

消費者委員会 公共料金等専門調査会
第46回議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会 公共料金等専門調査会（第46回）
議事次第

日 時：平成30年5月10日（木）9:58～11:55

場 所：消費者委員会会議室

出席者：（専門委員）

古城座長、井手座長代理、小浦委員、古賀委員、白山委員、陶山委員
（消費者委員会担当委員）

蟹瀬委員、長田委員

（説明者）

東京電力エナジーパートナー株式会社リビング事業部 清水副本部長

東京電力エナジーパートナー株式会社ガス事業部 山崎部長代理

東京ガス株式会社リビング営業計画部 上中マネージャー

東京ガス株式会社リビング営業計画部 加来チームリーダー

（消費者庁）

澤井消費者調査課長

（事務局）

黒木事務局長、福島審議官、丸山参事官

議 事：

1．開会

2．電力・ガス小売自由化に伴う料金プラン等についてのヒアリング

3．閉会

1．開会

丸山参事官 それでは、時間になりましたので、会議を始めさせていただきたいと思います。

本日は、皆様お忙しい中お集まりいただき、ありがとうございます。ただいまから「消費者委員会第46回公共料金等専門調査会」を開催いたします。

本日は、所用によりまして、松村委員、山内委員が御欠席との連絡をいただいております。

議事に入ります前に、配付資料の確認をさせていただきます。お手元の議事次第下部に配付資料一覧を記載しております。不足がございましたら、事務局までお知らせください。

なお、本日の会議につきましては公開で行います。議事録についても、後日公開することといたします。

それでは、古城座長、以後の議事進行をよろしく願いいたします。

2．電力・ガス小売自由化に伴う料金プラン等についてのヒアリング

古城座長 それでは、議事に入らせていただきます。

本日の議題は「電力・ガス小売自由化に伴う料金プラン等についてのヒアリング」です。

初めに、東京電力エナジーパートナー株式会社の清水リビング事業本部副本部長、並びに山崎ガス事業部部長代理より、料金プランの概要やスイッチングの状況など、同社の電力・ガスの自由化への対応の現状について御説明いただきます。

それでは、御説明をお願いいたします。20分程度でお願いいたします。

清水副本部長 了解いたしました。

皆さま、おはようございます。ただいま御紹介いただきました東京電力エナジーパートナー株式会社リビング事業本部の清水と申します。本日は私どもの取組につきまして御説明させていただく貴重な機会を頂戴いたしまして、まことにありがとうございます。

お手元の資料でございますが、事前に頂戴しました御質問に対してのお答えを中心に作成いたしました。

最初に、私どもの基本スタンス・考え方を御説明させていただきます。それを踏まえた上で、スライド順に御説明に入らせていただきたいと思います。お手元の資料をおめくりください。

まず、「当社の目指す姿」ということでございます。皆さま御承知のとおり、電気もガスも供給者を自由に選べる時代となりました。そうした中、私どもとしましては、これまでのいわゆる電気だけを売る単なる電気の販売会社から、暮らしの中にある様々な、あるいは毎日の暮らしの中であ

ったらうれしいサービスをどんどん形にすることで、今まで以上にお客様に寄り添いながら、お客様から選んでいただける会社を目指してまいるといことです。

次のスライドを御覧ください。1から6まで目次がございますけれども、こちらが事前に頂戴しました御質問に対するお答えになっています。

最初に、私どもの料金プランについて御説明させていただきます。まず、関東エリアにおけるメニューでございます。スライド3を御覧ください。関東エリアですと、現在、約2,000万件のお客様が私どものお客様としていらっしゃいまして、標準的なプランということで申し上げますと、従量電灯B・Cというものがございます。これに倣った自由化メニューとして設定しましたのが、スタンダードS、スタンダードLです。

スタンダードSは一般の御家庭で一番なじみのあるメニューでございます。多くは10アンペアから60アンペアのアンペアブレーカーが付いているお客様の標準的な御契約となります。もう少し負荷設備を多くお使いのお客様向けですと、スタンダードSより規模が大きいスタンダードLというメニューになります。このスタンダードS・Lのメニューにつきましては、従量電灯B・Cと同じような料金体系となっております。ある意味、時間帯などを気にせずに御利用いただけるプランとなっております。

規制料金・従来料金と一番違うところは、ここにございますように、規制料金とは異なりまして、電気料金1,000円につきまして5ポイントがたまるという特典が付いているということです。

4スライド目に、基本料金、電力量料金、あるいは料金計算の記載がございますけれども、こちらにつきましては、先ほど申し上げましたとおり、従来の従量電灯と基本的に全く同じです。

続きまして、スライド5になります。関東エリアにおけるプレミアムプランでございます。こちらは、先ほど申し上げたスタンダードのメニューと比べますと、毎月の電気の使用量が多いお客様にお勧めのプランです。

具体的には、一定の使用量、400kWhまでを定額料金として401kWh以上の単価を割安に設定していますので、使用量が多い場合は従量電灯B・Cと比べてお得になります。

あわせて、また後ほど御紹介いたしますが、「生活かけつけサービス」や、お客様のための専用ダイヤルを設けるなど、加入特典も充実しています。

その下、右側にグラフがございますが、400kWhの点よりも右側になっていきますと、従量電灯で1kWh当たり30円2銭が、プレミアムプランに御加入いただきますと29円4銭となり、約1円お得になります。使用量が、例えば500kWh、600kWh、700kWhというように電気をたくさんお使いになる方につきましては、さらにお得になるメニュー、これがプレミアムS、プレミアムLでございます。

次にスライド7を御覧ください。使用量の多い少ないとはまた違った切り口で、お客様の使用形態やライフスタイルに応じて選んでいただけるようなメニューなども御用意しています。それがこのスライドにありますように、例えば夜の時間帯に電気の使用量が多いお客様向けに、夜トク8、夜トク12といったメニューも御用意していますし、エコキュートなどの夜間蓄熱型機器をお持ちのお客様向けのプランとしまして、スマートライフS、Lなど、様々なニーズにお応えするプランを御用意しています。

例えばスマートライフS/Lですと、夜間といっても本当の深夜時間帯である午前1時から午前6時という時間帯に限定しながら、その分、17円46銭という更にお得な料金を設定してございまして、この時間帯をうまく使っていただくとお得になるメニューがございます。どちらかというとな夜型なのですけれども、そこまでは夜型ではないというお客様向けには、夜トク8という夜の11時から7時までの8時間をお得にしたメニューや、夜トク12という夜の9時から朝の9時までの12時間を対象にお得にしたメニューなども、御用意しています。

スマートライフS/Lにつきましては、住宅設備修理サービスもついておりまして、エコキュートやIHクッキングヒーターなどの修理サービスなどにも使えます。

関東以外のメニューはどうなっているのかという内容を8スライドに記載しています。今、私ども家庭用の分野につきましては、関西電力エリア、中部電力エリアに御家庭向けにメニューを提供しています。考え方としましては、今、申し上げたような標準的なプランと、もう少し使用量の多い方ほどお得になるプレミアムプランの2パターンを用意しています。いずれにしましても、地元の電力会社の一般的なプラン、従来の規制料金としての従量電灯と比べてお得になるような設定となっております。

下にグラフがございますけれども、例えば関西電力エリアの標準的な料金では、15kWhまでの使用量につきましては関西電力と全く同じですが、16kWhから120kWhまで、さらには300kWhを超えてお使いになる場合、使用量が多くなるほど、そのバンドにおける電気料金がお得になります。右側の料金表にございましており、120kWhを超えて300kWhまでにつきましては2円29銭、8%お安くなりますとか、300kWhを超えた場合には28円64銭ということで4%程度、1円30銭お安くなりますとか、さらには、その下にあるような水回り、鍵、窓ガラスといった生活面におけるトラブルに対応する「生活かけつけサービス」が無料で付いてきますとか、このようなお得になるメニューを御提案しながら、関西エリア、中部電力エリアにも出ていって御提案しております。

続きまして、9スライドをお開きいただけますでしょうか。私どもとしましては、電気料金につきましても、従来のメニューからいろいろと自由化の中で工夫しながら、あるいは電気料金以外のサービスなどもお付けしながら、少しでもお客様に喜んでいただけるようなものを作ってきております。当然、それは供給者側の頭だけで考えてもいけないわけございまして、お客様の御意見なども頂戴しながら、随時料金プランの見直し、改善を実施しています。

改善事例として、このスライドの下にございます2つの事例を紹介させていただきます。例えば、使用量が少ない家庭でも、ガスとのセットで確実に安くなるような料金設定にしてほしいといったようなお言葉を頂戴しておりました。これはどういうことかと申しますと、2年前に新しく自由化が始まったとき、当初のスタンダードS/Lにつきましては、使用量がすごく少ないお客様、例えば月の使用量が100kWhとか200kWhという使用量の少ないお客様にとっては少し値上がりになってしまうようなメニューでした。そうしますと、使用量によって料金が上がったたり下がったりするため、お客様が不安になり、分かりやすく必ず安くなるのであれば加入しやすいのに、といった御意見を踏まえまして、昨年11月にスタンダードS/Lを値下げしています。その結果、先ほど申し上げましたような、ベースとなる規制料金としての従量電灯と同じ水準となりまして、ガスとセット

で御契約いただきますと、また後ほど御説明いたしますけれども、必ずお安くなりますということです。従来の私どもの従量電灯と東京ガス様の一般料金とセットだったときと比べて、私どもで電気もガスも東京電力にしていただければ、確実に安くなるように設定・改善をしています。

また、ポイントでございますけれども、当初はTポイントとPontaポイントで自由化をスタートさせましたが、お客様から、普段使っているnanacoポイントを使えるようにしてほしいなどの御意見を頂戴しましたので、私どもとしましては、その後、ポイントを電気料金のお支払に充当できるようにしたり、WAONポイント、nanacoポイントへのポイント交換もできるようにいたしました。引き続き、お客様の声や御意見を賜りながら、より良いサービスを展開してまいりたいと思っています。

続きまして、これまでガスとのセット販売というお話をしてまいりましたが、セット販売、附帯サービスについて御説明させていただきます。

11スライドでございます。現在、私どもは「とくとくガスプラン」というメニューを御用意しています。このメニューは、電気料金とセットで御契約いただきますと、電気プラスガス料金がお得になるというプランでございます。附帯サービスとしまして、ガスコンロ、給湯器、ファンヒーターといったガス機器の修理を無料で受けられるサービスなどもお付けしています。

ここでのモデルでございますが、3LDKのマンションにお住まいのお客様ですと、従来の私どもの従量電灯と東京ガスの一般料金を御契約だったときと比べて年間で7,600円相当お得になりますといったメニューを御用意しております。

一方で、床暖房をお使いのお客様につきましては、その下の「とくとくガス床暖プラン」というメニューも御提供させていただいております。これは家庭用ガス温水床暖房をお使いのお客様にお勧めのプランでございます。これはガスを多く使用される冬場、12月～4月につきましてガス料金を割安に設定するといったものでございます。こちら、3LDKのマンションにお住まいで、床暖房を御利用の場合、電気とガスとセットで最初の1年間は5,500円相当お得になるメニューを御用意しています。このお客様につきましては、床暖房をお使いでございますので、下に床暖・ガス機器修理サービスと記載してございますが、先ほど御説明申し上げたガス機器修理サービスに加えて、床暖房もサービスの対象として提供させていただいているということです。

もう少し具体的に割安となる内容を御説明させていただきます。次の13スライドになります。こちらがセット割、スタート割でございます。電気・ガスのセットプランを更に充実させたサービスをお付けしています。ガスプランに御加入いただきますと電気料金が毎月100円安くなりますとか、御加入から1年間に限ってガス料金を5%割引しますとか、もしものトラブルに無料で対応する修理サービスなども御提案させていただいております。

その他、さらに私どもは電気とガスだけではなくて、できるだけいろいろなサービスを御提案していきたいと思っております。それが14スライド、15スライドになりますけれども、生活回りのかけつけサービスや、あるいは住宅設備・家電修理サービスなども展開しています。いろいろな新電力もこうしたサービスを提案していらっしゃると思うのですが、そうした中でも少しでもいいサービスを御提案したいということで、我々なりに工夫しているところです。

あわせて15スライドですけれども、そうしたサービスに加えまして、新たに私どもとしましては、いわゆるIoTを活用したTEPCOスマートホームというサービスを御提供させていただいています。例えば「遠くても安心プラン」というものは、離れたところに住む御家族の暮らしぶりなどが電気の使用状況を見ながら分かるというプランでございます。今、炊飯器を使っているな、今、電子レンジを使っているなという状況を御覧になることで、元気に暮らしていることが分かるような「遠くても安心プラン」や、もう一つの「おうちの安心プラン」ですと、御家族の帰宅状況や留守宅の状況が分かりますので、今、子供が学校から帰ってきたなといった状況が分かるプランです。このようなこともやらせていただいております。

また、16スライドでございますけれども、省エネルギーフォームに対応するため、TEPCOホームテックという会社を昨年の夏に設立いたしました。こちらでは、省エネルギーフォームの提案から施工・メンテナンスまでをワンストップで提供します。下の絵にございますとおり、御家庭の中のいろいろなお困りごとに対してお役に立ちますというコンセプトの会社でございます。

続きまして、販売体制、問合せ対応について説明させていただきます。まず、この場をお借りいたしまして一つおわびをさせていただきます。皆様御承知のとおり、私ども2月に訪問販売、営業活動におきまして一部不適切な活動をしておりました。この場をお借りして改めておわび差し上げたいと思います。申し訳ございませんでした。

その内容について御説明させていただきます。18スライドでございますのが、私ども訪問販売する際の基本的な仕事の流れでございます。左から見ていただきますと、まずお客様のところに訪問しまして、自己紹介をして、訪問の目的をお話しして、その上で御了解いただければ具体的な商品の内容、供給条件等々をきちんと御説明します。その際に、吹き出しにもありますような、例えば期中解約金や、解約事務手数料など、お客様の御負担になるような事項もきちんと御説明します。その上で、加入するというお客様からの意思表示をいただければ、申込書を書いていただいて、お客様に控えをお渡しして会社に戻ってまいります。会社に戻ってきて、システムに私どもが入力しますと、お客様に受付完了の御案内や契約締結後交付書面が届くといった流れになっております。

本来このようにすべきだったのですが、私どもが実際何をしてしまったかと申し上げますと、御説明はきちんとしていたのですが、そのときに申込書の控えをお客様にお渡しせず、後ほどまとめて他の資料と一緒に郵送いたしますという行為をしてしまったということです。

なぜこのようなことが発生してしまったかということですが、19スライドを御覧いただけますでしょうか。つまるところ、私どもは、御説明した上できちんとした書類などを後でお送りすれば良いと思ってしまったということです。書面交付義務という法律の趣旨をよく理解していなかったということを反省しております。こうした不適切事案を二度と起こさないために、19スライド目の絵を御覧いただきたいのですが、不適切事案をなくす仕組みとして、そもそも起こさない、起こさせないという趣旨の下で研修をしっかりとやっていくということ。早期発見、迅速処理を担保する仕組みとして、業務フローの中できちんと不適切事案を発見していくような仕組みを用意しました。あわせて、定期的な事後チェック体制として、監査という仕組みの中で、不適切な事案がないかということチェックしていく。品質管理担当というポストを用意しまして、その者がきちんとこのサイ

クルを回していくことで、再発防止に努めてまいりたいと思っております。以上申し上げましたことが私ども直営社員の営業に対する業務フロー上での対応でございます。

一方、営業マンとしまして委託事業者あるいは販売代理店などの者もおります。そうした者たちとの関係でございますけれども、代理店ですと、「東京電力の代理店です」と言って営業しますし、委託事業者に属する営業マンは、「東京電力の者です」と言って営業していきます。いずれにしましても、何かお客様にとって困ったことが生じれば、最後は私ども東京電力に責任があると思っております。このため、代理店にしましても、委託事業者にしましても、管理・研修という意味ではしっかり法律に関する事項を学ばせたり、定例的にコミュニケーションを取りながら不適切な行為がないようにしっかり見ていくということで対応してまいりたいと思っております。

続きまして、22スライド、お客様からのお問合せ受付体制でございます。皆様御承知のとおり、2016年4月の自由化開始当初は、私どもも多少混乱いたしまして応答率が54%まで下がり、カスタマーセンターに電話してもなかなかつながらず、大変な御迷惑をおかけしてしまいました。その後、私どもとしましても、電話のブースを増やしたり、あわせてウェブを使いやすくしてお客様がスムーズに処理できるような対策も講じまして、2017年4月以降は応答率が毎月85%以上まで回復し、直近では90%以上を達成しております。

ウェブにつきましては、どのように使い勝手をよくしてきたかということの時系列でまとめたものが下の表でございます。これはまた後ほど御覧いただければと思います。

23スライドにウェブの申込画面が出ています。こういった絵が入っている場所をクリックしていただくに必要な説明が出てきたり、入力してくださいという要請が出てきたりするということで、できるだけお客様にとって分かりやすいウェブ上の応答などにも十分留意してございます。

24スライド、個々のお客様に合わせた対応についてです。電力が自由化され、当然、お客様との契約関係も昔の法律にあるような地域独占下での契約ではございませんので、一旦御契約していただいたお客様に対して、いかにきちんと向かい合って、末永くお付き合いしていただけるかということが大事だということを重く認識しています。

このため、契約更改前のタイミングを見ながら、御使用状況はこうでしたとか、私どもとしましては新たにこのような商品を御用意しましたとか、今までの御使用量を踏まえるとこのメニューが一番お得だと思いますとか、そのような内容を記載したダイレクトメールで御連絡するといった活動も行っています。

続きまして、御質問をいただいておりますスイッチングの状況についてです。まず、ガスの契約でございます。私どもは、昨年の7月からガス小売事業に参入しています。直近ですと、15万件のお客様から電気とセットで御契約をいただいています。私ども、2018年度で小売と卸を合わせまして100万件相当のお客様にガスを買っていただくことを目標としております。

続きまして、27スライドでございます。私どもの規制料金を適用させていただいていた従来の私どものお客様が他の新電力にどれだけ移られたかということでございます。これは私どもとしまして力が及ばなかったということになりますけれども、直近で申し上げますと、約280万件のお客様が新たに新電力を選択されております。

28スライド目、今度は従来の規制料金から私どもの新しい自由料金にどれだけ切り替えていただけたかを申し上げますと、直近ですと85万件の方々に新メニューに切り替えていただきました。

一方で、一旦私どものお客様として規制料金から自由料金に入った上で、やはり従来の規制料金のほうが良いとって戻られた方につきましては約8,000件いらっしゃいます。また、一旦、他の新電力の方に契約を切り替えられた上で、もう一度我が社の規制料金のほうに戻るとおっしゃった方が約1万2,000件いらっしゃいます。お客様が新電力を選ばれたり、私どもを選んでいただいたり、また戻っていただいたり、このような状況で推移しています。

続きまして、電力比較サイトへの情報提供・連携等への対応でございます。32スライドを御覧ください。私ども販売代理店として提携していますエネチェンジという電力比較サイトに対しましては、料金プランの新規リリースや料金の見直しのときに、プランの概要を御説明しまして、料金単価、あるいは計算ロジック等をしっかりチェックしています。一方、そのほかにもいろいろ電力比較サイトがございますけれども、それぞれ適宜モニタリングしながら、誤った情報があれば、こちらから連絡を取って訂正を依頼しております。

続きまして34スライド、都市ガスプラットフォームへの参入ということでございます。私ども、昨年の8月に、ガス小売事業に参入したい方々に対してプラットフォームを提供しますということで、日本瓦斯株式会社と共同で東京エナジーアライアンスという会社を設立いたしました。この会社と具体的なサービスについて相談している会社が30社程度ございますし、実際に既にサービスを提供されている方が、34ページの下のほうにございますけれども、3社ほどございます。

中ほどに概要説明が書いてございますけれども、私どもとしましては、都市ガス小売分野に参入したいと思っている方々につきまして、ガスを提供しようとか、保安関係の業務や、あるいは託送まわりなどの仕事を裏方として引き受けながら、一緒にガスの自由化を盛り上げていきたいと思います。

その辺りをイメージにしたものが35スライドでございます。

続きまして、域外ではどんな活動をしているのかということに記載したものが36スライドです。2018年3月の時点で、私どもが管轄する関東以外、中部エリア・関西エリアで約6万3,000件のお客様に私どもを選択いただいております。あと、先月、新会社でPintという会社を設立いたしました。この会社を使いながら、今後、全国で2020年度に150万件の方から私どもをお選びいただけるように営業を頑張りたいと思っています。

37、38、39のスライドにつきましては、Pintという会社がどのような会社で、どのような活動をしているかということに記載しています。これはまた後ほど御覧いただければと思います。

駆け足で恐縮ですが、資料の内容は以上でございます。

古城座長 ありがとうございます。

それでは、御質問や御意見のある方は御発言をお願いいたします。蟹瀬委員、どうぞ。

消費者委員会蟹瀬委員 いろいろなサービスを提供していただいて、ありがとうございます。

質問ですけれども、7ページ、8ページにあります「生活かけつけサービス」「住宅設備・家電修理サービス」、これは全部無料でなさるということが書いてありまして、14ページにサービス料

金300円/月、サービス料金250円/月と書いてあるのがどういう意味なのかが一つ。

もう一つ、29~30ページの御説明で、一旦他の会社に移ってまたそちらに戻られた、その戻ってきたきっかけはということなのかをお聞かせいただけますか。

清水副本部長 了解いたしました。

まず、1点目の御質問ですけれども、14スライドにあります「生活かけつけサービス」「住宅設備・家電修理サービス」で、例えばサービス料金300円とか250円と書いてございます。こちらのメニューにつきましては、極端な話、電気は東京電力ではなくて他の電力会社から買っているのだけれども、このサービスは使ってみたいとか、あるいは従来の規制料金のままで、新メニューには変えたくないのだけれども、このサービスだけは使ってみようかな、などといったお客様につきましては、この料金を頂戴しながらサービス提供させていただきますということです。

一方で、7スライド、8スライドに書いてございますような自由化プランにおきましては、これらのサービスはもともと含まれている、インクルードされているということで、セット化されたメニューとして提供させていただいています。

続きまして、他の会社から私どものほうに戻ってくださった方々について、どういうケースがあるかということでございますけれども、やはりお客様にはそれぞれ事情があったものと思っております。お客様によっては、一旦切り替えてみたけれども、何かオペレーション回りというのでしょうか、電気の供給そのものはシステムとしてきちんと停電がないように流れていくのですけれども、その後の請求だったり、あるいは何かあったときの問合せの対応で、やはり東京電力のほうがいいかなということで戻られてくる方もいらっしゃるし、ケース・バイ・ケースかと思えます。

また、例えば御家庭の中でお母さまのほうで切り替えようという切り替えた後に、御家族の方が従来のほうがよかったのではないのか、東京電力でもポイントも付くし、など、そういった御事情から戻っていただいたり、いろいろなケースがあるかと思えます。

消費者委員会蟹瀬委員 ありがとうございます。もうちょっといいですか。

今の300円の話ですが、これはここに書いてあると、実は私が見ると、自由プランのほうには要らないけれども、そうでないときは要りますよというふうにお客様は思わないというか、全部払わなければいけないのではないかなと思ったりしますよね。この説明だとね。ですから、これは誤解を招く。全部ただですよと言っているのは自由プランですよというのを明快にしていかないと、ここにぼんと書いてあると、私みたいな消費者は、上は「ただ」だと書いてあるのに、ここで月々300円取るのかということになったりするので、誤解を招かれないような表記が必要かなと思えます。

もう一つは、「とくとくガスプラン」とか、いろいろなところで年間7,600円とすごく大きな額を言っているし、月々633円あるいは月々458円節約できますよということだと思えますが、それとこの300円というのを考えると、300円というのは何も入らないと払わなければいけないけれども、これがただになるのだよということになると、月々700幾ら、633円だと933円得するということになりますよね。

だから、私たちがこうやってちゃんと説明を聞くと分かるのですけれども、一般の方はとても分かりにくいと思うので、その辺は消費者側の立場に立った説明をしていただけるといいかなと思

ます。売り側の説明ではなくてです。

清水副本部長 了解いたしました。お客様向けのパンフレットや、あるいはウェブ上の書き方とか、今の御指摘を踏まえてそのところは丁寧に対応してまいります。

消費者委員会蟹瀬委員 もう一つ、戻ってきたきっかけが、こっちのほうがいいかなと電話してわざわざ戻ってくるかなというのがあるので、営業的な活動があったかどうかを聞いたかったです。

清水副本部長 そういう意味では、お恥ずかしい面もございますけれども、正直、私どもは一旦新電力に移られた方に対して積極的に奪回といいますか、「戻ってきませんか」ということについてはまだまだ手が回っていないところがございます。

そのため、私どもから何か積極的に奪回するというよりは、むしろ従来の規制料金のままでいらっしゃる方々に対しまして、私どもはこんなメニューを用意して、より良い、より面白いサービスを御提供しますから加入をお願いしますというほうに注力しております。今はそういったところですので、新電力もいろいろなアイデアを出しながらお互い競争し合って、お客様に選んでいただけるようにやっているという状況かと思えます。

消費者委員会蟹瀬委員 分かりました。ありがとうございます。

山崎部長代理 先ほどの委員御指摘の300円云々の分けにくさのところでございますけれども、ちなみに、私どものホームページ上ではございますけれども、「生活かけつけサービス」の新しい料金プラン向けに御加入いただいている場合には、ホームページ上で「プレミアムプラン」「プレミアムプランS/L」に御加入の方には特典としてこのサービスを無料でお付けいたしますということは記載をさせていただいているところでございます。

古城座長 陶山委員、どうぞ。

陶山委員 ありがとうございます。

私も、規制料金に戻ってこられた方の情報をもう少しだけいただけたらと思います。オペレーション回りだとか、家族の中で話し合って、やはり元のほうがいいのではないかとということで戻ってこられたということですが、把握していらっしゃる中で、前のほうの料金が安かったので戻しますというようなこともあるのかということ。

それから、お客様のほうで規制料金に戻してくださいという表現なのか、あるいは元に戻してくださいという方が多いのだらうなと思うのですが、どういう言い方で要望が上がってくるのかということ。

もう一つ、先ほど家族間の話合いの中で、東京電力だとポイントも付くしというようなお話だったのですが、最初のスライド3のところ規制料金のほうには付かないのかなという御説明だったけれども、それでよろしいのですか。

清水副本部長 おっしゃるとおりです。私どもの規制料金ですと、ポイントは付きません。すみません。

陶山委員 付かないのですね。そうすると、規制料金に戻してもポイントは付かないという理解でよろしいですか。

清水副本部長 はい、そういうことでございます。

陶山委員 もう一つ、応答率というところです。これはカスタマーセンターで電話が取れなかった率ということでしょうか。

清水副本部長 はい。

陶山委員 そうしたら、このところは毎月85%まで回復と書かれていますが、移行する前の段階ではどの程度受け取られていたのか。それから、応答できなかった中に非常に重要な案件が隠れていた、後から分かったことで供給に非常に重要な支障があるというようなことが、何度かけてもつながらなかったというような事例はなかったのでしょうか。把握しておられたら教えていただきたいと思います。まずはそこまでお願いします。

清水副本部長 ありがとうございます。

先ほど、自由化のメニューということで、例えば5スライドを御覧いただけますでしょうか。「プレミアムプラン」というものでございますけれども、こちらは電気の使用量が多いお客様にお勧めのプランです。400kWhまでが定額料金となっていて、それよりも多く使えば使うほどお安くなるというメニューなのです。そういう意味では、一番多いケースは、当初4人家族だったので、今までの使用量でいくと600kWhとか700kWh使っていたからこのプランが一番お得だということで入られた方が、例えば子供が独立して出ていったので家族構成が変わったりして使用量が少なくなってくると、「プレミアムプラン」は割高になるケースがあるのです。そういった場合には、むしろ前のほうがよかったよねとって、元の料金に戻したいようなケースなどもございます。

陶山委員 料金にやはり大きな理由があるということですね。

清水副本部長 そうですね。それが一番多いかと思えます。ですから、ライフスタイルや使用量が変わったりしますと最適なプランが変わるので、それに合わせてお客様が選択されるということです。

また、応答率ですけれども、85%に回復と書いてございますように、自由化前は85%～90%といったような水準で応答率を担保できていました。応答率が54%まで下がった時期に一番お問合せが多かったのは、結局、自由化の中でどのサービス、どの料金メニューが良いのだろうとか、といった料金関係のお問合せがメインで、お電話が殺到して電話がつながらなかったのだと思っています。ですので、御指摘にありましたような、何か重大な事故というケースよりは、どちらかというところ、「自由化、自由化と新聞でも読んで、いろいろなところからお手紙が来るのだけれども、どれがいいのかしら」というお問合せで、なかなか対応し切れなかったところがあったかなと思っています。

陶山委員 ちなみに、一般的なカスタマーセンターの応答率は85%とか90%、その程度なのでしょうか。

清水副本部長 大体そういうことでございます。

陶山委員 分かりました。ありがとうございました。

古城座長 白山委員、どうぞ。

白山委員 御説明ありがとうございました。不適切事案に係る取組という19スライド辺りのところでお伺いしたいと思います。質問の趣旨は、こういったいろいろな仕組み等が整備はされたけれ

ども、その運用がどうなのかという観点からお伺いしたいのです。

まず1点目ですが、業務フローのところ「早期発見、迅速処理を担保する仕組み」と書いてあるのですが、一例で結構でございますので、業務フローの中で早期発見のためにどういう統制手続が加わったのかというところを例で示していただければと思います。

2点目は、キーマンとして「品質管理担当」と書いてございますけれども、この品質管理担当という方はどういう位置付け、どういう職権の方で設置されているのか。実効性という観点からお伺いしたいと思います。

3点目は研修のところですが、研修をやるのはいいのですが、いろいろな研修があると思うのですが、どのぐらいの頻度でやっているのかとか、あるいはこれは全員受講なのか、未受講者の対応はどうなっているのか、そういうところをお伺いしたいと思います。

4点目はチェックの仕組みですが、「監査」と書いてございますが、この監査という意味です。内部監査室の監査とか、独立した部門の監査という意味なのか、業務的な組織内での、一つの組織内における監査という意味なのか、そこら辺の位置付けをもう少し具体的にお伺いできればと思います。

清水副本部長 まず、早期発見のための対応でございますけれども、今まで営業担当がお客様のところにお伺いして御説明して、名刺もお渡ししています。そのときにお渡ししている名刺に記載している連絡先の電話番号は、その営業担当の所属している組織の電話なのです。ですから、万が一、何か不適切なことがあったときに、お客様が照会する先が営業担当のところにかかたりしますと、これは性悪説に立てばですが、営業担当がそこで取り繕って、お客様をうまく抑え込もうとしてしまうリスクがあると思っています。そこを今回変えまして、名刺に、お困りごとの問合せはカスタマーセンターにお電話くださいと書く予定です。

そうしますと、カスタマーセンターは私のような販売部門とは別組織になっておりまして、カスタマーセンターのほうに入ったお客様のお困りごとは、速やかにお客様管理というか、お客様の品質管理をしている部署につながります。CS推進室という組織がありまして、その部署と連動しておりますので、すぐその情報はCS推進室に流れます。CS推進室としては、お客様からこんな声が入っているけれども、どうなっているのだという情報が私の上司に当たりますリビング事業本部長に飛びます。あわせて、品質管理担当というポストの者に飛ぶという流れにしております。品質管理担当というのは、私と同等の副本部長級の者にアサインしております。

あわせて各支店長も、兼務という形ではありますけれども、品質管理担当という立場に置いて、あなたの支店で何か不手際が起きたときにはあなたもきちんと対応するのですよということでルール化しているところでございます。

研修ですが、こちらも2月の不祥事発生以降3回ほどやっていますが、開催時期は不定期でございます。逆に言うと、何かこういう不適切な事案が出れば、当然その事案に対するケーススタディーもやりますし、初回は特商法に詳しい弁護士の方に来ていただいて講義を受けました。

また、今回の不祥事を踏まえまして、もう一度全部マニュアルを作り込み直しまして、そのマニュアルをまたみんなで勉強しようという研修もしています。これから人事異動がありますから、

人事異動があればそこでまた全員でやろうと思っています。

御指摘がありましたように、研修といっても、出ていない者がいては全く意味がないので、研修の受講を義務付けますし、受講履歴を管理してまいります。そういった取組をやりながら、とにかく私ども今回一番反省しましたのは、一たびこういうことが起きてしまいますと、お客様の信頼を損ない、営業したいと思っても営業できなくなってしまうということ。そういう意味でも、こういうことは絶対やってはいけない。そのためには、こういう行為をしてはいけないということを経験的に覚えるだけではなくて、法律上こういう趣旨でこれをしなさいとなっているから、だからやらなければならないのだと、そもそもの考え方から腹落ちするように研修をしっかりやっていきたいと思っております。

チェックの仕組みでございますけれども、監査につきましては、まず私どもリビング事業本部の中の業務ラインとして監査を実施してまいります。具体的には販売拠点のほうに行きまして、書類を見て、これはお客様のサインをちゃんともらっているか、もらっていないじゃないか、などといった監査をしていきます。

さらに、私どもリビング事業本部として、こういう内容で、こういう方法で監査していきますということについて、独立した別部隊である内部監査室という組織のヒアリングを受け、その内部監査室から、プロの目線で見ると、これとこれが甘いのではないかと、などといった指摘を受けながらより実効性のある監査を回していくということで、今、対応しているところです。

古城座長 井手座長代理、どうぞ。

井手座長代理 1点ですけれども、8スライドの関東エリア以外の料金プランで、ここで120kWhを超えたものは23円90銭、300kWhを超えたら28円64銭、東京エリアでスタンダードSとかスタンダードLというのを見ると、25円98銭、30円02銭となっていて、なぜ関西でこういった関東エリアよりも安い料金で提供できるのか。なおかつ、「生活かけつけサービス」も無料で付いている。これがどうして関東エリアでできないのか。その点について御説明をお願いしたいと思います。

清水副本部長 一部の方は御存じかもしれませんが、東京エリアと中部・関西エリアとでは電気の周波数が違っておまして、関東で発電した電気を中部・関西エリアに持っていきこうと思いと、周波数変換所を通していかないといけません。そうすると、その際にまたいろいろ使用のルールなどがあるものですから、私どもとしましては基本、エリアごとに安い電源を調達するような活動をしています。そういう意味では、使っている電源がそもそも別物ということなのです。

ですから、今の井手座長代理の御質問について申し上げますと、電源がそもそも違うところがございますし、当然、託送料金も違いますので、それぞれのエリアで選ばれるためのプライシングをしているということでございます。

井手座長代理 新潟のほうも出ていっていますよね。

清水副本部長 家庭用部門ではまだ出ていないです。

井手座長代理 家庭用のところは関西と中部。もし仮に関西電力が原子力が再稼働して料金を下げたときに、これに対抗して更に下げのおつもりなのでしょうか。

清水副本部長 いずれにしましてもお客様に選んでいただかないと意味がないものですから、ど

ここまで下げられるかはもちろん分かりませんが、電気料金を下げる、あるいは何かまた追加で、かけつけサービスでのような、何か魅力のあるサービスを提供するとか、関西電力が値下げしたものと比べてこのように考えれば東電の方もいいのではないかなどといったように、とにかく選んでもらえるような創意工夫をするということが私どもの事業者としての使命かなと思っています。

古城座長 よろしいですか。小浦委員。

小浦委員 御説明、どうもありがとうございました。

私も3点ほどお聞きしたいのですけれども、最初のほうの「スタンダードプラン」のところですが、「プレミアムプラン」もいろいろ御説明いただきましたけれども、たくさん電力を使う方用のプランはいろいろ出ていると思うのですが、省エネも意識してやっていることもあれば、やはり家庭の経済事情でこのぐらいに抑えておこうという御家庭もあると思うのですけれども、そういう方については「スタンダードプラン」にしたほうがいいのか、従来のままにしておいたほうがいいのかというような相談というのはあるのかお聞きしたいと思います。

2つ目は29ページ、もうお二人からも質問が出ているのですけれども、自由料金に変えて、また同じ会社の規制料金に変えたという理由を幾つかお聞きしましたけれども、契約の際には期中の解約金のことも御説明がありますよね。この場合にも解約金が生じるのかどうかというのをお聞きしたいと思います。

もう一つは、8ページのところで地元よりもお得ですというプランを作っているんですけども、こういうことに対して関西のほうでもまた更にそれよりもお得みたいなことも発生しているのかどうか。自由競争になって、消費者としてはそういう競争が起きていくほうがきっとメリットがあると思うのですけれども、今の状況を教えていただきたいと思います。

清水副本部長 まず1点目でございますけれども、当然、省エネなどの問題意識をお持ちのお客様もいらっしゃいます。そのときに、御相談を承れば、例えば7スライドにありますような、夜だとお安くなりますというメニューがございますから、お客様のライフスタイルや電気の使い方がどうなのかということ、また、電気使用量のボリュームで申し上げますと、400kWh以上お使いだと「プレミアムプラン」がお得なのですけれども、そうでなければスタンダードがお安くなりますということになっていて、では規制の従量電灯とスタンダードだとどちらが良いのかという話になりますと、私どもとしましては基本的に電気料金の基本料金や電力料金は同じなのです。ただ、自由化のほうは何かないとしても選んでいただけないなということだとか、少しでもお客様に喜んでいただけないかという思いを込めまして、3ページ目にありますような電気料金1,000円につき5ポイントたまるという仕組みを用意しています。

ですから、使用量の少ないお客様でポイントにも関心がないということであれば、従量電灯のほうに戻られてもいいですし、ポイントをいろいろ活用しているから、それだったらそっちが付いたほうが良い、そのときは割高にはならないのね、と言われれば、それは割高にはなりません、料金は従量電灯と一緒に、あわせてポイントが付きますからこちらだとどうでしょうと、そういったコンサルティングになろうかと思っています。

続きまして、解約手数料なのですけれども、実はプレミアムプランに御加入いただいたときに、例えば新規に御加入いただきますと8,000ポイントお付けしています。また、「生活かけつけサービス」など、いろいろ特典がついているメニューでして、これにつきましてあらかじめ1年契約とか2年契約という条件で契約をスタートしているものですから、そこを途中で解約したいといったときに期中解約金を申し受けています。

また、スタンダードプランにつきましては一切そのような期中解約金は申し受けておりません。

もう一つ、解約事務手数料というものがございまして、これは本当の事務手数料です。500円に消費税をあわせた540円頂戴しているのですけれども、これは一旦新規に加入して、それをやめて、また戻ってといったときの事務手数料だけは540円の御負担をお願いしています。

また、関西エリアにつきましては、御承知のとおり、関西電力、あるいは大阪ガスもお互い切磋琢磨しながら、いろいろなメニューを出したり、電気料金、ガス料金を下げたりして競争を展開されているところですが、そこに私どもとしましても、先ほど申し上げたような電気料金といろいろなサービスをセットにしたご提案を持って入っていています。お互いが競争しながら、各社ごとに附帯サービスなどもバリエーションがあるので、お客様は自分のライフスタイルを考えたときに、このサービスが付いているものがいよいよね、など、そのような選択をされながら、自分にとってトータルで一番お得なサービスを提供している会社を選ばれるということが関西エリアでの実態かなと思います。

小浦委員 ありがとうございます。

解約金のことが気になっていて、相談も寄せられることがありまして、消費者はわがままでもいいということもお聞きしたこともありますが、そう簡単に切り替えていくと、期中で解約金が発生するということですね。その説明をきちんとされているかどうかですが、営業の最前線でのところできちんとそこは説明していくという、営業の際のシステムがあれば教えてください。

清水副本部長 御質問の意図に対する仕事の流れが18スライドにございます。中ほどの吹き出しのところ、「期中解約金や解約事務手数料等、重要説明事項にご説明」とございます。実は法律の中で、お客様にとって大事なこと、あるいはお客様にとって不利益になりそうなことについては重要事項としてきちんと説明しなさいということが、電気事業法でもガス事業法でもうたわれておりますし、御存知のとおり特商法でもそういう概念がございます。

そうした状況において、私どもは今回の不祥事を踏まえてでもあるのですが、チェックシートを作成いたしました。今はまだ営業再開はしていないのですが、これから私たち直営社員の営業活動を再開するときには、このチェックシートを持たせようと考えています。

チェックシートは、携帯ショップでも使われているかもしれませんが、「この項目は御説明差し上げましたけれどもよろしいですか」「分かった」と、チェックのレ点を入れる仕組みです。そういう仕組みを用意して、営業担当者が「最後にここにサインをお願いします」といってお客様にサインをもらって会社に戻ってくるという仕組みを用意しています。それを再度、営業担当者とは別の者がこの書類をチェックして、「ちゃんとお客様の了解をもらっているね」と確認します。そういうダブルチェックというのでしょうか、営業担当者とは別の者がチェックするような仕組みも設

けながら、御心配いただいているような、重要事項の説明をはしょって拙速に契約したのではないのかということがないように担保できないかと思っているところでございます。

古城座長 次は古賀委員。

古賀委員 御説明、どうもありがとうございました。

大きく3点お聞きしたいのですが、細かいので1点ずつお願いいたします。

1つはスイッチングのことですが、やはり一番関心があるところです。27～30ページぐらいまでスイッチングの御説明をいただいたと思うのですが、こちらのほうで自社規制から自社自由への切替え状況が85万件あったというのは、非常に魅力的なプランを御提案されたということで、よく分かるのですが、逆に戻った、既に質問が出ているのに重ねて恐縮なのですが、29スライドのところで8,000件が戻っているということですが、確認ですが、これは先ほどおっしゃったように、少量の方がメリットを感じずに戻ったというのが一番大きな理由と理解してよろしいでしょうか。

清水副本部長 そうです。自由化開始以降、私どもは当然、自分たちのメニューの中でお客様にとって一番メリットが出るものを選んで御提案しています。ただ、それは自由化前の電気使用量の実績を基に、これがベストだと考えて御提案しているのですが、実際に御契約が始まっていくうちに、先ほど申し上げた、御家族の構成が変わったりすることで前提が変わってしまったというときが一番典型的な事例です。この場合は、やはり元に戻したいという御要望があるということです。

古賀委員 現実に金額を見て、これでは上がっているではないかということで戻った方が多いということですね。

清水副本部長 これでは前のほうが得だったのではないかとということでございます。

古賀委員 分かりました。ありがとうございます。

それから、30のスライドで、自由料金から規制料金に戻ったという、これは他社の自由料金から自社の規制料金、東京電力の規制料金に戻ったのが1万2,000件とあるのですが、これは非常に重要なことだと思うのですが、これについては具体的にはどういうふうに分析をされていらっしゃるのでしょうか。

清水副本部長 一旦別の電力会社に切り替えて、当然システムとして停電などはございませんから、従来どおり電気はお使いになれるわけです。では、お客様にとって不具合を感じる局面はどうかというときかと申し上げれば、何か困って電話したときに対応の態度がよろしくないとか、請求、決済回りの手続が御納得いただけないとか、そういう不具合を感じた方がいらっしゃるようです。スイッチングされた段階では電気料金が安いとか、そういうことを御判断の上、私どもではない会社に切り替えているのですが、その後、基本的にはオベオペレーション回りを中心に何か納得がいけないということで戻られていて、そのときに従来の東京電力のサービスがいいということで、私どもの新メニューよりは私どもの従来に従量電灯という規制側の料金に戻られているという方が約1万2,000件いらっしゃいました。

古賀委員 ありがとうございます。

それで、この中にもないのですが、他社の自由料金から東電の自社の自由料金に戻った例というデ

ータはあるのでしょうか。

清水副本部長 自由化がスタートしてまだ2年ですので、今お話があったような新電力のほうに行った人が私どもの自由化メニューのほうに戻ってくるというケースはボリュームとしては正直まだ余りないと思います。これから先、時間がたってくると、もっとそこが流動的になって、お互い「とったとられた」という世界になってくると思うのですけれども、今はまだ2,000万件のお客様がいらっしゃるうち、私どもとして85万件、あと新電力のほうに行った方が280万件ということで、400万件弱の方が自由料金に移られているわけですが、まだ1,600万件のお客様が従来の規制料金に残っていらっしゃるのです、今はそこをめぐる競争というステージだと思います。

古賀委員 2つ目なのですが、域外の競争について井手座長代理のほうからの御質問があったと思うのですけれども、逆に域外に移ることによって、そちらの消費者の方から従来よりもこういう不満があったとか、そういうような情報は把握されていらっしゃるのでしょうか。

清水副本部長 それは関西エリアで私どもがお送りしているお客様から何か御不満というか。

古賀委員 料金は確かに安くなっていると思うのですけれども、その他のデメリットが現実に発生しているようなことはあるのでしょうか。

清水副本部長 そういう事象はないと思います。ただ、営業していて感じることは、何で東京電力が大阪で営業しているのだという御質問を受けるケースが一番多いです。お客様からしてみると、私どもは一応大阪にも事務所を置いてはいるのですけれども、電気という安定的な財をきちんと供給してもらうために、もっと人もたくさん大阪エリアにいて、何かあっても大丈夫ということが実感できないと、あえてわざわざ関西電力から切り替える必要もないといったケースが多く、私どもとしましては割安なメニューや新しいサービスなどでいろいろ営業を頑張っているのですが、なかなか思うようにいかないのも実情です。

古城座長 ちょっとすみません。質問があと2人なので、これで打切りにさせていただきます。それから時間が押していますので、手短にお願いします。

古賀委員 それから、今、6万3,000件あるというのを150万を目標にしていらっしゃるということなのですが、これはガスとのセットの販売に力を入れていらっしゃると思うのですが、ガスのランディングというか、そういったガスの地方の方との提携などももう既にされて、その態勢に入っていると理解してよろしいのでしょうか。

清水副本部長 いろいろと報道等にもあったかと思いますが、そういうことも検討してございますし、あわせて39スライドに「Pint with 賃貸」という商品を御紹介させていただいております。これは賃貸物件のオーナーと御契約いただくと、100件、1,000件、万件単位で御契約を頂戴できるケースもございますので、賃貸物件などとも絡めながら、先ほどの目標に向けて頑張りたいと思っています。

山崎部長代理 1点補足いたしますと、私どもはガスとしても域外で2018年度、今年度中に関東以外での販売も開始してまいりたいということで、今、検討をしている最中でございます。

古賀委員 では、これで終わります。

古城座長 長田委員、どうぞ。

消費者委員長田委員 ちょっと簡単なことなのですからけれども、競争の中でいろいろな、かけつけサービスとか何かサービスしていらっしゃるのも一つの売りなのだと思うのですが、例えば関西圏だと「生活かけつけサービス」と言っているけれども電気設備は対象外とか、「住宅設備修理サービス」というのは対象設備が対象で、全部ではないとか、非常に似た名前で中身が違うものが、14ページの「住宅設備・家電修理サービス」だと、これは有料のものですけれども、全部入るとか、気がつかないところで差がついていて、すごく分かりにくいと思います。そこは意識してそういうふうにしていらっしゃるのですか。

清水副本部長 私どものこのサービスを実際に運営してくれる会社はまた別にいらっしゃいますので、その方々との契約によってサービス内容に多少差異が出ているというのが実態でございます。何か特段の思いを持ってサービスに差をつけているわけではございません。

消費者委員長田委員 せめて呼称を変えろということではないか。そんな小さいところに、電気設備はやりませんみたいなを書いてあるのはちょっとどうかなと思います。

清水副本部長 分かりました。御意見、ありがとうございます。

古城座長 陶山委員、どうぞ。

陶山委員 スライド27で、これまで2,000万件あったものの中から285万件が離脱されていったということで、かなり大きなボリュームだと思います。それから、他社から来られる方もまたあるということですから、この経営的な影響をどのぐらいに把握をしていらっしゃるのかということ。

それから、24スライドで個々のお客様に対応していきますということですが、この離脱された方に対してまだ働きかけをするところまでは至っていない、でも将来的にはしていきたいのだというお考えを述べられたわけですが、大口の需要家のところに対しては取戻し営業といった形で個別に営業がかけられていくということが聞こえてきますけれども、一般消費者に向けてそのような考え方、ポイントサービスとかも含めて、イメージといいますか、そういうところまで入っていくような考え方を持っていらっしゃるのか。あくまでここで書いていらっしゃるの個々に合わせたプランとして紹介するということで、今の段階はそうだろうと思うのですが、将来的には本当に個別の営業ということまで考えておられるかどうかということをお教えいただきたいと思います。

清水副本部長 了解いたしました。

まず、個別の営業のところにつきましては、大口のお客様ですと営業担当がお客様とワン・トゥー・ワンでやられるということになりますけれども、私どもエナジーパートナー、リビング事業関係で言えば総勢500名程度の要員でございますので、2,000万件のお客様に対してどうやっていくのか、代理店の力を借りてもなかなかワン・トゥー・ワンではいけないのかなと。そのかわり、メニューや、マスプロモーションなど、そのようなところで、何か面白そうじゃないかといって選んでいただくというような競争になっていくのではないかと考えています。なかなか1対1でということまでいかないのかと。

陶山委員 かなり原資も必要になってきますね。

清水副本部長 そうですね。そういう意味では、家庭用のお客様は数が多いので、この間も地下鉄のトレインチャンネルで広告をやらせていただきましたけれども、マスプロモーションの中で、

「最近東電は面白いじゃないか」と思っていただけのようなことをやっていきたいと思います。

また、285万件の失注につきましては、当然、経営としてはすごくインパクトのあるものでございまして、具体的な数字につきましては営業戦略に関わる場所です。この場では回答を控えさせていただきますが、我々としてもいかにこの失注、私どものお客様が離れていくのを止めるか、少しでも魅力的なものを御提案して選んでいただけるかということに注力しているところでございます。

古城座長 では、どうぞ。

古賀委員 事務手数料は分かったのですが、期中の解約金は幾らなのでしょう。

清水副本部長 メニューによって違いますが、例えば「プレミアムプラン」の1年契約の場合ですと3,000円を頂戴しています。「プレミアムプラン」の2年契約ですと、5,000円を頂戴しています。その他の「スタンダードプラン」や「スマートライフプラン」といったメニューでは期中解約金は頂戴していません。この「プレミアムプラン」は、御契約いただいたときに、特に特典を手厚く付けさせていただいておりますので、このメニューだけ期中解約金を御用意させていただいているということでございます。

古城座長 特典分と3,000円とか5,000円というのは大体バランスしているのですか。

清水副本部長 例えば「プレミアムプラン」の2年契約ですと8,000ポイントを付けさせていただいておりますので、その中から5,000円相当を期中解約金として頂戴するというところでございます。

古城座長 8,000ポイントは8,000円ぐらいですか。

清水副本部長 そうということです。価値としては8,000円ということです。

古城座長 分かりました。

ほかに。蟹瀬委員、どうぞ。

消費者委員会蟹瀬委員 5スライドにこんなにお得という表記があるのですが、プレミアムの2万4,000円が1万9,300円になります。そうすると月1,100円安くなって、年間で1万3,200円安くなるのですけれども、この表記の仕方で、2年契約なら2万4,900円というのは初年度の話を行っているのか。その下の内容の割引と書いてあるのは、何を割り引いてくれるのかよく分からないのです。足し算をしてこの辺にはなるのですが、2年目とこの8,000ポイントは付きませんよね。

清水副本部長 はい。これはあくまでも最初に御契約いただいたときのポイントでございます。

消費者委員会蟹瀬委員 ですから、これは初年度ですよ。この書き方は、消費者が見たら、2年目もこの額がもらえると誤解をします。ホームページもそうなのですが、月々幾らで2年間で幾ら得すると、額が大きくなればお客さんは喜ぶだろうみたいな表記になっているのですけれども、もう少し正直な表記のほうがいいような気がするのですけれども、いかがでしょうか。

2年契約ならと言ったら、2年契約をしなればこの額はもらえないし、2年目はこの額ではないという説明はちゃんとされるのでしょうか。もっと分かりやすい書き方はないのですか。

清水副本部長 御指摘を踏まえて考えたいと思います。今、私としましては、2年契約ならと書いて、内訳として2年契約の方にお付けしている8,000ポイントがありますということで、私ども

なりにうそはつかないように気をつけているところではございますが、分かりにくいという御指摘については考えたいと思います。

古城座長 ありがとうございます。

他にも質問をされたい方がいらっしゃるかもしれませんが、時間の都合で質疑応答は以上といたします。

清水副本部長並びに山崎部長代理におかれましては、お忙しい中、審議に御協力いただきましてありがとうございました。

(東京電力エナジーパートナー株式会社退席)

(東京ガス株式会社着席)

続きまして、東京ガス株式会社の上中リビング営業計画部マネージャー並びに加来リビング営業計画部チームリーダーより、同社の現在の状況について御説明をいただきます。

古城座長 それでは、御説明をお願いいたします。20分程度でお願いいたします。

上中マネージャー 本日は貴重な機会をいただきまして、ありがとうございます。

私どもは、経済産業省、弊社の経営部門で定められた制度、ルールを下にして、営業統括をしている部署でございます。本日は、事務局様より事前にいただきました論点に基づいて資料を作ってまいりました。20分程度で御説明させていただきます。

早速、2ページになりますけれども、「電気・ガス料金プラン/サービス概要」というところから御説明をさせていただきます。

3ページになりますが、東京ガスでは、選べる電気料金プラン・ガス料金プランに加えて、様々な付加価値サービスを提供しているということでございます。2つ目のポツですけれども、お客様満足向上のために、東京ガスの電気に切り替えて直近12カ月の御使用状況を基にどれだけメリットが出たのかという診断をウェブ会員サービスの中に表示するサービスなども開始してございます。

概念図がその下に描いてあります「ずっともプラン」ということで、料金、付加価値サービス、お客様満足ということになってございます。詳細については、以降のページで御説明させていただきます。

4ページですけれども、電気料金のメニューについて記載があります。2016年4月から供給を開始している「ずっとも電気1、2、3」に加えまして、この4月からは電気使用量の少ないお客様向けに「ずっとも電気1S」というものを新設してございます。さらに、当社の都市ガスと電気を御契約中のお客様は、毎月の電気料金が割引されるという内容になってございます。表の中で、「ずっとも電気1S」から「ずっとも電気3」ということで、東京電力エナジーパートナーのどの料金に該当するのかが御確認いただけます。

次の5ページになりますけれども、一方、ガスのお話でございます。当社のガス料金は、一般料金に加えまして、特定のガス機器を御利用の方向けの「暖らんぷらん」「エコウィルで発電エコぷらん」「エネファームで発電エコぷらん」「湯ったりエコぷらん」、ポイントがつきます「ずっとも

ガス」の5種類を御用意しております。

6ページからは、東京ガスのサービスについての説明となります。

7ページでは、「電気トラブルサポート」の御説明となります。ここの記載にありますとおり、「電気トラブルサポート」は電気設備のトラブル時に24時間365日、電話で受付をするということで、一次対応における出張費・60分以内の作業費が無料になるサービスでございます。東京ガスの電気を御契約の方全てのお客様が御利用いただけるというものです。

2ポツ目ですけれども、私どものアンケート等によりますと、電力会社を変更しない理由として、トラブル時の対応の不安を挙げるお客様が多いということ、それから既に東京ガスの電気を契約しているお客様からも、こういった安全面に関する問合せも多くいただいているということから、より安心して電気を御使用いただくためにこのサービスを新設しております。このサービスにつきましては、東京電力パワーグリッドへ業務委託をしているサービスでございます。

8ページ、「ガス機器トラブルサポート」というものでございます。ここの記載にありますとおり、「ガス機器トラブルサポート」とは、給湯器、家庭用コンロの修理時の出張費が無料になるサービスということで、機器の設置年月や製造年数の制限は特に設けておりません。東京ガスの都市ガスを御使用のお客様が御利用いただけるものとなっております。

9ページでございます。これは、先ほど東京電力の御説明の中にもありましたけれども、「生活まわり駆けつけサービス」というものを私どもも用意しております。水回り、玄関の鍵、窓ガラスのトラブルを24時間365日、電話で受付をするということです。一次対応における出張費・30分以内の作業費が無料になるものでございます。

10ページに、「生活まわり駆けつけサービスの利用状況」ということで資料にしたためてございます。2017年4月～12月で1万件強の入電をいただきました。そのうち6,500件が出動しているということでございます。サービス別の利用状況につきましては、水回りが多く、全体の9割を超えているということでございます。当初は2018年3月に無料の期間を終了する予定だったのですが、多くのお客様から好評をいただきましたことから、無料期間を延長しているというものでございます。

11ページでは、「東京ガストリプル割」というものについて御説明をしているものになります。「東京ガストリプル割」とは、東京ガスの提携プロバイダがインターネットサービスの料金を割引するサービスとなっております。東京ガスの「ガス・電気セット割」を適用されているお客様が御利用いただけるということになります。こちらのサービスにつきましては、今、100万件を超えるお客様が電気とガスのセットで御契約をいただいておりますが、トリプル割まで申し込んでいただけるお客様は少ないのが現状です。

12ページは、「電気料金連動ポイント」というものでございます。電気料金連動ポイントは、「ずっと電気1S、1、2」を御契約のお客様に電気料金1,000円ごとに15ポイントを付与するポイントサービスでございます。

ポイントサービスにつきましては、いろいろなアンケートの中で、電力会社を変える要素の中で「料金が安い」というのが最も多いわけですけれども、「ポイントサービスがあるから」という点

も高い切り替えの意向になっているという認識があり、こういったポイントサービスも用意しているというものです。

13ページにつきましては、「クックパッド人気順検索」というものでございます。資料の記載がありますとおり、「クックパッド人気順検索」とは、料理レシピサービス「クックパッド」の人気順検索がウェブ会員サービスであります「myTOKYOGAS」内で御利用いただけるサービスということで、弊社の「ガス・電気セット割」を適用されているお客様にこちらのものをサービスとして提供しているものでございます。

14ページにつきましては、お客様満足ということで「電気料金診断」でございます。2018年3月から開始しているものですが、東京ガスの電気に切り替えて直近12カ月の御使用状況を基に、東京ガスの電気に切り替えて東京電力のエナジーパートナーと比較して幾らお得になったのかのメリット額の表示、東京ガスの電気の中で最適な電気料金メニューをお知らせするようなものとなっております。

15ページからが「スイッチングの状況」でございます。

16ページでございますけれども、東京ガスの電気の受付件数につきましては、2017年10月23日時点でおかげさまで100万件を突破いたしました。2ポツのところで、2018年の3月末時点で供給中の件数が113万件となりまして、2020年度までに220万件の供給中を経営計画の中で目指しているものでございます。3ポツ目ですけれども、ガス・電気セット割の適用が9割を超えているという状況となっております。

一方、17ページでは、ガスのスイッチング、ガスの離脱でございます。ガスの脱落につきましては、2018年3月末で約25万8,000件ということで、ペースが加速している状況です。自由化スタート当初に、私どもの卸先でありましたニチガスグループが卸から離脱をいたしましたので、そういった脱落件数を含めると、約57万件が離脱しているという状況になっております。

ちなみに、25万8,000件離脱されたお客様のうち、東京ガスのほうに戻ってこられたお客様が4,000件程度になってございます。

それから、2ポツ目ですけれども、2017年7月から営業を開始しました従来の東京ガスの供給エリア外、これは東彩ガスのエリアと東日本ガスのエリアになりますけれども、このエリアでの2018年3月末時点での受付件数が約4,000件という状況になってございます。

18ページからが「販売体制」でございます。

19ページに記載の内容でございますけれども、1,100万件超のお客様とのネットワークを活かし、分かりやすくワンストップサービスを提供しているということで、地域と密着し、家庭用・業務用のお客様の多様なニーズにダイレクトにお応えしているということでございます。

その下にありますとおり、地域密着営業体制ということで、東京ガスグループにつきましては、関東圏に200以上の店舗を持っております。約1万人体制で、ライフバル・エネスタ・エネフィットというところになりますけれども、電気契約につきましてはこのライフバル・エネスタ・エネフィットが7割を獲得しているという状況になってございます。

20ページでございます。電気の販売につきましては、ガスの卸供給を通じて関わりがある都市ガ

ス事業者、それからLPガスの販売事業者とも提携をしております。さらに、こちらにありますとおり、建築関係の事業者、通信関係の事業者など、様々な業界の皆様との連携を推進してまいりたいと思っています。こちらに記載がありますとおり、都市ガス事業者との連携という意味では21社、LPガスの販売事業者との連携という意味では27社という状況になってございます。

21ページは「販売体制」の続きになります。確実な契約受付や問合せ対応のために、事業の開始の前に1年をかけて教育を実施してきております。2ポツのところですが、**「契約の意思をきちんと確認しているのか」といったお客様からの指摘をいただいたこと**もありまして、契約締結時には再度お客様の意思を確認させていただくこと、署名はお客様御自身で行っていくということを徹底しております。

さらに、事業開始から約2年経過したタイミングで、改めて知識向上等を目的として再教育を行っております。どうしても時間がたちますと電力販売に携わるメンバーが増えてきたり、変わってきたりするところもありますので、再教育を行ったというものでございます。取次店である都市ガス事業者あるいはLPガスの販売事業者の皆様方にも、様々なものを適時情報提供しているという状況でございます。

下のところには販売教育の実施状況ということで表にしておりますので、御確認ください。

22ページですが、お客様からの問合せにつきましては、コールセンター及び電子メールで受け付けております。電気に関するお問合せにつきましては、月に3万件～5万件という状況になっております。問合せ体制は、その下に書いてありますとおり、電気につきましては対応要員100名でやっているということで、業務の内容はお客様からの問合せや苦情の対応、電気の契約事務等を行っているということになります。

その下ですが、2017年度のJCSI調査におきまして、おかげさまで電力小売部門につきましては顧客満足度1位を獲得しております。

23ページですが、お客様の電気の御使用状況及びお客様の求めるサービスに合わせて料金プランの御提案をさせていただいております。パンフレットの内容を記載しているものになりますが、比較的電気を多くお使いいただくお客様には「ファミリーセレクト」というもので御説明をしております。ちょっと見にくいのですが、もともと東京電力様を使っているお客様から弊社のほうに移っていただくと1万730円というところで、ある標準的なお客様をターゲットにするとこれぐらいということで、この金額レベルですと約8%の割引という内容になっております。

「スマートセレクト」というのは、比較的電気の御使用量が少ないお客様に向けてこういう名称で御提案しているものですが、東京ガスが考える電気の少ない世帯の想定使用料を基にいきますと、2%ほど安いものを提供しているというものになってございます。

24ページでございますが、お客様から大変多く御意見をいただいたものに、「検針票がとも見にくい」というものがありました。従来のガスの検針票に電気の内容を合わせた、そこに盛り込んでいたために、そもそもガスでどれぐらい支払っていて、電気でどれぐらい支払っているのが各々分かりづらいということでございまして、2017年11月にお客様の声をいただいてこういった改定をしています。これは表面になっているのですが、裏面には託送の平均的な金額を表

示しております。

25ページですけれども、こちらにつきましてもお客様から多くいただいております。電気のみを御契約のお客様はコンビニ払いしかできなかったのですけれども、口座振替、クレジットカード払いもお選びいただけるようになりますということで、5月末に改定が予定されているというものでございます。

それから、「電力比較サイト等への情報提供」ということも、論点として資料にしたためてほしいという要望がありましたので、27ページにその内容について記載をしております。私どもは、「エネチェンジ」「価格.COM」への掲載を通じてお客様に情報提供を行っております。東京ガスの電気料金のメニュー自体については正確な情報提供がされていることに加えまして、競合他社の料金詳細や比較条件等を全て把握することが困難でありますので、比較サイトに情報の訂正を求めるような具体的な働きかけはこれまでは行ったことはございません。

28ページでございますけれども、LINE株式会社とも提携をして、広告を除く重要性や必要性の特に高いメッセージ（例えば公共料金等）をLINEのユーザーへ通知する取組を今後行っていく予定でございます。ユーザーの利便性の向上に努めてまいりたいと思っております。

29ページ以降が「その他」で、資料を2つ用意しておりますけれども、首都圏最大規模の発電所や電力事業の実績をいかして電気の安定供給を実現しているということです。東京ガスは天然ガスによる火力発電を中心とした電源を多く持っているということで、ホームページの一部から抜粋したものでございますけれども、電源構成の内容と弊社の関係する電源がどこにあるのかについて、それから、ここには記載がないのですけれども、あわせてその中でCO₂の排出量もホームページの中で記載させていただいております。

最後、31ページですけれども、ちょっと見にくくて恐縮ですけれども、その他ということで電気料金の単価を資料に記載させていただきました。

簡単ですが、私からの御説明は以上となります。

古城座長 ありがとうございます。

質疑時間が残り30分ほどしかございませんので、なるべく手短に御質問、御回答をお願いしたいと思います。質問、御意見がある方は御発言をお願いいたします。

陶山委員、どうぞ。

陶山委員 御説明、ありがとうございました。

ポイントのことでお伺いしたいのですが、先ほど東電のほうでは1,000円で5ポイントということで、東ガスは1,000円で15ポイントということで非常に目を引きます。それから、クックパッドのサービスを付けるということで、この辺りのいかに競争に勝って顧客を獲得していくかというところで、どちらの会社においても競争に対して営業のための原資をどう確保するかということが非常に大事だと思うのです。それが持ち出しの中でやられていければいいのですが、本来は下げるべき電気料金なりガス料金のところが下げられないでこちらに回されるということがあれば、それはちょっとよくないなと思っております。この辺りはどんなふうに対応していらっしゃるのか。

それから、切替え時に東電のところではかなり大きなポイント付与があったのですが、今はそう

いうことをされていらっしゃるかどうか教えていただきたい。

先ほどコールセンターのお話が東電でも出ましたが、100人体制で受けていますということで、応答率を把握しておられたら、こちらも教えていただきたいと思います。

それから、比較サイト、東電は「エネチェンジ」と代理店契約をされているということでしたが、東ガスのほうは代理店契約といったものはされていらっしゃるでしょうか。エネチェンジだけでなくです。その点を教えていただきたいと思います。

上中マネージャー まず1点目、ポイントやクックパッド、これはもちろんクックパッドについても無料のサービスになっておりますので、私どもがお金を払ってということになりますけれども、まず原理原則は電気料金の収益の中からこれを拠出しているということになりまして、ガス料金のほうではありません。

このところも電気料金を値下げしていくのがよいのか、それともポイントやサービスにしてお客様に還元していけばよいのかという点は、お客様の声なども聞きながらやってまいりたいと思っておりますが、クックパッドも一定の層の方にはかなり好評をいただいております、継続してほしいというご意見があるものですから、このところは電気料金の収益の中から拠出しながら続けてまいりたいと思っております。

ポイントにつきましても、先ほど触れさせていただきましたとおり、切り替えされる要因の一つに「ポイントがあるから」という御意見もあるものですから、こういったところのアンケートの内容なども見ながら今やっているというところがございます。これも引き続き継続してやってまいりたいと思っております。

それから、切替え時のところにポイントをとということがありますけれども、これはキャンペーンなどで付けるときがあります。抽選でやっていたりすることがありますが、一律でこれをやろうとしますと、どうしても景品表示法との絡みがあるものですから、契約してくださった皆様に一律何千ポイントということは今はやっておりません。

加来チームリーダー コールセンターの応答率につきましては、我々も9割ぐらいを目指してやってくるということで、それで実績としても担保できているかなという感じです。

エネチェンジも東電と基本的には一緒でして、エネチェンジ側から申し込んでいただいたお客さんを東京ガス側に送客してもらおうという形になっております。広い意味の代理という形になると思うのですが、東京ガスライフバルのようないわゆる代理店とはちょっと違う形にはなっております、やっていただくことは少し違うのですが、どちらかという、媒介に近いような形なのかなと理解しております。

古城座長 次、古賀委員、どうぞ。

古賀委員 御説明、ありがとうございました。

いろいろなプランやポイントがあって、どれが本当にメリットがあるのか分かりにくくなってしまっていると思うのですが、基本的には東京ガスのほうではガス料金自体を今後下げるとか、そういう見通しについてはどういう戦略でいらっしゃるのか。これはむしろガス料金が下がって競争が起きていないのかなと考えられるので、その辺の考え方と、それから2020年に電気の経過措置料金

が撤廃される予定になってはいますが、その場合に電気料金を今は従量BやCで比較されていたらと思うのですが、そのときにこういったものを基準のメルクマールにされていくのかということをお教えください。

もう一つ、いただいた31ページの資料に電気料金単価をお示しいただいているのですが、先ほどの東京電力の資料の4ページの料金単価と比較しますと、ちょっと違う、第2段階料金がこちらの東京ガスのほうでお示しいただいているのが安くなっているのですが、これは従量電灯を参考にしたのではなくて、また新たにそういう計算をされて設定されたという理解でよろしいのでしょうか。

上中マネージャー ガス料金のところにつきましては、今後、競争の状況を見ながらということかと思っております。私ども、ガスと電気をセットということをお勧めしておりますので、そことの兼ね合いでこのガス料金をどうするのかということは今後考えてまいりたいと思っております。

それから、2020年、東電の経過措置料金が外れたときのメルクマールについても、今、これをメルクマールにするなんてもちろんないわけですが、そのときの状況に応じてメルクマールにするものを決めて、我々の料金をどうするのかということをお決めいただくことになると思っております。

料金につきましては、これも正に競争上にどういう料金を作るのかということでございますので、私どもは東電の従量電灯B、Cみたいなものをメルクマールとして今置いているので、そことの兼ね合いで料金を作っているというところで御理解をいただければと思います。

古城座長 よろしいですか。

古賀委員 東電の9ページに、「従量電灯+東京ガス一般料金と比較し、確実に安くなるように設定しました」という記述があったものですから、こちらのほうもそれぞれの料金が下がらないと、要するにセット販売の中で各社が戦略を立てているということなので、そもそも消費者にとってはどれが安いのかというのが非常に分かりにくくなっていて、ガスの料金が幾らで、電気の料金が幾らだという基本的なところをもう少しお示しいただけるとありがたいと思っております。これは要望です。

上中マネージャー 承知いたしました。

古城座長 小浦委員、どうぞ。

小浦委員 御説明、どうもありがとうございました。

2つあるのですが、1つは料金プランのところ「ずっと電気1S」、使用量の少ない方向けのものがあっても、これは東電の従量電灯Bに相当と。切り替えるきっかけは、やはりポイントが1,000円で15ポイントというのを比べて切り替えられるのかなと思うのですが、セットにできない人がいますよね。セットではなく、電力だけにしたいというような要望の内訳みたいなもので分かれればと思います。

20ページにも販売体制としてLPガスの事業者とも提携をしているということもあるので、そういうことも影響しているのかなとも思うのですが、よくLPガスの事業者は、賃貸のアパートを建てる時に、施設のここをやるので是非うちのLPを入れてほしいという営業をされていますけれ

ども、そこに東京ガスの電力も入れたいというときに、何かそこにインセンティブとかを付けていられるのか。そのところでもし何かあれば教えてください。

あとは、ポイントが東京電力よりも高いのは本当に魅力的だと思うのですが、今後これがずっと続くのか、ある時期に10ポイントに下げるとか、今後の見通しが何かあれば教えていただきたいと思います。

上中マネージャー 先ほども御説明しましたが、基本、ガスとセットのお客様が9割以上になっておまして、東京ガスのガスが供給エリアから外れてしまっているお客様はセットで契約ができないので、LPのお客様などは電気単独での契約ということになっております。これは恐らく単純に、今使っておられる東京電力の従量電灯Bより安い。かなり薄いのですけれども、安いということで御契約をいただけているものと思います。

それから、LP事業者については設備とセットでということをやられているのですけれども、そこへのインセンティブになるようなことは少なくともやっているつもりはありませんでして、ただ単純に私どもの電気をお客様にお勧めして御契約をいただいたら、公平に手数料みたいなものをお支払していると御理解いただければと思います。

ポイントにつきましては、現時点で下げるつもりはありませんで、これが継続できれば良いなと思っております。お客様にポイントをうまく活用していただくことが、未永く私どものエネルギーを使っていただくことにつながるのではないかと考えているものですから、ポイントについては私どもに下げる理由が今はないというところでございます。

古城座長 井手座長代理、どうぞ。

井手座長代理 17ページのスイッチングのところでも御質問させていただきたいのですが、先ほど東京ガスの供給エリア外で4,000件ということでした。一方で、電気を販売するのに都市ガス事業者と21社、LPと27社、こういう提携をしているところには競争を仕掛けないという、すみ分けをしているのでしょうか。隣接の京葉ガスで全くスイッチングが起こっていないというのは、多少なりとも東京ガスが卸をしているところには競争を仕掛けるようなことをやらないということがあるとするれば、ガスの競争というのは首都圏では全く展開されない。むしろ、先ほど東彩と東日本というので、全く東京ガスが卸していないところには競争を仕掛ける。こういう仕組みができていくような感じがするので、その点についてはエリア外についての今後のスイッチングはどういうふうに戦略的に考えているのかというのを教えていただきたい。

上中マネージャー 卸のところにつきましては、卸業を営んでいるところもあるものから、卸は卸で継続して行って、ここに東京ガス単独で攻めていくのか否かというのは、大きな経営判断になってくるのではないかと考えております。私どもの部署のところではこれをどうするかというのはちょっと回答が難しいかなと考えております。ただし、京葉ガスのエリアの周辺の事業者の方、お客様からも、東京ガスの電気は魅力があるので契約したいというお客様が一定数はおりますので、そういったお客様については私どもと契約をいただいて、サービスを含めて提供しているという状況でございます。

井手座長代理 ガスは。

上中マネージャー ガスについては、今、小売登録もしていませんので、そこについての販売は今できていないという状況でございます。

古城座長 白山委員、どうぞ。

白山委員 ありがとうございます。

消費者の方々はポイントがいろいろと着目される場所なので、そこを念のために確認したいのですが、東京電力と比べますとポイント数が高いというのがあるのですが、東京ガスの場合には税込み金額にポイントをかけて、東京電力の場合には税抜き金額にポイントをかけるということなので、より一層有利なポイント数になっている、こういう理解で間違いありません。消費税、燃料費調整額を含みと書いてあるので、そういう理解でよろしいですね。

上中マネージャー そうです。

白山委員 だから、金額の元自体も大きいし、消費者相当額も入っているし、そのポイントも大きい。そういう理解ですね。

上中マネージャー はい。

白山委員 あと、再生可能エネルギー発電促進賦課金は除きますというところは、東京電力と同じです。

上中マネージャー はい、そうです。

白山委員 これはちょっと確認で、この後意見といいますか、当然こういうふうになるのは当たり前前で、東京ガスにおける電気の割合と東京電力における電気の割合は全然違うので、ポイント数が変わってきます。それから、ポイントになると会計的にはポイント引当金みたいな世界も出てくる可能性があるんで、そうすると、この制度が永遠と続くかどうかというところは消費者の方としては、これが続くかどうかというのは経営判断が当然入りますけれども、そういう問題が出てくるので、今はこうなるのは当然だと思えるのですけれども、そここのところは今後どうなるのかというのはきちっと見ていかなければいけないところではないかなと思います。ただ、少なくとも言えることは、現状の段階で比較した場合には、ポイント数も、かつそのポイントがかかる元のところも東京ガスのほうが有利な設計になっているというのは事実だと思えるので、ただこれが将来どうなるかというところはそういう問題があるのではないかなと思います。

以上です。

古城座長 蟹瀬委員、どうぞ。

消費者委員会蟹瀬委員 ありがとうございます。大変真摯にお仕事をなさっているのがよく分かりました。

コールセンターについて3つほど質問があります。22ページです。東京ガスの中にもコールセンターがあると思うのですが、これは電気単独で設置されたものなのか、あるいは東京ガスに既にあるコールセンターを併用してお使いになっているのか。といいますのは、東京ガスの電気は電力小売部門における顧客満足度1位というのを獲得しています。それがどういうことなのか、ちょっとよく分からなかったんで、3万から5万をさばくというのは結構な数なので、その点について1点。

それから、コールセンターに寄せられるものの中で、電子メールで受けているものもあるということなので、その割合を教えてください。

もう一つは、問合せ・苦情の対応の中で、単なる電気の契約に対するものと苦情というものの割合がもし分かれば教えてください。

昔から、コールセンターというのはマーケティングのシードがあると言われておりますので、その辺のところをどういうふうに考えていらっしゃるかというのをお聞きしたいのと、苦情があったものに対するデータを社内フィードバックをなさっているのか、あるいはどのように関連会社、たくさん契約をなさっていらっしゃるんですけども、その関連会社にどのようにフィードバックなさっているのか、もし説明ができれば説明していただきたいと思います。

上中マネージャー 3点いただきました。分かるものと分からないものがあります。

コールセンターにつきましては、電力の小売全面自由化に伴いまして新しく専用のコールセンターを立ち上げております。その中の電子メールの割合がどれぐらいなのかというのは、今数字を持ち合わせておりません。申し訳ございません。あと、苦情の割合も今は持ち合わせていません。

加来チームリーダー 電力小売事業開始の当初は、我々もまだこなれない中で苦情も多く、お叱りの声も多くいただいているのですけれども、今、大分慣れてきた状況の中では、苦情というよりはむしろ東京ガスの電気に切り替えたらどれぐらい安くなるのかシミュレーションしてほしい、そういったお問合せが非常に多くございます。

上中マネージャー その中の苦情はお客様の声みたいな形でスタッフ部門にも必ず上がってくるといふことと、苦情の内容に応じて我々の統括部も入って、その内容、お客様にどういうふうに対応するのかということをやっているという状況でございます。

消費者委員会蟹瀬委員 関連会社へのフィードバックというのはどうなっているのですか。

上中マネージャー これも苦情の内容に応じて、私どもの代理店、ライフバル・エネスタ・エネフィットみたいなところに、こういう苦情が来ているのでこれについての是正をしなければいけないということで、個別にやっていると御理解いただければと思います。

消費者委員会蟹瀬委員 個別なのですね。

これは私の意見ですが、意外に川下の意見、お客様の意見が上に伝わっていない、あるいは代理店に伝わっていないことによって問題が結構大きくなっていくことがあります。今回みたいにサービスが非常に複雑化していく中、先ほどのポイント制度も全部そうですが、どこもかもてんこ盛りで最初にサービスを出すのですが、途中でサービスできなくなる経営事情もあるかと思えます。

そういう意味では、私の意見としては、関連会社と一体になって情報共有をしていただくシステムを是非作っていただいて、某大きな飲料会社なんかはすぐ社長にその情報が上がるようなシステムがありまして、改善が非常に早いのです。まだスタートですので、是非そういうシステムを作っていただければいいかなと思います。

古城座長 あとは、いかがですか。

古賀委員、どうぞ。

古賀委員 4ページのところにいろいろな電気・ガス料金プランというのを書いていただい

るのですけれども、セット割でガス単独に戻るというスイッチが現実これまであったかということと、それから期中の解約金というものは設定されていらっしゃるかどうか。

上中マネージャー セットから戻るお客様はほとんどないと認識しております。

それから、解約金はありません。気軽に入っていて、気に入らなければ切り替えていただくというのを一つの売りとしているようなところもありまして、解約金は設けていないということでございます。

古城座長 他にございませんか。

それでは、質疑応答は以上といたします。上中マネージャー並びに加来チームリーダーにおかれましては、お忙しい中、審議に御協力いただきましてありがとうございました。

3 . 閉会

古城座長 最後に、事務局から連絡事項はございますか。

丸山参事官 本日も熱心な御議論をどうもありがとうございました。

次回の会合につきましては、確定次第、御連絡をさせていただきます。

古城座長 それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。お忙しいところお集まりいただきまして、ありがとうございました。