

ガス機器販売店における省エネルギー情報等の取り組み状況調査結果概要

1 実施者 日本LPガス協会

2 調査概要

(1) 目的

本調査は平成18年4月に施行された「改正省エネ法」により、一般消費者に対する省エネ機器の普及と共に省エネ機器情報の提供が義務付けられ、機器販売業者においても、消費者に対してわかりやすい省エネルギー情報の提供が義務付けられた。

このような状況から、消費機器選定の際に必要な情報等のニーズ調査と、機器販売事業者が実施している省エネ情報提供等の取組状況調査を行い、LPガス業界が消費者への省エネ情報の提供に際し、整備すべき情報の整理を行うと共に効果的な省エネ情報の提供方法を検討するうえでの基礎資料に資することを目的とした。

(2) 実施方法

大型家電量販店(3)、ホームセンター(300)、LPガス販売事業者(1000)を対象にヒヤリング調査、アンケート調査を実施した。回収はホームセンター65サンプル(回収率22%)、LPガス販売事業者518サンプル(回収率52%)であった。

一般消費者(2332)を対象に、インターネット調査を実施、回収は1150サンプル(回収率49.3%)であった。

3 調査結果の概要

(1) LPガス機器販売店における省エネルギー情報提供等の取組状況調査

ガス機器を販売しているガス事業者が改正省エネルギー法の省エネルギー情報提供努力義務を認知している割合は低く(4割)、特に中小規模のガス事業者でその傾向が強い。

ガス機器販売時に省エネルギーの情報提供を行っている割合は4割程度、提供している情報もメーカーカタログの提示が9割、広告チラシが5割、これ以外の取り組みについては2割未満と低く、省エネルギーの情報提供は遅れている状況にある。ガス事業者の省エネルギー情報の提供の遅れは、消費者がガス機器を選定する際に重視する点が、価格、能力・容量、安全性であり、省エネ性をあまり重視しないことも影響していると考えられる。

ただしガス事業者には、電気との競合による危機感が高まってきており、4分の3の事業者が、省エネルギー機器の販売拡大意向を持っている。

一方家電量販店は、ガス機器も含めて積極的な省エネルギーの情報提供を行っており、省エネルギー機器の販売を積極的に行っている。提供している省エネルギー情報の種類、従業員の教育方法など、ガス事業者が参考すべき項目は多々あるものと考えられる。

(2) 一般消費者におけるエネルギー消費機器選定時のニーズ調査

消費者がエネルギー消費機器の購入時に重視する点は、これまでは価格が最上位を占め、省エネ性は低かった(ガス・石油機器は1割前後)。しかし過去2年以内に機器を購入した人、今後購入しようと考えている人は、省エネ性を重視する傾向が比較的強い。また機器購入時の主な情報源は販売店の店頭やメーカーからの情報であり、エネルギー事業者からの情報はあまり利用されていない。一方エネルギー消費機器を販売している店舗では、省

エネルギー機器の説明はあまりなされておらず、エアコン、冷蔵庫で1割程度、特にガス・石油機器では、ほとんど行われていない状況にある。

ガス機器を販売する際に、消費者に対する省エネルギー情報提供のニーズは今後高くなるものと予想され、これに対するガス事業者の積極的な取組が必要と考えられる。

4 調査結果を踏まえた今後の取り組み

ガス事業者に求められる今後の取り組みとしては、

- 1) 小規模事業者に提供する省エネルギー情報の整備
- 2) 保安指導やガス機器の使用方法の指導など総合的な情報提供を消費者に対して行うことによるホームセンターや家電量販店等の競合事業者との差別化、優位性を図る。
- 3) ガス機器販売事業者のスタッフ研修の推進、LPガス関係者の役割分担の明確化を図る。

等が必要である。

また、国に対する要望事項としては、

- 1) ガス事業者への省エネルギー情報提供の努力義務の啓発
- 2) 「省エネルギー型販売事業者評価制度」の評価対象にガス機器販売事業者の追加

さらに、ガス機器メーカーに対する要望事項としては、

- 1) 省エネルギー性の高いガス機器の開発・製品化、
- 2) 省エネルギー機器の情報提供

などが挙げられる。

以 上