

# 徹底分析

## 電力小売りで進む「街づくり」

交通事業を基盤とした「町づくり」を進める東急グループ。鉄道をはじめ、ケーブルテレビやネット通信など様々な生活サービスを提供しており、今春には新たに電気の販売を開始した。東急の街づくりは一層加速しそうだ。

### 現

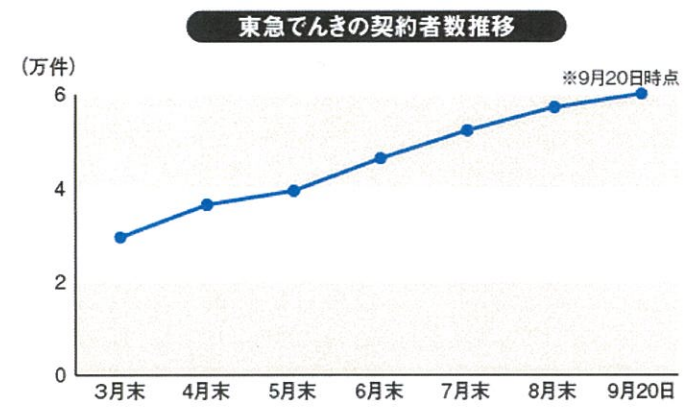
在、東急沿線には約250万世帯が住んでいる。なかでも東急グループでケーブルテレビやネット通信事業を担うイッツコムおよびケーブルテレビ品川が顧客を抱える150万世帯を「コアエリア」と定め、各社営業部隊を中心に、積極的に電気の販売を行っている。

コアエリア以外にも、東急ホームズなど、グループの不動産5社と提携し、「徐々に販売チャネルの多様化を進めている」（東急グループで電力事業を担当する東急パワーサプライの村井健二社長）。

これまでのスイッチング件数は約6万件。電車広告や、東急のショッピングモールでのイベントなどを積極的に展開し、自由化開始前に3万件の事前申し込みを獲得した後も、ひと月に5000〜7000件ほど順調に積み上げてきた。村井社長は、「このままのペースでいけば、初年度目標の10万件

は達成できる」と見込んでいる。

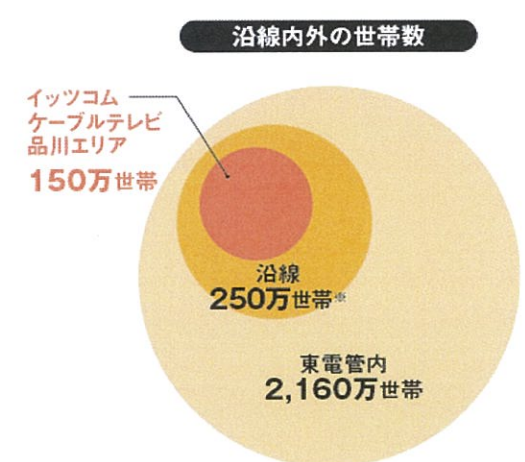
地域別でみた場合、特に横浜市、青葉区での乗り換えが進んでおり、全世帯のおよそ10%がすでに東急でんきに乗り換えている。村井社長は、「青葉区は東急の施設が多く、またイッツコムのサービス利用者も



多い。従来から東急ファンの方が重層的にいて、電気の乗り換えも進んでいる」と分析。青葉区のように東急のサービス利用者が集中しているエリアを重点的に開拓していくのかと思いきや、東急の狙いはそうではないらしい。

### 東急沿線に住むすべての世帯へ

多くの新電力が、電気使用量の多い家庭を優遇する、いわゆる「おいしいとこ取り」のプランを出しているが、東急でんきは使用量に関係なく東電の従量電灯Bより必ず安くなるよう設定している。東急は鉄道といった広域事業を



※東京都目黒区、渋谷区、品川区、世田谷区、大田区、町田市  
神奈川県横浜市(神奈川区、西区、中区、港北区、青葉区、緑区、都筑区)  
川崎市(中原区、高津区、宮前区)、大和市

利用サービスが増えれば増えるほどおトク度は増していき、東急ユーザーとの関係性はより濃いものとなっていく。既存サービスのシナジー効果も東急でんきの加入者を増やすことで、既存サービスの需要が増えるといったシナジー効果も期

待されている。

シナジー効果を狙った最初の取り組みとして、今夏、東急は「夏の電気バカンス大作戦」というキャンペーンを実施した。内容は「夏の暑い日に東急電車に乗ると、ボーナスポイントを付与」「東急の施設で使えるクーポン券を配布」するといったもの。

なかでも、東急施設内の109シネマズでポップコーンがもらえるクーポンは、合計6000枚使用され、「クーポンの反応率が非常に高かった」と村井社長は振り返る。東急でんきをきっかけに東急の施設に足を運んでもらう「電気効果」が垣間見れたという。

電気の乗り換えに関しては、積極層がひと段落し、様子見層が増えていくなかで、口コミも重要になっていく。

「東急でんきに入ってからよかったとすでに乗り換えてもらった方に思ってもらえる取り組みを、これからも続けていきたい」（村井社長）。来年から始まる都市ガス自由化についても、「東急沿線は90%以上ガス管が通っていることもあり、経済条件や制度など、環境が整い次第参入したい」と意欲的だ。東急グループによる街づくりは、これからも着々と進んでいく。

東急パワーサプライ  
村井健二社長

東急グループ  
電力事業担当



東急でんきのキャラクター。愛称の募集企画には、多くの応募があったという。今後は、キャラクターを活用したサービスも検討している

ちゃっかり、半年得してた!  
東急グループのおトクな電灯サービス  
今より安くなる電灯料金



写真右：4月1日に開催した電力自由化スタート記念イベントの1コマ  
写真左：イベントでは、相談スペースを設け消費者の疑問を解消