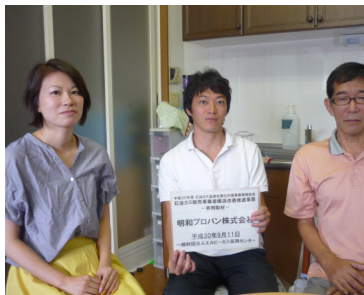


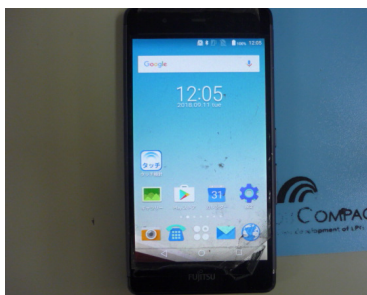
実施事例2

事業者名	明和プロパン(株)		所在地	三重県多気郡明和町有爾中 1095			
代表者名	代表取締役 石田 和生	連絡先	担当者 名	代表取締役 石田 和生	電話	0596(52)5012	
事業名	タッチ検針を活用した新料金システム導入により顧客サービス向上と料金透明化推進事業						
	本社・事務所			地図			
							
事業内容	ガスメータの分計機能により割引料金を設定するとともにタッチ検針で業務効率化を推進						
事業の狙い	<p>①通常料金からの省エネ推進割引、暖房割引を設定し顧客の満足度向上を図る。</p> <p>②タッチ検針による検針業務の効率アップと誤検針防止並びに料金内容の明確化推進。</p> <p>③検針データの有効活用で業務全般が合理化され、自社内部の見える化も実現した。</p>						
求める効果	<p>①顧客が自らの使用実態を理解するとともに料金プランの採用による透明化の実践。</p> <p>②現場検針により訪問の都度顧客との面談機会が生まれ、コミュニケーション醸成に寄与。</p> <p>③営業機会の増加による顧客サービスの充実を図り需要拡大と経営基盤強化に繋がる。</p>						
費用等	費用総額	13,200 千円	自己資金	6,600 千円	補助金	6,600 千円	
事業実施 前の状況	<p>①20年前からコスト削減を目的とし、自社から半径5km以内を商圈として絞った結果密度が増しシェアは25%を超えるまでに至った。半径2.5kmに絞ると50%を超えている。</p> <p>②世代交代が続き商圈内でも高齢者世帯が増え、顧客に提供するサービスにも変化が求められ様々な取組を行って来ているが、待ちのビジネスでは限界があり顧客の求めているサービスや顧客情報の必要性から、顧客接点の強化を図るべく事業展開を計画した。</p> <p>③商圈内顧客とのコミュニケーションを目的とし、従前からミニコミ誌の発行や来店誘導のための抽選会を開催しているものの、更に踏み込んで顧客の要望に対応し強固な信頼関係を築き上げる事が基盤強化には不可欠と考えファンづくりを進めている。</p>						
事業展開	事業開始日	9月5日	事業完了日	2月5日	期間	5ヶ月間	
	人員体制	10名	社内	8名	社外	2名	
	具 体 的 展 開	9月～9月	7日間	打合せ 会議等	<ul style="list-style-type: none"> 補助事業推進について担当者打合せ 契約書、チラシの作成 		
		9月～2月	64日間	メータ 設置	<ul style="list-style-type: none"> 導入予定先へ分計機能付ガスメータ設置 当初予定に沿って実施し完了する 		
		9月～2月	64日間	契約 作業	<ul style="list-style-type: none"> 対象顧客への新たなサービス内容周知 了解顧客への契約書説明並びに締結 		
9月～2月		64日間	顧客 登録	<ul style="list-style-type: none"> 契約締結先顧客のシステムへの登録 タッチ検針システム試験後、運用開始 			
	12月～2月	20日間	実績 報告	<ul style="list-style-type: none"> 補助事業の調達先への支払い完了 補助事業実績報告書の作成、提出 			

補助事業推進担当者



タッチ検針用スマートホン

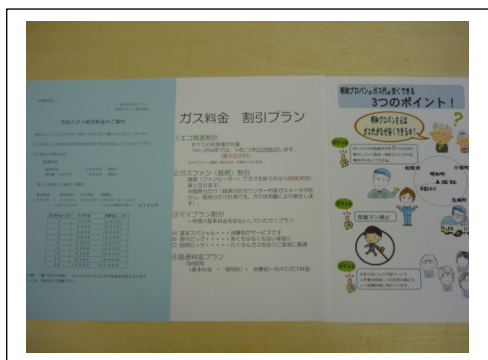


検針データ

顧客コード	顧客名称	所 属	平均値	検針値	検針日
20000	東海 東京	東海 東京	10.4	10.5	2018/10/15
20001	東海 千葉支	東海 千葉支	10.2	10.3	2018/10/15
20002	東海 北陸	東海 北陸	10.1	10.2	2018/10/15
20003	東海 北陸	東海 北陸	10.3	10.4	2018/10/15
20004	東海 北陸	東海 北陸	10.2	10.3	2018/10/15
20005	東海 北陸	東海 北陸	10.1	10.2	2018/10/15
20006	東海 北陸	東海 北陸	10.3	10.4	2018/10/15
20007	東海 北陸	東海 北陸	10.2	10.3	2018/10/15
20008	東海 北陸	東海 北陸	10.1	10.2	2018/10/15
20009	東海 北陸	東海 北陸	10.3	10.4	2018/10/15
20010	東海 北陸	東海 北陸	10.2	10.3	2018/10/15

発生した課題点	①当初予定していた対象顧客への説明が遅れ、ガスメータ設置工事が遅れた。 ②タッチ検針システムの通信不具合により、請求締業務、発行業務が遅れた。 ③新料金システム適用に関しては顧客との口頭のみでの了解として処理してしまった。					
行った改善点	①顧客への説明手順をマニュアル化し、対応人数を増加し遂行した。 ②機器調達先へ不具合状況を報告し、当該機器の修正並びに更新を行った。 ③顧客1件毎に契約書（割引契約申込書）を独自に作成し締結することとした。					
得られた効果	①対象顧客で自身の1年間のLPガス使用量及び使用形態の把握がされた。 ②新たな料金プランである暖房割引（ガスファンヒーター）を採用する顧客が増加した。 ③同様のエコ推進割引は全顧客が選択し、地域に新たなファンづくりが出来た（数十件）。 ④検針業務をパートから社員に変更したことで顧客との面談機会が増え、満足度が向上した。					
効果の額	①検針業務の合理化 ②事務作業の合理化	人件費	人件費 80千円/月 → 960千円/年 検針業務2名・事務作業1名→3名削減			
自己評価	企画内容	100点	推進手順	90点	総合評価	95点

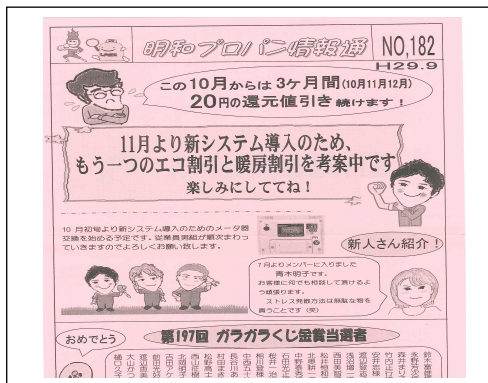
＜新料金システム推進手順＞



新料金システムの構築は割引プランを原則としているが、幅広い顧客に対応可能なプランとして4パターンを設定。

顧客訪問に際しては、各パターンを説明したチラシを作成し口頭での説明を補足した。また、ミニコミ誌でも定期的に分かり易く案内し周知した。

最終的に同意を得た顧客から「割引契約申込書」により契約締結しスタートした。



エコ推進・ガスファン・マイプラン割引契約申込書

- ご契約のプラン

エコ推進割引 ガスファン割引	マイプラン
標準プラン	暖房割引
標準エコプラン	標準エコプラン
- ご契約の条件
 - エコ推進割引：10月15日より11月15日まで有効となります。12月1日より12月31日まで有効となります。
 - ガスファン割引：暖房割引は11月15日より12月31日まで有効となります。12月1日より12月31日まで有効となります。
 - 標準プランの条件：1月1日より12月31日まで有効となります。
 - マイプランの条件：1月1日より12月31日まで有効となります。
- ご契約の住所

〒 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇
- ご契約の氏名

姓 〇〇 名 〇〇 氏 〇〇
- ご契約の住所

〒 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇
- ご契約の住所

〒 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇
- ご契約の住所

〒 〇〇〇〇〇〇 〇〇〇 〇〇〇

割引契約申込書

<p>反省点</p>	<p>①補助事業推進にあたり、新たに提供するサービスの顧客への周知が不十分だったため顧客にとっては有利な内容であるにも拘わらず、事業の進捗が遅れた。</p> <p>②特に顧客との連絡が取れないため、在宅か不在かの確認が出来ずに訪問するケースが数多くあり、いたずらに訪問回数が増えるのみとなり効率が上がらなかった。</p> <p>③これらの状況から、顧客との契約締結業務並びにガスメータ設置工事に支障をきたし当初計画したスケジュールが大幅に遅れる結果となってしまった。</p>
<p>顧客来店誘導策</p>	<p>店内には来店した顧客が一目瞭然となるガス料金表と割引プランが大きく掲示されていてとてもわかりやすくなっている。</p> <p>ミニコミ誌でも紹介している「お楽しみ抽選会」を月1回開催し当選者には豪華な景品（3,000円相当）が20名以上に進呈される。</p> <p>また、別棟には多目的スペースとして「パン教室」や「時短レシピ」「書道教室」の開催を行っている。</p> <div data-bbox="406 884 746 1124" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="762 929 1040 1052" data-label="Caption"> <p>← 多目的スペースとして設けられた別棟</p> </div> <div data-bbox="1098 510 1449 728" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1098 750 1449 990" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1098 1012 1449 1227" data-label="Image"> </div> <p>まさに地域のコミュニティセンター的な存在となっており、来店機会に事欠かない。</p>
<p>顧客とのコミュニケーション</p>	<div data-bbox="359 1265 885 1691" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="715 1265 1040 1339" data-label="Caption"> <p>明和プロパン情報通</p> </div> <div data-bbox="906 1265 1436 1691" data-label="Image"> </div> <p>顧客への情報発信とコミュニケーションのためのアイテムとして毎月発行している「明和プロパン情報通」。既に通算で200号を数えるまでとなっている。</p> <p>明和プロパンが顧客に伝えたい事（ガス料金の内容、請求書の見方等）を中心とし、その時期の話題、そして「お楽しみ抽選会」の当選者を掲載している。</p> <p>社員全員で意見を出し合い掲載内容を決めている事で、いきいきとした内容のミニコミ誌となっている。毎月の検針訪問等の際に顧客と面談しながら話題づくりと問合せに活用し、好評を得ている。</p>

反響・意見等	社内	<p>①顧客との接点強化により、LP ガス以外の業務依頼が増加してきた。</p> <p>②顧客との面談機会増加により、顧客毎の詳細情報取得が促進、充実した。</p> <p>③新たなサービス提供でのデータ処理複雑化に対応しマニュアル化した。</p>
	社外 (対象先等)	<p>①顧客 a→LP ガスやそれ以外の事が何でも相談出来るようになった。</p> <p>②顧客 b→ガスファンヒータを使っているが暖房割引でとても助かった。</p> <p>③顧客 c→請求書に過去一年分の使用量が載っているので省エネに役立つ。</p>
	業界等	<p>①今回実施した補助事業について他の販売事業者から見学依頼が来ている。</p> <p>②県内同業者の勉強会講師として出向いた際に事業内容についても説明。</p> <p>③各方面から取組に対する取材が来ており、実施例として公表している。</p>
総合見解	<p>①集中監視システムとは一線を描き、顧客との対面を第一として捉えているため近接検針システム（タッチ検針）を導入したが、情報交換に大いに役立った。</p> <p>②新料金システムは当社独自のものを作り上げた自負しており、すべての顧客に対しより分かり易いものが出来ていると考えている。</p> <p>③特に使用量の少ない顧客に対しても割安な料金である事をアピール出来るものであり、今後の消費量アップが大いに期待出来ると確信している。</p>	
今後の方針	<p>①専任担当者による検針業務を行った場合と比較すると、業務に要する時間は増加しているものの、顧客の顔の見える方式に切り替えた事は正解であった。</p> <p>②今後は全世帯へのタッチ検針システムを早い時期（2020年を目途）に推進し、エリア内のすべての顧客が当社のファンとなってくれるようにしていきたい。</p> <p>③新料金システムを一層周知するとともに、内容を充実させ高齢者でも負担のかからない冬季のガス暖房需要を開拓し、現状より一層の普及を図りたい。</p>	
経営者の声	代表取締役	社員による検針業務（タッチ検針）で顧客との対面時間を増やすことで現状の不安、不満を把握し解消していく事が将来に繋がるものと信じ更なる普及に努めていきたい。
	取締役	新サービス事業の推進により、顧客から信頼される「明和プロパン」として切磋琢磨していく所存であります。
補助事業に対する要望等	<p>①補助事業は自身の経験から、顧客へのサービス提供等を含め接点強化の観点から自社完結型が良いのではないかとと思われる。ひいてはそれが顧客からの信頼に繋がり基盤強化が図られる事となります。</p> <p>→ご意見有難うございました。今回の取組内容は顧客への訪問を第一としたものとなっており、商圏内シェアの高い貴社だからこそそのメリット追求であると感じております。これも年数をかけてシェアアップを行ってこられた努力の賜物であり、LP ガス販売事業者の一つのモデルケースとして捉えております。</p> <p>今後も引き続き推進され、顧客や地域住民の皆様方から愛され、信頼されるLP ガス販売事業者として益々発展されます事を期待しております。</p>	
その他	<p>今回の補助事業についての詳細は 明和プロパン株式会社 代表取締役 石田 和生宛にご連絡ください。 また、メール piggleta@amber.plala.or.jp でお問合せいただいても結構です。</p>	