

## 1-5 Web・暮らしサービス戦略

### 【大手電力のWeb・暮らしサービス戦略】

顧客向けにWebサービスを充実させたうえで、電気関連に加えて暮らし周りのサービスを提供するケースが増えている。電力小売りにおける差別化は、「価格」と「電源の種類」の2つしかない中で、電力小売り以外のサービスを充実させて顧客を囲い込もうという意図がある。特に、Webサービスの充実と電力小売り以外のサービスを提供し始めたのが大手電力である（表1）。

表1 大手電力のWebサービスと暮らしサービス

企業名	Web サービス	暮らしサービス
東京電力	従来 Web サービス「でんき家計簿」を「くらし TEPCO」に刷新。契約手続きや電気使用のより詳細な見える化、省エネアドバイス、家電向けサービスといったエネルギー関連だけでなく、ポイントサービスや住宅向けなど暮らし全般のサービスのポータルとする	住宅向けなどの暮らし全般のサービスを提携パートナーなどと共に検討中
関西電力	従来 Web サービス「はぴ e みる電」のコンテンツを充実へ。これまでの電気料金のチェックや電力使用量の確認のほか、スーパーマーケットの特売情報や日本郵便のインターネット上の郵便「My Post」と連携して、「はぴみる電」から閲覧できるようにする	ブレーカーがよく落ちるなどの電気のトラブル発生時に専門家が駆けつけるサービス「でんきの駆けつけサービス」（24 時間、365 日対応）を無料で提供。電気以外の水回り・窓ガラス・玄関の鍵のトラブル時に緊急で駆けつけるサービス「はぴ e 暮らしサポート」を月額 100 円（税抜）で提供
九州電力	従来 Web サービス「省エネ快適ライフ」を「キレイライフプラス」に刷新。電気使用料をきめ細かく見える化すると共に、最適な料金プランのお知らせ、地域情報などコンテンツを充実	「九電あんしんサポート」として、「みまもりサポート」（スマートメーターで使用料の異常を検知して、家族に通知したり、セキュリティ企業と提携して駆けつけサービスをオプションで提供）、「くらしサポート」（福岡県シルバー人材センター連合会と業務提携して、日々の暮らしで起こる悩み事などを解決）、「でんきサポート」（電気周りの故障について、24 時間 365 日体制で対応）、「親孝行サポート」（顧客家族からの依頼により、両親宅を訪問または電話して、結果を家族に報告）の 4 サービスを提供
九電みらいエナジー	—	九州電力が九州エリアで提供する「九電あんしんサポート」と提携して、首都圏顧客向けに、「親孝行サポート」（九州で離れて暮らす両親などに連絡がとれない場合に顧客に変わって訪問または電話して安否確認して顧客に連絡）、「みまもりサポート」（関東の顧客向けに九州で暮らす親の状況を監視して連絡）
四国電力	Web サービス「よんでんコンシェルジュ」が、電気料金や電気使用量の確認、家庭から排出される CO2 量が確認できる「環境家計簿」、設定した電気料金に達した場合アラートする「料金アラート」などのサービスを提供	—

企業名	Web サービス	暮らしサービス
中国電力	新 Web サービス「ぐとずっと。クラブ」で、電気の使用量・料金の確認、料金メニュー変更時の料金シミュレーション、各種契約手続きなどを可能に	—
北海道電力	6月をめぐりに新 Web サービスをスタート。電気料金や使用量などの実績紹介サービス、情報提供サービス、参加型サービス（アンケートや投稿、ゲーム）などを提供	—
東北電力	新 Web サービス「よりそうeねっと」を開始。登録することで、Web 上で電気料金が確認でき、各種の手続き（引越し手続きやプラン変更など）が可能に。現在の料金プランが顧客に合っているかどうかの診断機能も備える	—
北陸電力	Web サービス「ほくリンク」の機能を充実。類似の家庭との使用量比較や省エネ診断サービスなど	—

大手電力は、これまでも顧客向けに Web サービスを提供してきており、電気料金のチェックや電力使用量の月単位での確認は基本であり、東京電力のように顧客が使用している家電製品を登録すれば、使用年数やリコール情報、買い替え情報などを提供する「家電アシスト」サービスを展開する企業もある。4月1日以降、各社は従来の Web サービスを刷新して、提供する情報やサービスを充実させる。スマートメーターの設置が進むことから、30分単位でのよりきめ細かい電力使用量の提供や近隣や同じような規模の世帯との比較などの電力関連の情報を充実させて、顧客の利便性や省エネ活動を支援する。30分値を使えば、家電製品が壊れる前に予兆を知らせるなどのサービスも可能になると見ている。

各社が Web サービスのさらに先にあるサービスとして検討を始めているのが、スマートメーターや顧客情報などのビッグデータを収集、分析して、Web サービスを通じてより高度な顧客サービスや効率的な顧客マーケティングを行うことである。欧米やオーストラリアなどの電力自由化が先行している国・地域では、さらにきめ細かな電力消費情報などをリアルタイムに提供すると共に、最適な電力メニュー設定に役立てるなどの試みをスタートさせている。

将来的には、スマートメーターからの情報を B ルートによって、家庭内の HEMS（家庭用エネルギー管理システム）に送り、家庭内の家電製品やエネルギー機器、電気自動車（EV）などを統合管理することによって、エネルギー消費の効率化や温度などの環境を最適に保つことによって快適な生活を提供するコネクテッドホームの方向に進むと考えられている。

Web サービスを充実させると共に、電力小売り以外のさまざまなサービスを提供しようという動きも出てきている。ブレーカー故障など電気回りのサービスは標準化してきており、さらに電気以外の水回りや窓ガラス、玄関の鍵のトラブル時にも緊急で駆けつけるサービスを用意する大手電力も多い。

さらに踏み込んだサービスとして注目されるのは、九州電力の暮らし関連の「九電あんしんサポート」である。同社は、暮らし関連サービスを4種類スタートさせるが、このうち「みまもりサポート」は、スマートメーターで電力使用量の異常を検知して、家族に通知したり、セキュリティ企業と提携して駆けつけサービスをオプションで提供する（図2）。これは、スマートメーターという電力インフラを活用した電力以外のサービスとしてかねてより注目されていたサービスであり、実際にどの程度の付加価値が提供でき、顧客がどの程度の対価を払うか、今後の行方が注目される。成功すれば、他

社も追随し、標準サービスに発展する可能性はある。

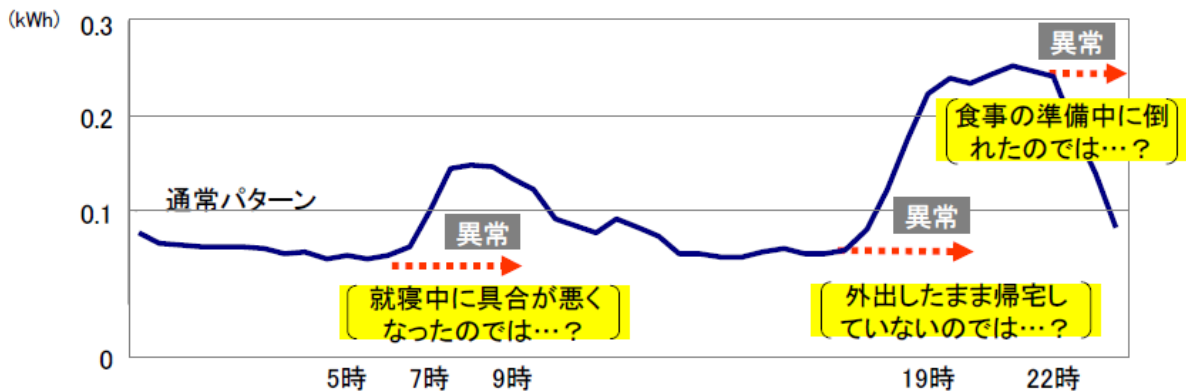


図2 「みまもりサポート」における行動異常の検知イメージ (出所：九州電力)

### 【新規事業者のWeb・暮らしサービス戦略】

新規事業者の多くも顧客向けのWebサイトを用意し、さまざまなサービスを提供していこうという動きがある(表2)。特に、新規事業者の多くは、電気以外のサービス事業を展開している企業も多く、電気とのセット販売やサービスの複合化で顧客を囲い込もうという戦略をとる。

表2 新規事業者の特徴的なWebサービス・暮らしサービス

企業名	Webサービス・暮らしサービス
KDDI	スマートフォンやパソコンから電力使用量を確認できる「au でんきアプリ」を用意。アプリのプッシュ通知やメールで電力使用量や電気料金の確定値、電気の使い過ぎなどの情報を届ける。「au でんき」の加入世帯で地域や世帯人数などが似た同一グループ 100 世帯の月別平均の電力使用量と比較できたり、省エネ方法や省エネ商品を推奨したりする機能も持つ
みんな電力	顧客向け Web サイト「顔の見える発電所」には、調達先の市民発電所が出資者の顔写真と共に紹介されており、それを見た需要家が Web から発電所を選択するサービスを考案
みやまスマートエネルギー	契約者に無料でタブレット端末またはスマートフォン向けアプリを提供し、Web サイトで地元商店の買い物、困りごとサポート、病院の空き状況確認、タクシー予約などの生活総合支援サービスを提供
サーラe エナジー	顧客向け Web サイト「電気×マイサーラ」を開設。Web 上で毎月の電気料金明細や過去の使用量・電気料金を確認でき、契約内容の変更などの各種申し込みも可能に。電気とサーラグループの生活支援サービスをセットで提供。暮らし関連では、便利屋サービス・家事代行・ハウスクリーニングなどのサーラの便利屋「ラクー」がある
TOKAI グループ	「TLC=トータル・ライフコンサルジュ」というコンセプトを掲げて、ガス、アクア(宅配水)、情報通信、CATV、介護、セキュリティ、保険、総合リフォーム、住宅などのサービスを提供している。これらの商材の1つとして電気を追加して、生活インフラ分野のサービスを充実させ、顧客囲い込みを図る。実際には、セット割引や複数契約でポイント加増のサービスを提供

Webサイトの構築は通信事業者の得意な分野であり、Webサイトからの販促やサービスを充実させている。特に、携帯電話事業者はスマートフォンなどの携帯端末から各種サービスを実施している。例えば、KDDIのWebサイト「au でんきアプリ」は、スマートフォンやパソコンから電力使用量を確認で

き、アプリのプッシュ通知やメールで電力使用量や電気料金の確定値、電気の使い過ぎなどの情報を届ける。同社の顧客で地域や世帯人数などが似た同一グループ 100 世帯の月別平均の電力使用量と比較できたり、省エネ方法や省エネ商品を推奨したりする機能も充実させてきている。

Web の活用でユニークなサービスを展開しているのがみんな電力である。顧客向け Web サイト「顔の見える発電所」には、同社の調達先である市民発電所を出資者の顔写真と共に紹介しており、それを見た需要家が Web から発電所を選択するサービスを考案した。本来系統網には、様々な発電所が発電した電力が混ざり合っていて発電所を指定することはできないが、顧客が選んだ発電所に対して、基本料金の半分を経済支援することで、バーチャルに顔の見える発電所を選択するという形にした。

生活支援サービスまででがける新規事業者は大手電力ほど多くないが、みやまスマートエネルギーのように、顧客に無料でタブレット端末やスマートフォンの無料アプリを提供し、Web サイトで地元商店の買い物、困りごとサポート、病院の空き状況確認、タクシー予約などの生活総合支援サービスを提供する事業者も現れている。

生活支援サービスを本業とする企業が参入する場合には、本業のサービスと組み合わせたサービスを志向する動きもある。特に、地域のガス事業者が中核の LP ガスや都市ガスに加えて各種の暮らし関連サービスを提供しているケースがあり、そこに電気という商材を加えた形になる。

その典型が、TOKAI グループである。同社は小売電気事業者のライセンスを取得していないが、「TLC = トータル・ライフコンシェルジュ」というコンセプトを掲げて、ガス、アクア（宅配水）、情報通信、CATV、介護、セキュリティ、保険、総合リフォーム、住宅などのサービスを展開している。そこに、東京電力との提携によって電気を商材の 1 つとして追加して、生活インフラ分野のサービスを充実させ、顧客困り込みを図る戦略である。

中部ガス、サーラコーポレーション、サーラ住宅の 3 社を中心とする企業グループであるサーラグループは、ガス事業を中核に、住宅、カーライフ、暮らしサービス「ラクー」として、掃除、引っ越し、片付け、トラブル、雑用など暮らし面での困りごとを解決するサービスを提供している。これらのサービスに電気を加えることによってシナジー効果を持たせる戦略であり、各種サービスとのセット割引やポイントサービスを Web サイト「電気×マイサーラ」を窓口にして展開している。