

2020年6月23日

電力小売全面自由化4年経過における低圧需要の競争動向等の考察<sup>1</sup>

計量分析ユニット 岡林 秀明

## 1. 新電力販売実績の振り返り

2016年4月に電力小売が全面自由化され、新電力(登録小売電気事業者)が一般家庭・商店など「低圧」区分で電力販売を開始して4年が経過し、5年目に突入している。電力・ガス取引監視等委員会「電力取引報結果」を基に新電力の販売実績を振り返り、発生している事象の理由を考察する。

## (1) 新電力の「低圧」区分の販売量シェアは右肩上がり で 16.8% に

新電力の「低圧」区分の販売量シェアは右肩上がりに上昇し(図 1-1)、2020年2月断面で16.8%(低圧電灯17.3%・低圧電力12.6%)となった。15年前に自由化済みの「高圧」区分も低圧販売との相乗効果からか、4年間で約2倍の上昇を見せている。

## (2) 新電力に低圧需要「1.1兆円/年」が移動

新電力・既存電力会社別の「電力販売量・契約口数(件数)・販売金額」の直近1年間の累計を整理した。(表 1-1)

2016年3月までは、「低圧」区分はすべて既存電力会社の電力需要であったが、新電力に45,921GWh、月平均1,085万件(のべ1億3千万件/年)、1.1兆円/年の需要が移動した。

新電力の「低圧」区分1件あたりの販売電力量・販売金額は、月平均353kWh・8,432円(既存電力会社は同278kWh・6,281円)と、新電力の「原単位」は約3割も高く、所謂「クリーム・スキミング」と言われるような「多量帯優遇等で高単価顧客を集める」事業姿勢の色が濃い。単価逡増型の「電灯」料金では、最も割高な第3段階(300kWh超等)の単価を大きく割り引く「多量帯顧客の優遇」を行う新電力が多いこと(表 1-2)や、「電力」料金では、「契約容量の大きい(基本料金の高い)顧客の優遇」が見られること(表 1-3)等が、「原単位」差異を生んでいる。

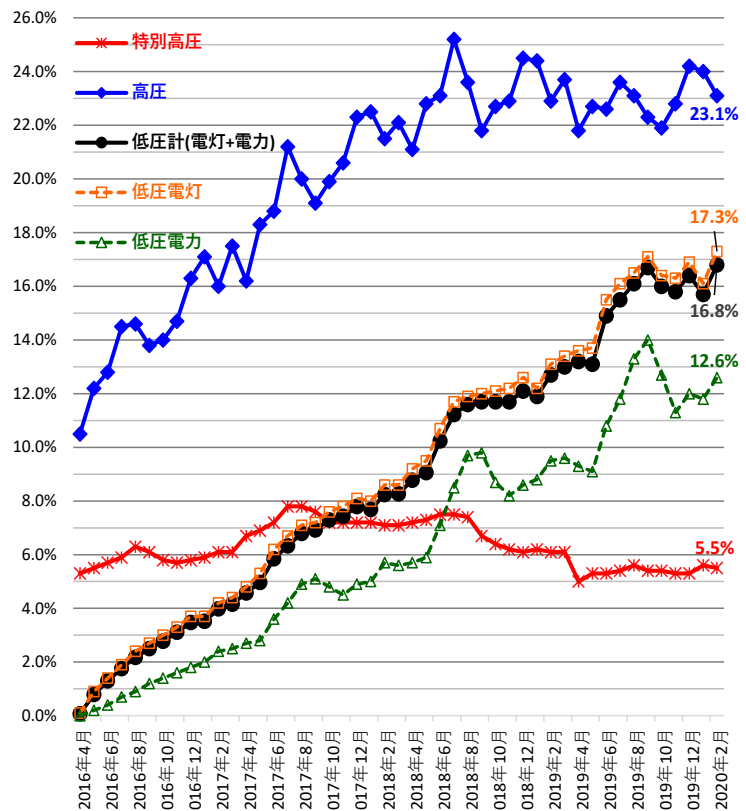


図 1-1 販売電力量(全国)に対する新電力の販売シェア  
電力・ガス取引監視等委員会「電力取引報結果」より筆者作図

<sup>1</sup> 本稿はEDMC エネルギートレンド 2020年6月号の掲載内容に「顧客が新電力を選ぶ理由」を中心に増補・加筆したものである。

表 1-1 電力販売(全国)の年間販売量・のべ契約口数・年間販売金額

	新電力 (登録小売電気事業者)					既存電力会社 (みなし小売事業者)					
	特別高圧	高圧	低圧 計	低圧 シェア	電灯	電力	特別高圧	高圧	低圧 計	電灯	電力
年間販売電力量 (GWh) ①	12,519	69,322	45,921	15.3%	41,922	3,999	217,265	232,248	254,264	223,935	30,328
のべ契約口数(千件/年) ②	18	2,698	130,209	12.5%	123,339	6,870	114	7,393	915,326	845,754	69,572
年間販売金額(百万円) ③	167,348	1,137,569	1,097,979	16.0%	985,834	112,145	2,615,354	3,646,308	5,749,074	4,968,261	780,814
契約1件あたり 販売電力量(kWh/件・月) ①÷② ×1,000	706,625	25,694	353	122.8%	340	582	1,904,179	31,416	278	265	436
販売電力量1kWhあたり 販売金額(円/kWh) ③÷①	13.4	16.4	23.9	104.8%	23.5	28.0	12.0	15.7	22.6	22.2	25.7
契約1件あたり 販売金額(円/件・月) ③÷② ×1,000	9,445,618	421,648	8,432	128.8%	7,993	16,324	22,921,798	493,239	6,281	5,874	11,223

	全国計				
	特別高圧	高圧	低圧 計	電灯	電力
年間販売電力量 (GWh) ①	229,784	301,570	300,185	265,857	34,327
のべ契約口数(千件/年) ②	132	10,090	1,045,535	969,093	76,442
年間販売金額(百万円) ③	2,782,702	4,783,877	6,847,053	5,954,094	892,959
契約1件あたり 販売電力量(kWh/件・月) ①÷② ×1,000	1,743,219	29,887	287	274	449
販売電力量1kWhあたり 販売金額(円/kWh) ③÷①	12.1	15.9	22.8	22.4	26.0
契約1件あたり 販売金額(円/件・月) ③÷② ×1,000	21,110,504	474,097	6,549	6,144	11,682

電力・ガス取引監視等委員会「電力取引報結果」  
2019年3月～2020年2月分を累計した年間値  
を基に筆者作表

表 1-2 既存電力と新電力の「低圧電灯」料金の一例

		例：既存電力A社 (電灯系経過措置料金)	例：新電力B社 (電灯系自由料金)	B社-A社 差額
基本料金	10Aあたり	286.00 円/件・月	286.00 円/件・月	±0.00 円/件・月
電力量 料金	[1段] 1～120kWh	19.88 円/kWh	19.85 円/kWh	△0.03 円/kWh
	[2段] 121～300kWh	26.48 円/kWh	25.35 円/kWh	△1.13 円/kWh
	[3段] 301kWh～	30.57 円/kWh	27.48 円/kWh	△3.09 円/kWh

A社・B社ホームページ電気料金表より筆者作表

表 1-3 既存電力と新電力の「低圧電力」料金の一例

		例：既存電力A社 (電力系経過措置料金)	例：新電力B社 (電力系自由料金)	B社-A社 差額	
基本料金	1kWあたり(力率85%時)	1,122.00 円/kW・月	1,037.30 円/kW・月	△84.70 円/kW・月	
電力量 料金	夏季	契約kW×130kWh以下	17.37 円/kWh	17.22 円/kWh	△0.15 円/kWh
		契約kW×130kWh超	17.37 円/kWh	18.71 円/kWh	+1.34 円/kWh
	その他 期	契約kW×130kWh以下	15.80 円/kWh	15.65 円/kWh	△0.15 円/kWh
		契約kW×130kWh超	15.80 円/kWh	18.59 円/kWh	+2.79 円/kWh

A社・B社ホームページ電気料金表より筆者作表

### (3)新電力の“割高な”平均販売単価・規制料金の「地域価格差」の影響等

新電力が安価な料金プランで販売量シェアを伸ばしていることは一般的な認識であるが、一見して奇妙なことに、表 1-1 の「1kWh あたり販売金額」の新電力平均は 23.9 円/kWh(既存電力会社は同 22.6 円/kWh)とむしろ割高になっている。要因としては、前述の通り「多量帯優遇等で高単価顧客を集めていること」もあるが、加えて、新電力の料金比較の対象(基準)となる規制料金は「地域価格差」が大きく、規制料金が低いエリアで新電力の競争力(販売量シェア)が高く、低いエリアで低い傾向が見られ、それらの合成値(加重平均)として、新電力の kWh 単価が高くなっているとも考えられる。

表 1-4 新電力の地域別販売量シェアと同一電気使用量あたりの規制料金

	新電力(登録小売電気事業者)			全国計 低圧 販売量 (GWh)	新電力比較対象 (既存電力会社 規制料金※)	
	低圧 販売量 (GWh)	販売量 シェア (%)	順位 (位)		(円/353 kWh・月)	順位 (位)
北海道	1,680	13.1%	3	12,817	12,063	10
東北	2,239	8.3%	6	26,867	10,376	9
東京	22,429	22.6%	1	99,451	10,188	7
中部	4,340	11.3%	4	38,498	9,603	3
北陸	349	3.8%	9	9,087	9,335	1
関西	9,807	20.0%	2	48,925	9,684	4
中国	1,037	5.3%	8	19,552	9,836	5
四国	789	7.7%	7	10,204	9,920	6
九州	3,161	10.0%	5	31,668	9,567	2
沖縄	90	2.9%	10	3,116	10,374	8
全国計	45,921	15.3%	—	300,185	10,006	—

電力・ガス取引監視等委員会「電力取引報結果」  
2019年3月～2020年2月分を累計した年間値  
および既存電力各社のHP情報を基に筆者算定  
※新電力が比較対象とする既存電力会社の  
規制料金で「新電力平均 353kWh/月」使用時。  
北海道・東北・東京・中部・北陸・九州は「従量  
電灯B(契約電流 40A時)」、関西・中国・四国  
は「従量電灯A(契約電流無関係)」、沖縄は「従  
量電灯(同上)」の2020年2月適用料金。  
消費税(10%)、燃料費調整単価、再エネ促進賦  
課金を含む。口座振替割引を含まない。

## 2. 新電力が選ばれている理由等の考察

### (1) 顧客が新電力を選ぶ理由は？「価格面」

新電力に「低圧」区分が 1 兆円/年超移動した理由ですぐ想像されるのは「電気料金が安いから」である。実際、ほぼすべての新電力が「既存電力会社の従来プランよりも安価な料金表」を有し、ネット上には「料金比較サイト」が多く存在し、筆者宅にも新電力等から「安くなる」との電話勧誘やDMが頻繁に入る等、安価な料金が影響を及ぼすのは事実であろう。自由化の目的の1つに「電気料金の最大限抑制」<sup>2</sup>があるが、顧客の選択から電気料金の抑制が図られているのは間違いない。

では、何%安くなっているのか。個別の世帯については「料金比較サイト」で検証が可能であり、それらの総和である日本全体で安価に作用しない訳がない。ただし、1.(3)で述べた通り、新電力の平均販売単価は割高で、新電力各社の「電気使用量帯の分布」や「地域別の契約口数や販売金額」など、補整する情報の入手は困難なため、何%安いか等「価格面」の検証は、今後の課題とする。

### (2) 顧客が新電力を選ぶ理由は？「価格面以外」

「価格」だけでは人は心を動かされないのも事実である。そこで、新電力各社が「価格面以外」でどのように顧客を惹き付けているか、「個人」(一般家庭や商店)向けに営業する「低圧」区分の販売量上位 100 社の営業活動について情報を収集し類型化(グルーピング)することで、新電力が「価格面以外」で選ばれている理由を検証した。なお、「法人」向けの営業は、価格も提案内容も「まずは見積もり問い合わせ」と非公表の新電力が多く、実態を掴めないことから検証の対象外とした。

#### <新電力が「価格面以外」で選ばれている理由の検証方法>

- 2020年5月29日公表の経済産業省「電力調査統計」(3)-1 電力需要実績の登録小売電気事業者(新電力)619社に関して、2019年3月～2020年2月の年間販売量を集計し、「低圧」区分で最新2020年2月に販売実績のある399社に絞る。
- 「低圧」区分の年間販売量上位から順にホームページを閲覧し「個人」向けに販売を行っている(「法人」専業ではない)上位100社を抽出。この過程で「個人」向けに販売実態のない21社を除外したため、「378社中の上位100社」の抽出となった。母数が少なく見えるが、「低圧」区分の年間販売量の97%以上をカバーし、販売量シェアの変動を説明するには有意な水準。
- 上位100社のホームページを閲覧し、「販売エリア」「顧客接点の“顔”(主力事業)」「解約金(違約金)有無と契約期間・金額」「新たな料金プラン・サービス」等を収集し、クロス集計して整理した。

#### ①「納得感」・「同調意識」(多くの選択肢から選んだ・周りの人もスイッチしている・CMやのぼり等でよく見る)

一般に、多数の選択肢から選んだ方が(混乱もするが)「納得感」が強くなり、周囲が決定したり、多く目にしたりすると「同調意識」が生じる。新電力が各地に広く参入できているか、「新電力上位100社」の販売可能エリアの分布を見た。(表2-1) 沖縄電力管内を除けば、数多くの選択肢があり、各地の経済圏の大きさに比例して新規参入者が多い様子が見える。また、「参入者数」と「販売量シェア」の間にも相関性が見られる(北海道でのシェア増は規制料金の割高感からか)。

表2-1 新電力上位100社の販売エリア

	上位100社 販売可能 エリア	電力取引報 販売量シェア (表1-4再掲)
東京	65	22.6%
関西	55	20.0%
中部	51	11.3%
九州	51	10.0%
東北	47	8.3%
中国	43	5.3%
四国	38	7.7%
北海道	36	13.1%
北陸	31	3.8%
沖縄	4	2.9%

<sup>2</sup> 資源エネルギー庁 HP「エネルギーシステムの一体改革について」  
[https://www.enecho.meti.go.jp/category/electricity\\_and\\_gas/energy\\_system\\_reform/](https://www.enecho.meti.go.jp/category/electricity_and_gas/energy_system_reform/)

なお、沖縄で「新電力上位100社」から選ぶ際は、携帯キャリア2社、旅行会社1社、新電力専業1社から選ぶ形となる。

## ②「安心感」・「信頼感」(なじみのある・信用できる)

普段からなじみのある、信用力のある会社とつながることで「安心感・信頼感」が高まることから、新電力を選ぶ理由になることから、「新電力上位100社」が顧客に見せている“顔”(主力事業)とシェアの関係性を整理した。(表2-2)

都市ガス事業9社・携帯キャリア3社・通信(光/CATV)4社、LPガス事業者27社、石油会社3社など、異業種での継続的な接点を持つ会社が強い。

逆に、従来「個人」向けの継続的な接点がなく、現在も他接点からの“ついで売り”が難しい新電力専業は、個社に均せばシェアが小さくなるため、苦戦しているとも言える。(解約金の有無に関しては後述する。)

表2-2 新電力上位100社の“顔”(主力事業)

	低圧販売量(GWh)	シェア(%)	社数(社)	解約金	
				有	無
都市ガス事業	14,885	36.7%	9	-	9
携帯キャリア	7,869	19.4%	3	1	2
新電力(専業)	4,459	11.0%	37	14	23
通信(光/CATV)	3,809	9.4%	4	1	3
LPガス事業	3,100	7.6%	27	10	17
石油会社	2,878	7.1%	3	-	3
既存電力等域外販売	1,269	3.1%	4	1	3
協同組合(定期宅配)	870	2.1%	10	-	10
旅行会社	599	1.5%	1	1	-
鉄道会社	588	1.4%	1	-	1
物販量販店	281	0.7%	1	-	1
計	40,609	100.0%	100	28	72

## ③「フィット感」(設備に“適合”する・価値観が“自分好み”である)

所有「設備」(電化等熱源、通信回線等)や個の「価値観」(環境・地域貢献の意識、リスク許容度等)との「フィット感」は新電力を選ぶ理由になる。

自由化の意図に「新たな料金プラン・サービス」<sup>3</sup>の登場が当初から望まれていたが、多様な「設備」と「価値観」に“適合”し、“自分好み”にカスタマイズできる料金プラン・サービスが数多く登場している。(表2-3)

オール電化住宅対応料金も増え、再エネ普及や地域社会に貢献できるプラン、日本卸電力取引所(JEPX)の価格変動を反映するプラン、他者を紹介加入させるほど自身の電気料金の割引率が高くなる連鎖販売取引(ネットワークビジネス)プランなど、従来は考えられないものも現われている。

また、前頁で述べた新電力各社の主力事業やこれから伸ばしたい事業との「セット割引」も多数見られ、需給契約のみを条件とする「単純値引き」だけの新電力は100社中36社しかなかった。

表2-3 新電力100社中64社にある「条件付き」料金プラン等(重複有)

プラン概要		社数	プラン概要		社数
設備や価値観に沿ったプラン	電化住宅対応料金	11	セット割引	機器所有・リース	4
	再エネ電気(割高)	8		携帯電話・格安SIM	3
	地域貢献(割増)	3		自社クレジットカード	3
	JEPX市場連動	2		灯油	3
	紹介他者加入割引	2		給油	1
	歩数計連動割引	1		車両リース	1
セット割引	都市ガス	21	EV購入	1	
	LPガス	19	水道	1	
	宅配システム	9	サイト登録	1	
	通信(光・CATV)	8	親族加入(家族割)	1	
	水宅配	4			

※ 地産地消(エネ庁例示)は発見できず

<sup>3</sup> 資源エネルギー庁 HP「電力の小売全面自由化でどう変わるの？」

[https://www.enecho.meti.go.jp/category/electricity\\_and\\_gas/electric/electricity\\_liberalization/merit/](https://www.enecho.meti.go.jp/category/electricity_and_gas/electric/electricity_liberalization/merit/)

#### ④「気軽さ」(気に入らなければいつでも元に戻せる)

解約金(違約金)がないとスイッチングに「気軽さ」が生まれ、契約のハードルが下がる。表 2-2 の通り、新電力 100 社中 72 社は「解約金なし」で、それを“売り文句”にする会社もある。「解約金あり」は 28 社で、販売量下位ほど解約金が高額、違約期間が長期化、自動更新となる傾向が見られる。(表 2-4) 逆接的に言えば、解約金を設定すると消費者に選ばれにくい傾向があるとも言える。

表 2-4 新電力 100 社中 解約金設定がある 28 社の販売量帯別、解約金額・違約期間別分布

解約金額 量順位	500円		2,000円		3,000円		3,000円		基本料金×1.5		3,500円		3,500円		3,850円		5,000円		5,400円		9,800円		15,000円		金額の 詳細不明	社数 計
	1年以内	2年以内	1年以内	2年以内	1年以内	2年以内	1年以内	2年以内	2年更新	1年以内	3年更新	2年以内	3年以内	1年以内	3年更新	2年以内	3年以内									
1位～20位	1		1		2																					4
21位～40位			1		1						1															3
41位～60位			2		5																					7
61位～80位			1		2		1		1					1									1			7
81位～100位								1	1	1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	7
社数計	1		5		10		1		2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	28	

(注)「以内」は契約開始から期間内解約が違約。「更新」は期間ごとの自動更新で、解約月以外は違約(解約月の明示がないもの)。

### 3. 進化・深化する電力全面自由化・今後の展望

電力全面自由化は、顧客に多様な選択肢を提供しながら、進化・深化を続けている。

今回焦点を当てた新電力上位 100 社のみならず、既存電力会社も新電力に負けないよう新たな電気料金プラン、様々なセット割引、見える化サービス、越境販売など、顧客サービスの拡充に努めており、下位 278 社にも「地産地消」を標榜するが故に上位とされない「地域新電力」も多く存在するなど、スイッチの有無に関わらず、すべての国民が電力全面自由化で多様な恩恵を受けている。

ただし、「単価の分析が難航するほどの多量帯(高単価)顧客優遇」や「解約金設定等で不公正な取引がないか」などには、先行きに若干の懸念もあり、今後も最新情報を把握し、変化を捉えていきたい。

今後、原子力発電所の再稼働等による既存電力会社の電気料金プラン変更も予見される。新電力各社が電力調達や料金プランでいかに追従するか、各社の財務力等の調査についても継続したい。

お問い合わせ: report@tky.ieej.or.jp