

需要開拓費について

～ ご指摘事項6 ～

平成28年10月12日

東邦ガス株式会社

1. 今回申請原価について(まとめ、再掲)

◆原価算入額

		単位	H29年度	H30年度	H31年度	申請原価 (H29~31平均)	
需要開拓費	年間 開発 ガス量	H31年度敷設導管分	百万m ³	-	-	62	21
		H30年度敷設導管分	百万m ³	-	62	18	26
		H29年度敷設導管分	百万m ³	62	18	7	29
		H28年度敷設導管分	百万m ³	18	7	4	10
		H27年度敷設導管分	百万m ³	7	4	3	5
		H26年度敷設導管分	百万m ³	4	3	-	3
		H25年度敷設導管分	百万m ³	3	-	-	1
	計	百万m ³	94	94	94	94	
	託送料金収入増加額	億円	7	7	7	7	
	原価算入限度額(増加額×5×1/2)	億円	19	19	19	19	
原価算入額	億円	19	19	19	19		

1. 今回申請原価について(算定方法)

- 敷設後5年以内の導管に接続している新設件数に基づき算定した「需要開拓費対象件数」から、「年間開発ガス量」を算定します。
- 「年間開発ガス量」をもとに算定した託送料金収入増加額の1/2 (19億円/年)を託送原価へ算入しております。
- なお、託送料金収入増加額は、当社が営業活動を行っていない物件分を除外した上で算定しています。

◆ 需要開拓費の算定方法

$$\text{需要開拓費} = \text{各年度の年間開発ガス量をもとに算定した託送料金収入増加額} \times \frac{1}{2}$$

◆ 年間開発ガス量の算定方法

$$\text{年間開発ガス量} = \text{需要開拓費対象件数} \times \text{1件あたり年間開発ガス量}$$

(注) 1件あたり年間開発ガス量は過去実績(H25~27年度の原単位)に基づき算定

	需要開拓費対象件数 (H29~31年平均:A)	1件あたり 年間開発ガス量(B)	年間開発ガス量 (A×B)
家庭用	11,504件	376m ³	4,321千m ³
業務用	255件	352,197m ³	89,810千m ³
		計	94,131千m ³

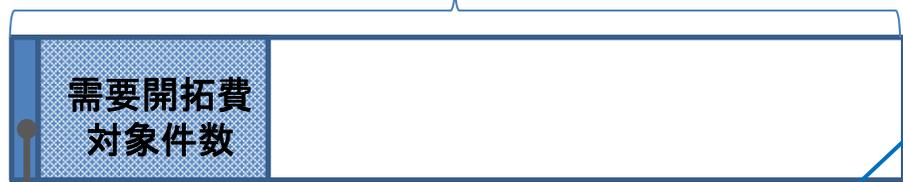
(参考) 需要開拓対象件数の算定方法

[家庭用分野] 原価算定期間における各年度の新設件数 × 支払対象物件比率(※)

(※) H24~26年度の新設件数のうち敷設後5年以内の導管に接続している新設件数(実績) ÷ H24~26年度の新設件数(実績) = 28%
28%の構成比 … 当年度7割、1年前2割、2~4年前1割程度

[業務用分野] 過去実績に基づき算定

原価算定期間における各年度の新設件数



需要開拓費
対象件数

営業活動を伴わずガス化された物件数を除外

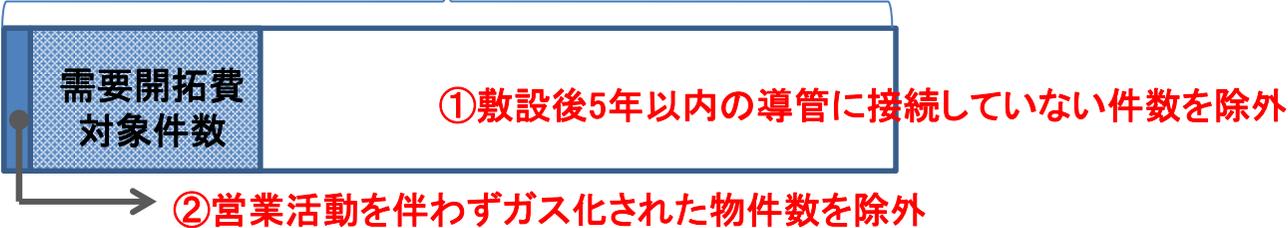
p.4参照

新設件数のうち、営業マンが直接営業に携わっている件数をもとに、営業対象率(96.8%)を算定
⇒3.2%分を、営業活動を伴わずガス化された物件数として除外
※新設件数は、H27年度実績ベース
※営業マンが直接営業に携わっている件数は、H27年度の新設件数のうち、営業管理システムに営業先の登録があるものの件数

1. 今回申請原価について(算定方法)

- 需要開拓費対象件数は、原価算定期間における各年度の新設件数から、以下を除外して算定しております。
 - ①敷設後5年以内の導管に接続していない件数を除外
 - ②営業活動を伴わずガス化された物件の比率分を除外

◆ 需要開拓費対象件数
 原価算定期間における各年度の新設件数



(参考) 営業活動を伴わずガス化された物件数の除外
 ・ 全体の新設件数のうち、営業活動を行い獲得した件数の割合 (営業対象率) を算定することにより、営業活動を伴わずガス化された物件数を除外

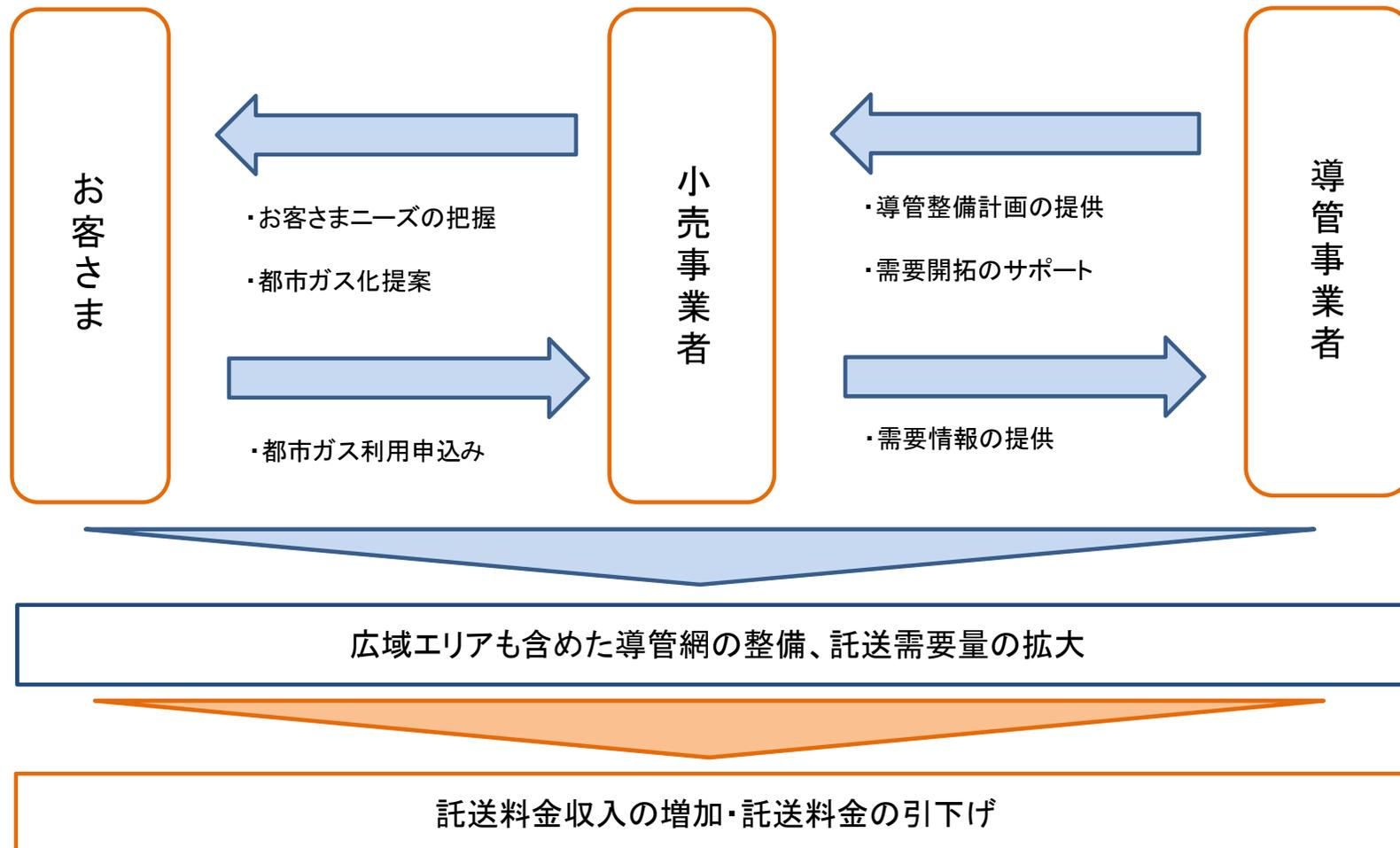
	新設件数(件) [A]	営業活動を行い 獲得した件数(件)[B]	営業対象率 [B/A]
戸建	18,813	17,986	95.6%
分譲	5,157	5,138	99.6%
賃貸・その他	16,985	16,518	97.3%
合計	40,955	39,642	96.8%

(注) 1. 新設件数は、27年度のガス工事発注件数ベース
 2. 賃貸・その他は業務用を含む

3. 2%分は営業活動を伴わずに獲得した件数として除外

2. (1) 需要開拓の概要

- 都市ガスの普及拡大に向けては、需要開拓の推進を通じて、広域エリアも含めた導管網を整備する必要があります。
- 全面自由化後は、より多くの小売事業者が必要開拓に参加していただき、お客さまへの都市ガス化提案を実施していただくことが重要と考えます。
- 託送需要量の拡大により、託送料金収入が増加し、託送料金の引下げにも繋がります。



2. (1) 需要開拓の概要

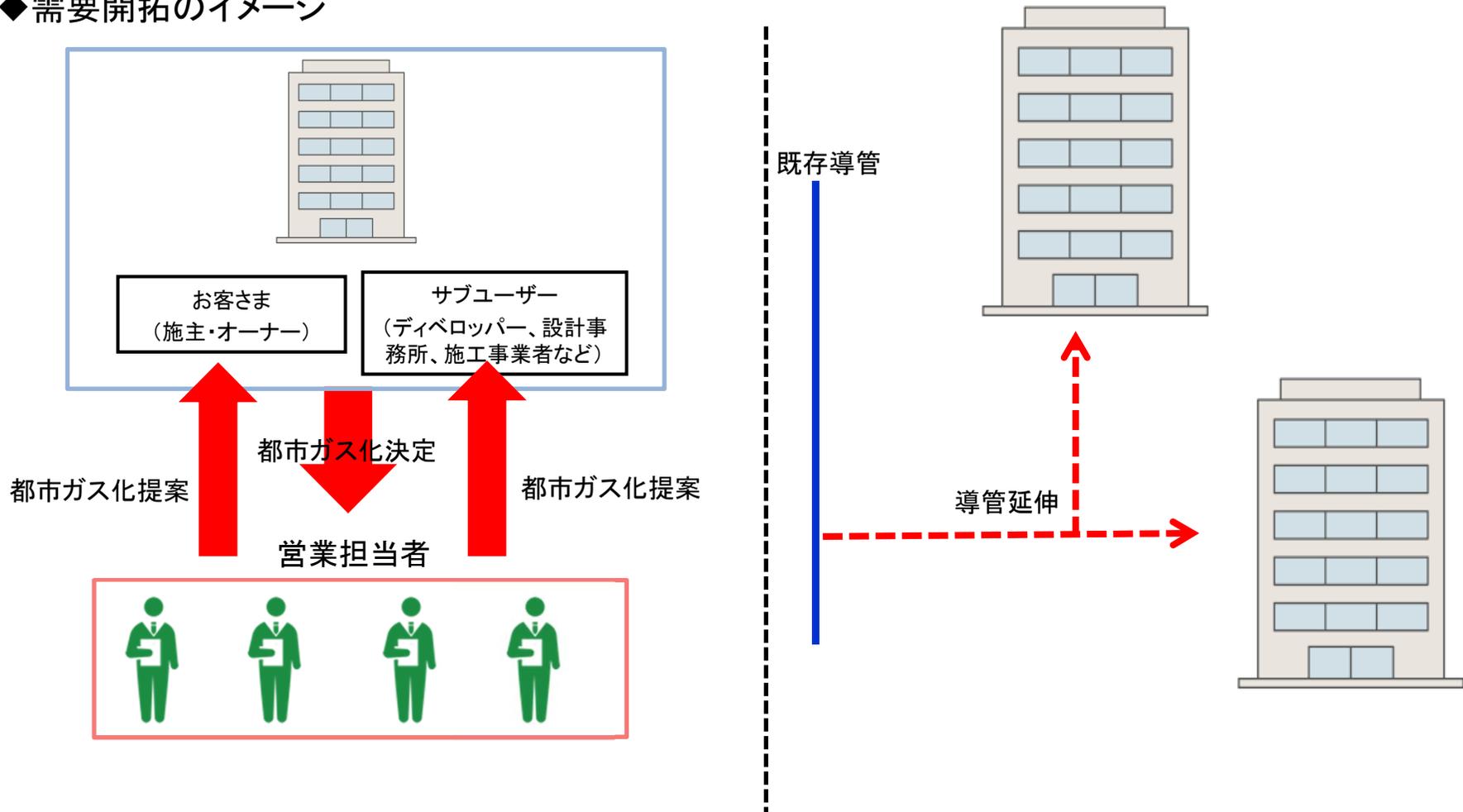
◆ 需要開拓における営業折衝先

	新 築 (新たに建設される建物が対象)	既 築 (既にある建物が対象)
家庭用・ 業務用	<ul style="list-style-type: none">➤ サブユーザー<ul style="list-style-type: none">・家庭用:ハウスメーカー、 ディベロッパー、 地場工務店 等・業務用:設計事務所 施工事業者 (ゼネコン・設備管理 事業者等)➤ お客さま	<ul style="list-style-type: none">➤ お客さま<ul style="list-style-type: none">・他燃料(LPガス、灯油・重油等) をご利用のお客さま

2. (2) 新築のお客さまへの需要開拓 (例: マンション・オフィスビルへの都市ガス提案)

- 主な営業折衝先は、お客さま、サブユーザー(ディベロッパー、設計事務所、施工事業者など)です。
- 営業担当者が、お客さま、サブユーザー両者に対して、都市ガス提案営業を行っています。
- 導管が整備されてない地区では、導管延伸を行い都市ガスを供給しております。

◆ 需要開拓のイメージ



2. (2) 新築のお客さまへの需要開拓

(例: マンション・オフィスビルへの都市ガス提案)

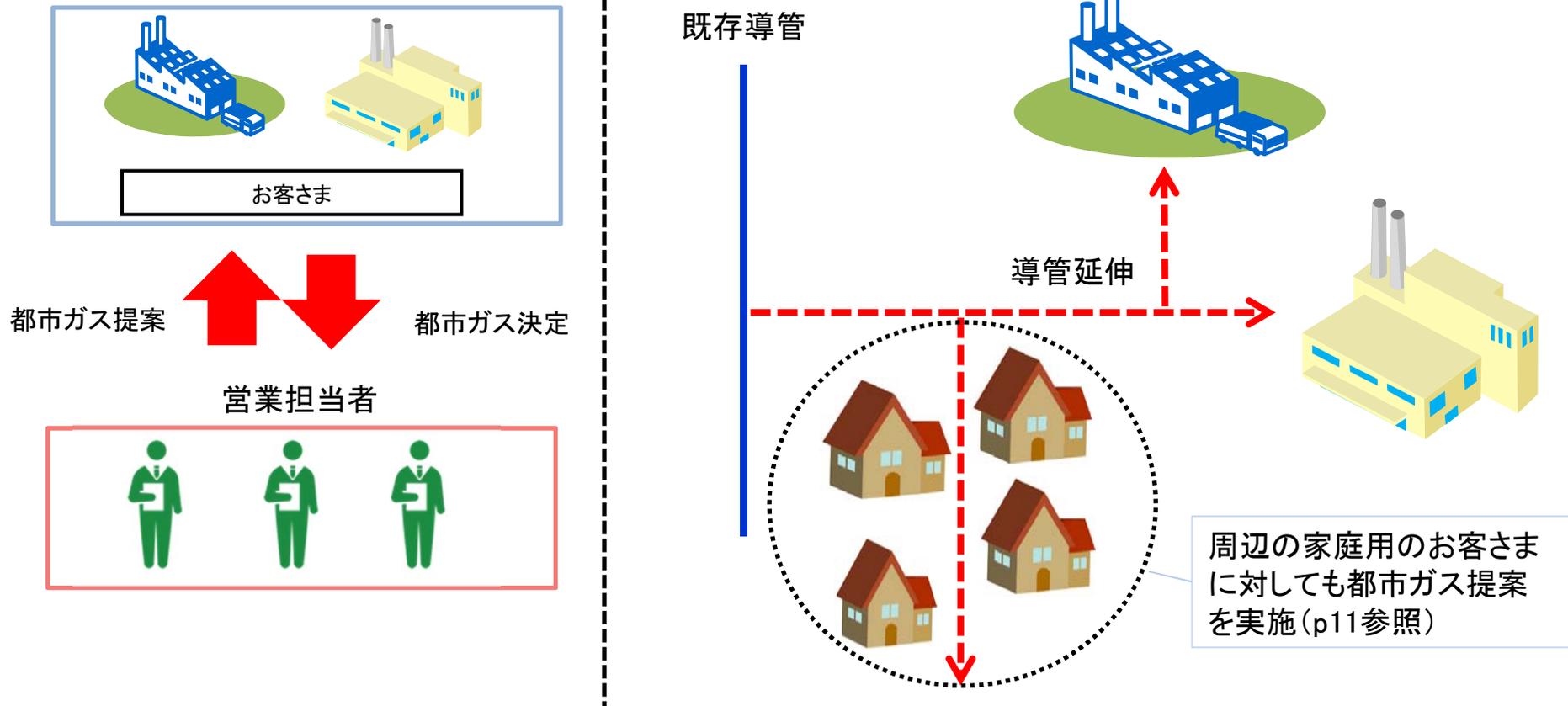
◆ 需要開拓の流れ

	折衝先	内容
関係構築	お客さま 設計事務所	<ul style="list-style-type: none"> ・都市ガスによるメリットのPR ・建築情報等の収集
現地調査	—	<ul style="list-style-type: none"> ・道路へのガス管理設可否の調査 (水道管(上水・下水)の埋設状況、道路掘削規制等)
都市ガス提案① (構想段階)	お客さま	<ul style="list-style-type: none"> ・オーナーへの都市ガス化提案 (ヒアリングを通じオーナーのニーズを把握。 都市ガスの経済性・環境性を訴求し、都市ガスを提案)
都市ガス提案② (基本設計段階)	設計事務所	<ul style="list-style-type: none"> ・設計事務所への都市ガス提案 (エネルギーコスト、省エネルギー性、環境性 などを定量化し、具体的に提案) ・ガス管延伸・埋設ルートを検討、お客さま敷地内配管 ルートの検討
都市ガス提案③ (実施設計段階)	お客さま 設計事務所	<ul style="list-style-type: none"> ・イニシャル・ランニングコストの詳細評価 ・ガス設備のスペックインを提案
都市ガス提案④ (施工方法)	お客さま 施工事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・見積提出 ・イニシャルコスト精査への対応
契約・施工管理	お客さま 施工事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・ガス工事・設備に係る契約の締結、発注、現場納入管理 ・ガス工事・設備に係る工程管理、工事立ち合い

2. (3) 既築のお客さまへの需要開拓① (例: 工場: 他燃料から都市ガスへの切替提案)

- 主な営業折衝先は、他燃料を利用されているお客さまです。
- 営業担当者がお客さまを定期的に訪問し、他燃料(LPG、重油等)から都市ガスへの燃料転換の提案を行っています。
- 工場は主に郊外に立地しており、ガス需要量が多いことから、大規模な導管延伸を伴うケースが多くなっています。そこで、導管延伸を行う周辺のお客さま(家庭用のお客さま等)に対しても、都市ガス提案を行っています。

◆ 需要開拓のイメージ



2. (3) 既築のお客さまへの需要開拓①

(例:工場:他燃料から都市ガスへの切替提案)

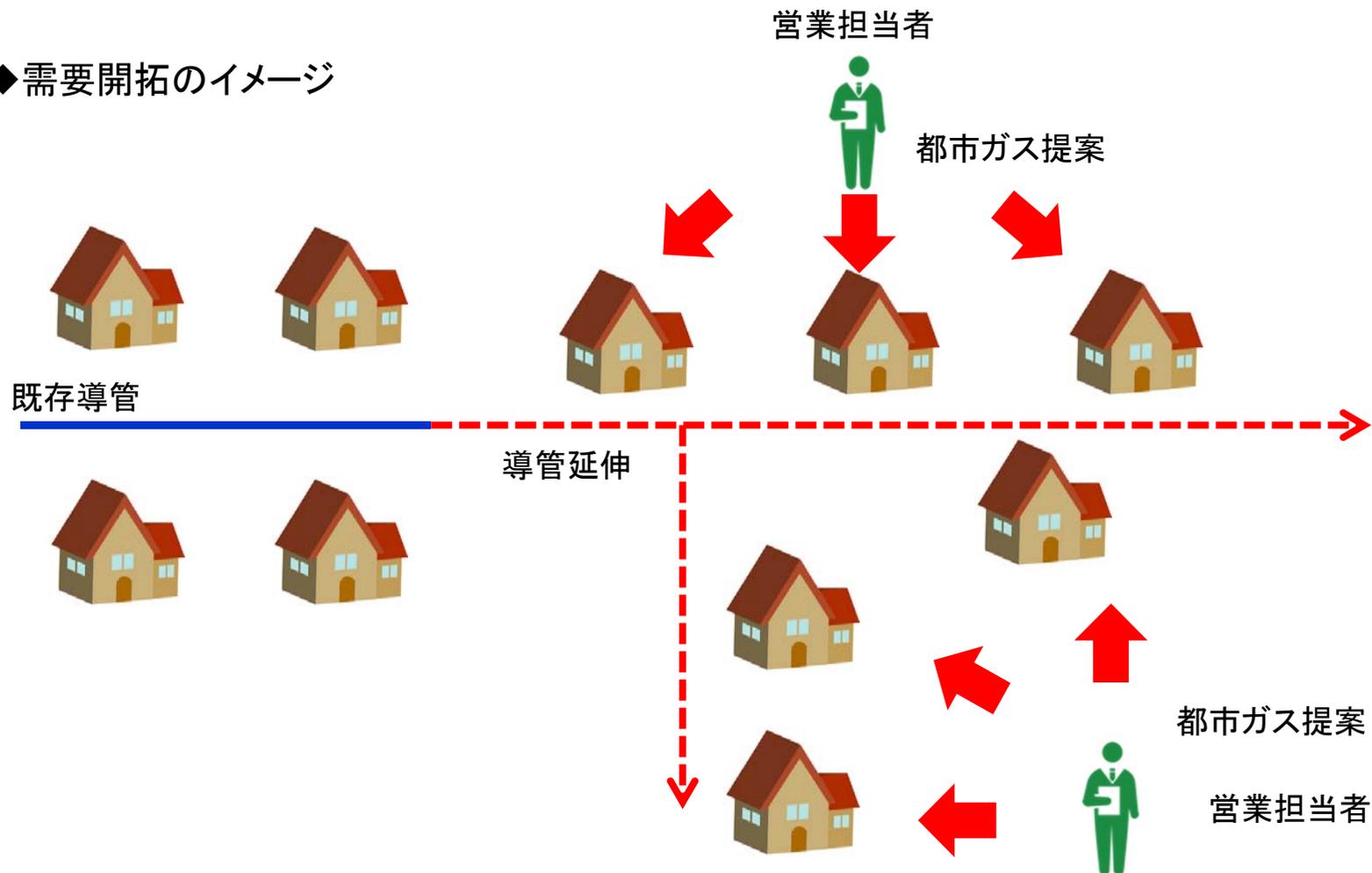
◆ 需要開拓の流れ

	折衝先	内容
関係構築 ↓	お客さま	<ul style="list-style-type: none"> ・都市ガスによるメリットのPR ・設備の状況等の情報を収集
現地調査 ↓	—	<ul style="list-style-type: none"> ・道路へのガス管理設可否の調査 (水道管(上水・下水)の埋設状況、道路掘削規制等)
都市ガス提案① ↓	お客さま	<ul style="list-style-type: none"> ・現場状況・設備等の詳細調査、ガス管延伸・埋設ルートを検討、お客さま敷地内配管ルートを検討、概要提案 ・お客さまのエネルギー使用実態についての詳細調査、概要提案
都市ガス提案② ↓	お客さま	<ul style="list-style-type: none"> ・都市ガスメリットの詳細提案 (エネルギー使用量、省エネ・環境性評価、イニシャル・ランニングコスト等)
都市ガス提案③ ↓	お客さま (設備管理会社)	<ul style="list-style-type: none"> ・見積提出 ・イニシャルコスト精査への対応
契約・施工管理	お客さま (設備管理会社)	<ul style="list-style-type: none"> ・ガス工事・設備に係る契約の締結、発注、現場納入管理 ・ガス工事・設備に係る工程管理、工事立ち合い

2. (3) 既築のお客さまへの需要開拓② (例: 戸建: 他燃料から都市ガスへの切替提案)

- 他エネルギーをご利用のお客さまを営業担当者が個別に訪問し、都市ガスのメリットを訴求する提案営業を行っています。

◆ 需要開拓のイメージ



2. (3) 既築のお客さまへの需要開拓②

(例: 戸建: 他燃料から都市ガスへの切替提案)

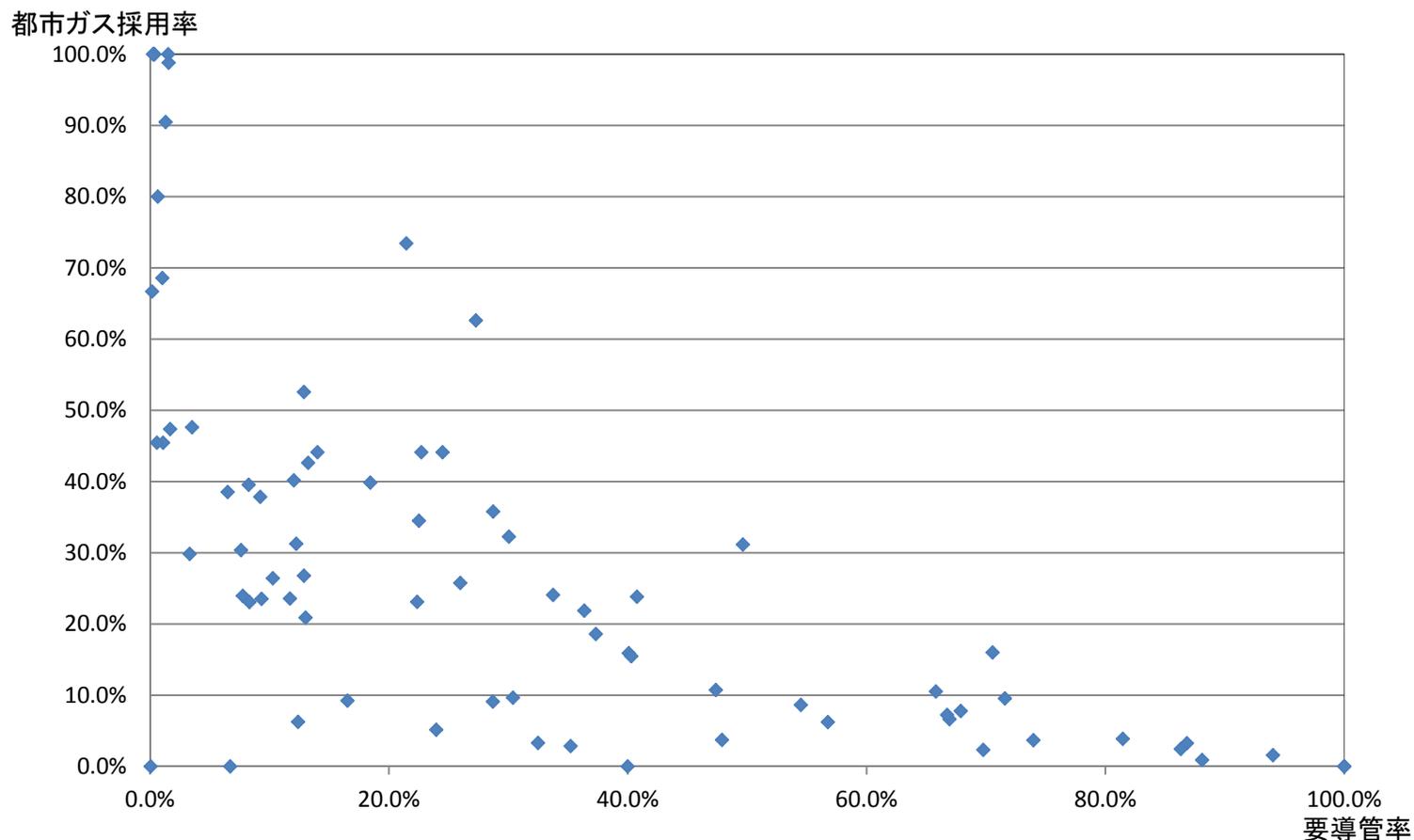
◆ 需要開拓の流れ

	折衝先	内 容
現地調査	—	・道路へのガス管理設可否の調査 (水道管(上水・下水)の埋設状況、道路掘削規制等)
↓		
都市ガス提案①	お客さま 地区団体	・お客さまへの都市ガスによるメリットのPR ※お客さまは日中外出が多いため、 夜や休日に訪問することが多い ・地区団体(町内会等)での都市ガス化によるメリットのPR
↓		
都市ガス提案②	お客さま	・ガス管延伸・埋設ルート等の検討、お客さま敷地内配管ルートの検討 ・都市ガスメリットの詳細提案 (都市ガスの経済性、環境性等を訴求)
↓		
都市ガス提案③	お客さま	・ガス工事・設備に係る見積作成・提出
↓		
契約締結	お客さま	・ガス使用に係る契約、ガス工事・設備に係る契約の締結 ※お客さまは日中外出が多いため、 夜や休日に訪問することが多い
↓		
施工管理	お客さま	・ガス工事・設備の発注、現場納入管理 ・全体の工程管理、工事立ち合い

2. (4) 需要開拓について

● 導管敷設が進んでいる要導管率(需要開拓にあたり新たに導管敷設が必要となる割合)の低いエリアにおいても、都市ガスを採用いただけるとは限らず、導管を延伸して都市ガスの普及拡大を図るためには、積極的な需要開拓が必要です。

◆ エリア単位における要導管率と都市ガス採用率の分布



※供給区域内の各行政区について、直近5か年の戸建の建築確認申請をもとに導管敷設が必要なエリアの物件データを抽出して作成
要導管率: 当該行政区における新たに導管敷設が必要な建築確認申請物件数 ÷ 当該行政区における建築確認申請物件数
都市ガス採用率: 当該行政区における新たに導管敷設が必要な建築確認申請物件のうち、当社へ都市ガスの使用申込があった件数 ÷ 当該行政区における新たに導管敷設が必要な建築確認申請物件数

【参考】導管網の形成について

- 導管網は、製造所および高圧・中圧・低圧導管で構成されています。
- 導管網の末端のお客さまへも、都市ガスを安定的に供給することが可能となるよう、お客さまのガス需要規模や立地等を踏まえ、高圧・中圧・低圧導管の組み合わせと最適なサイズを設計し、導管を敷設しています。

◆導管網の形成(イメージ)

