↘（15面から続く）

## 蒲原ガス

他燃料と比較した場合、内管工事費用に対する割高感により敬遠されることがある。その施策として、アパート等集合住宅および一般家庭のLPGから都市ガス転換および灯油ボイラー、エコキュート、電気温水器から都市ガス給湯器への部分転換の提案。

築10年前後となるオール電化住宅、過去には都市ガスを使用しオール電化に切り替えた住宅への都市ガスPRパンフレットを配布している。

また、ガス料金割引プラン「家庭用燃転おたすけ割」「業務用新規おやくだて割」のPRや、ランニングメリットによる営業提案。工業用を中心とするボイラー、工業炉等の潜在需要の把握並びに他燃料転換提案の種まき営業を行っている。

## 小千谷市

カーボンニュートラル社会の実現がうたわれる中、都市ガス事業者として今後の対応方針の検討を行っている。

## 上越市

他燃料利用者の情報収集を行い、都市ガスの環境性、利便性、経済性について提示し、燃料転換の提案を行う。

## 白根ガス

他燃料を使用する顧客に対し、経済性、利便性、環境優位性、安全性、災害時のBCP対策等の提案を行っている。

## 栄ガス消費生活協同組合

既設のガス管の取り換え等が先になっている状況で、ガス管のループ化を進めている。予算も関係することなので長期計画となる。限られた職員数により営業面での活動が難しい。

## 栃木ガス

コロナ禍で生産量の変動に伴って、稼働時間の変更など、急に変化することもあり、これまでのデータでは推測できないケースや、場合によっては事業所閉鎖の可能性などもある。従って今年度も計画を立てにくい状況にあり、より慎重に進める必要がある。

## 北日本ガス

エコキュート設置需要家が経年により、エコジョーズへ買い替えする事例が増えている。今後のイベント案内や、ダイレクトメール(DM)発送など定期的な販売戦略を行う。その他住宅メーカーがガス衣類乾燥機を新築時に導入するケースが増加しており、機種を限定した差別化の提案を進める。

## 佐野ガス

現行温暖化対策計画の30年温室効果ガス26%削減に向けての施策の一つに天然ガスシフト、分散型エネルギーの推進が掲げられている中、供給区域内のボイラーを使用している企業への燃料転換はおおむね完了している。既に都市ガスを利用している企業へのBCP対応としてコージェネや停電対応型GHPの提案を継続する予定。また、都市ガスの販売量(需要見込み)に応じて導管の小延長も検討している。

## 伊勢崎ガス

顧客に継続的に提案しているが、競合するプロパンガスの価格があまりにも安価である。顧客は足元でのメリットがないと燃料転換する方向には進まないと思うが、補助金の利用や、電力販売でのセット割引を利用した最適な提案を行い、拡販に努めていきたい。また、導管の新設計画は特にない。

## 太田都市ガス

現在までに、燃料転換ができなかった需要家については、燃料供給企業との深い信頼関係が多く、地道に天然ガスの優位性をPRしていく事が重要と考えている。太田市内の主要な需要家向けの導管網が整備されているため、投資額を抑えた燃料転換を目指す。

## 本庄ガス

燃料転換に伴う課題の一つに顧客のガス工事費の負担が大きいことが挙げられる。敷地内の内管距離が長い場合やはつり工事になると工事費が高額となり、燃料転換成約が一気に難航してしまう。施策としてはガス工事費が高額の場合には燃転用のガス機器を特別価格で販売したり、イニシャルコストとランニングコストの比較表を用いて切り替え後のガス料金を説明し理解していただけるような営業をしていく。また、本支管延長随伴営業も、沿線の非需要家の需要開発量や設備投資費用を把握しながら、「燃転セット価格」や「電気とのセット割引」等を提案し、切り替えによる都市ガスのメリットをPRする。

## 坂戸ガス

天然ガスは化石燃料の中で$CO_2$排出量が最も少なく環境性に優れており、将来の脱炭素社会を実現するまでの主力エネルギーである。環境性と共に、安全性、安定供給、ランニング等の優位性を理解してもらい、補助金等の情報提供もあわせて行い、積極的な燃料転換を推進し、ガス普及向上に努める。

## 入間ガス

天然ガスの高度利用による脱炭素社会に向け、石油系を燃料としたボイラーや工業炉などの需要家に対し、国の補助金制度を活用し、$CO_2$の排出を削減する天然ガスへの燃料転換の普及促進に取り組む。

## 鷲宮ガス

従来の高効率化によるコスト削減のほか、$CO_2$削減と環境配慮を前面に出し、粘り強い営業を展開していく。

## 大東ガス

家庭用については、開発地域を設定し、未普及地域への積極的な導管敷設を行う。ガスと電気のセット切り替えを推進するため、切り替えした顧客向けに、ガスと電気の基本料金割引キャンペーンを継続する。既存の顧客については、接点機会において、お得なガス料金メニューの提案を行うほか、オーナーや管理会社とは、「大東ガスオーナーズ倶楽部」でのイベントを通した関係強化を図り、スイッチングや逆切り替えの防止に努める。

家庭用以外についても、積極的に訪問し、情報交換を行うとともに、各種補助金の紹介などをきっかけに、最適な提案に努めている。

## 伊奈都市ガス

積極的、効率的な導管新設により、天然ガス利用の促進を図る。

## 堀川産業

供給区域内の燃油使用先は残りわずか。価格面の優位性が薄れている時期だが、都市ガス利用でコージェネや空調にも展開できるよう提案したい。

## 銚子ガス

現在のところ、供給するガスがP13Aのため、$CO_2$削減効果が小さいことおよびガス料金が高いことから、工業用の需要を獲得できていないため、導管の新設計画はない。

## 習志野市

習志野市は地球温暖化対策ガイドラインに基づき、温室効果ガス抑制に取り組んでいる。本市においても環境行政へ貢献するため、他燃料を使用している顧客に対し、比較提案書を用いた営業活動を継続して実施する。また、さまざまな燃料の特徴を生かした総合エネルギー提案が今後の課題である。

## 東日本ガス

燃料転換を提案する上で、潜在する熱需要の発掘に困難を示している状況である。導管施設による熱需要の獲得も施策の一つだが、現需要家へのガス化出来る既存使用機器の燃料転換も視野に入れている。

## 京和ガス

供給区域内の大規模な区画整理事業も終了して、広域に導管敷設が完了した状況である。ランニングコストメリットを生かして大口の顧客獲得の他、他燃料使用中の戸建の顧客にも営業活動を実施している。

## 昭島ガス

導管敷設後の沿線他燃料使用顧客に対する都市ガスへの早期切り替え有効策の策定と実施が課題。都市ガスの高度利用による省エネ、省$CO_2$、省コスト実現を訴求するとともに補助金の有効利用による提案営業の実施。

## 青梅ガス

規模の大きい燃料転換案件については一巡しているため、小中規模の案件を中心に、リースや補助金活用を活用した切り替え事例をもとに提案する。

## 武陽ガス

50年脱炭素社会の実現に向け、工業用ボイラー、工業炉を中心に天然ガスシフトを図り、$CO_2$排出量の低減、ならびにエネルギーの効率的な利用を提案するとともに、家庭用・商業用等には都市ガス未利用需要の燃料転換の提案を行っていく。

課題は、燃料価格差が優位に表れにくく、顧客の求める燃料転換コストとの費用対効果が得にくい状況にあること。その施策として、燃料価格差のみでは計りにくい都市ガス利用の付加価値の洗い出し(備蓄上のリスク軽減、法規制など)を行うことによって顧客の利点を整理するとともに、燃料転換コストにおいて国の補助金、地方行政の助成金等を活用することで費用対効果が表れるよう提案していく。

## 長野都市ガス

補助金や最新ガス機器等を活用した提案営業の強化を行う。また導管を延伸する面的営業を行い燃料転換に取り組む。

## エナキス

従来、油から天然ガスへの燃料転換による、経済性の提案を重視してきた。30年までの大幅な$CO_2$削減目標達成のため、環境負荷が低減される内容にフォーカスしていきたい。

## 大町ガス

引き続き灯油ボイラーや暖房機器のガス化営業を中心に燃料転換を進める。　昨年同様に電化住宅への衣類乾燥機の営業を進める(無料モニター体験も引き続き行う)。

## 上田ガス

供給区域内の需要掘り起こしや本支管工事に伴う周辺顧客への燃転営業を行う。また、既存供給管のある需要家への燃転営業も行う。

## 厚木ガス

産業用・工業用の燃料転換は経済的メリットが得られることに最も重きを置いている企業が大半である。燃料転換による生産品への品質影響や安全性維持等、燃料転換に関する不安を払拭できるよう丁寧なヒアリングと分析を行っている。特に省エネ診断等は専門企業に外部委託することで提案内容の精度を上げている。既設導管上の都市ガス未利用顧客および供給区域外の企業も積極的に訪問している。

家庭用は、都市ガス導管効率向上のため、直着(近隣にガス導管が通っている)状態にある他燃料利用の顧客に対し都市ガス転換を推進。顧客ごとに燃料転換を検討するタイミングが異なる課題があるが、顧客宅へ継続的に足を運び都市ガスPRを行うとともに企業としての取り組み等も紹介し成約につなげている。また、直着以外でも本支管延長が可能な地区を選定し需要調査を実施。本管工事の際にも周辺地域を含め都市ガス提案を実施している。

## 秦野ガス

課題は、大口需要先との長期契約締結が困難になっており、燃料転換後に他社小売へのスイッチの可能性もあるため、イニシャル費用回収の見通しが難しい。また本支管が敷設されていない所では、顧客が負担金を支払ってまで都市ガスへ燃転するのは難しい。

施策として、省エネ提案などを行うことで、大口需要家との信頼関係を築き長期契約を目指す。導管を延伸する際は、新規顧客が見込めるように計画的なルート選定を行う。

## 小田原ガス

他燃料機器の更新や施設改修に合わせ省エネ、省$CO_2$、省コストによる計画的な提案を継続する。ボイラーからマルチ給湯システムへシステム変更し、リース・レンタルを活用した提案を実施する。また、バルク供給システムでLPガスを使用し、設置後20年検査を迎えるタイミングに合わせ都市ガスへの燃料転換提案を実施する。

## 湯河原ガス

リゾートマンションのボイラーの更新時期が近付いており、交換情報の収集や、マルチ設置給湯器等による交換費用や燃料費の低減のPRを実施する。

## 東京ガス山梨

都市ガス普及拡大のため、市場環境の変化と地域の特性を考慮した取り組みと顧客ニーズに則した都市ガスの魅力を提案することで、普及密度を高める面的開発を推進していく。

## 吉田ガス

家庭用は、給湯暖房機器の普及拡大を図り、他燃料から燃料転換を積極的に進める。

業務用は、ガス設備の省エネ性、環境性を顧客に提案しマルチ高効率機器への燃料転換を進める。

## 熱海ガス

顧客訪問時の取得情報(機器更新時期、貯油タンクの検査時期、他燃料価格等)をもとに燃転促進チラシ等を活用し燃料転換営業を推進する。さらに、業務用(ホテル、旅館、寮、保養所等)の顧客への定期的な巡回訪問を実施する。

## 伊東ガス

天然ガスの環境優位性については顧客理解が進み、以前よりもイニシャル、ランニングの両コストが低く、高効率の機器も増えたことや、手厚い補助金が活用できたことから、成約が増えつつあった。しかし、政府の脱炭素社会表明を機に雲行きが変わり、補助金も手薄となっており、今後の普及拡大が不安である。機器性能の向上、機器価格の低廉化、天然ガス価格の低廉化に期待したい。導管の新設延長は計画していない。

## 下田ガス

家庭用は、開発地区・担当者を設定し、ガス機器の保証延長サービスを提案し、LPGや温泉(一般家庭向けの温泉供給)からの天然ガスへの切り替え営業を積極的に展開する。業務用は他燃料機器の更新のタイミングに合わせ、機器の利便性や高効率によるコスト削減、環境性を切り口とし、補助金を有効に活用した提案営業を行う。

## 御殿場ガス

都市ガス事業の安全性や健全性に加え、顧客のニーズに合った提案営業(電気とのセット割り引き、各種生活商材のリース等)を展開していく。

大規模な導管の延伸見込みはないため、供給区域内の新築市場の動向を注視し、全ての物件に対し不戦敗なく折衝していく。

## 島田ガス

業務用においては、燃料の貯蔵スペースが不要になる点、環境負荷低減に貢献できる点をメリットとし、提案を行っている。

家庭用は、都市ガス普及率の向上を図るため、供給区域内の未普及地域に対して、中長期的な投資判断をしながら、計画的にガス管の敷設ならびに他燃料からの転換を進めている。

## 中遠ガス

現在、家庭用顧客数の増加が一番のミッションのため、継続的に積極的な導管延長を行う。集合住宅の燃料転換については、LPガスの抵抗が年々激しくなっており、多額な設備投資提案によって防衛されることが多くなっている。都市ガスの安全性、料金の公平性等について地道に説明、理解を得て、転換を勧めている。

## 袋井ガス

家庭用燃料転換は供給区域拡張を積極的に行っており、新規エリアでの提案を行っている。またオール電化住宅への提案手段として衣類乾燥機提案を中心に行っている。

## 東海ガス

都市ガスの環境性、利便性、安全性、経済性を需要家へアピールするとともに、補助金を紹介しながら、都市ガスへの転換を進める。特に$CO_2$削減効果の高いA重油ボイラーからの燃転を中心に進めていく。

## 犬山ガス

脱炭素社会実現に向けて、重油や灯油等からの都市ガス化を進める。また、比較的使用量が少ない顧客向けにも、新たな料金プランを用いて需要の獲得を目指す。

## 津島ガス

家庭用需要家に対しては定期的にキャンペーンを行っているが、マンネリ化かつ対象者が限られているため反応が鈍化している。業務用では導管網上の公共施設(市役所管轄)を主に提案を行っているが、各コストの低減化および脱炭素化宣言を受けての天然ガスの存在(環境への優位性)の訴求を継続することが課題である。

## 上野都市ガス

燃料転換によるコストメリットのある物件が少なくなり獲得が難しい状況だが、業務用や産業用分野における他燃料使用顧客や電気空調を使用する顧客に対し、環境性、省エネ性、災害時対応、電源多重化等の天然ガスの優位性をPRし、燃料転換を促進している。また、本管延長や料金プラン新設等の施策を講じている。

## 名張近鉄ガス

業務用＝高額な導管延長費用に対し燃料コストメリットが合わないことが課題である。単純な燃料転換ではなく、機器の経年入れ替えに合わせた燃料転換提案のタイミングを見逃さない他、導管工事費用の圧縮も検討する。

家庭用＝電化からの燃料転換については、床暖、浴暖等の設置による付加価値の創出やガスの快適性を強力に提案しなければ、ランニング競争で苦戦する。施策としては、コロナ禍ならではの新たな販売手法の拡大(SNS、ウェブを活用した営業展開など)、定期的なPR、イベント、リフォーム、水回りメンテナンスなどエネルギーとは異なった分野からも顧客接点を拡大し、燃料転換を行っていきたい。

## 甲賀協同ガス

燃料転換においても電気との競合は避けられず、2050年カーボンニュートラル・脱炭素社会の実現に向けてさらに厳しい状況が予想されるため、提案力の強化など体制の整備を図っていきたいと考えている。

## 大垣ガス

家庭用は主に導管沿線上のLPGからの転換を促す。業務用、産業用については、供給区域内またはその近傍を巡回訪問し、設備構成・燃料種別などの調査・ヒアリングを行い、イニシャルコストおよびランニングコストの試算や補助金の紹介等を中心とした提案営業を行い、ガス体エネルギーの優位性を訴求する。

## 日本海ガス

過去からの需要開発により、既設導管網エリア内の燃転需要が限られており、導管延伸が必要な導管網近傍の潜在需要先への訪問を中心に活動している。工業炉・ボイラーの燃料転換工事は顧客の費用負担が多いため、補助金の活用が必須となる。また今後は産業用・業務用の分野を中心に脱炭素へのニーズが高まることは必至であり、産業用・業務用向けのカーボンニュートラルガスの取り扱いも視野に入れながら検討を進めている。

家庭用の分野では、改めてガスの優位性(給油の手間、パワフル&エコ、コンパクト性等)をショールームやグループ会社と連携しながら訴求し、他燃料転換の促進を図っている。より分かりやすいパンフレットの構成、15年以上経過の住宅団地への計画的PR等の施策も進めている。またリフォームをメインとする住宅メーカーとの関係強化を進め、早期の情報収集からの提案活動も注力している。

## 高岡ガス

家庭用は、既設ガス導管沿線の他燃料の顧客に対し、天然ガスの環境性、経済性、利便性など優れた点を訴え、転換を推進する。

業務用、産業用については、カーボンニュートラルやメタネーションなど国の政策や補助金制度を紹介し、天然ガスの優位性をPRし、他燃料からの転換を推進する。

## 金沢市

需要家側まで入り込んだ省エネ等の技術(エンジニアリング)力の向上が課題となっているが、工業需要向けの料金プランを創設し、継続して都市ガスの料金水準を対抗燃料並みの低廉な従量単価で使用できることをPRしている。加えて、燃転を絡めた補助金を活用した省エネ提案を行っている。

## 小松ガス

家庭用は他燃料を使用している顧客にDMを活用し、燃料転換を進める。

工業用、商業用で他燃料を使用している顧客に対して、環境性や省エネ性、補助金の利用などあらゆる情報を発信し需要獲得を目指す。

## 福井都市ガス

当社の供給エリアには、総延長約457㎞を敷設している。毎年一定量の導管延伸を計画・実施しているが、顧客数はオール電化等へのリフォームや導管未延伸の郊外への転居等で減少傾向にある。

他熱源需要の掘り起こしは、営業部門以外の従業員でも自分の業務を通じて直接顧客に営業機会を創ることができるため全社員が取り組むべきベース業務と考えている。

昨年は事業開始初年度でもあり積極的に営業活動に取り組む予定だったが、新型コロナウイルス感染防止の観点から営業活動は大きな制約を受けた。その中でも、感染防止対策を施して開催したガス機器展示会には、多数の他熱源顧客が安心して来場し、新たに当社ユーザーとなった。法人部門では、顧客に会えない中、機器メーカーや販社と時間をかけて情報交換を行うことができた。今年も我慢の営業になるが、当社のモットーである「明るく元気に　前向きに」のもと、社員一丸となって知恵を絞り、工夫を重ね、汗をかいていきたい。

## 越前エネライン

戸建住宅においては、ダイレクトメール・訪問活動を実施し、集合住宅ではオーナーへの役立ち活動を地道に行い良好な関係を築いた上で給湯をメインに提案活動を行っている。ただし、昨年から新型コロナ流行のため、十分な訪問活動ができていない。

大口の顧客においては、燃料転換のための初期投資がネックになるケースがある。補助金制度等の対象とならず、採用に至らない。補助金制度の動向も注視しつつ、環境性向上など燃料転換のメリットを引続き訴求していく。

## 敦賀ガス

北陸新幹線の敦賀までの延長に伴い低圧管のみの導管から中間圧も使用して安定供給を図るよう計画を行っている。

## 丹後ガス

導管の新設計画はないが、当社導管網の中での物件に重点をおいて燃料転換していきたい。リニューアルの際、都市ガスが採用される様に他工事機会等に導管を整備(延長、口径替え等)できる範囲で進めている。

## 福知山都市ガス

ガス配管や機器にかかる初期費用が多額となり燃料転換が進まない。

家庭用ではガス機器の特別価格を設定し初期投資の負担が軽減できるような営業を行う。

## 長田野ガスセンター

産業用における課題は、工業用ボイラーや工業炉の燃料転換に取り組んでいるが、重油の燃料費が安く非常に厳しい状況が続いている。その施策として、定期的な訪問により更新のタイミングに合わせ環境面等を含めた提案を継続し燃料転換につなげてく。

## 大津市

燃料転換はおおむね完了している。

## 大和ガス

燃料転換については、最も環境負荷の低い天然ガスの普及促進が環境対策の第一歩と考え、拡販に努めている。特にボイラー等の燃料消費が大きな設備は提案を優先すべきターゲットであると考え対象リストを整備していく。導管が整備されていない区域への提案については、ユーザーとガス事業者双方の事業採算性と周辺の土地利用計画の情報を勘案しながら埋設計画を進めていく。

## 五条ガス

急速な過疎化が進む地域において、新規に導管を延ばす先も見当たらず、現実問題としてどう対応するのか分からない状態。

## 桜井ガス

中圧ガス導管を敷設計画中、さらなる需要拡大につなげたいが小売事業としては価格面で他小売会社との競合が予想される。

## 河内長野ガス

新規需要獲得に向けた導管新設計画を策定し計画的に進める。エリアごとの潜在需要や造成計画等を踏まえて設定した計画工事路線を中心に家庭用、業務用顧客への巡回活動を進める。既にガスの引き込みがある顧客へのフォローも継続し需要獲得を目指す。

## 豊岡エネルギー

順調に燃料転換を推進してきているため案件の枯渇が起きている。難しい案件のみが残っているため、条件とタイミングがあわないと進んで行かない。コロナ影響等で顧客の資金的な問題もありしばらくは進んで行かない状況にある。

## 篠山都市ガス

供給エリア内の他燃料使用先における情報収集、整理、ターゲット先の選定を行い、顧客ニーズを見定めた提案活動を実施する。特に、電気空調設備先をターゲットに、設備切り替えの提案を行う。また、将来需要を見据えた導管網の整備も実施する。

## 伊丹産業

家庭用においては、既存顧客先の高齢化が進んでおり、灯油管理が困難になっているとのことで、ガス化案件が出てきている。早期提案成約を行い、オール電化阻止を行っている。電温の経年先の提案も同じく強化している。

前面に本支管がない箇所からの問合せ等はあるが、家庭用の燃料転換では顧客の負担金が発生し、本支管の延伸は難しいのが現状である。本支管設置の際に、付近住民に燃料転換の提案を行っている。

## 津山ガス

マスターマップ営業支援ツールを活用し、顧客の声を蓄積して地域の特徴に仮説を立てエリアを絞った営業展開を計画実行している。しかし他燃料と比較してランニングコストメリットが出にくい面もあるので、他燃料切り替えパック提案によりイニシャル・ランニングを含めた提案を実施するとともに、業務用物件に対しては付加価値提案を行うようにしている。$CO_2$削減の機運が高まっている現状では、特に油から都市ガスあるいはLNGへの転換を重点に推進していきたい。

## 福山ガス

業務用については既設導管の沿線の潜在需要へ提案を行なったが、ランニングコスト重視の提案先は成約に至っていない。

導管が整備されていないエリアの潜在需要については、省エネ法定期報告等により燃転対象となる工場・事業場を抽出して訪問し設備、エネルギーの使用状況および課題の聞き取り実施し、設備更新時期等を考慮した提案を行っている。

イニシャルコスト面では補助金を活用した提案を行っていたが、年々補助金要件が変わり適用可能な補助金が盛り込み難くなってきている。また、ランニングコスト面では、油燃料に対してエネルギーコストの単純比較では劣るため、油設備の維持管理費等を含めてランニングコスト差を埋めている。

BCP対策や維持管理の容易さや作業環境の改善、省$CO_2$等の付加価値をアピールしている。

家庭用については導管が整備されていないエリアへの営業を計画的に進めているが、近年の防犯対策強化による飛び込み営業の難しさや入居者の高齢化によって、獲得件数が伸びない要因が増えつつある。

こうした中でも築10年以上の電化住宅には、ガス衣類乾燥機やガス暖房といったガスの特性を生かした提案を行い、獲得につなげている。

## 因の島ガス

脱炭素社会を目指す中だが、企業の意識改革や予算等が課題。

## 米子ガス

課題については、地域性といえる「昔からの付き合いの優先」、「都市ガスの認知度の低さ」があげられる。今の取引業者との関係性を崩したくないという思いから、機器更新時に他熱源を検討せず今ある機器をそのまま更新するという形が多く見受けられる。

施策として、「低・脱炭素社会」実現に向けた有効性のあるエネルギーであることを積極的に、工夫した広報が必要と感じている。

## 松江市

調査検討中。

## 出雲ガス

供給区域内に産業の集積地もなく、化学・食品・飲料などの工場や油を燃料とするボイラーやコージェネ等を利用する施設も少ない中、小規模事業所施設に対し、省エネ性や環境面をPRし、補助金を活用しながら油から天然ガスへの転換を提案する。

## 浜田ガス

原料価格を比較して、顧客にメリットが出せる物件が、エリア内にて乏しく、環境性を意識している企業も現状は少ないと感じている

今後は地元企業への提案はもちろん、自治体を巻き込みながら補助金を採用したイニシャルコスト低減案や環境性を意識した提案を行ってエリア内外にて導管の新設は積極的に行っていく。現在提案中の物件もある。

## 久留米ガス

工場内で未転換の設備に対し、燃料転換の提案および導入を推進していく。中小企業の顧客の情報収集を行い、コストメリットや省$CO_2$推進を提案し転換に繋げる。

## 大牟田ガス

家庭用燃転は、地道なローラー営業を実施している。また、顧客に分かりやすいツールの作成とパック価格での提案。また、工業用を中心に補助金を活用した油燃料からの燃転を提案する。エリア外の潜在需要の開発や大型新設物件への積極的な提案、中期的な導管延伸計画を作成している。

## 高松ガス

課題は、灯油ボイラーからガス給湯器への転換において、そもそもガスに切り替えることができることを顧客が知らない。また転換時において高齢者が多く費用が負担となることや、そもそも灯油ボイラー需要家の数自体が少ない状態にある。

そこで施策としては、点検訪問時等に灯油ボイラー需要家に声かけし、ガス給湯器のメリット(設置スペースが小さいことか給油レス、臭いが少ない)等をアピールする。

## 唐津ガス

現在、補助金等を利用して、燃料転換をしているが、やはりランニングコストが最大の課題だ。しかし、設備の維持管理や環境問題等は、ガスの方が優れているので、環境メリット等をPRし導入促進を図っていきたい。

## 宮崎ガス

課題は、空調やボイラーといった機器の燃転のみでなく、顧客の工場全体のエネルギー使用量状況の視点から、複合的な提案ができる提案力の向上を図る必要がある。そのための施策として、営業マンの知識習得のための外部研修への積極参加や、継続的な顧客訪問における関係構築と早期情報の収集、各種補助金の把握と顧客への発信を行っている。

## 南日本ガス

重油・灯油等から都市ガスへの燃料転換を行うことにより、$CO_2$発生量は大幅に軽減できる。また熱効率もよく使用者側の燃料貯蔵設備の設置スペースも不必要であり、設備に対する法の縛りも少ない等のメリットがある。

現在のコロナ禍では先行きが見えない状況で転換を行うイニシャルコストの負担が大きすぎる現状にあるが、補助金活用を最大限に生かし進めていく必要がある。

## 国分隼人ガス

課題は、電化、LPGおよび灯油など他燃料との競合で、施策として、都市ガスの環境性や省エネ性の良さをPRし、エコジョーズへの買替促進や床暖房温水システムの提案や、ガスファンヒーターの買い換え促進、レンタルキャンペーンを実施する。

導管の新設については投資効果等を十分に検討したうえで実施したい。

## 出水ガス

燃料転換には、中期から長期の営業となることが多く、担当への負担が大きくなってしまう。メーカー等の協力があれば、対応できるが、働き方改革の影響により、なかなか期待できず競争に勝ちにくい。

## 沖縄ガス

他燃料使用の顧客へのガス化提案、定期巡回訪問、案内・提案チラシの配布を行っている。新設物件には、ガスボイラー・マルチ給湯器を提案する。

（終わり）