



DXPの「勝手にDX」提案《概要版》

大阪ガスの未来戦略

ガス供給事業から生活最適化プラットフォームへの変革提案

株式会社DXパートナーズ

2026年1月9日



第1章

デジタル変革の本質

ゲームチェンジ

既存業務の効率化に留まる戦術的アプローチです。

ルールチェンジ

事業ルールを再発明し、新市場を創出する戦略です。

生成AI時代

無選択型意思決定による顧客体験の革新が求められます。

大阪ガスの現状分析

企業概要

- 1897年創業の歴史あるエネルギー事業者
- 連結売上高約2兆円規模
- ガス顧客約510万件、電力約190万件
- 2050年カーボンニュートラルを目指す

デジタル化の取り組み

- スマートメーター導入による業務効率化
- マイ大阪ガスのリニューアル
- スマイLINKプラットフォーム展開
- エネファームのIoT化推進



現状の評価

事業の主語

依然として「ガス供給」が中心であり、デジタルは付加価値に留まっています。

データの扱い

主に保安やコスト削減に使用され、新たなマネタイズには至っていません。

成長の源泉

収益の大部分は「ガスの物量販売」に依存する構造です。

- ❑ **判定結果:** 現時点では「アナログ時代の、アナログを前提にしたビジネス」の域を出ていません。デジタル技術はツールとして活用されていますが、ビジネスモデルの前提にはなっていないのです。

アナログビジネスモデルの構造

01

事業者

100年以上の歴史を持つ地域独占的インフラ事業者

03

顧客

ガスを使用する一般家庭および業務用顧客

05

対価

使用量に応じた従量課金モデル

02

市場

導管が敷設された関西圏の物理的エリア

04

顧客価値

安全で安定した熱源の供給という基本的機能

06

成長

人口減少により構造的に困難なりニアな成長



第4章

現状延長の未来予測



人口動態による市場縮小

2040年に向けて関西圏の人口は約20%減少し、顧客口座数が減少します。



電化とカーボンニュートラル

オール電化の推進により、ガスの価格競争力が相対的に低下します。



デジタル破壊者の脅威

Amazon、Tesla等が顧客接点を奪い、コモディティ化が進行します。

デジタル変革の提案

Living-as-a-Service

「ガス売る」から「快適で持続可能な生活そのものをサービスとして提供する」へ



無選択型意思決定

生成AIエージェント「Daigas Buddy」が顧客に代わって最適な判断を行い、承認を求めます。



ツインターボエンジン

高頻度の価値提供とネットワーク効果による自己増幅で成長を実現します。



6つの創造

場、顧客、価値、稼ぎ方、回し方、成長をデジタル前提で再設計します。

デジタルビジネスモデル設計



Daigas Living Ecosystem

IoT機器、エネルギーデータ、生活サービスが統合されたプラットフォーム



Frictionless Comfort

家事や管理の手間が極小化され、快適さが自動維持される価値



サブスクリプション

従量課金から「快適な生活維持費」としての月額課金へ移行

収益モデル

1. B2C: エネルギー料金 + LaaS月額課金
2. B2B: 3rd Partyからの送客手数料
3. グリッド: VPPによる需給調整市場からの対価

ネットワーク効果

ユーザー増加により、AIの学習データが増え、提案精度が向上します。

競合比較と優位性



vs Octopus Energy

優位性: ラストワンマイルの物理的メンテナンス網を持ち、デジタル×リアルの完結力を発揮できます。



vs Tesla

優位性: マルチベンダー機器を束ねるオープンプラットフォームで、低コストなスマート化を実現します。



vs Amazon

優位性: エネルギーインフラの深層データと保安責任に基づく家庭内アクセス権限を保有しています。



経営層への提言

「ガスメーターの先にある生活を再発明せよ」



信頼という資産

100年以上築いた顧客との信頼関係をデジタルの世界に転写します。



リアルの実行力

200拠点以上のサービスショップで、AIの予知を即座に行動に移します。



ルールチェンジャーへ

「Daigas」を生活のためのデジタルAIエージェントへと進化させます。

貴社が目指すべきは、ガスメーターの先にある「顧客の生活そのもの」です。リアルの信頼とデジタルの知能を融合させ、GAFAにも真似できない日本発の生活インフラを創造してください。

