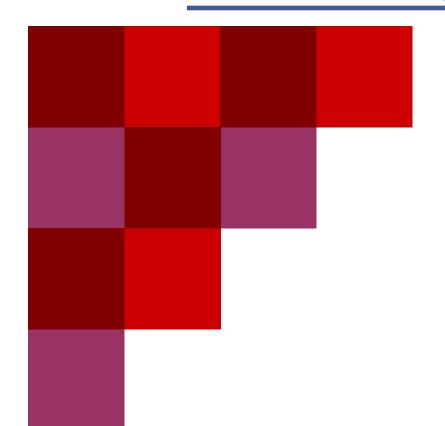
平成26年度石油製品需給適正化調査石油ガス消費者実態調査

報告書 【要約版】



平成27年2月



目次

- 1. 調査の概要
- 2. 調査結果の概要【家庭用】
- 3. 調査結果の概要 【業務用】
- 4. 調査結果の概要【災害対応】

1. 調査の概要

調査の目的

石油ガス(以下「LPガス」という。)は、我が国の世帯数の半分に当たる約2,400万世帯で家庭用燃料として使用されているほか、飲食店、病院、介護施設、ホテル等にも約100万件の業務用LPガスが利用されているとともに、全国で約24万台のLPガス自動車用燃料としても普及しており、いずれも国民生活上欠かせないものとなっている。

LPガスの消費者は、取引の適正化や料金、契約に関する透明性の確保について関心が高いことから、料金透明化のための小売価格情報の提供や事業者の供給構造改善を通じたコスト抑制等を通じて、利用形態の多様化を促進していくことが望まれる。

また、LPガスは大規模災害時における復旧の早さなどから、災害に強いエネルギーとの認識が一段と高まっている。今後、東南海、南海、都市直下型地震などの大規模災害が懸念されていることから、災害時における自宅、避難所、行政組織の庁舎、災害拠点病院等でのエネルギー源確保のためにLPガスを備えておくといった対応策を進めることが求められている。

併せて、LPガスが災害時対応だけのエネルギーに留まらないよう、家庭用向け・業務用向け・自動車用向けに提供されている様々な種類のエネルギーの中から、LPガスが日常的に使われるエネルギーとして選ばれる魅力を高めていくことも重要である。さらに、東日本大震災後の電力需給の状況を踏まえ、節電対策やピークカット対策におけるLPガスの活用促進も望まれていることから、高効率ガス機器等の導入拡大も期待される。そのためには、消費者がLPガスの特徴についての理解を深める方策を検討することも重要である。

こうした背景を踏まえ、LPガスやオール電化等の消費者(家庭用、業務用)を対象に、①LPガスに関する情報への関心具合及び情報収集 状況、②LPガス取引の適正化(料金・契約の透明性等)に関する考え方、③災害時におけるエネルギー源の確保、自治体の防災対策に 関する認知、④高効率ガス機器に対する消費者の購買意欲と販売店の取組についてアンケート調査を実施し、課題の抽出を行った。

また、全国の地方自治体及び基幹災害拠点病院を対象にLPガスを活用した災害時におけるエネルギー源の確保についての関心具合・ 取組状況等についてアンケート調査を実施し、課題の抽出を行った。

加えて、タクシー分野以外にもLPガス自動車の導入拡大を図るうえでの課題を抽出するため、貨物自動車運送事業者に対してLPガス自動車についての関心具合や導入状況等についてヒアリング調査を実施した。

これらの調査により、LPガスに関わる今後のエネルギー政策立案に役立てる基礎資料とするとともに、消費者ニーズを踏まえたLPガスの普及促進に資することを目的とした。

調査の内容

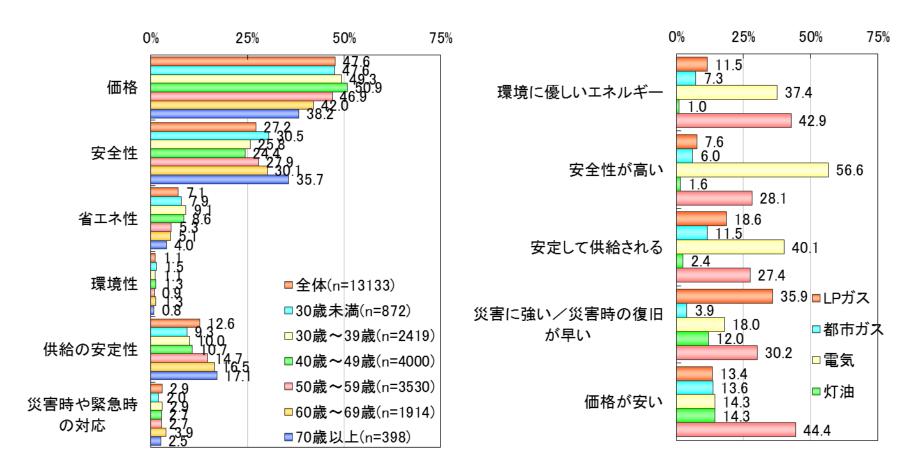
自治体用 家庭用 業務用 ①LPガス小売価格等に関する情報の収集方法・頻度、価格体系についての理解度等 ②LPガス取引の適正化 (販売店からの取引価格改定等に係る情報伝達の状況、販売店変更の検討有無、契約の透明性等) ③災害時におけるエネルギー源の確保についての考え方 (災害時におけるLPガス活用のメリットの認識、地方自治体との情報連携の度合い等) ④高効率ガス機器についての購買意欲と販売店から働きかけの状況 · ト調査 ①営業形態 ①世帯等に関する属性(地域、年齢、 ①地域、行政単位 ②環境に対する取組とエネルギー選 家族構成) 択 対象·実施方法 ①LPガスの年間受払い量が最も多 ①全国のLPガス消費者 い6業種(飲食店、社会福祉・社会保険・介護 ②全国のオール電化消費者 ①全国都道府県及び市町村 事業、宿泊業、飲食料品小売業、医療業、洗濯・ 理容・美容・浴場業) ②基幹災害拠点病院(全国59ヶ所) 調査票の郵送による調査を実施 インターネットを使ったWEB調査を 実施 調査票の郵送による調査を実施 アンケート回答者を中心に、グルー アンケート回答者を中心に、病院、 アンケート回答者を中心に、災害対 面談ヒアリング プインタビューを実施 応に取り組む自治体 介護施設などの業務用消費者 (全国23ヶ所) (全国20ヶ所) (全国14ヶ所)

高効率LPガス機器に対する取り組みを積極的に展開しているLPガス販売事業者(全国11ヶ所)

LPガス自動車の取組を検討した経験のある貨物自動車運送業者(全国4ヶ所)

2. 調査結果の概要 【家庭用】

エネルギーへの関心は価格、高齢者は安全性を重視

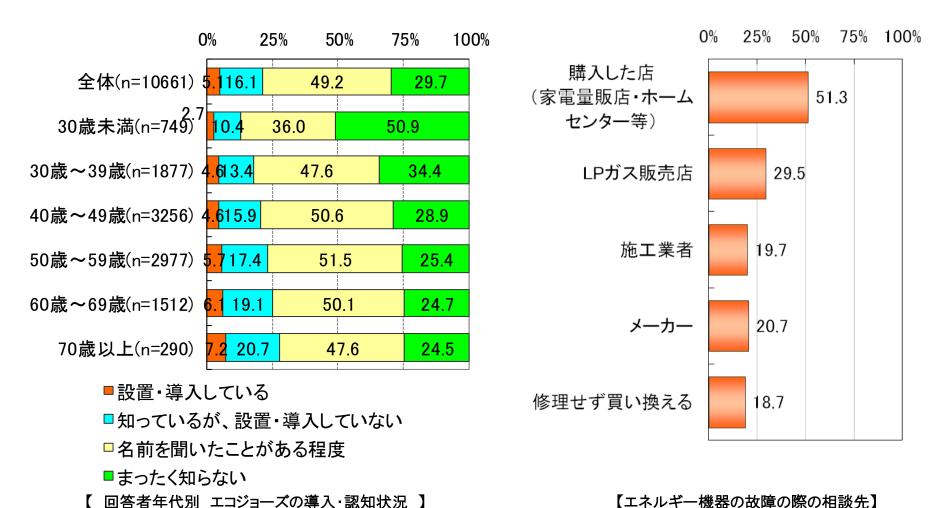


【年齢別エネルギーを選択する際に重視する点】

【肯定的なイメージに該当するエネルギー】

- ◇最も高い関心は価格。しかし高齢者になるほど安全性や安定性を重視する傾向がみられる。
- ◇安全性、安定性では「電気」のイメージが強い。
- ◇LPガスの強みである「災害時の対応」は、3人に一人強の認知にすぎない

囲い込みが不十分なLPガス

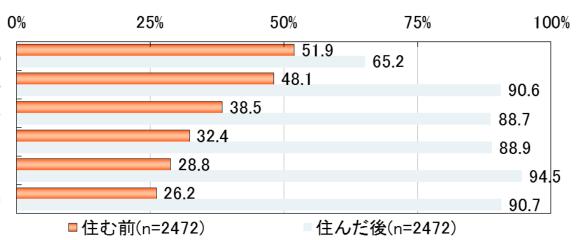


◇故障の際は、LPガス販売店よりも購入した量販店へと行ってしまう。 また「修理せず買い換える」との回答も18.7%あった。

オール電化にすると、

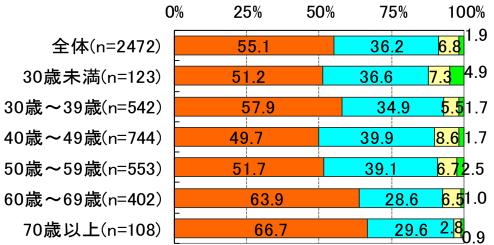
その後も住み続けたいと思うほど満足する

光熱費が安くなる 他のエネルギーよりも安全・安心 火を使わないから空気が汚れない 台所の環境(掃除などの手間)がよくなる 高齢者にとって安全・安心 住みやすそう



【オール電化住宅にした住む前と住んだ後の満足度(複数回答)】

【年齢別 オール電化住宅の継続意向】



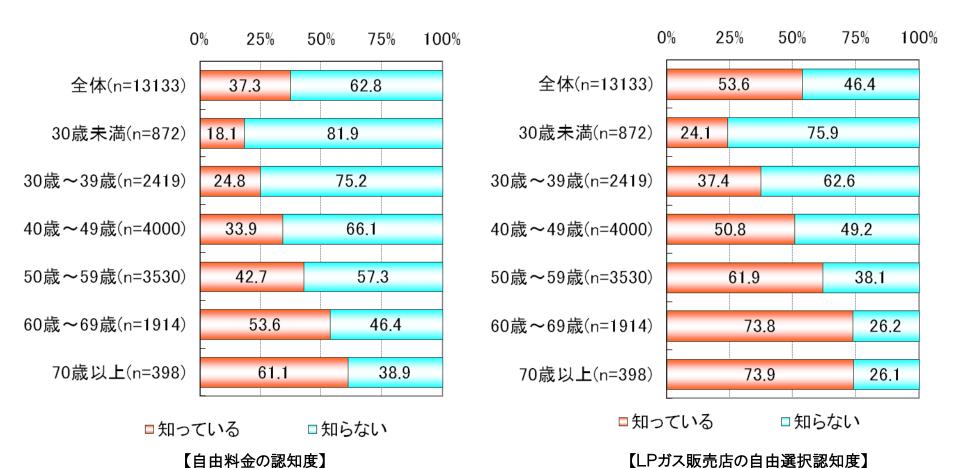
- ■今後も、オール電化の住宅に住みたい
- □どちらかというと、今後もオール電化の住宅に住みたい
- □どちらかというと、今後はオール電化の住宅に住みたくない
- ■今後は、オール電化の住宅に住みたくない

◇オール電化住宅に住んだ後、その使い勝手 や機器の満足度などの評価は軒並み高い →多くのオール電化消費者は今後もオール 電化住宅に住みたいと考えている。

高齢者の3人に2人が 「**今後も住みたい。」**

*「どちらかと言うと住みたい」も含めると 全体で91.3%が住みたい

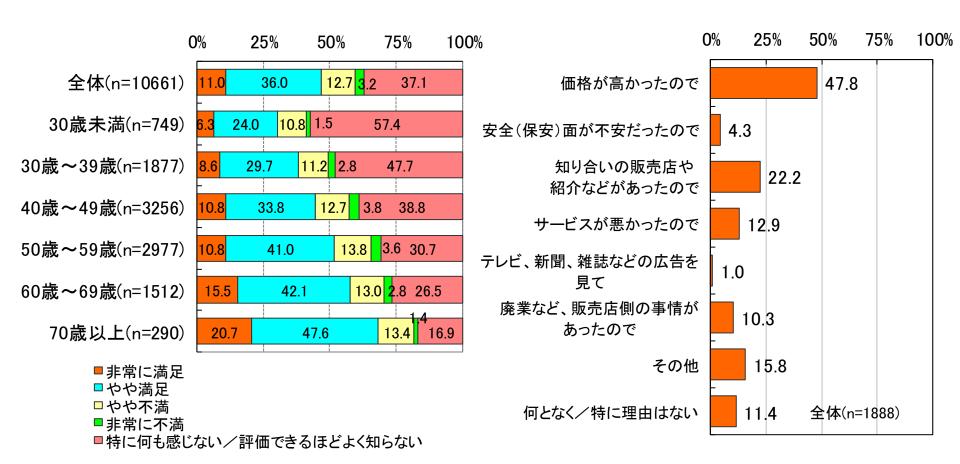
LPガスに関する自由料金・自由選択の 認知度不足は若年層に多い



- ◇LPガスが自由料金であることは全の1/3くらいしか知らない。
- ◇高齢者になればなるほど、認知度合いは増していく
- ◇LPガス販売店を自由に選択できるのは全体で半数が知っているが、 若い世代では、3/4も知らない。

LPガス販売店には概ね満足しているが、

価格が高いと変更する



【LPガス販売店に対する満足度】

【LPガス販売店を変更した理由】

- ◇LPガス販売店に対し、高齢者ほど満足している
- ◇若年層も不満があるわけではなく、特に何も感じていない傾向が強い
 - →すなわち関心がない
- ◇しかし価格が高ければ販売店を変更する可能性は高く、紹介があれば5人に一人は変更する。
- →現状の希薄な関係は突然変更する可能性を常に残している

〇若年層へのアプローチをもっと積極的に

〇オール電化になる前によく情報を得る

〇商品説明、修理など提供できることを告知する

OLPガス取引の適正化・透明化

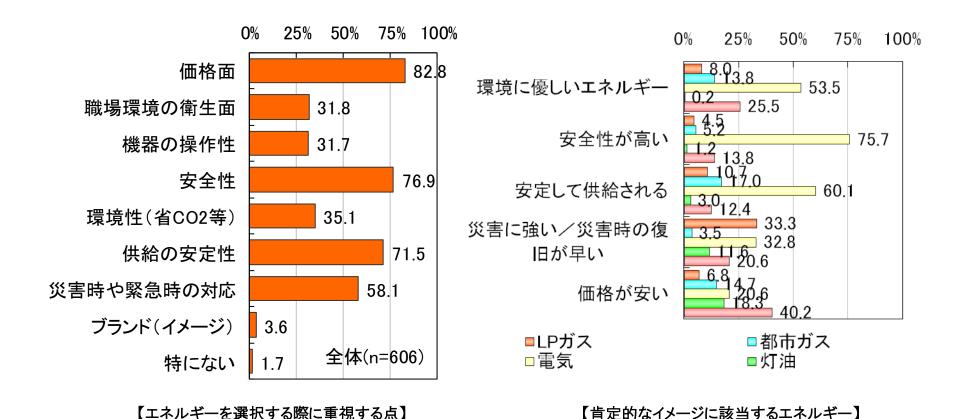
3. 調査結果の概要 【業務用】

※以下、調査項目によって回答対象者が異なるため、図表記載の回答数は一定ではない。(最大はn=2398) 回答対象者については、『Ⅲ. 業務用エネルギー消費者の実態』のコメントに記載している。

※視認性の観点から軸の最大値が100%ではないグラフもある。

なお、『詳細版 Ⅲ. 業務用エネルギー消費者の実態』では、全て100%となっている。

業務用消費者が重視するのは価格、安全性、安定性



- ◆エネルギーの選択には「価格面」だけでなく、「供給の安定性」「安全性」も重視する。
- ◇また、「災害時や緊急時の対応」についても半数以上が重視している。
- ◇「安定性」「安全性」、「環境にやさしい」のは電気が抜きんでている。
- ◇「災害に強い」LPガスのイメージも僅差で電気に勝っている程度であった。

大規模は積極的な情報収集を行っている

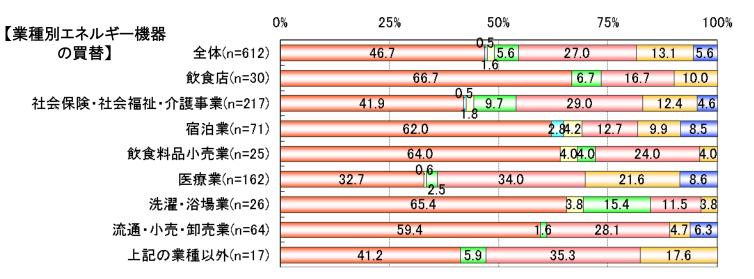
	エネルギー 関連会社の 営業担当者	テレビ、ラジオ、新聞、雑誌	インターネット(ホーム ページ、公式 サイト等)	ダイレクト メール(封 書、FAX等 含)、折り込 みチラシ等の 配布物	特にない/情 報収集をして いない
全体(n=605)	45.5	50.1	38.3	4.6	23.3
30人未満(n=156)	30.1	41.7	28.8	7.1	32.1
30~50人未満(n=60)	30.0	51.7	31.7	3.3	38.3
50~100人未満(n=118)	47.5	56.8	38.1	4.2	20.3
100~300人未満(n=109)	47.7	48.6	32.1	3.7	22.9
300~500人未満(n=47)	53.2	59.6	42.6	10.6	14.9
500~1,000人未満(n=59)	66.1	52.5	49.2	-	13.6
1,000人以上(n=51)	68.6	51.0	70.6	2.0	7.8

【エネルギー関連の情報収集先】

- ◇大規模(300人以上)になるほどエネルギーの情報収集を積極的に行っている。
 - →能動的に収集するインターネットや、エネルギー関連会社の営業担当者からの比率が高い。
- ◇逆に小規模(50人未満)になるほど「特にない/情報収集をしていない」の割合が高い。
 - →あまり積極的に情報収集を行っていない。
- ◇エネルギーの消費量に比例して意識も高くなる傾向がある。
 - →またエネルギー関連会社も営業対象として重視している。

機器の買替は「壊れてから」、

しかし償却期間満了時に変えることもある



- ■壊れてから
- □5年未満
- □5年~7年未満
- □7年~10年未満
- □10年以上
- □機器の減価償却の耐 用年数が終了するとき
- ■その他

	壊れて作動	調子が悪く、	メーカーが	コストパ	機器の減価	その他
						ての他
	しなくなった	動作が安定	定める機器	フォーマンス		
	とき	しなくなった	の耐用年数	が向上した	年数が終了	
		とき	がきたとき	新製品が発	するとき	
				売されたとき		
全体(n=597)	63.5	66.5	12.6	10.1	12.7	5.9
30人未満(n=155)	67.1	54.2	6.5	8.4	6.5	4.5
30~50人未満(n=61)	59.0	78.7	11.5	9.8	13.1	1.6
50~100人未満(n=117)	54.7	73.5	13.7	8.5	9.4	5.1
100~300人未満(n=110)	65.5	64.5	13.6	13.6	16.4	5.5
300~500人未満(n=47)	78.7	51.1	17.0	10.6	12.8	8.5
500~1,000人未満(n=57)	63.2	71.9	15.8	8.8	19.3	8.8
1,000人以上(n=50)	60.0	86.0	20.0	12.0	24.0	12.0

【規模別エネルギー機器の買替】

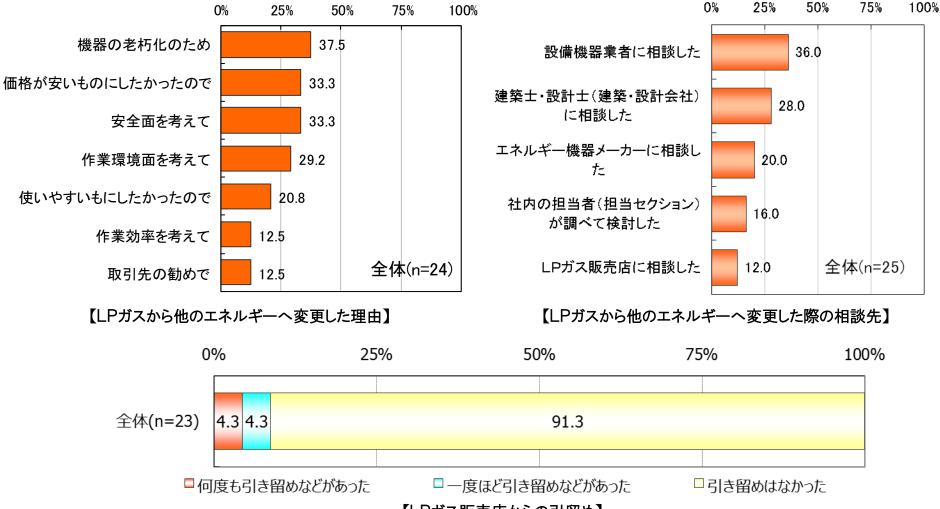
⇒医療業や介護施設でのヒアリングにでは、『機器の故障は人命にかかわることもあるので、償却を過ぎた機器は故障の有無にかかわらず買い替えの検討を始める』という意見も出ていた。



- ◇機器の買替時期について「壊れてから」が46.7%と大半を占める。
- ◇業種別では、医療業が「機器の減価償却の耐用年数が終了するとき」が、他の業種よりも高かった。
- ◇規模別では、30人未満の小規模事業では67.1%が「壊れてから」始めて検討する。
- ◇大規模の事業所では、「10年以上」と「機器の減価償却の耐用年数が終了するとき」が比較的高くなる

LPガスから他のエネルギーへの移行は

LPガス販売会社へはほとんど接触なく決まってしまう



【LPガス販売店からの引留め】

◇変更する理由はばらついているが、その際、LPガス販売店への相談はほとんどない。 ◇ほとんどが決まってからの連絡なのか、LPガス販売店も引留めを積極的には行っていない

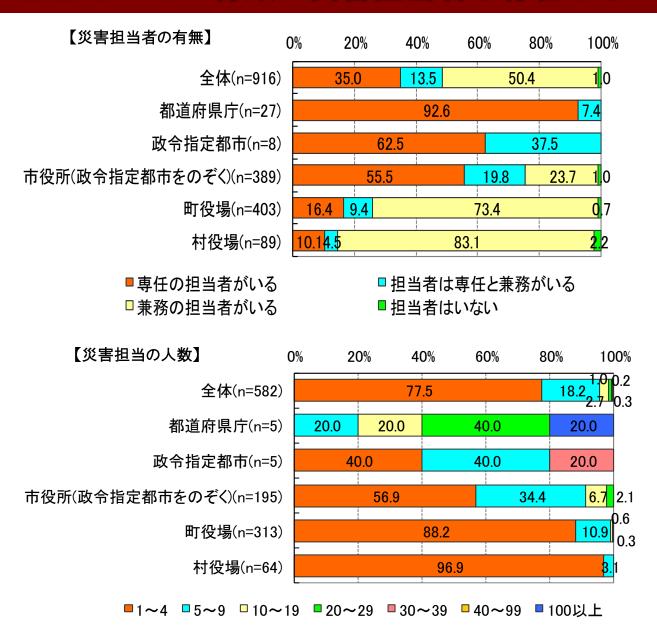
調査結果から見える今後の方向性

- 〇業務用消費者のエネルギー選択の理由は多岐に 渡っている(変更を含む)
- ○大規模へはさらに突っ込んだ情報提供 小規模へは受動的でもわかりやすい情報を伝える
- 〇機器の変更は医療業や大規模な消費者には償却 満了が一つのターニングポイント
- 〇日頃からのアプローチがないまま、突然変更することもある

4. 調査結果の概要 【災害対応】

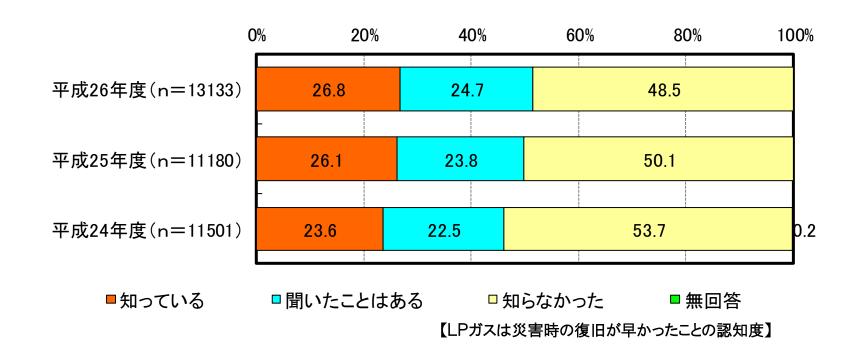
【災害対応】

ほぼすべての行政に災害担当者が存在する



- ◇災害担当は専仟、兼仟の有 無を問わずほとんどの行政 で配置されている。
- ◇行政の規模によって人数の 違いが出てくる。
- ◇避難所の鍵、備蓄管理な ど、一度に複数の避難所開 設の際は人手が必要。兼務 以外でも役割分担で行政全 体への浸透が必要である。

災害に強いLPガスの認知度は増加しているものの伸びは鈍化



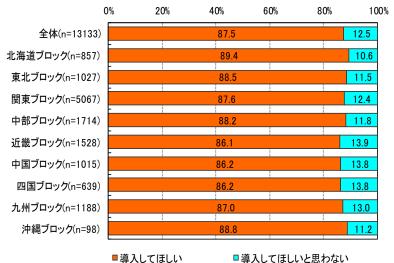
◇LPガスが災害発生後の復旧が早かったことは一昨年、昨年の調査より年々上昇している。→しかし時間の経過とともにその伸びは鈍化している。

ヒアリングで仮設住宅をまわり、そこでは今でもLPガスは重宝されているので、このまま風化させない広報活動が必要である。

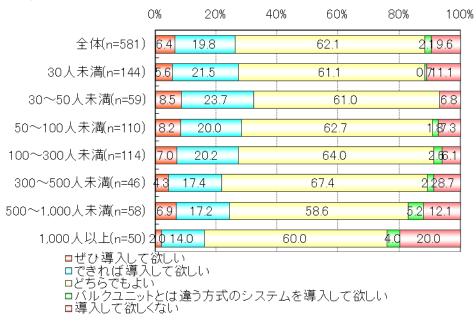
バルクシステムの設置要望は高い

【自治体 バルクシステムの導入について】





【業務用消費者 自治体のバルクシステム導入について】



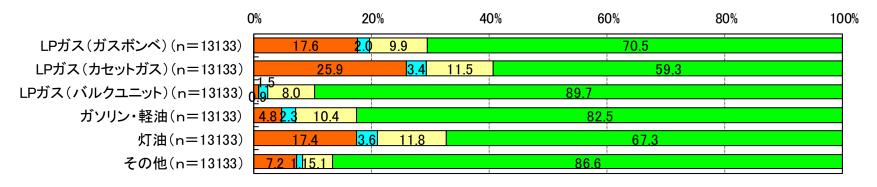
- ◇自治体では導入を検討しているところが7割近い
- ◇家庭用消費者も9割弱が自治体に「導入して欲しい」
 - →LPガス業界から詳しい内容を積極的に提案すべき
- ◇業務用消費者から自治体への要望はさほど高くない。
 - →設置しても地域のものであり、自施設優先の利用と はいかないため

【家庭用消費者 自治体のバルクシステム導入について】

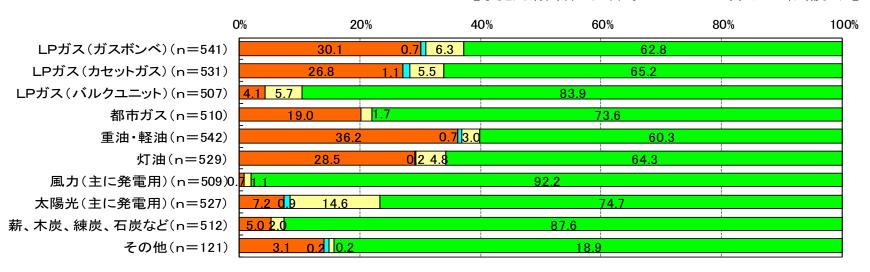
21

自社で配備するエネルギーはほとんどない、

自治体のと協力が必要



■すでに準備している ■近く準備する予定で検討中 □すぐに準備はしないが、検討中 ■準備の予定もないし検討もしていない 【家庭用消費者の災害時エネルギーの自宅での配備状況】



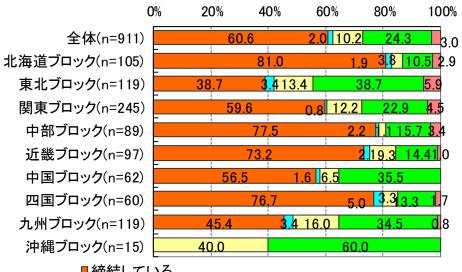
■すでに準備している ■近く準備する予定で検討中 □すぐに準備はしないが、検討中 ■準備の予定もないし検討もしていない

【業務用消費者の災害時エネルギーの配備状況】

- ◇家庭用消費者が自宅で準備しているのはLPガス、灯油でわずか2割前後
- ◇業務用消費者においてもLPガス、重油、灯油で3割前後にしか過ぎない

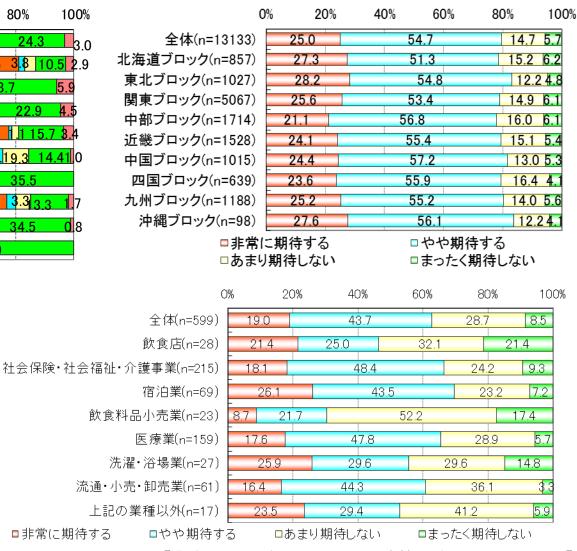
LPガスの災害協定を締結することを家庭用消費者は期待する

【自治体 LPガス災害協定の締結について】



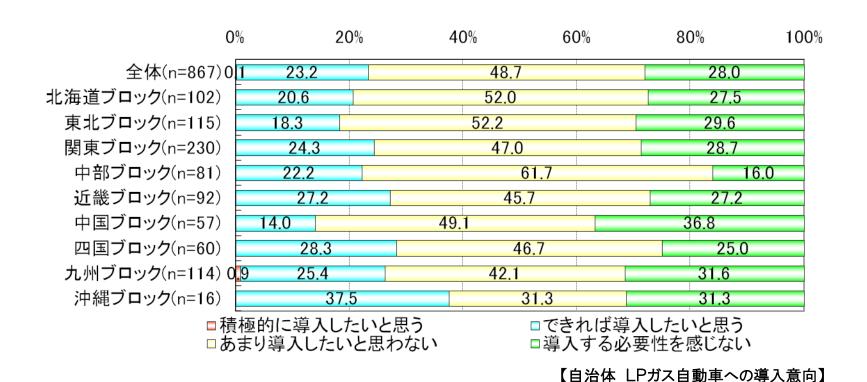
- ■締結している
- □現在、協議中である
- □現在、検討中である
- ■締結の予定はない
- ◇LPガス供給に関する防災協定は、 近年積極的に締結されるようになっ た。
- ◇家庭用消費者の8割から締結を期待
- ◇業務用消費者においても介護業、宿 泊業、医療業などからの期待が高い

自治体によるLPガス災害協定締結の期待について】



自治体によるLPガス災害協定締結の期待について】

LPガス自動車導入に対して積極的ではない



- ◇「できれば導入したい」を含めてやっと2割を超える(東北、中国を除く)
- ◇積極的でない理由として、やはり情報がなく検討の俎上にも上ってこない。
- ◇導入検討できる価格設定(車両、燃料)、充填所などのインフラ整備も必要である。

- OLPガスが災害時の早期復旧となる認知度は鈍化しつつある
- 〇バルクシステムの設置は自治体、家庭用消費者と で相思相愛
- 〇エネルギーの自宅、自社配備は少ない 自治体のフォローが必要
- 〇災害協定は消費者の期待とともに増加しつつある
- OLPガス自動車導入に自治体の優先度は低い