



“初期ゼロ”実績誌上ランキング LIXIL TEPCOが各部門総ナメ

今回、本誌では2020年度実績、累計採用数、提携企業数のランキングを実施。企業によって開始時期や供給エリアは異なるが、LIXIL TEPCOスマートパートナーズが全部門でトップに輝いた。

2020年度採用数トップ5

LIXIL TEPCO スマートパートナーズ 3,800 件 (2018年1月 サービス開始)	長州産業 2,000 件 (2018年6月 サービス開始)	レネックス電力 2,000 件 (2019年9月 サービス開始)	デンカシンキ 1,000 件 (2016年7月 サービス開始)	エネルギー・ ソリューション・ アンド・サービス 780 件 (2017年4月 サービス開始)
1 位	2 位	2 位	4 位	5 位

LIXIL TEPCO『建て得』 ZEH特化で累計1万超

初期ゼロには、サービス利用料として電気料金を支払うPPA(Power Purchase Agreement)をはじめ、リースや、屋根借り・貸し、売電収入で割賦払いを相殺する割賦相殺など様々なモデルが存在する。ここ1年では、ガス会社が住宅事業者と協業し、エネファーム導入者に太陽光発電を無償設置する“エネファームセット型”も新たなスキームとして仲間入りしている。(前頁表)

多種多様に拡がりはじめた初期ゼロモデルだが、本誌が注目しはじめた2016～17年頃には4～5社程度であった。当時の取材では「タダで付けられる」という触れ込みが、メリットよりも寧ろ怪しさを生み、説明・提案に苦勞したと話していたが、5年の年月を経て徐々に浸透してきた同モデルは、いまや50社が展開する状況となった。

となると、真っ先に気になるのは、どこが一番採用されているのか。50社には、参入したばかりの企業や地域限定で展開するものも含むが、実績について、取材に応じてくれた企業の数値を集計したところ、累計採用件数、20年度実績、提携企業数の3項目において、LIXIL TEPCOスマートパートナーズ(以下、LTSP社)が他を大きく突き放す格好で、三冠を達成した。

LTSP社と言えば業界で唯一、PPAと割賦相殺を組み合わせて展開していることで知られる。そんな独自のスキームをもって、サービス開始から足掛け4年。提携するビルダー・工務店数は3,300社にのぼり、採用件数においては累計1万1,000件を突破したわけだが、ここで特筆すべきは採用実績の全てがZEH物件であること、すなわちZEH限定にこだわって展開してきたことだ。仮に非ZEH向けにも営業のすそ野を広げていけば、さらに他を圧倒する採用件数となってい

た可能性もあるわけだが、柏木秀社長は「ZEH提案に悩むビルダーの課題を解消し、尚かつ一番のセールストークになるよう仕上げて創業以来サービスを続けてきた経緯がある」とし「住宅太陽光だけの普及ではなく、何としてでも省エネ・健康・快適な“ZEHの暮らし”を普及させたい、そのポリシーに賛同したビルダーが集まった結果、今の実績がある。非ZEH向けを手掛けることで同じ志を持ったビルダーが離れていき、かえってZEH普及を妨げてしまうのではないかと、そういう考えからもZEHに絞っている」とZEH普及への強い想いを述べていた。

このほか、20年度実績においては、長州産業、ハンファQセルズジャパン子会社のレネックス電力も、ともに2,000件を達成。加えて、累計件数では、電力会社との連携等で採用数を伸ばしてきた長州産業、古参のデンカシンキが続いた。大手電力系では、2017年にサービスを開始した中国電力グループのエネルギ

提携企業数トップ 5



累計採用数トップ 5



ア・ソリューション・アンド・サービス、東京電力グループのTEPCOホームテックがそれぞれ、累計件数や提携社数でトップ5にランクインした。

初期ゼロ累計3.3万件以上 今年度は1.5万件超見込み

これらプレイヤーを筆頭に、全体の累計件数は、少なくとも3.3万件以上に上るとみられる。日本での初期ゼロ登場からおよ5年間で、同数値を多いとみるか少ないとみるか。ただ、どちらにしても、太陽光発電搭載住宅の標準化を目指す上では、さらなる利用拡大を図る必要がある。そのためには、一般消費者への浸透が欠かせないが、そのトリガーとなるのは、いうまでもなく、全住宅と接点を持っていると言えるインフラ企業の取り組みだろう。

そんな中、今年に入り、沖縄新エネ開発、東北電力ソーラーeチャージ、北陸電力ビズ・エナジーソリューション(以下、北陸電力BEST)と電力系の新規参

入が相次いだ。一方、ガス系でも東京ガスが、新たに太陽光発電と蓄電池の初期ゼロ『あんしんWでんち』を開始。さらに西部ガスや静岡ガスも、ハウスメーカーとの協業を進めるなど展開を強めているところだ。

加えて、既存プレイヤーでも、エネルギア・ソリューション・アンド・サービスが供給エリアを順次本州全域に拡大するほか、レネックス電力では、LIXIL住宅研究所と協業し、アイフルホームやフィアスホーム、GLホームの住宅FCを通じて提供を始める。このほか、日本ハウスホールディングスがシェアリングエネルギー『シェアでんき』を、住友不動産や飯田グループのアーネストワンなどがTEPCOホームテック『エネカリ』を採用するなど、住宅事業者側でも続々と利用を始めている。

勢いづくこの状況下、今年度の採用件数見込みは、累計件数の半数に迫る1.5万件を超えるとみられる。LTSP社では前年度比10~15%増見込み、中堅ビ

ルダールとの取引が増加している長州産業は月間300件ペース、住宅FCとの提携を進めるレネックス電力は同250件ペースと各社採用増を見通している。このほか、スタートしたばかりの沖縄新エネ開発も「年間200件、10年間で2,000件を計画していたが、事前申込での公募枠50件に対し、1,000件以上の申込をいただいた。2,000件の導入計画を前倒しすることとした」(電力販売グループ金城隆太氏)との活況ぶりだ。

今年度全体の件数見込みは、あくまで本誌調査に協力してくれた事業者の数字のみを参照しており、非回答企業も含めると総数はさらに増加する。

よもや太陽光だけじゃない 蓄電セット、定額制がトレンド

市況を把握したところで、次はプランのトレンドを見ていくと、今年度に参画したプレイヤーの多くは、料金体系の種類として月額定額制のPPAを、また太

太陽光発電と蓄電池のセットで提案するプランを用意する傾向がみられた。実際、シャープ、沖縄新エネ開発、東北電力ソーラーeチャージ、北陸電力BESTは何れも定額制のPPAを採用。このうち北陸電力BESTを除く3社は蓄電池セットのプランをラインナップしている。

定額制PPAの特長は、太陽光発電の電気が使い放題という点。リースも同様と言えるが、異なるのは売電収入については、施主ではなく事業者に帰属する点にあり、その分、月額利用料はリースよりも価格を抑えた料金設定となる。無論、リースの場合は売電収入を得られるため、どちらがお得となるかはケース毎に異なってくる。

もう一つのトレンドとなっているセット提案についても、定額制またはリースモデルのケースが多い。定額制でのセットプランを展開するTRENDEの松谷元氣COOは「太陽光発電と蓄電池による防災力、また系統からの電力も合わせて、すべてを1つのプランでカバーできる手軽さ、定額料金というわかりやすさが強み」と説明する。加えて、セット提案には別の目的もあり、エネファントやアズマでは、VPPを目指したエネルギーマネジメントや、地域レジリエンスの向上などを見据えている。同様にアグリゲーションビジネスの構築を目指すシェアリングエネルギーの井口和宏事業開発室長も「現在展開しているPPA『シェアでんき』とセットで、蓄電池のリース提供を10月より開始予定」とするほか、Loopも太陽光発電・蓄電池に加え、給湯機まで含めた新プランを開始予定としている。

また、今回は、太陽光発電、蓄電池を中心とした初期ゼロモデルにフォーカスを当てたが、高効率給湯機やキッチン関連など住宅設備のサブスクモデルも続々登場している。給湯機をはじめとした電化・ガス機器のリースは、予てより

電力会社やガス会社が展開していたが、関西電力では6月に、電力契約に加えて、エコキュートやオプションにてIHクッキングヒーターやEV充電器も同梱するパッケージプランの提供を開始した。同様に東京ガスの子会社、スミレナでも昨年より、エコジョーズをはじめコンロやキッチン、トイレなどの住宅設備の定額利用サービスをスタートさせている。両社いずれのプランも期間満了後には無償譲渡するサービス内容となっている。

様々なプランが増える中、将来的には全ての住宅設備で、“所有”ではなく、“利用”するという認識がスタンダードとなるかもしれない。

課題は初期ゼロへの信用度

着々と積み上げている実績に加え、プランも豊富に揃ってきた初期ゼロ。インシャルコストの負担なく、光熱費の削減、レジリエンス性の向上、環境貢献にも繋がると、利用しやすさは格段に向上している。国や自治体による補助事業も現れ、今後の太陽光発電、ひいてはZEHの普及を下支えする提案モデルとなりそうであるが、だからこそ、認識しておかなければならない点が、デメリットだろう。

本誌No.74で住宅事業者向けに行ったアンケートでは、利用しない理由について「通常の売買で販売できる」という意見を除くと「初期ゼロモデルがいつまで継続されるかわからないため、営業に組み込めない」との回答が多かった。

プランによっては、FITの売電価格に左右されるため、初期ゼロプレイヤーは毎年、プランの見直しや継続性を検討する必要がある。事実、PPA事業の最古参の1社であったHTBエナジーは売電価格の下落から20年12月時点で終了、ウエストホールディングスも21年度末で新規募集を取りやめている。

この課題について、LTSP社の柏木社

長は「FIT価格が下落してもサービスを維持できる作り込みをしている」とし、今後はリフォームZEH向けの新サービスも構想している。加えて、長州産業エネルギー機器本部営業部ソラトモサービス課の落合徳裕課長も「住宅会社様のZEH実現に向けて、PPAは重要な太陽光導入モデルと考えており、今後も長期にわたりサービス提供を継続していく。とはいえ、FITに頼った売電事業では難しい。可能な限り自家消費してもらう様なモデルとするなど持続性を確保したうえで、住宅会社様、利用者様のニーズにも対応したプランを提供していく」と語る。

ランキングトップ陣が語る様に、継続性については、各社工夫を凝らし確保していく姿勢をとっているが、予期せぬ事態もある。特に電力小売事業を手掛ける上で切り離せない事業リスクだ。同モデルを展開していたアンフィニは、今号トップニュースで詳報している通り、インバランス料金の支払い等で打撃を受け、倒産に至っている。このようなケースが続けば、住宅事業者はますます自社の住宅商品に組み込みづらくなってしまふ。とはいえ、この点は、大手インフラ企業が参入したことは大きいと言えそうだ。新電力においても、サービス開始から現在まで継続しているという実績はもとより、今後も事業を継続させるほど、事業が成り立っているという証左となり、信用度は増してくるものと考えられる。ましてや初期ゼロモデルは自社で電源を保有するという点であり、卸電力価格高騰による採算性の悪化や、電力不足によるインバランスの発生などを防止でき、電力小売事業のリスク軽減に繋がるともいえる。

利用者はもちろん、初期ゼロ事業者、脱炭素を目指す社会、そして省エネ住宅を展開するビルダー・工務店と四方にメリットをもたらす同モデル。期待度が高まっているのは、間違いなさそうだ。