

2018年2月1日号

AI・IoT活用戦

家電が無料になる日

電機

守 シャープ
攻 アマゾン グーグル

シャープは何の会社か。

「家電メーカー」が現在の答えだろう。しかし数年後の模範解答はまるで違っているかもしれない。

「家電メーカーと呼ばれたくない」。シャープの戴正呉社長が2016年の就任以来、社員に植え付けてきた意識だ。台湾・鴻海（ホンハイ）精密工業の傘下で再建を急ぐシャープ。戴社長が進めるのは再建だけではない。AIやIoTを駆使して家電メーカーの枠を取り払う。目指すは「生活サービス企業」。家電を作って売る事業モデルから、周辺の製品やサービスの提供を通じて収益を上げる形態に転換する。

その象徴が食材宅配サービス「ヘルシオデリ」だ。2017年6月、定款に「食品の製造、加工、輸出入及び販売」を加え、同年10月に提供を始めた。

競合は日立でなくグーグル

ヘルシオデリは下ごしらえ済みの食材（料理キット）を宅配するサービス。調理家電のボタンを押すだけで有名レストラン監修のメニューを作れるのが売りだ。揚げる、焼く、蒸すなどの調理ができるオープンを利用するメニューと、かきまぜ機能を備える自動調理鍋を利用するメニューがある。顧客はスマートフォンやPCから料理キットを注文すると、自宅の調理家電に火加減や加熱時間などの調理手順が自動的にダウンロードされる。宅配された食材を調理家電に投入してボタンを押すだけで料理ができあがる。2018年1月時点では6店舗が開発した15種程度のメニューから選べる。

サービス開発のために畑違いの企業と手を組んだ。レストランの検索サービスを手掛けるぐるなびと、食材の加工を手掛けるタイヘイの2社だ。

ヘルシオデリはシャープの収益構造を一変させる可能性を秘める。当面は提携企業とのレバニューシェア型の事業モデルで展開する。加工済みの食材をシャープがタイヘイから調達して顧客に販売し、売り上げの一定割合をぐるなびや監修店に還元する。サービスの価値が高くなれば、売り切りだった家電を、サービス利用を前提に月額料金で提供したり、場合によっては無料で配ったりすることも「仕組みとしては可能」（IoTクラウド事業部の松本融サービスマーケティング部長）だ。

シャープが自ら家電販売という主力事業に見切りをつけるかのような破壊に打って出るのは、かつてないライバルの侵攻に備えるためだ。パナソニックや日立製作所といった既存のライバルとの戦いなら家電の機能を競うだけで良かった。だが今やアマゾンやグーグルがスマートスピーカー事業に参入し、家庭向けのあらゆるサービスの入り口になろうとしている。

検索

コラム目次

GAFAが奏でる破壊の序曲

宿敵に迫った踏み絵
タクシー地銀、相乗り型で対抗
銀行AIで一発逆転狙う
中古品「楽しさ」磨き防御
外食IT投資1兆円も
小売り目指すは建機のアップル
機械

バックナンバー



バックナンバー一覧

アクセスランキング

【動かないコンピュータ】
カード利用料を二重請求 HDD故障でデータ消失、復旧作業誤る【ニュース&レポート】
性能が2割低下、再起動頻発… CPU脆弱性問題は長期戦に【AI・IoT活用戦】
GAFAが奏でる破壊の序曲【AI・IoT活用戦】
地銀、相乗り型で対抗【ニュース&レポート】
日本郵便、ハード保守費8割減へ ハンダーに激震、聖域に大なた【キーワード】
ビジネスメール詐欺【特集2】
ラストチャンスは今だ【シリコンバレーNEXTレポート】
教師データ、数十件でOK グーグルが手軽に使えるAI【動かないコンピュータ】
不正アクセスで8万件の個人情報漏洩 事態把握から5カ月経って公表【ニュース&レポート】
BPO専業がRPA参入 IT大手と激突、需要減に危機感

サービスの入り口を押さえた企業が多様なデータを握れば、家電はサービスに従うだけの汎用品になりかねない。メーカーを待つのは価格だけが差異化要因になる消耗戦だ。消費者が食事の宅配サービスを頻繁に使うようになれば、家電そのものを不要と感じる恐れもある。

図 シャープの「ヘルシオデリ」に対応する調理家電

家電メーカーが食材の宅配サービスに乗り出した（写真提供：シャープ）



[画像のクリックで拡大表示]

3万台を300万台に

日々の生活に不可欠な家電を提供する企業の強みは、衣・食・住といった「人の生活の様々なシーンに接触できる点にある」（松本部長）。家電を核にサービスの魅力を高めて家電とサービスの主従関係を逆転させ、シャープの家電を選んでもらう戦略だ。

ヘルシオデリはシャープが目指すディスラプションの序章に過ぎない。2017年11月には同社のテレビ向けにゲームや音楽を配信するサービスを、これに先駆け2016年6月には動画を配信するサービスを始めた。いずれも電子コンテンツ配信企業と連携する。

図 シャープの事業領域の拡大

家電を核に新サービスに乗り出す（写真：北山 宏一（戴社長）、写真提供：シャープ）



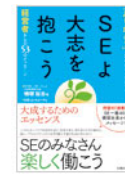
[画像のクリックで拡大表示]

「2019年度までに300万台」。シャープはネット接続機能を持った白物家電の累計提供台数を、2016年度の3万台から100倍に増やす目標を打ち出した。ネット接続を当たり前にして、家電を中核にしたサービスに軸足を移していく覚悟を裏付ける。

リアルな生活空間の消費者行動を把握するなら、新興勢力のネット企業に比べ既に家庭に入り込んでいる家電のメーカーに一日の長がある。ただ、その優位はまさに「一日」かもしれない。優位を保つ間に自らの強みを見つめ直し、モノを作って売る企業からの脱却を図らないと未来はない。シャープの挑戦は日本の大手家電メーカー全社に共通するテーマでもある。

関連書籍

SEよ大志を抱こう



SEのやりがいを変えて認識できるとともに、楽しく働きながら大成するための「気付き」が得られます。これからの時代を生きるSEに必要な心構えや物事の考え方を体系的に整理し、53のメッセージとしてまとめています。『日経コンピュータ』の人気連載を基にした、SE一筋40年の著者による待望の初書籍です。

（ A5判、276ページ、1,680円 ）

ツイート

0

目次

日経コンピュータに関するツイート



ペンコム@明石の出版社 @pencom_Press

ITの歴史を逸話で回顧-バグは本当に虫だった「日経コンピュータ」2017.3.30号 - ペンコム

pencom.co.jp/archives/3104

28分

コバヤシさんがリツイートしました



Masayuki Ohzeki @mohzeki222

ちなみに「量子コンピュータが人工知能を加速する」(日経BP)も重版出来が決定しまして。大台に乗りました。量子コンピュータという言葉が色々と世の中を

[埋め込む](#)[Twitterで表示](#)日経コンピュータDigital :: [購読申し込み](#) | [お問い合わせ](#) | [利用規約](#)[日経BP書店](#) | [著作権・リンクについて](#) | [個人情報保護方針/ネットにおける情報収集/個人情報の共同利用について](#) | [ID統合について](#) |

日経BP社

Copyright © 1995-2018 Nikkei Business Publications, Inc. All rights reserved.

このページに掲載されている記事・写真・図表などの無断転載を禁じます。著作権は日経BP社、またはその情報提供者に帰属します。掲載している情報は、記事執筆時点のものです。