

第2回 液化石油ガス流通ワーキンググループ 事務局提出資料

~LPガス業界を巡る諸課題への対応について~

平成28年3月10日

スケジュールについて

論点	第1回	今回	第3回
1. HP等を活用した標準的料金メニューの公表の加速化		0	
2. 賃貸型集合住宅の入居者に対する賃貸借契約時における LPガス料金の透明化の促進	0		
3. 液石法第14条書面交付時の透明化の促進		0	
4. LPガス料金値上げ時の透明化の促進	0		
5. LPガス料金請求時における料金の透明化の促進	0		
6. LPガス販売事業者による消費者からの料金照会及び苦情・ 相談への対応の促進		0	
7. 一週間ルールの濫用により発生している旧LPガス販売事業 者と消費者との間の料金精算トラブルの防止		0	
8. FRP容器普及のための取組方針			0
【報告書取りまとめ】			0

1. 前回の御指摘事項等について①

委員等からの御指摘①

● LPガス料金の値上げ時の透明化について、LPガス販売事業者は、検針票、料金表を配付して事前に通知しているが、消費者が認識できるような書面になっていないことが問題ではないか。料金変更の通知については、文字のポイントや色を変えることで、通常の料金と比較してわかるようにすることが必要ではないか。(林委員)

対応の基本的方向性

(前回の提言)

● 料金を改定する際には、消費者への書面による通知を一定期間前(例えば、請求の1ヶ月前)に行うことの徹底を 求めることとする。

(今回の提言)

● 料金を改定する際には、消費者への書面による通知を一定期間前(例えば、請求の1ヶ月前)に行うことの徹底を求める、また、料金変更の通知書面には、現行の料金と変更後の料金が比較可能なようにした上で、消費者に注意喚起できる程度に、変更後の料金の文字を大きくすることや文字の色を変えるなどして記載するようLPガス販売事業者に徹底を求める。

委員等からの御指摘②

● 料金変更に際しては、業者によっては検針票が大変小さく見にくいものもあるため、周知方法については、原則として正式な料金表を配るべきではないか。(内藤全国LPガス協会会長代理)

対応の基本的方向性

(前回の提言)

- 周知方法については、新料金表の配付や検針票による通知があるが、消費者が目にする確実性の観点から、少なく とも検針票への明記の徹底を求めることが適当。
- (今回の提言)
- 周知方法については、消費者が目にする確実性の観点から、検針票や請求書に変更後の料金を明記し配付すること、または、検針票や請求書に変更後の料金を明記した料金表等を添付して配付することの徹底を求める。

1. 前回の御指摘事項等について②

委員等からの御指摘③

● 消費者個々人の料金変更後の料金表を見せるといった対応については、その消費者個々人にとっての料金変更はわかるかもしれないが、その地域の標準料金もわからなければ、同じ事業者の中でのその消費者の値段が高いのか安いのかわからないのではないか。それでLPガス業界全体として、料金の透明性の確保と言えるのか。(大石委員)

留意点

- 地域の平均的な料金については、既に石油情報センターが調査し公表していることに加え、今般、LPガス販売事業者に標準的な料金メニューの公表の徹底を求めることとしており、消費者自身が確認できる環境醸成を目指しているところ。
- また、今般LPガス販売事業者に消費者からの問合せへの対応の徹底を求めることとしているところ、LPガス販売事業者が料金を変更することに対し、消費者が自身のみに対する料金の値上げなのではないかなどの疑義があれば、その理由を個別に確認することは可能。

対応の基本的方向性

● 前回のワーキンググループで御議論いただいた料金改定時の消費者への書面通知を一定期間前に行うことの徹底を求めることに加えて、上記留意点に記載した取組の徹底を求めることで、委員から御指摘のあった問題に対応できるものと考える。このため、前回御提示した対応の基本的方向性と致したい。

2. ホームページ等を活用した標準的料金メニューの公表の加速化①

課題

- これまで、LPガスの輸入価格と卸売価格は大幅に下落している一方で、小売価格の下落幅は小さく、消費者からはLPガス料金の高止まりや不透明性が指摘されている。
- また、都市ガスの小売自由化に向けた制度設計を議論しているガスシステム改革小委員会においても、LPガス販売事業者による消費者へのLPガス料金に係る情報開示が不十分であると指摘されている。
- LPガスは地域独占ではなく、自由料金であることから、本来、消費者は各地域のLPガス販売事業者の中から、料金等を比較考量して事業者を自由に選択することができるはずであるが、LPガス料金を公表している事業者はごく僅か※。このため消費者の選択が制限され、それによる競争が働きにくい状況となっており、LPガス料金の高止まりや不透明性を指摘される要因の一つとなっているものと考えられる。
 - ※ LPガス販売事業者による料金の公表状況

エルピーガス振興センターが平成26年度に実施した委託調査では、約3,400事業者のうち、LPガス料金をホームページで公表している事業者は僅か0.9%、店頭に掲示している事業者は3.6%にとどまっている。

留意点

- 全国LPガス協会では、平成27年3月に「LPガス販売指針」を改定し、LPガス販売事業者に標準的な料金をホームページ等で公表するよう求めているところ、本年2月に資源エネルギー庁が主要事業者(50社)を対象に、ホームページでの公表状況について調査を行った結果、「既に公表を行っている」事業者は2社、「今後半年以内(本年7月末まで)に公表を行う予定」としている事業者は約半数に当たる26社となっている。また、今回調査対象にならなかった販売事業者については、全国LPガス協会が把握しているところでは、27社となっている。(調査結果の詳細は資料6参照)
- LPガス販売事業者の中には、廃業した他の事業者から顧客を承継するなどした結果、料金体系が多数存在し、これが妨げとなって標準的料金を公表していない事業者が存在する。こうした事業者では料金公表に向けて料金体系の集約化を進める動きがあるが、集約化することで料金が変更となる消費者に説明を行い理解を得るためには時間を要する。

5

2. ホームページ等を活用した標準的料金メニューの公表の加速化②

留意点

- LPガス販売事業者は零細事業者が多く、自社のホームページを有していない事業者が多く存在する。(例えば、自社でホームページを有している事業者については、神奈川県LPガス協会では会員事業者約800社のうち約260社(32.6%)となっており、熊本県LPガス協会では会員事業者約500社のうち、15社(3%)となっている。)
- 本年4月から小売事業が全面自由化される電力においては、標準的な料金メニューの公表を法的に義務付けてはいないが、国のガイドラインである「電力の小売営業に関する指針」において、消費者が料金水準の適切性を判断することに資するよう「標準的な料金メニュー」と「平均的な使用量における月額料金例」を公表することを「望ましい行為」としており、都市ガスも電力と同様に「望ましい行為」であることを国のガイドラインに記載する予定。

- 今後、電力・都市ガスの小売事業が全面自由化されることにより、消費者のエネルギー価格に対する情報収集意欲が覚醒し始めている状況。その状況の中でLPガスが消費者から信頼を得て選択されるエネルギーとなるため、LPガス販売事業者に対し、電力と同様に、標準的な料金メニューと平均的な使用量における月額料金例の公表の徹底を求めることとする。
- また、料金体系の集約化に相当程度の時間を要する場合には、平均的な使用量における月額料金の公表等、少なくても消費者が事業者を選択する上で参考となる料金に係る具体的な情報を早急に公表するよう徹底を求める。
- 公表方法については、不特定多数の消費者がアクセス可能な方法により行うことが適当であることから、自社のホームページを有している事業者は当該ホームページに掲載し、自社のホームページを有していない事業者は店頭の見えやすい場所等に掲示する方法で行うことが必要。
- なお、LPガス業界においては、公表を行っている事業者の情報を集約し、その結果を消費者に向けて広く情報発信 するなど、LPガス販売事業者による標準的な料金メニュー等の公表に向けた取組を促すための工夫をすることが期待さ れる。

3. 液石法第14条書面交付時の透明化の促進①

課題

- LPガス販売事業者は消費者とLPガスの販売契約を締結したときは、液石法第14条及び同法施行規則第13条に基づき、LPガスの価格の算定方法などの料金に関する事項や、消費設備の所有権がLPガス販売事業者にある場合の販売契約解除時における消費設備の精算額などを記載した書面を交付することとされている※1。
- しかしながら、消費者から、「基本料金があることを知らなかった」、「料金について説明がない」との苦情や、販売契約解除時における消費設備の精算を巡って、LPガス販売事業者と消費者間のトラブルが後を絶たない。
- ※1液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律
- 法第14条 液化石油ガス販売事業者は、一般消費者等と液化石油ガスの販売契約を締結したときは、遅滞なく、次の事項を記載した書面を当該一般消費者等に交付しなければならない。当該交付した書面に記載した事項を変更したときは、当該変更した部分についても、同様とする。
 - 六 前各号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項
- 省令第13条 法第14条第1項第6号の経済産業省令で定める事項は、次の各号に掲げるものとする。
 - 五 液化石油ガスの価格の算定方法、算定の基礎となる項目及び算定の基礎となる項目についての内容の説明
 - 六 供給設備及び消費設備の所有関係
 - 七 供給設備及び消費設備の設置、変更、修繕及び撤去に要する費用の負担の方法
 - 八 液化石油ガス販売事業者の所有する消費設備を一般消費者等が利用する場合において、当該一般消費者等が支払うべき費用の額及び徴収方法(当該消費設備の所有権が 液化石油ガス販売事業者にある場合に限る。)
 - 九 消費設備に係る配管について、液化石油ガスの販売契約解除時に液化石油ガス販売事業者から一般消費者等に所有権を移転する場合の精算額の計算方法(当該配管の所 有権が液化石油ガス販売事業者にある場合に限る。)

3. 液石法第14条書面交付時の透明化の促進②

留意点

- 液石法第14条では、販売契約を締結したときに必要事項を記載した書面を交付することとされているが、記載事項の説明は求めていない。
- 液石法14条に基づく書面(以下「14条書面」という。)の交付については、経済産業省、産業保安監督部及び 都道府県※2によるLPガス販売事業者に対する立入検査(年間約6千件)でその実施が確認されている一方で、 前述した消費者による苦情や、LPガス販売事業者と消費者とのトラブルが発生していることに鑑みると、消費者が14 条書面の内容を十分に認識していないものと考えられる。
- 小売業が全面自由化される電力・都市ガスにおいては、消費者との料金に係るトラブルを未然に防止する観点から、小売事業者に対して料金を記載した書面の交付だけではなく、説明を行うことが義務付けられている。
- 料金や消費設備の精算などの説明に係るコストは、契約締結後の消費者からの問合対応や訴訟に要するコストの 減少により相殺されること、料金等の透明性の向上により消費者にとって安心感を増進させ、その結果LPガス利用量 の増加にもつながることに鑑みれば、LPガス販売事業者がこれを行わない積極的な理由は存在しないと考えられる。
 - ※2 一つの都道府県のみに販売所を設置している事業者は都道府県 二つ以上の都道府県に販売所を設置している事業者は産業保安監督部及び経済産業省

- 立入検査時における14条書面の必要記載事項の徹底を図るとともに、当該書面の記載事項のうち、少なくとも次に掲げる消費者が支払うこととなる費用に係る事項については、書面交付だけでなく、販売契約を締結したときに説明を行うよう徹底を求める。
 - ✓ LPガスの価格の算定方法、算定の基礎となる項目及び算定の基礎となる項目についての内容の説明(液石法省令第13条第5号)
 - ✓ 供給設備及び消費設備の所有関係(液石法省令第13条第6号)
 - ✓ 供給設備及び消費設備の設置、変更、修繕及び撤去に要する費用(液石法省令第13条第7号)
 - ✓ LPガス販売事業者の所有する消費設備を消費者等が利用する場合に、消費者等が支払う費用の額及び徴収方法(液石法省令第13条 第8号)
 - ✓ 販売契約解除時にLPガス販売事業者から消費者等に所有権を移転する場合の精算額の計算方法(液石法省令第13条第9号)

4. LPガス販売事業者による消費者からの料金照会及び苦情・相談への対応の促進①

課題

- 商品・サービスを購入した消費者は、購入した商品・サービスに不明な点や不具合等があった場合には、当該商品・サービスを販売した事業者に照会や苦情の申出を行い、事業者に必要な説明を求め、これに対し事業者は真摯に対応することが通常。
- しかしながら、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。

4. LPガス販売事業者による消費者からの料金照会及び苦情・相談への対応の促進②

留意点

- 全国LPガス協会及び各都道府県LPガス協会(以下、LPガス協会という。)では、当庁の補助金※1による支援も受けて、お客様相談所を設置し、消費者からの様々な苦情・相談に対応しており、消費者サイドからも一定程度の評価を受けている。他方、LPガス協会には個別企業の料金やその設定根拠に関する情報はなく、消費者に説明することができない。また、業界団体としての立場上、消費者からの苦情・相談に適切に対応していない事業者に対しては強い指導を行うことは困難なのではないかとの消費者からの懸念も一部に存在。
 - ※1 石油ガス流通合理化・指導支援事業(消費者相談・販売事業者指導支援事業)事業概要:各都道府県LPガス協会等に、お客様相談所を設置し、消費者からの相談・問合せ等に応じるとともに、トラブル防止等のため、当該相談、問合せ内容等に基づき、LPガス販売事業者に対して指導、支援する。
- 今後自由化される電力、都市ガスにおいては、小売供給に係る料金、供給条件等に関する小売供給の相手方からの苦情・問合せについて、適切かつ迅速に処理しなければならないとされている※2。
 - ※ 2 関係法令抜粋

<電気事業法>

- 第二条の十五 小売電気事業者は、当該小売電気事業者の小売供給の業務の方法又は当該小売電気事業者が行う小売供給に係る料金その他の供給条件についての小売供給の相 手方(小売電気事業者から小売供給を受けようとする者を含み、電気事業者である者を除く。)からの苦情及び問い合せについては、適切かつ迅速にこれを処理しなければならない。 <ガス事業法>
- 第十六条 ガス小売事業者は、当該ガス小売事業者の小売供給の業務の方法又は当該 ガス小売事業者が行う小売供給に係る料金その他の供給条件についての小売供給の相手方 (ガス小売事業者から小売供給を受けようとする者を含み、ガス事業者である者を除く。) からの苦情及び問い合せについては、適切かつ迅速にこれを処理しなければならない。
- LPガス販売事業者の中には、人口過疎地で廃業した事業者の顧客を引き継ぐ等種々の経緯から料金体系が多数存在している等の事情があり、事業者自身が個々の料金体系について料金の詳細な設定根拠を合理的に説明できないといったケースがある。しかしながら、そのような事情は消費者サイドからみれば考慮に値しないものである。
- また、LPガス事業者には、従業員が10名に満たない事業者が多数を占める※3ものの、通信事情等が発達した現在において、個々の消費者への対応は種々の手段により可能であると考えられる。
 - ※3 石油ガス流通・販売業経営実態調査によれば、調査対象の約3,000事業者のうち、9割のLPガス事業者が従業員数10名以下の事業者。

4. LPガス販売事業者による消費者からの料金照会及び苦情・相談への対応の促進③

- 消費者の利益を保護する観点から、LPガス供給に関する業務の方法や料金等に係る問合せや苦情が消費者から 寄せられた場合、LPガス販売事業者に適切かつ迅速な対応ができる体制※4の構築とその対応の徹底を求める。
 - ※4 社内体制の確立、苦情・相談管理簿の作成 等
- また、その実効性を確保するため、立入検査等による確認に加え、LPガス協会に設置しているお客様相談所から提供されるより綿密な苦情・相談情報や、全国消費者生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)※5から得られる苦情情報を踏まえ、苦情の多い事業者に対して不適切な点があればLPガス協会と政府が連携して適切な対応をとることが必要。
 - ※5 全国消費生活情報ネットワーク・システム((PIO-NET) 国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報(消費生活相談情報)の収集を行っているシステム。

5. 一週間ルールの濫用により発生している旧LPガス販売事業者と消費者との間の料金精算トラブルの防止①

課題

- 3,000者超のLPガス販売事業者を対象とした国の委託調査報告※1によれば、1 社当たりの平均得意先件数は約2,000戸。そのうち、年間で平均80戸(同業他社からの顧客獲得が50戸、同業他社との競合による顧客喪失が約30戸)約4%の顧客流動性があり、一定程度の顧客獲得競争が行われている状況。新規顧客獲得は、主に個別勧誘により実施しているが、以下の手法を用いた顧客獲得競争が消費者を巻き込んだ裁判事例に発展するケースも少なくない。
 - ※1 石油ガス流通・販売業経営実態調査

<具体例>

- 新たに顧客を獲得しようとするLPガス販売事業者(新事業者)は、事業者の変更を希望する顧客との間で、従来の販売事業者(旧事業者)からの切り替え手続きは当該社が行うこととして消費者の関与を不要とし(委任状を確保)、消費者が旧事業者から契約解除による精算金を要求され、法的紛争となった場合には訴訟費用等は当該社が負担することを合意。その上で、旧事業者に切り替えを通知を行い、一定期間(一週間)経過後に、旧事業者が所有する供給設備を一方的に撤去するという手法。
- 本事例については、旧事業者が訴訟コストを考慮して消費者から損害賠償を断念する場合が多数であるが、訴訟コストを度外視して実際に消費者を相手取り訴訟を提起するケースも存在している。
- 本事例は液石法の規定上での問題に加え、実際には消費者が一度も出廷せず、新事業者が対応するケースが 多数であるものの、事業者間競争に消費者を巻き込む点で問題があり、また、秩序ある競争の促進のためにも対策 を講じることが必要。

5. 一週間ルールの濫用により発生している旧LPガス販売事業者と消費者との間の料金精算トラブルの防止②

留意点

● 液石法※2は、新事業者に対し、一般消費者等から販売契約の解除の申出があった日から一週間経過するまでは、 旧事業者が所有する供給設備を撤去しないことを規定。一週間としているのは、旧事業者と消費者間の精算手続き 等撤去に係る時間的猶予を与えたもの。本件手法は、新事業者が旧事業者と精算に係る手続きを、消費者からの 委任に基づき行っていれば別ではあるが、そうでなければ、ただ単に消費者と旧事業者との精算手続きに係る交渉を 阻害している面で法的問題点がある。また、民法の一般原則である自力救済の禁止の原則からも法的問題がある (本来、期間経過後の撤去については、新事業者は切り替え契約の履行妨害を理由として裁判所や資源エネル ギー庁にその排除の請求を行うべきもの)。

※2 液石法の規定

<液石法施行規則第16条15の2号>

新たに一般消費者等に対し液化石油ガスを供給する場合において、当該一般消費者等に液化石油ガスを供給する他の液化石油ガス販売事業者の所有する供給設備が既に設置されるときには、一般消費者等から当該消費者石油ガス販売事業者に対して液化石油ガス販売契約の解除の申し出があってから相当期間が経過するまでは、当該供給設備を撤去しないこと。ただし、当該供給設備を撤去することについて当該液化石油ガス販売事業者の同意を得ているときは、この限りでない。

<液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律施行規則の運用及び解釈の基準について>

相当期間については、供給設備を所有する液化石油ガス販売事業者の業務状況や一般消費者等との間の液化石油ガス料金等の精算手続きのために必要な期間等を総合的に勘案して判断するものとし、原則として一週間を基準とする。

5. 一週間ルールの濫用により発生している旧LPガス販売事業者と消費者との間の料金精算トラブルの防止③

留意点

- 他方、新事業者が本手法を選択するには以下のような背景がある。
 - ①消費者と旧事業者との接触で旧事業者から再度引き留め工作を受けること、
 - ②旧事業者が意図的に手続きの遅延等により引き延ばしをするおそれがあること (液石法では、旧事業者に対して、原則一週間以内に撤去すべきことを規定※3)
 - ③旧事業者と消費者との間の契約書において、液石法上求められる、消費設備及び供給設備の所有権の帰属等が不明確である場合や精算金算定根拠が不適切なものとなっているケースがあるため、訴訟となっても消費者側 (新事業者側) が勝訴することがある。

※3 液石法

- <液石法施行規則第16条第16号>
- 一般消費者等から液化石油ガス販売契約の解除の申し出があった場合において、当該一般消費者等から要求があった場合には、液化石油ガス販売事業者はその所有する供給設備を 遅滞なく撤去すること。ただし、撤去が著しく困難である場合その他正当な事由があると認められる場合は、この限りでない。
- また、電力、都市ガス等との競争やLPガス販売事業者間での競争が今後激化することが予想される中で、消費者 によるスムーズなスイッチングの確保はこれまでに増して重要。

5. 一週間ルールの濫用により発生している旧LPガス販売事業者と消費者との間の料金精算トラブルの防止4

- LPガス販売事業者に対する法律の趣旨の再徹底、全国消費者生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)※4や 立入検査を通じた監視の強化、指導等適切な措置の実施を通じ、LPガス販売事業者に対し、供給設備撤去の適切な対応の徹底並びに液石法第14条書面への設備の所有権の所在、適切な清算金算出方法等の明記及びそれらについての説明等を通じた消費者との合意形成の徹底、を求める。
 - ※4 全国消費者生活情報ネットワークシステム(PIO-NET) 国民生活センターと全国の消費者生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報(消費生活相談情報)の収集を 行っているシステム。