

TEPCOライフサービス、単一従量料金の「ゼロからでんき」展開 太陽光蓄電池初期費用ゼロ円設置サービスも開始

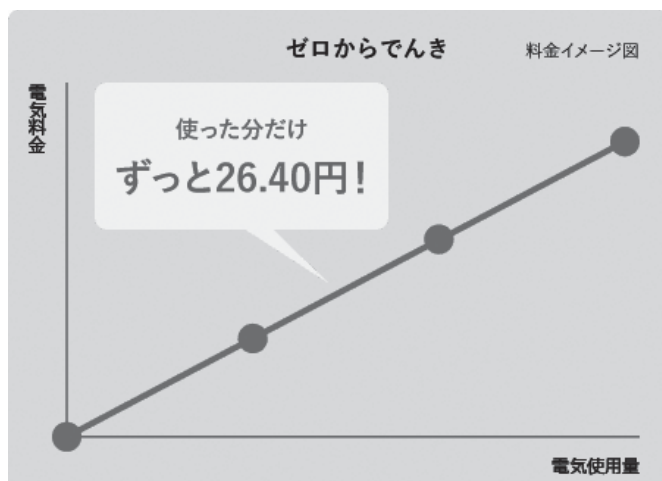
東京電力ベンチャーズの100%子会社であるTEPCOライフサービスは、基本料金ゼロ円でシンプルな一律の従量料金などが特長の電力供給メニュー「ゼロからでんき」の販売を開始した。また、住宅向け太陽光発電や蓄電システムを初期費用ゼロ円で設置できる新たなサービス「ゼロからソーラー」、「ゼロからデンチ」の申込み受け付けも2月より行っている。同社はこれらのサービス提供を通じ、健康で楽しく安全・便利で充実した暮らしのためのサービスや仕組みである「LaaS(Life as a Service)」事業の拡大に注力する。

TEPCOライフサービスは2019年10月に設立された。同社の設立までの経緯として、東京電力ホールディングス(東電HD)内に新ビジネスを担当する「新成長タスクフォース」が2013年に設置され、その後タスクフォースの活動のスピード感を高めるための組織として、タスクフォースを発展的に解消して、東電HDからスピンアウトする形で東京電力ベンチャーズが2018年5月に発足した。

意思決定とプロジェクトの取捨選択を迅速に行うエコシステムを構築するとともに、世の中にある社会課題の解決に寄与するための組織として同社は発足。同社では事業開発とベンチャーキャピタルの2つの領域で事業を展開しており、このうちの事業開発チームによりコンシューマー向けのビジネスを行うTEPCOライフサービスを発足させ、2019年10月に登記を行った

東京 26.40 円、関西は 22.40 円 /kWh

同社が提供しているサービスのうち「ゼロからでんき」



ゼロからでんきの料金イメージ(関東エリア)



は、「電気基本料金」がゼロ、現在利用の電気からの「切替費用」がゼロ、さらに「解約違約金」がゼロで、月末締のプラン。ゼロからでんきは、現在ビックカメラ有楽町店、藤沢店、なんば店の3店舗において申込みを受け付けており、今後の受付店舗数の拡大について5月頃までに検討を行うという。ゼロからでんきの具体的な料金として、東京エリアでは26.40円/kWh、関西エリアは22.40円/kWh(いずれも税込)の単一従量料金となっている。

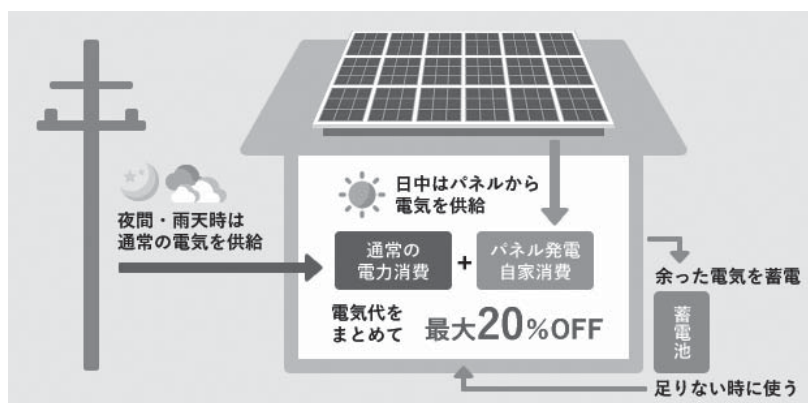
東京電力HDでは、傘下の東京電力エネルギーパートナーもコンシューマー向けの電力小売事業を行っており、同社とTEPCOライフサービスの事業は重なる点もある。こうした事業の体制についてTEPCOライフサービスの担当者は「東京電力グループとして、消費者にとってサービスの選択肢が広まると考えている」と語る。

夜間は電気料金 20%割引も

さらにTEPCOライフサービスでは、太陽光発電システムへのリースサービス「ゼロからソーラー」と家庭用蓄電池へのリースサービス「ゼロからデンチ」も提供している。太陽光発電システムの施工事業などを展開するS Iソーラーをパートナーとして、同社が販売する商材にリースサービスを適用する。これによりS Iソーラーは新築住宅に対し、太陽光発電システムのほか、テスラ製の13.5kWhの家庭用蓄電池「Powerwall(パワーウォール)」をリース方式で提案できる。

S Iソーラーは、テスラによるパワーウォールの認定施

工会社でもある。ゼロからソーラー、ゼロからデンチとゼロからでんきの全てを合わせて利用する世帯については、夜間の電気料金を20%割引の特典も付与する。ゼロからソーラー、ゼロからデンチの紹介と申込み受付は、S Iソーラーが行う。ゼロからソーラー、ゼロからデンチ、ゼロからでんきの提供と需要家との契約はTEPCOライフサービスが担当する(文中画像はTEPCOライフサービスのホームページより引用)。



ゼロからソーラー、ゼロからデンチでのメリット

身近な各種サービスと価値提供へまずは電力販売 代表取締役社長篠田拓氏と取締役伊能美和子氏

—御社のサービスに対する現在の引き合いは

篠田 ゼロからでんきは、すでに東京では当初想定していたものの1.5倍程度、さらに大阪では1.7倍程度の引き合いを頂いている。プランのわかりやすさ、またプライスコンシャスな方々に料金体系が評価されているのではないかと。他社にも同様に単一の従量料金によるメニューがあるが、当社では料金単価などを独自の視点で設定しており、その時々ニーズは何かという観点に立ち料金プランを作成した。ゼロからでんき、ゼロからソーラー、ゼロからデンチには法人のお客様からの契約の問い合わせも頂いており、条件が満たせる際など場合によっては提供にも対応していきたい。TEPCOライフサービスでは電力のほか割賦・リースも含めたサービスを一括で提供する体制も整えており、それがお客さまにとっての利便性向上と、お求めやすいサービスにつながるとも考えている。

—様々な新電力がいる中で御社の位置づけと特長は

篠田 新電力を見てみると、通信会社やECサイトの運営会社など各社の出身は多様だが、そのいずれにも共通するのは、ライフタイムバリューの最大化とエンゲージメント強化のために、通信などのような生活に近い各種サービスを電力とバンドルして販売するとともに、それを支える決済・金融のシステムも提供している。

こうした中で、当社は電力の販売に主眼を置いているのではなく、「ライフスタイルを通じた価値を提供するための会社」として発足した。身近なライフサービスに関する様々な商材を展開したいと考えており、まずはそのスタートとして身近なサービスの1つである電力の提供を開始した。

伊能 消費者が求めているのは快適な生活ということ。



(左から) 篠田氏と伊能氏

例えば、消費者はエアコンそのものが欲しいのではなく、快適な室温や湿度で暮らすことを求めている。快適や安心や安全といった本当の意味で人間が欲しいものを、当社がコーディネートして提供する際の基本のサービスの1つとして電力のメニューも展開する。我々が最終的に意識するのは消費者の方で、事業の範囲はBtoBだけに留まるものではない。BtoCやBtoBtoCの事業に加えて今後はBtoGtoCのビジネス展開もありうるのでは。

—今後の人材確保はどう進めますか

伊能 学生のインターシップをもっと受け入れてもよいと思う。また新卒一括採用制度も今後はなくなる可能性もあり、第二新卒といわれる人も受け入れを検討したい。ライフサービス分野のサービス開発では人材のダイバーシティが重要になるとも考えており、ダイバーシティ確保へのチャレンジをしていきたい。