

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「“第3”人気で発泡酒離れ、サントリー生産終了」
- 2) 「電力供給不安、節電意識の高まりは昨年以上」
- 3) 「“エコビト”のトライアル提供」

1) 「“第3”人気で発泡酒離れ、サントリー生産終了」

サントリーホールディングスが、一時は低価格で人気を博した発泡酒の生産を終了した。より価格が安い「第3のビール」が人気を集め、ビール類市場の3分の1を超えるまでに成長したため、消費者の根強い低価格志向を象徴している。

発泡酒は1994年にサントリーが「ホップス生」を発売したのが最初だ。酒税法では麦芽の使用率が66.7%未満だと課税額が安くなる。このため、65%に抑え、350ミリ・リットル缶でビールより約40円安い180円台で販売し、麒麟ビールなど他社も追随した。しかし、政府は税収を維持するため、03年から発泡酒を増税し、各社は1缶10円程度値上げせざるを得なかった。

新たな“節税ビール”としてサッポロビールが同年に発売したのが、麦芽を使わず、エンドウ豆などを主原料にした「ドラフトワン」。130円台という低価格を武器に第3のビールとして急成長、他社も追随し、発泡酒が第3のビールに置き換わっていく流れにつながった。

ただ、サントリーの場合、発泡酒の割合は1.6%に過ぎず、生産を終了しても収益への影響は小さい。今後、高級ビールの「ザ・プレミアム・モルツ」や第3のビールの「金麦」に人材や資金を集中させて一段と効率が良い生産体制を目指す。

第3のビール人気もさることながら、大手小売店のPBアルコール飲料の出現も近年ビール・発泡酒業界に大きな影響を与えている。ビールを取り巻くこの市場は、時代を鮮明に反映させた消費者のニーズを映し出している。今後も様々な新商品、新種のアルコールが出現するに違いない。

2) 「電力供給不安、節電意識の高まりは昨年以上」

SBIホールディングスが保険の窓口インズウェブのサービス利用者600名を対象に実施した「節電に関する意識調査」の結果によると、昨年節電したと答えた人の割合は61.3%だったのに対し、今年の夏は節電をする予定と答えた人が87.7%まで増加した。

さらに、昨年の夏に節電をした人に今年の節電の目標値について聞くと、昨年と同等が65.6%で最も多かったものの、30.2%の人が昨年以上に節電すると回答。電力の供給不安を背景に、昨年以上に節電意識が高まっているようだ。

節電への関心の高まりを受け、節電を通じて節約しようという動きが出ている。その1つが、家庭の契約アンペアを小さくする「アンペアダウン」だ。作業はブレーカーの交換のみで済むケースが多く、作業時間も20-30分程度。さらに、ほとんどが無料でできるため、東京電力管内ではアンペア変更の申し込みが殺到している。そのため、東京電力ではアンペアブレーカーの在庫が不足しており対応に支障が出ていると、ホームページ上で注意を促している。

それでは、アンペアダウンによって、どのくらいの料金が節約できるのだろうか。一般的な家庭が契約している東京電力の「従量電灯B」の契約アンペアごとの1カ月の基本料金をみると、10アンペアが273円、15アンペアが409.5円、20アンペアが546円、30アンペアが819円、40アンペアが1092円、50アンペアが1365円、60アンペアが1638円となっている。仮に、現在60アンペアで契約している人が半分の30アンペアにすれば、819円の節約になる。

ただし、家庭の契約アンペアを小さくした際、一度に複数の家電を使用して、消費電力がオーバーしてしまうと、ブレーカーが落ちてしまう。そのため、事前に自宅で使用している家電のアンペアをチェックし、消費電力が大きい家電を同時に使わないなどの工夫が必要になる。アンペア変更を行うと、原則として1年間は再変更ができないので、安易なアンペアダウンには注意が必要だ。

ちなみに、アンペア方式の料金体制を採用しているのは東京電力をふくめ、北海道・東北・中部・北陸・九州の6つの電力会社。関西・中国・四国・沖縄電力では別の料金体制を採用しているため、アンペア変更ができない。

本格的な夏を迎える前に、節電対策と併せて節約できるかどうかもチェックしてみるのもよさそうだ。節電という言葉が聞かない日がないくらい世間に浸透してきている。節電を通じて身の回りの無駄な物を削減し、ライフスタイルに合わせた無駄のない暮らしを求める人が増加することによって、昔の日本の暮らしのようなミニマリズムも増加していくかもしれない。日本人の生活の価値観がどのような変化をしていくのか楽しみだ。

3) 「“エコビト”のトライアル提供」

KDDIと住友商事は、それぞれのライフスタイルに応じて最適な節電のアドバイスを提供する生活支援サービス「エコビト」の事業化検討に向け、2012年7月30日より無償でのトライアルサービス「エコビトとらいある」の提供を開始する。

エコビトは、サービスを受ける人の家族構成や居住地域、ご使用の家電機器や生活スタイルなどのさまざまな情報を組み合わせ、最適な節電行動をアドバイスする生活支援サービス。首都圏エリアにおいて、auスマートフォン利用者を含む計200世帯を対象に約6ヶ月間実施し、参加客にはauポイントを5000ポイント付与する。

エコビトの特長

- (1) ライフスタイルに合わせて節電方法をアドバイス

環境エネルギー総合研究所が持つ650万パターンを超える生活者目線での省エネや生活支援アドバイスなど膨大なノウハウを活用し、家族構成や使用している家電機器、ライフスタイル、気候風土を考慮した住宅特性などに応じ、約5万パターンの中から利用者に最適な節電行動をアドバイスする。また、SNSと連携しユーザ間での情報共有が可能。

(2) 家庭の使用電力量を「見える化」

宅内の分電盤および使用電力量の比較的大きな家電に高精度の電力量センサーを設置することで、節電効果をPCやスマートフォンで確認出来る。

(3) 家電の買い換え時期や賢い使い方を提案

子どもの成長などライフステージに合わせて、使用中の家電機器の買い換え時期やおすすめの家電のタイプなどを環境エネルギー総合研究所のノウハウで提案。

形式的な節電方法は一般的になってきているが、各家庭のライフスタイルに合わせた節電というのはやはり専門家に聞かないと分からないことが多そう。電力供給の不安から始まった節電が、現在はブームのように節約の一種になってきている。これからもどんどん家庭に密着した節電情報やサービスが出てくるのではないだろうか。