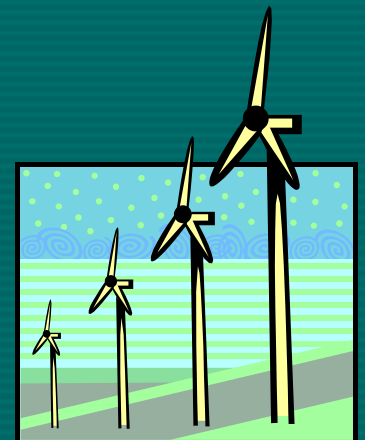


グリーン・プレミアム・カードによる グリーンコミュニティの創世

GPCによる市民風車建設資金の 調達とベネフィット還元

Business Model for Creating the Wind Power Green Community with the Green Premium Card

佐藤 建吉 (SATO Kenkichi)
千葉大学工学部都市環境システム学科
信頼性システム設計教育研究分野



風力発電を進めなければ・・・

- だけど、お金はないし・・・。
- どうしたらいいのだろう・・・。
- 「グリーン電力基金」があるが・・・。
でも、寄付するのだそうだ・・・。
- 支援には、「グリーン電力認証システム」も
あるが・・・。
でも、これは会社向きだし、・・・。

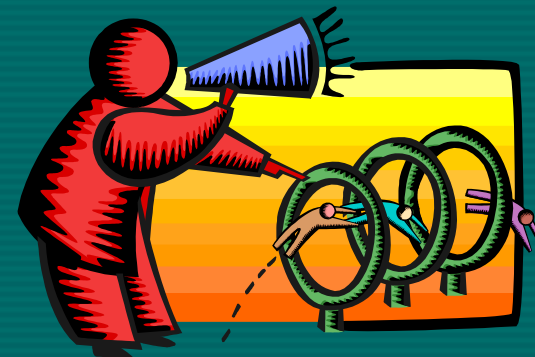
...

???



背景・・・

- COP3京都会議議定書(1997)を批准へ
- CO₂削減の実行
- ポスト化石エネルギー
- 再生可能エネルギー、自然エネルギー
利用の拡大
- 国民的实践 日本人は得意
- 世界戦略 日本人は不得意



背景・・・

(つづき)

- カード決済・電子マネー指向
- 風力発電利用の推進
- 市民参加
- 地元地域生活者の理解と参加
- 動機付け / インセンティブ
- メリット / 利益還元 / ベネフィット
- 活性化エネルギーの軽減 / 無意識の
実行・慣れ



近未来の在り様・・・

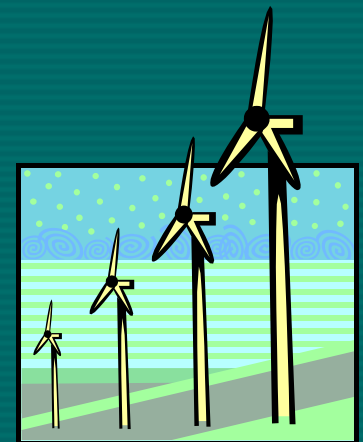
- 簡単・自動化 複雑化・専門化
- 国際化 地域性
- 市民 グループ組織化
- 顧客満足 競争激化
- 環境重視 手間・ひま
- 少子化 高齢化

風車建設の資金調達

- 最大グループのカード会員の10% (380万人) が、GPC会員となり、1万円を出資すると、380億円の醸金となる。
- これは実に、1MW機 × 200機のウインドファーム (総計200MW) の資金調達になる。
- 多くのクレジットカード会社が実施すると、会員数の増加し、関係会社のネットワークもでき、大きなグリーンコミュニティが構築される。

初期モデル(独占的段階)

- グリーンコミュニティの立ち上げ・創世
- 1社のカード会社が独占的に実施
- 市民・グループの参加
- 加盟店の参加も
- 風力発電企画会社の実践
- イノベーションの起こり
- メジャー化へのあゆみ



初期モデル(独占的段階)

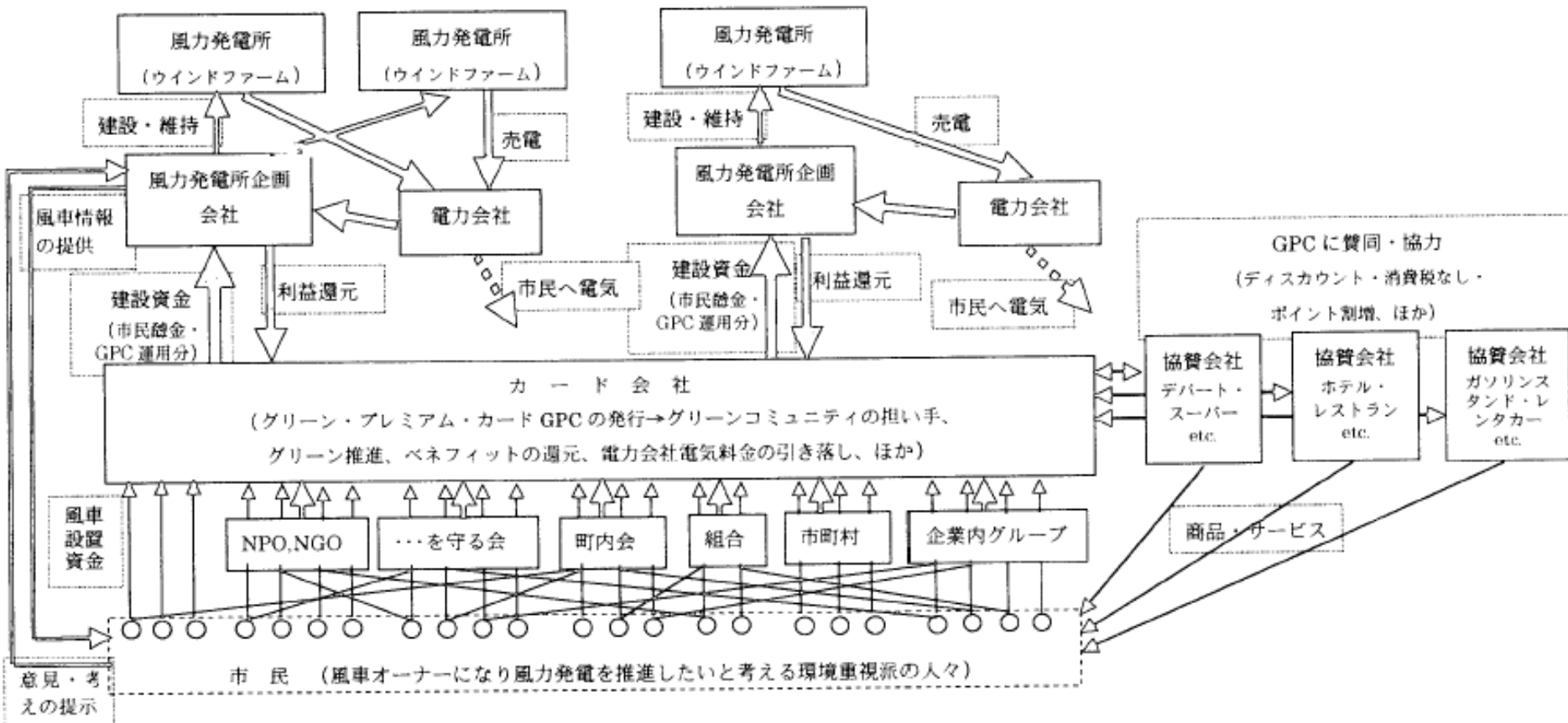


図1 グリーン・プレミアム・カード GPC による風力発電所建設ビジネスモデル(一社独占段階)

風力発電所建設資金調達・・・ クレジット会社

- 風車建設は、市民の浄財・出資による。
- 市民の醸金のすべてが風力発電所建設の資金に当てられる。
- 資金収集は、情報発信、集金力、ノウハウに優れたクレジット会社が行う。
- 市民の加入する多くの団体・グループ、町内会なども、情報提供も行う。
- プレミアム・カードの1口が、10,000円のと看、2億円の風車資金は、2万口となる。

利益還元(ベネフィット)

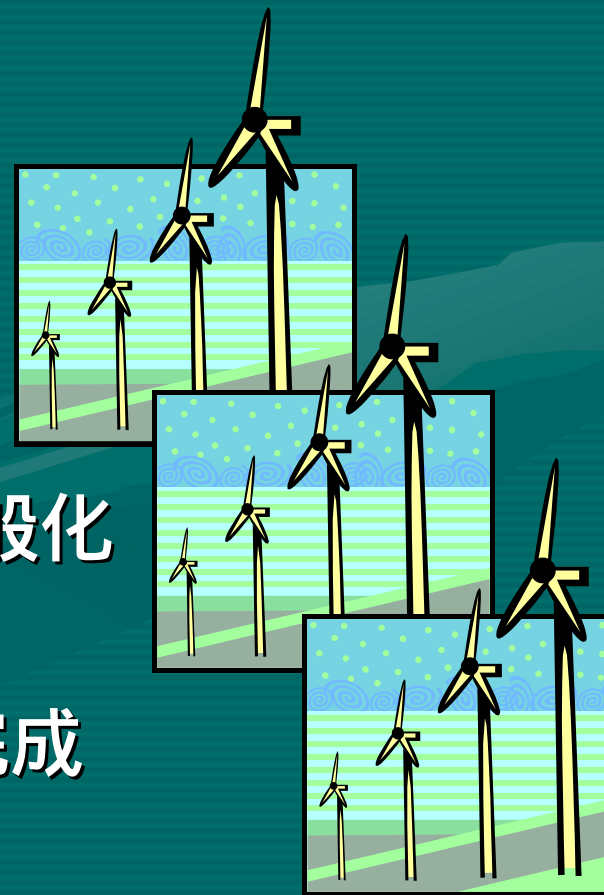
- 風力年間売電収益 市民に還元。
- 仮に出資金の5%が収益であるとするれば、10万円の出資者は年に5,000円の利益配分。
 - …カードの年会費に相当
- 5%の利益でも出資金の額が高い場合は、年間10万円、5万円が期待される。
- その場合には、自宅の電気料金をこれで支払うなどの用途にカード会社を通じて支払うなどの方法ができる。
- 「グリーン電力基金」とは異なる利益還元

利益還元(ベネフィット)

- 加盟店からの特化したサービス
 - デスカウント
 - 消費税カットや割引き
 - ポイント割増
 - 各種優待券贈与
 - メンバー限定サービスなど、多彩
- ブロードバンド接続料とそのパソコン電気料の支払い
- 獲得ポイントによる電気料の支払い補充

競合モデル(発展段階)

- グリーンコミュニティの広がり
- 数社のカード会社が同じ概念で、しかし差別化して実施
- 多くの市民・グループの参加、一般化
- 多数の加盟店が参加
- 大きな資金調達、コミュニティの完成
- 風力発電企画会社が競合
- グリーンプレミアム審査認証機構GPAOの機能



競合モデル(発展段階)

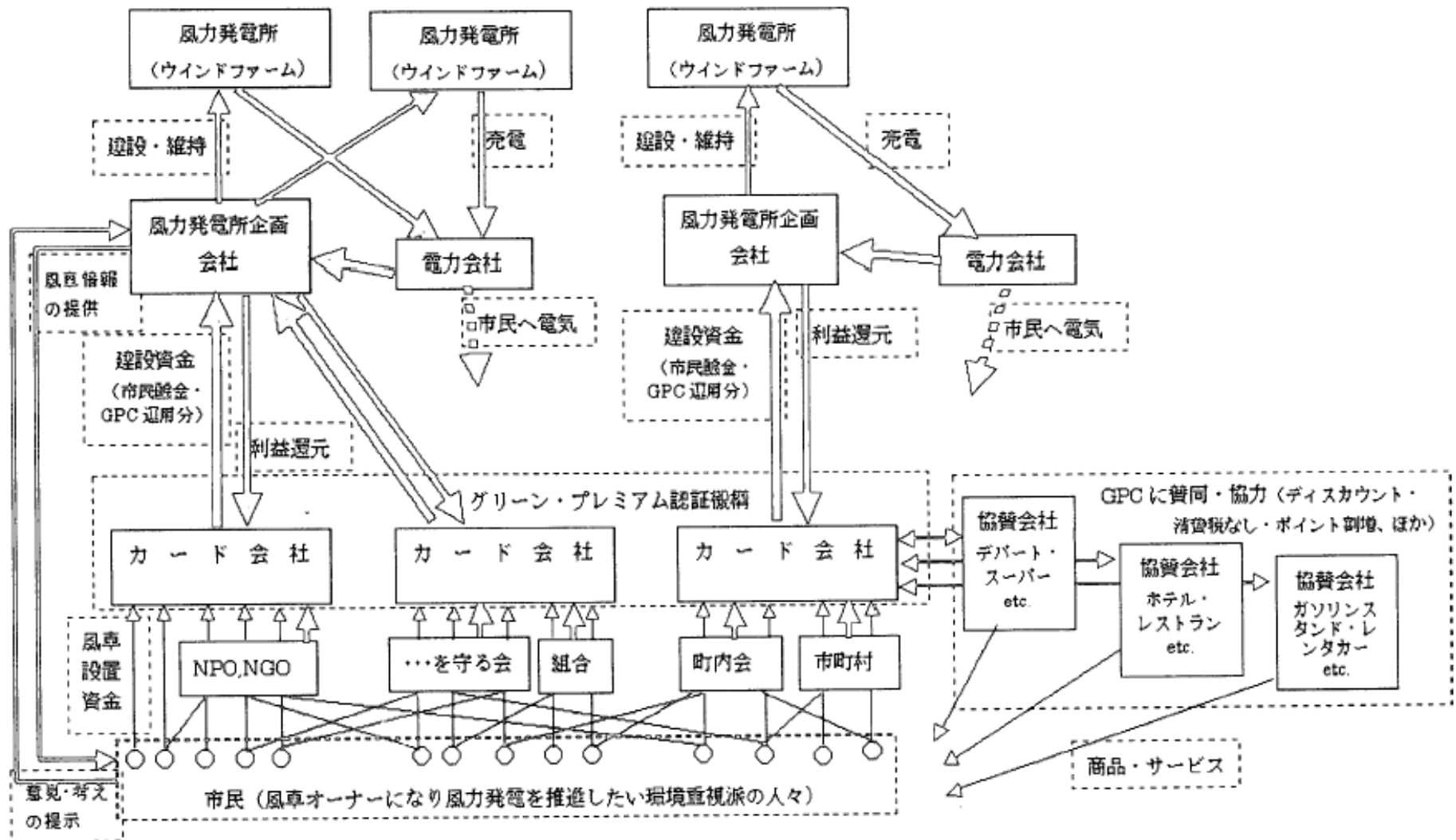
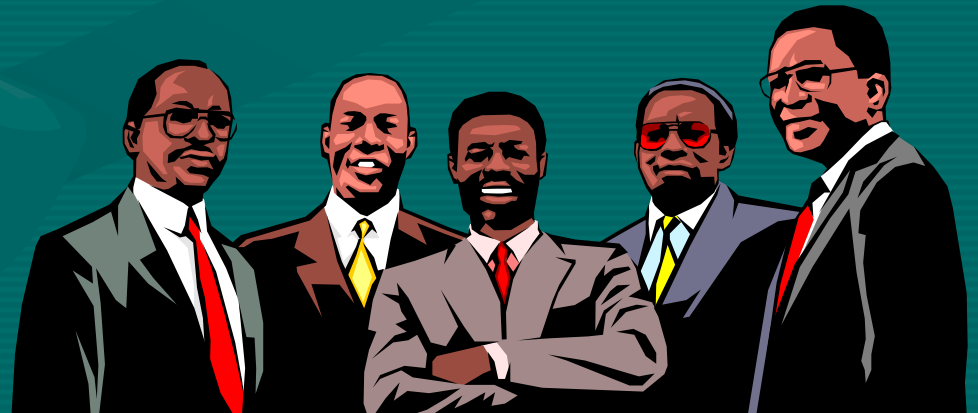


図2 グリーン・プレミアムカード GPC による風力発電所建設ビジネスモデル(複数社競合段階)とグリーンコミュニティの創成

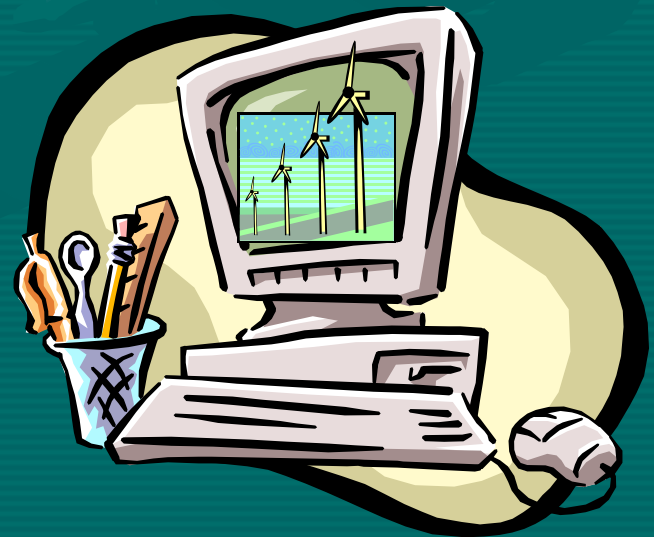
グリーンプレミアム審査認証機構 GPAO

- グリーンプレミアム審査認証機構
GPAO (the Green Premium
Attestation Organization)
- その権威と適格な認定・指導
- 国際的組織 NGO



市民・会員からの視点

- GPCへの参加
- 風車オーナーとしての立場
- “マイ ウィンドミル” という感性
- 署名・記名
- 意見の実現
- 情報提供
- ベネフィットの享受



クレジットカード会社の役割と メリット

- GPCの中核
- 会員の勧誘・募集
- 情報の収集と展開
- 経営運営費用の収益
- 加盟店収益の増加
- グリーンな会社としてのイメージづくり
- etc.



加盟店の参加協力

- 魅力的なサービス提供による売上げ増加
- 加盟店の広告、宣伝効果
- イメージアップ 共同広告も
- ベネフィット内容の会員等
の特定相手へ発信
- 環境方針への反映



風力発電企画会社の業務

- 信頼性ある風力発電所の計画
- 風力発電所の維持管理
- 発電収益の還元、経理
- GPCで設置した風車に関する情報提供
- 風力発電関連情報の提供
- 市民の意見の吸い上げ、反映
- GPCのアドバタイジング



このスキームの課題

このモデルでは、

風車コストの捻出、企画、運用などにおいて重要なマネーフローをクレジット会社のノウハウと情報管理力に依存しており、このための社会システム、従来型の法定的見直し、また市民自体のカード社会への慣れが必要である。具体的には以下のような課題がある。

このスキームの課題

- カード会員の募集に際して、利益の額を保証できるかという課題・・・風車企画会社の実績に負うが、マイ・ウインドミルをGPC資金で独立設置所有か、複数風車の区分所有かで、リスクを分散できるだろう。
- 市民の醸金が、クレジット会社の収支に参入されないかという課題・・・これは、出資金総口数の公開などの対策が必要である。

このスキームの課題

- GPCからの退会や権利譲渡の課題・・・退会時の権利譲渡は、出資金の返済により対応する。GPCの価値が上がれば、権利譲渡が新しいマーケットとなり得るだろう。
- GPC加盟店の協力が得られるかという課題・・・利用者、顧客のカード依存による加盟店手数料支払い件数の増加 + プレミアムマージンの増加(顧客ベネフィット)に協賛できるかという課題である。これは、顧客数の増加、加盟店のイメージ向上が動機付けと考えられるが、大きなコミュニティの形成が裏打ちすると考えられる。

このスキームの課題

- G P Cの相対的価値の低下・・・グリーンコミュニティの一般化は、相対的にG P Cに対する価値が低下に陥る。したがって、このスキームは永年のものではなく、期限付きである。したがって、グリーンコミュニティの形成を目的とするスキームである。
- G P A Oは確かに機能するか・・・これは、G P Cの価値保全を左右する。適格性が要求される。

まとめ

- カード・キャッシュレス化、インターネットの普及とブロードバンド化は、益々カード決済、電子決済の普及を進め、これに基づいたライフスタイルがスタンダードになるだろう。
- そのとき国際的、国内的ニーズに合ったカードが特化し新しい社会が形成される。GPCは上記の課題をクリアしつつその推進役になる可能性をもっている。

まとめ

- マイ・ウインドミルによる風力発電の利益配分、ベネフィット、さらにCO₂排出権取引料も上乗せし、自家電力料金を差額としてカード決済する場合の体系である。
- 現在、カード会社4社にコンタクト、1社からはよい感触が得られている。 市民・風力発電企画会社・協賛加盟店・電力会社などの協力をお願いしたい。

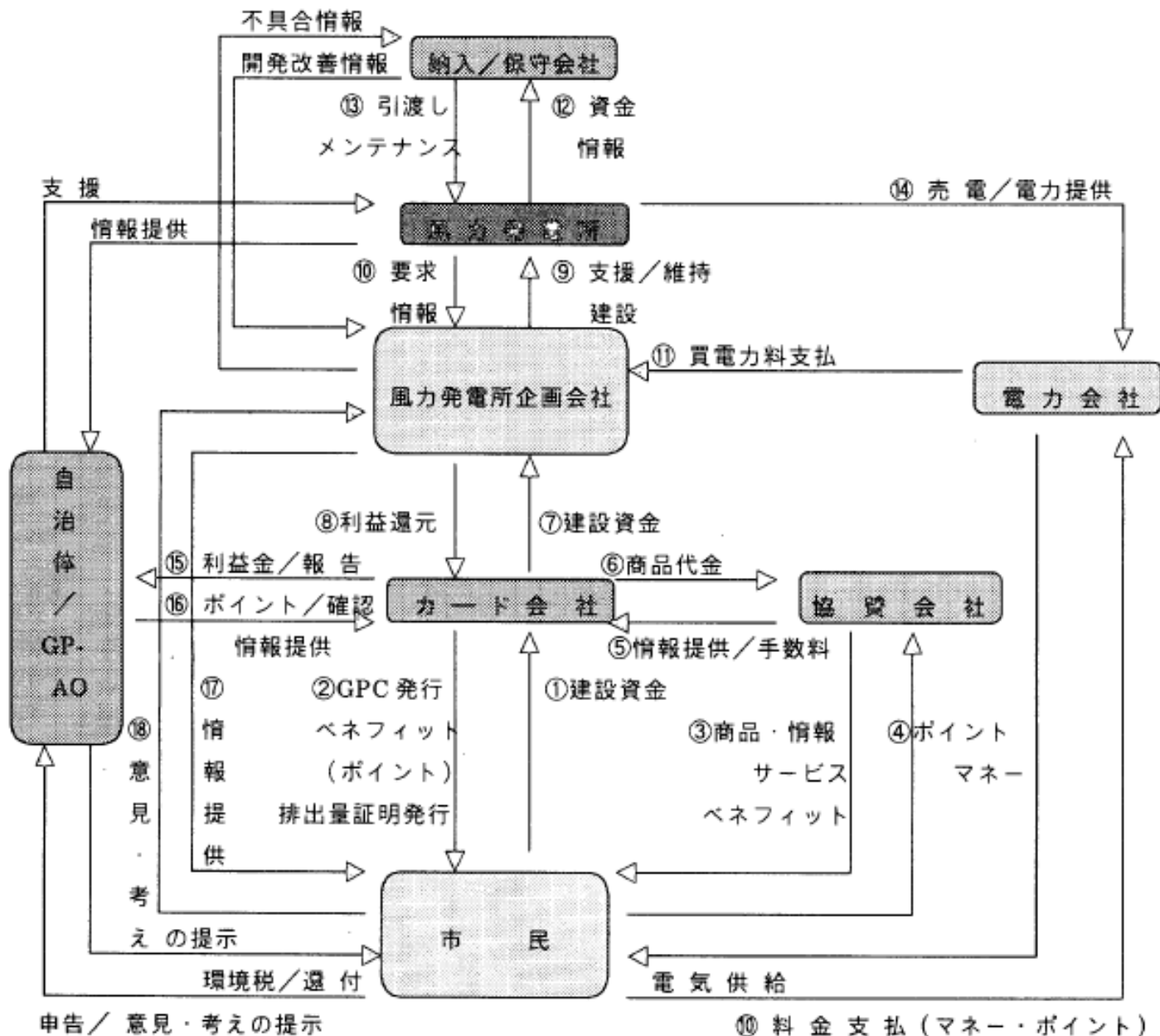


図3 CO₂排出枠, 環境税, 地域マネーを視野に入れたビジネスモデル

ありがとうございます、ございました。

ご協力とご意見を
お願いいたします。

