

エネルギーを 見る眼

オール電化割引は 公正で合理的な料金体系か



松村 敏弘 東京大学 社会科学研究所

1965年生まれ。88年東京大学経済学部卒。博士（経済学、東京大学）。大阪大学社会経済研究所助手、東京工業大学社会理工学研究科助教授を経て現職。専門は産業組織、公共経済

（家庭用需要でのエネルギー間競争）

今回は、都市ガス供給区域内での一戸建家庭用需要を念頭に置く。この市場では電力・都市ガスともに独占である。しかし見方を変え、照明、冷房、暖房、給湯、ちゅうぼう厨房、冷蔵庫・TVなどの家電製品のエネルギーと見ていくと、少なくとも一部では電力と都市ガスが競争しているが見なせる。エネルギー間競争である。この競争によって、電力事業者の費用削減が進み、電気料金が下がり、エコキュートやIH調理器の優位性が強まって結果的に家庭用エネルギーでの電気のシェアが増えるとする。これは競争がうまく働く典型例であり歓迎できる。

これが、「エコキュート割引」「IH調理器割引」など特定機器の導入を条件に適用する選択約款による競争なら、電力事業者がターゲットとする機器がガスのそれより非効率的でも普及する恐れがあり、問題なしとは言えない。一方、IH調理器が負荷率を改善し全体の費用の低減に貢献するのなら、合理的な割引である。本稿ではこのタイプの割引を問題視しない。問題があるとしてもオール電化割引・営業に比べればはるかにましだからである。

（セット販売、抱合せ販売としてのオール電化割引）

オール電化割引は、上記の全分野か

ら都市ガスを排除する発想である。全分野をバンドルにして一括して一般電気事業者から購入すると割引く料金戦略である。夏の昼間のピーク時の電力消費を抑制するため、ガス冷房を使う公共意識の高い人は、それ以外のすべてで電気のみ使っていても割引は受けられないが、ガス冷房機を廃棄して電気エアコンに替えると割引が受けられる。これを正当化する理屈があれば教えていただきたい。電気料金の引き下げ、あるいはエコキュート割引、IH割引などの単体割引ならこの問題が起きないことに留意されたい。

「負荷率の改善」などという信じ難いほど粗雑な議論がオール電化割引を正当化しないのは、この例から明らかである。普段はIH調理器を使うが、電磁波の影響が心配なので、あるいは火で調理する人類の英知を引き継ぐために教育の観点から、子供が手伝う夏休み期間の昼間を中心にガスを使う（IHとガスのハイブリッド調理器を備える）家庭は割引を受けられないが、子供の健康や教育に無頓着で純粋IHに替えた家庭は割引を受けられる。エコクールを導入しているが、暖まるまでの短時間ガスヒーターを使いたい消費者はだめだが、ガス暖房器を捨てて寒さに耐える消費者は割引を受けられる。エコキュートの低周波・騒音による近隣被害を減らす目的で、将来開発されるガスとヒートポンプのハイブ

リッド給湯器に切り替えた途端に電気代が上がる。不合理で不正な例を挙げればきりが無い。

（なぜ問題にしないのか？）

厨房や給湯市場は電気はまだシェアの小さな新規参入者なので問題ないというのは誤解である。ストックでのシェアは一朝一夕に変わらないので新規参入者のシェアはまだ低い。しかし、フローで、新築戸建てに占めるオール電化住宅の割合を見れば、既に支配的事業者と呼べる地域も存在する。さらに重要なのは、この論理でIH割引を問題なしとできたとしても、オール電化割引は正当化できない。電気が圧倒的なシェアを占める冷房・照明市場とバンドルされているからである。

NTTグループが固定・携帯・インターネットアクセス・放送サービスなどをバンドルして割引料金を設定したら問題にするであろう競争政策当局・学者が、オール電化割引・営業を等閑視するのは理解に苦しむ。一般電気事業者の電気は生活に不可欠だが、特定の通信事業者のサービスを使わなくても生きていける。代替事業者が存在し競争が働いているからである。「競争市場である通信市場ではバンドリングは問題ないが、限定的な競争しかない電力市場では問題にする」なら理解できるが、その逆なのはなぜか。しかも通信事業者であれば「自社の複数の

サービスを組み合わせて使う人に対する割引」を選択するであろうから、例えば異なる事業者の携帯を2台使うことも可能である。

オール電化割引は「他社のサービスを使わないこと」を条件にした割引で、通信事業者のセット割引よりはるかに排除性が強い。さらに、オール電化住宅を建てれば、建替までの30～100年単位で市場を囲い込む効果を持つことを、当局も研究者も真剣に考えるべきである。

（将来の技術開発の可能性）

仮に都市ガス事業者が一般電気事業者並みに強力で、逆に一般電気事業者および電機メーカーがガス事業者、ガス機器メーカーと同規模だったとする。ガス事業者が、「電気給湯器不使用割引」で消費者を囲い込んでいたら、果たして世界に誇るエコキュートの開発はできただろうか。

今の市場だけでなく将来の日本の社会までゆがめ、技術開発を阻害しかねない「オール電化」という発想は、料金政策の観点からも営業・広告の観点からも問題である。法に反しなければ何をしても良いと考える性悪説の世界の住人ではないはずの一般電気事業者は、「排除」を伴う営業による^{こそく}姑息なオール電化ではなく、まっとうな競争で「結果的に実現する」オール電化社会を目指すべきではないか。