

狙うは住宅用と法人自家消費 再エネ専門商社の成長戦略

太陽光発電の普及拡大とともに成長した再エネ専門商社。
FITからFIP、非FITへと制度が移り変わるなかで、いかなる事業戦略を掲げているのか。

再生可能エネルギー市場で太陽光関連機器を卸販売する商社の業態は多様だ。建材商社や電設商社が既存の商流に乗せて太陽光関連機器を販売する場合も多いが、市場の拡大とともに再エネ専門商社も育ってきた。

ノヴィスはFIT開始後に販売・施工会社から業態転換した再エネ専門商社だ。売上高は2019年3月期に100億円を突破し、21年3月期には前期比約9%増の139億円に伸長。ここまで右肩上がりの成長を続けてきた。22年3月期もさらなる拡大を見込み、山口裕一社長は「165億円が目標だ」と意気込む。

再エネ専門大手のエクソルは21年5月期の売上高が前期比微減の207億円で着地したようだ。鈴木伸一社長は、「太陽光パネルの出荷量では過去最高となる365MWを記録した」としつつ、「単純な売上規模よりも会社の安定性や持続性が重要だ。前期も減収だが増益だった。今後の再エネ市場の拡大に備えた体制を整備しながら、次なる波に乗っていきたい」と語る。

住宅市場に熱視線

ただ、市場は曲がり角を迎え

ている。FITの制度変更で、20年度から低圧太陽光発電所の新規開発量が激減し、未稼働案件も続々と運転を開始。FIT需要はあと数年だろう。なかでも専門商社やそれに近い兼業商社は事業を継続するためにも、脱FIT戦略の実行に迫られている。



すでに動き出す商社も少なくないが、多くが住宅用再エネ設備市場と法人向け自家消費市場に活路を見出している。いずれも国が掲げる50年のカーボンニュートラル(人為的な温室効果ガス排出量実質ゼロ)の実現に呼応した商機である。

まず住宅用市場は、8月に開催された国土交通省管轄の検討会で、30年までに新築住宅の6割に太陽光パネル搭載を目指す方針が明らかにされるなど、期待値が高い。ノヴィスの山口社長は、「住宅用市場は今後も一定数を見込める。特に新築住宅の搭載率は伸びるはずだ」とし、21年7月に独自の住宅用パッケージ商品を発表。自社ブランドで売り出すわけではなく、中・ロンジ製太陽光パネルに国内

メーカー製のパワーコンディショナや蓄電設備を組み合わせた。山口社長は、「価格競争力にブランド力を兼ね備えたオリジナル商材だ。新築住宅のビルダーや工務店にも提案していく」と語る。

同じく専門商社のアップルツリーも住宅用市場の開拓に力点を置く。同社事業本部の南谷幸男本部長は、「既存商材以外も含めた品揃えを拡充しつつ、(卸販売先の)販売・施工会社の利益に貢献していきたい」と話す。

法人向け商材拡充

法人向け自家消費市場では、脱炭素化を目指す企業・団体が有力な顧客だ。そこで既存の顧客網や代理店網などを活かし、電力消費者に設備導入を直接提案する動きがあるほか、PPA(電力売買契約)事業に進出する商社もある。

それ以外では、企業の脱炭素化を支援する太陽光発電設備や蓄電設備以外の商材との連携が進みそうだ。住友電設やダイキン工業などが出資する再エネ系商社のエスイーエム・ダイキンは、空調機器の制御機能と太陽光発電設備を組み合わせた提案を本格化。同社の久野博文取締役PVシステム営業本部長は、「空調機器と太陽光発電設備を連動制御させる『PVAC再エネ空調システム』と名付けて展開している」と説明

する。主に空調機器の代理店網を通じた拡販を狙うが、太陽光発電設備の代理店とも施工などで連携していく方針だ。

アップルツリーはもう一つの主力事業としてLED照明の製販部門を持っており、9月に新製品として紫外線LED照明器具を発売する予定だ。同社ライティング事業部の安藤浩二事業部長は、「紫外線でウイルスの殺菌効果が期待でき、省エネ対策にも繋がる。LED照明に交換していないオフィスはまだ多く、拡大の余地がある」という。自家消費提案の関連商材としても期待できそうだ。

一方、再エネ専門商社のヨーロッパ・ソーラー・イノベーションは、自家消費設備の設計支援を始める。21年7月から始めた再エネ設備の設計シミュレーションサイトを拡充し、電力消費傾向や1ヵ月間の電力消費量を入力すれば、自家消費設備の費用対効果を概算で導き出せるようにする。同社の土肥宏吉社長は、「30分単位の電力消費量が1年分あれば、より詳細な自家消費シミュレーションが行える。販売・施工会社の自家消費提案を支えていく」と語った。

脱FIT、脱炭素の風が吹くなか、卸販売に特化し続ける商社もあれば、製品開発や建設など対応領域を拡大する商社もある。環境変化への対応力が問われている。

FIT後も事業継続へ

新商機獲得に動くメーカー

太陽光発電の導入が続く限り、太陽光パネルやPCSなど需要は見込める。
メーカー各社は新たな商機の獲得に向け、動き始めた。

2021年上期(1~6月)は出荷量も受注量も前年同期比2倍以上だった。本社からの支援や体制整備とともに、商社やEPC(設計・調達・建設)企業など戦略的パートナー企業との連携を強めてきた成果だ。

太陽光パネル最大の中・ロンジの日本法人、ロンジソーラーテクノロジーの南社長は、「PPA(電力売買契約)モデルを含む自家消費案件が増えた。住宅用市場にもパネルを拡販する」としたうえで、「今後も様々な課題を解決しながら、協力企業との信頼関係を深め、太陽光発電の普及に貢献していく」と語る。

PCS(パワーコンディショナ)大手の独・SMAは21年6月で日本法人の設立から丸10年になった。住宅用太陽光発電設備から特別高圧太陽光発電所まで全方位へ販売し、累計5GW以上を出荷してきた。ただSMAジャパンの松岡啓介社長は、「収益性や経営資源などを踏まえ、22年以降は高圧以上に集中していく。技術支援を含めた付加価値とともに製品を提供したい」と方針を転換する意向を明らかにした。

そんな同社は、脱FITで注目の法人向け自家消費案件に逆潮流を発生させない制御機能搭載の50kW機を売り出している。PCSを電力量計や監視・制御装置とセットで提供するほか、出力制御装置メーカーなど協力企業とも連携し

人は撤退の可能性を噂されやすい。脱FIT戦略に加えて、具体的な成果も求められることだろう。

PCS(パワーコンディショナ)大手の独・SMAは21年6月で日本法人の設立から丸10年になった。住宅用太陽光発電設備から特別高圧太陽光発電所まで全方位へ販売し、累計5GW以上を出荷してきた。ただSMAジャパンの松岡啓介社長は、「収益性や経営資源などを踏まえ、22年以降は高圧以上に集中していく。技術支援を含めた付加価値とともに製品を提供したい」と方針を転換する意向を明らかにした。

そんな同社は、脱FITで注目の法人向け自家消費案件に逆潮流を発生させない制御機能搭載の50kW機を売り出している。PCSを電力量計や監視・制御装置とセットで提供するほか、出力制御装置メーカーなど協力企業とも連携し

需要の拡大を受け、21年1月には中国・江蘇省常熟市で太陽光パネルの新工場を竣工。7月までに年産能力を1.5GWに拡張した。周社長は、「年末には新工場の建設に着手する。立ち上げ時の生産能力はまだ検討中だが、敷地としては最大



リープтонエナジーのオンサイトPPA事業の第1号案件。航空機部品生産協同組合(三重県松阪市)の敷地内にパネル出力738kWの太陽光発電設備を設置した

ていく構えだ。松岡社長は、「自家消費案件は多種多様。今後の技術支援に活かすためにも知見を蓄積していく」と語る。

PPAで発電事業拡大

一方、神戸市に本拠を構え、中国に工場を持つ太陽光パネルメーカーのリープтонエナジーは近年、海外向け販売比率を高めている。21年3月期の売上高は前期比約32%増の117億円だったが、牽引役は売上高の約3分の2を占めた海外向けパネル製販事業だ。周鳴飛社長は、「価格競争力のある日本ブランド品として海外で好評だ」とし、東南アジアや欧州、豪州、中南米などに出荷したという。

必要の拡大を受け、21年1月には中国・江蘇省常熟市で太陽光パネルの新工場を竣工。7月までに年産能力を1.5GWに拡張した。周社長は、「年末には新工場の建設に着手する。立ち上げ時の生産能力はまだ検討中だが、敷地としては最大

で3.5~4GWの工場を建設できる。22年末には完成する予定だ」とさらなる増強を計画している。

22年3月期は海外事業を伸ばして売上高180億円を見込みつつ、日本では次なる仕掛けに着手した。一つがオンサイトPPA

A事業だ。新電力会社のみらい電力と提携し、リープтонエナジーは製品供給や開発・営業支援のほか、案件によってはPPA事業者として太陽光発電設備を所有する。

第1号案件はすでに完成し、21年5月から電力供給を始めた。段階的に営業を拡げ、22年度から本格化させる方針だ。同社はFITを活用した発電事業にも積極的で、オンサイトPPA事業はその一環だという。周社長は、「安定収益源の発電事業は経営の安定化に繋がる。メーカーだからこそコストも抑えられる。オンサイトPPAを含め、さらに増やしていきたい」と意気込む。

同社のように、製販事業と発電事業の両方を手掛ける太陽光パネルメーカーは多い。フロー型とストック型を掛け合わせることで経営を安定させる狙いだろう。原材料費の高騰や半導体不足による需給逼迫などの逆風も吹くなか、メーカーは新たな商機の獲得に向けて動き出している。



SMA製50kWパワーコンディショナ。自家消費市場に提案強化中だ