

エネルギー白書2022

②再生可能エネルギーの導入加速～主力電源化に向けて～

今回の日合商解説（vol.52）では、前号に引き続き経済産業省・資源エネルギー庁で発表された「エネルギー白書2022」の解説です。
大前提として再生可能エネルギーは、温室効果ガスを排出しない脱炭素エネルギー源であり、日本国内で独自に生産可能である。各国の資源に頼らなくても良い自給力のあるエネルギーであることから今後の主力電源として期待されています。

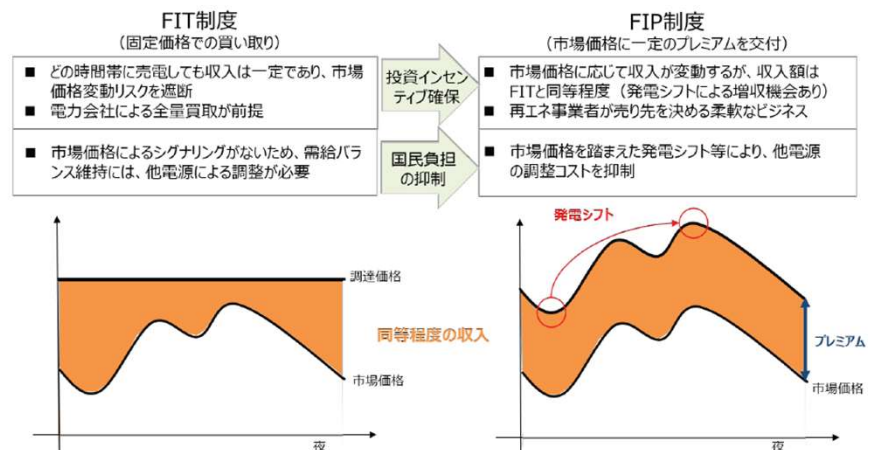
INDEX

- ① FIP制度について
- ② 家庭用の電源は「太陽光発電」 国が考える普及に向けた道
- ③ 太陽光発電の今後の提案ポイント

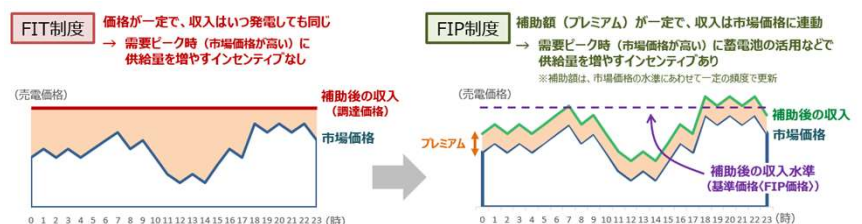
① FIP制度について

再エネ賦課金は電気料金に上乗せされるかたちでが負担しており、**2021年度の見込みでは総額2.7兆円**にのぼります。その負担を減らす為の取組としてFIPは新設されました。

FIP制度とは「フィードインプレミアム（Feed-in Premium）」の略称で、再エネの導入が進む欧州などでは、すでに取り入れられている制度です。この制度では、FIT制度のように固定価格で買い取るのではなく、再エネ発電事業者が卸市場などで売電したとき、その**売電価格に対して一定のプレミアム（補助額）**を上乗せすることで再エネ導入を促進します。



他参考図



② 家庭用の電源は「太陽光発電」 国が考える普及に向けた道

世界及び日本において太陽光発電については多くの動きが出てきました。

- ① 太陽光発電コストの急激な低下
- ② デジタル技術の発展
- ③ 電力システム改革の進展
- ④ 再エネを求める需要家とこれに応える動き
- ⑤ 自然災害を踏まえ電力供給システムのレジリエンス向上
- ⑥ 再エネを活用した地域経済への取組

住宅用太陽光発電の価格低下による自家消費のメリットの拡大やFIT卒業太陽光の出現により、今後は、自家消費や余剰電力活用の多様化が進んでいくことが期待されています。ここにひとつ付け加えて必要になってくるのが、自家消費のメリットをいかにして消費者に対して伝えていくことが出来るか？

また、家庭や大口需要家に設置された再エネによる自家消費を促進するためには、エコキュート、蓄電システム、電気自動車等の分散型エネルギーリソースの導入促進も大事になってきますが、これらもどのように提案していけば良いのか？機能説明を促していっても消費者の判断基準とは齟齬（そご）が発生する可能性があります。

重要

※動画視聴をご希望の方は事務局へご連絡ください

国の方も、自家消費を促していきたいという方針を明確にしているので「ごく僅かしか自家消費を行わない設備が設置され、全量売電となることを防ぐため、厳格な自家消費の確認を行います」と明言しています。

レジリエンスについても言及しています。詳しくは、8月23日に開催したWEBセミナーをご確認ください。

迫る住宅災害対策
～日本全国レジリエンス化～

2022年8月23日(火) 14:00~15:30 (90分)

清水英雄 清水英雄事務所株式会社 マネージングディレクター

清水大悟

日合商 WEB セミナー

Japan Plywood Wholesalers Association

発行所：日本合板商業組合 〒101-0045 東京都千代田区神田錦糸町3-5-4 TEL 03-(5256)-9080 <https://www.nichigoshu.net/> e-mail: jpwa@oboe.ocn.ne.jp

国が災害発生時の利用を明言した！

災害時に活用するための最低限の設備を求めるものとして、災害時のブラックスタート（停電時に外部電源なしで発電を再開すること）が可能であること（自立運転機能）を前提とした上で、給電用コンセントを有し、災害時の利活用が可能であることを求めることとしました。災害発生後においても、十分な電源を確保し通常通りの暮らしを可能にする電源の確保が消費者への提案の指標となる可能性があります。

再エネ電源を自律的に活用する地域での需給一体的なエネルギーシステムは、エネルギー供給の強靱化（レジリエンス）これは持続可能な開発において非常に重要な位置づけです。

住宅業界の最新情報を常に発信

コンサルティング・WEB講演会
ホームページまでお問い合わせください

SHIMIZU HIDEO JIMUSHO

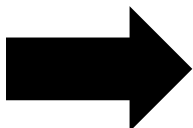
https://au-shimizu.co.jp/seminar_colum

③ 太陽光発電の今後の提案ポイント

ここからは、経済産業省 資源エネルギー庁から出されたエネルギー白書2022に記載された内容ではありませんが、今後の傾向を推察した形で太陽光発電の販売にかかる提案ポイントについて解説を行っていききたいと思います。

太陽光発電の販売方法は、これまでのような「売電」を名目とした販売手法から多くは「自家消費」を促すような形式に変わっていきそうです。
ただし、そこには消費者へ伝える為のノウハウが必要になります。

売電



自家消費

いくつかのアプローチ方法

<売電からの流れ>

- 今後の光熱費高騰を引き合いに太陽光発電を提案
- イニシャルとランニングのトータル金額で提案

<災害からの流れ>

- 災害発生時の電源確保を基に提案
- 被災後の避難所生活を話し安心安全な暮らしを提案

<その他>

- 後付けより新築時に太陽光設置がお得だと提案

エネルギー白書2022の中には、様々なエネルギーの話、再生可能エネルギーについても太陽光発電のみならず洋上風力や他の電源についても様々言及されています。

地場流通店・販売店は、その中でも、この太陽光発電をどのように住宅に、地域社会に普及させていくか？というところにフォーカスしていくことをお勧めします。

住宅性能としては、プラススペックにあたるので、なかなか提案しづらいというのが現場の声で多いかもしれません。

しかし、上記のようにアプローチの方法もいくつかあり、結果的に太陽光発電は搭載していった方が、消費者・施主にとって良い効果をもたらすことが予見されています。

これからの時代は提案力をいかに養っていくか。取引先工務店に対して、提案力の勉強を促していくことも重要になりそうです。

住宅業界の最新情報を常に発信

コンサルティング・WEB講演会
ホームページまでお問い合わせください

SHIMIZU HIDEO JIMUSHO

https://au-shimizu.co.jp/seminar_colum