

「競合エネルギー対策 ～LP ガスに関する調査・分析・報告～」 調査結果概要

1. 実施者

社団法人熊本県エルピーガス協会

2. 調査概要

(1) 目的

LP ガスの市場占有率を地域別、機種別に調査分析し、消費者のエネルギー選択の実態把握と販売店の構造改善を目的とする。

(2) 実施方法

① アンケート調査分析

- ・ 機器ごとの市場占有率調査分析。
- ・ 消費者のエネルギー選択のポイント調査分析
- ・ 販売事業所の問題点及び体質調査分析
- ・ 対抗策としての先進事例の調査分析

② 現地調査

- ・ 販売事業所の調査分析
- ・ 対抗策としての先進事例等の調査分析

3. 調査結果概要

(1) アンケート集計・分析結果のまとめ

① 消費者向けアンケート

- ・ 回答者の26%がオール電化利用者は特徴的である。
- ・ 用度品のエネルギー源として、LP ガスはコンロ、給湯分野では浸透しているが、エアコン、オーブン、炊飯等の分野は電気が主流である。LP ガス未設置の用度品の購入意欲喚起とガス器具販売が課題。
- ・ オール電化移行先の30%がガスへ戻りたい意向がある。かなりの投資を行いオール電化した先が、ガスに戻るのには厳しい面もあるが、ガス器具の安全度向上、低価格の実現と併せて、消費者との契約締結、ガス料金の透明化を更に進め、コスト低減と消費者が満足するサービスの提供はLP ガス業界の大きな課題である。

②LP ガス販売店向けアンケート

- ・ 6割の販売店でLP ガス小売が主な売上である。
- ・ 販売店の半数以上が抱えている問題点は、顧客減少（電気への転換）、仕入単価の値上がり、消費量減少等がある。消費者とのコミュニケーションを図り、ガス器具の拡販とガスの良さをアピールすることが販売店共通の認識である。

③LP ガス器具メーカー向けアンケート

- ・ アンケートは5事業所より回答。
- ・ 販売商品で顕著な伸びを示しているのは、床温水暖房、暖冷房器である。
- ・ ガス需要促進の方策としては、販売店及びガス機器メーカー協同展示会開催による器具の良さ、正しい情報のPRが不可欠。

4. 調査結果から得られた効果

(1) 顧客の立場で考えること。

(2) 販路開拓のための提言。

- ① 販売店は他エネルギー対策として、ガスコンロの情報提供（手作チラシ、手作広報誌）を積極的に行う。消費者対策としては、基本契約の確立（契約書、料金書、請求書）、保守点検サービスの充実、LP ガス価格の低減、ガス器具の販売（床暖房、浴室暖房）、ガス配管工事が簡便にできることの周知を推進する。
- ② ガス器具メーカーへは、ガス器具の安全性、操作性、掃除性の更なる確保を期待したい。
- ③ 二者共同（LP ガス販売店とガス器具メーカー）でハウスメーカー、建築設計事務所へのガス化住宅機器設置の提案営業を強化する。

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

調査結果を踏まえ、県内を5～6のブロックごとに、消費者ニーズ・動向、販売店の抱える問題点・課題等について、勉強会を開催し、今後に向けた方策を検討していく。

6. 補助金確定額

5, 111, 259円