

해외전력

독일 E.ON과 RWE의 전력·가스 소매 마케팅

2007년 2월, 독일 4대(大) 전력그룹의 일각을 이루는 E.ON 그룹이 필른을 본거지로 하는 마케팅 자회사 E WIE EINFACH 사를 설립하여, 독일 전역의 가정용수용가와 소규모기업(연간소비전력량 10만kWh 이하를 대상)에 대하여 전력과 가스를 공급한다는 계획을 밝혔다.

거의 같은 시기에, 똑같이 4대 전력그룹의 RWE 그룹도 자회사 eprimo 사에 의한 전력판매의 전국적인 전개를 발표하였다. RWE 그룹은 eprimo 사의 가스판매도 머지않아 전국에서 실시할 계획이다.

E.ON과 RWE의 양 그룹은 1998년의 전력사업 전면자유화 후에도 가정용 시장에서는 주로 공급 의무가 있는 구역 내의 수용가를 대상으로 공급하여 왔으나, 이제 와서는 가정용 전력소매를 구역 밖으로까지 넓히려는 준비를 하고 있다.

E.ON 그룹 등의 소매요금 메뉴의 개요와 가정용 전력소매의 구역 확대 배경 등을 중심으로 소개한다.

1. 요금 메뉴의 개요

E WIE EINFACH 사는 각 지역의 전력·가스 회사보다 전력은 1kWh에 대하여 1유로센트, 가

스는 1m³에 대해서 2유로센트 낮게 요금을 설정함과 동시에, 전력은 2년간, 가스는 1년간 요금인상을 하지 않기로 하였다(표 참조).

EnBW 그룹(4대 전력그룹의 하나)에 속하는 Yello Strom 사도 E WIE EINFACH 사와 동일한 사업을 시행하고 있다. 이 회사는 독일의 전력 소매 마케팅 회사의 대대로 이어온 오래된 점포로서 1999년 8월부터 전력의 전국판매를 시작하였다. Yello Strom 사의 수용가 수는 이미 120만 호로 증가했으며 2006년에만도 10만 호의 전력 수용가를 확보하였다. 다만, Yello Strom 사는 가스사업은 하지 않고 있으며 구체적인 계획도 가지고 있지 않다. 그러나 이 회사는 가스사업에 관심이 없는 것은 아니다. 현재로서는 가스의 조달은 E.ON 그룹의 Ruhr 가스 사에 의뢰할 수밖에 없기 때문에, 가스사업에 진출하기 위해서는 우선 가스의 조달 루트 개발에서부터 추진해 나갈 예정이다.

아래 표에서는 앞의 2개 사에 더하여 RWE 그룹에 속한 2개 사의 전력요금 메뉴를 보여주고 있다. 하나는 첫머리에서 소개한 Eprimo 사의 요금 메뉴, 또 하나는 에센 시의 그 지방 전력회사인 RWE Rhein-Ruhr 사의 가정용요금 메뉴이다. 이 표를 기본으로 4,000kWh/년을 소비하

〈표〉 가정용요금 메뉴의 개요

회사명	E WIE EINFACH	Eprimo	Yello Strom	RWE Rhein-Ruhr
회사의 형태	E.ON사의 마케팅 자회사	REW사의 마케팅 자회사	BnBW사의 마케팅 자회사	RWE사의 전력·가스 소매회사(에센시의 지역전력회사)
메뉴명	Mein Cent Tarif	eprimo Familie	Yello Strom	RWE Private Classic
가정용 요금단가	기본요금 : 92.82유로/년 총량요금 : 17.69센트/kWh	기본요금 : 80.04유로/년 총량요금 : 18.22센트/kWh	기본요금 : 92.04유로/년 총량요금 : 18.51센트/kWh	기본요금 : 92.82유로/년 총량요금 : 18.69센트/kWh

는 가정의 연간 지불액을 계산하면 E WIE EINFACH 사의 요금이 가장 싸며, 가정에서의 지불액은 800.42유로/년이 된다. 가장 비싼 것은 RWE Rhein-Ruhr 사이다. 이 회사의요금 메뉴에 의한 지불액은 840.42유로/년이 되어 E WIE EINFACH 사보다 약 5% 비싸다.

2. 가정용수용가 확보에 적극적으로 나선 배경

독일의 전력회사들은 2000년을 전후하여 가정용 분야에서의 요금인하 경쟁을 경험하였다. 당시, 전력 각사는 원가보다도 떨어지는 정도의 요금수준을 설정하기까지 하였다. 그러나 이런 가운데서도 가정용수용가의 변경률은 높아지지 않았기 때문에, 그 후 전력 각사는 가정용요금의 인하를 정지하고 요금수준을 다시 서서히 인상해 나갔다.

그러한 경험을 겪어온 E.ON과 RWE의 쌍방 그룹이 이제와서 왜 또 한번 가정용 시장을 지향하는지는 뚜렷하지 않다.

그러나 이제까지의 경위로 보면 2005년 이후에 탁송제도가 변경된 것을 들 수 있는데, 전원을

가지지 못한 지역에 있어서도 전력 소매가 시행되기 용이하게 된 것이 최대의 요인으로 생각된다. 또한 가정용 전기요금 수준이 높은 것에 주목한 일부 신규참가자가 수만 호 단위의 수용가 획득에 성공하고 있는 것도 대(大)전력그룹이 가정용 분야의 사업을 재고하는 계기가 된 것으로 보인다.

3. 앞으로의 동향

이상 기술한 바와 같이 E WIE EINFACH 사는 지역전력회사보다 5% 정도 값이싼 가정용전기요금 메뉴를 제시하고 있으나, 이것으로 어느 정도의 수용가가 움직이게 될까.

2000년 전후의 요금인하 경쟁 시에는 전기요금 수준이 10% 정도 인하되었다. 그런데도 수용가가 움직이지 않은 것은 전기사업제도의 불비(不備)에 의한 것이었는지, 그렇지 않다면 수용가는 10% 정도의 가격인하로는 움직일 수 없는 것인지 앞으로 수용가의 반응을 주목해 볼 일이다.

(출처 : 일본전기협회 발행 “電氣協會報”)