

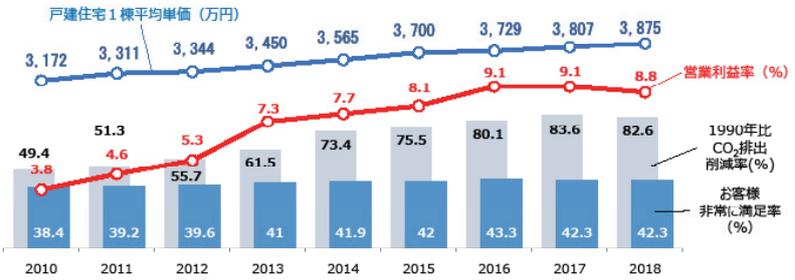


積水ハウスのRE100は、顧客とウィンウィンの連携で

大阪ガス、川崎重工業と関西発のおニューな取り組みを紹介してきたが、今回も関西から。卒FITのお宅からの逆潮電力を自社のRE 100達成に活用するというビジネスモデルである。

積水ハウスは現在45社を数える環境大臣認定「エコファースト企業」に2008年に加わった最古参企業の一つ。エコファースト認定制度では各社の創意工夫ある先進的な環境取り組みが登録され、その実施状況がモニターされる一方、環境に意欲的に取り組むビジネス展開をアピールできる。

実際、同社は当初より儲かるエコを標榜し、本業の製品・サービスに高い環境性能を組み込むことに尽力した。その結果、顧客、つまり家を建てる市民の強い支持を得て、掲載のグラフのとおり、1棟当たりの単価も、全社的な利益率も、共に高めることに成功している。



積水ハウスのビジネス成績、顧客満足度、公益貢献の進展度合い

注) CO2排出削減率は、1990年代に建築された平均的な住宅のCO2排出量に比べた当該年販売の住宅の排出量の平均削減率。

ここで言う環境性能とは単に断熱のことではない。庭の植栽にも生物多様性からの配慮をするなど、結構な作り込みなのである。そうした公益に資する良い製品を売って市場で高い評価を得るというCSVビジネスのお手本とも言えよう。

同社はRE 100を2017年というかなり早い段階で宣言し、実現方策を考えてきた。工場などで直近年に消費した電力は約120GWh。本欄66回(19年3月15日号)にて紹介した世田谷区役所の6個分に当たる相当量なので達成は容易でない。そこで目を向けたのが、同社が販売した住宅のPV。例えばグラフの期間に建てられた戸建て住宅の76%が太陽光パネルを持っている。それ以前から発電していたお宅分を含めた全国計の年間発電量は700GWhを超える。自家消費されずに逆潮流されているものはその6割420GWh程度と推計される。これらのPVが順次卒FITを迎える。

昨年でも合計能力約4.4MWが卒FITした。ここで同社の出番となる。旧一般電力企業でない新興の普通の小売り電力会社はどのお宅が卒FITするか分からず、手探りで売り主を見つけないとならないが、同社にはその情報があり、長年のメンテナンス関係などで信頼関係も築けている。この資産を活かし、また規模感も十分なので、同社は19年1月「積水ハウスオーナーでんき」を立ち上げた。電力の売主は言わずと知れた同社のかねてのお客様である。

それにしても問題は価格である。私は小口電力を束ねる手間が要るから、そうそう高価格での卒FIT買い上げはできないだろうと想像したが、11円/kWhと堂々の価格である。積水側が負担する託送料金を加算しても、同社が各地の工場や事務所で既存の電力会社へ支払っている料金総額に比べ損にはならないとの説明であった。東電などが多くのケースで提示している8.5円/kWhに比べ、結果的に環境価値の評価額が高く、発電市民側も嬉しく感じるディールになる。もちろん卒FIT余剰電力は昼間しか買入れられない。また、RE 100のためには、供給元のトレーサビリティも確保されないとならない。これらの課題をクリアするため、同社は、非化石証書、グリーン電力証書を組み合わせるようである。

積水ハウスはお客様と共にRE 100を実現しようとしている点でとてもユニークだが、挑戦は幅広だ。スコープ1、2の範囲の脱炭素化にとどまらず、2050年までにはお客様の居住に伴うCO2排出量や建物廃棄に伴うものを算入したスコープ3までの合計量をゼロとすることを宣言している。幸い同社の新販売戸建ての87%ほどが既にZEHとなっている(北海道を除いた19年の実績)。そこで残る既築住宅の省エネ改修などのビジネス化を開始した。例えばESCO事業みたいなことでも検討してみたら、と筆者らとしても想像力を掻き立てられつつ、同社の柔軟な発想のビジネスには目が離せないでいる。



小林 光

東京大学総合文化研究科客員教授  
工学博士・元環境事務次官