

エネルギー小売事業者の省エネガイドライン検討会 令和3年度第1回 議事録

- 日時：令和3年5月19日（水）13時30分～15時30分
- 場所：オンライン開催
- 出席者
 - ・ 出席委員
田辺座長、青木委員、杉浦委員、西尾委員、平山委員
 - ・ オブザーバー
笠間氏（一般社団法人全国LPガス協会）、曾我野氏（ENECHANGE 株式会社）、
佐藤氏（株式会社東急パワーサプライ）、田中氏（電気事業連合会）、
和田氏（一般社団法人日本ガス協会）
 - ・ プレゼンター
植田氏（大阪ガス株式会社）、槇田氏（関西電力株式会社）
 - ・ 事務局
江澤省エネルギー課長、内山省エネルギー課長補佐、久保山省エネルギー課長補佐
- 議題
 - (1) 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
 - (2) エネルギー小売事業者による情報提供事例の紹介
- 配布資料
 - ・ 議事次第
 - ・ 委員名簿
 - ・ 資料1 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
 - ・ 資料2-1 事業者発表資料（大阪ガス株式会社）
 - ・ 資料2-2 事業者発表資料（関西電力株式会社）
 - ・ 資料2-3 事業者発表資料（株式会社東急パワーサプライ）
 - ・ 参考資料1 小売事業者へのアンケート様式（案）
- 開会

00：14：53

○久保山課長補佐（省エネルギー課）

それでは定刻になりましたので、只今より令和3年度第1回エネルギー小売事業者の省エネガイドライン検討会を開催いたします。

事務局を務めます省エネルギー課の久保山でございます。本日はご多忙のところを本検討会にご出席いただきまして誠にありがとうございます。本日の検討会はオンラインでの開催となっております。委員、オブザーバーの皆さまには本日は全員にご出席いただいております。

また、本日はプレゼンターとしまして、大阪ガス執行役員エナジーソリューション事業部計画部長の植田様、関西電力営業本部リビングソリューショングループ副長の槇田様にお越しいただいております。植田様、槇田様、並びにオブザーバーとしてご参加いただいております東急パワーサプライの佐藤様には、後ほど各社の取組事例をご発表いただく予定でございます。お三方、どうぞよろしくお願いたします。

続きまして、本日の配付資料の確認をさせていただきます。議事次第にありますとおり、配付資料は、紙の議事次第と委員名簿、資料1、事務局の説明資料と資料の2-1から2-3、各事業者の発表資料、そして、参考資料、小売事業者へのアンケート様式になっております。なお、参考資料1のアンケート様式につきましては、事務局より特段の説明は行わない予定でございますが、今後の評価スキームにおいて、事業者の皆さまの取組状況を反映するために、事業者・業界団体の皆さまの意見を可能な限り反映したものになっております。

次に、本日の議事次第です。お手元の議事次第をご覧ください。本日の議事次第、議題は議事次第の3にありますとおり、事務局より、エネルギー小売事業者の更なる省エネ取組に向けた論点の説明をした後に、エネルギー小売事業者による情報提供の事例の紹介をしていただくことになっております。

■ 議事

- (1) 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（事務局）
- (2) エネルギー小売事業者による情報提供事例の紹介

○久保山課長補佐（省エネルギー課）

それでは、ここから議事に入ります。なお、議事の円滑な進行のため、いくつかお願い事項がございます。1つ目、ご発言者以外はマイクをミュート、ビデオをオフにしてください。2つ目、ご発言を希望される際はチャット機能にてお知らせください。3つ目、ご発言をいただく際には、冒頭にお名前を言っていただければと思います。皆さま、ご協力のほどよろしくお願いいたします。

それでは、以降の議事進行は田辺座長にお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○田辺座長

どうもありがとうございます。梅雨のような天気になっていますけれども、お忙しいとこ

ろありがとうございます。

それでは、これより議事に入りたいと思います。本日の進め方でございますけれども、事務局よりまず資料1についてご説明いただいた後、大阪ガス様、関西電力様、東急パワーサプライ様に、それぞれ資料2-1、資料2-2、資料2-3に沿って取組内容をご紹介いただき、その後、全体を通じて議論などをさせていただければと考えております。

それでは、早速、資料1について事務局より説明をお願いいたします。

○久保山課長補佐（省エネルギー課）

事務局の久保山です。

それでは、資料1に沿って説明をいたします。資料1の1ページ目でございますが、昨年度から議論させていただいているとおり、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、家庭部門の省エネというのは非常に重要な要素です。そうした中で、本検討会で議論しているとおり、エネルギー小売事業者に対する省エネ情報提供の指針や、ガイドラインの整備を行ってきたところでございます。

昨年度の本検討会において、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・ガイドラインの見直しも踏まえて議論を行ってきたというところでございます。また、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評価方法の在り方というところも具体的な議論を進めてきました。本日の検討会ではこれまでの議論を踏まえて1と2にありますとおり、まずは、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、そして情報提供の際の留意事項、ガイドラインに定めるものですが、ここで提示をするべき内容について議論をいただきたい。

2つ目は、小売事業者の評価スキーム、これの試行に当たって具体的な運用方法や評価基準見直しを行っておりますので、そこについて議論をいただきたいと思います。

00：20：03

資料3ページ目、指針・ガイドラインの見直しでございます。今後の方針というふうにしておりますが、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をもとに本検討会で議論を行って、追加的にエネルギー小売事業者に努力義務として求める情報というのを議論してまいりました。このうち、「類似世帯との比較」、そして「情報の集約性」ということについては、一般消費者の省エネ行動を促す上で有効であると、こういった意見が挙げられたところでございます。

他方で、前回、事務局より提示をしたエネルギー消費量への外気温の影響、これについては、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になると、こういった指摘があったというふうに認識をしております。

また、指針に定めて努力義務として求める情報ということに加えて、その情報提供を行うに当たって、小売事業者が留意すべき点というのも併せて提示をいただきたいと、こういったご指摘がございました。これらのご指摘を踏まえて事務局で指針の改正案、そしてガイドラインの改正案を検討しておりますので、本日はその案についてご議論いただければと思

っております。

4 ページ目は、前回のご意見になりますので省略をいたします。

5 ページ目は現行の指針ということで、小売事業者に努力義務として求めている事項になっております。

6 ページ目でございます。指針・ガイドラインに新たに定める事項というふうにして整理をしてみました。下の図を見ていただきますと、まず類似世帯との比較、そして情報の集約性、この2つについては、まず、指針で定め全事業者に取組を求める。努力義務として取組を求めることとしたいと考えております。その上でガイドライン上では、情報提供時の留意事項や集約性の定義という部分について提示をして、事業者がどのように情報提供をしたらいいのかというのを明確化したいと考えております。

3つ目の外気温の影響については、これは指針で努力義務として定めるのではなくて、ガイドライン上でベストプラクティスのような形で例示をするという形でどうかと考えております。また、これまでの検討会では明示的な議論はされておりましたが、我々でこうした検討を進める中で、小売事業者の増エネを促すような表現というのがいくつか散見されましたので、こうした表現についてガイドライン上で是正をすべきではないかということ提示したいと考えております。

これらの指針・ガイドラインの改正は、令和4年の4月の施行を予定しております。そこに向けて本日以降の検討会を踏まえて改正案の修正を行って、2月、3月ごろにパブリックコメントをして、3月に改正ガイドライン、改正指針を公布して、4月1日から施行すると、こういった流れになっております。

7 ページ目でございますが、こちらは前回の検討会でも提示をしましており、具体的に指針に盛り込むものとして改正案という形で提示をさせていただいております。

8 ページ目でございます。ガイドラインの見直しというところで、実際に指針に記載をして全事業者に求めるという中でも、しっかりガイドライン上で情報提供の留意点というのを記載したいというふうに考えております。まず、類似世帯との比較ですけれども、前回の検討会や既存の研究において、類似世帯との比較を行う上では、例えば、比較対象を的確に定義すること。そして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をして、工夫して情報を提供すること。そして消費者の損失感を演出すること。これらの3つの要素を踏まえて情報提供を行うことが有効ではないかと、こういったご指摘がなされております。

00 : 24 : 58

その上で、この比較対象の的確化という部分については、家庭部門のエネルギー消費量というのは世帯人数や、世帯の類型あるいは住宅の建て方というところで様々な要因によって異なってくるというところがございますが、これら全ての情報をエネルギー小売事業者が消費者から取得するのはかなり難しいのではないかと考えております。したがって、ガイドライン上では類似世帯との比較を行う上で、可能な範囲で参考にすべき基本的事項について提示をしたい。具体的には世帯人数あるいは地域情報を取得して分類をすること、こ

れを基本的な事項としてガイドラインで提示をします。その上で、その他の情報の取得によって出される属性の分類や、情報提供の方法についてはモデルケースやベストプラクティスという形で提示をして、各社の創意工夫を促す形としてはどうかと考えております。

また、②、③のとおり、エネルギー消費量の小さい世帯は上手く褒める点や損失感の演出という部分についても、ガイドライン上で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と考えております。

9 ページ目がこの類似世帯比較のモデルケースという形で、ガイドラインで一例として示したいと考えているものでございます。事業者によって様々な形があるとは思いますが、例えば世帯人数や、世帯類型、床面積というところでセグメント分けをして似た家庭との比較を行うと、こういった形で類似世帯との比較を行うというものを例示として示したいと考えております。

続いて 10 ページ目は、情報の集約性というところでございます。前回の検討会でもこの情報の集約性の定義を明確化してほしいというご意見がございましたので、整理をしてきたということでございます。

一番下でございますが、4 ぼつ目のところですね。まず、Web ページ、スマートフォンアプリ、ここにおける情報の集約性というのは、ある画面から特定の画面に直接移動ができるということで定義してはどうかと考えております。具体的には下の図にありますとおり、リンクを張って指針の 1 が書かれているページから指針の 3 が書かれているページに飛ぶことができると、こういった形で情報の集約性というのを定義してはどうかと考えております。

また、紙で情報提供を行う場合には、基本的に全ての情報を同封して提供することが望ましいとした一方で、例えば指針の 3 のような形で、省エネのためのお勧めの機器の使い方、こういったものまで全て同封するというのはかなり負担もかかるというものでございますので、例えば URL などを紙上に記載をして、そこから情報を確認できるというものであれば集約性が保たれていると定義してはどうかというふうに考えております。右下の図にあるとおり、指針の 1 に書かれている紙上に URL や検索ボタンがあれば、これも集約性として認めるという形でございます。

11 ページ目でございますが、ここでは増エネを促す表現の是正ということで書かせていただいております。この検討に伴って各社の料金プラン等を調査、分析をする中で、一部、例えば「使い放題プラン」といったような形で、使えば使うほどお得ということで、この検討会で議論しているような省エネということからやや逆行するような表現でサービスを提供している事例があるということが分かっております。こうしたプランは各社の創意工夫によるものというふうに認識しておりますが、他方で、やはり省エネを促すという観点からはなかなか望ましい情報提供とはいえないのではないかと考えております。したがって、ガイドライン上でこうした増エネを促すような表現を是正するよう提示してはどうかと考えております。

00 : 30 : 00

12 ページ目はこれまでのまとめということで、ガイドライン上に記載する事項ということで実際の改正案ベースで記載をしております。ここはもう少し事例なんかも盛り込みながら最終的なものにしていきたいと考えております。

続いて13 ページ目ですが、こうした指針・ガイドラインに従って情報提供をしていた後に、しっかり国に報告をするということが指針上でも求められているということでございます。一部事業者において、こうした省エネ情報提供の実施状況、報告がないと、そういった事業者がいくつか出てきておりましたので、我々のほうで関係業界への周知や、エネルギー小売事業者、個社へのヒアリングというのを実施しました。その結果、今年の締め切りは7月末ですけれども、そのタイミングで新たに提出をしたいと言っていたいる事業者もいくつか出てきておりますが、こうした周知、ヒアリングをしてもなお提出がないという事業者が存在した場合には、③のとおり、資源エネルギー庁から努力義務対象事業者の一覧という形で公開をしたいと考えております。ここは関係業界ともよく議論をしながら進めていきたいと考えております。

続いては議題の2つ目の試行スキームの詳細についてというところでございます。今後の方針というところで示しておりますが、前回、事務局から提示をしたエネルギー小売事業者の評価スキームの評価基準についてご指摘としては、閲覧率も評価基準というのをもう少し拡充すべきではないかといった点。そしてもう一つは、試行スキームの詳細なスケジュール等を提示していただきたいと、こういったご指摘があったと承知をしております。これは指摘に対して我々のほうで整理をしてきたということでございますのでご説明したいと思います。

16 ページ目は前回の意見でございまして、17 ページ目、まずは閲覧率等の評価基準の見直しというところでございます。まさに一般消費者への情報提供を行うというところに当たっては、提供する情報だけではなくて消費者がその情報にアクセスしているかというのが非常に重要ではないかということで、情報の閲覧率、この評価基準を拡大して、閲覧率を高める取組自体、これ自体を評価するということに加えて、その結果である閲覧率そのものもしっかりと評価をすべきではないかと考えております。

なお、閲覧率の実績というのは、これは色々な取り方がありますので、まずは試行的に評価をするということとした上で、ここの閲覧率の定義は、全契約者数のうちの「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数」という形にしたいと考えております。ユニークログイン数というのは※書きでありますとおり、同一期間内の複数回のログイン、同一人物による複数回のログインは1回としてカウントするというものでございます。なお、この閲覧率の実績というのは基本的には電子媒体による情報提供のみを対象として、仮に紙媒体で、今、優良な情報提供を行っている場合には、閲覧率そのものの評価はせずにその他創意工夫というところで、情報提供の工夫をしっかりと評価していきたいというふうに考えております。

17 ページ目の下は、閲覧率の評価というものの全体像となっておりまして、閲覧率を高める取組に加えて実績も評価するという形にしております。

18 ページ目は、評価基準の見直しという部分で、閲覧率の部分の配点をやや高めにしております。

19 ページ目は試行スキームの詳細の進め方ということで、こちらは後ほど最後のページにも今後のスケジュールがありますので少し飛ばさせていただきます。続いて 20 ページ目になります。試行スキームの詳細というところで、まず事業者へのアンケートによって試行スキームを運用していきたいと考えております。

00 : 35 : 00

こちらは業界団体の皆さま等を通じて参考資料 1 にありますとおり、様式を整理をしてくれておりますが、こちらの様式に従って小売事業者には積極的にご回答いただきたいと考えております。特に小売件数が 30 万件以上で努力義務の対象となっている事業者には、積極的にご回答いただけるようにしていただければと考えております。また、小売契約件数 30 万件未満の事業者についても報告をいただければ当然評価を行いますので、アンケートにご回答いただくことが望ましいとしております。このアンケート様式ですけれども、基本的には令和 4 年度以降の本格運用のときにも使用したいと考えております。今回のアンケート、試行スキームの中で、もう少しこういうふうな様式が良いといったご指摘があれば、そこは併せて改正をして来年度から運用していくという形にしたいと考えております。

続いて 21 ページ目です。この評価制度の運用に当たって、我々のほうで名称とロゴというのを考えてまいりました。

まず制度の名称ですけれども、23 ページ目にありますとおり、省エネ大賞、この分野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というふうに考えております。また、ロゴですけれども、下のとおりロゴマークと評価結果を表す星マークということで作成をしておりますので、事業者におかれては積極的にご活用いただきたいと考えております。また、活用いただく際には一度、エネ庁省エネルギー課に事前にお知らせいただければと考えております。

22 ページ目は、実際に評価をした後にどういうふうにその評価を公表していくかという点でございます。エネ庁のホームページで公開するというのに加えて、比較サイトでも活用していただけるように調整をしていきたいと考えております。

23 ページ目は、省エネ大賞の新分野創設というところで、これまでもご説明してきておりましたが、まさに省エネ大賞、新分野というところで一般消費者への情報提供というものもしっかりと評価をするという枠組みを設けました。令和 3 年度の応募受付は 6 月 24 日までとなっておりますので、ぜひ積極的にご応募いただければと考えております。

続いて 24 ページ目です。少しこれまでの議論というところからは外れる部分もありますが、まさにこの検討会で議論をしている一般消費者への情報提供というのは、2030 年のエネルギーミックスやカーボンニュートラルに向けても非常に重要であると考えております。

て、その効果というのを適切に把握していきたいと考えております。つまり小売事業者による一般消費者への情報提供というのがどれぐらいの省エネ量につながったのかというところを評価したいと考えておまして、そのためには、各事業者でどの程度、一般消費者に情報提供を行ったとか、こういった点をしっかりと報告をしていただきたいと考えております。具体的には各事業者の一般家庭との契約件数、これを併せてご報告していただきたいと考えておりますので、ここはぜひご協力いただければと思います。なお、この報告については、アンケート、試行スキームで報告をいただくというのではなくて、令和4年4月1日以降、ここでの本格運用のときに報告いただくというものでございます。

最後に25ページ目は、今後のスケジュールというところでございます。アンケート様式が、今ほぼほぼ確定をしましてまいりましたので、6月、7月ごろに事務局から小売事業者にアンケートを送付したいと考えております。小売事業者の皆さまにおかれては、8月中をめどにアンケートを返送していただくと。その上で事務局と評価委員会、ここでそのアンケートの評価を実施して、評価結果に基づいて評価基準の見直しということもしっかりこの検討会で改めて議論して、2月、3月という形で内容を詰め、4月からの本格運用につなげていきたいと考えております。

00 : 40 : 16

また、試行スキームでの評価結果については、個社名の公表は希望する社のみとしておりますが、しっかりとサイト上でも全体の集計結果なんかは公表していきたいというふうに考えております。

以上が事務局の資料1の説明になります。

○田辺座長

どうもありがとうございました。

続いて、各事業者よりプレゼンテーションをお願いしたいと思っております。まず、資料2-1について、大阪ガスの植田様よりご説明をお願いいたします。

少々お待ちください。すみません。皆さん、いかがでしょうか。聞こえていますでしょうか。

○植田氏（大阪ガス）

大阪ガスの植田でございます。本日は大変貴重な機会を賜りまして誠にありがとうございます。当社のお客さまに対する省エネ情報の発信について、短い時間ではございますが簡単にご紹介をさせていただきたいと思っております。

1ページ目ですね。これは最初は、私どもの省エネ活動に対する全般的なお話ということでございますが、まず、産業用・業務用のお客さまについて2ページでご紹介してございます。当然、従来から技術開発を通じた省エネ提案ということを行ってまいりましたが、右側にお示ししているように、どちらかという、今はお客さまの情報を取得しまして、それを見える化して、それを分析したものでまた省エネを図っていくと、こういったソフト的な活動もたくさん提案をしておるところでございます。

次のページ、家庭用分野についても同じように、当然、省エネ機器を普及促進していくということもごさいますが、それ以上に右側にごさいますように、例えばお風呂のリモコンなんかには「エネルック」リモコンと申しまして、使用量なんかははっきり明示されたりとか、目標設定をすればそれに向けてどういう活動をしているか、どういう状況にあるかというの見える化して、さらには右の上側にありますように、現在私どものお客さまの機器を通信でつないでございまして、それを常時見える化をするというようなこととしてございませう。あわせてプッシュ通知なんかもしまして、省エネ活動を促すというようなこととしてございませう。

続きまして、次のページをお願いします。もう少し広い目で見てみますと、後ほどご紹介いたしますけれども、当社では、今 150 万件ほどの会員さんが入っていただいております。会員制のサイトもしくはアプリ、「マイ大阪ガス」というものを運営してございませう。詳細は後述いたしますが、この中でエネルギー使用量とかご利用料金ですとか、過去との比較、こういったものをご提示できるという形にしてございませう。また、ホームページ上では、例えば、小さな工夫でこのぐらいの省エネができますよなんていうようなご紹介もしてございませう。

右側でごさいますが、今、地域への貢献ということも含めまして、教育の場に、誠にまだ回数はまだまだ少ないんですけども、講師を派遣しましてゲームを通じて省エネの重要性だとか、こういうことをすれば省エネができますよというようなことをご紹介するような機会を設けております。

次のページですね。それでは指針の 5 項目に沿ってどのような活動をしていくかということをご紹介したいと思います。

次のページにまいります。まず、指針①および②でございませうけれども、これは先ほど簡単にご紹介した「マイ大阪ガス」にログインしていただくことで、当月、前月、そして前年同月の使用量が一覧できるような形となっております。また、左から 2 つ目のグラフですけども、これは過去 2 年間分の使用量なんかを簡単に比較できるようにもさせていただいております。さらに電気につきましては、デイリーのレポートですとか、1 時間当たりのご使用量、こういったものも気温と併せて表示をしているということでごさいませう。

00 : 45 : 04

できるだけイメージしやすいような見せ方を工夫しております。また、これもいろんなところで取り組みがあると思っておりますけれども、みずから目標を設定すると、月々の半ば、それから第 3 週目ぐらいに、このペースでいくとちょっと使い過ぎですよというようなことをメールでお知らせするような取り組みというものもしております。

次のページ。指針③並びに④についてでございませう。先ほどこれはもうご説明いたしましたので簡単に、私どもが販売している商品ですとかを中心に、ご使用をいただくに少しの工夫でどれぐらい効果がありますかというものを少し見やすく量でもしくは金額でという形でご紹介をしていくものでございませう。

また、指針④にございますように、公的な支援が得られる場合というものにつきましては、そういう商品のすぐ横にこういった紹介するリンクを張るようなこととしてございます。

8ページ、次のページですね。指針⑤につきましては、ちょっと詳細をご紹介したいと思います。後ほど実際にページを見ていただこうと思っておりますけれども、このコンテンツでは、電気・ガスの使用量とか、それから当社で独自で実証したデータもございますし、それからお客さまからある数字を入れていただく、これを分析するという事なんですけれども、当社にはデータ分析の専門組織を持っておりまして、ここでAIツールなども活用しながら分析をしていく。これは日々改善をしているところではございまして、それを一番右端にありますけれども、見える化してアドバイスをするという事でございます。あわせて、お客さまごとに小さく人の顔とコメントを書いておりますけれども、こういったちょっとしたコメントを添えることで少し興味を持っていただけるというようなこともやっております。

それでは資料はここまでにして、実際の画面をご覧いただきたいと思っております。これは当社のホームページでございます。ホームページの真ん中、この「マイ大阪ガス」こちらを押していただくとログインができるような形になっております。これをログインいたしますと、見ていただいたら分かるように、ガスですと一番左端に当月の使用量、これは個人の情報なんで名前まで出ておりますけれども、すみません。ちょっとデモ画面がかかっております。個人情報という形なので。それから前月と同じぐらいの量を使っていますね。前年同月は何のぐらいですかということで、下に料金なんかも上っているのか下がっているのかという矢印も含めてお見せするような形になっております。電気も全く同じような形ですね。こういった形で見やすくしております。

さらに、この月々のグラフというところがございます。これを押していただきますと、過去2カ年のデータが分かる、こういった形で前年がグリーン、当年が青色ということで全般的に当年のほうが少ない。これはもちろん使い方だけではなくて気温の問題だとか、ひょっとしたらコロナの住まい方なんかの変化というものもこういうところから見てとれるのかもしれない。同じく電気も同じようなところがあります。

最後に、「知っトク！エネくらべ」というところですが、ここが指針⑤でもありました類似のお客さんと比べるということでございます。この上の表を見ていただきますと、家族構成ですとか、住居形式、それからご利用機器、これはご本人が入れていただいて「設定を変更する」で変更できるようになっております。

そうすると、ちょっと下に、ガスですと左側にグラフが出てまいります。これは右側が似たような構成の条件のお客さんの平均値、当該お客さまは左側と。これは色が変わっているのは右側にも表がありますように、暖房、給湯、厨房と、これを我々のほうで分析して推定して出しているものでございます。これに対してチェックポイントです。プラスアルファのサービスに入っている方はもう少し細かくアドバイスなんかをすることができるというふうになっております。

電気のほうもしていきまして、電気のほうとしますと、これはもう少し用途が、空調、エアコン、テレビ、照明、洗濯機、その他待機電力などということでこういった形で分けております。右側を見ていただいたら分かりますように、クエスチョンで注意を引くようになっていきまして、これは「多い」、「ちょっと多い」、「多過ぎるよ」というところにはクエスチョンが出て、ここに気を付けましょうと。もう少し、じゃあ、どう具体的に気を付けるんだ何だというのは、先ほど申し上げたようなちょっとした工夫というのはあるんですけども、今の段階ではこういったことで注意を喚起して小さな取り組みを進めていく、こういった構成になっております。

甚だ簡単ではございますが、私からのご説明とさせていただきます。本当にありがとうございました。

00 : 50 : 11

○田辺座長

どうもありがとうございました。

続きまして、資料2-2について、関西電力の榎田様よりご説明をお願いいたします。

○榎田氏（関西電力）

よろしく申し上げます。関西電力の榎田と申します。資料を用意しますので少しお待ちください。

○田辺座長

榎田様、今、マイクがミュートになっている可能性があります。

○榎田氏（関西電力）

失礼いたしました。少しお待ちください。

聞こえておりますでしょうか。

○田辺座長

はい、大丈夫です。

○榎田氏（関西電力）

関西電力では、「はぴeみる電」という会員制サイトを運営しております。まず、「はぴeみる電」の概要を説明させていただきます。電気・ガスのご使用量、料金をスマートフォンやパソコンでご確認いただける会員制サイトとなります。Webもしくはアプリにてご確認いただくことができます。2020年12月にWeb・アプリのリニューアルを行いました。

続きまして、資料2ページ目、「はぴeみる電」の基本機能のご紹介になります。「電気・ガス料金を知る」、「電気・ガス料金の節約・省エネ」、「会員情報の確認と変更・各種手続き」、「はぴeポイント」、「暮らしのお役立ちサービス」というカテゴリ毎にコンテンツをご提供しております。今回の省エネの取り組みに関しましては、上から2つ目の「電気・ガス料金の節約・省エネ」カテゴリにてご提供をしております。後ほど詳細を説明させていただきます。

まず、先ほど申し上げました「はぴeみる電」のサイトにおきましては、グローバルナビ

で、それぞれのカテゴリーを識別いただけるようにしています。

続いて「はぴeみる電」にログインいただいたトップページでございます。電気料金、ガス料金などはこちらのページにて、すぐにご確認いただけます。「電気・ガスの料金を知る」というカテゴリーでもお客様の電気・ガスの料金・使用量をご確認いただくことができます。

続きまして、「電気・ガス料金の見直し省エネ」のカテゴリーになりますが、こちらでは、「省エネランキング」や、「電気を上手にダイエット」等のコンテンツをご提供しております。こちらは後ほどご紹介させていただきたいと思っております。

その次は、「会員情報の確認・変更・各種手続き」のカテゴリーでございます。

その次に「はぴeポイント」のカテゴリーです。ポイントをためていただく、あるいはポイントを使っていただくことができます。

こちらが「暮らしのお役立ちサービス」のカテゴリートップ画面でございます。

ここから、省エネコンテンツについてご紹介をさせていただきたいと思っております。資料3ページ目、まず指針5項目に関しまして、項目1から項目5まで、「はぴeみる電」でご提供をしておりますが、項目3に関しましては、当社のホームページでもご提供しているというものでございます。

00 : 55 : 16

資料4ページ目、指針の項目1、2に関して、「はぴeみる電」の「電気・ガス料金を知る」というカテゴリーにおいて、このように前年同月の使用量、料金をご確認いただくことが可能です。最大25カ月分の実績をご確認いただくことが可能です。

資料5ページ目、「過去3カ月の詳しい検針結果を見る」というページにおきましても、前年同月値の情報をご提供しております。

資料6ページ目、「日別の電気使用量グラフ」のページにおきましては、お客さまのお住いのエリアの最高気温、最低気温、あるいは天気、日照時間の情報をご提供しております。資料7ページ目、「1時間ごとの電気使用量グラフ」のページにつきましても、赤枠で囲っている箇所、天気情報等をご提供をしております。

資料8ページ目、続きまして、指針の項目3でございます。当社のホームページ上で省エネ機器の使用法の工夫による省エネ方法のご提供を行っております。

資料9ページ目、「はぴeみる電」の省エネカテゴリーにおける、「電気を上手にダイエット」コンテンツにおいて、省エネ行動による削減率の目安を掲載しております。

資料10ページ目、指針の項目4につきまして、「家電サポート」コンテンツにおいて、お客さまが保有する家電機器をご登録いただく機能がございます。8年を経過した家電機器を最新の省エネ機器に買い替えていただいた場合の省エネ効果額の情報をご提供いたします。

資料11ページ目、「省エネランキング・省エネレポート」コンテンツです。こちらでは、家族人数等がよく似た世帯間でのご使用量のランキング情報をご提供しております。また、資料右側ですが、電気ご使用状況のレポートをお客様にご提供しております。

資料1 2 ページ目、「電気を上手にダイエット」コンテンツでは、お客様に節電・省エネ目標をご登録いただくことで達成状況をチェックいただくことができます。前年同月値もしくは前月値を基準としましてコースを選定いただけます。

資料1 3 ページ目、「省エネアドバイス」コンテンツでは、毎月、省エネやお役立ちのアドバイスを提供しております。

資料1 4 ページ目、「エネルギー家計簿」コンテンツです。電気やガスだけではなく、水道やガソリンなどご家庭のエネルギー全般のご使用状況を記録し、グラフでご確認いただくことができます。

資料1 5 ページ目、最後となりますが、「アラートメール」コンテンツです。お客様に設定いただいた電気使用量を超過した場合お客様の登録メールアドレスへ気づきとなるメール配信を行っております。

資料のご説明につきましては以上となりまして、実際のサイトをご確認いただきたいと思います。

「電気・ガス料金の見直し省エネ」コンテンツのトップページにおきまして、先ほどご紹介させていただきました「省エネランキング」や「電気を上手にダイエット」、「省エネアドバイス」、「エネルギー家計簿」などのコンテンツのご紹介をしております。

00 : 59 : 56

また、電気料金・使用量のご確認ページにつきましては、こちらのようにグラフ等でご提供しております。

「電気を上手にダイエット」のコンテンツにおきましては、目標値と今月の電気使用量の予想もご確認いただくことができます。コンテンツを全てご紹介することは難しいため、以上とさせていただきます。ありがとうございました。

○田辺座長

どうもありがとうございました。

それでは、続きまして資料2 - 3 について、東急パワーサプライ佐藤様よりご説明をお願いいたします。

○佐藤氏（東急パワーサプライ）

東急パワーサプライの佐藤です。声は聞こえていますでしょうか。

○田辺座長

大丈夫です。

○佐藤氏（東急パワーサプライ）

では、私から説明させていただきます。今回はこのような貴重な機会を賜りありがとうございます。

東急パワーサプライは 2016 年の電力小売全面自由化のタイミングから市場参入した新規参入者です。私どもは「新しい生活体験を、エネルギーとともに」という企業スローガンを掲げ、資料の記載の1 段落目にあるように、生活者の視点からエネルギーと暮らしの新しい

い関係づくりに取り組む事をコンセプトに事業展開をしている事業者でございます。

次に、これまでの省エネに資する取り組みの一例をご紹介します。2019年度まで夏の電力需要が高い時期に、お客さまに無理ない範囲にてお出かけして頂き沿線施設にてクールシェアすることで家庭の電気を節電する「夏の電気バカンス大作戦」という取り組みを継続してきました。資料右側に記載の通り、2019年度の実績では、約10万世帯が参加し、約30万キロワットアワー相当の総節電効果となっております。残念ながら昨年の2020年度はコロナウイルスの影響もございまして中止致しました。

次に、昨年9月より電気自動車及びPHV自動車の所有者を対象に、深夜時間帯の充電を促進する時間帯別料金、EV応援プランを始めました。

では、今日の本題でございます当社の指針5項目、評価スキーム・基準に関する情報提供について説明いたします。

まず指針の5項目について、指針①・②の電力消費量、料金情報を「WEBマイページ」、「スマートフォンアプリ」、「紙のご利用明細書」にてお客さまに情報提供しております。

次に、評価スキーム・評価基準に関する情報提供について説明します。

1つ目、電源構成に関しましては、当社ホームページに掲載しております。2つ目、時間毎のきめ細やかなエネルギー消費量の見える化については、スマートフォンアプリTOPページに昨日の電力使用量を表示し、電力消費量情報閲覧の関心を喚起するようなレイアウトを取っております。3つ目、その他の創意工夫として、お客さまの電力消費量・料金状況の閲覧を促す取り組みを実施しております。資料に簡単なお客さまの当社スマートフォンアプリの利用フローを記載させて頂いております。お客さまが毎日の生活の多様なシーンで当社のスマートフォンアプリ機能を楽しんでいただき、その中で自然に電力消費量・料金情報に目が留まるように仕掛けを作っております。後ほど詳細は説明いたしますが、レギュラー機能ということで、ミニゲーム、チェックイン、街歩き。それからスポット機能として、沿線の商業施設の買い物の際に、特典を受けられる仕掛けがございます。

01:04:55

それから4つ目、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として、当社では、春先や秋口に電力消費効率UPにつながるエアコンクリーニングのお得な情報をお客さまにプッシュ通知しております。

最後に消費者の閲覧率等の効果測定として、電力消費量・料金情報に関するアプリページについて毎月のお客さまの閲覧数を定点計測しています。

次頁以降にて、指針5項目の表示例を紹介致します。月別使用量、前年同月比、請求料金の例になります。

電源構成については、当社ホームページ上に表示しております。

それから最後に、お客さまの電力消費量・料金状況の閲覧を促す取り組みとして大きく4つの仕掛けを展開しております。

1つ目がメールによる料金確定通知から電力消費量が分かるマイページのアプリを誘導。

2つ目、アプリTOPページに昨日の電力消費量を表示し、電力消費量情報の関心を喚起。
3つ目、スマートフォンアプリにウェブメールやおトクなプレゼント特典を設けアプリ利用頻度の向上。それから4つ目、春先、秋口に電力消費量率UPにつながるおトクなエアコンクリーニングをプッシュ通知。

本日は、当社スマートフォンアプリのデモ動画を準備致しましたので、この仕掛け2から4についてデモ動画に沿って説明させていただきます。

始めに、スマホのトップ画面をご紹介致します。お客さまは弊社キャラクター「てるまる」のLED電気による節電情報のつぶやき、下部表示の、電気の前日のご使用状況をご覧頂けます。詳細ボタンをタップ致しますと、詳細の料金使用量を折れ線グラフにてご覧いただけます。詳細画面では、時間別、それから曜日別、月別のご使用量情報を提供しております。続きまして、ご家庭の請求月の使用料金の一覧に飛ぶと、先ほどご紹介した料金内訳をご確認頂けます。次に、日々の様々な生活シーンにてアプリを楽しんで頂くことで、当社アプリの利用率を向上させるコンテンツをご紹介します。

01 : 10 : 05

1つ目が、「楽しく遊べるミニゲーム」になります。上から落ちてくるレモンをキャッチすることスコアが貯まる簡単なゲームになっております。貯まったスコアに応じてアプリ専用のレモンポイントを獲得出来る仕組みになっております。

2つ目は「歩いてためる」毎日の沿線の街歩きの中で楽しんで頂く機能になります。スマートフォンの歩数計の機能を活用し、毎日の歩数に応じてレモンポイントがたまる仕組みとなっております。

最後に、「東急線沿線の主要スポットでチェックインするとレモンポイントがたまる」と機能を紹介致します。お客さまが、外出の際に、当社登録のスポットにてチェックインするとレモンポイントがたまります。

これら機能によりお客さまがためたレモンポイントは、を使ってお客さまは簡単なプレゼントに応募頂くことが可能です。当社では、多様なプレゼントを用意しており、お客さまがアプリを多くの生活シーンにてご利用頂けるよう取り組んでおります。

お客さまへのプッシュ配信事例を紹介致します。今年の4月に、当社グループの生活サービス事業と連携し、当社スマートフォンアプリを通じて、電力消費の効率アップにつながるエアコンクリーニングの割引特典情報をお客さまに配信致しました。

最後に、もう1つアプリの利用促進事例を紹介致します。東急線沿線の商業施設にお出かけの際に当社のアプリ画面を見せると、商業施設のレストランのご利用が優待になるキャンペーンを実施致しました。こちらの取組みも、お客さまのアプリ利用率向上に貢献したと考えております。デモ動画による機能紹介は以上になります。ありがとうございました。

○田辺座長

どうもありがとうございます。ありがとうございました。

それでは、事務局よりご説明があった内容および各企業よりご説明いただいた内容につ

いて、ご意見、ご質問がある方はチャット機能にてお知らせをいただければと思います。あるいは手を挙げていただいてもよろしいです。いかがでしょうか。

それでは、青木委員、よろしく願いいたします。

○青木委員

どうもありがとうございます。それでは、事務局からご説明いただきました点について、いくつか、ちょっと気になった点というか、そういったところをお聞きしたいと思います。

地域情報については、電気機器まではちょっとなかなか取りづらいと思うんですけども、やっぱり戸建てか集合住宅かですとか、床面積ですとか、そういったものは情報を取っていただけるといいのかなというふうに思います。

増エネに対する抑止表現ですね。そちらは、もう、ぜひやっていただきたいと思っております。ちょっとこれは評価スキームのところでは限定というのは難しいかと思うんですけども、ちょっとそういう表現が見られる場合は減点するとか、逆にいうと、何らかの形で加点をしないと、そういうようなことが考えられるんじゃないかというふうに思いました。

あと、今回は全体的なことなんですけれども、我々のガイドラインで検討したものに対して、実際に事業者の方が解釈されて、実態について、もしかしたら齟齬があるかないか、そういったところもちょっと検証が、チェックする必要があるかなと思ひまして、そういったところを検討結果から評価委員会のほうでやっていただけるのかなと。そういうことをやっていただきたいなと思ひました。

01 : 15 : 03

あと、8ページ、12ページにちょっと出てきた。これは言葉の問題なんですけれども、「損失感の演出」というような表現がありまして、これは「演出」という言葉が大変作為的というか、そういうような印象を与えますので、「損失感の可視化」とか、そういうような表現が適切ではないかなというふうに思ひました。

私からは以上です。

○田辺座長

どうもありがとうございます。

それでは、杉浦委員から手が挙がっております。よろしく願いいたします。

○杉浦委員

聞こえていますでしょうか。

○田辺座長

はい、大丈夫です。

○杉浦委員

私からも今ご指摘がありました資料1の増エネに関するところでコメントさせていただきます。「使えば使うほどおトクになる」とかそういうような表現は、やはりこれは割安になるということを伝えるということとは分かるんですけども、本来ならば使わないほどお

得であるのが経済的にはそうだと、これがこの省エネガイドラインで目指しているところであって、使えば使うほど得という使いたい放題プランというのは、当のガイドラインと矛盾するメッセージを送っているということになります。一つのガイドラインの考えの中で、矛盾するメッセージというのは、ガイドラインあるいは省エネの取り組み自体の信頼性を低めるようなことにつながりかねない。一貫したメッセージを送ることが大事であるということがまず一つで、そして、使えば使うほどお得というようなメッセージが発せられているということもありますけれども、そうしたことがありますと、消費者としてはそれがそういうことも含めた会社を利用して、省エネがしかも実現できるということになると、むしろそれはエネルギーをより多く使うこと自体を消費者に対して正当化させてしまうようなそういうことにもつながるのではないかと思います。ですから先ほどのご説明の中で「やや逆行」という表現がご説明の中にありましたけれども、「やや逆行」ではなくてこれは「逆行」であると捉えるのがいいかと思いました。

それからその前のページの10ページのところで、URLを示して誘導するというのがありますけれども、これはそれぞれの各社のサイトに誘導することもそうですけれども、この省エネガイドラインのウェブサイトにも誘導できるような、誘導というかそこにアクセスできるような情報もあるといいのかな。URLだけではなくて今のQRコードを読み取るか、今はむしろそちらのほうが普及してきているかと思います。

それから各社様のウェブサイト、アプリの内容なども大変参考になりました。ありがとうございました。実際に私自身の経験でも自分が関係ないところの会社のアプリはどうなっているのかというのは分からないですね。もし、そういうアプリ事態にあるいはウェブサイト自体に省エネの機能、そんな機能があるとすれば、デモ画面と作るとかあるいはサンプルのようなこういうことを示していただく、アクセスできるようになっていけば、また変えていない方々もそういうサンプルやデモ画面を見てこういう省エネの取り組みをしているな。省エネだけじゃないですけれども、そういうことが分かると思うので、そういうところで省エネも含めた取り組みというものをアピールしていただくということもできる。実際それはどうなっているかというのはサンプルやデモがあるのかどうなのかが、ちょっと私も詳しくは今は分かりませんが、そういったことを感想として持ちました。

以上です。

01:20:19

○田辺座長

どうもありがとうございます。

それでは、平山委員、お願いいたします。

○平山委員

ありがとうございました。やっぱり事業者さんからの情報提供をいただいたものについては、本当に先ほど杉浦委員がおっしゃったように、自分が加入していない会社ではどのような情報が提供されているのか知ることができなかつたのでとても参考になりましたし、

同じような情報を提示するにもかなり事業者さんによって表現の仕方が違うということが分かりました。コメントについては主に事務局からの資料についてであります。まず、全体の流れとしては、これまでのガイドライン検討会を踏襲していただいているので、ありがとうございました。新しく加わった部分でいくつか気になったところがありましたのでコメントします。

まず、増エネを促す表現の是正という、これまでご指摘があったところですが、趣旨として増エネを促す表現はなるべく控えてもらうというのがガイドラインの方向性ではないかということについては同意いたします。現状として事業者の創意工夫ですけれども、営業上こういった表現が使われていると思うので、この点については事業者さんがどう感じるのかということが気になっておりますので、今年の調査等を通してどのように捉えられるかはみていただきたいと思っております。

続いて17ページ目、閲覧率等の評価基準ということで、ここも具体的に家庭用のお客さま層に対して月間有効ログイン数という指標を提示していただきました。これは、今、暫定的な指標としてはよろしいのではないかなと思っております。これも実際の数字を見てうまくいくのかどうかということは検証していく必要があると思っております。

もう1点は、21ページ目、省エネランキング制度というものをご提案ということで、これは省エネ大賞と連動したということで、もう名称についてはそうなのかなと思うんですけれども、これについてのロゴマークなんですけれども、これが消費者に意図がちゃんと伝わるようなものになっているのかという点、また、事業者さんはできればこれを提示してもらいたいという意図でこれを作っていると思うので、魅力的な、提示したくなるようなデザインになっているかという点も検証を要するということ、ちょっと大げさなんですけれども、なるべく視認性が高く、また使いたくなるようなデザインになっているかということは検討してはどうかと考えております。

最後のポイントとしては24ページ目、省エネ量ですね。エネルギーミックスに向けて省エネ量の捕捉をしたいという趣旨は理解できておまして、最後のところに数式の案が示されております。ここで情報提供および今後の省エネ効果というように提示していただいているんですが、私たちと後は電力中央研究所などがこういった検証をされていると思うんですけれども、今回対象となるのはかなり幅広く送る情報ですので、見なしの削減効果というのをできれば保守的な想定値とするのが妥当であるかなと思っております。もし、この省エネ効果についてある程度何かイメージがあれば教えていただきたいと思っております。

以上です。

○田辺座長

どうもありがとうございます。

質問に関しては後ほどまとめてお答えするようにさせていただきます。

それでは、西尾委員、お願いいたします。

○西尾委員

電力中央研究所の西尾です。3つの点でコメントしたいと思います。

1つ目は全体の方向性についてです。これにつきましては、指針、ガイドライン、そして評価スキームの試行という3つの方法で、エネルギー事業者が省エネに取り組むような形という方向で精力的に検討を進めてくださっているということでお礼申し上げます。

01 : 25 : 09

特にガイドラインの改正案につきましては、類似世帯比較情報を提供することを努めることを規定するという案、これは評価できると考えておきまして、やっぱり比較情報は省エネ効果を促すということは国内外の知見として固まってきていると思いますから評価するというのは大切な一歩だと思います。

また、評価スキームについても今回新しく加わるものですが、その対応プロセスを通じましてベストプラクティスを共有されますし、より競争意識を刺激されることだと期待しています。今日の3つの事業者様のプレゼンテーションも食い入るように拝見しましたし、大阪ガス様のプレゼン等でも拝見しているときも比較情報はとても工夫されているなど。用途を分解されたり、世帯の属性に合わせて情報提供されたり、多いというところも強調されていたりと、そうした点を拝見すると、こんなこともされているんだなというところをお互い感じるところもあると思いますので、そうした点においてもいいと思うところです。

2つ目は評価スキームの閲覧率を高める工夫の加点についてです。この方向性については賛成いたします。1点だけコメントですが、閲覧されていないというのは望ましくないというのは間違いないと思いますが、事業者からの回答の中に飛びぬけて閲覧されているような報告があったときに、その評価については丁寧に見ていく必要があるだろうという点はお願しておきたいと思います。2つのパターンと想着ておきまして、実際に明らかに省エネ情報をご覧になっていただいているという場合があると思いますし、それはもちろんその工夫を評価、共有しておくべきことであると。他方で、実際にその省エネ情報以外のコンテンツで閲覧率を高めるという工夫があったときに、それ自体はとても重要なことなんです。省エネ情報自体が思うよりも見られていることになるという面もあると思うんです。そこら辺の切り分けみたいところは難しいんですが、実際にこの趣旨としては、省エネ情報がいかに提供できているのかというところだと思いますので、その点は評価の際に意識できればというところです。

3つ目は今の議論の中で、増エネを促す表現についてございました。この点を私が感じたのは、もちろん省エネガイドラインの中での整合性という点もあれば、エネルギー政策全体の整合性の話もあると思います。事務局からのご説明の際に、プラン自体のお話ではなくて表現のお話だと理解しておりました。プラン自体につきましては、競争活性化という点で、それはそれでエネルギー政策として進めているところだと思いますから、あと、事業者におかれましても実際にどんどん使ってくださいと思ってこういうプランをご提供しているということではないと元々理解しておりますし、つまりのところ、プランは使っていたきたいものの省エネしていただいたほうが収支上もいいということがございますので、

その意味では平山委員もご指摘されていましたが、事業者の方がこうした表現をどういうふうに感じてられるかというところを今後そうしたところにも配慮しながら検討を進めていくのがよいかと思いました。

以上です。

○田辺座長

どうもありがとうございます。

どうしますかね。オブザーバーの方に伺ってよろしいですか。

○久保山課長補佐（省エネルギー課）

1回事務局で回答します。

○田辺座長

では、事務局のほうから質問に関してご回答をお願いしたいと思います。

○久保山課長補佐（省エネルギー課）

省エネ課の久保山です。

ご質問、ご指摘をいただきありがとうございます。いくつかご質問等がございましたのでお答えしたいと思います。

01 : 29 : 53

まず、増エネを促す表現という部分については、まさに最後に西尾委員からご指摘がございましたが、ここで是正をするとしているのは、省エネルギー政策上というところに留めております。エネルギー政策では、まさにこういった電力自由化、ガス小売自由化が進む中で各社が創意工夫をしてプランを作っていると、そういった実態もありますので、それ自体を否定するというものではなくて、あくまで省エネの文脈でこうした表現は是正すべきではないかということで論点を提示したものでございます。まさにここは事業者様がどういうふうに捉えているかというのは、今後よくご意見を伺いながら決めていきたいと思っております。なので青木委員からありました評価スキームで減点をするかというところについては、評価スキームでは各社の省エネ取組の創意工夫をしっかりと評価するというものにとどめて、ガイドライン上でこういった増エネを促す表現は別の枠組みでしっかりと是正をしていくというのが望ましいかなと考えております。

もう1点、青木委員からございました「損失感の演出」という言葉ですが、ここはご指摘のとおり、どういった表現がいいか、どういった表現でガイドラインに落とし込んでいくかというところは、今後、事務局でもよく検討していきたいと思っております。

また、ガイドライン、評価スキームを運用してどのようにその提供方法がなされているか、検証が必要ではないかといったところは、今回議論しているのはまさに試行スキームの部分もございますので、本格運用をして実際に消費者にどのようにその情報提供が捉えられているかというのは検証をしていきたいと思っております。

杉浦委員からデモアカウントのページも重要ではないかというところもございますので、ここは評価スキームでの加点要素として捉えております。他方で、事業者からもご指摘があ

りましたように、全てのところでデモアカウントを揃えて提示をするというのはなかなかシステム面でも難しいところがあるということで、そういった指針などで定めるのではなくて、あくまで創意工夫の中で評価すべきものかなと考えております。

ランキング制度のところではロゴマークの意図というところではございましたが、少し私はその説明はしておりませんでした。この21ページ目のところで、ここはまさに省エネルギーの文脈でしっかりコミュニケーションを取るということで、小売事業者と一般消費者でのコミュニケーションを取る形で、左と右でコミュニケーションを取っているようなそういったイメージでロゴを作っているというところではございます。

もう一つは、24ページ目でありました省エネ効果の測定というところではこういった推計が考えられるんじゃないかという形で記載をしておりますが、この最後の部分ですね。省エネ情報提供によって見込まれる省エネ効果というところはいろいろな試算があると思いますが、例えばホームエナジーレポートの実証事業なんかでは提供した過程で2%の省エネがなされたというデータもございましたので、そういった部分も参考にしながら決めていきたいというふうに考えております。

いったんご質問、ご指摘をいただいたところでの回答になります。

○田辺座長

どうもありがとうございます。

それでは、オブザーバーの皆さま、ご質問、ご意見があればお願いをしたいと思います。いかがでしょうか。それじゃあ、手が挙がっておりますね。エネチェンジの曾我野様、お願いいたします。

○曾我野オブザーバー（ENECHANGE）

エネチェンジ株式会社の曾我野と申します。よろしくお願ひいたします。

2点コメントがございまして、1点目なんですけれども、こちらは皆さまからご指摘、お話があったとおりで、今回発表いただいた3社さんですね。マイページも情報も非常に興味深く拝見させていただいて、ユーザーにとってもこういった情報は広く知ってもらいたいというふうに感じました。我々のようなサイトを運営している第三者、こういった情報を積極的に拾ってユーザーさんに伝えるような努力をしていかなきゃいけないかなと思いました。

それにあたってですが、先ほどお話に出ておりますけれども、デモアカウントの整備だったりとか、デモアカウントが技術的に難しいという話であれば、今回発表いただいたような静的コンテンツのような形で用意いただいたりとか、東急さんで発表いただいたような動画の形でご用意いただくとか、そういった形でぜひ公開いただくと我々としても情報をまとめて広く発信しやすいかなと感じました。

01 : 35 : 26

2つ目なんですけれども、今回の省エネ情報の提供を評価してユーザー側に提供して事業者さん優先というふうにしていきましようという形でこの取り組みをやるという話にな

っていると思うんですけれども、やっぱり実際に我々も比較サイトを運営している立場からすると、じゃあ、実際にユーザーさんが省エネ情報を積極的に提供している事業者だからその事業者を選ぶのかということと、やっぱりそれ単体だけではワークしないかなということを感じています。ここに関して我々としてもいろいろと見せ方の努力をしていながら、実効性を持つような形にしていきたいと考えているんですけれども、例えばこの省エネ情報の提供によって平均これぐらいキロワットアワーが下げられますよというところで、各事業者様ごとに実データとして出てきた場合の、その削減できるキロワットアワーも含めて我々のサイト上でこの事業者に切り替えたらこれだけ電気代が節約できますよというような形で、ユーザーから見たら電気代の節約額がより大きくなるような形で情報を与えて選んでいただけるようにするというような取り組みも可能かなと思っておりまして、ぜひこの情報公開のところだけではなく、実際にその情報によってどれだけ省エネを達成されたのかということも最終的には評価して使えるような形にしていけたらいいのではないかなといったように感じました。

以上になります。

○田辺座長

どうもありがとうございます。

オブザーバーの皆さま、何かご意見はほかにございませんでしょうか。手を挙げるで挙げていただければと思います。

それでは、電事連の田中様、お願いいたします。

○田中オブザーバー（電気事業連合会）

電気事業連合会の田中でございます。ありがとうございます。

私のほうからは3点報告をさせていただきたいと思います。まず、8ページの類似世帯比較に関してでございます。一応、類似世帯比較につきましては努力義務として指針に定めて全ての事業者に対応を求めるとのことかと認識しています。そういうのを見れば基本的事項によらない類似世帯比較についても幅広く評価するような枠組みだとありがたいなというふうに思います。

それから11スライドの増エネを促す表現のところ、これは委員の皆さま方もいろいろコメントがありまして、先ほど事務局からもそれに対する回答があったということで、ある意味、ちょっと繰り返しになってしまう部分もあるかもしれませんがコメントをさせていただきます。

記載のとおり不必要にエネルギー消費をあおるというような表現があるのであれば、省エネの観点からは望ましくないということが間違いないと思うんですけれども、一方で、例えば使うほどお得といったような表現などを事業者選択、競争という意味では世の中ではよく使われている表現であって、お客さまPRを目的に用いている表現じゃないかなという意味で、先ほどエネルギー政策上否定すべきものではないといったコメントもありましたけれども、事業者の競争の自由度を阻害することがないようにご配慮をいただきたいな

というふうに思います。

最後に、ちょっと全般に関わることですけれども、来年度から本格運用するということにあたって、本年度の試行スキームで詳細な配点、それから評価基準等を見直すということでもありますけれども、ここにつきましては引き続き事業者からの声を聞いていただきながらよりよい評価制度にしていくといったところで、ぜひお願いできればと思います。

3点、以上でございます。

○田辺座長

ありがとうございます。

それでは、日本ガス協会の和田様、お願いします。

○和田オブザーバー（日本ガス協会）

日本ガス協会の和田でございます。聞こえますでしょうか。

○田辺座長

はい、大丈夫です。

01 : 39 : 49

○和田オブザーバー（日本ガス協会）

ガス協会からは4点ほどコメントをさせていただきたいと思います。1点目は、17ページに記載されております閲覧率の評価についてです。事業者によって、多くのお客さまの目に留まるようにウェブページと検針票の2通りの方法で毎月の光熱費情報等を提供する事業者もあれば、検針票はなく原則ウェブページのみで光熱費情報等を提供している事業者もございます。お示しいただいた評価方法では、光熱費確認のためにウェブページを閲覧したのか、それとも省エネに関する情報を得にきたのかは判断できず、原則ウェブページで情報を提供している事業者については閲覧率が非常に高くなることが想定されます。

このため、事業者間の公平な評価は難しくなると思っております。導入の意義や目的を踏まえ、数値自体の評価、要否も含めて、検討いただけると大変ありがたいと思っております。

2点目は、7ページ、12ページの指針およびガイドラインの見直しについてです。類似世帯の比較について、本日発表していただいた大阪ガスさんのようにもう既に創意工夫のもと、一生懸命実施されている事業者さんもいます。ガイドラインに一定の比較対象の定義を示すことは、新たに取り組む事業者にとっては非常にありがたいものだと思っております。一方で指針への記載については、創意工夫の制約とならないよう、あまり細かくは記載しないでいただければと考えております。

3点目は、8ページと12ページに記載されている損失感の演出についてです。類似世帯よりも使用量がたとえ多かったとしてもそれが省エネをしなかったことが原因なのか、一時的に増えてしまったのかは判断ができないかと思っております。そのため、ガイドラインに示す例文は、9ページの右下の表現「省エネ上手なご家庭の電力消費を上回っています」のような表現にさせていただくよう、ご検討いただければと思います。

最後に、制度名称、ロゴについてです。本制度は、事業者の創意工夫を促すために取り組

みを評価していただくものと認識しておりますが、ランキングという名称では、いささか順位を付けるイメージが少し強くなってしまっているのではないかと考えております。例えば、評価制度や、ラベリング制度のような名称がこの制度の目的には合っているのかと思っておりますので、ご検討いただければと思います。

また、平山委員からもご発言がありましたが、ロゴマークについても、このロゴマークでは一見、電気を少し想起させてしまうのではないかと考えております。本制度は省エネ情報提供に関するものと思っておりますので、電気・ガス・LP、燃料を問わず省エネ情報を提供していくことが分かるようなロゴにさせていただいたほうが使いやすい、というか使っていたけるのかなと考えております。

以上でございます。ありがとうございます。

○田辺座長

ありがとうございます。

オブザーバーの皆さまはいかがでしょう。全国LPガス協会、笠間様、何かご意見はございますか。

○笠間オブザーバー（全国LPガス協会）

全国LPガス協会の笠間と申します。

皆さんと同じ意見になってしまうと思うんですが、11 ページ目の増エネを促す表現の是正、これは省エネとはまた違う話なんですが、電力会社、都市ガス会社、LPガス会社、全員が自由取引の中で共通し合っておりますので、こちらでの増エネエネ、企業の表現については全部企業にお任せさせていただいて、先ほどからもちょっとお話がありましたが、省エネの加点とはまた除外する形をお願いしたいなと考えております。

それから24 ページ目、先ほど経済産業省の方からもお話がありましたが、最後のところで情報提供により見込まれる省エネ効果。今後、アンケート等をやっていった後に、この省エネ効果については具体的な例とか示していただければありがたいと思っております。

私のほうからは以上でございます、よろしく申し上げます。

01 : 45 : 00

○田辺座長

ありがとうございます。

佐藤様、手が挙がっていますけれども、お願いします。

○佐藤オブザーバー（東急パワーサプライ）

東急パワーサプライの佐藤です。3点コメント申し上げます。

まず1つ目の閲覧率の計測に関する委員の皆さまからのご指摘については、計測対象を省エネに関する情報、それから電力消費量に関する情報に定義させていただくことで、省エネと関係ないコンテンツの閲覧率を報告する行為はある程度防げるのではないかと考えます。私どもは、スマートフォンアプリケーション上のおおまかな機能・コンテンツ毎に閲覧率を計測しておりますが、実態として一番閲覧数が多いのは電力消費量に関する情報となりま

す。弊社では、アプリ利用を促進する仕掛けが、電力消費量や省エネに関する情報の閲覧率を押し上げる効果があるのでは、と推測しております。

それから2つ目に増エネについてコメント致します。事業者の立場からは、ピークシフトを目的とした商品、時間帯別料金については、増エネの表現と捉えられることがないように分かり易く整理していただけるとありがたいと考えます。

最後に、24 ページ、情報提供による省エネ効果の把握、情報提供により見込まれる省エネ効果については、ぜひ計算の手法や事例をご提示頂きたいと思います。

以上になります。

○田辺座長

どうもありがとうございます。

ほかにかがでしよう。今日、ご発表いただいた大阪ガス様、また関西電力様のほうからも何かあればお願いしたいです。よろしいですか。

○植田氏（大阪ガス）

大阪ガスの植田でございます。今日は本当にありがとうございます。ちょっと意見といいますか、我々もいろんな工夫をトライ&エラーをしながらやっているところでございまして、まだまだ道半ばだと思っております。先ほど閲覧率の問題がありましたけれども、まさしく閲覧率そのものを上げていくことが我々のある意味マーケティング戦略でもありますので、どこまでちょっと開示ができるかというのは、ぜひ、ちょっとご相談をさせていただきたいなというふうに思っております。当然、何をってというのももちろんありますけれども、一応ある程度の定義を今日お示しいただきましたけれども、その辺は少し、また、ちょっと我々のほうでもどこまでできるか、何が可能かというのは少し考えさせていただきたいなと思います。

まさしくこういうサービスは実はある意味、もう各社がやっているのは、やっぱり自社のお客さまにより良い情報をお渡しして、省エネもそうなんですけれども、より信頼性を高めていく活動でもありますので、最後は似通ったようなサービスに皆さんがやっておられるという状況にはなるのかもしれませんが、我々も差別化要素の一つとして取り組んでおりますので、できることは開示すべきもの、もしくは開示して世の中全体が良くなるものは開示していくことと、我々の得意なサービスとしては得意なものとしてお客さまに開示していくというような形で取り組んでまいりたいと思います。また、引き続きご指導なんかもよろしくお願ひしたいと思ひます。

私からは以上です。

○田辺座長

ありがとうございます。

植田様は何か追加でコメント、ご意見とございますでしょうか。

○植田氏（関西電力）

まずはこのような機会をいただきましてありがとうございます。皆さまのご意見と同

じになってしまうかもしれませんが、省エネのコンテンツをご確認いただくためにログインする方もいらっしゃるれば、例えばポイントをためるためにログインするといったお客さまもいらっしゃると思います。会員制サイトの月間ユニークログイン者数を省エネコンテンツの閲覧者と見なす基準とするのは、実態と乖離する可能性があるのではないかと感じました。

あともう一点、省エネ効果については、皆さまのご意見と同様で、情報提供により見込まれる省エネ効果をどのように算出するか。算出することが難しいのではないかと感じました。意見としては以上でございます。ありがとうございます。

01 : 50 : 17

○田辺座長

どうもありがとうございます。

それでは、事務局のほうからお願いいたします。

○久保山課長補佐（省エネルギー課）

省エネルギー課の久保山です。

ご指摘、ご質問いただいた点で、まず曾我野オブザーバーからいただいたところですが、比較サイトからすると、省エネ情報提供だけで事業者を選択しないというご指摘がございましたが、まさに我々もそこはそういうふうなものだと思っておりますけれども、この制度、評価スキーム、ランキング制度を我々のほうでもしっかり広報をして、かなり信頼の高い制度にしていくことによって、少しでもこういった部分を加味してエネルギー小売事業者の選択というのを促していきたいと考えております。

電気事業連合会の田中オブザーバーからございました類似世帯との比較の基本的事項以外の比較でもいいのでは、という点ですが、ガイドラインで示しているのは、まさにこれから類似世帯比較を行うという事業者もおられると思いますので、そういった人たちに対してどういった観点で比較をしたらいいのかというものを示すものとして考えております。したがって、当然、各事業者で色々な比較の方法があると思いますので、そこは各社の創意工夫の中でしっかりと評価をしていきたいと考えております。

ガス協会からございました閲覧率のところですが、まさに閲覧率の取り方が事業者でばらばらになってしまうのではないかと、こういったご指摘はありまして、まずは試行スキームで報告をいただいて、各事業者の間であまりにもばらつきが大ききようであれば、評価基準にどう設けるかというところも含めて検討していきたいと考えております。なので、試行スキームで1回報告をしていただいて、その上で本格運用のときにこういった取扱いにするかというのは検討していきたいと考えております。

また、類似世帯との比較で損失感の演出ということに加えて、9ページ目にありますように、省エネ上手な家庭の消費電力を何%上回っていますと、こういった表現でもいいんじゃないかというものでございましたが、まさにこういった表現も評価すべきものだと思いますし、損失感を必ず演出してくださいというよりは、こういったところに留意をして情報提供することが望ましいのではないかという形で事例として示すものでございますので、

必ず損失感を演出してくださいと、そういったものではないということをご認識いただければと思います。

21 ページ目のロゴですね。こちらは色々な捉え方があると思いますので、我々からあまり趣旨を説明しないと、もしかしたらそういった色々な捉え方でばらばらになってしまうかなという部分もありますので、少しここはどういった趣旨でロゴを作ったのかというのを丁寧に説明するようなところをガイドラインなのか、少し別のところなのか検討しますが、そういったところで説明をしていくといいかなというふうに思っています。

制度の名前は、これは我々のそもそもの趣旨として、22 ページ目にありますとおり、それぞれの事業者をしっかりと評価するという中で、やはり先進的に取り組んでいる事業者を評価していきたいと、そういった思いもありますのでランキングという形にしております。少しラベリングだと、ちょっと絶対的な評価みたいになってしまうので、相対評価できるようにランキングという名称を付けております。

佐藤オブザーバーからございました意見、閲覧率が省エネの関係ないページを作ることによってその省エネに関係するページの閲覧率の向上につながると、まさにそういった部分もあると思いますので、閲覧率を高める取組という部分ではしっかりと評価をしていきたいと考えておりますし、もう一つ、増エネを促す表現の是正というところで、総量を増やすことを是正するという部分で、ピークシフトのような形である時間に需要をシフトすると、そういったところは評価すべきではないかということがございました。

01 : 55 : 08

これは第1回か第2回、第1回の検討会でもデマンドレスポンスを促すような取組は評価すべきではないかという、そういった形で事務局でも提示をしておりますので、ここは別途、創意工夫という形で評価するというのも検討しております。

後は、石油連盟からと関電さんのからもありましたが、省エネ効果をどういうふうに測定していくかということではまさにここはいろんな考えもありますし、いろんな研究もありますので、事務局のほうでしっかり検討して進めていきたいと考えております。

○田辺座長

江澤課長、お願いいたします。

○江澤課長（省エネルギー課）

本日はありがとうございます。省エネルギー課長の江澤です。

特に3社からプレゼンテーションをいただきまして、こういった取組に非常に積極的に各社取り組んでいらっしゃるのかなと思いました。今回、この評価なりランキング、評価スキームについては、まさに多様なものが出てきうるということで、我々も悩んだのですが、今回試行的にまずアンケートでやってみるという形を取りました。いきなりスタートしてしまって、そこからなかなか変えられないということではなくて、まさに各社からいただいたプレゼンなどを踏まえて、ベストプラクティスがアンケート等も通じて出てくるでしょうし、それを踏まえてこの評価や配点も変えていくということで、さらに良いものになって

いくというふうに進めていきたいと思っております。まさに本日の説明を伺っていてもアラートが出る等の取組は、じゃあ、こういうアラートは各社一部の会社はやっているようだから、これも具体的な評価基準の中に入れていこうというようなことで、この評価の表を見ればまさにこのとおりやるのが正しい努力に向かうような制度にしていきたいと思えます。配点とかそれから評価のスキーム、評価の項目が良くないと、間違った方向に努力が行ってしまうということなのかなと思っております、これは徐々に改善をしていくということで、皆さんには引き続きご協力を賜ればと思っております。

18 ページで我々はスタートする時点で通常は 100 点を満点にするのかなと思ったのですが、満点を見ていただくと 140 点満点になっています。80 点以上を取ると 5 つ星ということですが、本日のご説明を聞いているとかなりの事業者は 5 つ星を取るのではないかなということにも見えます。それはそれでこの会社はよくやっていたらいいということでもいいのですが、80 点以上になると、ここはさらに評価がされないということになってしまうと、それもいかなものかなと思っておりますので、アンケートや試行を通じて皆様の取組状況を見て、良い取組があればそれを項目化する。自由記述方式じゃなくてそういったものを具体的な評価項目に入れていくというようなことも踏まえて徐々に改善していきたいと思っております。

例えば真ん中とか中央値の方が 3 つ星になるぐらいチューニングしようとか、そういった各社の努力が進めばそれはさらに評価基準を変えていくとか、ちゃんと努力した結果が出るようなものにしていくのかなと思えます。

それから名称について先ほど久保山のほうから申しあげましたランキング制度というところが、何だか順位を付けるみたいということなのですが、これはあくまでも 1 つ星から 5 つ星のランク付けということでございまして、そのようにご理解いただければと思えます。

最後に、ちょっと 1 点質問させていただきたいのですが、もし、この場でお答えいただければということなのですが、大阪ガスさんからのプレゼンで、厨房とそれから給湯、暖房、空調に使われたエネルギー、それから各機器の電気のほうでも空調、テレビに使われたエネルギーを分解した分析をされていましたが、これはどういう仕組みでしょうか。もし、可能であればお答えいただければ幸いです。

○植田氏（大阪ガス）

少し専門的なあれになりますので、今日控えている人間からちょっと説明を。

○八木氏（大阪ガス）

私からご説明させていただきます。

当社が保有しているデータ、細かいデータですね。それとお客さまの利用状況をぶつけたものを AI に読ませています。そこから AI のほうでデータロボットというのが AI ですけども、ロジックを生成しています。そのロジックに例えばガスの月間使用量であったりお客さまの住んでいる地域のことだったり、あるいは電気の使用量だったりそういったものを読ませて出力しています。なので、AI でロジックを計算していますというのが正しい

ご説明となります。

○江澤課長（省エネルギー課）

ありがとうございます。例えばこういった取組も項目として、先進的なものとして、これが具体的な評価で、これをやっている、やっていないと評価するのは、まだ早いかもしれませんが、どのような取組をされているのかというのは非常に創意工夫の部分でございますので、創意工夫の多様性に合わせた評価制度を徐々に改善していくということが非常に大事なのかなと考えました。

どうもありがとうございます。

○田辺座長

どうもありがとうございます。

全体を通じて何かご意見、ご質問のある方はいらっしゃいますか、よろしいでしょうか。

田中様が手が挙がっていますけれども、先ほどのままですか。

杉浦委員、ではお願いいたします。

○杉浦委員

杉浦です。聞こえていますでしょうか。

○田辺座長

大丈夫です。

○杉浦委員

使えば使うほどお得ということのコメントをしたんですけども、私も消費者の方々からエネルギーを選ぶというときに、省エネだけに着目してというわけではないことはもちろん承知していますし、そこに競争が働くということも大事なことだと思っています。ただ、今回指摘させていただいたのは、今回の説明の資料の文脈で見ると、使えば使うほどお得というのが出てくるのではないんじゃないということが目立ちやすいというか、そういう文脈として見つけやすいということがあります。なので、それぞれこれが不当表示に当たらなければよいと思いますし、きちんと説明をしてこれがどういう内容なのかということが示されればそれでそれぞれの会社の特徴が出ている、出していただくということがいいのではないかと思います。省エネだけではなくていろんな観点から選ぶということも大事なことだということを前提に、その中でその全体の普段の説明の中で省エネをどのように位置付けているのかということ、ここの部分の表現なりアピールが大事になってくるはずだということだと私は考えています。

それから西尾委員からご指摘、コメントなんですけれども、閲覧率が省エネに限定されるのか、全体なのかということに関して、ちょっと感想なんですけれども、今は例えばいろんなアプリがありまして、もちろん目的があれば見ると思うんですけども、いろんなところに人々は注意がいたりSNSもいろいろありますし、そういった中で、まずアプリであるとかウェブサイトの閲覧する、そこに誘導するということがまずすごく重要なんじゃないかなということ、今回の各社様の説明を伺いながら感じました。

レモンをキャッチするというのはすごく面白いというか、今、ゲーミフィケーションというのがいろいろいわれていまして、実際にゲームをすることで現実の問題を変えていくというのが盛んに使われてきているということがあります。まずは、そういったウェブサイトにも誘導する。これは、ほかとの競争になると思うので、まずはそこに誘導して、その中で省エネと絡めて、例えば先ほど東急パワーサプライ様の例でいいますと、レモンをキャッチするというのは、じゃあ、省エネとどうつながっていくんだろうという、利用している人はそこまで考えないかもしれないですけども、こうやって改めて見てみますと、じゃあ、そういう仕組みは省エネ、そういうゲームのように進めていくというのと実際のコンテンツとどういうふうにつながっているんだろうということを改めて考えることもできると思うんですね。ですからそういう工夫がすごく面白いかと思います。

以上です。

02 : 05 : 30

○田辺座長

どうもありがとうございます。

よろしいでしょうか。事務局のほうはよろしいですかね。

どうもありがとうございました。最後の使えば使うほどというのは、なかなかもう少し事務局とも考えていただければと思うんですけども、使えばということで消費サービス価値が多くなると、そのサービス価値当たりの単価が安くなるということが多分言っているんだと思うんです。けれども、でも、一方で消費者行動としてそれがいいのかという点もあるので、その辺りを少し吟味して下さい。まずはどういう表現をされているかという事例を集めていただいて、また議論するというようなことがよろしいんじゃないかと思います。

活発にご議論いただきましてありがとうございました。それでは、事務局に今後についてのご説明をお願いいたします。

○久保山課長補佐（省エネルギー課）

皆さま本日はご意見いただきありがとうございます。今後については本日ご議論いただいた内容も踏まえて事業者アンケートの実施、評価制度の試行運用というのを開始していきたいと思っております。事業者アンケートの集計後、今年度の後半にも本検討会を改めて開催いたしますので、委員、オブザーバーの皆さまにおかれては、今後とも引き続きご協力をお願いできればと思います。

それでは、本日の検討会はこれにて終了とさせていただきます。皆さまありがとうございました。

○各出席者

どうもありがとうございました。

02 : 07 : 05