

## 欧州の家庭用の小売市場自由化において明らかになったことは何か？

蟻生 俊夫

欧州では、2007年までに小売全面自由化が実現されている。日本でも電力システム改革専門委員会の議論を経て小売全面自由化が実施される。小売自由化では、複数の供給者からさまざまな選択肢が提供され、需要家が自分に見合ったメニューを選択できるようになる。

欧州の家庭では、自由化後、長期契約や卸市場価格を反映した料金、風力などのグリーン電力、ガスと一緒に契約できるデュアルフュエルなど、多様なメニューが利用できるようになった。

ただし、2009年から2011年にかけて燃料費高騰などに伴い、料金は2割程度上昇した。加えて、月ごとの変動幅が大きくなっている。これらの変化から、供給者に対する家庭の満足度は多くの国で最低レベルを更新している。

1年間における供給者変更率（既存事業者への戻りを含む）を見てみる。2010年時点で、アイルランドが21%と最も高く、英国18%、ノルウェー11%などと続く。ギリシャ、ルクセンブルクなど0%の国も存在する。

国ごとに変更率に差異がある要因について、電気料金との関連から分析してみた。その結果、供給者変更は、事業者間の料金格差（図左）や変動幅の拡大、メニューの多様化などで活発化する。他方、料金水準が相対的に高いデンマークや100社以上から選択可能なドイツでの変更率は5%程度にとどまる。料金水準（図右）や市場の事業者数と変更率は必ずしも関連しないことも明らかになった。

変更率の高いアイルランドの場合、自由化後も既存のESB社の標準料金には規制がかかっている。一方、新規参入者は自由に料金設定できる。すなわち非対称規制を導入している。そこで、新規参入したガス会社のボードガシュは、ESB社と比べて10%安価なメニューを提供するという全国的な顧客獲得キャンペーンを展開した。その結果、家庭の自由化認知はキャンペーン前の33%から85%まで上昇し、市場シェア2割以上を獲得している。

また、英国の場合、小売料金の規制を撤廃している。そして、数多くの事業者が参入し、既存電力会社を含め、大規模な戸別訪問販売やウェブサイトによる無料の供給者選択サービスなどが提供されてきた。特にセントリカ社は、他の新規事業者が倒産などで姿を消していく中、ガス会社としての全国的な知名度とデュアルフュエルを武器に2割以上の市場シェアを獲得している。

ここで、アイルランドと英国でも、過半数の家庭が最も安価なデュアルフュエル契約を選択していない現実がある。他方、自由化開始後これまでで、いずれも全体の約3割の家庭が2回以上の変更経験をもつ。このうち、既存電力会社への逆戻りも少なくない。供給者を頻繁に変更する家庭は、英国では全体の2割前後となっている。前述のように選択で

ゼミナール (28)

きる会社数の多寡はさほど関係ない。新規参入のガス会社と既存の電力会社のメニューを見比べながら選択を繰り返す需要家の割合が、国全体の変更率を左右している。

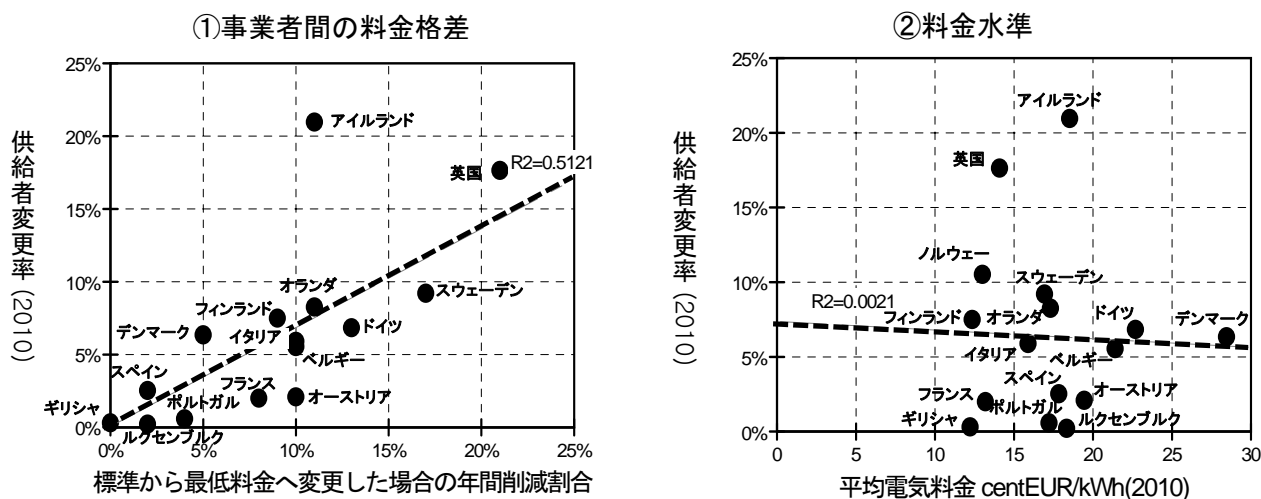
自由化の家庭への影響では、国ごとの規制や競争環境などの違いを踏まえ、長期的な観点から継続的に評価していく必要がある。日本でも、それぞれの供給者の特徴を活かし、個々の家庭にとってさらなる魅力的なメニューを提供することが重要となろう。その際、継続的な契約を指向する、いわゆるロイヤルティの高い需要家をいかに増やすのかという点を忘れてはならない。

電力中央研究所 社会経済研究所 上席研究員

蟻生 俊夫 / ありう としお

88年入所、04年より現職。日本経営倫理学会理事。

著書に『CSR マネジメント』(生産性出版)など。専門は、電力マーケティング、CSR。



(注) EU15ヶ国(②はノルウェーを含む16ヶ国)のデータにもとづき分析。

(資料)『欧州諸国における電力小売自由化の影響と教訓』CRIEPI REPORT, Y11018

図 電力供給者変更と事業者間料金格差、料金水準の関係