場からの要請対応という要素が強い。zeroboardは排出量算定・可視化プラットフォームとしてのデファクトスタンダードの位置を狙っているが、これに向けたビジネスモデルの構築は商社時代の経験が生きている。またA.L.I.時代にも、受託開発を通じて環境省や経済産業省、大手企業とやり取

りする機会が何度もあり、グローバルなトレンドを追っていたのも恵まれていた。

#### 一排出量算定ツールは競合も多数出ている。自社の特徴は

**渡慶次** BtoBのSaaSサービスとして、ネットワーク効果を非常に重要視している。プライム市場上場企業はサプライチェーンにおける排出量の開示を求められ、サプライヤーからデータを得なければならない。金融機関も同様、融資先の情報が必要。つまり排出量データのやり取り、連携が最も重要と気づいた。

次に「このツールを普及させたいのは誰か」を考えた。真っ先に上がるのは金融機関。グリーンローン、サステ

ナビリティ・リンク・ローンの組成を行う点での排出量可視化のほか、従来の手数料ビジネスではなくSaaSツール販売で稼ぐというニーズがあると考えた。

次にメーカーとサプライヤーをつなぐ商社。特に化学品は、メーカーが販売する製品のサプライチェーン排出量を把握したい場合、サプライヤーの排出量を知る必要がある。既に、排出量を把握した商品をCO<sub>2</sub>排出量の少ない物流で輸送し納入できることは商社の武器になりつつある。zeroboardで連携すれば、商社はメーカー、サプライヤーと強く結びつける。この2業種は多数の顧客を抱えており、データ連携の面でも重要な役割を果たす。

これ以外に可視化がインセンティブになる業界は電力・ガス。従来の姿勢では、企業が気候変動対策をする上で必然的にエネルギー使用量は減少していく。彼らの事業計画にも脱炭素のソリューションプロバイダになる方向性は明記されている。合理的な提案をするには可視化は必須であり、ツールを普及させる必要がある。関西電力、岩谷産業、中部電力、西部ガスが理解を示し提携していただいた。

最後は自治体。ゼロカーボンシティを目指す上で、域内の排出を可視化しなければならない。

これら4つのターゲットに、プラットフォームとして可能な限り普及させ、エコシステムを作る。この構想をいち早く示すことで多数の大手企業を巻き込んだ仲間づくりを先行させているのが我々の強みだ。

GHG排出の可視化ツールは世界で同時多発的に開発されており、これといって先行するプロダクトモデルはない。先日、製品別・サービス別の排出量可視化機能をリリースしたが、おそらくクラウドサービスでこれを実装できているのは我々のみ。

排出量可視化のプラットフォームになるためには、他業種のプラットフォームとの連携も重要。我々はSAP(独ソフトウェア大手)と協業し、API連携機能の実装を行う。会計ソフトやサプライチェーンマネジメント

ツールとも相性は良いと思う。

生みの苦しみはあるが、プロダクト、価格、パートナー構築といった業界の動向を我々がリードして設計している。他社も追従してくるだろうが、この先行分も優位性だ。

#### 一同業他社には排出削減支援まで行う企業もある

**渡慶次** 可視化の先にある排出削減は提携先に任せ、インセンティブを得てもらう。我々は先述の4分野の提携先を通じて顧客を見つけ普及させるのが目的。

プラットフォームに求められるのは中立性。ソリューションとセットにすればその場で儲かるかもしれないが、仲間が増えない。例えば我々が再エネ導入を支援してしまうと、再エネ開発会社にはzeroboardを使ってもらえない。

先に述べた通り、このツールに求められるのは外部とのデータ連携。会計ソフトのように内部で完結するものとは根本的に異なるので、将来的には寡占化するはず。

我々が目指す立ち位置はあくまでSaaSビジネスとカスタマーサクセスの提供。「いかに人の手を介さずツールのみで排出の可視化を行えるようになるか」という視点で製品開発している。中小企業にも既に開示の要求が及んでおり、炭素税が導入されればなおさら、財務諸表のようにCO<sub>2</sub>排出開示も当たり前になる。その際、小規模企業ほど費用や人員をかけられない。デファクトの地位を確立するためにも、簡単に導入できるツールにして、使ってもらうことが重要。その点ではユーザーインターフェースの面でも「初めてでもマニュアル無しで使える」ことを目指しており、例えばCO<sub>2</sub>排出量の登録はアンケート形式の「はい」「いいえ」に答えることで、必要なデータのみを入力するフォームが立ち上がる仕組みにした。

#### 一何を持ってデファクト化か

**渡慶次** 普及させる業界が重要。金融や小売は算定が容易でスイッチは起き

やすく工夫が必要。例えば金融機関に融資先のデータを集約する機能を提供できれば、ユーザー離れは起きにくくなるだろう。デファクトと呼ぶための本丸は製造業。特に注力しているのはサプライチェーンの長大な自動車や化学品、そして、物流、建設といった多重下請け構造の業界。データを取得するだけでも苦勞するが、一方で企業数も多いので、ここに食い込めれば相当数がプラットフォームに加わるため大変重要。一番は十数万社あるといわれる自動車業界だ。

#### 一完成車OEMを押さえればサプライヤーまで普及させられる？

**渡慶次** そう簡単でもない。特に自動車はTier 1の規模も大きく、系列の枠を超え海外OEMにも供給している企業もある。zeroboardは4月に英語版をリリースしたが、性能的にも海外の要求にも応えられるツールにしなければならない。

逆にTier2からは一気に規模が小さい会社が増える。こうした企業の負担にならないよう使いやすいツールにすることも重要だ。

#### 一今後の展開は

**渡慶次** 先般リリースした、製品ごとの算定機能をまず周知させていく。これは従来から製造業を中心に強いニーズがあり、製品のカーボンフットプリント、取引先への情報開示が実現できる。これでデータ連携する企業を増やしていくのが方向性の一つ。業界ごとに機能を最適化したバージョンも今後リリースしていく。

もう一つ、大手企業の海外法人もツールを利用し始めており、我々も特にアジアをターゲットとした戦略を考えている。日系企業の現地法人から、海外への取引先へ波及させたい。アジアでは欧州企業も自社の可視化ツールを展開し始めたようだが、日本企業のプレゼンスが高い地域も多く、まずそこを押さえに行く。