

LPG新時代のユニークな情報紙

石油ガス・ジャーナル

**設立15周年
記念特集VI**

毎月第1週には石油ガス関係のデータ記事
（DATA BANK）を掲載します。

発行所／石油ガス・ジャーナル株式会社

〒105-0003 東京都港区西新橋2-6-3 染谷ビル

TEL.03(5157)8336 FAX.03(3581)5554

http://www.sekiyugasu-janaru.jp

2022年5月13日 金曜日 第1760号

15周年記念VI

エネルギー価格高騰、ガス事業者の役割とは

—橋爪企画官、橘川副学長に聞く—

政府はガソリン、軽油等の激変緩和措置の継続を決め、4月28日から石油元売への補助金支給上限を25円から35円に引き上げ、発動する基準価格を172円から168円に引き下げた。9月までの時限的措置だが、「価格目標の引き下げは緩和ではなく既に値下げ策」「再度の期間延長という国の介入は異例であり、出口戦略も見えない」など批判的論調も聞こえ始めた。また、4月22日の資源燃料分科会では村田光司氏（全国LPガス協会専務理事）が「措置されないエネルギー業界からは不公平という声がある。是非、説明責任を果たして欲しい」と発言。他業界から不満の声も上がっている。このような状況を踏まえ、

橋爪優文LPガス企画官と橘川武郎・国際大学副学長に話を聞いた。

●自由化で販売力発揮したガス業界、LPガスは構造改革が次の時代の鍵に



橋爪企画官

〈他のエネルギーへの激変緩和措置〉

—電力・ガス高騰による消費先の影響は大きく、一部事業経営にも支障が出ていることも承知しているが、エネルギー全体で料金高騰抑制を措置すればどれ程の額になるか、財政に及ぼす影響は大き過ぎる。燃料高騰

切替え競争テーマに「丸高会」研修会 島崎氏は防衛策、接点強化と家電事業等解説



落合会長



島崎講師

千葉県館山市の丸高ライフエナジー株式会社（旧丸高石油株式会社）の販売店会「丸高会」は4月26日、同市の館山コミュニティセンターで顧客切替えと防衛策をテーマに2022年度第1回研修会を開催した。落合洋行会長は挨拶で、昨今のLPガス仕入価格上昇に対して「m³ 80円以上転嫁しないと安全・安定供給にも関わる」と

述べ、価格改定を促した。LPガス団体・企業等のビジネスサポートを手掛けるシーエスクリエイト株式会社の島崎浩志社長が解説。最近の業界動向をアストモスエネルギー株式会社と矢崎エナジーシステム株式会社が担当した。新会員紹介と「保安キャンペーン表彰式」も行われた。（4頁に続く）



できないなどで電力5社は3月期決算で赤字を出した。一方、都市ガスは上流投資などで黒字とした企業もあり、様々だ。LPガス業界は今のところ転嫁できているようだが、円安もあり消費者には厳しい状況が続く。電化を含めた切替え競争が激化する可能性もある。“値上げをしません”などのセールスポイントもあるかも知れない。

〈エネルギー価格の見通し〉

ーエネルギー価格はウクライナ問題があり非

常に不透明。円安も進行するが日本は当面利上には動かないだろう。

〈ガス事業者の役割〉

ー電気代も高い状態が続く。総合エネルギーを基軸にいかに関客情報を駆使した事業展開ができるかにかかる。DX化による協業、クレジットガスの地域やチェーン店等での活用等も新たな動きとして出てきた。質量販売やバルクを活かしながら、業界として、地域の流通小売基盤を再構築する取組みに期待する。

企業情報

丸高会、研修会

接点機会強化と新事業で新たな関係づくり

〔講演〕▷テーマ「顧客防衛と囲い込み&ガス外収益拡大」島崎浩志氏▷物価高騰による消費行動の変化：価格比較サイト、スマホ購入の利用拡大▷切替え勧誘事例：ガス料金比較等のサイトは103例(同社確認済)、LPガス(プロパン

ガス) 料金見積りサイト▷ダイレクトメール例〈特徴〉①目立つ形の封筒②宛名面・裏面で「プ



地震・風水害対策機器

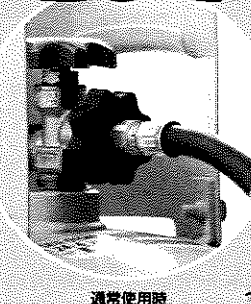
～容易に出来るLPガス設備の地震対策～

〈ガス放出防止型高圧ホース〉グラピタホース

グラッとしても、ピタッと止まる

地震
風水害
対策に!

暮らしに安全・安心を。



通常使用時



ガス放出防止機構作動時

容器の出口で
高圧ガスをストップ!!

地震等により容器が転倒するなど、ホースに所定以上の張力が加わると、機構が作動し容器出口にて、ガスを遮断します。



株式会社 桂精機製作所

お問い合わせは
〈営業統括本部〉〒252-1107 神奈川県横浜市深谷中8-5-18
TEL. 0467-66-3483

桂精機
https://www.katsuraseiki.co.jp

レゼント提供」をアピール(必ず貰える)③封開けシークレットタイプで開封率を90%にまで上げる④選べるプレゼント⑤LPガス利用者に限定と記載⑦暮らし情報の掲載⑧受取人払いハガキ活用などが特徴/手法に残る疑問点▷対応策①様々なチラシ配布や有益な情報を提供する。警察とのタイアップで訪販法違反等紹介②保安点検等の対面機会をコロナ禍でも重視する：事前案内(点検等の必要性をイラスト等でアピール)、訪問アポイント▷生活サービスの活用で信頼度アップ：駆け付けサービス(CS取扱い)、見守りサービス、点検巡回、清掃サービス等▷簡易にできる新規事業(例)家電販売①ガス機器と生活サービスの親和性②利用する家電の把握で故障時対応、新製品提案サービスが可能③事業開始に当ってCSが家電サービス事業者を紹介する④提供できる家電販売のツール：幟、チラシ、「家電販売カレンダー」等

〔表彰式〕▷2021年度保安点検キャンペーン結果：計画数に対し実施率で競うイベント。最高実施率は182%▷実施率上位順(100%以上)：(有)多田商店、(有)塚越スタンド、(株)やます、(株)新倉、(有)徳商店、(有)鍋平本店、秋山プロパン商会、(有)曾我辺瓦斯、(有)千倉ガス、ホームガスプラザMARUTAKA、(株)ミツウロコヴェッセル館山店、(有)三瓶ガス、角田プロパン商会、丸高ライフエナジー(株)鴨川営業所

ミライフ、リフォームイベント

無料リフォーム相談、困り事対応等

ミライフ(株)が、関東の4エリアで運営するリテール・卸売事業と同室一体化した水回り専門ショールーム4店舗で4月16、17日の2日間、「春のリフォーム大相談会」(大田原ショールーム店は「おかげさまで1周年リフォーム祭」)を開催した。各店1年以上が経過する中、地域へ



の認知度向上とリピート客の比率拡大をテーマに、キッチン、バス、トイレ、洗面化粧台等の各種メーカー品を揃えた。無料のリフォーム相談会では、チラシ等でキッチン、バス、トイレの具体的な困り事を紹介し、申込みを募った。

●越谷ショールーム店長、認知度とリピート率向上に向け実績・技術をアピール



鹿野店長

本紙は17日、埼玉県越谷市の越谷ショールーム店で「予想以上にニーズが多いことがわかり手応えも出てきている」と言う鹿野公享店長に、2年半経過した現在の取組みと課題等を聞いた。

〈アスベストの事前調査結果報告義務への対応〉

ー今年4月から、アスベスト施工業者に事前調査結果の労働基準監督署への報告が義務化された。解体・改修工事の際、必要となるため4ショールーム店舗社員全員とリテール・卸売事業の全責任者及び従事者含む約60名が石綿作業主任者技能資格を取得した。

〈開設から現在までと今後の取組み〉

ーガス顧客(約1万件)には業務機会に周知活動を行い、周辺地には新聞折込チラシでリフォーム事業の認知度を上げていった。今回のイベントにも2日間合計で34組が来店した。一方、LPWA普及も約50%となり、他の取組みも必要だと感じている。リピート顧客で事業確立を目指しているが、10年、20年とかかる。認知度向上と共に既存客とのコミュニケーションづくりを活性化したい。対象客約500件には住まい・生活の困り事等について、イラスト付きの記事が評判の月刊紙を年4回配布しており、リピート率は20%まで伸びた。アンケート調査の実施等で実態を分析した上で、対応する技術や自社

