

(37)節電と創電——新しいエネルギー利用の形態を

東日本大震災と福島原発事故後、エネルギー供給制約を考慮せずに電力を自由に使ってきた消費者に大きな課題を残した。課題は主に二つに分けられる。一つは、エネルギー、特に電力消費を節約する行動であり、もう一つはエネルギーを創り出すことである。この二つの課題への取組には、消費生活をマネジメントするという視点が重要である。

電力の消費節電に関しては、電力利用のピーク時に電力を節約することが求められる。アメリカ合衆国では既に1000万戸にスマートメーターが設置され、2020年までに全戸に導入され、ピーク時の電力需要を2割引き下げる目標が掲げられている。スマートメーターを設置した世帯には、翌日の料金変動の見通しを通知して低料金の時間帯に需要を誘導して、ピーク時の需要を抑制しようというのである。スマートメーター導入と共に、ピーク時とオフピーク時の電力料金に格差を設ける料金制度が導入されることが前提となる。スマートメーターの導入は、電力を節約する利益を把握し、合理的な消費生活を心がける契機となる。そして、省エネルギー型の電気製品や断熱材を導入することの利益を「見える化」することも可能となる。

スマートグリッドの普及は、停電時等に太陽光発電を利用して病院・交通施設等に優先的に電力を配電することを可能にする。エネルギーの創出は、太陽光のエネルギーを利用する設備に投資することを意味する。すでに現在、全国各地で太陽光・熱利用を導入する仕組みが作られ、普及が急速に進んでいる。固定価格買取制度、自治体による補助金等の助成措置の広がり、市民NPOによる太陽エネルギー利用の普及活動と、融資制度が作られている。

太陽光発電に対するこうした制度の整備は、これまでに初期投資の大きさが消費者に導入を躊躇させてきた状況を大きく変える可能性を持っている。特に融資制度については、自宅での太陽光設備の導入が難しくても、投資をすることによって再生可能エネルギー拡大に参加することができる。

このような状況の変化は、省エネ型電気製品の場合と同種のものだが、太陽光発電導入は地域の中小企業にとって大きなビジネスチャンスをもたらすとともに、消費者には眼前の負担だけでなく、将来継続する利益に配慮し、また地域内で電力を融通することによって安心を維持する仕組みに参加するという意識を高めることになる。

以上