

諸外国における競争評価の例

～スマートメータリングの国内消費者及び小企業への展開に係る I A～
 (イギリス ビジネス・企業・規制改革省 (BERR) 2008年4月実施)

＜概要＞

消費者がエネルギーを使用する際に、情報不足により使用量や費用、炭素の排出削減を考慮した上での判断ができない状況にある。料金等の情報の正確性にも問題があるため、料金をめぐる苦情や供給プロセスの変更に関する問題が発生し、供給業者、消費者双方に追加的な費用をもたらしている。このことは競争の阻害要因になっている可能性がある。スマートメーターを導入することによって、正確でタイムリーな情報の提供が可能になり、消費者及び供給業者の意思決定が改善されることが期待される。

当該措置の目的は、消費者のエネルギー使用に関する情報提供を改善することにより、エネルギー効率を向上し、炭素の排出削減につなげることである。また、当該措置は EU のエネルギーサービス指令に基づく政府の措置義務（国内適用）にも対応している。

＜競争評価＞

代替案 1～3 は定量評価を実施し、競争影響の有無についても一定の書式に従って記述している。代替案 4～6 については、定性評価のみ行っており、同様の書式に基づく記述はない。

○ 提議案 (proposal) は、競争に重大な影響を及ぼすか? オプションによって異なる。

代替案	概要	競争影響
1	スマートメーターを導入せずに、請求・情報アクセスを改善する	いいえ
2a	自動メーター・マネジメントの 10 年間導入	はい
2b	自動メーター・読み取りシステムの 10 年間導入	はい
2c	スマート・ボックス（自動メーター・読み取りと同等の技術）の 10 年間導入	はい
2d	自動メーター・マネジメントの新規導入及び取り換え	はい
3	自動メーター・マネジメントの地域フランチャイズ市場への導入	はい
小企業	参照	はい

○ 説明：

競争の意義、競争評価についての全体評価のほか、各代替案について、定性評価の中で競争とイノベーションへの影響に関して記述している。

競争の意義

- ・ スマートメーターの導入は、エネルギー供給市場における競争を促進する効果を有する。正確で信頼に足るデータが消費者に提供されることとなり、消費者による供給業者

の選択・変更が容易になる。消費者がより条件のよい取引先を求めるようになることによって、価格が低下する。加えて、エネルギー・サービス企業が国内の小規模市場に参入する機会が生まれ、新サービスの提供につながる。ひいては、供給業者の業績及び「顧客体験」の向上をもたらす、供給業者のイノベーションや顧客参加を促進する。

競争評価

- ・ 英国の電気・ガス事業者、メーター製造業者などが直接的に影響を受けることとなる。また、エネルギーサービスや広範なスマートホームサービス¹⁴の提供にも影響が及び。
- ・ 国による補助金や支援は発生しない。
- ・ 現行の競争市場枠組みの下でメーターを提供することは、競争に反するような影響をもたらさない。供給業者は、現在と同様に、メーター製造業者やサービス業者と個別に取引を行うであろう。取引先とメーター設置に関する協力をを行う可能性もある。これは、費用の観点からすれば望ましいことではあるが、競争に対して影響を及ぼす可能性があり、想定外の結果とならないように慎重な検討が必要である。
- ・ 早期の展開を行った場合、小規模事業者が大規模事業者と同水準の費用で備品やサービスを獲得できないと、小規模事業者が不利になることが問題である。また、資源（特に設置サービス）は希少であるため、費用が増加し、小規模事業者に相対的に大きな影響が及び可能性がある。
- ・ エネルギー供給者のメーター製造業者との現行の契約慣行を見直して、地域ごとにメーターが提供されるような仕組みにすることは、注意深い検討が必要である。これは、競争法への準拠が必要な内容である。入札において、規模と範囲の経済をもたらすことができる大規模メーター事業者が有利になる可能性がある。またガバナンスの観点でも問題があり、消費者保護のために規制当局による監視が必要になる。
- ・ 供給者（メーター製造業者、計測事業者）の「競争能力」の分析を行うことは難しい。これらの市場は既に開放されており、若干の構造変化がもたらされている。しかし、大規模な業界以外においては、大半の契約が地域独占の配電事業者及びそれらの支社、全国高圧送電線網のものになっており、根本的な変化にはなっていない。
- ・ 地域フランチャイズモデルによる競争の減少と新規参入の阻止によって、小規模事業者が不利益を被るかどうか課題となる。共同調達の調整が、小規模事業者にとって不必要な費用をもたらしたり、不適切な技術や契約を課したりすることがないようにしなければならない。
- ・ 消費者は、エネルギー消費データを入手することができ、それらを第三者に提供する権利も得ることから、エネルギーサービス市場は全ての事業者に開放されることになる。エネルギーサービスやスマートホームサービスの影響は市場構造やガバナンスの観点から考慮する必要がある。

¹⁴ 外出先から電源を入れたり切ったりすることができる家電や天気に関連して作動するボイラー等。

代替案 1：スマートメーターを導入せずに、請求・情報アクセスを改善

- ・ 現在の競争状況を悪化させることにはならない。

代替案 2a-d：既存の市場構造の中でスマートメーターを展開

- ・ 既存の市場フレームワークの発展形であり、計測市場における競争及びイノベーションを向上させるか、少なくとも現在の水準を維持する。

代替案 3：自動メーター・マネジメントの地域フランチャイズ市場への導入

- ・ この案は、一時的に地域における独占事業者を数多生み出し、市場構造を大きく変化させることが想定される。フランチャイジー¹⁵はサービスの展開に責任を持ち、リスクのほとんどを引き受けることになるが、これは究極的には顧客に転嫁される。競争やイノベーションが起きる要素は多少あるものの、結果的には競争は減少する方向となる。

代替案 4：配電ネットワーク事業者又はガス配送ネットワーク事業者を通じて展開

- ・ 既存の市場環境に大きな変化をもたらす。特に小規模事業者への影響が大きく、イノベーションに対するインセンティブがなくなるほか、社員の移籍に関する問題ももたらす。競争圧力がなくなるため、効率性が低下する。また、展開する際に単一の技術のみが選択されてしまうというリスクもある。

代替案 5：インフラ提供事業者による 10 年間の展開

- ・ インフラを提供する事業者は競争の手順によって選定されるが、その後は独占的地位を占める。競争の欠如によって潜在的に高コストになる可能性があり、規制的手段をとる必要性が生じる。一方、計測市場には競争が残るため、イノベーションのインセンティブも残ることになる。いずれかの時点で、法律、規制、財務の課題について検討し、新規のインフラ提供事業者を創出することが必要である。

代替案 6：間接的政府指令

- ・ 法的アプローチ。どの程度の義務付けが行われるかによって競争への影響も異なり、他の代替案の分析と共通する部分が生じる。

¹⁵ フランチャイズ契約の一方当事者。フランチャイザーからノウハウ、設備等の提供を受けてサービスを提供する主体。