

変革が進むエネルギー市場… 電力・ガス制度改革の行方



日本総合研究所 段野 孝一郎

リサーチ・コンサルティング部門ディレクター/プリンシパル
京都大学大学院工学研究科博士前期課程修了(工学修士)
環境・エネルギー、資源・水ビジネス、通信・ICTを対象に、経営戦略、事業戦略、技術戦略、M&A、セールス&マーケティング、新規事業開発をテーマとするコンサルティングに従事。近年は、電力・ガスシステム改革や、新興国を中心とした海外への事業展開支援を行っている。

検証！電力システム改革 料金競争だけでない新たな“付加価値”創造を

自由化1年の動向

2017年4月で、電力小売りの全面自由化から1年が経過した。全面自由化以前から高压向けに参入していた新電力のうち、F-Power、エネット、イーレックス(イーレックス・スパークマーケティング)などの大手事業者は、全国規模で低圧・家庭向けの電力小売りを始めた。異業種からは、KDDI(通信)、HTBエナジー(旅行)などが相次いで低圧・家庭向けに参入し、全国規模での競争が進展した。

一方、全国展開を問わず、地域を絞って事業展開する事業者も多い。需要家の密度が高く、電力消費量が高い世帯が多い都市圏(東京、中部、関西など)を狙う事業者としては、JXTGエネルギー(石油元売り)、昭

和シェル石油(同)などが参入し、電気とガソリンのセット割などで需要家にお得感を訴求し、契約を伸ばしている。

地域を限定した新電力も続々と参入している。東急電鉄は、自社沿線での電力供給による顧客囲い込みを狙い、東急パワーサプライを設立し、東急グループが提供するCATV(イッツコム)の販売網を活用した電力小売契約の獲得などを行っている。

また、北九州市が地元財界のバックアップを受けて設立した北九州パワーは、同市が保有する清掃工場(ごみ処理施設)から生まれる余剰電力を活用し、同市内の需要家(中小企業や工場など)への電力供給を行っている。現在、同市響灘の工業団地への火力発電所誘致も行っており、

将来的には誘致した発電所の電力も活用し、販売電力量を増強する計画だ。こうした地域密着型の事業者もそれぞれの地域のユーザーから支持を集めている。

相次ぐ新電力の参入によって、新電力のシェアは高まり、2016年12月末時点で、特別高压で5.9%、高压16.2%、低圧(電灯)10.1%、低圧(電力)1.9%、全体に占める新電力のシェアは11.4%に達している。

確かに競争は進展していると言えるが、現状、新電力の恩恵を受けることができる需要家は、月平均電力消費量が300kWhを超えるファミリー世帯に限定されており、多くの需要家が競争の進展で経済的メリットを享受する状況には至っていない。

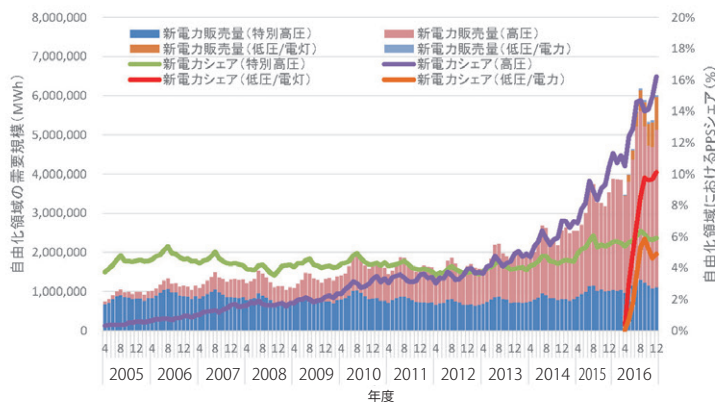
また、競争の進展速度という観点

表1 電力小売分野の新規参入状況

	全国展開型	都市圏中心型	地域限定型
高压	<ul style="list-style-type: none"> ●イーレックス株式会社 ●伊藤忠エネクス株式会社 ●出光グリーンパワー株式会社 	<ul style="list-style-type: none"> ●株式会社シーエナジー ●三井物産株式会社 ●伊藤忠商事株式会社 ●株式会社ベイサイドエナジー 	<ul style="list-style-type: none"> ●武州瓦斯株式会社 ●生活協同組合コープこうべ ●株式会社北九州パワー ●株式会社やまがた新電力
低圧	<ul style="list-style-type: none"> ●株式会社F-Power ●株式会社エネット ●丸紅新電力株式会社 ●東燃ゼネラル石油株式会社 ●SBパワー株式会社 ●イーレックス・スパーク・マーケティング株式会社 ●KDDI株式会社 ●HTBエナジー株式会社 	<ul style="list-style-type: none"> ●ダイヤモンドパワー株式会社 ●JXTGエネルギー株式会社 ●昭和シェル石油株式会社 ●株式会社アイ・グリッド・ソリューションズ ●株式会社イーネットワークシステムズ ●エフィシエント株式会社 	<ul style="list-style-type: none"> ●一般社団法人泉佐野電力 ●大阪瓦斯株式会社 ●株式会社東急パワーサプライ ●東京ガス株式会社 ●ジェイコム各社 ●MCリテールエナジー株式会社 ●大阪いずみ市民生活協同組合

出所：資源エネルギー庁資料をもとに日本総研作成

図 新電力による販売電力量及び販売シェアの推移



出所：資源エネルギー庁「電力調査統計」をもとに日本総研作成

表2 みなし小売電気事業者と新電力のターゲット顧客(契約世帯)

(2016年12月時点/全国平均/電灯契約のみ)

分類	みなし小売電気事業者	新電力
販売電力量(億kWh)	226	9
販売額(億円)	4,447	180
契約口数(口)	76,643,449	2,125,528
販売電力量(kWh/口)	295	404
販売単価(kWh)	19.7	21.0
販売額(円/口)	5,802	8,485

出所：電力・ガス取引等監視委員会「電力取引報」をもとに日本総研作成

からみても、諸外国の自由化の進展速度と比べると十分ではなく、政府はより一層の自由化促進策を考える必要に迫られるだろう。

停滞する「電力間競争」

電力小売全面自由化の大きな狙いの1つである「みなし小売電気事業者間の越境競争」について言えば、まだ緒についたばかりである。

みなし小売電気事業者(旧一般電気事業者)である関西電力、中部電力、中国電力などが、東京電力管内の首都圏に参入し、業務部門向けに加え、低圧・家庭向けにも電力供給を開始しているが、域外販売シェアはたかだか0.5～1.0%弱と推定されている。新電力がみなし小売電気事業者から優良顧客(電力消費量が大きい世帯)を奪うクリーム・スキミングの状況が依然続いている。競争効果を波及させる意味で、みなし小売電気事業者間の競争を一層進展させる必要がある。

電力・ガスをセットにした Double Fuel 競争へ

2017年4月からは、都市ガス小

売りの全面自由化も始まった。事前の予想通り、まずは電力会社による電気と都市ガスのセット販売(電気とガスのDouble Fuel販売)によるシェア奪還の取り組みが始まるだろう。需要家にとって電気とガスの垣根がなくなり、「総合エネルギー市場」としての競争が進展すると期待される。

将来的には、みなし小売電気事業者と新電力大手(旧新電力系、都市ガス系、石油元売り系)による地域の垣根を越えた越境競争、そして電力・ガスの垣根を越えた総合エネルギー市場での小売競争を経て、事業者間の合従連衡が進み、全国規模で需要家が競争進展による経済的メリットを享受できるようになることが期待される。

同時に、スケールアップした総合エネルギー事業者による海外展開を通じて、わが国のエネルギー安全保障(安定供給)の向上と、海外市場での収益獲得が可能になることが期待される。

しかしそのためには、電力、ガスとも、競争進展に向けた政策の立案・実行が引き続き必要になる。

加えて、小売事業者間の差別化がより重要になるだろう。現状は、みなし小売電気事業者の規制料金をベンチマークにした「規制料金マイナスX」という料金設定を取る事業者が多く、優良顧客を選別し、自社グループの販売網を使って電力を販売するケースが多い。今後は、広域メリットオーダー(地域に関係なく価格競争力の高い電源から選択できるようにして、日本全体の発電コストを抑制する仕組み)の進展により、限界費用ベースでの電力流通が一般的になることを見据え、「卸電力市場価格プラスY」という料金メニューの採用、先物市場などを活用したトレーディング・リスクヘッジなどを組み合わせ、保有する電源量に制約されない顧客基盤拡大策などを検討する必要が出てくるだろう。

また、料金競争だけでない新たな顧客への付加価値についても、検討が必要になるだろう。

電力小売全面自由化から1年が経過したが、まだまだ自由化(市場化)が進展する余地を残しており、引き続き小売事業者は対応を続けていく必要がある。E