

2000年からはよい
電力小売り事業が解禁
され、自由化の範囲は2
千キロ以上、500キロ
以上、50キロ以上と順次
分野でも新事業者が生ま

井熊 均 日本総合研究所
創発戦略センター所長



（いくま・ひと） 1958年生まれ。81年早稲田大学理工学部卒業、83年早稲田大学大学院理工学研究科修了。同年三菱重工業入社、89年同社退社。90年日本総合研究所入社。現在、同社執行役員、創発戦略センター所長。95年アイエスブイ・ジャパン設立と同時に同社取締役に就任（兼務）、03年イーキュービック設立と同時に同社取締役に就任（兼務）。早稲田大学大学院非常勤講師も務める。

しかしながら、もちろん、今でも順調に事業を営んでいる事業者もいる

したのは電力会社である。
この指摘もある。

天然ガス、石炭と広がって
いけば苦戦する事業者の
数はさらに多くなる。
電力小売りはある意味、
最も期待の高かった事
業である。

揮している。電力小売りが始まった2000年から見ると10%以上低減した。競争を促進することにより価格を低減する、という自由化の目的は一定の効果を上げたと言っている。ただし、前述したように新規参入者との間で、ガップリ四つに組んだ競争が繰り広げられているとは言えない。

むしろ、競争は収束しつつあるようにも見える。また、電力会社間により、競争は収束しつつあるようにも見える。また、電力会社間により、競争は収束しつつあるようにも見える。また、電力会社間により、競争は収束しつつあるようにも見える。

要る。新規参入を重視するのであれば、何が公平な競争環境かについては検討が必要と考える。

もう一つ言えるのは、市場の発展余地が小さかったことだ。成熟した経済下で省エネルギーが進む中、「ポット時」の市場には大きな伸びが期待できない。つまり、これまでの電力自由化とは、電力会社という強大なプレーヤーと限られたパイを分け合う、という新規参

新規参入を促す積極策はあったのか

ものの、総体として見れば苦しい展開を余儀なくされている事業者が少なくない。

力自由化が生み出した画期的ビジネスモデルだった。

自由化開始当初は、国の庁舎の電力調達などに注目が集まった時もあった。しかしながら、PP化がない。

IPPは比較的堅調に推移している。重厚長大

から自家発電設備の導入 Sに参入した企業数は限
量は顕著に増加し、多く られているし、今年その

1

日本の電力自由化で新規参入が十分でないことには理由がある。

については、例えば、環境価値などに市場拡大の可能性を期待することが

産業の中には、IPPが重要な収益源となってい

の事業者が生まれた。し
かしながら、前回紹介し
は他社に事業を引き継ぐ
一角であるGTF研究所

—— 一つは、新規参入を促すための積極策があった

日本の電力市場におい

できる。
巨大で安定した市場は

る企業もある。ただし、電力会社によるIPPの

たように、予想を超えた原油高によりマーケットに至っている。また、自由化から6年を経た今で

て自由化とは何だったのか否かである。設備産業だろう。確かに価格は、である電力事業において

国の重要な資源である。

調達は既に完了している。また、競争を通じて

リターは市場から撤退も、PPSのシェアはわずか2%でしかない。

下がり、今夏、東京地域で、規模の大きな事業者での大停電はあったとすると極端に規模が劣る事業者

できるだけ大きく活かされるような市場運営が求

電力会社に電力を卸売し、
するIPPで結局、得を

いわれている。今後、燃 料価格の上昇が原油から 価格の低減には効果を発

いえ、電力品質が低下し、競争するためには、たという認識はない。信 競争環境づくりに工夫が

ぬらふ