

## 家庭用電力消費におけるプラグロードの増大

2013/07/05

コラム

エネルギー

山藤 泰

Y Sエネルギー・リサーチ 代表



壁にあるコンセントに繋ぐ電気機器のことを米国ではプラグロード（プラグ負荷）と呼んでいる。米国のエネルギー情報局によると、2005年から2015年の間に、米国の家庭用電力消費はプラグロードの増加によって20%増えるだろうと予測されている。1978年には、プラグロードが家庭用電力消費に占める比率は17%だったが、2005年にはこれが31%とほぼ2倍に増大したのだ。このプラグロードの増大を防ぐために、2007年から北米（米国とカナダ）の多くの州で、電力事業者が家庭用プラグロードのエネルギー効率向上プログラムを推進するようになってきている。その具体的内容は、テレビのようなものから携帯電話の充電器、パソコンといったものについて、効率の高いものを購入して貰う方策として、電気機器販売店に大手の電力供給会社がリベートを出すというものだ。

日本でも効率の高い冷蔵庫とか空調機などの電気機器を普及させるために、効率の高い機器を購入した消費者に、商品券的な価値を持つ家電エコポイントを与える奨励策が政府の予算で推進されたが、役割を果たしたとして2011年に終了している。米国とカナダでは、このような効率的な機器の購入促進施策が連邦政府レベルではなく州政府レベルで行われている。それも建物の断熱化への補助のような州の効率化予算を使っているのではない。州の規制当局が大手電力供給事業者に対し、消費者が効率の高い電気機器を購入するようなプログラムを策定実施することを義務づける。削減目標を事業者に設定させ、目的達成に効果のあるプログラム実施に必要なコストは料金原価に入れることを認めるという方式である。目標を達成できなければペナルティーがかけられる。

各州の規制機関である公益事業委員会は、消費者の払うエネルギーの料金が上がらないようにする責任があり、それに基づいた規制の一つなのだ。そこには、電力販売量が増えれば新規の発電所を作ったり、送配電設備を増強したりするコストがかかって電気料金が上がらざるを得ず、消費効率化プログラムを電力事業者にコストをかけさせて実施しても料金の上がり方は少なくなるはずだという考え方が基本にある。このようなエネルギー消費削減策の実施義務は、ガス供給事業者にも課されていることも知っている必要もある。また、全ての州がこの義務づけをしている訳ではないことにも留意しておく必要はある。

2012年の時点で、米国で25州、カナダで3州がプラグロード・プログラムを実行しているようだ。プラグロード・プログラムより前には、効率化プログラムとして、電球型蛍光灯を電力供給事業者が無料で配って白熱電球と取り換えて貰うとか、効率の高い冷蔵庫を買った需要家にリベートを出すといった、最終消費者への働きかけが行われていた。それが一巡したからだろうが、テレビに始まり、携帯電話の充電器、パソコンといった多種多様なコンセントに繋いで使う機器の販売店に対してリベートを出すというプラグロード・プログラムが導入されたのだ。

電力供給事業者が対象を最終需要から機器を売る流通事業者に切り替えたのは、目標とすべき電気機器の数と種類が非常に大きくなったからだ。また、新しい技術が採用された商品も次々に登場するために、電力事業者の手に負えなくなってきたということもある。電力事業者がプラグ（コンセント）に繋ぐ電気機器の中で効率が高い機器を販売した事業者にリベートを出すのだが、どれを対象にするかについては、市場の動向もよく分かっていなければ販売数が上がって削減効果が出るという結果は出ない。マーケティング企業とタイアップして売れ筋商品で効率の高いものを選び出し、その販売に実力を持つ流通チャネルに対象を絞らなければ、最終的にエネルギー消費を削減する目標を達成できない。地域特性、今後の市場動向、新技術動向などをよく見極めて、柔軟なプログラムを策定しなくてはならなくなっているのだ。

このような電力消費削減策を電力事業者が自らやって目標を達成しなければならないということは、販売促進をしてはならないということになる。このようなエネルギー消費の効率化を、単なる広報ではなく自ら推進する義務をエネルギー事業者に課すなど、これまでの日本では全く考えられなかったことだ。しかし、これから日本が直面するエネルギー安全保障問題と財政逼迫を重要視すれば、米国、カナダの多くの州で採用されているこのような制度の導入を検討する必要があるかもしれない。