

## テーマ： 2010年の販売事業者の姿

はじめに 国内の構造改革・規制緩和の大きな流れ。

ガス体エネルギー産業（LPガス、都市ガス）の制度改革とは。

お客様が望むエネルギーを誰でも同じ条件で販売できるようにするにはどうしたら良いか。具体策の提案（一例）

LPガス販売事業者の経営姿勢について

ガス体エネルギー改革勉強会  
委員 浅野泰司

はじめに

‘96年 橋本内閣は「六大改革」を提唱した。

金融ビッグバン」、「IT革命」、「中央省庁の統廃合」等等...

‘01年 小泉内閣は「新世紀維新内閣」と自ら命名した。

すなわち、この改革は、「明治維新」、「戦後」に並ぶ、我が国の三度目の社会システムの大変革と位置づけた。

<エネルギー産業>

‘01.4. 石油業法の廃止を国会で決定した。

エネルギー産業の本格的な規制緩和、自由化がスタートした。

‘01.2.~現在 「ガス事業法の抜本的改正」について審議中。

石油、LPガスの販売は、これまでも原則自由な産業であった。

電気、都市ガスは、今でも典型的な規制された産業である。

自由化は、世の流れがあり、逆らうことは出来ないであろう。

## 現在の制度

1. 都市ガス事業者は、ガス事業法で守られており、赤字にならないことが保証されている。

LPガス販売事業者は、今でも自由な業界。しかし、会社は自分で守らないと誰も(国も、法律も)守ってくれない。

2. '96年、'99年のガス事業法の改正により、大口消費者向け販売が指定地域の内外で自由に販売できる(部分自由化)が始まった。

### 次のスライド

すなわち、都市ガス事業者がLPガス販売事業者の商売を取る制度が出来た。しかし、LPガス販売事業者が都市ガスを取る新たな制度は採用されなかった。

**結論：** このまま部分自由化が更に拡大され、LPガスの需要が低下すると、LPガス関連企業の経営は確実に苦しくなり、体力を消耗して、これまでの積み上げてきた保安の確保、経営合理化等が限界に近づき、消費者サービスの低下、そして競合エネルギーへの競争力の低下が予想される。

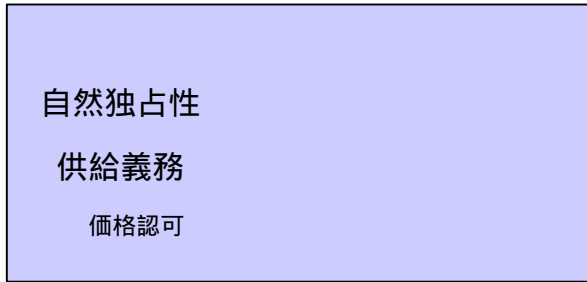
# ガス事業法部分自由化とは (イメージ図)

(都市ガス)

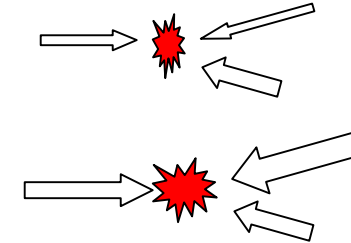
(石油・LPガス)

要点 基本的には地域分割

過去



家庭用  
自動車用  
業務用、中小産業用  
大口産業用

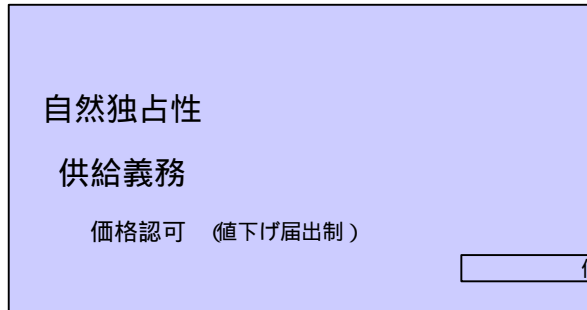


‘96年

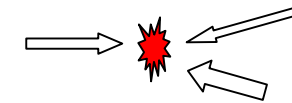
部分自由化  
開始

注 競争条件が不公平  
石油・LPガスにとっては、  
一方的に攻められるのみ。

要点 都市ガスがLPガス地域に一方的攻勢開始 →石油・LPガスピークアウト



家庭用  
自動車用  
業務用、中小産業用

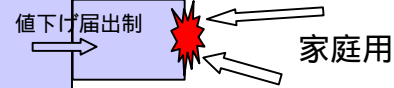
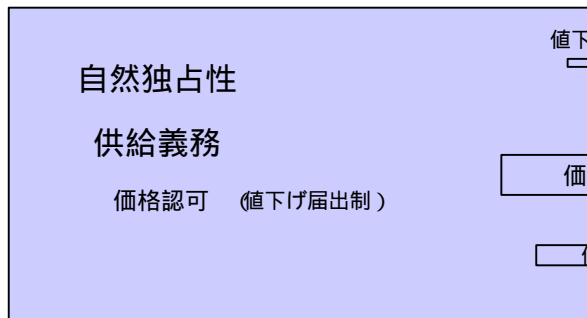


‘99年

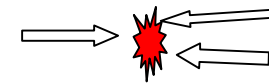
部分自由化  
一層の拡大

注 競争条件が不公平  
石油・LPガスが一方的に  
攻められる分野が一層拡大。

要点 都市ガスがLPガス地域に一方的全面攻勢 →石油・LPガスピークアウト



家庭用



中小産業用、業務用、自動車用  
(1,000m<sup>3</sup>以上)

## ガス市場整備基本問題研究会」中央の会議での争点

- 2010年におけるガス体エネルギーの制度は如何にあるべきか -

都市ガス事業者：ガス事業法の廃止・アンバンドリング絶対反対

なぜならば、ガス事業法が廃止されると、公益事業者の特典（会社は赤字にならない、儲かるように国が価格を決めてくれる、販売地域は独占できる、税が優遇される、導管の敷設は国が後押ししてくれる、等）がすべてなくなる。

・日 連：特典を与えられた事業者と対等な競争は出来ない。不公平。

誰でも同じ条件で天然ガスを販売できるように、お客様はどこからでも自由に買えるように小売の完全自由化を行なうべき。

役 所：できるだけ自由化して競争原理を導入すべき。

大学の先生 国の役割として、緊急時も含めて供給の安定を維持することが大切であり、最小限の供給規制は行なう必要がある。

消 費 者：消費者のエネルギー選択の幅を広げてほしい。

情報を一層公開してほしい。

今、日連の立派な意見の具体的なイメージ（家庭・業務用）を提出することが大切。

（提案する制度のポイントは、中小企業が大手企業と公平・公正に戦うことが出来る仕組みを提案すること）

# LPガス販売事業者が公平な条件で天然ガスを販売可能にするには

## 天然ガス供給の新制度について

### (イメージ提案)

#### 10年後のガス体エネルギー産業の姿

小売の完全自由化(制度改革)が行なわれるならば、ガス販売事業者は、ガス種、供給方式や地域を問わず、国民の負託に応えることができる。保安と安定供給の基盤並びにガス体エネルギー産業基盤が完全に整備されることになるであろう。

その暁には、LPガス販売事業者三万は、需要家利益を最優先に考えた「家庭用総合エネルギーショップ」として、LPガスは無論、天然ガス、DME、電気(燃料電池など)、灯油、ガソリン等の全てのエネルギーを供給する事業者となることを目指すものである。

(故伊藤日連会長一於ガス市場整備基本問題研究会`01.3.13.)

平成14年1月

## 天然ガス供給の新制度の必須な要点

### 1. アンバンドリングの実施

(1) 輸入部門、輸送部門 (輸入基地を含む)、販売部門の分離。

### 2. 輸送部門は輸送専門会社として独立した別法人

(1) 輸送専門会社は公益的課題 (エネルギーセキュリティ、供給の信頼性、環境保全対応政策の手段等) を達成することを設立趣旨とする新しい考え方に基づいた公益法人。

(2) 輸送専門会社は、天然ガスの貯蔵、製造、輸送 (託送業務を含む) と配給を主業務とする。

(輸送及び配給料金は総括原価方式により決定し、請求は単独で行なう)

(3) 情報遮断を徹底する目的から、販売部門 (配給業務は除く) あるいは輸入部門との兼業は禁止。

### 3. 販売部門の自由化

(1) 天然ガス販売事業者に関わる規制は、必要最小限とする。

(2) 天然ガス販売事業者は、登録制とする。

### 4. 輸入部門の自由化

(1) 天然ガス (LNGを含む) の輸入業者は、原則自由。

(2) 天然ガス販売事業者との兼業は自由。

### 5. 2つの供給制度の設計

(1) 制度その1 天然ガス輸入業者 天然ガス販売事業者 消費者 (需要家) 間の契約に基づいて輸送専門会社に託送する供給制度

(2) 制度その2 天然ガス販売事業者 消費者 (需要家) 間の契約に基づいて輸送専門会社が配給する供給制度 (輸送専門会社は輸入基地において、輸入業者から入札により天然ガスを複数購入) し、その平均価格により天然ガス販売事業者に配給する。

**重要**



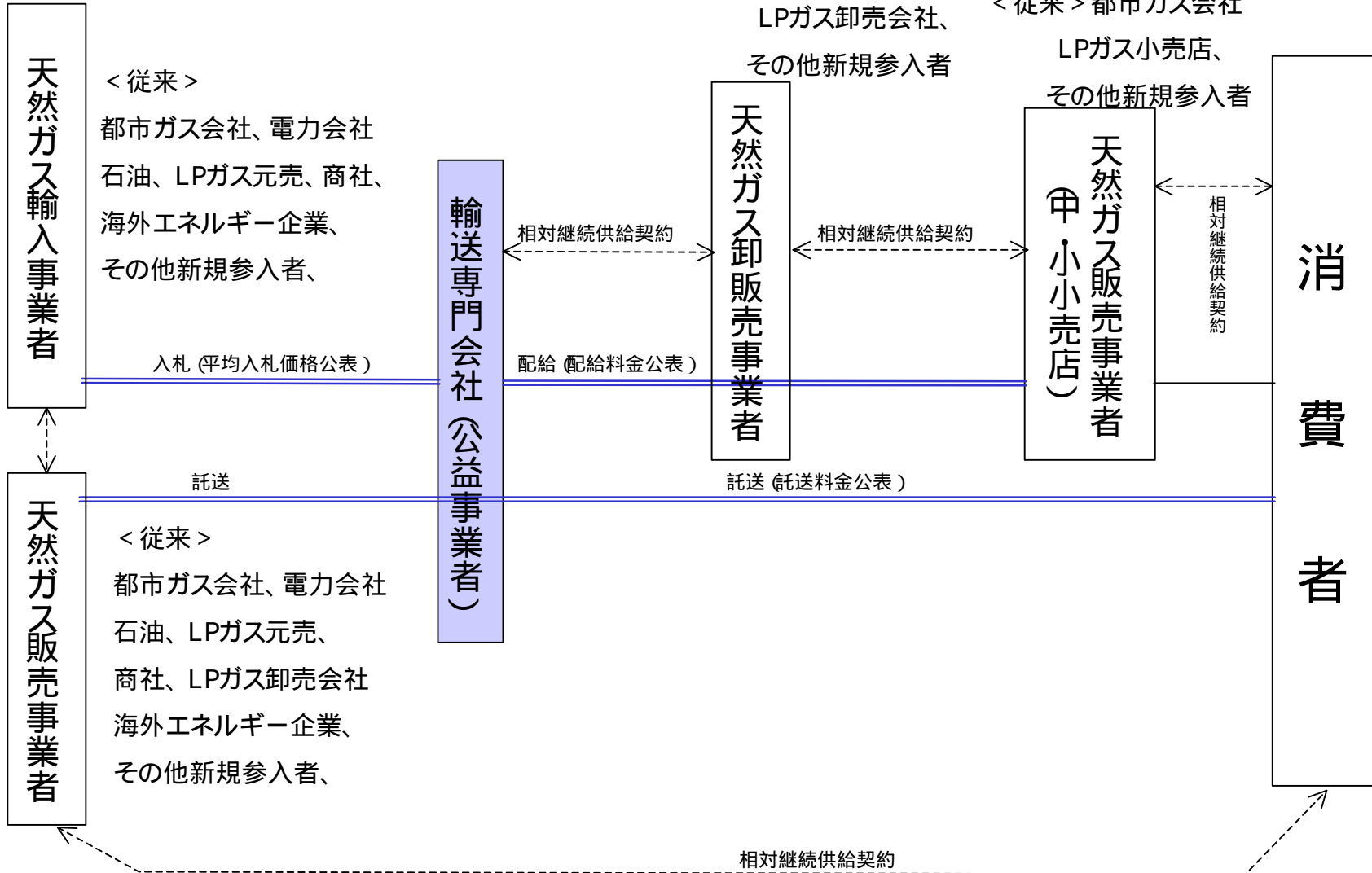
# 輸送専門会社 (公益事業者)

< 従来 > 都市ガス会社

LPガス元売、  
LPガス卸売会社、  
その他新規参入者

< 従来 > 都市ガス会社  
LPガス小売店、  
その他新規参入者

制度その一 (家庭業務)



# 2010年の天然ガス流通構造

## 輸送専門会社から配給を受ける天然ガス販売事業者 < 制度その2 配給制度による小口消費者向け販売 >

輸送専門会社(公益事業者)

公益事業者は誰にでも同じ条件で天然ガスを渡す。  
価格は、(天然ガス仕入公表価格A) + (公表配給料金B) + (その他諸掛C)

配給(低圧)導管

低圧供給管  
(引込管)

< 従来 >  
LPガス販売事業者、都市ガス事業者、簡易ガス事業者、  
電気事業者、商社・メーカー・生協など

天然ガス販売事業者  
(仕入価格) + (設備費D) + (販売管理費E)

注1) 低圧供給管は販売事業者が所有。

消費者の事業者選択を最優先とするために、事業者が交代する場合は、現在の液石法(取引の適正化)と同様の規制を設ける。すなわち、一定の期間中に所有権を売り渡す。

注2) 天然ガス販売事業者は、一定の要件を備えた登録事業者

設備費D:

低圧供給管(引込み配管)

宅地境界線内の貸与設備機器、メーター等、

その他

販売管理費E:

宅地境界線内の貸与設備機器管理費・償却費、

各種サービス提供費用(付加価値による消費者の評価)、

適正利潤、その他

消費者

ガス購入価格(A+B+C+D+E) ↓ A・B及びCは輸送専門会社の公表価格

↓ D及びEは販売事業者によって異なる

## お客様は

- 1.これまで都市ガスエリアではその地域で唯一の都市ガス会社から天然ガスを買っていたが、新制度では、ガス会社を自由に選択することが出来る。
- 2.価格は、天然ガスの価格、輸送料金を輸送専門会社が公表するため、非常に判り易い。

天然ガス販売事業者からはその価格とは別に、設備費、各種サービス料(保安管理費、集中監視費、高齢者介護料、保健サービス等等お客様の選択されたサービス)などの価格を判り易く明示して請求される。

従って、事業者間の価格差は、少なくかつ内容が良く分かる。

- 3.保安管理は、ガス販売事業者に頼んでも良いし、他の保安専門会社に頼んでも良い。

## LPガス販売事業者について

消費者は、天然ガス、LPガスともに誰からでも購入することが出来る。

従って、競争の優劣は、資金力、組織力（ブランド力を含む）、販売力、技術力などで左右されると一般的に企業サイドでは考える。

一方、消費者はの選択は、安い所、有名な所等が選択の最初の条件になろう。しかし良く考えてみると、エネルギーの取引は長く継続し、かつ、生活に密着しているため、特に今後の高齢化社会では、チョコチョコ訪ねてきてくれる店、地元の人、信頼できる人、何でも知っている親切な人など便利な人が選択の大きな条件になってくるのではなからうか。

過去、LPガス販売事業者は、常に消費者の行動に眼を向けて商売をしてきたと言う歴史がある。

販売品目： 炭・薪・練炭 灯油 LPガス

——→ 消費者が望む商品に変わっていった。

21世紀は、電気と天然ガスが消費者に選択されると言われている。しかし、天然ガス導管のない地域では引き続き電気とLPガスが選択される。

21世紀のLPガス販売事業者が生き残るためには、LPガスに加えて、電気と天然ガスを消費者のニーズに合わせて販売して行くことが不可欠でないか。

あるLPガス販売事業者曰く、

——→ 公益事業の社会には競争はない。したがって、競争市場を永年経験してきた人材（経営者から一担当に至るまで）がいない。彼らに消費者一人一人のニーズに合わせたサービス、日本人らしい人と人との肌の温もりが、信頼が理解できるのであるうか。絶対に勝てる！！勝たねばならない。