



営業先から好評で受注も順調

アフリカ・アジアの無電化地域で普及目指すGSユアサ 太陽光使った携帯電話充電器

エチオピアでBOP協力準備調査

(株)GSユアサ(京都市南区)は、開発途上国の貧困層(BOP)向けに太陽光を使った家庭用の小型電源システムと携帯電話充電システムの普及を目指す。8月に採択された国際協力機構(JICA)の協力準備調査(BOPビジネス連携促進)を通じてエチオピアでの事業化や普及に向け調査を実施するのをはじめ、アフリカやアジア、大洋州の島しょ国・地域などに展開する方針だ。

同社はこれまでも、世界約40カ所に現地拠点を置き、主に欧米や中国向けに自動車や二輪車用の鉛蓄電池を展開してきた。しかし、これら市場や経済の成長が頭打ちとなる一方、他の途上国・新興国の

発展・成長が目立ってきたことから、アフリカや中南米、中央アジアなど従来手薄だった地域の市場開拓が必要だと判断。2012年4月に国際事業部内に「マーケティング部」を設置し、市場開拓を進めることとした。

そうした中、世界で10億人超が暮らすと言われる無電化地域向けに、台湾メーカーとともに開発を進めてきた太陽光発電装置と蓄電池の一体化製品が昨年完成。今年6月に開催された第5回アフリカ開発会議(TICAD V)などを通じて販売先や展開方法を模索していたところ、営業先から好評を得たため、本格展開することに決めた。

製品は、小型の太陽光発電パネルと同社の強みである5アンペアの高性能で長寿命なバッテリーを組

み合わせたもので、日中、太陽電池によって発電した電気を蓄電池にためておき、夜間にその電気を使ってLED（発光ダイオード）ライトを点灯したり、携帯電話を充電したりできる。LEDライトは類似品に比べて2倍以上明るく、点灯すれば、夜間の室内でも十分本を読むことができる明るさだという。1回の充電で4時間半の点灯が可能。また、バッテリーからはUSB方式の接続口を通じて携帯電話の充電のほか、電子蚊取り器や小型ファンも使用できる。

JICAの協力準備調査には、創部早々「勉強」のために応募、2次審査まで通過したが、販売戦略などの詰めが甘くいったんは「落選」。その後市場調査を重ね、今回、万全を期して応募した経緯がある。「製品の耐久性や提供先での使用方法、レンタルやマイクロファイナンスといった資金支援の仕方などマーケティング面を含めて、ビジネスだけの視点ではできない研究を進める」（マーケティング部の山田初実部長）狙いもあった。

アフリカ地方部の農村地域では電化率が20%未満で、照明や灯油ランプ、調理は薪に頼っているのが現状。そのため灯油や薪を使うことで引火によるやけどや火災、煙の吸引による肺炎といった事故が生じているほか、最近では原油価格の高騰により灯油コスト上昇も課題となっている。

太陽光発電装置やバッテリー、照明器具を組み合わせた他社製の類似品はすでに現地のスーパーマーケットなどで売られているものの、照明の点灯時間が30分ももたないなど性能が劣る製品が大半であるという。そこで、同社は自社製品の性能の高さを実感してもらうため、スーパーなどの店頭ではあえて販売せず、代理店を通じて一般家庭などに直接販売する方式を採る方針だ。

また、太陽光発電装置と大型蓄電池を備えた“親



増産が進めば価格も引き下げる

電子蚊取り器や小型ファンも接続可能

機”に小規模のバッテリーを備えた“子機”10機程度をつなげることが可能な「コミュニティーキット」も用意。例えば子機を寡婦らに提供し、地域住民向けに携帯電話の充電サービスを手掛けてもらうなどして、収入向上や自立につなげてもらう形での展開・支援を検討中だ。さらに、事業が軌道に乗ったら、将来的には現地に組み立て工場を設置し、雇用創出につなげる計画も進めている。

各国で年100万ドルの売上目標

展開を予定する国や地域は、セネガルやカメルーン、スーダン、ギニアなどアフリカ各国のほか、ミャンマー、カンボジアなどアジア、さらにはウズベキスタンやソロモン諸島、パプアニューギニアといった大洋州島しょ国など。こうした国・地域の現地企業とは、7月以降、相次ぎ代理店契約に結び付いているといい、これら企業を通じた受注も順調だ。年末に掛けて順次、出荷が始まる見通し。

山田部長は「製品の単価は100ドル程度で類似品に比べると比較的高価ですが、増産が進めば順次引き下げも可能です。各国・地域では提携先の現地代理店に対し、『いずれ年100万ドルの売り上げを目指そう』とそれぞれ呼び掛けています。現状ではあくまで“努力目標”ですが、製品には手応えを感じていますので、今後1～2年のうちに目標を達成できる国や地域も出てくるでしょう。いずれは当社の主流である通信用や産業用の蓄電池事業の受注にもつなげる効果を期待しています」と話す。

同社はこの事業を「AKARi・ワールド・プロジェクト」と呼ぶ。好調な受注を反映し、忙しさも増してきた。来年度はマーケティング部の体制拡充も検討するという。

「IPS」が合言葉

BOPビジネスを担当するマーケティング部では、アイデア、パッション、スピードの頭文字を取った「IPS」を合言葉に、一丸となって事業を進めている。事業展開にあたり、創造的なアイデアを生み出し、熱いパッションで課題や障害を乗り越え、スピード感をもって意思決定する方針だ。最近では社員の出張も多く、全員が顔を合わせる機会も少なくなったという。今後の体制拡充により、より一層活発な部署になりそうだ。