

土肥氏 ● 貴社に対しては、メガソーラー向けに太陽光パネルを拡販する世界の強豪メーカーという印象が強くございますが、いまは地域新電力の立ち上げ支援から電力を自給自足するオフグリッドハウスの販売まで手掛けていらっしゃいます。外資系太陽光パネルメーカーの日本法人という枠に捉われない事業展開に対して個人的には非常に興味があります。社内では相当な変化があったようにお察しします。どのような経緯があったのでしょうか。

山本氏 ● そもそも特別な戦略があったわけではありません。ただ、外資と比べても、日本の会社なので、日本で価値のある仕事をしていこうという思いがあって、パネルを輸入して日本で販売するだけの単機能ではなく、パネル販売からシステム販売へ、システム販売からEPC（設計・調達・建設）へ、EPCからディベロップメントへと展開してきました。

重要なのは、市場のニーズに心えていくことです。

力を創ることができ、しかも安いのです。需要地に供給設備を置く地産地消が最も経済的なので、自ずと太陽光の自家消費市場は拡大していくと思います。

土肥氏 ● ところで、自家消費時代の評判の良いパネルとして、貴社のN型単結晶パネル『PANDA』がありますね。高出力で、低照度時によく発電するうえ、真夏の高温時も出力低下が少なく実発電電力が多いとお伺いしました。両面発電タイプも発売されましたが、反響はどうでしたか。

山本氏 ● お陰様で想定以上に良いですね。リピーターが多く、日本のお客様からは高い評価をいただいています。実際、雨の日にオフグリッドハウスに乗せた6.5kWのPANDAの出力を測ったところ1.9kWも発電していました。この時、他社のパネルはほぼ発電していなかったの、改めてPANDAの性能の良さを

【特別対談 第27回】

自家消費新時代への扉

ヨーロッパ・ソーラー・イノベーションの土肥宏吉社長による特別対談。

お相手は、太陽光パネル大手インリー・グリーンエナジーの日本法人を率いる傍ら、地域新電力会社の立ち上げを支援する山本謙司社長だ。自家消費時代を拓くためには何が必要なのか、考察を深めた。

実感しました。

ですから、昨春発売したPANDAの両面発電タイプは、自信をもってお勧めしています。

両面発電タイプは、高い実発電量に加え、裏面も発電するため、表面の雪が解けやすくなるというメリットもあります。さらに、バックシートを使わない両面ガラス仕立てなので、長期耐久性に優れ、出力保証の期間は30年です。ですから結果として自家消費に向くパネルと言えるでしょう。

土肥氏 ● それは非常に楽しみです。貴社のPANDAのように、パネルの性能やパフォーマンスが日々進



プロフィール ● 山本謙司(やまもと・けんじ)
1977年東京都生まれ。2003年同志社大学卒業後、大林組入社。05年マクニカ入社。14年インリー・グリーンエナジー・ジャパンに入社し、15年同社営業統括部長、16年代表取締役社長に就任。



インリー・グリーン エナジー ジャパン 山本謙司社長

化しているの、今後は従来のW単価だけではなく、設備の実発電量やパフォーマンスを精度高く客観的に評価するような仕組みが必要でしょう。とくに自家消費市場の発展には、不可欠であるように思います。

山本氏 ● 自家消費の進形であるオフグリッドについて言及すれば、まず電力の需要曲線とその分布の把握が重要です。オフグリッドシステムで電力を賄おうとすると、いかに電力需要の近くに紐づけて電力供給用の発電設備を導入するかが肝ですが、太陽光発電のポテンシャル、つまり太陽光発電の賦存量は、土地や屋根、池などのスペースに限られるため、逆にその賦存量に合わせてデータセンターやハウスファームなどの需要設備を設置していくことも重要だと考えています。

とはいえ、自家消費が普及するかしないかは、単純にコストでしょう。設備を3〜4年で回収できる絵を

描ければ、確実に普及します。私の試算では、すでに4年回収は射程圏内です。

土肥氏 ● いまESG（環境・社会・企業統治）投資の拡大に伴い、『RE100』の加盟企業数が増加していますし、様々な角度から追い風が吹いているように思えます。ただ、日本における自家消費の普及に関しては、再エネの導入によってエネルギーコストが下がり、顧客にメリットが出る水準まで設備のコストが下がるか否かが鍵でしょう。自家消費新時代の扉は間もなく開かれるように思います。



ESI

土肥宏吉社長

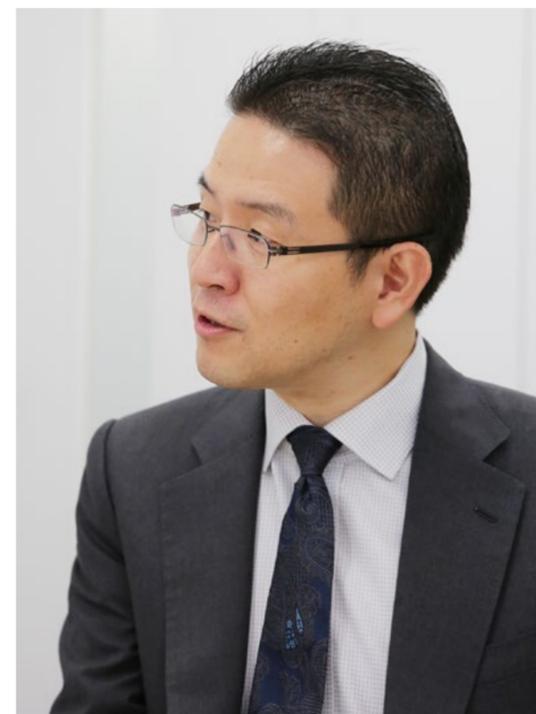


ら、機敏に愚直に反応してきた結果、オフグリッドハウスや地域新電力を全国に広げていく今の形になったのです。地域新電力は現在、10地域で自治体や地元企業と立ち上げを進めています。

土肥氏 ● FITを活用した太陽光発電市場が成熟しつつあるなか、電力小売りが自由化され、太陽光発電の自家消費という動きが出てきました。だからその変化に対して、貴社のように柔軟に業容を変えていくというのが、本来あるべき姿なのでしょう。ただ、変化にうまく対応できない企業

が多いように思います。実際、太陽光関連企業のなかで自家消費時代を見据えて種蒔きをしている目端の利く企業は、全体の10%にも満たないように思います。なぜ、自家消費はなかなか進まないのでしょうか。

山本氏 ● FITを活用した太陽光発電所の需要はまだ残っているの、そこに手を取られているというのが実情でしょう。ただ、今後は必ず自家消費・オフグリッドの流れになります。というのも、再エネを活用すれば、需要家が自ら電



プロフィール ● 土肥宏吉(どひ・こうきち)
1973年東京都生まれ。97年一橋大学商学部卒業後、遠心分離機大手の巴工業に入社し海外営業に従事。2011年ドイツで太陽光関連企業を設立。12年に太陽光専門商社ESIを設立し、代表取締役就任。

