

取引の適性化 料金の透明化に向けて

2016. 2. 5
株式会社マルエイ
澤田 栄一

現状のLPガス業界の問題点

- 人口、世帯数減少(2006年 2015年)
- 省エネ機器による単位消費量の減少
- 高齢化社会によるオール電化増加(毎年1%減少)
- 空室、取り壊し軒数の増加(投資効果の悪化)
- 温暖化によるエネルギー消費の減少
- 新築住宅着工件数の減少(180万戸→120万戸→90万戸)
- 安値訪問勧誘業者の増加
- 集合住宅に対して投資増加

企業が永続する為には利益が必要

$$\boxed{\text{利益}} = \text{売上} - \text{経費}$$



人件費・流通経費

$$\boxed{\text{売上}} = \text{お客様の数} \times \text{平均消費量} \times \text{単価}$$



- ・お客様を増やす為に新規物件に過大投資
- ・お客様を増やす為に他社のお客様を安価で切替

お客様を増やす為に業界内で競争激化

- ①差別対価(新規と既存)
- ②不当廉売(著しく安売り) ⇒ トラブル多発
- ③ぎまんの顧客誘引
- ④不当な利益による顧客誘引
(アパートオーナー・管理会社)

取引適正化・料金情報提供の自主ルール

平成27年3月 LPガス販売指針の3次改訂
エネルギー基本計画や総合資源エネルギー調査
石油・天然ガス小委員会の中間報告を受け、取引の
適正化・料金の透明性の自主ルールを目指して改訂
(平成27年3月)

(全L協理事会・総会で承認)

平成27年5月以降、全国で説明会を開催するが、
なかなか改善されない。

LPガス事業を取り巻くエネルギーの動向

都市ガス自由化
電気の自由化

+

シェールガスの出現
原発再稼働



生活者がエネルギー会社を選択



選ぶという事は、生活者がエネルギー会社のエネルギー価格・サービス・信用力等の情報を知り判断

消費者に選ばれるLPガス料金

- ・消費者に説明出来る料金
(総括原価方式⇒個別原価方式)
- ・我々の良心に恥じない料金体系
- ・安値切替業者との明確な差別化
- ・3月にお得なスマイル料金(償却済のお客様)を、
検針票・文書にて周知
- ・お客様へ個別訪問して説明して契約
- ・将来的には3部制料金へ

《参考》

●O営業所

総世帯	224世帯
総人口	520人
弊社顧客	160世帯(入居114世帯)

●S営業所

総世帯	559世帯
総人口	1,710人
弊社顧客	454世帯(入居411世帯)

(豪雪地帯 1~2m)