

みんな電力の「顔の見える電気」

みんな電力株式会社

真野秀太

2018年2月



電気に違いはない



1kWh は 1kWh



どこから買っても同じ。一番安い電力会社から買えばいい？

大手による終わりがなき価格競争

自由化の誤算、新電力伸びず 関電がオリックス電力買収

オリックス子会社でマンション向けの電力販売を手がけ、**東電と組み、東ガスに挑む** ニチガスの勝算

港)を関西電力が買収することになった。大手電力による新電力の買収は相次ぎ、当面は東電EPとの提携により、東ガスの牙城をどれだけ崩せるかが鍵になる。19年春に小売りの全面自由化が始まった。度までに両社で100万件の顧客獲得を目指す。「1つの成功ラインではあるが、ゴールではない」と和田社長は述べており、首都圏以外の地域への参入も視野に入れている。

オリックス電力はマンションの入居者が個別に大手電力と契約するよりも安くなることを売りに、首都圏を中心に約8万件の顧客を抱える。収益自体は「黒字を出していた」(関係者)が、自由化で価格競争が激化。将来の事業拡大が描けなくなった。売却先の選定で入札額が175億円と最も高かった関電への売却を9月上旬にも正式に決める方針だ。

大手電力の地域独占が続いた電力市場は昨春の全面自由化以降、約400社の異業種企業が参入した。だが価格面で明確な違いを打ち出すのは難しく、5月時点で販売電力量に占める新電力の割合は5%にとどまる。

電気の作り方は様々



原子力発電 → 事故

火力発電 → 気候変動



電気のために人が不幸せになることもある

人を幸せにできる電気の作り方もある



**被災地での太陽光発電
(福島県)**



**コミュニティ主体の太陽光発電
(千葉県)**

電力市場の経済規模：20兆円

特別高圧



大規模工場など

高圧



ビル・スーパーなど

低圧

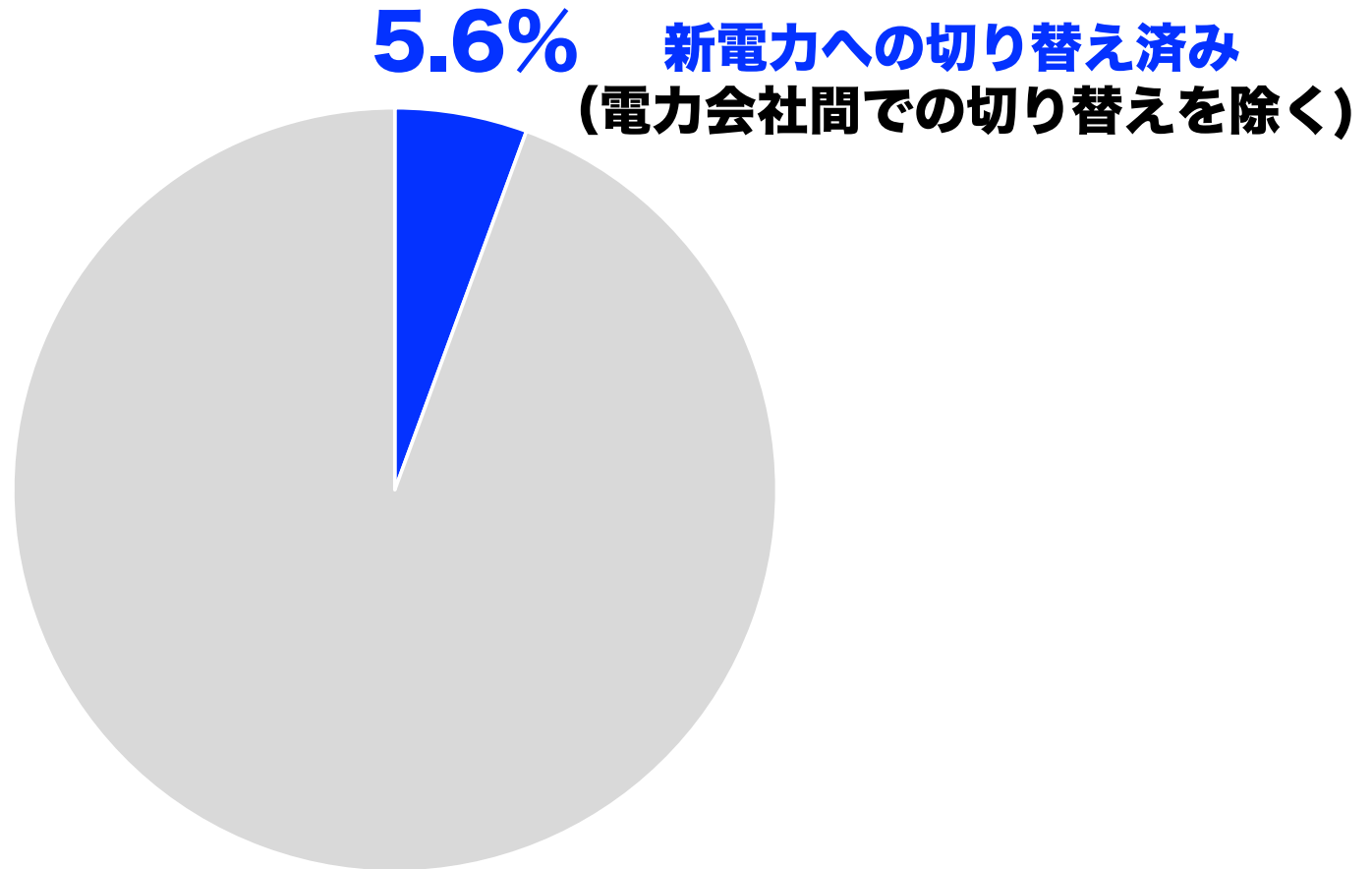


家庭など

8兆円
(8,500万件)

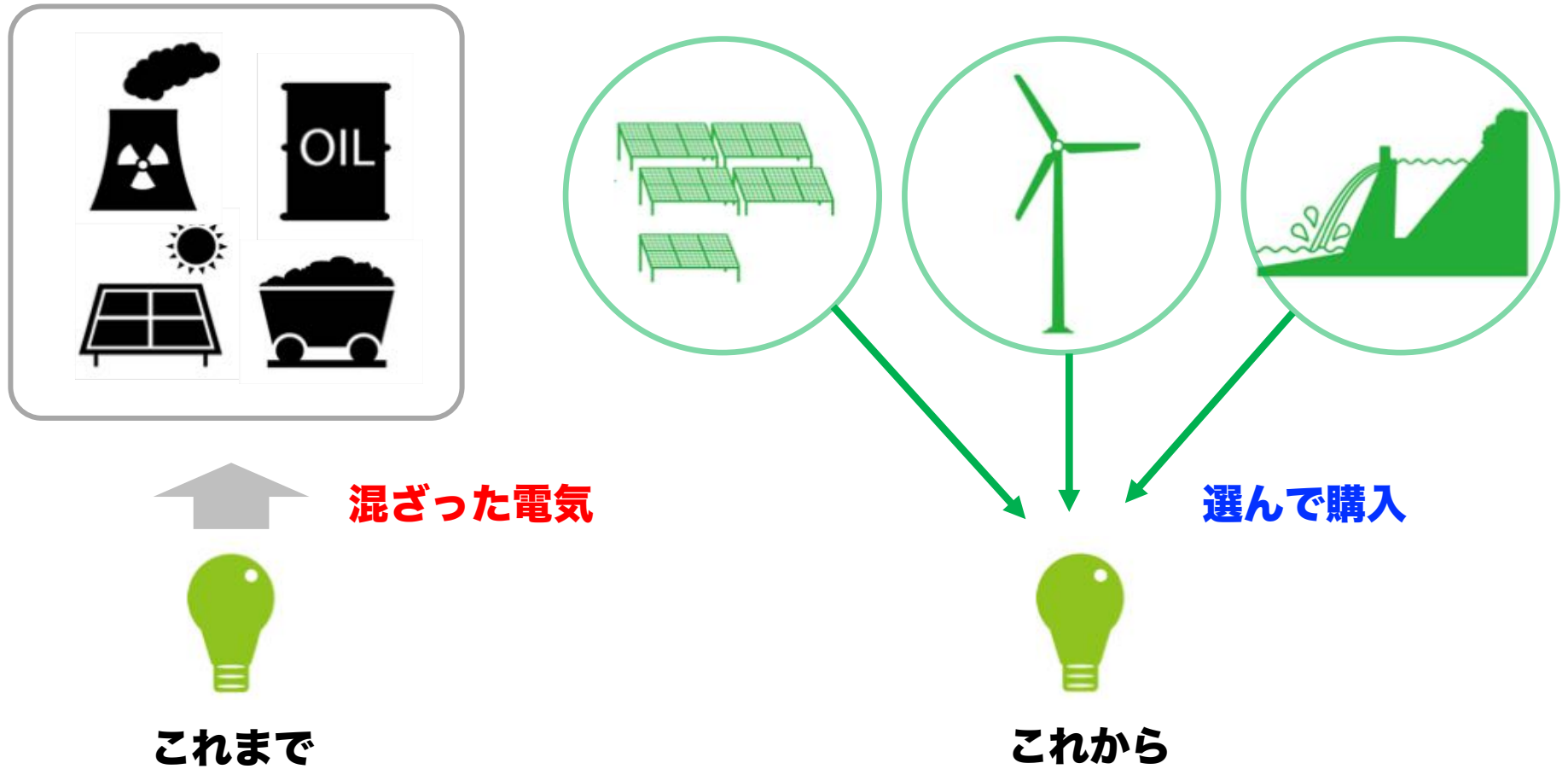
それだけ世の中を変える力があるということ

電力会社を切り替えた家庭は1割未満



参考) 資源エネルギー庁発表 2017年5月時点の一般家庭向け(低圧)のスイッチング率

消費者が電気を選ぶことで 電力会社はより多くの自然エネルギーを応援することができる



みんな電力の「顔の見える電気」



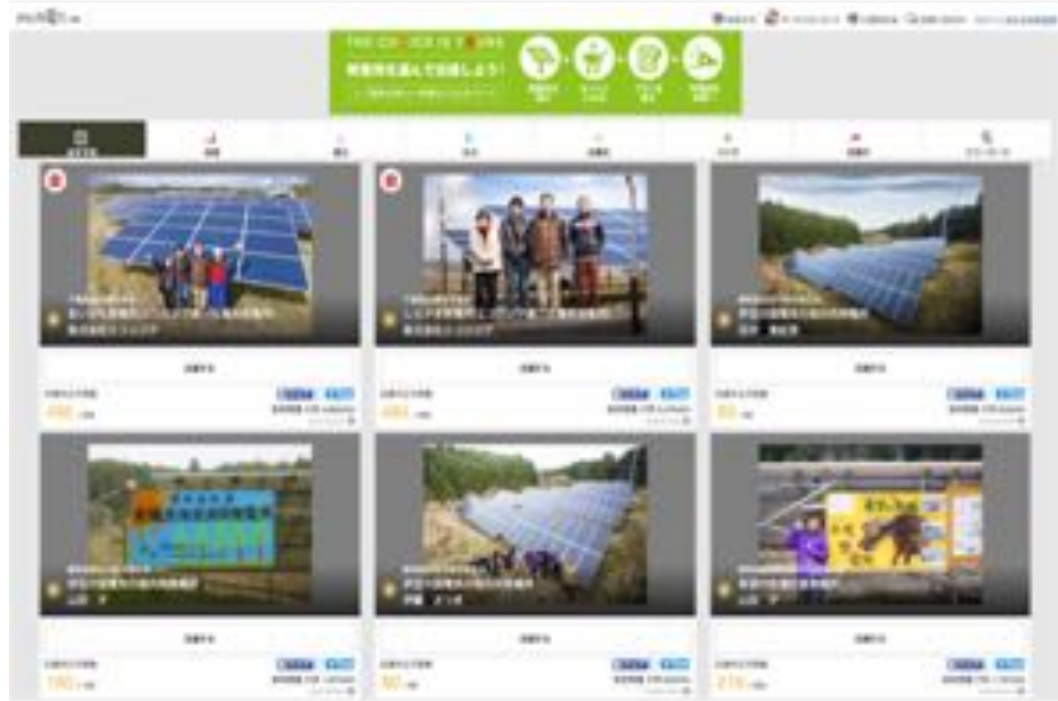
「顔の見える電力」では、“電源の生産者”を明示し、電力購入者が応援したい発電所を選べるようにする、国内では唯一の電力小売りビジネスプラットフォーム

顔の見える野菜



「顔の見える野菜」は数あれど。。

みんな電力の「顔の見える電力」 ENECT



ひとつひとつの電源を明示し、電力購入者が
応援したい発電所を選べる。

顔の見える電力小売サービスは「みんな電力」だけ！

地域の名物発電所



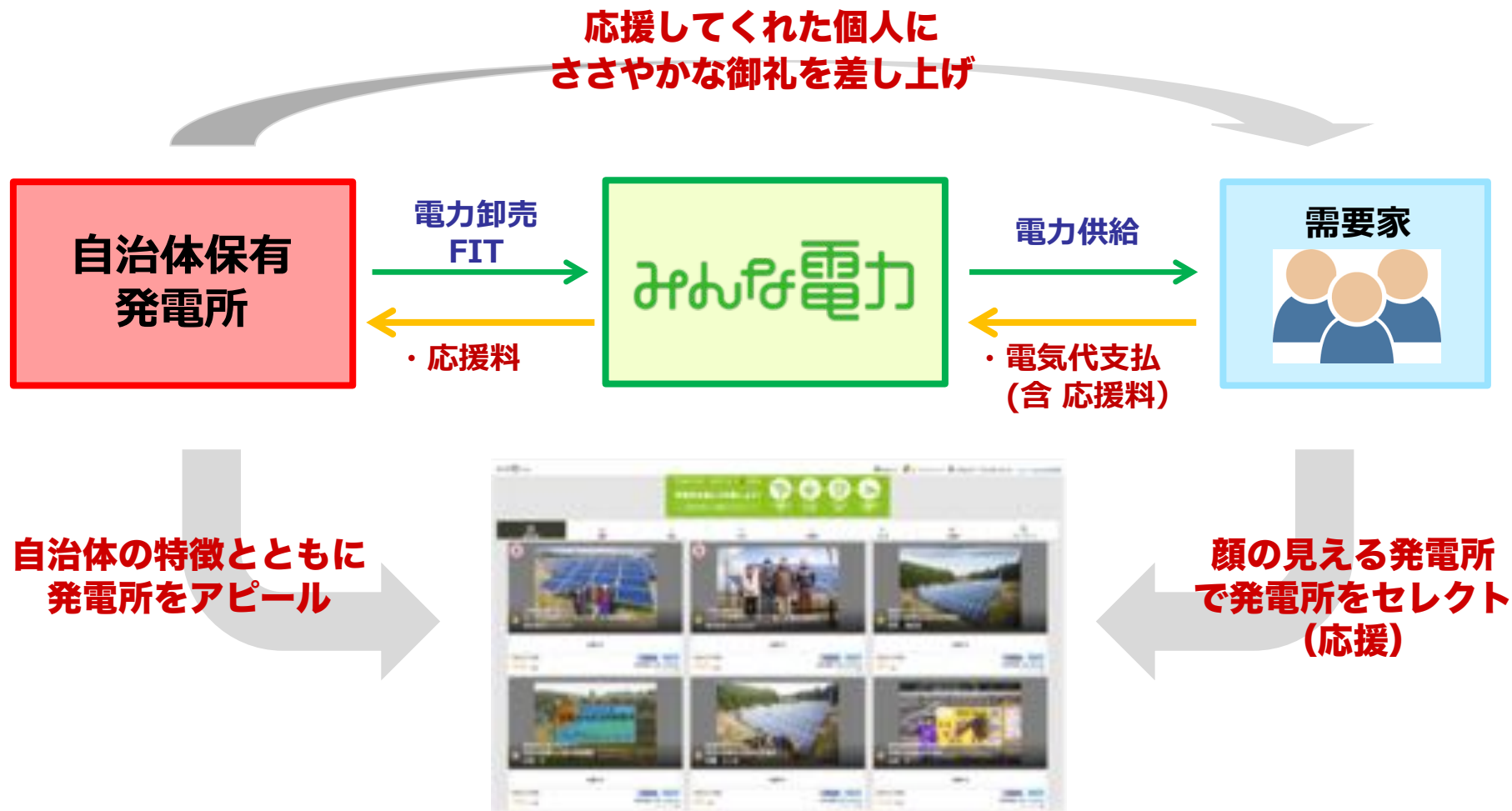
自治体運営
ふるさと発電所



ユニークコラボ
発電所



自治体が保有する電源を「顔の見える電源」としてブランド化・プロモーションすることで、地域創生に活用するモデルをまず世田谷に提供。他の自治体にも拡大中





世田谷区事例 朝日新聞2017年5月29日



長野県事例



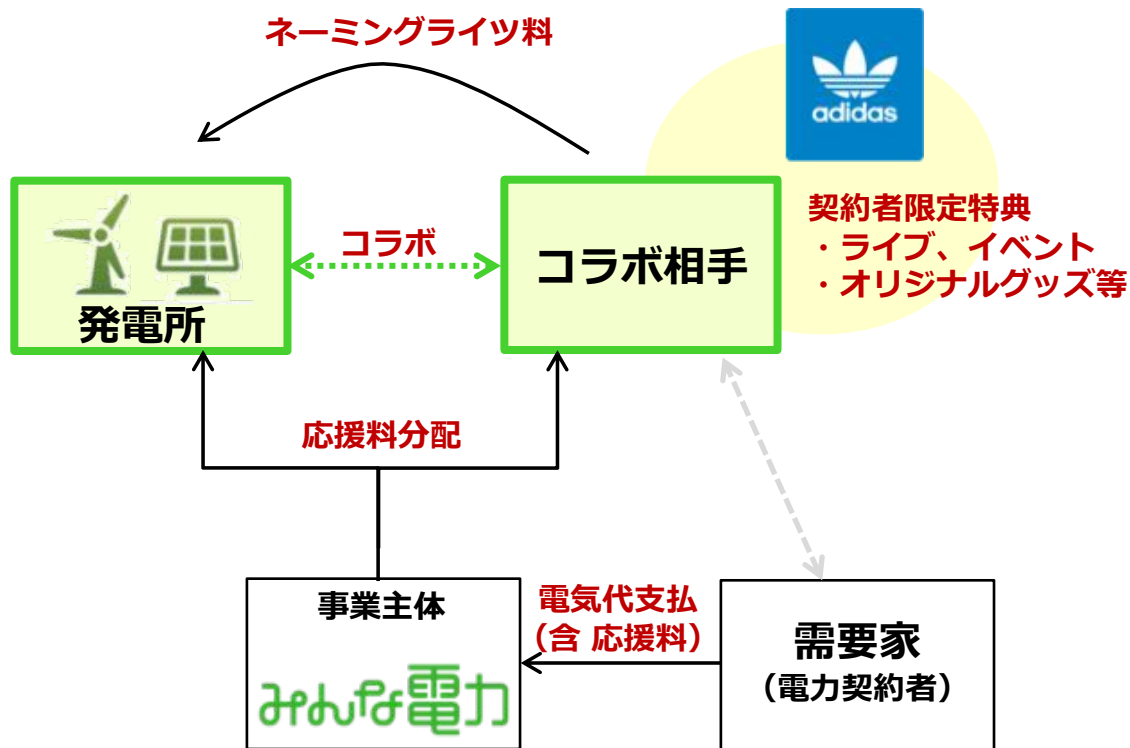
群馬県川場村事例

環境先進自治体との協業獲得

(世田谷区、長野県、神奈川県など)

(事例2) 再エネコラボによる企業プロモーション：アディダス

企業が第三者の発電所をネーミングライツすることで、顔の見える発電所の仕組みを活用したプロモーションを行える仕組みを提供し、世界初の取り組みに反響を得ている



世界初、アディダスが電力のネーミングライツ取得

電力のネーミングライツをアディダスが購入した。個展などのイベントのスポンサー企業は、フライヤーやウェブサイトに社名とロゴを掲載する形が一般的だったが、今回は「アディダス発電所」として、観覧者にアピールする。

電力に対してのネーミングライツは世界初となる。電力名を売るというこの企画を考えたのは、新電力事業(PPS)を行うみんな電力(東京・世田谷)。同社は、自然エネ事業者の情報をサイトで発信し、電力の切り替え代行を行う。

個展では、Chim ↑ Pomがキュレーションした美術作家平井有太氏が作品を展示する。テーマは「全ては再生/持続可能」「生活が前衛」。エネルギーやファッション、音楽など多彩なジャンルの作品を並べる。

世田谷区営 上祖師谷一丁目第2アパート

世田谷池尻 世田谷ものづくり学校



選べて
楽しい

個性豊かな発電所の
電気をあなたに

おまけで
楽しい

特産品や握手券
発電所の心づかい

繋がって
楽しい

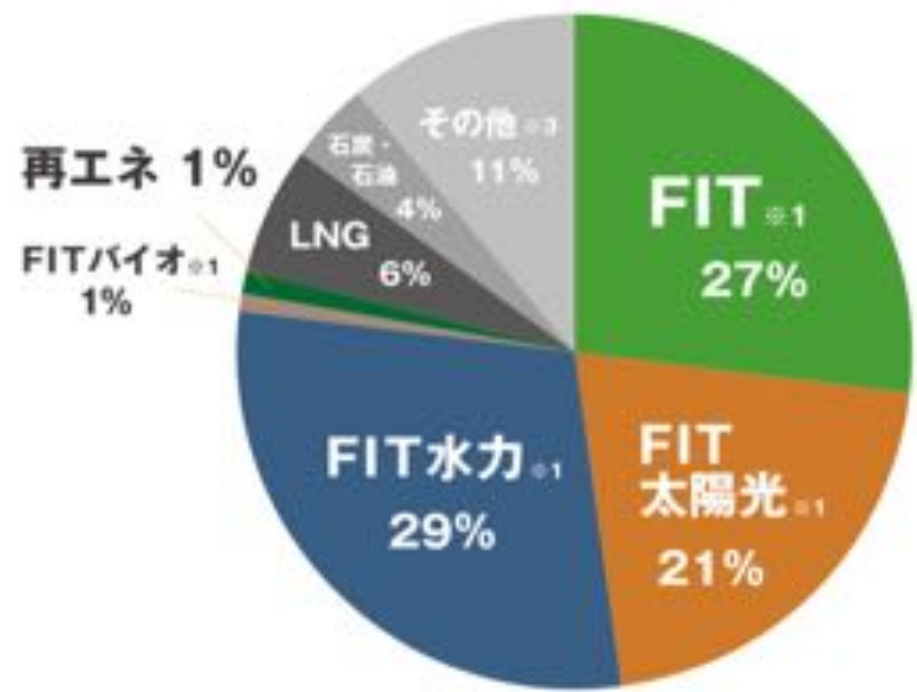
発電事業者や
地方自治体と

応援して
楽しい

発電事業者に
電気代を還元！

価格競争に陥りがちな電力販売に

新たな付加価値が生まれる「電力のイノベーション」



※暫定
2017年度
再エネ比率
79%
(FIT)

新電力ベンチャーのみ
んな電力（東京・世田谷、
大行英司社長）は今年4
月の電力供給量のうち9
割超が再生可能エネルギー
で電源で断ったもよう
だ。各地の太陽光発電所
のほか、長野県企業庁
の小水力発電所の電気を
優先的に調達。再生エネ
電気を安定して供給でき
るようになった。電源に
こだわる消費者や企業の
ニーズはあるとして、契

再生エネ比率9割超

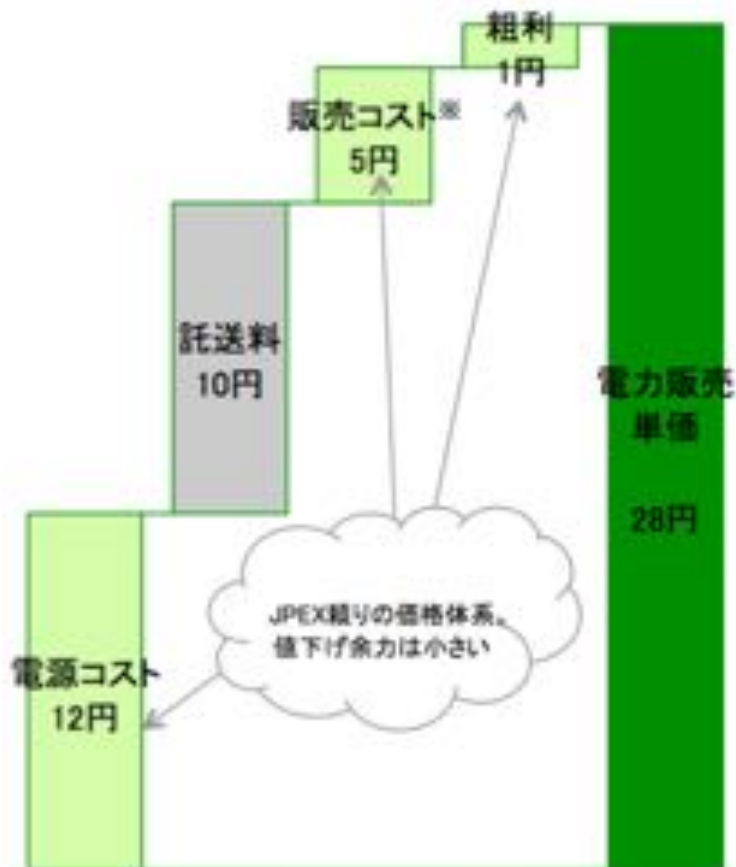
みんな電力、4月供給量

太陽光や小水力発電から調達
約5000戸に販売。世
田谷区は現在、東京都世
田谷区や八王子市などの
太陽光発電や、長野県伊
那市の出力1160MWの
小水力発電所など約60
カ所の発電所の再生エネ
電気を、固定価格買い取
り制度（FIT）を通じ
て調達している。
現在は東京電力ホール
ディングス管内の法人や

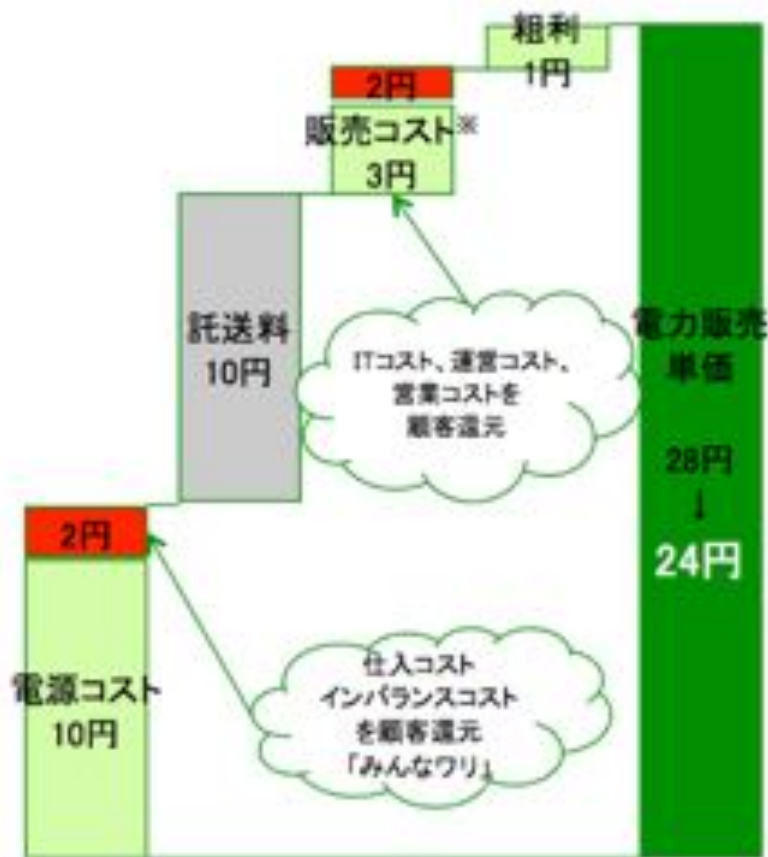
家庭約3千件に販売。世
田谷区の公共施設やアッ
ブルストア銀座が入居す
るビルにも供給する。2
016年度の再生エネ比
率は50%、17年度は60%
以上を目指す。
4月分の再生エネ比率
の確定値は、電力大手に
よるインバランス額の算
定値が出る6月中旬以降
に決まる予定だ。

【特徴③】 「実は・・・業界最高レベルの低コスト」

低圧電力小売りのコスト構造(モデル図)



みんな電力の料金構造(モデル図)



「透明性が高く、顧客還元の大きい料金体系」 **ENECT2.0**

- ① 独自クラウドシステムによる電力業務の自動化、低コスト化。
- ② 営業費用の顧客還元。
- ③ 仕入の余剰コストの顧客還元。「みんなワリ」

ジョシエネラボ (エコ意識の高い女史たちの勉強会)



エネルギーシュベースポール (野球+電力)



楽しい電力自由化講座



ソーラー武道館コラボ



フジロックコラボ



ヨガイベントコラボ

選べて
楽しい

特典ついてる。
驚がる。

再生エネ比率
トップクラス

実は業界
最安値クラス

ただし赤字競争はしない。

参加できる
電力会社

価格競争ではなく、
ワクワク“価値”に軸を置いた事業展開



米国を代表する大手企業らは、2030年までに
—30%のCO2排出削減を目標とする。(2009年2月)

全米総収入上位100社のうち
60%はすでに再エネを目標に掲げている。
更に、大幅なコスト削減にも成功。

米国大手53社のCO2削減量は
石炭火力発電所15カ所廃止相当にも及ぶ。



アップル社CEOティムクック氏
「アップルの株から手を引くべきだ」

「われわれは、利益目的以外の理由において、たしかなのことは行っている。われわれ
が出発したときの世界よりも、さらに良いものになった世界を構えたいと考えている。こ
そして、そうした姿勢に反対なのであれば、その人は「アップルの株から手を引くべ
きたらう」とクックCEOは語った。

みんな電力の「顔の見える電気」



<http://enect.jp>