

2010 年期末決算説明会 主なQ&A

Q：連結損益計算書(P25)について、諸経費が 2010 年実績から少しずつ増える計画となっている要因は何か。

A：基幹系システムの再構築にかかる費用や、使用期限を迎えるガスメーターが多い年があり、その買換メータ費用などが、諸経費増加の主な要因。

Q：エネルギー基本計画では天然ガスの高度利用等方針がうたわれているものの、天然ガスに追い風的な政策は打ち出されていない。それをどう受け止めているのか。また、今後、石油と比較してガスがどのように優位になっていくと考えているのか。

A：エネルギー基本計画では、天然ガスの利用量が日本全体では減少することになっている。なぜなら、天然ガスの火力発電所が減り、原子力発電所の稼働が増えるから。一方で、ガス需要は 2 割ほど、LNG 換算で 600 万 t ほど増加する。増加するのは、産業用部門である。

当社にとって、C 重油利用のお客さまをいかに天然ガス転換するかが課題である。昔ほど C 重油の価格が安くはないが、まだ相当の価格差がある。お客さまの経済性を悪化させずにガスに転換するには、単純な燃料転換ではなく、新たな仕組みが必要である。例えば、優れた B T G を導入し、これを地域の分散型エネルギーの発出の場とするなど。地域や電力も併せて枠組み作りを考えることも必要。

Q：ガス販売計画(P24)について、家庭用のガス販売量が年々 1 百万 m³ ずつ増えていく計画であるが、その背景は。

A：お客さまがオール電化や L P G に転換されるのを、しっかり阻止する。少なくとも使用中戸数を維持する。併せて、選択約款件数の増加に取り組む。この冬にも選択約款として暖房用料金を用意して販売キャンペーンを行い、大きな手応えがあった。このような施策を通じてパーメータアップを図り、トータルの販売量を増やしていく。

Q：リフォーム事業(P18)について、650 億円という大きな市場の中で売上げを伸ばす計画だが、将来的なシェアは、どのくらいと考えているのか。

A：リフォームは、お客さまが満足する施工ができる体制が必要。そのためには、デザイン・設計をする能力や、施工面では地域の工務店を含めたネットワークを作らなければならない。一度苦情がきたり、評判が落ちたらダメ。これは相当長い年月をかけて作り、昨年にベースができた。お客さまとの信頼関係は、おそらく地域では No.1 ではないだろうか。

また、リフォームは、ガス機器だけでなく、窓枠のサッシや玄関ドアを含めて多種多様な商材が必要。商流の見直しを行い、豊富な商材を従来より安価に仕入れられるよ

うになった。

リフォーム部門では、一級建築士、二級建築士を含めてかなりの人員を擁しているが、昨年ようやく損益分岐点を越えた。これからが収益の出る時期だと思っている。

さらに、エネリアの情報収集力が強くなってきた。一軒一軒のお客さまを回っている
ので、ニーズを良く掴める。それをどうやって形にし、展開するかがポイントで、その体制がようやくできた。将来的には2割ぐらいシェアを取りたいが、とりあえず3年後で売上高20億ぐらいを目標とした。