

グリーン電力、グリーンエネルギーの拡大を夢見る

千葉大学大学院工学研究科都市環境システムコース准教授
一般社団法人 洗楓座 代表理事

佐藤 建吉

「グリーン電力」の拡大に期待したい。今年4月からは電力小売事業の全面自由化が開始されるというが、私の関心は、電気の出身である。電力小売事業は、その概念としては、色々の発電会社からの電気を購入して（仕入れて）、それを小売り事業者のブランドの「電気」として、だれにでも相手（いわゆる需要家・消費者）を問わず販売されることになる。それは、一般の商品と同じように電気が商取引されることで、資本主義で基本的な自由裁量の電力市場が日本にも登場することになる。

する必要がある。繰り返しになるが、電力や電気の小売事業者の「自社ブランド」化と、消費者の「自家ブランド」化こそが、「意志ある選択」として問われるところである。まず、①電源構成の割合、②発電元の明示、③小売事業者の性格、④価格などがブランドとしての特質ではないかと思う。

私たちの日常の暮らしでは、水や米、野菜や肉魚など、口にするものに対する安全安心が叫ばれている。同じく暮らしや生産のインフラである「電気」も、その生産地と中身が明示され、見える化・分かる化がされていることは、電気のブランド化への第一歩であると言えよう。電気の場合も、食品等の前例に倣い体系化されることを望んでいる。

気の送電、そして電力としては、3相交流が普通に用いられている。電圧や電流が120度の角度（位相）を変えて流れているが、各相にはUVWなどと記号がつけられている。規格では、第1相(U)は赤、第2相(V)は白、第3相(W)は青となっている。UVWは色の記号ではないが、赤白青は、加法混色すると緑となる。

前回の本コラムでは、オルタナティブの受容に關する個性として、商品を提供するメーカー側と選択購入する消費者側の価値へのこだわりなどについて述べた。文中に「選択と集中」や「ブランド」、あるいは「意志ある選択」や「創造と共有」などのキーワードを書き散らしたが、この電力自由化の市場デザインや、購入する電気の選択などにおける行動こそが、オルタナティブの選択であることに気づく。

自由化の目的は、市場を開放し透明化し、持続可能な社会を先導することにあるといえるが、化粧箱もなく額面上の販売商品である電気や「ブランド化された電気」とは、何色であろうか。濃いグリーン？ 無色透明のグリーン？ あるいはホワイト？

持続可能性などを表象する色味として、緑グリーンは、合意形成されている。「グリーンプレミアム」として価値づけられている。国内でも「グリーン電力証書」などに命名され、エコにはなじみある色味である。次に「ホワイト」は、純粋で汚されていない、綺麗で無垢なイメージを伝えてくれる。が、ホワイトは、その後別の色味に影響されやすい弱みもある。この影響を完全に拭い去った極限は、「クリア」という透明という境地である。

グリーンは私も好きな色であるが、色の好き嫌いは国によっても異なる。中国でも緑色食品や緑色エネルギー(グリーンエネルギー)などに用いられ、グリーンには合意が得られているといえるだろう。

いま、電力小売事業者も電気消費者も、これや々と迫り着いた大改革への好機として上手に対応

まず、「グリーン」は、日本ばかりでなく世界的にも合意されている色味であるといえる。「グリーン＝緑」は、自然(ナチュラル)の体現でもふさわしい色(色彩)であるといえる。世界的な変革をつくり出した緑の党」という政党に代表されるように、精神的な「緑」についてのイメージは、グリーンポリテックスにもとづくだろう。環境保護、エコロジー、

少し色味とは異なるが、「グリーン」は、そうしたホワイトやクリアを、少し緩和した価値をもつ。きれいな美しさであり、「グリーン電力」

2009年8月にパングラディッシュを訪ねたことがある。首都のタツ力でも停電が頻繁に起こっていた。南のコックスバザールの沖合にあるクツプディア島では、風力発電でエコイランドを形成する試みがなされていた。パングラディッシュの国旗は、日本の日の丸に似ており緑地に赤丸となっている。白地が緑地に置き換えられている。4月からの電力自由化で、グリーン電力の電

まず、「グリーン」は、日本ばかりでなく世界的にも合意されている色味であるといえる。「グリーン＝緑」は、自然(ナチュラル)の体現でもふさわしい色(色彩)であるといえる。世界的な変革をつくり出した緑の党」という政党に代表されるように、精神的な「緑」についてのイメージは、グリーンポリテックスにもとづくだろう。環境保護、エコロジー、

「きれいな電気」となる。電気は、やはり力強くもなければならぬ。電

力構成を高める民意とそれに向かう商習慣が創ら

れることを願いたい。