

短期集中連載3回シリーズ「給湯器の販売成果を伸ばすために」

## 第2回 電化の脅威再び、ガス料金を見直し比較に勝とう

～L Pガス業界の働き方を変えて、未来を創造できる  
給湯需要開拓ができる活動と社員を創ろう～

マーケティングデザインシステム株式会社  
代表取締役 浅見 博

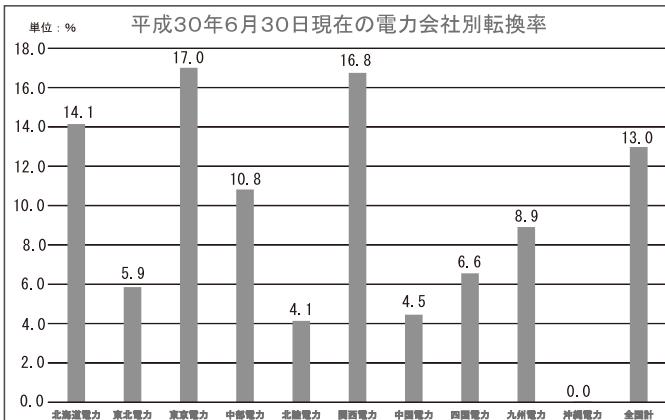
東京電力もついにTVC Mを解禁し、  
エネルギー間競争がさらに過熱中

東京電力は、2011年3月11日の東日本大震災以降中断していたTVC Mを解禁し、小売をする東京電力エナジーパートナーがCMを開始。「電気、ガス、それから、それから。」と東京電力のガスとサービスをアピールする内容です。

東京電力は、すでに都市ガスをニチガスと提携して、自由化からの1年間で25万件獲得していますが、その一方で電力自由化からの2年と2カ月間で、2300万件の低圧電力の17%に相当する顧客がスイッチングしています。さらにその中で、東京ガスに120万件以上の顧客を奪われています。

17%以上の顧客のスイッチングは、危機的な状況といえるのではないでしょうか。発電と配電電の部分は残り、託送料が東京電力に支払われているものの、請求書を発行できる電力小売の顧客がわずか2年間でガスの獲得が大きな課題となつていることは確かです。

このように、都市ガスと電力間の競争は、企業としてのありようが問われていると言つても過言ではありません。このスイッチングの傾向は、



現在も確実に進んでいます。前後の顧客が移動しています。今後もこの傾向が続けば、年間220万件以上の移動となり、今年1年で10

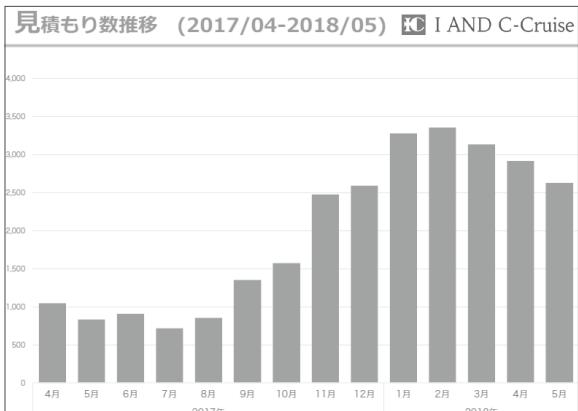
最近では、関東でも関西電力のTVC Mを見る機会が増えています。関西電力も積極的に東京電力エリアでの顧客獲得に力を入れています。中部電力や北陸・九州・中国・四国など他の電力会社も、東京電力エリアでの顧客獲得を積極的に展開始めています。

また電力・都市ガスの自由化は、以前からこの誌面で何度も述べてきましたが、3つのエリアでは、都市ガスと料金を比較しての競争が激化しています。この料金比較による顧客獲得の戦いは、HPだけでなく配布されるチラシや新聞・雑誌などのマスコミを利用して展開されていま

浅見 博  
あさみ ひろし



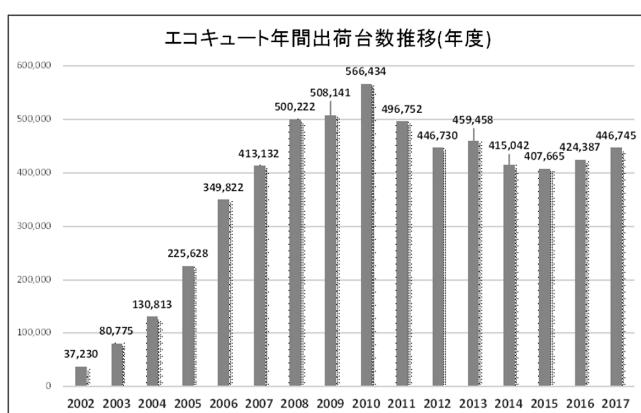
本名 才津 博  
北海道出身 血液型B型  
(株)日本流通技術研究所にて、昭和61年より、L Pガス業界専門に経営戦略の企画、販売促進企画、ツール開発、経営計画ソフト等のソフト開発の責任者として勤務。その経験とノウハウを活かし、平成9年11月に有志と現在の会社を創業。コンサルタントとしても、経営戦略企画、活性化指導、社員教育から講演活動まで幅広く活躍中。また同社では「繁盛指南」シリーズを発売し、大好評を得ています。  
ご質問・ご相談は下記のメールアドレスまで  
hiroshi@mdsys.co.jp



果がLPガス業界の価格比較にも影響を与えます。以前もご紹介しましたが、LPガス料金の比較サイトである「e n e p i (エネピ)」を運営する(株)アイアンド・シーケルーズの資料によると、見積提出件数は前年5月の3倍に相当する月間2500件に上っています。過去は、需要期に問い合わせが増加し非需要期に減少するのが一般的でしたが、どうも増加した傾向がそのまま継続しています。

確実に、インターネットによる顧客の移動が、LPガス業界でも本格化していることを示していると思われます。

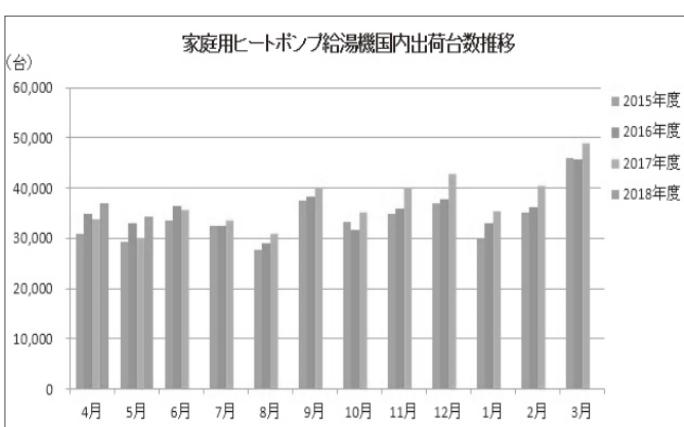
もちろん、価格ドットコムやエネチエンジなどの比較サイトとの連携、ネット上やスマートの検索で上位に掲載される努力をしており、これらの努力の結果でもあるでしょうが、スマートの普及率向上が、この傾向に拍車をかけていることも間違ありません。



エコキュートの普及が本格的に始まり、昨年夏から前年を大きく超えた

オール電化の普及率は復活傾向にある

エコキュートの普及が本格的に始まり、昨年夏から前年を大きく超えた



一時は低迷した販売台数が、一昨年から確実に増加の傾向を示しています。さらに、昨年の夏以降は前年を大きく超えて伸びており、2018年度はかなりの伸長が予測されています。

まつたのは2003年から、省エネとランニングコストが低いことなどを理由に、電力会社の全面的な支援の下、急速な伸びで、2010年の年間56万台まで販売台数が伸びました。しかし、3・11の原発稼働停止、電力不足などから低迷したものの一昨年からまた販売台数を伸ばしてきました。

一時は低迷した販売台数が、一昨年から確実に増加の傾向を示していました。さらに、昨年の夏以降は前年を大きく超えて伸びており、2018年度はかなりの伸長が予測されています。

前号で述べたように、給湯の高いシェアを維持・拡大することが、LPガス業界の大きな課題です。

2012年に改定された「LPガス産業の中長期展望」でも、LPガス給湯器の普及率向上を目標として、2007年現在の普及率54%を2030年に70%に伸ばすとしていますが、このままでは、給湯もエコキュートに転換していく可能性が高くなっています。

これらは、一昨年から本格化した原発の再稼働と連動していることは間違はありません。まだまだ、これから停止した原発の再稼働が進めば、確実に電化が進むことになります。現在の状況では、原子力発電の電源構成比はわずか7%程度で、2030年の目標としている20~22%にはまだまだ足りません。今後は、新潟の柏崎原発の再稼働が最大の焦点となるでしょうが、現在の経済産業省の方向では、再稼働が進むことは確実です。

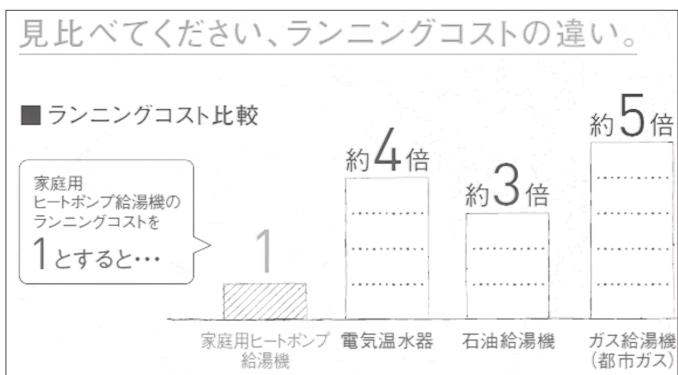
## エコキュートのランニングコストに對抗可能なLPガス料金の検討を

エコキュートの大きなセールスポートの一つは、ランニングコスト

## 原発の再稼働が増加しオール電化の普及が進み、ガスの危機が到来する

の安さにあります。左の図は、パナソニックのエコキュートのカタログに記載されているものです。この都市ガスは、大阪ガスの料金を128・72円としています。これはLPGに換算すると287・37円です。LPGのリンナイカタログでは、給湯の単価を510円／m<sup>3</sup>、またノーリツは530円／m<sup>3</sup>となっています。つまりは、大阪ガスの料金で5倍だとLPGでは10倍近いランニングコストの差がある計算です。

給湯料金の見直しを図らなければ、明日のLPGガス給湯の存在を考える。



**ガス給湯の維持・拡大を図るために①  
ガス給湯のよさをアピールするため  
給湯料金を比較可能な水準へ見直す**

先ほどエコキュートのコスト比較で紹介したように、電力は格差はあるものの、夜間電力で割安な計算となっています。都市ガスは、一般契約で給湯料金という特別な料金体系ではないため、割高な年間費用となっています。

この表を単純に見てしまうと、とてもランニングコストだけで考えて、比較で勝てるとは考えにくいの

コキュートに対抗するため見直すべき点は多々あります。

電化だけでなく、灯油給湯との比較において多くの見直すべき点があります。ガス給湯の維持拡大に向けて見直すべき点は以下の通りです。

もちろん、大きなイニシャルコストの格差があります。エコキユートは、既存住宅での設置を考えると、200Vの電気工事が必要であり、タンクの置き場所をコンクリート化など、本体価格以外に大きな設置費用が必要です。それにもかかわらず、電化が促進される傾向にあるのは、LPガス料金に対する不信感、ガス給湯器は最も優れた給湯器であるにもかかわらず、そのよさが伝わってはないことなどが、このガス業界で工

えることは困難となります。

が現状です。しかし固々に左の表を

ガス給湯の維持・拡大を図るために②  
同じ電力エリアでも都市ガスとLP  
ガスでは電化率が大きく違う

電化率を県別に予測した富士経済のデータでは、関東エリアと北陸エリアの県別電化率を比較すると、大きな格差があることがわかります。

国は都市ガス料金が比較的高い料金水準で、LPGガス換算では400円代を大きく超えています。電化を抑止するには、LPGガスを1m<sup>3</sup>350円以下で販売できる体制の構築が必要となっています。■パナソニックのエコキュートHPより  
※表の料金に、現在2・90円の再生エネ賦課金（再生エネルギー発電促進賦課金）は含まれていません。

電力会社	エコキュート		灯油給湯機		都市ガス給湯器		
	月平均	年間電気代	石油給湯機	灯油単価	ガス給湯器	料金単価	LPガス換算
単位	円/月	円/年	円/年	円/L	円/年	円/m <sup>3</sup>	円/m <sup>3</sup>
北海道電力	2,500	30,000	61,200	90.4	88,800	148.62	331.80
東北電力	1,700	20,400	49,200	90.4	85,200	152.35	340.13
東京電力	1,900	22,800	52,800	92.8	61,200	119.24	266.21
中部電力	1,800	21,600	48,000	91.7	69,600	135.77	303.11
北陸電力	1,800	21,600	56,400	91.7	100,800	187.65	418.94
関西電力	1,200	14,400	45,600	82.1	64,800	129.77	289.72
中国電力	1,600	19,200	48,000	84.6	94,800	184.44	411.77
四国電力	1,700	20,400	46,800	81.1	81,800	162.15	362.01
九州電力	1,400	16,800	46,800	84.6	90,000	181.90	406.10
沖縄電力	900	10,800	39,600	95.3	55,200	203.16	453.57

■ストック:2017年度(見込)の住宅ストックに対する都道府県別エネルギーークシヤー単位:戸

■トップ・2017年度(売込)の住宅トップ9割の都道府県別エネルギー一覧							単位:戸
	オール電化	比率	都市ガス	比率	LPG・灯油	比率	合計
茨城県	221,400	20.1%	187,800	17.1%	690,800	62.8%	1,100,000
栃木県	151,000	20.3%	102,500	13.8%	489,500	65.9%	743,000
群馬県	169,600	22.3%	135,700	17.8%	456,700	59.9%	762,000
埼玉県	267,400	8.8%	1,374,600	45.4%	1,385,000	45.8%	3,027,000
千葉県	211,600	8.1%	1,656,900	63.1%	756,500	28.8%	2,625,000
東京都	174,500	2.6%	5,838,800	85.8%	792,700	11.6%	6,806,000
神奈川県	209,100	5.2%	2,585,700	64.7%	1,204,200	30.1%	3,999,000
山梨県	67,400	20.2%	28,200	8.4%	238,400	71.4%	334,000
富山県	108,500	28.1%	70,600	18.3%	206,900	53.6%	386,000
石川県	153,300	34.0%	65,800	14.6%	231,900	51.4%	451,000
福井県	85,500	31.9%	25,100	9.4%	157,400	58.7%	268,000
全国合計	6,820,700	12.7%	25,321,800	47.2%	21,536,500	40.1%	53,679,000

6%で、マンション・公団住宅などの電化しにくい住宅が多く、土地が狭いなどの要因もありますが、東京ガスの料金が安いことも影響しています。都市ガス料金に対する不満がなさいため、電化が進んでいないと想定されます。

一方、LPGガスが中心のエリア、茨城・栃木・群馬県は同じ関東でもオール電化は20%を超えていました。戸建て住宅中心の地域で、LPGガス料金の高さが影響していると考えられます。

### ガス給湯の維持・拡大を図るために③エコキュートに対抗し、灯油からのガス給湯化を積極的に図る料金体系へ

すべてのガス料金を下げるることは困難であることは確かです。しかし、ガス給湯器を使用するお客様を守り増やすためには、料金の適減化が不可欠な要素の一つです。5m<sup>3</sup>以上の料金やガス給湯機器を使用するお客様を対象として、料金の割引制度をつくるなどの工夫が必要な状況となっています。

また、ガス給湯機器を自社から購入していくいただいたお客様はさらにガス料金を下げるなど、制度としての給湯器購入者割引などを設定することが必要です。料金と電化率はほとんど語られることなく今日ま

で来ていますが、全国的に電化の復権が始まっている現在、電化対策を本気で考えることが必要です。

### ガス給湯の維持・拡大を図るために④LPGガス業界は「働き方改革」として生産性向上とコスト削減を図る時

は、社員一人当たりの生産性向上、無駄の削除や管理の削減など、コストダウンが必要とされています。LPGガス業界で求められる「働き方改革」は、今の仕事の中身を見直すことです。全国で開催している研修会の中で、参加者は「検針・集金・入退去・延滞管理」など、日常的な業務に従事して、ガス増販、ガス機器販売、新規顧客獲得、リフォーム等に積極的に挑戦している社員は限られています。

業務中心の仕事では、LPGガス業界・あなたの会社の未来は拓けません。今までの働き方では、未来は確実に縮小し厳しく暗い将来となります。ぜひとも、働き方改革を目指します。

## 2030年を見通す講演・研修のご案内

LPGガス協会会合や販売店対象の会合・社内研修に、「未来予測をデータで解説し危機感を共有」と「競争に勝つための活動のあり方」を具体的にご提案します。是非開催をご検討ください。詳しくは、下記メールにお問い合わせ下さい。

[hiroshi@mdsys.co.jp](mailto:hiroshi@mdsys.co.jp)

※電話は不在でお答えできない場合があります。

### 2030年を見通す講演のご案内

- ねらい
  - ◇2030年を見通す資料を豊富に提供
  - ◇2030年を勝ち抜く戦略と活動を提案します
- 実施概要
  - ◇対象 各県協会・支部の会合、販売店会、社内勉強会
  - ◇時間 90分～180分 ※ご要望時間に対応します
- カリキュラム
  1. 2030年の未来と自由化によるLPGガスの未来とは
    - (1)2030年と自由化・透明化の動向と未来予測は
    - (2)2030年へ変わるエネルギー間競争とは
    - (3)2030年に向けてLPGガス事業に何が起こるか
  2. 2030年を勝ち抜くための戦略と活動とは
    - (1)料金透明化と低廉化を図るための戦略と実行策とは
    - (2)顧客サービスを磨き商品化してセットで提案しよう
    - (3)ガス増販・ガス外粗利を2倍にする提案の進め方

### 2030年を見通す研修のご案内

- ねらい
  - ◇2030年への変化の内容を知り対策を指導
  - ◇ガス増販・ガス外粗利2倍増を実現する手法を指導
- 実施概要
  - ◇対象 幹部および全社員対象
  - ◇時間 4時間～終日 ※ご要望時間に対応します
- カリキュラム
  1. LPGガスから脱皮する活動を進めるために
    - (1)電化とライバルに勝つ知識を確認しよう
    - (2)ネット比較で変化する顧客に選ばれる社員となろう
    - (3)未来を知り防衛できる知識と情報武装をしよう
  2. 選ばれる提案の「質・量・熱意」としくみで勝つ
    - (1)今年は、ガス増販・ガス外粗利を2倍増しよう
    - (2)一人がガス10tガス外粗利500万を実現する
    - (3)成果を上げる訪問と活動の進め方