

# LPGC講演会

2017.10.17

株式会社カナエル

---

## 1. 神奈川県データ

○総世帯数	4,041,926世帯	内	LPガス世帯数	1,264,643世帯	31.3%
			都市ガス世帯数	2,637,328世帯	65.2%
			その他		

### ○地道府県別LPガス消費世帯数ランキング

1. 北海道	1,459,819世帯
2. 埼玉県	1,396,208世帯
3. 神奈川県	1,264,643世帯
4. 福岡県	1,115,830世帯
・	
・	
・	

○神奈川県LPガス販売事業者数 595社

データ:産業報道出版 2017ガスエネルギー現勢より

## 2. 料金公開と新制度にかかわる課題(消費者の立場から)

### 1. 公開した標準料金とは何か

- 消費者のLPガス事業者選択に有用な情報となっているか。  
料金公開の表現はバラバラ。
- 分かりやすく表現・表示されているか。
- 誤解されるような表現はないか。
- その事業者の既存顧客は、料金が公開されていることを知っているか。
- 公開されている標準料金が更新されない。信憑性はあるのか。

### 2. 無償の設備投資と集合住宅のガス料金

- 入居者は物件選択にかかわる情報としてガス料金等を明確に把握できるか。
  - ・入居検討時に事業者及びガス料金に関する情報を容易に把握することができるか。
  - ・しかし、利用するエネルギーの条件を物件選びの条件にする消費者の社会的な認知度は未成熟。
  - ・入居後、利用して初めて気付く、料金に関心を持つというケースが現状となっている。
- 事業者の設備負担がある場合、入居者が負担すべきものとしてガス料金が設定されていることが正しく理解されたうえで利用しているか。

地域によっては、無償提供する総額がエスカレート。適正な取引とは何か。

### 3. 公開した標準料金とは何か。

～標準料金(公開料金)が消費者の選択に有効な手段となるために～

#### 1.標準料金の意味の理解

「標準料金」が消費者にわかりやすく表示されているか。

「標準料金」の算定根拠・意味を消費者は、理解できるか。

「標準料金」の形骸化により消費者の選択に誤った理解を与えていないか。

#### 2.標準料金の自らへの適用

公開されている「標準料金」をもとに消費者自らの使用量での料金を容易に把握することができるか。

#### 3.標準料金の比較可能性と消費者の選択

公開されている「標準料金」を複数の事業者で比較した場合、実際に適用される料金として消費者が信用することができるか。実態が異なることはないか。

「標準料金」の比較が消費者の正しい事業者選択の手段となっているか。

## 4. 無償の設備投資と集合住宅のガス料金

～LPガス事業者と集合住宅・戸建住宅への投資にかかわる問題～

消費者利益の保護を目的とした料金公開等取引適正化の流れの中で、一方では、LPガス会社の新規物件獲得や維持にかかわる建築会社・工務店・不動産会社等との事業者間取引は、無償配管や無償の設備提供などが一部でエスカレートする傾向があり、ガス料金の高止まりの一因となっている。

LPガス事業者×建築・不動産・管理会社等にかかわる取引適正化の議論も必要か。

無償配管

＜新規物件＞  
設備無償金額の  
多額化

＜既存物件＞  
無償での設備入替え  
が常態化

LPガス事業者は、多額の無償設備費をガス料金に転嫁せざるを得ず、事業者によっては料金を下げたくても下げることができない状況も見受けられる。一方で、入居率に影響を及ぼす恐れがあるとの理由から、不動産・管理会社等からガス料金への転嫁を断られるケースもあり、LPガス事業者の負担は増している。結果的にそれは消費者への負担となっている側面もある。

## 5. LPガス業界の発展と消費者から選ばれるエネルギーとなるために

消費者の自己責任にもとづく選択にまかせる競争だけではなく、真の消費者利益の確保・保護の実現のためには、事業者間の競争環境の在り方に関する議論も必要。



そのためには、関係省庁の連携による  
消費者×事業者  
事業者×事業者  
に関する取引適正化が望まれる。



そのことが、LPガス業界の長年抱える諸課題を解決に導くこととなるのではないか。

小規模事業者の比率の高いLPガス業界において、消費者の利益同様、事業者の利益も両立できる制度作りが望まれる。

## 6. 競争の意味とLPガスエネルギーの在り方

一般的に競争の促進は、消費者の自己責任の範囲が広がることを意味する。エネルギー事業者間競争、エネルギー間競争が促進されていくことは、消費者利益の観点から必要である一方で、同時に消費者が主体的に判断するための情報が適正に提供されることも重要となってくる。

公正で自由な競争の確保と消費者の自主的・合理的な商品選択、事業者選択のためには、消費者に関係する取引の透明化が一層促進されていくことが求められる。

### <取り組むべき要素>

- ① LPガスのブランド力・イメージ(特に都市ガスを利用している消費者)
  - ・古い・危ない・遅れている・料金高い・よくわからない
  - ・全国で広く普及しているエネルギーであることを知らない。
- ② 価格
- ③ 安心・・・安全性・わかりやすさ・透明性
- ④ LPガスの価値の認知
- ⑤ 会社・事業者に対する信用・信頼を判断するための適正な情報

7. 選ばれるエネルギーを目指して

〈現状〉

電気 or 都市ガス or 自然エネルギー

「家を買ったらLPガスだった」「この辺はいつ都市ガスになるの？」  
「二度とLPガスは使わない」「LPガスは高い・あぶない・古い」



〈将来〉

電気 or 都市ガス or LPガス or 自然エネルギー

「LPガスなら安心だ」「うちはLPガスを選んだ」  
「LPガスは価値あるエネルギーだ」



## 補足資料～消費者センター等へ寄せられている苦情 1

事例1: 自社物件を賃貸している不動産業者の新築木造2階建ての賃貸アパートに入居した。テレビや洗濯機、電気エアコンが付属していることを売りにしている。プロパンガス会社からの請求が高額だと思ったので、ガス会社に問い合わせたところ、ガス会社が家主に対し各部屋に配管工事、給湯器、エアコンを無償で設置し、その料金をガス代金に転嫁していることが分かった。家主はガス業者が無償設置したエアコン等の費用をガス料金として転嫁することを事前に知っていたという。エアコン設備付きと謳っておきながら結果的にはエアコン設置費を賃借人が支払っているのは不当ではないか。仲介業者から入居する際にプロパンガスだとの説明は受けたが、費用詳細の説明は受けていない。

事例2: 先月新築の賃貸アパートに入居した。LPガス業者がどこで料金はいくらとなるのか、契約時に、仲介不動産業者に尋ねたが、「わからない。ガス開栓時に業者に聞いて下さい」と言われ、教えてくれなかった。入居後、ガス料金が以前のアパートでのLPガス料金の2倍以上もすると分かった。ガス業者に値段交渉したが、私の部屋だけ料金を安くすることはできないと言われた。契約時に不動産業者から、LPガス料金のことを教えてもらっていればこの物件を選ばなかった。

## 補足資料～消費者センター等へ寄せられている苦情 2

消費者からは例えば以下のような苦情・相談が寄せられており、LPガス販売事業者の中には料金に関する照会をはじめ、消費者からの苦情・相談に対し、適切に対応していない事業者が見受けられる。

事例1： LPガス販売事業者から来月(本年2月)からガス料金が上がる旨、通知がきた。原油価格が下がり、ガソリン等も料金が下がっている中、料金が上がることを不審に思い、販売事業者に値上げの理由を確認してみたところ、「理由はない」といった対応で、理由を明示的に教えてくれなかった。

事例2： LPガス販売事業者から基本料金を来月(本年2月)から5割増しにするとの連絡があった。昨今の原油価格の下落から5割増しはおかしいと思い、値上げの理由を販売事業者に問合せたところ、「サービスの向上のため」といった訳のわからない理由を言ってきた。

- ・日常生活の重要な一部として継続的に必要となるLPガスの供給サービスでの上記のような対応は、一般的な経済活動としてはあってはならないことであり、例え一部の事業者による対応であっても、このような対応の継続はLPガス業界全体としての評価を下げ、消費者によるLPガスの選択を悲観視させる問題。