

エネルギーを 見る眼

ガス託送料金審査に 残った大きな課題

●固定費を基本料金で回収しない東京ガス



（なぜこんな申請が出たのか）

ほかにも、電力の調整力・予備力に当たる費用も、制度の趣旨を曲解(?)し、他社がのせない費用をのせたり、さまざまな単価が他社に比べて高かったり、不自然な需要想定で単価を上げたりと、詳細に議論したら原稿5回分でも足りないほどだ。しかし、大半の問題は料金審査で是正されたので、今回これ以上議論しない。問題とするのは「なぜこんな申請が出たのか」である。

審査委員会が見逃せばその分利益になるとの考えで、無理を承知で申請した、というのがひとつの解釈だ。公益企業としては首をかしげる姿勢だが、株主への責任を果たしたとも言える。

別の解釈は、東ガスが委員会で語った理屈は、方便ではなく本気で、中立的な託送事業者として誠実な申請を出したが、認められなかった、である。真実は中間、一部のみが前者だろう。

大半が前者なら問題は小さい。それが東ガスの長期的な利益にならないことを説得すればよい。無理筋の申請は長期的には東ガス・業界双方の利益にならない。今回誰が言うともなく「東ガスプレミアム」という言葉が出てきた。東ガスの申請は全般に過大で10%割り引いて考えないと議論の出発点にすらならないという意味である。今後東ガスが業界を代表して誠実な主張をしても疑いの目で見られるから、長期

的には損失が大きい。この先入観を前提として、今後ガス制度改革の場で、東ガス出身者がさらに誇張した主張をすれば、信頼を加速的に失うだろう。東ガスが姿勢を改め、誠実な主張を続け、信頼を回復することを願っている。

受け入れられなかったコジェネ割引は後者で、妥当でないが誠実な主張だった。しかしこれ以外も後者なら問題は深刻だ。東ガスが、自分が戦略的で不誠実な申請をしたと認識できなければ、行動が改まることはない。

今回の申請では、例えば震災後の効率化に関して、東ガスは大ガスの1.5倍の効率化を既に達成したと自己申告したが、査定の結果大ガスの半分も実績をあげていないと評価された。ダメ元で水増ししたのでなければ、東ガスはほかの事業者と比べて自分の姿が客観的に見えていないことを意味する。

あのレートマークを適切と考えていたなら、託送部門が競争を戦略的に歪める問題も認識できない不健全な会社になってしまった可能性を否定できない。

東ガスは総合エネルギー企業の旗手として最も期待される会社である。かつてのグランドデザインを扱う委員会での誠実で建設的な発言や、北関東でのすばらしい省エネ事業への貢献など、東ガスには誇るべき多くの遺産があり尊敬されている。この遺産を食いつぶして信頼を失う前に、自社の姿を見つめ直す必要があるのではないか。

都市ガス自由化の前提である託送料金の審査も終わり、料金も確定した。多くの項目が「ヤードスティック」に基づく査定しか許されず、業界全体が高い費用を積んでも査定できないという大きな課題が残った。今後、全ての項目での厳格な査定がされ、託送料金が一層透明になることを願っている。

（対照的なレートマーク）

今回の申請は、電力で多くの申請を査定した者にとっても衝撃的だった。とりわけ東京ガスの申請は目を疑う要素が多く、今後の料金審査の在り方や制度設計についても考えさせられた。

最も衝撃的だったのはレートマークで、基本料金を著しく軽視し従量料金に偏ったものだった。大阪ガスのレートマークは対照的で、全体の固定費の約7割が送部部門に帰属することを前提として、小売り基本料金の約7割を託送料金の基本料金とした。つまり、基本料金での固定費の回収割合を託送・非託送部門で同じとする、中立的で自然なものだった。

ガスの小口料金は（電気も同様だが）、基本料金はメータリングやガス管の維持・管理費用などの固定費を回収する水準より低く、固定費の一部を従量料金で回収する構造である。例えば月に数日しか使わない別荘（あるいは単身赴任世帯）も、そこに暮らす世帯（多人数世帯）と大差ない固定費が

かかる一方、ガス使用量は少なく、結果的に負担が軽減される。つまり、地域住民や子育て世帯が、別荘所有者などが負うべき負担を被っているとも言える。この状況を改善する小売り料金リバランスは、東ガスを含む業界全体の悲願だったはずだ。

大ガス方式ですら、託送部門の固定費は基本料金で回収できないものだから、低すぎるとも言える。しかし今回はリバランスを議論する場ではないので、今回の申請では従来の方針を踏襲し、これをあえて将来に棚上げしたものと見え、この点でも中立的なものだった。対して東ガスのものは、小口の固定費の多くを占める託送部門の費用を意図的に基本料金で回収しないもので、業界の主張するリバランスの考え方と根本的に矛盾する、業界に対する裏切りとすら言えるものだった。

東ガスはこれを、比較的参入の起きにくい使用量の小さな需要家への参入を容易にするためと主張した。しかしレートマークは全体の費用を変えないので、特定の市場の参入障壁を下げれば別の市場の障壁は上がる。つまりこのレートマークは、利益率が高く参入が起きやすい市場の参入障壁を高めるものだ。東ガスは参入障壁に影響を与えることを自覚した上で、利益率が高く参入が起きやすい市場を戦略的に守る操作をしたわけで、中立であるべき託送料金を戦略的に使ったものだ。