

電力の小売全面自由化に向けて

エネルギー、エリアの枠を超えて お客さまの利益、利便性を追求

2016年4月から、エリアの垣根を越えて家庭用電力を選択できる電力小売全面自由化がスタートする。電気事業者間の激しい競争が予想される中、中部電力の戦略、具体的な取り組みについて、お客さま本部長の清水専務にフリーアナウンサーの長谷川玲子さんが聞いた。

長谷川 これまで取り組んできた業務についてお聞かせください。

清水 入社以来、お客さまとの接点が多い営業部門を歩み続け、最前線で販売業務、マネジメントに従事してきました。名古屋支店長時代は、まさに現場の第一線で送配電から料金収納まで、電力会社の業務全般に携わりました。

長谷川 お客さまとの接点が多い販売現場の第一線で、どのようなことを心がけてきたのですか。

清水 当社の競争力の源泉は現場にあると常々考えています。新たな事業展開、改善の源は現場にあるという思いを大切にして、お客さまの利益、利便性につながることを最優先に取り組んできたつもりです。言い換えれば、「すべての起点はお客

さまとの接点にあり」ということを日々勉強させていただきました。

長谷川 忘れられない出来事として、どのようなことがありましたか。

清水 2008年のリーマンショック

クです。北米を中心に景気、経済需要が急激に縮小し、産業集積地帯である中部エリアでも輸出比率の高

い法人のお客さまがその影響をまともに受けました。名だたる日本の大



中部電力 取締役専務執行役員
お客さま本部長
清水成信

(しみず・しげのぶ)長野県出身。横浜市立大学商学部卒業後、1980年中部電力入社。2003年販売本部大口営業部エネルギー営業グループ部長、'06年販売本部法人営業部法人営業グループ部長、'08年販売本部法人営業部長、'09年執行役員販売本部法人営業部長を経て、'12年常務執行役員名古屋支店長に就任。'15年6月より現職。

手企業の主力工場で、稼働率が3割、4割まで低下し、未曾有の混乱が発生しました。そのとき、われわれとしてお客さまにいったい何ができるか、担当する者一人ひとりが取引先のお客さまと相談し、共に悩み、最善の策を検討させていただきました。私どもでもできたことは、ささいなことでしたが、貴重な経験となりましたし、その後の日本企業の立ち

■電力小売自由化の流れ

	自由化された範囲 (契約電力)	
2000年～	2,000kW以上	大規模工場、デパートなど
2004年～	500kW以上	中規模の工場、ビルなど
2005年～	50kW以上	小規模の工場、ビルなど
2016年～	全てのお客さま	商店、一般家庭など

直りの速さを見るにつけ、日本の製造業のたくましさ、強さを再確認しました。

**エリア内の安定供給を前提に
臆することなく
自由化競争に挑む**

長谷川 中部エリアのものづくりを支えているという誇りを感じます。これまで自由化をめぐるお客さまとの接点は、どうだったのでしょうか。
清水 1999年の電気事業法改

**電気事業の歴史が大きく変わる今、
立ち止まることなく、
ひるまず、臆せず前進する**

正により、翌年の3月から、大規模工場やオフィスビルなどの特別高圧で電力を利用されるお客さまを対象に、自由化が始まりました。2000年3月以降、大口のお客さまにとっては、電気事業者を選択できるようになったため、お客さまの選択にながためには何をすべきかを絶えず考え、この15年間、試行錯誤と挑戦を続けてきました。大げさですが、当社がエネルギーを通じた



フリーアナウンサー/
舎鐘代表取締役
長谷川 玲子

(はせがわ・れいこ)静岡県出身。静岡県立大学国際関係学部卒業。SBS静岡放送に入社し、アナウンサー、報道記者として9年間勤務。独立後、フリーアナウンサー協同組合舎鐘設立(2015年4月株式会社へ改組)。12年早稲田大学大学院公共経営研究科を修了。テレビ、ラジオに出演するほかにも講演会、シンポジウムなどで幅広く活躍中。

まの期待を上回るサービスをお届けするよう取り組んでいきます。

**「暮らし」をキーワードに
お客さまの期待を上回る
サービスを提供**

う思いです。当社は中部エリアのお客さまに安価、安全で質の高い電気をお届けすることを第一に電気事業を継続してきました。もちろん今後その方針が大前提であることに変わりはありません。ただし、これから迎える新たな競争環境は、かつて経験したことのない厳しいものと覚悟しています。立ち止まるわけにはいきません。ひるまず、臆せず新しいマーケットに向かってしっかりと汗を流していこうと従業員にも

常々話しています。引き続きお客さまに選択していただけるよう、エネルギーの枠を超えて、お客さま一人ひとりにご満足を提供する「暮らしのコーディネーター」としてお客さま

長谷川 利用者側も、電力会社を選んだ経験がなく、分からない点が多いのですが、私たちにはどんなメリットがあるのでしょうか。
清水 電力会社のみならず、新たに参入してくる事業者も、今までにない価値あるサービスを携えて市場で競い合うこととなります。競争原理が働く中、お客さまの利便性が高まるのが予想されるので、期待してください。

長谷川 大口の自由化を経て、16年4月からは、今まで経験したことがない家庭用の電力も含めた小売全面自由化を迎えるわけですが、どのように対応されるのでしょうか。
清水 電気事業が今の体制になって60数年。ついにそのときが来たとい

長谷川 私たち主婦は価格に敏感ですが、価格以外の差別化としてサービスについては、具体的にどのようなことをお考えでしょうか。
清水 家庭用を前提に考えると、キ

「キーワードは「暮らし」です。このキーワードに基づき、新規参入企業を上回る新たなサービスをお届けできるように準備している段階です。また、一般家庭のお客さまにとって関心の高い新料金メニューについては、調^{トク}い次第、お知らせしたいと思っています。

長谷川 小売全面自由化では、販売エリア拡大も大きなテーマですね。

清水 今までご愛顧いただいている



お客さまとの接点が多岐にわたる。新たなニーズを開拓

お客さまを大事にしつつ、経営基盤を強化していくためには、ほかのエリアにも販売を拡大していく必要があります。当面のターゲットは、市場規模が大きい首都圏エリアだと考えています。

長谷川 17年からはガスの小売自由化も見込まれていますが、家庭用ガス小売の参入についてはどうお考えですか。

清水 電気に何をプラスして家庭にお届けするか、キーワードの「暮らし」の観点から考えると、一番親和

性が高いのはガスです。今後の動向を見極め、お客さまのニーズを捉えたいので、期待を上回るサービスを提供できるように、詳細な内容を検討していきます。

ポイントサービスを拡充したウェブサービス「カテエネ」はお客さまとの大切な接点

長谷川 家庭向けに「暮らし」を支える上でどんなサービスをお考えですか。

清水 何より大切なことは、今ある

600万世帯、800万口のお客さまとの接点を、どうつくるかという点です。私たち中部電力が、「暮らしのコーディネーター」として、いつも隣にいたような状況をつくれるかどうかカギとなります。現在、14年4月から始めたウェブ会員サービス「カテエネ」を通じて、暮らしに役立つ情報やポイントサービスなどを提供しています。

長谷川 カテエネの会員数は伸びているそうですね。

清水 おかげさまで、15年10月末時点で約60万会員ですが、年度末には100万会員を目指しています。またにお客さまとの大事な接点であり、インターネット上の営業拠点と位置付けています。

長谷川 カテエネで定められるポイ

ントサービスもあるんですよ。

清水 15年中には、カテエネポイント交換の提携先を8社に拡大します。また、16年4月からは、一部の料金メニューを対象にたまったポイントを電気料金の支払いに充当できるサービスを開始します。

長谷川 法人、大口顧客向けでは今後どのような展開をお考えですか。

清水 ビジネス向けでは70万口のお客さまにどのようなサービスを提供できるかを考える際のキーワードは「お役立ち」だと思っています。集客のお手伝いや、日々の法務や税務のお悩み相談、会計のお手伝いなど、考えうるお役立ちサービスを拡充していきます。

長谷川 電力会社がそこまでやるのは驚きです。「何か困ったときには中部電力」という環境づくりですね。

清水 今までもそうありたいと願っていたわけですが、これからはより自由なマーケット環境で生き抜かねばなりません。その思いをさらに実現したいと考えています。

海外事業においても

お客さまの利益を最優先

生産拠点での省エネに貢献

長谷川 海外展開はいかがですか。

清水 中部エリアの法人のお客さまはコスト意識が非常に高く、絶えず原価低減に努力し続けておられます。そうしたお客さまにお役に立てることは何か。私どもの最大の競争力は、これまで積み上げてきた技術力、経験値だと自負しています。具体的には、既存の技術では解決に至らない課題に対して、お客さまの生産工程に入り込み、必要な機器の開発から運用改善まで含めたソリューションを行う「開発一体型ソリューション」を展開しており、お客さまと一緒に課題解決に向けて取り組んでいます。また、海外の生産工場や販売店舗を運営するお客さまからのご要望にお応えするため、15年6月から、電力会社としては初めて、お客さまの海外拠点を対象とした「海外省エネサポートサービス」を開始いたしました。進出先の国や地域の事情にもよりますが、現地でエネルギーを効率よく利用できる生産拠点をいかに構築するかが大きな課題であると考えています。そこで海外の工場や事務所向けの省エネに貢献するサポート体制を築き上げており、国内で培ったノウハウを活用し、海外事業場のお客さまの要望にお応えすることで、お客さまに選択



いただける電力会社を目指しています。

長谷川 日本で磨いた省エネ技術が海外で役立つのは、日本人として誇りに思います。

清水 お客さまが何を求めて、どう行動しようとしているのか。それをいかに早くキャッチして答えを出すか、そこがわれわれにとっての生命線だと考えています。

長谷川 「中部電力はじめる部設立」というテレビCMを見て、全面自由化に向けて中部電力が本気で大きく変わろうとしているんだなと感じました。何か面白いことが始まった感があります。

清水 プロモーション用に設定された特命部署ですが、キャストも含めて、かなりインパクトのある内容に仕上がったと思っています。私どもが、強い思いをもって大きく変わろうとしているのを感じていただければと思います。今後、役立つアイデア、もっとお得なサービスなど、できることから「はじめる」ことで、お客さまにとって頼りになる会社、選ばれる会社を目指してまいります。