

LPガス販売事業者の機器販売における要因調査実施

新日本石油株式会社

1. 調査目的

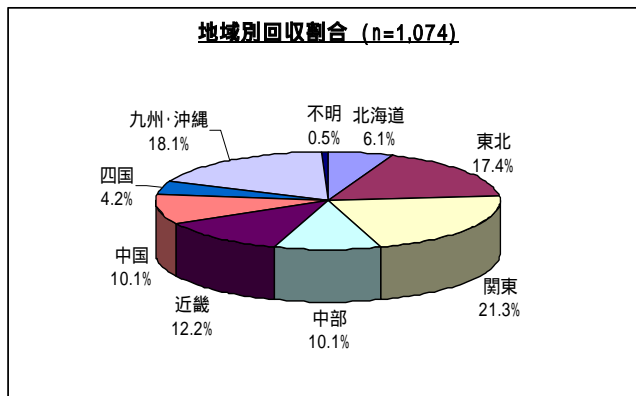
LPガス販売事業者におけるガス機器販売実績や販売体制等を確認し、現状の課題を明らかにするとともに、機器販売力が高いと予想される事業者の特性や取組み実態・意識を確認することによって、今後のLPガス販売事業者の販売力向上に資することを目的とする。

2. 調査結果

(1) アンケート調査票の配布・回収状況

調査票配布数	調査票回収数	回収率
4,046件	1,074件	26.5%

(2) アンケート調査票の地域別回収状況



(3) 小売、卸の業態区分

小売専業	小売が主 (一部卸)	卸が主 (一部小売)
82.2%	11.9%	5.9%

(4) 家庭用LPガス顧客数の平均値

戸建住宅が約70%、集合住宅が約30%で戸建住宅を中心に販売している。

戸建顧客	集合顧客	合計
1,286.2軒	539.3軒	1,825.4軒

(5) 家庭用LPガス販売量 (年間)

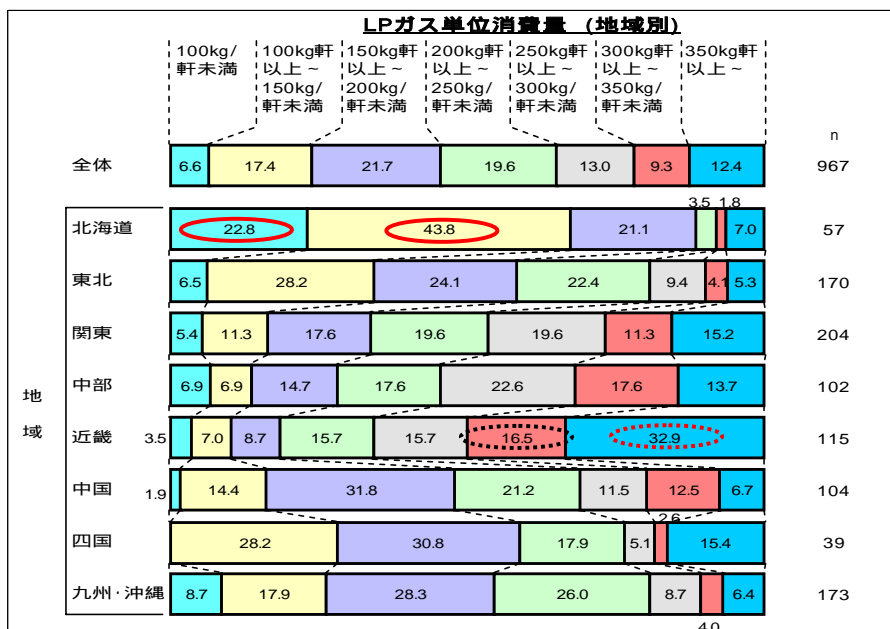
年間販売量が300トン未満の事業者が70%を超えており、小規模事業者が大半を占めている。北海道、東北ではその傾向が顕著である。

(単位: %)

	年間家庭用ガス販売量					平均値 (t)	中央値 (t)	n	
	300t未満	300t以上～500t未満	500t以上～1,000t未満	1,000t以上～3,000t未満	3,000t以上				
全体	71.6	9.5	7.4	6.0	5.4	2,368.6	120.0	1,010	
地域	北海道	80.3	4.9	1.6	4.9	8.2	4,879.6	53.0	61
	東北	82.3	6.3	4.6	4.6	2.3	1,219.9	75.0	175
	関東	71.7	9.0	5.7	6.1	7.5	3,439.8	120.0	212
	中部	67.0	12.3	9.4	4.7	6.6	5,640.0	157.0	106
	近畿	64.0	12.0	12.8	4.8	6.4	2,491.4	162.5	125
	中国	60.4	9.4	11.3	11.3	7.5	700.5	199.0	106
	四国	84.6	2.6	7.7	2.6	2.6	347.7	92.5	39
九州・沖縄	69.8	12.6	7.1	7.1	3.3	864.9	130.0	182	

(6) 地域別単位消費量

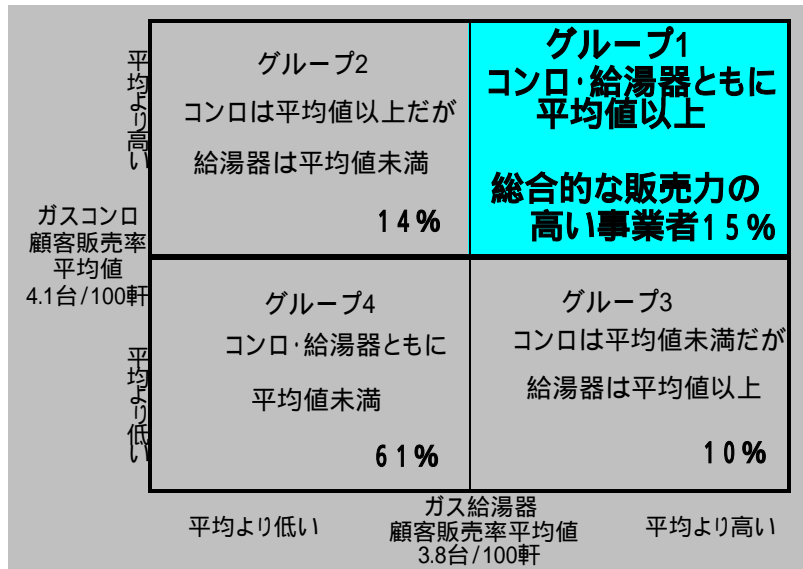
単位消費量も販売数量と同じ傾向にあり、特に300kg以上の単位消費量の事業者が近畿地方に多いのが目立つ。



(7) 販売事業者の機器販売状況 (抜粋)
 代表的な消費機器の販売状況

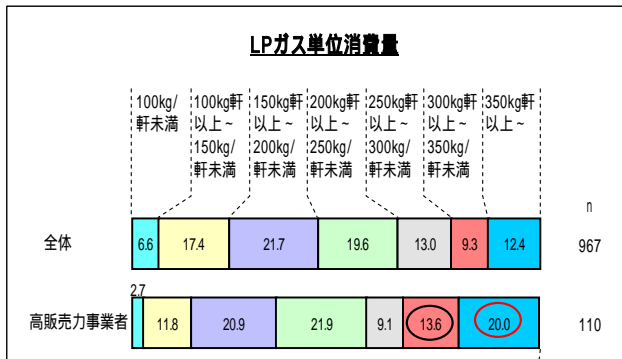
顧客100軒当たりの 年間の平均販売台数	
給湯器	4.1台
ガスこんろ	3.8台

平均販売台数以上に機器を販売している事業者(以下「高販売事業者」という)の比率は15%であった。

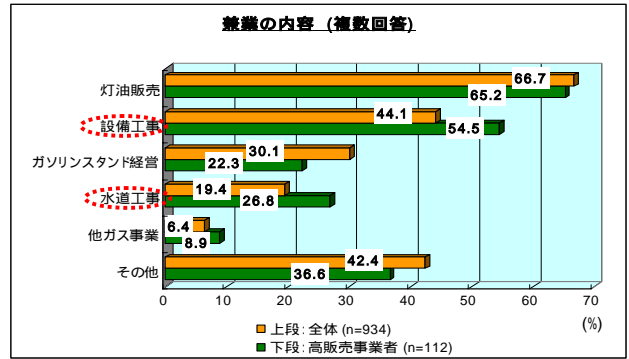


高販売事業者の特徴

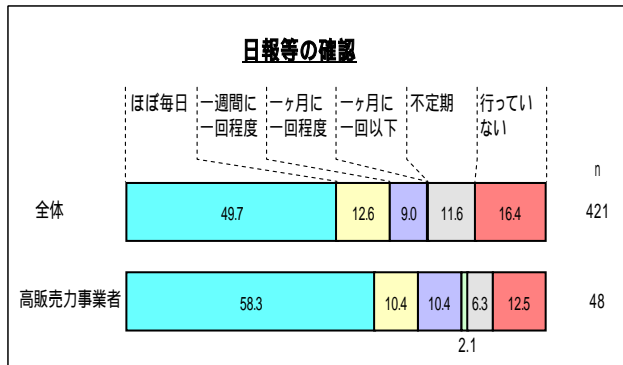
・単位消費量が300kg以上の事業者が1/3で
 全体の約1/5を大きく上回っている



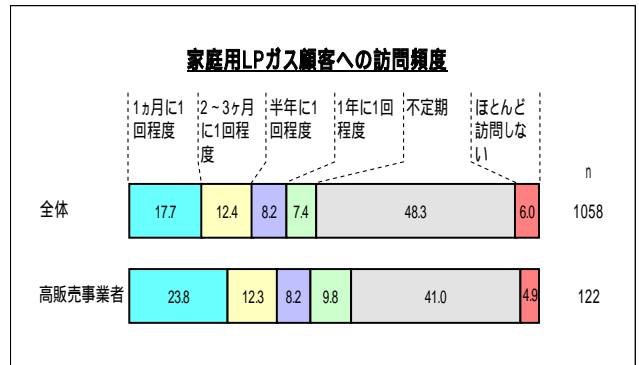
・設備工事や水道工事を兼業している比率が高い



・業務日報は機器販売目標管理の一環として
 約60%の事業者が1回/週程度確認している



・顧客への訪問頻度は55%の事業が1回/年訪問している



3. まとめ

高販売力事業者においては、調査対象全体と比較した場合「単位消費量が高い」「顧客への訪問頻度が高い」「ガス機器以外の商品販売への取組みに積極的」等の特性が確認された。

高販売力事業者の一部に対し行ったヒアリングでも、顧客との接点強化を図るために自主点検の実施や、休日の人員体制の充実等の対策を講じているとのことであった。

一方、規模や効率追求の電力会社を含む競合エネルギーに対しては、顧客に対して課題解決の提案力を強化することが要求されている。

高販売力事業者は、「単位消費量が高く、顧客接点が強化されている」ことから、地域に密着した顧客の課題解決を実現可能な事業者であり、競合エネルギー対策のキーマンとして期待されるため、より多くの事業者が高販売力事業者になることが望まれる。