

## 1-1 販売戦略

2013年4月に、電力システム改革を実施するための「電力システムに関する改革方針」が閣議決定され、2016年4月1日からの小売り全面自由化が決まった。これに伴い政府は、新たなライセンス制を導入。現行の「一般電気事業者（電力会社）」「特定規模電気事業者（PPS、新電力）」といった区分、法的な位置づけ、役割、責任、義務に違いはなくなり、「小売電気事業者」で統一した。

これにより、家庭や小規模事業者を対象に残っていた電力会社の地域独占が撤廃され、自由に料金メニューを設定できるようになった。ただし激変緩和のための経過措置として、しばらくは旧一般電気事業者の料金規制を残す。需要家は自由料金と規制料金の有利な方を選べる。2018～2020年をメドに小売事業者間の競争環境が整備されたと国が判断した段階で料金規制は撤廃される予定だ。

経済産業省は2015年8月3日に、ライセンス制に基づく「小売電気事業者」の登録の受付を開始。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。参入した各社は、もともと保有する電源や販売チャネルなど自らの強みを活かして販売戦略を策定している。足りない部分は積極的に他社とアライアンスを組んで補完し、料金メニューやセット割引などで特徴を打ち出そうとしている。

### 【業種別分類】

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、小売りサービスの意向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)。

表1 小売事業者の業種別分類

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

【業種マッピング】

これらの参入企業は、各業種の強みを生かして、低圧の小売り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する業種と、もともと持っている商材とのセット販売を強みにする業種。もちろん、大手電力、石油事業、ガス事業は電源戦略とセット販売・サービスにいずれにも力を入れているが、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。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。

このセット販売・サービス中心と電源戦略中心の軸を縦軸に、高圧向けを含めてこれまで電力小売り事業を展開してきた既存企業と新規参入企業を横軸にとって業種をマッピングすると図1のようになる。大手電力は高圧・低圧含めて既存企業であり、老舗新電力と再エネ・地域新電力もこれまでの高圧需要家向けの電力小売りの経験を生かして低圧に参入しようとしている。他の業種の多くは、電力事業への参入は初めての企業が多い。

さらに、セット販売・サービス中心と電源戦略中心の軸を縦軸にとって、電源が火力発電中心か再エネ中心化の軸を横軸にしてマッピングすると図2のようになる。大手電力、石油事業、ガス事業のうち東京ガスなどの大手企業は、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企業が多い。再エネ・地域新電力や自治体の電源は多様だが、近年は再エネを生かそうという傾向が強い。流通・サービス、放送・通信は、自社電源を持たないために、大手電力など外部の提携先の電源構成に依存する。ただし、ソフトバンクや生活協同組合のように再エネ電源をできる限り調達しようという機運は高い。

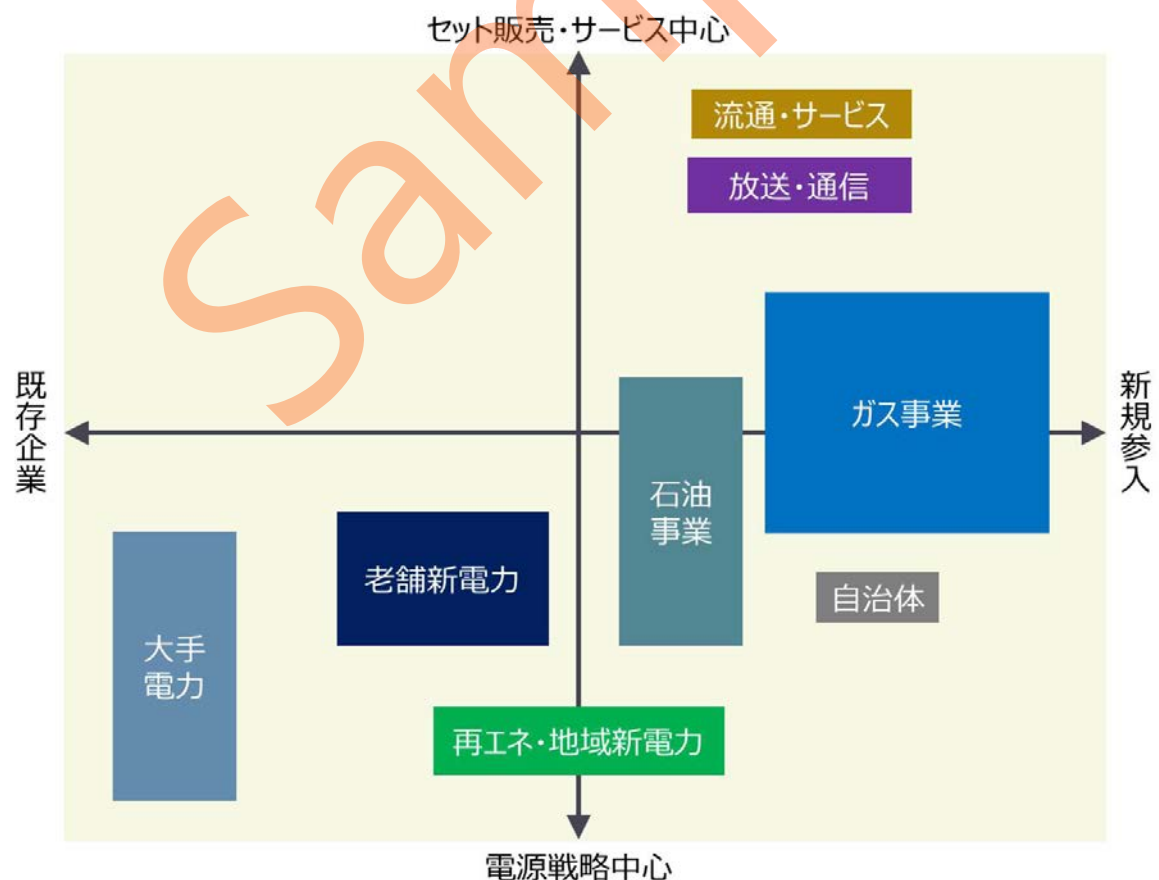


図1 各業種のマッピング（セット販売・サービス中心－電源戦略中心／既存企業－新規参入）

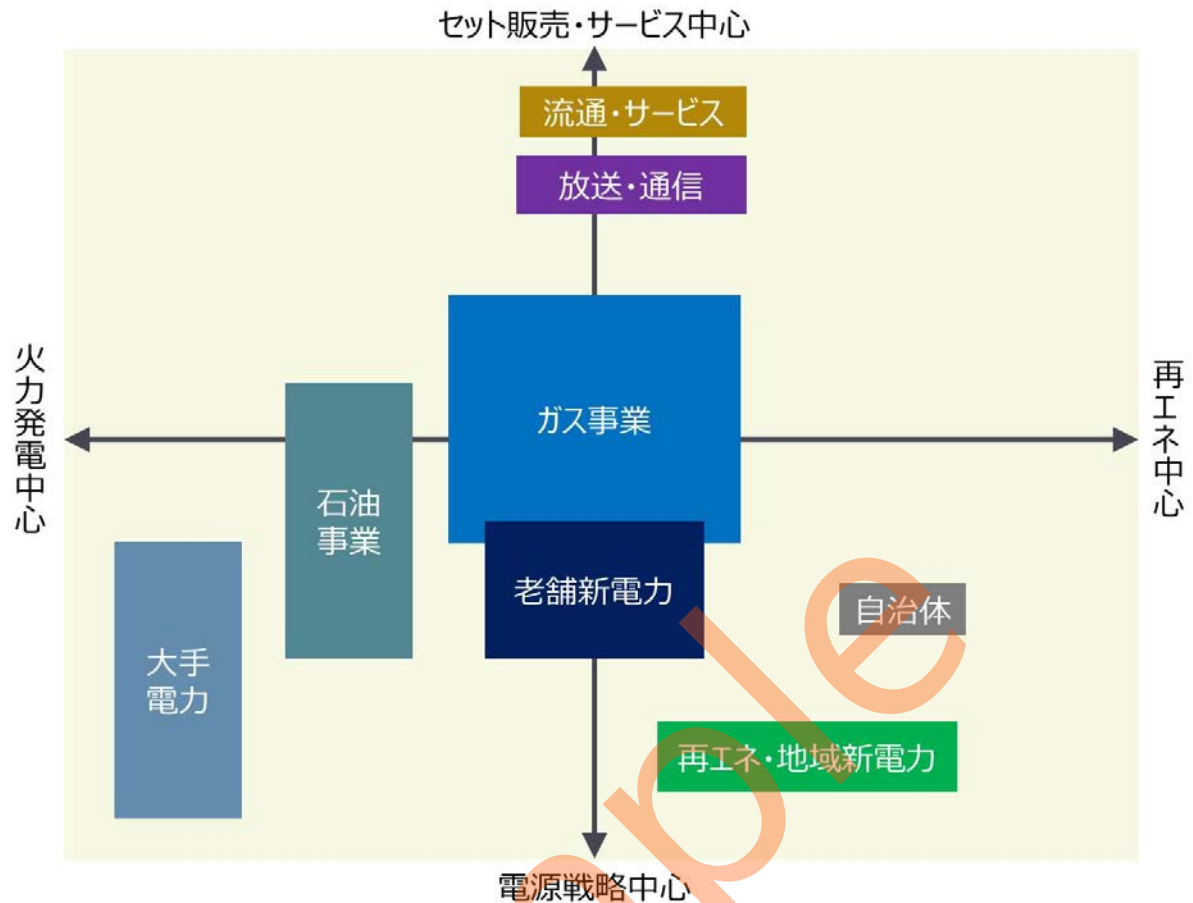


図2 各業種のマッピング(セット販売・サービス中心—電源戦略中心/火力発電中心—新再エネ中心)

### 【大手電力の販売戦略】

旧一般電気事業者である大手電力各社は、新しい料金メニューを設けるとともに、これまでの自らの販売エリア外にも越境。各業界の企業とアライアンスを組んでセット割などを展開し、暮らし関連サービスを充実させて、これまでの顧客のつなぎ止めと新顧客開拓を狙っている(表2)。

大手電力は、従来の料金メニューを残しつつ、電力多消費型の消費者を対象とした新料金メニューを設定している。典型が東京電力エナジーパートナーであり、現行の従量電灯Bに対して、基本料金は同じで第2段階(120k~300kWhまで)の電力量料金が10%安いスタンダードSは、「スタンダードS」などの料金プランを提示した。月額8000円以上の電気料金を払っている顧客が割安になる。中国電力は、基本料金を下げた「スマートコース」、基本料金がなく電力量料金が一律(300kWh超で割安)の「シンプルコース」など従来より割安になるプラン提示。関西電力は100%子会社のケイ・オプティコムが従量電灯Aと比べて、第2段階部分の単価が-11.4%、第3段階部分が-22.2%となる「eo電気」を設定した。

他の大手電力は、時間帯別・オール電化向けプランを充実させたり、ポイントによって割安感を出そうという企業が多い。

越境販売先は、東京電力エリアと関西電力エリアに集中している。その際には、規制料金は適用せず新料金メニューを提示することになる。特に低価格競争が激化しているのが関西電力エリアであり、東京電力は関西電力・従量電灯Aに対して、電力量料金の第2段階(300kWhまで)が15.6%、第3段階(300kWh超)が22.2%も安くなる料金プランを提示している。対する関西電力は同社エリア内で

は規制料金と時間帯別料金のメニューのみ。代わりにケイ・オブティコムが東京電力とほぼ同様の料金プランを提示している。北陸電力や九州電力（九電みらいエナジー）は、地元の出身者向けに地元の電力を使うことで故郷を応援しようという志向が強い。

大手電力各社とも、新しく顧客向け Web サイトを開設し、電気料金や電力使用量の確認はほぼスタンダードなメニューとなっている。さらに、それらの Web サイトを活用して、ポイントサービスや暮らし関連のサービスにいかにつなげるかが課題になっている。

暮らし関連サービスで充実したメニューを提示しているのが九州電力である。スマートメーターなどの電気小売り事業におけるインフラを活用し、外部のサービスプロバイダーと提携して、見守りサービスや暮らし関連の困りごとやトラブルを解決するサービスを始める。東京電力エリア向けの顧客にも、九州で離れて暮らす両親の安否を確認するサービスを提供する。

ガス事業者や通信事業者と提携して、代理店契約などを結んでセット割引メニューを展開する動きも出ている。典型が東京電力であり、ソフトバンク、ニチガスや TOKAI と提携している。

表2 大手電力の販売戦略の特徴

企業名	新料金メニュー	越境販売	アライアンス	新サービス
北海道電力	1日を3つの時間帯に分けて料金設定した「eタイム3(Sプラン)」1種類のみ	なし	—	—
東北電力	「よりそう+ナイト12」（夜9時～朝9時まで割安に）、「よりそう+ナイト&ホリデー」（平日夜10時～朝8時までと休日を割安に）、「よりそう+シーズン&タイム」（オール電化向け）の3種。首都圏向けには第2段階を割安に設定	東京電力エリア	—	新Webサービス「よりそうeねつ」とを開始。電気料金が確認できるほか、各種の手続き（引越し手続きやプラン変更など）、診断も可能
東京電力（東京電力エナジーパートナー）	月額8000円程度以上で現行の従量電灯Bより割安になる「スタンダードS」、月額1万7000円程度の顧客が割安になる「プレミアムプラン」、実量制を導入した「プレミアムX」の3種中心。提携先との割引など多彩な新メニューを用意	中部電力エリア、関西電力エリア	ソフトバンク、ソネット、USEN、TOKAIグループ、ニチガス、レモンガス、河原実業、カナジウ・コーポレーション、川崎プロパン、ビッグカメラなど	新Webサービス「くらしTEPCO」開始。暮らし関係のサービスを今後充実へ
中部電力	ポイント付与と割引を行う「ポイントプラン」（契約電流430A以下）と「おとくプラン」（同540A以上）の2種。東京電力エリアでは、第3段階（300kWh超）で割安になる一律の電力量料金を設定	東京電力エリア	東京電力エリアではエディオン10店舗で申し込み受け付け。ビッググループの顧客向けにセット販売。ダイヤモンドパワーが、国際石油開発帝石を通じて、首都圏の都市ガス会社に電力を卸供給	—

企業名	新料金メニュー	越境販売	アライアンス	新サービス
北陸電力	夜間および土日祝日の昼間の電気料金が安い「くつろぎナイト 12」、同社の要請に基づいて節電に協力すると料金が割引かれる「節電とくとく電灯」、「節電とくとくプラン」（くつろぎナイト12加入の顧客向け）の3種。首都圏顧客向けには東京電力の従量電灯 B に比べて 120kWh 超を割安に設定（1000 件限定）	東京電力エリア	—	—
関西電力	これまでよりも夜間時間帯を 2 時間増やした時間帯別料金「e スマート 10」。グループ会社のケイ・オプティコムが、従量電灯 A と比べて、第 2 段階部分の単価が 11.4%、第 3 段階部分が-22.2%となる「eo 電気」を設定	なし	—	電気料金や使用量を Web から確認できるサービス「はぴ e みる電」に加えて、新サービスとして「でんきの駆けつけサービス」、「はぴ e 暮らしサポート」、「はぴ e ポイント」を開始
中国電力	基本料金を下げた「スマートコース」、基本料金がなく電力量料金が一律で 300kWh 超で安くなる「シンプルコース」などのプランを提示。首都圏でも、「シンプルコース」をベースに東京電力・従量電灯 B よりも割安になるプランを提示	東京電力エリア	—	会員制 Web サービス「ぐっとずつと。クラブ」開始。電力使用量や電気料金の確認、料金プラン変更時の料金シミュレーション、各種契約手続きなどが可能に
四国電力	休日の料金単価を安くした「ホリデー e プラン」、オール電化住宅向けの「スマート e プラン[タイプ L+]」、「スマート e プラン[タイプ H+]」。東京電力エリア、関西電力エリア向けには、規制料金よりも割安に設定した「オーブプラン」設定	東京電力エリア、関西電力エリア	—	会員制 Web サービス「よんでんコンシェルジュ」開始。電気料金や電力使用量を確認できるほか、家庭から排出される CO2 量が確認できる「環境家計簿」や設定した電気料金に達した場合アラートしてくれる「料金アラート」を提供
九州電力	電力使用量が 1 カ月 350kWh 以上で得になる家庭向け「スマートファミリープラン」、夜間や休日の使用量が多い顧客向けの「電化でナイト・セレクト」、商店など向けの「スマートビジネスプラン」の 3 種。東京電力エリア向けには子会社の九州みらいエナジーが販売	東京電力エリア（九電みらいエナジー）	—	安心して暮らすための新サービス「九電あんしんサポート」4 種、「みまもりサポート」、「くらしサポート」、「でんきサポート」、「親孝行サポート」をスタート。東京電力エリア向けの顧客にも、九州で離れて暮らす両親の安否を確認できる「親孝行サポート」、状況を監視して連絡する「見守りサポート」を提供



### 【ガス事業者の販売戦略】

日本には、一般ガス事業者（導管によって主に天然ガスを供給）が209社、簡易ガス事業者（簡易なガス発生装置によって主にLPガスを供給）が1452社、LPガス販売事業者が2万1052社もある（経済産業省資源エネルギー庁調べ、2013年現在）。多くのガス事業者は、地域に根差した事業を展開しているが、2017年のガスの小売り自由化によって供給地域への参入制限がなくなることへの恐怖感がある。このため、ガス業界ではガス顧客を囲い込むために電気事業にも参入しようという機運が高まっている（表3）。

ガス事業者の電力小売り戦略でポイントとなるのは、電源調達である。一般ガス事業者の中でも東京ガス、大阪ガス、東邦ガスの大手3社および第2グループと言われる6社（西部ガス、北海道ガス、静岡ガス、広島ガス、仙台市ガス局、日本ガス）の多くはLNG受け入れ基地を所有し自前の原料調達力を持つため、ガスコジェネなど自社電源中心の電源調達戦略を描いている。他の中堅都市ガス事業者の多くは、大手ガス・大手電力などから電力の卸供給を受けることになる。

LPガス事業者は、メガソーラーや風力発電など再エネ系の自社電源やFIT電源から調達する企業が多い。その場合、足りない部分は日本電力卸取引所から調達するか、常時バックアップを活用することになる

中堅都市ガス事業者やLPガス事業者は、各地域に食い込んで営業網を張り巡らせており、2017年に始まるガスの自由化にもらんで、合従連衡が激しくなっている。

関東地域を見ると、ガス事業者をめぐる企業グループは、東京電力グループ、東京ガスグループ、中部電力（ダイヤモンドパワー）・国際石油開発帝石（INPEX）グループ、JXエネルギーグループ、東燃ゼネラル石油グループの5グループに分かれる（表4）。

第1の東京電力グループは、LPガス大手のTOKAIとニチガス、レモンガス、カナジュウ・コーポレーション、河原実業、サンワ、川島プロパン、北日本ガス、新日本ガス、東彩ガス、日東エネルギー、東日本ガスといった13社で、販売代理店契約を結んで東京電力の電気を売る。東京電力はまた、中堅都市ガス企業に対するガスの卸供給も検討しており、2017年から始まるガス自由化への布石も打っていると見られる。

第2の東京ガスグループは、東京ガスの卸先およびLPガス事業者が、代理店または取次店契約を結んで販売する。東京ガスのガス卸先である中堅都市ガス15社（昭島ガス、太田都市ガス、坂戸ガス、東部ガス、武州ガス、厚木ガス、小田原ガス、渋川ガス、松栄ガス、総武ガス、東京ガス山梨、栃木ガス、野田ガス、秦野ガス、鷺宮ガス）と、LPガス27社（岩瀬液化ガス、エクシング、エネックス、奥村商会、金森藤平商事、環境装備、京浜燃料、小長井治郎商店、さくらエンジニアリング、松陰会館、湘南液化ガス、セイカ、東ガス管興、東京管工機材、東京商事、トーセキ、日本コークス販売、半沢ガス工業、二葉商事、米山商事、青木酸素商店、明治商會、富士瓦斯、スナガ、サガミ、町田ガス、東京ガスエネルギー）の名前が挙がっている。

第3の中部電力（ダイヤモンドパワー）・国際石油開発帝石（INPEX）グループは、INPEXのガス卸先である中堅都市ガス事業者が、ダイヤモンドパワーの電力卸供給を受けている。足利ガス、伊勢崎ガス、入間ガス、青梅ガス、桐生ガス、埼玉ガス、佐野ガス、日高都市ガス、武州ガスの9社である。また、首都圏の都市ガス2社（角栄ガス、大東ガス）もダイヤモンドパワーの電力を販売している。

第3のJXエネルギーグループ、第4の東燃ゼネラル石油グループは、傘下のLPガス各社が代理店契約を結んで、電力小売りをスタートさせる。

表3 主要ガス事業者の電源戦略

種類	企業名	電源戦略	アライアンス戦略
大手都市ガス事業者	東京ガス	約 2000MW の自社電源を保有。LNG 調達力や LNG 基地・パイプライン設備を活かし、天然ガス火力発電事業を拡大	中堅都市ガス 15 社（昭島ガス、太田都市ガス、坂戸ガス、東部ガス、武州ガス、厚木ガス、小田原ガス、渋川ガス、松栄ガス、総武ガス、東京ガス山梨、栃木ガス、野田ガス、秦野ガス、鷲宮ガス）、LP ガス 27 社（岩淵液化ガス、エクシング、エネックス、奥村商会、金森藤平商事、環境装備、京浜燃料、小長井治郎商店、さくらエンジニアリング、松陰会館、湘南液化ガス、セイカ、東ガス管興、東京管工機材、東京商事、トーセキ、日本コークス販売、半沢ガス工業、二葉商事、米山商事、青木酸素商店、明治商會、富士瓦斯、スナガ、サガミ、町田ガス、東京ガスエネルギー）と代理店または取次店契約を結んで、販売網を強化
	大阪ガス	天然ガス火力や再エネなど約 1840MW の発電施設を所有。出光興産と共同で約 1000MW の火力発電所を 2025 年までに稼働	—
	東邦ガス	四日市工場に建設中の 15MW 火力発電所が 2017 年度に稼働	—
第2グループ都市ガス事業者	北海道ガス	グループ会社であるエナジーソリューションの火力発電所、北ガスジェネックスのメガソーラー、王子・伊藤忠エネクス電力販売、木質バイオマス発電施設から電力調達	旭川ガス、釧路ガス、室蘭ガス、帯広ガス、苫小牧ガス、滝川ガス、岩見沢ガス、美唄ガスの道内都市ガス事業者 8 社が販売代理店として販売
	静岡ガス	出力 17MW の火力発電所など自社電源を増強すると共に、域内の分散電源をアグリゲーションして活用	静岡ガス、中遠ガス、袋井ガス、下田ガス、御殿場ガス、信州ガス、吉田ガス、静岡ガスエネルギーが販売代理店として販売
中堅都市ガス事業者	京葉ガス	出力 8.5MW の太陽光発電設備など	—
	青梅ガス	中部電力・ダイヤモンドパワーが国際石油開発帝石（INPEX）を通じて電力卸供給	国際石油開発帝石（INPEX）がガス卸供給
	武州ガス	東京ガスが電力卸供給	東京ガスが電力卸供給
LP ガス事業者	サイサン	自社のメガソーラー（全国 9 カ所、総計出力 19.1MW）など	—
	シナネン	自社のメガソーラー（2016 年度末に出力 70MW）、日本ソーラー電力の屋根借り太陽光（428 カ所、総計出力 19.6MW）	日本ソーラー電力の全株式を取得
	太陽ガス	1～2 割を FIT 電気（太陽光発電など）で供給。小水力発電を開発中	—
	大東ガス	ダイヤモンドパワーが電力卸供給	—

種類	企業名	電源戦略	アライアンス戦略
LP ガス事業者	中央セントラルガス	株主のセントラル石油瓦斯に出資する昭和シェル石油と東京ガスの合併である扇島パワー（天然ガス火力）	—
	伊藤忠エネクスホームライフ関東	伊藤忠エネクスグループのメガソーラーや風力、石炭火力など	—
	エコア	伊藤忠エネクスグループのメガソーラーや風力、石炭火力など	伊藤忠エネクスと新出光の合併会社
	須賀川瓦斯	70カ所の累計 12MW の太陽光発電所など	
	TOKAI	東京電力の代理店として電力販売	東京電力
	ニチガス	東京電力の代理店として電力販売	東京電力

表4 エネルギー大手と中堅都市ガス・LP ガスの5グループ・提携内容

グループ名	提携先		提携内容
	中堅都市ガス会社	LP ガス会社	
東京電力グループ	—	13社（社名は本文参照）	販売代理店契約
東京ガスグループ	15社（社名は表3参照）	27社（社名は表3参照）	販売代理店または取次店契約
中部電力（ダイヤモンドパワー）・国際石油開発帝石（INPEX）グループ	9社（INPEX 経由） 2社（ダイヤモンドパワー） （社名は本文参照）	—	電力卸供給、バラシンググループ
JX エネルギーグループ	—	約 80 社（社名は未公表）	販売代理店契約
東燃ゼネラル石油グループ	—	約 70 社（社名は未公表）	販売代理店契約

【石油事業者の販売戦略】

石油事業者では、自社電源を持っており、それを生かして高圧に加えて低圧部門に参入した企業が多い。戦略としては、クルマのドライバー向けにガソリンを販売するサービスステーションなどの販売店を通じて販売する（表5）。

ガソリンなどとのセット販売をする企業もある。典型は昭和シェルで、ガソリンが 10 円/L 安くなるセット割プランを提供している。JX エネルギーも、契約者が「ENEOS カード」で電気料金を支払うと、ガソリン・灯油・軽油代を 1 円/L 値引きする。

自社電源を強みに料金で勝負する傾向も強い。JX エネルギーは、東京電力・従量電灯 B に対し、電力量料金の第 2 段階以降を 10%以上安くした。東燃ゼネラル石油も、東京電力・従量電灯 B に対し、第 3 段階が 17.7%安となるプランを設定して割安感をアピールしている。



表5 石油事業者の販売戦略

企業名	電源戦略	セット販売戦略
昭和シェル	2016年4月時点で総出力620MWの電源を持つ予定で、その一部を低圧部門向けに販売	系列のサービスステーションを活用して、ドライバーにガソリンの割引プランを提示。ガソリンが10円/L安くなる。LPガスとのセット販売も計画
JXエネルギー	小売事業向けの約800MWの川崎天然ガス発電所を保有し、さらに2021年に向けて約1100MWを増設する予定	東京電力・量電灯Bに対し、電力量料金の第2段階以降が10%以上安い。「ENEOSカード」で電気料金を支払うと、通常のENEOSカード特典に加えて、ガソリン・灯油・軽油代も1円/L値引き
東燃ゼネラル石油	川崎工場の発電所。静岡市で清水天然ガス発電所（仮称）や千葉縣市原市で石炭火力の市原火力発電所などを開発	セット販売は行わず、電力販売そのものに注力。東京電力・従量電灯Bに対し、第3段階が17.7%安いプランを設定
新出光	メガソーラー（北九州市、鹿児島県など）	セット販売は行わず、サービスステーション顧客向けに九州電力・従量電灯Bより割安になるプランを提示

【通信・放送事業者の販売戦略】

通信・放送事業者は、携帯電話や固定電話、ケーブルテレビ、インターネットサービスなどの通信・放送サービスとセット販売することによって、顧客を囲い込むことを狙う。その際、セット割引を設定する企業が多い。さらに、契約の諸手続きを一元化することによる効率化をアピールしている（表6）。

通信・放送事業者は、畑違いの電気事業に参入するために、電力・エネルギー会社とのアライアンスを進めるケースが多い。ソフトバンクは東京電力、KDDIは中国電力、JXエネルギー、関西電力、ジエイコムグループはサミットエナジーと販売代理店契約または電力卸供給契約を結んでいる。

通信・放送事業者の中では、ソフトバンクグループが、太陽光発電などの発電事業に取り組んでおり、そこからの電源調達によって再エネを中心としたメニューを提示している。

ケイ・オプティコムは関西電力の100%子会社であり、関西電力グループとして、特に安価な料金メニューを設定して、グループとして顧客を囲い込む戦略である。

表6 通信・放送事業者の販売戦略

企業名	セット販売戦略	アライアンス戦略
ソフトバンク	ソフトバンクの携帯電話または「SoftBank 光」などの固定通信サービスをセットで契約すると世帯当たりの通信料金を最大2年間、200～300円/月割り引く「おうち割」を設定	東京電力と提携して同社の電力を媒介モデルで「ソフトバンクでんき Powered by TEPCO」として販売。グループ会社のSBエナジーが運営するメガソーラーを活用して小売電気事業者のSBパワーが発売する「ソフトバンクでんき Powered by SBパワー」として販売
KDDI	au携帯電話（スマートフォン、タブレット、パソコン、Wi-Fiルーター）とセットで契約し、au WALLET プリペイドカードを契約していると、毎月の電気料金が5000円以下で1%、5000円以上8000円未満で3%、8000円以上は5%を「au WALLET ポイント」としてキャッシュバック	中国電力、JXエネルギー、関西電力と電気事業や新しいエネルギー事業に関する業務提携を締結。代理店契約または電力卸供給契約を結ぶ

企業名	セット販売戦略	アライアンス戦略
ケイ・オプティコム	光ファイバーネットワークを使ったインターネットサービス「eo 光ネット」、電話サービス「eo 光電話」、テレビサービス「eo 光テレビ」とセットで契約することによって、電気サービス「eo 電気」の各種支払い手続きなどを同時に行える	関西電力 100%子会社の小売電気事業者として新規参入。関西電力から電力の専門家が出向してグループとしてノウハウを共有
ジェイコムグループ	ケーブルテレビ、インターネット、固定電話などの有料サービス2つ以上と電気のセット販売を設定	サミットエナジーと提携して、同社より電力供給を受けると共に、同社のバランシンググループに所属。「フォレストストック認定制度」を利用して、2016 年から「J:COM グリーンプログラム」を実施。「CO2 吸収量クレジット」をジェイコムが購入することで、その売り上げが森林保全活動に使われる
中海テレビ放送	ケーブルテレビとインターネット接続サービスを共に契約していると毎月 800 円、それ以外のサービスを契約していると毎月 400 円を割引	—