
全量買取制度に対する私案

2010年 7月 1日

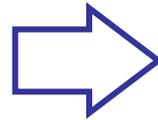
 **NTTファシリティーズ**

田中 良



本来の目的

地球環境保護（CO₂の削減）



現状

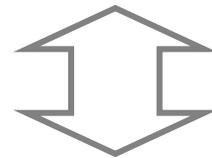
投資回収ばかりに目が向けられている

国民負担の考え方

環境のために導入している太陽光設置者の負担軽減が目的のはず・・・

（儲けるためではない）

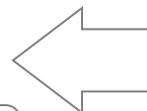
設置したいが諸般の事由で設置できない国民が、設置者へ協力



国民で協力して導入促進を図る

～ 地球環境の保護のために ～

設置者への負担軽減



国民で支える

住宅用買取価格（単純投資回収）

【設定条件】

・容量:3kW ・設備構築費:60万円/kW ・設備利用率:12%

補助金	10年で回収	15年で回収
有り（設備構築費の10%）	56円/kWh	38円/kWh
無し	62円/kWh	42円/kWh

産業用買取価格（単純投資回収）

【設定条件】

・容量:500kW ・設備構築費:50万円/kW ・設備利用率:12%

補助金	10年で回収	15年で回収
有り（設備構築費の1/2）	28円/kWh	19円/kWh
有り（設備構築費の1/3）	38円/kWh	24円/kWh
無し	52円/kWh	36円/kWh

企業が考える大規模太陽光発電

- 新規事業への進出の足がかり
- 企業ブランドおよび商品価値向上とPR
- CSR
- キャップ&トレードの事前対策
- 遊休地の活用
- 太陽光発電で儲けようとする企業は稀少

◇ 民間企業の求めるもの

- ・ 導入したことによる見返り (商品価値向上・PR等)
- ・ 新規関連企業との繋がり

太陽光設置企業

- 全量買取、補助金 ⇒ 早期の投資回収が必要
- 環境価値の重要性 ⇒ 排出量取引との兼合い
- カーボンオフセット方式の認知

プロバイダー

- 徹底したコスト削減
- システムの信頼性向上、長寿命化の促進

◇ A社の事例【新規事業への進出の足がかり】

- ・ 大規模太陽光設備構築を足がかりに
 - ⇒ **住宅用太陽光構築事業**への進出
 - ⇒ **地上設置型架台事業**への進出
 - ⇒ **大規模設置をPR**
 - ⇒ **太陽光事業用子会社**の設立

◇ B社の事例【企業ブランド向上】

- ・ 環境対応物流施設に太陽光設備を導入することで
 - ⇒ **新たな顧客の獲得**
 - ⇒ テナントによっては**環境重視をPR**

◇ C社の事例【商品価値向上のPR】

- ・化粧品を自然のエネルギーを用いた自然の営みとして販売
⇒ **商品宣伝効果絶大**

◇ D社の事例【商品価値向上のPR】

- ・自然エネルギーを用いた天然飲料水として販売
⇒ **商品宣伝効果絶大**
⇒ **工場見学者の見学コース**に採用