

e-dash、企業の脱炭素化を総合的にサポート CO₂可視化サービスの三井物産子会社

CO₂排出量可視化のクラウドサービス「e-dash」を提供するe-dash。同業他社にベンチャー企業が多い中、三井物産の100%子会社というのが大きな特徴だ。CO₂排出量の情報開示や削減が企業の経営上の重要テーマとなり、競合も展開を進める中、同社の戦略や市場環境を代表取締役社長の山崎冬馬氏に聞いた。

—e-dash設立の経緯は

山崎 三井物産では、脱炭素関連を中期経営計画における注力分野としており、2020年4月には「エネルギーソリューション本部」という16番目の事業本部を立ち上げた。これまで各部署に散らばっていた脱炭素ソリューション、例えば水素、アンモニアや再生可能エネルギー、モビリティなどを集約した。電力分野では蓄電池なども含め、分散型エネルギーに関する知見は古くから積みあがったものがある。

一方で、私は2015年から2020年にかけて米国のシリコンバレーに駐在し、クリーンテック系スタートアップへの投資や共同事業の立ち上げを担当した。その後日本に帰国した際、新事業としてCO₂可視化を考案し開発に着手した。

三井物産は古くから太陽光発電や蓄電池といった個別のソリューションを提供してきたが、プロダクトアウトで

はなくマーケットインのアプローチの必要性を感じていた。

発想を逆転させ、こちらがメニューを決めるのではなく、まず顧客が何をすべきなのかを診断し、それに合致したソリューションを提供すべきだと考えた。企業側も、脱炭素への取り組みが必要であることは実感しているものの、何から手をつけるべきかで悩んでいるのが現状。そのためには対象企業のCO₂排出状況を把握する必要があり、計算の手間を削減できるツールの開発から着手、誕生したのがCO₂排出量可視化クラウドサービス「e-dash」だ。

—なぜ別会社なのか

山崎 設立前の2021年10月、β版が三井物産で完成した際にプレスリリースを出したところ、大きな反響があり新会社設立に至った。

この分野は完全なブルーオーシャ

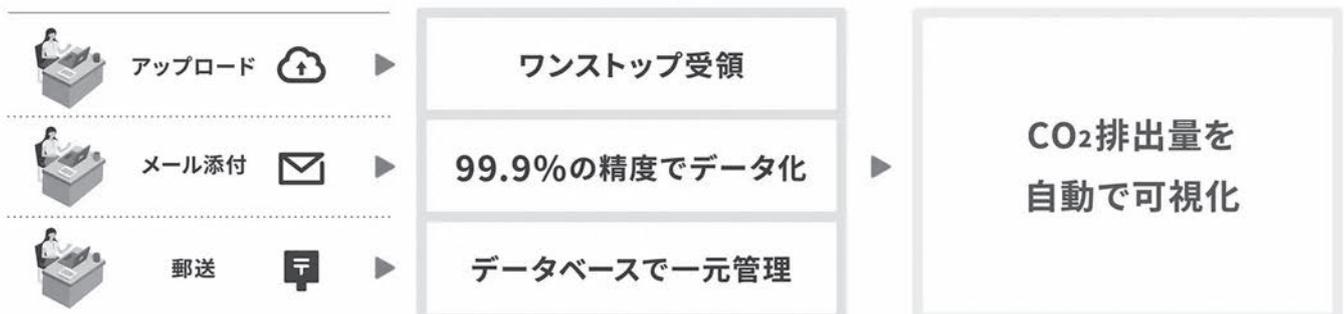
ン。様々な切り口がある中、意思決定など、スタートアップとしてスピード感を持って事業を進めるのが狙い。SaaS事業として展開するにあたり、三井物産のみならず広く人材を集めたいとも考えていた。社内の人間は三井物産出身の方が少ないが、地域の金融機関と連携する際などには三井物産本体の各支社・支店とも連携する。

—サービスの特徴は

山崎 「広く様々な企業が脱炭素に取り組めるように」という考えから、ソフトウェアはなるべく簡単に手間の無い形を追求した。この部分は実際に導入企業から評価いただいている。

具体的には、Scope 1 (事業者自らによる温室効果ガスの直接排出)およびScope 2 (他社から供給された電気および熱・蒸気の使用に伴う間接排出)は、エネルギーの請求書をアップロードいただければ、我々が数値化など残

請求書を発行する企業



Bill Oneとの連携イメージ(e-dashリリースより)

りの作業を請け負う。この意味では、SaaSよりもBPOに近い。

また、Sansanの請求書一元管理ツール「Bill One」との連携機能でデータを取得すれば、請求書のアップロードもせずにCO₂排出量を可視化できる。プラットフォームの見やすさ、UI、UXにもこだわった。

カスタマーサポートとして、例えば請求書のアップロードを失念している企業には個別に通知したりもする。システム提供のみだと、担当者の作業として定着するのが難しいのでは、という考えだ。費用も拠点数やプランで変わるが、月額1万円からと安価に設定した。

クラウド型は常に最新版が使えるのが利点

山崎 ユーザーの声に常に耳を傾けながら、常にフルスロットルで開発を進めている状況。毎月のように新機能をリリースしている。多言語対応や複数拠点のデータ反映状況の一覧画面の作成など。その他細かい点もユーザビリティを改善し続けている。

半年前にプレゼンした際には契約を見送られた企業が、その後の機能改善を見て契約していただいた事例もある。

一現状は

山崎 約1,600拠点に導入いただいている。地域の金融機関との連携も意識して進めている。脱炭素化を地域単位で進める際、金融が主導する形になるのではないかと。現状は各金融機関から提携の話をいただくことが多く、提携先は30行に届く勢い。(7月末時点)

プライム市場上場企業はTCFD水準の情報開示を求められる

山崎 プライム市場上場企業にとっては喫緊の課題で、確りニーズに応じていく。一方で、必ずしもプライム市場上場企業にのみこだわっている訳ではないのが正直なところ。川下の企業を押さえればサプライヤーもついてくるといった単純な話ではない。自動車業界を例にとっても、完成車OEMを押



山崎氏

さえたとところで、Tier 1 サプライヤーは他のOEMにも供給している場合が少なくない。

逆に上流の企業、Tier 2、3あたりの企業から「取引先からアンケート回答や開示を求められているが、何かから手をつけるべきかわからない」といった声も聞いている。こうしたニーズにも応えていきたい。大企業ならツールを提供すればサステナビリティ担当部署が適切に処理するだろうが、日本企業の大半は専門の部署が無いのが現状。

一中小企業はどのタイミングで脱炭素に動くべきか

山崎 社会的な流れとして、もはや脱炭素や情報開示への対応は避けられない。供給先の大手企業の要請に合わせるのではなく、自社の経営戦略に位置づけ、差別化要素にするべき。実際、弊社にも既に多数の企業から問い合わせをいただいている。

まずは排出を可視化する所から。SaaS型のサービスはクラウド上で常に最新版のソフトが利用できる。買い切りではないので、早く導入しても機能改善が常に受けられるうえ、初期コストも高くないので、このようなサービスを有効活用して早めに課題を洗い出し

た方が良いのではないかと。

仮に一昔前であれば、システムインテグレーターに数千万円でシステムを発注する形が想定され、それなら環境の変化が激しい現状、私も早急な導入はおすすめしないだろう。実際、そういった投資を数年前にしてしまった企業から「もう少し早くにe-dashがあれば」という声もいただいた。

一競合他社と比較すると、後発組に見える

山崎 昔から開発を進めてきたので、個人的には後発とっていないが、世間的にはそういった印象もあるかもしれない。ただ、CO₂排出可視化ツール導入を考えている企業からは、確実に候補の1社にはなっていると思う。スタートアップとしてのスピード感と三井物産100%子会社としての責任の両方を認識しつつ、着実に認知度を高め取引先を拡大したい。

一三井物産とのシナジーは

山崎 三井物産のソリューション展開を目的とするのではなく、あくまで顧客の脱炭素化を総合的に支援したい。もちろん、そのメニューの中で三井物産が関わる可能性はある。