

## 2.4. 新電力の課題

### 収益性の確保

- 安価な供給力の確保
- 同時同量義務／インバランス
- 顧客による収益性の違い

### 制度の不確かさ

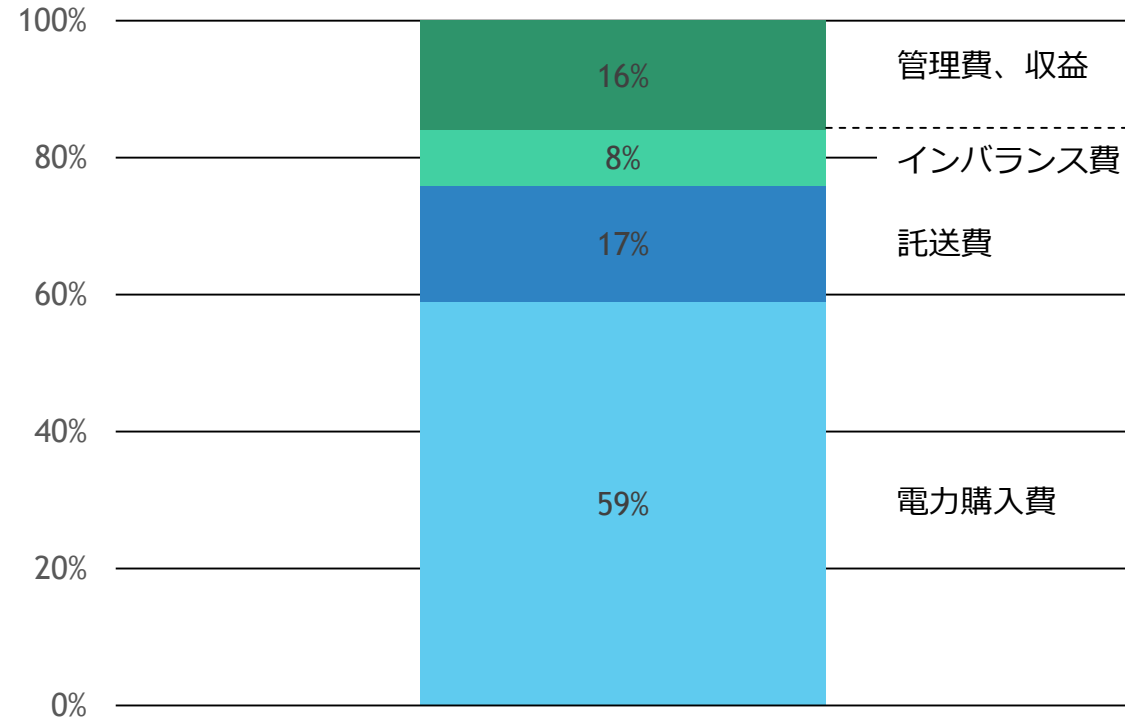
- 将来の不明点が多い制度
  - － 託送料、スイッチング、計画値同時同量 etc

### サービスの多様化

- 異業種からの多くの参入（予定も含む）
- B2C／メーターデータの活用 etc

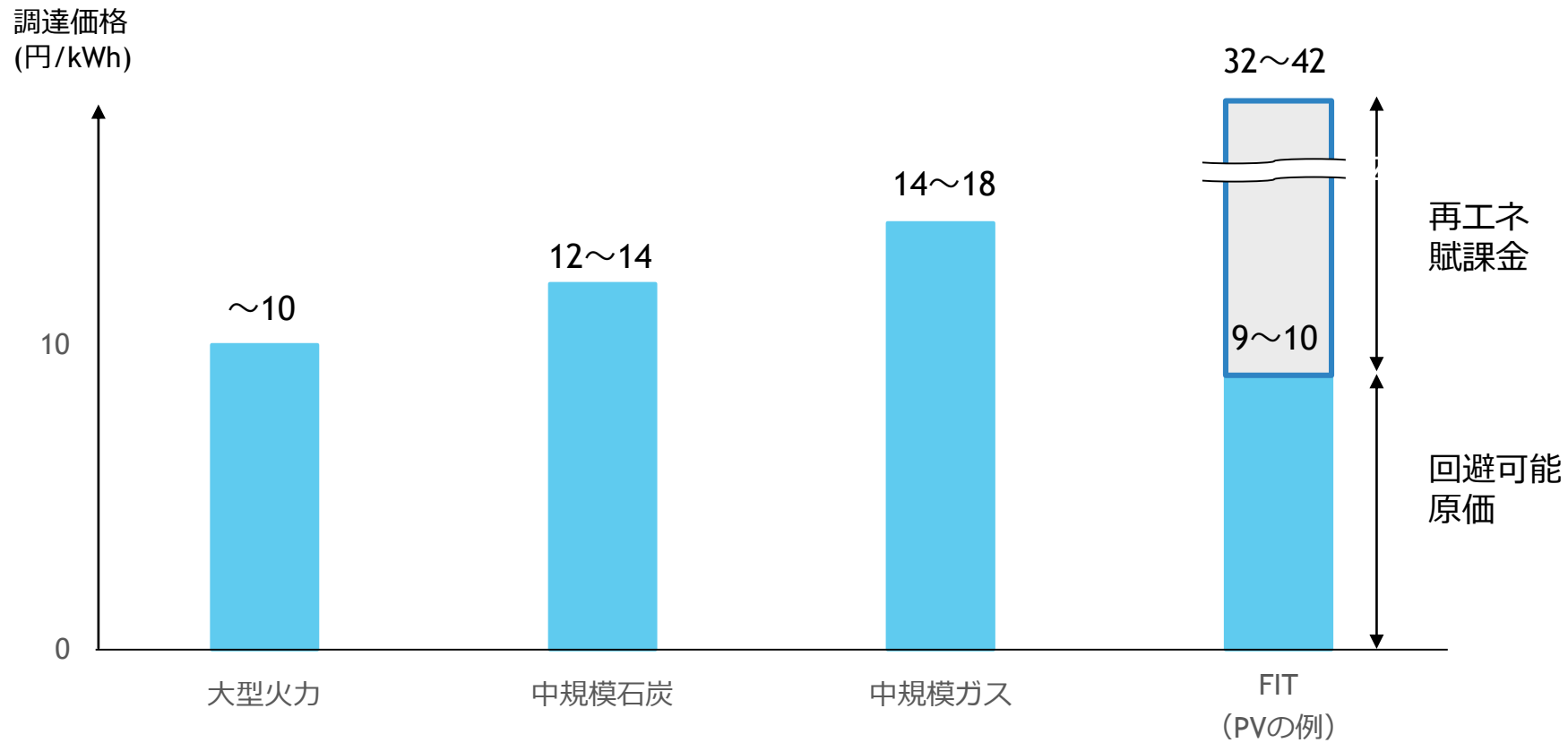
## 2.5. 収益性の確保 ～新電力はそもそも儲からない？

新電力のコスト内訳（規模：6,000kW）



制度、外部環境により  
決まってしまうコスト？

## 2.5. 収益性の確保 ～競争力のある電源



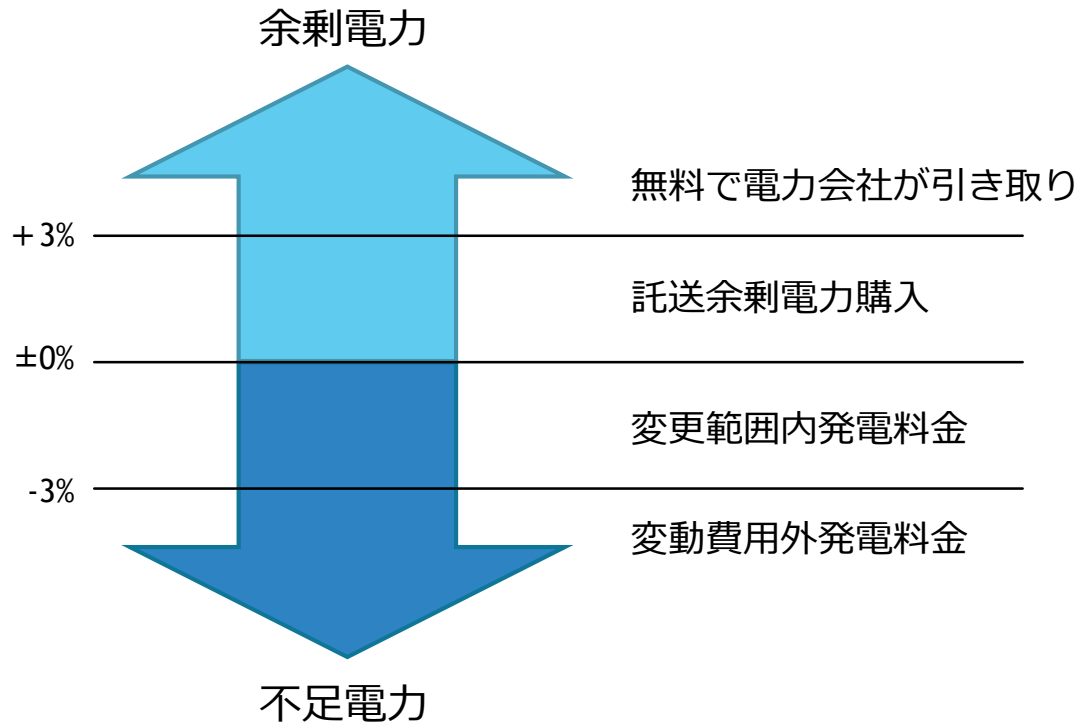
出所：ヒアリング等より elDesign作成

2015/1/28

4

# 2.5. 収益性の確保 ～インバランス

## インバランスの考え方



## インバランス費用

	15.02円/kWh
昼	51.73円/kWh (夏季) 45.73円/kWh (その他季)
夜	28.04円/kWh

## 2.6. 制度設計の動向

### 論点

### 現状／見通し

電力システムの増強・敷設に係る発電事業者の費用負担の在り方について

第2段階以降の優先給電ルールの在り方

常時バックアップ・部分供給について

- 現状、発電事業者の負担とすべきは、発電所から第1変電所等までを電源線としている
- 再エネの大量導入等に伴い、第1変電所以降のNW増強が必要となった際は、受益割合に応じ「特定負担」と「一般負担（現行は託送で回収）」の割合を決める方針
- 現状、軽負荷期の電源出力抑制の在り方を定める「優先給電ルール」は一般電気事業者の存在を前提にESCJが運営
- 第2段階以降は、1時間前の「ゲートクローズ」後に送配電事業者が発電事業者に対して行うこととし、新電力の火力発電の抑制も一般電気事業者と同様1番先に抑制する方針
- 現状、一般電気事業者は新電力の新規需要分の3割程度を常時バックアップとして提供することになっている
- 第2段階以降は、各供給エリア内で支配的な卸売りシェアを持つ発電事業者が供給することとし、低圧部門は1割程度とする方針

## 2.7. サービスの多様化 ～多くの業種が新規参入

### 新規参入者

通信事業者

ガス事業者

小売事業者


再エネ事業者

### 考えるサービス

- 電気と通信のセット販売



- 電気とガスのセット販売

～電気もガスも東京ガス  TOKYO GAS

- ポイントの活用（楽天スーパーポイント等）
- 店舗のコスト削減

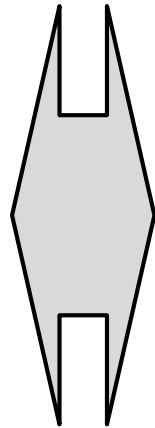
- ゼロ（低）エミッション電気の販売  
...もっと高く売りたい？

## 2.7. サービスの多様化 ～B2Cをどうするのか？

電力販売におけるマーケティングアプローチの違い（一例）

### B2B

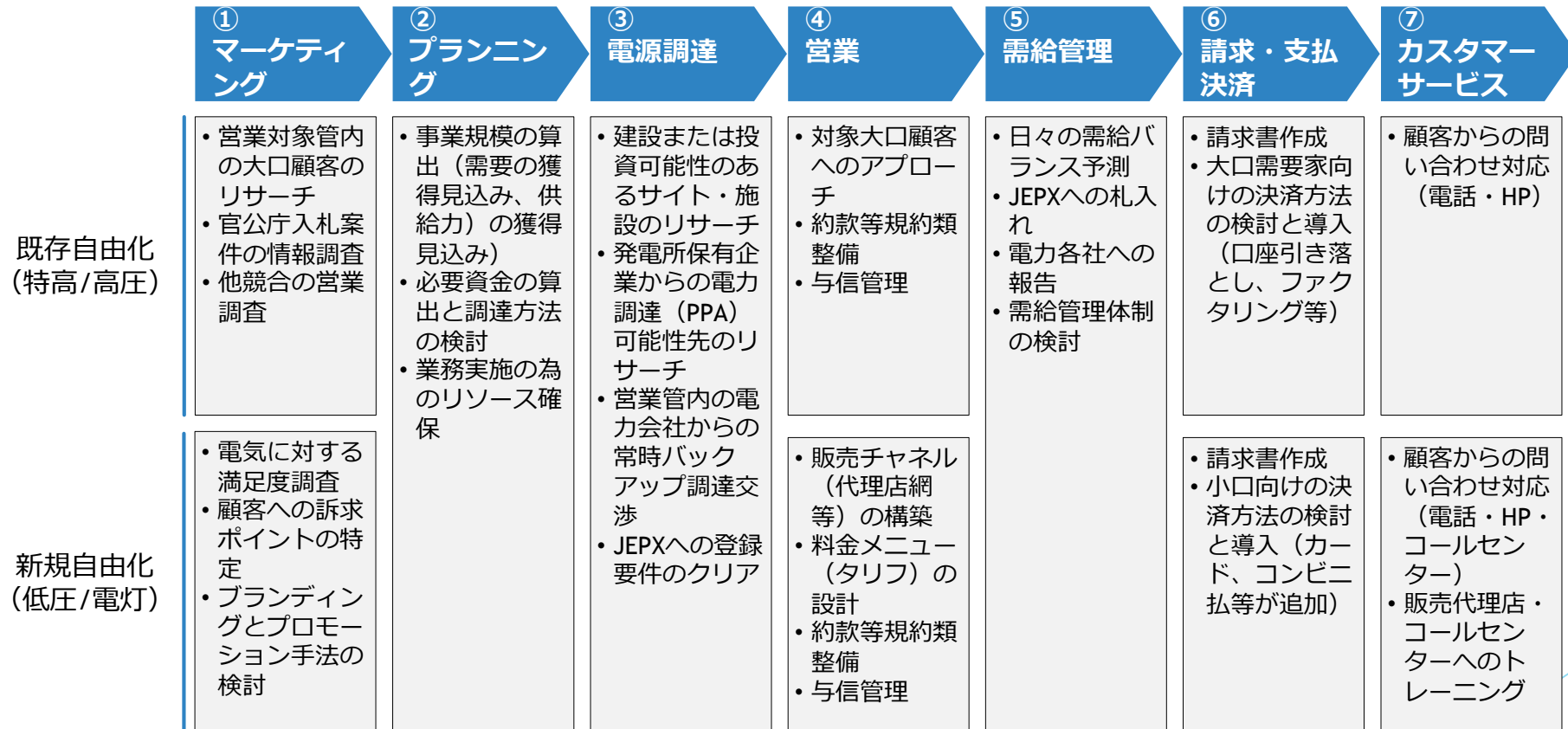
- 1件1件の個別顧客に対する“点”の営業
- 顧客を“選ぶ”ことができる
- 価格以外の付加価値を訴求する必要なし
- 顧客サービスレベルによる差別化があまりない



### B2C

- 営業エリアにたいしてはすべての顧客を対象とする“面”の営業
- 申し込んできた顧客は基本的に対応
- 価格も大事だが、料金のわかりやすさ、ブランド、面白さ等付加価値の付け方に幅が出る
- 多種多様な顧客に対するサービス体制が必要

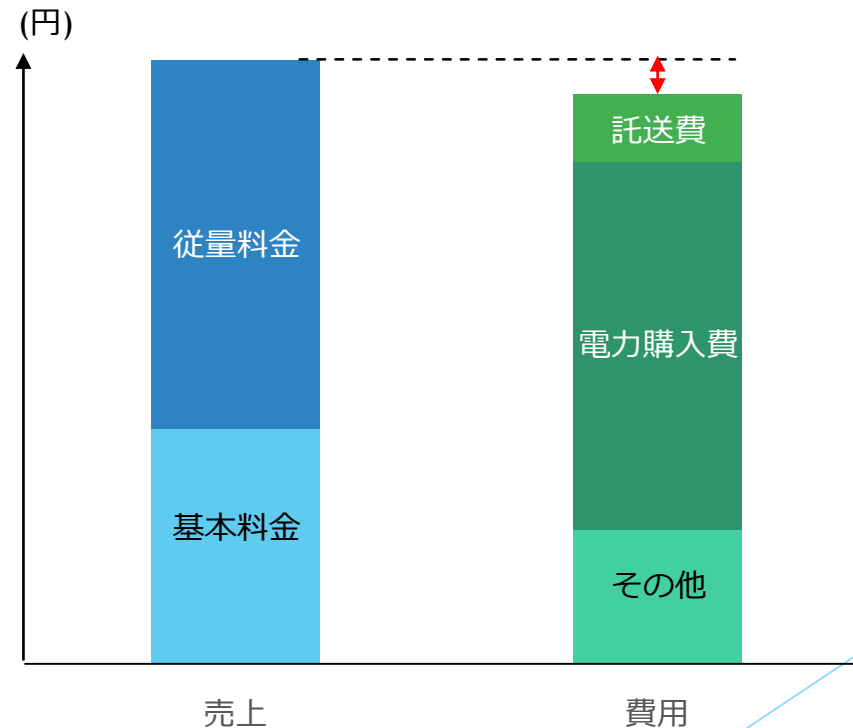
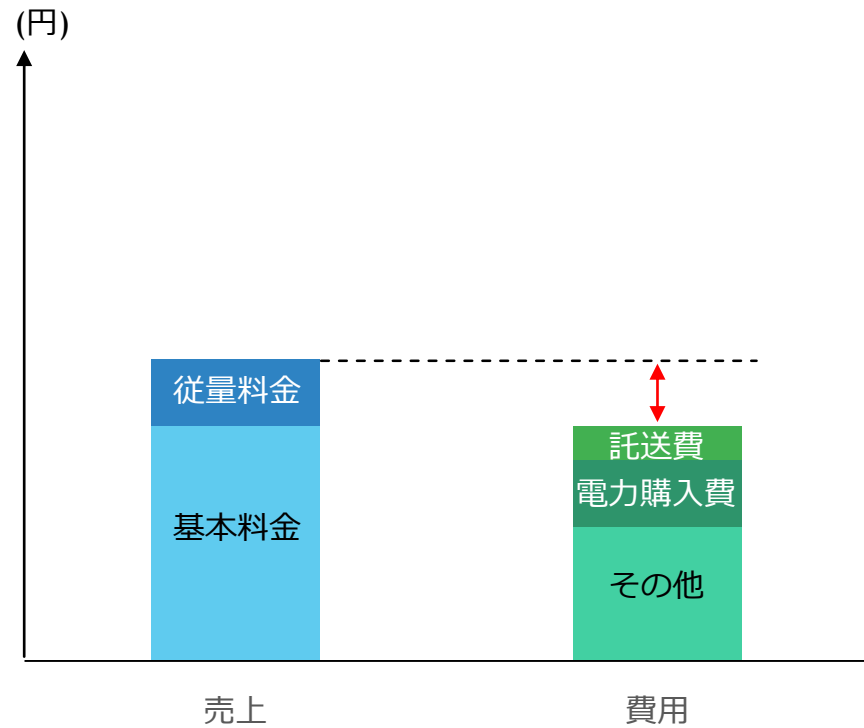
# 3.1. 新電力事業のビジネスプロセス



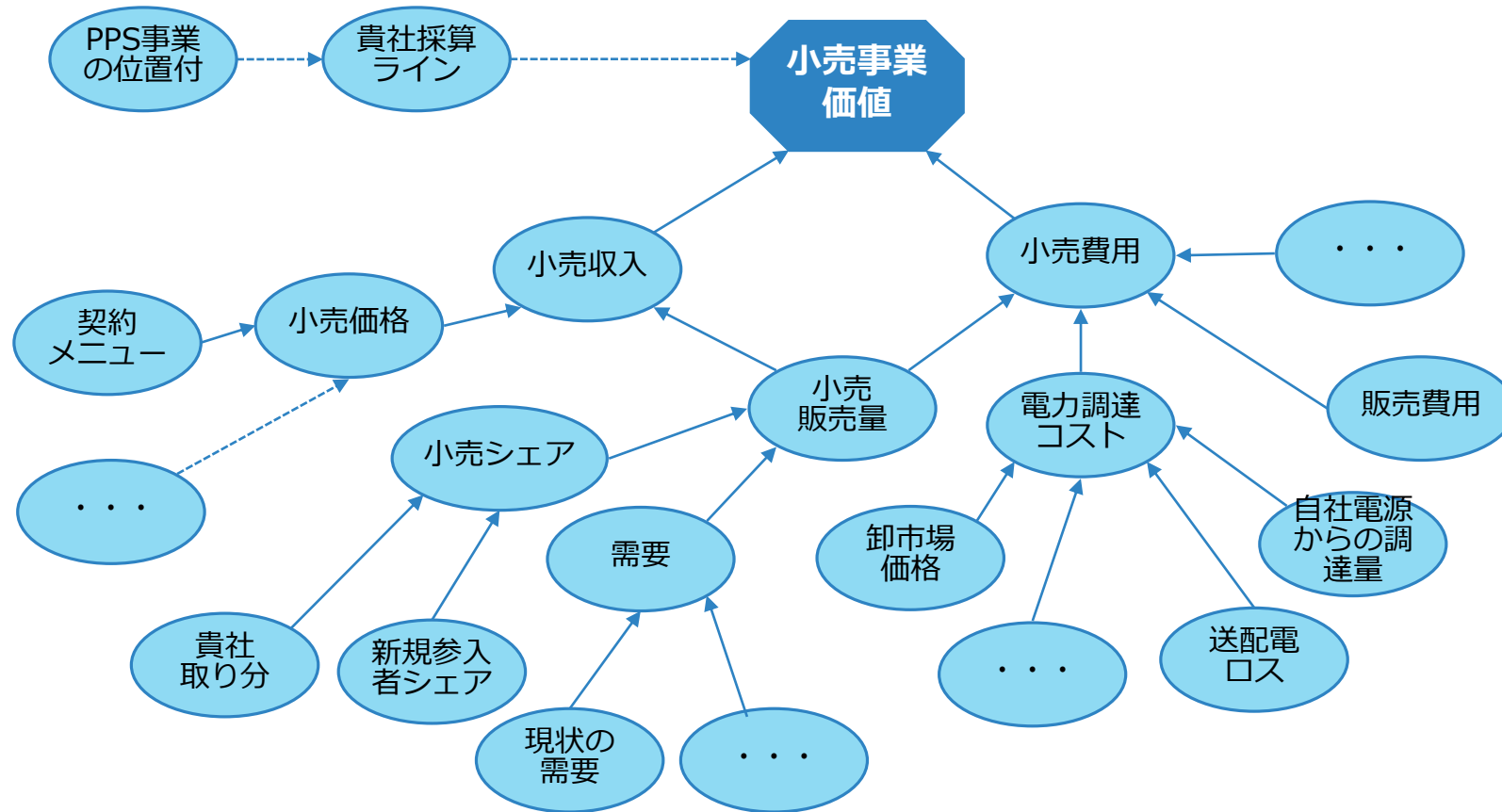
# 3.2. マーケティング ～儲かる顧客／儲からない顧客

顧客の例（負荷率 15%）

顧客の例（負荷率 50%）



# 3.3. プランニング ～収益を左右するさまざまなドライバー～



## 3.4. 電源調達 ～さまざまな調達方法の組み合わせ

### 自主電源

- 自社または関係会社（SPC等）で電源を建設、保有、運用を行う
- 新規建設だけでなく既存電源の売買による取得や共同出資による部分的な獲得も

### PPA

- 他社が運営する電源との電力購入契約を締結する
- 契約期間は1年～複数年まで個別の相対交渉が一般的

### 常時BU

- 一般電気事業者より、販売需要の一部供給してもらう
- 価格等の条件は個別の相対交渉にて決定される

### 市場調達（JEPX）

- 日本卸電力取引市場（JEPX）に入札/落札することで電力を調達
- スポット、先渡しでの売買が可能、今後、1時間前市場等、商品、メニューのバリエーションが広がることが予定されている

## 3.5. 営業 ～プライシング／タリフ？

### 通信（携帯）事業における代表的な料金プラン（auの事例）

#### 複数年契約 （毎月割、誰でも割）

- 長期契約（2年間）を前提として割引を設定
- 途中解約の際には違約金が発生するなど、顧客の流出に対する歯止め

#### 定額制 （通話カケ放題、データ 定額）

- 従量料金としての課金をできるだけ少なくして一定額の支払いとする
- 消費者側はいくら使っても請求が一定額という安心感がある
- コスト構造的に変動費率が大きいビジネスではあまり向かない

#### セット割引 （スマートバリュー）

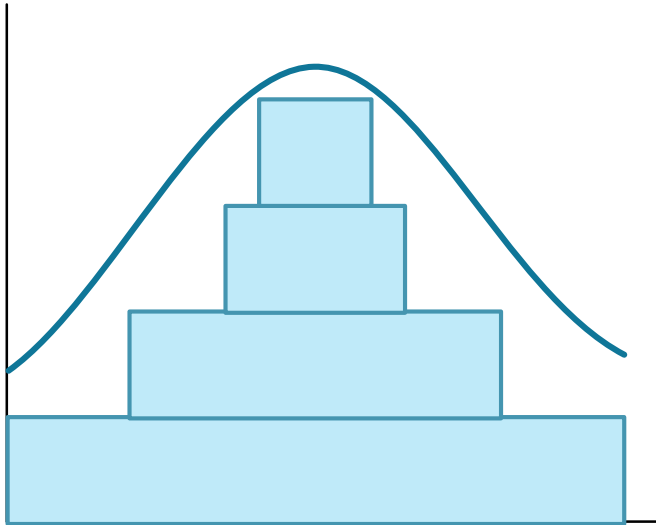
- 携帯と固定回線を同時に契約することで、請求をまとめ、割引を設定する
- その他、ISP、ケーブルTV等他のサービスとのセットも
- アプリ系のサービスへの加入による割引も考えられる

#### 複数契約割引 （家族割）

- 2回線、3回線と複数の契約を結ぶことで割引を行う
- 定額制と組み合わせて、通話料はパケットを分け合えるサービスも存在
- 同一住所でなくても割引が受けられるサービスも

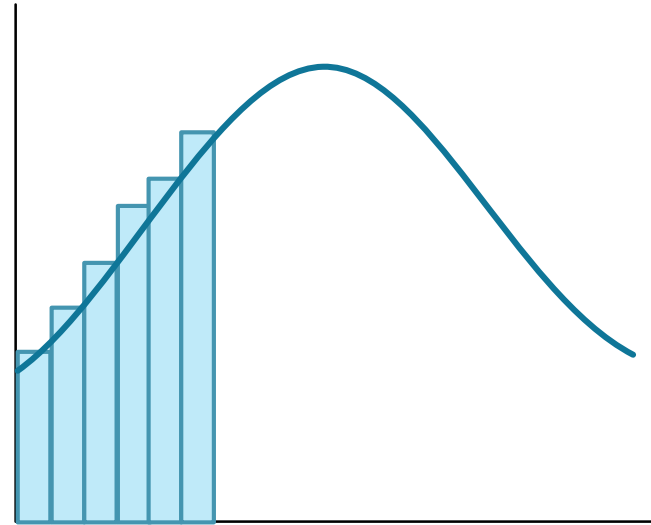
# 3.6. 需給管理 ～よくわからない需給管理の実態

需給計画



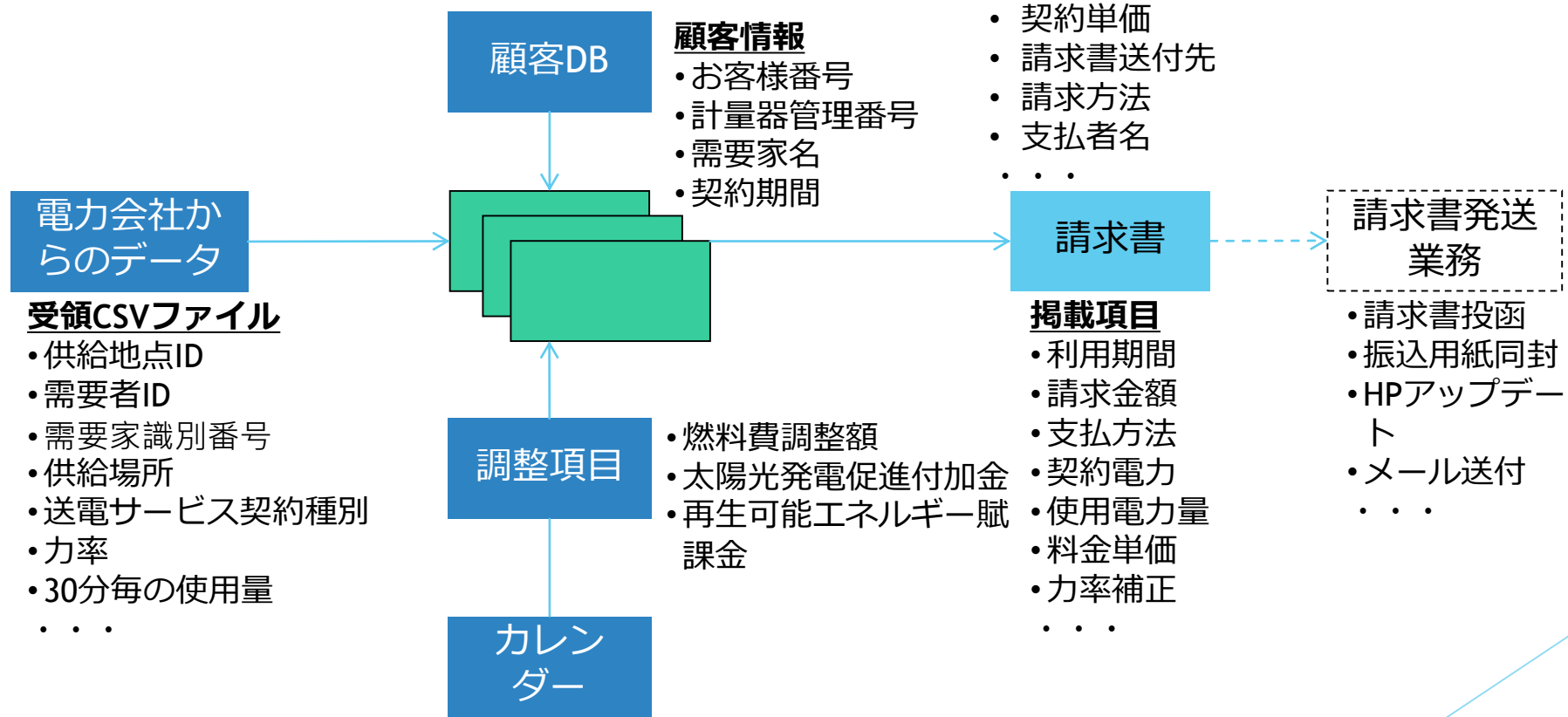
- 需要の予測
- 必要となる電源容量の手当て

需給監視



- 同時同量の確認／アラート
- インバランス発生（可能性）の対策

# 3.7. 請求・支払・決済 ～電力固有ルール・制度への対応



## 3.8. カスタマーサービス ～B2BとB2Cの違い

	B2B	B2C
コールセンター	<ul style="list-style-type: none"><li>主に請求金額や口座振替の確認が主体で、問い合わせが少ない</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>申込み、切替えの対応、請求の問合せ</li><li>明細の説明等、多岐にわたる内容</li></ul>
Web対応	<ul style="list-style-type: none"><li>ポータルを設置した請求書のDL等の対応</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>ユーザー電気料金の照会</li><li>電気料金の説明、割引メニューの説明</li><li>電気の節約術、賢い使い方</li></ul>
窓口、店舗	<ul style="list-style-type: none"><li>特に必要なし</li><li>営業員の応訪で対応</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>申込みや切替え対応であった方が良い</li></ul>