

ガスの卸取引に関する競争の促進について

第40回 制度設計専門会合 事務局提出資料

令和元年7月31日（水）



今回ご議論頂きたいこと

- これまで、第35～38回の専門会合において、**ガスの卸調達・適正取引に係る諸論点**につき、実態調査やヒアリングを踏まえ、ご議論をいただいた。
- **東京ガスからのヒアリング**に対して、大きく以下のご指摘があった。
 - **上流のLNG取引**が長期契約であることのみを理由に**下流の卸取引**も長期契約でなければいけないということが論理的に当然と言えないのではないか。
 - 仮に、何らかの**中途解約補償料**の賦課に一定の合理性があるとしても、それが実損（ないし客観的な裏付けを伴った実損の予測）を上回ったり、その算出根拠におけるリスク負担が合理的ではない水準となる結果として、スイッチングを阻害することは不適切ではないか。
- **JERAからのヒアリング**に対して、旧一般ガス事業者については、**産ガス国との長期契約比率が大きい**といったLNG調達実態も踏まえ、適切な卸契約の在り方を検討する必要があるのではないか、との指摘があった。
- このようなご指摘を踏まえ、本日は、**中途解約補償料を伴う長期契約のあり方**について、取引の公平性の観点の他、都市ガス事業者におけるLNG調達や余剰玉の需給調整能力の状況など事業実態を踏まえ、考え方を整理するための議論をお願いしたい。あわせて、**卸元事業者における需要家情報の取り扱い**に関する方策についても、ご議論をお願いしたい。

① 中途解約補償料を伴う長期契約について

② 需要家情報の取り扱いについて

基本的な考え方

<競争政策上の原則論>

- **有力な地位にある**（又は見込まれる）**都市ガスの卸元事業者**（旧一般ガス事業者、国内天然ガス事業者、旧一般電気事業者等）が、ガスの卸売において**高額な中途解約補償料を伴う長期契約（以下「違約金付き長期契約」）**を締結することは、**長期の契約及び違約金の水準**という2要素があいまって、競争者（卸元事業者）の取引機会を過小にする可能性がある。したがって、それが**経済合理的な理由に基づくものでなければ、競争政策上、問題となりうる**のではないか※1（市場閉鎖の問題）。
※1 特に、新規参入者による事業活動が行われ、又は、行われようとしている地域において、具体的な問題となりうる。
- また、このような違約金付き長期契約は、市場閉鎖を生じなくとも、卸元事業者がLNG調達等に係るリスク（引取量の変動リスク）の全てないし大部分を卸受事業者に転嫁することは**過大なリスク転嫁による経済的不利益の押し付けとして市場支配的地位の濫用等に該当する**のではないか。

<国内ガス事業構造の実態を踏まえた基本的な考え方>

- 一方で、現時点では、既存のLNG調達契約の多くが長期契約※2であって、①仕向地条項及びtake or pay条項も付されていること、②日本国内の仕向地内（例えば、首都圏）においては、取引所その他によって余剰分の調整が行われる状況ではないこと、を踏まえると、DQT※3やLNGスポット取引その他の余剰玉の調整手段の存在、増加も考慮したとしても、**長期契約の中途解約は一定の損害（及び逸失利益※4）を卸元事業者に発生させる場合がある**ものとして考えられるのではないか。

※2 LNG長期契約が短期契約より安価となる場合があることは事実であるとしても、長期契約の利用、契約先の選定、長期－短期の利用割合は、あくまでも事業者がその責任において決定したものであることにも留意する必要がある。その際に、旧一般電気事業者は、旧一般ガス事業者に比べて、電力事業の規模が相当程度大きいことから、余剰玉の調整手段も相対的に多いことにも留意する必要がある（ただし、発電側の稼働変更に伴い追加コストが発生する可能性がある）。

※3 Downward Quantity Tolerance（削減許容量）：買主が引取数量を削減することができる範囲をいう

※4 取引実績を勘案して合理的に期待されるような利益。その他詳細はP6の※3を参照。

- したがって、**違約金付き長期契約には、一定の合理性が認められる場合もあるが※5、その契約期間や違約金水準が客観的な裏付けを伴った実損の予測などの合理的な根拠に基づくものから逸脱し、競争に影響を与える場合には、問題となりうるもの**と考える必要があるのではないか。

※5 なお、卸取引の開始にあたり、別途、卸元事業者の資金負担で受入設備等を設置した場合も一定の合理性が認められるのではないか。

違約金付き長期契約に関する考え方（全体像）

項目

考え方

卸契約条件

競争者の取引機会への影響

- 長期の契約及び違約金の水準という2要素があいまって、**市場閉鎖を生じさせ、競争者の事業機会を過小にし、経済合理的な理由に基づくものでなければ、競争政策上、問題となりうるのではないか。（4頁）**

売買当事者間のリスク負担の適切性

- 卸元事業者のLNG調達等に係るリスクの全てないし大部分を卸受事業者に転嫁することは**過大なリスク転嫁による経済的不利益の押し付けとして市場支配的地位の濫用等に該当しうるのではないか。（4頁）**

中途解約補償料の算出根拠

- 中途解約補償料は、**客観的な裏付けを伴った実損の予測などの合理的な根拠に基づき、設定されることが適当ではないか。（6頁）**

ガス卸契約の契約期間

- 当該事業者のLNG調達契約や需給調整能力の状況、及び卸受事業者や卸元事業者が望ましいと考える契約などを踏まえ、**最低限の期間**となっていることが**望ましい**のではないかと。（7頁）
- なお、事業者が既存の複数年契約について、契約期間中に、契約期間の延長を行う旨の契約を行う場合
※1は、**再契約後の契約期間をも踏まえて長期契約の形態であるか否かを判断する**ことが適当ではないか。
※1現時点でこのような契約について直ちに不当であるとする主旨ではない。

代替的な選択肢（短期契約）の有無

- 経済的な契約条件で短期契約も選択可能である等、**卸受事業者の観点から実質的に代替となり得る選択肢が存在する状況**であれば、市場閉鎖やリスク負担の適切性といった競争政策上の観点から、問題となる余地は相対的に減少するものとして考えられるのではないかと。

LNG調達条件/
需給調整

既存LNG契約の柔軟性確保に向けた合理的努力を尽くしているか否か

- 取引所ないし制度環境の変化や既存のLNG契約における仕向地条項の改廃等に応じて、**既存の卸契約が長期契約の更改時に適切に見直されるべき**ではないかと※2。

制度環境の変化（仕向地条項の撤廃、取引所その他の需給調整手段の有無）

※2 なお、正当な理由なく、当該見直しが適切に行われない場合は市場支配的地位の濫用等の問題となりうるか。

中途解約補償料及び契約期間の水準

(1) 中途解約補償料

- 都市ガスの卸売契約における中途解約補償料は、客観的な裏付けを伴った実損の予測などの合理的な根拠に基づき、設定されることが適当ではないか。（具体的な考え方は以下の通り。）

問題となる事例

考え方

(中途解約補償料の水準)

- 事例①
- 卸受事業者による中途解約時においては、例えば、余剰玉を実際に廃棄する訳ではないことや、中途解約が起きた場合でも他の卸先や大口需要家が開拓されることも相当程度期待されることが考えられる。
 - 上記を踏まえると、卸元事業者が契約残期間の余剰玉の価額に相当する金額の全部又は大部分を中途解約補償料として請求する事例がみられるが、卸元事業者において回避が困難な損失を客観的根拠に基づいて填補するものとはいえず、競争政策上問題となりうるのではないか。

- 適切な中途解約補償料の構成費目※1は通常、以下の通りと考えられる。したがって、中途解約補償料はこれら費目に基づき、実績などの裏付けによって各費目の算出過程についても合理的な説明がつくものとするのが適当ではないか。

- ① 転売差損
- ② 合理的に算出された逸失利益※3
- ③ 原料費金利
- ④ 未回収の固定費

(解約理由による中途解約補償料の差異)

- 事例②
- 卸受事業者が他の卸元事業者へスイッチングした場合において、その中途解約補償料の水準が卸受事業者の移転その他の解約に至った要因と比べて、高額となる※2事例がみられるが、スイッチングを阻害する意図を有することが推認され競争政策上問題になり得るのではないか。

- 解約理由によって解約補償料の水準に差を設ける場合は、合理的な理由に基づくべきである。
- 他の卸元へのスイッチングによる解約について、合理的な理由なく、その他の理由による解約に比して補償料を高額としないことが適当ではないか。

※1 事業者が既存の複数年契約について、契約期間中に、契約期間の延長を行う旨の契約を行う場合における中途解約補償料についても、具体的にどのような損害に対応するためのものか明らかにされることが望ましく、単に顧客を不当に困り込むものであれば、競争政策上問題となりうる。

※2 卸契約上、中途解約補償料が規定されている場合であっても、天災・倒産等については当該補償料が大幅に減額されることには一定の経済合理性が認められるとしても、移転などにも減額される結果、実質的に、スイッチングの場合のみ規定の中途解約補償料の全額が賦課されることとなる事例が見られる。

※3 仮に、一定期間の使用を約し、将来的な収益性を勘案し割引を行う契約において中途解約が発生した場合、実施した割引金額を将来にわたって回収することは困難となることから、解約前に卸受事業者が享受した一定の割引額を請求することは、理論的には考えられる。

中途解約補償料及び契約期間の水準

(2) 契約期間

- これまで実施した実態調査によれば、導管による卸で調達している卸受事業者と卸元事業者の卸契約の多くは、違約金付き長期契約となっており、契約期間が10年以上となっている契約が占める割合も高い一方、卸受事業者が適切と考えている契約期間は実際の契約期間に比して短い傾向にある（P8）。また、卸元事業者に対する事務局ヒアリングによれば、卸元事業者の契約期間設定に関する考え方は具体的には下記の通りとなっている。
- このため、都市ガスの卸契約期間については、競争促進の観点から、卸受事業者や卸元事業者が望ましいと考える契約期間なども踏まえ、最低限の期間とすることが望ましいのではないか。※

卸元事業者の意見

【A社】 旧一般ガス事業者	✓ 契約期間が長期化すればするほど卸市場の閉鎖性を高めるおそれがあるため、当社では契約期間の長期化は自制している。何年程度が適切かは様々な考え方があると思うが、 3～5年 が標準的な契約期間と捉えている。
【B社】 旧一般ガス事業者	✓ 短期的な取引となると需要の見通しが得られず安定的な調達が行えないことや、卸価格が短期的に変動することによって卸受事業者、その需要家の価格に影響があることなどから、 5年契約 を基本としつつ、卸先のニーズを踏まえ、より長い期間も提示している
【C社】 旧一般電気事業者	✓ 切り替えを狙う立場からすれば3年程度が望ましいが、ガス主体の卸元事業者は電力会社と比べ、長期契約が中心であることや、多様な電源ポートフォリオ（需給調整能力）を有していないことから 5年程度が妥当 ではないか。
【D社】 旧一般ガス事業者	✓ 10年程度の長期契約 としているが <u>違約金は特に規定しない</u> 。

※なお、EUでは、垂直的制限ガイドラインにおいて、最低引取量強制や排他条件付取引などにつき、期間が5年を超えるものは通常、効率性の達成のために必要とはいえず、市場閉鎖効果を上回るような効率性の達成があるとは考えられないとの考え方が示されている。

(参考) 契約期間の水準

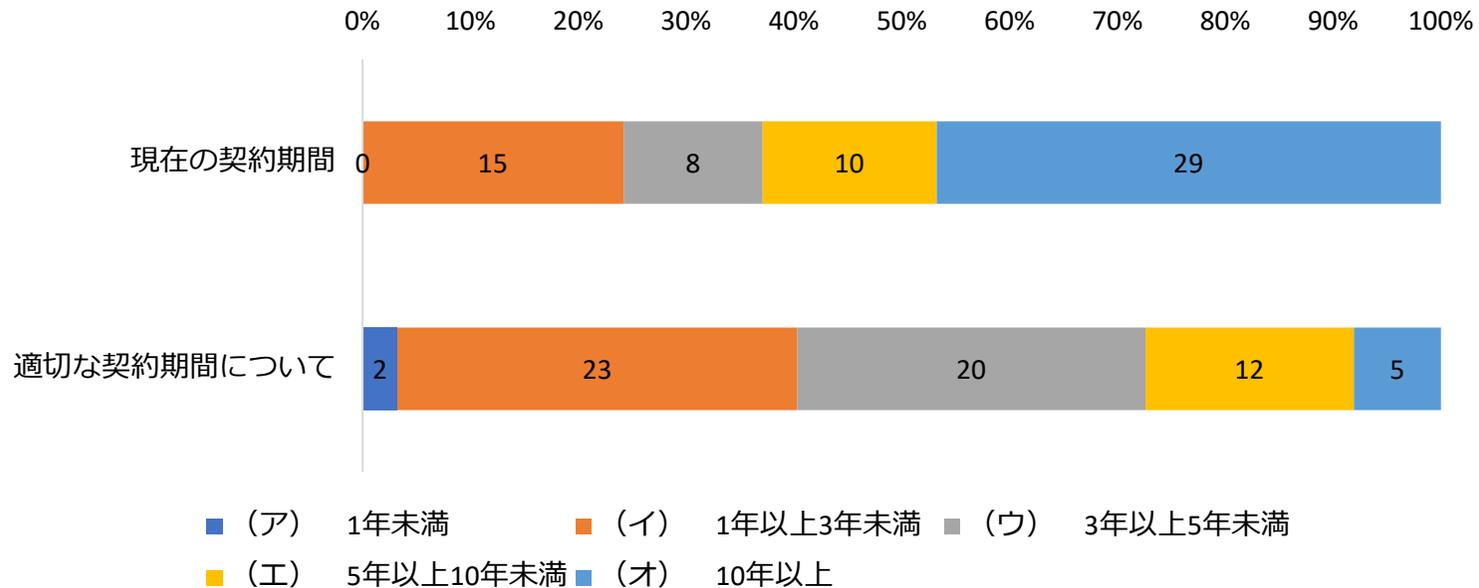
- 調査対象とした卸受事業者の既存の契約の約半数（62社中29社）について、現在結んでいる卸契約の中で、最も長い契約期間が「10年以上」となっている。他方で、卸受事業者が適切な契約期間と考える期間として、70%以上が5年未満と回答した*。

*最終需要家の利益に資する観点からは、卸受事業者ないし卸売事業者が適切と考えていることのみをもって、必ずしも、長期契約を正当化できるものではないことに留意する必要がある。

卸契約の契約期間

（現在の契約期間）Q.現在結んでいる卸契約の中で最も長い期間の契約年数を教えてください。

（適切な契約期間）Q.貴社（卸受事業者）として適切だと考えられる卸契約の契約期間について、最も近い年数を下記から選択してください。
対象は卸受事業者62社



中途解約補償料及び契約期間の水準

(3) 今後の対応について

- 有力な地位にある（又は見込まれる）都市ガスの卸元事業者（旧一般ガス事業者、国内天然ガス事業者、旧一般電気事業者等）に対し、今後更新する卸長期契約については、前頁までに示した考え方も踏まえた、合理的な根拠に基づく中途解約補償料と契約期間の設定とするよう求めることとしてはどうか。
- その上で、来年度以降の適切な時期において、フォローアップ調査※を行うこととしてはどうか。

※フォローアップ調査は、既存契約と新規契約に区別して実施する。

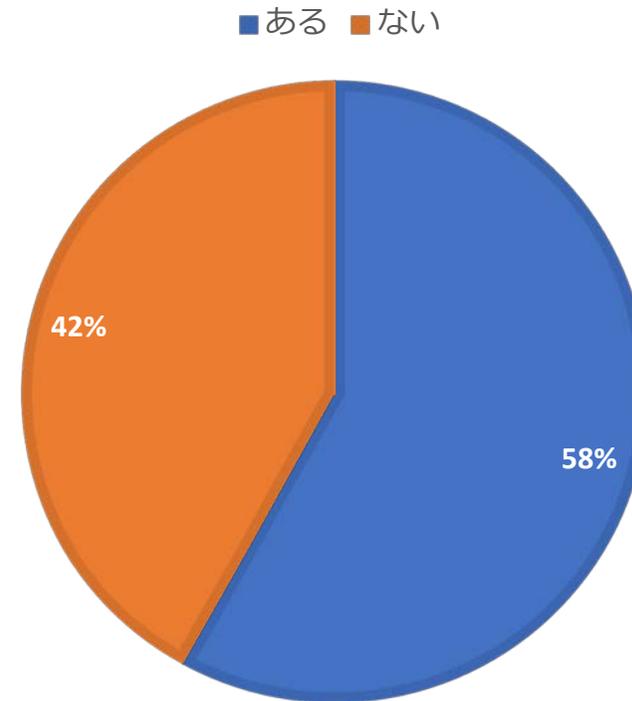
(参考) 中途解約補償料の事前設定

- 調査対象とした卸受事業者のうち、中途解約補償料が設定されているものは62社中36社であった。他方、設定されていないものについても、契約書には明記されていないものの協議時に口頭で通達されているものが含まれている。

中途解約補償料の設定の有無

Q.現在結んでいる卸契約の中に中途解約補償料が設定されているものはありますか。
対象は卸受事業者62社

- ✓ 中途解約補償料は設定されていない。
- ✓ 契約書には明記されていないが、卸契約に関する協議時に、一定の水準の補償料を請求する旨通達されている



(参考) 中途解約補償料の水準

- 中途解約補償料が設定されている事業者36社のうち、現在の契約の中で最も高い中途解約補償料の水準が残期間契約金額の50%以上と回答した事業者は8社（25%）存在した。

中途解約補償料の水準

Q.現在設定されている中途解約補償料の中で最も高い金額の水準について、最も近いものを一つだけ選択してください。

対象は中途解約補償料が設定されている卸契約を結んでいる36事業者

ここでの中途解約補償料の水準は、契約解除時点で、残期間の契約金額の合計に占める中途解約補償料の割合を指す
(例えば、5年契約の2年目で解約した場合、残期間3年間の契約金額の合計にしめる中途解約補償料の割合)

契約書に具体的な金額の水準が示されていない

■ 5%未満 ■ 5%以上10%未満 ■ 10%以上20%未満 ■ 20%以上50%未満 ■ 50%以上 ■ その他



① 中途解約補償料を伴う長期契約について

② 需要家情報の取り扱いについて

主な論点

- **競争事業者間で顧客情報を共有**することは、**例えば、市場分割カルテルの実効性を確保する手段となる**など、競争の減殺につながる**ことが論理的にはありえる**※1。
※1 例えば、当該カルテルが崩壊した後に、一方の事業者が他の事業者の顧客に対してのみ差別的に廉売を行い、当該他の事業者の経営を困難にするといった反競争的行為を可能とする側面もある。
- 本専門会合（第36回会合 本年2月）においても、ガス卸市場において、**卸元事業者と卸受事業者が小売事業において競争関係**にあり、又は、その可能性がある場合※2においては、具体的な需要家の情報の提供を卸元事業者が卸受事業者に求め、当該情報を卸受事業者が卸元事業者と共有することは、卸取引の円滑な実施のため必要な不可欠な場合など合理的な理由がある場合を除いて、**ガス卸市場及び小売市場における競争の減殺につながるおそれもある**との御指摘をいただいた。
※2 ガス導管等を通じて卸受事業者のエリアの小売事業への参入が可能な状況をいう。
- 本日は次の場合について、御議論をお願いしたい。
 - **需要家情報の取得に合理性が考えられると認められる具体的なケース**
 - **需要家情報の共有に関して卸元事業者に求める規律の在り方**
 - **上記の場合に、情報を取得した場合における管理体制**

特定の需要家情報の取扱いの考え方（合理的と考えられる理由）

- 卸元事業者と卸受事業者が小売事業において競争関係にあり、又は、その可能性がある状況において、両事業者間で需要家情報の共有を行うことは、前ページに記した懸念もあるものの、限定的には、天然ガス需要の拡大に資する面も考えられる。**需要家情報の共有が合理的と考えられる場合**について、具体的には以下のようなケースが考えられる。

特定の需要家情報を利用する行為（例）※1

ワンタッチ供給 の受付

- ✓ 卸売部門が**ワンタッチ供給に必要な託送手続き**に利用する場合。

特定の需要家情報を利用する行為に対する評価

- ✓ ワンタッチ供給※2の実施に不可欠。

新規需要開拓

- ✓ 卸元事業者が**卸受事業者と共同で行う需要拡大を目的に、需要家情報**を利用する場合。なお、コージェネレーションシステム等のガス設備更新提案等を新規に行う場合を含む。

- ✓ 天然ガス需要の拡大に資する可能性がある。
- ✓ ただし、具体的な顧客情報（又はそれが特定しうる情報）を取得する必要性が客観的に存在する場合に限られる。例えば、新規需要先との契約締結後はその必要性は乏しくなるものと考えられる。

※1 卸元事業者が上記の行為において取扱う情報 →「需要家名・需要場所等」、及び「需要量・負荷情報・料金プラン等」（参考）2019年2月15日制度設計専門会合資料6（アンケート調査結果に基づく）

※2 従来、中圧を中心に、大口ガス事業者が、需要場所において卸元事業者からガスの卸供給を受けた上で当該需要場所において当該ガスによる小売供給を行うという契約形態がとられてきた。このような契約形態を「ワンタッチ供給」という。

卸元事業者における需要家情報の取得や情報管理体制に関する考え方

- 前頁の整理のとおり、卸元事業者における卸売事業を円滑に行うため、ワンタッチ供給の実施その他の理由により、**卸受事業者の小売事業における具体的な需要家情報を取得することが必要**になる可能性がある。
- 一方で、卸元事業者が卸受事業者の営業区域において、小売事業を実施する可能性がある場合には、そのような需要家情報を両事業者間で共有することは、小売市場における**市場分割カルテルを誘発する**（カルテルの実効性を確保する手段となる）**可能性**も理論的には考えられる。このため、**前頁において真に必要な情報を共有する場合を除き、合理的な理由なく※1、両事業者間で需要家情報を共有することについては、慎重な対応をすることが望ましい**のではないかと。
※1 どのような場合に情報共有が合理的であると言えるかについては、個々の事案によると考えられる。
- 合理的な理由に基づき、需要家情報を共有する場合であっても、当該**卸元事業者**においては、**取得後の当該需要家情報が卸売部門において適切な情報管理ルールによって管理され、卸受事業者と共同で実施する新規需要開拓に必要な範囲で共有する場合※2を除き、小売部門との共有を認めないための必要な措置※3を講じることなどが望ましい**のではないかと。
※2 なお、前頁に記載した通り、このような理由での需要家情報の共有が合理的であると考えられるのは、具体的には需要家情報共有の必要性が客観的に存在する場合に限られ、例えば、新規需要先との契約締結後においてはその必要性は乏しくなるものと考えられる。
※3 具体的には、当該需要家情報は、社外に流出しないよう、**営業秘密**（不正競争防止法によって保護される）として管理されることも考えられる。営業秘密に関しては、保秘表示やアクセス権者の限定など各種の実務的な保護方法が存在する（各種ハンドブック等で紹介されている）

(参考) 営業秘密管理指針 (経済産業省 平成15年1月) より抜粋

不正競争防止法と営業秘密について

(不正競争防止法の位置付け)

- 不正競争防止法は、他人の技術開発、商品開発等の成果を冒用する行為等を不正競争として禁止している。具体的には、ブランド表示の盗用、形態模倣等とともに、営業秘密の不正取得・使用・開示行為等を差止め等の対象としており、不法行為法の特則として位置づけられるものである。

(不正競争防止法における営業秘密の定義)

- 不正競争防止法(以下、「法」という。)第2条第6項は、営業秘密を
 - ①秘密として管理されている [秘密管理性]
 - ②生産方法、販売方法その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報 [有用性] であって、
 - ③公然と知られていないもの [非公知性]と定義しており、この三要件全てを満たすことが法に基づく保護を受けるために必要となる。

(中略)

電子媒体の場合における典型的な管理方法

- データなどの電子媒体で保管している場合も基本的には紙媒体と同様であるが、電子情報の場合は、通常、次のような方法のいずれかによって、秘密管理性の観点から十分な秘密管理措置となり得るものと考えられる。
 - 記録媒体へのマル秘表示の貼付
 - 電子ファイル名・フォルダ名へのマル秘の付記
 - 営業秘密たる電子ファイルを開いた場合に端末画面上にマル秘である旨が表示されるように、当該電子ファイルの電子データ上にマル秘を付記 (ドキュメントファイルのヘッダーにマル秘を付記等)
 - 営業秘密たる電子ファイルそのもの又は当該電子ファイルを含むフォルダの閲覧に要するパスワードの設定
 - 記録媒体そのものに表示を付すことができない場合には、記録媒体を保管するケース (CDケース等) や箱 (部品等の収納ダンボール箱) に、マル秘表示の貼付

今後の対応について

- 前頁までに示した考え方を踏まえ、卸元事業者に対し、合理的な理由がない場合は需要家情報を求めないこと、合理的な理由があつて需要家情報を入手する場合には、その情報の管理体制の構築等について適切に対応すること、を求めることとしてはどうか※。
※ただし、著しく非効率となる場合や企業規模によっては、卸売事業担当を小売事業担当から分別することが困難と認められる場合も想定されるため配慮が必要となる。
- その上で、来年度以降の適切な時期において、フォローアップ調査を行うこととしてはどうか。

その他

- 本専門会合においては、他の卸元事業者へのスイッチングが進まない要因として、営業協力や技術協力など、自由化以前からの慣習として継続されてきた**付帯サービス**※1があることなども考えられるのではないかとの指摘があった（第38回専門会合）。

※1 卸元事業者が付帯サービスを停止することが反競争的であるからといって、契約期間満了後も無償の付帯サービスを永久的に行うことは現実的ではない。ただし、汎用性が低く、他の卸元事業者や機器メーカー等による対応が困難なガス機器メンテナンスなど、通常、有償で、商慣習上の合理性に基づく必要な期間に行われるものについて、契約の解約やスイッチングを理由に卸元事業者が拒否することは反競争的であると考えられる。

- 今後、引き続き、上記に関する具体的な事例の有無などを調査の上、必要に応じて、対応を検討することとしたい。

(参考) ガス事業制度検討ワーキングにおける整理

- ワンタッチ卸供給における特定の需要家情報の取扱いについては、資源エネルギー庁が開催するガス事業制度検討ワーキンググループにおいても議論がなされている。

④卸元事業者内での情報管理 2/2

- これまでの経過を踏まえつつ、ここでは、本取組（ワンタッチ卸供給形態の相対取引活性化策）における卸元事業者内での基本的な情報管理の方法を整理することとしたい。
- 卸元事業者が卸先事業者の特定需要家情報を目的外で利用することを防ぐ観点から、卸元事業者は情報の取扱いに関して適切な社内管理体制を構築することが望ましい。
- 一方で、ワンタッチ卸について卸売部門が小売部門のシステムを活用して実施している場合や、小規模な事業者において卸売部門と小売部門が一体となって事業を実施している場合等が存在するため、卸売部門と小売部門で情報共有を遮断する体制を整備するにはシステム導入や人員の増員等相当のコストを要することが想定され、特に、第1グループに比べて従業員数が少ない第2グループの卸元事業者は、体制を整備することが難しい場合も想定される。
- 上記を踏まえ、本取組に関しては、いずれの卸元事業者もまずは下記3点の情報管理策を実施することとしてはどうか。
 - ①小売業務用から分離された、卸業務専用のシステムアカウント、データフォルダ、メールアドレスを用意する。
 - ②卸業務に関するシステム、情報へのアクセス権限を、卸業務の担当者のみが付与する。
 - ③小売部門の従業員が卸業務も担わざるを得ない場合は、小売と卸の業務時間を分離するとともに、情報管理に関する社内ルールを定める。

第1、2グループの旧一般ガス事業者単体の従業員数

1G事業者	地方	従業員数※1 (2017年度※2)	2G事業者	地方	従業員数※1 (2017年度※2)
東京ガス	関東	7,862人	西部ガス	九州	1,336人
大阪ガス	近畿	5,617人	北海道ガス	北海道	716人
東邦ガス	中部	2,858人	仙台市ガス	東北	315人
			静岡ガス	中部	624人
			広島ガス	中国	669人
			日本ガス	九州	233人

※1 単体での従業員数。民営各社の有価証券報告書と仙台市HPより
※2 静岡ガスについては2017年12月期の情報

(参考) 取引慣行の概要③卸取引における需要家情報の共有

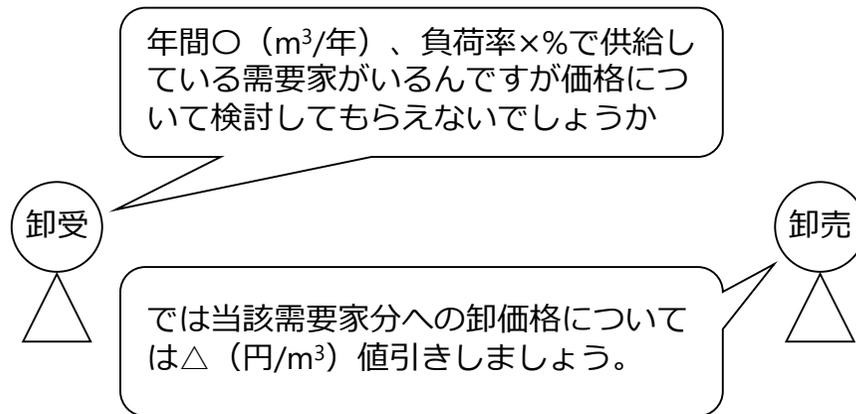
2019年2月15日
本審議会資料6
より抜粋

- 卸契約の交渉においては、大口・新規の需要家など特定の需要家に対する割引を行うことを目的として、具体的な顧客情報を卸売事業者へ提出して、卸受事業者に対する卸価格を決定する場合がある。この背景には、大口・新規需要家の獲得がその需要量等によっては、卸売事業者及び卸受事業者双方の短期的ないし中長期的な利益に資する可能性があることがありとされる*。

*卸売事業者が小売事業も行う場合には、卸受事業者と(潜在的な)競合関係に立つこととなるため、一般論としては、顧客情報の共有が小売事業者間の競争の排除・減殺(マージンスクイズや市場分割カルテル)につながらないように注意する必要がある。

- 卸受事業者が特定の需要家情報を提示して交渉する場合(イメージ1)もあれば、卸売事業者が予め料金プランを用意している場合(イメージ2)もある。

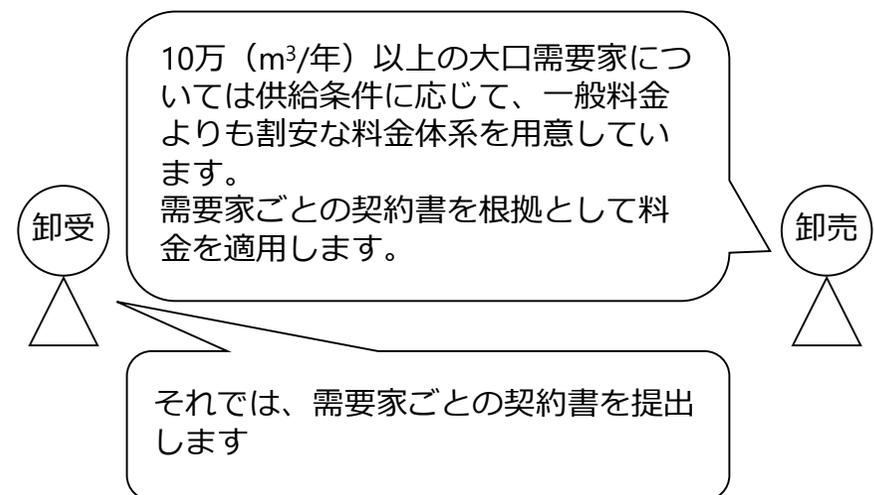
特定の需要家情報を用いた交渉(イメージ1)



やりとりする需要家情報(例)

- 需要家名
- 需要量
- 負荷情報
- 適用している料金プラン等

特定の需要家情報を用いた交渉(イメージ2)



やりとりする需要家情報(例)

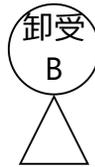
- 需要家名
- 需要量

(参考) 当該取引慣行についての卸受事業者の評価

- 特定の需要家情報を卸受事業者が卸売事業者に提出する事例は、必ずしも一般的ではないものの、一定程度存在する。他方で、状況によっては、卸市場における競争に対する阻害要因になり得るのではないかとの指摘もあった。



- これまでも卸価格の決定に関して、個別の需要家情報を用いることはなかった。
- 今後やりとりができなくなったとしても影響はない。



- 大口需要家の規模に応じて段階的な卸料金が定められてる場合があり、大口需要家のみ需給契約書を卸売事業者に提出している。
- 大口需要家向けの料金の方が通常料金よりも割安なため、仮に情報の提供を行わない場合、大口需要家向けの料金体系が適用されず、小口用の割高なガスを購入する事になるため困る。



- 卸売事業者は自エリア（卸受事業者のエリア）で小売事業をも行いうる状況下で、大口需要家の具体名、所在地等が卸売業者に知られることは、他の卸売事業者へのスイッチングを行えば、当該大口需要家への小売を当該卸売事業者自身が行う可能性があるという無言のプレッシャーとなる。

(参考) 当該取引慣行についての卸売事業者の評価

- 一部の卸売事業者からは、特定の需要家情報は卸受事業者から主体的に提供されることが多いため、当該需要家情報が卸売事業者提供されないとしても卸交渉における影響は限定的であるとの意見があった。
- 一方で、卸受事業者のエリアにおける需要開拓（代表的には、石油など他燃料からの転換）においては、卸売事業者が卸受事業者と一体となって営業を行ってきた実態があることを踏まえ、需要家情報へのアクセスが制限された場合の悪影響を懸念する声もあった。

卸売
A

- 基本的に、当社から卸受事業者へ特定の需要家情報の提供を求めることはない。
- 卸受事業者が、当社に対して特定の需要家の負荷条件等を示した上で、卸価格の価格改定を持ち掛けてくることはある。
- **卸売事業者としては、値下げ交渉の材料に使われることが多く、当社から積極的に情報提供を求める理由もないため、需要量と負荷情報以外であれば情報遮断をされたとしても影響は限定的である。**

卸売
B

- 当社から積極的に求めることはないものの、**他燃料からの転換を狙って卸受事業者と一緒に需要開拓を行うことがあり、その際には営業段階から需要家情報を知り得ることになる。**
- 他燃料からの転換に伴う新規需要の開拓は、天然ガス需要の拡大にも資することから卸売事業者としても推進したいと思っており、**情報遮断によりそれが叶わなくなるとするとビジネスに与える影響は大きい。**

卸売
C

- 卸受事業者が値下げ交渉する際の材料として有効と思っている。当該情報のやりとりを遮断されたとしたら、卸受事業者が交渉しづらくなることが考えられる。

(参考) 卸取引における需要家情報の共有に関する論点

- 将来参入する可能性がある地域の需要家情報を、卸売事業者が容易に取得できる現在の状況は、適正な競争環境を確保する観点から望ましいとはいえない一方、卸売事業者と卸受事業者が協力して需要開拓を行っている例もあり、当該情報を完全に遮断した場合、実ビジネスに影響を与える恐れもある。
- 上記を踏まえ、**卸取引交渉時に提供する特定の需要家情報の取扱いについて整理していくこととしてはどうか。**
- その際、①需要家情報を共有することによって新たな需要開拓その他の競争促進効果が生じることが期待されるものか、②一定の需要家情報を共有する場合であっても、需要家を特定可能な粒度の情報が必要か、③卸売事業者が卸受事業者と小売市場における競争関係に立っている場合において、小売市場における競争を減殺しないような措置を講じる必要があるかといった項目を、企業規模等も勘案しつつ検討することとしてはどうか。