

発行：北恵株式会社 〒541-0054 大阪市中央区南本町3-6-14 TEL:06-6251-6701
http://www.kitakei.jp/

テーマ：家庭用電力自由化がもたらすビジネスチャンス

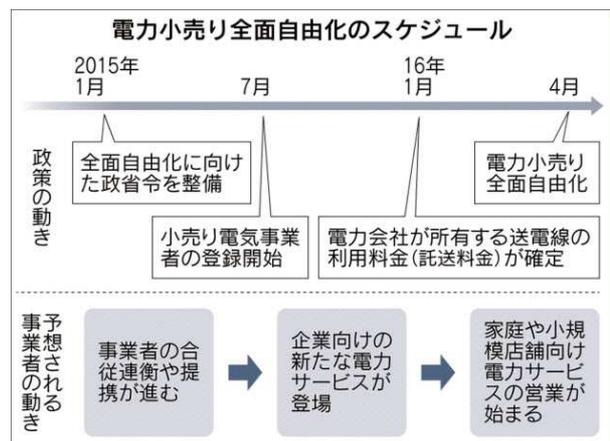
電力小売りの全面自由化が、2016年からの50キロワット未満の家庭用電力の自由化によって完了する。既存の電気事業者、新規参入事業者が地域や業界の垣根を超えて合従連携が進む。地域工務店や住宅会社のビジネスチャンスを探った。

1. 来年からはじまる家庭用電力の自由化

電力自由化の動きは、2000年から始まっている。国は、必要な電力の量に応じて電力契約者を「特別高圧」(高層ビルや工場)、「高圧」(中層ビルや商業施設)、「低圧」(小規模な商店や一般家庭)に分け、2000年に「特別高圧」の契約者を対象に、従来の電力会社以外からの買電を可能にしたことで、電力自由化が解禁された。2004年からは、タワーマンションなど「高圧」の契約者でも電力会社以外の電力利用が始まっている。

この電力自由化の部分解禁と共に登場したのが、「新電力」と呼ばれる事業者で、関西電力や東京電力など全国10社の系統電力会社の送電網を通じて供給する事業者のことで、特定規模電気事業者は、現時点で673社が参入している。

これらの事業者は、発電は自分たちで行い、供給網は大手電力会社から借り、顧客に電力を届けている。太陽光発電や風力発電などの自然エネルギーを活用した発電事業者や、限られた地域の電力供給のためだけの発電を行い、電力を“自給自足”しようとする事業者のほか、業態、規模の大小を問わず、多様な事業者が誕生している。



2016年に予定されている電力小売りの全面自由化に向け、こうした事業者が本格的に動き出す。経済産業省も今年度前半に詳細な制度設計の検討を進め、関連する政省令の整備を進める。

全面自由化後は、すべての事業者が対等な条件下で競争することになるが、豊富な電源設備を持つ大手電力会社が有利であるのは変わらない。大手に対抗するために、電源設備を保有する事業者と企業や家庭などの顧客を抱える事業者との提携が進みそうだ。

大手企業の動きに限れば、楽天やソフトバンクといった通信業界、ミサワホームや大和ハウスといった不動産業界、旭化成や神戸製鋼といったメーカー、東京ガス、大阪ガスとNTTファシリティーズが立ち上げた異業種合弁企業のエネットなど様々な業界が電力分野に参入している。

ソフトバンクグループのSBパワーは昨年7月に大口顧客向けに電力販売を始めた。同社が全国で展開しているメガソーラーで発電する電力は約10万キロワットと限られるため、足りない分は、日本卸電力取引所から調達するほか、太陽光発電を一般家庭から固定価格買い取り制度で定められた価格より1円を上乗せした金額で買い取るサービスを開始している。今後、通信と電力を組み合わせた新たなサービスの提供を視野に入れている。通信分野のみならず、ガス、電機、自動車、ハウスメーカー、商社なども、自らの商品やサービスと電力を融合させることで大きなビジネスチャンスに繋げようと取り組んでいる。ちなみに、自由化される家庭用電力契約数は、7,640万口、使用電力のシェアは36%である。

2. 83%が「電気料金が現在より低ければ、電力供給会社を乗り換えたい」

みずほ情報総研は、「電力自由化に向けての消費者の電力小売企業・サービス選択基準に関する意識調査」を行い、レポートを公表している。

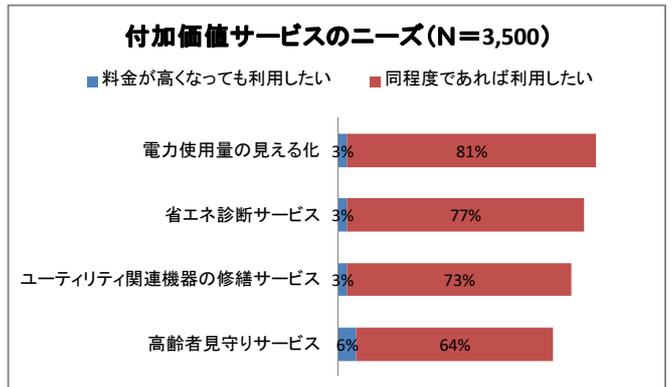
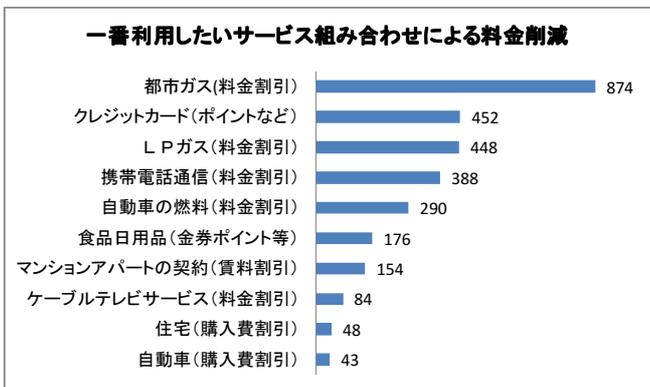
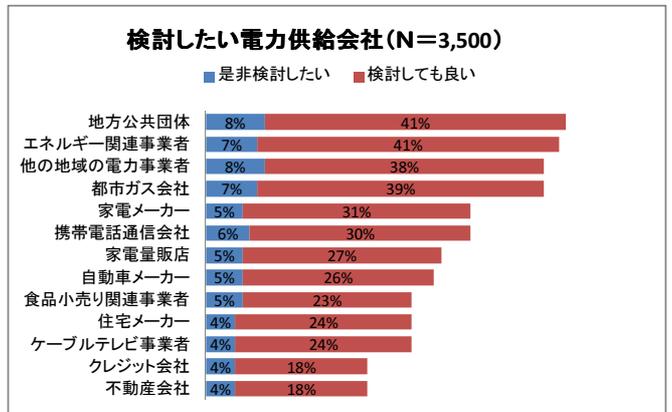
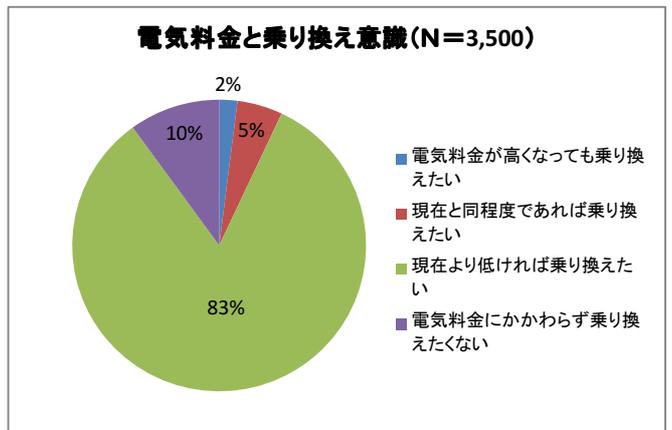
その結果を見ると、90%の消費者が、電力の自由化にあたり、現在契約している電力供給会社の乗り換えを検討したいとしており、乗り換えにあたっては、電気料金の削減が非常に重要な要素であることがわかった。近年の燃料費の高騰などの影響もあり、電気料金の削減には限度があるが、20%の削減率で3人に2人が乗り換えを検討する分析結果となった。新規参入企業にとっては、このレベルでの削減率を達成できるかどうか、市場での高いシェアを取るための一つのベンチマークとなる。

また、乗り換え候補先として「乗り換えを是非検討したい・してもよい」との回答が最も多かったのは、地方自治体やエネルギー関連事業者等で約5割、関連性の薄いスーパーなどの食品小売、住宅メーカーなどは3割弱に留まっている。

電力使用量の見える化や、省エネ診断サービスなどの付加価値サービスについては、電気料金が高くなっても利用したいという人は3~6%とごくわずかだが、料金が現在と同程度であれば7割以上が利用したいという結果となった。

更に、参入企業のビジネスモデルとして、電力供給サービスと他サービスとの組み合わせによる料金削減が想定される。どの組み合わせを一番利用したいか聞いたところ、都市ガスとの組み合わせによる料金割引を「一番利用したい」とした人が最も多く、次にクレジットカード、LPガスと続いている。

調査対象	全国20歳以上の男女のうち、世帯主・世帯主の配偶者、且つ光熱費を詳しく・おおよそ把握している消費者
調査方法	インターネットによるアンケート調査
調査件数	配布数:6,780 サンプル(回収)数:3,500 (350×10電力会社管内、男女内訳 男:1,750 女:1,750 年齢層内訳 20代:624、30代:772、40代:728、50代:702、60代以上:674)
調査期間	2015年2月10日(火)~2015年2月23日(月)



3. 自由化のメリット、デメリット

電力自由化のメリットは、競争によるコスト削減だけではない。電力自由化に合わせて、各家庭の電力計を「スマートメーター」と呼ばれるデジタル式電力計に更新する作業が、2024年の全戸設置完了を目指して進められており、関西電力では2015年3月末で500万台(全契約1,300万口の4割弱)が既に導入されている。各家庭の電力計がスマートメーターに置き換わることによって、電力供給が様々な技術やサービスと結びついて提供されるメリットもある。

◎自動検針

スマートメーターでは、電力使用量を通信回線を利用して電力会社に送信することで、人力による検針作業が不要になるため、人件費の削減・電力使用量の見える化などが期待されている。

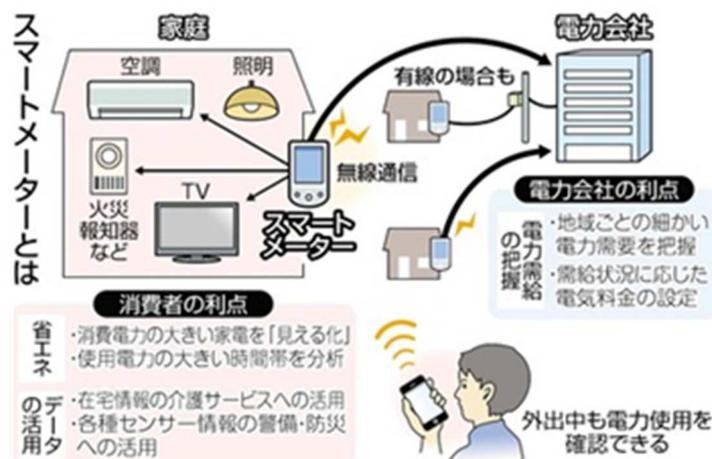
◎リモート接続・切断

スマートメーターでは、その通信機能を活用して管理箇所からのリモート接続・切断が可能になる。

◎電力消費量の見える化、家電等の連携

スマートメーターでは、家庭内ネットワークを介してリアルタイムに電力使用量を確認することができる。特にDR(demand response)技術との連携によって、顧客が電力の使用を抑制できるようスマートメーターを介して家電を制御する技術の研究が進んでいる。このような技術により、ピークカットによる負荷平準化や、需給に応じた料金設定や時間帯別割引料金など多様な利用も可能になる。

◎電力消費量データを利用した各種サービス
スマートメーターは、電力消費量データのパターンを詳しく把握することができる。電気製品は瞬間的な消費電力に特有の傾向を示すので、その消費電力を詳しく分析すれば、ある瞬間に家庭やオフィスにおいてどのように電気製品を使用したのかが、かなりの精度で推定することができる。これらのデータを蓄積し、顧客に最適な消費パターンを提供することが可能になる。



このように、スマートメーターを介した電力の自由化は、顧客と電力会社双方にメリットがある反面、プライバシー問題といったデメリットも含んでおり、米国では、一部の州で「つながりない権利」を主張する団体が表れている。

今後新築需要がますます厳しくなっていくことが予測される中、地域工務店は、最大の強みとなる顧客とのつながりや信頼感を活かしながら、電力自由化についてのセミナーや更なる省エネ、ネットゼロエネルギー住宅の見学会・勉強会などの開催により、新規受注のきっかけづくりに取り組んでみてはどうか。

また、住宅会社は、スマートメーターを活かした電力会社との連携強化や新サービスの展開など、競争他社との一層の差別化を図ることが求められるだろう。

キタケイの提供するプライベートブランド

環境・ぬくもり・素材をテーマとした各種住宅資材 “ スプロートユニバーサル ”

企画・製造から販売までトータルにプロデュースし、心からご満足いただける住まいづくりをバックアップします



www. sprout-univ. com

遮熱・透湿・防水・防風

HEAT BARRIER SHEET II



規格サイズ

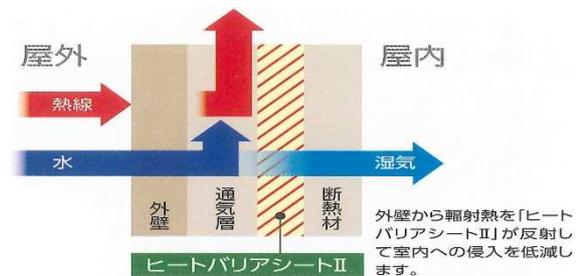
品名	ヒートバリアシートII
品番	HBI-50
サイズ	0.2mm×1,000mm×50m巻
入数	1本/ケース
税別価格	¥24,000-/本

⚠ ヒートバリアシートII 使用上のご注意

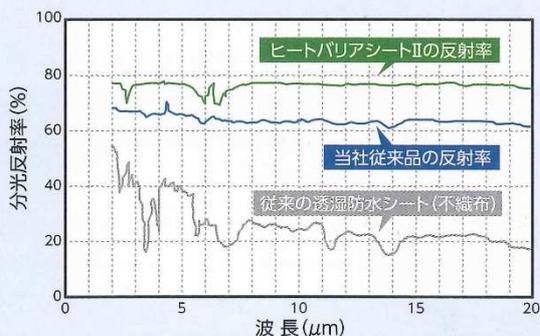
- ※当商品は壁用ですので、屋根、天井には使用しないでください。
- ※当商品を火や高熱物に近づけないでください。
- ※当商品を直射日光に当たる場所には保管、放置しないでください。

ヒートバリアシートIIの特徴

遮熱機能を持ち、かつ従来の透湿防水シートの施工性・高い透湿性と防水性を保持した商品です。遮熱性に反射率の高いアルミ箔ではなくアルミ特殊コーティング不織布を使用しているのも透湿性を確保する為です。透湿性能は内部結露を防止する上で非常に重要であり、高い透湿性がヒートバリアシートIIの特徴です。



■遮熱性



■遮熱効果(通過熱量差)

