

HOMMA / アークエルトテクノロジー

## テクノロジーでビジネスを変革させる シリコンバレーでいかにチャンスをつかむか

エネルギー分野のイノベーションに向け、最先端技術が集積する米シリコンバレーが脚光を浴びている。これをどう活用し、新サービスにつなげるべきか——。同地に在住する2氏が語り合った。

**宮脇** 本間さんは、2016年に  
建売住宅のスタートアップ「HOMMA」を起業しました。どのような経緯があったのでしょうか。

**本間** 前職では楽天に勤めていた  
ですが、最後の2年間、ビジネス

ディベロップメントのヘッドとして、シリコンバレーを拠点にイノベーションな会社に対する投資や買収、提携などに取り組んでいました。自動運転やブロックチェーンなど、最先端ビジネスを展開す

る経営者らとネットワークを築き、  
楽天のビジネスチャンスにつなげようとしていました。

そんな経験を経て、今の会社を  
16年5月に起業。米国の住宅市場  
をターゲットに、イノベティブな  
建売住宅の販売を展開していま  
す。米国の家は、実は工業化や効  
率化が進んでおらず、家の品質や  
耐久性も低い。スマートホーム化  
で家ももっと良くなれば、人の生  
活も未来に向かってもっと良くな  
るはず。シリコンバレーは、  
テスラやiPhoneなどが生まれる  
一方で、家のイノベーションがほ  
んど起きていない。それを起こ  
したいと思いました。

宮脇さんもアクセンチュアを退  
社し、起業しましたよね。今、シ  
リコンバレーでどのような活動を  
されているのですか。

**宮脇** アクセンチュアでは、8年  
ほどエネルギー部門のトップを務  
め、18年夏に退社し「アークエル  
テクノロジーズ」という会社を立  
ち上げました。脱炭素が大きくク  
ローズアップされる中で、デジタ  
ルテクノロジーで貢献したいとい  
う問題意識があります。

ただ、脱炭素は大きな問題です  
が、プライオリティがあまり高く  
ならない取り組みです。それをど  
う社会問題として解決していくか  
ということ、しっかり研究した  
い。スタンフォード大学はエネル  
ギーの研究に強いので、その中  
で何かテーマを見つけて事業化して  
いこうと考えています。

### AIスピーカーが中心 スマートホームの世界

**宮脇** ところで、スマートハウス  
のコンセプトは確立されて久しい  
ですが、今、取り組む理由とは。



### 本間 毅

HOMMA, Inc. Founder & CEO

ほんま・たけし 1997年中央大学在学中にウェブ  
インテグレーションのイエルネットを設立。2003  
年ソニー入社。ネット系戦略立案やリアル系新  
規事業開発などに携わる。12年2月に楽天執行役  
員を経て16年5月にHOMMAを創業。



## 宮脇良二

Ark Energy Technologies 代表取締役 CEO

みやわき・りょうじ 1998年アクセンチュア入社。電力・ガス事業部門統括マネージングディレクターとして、エネルギー企業や政府官公庁などへのサービス提供に携わる。2018年6月退社、Ark Energy Technologiesを創業。スタンフォード大学客員研究員。

**本間** スマートハウスというところ、日本では、HEMSを中心としたエネルギーマネジメントを指しますが、米国ではアマゾンエコーに代表されるAIスピーカーを中心に、さまざまな機器がコネクティッドされる——という大きな違いがあります。そういう意味で、イノベーター住宅を作るという目的において、スマートハウスの占める役割は限定的なものに過ぎません。エネルギー、ホームオートメーション、家の建て方、住まい方まで、全てがイノベーターになり得ると思っているの、一つの限定的な側面であることを前

提に、米国でのスマートハウスの取り組みを話す必要があります。電気自動車（EV）は、車の中のオートメーション化やIT化が進むタイミングで登場しました。家も同じで、空調や照明をいかに効率的に、自動的にコントロールしていくかというところから、スマートハウスという文脈が出てきます。ただ、声やアプリで機器をコントロールできるようにすることが最終目的ではなく、われわれが目指すのはその先です。  
**宮脇** 次にというのは、オートメーション化ということですか。  
**本間** そうです。車でいう自動運

転です。家の中を人間が動き回っていれば、エアコンや照明、セキュリティなどが状況に合わせて自動的に最適化されることです。既に道具立て的にはそろっていても、どういう空間を作りたいのか、どういう生活体験ができれば人はハッピーになるかという定義がまだまだ甘いので、人間がマニュアルでやっている状況です。  
**宮脇** スマートハウスにおける生活体験、ユーザーエクスペリエンス（UX）へのこだわりは。  
**本間** 例えば、声で電気をつける、アプリでエアコンをコントロールできることは、本当に便利な生活だと言えるでしょうか。余計な操作を差し挟むことを、スマートだとは言えないはず。人間が一番心地よくて、快適だと感じられるのは本来、テクノロジーをあまり表に出さないものだと思います。そこでは、ただ暮らしていれば、家が人間に合わせて快適な環境にしてくれる。そこを突き詰めていくことが、UXのデザインの役割だと思います。

**宮脇** グーグルホームやアレクサといったスマートデバイスの統合については、どう考えていますか。  
**本間** そこは重要なポイントで、今はまだ黎明期です。グーグルにしろ、アップル、アマゾンにしろ、それぞれ自社の陣地に客を多く呼び込み、自社のプラットフォームをナンバーワンにしたいと思っています。プラットフォーム同士の互換性は低く、ユーザーが一番割を食っているのが今の状況です。  
**宮脇** HOMAの手がける住宅は、どのテクノロジーでも対応できるようなプラットフォームを作られるのでしょうか。  
**本間** そこは非常に難しいところですね。何でもできるというのは、何もできないことと同じです。今、自分たちでイノベーションした住宅をオフィスに使っているのですが、そこにいろいろなプラットフォームをを入れて、どれが一番使い勝手が良いのか、機器と連携する上でどれが一番優れているかといった評価を行っています。プラットフォームを一つ決めるほかに、

複数のプラットフォームをつなぐユーザーインターフェースを独自開発する準備も進めています。

## テクノロジと住宅を融合 最適な環境を自動で創出

**宮脇** そういう取り組みは、スマートハウス、スマートホーム業界で進んでいるのですか。

**本間** スマートホーム業界という定義がなかなか面白い表現で、家を建てているのはホームビルダー、その中に入るデバイスを作っているのはグーグル、アップル、アマゾンだと考えると、この二つの業界は全く融合していません。先日、アマゾンが大手ホームビルダーと組んで自社のデバイスがインストールされた建売住宅を造りました。行ってみたのですが、アレクサのスピーカーが何カ所か設置してあり、「アレクサ、パーティータイム」と言うと、ライトが赤くなって音楽が流れるだけ。もっと可能性があるのになと思いました  
今はテクノロジと住宅が分断されている状況です。ホームビル

ダーは、テクノロジのことは専門外ですし、お客さま任せになりがちです。われわれは、お客さまの手を煩わせることなく、テクノロジをビルトインできる。そこに、ホームビルダーとしての独自の立ち位置を求めています。

**宮脇** 全データの活用策で新しいアイデアはありますか。

**本間** 家のヒートマップのようなものを提供できれば、どの部屋がどのくらい使われているか、また使われていないかが明らかになり、お金をどこにかけるべきか、またはかける必要がないかが分かります。逆に、われわれ設計側にとつては、こうしたデータを蓄積することで、「この部屋は意図どおりに使われていないから次はやめよう」といった判断が可能になるわけです。セキュリティ対策の面でも大きいですね。このエリアのこのストリートは狙われやすい、角の家は空き巣がよく入っているとといった情報を蓄積できれば、その対策を講じることができます。

**宮脇** 再エネや分散型電気、蓄電



スタンフォード大はd schoolはデザイン思考の総本山だ

池やソーラーなどはいかがですか。

**本間** お客さまの関心は非常に高いですし、州政府も予算を確保しているのですが、減税措置や補助金という部分がドライブとなって普及が進んでいくと考えられます。ただ実際、蓄電池を付けたからといって、大きくお金を節約できるわけではありません。最近では天候不順などもあって、停電が起きています。停電が起きると、ご自慢のスマートハウスは全く用を成さなくなりません。蓄電池のもう一つの大きなポイントは、こうした停電時の予備電源としての機能ですか

ら、インフラが脆弱なエリアなどでは、そのバックアップとしての役割を期待できると思います。

**宮脇** 特に日本企業とのコラボレーションを積極的に進められていますね。関係づくりにおいて何かコツはありますか。

**本間** 日本の大企業とはスピード感が全く違うので、われわれの言うことばかり聞いてくれと言ってもコラボレーションは進みませんし、われわれが大企業に合わせるだけでは物事が形になっていかなというジレンマがあります。カルチャーやリソースに対する考え方が違う中で、いかにお互いが乗りやすい環境を作るかというところが重要なポイントです。

日本では、キッチンがシステムキッチンとして、バスはユニットバスとして工場でモジュール化し、現場に持って行ってはめ込むことに何ら驚きはありませんが、米国では違います。米国ではキッチンが注文で造るので完成までに3カ月かかりますし、お風呂のタイル貼りもいまだに手作業です。これ

では効率化が進むわけではない。

日本は、これから少子高齢化で住宅の需要がどんどん先細っていく一方、米国はまだ人口が増え続けている、住宅の供給が足りないといわれています。ガラパゴス的ではありますが、日本で独自に発展した優れた技術や製品があることをチャンスと捉えています。

クールジャパンとして漫画を中心としたコンテンツや食が脚光を浴びてきましたが、次は住宅産業だと思っていますし、日本が世界に誇れるものです。海外、特に米国の住宅をイノベータータイプにしていくという点で、私は日本の企業の力を使っていきたいと思っています。

**宮脇** エネルギー系の会社でコラボレーションできる領域はありますか。

**本間** ちょうど今、「HOMMA ONE」という名前で、戸建て住宅のプロトタイプを建設中で、今年秋に完成予定です。次の段階では10〜20軒の小さなコミュニティを、最終的には100軒を集め

たスマートタウンをつくりたい。

1軒、1軒の家をイノベータータイプにし、その積み重ねの先にあるのが街づくりだと考えています。住む人の目線でスマートな街をつくりたい。例えば、エリア内であればドローンを使った配達を許可する、もしくはロボットが歩道を走って配達もするとか。どちらも技術としては実用化されつつありますが、エリアの規制で実現していません。ですから、われわれが街をつくり住民の同意を得て、そういったことを可能にする。各戸のセキュリティ情報を管理する許



「HOMMA ONE」の完成予想図

可をいただき、より高いレベルのセキュリティを提供することもできるでしょう。恐らく、日本の電力会社がそれに近いことを実証実験していたり、ノウハウをお持ちだと思うので、それを米国に持ってきて具現化する可能性もあるだろうなと思っています。

### WhatよりもHow シリコンバレーで学ぶべき

**宮脇** 日本企業の現地駐在員などを見ていると、シリコンバレーに入り込んでいる人はそんなに多くない気がします。

**本間** 実は、私もソニー時代に米国に赴任していました。日本企業の駐在員は責任範囲が狭く、上の承諾を得るのに2カ月かかるということにもなりかねないのが、大きな問題ではないでしょうか。裁量の範囲を広げてあげないと、どうしようもありません。コミュニケーションに対する自信のなさもありますね。全員米国人のパーティーに出向いて、名刺は交換しないで自分のことを英語で話し、相

手の関心を引いてコミュニケーションのキャッチボールをし、最後に仲良くなつて飲みに行こうと言える人は何人いるでしょうか。

**宮脇** 日本のエネルギー企業が、シリコンバレーのエコシステムを活用するためのアドバイスがあればお伺いしたいと思います。

**本間** 私はよく言うのですが、シリコンバレーは、別に「What」を探しに行く場所ではありません。そこに行ったら面白いネタが落ちていて、それをそのまま持つて帰れば、日本でもうまくいくということは全くないと思つたほうがいい。

それよりも「How」です。新しいアイデアをどうやって具現化するか、企業同士のコラボレーションをどのように成功させるか、異業種の人たちをどう巻き込み、どうビジネスに変えていくのか。あるいは、少ない資源と短い期間でどう新しいサービスを作るかなどです。そこにこそ、シリコンバレーに駐在員を送る価値はないでしょうか。