

## 電力市場における競争状況の評価に関する実施細目（案）

平成 28 年 11 月 9 日  
電力・ガス取引監視等委員会

### 1. 本年度の競争評価の基本的な考え方

- 電力・ガス取引監視等委員会では、①電力システム改革の目的に照らし、自由化された電力市場の競争の進展状況をきめ細かく把握し、②競争的な電力市場の実現に必要な更なる方策や小売料金規制のあり方の検討に繋げるとともに、③今後の市場の方向性について、プレーヤーや需要家に予見可能性を与えるため、2016年度から「電力市場における競争状況の評価」（以下「競争評価」という。）を実施することとした。
- 競争評価においては、「電力市場における競争状況の評価に関する基本方針」で定めた基本的な考え方にとつて、「電力市場における競争評価に関する実施細目」（以下「実施細目」という。）を毎年度策定し、その実施細目に基づき、具体的な分析作業を行うこととしている。
- 本年度の競争評価は、電力の小売全面自由化後に初めて実施するものであることから、その効果・成果を検証するとともに、競争的な市場構造の実現の程度を把握するために幅広い事項について客観的・定性的な評価を行うことを基本とする。

### 2. 情報収集の方法

#### 2-1 需要家からの情報収集

##### （1）情報収集の方法

- 競争評価の実施に当たっては、電力・ガス取引監視等委員会において、資源エネルギー庁とも連携しながら、需要家に対するアンケート調査を実施するとともに、必要に応じて民間調査機関のデータを活用する。分析に当たっては、必要に応じて、諸外国において実施された需要家に対するアンケート調査との比較も実施する。

##### （2）収集する情報

- 資源エネルギー庁とも連携しながら、①電力自由化の認知度、②電

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電気購入先変更に要した手続き・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について、インターネットを通じたアンケートにより需要家の認識に関する情報を収集する。

- ・ 電力自由化の認知度、電気購入先変更の理由等、特に重要な項目については、高齢者など、インターネットをあまり利用していない需要家の認識に関する情報を収集するため、併せて電話アンケートも実施する。

### (3) 情報の取扱い

- ・ 各種調査及びアンケートにより収集した情報は、集計の上、市場の競争状況の分析に活用する。
- ・ 集計前のデータや専門機関と連携して収集したデータ等、公表された場合に当事者又は第三者の権利、利益や公共の利益を害するおそれのあるデータについては、非公表とすることも含め、取扱いに十分な配慮をすることとする。

## 2-2 事業者からの情報収集

### (1) 情報収集の方法

- ・ 競争評価の実施に当たっては、①電力・ガス取引監視等委員会が平成28年4月から電気事業法(昭和39年法律第170号)第106条第3項及び第7項に基づく報告徴収として、電気関係報告規則(昭和40年通商産業省令第54号)に基づき収集している電力取引報・卸電力取引所報・みなし小売電気事業者報等の情報、②資源エネルギー庁が電気事業法第106条第3項に基づく報告徴収として、電気関係報告規則に基づき収集している発受電月報等の情報(電力調査統計)、③民間調査機関のデータを活用する。分析に当たっては、必要に応じて、諸外国との比較も行う。
- ・ また、定期的実施する情報収集とは別に、必要に応じて、事業者へのアンケート調査やヒアリングを実施し、追加的に情報を収集する。

## (2) 収集する情報

- 平成28年4月から、電気事業法第106条第3項及び第7項並びに電気関係報告規則に基づく報告徴収により、小売電気事業者の販売電力量・販売額・契約口数・スイッチング件数、低圧需要に係る小売供給契約の料金メニュー、卸電力取引所における取引実績等を新たに収集することとした。
- また、資源エネルギー庁においては、電気事業法第106条第3項及び電気関係報告規則に基づく報告徴収により、①全電気事業者の都道府県別・電源種別の発電実績、②全電気事業者の火力発電用燃料消費実績、③全電気事業者の送受電実績、④小売電気事業者、一般送配電事業者及び特定送配電事業者の電灯電力等需要実績、⑤小売電気事業者、一般送配電事業者及び特定送配電事業者の都道府県別需要実績、⑥全電気事業者の自家消費実績を、定期的を取得することとしている。

## (3) 情報の取扱い

- 収集した情報をできるだけ公表することにより、評価の客観性や透明性を高める一方、競争評価を適切に実施するために公表が必要な情報であるにもかかわらず事業者等から公表の承諾を得られないような場合には、承諾が得られないという事実を明確にする等により透明性の確保に努める一方、収集した情報のうち集計前のデータ等、公表された場合に当事者又は第三者の権利、利益や公共の利益を害するおそれのあるデータについては、非公表とすることも含め、取扱いに十分な配慮をすることとする。
- ただし、公表により事業者の競争に不当な悪影響が及ぶ恐れがある場合であっても、一定の時間が経過することでその恐れが減少することがあることを勘案する。

## 2-3 分析に当たり活用が想定されるその他の情報

- 需要家及び事業者から収集する情報の他に、①制度設計専門会合における事務局の分析及び委員等による議論を活用するとともに、②エネルギー政策基本法(平成14年法律第71号)第11条の規定に基づくエネルギーの需給に関して講じた施策の概況に関する年次報告を、必要に応じて活用することとする。

### 3. 分析に用いる判断要素

#### <市場構造>

##### ①市場シェアの状況

- ・ 契約口数、販売電力量等で見たと事業者のシェアや、その変動から、市場における事業者間の競争状況や、各事業者が価格等の決定において持つ影響力を評価する。

- 1) 大手事業者（旧一般電気事業者等）の市場シェア・HHI<sup>1</sup>
- 2) 新規事業者の市場シェア
- 3) 自由料金のシェア

##### ②卸電力取引活性化の状況

- ・ 自らが十分な電源を持たない小売電気事業者が外部の電源に容易にアクセスできるようにするとともに、発電側においても価格競争力のある電源から最適活用する経済合理的な電力供給体制を実現するには、卸電力取引の活性化が必要との観点から、その状況を評価する。

- 1) 電源の所有構造
- 2) 卸電力取引所へのアクセス（取引所の活用状況、流動性・価格水準、小売料金との比較等）
- 3) 取引所の活用に関する旧一般電気事業者の取組状況（電源調達及び電源供出の状況等）
- 4) 相対取引による電源アクセス（電発電源の切出し、公営電源の売買契約解消状況、常時バックアップの活用実態等）
- 5) 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

- ・ 電力市場における競争の促進には、電力ネットワークの運営が中立的かつ競争促進的であることが重要。こうした観点から、電力ネットワークの運営状況等について評価する。

- 1) ネットワーク部門の運営状況  
ーネットワーク部門における差別的取扱いの有無、組織構造と情報遮断の状況

---

<sup>1</sup> ハーフィンダール・ハーシュマン・インデックス。ある産業の市場における企業の競争状態を表す指標の一つ。その産業に属する全ての企業の市場占有率の2乗和。独占状態で10,000、競争状態で0に近づく。

- －託送利用者が不便・煩雑と感じる手続き・制約
- 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
- －調整力のオープンな調達
- －ネガワット取引の拡大に向けた取組
- －連系線利用ルールの見直し

#### ④需要家のスイッチングの環境/構造

- ・ 新規顧客獲得のための競争の活発化や競争を通じた電気料金の低下が実現されるためには、スイッチングコストが十分小さいことが必要であることから、需要家のスイッチング環境を評価する。
- 1) スマートメーターの普及状況
- 2) スwitchingの容易性（オンライン契約・標準化された切替え方法の利用可能性）
- 3) スwitchingに伴う問題の発生状況

### <市場動向>

#### ①価格の動向

- ・ 価格の動向を分析することにより、小売電力市場における競争状況や、競争の結果として電力システム改革の目的の一つである低廉な電力価格が実現されているか評価する。
- 1) 料金単価の実績値の動向
  - －小売電気事業者のエリア別の料金単価の推移
- 2) 料金比較
  - －地域間・事業者間比較
  - －卸電力価格との比較
  - －規制料金との比較

#### ②消費者利益の状況

- ・ 小売電力市場における競争促進の目的の一つである消費者利益の増大が、電気料金の低廉化の他にも、選択肢の多様性や十分な消費者保護といった形で適切に実現されているか評価する。
- 1) 選択肢の多様性
  - －料金メニュー・支払いメニューの多様性
  - －その他メニューの多様性（再生可能エネルギー・地産地消）

- －電気の見える化など付帯サービスの多様性
  - －複数の選択肢が選択可能な需要家の割合
  - －電源構成、標準メニュー、平均的な月額料金例等の情報の開示状況・開示方法
- 2) 消費者保護の状況
- －供給停止通知・供給停止件数
  - －顧客不満への対応（苦情件数・類型等）

## ＜事業者行動＞

### ①プレーヤーの数・種類

- ・ 小売電気事業者の増減やシェアの変化、新旧交代の有無を分析することにより、小売電力市場における競争状況や参入障壁の有無を評価する。
- 1) 新規参入の状況（小売電気事業者数・契約口数/販売電力量シェア等）
  - 2) 退出の状況
  - 3) 供給事業者数・契約口数/販売電力量シェアの分布

### ②競争的な事業活動の状況

- ・ 小売電気事業者の競争的な事業活動の程度やその態様について分析することにより、小売電力市場における競争状況を評価する。
- 1) 大手事業者（旧一般電気事業者等）の競争的な事業活動
  - 2) 他業種（通信・他のエネルギー等）からの参入・他業種との提携（セット割等）
  - 3) 経営指標（売上高・利益率等）

### ③ビジネスモデル・技術革新の創出

- ・ 新たなビジネスモデル・技術革新の状況を分析することにより、先導的な事業者が需要家の選択肢の多様化・利便性の向上を実現しているか明らかにし、競争の利益が消費者に還元されているか分析・評価する。

## ＜需要家行動＞

### ①スイッチングの動向

- ・ 需要家のスイッチングが、小売電気事業者間、あるいはみなし小売電気事業者の規制料金・自由料金の中で活発に行われているか分析することにより、競争状況を評価する。

- 1) 小売電気事業者間の変更件数
  - －みなし小売電気事業者から新電力への変更件数
  - －新電力からみなし小売電気事業者への変更件数
  - －新電力から他の新電力への変更件数

- 2) 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

- ・ 競争の前提条件として、自由化の認知度、需要家のスイッチング意向等について、また、制度改革の成果に関連する需要家の意識を分析することにより、市場動向等から競争状況やシステム改革の成果を把握する際の評価材料とする。

- 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) 電気購入先変更に要した手続き・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

## 4. 実施スケジュール等

- ・ 本実施細目を決定・公表の後、情報収集活動を含めた具体的な分析・評価の作業を開始し、平成29年1月を目途に結果を確定・公表することとする。