

(参考資料 14) ガス市場における競争状況

(1) 新規小売の販売状況

令和2年8月のガス取引報によると、ガス小売全面自由化で新たに自由化された都市ガス市場において、新規に登録したガス小売事業者（以下「新規ガス小売」という。）との契約を選択した需要家が全国で約13.7%となった。

【都市ガス（家庭用）におけるガス新規小売の販売実績（令和2年8月時点）】

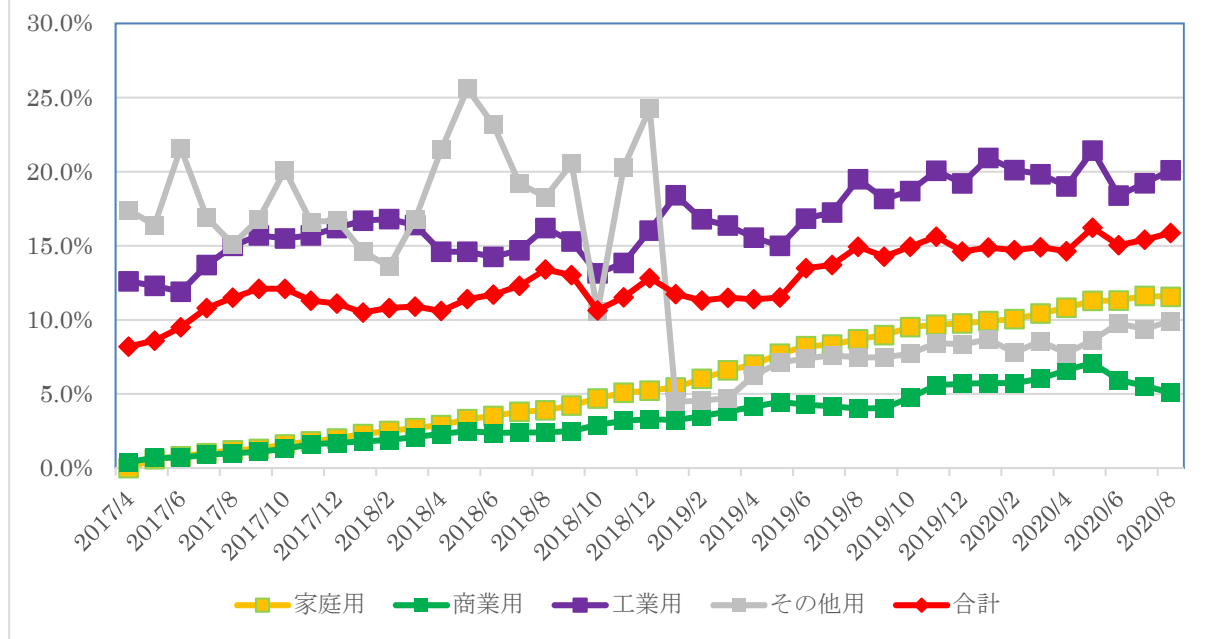
	契約口数（件数）	ガス新規小売シェア（%）
北海道	130	0.0%
東北	4,497	0.7%
関東	1,786,299	13.1%
中部・北陸	338,598	13.7%
近畿	1,367,830	21.4%
中国・四国	0	0.0%
九州・沖縄	109,626	7.6%
全国	3,606,980	13.7%

出所：電力・ガス取引監視等委員会 ガス取引報（令和2年8月実績）

※ 家庭用における新規小売には越境参入したみなしガス小売事業者を含む。

また、家庭用だけでなく、工業用、商業用においても新規ガス小売のシェアも増加し、販売量ベースのシェアも令和2年8月には15.9%（全面自由化した平成29年4月と比較して+7.7ポイント）となった。

【都市ガスにおける新規小売の市場シェア（販売量ベース）】
（令和2年8月時点）



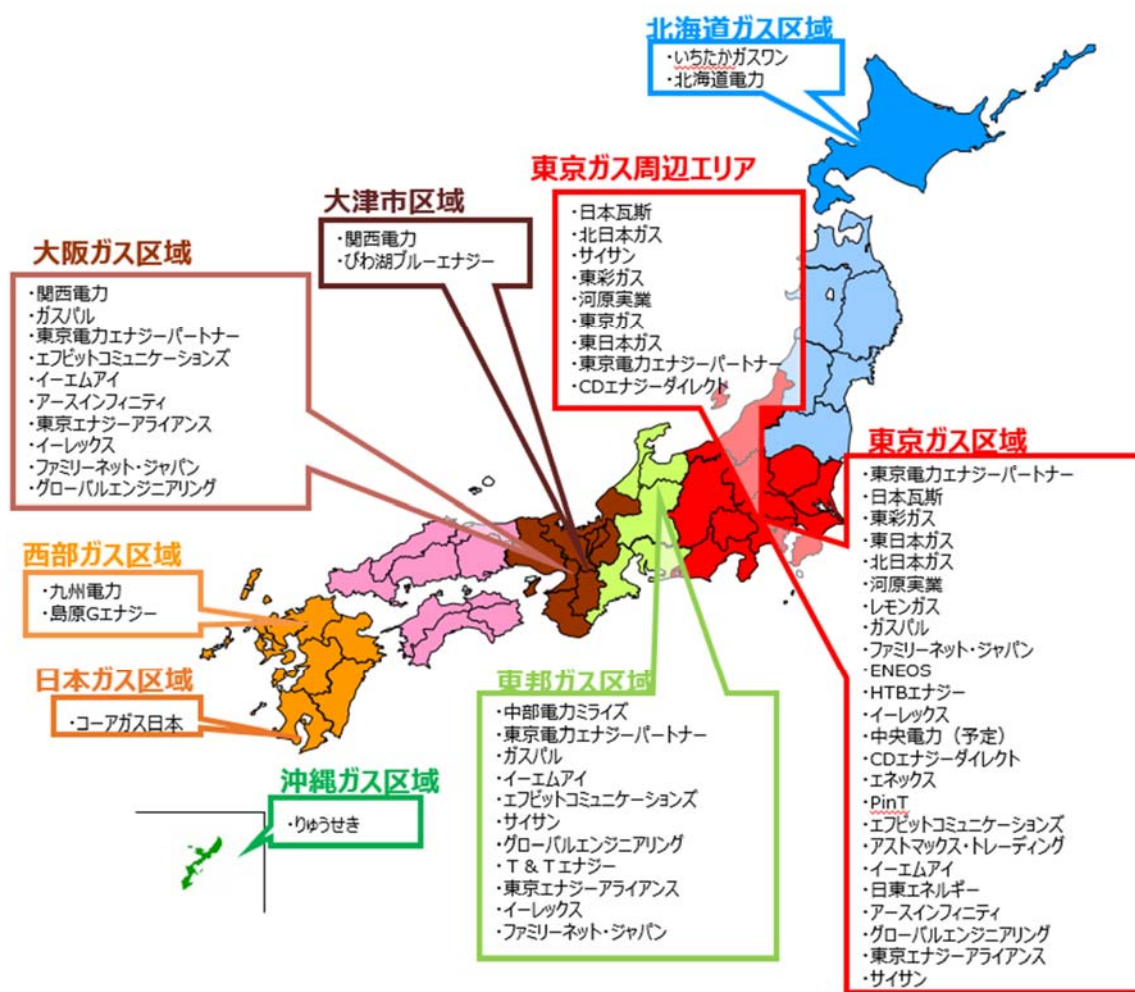
出所：電力・ガス取引監視等委員会 ガス取引報（平成29年4月～令和2年8月）

※ 新規小売には越境参入したみなし小売を含む。

(2) 新規参入（越境を含む）の状況

新規参入（越境を含む）が進んだエリアは31で、関東地域での新規参入が多くを占めている。また、一定規模以上の製造設備を有するガス事業者が2020年3月から自主的取り組みとして行っているスタートアップ卸を活用した参入も実績がでている。

【自由化後の小売事業者の登録状況】



※第13回 ガス事業制度検討ワーキンググループ配布資料を一部修正

(3) メニュー・サービスの多様化

平成 29 年 4 月の全面自由化以降、特色のある料金メニューや他商材とのセット割引など、ガス小売事業者の創意工夫により、料金メニュー・サービスの多様化が図られてきた。

【メニュー・サービスの概要】

新たな料金メニュー

145メニュー

一般家庭の需要家等に新たに提供される料金メニュー

セット割引

48メニュー

都市ガスを電気、通信サービスなど他のサービスとセットで割引価格により提供

ポイントサービス

23サービス

都市ガスの支払料金に応じてポイントが貯まり、貯まったポイントは商品や電子マネー等へ交換可能

見える化サービス

8サービス

ポータルサイトで都市ガス及び電気の使用量や料金の確認を需要家が自ら行うことが可能

暮らしサービス

37サービス

駆け付けサービス

水回りや鍵、窓ガラスのトラブルなど、緊急時に対応

見守りサービス

都市ガスの使用状況を離れた家族へメールで通知、異常を感知した際には関係機関へ連絡

家事支援サービス

料理・掃除等の家事代行や水回り・エアコン等のハウスクリーニングなど、住まいに関する支援を実施

電力買取サービス

5サービス

エネファームや太陽光発電で発電した電力のうち、家庭で使われず余剰となった電力を買い取り

※1社が複数のメニュー・サービスを提供する場合、それぞれをカウント。

出所：第 1 4 回 ガス事業制度検討ワーキンググループ配布資料から引用