

第一回 液化石油ガス流通ワーキンググループ提出資料

# LPガス料金透明化への取り組み

平成28年2月5日

株式会社カナエル

## 1. 料金公表の理由

カナエルは2013年10月、料金・サービスの情報公開をしました。

### ～きっかけ～

2000年以降、当社お客様への安値訪問勧誘業者からの訪問が目立つようになる。当初は、勧誘されたお客様へご説明や料金対応を行い引き留めていたものの、結果的に一部の安値のお客様と従来料金のお客様が混在するようになり、様々な問題・矛盾を抱えることとなる。そして、安値勧誘業者からは、お客様に対し次のような言動がされるようになった。

- ・「お客さんは、カナエルにだまされている。カナエルは、料金がバラバラですよ。」
- ・「カナエルの親会社から来た。料金調査したいので料金表をみせてほしい。」(当社に親会社は存在しない)
- ・「近くの方もガス会社を変えた。みんな変えてますよ。」

一方でご信頼いただいているお客様からは、勧誘がしつこくて怖い、どうしたらいいかなど、当社へのお問い合わせが増加し始めた。

### ～経営姿勢・ポリシーが固まる～

このような状況を踏まえ、

「当社を長年にわたり、ご信頼をいただき、お取引をしていただいているお客様を裏切るような行為、経営はしたくない。」との強い思いを抱くようになった。

その思いを実現するためには、LPガス料金の透明化(統一と公表)を含めてお客様から最も信頼できる会社を目指し、そのための道筋を考えるようになった。

## 2. お客様への姿勢・考え方の転換

### CLOSED……「情報非公開」「建築会社中心」のビジネスモデル

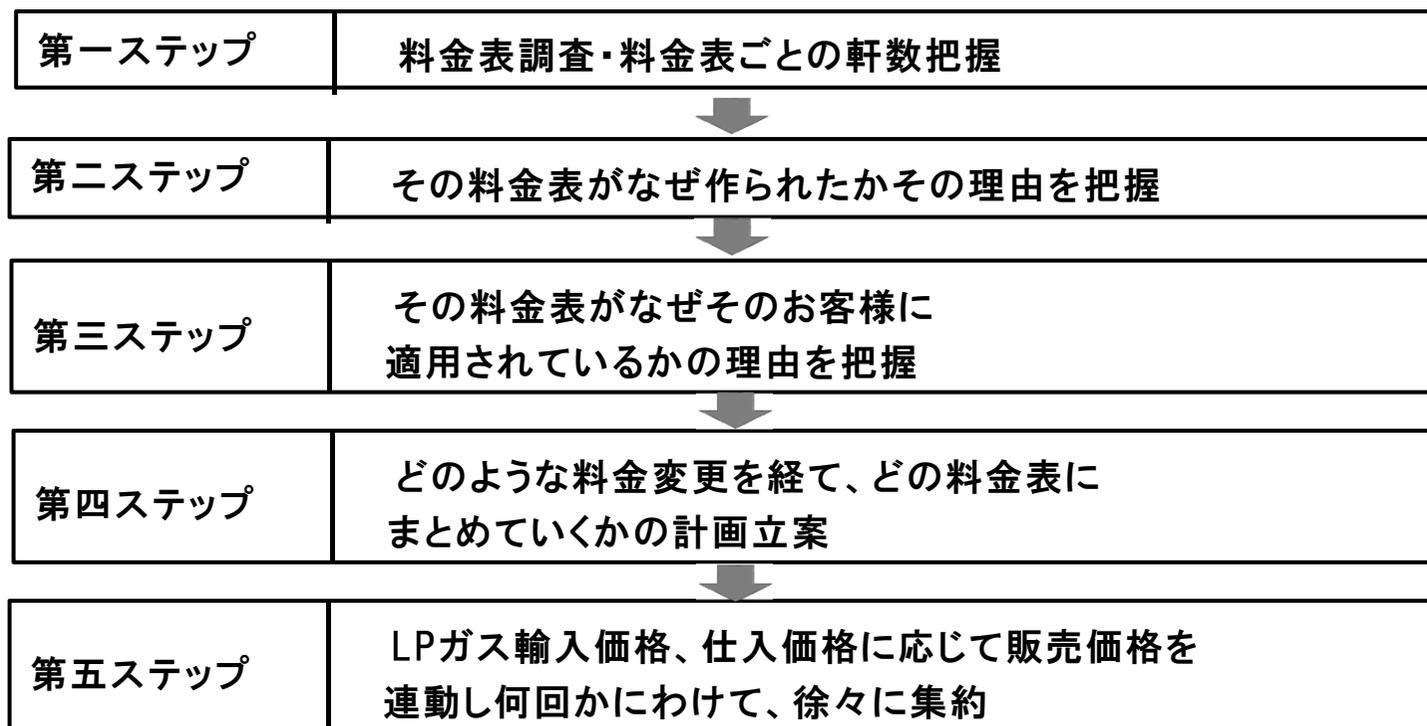
- ・消費者から選ばれるのではなく、建築会社から供給先の顧客を獲得
- ・消費者には会社を選ばせない
- ・安値の売り込み価格に近付けるた料金で引き留める
- ・料金を非公開にすることにより経営の安定を図る



### OPEN！…… 「情報公開」「お客様から選ばれる」ビジネスモデルへ

料金を中心に保安・サービスなどの情報オープン化(情報公開)を図ることにより、お客様から選ばれるエネルギー、選ばれる会社を目指す

### 3. 料金集約のステップと現在の料金表種類



その結果、下記の料金表に集約

- ①一般A料金                   戸建住宅と集合住宅のお客様
- ②一般B料金                   当社で設備負担している集合住宅のお客様
- ③ぽかぽか暖房料金       暖房をお使いのお客様(11月～4月に適用)
- ④大口業務用個別契約

※現在、電気とのセット販売を付加サービスとともに検討中。

※将来的には、お客様のライフスタイルにあわせた多様な料金メニューの開発も検討。

## 4. 当社の料金公表の手段

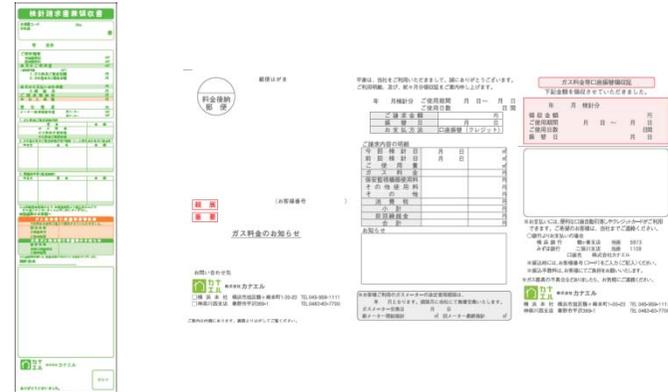
### 1. 自社HPでの公開・・・

LPガス料金・サービス体制・各種事業サービス等



弊社のお客様のみならず、すべての一般の消費者の皆様が閲覧可能

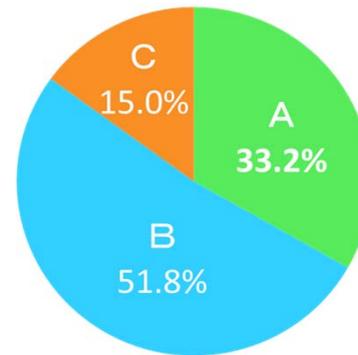
### 2. 料金変更は、検針伝票・ハガキ等にて前月に事前通知



### 3. 経営姿勢のブランディングと会社案内(パンフレット)・ツールの作成



### 4. 会社案内(パンフレット)を利用し、既存のお客様に全軒個別訪問説明



A 非常に興味をもって聞いてくれた。もともと当社に対して、十分信頼があり、ご説明によりさらに信頼度が増したお客様も多数となった。

B 話を聞いていただいた。説明を一通り聞いていただいた。一定の信頼があるお客様。

C 興味なし、受け取りのみ、インターホン対応のお客様。

## 5. 料金の統一・公開実施後の変化

- ・社会的評価……2014年グッドデザイン賞(オープンなビジネスモデルとして、ビジネスモデル部門で受賞)  
……2015年消費者長官章・消費者支援功労者表彰「ベスト消費者サポーター章」受章
  - ・当社から他社への切り替え件数の減少……お客様からの信頼が向上、当社の姿勢をご理解いただく。
  - ・経営方針の迅速な判断・実施が可能となる……例えば輸入価格に対してお客様全体への迅速な料金変更  
……輸入価格の変化による経営収支への影響が明確に把握可能
  - ・社員はお客様に隠すことがないから、自信をもってお客様へ対応できることにより一層の信頼性が向上。
  - ・輸入価格の変動による料金変更について多くのお客様にご理解をいただけるようになる。
- 料金に関するクレーム等のお問い合わせが極端に減少する。
- (上昇した時には料金を適切に上げ、下がった時にはしっかりと料金を下げる。)

## 6. 苦労したこと

### 1. 社内の一部経営者、幹部の反対と抵抗

今までの自分や存在価値の作り方、成功体験を否定されたと勘違いすることも。

現在は、社員全員が意思統一されている。

### 2. 全顧客へのご理解をいただくための説明活動。

(一部の異なる料金のお客様、お取引先様、オーナー様など全てのお客様が対象)

### 3. 例えば集合住宅の料金統一は会社収益に大きな影響を及ぼす。

経費削減や事業の見直しなどを行い、経営維持に必要な収益を確保。

### 4. 一般紙等メディアからの取材時、社会通念上から見て業界の事情がなかなか理解

していただけないことが多数あった。記事になりやすく、LPガスというエネルギー

に対する関心の低さを痛感する。

結果として、解約になったお客様もいらっしゃったが、

それはお客様のご判断、ご選択ということで

将来を考え、料金集約作業、説明活動を継続した。