

「経済的な志向性に基づく消費者セグメントに応じた料金体系構築  
および消費者満足度向上に対する有償配管制度の有効性確認のための調査」調査結果概要

## 1. 実施者

株式会社サンエキ

## 2. 調査概要

### (1) 目的

当社および有志ワーキンググループメンバーのLPガス顧客に対して料金やサービス内容についての満足度や要望・期待等のニーズを確認し、「高サービス志向型」「低価格志向型」等の経済的な志向性に基づいて顧客を細分化した際の各々の属性を明らかにした。また、他社に転換した消費者に対して転換の主な要因(サービス面によるものか、価格面によるものか)を確認した。以上から顧客ニーズに基づく料金体系の構築を図り、さらに、新たな料金体系を採用した際の収益変動のシミュレーションを実施した。併せて、顧客への差別化策としての「配管買取り料金制度」(消費配管を顧客が買取りの場合は、基本料金を通常の料金から引下げる料金制度)の有効性について確認した。

### (2) 実施方法

既存LPガス顧客アンケート調査：有効回答数425件、回収率13.7%

料金やサービス内容についての満足度、要望・期待等のニーズや消費設備に対する意識・認知度から、経済的志向性別の顧客属性や「配管買取り料金制度」の有効性を確認した。

転換LPガス消費者アンケート調査：有効回答数42件、回収率25.0%

同業他社に転換した要因を確認し、その顧客特性を確認した。

顧客の経済的志向性に応じた料金体系の構築

上記の調査結果から顧客ニーズに応じた料金体系を構築し、その際の収益変動シミュレーションを実施することで新たな料金体系の実現に向けた販売面・コスト面等における課題の把握と対策の検討を実施した。

## 3. 調査結果概要

既存LPガス顧客アンケート調査

「社名」「電話番号」「所在地」については、70～80%の高い認知度を示しているが、「取扱商品・営業品目」「担当社員」の認知度は60%弱に止まっており、「担当社員」については不認知度も30%を超えている。各活動に対する評価については、「ガス機器の点検や検査の実施」「ガス機器の修理やアフターサービス」の満足率が高く、半数程度が満足と回答している。一方、「ガス機器やリフォームの提案」「快適な暮らしの提案や情報提供」の満足率は30%程度に止まっている。

自社に対する総合評価については調査対象全体の満足率が57.6%であるのに対して、「配管買取り料金制度」を適用している顧客の満足率は65.4%と評価が高くなっている。また、「社名」等の各認知度項目について「知っている」と回答した顧客の方が満足度は高い傾向にある。

自社に対する総合評価向上のために優先的に取り組むべき活動は、「LPガスの安全な利用や地震などの安全対策の説明について」「修理・取付け工事等の料金の明示」「ガス機器やリフォームの提案」との結果が得られた。

総合的な評価において「満足」と回答している顧客ほど、ガス機器の購入率も高くなる傾向にある。また、評価の低い顧客ほど未購入率が高くなっている。

LPガス事業者からのガス機器購入理由は「機器が故障したため買替えた」が45.8%と最も多く、以下「機器の取付けまでしてくれるから」(34.0%)、「社員が親切で信頼できるから」(32.4%)、「LPガス会社で買うと安心だから」(16.0%)と続いている。LPガス事業者に対して利便性・安心感を求めていることが伺われる結果となっている。

半数以上が、月額平均ガス料金を「妥当だと思う」と回答しているが、「高く感じる」「非常に高く感じる」との回答も合計で30%程度存在している。また、「配管買取り料金制度」を適用している顧客の方が「安く感じる」「妥当だと思う」との回答率は高く、ガス料金に対する評価は良好となっている。

「高サービス志向型」の顧客は「親子孫3世代」「家族数5人以上」「収入が1,000万円以上」の属性を、「低価格志向型」の顧客は「30代」「家族数4人」「収入が300万円以上～500万円未満」の属性を持っている傾向が強くなっている。

LPガス料金に対する意見として、「基本料金が高くても使用量増で安くなる方が良い」との「需要促進型」料金を要望する傾向がある。また、「ガス機器が高くてもガス料金が安くなれば良い」との「ランニングコスト重視」の傾向が強く見られる。

#### 転換LPガス消費者アンケート調査

LPガス事業者の変更理由は、「変更前のLPガス事業者の従量料金が高かった」が64.3%、「変更前のLPガス事業者の基本料金が高かった」が54.8%と突出しており、料金に起因するものが上位を占めている。LPガス事業者を変更した事によるメリットは、「LPガス料金(従量料金)」が64.3%、「LPガス料金(基本料金)」が59.5%と、LPガス事業者の変更理由と同様に、料金に起因するものが上位を占めている。

現在のLPガス事業者との今後の取引意向については、「料金が安くなるのであれば変更する」が42.9%を占めている。LPガス事業者の変更によってLPガス料金が低減するメリットを享受しているにもかかわらず、さらなるLPガス料金の低減を望んでいる結果となっている。

上記から、LPガス事業者を変更する消費者は価格(LPガス料金)を非常に重視する傾向が強いことが同われる。

#### 顧客の経済的志向性に応じた料金体系の構築

全ての顧客のニーズに合致した料金を設定すると、収益変動のシミュレーション上は減収額が過大で実行は不可能であることが明らかとなった。また、現状において可能な対策としては「需要促進型」の料金体系の推進となった。

### 4. 調査結果から得られた効果

#### 詳細な顧客ニーズの把握

本調査から「高サービス志向型」や「低価格志向型」等の従来とは異なる顧客細分化基準(顧客属性)が確認され、各々の詳細な顧客ニーズが明らかとなった。

#### 「配管買取り料金制度」の有効性確認

「配管買取り料金制度」を適用している顧客は相対的に認知度・満足度が高く、顧客との接点強化や囲い込み策としての「配管買取り料金制度」の有効性が確認された。

#### 数量的な経営目標の確認

収益変動シミュレーションから、今後の目標となるLPガス増販量や経費削減額等が数量的に確認された。

### 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

各顧客層に応じたサービス提供や提案活動を実施し、積極的な付加価値商品販売や燃轉活動によるLPガス増販・ガス外利益の確保を図っていく。また、上記の活動から、シミュレーション上はLPガス料金の低減が困難であった顧客層に対して料金低減化の取り組みを検討・実践し、幅広い顧客層の満足度向上を図っていく。

### 6. 補助金確定額

7,328,670円