

消費者視点での 小売電力市場の競争状況の評価に 関わる論点

電力中央研究所 社会経済研究所

主任研究員 後藤 久典

消費者委員会公共料金等専門調査会

2017年3月9日

 電力中央研究所

はじめに

電力小売全面自由化の初年度

- ◆ 2016年4月 電力小売全面自由化
- ◆ 電力・ガス取引監視等委員会での競争評価
 - 2016年7～11月 競争評価の方針について
 - 「電力市場における競争状況の評価に関する基本方針」、
「(同)実施細目」
 - 競争の進展状況の把握
 - 競争促進策や小売料金規制のあり方の検討
 - プレーヤーや需要家に予見可能性を与える
 - 2017年1月26日 全面自由化初年度の評価
 - 「『電力市場における競争状況の評価』の概要について」

わが国における初年度の競争評価

電力市場における競争状況の評価における項目の目次

1. 市場構造

- ①小売市場シェアの状況
 - 1) 大手事業者・新規事業者の市場シェアの推移
 - 2) 大手事業者・新規事業者の市場シェアの現状
 - 3) 小売市場の独占度（HHI）の推移・現状
 - 4) 自由料金のシェアの推移・現状
- ②卸電力取引活性化の状況
 - 1) 電源の所有構造
 - 2) 電力の供給構造
 - 3) 卸電力取引所へのアクセス
 - 4) 取引所の活用に関するみなし小売電気事業者の取組状況
 - 5) 相対での卸取引の状況
 - 6) 先渡・先物市場の状況
- ③ネットワークの中立的かつ競争促進的な運営
 - 1) ネットワーク部門の運営状況
 - 2) ネットワーク部門における公平な競争の促進に向けた取組
- ④需要家のスイッチングの環境/構造
 - 1) スマートメーターの普及状況
 - 2) スwitchingの容易性
 - 3) スwitchingに伴う問題の発生状況

2. 市場動向

- ①価格の動向
 - 1) 料金単価の実績値等の動向
 - 2) 料金比較
- ②消費者利益の状況
 - 1) 選択肢の多様性
 - 2) 消費者保護の状況

3. 事業者行動

- ①プレーヤーの数・種類
 - 1) 新規参入の状況
 - 2) 新規参入者の内訳
- ②競争的な事業活動の状況
 - 1) 大手事業者の競争的な事業活動
 - 2) 他業種からの参入・他業種との提携
 - 3) 経営指標
- ③ビジネスモデル・技術革新の創出
 - 1) 新たなビジネスモデルの創出
 - 2) IoT等の新たな技術の活用
 - 3) 発電セクターにおける変化

4. 需要家行動

- ①スイッチングの動向
 - 1) みなし小売電気事業者から新電力への変更件数
 - 2) 新電力からみなし小売電気事業者への変更件数
 - 3) 新電力から新電力への変更件数
 - 4) みなし小売電気事業者における規制料金・自由料金間の変更件数
- ②需要家の意識
 - 1) 電力自由化の認知度
 - 2) 電気購入先変更の検討及び経験の有無
 - 3) 今後の電気購入先の変更意向
 - 4) 電気購入先変更の理由
 - 5) 電源構成開示に関する認知度
 - 6) 電気購入先への期待内容
 - 7) 国からの情報提供に対する評価
 - 8) 電気購入先変更に関する情報源
 - 9) 電気購入先変更に必要な手続き・時間
 - 10) 電気購入先変更に対する満足度及びその理由
 - 11) 電気購入先変更による生活の変化 等

1

(出所) 電力・ガス取引監視等委員会制度設計専門会合、「『電力市場における競争状況の評価』の概要について」、第15回資料6、2017年1月26日

欧州における競争評価および 規制料金の動向

欧州で推奨される評価指標

分類	特性	指標
競争とイノベーション	市場集中度	HHI（注：Herfindahl-Hirschman Index）
	参入障壁	卸電力市場にアクセスするのに要する時間とコスト、需給調整の仕組みに関する指標、垂直統合型の配電事業者に接続された需要家の割合、規制料金で供給を受ける需要家の割合、顧客データや配電事業者と小売事業者との間の契約の共通標準に関する指標、時間帯別計量可能なスマートメータ、時間帯別料金の利用可能性
	卸電力価格と小売電気料金の関係	卸電力価格と小売電気料金との相関関係、卸電力価格と小売電気料金との間のマークアップ
	料金選択肢の多様性	料金と支払方法の多様性、付加価値サービス（デマンドレスポンスにつながるものなど）、明示的なデマンドレスポンスオファー、オンラインオファー、エネルギー源を保証する契約
需要家の関与 (involvement)	認知度と信頼	小売事業者変更可能であることの認知率、配電事業者の役割の認知率（物理的な供給責任、検針など）、エネルギー市場への信頼度
	支援ツールの利用可能性	料金比較サイトへアクセス可能な需要家の割合、使用量実績データへのオンラインでアクセス可能な需要家の割合、標準化された小売事業者変更プロセスへアクセス可能な需要家の割合とその変更に必要な期間
	需要家の関与 (engagement)	小売事業者変更率、受動的な需要家の割合（契約変更も変更の検討もしない）、プロシューマの割合（分散型電源の利用など）
	需要家保護	請求通知から不払い顧客への供給停止までの時間、不払いに伴う供給停止の件数、広告や請求における主要情報の最低限の標準の利用率

(参考) 電力中央研究所報告Y15019.

欧州における需要家調査の例

国	内容	出所（機関・レポート）
イギリス	電気・ガスの契約内容、小売電気・ガス事業者変更の経験・経緯・要因・意向・選択意識、料金メニュー等変更経験・経緯、電気料金等に関する情報提供の評価（料金の透明性、比較可能性）	Ipsos MORI (2015), "Customer Engagement with the Energy Market: Tracking Survey 2015", Report prepared for Ofgem. (毎年調査)
オランダ	顧客満足度、エネルギー事業者のサービス評価、小売事業者変更経験・再交渉経験、変更意向・価格差、変更理由・変更検討理由、契約継続理由、選択意識、情報源・顧客接点	ACM (2014), "Trend Report on Competition and Consumer Confidence in the Energy Market" (2011年以降、半年ごとに調査)
アイルランド	顧客満足度、デュアル燃料利用状況・理由、不払い、小売事業者の認知度、自由化に関する認識・評価、料金メニュー等の理解度、小売事業者の変更行動・変更理由・契約継続理由、契約変更プロセス・営業活動に関する評価、料金の支払・請求方法、請求に対する反応、苦情・その処理への評価、社会的弱者関連調査、前払い方式への関心	CER (2015b), "CER Residential Electricity Results 2015" (2011年以降、毎年調査)

(参考) 電力中央研究所報告Y15019.

欧州における規制料金の動向

規制料金存廃の現状

国	家庭用料金		非家庭用料金	
	電気	ガス	電気	ガス
オーストリア	×	×	×	×
ベルギー	×	×	×	×
ブルガリア	△	△	△	△
クロアチア	●	●	●	×
キプロス	△	ガス不使用	△	ガス不使用
チェコ	×	×	×	×
デンマーク	●	●	●	●
エストニア	×	×	×	×
フィンランド	×	×	×	×
フランス	●	●	●	●
ドイツ	×	×	×	×
ギリシャ	×	△	×	△
ハンガリー	●	●	●	●
アイルランド	×	×	×	×
イタリア	×	×	×	×
ラトビア	●	●	×	●
リトアニア	●	●	●	×
ルクセンブルク	×	×	×	×
マルタ	△	ガス不使用	△	ガス不使用
オランダ	×	×	×	×
ポーランド	●	●	×	●
ポルトガル	●	●	●	●
ルーマニア	●	●	●	●
スロバキア	●	●	●	●
スロベニア	×	×	×	×
スペイン	●	●	×	×
スウェーデン	×	×	×	×
イギリス	×	×	×	×
ノルウェー	×	×	×	×

(注) ●:規制料金あり、×:規制料金なし、△:規制料金あり・自由化していない
(出所)ACER/CEER(2015)にもとづき電力中央研究所にて作成。

規制料金で供給を受ける需要家の割合

国	家庭用需要家		非家庭用需要家	
	電気	ガス	電気	ガス
ブルガリア	100%	△100%	100%	100%
クロアチア	93%	100%	33%	×
キプロス	△100%	ガス不使用	100%	ガス不使用
デンマーク	80%	n/a	n/a	n/a
フランス	90%	67%	86%	40%
ギリシャ	×	△100%	×	100%
ハンガリー	99%	98%	61%	86%
ラトビア	100%	△100%	×	100%
リトアニア	100%	△100%	21%	×
マルタ	△100%	ガス不使用	100%	ガス不使用
ポーランド	98%	96%	×	100%
ポルトガル	53%	35%	12%	12%
ルーマニア	100%	△100%	54%	96%
スロバキア	100%	100%	30%	28%
スペイン	48%	25%	×	×

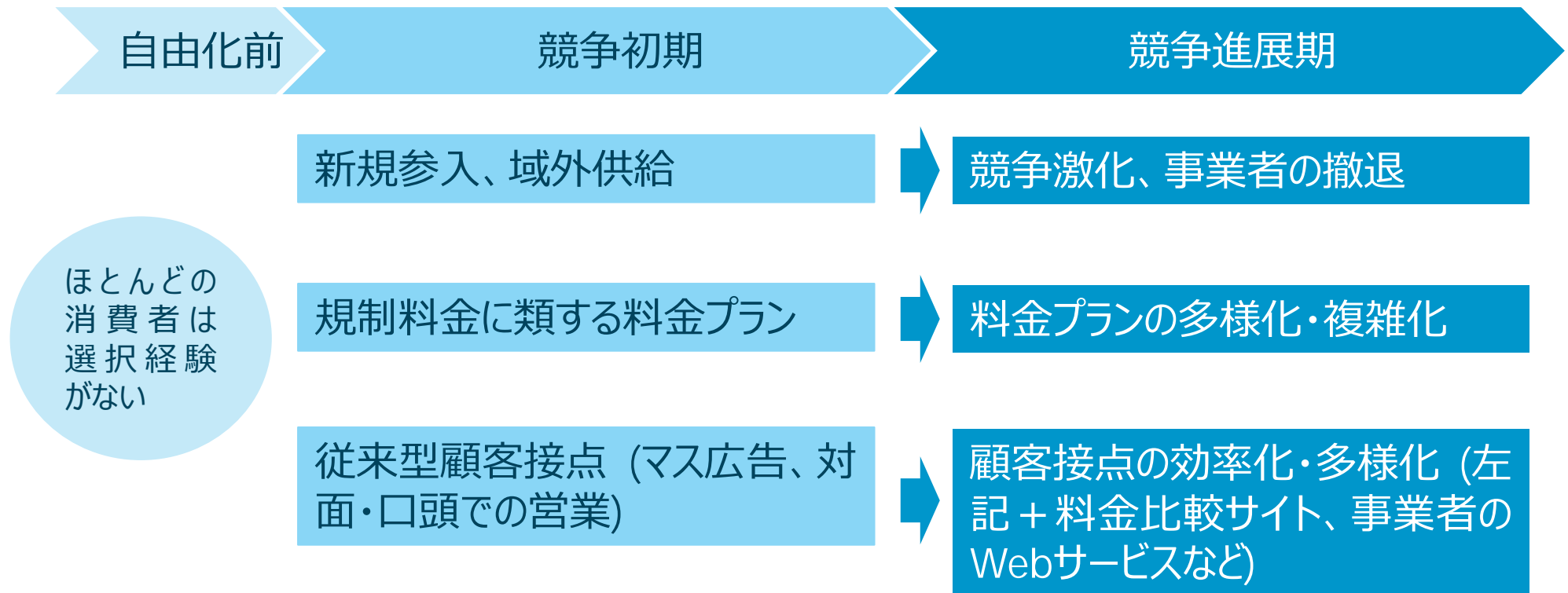
(注) ×は規制料金なし、n/aはデータなし、「△100%」規制料金以外の選択肢がないことを表す
(出所)ACER/CEER(2015)にもとづき電力中央研究所にて作成。

(参考) 電力中央研究所報告Y15019.

消費者と市場・事業者との関係の変化

(国内外動向を参考に)

- ◆ 競争の進展段階に応じて、消費者と市場・事業者との関係が変化する



消費者視点での競争評価

消費者視点での競争評価の論点

- ◆ 消費者と市場・事業者との関係が変化するのに応じて、注視する論点も変化しうる

自由化前

競争初期

競争進展期

ほとんどの消費者は
選択経験がない

1. 消費者が適切に選択でき、競争が機能しているかを確認

- ・1-1 選択環境
- ・1-2 消費者の選択行動
- ・1-3 消費者の利益

2. 競争進展期の論点
選択肢の多様化と消費者の限定合理性

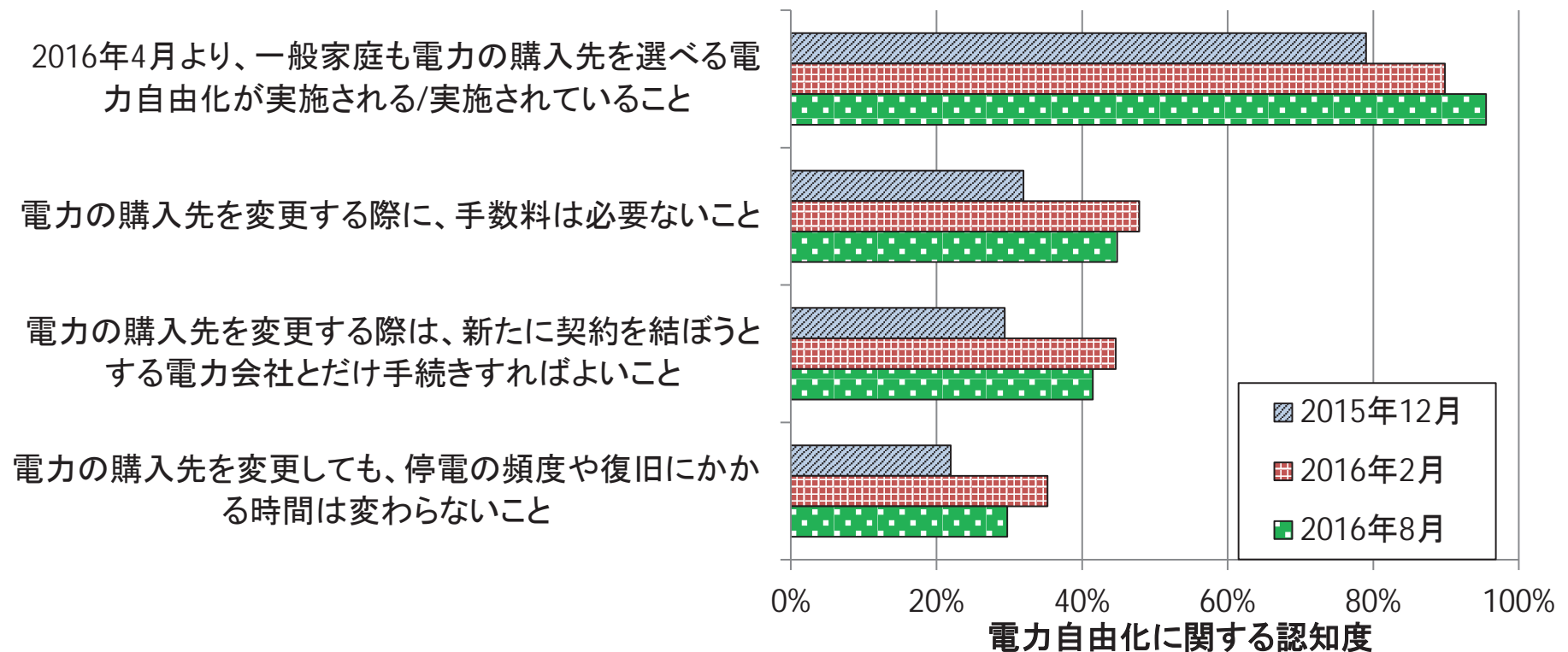
3. 規制料金の撤廃に関する論点

※以降では、論点の具体的なイメージを示すために電力中央研究所で実施した家庭用需要家を対象とした定点調査結果を掲載(インターネット調査、各回約1000件の回答)

1-1. 選択環境: (1)電力自由化の認知度

◆ 競争が機能する前提として、電力自由化に関して消費者が認知、理解していることが重要

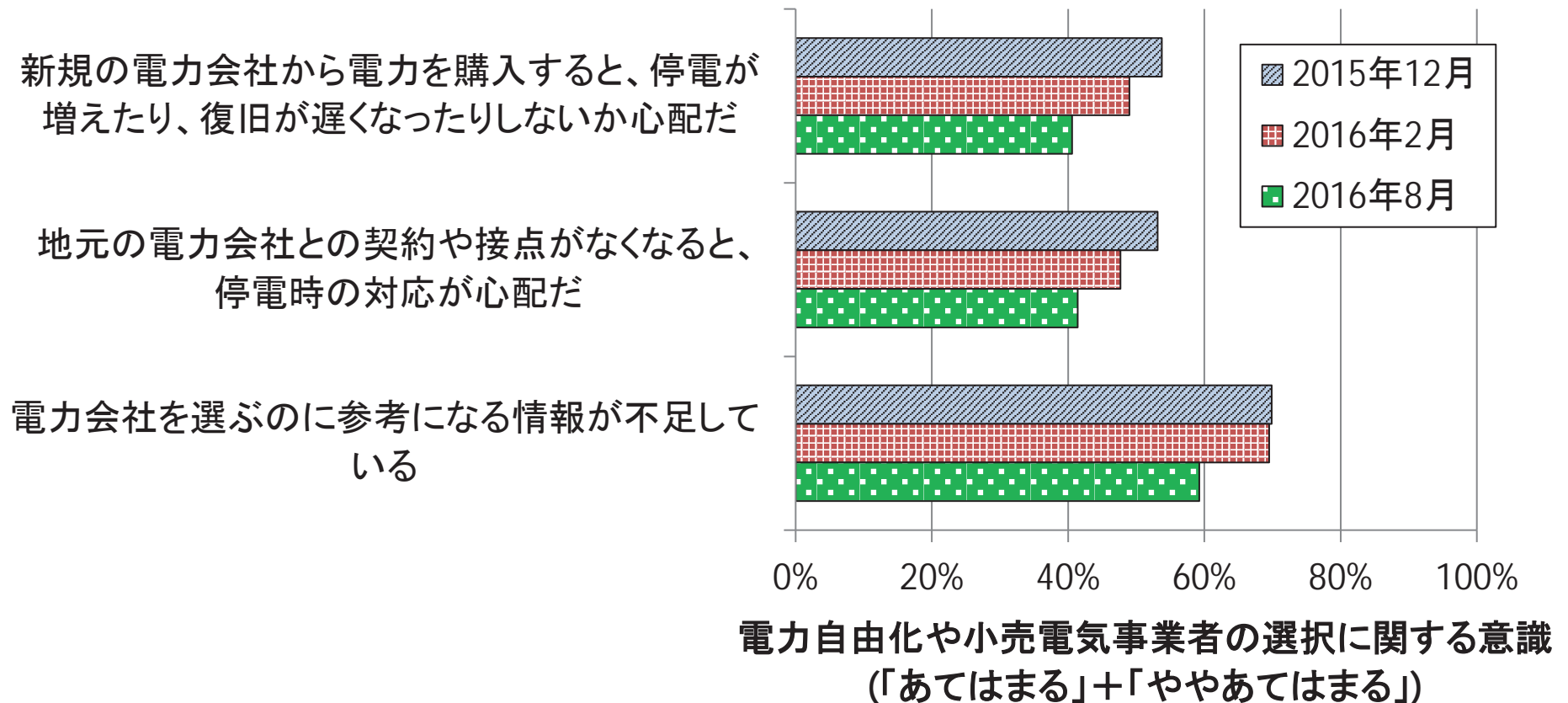
➤ 電力自由化そのものや、契約変更手続きや安定供給維持に関する認知度は上昇している。



(※「よく知っていて、人に説明できる」、「知っているが、説明は難しい」、「聞いたことがある」の合計値。「知らなかった」を除く)

1-1. 選択環境: (2)電力自由化に関する不安や 情報不足

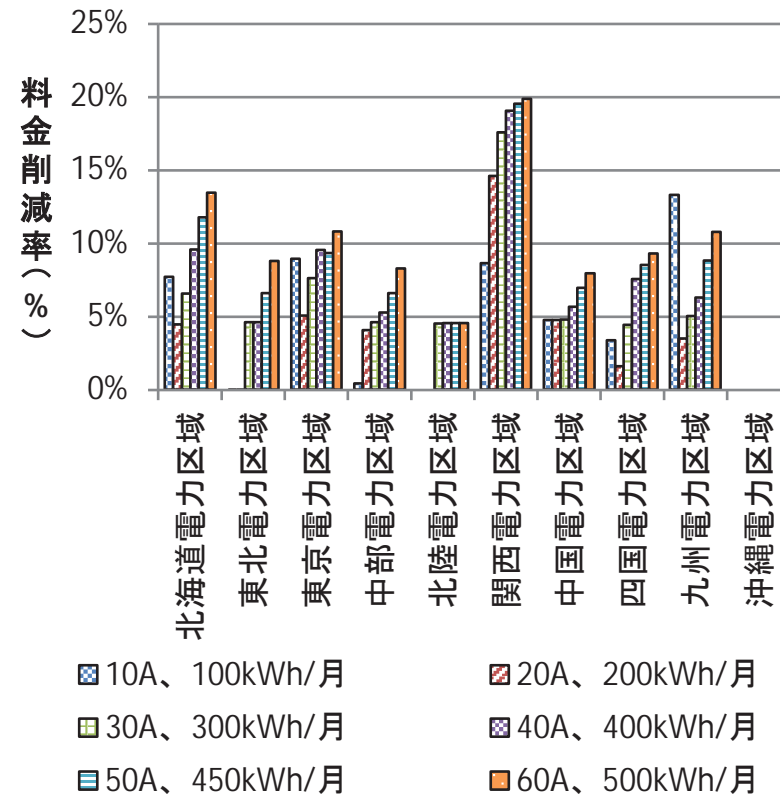
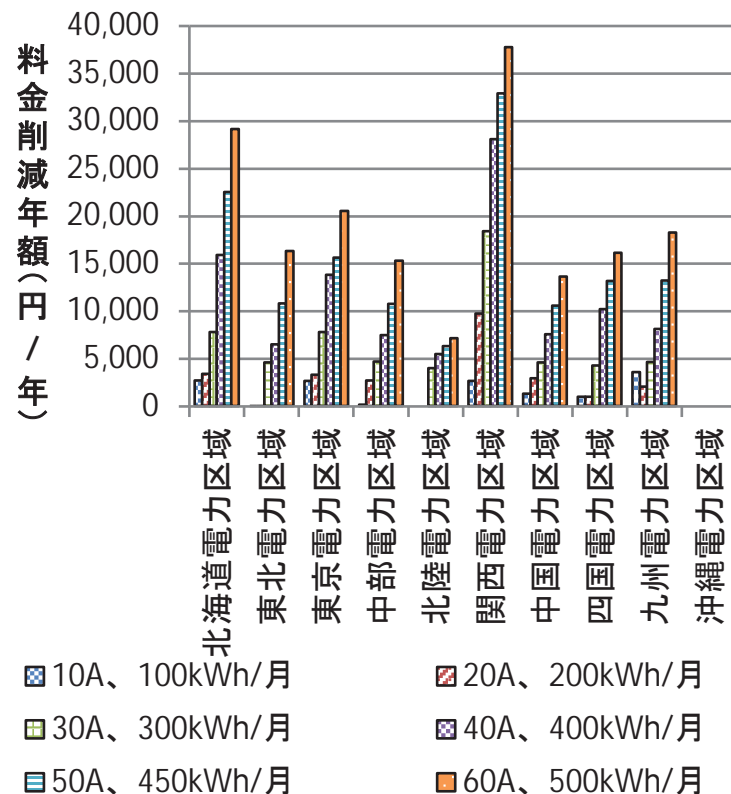
- ◆ 選択行動をとる前提として、契約変更により停電が増える等の不安(誤解)や情報不足は、できるだけ解消されることが望ましい。
 - 安定供給に関する不安感や情報不足感は低下傾向にある。



1-1. 選択環境: (3)電気料金の削減余地

◆ 小売電気事業者の変更により可能な電気料金削減余地は、需要家が契約を変更を検討する一因となりうる

➤ 小売電気事業者の変更により可能な料金削減余地は電気使用量等により異なるが、標準的な家庭で5%程度～10数%程度低い料金がされている。



(出所) 電力中央研究所「電気料金調査」(2016年11～12月、既存事業者10社、販売実績上位の新規事業者50社を対象)

(参考)小売電気事業者の変更率の国際比較

- ◆ わが国各地域の小売電気事業者の変更率は、料金削減余地を考慮すれば欧州と遜色ない。

