

## 業種別分類と販売戦略

2016年4月1日、これまでの高圧部門に加えて家庭など低圧部門も含めて、電力小売りが全面自由化された。政府は2015年8月からライセンス制に基づく「小売電気事業者」の登録の受付を始め、4月18日時点で、286社が新規に登録された。それに加えて、旧一般電気事業者が「みなし規定」として登録手続きなしに小売事業者となった。

日経BPクリーンテック研究所の調べでは、4月20日時点で家庭向けの料金メニューを公開したり、小売りを表明したりした小売電気事業者や有力な販売代理店は67社に上る。さまざまな業種から参入しているが、それらは(1)大手電力(旧一般電気事業者)、(2)ガス事業、(3)石油事業、(4)通信・放送、(5)老舗新電力、(6)再生可能エネルギー(再エネ)・地域新電力、(7)自治体、(8)流通・サービスの8業種に分類される(表1)。

これらの参入企業は、各業種の強みを生かして、低圧の小売部門に参入している。大別すると独自の電源または電源調達を強みに参入する企業と、各業種がもともと持っている商材とのセット販売を強みに参入する企業の2通りである。大手電力はもちろんのこと、石油事業やガス事業はもともと電源を保有しているということもあり、保有する電源を生かして低圧部門の小売りに参入しようとしている。中でも大手電力と石油事業者は有力な火力発電所を保有しているうえ石炭発電などの新設計画もあり、豊富な火力発電が強みになる。ガス事業のうち地域に数多く存在するLPガス事業者は地域のエネルギー資源である再エネを生かそうとするケースが多い。

再エネ・地域新電力や自治体については、大型発電所は保有していないものの、地域のエネルギー資源である再エネを生かして地産地消型のビジネスを志向する傾向が強い。

流通・サービス、放送・通信は、多くの企業が自社電源を持たず、大手電力と提携するなどパートナー戦略を強化している。

表1 小売電気事業者の業種別分類 (作成: 日経BPクリーンテック研究所)

業種 (事業者数)	企業名
大手電力 (10)	北海道電力、東北電力、東京電力、中部電力、北陸電力、関西電力、中国電力、四国電力、九州電力、九電みらいエナジー
ガス事業 (21)	東京ガス、東邦ガス、大阪ガス、西部ガス、北海道ガス、京葉ガス、静岡ガス&パワー、サーラeエナジー、サイサン、シナネン、青梅ガス、武州ガス、大東ガス、中央セントラルガス、伊藤忠エネクスホームライフ関東、太陽ガス、エコア、京葉ガス、須賀川瓦斯、太陽ガス、大垣ガス、TOKAI、ニチガス
石油事業 (4)	JXエネルギー、東燃ゼネラル石油、昭和シェル石油、新出光
通信・放送 (5)	ソフトバンク、KDDI、ケイオプティコム、ジュピターテレコム、中海テレビ放送
老舗新電力 (2)	丸紅新電力、イーレックス
再エネ・地域新電力 (16)	Loop、日本エコシステム、みんな電力、エゾデン、水戸電力、洗陽電機、はりま電力、泉佐野電力、和歌山電力、坊ちゃん電力、ナンワエナジー、ミツウロコグリーンエネルギー、NTT スマイルエナジー、TOSMO、ネクストパワーやまと、滋賀電力
自治体 (1)	みやまスマートエネルギー
流通・サービス (8)	東急パワーサプライ、HTB エナジー、ワタミファーム&エナジー、トドック電力、大阪いづみ市民生活協同組合、MCリテールエナジー、アイ・グリッド・ソリューションズ、楽天

## 料金メニュー分析

小売電気事業者の家庭向け料金メニューの多くは、大手電力がこれまで家庭向けに提供してきた従量電灯 B（関西電力と中国電力は従量電灯 A）をベースにしているプランである。契約電流ごとに毎月定額の「基本料金」あるいは「最低料金」と、電力使用量に応じて3段階で単価が変わる「電力量料金」という仕組みを踏襲している。ここから基本料金と電力量料金の単価を、大手電力より安くする料金プランが主流である。こうした基本料金と電力量料金の組み合わせを分類すると 10 種類になる（表 1）。

10 の分類で最も多いのが、「基本料金同一・電力量料金一部段階安価」である。特に第 2 段階以降の単価が安く、電力使用量が増えるほど大手電力よりも安価になるプランが目立つ。収益性の高い顧客の獲得に的を絞った「クリームスキミング」を狙っているためだ。すべての契約電流で基本料金が安く、電力量料金の一部の段階の単価が安い「基本料金安価・電力量料金一部段階安価」にも同様の狙いがある。次に多い分類は「基本料金同一・電力量料金全段階安価」である。

4 番目に多い分類は「基本料金同一・電力量料金全段階安価」である。例えばジュピターテレコム（「J:COM 電力 家庭用」）は、基本料金（最低料金）は同一だが、電力量料金の単価は第 1 段階で 0.5%、第 2 段階で 1%、第 3 段階で 10%それぞれ安く設定した。

「基本料金・電力量料金ともに安価」は電気料金の安さをアピールしやすい。イーレックス（従量電灯 B）は、契約電流に関わらず基本料金を 0.5%、電力量料金の単価は第 1 段階で 0.4%、第 2 段階で 6%、第 3 段階で 9%安くした。さらに分かりやすさを追求したのが、「基本料金・電力量料金の一律安価」。HTB エナジーはそれぞれの大手電力の基本料金と電力量料金に比べ、ともに 5%安い。

ユニークなのは「基本料金・電力量料金同一」と「基本料金同一・電力量料金高価」だ。アイ・グリッド・ソリューションズ（従量電灯（段階割 1））は、基本料金・電力量料金ともに同一だが、電気料金の総額（税込）が月 1 万円以上の場合は 4%、同 1 万 5000 円以上の場合は 6%それぞれ割り引く。一方、中央セントラルガスは基本料金が同じだが、電力量料金は第 1～3 段階で、0.3～0.5%割高になっている。ただし、LP ガスとのセット販売の場合は電力使用量 250kWh 以上で約 5%、1000kWh 以上で約 7%、電気単体での販売の場合は電力使用量 350kWh 以上で約 5%、1000kWh 以上で約 7%を割り引く。

表 2 電力小売りのビジネスモデル一覧（作成：日経 BP クリーンテック研究所）

分類名	特徴
基本料金・電力量料金同一	基本料金と電力量料金の各段階の単価が同じ
基本料金・電力量料金の一律安価	基本料金と電力量料金の各段階の単価が一律安い
基本料金・電力量料金ともに安価	基本料金と電力量料金の全段階の単価が安い
基本料金同一・電力量料金全段階安価	電力量料金の全段階の単価が安い
基本料金同一・電力量料金一部段階安価	電力量料金の一部の段階の単価が安い
基本料金同一・電力量料金高価	電力量料金の全段階の単価が高い
基本料金高価・電力量料金一部段階安価	すべての契約電流で基本料金が高く、電力量料金の一部の段階の単価を安くする
基本料金安価・電力量料金一部段階安価	すべての契約電流で基本料金が安く、電力量料金の一部の段階の単価が安い
一部の契約電流の基本料金安価・電力量料金全段階同一	一部の契約電流で基本料金が安く、電力量料金の全段階の単価が同じ
一部の契約電流の基本料金安価・契約電流ごとの電力量料金設定	一部の契約電流で基本料金が安く、電力料金の単価は契約電流ごとに設定する

## ポイント戦略

顧客に対して電気料金や電力使用量に応じてポイントを付与するポイントプログラムが顧客獲得の有効な手段となっている。ポイントの種類は、「T ポイント」や「Ponta」に代表される「共通ポイント」と、企業やグループ内に閉じた「独自ポイント」の2つに大別できる。共通ポイントは企業や業種を超えてポイントを集めやすく、顧客にとっては使い勝手がいい。独自ポイントは、企業やグループ内に閉じたポイントであり、顧客を囲みやすいとされる。

小売電気事業者で共通ポイントを直接付与する事業者は 11 社にのぼる（表 3）。そのうち「T ポイント」が 6 社、「Ponta」が 4 社で、「楽天スーパーポイント」が 2 社、「JMB ポイント」「Waon ポイント」「EZOCA」「JQ ポイント」「nimoca ポイント」は各 1 社だ。付与するポイントはおおむね「電気料金 200 円＝1 ポイント」で、還元率は 0.5% である。

一方、独自ポイントを付与するポイントプログラムを有するのは、大手電力・ガスを中心とした 25 社である。このうち電気料金に応じてポイントを付与するのは、トドック電力、東京電力エナジーパートナー、東京ガス、KDDI、東急パワーサプライ、アイ・グリッド・ソリューションズ、TOKAI グループ、大阪いずみ市民生活協同組合、中国電力、太陽ガスの 10 社である。ポイントの付与単位は東京電力エナジーパートナーが 1000 円ごとに 5 ポイント（還元率 0.5%）に対し、競合する東京ガスは 1000 円ごとに 15%（同 1.5%）、東急パワーサプライは料金の最大 1%（同 1%、クレジットカード払い）と還元率を高めており、電気料金の安さとともにポイント付与をアピールしている。

表 3 共通ポイントを直接付与する小売電気事業者（作成：日経 BP クリーンテック研究所）

共通ポイント名	企業名（事業地域）	ポイント付与方法
T ポイント （CCC マーケティング）	JX エネルギー（東京）	電気料金 200 円につき 1 ポイント
	ソフトバンク（北海道、東京、中部、関西）	電気料金 1000 円につき 5 ポイント
	伊藤忠エネクスホームライフ関東（東京）	LP ガス料金 200 円につき 1 ポイント
	西部ガス（九州）	電気料金 200 円ごとに 1 ポイント
	エコア（九州）	電気料金 200 円ごとに 1 ポイント
	ナンワエナジー（九州）	電気料金 200 円ごとに 1 ポイント
Ponta （ロイヤリティマーケティング）	昭和シェル石油（東京）	給油 1 回につき 1 ポイント
	MC リテールエナジー（東京）	電気料金 1000 円ごとに 10 ポイント
	エコア（九州）	電気料金 200 円ごとに 1 ポイント
	西部ガス（九州）	電気料金 200 円ごとに 1 ポイント
楽天スーパーポイント	楽天	電気使用量 10kWh ごとに 1 ポイント
	西部ガス（九州）	電気料金 200 円ごとに 1 ポイント
JMB ポイント （JAL マイレージ）	洸陽電機（東京、関西、九州）	5 月 31 日までのスタートダッシュキャンペーンで 1000 マイル
WAON ポイント （イオングループ）	西部ガス（九州）	電気料金 200 円ごとに 1 ポイント
EZOCA	エゾデン	電気料金の 0.5% で 1 ポイント
JQ ポイント	西部ガス（九州）	電気料金 200 円ごとに 1 ポイント
nimoca ポイント	西部ガス（九州）	電気料金 200 円ごとに 1 ポイント

## 電源戦略

小売事業者にとって顧客向け差別化のポイントは、第1に安価で魅力的な料金プランを提示することと、第2に電源構成面でのメリット（再エネ比率が高いなど）を訴求することである。この2つで優位に立つためには、電源戦略が重要になる。

大手電力は、もともと豊富な電源をさらに増強して、越境販売などに乗り出そうとしている。一方で新規小売事業者の電源戦略としては、(1) 自社電源（火力発電中心）を建設・増強する、(2) 再エネを自社電源または他社から調達して再エネメニューを充実させる、(3) 常時バックアップや卸電力市場からの調達を工夫する、(4) 卸供給パートナー先を開拓する——といった4つの手法がある。

このうち再エネメニューは、新規事業者にとって、単なる安値競争から脱する手段として注目されている。再エネ電源は、FIT（固定価格買取制度）の適用を受けたFIT 電気とそれ以外の再エネ電源から成る。現状では、経済的メリットの大きいFIT 電気を主体にした料金プランを提示する企業が多い。その際、どの程度の再エネ比率にできるかが問題になる（表4）。

現状で、再エネ電源の比率を60%と高く設定しているのがソフトバンクとトドック電力である。この2社以外は、再エネ比率を20~30%と設定している。Loopは26%（FIT 電気20%、FIT 外電気6%）、ワタミファーム&エナジーはFIT 電気33%（2016年9月までに）、泉佐野電力はFIT 電気20%といった具合である。各社とも夜間に発電しない太陽光をFIT 電気のメインにしているために、なかなか30%の壁を破れない現実がある。なお、NTT スマイルエナジーは「FIT 電気100%」をうたっているが、昼間（8~16時）に限っており、全体の比率は発表していない。

一方、卸電力市場がまだ活性化していない現状では、新規事業者の多くは、常時バックアップに頼ることになる。常時バックアップを上手に使うことによって、調達価格を下げ競争力アップにつながることも可能だ。ナンワエナジーは、オール電化料金プランを設定して負荷率の高い顧客を意図的に集め、常時バックアップの利用効率を上げて、調達単価を2円/kWh下げられたとしている。

表4 再エネ比率を発表している事業者一覧（作成：日経BPクリーンテック研究所）

企業名	再エネ比率	再エネ電源
ソフトバンク	FIT 電気：60%（目標値）、57%（計画値）	「ソフトバンク紋別ソーラーパーク」（約2.4MW）、「ソフトバンク白老ソーラーパーク」（約2.6MW）、「ソフトバンク日光ソーラーパーク」（約2.4MW）、「ソフトバンク矢板ソーラーパーク」（約4.6MW）、「ソフトバンク榛東ソーラーパーク」（2.4MW）など
トドック電力	FIT 電気：60%	王子製紙の尻別川第一・第二発電所（約15MW・水力）、JENの昆布盛ウインドファーム（100MW・風力）、王子グリーンエナジー江別（25.4MW・木質バイオマス、石炭）など。メガソーラー合計2MW
Loop	再エネ比率：26%（FIT 電気20%、FIT 外電気6%）	FIT 電気20%分は顧客の太陽光発電システムからアグリゲーションなど、FIT 外電気6%分は水力発電所（出力2.6MW）、地熱発電所（2017年春に試運転開始の予定）など
ワタミファーム&エナジー	FIT 電気：33%（2016年9月までに）	秋田県にかほ市でワタミグループ第1号となるワタミの夢風車「風民（ふうみん）」を稼働。2013年には秋田県秋田市と由利本荘市で、2号機、3号機を稼働。2015年1月には、北海道勇払郡厚真町でメガソーラー（大規模太陽光発電）を本格稼働
NTT スマイルエナジー	FIT 電気：100%（8~16時のみ）	エネットと共同で全国約8000カ所、合計約270MWの小規模太陽光発電設備からFIT 電気を調達。昼間における30分ごとの電力使用量合計値と、太陽光の発電量合計値を比較し発電量が使用量を上回っている状態を100%とみなす