

## 「お客様満足度」調査結果概要

### 1. 実施者

社団法人 青森県エルピーガス協会

### 2. 調査概要

#### (1) 目的

本調査はエルピーガス利用のお客様がL P ガス販売事業者の実施する業務をどのように認識し、評価しているかを分析するとともに、L P ガス機器の利用状況購入希望などの把握を通して、エルピーガスを利用するお客様の不満点、ニーズを探ることにより、県内エルピーガス事業者としてのあるべき姿を追求するとともにあわせて今後の新たな事業の可能性について検討することを目的とする。

#### (2) 実施方法

社団法人青森県エルピーガス協会傘下のL P ガス販売事業者から顧客リストの提出を受けたものに対し、当協会名によるアンケート用紙の送付と郵送による回収とした。なお、回答返送者には粗品（日本T V：伊藤家の食卓裏ワザマルチマット）を郵送にて進呈。

### 3. 調査結果概要

#### (1) 調査の内容

本県エルピーガス利用者の

- i. 販売事業者の認知度
- ii. 販売事業者の実施する各種業務に対する評価
- iii. L P ガス機器など商品購入に対する認識と評価
- iv. 給湯についての使用状況と不満点
- v. その他関連事項に対する認識度

#### (2) 調査の時期

アンケートの配布：11月初旬

アンケートの回収：11月30日締切り

#### (3) 回収状況

アンケート発送部数	回収総数	集計無効数	集計有効数	最終回収率
10,303部	4,913部	194部	4,719部	45.8%

#### 4. 調査結果から得られた効果

(1) 全体としてはお客様からの評価は高かった上、従業員に対する声も大方良いとするものであった。しかし、中には「会ったことがない」「挨拶がない」「いつ来たのかわからない」とする意見があった。また、高齢化社会における災害（地震、豪雪等）に対する不安も少なからず感じているようである。

サービス面ではいわゆるアフターサービス、修理フォローなどは高い修理技術を持っていると高評価されている反面、ガス料金については高いとする意見が多く、料金の仕組みそのものの説明を受けたことがないとするお客様もあった。

(2) 商品購入者からは「もっとガス機器について知りたい」「製品のPRがほしい」とする声もあり、提案活動を積極化することにより顧客密着が強まり競争にも勝ち抜くことができる。

#### 5. 調査結果の今後の活用、調査結果を踏まえた今後の取り組み

##### (1) 経営基盤の強化

i. 明るく元気な挨拶と一声がけの徹底

自社従業員はもちろんのこと、業務委託をしている場合は配送員、検針集金員、調査員等にも強く依頼する。

ii. 地震等災害に対する不安を解消するための安全機器等の啓蒙、「災害に強いエルピーガス」と言われる所以などの情報提供を実施する。

iii. 書面交付、ガス料金等の明瞭な説明

##### (2) 販売競争力の強化

i. ガラストップ販売により電化に対抗

ii. 浴室乾燥機や省エネ型給湯器の積極販売

iii. 高い提案力と積極的な販売活動

##### (3) 具体的な活動

i. 声かけ運動の実施

調子伺いの一声、ちょっとしたアドバイスの一声

ii. 点検サービスの実施

高齢者巡回サービス等

iii. 機器販売キャンペーンの実施

iv. 提案力の向上研修

#### 6. 補助金確定額

15,528,447円