

エネルギー小売事業者による 更なる省エネ取組に向けた論点

2021年 5月

本日の議題

- 2030年のエネルギーミックスや、2050年のカーボンニュートラルの実現に向けて、家庭部門の省エネは重要な要素。
- これまで政府では、エネルギーの使用の合理化等に関する法律（以下「省エネ法」）において、エネルギー小売事業者に対する省エネに資する情報提供の努力義務を指針で定めるとともに、情報提供等の取組の規範となる「エネルギー小売事業者の省エネガイドライン」（以下「ガイドライン」）の整備を行ってきたところ。
- これらの指針・ガイドラインの見直しについては、令和2年度より本検討会を開催して議論を実施してきた。第1回検討会（2021年1月22日）・第2回検討会（同年3月16日）では、一般消費者の更なる省エネ行動を促すために有効な情報や、その提供方法について、指針の改正も見据えた議論を行うとともに、エネルギー小売事業者の創意工夫による情報提供をより一層促すための事業者の取組の評価方法の在り方について具体的な進め方の議論を行った。
- これまでの議論を踏まえ、本日の検討会では、主に以下の事項について御議論いただきたい。
 - ① エネルギー小売事業者の努力義務として指針に定める事項や、情報提供の際の留意事項等、ガイドラインで提示すべき内容
 - ② エネルギー小売事業者の評価スキーム（省エネコミュニケーション・ランキング制度）の試行スキームの具体的運用方法や、評価基準の見直し等

1. 指針・ガイドラインの見直し事項について

2. 試行スキームの詳細について

今後の方針

- 一般消費者の省エネ行動を促す情報として、エネルギー小売事業者に提供することを努力義務として求めている指針・ガイドラインの事項について、令和2年度の検討会において、一般消費者へのアンケート結果等を元に議論を行い、追加的な努力義務事項等を事務局より提示した。
- このうち、「類似世帯比較」と「情報の集約性」については、消費者の省エネ行動を促す上で有効といった意見が挙げられた。他方で、「エネルギー消費量への外気温の影響」については、影響の定量的な測定に課題があることや、消費者の情報過多となる可能性があることから、努力義務として指針に規定するかどうかは慎重に検討すべきとの指摘があった。
- また、努力義務として提供すべき情報を提示することに加え、エネルギー小売事業者が情報提供を行うに当たって留意すべき点を合わせて提示することも重要との指摘があった。
- 上記の議論を踏まえ、今後、①指針（努力義務事項）②ガイドラインについて、それぞれ改正を行うこととしたい。

■ 令和2年度検討会での主なご意見と今後の方向性

- ✓ 「類似世帯比較」と「情報の集約性」については指針に定め、努力義務としてエネルギー小売事業者に提供を求めることで、一般消費者の省エネ行動につながる。
- ✓ 「外気温の影響」については消費者の情報過多になる。また、影響の測定も困難であるので、指針への記載は慎重に判断すべき。
⇒ ① 指針の改正
- ✓ エネルギー小売事業者が情報提供を行うに当たって留意すべき事項について、より明確化して示すべきでないか。
⇒ ② ガイドラインの改正（その他内容の改正含む）

- 外気温の情報は重要ではあるが、指針に定めて努力義務とするかどうかは慎重な判断が必要ではないか。現状は外気温がエネルギー消費量へ影響を与えるという明確なエビデンスがないため、事業者の負担が重くなる一方、省エネ効果はあまり得られない可能性もある。評価スキームでの加点要素として扱ってはどうか。
- 類似世帯との比較情報については、消費者の省エネ行動を促すために有効と考えられるが、比較対象が情報を受け取る人の実情と合っていないと信頼性に欠け反感を買うおそれがある。また、エネルギー消費量が平均よりも少ない消費者の場合、“ブーメラン効果”でエネルギー消費量の増加につながる可能性もある。
- 指針（1）の認知度が高いのは検針票により提供している事業者が多いことが要因と考えられる。今後検針票が個々に配布されなくなると消費者が自ら会員サイト等にログインし情報を受け取る必要がある。ログインしない人には情報が届かなくなる可能性もあり、別媒体（紙など）による情報提供も必要ではないか。
- 顧客に対し効果的な類似世帯との比較情報を提供するためには、事業者側が比較分析の設計に関する十分な経験やノウハウを持つことが必要。国から一般的な世帯のエネルギー消費量の統計値や比較分析事例を公表していただくと事業者は取り組みやすい。事業者は事例を参考にしながら、次第に独自の比較が出来るようになると思う。
- 精度の高い類似世帯の比較を行うことは課題がある。指針に定めるのであれば比較手法は幅広く認めて頂きたい。
- 類似世帯の比較については、大手企業は既に実施し、効果が見込めると言っていたしており、この取組は重要と思っている。当該情報については質も問われなければいけない。点数を取るための類似世帯比較にならないよう、顧客に寄り添った比較になっているかが重要であり、評価する場合に内容も確認する必要があると考える。
- 類似世帯の比較情報は重要。ただし、消費者の中には個別データを監視されていると感じる人もいるため、どのようなデータを用いて分析を行っているかを明示する必要があるのではないかと。
- 情報の集約化を行うためにはシステム改修が必要であり、コストと時間が必要となる。例えば、指針（1）、（2）の情報掲載場所に指針（3）、（4）の情報のリンクを貼り付けるといった対応も認めて頂きたい。

【参考】一般消費者に対するエネルギーの供給の事業を行う者が講ずべき措置に関する指針

1. 一般消費者に対するエネルギーの供給の事業を行う者（以下「エネルギー供給事業者」という。）は、可能な範囲内で、次に掲げる一般消費者が行うエネルギーの使用の合理化に資する情報を提供するよう努めなければならない。

(1) 一般消費者の毎月のエネルギーの使用量の前年同月値に関する情報の提供

(2) 一般消費者の過去一年間の月別のエネルギーの使用量及び使用料金に関する情報の提供

(3) エネルギーを消費する機械器具の使用方法的工夫によるエネルギーの使用量の削減量及び使用料金の削減額の目安等の提供

(4) エネルギーの使用の合理化に資する機械器具につき、エネルギーの消費量との対比における当該機械器具の性能、当該機械器具の普及促進のための助成制度等に関する情報の提供

(5) 前各号に掲げるもののほか、契約又は住居形態別のエネルギー使用量の目安等、エネルギー供給事業者の創意により実施する一般消費者が行うエネルギーの使用の合理化に資する情報の提供

2. エネルギー供給事業者のうち、次のいずれかに該当するものは、一般消費者が行うエネルギーの使用の合理化に資する情報の提供の実施状況について、毎年、公表するよう努めなければならない。

(1) 電気事業法（昭和三十九年法律第百七十号）第二条第一項第三号に規定する小売電気事業者であって、同法第二条の十三第一項に規定する小売供給契約に係る件数が三十万件を超えるもの。

(2) ガス事業法（昭和二十九年法律第五十一号）第二条第三項に規定するガス小売事業者であって、同法第十四条第一項に規定する小売供給契約に係る件数が三十万件を超えるもの。

(3) 液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律（昭和四十二年法律第百四十九号）第六条に規定する液化石油ガス販売事業者であって、液化石油ガスの販売契約に係る件数が三十万件を超えるもの。

※ガイドラインでは「エネルギー種別の小売契約件数が30万件以下で公表努力義務の非対象事業者であっても、自主的に可能な範囲で公表していくことが望ましい。」としており、国へ報告することも可能である。

指針・ガイドラインに新たに定める事項

- 令和2年度の検討会での議論を踏まえ、「類似世帯比較」及び「情報の集約性」については、エネルギー小売事業者の努力義務として新たに指針に定めることとしたい。
- その上で、ガイドラインにおいて、指針で定める情報を提供するに当たって留意すべき事項や、「外気温の影響の表示」等のベストプラクティスを提示することとしたい。また、比較サイト等を調査する中で明らかになった、「増エネを促す表現」については是正するよう、ガイドラインで提示することとしたい。その他、評価スキームに関して定めるべき事項についても試行結果を踏まえてガイドラインに記載予定。
- **改正指針・ガイドラインの施行は令和4年4月**を予定。事業者におかれては、当該改正内容に基づいた適切な情報提供を実施していただきたい。

■ 指針・ガイドラインの改正事項

	指針で定める事項	ガイドラインで定める事項
類似世帯比較	全事業者に取組を求める (努力義務)	情報提供時の留意事項 > 居住地域・世帯人数の情報に基づいた比較の基準の提示 > エネルギー使用量の比較的小さい世帯への慎重な情報提供 > 可能な範囲での“損失感”の演出
情報の集約性	全事業者に取組を求める (努力義務)	「集約性」の定義 > Webページ・スマートフォンアプリ： <u>ある画面から特定の画面に直接遷移が可能</u> > 紙面（検針票・請求書等）： <u>全ての情報を同封して提供</u>
外気温の影響の表示	なし	ベストプラクティス等
増エネを促す表現	—	増エネを促す表現の是正

- 今後のスケジュール
- ～令和4年1月 今回以降の検討会を踏まえた改正案の修正（評価スキームに関する追記含む）
 - 令和4年2月 パブリックコメント
 - 令和4年3月末 指針・ガイドライン改正

指針の見直しの概要

- 令和2年度第2回（3月16日）の検討会において、「類似世帯比較」及び「情報の集約性」を努力義務事項として指針に追加する方向で合意がなされた。
- また、これらの情報を提供するに当たっては、エネルギー小売事業者に提供を求める具体的な事項や留意点等についてガイドラインで提示すべきとの意見があった。
- このため、指針を下記のとおり改正するとともに、次頁以降のとおり、ガイドラインで留意事項を提示することとしたい。

■「一般消費者に対するエネルギーの供給の事業を行う者が講ずべき措置に関する指針」の改正案

1. (1)～(5) (略)

2. エネルギー供給事業者は、可能な範囲内で、契約形態及び住居形態別のエネルギー使用量の目安、他の家庭とのエネルギー使用量の比較等に関する情報を提供しよう努めるものとする。

3. エネルギー供給事業者は、可能な範囲内で、1及び2に掲げる情報を同時に閲覧できるよう集約した上で一般消費者へ提供しよう努めるものとする。

4. (略)

類似世帯との比較情報を提供することを明記

省エネに資する情報を一つの媒体に集約化して提供することを明記

ガイドラインの見直し ①類似世帯比較

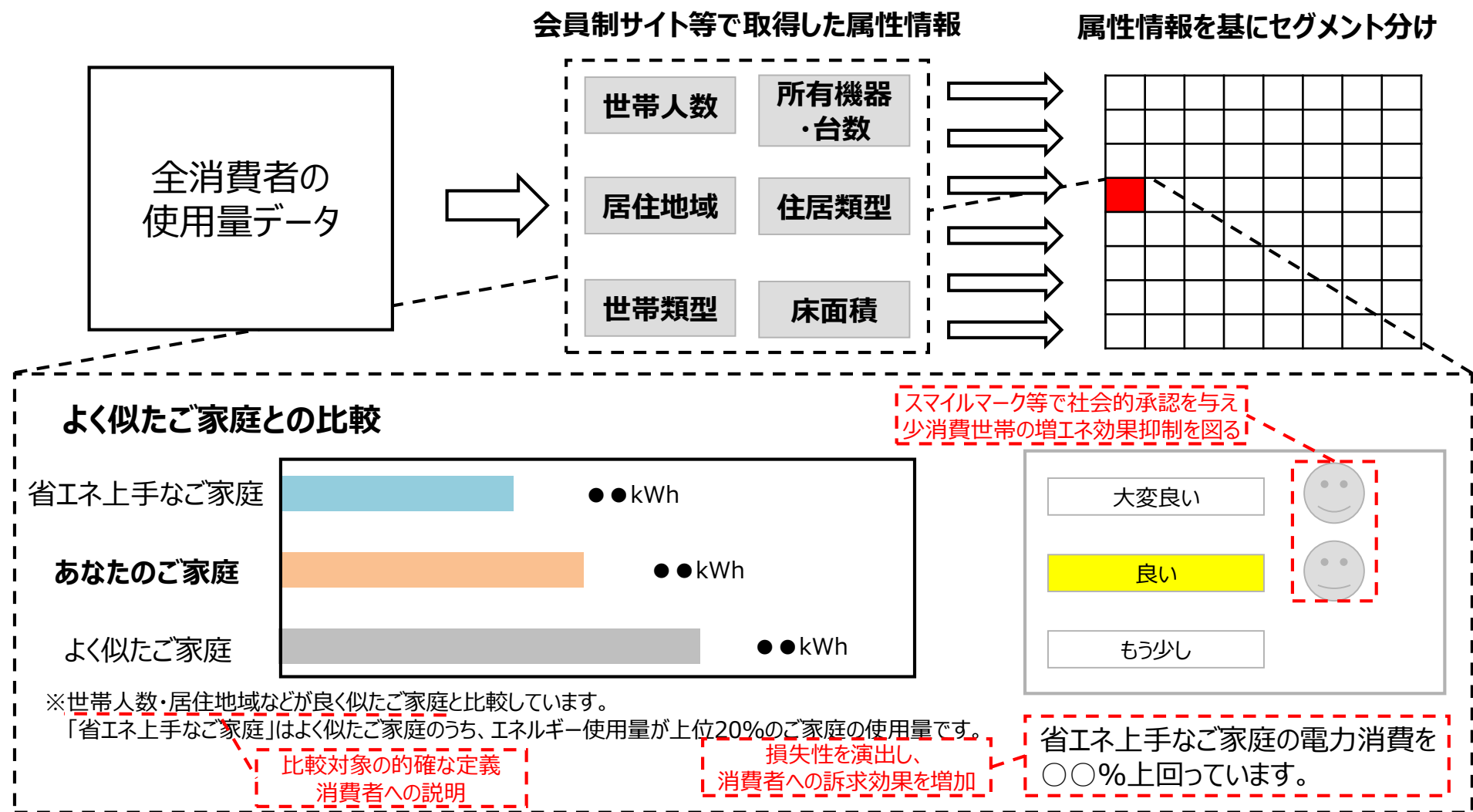
- 類似世帯比較においては、前回検討会までの意見や既存の研究※1, ※2より、以下の部分に関して留意事項・工夫の余地があることが示されている。
 - ① **比較対象を的確に定義**し、消費者の共感を得ることが望ましい。（実態と異なる比較は消費者の納得感が得られず、情報そのものの閲覧率が低下する。）
 - ② **エネルギー使用量が比較的小さい世帯は上手く褒めるなど、工夫して情報を提供することが望ましい。**（類似世帯よりエネルギー消費量が小さいというメッセージは、エネルギー使用量の増加を招く可能性がある。）
 - ③ **損失感を演出**することで消費者への訴求効果が増加する。（例：周辺世帯より〇〇%多く電気を消費しています。省エネをしなかったことにより●●円追加的な出費です。）
- 上記①の**比較対象の的確化**について、**家庭部門のエネルギー消費量**は、世帯人数、所有機器、世帯類型（単身、高齢等）、地域、床面積、住宅の建て方（戸建住宅、集合住宅）、省エネ行動の有無等、**様々な要因によって異なり**※3、**エネルギー小売事業者が全ての情報を消費者から取得することは難しいと考えられるが、類似世帯比較を行う上で可能な範囲で参考にすべき基本的事項について、ガイドラインで提示**することとしたい。
- 具体的には、消費者のエネルギー使用量に及ぼす影響が大きい**世帯人数又はそれに類する情報**や**地域情報**を取得・分類して比較を行うことを**基本的事項**として提示し、その他の情報による属性の分類や情報提供方法については、モデルケースやベストプラクティスを示しつつ、各者の創意工夫を促す形としてはどうか。
- また、**エネルギー使用量が比較的小さい世帯へのより慎重な情報提供の在り方や、損失感の演出**についても、**可能な範囲で実施することが望ましい**と示してはどうか。

※1：省エネルギー・節電促進策のための情報提供における「ナッジ」の活用 ―米国における家庭向けエネルギーレポートの事例―，平成25年4月，電力中央研究所

※2：ホームエネルギーレポートによる省エネ効果の地域制・持続性に関する実証研究，住環境計画研究所

※3：平成31年度家庭部門のCO2排出実態統計調査（家庭CO2統計），環境省

- ガイドラインにおいて、以下のとおり類似世帯比較手法・提供方法のモデルケースを一例として示してはどうか。

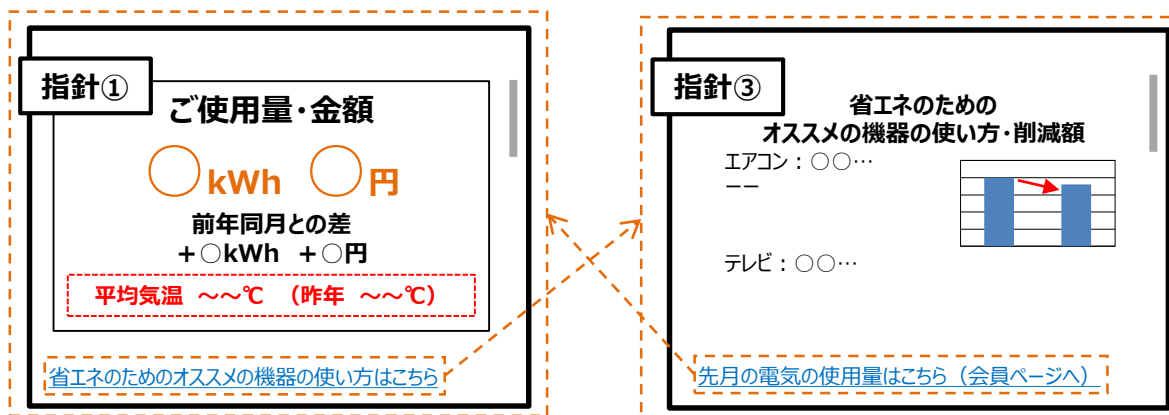


※ 1 : 省エネルギー・節電促進策のための情報提供における「ナッジ」の活用 -米国における家庭向けエネルギーレポートの事例-, 平成25年4月, 電力中央研究所

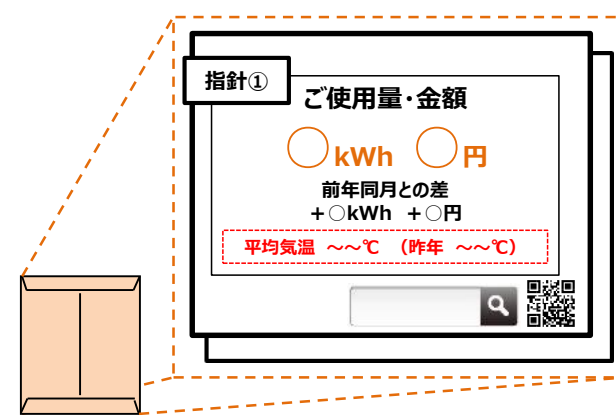
※ 2 : ホームエネルギーレポートによる省エネ効果の地域制・持続性に関する実証研究, 住環境計画研究所

- エネルギー小売事業者の努力義務として指針で定める情報には、①消費者のエネルギー消費量を見える化する情報（例：前年同月のエネルギー使用量）と②省エネ行動を促す情報（例：機器の使用方法の工夫）が存在する。
- 一般消費者がこれらの情報を組み合わせて閲覧することで、省エネ行動につながる可能性があることから、指針に定める情報については、原則として集約して提供を行う案を令和2年度の検討会で提示した。
- 他方、過度に多くの情報を提供すると省エネ行動への意欲が低下する可能性※¹や、情報集約のための事業者にかかるコスト（ホームページ改修等）についてもご指摘があった。
- そこで、下記のとおり、Webページ等と紙面等の情報提供に分けて「情報の集約性」を定義してガイドラインで示してはどうか。
 - Webページ・スマートフォンアプリ：ある画面から特定の画面に直接遷移が可能
 - 紙面（検針票・請求書等）：全ての情報を同封して提供（URL等の記載でも可とする）

■ Webページ・スマートフォンアプリでの集約のイメージ



■ 紙での集約のイメージ



※ 1：省エネルギー・節電促進策のための情報提供における「ナッジ」の活用 ー米国における家庭向けエネルギーレポートの事例ー，平成25年4月，電力中央研究所

- 電力・ガス自由化に伴い、「使い放題プラン（一定使用量まで定額）」や、エネルギー使用量の増加に比例して三段階に上昇する料金単価に加え、使用量に反比例するプラン、一定の料金単価を用いたプランが登場している。
- エネルギー小売事業者の料金プラン設定は各社の創意工夫によるものであるが、当該プランの紹介文等において、「使えば使うほどお得」などの消費者の増エネを促すような表現が見られる。こうした表現は、省エネの観点から望ましいとは言えない。
- このため、こうした表現を是正するよう、ガイドラインで提示することとしてはどうか。

■ 各社の料金プラン紹介における表現（例）

社名	プラン名称・説明文	内容
A社	使いたい放題プラン	使用量一定まで定額料金
B社	使うほど割安になるプラン	使用量が増加するほど料金単価が低下
C社	使えば使うほどお得	従量料金が他社と比較して低額
D社	たくさん使うほど電気代がお得	従量料金が他社と比較して低額
E社	使えば使うほど安くなる	従量料金が他社と比較して低額

■ 表現に関するガイドライン（案）

増エネを促すような表現	・使えば使うほどお得 ・使えば使うほど安くなる 等
望ましい表現	・多く消費するご家庭にオススメ

1. エネルギー供給事業者による消費者の省エネに資する情報提供

1.2.実施事項

(ア) 略

(イ)一般消費者に対する類似世帯との比較情報の提供

指針の第2項は、全てのエネルギー供給事業者に、可能な範囲内で一般消費者に対して、契約形態及び住居形態別のエネルギー使用量の目安、他の家庭とのエネルギー使用量の比較等に関する情報（以下、「類似世帯との比較情報」という。）について、提供するよう努めることを規定している。

当該情報の提供に当たっては、以下事項に留意することが望ましい。

- **比較対象を的確に定義すること。**特に、「他の家庭」を定義する上では、**一般消費者の居住地・世帯人数等の情報を取得し、属性が近い家庭を比較した結果を一般消費者に提供**すること。
- **エネルギー使用量が比較的小さい世帯は上手く褒めるなど、工夫して情報を提供する**よう留意すること。（類似世帯よりエネルギー消費量が小さいというメッセージは、エネルギー使用量の増加を招く可能性がある。）
- 消費者への訴求効果を増加させるため、可能な範囲で**損失感を演出**すること。（例：周辺世帯より〇〇%多く電気を消費しています。省エネをしなかったことにより●●円追加的な出費です。）

類似世帯との比較情報
における留意事項

(ウ)一般消費者に対する情報提供の集約化

指針の第3項は、全てのエネルギー供給事業者に、可能な範囲内で第1項及び第2項に掲げる情報を同時に閲覧できるよう集約した上で一般消費者へ提供するよう努めることを規定している。

当該指針における「集約」は、情報提供に用いられている媒体に応じて下記のとおり定義する。

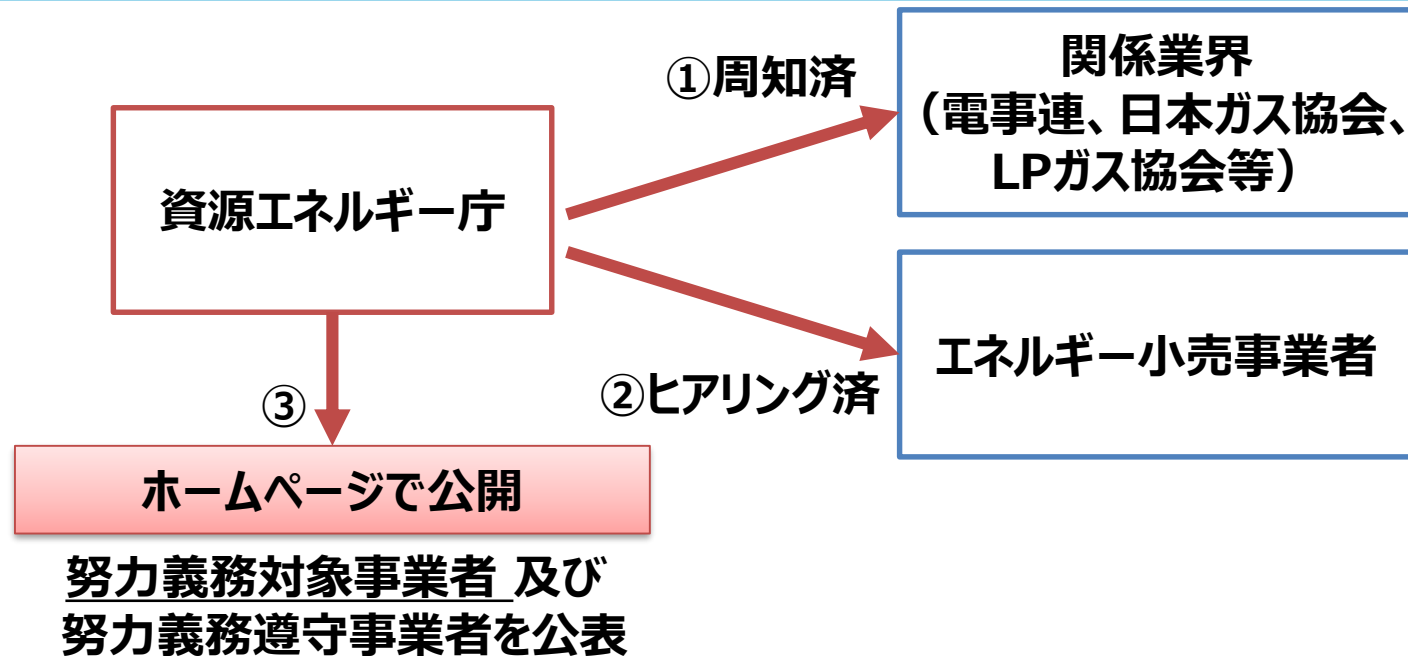
- **Webページ・スマートフォンアプリ**等の電子媒体で情報提供している場合：**ある画面から特定の画面に直接遷移が可能な状態**
- **紙面**（検針票・請求書等）で情報提供している場合：**全ての情報が同封されている状態（URL等の記載でも可とする）**

情報を集約して提供する
上での集約性の定義

(エ) 略

【参考】努力義務の遵守の徹底に向けた対応

- 一般消費者の省エネ行動をより一層促すためには、エネルギー小売事業者が指針で定める努力義務を確実に実施していただくことが重要。
- このため、努力義務の遵守の徹底に向けて、①資源エネルギー庁から関係団体に指針に基づいて省エネ情報提供を行い、その実施状況を国に報告するよう周知を行ったほか、②個社へのヒアリング等により実態把握を行った。その上で、③小売契約件数が30万件を超えるエネルギー小売事業者については、特定可能な範囲で資源エネルギー庁ホームページで公表し、努力義務対象事業者及び遵守事業者を可視化する予定。
- 今年度の報告に向けて、①②を通じて一定規模以上の事業者に周知した。事務局で把握している契約件数30万件以上の事業者のうち、今年度7月末のタイミングでなお提出がない事業者が存在した場合には、③のとおり情報公開を進める。



1. 指針・ガイドラインの見直し事項について

2. **試行スキームの詳細について**

今後の方針

- 令和2年度の検討会において、エネルギー小売事業者に積極的な省エネ情報の提供を促すため、省エネ情報提供の充実度を評価する制度の導入を検討。令和2年度第2回検討会において、**取組の評価事項・評価基準等について事務局より案を提示した。**
- 提示した評価基準のうち、一般消費者の情報へのアクセスや、その結果については高く評価されるべきという指摘があったため、**①閲覧率等の評価基準の見直し**を実施し、閲覧率等の評価基準を見直すこととする。
- また、令和3年度の評価（試行スキーム）については、業界団体を通じた事業者へのアンケートを元を実施することとしていたところ、**②詳細なスケジュール等**を提示するとともに、業界・事業者の意見を反映した様式案についても別紙にて提示する。

■ 令和2年度検討会での主なご意見と今後の方向性

- ✓ 提供される情報を消費者が獲得しているか（閲覧率等）や会員制サイトへのアクセス方法・閲覧画面等のユーザーインターフェース上の工夫をより高く評価すべきではないか。
- ✓ 事業者はデモアカウントを開示し、情報提供を消費者に対してどのように行っているか、ユーザーインターフェース等も含めて消費者・外部団体が確認できるようにすべきではないか。
⇒ **①閲覧率等の評価基準の見直し**
- ✓ 試行スキームの実施に当たり、詳細なスケジュールや、アンケート案を提示
⇒ **②試行スキームの詳細事項の整理**

- 消費者が情報に直接アクセスしなくとも、必要に応じて国のWebサイトの情報を基にした比較サイトやマスメディアによる間接的な情報提供が行われることも有効と考えられる。
- 消費者が事業者の提供するWebサイト等にアクセスしたくなるような取組を行っていることは興味深い。国からの情報は必要な時にアクセスできる環境になっていることが重要である一方、事業者からの情報は消費者にどのように積極的なアクセスを促すかが重要。
- サイトのログインの有無によるエネルギー使用量の差異を分析することを効果測定の例として挙げているが、情報への関心の有無で既にバイアスがかかっている。そうしたバイアスを無視し、一律にサイトログインとエネルギーの使用量の比較による効果測定するのは危険。将来的には省エネ効果測定のガイダンスの策定等の対応が必要ではないか。
- 消費者にどれだけ分かりやすく、自身の取組による省エネ効果を実感してもらえるかが重要。例えばスマホで情報を確認できるかどうかも必要である。Webの情報提供における取組が遅れている企業も一部存在しており、消費者がどれだけスムーズに情報へアクセスできるかも重要である。
- どのような情報が提供されているかについても実態が分かりづらく、その会社と契約しなければ提供される情報の中身が分からないというのが実情。外部機関が確認できるようなデモアカウントを提供してもらうなど、評価においては実効性のあるモニタリング方法が必要ではないか。
- プッシュ型の情報提供については、事業者がこれまでの経験から消費者の感度が高まるタイミングを考慮した上で情報発信を行う取組についても柔軟に評価していただきたい。
- 「その他の創意工夫」については、例えば事業者の省エネ情報提供について顧客認知を促す取組も評価の対象になるのではないか。柔軟に評価できるような評価システムにしていただきたい。
- アンケート結果を基に評価方法を検討し、結果を公表するというスケジュールの場合、評価基準・方法が確定していない状態で情報提供の状況の評価が公表されてしまうことになる。アンケート結果をすぐ公開するのではなく、評価基準・方法等が明確に規定され、一定の猶予期間を取ってから公開することとしていただきたい。

① 閲覧率等の評価基準の見直し

- エネルギー小売事業者の情報提供の評価に当たっては、提供する情報の内容だけでなく、消費者がその情報にアクセスしているかが重要。そこで、情報の閲覧率の評価基準を拡大し、閲覧率を高める取組自体の評価に加えて、その結果である閲覧率等を評価することを検討。
- また、閲覧率等の実績については、事業者から値を報告頂いた上で、試行的に評価を行うこととしてはどうか。なお、「閲覧率等」の定義は、「省エネ情報を提供している会員制サイトの月間ユニークログイン者*数 / 全電灯契約者数（電気） or 家庭向け小売契約件数（都市ガス・LPガス）」を基本とし、当該データの計測が困難な場合はそれに準ずる値による報告を認めることとしたい。今後、事業者が公表・報告情報した内容を踏まえ、より一般的な内容になるよう、見直すこととしたい。
※同一の者による期間内の複数回のログインは1回としてカウントする。
- なお、閲覧率等の実績の評価は電子媒体による情報のみを対象とし、紙での優良な情報提供は別途「その他の創意工夫の取組」等の項目で評価することとしたい。
- また、契約外の者でも会員制サイトの中身を確認できるデモアカウントの提示については、システムの制約上整備することが難しいとの事業者からの意見があった。このため、可能な範囲で一般消費者に対して公開を求めることとし、公開している旨の報告があった場合には「閲覧率を高める取組」として評価してはどうか。

■ 閲覧率等の評価基準の見直しのイメージ

閲覧状況・閲覧率を
高める取組の評価



閲覧率等の
実績評価

省エネ情報の閲覧を誘導する取組

- ・省エネ情報を閲覧した場合、交換可能なポイントを付与している
- ・省エネ情報以外のコンテンツが充実している
- ・スマホアプリや紙など、様々なツールによる情報提供を実施している 等
- ・契約者以外の者でも消費者目線で省エネ情報が閲覧可能となるデモアカウント等の整備 等

試行的に評価

① 閲覧率等の評価基準の見直し 評価スキームにおける配点の見直し（案）

- これまでの議論を踏まえ、「情報の閲覧状況・閲覧率を高める工夫」の評価点を引き上げるとともに、**実績に基づいた配点**を追加してはどうか。
- **2021年度の試行スキームについては、原則下記の配点で評価を実施することとしてはどうか。**なお、事業者からのアンケート結果の内容等によっては、来年度に向けた配点・評価基準の見直しを行うこととしたい。

合計：140点満点

ランク	内容	提供方法	基礎点(指針で規定)		加点			
			提供有無	【追加】 集約性	省エネ意識の高まるタイミングでのプッシュ型の情報提供	顧客属性を基にした追加的情報提供	情報の閲覧状況・閲覧率を高める工夫	その他の創意工夫
合計点※ 80点以上 ★★★★★ 70点以上～80点未満 ★★★★★☆ 60点以上～70点未満 ★★★☆☆ 50点以上～60点未満 ★★☆☆☆ 10点以上～50点未満 ★☆☆☆☆	基礎点 (指針で規定)	指針① 毎月の消費量の前年同月値	基礎点【50点】 ○提供の有無 ：8点×5項目=40点 ○集約性 : 10点	○実施の有無： 5点×2項目=10点 ※各内容ごとに1つでも実施していれば5点	○工夫の有無： 15点満点 ○閲覧率： 10点	○その他の創意工夫	加点【20点】	
		指針② 過去一年間の月別消費量及び料金						
		指針③ 機器の使用法の工夫による削減量及び削減額						
		指針④ 省エネ設備の性能と助成制度						
		【追加】類似世帯比較						
	加点	時間毎等のきめ細やかなエネルギー消費量の見える化	○提供の有無 ：4点×3項目=12点 ○集約性 ：1点×3項目=3点					
		電力需給状況に応じたエネルギー消費(上げDR・下げDR等)を促す情報						
		電源構成の開示						
		その他の創意工夫	加点【20点】					

※ランクにおける配点については、事業者の取組状況を鑑み変更するものとする。

※現時点で電気小売事業者のみが取り組むことが出来る事項については、都市ガス・LPガス小売事業者には取組を求めず、配点を調整する。

② 試行スキームの詳細事項 本格運用までの進め方

- 評価スキームの本格的な運用に向けては、エネルギー小売事業者からの報告内容や評価方法の確立が課題となるため、エネルギー小売事業者へのアンケートを通じた試行的な運用を実施し、評価基準等を確立していく。
- なお、現行の指針に基づく省エネ情報提供の実施状況の報告は、通常どおり実施していただく。
(定期報告と同時に提出する場合、令和3年7月末まで)

※括弧は想定スケジュール

試行スキーム

様式案の確定
(～令和3年4月)

アンケートの実施
(～令和3年夏頃)

アンケート結果の評価・
公表・評価基準の見直し
(～令和4年3月)

本格運用
(令和4年4月)

・エネルギー小売事業者が国に提出する様式案について、関係業界等との意見交換の上で確定

- ・様式案を用いて事業者への任意のアンケートを実施
- ・各社の省エネ情報提供の取組状況の把握並びに様式案の適当性の確認を行う。

- ・アンケート結果について、評価基準に沿って、評価委員会で評価を行う。
- ・その上でエネ庁HP他でアンケート結果を公表並びに必要に応じて評価基準の見直しを実施

【論点①】評価主体

【論点②】評価の公表方法

- ・指針・様式の告示改正を行うとともに、ガイドラインを改訂し評価基準や留意点等を明確化した上で本格運用開始。

② 試行スキームの詳細事項 事業者へのアンケートについて

- 試行スキームでのアンケートについて、省エネ情報提供の実施状況の報告が努力義務となっている、小売契約件数が30万件以上の事業者は、積極的にご回答いただきたい。
- また、小売契約件数が30万件未満の事業者についても、報告を頂ければ評価を行うため、アンケートにご回答いただくことが望ましい。
- 試行スキームで活用するアンケート様式は、事業者からの意見を踏まえて、別添（参考資料1）のとおり作成した。今後実施に向け配布等を進めていく。各業界団体におかれては、事業者への周知・配布にご協力いただきたい。
- 試行スキームの実施結果を踏まえ、令和4年度以降も使用することとする。（現行の指針に定める情報提供の実施状況の報告様式も合わせて改正）

■ アンケート様式例（参考資料1参照）

分類	ご回答欄	追加回答欄※	備考欄
(ア) 指針に基づく情報提供の状況についてお伺いします			
指針1.(1) 一般消費者の毎月のエネルギーの使用量の 前年同月値に関する情報	①状況	1. 提供している	該当する選択技を選んでください。
	②内容		①にて「1. 提供している」を選択した場合、提供している情報の具体的な内容及び情報提供の内容が分かるウェブページのURLをご記入ください。 会員制サイトで情報が提供されている場合、提供されている情報のデモ画面をアンケートに添付してください。
	③更新頻度	1. 月1回	該当する選択技を選んでください。
	上記③にて「6. その他」を選択した場合、その内容		「6. その他」の具体内容をご記入ください。
	④手段	6. その他	該当する選択技を選んでください。
	上記④にて「6. その他」を選択した場合、その内容		「6. その他」の具体内容をご記入ください。
	⑤効果的な方法	1. 省エネ意識の高まるタイミングでのプッシュ型の情報提供	該当する選択技を選んでください。
上記⑤に関する具体的な内容		上記⑤にて選択した方法の具体内容をご記入ください。	

② 試行スキームの詳細事項 制度名称・ロゴについて

- 評価制度の名称は、省エネ大賞の分野名と連携する観点から「省エネコミュニケーション・ランキング制度」としたい。
- また、評価結果を表すロゴを以下のとおり作成した。各事業者においては、評価が公表された後に自社のホームページで掲載頂くなど、積極的にご活用いただきたい。
- また、活用状況を把握するため、各事業のホームページ等でロゴを使用する場合には、資源エネルギー庁省エネルギー課に事前にお知らせいただきたい。

■ 制度のロゴ



② 試行スキームの詳細事項 評価の公表方法について

- エネルギー小売事業者の取組の評価については、資源エネルギー庁ホームページで公開する。また、エネルギー関連の比較サイト等で表示が可能なよう、画像データやcsv等、活用が容易な形でエネ庁HPに公表予定。
- このため、評価の対象となる小売事業者のみならず、比較サイト等の運営事業者におかれても当該評価結果の積極的な活用をお願いするとともに、掲載された結果の消費者の行動等、効果検証に向けたデータの提供等にも可能な限り御協力いただきたい。

■ 資源エネルギー庁HPでの公開イメージ

	評価	事業者等名	詳細情報
電気	★★★★★	● ● 電力株式会社	http://xxx.co.jp/info/
		株式会社 ■ ■ パワー	...
	
	★★★★★

ガス	★★★★★	● ● ガス株式会社	http://xxx.co.jp/info/
		株式会社 ■ ■	...
	
	★★★★★

■ 比較サイトでの公開イメージ

【参考】省エネ大賞における新分野創設について

- 「省エネ大賞」において、令和3年度よりエネルギー小売事業者等の情報提供のサービスを評価する「省エネコミュニケーション分野」を創設。（令和3年度応募受付〆切：6/24）
- 省エネ情報提供を省エネ大賞分野に追加することで、エネルギー小売事業者の取組のベストプラクティスの横展開や一般消費者の認知度向上につながると考えられる。
- 省エネ大賞は、省エネ情報提供を行うトップランナーを表彰する仕組みであるのに対し、今般検討している事業者ランキング制度は、エネルギー小売事業者全社を対象に、省エネ情報提供の促進（ボトムアップ）を図る仕組みとしての役割を持つ。

■製品・ビジネスモデル部門

省エネコミュニケーション分野は、産業、業務、家庭、輸送等、すべての分野を対象とする。

■省エネコミュニケーション分野

エネルギー供給事業者等（*）が行う、省エネルギー推進につながる優れた情報提供活動（システムを含む）。ただし、家庭分野については金銭対価を求めない情報提供を原則とする。

分野としてはビジネスモデルと同様に、産業、業務、家庭、輸送等、すべての分野を対象とする。

（*）電力・ガス等のエネルギー供給事業者およびソリューション事業等を展開するメーカー等も含む

■審査評価項目

- イ. 開発プロセス
- ロ. 先進性・独創性
- ハ. 省エネルギー性
- ニ. 汎用性・拡張性
- ホ. 市場性・経済性

省エネコミュニケーション分野では、「ロ.先進性・独創性」「ハ.省エネルギー性」「ニ.汎用性・拡張性」を重視する。



情報提供による省エネ効果の把握に向けた契約件数の報告について

- 2030年エネルギーミックスや、2050年のカーボンニュートラルの実現に向けて各分野で更なる省エネを進める上では、**エネルギー小売事業者の情報提供による一般消費者の省エネについて、その効果を把握することが重要**となる。
- 省エネ効果の算出に当たっては、現在省エネ情報の提供状況について報告がないエネルギー小売事業者の報告を促すことに加え、**報告を行う事業者のカバレッジ（省エネ情報提供を実施した件数）を国で把握することが必要**。
- このため、令和4年度以降、指針に基づく省エネ情報提供の実施状況の国への報告の際に、各事業者の**一般家庭との契約件数を併せて報告して頂きたい**。なお、ここでの「一般家庭との契約件数」は、簡易化のため以下のとおりとし、件数は毎年度3月末日の値としたい。
 - 電気：全電灯契約件数
 - 都市ガス：家庭向け小売契約件数
 - LPガス：家庭向け小売契約件数

※省エネ情報提供により見込まれる省エネ量については、下記のとおり推計する予定。

省エネ情報提供により見込まれる省エネ量（kl）

= 日本の家庭全体のエネルギー消費量 × 情報提供された家庭の割合 × 情報提供により見込まれる省エネ効果

今後のスケジュール

- 今後の進め方は以下のとおり。エネルギー小売事業者・比較サイト運営事業者におかれては試行スキームの円滑な進行にご協力いただきたい。

